



2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 어린이 음료(Kid's Beverage)

Country : 인도네시아(Indonesia)

Contents

I. 시장 통계	4
1. 통계분석 기준 설정	6
2. 무역통계 종합분석	7
3. 품목통계 종합분석	8
II. 시장 트렌드	9
1. 소비 트렌드	11
2. 제품 트렌드	12
3. 유통 트렌드	13
4. 정책 트렌드	14
III. 경쟁제품 현지조사	15
1. 경쟁제품 선정	17
2. 정량 분석	18
3. 정성 분석	19
4. 현지 방문 조사자료	20
IV. 경쟁사 분석	25
1. 경쟁사 선정	27
2. 경쟁사별 현황 파악	28
V. 유통구조 현황	31
1. 추천 진출 경로	33
2. 전문가 인터뷰	36
VI. 유통업체 현황	37
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보	39

Contents

Ⅶ. 통관 및 검역 정보	44
1. 통관 및 검역 절차	47
2. 관세율 정보	49
3. FTA 정보	50
4. 통관 및 검역 주의사항	51
Ⅷ. 인증 정보	52
1. 인증 취득정보	54
2. 인증 취득제품	56
3. 제출서류	57
4. 전문가 인터뷰	59
Ⅸ. 라벨링 정보	61
1. 라벨 표기사항	63
2. 라벨링 예시	64
X. 위생 요건 정보	65
1. 식품첨가물 규정	67
※ 참고 문헌	68

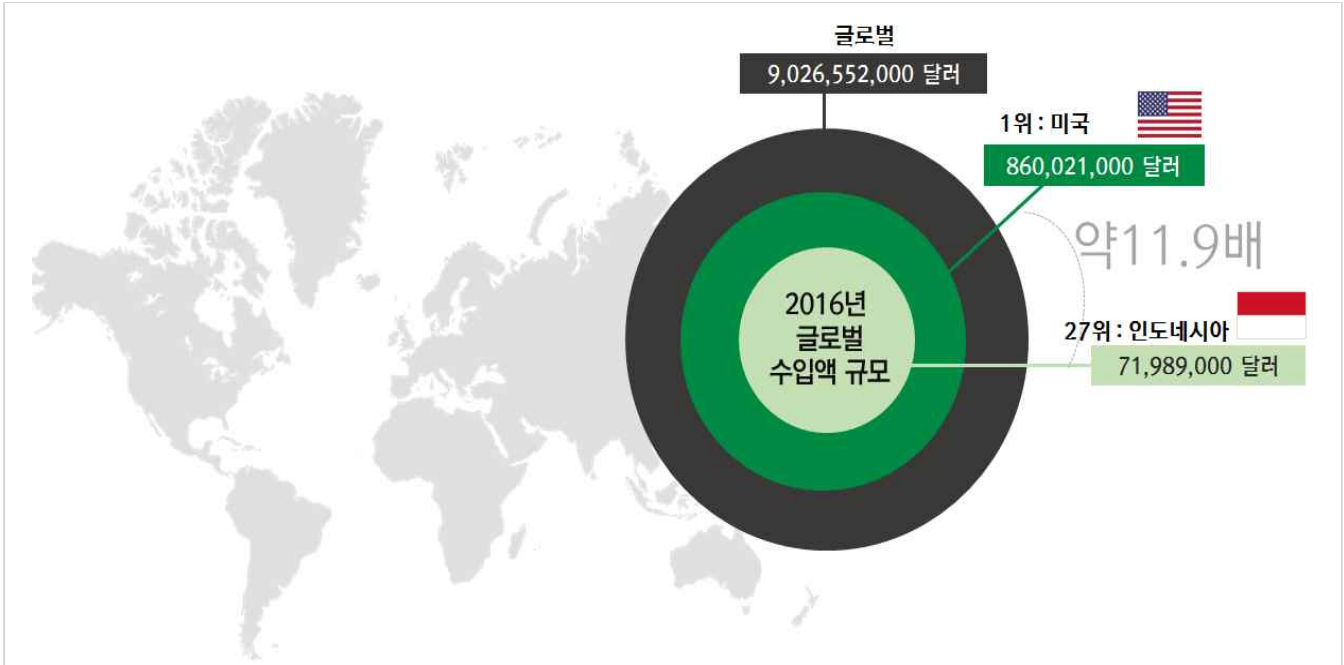


I. 시장 통계

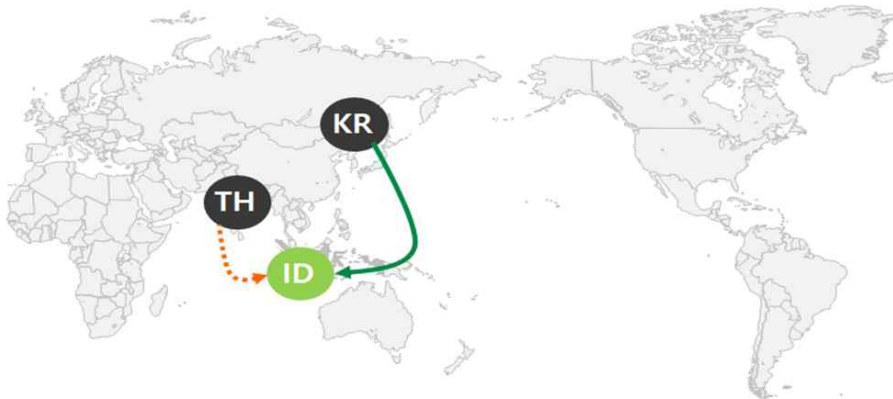
※ 시장 통계 OVERVIEW

1. 통계분석 기준 설정
2. 무역통계 종합분석
3. 품목통계 종합분석

시장 통계 OVERVIEW

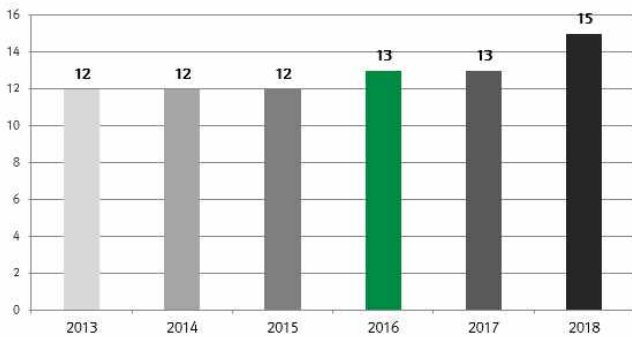


2016년 인도네시아 내 HS CODE 2202.90 품목 수입액 규모



▶ 인도네시아 유아용 음료 시장규모(2013~2018)

(단위 : 만 달러)



※ 2017~2018년 수치는 전망치임

글로벌 수입규모
1위 미국, 27위 인도네시아
인도네시아 수입상대국
1위 태국, 3위 한국
2016년 기준
유아용 음료 시장규모,
13만 달러 기록

1. 통계분석 기준 설정

HS CODE 확인 사이트

1	한국 관세청 www.customs.go.kr
2	한국 관세법령정보포털 3.0 unipass.customs.go.kr
3	인도네시아 관세청 www.beacukai.go.id

어린이 음료 통계 기준 설정

어린이 음료 품목의 시장성 판단을 위해 통계 조사를 진행함. 글로벌 및 인도네시아의 수입통계 확인을 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고 조사 대상국의 시장규모 파악을 위해 품목 키워드를 조사 기준으로 설정함.

수입 통계 기준, HS CODE 2202.90으로 설정

글로벌 및 인도네시아 내 어린이 음료의 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 2202.90을 수입통계 분석 기준으로 설정함. HS CODE 2202.90의 해당 품목은 주로 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물과 그 밖에 알코올을 함유하지 않은 음료를 의미함. 의외제품인 어린이음료에 해당하는 HS CODE가 2202.99.50과 2202.99.90 두 가지 모두 가능해 상위 HS CODE인 2202.90을 인도네시아 수입 통계분석 기준으로 함

표 1.1 : 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	2202.90
	인도네시아 수입규모 및 성장률		
품목 통계	비알코올 음료 시장규모	품목 키워드	Non-alcohol beverage
	유아용 음료 시장규모		Baby Drinks

표 1.2 : 인도네시아 내 어린이 음료 HS CODE(2017 기준)²⁾

국가	HS CODE	품명
한국	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)
	2202.9	기타
	2202.99	기타
	2202.99.9000	기타
인도네시아	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)
	2202.10	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물 (광천수와 탄산수를 포함한다)
	2202.99	기타
	2202.99.50	희석하지 않고 직접 소비될 수 있는 음료(비탄산 음료)
	2202.99.90	기타

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do), 인도네시아 관세청(www.beacukai.go.id)

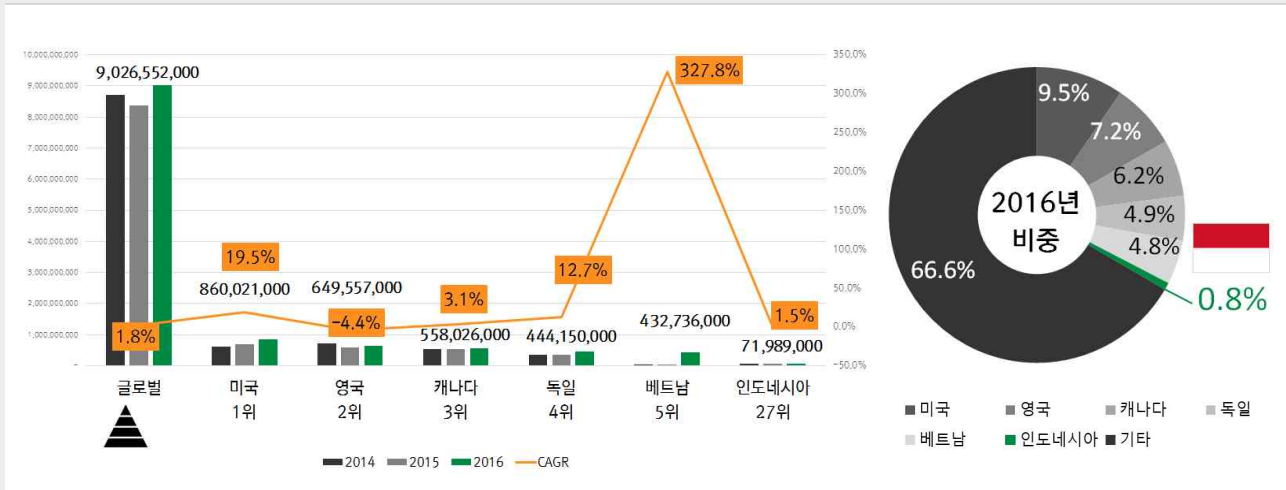
1. 의뢰사 제품에 적합한 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 '관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람'을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 '품목분류정보'를 검색하거나 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음
2. 조사 제품인 어린이 음료의 HS CODE는 2017년 기준 2202.99에 해당되지만, 수출입 통계는 개정전 HS CODE 2012를 기준으로 집계되어 본 보고서에서는 HS CODE 2202.90을 기준으로 통계를 조사함. HS CODE는 5년마다 개정이 되고, 2016년까지 사용하던 HS CODE가 2202.90이었음을 참고 바람

2 무역통계 종합분석

글로벌 수입 통계 분석

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 2202.90 수입액 규모 및 비중(2014~2016)

(단위 : 달러, %)



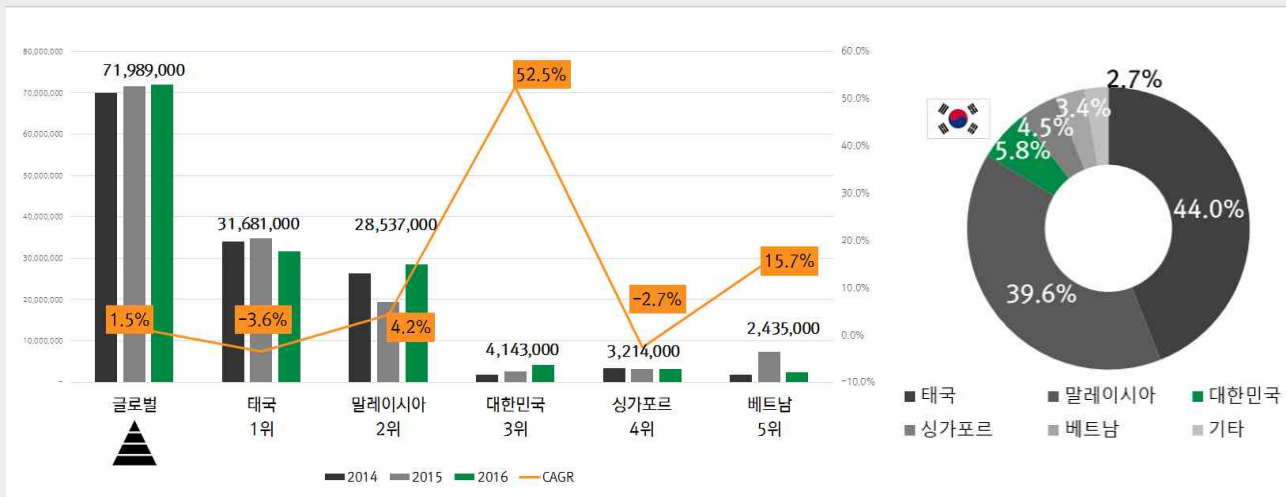
출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

- 2016년 기준 HS CODE 2202.90의 수입규모는 90억 2,655만 2,000달러로 2014년 이후 3년간 연평균 1.8%의 상승세를 기록함. 수입 1위국인 미국의 수입액은 8억 6,002만 1,000달러로 동기간 연평균 19.5%의 성장률을 기록함
- 수입국 중 베트남의 경우 전년 대비 327.8%의 높은 수입성장률을 기록함

인도네시아 수입 통계 분석

표 1.4 : 인도네시아 HS CODE 2202.90 수입액 규모 및 비중(2014~2016)

(단위 : 달러, %)



출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

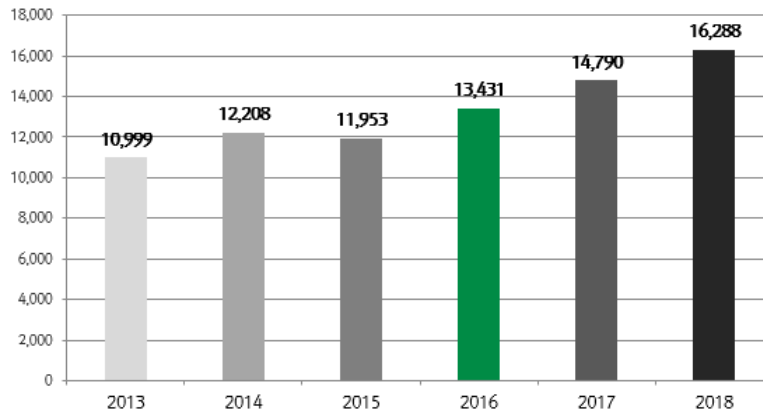
- 2016년 기준 인도네시아 내 HS CODE 2202.90의 최대 수입국은 태국으로 3,168만 1,000달러의 수입액을 기록했으며 전체의 44.0%를 점유한 것으로 조사됨. 상위 5개국 중, 태국과 싱가포르를 제외한 3개 국가는 연평균 성장률이 상승세를 기록함
- 2016년 기준 한국산의 수입규모는 414만 3,000달러로 전체 중 5.8%를 점유하여 3위에 등극함. 또한 2014년 이후 최근 3개년 기준 연평균 52.5%의 괄목할만한 성장률을 기록함

3. 품목통계 종합분석

인도네시아 비알코올 음료 시장규모

표 1.5 : 인도네시아 비알코올 음료 시장규모(2013~2018)

(단위 : 백만 달러)



※ 2017~2018년 수치는 전망치임

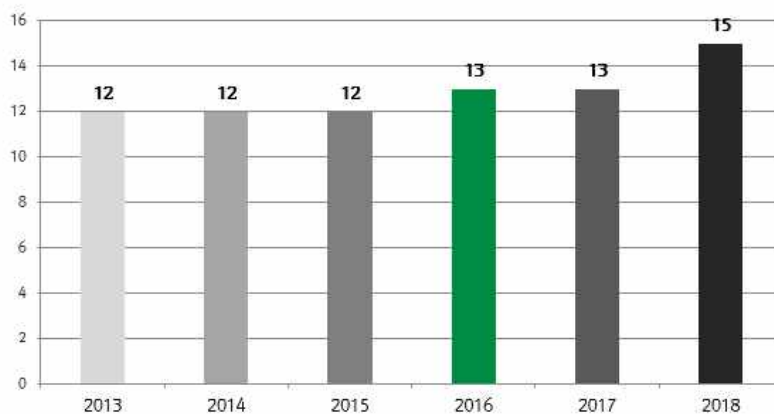
출처 : Global Data(consumer.globaldata.com)

- 2016년 기준 인도네시아의 비알콜 음료의 시장규모는 134억 3,100만 달러로 집계되었음. 2017년부터 2018년까지 시장 성장률은 약 10% 상승하여 2018년에는 162억 8,800만 달러를 기록할 것으로 전망됨

인도네시아 유아용 음료 시장규모

표 1.6 : 인도네시아 유아용 음료 시장 규모(2013~2018)

(단위 : 만 달러)



※ 2017~2018년 수치는 전망치임

출처 : Global Data(consumer.globaldata.com)

- 2016년 기준 인도네시아 유아용 음료의 시장규모는 13만 달러를 기록함. 2013년부터 2015년까지 일정한 규모를 유지하였으며, 2016년에 약 10%의 성장세를 보임. 어린이의 건강문제가 사회적인 문제로 대두되면서 앞으로 당분을 줄이거나 유기농 재료를 사용한 유아용 음료의 수요가 높아질 것으로 사료됨



Ⅱ. 시장 트렌드

※ 시장 트렌드 OVERVIEW

1. 소비 트렌드
2. 제품 트렌드
3. 유통 트렌드
4. 정책 트렌드

시장 트렌드 OVERVIEW

Data Source		
번호	정보원	URL
1	tirto.id	tirto.id
2	LIPUTAN6	health.liputan6.com
3	식품음료신문	www.thinkfood.co.kr
4	연합뉴스	www.yonhapnews.co.kr
5	pojok sulsel	sulsel.pojoksatu.id
6	REAL FOODS	www.realfoods.co.kr
7	ANTARANEWS	www.antaraneews.com
8	Kabar24	www.kabar24.com

Keyword	
분류	주요 키워드(영문)
소비	- 어린이 비만문제(Child obesity problem) - 할랄인증(Halal certification)
제품	- 한국 캐릭터 열풍(Korean character popularity) - 설탕의 대체재(A substitute for sugar)
유통	- 인터넷 판매량 증가(Growing Internet sales)
정책	- 어린이 영양 교실(Child nutrition classes)

	<h3>Trend 01. Consumption Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 어린이 비만문제의 영향을 받아 소비패턴이 변화하고 있음 · 당분 함유량이 많은 음료 기피하는 움직임이 나타나고 있음 - 음료, 할랄 인증이 필요한 제품 1위에 선정
	<h3>Trend 02. Item Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 인도네시아 내 한국 캐릭터가 인기를 끌고 있음 · 캐릭터를 활용한 어린이 음료의 판매량이 증가하고 있음 - 설탕의 대체재로 꿀이 주목받고 있음 · 꿀이 함유된 어린이 음료 출시, 패키지 겉면에 꿀이 함유되었음을 강조
	<h3>Trend 03. Distribution Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 인도네시아, 인터넷 판매 증가 및 전자 상거래 시장의 지속적인 성장세 · 인도네시아 온라인 쇼핑몰에서 한국 제품에 대한 직구 서비스가 실시됨
	<h3>Trend 04. Policy Trend</h3> <ul style="list-style-type: none"> - 인도네시아 정부, 어린이 영양 교육 실시 · 정부 차원에서 어린이 비만문제를 해결하기 위해 노력하고 있음 - 2019년부터 비할랄(non-halal) 식품, 의약품, 화장품 등에 'Non-Halal'라벨 부착 의무화됨

심각한 어린이 비만문제가 소비패턴 변화 움직임으로

현재 인도네시아에서는 어린이 비만문제가 증가하고 있음. 주요 원인으로서는 서구화된 식습관, 부모로부터의 유전, 통통할수록 건강하다는 잘못된 인식 등이 있음. 하지만 최근 인도네시아 내에서 192kg의 10세 소년이 전 세계적으로 이슈가 되면서 점차 인식에 변화가 생김. 소년의 비만 원인이 설탕이 다량 함유된 음료를 섭취하는 식습관 때문인 것으로 밝혀지면서 인도네시아인들 사이에서 다량의 당분이 함유된 음료를 기피하려는 움직임이 나타남³.

이에 최근 100% 천연 주스가 어린이들을 위한 건강식품으로 부상하면서 과일의 수요가 늘어나고 있음. 아이들에게 건강한 식습관을 가르치려는 부모들이 늘어나면서 성분을 꼼꼼히 살피는 사례도 증가하고 있음⁴.

할랄인증 필요한 제품 1위로, 음료 꼽혀

인도네시아 식약청이 할랄⁵에 관한 조사를 실시한 결과, 450명의 대학생 중 87%가 제품 구매 시 할랄 인증 라벨을 확인한다고 답함. 또한 할랄 인증이 필요하다고 생각되는 제품에 대한 설문조사에서 음료 품목이 1위를 차지함

할랄 음료는 생산 공정에서 하람 요소를 사용하지 않았다는 의미임에 따라 할랄 인증을 받을 경우 소비자의 제품 품질에 대한 신뢰도를 높일 수 있음. 실제로 인도네시아의 많은 음료 제조업체들이 소비자의 신뢰를 얻기 위해 할랄 인증을 취득하기 위해 노력하고 있음

인도네시아 내에서 건강한 삶을 위한 웰빙 트렌드가 확산되면서 할랄제품이 친환경, 웰빙에 적합하다는 인식으로 인해 비무슬림들에게도 할랄인증 식품에 대한 관심이 증가하고 있음⁶.

3. tirta.id, 'Obesitas Mengancam Anak Indonesia', 2016.07.14

4. LIPUTAN6, 'Mengulik Lebih Dalam Penyebab Obesitas pada Anak', 2017.02.06

5. 할랄 : 과일, 야채, 곡류 등 모든 식물성 음식과 어류, 어패류 등의 모든 해산물과 같이 이슬람 율법 하에서 무슬림이 먹고 쓸 수 있도록 허용된 제품

6. Global Islamic Economy Gateway, 'Indonesia chasing quality to boost halal industry development', 2017.01.30

2. 제품 트렌드

한국 캐릭터 제품 열풍

2017년 상반기 기준, 인도네시아와 중국을 포함한 40여개 국가에 수출되고 있는 한국의 인기 캐릭터 음료 판매량이 전년 대비 30% 이상 증가한 1억 개로 조사됨

이와 같은 판매량 급증의 원인은 어린이들의 눈길을 사로잡는 캐릭터와 부모님의 까다로운 기준을 충족하기 위해 식품의약품안전처의 인증을 취득하였기 때문인 것으로 분석됨

특히 현재 인도네시아의 어린이 비만율이 문제가 되고 있는 가운데, 업계에서는 어린이 충치와 비만 등 건강문제를 고려하여 당분을 줄이고 칼슘 함량을 늘림으로써 ‘어린이 건강을 고려한 음료’ 라는 인식을 심어주기 위해 노력하고 있음⁷.

설탕의 대체재로 주목받는 ‘꿀’

설탕의 대체재를 찾는 소비자들이 늘면서 꿀이 주목받고 있음. 인도네시아 내에서 두피 건강, 면역력 증진 등 꿀의 효능에 대한 인식 확산으로 인해, 식품 제조업체들이 꿀이 함유된 다양한 제품을 출시하고 있음⁸.

표 2.1: 인도네시아 내 꿀이 함유된 어린이 음료

Jas Madu	Armadu	Fakiha
		

출처: tokopedia(www.tokopedia.com)

7. 연합뉴스, ‘팔도 뽀로로 음료 출시 10년…판매량 4억개 돌파’, 2017.04.20

8. pojok sulsel, ‘Ini 8 Manfaat Madu untuk Kesehatan yang Harus Anda Ketahui’, 2017.06.14

3. 유통 트렌드

인터넷 판매량 증가 및 전자 상거래 시장 성장

인터넷 보급이 확산되어 인터넷 사용자도 급격히 증가함에 따라 온라인 쇼핑 수요도 높아지고 있음. 특히, 온라인 광고가 늘어나고 있는 가운데, 온라인을 통해 소비자에게 제품이 쉽게 노출되어 구매로 이어지는 경우가 많음

또한 지속적으로 증가추세에 있는 중산층 인구가 온라인 시장의 잠재 소비자로 분류 되고 있음. 과거 소수에 불과하던 인터넷 쇼핑물 수의 증가 또한 전자 상거래 시장의 성장에 밑거름이 되고 있음

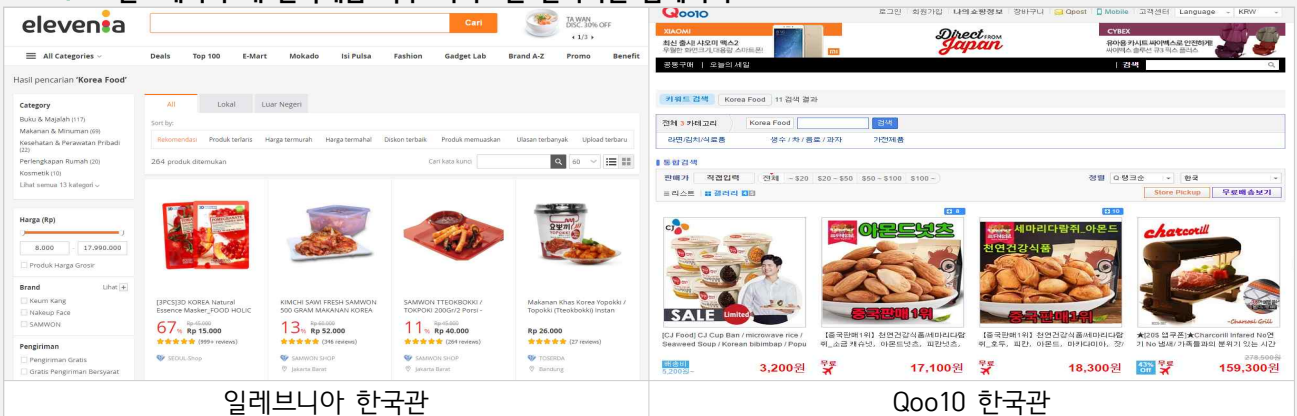
또한 인도네시아 온라인 쇼핑몰이 한국 제품을 직접 구매할 수 있는 서비스를 제공하고 있음. 인도네시아의 쇼핑몰인 일레브니아(Elevenia)⁹는 한국 직구 서비스를 통해 소비자들이 원하는 한국 제품을 좀 더 쉽게 구입할 수 있도록 할 예정임¹⁰.

표 2.2 : 인도네시아 주요 온라인 쇼핑몰 현황

Kaskus	Blanja	Tokopedia	Bukalapak	Elevenia	Qoo10	OLX	Lazada
							
인도네시아	인도네시아	인도네시아	인도네시아	인도네시아	한국	남아프리카공화국	싱가포르

출처 : 각 업체 홈페이지

표 2.3 : 인도네시아 내 한국제품 직구 서비스를 실시하는 홈페이지



The image shows two side-by-side screenshots of e-commerce websites. The left screenshot is from Elevenia, displaying search results for 'Korea Food' with various product listings like 'KIMCHI SAU FRESH SAMWON' and 'SAMWON TTEOKBOKKI'. The right screenshot is from Qoo10, showing a 'Korea Food' category page with featured products like '아몬드냉수' (Almond Cold Water) and '세마리다람쥐 아몬드 천연건강식품' (Three Squirrels Almond Natural Health Food).

일레브니아 한국관

Qoo10 한국관

출처 : Elevenia(www.elevenia.co.id), Qoo10(www.qoo10.com)

9. 일레브니아(Elevenia) : 인도네시아 모바일 컴퍼니인 XL Axiata 와 한국의 SK Planet의 합작 벤처 마켓

10. REAL FOODS, '인니 쇼핑몰, 한국 제품 직구 서비스 시작', 2017.01.06

4. 정책 트렌드

인도네시아 정부, 어린이 영양 교육 실시

인도네시아에서 아이들의 영양 교육에 대한 중요성이 대두됨. 영양 섭취 불균형에서 비롯된 비만 아동 문제가 심각해지자, 조코위(Jokowi)대통령이 어린이 영양 교실 운영을 정부 차원에서 실시함¹¹.

2017년 상반기 기준, 10만 명의 어린이들이 영양 프로그램에 참가함. 아침 식사와 학습 집중력의 상관관계와 체력 단련의 중요성, 다양한 식재료의 효능에 관한 수업이 진행됨. 각 지방자치단체장이 ‘Kemendikbud’ 라는 영양교육 프로그램에 대한 MOU 체결을 통해 관련 교육을 확대하고 있음¹².

정부차원의 영양 교육 프로그램으로 앞으로 인도네시아의 많은 어린이들이 영양소를 이해하고 학부모들도 식품을 소비하는데 영양성분에 중점을 둔 똑똑한 소비를 가능하게 할 것으로 기대됨

2019년부터 할랄 인증 여부 표시 의무화

인도네시아 내 할랄 인증은 권고 사항이었지만 인도네시아 의회에서 할랄 인증을 의무화하는 법안이 통과됨에 따라 인도네시아에서 유통되는 모든 음료, 화장품, 화학/바이오제품, 유전자 변형 제품에 대해 할랄 인증이 의무화될 예정임

2019년부터 인도네시아 내에 비할랄(non-halal) 식품, 의약품, 화장품 등에 대해 ‘Non-Halal’ 라벨 부착이 의무화될 예정임. 또한 제품의 원재료뿐만 아니라 생산 및 유통과정도 할랄제품 공정과정을 준수해야함. 한편 ‘할랄 인증 강화 법안(Halal Product Guarantee Act)’의 발효로 할랄 규정을 어길 시에는 최소 5년 이하의 징역 또는 20억 루피아 이하의 벌금이 적용될 수 있기 때문에 주의해야 함¹³.

11. ANTARANEWS, ‘Presiden Jokowi tekankan gizi anak untuk kualitas bangsa’, 2017.06.09

12. Kabar24, ‘Program Gizi Anak Sekolah 2017 Sasar 100.000 Siswa SD’, 2017.05.26

13. Halal Focus, ‘INDONESIA: Mandatory Halal Certification Looms for Food, Pharmaceuticals and Cosmetics’, 2017.01.26



Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

※ 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

1. 경쟁제품 선정
2. 정량 분석
3. 정성 분석
4. 현지 방문 조사자료

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW






※ 중량과 유통기한의 평균값은 제조국가 구분없이 도출된 결과임

	제품명	제조사	제조국가
1	Peachy strawberry, banana Smoothie	Srichiangmai Industries Co.,Ltd	태국
2	ORIHURO	Orihiro plantdew co.ltd	일본
3	HATA	HATA KOSEN	일본
4	Mogu Mogu	Sappe public company limited	태국
5	(주)팔도	귀여운 내친구 뽀로로	한국
6	FiberKids	PT. Nugra Hidratama	인도네시아
7	Puru puru ko	PT. Greshindo Aroma	인도네시아
8	I'm coco	PT. Greshindo Aroma	인도네시아
9	Nutrijell	PT. Aloe Vera Indonesia	인도네시아
10	Larutan Cap Kaki Tiga anak	PT. Kino Indonesia	인도네시아

1. 경쟁제품 선정

방문 매장 선정

대형유통매장	대형유통매장	편의점
Grand Lucky	Ranch Market	Family Mart
		
Jl.Jend.Sudirman, SCBD Lot.12, South Jakarta	Grand Indonesia Mall, Central Jakarta	Jl.Bulungan No.14, South Jakarta

출처 : 현지방문조사(Grand Lucky, Ranch Market, Family Mart, 2017.06)

현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 10개 선정¹⁴.

	제품명	제조사	제조국가
1	Peachy strawberry, banana Smoothie	Srichiengmai Industries Co.,Ltd	태국
2	ORIHRO	Orihiro plantdew co.ltd	일본
3	HATA	HATA KOSEN	일본
4	Mogu Mogu	Sappe public company limited	태국
5	귀여운 내친구 뽀로로	(주)팔도	한국
6	FiberKids	PT. Nugra Hidratama	인도네시아
7	Puru puru ko	PT. Greshindo Aroma	인도네시아
8	I'm coco	PT. Greshindo Aroma	인도네시아
9	Nutrijell	PT. Aloe Vera Indonesia	인도네시아
10	Larutan Cap Kaki Tiga anak	PT. Kino Indonesia	인도네시아

분석 지표 설정 - 7개 항목

정량지표		정성지표	
1	중량(g)	4	포장형태
2	100g 당 가격(원)	5	원료
3	유통기한(개월)	6	제조국가
		7	보유 인증

14. HS CODE 2202.90 기준으로 집계된 수출입 통계의 경우 어린이 음료 외 우유를 기제로 한 음료, 과일주스 음료, 기타 음료 등을 포괄하고 있기 때문에 수출입통계에서 수입액 1위를 차지한 국가의 제품이 현지조사 결과물에서 조사되지 않을 수 있음

2. 정량 분석

인도네시아 내 유통 중인 어린이 음료 제품 100g당 평균 가격 1,442원¹⁵.

인도네시아 내 판매가 확인된 유사 경쟁제품의 중량 당 가격을 분석한 결과 100g당 평균 가격이 1,442원으로 산출됨¹⁶.

그중 일본 Orihiro plantdew co.ltd사의 ORIHIRO제품의 100g당 2,718원으로 최고가를 형성하였으며 수입산 제품의 가격 편차가 가장 큰 것으로 나타남

경쟁 제품의 평균 용량은 225g으로 나타났으며, 평균적으로 7.5개월의 유통 기한을 확보하고 있는 것으로 파악됨

표 3.1 : 제품별 중량(100g) 당 가격

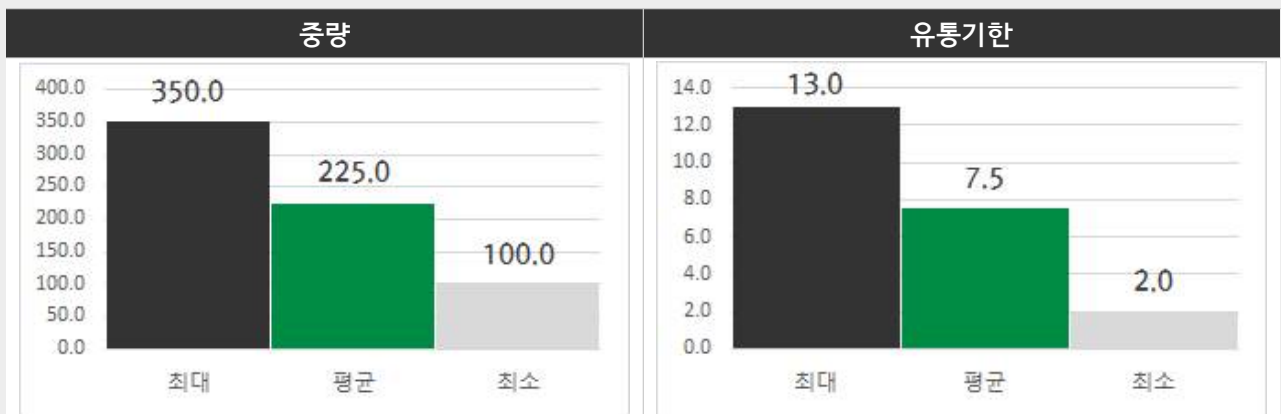
(단위 : 원)



출처 : 현지방문조사(Grand Lucky, Ranch Market, Family Mart, 2017.06), 제품 10개 기준

표 3.2 : 중량 및 유통기한 최대·최소·평균값

(단위 : g, 개월)



출처 : 현지방문조사(Grand Lucky, Ranch Market, Family Mart, 2017.06), 제품 10개 기준

15. 중량과 유통기한의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

16. 1루피아(IDR) = 0.09원(KRW)(KEB하나은행 고시기준, 2017.06.23)

3. 정성 분석

어린이 음료 제품의 포장, 비닐 파우치, 유리병, 플라스틱 병으로 분류

경쟁제품 10개 중 2개의 외장재는 비닐 파우치, 1개는 유리병, 7개는 플라스틱 병으로 나타남. 외장재가 비닐 파우치인 제품의 경우 모두 내용물의 중량이 200g을 넘기지 않는 것으로 확인되었음

할랄 인증 획득 제품 7개

전체 경쟁제품 10개 중, 7개 제품이 할랄 인증을 획득한 것으로 확인됨. 현지산 제품 5개 모두 할랄 인증을 취득하였고, 수입산 중에서는 태국산 제품 2개가 할랄 인증을 취득함

제조국가

경쟁제품 10개 중 5개 제품의 제조국가가 현지산으로 나타남. 이외 일본산 2개, 태국산 2개, 한국산 1개로 확인됨

표 3.3 : 경쟁제품 패키지 분류 예시(외장재)

비닐 파우치	유리병	플라스틱 병
		

출처 : 현지방문조사(Grand Lucky, Ranch Market, Family Mart, 2017.06), 10개 제품 기준

표 3.4 : 할랄 인증 취득 제품 예시





NutriJelly(현지산)	Larutan Cap Kaki Tiga anak (현지산)	Mogu Mogu(수입산)	Peachy strawberry, banana Smoothie(수입산)
			

출처 : 현지방문조사(Grand Lucky, Ranch Market, Family Mart, 2017.06), 10개 제품 기준

4. 현지 방문 조사자료

현지 조사 정보

인도네시아 현지 유통매장 방문을 통해 조사된 제품의 기본 스펙정보를 다음과 같이 제공함

분류		제품 01	제품 02
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	Srichiengmai Industries Co.,Ltd	Orihiro plantdew co.ltd
	제품명	Peachy strawberry, banana Smoothie	ORIHURO
	용량(g)	100	130
	가격 (루피아)	30,200	25,900
	포장형태	비닐 파우치	비닐 파우치
	제조국가	태국	일본
	원료	바나나, 사과 퓨레, 딸기, 포도 주스	과당 시럽, 사과 주스, 설탕 시럽, 산도 조절제, 사과, 염화칼슘, 곤약가루, 카라기난, 인공 감미료(아세설팜 칼륨), 수크랄로스
유통기한 (개월)	12	2	
취급처	판매확인 매장	Ranch Market	Ranch Market

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 03	제품 04
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	HATA KOSEN	Sappe public company limited
	제품명	HATA	Mogu Mogu
	용량(g)	200	320
	가격 (루피아)	25,700	8,200
	포장형태	유리병	플라스틱 병
	제조국가	일본	태국
	원료	탄산수, 옥수수 시럽, 파인애플 향료, 산도 조절제	코코넛 젤리, 과당, 자당, 딸기, 산도 조절제, 방부제(sodium benzoate), 식품 착색료
	유통기한 (개월)	6	13
취급처	판매확인 매장 Ranch Market	Family Mart	

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 05	제품 06
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	(주)팔도	PT. Nugra Hidratama
	제품명	귀여운 내친구 뽀로로	FiberKids
	용량(g)	235	350
	가격 (루피아)	11,900	10,000
	포장형태	플라스틱 병	플라스틱 병
	제조국가	한국	인도네시아
	원료	설탕, 사과 농축액, 산도 조절제, 인공 재료	식이 섬유, 설탕, 포도 가루, 산도 조절제, 포도 향료, 천연 감미료(steviol glycoside)
	유통기한 (개월)	13	7
취급처	판매확인 매장 Grand Lucky	Ranch Market	

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 07	제품 08
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	PT. Greshindo Aroma	PT. Greshindo Aroma
	제품명	Puru puru ko	I'm coco
	용량(g)	365	350
	가격 (루피아)	7,200	7,300
	포장형태	플라스틱 병	플라스틱 병
제조국가	인도네시아	인도네시아	
원료	설탕, 코코넛 젤리, 산도 조절제, 나트륨, 벤조 에이트, 딸기 향료, 리치 향료, 식품 착색료	설탕, 코코넛 젤리, 리치향료, 비타민 C, 산도 조절제, 시트르산, 시트르산 나트륨, 방부제 칼륨 소르 베이트, 카르복시 메틸 셀룰로오스, 식물성 유화제	
유통기한 (개월)	9	5	
취급처	판매확인 매장	Ranch Market	Ranch Market

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 09	제품 10
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	PT. Aloe Vera Indonesia	PT. Kino Indonesia
	제품명	Nutrijell	Larutan Cap Kaki Tiga anak
	용량(g)	340	250
	가격 (루피아)	6,300	4,700
	포장형태	플라스틱 병	플라스틱 병
	제조국가	인도네시아	인도네시아
	원료	설탕, 코코넛 젤리, 산도 조절제, 카라기난, 구아바, 곤약가루, 방부제, 비타민 믹스, 식품 착색료	과당, 페르시아, 산도 조절제, 염화나트륨, 아스코르브 산 나트륨
유통기한 (개월)	11	9	
취급처	판매확인 매장	Grand Lucky	Grand Lucky

IV. 경쟁사 분석

※ 경쟁사 분석 OVERVIEW


1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW



八夕鋳泉株式会社



		(주)팔도	HATA KOSEN Corporation	PT. Greshindo Aroma
		한국	일본	인도네시아
기업 개요	설립년도	1991년	1955년	2003년
	소재지	한국	일본	인도네시아
	매출액	328억 4,944만 원 (2015년 ¹⁷⁾)	-18.	-19.
	취급품목	면류, 음료류, 스낵, 조식식품 등	라무네 ²⁰ , 어린이 음료, 아이스크림 등	과실음료, 스포츠음료 등
제품 정보				
		어린이 음료	라무네	코코넛 젤리 음료
				
	어린이 홍삼 음료	어린이용 백주	과실 차	
홍보 전략	홍보 채널			
	캐치 프레이즈	편의점 대상 판촉활동 · 튼튼한 성장기 뼈 건강에 도움을 주는 음료	회사 홈페이지를 통한 온라인 판매 · 어린 시절 추억의 맛을 재현	페이스북을 통한 고객과의 소통 · 최고의 제품을 최고의 가격에 제공

17. 2015년이 최신수치임(검색일 : 2017.10.14.)

18. HATA KOSEN 홈페이지 조사결과, 매출액에 관한 정보는 확인되지 않음

19. PT.Greshindo Aroma 홈페이지 조사결과, 매출액에 관한 정보는 확인되지 않음

20. 물에 설탕과 포도당 용액과 과일 향을 첨가한 일본식 탄산음료

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 프로세스

방법론 01. 온라인 쇼핑몰 조사 온라인 쇼핑몰 조사

- 키워드 : Anak-anak minum, Children's beverage, Non-alcohol beverage
- 온라인 쇼핑몰 분석
 - Amazon(www.amazon.com)
 - Kaskus(www.kaskus.co.id)
 - Lazada(www.lazada.co.id)

방법론 02. 오프라인 매장 조사 오프라인 매장 방문

- 인도네시아 현지 하이퍼마켓, 대형마트 방문(2017.06)
 - Grand Lucky, Ranch Market, Family Mart

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

방법론 01 (온라인 조사)
방법론 02 (오프라인 방문 조사)

한국 기업 1개사 글로벌 기업 1개사 로컬 기업 1개사
총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과

한국	글로벌(일본)	로컬(인도네시아)
		
· 온라인 쇼핑몰 내 판매량 상위 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑몰 내 판매량 상위 기업 <input type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑몰 내 판매량 상위 기업 <input type="checkbox"/>
· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 <input checked="" type="checkbox"/>

2. 경쟁사별 현황 파악

(주)팔도 정보

· 대표 전화 : +82-1577-8593
 · 주소 : 서울특별시 서초구 강남대로 577
 출처 : (주)팔도(www.paldofood.co.kr)

한국 기업 분석 : (주)팔도

2012년부터 한국야쿠르트에서 독립한 종합 식품회사로, 음료제품으로는 비락식혜 등을 생산함. 국내에는 인스턴트라면 제조업체로 유명하지만, 인도네시아에서는 어린이 음료 제조회사로 인식되어있으며, 2007년부터 2017년 상반기까지 10년간 뽀로로 어린이음료 누적판매량 4억 개를 기록함

국내 인기 캐릭터 ‘뽀로로’ 를 브랜드화시켜 어린이 음료제품을 선보인 팔도는 뽀로로 홍삼썩썩, 뽀로로 샘물, 뽀로로 보리차, 뽀로로 주스(밀크맛, 블루베리맛, 사과맛, 딸기맛, 메론맛, 망고맛)을 생산하고 있으며, 인도네시아에는 파인애플 맛을 추가하여 판매하고 있음

[기업 개요]

① 설립년도	1991년
② 소재지	한국
③ 매출액	328억 4,944만 원(2015년 기준)
④ 취급품목	면류, 음료류, 스낵, 조미식품 등



출처 : (주)팔도(www.paldofood.co.kr)

[제품 정보]

어린이 음료 제품 생산 현황				
	뽀로로 음료 (밀크/ 딸기/ 사과/ 블루베리/ 보리차)	뽀로로 홍삼 썩썩	뽀로로 유산균 음료 (멜론/ 망고)	뽀롱뽀롱 초코롱

출처 : (주)팔도(www.paldofood.co.kr)

[홍보 전략]

판촉행사	캐치프레이즈
“ 편의점 판촉 ”	“ 튼튼한 성장기 뼈건강에 도움을 주는 음료 ”
인도마렛 편의점 대상 대규모 판촉 실시	제품의 건강성과 안전성 강조

출처 : (주)팔도(www.paldofood.co.kr)

2. 경쟁사별 현황 파악

HATA KOSEN Corporation 정보

· 대표 전화
: +81-6-6921-5138
· 주소
: 大阪府大阪市都島区都島北通1-10-20

출처 : HATA KOSEN Corporation
(www.hata-kosen.co.jp)

글로벌 기업 분석 : HATA KOSEN Corporation

HATA KOSEN은 1955년에 설립된 음료회사로, 주로 어린이 음료를 생산하고 있으며 미국, 중국을 중심으로 전 세계 40여 개국에 수출하고 있음 인도네시아에도 진출하여 파인애플 맛 라무네21.를 판매하고 있음

어린이용 무알코올 맥주, 백주, 샴페인, 라무네, 과일 시럽 등을 취급함. 그 중에서도 라무네의 종류는 26가지이며, 애완동물용 라무네도 생산하고 있음

[기업 개요]

- ① 설립년도 1955년
- ② 소재지 일본
- ③ 매출액 -22.
- ④ 취급품목 라무네, 어린이 음료, 아이스크림 등

八夕鋳泉株式会社

출처 : HATA KOSEN Corporation(www.hata-kosen.co.jp)

[제품 정보]

인기 제품 정보				
	라무네 (파인애플 맛)	어린이용 무알코올 맥주	감귤 맛 주스	어린이용 백주

출처 : HATA KOSEN Corporation(www.hata-kosen.co.jp)

[홍보 전략]

온라인 홍보	캐치프레이즈
<p>“ 회사홈페이지를 통한 온라인판매 ”</p>  <p>유선 통화 및 온라인을 통해 제품 구매를 수월하게 함</p>	<p>“ 어린 시절 추억의 맛을 재현 ”</p>  <p>세대를 뛰어넘는 소비자층 확보를 위한 노력</p>

출처 : HATA KOSEN Corporation(www.hata-kosen.co.jp)

- 21. 물에 설탕과 포도당 용액과 과일 향을 첨가한 일본식 탄산음료
- 22. HATA KOSEN 홈페이지 조사결과, 매출액에 관한 정보는 확인되지 않음

2. 경쟁사별 현황 파악

PT. Greshindo Aroma 정보

· 대표 전화
: +62-21-588-2160
· 주소
: Ruko Galeri Niaga Mediterania Blok B 8/K, Jl. Pantai Indah Kapuk, Penjaringan, RT.1/RW.16, Kapuk Muara, Jakarta Utara, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14450, Indonesia

출처 : PT. Greshindo Aroma
(www.greshfood.com)

현지 기업 분석 : PT. Greshindo Aroma

PT. Greshindo Aroma는 2003년에 설립된 인도네시아 회사로, 과일음료와 스포츠음료를 취급함

생산하고 있는 브랜드는 과일음료의 Gresh, 과일차의 Gresh Tea, 코코넛 젤리음료의 Fruppy, 스포츠 음료의 Sport Fit, 바나나 푸레 음료의 Big Banana 등 5개의 브랜드를 생산하고 있음. 특히, 차 브랜드인 Gresh tea의 제품은 차 앞에서 추출한 추출액에 과일 향을 첨가하여 풍미를 더한 것이 특징임

[기업 개요]

① 설립년도	2003년
② 소재지	인도네시아
③ 매출액	-23.
④ 취급품목	과실음료, 스포츠음료 등



출처 : PT. Greshindo Aroma(www.greshfood.com)

[제품 정보]

인기 제품 정보	제품 이미지			
	GRESH (오렌지, 딸기, 포도, 망고, 사과, 타마린드)	GRESH TEA (블랙커런티, 딸기)	FRUPPY (오렌지 블렌드, 베리믹스)	Puru Puru ko (오렌지 리치, 베리 리치, 리치 멜론)

출처 : 현지방문조사(Grand Lucky, Ranch Market, Family Mart, 2017.06)

[홍보 전략]

온라인 홍보	캐치프레이즈
“ 페이스북을 통한 고객과의 소통 ”	“ 최고의 제품을 최고의 가격에 제공 ”
인도네시아인이 가장 많이 사용하는 SNS 채널을 통해 제품 정보를 실시간 공유함	원료의 품질과 합리적인 가격을 강조

출처 : PT. Greshindo Aroma(www.greshfood.com)

23. PT. Greshindo Aroma 홈페이지 조사결과, 매출액에 관한 정보는 확인되지 않음

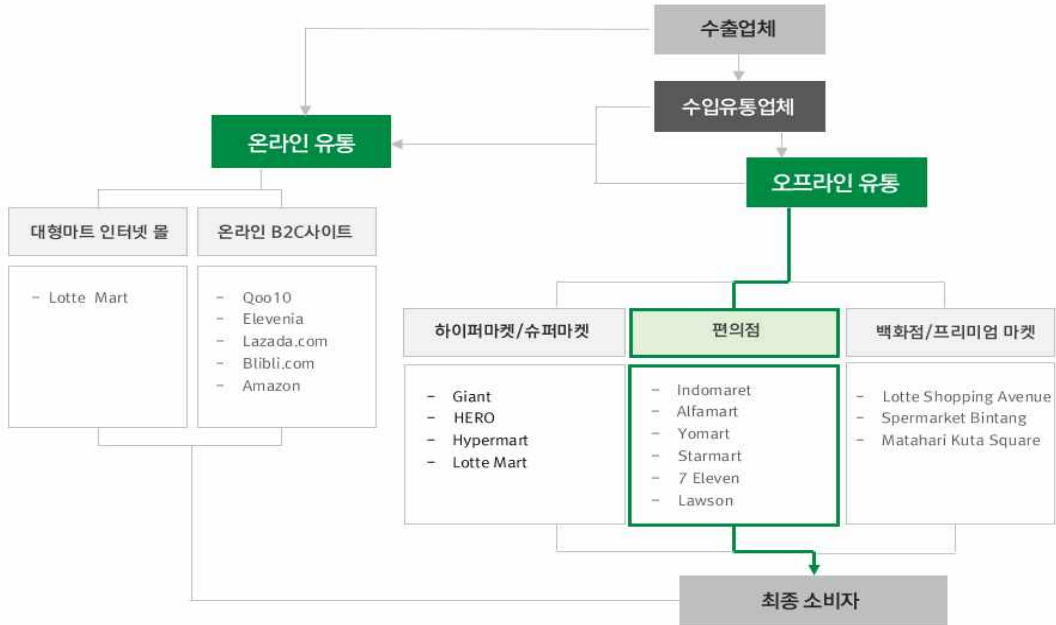
V. 유통구조 현황

※ 유통구조 현황 OVERVIEW

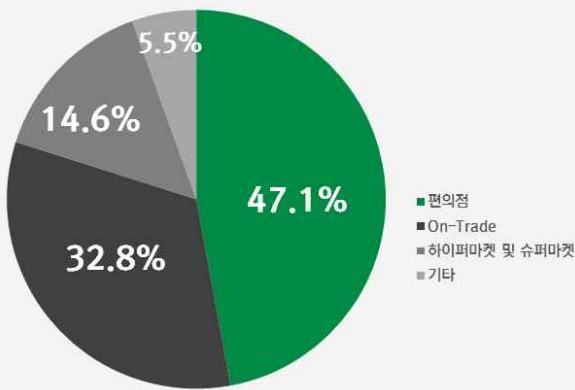
1. 추천 진출 경로
2. 전문가 인터뷰

유통구조 현황 OVERVIEW

현지 유통구조 Map



현지 유통채널별 유통점유율



유통채널별 정의 및 특징

- **편의점** : 고객의 편의를 위해 24시간 문을 여는 잡화점으로 현대적 유통채널 중 가장 빠르게 성장하는 업태 중 하나임
- **On-Trade** : 음료 및 주류 유통에서 쓰이는 용어로, 레스토랑, 호텔 등의 유통채널을 의미함²⁴.
- **하이퍼마켓&슈퍼마켓** : 일용잡화류를 판매하는 소매점으로 면적이 최소 400 ~ 5,000㎡ 이상임
- **기타** : 백화점, 달러스토어, 재래시장, 온라인 판매를 포함함

출처 : Global Data(2015), 'Non-alcohol beverage' 유통점유율

24. On-Trade는 레스토랑, 호텔 등의 유통채널로, 'Non-Alcohol Beverage'제품에 대해 두 번째로 높은 점유율을 보였으나, 지정된 하나의 유통채널이 아닌 호텔, 레스토랑 등 다양한 유통채널을 통해 완제품 혹은 가공을 거치므로 추천 경로에서 제외함

1. 추천 진출 경로

ROUTE #1. 하이퍼마켓&슈퍼마켓

: 접근성이 용이한 유통구조

1998년 인도네시아에 첫 발을 내딛은 이후 하이퍼마켓은 인도네시아의 대표적인 유통 채널로 성장함. 주로 대도시의 대형 쇼핑몰 내 입점하거나 대중교통으로도 방문하기 쉬운 접근성이 뛰어난 위치에 소재하고 있어 매년 시장점유율이 상승하는 추세임

이에 따라 인도네시아의 하이퍼마켓은 다양한 소비자들의 니즈를 충족시키기 위해 도시 외곽까지 점포를 확충하고 있음. 또한 Lotte Mart, AEON 등 외국계 유통업체가 진출해 있어 소비자들이 수입제품을 구매할 때 주로 찾음

ROUTE #2. 온라인 유통채널

: 쇼핑방식의 변화로 온라인 사업진출 증가

최근 인도네시아 소매유통업체들의 전자상거래 진출이 늘어나고 있는 추세임. 대도시와 시가지를 중심으로 퍼져있는 대형 유통채널 및 전문 소매유통 채널이 대도시 외곽지역과 인근 섬 지역까지 진출이 불가능하기 때문에 온라인 쇼핑에 대한 수요가 증가하는 추세임. 온라인 유통채널이 빠른 증가세를 보임에 따라 이에 맞는 물류 인프라 구축이 중요한 사안으로 떠오르고 있음

ROUTE #3. 편의점

: 신개념 편의점의 등장

2009년 일본의 세븐일레븐 진출을 시작으로, 자카르타와 주변 도시를 중심으로 캐나다의 Circle K, 일본의 Family Mart 등 해외 편의점 브랜드가 대거 진출하여 편의점 문화가 확산되고 있음. 인구 밀도가 높은 지역에서 흔히 찾아볼 수 있고, 다른 소매 업태와 구분되는 영업시간, 원스톱 편의성, 쿼 쇼핑, 상품구색의 편의성 제공 등의 특징이 현지인들로부터 긍정적인 반응을 얻은 것으로 사료됨

최근에는 편의점에 의자와 테이블을 구비하여 푸드코트 및 카페의 기능이 추가된 ‘하이브리드 편의점(Hybrid Convenience store)’ 이 등장하여 더욱 많은 소비자들이 이용하고 있음. 이는 편의점과 식당이 혼합된 형태로, 편의점의 역할이 변화하고 있음을 보여줌

1. 추천 진출 경로

시장 점유율 및 성장률

Global Data에 따르면 2015년 기준²⁵. 비알콜 음료 유통시장 점유율은 편의점이 47.1%, On-Trade가 32.8%, 하이퍼마켓·슈퍼마켓이 14.6%를 기록함. 시장 성장률의 경우 2013년부터 2015년까지 편의점이 -6.5%, On-Trade가 -6.6%, 하이퍼마켓이 -7.1%를 기록하여 전체적으로 하락하고 있는 추세로 나타남




제품 컨셉

한편, 인도네시아 소비자들의 소득 수준과 소비 수준이 향상되면서 수입 제품 수요가 전반적으로 증가하고 있음. 이에 따라 대형 하이퍼마켓은 수입 제품 섹션을 따로 운영하기도 함. 편의점의 경우 간편한 제품을 위주로 취급함. 인도네시아 인터넷 쇼핑물의 가장 큰 특징은 Bhinneka.com은 IT제품, Zalora.co.id는 패션, Kawanlamaonline.com은 산업용 기기, Rumah123.com은 부동산 등 특정 제품에 집중하는 경향을 보인다는 점임

한국산 취급여부

현지 매장 방문 조사 결과, 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓에서 일본산과 태국산, 한국산 수입 식품이 유통되고 있었음. 그러나 다른 수입산 음료 제품에 비해 한국산 음료 제품의 진출 브랜드는 적은 편임. 유명 캐릭터를 포장에 사용한 제품은 한국의 ‘귀여운 내친구 뽀로로’ 제품과 현지산의 ‘Larutan Cap Kaki Tiga anak’ 이 있음

표 5.1 : 유통경로 분석 결과

 편의점	지표	세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 40% 이상 차지	■
	시장 성장률	두 자릿수 성장	□	■
2. 제품적합성	제품컨셉일치도	어린이용 비알코올 음료 취급	■	□
3. 진출가능성	한국제품취급여부	한국산 비알코올 음료 취급 유무	□	■
 온라인 쇼핑물	지표	세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 40% 이상 차지	□
	시장 성장률	두 자릿수 성장	□	■
2. 제품적합성	제품컨셉일치도	어린이용 비알코올 음료 취급	■	□
3. 진출가능성	한국제품취급여부	한국산 비알코올 음료 취급 유무	■	□
 슈퍼마켓·하이퍼마켓	지표	세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 40% 이상 차지	□
	시장 성장률	두 자릿수 성장	□	■
2. 제품적합성	제품컨셉일치도	어린이용 비알코올 음료 취급	■	□
3. 진출가능성	동종제품취급여부	한국산 비알코올 음료 취급 유무	■	□

1. 추천 진출 경로

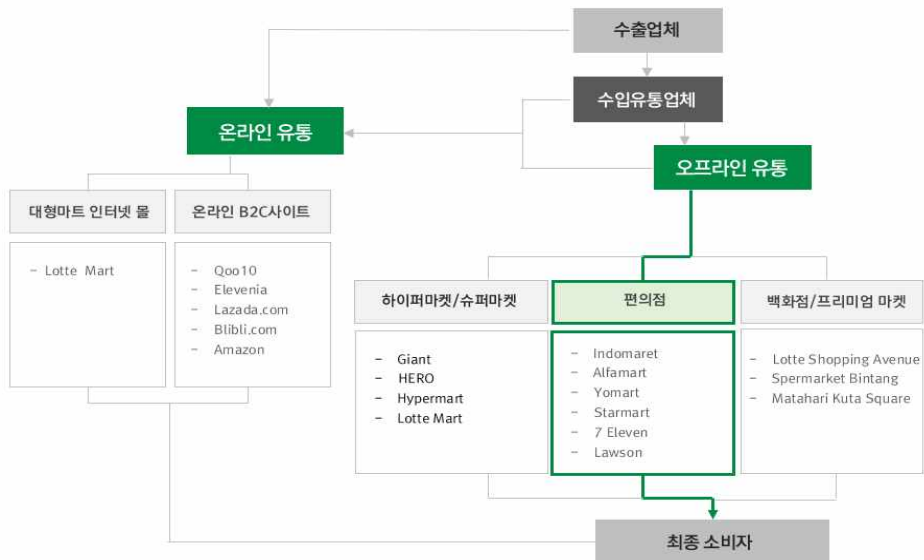
편의점 진출 추천

유통구조 분석 결과, 참여 기업이 진출하기에 적절한 시장은 편의점인 것으로 분석됨. 2015년 기준, 유통채널 비중이 가장 높은 곳은 편의점으로 나타났으며, 소비자들이 제품 구매의 편의성으로 인해 자주 방문한다는 것으로 비추어 보아, 브랜드 인지도를 높이는데 유망한 유통채널로 사료됨

어린이 음료의 경우 빠르게 음료가 지난 10년간 인도네시아에서 지속적인 성장률을 기록하며 판매되고 있기 때문에, 한국산 어린이 음료에 대한 인지도는 높을 것으로 예측됨. 또한, 한류 문화가 여전히 인기를 얻고 있어, 한국 제품에 관심이 많은 소비자들을 유치하기 위해 한국 제품을 취급하고 있는 점포 수도 증가하고 있는 추세임

인도네시아의 하이퍼마켓·슈퍼마켓은 전문 벤더 또는 품목별 전문 공급업체와의 파트너십으로 입점이 이루어지기 때문에 입점 난이도가 높은 편임. 편의점의 경우, 할랄 인증을 취득하고 제품 소개 자료, 입점 시 원하는 매출액을 제시하면 입점이 가능하므로, 하이퍼마켓·슈퍼마켓에 비해서는 입점 난이도가 비교적 낮은 편이기 때문에 해당 루트로의 진출을 추천함

표 5.2 : 최종 유통구조 Map



25. 2015년 통계가 최신 수치임

2. 전문가 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

어린이 음료 및 식품 유통업체 대상
인터뷰 진행

(2017년 6월)

- 어린이 음료 수입유통업체
- 식품 유통업체

Q1. 인도네시아에서 어린이 음료 구매 요인과 주 고객층은?

“포장의 캐릭터를 보고 구매를 결정합니다. 가장 인기가 많은 캐릭터는 코코몽이며, 주요 고객층은 어린이와 어린 자녀를 둔 성인입니다.”

- 한국식품 수입유통업체 Koin Bumi
구매 담당자 Mr. Kiki와의 인터뷰 중, 2017.06

“유기농 재료의 사용여부를 중요시합니다. 가장 인기가 많은 브랜드는 독일의 T브랜드입니다. 중산층 고객들이 많으며, 아이들의 건강을 위해 어린이 영양제와 음료를 꼼꼼히 고릅니다.”

- 수입유통업체 Natural Farm
마케팅 담당자 Ms. Fina와의 인터뷰 중, 2017.06

“제품의 영양 성분과 효능을 살피는데 중점을 둔다. 유기농 재료가 사용되었는지, 당분은 어느 정도 함유가 되었는지 꼼꼼히 살피는 성인 소비자가 많습니다. 어린이와 어린 자녀를 둔 부모들이 주요 고객층입니다.”

- 음료 유통업체 Sentraherbal
재정 담당자 Mr. Nasuha와의 인터뷰 중, 2017.06

Q2. 인도네시아에서 어린이 음료 제품을 수입하는데 필요한 서류는 무엇인가?

“인도네시아 FDA에서 제품 범주에 근거하여 작성한 설문조사와 보고서가 있으며, 인도네시아 무역부를 통해 필요한 서류를 확인할 수 있습니다. HS CODE에 따라 요구되는 서류가 상이할 수 있으므로, 반드시 확인과정이 진행되어야 합니다.”

- 인도네시아 관세청
세관장 Mr. Rendy와의 인터뷰 중, 2017.06



VI. 유통업체 현황

※ 유통업체 현황 OVERVIEW

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

유통업체 현황 OVERVIEW



		Lotte Supermarket	Giant Hypermarket	Hypermart
		슈퍼마켓 (한국)	하이퍼마켓 (말레이시아)	하이퍼마켓 (인도네시아)
유통업체 개요	설립년도	1998년	1944년	2001년
	직원 수	199명(2011년)	-26.	12,564명(2013년 ^{27.})
	매출액	2억 2,695만 3,546달러(2016년) (약 2,574억 7,880만원)	-28.	14만 2,679달러(2013년 ^{29.}) (약 1억 6,187만원)
	점포 수	46개(2016년)	126개(2015년 ^{30.})	222개(2013년 ^{31.})
	취급품목	식료품	식료품	식료품
매장 전경	매장 사진			
	매대 현황			
주요 이슈		<ul style="list-style-type: none"> · 2016년 12월 기준, 인도네시아 내 46개 점포 보유 - 차별화, 고급화 전략을 통해 신규매장 늘려갈 계획 	<ul style="list-style-type: none"> · 누적금액별 기프트제공 - 고객포인트 적립프로그램을 통해 누적금액별 기프트를 제공 	<ul style="list-style-type: none"> · MAPP의 매장에서 쇼핑 시 필요한 Hi Card - 멤버십 카드 소유 고객, 회원 한정 특별 서비스 수혜 가능
프로모션 정보		<ul style="list-style-type: none"> · 신한카드 결제 시 결제액의 5% 포인트 적립 - 2017년 2월부터 해당 서비스를 제공함 	<ul style="list-style-type: none"> · 기금행사&소비자이벤트 - 기금마련행사 및 소비자이벤트를 통해 기업이미지 제고 	<ul style="list-style-type: none"> · 성장전략 수립 - 5가지 목표 : 신규 사업 개발, 네트워크 확장, 리모델링, 자숙능경영 중시, 신규 채널 개발

26. Giant Hypermarket 홈페이지 조사결과, 직원 수에 관한 정보는 확인되지 않음(검색일 : 2017.10.14.)
 27. 조사 결과, 2013년이 최신수치인 것으로 확인됨
 28. Giant Hypermarket 홈페이지 조사결과, 매출액에 관한 정보는 확인되지 않음(검색일 : 2017.10.14.)
 29. 조사 결과, 2013년이 최신수치인 것으로 확인됨
 30. 조사 결과, 2015년이 최신수치임인 것으로 확인됨
 31. 조사 결과, 2013년이 최신수치인 것으로 확인됨

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Lotte Supermarket(롯데마트 슈퍼마켓)

Lotte Supermarket(롯데 슈퍼마켓)은 한국 기업으로 2008년 인도네시아에 진출하여 가파르게 점포수를 늘려가고 있음. 인도네시아에서는 다소 생소한 백화점의 느낌을 대형 유통매장이 내고 있어 현지 소비자들의 이목을 끄. 주로 저가형 이미지를 구사하고 있던 기존 유통업체들과 달리 차별화, 고급화 전략에 성공하여 인도네시아 유통시장 내 점유율을 확대하고 있음

표 6.1 : Lotte Supermarket 매장 정보

기업 정보	컨셉	고급화 전략으로 인도네시아 시장 점유율 확대
	본사 주소	Jalan Lingkar Luar Selatan No. 6 Ciracas, Jakarta Timur, Indonesia
	대표 전화	+62-21-718-2889
주요 판매품목		식료품, 수입식품, 한국식품 등
매장 전경		 
매장 이슈		<p>2016년 12월 기준, 인도네시아 내 46개 점포 운영</p> <p>연합뉴스에 따르면 2016년 12월 말 기준 롯데마트는 총 46개 점포를 운영하고 있음. 이로써 인도네시아에서 롯데마트는 Lotte Mart Wholesale 매장 28개와 Lotte Mart Supermarket 2개, Lotte Mart Hypermarket의 16번째 매장이 운영됨. 롯데마트는 기존 및 신규 매장을 대상으로 차별화 고급화된 매장을 선보여 더 많은 매장을 개점하여 넓은 범위의 고객층을 확보하겠다는 포부를 밝힘</p>
프로모션 전략		<p>신한카드 결제 시 결제액의 5%를 포인트로</p> <p>인도네시아에 진출한 한국 은행에는 우리은행, 하나은행, 신한은행이 있음. 그 중 신한은행은 2017년 2월 한국 기업들과 제휴하여 Shinhan Hi-Cash Card로 결제 시 결제액 5%를 포인트 적립하는 서비스를 제공함. 제휴기업으로는 삼성전자, 롯데마트, 뚜레쥬르 등이 있음</p>
어린이 음료 판매현황		 

출처 : Lotte Supermarket(www.lottemart.co.id/supermarket)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Giant Hypermarket(자이언트 하이퍼마켓)

Giant Hypermarket은 범 아시아권 소매업체인 말레이시아 Dairy Farm Group의 일부임. 말레이시아를 포함하여 싱가포르, 브루나이, 베트남, 인도네시아에 약 126개의 대형슈퍼마켓과 소매체인을 운영하고 있음. 매장 내부에 미용실, 가구점, 레스토랑 등을 운영하고 있음

표 6.2 : Giant Hypermarket 매장 정보

기업 정보	컨셉	One stop shop 형태의 저가제품을 판매
	대표 주소	Jalan Perjuangan I, Teluk Pucung, Bekasi Utara, Kota Bks, Jawa Barat 17121, Indonesia
	대표 전화	+82-21-88130990
주요 판매품목		식료품, 인스턴트 면류, 조미료 등
매장 전경		 
매장 이슈		누적 포인트 적립프로그램을 실시한 고객증대 고객 포인트 적립프로그램을 통해 누적금액별 기프트를 제공함으로써 소비자들의 재구매율을 효과적으로 이끌어 내고 있음
프로모션 전략		행운티켓 고객이벤트 & 기금마련행사를 통한 기업이미지 제고 매년 Anniversary Sales Event를 통해 약 2,000만원 상당의 여행쿠폰을 추첨하는 이벤트를 열어 소비자들의 이목을 끌고, 사회공헌기금 마련행사를 통해 사회적 기업이라는 이미지를 제고하는 홍보 전략을 펼치고 있음
어린이 음료 판매현황		 

출처 : Giant Hypermarket(giantfood.com)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Hypermart(하이퍼마트)

인도네시아 로컬 기업으로 Matahari Putra Prima 회사가 소유하고 있음. Hypermart는 2016년 MPPA(Matahari Putra Prima Tbk의 약칭)에 낸 이익 중 76.8%를 기여했으며, 중산층 고객을 대상으로 활발하게 영업 중임. 현재 Jakarta, Kalimantan, Sulawesi, East Indonesia, Java와 Sumatra에서 매장을 운영하고 있음

표 6.3 : Hypermart 매장 정보

기업 정보	컨셉	합리적인 가격대의 다양한 제품 제공
	대표 주소	Jl. Puri Indah Blok W RT1 RW2 No. 82, Kembangan, Jl. Puri Permai, RT.2/RW.2, Kembangan Sel., Kembangan, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11610, Indonesia
	대표 전화	+62-21-58357426
주요 판매품목		식품 및 음주류, 생활용품
매장전경		
매장 이슈	<p>MAPP32의 매장의 멤버십카드 : Hi Card</p> <p>Hypermart는 고객 충성도를 올리기 위해 Hi Card라는 멤버십 카드를 활용하고 있음. 멤버십 카드를 소유한 고객은 매장에 5~15%의 할인 혜택을 누릴 수 있으며, 이외에도 Hi Card를 사용하는 매장 및 레스토랑에서 회원한정 특별 서비스를 받을 수 있다고 홍보함. MPPA는 2016년 기준 매일 4,300만 명의 고객들이 Hi Card를 사용하고 있다고 전함</p>	
프로모션 전략	<p>5가지 MPPA의 성장전략 강조</p> <p>2016년 MPPA는 성장전략으로 '신규 사업 개발, 네트워크 확장, 리모델링, 지속가능경영 중시 및 신규 채널개발'이라는 5가지 목표를 채택함. 신규 사업 개발은 프리미엄 매장 런칭 및 기존 특화 매장에 새로운 경영방식을 도입하는 것임. 네트워크 확장은 인도네시아 내 미진출 지역에 신규 매장을 오픈하는 것이며, 리모델링은 5년 이상 된 60개 매장을 리뉴얼 하는 것임. 지속가능경영은 물류 운영 네트워크를 확장하고, 직수입 및 자사 브랜드 제품의 수익비중을 전체 판매 수익의 5 ~ 10%까지 끌어올리는 것이 목표임</p>	
어린이 음료 판매현황		

출처 : Hypermart(www.hypermart.co.id)

32. Matahari Putra Prima Tbk의 줄임말로 Hypermart의 모기업을 지칭함

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.4 : 인도네시아 주요 편의점 현황

Indomaret		
매장 수	11,000개(2017년 기준)	
홈페이지	www.indomaret.com	
매장 개요	인도네시아의 최초이자 최대 규모의 편의점임. 식품과 금융 등 다양한 계열사를 보유한 인도네시아 대형 그룹 Salim Group의 자회사이며 전국에 11,000개의 점포가 운영 중임. 일상생활에서 필요한 제품을 쉽게 구매할 수 있도록 한 미니 마켓의 개념으로, 자카르타에만 488개의 매장을 보유중임. 5,000가지가 넘는 식품 및 비식품을 제공함	
Alfamart		
매장 수	10,300개(2017년 기준)	
홈페이지	alfamartku.com	
매장 개요	자카르타의 무역회사인 Djoko Susanto에 의해 1989년에 출점한 프랜차이즈 체인 편의점임. 합리적인 가격, 고품질의 생활용품, 친절한 서비스, 쉽게 접근할 수 있는 깨끗하고 편안한 쇼핑 환경을 제공하며 인도네시아 내에서 성장하고 있음	
7Eleven		
매장 수	166(2017년 기준)	
홈페이지	7elevenid.com	
매장 개요	인도네시아에서는 이전까지는 없던 형태의 소매 유통업체로, 젊은이들로부터 많은 인기를 얻게 된 것이 성장의 가장 큰 요인으로 꼽힘. 무선 인터넷을 제공하고 수입 식품, 즉석 식품, 즐거운 음악, 24시간 영업 등의 편의성을 제공함. 또한, 다양한 프로모션으로 소비자들이 호기심과 관심을 유도함	
Family Mart		
매장 수	70(2017년 기준)	
홈페이지	www.familymartindonesia.com	
매장 개요	인도네시아의 전통 요리뿐만 아니라 해외의 다양한 요리를 즉석에서 맛볼 수 있는 신개념 편의점을 구현함. 또한 고품질의 차와 커피를 판매하여 언제든지 소비자들의 수요를 충족할 수 있도록 다양한 서비스를 제공함	

출처 : Indomaret(www.indomaret.com), Algamart(alfamartku.com), 7Eleven(7elevenid.com), Family Mart(www.familymartindonesia.com)




1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.5 : 인도네시아 주요 재래시장 현황

Pasar Mayestik		
소재 지역	자카르타	
매장 개요	신선식품 및 생선, 건어물을 취급함. 또한, 다양한 종류의 커피를 판매하고 있으며, 에어컨과 에스컬레이터가 마련되어 있어 현지인들이 자주 이용하는 시장임	
Pasar Baru		
소재 지역	자카르타	
매장 개요	주로 의류, 향신료를 판매하며, 중고 의류의 인기가 높음. 소비자들의 편의를 고려하여 넓은 통로를 만들어, 원 스톱 쇼핑센터를 구현함. 또한 다양한 먹거리와 골동품도 접할 수 있음	
Pasar Block A		
소재 지역	자카르타	
매장 개요	과일과 채소, 옷, 생활용품, 보석류 등 다양한 제품을 판매함. 1층에는 파티 용품 및 스포츠 용품을 판매하고 있음	

출처 : 자카르타의 전통시장(www.whatsnewjakarta.com)

표 6.6 : 인도네시아 주요 온라인 쇼핑몰 현황

KASKUS		
취급 품목	생활용품, 전자제품	
홈페이지	www.kaskus.co.id	
매장 개요	상품 매매뿐만 아니라, 국내외 뉴스를 업데이트하고, 구매 후기를 공유하는 등 다양한 방법으로 소비자를 확보하고 있음. 스마트폰 이용자가 증가하는 추세에 맞추어 구글 스토어와 앱 스토어를 통해 모바일 버전을 선보임	
OLX Indonesia		
취급 품목	식료품, 전자제품, 생활용품	
홈페이지	olx.co.id	
매장 개요	OLX는 인도네시아에서 가장 큰 온라인 광고 사이트로, 생활용품 및 식료품을 판매함	
Qoo10		
취급 품목	패션, 전자제품, 생활용품, 식료품	
홈페이지	www.qoo10.com	
매장 개요	한국의 G마켓과 eBay가 합작하여 만든 다국적 오픈 마켓임. 현재 싱가포르, 말레이시아, 홍콩, 중국 등 총 6개 지역에서 온라인 마켓을 운영 중임	

출처 : KASKUS(www.kaskus.co.id), OLX Indonesia(olx.co.id), Qoo10(www.qoo10.com)

Ⅶ. 통관 및 검역 정보

※ 통관 및 검역절차 OVERVIEW

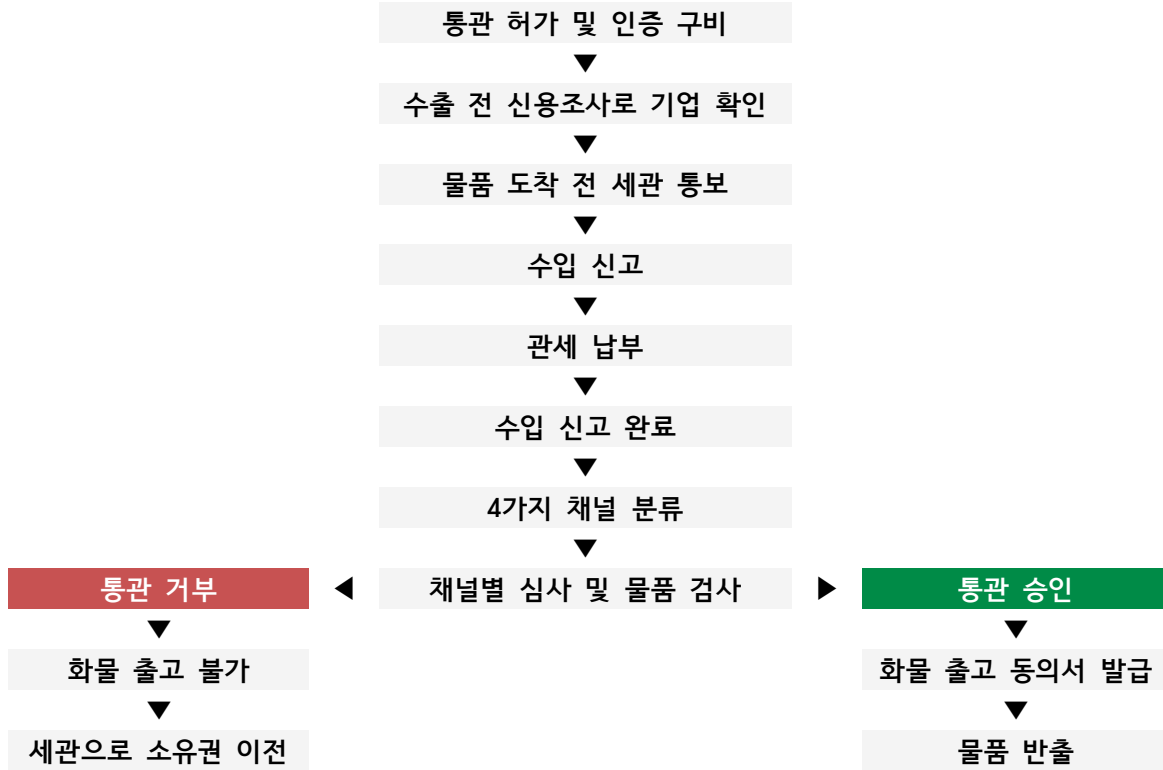
※ 관세율 정보 OVERVIEW

1. 통관 및 검역 절차
2. 관세율 정보
3. FTA 정보
4. 통관 및 검역 유의사항

※ '어린이음료' 관련 인도네시아 통관거부사례가 확인되지 않아 해당 정보는 제외함

통관 및 검역절차 OVERVIEW

인도네시아 통관 검역 절차도



통관절차별 유의사항

통관절차	유의사항
물품도착 및 수입신고 전 준비	<ul style="list-style-type: none"> - 수입자의 경우 사전에 수입물품 통관을 위한 허가 및 인증 구비 필요³³. - 물품 도착 24시간 내 세관 통보
수입신고 및 관세납부	<ul style="list-style-type: none"> - 수입신고서 작성 후 세관에 관세 및 조세 납부 필요 - EDI(Electronic Data Interchange)를 통해 수입신고서 세관 전송³⁴. - 관세액 산정 기준 : CIF³⁵.(Cost Insurance and Freight) 금액
물품검사 및 통관심사	<ul style="list-style-type: none"> - 수입 신고 완료 화물은 위험도에 따라 4가지 채널로 분류 및 통관심사 진행 - 수입자의 신용과 통관을 진행하는 물품에 따라 채널 분류
심사완료 및 물품반출	<ul style="list-style-type: none"> - 물품에 이상이 없을 시 통관 승인 완료, 화물 출고 동의서 발급 - 최대 2개월의 통관 기간 동안 세관 내 임시 창고 등에 물품 보관 - 화물출고동의서를 창고에 제출 후 물품 반출이 가능

출처 : 인도네시아 관세청(www.beacukai.go.id)

33. 사전 필수 구비 사항에는 관세청 등록증(NIK), 세적 등록(NPWP)와 제조업 수입허가서(API-P), 무역업 수입허가서(API-U)가 있으며 SNI(Standard National Indonesia) 강제표준인증 대상품목일 경우 한국에서 사전 준비가 필요함

34. 세관에 따라 EDI-종이서류-전자서류 방식으로 통관 진행하므로 사전에 신고 방식 확인이 필수임

35. CIF(Cost, Insurance and Freight) : 운송비, 보험료 포함 운송조건

관세율 정보 OVERVIEW

2017년 인도네시아 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율	
		기본세율	한-아세안 FTA 협정세율
2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물 (광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)		
2202.10	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물 (광천수와 탄산수를 포함한다)		
2202.99	기타		
2202.99.50	희석하지 않고 직접 소비될 수 있는 음료(비탄산 음료)	20%	0%
2202.99.90	기타		

한-아세안 FTA 협정세율 정보

인도네시아에서 HS CODE 2202.99.50, HS CODE 2202.99.90의 경우

한-아세안 FTA 적용으로 협정세율 **0%**가 부과되고 있음

TIP_제품 관세율 확인법

관세율을 확인하는 방법에는 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 확인하거나, FTA 세율의 경우 한국무역협회 'TradeNavi(www.tradenavi.or.kr)'의 'FTA/관세' 메뉴를 활용하여 관세율을 조회할 수 있음. 인도네시아 사이트의 경우 인도네시아 관세청의 관세율 조회 서비스를 통해 조회가 가능함

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

보다 더 정확한 품목별 HS CODE 및 관세율 정보 취득을 위해서는 한국무역협회 '트레이드 콜센터' 혹은 'FTA 콜센터'의 관세사 상담 서비스를 이용하거나, 전문 관세 사무소를 통해 상담을 받도록 함

분류	사이트명	전화번호
관세율	트레이드 콜센터	☎ 1566-5114
	FTA 콜센터	☎ 1380

1. 통관 및 검역절차

Step 01. 물품도착 및 수입신고 전 준비

운송사는 인도네시아 관세지역으로 제품을 실은 운송수단이 진입하기 최소 24시간 전, 세관에 운송수단의 도착예정을 통보해야 함. 관세 항구에 도착 시 수입업자는 세관신고서를 작성 및 제출해야함. 한·아세안 FTA 세율 적용을 위해 원산지증명서도 필수적으로 필요함

또한, 이 시기에는 수입업자가 인도네시아의 국가의약식품관리청 BPOM (Badan Pengawas Obatdan Makanan)에 제품 등록 절차를 거쳐야하며 필요한 인증³⁶을 모두 검토하게 됨. 인도네시아의 소비자보호법에 근거하여 모든 수입제품은 통관이전 해당기관에 BPOM등록 완료 및 해당 스티커를 발급받아 부착해야 함. 등록되지 않은 제품을 취급·유통하는 수입업자의 경우 소비자보호법 위반으로 벌금이 부과됨

Step 02. 수입신고 및 관세납부

수입신고서를 제출한 후에는 외국환 은행 또는 세관을 통해 관세 및 부가가치세, 법인세 등을 납부하여야 함. 일반적으로 EDI(Electronic Data Interchange)를 통해 수입신고서를 세관으로 전송해야 하며 세관에 따라 EDI, 종이서류, 전자서류 제출 방식 등 상이하므로 사전에 해당 세관의 신고 방식 확인이 필수임

표 7.1 : 인도네시아 통관 시 요구되는 서류

수입 통관 시 필수 구비서류	사업자 등록증(SIUO)
	관세청등록번호(NIK)
	세적 등록(NPWP)
	제조업 수입허가서(API-P)
	무역업 수입허가서(API-U)
수입 신고 시 구비서류	원산지 증명서(C/O)
	수입신고서
	선하증권
	상업송장
	포장명세서
	원산지 증명서

출처 : 인도네시아 관세청(www.beacukai.go.id)

36. SNI(Standard National Indonesia) 강제표준인증 대상품목의 경우, 수출국인 한국에서 사전 준비가 필요함

1. 통관 및 검역절차

Step 03. 물품검사 및 통관심사

제출된 서류와 증빙자료를 바탕으로 검토 후 수입 신고가 완료된 화물은 위험도에 따라 4개의 채널로 분류되어 통관심사가 진행됨. 이때 채널 분류의 기준은 수입업자의 신용과 재정, 통관을 진행하는 물품에 따라서 상이함. 관세청이 승인을 하면 수입제품의 인도가 이루어지지만 관세청 직원의 판단에 따라 실물조사가 이루어질 때도 있음

Step 04. 심사완료 및 물품반출

채널링 시스템³⁷에 의해 물품에 이상이 없다는 판정을 받으면, 통관 심사 및 승인이 완료되며 화물 출고 동의서를 발급받을 수 있음. 최대 2개월의 통관 기간 동안 세관 내 임시 창고 등에 물품 보관이 가능하나 지정기간 내 통관 승인이 되지 못한 제품은 세관에 소유권이 넘어갈 수 있음. 통관이 승인 되지 않는 경우, 폐기, 재수출, 경매 등을 결정하여 판매할 수 있는 권리를 소유 하게 됨

표 7.2 : 인도네시아의 통관채널 분류³⁸.

통관채널	지정기준	서류심사	물품검사	소요기간
Red Channel (고위험)	신규 및 고위험 품목 수입업자 고위험 신용 보유자	○	○	관세 납부 후 통상 5 ~ 7일 이내 통관
Yellow Channel (위험)	Red Channel 지정 후 1년 간 관세법규 위반 사실 無	○	X	관세 납부 후 통상 3 ~ 4일 이내 통관
Green (우수)	Yellow Channel 지정 후 3개월 간 관세법규 위반 사실 無	○	X	관세 납부 후 12시간 이내 통관 완료
MITA Channel ³⁹ . (최우수)	신용 및 재정이 매우 우수한 수입업자	X	X	관세는 사후 납부

출처 : 인도네시아 관세청(www.beacukai.go.id)

37. 인도네시아의 통관채널을 4가지로 분류하여 통관 및 검역을 실시하는 제도임

38. 인도네시아 관세당국에서 채널 분류 시 최우선 고려요인은 신용도임

39. 관세 유예의 여부로 Priority Channel 업체와 Non Priority Channel 업체로 구분됨

2. 관세율 정보

HS CODE 2202.99.50, HS CODE 2202.99.90 품목,

협정세율 적용으로 무관세

참여기업의 ‘어린이 음료’는 인도네시아에서 HS CODE⁴⁰. 2202.99.50(희석하지 않고 직접 소비되는 음료, 비탄산 음료)와 HS CODE 2202.99.90(기타)로 분류될 수 있음

인도네시아에서 HS CODE 2202.99.50과 HS CODE 2202.99.90에 부과하는 기본세율은 20%이지만, 한-아세안 FTA 협정 체결로 0%의 협정세율이 적용됨

인도네시아, 일반적으로 부가세 10% 부과

인도네시아에서 대부분의 품목에 10%의 부가가치세가 부과됨. 이에 인도네시아는 HS CODE 2202.99 품목에 해당하는 제품에 대해 내국세로 부가가치세 10%를 부과하고 있음. 이외에도 2.5%의 법인세가 추가 부과되거나 법인세 납부 시, 공제 또는 환급이 가능함

표 7.3 : 인도네시아 HS CODE 분류 및 관세

국가	HS CODE	품명	기본세율	한-아세안 FTA 협정세율		
한국	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물 (광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)		-		
	2202.9	기타				
	2202.99	기타				
	2202.99.9000	기타				
인도네시아	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물 (광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)	-	-		
	2202.10	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물 (광천수와 탄산수를 포함한다)				
	2202.99	기타				
	2202.99.50	희석하지 않고 직접 소비 될 수 있는 음료(비탄산 음료)			20%	0%
	2202.99.90	기타				

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do), 인도네시아 관세청(www.beacukai.go.id)

40. 실제 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 ‘관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람’을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 ‘품목분류정보’를 검색하거나 관세청 관세법령정보포털 3.0을 활용하는 법 등이 있음

3. FTA 정보

HS CODE 2202.99.50, HS CODE 2202.99.90 품목

한-아세안 FTA 체결로 협정세율 0% 적용

수입 관세는 CIF가격⁴¹ × 수입 관세율에 의해 결정됨. 인도네시아 무역정보 포털(INTR)에 의하면, HS CODE 2202.99.50과 HS CODE 2202.99.90품목의 경우 한-아세안 FTA 체결 혜택을 받을 수 있는 것으로 파악됨. 한-아세안 FTA의 경우 일반품목군⁴²에 포함된 제품에 대한 관세철폐에 합의하였고, 2017년 현재 최종적으로 관세가 완전 철폐됨

FTA 세율 적용을 위해서는 원산지 증명서 발급 필요

원산지증명서란 물품을 생산한 나라 또는 물품의 국적을 의미하는 원산지를 증명하는 문서로 수출물품이 우리나라에서 재배·사육·제조·가공된 것임을 증명함. 협정별 원산지결정기준을 충족하고 협정에서 정한 원산지 증명서를 구비해야 상대국에서 FTA 세율 적용이 가능함

한·아세안 FTA의 경우 한국에서는 원산지증명서를 세관, 대한상공회의소⁴³에서 원산지증명서를 발급함. 관세청에서는 수출기업의 경쟁력 제고를 위해 온라인으로 즉시 발급이 가능하도록 절차를 전산화함

표 7.4 : 한-아세안 FTA 원산지 증명서 온라인 발급 절차



출처 : 대한상공회의소(cert.korcham.net)

41. Cost, Insurance and Freight의 약자로, 해상운송비와 보험료를 수출자가 부담하는 조건임

42. 한-아세안 FTA의 양허 유형은 일반품목군과 민감품목군으로 나뉘며, 민감품목군은 다시 일반민감품목군과 초민감품목으로 구분됨. 해당 양허유형에 따라 관세 철폐 및 인허가 시행됨

43. 단, 상공회의소에서 발급받는다면 건당 7,000원의 발급 수수료가 부과되고 있으나 상공회의소 회원사인 경우 발급건수 한도 내 수수료가 면제됨

4. 통관 검역 및 유의사항

원산지증명서 발급 시 유의사항

한·ASEAN FTA 원산지 증명 운영 절차가 개정되면서 2014년 1월 1일부터 한국의 전자발급 원산지증명서도 인도네시아 세관에서 인정받을 수 있음. 그러나 원산지증명서는 반드시 A4 용지에 컬러로 인쇄되어야 함. 이면 기재 사항의 경우는 원산지증명서 원본 이면에 반드시 프린트하여야 함. 인도네시아 세관은 원산지증명서 이면 기재사항이 뒷면에 프린트되어 있지 않을 시 해당 원산지 증명서를 불인정하고 있음

인도네시아 직접 운송 애로사항

인도네시아는 자체 법규인 재무부 장관령 205/PMK 04/2015를 통해서도 직접 운송을 원칙적으로 적용하고 있으며, 규정을 준수하지 않은 한국발 수입화물에 대해서는 원산지증명서를 불인정함. 인도네시아 세관은 2016년 6월 말부터 직접 운송에 대한 검사를 대폭 강화하였으며, 우리 기업의 수출품에 대해 통관 선하증권을 구비하지 않았음을 사유로 관세를 추징해옴. 해당 문제를 둘러싸고 주인도네시아 한국 대사관과 관세청은 인도네시아 정부 측과 지속적인 협의를 진행했으며, 2016년 10월에 직접 운송 인증을 예외 서류로 적용받을 수 있는 서류를 추가하는 것에 합의함

표 7.5 : 통과선하증권 작성 요령

통과선하증권 작성요령(중간 경유지 경유 시)
제 3국 경유 시에 직접 운송의 증빙으로 활용되는 통과선하증권은 아래와 같은 요령으로 작성 가능함
1. 선박이 중간 경유지 를 경유해 인도네시아에 도착하는 경우
1) Bill of Lading의 Description 란에 "Through Bill of Lading" 명시
2) Through Bill of Lading 명시 후 하단에 선적항, 경유항, 도착항 명시
THROUGH BILL OF LADING
Container(s) will not involve any commercial activities at Transit Ports.
Carrying Vessel Route is as follows :
1. Busan / 2. Hong Kong / 3. Singapore / 4. Jakarta
통과선하증권 작성요령(제3국에서 하역 시)
2. 화물이 제3국에서 하역 돼 선박을 변경하여 인도네시아에 도착하는 경우
1) Bill of Lading의 Description 란에 "Through Bill of Lading" 명시
2) Through Bill of Lading 명시 후 하단에 선적항, 경유항, 도착항 명시
THROUGH BILL OF LADING
Container(s) will not involve any commercial activities at Trans-shipment Ports.
1 st Carrying Vessel Route is as follows :
1. Busan
2. Hong Kong
2 nd Carrying Vessel Route is as follows :
1. Singapore(Transshipment Port)
2. Jakarta

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do), 인도네시아 관세청(www.beacukai.go.id)


VIII. 인증 정보

※ 인증 정보 OVERVIEW

1. 인증 취득정보
2. 인증 취득제품
3. 제출서류
4. 전문가 인터뷰


인증 정보 OVERVIEW

● 권장인증 : SNI 국가표준(SNI, Standar Nasional Indonesia)

인증 설명	제품의 품질과 안전에 대한 규격을 마련해 생산자의 품질 혁신을 도모하고 유해한 제품의 유통을 근절시켜 소비자를 보호하기 위한 제도	
발행기관	BSN(Badan Standardisasi Nasional)	
성격	선택 인증(단, 강제인증 리스트 내 품목의 경우 필수)	
제출서류	신청서 / 상표등록증 / 지정 수입업자와의 MoU / 카달로그 원본(데이터 자료) / 홍보 책자 / 사용자 매뉴얼 / 설치 매뉴얼 / 외국 인증기관에서 받은 인증서(보유 시)	
발급절차	규격인증 신청서 제출 > 비용 납부 > 현장 실사 > 인증서 발급 > 최종 인증서	


출처 : 해외인증정보시스템(certinfo.or.kr)

● 권장인증 : HACCP(식품안전관리인증기준)

인증 설명	위해 방지를 위한 사전 예방적 식품안전 관리체계로서 식품의 원재료부터 제조·가공·보존·유통·조리단계를 거쳐 최종소비자 섭취 전까지 각 단계를 관리하는 인증임	
발행기관	한국식품안전관리인증원	
성격	선택 인증	
제출서류	신청서, 식품안전관리인증계획서, 영업등록증, 사업자등록증	
비용	인증수수료 20만원, 변경수수료 10만원	
소요기간	인증 40일, 변경 15일 소요	
발급절차	서류 제출 > 서류 심사 > 현지 확인 및 심사 > 판정 > 인증서 발급	

출처 : 한국식품안전관리인증원(www.ihaccp.or.kr)

● 권장인증 : HALAL(할랄인증)

인증 설명	이슬람 율법에 맞게 생산 및 가공된 식품만을 할랄 식품으로 선언함. 인도네시아 시장에 진출하기 위한 필수 조건은 아니지만, 인도네시아 인구 대부분이 무슬림인 관계로 취득을 권장함	
발행기관	민간기관인 MUI에서 인증획득이 가능하며, 2019년부터는 정부기관인 BPJPH에서 수행할 예정임	
성격	선택 인증	
제출서류	원재료와 성분 분석표, 생산 공정 설명서, 영업 신고서, GMP, ISO, HACCP 등의 인증서 사본	
비용	총 411.54 ~ 453.97달러 가량	
소요기간	최소 2개월 ~ 최대 1년	
갱신기간	4년(연 1회 공장 심사 실시, 만료 3개월 전 갱신 신청 필요)	

출처 : LPPOM MUI, MUI Halal Certification Procedure (www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_section/56/1363/page/2)

1. 인증 취득정보

권장인증 : SNI

인도네시아 국가규격 SNI는 인도네시아에만 적용되는 국가규격이며 기술위원회인 BSN이 주관하고 있음. 인도네시아 전역에 적용되며, 국민의 안전 및 건강, 환경보전 그리고 경제적 이유 등으로 일부 품목에서는 강제적으로 요구되기도 함. 인도네시아 정부는 중국 등지에서 밀수입되는 제품들이 국민 생활수준을 저하시킨다는 이유로 표준 제도를 강화하려고 하기 때문에 강제 인증 리스트에 포함되는 제품들에 대한 각별한 주의를 요함. 강제 인증 품목에 포함된 대표적인 식품은 물, 설탕, 밀가루, 소금 등임. 시험 기관의 조사에 걸리는 시간을 제외하면 통상 SNI 발급에 약 40일이 소요됨. 시험기관 조사가 2개월에서 최대 1년까지 걸리는 경우도 있음

표 8.1 : SNI 인증 비용

유형	단위	금액 (루피)
신청비	회 당	1,350,000
타당성 검사를 위한 평가자 비용		
a. 일반 품목(특정 품목 이외)	회 당	1,800,000
b. 특정 품목(열간압연 강재, 냉간압연 강재)	회 당	3,600,000
타당성 검사와 모니터링을 위한 평가자 비용		
1. 샘플링을 위한 평가자 비용		
a. 평가 팀장	사람 / 일(day) 당	5,400,000
b. 평가자	사람 / 일(day) 당	4,050,000
c. 전문가	사람 / 일(day) 당	3,600,000
d. 샘플링 직원(SNI 마크와 제품 인증)	사람 / 일(day) 당	2,700,000
2. 평가팀장, 평가자, 전문가, 샘플링 직원 일일 서비스 비용	사람 / 일(day) 당	1,800,000
인증 처리비		
a. 기술위원회	회 당	1,125,000
b. 평가위원회	회 당	1,575,000
c. 인증 처리	한 건 당	1,800,000
제품 인증기관(LSPPro)		
a. Package A(유효한 ISO9000 인증을 보유)	회사 당	10,000,000
b. Package B(ISO9000 인증 미보유)	회사 당	13,500,000
c. 감시	회사 당	4,500,000
SNI 주선을 위한 상담비	회 당	4,500,000

출처 : BSN(www.bsn.go.id)

1. 인증 취득정보

HACCP 인증 발급기관

기관명 : 한국식품안전관리인증원
 주소 : 충북 청주시 오송생명3로 31
 두산위브센터움
 전화번호 : +82-1599-1102
 담당업무 : 심사접수, HACCP인증
 심사업무

권장인증 : HACCP(식품안전관리인증기준)

HACCP은 식품이 안전하게 생산되었음을 인정하여 해당 제조품목 및 제조 업체에 한해 부여되는 인증임. 신청서와 식품안전관리인증계획서⁴⁴를 작성하여 신청 시 함께 제출해야 함. 서류 검토, 현장 심사 등에 대한 심사가 진행되어 적합·부적합 판정여부가 결정되면 해당 인증마크 부착이 가능함

권장인증 : 할랄 인증

할랄(Halal)은 생활 전반에 걸쳐 이슬람법인 Shariah에 따라 사용이 허용되는 것을 의미함. 할랄은 음식뿐만 아니라, 의약품과 화장품 등 생활 전반에 걸쳐 사용되는 모든 것이 해당되며, 그 중에서도 이슬람 율법에서 허락되어 무슬림이 먹을 수 있는 음식을 할랄 식품이라 하여 별도로 규정하고 있음. 반대로 이슬람법에 의해 금지되는 것을 하람(Haram)이라 일컬음. 이슬람 국가에 수출을 하기 위해서는 반드시 할랄 인증을 취득하여야 함

표 8.2 : HACCP 인증 발급절차

STEP 01. HACCP 인증 신청서 제출

- HACCP 인증 신청서
- HACCP 관리계획서

STEP 02. 접수 및 서류 검토

- 한국식품안전관리인증원에서 신청업체가 제출한 서류 검토서류심사 진행

STEP 03. 현지 확인 및 평가

- 서류 통과 기업에 대해 현장조사 진행
- HACCP 실시 상황을 평가

STEP 04. 판정 및 결재


- 서류 검토 및 현장 평가 완료 후 적합부적합 심사에 따라 인증서 발급여부 결정

STEP 04. QS 인증서 발급

- 심사 결과에 따라 HACCP 적용 생산업체에 인증서 발급

출처 : 한국식품안전관리인증원(www.ihaccp.or.kr)

표 8.3 : 할랄 인증 정보





인증설명	이슬람 율법에 맞게 생산 및 가공된 식품만을 할랄 식품으로 선언함. 인도네시아 시장에 진출하기 위한 필수 조건은 아니지만, 인도네시아 인구 대부분이 무슬림인 관계로 취득을 권장함	
발행기관	민간기관인 MUI에서 인증 획득이 가능하며, 2019년부터는 정부기관인 할랄 제품 보호 진흥원(BPJPH)에서 수행할 예정임	
성격	선택 인증(추후 필수로 전환될 예정)	
제출서류	원재료와 성분 분석표, 생산 공정 설명서, 영업 신고서, GMP, ISO, HACCP 등의 인증서 사본	
비용	총 411.54 ~ 453.97달러 가량	
소요기간	최소 2개월 ~ 최대 1년	
갱신기간	4년(연 1회 공장 심사 실시, 만료 3개월 전 갱신 신청 필요)	

출처 : LPPOM MUI, MUI Halal Certification Procedure
 (www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_section/56/1363/page/2)

44. 식품위생법 제 48조 제1항에 따라 작성한 적용대상 식품별 식품안전관리인증계획서로 중요관리점의 한계 기준, 모니터링 방법, 개선조치 및 검증방법을 기술한 자체 계획서임

2. 인증 취득제품

표 8.4 : 인도네시아 할랄 인증 취득 음료 제품 예시

인증 취득제품 정보		취득 인증	제품 이미지
제품명	SOSRO TEA(자스민티)		
기업	Teh botol		
원산지	Indonesia		
가격	19.99 달러		
용량	250g x 12		
제품명	Mogu Mogu Lychee Juice		
기업	Nata De Coco		
원산지	Malaysia		
가격	19.99 달러		
용량	10.8g x 8		

출처: Amazon(www.amazon.com)

3. 제출서류

할랄 인증서

인증 절차를 거친 후 취득하는 할랄 인증서는 다음과 같음



3. 제출서류

HACCP 인증신청서

: HACCP 인증 신청 시 작성·제출해야하는 서류로, 기본적인 회사의 정보 등 필수 사항을 기재해야함

식품안전관리인증기준(HACCP)적용업소 인증신청서

* 첨부서류는 귀국의 신청안내를 참고하시기 바라며, 실상이 어긋난다면 신청인이 적지 않습니다. (참조)

접수번호	접수일	발급일	처리기간	40일	
신청인	영업신고(등록) 번호		영업신고(등록) 연월일		
	영업소명				
	소재지	본사			
		공장(사업장) <small>* 집단급식소 중 위탁운영의 경우 그 이름과 소재지, 신고번호를 기재</small>			
	대표자 성명	생년월일 <small>(외국인의 경우 외국인 등록번호)</small>	전화번호 휴대전화번호		
	HACCP팀장 성명	생년월일 <small>(외국인의 경우 외국인 등록번호)</small>	전화번호 휴대전화번호		
E-mail 주소(계산서 발급용) :					

신청 내용	HACCP적용 식품명(유형)			
	HACCP적용 규모 <input type="checkbox"/> 일반 <input type="checkbox"/> 소규모 <small>* 소규모HACCP: 해당품목의 연매출액 5억원 미만이거나 종업원 수가 21인 미만인 경우</small>			
	HACCP적용 품목별(유형) 1년간 생산실적(매출액)			
	품목명	생산실적(단위: 천원)	품목명	생산실적(단위: 천원)
	품목명	생산실적(단위: 천원)	품목명	생산실적(단위: 천원)

「식품위생법」 제48조제3항 및 같은 법 시행규칙 제63조제1항에 따른 식품안전관리인증기준 적용업소 인증을 신청합니다.

년 월 일

보고인

(서명 또는 인)

아래 개인정보 수집·활용 동의서를 숙지하였으며, 내용에 동의합니다.

(서명 또는 인)

한국식품안전관리인증원장 귀하

210mmx297mm[일반종이 80g/㎡(자함용종)]

3. 제출서류

HACCP 인증신청서

: HACCP 인증 신청 시 작성·제출해야하는 서류로, 해당 제조품목에 맞게 답변을 기재해야함

식품안전관리인증계획서(HACCP PLAN)										
HACCP 적용 유형(특성포함): 예) 과자(유당처리제품) 해당제품: 예) ○○링, ○○과자 등										
(1) 중요 관리점	(2) 주요 위해	(3) 한계기준	(5) 모니터링				(7) 담당자	(8) 개선조치	(9) 기록물	(10) 검증
			(4) 대상	(5) 방법	(6) 주기	(7) 담당자				
예) 1B 가열(유당) 공정	예) 병원성 미생물 잔존 (리스테리아 모노사이토젠스, 장출혈성 대장균 등)	예) 가열 온도 (유당온도): 000~000℃	예) 가열기 설정 온도 또는 가열기 표시 온도	예) 설정 온도(표 시온도) 육안 확인	예) 작업 시작 시, 작업 중 0시간 마다, 작업 종료 시	예) 가열 담당 홍길동	예) 1. 작업 중단 2. 온도 미달: - 가열기 이상 확인 - 온도 도달 시 작업 재개 - 재가열(또는 폐기) 3. 온도 초과: - 가열기 이상 확인 - 냉각 후 작업 재개 - 제품 이상 확인 후 다음공정(또는 폐기)	예) 중요관리점 점검표	예) 공정 검증 작업 전 온도계측 장치 정확도 확인, 1회/년 교검 월 1회 모니터링, 개선조치방법, 실행성 검증	
		가열 시간 (유당시간): 00분00초 ~00분00초	가열기 설정 시간 또는 투입 후 경과시간	설정시간 육 안확인 또는 가열시간 타 이머 측정	1. 작업 중단 2. 시간 미달: - 가열기 이상 확인(또는 담당자 확인) - 재가열(또는 폐기) 3. 시간 초과: - 가열기 이상 확인(또는 담당자 확인) - 제품 이상 확인 후 다음공정(또는 폐기)					
		가열(유당) 후 제품온도: 00℃ 이상	제품온도 또는 제품품온	제품온도 ○ 온도계 측 정	1. 작업 중단 2. 온도 미달: - 가열기 이상(온도, 시간) 확인 - 제품 상태 확인 - 재가열(또는 폐기)					

4. 전문가 인터뷰

Q1. 인도네시아에서 필수적으로 요구되는 인증은 무엇인가요?

“인도네시아 정부령 2000년 102호에 따라 인도네시아 SNI 강제 인증 리스트 내 품목을 수입하거나 생산할 경우 인증심사를 필요로 하며 최근 SNI 인증의무화가 강화되는 추세입니다. 2014년 3월에 94개 품목을 추가하였는데, 해당되는 식음료제품의 경우 SNI인증을 필수적으로 취득해야 합니다.”

- 식품인증 컨설팅 및 인증대행사 컨트롤유니온
이광섭 선임심사원과의 인터뷰 중, 2017. 06

Q2. SNI 인증을 취득하는데 기간과 비용이 어느 정도 소요되나요?

“통상적으로 SNI 인증 발급에 약 40일이 소요됩니다. 단, 시험기관 조사가 2개월에서 최대 1년까지 걸리는 경우가 있습니다. 비용은 신청 단계에서 50만 루피아(약 44달러)를 시작으로 단계별로 요금을 납부해야 합니다. 인도네시아 기업의 경우 1,500달러, 외국 기업은 약 5,500달러를 지불해야 합니다.”

- 식품인증 컨설팅 및 인증대행사 컨트롤유니온
이광섭 선임심사원과의 인터뷰 중, 2017. 06

Q3. 인도네시아에 어린이 음료를 수출할 때 권장되는 인증은 무엇인가요?

“HACCP과 할랄 인증이 도움이 될 수 있습니다.”

- 식품인증 컨설팅 및 인증대행사 컨트롤유니온
이광섭 선임심사원과의 인터뷰 중, 2017. 06

“HACCP/ 할랄 인증”

Q4. HACCP인증과 할랄 인증이 對인도네시아 수출에 어떠한 이점으로 작용하니까?

“HACCP 인증은 식품이 안전하게 제조된 것을 입증하는 인증이며, 그만큼 관리가 되어 있는 시설에서 해당 제품이 생산되었다는 것을 입증합니다. 할랄 인증은 인도네시아 현지인들이 식품을 구매할 때, 할랄 인증의 여부를 중요시하기 때문에 소비자 신뢰를 얻기 위해 요구될 수 있으므로, 인증 취득을 권장합니다.”

- 식품인증 컨설팅 및 인증대행사 컨트롤유니온
이광섭 선임심사원과의 인터뷰 중, 2017. 06

IX. 라벨링 정보

※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

인도네시아 식품 라벨링 필수 표기사항



- 제품명
- 원재료 및 원산지
- 영양성분표시
- 순 중량
- BPOM 등록번호
- 저장방법
- 생산자, 유통자 정보
- 유통기한
- 생산일자 및 생산번호
- 주의사항

출처 : 현지방문조사(Grand Lucky, 2017.06)

출처 : 인도네시아 식약청(BPOM)

인도네시아 식품 라벨링 상세 표기사항

항목	설명
표기 언어	인도네시아어, 아라비아 숫자 또는 라틴어
제품명	식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭 표시
원재료 및 영양성분 표시	제품을 구성하는 모든 성분을 정해진 순서에 맞게 기재
순중량 또는 순용량	미터법을 기준으로 표기
BPOM 등록번호	소비자보호법에 따라 모든 수입제품은 BPOM에 등록해야하며 제품등록번호(ML Number)가 주어짐
공급업체 상호 및 주소	제조업체 또는 수입업체의 상호와 주소를 표기
제품의 유통기한	제품의 유통기한은 필수표기사항
생산일자 혹은 생산번호	국가표준 규정 또는 년, 월, 일 순으로 표기

출처 : 인도네시아 식약청(BPOM)

1. 라벨 표기사항

식품 라벨링, 인도네시아어로 의무적 작성

인도네시아 식약청인 BPOM(Badan Pengawas Obatdan Makanan)의 법령에 따르면 인도네시아로 들어오는 식품 또는 수입제품의 라벨링에는 인도네시아어와 아라비아 숫자 혹은 라틴어로만 기재되어야 함. 특히 2010년부터 소매점에서 판매되는 포장식품은 제품의 영양성분 및 상세 내용을 표시하여야 하며 해당 영양소 라벨링은 기존의 규정 No.62 (1999) ‘식품 라벨링 및 광고’ 의 적용을 받는다고 발표함

표 9.1 : 포장식품 라벨 표기사항

지방분, 단백질, 탄수화물 등에서 발생하는 에너지양에 기초한 전체 에너지양, 소금, 지방, 포화 지방, 콜레스테롤, 탄수화물, 섬유질, 설탕, 비타민 및 미네랄 등의 총량을 순서대로 기재해야함

출처 : 인도네시아 식약청(BPOM)

표 9.2 : 인도네시아 라벨 표기사항 상세

항목	설명
1	표기 언어 인도네시아어, 아라비아 숫자 또는 라틴어로 작성해야 함
2	제품명 식품의 속성을 반영하는 명확한 명칭으로 표시하여야 함
3	원재료 및 영양성분 표시 제품을 구성하는 모든 성분을 정해진 순서대로 기재가 필요함
4	순중량 또는 순용량 미터법을 기준으로 표기함
5	BPOM 등록번호 소비자보호법에 따라 모든 수입제품은 BPOM에 등록해야하며 제품등록번호(ML Number)가 주어짐
6	공급업체 상호 및 주소 제조업체 또는 수입업체의 상호와 주소를 상세히 기재해야 함
7	제품의 유통기한 제품의 유통기한은 필수 표기사항임
8	생산일자 혹은 생산번호 국가표준 규정 또는 년, 월, 일 순으로 표기해야 함

출처 : 인도네시아 식약청(BPOM)

2. 라벨링 예시

라벨링 예시



원재료
원료 및 첨가물 기재 필수
영양성분표시
열량, 4대 영양소 필수 표시
인증마크
할랄인증 마크

회사 정보
제조사, 수입자, 유통자 등의 상호 및 주소

X. 위생 요건 정보

※ 위생 요건 OVERVIEW

1. 식품첨가물 규정

위생 요건 정보 OVERVIEW

품목별 위생요건 조사 항목



식품 품목	
농·임산물	<input type="checkbox"/>
수산물	<input type="checkbox"/>
축산물	<input type="checkbox"/>
가공식품	<input type="checkbox"/>
유아식품	<input checked="" type="checkbox"/>
건강기능식품	<input type="checkbox"/>
음주류	<input type="checkbox"/>
식자재	<input type="checkbox"/>

조사가능항목	
농약잔류물	<input type="checkbox"/>
식품첨가물	<input checked="" type="checkbox"/>
중금속	<input type="checkbox"/>
전염병	<input type="checkbox"/>
병해충	<input type="checkbox"/>
병원성균	<input type="checkbox"/>
영양성분	<input type="checkbox"/>
치료제 및 항생제	<input type="checkbox"/>

식품 첨가제 분류 및 사용규정

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

출처 : 인도네시아 식약청 법률정보문서네트워크(jdih.pom.go.id),

인도네시아 보건부, REGULATION OF MINISTER OF HEALTH OF THE REPUBLIC OF INDONESIA
(usdaiindonesia.org/wp-content/uploads/2012/08/permenkes-033-2012-translation.pdf)

1. 식품첨가물 규정

인도네시아 식품첨가물 규정

인도네시아 식품첨가물 규정 ‘Regulation MENKES No.033/2012’ 에 따르면, 식품 첨가물은 직접 섭취나 식품 원료로서 사용되는 것을 의미하지 않고, 식품의 제조, 가공, 포장, 보관, 운송에서 기술적 목적으로 식품에 첨가되는 것을 의미함

엄격한 인도네시아의 감미료 사용 관련 규정

2014년 인도네시아 식약청(BPOM)은 감미료(Sweetener) 사용에 대한 새로운 기준치를 발표함. 자연 및 인공 유래 감미료에 대한 기준치가 각각 제시되어 있음

표 10.1 : 인도네시아 내 식품첨가제 분류 및 사용규정

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

출처 : 인도네시아 식약청 법률정보문서네트워크(jdih.pom.go.id),

인도네시아 보건부, REGULATION OF MINISTER OF HEALTH OF THE REPUBLIC OF INDONESIA
(usdaindonesia.org/wp-content/uploads/2012/08/permenkes-033-2012-translation.pdf)

※ 참고 문헌

※ 참고 자료

1. Obesitas Mengancam Anak Indonesia	tirto.id	2016.07.14
2. Mengulik Lebih Dalam Penyebab Obesitas pada Anak	LIPUTAN6	2017.02.06
3. 할랄인증 필요한 제품 1위에 음료 꼽혀	식품음료신문	2016.03.29
4. 팔도 뽀로로 음료 출시 10년...판매량 4억개 돌파	연합뉴스	2017.04.20
5. Ini 8 Manfaat Madu untuk Kesehatan yang Harus Anda Ketahui	pojok sulsel	2017.06.14
6. 인니 쇼핑몰, 한국 제품 직구 서비스 시작	REAL FOODS	2017.01.06
7. Presiden Jokowi tekankan gizi anak untuk kualitas bangsa	ANTARANEWS	2017.06.09
8. Program Gizi Anak Sekolah 2017 Sasar 100.000 Siswa SD	Kabar24	2017.05.26
9. 식품 라벨링 및 광고 No.62	인도네시아 식약청	1999

※ 참고 사이트

1. 한국 관세청	www.customs.go.kr
2. 한국 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr
3. 인도네시아 관세청	www.beacukai.go.id
4. International Trade Centre	trademap.org
5. Global Data	consumer.globaldata.com
6. tirto.id	tirto.id
7. LIPUTAN6	health.liputan6.com
8. 식품음료신문	www.thinkfood.co.kr
9. 연합뉴스	www.yonhapnews.co.kr
10. pojok sulsel	sulsel.pojoksatu.id

※ 참고 문헌

11. REAL FOODS	www.realfoods.co.kr
12. ANTARANEWS	www.antaraneews.com
13. Kabar24	www.kabar24.com
14. Amazon	www.amazon.com
15. Kaskus	www.kaskus.co.id
16. Lazada	www.lazada.co.id
17. (주)팔도	www.paldofood.co.kr
18. HATA KOSEN Corporation	www.hata-kosen.co.jp
19. PT. Greshindo Aroma	www.greshfood.com
20. Lotte Mart Supermarket	www.lottemart.co.id/supermarket
21. Giant Hypermarket	giantfood.com
22. Hypermart	www.hypermart.co.id
23. Indomaret	www.indomaret.com
24. Alfamart	alfamartku.com
25. 7Eleven	7elevenid.com
26. Family Mart	www.familymartindonesia.com
27. 자카르타의 전통시장	www.whatsnewjakarta.com
28. TradeNAVI	tradenavi.or.kr
29. 대한상공회의소	cert.korcham.net
30. Qoo10	www.qoo10.com
31. LPPOM MUI	www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_section/56/1363/page/2
32. 주인도네시아 대한민국 대사관	idn.mofa.go.kr/webmodule/htsboard/template/read/korboardread.jsp?typeID=15&boardid=3131&seqno=1268599
33. 해외인증정보시스템	certinfo.or.kr
34. 한국식품안전관리인증원	www.ihaccp.or.kr
35. LSPro	www.lsgc.com
36. 인도네시아 식약청 법률정보문서네트워크	jdih.pom.go.id
37. 인도네시아 보건부, REGULATION OF MINISTER OF HEALTH OF THE REPUBLIC OF INDONESIA	usdaindonesia.org/wp-content/uploads/2012/08/permenkes-033-2012-translation.pdf