



관 광



인도네시아 비즈니스,
사례에 답이 있다

1. 인도네시아 관광 산업 현황

인도네시아 관광산업은 아웃바운드(인도네시아인의 해외 여행), 인바운드(외국인의 인도네시아 여행) 모두 꾸준하게 성장세를 보이고 있다.

2012년 기준으로 아웃바운드는 730만명으로 전년대비 8.3% 증가하였고 인바운드는 804만명으로 전년대비 5.2% 성장하였다. (아래 표 1 참고)

2008~2013년 인도네시아 아웃바운드, 인바운드, 국내 여행 통계(표1)
(단위 : 천명)

연도	Outbound Visitor	증감율 (%)	Inbound Visitor	증감율 (%)	Domestic Visitor	증감율 (%)
2008	5,486	6.4	6,235	13.2	225,041	1.9
2009	5,053	▲7.9	6,324	1.4	229,731	1.9
2010	6,235	23.4	7,003	10.7	234,377	1.9
2011	6,750	8.3	7,650	9.2	236,752	1.9
2012	7,311	8.3	8,044	5.2	245,290*	2.0
2013	-	-	8,802	9.4	-	-

* : 추정치

인도네시아인의 해외여행이 매년 증가하는 이유는 경제성장으로 국내 소득수준 향상, 중산층 확대, 이에 따른 고급품 구매증가 등으로 소비가 확대되면서 자연스럽게 여행 욕구도 증가하였기 때문이다.

인도네시아인의 해외여행 주요 목적지는 2012년을 기준으로 인접국인 싱가포르(259만명), 말레이시아(213만명)로 전체규모의 64.7%를 차지하고 있고, 이어서 중국(61.4만명), 홍콩(52만명), 사우디아라비아(40만명), 태국(37만명), 마카오(20만명), 대만(15.6만명), 호주(14만명), 한국(12.5만명) 순이다. 2012년 인도네시아인의 해외 방문시 지출한 금액은 71억7천만 달러로 추정된다.

인도네시아를 방문하는 주요 10개 국가는 2013년 기준으로 싱가포르(138만명), 말레이시아(124만명)로 전체규모의 29.8%를 차지하고 있고, 이어서 호주(93.8만명), 중국(74.8만명), 일본(47.5만명), 한국(32.5만명), 미국(22.2만명), 영국(22.1만명), 대만(21.8만명), 인도(20.5만명) 순이다. 2013년 외국인 방문객을 통해 인도네시아가 벌어들인 수입은 100억5천만 달러를 기록했다.

한편 국내여행은 2012년 기준으로 2억 4,530만명으로 추정되며 전년대비 2.0% 성장에 그치고 있다. 이는 외국에 비해 상대적으로 국내의 관광인프라(교통, 도로, 숙박, 관광정보 안내, 볼거리 등)가 부족하기 때문이다.

2. 한-인도네시아 관광산업 현황

2013년 기준으로 한국인의 인도네시아 방문은 324천명으로 전년대비 6.8% 증가하였고 인도네시아인의 한국 방문은 189천명으로 전년대비 26.8%로 크게 증가하고 있다. (아래 표 2 참고)

2009~2013년 한-인도네시아 여행객 통계(표2)
(단위 : 명)

구 분	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년
한국인 방문 (한국⇒인도네시아)	260,314	281,785 (8.25%)	300,174 (6.53%)	303,856 (1.23%)	324,560 (6.81%)
인도네시아인 방문 (인도네시아⇒한국)	80,988	95,239 (17.6%)	124,474 (30.7%)	149,247 (19.9%)	189,189 (26.8%)

한국인의 인도네시아 방문은 주로 자카르타와 발리이다. 자카르타는 상용관광객수는 지속적으로 증가하고 있으나 발리는 레저(leisure)방문객이 정제되어 최근 5년 동안 연평균 5.7%로 성장 중이다. 한편 인도네시아인의

한국방문은 최근 5년간 연평균 23.6%로 급증하고 있다.

이는 한-인도네시아의 경제 교류 확대, 한류 인기 확산, 한-인도네시아 항공 직항 증가, 여행경비 인하, 관광목적지로서 한국의 인기가 지속되고 있기 때문이다. 인도네시아에 진출한 한국 여행관련 업체 수는 47개로 추정되고 있으며, 주로 주재원 또는 한인동포를 대상으로 여행서비스를 제공하고 있다.

최근 인도네시아인의 한국 방문 횟수가 증가함에 따라 2013년부터 국내 여행사인 하나투어, 롯데투어, 모드투어 등이 현지 사무소를 개설하여 인도네시아인 송출사업을 지원하는 사례가 증가하고 있다.

3. 향후 전망과 과제

인도네시아의 2억 5천만명의 인구, 연 6%대의 경제성장과 잠재성을 고려할 때 향후 인도네시아 관광산업(특히 아웃바운드)의 발전 가능성은 매우 높다고 할 수 있다.

이를 위해 우리 여행업계는 다양한 한국 방문 프로그램을 개발하고, 인도네시아인을 대상으로 판촉을 강화할 필요가 있다. 또한 한국 정부와 지자체 및 유관기관은 한국 이미지를 지속적으로 제고하면서 한국방문 비자 간소화, 할랄 식당과 기도처 확충, 인도네시아어 구사 관광가이드 확충, 인도네시아어 관광정보와 중저가의 숙박시설 확대 등의 관광인프라 개발도 지속적으로 확대할 필요가 있다.

주요 진출사

기 관 : 한국관광공사 인도네시아 지사

여행사 : 레드캡 인도네시아, 하나투어, 롯데, 모드투어,

부미 관광 등 다수있음

MICE(Meeting, Incentives, Convention,Exhibition), 상용 전문여행

기업명 레드캡 인도네시아

기업 개요

기 업 명 : PT.REDCAP INDONESIA

주 사 업 : 여행업/항공권(국,내외)예약 발권, 대관업무,
KITAS, VISA 대행업무, 관광

사 업 장 : Jakarta

1. 진출 배경

레드캡 투어는 LG관계사로 한인동포, 인도네시아인 상용여행객 편의 제공과 인도네시아 여행 시장의 성장 잠재력 등을 고려하여, 2004년 4월 1일 여행 서비스와 대관업무(KITAS, VISA 대행 및 현지 회사설립 대행) 서비스 제공을 목적으로 인도네시아 지사를 설립하며 진출했다.

대부분 한국인이 주도하는 여행사들은 현지 법인으로 설립되었으나, 레드캡 인도네시아(이하 레드캡 투어 지사)는 한국에 본사를 둔 상장기업으로서 매년 6천여명의 고객(한국인, 인도네시아인)을 해외로 송출하고 있다. 레드캡 투어 지사는 항공권 예약 발권, 호텔 객실 예약은 물론 인도네시아 인바운드, 아웃바운드, 인도네시아 국내투어와 렌터카 사업, 대관업무(KITAS, VISA 대행

및 현지 회사설립 대행)를 주로 하고 있다.

특히 레드캡 투어 지사는 인도네시아 아웃바운드 사업으로 한국 기업, 인도네시아 기업, 교육 기관 등과 협력하여, 인도네시아 근로자 인센티브 관광프로그램 등 MICE(Meeting, Incentives, Convention, Exhibition의 약어로 개인주도 관광객이 아닌 회의, 미팅 등 기업주도의 상용관광객) 분야로의 사업 확대를 도모하고 있다.

또한 현지인 한국 MICE 방문객을 확대하기 위하여 한국관광공사 자카르타 지사와 협력하여 인도네시아 교사 벤치마킹 프로그램(250명), 기업 관리 벤치마킹 프로그램(200명), 학생 수학여행(200명), K-POP(250명) 알리기 프로그램 등을 운영하고 있다.

2. 사업 개요

MICE 분야는 기업 주도의 여행상품으로 개별 관광객에 비해 상품가격이 비싸고 여행소비액이 1.5배이상 높아서 각 국가별로 이에 대한 MICE 관광객 유치 경쟁이 심화되고 있는 매력적인 시장이다. 2012년 해외 주요 MICE 행사에 참가한 한국인은 약 450만명으로 해마다 15% 이상의 수요가 증가하고 있다.

해외 MICE 행사로 인한 기대효과는 약 20조원 이상으로 추산되며, 특히 인도네시아인의 참여 규모가 점차 증가하고 있어 한국 여행시장에 미치는 영향 역시 증가할 것으로 예상되고 있다.

또한, 레드캡 투어지사는 해외에서 개최되는 유명한 MICE 행사(독일 전자박람회, 라스베이거스 전자박람회 등)에 연례적으로 참가해 오고 있다. 인도네시아 소재 기업이 경제규모가 증가하고 글로벌 동향에 대응하기 위해

해외 MICE행사에 참여가 크게 증대됨에 따라 레드캡 투어 지사는, MICE 수요에 부응하기 위한 전문부서를 개설하고 전문 인력을 확충하고 있다.

또한, MICE 단체프로그램이외에도 교육 프로그램 벤치마킹, 기업 벤치마킹, 학생수학여행, K-POP 문화 창조 행사 등을 통하여 인니 아웃바운드 사업 외연을 확대해 나가고 있다.

또 다른 한편으로는 기업 탐방투어, 골프투어 등 인도네시아 인바운드 시장을 확대해 나감으로써 인바운드 여행객의 증가를 위한 다각적인 노력도 병행하고 있다.

3. 시사점

- 인도네시아의 아웃바운드 증가 추세, MICE분야 시장 전망을 고려하여, 인니 아웃바운드 여행과 대관업무를 주요 사업으로 하여 조기 진출.
- 한-인도네시아간의 직항 노선 증가와 더불어 한국인의 인도네시아 방문도 증가하는 추세를 볼 때 한국인을 대상으로 동남아 타 지역과 차별화된 관광상품(인니 골프 상품, 현지기업 탐방상품, 족자 보로부두르 불교사원 상품 등)에 대한 홍보, 판촉을 인도네시아 정부(관광창조경제부, 자카르타 주정부 등)와 협력하여 추진 할 필요가 있음.
- 한국인이 운영하는 여행사는 주로 한인동포를 대상으로 사업을 운영해 오고 있으나, 향후 2억 5천이상의 인도네시아인을 대상으로 사업 범위를 확장할 필요가 있음.



금융



인도네시아 비즈니스,
사례에 답이 있다

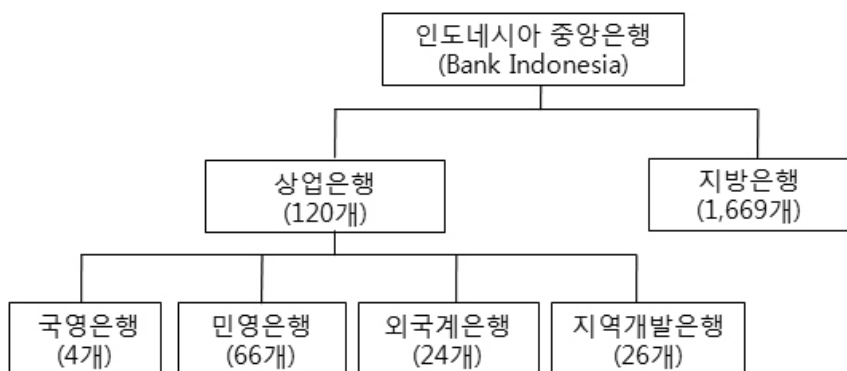
1. 인도네시아 금융 산업 개황

인도네시아 금융산업은 크게 은행업과 증권,보험, 파이낸스사, 벤처캐피탈 등 비(非)은행업으로 나뉘어진다. 금융기관 분포는 상업은행 120개, 전통은행 111개 (국영 4, 민간 107), 이슬람은행 11개로 파악되고 있다.

이들 기관에 대한 감독권은 금융감독위원회(OJK, 위원장 Hadad Muliaman)에서 행사하고 있다. 즉 은행에 대한 감독권은 2013년까지는 중앙은행에서 행사하였으나, 2014년부터 OJK로 이관되었으며, 비(非)은행기관은 2013년부터 OJK가 규제-감독하고 있다.

인도네시아 정부는 외국계 은행에 대해 진입장벽을 두텁게 쌓고 있다. 현지법인 설립하려 해도 인도네시아 당국이 최근 2년여간 외국계 은행의 현지법인 설립 신청을 모두 반려하고 있어 매우 어려운 상황이다.

그 결과 외국계 은행은 Standard Chartered, CitiBank N.A, HSBC 등 극히 적은 수를 차지하고 있으며, 주로 Mandiri, BRI, BCA, BNI, Danamon, Panin, Niaga 등 인도네시아 은행이 다수를 점하고 있다.



2. 한국계 은행업 현황

한국계 은행 진출현황은 3개 시중은행(외환, 우리, 하나)이 현지에 진출해 있으며, 신한은행이 현지은행(Metro Express)과 지분 40% 인수계약을 완료하고 2012년 12월 OJK의 인수 승인을 대기 중에 있다.

당국 규제를 피해 우회진출하려는 시도도 이뤄지고 있다. 기업은행의 경우 지난해 5월 인도네시아 2대 국영은행인 라크야트인도네시아 은행(BRI)과 제휴를 맺고 현지 진출 기업을 지원하는 전략을 펴고 있다.

한국계 은행들의 건전성은 양호한 것으로 분석되며, 120개 은행 중 자산기준 중위권에 분포(69~82위)되어 있다.

인도네시아 하나은행과 인도네시아 외환은행은 2014년 3월에 통합되었으며, 우리은행은 2013년 12월 현지은행(Saudara)과 지분 33% 인수를 완료하고 합병작업을 진행 중이다. 기타 리스업으로 수출입은행(PT KOEXIM Mandiri Indonesia) 및 코린도그룹(PT Clemont Finance)이 있다.

도표. 한국계 은행 영업 현황(‘12년 기준)

(단위: 백만 USD)

은행	진출	지분율	총자산	자기 자본	본점/ 지점수	직원수	한국인
외환	1990	99%	508	148	1/3	80	9
우리	1992	95%	546	149	1/6	90	10
하나	2007	75%	546	113	1/30	330	10

* 하나은행 및 외환은행은 2014. 3월 통합완료

3. 증권업 현황

인도네시아 증권 시장의 개요를 살펴보면, 시가총액 약 4,000조 루피아(상위 10개사가 50% 점유), 개인 투자자수는 약 30만명(전체 인구의 약 0.1%), 외국인 비중은 38%(2011), 43%(2012)이다.

개인투자자의 약 85%는 Off-line 투자자이며, 온라인은 15% 미만이다. 약 139개의 증권사가 영업 중이며, 대부분 소규모 Boutique 형태로 운영되고 있다. 인적, 물적 설비를 갖추고 규모 있는 영업을 하는 증권사는 30여 개 사이이다.

4. 보험업 현황

인도네시아 보험시장 규모 및 추이를 보면 2010년 총수입 보험료는 US\$106.6 억불 수준이다. 이는 전년 대비 28.9% 성장한 수치이며 환율효과 제외 시 12.3% 성장세를 보였다. 2010년말 기준 인도네시아 국민 1인당 보험료 납입액은 미화 45.8달러이며, 수입보험료 기준 세계 35위의 보험시장 규모이다.

보험사 현황을 살펴보면 총 128개사(생명사 45, 손보사 82)가 영업 중이며 45개의 생보사 중 내자계 27개, 외자계 합작사는 18개, 손보사는 현지 손보사 64 개, 외국계 18개이다.

한국계 보험사의 진출현황은 손해보험사로써 삼성화재, LIG화재, 메리츠(회사명 : 한진코린도) 등이 진출해 있으며, 한국계 손해보험 3사의 시장점유율은 각각 1% 이하의 낮은 수준이다. 대부분 한인기업 및 교민을 대상으로 공장건물 및 중기계, 차량 등에 대한 보험영업이 주를 이루며, 플랜트-빌딩 등으로 영업확대를 추진 중에 있다.

도표. 한국계 금융권 영업 현황('14년 기준)

회사명	증권			보험			
	대우	키움	우리	화재			한화생명
				삼성	LIG	한진	
지분율(%)	80	70	60	70	70	70	80
진출시기	'08	'10	'08	'97	'97	'98	'13
본국직원	9	2	1	3	2	1	4

주요 진출 기업

은 행 : 인도네시아우리은행, 하나외환은행인도네시아,
수출입은행인도네시아

증 권 : 키움증권, 대우증권, 우리코린도증권 등.

특수목적 지사 : 무역보험공사

현장 중심 한인기업 금융지원

업체명 우리은행

기업 개요

기업명 : **PT. Bank Woori Indonesia**

주사업 : 은행업, 기업금융

사업장 : Jakarta

1. 진출 배경

인도네시아 우리은행은 1992년 인도네시아로 진출 하는 국내 기업들의 지원을 목적으로 한일은행 현지법인을 설립하며 진출하였다. 1995년에는 상업은행 현지법인을 설립하였고 2000년 한일·상업은행을 합병하여 한빛은행으로 재탄생하였다가 2002년 현재 명칭인 인도네시아 우리은행으로 은행명을 변경하였다.

인도네시아에 진출한 한인 기업과 한인 동포들은 대부분 자카르타 수도권뿐만 아니라 땅거랑, 찌까랑, 찌부부르 등의 현장에서도 금융서비스가 절실하며 특히, 공단지역에 위치한 기업들이 은행 업무를 보기 위해 하루를 온전히 소비해야 하는 불편을 해소하기 위하여 입주 공단지역에 한국계 은행의 설립 필요성이 대두되었다.

2. 사업 개요

1990년 초 국내 기업들이 새로운 활로를 찾아 중국, 인도네시아 등 동남아시아 시장으로 진출하던 시기에 발맞추어, 인도네시아에도 많은 국내 기업들이 본격적으로 진입했다. 우리은행은 1992년 진출기업 해외 개척 지원을 목표로 함께 인도네시아 현지 법인을 출범했다.

이후 자카르타 본점 외에도 2008년 땅그랑 출장소, 2009년 짜까랑 출장소, 2010년 짜부부르 지역에 출장소를 개점하여 한국에서 파견 나온 본국 직원들이 직접 창구에서 금융 서비스를 제공함으로써 거래 고객들의 편의를 증진했다.

2011년에는 포스코의 현지 진출에 맞춰 찰레곤 출장소 개점 및 2012년 현지영업 확대를 위하여 버까시, 루꼬 유니온, 사당 출장소를 개설하는 등 영업망을 꾸준히 넓혔다.

2014년 2월 현재 총 8개(본점 1개, 출장소 7개)의 영업망과 150여명(한국직원 9명, 현지직원 140명)의 직원이 고객의 편의성을 위하여 금융 서비스를 제공하고 있다. 이러한 꾸준한 노력을 바탕으로 2014년 7월 인도네시아 은행 평가 기관인 “Info Bank”로부터 “인도네시아 최우수 은행”으로 18년 연속 선정되었다.

또한 2014년 1월, 인도네시아 현지 은행인 소우다라 은행 지분을 인수함으로써 확충된 영업망을 바탕으로 인도네시아 경제 및 금융업 발전에도 기여할 수 있게 되었다.

소다라은행은 108년의 역사를 가진 인도네시아 현지은행으로 자카르타, 반둥, 자바섬을 기반으로 약 110개의 네트워크를 활용하여 소매금융시장의 영업을 하고 있는 인도네시아 주식시장 상장은행이다. 이번 인수건의 종료로 인도네시아 우리은행은 향후 합병을 통해 현지 소매금융을 대폭 강화해 나갈 계획이다.

또한 인도네시아 전역에 걸친 영업네트워크를 확보함으로써 원거리에 소재한 한국기업 및 개인고객의 거래 불편함이 해소될 것으로 보인다.

인도네시아 우리은행은 2014년 12월말까지 소다라은행과의 법적합병을 마무리함으로써 인도네시아에서 영업을 하고 있는 120여개 은행 중 중상위권에 들어가는 규모가 되어 한인동포뿐만 아니라 인도네시아 고객들에게 종업원 신용대출(Kupeg), 연금대출(kupen)을 포함하여 다양한 상품의 제공 및 최상의 고객서비스를 제공할 계획이다.

3. 시사점

- 인도네시아로 진출 하는 국내 기업들의 지원을 목적으로 한일은행 현지법인을 설립하며 진출, 인도네시아에 진출한 2,100여 한인기업의 기업 금융활동을 지원하고 있음.
- 한인기업들의 기업 금융서비스를 위해 적극적이며 짜카랑에는 2개 지점을 낼 정도로 지역별 원스톱 서비스에 집중하고 있고, 자카르타 수디르만 본점, 짜카랑, 자바베까, 팡거랑 빼낭시아, 짜부브르 등 주로 한인기업 중심지역 위주로 서비스를 지원함.
- 한국과 같은 무역금융지원 혜택이 없는 인도네시아 진출 한인기업들은, 해외진출기업에 대한 무역금융 지원 서비스가 요구가 늘어 나고 있음.
- 소우다라은행과 합병을 통하여 한국 기업 및 동포, 인니 현지고객에게 최상의 서비스를 제공할 계획임

인력 현지화로 로컬마켓 도전

업체명 하나외환은행

기업 개요

기업명 : PT.Bank KEB Hana Indonesia

주사업 : 은행업, 금융상품

사업장 : Jakarta

1. 진출 배경

인도네시아 외환은행과 하나은행이 합병을 완료하고 지난 2014년 3월 10일로 PT.Bank KEB HANA로 새롭게 태어났다.

인도네시아 외환은행은 1990년에 출발하여 외국환 기업금융 부문에서 한국교민 및 기업체에 대한 앞선 서비스를 제공해왔다. 반면, 인도네시아 하나은행은 현지화를 지향하며 2008년부터 후발주자로 출발, 리테일 영업을 위한 채널, 서비스조직, 상품 등을 급속도로 확대해나가며 차별화된 면모를 보여왔다.

통합은행은 총자산 13조루피아, 점포수 40개, 임직원 550명 규모를 확보함과 동시에 Debit Card, 모바일뱅킹, PB서비스, 특화 외국환 솔루션, 개인예적금, 모바일뱅킹 서비스를 제공함으로써 진정한 의미의 Glocalization 을 달성할 수 있는 기반을 갖추게 되었다.

하나외환은행은 문화적, 지리적 접근성이 용이한 인도네시아를 중심으로 동남 아시아 지역에 Asia Belt를 구축하고, 부존자원이 풍부한 CIS 지역 및 런던, 두바이 등 지역별 해외 진출을 통해 아시아 기반의 글로벌 금융그룹으로 성장한다는 목표를 가고 진출 계획을 가지고 있었다.

지난 2007년 12월, 하나은행은 PT Bank Bintang Manunggal의 지분을 인수하며 ‘PT Bank Hana’로 은행명을 변경하고 인도네시아 금융 시장에 진출하여, 장기적으로는 인도네시아를 해외 네트워크의 핵심 가운데 하나로 키울 것을 목표로 영업 중이다.

2. 사업 개요

통상적으로 한국은행의 해외 점포라고 하면 한국 직원이 그대로 파견 나가서 그곳에 있는 한인동포와 해외진출 한국 기업을 주 대상으로 영업하는 경우가 대부분지만 하나외환은행 인도네시아는 이러한 해외 진출의 틀을 깨고 과감히 현지 로컬 마켓에 도전했다.

이를 위해 우선 인력의 현지화를 시도하여 현재 인도네시아 하나은행의 전체 직원 수 475명 중 한국인은 현지 법인장과 부행장 등 임원은 10여명에 불과하고 나머지 457명은 모두 인도네시아 현지인이다. 여타 하나 은행 해외 법인들도 지점장은 대부분 한국인인데 반해 이 곳 인도네시아에선 지점장 자리도 모두 현지인을 채용하고 있다.

한국 기업뿐만 아니라 인도네시아 현지인과 현지 기업을 적극적으로 유치하여 2013년 6월 기준 현지고객비율을 79.2%까지 끌어 올리는 성과를 올렸다.

하나은행의 또 하나의 현지화 전략은 “속도”이다. 예를 들어 대출 심사의

경우 기업이 대출을 받으려면 현지 기업의 정보를 한국 하나 은행 측과 공유하며 보통 많게는 두 달 정도가 걸리게 된다.

하나은행 인도네시아는 이를 단축하기 위해 임원과 현지인 3명이 직접 그 기업을 심사하고 평가하여 오히려 부실률은 낮아지고 한국에 서류를 보내는 시간 등을 줄여 대출 심사 기간을 2주까지 단축, 기업에 편의를 제공하고 있다.

3. 시사점

- 인도네시아를 중심으로 동남 아시아 지역에 Asia Belt를 구축하고, 부존자원이 풍부한 CIS 지역 및 런던, 두바이 등 지역별 해외 진출을 통해 아시아 기반의 글로벌 금융그룹으로 성장한다는 목표를 가지고 진출함.
- 한인금융기관들이 기업금융에 집중하다 보니 약 5만 여명 규모의 한인사회를 대상으로 개인대출이나 가계대출 등 서비스 제공의 요구가 대두됨.
- 인도네시아 외환은행과 하나은행 합병으로 외국환 기업금융 부문 서비스와 현지화 리테일 영업 채널이 강화될 것이며, 고객 편의성이 기대됨.

온라인 주식거래로 다양한 고객확보

업체명 키움증권

기업 개요

기업명 : PT Kiwoom Securities Indonesia

주사업 : 금융업, 증권업 및 자산 운용업 등

사업장 : Jakarta

1. 진출 배경

키움 증권은 2011년 인도네시아 현지 동서증권사를 인수하면서 인도네시아에 진출하였으며 최고 수준의 온라인 트레이딩 시스템을 구축하고 있다. 인도네시아 투자자에게 신속하고 정확한 시장 정보 제공과 트레이딩의 편의성을 제공할 목적으로 2011년 6월 회사명을 키움 증권 인도네시아로 변경, 본격적인 비즈니스를 진행하고 있다.

자카르타의 경우 본점을 비롯하여 5개의 지점망 등이 있으며 수라바야, 반둥, 메단 등 총 9곳의 거점을 갖고 점진적으로 지역 거점을 확대하고 있다. 주주로는 인도네시아 기업 PT Sumber Masanda Jaya가 참여하고 있다.

자회사로 키움 자산 운용 인도네시아가 있으며 2012년 11월 뮤추얼펀드 KIOF (Kiwoom Investment Optimum Fund) 를 회사 설립 이후 최초로 런칭하여 인도네시아 자산운용 시장에도 본격적으로 진출하였다.

2. 사업 개요

현재 인도네시아 증권시장에는 약 139개의 증권회사가 있으며 투자인구는 약 30만 여명에 불과한 실정이다. 외국인투자자의 거래 대금 비중은 약 60%를 상회하고 있다.

지속적인 경제성장과 더불어 금융 산업의 성장은 필연적이므로 인도네시아 키움 증권은 2011년 7월, 온라인 홈트레이딩시스템(HTS) HERO를 런칭하며 브로커리지 시장에 진출하였다.

이후 2012년 11월 모바일트레이딩시스템(MTS) HERO-S를 런칭, 인도네시아 최고 수준의 온라인 트레이딩 시스템을 구축하며 인도네시아 투자자에게 신속하고 정확한 시장 정보 제공과 트레이딩의 편의성 등으로 좋은 반응을 얻고 있다.

특히 HERO-S는 HTS의 콘텐츠 대부분을 스마트폰에서도 이용할 수 있어 24시간 다양한 투자정보 등의 확인이 가능하다. 또한 저렴한 수수료를 고객에게 제공함으로써 투자자의 시장참여를 증대 시키고 있으며 다양한 종목 및 시황분석 툴을 온라인으로 제공함으로써 투자자들이 보다 편리하고 정확하게 투자를 할 수 있도록 하고 있다.

3. 시사점

- 인도네시아 투자자에게 신속하고 정확한 시장 정보 제공과 트레이딩의 편의성을 제공할 목적으로 온라인 트레이딩 시스템을 구축함과 동시에 현지 증권사를 인수하면서 진출함.

- 온라인종합증권사를 목표로 한 키움증권의 고객은 인도네시아 내국인 고객을 중심으로 한국인 고객과 외국인 고객, 주요 법인도 고객 등 다양한 고객층을 확보, 시장점유율이 지속적으로 상승하고 있는 가운데 정확한 시황정보 및 기업정보 등을 고객에게 제공함으로써 투자자의 신뢰를 쌓아가고 있음.
- 자회사인 키움자산운용 인도네시아가 펀드운용 등을 통해 간접투자시장에 참여하여 고객의 자산을 관리하면서 향후 키움 증권 인도네시아와의 시너지 효과가 극대화될 것으로 기대가 되며, IB(Investment Banking) 부문의 사업 진출도 준비하고 있어 인도네시아 증권 시장을 중심으로 하는 금융 산업의 발전과 성장에도 기여할 것으로 보임.
- 인도네시아 브로커리지 시장에서 온라인 트레이딩 비즈니스의 성공여부는 최고의 시스템과 대고객 서비스 등에 달려 있으므로 다양한 트레이딩 시스템의 콘텐츠를 고객에게 제공해야 하며, 고객의 의견을 중심으로 고객의 사용 편의성 증대를 위해 시스템 및 콘텐츠 개선작업의 필요성이 대두됨.

산업설비투자 금융지원

은행명 한국수출입은행

기업 개요

기 업 명 : PT. Koexim Mandiri Finance

주 사 업 : 종합금융업.금융상품
(리스, 팩토링, 소비자금융)

사 업 장 : Jakarta

1. 진출 배경

인도네시아 수출입은행은 1992년 인도네시아로 진출 하는 국내 기업들의 수출입 지원을 목적으로 현지법인을 설립하며 진출하였으며, 1996년 및 2004년 두 차례의 증자를 거쳐 현재 납입자본금 520억 루피아, 총자산 1억 7천만 달러로 성장, 300여 고객이 이용하는 종합금융회사로 발전하였다.

2. 사업 개요

인도네시아 수출입은행은 1992년 진출 이래로 인도네시아 2위 은행인 만디리 은행과 합작으로 현지법인(종합금융회사)을 출범시켰다. 업무범위는 리스, 팩토링, 소비자금융(주택, 자동차) 등이며, 한국계 기업에 대한 지원비중은 90% 이상이다.

한국 기업들의 해외진출을 촉진하는 정책목표를 구현하기 위하여 인도네시아에 진출한 한인 기업의 설비투자 지원을 목표로 하여 리스금융을 지원하고 있으며, 특히 최근에는 기업들의 외상매출채권을 매입하여 기업 간 결제수요를 충족시켜 주는 팩토링 업무를 확대해 나가고 있다.

리스금융은 신규 기계 구입 시 소요자금을 지원해 주고 있으며, 필요 시 담보 보안을 통하여 지원비용을 높일 수 있다. 팩토링은 판매자(셀러)가 구매자(바이어)로부터 결제 받을 외상매출채권을 채권 발생 시점에 매입해 줌으로써 외상기간 동안의 자금 수요를 충족시켜 주는 금융상품으로 외상거래가 빈번한 중소기업들이 활용하기 좋은 지원제도이다.

통상 45일~90일에 이르는 외상매출채권 회수기간을 단축시켜 중소기업들의 자금압박을 줄여 줄 수 있다. 소비자금융은 주로 아파트 등 주택, 자동차 등을 구입할 때 구입자금을 대출해 주는 제도이다.

또한, 한국으로부터 생산기지를 이전하는 기업들의 설비투자를 지원하기 위해 설비리스를 중심으로 영업을 확대해 왔으며, 2013년 현재 25명(한국직원 4명, 현지직원 21명)의 직원이 고객 편의를 최우선으로 금융 서비스를 제공하고 있다.

3. 시사점

- 인도네시아로 진출 하는 국내 기업들의 수출입 지원을 목적으로 국책은행인 한국수출입은행과 인도네시아 최대 상업은행인 Bank Mandiri가 합작으로 현지법인을 설립하며 진출함.
- 인도네시아 수출입은행은 1992년 6월 1일자로 영업을 개시한 이래로 동년 6

월 PT Hilton Indonesia에게 최초로 13만 달러 리스거래 대출을 시작함. 20년동안 영업을 지속하면서 2012년 5월말 현재 리스금융 194개사 122백만 달러, 팩토링 50개사 25백만 달러 등 200여개사 총 여신잔액 150백만 달러를 기록할 정도로 성장하면서 종합금융회사로서 한국과 인도네시아 은행 간의 합작법인 성공사례임.

- 전기전자, 봉제, 신발 등 한국계 기업이나 한인들이 많이 진출하여 있는 투자업종을 중점적으로 지원하고 있고, 한국계 기업에 대한 지원비중이 96%이상에 달하는 점을 감안하면 그동안 수은인니금융은 인도네시아에 투자하고 있는 한국기업들에겐 현지 금융지원자로서의 역할을 담당해왔음.

