글로벌 한식당 운영 길라잡이

A Guidebook for Managing a Korean Restaurant in **Jakarta**

자카르타

「글로벌 한식당 운영 길라잡이」 발간사

「자카르타 글로벌 한식당 운영 길라잡이」를 펴내며...

지금까지는 한 나라의 경쟁력과 영향력을 이야기할 때면 국방력과 경제력을 중심으로 이야기 되었습니다. 그러나 이제는 문화와 스포츠, 컨텐츠 등 소프트파워까지도 같이 고려하여 한 나라의 글로벌 영향력을 측정하는 시대가 되었습니다.

이러한 국제적인 추세를 입증하듯이 최근 우리나라는 한류로 일컬어지는 국내 콘텐츠 수출이 꾸준히 증가하고 있고 이에 힘입어 문화강국으로 자리잡아가고 있습니다. 또한 한류를 구성하는 중요한 요소 중 하나인 우리네 먹거리와 음식문화도 이러한 흐름에 있어 중요한 역할을 하고 있습니다.

특히, 최근에는 비빔밥, 불고기 등 전통적으로 인기가 있는 음식뿐만 아니라 모던한식에 이르기까지 다양한 형태의 먹거리들이 해외에 진출하고 하고 있습니다. 이러한 시장의 변화에 따라 농림축산식품부와 한식재단에서는 글로벌 외식시장에서 한식당의 운영과 국내 외식기업들의 신규 시장개척에 도움이 되고자 글로벌 거점도시들의 외식시장과 한식산업에 대한 조사를 실시하였습니다.

이 길라잡이는 다음과 같이 구성되어 있습니다. 서두에서 자카르타의 외식산업의 현황과 상권 등 사업 환경에 대한 정보를 담고 있으며, 이어서 자카르타에서 한식당을 창업하실 때 어떤 것들을 고려하셔야 하는지와 마지막으로 한식당을 운영하실 때 점검사항 중 핵심만 묶어 보았습니다.

이 조사결과가 글로벌 거점도시에서 한식당을 운영 중이시거나 또는 앞으로 운영하고자하는 분들께 작은 길잡이가 되길 기대합니다.

감사합니다.

2015년 6월 한식재단 이사장

CONTENTS

I. 시장환경

1. 일반현황

1.1 도시개황 8

1.2 사회·문화적 환경

1) 인종 구성 및 언어 9
2) 종교적 배경 11
3) 사회·문화적 특성 12

1.3 음식문화

1) 주식 및 식습관 15
2) 전통음식 16

2. 거시환경 분석

2.1 정책적 환경

1) 경제 활성화 정책 18
2) 투자 정책 21
3) 이민 정책 23
4) 식품 및 외식산업 정책 24

2.2 경제적 환경

1) 경제 규모 25
2) 외국인 투자 유치 27
3) 물가 상승률 변화 29
4) 가처분소득 변화 및 식음료 지출 30
5) 경제 동향 32

3. 외식시장 현황

3.1 시장에 대한 이해

1) 외식시장 규모 33
2) 외식시장 트렌드 36

3.2 고객에 대한 이해

1) 소비 특성 39
2) 외식소비 특성 42

3.3 경쟁자에 대한 이해

1) 에스닉별 점유율 45
2) 주요 에스닉 식당 진출 현황 47
3) 주요 에스닉 식당 소개 49

3.4 외식상권에 대한 이해

1) 주요 상권 특성 52

3.5 한식산업에 대한 이해

1) 한인사회 현황 67
2) 한식당 진출 현황 70

II. 한식당 설립 가이드

1. 한식당 설립 실무 정보

1.1 사업자 등록 절차

1) 개인 사업자 74
2) 법인 사업자 74

1.2 설립 주요 실무 정보

1) 인허가 요건 및 관련 법규 78
2) 임대차 계약 절차 및 관행 80
3) 영업시설의 공통기준 86
4) 노동법, 고용법 관련 유의사항 92
5) 세무 관련 정보 104
6) 수입/통관 관련 정보 113

1.3 기타정보

1) 거주허가 비자 124
2) 금융 서비스 128
3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보 132

I. 자카르타(Jakarta) 시장환경

1. 일반현황

1.1 도시개황 8

1.2 사회·문화적 환경

1) 인종 구성 및 언어 9

2) 종교적 배경 11

3) 사회·문화적 특성 12

1.3 음식문화

1) 주식 및 식습관 15

2) 전통음식 16

2. 거시환경 분석

2.1 정책적 환경

1) 경제 활성화 정책 18

2) 투자 정책 21

3) 이민 정책 23

4) 식품 및 외식산업 정책 24

2.2 경제적 환경

1) 경제 규모 25

2) 외국인 투자 유치 27

3) 물가 상승률 변화 29

4) 가처분소득 변화 및 식음료 지출 30

5) 경제 동향 32

3. 외식시장 현황

3.1 시장에 대한 이해

1) 외식시장 규모 33

2) 외식시장 트렌드 36

3.2 고객에 대한 이해

1) 소비 특성 39

2) 외식소비 특성 42

3.3 경쟁자에 대한 이해

1) 에스닉별 점유율 45

2) 주요 에스닉 식당 진출 현황 47

3) 주요 에스닉 식당 소개 49

3.4 외식상권에 대한 이해

1) 주요 상권 특성 52

3.5 한식산업에 대한 이해

1) 한인사회 현황 67

2) 한식당 진출 현황 70

1. 일반현황

1.1 도시개황

자카르타(Jakarta)는 인도네시아의 수도이자 인도네시아 최대 도시로, 행정구역상으로는 주에 해당하는 자카르타 특별시(Daerah Khusus Ibukota Jakarta)입니다.

자카르타는 자바(Java)섬 북서쪽에 위치해 있습니다. 도시 북쪽은 해안과 인접해 있으며 면적은 740.3㎢(서울 605.2㎢의 약 1.2배)로 국토의 약 0.03%를 차지하고 있습니다.

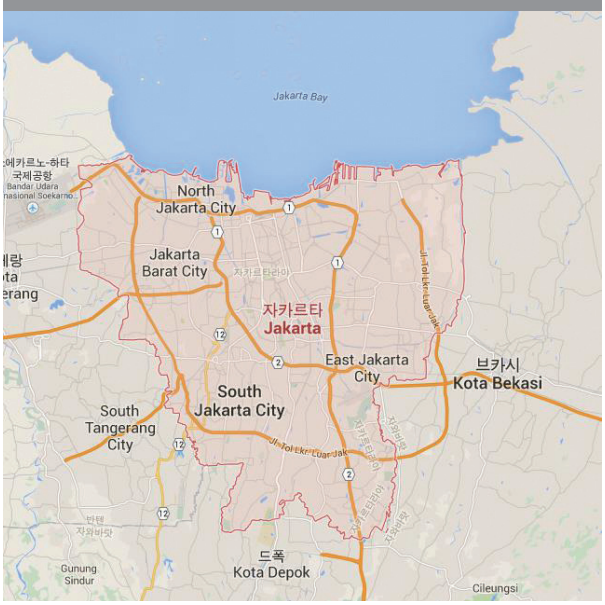
국가 전체인구의 약 5% 정도인 1,200만 명이 자카르타에 살고 있으며, 언어는 인도네시아어를 사용하고 영어 사용 빈도는 낮은 편입니다.

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

전형적인 열대성 기후로 연 평균 기온이 25~33도 수준이고 연중 약 170일간 비가 내려 덥고 습한 상태가 지속됩니다.

7월부터 10월까지는 건기이며 11월부터 강우 횟수가 증가해 1, 2월에 가장 많은 비가 내립니다.

그림 I-1 자카르타 지도



1.2 사회·문화적 환경

1) 인종 구성 및 언어

① 인종 구성

인도네시아는 세계에서 가장 많은 18,108개의 섬으로 구성되어 있으며 지역별로 약 480여 종족이 거주하고 있습니다.

세계에서 네 번째로 인구가 많은 나라로 약 2억 5천만 명의 인구가 살고 있지만, 인구분포는 매우 불균형합니다. 자바섬(수마트라섬 포함)의 인구가 인도네시아 전체 인구의 64%를 차지하는 등 개발 여부에 따라 인구 차이가 뚜렷합니다.

주민의 대부분은 직상모(直上毛)와 황갈색의 피부를 가진 말레이 인종이지만 이들도 섬에 따라 여러 종족으로 나뉩니다. 동부에는 빳빳한 머리털에 암갈색의 피부를 가지고 있는 파푸아인이 포함되어 있습니다.

인도네시아는 자바족(35%), 순다족(13.6%), 아체족, 바딱족, 발리족 등 300여 종족으로 구성되어 있습니다. 또한 이들 외에도 오래 전부터 꾸준히 이주해 온 중국인·인도인·아라비아인·유럽인 및 그들의 혼혈인종이 도처에 분포하여 인도네시아가 복잡한 민족 이동의 무대였다는 사실을 보여줍니다.

전체인구의 4%(약 100만 명) 내외에 불과한 화교가 인도네시아 경제계를 주도하고 있습니다. 1967년 수하르토 집권 이후 화교의 공직진출을 제한하면서, 대부분의 화교가 경제계에서 활동한 것이 그 배경입니다. 그 결과 인도네시아의 상장기업 가운데 화교기업의 비중이 70%가 넘는 수준에 이르렀습니다.

② 언어

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

통칭 인니어(바하사 인도네시아)는 인도네시아의 공용어입니다. 이 지역의 교역어인 말레이어의 한 방언을 지정한 것이기 때문에, 말레이시아의 말레이어와 아주 유사하여 서로 의사소통이 가능한 정도 입니다. 또한 말레이어와 마찬가지로 로마자로 표기합니다.

형태론적으로는 한국어, 일본어 등과 함께 교착어에 속하며, 오스트로네시아 어족에 해당합니다. 인도네시아어와 비슷한 말레이폴리네시아어파 언어 중에 미낭카바우어가 있습니다. 미낭카바우어는 인도네시아 내의 사용 인구가 500만 명 이상으로 많은 편입니다.

현재는 바하사 인도네시아(Bahasa Indonesia)가 정식 국어로 통용되고 있고, 학교 교과서나 교육도 지역을 불문하고 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 없습니다. 다만, 인도네시아 헌정 최고위 이념인 빤짜실라(Pancasilla)에서 모든 인도네시아 국민은 태어나면서부터 본인의 선택에 따라 종교를 가질 의무가 규정되어 있습니다.

모든 시민에게 어떠한 형태의 반종교 프로그램도 금지되고, 서로 다른 신앙에 대해 상호 존중하고 있습니다. 또한, 인도네시아인들은 종교 간 비교나 우열을 논하지 않으며 각자의 종교와 율법에 충실한 모습을 보이고 있습니다.

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 종교를 포용하고 있지만, 이슬람 인구가 절대적이며 단일 국가로는 세계최대의 무슬림 국가입니다.

인도네시아에는 14세기부터 이슬람교가 전파되기 시작하여 지금은 전 지역에 이슬람 사원이 널리 퍼져 있으며 88.4%에 육박하는 인구가 이슬람(Islam)을 믿고 있습니다. 인도네시아의 이슬람교는 힌두교와 전통적인 토착 신앙의 바탕 위에서 조화롭게 뿌리내려 종교적 포용성이 있는데, 중동의 이슬람교에 비해 융통성이 있습니다.

인도네시아 내 기독교 신자는 전체인구의 약 9%이고 이 중 5.4%가 프로테스탄트(Protestant)입니다.

그림 I-2 인도네시아, 자카르타 거주인구 종교구성 출처: BPS, 2009~2010 Politic Statistics

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%
Others	0.1%	0.1%

3) 사회·문화적 특성

① 인구통계학적 특성

인도네시아는 약 2억 5,361만 인구를 가지고 있는 나라로 중국, 인도, 미국에 이어 세계 4위의 인구대국입니다.

정부의 가족계획 정책을 실시하고 있지만, 최근 인구 증가률(2013년 기준, 1.2%)을 고려하면 2050년에는 인구가 약 3억 명 이상에 육박할 것으로 예상됩니다.

480여 종족으로 구성된 인도네시아는 자바섬과 수마트라섬에 인구의 64%가 집중되어 있고, 술라웨시섬, 칼리만탄섬, 이리안자야섬 순으로 나머지 인구가 분포되어 있습니다.

특히 수도인 자카르타에는 약 1,200만 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 있습니다. 그러나 이들은 곧 풍부한 노동인구이기에 국가 경제가 성장함에 따라 산업역군으로 활용되기도 합니다.

2014년 기준, 인도네시아의 15세 이하 인구비율은 26.2%로 선진국(OECD 가입국)의 16.3%보다 꽤 높은 편이나 65세 이상 인구 비율은 6.5%로 선진국(OECD 가입국)의 16.7%의 절반에도 못 미치는 수치를 나타냈습니다.

고령 인구 비율이 상당히 낮은 편(6.5%)으로 이는 평균 수명 또한 높지 않다는 걸 의미합니다.

건강에 대한 국민의 관심이 상대적으로 낮기 때문인데, 월드뱅크(World Bank) 통계에 따르면 1인당 국내총생산 대비 건강관리 비용 지출이 약 3.0% 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 있으며, 다른 중동 이슬람 국가들에 비해 종교적으로 온건하고 관용적이어서 중동 국가들과는 달리 히잡(Hijab)으로 얼굴을 가리고 다니는 여성이 적은 편입니다.

2012년 기준 15세 이상 여성의 노동참여 비율은 세계평균 50.5%보다 높은 51.3%에 육박했으며, 이는 UAE(46.6%), 사우디아라비아(18.2%), 이란(18.2%) 등 여성의 사회 참여가 쉽지 않은 다른 중동 이슬람 국가에 비해 월등히 높은 수치입니다.

한편 이슬람 사회 관습상 남성우위의 사회 환경과 부인을 네 명까지 인정하는 풍습의 영향으로 이혼율이 높은데, 근래에는 극히 특별한 경우를 제외하고는 일부다처제를 금하고 있습니다. 또한 인도네시아 국내법은 공무원들은 여하한 경우에도 여러명의 아내를 둘 수 없도록 규정하고 있습니다.

③ 소셜 네트워크 & IT 트렌드

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

유로모니터(Euromonitor)에 따르면 2014년 인도네시아의 인터넷 이용자수는 약 3,900만 명에 달했으며 이는 전체인구의 15.8%에 달하는 수치입니다.

소셜미디어(SNS) 전문 통계 업체인 스테티스타(Statista)에 따르면 인도네시아 내 페이스북(Facebook) 이용자 수는 약 7천만 명으로 집계되었습니다.

프랑스의 소셜미디어 조사기업인 세미오캐스트(Semiocast)의 조사에 따르면 2012년 6월 기준 자카르타의 트위터(Twitter) 계정 수는 미국, 브라질, 일본, 영국에 이은 세계 5위이고, 게시물 수로는 세계 1위를 기록했습니다.

이와 같은 SNS의 폭발적 인기로 인해, 현재 인도네시아에서는 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' 항목을 따로 마련해 한국 엔터테인먼트 주요 소식을 전하고 있습니다.

2011년부터 2013년까지 한국을 방문한 인도네시아 관광객 수는 30% 증가했습니다.

2010년 95,239명, 2011년 124,474명으로 30.7% 증가했으며, 2012년에는 149,247명으로 전년보다 19.9% 증가, 2013년 189,189명으로 전년대비 26.8% 증가했습니다. 2014년 1월부터 7월까지 122,457명의 인도네시아인들이 한국을 방문해 올 연말까지 한국을 찾는 인도네시아 관광객 수는 22만명을 넘어설 전망입니다.

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

'대장금'을 시작으로 한국 드라마가 인도네시아 젊은 여성층을 중심으로 많은 사랑을 받았으며, 한국에 대한 관심이 늘어나면서 한국어를 배우고자 하는 사람이 크게 증가하고 있습니다.

2011년 인도네시아 자카르타 지역에 한국문화원이 설립되어 한국어 교육을 제공하고 있으며, 한국어 교육을 실시하는 국립대학교 및 고등학교가 늘어나고 있습니다.

1.3 음식문화

1) 주식 및 식습관

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

자바섬의 경우는 단맛이 강한 음식이 많고 수마트라와 술라웨시 음식은 매운 맛이 특징이며 칼리만탄 음식은 신맛이 강한편입니다.

야자 기름이나 야자열매를 사용한 독특한 향미를 가지는 요리가 특징이며, 가장 많이 쓰는 향신료는 마늘, 고추, 타메릭(강황) 등입니다.

더운 날씨로 인한 음식물의 변질을 막기 위해 볶음이나 튀김요리가 발달했으며, 뜨거운 음식을 싫어하여 음식을 조리하여 바로 먹지 않고 미리 준비해 놓았다가 식은 뒤 먹는 습관이 있습니다.

취식 시 음식 종류에 따라 포크와 스푼을 사용하거나 별다른 도구 없이 손으로 먹는 등 개인의 취향에 따르는 경우가 많습니다.

인도네시아 국민의 약 88%가 이슬람교도이기 때문에 돼지고기는 식재료로 잘 쓰이지 않고 대신 소, 물소, 양, 닭, 오리 등의 고기와 어패류가 주로 사용되며, 네덜란드의 식민지 영향으로 유럽풍의 요리도 많이 발달해 있습니다.

이슬람 교리에 따라 금식을 요하는 라마단 기간에는 낮 시간 동안 취식이 금지되어 저녁을 푸짐하게 먹는 편입니다.

2) 전통음식

사떼(Satay)

사떼는 잘게 자른 고기를 꼬치에 꽂아 숯불에 구운 꼬치구이 요리인데 인도네시아 최고의 간식거리입니다. 사떼는 굽기 전에 먼저 양파와 간장, 레몬, 기름, 설탕 등으로 만들어진 소스에 재운 뒤 이 양념에 재워진 사떼를 불에 올려서 기름을 치면 불이 올라오는데 그 숯불에 부채를 부치거나 선풍기를 틀어 놓고 굽는 요리입니다.

인도네시아인들은 사떼가 구워지면 달콤한 땅콩소스에 찍어서 오이와 함께 곁들여 먹습니다. 땅콩소스의 달콤함과 아삭아삭 씹히는 오이의 상큼함이 어우러져 매우 인기가 있는 전통음식입니다. 사떼의 재료로는 닭고기, 쇠고기, 양고기 등이 주로 쓰입니다. 흔히 닭고기와 양고기 사떼가 일반적입니다.

사진 I - 1 사떼(좌), 나시고랭(우)

나시고랭(Nasi Goreng)

인도네시아는 다른 동남아시아의 나라들과 마찬가지로 찰기가 없는 쌀을 증기로 익혀 밥을 짓습니다. 고랭(Goreng)은 볶는다는 뜻으로 나시고랭은 볶음밥을 뜻합니다. 보통 야채, 고기를 밥과 섞어서 볶으며 계란, 오이, 닭다리, 마른새우 등을 곁들여서 먹는데 곁들이는 사이드음식의 수에 따라 가격이 다양합니다. 나시고랭은 인도네시아에서 가장 쉽게 접할 수 있는 대표적 요리로 푸드코트, 시장 등 어느 곳에서나 쉽게 접할 수 있으며, 서민적인 음식이기 때문에 가격도 저렴해 어디에서나 부담없이 먹을 수 있는 음식입니다.

렌당(Rendang)

렌당(Rendang)은 인도네시아에서 처음 만들어진 대표적인 말레이족 음식으로, 코코넛 소스에 여러 가지 양념을 하여 쇠고기를 넣고 조린 인도네시아 전통요리입니다. 커리와 비슷하며, 쇠고기, 양파, 셜롯, 마늘, 고추, 생강, 터메릭(강황), 파프리카, 레몬그래스, 라임잎, 코코넛 밀크 등을 주 재료로 사용해 만듭니다.

2011년 CNN이 선정한 '세계의 맛있는 음식 1위'로 뽑혔던 렌당은 한국의 쇠고기 장조림과 흡사한 음식입니다. 조리시간은 대략 4시간 이상 소요되며 인도네시아의 전통요리로서 현지 가정에서 쉽게 접할 수 있는 매우 대중적인 음식입니다.

사진 I - 2 렌당(좌), 박소(우)

박소(Bakso)

박소(Bakso)는 어묵종류로 자카르타를 비롯해 인도네시아 전국 어디에서나 찾아볼 수 있는 전통 음식입니다. 중국 언어로 '고기 다짐'이란 뜻을 지니고 있습니다.

박소는 자와섬 중부지방에서 만들어 먹기 시작했습니다. 박소 중 많이 알려진 '박소 솔로' 혹은 '박소 말랑'은 중국에서 건너온 음식이지만 대부분의 인도네시아 국민들이 무슬림이기 때문에 돼지고기를 먹지 않아 소고기, 생선, 새우 등을 이용해 만들어 먹습니다.

박소는 소고기나 생선, 새우 등을 다져 동그랗게 만든 후 두부, 콩나물, 면 등과 섞어 소고기를 삶은 국물에 넣어 만듭니다.

일반적으로 '박소' 는 한 접시에 포장마차에선 10,000루피아(약 900원), 식당에선 17,000루피아(약 1,500원)에 팔리고 있습니다.

최근엔 소고기 이외에도 계란, 치즈 등을 이용한 박소를 만들어 현대적인 맛에 맞게 만들어져 팔리고 있습니다.

2. 거시환경 분석

2.1 정책적 환경

1) 경제 활성화 정책

① 자국산업 보호를 위해 보호주의 통상 정책, 수입규제 기조 표명

인도네시아의 조코 위도도 (Joko Widodo) 대통령은 인도네시아의 통상 정책 방향에 대하여 상대 국가뿐 아니라 인도네시아의 이익도 보장할 수 있어야 하며, 이를 위해서는 수입세, 인증제도 등의 비관세 장벽 강화 조치가 필요하다고 밝혔습니다.

이에 무역부 고벨 장관은 취임 후 자유무역협정 추진은 당분간 보류하고 자국산업 경쟁력 강화에 집중할 예정이라고 밝혔습니다.

고벨 장관은 아시아 태평양 자유무역지대 (Free Trade Area of the Asia Pacific, FTAAP) 추진에 신중한 접근이 필요하고, 시장 개방보다는 산업 경쟁력 강화에 힘써야 할 것이라고 밝혔습니다. 전 정권부터 중국-ASEAN FTA 때문에 국내 산업이 피해를 크게 봤다는 입장이 이어지고 있으며, 특정품목 가격, 수출물량을 제한할 수 있는 정부의 권한을 강화하는 신무역법, 신산업법 등 자국 산업 보호조항이 포함된 법이 이미 법제화되어 있습니다

② 한국과의 경제협력 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.

2007년 6월에 발표된 ASEAN-한국 간 FTA에 따라, 2010년까지 전체 관세 부과 대상품목의 92.4%에 달하는 10,403개 품목에 대해 관세가 철폐되었고, 이 밖에도 전체 품목수의 4.3%에 해당하는 상품에 대하여 2011년까지 관세를 20% 감축하였습니다.

사진 I - 3 2014년 부산 벡스코(BEXCO)에서 열린 한-아세안 특별정상회담에 앞서 인도네시아 조코 위도도 대통령과 박근혜 대통령이 악수하는 사진

③ 최저임금의 급속한 상승

2013년 인도네시아의 최저임금은 각 지역별로 크게 증가하였습니다.

자카르타가 43.9%에 달하는 상승률을 보였고, 동부 칼리만탄은 48.9%로 최고 상승률을 기록했습니다.

7~8% 수준의 높은 인플레이션과 인도네시아 정부가 단행한 33%에 달하는 유가인상이 가파른 최저임금 인상을 야기했습니다.

2014년 현재 자카르타 기준 최저임금은 244만 루피아 (2014년 9월 기준 약 21만 4천원)로 전년대비 11% 증가했습니다. 2013년의 경우 최저임금이 전년대비 44% 증가하면서 투자 기업들의 우려와 이탈이 발생한 바 있으나, 2014년 현재 루피아화 약세로 인해 임금 인상으로 인한 타격은 상대적으로 크지 않은 것으로 나타나고 있습니다.

그림 I-3 인도네시아 카테고리별 레스토랑 수 출처: WageIndicator.org, 인도네시아 통계청

지방	2012년	2013년	2014년	증가율
동부 칼리만탄	1,177,000	1,752,073	1,886,300	8%
자카르타	1,529,150	2,200,000	2,441,300	11%
발리	967,500	1,181,000	1,321,000	12%
남부 술라웨시	1,200,000	1,440,000	1,800,000	25%
중앙 칼리만탄	1,327,459	1,553,127	1,724,000	11%
동부 자바	745,000	866,250	-	-
중앙 술라웨시	885,000	995,000	1,250,000	26%
반튼	1,042,000	1,170,000	1,325,000	13%
서부 자바	780,000	850,000	-	-
중부 자바	756,000	830,000	-	-
족자카르타	892,660	947,114	-	-

(단위: 루피아, %)

그림 I-4 연도별 최저임금 변동 추이(자카르타 지역) 출처: 자카르타 포스트

구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
최저임금	900.6	972.6	1,069.9	1,118	1,290	1,529	2,200	2,441
증가율	9.95	8.0	10.0	4.5	1.54	18.5	44%	11%

(단위: 천 루피아, %)

④ 자카르타 인프라 확충

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

1997년 금융위기 이후 10여 년간 인프라 투자는 GDP의 약 3%~4% 수준에 불과했으나, 건설고정투자가 꾸준히 증가하여 2010년~2011년 사이 총 고정투자는 GDP의 32%까지 늘어난 상태입니다.

또한 2010년~2011년에 교통 부문의 투자는 지방정부의 투자 확대로 1995년~1997년보다 60% 증가하여 GDP의 약 2%를 차지하고 있습니다.

2) 투자 정책

인도네시아의 투자정책은 1980년대 중반 외국인투자를 허용한 이후 지속적으로 개방수준을 높여가는 방향으로 발전하고 있습니다.

초기 인도네시아 정부는 제한된 산업에만 외국인 직접투자를 허용하는 투자방식을 채택하고 있었으나 1986년부터 특정 산업만 제외하고 모든 부문에서 외국인 직접투자를 허용하는 방식으로 전환하였고, 1994년에는 일부 업종에 대해 외국인의 100% 지분 소유를 허용하였습니다.

현재 외국인 투자유치는 인도네시아 투자조정청인 BKPM(Badan Koordinasi Penanaman Modal)에서 담당하고 있으며, 인도네시아의 외국인 투자법 제정 목적은 외국의 자본과 경영기법, 기술개발을 통한 고용창출, 수출증대 및 자원개발을 통한 경제개발 추진 등입니다.

외국인 투자와 관련한 외국인 투자법은 1967년 최초로 제정되었고, 인도네시아의 FDI 정책은 2007년 발효된 새로운 투자법을 통해 또 한 번의 전환기를 맞이하였습니다.

BKPM
INDONESIA
INVESTMENT
COORDINATING
BOARD

사진 I - 5 인도네시아 투자조정청 로고

현재 개정된 외국인 투자법은 1967년 제정된 외국인 투자법과 1968년 제정된 국내 투자법을 통합한 투자에 대한 기본법입니다.

이 법은 기존에 산재해 있던 투자 관련 정책을 조율하여 통합하고, 내국인과 외국인 투자자의 동등한 법적 지위를 보장하는 한편, 사유재산권 강화, 투자 금지 또는 제한 부문 명확화, 폭넓은 세제혜택 제공, 투자절차 간소화 등에 기여하는 등 인도네시아의 투자환경을 크게 개선한 것으로 평가받고 있습니다.

개정된 투자법 제12조와 제13조를 토대로 대통령령 제36호(PP No.36/2010)가 2010년 발효되었습니다

대통령령 제36호는 무기, 알코올음료, 공공박물관, 게임과 카지노 등의 분야에 외국인투자를 금지하고, 농림업, 해양수산업, 에너지 및 광산자원, 방위산업, 교통, 정보통신, 은행, 보건 등을 포함한 17개 산업 부문에 외국인투자를 제한적으로 허용하였습니다.

2009년 유도요노(Susilo Bambang Yudhoyono) 정부 등장 이후 인프라 개선을 본격적으로 추진하면서 민관협력(PPP: Public-Private Partnership) 제도가 도입되었습니다.

유도요노 정부는 경제성장을 지속하기 위해서는 인프라 정비가 불가결하다고 인식하고, 그 동안 공공부문이 담당해온 운수, 고속도로, 관개, 상하수도, 쓰레기처리, 통신, 전력, 석유·가스 등의 인프라 사업을 PPP 방식으로 추진하고 있습니다. 또한 외국인투자 부문에서 최대 애로사항이었던 토지수용 관련법을 제정하고 있습니다.

반면 2009년부터 발효된 인도네시아 신 광업법(광물 및 석탄 광업에 대한 법률 2009년 제4호)은 광업사업허가권(IUP) 및 특별광업사업 허가권 (IUPK) 보유자가 광물과 관련된 가공 및 정제 활동을 자국 내에서 하도록 의무화하고 있습니다. 2014년 6월 현재 금, 니켈, 주석, 구리, 은 등은 제련되지 않은 상태에서 수출할 수 없습니다.

이를 바탕으로 WEF(World Economic Forum)의 글로벌 경쟁력 지수조사에서 인도네시아는 2009년 54위(133개국 중), 2010년에 44위(139개국 중), 2011년에는 46위(142개국 중), 2012년 50위(144개국 중), 2013년에는 148개국 중 38위를 차지하면서 투자대상지로서의 매력을 입증하였습니다.

또한 2013년 외국인 직접투자(FDI)는 2012년 대비 16.5% 증가한 286억 달러로 세계 9위, 아시아 지역 4위로 빠르게 성장하는 모습을 보였습니다.

외국인투자법은 2014년 4월에 다시 재개정(PP No.39/2014)되었는데, 기본적으로 내, 외국인 투자자를 동등하게 취급함을 천명하고 있으며, 대부분의 사업분야에서 로컬 파트너를 반드시 둘 것을 규정함으로써 외국인 투자에 대한 상한선을 두고 있습니다.

인도네시아 정부에서 제공하는 투자 인센티브는 크게 세금 우대와 세금감면(Tax Holiday)으로 나눠지며, 이밖에도 투자자들에게 다양한 혜택을 제공하고 있습니다.

3) 이민 정책

인도네시아는 다른 동남아시아 나라에 비해 외국인 이민조건이 까다로운 편입니다.

시민권 및 영주권 제도가 없으며 유효기간 1년의 제한체류비자(KITAS)를 발급받아 매년 갱신해야 합니다.

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

또한 단일 국적주의를 원칙으로 하여 출생, 국제결혼, 외국인 우수인재 국적 취득 등과 같이 극히 예외적인 경우에만 이중(복수)국적을 인정합니다.

사진 I - 6 인도네시아 여권

4) 식품 및 외식산업 정책

① 외식업종 외국인 투자 개정

외식업은 크게 식당, 여행사, 위락시설, 가라오케 등 8개 업종으로 세분화되어 있습니다. 업종에 따라 기존의 50% 혹은 국내자본만 허용하던 외국인 지분 범위는 최근 49~67%까지 확대됐습니다.

단, 지역법과 충돌하지 않아야 하며 51%이상 지분 확보를 위해서는 현지 중소기업과 파트너십(Partnership)을 맺어야합니다.

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.

이슬람 율법인 샤리아(Shariah)에 따라 '허용되는 것'을 의미하는 할랄(Halal) 인증 식품 수입의 경우, 정해진 인증기관의 절차를 통해 할랄 인증(Halal Certificate)을 취득한 후 진행해야 합니다.

그림 I-7 세계 각국의 할랄 인증마크

국제 할랄 마크	인도네시아 할랄 마크	싱가폴 할랄 마크
말레이시아 할랄 마크	태국 할랄 마크	호주 할랄 마크

2.2 경제적 환경

1) 경제 규모

2012년 자카르타는 인도네시아 전체 GDP의 23%를 생산하며 인도네시아의 경제 중심지 역할을 했습니다.

자카르타의 3차 산업 비중이 2007년 전체 GDP의 61%에서 2012년 63%로 성장하면서, 도시가 천천히 서비스 산업 중심의 경제로 탈바꿈해가고 있습니다. 그러나 자카르타의 산업 구성은 2012년 기준 여전히 도시 GDP의 25%를 차지하고 있는 제조업에 강하게 의존하고 있습니다.

자카르타는 인도네시아에서 가장 높은 노동 생산성을 가지고 있습니다.

이는 다른 지역에 비해 자카르타의 교육 수준이 상대적으로 높기 때문입니다. 2012년 기준, 중등교육 이상의 교육을 받은 자카르타 거주인들은 15세 이상 도시 인구의 69%를 차지한 반면, 다른 지역은 49%에 그쳤습니다.

그러나 자카르타의 경제적 잠재성은 느린 인프라 개발에 의해 약화되었습니다. **자카르타는 교통 혼잡과 잦은 홍수로 악명이 높으며, 특히 극심한 교통혼잡에 의해 매년 14억~49억 달러의 사회적 손실을 입고 있는 것으로 추정됩니다.**

① 제조업

인도네시아의 다른 지역에 비해 GDP에서 제조업이 차지하는 비율(2012년 기준 GDP의 40%)이 적지만, **자카르타 전체 GDP의 24%를 차지하는 제조업은 여전히 자카르타에서 매우 중요한 산업입니다.** 자카르타 이외의 지역에서 제조업의 강세는 석유 생산, 석탄 및 금속 광산 같은 원자재 추출산업과 밀접한 관련이 있습니다.

② 상업

상업은 자카르타 경제에서 가장 큰 산업 분야입니다. 2012년 기준, 도시 노동력의 36%(44만여 명)가 상업에 종사했고 도시 GDP의 31%(약 70조 원)를 생산했습니다 (인도네시아 다른 지역은 각각 24%, 17%).

운송 산업은 자카르타 상업 분야의 가장 중요한 부분 중 하나입니다. **자카르타는 인도네시아의 주요 물류 허브입니다. 자카르타에는 인도네시아에서 가장 큰 항구인 탄중프리오크(Tanjung Priok)과 세계에서 가장 혼잡한 공항 중 하나인 수카르노하타(Soekarno-Hatta) 국제 공항이 있습니다.** 섬이 많은 인도네시아의 지리적 특성 때문에 자카르타는 육로, 항로, 항공을 통한 운송이 활발하며, 이러한 상황은 물류 및 무역 산업을 더욱 발전시키고 있습니다.

③ 비즈니스 서비스

자카르타에는 인도네시아 국영은행 BRI(Bank Rakyat Indonesia), 만디리 은행(Bank Mandiri)과 같은 인도네시아 경제에서 중요한 위치를 차지하는 은행 본사와 기관이 위치해 있습니다. 자카르타가 지역 금융의 중심으로 떠오르면서, 싱가포르와 홍콩 같은 또 다른 아시아 금융허브로의 발전이 기대되고 있습니다. 또한 유닐레버(Unilever)나 화웨이(Huawei) 같은 세계적인 대기업들도 자카르타에 연구개발센터를 두고 있습니다.

2007년부터 2012년까지 자카르타와 인도네시아는 글로벌 금융위기를 잘 견뎌내고 대부분의 기간 동안 연간 5% 이상의 실질 GDP 성장률을 유지했습니다.

자카르타는 이 기간 동안 6.2%의 실질 GDP 성장률을 기록하며 인도네시아 나머지 지역(5.8%대 성장률)의 경제성장률을 앞질렀습니다. 2007년부터 2012년 사이에 도시의 취업시장이 확대되고 전체 고용 인구도 24% 상승하면서, 자카르타의 경제 성장은 더욱 가속화되었습니다.

한편, 노동생산성은 9%의 증가를 보였습니다.

고용률의 급속한 증가는 자카르타의 이민자 유입에 따른 노동력 증가와 거의 일치하는 양상을 보이고 있습니다. 자카르타의 고용률은 2007년 53%에서 2012년 59%로 증가했습니다. 고용이 가장 많이 증가한 분야는 공공 서비스(약 100만 명 이상 증가)였고, 비즈니스 서비스(약 36만 4천 명), 상업(약 32만 5천 명)이 도시 내 3차 산업의 확장을 보여주며 그 뒤를 이었습니다. 하지만 **자카르타의 실업률은 2012년 11%를 기록하고 있습니다. 이는 인도네시아 다른 지역의 실업률인 6%대의 두 배를 상회하는 수치입니다.**

빈번한 홍수와 교통 혼잡이 자카르타의 가장 큰 문제점으로 부각되는 것에서 볼 수 있듯이, 자카르타의 인프라는 매우 좋지 않은 상황입니다. 그럼에도 자카르타는 투자와 사업 확장에 있어 기회의 땅으로 여겨지고 있습니다. 도시토지연구소(The Urban Land Institute) 보고서에 따르면, 자카르타는 도시 투자 측면과 도시 발전 측면에서 2013년 아시아 태평양 지역 최고의 도시였습니다.

2) 외국인 투자 유치

2013년 인도네시아의 외국인 직접투자(FDI)는 2012년 대비 16.5% 증가한 286억 달러(약 31조 6천억 원)로 나타났습니다.

세부업종별로 투자가 가장 활발한 분야는 광업(48억 1,600만 달러)으로 전체 외국인 투자의 17%를 차지하였으며, 2위는 자동차/수송장비(37억 3천2백만 달러, 13%), 3위 금속/기계/전자(33억 2천7백만 달러, 11.6%), 4위 화학/의약품(31억 4천2백만 달러, 10.9%), 5위 전기/가스/용수(22억 2천2백만 달러, 7.7%)로 나타났습니다.

1차 산업 중 농업과 광업의 경우, 전년대비 투자액 증가가 미미한 가운데 투자 건수는 약 2배 가량 증가했습니다.

2차 산업에선 섬유와 가죽/신발, 두 분야의 투자 건수가 증가했는데, 투자 액수는 섬유가 전년대비 84.1%, 가죽/신발은 전년대비 94% 감소하면서 급격한 투자액 감소를 보였습니다.

2차 산업 중 가장 두드러진 증가율을 보이고 있는 산업은 자동차/수송장비 분야로 전년대비 건수는 109.8%, 투자액수는 102.8% 증가했습니다.

정부의 친환경 저가 자동차(LCGC) 정책으로 인한 자동차 제조 및 관련 설비 제조 산업 투자의 증가가 원인으로 보입니다. 금속/기계/전자 분야 역시 전년 대비 건수는 86.5%, 투자액수는 35.6% 증가했습니다.

3차 산업 역시 전반적인 증가세를 보이고 있는 가운데 건설업, 무역업, 부동산업의 증가세가 가장 두드러졌습니다.

건설업의 경우 투자 건수 전년대비 89.6%, 투자액수 전년대비 119.6% 증가, 무역업은 투자 건수 전년대비 127.2%, 투자액수는 전년대비 25.4% 증가세를 보였으며, 부동산업은 투자 건수 전년대비 117.6%, 투자액수 전년대비 68.7% 증가했습니다. 무역업의 경우 수입업 허가(API) 취득 의무 및 수입세 차등화에 따른 현상으로 보이며, 건설업과 부동산업 투자 증가는 인도네시아 경기에 대한 외국인들의 낙관적 전망과 관련 있는 것으로 보입니다.

2013년 인도네시아의 국가별 투자동향은 일본이 47억 달러로 1위, 싱가포르가 46억 7천만 달러로 2위, 미국이 24억 달러로 3위, 한국은 22억 달러로 4위를 차지했습니다.

10대 투자국 중 네덜란드를 제외한 거의 모든 국가가 전년대비 투자 건수가 두 배 가량 늘었는데, 투자액과 투자 건수가 동반해서 늘어난 국가는 일본과 미국 두 나라에 불과합니다. 일본의 경우 주력 분야인 자동차 및 관련 업종의 투자가, 미국은 주력 분야인 자원 정광/프로세싱 분야의 투자가 늘어난 것으로 파악되고 있습니다.

그림 I-8 최근 3년간 인도네시아 산업별 외국인 투자 현황 출처: 인도네시아 투자조정청(BKPM)

	2010		2011		2012		2013	
	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액
1차 산업	428	3,034	713	4,883	734	5,933	1,467	6,472
2차 산업	1,091	3,337	1,643	6,790	1,714	11,770	3,322	12,859
3차 산업	1,557	9,844	1,986	7,802	2,131	6,962	3,823	6,287
합계	3,076	16,215	4,342	19,475	4,579	24,565	9,612	28,618
전년대비 금액증가율	49.9%		20%		26%		16.50%	

(단위: 백만 달러)

3) 물가 상승률 변화

2012년 인플레이션은 4.28%를 기록하였으나 2013년 들어 에너지가격 인상(2014년 1년 동안 전기요금을 단계적으로 전기소비량에 따라 40%에서 최대 65%까지 인상), 임금인상 등으로 물가는 상승추세에 있습니다.

2014년 7월 인플레이션은 휘발유 및 경유 가격 인상, 인도네시아 최대 명절인 르바란을 맞은 소비 증가에 따라 상승할 것으로 전망됐으나, 4.5%에 그치면서 인도네시아 중앙은행의 인플레이션 관리 목표인 5% 이하를 기록했습니다.

그림 I-9 연도별 주요 품목 인플레이션 추이 출처: 인도네시아 통계청

구분	2008	2009	2010	2011	2012	2013
식료품	16.35	3.88	15.64	3.64	5.68	11.35
주류 및 담배	12.53	7.81	6.96	4.51	6.11	7.45
주택, 수도, 전기, 연료	10.92	1.83	4.08	3.47	3.35	6.22
의류 및 신발	7.33	6.00	6.51	7.57	4.67	0.52
보건	7.96	3.89	2.19	4.26	2.91	3.70
교육, 오락, 문화	6.66	3.89	3.29	5.16	4.21	3.91
교통, 통신, 기타서비스	7.49	-3.67	2.69	1.92	2.20	15.36
연산 인플레이션률	11.06	2.78	6.96	3.79	4.28	8.38

(단위: %)

4) 가처분소득 변화 및 식음료 지출

자카르타의 가구당 가처분소득은 인도네시아의 다른 지역보다 56%가 높았습니다.

이 차이는 높은 노동생산성과 낮은 도시 인구연령에 기인했습니다. 경제활동의 급속한 성장과 고용증대에 힘입어, 자카르타의 가구당 실질 가처분소득은 2007년부터 2012년 사이 27% 증가해 11,700달러(약 1,230만 원)를 기록했습니다.

자카르타의 소득분포도 인도네시아의 다른 지역과 매우 다른 양상을 보이고 있습니다.

2012년 도시 가구의 43%는 10,000달러(약 1,100만 원) 이상의 연간 가처분소득을 벌어들였습니다. 이 비중(연간 10,000달러 이상의 가처분소득을 번 가구의 비율)은 인도네시아 나머지 지역에서는 단 23%에 불과했습니다.

자카르타의 한 가구는 인도네시아의 나머지 지역보다 55%가 더 많은 평균 11,100 달러를 썼습니다. 이러한 높은 소득에도 불구하고, 음식과 비알콜 음료에 대한 지출은 다른 지역의 평균 34%와 비슷한 33%를 차지했습니다. 이는 2012년 세계 126개 주요 도시 중 상위 15개 도시 중 하나일 정도의 수치입니다.

반면 호텔, 레스토랑, 오락, 문화 등에 소비하는 금액은 자카르타 소비자 예산에서 상대적으로 낮은 비율을 구성하고 있습니다. 그러나 한 가구당 비중으로 볼 때, 자카르타 거주민들은 다른 지역보다 상대적으로 큰 소비를 하고 있습니다.(자카르타 81%, 이외 지역 77%)

그림 I-10 자카르타 연도별 총 가처분소득 규모 출처: Euromonitor

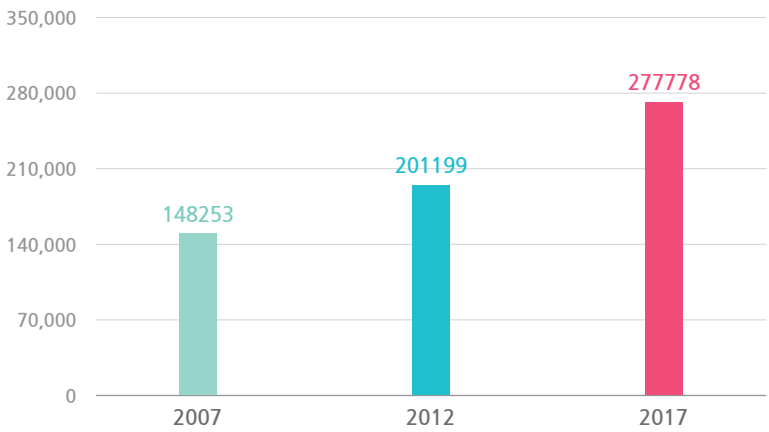
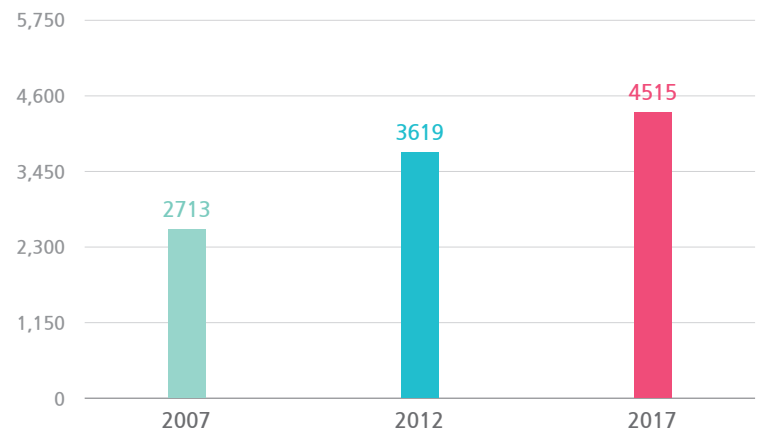


그림 I-11 자카르타 가구당 연도별 총 식비 지출액 규모 출처: Euromonitor



5) 경제 동향

2013년 인도네시아 경제는 교통/통신, 금융/부동산, 건설업이 이끌고 있으며, 세계 경기 침체로 인한 원자재 수요 하락에 따라 인도네시아 광업 생산은 마이너스를 기록했습니다.

인도네시아 경제는 2004년 민선 유도요노 정부 출범 이후 정치, 사회적 안정을 바탕으로 안정적인 경제 성장세를 유지해왔으나, 2012년에는 경상수지가 GDP 대비 -2.7%로 적자로 돌아서고, 2013년 하반기에는 미국의 양적완화 축소 발표와 함께 환율이 급락하며 금융시장이 불안정해지는 등 경제성장 저해요인들이 나타나고 있습니다.

이에 인도네시아 정부는 중앙은행 기준금리를 다섯 차례 연속 인상하면서 환율 불안에 대응하고 있으며, 2013년 8월에는 경제둔화 움직임에 종합 대응하는 정책 패키지를 발표했습니다.

정책은 수출촉진, 수입규제, 투자유치 등으로 구성되어 있으며, 단계적으로 구체화되면서 일정부분 시장 안정화에 기여하고 있습니다.

한편 인도네시아 정부는 중장기 경제개발 계획(New Master Plan)도 병행 추진 중이며, 이에 따르면 연간 7~9%씩 성장하여 2025년에는 세계 10대 경제 국가로 부상하겠다는 계획을 갖고 있습니다.

미래 성장 동력으로는 철강, 기계, 섬유, 통신, 에너지 개발, 관광 분야를 선정하였으며, 지방 권역별로 특화 산업을 육성하기 위하여 약 4천 7백억 달러를 투자할 예정입니다.

국제 신용평가기관인 Fitch와 Moody's는 외적인 변동사항에도 인도네시아의 내수경기호조와 외국인투자 증가 등을 높이 평가하여 국가신용등급을 안정적 또는 투자적격으로 평가하고 있습니다.

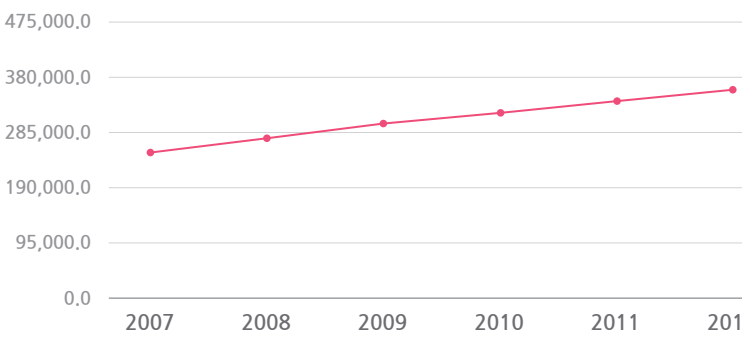
3. 외식시장 현황

3.1 시장에 대한 이해

1) 외식시장 규모

① 외식산업 규모

그림 I-12 인도네시아 매출액 기준 외식산업 규모 (Rp Billion) 출처: Euromonitor



	2007	2008	2009	2010	2011	2012
매출액 (Rp Billion)	251,910.4	274,180.5	291,634.4	313,134.2	337,416.8	365,551.8

인도네시아의 외식 산업은 매출액 기준 2007년~2012년에 9.0% 증가했으며, 2017년까지 평균 3.4% 증가할 전망입니다.

배달/테이크 아웃 전문점은 지난 5년간 138.4%의 성장률을 보여 가장 크게 성장했습니다. 패스트푸드는 두 번째로 높은 11.4%의 성장률을 보이며 시장점유율을 높였습니다.

반면에 풀서비스 레스토랑과 노점/키오스크는 각각 7.6%와 5.2%의 성장률을 보였지만, 시장 전체 성장률 9.0%를 밑돌아 시장점유율이 낮아지는 모습을 보였습니다.

2017년까지의 전망 기간 동안, 배달/테이크 아웃 전문점은 21.7%의 가장 높은 성장률을 보일 것으로 전망되며, 그 뒤를 패스트푸드가 약 6.1%의 성장률로 이을 것으로 보입니다.

카페/바는 3.3%의 성장률을 보일 것으로 전망되지만, 시장 전체 성장률 3.4%과 비슷한 성장률을 기록하여 시장점유율이 다소 감소할 것으로 예측됩니다.

② 업태별 현황

그림 I-13 업태별 매출액 기준 구성비 (%) 출처: Euromonitor

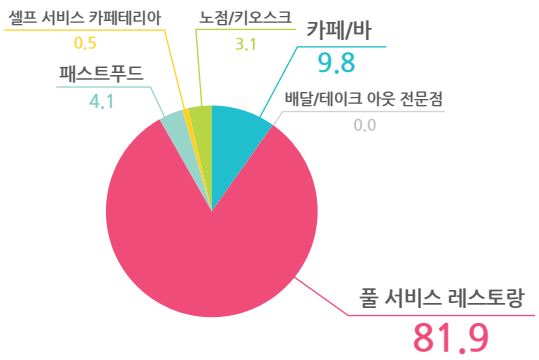


그림 I-16 4 외식산업 업태별 현황 - 매출액 기준 (Rp Billion) 출처: Euromonitor

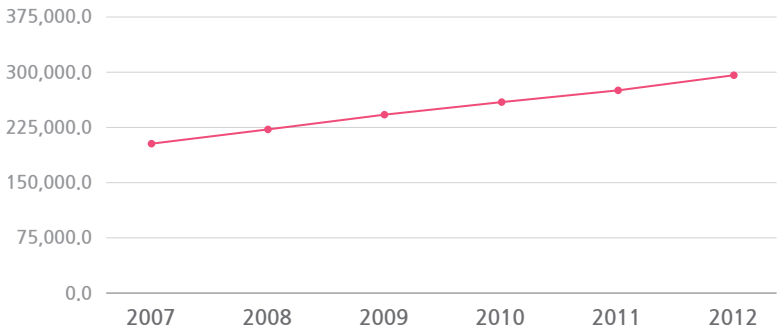
	2007	2012	
		Rp Billion	CAGR (07~12)
외식산업	251,910.4	365,551.8	9.0
배달/테이크 아웃 전문점	1.8	138.7	138.4
카페/바	23,729.3	35,721.2	8.5
풀서비스 레스토랑	207,701.0	299,280.8	7.6
패스트푸드	8,791.3	15,076.9	11.4
셀프 서비스 카페테리아	1,300.5	1,952.6	8.5
노점/키오스크	10,386.5	13,381.6	5.2

(단위: 십억 루피아, %)

* 위 식당유형은 'Euromonitor'의 조사 카테고리에 의한 분류로 일반적인 식당분류와는 다소 차이가 있을 수 있습니다.

③ 풀서비스 레스토랑(Full-Service Restaurant) 시장

그림 I-15 인도네시아 풀서비스 레스토랑 매출액 규모 (Rp Billion) 출처: Euromonitor



풀서비스 레스토랑의 2012년 기준 매출액은 약 365조 루피아(약 31조 5,725억 원)를 기록하였습니다.

2007년~2012년 동안 매출액 기준 약 9.0%의 성장률을 기록한 외식산업 시장에서 풀서비스 레스토랑은 7.6%의 성장률을 기록하여 시장 점유율을 높여 갔으나, 시장전체 성장률 9.0%를 밑돌고 있습니다.

인도네시아의 외식산업은 2017년까지 매출액 기준 3.4%의 성장률을 기록할 전망이며, 풀서비스 레스토랑은 3.1%의 성장률을 기록하여 점포수는 많아지지만 시장점유율은 낮아질 전망입니다.

풀서비스 레스토랑 내에서는 Yum! Brands Inc.가 27.0%의 시장점유율을 보이며 선두를 달렸으며, Pendekar Bodoh PT가 5.5%, Planet Hollywood Inc가 1.7%의 시장점유율로 그 뒤를 이었습니다.

2) 외식시장 트렌드

경제력이 있는 화교(약 100만 명)를 중심으로 한 상류층은 고급스럽고 비싼 외국식품과 음식을 선호합니다.

한 예로 한식당 '본가'는 높은 가격에도 불구하고 많은 현지인들이 애용하고 있으며, 스타벅스 같은 경우 한 쇼핑몰 내에 몇 개씩 운영될 정도로 인기가 많습니다.

또한 인도네시아 소비자들은 중국제품을 제외한 해외 유명 브랜드에 대한 선호도가 매우 강합니다. 특히 유아용 과자, 견과류, 에너지바 등 건강·기능성 과자류에 대한 화교층의 고급 수요가 확대되고 있습니다.

도시화로 인해 자카르타 및 지방 대도시로 근로자가 몰리고 있으며, 이들은 주로 도시 외곽에서 이른 아침에 오토바이로 출근하는 등 바쁘게 생활하고 있습니다. 따라서 간편 조리식품의 수요가 편의점, 슈퍼마켓을 중심으로 증가하고 있습니다.

또한 의료비가 비싼 인도네시아에서는 자신의 건강을 유지, 증진시킬 목적으로 건강 및 기능성 식품을 애용하는 사람이 늘고 있습니다.

고품질 식품, 안전식품, 유기농식품에 대한 중상류층의 관심이 증가하고 있으며, 제품성분, 안전마크, 할랄마크(무슬림소비자) 등을 꼼꼼하게 확인하고 구매합니다.

2014년 기준으로 인도네시아에서는 약 1,000여 개의 크고 작은 에스닉 식당들이 운영 중입니다.

한식당의 경우, 초기에는 한인 동포들을 주 대상으로 운영해 왔으나, 최근 몇 년 전부터 현지 외식업 시장에도 한류 바람이 불어 현지인이 직접 운영하는 자체 한식당도 늘어나고 있습니다.

한인 동포보다 오히려 현지인들이 더 많은 좌석을 차지할 정도로 한인 식당가는 문전성시를 이루고 있습니다. 현지인들은 최근 몇 년 사이 K-POP 한류 영향으로 한식당을 즐겨 찾기 시작했으며, 이에 부응하듯 자카르타의 한국 외식 브랜드 및 식당은 200여 개에 이르고 있습니다.

이제는 현지인들이 한국 음식 메뉴를 직접 보고 주문할 정도로 한국 음식 문화에 익숙해진 상태입니다. 인도네시아 현지인이나 화교들이 직접 한국 식당을 운영하거나 프랜차이즈로 사업을 하고 있기도 합니다.

사진 I - 16 자카르타 롯데마트에 입점한 불고기브라더스

인도네시아 한류 열풍과 함께 한국 음식의 맛, 재료의 신선도, 청결, 서비스 등에 대한 인도네시아 현지인의 선호도가 급격히 높아지는 추세입니다. 특히 다양한 반찬과 음식 추가를 무료로 제공하는 한국 음식점 문화가 큰 호응을 얻고 있습니다.

현재 한국 음식에 대한 인도네시아인의 관심은 한식당 매출 상승으로 이어지고 있습니다. 일례로 자카르타에 위치한 한 한식당은 현재 평일 250여 명, 주말 500여 명의 고객이 식당을 찾고 있다고 합니다.

돼지고기를 먹지 않는 인도네시아 이슬람 문화에 맞춰 변형된 된장찌개, 한국에서만 볼 수 있는 반찬 문화, 웰빙 흐름과 맞물린 쌈 문화까지 다양한 메뉴들이 인도네시아에서 각광받고 있습니다. 한류 문화의 바람이 계속 강하게 불고 있는 만큼 한국 음식에 대한 관심은 계속될 것으로 전망됩니다.

[참고] '스쿨푸드', 인도네시아의 핫플레이스로 급부상

프리미엄 분식 프랜차이즈 스쿨푸드(대표 이상윤)가 최근 오픈한 자카르타점이 인도네시아인들의 핫한 외식 장소로 급부상하고 있습니다.

자카르타점 관계자에 따르면 오픈 이후 입소문을 타고 지속적으로 방문객이 증가, 현재 하루 평균 약 300명의 현지 고객들이 스쿨푸드를 찾고 있는 것으로 알려졌습니다.

이는 분식을 고급스럽게 재해석한 스쿨푸드만의 독특한 레시피와 이색 재료들과 결합한 퓨전 메뉴들이 현지인들에게 어필했기 때문으로 풀이됩니다.

또한 오리지널 맛은 그대로 살리되 메뉴 대부분을 현지 입맛에 맞도록 조화롭게 제공하는 등 현지화 전략에 성공한 것도 인기 급상승의 원인으로 분석되고 있습니다.

사진 I - 17 스쿨푸드 자카르타점

소비 활동의 중심을 이루고 있는 현지 중산층들에게 한국 브랜드는 높은 품질과 서비스로 고급스러운 브랜드로 인식되고 있습니다. 여기에 한류 열풍까지 가세해 최근 현지인들의 한국 브랜드 소비가 폭발적으로 증가하고 있는 것으로 해석됩니다.

스쿨푸드가 입점한 센트럴 파크는 인도네시아의 수도 자카르타의 중심지에 있는 복합쇼핑몰로 쇼핑, 문화, 외식 등 트렌드를 선도하고 있는 공간입니다. 주말엔 가족 단위의 외식 장소로 각광받고 있어 스쿨푸드 자카르타점의 매출 고공행진에 견인차 역할을 톡톡히 하고 있습니다.

3.2 고객에 대한 이해

1) 소비 특성

① 일반 소비특성

대부분의 도시인들이 한 달에 한 번씩 정도 쇼핑을 합니다.

인도네시아어로 '베란자 부라난(Belanja Bulanan)'이라고 알려진 이러한 쇼핑 습성은 '월별 쇼핑'을 뜻합니다.

일반적으로 월급이 매달 말에 주어지기 때문에 인도네시아인들은 매달 첫째 주에 쇼핑을 하는 특성이 있습니다.

특히 월급을 받은 후 첫째 주나 둘째 주는 많은 가정들이 쇼핑을 하거나 돈을 더 많이 쓰는 기간인데, 이 기간을 달력상 월초 날짜를 뜻하는 인도네시아어인 '탄갈 무다(tanggal muda)' 라고 부릅니다.

전통적으로 인도네시아 가정은 가격을 흥정할 수 있는 저렴한 전통시장에서 쇼핑을 하는 습관이 있습니다.

전통시장에서의 가계당 지출은 2005년 1,260만 루피아에서 2013년 1,320만 루피아로 성장했습니다.

비록 가계 지출의 대부분은 여전히 전통 식료품 소매 업체에서 지출하지만, 도시지역의 현대화된 식료품 소매업체에서의 소비자 지출이 빠르게 성장하고 있습니다.

현대화된 식료품 소매업체에서 가계당 지출은 2005년 110만 루피아에서 2013년 260만 루피아로 치솟았습니다.

특히 편의점은 도시와 교외지역에 두루 분포되어 있기 때문에, 소비자 지출 속도가 가장 빠르게 상승하고 있습니다. **편의점에서 가계당 지출은 2005년 약 22만 루피아에서 2013년 110만 루피아로 성장했습니다.**

대형 슈퍼마켓 또한 도시에 거주하는 사람들에게 가장 인기 있는 쇼핑 장소입니다.

대형 슈퍼마켓의 경쟁력인 다양한 제품군뿐만 아니라 깨끗하고, 현대적이고, 쇼핑하기 쾌적한 환경에 이끌려 더 많은 소비자들이 대형 슈퍼마켓을 방문하고 있습니다.

지난 5년 동안 미니 마켓으로 알려진 편의점은 도처에 생겨나기 시작했고 알화마트(Alfamart)와 인도마렛(Indomaret) 등의 편의점은 대도시의 거의 모든 거리에 생겨나기 시작했습니다.

전통적으로 인도네시아 가정집 근처의 가장 대중적인 쇼핑 장소인 작은 소매점(인도네시아어로 'Warungs')들이 이미 존재하고 있었으나, 편의점이 생겨나면서 많은 'Warungs'들이 폐업했습니다.

최근에는 더 많은 식료품 쇼핑이 Ranch Market, Kem Chicks, Food Hall과 같은 고급 슈퍼마켓에서 이뤄지고 있습니다.

자카르타에서 가장 부유한 지역에 위치한 이러한 슈퍼마켓들은 호주나 미국에서 제공되는 음식과 유사한 수준의 음식을 소비자들에게 제공하고 있습니다. 이러한 제품들은 대부분 수입되기 때문에 가격도 비쌉니다.

대부분의 가정들은 한 달에 한 번 쇼핑(Belanja Bulanan)을 하지만, 몇몇 가구들은 한 달에 두 번 쇼핑을 하는 경우도 있습니다. 몇몇 가구들에게 월별 쇼핑은 자녀들과 함께하는 가족여행이기도 합니다.

② 건강한 생활방식에 대한 욕구에 따른 건강식에 대한 소비 증가

건강한 생활양식에 대한 인식이 높아짐에 따라 (특히 상류층 사이에서) 건강 제품 및 활동에 대한 수요가 지속적으로 증가하고 있습니다.

소득 수준이 높은 소비층들은 그들의 건강을 향상시킬 수 있는 방법을 찾고 있습니다. 이들 중 많은 사람들이 건강한 식사와 스트레스 방지를 통해 건강해질 수 있다고 생각하고 있습니다.

많은 인도네시아 고소득층은 유기농 식품과 더 많은 과일 및 채소를 소비하고 있습니다. 이러한 수요를 충족시키기 위해, Kem Chicks, Food Hall, Ranch Market 같은 고급 슈퍼마켓들이 고가의 건강식품을 팔고 있으며, 심지어 까르푸 같은 대중을 대상으로 하는 대형 마트들도 유기농 과일, 야채, 쌀 등과 같은 건강식품을 팔고 있습니다. .

③ 온라인 쇼핑의 급속한 성장

온라인 쇼핑은 지속적으로 성장하고 있습니다.

2013년 기준으로 온라인 쇼핑은 가구당 93,100 루피아에 이르렀으며, 2016년에는 146,900 루피아에 달할 것으로 전망됩니다.

하지만 온라인 결제 인프라는 매우 취약하기 때문에 쇼핑 거래의 70%는 여전히 계좌이체로 이루어지고 있으며 단지 30%의 거래만이 신용카드나 다른 방식의 결제 수단으로 이루어지고 있습니다. 많은 인도네시아인들은 물리적인 결제의 증거를 갖고 있길 바라기 때문에 신용카드를 이용해 온라인 결제를 하는 것이 안전하지 않다고 생각하고 있습니다.

더 많은 사람들이 온라인 쇼핑을 하면서, 온라인 쇼핑 시장은 매우 급속한 성장을 보일 것으로 전망됩니다.

집에서는 인터넷 접속이 느리고 비싸기 때문에, 컴퓨터를 사용하는 직장에서 근무시간에 대부분의 온라인 쇼핑이 이루어집니다. 화이트칼라 노동자들의 대다수는 옷, 기구, 비행기표 등을 회사 컴퓨터를 이용해 구매합니다.

최근엔 100달러 미만의 값싼 스마트폰이나 태블릿 PC가 증가하면서 보다 많은 사람들이 인터넷 접속을 할 수 있게 됐습니다.

또한 신용카드 회사 Visa 인도네시아 지사의 CEO인 Ellyana Fuad는 인도네시아 전자상거래 시장의 전망을 낙관했습니다. 그는 인도네시아의 인터넷 사용자가 2017년까지 2배 증가해 1억 2500만 명에 달하고 스마트폰 사용자도 20%에서 52%로 증가할 것으로 본다며, 이에 따라 인도네시아의 전자상거래가 폭발적으로 성장할 것으로 전망된다고 했습니다.

2) 외식소비 특성

인도네시아의 외식 소비는 사회경제적 상황, 직업 및 소비자의 연령대에 크게 영향을 받습니다.

대부분의 인도네시아인들은 집에서 식사하는 것을 선호하지만, 급속한 도시화에 따른 생활양식의 변화와 더불어 외식 횟수도 예전보다 늘어나기 시작했습니다.

직장에서 쉬는 시간이 매우 짧기 때문에 젊은 도시인들 사이에서 테이크 아웃 식당에 대한 친밀감과 관심이 증가하고 있으며, 특히 학교나 대형 슈퍼마켓에 있는 노점상과 패스트푸드는 빠르고 간편하게 먹을 수 있기 때문에 이들 사이에서 갈수록 인기가 높아지고 있습니다.

이러한 많은 식당들은 인도네시아인들의 입맛에 맞춰진 인도네시아의 전통음식 혹은 해외 음식을 제공하고 있습니다.

직장인들과 학생들이 식당를 선택하는 데 있어 가장 중요한 요소는 가격입니다.

높은 가처분소득을 가지고 있는 개인들과 가족들은 무인매점보다는 비싼 바 또는 카페를 자주 방문합니다.

전체의 약 38%에 달하는 바/카페가 쇼핑몰 내에서 운영되고 있고, 이러한 바/카페들은 쇼핑하는 사람들과 학생들에게 휴식공간을 제공하고 있기 때문에, 아주 매력적인 공간으로 인식되고 있습니다.

카페는 사회적으로 점점 더 많은 젊은 중산층들이 시간을 보내는 인기있는 장소가 되어가고 있습니다. 무료 Wi-Fi, 편안한 분위기 및 좋은 커피와 음식메뉴가 그 인기의 주된 이유입니다.

스타벅스나 던킨 도너츠 같은 체인점도 많은 인기를 끌고 있지만 대부분의 카페(94.5%)는 개인이 운영하는 독립적인 카페입니다.

커피에 대한 입맛이 까다로운 젊은 중산층과 상류층 사이에서는 엑셀소 카페와 같은 커피 전문점과 스타벅스 같은 체인점이 점점 더 많은 인기를 얻고 있습니다.

① 배달/테이크 아웃 수요 증가

가장 빠르게 성장하고 있는 외식 사업은 배달/테이크 어웨이 분야로, 2012년에만 약 63%의 성장률을 보이며 총 시장가치가 약 1,390억 루피아(약 120억 원)에 달했습니다.

배달/테이크 아웃을 주도하는 브랜드로는 도미노 피자와 피자헛 등이 있습니다.

2007년만 해도 이런 서비스는 자카르타에서만 가능했지만, 현재 데뽁, 땅그랑, 버까시, 보고르, 반둥, 수라바야, 덴빠사르 등 여러 도시들에서도 가능해졌습니다. 더 많은 사람들이 빠른 도시 생활 방식에 적응하면서 배달/테이크 어웨이 분야는 2012~2017년 약 22%의 지속적인 성장이 예상됩니다.

② 패스트푸드 서비스의 인기

패스트푸드는 두 번째로 높은 성장률인 12%를 기록하며 총 시장가치가 2012년 15조 루피아(약 1조 3천억 원)에 도달했습니다.

2012년, 많은 국내 및 해외 패스트푸드 업체들은 더 많은 소비자들에게 다가가기 위해 다양한 마케팅 전략을 사용했습니다. 일부 업체들은 제대로 된 서비스를 제공하지 않는 매장을 확인하기 위해 플랭킹 전략을 사용했고, 또 다른 업체들은 주요 브랜드들이 개발하지 않은 작은 도시에 매장을 열었습니다.

KFC의 경우 음식을 인도네시아 가수의 음악 CD와 묶어 판매하는 독특한 전략을 사용했으며, 햄버거 패스트푸드 브랜드인 자니 로켓은 자카르타에 매장을 여는 대신 2012년 9월 발리에 첫 매장을 오픈했습니다.

인도네시아의 패스트푸드 주도업체는 KFC 브랜드입니다. 패스트푸드 산업은 2012~2017년까지 연평균 6%의 성장률을 기록할 것으로 예상됩니다.

③ 카페/바

점점 더 도시화되고 부유해지는 인도네시아 사회와 함께 카페/바 또한 현재 9% 이상의 성장률을 기록하고 있습니다. 2012년에는 약 36조 루피아(약 3조 1천억 원)의 총 시장가치를 기록했습니다.

현재 선두 브랜드인 스타벅스를 필두로 엑셀소 카페, 바커진 등과 같은 브랜드 매장들은 자카르타, 수라바야 그리고 반둥과 같은 대도시들에서 이미 시장포화 상태이기 때문에 수마트라 섬의 팔렘방이나 자카르타 인근의 소도시인 탕그랑과 같은 위성도시 및 지방 도시들로 매장을 확장하고 있습니다.

카페/바 분야에서 커피 전문점들은 실질 판매량 면에 있어 2012년 19%가 넘는 높은 성장률을 보였습니다.

또한 건강식으로 여겨지는 주스/스무디 바는 2012년 가장 높은 35%의 성장률을 보였습니다. 이러한 경이적인 성장률은 다른 유형의 카페/바에 비해 상점 수가 상대적으로 적은 덕분입니다.

더 많은 소비자들이 카페/바에서 친구 또는 가족과 함께 시간을 보내고 휴식을 취하려 하기 때문에, 카페/바 분야는 2012~2017년 동안 3%가 넘는 성장률을 기록할 것이라고 예상됩니다.

④ 풀서비스 레스토랑

수많은 도시 사람들의 생활 양식이 변화하고 있습니다. 집에서 요리할 시간이 부족한 바쁜 도시생활 덕분에 풀서비스 레스토랑을 이용하는 고객이 증가하고 있습니다. 2012년 총매출이 8% 증가해 약 300조 루피아(약 26조 원)를 달성했으며 이는 인도네시아 푸드서비스 시장에서 가장 큰 판매규모입니다.

풀서비스 레스토랑 분야는 2012~2017년간 3%대의 지속적인 성장률을 기록할 것으로 예상됩니다.

생활 양식이 도시화되고 고급식품에 대한 수요가 증가하면서, 풀서비스를 제공하는 F&B(Food & Beverage) 체인점, 패스트푸드의 매출 상승이 기대되고 있습니다. 하지만 자카르타와 수라바야 같은 대도시는 이미 시장포화 상태이기 때문에 보다 특징이 있는 메뉴를 고민할 필요가 있습니다.

이뿐 아니라 F&B 체인점은 매장의 위생 기준을 개선해 중·하류층을 대상으로 시장을 넓힐 수도 있습니다. F&B 체인점은 인도네시아 정부의 계속되는 지원과 높은 인기를 등에 업고 있기에, 약간의 개선을 거친다면 훨씬 넓은 고객층을 확보할 수 있을 것입니다. F&B 체인점들은 대다수의 인도네시아 소비자들이 가격에 민감하다는 걸 고려하는 동시에, 위생적이면서도 편리한 (빠르고, 포장된) 음식들에 대한 수요를 충족시키는 여러 방안을 도모해야 할 것입니다.

3.3 경쟁자에 대한 이해

1) 에스닉별 점유율

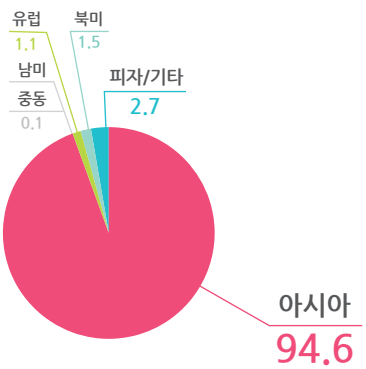
① 인도네시아 내 에스닉별 점유율

인도네시아 풀서비스 레스토랑의 에스닉별 점유율을 살펴보면, 아시아 식당(Asian)이 94.6%로 가장 높은 점유율을 차지했고, 피자 및 기타(Pizza/Others)가 2.7%로 뒤를 이었습니다.

북미 식당(American)이 1.5%, 유럽 식당(European)이 1.1%의 점유율을 보였으며, 남미 식당(Latin American) 및 중동 식당(Middle Eastern)의 합은 약 0.2%로 낮은 점유율을 보였습니다.

피자/기타(Pizza/Others)이 2017년까지 6.2%의 가장 높은 성장률을 기록할 것으로 전망됩니다. 아시아 식당(Asian)으로 이미 포화상태이기에 3.2%로 가장 낮은 성장률을 보일 것으로 예측됩니다.

그림 I-18 인도네시아 내 에스닉 레스토랑별 점유율 (%) 출처: Euromonitor



* 위 에스닉 식당 분류 및 현황은 'Euromonitor'의 조사 카테고리에 의한 분류로 실제 현지에서 운영되는 현황과는 다소 차이가 있을 수 있습니다.

② 자카르타 에스닉 레스토랑 분포 현황(레스토랑 평가사이트 등록 수 기준)

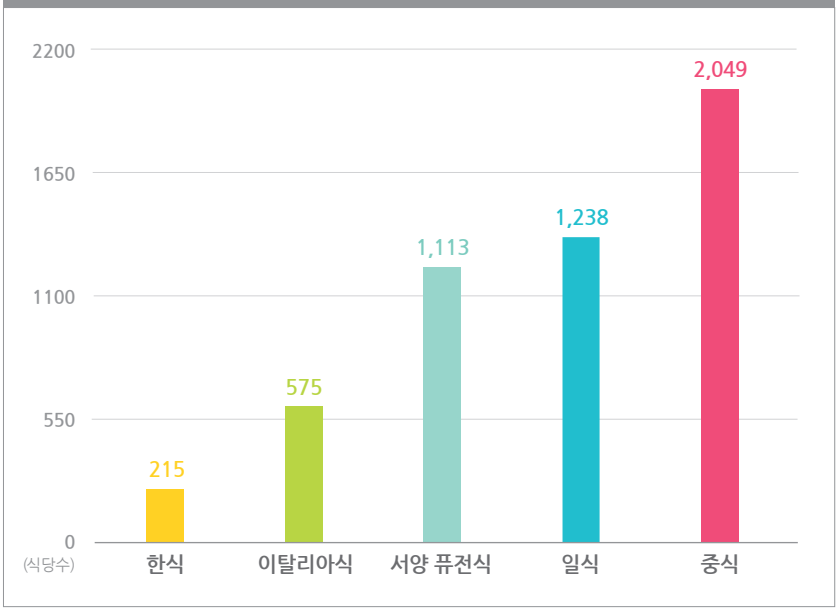
자카르타 에스닉 레스토랑 분포 현황을 살펴보면 중식당(Chinese)이 2,049곳으로 가장 많았으며, 일식당(Japanese)이 1,238곳으로 뒤를 이었습니다.

아시아 에스닉 식당 중에서는 중식당(Chinese), 일식당(Japanese)에 이어 한식당(Korean)이 215곳으로 세 번째로 많습니다.

하지만 한식당(Korean)은 중식당(Chinese)과 일식당(Japanese)에 비해 수가 적은 것으로 파악됩니다.

그림 I-19 자카르타 에스닉 레스토랑 분포 현황

출처: 레스토랑 평가사이트(Openrice) 등록 식당 기준



* 위 에스닉 식당 분류 및 현황은 대략적인 비교를 위하여 'Openrice'의 자료를 인용한 것으로 실제 현지에서 운영되는 현황과는 다소 차이가 있을 수 있습니다.

2) 주요 에스닉 식당 진출 현황

① 중식(Chinese) 진출 현황

자카르타 전체 인구의 약 4%에 해당하는 화교 인구는 자카르타 사회·문화에 많은 영향을 미치고 있습니다.

이들은 **막강한 자본력**을 바탕으로 자카르타 정·재계에 커다란 영향력을 행사하고 있습니다. 그뿐만 아니라 **오래된 이주 역사**에 힘입어 중국음식은 인도네시아 식문화에 자연스럽게 녹아들어 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 외식 창업을 하기에 우호적인 환경이 갖춰져 있습니다.

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

중식당은 자카르타 전체 식당의 16.2%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(Japanese) 진출 현황

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

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

자카르타 전체 식당의 9.8% 정도가 일식당으로 인도네시아 식당, 중식당에 이어 세 번째로 높은 점유율을 보였습니다.

③ 미국식(American) 진출 현황

저소득층이 새로운 외식소비 계층으로 부상하면서 저렴한 가격대의 간편식 수요가 급증하고 있습니다. 이러한 추세에 따라 KFC, McDonald's 등 미국 글로벌 패스트푸드 업체들이 앞다퉈 인도네시아 시장에 진출하여 체인점 수를 확장해 나가고 있습니다.

오픈라이스(Openrice Indonesia) 데이터에 따르면 현재 자카르타 내에 위치한 KFC 매장은 163개, McDonald's 매장은 103개, Burger King 매장은 39개로 집계되었습니다.

향후 2015년까지 인도네시아 '패스트푸드' 시장이 연평균 6.6% 성장할 것으로 전망되고 있어, 미국 글로벌 패스트푸드 체인점 수는 더욱 늘어날 것으로 예측됩니다.

3) 주요 에스닉 식당 소개

① 딘 타이 펑(Din Tai Fung)

홈페이지: http://www.dintaifung.co.id

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

딘 타이 펑(Din Tai Fung)은 중화미식의 대표적인 식당입니다. 1958년 길거리 노점에서 중국식 만두 '샤오룽바오(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. 최근에는 인도네시아에서 10대 레스토랑에 선정되기도 했습니다.

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

샤오룽바오 외에도 탕류, 밥류, 면류 등 총 50여 개의 메뉴와 다양한 전채 요리를 제공하며 가격대는 5만~10만 루피아(약 5,600~11,000원) 정도입니다.

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

사진 I - 4 딘 타이 펑 전경

② 스시 테이(Sushi Tei)

홈페이지: http://www.sushitei.com

싱가포르에 본사를 둔 스시 테이(Sushi Tei)는 1994년 처음 설립되었으며 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 채소와 해산물을 사용하여 고객들의 만족도가 높으며 주요 외식 평가 사이트에서 호평을 받고 있습니다.

평균 객단가는 약 5만~10만 루피아(약 5,600~11,200원) 정도로 다소 비싼 수준입니다.

사진 I - 5 스시 테이 전경

③ KFC

홈페이지: http://kfcindonesia.com

미국의 대표적 패스트푸드(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 사업을 확장해 나가고 있습니다.

McDonald's, Burger King, Subway 등 유수의 글로벌 프랜차이즈 업체들이 인도네시아 시장에서 사업 성과가 부진한 가운데, KFC는 유독 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 채소를 주재료로 만든 'VEGGIE SELECTIONS' 메뉴를 출시하여 큰 호응을 얻고 있습니다.

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

사진 I - 6 KFC 전경

3.4 외식상권에 대한 이해

1) 주요 상권 특성

그림 I-20 자카르타 주요 상권 지도

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

탐린 상권은 대형 복합 쇼핑센터인 플라자 인도네시아와 그랜드 인도네시아를 중심으로 대규모 쇼핑/외식 상가권이 발달해 있습니다.

스망기 상권의 경우 수디르만 대로를 따라 주요 기업의 본사 오피스 빌딩, 증권사/은행 본점, 최고급 호텔 등이 위치하고 있으며, 고급 쇼핑센터 인 퍼시픽 플레이스, 플라자 스나얀, 플라자 스망기가 들어서 있습니다.

블록 엠 상권은 남부 자카르타의 상업 중심지이자 교통의 요충지로 유동인구 통행량이 많은 지역으로 유흥주점이 밀집해 있습니다.

끄망 상권은 배후지역에 외국인 밀집 거주지역이 형성되어 있어 구매력이 높은 외국인들을 대상으로 하는 상가권이 발달되어 있습니다.

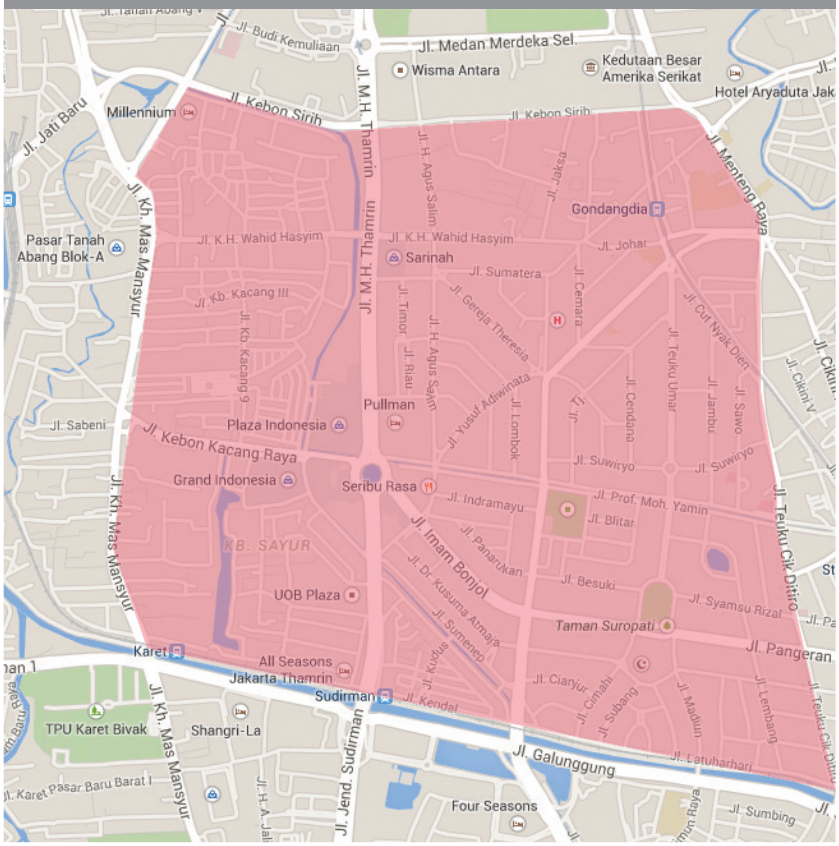
① 탐린(Thamrin) 상권

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

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

자카르타 중심부를 지나는 탐린(Thamrin) 대로와 수디르만(Sudirman) 대로가 덕분에 차량 접근성이 좋은 편이지만, 출·퇴근 시간에는 심한 교통체증으로 차량 이용 시 많은 시간이 소요됩니다. 우천 시에도 심한 교통체증으로 평소보다 두세 배의 시간이 소요됩니다.

그림 I-21 탐린 상권 지도



인근에 주요 노선의 버스 정류장 3개가 위치하고 있어 대중교통을 이용한 접근성이 좋은 편이며, 대형 쇼핑센터와 호텔 입구에 택시 전용 정거장이 마련되어 있어 택시를 이용하기에도 편리합니다.

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.

사진 I - 7 플라자 인도네시아 전경

플라자 인도네시아(Plaza Indonesia)

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

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

48층 규모의 오피스 타워(Office Tower)와 연결되어 있어 점심시간대 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 수미레(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 5만~9만 루피아(약 5,600~10,000원) 정도입니다.
지상 5층에 위치한 전문 식당가에는 파인 다이닝(Fine Dining) 업태가 주를 이루며 평균 객단가는 12만~25만 루피아(약 13,400~28,000원) 정도로 다소 비싼 편입니다.

그랜드 인도네시아(Grand Indonesia)

그랜드 인도네시아(Grand Indonesia)는 쇼핑몰, 오피스타워, 호텔, 레지던스 시설을 갖춘 복합 건축물로 전체 임대 면적이 64만㎡(약 19만 3천 평) 규모에 달합니다.

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

쇼핑몰은 크게 'The Specialty Zone', 'The Main Zone', 'Food Louver Zone' 세 구역으로 구성되어 있습니다.

- The Specialty Zone: 쇼핑몰 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 식료품점과 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 Louver Zone' 푸드코트에 입점해 있는 식당들은 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태가 주를 이루며 평균 객단가는 3만~5만 루피아(약 3,300~5,600원) 정도입니다.

고급 식당가에 입점해 있는 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 식당의 평균 객단가는 5만~10만 루피아(약 5,600~11,200원) 정도이며 파인 다이닝(Fine Dining) 식당의 평균 객단가는 12만~ 25만 루피아(약 13,400~28,000원) 정도입니다.

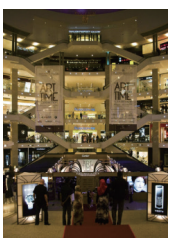


사진 I - 8 그랜드 인도네시아 전경

② 스망기(Semanggi) 상권

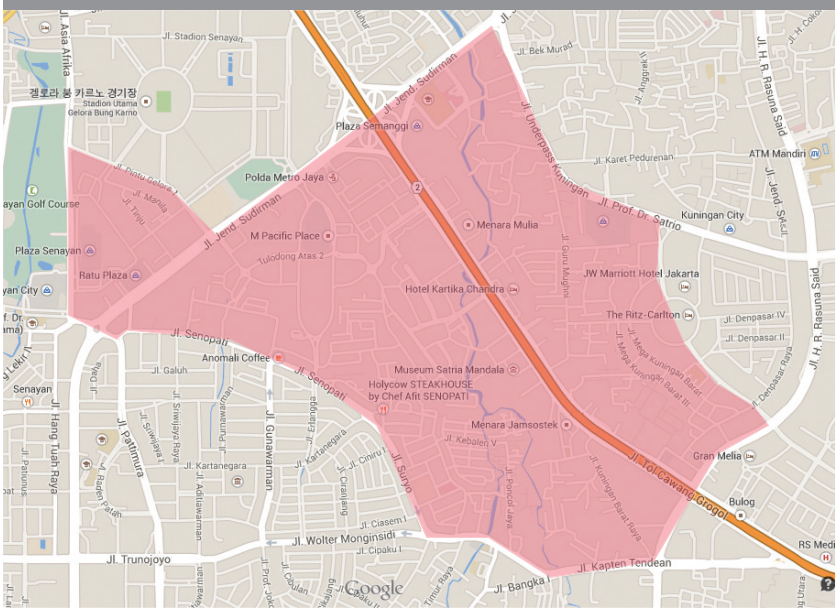
행정구역상으로 꼬바요란 라마(Kebayoran Lama)에 속하는 스망기(Semanggi) 상권은 자카르타의 오피스 중심지로 수디르만(Sudirman) 대로를 따라 주요 기업의 본사 오피스 빌딩, 증권사/은행 본점, 최고급 호텔, 대형 쇼핑센터 등이 위치하고 있어 유입되는 유동인구가 많습니다.

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

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

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

그림 I-22 스망기 상권 지도



수디르만(Sudirman) 대로를 따라 대형 오피스 빌딩이 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 많습니다.

또한 인근에 고급 시설을 갖춘 골프장(Senayan Golf Course)과 대형 스타디움이 위치하고 있어 스포츠/레저 활동을 목적으로 주말에 해당 지역을 찾는 유동인구가 많습니다.

고급 쇼핑센터인 퍼시픽 플레이스(Pacific Place)와 플라자 스나얀(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 술탄(Sultan) 호텔, 리츠-칼튼 퍼시픽 플레이스(Ritz-Carlton Pacific Place) 호텔, 물리아(Mulia) 호텔 등이 위치하고 있어 구매력이 높은 외국인 관광객 유동인구의 유입이 많습니다.

플라자 스나얀(Plaza Senayan)

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

쇼핑센터 메인 건물을 중심으로 좌·우측에 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 키노쿠니야(Books Kinokuniya)', 10개의 상영관을 갖춘 멀티플렉스 영화관, 대형 슈퍼마켓이 들어서 있어 청장년층과 영유아를 동반한 가족단위 방문객이 많습니다.

전 층에 걸쳐 40여 개의 식당이 입점해 있으며 3층 푸드코트에는 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태의 식당 20여 개가 영업중입니다.

고급 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 식당의 평균 객단가는 약 10만 루피아(약 11,200원) 정도이며 푸트코트에 입점해 있는 패스트 캐주얼(Fast Casual) 식당의 평균 객단가는 3만~5만 루피아(약 3,300~5,600원) 정도입니다.

싱가포르 대표 외식 브랜드인 '크리스탈 제이드 레스토랑(Crystal Jade Restaurant)'과 일본식 패스트 캐주얼(Fast Casual) 스테이크 전문점인 '페퍼 런치(Pepper Lunch)'가 성업 중입니다.

사진 I - 9 플라자 스나얀 전경

퍼시픽 플레이스(Pacific Place)

퍼시픽 플레이스(Pacific Place)는 자카르타의 오피스 중심지인 '수디르만 상업 중심지구(Sudirman Central Business District)'에 위치한 최고급 쇼핑센터로 오피스 타워(Office Tower)와 리츠-칼튼(Ritz Carton) 호텔과 연결되어 있어 인근 오피스에서 종사하는 30~40대 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 5만~9만 루피아 (약 5,600~10,000원) 정도입니다.

'브라사스 스테이크 하우스(Brasas Steak House)'와 같은 파인 다이닝(Fine Dining) 레스토랑의 평균 객단가는 20만 루피아(약 22,500원) 내외입니다.

사진 I - 10 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)', '토담집(Toh Dam House)'이 영업 중입니다.

고급 파인 다이닝(Fine Dining) 레스토랑인 '에밀리에(Emilie)'의 평균 객단가는 30만 루피아(약 33,700원) 내외이며 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태에 해당하는 한식당의 평균 객단가는 20만 루피아(약 22,500원) 정도로 다소 비싼 편입니다.

사진 I - 11 한식당 한양가든(좌)와 토담(우) 전경

③ 블록 엠(Blok M) 상권

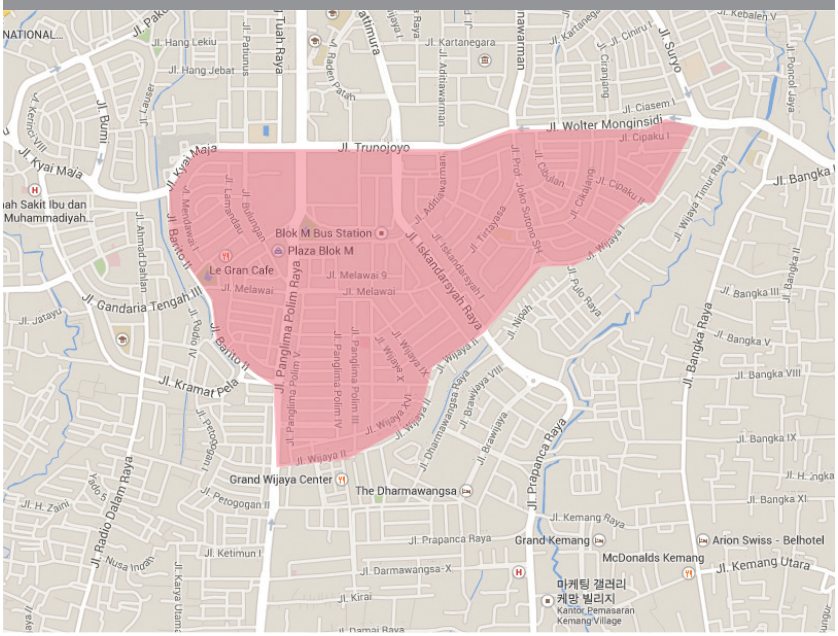
행정구역상으로 끄바요란 바루(Kebayoran Baru)에 속하는 블록 엠(Blok M)상권은 남부 자카르타의 상업 중심지이자 교통의 요충지로 유동인구 통행량이 가장 많은 지역입니다.

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

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

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

그림 I-23 블록 엠 상권 지도



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.

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 상권이 발달해 있어 쇼핑목적의 서민층 20~30대 유동인구 유입이 많습니다.

블록 엠 스퀘어(Blok M Square)

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

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

푸드코트에는 인도네시아 현지식(Indonesian), 일식(Japanese), 중식(Chinese) 등 저가 메뉴를 판매하는 패스트 캐주얼(Fast Casual) 식당이 주를 이루고 있고, KFC와 같은 패스트푸드(Fast Food)점이 성업 중입니다.

사진 I - 12 블록 엠 스퀘어 전경

패스트 캐주얼(Fast Casual) 식당의 평균 객단가는 5만 루피아(약 5,600원) 내외이며 인도네시아 현지식을 판매하는 간이형 식당의 주요 메뉴 가격은 3만 루피아(약 3,300원) 내외로 저렴한 편입니다. 쇼핑센터 주변에는 캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태의 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.

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 놀이공원이 들어서 있습니다.

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

사진 I-13 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 패스트푸드(Fast Food) 업태가 성업 중입니다. 특히 타 패스트 캐주얼 식당 대비 높은 가격임에도 불구하고 '피자 헛(Pizza Hut)', '도미노 피자(Domino's Pizza)' 등 피자 전문점이 성업 중입니다. 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태의 평균 객단가는 3만 5천~5만 루피아(약 3,900~5,600원) 정도이며 패스트푸드 업태의 평균 객단가는 3만 루피아(약 3,300원) 정도입니다.

사진 I - 14 블록 엠 플라자 전경

④ 끄망(Kemang) 상권

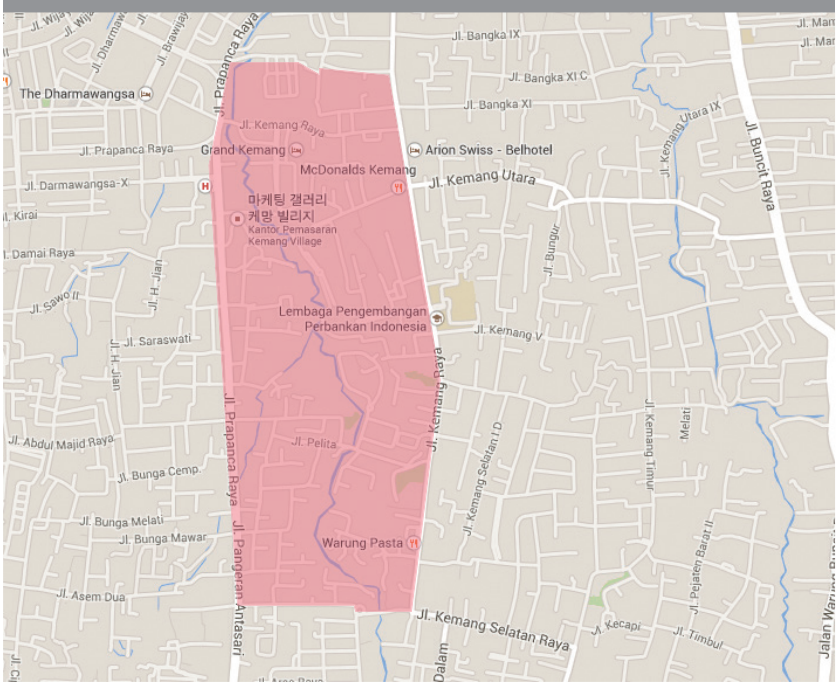
행정구역상으로 맘빵(Mampang)에 속하는 끄망(Kemang) 상권은 남부 자카르타의 대표적인 외식 상권으로 끄망(Kemang) 거리를 따라 분위기 있는 카페와 레스토랑이 밀집해 있습니다.

최근에는 대형 복합 쇼핑센터인 리포 몰 끄망(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. 한국의 이태원과 유사한 분위기를 느낄 수 있는 곳입니다.

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.

그림 I-24 끄망 상권 지도



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

꼬망(Kemang) 거리를 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 꼬망(Lippo Mall Kemang)이 오픈하면서 유동인구 유입이 크게 증가하고 있습니다.

꼬망(Kemang) 거리

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

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

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

야외 푸드코트인 '꼬망 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 5만~10만 루피아(약 5,600~11,200원) 정도입니다.

패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태의 평균 객단가는 3만 5천~5만 루피아(약 3,900~5,600원) 정도이며 파인 다이닝(Fine Dining) 업태의 평균 객단가는 12만~20만 루피아(약 13,400~22,400원) 정도입니다.

사진 I - 15 꼬망 거리 전경

리포 몰 끄망(Lippo Mall Kemang)

리포 몰 끄망(Lippo Mall Kemang)은 2012년에 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.

전문 식당가와 푸드코트에는 40여 개의 카페와 식당이 입점해 있으며 에스닉 분포 비율을 보면 서양식(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 패스트푸드 브랜드 롯데리아(Lotteria)와 한국식 치킨 전문점 본촌치킨(Bonchon Chicken)도 입점해 있습니다.

캐주얼 다이닝(Casual Dining) 업태가 주를 이루며 평균 객단가는 5만~10만 루피아 (약 5,600~11,200원) 정도입니다. 푸드코트에 입점해 있는 패스트 캐주얼(Fast Casual) 업태의 평균 객단가는 4만 루피아(약 4,400원) 정도로 저렴한 편입니다.

평균 객단가가 15만~30만 루피아(약 16,800~33,600원)에 이르는 최고급 태국식(Thai) 레스토랑 '화이트 엘리펀트(White Elephant)'와 프랑스식(French) 레스토랑 '콜로니얼(Colonial)'이 성업 중입니다.

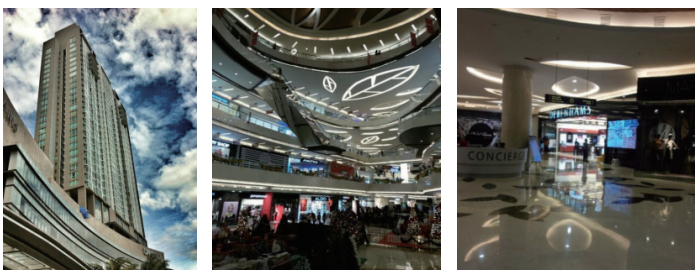


사진 I - 16 리포 몰 끄망 전경

3.5 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.

대한민국 외교통상부 자료에 따르면 2012년 말 기준으로 인도네시아 내 한국인의 수는 40,284명 입니다.

이중 자카르타에 거주하는 한인 수는 인도네시아 내 한국인 수의 약 87%에 해당하는 34,924명으로 거주 자격별로 보면, 외국국적 동포인 시민권자 262명, 재외국민 중 영주권자 515명, 일반 체류자 33,690명, 유학생 457명입니다. 남녀별로는 남자 19,575명, 여자 15,349명입니다. 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.

특히 자카르타 남부 끄바요란 바루(Kebayoran Baru) 위자야(Wijaya) 지역에 인도네시아 최대 한인타운이 형성되어 있습니다.

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

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

그림 I-25 인도네시아 내 한인 현황 출처: 외교통상부

	구분	한국교민 총수	거주자격별					재외국민 등록수 (등록률 %)
			외국국적 한국동포 (시민권자)	한국교민				
				영주권자	체류자		계	
					일반	유학생		
인도네시아	남	22,615	256	550	21,429	380	22,359	7,959
	여	17,669	149	264	16,972	284	17,520	6,361
	계	40,284	405	814	38,401	664	39,879	14,320
	'11년 대비 증감률(%)	+11	+58	+285	+8	+137	+11	+12
자카르타	남	19,575	170	385	18,759	261	19,405	
	여	15,349	92	130	14,931	196	15,257	
	계	34,924	262	515	33,690	457	34,662	

(단위: 명)

② 한국 기업 진출 현황

양국 간 경제 협력과 문화교류가 더욱 증진됨에 따라 인도네시아 내에서 한국의 위상이 날로 높아져 가는 상황입니다. **인도네시아는 아세안 국가 중 한국의 두 번째 투자 대상국 (베트남 1위)으로 현재까지 한국의 대 인도네시아 투자는 2013년 누계기준 총 4,617건, 112억 9천만 달러를 기록하고 있습니다.**

업종별 한국의 대 인도네시아 투자는 제조업 56.8%, 광업 21.3%, 도소매업 4.%, 농림어업 4% 순으로 70~80년대 봉제, 신발 등 노동집약산업 중심에서 90년대 중반 이후 철강, 전자, 건설 등으로 다양화되었습니다. 최근 포스코, 한국타이어 등 대기업의 진출과 이로 인한 협력 업체들의 대거 진출로 투자 규모도 점차 대형화되는 추세이며, 금융 및 M&A, 유통분야 진출도 활발해지고 있습니다.

한국의 대 인도네시아 투자는 2011년을 기점으로 전년대비 4배 가량 성장하면서 한국 투자자들의 인도네시아에 대한 관심을 보여주고 있습니다. 2013년에는 20억 달러를 달성하기도 했습니다.

인도네시아의 3대 투자자로 등극한 한국의 대 인도네시아 투자는 전통적 투자강세 분야인 금속/기계/전자 분야가 부동의 1위를 지키고 있으며, 이외에 고무/플라스틱 분야와 화학/제약 분야가 각각 투자 상위에 자리하고 있는 실정입니다. 반면 재 인도네시아 한국기업의 대부분을 차지했던 봉제관련 섬유 분야 투자는 2011년 대비 크게 줄어든 것을 볼 수 있는데, 이는 2012년 급격한 최저임금 상승으로 인한 노동집약산업의 인건비 부담이 커지면서 생긴 투자자 동요 및 이탈 현상으로 보여집니다.

그럼에도 2014년 8월 현재 인도네시아에 진출한 한국 기업은 약 2,000개 사에 달하며 미등록 업체까지 포함할 경우 3,000개 사를 상회하는 것으로 추정됩니다.

한국 회사들은 제조업, 자원 및 에너지, 봉제 등 노동집약적 산업과 유통, IT 등 다양한 분야에서 약 80만 명 이상의 인도네시아 근로자를 고용하고 있는 것으로 추산됩니다.

그림 I-26 한국기업 부문별 진출현황 출처: KOTRA

부문	업체 수	부문	업체 수	부문	업체 수
농업	21	종이	5	금융, 보험	15
수산업	6	가구	21	통신업, IT	50
조림업	3	금속, 금형	54	공기관, 공기업	19
축산업	2	산업용 기계, 부품	57	컨설팅	36
광업, 자원개발	46	전자제품 및 부품	94	법률사무소	3
식료품	9	조선	2	음식점	101
사료	7	자동차 및 부품	22	가라오케	6
의약품	1	악기	13	관광	42
의류, 섬유	454	악세사리	9	항공	2
고무	14	가발, 인공모발	22	기타서비스	36
가죽, 피혁	33	건설, 시공업	16	교육	28
생활용품	10	무역, 도소매, 판매유통	472	의료	3
목재	25	물류 및 운송	49	총계	1809

2) 한식당 진출 현황

한식재단과 KOTRA의 조사(2012년, 해외 한식당 현황조사)에 의하면 자카르타에는 81개의 한식당이 영업 중이며, 특히 한인 거주인구가 많은 위자야 지역에 한식당이 밀집해 있습니다.

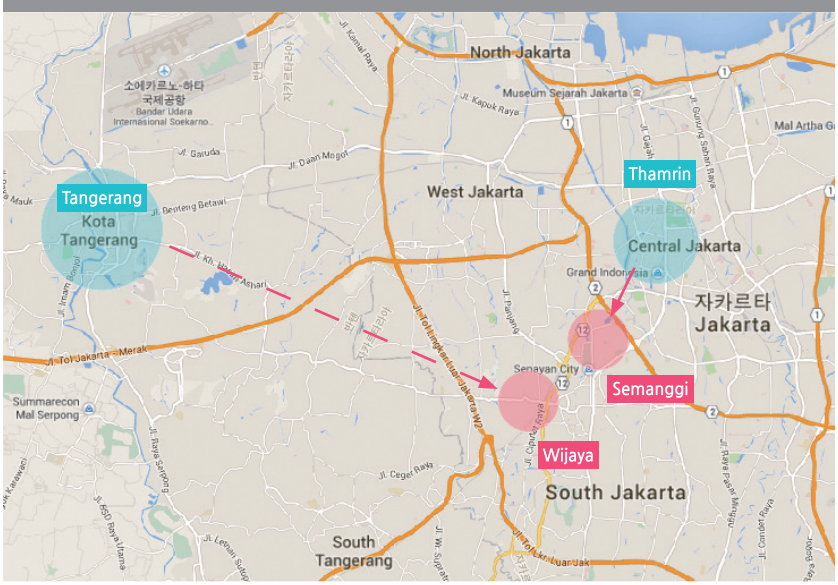
최근 들어서는 스망기 지역 세노파티 거리와 몽인시디 거리에 신규 창업하는 한식당이 증가하고 있습니다.

약 30년 전 한국인들이 최초로 정착하기 시작한 탕그랑(Tangerang) 지역을 중심으로 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 사이에 있는 세노파티(Senopati) 거리가 입지 여건이 좋아 많은 한식당이 생겨나고 있습니다.

그 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 I-27 자카르타 내 한식당 신규 창업지역 변화 추이



[참고] 한식당 운영 애로사항

한식재단과 KOTRA 자카르타 무역관은 한식의 인도네시아 진출 정도와 성공요인, 애로사항 등을 알아보기 위해 지난 상반기 중 자카르타, 수라바야, 반둥, 발리 등지에서 영업 중인 주요 한인 음식점과 외식업체를 대상으로 설문조사를 실시했습니다.

- 현황: 한국 기업의 인도네시아 진출이 늘고 교민사회가 커짐에 따라 한식당도 점점 느는 추세이며 현재 150여 개가 운영 중입니다. 메뉴는 불고기, 갈비, 삼겹살 등 육류가 48%로 가장 많고 탕, 찌개, 백반 등이 28%, 해산물과 패스트푸드, 분식이 각각 10%와 12%를 차지했습니다.

  한국 음식점의 평균 운영기간은 12년 6개월이었으며 매출이 높은 곳은 9년 3개월이었습니다. 특히 평균 방문 고객이 150명이 넘는 매출이 매우 높은 음식점은 10년 6개월로 파악되었습니다.

  음식점 규모별로는 50~149석의 중대형이 69%였고, 10~49석짜리 소형 식당은 20%였습니다. 이들 소규모 식당은 대부분 골프장, 유흥업소 근처에 위치하거나 분식, 프랜차이즈 음식점이었습니다.

- 현지화: 전체 고객 대비 현지인의 이용 비중이 40%를 넘는 음식점은 전체의 27%로 중국, 일본 등 아시아권 음식점과 비교할 때 그다지 높지 않았습니다. 현지인 고객이 90%를 넘는 한식당은 맛의 현지화, 현지인이 선호하는 메뉴 개발, 저렴한 가격 등을 요인으로 언급했습니다.

  현지인 고객 비율이 60% 이상인 음식점 주인들에 의하면 방법은 크게 2가지인데 맛의 철저한 현지화에 따른 친근감 제공과 철저한 한국의 맛 재현과 고급스러운 이미지 제공이라는 서로 반대되는 경우였습니다.

  이 중 현지인을 주요 대상으로 하는 모 음식점은 삼발소스와 튀긴 과자류를 구비하고 모든 음식을 달고 맵게 조리해 이제는 완벽한 인도네시아인 전용 음식점으로 자리 잡았습니다. 반면 현지인 비중이 절반 정도인 한식당은 한국적인 디자인과 전통적인 한국의 맛을 재현, 한국 교민뿐만 아니라 현지인까지 만족시키고 있었습니다. 현지인이 가장 선호하는 메뉴는 잡채, 비빔밥, 불고기, 갈비, 떡볶이 등이었습니다.

- 영업 전략: 고급화를 지향하는 음식점이 41%로 제일 많았습니다. 갈비, 불고기 등 고기구이 전문점과 생선회, 초밥 등 해산물 전문점 대부분이 고급화 전략을 지향하고 있었습니다.

  저가 전략을 지향하는 음식점은 31%로 두 번째로 많았습니다. 찌개, 탕, 백반 등의 일반 음식점이 많았는데, 고객도 대부분 한국 교민이었습니다.

적지 않은 업주가 “새로운 메뉴 개발이 필요하다”고 언급한 가운데 교민뿐만 아니라 현지 고객도 지인을 통하거나 드라마, 인터넷을 통해 알게 된 한국 음식에 대한 요구가 많았습니다. 한 전통 한식당 업주는 “인도네시아 손님이 일반 김치 대신 갓김치와 오이소박이를 요구해 당황했다”고 전하면서 “상당수 인도네시아인이 한국 음식에 대해 잘 알고 있다”고 말했습니다.

- 애로 사항: 43%의 업주들은 식당 운영의 최대 난관으로 식자재 조달과 물류상의 어려움을 꼽았습니다. 현지에서 가능한 물자는 조달하고 있지만 한국에서 가져와야만 하는 식자재는 가격도 만만치 않을 뿐 아니라 공급 부족 현상이 자주 발생해 가격 급등의 원인이 되고 있었습니다.

  이어 ‘홍보가 가장 큰 난관’이라고 지목한 업주가 25%로 두 번째로 많았습니다. 실제 한 업주는 “현지 한인 잡지에 광고만으로는 부족한 감이 있다”고 말했습니다. 한식 세계화 정책의 일환으로 직원 교육, 프로모션 프로그램 등과 같은 국가 차원의 홍보가 자주 열리길 바라는 업주가 적지 않았습니다.

  이 밖에 소주, 맥주 등의 주류 허가서 획득과 인력 양성의 어려움 등의 문제가 제기됐습니다.

- 과도한 경쟁: 한식당 업주는 “자카르타의 경우 중국, 일본, 미국 등 다른 나라 음식점과의 경쟁뿐만 아니라 한국 음식점 간의 경쟁도 치열하며 포화상태”라고 언급했습니다. 한식당이 여러 곳에서 문을 여는 가운데 시장정보 부족, 식자재 조달난, 과도한 경쟁 등으로 어려움을 겪고 있었고 25%를 제외한 나머지 음식점들은 대부분 경기가 어렵다고 언급했습니다.

- 개선사항: 일단 전문성 부족이 꼽혔습니다. 조리사의 조리경험이 많지 않고 이마저도 현지인 요리사에게 위임하는 경우가 많았습니다. 프랜차이즈 식당을 제외한 대부분 식당의 요리 범주가 고기구이 등으로 비슷해 천편일률적인 메뉴라는 지적도 있었습니다. 이런 점에서 여러 메뉴를 제공하는 음식점보다 하나의 메뉴를 극대화하는 전략도 검토해볼 만합니다.

Ⅱ. 자카르타(Jakarta) 한식당 설립 가이드

1. 한식당 설립 실무 정보

1.1 사업자 등록 절차

1) 개인 사업자 74

2) 법인 사업자 74

1.2 설립 주요 실무 정보

1) 인허가 요건 및 관련 법규 78

2) 임대차 계약 절차 및 관행 80

3) 영업시설의 공통기준 86

4) 노동법, 고용법 관련 유의사항 92

5) 세무 관련 정보 104

6) 수입/통관 관련 정보 113

1.3 기타정보

1) 거주허가 비자 124

2) 금융 서비스 128

3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보 132

1. 한식당 설립 실무 정보

1.1 사업자 등록 절차

1) 개인 사업자

각 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) 법인 사업자

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 지분 비율은 분야에 따라 달라지며 식음료 부문의 경우 49~51%까지 가능합니다. 단, 51% 이상 지분 획득을 위해서는 현지 회사와 파트너십(Partnership)을 맺어야 합니다.

외국인 투자의 경우 외국인 투자조정청(Badan Koordinasi Penanaman Modal, BKPM)의 승인 및 허가가 필요합니다. 업종별로 취득해야 할 허가가 다르므로 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 투자법인 설립 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
주소: Jl. Jend. Gatot Subroto No. 44, Jakarta 12190
연락처: +62-21-5252-008
코리아데스크 이완희 소장
연락처: P +62-21-5292-1302 / M +62-8118-07-0884
이메일: wanhee@sbc.or.kr

내국인 파트너 명의로 국내투자법인 'PMDN(Penanaman Modal Dalam Negeri)'을 설립하는 것도 가능합니다. 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)로 정해져 있으며 주요 절차는 다음과 같습니다.

그림 II-1 법인 설립 절차 출처: KOTRA

단계	담당기관	세부 사항
1. 투자 금지/제한 업종 확인 (KBLI/NLI)	투자조정청 (BKPM)	• 투자하려는 업종이 인도네시아 내 투자 금지/제한 업종 (Negative List of Investment)인지 확인 • 투자조정청 홈페이지(BKPM)에서 당일 확인 가능
2. 회사상호 조회 (Cek Name PT)	법무부 (Mentari Kehakiman)	• 신규법인 설립 전 회사 상호 사용가능 여부를 법무인 권부에 공증인(Notaris)을 통하여 확인 • 근무일 기준 약 2~3일 소요
3. 법인 투자등록 (Pendaftaran PMA)	투자조정청 (BKPM)	• 투자등록신청서를 작성(신청인 인적사항, 자본금, 주주 및 지분, 총 투자액, 고용계획, 희망상호, 업종, 제품, 소요 토지면적, 투자내역 등 기입) • 외국 법인의 경우 정관 및 등기부등본(인니어 또는 영문 공증)이, 외국 개인 투자가의 경우는 여권 사본 필요 • 근무일 기준 약 2~3일 소요
4. 회사 정관 작성 (AKTA)	공증사무소 (Notaris)	• 정관에 설립인 혹은 대리인이 공증인 앞에서 정관에 서명하는 방법으로 회사를 설립하고 정관을 작성함 • 근무일 기준 약 2일 소요
5. 회사 소재지 증명서 발급 (Surat eterangan DOMISILI)	동사무소 (Kecamatan/ Kelulahan)	• 소정의 양식을 기재한 후 회사 소재지를 관할하는 동사무소에서 발급함 • 근무일 기준 약 5일 소요
6. 납세의무자 세적등록증 (NPWP, Nomor Pokok Wajib Pajak)	세무서 (KPP-Kantor Pelayanan Pajak)	• 외자투자 세무서 또는 회사소재지를 관할하는 지방 세무소에서 발급 • 근무일 기준 약 2~3일 소요 • 부가가치세 과징업체 지정서(NPPKP)의 경우 역시 세무서(KPP)에서 진행하며 소요기간은 근무일 기준 약 5~10일 정도임

7. 자본금 납입 (Bukti Sector)	은행 (Bank)	• 당일 발급 가능하며 자본금불입각서로 대체 가능함
8. 회사 정관 법무부 등재 (Surat Keterangan KEHAKIMAN)	법무부 (Mentari Kehakiman)	• 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 • 상기한 60일 이내에 법인 자격 신청을 하지 않으면 회사가 해산 조치됨
9. 투자원칙 승인서 발급 (SP.PMA, Surat Persetujuan PMA)	투자조정청 (BKPM)	• 소정 양식을 기재하고 구비서류를 갖춰 투자조정청에서 수령 • 근무일 기준 약 5~10일 소요
10. 법인 등록 (TDP, Tanda Daftar Perusahan)	상공부(Dept. Perindustrian & Perdagangan)	• 회사 소재지의 시/군 상업국에서 발급함 • 근무일 기준 약 10~15일 소요
11. 환경영향 평가서 (AMDAL, Analisis mengenai Dampak lingkungan)	환경부 (Mentari Lingkungan Hidup)	• 시/군 환경부(Mentari Lingkungan Hidup)에서 관할 수속하며 업종, 소재지에 따라 소요기간이 상이함 • 환경 관련 서류 준비 수준 역시 업종에 따라 상이함
12. 영구 사업 허가서 (IUT, Izin Usaha Tetap)	관할수속처-투자조정청 (BKPM)	• 외국인의 자본(PMA)으로 설립된 회사에서 받는 고정 사업장 허가로 투자 승인서(SP.PMA)를 받은 후에 최종적으로 진행하는 허가임 • 업종에 따라 소요기간이 상이함

② 법인사업자 등록 절차 및 구비 서류

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

법인 사업자 등록 절차 및 필요 구비서류는 다음과 같습니다.

그림 Ⅱ-2 법인 사업자 등록 절차 및 필요 서류

단계	담당기관	세부 사항
회사상호조회 (Pengecekan Nama Perusahaan)	법무부	• 공증인에 의뢰하여 상호 사용 여부 확인

투자등록 (Pendaftaran Penanaman Modal)	투자조정청	• 투자승인 청원서 PPM(Permohonan Pendaftaran Penanaman Modal)
회사정관 작성 (Akta Pendirian Perusahaan)	공증인	• 투자승인 청원서 사본 • 주주 및 이사회 구성원의 여권사본과 영문자택주소
소재지 증명 (Domisili Perusahaan)	소재지 관할 동사무소	• 공통: 투자승인 청원서 사본, 회사정관 사본, 소재지 증명 요청서(Surat Permohonan), 대표이사 여권 사본 • 건물 소재지: 건물소재지 증명서 (Surat Keterangan Domisili Gedung) • 건물 외 소재지: 임대차 계약서(Surat Perjanjian Sewamenyewa), 건축허가서(IMB)사본, 토지 건물세 납부 영수증 사본(Bukti Pembayaran Pajak Bumi & Bangunan)
세적 등록 (Nomor Pokok Wajib Pajak)	소재지 관할 지방 세무서	• 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)
부과세 과세업자 등록 (Pengusaha Kena Pajak)	소재지 관할 지방 세무서	• 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 • 대표이사 여권 사본, 대표이사 개인 납세카드, 위임장 (대표이사 및 신고자), 사무실 약도 및 사진(명패, 사무실 전체, 대표 이사 집무실, 회의실)
자본금납입 성명서 (Surat Pernyataan)	은행	• 자본금납입성명서
관보공시 (Berita Negara)**를 위한 법무부 신고**	법무부	• 설립 정관 법무부 등재 시(Pengesahan) 공증인을 통하여 진행해야 함 • 소재지 증명서 사본, 설립 정관 확인 서명본 (Minuta Akta) 주주의 주식 확인서(Pernyataan Saham), 국고 귀납 금액 납부영수증(Bukti Pembayaran PNBP)
사업자 등록 (Tanda Daftar Perusahaan)	법인 소재지 신/군 공업국	• 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)

1.2 설립 주요 실무 정보

1) 인허가 요건 및 관련 법규

① 주류 취급 허가

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

이슬람교 영향으로 주류세가 700~800%로 매우 높은 편이라 소주 등 주류 취급이 필수적인 한국식당에 부담이 있습니다.

특히 탕그랑(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 뉴질랜드 산 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

[참고] 인도네시아 할랄 인증 절차

인도네시아 할랄 인증 절차는 크게 3단계로 구분됩니다.

- 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 토지제도 개관

인도네시아는 네덜란드로부터 독립하면서 토지 공유제를 채택하였습니다.

건국헌법(Undang-Undang Dasar Republic 1945) 제33조는 토지, 물, 천연자원은 국가의 지배에 있고, 국민의 공공 이익을 위해서 사용되어야 한다고 천명하고 있습니다.

건국헌법의 이념을 따라 1960년 기본농지법(Undang-Undang Nomor 5 Tahun1960 tentang Peraturan Dasar PokokPokok Agraria. 이하 "농지법")이 제정되어 현재까지 토지의 권리관계를 규율하고 있습니다. 토지의 소유권은 국가나 인도네시아 국민에게만 인정하고, 관습법상으로 주민공동소유권(Hak Ulayat)을 인정하지만, 인도네시아 법인 및 외국인에게는 일정한 사용권만 인정될 뿐 소유권을 인정하지 않습니다.

그리고 건물은 토지와 별개의 부동산으로 취급되지만 별도로 등기부를 두지 않고 토지의 등기부에 기재합니다.

② 부동산에 대한 권리의 종류

농지법이 규정한 토지에 대한 권리로는 소유권(Hak Milik), 경작권(Hak Guna Usaha), 건축권(Hak Guna Bangunan), 사용권(Hak Pakai) 등이 있고(토지법 제4조), 그 외에 집합건물법에 의한 건물소유권과 외국인의 주거소유권에 관한 정부령에 의한 주택소유권이 인정되고 있습니다.

(1) 소유권(Hak Milik)

토지소유권은 영구적이고 상속되는 권리로서, 인도네시아 국민, 정부기관이나 특수공법인에게만 인정됩니다(농지법 제20조, 제21조).

인도네시아 국적을 포기한 국민이나 외국인이 상속(Warisan) 또는 증여(hibah)로 토지를 양도받는 경우에 1년 이내에 토지를 양도하거나 포기하지 않으면 당해 토지의 소유권이 소멸하고 국가에 귀속됩니다(농지법 제21조).

그 외 토지가 공익목적으로 수용되는 경우, 소유권자가 권리를 포기하고 국가에 반납한 경우 등에도 소유권은 소멸합니다(농지법 제18조, 제27조).

토지소유권은 매매, 증여, 교환, 유증 등에 의하여 이전될 수 있고, 저당권을 설정할 수 있으며, 이에 대하여는 모두 등기하여야 효력이 발생합니다(농지법 제20조, 제23조, 제25조).

(2) 경작권(Hak Guna Usaha)

경작권은 타인 소유의 토지 위에 농업, 어업, 목축업을 할 수 있는 권리로서, 인도네시아 국민, 인도네시아에 주소를 가진 인도네시아 법인에게만 인정됩니다 (농지법 제30조).

경작권자가 위와 같은 업종에 종사하지 않으면 1년 내에 경작권을 포기하거나 경작권 취득자격이 있는 자에게 양도하여야 하고, 이를 이행하지 않으면 경작권은 소멸하고 토지는 일정한 조건 하에 국가에 귀속됩니다 (농지법 제30조).

경작권은 경작지가 최소 5헥타르 이상인 경우 인정되고 개인사업자에게는 최대 25헥타르까지 인정되며, 법인의 경우는 중앙토지청이 허용 면적을 정합니다.

경작권은 최초에 최대 35년까지 부여될 수 있으며, 그 후에는 2차에 걸쳐 연장할 수 있는데 1차 연장 시 최대 25년, 2차 연장 시 최대 35년까지 연장이 가능합니다 (농지법 제29조).

투자법에서는 투자대상이 되는 토지에 대하여서는 총 95년을 인정하고, 미리 일시에 60년까지의 기간을 부여하고, 추가로 35년의 갱신을 허용하는 방법으로 경작권을 부여받는 것을 인정하고 있습니다 (투자법 제21조, 제22조).

이러한 투자법상의 특례에 해당하기 위하여서는 다음 조건을 만족하여야 합니다(투자법 제22조).

- 인도네시아의 경쟁력 증진에 이바지
- 투자회수가 성격상 장기적일 수밖에 없음
- 투자의 범위가 지나치게 광범위하지 않아야 함
- 정부 소유의 토지 소유권을 이용하는 경우만 해당
- 공공의 이익을 침해하지 않아야 함

경작권은 매매, 교환, 현물출자, 증여, 상속의 대상이 되고, 저당권을 설정할 수 있으며, 권리 변동은 모두 등기하여야 효력이 발생합니다(농지법 제28조, 제33조).

(3) 건축권(Hak Guna Bangunan)

타인 소유의 토지에 건물을 건축하고 소유할 수 있는 권리입니다(농지법 제35조).

건축권을 보유할 수 있는 자격은 인도네시아 국민, 인도네시아에 주소를 둔 인도네시아 법인에게 주어집니다(농지법 제36조).

건축권 보유자격을 상실한 때에는 1년 내에 권리를 포기하거나 건축권을 취득할 수 있는 자격이 있는 자에게 권리를 양도하여야 합니다(농지법 제36조). 이를 이행하지 않을 경우 건축권이 무효가 됩니다(농지법 제36조).

건축권 취득은 국가가 소유하는 토지나 개발, 관리하는 토지상에 정부령 등에 의하여 건축권을 인정받거나 토지소유자와 증서에 의한 계약(Deed)에 의하여 취득할 수 있고, 이를 등기하여야 효력이 발생합니다(농지법 제24조, 제37조, 제38조).

건축권의 유효기간은 최초 최대 30년이고, 건축물의 상태에 따라 최대 20년의 연장이 가능하며, 국가가 소유하거나 관리하에 있는 토지는 유효기간 만료 시 30년의 기간으로 갱신할 수 있습니다(농지법 제22조, 제35조). 투자법에서는 투자시설에 대해 총 80년을 인정하고, 처음에 50년, 추가로 30년의 갱신을 허용합니다(투자법 제21조, 제22조).

건축권은 매매, 교환, 현물출자, 증여, 상속의 대상이 되고, 저당권을 설정할 수 있으며, 권리변동은 모두 등기하여야 효력이 발생합니다(농지법 제35조, 제39조).

(4) 사용권(Hak Pakai)

사용권은 국가나 다른 사람이 소유하는 토지를 사용하거나 토지상의 수확물을 채취할 수 있는 권리로서 인도네시아 국민, 인도네시아에 거주하는 외국인, 인도네시아에 주소를 가진 인도네시아 법인, 외국 법인이 인도네시아에 세운 대표사무소, 외국대표나 국제단체의 대표, 정부기관이나 지방기관이 소유할 수 있습니다(농지법 제42조).

사용권 보유자격을 상실한 때에는 1년 내에 권리를 포기하거나 사용권을 취득할 수 있는 자격이 있는 자에게 권리를 양도하여야 합니다(농지법 제40조).

사용권은 국가가 소유하는 토지나 개발, 관리하는 토지상에 정부령 등에 의하여 인정을 받아 취득하거나 토지 소유자로부터 증서에 의한 계약에 의하여 취득할 수 있습니다(농지법 제42조 내지 제44조).

사용권의 유효기간은 최초 최대 25년이고, 최대 25년간 연장할 수 있는데, 특히 국가 소유나 관리, 개발하는 토지에 부여된 사용권은 특정목적을 위해 토지가 사용되는 한 그 유효기한의 제한 없이 인정될 수 있습니다. 이러한 기한제한 없는 사용권을 취득할 수 있는 자격은 정부 부처나 지방정부, 외국의 대표단이나 국제조직의 대표단, 종교와 사회복지기관에게만 있습니다(농지법 제41조, 제45조).

투자법에서는 투자시설에 대해 사용권을 총 70년 인정하고, 처음에 45년, 추가로 25년의 갱신을 허용하는 방식으로 부여하도록 규정합니다(투자법 제21조, 제22조).

사용권은 매매, 교환, 현물출자, 증여, 상속의 대상이 되고 저당권을 설정할 수 있으며, 모두 등기하여야 효력이 발생합니다(농지법 제52조 내지54조, 제39조).

(5) 집합건물소유권(Hak Milik Atas Satuan Rumah Susun)

집합건물의 소유에 관하여 2011년 11월 10일 새로운법이 발효됨에 따라 종래의 집합건물법 1985가 폐지되었습니다.

기존법에서는 집합건물을 구별하고 있지 아니하였으나, 개정된 법은 집합건물을 그 사용목적에 따라 다음과 같이 크게 네 가지로 구분하고 있습니다.

1. 공공 집합건물 - 사회의 저소득층을 위한 집합건물
2. 특정 집합건물 - 특정한 요구에 의해 그 수요를 충족시키기 위한 집합건물
3. 국가 집합건물 - 국가가 소유하며 국가 공무원들을 위한 집합건물
4. 상업 집합건물 - 이윤창출을 목적으로 하는 집합건물

개정된 법에 의하면 집합건물은 다음의 권리가 부여된 토지 위에 건축할 수 있습니다(집합건물법 제 17조).

i) 소유권(Hak Milik)이 있는 토지

ii) 건축권(Hak Guna Bangunan) 또는 사용권(Hak Pakai)이 설정된 국가 소유의 토지

iii) 관리권(Hak Pengeolaan)이 설정된 토지 위에 다시 건축권(Hak Guna Bangunan) 또는 사용권(Hak Pakai)이 설정된 토지

공공집합건물과 특정집합건물의 경우에는 국가 소유 토지 및 이슬람 증여(wakaf) 토지에 건축이 가능합니다(집합건물법 제18조).

집한건물소유 증명서는 토지 허가별로 집합건물법 제17조에 해당하는 토지 위에 세워진 건물의 소유주에게 주어지는 SHM sarusun(Sertifikat Hak Milik Satuan Rumah Susun)과 토지 허가별로 집합건물법 제18조에 해당하는 토지 위에 세워진 건물의 소유주에게 주어지는 SKBG sarusun(Sertifikat Kepemilikan Banunang Gedung Satuan Rumah Susun)으로 구분됩니다.

[참고] 자카르타 쇼핑몰 입점 시 고려사항

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.

아울러 층마다 입점 조건이 다르므로 사전에 쇼핑몰 담당자에게 문의하여 세부 사항을 확인해야 합니다.

그 뿐만 아니라 주요 쇼핑몰의 경우 대기 수요자가 많아 원하는 매장을 얻기 위해서는 장기간 대기해야하는 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 확약한 매출액을 달성하지 못하면 2~3차례 경고 후 강제 퇴출시키는 사례도 있습니다.

인도네시아 쇼핑센터협회(APPBI)에 따르면, 주요 쇼핑센터 매장의 월 평균 임차료는 서비스 비용을 포함하여 ㎡당 482,858루피아(약 54,000원) 정도 입니다(2011년 3분기 기준).

- 평균 기본 임차료(㎡): 월 415,484루피아(약 46,000원)
- 서비스 비용(㎡): 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.

3) 영업시설의 공통기준

① 외식업 음식위생 규정

농산물과 축산물 경우 농업성에서, 식품의 경우 보건성에서 관리감독을 관장하고 있습니다.

인도네시아 보건성에 등록하는 절차는 다음과 같습니다.

- 보건성의 소정양식을 작성한 후 관련 부서에 제출(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 안 됨

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

건축규정

- 바닥은 방수 소재로 편평하고 미끄럽지 않아야 하며 청소가 용이해야 함
- 바닥과 벽이 만나는 부분은 정확한 각도여야 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 하며 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

③ 위생 설비 규정

정수 공급

- 보건국 관련 규정을 준수해야 함
- 영업장 내 활동에 필요한 충분량이 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

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.

그림 Ⅱ-3 좌석에 따른 세면대 개수

좌석수	설치 세면대 수
1~60석	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/㎠)여야 함
- 세정시설은 하수도와 연결되어 있어야 함
- 세면대는 최소 세 개의 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 / 식품저장소 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 외부를 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 안 됨
- 음식 조리 전 반드시 손을 씻어야 한다는 문구를 부착해야 함
- 화장실과 직접적으로 연결되어 있어서는 안 됨

매장

- 각 좌석 공간은 최소 0.85㎡ 이상이어야 함
- 출입문은 이중이어야 하며 바깥쪽 문은 외부를 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 안 됨
- 매장 내 공기 중 세균 농도는 5백만/그램을 초과해서는 안 됨
- 매장은 화장실과 직접적으로 연결되어 있어서는 안 됨
- 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 안 됨

식품저장고

- 저장고는 저장하는 식품 분량에 맞는 적합한 크기여야 함

• 식품저장고에는 식품 이외의 물건이 보관되어서는 안 됨
• 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 안 됩니다.

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 10㎝를 초과하지 않아야 함
  - 저장고 내부 습도는 80~90% 수준을 유지해야 함
• 음식이 실내에서 보관되는 경우 바닥, 벽, 천장과 접촉하지 않아야 함
  - 음식과 바닥의 거리는 15㎝ 이상
  - 음식과 벽의 거리는 5㎝ 이상
  - 음식과 천장의 거리는 660㎝ 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 65.5도 이상 또는 4도 이하에서 보관되어야 함
• 상하기 쉬운 음식 중 장기간(6시간 이상) 보관되어야 하는 경우 0.1에서 0.5도의 저온 상태에서 보관해야 함

⑦ 음식 제공

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

(1) 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.

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 부과될 수 있습니다. 노동법에 저촉되는 행위가 발생했을 경우에는 산업법정에서 재판을 받게 되며 형사 재판에 회부될 수도 있습니다.

고용이 가능한 직종

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

고용 시 필요한 서류(고용인)

외국인근로자 고용을 희망하는 기업은 외국인근로자 사용계획서(RPTKA)를 작성하여 고용 허가를 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(피고용인)

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)

(2) 인도네시아 국적인을 고용하는 경우

한국 노동인력과 비교했을 때 '여유롭게 일하려는 분위기'가 지배적입니다.

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

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.

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

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

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

② 고용 형태

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

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

무기한부 계약 피고용인은 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. 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 피고용인를 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 띄는 작업
- 신상품, 새로운 활동, 앞으로의 지속 여부를 예측할 수 없는 시제품 생산과 관련한 직업

(3) 일용직

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

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, 그 일급은 아래와 같이 산출합니다.

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

노동부 장관령(1985년 6호)에 따르면 일용직이 고용될 수 있는 경우는 아래와 같습니다

- 3개월을 넘지 않는 단기간에 실시되는 작업
- 회사가 정한 근무시간에 구속되지 않으며 1개월에 20일을 넘기지 않는 작업
- 모심기, 수확, 탈곡 등 계절적 성격을 띠는 작업
- 부정기적으로 행해지는 하역작업

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

고용인은 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 고용인의 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
- 이외 퇴직연금보험, 작업장 안전, 노조활동 등에 대해서도 계약서에 명시해야 함

④ 인건비 및 복리후생

(1) 기본급여

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 현물 급여의 비중은 줄어드는 추세입니다.

급여 지급 형태는 월급, 일급, 주급 등이 있습니다. 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 한국과는 달리 주, 시, 군 등 지역 단위별로 최저임금이 다를 수 있습니다.

2013년도의 220만 루피아에서 68% 인상한 370만 루피아를 자카르타 최저임금으로 내세웠던 인도네시아 노조연대의 지속적 데모에도 불구하고, 자카르타 특별주(DKI Jakarta)는 2014년 최저임금을 지난해에 비해 11% 상승한 244만 1,301 루피아로 결정했습니다. 인도네시아의 임금은 전반적으로 인상추이를 보이고 있습니다.

그림 II-4 자카르타 최저임금 변동 추이 출처: Ekonomi

지역명	2010	2011(%)	2012(%)	2013(%)	2014(%)
자카르타 (DKI Jakarta)	1,118,009	1,290,000 (15.4)	1,529,150 (18.5)	2,200,000 (44.0)	2,441,301 (11.0)

(괄호 안은 전년 대비 인상율, 단위: 루피아)

(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.

(4) 무(無)노동 시 임금지급

노동법에 따르면 피고용인이 근로를 하지 않았을 경우에 고용인은 임금을 지불할 필요가 없습니다.

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

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

또한 피고용인이 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.

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.

그림 II-5 인도네시아 근로 시간 관련 규정
출처: 국제노동협력원, 인도네시아 진출기업 노무관리 안내서(2010)

기본 근로 시간	- 주당 40시간(유해위험 작업시간: 매일 6시간 1주 35시간) - 주 6일 근로 시 하루 7시간(5일간 7시간, 1일 5시간) - 주 5일 근로 시 하루 8시간
초과 근로 규정	- 노동자의 동의가 필요함 - 하루 최대 3시간, 한 주 최대 14시간까지 허용 - 초과근로임금 지급(초과 첫 시간 150%, 이후부터 200%) - 공휴일 초과근로임금: 처음 1~7시간은 200%, 8시간째 300%, 9시간째 400%)
휴식 시간	- 4시간 근로 후 최소 30분 휴식(휴식시간은 근로시간에 포함되지 않음
휴가 기간	- 12개월 계속 근무 시 12 근무일 휴가 제공 - 6년 근속 시 7년째와 8년째에 각각 1개월간의 휴가 제공(이 기간 동안 연차 휴가에 대한 권리가 없으며 8년 차 이후 근속기간이 새로 계산됨)
여성의 유급휴가	- 생리휴가 월 2일 - 산전, 산후휴가 각각 1.5개월씩 - 유산휴가 1.5개월

(7) 근로자 사회보장제도

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

10명 이상의 피고용인을 고용하는 회사 또는 1개월에 최저 100만 루피아(약 11만 5천 원)의 임금을 지불하는 모든 조직 혹은 기관은 피고용인을 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.

그림 Ⅱ-6 보험료 산정 기준 출처: 국제노동협력원, 인도네시아 진출기업 노무관리 안내서(2009)

구분	보험료율
산재보험	월 급여의 0.24% ~ 1.74%(회사)
사망보험	월 급여의 0.3%(회사)
노후보험	월 급여의 5.7%(회사 3.7%, 개인 2%)
건강보험	월 급여의 3%(미혼자), 6%(기혼자)

산재 처리과정

사고가 나면 48시간 이내에 관할 노동부에 1차로 서면 신고를 한 후(구두신고 먼저 한 후 서면보고도 가능), 의사의 소견서를 받고 48시간 이내 서면으로 보고합니다. 의사의 소견서에 따라 노동자의 상태는 다음 중 하나로 규정해야 합니다.

- 노동이 불가능한 상태가 종결됨
- 영구적 일부 장애
- 영구적 전체장애
- 사망

산재 관련 보상

산재로 인해 일을 할 수 없게 된 피고용인에게는 규정에 따라 급여를 지불해야합니다. 산재 발생 후 고용인은 2차 보고를 한 뒤 늦어도 7일 이내에 그 보상금을 지불해야 하며, 회사 지불금액이 현행 규정에 부합하지 않는다고 노동 관련기관 공무원이 판단할 경우 피해자 측 제소 없이 공무원이 보상금 규모를 정할 수 있습니다.

보상금액을 고용인이 계산하지 못할 경우 근로 감독관이 규정에 맞춰 보상 금액을 계산합니다. 고용인과 피고용인(혹은 그 가족)이 그 결정을 수용할 수 없다면, 보상액 확정 이후 14일 이내에 감독관의 상관에게 재심사를 요구할 수 있고, 상관은 30일 이내에 결과를 내놓아야 합니다.

결정에 불복할 경우, 노동부장관에게 14일 이내에 재심사를 요구하거나 제소할 수 있습니다. 노동부장관이 마지막 결정을 내립니다. 기 보상액이 최종 결정 보상액보다 적다면, 고용인은 그 차액을 추가 지불해야 합니다.

보상받은 금액이 많을 경우 고용인 측은 그 차액의 지불을 피해자(피고용인) 측에게 요구할 수 없습니다. 피해자(피고용인)에게 이후 영구적인 일부 장애가 발생하면, 3년 안에 의사의 소견서를 첨부해 근로 감독관에게 제출, 보상금을 재산정해 받을 수 있습니다.

보상금 축소 및 지불 불필요한 경우

다음과 같은 경우에는 보상금을 50% 삭감 지급합니다.

- 산재 발생시 노동자가 술 등의 상황으로 인해 취한 상태였을 때

다음과 같은 경우에는 보상금을 지급하지 않습니다.

- 노동자 고의에 의한 사고
- 사용자가 지정한 의사의 검진을 합법적인 이유 없이 거부할 때
- 치료를 받은 후 합법적 이유 없이 의사의 도움을 거부할 때
- 다른 곳으로 가 버려 지정된 의사의 치료가 불가능할 때

사망보장(2007년 기준)

사망위로금의 종류와 규모는 다음과 같습니다.

- 일시위로금: 1,000만 루피아
- 분할금: 20만 루피아 X 24월
- 장례비용: 200만 루피아

노후 보장 연금

피고용인이 55세에 도달하거나 영구 장애로 인해 노동이 불가할 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

피고용인 본인과 배우자, 자녀(21세 이하로 미혼, 미취업자)는 건강보험 혜택을 받을 수 있으며 긴급 치료로 지정병원 외 기관 이용 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. 또한 근무복 지급, 스포츠 활동 지원, 저축 보조, 식료품비 지원 등의 복지혜택을 제공할 의무도 있습니다.

(8) 해고

근로계약, 사규, 단체협약 규정 위반에 대해 1~3차 경고장을 순차적으로 발급한 이후에 근로관계를 해지할 수 있습니다.

해고할 경우 형사법상 범죄나 중대한 과실이 아닌 경우를 제외하고는 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

(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.

퇴직보상금 지급 시 기준임금

- 무기한부 고용계약일 경우 본봉과 각종 수당이 포함된 금액
- 일당으로 임금 지급 시 기준이 되는 월 임금은 일당의 30배
- 도급 또는 커미션 형태로 지급 시 최근 12개월 평균임금을 기준으로 하며, 최저임금보다 낮아서는 안 됨

정년퇴직 시 퇴직금

- 연금 보험료 부담 여부, 기납부 보험료의 규모 등에 따라 상이한 방식으로 퇴직금을 지급함
- 고용인이 연금 보험료를 납입하지 않았을 경우 퇴직금을 두 배로 지급함. 장기 근속금과 보상금은 정상적으로 지급함
- 고용인이 보험료를 납입했으며, 그 분담금이 퇴직자가 받아야 하는 퇴직금의 2배, 근속수당의 1배, 보상금 등을 합한 금액보다 많은 경우 퇴직금과 근속수당 지급할 필요없이 보상금만 지금하면 됨
- 고용인이 보험료를 납입했으며, 그 분담금이 퇴직자가 받아야 하는 퇴직금의 2배, 근속수당의 1배, 보상금 등을 합한 금액보다 적은 경우, 차액은 고용인이 지불해야 함

그림 II-7 인도네시아 퇴직금 관련 규정

출처: 국제노동협력원 인도네시아 진출기업 노무관리 안내서(2009)

해고 수당	근속수당	손해보상금
노동법 165조 2항 - 1년 미만: 1개월 임금 - 1~2년: 2개월 임금 - 2~3년: 3개월 임금 - 3~4년: 4개월 임금 - 4~5년: 5개월 임금 - 5~6년: 6개월 임금 - 6~7년: 7개월 임금 - 7~8년: 8개월 임금 - 8년 이상: 9개월 임금	노동법 156조 3항 - 3~6년: 2개월 임금 - 6~9년: 3개월 임금 - 9~12년: 4개월 임금 - 12~15년: 5개월 임금 - 15~18년: 6개월 임금 - 18~21년: 7개월 임금 - 21~24년: 8개월 임금 - 24년 이상: 10개월 임금	노동법 156조 4항 - 연차휴가 미 실시에 따른 보상금 - 근로자(근로자 가족)이 새로운 직장으로 옮기는 데 따른 이전비 - 근로자의 해고금 및 근속수당의 15% 상당의 보상비 - 기타 고용계약 또는 사규, 단체 근로협약에 규정에 따른 사항
- 자진퇴사 및 중대과실에 따른 퇴사: 손해보상금(156조 4항) 및 사규 단체협약에 따른 자진퇴사 보상금 - 중대과실 이외의 이유로 해고: 해고수당, 근속수당, 손해보상금 - 정년(별도 연금제도 없는 경우) 및 사망: 해고수당 2배, 근속수당, 손해보상금		

5) 세무 관련 정보

① 법인세(Corporation Tax)

(1) 납세의무자

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

또한 인도네시아 내에 고정사업장(Permanent Establishment)을 보유한 외국 법인은 일반적으로 거주 납세의무자와 동일한 세금 납부 의무가 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(약 5억 원)까지 12.5%를 적용합니다. 연 매출이 48억 루피아를 초과하지 않는 특정 기업은 매출액의 1%를 최종분리과세로 적용합니다.

과세기간은 보통 과세년도 1월 1일부터 12월 31일까지이나 세무당국에 신청 시 과세기간의 변경도 가능합니다.

(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.

전년도 법인세액의 1/12를 매월 분할하여 선납 가능합니다.
결산 시 환급법인세가 발생하는 경우 법인세 환급 지연으로 법인의 현금 흐름을 압박할 수 있으므로 유의해야 합니다.

(4) 부동산 소득에 대한 과세

인도네시아 법인 또는 거주자는 건축권, 토지사용권, 토지개발권이 모두 인정되는데 반하여 외국법인이나 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 취득하기보다는 인도네시아 외국인투자기업(PMA)을 설립한 후 현지 법인 명의로 부동산을 취득하여 간접적으로 관리하는 방법이 좋습니다.

취득한 토지 및 건물에 재산세가 부과됩니다. 과세 대상 물건의 부동산과세적용가치(Nilai Jual Kena Pajak, NJKP)를 활용하여 과세표준을 구하고 여기에 0.5%의 세율을 적용하여 납부할 세액을 구하게 됩니다.

② 개인소득세(Income Tax)

(1) 납세의무자

인도네시아에서 경제활동을 하는 개인의 거주 국적이 인도네시아인 경우 국내·외 모든 소득에 대해 납세의무를 지닙니다. 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 내에 체류하고 있는 경우
- 인도네시아에 1년 이상 근무할 것으로 인정되는 직업을 갖는 등 계속적으로 체류할 의도가 있는 경우 등

[참고] 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 공제받을 수 있음

(2) 세율

개인소득세 세율은 4단계 누진세로 운영되며 개인소득세율은 다음과 같습니다.

그림 Ⅱ-8 개인 소득 세율 출처: KOTRA

과세 대상 소득금액	세율
5천만 루피아(약 600만 원) 이하	5%
5천만 루피아 ~ 2억 루피아(약 2,200만 원) 이하	15%
2억 루피아 ~ 2억 5천만 루피아(약 2,800만 원) 이하	25%
2억 5천만 루피아 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 8년간 소득세를 면제받을 수 있습니다.

- 종업원 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 과세대상이며 업무와 관련하여 회사가 제공한 차량 이용, 주택(사택) 무상사용, 휴가, 업무수행목적 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.

그림 II-9 소득 공제되는 항목과 공제 금액 출처: KOTRA

구분	공제 금액
본인 공제	1,584만 루피아(약 2백만 원)
배우자 공제	132만 루피아(약 16만 원)
부양가족 공제 (최대 3인)	132만 루피아(약 16만 원)
외무관련 공제 (총소득 5% 한도, 1개월 최고 50만 루피아)	600만 루피아(약 72만 원)
사회보장보험 종업원 부담분 (총소득의 2%)	부담금 전액
연금기금의 적립금액 (총소득 5% 한도, 1개월 최고 20만 루피아)	240만 루피아(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 원천징수되지 않는 소득을 포함하여 개인소득세 대상 소득은 먼저 개인납세번호를 부여받고 결산 최종일로부터 3개월이 되는 달 말일까지 신고 납부를 해야합니다.

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 과세 제도를 적용하고 있습니다.

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

(5) 원천징수 제도

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

종업원 원천징수 세액은 급여를 지급한 달의 익월 10일까지 납부해야 하고 또한 익월 20일까지 신고가 이루어져야 하며 이를 이행하지 못하는 경우 10만 루피아(약 12,000원)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 부과받을 수 있습니다.

그림 II-10 개인 소득 원천 징수 세율	출처: KOTRA
구분	원천징수세율
재무부장관 인가된 연기금이 지급하는 연금소득	소득세 누진율
노동자 퇴직금 지금관리조직에 예납된 퇴직금에 대한 이자소득	지급자가 은행: 20% 지급자가 은행 외: 15%
일용근로자 급여 중 일 12,000루피아를 제외한 금액	15%
변호사, 회계사, 건축사, 의사 등 전문직 용역대가	7.5%

그림 II-11 수입 및 특정 물품 거래 소득세율		출처: KOTRA
구분	원천징수세율	과세표준
(1) 수입품 (수입자인증번호 무함 Pengenal Import, API 보유시)	2.50%	수입액 (CIF+수입관세)
(2) 수입품 (수입자진증번호 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 공급가액이 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 경우 매입세액 공제

사업 관련 지출에서 발생한 매입세액은 해당 제품과 직접 관련이 없다 하더라도 동 제품의 매출세액과 상계해야 합니다.

매입세액 비공제 대상은 다음과 같습니다.

- 사업 무관 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.

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 국세청(DGT)은 환급 신청일로부터 12개월 이내에 환급여부를 결정하게 됩니다.

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

(4) 신고 및 납부

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

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 국세청은 환급신청일로부터 12개월 이내에 환급 여부를 결정해야 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 세액 2% 상당의 가산세가 부과됩니다.

- 납세자가 부가가치세 납세의무자로 등록되어 있지 않는 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.

그림 Ⅱ-12 세금계산서 기재사항 및 교부시기	출처: KOTRA
세금계산서 필수 기재사항	- 과세대상 재화와 용역을 제공하는 공급자의 이름, 주소 및 사업자등록번호 - 과세대상 재화와 용역을 공급받는 자의 이름 주소 및 사업자등록번호 - 재화와 용역의 내용, 공급수량 그리고 공급가액과 할인액 - 부가가치세 금액 - 특별소비세 금액 - 코드, 일련번호, 계산서 발행일자 - 권한있는 서명권자의 이름, 직급, 서명
세금계산서 교부 시기	- 과세대상 재화와 용역을 공급한 때 - 과세대상 재화와 용역을 공급하기 이전에 지금 기일이 도래한 경우 그 지금을 받은 때 - 단계별로 업무를 제공하는 경우 계약에 따라 대가를 받기로 한 때 - 기타 인도네시아 세금당국이 정하는 때

그림 Ⅱ-13 연차 신고 납부 세금	출처: KOTRA	
구분	**납부 기한**	**신고 기한**
법인세	결산 최종일로부터 4개월 되는 달 말일(신고 전)	결산 최종일로부터 4개월 되는 달 말일
개인소득세	결산 최종일로부터 3개월 되는 달 말일(신고 전)	결산 최종일로부터 3개월 되는 달 말일
부동산 재산세	세부서로부터 납세통보서 수령 이후 6개월 이내	해당 사항 없음

※ 인도네시아 투자조정청(BKPM) 소개

인도네시아 투자조정청은 기업과 정부 간의 1차 연결창구이며 내국인 및 외국인직접투자를 촉진시키는 업무를 관장하고 있습니다.
투자조정청은 2009년 정부 부처의 조직으로 편성되어 인도네시아 대통령에게 직접 보고하고 있는 특별조직입니다.

국내.외 투자규모를 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.

6) 수입/통관 관련 정보

① 통관 절차

인도네시아 수입통관은 보세업체 통관과 비보세업체 통관으로 크게 2가지로 분류할 수 있습니다.

비보세업체 통관은 매 수입 건별로 수입관세, 부가세, 법인세 등을 납부하여야 합니다.

화물 수입을 할 수 있는 통관방식으로 보세업체가 되면 수입절차가 간단해지나, 내수 판매를 원활히 할 수 없다는 단점이 있어 일반적으로 내수 혹은 내수와 수출을 겸하고자 하는 업체 및 완제품 수입을 하는 업체는 보세 허가를 받지 않고 수입 업무를 진행합니다.

(1) 수입 통관 시 사전 구비 허가서 종류

- API-P: 제조업체용 수입 허가서
  - 외자법인인 경우 BKPM(인도네시아 투자조정청)에서 발급 대행함. 유효기간 항구적
- API-U: 무역 업체용 수입 허가서
  - 외자법인인 경우 BKPM에서 발급 대행함. 유효기간 항구적
- NPWP: 납세자번호(세무등록번호)
  - 발행 기관: 법인 소재 관할 세무서 발행
- NIK: 세관에서 발행
  - 반드시 법인을 세관에 등록하여 발급 받아야 함. 등록 완료 전인 경우 접수증을 근거로 수입 통관 최초 1회에 한해 가능, 추후 수입 불가능
- IT: 2009년 1월 1일부터 아동용 완구, 신발류, 가전제품, 의류, 식음료 등 5대 품목에 대해 등록된 수입업자(IT: Listed/Registered Importers)만 수입을 허용하도록 규제 중. 제출서류가 완비되어 제출된 지 7일(근무일 기준) 이내에 등록수입업자 자격이 부여됨

(2) 수입 통관 절차

- 선적서류 및 수입 신고서 준비
  - 선적 서류(BL, INVOICE, PACKING, INSURANCE POLICY 등) 준비하되 세관 내규에 원본을 첨부하도록 규정되어 있으므로 반드시 원본을 준비
  - 적하 보험증권의 경우 FOB인 경우는 인도네시아에서 부보 가능
  - 한-아세안 FTA 관세혜택을 받으려면 선적서류 속에 원산지증명서(FORM-AK)도 AK-FTA용으로 받아서 포함시키고 적용관세율 항목에 AK-FTA 관세임을 밝혀야 함

- 수입 신고서에 준하여 수입세 납부
  - 수입 관세, 부가세, 법인세
  - 인도네시아의 경우 화물 수입 시 법인세를 선납.
- 수입세를 은행에 납부한 이후 수입 신고서를 세관에 전송(EDI SYSTEM)
- 세관에서는 전송 받은 서류를 근거로 수입 세금이 납부된 은행과 교신하여 수입 세금 납부 여부 확인
- 수입 세금 납부가 확인이 되면 세관에서 수입 신고서 접수
- 수입 신고서 접수 확인이 되면 원본 서류 서류를 세관에 제출
  - 원본 세금 계산서, 원본 BL, 원본 INVOICE, 원본 PACKING LIST, 원본 선하 보험증서
- 세관에서 원본 서류 접수 이후 검사 혹은 무검사 통관 결정
- 검사 통관으로 결정난 경우, 검사관과 함께 화물 검사 실시, 검사 보고서 작성 후 담당관에게 보고서 제출
  - 100% 실제로 화물검사를 실시하므로 반드시 선적서류와 실제화물이 일치해야 함
  - 선적 서류상에 명시되지 않은 화물은 밀수로 간주되어 조정관세 및 벌금 부과됨
- 통관 승인을 받고 화물 출고 동의서 수령
- 창고비 지불하고 출고증 받아 화물 출고

② 기타 수입통관 참고사항

수입 관세는 인도네시아 재무부 산하 관세국에서 발행하는 관세율표에 기준하여 작성하게 되는데, 한-아세안FTA 상품협정에 따라 전체품목의 90%에 달하는 일반품목 공산품에 대한 관세가 2009년 1월 1일부로 면제되었으며, 나머지 민감 혹은 초민감 품목이 3~20%의 관세율을 유지하고 있습니다.

그 밖에 10% 부가세와 2.5%의 법인세(선납 법인세)를 모두 수입통관 시 한꺼번에 납부합니다.

특히 화물수입 시 적용되는 세관 고지 환율이 매 1주일 단위로 변경되어 수입자의 불편이 큽니다. 세관 고지 환율이 매주 월요일 오전 10시에나 결정되어 통지되는데, 은행의 수입세 관련업무 접수 마감시간이 매일 오전 11시로 제한되어 있어 매주 월요일은 수입신고서 준비하는 것만으로 끝이 나고 수입세 납부가 불가능합니다.

세관에서 서류 심사 시 가격이 너무 낮다고 자의적으로 인정되는 부분에 대해서는 조정관세 및 벌금 추징하게 됩니다.

한 달 이내에 추징 관세 및 벌금 납부를 완료하도록 되어 있으나 실제로는 추징고지서 발급 시점에(NOTA PEMBETULAN) 추징금액을 납부하고 세관에 신고해야만 출고 동의서 발급이 가능합니다.

부가세 및 선납 법인 소득세 부분의 현금 환급은 거의 불가능하기 때문에 업체에서 매출 부가세를 기준으로 수입 시 발생한 매출 부가세를 상쇄하는 방식으로 정리합니다. 부가세 환급 신청 시 세무 감사가 나온다는 게 일반적인 정설이므로 부가세 환급이 사실상 기피되는 상황입니다.

③ 항구 및 공항

한국 국적기가 취항하는 곳은 자카르타의 수카르노하타(Soekarno-Hatta) 공항과 발리 덴파사의 응우라이(Ngurah Rai) 공항 두 곳이므로 나머지 지역들은 일단 자카르타에 도착한 후 국내선 편을 이용해야 합니다.

금년 1월 1일부터 아동용 완구, 신발류, 가전제품, 의류, 식음료 등 5개 제품군의 모든 수입은 아래의 5개 지정 항구나 국제공항을 통해서만 할 수 있습니다.

- Tanjung Priok 항구 (자카르타)
- Tanjung Perak 항구 (수라바야)
- Belawan 항구 (메단)
- Soekarno-Hatta 공항
- Dumai 항구 (리아우 지역): 이 항구는 식음료 분야만 수입 허용

④ 운송비용

한국에서 자카르타까지의 순수 해상운임은 2014년 6월 기준, 20피트 컨테이너 450~600달러, 40피트 850~1,000달러 정도 소요되며, 터미널 차지는 2014년 6월 기준, 20피트 컨테이너 기준 95달러, 40피트 기준 145달러가 적용되고 있습니다.

[참고] 식당 수익성 분석 방법

수익성 분석이란 점포의 매출액(수익)과 지출(비용)을 추정하여 이익(수익-비용)까지 계산하는 정량적 분석을 의미합니다.

매출액을 추정하고 비용을 산정한 후 최종적으로 이익을 계산하는 활동은 회계학 지식을 필요로 하므로 사전에 충분한 학습과 조사를 통해 계정과목을 익히고 손익계산서 작성방법을 연습해야 합니다.

한식당 업태별 수익성 분석은 해외에 진출하고자 하는 사업 주체의 의사결정을 지원하는 도구로 활용합니다.

또한 투자 예산과 회수 기간을 고려하여 진출 가능한 도시와 도시 내의 상권 후보군을 식별하기 위한 의사결정 도구로도 활용 가능합니다.

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 가늠하는 척도로 본 모델을 활용할 수 있습니다.

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

수익성 분석에 임할 때는 다음과 같은 내용을 고려합니다.
- 보수적, 현실적으로 추정합니다.
- 추정손익 및 손익분기점(Break Even Point)을 파악합니다.
- 투자대비 경제성(투자수익률법, 회수기간법)을 파악합니다.
- 사업의 장기비전을 분석합니다.

① 매출액 추정

수익성 분석을 위해 가장 먼저 해야 할 일은 매출액을 추정하는 일입니다.

월 매출액은 영업 가능 일수를 감안하여 산출해야 하며, “총매출=음식 매출+주류 및 음료 매출” 또는 “총매출=현금 매출+카드매출”등으로 구분됩니다. 경쟁업체 등을 대상으로 한 현장조사를 통해 추정이 가능합니다.

② 비용 추정

비용을 추정하기 위해서는 점포 운영에 소요되는 비용항목을 손익계산서(기업회계기준) 항목기준으로 산출하는 것이 필요하며 이를 좀 더 구체적으로 살펴보면 다음과 같습니다.

비용항목은 구체적으로 매출원가(식재료비, 조리인력 인건비), 판매비와 일반관리비(홀직원 인건비, 지급임차료, 수도광열비, 신용카드 수수료 등), 영업외 비용(지금 이자) 등으로 구분됩니다.

일반적으로 레스토랑 운영 시에는 주요 비용항목을 식재료, 인건비, 임차료, 기타경비 등으로 구분합니다.

또한 손익 분기점 분석을 위해 세부항목을 고정비와 변동비로 구분할 수 있어야 합니다.

고정비는 매달 변동이 없는 금액을 뜻하는 말로서 급여, 복리후생비, 보험료, 광고선전비 등이 해당됩니다.

매월 똑같이 얼마가 나간다는 것을 미리 알고 있기 때문에 손익분기점을 보기에도 용이하고 경영상 계획을 세울 때도 고정되어 있는 비용이기 때문에 결과 도출이 쉬운 편입니다.

변동비는 매달 예측하기 어려운 금액을 뜻하며, 메뉴 제조에 소요되는 식재료 및 음료 등이 속합니다.

변동비는 매월 변동폭이 커서 예측하기 힘들기 때문에 손익분기점을 계산할 때 고정비보다 변동비에 포커스를 맞추어 계산하므로 변동비용의 정산이 더욱 중요합니다.

③ 추정 손익계산서 작성

손익계산서를 작성하기 위해서는, 매출액 및 매출원가 외에도 법인세 등의 다양한 항목을 고려해야 합니다. 손익계산서 작성 시 필요한 항목 및 항목별 작성 방법은 아래와 같습니다.

그림 Ⅱ-14 추정 손익계산서 작성법 출처: 김영갑 외, 「외식창업론」, 2011

항목	내용
매출액①	- 월 매출액은 영업가능 일수를 감안하여 산출하되, "총매출=음식 매출 +주류 및 음료 매출" 또는 "총매출=현금 매출+카드 매출" 등으로 구분 - 경쟁업체 등을 대상으로 현장조사를 통해 추정 가능
매출원가②	- 메뉴 제조에 소요되는 식재료(양념류 포함), 주류, 음료 원가 - 통상 음식점의 매출원가율은 30% 내외가 적절함
매출이익③ (=①-②)	- (매출액-매출원가)
판매비와 일반관리비④	- 영업이나 관리에 소요된 모든 비용은 판매비와 일반관리비 - 임차료, 급여(인건비), 감가상각비, 연구개발비, 광고선전비, 수도광열비 (수도, 가스, 전기료), 통신비(전화, 유선), 소모품비, 수선비, 각종 수수료 등 - 최근에는 신용카드매출이 많기 때문에 카드수수료를 반드시 비용으로 고려 - 부가가치세는 매출액의 약 7%로 가정 (비전문가의 타당성 분석을 위한 편의상 부가가치세 납부액을 판매비와 일반관리비로 가정하여 처리함)
영업이익⑤ (=③-④)	- (매출이익-판매비와 일반관리비)
영업 외 수익⑥	- 영업활동 이외의 수익으로 이자수익 등이 해당됨 - 음식점에서 발생할 항목은 거의 없음
영업 외 비용⑦	- 차입금액에 대한 이자비용
경상이익(세전이익)⑧ (=⑤+⑥-⑦)	- (영업이익+영업 외 수익-영업 외 비용)
법인세⑨	- 법인은 법인세, 개인은 종합소득세
월 당기순이익⑩ (=⑧-⑨)	- (경상이익-법인세)
참고사항	- 음식점의 업종과 업태에 따른 이익률의 차이가 매우 크므로 통계청 자료나 기타 현장조사 등을 통해 이익률을 확인함 - 신용카드 수수료와 부가가치세 납부세액이 손익계산 시 반드시 고려되어야 함. 일반적으로 프랜차이즈 본부는 사업타당성을 높여 보여주기 위해, 추정 손익에서는 제외하는 경우가 많음 - 손익분기점 분석을 위해 모든 비용을 고정비(임차료, 정규직원 인건비)와 변동비(식재료비, 파트타이머 인건비, 각종 수수료, 수도광열비)로 구분

④ 추정 손익계산서 사례

항목별 작성 방법에 따라 추정 손익계산서를 작성한 사례는 아래와 같습니다.

그림 II-15 추정 손익계산서 예시

구분		금액(원)	비율(%)	비고
매출액①	합 계	50,000,000	100.00	
	현 금	10,000,000	20.00	
	카 드	40,000,000	80.00	
매출원가②	합 계	27,500,000	55.00	
	식재료비	17,500,000	35.00	
	인건비	10,000,000	20.00	- 경영자 인건비 포함
매출 총이익③		22,500,000	45.00	
판매비와 일반관리비④	합 계	15,370,000	30.74	
	지급임차료	5,000,000	10.00	
	감가상각비	3,300,000	6.60	- 투자비 2억 원 가정 (인테리어 등 점포 공사비) - 5년(60개월)으로 상각하는 금액
	수도광열비	2,500,000	5.00	- 관리비 포함
	소모품비	5,000	0.01	
	수선비	400,000	0.80	
	통신비	5,000	0.01	
	복리후생비	1,250,000	2.50	- 회식비, 고용보험 등
	광고선전비	500,000	1.00	
	신용카드 수수료	110,000	0.22	- 카드 매출액의 2.7%
	부가가치세 예수금	2,000,000	4.00	
	보험료	150,000	0.30	- 화재보험료
	잡 비	150,000	0.30	- 기자재 렌트 비용, 세무사 비용 등
영업이익⑤		7,130,000	14.26	
영업 외 이익⑥	수입이자	0	0.00	
영업 외 비용⑦	지급이자	0	0.00	
경상이익⑧		7,130,000	14.26	
법인세⑨		2,139,000	4.28	- 일반 법인세 30% 가정
월 당기순이익⑩		4,991,000	9.98	- 투자수익률(ROI): 2.50%

* 투자수익률(ROI) = 4,991,000원(월 당기순이익) / 200,000,000(투자액) X 100 = 약 2.50%
* 위 손익계산서 내 금액들은 예시를 위하여 임의로 기입한 내용으로 참조 시에 혼동이 없으시길 바랍니다.

[참고] 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 매출 수량을 의미합니다. 이를 다시 표현하면 매출액과 음식점의 총비용이 같아지는 지점을 말합니다.

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

① 순이익 = 매출액 - 총비용

손익분기점이란 '순이익 = 0'이 되는 기점이므로

② 매출액 = 총비용

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

③ 매출 수량 X 단위당 가격 = 변동비 + 고정비

다시 변동비는 단위당 변동비에 매출 수량을 곱하여 구할 수 있으므로

④ 매출 수량 X 단위당 가격 = (단위당 변동비 X 매출 수량) + 고정비

위 식을 매출 수량 기준으로 다시 정리하면 다음과 같습니다.

⑤ 매출 수량 X (단위당 가격 - 단위당 변동비) = 고정비

⑥ 매출 수량 = 고정비 / (단위당 가격 - 단위당 변동비)

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

⑦ 손익분기 매출 수량 = 고정비 / 단위당 공헌이익

아래와 같은 정보가 주어진다면, 이를 기초로 손익분기 매출 수량을 계산해 봅니다.

* 메뉴 판매가격(단위당) = 8,000원
* 메뉴당 변동원가(단위당) = 3,000원 (식재료비, 판매비와 일반관리비 등)
* 레스토랑 고정원가(1개월) = 7,000,000원 (임차료, 인건비, 지급이자 등)

계산을 위의 순서대로 따라하면,

③ 매출 수량 A개 X 8,000 = 3,000A + 7,000,000

④ 매출 수량 A개 X 8,000 = (3,000 X A개) + 7,000,000

⑤ 매출 수량 A개 X (8,000 - 3,000) = 7,000,000

⑥ 매출 수량 A개 = 7,000,000 / (8,000 - 3,000)

⑦ 매출 수량 A개 = 1,400개

즉, 레스토랑은 한 달에 1,400개의 메뉴를 판매하면 손익분기점에 도달하게 됩니다.

다음과 같은 방법으로, 더 빠른 계산이 가능합니다.

단위당 공헌이익은 5,000원(8,000원-3,000원)이 됩니다.
따라서, 손익분기 매출 수량은

⑦ 7,000,000 / 5,000 = 1,400

손익분기점의 매출 수량은 한 달에 1,400개로 위에서 계산한 것과 같은 수가 나옵니다.
또한, 여기에 단위당 가격을 곱하면 손익분기 매출액을 구할 수 있습니다.

1,400개 X 8,000원 = 11,200,000원

즉, 한 달에 11,200,000원의 매출을 올려야, 최소한 손실은 면할 수 있다는 의미입니다.

[참고] 투자수익률법과 회수기간법

매출액 및 비용 추정, 이익 산출, 투자금액 산출 결과를 통해 예비창업자는 투자안의 선택을 위한 타당성 분석을 다양한 방법으로 수행할 수 있습니다.

일반적으로 기업들이 주로 사용하는 타당성 분석기법은 복잡하고 개인이 계산하기에 어려운 부분이 많습니다.

대부분의 분석기법은 투자수익률을 계산한 후, 자신이 목표로 하는 수익률보다 높은지 여부에 따라 사업의 실행 여부를 결정하는 방법입니다.

물론 이러한 계산과정에는 복잡한 재무관련 지식이 필요하므로 전문지식이 없는 사람이 실제로 내부수익률과 순현가법을 계산해내기는 쉽지 않습니다. 하지만 다음과 같은 계산법이 있음을 알고있으면 도움이 될 것입니다.

투자안을 선택하기 위한 타당성 분석 기법은 회수기간법(Payback Period Method), 평균회계이익률법(Average Return on Book Value Method), 순현가법(NPV Method), 수익성지수법(Profitability Index Method) 등 다양합니다.

다양한 타당성 분석 기법 중 소규모 외식사업을 고려하는 창업자는 월 투자수익률이나 투자비 회수기간 등을 통해 간단하지만 명료한 사업타당성 분석을 할 수 있습니다.

아래의 표를 통한 사업타당성 판단 기준 사례는 예비창업자의 사업진입 여부를 결정하는데 참고가 될 수 있을 것입니다.

그림 II-16 사업타당성 판단 기준 예시 출처: 김영갑 외, 「외식창업론」, 2011

사업성 판단 기준	투자수익률/월[1]	투자비 회수기간
매우 양호	4% 이상	2년 이내
양 호	3% 이상	3년 이내
보 통	2% 이상	4년 이내
불 량	2% 미만	4년 이상

투자수익률은 순이익(매출-비용)을 투자금액으로 나누어 산출되는 결과치로, 1억원을 투자하여 월 순이익 400만원을 달성하면 월 투자수익률은 4%가 됩니다.[2] 월 투자수익률이 4%일 경우 1년으로 환산하면 48%가 되므로, 2년이면 96%의 투자수익률을 달성합니다. 이런 상황이라면 모든 투자비를 회수한다고 가정할 수 있으므로 투자비 회수기간은 2년 이내가 되는 것입니다.[3]

소규모 외식업에서는 일반적인 점포임대차 계약이 2년이며, 음식점들의 수명이 2년임을 감안하면, 월 4%라는 높은 투자수익률을 가정할 수밖에 없습니다.

또한, 건물주가 2년 이후에 연장계약을 해주지 않을지도 모른다는 최악의 상황을 고려한 투자수익률입니다. 만약 점포를 임차하는 조건이 아니고, 매입하여 창업을 하는 경우라면 월 투자수익률을 자신의 상황에 적합하도록 조정하면 됩니다.

5년 이내에 투자금 회수가 이루어지는 상황이 우수하다고 판단하면, 자신의 인건비를 비용으로 간주하고, 월 2%의 투자수익률만 얻을 수 있어도 안정적입니다.

[1] 투자수익률(%)/월 = 월 당기순이익 / 총 투자금액 X 100
[2] 소규모 음식점의 경우 감가상각비를 고려하지 않고 간소화한 월 투자수익률법이나 회수기간법을 활용하는 것이 효율적입니다.
[3] 전문성이 요구되는 화폐의 시간적 가치 계산도 간편화를 위해 고려치 않습니다.

1.3 기타 정보

1) 거주허가 비자

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 발생 시 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

비자 유효기간은 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 30일입니다. 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 같은 비자를 사용하고, 최초로 인도네시아에 입국한 시점부터 1년까지 유효하며 매 방문 시마다 60일간 체류가 가능합니다.

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 귀국해 거주하길 원하는 경우

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

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 보증서류, 스폰서 ID Card

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 유효기간의 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(5년간 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.

⑦ 재외국민 등록 안내

외국의 일정한 지역에 계속하여 90일 이상 거주 또는 체류할 의사를 가지고 체류하려는 대한민국 국민(외국 국적자는 제외)은 재외국민 등록을 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 사본을 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) 금융 서비스

① 개인 대출

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

(1) 담보대출

현지주재원과 교포들을 대상으로 담보대출 상품을 제공하고 있습니다. STB L/C, 본인 명의의 예금, 국내 부동산 등을 담보로 한 여신의 경우 1인당 20만 달러 한도 내에서 대출지원이 가능합니다.

(2) 신용대출

무담보 신용대출은 신용이 양호한 차주로서 인도네시아 외환은행 내규에서 정한 자격요건을 충족하고 보증인 2인 이상을 입보시키는 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 한국 소재 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 수입금융(T/R)등 영업활동과 관련한 운전자금 대출이며 대출기간은 회사의 신용도와 회전기간 그리고 평균 수입결제 기간 등을 검토하여 결정합니다.

통상적으로 6~12개월 범위 내이나 원자재수입금융(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. 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: 정관, 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 외국환관리규정 상 해외차입과 관련하여 한국 내 기업이나 개인이 보증 또는 담보를 제공하고자 할 경우에는 하나의 거래외국환은행을 지정하여 담보 및 보증제공 신고를 해야 합니다.

④ 국내은행 진출 현황

(1) 하나은행

하나금융그룹의 '아시아벨트 구축' 전략의 일환으로, 2007년 12월 인도네시아 현지 은행인 'PT Bank Bintang Manunggal'을 인수하면서 인도네시아 금융시장에 본격 진출했습니다.

World Bank 산하의 IFC(국제금융공사)가 2대 주주(지분율 19.9%)로 참여하고 있으며, 2014년 8월 기준 외환은행과 합병, KEB HANABANK로 운영하고 있습니다. 약 30개의 영업점 네트워크(자카르타, 반둥, 보고르, 버카시, 찌까랑, 탕그랑, 수라바야, 살라띠가 등)와 3,800여개의 ATM기(ALTO 로고가 있는 은행 ATM)를 통해 다양한 금융서비스를 제공하고 있습니다.

또한 현지 은행인 BCA(Bank Central Asia)와 업무 제휴를 통해 ATM기 공동 사용 등을 통한 고객 확충에 나서고 있습니다.

(2) 우리은행

1992년 한국상업은행의 현지법인인 Bank Korea Commercial Surya와 한일은행 현지법인인 Hanil Tamara Bank의 합작으로 설립된 Hanvit Indonesia가 있었습니다. 2005년 한빛은행이 우리은행으로 브랜드명을 교체하면서 Hanvit Indonesia도 Bank Woori Indonesia로 사명을 변경하였고, 2014년 8월 기준 현지 MEDCO 그룹의 자회사인 사우다라 은행(Bank Saudara)을 인수, 총 7개의 자체 영업점과 약 118개 가량의 사우다라 은행 네트워크를 보유하고 있습니다.

(3) 수출입은행

수은인니금융은 1992년 인도네시아 현지 합작법인으로 설립했습니다. 주로 한인투자기업에 대해서, 특히 공장 설비 위한 장비 구입 등의 경우, 장비 및 시설에 대한 리스 업무를 하고 있습니다(장비를 수출입 은행에서 구입하고, 장비 사용 회사는 사용료를 지불하는 등의 방식임).

[참고] 인도네시아 이슬람 금융 개요

이슬람 금융이란 이슬람 율법인 샤리아(Sharia)에 근거하여 자금을 운용하는 것으로, 이자 지급 및 반도덕적인 사업에 대한 투자 등을 금지하고 있습니다.

이에 따라 이슬람 금융회사들은 이자지급 대신에 무이자 금융기법의 개발이나 운용 등을 특화하고 있으며, 이를 통한 실물자산의 매매를 금융거래와 연계하여 이자 대신 배당금을 지급하는 형태를 주로 지향합니다.

샤리아(이슬람 율법)에 입각한 이슬람 금융기법에는 무라바하(murabaha), 이자라(ijara), 무다라바(mudaraba), 무샤라카(musharaka) 등이 있습니다.

1) 무라바하(murabaha)

일종의 상품매매계약으로 은행이 고객을 대신하여 주택, 자동차 등 상품을 구입하고 이자에 해당하는 수수료를 붙여 고객에게 매각하는 금융기법으로 이슬람 금융의 60%를 차지하고 있습니다.

2) 이자라(ijara)

이른바 리스계약으로 은행이 건물이나 설비 등을 구입해 투자자(고객)에게 임대료를 받고 대여하며, 만기가 되면 고객은 자산을 은행에 반환하거나 재거래를 통해 취득할 수 있습니다. 무라바하와의 차이점은 자산의 소유권이 리스기간 동안 은행에 귀속된다는 점입니다.

3) 무다라바(mudaraba)

일종의 신탁금융으로 이슬람 금융기관이 무다리부(mudaribu)라 불리는 사업가에 자금을 출자하고 사업가는 프로젝트에 자금과 노동력을 투하합니다. 그 후 프로젝트 완성이 약정기간에 종료하면, 계약에 따라 배당을 지급합니다. 만약 프로젝트가 실패했다 해도, 사업가에게 과실이나 위반 행위가 없는 한 출자한 자금에 대해 책임을 묻지 않습니다.

4) 무샤라카(musharaka)

출자금융으로 일종의 합작투자 형태라고 할 수 있습니다. 즉, 투자자와 사업가의 공동 출자를 통해 이익 또는 손실을 사전계약에 따라 배분하는 금융기법입니다.

3) 지원기관 및 분야별 전문업체 정보

① 공공기관 및 정부 주요기관

기관명	연락처
Minister of Trade	홈페이지: www.depdag.go.id
Minister of Home Affairs	홈페이지: www.depdagri.go.id
Minister of Foreign Affairs	홈페이지: www.deplu.go.id
농수산식품유통공사 자카르타지사	전화번호: +62-21-2995-9032~3 주소: The Energy Building 20th FL, Zone F, SCBD Lot. 11A JL. Jenderal Sudirman Kav 52-53, Jakarta 12190 Indonesia

② 법무법인/회계법인

기관명	연락처
법무법인 YSM & Partners	전화: +62-21-525-5959 주소: Korea Center Building Suite 202, Jl. Gatot Subroto No. 58, Jakarta 12950, Indonesia
법무법인 LSW & Partners	전화: +62-21-520-7153 주소: Korea Center Building 4th Floor, Jl. Gatot Subroto No. 58, Jakarta 12950, Indonesia
회계법인 KPMG	전화: +62-21-574-2333 주소: 33rd Fl. Wisma GKBI, Jl. Jend Sudirman, Jakarta 10210, Indonesia
회계법인 Deloitte	전화: +62-21-231-2879 주소: The Plaza Office Tower 32nd Floor, Jl. M.H. Thamrin Kav 28-30, Jakarta 10350, Indonesia

③ 한인단체

기관명	연락처
인도네시아 한인회	전화: +62-21-521-2515 주소: Korean Association Bldg. Jl. Gatot Subroto Kav.58, Jakarta Selatan 12950, Indonesia 홈페이지: http://www.innekorean.or.id/hanin
한인포스트	전화: +62-21-4586-9199 주소: 2FL, Club House Gading Resort, Gate C, Kelapa Gading Square (MOI), Jl.Boulevard Barat Raya, Jakarta Uatra 14240, Indonesia 홈페이지: http://hainpostcom.cafe24.com

[참고] 한식당 운영 실무 정보

식당을 운영하는 도중 생길 수 있는 여러 어려움들에 대처할 수 있도록 미국 레스토랑협회(NRA)에서 제안하는 조언들을 소개해드립니다. 해당 내용은 일반적인 외식경영관련 조언이며, 도시별로 상이할 가능성이 존재하므로 해석 유의바랍니다.

1. 경영주의 목표에 직원들을 잘 따르게 하는 Tip

① 고용 초기 단계부터 직원에게 명확히 원하는 바를 알립니다.

고용 초반에 시간을 들여서 경영주가 원하는 업무 방식 및 기준에 대해서 직원과 명확히 소통해야 합니다. 그러면 나중에 발생할 문제를 줄일 수 있을 것입니다.

② 글로 적는 습관을 들입니다.

직원이 알아야 할 정보를 적어 놓으면 불필요한 의심을 없앨 수 있고, 또한 직원들에게 메뉴얼 및 핸드북을 숙지하라고 적극 권하는 계기가 될 수 있습니다.

적어놓은 것들은 모든 직원에게 간단한 가이드북이 될 수 있고 경영주가 추구하는 목표에 대한 증거가 됩니다. 회의 때 적어놓은 노트들도 무엇을 지시했는지에 관한 혼란을 줄일 수 있습니다.

③ 직원들이 지켜할 규칙들은 경영주도 지켜야 합니다.

직원들이 경영주의 적절치 못한 행동을 목격하면, 그때부터 경영주의 지시는 효력을 잃게 됩니다. 직원들은 경영주의 행동을 가이드처럼 여기고 있으므로 적절하게 대처하고 행동해야 합니다.

④ 직원들에게 피드백을 제공합니다.

직원 스스로는 자신의 행동에 대한 파악을 할 수 없습니다. 따라서 직원의 행동에 대해 경영주가 지속적으로 피드백을 주어야 합니다.

긍정적인 피드백으로 직원은 자신의 행동이 경영주의 기대치에 부응했다는 것을 알 수 있게 됩니다.

건설적인 비판은 직원들의 어떤 부분이 발전해야 하는지를 정확히 알려줍니다.
경영주의 피드백은 직원들의 업무 능력 향상을 위한 필수 요소 입니다.

⑤ 직원과 대화를 합니다.

직원들이 혼날 수 있다는 두려움이 없이 경영주에게 편하게 질문하고, 상담할 수 있는 환경을 만듭니다.

2. 식당 평가 사이트에서 좋은 평가를 받는 Tip

최근에는 인터넷 매체가 외식 시장에 미치는 영향이 크기 때문에, 경쟁력 있는 식당이 되기 위해서는 온라인 리뷰들을 관리하여야 합니다.

최근에 작성된 긍정적인 온라인 리뷰들이 많을수록 고객들이 식당을 선택할 가능성이 높아집니다.

새로운 고객들을 유치하고, 단골 손님들 호평을 수집 하기 위해서 경영주는 적극적으로 온라인 평가에 대한 관리를 할 필요가 있습니다.

식당 평가 사이트에서 좋은 평가를 받는 5가지 tip은 다음과 같습니다.

① 고객이 계산할 때 영수증과 함께 리뷰 작성 방법이 적힌 인쇄물을 건넵니다. 고객들이 어떤 웹사이트에서 리뷰를 쓸 수 있는지 안내해주고 그들이 리뷰를 작성하면 서비스를 제공합니다. (리뷰 작성 후 방문 시 10% 할인 또는 무료 디저트 제공 등)

② 테이블 위의 소품에 QR코드를 붙여서 고객들이 식사 중에 리뷰를 작성할 수 있는 기회를 제공합니다.

③ 운영 중인 식당의 소개 페이지를 최대한 많은 평가 사이트에 작성합니다. 식당의 정보가 보다 많은 리뷰 사이트에 노출 될수록, 고객들은 식당을 더욱 쉽게 찾고 더욱 쉽게 리뷰를 올릴 수 있을 것입니다.

④ 식당의 SNS에 식당 평가 사이트를 링크합니다. 페이스북과 같은 식당의 SNS는 지인들이나 단골 손님들이 리뷰를 작성해 줄 수 있는 가장 좋은 통로입니다. 리뷰를 남겨준 단골 손님이나 지인들에게는 감사의 말을 꼭 하는 것이 좋습니다.

⑤ 모든 부정적인 리뷰에 답변하고, 관련된 문제점을 고칩니다. 부정적인 리뷰들을 무시하거나 지우는 것은 식당의 온라인 평가에 부정적인 영향을 끼칠 수 있습니다.

3. 메뉴 디자인을 통해 고객들의 시선 끌기

메뉴판을 잘 만드는 것도 식당의 성공을 이끄는 하나의 방법이 될 수 있습니다. 메뉴판은 고객과 직접적으로 소통하는 하나의 도구이고, 메뉴판에 의해 고객들의 선택이 달라질 수 있을 정도로 매우 중요한 역할입니다.

또한 메뉴판이 고객의 판매 욕구를 끌어올리는 역할을 잘 해야, 홀 직원들이 판매에 신경을 덜 쓰고 음식을 정갈하게 서빙하는 것에 집중 할 수 있습니다.

효과적인 메뉴판을 만들기 위해서는 그 디자인이 식당의 전체 이미지와 통일되어야 합니다. 메뉴판도 식당 정체성을 나타내는 일부로 생각하고, 그 통일성을 지키며 디자인해야 합니다.

좋은 메뉴판을 만들기 위해서는 가장 먼저 타겟 고객층을 생각해야 합니다.
그들이 선호하는 것이 무엇인지 정확히 파악하고 그 선호에 맞추어 디자인해야 더 많은 고객들의 선택을 받을 수 있습니다.

다음은 메뉴판 디자인 할때의 4가지 tip입니다.

① 색상

색상은 사람에게 심리적인 영향을 미치기 때문에 보다 더 많은 공을 들여서 선택해야 합니다. 알맞은 색상은 매장의 분위기, 개성을 느끼게 해주며 고객의 식욕을 돋우고, 음식에 집중할 수 있도록 해줍니다.

② 시각자료

가장 판매하고 싶은 메뉴의 설명 가까이에 좋은 질의 사진과 같은 시각자료를 배치합니다. 이것은 음식을 홍보하는 가장 효과적인 방법입니다.

사진 II-1 매장과 메뉴판의 색상을 일치 시킨 맥도날드

③ 글자체

글자체를 선택할 때는 타겟 고객층을 고려해야 합니다.
예를 들어, 주 고객이 노년층이라면 큰 글씨를 선호할 것입니다.

메뉴의 글자체는 너무 멋을 낸 것 보다는 읽기 쉬운 것이 좋고, 한 메뉴판에서 3개 이상의 글자체가 쓰이는 것은 좋지 않습니다.

④ 배치

신문의 기사문 배치처럼 메뉴 역시 중요도에 따라 배치하는 것이 중요합니다.

일반적으로 가장 많이 주목 받는 위치는 제일 앞장의 오른쪽 윗 부분입니다. 그 다음으로 주목을 받을 수 있는 곳은 각 페이지의 가장 윗부분과 가장 아랫부분입니다.

4. E-mail 활용 Tip

E-mail을 통한 홍보는 고객들과 관계를 유지하고, 수익을 올리는 가장 효과적인 방법 중 하나입니다.

다음은 경영주들이 E-mail 마케팅을 기획할 때 참고하면 좋을 8가지 tip입니다.

① 고객에게 이익이 되는 내용이 되도록 본문을 작성합니다.

고객에게 특별 서비스를 제공한다는 안내 메일이 가장 대표적인 예입니다. 다른 매체를 통해서는 제공하지 않는 VIP 서비스 등과 같은 혜택을 E-mail을 통해서만 제공하는 것입니다.

② 창의적으로 내용을 작성합니다.

흥미로운 소식 및 행사 등에 대한 내용으로 고객들의 이목을 끌어야 합니다.

최근에는 E-mail을 통한 홍보물들이 많아서, 고객 메일함의 수많은 메일 중 눈에 띄는 E-mail이 되는 것이 중요합니다. 특별한 날이나 공휴일에 식당에 올 수 있도록 특별한 프로모션을 진행하는 것도 좋은 방법입니다.

③ 이용하기에 편하고 좋은 서비스를 제공하고 있는 E-mail 배포자를 찾습니다.

E-mail 홍보에서 배포는 가장 중요한 부분이므로 이 과정을 간과해서는 안됩니다. 배포자가 우수업체에 포함되어 있는지 알아봐야합니다. 우수업체가 아닐 경우, 홍보 E-mail이 스팸 메일함에 들어갈 수 있습니다.

④ 온라인과 오프라인 채널을 결합합니다.

식당의 E-mail 홍보에 대해서 고객들이 알 수 있도록 매장, 지역 행사, 홍보지, 온라인 등에서 E-mail 홍보를 알립니다.

직원들이나 고객들에게 E-mail 홍보를 알리면 인센티브를 주는 등의 방법들도 효과적입니다. 이렇게 여러 매체를 통합하여 E-mail 홍보를 알리면 홍보 효과가 더욱 증진됩니다.

⑤ E-mail의 신빙성을 높입니다.

E-mail의 신빙성을 높여, 포함된 내용들이 모두 사실임을 명확히 전달합니다. 이것 역시 식당의 홍보 E-mail이 스팸 메일함에 들어가는 것을 방지합니다.

⑥ 발신자를 명확히 합니다.

모든 E-mail에서 식당의 연락 정보와 브랜드를 명시합니다.

고객들은 발신자가 알고있는 식당인 것을 인식했을 때 더욱 친숙하게 느낄 수 있습니다. 또한 고객이 E-mail에서 소개한 서비스에 대한 문의 사항이 생겼을 때 본문에 적힌 연락 정보는 유용히 쓰입니다.

⑦ 회사의 E-mail 관련 규정을 설명합니다.

고객들이 이해하기 쉽게 회사의 E-mail 규정 설명을 삽입합니다.
이것은 고객들이 E-mail을 더욱 신뢰할 수 있게 하는 요인이 됩니다.

⑧ E-mail 발송 빈도를 관리합니다.

홍보 E-mail을 너무 자주, 혹은 너무 가끔 보낸다면 고객이 홍보 E-mail 주소를 삭제할 수 있습니다. 한달에 한번이나 두번 정도가 적당한 빈도입니다.

5. 효과적인 직원 동기부여 Tip

직원 동기부여는 직원의 장기 근속에 중요하고 또한 고객들에게 좋은 외식 경험을 제공하는 데에도 중요합니다.

효과적인 직원 동기부여를 위한 4가지 tip은 다음과 같습니다.

① 참여를 장려합니다.

식당의 개선을 위한 아이디어를 공유하며 문제 해결 방법을 함께 나눕니다. 식당의 성공을 함께 고민하는 직원들은 식당에 대한 애착을 키울 수 있고, 더욱 열심히 일할 것입니다.

② 책임을 공유합니다.

상호 책임을 증진하여 '우리는 동료'라는 생각을 키웁니다. 맛있는 요리를 만드는 것부터 사소한 청소업무까지 똑같이 가치가 있고 모든 업무가 식당의 궁극적인 목표를 위한 절차라는 것을 강조하면, 직원들은 자신의 업무의 목적을 깨닫고 열정을 키울 수 있을 것입니다.

③ 투명하고 공정해야합니다.

모순적인 태도와 편애는 직원의 사기를 죽일 수도 있습니다. 모든 직원들을 똑같이 대우하고, 그들한테서 무엇을 기대하고 있는지 알리는 것이 중요합니다.

④ 도움을 줍니다.

육아 및 가정 문제 등 업무 외의 문제 또한 직원의 능률에 영향을 미칩니다.
이런 부분에 있어서, 직원에게 도움을 줄 수 있는지 확인하거나 배려해 주는 것은 직원들에게 감동을 주는 원인이 됩니다.

6. 채용에 SNS를 이용하는 Tip

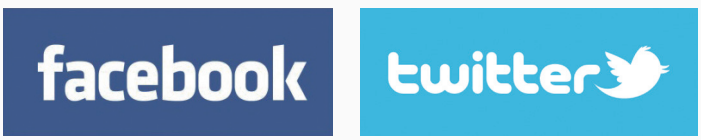
많은 사람들이 이용하는 대표적 SNS인 'Facebook(페이스북)' 페이지에 채용 관련 내용을 공지합니다.

특히 지원 사이트로 링크를 거는 것이 아닌, '페이스북' 페이지를 통해 지원을 할 수 있도록 하여 지원자들의 번거로움을 줄이는 것이 중요합니다.

또한, '페이스북' 광고를 이용하여 채용하고자 하는 지역 근처 사용자들에게 집중적으로 홍보를 하는 것도 효과적입니다.

통계학적으로 사람들이 온라인 상에서 보내는 시간의 70%가 SNS 사이트이며, 특히 온라인에서 보내는 시간의 15% 이상을 페이스북에 사용하기 때문에 SNS를 통한 채용 공고는 보다 많은 구직자들에게 노출될 수 있습니다.

채용 공고를 올릴 '페이스북' 페이지에는 업무 설명 및 연락 가능한 번호/이메일 주소를 남기는 것 또한 중요합니다. 그 중에서도 지원자들이 궁금한 사항을 바로 물어볼 수 있고, 이력서도 보낼 수 있는 이메일 주소는 가장 중요합니다.



7. 면접 시 꼭 물어봐야 할 질문과 피해야 할 질문

면접 시 잘못된 질문은 해당 국가 및 도시의 반 차별법에 의하여 면접관에게 불이익이 갈 수도 있습니다.

그러므로 업무와 관련된 내용만 질문하고 불필요한 정보는 요구하지 않는 것이 중요합니다.

다음은 잘못된 질문은 피하면서 원하는 정보를 얻어내는 방법의 4가지 tip입니다(단, 국가와 지역의 법에 따라 차이가 있을 수 있음).

① 장애

- 질문할 것: 지원자에게 직무 내용 및 절차를 설명하고 각 절차에서 필요한 신체적 요건에 대해 명확히 설명합니다.
- 질문하지 말 것: 지원자에게 장애 유무를 직접적으로 물어보지 않습니다.

② 가족관계

- 질문할 것 : 지원자에게 업무 시간에 대해 설명하고 특별한 경우가 아닌 이상 업무 시간을 변경할 수 없으며, 이러한 요구 사항을 충족 할 수 있는지 물어봅니다.
- 질문하지 말 것: 결혼 여부, 자녀의 수 등에 대해 질문하지 않습니다.

③ 시민권/국적

- 질문할 것: 지원자에게 해당 국가에서 일 할 자격이 되는지 물어보며 자격 증명서 제시를 요구합니다.
- 질문하지 말 것: 지원자가 어디에서 태어났는지 물어보지 않습니다.

④ 범죄/체포 기록

일반적으로 범죄 기록 관련 질문은 피하는 것이 좋습니다. 하지만, 지원자의 범죄 경력이 작업 수행 시, 문제를 일으킬 수 있다고 생각되면 (돈과 관련된 업무 수행등), 경범죄 또는 사소한 교통위반 이외의 범죄 행위를 행한적이 있는지 물어봅니다.

또한, 지원자의 대답이 지원 자격을 박탈하는 것이 아니라 단지 고려요인 중 하나라는 것을 강조합니다. 과거에 체포된 적이 있는지는 물어보지 않는 것이 좋습니다.

8. 피크타임이 아닌 시간대에 매상 올리는 방법

피크타임이 아닌 시간대에 매상을 올리고 싶다면, 기존 고객을 감소시키지 않으면서 사람들의 소비심리를 자극하기 위한 노력을 해야 합니다.

다음은 피크타임이 아닌 시간대에 새로운 수요를 창출해낼 수 있는 방법에 대한 3가지 tip입니다.

① 아침과 이른 오후

아침시간에 매출을 올리고 싶다면 생과일, 견과류 스낵, 베이글과 같은 작은 음식들을 파는 것이 좋습니다. 아침식사 대용으로 좋은 이런 음식들은 영양보충을 위해 점심 전후에도 먹을 수 있기에 판매가 용이합니다.

점심과 저녁 중간 시간도 매출 증가에 활용 할 수 있습니다. 많은 경영주들이 오후 2시를 간식 파는 시간대로 활용하고 있으며, 많은 패스트 캐주얼 레스토랑은 오후 2시와 4시 사이의 시간대에 할인 메뉴를 제공하고 있습니다.

② 해피아워(Happy Hour)

많은 식당 경영주들은 '해피아워 (보통 오후 5시부터 7시 사이)' 또한 중요한 영업 시간으로 활용하고 있습니다. 해피아워는 고객들이 비용을 아끼면서 외식 할 수 있는 기회를 제공합니다. 보통 할인된 가격의 칵테일, 에피타이져 등이 해피아워에 제공되는 메뉴입니다.

또한 해피아워는 저녁식사 타임과 연결하는 다리역할을 하기도 합니다. 경기가 안좋을 때 손님들은 여러 가게들을 다니기 보다 한 곳에서 오래 시간을 보내는 경우가 증가합니다.

③ 늦은 밤

저녁시간 이후의 늦은 밤에 방문하는 고객들이 무엇을 원하는지 파악하는 것이 가장 중요합니다. 예를 들어, 늦은 밤에 식사하러 오는 사람들 중에는 파티나 떠들썩한 술자리 이후 새로운 분위기를 즐기기 위해 오는 젊은이들이 많을 수 있습니다.

이러한 그룹에게는 즐겁고 활기찬 분위기의 식당이 좋을 것입니다. 메뉴 역시 보통 저녁시간에 나오는 정찬보다 여러 명이 나눠먹을 수 있는 간단한 미니버전으로 준비하는 것이 효과적일 수 있습니다.

INDEX

주요지표

면적 8
인구수 8
GDRP/GDP(명목) 25
물가상승률 29
가처분소득 30
외국인투자 27
에스닉별 점유율 45
식음료지출 30
한식당 수 70
재외동포수 67

산업정보

경제 동향 32
외식산업 정책 24
식품산업 정책 24
경제 활성화 정책 18
투자 정책 21
이민 정책 23
인종 구성 9
주식 및 식습관 15
전통음식 16
언어 10
날씨 9
종교 11
외식산업 규모 33
외식산업 업태별 현황 34
주요 에스닉 식당 진출 현황 47
외식시장 트렌드 36
한식산업 규모 70
한식당 진출 현황 70
외식 소비자 특성 39
외식 소비 특성 42
한류 14

실무정보

사업자 등록 절차 74
인허가 요건 및 관련 법규 78
부동산 관련 유의사항 80
세무 관련 정보 104
노동법 관련 유의사항 92
보건/위생 관련 유의사항 86
수입/통관 관련 정보 113
수익성 분석 116
금융 서비스 128
상권현황 52
집객시설 53

글로벌 한식당 운영 길라잡이 [자카르타]

A Guidebook for Managing a Korean Restaurant in **Jakarta**

발행월 | 2015년 6월
발행 | 한식재단
연구수행기관 | 언스트앤영 어드바이저리
디자인 | 은다로미

주소 | 서울특별시 서초구 강남대로 27 (양재동 232) aT센터 1306호
전화 | 02-6300-2071
팩스 | 02-6300-2055
홈페이지 | www.koreanfood.net / www.hansik.org

이 책에 실린 모든 저작물과 관련 정보들은 '해외 외식 및 한식산업 정보시스템' 및 '한식포털(www.hansik.org)'을 통하여 보다 상세히 확인하실 수 있으며, 해당 내용의 일부 또는 전부를 재사용하려면 반드시 저작권자의 동의를 얻어야 합니다.