

	인도네시아(자카르타) 통상사무소	작성팀	마케팅지원팀
	해외동향보고서	담당자	하원정 소장
		일시	2023.11.

CEPA Insight

- 인도네시아 전자상거래 관련 규정 강화
- 8가지 품목 수입 규제 강화로 수입품 진입 제한

< 2023년 10월 기준 對 인도네시아 교역현황 >

구분	수출액	전년 동월대비 증감율	수입액	전년 동월대비 증감율	무역수지
전국	657,165천불	-16.7%	797,512천불	-33.1%	-140,347천불
충남	35,803천불	-33.2%	81,794천불	63.6%	-45,991천불

※ 출처: 한국무역통계(<http://stat.kita.net/>)

■ 인도네시아 전자상거래 관련 규정 강화

- 전자상거래 시장 확장에 따른 인도네시아 정부 우려로 인한 소셜커머스 부분 규제

- 인도네시아의 전자상거래 시장은 국제적인 관심을 받고있는 중요한 시장 중 하나임. 그러나 인도네시아 정부는 이러한 동향을 긍정적으로 받아들이지 않고 있음. 전반적인 디지털 경제의 확대로 이어지는 전자상거래 시장의 성장은 국내 경제에 큰 이점을 줄 수 있지만, 정부는 자국 기업의 성장을 저해할 수 있는 요인이라고 우려하고 있음.
- 인도네시아 정부의 주요 우려는 이커머스 플랫폼을 통해 중저가 제품, 특히 중국 제품이 더 많이 유입되고 있다는 점에서 시작됨. 특히, 2023년 6월에는 틱톡의 바이트댄스가 인도네시아에 투자하고 사업을 확장한다는 발표가 있어 정부의 우려가 더욱 고조됨. 이에 따라 정부는 틱톡에 소셜미디어 사업에 집중하고 이커머스 사업을 자제하도록 촉구함.
- 이러한 요청에 따라, 틱톡은 2023년 10월 4일 오후 5시부터 틱톡숍 운영을 중단하겠다고 발표했고, 인도네시아에서 가장 큰 해외직구 플랫폼인 쇼피(Shopee)도 2023년 10월 4일 오후 10시를 기점으로 크로스보더 제품(국경을 뛰어넘는 직구제품 등) 판매를 금지함.
- 인도네시아 무역부는 기존 규정을 개정해 시행 중에 있음. 개정된 주요 내용들은 '소셜

미디어와 이커머스 플랫폼 분리, 틱톡 등 소셜커머스의 생산 및 전자결제 금지(제품과 서비스에 대한 홍보만 가능), 해외 직접구매 제품의 할랄 인증, 국가표준인증(SNI), 식약청(BPOM) 유통 허가 취득 의무화, 최저 수입 거래금액 US\$ 100으로 설정' 등임.

(출처: KOTRA, 2023.11.03)

■ 8가지 품목 수입 규제 강화로 수입품 진입 제한

- 정부는 수입 정책 및 규제에 관한 무역부 장관 규정(Permendag) 2022년 25호를 개정하여 수입품의 인도네시아 진입을 제한하고 있음. 이 수입품 개정안은 가방, 전자 제품, 전통 의약품 및 건강 보조식품, 화장품, 기타 섬유 완제품, 어린이 장난감, 신발, 의류 등 8개 상품에 대한 수입 무역 시스템을 Post Border에서 Border로 변경하는데 초점을 맞춤.
- "Border"는 세관 구역내에서 세관원이 수행하는 감독이며, "post border"는 세관 구역을 벗어나 지역사회에 유통된 후 관련 부처나 기관이 감독한다는 내용임.
- 8가지 특정 수입품에 대한 감독은 세관원이 국경 세관 구역에서 수행하게 되며 개정된 규정에 따라 서류 요건이 달라짐. 수입 정책 및 규제에 관한 2022년 무역부 장관 규정(Permendag) 제25호에 따르면, 개별 수입업자가 수입 사업 허가를 받기 위해서 온라인으로 신청서를 제출하고 납세번호(NPWP)와 사업허가서(NIK)를 보유해야 한다고 명시되어 있음.

(출처: 한인포스트, 2023.11.07)

<p>Retail e-commerce revenue in Indonesia from 2017 to 2027 (in billion U.S. dollars)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Year</th> <th>Revenue (in billion U.S. dollars)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2017</td><td>9.01</td></tr> <tr><td>2018</td><td>14.65</td></tr> <tr><td>2019</td><td>22.41</td></tr> <tr><td>2020</td><td>35.34</td></tr> <tr><td>2021</td><td>55.97</td></tr> <tr><td>2022</td><td>55.97</td></tr> <tr><td>2023</td><td>68.54</td></tr> <tr><td>2024</td><td>77.67</td></tr> <tr><td>2025</td><td>88.55</td></tr> <tr><td>2026</td><td>96.22</td></tr> <tr><td>2027</td><td>104.1</td></tr> </tbody> </table> <p>Sources: Statista, Statista Digital Market Insights © Statista 2023 Additional Information: Indonesian, Statista Digital Market Insights</p>	Year	Revenue (in billion U.S. dollars)	2017	9.01	2018	14.65	2019	22.41	2020	35.34	2021	55.97	2022	55.97	2023	68.54	2024	77.67	2025	88.55	2026	96.22	2027	104.1	<p>PERHATIAN! IMPOR BARANG DIPERKETAT</p>
Year	Revenue (in billion U.S. dollars)																								
2017	9.01																								
2018	14.65																								
2019	22.41																								
2020	35.34																								
2021	55.97																								
2022	55.97																								
2023	68.54																								
2024	77.67																								
2025	88.55																								
2026	96.22																								
2027	104.1																								
<p><인도네시아 이커머스 소매판매 매출액 성장 추이(2017~2027)></p>	<p><경제부 조정장관인 아이르랑가 하르타르토 언론 성명 발표></p>																								

■ 시사점

- 인도네시아는 현재 제품 품질 향상과 현지 제품 지원을 강조하면서 제품 수입에 관한 개정된 규정을 시행하는 과정에 있음. 인도네시아에서 시장 입지를 확립하거나 확장하려는 한국 기업은 이러한 변화하는 규정을 면밀히 모니터링하고 이에 맞춰야 함. 업데이트된 규정을 준수하는 것은 규제 준수에 중요할 뿐만 아니라 한국 기업이 인도네시아 소비자 선호도에 맞는 더 많은 제품을 출시하고 현지 산업 지원에 기여할 수 있는 수익성 있는 전략임. 끝.