한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

2018 농식품 해외시장 맞춤조사

No. 1810-20

품　목 : 홍삼조제품(Red Ginseng Products)

국　가 : 인도네시아(Indonesia)

Contents

Ⅰ. 국가 정보 및 시장통계 ····· 04

1. 수출환경 및 경제지표 ····· 06

2. 식품 산업현황 ····· 08

3. 수출입통계 ····· 13

Ⅱ. 시장 트렌드 ····· 15

1. 소비 트렌드 ····· 16

2. 소비자 트렌드 ····· 18

Ⅲ. 통관 및 제도 ····· 21

1. 통관 및 검역 ····· 24

2. 인증정보 ····· 30

3. 라벨링 ····· 35

4. 위생규정 ····· 37

Ⅳ. 경쟁제품 ····· 42

1. 경쟁제품 선정 ····· 43

2. 경쟁제품 분석 ····· 44

Ⅴ. 경쟁사 ····· 50

1. 경쟁사 선정 ····· 51

2. 경쟁사 분석 ····· 52

Ⅵ. 유통채널 현황 ····· 54

1. 유통채널 개황 ····· 55

2. 주요 유통업체 분석 ····· 57

I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 식품 산업현황
3. 수출입통계

국가 개요

태평양과 인도양, 호주와 동남아시아 대륙 사이에 위치한 인도네시아는 총 1만 7,504개의 섬으로 구성된 전 세계에서 가장 큰 도서 국가 중 하나임. 지각의 교차점에 위치해 화산 및 지진이 자주 발생하며 화산재로 인해 농토가 비옥하고 천연자원이 풍부함. 인구는 현재 약 2억 6,000만 명으로 세계에서 네 번째로 많으며 생산가능 인구의 비중이 67.4%로 매우 높음

한국과는 1973년 9월 외교 관계를 수립하였으며, 2016년 기준 한국은 인도네시아의 7대 수출대상국, 6대 수입대상국임. 한국은 인도네시아에 선박, 경유, 편직물, 합성수지 등을 주로 수출하며 유연탄, 천연가스, 원유, 기타 석탄 등의 자원 수입 비중이 높음

주요 정보

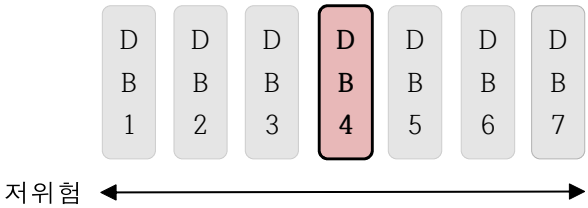
- 국명: 인도네시아 공화국(Republic of Indonesia)
- 수도: 자카르타
- 국가원수: 조코 위도도(제8대 대통령)
- 인구: 약 2억 6,000만 명(전 세계 4위)
- 면적: 190만 ㎢(세계 15위, 한반도 19배)
- 공식어: 인도네시아어
- 종교: 이슬람교 87%, 개신교 7%, 카톨릭 3%, 힌두교 2%, 유교 및 기타 1%
- 기후: 열대성 몬순기후, 고온다습
- GDP: 약 10조 달러(2017)
- 1인당 국민소득: 3,540 달러(2017)
- 민족: 자바족(35%), 순다족(13.6%) 등
- 화폐단위: 루피아(Rupiah)[1]
- 인터넷 보급률: 39.7%(2017)

자료: 「Country Insight Snapshot Indonesia July 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.07.15, 한국수출입은행
CIA World Factbook, World Bank, Statista 자료 종합

1) 1루피아 = 0.08원(KEB 하나은행 고시기준, 2019.01.08)

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망[2)]



등급	등급 전망
DB4[3)]	안정적

「Country Insight Snapshot Indonesia July 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.07.15

□ 주요 전망

구 분	세 부 내 용
긍정적	- 풍부한 자원으로 인해 세계적으로 성장 가능성이 높은 시장으로 꼽힘 - 2013년 이후 인도네시아 정부는 연료보조금 제도를 개편하여 인프라투자 예산을 확보함
부정적	- 자원민족주의[4)]의 확산으로 자원에 대한 지배권을 강화하려는 경향 있음 - 기업 경영 환경이 전반적으로 개선되고 있으나, 엄격한 노동 규제, 만연한 부정부패, 열악한 인프라 등의 영향으로 여전히 비즈니스 기회 실현에는 제약이 있음

「Country Insight Snapshot Indonesia July 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.07.15

2) D&B의 국가위험등급은 전 세계 132개 국가를 대상으로 각 국가별 정치, 경제, 사회적 측면의 다양한 요소를 수집, 조사, 분석하여 국가별 투자 및 상거래 위험 수준을 측정한 지표임. 대/내외 안보상황, 정책의 방향성 및 지속성 등의 '정치적 환경', GDP 성장률, 인플레이션율, 무역규모, 재정 및 통화정책, 재정 균형 등의 '경제 및 상업환경', 제도적 투명성, 사법체계, 계약의 준수 정도, 부패지수 등의 '사회적/ 제도적 환경' 등을 모두 반영하며, 약 9개 항목으로 구성된 국가위험지표 테이블에 따라 산출됨 (자료: D&B Country Risk Indicator, Dun & Bradstreet)

3) 보통위험등급으로 기대수익에 있어서 상당한 불확실성이 내재 되어있어 잠재적인 손실을 기피 하는 투자자는 보호할 것을 권고함

4) 자원민족주의(Resource Nationalism): 천연자원은 이를 산출하는 국가의 것이라고 인식하려는 사상. 아시아, 아프리카, 중남미 등의 개발도상국이 본국에서 산출되는 자원에 대한 주권을 주장하고, 그 지배권을 확대하려는 태도를 말함

□ 주요 거시경제 지표

o 경제성장률은 글로벌 경제위기의 여파로 2015년 4%대로 하락해 주춤한 듯 보였으나, 최근 3년간 5%대를 유지하고 있음

o 인도네시아 정부는 2020년까지 6%대의 꾸준한 경제성장률을 기록할 것이라는 낙관적인 전망을 고수하고 있음

o 내수시장의 성장, 두터운 중산층 및 젊은층 위주의 인구구조가 안정적 경제 성장세를 유지하는 요인으로 파악됨

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

지표	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지/GDP	-2.0	-1.8	-1.7	-2.5	-2.7	-2.9	-2.2	-2.2
재정수지/GDP	30.7	35.3	24.0	24.0	24.3	25.0	26.0	26.5
GDP성장률	-2.0	-1.9	-2.0	-1.5	-1.5	-1.2	-1.4	-1.5
물가상승률	6.4	3.5	3.8	4.0	4.2	4.0	4.1	4.2
경제성장률	4.9	5.0	5.1	5.5	5.7	6.1	6.0	6.0

「Country Insight Snapshot Indonesia July 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.07.15

□ 무역통상 환경

o 투자 및 사업 환경 개선을 위한 규제 완화

- 인도네시아 정부는 2018년 11월 16일에 발표된 '제 16차 경제 정책 패키지(Paket Kebijakan Ekonomi XVI)[5]' 의 일환으로, 해외 자본 유치 확대를 위해 기존의 Tax Holiday(조세 감면 기간)의 혜택 범위를 확대하는 신규정을 발효함
- 법인세 감면 혜택 분야는 기존의 17개에서 18개로, 153개의 사업 분야에서 169개로 확대됨
- 투자 규모가 1,000-5,000억 루피아 이하인 경우, 50%의 조세 감면(Tax reduction)과 5년간의 조세 감면 기간(Tax holiday) 혜택이 주어짐
- 특수 경제 지역(KEK: Kawasan Ekonimi Khusus) 내 중소기업에는 200-1,000억 루피아의 소액 투자에 대해서도 5년간 50% 감면이 적용됨. 또한, 1,000억 루피아(약 708만 달러) 이상의 투자에 대해서는 최대 20년간 소득세 전액 감면의 혜택이 제공됨

5) 경기 둔화 극복을 위해 단기 자본 유입과 외국인 직접 투자를 늘리기 위해 Tax Holiday와 투자 제한 리스트(DNI)의 완화, 정부 지정 수출 소득 특수 계좌 이용 시 인센티브 제공이 대표적임

□ 위험 및 기회 요소

구 분	세 부 내 용
위험	• 인도네시아 중앙은행은 통화 가치 하락에 대응하기 위하여 지속적 금리 인상 단행 • 자국 경제의 기초체력(fundamental)과 신용등급이 양호함에도 인도네시아 위험자산 및 루피아에 대한 압력 지속 • 주요 수출 원자재인 석탄 가격이 10% 상승했으나, 팜유, 고무, 구리 가격은 각각 20%, 8%, 14% 하락 • 최근 몇 년 동안 기업 부문의 부채 증가 속도가 빨라져, 회사채에 대한 투자위험 증가 • 2018년 8월 롬복(Lombok)섬의 지진으로 300명이 넘는 인명 피해가 발생했으며, 지역 관광 산업에 막대한 피해 발생
기회	• 인도네시아 정부는 운송 및 발전 등 국가 인프라 개선을 위해 대규모 투자를 진행할 계획 • 규제 완화와 공급 확대를 통한 성장 지원을 위해 2015년 9월 이후 16개 개혁안 발표 • 정치 환경은 대체로 안정적이며, 현 대통령인 위도도의 재선 가능성은 경제 개혁과 정책의 연속성 측면에서 긍정적

「Country Insight Snapshot Indonesia July 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.07.15

2. 식품산업 현황

1) 건강보조식품 산업 동향

□ 시장 규모 및 전망

o 2017년 인도네시아 건강보조식품 시장규모는 약 8조 4,760억 루피아(약 6,763억 원)로, 최근 5년간(2013-2017년) 연평균성장률 10.6%의 높은 성장세를 기록하고 있음

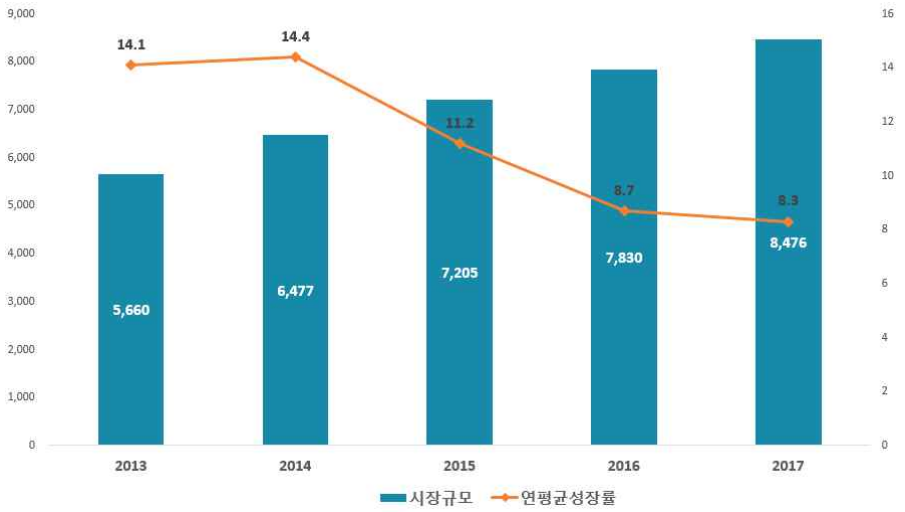
- 안정된 경제성장에 따른 소득수준 향상과 건강한 삶을 추구하는 가치관으로의 변화로 인해 최근 영양보충제와 비타민제 등의 건강보조식품에 대한 수요가 꾸준히 증가하는 추세임

o 향후 5년간(2018-2022년) 9.1%대의 성장세를 기록해, 2022년에는 약 13조 50억 루피아(약 1조 377억 원)에 달할 것으로 전망됨

- 건강보조식품 시장은 다양한 연령대의 소비자들이 식품의 기능성(식품의 생체조절기능)에 주목할 것으로 예상되는 바, 면역력 강화, 질병예방, 건강유지 등에 효과적인 영양보충제에 대한 관심이 증가하면서 높은 성장률을 지속할 전망

표 1.2 건강보조식품 시장 규모 및 전년 대비 성장률 추이(2013-2017년)

(단위: 십억 루피아, %)



자료: Euromonitor International

표 1.3 건강보조식품시장 전망(2018f-2022f)

(단위: 십억 루피아)

구분	2018(f)	2019(f)	2020(f)	2021(f)	2022(f)	연평균 성장률
건강보조식품	9,174	9,944	10,862	11,879	13,005	9.1

자료: Euromonitor International

□ 시장 현황

o 식물류 전통 건강보조식품, 2017년 전체 건강보조제 시장의 61.4% 차지

- 건강보조식품은 성분에 따라, 식물류 전통 건강보조식품[6]과 비식물류 전통 건강보조식품[7](Non-Herbal/Traditional Dietary Supplements)으로 분류됨
- 식물류 전통 건강보조식품에 속한 대표적인 성분에는 영지버섯류, 인삼류, 동충하초류, 달맞이꽃유, 마늘류 등이 있음
- 인도네시아 소비자는 일반 약품보다 카르다몸(cardamom)[8], 생강, 정향(Clove)[9]

6) 식물류 전통 건강보조식품(Herbal/Traditional Dietary Supplements): 인체에 필요한 영양소(광물질 위주) 보충 또는 보건 기능을 갖춘 제품으로 인삼, 영지 등 전통적인 재료를 사용한 식물류 보조 식품

7) 비식물류 전통 건강보조식품(Non-Herbal/Traditional Dietary Supplements): 인체에 필요한 영양소(광물질 위주) 보충 또는 특수 생리 조절 기능을 갖춘 제품. 재료는 비식물류 재료

8) 카르다몸: 열대 산악지대에 널리 자생하고 있는 관엽수로 열매를 향신료로 이용함. 몸을 따뜻하게 하기 때문에 호흡기 질환, 유제품 알레르기 증상을 중화, 신장 등에 효과가 있음

9) 정향: 꽃봉오리를 향신료로 사용하며, 기침·감기·치통 완화, 안질 개선 등에 효과가 있음

등 식물류 성분의 제품이 몸에 더 건강하다고 생각함. 특히, 보편적인 질병 중 하나인 감기를 예방하기 위해 식물류 성분의 건강보조제를 선호함

o 굽거나 튀긴 음식을 주식으로 섭취하는 식문화로 인해 과체중 혹은 비만 등의 건강 문제가 심각한 수준

- 인도네시아는 세계 10위의 비만 국가로 2017년 과체중률이 21%에 달하고, 2030년에는 당뇨병 환자가 1,180만명에 이를 것으로 예상되는 등 국민의 전반적인 건강상태 및 영양상태에 많은 문제점을 안고 있음. 이에 따라 항당뇨 효과, 혈액순환 개선, 소화력 증진과 관련된 제품과 서비스에 대한 수요가 지속적으로 증가할 전망

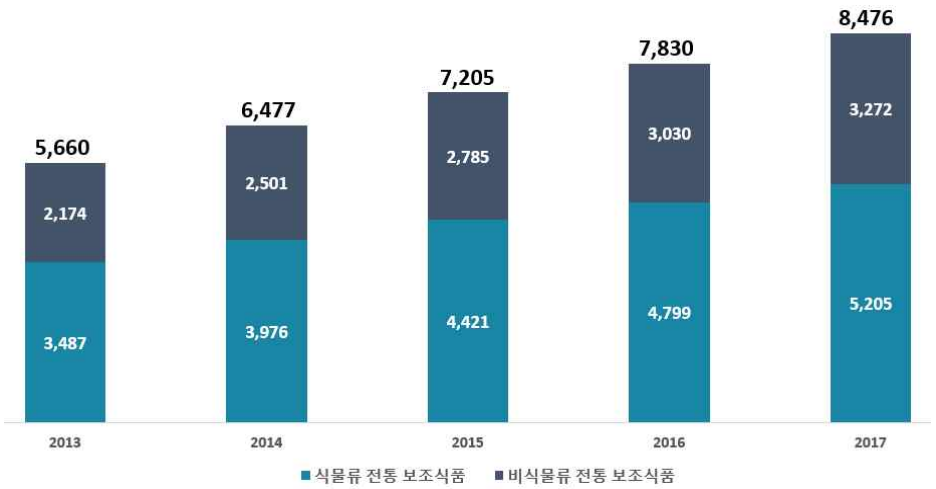
o 한편 유기농, 수입, 프리미엄 영양보충제 제품의 경우 비교적 고가의 가격에도 불구하고 자카르타, 반둥 등 대도시를 중심으로 구매력을 갖춘 소비자가 유입됨에 따라 시장의 성장 잠재력이 높아지고 있음

- 다국적기업 브랜드 역시 온·오프라인 유통채널을 최적화하면서 인도네시아 소비자들의 건강보조식품에 대한 접근성 향상에 기여함

- 이들은 비전통적 영양보충제에 과일, 인삼, 기타 허브약초를 첨가하여 소비자의 호기심을 유발하고, 건강과 빠른 효능의 측면에서 차별화된 제품을 출시하며 인도네시아 시장에서의 입지를 강화하는 중

표 1.4 인도네시아 품목별 시장 동향(2013-2020F)

(단위: 십억 루피아)



자료: Euromonitor International

□ 경쟁 업체 동향

o 2017년 인도네시아의 5대 건강보조식품 브랜드의 제조회사는 K-Link International,

Sido Muncul PT, Sea Quill Co, Konimex Pharmaceutical Laboratories, Bayer AG이며, 각 브랜드별 시장 점유율은 7.4%, 7.1%, 3.7%, 3.2%, 2.7%로 경쟁이 매우 치열

- K-Link International Sdn Bhd의 K-Link는 대부분의 현대적 유통채널에 입점되어 있을 만큼 광범위한 유통망을 보유하고 있으며, 어유, 에키네시아(데이지 꽃) 등 다양한 원재료를 활용한 제품을 선보이며 업계 선두를 유지
- Sido Muncul PT는 전통적, 현대적 유통채널 모두에서 강세를 보이는 브랜드로, 현지 기업 중 유일하게 홍삼제품을 판매하고 있으며 그밖에 다양한 퓨전형식의 제품을 출시

o 인도네시아 건강보조식품 시장은 말레이시아, 독일, 미국계 기업 등과의 경쟁으로 포화상태이나, 현재까지는 자국 시장에 대한 이해도가 높은 현지 기업이 상위 10대 브랜드 중 5개를 보유

- 한국의 유명 홍삼 브랜드가 0.3%의 시장점유율을 차지하고 있으나, 아직까지 현지에서의 인지도는 높지 않음

표 1.5 건강보조식품 시장 브랜드별 시장점유율(2017 년)

순위	회사명	국적	주요 브랜드	시장 점유율(%)
1	K-Link International Sdn Bhd	말레이시아	K-Link	7.4
2	Sido Muncul PT	인도네시아	Kuku Bima	7.1
3	Sea Quill Co	인도네시아	Sea-Quill	3.7
4	Konimex Pharmaceutical Laboratories PT	인도네시아	Protecal	3.2
5	Bayer AG	독일	Redoxon	2.7
6	Amway Corp	미국	Nutrilite	2.8
7	Nu Skin Enterprises Inc	미국	Pharmanex	2.6
8	Citra Nusa Insan Cemerlang PT	인도네시아	CNI	2.7
9	Indofarma (Persero) Tbk PT	인도네시아	Indofarma	2.4
10	Herbalife Nutrition Ltd	미국	Herbalife Nutrition	2.0

자료: Euromonitor International

2) 인삼류 제품 시장

□ 2017년 인삼류 제품 시장규모 440억 루피아, 한국 K社의 시장점유율 66.7%

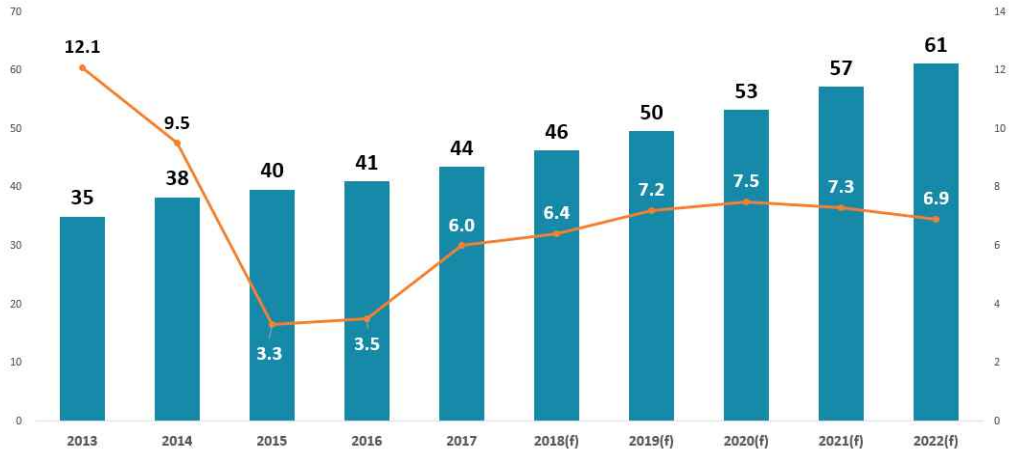
o 2017년 시장규모는 440억 루피아(약 35억 원)로, 최근 5년간(2013-2017년) 연평균 5.6%의 성장세를 보임. 향후 5년간(2018-2022년) 연평균 7.2% 성장세를 기록하여, 2022년 시장규모는 약 610억 루피아(약 48억 6,780만 원)에 달할 전망

o Euronmonitor에 따르면, 인삼류 제품 시장의 선두 업체는 한국 K社로, 2017년 시장 점유율 66.7%를 차지함

- 2015년 인도네시아 지사 철수 이후 2017년에는 시장 점유율이 약 6.5%p 감소한 66.7%를 기록하였으나, 여전히 독보적인 시장 점유율을 차지

표 1.6 인삼류 제품 시장 규모 및 추이(2013-2022년)

(단위: 십억 루피아, %)



자료: Euromonitor International

□ 인도네시아 인삼류 제품 수입 현황

o 인도네시아 통계청(Badan Pusat Statistik Indonesia)에 따르면, 2017년 10월 기준 인삼류 제품 수입량 및 수입액은 각각 24,219g, 약 2백만 달러임

- 수입액 기준, HS CODEE 2106.90.71(인삼에 기초한 건강보조식품)이 전체 인삼류 제품 수입액의 64.4%를 차지함

표 1.7 인삼류 제품 수입량 및 수입액(2017년)[10]

(단위: kg, 달러)

HS CODE	제품설명	수입량	수입액
12112000	Ginseng roots, fresh, chilled, frozen or dried, whether or not cut, crushed	15,487	357,320
21069053	Ginseng based products	2,950	364,315
21069071	**Food supplements based on ginseng**	**5,782**	**1307,855**
	총계	**24,219**	**2,029,490**

자료: 인도네시아 통계청(Badan Pusat Statistik Indonesia)

o 한국의 對인도네시아 인삼류 제품 수출량 및 수출액은 각각 2015년 1만 1,840kg, 75만 238달러에서 2017년 2,564kg, 18만 5,702달러로 각각 39.9%p, 36.9%p 감소함

- 2017년 수출액 기준, 최다 수출 품목은 백삼분 31.7%, 홍삼정 21.9%, 백삼조제품 16.4% 순
- 최근 4년간(2014-2017년) 수출액이 증가한 품목은 홍삼정이 유일함. 수출액이 2014년 3만 644달러에서 2017년 4만 605달러로 약 32.5% 증가함

표 1.8 한국의 對인도네시아 인삼류 제품 수출량 및 수출액(2013-2017년)

(단위: kg, 달러)

구분	2014		2015		2016		2017	
	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액	수출량	수출액
백삼분	920	84,729	360	34,162	540	54,512	600	58,780
백삼정	0	0	117	1,550	44	5,439	2	440
백삼조제품	4,350	67,750	2,711	83,199	1,000	28,400	1,120	30,545
홍삼	1,169	415,272	1,732	511,711	475	303,035	185	30,235
홍삼분	47	17,682	38	14,946	30	11,613	29	8,766
홍삼정	104	30,644	124	25,292	393	111,183	206	40,605
홍삼조제품	433	95,775	771	51,447	542	31,535	227	13,828
인삼액즙	34	4,078	0	0	0	0	10	500
인삼음료	4,784	24,308	4,039	28,487	357	3,316	185	2,003
합계	**11,840**	**740,238**	**9,893**	**750,794**	**3,380**	**549,033**	**2,564**	**185,702**

KATI농식품수출정보(www.kati.net)

3. 수출입통계

1) 통계분석 기준 설정

□ 녹용가공품 통계 기준 설정

o 녹용가공품의 시장성 판단을 위한 글로벌 수입 규모를 확인하기 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 2016.90 기준으로 통계 조사를 진행함

표 1.9 녹용 가공품 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명(한글)	품명(영문)
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	Food preparations not elsewhere specified or included
	2106.90.30	인삼 제품류	Products of ginseng roots

10) 2017년 1월부터 10월까지의 누적 수치임

	2106.90.3029	**기타 홍삼 제품류**	**Other Products of red ginseng**
인도네시아	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	Food preparations not elsewhere specified or included.
	2106.90.71	**인삼 뿌리를 기반으로 하여 식품 보충**	**Food supplements based on ginseng**
	2106.90.72	**기타 식품 보충**	Other food supplements

출처: 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr), 인도네시아 관세청(www.beacukai.go.id)

2) 통계자료 확인

□ 녹용가공품 수출입 통계

o **한국과 인도네시아 모두 녹용가공품을 별도로 구분하여 통계자료를 입력한 HS CODE가 없으므로 자료 추출 및 분석은 생략함**

- 인도네시아 **2106.90.71** 분류를 통해 녹용가공품만이 포함된 통계 자료를 추출하는 것은 불가능한 것으로 판단됨
- 한국 2106.90.3029 분류를 통해 녹용가공품만이 포함된 통계 자료를 추출하는 것은 불가능한 것으로 판단됨

Ⅱ. 시장 트렌드

1. 소비 트렌드
2. 소비자 트렌드

시장 트렌드

1. 소비 트렌드

❖ 한국산 홍삼의 품질과 효능에 대한 신뢰도는 높은 편

❖ 홍삼·생강 함유된 커피믹스가 큰 호응을 이끌어내

❖ 상류층의 선물용 고급제품 구입 등 제한적 소비에 머물러 있는 상황

2. 소비자 트렌드

❖ 홍삼조제품에 대한 낮은 수요, '남성에게 좋은 식품'이라는 인식

❖ 현지인들이 선호하는 성분은 '생강', 제품은 '비타민'

❖ '홍삼' 성분에 대한 인식 제고 및 적절한 포지셔닝 필요

1. 소비 트렌드

□ 한국산 홍삼의 품질과 효능에 대한 신뢰도는 높은 편

o 인도네시아는 인삼의 비생산 지역임에도 불구하고 소비량은 북미 및 유럽 지역보다 많음

o 소비자들은 인삼 또는 홍삼의 효능에 대하여 비교적 구체적으로 인지하고 있음

- 인도네시아 무슬림 소비자 200명을 대상으로 진행한 인터넷 설문조사에 의하면, 응답자의 68%가 인삼이나 홍삼제품을 섭취해 본 경험이 있으며 소비의 주된 이유로는 건강 증진, 기분 전환, 질병 예방, 주위 권유 등으로 나타남

- 홍삼의 면역력 증진, 피로회복, 기억력 개선 효과 이외에 탈모예방 기능에 대한 인식이 널리 퍼져 있어 홍삼(현지어: Ginseng Merah)을 키워드로 온라인 채널 조사 시, 헤어토닉이 자동검색어로 설정될 만큼 홍삼이 함유된 모발 관련 제품이 인기리에 판매 중

o 홍삼조제품은 오래 전부터 라면, 김치, 화장품에 이어 한국을 대표하는 건강기능식품으로 알려짐

- 홍삼을 키워드로 검색할 경우, '한국산' 이 함께 검색될 정도로 인도네시아 온라인 유통채널에서 판매되는 홍삼제품은 한국산 제품이 압도적인 비중을 차지함

- 소수의 현지 기업이 홍삼제품을 생산하지만 차(茶), 커피류에 한정돼 있으며, 한글을 암시하는 브랜드명을 사용하거나 원재료가 한국산 홍삼임을 강조한 점 등을 고려할 때, 고가의 한국제품에 대한 대체재로 포지셔닝하기 위한 마케팅 전략으로 보임

- 2017년 인도네시아의 인삼 수입액 60만 1,774달러(약 6억 7,988만 원) 중 한국산이 35만 7,727달러(약 4억 415만 원)로 절반 이상의 비중을 차지함

□ 홍삼·생강 함유된 커피믹스가 인기를 누림

o 세계 최대 커피 생산국이자 소비국인 인도네시아는 오랜 커피 문화를 보유하고 있으며, 새로운 품종 개발, 커피 제품의 프리미엄화를 통해 시장 규모가 꾸준히 성장

o 현지 소비자들은 일반적으로 커피가 몸에 해롭다고 생각하지 않기 때문에, 전통적인 허브나 몸에 좋은 성분이 추가된 기능성 커피 제품의 개발이 인스턴트 커피시장에 새로운 활력을 불어넣고 있음

- 2003년, 현지 건강기능식품 업체인 Citra Nusa Insan Cemerlang이 최초로 인삼이 첨가된 인스턴트커피를 출시
- 이후에 인삼이나 홍삼이 함유된 여러 유사제품이 출시되면서 현지 기업과 한국기업의 경쟁이 가속화됨

o 현지조사 결과, 인삼 또는 여러 가지 약초추출물을 함유한 커피믹스를 현지에서 쉽게 발견할 수 있음

o 인문사회과학기술융합학회에서 현지 소비자를 대상으로 실시한 설문조사에 의하면 타 제품에 비해 인삼이나 홍삼을 커피 유형으로 섭취했다고 응답한 비율이 압도적으로 높았음(66.9%)

- 고가의 농축액 제품을 소비할 수 없는 현지 소비자들을 위해, 인삼이나 홍삼의 익숙하지 않은 맛과 향을 완화시키고 건강에도 도움을 줄 수 있도록 하는 인스턴트커피가 개발되고 있는 것으로 확인됨
- 중·장년층뿐만 아니라 인터넷 검색과 쇼핑에 익숙한 젊은 세대의 인삼·홍삼 커피에 대한 인지도와 소비 경험이 높음

□ 상류층 중심으로 제한적 소비에 머물러 있음

o 한국의 對인도네시아 홍삼 추출물 수출액은 2017년 기준 약 4만 달러 수준으로 여전히 미미한 수준이지만, 최근 중산층의 성장과 고급 수입식품 선호현상으로 홍삼 제품에 대한 인지도는 꾸준히 상승 중

o 인삼이나 홍삼의 효능에 대한 인도네시아 무슬림 소비자의 기대가 높지만, 섭취하고 있는 제품 유형은 전반적으로 건강기능식품이 아닌, 차(茶), 커피, 캔디류 등의 일반 식품유형에 한정됨

- 농축액, 홍삼정, 홍삼캡슐 등은 일부 상류층의 고급용 선물 구매로 제한되어 있으며, 비교적 한국산 홍삼을 잘 알고 소득수준이 높은 화교나 대만, 일본, 한국 교포를 중심으로 판매되고 있음
- 반면, 단맛을 좋아하는 현지 소비자들을 위해 상대적으로 가격대가 높지 않은 홍삼절편(정과), 드링크, 캔디, 캐러멜 등의 제품개발에 관심이 높음

o 따라서 소득수준[11] 및 세대 간의 차이에 따른 소비성향을 파악하여 맞춤형 할랄 홍삼제품과 차별화된 마케팅 전략 수립이 필요

표 2.1 인도네시아 온라인 채널에서 판매량이 높은 홍삼 제품

이미지				
제품명	Korean Red Ginseng Tea[12]	Korean Red Ginseng Coffee	Mammos Red Ginseng Candy	Red Ginseng Caramel
제조사	선비촌	See's Coffee	맘모스식품	마트코리아
종류	차(茶)	인스턴트커피	캔디	캐러멜
특징	피로회복 등의 건강상 이점 강조	홍삼분말(5.4%) 첨가된 홍삼커피	홍삼농축액,설탕, 물엿,합성착향료	홍삼농축액,물엿, 젤라틴,식물성유지

2. 소비자 트렌드

소비자 #1(20대 여성)
1) 홍삼조제품(혹은 건강기능제품) 구매 시 주요 고려사항
→ 홍삼조제품 및 건강기능식품을 구매하지 않음. 인삼 및 홍삼조제품은 현지 소비자에게 익숙한 식품이 아님
2) 선호하는 건강기능제품은?(만약 홍삼제품 구매 경험이 없을 시)
→ 인도네시아에서는 보통 kunyit 혹은 turmeric(울금)이라는 한약재를 많이 구매하여 섭취함
3) 한국산 홍삼조제품(혹은 건강기능제품) 구매 경험 여부 및 만족도
→ 한국산 제품은 일반적으로 현지 소비자가 주로 이용하는 마트에 구비되어 있지 않으므로 구매 경험 없음
4) 한국산 홍삼조제품 및 식품(한국산 홍삼제품 구매 경험이 없는 경우)에 대한 인식

11) 2017년 기준 인도네시아의 1인당 국민소득(GNI per capita)은 3,540달러로 발표됨(World Bank)

12) 조사대상 모든 온라인 유통채널에서 인기가 높은 한국제품이나, 수입업체(SamWon Shop)의 정보만 존재. 실제로 제품정보에서 제조업체에 대한 정보는 거의 없는 편이며, 공통적으로 한국산 홍삼임을 강조하여 판매되고 있음

→ 인도네시아 제품이 저렴하고 입맛에도 맞는 편이라 특별히 한국 제품에 대한 구매 의사 없음

소비자 #2(40대 여성)

1) 홍삼조제품(혹은 건강기능제품) 구매 시 주요 고려사항

→ 홍삼조제품 구매 경험 없음. 인삼/홍삼 제품의 경우 현지인보다 중국계 인도네시아인들의 소비가 많은 것으로 알고 있음

2) 선호하는 건강기능제품은?(만약 홍삼제품 구매 경험이 없을 시)

→ JAHE(생강) 제품, 비타민, 오메가3

3) 건강기능 제품 시 선호하는 성분?(녹용에 대한 인식 포함)

→ 여성에 필수적인 제품인지, 노화 억제(황산화) 및 피부 개선 효과 등이 있는지 확인함

4) 한국산 홍삼조제품 및 식품(한국산 홍삼제품 구매 경험이 없는 경우)에 대한 인식

→ 현재 한국 음식에 대한 인지도가 높아지는 추세이지만 현지 제품 대비 가격이 높음. 맛 또한 현지 소비자보다는 중국계 소비자 입맛에 더 적합하다고 생각함

소비자 #3(50대 남성)

1) 홍삼조제품(혹은 건강기능제품) 구매 시 주요 고려사항

→ 한국산 인삼이 몸에 좋다는 인식이 있으나, 구매경험은 없음

2) 선호하는 건강기능제품은(만약 홍삼제품 구매 경험이 없을 시)

→ 건강기능식품에 대해 큰 관심은 없지만, 당뇨가 있어 혈당 및 콜레스테롤 수치 조절 제품에 대한 관심은 있음

3) 건강기능 제품 시 선호하는 성분?(녹용에 대한 인식 포함)

→ 보통 생강차 등을 선호함. 생강에 함유된 성분이 몸에 유해한 균을 제거하는 기능이 있는 것으로 알고 있음

4) 한국산 홍삼조제품 및 식품(한국산 홍삼제품 구매 경험이 없는 경우)에 대한 인식

→ 한국 식품은 쉽게 구할 수 있음. 한국산 라면 등을 구매해서 먹어본 경험이 있지만, 할랄인증 취득 여부가 중요함. 홍삼제품 구매 의향은 있음

소비자 #4(30대 여성)

1) 홍삼조제품(혹은 건강기능제품) 구매 경험 및 이유

→ 배우자의 소비용으로 인삼 알약 제품을 구매한 경험이 있음. 보통 인삼차/생강차 종류를 많이 먹지만, 가격대비 뚜렷한 효과를 거두고 있는지는 확실하지 않음

2) 선호하는 건강기능제품은?(만약 홍삼제품 구매 경험이 없을 시)

→ 일반 식품을 통해 필요한 영양소를 섭취하는 편임

3) 한국산 홍삼조제품(혹은 건강기능제품) 구매 경험 여부 및 만족도

→ 일반적으로 중국계 마트를 이용하며, 한국산 식품 중 라면·스낵·미역 등과 같은 제품을 접해본 경험은 있지만 홍삼조제품은 접해본 경험이 없음

4) 한국산 홍삼조제품 및 식품(한국산 홍삼제품 구매 경험이 없는 경우)에 대한 인식

→ (제품 사진 제공) 홍삼 제품의 경우, 알약보다 떠먹는 타입이 훨씬 건강해 보일 것 같음. 만약 홍삼 제품의 가격이 20만-30만 루피아 선이라면 구매할 의사가 있음

소비자 #5(50대 여성)

1) 홍삼조제품(혹은 건강기능제품) 구매 시 주요 고려사항

→ 구입 경험 없음. 일반적으로 건강을 고려해 인삼을 구입하며, 남성에게 좋은 식품이라는 소비자 인식이 형성되어 있음

2) 선호하는 건강기능제품은?(만약 홍삼제품 구매 경험이 없을 시)

→ 비타민. 최근에 비타민의 가격대가 다양화되고 인지도가 제고되면서, 비타민에 대한 현지인들의 수요

가 증가하는 추세임

3) 건강기능 제품 시 선호하는 성분?(녹용에 대한 인식 포함)

→ 특별히 선호하는 성분은 없으나 염증 완화, 노화 억제 등 기능성의 제품이 있으면 좋을 것 같음

4) 한국산 홍삼조제품 및 식품(한국산 홍삼제품 구매 경험이 없는 경우)에 대한 인식

→ 가격이 적절하다면 구입할 의향이 있음. 한국 식품에 대한 긍정적인 이야기를 지인으로부터 들은 적이 있으나, 건강기능식품에 대해서는 전혀 정보가 없음

판매 직원 인터뷰(스티아부 마트, 그리야 슈퍼마켓 직원 2명 의견 종합)

※ 건강보조식품 소비 트렌드

→ (스티아부 마트) 건강기능식품 중에서는, 비타민류 제품의 판매가 높음. 현재 매장에는 홍삼조제품을 포함한 한국산 건강기능식품을 판매하지 않고 이에 대한 수요도 적은 편임. 대부분은 미국산, 중국산, 동남아산(태국, 싱가포르) 및 자국산 순으로 수요가 높은 편임

→ (그리야 슈퍼마켓) 간단한 약품(감기약, 기침약, 소화제, 지사제, 해열제) 및 비타민류만 취급하고 있음. 한국산 건강기능식품을 찾는 소비자는 없었음

시사점

1) 홍삼조제품에 대한 낮은 수요, '남성에게 좋은 식품'이라는 인식

→ 인터뷰에 응답한 소비자 및 판매직원의 의견을 종합한 결과, 인삼 및 홍삼제품의 경우, 현지인들한테는 익숙한 제품이 아닌 것으로 보여짐

→ 홍삼조제품은 남성에게 좋은 건강보조식품이라는 인식이 형성되어 있음

2) 현지인들이 선호하는 성분은 '생강', 제품은 '비타민'

→ 생강에 함유된 성분이 몸에 유해한 균을 제거하는 기능이 있다고 알려져 있어 선호도가 높음. 일반적으로 분말 혹은 차로 섭취함

→ 판매 직원의 인터뷰를 종합한 결과, 건강기능식품 중 '비타민'의 판매가 높은 것으로 확인됨

3) '홍삼' 성분에 대한 인식 제고 및 적절한 포지셔닝 필요

→ 홍삼이란 성분 자체 및 효능에 대한 소비자 인지도가 매우 낮은 편이며, 이미 대중적으로 선호도가 높은 생강, 울금 등이 존재함

→ 인도네시아는 수 백 가지의 인종으로 구성된 국가로, 각 소비자의 수요 역시 매우 다양함. 따라서, 시장세분화 및 정확한 포지셔닝을 통해 목표 소비층과 시장을 선정해야 하며, '홍삼' 효능에 대한 홍보 등을 통해 '한국인의 대표적인 건강식품'으로 현지 소비자에게 적극적으로 소구할 필요성이 있음

Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생규정

통관 및 검역 개요

❖ 통관 및 검역 프로세스

통관절차	필요서류 및 세부내용	유의사항
물품도착 및 수입신고 전 준비	무역면허(SIUP)	- 물품 도착 24시간 내 세관 통보 - 수출자는 수입업자에 제품과 관련된 서류 및 증명서 등 제공
	무역업/제조업 수입허가서(API)	
	동물성 제품의 수입업자 등록(RI-Animal Product)	
	세적등록(NPWP)	
	관세청 등록증(NIK)	
관세 납부 및 수입신고	- 수입신고서 작성 후 관세 및 조세 납부 - EDI시스템을 통해 수입신고서 세관 전송 - 세관에 따라 EDI·종이서류·전자서류 등 신고 방식이 상이	과세가격 산정기준: CIF (Cost, Insurance and Freight) 금액
물품검사 및 통관심사	수입신고 완료 화물은 수입자의 신용과 통관을 진행하는 물품의 위험도에 따라 4가지 채널로 분류하여 심사	Red Channel
		Green Channel
		Yellow Channel
		MITA Channel
심사완료 및 물품 반출	- 물품에 이상이 없을 시 통관 승인 완료, 화물 출고 동의서 발급 - 화물출고동의서를 창고에 제출 후 물품 반출이 가능	최대 2개월의 통관 기간 동안 세관 내 임시 창고 등에 물품 보관

자료: TradeNAVI(tradenavi.or.kr)

❖ 인증정보

인증 명	발행기관	성격	제출서류
ML	Badan POM (BPOM, 인도네시아 식품의약안전청)	필수	식품의 견본, 라벨 및 소개, 인도네시아 사업면허, 생산공장추천서, 위생증명서, 제품등록서, 수입업자 정보, 식품 일반 정도, 제품성분 및 품질증명서, 생산공정 설명서 등
HALAL	민간기관인 MUI에서 인증획득이 가능하며, 2019년부터는 정부기관인 BPJPH에서 수행예정	필수예정	원재료와 성분 분석표, 생산 공정 설명서, 영업 신고서, GMP, ISO, HACCP 등 인증서 사본
HACCP	한국식품안전관리인증원	권장인증	신청서, 식품안전관리인증계획서, 영업등록증, 사업자등록증

관세 및 세금 개요

❖ 인도네시아 HS CODE 2106.90.72의 관세율

HS CODE	품명	관세율		원산지 기준
		기본세율	한-아세안 FTA	
2106	Food preparations not elsewhere specified or included.	-	-	• 역내가치포함비율이 상품의 FOB가격의 40% 이상인 것 • 다만, 제1211.20호, 제1212.20호 및 제1302.19호에 해당하는 물품의 재료는 어느 당사국의 영역에서든 완전 획득되거나 생산된 것에 한정함
2106.90	Other	-	-	
2106.90.71	**Food supplements based on ginseng**	**5%**	**0%**	
2106.90.72	Other food supplements	5%	0%	

❖ FTA 협정 정보

원산지	수입국	FTA 협정	FTA 추진현황	기본세율 13)	협정세율14)	원산지 결정기준
대한민국	인도네시아	한-아세안 FTA	2007년 6월 1일 발효	5%	**0%**	40% 이상의 역내부가가치가 발생한 것

※ HS CODE 2106.90.71/2106.90.72는 양허유형 'NT'(한-아세안 FTA)의 협정품목에 해당되므로 원산지 결정조건에 부합할 경우 FTA 특혜 원산지증명서를 신청 및 발급하여 협정세율을 적용받을 수 있음

※ 한-아세안 FTA의 경우 2016년 1월 1일부터 2024년 12월 31일까지 무관세 적용

❖ 인도네시아 관세율 확인 방법

1) 관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표에서 인도네시아 선택 후 확인하고자 하는 품목의 HS Code를 입력하여 관세율 확인

2) 통합무역정보서비스 > FTA/관세 > 통합관세비교(한국 FTA 기준)에서 FTA 협정정보, 관세율, 원산지 기준 정보 확인 가능

3) 인도네시아의 경우 관세율은 인도네시아 관세청을 통해 조회 가능

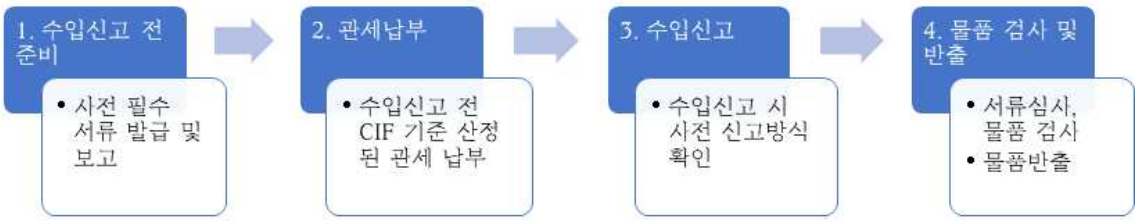
분류	기관 사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	통합무역정보서비스	www.tradenavi.or.kr
	인도네시아 관세청	www.beacukai.go.id

13) 기본세율: 세계무역기구(WTO)의 회원국을 원산지로 하는 수입물품, 인도네시아와 양자간 관세협정을 맺은 국가 또는 지역을 원산지로 하는 수입물품 및 인도네시아의 관세영역에서 생산된 수입물품에 적용되는 최혜국관세율(MFN Rate)로 한국에서 수출하는 물품에도 적용 (한국 1995년 1월 1일 WTO 가입)

14) 협정세율: FTA협정세율(FTA Preferential rate)은 MFN세율의 예외로써 FTA 체결국 간의 협상 결과에

1. 통관 및 검역

1) 수입 통관절차



[1] 수입신고 전 준비

□ 사전 필수 구비서류의 상세사항 및 발급절차

o 무역면허(SIUP, Surat Izin Usaha Perdagangan)

- 인도네시아에서 무역 활동을 수행하려는 모든 사업자는 의무적으로 발급함
- SIUP는 인도네시아 투자조정청(BKPM) 내 Integrated One-stop Service Center(PTSP)(원스톱 통합 서비스 센터)를 통해 신청할 수 있음

표 3.1 SIUP 발급 상세사항

Surat Izin Usaha Perdagangan(SIUP) 의 신청	
필요서류	1. 기업 Articles of Association(정관)(사본) 2. 업체 주소 및 위치 확인서 3. 업체 대표자 혹은 이사의 신분증(사본) 4. 공증된 문서
소요기간	5-9 근무일
비용	• 소규모 기업의 경우 최소 400,000-500,000 루피아 • 중견기업의 경우 최소 600,000 - 700,000 루피아 • 대형기업의 경우 최소 750,000 - 1,000,000 루피아 이상

o 수입업자 등록 번호 (API, Importer Identification Number)

- 수입업자의 무역 활동을 위해 수입허가서와 더불어 수입업자 등록 번호(API) 취득은 필수[15]

따라 기본세율보다 낮은 세율을 우선적으로 상호 적용

15) 단, 판촉제품, 연구개발목적의 제품, 자가 섭취의 제품, 일시적인 기간 내 수입되는 특정 제품이나 빈도가 적은 수입제품은 API 없이도 수입 가능(수입업자 등록 번호 관련 규정, 인도네시아 무역부 규정, No. 54M-DAG/PER/9/2009)

표 3.2 API 발급 상세사항

Importer Identification Number(API)의 신청	
필요서류	1. 공증된 기업 Memorandum of Association(설립취지서)(사본) 2. 소재 지역 관할청에서 발급한 기업 본사 소재지증명서(사본) 3. 투자 등록서(사본) 4. 투자 Approval in Principle(기본승인서)(사본) 5. BKPM에서 발급한 사업면허(사본) 6. 납세자 ID 번호(NPWP)(사본) 7. 기업 등록 증명서(TDP)(사본) 8. 이사회 임원의 주민 ID 또는 여권(사본) 9. IMTA(사본) 10. 이사회 전원의 붉은 바탕의 3x4 사진 2매
신청기관	투자조정청(BKPM) 산하 원스톱 통합 서비스 센터(PTSP)
소요기간	5 근무일
비용	6,000루피아
유효기간	5년

o 식품의약안전청(BPOM) 수입 승인(SKI, Surat Keterangan Impor)

- 식품과 의약품은 식품의약안전청(BPOM)의 유통허가증(Izin Edar)을 보유한 업체 혹은 위임을 받은 대리업자만이 수입할 수 있음. 수입업자는 수입하고자 하는 식품 및 의약품의 목록을 제출하여 식품의약안전청장으로부터 수입 승인(SKI, Surat Keterangan Impor)을 받아야 하며 수입 승인은 신청 횟수는 수입 시 1회이며 자유무역지대, 자유항지대, 보세공단으로 들여오는 제품에 적용됨

표 3.3 SKI 발급 상세사항

식약청 수입 승인의 신청	
필요서류	1. 수입업자 대표 위임장 원본 2. 수입업자 고유등록번호(API) 3. 납세자 ID 번호(NPWP) 4. 무역면허(SIUP) 5. 유통승인 공식 레터 6. 성분분석증명서 7. 송장
주의사항	- 발급 소요기간은 7 근무일 - 식품 및 건강의약품 수입에 대한 서류는 수입 승인을 신청하는 식품 및 건강의약품 유통 허가증 소지자가 향후 최소 3년간 제대로 구비하고 있어야 함 - BPOM은 수입 승인이 완료된 제품에 대해 불시에 표본 조사가 가능

□ 선적 전 검사제도[16)]

o 무역부 장관이 지정한 감독관이 선적항에서 수출품을 검사하는 제도로 2009년부터 아동용 완구, 신발류, 식음료, 가전제품, 의류, 철강제 등과 같은 품목에 적용

- 인도네시아 확인 결과, 2106.90.71호의 기타 조제식료품은 선적 전 검사 대상 물품 해당

o 검사기관(KSO SUCOFINDO-SURVEYOR INDOENSIA)이 물품의 명세와 HS CODE, 선적 시기, 선적항, 목적항 등을 기록한 Surveyor Report(LS)를 발행하며 수입업자는 통관 시 해당 LS 제출

표 3.4 사전 필수 기본구비서류 항목 및 발급기관

서류 명	상세구분 및 세부사항	발급기관
무역면허(SIUP)	무역면허(Surat Izin Usaha Perdagangan)	One-Stop Service Center (PTST)
수입허가서[17)]	제조업 수입허가서(API-P)	무역부 단, 외자법인(PMA)은 투자조정청(BKPM)에서 발급 대행
	무역업 수입허가서(API-U)	
세적등록(NPWP)	세적등록(Nomor Pokok Wajib Pajak) : 납세자 식별번호	법인의 주소지 관할 세무서
관세청등록증(NIK)[18)]	관세청 등록증 (Nomor Identitias Kepabeanan)	인도네시아 관세청
식품의약안전청(BPOM)수입승인(SKI)	특정 수입물품 수입승인 (SKI, Surat Keterangan Impor)	인도네시아 식품의약안전청(BPOM)

자료: 주인도네시아 대한민국대사관

[2] 관세 납부

□ **수입신고서 작성 후 관세 납부가 이루어져야 하며, 관세 등 조세 납부 후(전자문서거래방식인) EDI(Electronic Data Interchange) 통관시스템을 통하여 수입신고서를 세관에 전송**

o 과세가격 산정기준은 CIF(Cost, Insurance and Freight, 운송비 보험료 포함) 금

16) TradeNAVI의 A Comprehensive Survey of the Trade Environment (2016) 374P-376P를 바탕으로 작성함

17) API-P(Angka Pengenal Impotir-produsen)는 생산설비를 보유한 제조업체에 한하여 발급되는 수입허가서이며, API-U(Angka Pengenal Impotir-umum)는 생산설비가 없는 무역·유통·건설 업종에 발급되는 수입허가서로 수입업자는 하나의 API만 발급 가능

18) NIK(Nomor Induk Kepabeanan)은 관세청의 정보기술 및 입력시스템을 이용하기 위한 개인등록번호로, 인도네시아 관세청 홈페이지에 접속하여 양식다운 뒤 관련 내역을 기재하여 자료를 제출한 이후에 관세청의 실사를 받고 승인을 받으면 됨. 수입자를 포함하여 인도네시아 관세청 통관 서비스를 제공받는 통관사(PPJK), 수출업자, 운송업체, 기타 업체들도 모두 NIK를 구비해야 함('관세청 등록 관련 규정', 인도네시아 재무부 규정 No. 63/PMK/4/2011)

액 기준

[3] 수입신고

□ 통관 세관에 따라 수입신고 방식(EDI, 전자서류, 서류)이 상이하므로 사전에 신고 방식 확인 필요

수입신고 필요서류	
▸ 수입신고서	▸ 수입 허가증(수입 라이선스)
▸ 상업 송장(Commercial Invoice)	▸ 포장명세서
▸ 선하 증권(Bill of Lading) 및 항공화물운송장(AWB)	▸ 원산지 증명서 등

[4] 물품검사 및 반출

□ 서류심사 및 물품검사

o 수입신고 된 화물은 위험도에 따라 4가지 채널로 분류

표 3.5 인도네시아 통관 채널 분류

채널 종류	해당 기준	검사		소요기간
		서류검사	물품심사	
Red Channel (고위험)	신규 및 고위험 품목 수입자 또는 고위험국가 수입제품	O	O	관세 납부 후 5-7일 이내
Yellow Channel (위험)	Red Channel 지정 후 1년간 관세법규 위반 사실이 없는 경우	O	X	관세 납부 후 3-4일 이내
Green Channel (우수)	Yellow Channel 지정 후 3개월간 관세법규 위반 사실 없는 경우	O	X	관세 납부 후 12시간 이내
MITA (Non)Priority Channel (최우수)	신용 및 재정이 매우 우수한 수입업자	X	X	관세 사후 납부

자료: 인도네시아 관세청(INTR, Indonesia National Trade Repository)

□ 심사 완료 및 물품반출

o 서류심사 및 물품검사 결과 이상 없는 경우 통관이 승인되며, 화물출고동의서가 발급됨

o 최대 2개월의 통관 기간 동안 세관 내 임시창고 등에 물품이 보관되므로 화물출고

동의서 창고제출 후 물품반출 가능

2) HS CODE 및 적용 관세율

□ HS CODE 제2106.90.71, 2106.90.72호 관세율 정보

o 인도네시아로의 수입물품 관세율을 확인하는 방법에는 관세청 '한국 관세법령정보포털'을 통해 확인하거나 FTA 세율의 경우 한국무역협회 '통합무역정보서비스 TradeNAVI'의 FTA/관세 메뉴를 활용하여 관세율을 조회할 수 있음

- 인도네시아의 경우 인도네시아 국립 무역 정보포털을 이용하는 것이 가장 신뢰성 있음

□ 녹용가공품은 홍삼의 함유비율에 따라 HS CODE 2106.90.71 혹은 2106.90.72호로 분류 가능, FTA협정세율은 0% 적용

o 녹용가공품은 홍삼, 생녹용 및 꿀 등을 혼합하여 섭취할 수 있도록 한 물품으로, 관세율표상 제2106호에는 '따로 분류되지 않은 조제 식료품'이 분류되며, 같은 호 해설서에 '식이보조제로 통칭되는 조제품'을 예시하고 있으며, '식물성 추출물, 과실농축물, 벌꿀, 과당 등을 기제로 하여 여기에 비타민류를 첨가하고 때로는 소량의 철화합물을 첨가한 것'임

- 조제품의 포장에는 종종 이들이 일반적인 건강이나 혹은 안녕을 유지한다는 취지가 표시되어 있으나 '병의 예방 또는 치료를 목적으로 한 유사한 조제품은 포함되지 아니한다(제3003호 또는 제3004호)'라고 설명하고 있음

o 한국에서 홍삼조제품으로 특게된 세번이 존재하며 제2106.90.3029호 세번으로 분류함

o 인도네시아의 경우에는 홍삼의 특게된 세번이 별도로 없으며 인삼조제품의 세번에 분류될 수 있음(제 2106.90.71호)

- **그러나 홍삼의 함유비율에 따라 인도네시아 세관에서 기타 건강기능식품(제2106.90.72호)으로 분류할 수 있는 등 현지 상황에 따라 변할 수 있음**

o 인도네시아에서 제2106.90.71호와 제2106.90.72호의 기본세율(MFN)은 5%이며 한-아세안 FTA협정세율은 0%이므로 협정세율을 적용하는 것이 유리함

- 다만, 원산지 결정기준과 직접운송원칙 기준을 충족하여 특혜원산지증명서를 발급받아 적용받아야 함

- 인도네시아의 경우 수입물품에 대한 부가가치세와 소득세가 부가되며 산식은 다음과 같음

부가가치세	(CIF금액+수입관세) * 10%
소득세	(CIF금액+수입관세) * 2.5% 또는 7.5%

3) FTA정보

□ 한-ASEAN FTA[19)]

o 원산지 결정기준(HS CODE: 2106.90.71 / 2106.90.72)

HS CODE (2012년 기준)	PSR 설명
2106.90	• 역내가치포함비율이 상품의 FOB가격의 40% 이상인 것 • 다만, 제1211.20호, 제1212.20호 및 제1302.19호에 해당하는 물품의 재료는 어느 당사국의 영역에서든 완전 획득되거나 생산된 것에 한정함

o 직접운송원칙

1) 협정관세의 적용을 받고자 하는 원산지 상품은 당사국 간 직접 운송되어야 함

2) 상품이 하나 이상의 비당사국을 경유하여 운송되더라도, 다음을 조건으로, 직접운송된 것으로 간주

- 지리적 이유 또는 전적으로 운송상의 이유일 것

- 비당사국에서 거래 또는 소비되지 아니할 것

3) 상품이 하역, 운송상의 이유로 한 화물의 분리, 재선적 또는 그 상품을 양호한 상태로 보존하기 위하여 필요한 그 밖의 모든 공정 외에 비당사국에서 그 밖의 어떠한 공정도 거치지 아니할 것

- 상품이 비당사국에서 일시 보관되는 경우, 그 상품은 보관되는 동안 비당사국 세관당국의 통제 하에 머물러 있어야 하며, 상품의 반입일로부터 3개월을 초과할 수 없음. 불가항력의 상황이 발생하는 경우 6개월을 초과할 수 없음

19) 한-ASEAN FTA는 2007년 6월 1일에 발효되어, FTA 발효에 따라 한국산 수입 물품에 대해 ASEAN 각 회원국이 부과하는 관세는 양허유형에 따라 협정 발효와 동시에 철폐되거나 또는 인하 스케줄에 따라 순차적으로 철폐 또는 인하됨. FTA 협정세율은 MFN 세율의 예외로서, FTA 체결국 간에는 양국 간 협상 결과에 따라 WTO 양허세율 (MFN)보다 낮은 FTA 협정세율을 우선으로 상호 적용할 수 있음. 한-ASEAN FTA에서는 양허대상 수입 물품에 대한 관세의 철폐 또는 인하가 이루어지며, 협정문 상의 원산지 기준 등을 충족할 경우 FTA 협정세율을 적용받아 수입 물품에 대해 무관세 또는 저세율을 적용받을 수 있음

o FTA 원산지 증명서[20)]

증명방식	증명 주체	증명서 유효기간	사용횟수	유의 사항
기관증명	정부 기관 한국: 세관/상공회의소	1년	1회 사용원칙 (분할 가능)	A4용지에 컬러로 인쇄되어야 하며, 뒷장에는 반드시 Overleaf notes를 함께 출력

자료: TradeNAVI(2018)

2. 인증정보

□ 인도네시아 주요 인증 및 세부내용

인증명	SNI	ML	Halal(MUI)[21)]
인증마크			
허가기관	Bureau of Standard Nasional (BSN, 인도네시아 국가 표준기구)	Badan POM (BPOM, 인도네시아 식품의약안전청)	LOPPOM MUI[22)] (MUI, 인도네시아 이슬람협회 산하기관)
취득 성격	제품별 상이	의무	- 2016년: 축산물 가공 식품 및 유제품 의무 - 2019년 전 수입제품 의무(10월부터)
적용제품	공산품, 목재, 가공 수산품	모든 수입 가공식품, 가공 보조제, 식품 재료	
신청 주체	수입업체	수입업체	수출업체
소요기간	2개월 - 최대 1년	6개월	
비용	• 인도네시아 기업: 평균 1,500달러 • 외국기업: 평균 USD 5,500	제품당 약 70-700달러	제품당 약 15,000달러
타국 인증서 교차인정 여부	미인정		

20) 수출 신고필증, 원산지소명서, 제조공정도 등 관련 서류를 구비 하여 전자적인 방법으로도 원산지 증명서 발행 신청이 가능

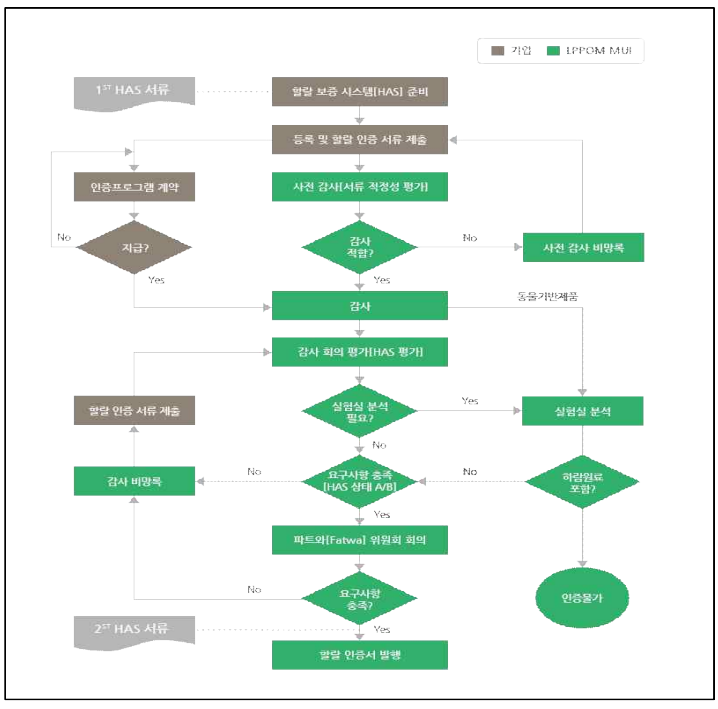
21) 할랄(Halal)은 아랍어로 “허가된, 허락된, 합법적”이란 뜻으로, 이슬람법(Shariah)에 따라 ‘허용되는 것’을 의미하며(이슬람법에서 ‘금지되는 것’은 하람(Haram) 이라고 함.), 할랄 제품이란 이슬람 율법(Syariah)에 따라 허가된 제품을 의미

□ 국가표준인증제도(SNI: Standar Nasional Indonesia)

인증마크	
인증/검사명	SNI
인증 설명	• 인도네시아 정부령 2000년 102호(PP. No. 102 Year 2000)에 따라 인도네시아에서 SNI 강제 인증리스트 내 품목 수입 및 생산 시 인증이 필요하며 품질 혁신을 도모하고 유해한 제품의 유통을 근절시키기 위해 최근 SNI 인증 의무화가 강화되는 추세 • 현 운영되는 SNI는 국가품질보증 ISO9000을 근간으로 제품의 규격과 생산 과정에 관한 국가표준인증제도로 인정 • SNI는 △강제인증 품목과 △자발적 인증품목으로 구분되어 있으며 2014년 4월 기준 강제인증 품목은 268개(밀가루, 설탕 등), 자발적 인증품목은 7,370개임
발행/검사기관	Bureau of Standard Nasional(BSN, 인도네시아 국가표준기관)
성격	**필수인증**
제출서류	LSPro(spro.depperin.go.id)에서 관련 서류를 다운로드 및 작성하여 제출하며 신청서는 영어로 작성해도 무방하나 인허가 관련 서류는 인도네시아어 번역본도 제출해야 함
비용	인도네시아 기업: 평균 1,500달러, 외국 기업: 평균 5,500달러
소요기간	2개월(최대 1년)
인증절차	1) SNI 인증신청 - LSPro로 인증 신청서를 제출함 - 인도네시아 현지 법인이나 인도네시아 수입업체(현지 법인이 없는 경우, 기업에서 지정)만 SNI 인증신청이 가능하므로 주의 요망 2) 서류심사 - LSPro에서 구비 서류를 검토 3) 기술심사 - 샘플 테스트와 공장 실사를 통해 심사함 - 샘플 테스트 검사관 1인과 공장 실사 담당관 2-3인을 통해 SNI 자격요건 충족 여부를 결정[23] - ISO9000 인증을 보유한 경우, 심사 기간을 단축할 수 있으므로 관련 기업은 국제표준인증을 우선적으로 취득한다면 유리함 4) 최종패널 심사 - 의장 1인과 7인의 패널이 서류심사와 기술심사를 바탕으로 SNI 인증 발급 여부를 최종적으로 검토함 5) SNI 인증 발급 - 유효기간은 3년이며 연장신청을 하더라도 재심사 필요

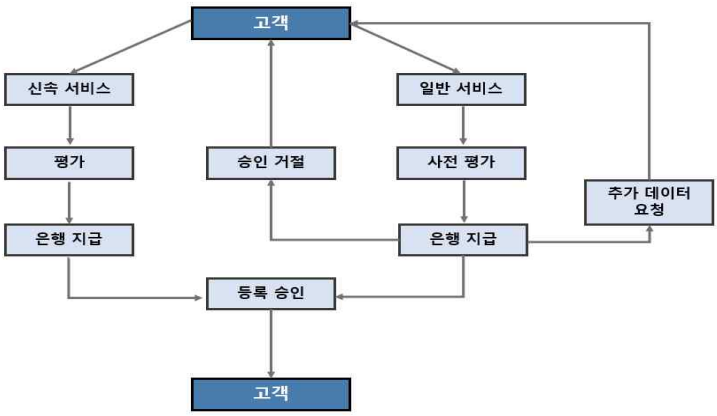
23) SNI 신청업체가 해외에 소재할 경우 실사 담당관의 항공요금과 체류비용은 업체가 부담해야 하며 감사관이 채취한 샘플은 제조자가 인도네시아 시험소로 보내 시험을 받음. 정기 공장심사는 매년 1회 요구됨

□ 할랄인증제도: MUI(Majelis Ulama Indonesia)

인증 마크	
인증/검사명	Halal(MUI)
취득 요건	- 모든 원재료, 양념, 첨가제, 도구는 하람 요소를 갖지 않아야 함 - 생산공정 시 사용되는 도구는 할랄 제품 생산에만 사용되어야 함 - 생산자는 생산공정, 저장, 운송 및 판매 시 교차오염 가능성을 배제해야 함
발행/검사기관	LPPOM MUI[24](MUI, 인도네시아 이슬람협회 산하기관)
성격	- 2016년: 축산물 가공식품 및 유제품 의무 - 2019년: **전 수입제품 의무**(10월부터)
제출서류	- 기업/사업체 등록증 - 주요 재료에 대한 상세정보 - 현지 당국의 생산허가증 - 제품 정보 - 포장 재료 정보 - 공장 및 창고 설비 위치도 - 공정도표 및 생산절차 - 신분증, 여권사본 - 생산업체, 재료공급업체 정보 - 제품 프로세스 흐름도 등
비용	제품당 약 15,000달러
유효기간[25]	2년
인증절차	[1단계] Pre-Audit: 신청한 업체의 서류 검토, Audit 일정 확정, 공장 방문으로 구성 [2단계] Process Audit: 2명의 심사위원이 제품/생산공정/공장을 Audit 하는 단계 

	※ 할랄인증절차: 해외식품인증정보포털 Foodcerti의 할랄-국가별정보-인도네시아-할랄인증 메뉴에서 상세사항 확인 가능
타국 인증서 교차인정 여부	불인정, 한국이슬람교 중앙회(KMF)에서 발행한 할랄인증도 교차인정[26] 불가

□ 수입식품 등록제도: ML(Makanan Luar)

ML	BADAN POM
인증/검사명	ML
인증 설명	일부 예외품목[27]을 제외하고 인도네시아로 수입되는 모든 가공식품은 유통 이전에 인도네시아 식약청(BPOM)에 제품을 등록하고 등록 번호를 발급받아야 함
발행/검사기관	Badan POM(BPOM, 인도네시아 식약청)
성격	권장인증 or 필수인증(예외품목인 경우)
제출서류	- 식품의 견본 - 인도네시아 사업면허 - 위생증명서 - 수입업자 정보 - 제품 성분 및 품질증명서 - 라벨 및 소개문 - 생산공장 추천서 - 제품등록서 - 식품 일반 정보 - 생산공정 설명서 등
비용	제품당 약 70-700달러
소요기간	6개월
인증절차	

24) LOPPOM MUI는 Limbapa Penkajian Pangan, Obat-Obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia) 인도네시아 이슬람 단체인 MUI(Majelis Ulama Indonesia, 인도네시아 율법학자위원회) 산하기관으로 할랄 인증을 담당하고 있음

25) 할랄 라벨이 발급되고 나면 사업주는 할랄 라벨을 잘 보이는 제품 표면에 반드시 부착해야 하며 발급 이후에도 6개월마다 LPPOM-MUI에 주기적으로 보고하고 제품재료 변경 시 변경사항에 대한 별도 허가를 받아야 함

26) LPPOM-MUI는 교차인증기관으로 JAKIM(Jabatan Kemajuan Islam Malaysia), MUIS(Majlis Ugama Islam Singapore), Halal Control, IFANCA(Islamic Food and Nutrition Council of America)를 인정하고 있음. 한국이슬람교 중앙회 KMF(Korea Muslim Federation)에서 발행하는 할랄인증은 아직 인정절차 추진 중

	※ 위 서류를 제출한 뒤, BPOM이 품질관리 및 최종검사를 진행하면 결과에 따라 제품등록이 승인/조건부 승인/거부로 구분되어 통보됨

□ HACCP(품질 안전인증)[29]

인증 마크	
인증/검사명	HACCP
인증 설명	식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 함
발행/검사기관	한국식품과학연구원 등[28]
성격	권장
제출서류	- 영업허가(신고)증 사본 - 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부 - 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적 - 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부 - 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부
비용	수수료 20만 원
소요기간	1년 전후
유효기관	3년(유효기간 이내 재심사 신청해야 함)
인증절차	1) HACCP 시스템수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성 2) 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산공정 흐름도 작성 3) 생산공정의 각 단계와 도출된 유해요소를 파악하여 유해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가 4) 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리 사항(POA) 파악 5) 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정 6) 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선 조치
이점	- 식품안전성 향상, 식품 안전성 지속, 제품 경쟁력 확보 - 국제 인증 규격

27) 예외품목은 △상온에서 7일 이하의 유통기한을 가진 가공식품 △정부 또는 사회복지기관에서 기부되는 가공식품 △BPOM에 등록된 연구 또는 개인섭취 등 특수목적을 위해 수입되는 소량의 가공식품

28) 검사항목에 따른 검사기관 지정은 식약청 홈페이지 참고: mfds.go.kr/brd/m_627/view.do?seq=32378&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&multi_itm_seq=0&company_cd=&company_nm=&page=1

29) 한국식품안전관리인증원(www.haccpkorea.co.kr), 한국인증정보원(www.kcis.co.kr)

3. 라벨링

□ 인도네시아 식품표시(라벨링)

o 수입제품 라벨링에 사용되는 언어는 인도네시아어, 아라비아 숫자 또는 라틴어로 한정함

o 인도네시아어가 아닌 언어로 작성되어 있다면 라벨에 기재되어 있는 모든 내용을 인도네시아어 번역본을 제출한 뒤 심사 진행

- 인도네시아 외의 언어로 작성되어 있다면 라벨에 기재되어 있는 모든 내용을 인도네시아어 번역본을 제출한 뒤 심사를 받게 되어있으므로 주의해야 함

o 식품의약청(BPOM)에서 제품 라벨링 관장, 라벨 내용에 대한 적절성과 문구에 대해 심사 후 할랄인증 제품에 한해 할랄 라벨링 승인

o 재료 및 영양성분의 자세한 표시방법과 작성순서는 해외식품인증 정보포털(Foodcerti) 내 국가별 정보(인도네시아) - 식품표시 참고

o 2017년 돼지 DNA 검출 사건 이후, 수입식품등록(ML) 심사과정에서 "돼지고기"가 재료로 직간접적으로 제품에 들어가 있는 경우, 해당 사항을 표기하도록 함

표 3.6 기본 라벨 요구사항

관련규정	No.69/1999-식품 라벨 및 광고(GR69)에 의해 규정
표시사항	① 제품명 ② 재료목록(구성성분) ③ 순중량 혹은 순용량 ④ 제조업체 정보(상호 및 주소) ⑤ 수입업체 정보(상호 및 주소) ⑥ ML 등록번호 ⑦ 유통기한 ⑧ 생산일 또는 제조코드
세부사항30)	• 인도네시아어, 아라비아 숫자, 라틴문자 사용하여 작성 혹은 인쇄 • 명확하고 쉽게 읽을 수 있도록 표시 • 쉽게 읽을 수 있는 위치에 표시 • 제품이 건강에 미치는 영향(예방적 또는 치료적) 표기 금지 • 정확하지 않은, 승인되지 않은 정보 표기 금지 • 다른 제품과의 비교 금지 • 특정 유사제품 홍보 금지
폰트크기	최소 1mm크기(Arial 6포인트)인 Arial 폰트 소문자 "o"와 동일 혹은 커야 함

자료: 해외식품인증 정보포털(Foodcerti), export.gov

30) Labeling/Marking Requirements (Indonesia)
(www.export.gov/article?id=Indonesia-Labeling-Marking-Requirements)

□ 할랄인증 관련 라벨링

o 2019년부터 정부는 모든 수입식품에 대해 할랄인증을 의무화하고 화장품과 의약품 등으로 인증 범위를 넓힐 예정이며, 2019년 10월에는 인도네시아에 유통·판매되는 모든 제품에 할랄인증 획득을 의무화할 예정

o 2017년 7월 기준 인구의 약 87.2%인 약 2억 3천만 명이 무슬림 신자(세계 1위)[31]인 만큼 인도네시아에 진출하려는 기업은 할랄인증 획득 관련 최신 동향, 정부 방침 및 세부 시행령 개정 내용에 주의를 기울일 필요가 있음

o 인도네시아 할랄인증기관인 LPPOM MUI를 통해 할랄 인증 취득 후 별도의 라벨링을 사용하여 수입제품에 반드시 쉽게 지워지지 않고, 분리되지 않으며, 손상되지 않고, 보기 쉽게 배치

o 돼지고기를 제외한 수입 육류 제품의 경우, 원산지 국가의 인가된 할랄 인증기관이 발급한 할랄 인증서 첨부 필요

- 한국 이슬람교 중앙회 KMF(Korea Muslim Federation)에서 발행하는 할랄인증은 아직 인정절차 추진 단계

- 한국 제품의 경우 LPPOM MUI의 할랄인증을 받은 경우에만 할랄 라벨링이 허용되고 이외의 할랄인증기관의 로고와 표기는 통관에서 불허됨

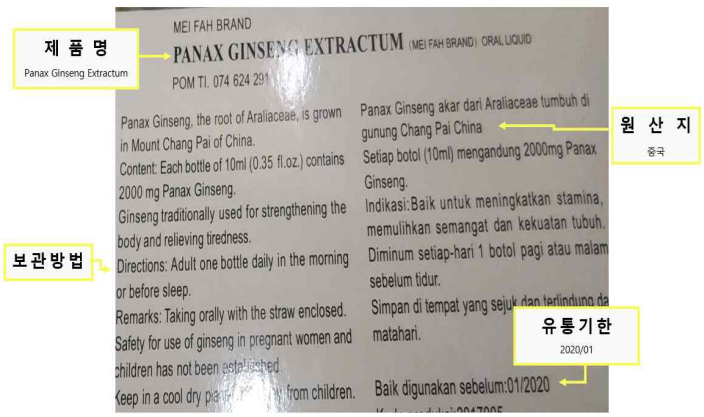
o 수입식품등록(ML) 심사과정에서 돼지고기가 재료로 직, 간접적으로 들어간 제품의 경우, 해당 사항을 표기

표 3.7 할랄인증 제품 라벨링 관련 기관

자료: 해외식품인증 정보포털(Foodcerti)

31) 자료: CIA World Factbook, World Atlas - Countries With The Largest Muslim Populations (www.worldatlas.com/articles/countries-with-the-largest-muslim-populations.html)

□ 홍삼조제품 라벨링 예시

표시사항	라벨 이미지
- 제품명 - ML등록번호 - 원재료명 - 원산지 - 제조업자 및 유통업자 - 제조일자 및 유통기한 - 보관방법 - 사용방법 - 중량 - 영양성분표	

자료: 현지조사원

4. 위생규정

□ 홍삼제품 식품첨가물 규제

o 인도네시아로 식품을 수출하기 위해서는 인도네시아 식품의약청(BPOM)에서 실시하는 검역 및 제품 검사, 위생 검사를 거쳐야 하며, 식품첨가물 등의 제품 성분이 식품첨가물의 사용기준규정 <Regulation MENKES No.033/2012>에 부합해야 함

o 가공식품에 대한 식품첨가물 규정(총 27개 식품첨가물의 정의 및 사용 최대한도와 총 19개 사용금지 물질)은 식품의약청 법률문서정보 네트워크에서 확인할 수 있음[32]. 아래 성분이 제품에 포함되었을 때는 해당 규정을 면밀히 검토할 필요성이 있음

o 한국농수산식품유통공사 식품산업통계정보의 국가별 첨가물 및 유해물질 DB를 통해 식품유형별 함량기준 확인 가능[33]

표 3.8 식품첨가물 27개 분류 및 사용 규정

분류	사용 규정
소포제(Antifoaming Agent)	Regulation No.13/2013
고결방지제(Anticaking Agent)	Regulation No.13/2013
산화방지제(Antioxident)	Regulation No.38/2013
탄화제(Carbonating Agent)	Regulation No.4/2013
유화제 염류(Emulsifying Salt)	Regulation No.16/2013

32) 주소: jdih.pom.go.id / 확인방법: 왼쪽 배너의 Produk Hukum > Produk > Pangan(식품)
33) 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr)

포장가스(Packaging Gas)	Regulation No.17/2013
습윤제(Humectant)	Regulation No.5/2013
광택제(Glazing Agent)	Regulation No.12/2013
인공감미료(Artificial Sweetner)	Regulation No.HK.00.05.5.1.4547/2014
제조용제(Carrier)	Regulation No.6/2013
겔화제(Gelling Agent)	Regulation No.19/2013
기포제(Foaming Agent)	Regulation No.22/2013
산도조절제(Acidity Regulator)	Regulation No.8/2013
보존료(Preservative)	Regulation No.36/2013
팽창제(Raising Agent)	Regulation No.11/2013
유화제(Emulsifier)	Regulation No.20/2013
증점제(Thickener)	Regulation No.15/2013
고결제(Firming Agent)	Regulation No.9/2013
향미증진제(Flavoring Enhancer)	Regulation No.23/2013
증량제(Bulking Agent)	Regulation No.25/2013
안정제(Stabilizer)	Regulation No.24/2013
발색제(Colour Retention Agent)	Regulation No.21/2013
향료(Flavouring)	-
밀가루 개량제(Flour Treatment Agent)	Regulation No.7/2013
착색제(Colour)	Regulation No.37/2013
충진제(Propellant)	Regulation No.14/2013
강화제(Sequestrant)	Regulation No.18/2013

자료: 주요 수출대상국 식품첨가물 및 유해물질 조사(인도네시아).2013.

o ‘Regulation No.033/2012’에 의하면 인도네시아 식품첨가물 기준치는 CODEX ALIMENTARIUS(국제식품규격위원회)의 규정을 따름. 국제식품규격위원회의 ‘식품첨가물에 관한 일반 기준’에 따라 인/홍삼 건강기능식품에 적용되는 식품첨가물 허용 기준치는 아래 표와 같음

표 3.9 인/홍삼 건강기능식품 식품첨가물 최대 허용 기준치

성분	기능	기준(mg/kg)
ALLURA RED AC	착색제	200
BRILLIANT BLUE FCF		100
CARAMEL III - AMMONIA CARAMEL		50,000
CARMINES		200
CAROTENES, BETA-, VEGETABLE		1,000
CAROTENOIDS		50
CHLOROPHYLLS AND CHLOROPHYLLINS, COPPER COMPLEXES		100
GRAPE SKIN EXTRACT		100
INDIGOTINE (INDIGO CARMINE)		200
RIBOFLAVINS		300
SUNSET YELLOW FCF		50

ACESULFAME POTASSIUM	조미료, 감미료	350
ASPARTAME		1,000
NEOTAME		33
SUCRALOSE (TRICHLOROGALACTOSUCROSE)		400
ASPARTAME-ACESULFAME SALT	감미료	350
CYCLAMATES		250
STEVIOL GLYCOSIDES		165
SACCHARINS		200
BENZOATES	방부제	3,000
HYDROXYBENZOATES, PARA-		1,000
SORBATES		1,000
PROPYLENE GLYCOL ESTERS OF FATTY ACIDS	유화제	5,000
SUCROGLYCERIDES		5,000
DIACETYLTARTARIC AND FATTY ACID ESTERS OF GLYCEROL	유화제, 금속조절제, 안정제	2,500
ETHYLENE DIAMINE TETRA ACETATES	방부제, 색소유지제, 방부제, 금속조절제	80
PHOSPHATES	산도조절제, 유화제, 유화제염류, 습윤제, 팽창제, 금속조절제, 안정제, 증점제, 고결방지제	2,200
POLYDIMETHYLSILOXANE	고결방지제, 소포제, 유화제	50
POLYSORBATES	유화제, 안정제	3,000
SULFITES	방부제, 표백제, 밀가루개량제, 방부제, 금속조절제	300

자료: CODEX ALIMENTARIUS, General Standard for Food Additives(www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/en)

표 3.10 식품첨가물 규정에서 사용이 금지된 물질

• Boric acid	• Salicylic acid and its salt	• Diethylpyrocarbonate (DEPC)	• Dulcin
• Formaldehyde	• Potassium bromate	• Potassium chlorate	• Chloramphenicol
• Brominated vegetable oils	• Nitrofurazone	• Dulcamara	• Cocaine
• Nitrobenzene	• Cinnamyl anthranilate	• Dihydrosafrole	• Tonka bean
• Calamus oil			• Sasafras oil
			• Tansy oil

자료: 주요 수출대상국 식품첨가물 및 유해물질 조사(인도네시아).2013.

□ 홍삼제품 유해물질 잔류허용기준

o 식품의약청에서 수입제품 검사 시에 가장 중점을 두는 항목은 미생물과 중금속 함유량으로, 법규에 명시된 적정 기준치 이상이 검출될 시 수출이 불가능하므로 관련 기준치에 대한 사전 확인 필요

o 국가별 가공식품을 분류하는 체계가 상이하여 HS CODE 2106.90.53(인삼 뿌리 기반의 물품, Ginseng based products)호를 한국식품산업협회에서 도출한 조사대상 14개 가공식품, 36개 식품유형 내 가장 근접한 24. 음료류-인삼·홍삼음료에 분류하여 인도네시아 식품분류표와 비교함

o 인삼·홍삼음료 또는 식품 보조제에 대한 별도의 미생물 기준과 중금속 오염물 최대한도 정보가 없어, 식품분류표 상 기타 가공식품 기준으로 작성

표 3.11 한국 식품유형에 따른 인도네시아 식품분류표

No.	한국		인도네시아	
			식품분류	관세분류
24	음료류	인삼·홍삼음료	13.6. 식품 보조제[34]	2106.

자료: 주요 수출대상국 식품첨가물 및 유해물질 조사(인도네시아).2013.

표 3.12 인도네시아 식품 미생물 기준

No.	식품 분류	미생물	최대한도
121	기타 가공식품	TPC(30c, 72hour)	1x10^4 /g or ml
		Coliform MPN	<3/g or /ml
		Salmonella sp.	negative/25g or negative/25ml
		Staphylococcus aureus	negative/g or negative/ml

자료: 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr)

34) 인도네시아는 식품보충제(Dietary Supplement)를 '태블렛, 캡슐, 분말 또는 액체 형태로 영양 필요를 충족시키기 위한 목적으로, 단일 또는 여러 가지 비타민과 미네랄을 포함한 재료를 함유함'으로 정의함

표 3.13 중금속 오염물 종류와 최대한도

No.	종류	최대한도(ppm or mg/kg)
1	카드뮴(Cd: Cadmium)	0.2
2	수은(Hg: Mercury)	0.03
3	납(Pb: Plumbum)	0.25
4	비소(As: Arsenic)	0.25

자료: 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr)

Ⅳ. 경쟁제품

1. 경쟁제품 선정
2. 경쟁제품 분석

1. 경쟁제품 선정

o 분석기준 및 지표설정

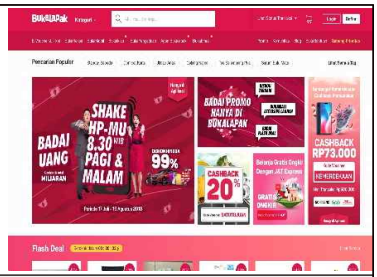
- 온·오프라인 각 채널에서 가장 인기 있고, 브랜드 인지도가 높으며, 리뷰 수가 많은 제품 중에서 선별함
- 제품 상세 스펙에서 공통으로 확인되는 용량, 가격, 포장형태, 성분 등의 항목으로 분석함

o 대표 방문 및 조사 매장

1) 오프라인[35)]

Setiabudhi	무궁화슈퍼	K-MART

2) 온라인[36)]

		
Lazada Indonesia (www.lazada.co.id)	Tokopedia (www.tokopedia.com)	Bukalapak (www.bukalapak.com)
Blibli (www.blibli.com)	Shopee Indonesia (shopee.co.id)	JD.id (www.jd.id)

35) 오프라인 매장은 의뢰품목(홍삼제품)과 가장 유사한 제품이 발견되거나 한국 제품을 판매하는 유통채널을 대표로 설정했으며, 실제 현지조사를 위해 방문한 매장은 아시안 마트 5, 백화점 2, 대형마트 3, 약국체인 3 으로 총 13곳임

2. 경쟁제품 분석

□ 홍삼제품은 한국산 브랜드가 대다수

o 홍삼농축액, 홍삼분말, 홍삼캡슐 및 인삼류 제품을 포함한 12개 품목에 대한 온·오프라인 제품 조사 결과, 홍삼제품은 K사, D사, A사, L사 등 다수의 한국산 업체의 브랜드가 확인됨

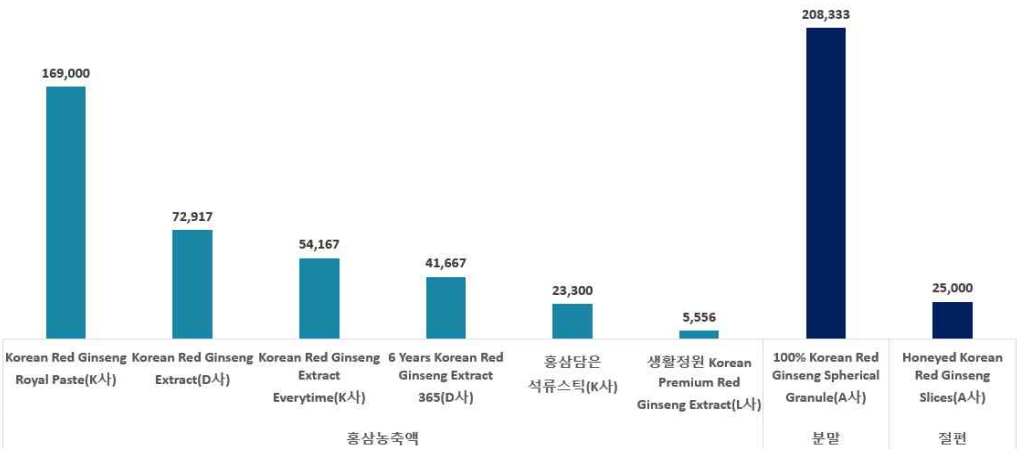
- 그 외 중국산 인삼 음료, 미국산 홍삼캡슐, 현지산 홍삼캡슐 제품이 확인됨
- 온·오프라인 상에서 파우더(분), 원액, 스틱, 과립, 절편(정과), 캔음료, 파우치 형태 등 다양한 홍삼제품 유통 중
- 한국 식품 코너에는 주로 유명 J브랜드의 홍삼농축액 선물세트 위주로 홍보되고 있으며, 홍삼 함유량이 상대적으로 적은 차(茶), 커피, 캔디류 등은 중소기업 제품이 다수 발견됨

o 조사한 8개 품목의 한국산 홍삼제품의 10ml당 평균가격은 74,992루피아(약 5,977원)

- 10ml당 가격 기준, 한국산 전체 홍삼조제품 중 A사의 홍삼분말제품(100% Korean Red Ginseng Spherical Granule)이 208,333루피아(약 16,604원)로, 홍삼농축액 중에서는 K사의 Korean Red Ginseng Royal Paste제품이 269,000루피아(21,439원)로 가장 높음
- L사의 '생활정원 Korean Premium Red Ginseng Extract' 제품의 10ml당 가격이 5,556루피아(약 443원)로 비교 제품 중 가장 낮음

표 4.1 한국산 홍삼조제품 제품별 10ml당 가격 비교

(단위: 루피아)



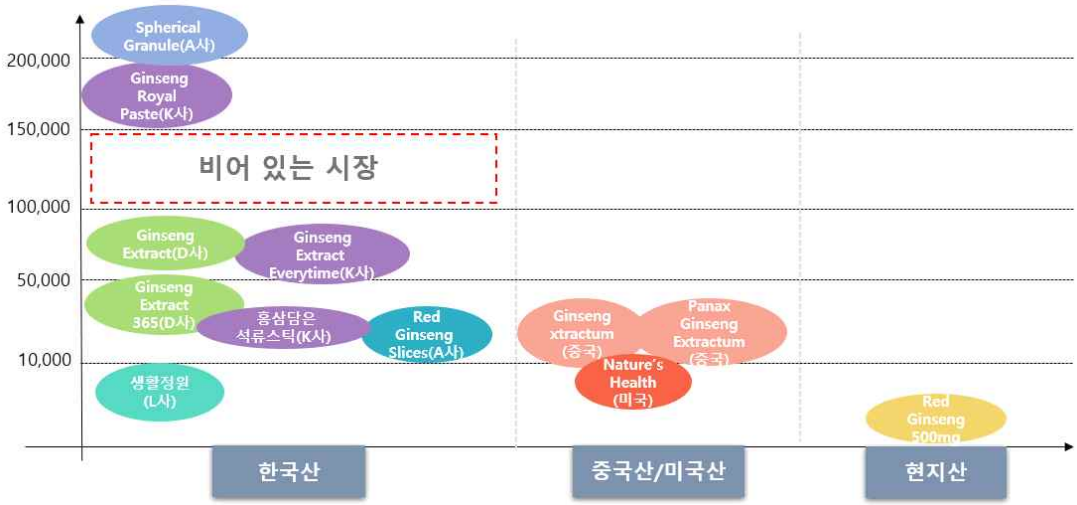
□ 홍삼 및 인삼류 제품의 국가별 10ml당 가격은 한국산, 중국산, 미국산, 현지산 순

o 한국산은 중·고가 및 프리미엄, 중국 및 미국산은 중가, 현지산은 저가 시장 위주로 편성

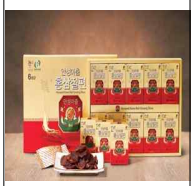
o 전반적으로 10ml 기준 10,000-100,000루피아 가격대에 제품이 많이 분포되어 있음

- 홍삼조제품의 경우, 10ml 기준 100,000-150,000루피아 가격대가 비어있는 시장으로 분석됨

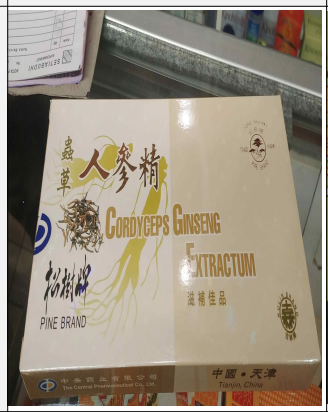
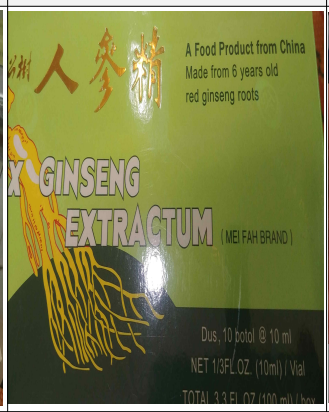
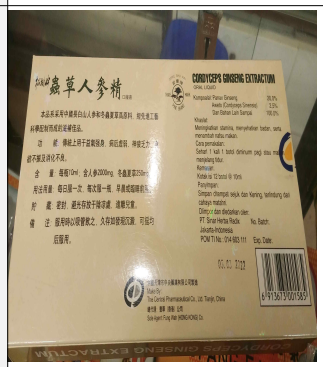
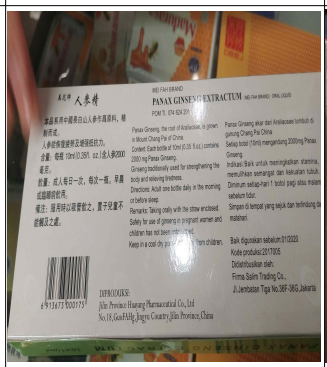
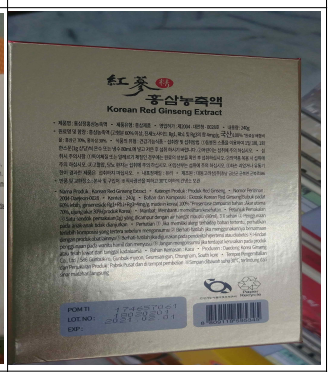
표 4.2 홍삼조제품 경쟁제품 유형 및 원산지별 가격 분포도(10ml 기준)

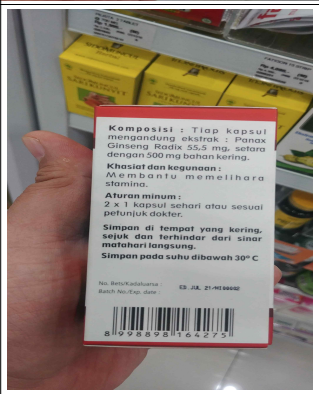
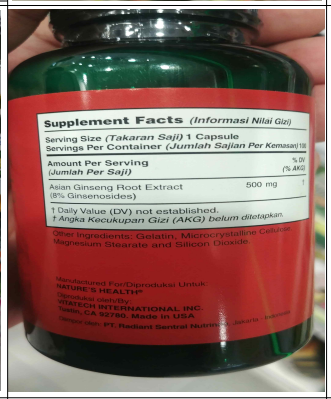


□ 외부 포장은 종이 박스, 외부 포장은 유리명 및 플라스틱 파우치가 대다수

병			파우치		
					

□ 오프라인 경쟁제품

구분		제품 #1	제품 #2	제품 #3
제품이미지	앞면			
	뒷면			
제품스펙	제품명	Cordyceps Ginseng xtractum	Panax Ginseng Extractum	Korean Red Ginseng Extract
	제조사	The Central Phamaceutical co Ltd	Huayang Phamaceutical co Ltd	한국 D社
	원산지	중국	중국	한국
	구성 성분	홍삼 20%와 동충하초 2..5%외 기타재료	PANAX Gingseng 홍삼	홍삼농축액 100%(고형분 60%, 진세노사이드 Rg1 Rb1 Rg3의 합 4mg/g) (홍삼근 70%, 홍미삼 30%)
	포장 용기	박스 내 소형 병포장	박스 내 소형 병포장	박스 내 유리병, 금속 스푼
	유통 기한	제조년일: 미표기 유통기한: 2022년 5월	제조년일: 미표기 유통기한: 2020년 1월	제조년월: : 2018년 2월 2일 유통기한: 2021년 2월 1일
	조사 매장	Setiabudhi Supermarket	Setiabudhi Supermarket	K-MART
	용량 (kg)	10ml*12병	10ml*10병	240g
	제품 가격	225,000루피아(약 17,933원)	175,000루피아(약 13,948원)	1,750,000루피아 (약 139,475원)

구분		제품 #4	제품 #5	제품 #6
제품이미지	앞면			
	뒷면			
제품스펙	제품명	Red Ginseng 500mg	Nature's Health Korean Gingseng	J 브랜드
	제조사	Industri Jamu dan Farmasi	VIVATECH international	K社
	원산지	인도네시아	미국	한국
	구성성분	PANAX Gingseng 홍삼추출물 55.5mg	아시아 Gingseng 추출물 500mg	석류과즙농축액 이란산, 홍삼농축액 국산(고형분 64%, 홍삼성분 70mg/g이상)
	포장용기	플라스틱 병	플라스틱 병	박스 내 스틱 파우치
	유통기한	제조년일: 미표기 유통기한: 2021년 7월	제조년일: 미표기 유통기한: 2021년 7월	제조년일: 미표기 유통기한: 2019년 5월 22일
	조사매장	Century(약국)	Watsons(약국)	무궁화유통
	용량(kg)	500mg(30캡슐)	500mg(100캡슐)	10ml* 30포
	제품가격	49,400루피아(약 3,937원)	480,000루피아(약 38,256원)	699,000루피아(약 55,710원)

□ 온라인 경쟁제품

구분		제품 #1	제품 #2	제품 #3
제품 이미지				
제품스펙	제품명	Korean Red Ginseng Royal Paste	Korean Red Ginseng Extract Everytime	Honeyed Korean Red Ginseng Slices
	제조사	한국 K사	한국 K사	한국 A사
	원산지	한국	한국	한국
	용량(g)	100g	300g	200g
	제품가격	1,690,000루피아 (약 134,693원)	1,625,000루피아 (약 129,513원)	500,000루피아 (약 39,850원)
	구성성분	홍삼농축액(6년근, 고형분 64%, 진세노사이드 Rg1+Rb1+Rg3 5.5mg/g)100%	홍삼농축액(6년근, 고형분 64%, 진세노사이드 Rg1+Rb1+Rg3 5.5mg/g)30%, 정제수	수삼(6년근) 100%, 올리고당, 과당, 꿀
	제품특성	• 온수 또는 냉수에 일정 비율로 타먹는 홍삼농축액 • 국내에서 100% 재배된 고품질 원재료임을 강조 • 현지 온라인 채널에서 베스트셀러로 선정된 제품	• 스틱형 파우치에 포장된 테이크아웃형 제품 • 휴대성, 편리성을 강조 • 현지 온라인 채널에서 베스트셀러로 선정된 제품	• 20g씩 10개의 소박스로 개별포장 • 수삼을 세척, 절단, 증숙, 건조, 당침처리하여 가공된 영양간식용 홍삼제품 • 현지 온라인 채널에서 베스트셀러로 선정된 제품
구분		제품 #4	제품 #5	제품 #6
제품 이미지				
제품스펙	제품명	100% Korean Red Ginseng Spherical Granule	6 Years Korean Red Ginseng Extract 365	생활정원 Korean Premium Red Ginseng Extract
	제조사	한국 A사	한국 D사	한국 L사
	원산지	한국	한국	한국
	용량(g)	60g	240g	1,800g
	제품가격	1,250,000루피아 (약 99,625원)	1,000,000루피아 (약 79,700원)	2,265,300루피아 (약 180,544원)

	구성성분	홍삼(4년근) 100%(국내산 홍삼농축액분말 97%, 홍삼분말 3%)	홍삼농축액(6년근),식물혼합농축액(대추, 참당귀, 칡, 삽주, 작약, 황기, 복령, 영지버섯 자실체, 감초) 등	발효홍삼농축액, 인삼잎줄기추출농축액, 발효진생베리농축액, 식물혼합농축액, 추출물, 벌꿀 등
	제품특성	• 1g씩 60개의 작은 스틱에 개별 포장된 알갱이(단) 형태 • 제품 그대로 씹어 먹거나 온수 또는 냉수에 녹여서 섭취 • 현지 온라인 채널에서 신제품 출시로 강조된 제품	• 온수 또는 냉수에 일정 비율로 타먹는 홍삼농축액 • 현지 온라인 채널에서 베스트셀러로 선정된 제품	• L社의 프리미엄 홍삼 라인 제품 중 하나 • 파우치 타입으로 휴대와 섭취가 간편한 홍삼음료 • 현지 온라인 채널의 한국식품코너에서 홍보되고 있는 제품

V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정

□ 경쟁사 선정 기준

o 현지조사원의 실사와 온라인 검색 결과, 현재 중국 내 높은 인지도와 판매량을 기록한 홍삼조제품 업체는 Industri Jamu dan Farmasi, K사, D사, L사임

- 따라서 상기 네 브랜드를 경쟁사로 선정

표 5.1 홍삼조제품 주요 경쟁사

Industri Jamu dan Farmasi	한국산		
	L사	D사	K사
Since 1951 SIDOMUNCUL			

2. 경쟁사 분석

☐ Industri Jamu dan Farmasi

기업 개요			
Since 1951 SIDOMUNCUL	• 인도네시아 대표 제약회사로 한방약품, 화장품, 건강식품, 건강음료 등을 생산하여 국내외에 공급 • 심황뿌리, 생강, 구아바잎, 홍삼 등의 허브를 원재료로 활용하여 다양한 멀티비타민과 식이보충제를 생산 • 합리적인 가격으로 알약(정)형태의 홍삼제품이 높은 판매량을 기록함		
기업 유형	제약 제조업	**홈페이지**	www.sidomuncul.id
취급품목	허브약품, 화장품, 제과	**연락처**	info@sidomuncul.com
소재지	인도네시아	**설립연도**	1940년
직원 수	4,600명	**매출액**	1억 9,200만 달러
대표 제품			

자료: Sidomuncul(www.sidomuncul.id)

☐ K사

기업 개요			
	• 1899년 설립된 이후, 한국의 대표 명품 홍삼 브랜드로 성장함. 현재 미국, 일본, 홍콩 등 8개국에 브랜드 스토어 오픈, 40여 개국에 수출 중임 • 철저한 품질관리와 위생관리로 수십 년간 한국의 홍삼업계를 이끌고 있음 • 2016년 건강기능식품 업계 최초로 매출 1조원 달성, 중국, 미국, 일본, 대만, 인도네시아에 해외종속기업을 포함하여 60여 개국에 수출		
기업 유형	인삼식품 제조업	**홈페이지**	-
취급품목	홍삼	**연락처**	-
소재지	한국	**설립연도**	1999년
직원 수	-	**매출액**	
대표 제품			

자료: K社 홈페이지

□ D사

기업 개요			
	• 인삼식품 제조업 기업으로 홍삼, 인삼 관련 건강기능식품 제조와 약초, 농수산물 도매업을 하는 수출중소기업 • 2017년 기준, 영업이익은 5억 1,570만 원으로 7년 연속으로 성장세임 • 홍삼추출액, 농축액, 당절임, 액상차 등 약 50여 가지의 제품을 생산		
기업 유형	인삼식품 제조업	**홈페이지**	-
취급품목	홍삼절편, 음료	**연락처**	-
소재지	한국	**설립연도**	2004년
직원 수	-	**매출액**	-
대표 제품			

자료: D社 홈페이지

□ L사

기업 개요			
	• 2001년 L社에서 분할 신설되어 생활용품, 화장품을 제조, 판매하고 있으며, 종속회사를 통해 비알콜음료와 건강기능식품부문 사업을 영위 • 건강기능식품을 신성장동력으로 기초영양제품, 홍삼·녹용제품, 다이어트제품, 어린이영양제품 등 각 연령대별로 특화된 제품을 선보일 계획 • 2018년 하반기, 프리미엄 건강기능식품 브랜드 생활정원의 기존 홍삼제품을 '진효삼'라인으로 리뉴얼 출시		
기업 유형	화장품 제조업	**홈페이지**	-
취급품목	화장품, 건강기능식품	**연락처**	-
소재지	한국	**설립연도**	2001년
직원 수	-	**매출액**	-
대표 제품			

자료: L社 홈페이지

Ⅵ. 유통채널 현황

1. 유통채널 개황

2. 주요 유통채널 분석

1. 유통채널 개황

□ 건강보조식품 시장 유통채널

o 오프라인 소매상(식료품, 비식료품)을 통해 대부분의 유통이 이루어지고 있는 구조

- 2017년 기준 건강보조식품의 경우 약국, 드럭스토어, 기타 헬스케어 전문점을 중심으로 한 비식료품 소매상(48.4%)을 통한 판매비중이 높음
- 식료품 소매상의 경우, 소형 슈퍼마켓(10.5%)보다는 대형마트(12.5%)를 중심으로 유통 비중이 증가하고 있음

o 인삼이나 홍삼제품은 2014년 조코 위도도 정부 출범 이래 인증 및 통관절차 등이 엄격해져 식료품 소매상인 슈퍼마켓이나 대형마트에서 취급하지 않는 추세임

- **현지 조사결과, 인도네시아 중심부에 위치한 L마트나 까르푸 등의 대형마트와 백화점 식품관에서 인삼이나 홍삼제품을 찾아볼 수 없었음**
- **한인마트나 아시안마트에서 인삼이나 홍삼제품을 취급하지만, 종류가 매우 제한적임**

표 6.1 건강보조식품 시장 유통채널(2013-2018(f))

(단위: %)

유통경로	2013	2014	2015	2016	2017	2018(f)
점포소매	79.4	79.7	79.9	80.0	80.3	80.3
1. 식료품 소매상	32.4	32.4	32.2	32.0	31.9	32.6
① 현대적 식료품소매상	21.9	22.4	22.8	23.1	23.0	23.6
1) 하이퍼마켓	11.0	11.5	12.0	12.5	12.5	13.0
2) 슈퍼마켓	11.0	11.0	10.8	10.6	10.5	10.6
② 전통적 식료품소매상	10.5	10.0	9.5	9.0	9.0	9.0
1) 독립소형식료품점	10.5	10.0	9.5	9.0	9.0	9.0
2. 비식료품 소매상	46.9	47.3	47.7	48.0	48.4	47.8
① 건강·미용전문점	46.4	47.0	47.5	47.5	48.2	47.7
1) 약국	30.0	30.1	30.2	30.1	30.8	30.7
2) 드럭스토어	15.3	15.7	16.0	16.0	16.0	16.0
3) 기타 헬스케어 샵	1.1	1.2	1.3	1.4	1.4	1.0
② 기타 비식료품 전문점	0.5	0.3	0.2	0.5	0.2	0.1
무점포소매	20.6	20.3	20.1	20.0	19.7	19.7
1. 인터넷쇼핑	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.5
2. 직접판매	19.6	19.1	18.8	18.6	18.2	18.2
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

□ 인터넷 판매량 증가·전자상거래의 지속적인 성장세

o 정부의 전자상거래 확대 정책에 따라 인터넷 보급은 전 지역에 걸쳐 지속적으로 증가할 것으로 전망

- 인터넷 사용자는 2012년 6,300만 명에 불과했으나, 연간 20%에 달하는 인터넷 보급률 확대에 따라 2016년 9월 기준 전체 인구의 약 50.4%인 1억 3,270만 명까지 증가함

o 경제성장에 따른 구매력 향상, 인터넷 보급률 확대, 젊은층 증가에 힘입어 스마트폰 사용인구는 꾸준히 증가해 왔으며, 2018년에는 약 1억 3백만 명으로 중국, 인도, 미국에 이어 세계 4위를 기록할 것으로 예상됨

- 스마트폰의 사용 확대는 인도네시아 디지털 경제 활성화에 중요한 역할을 담당할 것으로 예상되는 바, 인도네시아 전자상거래 규모는 2020년까지 1,300억 달러에 이를 전망

- 온라인 쇼핑 인구는 2015년 2,220만 명에서 2021년 4,210만 명으로 두 배 가까이 증가할 것으로 기대되는 등 전자상거래 시장의 전망 또한 긍정적

□ 인도네시아 현대적 유통채널 입점 시 공통사항

o 판매를 원하는 공급업체는 의뢰서를 작성하여 해당 유통업체 구매부서로 제출해야 하며, 구매부서 담당자의 개별 연락이 왔을 경우 아래와 같은 서류를 추가로 제출

- 공급자의 주민등록증(외국 기업일 경우 법인장 여권)
- 공급회사의 세무번호(NPWP)
- 제품의 견본 및 제품 상세설명서
- 은행계좌(통장) 사본
- 해당 제품에 대한 할랄 인증서

o 제품 선정 및 심사: 구매부서의 견본심사와 제품 상세설명서를 기반으로 심사를 한 뒤 통과한 제품에 한해서 유통업체와 미팅을 진행하여, 구체적인 계약사항 점검. 계약에 명시된 시점부터 해당 소매점에 납품이 가능함

※ 외국에 기반을 두고 있는 법인은 수입업체(공급업체)가 될 수 없고, 반드시 현지 유통담당 에이전트가 필요함. 제품에 문제가 있을 시 법적인 책임이나 후속 조치가 필요한 경우를 대비하기 위함

2. 주요 유통채널 분석

□ 오프라인

o Setiabudhi Supermarket (스티아부디 슈퍼마켓)

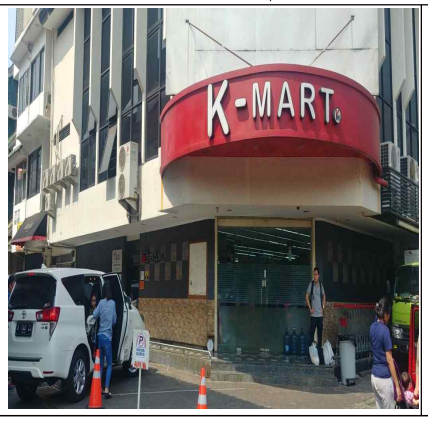
<table>
<tr><th colspan="4">기업 개요</th></tr>
<tr><td>SETIABUDHI SUPERMARKET</td><td colspan="3">• 중산층과 외국인을 대상으로 제품을 구성
• 주로 식품, 신선식품, 생활잡화 취급
• 다른 유통망보다 수입제품의 비중이 높은 편(20% 이상)</td></tr>
<tr><td rowspan="3">컨택방법</td><td colspan="3">홈페이지: www.setiabudhi-supermarket.co.id</td></tr>
<tr><td colspan="3">전화번호: +62-022-203-5000</td></tr>
<tr><td colspan="3">주소: Jl. Setiabudi No. 42 - 46, Hegarmanah, Cidadap, Hegarmanah, Cidadap, Kota Bandung, Jawa Barat 40143</td></tr>
<tr><td>채널유형</td><td>아시안 마트</td><td>사업규모(점포 수)</td><td>-</td></tr>
<tr><td>특이사항</td><td colspan="3">• 매장 내에 별도로 의약품 전문 부스가 존재
• 중국계 슈퍼마켓으로 모두 중국산 인삼 제품들을 판매
• 10mlx10개와 10mlx12개 형태의 액상 제품만 판매</td></tr>
<tr><td>매장전경</td><td colspan="3">
 </td></tr>
</table>

o 무궁화슈퍼(한인마트)

<table>
<tr><th colspan="4">기업 개요</th></tr>
<tr><td>MGH KOREAN SUPERMARKET & DISTRIBUTOR</td><td colspan="3">• 한국계 슈퍼로 인도네시아 전국에 총 6개의 지점을 프랜차이즈 형태로 운영(자카르타에 3개, 땅그랑, 찌까랑, 수라바야 지역에 각 1개씩 존재)
• 1986년도에 자카르타점을 처음으로 개설
• 한국 제품을 주로 판매하며 주류면허도 있기 때문에 한국 소주와 맥주도 구매 가능</td></tr>
<tr><td rowspan="3">컨택방법</td><td colspan="3">홈페이지: www.mugunghwa.co.id</td></tr>
<tr><td colspan="3">전화번호: +62 21-722-2214</td></tr>
<tr><td colspan="3">주소: MGH Bldg. 3fl. Jl.Senayan No.43 Block. S Keb-Baru Jakarta</td></tr>
<tr><td>채널유형</td><td>아시안 마트</td><td>사업규모(점포 수)</td><td>6개</td></tr>
<tr><td>특이사항</td><td colspan="3">• 현재 판매 중인 제품은 스틱형 홍삼제품 한 종류이며, 홍삼제품을 위한 별도의 부스는 마련되어 있으나 진열대가 다른 제품들로 채워져 있음
• 고가의 건강기능식품의 홍삼제품보다는 홍삼차와 홍삼주스 같이 홍삼을</td></tr>
</table>

	소량 함유, 다른 재료(과일)와 혼합한 퓨전형태의 제품이 판매되고 있음 • 건강기능식품에 대한 검역절차가 까다로워져 예전보다 홍삼제품 수가 감소했으며 구매를 원할 경우, 한국인 매니저에게 별도 문의하라는 안내표시가 매장 내에 있음
매장전경	

o K-MART(한인마트)

기업 개요			
	• 자카르타 남부에 위치한 한국계 마트로 한국 제품을 주로 취급 • 한국 분식을 홍보하고 시식할 수 있는 전문 코너가 별도로 마련되어 있는 것이 특징		
컨택방법	전화번호 : +62 21-2277-5526		
	주소: Bening Mata Communication - EO, Jl. Darmawangsa Raya Blok H No.43-44, RT.5/RW.1, Pulo, Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12160		
채널유형	아시안 마트	**사업규모(점포 수)**	-
특이사항	• 매장 내 홍삼제품을 포함한 건강보조식품 전문 코너가 있어 위탁판매를 하고 있음 • 의뢰품목과 가장 유사한 한국 제품(홍삼 농축액)을 판매 • 건강기능식품 이외에 홍삼차와 홍삼캔디가 판매 중이지만 제품상태와 진열상태를 통해 볼 때, 판매가 활발하지는 않은 것으로 보임		
매장전경			

o Century(드럭스토어)

<table>
<tr><th colspan="4">기업 개요</th></tr>
<tr><td>Century HEALTHCARE</td><td colspan="3">• 설립 25주년을 맞은 프랜차이즈 약국으로 인도네시아 전역에 110개가 넘는 매장을 운영(자카르타 및 자바섬 전역에 집중)
• Watsons가 화장품류에 더 집중하고 있는 반면, Century는 헬스케어 분야에 더 집중하고 있음</td></tr>
<tr><td rowspan="3">컨택방법</td><td colspan="3">홈페이지: www.century-pharma.com</td></tr>
<tr><td colspan="3">전화번호 : +62 21-7278-1551</td></tr>
<tr><td colspan="3">주소: Mall Senayan City ,Shop unit No.L-03 LG.Floor, Jl. Asia Afrika No.Lot.19, Daerah Khusus Ibukota Jakarta</td></tr>
<tr><td>채널유형</td><td>약국 체인</td><td>사업규모(점포 수)</td><td>110개</td></tr>
<tr><td>특이사항</td><td colspan="3">• 매장 내 홍삼제품은 자국산 제품 1개가 구비되어 있고 건강기능식품 전문 별도의 코너가 마련되어 있음
• 글로벌 기업들의 의약품을 다수 구비함(특히 중국산)
• 매장 내 화장품 및 잡화품부터 의약품의 판매를 전문적으로 담당하는 약사가 별도로 부스를 운영함</td></tr>
<tr><td>매장전경</td><td colspan="3">
</td></tr>
</table>

o Watsons(드럭스토어)

<table>
<tr><th colspan="4">기업 개요</th></tr>
<tr><td>watsons</td><td colspan="3">• 1828년에 설립된 다국적 약국체인으로 본사는 홍콩에 소재하며 현재 인도네시아 전역에 99개 매장을 운영하고 있음
• 허치슨 왐포아(Hutchison Whampoa) 그룹 계열의 A.S 왓슨에서 운영하고 있으며, 주로 중화권, 동남아시아, 동북아시아에 소매점을 가지고 있음
• 현재 터키와 동유럽에도 진출함</td></tr>
<tr><td rowspan="3">컨택방법</td><td colspan="3">홈페이지: www.watsons.co.id</td></tr>
<tr><td colspan="3">전화번호: +62 21- 2358-1201</td></tr>
<tr><td colspan="3">주소: Grand Indonesia, Jalan M.H. Thamrin No.1, RT.1/RW.5, Menteng, EAST MALL Unit EM-LG 17-18, 19, RT.1/RW.5, Menteng, Central Jakarta City, Jakarta 10310</td></tr>
<tr><td>채널유형</td><td>약국 체인</td><td>사업규모(점포 수)</td><td>99</td></tr>
<tr><td>특이사항</td><td colspan="3">• 매장 내 홍삼제품은 미국산 1개가 구비되어 있고 건강기능식품 전문 별도의 코너가 마련되어 있음</td></tr>
</table>

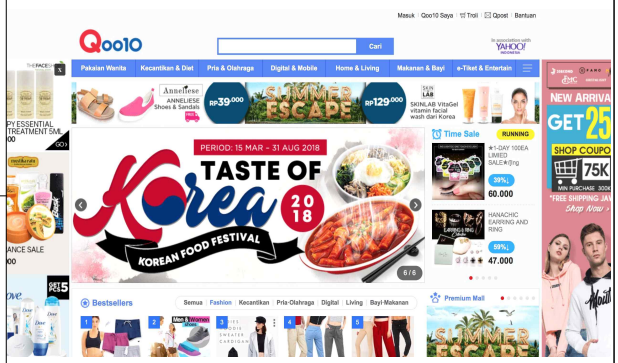
	• 건강기능식품보다 화장품 분야에 강점이 있음 • 의약품에 대한 정보제공과 판매를 담당하는 약사가 별도로 있음
매장전경	

□ 온라인

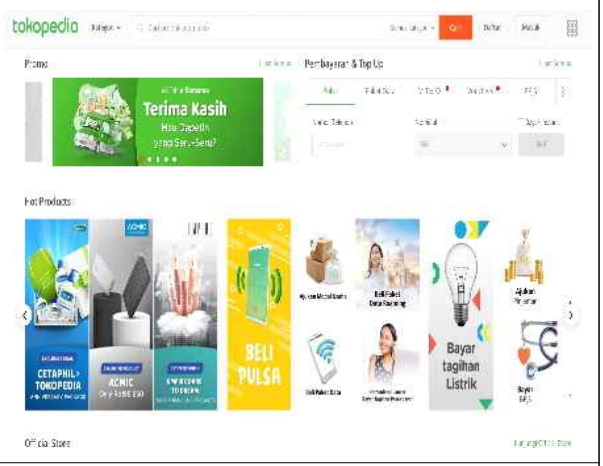
o elevenia(일레브니아)

기업 개요		
홈페이지	www.elevenia.co.id	
대표메일	cs@elevenia.co.id	
특 성	• B2C 온라인 시장 점유율 상위권을 차지하고 있는 일레브니아에서 2020년 인도네시아 정부의 전자상거래 확대 정책에 맞춰 인도네시아 소비자들이 한국 제품을 직구할 수 있도록 새로운 서비스를 론칭함 • 현지 소비자들은 소량 또는 대량으로 한국 제품을 구매할 수 있으며 직구 전용 홈페이지에서 원하는 물건을 선택하면 해당 업체에서 재고를 확인한 뒤 벤더에게 최종가격을 확인하여 지불한 후 물건을 배송받는 시스템임 • 일레브니아는 직구 서비스 외에도 'Korea Avenue'라는 코너를 따로 만들어 K-Beauty, K-Food, K-Pop 관련 한국 제품을 판매하고 있음	
입점 절차 및 유의 사항	• 해당 사이트 판매자(Sellller)로 등록을 한 뒤 거래가 가능하며, 온라인 업체에서 제품의 스펙 및 자료 등을 요청하여 협의함 • 판매자 등록 시, 피해보상 및 모든 책임은 판매자가 지는 구조 • 기본적으로 판매자는 판매자의 약관에 따라 거래해야 하며 이를 위반할 시에는 판매자의 지위를 상실할 수 있음	

o Qoo10(큐텐)

기업 개요		
홈페이지	www.qoo10.co.id	
대표메일	-	
특 성	• 식료품에서는 각종 가공식품 및 스낵류, 간식류, 음료 등을 판매 • 시장조사업체인 닐슨에 따르면 '2017년 최고 성장 사이트 및 어플리케이션'의 웹사이트 부문에서 Qoo10이 상위 10곳 중 전자상거래 부문 2위를 차지함 • 2011년 사이트를 오픈하여 2016년과 2017년 기준 월평균 120여만 명이 방문하고 있으며, 연간 거래량은 2016년 기준으로 2,500만 달러임 • 모바일 어플리케이션 개발 및 이를 통한 소비자 유치에 주력했으며, 온라인 시장 분야에서 어플리케이션 다운 횟수가 가장 많음 • 국내 대표 오픈마켓인 G社 창업자 구영배 대표가 2010년 설립한 글로벌 벤처기업 • 싱가포르 전자상거래 1위를 차지하고 있으며 인도네시아, 말레이시아를 비롯한 동남아시아에서 인지도가 높은 글로벌 쇼핑 플랫폼 • 한류 상품의 비중이 15-20%에 이르는 대표적인 해외 소재 한국 상품 수출 채널의 역할 • 2017년 총 주문 건수는 전년도 대비 250% 이상, 방문자 수는 200% 이상 증가함 • 식료품 카테고리 내에 한국 제품이 가장 많이 론칭되어 있음 • 싱가포르, 말레이시아, 중국, 홍콩 등 아시아에 널리 알려진 B2C 사이트	
입점 절차 및 유의 사항	• 해당 사이트 판매자(Sellller)로 등록을 한 뒤 거래가 가능하며, 온라인 업체에서 제품의 스펙 및 자료 등을 요청하여 협의함 • 판매자 등록 시, 피해보상 및 모든 책임은 판매자가 지는 구조 • 기본적으로 판매자는 판매자의 약관에 따라 거래해야 하며 이를 위반할 시에는 판매자의 지위를 상실할 수 있음	

o Tokopedia(토코피디아)

<table>
<tr><th colspan="3">기업 개요</th></tr>
<tr><td>홈페이지</td><td>www.tokopedia.com</td><td rowspan="2"> 
</td></tr>
<tr><td>대표메일</td><td>-</td></tr>
<tr><td>특 성</td><td colspan="2">• 2009년 2월 6일에 설립되었으며, 본사는 인도네시아 자카르타에 위치함
• 전자기기 및 생활용품 등 다양한 상품을 판매하여 C2C 온라인 시장점유율 1위를 차지</td></tr>
<tr><td>입점 절차
및
유의 사항</td><td colspan="2">수출입 통관이 완료된 것을 전제로 현지 로컬판매자 또는 판매업체만이 등록 가능
1. 등록절차
• 웹사이트 접속하여 입점절차 신청서 작성하여 E-mail 및 신청서 등록
• 판매자 신상정보(성명, 휴대폰 등) 입력
• 아이디 및 패스워드 신청
• 활성화 번호가 이메일 주소로 전송되면 OTP 코드 입력
• 입점상점 오픈을 클릭하여 입점상점 이름 저장 후 등록
2. 입점업체의 위치정보 전송
• 입점업체의 위치 및 POS 코드 입력
3. 배달서비스로 이용할 택배사 선택 및 등록
• 예시: Tiki, JNE, 우체국 POS, 배달앱 Go Send 등
4. 상품등록
• 판매제품 카테고리 설정 및 등록
5. 기타
• 제품 판매량 조회 및 은행대출 등의 다양한 서비스 전개</td></tr>
</table>

[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. Country Insight Snapshot Indonesia May 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.05
2. 「Weekly Economic Review」, 현대경제연구원, 2016.04.08
3. 「Dietary Supplements in Indonesia」, Euromonitor International, 2017.10
4. 「Food and Agricultural Import Regulations and Standards - Certification(Indonesia)」, USDA, 2017.12. 22
5. 「Codex Alimentarius-General Standard for Food Additives」(www.fao.org), 2017.
6. 「인도네시아 수출입 통관 절차에 대한 연구」, 주인도네시아 대한민국 대사관(관세관 백승래), 2014. 05
7. 「주요 수출대상국 식품첨가물 및 유해물질 조사(인도네시아)」, 한국농수산식품유통공사, 2013
8. 「Codex- General Principles of Food Hygiene」(www.fao.org)
9. 「Food Safety and Qualify Standard」(www.fao.org), 2016.06
10. 「Compliance Program Guidance Manual」, FDA, 2017.09
11. 「인도네시아의 검역제도」, TradeNAVI, 2013
12. 「인도네시아 할랄식품 소비자의 인삼·홍삼제품에 대한 인식과 태도 및 이용 실태」, 예술인문사회 융합멀티미어논문지, 박수진, 2017

■ 참고 사이트

1. 관세법령정보포털 3.0 (unipass.customs.go.kr)
2. 세계 HS 정보시스템 (www.customs.go.kr)
3. International Trade Centre (www.trademap.org)
4. CIA World Factbook (www.cia.gov)
5. Export.gov (www.export.gov)
6. Santander TradePortal (en.portal.santandertrade.com)
7. elevenia (www.elevenia.co.id)
8. USDA (www.usda.gov)
9. Euromonitor International (www.portal.euromonitor.com)
10. Statista (www.statista.com)
11. Bloomberg (www.bloomberg.com)
12. Worldometers (www.worldometers.info)
13. World Bank (www.worldbank.org)
14. 한국 수출입은행 (www.koreaexim.go.kr)
15. Indonesia-Investments (www.indonesia-investments.com)
16. D&B Hoovers (www.hoovers.com)
17. LPPOM MUI (inihalalkorea.com)
18. ADB (www.adb.org)
19. 인도네시아 관세청 (intr.insw.go.id)
20. 해외식품인증 정보포털 (www.foodcerti.or.kr/)

2018 농식품 해외시장 맞춤조사

No. 1810-20

품 목 : 홍삼 조제품(Red Ginseng Products)

국 가 : 인도네시아(Indonesia)

보고서 기획 및 작성
- 한국농수산식품유통공사

발 행 일 2018
발 행 처 한국농수산식품유통공사 수출정보부
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227
02-6300-1119 http://www.kati.net
자료문의 aT수출정보부
02-6300-1119

o 본 자료는 한국농식품유통공사 농식품수출정보 사이트 www.kati.net에서 보실 수 있습니다.

o 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산식품유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.

o 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전재, 복사는 법에 저촉됩니다.