



2020

해외시장 맞춤형조사

No. | 202008-19

품목 | 액상차(Liquid Tea)

국가 | 인도네시아(Indonesia)

구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약(Summary)	4
II. 시장규모(Market Size)	
1. 인도네시아 액상차 시장규모	13
2. 인도네시아 액상차 수출입 시장규모	14
3. 인도네시아 액상차 소비 시장규모	15
III. 시장트렌드(Market Trend)	
1. 인도네시아 건강즙, 생강·마늘·양파즙 및 과일 혼합 즙 판매	23
2. 인도네시아 건강즙, 체중감량 및 미용 목적으로 소비	24
3. 인도네시아 액상차, 태국 브랜드 다수 진출	25
4. 인도네시아 액상차, 제품의 맛이 주요 구매요인	26
IV. 유통채널(Distribution Channel)	
1. 인도네시아 액상차 진출 가능 유통구조	28
2. 인도네시아 액상차 진출 가능 주요 유통업체	29
3. 인도네시아 액상차 진출 가능 B2C 소매채널	31

Contents

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 인도네시아 액상차 인증 취득	52
2. 인도네시아 액상차 사전 절차	57
3. 인도네시아 액상차 라벨 심의	60
4. 인도네시아 액상차 서류 준비	63
5. 인도네시아 액상차 세금 납부	65
6. 인도네시아 액상차 검역 심사 절차	66
7. 수출 대상국가(인도네시아) 관련 규제 정보	67

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 롯데마트(Lotte Mart)	70
Interview ② 푸드스타글로벌(PT Foodstar Global)	72
Interview ③ 인도마켓(Indomaret)	74
Interview ④ 비네카(Bhinneka)	76
Interview ⑤ 호키부아(Hokky Buah)	78

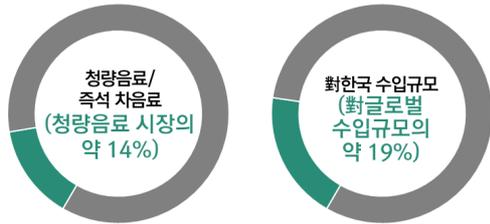
VII. 시장진출제언(Export Insights) 79

※ 참고 문헌	82
---------	----

I . 요약(Summary)

Summary

▶ 수요 분석



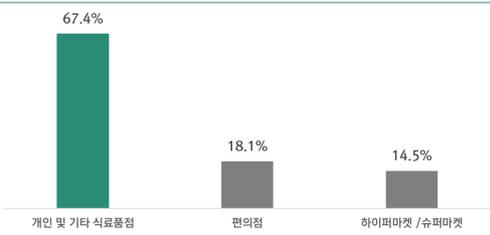
		수치	전문가 인터뷰
시장규모	청량음료	171억 1,600만 리터	인도네시아 과채주스 시장은 최근 3~5년동안 성장하고 있으며, 채소 주스에 대한 인지도가 증가하고 있음 - 코로나19 확산으로 건강에 대한 인식이 높아지면서 건강식품 소비량이 증가함
	액상차	23억 3,300만 리터	
수입규모	글로벌	24억 6,836만 원	
	한국	4억 6,504만 원	
소비 시장규모	인도네시아 여성 인구	1억 3,435만 5,000명	
	인도네시아 1인당 연간 건강 및 웰빙 식품 지출	4만 4,807원	

▶ 소비 트렌드 (빅데이터 분석)



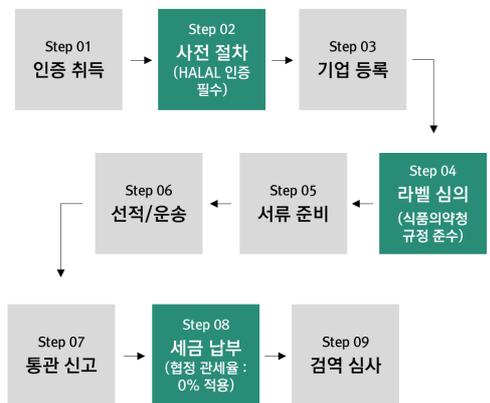
		연관 키워드 순위	전문가 인터뷰
건강증 관련어	레몬	2nd / 717건	양배추즙, 비트즙 및 여주즙 제품은 인도네시아 시장에서 상당히 잠재력 있는 제품임 - 건강관리나 다이어트에 관심있는 여성 소비자들을 타겟 소비층으로 설정할 것
	생강	9th / 97건	
건강증 구매요인	다이어트	3rd / 566건	
	디톡스	7th / 109건	
액상차 관련어	태국	1st / 321건	
	녹차	2nd / 240건	

▶ 유통 채널



		시장 점유율	전문가 인터뷰
개인 및 기타 식료품점		67.4%	인도네시아 소비자들은 새로운 제품을 도전하려면 오프라인 유통채널로 가는 편임. 온라인 제품보다 오프라인 제품이 어느정도 인정받은 제품이라고 생각해 신뢰도가 높음
편의점		18.1%	
하이퍼마켓/슈퍼마켓		14.5%	

▶ 통관 및 검역



		핵심 키워드	전문가 인터뷰
인증취득	필수	HALAL	라벨에 영유아용 식품 표시, NON-GMO 표시, 항미로 및 색소 무첨가 표시 등 특정 제품 기능을 표기했을 경우 세부적인 규제를 받을 수 있음
	3개 중 1개 필수	HACCP, ISO 22000, GMP	
사전절차	필수	사전 수입 허가 신청, 사전 식품 등록 필요	
	담당 기관	인도네시아 식품의약품(BPOM) Chapter VIII, Articles 96 - 103 및 식품의약품(BPOM) 규정 준수	
라벨 표기사항		식품의약품(BPOM) 규정 준수	
서류 준비사항		세관신고서 등 7건	
세금납부	기본 관세율	10%	
	FTA 협정 관세율	0%	
	부가가치세/수입세	10%/2.5-7.5%	

- ▶Point 01. 인도네시아 건강증 제품은 생강즙, 미늘즙, 과일즙 혼합 제품이 많았으며, 액상차 제품은 태국산 제품 및 녹차 제품이 많이 발견됨
- ▶Point 02. 인도네시아 소비자들은 건강증 제품 구매 시 체중감량 및 미용을 목적으로 구매하며, 액상차 제품은 선호하는 맛에 따라 구매함
- ▶Point 03. 인도네시아 유통 제품은 모두 식품 등록 절차를 거쳐야 하며, 2019년 10월 이후로 HALAL 인증 취득이 의무화됨

Market Size

(시장규모)

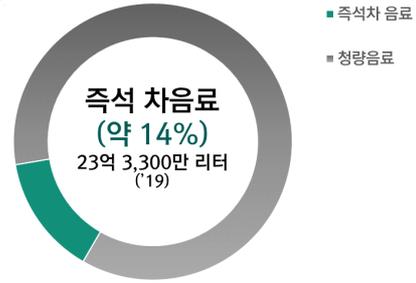
인도네시아(Indonesia)

액상차 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 형태(액상 추출물)

- 인도네시아 청량음료(Soft Drinks)¹⁾ 시장규모
..... 171억 1,600만 리터('19)
- 인도네시아 액상차(RTD Tea)²⁾ 시장규모
..... **23억 3,000만 리터('19)**

(*) Euromonitor International

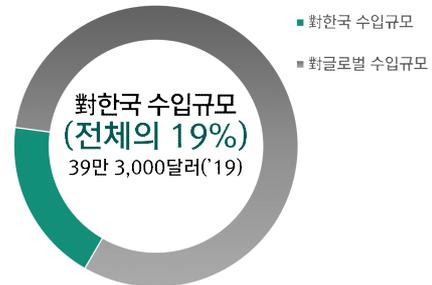


액상차 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(과실주스)

- HS 2009.90³⁾ '혼합주스' 인도네시아 對 글로벌 수입규모
..... 208만 6,000달러('19)
- HS 2009.90 '혼합주스' 인도네시아 對 한국 수입규모
..... **39만 3,000 달러('19)**

(*) International Trade Centre



액상차 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '액상차'는 과일과 채소, 차를 원재료로 한 건강음료임. 따라서 인도네시아에서 젊은 여성층에게 웰빙 식품으로 취급되고 있으며, 제품이며 자국 생산 기반이 존재함. 이에 시장규모 및 소비자 규모를 파악하기 위해 '인도네시아 성별 및 연령대별 인구', '인도네시아 1인당 건강식품 구매 지출 비용', '인도네시아 액상차 제조업체별 규모'를 조사함

① 인도네시아 성별 및 연령대별 인구규모('19) ② 인도네시아 1인당 건강 및 웰빙 식품 지출('19) ③ 인도네시아 액상차 제조업체별 규모('19)

0-9세	4,797만 7,000명	2015년	438,470루피아	오랑뚜아	9억 7,300만 리터
10대	4,631만 명	2016년	473,630루피아	사이닐소스로	3억 6,800만 리터
20대	4,306만 9,000명	2017년	494,484루피아	티르타프레신도자야	2억 6,000만 리터
30대	4,135만 4,000명	2018년	521,874루피아	베버리지파트너	1억 8,700만 리터
40대	3,729만 3,000명	2019년	551,132루피아	웁스	1억 6,000만 리터
50대	2,832만 6,000명				
60대	1,665만 1,000명				
70대 이상	964만 6,000명				

(*) 유로모니터(Euromonitor), UN유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs)

1) 청량음료(Soft Drinks): 탄산음, 과일 주스, 생수, 기능성 음료, 농축액, 액상차, 즉석 커피 및 아시아 스페셜티 음료를 포함함
 2) 액상차(RTD Tea): 양조차, 차 추출물을 기반으로 한 모든 포장 제품 및 주스를 포함함
 3) HS CODE 2009.90 : 조사제품 '액상차'는 과일을 기반으로 하여 각종 재료를 혼합하여 만든 주스 제품임. 이에 포도를 포함한 과일 및 채소 주스인 '과실주스' 중 '혼합 주스'인 HS CODE 2009.90을 지표로 설정함.

Market Trend

(시장 트렌드)

인도네시아(Indonesia)

액상차 소비 실태 분석 결과

인도네시아 '건강즙-액상차' 주요 연관어 분석



인도네시아 '건강즙' 온라인 쇼핑몰 리스트

연관어	발생량
건강	1,546
레몬	717
다이어트	566
허벌	217
슬리밍	191
조이주스	167
디톡스	109
과일	101
생강	97
...	
비트	6

인도네시아 현지 비트 주스 제품 판매

인도네시아 온라인쇼핑몰 건강즙 1,748건 분석



인도네시아 '액상차' 온라인 쇼핑몰 리스트

연관어	발생량
태국	321
녹차	240
병	112
허벌	103
밀크티	101
홍차	88
레몬차	86
오리지널	86
내추럴	67
...	
프리미엄	56

인도네시아 온라인쇼핑몰 액상차 1,099건 분석

건강즙 연관어

생강 97건
마늘 46건



건강즙

생강 및 마늘 판매

건강즙 구매요인

다이어트 566건
디톡스 109건



체중감량 및

미용 목적 구입

액상차 연관어

태국 321건
녹차 240건



태국 브랜드 다수,
녹차 종류 빈출

액상차 구매요인

맛 16건
시원한 7건

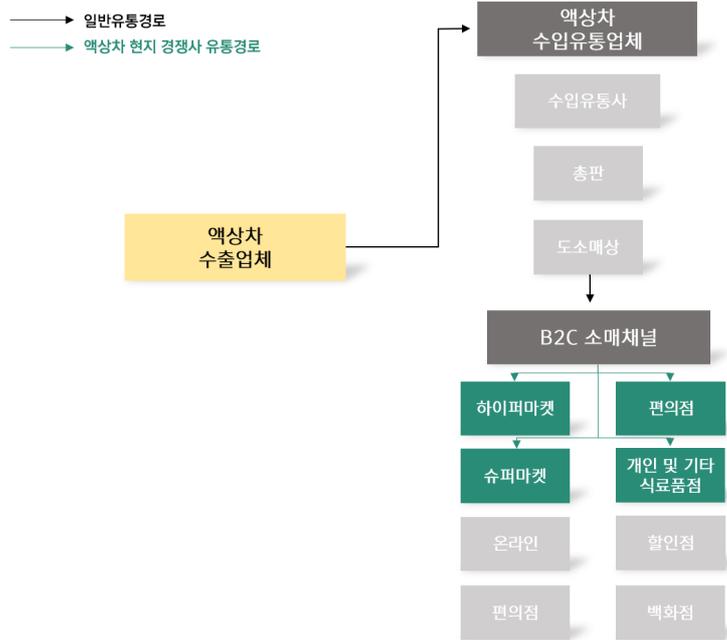


건강 목적보다

선호 맛에 따라 구매

Distribution Channel

(유통채널)



인도네시아(Indonesia)

액상차 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ⁴⁾⁵⁾	주요 채널 ⁶⁾
	개인 및 기타 식료품점 ⁷⁾	67.4%	무궁화마트(Mugunghwa), 파파야 프레시 갤러리(Papaya Fresh Gallery)
B2C 소매 채널	편의점	18.1%	인도마켓(Indomaret), 알파마트(Alfamart), 서클케이(CircleK), 로슨(Lawson), 세븐일레븐(Seven Eleven), 패밀리마트(Familymart)
	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	14.5%	까르푸(Carrefour), 자이언트(Giant), 헤로(Hero), 파머스마켓(Farmers Market), 롯데마트(Lotte Mart), 하이퍼마트 (Hypermart), 란치마켓(Ranch Market), 더푸드홀(The Foodhall)

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

4) 2019년 기준, 인도네시아 내 '액상차(RTD Tea)'의 유통채널 점유율임
 5) '액상차'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '액상차(RTD Tea)'의 정보를 확인함
 6) 채널 분류에 따른 인도네시아 유통채널로 현지 기업 외 외국계 기업도 포함됨
 7) 개인 및 기타 식료품점은 개별적으로 운영되는 채널들의 집합으로, 키오스크(인도네시아의 경우 노점인 '외롱')를 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"> 강제 인증 有 2024년까지 할랄 인증 필수 HACCP, ISO22000, GMP 중 택1 필수 	(*) 인도네시아 식품의약청 - 문의처 : www.pom.go.id
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> 사전 수입 허가(SKI) 식품에 대한 사전 수입 허가 획득 필요 식품 등록 인도네시아로 유통되는 식품 대상 식품 안전, 라벨 등 평가 	(*) 인도네시아 식품의약청 - SKI(사전 수입 허가) - 식품 등록 - 문의처 : www.pom.go.id
Step 03. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> 라벨 표기사항 별도 심의 사항 없음 인도네시아 식품의약청 규정 준수 	(*) 인도네시아 식품의약청 - 식품 등록 - 문의처 : www.pom.go.id
Step 04. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> 일반 서류 원산지 증명서 수입식품 등록번호(ML) 등 필수 서류 	(*) 인도네시아 식품의약청 - 문의처 : www.pom.go.id (*) 인도네시아 관세청 - 문의처 : www.beacukai.go.id
Step 05. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> 포워딩 업체 섭외 	
Step 06. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> 수입신고 서면 또는 전자 통관시스템을 이용하여 신청 수입신고서(PB), 상업송장 등 	(*) 인도네시아 관세청 - 문의처 : www.beacukai.go.id
Step 07. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> HS CODE 2009.90-99 사용 협정 관세율 0% 부가가치세 10% 	(*) 인도네시아 관세청 - 문의처 : www.beacukai.go.id - 참조처 : eservice.insw.go.id
Step 08. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> 서류 심사 제품 검사 Red, Yellow, Green으로 분류하여 물품 검사 및 서류 검사 차등 진행 	(*) 인도네시아 식품의약청 - 문의처 : www.pom.go.id (*) 인도네시아 관세청 - 문의처 : www.beacukai.go.id

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Awareness and Preference



- 인터뷰 기업 : 롯데마트
(Lotte Mart)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Sinta
(Sales Department)

인도네시아 내 채소주스에 대한 인지도 증가

인도네시아에서는 건강차 중, 자스민 차가 가장 대중적입니다. 최근 3-5년 사이 인도네시아의 과일/채소 주스 시장이 성장함에 따라 채소주스에 대한 인지도도 증가하였습니다.

건강즙 및 건강차 구매 시 설탕의 함량을 중시

인도네시아 소비자들은 건강즙 및 건강차 구매 시 설탕의 함량을 중요시합니다. 왜냐하면, 인도네시아에서 판매되고 있는 대부분의 액상차 제품은 설탕 함량이 높아 건강하지 않은 음료라는 인식이 있기 때문입니다.

Market Demand and Trend



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

코로나19의 확산으로 건강식품에 대한 소비량 증가

2020년, 코로나19의 확산으로 건강에 대한 인식이 높아짐에 따라 건강한 식품 및 유기농 식품에 대한 소비량이 증가했습니다. 저희 업체에서 판매하고 있는 북분자즙도 코로나19로 인하여 판매량이 상승하였습니다.

인도네시아 내 생소한 채소를 이용한 주스, 잠재력 有

인도네시아에서 양배추, 비트, 여주즙은 상당히 잠재력 있는 제품입니다. 예를 들어, 몇 년 전 한 브랜드에서는 인도네시아에서 잘 알려져 있지 않은 석류를 주재료로 한 주스를 출시하여 선풍적인 인기를 끌기도 하였습니다.

Market Strategy and Barrier



- 인터뷰 기업 : 인도마켓
(Indomaret)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Nadine
(Sales Department)

설탕 및 방부제 무첨가를 셀링포인트로 내세울 것을 추천

소비자들은 액상차 제품의 과도한 설탕 및 방부제 첨가를 우려하고 있습니다. 만약 A사의 제품이 설탕이 적게 첨가되었으며 원재료만을 사용한 천연즙이라면, 이러한 점을 셀링포인트로 내세워 홍보하는 것이 효과적입니다.

인도네시아로 식품 수출 시 HALAL 인증과 BPOM 식품 등록은 필수

소비자들은 HALAL 인증을 매우 중요시하며, 인도네시아 내 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓에서 판매되는 제품이라면 반드시 인도네시아 식품의약청(BPOM)의 식품 등록과 HALAL 인증이 필요합니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Trend and Customer



- 인터뷰 기업 : 비네카
(Bhinneka)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Budi
(Sales Department)

야외에서는 액상차, 집에서는 따뜻한 차를 우려 마시는 방법을 사용

차의 소비 형태는 두 가지로, 직장이나 학교 등으로 밖에서 많은 시간을 보내고 바쁜 라이프스타일을 가진 소비자들은 액상차 제품을 선호합니다. 그러나 가정주부 등 집에서 차를 먹는 소비자들은 티백이나 찻잎을 우려 마시는 따뜻한 차를 더욱 선호합니다.

바쁜 20-40대 직장인을 타깃 소비자로 설정할 것을 추천

20-40대 직장인을 타깃 소비자로 설정하는 방향을 추천합니다. 왜냐하면, 해당 소비자층은 직접 건강주스를 만들어 먹을 시간이 부족하여 건강한 홈메이드 과채주스를 선호하기 때문입니다.

Market Distribution and Customer



- 인터뷰 기업 : 호키부아
(Hokky Buah)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Fitria
(Sales Department)

인도네시아 소비자, 제품 구매 시 오프라인을 선호

인도네시아 소비자들의 경우, 새로운 제품을 시도해보고자 한다면 오프라인 채널에 직접 방문하여 쇼핑하는 편입니다. 왜냐하면, 온라인에서 판매되고 있는 제품보다 오프라인 제품이 어느 정도 인정받은 제품이라고 생각하며 신뢰도가 비교적 높기 때문입니다.

타깃 소비자층은 20-40대와 건강관리에 관심이 있는 여성

가장 좋은 타깃 소비자층은 20대 후반에서 40대이며 건강관리 및 다이어트에 관심이 있는 여성 소비자들을 타깃으로 하는 것도 좋은 방법입니다. 만약, 타깃 소비자층을 더 넓히고자 할 경우, 소화에 도움을 준다는 효과를 주력으로 홍보할 것을 추천합니다.

II. 시장규모(Market Size)

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

1. 인도네시아 액상차 시장규모

인도네시아 국가 일반 정보¹⁰⁾

면적	24만km ²
인구	2억 6,700만 명
GDP	1조 1,117억 달러
GDP (1인당)	4,164달러

조사 시장 : 조사제품인 ‘액상차’는 과일 및 채소 추출물을 이용하여 만든 액상 음료 제품임. 이에 제품의 형태(액상 추출물)를 기준으로 양조차, 차 추출물을 기반으로 한 모든 포장 제품 및 주스를 포함한 ‘액상차’와 상위 품목인 ‘청량음료’시장을 조사함

▶ 2015-2019년, 인도네시아 ‘청량음료’ 시장규모, 연평균성장률 3%

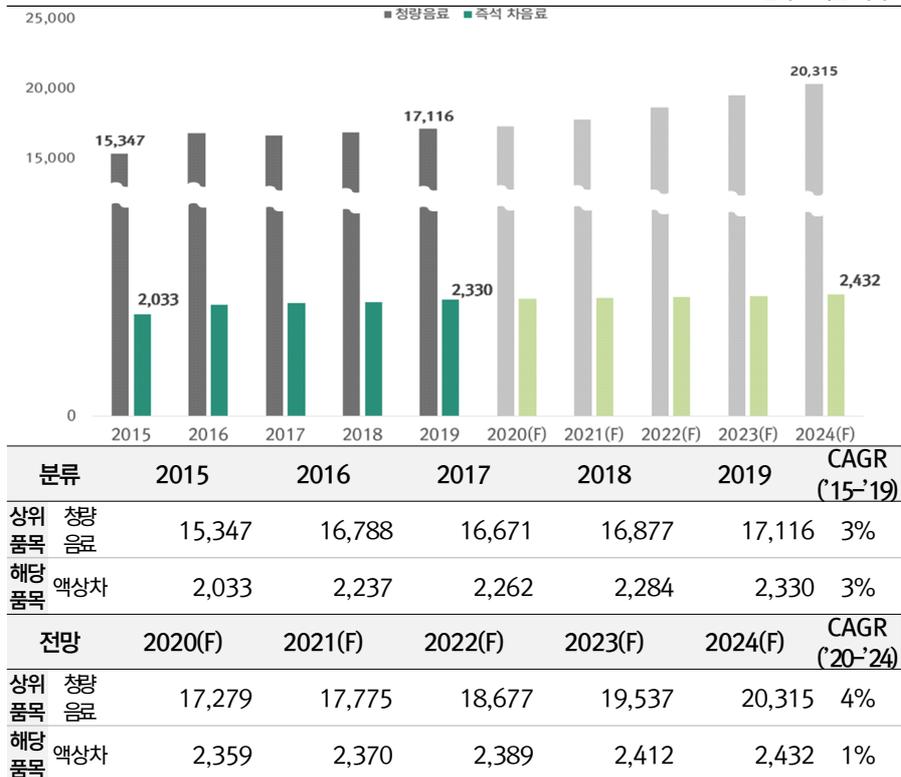
지난 5년(2015-2019년)간 인도네시아의 ‘청량음료’ 시장규모는 연평균 3%의 성장률을 보이며 2019년 171억 1,600만 리터를 기록함. 동기간 ‘액상차’ 시장규모 역시 연평균 3% 증가하여 2019년 23억 3,000만 리터를 기록함

▶ 2020-2024년, 인도네시아 ‘액상차’ 시장규모, 연평균성장률 1% 예상

향후 5년(2020-2024년)간 인도네시아 ‘액상차’ 시장규모는 연평균 1%의 성장률을 보이며 2024년에는 24억 3,200만 리터를 기록할 것으로 예상됨. 동기간 ‘청량음료’ 시장규모는 연평균 4%의 성장률을 보이며 2024년 203억 1,500만 리터를 기록할 것으로 예측됨

[표 2.1] 인도네시아 ‘청량음료’, ‘액상차’ 시장규모⁸⁾⁹⁾

단위 : 백만 리터



자료 : 유로모니터(Euromonitor)

8) 100루피아=8.13원(2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

9) 표에 기재된 각 데이터는 모두 십만 리터 단위에서 반올림됨

10) 외교부 홈페이지(www.mofa.go.kr), 2020

2. 인도네시아 액상차 수출입 시장규모

HS CODE 2009.90 : 조사제품 ‘액상차’는 과일 및 채소를 기반으로 혼합하여 만든 제품임. 이에 제품의 종류(과실주스)를 기반으로 ‘포도를 포함한 과실 및 채소 주스인 과실주스 중 혼합 주스’인 HS CODE 2009.90을 지표로 설정함

▶ 2015-2019년, 인도네시아 對글로벌 수입액 연평균성장률 7% 감소세

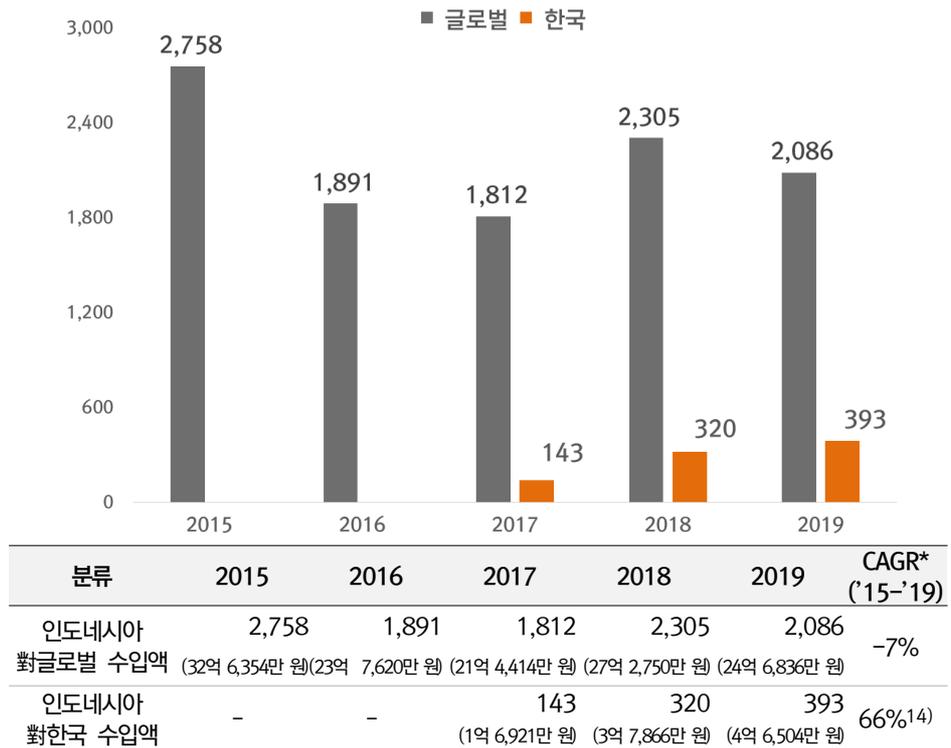
인도네시아 HS CODE 2009.90 품목의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 7%의 감소세를 보여 2019년에는 208만 6,000달러를 기록함. 인도네시아의 HS CODE 2009.90 품목 수입상대국 1위는 미국으로 확인되며 2019년 기준 인도네시아 전체 수입액의 약 51%인 106만 9,000달러(약 12억 6,495만 원)를 기록함

▶ 2017-2019년 인도네시아 對한국 수입액 연평균성장률 66%

인도네시아 HS CODE 2009.90 품목의 對한국 수입액은 지난 3년(2017-2019)간 연평균 66%의 성장률을 보이며, 2019년 39만 3,000달러를 기록함. 2017년 이후 HS CODE 2009.90 품목의 對한국 수입규모는 지속적인 상승세를 보였으며, 2019년 기준 인도네시아 對글로벌 수입국 중 3위를 기록함

[표 2.2] 인도네시아 HS CODE 2009.90 수입 규모¹⁾¹²⁾¹³⁾

단위 : 천 달러



11) 자료 : ITC 홈페이지(www.trademap.org)

12) 1달러=1,183.30원(2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

13) 환산된 데이터(단위 : 원)는 모두 천 단위에서 반올림됨

14) 수입액이 확인된 3년(2017-2019년)간 연평균성장률임

3. 인도네시아 액상차 소비 시장규모

1) 인도네시아 성별 및 연령대별 인구규모

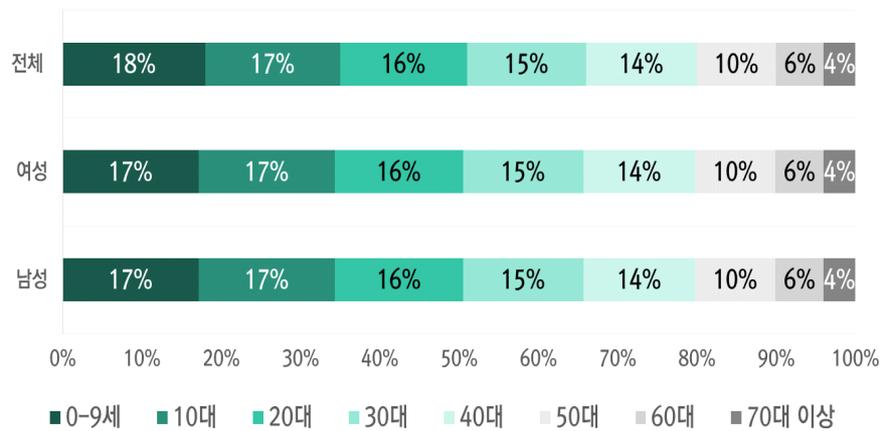
조사제품 '액상차'는 과일과 채소를 기반으로 한 즉석 차 제품이며, 여성층에게 선호도가 높은 제품임. 이에 잠재적 소비자가 될 수 있는 여성층의 인구규모를 확인하기 위해 '인도네시아 성별 및 연령대별 인구규모'를 조사함

▶ 2019년 인도네시아 여성 인구 1억 3,435만 5,000명

유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs)에 따르면, 2019년 인도네시아의 총 인구는 2억 7,062만 5,000명이며, 그 중 여성 인구는 1억 3,435만 5,000명으로 확인됨. 인도네시아는 세계 4위의 인구 대국이며, 노년층보다 청년층 및 유소년 인구가 많아 연령대가 낮아질수록 인구수가 늘어나는 특징을 보임. 특히 액상차의 주 소비계층이 될 수 있는 10-30대 여성은 6,431만 3,000명으로, 전체 여성 인구의 약 48%를 차지함

[표 2.3] 2019년 인도네시아 성별 및 연령대별 인구규모¹⁵⁾

단위 : %



연령대	전체(천 명)	비율(%) ¹⁶⁾	여성(천 명)	비율(%)	남성(천 명)	비율(%)
0-9세	47,977	18	23,454	17	24,524	18
10대	46,310	17	22,482	17	23,828	17
20대	43,069	16	21,115	16	21,954	16
30대	41,354	15	20,716	15	20,638	15
40대	37,293	14	18,494	14	18,799	14
50대	28,326	10	14,195	10	14,130	10
60대	16,651	6	8,358	6	8,292	6
70대 이상	9,646	4	5,541	4	4,105	3

자료 : UN유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs)

15) 자료 : UN 유엔 경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 「World Population Prospects 2019 Revision」, 2019

16) 비율(%)은 1의 자리에서 반올림한 값임

2) 인도네시아 1인당 건강 및 웰빙 식품 지출

조사제품 ‘액상차’는 과일과 채소를 기반으로 만들어진 건강음료임. 이에 인도네시아 내 건강 관련 식품 시장규모를 확인하기 위해 ‘인도네시아 1인당 건강 및 웰빙 식품 지출’을 조사함

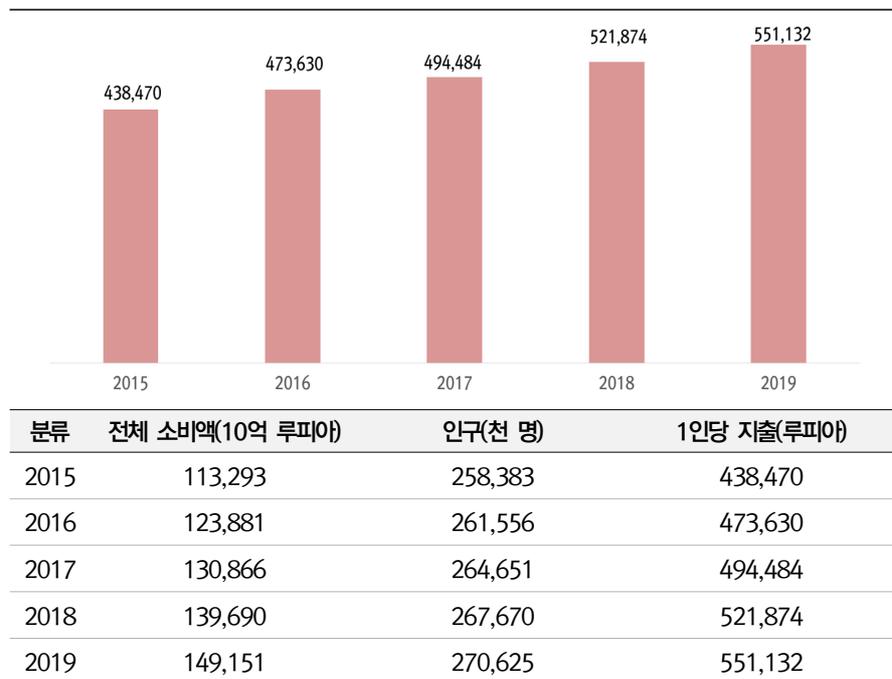
▶ 2019년 인도네시아 1인당 건강 및 웰빙 식품 지출 55만 1,132루피아

유로모니터(Euromonitor)에 따르면 인도네시아에서 지난 5년(2015-2019년)간 건강 및 웰빙 식품 총 소비액은 2015년의 113조 2,930만 루피아(약 9조 2,000억 원)에서 2019년 149조 1,000만 루피아(약 9조 2,107억 원)로 연평균 7%의 상승세를 보임

2019년 인도네시아 1인당 건강 및 웰빙 식품 지출은 55만 1,132루피아(약 4만 4,807원)로 추산됨. 2015년 43만 8,470루피아(약 3만 5,648원)로 추산된 인도네시아 1인당 연간 건강 및 웰빙 식품 지출은 2019년까지 연간 6%의 성장세를 보이고 있음

[표 2.4] 인도네시아 1인당 건강 및 웰빙 식품 지출¹⁷⁾¹⁸⁾

단위 : 루피아



자료 : 유로모니터(Euromonitor), UN 유엔 경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs)

17) 건강 및 웰빙 식품 : 유기농 식품 및 음료, 기능성 식품 및 음료, 건강에 좋은 식품 및 음료를 포함함

18) 조사방법 : 해당 연도에 인도네시아에서 소비된 건강 및 웰빙 식품 구매비용을 해당 연도의 인도네시아 인구 총수로 나눈 값

3) 인도네시아 액상차 제조업체별 판매량

조사제품 '액상차'는 액상차이며 현지에서 수요가 많은 제품임. 이에 현지 경쟁사 및 시장상황을 파악하기 위해 '인도네시아 액상차 제조업체별 판매량'을 조사함

▶ 오랑뚜아 9억 7300만 리터로 액상차 제조업체 중 1위

유로모니터(Euromonitor)에 따르면 2019년 인도네시아 액상차 제조업체 중 상위 10대 업체의 판매량은 22억 7,970만 리터로, 전체 판매량 23억 3,000만 리터의 98%를 차지하고 있음. 이중 젤라스 브랜드를 주력 상품으로 판매하고 있는 오랑뚜아가 연간 9억 7,300만 리터를 판매하며 제조업체 판매량 1위를 기록함

한편, 자카르타포스트(The Jakarta Post)에 따르면, 최근 인도네시아에서는 액상 농축액과 커피를 섞어서 간편하게 마실 수 있는 제품이 새로운 트렌드로 떠오르고 있음¹⁹⁾

2017-2018년 인도네시아 액상차 제조업체별 판매량

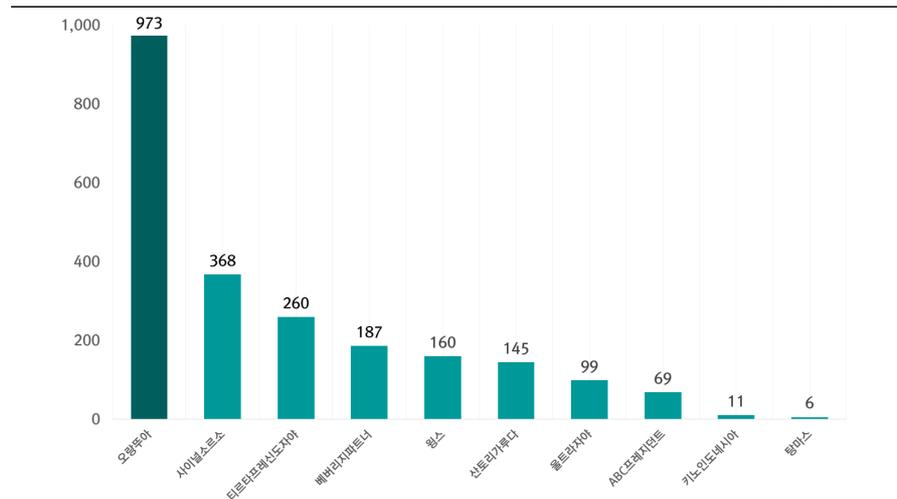
단위 : 백만 리터

제조업체	2017	2018
오랑뚜아	922	945
사이널소르소	372	366
티르타 프레신도자야	240	250
베버리지 파트너	185	186
윙스	160	157
산토리가루다	146	146
울트라자야	98	98
ABC 프레지던트	69	69
키노 인도네시아	11	11
탕마스	14	12

자료 : 유로모니터

[표 2.5] 2019년 인도네시아 액상차 제조업체별 판매량²⁰⁾

단위 : 백만 리터



순위	제조업체	판매량	주요제품	순위	제조업체	판매량	주요제품
1	오랑뚜아 (Orang Tua)	973	젤라스 (Gelas)	6	산토리가루다 (Suntory Garuda)	145	마운티 (Mountea)
2	사이널소르소 (Sinar Sorso)	368	소르소 (Sosro)	7	울트라자야 (Ultrajaya)	99	떼꼬닥 (Teh Kotak)
3	티르타프레신도자야 (Tirta Fresindo Jaya)	260	떼푸꼭하룸 (Teh Pucuk Harum)	8	ABC프레지던트 (ABC President)	69	뉴그린티 (Nu Green Tea)
4	베버리지파트너 (Beverage Partners)	187	프레스티 (Frestea)	9	키노인도네시아 (Kino Indonesia)	11	캡판다 (Cap Panda)
5	윙스 (Wings)	160	떼하버나 (Teh Havana)	10	탕마스 (Tangmas)	6	두아탕제스티 (2 Tang Zestea)

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

19) 자료 : 자카르타포스트(The Jakarta Post) 「Nine must-know trends for tea enthusiasts」, 2018

20) 표에 기재된 각 데이터는 모두 십만 리터 단위에서 반올림됨

Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 인도네시아 건강즙, 생강·마늘·양파즙 및 과일 혼합 즙 판매
2. 인도네시아 건강즙, 체중감량 및 미용 목적으로 소비
3. 인도네시아 액상차, 태국 브랜드 다수 진출
4. 인도네시아 액상차, 제품의 맛이 주요 구매요인

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

데이터 수집 소스원



(인도네시아 매체 12개)

농식품
(기사, 포스팅, 댓글)



- ① 인도네시아 관련 기사 데이터 수집(*)
 - 수집원 : 인도네시아 언론 매체 및 온라인쇼핑몰
- ② 인도네시아 액상차 관련 소비자 데이터 수집(*)
 - 수집원 : Lazada(www.lazada.com.id)
 - Shopee(www.shopee.id.com)
 - Liputan6(www.liputan6.com)

데이터 분류 키워드집



(액상차 연관 키워드집)

액상차, 건강즙
(검색어)



- ① 수집 데이터 정의
 - 수집 키워드 : Teh cair, kesehatan Jus
- ② 수집 데이터 정제
 - 정제 데이터 추출 : 액상차, 건강즙

데이터 분석 (연관어 분석)

연관어 분석
(시장 트렌드 분석)



- ① 데이터 분석 배경 및 목적
 - 인도네시아 액상차 소비 실태 분석
- ② 데이터 분석 기법 선정
 - 키워드 분석
 - 액상차관련 키워드집 구축(**)
 - 키워드별 발생 빈도 및 연관 문서 군집 분석(***)
- ③ 데이터 분석 값 도출 및 검증
 - 현지 매체 조사를 통한 데이터 분석 값 검증

1) 데이터 수집

● 데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.08
수집 데이터	13,149건

데이터 정제

정제 키워드	건강즙 (kesehatan Jus) 액상차 (Teh cair)
정제 데이터	3,547건

○ 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 액상차 관련 매체 사전조사

[표 3.2] 인도네시아 액상차 관련 매체 리스트



현지 온라인 쇼핑몰
건강즙 특징 및 후기

현지 온라인 쇼핑몰
액상차 특징 및 후기

현지 뉴스매체
주요 음료 트렌드

키워드 ①	키워드 ②	키워드 ③	키워드 ④
다이어트	슬리밍	디톡스	허벌
녹차	밀크티	홍차	프리미엄
저설탕 음료	밀크티 진출	면역력 강조	

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 인도네시아 액상차 관련 데이터 분석 키워드집


 키워드 수립 근거

참여 기업	한국 고객사 사용 키워드
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립

[표 3.3] 인도네시아 액상차 관련 분석 키워드

분류	키워드		수립 근거 ^(*)	
	의미	인도네시아어	참여기업	기타
건강즙	즙	Jus	0	0
	건강	kesehatan	0	0
	양배추즙	Jus kubis	0	0
	비트즙	Jus beet	0	0
	여주즙	Labu pahit	0	0
	다이어트	Diet		0
	슬리밍	Yg melangsingkan		0
	허벌	Herbal		0
	디톡스	Detox		0
	식이섬유	Serat makanan		0
	망고스틴	Manggis		0
	테라피	terapi		0
	액상차	차	Teh	0
액상차		Teh cair	0	0
녹차		Teh hijau	0	0
밀크티		Teh susu	0	0
홍차		Teh hitam	0	0
레몬차		Teh lemon	0	0
자스민차		Teh melati		0
생강차		Teh jahe		0
국화차		Teh krisan		0
버블티		Teh gelembung		0
말차		Matcha		0
꿀차		Teh madu		0

빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 인도네시아 액상차 소비실태 분석

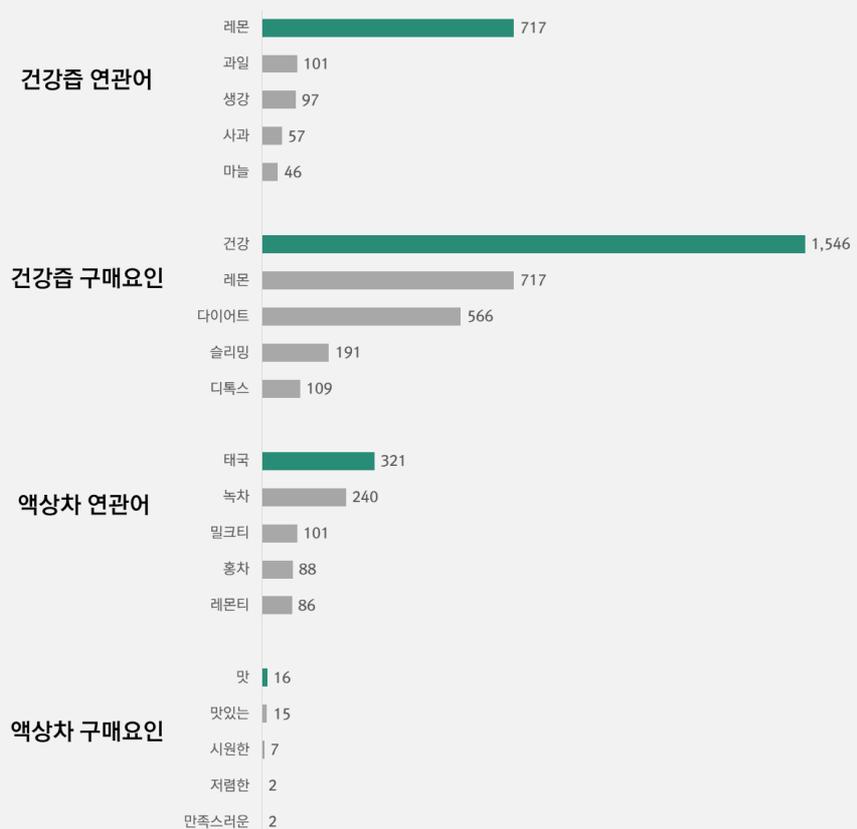
- ① 인도네시아 건강즙 인지도
- ② 인도네시아 건강즙 구매요인
- ③ 인도네시아 액상차 인지도
- ④ 인도네시아 액상차 구매요인

○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석

- ① 온라인쇼핑몰, '건강즙' 연관어 분석
- ② 온라인쇼핑몰, '건강즙' 구매요인 키워드 분석
- ③ 온라인쇼핑몰, '액상차' 연관어 분석
- ④ 온라인쇼핑몰, '액상차' 구매요인 키워드 분석

[인도네시아 건강즙·액상차 연관어 분석 결과]



1. 인도네시아 건강즙, 생강·마늘·양파즙 및 과일 혼합 즙 판매

● 인도네시아 판매 건강즙 제품



제품명	마늘 허브 주스
판매가	135,000루피아 ²¹⁾ (10,976원 ²²⁾)
용량	350ml
특징	· 마늘 이외에도 식초, 붉은 생강, 레몬, 꿀 함유 · 암예방, 심장, 체력, 소화계, 체중감량 등에 좋음

자료 : 토크피디아
(www.tokopedia.com)

▶ 인도네시아 건강즙으로 생강·마늘·양파즙 판매 중

인도네시아 온라인쇼핑몰에서 유통되는 건강즙을 분석한 결과, 주로 생강, 마늘, 양파즙 제품이 빈출됨. 특히 마늘즙의 체력 증진 및 면역력 강화 효능은 온라인쇼핑몰을 통해 해당 제품을 구매한 소비자들에게 높은 평가를 받고 있음. 이 외에도 비중이 적지만 비트즙 역시 판매되고 있음

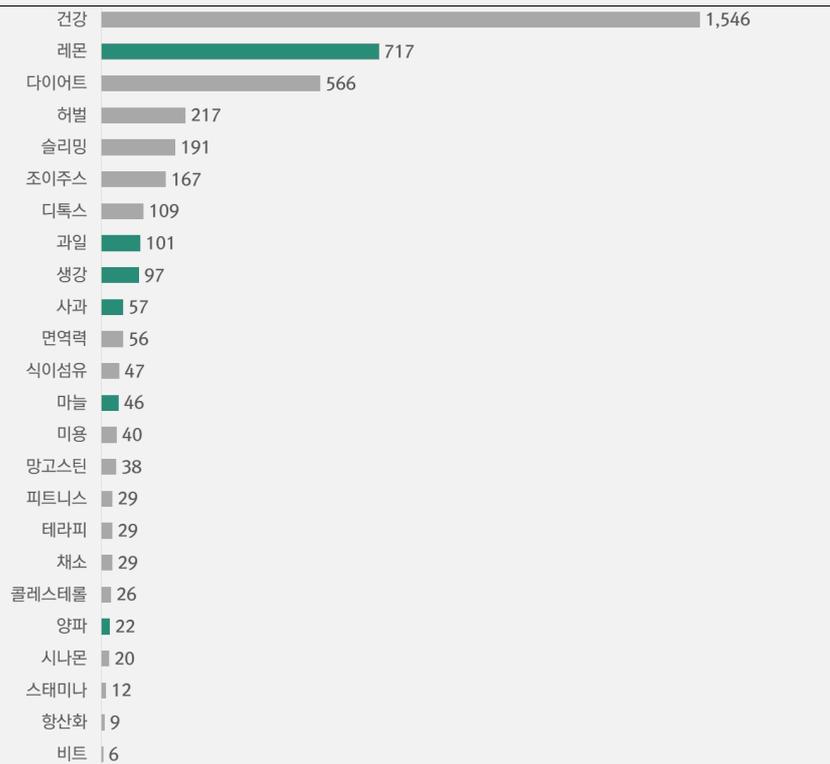
▶ 인도네시아 건강즙, 과일 혼합 즙 제품 비중 高

건강즙 분석 결과, 채소만 사용한 즙보다는 과일을 혼합한 제품이 빈출되었음. 인기가 높은 마늘즙이나 양파즙 역시 대부분 강한 향과 맛을 중화시키기 위해 레몬을 첨가함. 일부 과일 혼합 즙 제품은 당근과 오렌지, 레몬과 배, 혹은 비트와 토마토 등 유사한 색의 과일과 채소를 혼합하여 소비자들이 필요나 선호하는 맛에 따라 다양한 영양소를 섭취할 수 있도록 만들어진 제품이었음

▶ 인도네시아 건강즙 분석

① 생강·마늘·양파즙 ② 레몬·사과 등 과일 혼합 즙

[표 3.4] 인도네시아 건강즙 연관어 분석



자료 : 인도네시아 온라인쇼핑몰 '건강즙' 1,748건 분석 (18.01 - 20.08)

21) 100루피아=8.13원(2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

22) 환산된 데이터(단위 : 원)는 모두 반올림됨

2. 인도네시아 건강즙, 체중감량 및 미용 목적으로 소비

▶ 인도네시아 건강즙, 다이어트 관심 많은 소비자가 구입

인도네시아 온라인쇼핑몰을 통해 판매되는 건강즙 제품을 분석한 결과, ‘다이어트’, ‘슬리밍’, ‘디톡스’, ‘피트니스’ 등 체중감량 및 미용 관련 연관이 가장 많이 추출되었음. 미용 목적 건강즙의 경우 과일을 주재료로 사용한 제품이 많았는데, 그 중 체내 독소 배출에 도움이 되는 레몬즙이 다수 확인되었으며 디톡스 제품으로 홍보하는 경우가 많았음

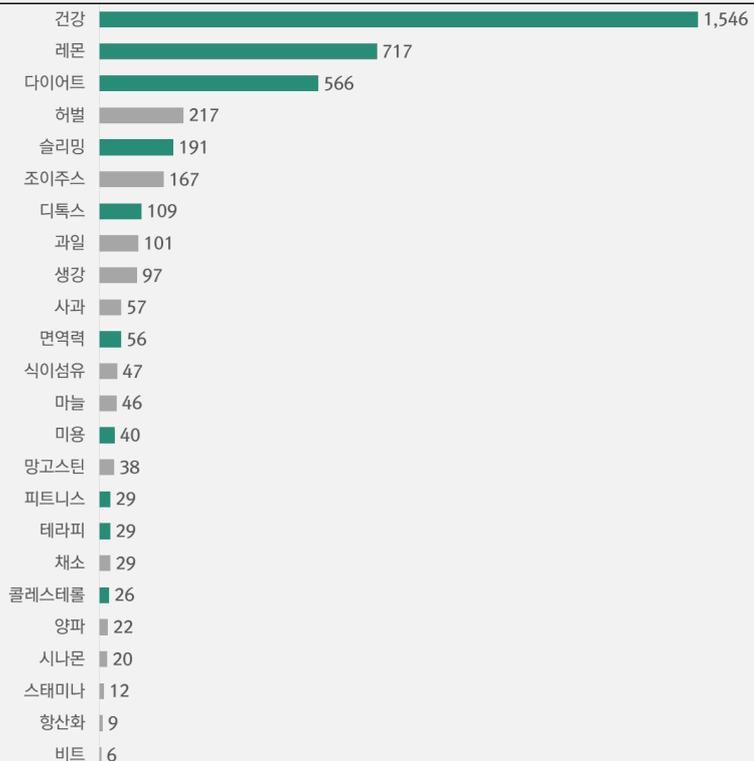
▶ 인도네시아 건강즙, 채소섭취 부족한 인도네시아인 위한 좋은 습관

인도네시아 현지 언론매체는 인도네시아인의 과일 및 채소섭취량이 연간 100톤 이하로 권장 섭취량에 미치지 못하며, 이는 심장질환, 당뇨 등 퇴행성 질환의 원인이 된다고 밝힘. 또한 인도네시아인의 평균수명은 70.1세로, 74.9세인 말레이시아, 82.2세인 싱가포르 등 주변 국가보다 낮는데, 그 원인으로 탄수화물 과다섭취와 채소 및 과일 섭취 부족이 거론됨.²³⁾ 이에 따라 최근 인도네시아 내 건강에 대한 인식이 높아져 건강식 제품이 식품 시장의 새로운 트렌드로 부상하였음.²⁴⁾ 이 영향으로 채소 및 과일을 간편하게 섭취할 수 있는 건강즙의 수요가 늘어날 것으로 보임

▶ 인도네시아 건강즙 구매요인 분석

① 체중감량 및 미용 ② 부족한 채소섭취

[표 3.5] 인도네시아 건강즙 구매요인 키워드 분석



자료 : 인도네시아 온라인쇼핑몰 ‘건강즙’ 1,748건 분석 (18.01 - 20.08)

3. 인도네시아 액상차, 태국 브랜드 다수 진출

● 인도네시아 판매 한국 차 제품



제품명	하늘보리차
판매가	19,000루피아 (1,545원)
용량	325ml
특징	· 열을 내리고 갈증을 푸는데 탁월한 냉성곡물 '보리'로 만든 곡물 차 음료

자료 : 쇼피 (shopee.co.id)

▶ 액상차 녹차·밀크티·홍차 빈출, 채소 소재의 액상차 적어

인도네시아 온라인쇼핑몰을 통해 판매되는 차 제품은 대부분 건조 차잎이나 티백 형태가 많았으며 액상차의 비중은 비교적 적음. 액상차 제품 키워드를 분석한 결과 녹차, 밀크티, 홍차 제품이 가장 많이 도출되었으며 꽃차나 히비스커스 역시 다수 판매되고 있는 것으로 나타남. 레몬차는 일부 확인되었으나 레몬을 제외한 기타 채소나 과일을 사용한 액상차의 경우 거의 확인된 바가 없었음

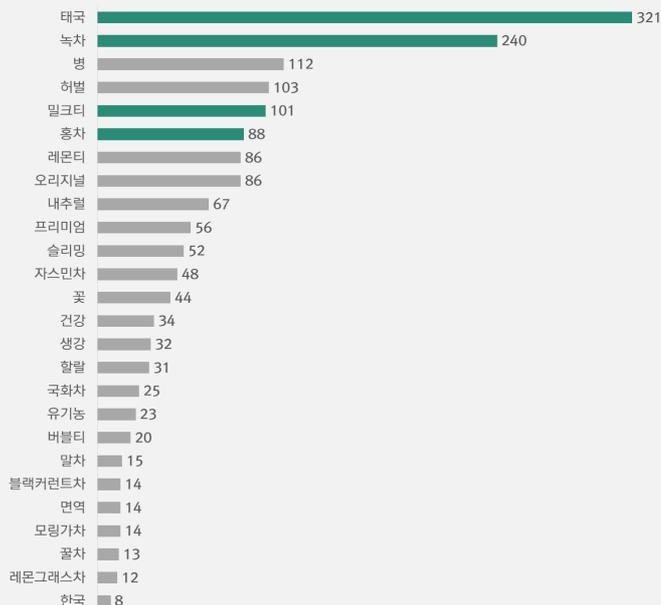
▶ 태국 브랜드 다수 진출, 한국 보리차 현지 시장 진출

인도네시아 온라인쇼핑몰에서 유통되는 액상차 연관어 분석 결과, '태국'이 가장 빈출되었음. 이는 인도네시아 시장에 태국 브랜드가 다수 진출하였기 때문인 것으로 나타남. 태국 차 제품의 경우 밀크티의 인기와 인지도가 가장 높으며 녹차, 타로, 초콜릿 등 다양한 맛의 제품이 발견됨. 인도네시아 온라인쇼핑몰을 통해 태국 차를 구매한 소비자들은 주요 소비 요인으로 맛과 가격을 꼽았으며 전반적으로 만족도가 높음. 일부 소비자들은 차의 맛이 약하고 크림미한 맛과 단맛에 치우쳐있다는 평을 남기기도 함. 한국 제품의 경우 W브랜드의 보리차가 현지에서 진출하였음

▶ 인도네시아 액상차 분석

① 녹차·밀크티·홍차 빈출 ② 태국 브랜드 다수 진출

[표 3.6] 인도네시아 액상차 연관어 분석



자료 : 인도네시아 온라인쇼핑몰 '액상차' 1,099건 분석 (18.01 - 20.08)

23) IPB 대학교, 「Indonesian Society Is Lacking in Fruits and Vegetable Consumption」, 2018

24) 푸드투데이, 「인도네시아 올해 식음료 트렌드는 '건강식', '커피」, 2019

4. 인도네시아 액상차, 제품의 맛이 주요 구매요인

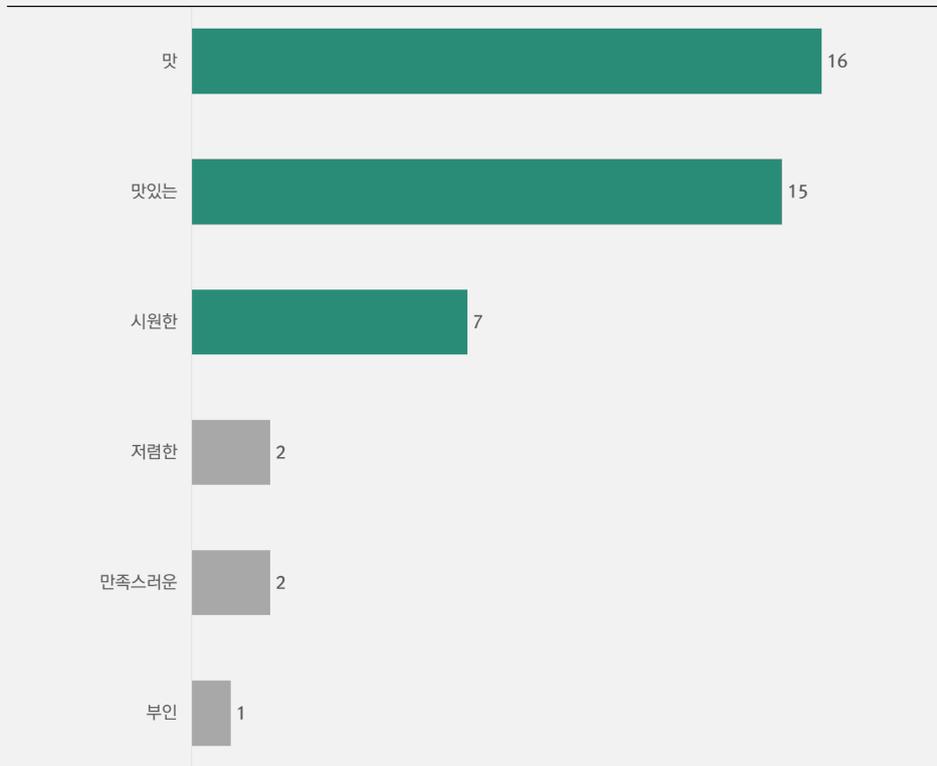
▶ 인도네시아 액상차, 제품의 맛이 주요 구매요인

인도네시아 온라인쇼핑몰을 통해 판매되는 액상차 구매요인을 분석한 결과, ‘맛’, ‘맛있는’ 등 제품의 맛에 대한 연관어가 빈출되었음. 또한 ‘시원한’ 등 제품의 느낌에 대한 연관어도 도출되었음. 이에 따라 인도네시아 소비자들은 액상차 구매 시 건강에 좋은 제품을 찾기보다 본인이 선호하는 맛이 나는 제품을 찾으며, 갈증을 해소하기 위해 제품을 구매하는 것으로 나타남. 이와 관련해 액상차 구매 소비자의 구매후기 역시 ‘목넘김이 시원해서 구매했다’, ‘폴 향기의 시원한 맛이 기분을 신선하게 만든다’ 등 제품의 맛에 대한 평가가 대부분이었음

▶ 인도네시아 액상차 구매요인 분석

① 맛 ② 갈증 해소

[표 3.7] 인도네시아 액상차 구매요인 키워드 분석



자료 : 인도네시아 온라인쇼핑몰 구매후기 ‘액상차’ 140건 분석 (18.01 - 20.08)

IV. 유통채널(Distribution Channel)

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

1. 인도네시아 액상차 진출 가능 유통구조

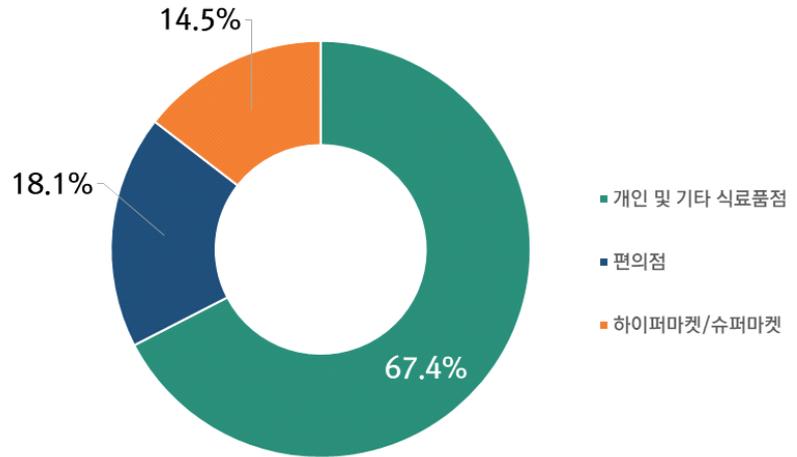
품목 구분 및 분류

품목	액상차
구분	액상차 (RTD Tea)
범주	청량음료 (Soft Drinks)

▶ 인도네시아 액상차 진출 가능 주요 채널

‘개인 및 기타 식료품점(67.4%), 편의점(18.1%), 하이퍼마켓/슈퍼마켓(14.5%)’

[표 4.1] 인도네시아 액상차 진출 가능 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 4.2] 인도네시아 액상차 진출 가능 유통채널 현황

채널 유형	액상차 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	개인 및 기타 식료품점	67.4%	무궁화마트(Mugunghwa), 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery)
	편의점	18.1%	인도마켓(Indomaret), 알파마트(Alfamart), 서클케이(CircleK), 로손(Lawson), 세븐일레븐(Seven Eleven), 패밀리마트(Familymart)
	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	14.5%	까르푸(Carrefour), 자이언트(Giant), 헤로(Hero), 파머스마켓(Farmers Market), 롯데마트(Lotte Mart), 하이퍼마트(Hypermart), 란차마켓(Ranch Market), 더푸드홀(The foodhall)

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

2. 인도네시아 액상차 진출 가능 주요 유통업체

- ▶ 개인 및 기타 식료품점, 편의점, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 대표적
- ▶ 백화점의 경우, 백화점 내에 입점한 프리미엄 슈퍼마켓을 조사
- ▶ 드럭스토어의 경우, 액상차를 거의 취급하지 않는 것으로 확인됨

[표 4.3] 인도네시아 액상차 진출 가능 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ^{25)26), 매장 수)}	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	무궁화유통 (Mugunghwa)	아시안마트	약 4,000만 달러 (약 473억 3,200만 원)	J사, G사, O사	0
2	파파야프레시갤러리 (Papaya Fresh Gallery)	아시안마트	매장 수 ⁽¹⁹⁾ : 약 12개	이토엔(Ito En), 차오(Cha Oh), 이치탄(Ichitan), 마요라(Mayora)	0
3	롯데마트 (Lotte Mart)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 6,000억 원	캡카키티가 (Cap Kaki Tiga), 여스(Yeo's), 아템사리 (Adem Sari)	0
4	슈퍼인도 (Super Indo)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 5조 6,037억 루피아 (약 4,556억 원)	테보틀(Teh Botol), 마이티(Mytea), 포카(Pokka), 조이티(Joy Tea), 울트라(Ultra)	0
5	헤로(Hero)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 2조 3,049억 루피아 (약 1,874억 원)	프레스티(Frestea), 다이아몬드주스 (Diamond Juice), 프루티(Fruit Tea), 테리오(Teh Rio)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

25) 100루피아=8.13원(2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

26) 1달러=1,183.30원(2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	파머스마켓 (Farmer's Market)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 1조 5,095억 루피아 (약 1,227억 원)	부아비타(Buavita), 프레스티(Frestea), 떼푸꼭하름(Teh Pucuk Harum), 여스(Yeos), 팁코(Tipco)	0
7	99란치마켓 (99Ranch Market)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 9,875억 루피아 (약 803억 원)	이토엔(Itoen), 비타(Vita), 프레스티(Frestea), 포카(Pokka), 미라이오차 (Mirai Ocha)	0
8	인도마켓 (Indomaret)	편의점	약 76조 6,979억 루피아 (약 6조 2,355억 원)	이치오차(Ichi Ocha), 울트라(Ultra), 테젤라스(Teh Gelas), 플로리디나(Floridina)	0
9	알파마트 (Alphamart)	편의점	약 78조 445억 루피아 (약 6조 3,450억 원)	떼푸꼭하름 (Teh Pucuk Harum), 프레스티(Frestea), 부아비타(Buavita), 마운티(Mountea)	0
10	왓슨스인도네시아 (Watsons Indonesia)	드럭스토어	약 7,225억 루피아 (약 587억 원)	키란티(Kiranti), 브랜드즈(Brands)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 인도네시아 액상차 진출 가능 B2C 소매채널

1) 아시안마트



① 무궁화유통(Mugunghwa)

기업 기본 정보	기업명	무궁화유통(Mugunghwa)		
	홈페이지	www.mugunghwa.co.id		
	위치	자카르타(Jakarta)		
	규모	매출액('18)	약 4,000만 달러 (약 473억 3,200만 원)	
기업 요약	기타 규모	매장 수('19): 8개		
	<ul style="list-style-type: none"> • 1980년 음식점 코리안가든(Korean Gardern) 설립 • 1985년 회사명을 무궁화로 변경 • 인도네시아 내 한국 식료품 유통 • 50개 이상의 한국 제조업체 제품 유통 담당 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2018년 9월 인도네시아 최대 일간지 자와포스(JawaPos)가 ‘꼭 방문해야 하는 한인마트’로 무궁화 할인마트를 선정하여 소개 • 2020년 3월 자카르타 내 6개 점포서 마스크 3만 개 무료 배포 • 2020년 4월 한인 스타트업 퀵스(QUICKS)와의 협업으로 냉장, 냉동식품 오토바이 배송 서비스 런칭 			
유사제품 정보		제품명	오미프리미엄 오미자&망고	
		종류	액상차	
		용량	340ml	
		원산지	대한민국	

자료 : 무궁화유통(Mugunghwa), 무궁화유통 페이스북(Facebook)

사진 자료 : 무궁화유통(Mugunghwa), 문경오미자밸리

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품 : 냉동식품, 즉석식품, 음료류, 신선식품, 주류, 스낵류, 육류, 어류 등 - 일반 : 의약품, 의류, 문구류, 가전제품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 현지 신선식품 - 한국산 냉동식품 및 즉석식품 	
	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"> • 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 통해 등록 (www.mugunghwa.co.id) - 웹사이트 내 Contact Us를 클릭하여 입점 문의 제출 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개) ③ 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보) ④ 참고자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공범위, 카탈로그 등)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일 : admin@mugunghwa.co.id - 전화번호 : +62-21-722-221
벤더리스트	무궁화유통 기업이 인도네시아 내 벤더로서 역할 (농심, 롯데, 오투기, CJ, 삼양 등 한국의 50개 제조업체에서 수입해 판매)	

자료 : 무궁화유통(Mugunghwa), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 파파야 프레스시 갤러리(Papaya Fresh Gallery)

기업 기본 정보	기업명	파파야 프레스시 갤러리(Papaya Fresh Gallery)	
	홈페이지	papayabali.co.id	
	위치	발리(Bali)	
	규모	기타 규모	매장 수('19): 약 12개
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2005년 인도네시아 설립 • 자카르타, 발리 외 인도네시아 주요 도시에 설립 • 과일, 채소, 어류, 고기, 간편식품 부문에서 좋은 품질의 상품을 갖춘 글로벌 슈퍼마켓으로 인식 • 주로 일본산, 한국산 수입 제품 판매 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 8월, 왓츠앱(Whatsapp) 오더 서비스 개시 • 2020년 7월, 온라인쇼핑몰 블리블리(Blibli) 입점 • 2019년 12월, 식품품 및 음식 배달 회사인 '어니스트비(Honestbee)'와 협업해 인도네시아 내 배달 서비스 제공 • 2018년, 플라스틱 비닐 백을 친환경 에코 백으로 대체 		
유사제품 정보		제품명	차오언스위트드그린티 (Chaoh Unsweetened Green Tea)
종류		액상차	
용량		450ml	
원산지		일본	

자료 : 파파야(Papaya), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료 : 파파야(Papaya), 인스타그램(Instagram)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품 : 신선식품, 유제품, 스낵류, 냉동식품, 주류, 음료류, 육류, 어류 등 - 일반 : 애완용품, 유아용품, 주방용품, 욕실용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 간편식 제품 및 신선식품 		
<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"> • 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 통해 등록 (papayabali.co.id) - 웹사이트 내 Contact Us를 클릭하여 입점 문의 제출 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개) ③ 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보) ④ 참고자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공범위, 카탈로그 등) 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 문의 사항 연락처(발리자점) <ul style="list-style-type: none"> - 이메일 : customerbali@papaya.co.id - 전화번호 : +62-36-175-9222 	
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CV Libra Food Service (식음료 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : www.libra-food.com - 이메일 : wenny@libra-food.com - 전화번호 : +62-21-691-9292 - 기업소개 : 인도네시아 내 유통업체 납품 및 판매 활동 지원 		

자료 : 파파야(Papaya), 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 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 6,000억 원
기업 요약	기타 규모	매장 수('19): 약 51개	
	<ul style="list-style-type: none"> 2008년 인도네시아 Makro 19개점을 인수해 국내 유통 업체 최초로 인도네시아 시장에 진출 소매 전문 채널 롯데슈퍼마켓(Lotte Supermarket), 롯데마트하이퍼마켓(Lotte Mart Hypermarket)과 도매 전문 채널 롯데그로스(Lotte Grosir) 형태로 운영 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> 2023년까지 인도네시아 전역에 100개 점포 오픈 예정 2019년 12월 인도네시아 테갈(Tegal)시에 50호점 오픈 2020년 5월, 롯데마트몰 어플리케이션 출시 2020년, 신선, 냉동, 야채 및 과일품목에 대한 모바일 구매 및 배송 서비스 개시 		
유사제품 정보		제품명	윈터멜론티 (Winter Melon Tea)
		종류	액상차
		용량	300ml
		원산지	말레이시아

자료 : 롯데마트(Lotte Mart), 예스(Yeos), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료 : 롯데마트(Lotte Mart)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품 : 신선식품, 냉동식품, 주류, 음료류, 스낵류, 육류 등 - 일반 : 화장품, 전자제품, 생활용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 신선한 제품, 유기농 제품 및 할랄식품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 중상류층을 공략하기 위한 프리미엄 수입 상품을 대폭 강화 - 신선식품, 가공식품, 푸드코트 등을 운영하며, 기존 대형마트 매장 규모를 축소해 가전, 의류, 잡화, 스포츠용품 등을 제외한 생필품 중심의 상품 판매 - 다양한 한국 식품을 판매하며, 참치, 두부, 김치, 떡볶이, 된장, 고추장, 김 등 취급 - 신선농산품인 경우, 수출 시종인 연말연초 대부분 장기간 휴가로 판매 애로 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 내 Contact Us 클릭하여 입점 문의 제출 (www.lottemart.co.id/contact) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개) ③ 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보) ④ 참고자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공범위, 카탈로그 등)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 문의 사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일 : customer-care@lottemart.co.id - 전화번호 : +62-21-840-4080
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • CV Libra Food Service (식음료 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : www.libra-food.com - 이메일 : wenny@libra-food.com - 전화번호 : +62-21-691-9292 - 기업소개 : 인도네시아 내 유통업체 납품 및 판매 활동 지원 	

자료 : 롯데마트(Lotte Mart), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 슈퍼 인도(Super Indo)

기업 기본 정보	기업명	슈퍼 인도(Super Indo)	
	홈페이지	www.superindo.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매출액('19)	약 5조 6,037억 루피아 (약 4,556억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('19): 약 180개 직원 수('19): 약 8,500명	
	<ul style="list-style-type: none"> • 1997년 인도네시아 살림그룹(Salim Group)과 네덜란드 아홀드델하이즈(Ahold Delhaize) 공동 설립 • 신뢰 가능한 품질, 저렴한 가격, 접근 용이성 3가지를 캐치프라이즈로 설정함 • 인도네시아 40개 도시에 매장 분포 • 지역 농민 협력과 지역사회 일자리 창출에 꾸준히 기여 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2019년 7월 프론티어 컨설팅 그룹(Frontier Consulting Group)이 실시한 설문조사에서 슈퍼마켓 카테고리 7년 연속 1위 차지 • 2020년 7월, 코로나19 사태 해결을 위해 푸드뱅크(Foodbank), 인도네시아 지방정부 등의 다양한 단체와 협력 • 2020년 8월, My Super Indo 디지털 멤버십 어플리케이션 출시 		
유사제품 정보		제품명	마이티테우롱 (Mytea The Oolong)
종류		액상차	
용량		450ml	
원산지		인도네시아	

자료 : 슈퍼인도(Superindo), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료 : 슈퍼인도(Superindo), 순토리(Suntory)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품 : 산산식품, 즉석식품, 간편식품, 통조림, 육류가공품, 냉동식품, 음료류, 주류, 스낵류 등 - 일반 : 화장품, 위생용품, 청소용품, 잡화류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 가성비 좋은 제품 및 신선한 제품 	
	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"> • 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 다음 웹 주소에서 e-registration을 통해 업체 등록 (eregistration.superindo.co.id) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개) ③ 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보) ④ 참고자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공범위, 카탈로그 등)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의 사항 연락처 (운영지원실) <ul style="list-style-type: none"> - 운영시간 : 08.00-12.00 & 13.00-17.00 - 이메일 : customerservice@superindo.co.id - 전화번호 : +62-21-2929-3333 - 팩스 : +62-21-2906-9441

자료 : 슈퍼인도(Superindo), 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 헤로(Hero)

기업 기본 정보	기업명	헤로(Hero)	
	홈페이지	herosupermarket.co.id	
	위치	반텐(Banten)	
	규모	매출액('19)	약 2조 3,049억 루피아 (약 1,874억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('19): 약 26개	
	<ul style="list-style-type: none"> • 데어리팜인터네셔널홀딩스(Dairy Farm International Holdings)의 자회사로, 1971년 설립된 슈퍼마켓 브랜드 • 드럭스토어인 가디언(Guardian) 및 이케아(IKEA) 운영을 통해 리테일 사업 다각화 		
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 코로나19 사태로 인해 매장 운영시간을 새벽 1시까지 연장 • 2020년 노약자와 임산부, 아이를 동반한 고객을 위한 익스프레스 계산대 별도 설치 	
유사제품 정보		제품명	프레스티(Fretea)
		종류	액상차
		중량	350ml
		원산지	인도네시아

자료 : 헤로(Hero), 씨엔비씨인도네시아(CNBC Indonesia), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료 : 헤로(Hero), 코카콜라(Cocacola)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품 : 신선식품, 즉석식품, 간편식품, 통조림, 육류가공품, 냉동식품, 음료류, 주류, 스낵류 등 - 일반 : 화장품, 위생용품, 청소용품, 주방용품, 욕실용품, 잡화류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 수입 식품 및 음료 	
	<p>등록 유형</p>	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 헤로그룹(Hero Group) 홈페이지 Supplier Query Portal을 통해 입점 문의 제출 (www.hero.co.id/contact/supplier) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개) ③ 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보) ④ 참고자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공범위, 카탈로그 등)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 : +62-21-8378-8000

자료 : 헤로그룹(Hero Group), 유통채널 담당자와의 인터뷰


FARMERS MARKET
fresh and friendly

④ 파머스마켓(Farmer's Market)

시장 기본 정보	채널명	파머스마켓(Farmer's Market)	
	홈페이지	www.farmersmarket.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매출액('19)	약 1조 5,095억 루피아 (약 1,227억 원)
시장 기본 정보	기타 규모	매장 수('19): 약 29개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2007년 PT Supra Boga Lestari 그룹이 중산층을 타겟으로 설립한 슈퍼마켓 브랜드 • 켈라파 가딩(Kelapa Gading)과 같은 대형 쇼핑몰 내 입점 • 란치마켓(Ranch Market)의 자매사 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2019년 편의점, 미니마켓과 경쟁하기 위해, 소규모 슈퍼마켓인 'Day2Day by Farmers Market' 설립 		
유사제품 정보		제품명	부아비타구아바 (Buavita Guava)
		종류	과채주스
		용량	250ml
		원산지	인도네시아

자료 : 파머스마켓(Farmer's Market), 란치마켓(Ranch Market), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료 : 파머스마켓(Farmer's Market)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품 : 신선식품, 즉석식품, 간편식품, 통조림, 육류가공품, 냉동식품, 음료류, 주류, 스낵류 등 - 일반 : 화장품, 위생용품, 청소용품, 주방용품, 욕실용품, 집화류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 좋은 품질의 다양한 현지 신선식품 	
	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"> • 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 란치마켓(Ranch Market)홈페이지 하단 메뉴의 Become a Supplier를 통해 입점 문의 제출 (www.ranchmarket.co.id/become-a-supplier) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개) ③ 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보) ④ 참고자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공범위, 카탈로그 등)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일 : cs.farmers@ranchmarket.co.id - 전화번호 : +62-21-5835-1999 - 팩스 : +62-21-5835-0999

자료 : 파머스마켓(Farmer's Market), 란치마켓(Ranch Market), 유통채널 담당자와의 인터뷰



⑤ 99란치마켓(99Ranch Market)

	채널명	99란치마켓(99Ranch Market)	
	홈페이지	www.ranchmarket.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매출액('19)	약 9,875억 루피아 (약 803억 원)
기타 규모		매장 수('19): 약 16개	
시장 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 1998년 미국 란치마켓 프랜차이즈를 도입하여 자카르타에 1호점 설립 2010년 프랜차이즈 계약 만기 이후 독립 브랜드로 재출범하여, 2년 후 인도네시아 증권거래소에 상장됨 희소성있는 프리미엄 상품 위주로 상류층 고객을 타겟으로 하며, “균형있는 삶”을 모토로 고객의 건강한 라이프스타일과 관련된 고급제품 위주의 상품을 취급 대형 백화점 팍손 센터로(Parkson Centro) 내 입점 	
			
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> 2019년 최상류층을 타겟으로한 프리미엄 슈퍼마켓 브랜드 ‘더 구르메 바이 란치마켓(The Gourmet by Ranch Market)’을 런칭 	
유사제품 정보	제품명	란치마켓프레시주스 (Ranch Market Fresh Juice)	
	종류	과채주스	
	용량	250ml	
	원산지	인도네시아	
			

자료 : 란치마켓(Ranch Market), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료 : 란치마켓(Ranch Market)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품 : 신선식품, 즉석식품, 간편식품, 통조림, 육류가공품, 냉동식품, 음료류, 주류, 스낵류 등 - 일반 : 화장품, 위생용품, 청소용품, 주방용품, 욕실용품, 잡화류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 오가닉, 슈퍼푸드, 글루텐프리, 비건 제품 선호 - 희소성 있는 제품 선호 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 자체 PB상품 유통 	
	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
입점 등록 절차	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 란치마켓(Ranch Market)홈페이지 하단 메뉴의 Become a Supplier를 통해 입점 문의 제출 (www.ranchmarket.co.id/become-a-supplier) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개) ③ 관련 내용 (주요 고객, 전년도 매출액, 주요 유통채널, 인기상품 정보) ④ 참고자료 (현지어 회사소개, 서비스 제공범위, 카탈로그 등)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일 : corp_sec@ranchmarket.co.id - 전화번호 : +62-21-5835-1999 - 팩스 : +62-21-5835-0999

자료 : 란치마켓(Ranch Market), 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 편의점



① 인도마켓(Indomaret)

	기업명	인도마켓(Indomaret)	
	홈페이지	www.indomaret.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매출액('19)	약 76조 6,979억 루피아 (약 6조 2,355억 원)
기타 규모		매장 수('19): 16,900개	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 1988년 인도네시아 살림그룹(Salim Group)에 의해 설립된 인도네시아 소매 편의점 체인 • '2003년 최고의 프랜차이즈 기업'으로 선정됨 • 인도네시아 최대의 편의점 체인으로, 16,900개의 매장 중 40%가 직영점이고 60%가 프랜차이즈 가맹점임 • 브랜드별 컨셉이 상이한데, 인도마켓 포인트는 즉석식품과 음료에 특화되었으며, 인도마켓 플러스는 신선식품을 주력 사업으로 함 		
	 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2018년 기준 식료품점 매출 점유율 4.3%로 2위 차지 • 2019년 내 인도네시아 전역에 800-1,000개 매장 신규 개점 • 2020년 코로나19 사태로 인해 소비자들이 대형마트보다 소규모 편의점을 더욱 이용하게 되면서 수익 증가세를 보임 		
유사제품 정보		제품명	테코탁울트라 (Teh Kotak Ultra)
		종류	액상차
		용량	200ml
		원산지	인도네시아

자료 : 인도마켓(Indomaret), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료 : 인도마켓(Indomaret)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품 : 신선식품, 과일·채소류, 유제품, 냉동식품, 주류, 음료류, 스낵류 등 - 일반 : 화장품, 전자제품, 가정용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 할랄식품 선호 - 포장방식이 깔끔하고 위생적인 제품 - 경쟁력 있는 품질 및 가격 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 첫 발주 시 10% 할인 및 물량을 맞춰야 납품 가능 	
	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 다음 웹페이지에서 온라인 제품 제안 양식 작성 및 등록 (indomaret.co.id/mitra/info-pemasok/formulir-penawaran-produk-online.html) - 영어 서비스 제공되지 않음 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 기존 판매처 (판매처 이름, 양, 가격) ④ 홍보 활동 내용 (매거진, TV, 라디오, 신문, 그 외)
	<p>등록 조건</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 제품 안정성 조건 : 제조자 및 유통업자 명시, 크기(그램/리터), 인도네시아 보건부 등록제품, 유통기한, 할랄 인증(식료품의 경우), 바코드 부착 • 공급자 조건: 주문 이행, 제품 인도 일정 맞춤, 유통사 측 홍보 방식 협력 조건
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 제품 이미지 및 기존 판매 물량에 대한 정보 필요 • 문의 사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 : +62-21-2955-9100

자료 : 인도마켓(Indomaret), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 알파마트(Alfamart)

기업 기본 정보	기업명	알파마트(Alfamart)	
	홈페이지	www.alfamartku.com	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매출액('19)	약 78조 445억 루피아 (약 6조 3,450억 원)
기업 기본 정보	기타규모	매장 수('19): 약 13,522개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1999년 PT Sumber Alfaria Trijaya 유통사가 편의점 시장에 진출하기 위해 설립 • 10,000개 이상의 매장 보유 • 필리핀 현지 대기업 에스엠그룹(SM Group)과의 합작 투자를 통해 필리핀에도 매장 개설 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2019년 1분기 알파마트의 편의점 시장점유율은 30.3% • 2019년 한화 약 1,832억 원을 투자해 매장 확대 • 2020년 코로나19 사태로 인해 소비자들이 대형마트보다 소규모 편의점을 더욱 이용하게 되면서 수익 증가세를 보임 		
	유사제품 정보		제품명
		종류	액상차
		용량	350ml
		원산지	인도네시아

자료 : 알파마트(Alfamart), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료 : 알파마트(Alfamart)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품 : 신선식품, 유제품, 주류, 음료류, 스낵류 등 - 일반 : 화장품, 생활용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 할랄식품 선호 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 생산 및 제조 과정에서 돼지고기 성분이 포함될 가능성이 있을 경우, 제품 포장에 표시해야 함 	
	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 내 Register to become a seller 클릭하여 온라인 양식 작성 및 등록 (www.alfacart.com) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개)
	<p>등록 조건</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 위생검사에 통과한 제품 • 제품 포장 조건 <ul style="list-style-type: none"> ① 인도네시아 국가표준(SN, National Standard) 라벨 ② 깔끔하고, 위생적이며 모던해야 함 ③ 제품 크기(그램/리터) 명시 ④ 인도네시아 보건부 등록 ⑤ 유통기한 기재 ⑥ 할랄(식료품일 경우) ⑦ 바코드 • 공급자 조건 <ul style="list-style-type: none"> - 입점 희망 제품의 명확한 마케팅 전략 보유 - 알파마트의 마케팅 전략과 일치하거나 유사해야 함 - 혁신적이고 경쟁력을 갖춘 제품을 보유한 기업
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 몰에서 계정을 만들어야 공급자 등록 가능 • 문의 사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - Admin B2B Alfamart - 이메일 : adminb2b_alfamart@sat.co.id - 전화번호 : +62-21-8082-1555 (내선번호 910102)

자료 : 알파마트(Alfamart), 유통채널 담당자와의 인터뷰

4) 드럭스토어



① 왓슨스인도네시아(Watsons Indonesia)

기업 기본 정보	기업명	왓슨스(Watsons)		
	홈페이지	www.watsons.co.id		
	위치	자카르타(Jakarta)		
	규모	매출액('19)	약 7,225억 루피아 (약 587억 원)	
		기타 규모	매장 수('19): 106개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 전 세계 15,000여개의 매장을 운영 중인 대형 H&B 드럭스토어 기업 • 인도네시아 전역에 106개의 오프라인 매장과 이커머스 (e-commerce) 플랫폼을 운영 중임 • 확충된 자본력을 바탕으로 온, 오프라인 매장을 동시에 운영하는 투트랙 방식으로 외형 확장에 집중함 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 8월, 공식 온라인 쇼핑 플랫폼에서 Watsons Crazy 8.8 Shopathon 쇼핑 페스티벌을 개최, 88% 할인 프로모션을 진행함 			
유사제품 정보		제품명	키란티(Kiranti)	
		종류	의약외품	
		중량	150ml	
		원산지	인도네시아	

자료 : 왓슨스인도네시아(Watsons Indonesia), 왓슨그룹(A.S. Watsons), 유로모니터(Euromonitor), 리퍼블리카(Republika)

사진 자료 : 왓슨스인도네시아(Watsons Indonesia)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 품목 카테고리 : 메이크업, 스킨케어, 위생용품, 여성용품, 미용기기, 다이어트 및 건강 제품, 헬스&피트니스, 종합비타민, 건강보조제 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 판매 중인 건강기능식품 제품 형태: 드링크제, 알약 형태 등 - K-뷰티 제품 다수 입점 	
	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"> • 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 왓슨그룹 홈페이지 내 Becoming AS Watson Suppliers 메뉴를 통해 온라인 폼 작성 및 등록 (www.aswatson.com) - 등록 과정 <ol style="list-style-type: none"> ① E-Registration 제출 ② 1차 내부 심사 ③ 추가 정보 제출 ④ 2차 내부 심사 ⑤ QA 체크 후 승인 - 등록 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 타깃 시장 (공급제품군, 타깃 시장) ② 기업 정보 (주소, 연락처, 이메일, 웹사이트, 모회사 정보, 비즈니스 정보) ③ 신상 정보 (성함, 부서, 직위, 연락처, 회사 주소, 국가) ④ 기업 일반 정보 (설립년도, 비즈니스 타입, 종업원 수, 연간 매출액 등) ⑤ 고객 정보 (매출 상위 5개 고객 리스트) ⑥ 제품 정보 (판매 순위 상위 5개 제품 리스팅) ⑦ 제품군 설정 (스킨케어, 아기용품, 화장품, 리빙 등) ⑧ 자사 제조 협력업체 리스트 ⑨ 제품 인증 현황 (인증서 사본, 인증 번호, 사업자 번호, 협력업체 웹사이트, 유효기한 등)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일 : corporate.secretary@watsons.co.id - 전화번호 : +62-21-3002-2833

자료 : 왓슨스인도네시아(Watsons Indonesia), 왓슨그룹(A.S. Watsons), 유통채널 담당자와의 인터뷰

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

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

1. 인도네시아 액상차 인증 취득

인증 취득

인도네시아로 제품 수출 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

액상차

액상차 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

▶ 인도네시아 수입 식품 ‘적용받는 강제 인증 有’

인도네시아로 수출하고자 하는 액상차 제품이 현지 진출 시 꼭 취득해야 하는 강제 인증이 있는 것으로 확인됨. 인도네시아 식품의약청(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 신HALAL인증법²⁷⁾이 2019년 10월 효력을 가짐에 따라 식품, 음료 등의 품목에 HALAL 인증이 필수 인증으로 부과될 예정이다. 다만, 식품에 대해서는 2019년 이후 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 MUI²⁸⁾)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	
절차			
<ul style="list-style-type: none"> • HALAL 보증 시스템(HAS, Halal Assurance System) 서류 확인 • HALAL 보증 시스템(HAS)에 따라 인증 획득 전 사전 준비사항 수행 • 인증 획득에 요구되는 서류 준비 <ul style="list-style-type: none"> - 도축장 정보(필요한 경우), HAS 매뉴얼, 가공 공정도, 가공 공장 주소, 사내 교육 정보 • HALAL 인증 신청서 및 서류 제출 • HALAL 수행 계약 체결 및 사전 모니터링 절차 • 현장 조사 절차 진행 • 현장 조사 결과 이후 추가 모니터링 절차 진행 • HALAL 인증 결과에 따라 인증서 수취 			
인증 요건			
<ul style="list-style-type: none"> • HALAL에 따른 관리규정(할랄 인증 기준인 HAS 23000:1에 따름) • 사업장에 대한 교육 규정(연간 1회 이상 수행 필요) • 돼지고기 등 금지하는 원료를 사용하지 않을 것 • 제품의 이름이 이슬람 율법의 어긋나지 않아야 하며, 하람(Haram)을 연상시키지 않을 것 • 제조 과정에서 돼지고기를 사용한 시설과 교차로 사용하지 않을 것 • 서류(HALAL과 관련하여 치명적인 회사의 절차, 제품 원료의 HALAL 적용 여부, 부적합 원료 및 제품에 대한 취급 방법, 내부 감사 절차) • HALAL 기준에 대한 평가를 연간 1회 수행 할 것 			

자료 : 인도네시아 이슬람 할랄 위원회(LPPOM MUI)

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

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

- ▶ 인도네시아 유기농 인증 기관(LSO)의 유기농 인증 발급 필수
- ▶ 인도네시아 유기농 인증 절차는 서류 심사와 현장 심사로 구성

인도네시아로 유기농 식품을 수출하기 위해서는 국가인증위원회(KAN, Komite Akreditasi Nasional)에 등록된 유기농인증기관(LSO, Lembaga Sertifikasi Organik)으로부터 유기농 인증을 발급받아야 하며 현재 9개의 인증기관이 등록되어 있음. 인도네시아에 유기농 식품을 수출하고자 하는 한국 기업은 인도네시아 유기농인증기관(LSO) 중 1개를 택하여, 서류 심사(동등성 평가) 및 현장 심사를 완료해야만 인도네시아 식품의약청(BPOM)의 수입 승인(SKI, Entry permit)을 받고 유기농 라벨을 사용할 수 있음

[표 5.4] 인도네시아 유기농 인증 절차

인증명	발급 기관	정보	인증 Mark
OLGANIK INDONESIA	유기농 식품 인증기관 (LSO)	95% 이상 유기농 원료를 사용	

유기농 인정 요건

- 전체 중량 또는 부피의 95% 이상 유기농 원료를 함유할 것(수분 및 나트륨 함량 제외)
- 유기농 가공식품에 허용되는 식품 첨가물과 재료만 사용할 것(BPOM No.1/2017 참고)
- 식품 성분의 방사선 조사 처리하거나 유전자 조작 재료를 포함하지 않을 것

라벨 사용

- 라벨의 경우 인도네시아의 유기농 인증 라벨을 부착해야 하나, 한국의 유기농 인증 로고도 같이 사용이 가능함
- 인도네시아 내에서 재포장 과정을 거친 경우 유기농 재인증을 받아야 함
- 라벨과 함께 인도네시아 국가 표준 정보, 유기농 인증 기관(LSO) 정보를 표기해야 함



↳ 인도네시아 국가 표준(SNI) 정보

SNI 6729:2016

No. ICERT-1002 / LSO-09-IDN / 03/12

제품의 유기농 인증번호	유기농 인증기관 (LSO) 고유번호	인증일 (월/연도)
--------------------	------------------------------	---------------

유기농 인증 절차

	유기농 인증 신청	유기농 인증 기관(LSO)을 정하여, 인증 신청서와 OSP(Organic System Plan) 제출
수출업자 (한국) 신청 시	서류 심사	인도네시아와 수출국(한국)의 유기농 표준 및 규정에 대한 동등성 평가, 수출업자의 신청 서류 심사
	현장 검사	수출업자(한국)의 제조시설을 방문하여 현장 검사
	인증서 발급	수출업자(한국)에게 유기농 인증서 발급 및 유기농 라벨(Organik Indonesia) 사용 권한을 부여함
수입업자 (인도네시아) 신청 시	유기농 인증 신청	유기농 인증 기관(LSO)을 정하여 • 인증 신청서 • OSP(Organic System Plan) • 수입업자 자격(API) • 완제품 샘플 • 수출국(한국)의 유효한 유기농 인증서 • 거래 증명서 등의 사본 제출
	서류 심사	• 인도네시아와 수출국(한국)의 유기농 표준 및 규정에 대한 동등성 평가를 진행 • 동등성이 인정되는 경우 유기농 품질 보증서(JIPO, Jaminan Integritas Produk Organik) 발급 • JIPO는 수입업자가 인도네시아 식약청(BPOM)에 수입 및 유통 허가 신청 시 함께 제출해야 함
	현장 검사	수입업자(인도네시아)의 생산 및 포장 시설에 방문하여 현장 검사
	인증서 발급	수입업자(인도네시아)에게 유기농 인증서 발급 및 유기농 라벨(Organik Indonesia) 사용 권한을 부여함

자료 : 미국 농무부(USDA, United States Department of Agriculture Foreign Agricultural service), 인도네시아 국가인증위원회(KAN, Komite Akreditasi Nasional)

2. 인도네시아 액상차 사전 절차

사전 절차

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

액상차

액상차 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)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 5.5] 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"> • 수입업체 정보(업체명, 주소) • 브랜드명과 제품 종류 • 패키지 타입/용량 • 제품 수량 • 원산지 • 공급업체명 및 주소 • 송장(Invoice) 기재 날짜 및 수량 • 선하증권(B/L) 또는 항공운송장(AWB)의 날짜와 수량 • 유통기한(생산 날짜와 유통기한, 2/3이상 남아있어야 함) • 로트(lot)번호/배치(batch) 번호/생산번호에 관한 서류 • 목적항 • 시험성적서(COA, Certificate of Analysis)의 원본 (유효기간이 12개월 남아 있을 것) • HALAL 인증서 (라벨에 “HALAL” 표시를 한 경우) • 제품 등록 허가서류(등록번호, 라벨, 허가받은 패키지) • 수입자와 선사 간의 협력 서류 • 상업송장 • 포장명세서 • 기타 제품에 따라 요구되는 시험 성적서
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 함²⁹⁾. 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 5.6] 인도네시아 사전 식품 등록 절차

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

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

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

▶ 인도네시아, 식품 통관 간소화를 위한 사전 ‘AEO 등록 인정’

공인경제운영자(AEO, Authorized Economic Operator)는 관세청이 법규준수, 내부통제시스템, 재무건전성, 안전관리의 공인기준의 적정성 등을 판단하여 공인한 우수업체를 대상으로 통관 절차를 간소화하기 위한 사전 등록 절차이며 해당 제도를 시행하는 국가는 상호인정협정(MRA, Mutual Recognition Arrangement)을 통하여 협정체결 국가 간의 검사비용 축소와 같은 신속 통관 혜택을 부여받을 수 있음

AEO 제도를 실행하고 있는 인도네시아는 2020년 2월 한국과 상호인정협정(MRA)을 체결하여 한국에서의 수출입 안전관리 우수업체를 인정하고 있음. 따라서 한국의 수출입 안전관리 우수업체들이 인도네시아로 수출 시 통관 절차의 간소화 및 수입 물품 검사율 축소 등 통관 절차상 혜택을 받을 수 있음

[표 5.7] 한국 공인경제운영자(AEO) 정보

적용 규제	한국 관세청 고시 제2020-2호 「수출입 안전관리 우수업체 공인 및 운영에 관한 고시」, 2020
관리 기관	한국 관세청
상호인정협정(MRA) 국가	캐나다, 싱가포르, 미국, 일본, 뉴질랜드, 중국, 홍콩, 멕시코, 터키, 이스라엘, 도미니카공화국, 인도, 대만, 태국, 호주, 아랍에미리트, 말레이시아, 페루, 우루과이, 카자흐스탄, 몽골, 인도네시아

자료 : 한국 관세청

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	성분 리스트	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 첨가물의 표기와 관련하여 ‘free’, ‘without’, ‘no content’와 그 외 기타 유사한 표현에 대해 금지함 • 가능한 표기 방법(감미료, 보존료, 착색료, 산화방지제, 조미료에만 사용 가능함) <ul style="list-style-type: none"> - ‘특정 식품 첨가물을 포함하고 있지 않음 (without certain food additives)’ - ‘인공 감미료를 포함하고 있지 않음 (do not contain artificial sweeteners)’ <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 ‘IRADIASI (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 필요함³⁰⁾</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>MENGANDUNG BABI </p> </div>
		주의 정보	<p>알레르기 성분을 표기해야 함 (글로텐, 조개류, 달걀, 생선, 땅콩, 대두, 우유, 락토스, 견과류, 아황산염)</p>
			<p>식제조 과정의 돼지와 연관된 식품 접촉은 붉은 네모칸에 붉은 글씨로 돼지 그림과 함께 표시해야 함</p> <div style="border: 2px solid red; padding: 5px; text-align: center;"> <p><small>Pada proses pembuatannya bersinggungan dan/atau menggunakan fasilitas bersama dengan bahan bersumber babi</small> </p> </div>

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

30) 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 액상차 라벨 샘플



- ① 제품명
- ② 제품종류
- ③ 제조업체
- ④ 순중량
- ⑤ HALAL
- ⑥ 제품생산등록번호



- ① 유통기한
- ② 순중량 및 순용량
- ③ 성분분석표

[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 인도네시아어]

[앞면 - 국문]

- ① Nama produk : MR. JUSSIE
- ② Model barang : Guava Juice
- ③ Pembuatan : PT. HEINZ ABC INDONESIA
- ④ Kapasitas : 90ml
- ⑤ HALAL
- ⑥ Nomor pendaftaran produksi : MD 486609037013

- ① 제품명 : MR. JUSSIE
- ② 제품종류 : 구아바주스
- ③ 제조업체 : PT. HEINZ ABC INDONESIA
- ④ 순중량 : 90ml
- ⑤ HALAL
- ⑥ 제품생산등록번호 : MD 486609037013

[뒷면 - 인도네시아어]

[뒷면 - 국문]

- ① Baik sebelum : 2020 09 06
- ② Kapasitas néto dan nét : 180ml / 90ml
- ③ Fakta nutrisi

- ① 유통기한 : 2020년 9월 6일
- ② 순중량 및 순용량 : 180ml / 90ml
- ③ 성분분석표

NUTRITION INFORMATION

80kcal / 180ml

karbohidrat		6%
gula		3%
natrium		3%
vitamin A		15%
vitamin B12		15%
vitamin C		15%

영양정보

80kcal / 180ml

탄수화물		6%
설탕		3%
나트륨		3%
비타민 A		15%
비타민 B12		15%
비타민 C		15%

4. 인도네시아 액상차 서류 준비

서류 준비

인도네시아로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

액상차

액상차 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

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

인도네시아에서 수입신고 시 인도네시아 투자지원처(BKPM³¹)의 통합 온라인 시스템(OSS, Online Single Submission)에 로그인하여 사업자 등록번호(NIB³²)를 부여받아야 함. 사업자 등록번호(NIB) 발급 시 수입업자 등록번호(API³³)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 유통업체를 찾아야 함

[표 5.9] 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)

31) Badan Koordinasi Penanaman Modal
32) Nomor Induk Berusaha
33) Angka Pengenal Impor

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

또한, 2020년 3월 1일부로 전자적 원산지정보 교환시스템(EODES, Electronic Origin Data Exchange System)을 통하여 수출 시 종이 원산지증명서 원본을 인도네시아 세관 당국에 제출할 필요가 없어졌으며 전자적 방식으로 제출할 수 있게 됨. 이를 통하여 원산지증명서 원본의 진위 확인을 위한 심사를 생략 가능하여 물류 지체 시간을 줄임

5. 인도네시아 액상차 세금 납부

세금 납부

인도네시아로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

액상차

액상차 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 인도네시아 액상차 HS CODE 2009.90-99, 관세율 0% 적용
- ▶ 한-ASEAN 협정 관세율 '적용'

액상차의 경우 인도네시아에서는 HS CODE 2009의 2009.90-99 세번을 사용하여 수입됨.³⁴⁾ 인도네시아 수입 시 기본 관세율은 10%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. A사 제품의 경우, 음료 제품으로 분류되면 7.5%, 주스 제품으로 분류되면 2.5%의 수입세가 부과됨

- 수입 서류 심사비용에 160달러(한화 약 19만 원)³⁵⁾ 소요
- 수입 서류 심사 기간은 106시간 소요
- 통관 비용은 384달러(한화 약 45만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 80시간 소요

[표 5.10] 한국·인도네시아 HS CODE 비교 및 인도네시아 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2009	과실 주스(포도즙을 포함한다)와 채소 주스(설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가했는지에 상관없으며 발효하지 않은 것으로 주정을 함유하지 않은 것으로 한정한다)	
	2009.99	혼합 주스	
	2009.99-9000	기타	
인도네시아	2009.99-99	기타	
관세	기본 관세율	10%	
	협정 관세율	0%	
VAT		10%	
수입세		음료 제품 7.5% (주스 제품은 2.5%)	

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

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

35) 1달러=1,183.30원(2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

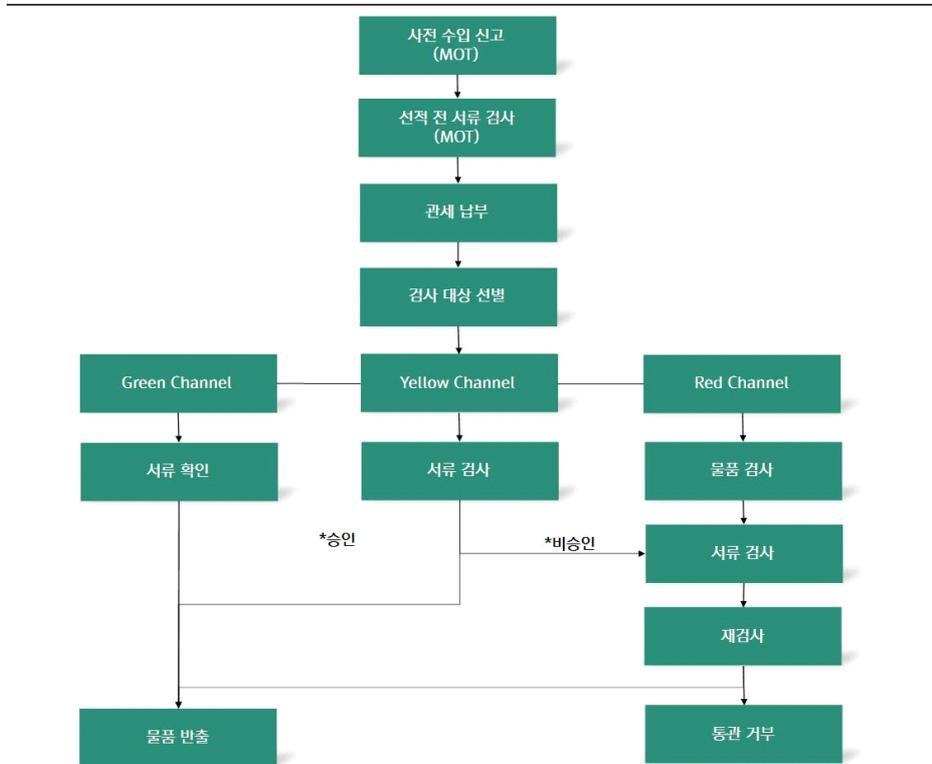
6. 인도네시아 액상차 검역 심사 절차

▶ 인도네시아 식품, 선별된 내용에 따라 서류 및 물품 검사 실시

[표 4.10] 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 5.11] 인도네시아 통관 프로세스



▶ 인도네시아 액상차 식품 첨가물 규정 확인 필요

[표 5.12] 인도네시아 식품 첨가물 규정 확인 방법

사이트	농식품수출정보(KATI) (www.kati.net)
국가	인도네시아
식품유형	음료류>액상차

7. 수출 대상국가(인도네시아) 관련 규제 정보

▶ 인도네시아 식품 광고, 광고 금지 문구 내용에 대한 주의 필요

인도네시아에서는 광고를 포괄적으로 규제하는 광고법은 없으며 소비자 보호법, 방송법, 식품법, 라벨링 및 식품 광고에 관한 법령 등의 산하 규정을 통해 광고를 규제하고 있음. 따라서 인도네시아에 식품 관련 광고를 시행하고자 하는 수출업체는 이를 주의하여 각각의 법령 및 규정을 참고해야 함

[표 5.13] 인도네시아 광고 규제

적용 규제	Broadcasting Law No. 32/2002
규제 대상	미디어 방송 매체 (온라인 광고 제외)
규제 내용	광고 시간 상업 광고 시간을 일일 방송 시간의 최대 20%로 제한 상업 광고 시간의 최소 10%는 SNS 광고에 할당
	광고 금지 내용 타 종교, 이데올로기, 개인 또는 조직의 감정에 반하는 종교적 가르침, 이데올로기, 개인 또는 그룹의 광고 주류 및 중독성 물질의 광고 담배를 물리적으로 보여주는 담배 광고 기타 사회적 타당성, 도덕성, 종교적 가치에 반하는 내용을 다룬 광고 18세 미만의 아동 착취

자료 : 인도네시아 정부, 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

[표 5.14] 인도네시아 식품 광고 규제

적용 규제	Food Law No. 18/2012, Government Regulations 69, BPOM 2/2016, BPOM 13/2016
규제 대상	식품 광고 및 라벨
규제 내용	일반 규제 식품에 관한 정확한 정보 및 설명이 포함되어야 하며 오해의 소지가 없어야 함 품위와 공공 질서에 위배되지 않아야 함 광고 제품이 특정 종교 및 신념의 요구 사항에 부합한다고 진술하는 경우 이에 대한 책임을 져야 함 다른 식품의 신용을 떨어뜨리는 방식으로 광고해서는 안됨
	광고 금지 내용 다른 식품보다 더 나은 영양소를 포함한다는 주장 건강 증진, 의학적 기능, 지능 증진 등의 효과 주장 보건 전문가, 종교 지도자, 공무원과 관련된 사진 또는 정보 사용 개인의 동의 없이 공개된 인물의 이름과 사진 사용

규제 내용	광고 금지 내용	5세 미만 대상의 식품이 아닌데, 5세 미만의 아동을 사용한 광고하는 것 (ex. 5세 미만 아동을 사용한 연유 광고)
		아동의 성장 또는 발달을 저해할 수 있는 성분이 든 제품을 아동 대상의 매체를 통해 광고하는 것
		아동의 성장을 방해할 수 있는 재료가 포함된 경우 이에 대한 경고를 포함해야 함
		식품이 의약품 기능을 할 수 있다는 내용이나 정보를 사용하는 것
		반제품 또는 완제품 재료로 만든 식품 광고에 신선한 재료로 만들었다는 문구를 사용하는 것
		제품에 알코올, 설탕, 탄수화물, 단백질, 카페인 등이 포함되어 있어 강장제 역할을 할 수 있다고 광고하는 것
		1-3세 영유아 제품에 질병 예방 등의 기능이 있다고 광고하는 것
		일반가공식품에 대해 특정 대상을 위해 만들어진 식품이라는 표현 사용하는 것
		특수 의료용 목적의 제품의 상표 또는 디자인을 일반가공식품에 사용하는 것

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

▶ 인도네시아 온라인 광고 규제

[표 5.15] 인도네시아 온라인 광고 규제

적용 규제	Advertising Code of Ethics and Code of Practice	
규제 대상	온라인 또는 양방향 광고 대상 (광고업체 : 광고 발신자, 소비자 : 광고 수신자)	
규제 내용	광고 내 고지의 의무	수신자가 광고를 받은 이유 고지
		해당 광고 수신을 거부하는 방법에 대한 명확하고 쉬운 지침 고지
		광고 수신자의 권리와 프라이버시 보장 설명
		광고 발신자의 전체 주소 고지
	기타 규칙	광고된 제품의 판매 또는 구매 거래에서 필요한 것보다 더 많은 정보를 요구하는 행위 금지
		정상적인 거래와 관련이 없는 다른 목적으로 광고 수신자의 정보를 사용하는 행위 금지
		구매자의 지불 방법 및 내용이 안전하게 보장되어야 함

자료 : 인도네시아 정보통신부(MCIT, Ministry of Communication and Information Technology)

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 롯데마트(Lotte Mart)

Interview ② 푸드스타글로벌(PT Foodstar Global)

Interview ③ 인도마켓(Indomaret)

Interview ④ 비네카(Bhinneka)

Interview ⑤ 호키부아(Hokky Buah)

Interview ① 롯데마트(Lotte Mart)

36)

롯데마트 (Lotte Mart)

전문가 소속

롯데마트
(Lotte Mart)
유통업체

연락처

+62-1-500-757

전문가 정보

Ms. Sinta
(Sales Department)



롯데마트(Lotte Mart)

Sales Department, Ms. Sinta

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

롯데마트는 아이롯데(iLotte)의 마트 계열사 중 하나로, 2008년 인도네시아에 진출하여 온라인 쇼핑몰을 설립하였습니다. 현재 인도네시아 전역에 50여 개의 매장을 보유하고 있으며 육류, 수산물, 유제품, 스낵류, 음료류, 즉석식품, 냉동식품 등 2,000개 이상의 신선/가공식품을 취급하고 있습니다.

Q. 인도네시아 내 건강즙 및 액상차의 인지도는 어떠하며 인기 있는 제품은 무엇인가요?

인도네시아에서는 허브차, 장미차, 자스민차, 국화차, 녹차 등 다양한 건강차 제품을 판매하고 있으며 그 중 자스민 차가 가장 대중적입니다. 최근 3-5년 사이 인도네시아의 과채주스 시장이 성장함에 따라 채소주스에 대한 인지도도 증가하였습니다.

부아비타(Buavita)나 뉴트리사리(Nutri Sari) 같은 대형 브랜드들은 원래 과일주스 전문 브랜드였지만, 시장의 흐름에 맞게 브로콜리 주스 등의 채소주스를 출시하였습니다. 또한, 페에남티가(Teh Enam Tiga)의 장미차 제품은 특히 여성 소비자들에게 인기 있는데, 왜냐하면 피부, 다이어트, 생리통 완화에 도움이 된다고 알려져 있기 때문입니다. 한국산 제품의 경우, B사의 복분자 즙도 인도네시아 식품의약청(BPOM, Badan Pengawas Obat dan Makanan)의 식품 등록과 HALAL 인증을 받은 제품이기 때문에 인기 있는 편입니다.

Q. 인도네시아 소비자들의 차(Tea) 소비 동향은 어떤가요?

인도네시아에서는 액상차 제품과 찻잎의 소비량이 거의 비슷합니다. 액상차 제품은 슈퍼마켓이나 편의점 등에서 쉽게 구매할 수 있어 야외활동 시 주로 마시며, 집에서는 아침이나 자기 전 티백을 사용하여 따뜻하게 차를 우려먹는 편입니다. 40대 이상의 소비자들은 티백을 더욱 선호하는 경향이 있는데, 왜냐하면 액상차 제품이 설탕 함량이 높다고 알려져 있기 때문입니다.

36) 사진 자료 : 롯데마트(Lotte Mart)

Q. 인도네시아 내 건강즙 및 건강차의 주요 구매요인은 무엇인가요?

인도네시아 소비자들은 건강즙 및 건강차 구매 시 설탕의 함량을 중요시합니다. 왜냐하면, 인도네시아에서 판매되고 있는 대부분의 액상차 제품은 설탕 함량이 높아 건강하지 않은 음료라는 인식이 있기 때문입니다. 만약 A사의 제품이 건강한 음료라는 점을 주력으로 홍보하고 싶다면, 무/저설탕이라는 점을 셀링포인트로 내세울 것을 추천합니다.

Q. 인도네시아 내 건강차 및 건강즙의 효과적인 유통채널 및 홍보방법은 무엇인가요?

건강즙이나 건강차 등의 음료의 경우, 온라인과 오프라인에서 모두 판매될 수 있습니다. 주로 인스타그램이나 페이스북에서 해당 제품들이 홍보되고 있으며, 주로 여성들을 타겟팅하고 있습니다. 또한, 건강차의 경우에는 미용이나 다이어트 기능을 주로 홍보하고 있습니다.

Interview ② 푸드스타글로벌(PT Foodstar Global)

37)

푸드스타글로벌
(PT Foodstar Global)

전문가 소속

푸드스타글로벌
(PT Foodstar Global)
수입유통업체

연락처
+62-21-4586-0519

전문가 정보

Mr. Nana
(Product Manager)

PT. FOODSTAR
GLOBAL



푸드스타글로벌(PT Foodstar Global)

Product 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. 인도네시아 내 건강즙, 액상차, 과채주스의 수요 및 판매 동향은 어떤가요?

최근 몇 년간 인도네시아에서 채소주스 및 건강주스의 인지도는 상승하고 있으나 아직 인기 있다고 말할 정도는 아닙니다. 그러나 2020년 코로나19의 확산으로 건강에 대한 인식이 높아짐에 따라 건강한 식품 및 유기농 식품에 대한 소비량이 증가했습니다. 저희 업체에서 판매하고 있는 복분자즙도 코로나19로 인하여 판매량이 상승하였습니다.

Q. 인도네시아 내 A사의 제품이 시장성이 있을까요?

인도네시아에서 양배추, 비트, 여주즙은 상당히 잠재력 있는 제품입니다. 예를 들어, 몇 년 전 한 브랜드는 인도네시아에서 잘 알려지지 않은 석류를 주재료로 한 주스를 출시하여 인도네시아에서 건강한 라이프스타일로 유명한 여배우를 모델로 건강, 미용, 다이어트 기능을 홍보하였습니다. 이 제품이 선풍적인 인기를 끌어 수많은 브랜드에서 유사제품을 출시하기도 하였습니다.

그러나 한국산 복분자즙의 경우, 아직 판매량은 많지 않은 편입니다. TV 광고의 파급력은 인도네시아에서 매우 큰데, 해당 제품은 TV 광고를 하지 않기 때문입니다.

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

Q. 인도네시아로 액상차 수출 시, 효과적인 유통채널 및 홍보방법은 무엇인가요?

인도네시아에서 가장 효과적인 유통채널은 오프라인 하이퍼마켓입니다. 인도네시아 소비자들은 대형마트 쇼핑을 선호하는 경향이 있습니다. 그러므로, 하이퍼마켓에서 브로슈어 배포, 배너 광고, 테스트 매장 오픈 등의 홍보가 소비자들의 이목을 끄는데 매우 효과적입니다. 한편, 인도네시아 소비자들에게는 특히 수입식품에 있어 HALAL 인증이 주요한 구매요인으로 자리 잡았습니다. 그러므로 HALAL 인증을 취득하여 홍보에 사용한다면 훨씬 판매에 효과적일 것입니다.

Q. 인도네시아로 액상차 수출 시, 주의해야 할 통관 절차는 무엇인가요?

최근 인도네시아에서는 코로나19로 인해 식물원료의 제품에 대한 특별한 검역은 따로 없으며 중국산 신선농산물만이 수입 검역 절차를 거쳐야 합니다. 다만, 제품 라벨에 영유아용 식품 표시, NON-GMO 표시, 향미료 및 색소 무첨가 표시 등 특정 제품 기능을 표기하였을 경우, 세부적인 규제를 받을 가능성이 있습니다.

Interview ③ 인도마렛(Indomaret)

38)

인도마렛 (Indomaret)

전문가 소속

인도마렛
(Indomaret)
유통업체

연락처
+62-21-150-0280

전문가 정보

Ms. Nadine
(Sales Department)



인도마렛(Indomaret)

Sales Department, Ms. Nadine

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

인도마렛은 1988년에 설립된 인도네시아 편의점 체인으로, 인도네시아 내 11,000개 이상의 매장을 보유하고 있습니다. 자사 온라인 쇼핑몰인 클릭인도마렛(Klik Indomaret)에서는 신선식품, 가공식품, 음료, 뷰티/헬스 제품, 의류, 전자기기 등 다양한 제품을 판매하고 있습니다.

Q. 인도네시아 내 건강즙 및 과채주스의 판매 동향은 어떤가요?

ABC는 인도네시아에서 가장 유명한 F&B 브랜드 중 하나로, 녹두 주스 제품이 매우 인기 있으며 특히 피부, 뼈, 여성건강에 좋다고 알려져 있습니다. 전반적으로 과채주스에 대한 소비자 인지도는 높은 편입니다. 그러나 인도네시아에서는 채소보다는 콩 음료가 많이 판매되고 있으며 채소주스 중에서는 브로콜리주스, 당근주스, 채소믹스주스 등이 대중적입니다.

Q. 인도네시아 소비자들의 건강채소주스 구매 시 주요 구매요인은 무엇인가요?

건강채소주스는 주로 슈퍼마켓에서 판매되고 있으며 대형 브랜드의 액상차 제품 외에도 현지 소규모 업체가 직접 갈아 만든 주스(이하 홈메이드 주스)도 판매하고 있습니다. 홈메이드주스는 규모가 큰 하이퍼마켓과 현지 소규모 업체가 독점 계약을 맺어 평균적으로 한 번에 약 100개 제품씩 일주일에 2-3번 정도 납품하여 판매되고 있으며 인공적인 방부제가 들어가지 않아 유통기한이 1-2일 정도입니다.

소비자들은 신선한 홈메이드주스를 선호하고 있으며 액상차 제품의 경우 설탕 및 방부제 등의 과도한 첨가를 우려하고 있습니다. 만약 A사의 제품이 설탕이 적게 첨가되었으며 원재료만을 사용한 천연즙이라면, 이러한 점을 셀링포인트로 내세워 홍보하는 것이 효과적입니다.

38) 사진 자료 : 인도마렛(Indomaret)

Q. 인도네시아 소비자들의 건강채소주스에 대한 인식은 어떤가요?

인도네시아 소비자들은 채소를 잘 섭취하지 않으며 액상차 제품을 비롯하여 단맛이 약간 첨가된 음료를 선호합니다. 그러나 최근 건강을 중시하는 소비자들이 늘어남에 따라 인도네시아 내 인기 음료의 트렌드가 바뀌어 설탕의 함량이 낮은 음료, 건강한 채소주스 음료 등을 선호하고 있습니다.

Q. 인도네시아로 액상차 수출 시 필요한 인증 절차가 있나요?

아직 할랄 의무화 유예기간이긴 하지만 소비자들은 HALAL 인증을 매우 중요시하며, 인도네시아 내 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓에서 판매되는 제품이라면 반드시 인도네시아 식품의약청(BPOM)의 식품 등록과 HALAL 인증이 필요합니다.

Interview ④ 비네카(Bhinneka)

39)

● 비네카
(Bhinneka)

전문가 소속

비네카
(Bhinneka)
유통업체

연락처
+62-21-2929-2828

전문가 정보

Mr. Budi
(Sales Department)



비네카(Bhinneka)

Sales Department, Mr. Budi

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

비네카는 1993년에 설립된 대형 온라인 쇼핑몰로, 전자기기 및 가전기기를 주로 취급하고 있지만, 음료, 차, 견과류, 초콜릿, 뷰티/헬스 케어 식품 등 다양한 식품도 판매하고 있습니다. 과채주스류 중에서는 알로에, 타로, 메론, 바나나, 아보카도, 등 80여 개 제품을 판매하고 있습니다.

Q. 인도네시아 내 건강즙 및 액상차의 인지도는 어떤가요?

인도네시아에서는 40대 이상의 연령층에서 콜레스테롤 관련 질병이 심각한 문제입니다. 뉴트라이브(Nutrive) 과채주스의 경우 당근, 토마토, 사과, 콜리플라워, 아보카도, 포도, 브로콜리 등으로 만들어졌으며, 해당 제품은 업계 최초로 콜레스테롤 수치를 낮춰주고 섬유질이 많아 소화에도 도움이 된다는 점을 홍보하여 현지에서 인기 있는 건강채소음료로 자리 잡았습니다.

채소주스에 대한 소비자 인지도는 높은 편입니다. 건강채소는 주로 차보다 주스로 많이 판매되고 있으며 차의 경우, 인도네시아에서는 자스민 차가 매우 인기 있습니다. 채소주스는 면역력 강화, 혈액순환, 소화, 콜레스테롤 및 수치 조절 등의 효과가 있다는 점이 잘 알려져 있습니다.

Q. 인도네시아 소비자들의 차 소비 동향은 어떤가요?

차의 소비 형태는 두 가지로, 직장이나 학교 등으로 밖에서 많은 시간을 보내고 바쁜 라이프스타일을 가진 소비자들은 액상차 제품을 선호합니다. 그러나 가정주부 등 집에서 차를 먹는 소비자들은 티백이나 찻잎을 우려 마시는 따뜻한 차를 더욱 선호합니다.

39) 사진 자료 : 비네카(Bhinneka)

Q. 인도네시아 내 건강채소주스의 유통채널은 무엇이며 주요 소비자는 누구인가요?

건강채소주스의 경우 온라인과 오프라인 유통채널 모두 효과적입니다. 최근에는 설탕과 방부제의 함량을 낮춘 다양한 홈메이드 건강차와 건강주스 제품이 있으며 그중 몇몇 제품은 프리미엄 패키지를 사용하여 여성 미용 관련 제품으로 판매하고 있습니다. 그러므로 20-40대 직장인을 타겟 소비자로 설정하는 방향을 추천합니다. 왜냐하면, 해당 소비자층은 직접 건강주스를 만들어 먹을 시간이 부족하여 건강한 홈메이드 과채주스를 선호하기 때문입니다.

Q. 인도네시아로 A사 제품 수출 시, 조언사항이 있나요?

인도네시아 소비자들은 보편적으로 쓴맛의 음료를 선호하지 않기 때문에 A사의 제품에 적합한 타겟 소비자를 설정하여 마케팅하는 것이 중요합니다. 예를 들어, 뉴트라이브(Nutrive) 제품은 콜레스테롤 수치가 높거나 다른 비만 관련 문제를 겪고 있는 특정 소비자들을 대상으로 콜레스테롤 수치를 낮춰준다는 효과를 주력으로 내세워 홍보하고 있습니다. 이는 제품에 맞는 타겟을 설정하여 해당 소비자층의 니즈를 파악하고 구매 욕구를 이끌어낸 마케팅방법입니다.

최근 인도네시아에서는 건강에 대한 소비자 인식이 상승하여 채소주스의 선호도가 높아졌습니다. 그러나 과일주스의 경우, 예전부터 이미 인기 있던 제품이기 때문에 경쟁제품도 매우 다양하며 시장 내 경쟁이 치열합니다. 그러므로 A사의 제품 중에서는 채소주스인 양배추와 비트즙 제품이 인도네시아 진출 시 효과적일 것으로 예상합니다.

Interview ⑤ 호키부아(Hokky Buah)

40)

● 호키부아
(Hokky Buah)

전문가 소속

호키부아
(Hokky Buah)
유통업체

연락처
+62-31-9914-7836

전문가 정보

Ms. Fitria
(Sales Department)



호키부아(Hokky Buah)

Sales Department, Ms. Fitria

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

호키부아는 1992년에 설립된 과일 및 채소 전문 유통업체로, 인도네시아 내 3개의 매장을 운영하고 있으며 온라인 쇼핑 플랫폼 쇼피(Shopee)를 통해서도 판매를 진행하고 있습니다. 주요 취급 품목은 음료류, 통조림, 유제품류, 즉석식품 등입니다.

Q. 인도네시아 내 건강채소주스에 대한 인식과 차 소비 동향은 어떤가요?

인도네시아 소비자들의 채소주스에 대한 인지도는 높습니다. 또한, 채소주스가 맛이 없다는 점을 알고 있지만, 맛이 아니라 건강을 위해 먹는 제품이기 때문에 맛이 없어도 이해하는 편입니다. 차의 경우, 인도네시아에서는 주로 자스민 차나 녹차를 즐겨 마시며 티백을 우려 따뜻하게 마시는 것을 선호합니다.

Q. A사의 제품을 인도네시아로 수출 시, 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

인도네시아 소비자들의 경우, 새로운 제품을 시도해보고자 한다면 오프라인 채널에 직접 방문하여 쇼핑하는 편입니다. 왜냐하면, 온라인에서 판매되고 있는 제품보다 오프라인 제품이 어느 정도 인정받은 제품이라고 생각하며 신뢰도가 비교적 높기 때문입니다.

Q. A사 제품이 인도네시아에서 시장성이 있을까요?

A사의 제품의 경우, 타겟 소비자층을 적절히 설정한다면 충분히 시장성이 있을 것으로 예상됩니다. 가장 좋은 타겟 소비자층은 20대 후반에서 40대입니다. 왜냐하면, 이보다 더 젊은 소비자층은 일반 액상차 제품을 더 선호하기 때문입니다. 또한, 건강관리 및 다이어트에 관심이 있는 여성 소비자들을 타겟으로 하는 것도 좋은 방법입니다. 만약, 타겟 소비자층을 더 넓히고자 할 경우, 소화에 도움을 준다는 효과를 주력으로 홍보할 것을 추천합니다.

40) 사진 자료 : 쇼피(Shopee)

Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)

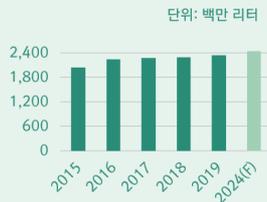
Export Insights



인도네시아 액상차 시장규모('19)

'23억 3,300만 리터'

전체 청량음료 시장규모 171억
1,600만 리터의 약 14% 점유



현재 인도네시아 액상차 시장은 전체 청량음료 시장의 약 14%의 점유율을 보이고 있으며, 2015~2019년 5년간 연평균 3%의 성장률을 보여 2019년 23억 3,300만 리터의 시장규모를 보임

유로모니터에 따르면, 인도네시아 액상차 제조업체 중 가장 많은 판매 비율을 차지하는 업체는 오랑투아(Orang Tua)로, 2019년 9억 7,300만 리터를 판매한 것으로 나타남. 뒤이어 사이닐소르소(Sinar Sorso)가 2019년 3억 6,800만 리터를 판매해 업계 2위로 나타남

액상차 소비특징

건강증 제품, 생강증, 마늘증 및 과일증 혼합 제품 빈출

액상차 제품, 태국산 제품 및 녹차 제품 빈출



인도네시아 온라인쇼핑몰 및 언론매체의 건강증 및 액상차 제품 연관어 분석 결과, 건강증 제품으로 생강증, 마늘증이 빈출되었으며, 강한 맛과 향을 중화시키기 위해 레몬, 사과 등 과일증을 혼합한 제품도 도출되었음. 이와 관련해 전문가 3명은 최근 현지 시장에서 채소를 원료로 한 주스 제품들의 인지도가 높아졌다고 답변했으며, 이 중 1명은 코로나19 확산에 따른 소비자들의 건강에 대한 인식이 높아지면서 건강 식품에 대한 소비가 증가했다고 함께 언급함

한편, 연관어 분석 결과 액상차 제품으로 태국산 제품이 빈출되었으며 제품 종류로는 녹차가 가장 많이 빈출되었고 밀크티, 홍차 제품이 그 뒤를 이었음. 이와 관련해 전문가 1명은 인도네시아 소비자들이 녹차 및 자스민차를 선호한다고 언급했으며, 다른 전문가 1명은 채소 섭취를 잘 하지 않는 인도네시아 소비자들이 액상차를 통해 채소 영양분을 섭취한다고 언급함

액상차 구매요인

인도네시아 건강증 소비자, 체중감량 및 미용 목적으로 구매

인도네시아 액상차 소비자, 선호하는 맛에 따라 구매



인도네시아 온라인쇼핑몰 및 언론매체의 건강증 및 액상차 제품 구매요인 분석 결과, 인도네시아 건강증 소비자들은 체중감량 및 디톡스 등 미용을 목적으로 제품을 구매하고 있는 것으로 나타남. 또한 최근 인도네시아 내 건강에 대한 인식이 높아지며 건강식 제품이 현지 식품 시장의 새로운 트렌드로 부상하고 있는 것으로 나타남. 이와 관련해 전문가 4명 역시 건강증 구매요인으로 다이어트, 콜레스테롤 감소 등의 체중감량 및 미용을 언급함

한편, 구매요인 분석 결과 인도네시아 액상차 소비자들은 선호하는 맛에 따라 제품을 구매하는 것으로 나타남. 이와 관련해 전문가 1명은 인도네시아 소비자들이 쓴 맛 음료를 선호하지 않고 단 맛이 약간 첨가된 액상차 제품을 선호한다고 언급했으며, 최근 인기 음료 트렌드가 건강한 채소주스 음료라고 언급함



Export Insights

액상차 유통채널

액상차 진출 가능 주요 유통채널 '개인 및 기타 식료품점'

개인 및 기타 식료품점 67.4% 점유
편의점 18.1% 점유
하이퍼마켓/슈퍼마켓 14.5% 점유



인도네시아 액상차 진출 가능 주요 유통채널은 개인 및 기타 식료품점, 편의점, 하이퍼마켓/슈퍼마켓 등이 있음. 이중 아시안마트를 포함한 개인 및 기타 식료품점이 67.4%의 높은 비율을 차지하고 있으며, 뒤이어 편의점이 18.1%, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 14.5% 비율을 차지함

한편, 전문가 5명 중 2명은 온라인 및 오프라인 유통채널 모두 전망이 좋다고 답했지만, 나머지 3명은 모두 오프라인 유통채널만 유망있는 유통채널로 언급함. 이에 대해 전문가 1명은 인도네시아 소비자들이 대형마트 쇼핑을 선호하기 때문이라고 말했으며, 다른 전문가 1명은 인도네시아 소비자들이 새로운 제품을 도전할 때 오프라인 유통채널을 이용하며 온라인 유통 제품보다 오프라인 유통 제품이 더 인정을 받는 제품이라고 생각하는 분위기 때문이라고 답변함

비관세장벽

식품 등록 절차 의무 HALAL 인증 의무

감미료 포함 여부를 라벨에 표기해야 하며, 제품 성분에 따른 주의사항 표기 필수



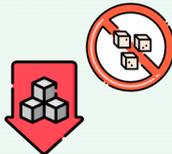
인도네시아 유통 제품은 모두 식품 등록 절차를 거쳐야 함. 해당 절차에서 식품의 안전성, 품질, 영양성분 및 라벨에 대한 검토를 진행함. 해당 절차는 인도네시아 식품의약청(BPOM)의 온라인 등록 홈페이지에서 진행 가능함. 한편, 라벨의 경우 감미료 포함 여부를 표기해야하며, 제품 성분에 따른 주의사항 표기가 필수임

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

전문가피드백

20~40대 직장인 및 여성 소비자 타깃 건강관리에 효과적인 점을 홍보

무설탕 및 저설탕 제품인 것을 셀링포인트로 설정
유효기간은 남았으나 HALAL 취득하는 것이 좋음



전문가 5명의 의견을 모은 결과, A사 건강즙류 액상차는 인도네시아 20~40대 연령층을 구매 타깃층으로 잡는 것이 좋은 것으로 나타남. 이는 20대 이하 연령대가 일반 액상차를 선호하고, 40대 이상 연령대는 티백에 우려먹는 차를 선호하기 때문임. 또한 건강관리에 관심이 많은 직장인 소비자와 미용에 관심이 많은 여성 소비자 역시 A사 제품의 구매 타깃층으로 잡는 것이 좋은 것으로 나타남

이에 따라, A사 제품 홍보 시 제품이 다이어트 등의 건강관리나 피부 개선 등의 미용에 효과적인 점을 주력으로 홍보하는 것이 좋으며, 제품에 설탕 함유가 적을 경우 무설탕 및 저설탕 제품인 것을 셀링포인트로 잡는 것 또한 좋은 것으로 나타남. 아울러 소비자들은 수입 제품에 대해 HALAL 취득 여부를 중요하게 생각하기 때문에, 아직 의무 취득 유효기간은 남았으나 HALAL 취득 후 제품을 수출하는 것이 좋은 것으로 나타남

진출제언



Point 01. 인도네시아 건강즙 제품은 생강즙, 마늘즙 및 과일즙 혼합 제품이 많았으며, 액상차 제품은 태국산 제품 및 녹차 제품이 많이 발견됨

Point 02. 인도네시아 소비자들은 건강즙 제품 구매 시 체중감량 및 미용을 목적으로 구매하며, 액상차 제품 구매 시 선호하는 맛에 따라 제품을 구매함

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. UN 유엔 경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 「World Population Prospects 2019 Revision」, 2019
2. 자카르타 포스트(Jakarta Post), 「Nine must-know trends for tea enthusiasts」, 2018
3. IPB 대학교, 「Indonesian Society Is Lacking in Fruits and Vegetable Consumption」, 2018
4. 푸드투데이, 「인도네시아 올해 식음료 트렌드는 ‘건강식’, ‘커피」, 2019
5. EU-Indonesia partnership Facility, 「Guidelines for Business on Halal Food Product Assurance in Indonesia」, 2020
6. 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS), 「Food and Agricultural Import Regulations and Standards Country Report」, 2020
7. 딜로이트(Deloitte), 「Indonesian Customs Guide」, 2019
8. 유럽연합(European Union), 「The Food and Beverage Market Entry Handbook:Indonesia」, 2017
9. 유럽-인도네시아 비즈니스 네트워크(EIBN), 「EIBN sector reports: Food & Beverage」, 2017
10. 인도네시아 정부(Pemerintah Indonesia), 「No. 33/2014」, 2014
11. 인도네시아 식품의약청(BPOM), 「Regulation No. 30/2017」, 2017
12. 인도네시아 식품의약청(BPOM), 「Regulation No. 29/2017」, 2017
13. 인도네시아 식품의약청(BPOM), 「Regulation No. 27/2017」, 2017
14. 한국 관세청 고시 제2020-2호 「수출입 안전관리 우수업체 공인 및 운영에 관한 고시」, 2020
15. 인도네시아 정부(Pemerintah Indonesia), 「Food Law 18/2012」, 2012
16. 인도네시아 정부(Pemerintah Indonesia), 「Broadcasting Law No. 32/2002」, 2002
17. 베이커 맥킨지(Baker McKenzie), 「Asia Pacific Food Law Guide 2018」, 2018
18. 인도네시아 식품의약청(BPOM), 「Regulation No. 2/2016」, 2016
19. 인도네시아 식품의약청(BPOM), 「Regulation No. 13/2016」, 2016
20. 인도네시아 광고 협회(the Indonesian Advertising Association), 「Advertising Code of Ethics and Code of Practice」, 2014

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. 자카르타포스트(Jakarta Post) (www.thejakartapost.com)
4. 쇼피(Shopee) (www.shopee.id)
5. 리퍼블리카(Republika) (republika.co.id)
6. 무궁화 (www.mugunghwa.co.id)
7. 무궁화유통 페이스북 (www.facebook.com/bestmgh)
8. 문경오미자밸리 (omijamall.co.kr)
9. 파파야(Papaya) (papayabali.co.id)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

10. 예스(Yeo's) (www.yeos.com.my)
11. 롯데마트(Lotte Mart) (www.lottemart.co.id)
12. 슈퍼인도(Superindo) (www.superindo.co.id)
13. 순토리(Suntory) (www.suntory.com)
14. 헤로(Hero) (www.hero.co.id)
15. 코카콜라(Cocacola) (en.cocacola.co.id/brands/fretea)
16. 씨엔비씨 인도네시아(CNBC Indonesia) (www.cnbcindonesia.com)
17. 파머스마켓(Farmer's Market) (www.farmersmarket.co.id/id)
18. 란치마켓(Ranch Market) (www.farmersmarket.co.id/id)
19. 인도마켓(Indomaret) (indomaret.co.id)
20. 알파마트(Alfamart) (alfamart.co.id)
21. 왓슨스인도네시아(Watsons Indonesia) (www.watsons.co.id)
22. 왓슨그룹(A.S. Watsons) (www.aswatson.com)
23. 인도네시아 식품의약품청(BPOM) (www.pom.go.id)
24. 인도네시아 식품의약품청(BPOM) 온라인 신청 (e-reg.pom.go.id)
25. 인도네시아 국가인증위원회 (KAN, Komite Akreditasi Nasional) (kan.or.id)
26. 인도네시아 관세청(BEA CUKAD) (www.beacukai.go.id)
27. 세킨도(Cekindo) (www.cekindo.com)
28. 스위스글로벌엔터프라이즈(Switzerland Global Enterprise) (www.s-ge.com)
29. 농식품수출정보(Kati) (www.kati.net)
30. 관세정보법령포털 (unipass.customs.go.kr)
31. 두잉비즈니스(Doing Business) (doingbusiness.org)
32. 식품 포장 국제 포럼(Food Packaging Forum) (www.foodpackagingforum.org)
33. 인도네시아 유기농 식품 인증기관 아이셀트 (icert.id)
34. 인도네시아 유기농 식품 인증기관 바이오셀트 (www.biocert.co.id)
35. 푸드스타글로벌(PT Food Star Global) 페이스북 (facebook.com/ptfoodstarglobal)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.10.30

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