



2020

# 해외시장 맞춤형조사

No. | 202007-46

품목 | 인삼드링크(Ginseng Drink)

국가 | 인도네시아(Indonesia)

구분 | 시장분석형

사업명 : 2020 해외시장 맞춤형조사

주관기관 : 한국농수산물유통공사

# Contents

I. 요약(Summary)	4
----------------	---

## II. 시장규모(Market Size)

1. 인도네시아 인삼드링크 시장규모	13
2. 인도네시아 인삼드링크 수출입 시장규모	14
3. 인도네시아 인삼드링크 소비 시장규모	15

## III. 시장트렌드(Market Trend)

1. 인도네시아 에너지드링크, 글로벌 브랜드 다수 진출	22
2. 인도네시아 무카페인 음료, 차 또는 허브 음료 다수	23
3. 인도네시아 건강 음료, 다이어트 또는 코로나19 대비 음료 多	24
4. 인도네시아 인삼드링크, 면역력 또는 스테미나 홍보	25

## IV. 유통채널(Distribution Channel)

1. 인도네시아 인삼드링크 진출 가능 유통구조	27
2. 인도네시아 인삼드링크 진출 가능 주요 유통업체	28
3. 인도네시아 인삼드링크 진출 가능 B2C 소매채널	30

# Contents

## V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 인도네시아 인삼드링크 인증 취득	51
2. 인도네시아 인삼드링크 사전 절차	54
3. 인도네시아 인삼드링크 라벨 심의	56
4. 인도네시아 인삼드링크 서류 준비	60
5. 인도네시아 인삼드링크 세금 납부	61
6. 인도네시아 인삼드링크 검역 심사 절차	62
7. 수출 대상국가(인도네시아) 관련 규제 정보	63

## VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 푸드스타글로벌(PT Foodstar Global)	66
Interview ② 인도스파스보고타마수크세스(PT Indosps Bogatama Sukses)	68
Interview ③ 파파야프레쉬갤러리(Papaya Fresh Gallery)	70
Interview ④ 로빈슨슈퍼마켓(Robinson Supermarket)	71
Interview ⑤ 인도네시아 식품의약청(BPOM)	73

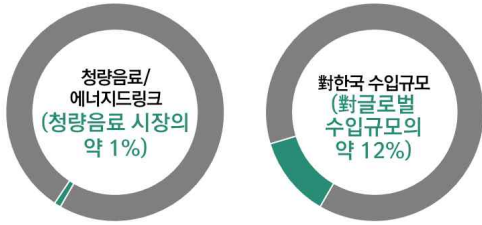
## VII. 시장진출제언(Export Insights)

※ 참고 문헌	77
---------	----

# I . 요약(Summary)

# Summary

## ▶ 수요 분석



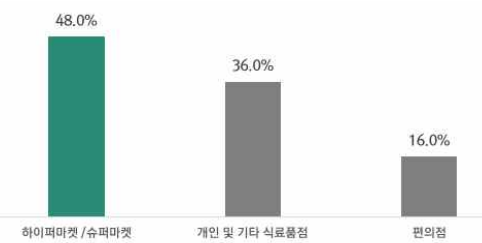
		수치	전문가 인터뷰
시장규모	청량음료	171억 1,600만 리터	인도네시아 에너지드링크 주요 수입국은 태국
	에너지드링크	9,000만 리터	
수입규모	글로벌	752억 원	
	한국	93억 원	
소비 시장규모	인도네시아 인구수	2억 6,691만 2,000명	
	한국 인삼드링크	1,247만 원	
	對인도네시아 수출규모		

## ▶ 소비 트렌드 (빅데이터 분석)



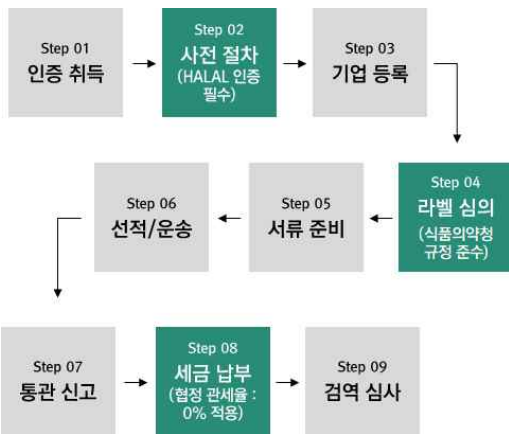
		연관 키워드 순위	전문가 인터뷰
에너지 드링크	남성	5th / 45건	인삼드링크 및 인삼 성분이 들어있는 에너지드링크는 주로 남성들이 구매 - 에너지드링크 구매요인은 저렴한 가격 및 성분
	인삼	10th / 15건	
무카페인 음료	차	1st / 79건	
	허벌	6th / 16건	
인삼드링크	한국	3rd / 120건	
	스타미나	10th / 12건	

## ▶ 유통 채널



		시장 점유율	전문가 인터뷰
하이퍼마켓/슈퍼마켓		48.0%	유통되고 있는 에너지드링크 제품은 태국산, 인도산, 미국산 및 현지산 제품
개인 및 기타 식료품점		36.0%	
편의점		16.0%	

## ▶ 통관 및 검역



		핵심 키워드	전문가 인터뷰
인증취득	필수	HALAL	인도네시아 유통 가공식품은 모두 감미료의 포함 여부를 표기해야 함 - 에너지드링크의 경우 HALAL 인증 시 인증기관에서 타우린의 추출 재료를 확인 받아야 함
	3개 중 1개 필수	HACCP, ISO 22000, GMP	
사전절차	필수	사전 수입 허가 신청, 사전 식품 등록 필요 인도네시아	
	담당 기관	식품의약품(BPOM)	
라벨 표기사항		Chapter VIII, Articles 96 - 103 및 식품의약품(BPOM) 규정 준수	
서류 준비사항		세관신고서 등 7건	
세금납부	기본 관세율	20%	
	FTA 협정 관세율	0%	
	부가가치세/수입세	10%/7.5%	

- ▶Point 01. 에너지드링크 주 소비자는 남성 소비자이며, 홍삼 및 인삼 첨가 에너지드링크 제품은 남성 정력 개선에 좋다는 점을 강조하고 있음
- ▶Point 02. 소비자들은 인삼드링크 및 에너지드링크 구매 시 저렴한 가격을 가장 중요시하며, 최근 제품 성분도 중요하게 됨
- ▶Point 03. 인도네시아 유통 제품은 모두 식품 등록 절차를 거쳐야 하며, 인도네시아 수출 제품은 HALAL 인증이 의무화됨

# Market Size

(시장규모)

## 인도네시아(Indonesia)

### 인삼드링크 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 용도(활력 증진), 원료(인삼)

- 인도네시아 청량음료(Soft Drinks)<sup>1)</sup> 시장규모  
..... 171억 1,600만 리터('19)
- 인도네시아 에너지드링크(Energy Drinks)<sup>2)</sup> 시장규모  
..... **9,000만 리터('19)**



(\*) Euromonitor International

### 인삼드링크 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 형태(음료)

- HS 2202.99<sup>3)</sup> '기타 음료'  
인도네시아 對 글로벌 수입규모  
..... 6,308만 9,000달러('19)
- HS 2202.99 '기타 음료'  
인도네시아 對 한국 수입규모  
..... **783만 8,000달러('19)**



(\*) UN Comtrade

### 인삼드링크 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품 '인삼드링크' 온라인 보다 오프라인 소비가 활발한 제품이며, 인도네시아의 경우 면적이 넓고, 다양한 도시로 구성되어 있음. 이에 지역별로 전반적인 소비자 규모를 파악하고자 '인도네시아 지역별 인구분포'를 조사함. 인도네시아에서 관련 품목이 기수입 되는 것으로 확인됨. 이에 인도네시아 내 한국 인삼드링크 수입현황을 확인하기 위해 '인도네시아 對 한국 인삼드링크 수입액'을 조사함

#### ① 인도네시아 지역별 인구('19)

전체	..... 2억 6,691만 2,000명
자와섬	..... 1억 5,040만 8,000명(56.3%)
수마트라섬	..... 5,845만 6,000명(21.9%)
솔라웨시섬	..... 2,060만 9,000명(7.2%)
칼리만탄	..... 1,622만 8,000명(6.2%)
발리섬 및 소순다열도	..... 1,495만 1,000명(5.5%)
서뉴기니	..... 431만 1,000명(1.7%)
말루쿠 제도	..... 300만 5,000명(1.2%)

#### ② 인도네시아 대 한국 인삼드링크 수입액('19)

2019년	..... 1만 470달러
2018년	..... 7만 4,187달러
2017년	..... 2,003달러
2016년	..... 3,316달러
2015년	..... 2만 8,230달러
연평균성장률(CAGR)('15-'19)	..... -22%

(\*) UNFPA, KATI

1) 청량음료(Soft drinks): 탄산음, 과일/야채 주스, 생수, 기능성 음료, 농축액, RTD 차, RTD 커피 및 아시아 특산 음료를 포괄함  
 2) 에너지드링크(Energy Drinks): 에너지 수준을 높이기 위해 고안된 기능성 음료로, 허브 및 인삼 등이 함유된 제품을 포괄함  
 3) HS CODE 2202.99: 조사제품 '인삼드링크'는 인삼을 첨가한 음료임. 이에 제품의 형태(음료)를 중심으로 '설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함) 및 음료'인 HS CODE 2202.99를 지표로 설정함

# Market Trend

(시장 트렌드)

## 인도네시아 (Indonesia) 인삼드링크 현지화 전략 분석 결과



에너지드링크  
(minuman energi)



무카페인 음료  
(minuman non kafein)



건강 음료  
(minuman kesehatan)



인삼드링크  
(minuman ginseng merah)

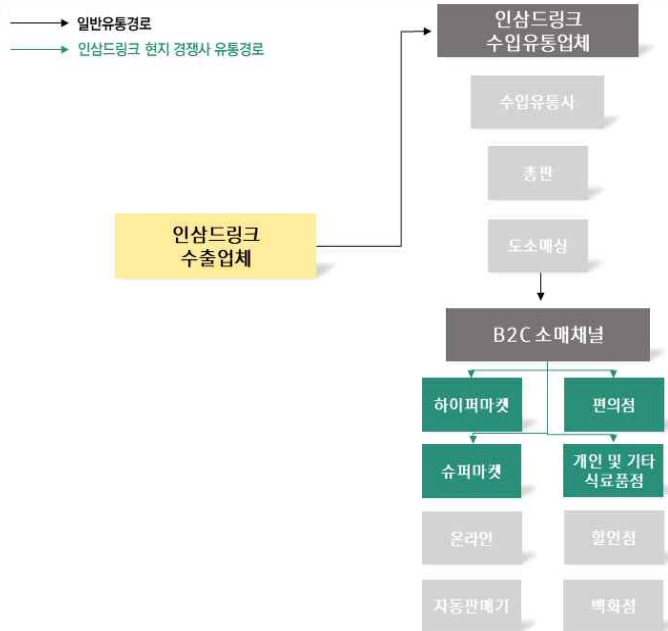
제품	에너지드링크 (홍삼 소재도 있음)	차, 허브티	주스, 허브티	인삼드링크
소비자	남성	커피 대용 음료를 희망하는 소비자	여성	남성
소재	-	허브	과일, 허브	인삼
홍보문구	할로윈 이벤트	유기농 천연소재	다이어트·디톡스	한국의 고려 홍삼
소바 목적	피로회복	숙면	다이어트·디톡스, 코로나19 면역력 제고	피로회복·면역력·스태미나
한국제품	진출 (비타민 음료)	-	진출 (오미자 음료)	진출 (한국 홍삼 음료)

※ 초록색 - 참여기업 일치 요소, 주황색 - 참여기업 불일치 요소

※ 인도네시아 에너지드링크·무카페인 음료·건강 음료·인삼드링크 분석 1,515건 분석 결과

# Distribution Channel

(유통채널)



## 인도네시아(Indonesia)

### 인삼드링크 진출 가능 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 <sup>4)5)</sup>	주요 채널 <sup>6)</sup>
B2C 소매 채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	48.0%	까르푸(Transmart Carrefour), 하이퍼마트(Hypermart), 슈퍼인도(Super Indo), 라마야나(Ramayana), 파머스마켓(Farmer's Market), 자이언트(Giant), 롯데마트(Lotte Mart)
	개인 및 기타 식료품점 <sup>7)8)</sup>	36.0%	파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery), 무궁화마트(Mugunghwa Mart)
	편의점 <sup>9)</sup>	16.0%	알파마트(Alfa Mart), 인도마켓(Indomaret), 씨클케이(Circle K), 요마트(Yomart)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

4) 2019년 기준, 인도네시아 내 '에너지드링크(Energy Drinks)'의 유통채널 점유율임

5) '인삼드링크'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '에너지드링크(Energy Drinks)'의 정보를 확인함

6) 채널 분류에 따른 인도네시아 유통채널로 현지 외 외국계 기업도 포함됨

7) 개인 및 기타 식료품점은 개별적으로 운영되는 채널들의 집합으로, 자체 체인점을 보유하고 있지 않는 식료품점과 키오스크 등을 포함함

8) 본 보고서에서는 개인 및 기타 식료품점을 아시안마트로 조사함

9) 편의점은 주유소 매점을 포함함



# Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> <li>강제 인증 有</li> <li>2024년까지 할랄 인증 필수</li> </ul>	(*) 인도네시아 식품의약청 - 문의처 : <a href="http://www.pom.go.id">www.pom.go.id</a>
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>사전 수입 허가(SKI)</li> <li>식품에 대한 사전 수입 허가 획득 필요</li> <li>식품 등록</li> <li>인도네시아로 유통되는 식품 대상</li> <li>식품 안전, 라벨 등 평가</li> </ul>	(*) 인도네시아 식품의약청 - SKI(사전 수입 허가) - 식품 등록 - 문의처 : <a href="http://www.pom.go.id">www.pom.go.id</a>
Step 03. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> <li>라벨 표기사항</li> <li>별도 심의 사항 없음</li> <li>인도네시아 식품의약청 규정 준수</li> </ul>	(*) 인도네시아 식품의약청 - 식품 등록 - 문의처 : <a href="http://www.pom.go.id">www.pom.go.id</a>
Step 04. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> <li>일반 서류</li> <li>원산지 증명서</li> <li>수입식품 등록번호(ML) 등 필수 서류</li> </ul>	(*) 인도네시아 식품의약청 - 문의처 : <a href="http://www.pom.go.id">www.pom.go.id</a> (*) 인도네시아 관세청 - 문의처 : <a href="http://www.beacukai.go.id">www.beacukai.go.id</a>
Step 05. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> <li>포워딩 업체 섭외</li> </ul>	
Step 06. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입신고</li> <li>서면 또는 전자 통관시스템을 이용하여 신청</li> <li>수입신고서(PB), 상업송장 등</li> </ul>	(*) 인도네시아 관세청 - 문의처 : <a href="http://www.beacukai.go.id">www.beacukai.go.id</a>
Step 07. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> <li>HS CODE 2202.99-50/90 사용</li> <li>관세율 0%</li> <li>부가가치세 10%</li> </ul>	(*) 인도네시아 관세청 - 문의처 : <a href="http://www.beacukai.go.id">www.beacukai.go.id</a> - 참조처 : <a href="http://eservice.insw.go.id">eservice.insw.go.id</a>
Step 08. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>서류 심사</li> <li>제품 검사</li> <li>Red, Yellow, Green으로 분류하여 물품 검사 및 서류 검사 차등 진행</li> </ul>	(*) 인도네시아 식품의약청 - 문의처 : <a href="http://www.pom.go.id">www.pom.go.id</a> (*) 인도네시아 관세청 - 문의처 : <a href="http://www.beacukai.go.id">www.beacukai.go.id</a>

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 푸드스타글로벌  
(PT Foodstar Global)  
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Nana  
(Purchasing Manager)

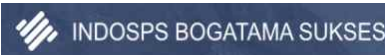
### 태국산 에너지드링크 제품을 주로 수입

인도네시아의 에너지드링크는 주로 태국에서 수입되고 있습니다. 1990년대 초반부터 태국의 에너지드링크가 알려지게 되었고, 지금까지도 인도네시아 소비자들은 주로 태국산 제품을 자주 마시고 있습니다.

### 에너지드링크 구매 시 가격, 성분, 맛을 중시

인도네시아 소비자들은 에너지드링크 구매 시 먼저 제품 간의 가격을 비교한 후 성분을 확인합니다. 가격이 저렴한 제품이 있다면 구매하여 섭취해본 후, 제품의 맛이 취향에 맞는다면 해당 제품을 재구매하는 편입니다.

## Market Trend and Preference



- 인터뷰 기업 : 인도스파스보고타마수크세스  
(PT Indosps Bogatama  
Sukses)  
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Winato  
(Owner)

### 현지 및 수입산 에너지드링크 모두 인기

인도네시아에는 다양한 현지 및 수입산 에너지드링크가 판매되고 있습니다. 현지 제품이 더욱 저렴하긴 하지만 수입산 브랜드의 인지도가 더 높기 때문에 수입산 제품을 선호하는 소비자들도 있습니다.

### 한국산 제품의 브랜드 인지도 높음

최근 인도네시아에 한국 제품들이 많이 진출하여 인기를 얻고 있으므로 인도네시아로 A사의 제품 수출 시에도 브랜드 인지도를 빠르게 얻을 수 있을 것으로 예상됩니다.

## Market Trend and Preference



- 인터뷰 기업 : 파파야프레쉬갤러리  
(Papaya Fresh Gallery)  
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Sony  
(Sales Department)

### 건강기능효과가 있는 인삼드링크를 선호하는 편

인도네시아에서는 카페인이 다량 함유된 에너지드링크를 과도하게 섭취할 경우 몸에 해롭다고 알려졌지만, 인삼은 건강기능효과가 있기 때문에 인삼드링크를 에너지드링크보다 선호하고 있습니다.

### 에너지드링크 구매 시, 가장 유명한 브랜드를 선택

인도네시아 소비자들은 에너지드링크를 구매할 때 가장 유명한 브랜드를 선택하는 경향이 있습니다. 특히 TV나 길가 옥외광고 등에서 많이 홍보하고 있는 제품을 주로 구매합니다.

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Customer and Strategy



- 인터뷰 기업 : 로빈슨슈퍼마켓  
(Robinson Supermarket)  
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Andi  
(Sales Staff)

### 인삼드링크 및 인삼 에너지드링크, 남성 소비자가 선호

에너지드링크의 경우 성별과 관계없이 자주 소비되는 제품이지만 인삼드링크는 주로 남성들이 구매하고 있습니다. 또한 인삼 성분이 들어간 에너지드링크 제품도 역시 남성 소비자가 주로 선호하는 편입니다.

### 시장 진출 시 포장 디자인, 제품 광고, 다양한 플레이버가 중요

인도네시아로 인삼 에너지드링크 수출을 위해서는 먼저 포장 및 패키지 디자인, 제품 광고가 소비자의 눈길을 끌어야 하며 가능하다면 다양한 플레이버 제품을 출시하는 것도 좋은 방법입니다.

## Market Barrier and Certification



- 인터뷰 기업 : 인도네시아 식품의약청  
(BPOM)
- 인터뷰 담당자 : Ms. Yuni  
(F&B Registration  
Department)

### 라벨에 인공감미료 사용 여부 표기 의무

인도네시아에서 유통되는 가공식품은 모두 감미료(Sweetener)의 포함 여부를 반드시 표기해야 하며 특히 페닐알라닌(Phenylalanine) 및 아스파탐(Aspartame)의 사용 시 라벨에 소비자 주의사항을 기재해야 합니다.

### 2024년부터 HALAL 인증 필수

2024년부터 인도네시아에서 유통되는 모든 제품에 HALAL 인증을 받아야 하며 에너지드링크의 경우, 타우린 성분이 포함되었다면 HALAL 인증 시 인증기관에서 타우린의 추출 재료를 확인받아야 합니다.

## II. 시장규모(Market Size)

1. 인도네시아 인삼드링크 시장규모
2. 인도네시아 인삼드링크 수출입 시장규모
3. 인도네시아 인삼드링크 소비 시장규모

## 1. 인도네시아 인삼드링크 시장규모

### 인도네시아 국가 일반 정보<sup>11)</sup>

면적	190만km <sup>2</sup>
인구	2억 6,700만 명
GDP	1조 1,117억 달러
GDP (1인당)	4,164달러

조사 시장: 조사제품인 ‘인삼드링크’는 인삼을 함유하고 있으며, 활력 증진을 위해 섭취하는 제품임. 이에 제품의 원료(인삼)와 용도(활력 증진)를 기준으로 허브나 인삼이 함유된 에너지향상 음료인 ‘에너지드링크’와 그 상위품목인 청량음료 시장을 조사함

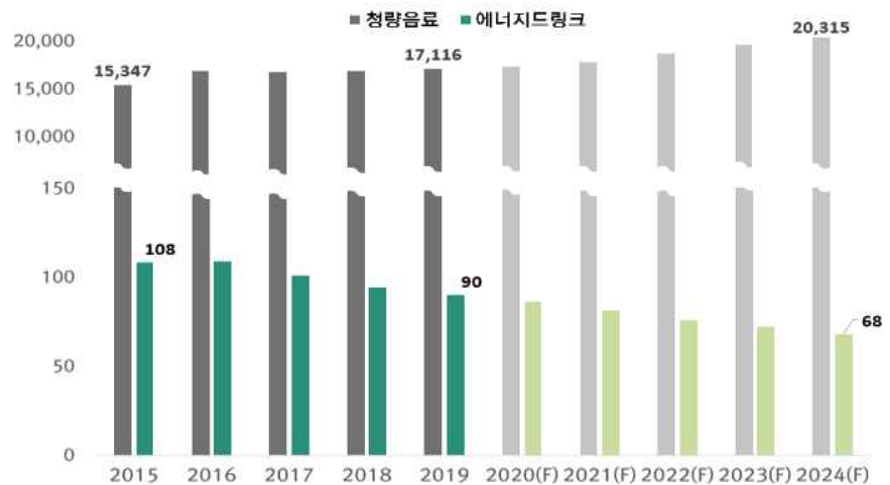
▶ 2020-2024년, 인도네시아 ‘에너지드링크’ 시장규모, 연평균성장률 6% 감소 예상  
향후 5년(2020-2024년)간 인도네시아의 ‘청량음료’ 시장규모는 연평균 4% 증가하여 2024년에는 203억 1,500만 리터를 기록할 것으로 예상됨. 동기간 ‘에너지드링크’ 시장규모는 연평균 6% 감소세를 보이며 2024년 6,800만 리터를 기록할 것으로 예측됨

▶ 인도네시아 ‘에너지드링크’ 시장규모 감소, 건강에 대한 의식 증가가 원인

에너지드링크는 인도네시아에서 건강에 대한 의식이 높아지면서 설탕, 카페인, 인공 첨가물 등이 많은 음료에 대한 소비가 줄어드는 추세와 더불어 지난 2016년부터 2019년까지 3년간 판매가 줄어들었음. 또한 에너지드링크 판매에 대한 인도네시아의 엄격한 규제 시행은 향후 판매에도 부정적인 영향을 끼칠 것으로 예측됨

[표 2.1] ‘청량음료’, ‘에너지드링크’ 시장규모<sup>10)</sup>

단위 : 백만 리터



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR (15-19)
상위 품목 청량음료	15,347	16,788	16,671	16,887	17,116	3%
해당 품목 에너지드링크	108	109	101	94	90	-4%
전망	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	CAGR (20-24)
상위 품목 청량음료	17,279	17,775	18,677	19,537	20,315	4%
해당 품목 에너지드링크	86	81	76	72	68	-6%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

10) 환산된 데이터(단위: 리터)는 모두 반올림됨

11) 자료 : 외교부 홈페이지(www.mofa.go.kr), 2020

## 2. 인도네시아 인삼드링크 수출입 시장규모

HS CODE 2202.99: 조사제품 ‘인삼드링크’는 인삼을 첨가한 음료임. 이에 제품의 형태(음료)를 중심으로 ‘설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함) 및 음료’인 HS CODE 2202.99를 지표로 설정함

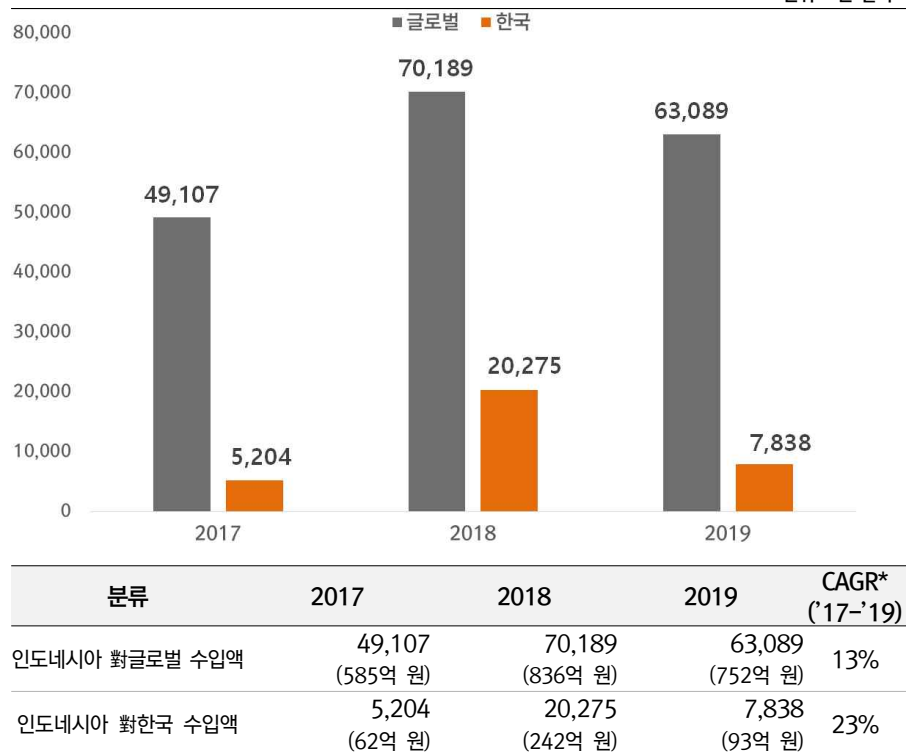
### ▶ 2017-2019년, 인도네시아 對글로벌 수입액 연평균성장률 13%

인도네시아 HS CODE 2202.99 품목의 對글로벌 수입규모는 지난 3년(2017-2019년)간 연평균 13%의 증가세를 보이며 2019년 6,308만 9,000달러를 기록함. 특히 2018년에는 전년 대비 가장 가파른 성장세를 보였음. 인도네시아 HS CODE 2202.99 품목의 수입상대국 1위는 말레이시아로 확인되며, 2019년 기준 3,666만 9,000달러(437억 원)을 기록하며 전체 수입액의 약 49%를 차지함

### ▶ 2017-2019년, 인도네시아 對한국 수입액 연평균성장률 23%

인도네시아 HS CODE 2202.99 품목 對한국 수입은 지난 3년(2017-2019년)간 연평균 23%의 증가세를 보이며 2019년 783만 8,000달러를 기록함. 이는 對글로벌 수입액의 12%에 해당함

[표 2.2] 인도네시아 HS CODE 2202.99 수입 규모<sup>12)13)</sup>



자료 : UN Comtrade HS CODE 2202.99 기준

12) 1달러=1,191.40원 (2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

13) 환산된 데이터(단위 : 원)는 모두 반올림됨

### 3. 인도네시아 인삼드링크 소비 시장규모

#### 1) 인도네시아 지역별 인구 분포

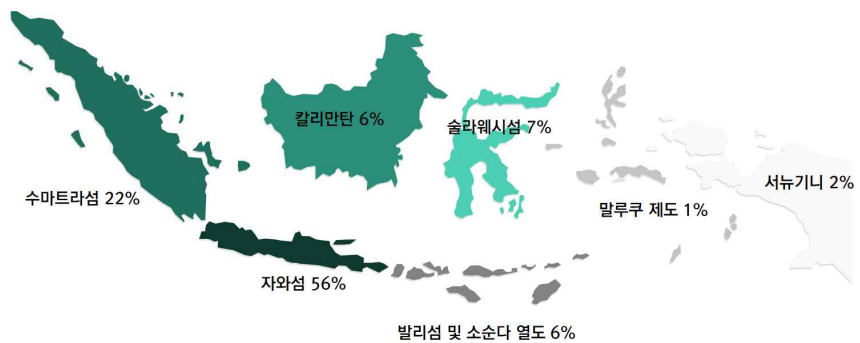
조사 제품 ‘인삼드링크’ 온라인 보다 오프라인 소비가 활발한 제품이며, 인도네시아의 경우 면적이 넓고, 다양한 도시로 구성되어 있음. 이에 지역별로 전반적인 소비자 규모를 파악하고자 ‘인도네시아 지역별 인구분포’를 조사함

#### ▶ 2019년, 자와섬 인구 규모 1억 5040만 8천 명으로 1위

유엔인구기금(UNFPA)에 따르면, 2019년 기준, 인도네시아의 총 인구수는 2억 6,691만 2,000명임. 6개의 제도 중 총 인구의 56.3%를 차지하는 자와섬(Pulau Jawa)의 인구 규모가 1억 5,040만 8,000명으로 가장 큼. 주별로 분류했을 때는 4,902만 3,000명으로 인도네시아 인구의 18.4%를 차지하는 서자와주(Provinsi Jawa Barat)의 인구규모가 가장 크며, 주요도시는 반둥임

[표 2.3] 2019년 인도네시아 지역별 인구 분포<sup>14)</sup>

단위 : 천 명



지역	인구수	지역	인구수	지역	인구수
수마트라섬	58,456 (21.9%)	자와섬	150,408 (56.3%)	술라웨시섬	20,609 (7.2%)
북수마트라주	14,639 (5.5%)	서자와주	49,023 (18.4%)	남술라웨시주	8,820 (3.3%)
남수마트라주	8,497 (3.2%)	동자와주	39,745 (14.9%)	중앙술라웨시주	3,042 (1.1%)
람퐁주	8,458 (3.2%)	중앙자와주	34,553 (12.9%)	동남술라웨시주	2,664 (1.0%)
리아우주	6,835 (2.6%)	반텐주	12,714 (4.8%)	북술라웨시주	2,494 (0.9%)
서수마트라주	5,480 (2.1%)	자카르타	10,504 (3.9%)	서술라웨시주	2,494 (0.5%)
아체주	5,316 (2.0%)	요카르타	3,869 (1.4%)	고론탈로주	1,176 (0.4%)
잡비주	3,566 (1.3%)	칼리만탄	16,228 (6.2%)	발리섬/소순다 열도	14,951 (5.5%)
리아우 제도주	2,242 (0.8%)	서칼리만탄주	5,046 (1.9%)	동누사텡가라주	5,437 (2.0%)
붕쿨루주	1,972 (0.7%)	남칼리만탄주	4,216 (1.6%)	서누사텡가라주	5,152 (1.9%)
방카벨리퐁주	1,451 (0.5%)	동칼리만탄주	3,620 (1.4%)	발리주	4,362 (1.6%)
서뉴기니	4,311 (1.7%)	중앙칼리만탄주	2,650 (1.0%)	말루쿠 제도	3,005 (1.2%)
파푸아주	3,347 (1.3%)	북칼리만탄주	696 (0.3%)	말루쿠주	1,769 (0.7%)
서파푸아주	964 (0.4%)			북말루쿠주	1,236 (0.5%)

자료 : 유엔인구기금(UNFPA)

14) 유엔인구기금(UNFPA), 「Indonesia Population Projection 2015-2045」, 2018

15) 해당 자료는 인도네시아 통계청에서 집계하는 5년, 10년 간격의 인구 조사 데이터(SP: Population Census, SUPAS: Intercensal Population Survey)를 바탕으로 인구 증가율, 출산율, 사망률을 고려하여 추정된 수치임

2) 인도네시아 對 한국  
인삼드링크 수입액

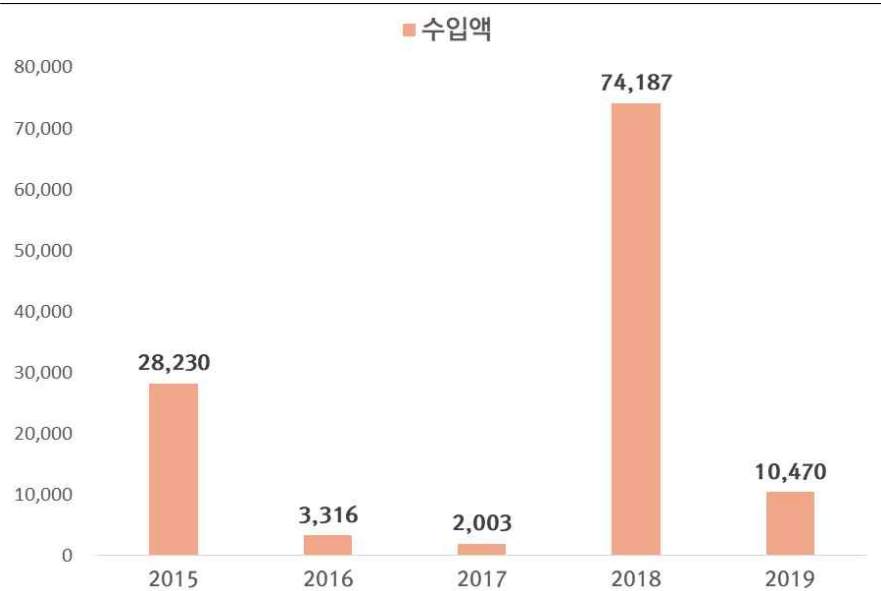
조사 제품인 ‘인삼드링크’는 인삼을 활용하여 만든 음료이며, 인도네시아에서 관련 품목이 기수입 되는 것으로 확인됨. 이에 인도네시아 내 한국 인삼드링크 수입현황을 확인하기 위해 ‘인도네시아 對 한국 인삼드링크 수입액’을 조사함

▶ 2019년, 인도네시아 對 한국 인삼드링크 수입액 1만 470달러

농식품수출정보(KATI)에 따르면, 2019년 인도네시아 對 한국 인삼드링크 수입규모는 1만 470달러를 기록함. 지난 5년간(2015-2019년) 인도네시아 對 한국 인삼드링크 수입규모는 연평균 22%의 하락세를 보였음. 그러나 2018년의 경우 전년대비 크게 증가하여 74,187달러의 수입량을 기록한 적이 있기에 할랄 인증, 현지 특성에 맞춘 마케팅 등을 통해 수입액은 증가할 수 있을 것으로 전망됨

[표 2.4] 인도네시아 對 한국 인삼드링크 수입액<sup>16)</sup>

단위 : 달러



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR* ('15-'19)
인도네시아 對 한국 인삼드링크 수입액	28,230	3,316	2,003	74,187	10,470	-22%
	(3,363만 원)	(395만 원)	(239만 원)	(8,839만 원)	(1,247만 원)	

자료 : 농식품수출정보(KATI), AG CODE 15593-0004 기준

16) 농식품수출정보(KATI)



### Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 인도네시아 에너지드링크, 글로벌 브랜드 다수 진출
2. 인도네시아 무카페인 음료, 차 또는 허브 음료 다수
3. 인도네시아 건강 음료, 다이어트 또는 코로나19 대비 음료 多
4. 인도네시아 인삼드링크, 면역력 또는 스테미나 홍보

## 데이터 분석 프로세스

### ○ 데이터 분석 요약

#### 데이터 수집 소스원



(인도네시아 매체 12개)

농식품  
(기사, 포스팅, 댓글)



데이터 수집  
13,419건

##### ① 인도네시아 관련 기사 데이터 수집(\*)

\* 수집원 : 인도네시아 언론 매체 및 온라인쇼핑몰

##### ② 인도네시아 인삼 드링크 관련 소비자 데이터 수집(\*)

\* 수집원 : Lazada(www.lazada.com.id)

Shopee(www.shopee.id.com)

Liputan6(www.liputan6.com)

#### 데이터 분류 키워드집



(인삼드링크 연관 키워드집)

에너지드링크, 무카페인 음료  
건강 음료, 인삼드링크  
(검색어)



데이터 정제  
1,515건

##### ① 수집 데이터 정의

\* 수집 키워드 : minuman energy, minuman non kafein, minuman kesehatan, minuman ginseng merah

##### ② 수집 데이터 정제

\* 정제 데이터 추출 : 에너지드링크, 무카페인 음료, 건강 음료, 인삼드링크

연관어 분석  
(시장 트렌드 분석)



데이터 분석  
인도네시아 인삼드링크  
현지화 전략 수립

##### ① 데이터 분석 배경 및 목적

\* 인도네시아 인삼드링크 현지화 전략 수립

##### ② 데이터 분석 기법 선정

\* 키워드 분석

\* 인삼 드링크 관련 키워드집 구축(\*\*)

\* 키워드별 발생 빈도 및 연관문서 군집 분석(\*\*\*)

##### ③ 데이터 분석 값 도출 및 검증

\* 현지 매체 조사를 통한 데이터 분석 값 검증

#### 데이터 분석

(연관어 분석)

1) 데이터 수집

● 데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.08
수집 데이터	13,149건

데이터 정제

정제 키워드	에너지드링크 (minuman energi) 무카페인 음료 (minuman non kafein) 건강 음료 (minuman kesehatan) 인삼드링크 (minuman ginseng merah)
정제 데이터	1,515건

○ 데이터 수집

- 인도네시아 온라인쇼핑몰, 뉴스매체, 커뮤니티 리스트

[표 3.1] 인도네시아 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Lazada	www.lazada.com.id	온라인쇼핑몰
02	Shopee	www.shopee.id.com	온라인쇼핑몰
03	Liputan6	www.liputan6.com	뉴스매체
04	Femina	www.femina.in	뉴스매체
05	Republika	republika.co.id	뉴스매체
06	Popbela	www.popbela.com	뉴스매체
07	Detik	wolipop.detik.com	뉴스매체
08	Highlight	highlight.id	뉴스매체
09	Suara	www.suara.com	뉴스매체
10	Media Indonesia	mediaindonesia.com	뉴스매체
11	Sindo News	sindonews.com	뉴스매체
12	Kaskus	www.kaskus.co.id	커뮤니티

○ 데이터 분석 키워드집

- 인도네시아 인삼드링크 관련 매체 사전조사

[표 3.2] 인도네시아 인삼드링크 관련 매체 리스트



현지 온라인 쇼핑몰  
인삼드링크 특징 및 후기

현지 온라인 쇼핑몰  
인삼드링크 특징 및 후기

현지 뉴스매체  
주요 음료 트렌드

키워드 ①	고려 홍삼 음료	키워드 ①	에너지드링크	키워드 ①	홈메이드 음료 인기
키워드 ②	코로나19 면역음료	키워드 ②	전통 허브 차	키워드 ②	디톡스 음료
키워드 ③	디톡스	키워드 ③	남성 구매	키워드 ③	할랄인증 중요
키워드 ④	다이어트	키워드 ④	다이어트 음료	키워드 ④	저설탕 음료 수요

## 2) 데이터 분류

## ○ 데이터 분석 키워드집

- 인도네시아 인삼드링크 관련 데이터 분석 키워드집

[표 3.3] 인도네시아 인삼드링크 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 <sup>(*)</sup>	
			의미	인도네시아어	참여기업	기타
참여 기업	한국 고객사 사용 키워드	에너지 음료	에너지드링크	Energy Drink	0	0
			락스타	Rcokstar		0
레드불	Red Bull			0		
몬스터	Monster			0		
보충	Supplement		0	0		
남성	pria			0		
할로윈	Halloween			0		
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	무카페인 음료	무카페인	Caffeine-free	0	0
			차	Tea / Teh		0
			유기농	Organic		0
			자연	Alam	0	0
			허브	Herba	0	0
			전통적인	tradisional		0
			페퍼민트	Permen		0
스피어민트	Tanaman permen		0			
건강 음료		건강 음료	건강	kesehatan	0	0
			허브	Herba		0
			레몬	lemon		0
			주스	jus		0
			생강	Jahe		0
			신선한	segar		0
인삼드링크		인삼드링크	인삼드링크	Minuman ginseng merah	0	0
			홍삼	Ginseng merah	0	0
			한국	Korea	0	0
			에너지	energi	0	0
			보충	suplemen	0	0
			꿀	madu		0

## 빅데이터 분석 프로세스

### ○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 인도네시아 인삼드링크 현지화 전략 수립

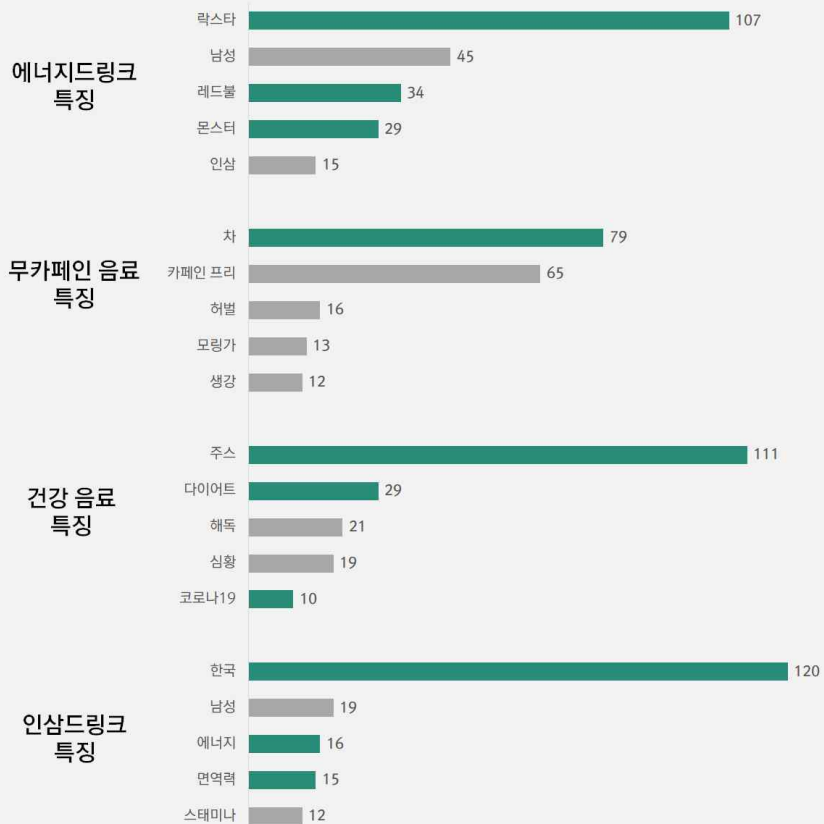
- ① 인도네시아 선호 에너지드링크 특징
- ② 인도네시아 선호 무카페인 에너지드링크·무카페인 음료 특징
- ③ 인도네시아 선호 건강음료 특징
- ④ 인도네시아 선호 인삼드링크 특징

### ○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석

- ① 온라인쇼핑몰, 구매후기, 언론매체 ‘에너지드링크’ 연관어 분석
- ② 온라인쇼핑몰, 구매후기, 언론매체 ‘무카페인 음료’ 연관어 분석
- ③ 온라인쇼핑몰, 구매후기, 언론매체 ‘건강 음료’ 연관어 분석
- ④ 온라인쇼핑몰, 구매후기, 언론매체 ‘인삼드링크’ 연관어 분석

### [ 인도네시아 인삼드링크 연관어 분석 결과 ]



## 1. 인도네시아 에너지드링크, 글로벌 브랜드 다수 진출

### 인도네시아 판매 홍삼 에너지드링크 제품



제품명	레드 제도 에너지드링크
판매가	70,829원 <sup>17)</sup> (868,000루피아 <sup>18)</sup> )
용량	90개입

- 특징
- 고려 홍삼 적용
  - 남성 성능 개선 효능

자료 : 쇼피 인도네시아  
(www.shopee.id)

### ▶ 인도네시아 에너지드링크, 글로벌 브랜드 다수

인도네시아 온라인 쇼핑몰을 통해 거래되고 있는 에너지드링크들을 분석한 결과, 글로벌 브랜드들이 많이 판매되고 있음. 주요 브랜드로는 락스타(Rockstar), 레드불(Red Bull), 몬스터(Monster) 등이 많이 발견되었으며 내슬레 산하 브랜드인 마일로(Milo) 역시 에너지드링크를 판매하고 있음

인삼드링크의 주 소비층 키워드는 여성보다 남성 비중이 높았으며, 업무상의 피로 회복 등을 이유로 구매했다는 의견이 많았음

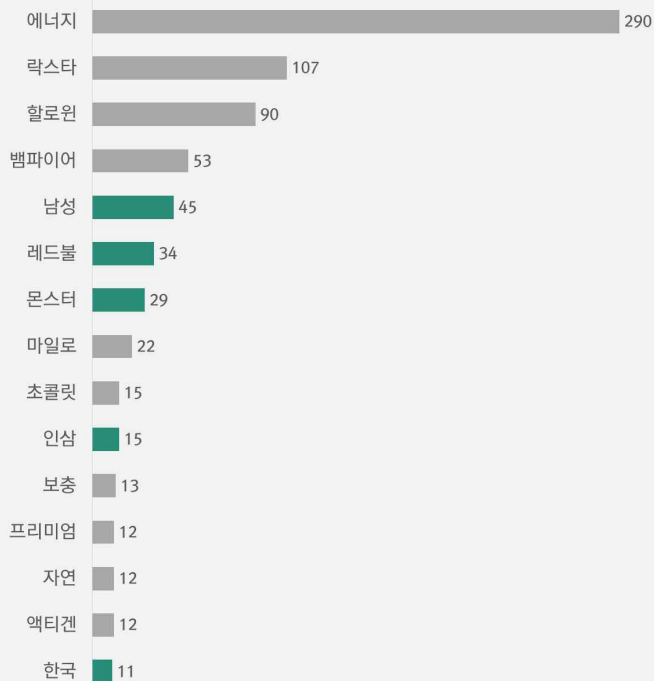
### ▶ 홍삼·인삼, 에너지드링크 원료로 사용

특이사항으로 인도네시아 로컬 브랜드 제도(Zeddo)에서는 고려 홍삼을 원료로 하는 에너지드링크를 판매하고 있음. 해당 제품은 홍삼, 레드 비트, 비타민 C를 혼합한 제품으로 남성 정력 개선에 좋다는 점을 강조하고 있음

### ▶ 인도네시아 에너지드링크 분석

- ① 글로벌 브랜드 다수 진출 ② 홍삼·인삼 에너지드링크 원료로 판매

[표 3.4] 인도네시아 에너지드링크 연관어 분석



자료 : 인도네시아 온라인쇼핑몰·구매후기·언론매체 '에너지드링크' 579건 분석 (18.01 - 20.08)

17) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

18) 100루피아=8.16원 (2020.08.01. KEB 하나은행 매매기준을 적용)

## 2. 인도네시아 무카페인 음료, 차 또는 허브 음료 다수

### ● 인도네시아 카페인 대체 음료

01. 허브차
02. 치커리 음료
03. 밀크티
04. 수프

자료 : 리퍼블리카  
(republika.co.id)

#### ▶ 인도네시아 무카페인 음료, 차 또는 허브 음료 다수

인도네시아 온라인 쇼핑몰을 통해 거래되고 있는 무카페인 음료를 분석한 결과, 차 또는 허브 음료 제품들이 다수 판매되고 있는 것으로 나타남. 차 관련 제품으로는 페퍼민트, 카모마일 등이 많이 거래되고 있으며, 허브 음료는 파우더 제형이 많고 모링가, 생강 등이 판매되고 있음

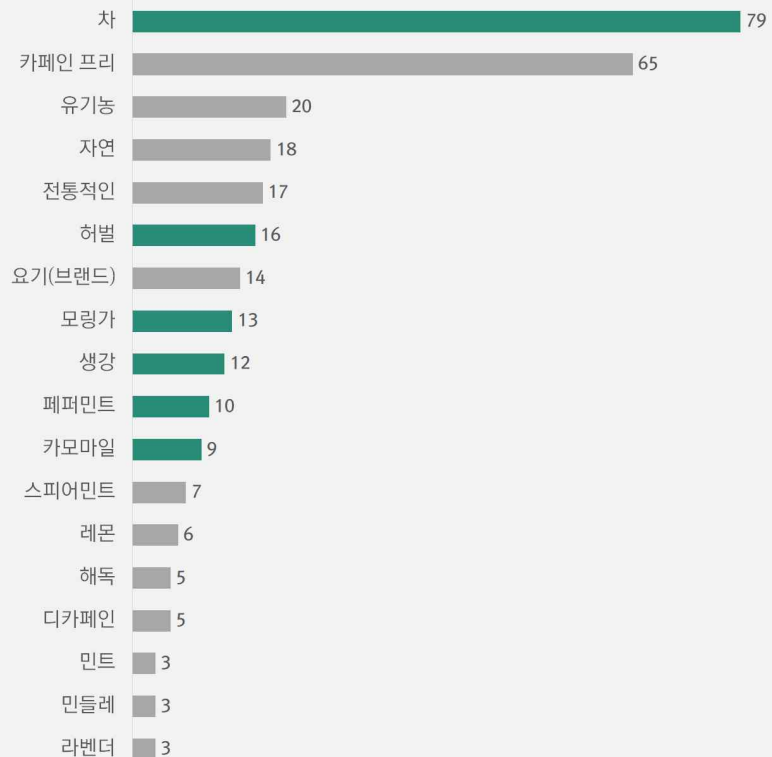
#### ▶ 인도네시아 무카페인 음료, 에너지드링크 대용보다는 커피 대체 수요 많아

인도네시아에 거래되고 있는 무카페인 음료 제품들의 홍보 문구로 커피 대용이라는 문구가 많이 있었으며, 에너지드링크를 대체했다는 내용은 확인할 수 없었음. 그러나 현지 매체를 통해 카페인의 위험성 등이 보도되고 있어, 장기적인 관점에서는 에너지드링크의 카페인에 대한 경각심도 커질 가능성이 있음<sup>19)</sup>

#### ▶ 인도네시아 무카페인 음료 분석

##### ① 차·허브음료 ② 커피 대용으로 섭취

[표 3.5] 인도네시아 무카페인 음료 연관어 분석



자료 : 인도네시아 온라인쇼핑몰·구매후기·언론매체 '무카페인 음료' 343건 분석 (18.01 - 20.08)

19) 리퍼블리카(Republika), 'Alternatif Minuman Bebas Kafein Pengganti Kopi Decaf', 2020.09.15.

### 3. 인도네시아 건강 음료, 다이어트 또는 코로나19 대비 음료 多

● 인도네시아 판매  
코로나19 건강 음료 제품



제품명      디톡스 앤  
                  코로나 음료

판매가      1,224원  
                  (15,000루피아)

특징      · 홈메이드 건강음료  
            · 레몬, 생강 등 함유  
            · BPOM 인증 취득

자료 : 쇼피 인도네시아  
(www.shopee.id)

▶ 인도네시아 건강 음료, 여성 타깃의 다이어트 디톡스 컨셉 많아

인도네시아 온라인 쇼핑몰을 통해 거래되고 있는 건강 음료 제품은 여성들을 타깃으로 한 레몬, 블루베리 등 주스 제품이 많았음. 여성들을 타깃으로 판매되는 건강음료 제품들은 디톡스, 천연, 다이어트 등을 홍보문구로 내세우고 있음

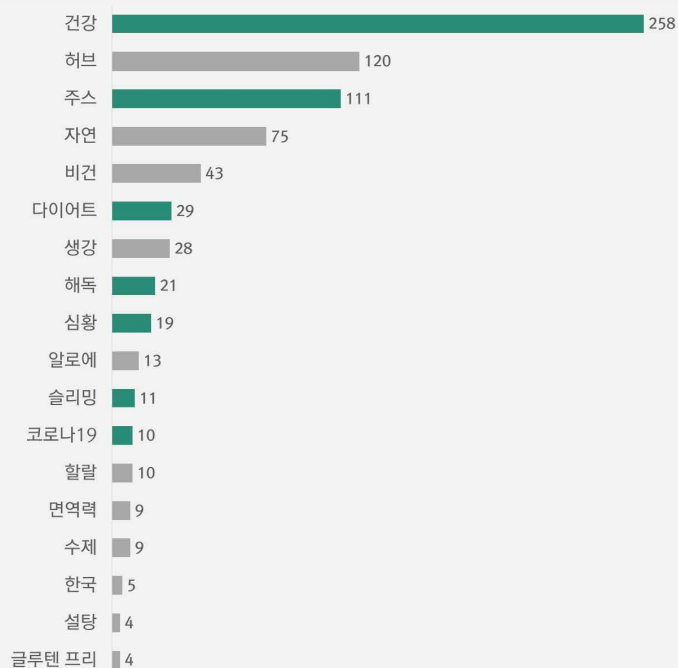
▶ 코로나19 관련 면역력 제고 컨셉도 늘어나는 추세

특이사항으로 최근 코로나19와 관련하여 면역력 콘셉트의 건강 음료 제품도 늘어나고 있음. 해당 제품들은 제비집, 심황 등 면역력에 좋은 원료들을 사용한 것을 강조해 판매하고 있으며 인도네시아 식약처 인증(BPOM) 취득 등을 주요 홍보문구로 내세우고 있음

▶ 인도네시아 건강 음료 분석

① 다이어트·디톡스 등 미용 컨셉 多    ② 코로나19 면역력 컨셉

[표 3.6] 인도네시아 건강 음료 연관어 분석



자료 : 인도네시아 온라인쇼핑몰·구매후기·언론매체 '건강 음료' 453건 분석 (18.01 - 20.08)



#### 4. 인도네시아 인삼드링크, 면역력 또는 스테미나 홍보

##### ● 인도네시아 판매되는 한국 인삼드링크 제품



제품명	홍삼원 홍삼 음료
판매가	81,518원 (999,000루피아)
용량	80ml x 16개입
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 6년근 홍삼</li> <li>· 면역력 개선에 도움</li> <li>· 차갑게 마실 경우, 얼음을 넣을 것</li> </ul>

자료 : 쇼피 인도네시아  
(www.shopee.id)

##### ▶ 인도네시아 인삼드링크, 대다수 한국 음료 진출

인도네시아 온라인 쇼핑몰에서 판매되고 있는 인삼드링크 제품들은 한국산 음료 제품이 많으며 CH 브랜드 제품이 다수를 차지하고 있음. 한국 고려 인삼 및 홍삼은 인도네시아 시장에 잘 알려져 있으며, 인삼드링크 제품들은 면역력 개선 및 피로회복 등의 기능을 강조하고 있음

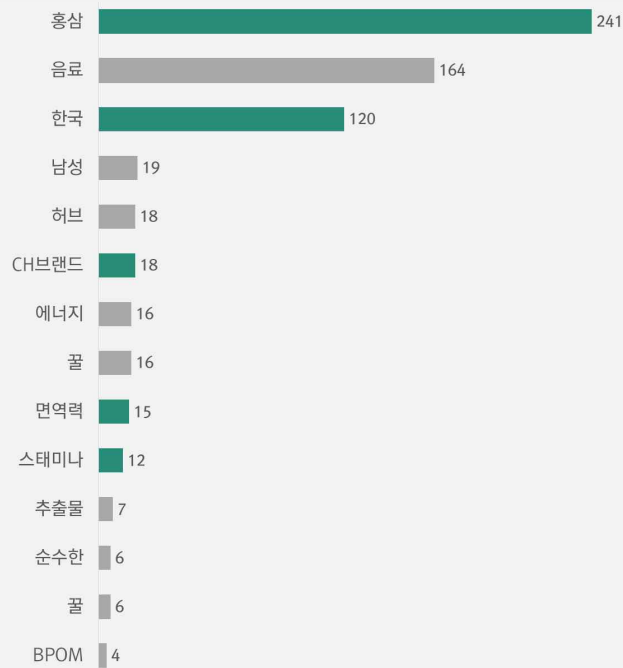
##### ▶ 인도네시아 인삼드링크, 남성용 스테미나 음료 홍보

특이사항으로 인도네시아에서 자체 생산하는 인삼드링크 제품은 한국산 인삼·홍삼 원료를 기반으로 제조되고 있으며, 남성용 스테미나 음료로 홍보하는 제품도 발견됨

##### ▶ 인도네시아 인삼드링크 연관어 분석

- ① 한국 인삼드링크 - 면역력 개선·피로 회복
- ② 인도네시아 인삼드링크 - 스테미나

[표 3.7] 인도네시아 인삼드링크 연관어 분석



자료 : 인도네시아 온라인쇼핑몰·구매후기·언론매체 '인삼드링크' 140건 분석 (18.01 - 20.08)

## IV. 유통채널(Distribution Channel)

1. 인도네시아 인삼드링크 진출 가능 유통구조
2. 인도네시아 인삼드링크 진출 가능 주요 유통업체
3. 인도네시아 인삼드링크 진출 가능 B2C 소매채널

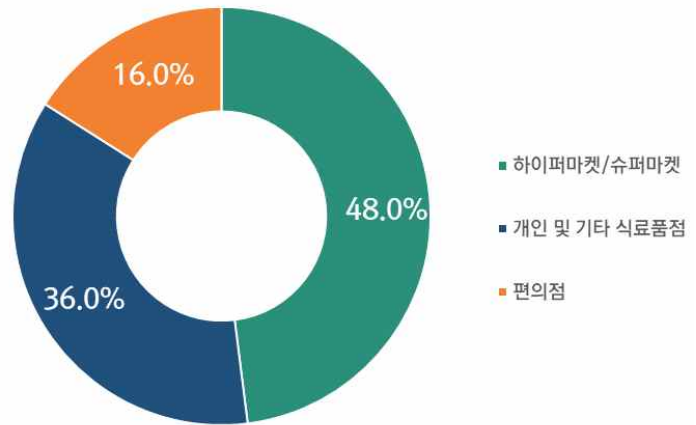
## 1. 인도네시아 인삼드링크 진출 가능 유통구조

품목 구분 및 분류

품목	인삼드링크
구분	에너지드링크
범주	에너지드링크 (Energy Drinks)

- ▶ 인도네시아 인삼드링크 진출 가능 주요 채널  
'하이퍼마켓/슈퍼마켓(48.0%), 개인 및 기타 식료품점(36.0%), 편의점(16.0%)'

[표 4.1] 인도네시아 인삼드링크 진출 가능 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 4.2] 인도네시아 인삼드링크 진출 가능 유통채널 현황

채널 유형	인삼드링크 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	48.0%	까르푸(Transmart Carrefour), 하이퍼마트(Hypermart), 롯데마트(Lotte Mart), 슈퍼인도(Super Indo), 라마야나(Ramayana), 파머스마켓(Farmer's Market), 자이언트(Giant), 랜치마켓(Ranch Market)
	개인 및 기타 식료품점	36.0%	파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery), 무궁화마트(Mugunghwa Mart)
	편의점	16.0%	알파마트(Alfa Mart), 인도마켓(Indomaret), 써클케이(Circle K), 요마트(Yomart)

자료 : 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

## 2. 인도네시아 인삼드링크 진출 가능 유통업체

- ▶ 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 개인 및 기타 식료품점, 편의점이 대표적
- ▶ 추가로 온라인에서 유사제품 판매가 확인되어 조사채널에 포함함

[표 4.3] 인도네시아 인삼드링크 진출 가능 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 <sup>20)</sup> <sup>21)</sup> <sup>22)</sup> , 매장 수	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	롯데마트 (Lotte Mart)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 17조 6,000억	T사, J사, 앙겟사리(Angel Sari)	0
2	하이퍼마트 (Hypermart)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 8조 6,550 루피아 (약 7,062억 4,800만)	키란티(Kiranti), 허바드링크 (Herbadrink), 인트라(Intra)	0
3	트랜스마트까르푸 (Transmart Carrefour)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 807억 유로 (약 113조 8,846억 원)	C사, 허바드링크 (Herbadrink), 무스티카라투 (Mustika Ratu)	0
4	무궁화마트 (Mugunghwa Mart)	개인 및 기타 식료품점	매장 수('20): 9개	B사, T사	0
5	파파야프래시 갤러리 (Papaya Fresh Gallery)	개인 및 기타 식료품점	매장 수('20): 12개	파파야(Papaya), 이토엔(伊藤園)	0

자료 : 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

20) 1달러=1,191.40원(2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

21) 100루피아=8.16원(2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

22) 1유로=1,411.21원(2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	알파마트 (Alfamart)	편의점	약 1조 1,000억 루피아 (약 8조 9,760억 원)	키란티(Kiranti), 네슬레(Nestle), 후르티(Fruitea), 끄라땡땡(Krating Daeng)	0
7	인도마켓 (Indomaret)	편의점	약 2,578억 루피아 (약 2조 1,036억 원)	디제이(Dj), 부아비타(Buavita), 후르티(Fruitea)	0
8	토코페디아 (Tokopedia)	온라인	약 16억 달러 (약 1조 9,062억 원)	K사, T사, W사	0
9	부갈라팍 (Bukalapak)	온라인	약 1억 9,200만 달러 (약 2,287억 4,880만 원)	W사, T사, C사, 엑스트라조스 (Extra Joss)	0
10	쇼피 (Shopee)	온라인	약 8억 2,265만 달러 (약 9,859억 4,602만 원)	키란티(Kiranti), 허바드링크 (Herbadrink), 헤마비션 (Hemavition)	0

자료 : 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

### 3. 인도네시아 인삼드링크 진출 가능 B2C 소매채널

#### 1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓



##### ① 롯데마트(Lotte Mart)

기업 기본 정보	기업명	롯데마트(Lotte Mart)	
	홈페이지	www.lottemart.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매출액('19)	약 17조 6,000억 원 <sup>23)</sup>
		기타 규모	매장 수('20): 약 50개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>2008년 인도네시아 마크로(Makro) 19개 지점을 인수해 국내 유통업체 최초로 인도네시아 시장에 진출</li> <li>도매전문 롯데글로설(Lotte Grosir)과 소매전문 롯데마트하이퍼마켓(Lotte Mart Hypermarket), 롯데슈퍼마켓(Lotte Supermarket) 형태로 운영</li> <li>롯데쇼핑(주)의 롯데마트사업본부에서 운영하는 할인점</li> </ul>		
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>2023년까지 인도네시아 전역에 100개 점포 오픈 예정</li> <li>2020년 코로나 19사태에 대한 대응방안으로 온라인 플랫폼 확장</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	헤마비톤티블레즈 (Hemaviton Tea Blazt)
		종류	에너지드링크
		용량	250ml
		원산지	인도네시아

자료 : 롯데마트(Lotte Mart), 롯데쇼핑(Lotte Shopping), 유로모니터(Euromonitor), 더자카르타포스트(The Jakarta Post)  
사진 자료 : 롯데마트(Lotte Mart)

#### 23) 롯데쇼핑 글로벌 통합 매출


**입점 및 협력 정보**

<p><b>입점 제품 특징</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 간편식품, 냉동식품, 소스류, 스낵류, 육류, 건강보조식품, 주류, 음료류 등</li> <li>- 일반: 화장품, 전자제품, 생활용품, 주방용품, 유아용품, 청소용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 신선한 제품, 유기농 제품</li> <li>- 할랄 식품 입점 시 선호</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 중상류층을 공략하기 위한 프리미엄 수입 상품을 대폭 강화</li> <li>- 푸드코트를 운영하며 기존 대형마트 매장 규모를 축소해 가전, 의류, 잡화, 스포츠용품 등을 제외한 생필품 중심의 상품 판매</li> <li>- 다양한 한국 식품을 판매하며, 참치, 두부, 김치, 떡볶이, 된장, 고추장, 김 등 취급</li> </ul> </li> </ul>		
<p><b>입점 등록 절차</b></p>	<p><b>등록 유형</b></p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 내 Contact Us 클릭하여 입점 문의 제출 (<a href="http://www.lottemart.co.id/contact">www.lottemart.co.id/contact</a>)</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일)</li> <li>② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개)</li> <li>③ 참고자료 (현지어 회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> </ul>	
	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: <a href="mailto:customercare@lottemart.co.id">customercare@lottemart.co.id</a></li> <li>- 전화번호: +62-21-840-4080</li> <li>- 팩스: +62-21-840-4075</li> </ul> </li> </ul>	
<p><b>벤더 리스트</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CV Libra Food Service(식음료 브로커)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지: <a href="http://www.libra-food.com">www.libra-food.com</a></li> <li>- 이메일: <a href="mailto:cs.care@libra-food.com">cs.care@libra-food.com</a> / 전화번호: +62-21-691-9292</li> <li>- 기업소개: 인도네시아 내 유통업체 납품 및 판매 활동 지원</li> </ul> </li> </ul>		

자료 : 롯데마트(Lotte Mart), 유통채널 담당자와의 인터뷰



②하이퍼마트(Hypermart)

기업 기본 정보	기업명	하이퍼마트(Hypermart)	
	홈페이지	shop.hypermart.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매출액('19)	약 8조 6,550 루피아 (약 7,062억 4,800만)
기업 요약	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매장 수('18): 약 107개</li> <li>• 직원 수('18): 약 9,495명</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인도네시아 기업으로 2004년에 시장 진출</li> <li>• 인도네시아 전역에 225개 아울렛 매장을 보유한 엠피피에이(Mppa) 리테일 그룹의 중심 유통 사업</li> <li>• 자카르타 외곽에서부터 점포를 개설해 시장을 확대하는 전략 사용</li> </ul>		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 4월 코로나 19에 대한 대응으로 이동제한 구역 주민들을 위해 판매 트럭 운행</li> <li>• 2020년 코로나 19에 대한 대응으로 비대면 쇼핑 시스템 실시, 매장 밖에 주차 되어 있는 고객에게 결제한 식품 배달</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	레드불 (Red Bull)
		종류	에너지드링크
		용량	250ml
		원산지	미국

자료 : 하이퍼마트(Hypermart), 엠피피에이리테일그룹(Mpea Retail Group), 폰탄(Kontan), 씨엔비씨(Cnbc), 자카르타글로브(Jakartaglobe)  
사진 자료 : 하이퍼마트(Hypermart), 씨엔비씨(Cnbc)



입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 건강보조식품, 스낵류, 음료류, 소스류 등</li> <li>- 일반: 화장품, 전자제품, 의류, 잡화류, 주방용품, 세제류, 유아용품, 생활용품, 청소용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 할랄 식품 입점 선호</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 중산층 이상 고객층 중심, 중저가 상품 위주 취급</li> <li>- 돼지고기 첨가 제품은 반드시 논할랄(Non Halal) 코너에 전시 판매</li> <li>- 프로모션을 진행하려면 사전 신청 및 심사 절차를 거쳐야 함</li> </ul> </li> </ul>		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선연락 및 이메일을 통한 문의                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일)</li> <li>② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개)</li> <li>③ 참고자료 (현지어 회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> </ul>	
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CV Libra Food Service (식음료 브로커)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지: <a href="http://www.libra-food.com">www.libra-food.com</a></li> <li>- 이메일: <a href="mailto:cs.care@libra-food.com">cs.care@libra-food.com</a></li> <li>- 전화번호: +62-21-691-9292</li> <li>- 기업소개: 인도네시아 내 유통업체 납품 및 판매 활동 지원</li> </ul> </li> </ul>		

자료 : 하이퍼마트(Hypermart), 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 트랜스마트까르푸(Transmart Carrefour)

기업 기본 정보	기업명	까르푸(Carrefour)		
	홈페이지	www.carrefour.co.id		
	위치	자카르타(Jakarta)		
	규모	매출액('19)	약 807억 유로 <sup>24)</sup> (약 113조 8,846억 원)	
기업 요약	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매장 수('18): 약 107개<sup>25)</sup></li> <li>• 직원 수('18): 약 12,000명</li> </ul>		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1998년 인도네시아 진출 프랑스 기업</li> <li>• 2012년 인도네시아 까르푸는 2012년 CT Corp에서 지분을 100% 인수해, 트랜스마트까르푸(Transmart Carrefour)로 상호명 변경</li> </ul>		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 9월 11일부터 15일까지 전 품목 대규모 세일 진행</li> <li>• 2020년 8월 22일부터 2020년 9월 13일까지 가구 품목 특별세일 진행</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	원기삼고려인삼드링크	
		종류	인삼드링크	
		용량	120ml	
		원산지	한국	

자료 : 트랜스마트까르푸(Transmart Carrefour), 페트롤프라자(Petrol Plaza), 데티뉴스(Detik News), 퍼스널파이낸스(Personal Finance), 포스쿠팡(Pos Cupang)  
사진 자료 : 트랜스마트까르푸(Transmart Carrefour), 데티뉴스(Detik News), 사리아유(Sariayu)

24) 까르푸(Carrefour) 그룹 글로벌 통합 매출액  
25) 하이퍼마켓(96개), 슈퍼마켓(9개), 편의점(2개)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 즉석식품, 신선식품, 육류, 유제품, 스낵류, 음료류, 소스류, 냉동식품 김치류 등</li> <li>- 일반: 화장품, 전자제품, 약세서리류, 의류, 잡화류, 가구류, 식기류, 주방용품, 생활용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 할랄 식품 입점 선호</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 돼지고기 첨가 제품은 반드시 논할랄(Non Halal) 코너에 진열</li> <li>- 프로모션 진행 시 사전 신청 및 심사 절차를 거쳐야 함</li> </ul> </li> </ul>	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 전화 또는 우편을 통한 직접 등록                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 본사에 전화 또는 우편으로 직접 제안서 제출</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일)</li> <li>② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개)</li> <li>③ 참고자료 (현지어 회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> <li>- 담당 부서 직원이 제안서 검토 후 샘플 미팅 진행</li> <li>- 제품의 수익성 등을 고려 후 입점</li> <li>- 다음 웹주소에서 상세 정보 확인 가능 (<a href="http://carrefour.co.id/shop/supplier/index.php">carrefour.co.id/shop/supplier/index.php</a>)</li> </ul> </li> </ul>
<p>벤더 리스트</p>	<p>까르푸가 자체적으로 인도네시아 내 벤더 역할을 함</p>	
<p>자료 :</p>	<p>트랜스마트까르푸(Transmart Carrefour), 유통채널 담당자와의 인터뷰</p>	

2) 개인 및 기타 식료품점



① 무궁화마트(Mugunghwa Mart)

	기업명	무궁화마트	
	홈페이지	www.mugunghwa.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매출액('18)	약 4,000만 달러 (약 463억 원)
기타 규모		매장 수('20): 9개	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1980년 음식점 코리안가든(Korean Gardern) 설립</li> <li>• 1985년 회사명을 무궁화로 변경</li> <li>• 인도네시아 내 소매 유통채널인 소고(Sogo), 까르푸 (Carrefour), 패밀리마트(Family Mart), 세븐일레븐(7-Eleven) 등에 한국 식품품 유통</li> <li>• 50개 이상의 한국 제조업체 제품 담당</li> </ul>	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 5월 일간지 콤파스닷컴(Kompas.com) '한식 주재료 고추장 만들기' 기사에 소개</li> <li>• 2019년 연말 라이프스타일 관련 일간지 데티푸드(Detikfood)에 가장 유명한 한인마트로 소개</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명	지드링크(G Drink)
		종류	인삼드링크
		용량	120ml
		원산지	한국

자료 : 무궁화마트(Mugunghwa Mart), 유로모니터(Euromonitor), 콤파스닷컴(Kompas.com), 데티푸드(Detikfood)

사진 자료 : 무궁화마트(Mugunghwa Mart)




입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 냉동식품, 즉석식품, 음료류, 신선식품, 주류, 스낵류, 캔디류, 소스류, 육류, 해산물 등</li> <li>- 일반: 의약품, 의류, 문구류, 가전제품, 생활용품, 식기류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현지 신선식품</li> <li>- 한국산 냉동식품 및 즉석식품</li> </ul> </li> </ul>	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이메일, 또는 유선 연락을 통한 입점 문의             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                 <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일)</li> <li>② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개)</li> <li>③ 참고자료 (현지어 회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의 사항 연락사항             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: admin@mugunghwa.co.id</li> <li>- 전화번호: +62-21-722-2214</li> </ul> </li> </ul>
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 무궁화유통 기업이 인도네시아 내 벤더로 역할 (농심, 롯데, 오투기, CJ, 삼양 등 한국의 50개 제조업체에서 수입하여 판매)</li> </ul>	

자료 : 무궁화마트(Mugunghwa Mart), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery)

기업 기본 정보	기업명	파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery)	
	홈페이지	papayabali.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 12개
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2005년 인도네시아에 설립</li> <li>• 과일, 채소, 해산물, 육류, 간편 식품 부문에서 좋은 품질의 상품을 갖춘 글로벌 슈퍼마켓으로 인식</li> <li>• 주로 일본, 한국산 수입 제품 판매</li> </ul>	
	 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 9월 코로나 19에 대한 인도네시아 정부 지침으로 야간 세일 일시 중단</li> <li>• 2020년 7월 마스크 증정 사은 행사 실시</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	키란티페갈리누 (Kiranti Pegal Linu)
		종류	생강드링크
		용량	150ml
		원산지	인도네시아

자료 : 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery), 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery) 인스타그램, 유로모니터(Euromonitor)  
사진 자료 : 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery)

입점 및 협력 정보


<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 육류, 어류, 유제품, 스낵류, 베이커리류, 조리완제품, 냉동식품, 주류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 간편식 제품, 신선제품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대부분의 제품을 한국과 일본에서 수입해서 판매</li> </ul> </li> </ul>		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 통해 등록 (papayabali.co.id)</li> <li>- 웹사이트 내 Contact 를 클릭하여 입점 문의 제출</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일)</li> <li>② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개)</li> <li>③ 참고자료 (현지어 회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의 사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: customerbali@papaya.co.id</li> <li>- 전화: +62-361-759222</li> </ul> </li> </ul>	
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CV Libra Food Service (식음료 브로커)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지: www.libra-food.com</li> <li>- 이메일: cs.care@libra-food.com</li> <li>- 전화번호: +62-21-691-9292</li> <li>- 기업소개: 인도네시아 내 유통업체 납품 및 판매 활동 지원</li> </ul> </li> </ul>		

자료 : 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery), 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 편의점



① 알파마트(Alfamart)

기업 기본 정보	기업명	알파마트(Alfamart)	
	홈페이지	www.alfamartku.com	
	위치	탕에랑(Tangerang)	
	규모	매출액('19)	약 1조 1,000억 루피아 (약 8조 9,760억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('20): 약 900개	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1999년 쉰버알파리아트리자야(Sumber Alfaria Trijaya)사가 편의점 시장에 진출하기 위해 설립</li> <li>• 10,000개 이상의 매장 보유</li> <li>• 현지 대기업 에스엠그룹(Sm Group)과 합작 투자를 통해 필리핀에도 매장 개설</li> </ul>		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 9월 쇼피페이(Shopee Pay)와 파트너십 계약, 고객들에게 비대면 결제 시스템 장려 중</li> <li>• 2020년 8월 900번째 지점 신규 오픈</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	끄라팅땡땡 (Krating Daeng)
		종류	에너지드링크
		용량	150ml
		원산지	태국

자료 : 알파마트(Alfamart), 알파마트(Alfamart) 페이스북, 니케이 아시아 리뷰(Nikkei Asian Review), 카타데이타(Katadata), 자카르타포스트(The Jakarta Post), 아이디엔파이낸셜(Idn Financials), 페트롤플라자(Petrol Plaza), 테크놀로그(Technologue)  
사진 자료 : 알파마트(Alfamart), 디지털뉴스아시아(Digital Newsasia)



입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 간편식품, 유제품, 주류, 음료류, 스낵류, 소스류, 해산물, 육류 등</li> <li>- 일반: 화장품, 헤어용품, 전자제품, 주방용품, 생활용품, 유아용품, 의류, 잡화류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유기농 제품</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 내 Register to become a seller 클릭하여 온라인 양식 작성 및 등록 (www.alfacart.com)</li> </ul> </li> </ul>
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 판매 제품의 조건                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 위생검사에 통과한 제품</li> <li>- 제품 포장 조건                                     <ol style="list-style-type: none"> <li>① 인도네시아 국가표준(SN, Indonesian National Standard) 라벨</li> <li>② 깔끔하고, 위생적이어야함</li> <li>③ 제품 크기(그램/리터) 명시</li> <li>④ 인도네시아 보건부 등록</li> <li>⑤ 유통기한 기재</li> <li>⑥ 할랄(식료품일 경우)</li> <li>⑦ 바코드</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>• 공급자 조건                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 입점 희망 제품의 명확한 마케팅 전략 보유</li> <li>- 알파마트의 마케팅 전략과 일치하거나 유사해야 함</li> <li>- 혁신적이고 경쟁력을 갖춘 제품을 보유한 기업</li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 온라인 몰에서 계정을 만들어야 공급자 등록 가능</li> <li>• 문의사항 연락처(본사)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +62-21-8082-1555</li> <li>- 팩스: +62-21-8082-1556</li> </ul> </li> </ul>

자료 : 알파마트(Alfamart), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 인도마켓(Indomaret)

기업 기본 정보	기업명	인도마켓(Indomaret)		
	홈페이지	www.indomaret.co.id		
	위치	자카르타(Jakarta)		
	규모	매출액('19)	약 2,578억 루피아 <sup>26)</sup> (약 2조 1,036억 원)	
		기타 규모	매장 수('19): 약 16,736개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1988년에 소매 편의점 체인 형태로 설립</li> <li>• '2003년 최고의 프랜차이즈 기업'으로 선정</li> <li>• 16,000개 이상의 매장 중 약 40%가 프랜차이즈 형태이며, 나머지는 기업 소유의 매장</li> <li>• 브랜드 별 콘셉트 상이<sup>27)</sup></li> </ul>			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 9월 22일까지 다용도 유리병 사은품 증정 행사중</li> <li>• 2020년 9월 15일까지 스낵류, 음료류, 유아용품, 위생용품, 홈케어 용품에 대한 세일 진행 중</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	헤마비톤 에너지 (Hemaviton Energy)	
		종류	강황드링크	
		용량	250ml	
		원산지	인도네시아	

자료 : 인도마켓(Indomaret), 인도리텔(Indoritel), 카타데이타(Katadata), 베리타사투(Beritasatu), 폰티아낙(Pontianak), 쿠팡(Cupang)  
사진 자료 : 인도마켓(Indomaret)

26) 모기업 인도리텔(Indoritel) 그룹 통합 매출액

27) 인도마켓 포인트는 즉석식품과 음료에 특화되었으며, 인도마켓 플러스는 신선식품을 주력 사업으로 함

**입점 및 협력 정보**

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 채소류, 유제품, 냉동식품, 주류, 음료류, 스낵류, 캔디류 등</li> <li>- 일반: 화장품, 헤어용품, 위생용품, 유아용품, 주방용품 전자제품, 가정용품, 의류, 잡화류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 할랄 식품 입점 시 선호</li> <li>- 포장방식이 깔끔하고 위생적인 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 첫 발주 시 10% 할인 및 물량을 100% 채워야 납품 가능</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 상단 Partners 클릭 후 Supplier 항목 클릭하여 온라인 양식 작성 및 제출</li> <li>- 다음 웹주소에서 온라인 양식 확인 가능 (indomaret.co.id/mitra/info-pemasok/syarat-pemasok)</li> </ul> </li> </ul>
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품 안정성                             <ol style="list-style-type: none"> <li>① 제조자와 유통업자 명시</li> <li>② 크기(그램/리터)</li> <li>③ 인도네시아 보건부 등록</li> <li>④ 유통기한</li> <li>⑤ 할랄 인증(식료품의 경우)</li> <li>⑥ 바코드</li> </ol> </li> <li>• 공급자 조건                             <ol style="list-style-type: none"> <li>① 주문 이행</li> <li>② 제품 인도 일정</li> <li>③ 대금지급</li> <li>④ 제안된 홍보 방식 협력</li> <li>⑤ 판매 평가 의지</li> </ol> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품 이미지 및 기존 판매 물량에 대한 정보 필요</li> <li>• 문의사항 연락처 전화번호: +62-21-2955-9100</li> </ul>

자료 : 인도마켓(Indomaret), 유통채널 담당자와의 인터뷰

4) 온라인



① 토코페디아(Tokopedia)

기업 기본 정보	기업명	토코페디아(Tokopedia)		
	홈페이지	www.tokopedia.com		
	위치	자카르타(Jakarta)		
	규모	매출액('19)	약 16억 달러 (약 1조 9,062억 원)	
		기타 규모	· 직원 수('19): 4,700명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2009년 설립</li> <li>• 2013년 소프트뱅크(Softbank) 한국자점으로 부터 투자 유치</li> <li>• 2014년 세쿼이아캐피탈(Sequoia Capital)과 소프트뱅크인터넷엔미디어(Simi)로부터 1억 달러 투자 유치</li> <li>• 2017년 알리바바(Alibaba)로부터 11억 달러 투자 유치</li> <li>• 2018년 회사 가치 70억 달러 평가</li> </ul>			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 9월 자체 데이터분석 결과 스포츠용품 품목 판매량 급증</li> <li>• 2020년 9월 P2P 대여 플랫폼 다니팔라(Dhanapala) 론칭</li> </ul>			
유사제품 정보		제품명	한뿌리인삼링크	
		종류	인삼드링크	
		용량	120ml	
		원산지	한국	

자료 : 토코페디아(Tokopedia), 블룸버그(Bloomberg), 더자카르타포스트(The Jakarta Post),  
 크라우드펀드인사이드(Crowd Fund Insider)  
 사진 자료 : 토코페디아(Tokopedia)

**입점 및 협력 정보**

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 간편식품, 냉동식품, 건조식품, 주류, 음료류, 소스류, 스낵류, 캔디류, 건강보조식품 등</li> <li>- 일반: 의류, 잡화류, 약세서리류, 가구류, 화장품, 헤어용품, 가전제품, 서적류, 주방용품, 유아용품, 완구류, 위생용품, 청소용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품 품목보다는 일반 품목의 비중이 큰 편</li> <li>- 다양한 수입 상품 입점</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 Jual 카테고리 클릭</li> <li>- 다음 웹주소에서 계정 생성 후 입점 절차 진행 (seller.tokopedia.com/edu)</li> <li>- 홈페이지 양식대로 판매자 정보 기입 후 판매자 설문 조사 등록</li> <li>- 상품 정보 등록 후 판매 시작</li> </ul> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 비교적 쉬운 입점 절차</li> <li>• 토코페디아 셀러 모바일 어플리케이션 판매자 계정 관리 가능</li> <li>• 홈페이지 상단 Tokopedia Care 탭에서 일반적 문의 제출 가능</li> </ul>	

자료 : 토코페디아(Tokopedia)



② 부갈라팍(Bukalapak)

	기업명	부갈라팍(Bukalapak)	
	홈페이지	www.bukalapak.com	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매출액('19) 기타 규모	약 1억 9,200만 달러 (약 2,287억 4,880만 원) 직원 수('19): 2,600명
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2010년 론칭</li> <li>• 자전거 및 자전거 부품 판매로 초기 사용자 확보</li> <li>• 2011년 바타비아 인큐베이터(Batavia Incubator)로부터 투자 유치</li> <li>• 2015년 인도네시아 IT 기업 엠텍(Emtek)이 지분 49% 보유</li> <li>• 2019년 미래에셋네이버펀딩그룹으로부터 투자 유치</li> </ul>	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 9월 중소규모 도시에서 신규 셀러 약 300만 명 등록</li> <li>• 2020년 9월 인도네시아 정부와 수출 관련 프로젝트 협업 계획 발표</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명	엑스트라조스 (Extra Joss)
		종류	에너지드링크
		용량	100g
		원산지	인도네시아

자료 : 부갈라팍(Bukalapak), 마케티어스(Marketeers), 줌인포(Zoominfo), 더자카르타포스트(The Jakarta Post), 이코노미(Ekonomi)  
사진 자료 : 부갈라팍(Bukalapak)

**입점 및 협력 정보**

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 간편식품, 냉동식품, 건조식품, 주류, 음료류, 소스류, 스낵류, 캔디류, 건강보조식품 등</li> <li>- 일반: 의류, 잡화류, 악세서리류, 화장품, 헤어용품, 가전제품, 주방용품, 완구류, 스포츠용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품보다는 일반 품목 비중이 높은 편</li> <li>- 가전제품 및 의류 해외 유명 브랜드 다수 입점</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 Cara Berjualan 탭 클릭</li> <li>- 다음 웹주소에서 계정 생성 후 입점 절차 진행 가능 (<a href="http://seller.bukalapak.com/mulai-jualan">http://seller.bukalapak.com/mulai-jualan</a>)</li> <li>- 홈페이지 양식대로 공급자 정보 기입</li> <li>- 제품 사진 및 제품 설명 자유 기재</li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 부깰라팍 플랫폼 내 기능으로 등록된 상품에 대한 다양한 프로모션 진행 가능</li> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +62-21-5081-3333</li> </ul> </li> </ul>

자료 : 부깰라팍(Bukalapak)



③ 쇼피(Shopee)

기업 기본 정보	기업명	쇼피(Shopee)	
	홈페이지	shopee.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매출액('19)	약 8억 2,265만 달러 <sup>28)</sup> (약 9,859억 4,602만 원)
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 씨그룹(Sea Group)의 자회사로 2015년 싱가포르에서 처음으로 개시되었으며, 현재 싱가포르, 인도네시아, 말레이시아, 대만 등 7개국에서 홈페이지 운영</li> <li>• 현재 동남아시아에서 이커머스 부문 1위이며, 7개국 홈페이지 일평균 방문자 수 약 2억 명</li> <li>• 2018년 11월 블랙핑크를 첫 홍보대사로 위촉</li> </ul>		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 9월 14일부터 10월 10일까지 10.10 슈퍼 브랜드 데이 개최</li> <li>• 2020년 5월 제주 식품·화장품 15개사 62개 상품 입점</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	파이브아워에너지 (Five Hour Energy)
		종류	에너지드링크
		용량	75ml
		원산지	미국

자료 : 쇼피(Shopee), 유로모니터(Euromonitor), 뉴시스(Newsis), 브리티비뉴스(Vtv News)  
사진 자료 : 쇼피(Shopee)

28) 씨그룹(Sea Group) 이커머스 부문 통합 매출액



## 입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 건강보조식품, 스낵류, 캔디류, 건조식품, 소스류, 음료류, 견과류 등</li> <li>- 일반: 의류, 유아용품, 전자제품, 가전제품, 식기류, 화장품, 주방용품, 스포츠 용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존 플랫폼에 없는 신제품</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지에서 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 우측 Daftar에서 회원가입</li> <li>- 홈페이지 좌측 상단 Jual 클릭하여 가입 후 판매자 (Seller) 등록</li> <li>- 입점 문의 후 진행</li> <li>- 이메일 주소, 첨부파일 등</li> </ul> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일 : support@shopee.id</li> </ul> </li> </ul>	

자료 : 쇼피(Shopee), 유통채널 담당자와의 인터뷰

## V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 인도네시아 인삼드링크 인증 취득
2. 인도네시아 인삼드링크 사전 절차
3. 인도네시아 인삼드링크 라벨 심의
4. 인도네시아 인삼드링크 서류 준비
5. 인도네시아 인삼드링크 세금 납부
6. 인도네시아 인삼드링크 검역 심사 절차
7. 수출 대상국가(인도네시아) 관련 규제 정보

## 1. 인도네시아 인삼드링크 인증 취득

### 인증 취득

인도네시아로 제품 수출 시,  
필요하거나 선택 가능한  
인증 정보 제공

### 인삼드링크

인삼드링크 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 인도네시아 수입 식품 ‘적용받는 강제 인증 有’

인도네시아로 수출하고자 하는 인삼드링크 제품이 현지 진출 시 꼭 취득해야 하는 강제 인증이 있는 것으로 확인됨. 인도네시아 식품의약품청(BPOM, Badan Pengawas Obat dan Makanan)은 수입을 위해 제품을 등록하는 과정에서 HACCP, ISO 22000, GMP 인증 또는 이와 유사하게 정부 기관에서 발행한 식품 생산 안전에 관한 인증 중 1개를 획득하여 인증서를 제출하도록 하였음

HALAL 인증의 경우 2014년 개정된 법률이 2019년 10월부터 효력을 발휘하게 됨에 따라 HALAL 인증의 획득이 의무화됨. 다만, 유효기간을 두고 있어 향후 5년간은 획득하지 않아도 수출이 가능함. 2024년 10월부터는 유효기간이 종료되고 인증이 강제되는 만큼, 인도네시아로 식품을 수출하기 위해서는 반드시 HALAL 인증을 받아야 함

[표 5.1] 인도네시아 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증		식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	필수 (택 1)	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
GMP	식품 및 의약품 생산 안전 인증		식품의약품안전처	
BRC Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRCGS 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
HALAL	식품 생산 인증	필수 (예정)	LPPOM MUI 또는 지정인증 기관	

자료 : 각 인증기관

[표 5.2] 인도네시아 식품 인증 취득

HACCP	절차	기간
	서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
	서류	비용
	신청서, 식품안전관리인증계획서, 영업/사업자 등록증 등	20만 원
ISO 22000	절차	기간
	서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
	서류	비용
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	120-130만 원
IFS	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
	서류	비용
	신청서 등	약 900-1,000만 원
BRC Food Safety	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
	서류	비용
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900-1,000만 원
FSSC 22000	절차	기간
	서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
	서류	비용
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500-600만 원
GMP	절차	기간
	서류제출>서류검토>현지확인 및 시설조사>판정>허가증 발급	14-20일
	서류	비용
	신청서, 품질관리인 선임신고서, 품질 관리실의 기계기구류 목록 등	5-20만 원


자료 : 각 인증기관

### ▶ 인도네시아 시장 진출 시 ‘HALAL 인증 필수 적용 유예’

인도네시아 정부가 2014년 발표한 신HALAL인증법<sup>29)</sup>이 2019년 10월 효력을 가짐에 따라 식품, 음료 등의 품목에 HALAL 인증이 필수 인증으로 부과될 예정이다. 다만, 식품에 대해서는 5년간의 유예기간을 둘 예정이기 때문에, 오는 2024년 10월까지 인증 획득을 완료해야 함

인도네시아로 식품을 수출하기 위한 국내 기업들 역시 해당 법률을 적용받게 됨. 인도네시아 이슬람 HALAL 위원회(LPPOM MUI<sup>30)</sup>)는 인도네시아와 아시아, 유럽 등지에 총 45개의 HALAL 인증기관을 공인하고 있으며 해당 기관을 통해 인증을 획득할 수 있음

[표 5.3] 인도네시아 HALAL 인증 정보

인증명	발급 기관	유효기간	인증 Mark
HALAL	LPPOM MUI 또는 동 기관이 인정한 인증기관	2년	
<b>절차</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• HALAL 보증 시스템(HAS, Halal Assurance System) 서류 확인</li> <li>• HALAL 보증 시스템(HAS)에 따라 인증 획득 전 사전 준비사항 수행</li> <li>• 인증 획득에 요구되는 서류 준비               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 도축장 정보(필요한 경우), HAS 매뉴얼, 가공 공정도, 가공 공장 주소, 사내 교육 정보</li> </ul> </li> <li>• HALAL 인증 신청서 및 서류 제출</li> <li>• HALAL 수행 계약 체결 및 사전 모니터링 절차</li> <li>• 현장 조사 절차 진행</li> <li>• 현장 조사 결과 이후 추가 모니터링 절차 진행</li> <li>• HALAL 인증 결과에 따라 인증서 수취</li> </ul>			
<b>인증 요건</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• HALAL에 따른 관리규정(할랄 인증 기준인 HAS 23000:1에 따름)</li> <li>• 사업장에 대한 교육 규정(연간 1회 이상 수행 필요)</li> <li>• 돼지고기 등 금지하는 원료를 사용하지 않을 것</li> <li>• 제품의 이름이 이슬람 율법의 어긋나지 않아야 하며, 하람(Haram)을 연상시키지 않을 것</li> <li>• 제조 과정에서 돼지고기를 사용한 시설과 교차로 사용하지 않을 것</li> <li>• 서류(HALAL과 관련하여 치명적인 회사의 절차, 제품 원료의 HALAL 적용 여부, 부적합 원료 및 제품에 대한 취급 방법, 내부 감사 절차)</li> <li>• HALAL 기준에 대한 평가를 연간 1회 수행 할 것</li> </ul>			

자료 : 인도네시아 이슬람 할랄 위원회(LPPOM MUI)

29) 인도네시아 정부(Pemerintah Indonesia), 「No. 33/2014」, 2014

30) Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia

## 2. 인도네시아 인삼드링크 사전 절차

### 사전 절차

인도네시아로 제품 수출 시, 품목에 대한 사전 규제 및 심사제도 정보 제공

### 인삼드링크

인삼드링크 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 인도네시아 식품 수출을 위해 사전 심사 ‘필요’
- ▶ 인도네시아 식품 수입 전, 식품의약품청의 ‘사전 수입 허가(SKI) 필요’

인도네시아로 식품을 수입하기 위해서는 인도네시아 식품의약품청(BPOM)을 통해 사전 수입 허가(SKI, Entry permit)를 받아야 함. 해당 절차는 수입업체에 의해 진행되며, 1번의 수입 허가를 통하여 5번의 통관 절차에 활용할 수 있음. 이를 위해 수출업체는 인도네시아 식품의약품청(BPOM)이 요구하는 서류를 미리 준비하여 수입업체에게 전달하여야 함

승인은 신청일로부터 최대 10일 이내에 이루어지며, 신청 시 제품의 유통기한이 2/3 이상 남아 있어야 함. 해당 절차는 사전 등록 절차에 해당하는 식품 등록 절차와 별도로 이루어지는 점을 유의해야 함

[표 5.4] 인도네시아 수입 전 사전 심사

적용 규제	BPOM Regulation No. 30/2017, No. 29/2017
발행 기관	인도네시아 식품의약품청(BPOM)
필요 정보 및 서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입업체 정보(업체명, 주소)</li> <li>• 브랜드명과 제품 종류</li> <li>• 패키지 타입/용량</li> <li>• 제품 수량</li> <li>• 원산지</li> <li>• 공급업체명 및 주소</li> <li>• 송장(Invoice) 기재 날짜 및 수량</li> <li>• 선하증권(B/L) 또는 항공운송장(AWB)의 날짜와 수량</li> <li>• 유통기한(생산 날짜와 유통기한, 2/3이상 남아있어야 함)</li> <li>• 로트(lot)번호/배치(batch) 번호/생산번호에 관한 서류</li> <li>• 목적항</li> <li>• 시험성적서(COA, Certificate of Analysis)의 원본(유효기간이 12개월 남아 있을 것)</li> <li>• HALAL 인증서(라벨에 “HALAL” 표시를 한 경우)</li> <li>• 제품 등록 허가서류(등록번호, 라벨, 허가받은 패키지)</li> <li>• 수입자와 선사 간의 협력 서류</li> <li>• 상업송장</li> <li>• 포장명세서</li> <li>• 기타 제품에 따라 요구되는 시험 성적서</li> </ul>
절차	신청서 작성 및 신청 -> 서류 심사 -> 심사 내용 반영 -> 수입 허가

자료 : 인도네시아 식품의약품청(BPOM), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

- ▶ 인도네시아 식품 통관을 위해 사전 ‘식품 등록 필요’
- ▶ 인도네시아 식품의약품청에 ‘온라인 또는 서면’으로 등록 가능

인도네시아에서 판매되는 식품은 국내 제조품과 수입 제품과 관계없이 모두 식품 등록 절차를 거쳐야 함<sup>31)</sup>. 인도네시아 정부는 해당 절차를 통해 식품의 안전성, 품질, 영양성분, 라벨에 대한 검토를 진행함. 해당 절차는 온라인 등록 페이지를 통하여 진행 가능하며 등록 절차를 통해 부여받은 등록 번호는 수입 허가와 수입통관 절차에 활용됨. 해당 등록 절차는 완제품 수입업자 등록번호(API-U) 또는 무역업 허가증(SIUP)을 소지한 수입업체 또는 현지 대리인을 통해 이루어져야 함

[표 5.5] 인도네시아 사전 식품 등록 절차

적용 규제	B POM Regulation No. 27/2017 등
발행 기관	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인도네시아 식품의약품청(BPOM)</li> <li>- 온라인 : e-reg.pom.id</li> <li>- 오프라인 : Jalan Percetakan Negara Nomor 23, Jakarta 10560</li> <li>- FAX : +62-21-4263333</li> </ul>
절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특정 제품: 임산부 식품, 식이 조절 식품, 식품 첨가물, 색소, 특정 건강 기능 식품 등 특정 고위험 식품에 대한 절차</li> <li>- 온라인 등록 전 실물 서류 송부</li> <li>- 서류 검토 후 온라인 등록 절차 진행</li> <li>- 등록 절차 수행 결과에 따라 수입식품 등록번호(ML) 획득</li> <li>- 소요 기간: 6개월</li> <li>• 일반 식품: 고위험군 식품을 제외한 기타 일반 식품</li> <li>- 온라인 등록 절차를 통해 진행</li> <li>- 소요 기간: 4~6개월</li> </ul>
필요 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 위임장(LoA)</li> <li>• 자유판매증명서(FSC) 및 위생증명서</li> <li>• 시험결과</li> <li>• 제품 상세 정보(라벨, 보관 등) 및 원료 정보</li> <li>• 원산지국의 기관으로부터 받은 HACCP/GMP/ISO 22000 인증 중 1개</li> <li>• 인도네시아 국가 표준(SNI) 정보(필요한 경우)</li> <li>• 유기농, 방사능조사, HALAL 등 로고가 있는 경우 그 인증에 대한 인증서</li> </ul>

자료 : 인도네시아 식품의약품청(BPOM), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

31) 패스트푸드, 소비자에게 직접 판매되지 않는 원료로서의 식품, 개인 소비 식품 등 법률이 정하고 있는 식품 항목은 제외

### 3. 인도네시아 인삼드링크 라벨 심의



#### ▶ 인도네시아 라벨 규정

[표 5.6] 인도네시아 라벨 관리 규정

● <b>라벨 심의</b>	● <b>인삼드링크</b>	● <b>인삼드링크 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함</b>												
● <b>인도네시아로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공</b>	● <b>인삼드링크</b>	● <b>인삼드링크 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함</b>												
<b>적용 규제</b>	Food Law 18/2018													
<b>세부 규정</b>	Chapter VIII, Articles 96 - 103. 및 식품의약청(BPOM) 규정													
<b>라벨 표기사항 (항목)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품명</li> <li>• 유통기한</li> <li>• BPOM 등록번호</li> <li>• 성분 분석표</li> <li>• 성분 리스트</li> <li>• HALAL 로고(필요한 경우)</li> <li>• 순중량 또는 순용량</li> <li>• 제조사명 또는 수입자명 및 그 주소</li> <li>• 제조일 그리고/또는 생산번호</li> <li>• 원산지</li> <li>• 유기농, GMO 함유 정보 등(필요한 경우)</li> <li>• 사용 및 보관방법</li> <li>• 주의 정보와 사용자</li> </ul>													
<b>세부 내용</b>	<b>라벨 표기사항 (가이드)</b>	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;"><b>표기 언어</b></td> <td>인도네시아어, 아라비아 숫자, 로마자로 표기해야 함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>그림</b></td> <td>라벨의 정보 전달을 방해할 수 있는 색상, 그림, 기타 장식의 사용 금지함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>유통기한</b></td> <td>'일, 월, 년' 순으로 작성해야 함 와인, 10% 이상의 알코올을 포함하는 음료, 식초, 설탕(Sucrose), 24시간 이내에 섭취하는 빵 또는 케이크는 제외함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>BPOM 등록 번호</b></td> <td>수입 식품은 ML, 국내 생산 식품은 MD로 표시해야 함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>성분 분석표</b></td> <td>하루 섭취량 정보와 설탕 함량 정보를 표기해야 함 식품첨가물의 경우 첨가물이 속한 분류와 첨가물 명을 같이 표기해야 함 (e.g. Antioxidant: ascorbic acid) 인공감미료를 포함하는 경우 인공 감미료가 포함되었다는 문구와 그 함량 정보 표기가 필요함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>성분 리스트</b></td> <td>아스파탐을 포함하는 경우 '페닐알라닌을 포함하고 있으며, 페닐케톤뇨증 환자에게는 적합하지 않음' 그리고 '가열될 음식에는 적합하지 않음'이라고 표기해야 함 식용 색소를 함유하는 경우 초록색 박스 안에 'PEWARNA PANGAN(food coloring)' 또는 'PEWARNA MAKANAN(food coloring)'을 표기해야 함</td> </tr> </table>	<b>표기 언어</b>	인도네시아어, 아라비아 숫자, 로마자로 표기해야 함	<b>그림</b>	라벨의 정보 전달을 방해할 수 있는 색상, 그림, 기타 장식의 사용 금지함	<b>유통기한</b>	'일, 월, 년' 순으로 작성해야 함 와인, 10% 이상의 알코올을 포함하는 음료, 식초, 설탕(Sucrose), 24시간 이내에 섭취하는 빵 또는 케이크는 제외함	<b>BPOM 등록 번호</b>	수입 식품은 ML, 국내 생산 식품은 MD로 표시해야 함	<b>성분 분석표</b>	하루 섭취량 정보와 설탕 함량 정보를 표기해야 함 식품첨가물의 경우 첨가물이 속한 분류와 첨가물 명을 같이 표기해야 함 (e.g. Antioxidant: ascorbic acid) 인공감미료를 포함하는 경우 인공 감미료가 포함되었다는 문구와 그 함량 정보 표기가 필요함	<b>성분 리스트</b>	아스파탐을 포함하는 경우 '페닐알라닌을 포함하고 있으며, 페닐케톤뇨증 환자에게는 적합하지 않음' 그리고 '가열될 음식에는 적합하지 않음'이라고 표기해야 함 식용 색소를 함유하는 경우 초록색 박스 안에 'PEWARNA PANGAN(food coloring)' 또는 'PEWARNA MAKANAN(food coloring)'을 표기해야 함
<b>표기 언어</b>	인도네시아어, 아라비아 숫자, 로마자로 표기해야 함													
<b>그림</b>	라벨의 정보 전달을 방해할 수 있는 색상, 그림, 기타 장식의 사용 금지함													
<b>유통기한</b>	'일, 월, 년' 순으로 작성해야 함 와인, 10% 이상의 알코올을 포함하는 음료, 식초, 설탕(Sucrose), 24시간 이내에 섭취하는 빵 또는 케이크는 제외함													
<b>BPOM 등록 번호</b>	수입 식품은 ML, 국내 생산 식품은 MD로 표시해야 함													
<b>성분 분석표</b>	하루 섭취량 정보와 설탕 함량 정보를 표기해야 함 식품첨가물의 경우 첨가물이 속한 분류와 첨가물 명을 같이 표기해야 함 (e.g. Antioxidant: ascorbic acid) 인공감미료를 포함하는 경우 인공 감미료가 포함되었다는 문구와 그 함량 정보 표기가 필요함													
<b>성분 리스트</b>	아스파탐을 포함하는 경우 '페닐알라닌을 포함하고 있으며, 페닐케톤뇨증 환자에게는 적합하지 않음' 그리고 '가열될 음식에는 적합하지 않음'이라고 표기해야 함 식용 색소를 함유하는 경우 초록색 박스 안에 'PEWARNA PANGAN(food coloring)' 또는 'PEWARNA MAKANAN(food coloring)'을 표기해야 함													

자료 : 인도네시아 식품의약청(BPOM), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)



세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	성분 리스트	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품 첨가물의 표기와 관련하여 ‘free’, ‘without’, ‘no content’와 그 외 기타 유사한 표현에 대해 금지함</li> <li>• 가능한 표기 방법(감미료, 보존료, 착색료, 산화방지제, 조미료에만 사용 가능함)             <ul style="list-style-type: none"> <li>- ‘특정 식품 첨가물을 포함하고 있지 않음 (without certain food additives)’</li> <li>- ‘인공 감미료를 포함하고 있지 않음(do not contain artificial sweeteners)’</li> </ul> </li> </ul> <p>폴리올을 포함하는 경우 ‘과도한 섭취는 설사 증상 등의 영향을 가져올 수 있음’을 표기해야 함</p>
		HALAL	<p>로고는 잘 보이는 곳에 부착되어야 하며, 쉽게 지워지거나 훼손되지 않아야 함</p> <p>수입 제품의 경우 Foreign Halal Certifying Body (FHCB)의 인증을 받아야 함</p> <p>신HALAL 인증법 유효기간이 끝나는 2024년 10월 17까지 할랄 인증을 받지 못한 식음료는 그림, 기호, 글자로 제품 내외부에 비HALAL 표기를 해야 함</p> <p>돼지고기와 알코올을 제외한 비HALAL 성분이 포함된 경우, 별도의 색과 형태로 된 성분 분석표를 추가해야 함</p>
		기타	<p>방사선에 노출된 식품의 경우 ‘RADIASI (irradiated)’ 표기와 함께 로고 부착 필요. 시설의 주소, 연월, 국가 정보 및 조제 과정 정보를 포함해야 함</p> <p>방사선의 재조사가 일어나지 않는 경우 ‘TIDAK BOLEH DIRADIASI ULANG(not to be re-irradiated)’라고 표기해야 함</p> <p>가공식품 및 즉석식품에 대해 설탕, 소금, 지방에 대한 함유 정보와 건강에 대한 문구의 표기가 필요함<sup>32)</sup></p> <p>GMO 원료를 5% 이상 포함하는 경우 ‘PRODUK REKAYASA GENETIK(genetically engineered product)’라고 표기해야 함</p>
		돼지고기 관련	<p>돼지고기 함유 표시는 붉은 네모칸에 붉은 글씨로 돼지의 그림과 함께 표시해야 함</p> <div style="border: 2px solid red; padding: 5px; text-align: center;"> <p><b>MENGANDUNG BABI</b> </p> </div>
		주의 정보	<p>알레르기 성분을 표기해야 함 (글로텐, 조개류, 달걀, 생선, 땅콩, 대두, 우유, 락토스, 견과류, 아황산염)</p>
			<p>Pada proses pembuatannya bersinggungan dan/atau menggunakan fasilitas bersama dengan bahan bersumber babi </p>

자료 : 인도네시아 식품의약청(BPOM), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

32) e.g. 1인이 하루에 50g 이상의 설탕, 2,000mg의 소금 또는 67g의 지방을 섭취할 경우 고혈압, 뇌졸중, 당뇨병, 심장병의 위험이 증가할 수 있음(sodium 67g of fat per person per day increase the risk of hypertension, stroke, diabetes, and heart attack)

▶ 인도네시아 인삼드링크 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[옆면 라벨링]

[앞면 - 인도네시아어]

- ① Baik sebelum : 02 2022
- ② Buatan : 200208
- ③ Logo : HEMAVITON
- ④ Model barang : ENERGY DRINK
- ⑤ HALAL
- ⑥ Kapasitas : 150 ml
- ⑦ Nomor : POM SI 031 607 311

[앞면 - 국문]

- ① 유통기한 : 2022년 2월
- ② 제조일 : 200208
- ③ 제품명 : HEMAVITON
- ④ 제품종류: 에너지드링크
- ⑤ HALAL
- ⑥ 순용량 : 150 ml
- ⑦ 인증번호 : POM SI 031 607 311

[옆면 - 인도네시아어]

- ① Cara Menggunakan dan Tindakan Pencegahan  
: Baik diminum pada saat kerja keras dan berolah raga.  
Rasanya lebih nikmat bila disajikan dalam keadaan dingin.  
Tidak dianjurkan untuk anak-anak, wanita hamil dan menyusul, penderita hipertensi dan diabetes mellitus.

[옆면 - 국문]

- ① 사용방법 및 주의사항  
: 과한 신체 활동과 운동 시에 복용합니다.  
: 냉장보관하시기 바랍니다.  
: 어린이, 임신 또는 모유 수유 중이거나, 고혈압 환자는 사용을 금하여 주시기 바랍니다.

▶ 인도네시아 인삼드링크 라벨 샘플



[뒷면 라벨링]

[뒷면 - 인도네시아어]

① Bahan  
: Taurin, 1,3,7 Trimethylxanthine, Inositol(Vitamin B8), Ginseng Extract, Nicotinamide(Vitamin B3), VitminB6 HCl, Dexpanthenol(Vitamin B5), Vitamin B12, Sorbitol, Soldium Benzonaten Tarrazine Cl 19140, Mixed Fruit Flavor.

② Fakta nutrisi :

NUTRITION INFORMATION  
150ml

per 150ml(1bottle)		%AKG
Taurin	900mg	-
1,3,7 Trimethylxanthine	50mg	-
Inositol(Vitamin B8)	50mg	-
Ginseng Extract	10mg	-
Nicotinamide(Vitamin B3)	20mg	135
VitminB6 HCl	2mg	125
Dexpanthenol(Vitamin B5)	5mg	105
Vitamin B12	5mg	210

Mengandung gula alami dan gula Sorbitol, Soldium Benzonaten Tarrazine Cl 19140, Mixed Fruit Flavor.

③ Peringatan : Simpan di bawah suhu 30°C

④ Pembuatan : HEMAVITON, Indonesia

[뒷면 - 국문]

① 성분 리스트  
: 타우린, 1,3,7 트리메틸잔틴, 이노시톨(비타민 B8), 인삼엑기스, 니코틴 아마이드(비타민 B3), 비타민 B6 HCl, 텍스 판테놀(비타민 B5), 비타민 B12, 천연설탕과 소르비톨설탕, 벤조나이트타라린10140, 과일향

② 성분 분석표 :

영양정보  
150ml

	150ml(1병)	일일 섭취량 %
타우린	900mg	-
1,3,7 트리메틸잔틴	50mg	-
이노시톨(비타민 B8)	50mg	-
인삼엑기스	10mg	-
니코틴 아마이드(비타민 B3)	20mg	135
비타민 B6 HCl	2mg	125
텍스 판테놀(비타민 B5)	5mg	105
비타민 B12	5mg	210

천연설탕과 소르비톨설탕, 벤조나이트타라린 10140, 과일향 첨가

③ 주의사항 : 30°C 이하에서 보관

④ 제조사명 : 헤마비톤, 인도네시아

#### 4. 인도네시아 인삼드링크 서류 준비

##### 서류 준비

인도네시아로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

##### 인삼드링크

인삼드링크 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 인도네시아 FTA 원산지증명서 준비 필요
- ▶ 인도네시아 수입 업무, 수입업체를 통해 진행

인도네시아에서 수입신고 시 인도네시아 투자지원처(BKPM<sup>33</sup>)의 통합 온라인 시스템(OSS, Online Single Submission)에 로그인하여 사업자 등록번호(NIB<sup>34</sup>)를 부여받아야 함. 사업자 등록번호(NIB) 발급 시 수입업자 등록번호(API<sup>35</sup>)는 U형과 P형이 있으며, 일반가공식품 수입업자는 API-U형을 보유해야 함. 수입업자 등록번호(API)를 발급받은 회사는 인도네시아 식품의약청(BPOM)의 온라인 등록 시스템에서 수입식품 등록번호(ML, Makanan Luar)를 발급받을 수 있음. 발급된 등록번호는 5년간 사용 가능하며, 만료 전 갱신이 가능함

사업자 등록번호(NIB)를 부여받은 후에는 인도네시아 관세소비세총국(DGCE, Directorate General of Customs & Exercise)에 전자로 세관 신고 및 통관서류를 제출할 수 있음. 그러나 외국인 소유의 수입업체는 사업자 등록번호(NIB)가 있어도 인도네시아 현지 제품의 유통이 불가하므로 현지 유통 업체를 찾아야 함

원산지증명서의 경우 기관증명방식으로 세관 또는 상공회의소를 통하여 발급받은 공통의 원산지확인서를 근거로 하여 원산지증명을 할 수 있음. 발급된 원산지증명서의 유효기간은 1년이나 1회만 사용 가능하며, 다음 수출 시에도 동일하게 원산지증명서를 발급받아 첨부하여야 함. 다만 인증수출자제도를 통하여 인증을 받게 되면 관련 서류 간소화 혜택을 부여받을 수 있음

[표 5.7] 인도네시아 통관 서류

구분	서류명	발급기관	
일반 서류	세관신고서(PIB)	인도네시아 관세소비세총국(DGCE)	
	선적	상업송장	(-)
		포장 명세서	(-)
		보험증권	(-)
		선하증권	(-)
	원산지 증명서	관세청 / 상공회의소	
등록 서류 등 기타 수입에 요구되는 서류	인도네시아 식품의약청(BPOM) 등 관계 기관		

자료 : 인도네시아 관세청(DJBC), 인도네시아 국가 단일창구(INSW)

33) Badan Koordinasi Penanaman Modal

34) Nomor Induk Berusaha

35) Angka Pengenal Impor

## 5. 인도네시아 인삼드링크 세금 납부

### 세금 납부

인도네시아로 제품 수출 시,  
통관 과정에서 요구되는  
세금 정보 제공

### 인삼드링크

인삼드링크 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 인도네시아 인삼드링크 HS CODE 2202.99-50/90, 협정 관세율 0% 적용
- ▶ 한-ASEAN FTA 협정 관세율 '적용'

인삼드링크의 경우 인도네시아에서는 HS CODE 2202의 2202.99 세번을 사용하여 수입됨.<sup>36)</sup> 다만, 제품에 탄산이 포함되어 있다면 2202.99-50을, 포함되어 있지 않다면 2202.99-90이 사용될 가능성이 높음. 인도네시아 수입 시 기본 관세율은 20%를 적용받으며, 2007년 6월 1일부로 발효된 한-ASEAN FTA 협정으로 협정 관세율이 적용되어 0% 세율이 부과됨. 관세 외에도 10%의 부가가치세와 수입세가 부과되며, 수입세는 제품에 따라 2.5%, 7.5%, 10%가 부과됨

- 수입 서류 심사비용에 160달러(한화 약 19만 원)<sup>37)</sup> 소요
- 수입 서류 심사 기간은 106시간 소요
- 통관 비용은 384달러(한화 약 46만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 80시간 소요

[표 5.8] 한국·인도네시아 HS CODE 비교 및 인도네시아 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료	
	2202.99	기타	
	2202.99-1000	인삼음료	
인도네시아	2202.99-50	희석 없는 즉각적 소모를 위해 준비된 기타 비통기식 음료	탄산 있음
	2202.99-90	기타	탄산 없음
관세	기본 관세율	20%	
	협정 관세율	0%	
부가가치세		10%	
수입세		음료 제품 7.5% (주스 제품은 2.5%)	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 인도네시아 관세청(Vietnam General Customs Office)

36) 인도네시아 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 2202.99 중 인삼드링크에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 인도네시아 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 인도네시아 관세청의 확인이 필요함

37) 1달러=1,191.40원 (2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

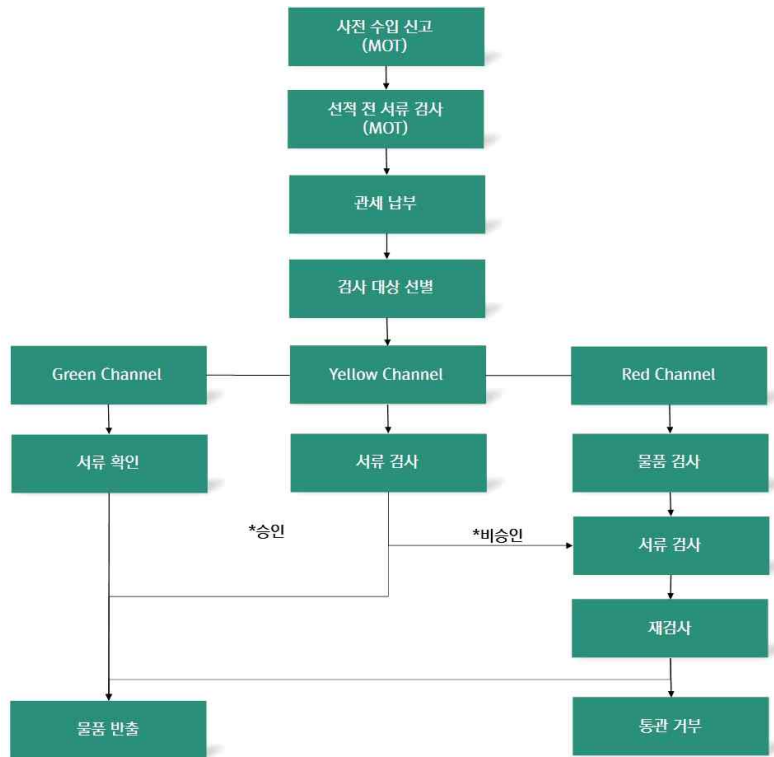
## 6. 인도네시아 인삼드링크 검역 심사 절차

### ▶ 인도네시아 식품, 선별된 내용에 따라 서류 및 물품 검사 실시

[표 5.9] 인도네시아 수입 물품 위험도 분류체계

구분	내용
Red	심각한 위험성이 있는 것으로 간주, 30~100% 선적품에 대해 물품 및 서류 검사 고위험 국가 원산지 제품, 인도네시아 정부가 지정 특정 제품, 재수입 제품, 신규 수입업자의 수입 물품이 대상
Yellow	선적품에 대한 물품 검사는 필요치 않은 것으로 간주, 서류 검사만 시행 고위험 수출 업자의 제품이나 저위험으로 분류된 제품인 경우, 중위험 수출 업자의 중위험 분류 제품인 경우가 대상
Green	수입 승인 후 별도의 물품 및 서류 검사가 불필요한 것으로 간주, 간단한 서류 확인 절차 인도네시아 정부와 전략적 파트너십(MITA)을 맺고 있는 거대 다국적 기업이 대상

[표 5.10] 인도네시아 통관 프로세스



### ▶ 인도네시아 인삼드링크 식품 첨가물 규정 확인 필요

[표 5.11] 인도네시아 식품 첨가물 규정 확인 방법

사이트	KATI농식품수출정보(www.kati.net)
국가	인도네시아
식품유형	음료류>홍삼, 인삼드링크

## 7. 수출 대상국가(인도네시아) 관련 규제 정보

### ▶ 인도네시아 외국 전자상거래 사업자의 세금 납부와 규제준수책임 강화

인도네시아 정부는 인도네시아 전자상거래 시장의 급성장에 따라 전자상거래를 통한 교역(PMSE<sup>38)</sup> 관련 정부령을 제정함.<sup>39)</sup> 정부령은 2019년 11월 25일에 발효되어 2년의 유예기간을 거쳐 2021년 11월 25일에 본격적으로 시행될 예정임

해당 법은 국내 및 해외의 전자상거래 주체를 구분하지 않아 업체 간의 공정하고 평등한 경쟁을 보장하나, 한편으로는 해외 사업자라 하더라도 인도네시아 내에서 경제활동을 하고 있다면 인도네시아 규제 아래에 있도록 함. 즉, 외국 기업의 세금 납부와 규제 준수 책임을 강화하기 위한 목적으로 해석되며 해당 법에 명시된 주요 내용은 다음과 같음

[표 5.12] 인도네시아 전자상거래 사업 주체 구분 및 규제

적용 규제	PP No 80 Tahun 2019	
사업 주체 구분 (4,5,14조)	판매자(상인)	전자상거래 플랫폼 및 내외국인 판매자
	전자상거래 교역 주권자 (PPSME)	<ul style="list-style-type: none"> <li>소매, 광고, 가격 비교 등의 전자상거래를 위한 플랫폼을 제공하는 주체</li> <li>정부로부터 전자 시스템 인증(SIUPMSE)을 받아야함</li> </ul>
	중계 서비스 업자	검색 서비스, 영구 정보 저장(hosting) 서비스, 임시 정보 저장(caching) 서비스를 제공하는 개인 및 법인
규제	외국인 사업자 (7조)	<ul style="list-style-type: none"> <li>인도네시아에 대표사무소 또는 지사 등의 사업체를 설립해야 함</li> <li>기업 등록 면허와 모든 거래 활동 정보를 국내 PPSME에 제공해야 하며 인도네시아 통계청(BPS)에서 이를 수집함</li> </ul>
	공통	기술 면허, 기업 등록 면허, 납세자고유번호(NPWP), 직업규약, 상품 및 서비스의 표준화(11조)
		국내 생산 제품 및 서비스의 우선 사용(12조)
		모든 사업 주체의 OSS(Online Single Submission) System을 통한 사업 허가 획득(15조)
	사업허가획득부터 수입신고, 화물배송까지 OSS 통합 시스템 사용	
	전자상거래 관련 모든 데이터의 일정 기간 보관 의무(금융 거래 관련 정보는 10년, 그 외는 5년간 보관)(17, 25조)	
	소비자 불만 접수 서비스 제공을 위한 문제 해결 절차와 직원 보유 의무(27조)	

자료 : 인도네시아 정부(Pemerintah Indonesia)

38) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

39) 인도네시아 정부(Pemerintah Indonesia), 「PP Nomor 80 Tahun 2019」, 2019

▶ 인도네시아 과당 함유 음료에 설탕세 부과 논의  
▶ 인도네시아 식품 포장에 대한 신규정 발표

인도네시아는 지난 5년간 1인당 음료 소비량은 60% 증가하였으며, 선호 음료 제품으로는 즉석 차, 에너지드링크, 탄산음료 순으로 나타남. 그러나 이와 함께 성인 비만 인구 및 청소년 당뇨병도 꾸준히 증가하여, 인도네시아 재무부(KKRI<sup>40</sup>)는 국민건강 증진과 세수확대를 위한 방안으로 설탕이나 인공감미료가 들어간 즉석 차, 에너지드링크, 탄산음료, 커피 등에 리터(L)당 1,500-2,500루피아(한화 약 122-204원<sup>41</sup>)의 설탕세 부과를 제안함. 말레이시아, 태국, 브루나이 등의 인도네시아 주변 3국에서 이미 설탕세를 도입한 것을 볼 때, 인도네시아 설탕세 도입에 대한 국내 수출업체의 대비가 필요함

인도네시아의 식품의약청(BPOM)이 발표한 식품 포장에 대한 신규정이 12개월의 유예기간을 거쳐 2020년 7월 29일부터 실효됨. 해당 규정은 식품접촉포장에 허용되는 인체 무해물질과 금지 물질에 관한 상세 조항을 다룸. 따라서 플라스틱 또는 유리 물질을 사용한 식음료 제품 수출업체의 주의가 필요하며 자세한 내용은 해당 규정을 참고해야 함

[표 5.13] 인도네시아 식품 포장에 대한 신규정

적용 규제	UU Nomor 20 Tahun 2019
규제 내용	<p>허용 물질</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>프탈산(phthalic acid), 대두유(soybean oil), 아디프산(adipic acid), 티오디 프로판산(thiodipropanoic acid, 아세트 알데하이드(acetaldehyde) 등</li> </ul>
	<p>허용 재료</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>다층 플라스틱, 단층 플라스틱, 종이 및 천지, 고무 및 탄성중합체, 커버, 실크, 사스킷, 세라믹, 덮개(수지, 폴리머), 유리, 금속</li> </ul>
	<p>금지 물질</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>색소류 : 알카넷(alkanet), 크롬산 바륨( barium chromate), 비스무스 옥시 클로라이드(bismuth oxichloride) 외</li> <li>충전제 : 석면(Asbestos)</li> <li>포장 인쇄 성분 : 스테아드산 바륨(barium stearate), 모노 클로로 벤젠(monochlorobenzene) 외 땀납 또는 주석 코팅한 납 포일</li> </ul>

자료 : 인도네시아 정부(Pemerintah Indonesia)

40) Kementerian Keuangan Republik Indonesia

41) 100루피아=8.16원(2020.08.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)



## VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 푸드스타글로벌(PT Foodstar Global)

Interview ② 인도스파스보고타마수크세스(PT Indosps Bogatama Sukses)

Interview ③ 파파야프레쉬갤러리(Papaya Fresh Gallery)

Interview ④ 로빈슨슈퍼마켓(Robinson Supermarket)

Interview ⑤ 인도네시아 식품의약청(BPOM)

## Interview ① 푸드스타글로벌(PT Foodstar Global)

42)

푸드스타글로벌  
(PT Foodstar Global)

전문가 소속

푸드스타글로벌  
(PT Foodstar Global)  
수입유통업체

연락처  
+62-21-4586-0519

전문가 정보

Mr. Nana  
(Purchasing Manager)

PT. FOODSTAR  
GLOBAL



푸드스타글로벌(PT Foodstar Global)

Purchasing Manager, Mr. Nana

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

푸드스타글로벌은 2009년에 설립된 수입유통업체로 인도네시아 자카르타에서 매장을 운영하고 있습니다. 주로 한국 제품을 수입하고 있으며 숙취해소음료, 복분자 음료, 꿀유자차 등을 판매하고 있습니다.

**Q. 인도네시아에서 판매하고 있는 에너지드링크는 주로 어디에서 수입되나요?**

인도네시아의 에너지드링크는 주로 태국에서 수입되고 있습니다. 인도네시아에서 출시된 최초의 에너지드링크 제품은 1994년에 출시되었기 때문에 1990년대 초반부터 태국의 에너지드링크가 알려지게 되었고, 지금까지도 인도네시아 소비자들은 주로 태국산 제품을 자주 마시고 있습니다.

**Q. 인도네시아 내에서 인삼 성분이 함유된 에너지드링크의 인식은 어떤가요?**

인도네시아 소비자들은 인삼의 쓴맛으로 인해 인삼은 하나의 약재로써 건강 및 의료 목적으로 사용된다고 생각합니다. 인도네시아에서 소량의 인삼 성분이 포함된 에너지드링크 제품이 판매되고 있으며 가격도 적당한 선에서 형성되어 있는 편입니다.

**Q. 타 에너지드링크와 비교했을 때 경쟁력을 갖추기 위한 요소는 무엇인가요?**

인도네시아 소비자들은 가격을 중시하기 때문에 인도네시아로 에너지드링크 및 인삼드링크 수출 시 경쟁력을 갖추기 위해서는 가격을 낮추어야 합니다. 또한 에너지드링크에서 유해성분이 발견되었다는 뉴스가 보도된 이후로 성분 및 관련 인증을 중요시하는 소비자들이 늘어났습니다.

42) 사진 자료 : 푸드스타글로벌(PT Foodstar Global) 페이스북

### Q. 에너지드링크의 주요 구매 요인은 무엇인가요?

에너지드링크 구매 시, 인도네시아 소비자들은 정형화된 소비 패턴을 보입니다. 가장 먼저 제품 간의 가격을 비교한 후 성분을 확인합니다. 가격이 저렴한 제품이 있다면 구매하여 섭취해본 후, 제품의 맛이 취향에 맞는다면 해당 제품을 재구매하는 편입니다.

### Q. 인도네시아에서 인기 있는 에너지드링크는 무엇인가요?

인도네시아에서는 병 타입과 분말 타입의 에너지드링크가 있습니다. 병 타입 제품 중 가장 인기 있는 브랜드는 크라팅댕(Krating Daeng)이며 분말 타입은 엑스트라조스(Extra Joss) 제품이 유명합니다. 엑스트라조스 제품은 물이나 우유에 타 먹는 형태이며 12개 입 1박스에 12,000루피아(한화 약 980원<sup>43)</sup>로, 가격이 매우 저렴하기 때문에 경제적 여건이 부족한 저소득층에게 인기 있습니다.

43) 100루피아=8.16원 (2020.08.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## Interview ② 인도스파스보고타마수크세스 (PT Indosps Bogatama Sukses)

44)

●  
**인도스파스보고타마수크세스**  
 (PT Indosps Bogatama Sukses)

전문가 소속

인도스파스  
 보고타마수크세스  
 (PT Indosps  
 Bogatama Sukses)  
 수입유통업체

연락처

+62-21-2933-0777

전문가 정보

Mr. Winato  
 (Owner)



### 인도스파스보고타마수크세스(PT Indosps Bogatama Sukses) Owner, Mr. Winato

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

인도스파스보고타마수크세스는 2012년에 설립된 수입유통업체로 인도네시아 자카르타에서 매장을 운영하고 있습니다. 주로 한국, 미국, 중국, 일본, 싱가포르, 태국 등에서 쌀, 조미료, 면, 김 등의 식재료를 수입하고 있으며 특히 한국 식품 중에서는 조미료, 당면, 소스류 등을 판매하고 있습니다.

**Q. 인도네시아 내 에너지드링크 소비 트렌드는 어떤가요?**

인도네시아에는 다양한 현지 및 수입산 에너지드링크가 판매되고 있습니다. 현지 제품이 더욱 저렴하긴 하지만 수입산 브랜드의 인지도가 더 높기 때문에 수입산 제품을 선호하는 소비자들도 있습니다. 예를 들어 크라땡땡(Krating Daeng) 제품은 태국제품임에도 인도네시아에서 매우 유명하고 소비자 선호도가 높습니다.

**Q. 한국산 인삼 에너지드링크가 인도네시아에서 경쟁력이 있을까요?**

인삼 성분은 피로 회복 및 기력 증진의 기능이 있기 때문에 에너지드링크와 비슷한 효과를 가지고 있습니다. 현재 인도네시아에서는 인삼 성분이 함유된 음료가 일반적인 에너지드링크 보다 가격이 높게 판매되고 있는데, 시장 경쟁력에 있어 가장 중요한 요소 중 하나는 가격이기 때문에 A사의 제품 진출 시 가격설정이 중요할 것입니다. 또한, 브랜드 인지도도 매우 중요한데, 최근 인도네시아에 한국 제품들이 많이 진출하여 인기를 얻고 있으므로 인도네시아로 A사의 제품 수출 시에도 한국 브랜드로의 인지도를 빠르게 얻을 수 있을 것으로 예상됩니다.

44) 사진 자료 : 인도스파스보고타마수크세스(PT Indosps Bogatama Sukses) 홈페이지, 페이스북

---

### Q. 인도네시아에서 에너지드링크의 주요 구매 요인은 무엇인가요?

에너지드링크의 맛은 거의 비슷하기 때문에 인도네시아 소비자는 에너지드링크 구매 시 가격을 가장 중요시합니다. 에너지드링크의 주 소비자들은 대부분 저소득층이므로 저렴한 가격으로 판매하는 것이 효과적입니다. 현재 인도네시아에서는 음료와 분말 타입의 에너지드링크가 판매되고 있으며 분말 제품이 더욱 저렴합니다.

### Q. 인도네시아에서 인기 있는 에너지드링크는 무엇이며 가격은 어떤가요?

인도네시아에서 가장 유명한 에너지드링크는 크라핑댕(Krating Daeng)입니다. 크라핑댕은 수입산 제품이지만 가격이 저렴하고 이전부터 인도네시아 내에서 꾸준히 유명한 제품이기 때문에 에너지드링크를 선호하는 소비자들은 해당 제품에 대한 인지도가 매우 높습니다. 크라핑댕은 150ml에 5,000루피아(한화 약 408원)에 판매되고 있습니다.

## Interview ③ 파파야프레쉬갤러리 (Papaya Fresh Gallery)

45)

● 파파야프레쉬갤러리  
(Papaya Fresh Gallery)

전문가 소속

파파야프레쉬갤러리  
(Papaya Fresh Gallery)  
수입유통업체

연락처  
+62-31-847-3636

전문가 정보

Mr. Sony  
(Sales Department)



### 파파야프레쉬갤러리(Papaya Fresh Gallery) Sales Department, Mr. Sony

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

파파야프레쉬갤러리는 일본의 슈퍼마켓 체인으로, 인도네시아에 진출하여 자카르타, 발리, 반둥 등지에서 매장을 운영하고 있습니다. 일본 식품을 주로 취급하고 있지만 한국산 제품을 포함하여 다양한 수입 및 현지 제품들도 판매하고 있습니다.

**Q. 인도네시아 내 에너지드링크 및 인삼드링크의 인식은 어떤가요?**

인도네시아에서 태국산 에너지드링크는 수년 전부터 유명한 제품이며 인도네시아 소비자들이 자주 소비하는 제품이기 때문에 저희 업체에서는 주로 태국에서 에너지드링크를 수입하고 있습니다. 그러나 모든 소비자들이 인삼의 맛을 선호하지는 않기 때문에 인삼드링크와 에너지드링크는 별개의 식품으로 생각하는 경우가 많습니다. 인도네시아에서는 카페인이 다량 함유된 에너지드링크를 과도하게 섭취할 경우 몸에 해롭다고 알려졌지만, 인삼은 건강기능효과가 있기 때문에 인삼드링크를 에너지드링크보다 선호하고 있습니다.

**Q. 인도네시아 내 에너지드링크의 주요 구매 요인은 무엇인가요?**

인도네시아 소비자들은 에너지드링크를 구매할 때 가장 유명한 브랜드를 선택하는 경향이 있습니다. 특히 TV나 길가 옥외광고 등에서 많이 홍보하고 있는 제품을 주로 구매합니다.

**Q. 인도네시아에서 인기 있는 에너지드링크는 무엇이며 가격은 어떤가요?**

인도네시아에서 가장 유명한 에너지드링크 중 하나는 유씨1000(YOU C1000)입니다. 해당 브랜드는 미스 유니버스(Miss Universe)에서 홍보하고 있으며, 비타민이 다량 함유되어 있어 피부에 좋다고 알려져 있습니다. 주로 여성 소비자들이 구매하는 편이며 140ml에 8,000루피아(한화 약 650원)에 판매되고 있습니다.

45) 사진 자료 : 파파야프레쉬갤러리(Papaya Fresh Gallery) 인스타그램

## Interview ④ 로빈슨슈퍼마켓(Robinson Supermarket)

46)

● 로빈슨슈퍼마켓  
(Robinson Supermarket)

전문가 소속

로빈슨슈퍼마켓  
(Robinson Supermarket)  
수입유통업체

연락처  
+62-251-833-7492

전문가 정보

Mr. Andi  
(Sales Staff)

 Robinsons Supermarket



### 로빈슨슈퍼마켓(Robinson Supermarket) Sales Staff, Mr. Andi

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

로빈슨슈퍼마켓은 1985년에 설립된 필리핀의 슈퍼마켓 체인으로 육류 및 농수산물, 유제품, 각종 음료, 건강식품 등을 취급하고 있습니다. 인도네시아 자카르타, 발리, 동부 자바, 파푸아 등에 총 7개의 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 판매를 진행하고 있습니다.

**Q. 인도네시아 내 에너지드링크 및 인삼드링크의 인식과 주 소비자는 누구인가요?**

인도네시아인들은 태국, 인도, 미국의 에너지드링크 제품에 익숙하고 이전부터 많이 소비해온 제품이기 때문에 저희 업체에서도 해당 제품들을 수입하고 있습니다. 에너지드링크의 경우 성별과 관계없이 자주 소비되는 제품이지만 인삼드링크는 주로 남성들이 구매하고 있습니다. 에너지드링크와 인삼드링크는 모두 피로 회복 및 각성효과가 있어 인도네시아 내에서도 인삼 성분이 들어간 에너지드링크 제품을 판매하고 있으며 역시 남성 소비자가 주로 선호하는 편입니다.

**Q. 인도네시아로 인삼 에너지드링크 수출 시 타 브랜드와 비교할 수 있는 경쟁력 요소는 무엇인가요?**

인도네시아로 인삼 에너지드링크 수출을 위해서는 먼저 포장 및 패키지 디자인이 소비자의 눈길을 끌어야 합니다. 또한, 제품 광고 시 홍보 내용도 흥미로워야 합니다. 소비자들은 제품 구매 시 취향에 맞는 구매를 위해 선택의 폭이 넓은 제품을 선호하기 때문에 가능하다면 다양한 플레이버 제품을 출시하는 것도 좋은 방법입니다.

46) 사진 자료 : 로빈슨슈퍼마켓(Robinson Supermarket) 페이스북

---

### Q. 인도네시아에서 에너지드링크의 주요 구매 요인은 무엇인가요?

기본적으로 인도네시아에서는 에너지드링크 구매 시 가격을 가장 중요시합니다. 그러나 최근에는 가격보다 성분을 중요하게 생각하는 소비자들이 증가했는데, 에너지드링크에는 다량 섭취 시 몸에 해로운 성분이 들어있다는 뉴스가 보도된 이후 성분을 꼼꼼하게 확인하여 구매하는 소비자들이 많아지고 있습니다.

### Q. 인도네시아 내 인기 있는 에너지드링크 제품은 무엇이며 가격은 어떤가요?

인도네시아에서 가장 유명한 에너지드링크 제품 중 하나는 엑스트라조스(Extra Joss)입니다. 해당 제품은 오리지널, 망고, 포도/인삼 믹스 등 다양한 플레이버가 있습니다. 그리고 최근에는 제품과 텀블러 용기를 함께 제공하는 엑스트라조스쉐이크(Extra Joss Shake) 제품을 출시하였으며 스틱 6개 + 텀블러에 15,000루피아(한화 약 1,224원)에 판매되고 있습니다.



## Interview ⑤ 인도네시아 식품의약청(BPOM<sup>47)</sup>)

48)

### 인도네시아 식품의약청 (BPOM)

#### 전문가 소속

인도네시아 식품의약청  
(BPOM)

#### 연락처

+62-21-484-4691

#### 전문가 정보

Ms. Yuni  
(F&B Registration  
Department)



### 인도네시아 식품의약청(BPOM)

### F&B Registration Department, Ms. Yuni

#### Q. 기관에 대해 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

인도네시아 식품의약청은 한국의 식품의약품안전처 및 미국의 FDA(Food and Drug Administration)와 같은 기능을 담당하는 기관으로 식품, 식이보충제, 의약품, 화장품 등의 허가, 수입 허가, 등록 업무를 진행하며 해당 제품의 품질 및 유통을 규제합니다.

#### Q. 인도네시아로 인삼 에너지드링크 수출 시 성분 규제가 있나요?

인도네시아에서 유통되는 가공식품은 모두 감미료(Sweetener)의 포함 여부를 반드시 표기해야 합니다. 인공조미료 중 하나인 아스파탐(Aspartame)의 사용 시, 라벨에 ‘이 제품은 인공감미료를 포함하고 있습니다.’ 등의 정보를 기재해야 합니다. 또한, 아스파탐에는 필수 아미노산 중 하나인 페닐알라닌(Phenylalanine) 성분이 포함되어 있어 ‘이 제품은 임산부에게 적절하지 않습니다.’의 주의사항을 표기해야 합니다.

#### Q. 인도네시아로 인삼 에너지드링크 수출 시 필수 라벨링 기재사항은 무엇인가요?

인도네시아로 식품 수입 시 성분정보 및 인공감미료 성분정보, 유통기한, 사전 수입 식품 등록 시 부여받은 BPOM 등록번호, 용량, 일일 권장섭취량(ex. 하루에 3병 이상은 섭취하지 마십시오.) 등을 반드시 표기해야 합니다.

#### Q. 인도네시아로 인삼 에너지드링크 수출 시 강제 인증이 있나요?

2019년 10월 17일부로 인도네시아에서 유통되는 모든 제품에 HALAL 인증 의무화가 공식적으로 시행되었으며 다만, 5년의 유예기간을 두었습니다. 에너지드링크의 경우, 타우린 성분(동물 유래 성분과 합성성분 모두)이 포함되었다면 HALAL 인증 시 인증기관에서 타우린의 추출 재료를 확인받아야 합니다.

47) Badan Pengawas Obat dan Makanan

48) 사진 자료 : 인도네시아 식품의약청(BPOM)

## Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)



인삼드링크 소비특징

**'홍삼 및 인삼 첨가 에너지드링크, 남성 정력 개선 강조'**

에너지드링크, 여성보다 남성 소비자 비중 높음

인도네시아 온라인쇼핑몰 및 언론매체의 에너지드링크 제품 연관이 분석 결과, 주 소비층은 여성보다 남성 비중이 높았으며, 업무상의 피로 회복 등을 이유로 구매하는 것으로 나타남. 또한 홍삼 및 인삼을 에너지드링크 제품 원료로 사용하는 브랜드는 남성 정력 개선에 좋다는 점을 강조하고 있는 것으로 나타남. 이와 관련해 전문가들 역시 인삼 성분의 에너지드링크는 남성 소비자들이 주로 구매한다고 언급함

인삼드링크 구매요인

**'인도네시아 소비자, 저렴한 가격을 우선시함'**

최근 에너지드링크 유해성분 보도 이후 성분 역시 중요시하게 됨

전문가인터뷰 결과, 전문가 4명 모두 인도네시아 소비자가 인삼드링크 및 에너지드링크 구매요인으로 저렴한 가격을 언급함. 이에 대해 한 전문가는 에너지드링크의 주 소비층이 저소득층 노동자이기 때문이라고 답변함

또한 전문가 4명 중 2명은 제품 구매요인으로 성분을 언급함. 이에 대해 두 전문가는, 최근 인도네시아에서 에너지드링크의 유해성분이 뉴스로 보도된 이후 소비자들이 예전보다 제품의 성분 및 관련 인증을 중요시하게 되었다고 설명함. 이 외로 한 전문가는 제품 구매요인으로 패키지가 다양하고 다양한 플레이버를 언급함



# Export Insights

인삼드링크 유통채널

**인삼드링크 진출 가능  
주요 유통채널**  
‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’

하이퍼마켓/슈퍼마켓 48% 점유  
개인 및 기타 식료품점 36% 점유



인도네시아 인삼드링크 진출 가능 주요 유통채널은 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 개인 및 기타 식료품점 등이 있음. 이중 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 48%의 높은 비율을 차지하고 있으며, 뒤이어 아시안마트를 포함한 개인 및 기타 식료품점이 36%의 비율을 차지하고 있음

한편, 진출 가능 주요 유통채널에 입점한 인삼드링크 브랜드는 지드링크, 원기삼고려인삼드링크, 한뿌리인삼드링크 등 한국산 제품이 많이 발견됨

비관세장벽

**식품 등록 절차 의무  
HALAL 인증 의무**

감미료 포함 여부를 라벨에 표기해야 하며, 제품 성분에 따른 주의사항 표기 필수  
에너지드링크의 경우, 타우린 성분 포함 시 타우린 추출 재료 확인 필수



인도네시아 유통 제품은 모두 식품 등록 절차를 거쳐야 함. 해당 절차에서 식품의 안전성, 품질, 영양성분 및 라벨에 대한 검토를 진행함. 해당 절차는 인도네시아 식품의약품(BPOM)의 온라인 등록 홈페이지에서 진행 가능함. 한편, 라벨의 경우 감미료 포함 여부를 표기해야하며, 제품 성분에 따른 주의사항 표기가 필수임

인도네시아로 수출하는 제품은 2019년 10월 17일부터 HALAL 인증 취득이 의무화되었으며, 유효기간 5년 동안은 HALAL 인증을 획득하지 않아도 수출이 가능하나, 2024년 10월 유효기간이 종료된 이후에는 인증이 강제됨. HALAL 인증은 인도네시아 이슬람 HALAL 위원회(LPPOM MUI) 및 동 기관이 인정한 인증기관에서 취득할 수 있으며, 인증 유효기간은 2년임. 한편 에너지드링크는 HALAL 인증 시 타우린 성분의 추출 재료를 확인받아야 함

전문가피드백

**‘끄라밍댕(Krating Daeng)’  
‘엑스트라조스(Extra Joss)’**

전문가 4명 중 2명 이상이 언급한 인도네시아 수입산 및 현지산 에너지드링크 인기제품



전문가 4명 중 2명 이상이 언급한 인도네시아 에너지드링크 인기제품은 ‘끄라밍댕(Krating Daeng)’ 및 엑스트라조스(Extra Joss)로 나타남. 끄라밍댕 제품은 태국 브랜드로 캔에 액상 형태로 판매되고 있으며, 150ml 용량에 5,000루피아(한화 약 408원) 가격으로 판매되고 있음

한편, 엑스트라조스 제품은 인도네시아 현지 브랜드로 물이나 우유에 타 먹는 분말 타입 제품이며, 12개입 1박스에 12,000루피아(약 980원) 가격으로 판매되고 있음. 1회 섭취당 가격이 1,000루피아(약 82원)로 끄라밍댕 제품보다 훨씬 저렴하며, 망고, 포도 및 인삼 등 다양한 종류의 플레이버가 있음

## 진출제언



**Point 01.** 인도네시아 에너지드링크 주 소비자는 남성 소비자이며, 특히 홍삼 및 인삼 첨가 에너지드링크 제품은 남성 정력 개선에 좋다는 점을 강조하고 있음

**Point 02.** 인도네시아 소비자들은 인삼드링크 및 에너지드링크 구매 시 저렴한 가격을 가장 중요시하며, 최근 에너지드링크 유해성분 보도로 인해 제품 성분 역시 중요시하게 됨

**Point 03.** 인도네시아 유통 제품은 모두 식품 등록 절차를 거쳐야 하며, 2019년 10월 이후로 인도네시아 수출 제품은 HALAL 인증 취득이 의무화됨



## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 유엔인구기금(UNFPA), 「Indonesia Population Projection 2015-2045」, 2018
2. EU-Indonesia partnership Facility, 「Guidelines for Business on Halal Food Product Assurance in Indonesia」, 2020.05
3. 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS), 「Food and Agricultural Import Regulations and Standards Country Report」, 2020.02
4. 딜로이트(Deloitte), 「Indonesian Customs Guide」, 2019
5. 유럽연합(European Union), 「The Food and Beverage Market Entry Handbook:Indonesia」, 2017.10
6. 유럽-인도네시아 비즈니스 네트워크(EIBN), 「EIBN sector reports: Food & Beverage」, 2017
7. 인도네시아 정부(Pemerintah Indonesia), 「No. 33/2014」, 2014
8. 인도네시아 식품의약품청(BPOM), 「Regulation No. 30/2017」, 2017
9. 인도네시아 식품의약품청(BPOM), 「Regulation No. 29/2017」, 2017
10. 인도네시아 식품의약품청(BPOM), 「Regulation No. 27/2017」, 2017
11. 인도네시아 정부(Pemerintah Indonesia), 「Food Law 18/2018」, 2018
12. 인도네시아 정부(Pemerintah Indonesia), 「PP Nomor 80 Tahun 2019」, 2019
13. 인도네시아 정부(Pemerintah Indonesia), 「UU Nomor 20 Tahun 2019」, 2019

### ■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) ([www.portal.euromonitor.com](http://www.portal.euromonitor.com))
2. 외교부 ([www.mofa.go.kr](http://www.mofa.go.kr))
3. 유엔 컴트레이드(UN Comtrade) ([www.comtrade.un.org](http://www.comtrade.un.org))
4. 스태티스타(Statista) ([www.statista.com](http://www.statista.com))
5. 농식품수출정보(KATI) ([www.kati.net](http://www.kati.net))
6. 쇼피(Shopee) ([www.shopee.id](http://www.shopee.id))
7. 리퍼블리카(Republika) ([republika.co.id](http://republika.co.id))
8. 롯데마트(Lotte Mart) ([www.lottemart.co.id](http://www.lottemart.co.id))
9. 롯데쇼핑(Lotte Shopping) ([www.lotteshoppingir.com](http://www.lotteshoppingir.com))
10. 더자카르타포스트(The Jakarta Post) ([www.thejakartapost.com](http://www.thejakartapost.com))
11. 하이퍼마트(Hypermart) ([www.hypermart.co.id](http://www.hypermart.co.id))
12. 엠피피에이리테일그룹(Mppa Retail Group) ([www.mppa.co.id](http://www.mppa.co.id))
13. 쏬판(Kontan) ([www.kontan.co.id](http://www.kontan.co.id))
14. 씨엔비씨(Cnbc) ([www.cnb.com](http://www.cnb.com))
15. 자카르타글로브(Jakartaglobe) ([www.jakartaglobe.id](http://www.jakartaglobe.id))
16. 트랜스마트 까르푸(Transmart Carrefour) ([www.transmart.co.id](http://www.transmart.co.id))
17. 페트롤프라자(PetrolPlaza) ([www.petrolplaza.com](http://www.petrolplaza.com))

## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

18. 데틱뉴스(Detiknews) ([www.news.detik.com](http://www.news.detik.com))
19. 퍼스널파이낸스(Personal Finance) ([www.personalfinance.kontan.co.id](http://www.personalfinance.kontan.co.id))
20. 포스쿠팡(Pos Kupang) ([www.kupang.tribunnews.com](http://www.kupang.tribunnews.com))
21. 사리아유(Sariayu) ([www.sariayu.com](http://www.sariayu.com))
22. 무궁화 한인마트 ([www.mghgroup.com](http://www.mghgroup.com))
23. 콤파스닷컴(Kompas.com) ([www.kompas.com](http://www.kompas.com))
24. 데틱푸드(Detikfood) ([www.food.detik.com](http://www.food.detik.com))
25. 선운산농협 ([www.berrywell.co.kr](http://www.berrywell.co.kr))
26. 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery) ([www.papayabali.co.id](http://www.papayabali.co.id))
27. 파파야프레시갤러리Papaya Fresh Gallery ([www.instagram.com](http://www.instagram.com))
28. 알파마트(Alfamart) ([www.alfamartku.com](http://www.alfamartku.com))
29. 알파마트(Alfamart) 페이스북 ([www.facebook.com](http://www.facebook.com))
30. 니케이아시아리뷰(Nikkei Asian Review) ([www.asia.nikkei.com](http://www.asia.nikkei.com))
31. 카타데이터(Katadata) ([www.katadata.co.id](http://www.katadata.co.id))
32. 아이디엔파이낸셜(IDN Financials) ([www.idnfinancials.com](http://www.idnfinancials.com))
33. 펠트롤플라자(Petrol Plaza) ([www.petroplaza.com](http://www.petroplaza.com))
34. 테크놀로그(Technologue) ([www.technologue.id](http://www.technologue.id))
35. 디지털뉴스아시아(Digitalnewsasia) ([www.digitalnewsasia.com](http://www.digitalnewsasia.com))
36. 인도마켓(IndoMaret) ([www.indomaret.co.id](http://www.indomaret.co.id))
37. 인도리텔(Indoritel) ([www.indoritel.co.id](http://www.indoritel.co.id))
38. 베리타사투(Beritasatu) ([www.beritasatu.com](http://www.beritasatu.com))
39. 폰티아낙(Pontianak) ([www.pontianak.tribunnews.com](http://www.pontianak.tribunnews.com))
40. 토크opedia(Tokopedia) ([www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com))
41. 블룸버그(Bloomberg) ([www.bloomberg.com](http://www.bloomberg.com))
42. 크라우드펀드인사이드(Crowd Fund Insider) ([www.crowdfundinsider.com](http://www.crowdfundinsider.com))
43. 부칼라팍(Bukalapak) ([www.bukalapak.com](http://www.bukalapak.com))
44. 마케티어스(Marketeers) ([www.marketeers.com](http://www.marketeers.com))
45. 줌인포(Zoominfo) ([www.zoominfo.com](http://www.zoominfo.com))
46. 이코노미(Ekonomi) ([www.ekonomi.bisnis.com](http://www.ekonomi.bisnis.com))
47. 센트로백화점(Centro Department Store) ([www.centro.co.id](http://www.centro.co.id))
48. 포스퀘어(Forsquare) ([www.foursquare.com](http://www.foursquare.com))
49. 그랩푸드(Grab Food) ([www.food.grab.com](http://www.food.grab.com))
50. 쇼피(Shopee) ([shopee.co.id](http://shopee.co.id))
51. 인도네시아 식품의약청(BPOM) ([www.pom.go.id](http://www.pom.go.id))
52. 인도네시아 식품의약청(BPOM) 온라인 신청 ([e-reg.pom.go.id](http://e-reg.pom.go.id))

## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

53. 인도네시아 관세청(BEA CUKAD) ([www.beacukai.go.id](http://www.beacukai.go.id))
54. 세킨도(Cekindo) ([www.cekindo.com](http://www.cekindo.com))
55. 스위스글로벌엔터프라이즈(Switzerland Global Enterprise) ([www.s-ge.com](http://www.s-ge.com))
56. 관세정보법령포털 ([unipass.customs.go.kr](http://unipass.customs.go.kr))
57. 두잉비즈니스(Doing Business) ([doingbusiness.org](http://doingbusiness.org))
58. 식품 포장 국제 포럼(Food Packaging Forum) ([www.foodpackagingforum.org](http://www.foodpackagingforum.org))
59. 푸드스타글로벌(PT Foodstar Global) 페이스북 ([www.facebook.com/ptfoodstarglobal/](http://www.facebook.com/ptfoodstarglobal/))
60. 인도스파스보고타마수크세스(PT Indosps Bogatama Sukses) ([www.indosps.co.id](http://www.indosps.co.id))
61. 파파야프레쉬갤러리(Papaya Fresh Gallery) 인스타그램 ([www.instagram.com/papayasurabaya/](http://www.instagram.com/papayasurabaya/))
62. 로빈슨슈퍼마켓(Robinson Supermarket) 페이스북 ([www.facebook.com/RobinsonsSupermarketOfficial/](http://www.facebook.com/RobinsonsSupermarketOfficial/))
63. 인도네시아 식품의약청(BPOM, Badan Pengawas Obat dan Makanan) ([www.pom.go.id](http://www.pom.go.id))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.10.16

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 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.

Printed in Korea