

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202309-28
품목 | 홍삼 음료(Red Ginseng Drink)
HS CODE | 2202.99-9000
국가 | 인도네시아(Indonesia)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 인도네시아 무알코올 음료 시장규모	06
2. 인도네시아 에너지 및 스포츠 음료 시장규모	07
3. 인도네시아 홍삼 음료 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 다양한 형태의 홍삼 제품 인기	11
2. 현지 브랜드 'AMH' 빈출...한국 브랜드도 다수 확인	12
3. '1회분 포장' 형태의 제품이 가장 많아	13
4. '한국산'과 '건강 효과', '할랄인증' 강조	14

IV. 유통채널

1. 인도네시아 홍삼 음료 유통채널 점유율	16
2. 인도네시아 홍삼 음료 주요 유통채널	17

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 인도네시아 홍삼 음료 통관 및 검역 절차	30
2. 인도네시아 홍삼 음료 품질 인증	31
3. 인도네시아 홍삼 음료 라벨링	37
4. 인도네시아 성분 및 유해물질	43

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 멀티베스트리인도네시아(PT.Multi Bestri Indonesia)	48
2. 오키시아글로벌서비스(PT.Okosia Global Service)	51
3. 무궁화유통(PT.Koin Bumi)	54

VII. 시사점

1. 시사점	57
--------	----

※ 참고문헌	59
--------	----



HS CODE : 2202.99-9000

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

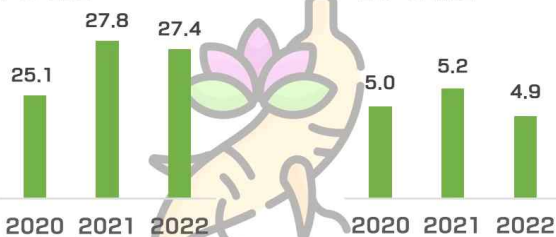
SUMMARY

인도네시아 홍삼 음료 시장

시장 현황

무알코올 음료 시장규모

단위 : 십억 달러



에너지 및 스포츠 음료 시장규모

단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2202.99 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입 규모



시장 트렌드

빅데이터 분석



* 인도네시아 온라인쇼핑몰 홍삼 음료 제품 306건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
한국-인도네시아 FTA 세율 0%
기본세율 20%

사전 준비
인도네시아 식약청 등록

품질 인증



라벨링 유의사항

필수 표기사항
제품명, 성분 목록, 순종량,
제조업체 및 수입업체,
할랄인증, 유통기한, 원산지,
BPOM 등록번호,
인도네시아어 표기 등

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

홍삼 음료에 대한 수요 증가 인도네시아 소비자들의 건강 및 체력증진에 대한 관심증가에 따른 홍삼 음료를 비롯한 에너지 음료 수요 확대
홍삼 음료 트렌드 화학적 요소가 첨가되지 않은 천연제품 및 유기농 제품의 선호도가 높으며 인증사항 및 라벨링이 중요시 되는 추세
홍삼 음료 인증 대다수가 무슬림인 인도네시아 소비자들을 공략하기 위해 KMF 할랄인증보다는 MUI 할랄인증이 권장되는 편

Point 02.

경쟁사 제품 확인 인삼 추출물이나 홍삼, 허브 등을 함유하고 꿀이나 다양한 맛을 제공하는 에너지 드링크 및 감장제 제품 존재
추천 셀링포인트 홍삼 뿌리가 통째로 들어있다는 점과 높은 홍삼 함유량을 강조하여 하이퍼마켓 및 온라인 플랫폼을 통해 판매하는 것을 추천
추천 홍보방법 홍삼의 효능이나 활용법을 알릴 수 있는 다양한 온라인 콘텐츠를 통해 홍삼 및 제품에 대한 인지도를 높이는 것을 추천

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 인도네시아 무알코올 음료 시장규모
2. 인도네시아 에너지 및 스포츠 음료 시장규모
3. 인도네시아 홍삼 음료 수입규모

1. 인도네시아 무알코올 음료 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 무알코올 음료 시장규모 34.9조 원, 연평균 1.0% 성장

2022년 기준 인도네시아 무알코올 음료 시장규모는 34.9조 원으로 확인됨. 최근 5년(2018-22년)간 연평균 1.0%씩 성장하였으며 평균 34.3조 원의 소비량을 보이고 있음

▶ 인도네시아 무알코올 음료 시장규모, 향후 5년간 4.8% 성장 전망

인도네시아 무알코올 음료 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 4.8%씩 성장하여 2027년 45.9조 원을 기록할 것으로 예상됨. 무알코올 음료 중에서 인도네시아 무슬림 소비자의 인삼 및 홍삼제품 인지도를 조사한 결과, 주요 섭취 이유는 건강증진, 기분전환, 질병예방 순이며, 섭취경험이 있는 소비자의 경우 제품 효능에 대한 인식이 높은 편임²⁾

[표 2.1] 인도네시아 무알코올 음료 시장규모⁴⁾⁵⁾⁶⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스탯티스타(Statista)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022

2) 자료: 박수진(세명대학교), 「인도네시아 할랄식품 소비자의 인삼-홍삼제품에 대한 인식과 태도 및 이용 실태」, 2017

3) 조사제품 '홍삼 음료'는 홍삼액에 인삼이 한뿌리 들어가 있는 건강음료 제품임. 이에 고객사 제품의 특징을 기준으로 '무알코올 음료'의 시장규모와 '에너지 및 스포츠 음료'의 시장규모를 조사함

4) 자료: 스탯티스타(Statista), 「Non-Alcoholic Drinks_Indonesia」, 2023.03

5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6) 1달러=1,273.80원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

2. 인도네시아 에너지 및 스포츠 음료 시장규모

▶ 인도네시아 에너지 및 스포츠 음료 시장규모, 연평균 3.7% 감소

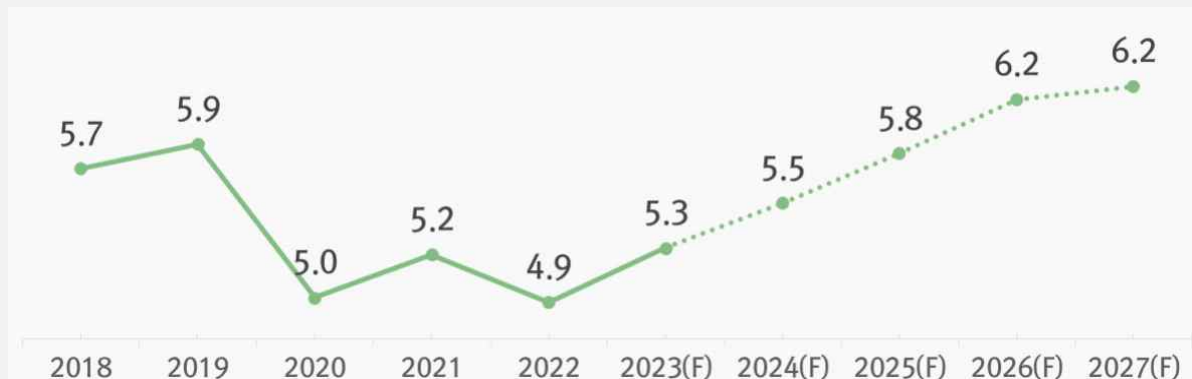
2022년 기준 인도네시아 시장규모는 6.3조 원으로, 최근 5년(2018-22년)간 평균 6.8조 원의 꾸준한 소비량을 보이고 있음. 최근 5년간 연평균성장률이 3.7% 감소하였으나 2020년과 2022년에는 전년 대비 각각 16%, 6% 하락하는 등 연도에 따른 시장규모 차이가 큰 편임

▶ 인도네시아 에너지 및 스포츠 음료 시장, 향후 4.4%씩 성장 전망

인도네시아 에너지 및 스포츠 음료 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 4.4%씩 성장하여 2027년 7.9조 원을 기록할 것으로 예상됨. 인도네시아 전통 허브 음료 ‘자무(Jamu)’의 경우 강하고 톡 쏘는 맛을 내는 등 동남아시아 소비자들은 기능성 음료의 맛이 기대치에 미치지 못한다는 인식을 가지고 있음. 따라서 기능성 음료의 맛에 대한 전략적인 인식 전환이 필요함⁸⁾

[표 2.2] 인도네시아 에너지 및 스포츠 음료 시장규모⁹⁾

단위 : 십억 달러



분류	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR
에너지 및 스포츠 음료	5.7	5.9	5.0	5.2	4.9	-3.7%
(한화추정액)	(7.3조 원)	(7.5조 원)	(6.3조 원)	(6.6조 원)	(6.3조 원)	
분류	2023(F)	2024(F)	2025(F)	2026(F)	2027(F)	CAGR
에너지 및 스포츠 음료	5.3	5.5	5.8	6.2	6.2	4.4%
(한화추정액)	(6.7조 원)	(7.0조 원)	(7.4조 원)	(7.8조 원)	(7.9조 원)	

자료: 스탯ISTA(Statista)

8) 자료: 리테일매거진, 「글로벌 신제품 트렌드 기능성 건강음료」, 2022.05

9) 자료: 스탯ISTA(Statista), 「Energy & Sports Drinks_Indonesia」, 2023.03

3. 인도네시아 홍삼 음료 수입규모

홍삼 음료 HS CODE

해당 장에서 홍삼 음료는 HS CODE 2202.90으로 분류. HS CODE 제2202호의 품명은 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료, HS CODE 2202.99-9000의 품명은 기타로 확인

▶ 인도네시아 HS CODE 2202.99 對글로벌 11.1% 성장

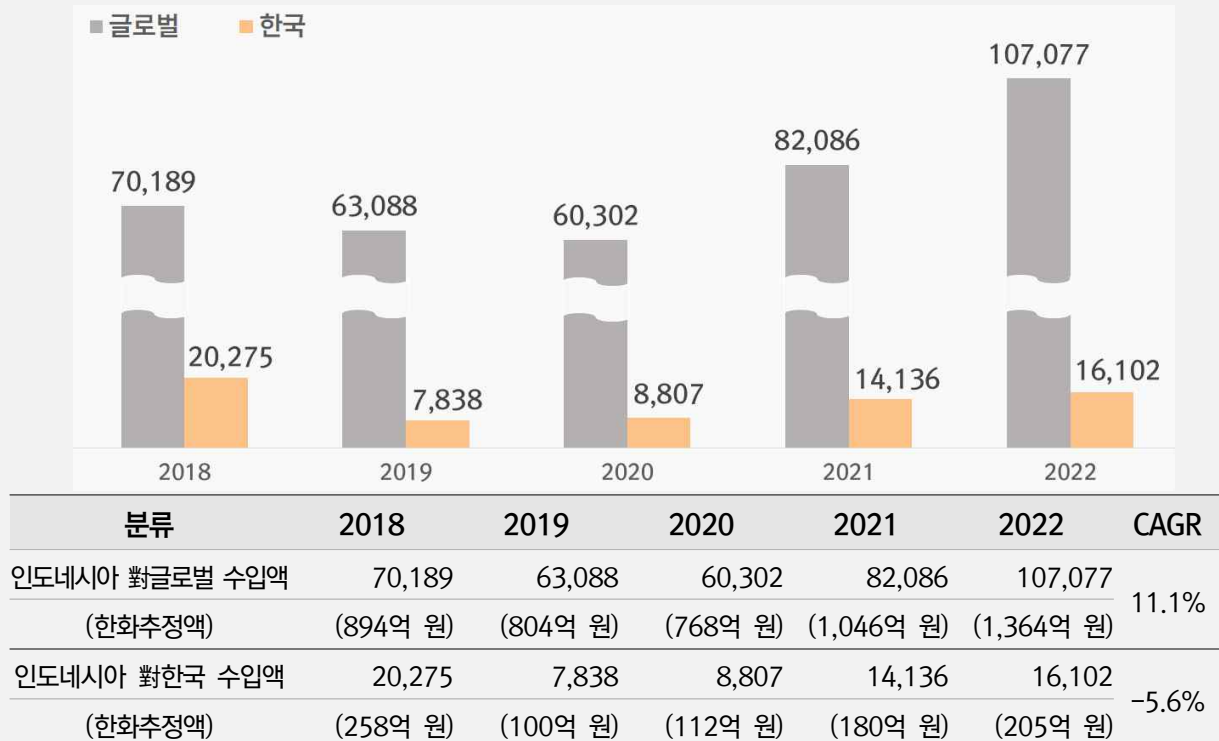
인도네시아 HS CODE 2202.99인 홍삼 음료의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2018-22년)간 연평균성장률 11.1%를 보이면서 2022년도에는 1,364억 원의 수입액을 기록함. 5년간 연평균성장률은 11.1% 수준임에도, 2021년과 2022년에는 전년 대비 각각 36%, 30%의 높은 성장률을 기록함

▶ 인도네시아 내 HS CODE 2202.99 수입, 한국산 상위 3위

최근 5년(2018-22년)간 인도네시아 내 홍삼 음료의 對한국 수입액 평균은 171억 원이며 2022년 기준 수입국 상위 3위를 차지함. 수입규모 1위국 말레이시아(757억 원, 56%)는 연평균성장률 14.7%를 기록했고, 2위국인 태국(282억 원, 21%)은 연평균성장률 15.6% 증가함. 3위국 한국(205억 원, 15%)은 상위 국가들의 연평균성장률이 증가하는 가운데 5.6% 하락함. 4위는 대만(35억 원, 2.6%)으로 확인됨

[표 2.3] 인도네시아 HS CODE 2202.99 수입규모¹⁰⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre)

10) 자료: ITC(International Trade Centre)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 다양한 형태의 홍삼 제품 인기
2. 현지 브랜드 'AMH' 빈출...한국 브랜드도 다수 확인
3. '1회분 포장' 형태의 제품이 가장 많아
4. '한국산'과 '건강 효과', '할랄인증' 강조

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 인도네시아 온라인매장 입점 홍삼 음료

- 데이터 수집 키워드 : 홍삼 음료(ginseng merah minuman)
- 데이터 수집량 : 306건
- 데이터 수집원 : 인도네시아 온라인쇼핑몰 토코피디아(Tokopedia), 아마존(Amazon), 라자다(Lazada Indonesia)

▶ 인도네시아 온라인매장 입점 홍삼 음료 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 패키징 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/인도네시아어)		빈도	키워드 (국문/인도네시아어)		빈도
경쟁브랜드	홍삼농축액	Extract	55	(약초를 우린)차	Tea	35
	홍삼캡슐	Capsule	42	보충제	Supplement	23
	전통약	Jamu	37	프로폴리스	Propolis	11
	홍삼 가루	Bubuk	36	꿀홍삼물	Honey	5
경쟁제품	에이엠에이치	AMH	57	알파 킹	Alpha King	15
	정관장	CheongKwanJang	52	지오	Zio	10
	케이비샵	KBshop	37	자자힌	Jajahean	9
	탕쿠르 진생	Tangkur Ginseng	20	웅진	Woongjin	9
	자해지렝	Jahe Jreeng	17	토코 오bat 판두	Toko Obat Pandu	4
	머슬 히어로	Muscle Hero	16	안젤리스트리아	Angelistiaa	4
	홍삼정	Hong Sam Chung	16	고려홍삼	Korea Ginseng	4
홍보문구	1회분 포장	Sachet	93	100g	100g	76
	박스	Box	27	3g	3g	57
	스틱	Stick	24	5g	5g	42
	병	Botol	19	150ml	150ml	23
	포켓	Kantong	10	50ml	50ml	22
	플라스틱	Plastik	6	30g	30g	22
인증	한국산	Korea	203	콜레스테롤 감소	Kolesterol	17
	약초의	Herbal	68	피로회복	Lelah	12
	체력 증진	Stamina	45	진세노사이드 함유	Ginsenosides	11
	혈액순환 개선	Darah	36	비유전자변형식품	Non GMO	10
	질병치료	Penyakit	31	소비가 간편한	Mudah	10
	면역력 증진	Imunitas	26	비건 식품	Vegan	8
	할랄인증	Halal	24	요통 완화	Pinggang	7
	활력 증진	Vitalitas	22	노화 방지	Penuaan	6

1. 다양한 형태의 홍삼 제품 인기

▶ 농축액과 캡슐, 음료 형태의 홍삼 제품 인기

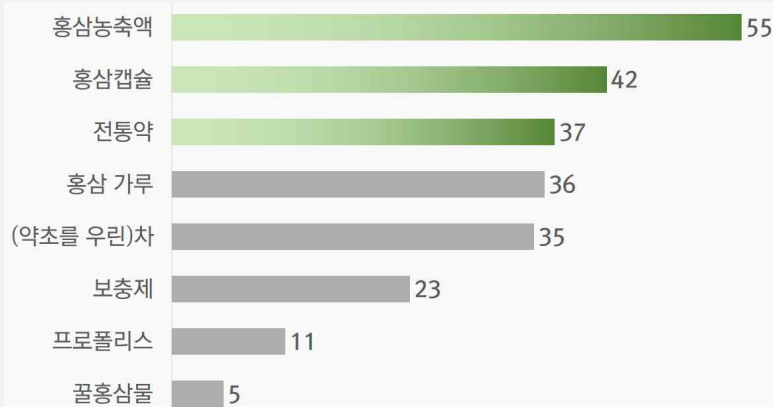
- 홍삼 음료 경쟁제품 분석 결과, '홍삼농축액' 관련 키워드 55건 도출
- 섭취하기 편한 '홍삼캡슐'도 42건 확인됨
- 가볍게 마실 수 있는 '꿀홍삼물' 제품도 현지에서 판매 중인 것으로 확인

▶ 향신료로 만든 전통 음료를 선호하는 인도네시아 소비자

- 자무(Jamu)라고 불리는 '전통약'은 1,300여 년 전부터 인도네시아에서 섭취해온 음료이자 약으로, 2019년 인도네시아 무형문화유산 중 하나로 공식 인증받음
- 강황과 생강 등 천연 향신료를 기반으로 만들며 면역력 높이는 데 효과가 있어 인기가 많음¹¹⁾

홍삼농축액		홍삼캡슐		전통약	
					
제품명	홍삼농축액플러스	제품명	홍삼정캡슐골드	제품명	탕구르진생자무 (JAMU TANGKUR GINSENG)
브랜드	케이비샵(KBshop)	브랜드	정관장(CheongKwanJang)	브랜드	탕구르진생 (Tangkur Ginseng)
중량	30g	중량	100캡슐	중량	정보 없음
가격	438,000루피아(37,011원 ²⁾)	가격	57.98달러(73,855원 ³⁾)	가격	22,717루피아(1,920원)

[표 3.1] 인도네시아 판매 홍삼 음료 경쟁제품 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '홍삼 음료' 관련 게시물 306건 분석

11) 자료: BBC, 'The ancient drink that powers Indonesia', 2023.02

12) 100루피아=8.45원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

13) 1달러=1,273.80원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 현지 브랜드 ‘AMH’ 진출…한국 브랜드도 다수 확인

▶ 현지 브랜드 ‘AMH’, 홍삼 음료 판매

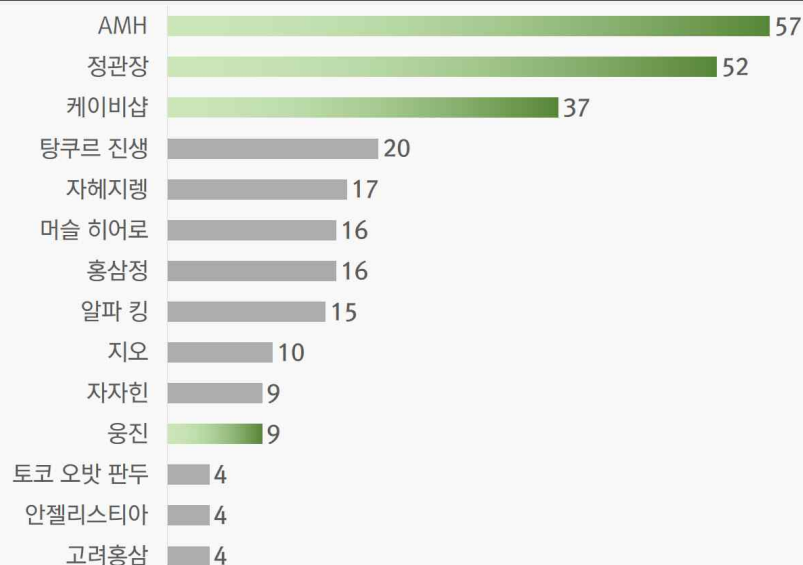
- 경쟁브랜드 분석 결과 인도네시아 현지 브랜드인 ‘AMH’가 57건으로 가장 많이 도출됨
- ‘AMH’는 일상에서 가볍게 물에 타 먹을 수 있는 인스턴트 음료 제품을 판매하고 있어 현지에서 인기가 높은 편임

▶ 국내 브랜드로 ‘정관장’, ‘웅진’ 진출

- 국내 대표 홍삼 브랜드인 ‘정관장’은 52건 도출되었으며, 홍삼 음료 판매 브랜드 ‘웅진’도 진출
- ‘정관장’은 홍삼정과 캡슐, 에브리타임 등 대표 제품을 현지에서도 판매 중임
- 한국 제품을 판매하는 현지 브랜드 ‘케이비샵’도 37건으로 진출됨

경쟁브랜드 ①		경쟁브랜드 ②		경쟁브랜드 ③	
					
제품명	홍삼인스턴트허브음료 (Jahe Merah Super)	제품명	홍삼원	제품명	꿀홍삼
브랜드	에이엠에이치(AMH)	브랜드	정관장(CheongKwanJang)	브랜드	웅진(Woongjin)
중량	20g * 12개	중량	50ml x 30개	중량	280ml
가격	9,000루피아(761원)	가격	750,000루피아(63,375원)	가격	24,000루피아(2,028원)

[표 3.2] 인도네시아 판매 홍삼 음료 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘홍삼 음료’ 관련 게시물 306건 분석

3. '1회분 포장' 형태의 제품이 가장 많아

▶ 패키징 관련 키워드로 '1회분 포장' 최빈출

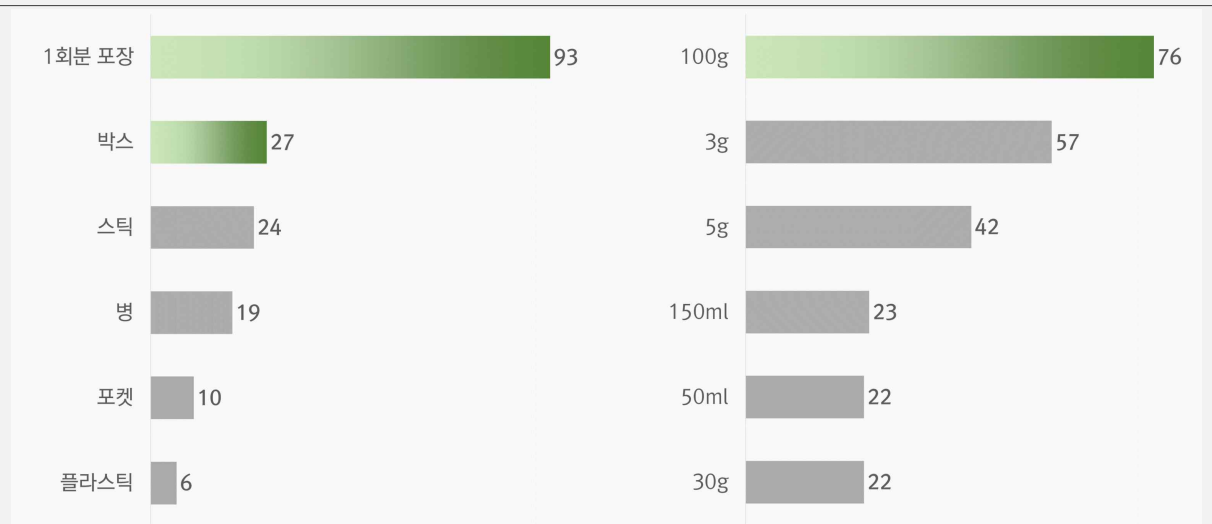
- 패키징 관련 키워드 분석 결과, 1회 분량으로 소분하여 포 형태의 '1회분 포장' 관련 키워드가 93건 도출됨
- 그 외 '박스' 관련 키워드도 27건 확인되었음. 실제 데이터 확인 결과, 1회분으로 포장된 제품을 박스로 포장해 판매하는 것을 확인함
- '병'과 '플라스틱' 관련 키워드도 반출되었으며, 1회분 포장이 아닌 제품의 경우 대부분 '병'에 담겨 판매되는 것을 확인함

▶ '100g' 용량 판매가 가장 흔한 것으로 확인

- 용량 관련 키워드 중에서는 '100g'이 76건으로 가장 많이 도출됨
- '3g'과 '5g'의 소용량 제품도 반출 되었는데, 이는 1회분으로 포장된 제품의 용량을 나타내는 것으로 확인되었음

1회분 포장(포)		박스		100g	
					
제품명	고려홍삼차	제품명	에브리모닝	제품명	홍삼농축액
브랜드	케이비샵(KBshop)	브랜드	케이비샵(KBshop)	브랜드	일화(ILHWA)
중량	3g x 20포	중량	30포(1박스)	중량	100g
가격	98,000루피아(8,281원)	가격	438,000루피아(37,011원)	가격	74.50달러(94,898원)

[표 3.3] 인도네시아 판매 홍삼 음료 패키징 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '홍삼 음료' 관련 게시물 306건 분석

4. ‘한국산’과 ‘건강 효과’, ‘할랄인증’ 강조

▶ ‘한국산’을 강조한 홍삼제품 다수 확인

- 홍보문구 관련 키워드 조사 결과, ‘한국산’ 키워드 203건 도출
- 인도네시아 소비자들은 한국산 홍삼제품을 선호하는 것으로 분석됨

▶ ‘면역력 증진’과 ‘피로회복’ 등 효과를 강조하는 홍보문구

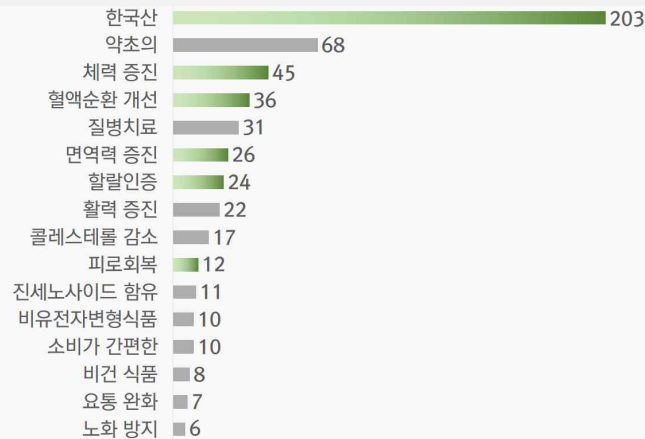
- ‘면역력 증진’과 ‘피로회복’ 키워드 각각 26건, 12건 도출되며 홍보문구로 건강 효과를 강조하는 것을 알 수 있음

▶ ‘할랄’도 중요한 홍보문구

- 인도네시아는 무슬림 국가로 ‘할랄’ 인증을 강조한 홍보문구 다수 확인
- 이에 국내 KGC인삼공사도 인도네시아 진출을 위해 자체 할랄인증 ‘MUI’를 취득하였으며, 정관장은 ‘할랄’ 인증을 받은 제품을 판매 중임¹⁴⁾

한국의, 면역력 증진		허브의		할랄	
					
제품명	고려홍삼정골드	제품명	허벌이모겐엠레몬진생 (Herbal IMOGEN-M Lemon Ginseng)	제품명	레드진저슈퍼 (JAHE MERAH SUPER)
브랜드	조삼원(Josamwon)	브랜드	그리야허벌85 (GRIYA HERBAL85)	브랜드	허벌인도우타마 (HERBAL INDO UTAMA)
중량	250g	중량	30캡슐	중량	20g x 12포
가격	1,710,000루피아(144,495원)	가격	135,000루피아(11,408원)	가격	8,008루피아(677원)

[표 3.4] 인도네시아 판매 홍삼 음료 홍보문구 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘홍삼 음료’ 관련 게시물 306건 분석

14) 자료: 더벨, ‘KGC인삼공사, 美·中 일변도 탈피 중동 신시장 노크’, 2022.08

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



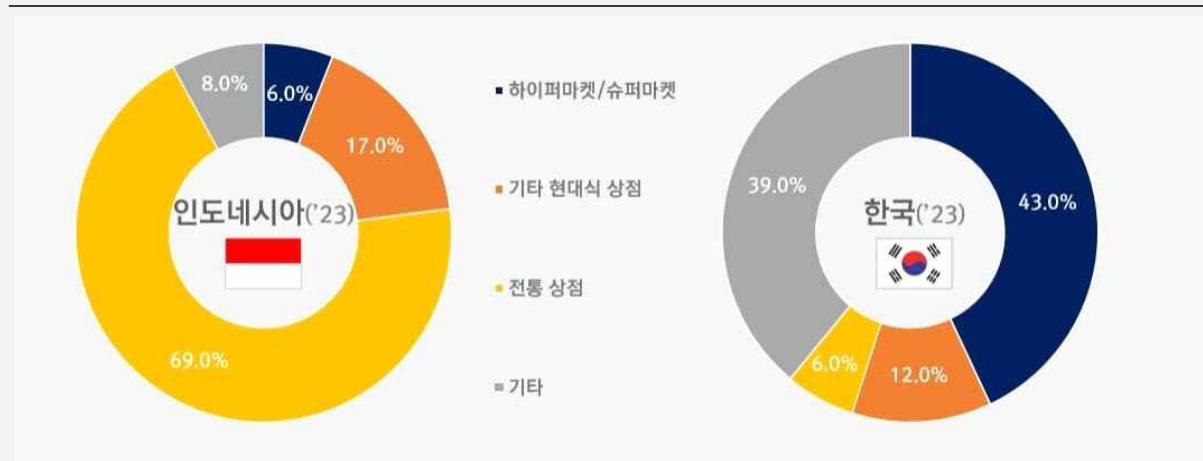
1. 인도네시아 홍삼 음료 유통채널 점유율
2. 인도네시아 홍삼 음료 주요 유통채널

1. 인도네시아 홍삼 음료 유통채널 점유율

▶ 인도네시아 홍삼 음료 유통채널, '전통 상점'의 비중 압도적

2023년 기준 홍삼 음료를 비롯한 일용소비재(FMCG)의 인도네시아 유통채널 중 '전통 상점'은 69.0%의 점유율로 가장 높은 비중의 유통채널인 반면, 한국은 '전통 상점'을 통해 6.0%의 적은 비중으로 유통되고 있음을 확인함. 이어서 인도네시아 유통채널 중 '기타 현대식 상점'은 17.0%의 점유율을 차지하여 2위를 기록했으며, 한국은 12.0%의 점유율을 차지함. 인도네시아 내 '하이퍼마켓/슈퍼마켓'은 6.0%의 점유율로 유통채널 4위를 기록하였으나, 한국의 경우 43.0%의 점유율로, 유통채널 1위를 차지함. 한국은 다양한 채널로 유통되고 있는 반면, 인도네시아에서는 여전히 전통식 오프라인 채널을 통한 유통 비중이 큰 것으로 확인됨

[표 4.1] 인도네시아 및 한국 홍삼 음료 소매유통채널 점유율 비교



인도네시아 및 한국 홍삼 음료 소매 유통채널 점유율 비교¹⁵⁾¹⁶⁾¹⁷⁾

인도네시아	유형	한국
6.0%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	43.0%
17.0%	기타 현대식 상점 ¹⁸⁾	12.0%
69.0%	전통 상점	6.0%
8.0%	기타 ¹⁹⁾	39.0%

자료: 칸타(Kantar)

15) '홍삼 음료'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '일용소비재(FMCG)'의 정보를 확인함

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

17) 각 점유율은 소수점 첫째 자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

18) '기타 현대식 상점'은 편의점, 미니 마트, 드럭스토어를 포함함

19) '기타'는 온라인 유통채널을 포함함

2. 인도네시아 홍삼 음료 주요 유통채널 ① 마타하리백화점

기업 기본 정보	기업명	마타하리백화점 (Matahari Department Store)	
	기업 구분	백화점	
	홈페이지	www.matahari.com	
	위치	인도네시아 전역	
	규모	매출액('21) • 2조 7,460억 루피아(2,320억 원 ²⁰⁾ 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: +62-811-8118-8888 - 이메일(회사 간 커뮤니케이션): corp.comm@matahari.com	

자료: 마타하리(Matahari)

사진 자료: 구글맵스(Google Maps)

20) 100루피아=8.45원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 인도네시아 홍삼 음료 주요 유통채널 ② 메트로백화점

기업 기본 정보	기업명	메트로백화점 (Metro Department Store)	
	기업 구분	백화점	
	홈페이지	www.metroindonesia.com	
	위치	인도네시아 전역	
	규모	순이익('21) • 400만 달러(509억 원 ²¹⁾ 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 • SNS 라이브 방송을 통해 행사 진행 • 2023년 8월까지 독립일을 기념하여 상품권 추첨 행사를 진행 중	
매장정보	입점 가능 품목	• 고급 식품, 음료류, 건강식품, 의류, 향수, 악세서리, 식품 등	
	선호 제품	• 답례품, 선물류	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 지점별 입점 문의 - 홈페이지 하단 'Contact' 카테고리 'Store Location' 클릭 - 지점별 전화 및 FAX로 직접 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 - 지점별 홈페이지 확인 필요 (www.metroindonesia.com/store)	

자료: 메트로(Metro)

사진 자료: 메트로(Metro)

21) 1달러=1,273.80원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 인도네시아 홍삼 음료 주요 유통채널 ③ 그랜드인도네시아

기업 기본 정보	기업명	그랜드인도네시아(Grand Indonesia)	
	기업 구분	백화점	
	홈페이지	www.grand-indonesia.com	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 1개	
	기업 요약	• 센트럴 자카르타에 위치한 복합단지, 쇼핑몰과 오피스타워, 고급 주거 타워, 호텔로 구성되어 있음 • 2017년 포브스(Forbes)가 선정한 '자카르타 최고의 쇼핑몰 TOP5' 중 하나로 선정되어 현지인뿐만 아니라 관광객의 방문도 매우 많음 • 'West Mall'과 'East Mall' 두 개의 주요 건물로 이루어져 있음	


GRAND INDONESIA

매장정보	입점 가능 품목	• 고급 식품, 음료류, 건강식품, 의류, 악세서리, 신발 등	
	선호 제품	• 고품질 및 브랜드 신뢰도가 높은 식품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 하단의 'MORE INFO' 메뉴 아래 'CONTACT' 클릭 (www.grand-indonesia.com/contact-us) - 해당 페이지의 'Contact Form' 작성 - 등록 정보 ① 담당자 정보 (담당자명, 이메일 주소, 연락처) ② 문의 정보 (문의 제목, 문의 내용) • 왓츠앱, 이메일을 통한 직접 문의 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +62-21-2358-7000 - 이메일(마케팅 부서): marketing@grand-indonesia.com
-------------	---------------------	--

자료: 그랜드인도네시아(Grand Indonesia)

사진 자료: 그랜드인도네시아(Grand Indonesia)

2. 인도네시아 홍삼 음료 주요 유통채널 ④ 하이퍼마트

기업 기본 정보	기업명	하이퍼마트(Hypermart)	
	기업 구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.hypermart.co.id	
	위치	반텐(Banten)	
	규모	매출액('22) • 6조 100억 루피아(5,078억 원) 기타 규모 • 매장 수('22): 100개	
기업 요약		• 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, 기존 플랫폼에 없는 신제품	
	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: cs@hypermart.co.id - 전화번호: +62-21-5081-3000 (본사) - 팩스: +62-21-8061-5757 (본사)	

자료: 하이퍼마트(Hypermart)

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

2. 인도네시아 홍삼 음료 주요 유통채널 ⑤ 헤로

기업 기본 정보	기업명	헤로(Hero)	
	기업 구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	herosupermarket.co.id	
	위치	탕에랑(Tangerang)	
	규모	매출액('22) • 4조 4,300억 루피아(3,743억 원) 기타 규모 • 매장 수('23): 24개	
기업 요약	• 1971년 처음 영업 시작하여, 6개의 다른 브랜드로 인도네시아에서 운영 • 헤로(Hero)는 인도네시아의 대형 소매업체로 디에프아이리테일그룹(DFI Retail Group)의 자회사임 • 신선한 농식품에 특화된 매장으로 온라인 홈페이지에서는 신선한 식재료를 활용한 음식 레시피를 소개하고 있음 • 왓츠앱을 활용한 주문과 배달 서비스 시행 중		
매장정보	입점 가능 품목	• 베이커리류, 스낵류, 음료류, 생활용품, 신석식품 등	
	선호 제품	• 신선한 농산물	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 문의 (herosupermarket.co.id/my-hero/contact-us) ① 작성자 정보 (공급자 이름, 이메일, 전화번호) ② 문의 내용 • 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 및 기타 특이사항 - 이메일: cs_hero@hero.co.id - 전화번호: +62-21-8378-8388	

자료: 헤로(Hero)

사진 자료: 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia)

2. 인도네시아 홍삼 음료 주요 유통채널 ⑥ 까르푸

기업 기본 정보	기업명	까르푸(Carrefour)	
	기업 구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	bunda.carrefour.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매출액('20) • 10억 6,650만 달러(1조 3,585억 원) 기타 규모 • 매장 수('22): 약 87개 • 직원 수('22): 약 1만 1,000명	
기업 요약		- 인도네시아 기업인 피티트렌스리테일인도네시아(PT.Trans Retail Indonesia)와 까르푸(Carrefour), 트랜스마트(Transmart)의 브랜드 협업으로 형성된 슈퍼마켓 브랜드이며, 프랑스 기업인 까르푸(Carrefour)가 인도네시아에서 철수하면서 트랜스마트(Transmart)로 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	- 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 - 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)

2. 인도네시아 홍삼 음료 주요 유통채널 ⑦ 가디언

기업 기본 정보	기업명	가디언(Guardian)	
	기업 구분	H&B(드럭스토어)	
	홈페이지	guardianindonesia.co.id	
	위치	인도네시아 전역	
	규모	매출액('22)	• 4조 4,370억 루피아(3,749억 원)
		기타 규모	• 매장 수('23): 300개
	기업 요약	- 인도네시아 H&B 드럭스토어 소매업체 부문 1위 브랜드 1990년 플라자인도네시아(Plaza Indonesia)에 첫 매장을 오픈하였으며, 1995년 자카르타 외 지역에 매장을 확장함 2019년부터 H&B 제품을 최대 50% 할인하여 판매하는 'Beauty Days'와 'Healthy Days' 프로모션을 진행하고 있음 - 전 세계 H&B 브랜드를 취급하고 있으며 가디언 자체 브랜드도 보유함	
매장정보	입점 가능 품목	• 건강식품, 음료류, 화장품, 바디용품, 유아용품, 위생용품 등	
	선호 제품	• 인도네시아 트렌드에 맞는 제품, 타 플랫폼에 없는 신제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 입점 문의 (guardianindonesia.co.id/contact) - 해당 페이지 내 양식 작성 - 등록 정보 ① 담당자 정보 (담당자 이름, 이메일 주소, 연락처) ② 문의 내용 - 왓츠앱, 이메일을 통한 직접 문의 - 문의사항 연락처 - 전화번호: +62-21-8378-8000 - 왓츠앱: +62-811-1082-108	

자료: 가디언(Guardian), 디에프아일리테일그룹(DFI Retail Group)

사진 자료: 가디언(Guardian), 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia)

2. 인도네시아 홍삼 음료 주요 유통채널 ⑧ 왓슨스

기업 기본 정보	기업명	왓슨스(Watsons)
	기업 구분	H&B(드럭스토어)
	홈페이지	www.watsons.co.id
	위치	인도네시아 전역
	규모	매출액('22) • 1조 1,616억 루피아(982억 원) 기타 규모 • 매장 수('22): 157개
	기업 요약	- 아시아 최대 H&B 드럭스토어 체인 브랜드로, 홍콩, 인도네시아, 중국, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르 등의 국가에 프랜차이즈 지점이 진출함 - 에이에스왓슨그룹(AS Watson Group)의 자회사이며, 홍콩의 씨케이허치슨그룹(CK Hutchison Holdings)이 대주주에 해당함 2009년 'Campaign Asia-Pacific'의 '아시아 1,000대 브랜드 설문조사'에서 '아시아 최고의 H&B 드럭스토어 브랜드'로 선정됨
매장정보	입점 가능 품목	• 건강식품, 음료류, 화장품, 바디용품, 유아용품, 위생용품 등
	선호 제품	• 타 플랫폼에 없는 신제품, 브랜드 신뢰도가 높은 제품
	매장 전경	 
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 하단 'BELANJA@WATSONS' 하단 메뉴에 'Hubungi Kami' 선택 (www.watsons.co.id/id/contactUs) - 해당 페이지 양식 작성 - 등록 정보 ① 담당자 정보 (담당자 이름, 이메일 주소, 전화번호) ② 문의 항목, 문의 내용 ③ 첨부파일 (제안서, 제품 카탈로그 등) - 왓츠앱, 이메일을 통한 직접 문의 - 문의사항 연락처 - 전화번호: +62-21-3002-2833 - 이메일: customerservice@watsons.co.id

자료: 왓슨스(Watsons)

사진 자료: 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia), 인더스트리콘탄(Industri Kontan)

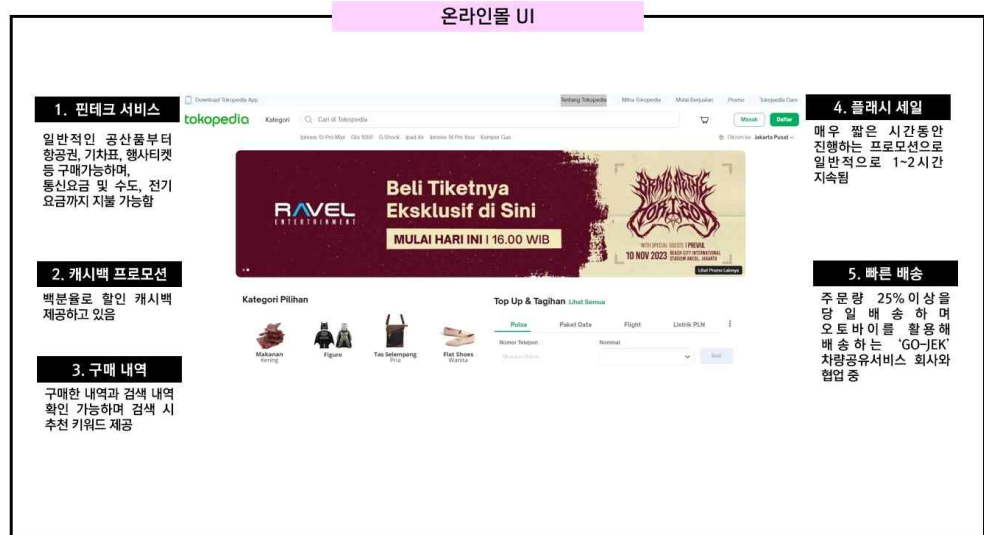
2. 인도네시아 홍삼 음료 주요 유통채널 ⑨ 토크피디아

기업 기본 정보	기업명	토크피디아(Tokopedia)	
	기업 구분	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	2009년부터 대도시와 소도시의 디지털 경제 평등을 위해 토크피디아(Tokopedia) 서비스 시작 2017부터 알리바바 그룹과 소프트뱅크로부터 자금을 지원받음 2022년 인도네시아 증권 거래소에 상장 2023년 14주년을 기념해, 서비스 수수료 할인 및 무료 프로모션 제공 - 토크피디아 플레이(Tokopedia PLAY) 라이브 쇼핑을 통해 행사 진행	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	정관장, 웅진 등
		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	- 홈페이지에서 직접 등록 - 우측 상단 'Tentang Tokopedia' 클릭한 후 가입(Gabung) -> 판매자(Pusat Seller) 클릭 - 등록 시 필요한 정보 - 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) - 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) - 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) - 홈페이지 'Tokopedia care' 클릭 후 문의 가능 - 문의사항 연락처 - 전화번호: +62-21-5369-1015 - 이메일: speakers@tokopedia.com	

자료: 토크피디아(Tokopedia)

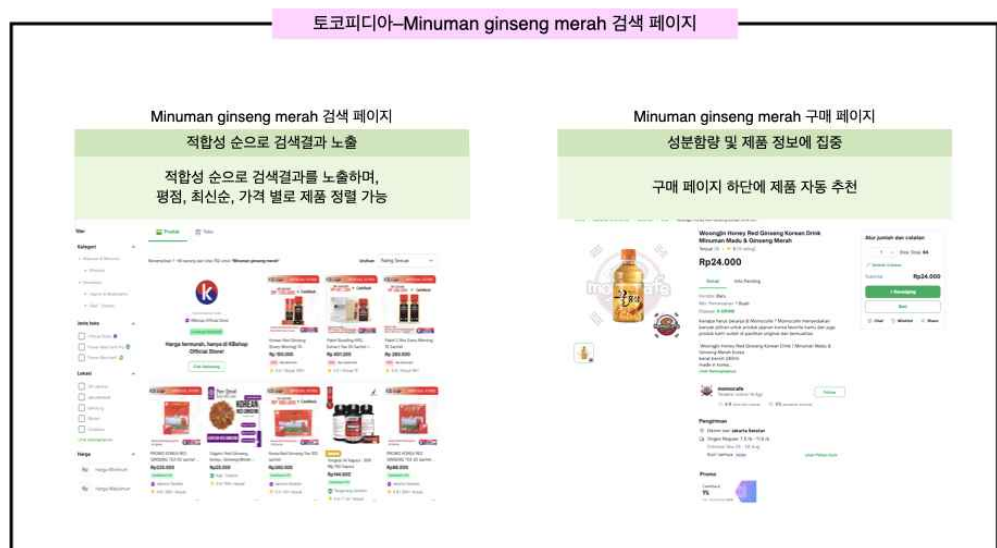
사진 자료: 토크피디아(Tokopedia)

온라인몰 UI ①



캐시백 프로모션을 통해 할인 혜택을 제공하고 있음

온라인몰 UI ②



적합도, 평점, 최신순, 가격별로 제품 정렬 가능

자료: 토코피디아(Tokopedia)

사진 자료: 토코피디아(Tokopedia)

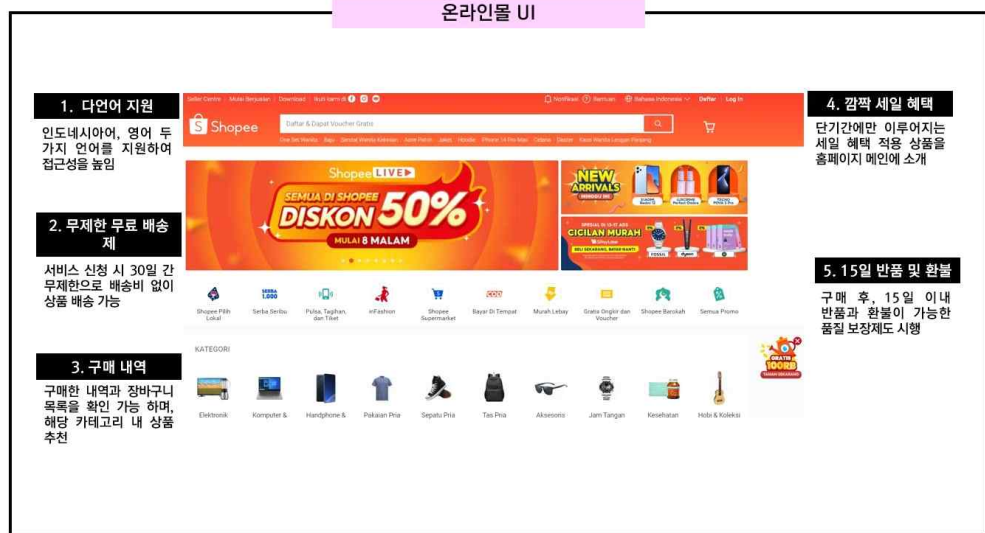
2. 인도네시아 홍삼 음료 주요 유통채널 ⑩ 쇼피 인도네시아

기업 기본 정보	기업명	쇼피 인도네시아(Shopee.id)	
	기업 구분	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	• 동남아시아와 대만의 대표적인 온라인 쇼핑 플랫폼 • 일본, 말레이시아, 인도네시아 등 국가에서 이용 가능 • 지역에 따라 노출되는 품목 및 브랜드가 다름	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	토코(TOKO), 오뎃(OBAT), 세햇(SEHAT), 정관장 등
		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	• 홈페이지에서 직접 등록 - 좌측 상단 'Shopee Seller Centre' 클릭한 후 판매자(Seller) 등록 - 등록 시 필요한 정보 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 - 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)

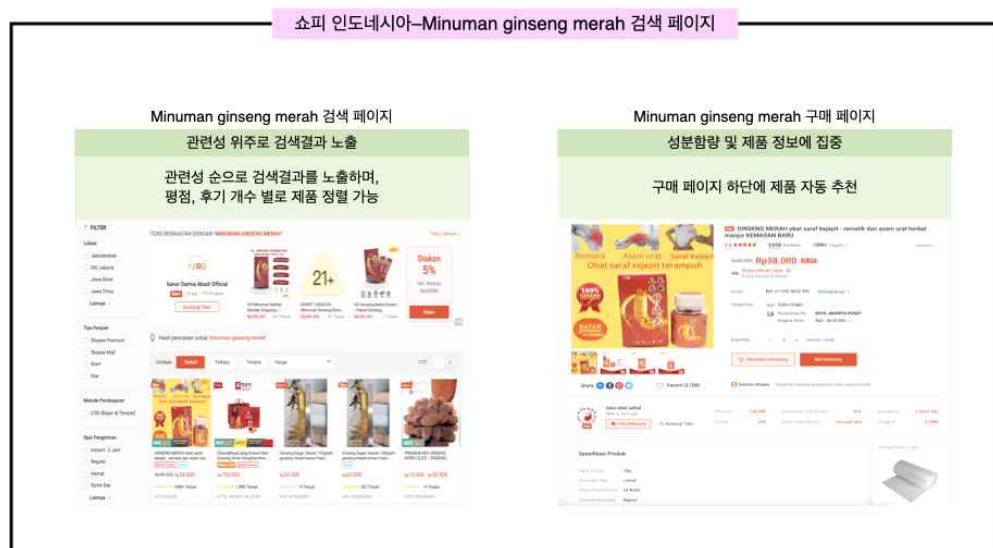
사진 자료: 쇼피 인도네시아(Shopee Indonesia)

온라인몰 UI ①



코인 리워드 혜택을 통해 할인 혜택을 제공하고 있음

온라인몰 UI ②



평점, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 쇼피 인도네시아(Shopee Indonesia)

사진 자료: 쇼피 인도네시아(Shopee Indonesia)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



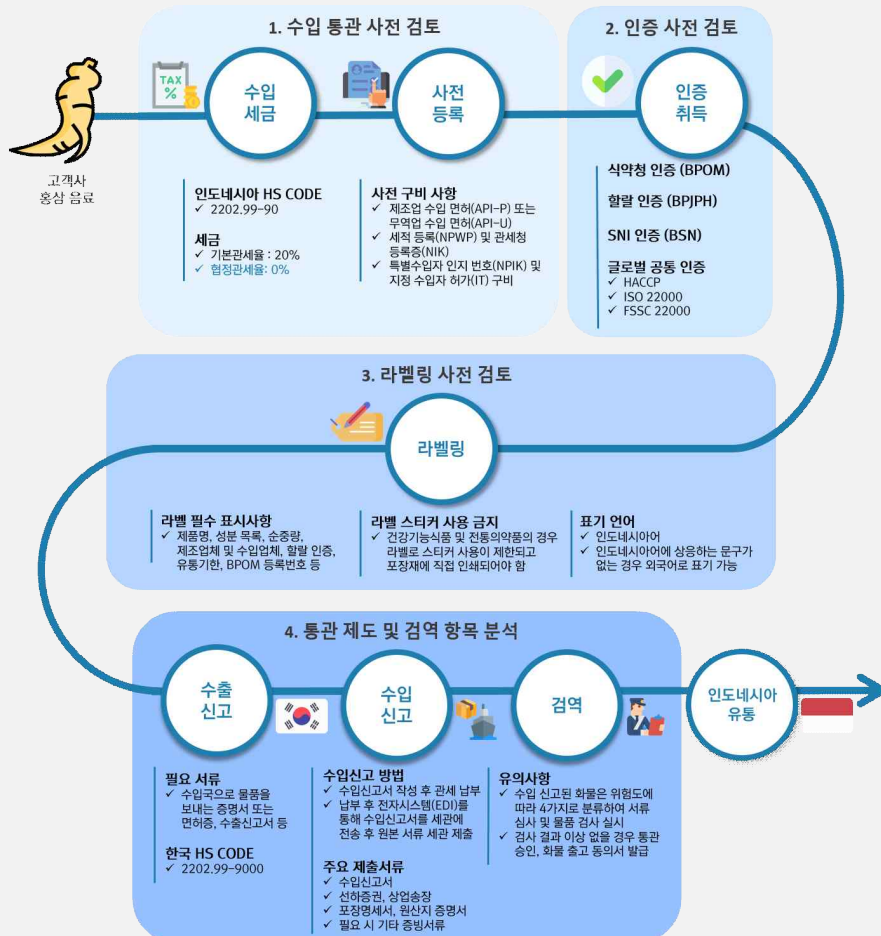
1. 인도네시아 홍삼 음료 통관 및 검역 절차
2. 인도네시아 홍삼 음료 품질 인증
3. 인도네시아 홍삼 음료 라벨링
4. 인도네시아 성분 및 유해물질

1. 인도네시아 홍삼 음료 통관 및 검역 절차²²⁾

▶ 인도네시아 홍삼 음료 수출 시, 식약청 등록 허가 必

인도네시아로 수출 시, 제품의 유형에 따라 인도네시아 식약청(BPOM: Badan Pengawas Obat dan Makanan)과 세관에서 요구하는 인허가 사항을 취득한 후 수입을 진행해야 함. 통관 절차에 제출하는 서류의 경우, 원본 서류를 제출하는 것을 원칙으로 하고 있으며, 이메일이나 팩스로 수신한 서류는 인정하지 않음. 또한, 수입업체는 수입 유통 신고서를 수입 시마다 제출해 유통 허가서를 받아야 하며, 한국의 제조사는 이를 위해 해당 제품의 시험 검사 성적서를 제공해야 함. 추가로, 인도네시아 선적전 검사 LS(Laporan Surveyor, Request for Inspection)대상 제품은 수출국에서 선적 전 검사 미이행 시 수입 통관이 불가함²³⁾

[표 5.1] 인도네시아 홍삼 음료 통관 검역 절차



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

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

23) HS CODE별 대상 유무의 확인은 국세청(www.insw.go.id/intr)에서 조회할 수 있습니다.

2. 인도네시아 홍삼 음료 품질 인증

▶ 인도네시아 홍삼 음료, 전통의약품 분류 가능성에 따라 식약청 및 할랄인증 必

인도네시아의 품질 인증으로는 인도네시아 국가 표준 인증(SNI: Standard National Indonesia), 식약청 인증(BPOM), 할랄인증(BPJPH: Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) 3가지가 존재하며, 각 인증에 적용되는 품목군은 상이함. 고객사 제품의 경우, 전통의약품으로 분류될 수 있어 식약청 인증과 할랄인증이 필수로 부과되는 것을 확인함²⁴⁾²⁵⁾. 또한, 자율적으로 글로벌 인증이나 인도네시아 내 유기농 인증을 받아 활용할 수 있음. 한편, (재)한국이슬람교 할랄위원회(KMF: Korea Muslim Federation Halal Commitee)의 BPJPH 상호인정에 대한 협의가 진행 상태임에 따라 해당 인증으로만 인도네시아 시장에 진출하기에는 무리가 있다고 판단됨

[표 5.2] 인도네시아 홍삼 음료 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	
유기농 인증	유기농산물 인증	인도네시아 국가 인증	인도네시아 유기농업 관리국(OKPO)이 지정한 유기농 인증기관(LSO)	

자료: 각 인증기관

24) 인도네시아는 전통의약품 원료로 지정된 재료가 사용될 경우 보편적으로 전통의약품으로 분류하고 있음

25) 전통의약품 원료: 홍삼, 인삼, 당귀, 천궁, 작약, 지황, 동충하초 등

[표 5.3] 인도네시아 홍삼 음료 BPOM 인증

인증명	인도네시아 BPOM 등록	품목 구분	- 화장품(NA) - 일반 가공식품(ML) - 전문식품(ML) - 건강기능식품(SI) - 전통의약품(TI) - 의약품(QI) - 일반 의약품 - 전문 의약품
인증 성격	수출 시 필수등록(수입업체)		
인증기관	인도네시아 식약청 (BPOM: Badan Pengawas Obat dan Makanan)		
소요기간	서류 요건 완비 시 6개월 이상	소요비용	- 건강기능식품의 경우 10,000,000루피아 - 전통의약품의 경우 15,000,000루피아²⁶⁾
유형 정의	• 전통의약품: 인삼, 홍삼, 당귀, 천궁, 작약 등 한국의 한약재로 알려진 천연 식물 약재를 재료로 한 식품을 말함. 재료의 기능성과 효능을 입증할 근거를 제출해 준 의약품 수준으로 인허가 준비가 필요함		
	• 건강기능식품: 천연 식물 재료를 사용하지 않거나 전통의약품에 비타민류, 미네랄류, 아민류가 첨가된 식품을 말함. ‘건강기능식품은 어떤 기능에 도움을 줄 수 있다’라는 의미의 허가를 받는 한국과 달리 인도네시아에서는 ‘기능과 용도가 명확해야 하고 그 근거를 갖춘 경우에만 어떤 해당 기능 및 용도에 대하여 도움을 준다’로 정의하고 있음. 준 의약품 수준으로 인허가 준비가 필요함		
전통의약품(TI), 건강기능식품(SI) 신청 절차	• BPOM 온라인 시스템 수입사(아이디 부여) 등록 • GMP 사본의 공증 제출 후 제조사 온라인 등록 • 개별 제품의 등록 접수 신청 • 제품의 안정성 및 기능성, 제품의 재료, 제조의 관리와 제조 기술 안정성에 관련된 • 검증 자료 요구 및 검사 • 제품의 포장 디자인 심사		

자료: 인도네시아 식약청(BPOM), 한국보건산업진흥원

26) 소요비용은 식품 카테고리에 따라 다르며, (일반 가공 식품)의 경우 300,000루피아 또는 카테고리에 따라 500,000루피어를 식약청에 심사 등록비로 납부해야 심사가 진행 가능함. 제품의 광고 기능성 표기가 필요할 경우, 광고 대상 기능성 평가가 추가됨에 따라 3,000,000루피어를 납부할 수 있음

[표 5.3] 인도네시아 홍삼 음료 BPOM 인증

전통의약품(TI), 건강기능식품(SI) 신청 시 구비 서류 항목	• 인허가 서류 ① CFS(Certificate of Free Sale): 제조사와 수입사의 기재 사항 오류 및 오타 주의하여 발급 필요함. KFDA 지방청 발급 후 대한민국 주재 인도네시아 대사관 영사과에서 공증을 받아 제출해야 함 ② Letter of Appointment(LOA): 인도네시아 기업이 위탁해 등록 업무를 위임하는 구조로 파트너사를 지정해야 함. 영문본 원본으로 제출해야 함 ③ GMP: GMP의 등급이 건강기능식품인 경우, SMF(Site Master File)를 준비하여 제출되어야만 제조사 등록이 가능함. 인도네시아 영사과에 공증을 받은 후 제출해야 함 • 인도네시아 수입자의 준비 서류 ① API U(수입 면허): API U(수입 면허)에는 supplement(건강보조식품) 또는 obat traditional(전통약재) 취급 허가가 기재 되어야 함 ② NPWP(납세자 번호) ③ SIUP(영업 허가증) ④ TDP(사업자 등록증) ⑤ NIK(세관 등록 허가증)
--	---

자료: 인도네시아 식약청(BPOM), 한국보건산업진흥원

[표 5.3] 인도네시아 홍삼 음료 BPOM 인증

전통의약품(TI),
건강기능식품(SI)
신청 시
구비 서류 항목

- 등록 제품의 기술 서류 및 포장 디자인
 - ① 제품 성분 함량표(Ingredients in percent): 영문 작성, active, non-active 재료 구분 표기해야 함
 - ② 재료 목록(Material list): 위 성분표의 기재 재료의 재료 구분, 재료 원천 등의 목록 필요함. 재료 증빙 서류는 반드시 COA(Certificate of Analysis)로 제출되어야 함
 - ③ 각 재료에 대한 제품 시험 검사성적서(COA) (주재료 및 첨가제의 모든 재료의 시험 검사 성적서가 필요함)
 - ④ 제품별 제조 공정도(회사에서 사용하는 작업 지시서의 개념이 아님)
 - ⑤ 완제품(등록 제품)의 제품 규격서 및 시험 성적서
 - ⑥ 완제품의 분석증명서(COA): 미생물, 중금속 사항 이외 해당 제품 신고 등급별 영양표시 성분과 assay 검사 대상을 확인해 검사 진행이 필요(인도네시아 공인 시험기관)
 - ⑦ 안정성 보고서(Stability Report): 안정성 평가 보고서로 가속성 기준 최소 6개월, 최대 3년간 평가 보고서 작성 및 제출해야 함. 신규 개발 제품도 인도네시아 검사 요건인 가속성 조건(Acceleration test: $40 \pm 2^{\circ}\text{C}$ / $75 \pm 5\%$ RH)에 의거 최소 6개월간 자료가 보고서로 작성 및 제출되어야 함. ‘Long-term Test: $30 \pm 2^{\circ}\text{C}$ / $75 \pm 5\%$ RH’ 관련, 활성 재료와 보조제 또는 첨가제로 구성에 활성 재료의 대상은 재료별 Assay 사항과 검사 결과가 범위 안에 있어야 함
 - ⑧ 포장 재료의 규격서(specification) 및 시험 성적서
 - ⑨ 유효기간 설명서: 제품의 유효기간 설정 사유와 표기에 대한 설명이 필요함
 - ⑩ Batch No. 또는 LOT No.의 표기 설명서: 번호 구성에 대한 설명이 포함되어야 함
 - ⑪ 제품의 식용법(국문 경우 영문 자료 추가): 인도네시아어 번역 의무
 - ⑫ 제품의 포장 디자인(컬러판 평면도): 한글 포장제품의 경우 해당 한글의 번역본 필요함
 - ⑬ 포장 라벨링: 인도네시아어로 라벨링 규정에 의거 의무 표시사항 준비가 필요함
 - ⑭ 샘플 3개
 - ⑮ 기타 인증서 사본(HACCP, ISO 등): HACCP 또는 ISO 22000의 사본 제출이 필요함 (공증 필요 없음)

자료: 인도네시아 식약청(BPOM), 한국보건산업진흥원

[표 5.3] 인도네시아 홍삼 음료 BPOM 인증

유의 사항

- 제조사는 필수적으로 GMP 허가를 받은 공장에서 제품을 제조해야 함
- GMP 허가를 받은 공장이라도 SMF(Site Master File) 서류를 구성해 인도네시아 식약청에서 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))
 - ① 제품 원재료의 성분표는 제품별 개별 문건으로 회사의 헤드 레터를 사용하여 문서로 발급해야 함
 - ② 문서에는 전 성분의 함량(%)과 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 영양표시 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 식약청 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), 한국보건산업진흥원

[표 5.4] 인도네시아 홍삼 음료 BPJPH 할랄인증

인증명	BPJPH 할랄인증	인증 성격	종교 및 문화적 인증
인증 마크		인증기관	인도네시아 할랄인증청 (BPJPH: Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal)
인증 절차	• 인증 신청²⁷⁾(제조 및 가공업체) - 서류 제출 • 수수료 납부(제조 및 가공업체) • 서류 검토(할랄검사소) • 현장실사²⁸⁾(할랄검사소) • 결과보고서 작성 및(할랄검사소) • BPJPH 보고(인도네시아 ulama 협의회(MUI: Majelis Ulama Indonesia)) • 할랄인증 심사(파트와위원회)²⁹⁾		
신청 서류	• 비인증 원료에 한하여 돼지 미사용 시설 증명서 • 에탄올 증명서 • 제조공정도 • 품목제조보고서 • 제품스펙 • 시험성적서 • 수입신고필증 • 원산지증명서		
유의 사항	• 현재 BPJPH에서 전반적인 책임을 지고 있으며 기존 할랄인증을 책임지던 ulama 협의회는 검사 및 심의 권한만을 가지게 됨 • 인도네시아 내 유통되는 소매 제품은 인도네시아 할랄인증 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 • 할랄인증을 받지 않아도 되는 제품이 인증을 받지 않은 경우, 제품에 할랄인증을 받지 않았음을 표기해야 함 • 2024년 10월 17일로 식품 할랄인증 유효기간이 종료됨에 따라 신청이 몰릴 것으로 예상되어 사전 준비가 필요함		
소요비용	• 제품의 유형, 번호 및 위치 정보를 기재하여 인증기관 메일로 비용 견적을 받아야 함		
소요기간	• 1~2개월 소요 가능		

자료: 인도네시아 할랄인증청(BPJPH), 한국농수산식품유통공사

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

28) 서류검토가 완료되면 할랄인증 실사원이 생산 공장을 직접 방문하여 인증제품의 모든 라인(입고, 생산, 보관 및 출고)을 실시함

29) 이슬람법학자 5명으로 구성된 해당 의사결정 기구는 할랄 유효성을 판단하여 인증 승인 여부를 결정하며 인증서 발급 시 해당 제품정보 및 유효기간 등은 공식 데이터베이스에 기록됨

3. 인도네시아 홍삼 음료 라벨링

[표 5.5] 인도네시아 홍삼 음료 라벨링

라벨 표시사항 및 기준	1. 제품명	- 해당 식품의 특성과 조건을 반영한 이름을 표시해야 함 - 공공질서, 문화, 종교 등에 반하는 상표 사용 불가함
	2. 성분 목록	- 성분목록 또는 사용 재료와 같은 단어를 기재 후 성분을 표기해야 함 - 약어 형태로 표기할 수 없음 - 제품에 사용된 중량을 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	미터법에 따라 액체 가공식품은 용량, 고체 가공식품은 중량, 반고체 가공식품은 중량 또는 용량 표기
	4. 제조업체 및 수입업체	제조업체와 수입업체의 이름과 주소를 표기해야 함
	5. 할랄인증	- 인도네시아 할랄인증을 마크와 함께 표시해야 함 - 할랄인증을 받지 못한 제품은 비할랄 제품(NON-HALAL)의 표기 의무가 발생함
	6. 제조 날짜 또는 제조 코드	- 배치 번호 또는 제조시간으로 표기 - 제조 일자와 제조 코드는 분리해 기재할 수 있지만, 제조 코드 옆 제조 일자의 위치 정보를 표기해야 함
	7. 유통기한	- 유통기한 문구 뒤에 일-월-년 순으로 표기해야 함 - 유통기한이 3개월 이상인 식품은 월-년으로 표기할 수 있음 - 유통기한이라는 단어와 날짜 표시를 따로 표기할 때는 날짜의 위치 정보를 표기해야 함 10% 이상의 알코올을 함유한 음료나 유통기한이 24시간 이내인 빵이나 케이크는 유통기한 표시의무에서 제외됨

자료: 인도네시아 식약청(BPOM), KATI농식품수출정보

[표 5.5] 인도네시아 홍삼 음료 라벨링

라벨 표시사항 및 기준	8. BPOM 등록번호	라벨에 식약청으로부터 부여받은 등록번호를 표기해야 함
	9. 원산지	특정 식품의 원산지를 표기할 수 있음
	10. 2차원 바코드	- 인도네시아로 수입되거나 자국에서 유통되는 가공식품, 건강기능식품, 의약품, 전통의약품, 화장품의 1차 포장재에는 2차원 바코드를 부착해야 함 - 바코드의 형태는 QR 형태여야 함 - 바코드에는 제품명, 식품의약품 등록번호, 식품의약품 등록번호 유효기간, 제품 취급업체의 이름 및 주소, 포장 정보를 포함해야 함
	11. 표시 기준	- 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 - 일반 가공식품으로 등록하는 경우 제품 자체 기능에 대해 포장 라벨에 광고성 표기를 할 수 없으며 제품명 자체에 홍보성 특정 단어의 사용도 금지함. 허가 조건부로 필요시에는 특정 기능을 명시한 부분은 스티커로 가리거나 삭제해야 함

자료: 인도네시아 식약청(BPOM)

▶ 인도네시아 홍삼 음료 라벨 샘플



[앞면]



[옆면]



[후면]



[윗면]



[밑면]

[앞면 - 인도네시아어]	[앞면 - 국문]
① hemaviton ② majelis ulama indonesia 00120013260800 ③ netto 150ml ④ POM SD 031 607 311	① 헤마비톤 (상표이름) ② 이슬람 단체 인증 ③ 150ml ④ 식품의약품감독청 번호
[앞면 - 영어]	[앞면 - 국문]
① Energy Drink	① 에너지 드링크
[옆면 - 인도네시아어]	[옆면 - 국문]
① Baik diminum pada saat kerja keras dan berolah raga. ② rasanya lebih nikmat bila disajikan dalam keadaan dingin. ③ anjuran pemakaian 3 x 1 botol sehari. ④ tidak dianjurkan untuk anak-anak, wanita hamil dan menyusui, penderita hipertensi dan diabetes mellitus. ⑤ agar tidak mengkonsumsi melebihi aturan pakai yang telah ditetapkan. ⑥ tempo , peduli konsumen , ⑦ 0-800-1-508888, bebas pulsa	① 일을 많이 했거나 운동을 했을 때 마시면 좋습니다. ② 차갑게 드시면 더 맛있습니다. ③ 하루 3 x 1병을 권장합니다. ④ 어린이, 임산부, 수유부, 고혈압과 당뇨병 환자에게는 권장되지 않습니다. ⑤ 최대 복용량을 초과하여 섭취하는 것은 권장되지 않습니다. ⑥ 소비자 센터 번호 , ⑦ 0-800-1-508888, 수신자부담

[옆면 - 영어]

- ① Better to drink when working hard or exercise.
- ② It is more delicious when served chilled.
- ③ Recommended consumption 3 x 1 bottle daily.
- ④ Not recommended for children, pregnant and lactating woman, hypertension and diabetes mellitus.
- ⑤ Consumption over maximum dosage is not recommended.

[옆면 - 국문]

- ① 일을 많이 했거나 운동을 했을 때 마시면 좋습니다.
- ② 차갑게 드시면 더 맛있습니다.
- ③ 하루 3 x 1병을 권장합니다.
- ④ 어린이, 임산부, 수유부, 고혈압과 당뇨병 환자에게는 권장되지 않습니다.
- ⑤ 최대 복용량을 초과하여 섭취하는 것은 권장되지 않습니다.

[후면 - 인도네시아어]

- ① suplemen makanan
tiap 150ml mengandung :

		%AKG*
taurine	900mg	-
1,3,7 trimethylxanthine	50mg	-
inositol (vitamin B8)	50mg	-
ginseng extract	10mg	-
nicotinamide (vitamin B3)	20mg	135
vitamin B6 HCL	2mg	125
dexpanthenol (vitamin B5)	5mg	105
vitamin B12	5mg	210
* %AKG dihitung berdasarkan diet 2150 kkal.		
kalori	108kkal/botol	

[후면 - 국문]

- ① 식품 보충제
각 150ml에는 다음이 포함됩니다 :

		%AKG*
타우린	900mg	-
1,3,7 트리메틸크산틴	50mg	-
이노시톨(비타민 B8)	50mg	-
인삼추출물	10mg	-
니코틴아미드(비타민 B3)	20mg	135
비타민 B6 HCL	2mg	125
덱스판테놀(비타민 B5)	5mg	105
비타민 B12	5mg	210
* 영양 적정성 수치는 2150kkal 식단을 기준으로 계산됩니다.		
칼로리	108kkal/병	

② mengandung gula alami dan gula sorbitol, sodium benzoate, tartrazine CI 19140, mixed fruit flavor. ③ best before / sebaiknya digunakan sebelum dan kode produksi, lihat tutup botol. ④ simpan di bawah suhu 30C ⑤ diproduksi oleh : ⑥ PT. Polari limunusainti ⑦ tangerang – indonesia ⑧ untuk : PT. Tempo scan pacific Tbk. ⑨ bekasi – indonesia	② 천연 설탕과 소르비톨 설탕, 벤조산나트륨, 타르트라진 CI 19140, 혼합 과일 향이 함유되어 있습니다. ③ 유통기간 전에 마시기 바랍니다. 병뚜껑을 참조하세요. ④ 30C 이하에서 보관 ⑤ 생산자 : ⑥ 폴라리 리무누사인티 ⑦ 탕그랑 – 인도네시아 (회사 주소) ⑧ 템포 스캔 퍼시픽 Tbk. ⑨ 브카시 – 인도네시아(회사 주소)
[뒷면 – 인도네시아어] ① hemaviton ② Energy Drink	[뒷면 – 국문] ① 헤마비톤 (상표이름) ② 에너지 드링크
[뒷면 – 영어] ① Energy Drink	[뒷면 – 국문] ① 에너지 드링크

4. 인도네시아 홍삼 음료 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 5.6] 홍삼 음료에 적용되는 인도네시아 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품유형
1	아라비아검	Gum Arabic(Acacia Gum)	GMP ³⁰⁾ (증량제, 유화제, 증점제, 안정제 용도에 한함)	착향음료(스포츠 및 전해질 음료, 미립자 음료 포함)
2	아세트산칼슘	Calcium Acetate		
3	알긴산	Alginic Acid	GMP (겔화제, 증량제, 유화제, 증점제, 안정제 용도에 한함)	
4	베타-카로틴, 채소	Beta-Carotenes, Vegetable	2000mg/kg (as consumed, 색소 용도에 한함)	
5	아세설팜칼륨	Acesulfame Potassium	600mg/kg (as consumed, 인공감미료로 사용에 한함)	비탄산 착향음료, 펀치와 에이드 포함(시럽, 스쿼시, 농축 음료 및 음료 분말)
6	산화 칼슘	Calcium oxide	GMP(산도조절제 용도에 한함)	
7	벤조산	Benzoic acid	400mg/kg(보존료 용도에 한함)	
8	디소듐파이로포스페이트	Disodium Diphosphate	1300mg/kg (유화제, 안정제 용도에 한함)	
9	가티검	Gum Ghatti	2000mg/kg (증점제, 안정제 용도에 한함)	
10	과산화 수소	Hydrogen Peroxide	5mg/kg	
11	시트르산삼나트륨	Trisodium Citrate	GMP(유화제염류 용도에 한함)	착향음료 농축액 (액상 또는 고형)
12	칼슘 사카린	Calcium Saccharin	300mg/kg (as consumed, 인공감미료로 사용에 한함)	

자료: KATI농식품수출정보

30) GMP(Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품 유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당 식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

4. 인도네시아 홍삼 음료 성분 및 유해물질

▶ 유해물질

인도네시아로 식품을 수출하기 위해서는 인도네시아 식약청(BPOM)에서 규정하는 식품 유형별 유해물질 규정 및 기준을 반드시 준수해야 함. 하기 표는 홍삼 음료에 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 5.7] 홍삼 음료에 적용되는 인도네시아 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품유형
1	비소	Arsenic(As)	0.05mg/kg (즉시 소비되는 액체 농축 및 고체 농축의 경우는 제외)	착향음료(스포츠 및 전해질 음료, 미립자 음료 포함)
2	납	Lead(Pb)		
3	카드뮴	Cadmium(Cd)		
4	수은	Mercury(Hg)	0.01mg/kg (즉시 소비되는 액체 농축 및 고체 농축의 경우는 제외)	
5	콜리폼	Coliforms	(이온음료의 경우에만 해당) n:10, c:1, m: 1.8 APM/100/ml, M: 10 APM/100ml (향이 첨가된 시럽, 과일주스 음료, 과일향 음료, 커피음료의 경우는 제외)	비탄산 착향음료, 펀치와 에이드 포함(시럽, 스쿼시, 농축 음료 및 음료 분말)
6	곰팡이와 효모	Mold and Yeast	(향이 첨가된 시럽의 경우에만 해당) n:5, c:2, m: 10 colony/ml, M: 10 ² colony/ml (과일주스 음료, 과일향 음료, 이온음료, 커피음료의 경우 제외)	

자료: KATI농식품수출정보

[표 5.7] 홍삼 음료에 적용되는 인도네시아 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품유형
7	곰팡이와 효모	Mold and Yeast	(1) 과일 시럽, 향이 첨가된 시럽, 향이 첨가된 희석 시럽의 경우: n:5, c:2, m: 10^2 colony/g, M: 10^3 colony/g (2) 향이 첨가된 가루 음료의 경우: n:5, c:1, m: 5×10^1 colony/g M: 5×10^2 colony/g (3) 전해물로 이루어진 음료(가루형태)의 경우: n:5, c:2, m: 10 colony/g M: 10^2 colony/g (4) 향이 첨가된 분말 음료(구성에 우유, 크림 또는 초콜릿이 포함됨)의 경우: n:5, c:1, m: 5×10^2 colony/g, M: 5×10^2 colony/g (단, 냉동레모네이드의 농축, 스쿼시, 향이 첨가된 스쿼시, 액상차; 액상커피, 전해물로 이루어진 음료(액체형태)의 경우 해당 기준 적용 제외)	착향음료 농축액 (액상 또는 고형)

자료: KATI농식품수출정보

4. 인도네시아 홍삼 음료 성분 및 유해물질

▶ 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 유발물질이 포함된 경우 반드시 라벨에 해당 사실을 표기해야 함

[표 5.8] 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	아황산염

자료: 인도네시아 식약청(BPOM)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI

수입·유통업체 인터뷰



1. 멀티베스트리인도네시아(PT.Multi Bestri Indonesia)
2. 오키시아글로벌서비스(PT.Okosia Global Service)
3. 무궁화유통(PT.Koin Bumi)

Interview ①

31)



멀티베스트리인도네시아
(PT. Multi Bestri
Indonesia)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2002년 설립
 - 자카르타에 위치한 소매 및 수입업체
 - 주요 수입국으로는 일본, 중국, 한국, 미국, 유럽
 - 홍삼 및 화장품 취급
 - 온라인 및 오프라인 유통채널 운영

담당자 정보

Marketing Staff

멀티베스트리인도네시아(PT. Multi Bestri Indonesia) Marketing Staff

Q. 인도네시아에서 에너지음료의 수요는 어떠한가요?

인도네시아 대도시의 바쁘고 피로도 높은 생활 방식으로 인해 에너지 강화 제품의 수요가 증가했습니다. 이러한 수요에 맞춰 에너지와 활력 증진에 도움이 되는 인삼의 수요도 증가하고 있습니다.

Q. 인도네시아 홍삼 제품 시장에서는 요즘 시장 동향은 어떠한가요?

건강과 웰니스의 유행에 맞춰 보다 자연스럽고 화학적 첨가물이 없는 제품이 더 선호되고 있습니다. 홍삼과 꿀 등 천연성분으로 제조한 제품이 더 많아지고 있습니다.

Q. 인도네시아에서 가장 인기 있는 홍삼 관련 에너지음료 제품은 무엇인가요?

E사는 에너지 증진을 위한 인삼 추출물을 함유하고 다양한 맛을 제공하는 인도네시아의 유명한 에너지 드링크 브랜드 중 하나입니다.

Q. 인도네시아에서 홍삼 제품의 주요 소비층은 누구인가요?

홍삼 제품의 주요 소비층은 면역력을 높이고 싶은 소비자들입니다. 특히, 코로나19로 인해 면역력 향상에 대한 인식이 높아졌으며, 이를 위한 방법으로 소비자들은 인삼 제품을 소비하고 있습니다.

Q. 인도네시아에서 고객사 제품과 유사한 제품이 판매되고 있나요?

E사는 인도네시아에서 인기 있는 현지 발포 에너지음료 브랜드입니다. E사의 일부 제품에는 기타 에너지 강화 성분과 함께 인삼 추출물이 포함되기도 합니다.

Q. 경쟁사 제품과 비교했을 때, 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇이라고 생각하시나요?

고객사 제품의 강점은 4년근 인삼 추출물, 인삼 뿌리 1개와 비타민C 등 성분이 들어있다는 점입니다. 약점으로는 고객사 제품이 KMF 할랄인증을 받았지만, 인도네시아 기관인 MUI HALAL에서 할랄인증을 받았다면 더 좋았을 것이라는 점입니다.

Q. 경쟁사들은 인도네시아 현지에서 어떤 방식으로 제품을 홍보하고 있나요?

경쟁사들은 홍삼 제품에 대한 교육 콘텐츠를 마케팅 전략으로 활용하고 있습니다. 소비자들은 홍삼의 잠재적인 건강상의 이점을 설명하는 교육 콘텐츠로부터 정보를 많이 얻습니다. 해당 교육 콘텐츠로는 홍삼의 효능, 전통적인 용도, 건강에 미치는 잠재적 영향을 자세히 설명하는 블로그 기사, 소셜미디어 게시물, 동영상 콘텐츠가 있습니다. 해당 마케팅 전략은 신뢰를 구축하고 브랜드를 에너지음료 분야에서 인기 있는 제품으로 자리매김하는 데 효과적입니다.

Q. 경쟁사들은 어떤 유통채널에서 홍삼 음료 제품을 판매하고 있나요?

인도네시아 도시 지역에는 ‘자이언트(Giant)’, ‘까르푸(Carrefour)’, ‘롯데마트(Lotte Mart)’와 같은 하이퍼마켓이 있습니다. 경쟁사들은 해당 매장에서 홍삼 음료 제품을 판매하여 광범위한 도시 소비자층에 접근성을 높이고 있습니다.

Q. 고객사 제품은 홍삼 추출물에 4년근 홍삼을 통째로 넣어 비타민C가 풍부한 에너지음료이며 한 병당 120mL로 가격은 34,378루피아(2,900원³²⁾)입니다. 고객사 제품이 인도네시아 소비자들 사이에서 인기를 얻을 수 있을까요?

고객사 제품은 인도네시아 소비자들 사이에서 인기를 얻을 것으로 보입니다. 고객사 제품의 독특한 점은 4년근 홍삼과 홍삼 뿌리가 통째로 들어있다는 것입니다. 이는 자연 건강제품을 찾는 인도네시아 소비자에게 상당한 부가가치가 될 수 있습니다.

Q. 고객사 제품의 셀링 포인트는 인삼 뿌리가 통째로 담겨있어 달콤하고 풍부한 인삼 향이 나는 남녀노소 부담 없이 섭취하기 좋다는 점입니다. 고객사 제품이 인도네시아에서 경쟁력을 가지려면 강조해야 할 다른 셀링 포인트가 있을까요?

모든 소비자가 홍삼의 효능과 맛을 부담 없이 즐길 수 있다는 점을 셀링 포인트로 강조해 제품의 포용성을 부각해야 합니다.

Q. 고객사 제품은 KMF 할랄인증을 받은 제품입니다. MUI HALAL이 아닌 KMF HALAL 인증을 받은 제품을 인도네시아로 수출하는 데에 어려움이 있을까요? 또한, 인도네시아에서 홍삼 음료를 판매하는 데 필요한 다른 인증이 있나요?

대부분의 인도네시아 소비자들은 무슬림이며 많은 소비자가 할랄인증을 받은 식품과 음료를 소비합니다. KMF 할랄인증을 받은 것이 수출에 문제를 일으키지는 않지만, MUI HALAL이 인도네시아 소비자들 사이에서 신뢰를 더 받고 있다는 점을 유의해야 합니다.

32) 100루피아=8.45원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 인도네시아에서 홍삼 음료를 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요?

슈퍼마켓과 하이퍼마켓은 홍삼 음료 제품을 판매하는 데 적합한 유통업체입니다. 슈퍼마켓과 하이퍼마켓은 인도네시아 소비자들에게 인기 있는 쇼핑 장소이며, 음료를 포함한 다양한 제품을 판매하고 있어 소비자 방문 횟수도 높습니다. 고객사 제품이 해당 업체의 선반에 진열되어 있다면 가시성과 접근성을 높일 수 있을 것입니다.

Q. 인도네시아 소비자들에게 홍삼 음료를 홍보하기 위한 효과적인 방법이 있나요?

인도네시아 소비자들에게 홍삼 음료를 홍보하기 위해서는 파트너십을 맺고 제품을 후원하는 것을 추천합니다. 건강이나 복지와 관련된 현지 행사나 피트니스 프로그램의 파트너가 되어 행사를 후원해야 합니다. 브랜드 인지도를 높이고 제품의 건강상 이점을 알리는 데 도움이 될 수 있습니다.

Interview ②

33)



오코시아글로벌서비스
(PT.Okosia Global Service)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2014년에 설립
 - 자카르타에 위치한 소매 및 수입업체
 - 주요 수입국으로는 중국, 일본
 - 인삼 음료, 운동 기구 등 취급
 - 온라인 및 오프라인 유통채널 운영

담당자 정보

Marketing Specialist

오코시아글로벌서비스(PT.Okosia Global Service) Marketing Specialist

Q. 인도네시아에서 에너지음료의 수요는 어떠한가요?

건강한 삶과 천연 제품을 중요시하는 소비자 심리는 인삼 에너지음료와 강장제의 수요에도 영향을 미쳤습니다. 인도네시아의 많은 소비자가 건강에 대해 더욱 관심을 가지고 체력 증진에 도움이 되는 제품을 찾고 있습니다.

Q. 인도네시아 홍삼 제품 시장에서는 요즘 시장 동향은 어떠한가요?

요즘 인도네시아 홍삼 제품 시장에서는 인증사항과 라벨링을 중요하게 생각합니다. 특정 유기농 인증이나 건강식품 라벨이 부착된 홍삼 제품은 건강을 신경 쓰는 소비자에게 더 바람직할 수 있으며 대다수가 무슬림인 인도네시아에서는 더욱 중요합니다.

Q. 인도네시아에서 가장 인기 있는 홍삼 관련 에너지음료 제품은 무엇인가요?

H사는 활력 증진을 위한 인삼 기반 에너지음료를 판매하는 인도네시아의 인기 브랜드이며 해당 회사의 인삼 음료 제품이 인기 있습니다.

Q. 인도네시아에서 홍삼 제품의 주요 소비층은 누구인가요?

홍삼 제품의 주요 소비층은 바쁜 직장인 소비자들입니다. 바쁜 업무 루틴을 가진 소비자들은 긴 근무일을 견디기 위해 활력과 집중력이 필요하므로 홍삼 음료 제품을 소비합니다.

Q. 인도네시아에서 한국산 홍삼 제품을 흔히 볼 수 있나요?

한국산 홍삼 제품은 홍삼 추출물, 홍삼차, 홍삼 보조식품, 홍삼을 함유한 식품이나 음료 등 다양한 형태로 인도네시아에서 유통되고 있습니다. 이러한 다양성 덕분에 인도네시아 소비자는 자신의 선호도와 필요에 맞는 제품을 구매할 수 있어 많이 유통되고 있습니다.

Q. 인도네시아에서 고객사 제품과 유사한 제품이 판매되고 있나요?

고객사 제품과 완전히 유사한 제품은 없지만, 홍삼을 주성분으로 함유한 K사의 '에너지(Ener-G)'라는 인기 있는 현지 강장제가 판매되고 있습니다. '에너지(Ener-G)'는 에너지와 체력을 증진하는 데 도움이 되는 허브로 만들어진 전통 음료입니다.

Q. 경쟁사 제품과 비교했을 때, 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇이라고 생각하시나요?

고객사 제품은 독창적이고 독특한 느낌을 더하기 위해 홍삼 뿌리를 통째로 넣어서 판매되고 있습니다. 인도네시아에서 유통되는 제품 중 홍삼을 통째로 제품에 넣어 판매하는 제품은 없기에 이 부분이 강점이자 약점이 될 수 있습니다. 제품에 홍삼이 통째로 든 모습을 보는 것을 원하지 않는 소비자의 관점에서는 해당 특징이 덜 위생적으로 보일 수 있습니다.

Q. 경쟁사들은 인도네시아 현지에서 어떤 방식으로 제품을 홍보하고 있나요?

경쟁사들은 현지의 건강이나 웰니스 관련 인플루언서, 블로거와 협력하여 제품을 홍보하고 있습니다. 인플루언서들은 홍삼 제품에 대한 사용 후기, 리뷰, 시연하는 콘텐츠를 제작하여 제품을 홍보하고 해당 콘텐츠는 팔로워들에게 상당한 영향력을 미칠 수 있습니다.

Q. 경쟁사들은 어떤 유통채널에서 홍삼 음료 제품을 판매하고 있나요?

인도네시아에서 온라인 플랫폼이 빠르게 성장하고 있습니다. ‘토크피디아(Tokopedia)’, ‘쇼피(Shopee)’나 ‘라자다(Lazada)’와 같은 플랫폼이 시장을 장악하고 있습니다. 해당 플랫폼에 유통한다면 광범위한 소비자층에 접근성을 높일 수 있으며 전국 어디든 쉽게 배송할 수 있어 경쟁사들이 이용하고 있습니다.

Q. 고객사 제품은 홍삼 추출물에 4년근 홍삼을 통째로 넣어 비타민C가 풍부한 에너지음료이며 한 병당 120mL로 가격은 34,378루피아(2,900원)입니다. 고객사 제품이 인도네시아 소비자들 사이에서 인기를 얻을 수 있을까요?

고객사 제품의 성분을 고려했을 때 가격이 적절해 보이며 인도네시아 시장에서 효과적으로 경쟁할 수 있습니다. 하지만 고객사 제품과 유사한 현지 홍삼 음료는 가격이 더 저렴하기에 인도네시아 시장에 맞게 조정해야 할 수도 있습니다.

Q. 고객사 제품의 셀링 포인트는 인삼 뿌리가 통째로 담겨있어 달콤하고 풍부한 인삼 향이 나는 남녀노소 부담 없이 섭취하기 좋다는 점입니다. 고객사 제품이 인도네시아에서 경쟁력을 가지려면 강조해야 할 다른 셀링 포인트가 있을까요?

홍삼 뿌리가 통째로 들어있다는 것은 우수한 품질을 의미한다는 것을 부각하기 위해 ‘품질 검증은 통 인삼 뿌리!’라는 홍보 문구를 이용해 셀링 포인트를 강조하는 것도 방법입니다.

Q. 고객사 제품은 KMF 할랄인증을 받은 제품입니다. MUI HALAL이 아닌 KMF HALAL 인증을 받은 제품을 인도네시아로 수출하는 데에 어려움이 있을까요? 또한, 인도네시아에서 인삼 음료를 판매하는 데 필요한 다른 인증이 있나요?

고객사 제품에 동물 유래 성분이 함유된 경우 더 넓은 시장에 어필하려면 할랄인증이 필요할 수 있습니다. 할랄인증이 없어도 수입은 가능하지만, 인도네시아 무슬림 소비자들을 겨냥할 경우 할랄인증을 꼭 받아야 합니다.

Q. 인도네시아에서 홍삼 음료를 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요?

인도네시아에서 홍삼 음료를 판매하기 위한 유통채널로 편의점을 추천합니다. 인도네시아에는 ‘인도마켓(Indomaret)’과 ‘알파마트(Alfamart)’ 같은 편의점 체인이 시장을 장악하고 있으며 소비자들이 음료를 쉽게 구매할 수 있어 적합합니다.

Q. 인도네시아 소비자들에게 홍삼 음료를 홍보하기 위한 효과적인 방법이 있나요?

홍삼이 건강에 미치는 효능을 강조하고 소비자에게 사용법을 알려서 소비자에게 제품에 대한 이해를 제공하는 것을 추천합니다. 또한, 신규 고객을 유치할 수 있는 잠재력을 지닌 브이로그나 블로그 콘텐츠를 인도네시아어로 제작하는 것도 효과적인 방법입니다.

Interview ③

34)


**무궁화유통
(PT.Koin Bumi)**

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2009년 설립
 - 자카르타에 위치한 수입 및 공급업체
 - 주요 수입국으로는 아시아 국가들, 중동, 아프리카, 미국 등
 - 냉동 수산물, 과자, 음료 등 취급
 - 온라인 및 오프라인 유통채널 운영

담당자 정보

Plant Manager

**무궁화유통(PT.Koin Bumi)
Plant Manager**
Q. 인도네시아에서 에너지음료의 수요는 어떠한가요?

인도네시아의 젊은 세대 중 특히 밀레니얼 세대와 Z세대는 새롭고 독특한 음료를 선호하는 경향이 있습니다. 홍삼 기반 에너지음료는 해당 소비자층의 관심을 끌기에 수요가 있습니다.

Q. 인도네시아 홍삼 제품 시장에서는 요즘 시장 동향은 어떠한가요?

가격은 시장에서 제품의 성공을 결정하는 중요한 요소입니다. 홍삼 제품은 건강상의 이점이 있다는 이유로 프리미엄 가격을 책정할 수 있기에 홍삼 제품은 상위권 가격 제품이 많습니다.

Q. 인도네시아에서 홍삼 제품의 주요 소비층은 누구인가요?

건강에 관심이 있는 소비자들이 홍삼 제품의 주요 소비층입니다. 소비자들은 홍삼이 함유된 한방보충제나 에너지음료와 같이 건강에 유익하다고 생각되는 제품을 적극적으로 소비합니다. 건강을 신경 쓰는 소비층은 다양한 연령대와 배경의 사람들이 포함됩니다.

Q. 인도네시아에서 한국산 홍삼 제품을 흔히 볼 수 있나요?

K-pop, 한국 드라마, 한식 등 한국 문화의 인기는 홍삼을 비롯한 한국 제품이 인도네시아 내에서 인지도를 높이는 데 이바지했습니다. 한국 연예인과 인플루언서들도 한국산 홍삼 제품을 자주 홍보하기에 홍삼 제품의 인기가 높아지고 있습니다.

Q. 인도네시아에서 고객사 제품과 유사한 제품이 판매되고 있나요?

고객사 제품과 비슷하지만, 꿀을 감미료로 사용하여 맛의 조합이 다르면서 제품에 들어있는 인삼의 특성 또한 다른 제품은 판매되고 있습니다.

Q. 경쟁사 제품과 비교했을 때, 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇이라고 생각하시나요?

고객사 제품의 강점은 홍삼 함유량이 많다는 점입니다. 달콤하고 진한 홍삼 향으로 남녀노소 부담 없이 섭취할 수 있는 제품이라는 홍보문구도 제품의 가치를 더욱 높여줍니다.

Q. 경쟁사들은 인도네시아 현지에서 어떤 방식으로 제품을 홍보하고 있나요?

경쟁사들은 타겟 광고와 콘텐츠 공유를 위해 ‘인스타그램(Instagram)’이나 ‘페이스북(Facebook)’과 같은 플랫폼을 사용합니다. 소셜미디어 마케팅은 광범위한 소비자층에게 다가가는 데 도움이 되는 홍보 방법입니다. 특히, SNS는 홍삼과 같은 건강제품을 홍보하는 데에 매우 효과적입니다.

Q. 경쟁사들은 어떤 유통채널에서 홍삼 음료 제품을 판매하고 있나요?

인도네시아에서는 전통시장이 여전히 소매업의 중요한 부분을 차지하고 있습니다. 현지 시장 상인을 통해 홍삼 제품을 판매한다면 작은 마을과 농촌 지역의 다양한 소비자층에 접근하는 데 도움이 될 수 있습니다.

Q. 고객사 제품의 셀링 포인트는 인삼 뿌리가 통째로 담겨있어 달콤하고 풍부한 인삼 향이 나는 남녀노소 부담 없이 섭취하기 좋다는 점입니다. 고객사 제품이 인도네시아에서 경쟁력을 가지려면 강조해야 할 다른 셀링 포인트가 있을까요?

고객사 제품에 통째로 들어있는 홍삼의 효능을 믿을 수 있도록 유도하기 위해 ‘보는 것이 곧 믿는 것 - 인삼의 힘을 발견하다!’라는 홍보문구를 넣는 것을 추천합니다.

Q. 고객사 제품은 KMF 할랄인증을 받은 제품입니다. MUI HALAL이 아닌 KMF HALAL 인증을 받은 제품을 인도네시아로 수출하는 데에 어려움이 있을까요? 또한, 인도네시아에서 인삼 음료를 판매하는 데 필요한 다른 인증이 있나요?

귀하의 제품이 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM)이 정한 식품 안전 및 품질기준을 충족하는지 확인해야 합니다.

Q. 인도네시아에서 홍삼 음료를 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요?

온라인 플랫폼을 홍삼 음료를 판매하기 위한 유통채널로 추천합니다. 인도네시아에서는 현재 전자상거래가 활성화되고 있으며 ‘토코피디아(Tokopedia)’, ‘쇼피(Shopee)’, ‘라자다(Lazada)’와 같은 플랫폼이 소비자들 사이에서 인기를 얻고 있습니다. 홍삼 음료를 온라인에서 판매한다면 인도네시아 전역의 더 넓은 고객 기반을 활용할 수 있을 것입니다.

Q. 인도네시아 소비자들에게 홍삼 음료를 홍보하기 위한 효과적인 방법이 있나요?

팔로워가 많고 소비자들의 관심사에 적합한 인도네시아의 현지 인플루언서와 파트너 관계를 맺는 것을 추천합니다. 홍삼 음료에 관한 진정성 있고 관련성 높은 콘텐츠를 만드는 것도 도움이 될 것입니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VII 시사점



시장수요

인도네시아 對한국 홍삼 음료 수입,

전 세계 3위



인도네시아 무알코올 음료 시장규모는 향후 5년간 4.8%씩 성장, 에너지 및 스포츠 음료 시장규모 또한 향후 5년간 4.4%씩 성장할 것으로 전망됨. HS CODE 2202.99(홍삼 음료)의 인도네시아 對글로벌 수입액은 지난 5년간 연평균 11.1%씩 증가했으며, 對한국 수입액은 이를 월등히 추월하는 연평균 15.0%의 높은 성장률을 보여, 한국산 홍삼 음료에 대한 수요 증가세를 확인함. 2022년 기준 인도네시아의 홍삼 음료 수입 국가들 중 한국은 수입규모 205억 원으로 전체 점유율 15%로 3위를 차지함

수입유통업체 인터뷰 결과, 세 수입유통업체 모두 인도네시아 내 홍삼 음료를 포함한 에너지 드링크에 대한 수요가 증가하고 있으며, 특히 건강 및 체력 증진에 대한 관심 증가로 홍삼 음료가 면역력이나 집중력을 높이고 싶어하는 소비자들에게 인기가 있다고 답변함. 한국산 홍삼 음료를 포함하여 독특한 맛과 풍부한 영양성분을 제공하는 에너지 드링크에 대한 관심이 커지고 있음

홍삼농축액 55

홍삼캡슐 42

전통약 37

홍삼 가루 36

(약초를 우린)차 35

보충제 23

인도네시아 온라인 쇼핑물 홍삼 음료 경쟁제품

소비 특징 ①

‘홍삼농축액’, ‘홍삼캡슐’ 등
홍삼 관련 식품 다수 확인



온라인 쇼핑물 판매 제품 키워드 분석 결과를 통해 현지 제품 및 시장 특징을 도출함

인도네시아 홍삼 음료의 경쟁제품으로 ‘홍삼농축액’ 및 ‘홍삼캡슐’ 키워드가 가장 많이 도출되었으며, ‘홍삼 가루’나 ‘꿀홍삼물’ 등을 포함한 다양한 형태의 홍삼 제품들이 판매되고 있는 것으로 확인되었고 주요 브랜드로 인도네시아 현지 브랜드 및 한국 브랜드가 다수 확인되었음. 이외에도 강황이나 생강과 같은 천연 향신료로 만들어진 전통음료 제품들이 주요 경쟁제품으로 확인되었음

한국산 203

약초의 68

체력 증진 45

혈액순환 개선 36

질병치료 31

면역력 증진 26

인도네시아 온라인 쇼핑물 홍삼 음료 홍보문구

소비 특징 ②

‘한국산’ 및 ‘건강 효과’ 등
원산지나 효능 강조하는 제품 다수

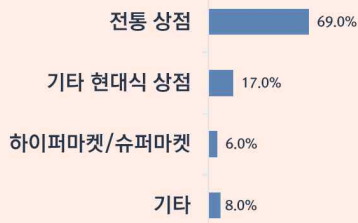


인도네시아 홍삼 음료 시장 내 ‘한국산’ 키워드를 활용한 홍보문구가 최다 빈출됨에 따라 인도네시아 소비자들은 한국산 홍삼제품을 선호하는 것으로 분석됨. 이 외에도 ‘체력 증진’, ‘혈액순환 개선’, ‘질병치료’, ‘면역력 증진’ 등 제품의 효과를 강조하는 홍보문구도 다수 확인되었으며, 이는 인도네시아 소비자들의 건강에 대한 관심이 높아진 영향으로 판단됨

원산지 및 효능 외에도 인도네시아 국가 특성에 따라 ‘할랄’ 인증을 강조한 홍보문구도 다수 확인됨. 한국 브랜드 제품들도 인도네시아 할랄인증인 ‘MUI 할랄인증’을 취득하여 제품을 판매하고 있는 것으로 확인함



인도네시아 홍삼 음료 유통 비중



유통채널



인도네시아 홍삼 음료 유통채널 점유율 조사 결과 전통 상점(69.0%)을 통한 유통이 가장 활발한 것으로 확인되었음. 뒤를 이어 기타 현대식 상점(17.0%)이 인도네시아 홍삼 음료의 주요 유통채널로 확인됨

한편, 전문가 인터뷰 결과 소셜미디어, 인플루언서 마케팅 등 온라인을 활용한 홍보 및 유통이 최근 부상하는 것으로 확인됨. 실제 온라인 판매 제품 확인 결과 인도네시아 내 식료품 배달 서비스를 운영하는 플랫폼인 토코피디아와 쇼피에서 다수의 홍삼 음료 제품이 판매되는 것을 확인함

진입장벽

- ▶ Point 1) 식약청 등록 허가 必
- ▶ Point 2) 전통의약품, 할랄인증 必
- ▶ Point 3) 라벨 인도네시아어 표기 必



인도네시아로 식품 수출 시, 식약청 등록 허가가 필수적임. 고객사 제품의 경우, 전통의약품으로 분류될 수 있어 식약청 인증과 할랄인증이 필수로 부과됨. 라벨의 경우, 건강기능식품 및 전통의약품은 라벨 스티커의 사용이 금지되어 있어 반드시 포장재에 직접 인쇄가 되어야 함. 표기 언어는 인도네시아어 기준으로 작성되어야 하며, 인도네시아어에 상응하는 문구가 없을 시 외국어로 표기가 가능함

수출 확대 전략

셀링 포인트
&
제품 경쟁력 피드백



Point 01 주요 구매 요인 수입유통업체 인터뷰 결과, 인도네시아 홍삼 음료의 주요 트렌드로는 건강 및 웰니스 유행에 따라 화학적 성분이 첨가되지 않거나 천연성분이 함유되어 영양성분이 풍부한 제품이 다수 출시되는 것으로 확인됨. 따라서, 고객사 제품의 셀링포인트인 '인삼이 뿌리째 담겨있어 비타민C가 풍부함'은 인도네시아 시장에 적합한 것으로 확인됨

Point 02 제품 경쟁력 피드백 수입유통업체 인터뷰 결과, 고객사 홍삼 음료 제품의 강점은 홍삼이 뿌리째 들어가 있어 홍삼 함유량이 높다는 점임. 따라서, 고객사 제품의 셀링포인트로 홍삼의 효능과 제품이 가진 달콤한 맛을 강조하는 것이 좋음



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 박수진(세명대학교), 「인도네시아 할랄식품 소비자의 인삼·홍삼제품에 대한 인식과 태도 및 이용 실태」, 2017
2. 스태티스타(Statista), 「Non-Alcoholic Drinks_Indonesia」, 2023.03
3. 리테일매거진, 「[글로벌 신제품 트렌드] 기능성 건강음료」, 2022.05
4. 스태티스타(Statista), 「Energy & Sports Drinks_Indonesia」, 2023.03
5. 더벨, 「KGC인삼공사, 美·中 일변도 탈피 중동 신시장 노크」, 2022.08
6. 칸타(Kantar), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023.07
7. 한국농수산식품유통공사, 「할랄 이슬람 식품시장수출가이드북」, 2020.12
8. 한국농수산식품유통공사, 「2021 농식품 해외인증등록정보 종합가이드」, 2021.12
9. KATI농식품수출정보, 「인도네시아 비관세장벽 모니터링」, 2023.07
10. 미국 농무부(USDA), 「Food and Agricultural Import Regulations and Standards Export Certificate Report」, 2022.12
11. KATI농식품수출정보, 「2022 국가별 농식품 수출 교역조건」, 2022.07
12. KITA한국무역협회, 「[인도네시아] 인도네시아 종교부, 새로운 할랄인증 개정 법령 발표」, 2022.04

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. 토크opedia(Tokopedia) (www.tokopedia.com)
4. 아마존(Amazon) (www.amazon.com)
5. 라자다(Lazada) (www.lazada.co.id)
6. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
7. 칸타(Kantar) (www.kantar.com)
8. 리테일뉴스아시아(Retail News Asia) (www.retailnews.asia)
9. 마타하리 백화점(Matahari Department Store) (www.matahari.com)
10. 메트로 백화점(Metro Department Store) (www.metroindonesia.com)
11. 구글맵(Google Maps) (www.maps.google.com)
12. 그랜드인도네시아(Grand Indonesia) (www.grand-indonesia.com)
13. 브이오아이(VOI) (voi.id/en)
14. 하이퍼마트(Hypermart) (www.hypermart.co.id)
15. 헤로(Hero) (www.herosupermarket.co.id)
16. 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia) (insideretail.asia)
17. 까르푸(Carrefour) (bunda.carrefour.co.id)
18. 메드콤(Medcom) (www.medcom.id)
19. 가디언(Guardian) (guardianindonesia.co.id)
20. 디에프아이리테일그룹(DFI Retail Group) (www.dfiretailgroup.com)
21. 왓슨스(Watsons) (www.watsons.co.id)
22. 인터스트리콘탄(Industri Kontan) (industri.kontan.co.id)
23. 쇼피 인도네시아(Shopee.id) (shopee.co.id)
24. 관세청 (www.customs.go.kr)
25. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
26. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
27. 관세법령정보포털 (unipass.customs.go.kr)
28. 인도네시아 무역부(MTRI) (www.kemendag.go.id)
29. 인도네시아 식품안전연구소(IFS) (indonesianfoodsafety.org)
30. 인도네시아 재무부(KEMENTERIAN KEUANGAN) (www.beacukai.go.id)
31. 인도네시아 의약품 전자 등록(Badan Pengawas Obat dan Makanan AeRO) (aero.pom.go.id)
32. 인도네시아 식약청(BPOM) (www.pom.go.id)
33. 인도네시아 법무부(Biro Hukum dan Organisasi) (jdih.pom.go.id)
34. 인도네시아 법률 및 규정 포털(Paralegal) (paralegal.id)

- 35. FSSC (www.fssd22000.com)
- 36. 통합무역정보서비스 (www.tradenavi.or.kr)
- 37. 대한무역투자진흥공사 (www.dream.kotra.or.kr)
- 38. 인니할랄코리아 (www.inhalalkorea.com)
- 39. 한국보건산업진흥원 제약산업정보포털 (www.khidi.or.kr)
- 40. 멀티베스트리인도네시아(PT.Multi Bestri Indonesia) (kbshop.co.id)
- 41. 오크시아글로벌서비스(PT.Okosia Global Service) (www.ckjindonesia.co.id)
- 42. 무궁화유통(PT.Koin Bumi) (www.mugunghwa.co.id)

· 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사

· 발 행 일 자 | 2023.09.15

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