

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202309-13
품목 | 사과주스(Apple Juice)
HS CODE | 2009.90-1020
국가 | 인도네시아(Indonesia)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 인도네시아 주스 시장규모	06
2. 인도네시아 사과주스 시장규모	07
3. 인도네시아 사과주스 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 망고 맛 주스의 인기 높은 편	11
2. '부아비타' 브랜드가 인도네시아에서 가장 인기	12
3. '1L', '병' 등의 패키징 키워드 빈출	13
4. 제품의 성분과 효능을 강조하는 홍보문구	14

IV. 유통채널

1. 인도네시아 사과주스 유통채널 점유율	16
2. 인도네시아 사과주스 주요 유통채널	17

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 인도네시아 사과주스 통관 및 검역 절차	30
2. 인도네시아 사과주스 품질 인증	31
3. 인도네시아 사과주스 라벨링	37
4. 인도네시아 사과주스 성분 및 유해물질	42

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 웨이스트레이딩(Ways Trading)	46
2. 코리너스(Korinus)	50
3. 무궁화(Mugunghwa)	54

VII. 시사점

1. 시사점	59
--------	----

※ 참고문헌	61
--------	----



HS CODE : 2009.90-1020

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

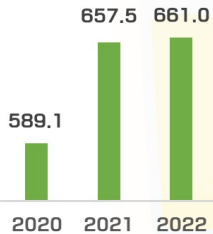
SUMMARY

인도네시아 사과주스 시장

시장 현황

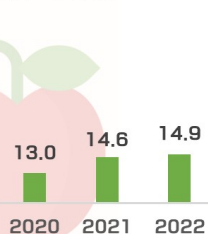
주스 시장규모

단위 : 백만 달러



사과주스 시장규모

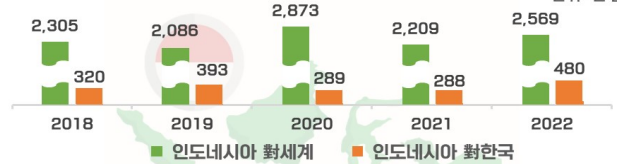
단위 : 백만 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2009.90 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

빅데이터 분석

사과주스



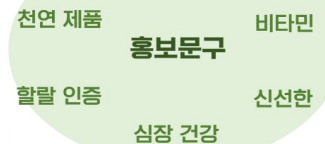
부아비타



1,000ml



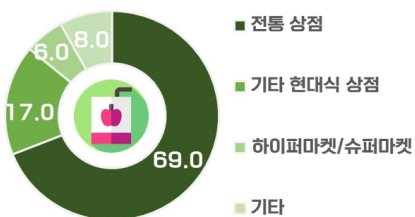
방부제 없음



* 토코피디아 사과주스 제품 314건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
협정 관세율 0%,
원산지증명서 必

사전 준비
인도네시아 식약청, 세관의
인허가 사항 취득

필수 인증



라벨링 유의사항

필수 표기사항
인도네시아어 표기 必
제품명, 원산지, 유통기한, 판매자
정보, 성분, 순종량 또는 순부피,
영양표시, 할랄 마크, BPOM
등록번호 등 라벨 표기 필요

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



PT. KORINUS



Point 01.

고객사 제품 수요 코로나19 이후 건강한 음료에 대한 관심이 증가함에 따라 첨가물을 없이 100% 과즙으로 이뤄져있는 주스 제품 수요가 증가함
고객사 제품 타겟층 본인 또는 자녀를 위해 영양 성분을 고려하는 소비자 및 친환경 요소를 중시하는 소비자를 적정 타겟층으로 추천함
고객사 제품 적정 유통채널 소비자 접근성이 뛰어나고 현지 소비자들에게 빠르게 제품을 알릴 수 있는 소규모 슈퍼마켓으로의 유통을 추천함

Point 02.

고객사 제품 원료 피드백 사과 단일 성분 제품이 가장 수요가 높으며, 인도네시아 소비자에게 익숙한 인삼 첨가 제품이 보리 첨가 제품보다 수요가 높음
고객사 제품 가격 피드백 고객사 제품의 소비자가격은 인도네시아 경쟁제품 대비 대체로 비싼 편임
고객사 제품 홍보문구 피드백 인삼 첨가 제품의 경우, 전통 의학에서 인삼이 어떻게 활용되었는지에 대해 홍보문구에 추가적으로 언급하는 것을 추천함

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 인도네시아 주스 시장규모
2. 인도네시아 사과주스 시장규모
3. 인도네시아 사과주스 수입규모

1. 인도네시아 주스 시장규모

인도네시아 국가 일반 정보¹⁾

면적	191만 6,820km ²
인구	2억 7,485만 명
GDP	1조 3,188억 달러
GDP (1인당)	4,798달러

▶ 인도네시아 주스 시장규모 8,419.8억 원, 연평균 2.3% 성장

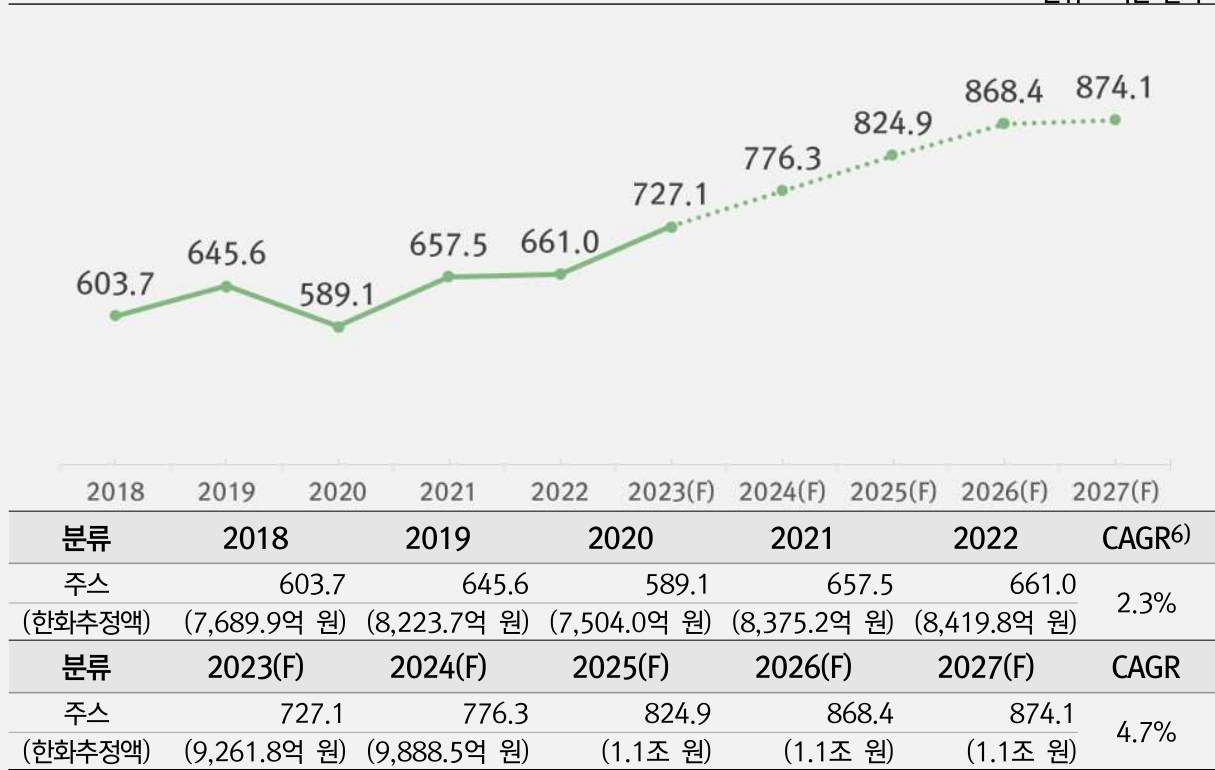
2022년 기준 인도네시아 주스 시장규모는 8,419.8억 원에 달했으며, 전년 대비 0.5% 성장하였음. 최근 5년(2018-22년)간 인도네시아 주스 시장의 연평균 성장률은 2.3%로 나타났으며, 5년간 시장규모 평균은 8,042.5억 원을 기록함

▶ 인도네시아 주스 시장규모, 향후 5년간 4.7%씩 성장 예상

인도네시아 주스 시장은 지난 5년(2018-22년)간 시장규모 성장과 감소를 반복했으며, 2018년 대비 2022년 시장규모가 1.1배 증가한 것으로 나타남. 인도네시아 주스 시장규모는 향후 5년(2023-27년)간 연평균 4.7%씩 성장하여 2027년 1.1조 원 규모를 기록할 것으로 예상됨²⁾

[표 2.1] 인도네시아 주스 시장규모³⁾⁴⁾⁵⁾

단위 : 백만 달러



자료: 스탯ISTA(Statista)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022

2) 조사제품 '사과주스'는 순수 사과만 착즙한 100% NFC 주스 제품임. 이에 고객사 제품의 특징을 기준으로 '사과주스'의 시장규모와 상위품목인 '주스'의 시장규모를 조사함

3) 자료: 스탯ISTA(Statista), 「Juices Indonesia」, 2023.03

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 1달러=1,273.80원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 인도네시아 사과주스 시장규모

▶ 인도네시아 사과주스 시장규모 189.8억 원, 연평균 3.9% 성장

2022년 기준 인도네시아 사과주스 시장규모는 189.9억 원에 달했으며, 전년 대비 2.1% 성장하였음. 최근 5년(2018-22년)간 인도네시아 사과주스 시장의 연평균 성장률은 3.9%로 나타났으며, 5년간 시장규모 평균은 176.5억 원을 기록함

▶ 인도네시아 사과주스 시장규모, 향후 5년간 5.7%씩 성장 예상

인도네시아 사과주스 시장은 지난 5년(2018-22년)간 시장규모 성장과 감소를 반복했으며, 2018년 대비 2022년 시장규모가 1.2배 증가한 것으로 나타남. 인도네시아 사과주스 시장규모는 향후 5년(2023-27년)간 연평균 5.7%씩 성장하여 2027년 263.7억 원 규모를 기록할 것으로 예상됨

[표 2.2] 인도네시아 사과주스 시장규모⁷⁾

단위 : 백만 달러



자료: 스탯ISTA(Statista)

7) 자료: 스탯ISTA(Statista), 「Apple Juice Indonesia」, 2023.03

3. 인도네시아 사과주스 수입규모

사과주스 HS CODE

해당 장에서 사과주스는 HS CODE 2009.90으로 분류. HS CODE 제2009호의 품명은 과실·견과류 주스, 채소주스, HS CODE 2009.90-1020의 품명은 사과주스를 주요 재료로 만든 것으로 확인

▶ 2018-22년 인도네시아 對글로벌 품목 수입액 연평균 성장률 2.7%

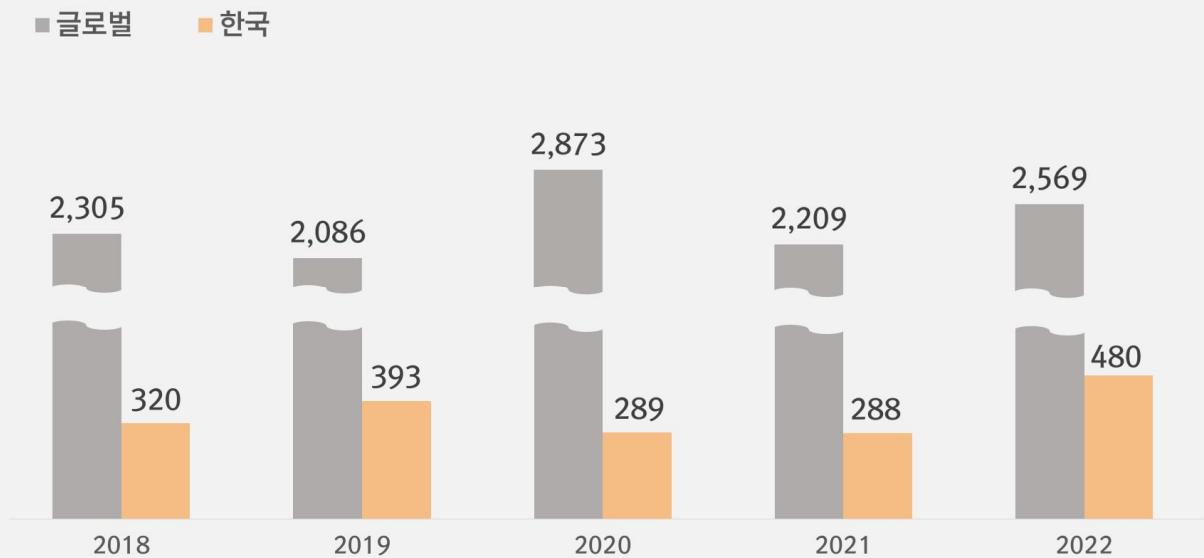
인도네시아 HS CODE 2009.90 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2018-22년)간 연평균 성장률 2.7%를 보였으며, 2022년에는 32.7억 원의 수입액을 기록함. 인도네시아 對글로벌 수입액은 2018년부터 2022년까지 성장과 감소를 반복하였으며, 2022년에는 전년 대비 16.3% 성장한 것으로 나타남

▶ 인도네시아 내 품목 수입액 중 한국산 점유율 18.7%로 3위 기록

최근 5년(2018-22년)간 인도네시아 對한국 품목 평균 수입액은 4.5억 원이며, 지난 5년(2018-22년)간 연평균 성장률 10.7%를 기록하였음. 2022년에는 수입액 6.1억 원, 수입액 점유율 18.7%로 인도네시아 對글로벌 수입액 점유율 3위를 기록함. 한편, 2022년 기준 인도네시아 對글로벌 수입액 점유율 1위는 미국(11.7억 원, 35.9%), 2위는 독일(7.0억 원, 21.3%), 4위는 대만(3.0억 원, 9.2%)으로 나타남

[표 2.3] 인도네시아 HS CODE 2009.90 수입규모⁸⁾

단위 : 천 달러



분류	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR
인도네시아 對글로벌 수입액	2,305	2,086	2,873	2,209	2,569	2.7%
(한화추정액)	(29.4억 원)	(26.6억 원)	(36.6억 원)	(28.1억 원)	(32.7억 원)	
인도네시아 對한국 수입액	320	393	289	288	480	10.7%
(한화추정액)	(4.1억 원)	(5.0억 원)	(3.7억 원)	(3.7억 원)	(6.1억 원)	

자료: ITC(International Trade Centre)

8) 자료: ITC(International Trade Centre)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 망고 맛 주스의 인기 높은 편
2. '부아비타' 브랜드가
인도네시아에서 가장 인기
3. '1L', '병' 등의 패키징 키워드 빈출
4. 제품의 성분과 효능을 강조하는 홍보문구

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 인도네시아 온라인매장 입점 사과주스

- 데이터 수집 키워드 : 사과주스(Jus Apel)
- 데이터 수집량 : 314건
- 데이터 수집원 : 인도네시아 온라인쇼핑몰 토코피디아(Tokopedia)

▶ 인도네시아 온라인매장 입점 사과주스 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 패키징 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/인도네시아어)		빈도	키워드 (국문/인도네시아어)		빈도
경쟁제품	사과주스	Jus Apel	142	케일주스	Jus Kale	22
	망고주스	Jus Mangga	105	요구르트	Yogurt	22
	레몬주스	Jus Lemon	101	배주스	Jus Pear	13
	구아바주스	Jus Jambu	92	포도주스	Jus Grape	13
	귤주스	Jus Jeruk	83	크랜베리주스	Jus Cranberry	1
	생강주스	Jus Jahe	79	(-)	(-)	(-)
경쟁브랜드	부아비타	Buavita	116	셀리그	Selig	22
	퓨어네이처	Pure Nature	28	이문 부스터	Immune Booster	22
	다이아몬드	Diamond	25	허바콜	Herbakol	19
	정글 주스	Jungle juice	24	아호닉 비타블라스	Ahonic	15
	가야 농장	Gaya	23	컨트리 초이스	Country Choice	11
패키징	1,000ml	1,000ml	333	200ml	200ml	13
	유리병	Botol	133	120ml	120ml	10
	5,000ml	5,000ml	50	330ml	330ml	7
	30ml	30ml	28	1,150ml	1,150ml	5
	946ml	946ml	22	500ml	500ml	5
	팩	Pak	17	250ml	250ml	2
홍보문구	방부제 없음	Pengawet	262	꿀 첨가	Madu	79
	천연 제품	Alami	192	스태미나 향상	Stamina	79
	할랄 인증	Halal	171	당뇨병 예방	Diabetes	67
	심장 건강	Jantung	121	유기농 사용	Organik	62
	신선한	Fresh	118	면역력 증가	Kekebalan	54
	비타민	Vitamin	116	콜레스테롤 감소	Kolesterol	51
	안구 건강	Mata	99	무이 인증	Mui	47
	설탕 무첨가	Gula	94	혈액순환 개선	Peredaran Darah	41
	감미료 무첨가	Pemanis	91	지방 수치 감소	Lemak	32
	암 위험 감소	Kanker	89	디톡스	Detox	22

1. 망고 맛 주스의 인기가 높은 편

▶ ‘망고주스’와 ‘구아바주스’ 등 과일 맛 주스 제품이 인기

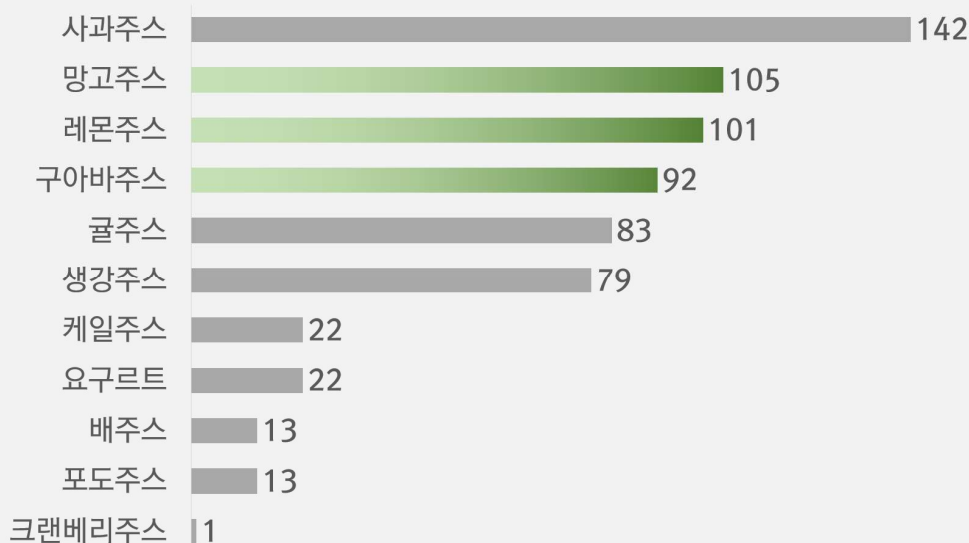
- 인도네시아 사과주스 경쟁제품 키워드 검색 결과, 다양한 과일 맛 주스와 관련된 키워드가 빈출
- ‘사과주스’ 키워드 외 가장 많은 키워드가 도출된 것은 ‘망고주스’로 105건 확인
- 그 외에도 ‘레몬주스’와 ‘구아바주스’ 등의 맛 키워드도 빈출

▶ 레몬과 케일 등을 섞어 만든 건강 주스도 인기

- ‘레몬주스’ 관련 실제 키워드 확인 결과, 케일과 사과 등을 섞어 만든 건강 디톡스 주스 제품이 도출
- 그 외에도 생강을 이용한 건강 주스도 다수 확인

망고주스		레몬주스		구아바주스	
					
제품명	컨트리초이스주스망고 (Country Choice Juice Mango)	제품명	쿨드프레스케일레몬사과디톡스주스 (Jus Detox Kale, Lemon&Apel)	제품명	다이아몬드주스구아바 (Diamond Juice Guava)
브랜드	컨트리초이스 (Country Choice)	브랜드	셀리그프레시마트 (Selig Fresh Mart)	브랜드	다이아몬드(Diamond)
중량	250ml*24팩	중량	1,150ml	중량	200ml
가격	26,700루피아(2,256원 ⁹⁾)	가격	145,000루피아(12,253원)	가격	4,999루피아(422원)

[표 3.1] 인도네시아 판매 사과주스 경쟁제품 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘사과주스’ 관련 게시물 314건 분석

9) 100루피아=8.45원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. ‘부아비타’ 브랜드, 인도네시아에서 가장 인기

▶ ‘부아비타’, 인도네시아에서 가장 인기있는 주스 브랜드

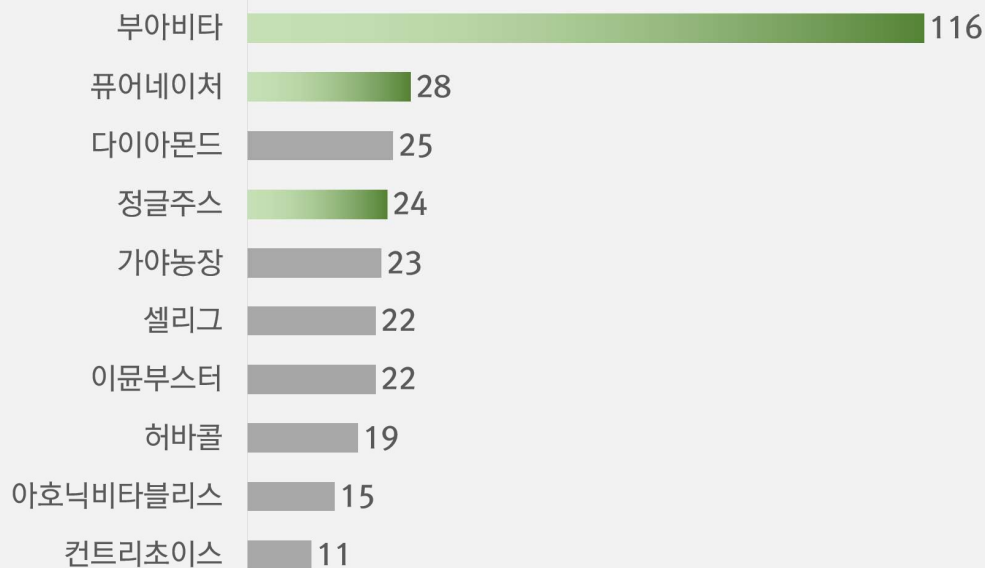
- 인도네시아에서 가장 인기 있는 브랜드 중 하나인 ‘부아비타’ 관련 키워드는 116건으로 최빈출
- 주로 팩에 포장된 제품으로, 망고와 사과, 구아바 등 다양한 맛 판매
- ‘다이아몬드’와 ‘정글주스’ 등 경쟁 브랜드도 각각 25, 24건 도출

▶ ‘퓨어네이처’와 ‘허바콜’ 등 건강 주스 브랜드도 다수 확인

- 마늘 주스의 대표 브랜드인 ‘퓨어네이처’ 관련 키워드 28건 확인
- 마늘과 레몬, 사과 등을 섞어 만든 건강 주스가 인기
- 이와 비슷한 브랜드로 ‘셀리그’와 ‘허바콜’도 각각 22, 19건 도출

경쟁브랜드 ①		경쟁브랜드 ②		경쟁브랜드 ③	
					
제품명	부아비타구아바주스 (Buavita Jus Jambu)	제품명	퓨어네이처갈릭주스 (PureNature Jus Bawang Putih)	제품명	정글주스애플 (Jungle Juice Apple)
브랜드	부아비타(Buavita)	브랜드	퓨어네이처(PureNature)	브랜드	정글주스(Jungle Juice)
중량	1L	중량	330ml	중량	1L
가격	26,700루피아(2,256원)	가격	99,900루피아(8,442원)	가격	38,200루피아(3,228원)

[표 3.2] 인도네시아 판매 사과주스 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘사과주스’ 관련 게시물 314건 분석

3. '1,000ml', '병' 등의 패키징 키워드 빈출

▶ '병'과 '팩' 형태의 제품이 가장 일반적

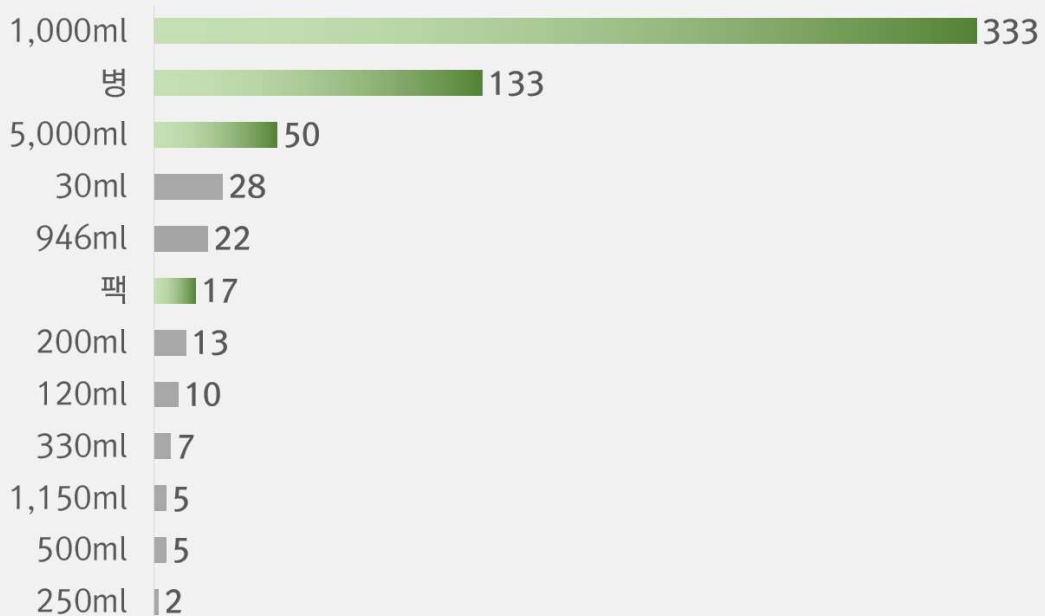
- 현지에서 판매 중인 주스의 경우 '병' 형태의 패키징이 일반적
- 키워드 조사 결과 '병' 관련 키워드가 133건, '팩' 관련 키워드가 17건 도출

▶ 용량 키워드로 '1,000ml'가 빈출되었으며, '5,000ml'의 대용량 키워드도 도출

- 용량 관련 키워드 중에서는 '1,000ml'가 333건으로 가장 많이 도출되었으며, 이와 비슷한 용량인 '946ml'도 22건 확인
- 대용량인 '5,000ml'로 판매되기도 하였으며, 관련 키워드는 50건 확인

용량(1,000ml), 팩		병		용량(5,000ml)	
					
제품명	부아비타사과주스 (Buavita Jus Mangga)	제품명	로페마늘주스 (JUS BAWANG ROPHE)	제품명	사과주스(Jus Biah)
브랜드	부아비타(Buavita)	브랜드	로페(ROPHE)	브랜드	프레시초이스(Fresh Choice)
중량	1,000ml*2개	중량	350ml	중량	5,000ml
가격	53,300루피아(4,504원)	가격	120,000루피아(10,140원)	가격	65,000루피아(5,493원)

[표 3.3] 인도네시아 판매 사과주스 패키징 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '사과주스' 관련 게시글 314건 분석

4. 제품의 성분과 효능을 강조하는 홍보문구

▶ 제품의 성분과 특징을 강조하는 홍보문구

- 홍보문구 관련 키워드 조사 결과, ‘방부제 없음’과 ‘천연 제품’ 관련 키워드 각각 262, 192건 도출
- 인도네시아는 무슬림 국가로 ‘할랄 인증’이 매우 중요한 마케팅 요소
- 키워드 조사 결과 ‘할랄 인증’ 관련 키워드 171건 도출

▶ ‘심장 건강’과 ‘암 위험 감소’ 등 효능도 강조

- 홍보문구 관련 키워드 조사 결과, 효능을 강조한 ‘심장 건강’과 ‘암 위험 감소’ 관련 키워드 각각 121, 89건 도출
- 그 외에도 ‘안구 건강’과 ‘당뇨병 예방’, ‘면역력 증가’ 등 건강과 관련된 키워드 다수 확인

방부제 없음, 할랄 인증		천연 제품		심장 건강, 암 위험 감소	
					
제품명	아호닉비타블리스 (Ahonic Vitabliss)	제품명	다이아몬드사과주스언스위트 (Diamond Juice Apple Unsweet)	제품명	허브주스(Jus Herbal)
브랜드	아호닉(Ahonic)	브랜드	다이아몬드(Diamond)	브랜드	허바콜(HERBAKOL)
중량	500ml	중량	946ml	중량	460ml
가격	149,900루피아(12,667원)	가격	29,500루피아(2,493원)	가격	142,500루피아(12,041원)

[표 3.4] 인도네시아 판매 사과주스 홍보문구 관련 키워드

방부제 없음	262	꿀 첨가	79
천연 제품	192	스태미나 향상	79
할랄 인증	171	당뇨병 예방	67
심장 건강	121	유기농 사용	62
신선한	118	면역력 증가	54
비타민	116	콜레스테롤 감소	51
안구 건강	99	무이 인증	47
설탕 무첨가	94	혈액순환 개선	41
감미료 무첨가	91	지방 수치 감소	32
암 위험 감소	89	디톡스	22

자료: 인도네시아 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘사과주스’ 관련 게시글 314건 분석

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



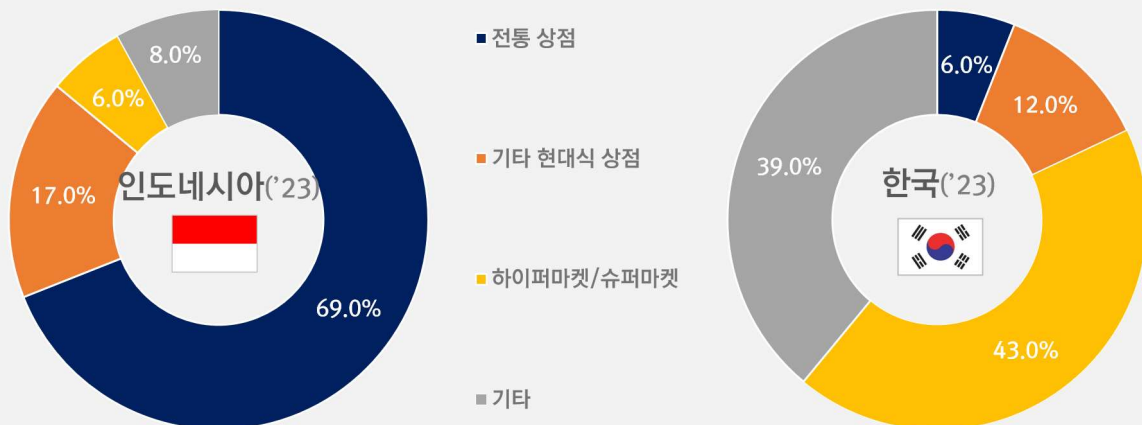
1. 인도네시아 사과주스 유통채널 점유율
2. 인도네시아 사과주스 주요 유통채널

1. 인도네시아 사과주스 유통채널 점유율

▶ 인도네시아 사과주스 유통채널, '전통 상점'이 압도적

2023년 1분기 기준, 인도네시아에서 사과주스를 포함한 일용소비재(FMCG)¹⁰⁾ 유통채널 중 '전통 상점'은 69.0%로 압도적인 점유율을 보였으며, 한국의 경우 6.0%로 점유율이 낮은 것을 확인하였음. 인도네시아의 2위 유통채널은 '편의점', '미니 마트' 등을 포함한 '기타 현대식 상점'으로 17.0%의 점유율을 차지함. 한국 유통채널의 43.0%를 차지하고 있는 '하이퍼마켓/슈퍼마켓'은 인도네시아에서는 6.0%의 낮은 점유율을 보임. 한국은 '온라인', '전문상점' 등을 포함한 기타 유통채널의 점유율이 39.0%로 나타났으며, 그 중 '온라인' 유통채널 점유율은 36.0%를 기록하였음. 인도네시아에서는 전반적으로 전통적인 형태의 거래가 이루어지는 것이 확인되었으며, 현대적 유통채널인 '하이퍼마켓/슈퍼마켓', '온라인' 등의 채널은 한국과 비교했을 때 영향력이 미미한 것으로 나타남

[표 4.1] 인도네시아 사과주스 소매유통채널 점유율



인도네시아 및 한국 소매유통채널 점유율 비교 ¹¹⁾¹²⁾¹³⁾¹⁴⁾¹⁵⁾		
인도네시아	유형	한국
69.0%	전통 상점	6.0%
17.0%	기타 현대식 상점	12.0%
6.0%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	43.0%
8.0%	기타	39.0%

자료: 칸타(Kantar)

10) 일용소비재(FMCG)는 소비의 속도가 빠른 비내구성 소비재를 의미하며 음식, 음료수, 담배, 의약품 등을 포괄함

11) 자료: 칸타(Kantar), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023.07


12) '사과주스'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 상위카테고리인 '일용소비재' 정보를 확인함



13) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

14) '기타 현대식 상점'에는 편의점, 미니 마트, 드럭스토어를 포함함

15) '기타'에는 전문상점, 온라인 유통채널을 포함함

2. 인도네시아 사과주스 주요 유통채널 ① 마타하리백화점

기업 기본 정보	기업명	마타하리백화점 (Matahari Department Store)		
	기업구분	백화점		
	홈페이지	www.matahari.com		
	위치	인도네시아 전역		
	규모	매출액('21)	• 2조 7,460억 루피아(2,320억 원 ¹⁶⁾)	
기타 규모		• 매장 수('22): 155개 • 직원 수('22): 3만 8,050명		
기업 요약	• 인도네시아 최초의 백화점 브랜드이자 가장 큰 소매 플랫폼 • 약 600여 개의 현지 및 국제 공급업체와 파트너십 • IR 및 CSR 활동에도 주력			

매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 커피, 음료류, 가공식품, 의류, 생활용품 등	
	선호 제품	• 신선식품, 커피 및 음료류	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 하단 'Navigation' 카테고리 'Contact Us' 클릭 - 'Send us a message' 문의 양식 작성 - 등록 정보 ① 주제 (회사 간 커뮤니케이션) ② 문의 정보 (담당자 이름, 이메일, 휴대전화, 상세 내용 등) 담당 부서와 연결 후 입점 진행	
		• 왓츠앱, 이메일을 통한 직접 문의 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +62-21-5081-3024 - 왓츠앱: +62-811-811-88888 - 이메일(회사 간 커뮤니케이션): corp.comm@matahari.com	

자료: 마타하리백화점(Matahari Department Store)

사진 자료: 구글맵(Google Map)

16) 100루피아=8.45원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 인도네시아 사과주스 주요 유통채널 ② 메트로백화점

기업 기본 정보	기업명	메트로백화점 (Metro Department Store)		
	기업구분	백화점		
	홈페이지	www.metroindonesia.com		
	위치	인도네시아 전역		
	규모	순자산('21)	• 16억 싱가포르달러(1조 5,327억 원 ¹⁷⁾)	
		기타 규모	• 매장 수('22): 10개	
	기업 요약	• 인도네시아 주요 백화점 브랜드 중 하나 • 10개 매장 중 5개는 자카르타에 입점 • 이벤트, 프로모션, 전용 카드 및 앱 등 소비자 친화적 쇼핑 환경 구축에 주력		
매장정보	입점 가능 품목	• 의류, 향수, 액세서리, 식품 등		
	선호 제품	• 수입산 식품군		
	매장 전경	<div></div> <div></div>		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none">• 홈페이지를 통한 지점별 입점 문의<ul style="list-style-type: none">– 홈페이지 하단 ‘Contact’ 카테고리 ‘Store Location’ 클릭– 지점별 전화 및 FAX로 직접 문의– 등록 시 필요한 일반적 정보<ul style="list-style-type: none">① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등)③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등)• 문의사항 연락처<ul style="list-style-type: none">: 홈페이지 확인 필요 (www.metroindonesia.com/store)		

자료: 메트로백화점(Metro Department Store)

사진 자료: 메트로백화점(Metro Department Store)

17) 1싱가포르달러=957.92원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 인도네시아 사과주스 주요 유통채널 ③ 하이퍼마트

기업 기본 정보	기업명	하이퍼마트(Hypermart)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.shop.hypermart.co.id/hypermart	
	위치	반텐(Banten)	
	규모	매출액('22)	• 6조 100억 루피아(5,078억 원)
		기타 규모	• 매장 수('22): 100개
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 최저가 보장제를 운영하며 특정 제품을 타 매장에서 더 저렴하게 판매하고 있을 시 차액의 2배 보상함 • 하이퍼마켓 신용카드 소지 시 전 제품 50% 할인, 앵커(ANCHOR) 로열티 프로그램 등 단골 고객에 대해 파격적인 할인 혜택을 제공함 • 인도네시아 내에 3개의 유통 센터와 전역에 걸친 판매 네트워크를 활용한 성공적인 유통 프로세스를 구축함 	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 건강보조식품, 생활용품 등	
	선호 제품	• 고품질 제품, 기존 플랫폼에 없는 신제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: cs@hypermart.co.id - 전화번호: +62-21-5469-333 - 팩스: +62-21-5475-478 	

자료: 하이퍼마트(Hypermart)

사진 자료: 브이오아이(VOI), 리테일뉴스아시아(Retail News Asia)

2. 인도네시아 사과주스 주요 유통채널 ④ 헤로

기업 기본 정보	기업명	헤로(Hero)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	herosupermarket.co.id			
	위치	타에랑(Tangerang)			
	규모	매출액('22)	• 44억 3,667만 달러(5조 6,514억 원 ¹⁸⁾)		
		기타 규모	• 매장 수('23): 24개		
기업 요약	• 신선한 농식품에 특화된 매장으로 온라인 홈페이지에서는 신선한 식재료를 활용한 음식 레시피를 소개하고 있음 • 왓츠앱(WhatsApp)을 활용한 주문과 배달 서비스 시행 중				

매장정보	입점 가능 품목	• 베이커리류, 스낵류, 음료류, 생활용품, 신선식품 등
	선호 제품	• 신선 농산물, 기타 신선식품
	매장 전경	 

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none">• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의<ul style="list-style-type: none">- 등록 시 필요한 일반적 정보<ul style="list-style-type: none">① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등)③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등)• 문의사항 연락처 및 기타 특이사항<ul style="list-style-type: none">- 이메일: cs_hero@hero.co.id- 전화번호: 0800-1-998877
-------------	---------------------	--

자료: 헤로(Hero)

사진 자료: 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia)

18) 1달러=1,273.80원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 인도네시아 사과주스 주요 유통채널 ⑤ 까르푸

기업 기본 정보	기업명	까르푸(Carrefour)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	bunda.carrefour.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매출액('21) • 812억 5,000만 유로(113조 8,410억 원 ¹⁹⁾) ²⁰⁾ 기타 규모 • 매장 수('22): 87개 • 직원 수('22): 1만 1,000명	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 인도네시아 기업인 피티트랜스리테일인도네시아(PT.Trans Retail Indonesia)와 까르푸(Carrefour), 트랜스마트(Transmart)의 브랜드 협업으로 형성된 슈퍼마켓 브랜드이며, 프랑스 기업인 까르푸가 인도네시아에서 철수하면서 트랜스마트로 브랜드를 변경하게 됨 메가뱅크(Mega bank) 신용카드 소지 시 모든 제품에 대해 10% 할인 제공 주말 프로모션, 특정 카테고리 프로모션 등 다양한 할인 제공 까르푸 자체 브랜드 제품을 통해 더 저렴한 가격에 생필품을 공급함 	
매장정보	입점 가능 품목	• 즉석식품, 베이커리류, 스낵류, 음료류, 생활용품 등	
	선호 제품	• 생활용품, 가정용품, 신선식품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 - 문의할 지점에 따라 연락처 상이하므로 홈페이지 참조 (bunda.carrefour.co.id/id/shop/contact/index.php) 	

자료: 까르푸(Carrefour)

사진 자료: 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia), 메드콤(Medcom)

19) 1유로=1,401.12원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

20) 까르푸 말레이시아의 개별 매출액을 파악할 수 없어 모회사인 까르푸(Carrefour)의 연결재무제표를 활용한 수치를 활용하였으며 타국가의 매출액도 포함된 수치임




2. 인도네시아 사과주스 주요 유통채널 ⑥ 인도마켓

기업 기본 정보	기업명	인도마켓(Indomaret)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	indomaret.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매출액('22)	• 76억 달러(9조 6,809억 원)
		기타 규모	• 매장 수('23): 2만 1,801개
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 현지기업이 운영하는 편의점으로 5,000가지 이상의 제품을 취급하며 42개 유통 센터를 통해 제품 공급함 • 슈퍼세이빙, 금주의 프로모션, 카드 할인 등 다양한 프로모션 및 혜택 제공하며 선불카드도 사용가능함 • 요리대회, 마라톤대회, 기부활동 등 다방면에서 CSR 활동을 활발하게 이어가고 있는 기업임 	
매장정보	입점 가능 품목	• 즉석식품, 베이커리류, 스낵류, 음료류, 생활용품 등	
	선호 제품	• 경쟁력 있는 품질과 가격을 가진 제품, 할랄제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) • 제품 포장 조건 <ul style="list-style-type: none"> - 제조업자 및 유통업자 표시 - 제품 크기 및 유통기한 명시 - 인도네시아 보건부 등록 • 문의사항 연락처 및 기타 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +62-21-5089-7400(7411) - 할랄제품만 입점가능 	

자료: 인도마켓(Indomaret), 스타티스타(Statista)

사진 자료: 씨엔엔 인도네시아(CNN Indonesia), 브이오아이(VOI)

2. 인도네시아 사과주스 주요 유통채널 ⑦ 알파마트

기업 기본 정보	기업명	알파마트(Alfamart)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	alfamart.co.id	
	위치	타에랑(Tangerang)	
	규모	매출액('22) • 67조 3,000억 루피아(5조 6,869억 원) 기타 규모 • 매장 수('22): 1만 6,000개 • 직원 수('22): 4만 명	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 인도마렛과 함께 대표적인 현지 편의점으로 특별한 지역의 점포를 제외하면 아침 출근시간-저녁10시까지 영업함 전자상거래 기업인 토크포디아(Tokopedia)와 제휴해 온라인 제품대금을 편의점에서 지불 가능하도록 함 인도네시아에서의 성공을 기반으로 필리핀으로 확장함 	
매장정보	입점 가능 품목	• 즉석식품, 베이커리류, 스낵류, 음료류, 생활용품 등	
	선호 제품	• 혁신적인 제품, 할랄제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) 제품 포장 조건 <ul style="list-style-type: none"> - 인도네시아 국가표준(SNI, Indonesian National Standard) 라벨 - 제조업자 및 유통업자 표시 - 제품 크기 및 유통기한 명시 - 인도네시아 보건부 등록 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +62-21-8082-1555 - 이메일: adminb2b_alfamart@sat.co.id - 할랄제품만 입점 가능 	

자료: 알파마트(Alfamart)

사진 자료: 구글맵(Google Maps)

2. 인도네시아 사과주스 주요 유통채널 ⑧ 서클케이


기업 기본 정보	기업명	써클케이(Circle K)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	circlekindo.com	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매출액('21)	• 4억 2,600만 달러(5,426억 원)
기타 규모		• 매장 수('22): 634개 • 직원 수('21): 406명	
기업 요약	• 미국계 편의점 브랜드로 전 세계적으로 14,800개의 매장이 존재함 • 인도네시아에는 1986년에 진출하였으며 시그니처 샌드위치와 음료 등으로 인기를 끌었음 • 주로 24시간 영업하는 매장이 많음		
매장정보	입점 가능 품목	• 즉석식품, 베이커리류, 스낵류, 음료류, 생활용품, 커피류 등	
	선호 제품	• 즉석식품, 음료류, 할랄제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 이메일: service@circlekindonesia.com - 전화번호: +62-21-856-4454 - 팩스: +62-21-857-1154	

자료: 써클케이(Circle K)


사진 자료: 구글맵(Google Maps)

2. 인도네시아 사과주스 주요 유통채널 ⑨ 토코피디아

기업 기본 정보	기업명	토코피디아(Tokopedia)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.tokopedia.com	
	규모	매출액('22)	• 13조 5,600억 루피아(1조 1,458억 원)
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 1억 3,700만 회
기업 요약	<ul style="list-style-type: none">2009년부터 대도시와 소도시의 디지털 경제 평등을 위해 온라인 쇼핑몰 서비스 시작2017년부터 알리바바 그룹과 소프트뱅크로부터 자금 지원을 받아옴2022년 인도네시아 증권 거래소에 상장2023년 14주년을 기념해, 서비스 수수료 할인 및 무료 프로모션 제공토코피디아 플레이(Tokopedia PLAY) 라이브 쇼핑 서비스를 통해 행사 진행		



매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	부아비타(Buavita)
		해외 판매	일부 국가로의 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보			
	신규가입자 할인, 프로모션, 특별 쿠폰 등 다양한 할인혜택 및 행사 상시 진행		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none">홈페이지에서 직접 등록<ul style="list-style-type: none">우측 상단 Tentang Tokopedia 클릭한 후 가입(Gabung) → 판매자(Pusat Seller) 클릭등록시 필요한 정보<ul style="list-style-type: none">① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등)문의사항 연락처 및 기타 참고사항<ul style="list-style-type: none">전화번호: +62-21-5017-0809이메일: speakers@tokopedia.com홈페이지 Tokopedia care 클릭 후 문의 가능
-------------	---------------------	--

자료: 토코피디아(Tokopedia)

사진 자료: 토코피디아(Tokopedia)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 핀테크 서비스

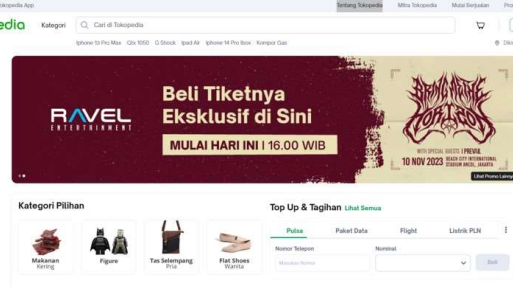
일반적인 공산품부터 항공권, 기차표, 행사티켓 등 구매가능하며, 통신요금 및 수도, 전기요금까지 지불 가능함

2. 캐시백 프로모션

백분율로 할인 캐시백 제공하고 있음

3. 구매 내역

구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 검색 시 추천 키워드 제공



4. 플래시 세일

매우 짧은 시간동안 진행되는 프로모션으로 일반적으로 1~2시간 지속됨

5. 빠른 배송

주문량 25% 이상을 당일 배송 하며 오토바이를 활용해 배송하는 'GO-JEK' 차량공유서비스 회사와 협업 중

캐시백 프로모션을 통해 할인 혜택을 제공하고 있음

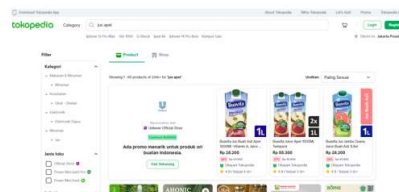
온라인몰 UI ②

토코피디아 - jus apel 검색 페이지

사과주스 검색 페이지

'jus apel'으로 검색결과 노출

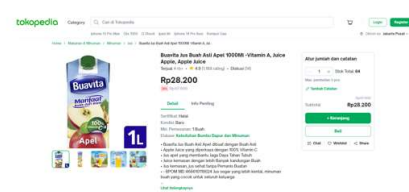
적합도 순으로 검색 결과 노출



사과주스 구매 페이지

성분함량 및 제품 정보에 집중

구매 페이지 하단에 제품 자동 추천



적합도, 평점, 최신순, 가격 별로 제품 정렬 가능

자료: 토코피디아(Tokopedia)

사진 자료: 토코피디아(Tokopedia)

2. 인도네시아 사과주스 주요 유통채널 ⑩ 쇼피 인도네시아

기업 기본 정보	기업명	쇼피 인도네시아(Shopee.id)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	shopee.co.id	
	규모	매출액('22)	• 2억 4,410만 달러(3,109억 원)
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 1억 2,490만 회
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 동남아시아와 대만의 대표적인 온라인 쇼핑 플랫폼 • 일본, 말레이시아, 중국 등 국가에서 이용 가능 • 지역에 따라 노출되는 품목 및 브랜드가 다름 	



매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	썬프레시(SUNFRESH)
		해외 판매	해외 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보			
			

최초 가입 시 할인, 한정 시간 및 시즌별 할인 행사, 리워드 제공 등 다양한 프로모션 상시 진행

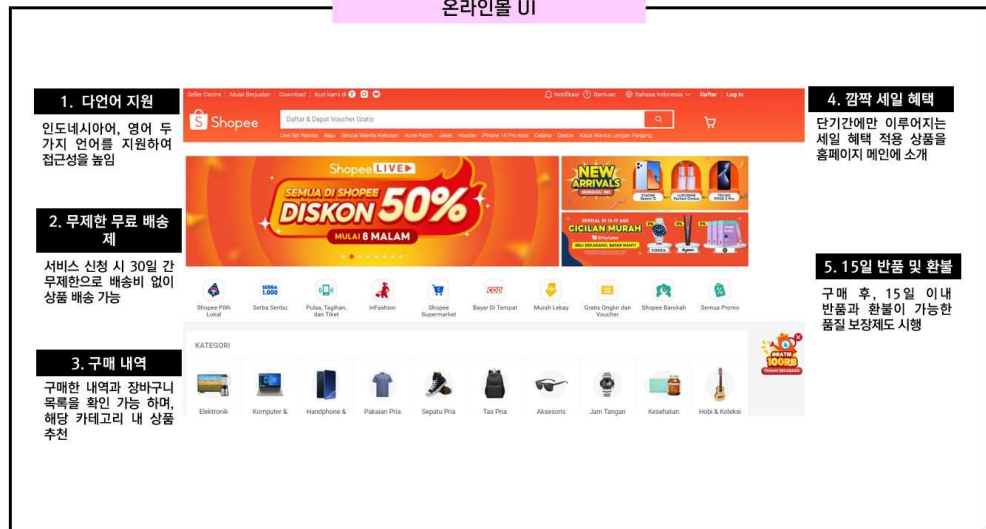
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 좌측 상단 Shopee Seller Centre 클릭한 후 판매자(Seller) 등록 - 등록시 필요한 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 및 기타 참고사항 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +62-21-5093-3765 - 이메일: help@support.shopee.co.id - 홈페이지 Bantuan 클릭 후 문의 가능 - 한국어로 표기된 셀러 가입 진행 홈페이지 있음 (shopee.kr 접속 후 '입점 신청하기' 클릭)
-------------	---------------------	---

자료: 쇼피 인도네시아(Shopee Indonesia)

사진 자료: 쇼피 인도네시아(Shopee Indonesia)

온라인몰 UI ①

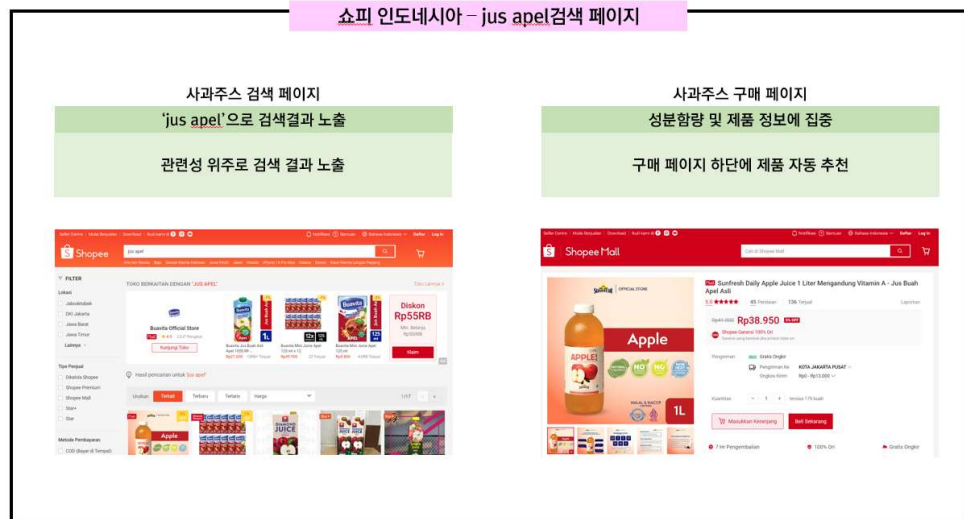
온라인몰 UI



코인 리워드 혜택을 통해 할인 혜택을 제공하고 있음

온라인몰 UI ②

쇼피 인도네시아 - jus apel 검색 페이지



평점, 후기 개수 별로 제품 정렬 가능

자료: 쇼피 인도네시아(Shopee Indonesia)

사진 자료: 쇼피 인도네시아(Shopee Indonesia)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



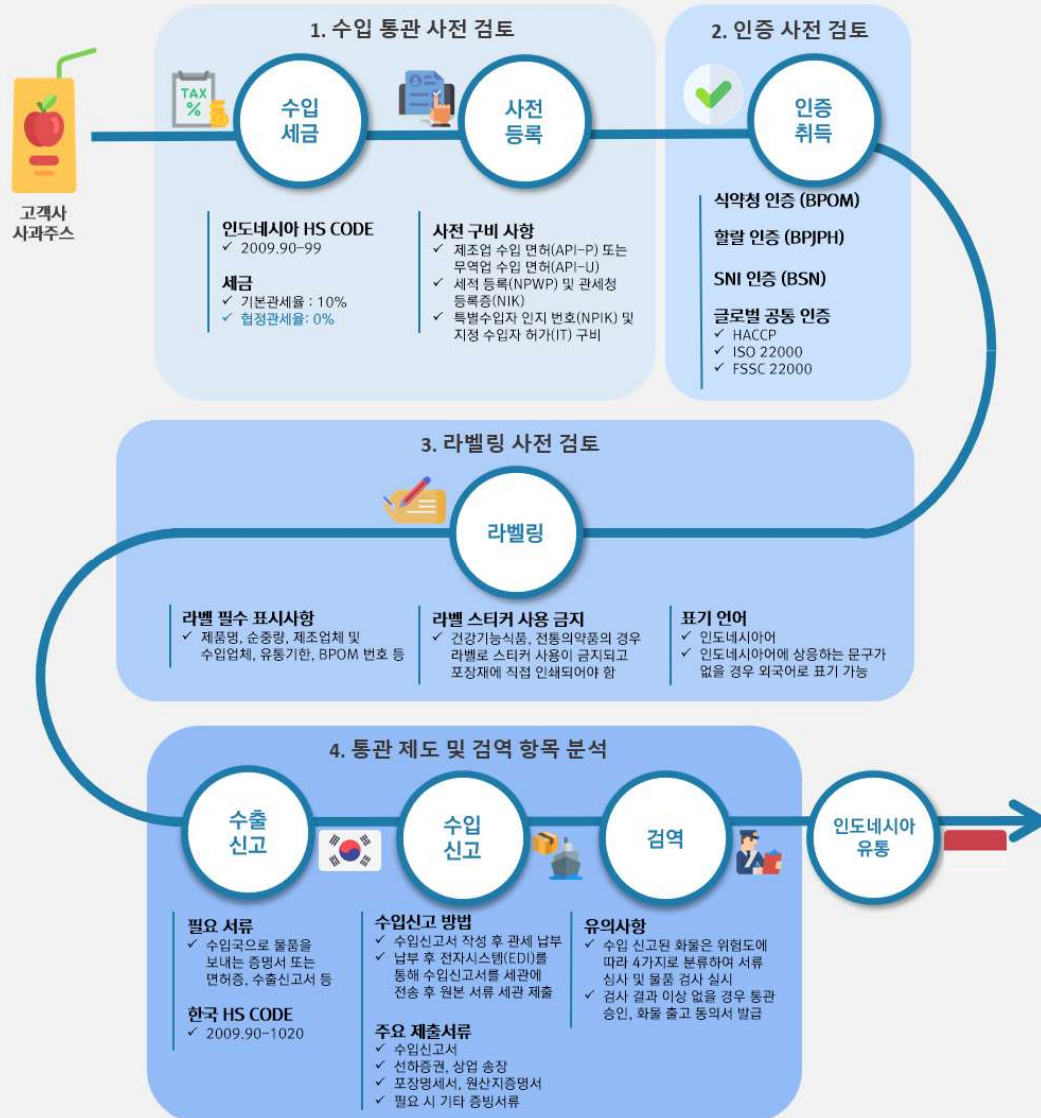
1. 인도네시아 사과주스 통관 및 검역 절차
2. 인도네시아 사과주스 품질 인증
3. 인도네시아 사과주스 라벨링
4. 인도네시아 사과주스 성분 및 유해물질

1. 인도네시아 사과주스 통관 및 검역 절차²¹⁾

▶ 인도네시아 사과주스 수출 시, 식약청 등록 허가必

인도네시아로 수출 시, 제품의 유형에 따라 인도네시아 식약청, 세관에서 요구하는 인허가 사항을 취득한 후 수입을 진행해야 함. 통관 절차에 제출하는 서류의 경우 원본 서류를 제출하는 것을 원칙으로 하고 있으며, 이메일이나 팩스를 통해 수신한 서류는 인정하지 않음. 또한, 수입업체는 수입 유통 신고서를 수입 시마다 신고해 유통 허가서를 받아야 하며, 한국의 제조사는 이를 위해 해당 제품의 시험 검사 성적서를 제공해야 함. 인도네시아 선적전 사전검사(LS Pro) 대상 제품은 수출국에서 선적전 검사 미이행 시 수입 통관이 불가함

[표 5.1] 인도네시아 사과주스 통관 검역 절차



자료: 관세청, 인도네시아 식약청(BPOM), 인도네시아 무역부(MTRI), KATI농식품수출정보

21) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

2. 인도네시아 사과주스 품질 인증

- ▶ **인도네시아 사과주스, SNI 인증, BPOM 및 BPJPH 할랄 인증** 必
인도네시아의 필수 인증으로는 인도네시아 국가 표준 인증(SNI: Standar Nasional Indonesia), 식약청 인증(BPOM: Badan Pengawas Obat dan Makanan), 할랄 인증(BPJPH: Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) 3가지가 존재하며, 각 인증에 적용되는 품목군은 상이함. 2019년, 인도네시아는 모든 제품에 대해 할랄 인증 의무화 제도를 시행하였으며, 식품의 경우, 5년간 유효기간을 두고 있음. 또한, 추가적으로 글로벌 인증이나 인도네시아 내 유기농 인증을 받을 수 있음

[표 5.2] 인도네시아 사과주스 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	
SGS	식품 품질 안전 인증	글로벌 공통 인증	SGS 대한민국 내 사무소 또는 인도네시아 내 사무소	

자료: 각 인증기관

[표 5.3] 인도네시아 사과주스 BPOM 인증

인증명	인도네시아 BPOM 등록	품목 정의	<ul style="list-style-type: none"> - 화장품(NA) - 일반가공식품(ML) - 전문식품(ML) - 건강기능식품(SI) - 전통의약품(TI) - 의약품(QI) - 일반 의약품 - 전문 의약품
인증 성격	수출 시 필수등록(수입업체)		
인증 기관	인도네시아 식약청 (BPOM: Badan Pengawas Obat dan Makanan)		
소요 기간	근무일 기준 약 14일	소요 비용	식품 카테고리에 따라 다름 ²²⁾
도입 취지 및 근거 규정	<ul style="list-style-type: none"> • 도입 취지: 인도네시아는 국내외 소비자의 안전을 지키고 건강을 도모하기 위해 제품을 감지, 예방 및 제어할 수 있는 의약품 및 식품 관리·등록 시스템을 도입함 		
	<ul style="list-style-type: none"> • 근거 규정: <ul style="list-style-type: none"> - 인도네시아 식품법 No 18/2012 - 인도네시아 식약청 규정(Regulation No.27 of 2013) - No.83/M-DAG/PER/12/2012 - No.61/M-DAG/PER/9/2013 - No.73/M-DAG/PER/10/2014 - No.36/M-DAG/PER/7/2014 		
인증(등록) 내용	<ul style="list-style-type: none"> • 요구하는 모든 시험과 증명을 거쳐 서류 구비 후 신청하여 등록번호를 부여받는 허가 형태의 방식임 • BPOM 홈페이지(cekbpom.pom.go.id)에서 등록 제품에 대해 확인할 수 있음 		
적용 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 및 음료 품목군 전체 (전분류, 당류, 식용 유지류, 어육가공품, 간편 식류, 간식류, 음료류, 조미료 식품, 조림류 등) 		

자료: 인도네시아 식약청(BPOM)

22) 식품(일반가공식품)의 경우 300,000루피아 또는 카테고리에 따라 500,000루피아를 식약청에 심사 등록비로 납부해야 심사가 진행 가능하며, 제품의 광고 기능성 표기가 필요할 경우, 광고 대상 기능성 평가가 추가됨에 따라 3,000,000루피아, 건강보조식품의 경우 10,000,000루피아이며, 전통의약품의 경우 15,000,000루피아를 납부할 수 있음

[표 5.3] 인도네시아 사과주스 BPOM 인증

등록 방법 및
필요 서류

- 온라인 신청이 선행되어야 하며 신청 시 등록에 필요한 모든 서류가 완벽하게 구비되어야 함
- 신청자나 신청업체가 홈페이지를 통해 온라인 신청서를 작성하고 온라인으로 수수료 청구서를 통보받으면 근무일 수 기준 10일 안에 수수료를 지불하고 제품번호를 통보하면 됨
 - 신청서류를 심사하여 미승인이 될 경우 보완서류를 온라인으로 제출하고, 승인이 되면 BPOM 공시번호를 온라인으로 부여받을 수 있음
- 인도네시아 현지 등록 작업 완료까지 일반 가공식품 경우 평균 3-4개월, 전통의약품 및 건강 기능 식품의 경우 8-12개월 걸리기 때문에 서류를 완벽하게 구비할 경우 단축 가능함
- 행정문서:
 - 등록 신청서
 - 수입업자의 법률 문서
 - 보관 시설에 대한 감사 결과
 - 제조업체의 품질관리 인증서: GMP, HACCP, ISO22000
 - GMP 필수(BPOM No HK.03.1.23.04.12.2206 Year 2012 / 인도네시아 식약청 규정)
 - 기타 인증서 사본(HACCP, ISO 등): HACCP 또는 ISO 22000의 사본 필요(공증 필요 없음)
 - 위촉장: 지정된 수입업자 / 판매자가 제품 등록
 - 자유 판매 증명서(CFS)
 - 건강 증명서
- 중요 기술정보문서:
 - 성분 구성 정보 (영문 작성, active, non-active 재료 구분 표기)
 - 제조 공정
 - 제품 저장 정보
 - 생산 코드 정보 (Batch No. 또는 LOT No.의 표기 설명서: 번호 구성에 대한 설명이 포함되어야 함)
 - 제품의 포장 디자인 [(컬러판 평면도) 한글 포장 제품의 경우 해당 한글의 번역본 필요]
 - 완제품 분석 인증서

자료: 인도네시아 식약청(BPOM)

[표 5.3] 인도네시아 사과주스 BPOM 인증

유의 사항	<ul style="list-style-type: none"> • 제조사는 필수적으로 GMP 허가를 받은 공장에서 제품을 제조해야 함 • GMP 허가를 받은 공장이라도 SMF(Site Master File) 서류를 구성해 BPOM에서 다시 평가를 받아 승인을 받아야 하며, SMF는 WHO 규정에 근거해 구성되고 그 구성의 세부 내용이 평가됨 • 제품 원재료 성분표(Certificate Of Ingredient(CERTIFICATE OF COMPOSITION)) <ul style="list-style-type: none"> ① 제품 원재료의 성분표는 제품별 개별 문건으로 회사의 헤드 레터를 사용하여 문서로 발급해야 함 ② 문서에는 전 성분의 함량(%)와 제품의 용량 기준(mg/kg)에 대한 계산식을 기재해야 함 ③ 전 성분에 있어 서류 등록 개시 이전 인도네시아의 건강기능식품 사용 기준의 적합 여부 확인이 필요하며, 문서 작성에는 Lot 또는 Batch 용량에 맞춘 사용량 기재가 필요함 ④ 일일 사용 기준치에 대한 적용 재료는 인도네시아 기준으로 작성되어야 함 • 기본적 의무 시험 검사 항목 이외의 안정성 보고서에 적용한 검사 항목과 영양 표시 성분의 검사 항목에 대하여 의무적으로 인도네시아 지정 시험 검사 기관에서 검사를 받아 그 성적서를 제출해야 함 • 안정성 보고서는 해당 조건에서 최소 6개월에서 3년의 시험 검사 데이터가 포함되어야 함 • 안정성 보고서의 순도(assay) 검사 대상은 범위의 안정성 부분의 확인을 위해 인도네시아 시험 검사 기관에 해당 의무 검사 항목을 (필수 1회) 포함해 성적서를 제출해야 하며, 범위에 들지 못하는 결과치가 나올 경우, 범위에 드는 수치가 나올 때까지 반복 검사를 받아 제출해야 최종 승인 조건에 들 수 있음 • 제품의 성분표와 공정도, 완제품 규격서, 포장 재료 등 회사 발급 문서는 해당 제품의 명칭과 포장 규격 사항을 표기하여 회사의 헤드 레터를 사용하여 작성해야 함 • 제품의 BPOM 등록은 의약품 전자 등록 홈페이지(aero.pom.go.id)나 마약 및 식품 관리국 홈페이지(www.pom.go.id)를 통해서 진행할 수 있음
-------	---

자료: 인도네시아 식약청(BPOM)

[표 5.4] 인도네시아 사과주스 BPJPH 할랄 인증

인증명	BPJPH 할랄 인증	인증 성격	종교 및 문화적 인증
인증 마크		인증 기관	인도네시아 할랄인증청 (BPJPH: Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal)
인증 절차	<ul style="list-style-type: none"> 인증 신청²³⁾(제조 및 가공업체) 및 서류 제출 수수료 납부(제조 및 가공업체) 서류 검토(할랄검사소) 현장실사²⁴⁾(할랄검사소) 결과보고서 작성 및(할랄검사소) BPJPH 보고(인도네시아 올라마 협의회(MUI: Majelis Ulama Indonesia)) 할랄 인증 심사(파트와위원회)²⁵⁾ 		
신청 서류	<ul style="list-style-type: none"> 비인증 원료에 한하여 돼지 미사용 시설 증명서 에탄올 증명서 제조공정도 품목제조보고서 제품 스펙 시험성적서 수입신고필증 원산지 증명서 		
유의 사항	<ul style="list-style-type: none"> 현재 BPJPH에서 전반적인 책임을 지고 있으며 기존 할랄 인증을 책임지던 올라마 위원회는 검사 및 심의 권한만을 가지게 됨 인도네시아 내 유통되는 소매 제품은 인도네시아 할랄 인증 로고만을 사용할 수 있음 BPJPH에서 발급받은 인증서의 유효기간은 4년이며 만료 3개월 전 재인증이 필요함 할랄 원 형태를 제거하거나 변형하지 않은 한 로고의 색상 변경에 관한 규정은 없음 할랄 인증을 받지 않아도 되는 제품이 인증을 받지 않은 경우, 제품에 할랄 인증을 받지 않았음을 표기해야 함 2024년 10월 17일로 식품 할랄 인증 유효기간이 종료됨에 따라 신청이 몰릴 것으로 예상되어 사전 준비가 필요함 		
소요 비용	<ul style="list-style-type: none"> 제품의 유형, 번호 및 위치 정보를 기재하여 인증기관 메일로 비용 견적을 받아야 함 		
소요 기간	<ul style="list-style-type: none"> 1-2개월 소요 가능 		


자료: 인도네시아 할랄인증청(BPJPH), 한국농수산물유통공사

23) BPJPH를 통한 인증 신청은 할랄인증 신청 사이트에서 회원가입 후 신청 가능함 (ptsp.halal.go.id)

24) 서류검토가 완료되면 할랄 인증 심사원이 생산 공장을 직접 방문하여 인증 제품의 모든 라인(입고, 생산, 보관 및 출고)을 실사함

25) 이슬람법학자 5명이 모인 의사결정 기구로, 할랄 유효성을 판단하여 인증 승인 여부를 결정하며 인증서 발급 시 해당 제품 정보 및 유효기간 등은 공식 데이터베이스에 기록됨

[표 5.5] 인도네시아 SNI 인증 취득

인증명	SNI 인증	인증 성격	수출 시 필수(수입업체)
인증 마크		인증 기관	BSN ²⁶⁾ (Badan Standardisasi Nasional)
신청 절차	<ul style="list-style-type: none"> • 기 등록된 SNI 인증 품목 확인²⁷⁾(수입업체) • 시험인증기관(LS Pro) 확인(수입업체) - KAN에서 인가된 시험인증기관 확인 • 서류 제출(수입 업체) • 제출한 서류의 적합성, 완성도, 기업 검토 실시(시험인증기관) • 제조공정 및 샘플 검사, 운영 시스템 평가(시험인증기관) • 최종 검토(시험인증기관) • SNI 인증 발급 및 사후 관리(시험인증기관) 		
신청 서류	<ul style="list-style-type: none"> • 공인된 기업 정관 사본 • 영업허가 사본 • 납세자 고유번호 • 브랜드 등록증명서 등 		
유의 사항	<ul style="list-style-type: none"> • SNI 인증마크 부착은 SNI 인증마크 사용승인서를 발급받은 후 부착할 수 있음 <ul style="list-style-type: none"> - SNI 마크는 제품, 서비스, 시스템, 프로세스 또는 인력에 대한 일정 기준에 대해 품질 적합성 평가기관(LPK: Lembaga Penilaian Kesesuaian)이 주관하는 적합성 평가 과정을 통과해 규정에서 요구하는 기준을 충족시켰다는 증거로 사용됨 - SNI 인증마크 사용승인서를 발급받은 후 제품, 포장, 라벨 등에 인증마크를 부착할 수 있음 - SNI 인증마크 하단에 SNI 규격 번호 및 인증기관 번호 기재 필요함 		
소요 비용	<ul style="list-style-type: none"> • 인도네시아 외 국가에서 취득할 경우 현지에서 진행하는 것보다 높은 비용이 발생하며, 샘플 평가원 등급에 따라 비용에 차이가 있음²⁸⁾ 		
소요 기간	<ul style="list-style-type: none"> • 최대 12개월 이상 소요 가능 • 품목에 따라 차이가 있음 		

자료: 에프에스에스씨(FSSC), 한국농수산물유통공사

26) BSN은 인증기관이 아닌 관할 기관이며 SNI 인증은 시험기관인 LS Pro에서 수행함
 27) 인도네시아 국가표준화기관 홈페이지에서 확인 가능 (sispk.bsn.go.id/SNI/DaftarList)
 28) 더욱 자세한 사항은 인도네시아 산업부 홈페이지 참조 (www.kemenperin.go.id)

3. 인도네시아 사과주스 라벨링

[표 5.6] 인도네시아 사과주스 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> 해당 식품의 특성과 조건을 반영한 이름을 표시해야 함 공공질서, 문화, 종교 등에 반하는 상표 사용 불가함
	2. 성분 목록	<ul style="list-style-type: none"> 성분목록 또는 사용 재료와 같은 단어를 기재 후 성분을 표기해야 함 약어 형태로 표기할 수 없음 제품에 사용된 중량 내림차순으로 표기해야 함 비타민, 미네랄, 식품첨가물의 표기는 제외됨 성분 자체에 포함된 물을 제외하고 식품의 생산 및 가공 과정에 첨가된 물은 표기해야 함
	3. 순중량 또는 순부피	<ul style="list-style-type: none"> 미터법에 따라 액체 가공식품은 용량, 고체 가공식품은 중량, 반고체 가공식품은 중량 또는 용량 표기
	4. 제조업체 및 수입업체	<ul style="list-style-type: none"> 제조업체와 수입업체의 이름과 주소를 표기해야 함
	5. 할랄 인증	<ul style="list-style-type: none"> 인도네시아 할랄 인증을 마크와 함께 표시해야 함 할랄 인증을 받지 못한 제품은 비할랄 제품(NON-HALAL)의 표기 의무가 발생함
	6. 제조 날짜 또는 제조 코드	<ul style="list-style-type: none"> 배치 번호 또는 제조 시간으로 표기 제조 일자와 제조 코드는 분리해 기재할 수 있지만, 제조 코드 옆 제조 일자의 위치 정보를 표기해야 함
	7. 유통기한	<ul style="list-style-type: none"> 유통기한 문구 뒤에 일-월-년 순으로 표기해야 함 유통기한이 3개월 이상인 식품은 월-년으로 표기 가능함 유통기한이라는 단어와 날짜 표시를 따로 표기할 때는 날짜의 위치 정보를 표기해야 함 10% 이상의 알코올을 함유한 음료나 유통기한이 24시간 이내인 빵이나 케이크, 식초는 유통기한 표시의무에서 제외됨

자료: 인도네시아 식약청(BPOM), 미국 농무부(USDA: U.S. Department of Agriculture)

[표 5.6] 인도네시아 사과주스 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	8. BPOM 등록번호	<ul style="list-style-type: none"> 라벨에 식약청으로부터 부여받은 등록번호를 표기해야 함
	9. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> 특정 식품의 원산지를 표기할 수 있음
	10. 표시 기준	<ul style="list-style-type: none"> 인도네시아어, 아라비아 숫자 및 라틴 문자로 작성되어야 함 인도네시아어에 상응하는 단어가 없는 경우 외국어를 사용할 수 있음 라벨의 주요 부분의 글씨를 가릴 수 있는 그림이나 색상의 사용은 금지됨 특별한 보관 방법이나 조건이 필요한 경우 라벨에 표기해야 함 건강기능식품 및 전통의약품의 경우 라벨링 표기 시 스티커 사용이 제한되어 포장재에 직접 라벨이 인쇄되어야 함

자료: 인도네시아 식약청(BPOM), 미국 농무부(USDA: U.S. Department of Agriculture)

▶ 인도네시아 사과주스 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]



[윗면 라벨링]



[옆면 라벨링 1]



[옆면 라벨링 2]

[앞면 - 인도네시아어]

- ① Jungle Juice
- ② Minuman sari buah
- ③ APEL
- ④ Diamond
- ⑤ BROM RI MD 266628547007
- ⑥ Diproduksi oleh: PT DIAMOND COLD STORAGE
- ⑦ Bekasi 17520 - Indonesia
- ⑧ Kode Produksi & Baik Digunakan Sebelum (lihat pada tutup botol)
- ⑨ Isibersih: 500ML

[앞면 - 국문]

- ① 정글 주스
- ② 과일 음료
- ③ 사과
- ④ 다이아몬드 유통
- ⑤ 식품의약품안전청 번호 266628547007
- ⑥ 생산업체: 다이아몬드 콜드 스토리지
- ⑦ 주소: 브카시 17520 - 인도네시아
- ⑧ 생산 코드 & 유통기한 (병 뚜껑 참조)
- ⑨ 내용물: 500ml

[뒷면 - 영어]	[뒷면 - 국문]
① Jungle Juice ② APPLE JUICE DRINK ③ Diamond ④ BPOM RI MD 266628547007 ⑤ Produced by: PT DIAMOND COLD STORAGE ⑥ Bekasi 17520 - Indonesia ⑦ Production Code & Best Before (see the cap) ⑧ NET VOLUME: 500ML	① 정글 주스 ② 사과주스 음료 ③ 다이아몬드 유통 ④ 식품의약품안전청 번호 266628547007 ⑤ 생산업체: 다이아몬드 콜드 스토리지 ⑥ 주소: 브카시 17520 - 인도네시아 ⑦ 생산 코드 & 유통기한 (병 뚜껑 참조) ⑧ 내용물: 500ml
[뒷면 - 영어]	[뒷면 - 국문]
① 13 FEB 2024 01:21 ② AIH01001	① 2024년 2월 13일 01:21 ② AIH01001
[옆면1 - 영어]	[옆면1 - 국문]
① keep in cool & dry place, shake well before opening ② keep chilled after opening, best served chilled ③ product of indonesia ④ imported in papua new guinea by : kendo limited ⑤ po box 2816, LAE , MOROBE PROVINCE	① 서늘하고 건조한 곳에 보관하고, 개봉하기 전에 흔들어 주십시오. ② 개봉 후 냉장고에 보관하시고, 차갑게 드시면 더 맛있습니다. ③ 인도네시아 제품 ④ 파푸아뉴기니에서 수입됨: 켄도 리미티드 ⑤ 우편 번호 2816, 라에, 모로베 지방 (파푸아뉴기니)
[옆면2 - 인도네시아어, 영어]	[옆면2 - 국문]
① jungle juice adalah minuman yang dibuat dengan buah-buahan, banyak varian rasa yang dapat kamu dan teman-temanmu pilih serta nikmati sesuai selera masing-masing	① 정글 주스는 과일로 만든 음료로, 친구와 친구들이 서로의 취향에 따라 선택하여 즐길 수 있는 다양한 맛이 있습니다.

②

INFORMASI NILAI GIZI/NUTRITION FACTS		
Takaran Saji/Serving Size 200ml		
3 Sajian per Kemasan/Serving per Pack		
JUMLAH PER SAJIAN/AMOUNT PER SERVING		
Energi Total/Total Calories		110kkal
Energi dari Lemak/Calories from fat		0kkal
%AKG/%DV		
Lemak Total/Total fat	0g	0%
Lemak Jenuh/Saturated Fat	0g	0%
Protein	1g	1%
Karbohidrat Total/ Total Carbohydrate	26g	8%
Serat Pangan/Dietary Fiber	3g	9%
Gulat/Sugars	23g	
Garam(Natrium)/Salt(Sodium)	10mg	1%
Vitamin dan Mineral/Vitamin and Mineral		
Vitamin C		25%
Kalim/Potosslum		4%
<ul style="list-style-type: none"> • Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150kkal kebutuhan energi ndah mungkin lebih tinggi atau lebih rendah • Percent Daily Values(DV) are based on a 2150 calories diet, Your DV may be higher or lower depending on your calories needs 		

Komposisi:

Air, Konsentrat Apel(12.5%), Gula,, Pengatur Keasaman(Asam Sitrat), Perisa Sintetik Apel, Pengawet(Kalium Sorbat, Natrium Benzoat), Antioksidan(Asam Askorbat).

Ingredients:

Water, Apple Concentrate(12.5%), Sugar, Acidity Regulator(Citric Acid), Synthetic Apple Flavor, Preservatives(Potassium Sorbate, Sodium Benzoate), Antioxidant (Ascorbic Acid)

Layanan Konsumen/Customer Service:
(bebas pulsa/toll free): 0800-1-008899
www.diamond.co.id

②

영양 정보		
제공 용량 200ml		
1팩당 1인분		
1회 제공량		
총 칼로리 110kkal		
지방에서 얻는 에너지 0kkal		
%AKG/%DV		
총 지방	0g	0%
포화지방	0g	0%
단백질	1g	1%
총 탄수화물	26g	8%
식이섬유	3g	9%
설탕	23g	
소금	10mg	1%
비타민 및 미네랄		
비타민 C		25%
칼륨		4%
<ul style="list-style-type: none"> • 2,150kcal의 에너지 요구량을 기준으로 AKG 비율은 귀하의 에너지 요구량이 더 높거나 낮을 수 있습니다. • 2,150kcal의 에너지 요구량을 기준으로 AKG 비율은 귀하의 에너지 요구량이 더 높거나 낮을 수 있습니다. 		

원료:

물, 사과농축액(12.5%), 설탕, 산도조절제(구연산), 향료, 합성사과, 방부제(소르빈산칼륨, 안식향산나트륨), 향산화제(아스코르빈산).

원료:

물, 사과농축액(12.5%), 설탕, 산도조절제(구연산), 향료, 합성사과, 방부제(소르빈산칼륨), 안식향산나트륨, 향산화제(아스코르빈산)

고객 서비스:

(수신자 부담): 0800-1-008899
www.diamond.co.id

4. 인도네시아 사과주스 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

인도네시아로 식품 수출 시, BPOM 규정 No.11/2019에 따라 규정된 27개의 식품첨가물 그룹의 최대허용량을 제한하고 있음. 규정된 목록에 없는 식품첨가물의 사용은 인도네시아 식약청(BPOM)의 허가를 받아야 함. 식품첨가물이 없을 경우 라벨 및 식품 광고에 ‘식품첨가물 없음’을 표시하는 것을 규정하고 있음. 하기 표는 고객사의 음료류에 적용될 수 있는 식품첨가물 규정의 일부이며, 자세한 규정은 식약청 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.7] 사과주스에 적용되는 인도네시아 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품유형
1	아세설팜칼륨	acesulfame potassium	250mg/kg (인공감미료로 사용에 한함)	과실·채소류 음료
2	안나토 색소	annatto extract	5mg/kg(색소 용도에 한함)	
3	벤조산	benzoic acid	600mg/kg (보존료용도에 한함)	
4	안식향산칼슘	calcium benzoate	GMP(탄산제 용도에 한함)	
5	이산화 탄소	carbon dioxide	GMP(탄산제 용도에 한함)	
6	시트르산	citric acid	3000mg/kg (산도조절제 용도에 한함)	
7	β -아포-8'-카로티날	β -apo-8'-carotenal	150 mg/kg(색소 용도에 한함)	
8	산성피로인산나트륨	disodium diphosphate	1000mg/kg (유화제, 안정제 용도에 한함)	(-)
9	과산화 수소	hydrogen peroxide	5mg/kg	과실·채소류 음료
10	제1인산칼슘	monocalcium phosphate	1000mg/kg (유화제, 안정제 용도에 한함)	(-)
11	네오탐	neotame	25mg/kg (인공감미료로 사용에 한함)	과실·채소류 음료
12	펙틴	pectin	GMP (겔화제, 유화제, 증점제, 안정제 용도에 한함)	
13	벤조산나트륨	sodium benzoate	600mg/kg(보존료용도에 한함)	
14	차아염소산나트륨	sodium hypochlorite	1mg/kg(염소로서)	
15	시트르산삼나트륨	trisodium citrate	3000mg/kg (산도조절제, 유화제, 안정제 용도에 한함)	

자료: KATI농식품수출정보

▶ 유해물질

인도네시아로 식품을 수출하기 위해서는 인도네시아 식약청(BPOM)에서 규정하는 식품 유형별 유해물질 규정 및 기준을 반드시 준수해야 함. 하기 표는 사과주스에 적용될 수 있는 인도네시아 유해물질 기준의 일부임. 더욱 자세한 인도네시아 유해물질 규정 및 해당 규정이 적용되는 식품 기준은 인도네시아 보건부 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.8] 사과주스에 적용되는 인도네시아 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품유형
1	비소	Arsenic(As)	0.02mg/kg (임산부와 수유부용 식품과 음료의 경우에 한해서)	(-)
2	카드뮴	Cadmium(Cd)	0.02mg/kg (임산부와 수유부용 식품과 음료의 경우에 한해서)	과실·채소류 음료
3	납	Lead(Pb)	GMP(색소 용도에 한함)	
4	수은	Mercury(Hg)	0.01mg/kg (임산부와 수유부용 식품과 음료의 경우에 한해서)	(-)
5	곰팡이 및 효모	Mold and Yeast	n:5, c:2, m: 10 ² colony/g, M: 10 ⁴ colony/g (농축과채주스의 경우에만 해당, 저온살균되지 않은 과채주스, 저온살균 과채주스 제외)	(-)
6	멜라민	melamine	2.5mg/kg (단, (1) 죽 형태의 유아용 유동식의 경우: 1mg/kg (2) 바로 소비 가능한 형태의 유아용 유동식의 경우: 0.15mg/kg 를 적용함)	과실·채소류 음료
7	패툴린	Patulin	5000mg/kg (유화제염류, 유화제, 안정제 용도에 한함)	
8	엘로인	Aloin	0.1mg/kg (즉석 섭취 제품에 대해 계산됨)	(-)
9	카페인	Caffeine	50mg/인분 또는 150mg/일	(-)

자료: KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

인도네시아는 인체에 해로운 영향을 끼칠 가능성이 있는 특정 알레르기 유발물질을 함유한 식품에 대하여 해당 물질 표기를 규정하고 있음. 식품 내에 하기 표의 9가지 알레르기 유발물질 포함된 경우 반드시 라벨에 해당 사실을 표기해야 함

[표 5.9] 인도네시아 알레르겐 표시 기준

순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	글루텐(밀, 호밀, 보리, 귀리)
2	의무	조개류
3	의무	달걀
4	의무	생선
5	의무	땅콩
6	의무	콩
7	의무	우유(유당 포함)
8	의무	견과류
9	의무	야황산염

자료: 인도네시아 식약청(BPOM)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 웨이스트레이딩(Ways Trading)
2. 코리너스(Korinus)
3. 무궁화(Mugunghwa)

Interview ①

29)

웨이스트레이딩
(Ways Trading)

- 유형: 소매유통업체
- 업체 특징:
 - 2020년 설립
 - 자카르타에 위치한 수입유통업 및 소매업체
 - 취급 품목으로는 주스, 과일 등
 - 온/오프라인 유통채널 존재

담당자 정보

Owner

웨이스트레이딩(Ways Trading)
Owner

Q. 인도네시아 내 주스 소비 관련 트렌드가 있다면 무엇인가요?

코로나19 이후, 인도네시아에서는 건강한 식품과 음료에 대한 관심과 수요가 증가했습니다. 주스의 경우 소비자들은 첨가물 없이 100% 과즙으로 이뤄져있는 제품을 선호하고 있습니다. 이에, 건강 관련 이점을 보유한 고객사 제품 또한 현재 인도네시아 내 건강 음료 선호 추세에 혜택을 받을 수 있는 제품이라고 생각합니다.

Q. 고객사에서는 순수 사과로부터 착즙한 100% NFC 사과주스를 제조하여 판매하고 있습니다. NFC 사과주스와 관련하여, 인도네시아 소비자들의 수요가 어떻게 되는지, 어떤 소비층에게 특히 수요가 많은지 이유와 함께 알려주세요.

100% NFC 주스의 주요 소비층은 건강에 관심이 있는 소비자와 가족과 함께 거주하는 소비자들입니다. 이들은 이들의 자녀를 위해 자연적이고, 영양이 풍부한 음료를 찾기 때문에 기존의 단 음료보다는 NFC 주스를 선택할 가능성이 큼니다.

Q. 고객사는 3가지 제품인 100% NFC 사과주스, 100% NFC 사과인삼 주스, 100% NFC 사과보리 주스를 제조하고 있습니다. 이 중, 인도네시아에서 수요가 가장 많을 것으로 예상되는 제품을 순위별로 나열하고, 이유를 알려주세요.

1위는 100% NFC 사과주스, 2위는 100% NFC 사과인삼 주스, 3위는 100% NFC 사과보리 주스입니다. 사과주스는 인도네시아 소비자들에게 매우 익숙한 제품이며, 타 식품을 만드는 데에도 활용할 수 있기에 활용도가 높아 수요가 많을 것으로 예상합니다. 사과보리 주스가 3위인 이유는 보리 관련 주스 제품에 대한 소비자들의 수요가 높지 않기 때문에 3위로 책정했습니다. 그러나 인도네시아는 지역별 특색이 강하기 때문에, 지역에 따라 제품의 인기가 상이할 수 있습니다.

Q. 고객사는 탄산을 포함하지 않은 사과 에이드 제품을 개발하고 있는데, 인도네시아 내 해당 제품의 잠재 수요는 어떻게 되는지 이유와 함께 알려주세요.

무더운 날씨를 보유하고 있는 인도네시아에서 무탄산 사과 에이드 제품은 갈증 해소에 매우 매력적인 대안이 될 것으로 예상합니다. 천연 사과즙과 최소한의 첨가물로 만들어진 음료로서 제품을 포지셔닝 할 수 있다면, 남녀노소 모두에게 인기가 많은 제품으로 자리매김할 수 있을 것입니다.

Q. 고객사의 사과 에이드는 매실청, 사과 농축액, 비타민 C를 함유하고 있으며, 포장은 스탠딩 파우치에, 소비자가격은 230mL에 18,000~20,000루피아(1,521~1,690원³⁰⁾)를 형성할 것으로 예상합니다. 이러한 특징들이 인도네시아 시장에 적합한지 알려주세요.

자연스러운 맛을 보유한 과일 주스는 인도네시아 소비자들에게 언제나 매력적인 제품이며, 비타민 C 첨가는 매우 긍정적인 요소입니다. 스탠딩 파우치는 편리성 측면에서 매우 좋으며, 가격의 경우도 현지 제품의 평균 가격인 8,000루피아(676원)에 비해서는 비싸지만, 타 수입품의 평균 가격인 20,000~24,000루피아(1,690~2,028원) 대비 저렴한 편입니다.

Q. 만약 고객사가 추가적인 재료를 활용하여 100% NFC 사과주스를 개발한다고 한다면, 인도네시아 소비자에게 인기가 많을 법한 재료는 무엇이 있을까요?

추가적인 재료를 활용한 신제품 개발에는 현지 선호도, 트렌드, 맛 프로필 등을 고려해야 하며, 재료에는 생강을 추천합니다. 생강은 인도네시아 요리와 음료에 널리 사용되는 재료로, 건강상의 이점과 독특한 맛으로 널리 알려져 있습니다. 사과주스에 약간의 생강을 첨가하면 현지의 취향에 맞는 독특하고 상쾌한 맛의 조합을 만들 수 있을 것으로 예상합니다.

Q. 현재 인도네시아에서 인기 있는 사과주스 브랜드가 있다면, 2~3가지 정도 브랜드명과 이유를 함께 꼽아주세요.

인도네시아 내 인기 사과주스 브랜드에는 B사와 M사가 있습니다. B사는 사과주스를 포함한 다양한 과일 주스를 제조하는 유명 현지 브랜드로, 실제 과일을 사용하여 만든 제품으로 시장 내 강력한 브랜드 인지도를 보유하고 있습니다. M사는 글로벌 기업인 C사가 소유한 주스 브랜드 기업으로, 인도네시아에서 인기가 있는 편입니다.

Q. 경쟁제품 대비 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇인가요?

고객사 제품은 무설탕, 무첨가제인 100% 순도 사과만을 사용한 제품으로 이는 주요 셀링 포인트로 작용할 수 있습니다. 하지만, 오프라인 매장이나 온라인 플랫폼에서 제품을 알리는 데 실패할 경우, 소비층 확보에 어려움을 겪을 수 있습니다. 현지 브랜드들의 과일 주스 내 과일 함유량은 약 35% 정도이지만, H사와 같은 브랜드에서도 고객사와 동일하게 100% NFC 주스를 판매하고 있다는 점은 유의가 필요합니다.

Q. 해당 경쟁제품은 어떤 홍보 마케팅 전략을 활용하나요?

인스타그램, 페이스북, 틱톡과 같은 소셜 미디어 플랫폼 내 마케팅을 주로 활용합니다. 시각적이고, 매력적으로 제품을 홍보하기에 매우 적합한 채널들이며, 사진과 비디오, 조리법 공유 등을 통해 소비자들의 이목을 끌 수 있습니다.

30) 100루피아=8.45원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 고객사 제품별 소비자가격, FOB가격, 홍보문구에 대한 제품 피드백을 부탁드립니다.

고객사 100% NFC 사과주스 제품은 1박스에 30팩이 들어가 있기 때문에 소매 가격은 적당하다고 생각하며, 유사 수입 사과주스 제품 대비 저렴한 편입니다. FOB가격도 마찬가지입니다. 홍보문구의 경우 건강한 재료 사용을 강조하고 있는데, 이는 건강한 주스를 원하는 소비자들에게 효과가 있을 것으로 예상합니다.

고객사 100% NFC 사과인삼 주스의 소비자가격과 FOB가격은 경쟁제품 가격 대비 조금 비싼 편이지만, 홍보문구는 인삼의 영양적 가치 제공 측면에서 효과적일 것으로 예상합니다.

고객사 100% NFC 사과보리 주스의 소비자가격과 FOB가격은 경쟁제품 가격 대비 조금 비싼 편이지만, 홍보문구는 건강의 측면을 강조하기 때문에 좋은 판매 포인트로 작용할 수 있습니다.

Q. 고객사 제품의 포장, 인증에 대한 공통 제품 피드백을 부탁드립니다.

고객사 사과주스 제품 포장인 폴리에틸렌 재질의 내부 파우치와 외부 종이 박스는 편리함과 지속성을 모두 제공하기 때문에 음료 제품에 일반적으로 사용되는 포장입니다. 고객사 제품 인증인 HACCP, ISO22000, 어린이 기호식품 인증, 무농약 인증 등은 모두 품질과 안전에 관한 인증들로 좋기는 하지만, 인도네시아 소비자들은 대다수가 이슬람교도이기 때문에 할랄 인증 획득을 추천합니다.

Q. 고객사 사과주스처럼 가격대가 높은 프리미엄 음료 제품을 인도네시아로 수출 시, 추천하는 유통채널은 무엇인지 이유와 함께 알려주세요.

슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 한인 식품점을 추천합니다. 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓은 다수의 소비자들이 주로 방문하는 곳이며, 프리미엄 음료 제품이 매력적으로 포장되어 있을 시, 소비자들의 눈에 띄어 이목을 끌 수 있습니다.

Q. 고객사 사과주스처럼 가격대가 높은 프리미엄 음료 제품을 인도네시아로 수출 시, 어떤 소비층을 대상으로 홍보하면 좋을지 의견을 말씀해주세요.

웰빙을 추구하는 소비자들을 대상으로 홍보하는 것을 추천합니다. 이들은 자신의 건강과 웰빙을 우선시하고, 건강한 라이프스타일을 추구하며, 천연, 유기농, 영양이 풍부한 식료품에 관심이 있기 때문입니다.

Q. 고객사 사과주스를 인도네시아에서 홍보 시, 어떤 경로와 방법으로 진행하면 효과적일지 말씀해주세요.

인플루언서와의 협업 및 샘플링 이벤트 구성을 추천합니다. 현지 내 건강 및 웰빙 관련 콘텐츠를 제작하는 인플루언서들과 협력하여 제품을 알릴 수 있다면, 고객사 제품의 장점을 알리기에 무리가 없을 것입니다. 소비층 확보 목표치까지 소셜 미디어 내 유료 광고를 활용할 수도 있으며, 오프라인 매장 내 샘플링 이벤트를 통해 고객들이 제품을 시도해 볼 기회를 제공하는 것도 하나의 방법입니다.

Q. 수입유통업체 입장에서 고객사 사과주스 제품 수입 시, 고객사에서 주의해야 할 법적 규제나 강제 인증 사항이 있는지 말씀해주세요.

인도네시아는 식품 표시 규정에 엄격하므로, 정확한 정보를 인도네시아어와 영어로 작성해야 합니다. 제품 라벨에는 제품명, 성분, 순 중량, 유통기한, 영양 정보, 보관 지침, 수입업자명 또는 유통업자의 주소를 포함해야 합니다. 일부 제품의 경우 안전 및 품질 기준 충족을 위한 관련 기관 발급 인증서가 필요할 수 있으며, 인도네시아 내 수입업자는 무역부로부터 수입 허가를 받고, 수입 관련 관세법, 세금, 통관 절차를 숙지하고 있어야 합니다.

Interview ②

31)



코리너스(Korinus)

- 유형: 소매유통업체
- 업체 특징:
 - 2012년 설립
 - 자카르타에 위치한 수입유통업 및 소매업체
 - 취급 품목으로는 한국 식품
 - 온/오프라인 유통채널 존재

담당자 정보

Store Manager

코리너스(Korinus) Store Manager

Q. 인도네시아 내 주스 소비 관련 트렌드가 있다면 무엇인가요?

인도네시아 소비자들은 최근 건강에 대한 관심도가 높으며, 섭취하는 음료의 영양 성분에 신경을 많이 쓰고 있습니다. 이에, 첨가당이 낮은 주스에 대한 수요도 급증하였습니다.

Q. 고객사에서는 순수 사과로부터 착즙한 100% NFC 사과주스를 제조하여 판매하고 있습니다. NFC 사과주스와 관련하여, 인도네시아 소비자들의 수요가 어떻게 되는지, 어떤 소비층에게 특히 수요가 많은지 이유와 함께 알려주세요.

주로 바쁜 일상을 보내면서, 균형 잡힌 식단을 추구하는 소비자들이 주요 소비층이라고 할 수 있습니다. 이들은 고객사 제품과 같은 포장된 NFC 주스를 통해 편의성과 건강을 모두 잡을 수 있기에 관련 제품에 대한 수요가 높은 편입니다.

Q. 고객사는 3가지 제품인 100% NFC 사과주스, 100% NFC 사과인삼 주스, 100% NFC 사과보리 주스를 제조하고 있습니다. 이 중, 인도네시아에서 수요가 가장 많을 것으로 예상되는 제품을 순위별로 나열하고, 이유를 알려주세요.

1위는 100% NFC 사과주스, 2위는 100% NFC 사과인삼 주스, 3위는 100% NFC 사과보리 주스라고 생각합니다. 사과주스는 인도네시아에서 익숙한 음료로, 전 연령층에 친숙한 제품이기 때문에 수요가 가장 많을 것으로 예상합니다. 사과인삼 주스를 2위로 꼽은 이유는 인삼이 보유하고 있는 건강상의 이점, 그리고 해당 이점이 인도네시아 소비자들에게 이미 널리 알려졌기 때문에 운동을 즐겨 하는 소비자들을 중심으로 수요가 발생할 수 있습니다. 사과보리 주스는 보리가 소비자들에게 친숙하지 않기 때문에 수요가 적을 것으로 예상합니다.

Q. 고객사는 탄산을 포함하지 않은 사과 에이드 제품을 개발하고 있는데, 인도네시아 내 해당 제품의 잠재 수요는 어떻게 되는지 이유와 함께 알려주세요.

인도네시아는 매우 더운 나라이기 때문에 시원한 음료에 대한 수요가 높으며, 이에 고객사에서 개발 중인 제품 또한 인기가 있을 것으로 예상합니다. 천연 사과 및 최소한의 첨가물로 제조된 음료로 소비자들에게 인식될 수 있다면, 건강에 민감한 소비자들을 대상으로 소구할 수 있을 것입니다.

Q. 고객사의 사과 에이드는 매실청, 사과 농축액, 비타민 C를 함유하고 있으며, 포장은 스탠딩 파우치에, 소비자가격은 230mL에 18,000-20,000루피아(1,521-1,690원)를 형성할 것으로 예상합니다. 이러한 특징들이 인도네시아 시장에 적합한지 알려주세요.

인도네시아에서 매실청은 일반적으로 사용되는 재료는 아닙니다. 따라서 해당 재료가 어떤 과일 및 성분을 의미하는지 명시해야 할 필요성이 있습니다. 사과 농축액 활용은 맛에 사과 맛을 증폭시키기 때문에 좋다고 생각하며, 비타민 C 또한 면역 지원 관련 성분으로 널리 알려져 있어 소비자들이 매력적으로 느낄 수 있습니다. 스탠딩 파우치 및 용량은 크게 문제가 없지만, 가격은 다른 제품 대비 다소 높습니다. 이러한 높은 가격에 대해 소비자들을 설득할 필요성이 있습니다. 양질의 재료, 건강상의 이점, 스탠딩 파우치와 같은 제품의 특성을 효과적으로 전달해야 합니다.

Q. 만약 고객사가 추가적인 재료를 활용하여 100% NFC 사과주스를 개발한다고 한다면, 인도네시아 소비자에게 인기가 많을 법한 재료는 무엇이 있을까요?

추가 재료를 선택할 때는 기본 사과 맛을 해치지 않는, 균형 있는 맛을 낼 수 있는 재료를 선택하는 것이 중요하며 이에 생강과 꿀을 추천합니다. 생강은 건강상의 이점을 보유하고 있으며, 꿀은 인도네시아 소비자들이 좋아하는 천연 감미료 중 하나입니다. 꿀 첨가를 통해 약간의 단맛을 더하면서, 사과 맛을 강화함과 동시에 건강에 민감한 소비자들에게도 소구할 수 있습니다. 소비자들에게도 어필할 수 있습니다.

Q. 현재 인도네시아에서 인기 있는 사과주스 브랜드가 있다면, 2-3가지 정도 브랜드명과 이유를 함께 꼽아주세요.

인도네시아 내 인기 있는 사과주스 브랜드로는 B사와 J사가 있습니다. B사는 정통 과일 맛을 추구하는 소비자들에게 인기가 있으며, 상쾌하고 자연스러운 맛이 특징입니다. 해당 브랜드가 널리 알려지기까지는 이들의 마케팅 전략과 유통채널이 많은 기여를 했습니다. J사는 과일의 농축액을 추출하는 과정에서 품질 기준에 따라 선별된 천연 성분을 활용했으며, UHT 기술을 이용해서 가공된 제품입니다. 해당 제품은 여러 슈퍼마켓과 대형마트에서 찾아볼 수 있습니다.

Q. 경쟁제품 대비 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇인가요?

고객사 제품의 장점은 100% NFC 사과주스라는, 건강에 좋은 순수한 재료를 활용했다는 점이 있습니다. 단점으로는 유사 제품 대비 높은 가격대를 형성하고 있다는 점이 있는데, 이에 따라 저렴한 제품과의 경쟁을 대비하고, 고유 품질 및 이점을 바탕으로 차별화 전략을 추구해야 합니다.

Q. 해당 경쟁제품은 어떤 홍보 마케팅 전략을 활용하나요?

주로 샘플 제품 제작, 무료 시음 기회 제공(매장 내 시음 코너) 등을 통해 소비자들이 제품을 체험하게 하고, TV 광고 및 소셜 미디어를 통해 제품을 널리 알리는 편입니다.

Q. 고객사 제품별 소비자가격, FOB가격, 홍보문구에 대한 제품 피드백을 부탁드립니다.

고객사 100% NFC 사과주스의 소비자가격 및 FOB가격 모두 현지 유사 경쟁제품 대비 높은 편입니다. 해당 가격 차이를 정당화하는 가치를 추가적으로 제공하거나, 이점을 강조하는 것이 필요합니다. 홍보문구는 제품의 고유 정보를 효과적으로 전달하는 것 같습니다.

고객사 100% NFC 사과인삼 주스의 소비자가격, FOB가격은 모두 상당히 비싼 것 같습니다. 인도네시아에서는 인삼이 첨가된 주스를 보기 어렵기에 직접적인 비교는 어렵지만, 일반 주스의 가격으로 보기에는 어렵습니다. 홍보문구는 제품의 독특한 요소를 잘 표현하고 있어 좋은 것 같습니다.

고객사 100% NFC 사과보리 주스의 소비자가격, FOB가격 모두 비싼 가격대입니다. 인도네시아에서는 보리가 첨가된 주스는 없어 직접 비교는 어려우나 사과인삼 주스와 마찬가지로 일반 주스의 가격으로 보기에는 어렵습니다. 홍보문구는 프리미엄, 친환경을 강조하는 것 같아 좋은 것 같습니다.

Q. 고객사 제품의 포장, 인증에 대한 공통 제품 피드백을 부탁드립니다.

고객사 사과주스 제품 포장 변경을 고려하고 있을 시 관련 분야의 전문가로부터 조언을 받아보는 것이 가장 확실하며, 운송 및 보관 단계에서 제품의 친환경성, 시각적 특성 등을 해치지 않도록 고려해야 합니다. 아울러, 인증 관련해서는 할랄 인증을 검토하는 것을 권장합니다.

Q. 고객사 사과주스처럼 가격대가 높은 프리미엄 음료 제품을 인도네시아로 수출 시, 추천하는 유통채널은 무엇인지 이유와 함께 알려주세요.

오프라인 유통채널로는 소규모 슈퍼마켓을, 온라인 유통채널로는 온라인 몰 등을 추천합니다. 소규모 슈퍼마켓의 경우 대규모 매장에 비해 경쟁제품 수가 많지 않으므로 소비자들에게 고객사 제품이 더욱 쉽게 노출될 수 있습니다. 온라인의 경우, 디지털 시대에 특화된 채널로 소비자가 시간과 장소에 구애받지 않기 때문에 오프라인 유통채널 진출과 병행하는 것을 추천합니다.

Q. 고객사 사과주스처럼 가격대가 높은 프리미엄 음료 제품을 인도네시아로 수출 시, 어떤 소비층을 대상으로 홍보하면 좋을지 의견을 말씀해주세요.

직장인, 가족, 부모들을 대상으로 홍보하는 것을 추천합니다. 직장인들은 출근길에, 혹은 업무 도중에 건강한 간식으로 제품을 섭취하고 있습니다. 가족과 부모들은 건강하고 영양학적으로 검증된 제품을 선호하여 품질에 대한 고려를 많이 하고 있습니다. 위와 같은 이유로 이들이 좋은 홍보대상이 될 수 있습니다.

Q. 고객사 사과주스를 인도네시아에서 홍보 시, 어떤 경로와 방법으로 진행하면 효과적일지 말씀해주세요.

건강식품 관련 박람회 등을 참여하거나, 꾸러미형 제품 구성을 통해 타 건강 제품과 사과주스를 결합해서 판매한다면 효과적으로 홍보 및 전략 수립이 가능할 것입니다.

Q. 수입유통업체 입장에서 고객사 사과주스 제품 수입 시, 고객사에서 주의해야 할 법적 규제나 강제 인증 사항이 있는지 말씀해주세요.

인도네시아 소비자들은 대부분 이슬람교이기 때문에 할랄 인증 취득을 우선적으로 권장합니다. 아울러, 인도네시아의 식품 안전 기준을 충족해야 하며, 수입 관세 및 수입 허가증을 확보해야 합니다.

Interview ③

32)


**무궁화
(Mugunghwa)**

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 1989년 설립
 - 자카르타에 위치한 유통업 및 소매업체
 - 취급 품목으로는 가공식품, 전자기기 등
 - 주요 수입국으로는 한국
 - 온라인 유통채널 존재

담당자 정보

Manager

**무궁화(Mugunghwa)
Manager**
Q. 인도네시아 내 주스 소비 관련 트렌드가 있다면 무엇인가요?

최근 인도네시아 소비자들은 건강하고, 자연 그대로의 재료로 구성된 음료를 찾는 비중이 늘었습니다. 더불어, 무설탕 및 무첨가 과일 주스에 대한 수요도 나날이 증가하고 있습니다.

Q. 고객사에서는 순수 사과로부터 착즙한 100% NFC 사과주스를 제조하여 판매하고 있습니다. NFC 사과주스와 관련하여, 인도네시아 소비자들의 수요가 어떻게 되는지, 어떤 소비층에게 특히 수요가 많은지 이유와 함께 알려주세요.

건강과 웰빙을 중시하는 소비자들은 NFC 사과주스가 보유한 자연적, 무가공 요소에 매력을 느낄 가능성이 큼니다. 이들은 인공감미료나 설탕, 보존제 등을 첨가하지 않은 제품을 섭취할 수 있다는 것에 큰 흥미를 느끼는 소비자들입니다.

Q. 고객사는 3가지 제품인 100% NFC 사과주스, 100% NFC 사과인삼 주스, 100% NFC 사과보리 주스를 제조하고 있습니다. 이 중, 인도네시아에서 수요가 가장 많을 것으로 예상되는 제품을 순위별로 나열하고, 이유를 알려주세요.

고객사 제품의 예상 수요 순위는 사과주스, 사과인삼 주스, 사과보리 주스 순서로 예상합니다. 사과주스는 소비자들이 익숙한 제품이기 때문에 가장 수요가 있을 것이며, 사과인삼 주스는 잠재적으로 건강상의 이점이 있다고 알려져 있어 수요가 있을 것으로 생각합니다. 반면, 사과보리 주스의 경우 익숙하지 않은 맛이기 때문에 수요가 있을 것으로 예측하기 어렵습니다. 이는 모두 예상치로, 실제 수요는 마케팅 전략, 소비자 인식, 가격 책정, 건강과 관련된 추세 등 다양한 요인에 의해 결정될 수 있습니다.

Q. 고객사는 탄산을 포함하지 않은 사과 에이드 제품을 개발하고 있는데, 인도네시아 내 해당 제품의 잠재 수요는 어떻게 되는지 이유와 함께 알려주세요.

고객사의 개발 예정 제품은 잠재적인 수요가 있을 수는 있다고 생각합니다. 특히, 더운 기간 및 축제 기간에는 관련 음료의 수요가 증가하는 경향이 있어, 이를 활용하여 계절상품으로 출시를 기대할 수 있습니다.

Q. 고객사의 사과 에이드는 매실청, 사과 농축액, 비타민 C를 함유하고 있으며, 포장은 스탠딩 파우치에, 소비자가격은 230mL에 18,000-20,000루피아(1,521-1,690원)를 형성할 것으로 예상합니다. 이러한 특징들이 인도네시아 시장에 적합한지 알려주세요.

함유 성분 중 매실청은 인도네시아 소비자들에게 익숙한 재료가 아니므로 관련 유래나 효능, 특성 등에 대해 명확한 설명을 제시하는 것이 중요합니다. 가격은 현지의 유사 수입품 가격인 20,000-24,000루피아(1,690-2,028원) 대비 낮은 편이지만, 수입품이 아닌 현지 제품보다는 높은 편이라는 사실은 인지하고 있어야 합니다.

Q. 만약 고객사가 추가적인 재료를 활용하여 100% NFC 사과주스를 개발한다고 한다면, 인도네시아 소비자에게 인기가 많을 법한 재료는 무엇이 있을까요?

망고를 추천합니다. 망고는 인도네시아에서 가장 인기가 많은 과일이며, 망고 푸레나 향 첨가 시 사과와 망고의 맛이 조화롭게 섞입니다. 망고를 결합한 제품이 현지인 입맛에 가장 맞을 수 있습니다.

Q. 현재 인도네시아에서 인기 있는 사과주스 브랜드가 있다면, 2-3가지 정도 브랜드명과 이유를 함께 꼽아주세요.

B사, O사, M사가 있습니다. B사는 다양한 과일 주스로 유명한 현지 브랜드로 실제 과일을 원료로 사용하고, 다양한 맛을 제공한다는 장점을 보유하고 있으며 자연스럽고 건강한 특성을 강조하는 마케팅 전략을 사용합니다. O사는 제품 내 각종 비타민, 미네랄, 산화 방지제 등을 함유하고 있어 소비자들의 나이나 조건, 날씨와 상관 없이 섭취에 용이한 제품입니다. M사는 TV와 같은 대중매체에서 광고로 자주 접할 수 있으며, 대형 오프라인 유통채널에서도 주로 판매되고 있습니다.

Q. 해당 경쟁제품은 어떤 홍보 마케팅 전략을 활용하나요?

주로 비타민 함유, 산화 방지 등의 건강상의 이점을 강조하며, 제품이 건강한 생활을 영위하는 데에 어떻게 기여할 수 있는지를 강조하는 편입니다. 또한, 소셜 미디어와 인플루언서 마케팅을 적극적으로 활용하는 편이며, 이를 통해 소비자들과의 접점을 만들려고 노력합니다.

Q. 고객사 제품별 소비자가격, FOB가격, 홍보문구에 대한 제품 피드백을 부탁드립니다.

고객사 100% NFC 사과주스의 소비자가격은 현지 제품 대비 약간 비싼 편이며, FOB가격은 타 수입 제품 대비 저렴한 편이지만, 현지 제품보다는 비싼 편입니다. 홍보문구는 제품 특유의 자연적이고 건강한 재료 사용을 강조하기 때문에 좋습니다.

고객사 100% NFC 사과인삼 주스의 소비자가격과 FOB가격 모두 인도네시아 평균 주스 가격보다 높습니다. 홍보문구는 인삼이 보유한 건강과 관련된 이점을 더욱 강조하고, 전통 의학에서 인삼이 어떻게 활용되었는지를 언급하면 좋을 것 같습니다.

고객사 100% NFC 사과보리 주스의 소비자가격과 FOB가격 모두 인도네시아 평균 주스 가격보다 비싼 편입니다. 홍보문구는 제품의 건강한 재료 사용을 간결하게 전달하고 있어 좋습니다.

Q. 고객사 제품의 포장, 인증에 대한 공통 제품 피드백을 부탁드립니다.

고객사 사과주스 내부 포장은 스파우트 파우치를, 외부 포장은 추가 보호 레이어를 추가해서 제품의 프리미엄 특성을 부각할 수 있도록 제작하는 것을 추천합니다. 인증의 경우 인도네시아 국가 특성을 고려하여 할랄 인증을 추가로 획득한다면 더 많은 소비자로부터 이목을 끌 수 있습니다.

Q. 고객사 사과주스처럼 가격대가 높은 프리미엄 음료 제품을 인도네시아로 수출 시, 추천하는 유통채널은 무엇인지 이유와 함께 알려주세요.

추천하는 유통채널은 규모가 작은 슈퍼마켓과 온라인 판매입니다. 규모가 작은 슈퍼마켓은 현지 소비자들에게 가장 빠르게 제품을 알릴 수 있는 수단이며, 소비자들의 접근성이 뛰어난 장소입니다. 온라인 판매를 통해서는 상세 제품 정보와 소비자들의 긍정적인 제품 사용 후기, 실제 이미지 등으로 판매를 늘릴 수 있습니다.

Q. 고객사 사과주스처럼 가격대가 높은 프리미엄 음료 제품을 인도네시아로 수출 시, 어떤 소비층을 대상으로 홍보하면 좋을지 의견을 말씀해주세요.

친환경을 중시하는 소비자, 건강 애호가, 가족을 보유한 소비자들을 대상으로 홍보하는 것을 추천합니다. 친환경을 중시하는 소비자들은 친환경적인 포장재와 재료를 사용한 제품을 중시하며, 건강 애호가들은 영양소가 풍부한 식음료를 섭취함으로써 건강을 챙기려고 합니다. 가족을 보유한 이들은 가족들의 건강을 위해 유해 첨가물이 없는 제품들을 구매하고는 합니다.

Q. 고객사 사과주스를 인도네시아에서 홍보 시, 어떤 경로와 방법으로 진행하면 효과적일지 말씀해주세요.

인스타그램, 페이스북, 틱톡과 같은 소셜 네트워크 플랫폼을 통해 제품의 이미지, 조리법 등을 시각적으로 전달할 것을 추천합니다. 또한, 피트니스 센터나 건강 관련 박람회 등에서 샘플링 이벤트를 통해 소비자들이 제품을 체험해보는 기회를 제공해주는 것도 하나의 방법입니다.

Q. 수입유통업체 입장에서 고객사 사과주스 제품 수입 시, 고객사에서 주의해야 할 법적 규제나 강제 인증 사항이 있는지 말씀해주세요.

할랄 인증이 우선적으로 필요합니다. 고객사가 이미 보유하고 있는 HACCP와 ISO22000과 같은 인증은 좋습니다. 또한, 인도네시아 규정상 제품명, 성분, 영양 정보, 생산 날짜 등을 포함한 라벨 표시가 필요하며, 수입 회사는 무역부에서 발급한 수입품 식별번호(API)를 부여받아야 합니다. 이 외에도 관세나 통관 규정 등에 대한 숙지가 필요하므로, 통관 대행업자와의 상세한 상담을 권장합니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VII 시사점





소비 특징 ①



① 경쟁제품: 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 사과주스 경쟁제품을 조사한 결과, '사과주스' 키워드 외 '망고주스' 관련 키워드가 105건으로 가장 많이 도출되었음. 뒤이어 '레몬주스' 관련 키워드가 101건, '구아바주스' 관련 키워드가 92건으로 빈출하였음. 이 중 '레몬주스'의 실제 데이터 확인 결과 케일, 사과 등을 섞어 만든 디톡스 주스 제품이 추가로 도출되는 것이 확인되었음. 또한 과일을 원료로 하는 주스 외에 '생강주스'와 같은 건강 주스 관련 키워드도 다수 도출되었음

② 경쟁브랜드: 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 사과주스 경쟁브랜드를 조사한 결과, '부아비타' 관련 키워드가 116건으로 가장 많이 도출되었음. 실제 데이터 확인 결과 부아비타 브랜드의 주스 제품들은 주로 팩에 포장되었으며, 망고, 사과, 구아바 등 다양한 맛의 주스 제품을 판매하고 있는 것이 확인되었음. 뒤이어 마늘, 레몬, 사과 등을 섞어 만든 건강 주스 브랜드 '퓨어네이처' 관련 키워드가 28건, 사과주스 제품으로 대표되는 '정글주스' 관련 키워드가 24건으로 빈출하였음



소비 특징 ②



① 경쟁제품 패키지: 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 사과주스 경쟁제품 패키지를 조사한 결과, 포장형태와 관련하여 '병' 관련 키워드가 133건으로 가장 많이 도출되었음. '팩' 관련 키워드는 17건으로 '병'에 비해 상대적으로 적게 도출되었으며, 이를 통해 인도네시아에서 판매되는 주스의 경우 '병' 형태 패키지가 일반적인 것으로 나타남. 한편 용량 관련 키워드로는 '1,000ml' 관련 키워드가 333건으로 가장 많이 도출되었으며, 뒤이어 '5,000ml' 관련 키워드가 50건 도출되며 대용량 키워드가 빈출하는 것으로 나타남

② 경쟁제품 홍보문구: 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 사과주스 경쟁제품 홍보문구를 조사한 결과, '방부제 없음' 관련 키워드가 262건, '천연 제품' 관련 키워드가 192건 도출되어 제품의 성분을 강조하는 키워드가 빈출하는 것이 확인되었음. 뒤이어 '할랄 인증' 관련 키워드가 171건 도출되었으며, '심장 건강', '안구 건강', '암 위험 감소', '당뇨병 예방', '면역력 증가' 등 건강 관련 효능을 강조하는 홍보문구 키워드가 다수 도출되었음

인도네시아 소매유통채널 유통 비중



유통채널



인도네시아 내 고객사 사과주스 제품의 잠재 소매유통채널을 조사한 결과, 전통 상점의 점유율이 69.0%로 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타남. 뒤이어 편의점, 미니 마트 등의 기타 현대식 상점의 점유율이 17.0%를 보였으며, 하이퍼마켓/슈퍼마켓의 점유율은 6.0%로 상당히 낮은 비중을 보였음. 한국의 잠재 소매유통채널과 비교 시, 인도네시아에서는 전반적으로 전통적인 형태의 거래가 이루어지는 것이 확인되었으며, 현대적 유통채널인 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 온라인 유통채널 등은 영향력이 미미한 것으로 나타남



▶ Point 1) 인도네시아 국가 표준 인증(SNI)

필수 발급

▶ Point 2) 인도네시아 식약처 인증(BPOM)

필수 발급

▶ Point 3) 할랄 인증(BPJPH) 필수 발급

▶ Point 4) 라벨 인도네시아어 표기 必

진입장벽



인도네시아로 식품 수출 시, 인도네시아 국가 표준 인증(SNI: Standar Nasional Indonesia), 식약청 인증(BPOM: Badan Pengawas Obat dan Makanan), 할랄 인증(BPJPH: Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) 3가지에 대한 취득을 필수적으로 진행해야 함. 제품 라벨링의 경우 제품명, 성분 목록, 순중량 또는 순부피, 제조업체 및 수입업체, 할랄 인증, 제조 날짜 또는 유통 코드, 유통기한, BPOM 등록번호, 원산지 등이 기재되어야 하며, 표기 시 인도네시아어, 아라비아 숫자 및 로마자 텍스트로 작성되어야 함. 한편 인도네시아어에 상응하는 단어가 없는 경우 로마자로 된 외국어를 사용할 수 있는 것으로 조사되었음

수출 확대 전략

제품 수요
&
제품 피드백



Point 01 제품 수요 인도네시아 현지 수입유통업체와의 인터뷰 결과, 코로나19 이후 인도네시아에서는 건강한 식품 및 음료에 대한 관심과 수요가 증가함에 따라 첨가물 없이 100% 과즙으로 이뤄져있는 주스 제품, 첨가당이 낮은 주스 제품이 소비자들로부터 선호되고 있는 것으로 나타남. 100% NFC 주스의 주요 소비층으로는 자녀를 위해 자연적이고 영양이 풍부한 음료를 찾는 소비자, 바쁜 일상으로 인해 균형 잡힌 식단을 추구하는 소비자, 건강과 웰빙을 중시하는 소비자 등이 꼽혔음. 또한 가격대가 높은 프리미엄 주스 음료의 적정 소비층으로는 친환경 포장재 및 친환경 재료 등 친환경 요소를 중시하는 소비자가 추가로 꼽혔음. 한편 인도네시아 현지에서 프리미엄 주스 음료 제품을 유통하기 적절한 채널로 소규모 슈퍼마켓과 온라인 채널이 자주 언급되었음. 소규모 슈퍼마켓의 경우 소비자들의 접근성이 뛰어나고 현지 소비자들에게 가장 빠르게 제품을 알릴 수 있는 유통채널이며 대규모 매장에 비해 경쟁제품이 많지 않아 소비자들에게 제품이 더 쉽게 노출될 수 있을 것이란 의견이 있었음. 온라인 채널의 경우, 소비자가 시간과 장소에 구애받지 않는 채널임과 동시에 상세 제품 정보와 소비자들의 제품 사용 후기를 통해 판매를 늘릴 수 있어 오프라인 유통채널 진출과 병행하는 것이 좋다는 의견이 있었음. 제품 적정 홍보 방법으로는 소셜 네트워크 플랫폼을 통한 제품 홍보 및 인플루언서와의 협업이 추천되었으며, 건강 주스 포지셔닝 차원에서 피트니스 센터, 건강 관련 박람회에서의 제품 샘플링 이벤트 개최도 효과적인 홍보 방법으로 언급되었음

Point 02 제품 피드백 인도네시아 현지 수입유통업체와의 인터뷰 결과, 고객사 사과주스 제품 3종 중 인도네시아에서 수요가 많을 것으로 예상되는 제품 순서는 '100% NFC 사과주스', '100% NFC 사과인삼 주스', '100% NFC 사과보리 주스' 순으로 나타남. 이와 관련해 사과주스는 인도네시아 전 연령층 소비자들에게 가장 익숙한 제품이기 때문에 수요가 크고, 사과인삼 주스는 인삼의 건강상 이점이 인도네시아 소비자들에게 널리 알려져 있기 때문에 특정 소비층에서의 수요가 있고, 사과보리 주스는 익숙하지 않은 재료이기 때문에 수요가 있을 것으로 예측하기 어렵다는 의견이 지배적이었음. 고객사 사과주스 제품 3종에 대한 가격과 관련해서는 3종 모두 비싼 편이라는 의견이 지배적이었으며, 홍보문구의 경우 대체로 긍정적인 반응이나 사과인삼 주스의 경우 전통 의학에서 인삼이 어떻게 활용되었는지 추가적인 언급이 필요하다는 의견이 있었음



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2022
2. 스태티스타(Statista), 「Juices Indonesia」, 2023.03
3. 스태티스타(Statista), 「Apple Juice Indonesia」, 2023.03
4. 칸타(Kantar), 「ASIA's FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023.07
5. 한국농수산물유통공사, 「할랄 이슬람 식품시장수출가이드북」, 2020.12
6. 한국농수산물유통공사, 「2021 농식품 해외인증등록정보 종합가이드」, 2021.12
7. KATI농식품수출정보, 「인도네시아 비관세장벽 모니터링」, 2023.07
8. 미국 농무부(USDA: U.S. Department of Agriculture), 「Indonesia: Food and Agricultural Import Regulations and Standards Export Certificate Report」, 2022.12

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
4. 토크피디아(Tokopedia) (www.tokopedia.com)
5. 칸타(Kantar) (www.kantar.com)
6. 리테일뉴스아시아(Retail News Asia) (www.retailnews.asia)
7. 마타하리백화점(Matahari Department Store) (www.matahari.com)
8. 메트로백화점(Metro Department Store) (www.metroindonesia.com)
9. 구글맵(Google Maps) (www.maps.google.com)
10. 메드콤(Medcom) (www.medcom.id)
11. 브이오아이(VOI) (voi.id/en)
12. 씨엔엔인도네시아(CNN Indonesia) (www.cnnindonesia.com)
13. 하이퍼마트(Hypermart) (shop.hypermart.co.id/hypermart)
14. 헤로(Hero) (www.hero.co.id)
15. 까르푸(Carrefour) (bunda.carrefour.co.id)
16. 인도마켓(Indomaret) (indomaret.co.id)
17. 알파마트(Alfamart) (alfamart.co.id)
18. 써클케이(Circle K) (circlekindo.com)
19. 토크피디아(Tokopedia) (www.tokopedia.com)
20. 쇼피 인도네시아(Shopee.id) (shopee.co.id)
21. 플래티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)
22. 관세청 (www.customs.go.kr)
23. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
24. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
25. 관세법령정보포털 (unipass.customs.go.kr)
26. 인도네시아 무역부(MTRI: Minister of Trade of the Republic of Indonesia) (www.kemendag.go.id)
27. 인도네시아 식품안전연구소(IFSI: The Indonesian Food Safety Institute) (indonesianfoodsafety.org)
28. 인도네시아 재무부(KEMENTERIAN KEUANGAN) (www.beacukai.go.id)
29. 인도네시아 의약품 전자 등록(Badan Pengawas Obat dan Makanan AeRO) (aero.pom.go.id)
30. 인도네시아 식약청(BPOM: Badan Pengawas Obat dan Makanan) (www.pom.go.id)
31. 인도네시아 법무부(Biro Hukum dan Organisasi) (jdih.pom.go.id)
32. 인도네시아 법률 및 규정 포털(Paralegal) (paralegal.id)
33. 에프에스에스씨(FSSC) (www.fssd22000.com)
34. 통합무역정보서비스 (www.tradenavi.or.kr)
35. 대한무역투자진흥공사 (www.dream.kotra.or.kr)
36. 인니할랄코리아 (www.inhalalkorea.com)
37. 한국보건산업진흥원 제약산업정보포털 (www.khidi.or.kr)
38. 웨이스트레이딩(Ways Trading) (waystdi.com)
39. 코리너스(Korinus) (www.korinus.com)
40. 무궁화(Mugunghwa) (mugunghwa.co.id)

· 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사

· 발 행 일 자 | 2023.09.08

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea