



2020

해외시장 맞춤형조사

No. | 202009-06

품목 | 녹차라떼파우더(Green Tea Latte Powder)

국가 | 인도네시아(Indonesia)

구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약(Summary)	4
----------------	---

II. 시장규모(Market Size)

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

III. 시장트렌드(Market Trend)

1. 녹차라떼, 인도네시아 온라인 쇼핑몰 시판 분말 드링크 중 최다 등록	23
2. 개별포장 보다 지퍼팩 형태 포장의 주류	24
3. 인도네시아 녹차라떼파우더, 핵심은 ‘혼합’	25
4. 녹차라떼파우더, 높은 범용성으로 우위 선점	26

IV. 유통채널(Distribution Channel)

1. 인도네시아 녹차라떼파우더 진출 가능 유통구조	28
2. 인도네시아 녹차라떼파우더 진출 가능 주요 유통업체	29
3. 인도네시아 녹차라떼파우더 진출 가능 B2C 소매채널	31
4. 인도네시아 녹차라떼파우더 진출 가능 B2B 유통채널	41

Contents

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 인도네시아 녹차라떼파우더 인증 취득	52
2. 인도네시아 녹차라떼파우더 사전 절차	55
3. 인도네시아 녹차라떼파우더 라벨 심의	58
4. 인도네시아 녹차라떼파우더 서류 준비	62
5. 인도네시아 녹차라떼파우더 세금 납부	64
6. 인도네시아 녹차라떼파우더 검역 심사 절차	65
7. 수출 대상국가(인도네시아) 관련 규제 정보	67

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 쿠르니아미트라두타센토사(Kurniamitra Duta Sentosa)	69
Interview ② 자카르타파우더(Jakarta Powder)	71
Interview ③ 그로시에파우더(Grosir Powder)	73
Interview ④ 프레시파우더드링크(Fresh Powder Drink)	75
Interview ⑤ 자카르타버블드링크(Jakarta Bubble Drink)	77

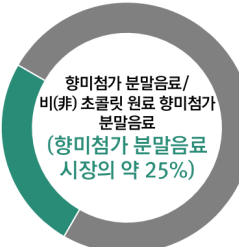
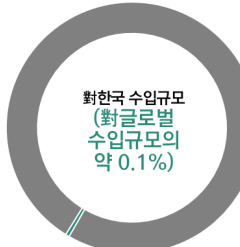
VII. 시장진출제언(Export Insights) 78

※ 참고 문헌	81
---------	----

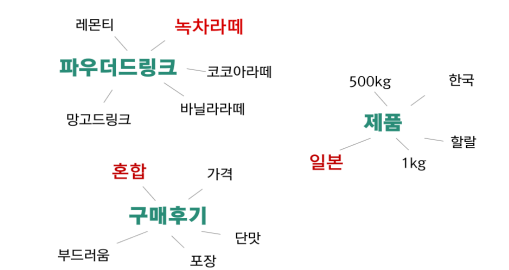
I . 요약(Summary)

Summary

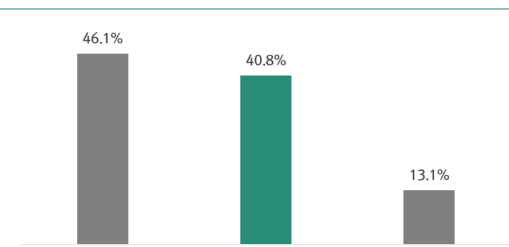
▶ 주요 분석

		수치	전문가 인터뷰
 향미첨가 분말음료/ 비(非) 초콜릿 원료 향미첨가 분말음료 (향미첨가 분말음료 시장의 약 25%)	시장규모	향미첨가 분말음료 비(非) 초콜릿 원료 향미첨가 분말음료	녹차라떼파우더의 주요 소비자는 20~30대 여성 - 녹차라떼파우더는 주로 카페에서 섭취하는 것으로 나타남
		1조 1,075억 원	
 대한민국 수입규모 (對글로벌 수입규모의 약 0.1%)	수입규모	글로벌	
		332억 1,523만 원	
소비 시장규모	한국	4,260만 원	
	20~30대 여성 인구	4,183만 3,000명	
	최다 인구 분포 지역	자와섬 (1억 5,040만 8,000명)	
		프랜차이즈 카페 수	2,947개

▶ 소비 트렌드 (빅데이터 분석)

		연관 키워드 순위	전문가 인터뷰
	분말 드링크	녹차라떼 1st / 473건	주로 커피에 녹차를 혼합하여 섭취 - 단 맛, 부드러운 맛 선호
		코코아라떼 2nd / 268건	
	제품	일본 1st / 91건	
		할랄 4th / 18건	
구매후기	혼합	1st / 27건	
	단맛	2nd / 8건	

▶ 유통 채널

		시장 점유율	전문가 인터뷰
	개인 및 기타 식료품점	46.1%	대부분 B2B채널로 판매 되며 카페, 커피전문점을 중심으로 유통 - B2C로 유통할 경우 하이퍼마켓이 적합
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	40.8%	
	편의점	13.1%	

▶ 통관 및 검역

Step 01
인증 취득

→

Step 02
사전 절차
(HALAL 인증 필수)

→

Step 03
기업 등록

↓

Step 04
라벨 심의
(식품의약품
규정 준수)

←

Step 05
서류 준비

←

Step 06
선적/운송

↓

Step 07
통관 신고

→

Step 08
세금 납부
(협정 관세율 :
0% 적용)

→

Step 09
검역 심사

인증취득	필수	HALAL(2024)
	3개 중 1개 필수	HACCP, ISO 22000, GMP
사전절차	필수	사전 수입 허가 신청, 사전 식품 등록 필요
	담당 기관	인도네시아 식품의약품청(BPOM)
라벨 표기사항		Chapter VIII, Articles 96 - 103 및 식품의약품청(BPOM) 규정 준수
서류 준비사항		세관신고서 등 7건
세금납부	기본 관세율	20%
	FTA 협정 관세율	0%
	부가가치세/수입세	10%/7.5%

인도네시아에 유통되는 가공식품은 감미료의 포함 여부를 표기해야 함

- ▶Point 01. 인도네시아 녹차라떼파우더의 주 소비자는 20~30대 여성이며, 주로 카페에서 해당 제품을 섭취함
- ▶Point 02. 녹차라떼파우더 구매요소 중 가장 중요한 요소는 제품의 범용성으로 나타남
- ▶Point 03. 인도네시아 유통 제품은 모두 식품 등록 절차를 거쳐야 하며, 2019년 10월 이후로 HALAL 인증 취득이 의무화됨

Market Size

(시장규모)

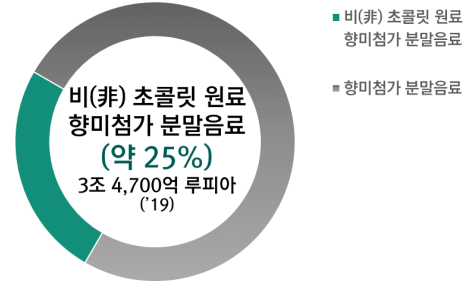
인도네시아(Indonesia)

녹차라떼파우더 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 형태(분말), 원료(녹차)

- 인도네시아 향미첨가 분말음료(Flavoured Powder Drinks)¹⁾ 시장규모
..... 13조 6,220억 루피아('19)
- 인도네시아 비(非) 초콜릿 원료 향미첨가 분말음료(Non-Chocolate-based Flavoured Powder Drinks)²⁾ 시장규모
..... **3조 4,700억 루피아('19)**

(*) Euromonitor International

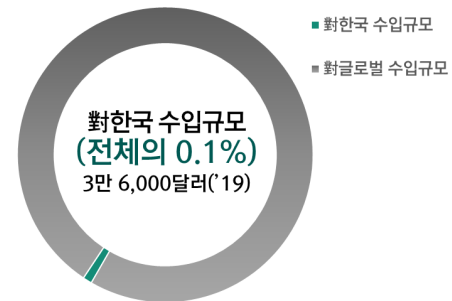


녹차라떼파우더 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 원료(차 추출물)

- HS 2101.20³⁾ '차(茶)나 마테의 추출물, 에센스, 농축액, 이를 기반으로 한 조제품' 인도네시아 對 글로벌 수입규모
..... 2,807만 달러('19)
- HS 2101.20 '차(茶)나 마테의 추출물, 에센스, 농축액, 이를 기반으로 한 조제품' 인도네시아 對 한국 수입규모
..... **3만 6,000달러('19)**

(*) International Trade Centre



녹차라떼파우더 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품인 '녹차라떼파우더'는 커피 및 밀크티 제조에 사용되며 모든 인도네시아인이 잠재적 소비가 될 수 있음. 이에 인도네시아 내 소비자규모를 파악하기 위해 '인도네시아 성별 및 연령대별 인구규모'와 '인도네시아 지역별 인구분포'를 조사함. 또한 주 소비처가 될 수 있는 카페의 수를 확인하기 위해 '인도네시아 프랜차이즈 카페 수'를 조사함

① 인도네시아 성별 및 연령대별 인구규모('19)

10대	4,631만 명
20대	4,306만 9,000명
30대	4,135만 4,000명
40대	3,729만 3,000명
50대	2,832만 6,000명
60대	1,665만 1,000명
70대 이상	964만 6,000명

② 인도네시아 지역별 인구분포('19)

자바섬	1억 5,040만 8,000명
수마트라섬	5,845만 6,000명
술라웨시섬	2,060만 9,000명
칼리만탄	1,622만 8,000명
발리섬 및 소순다열도	1,495만 1,000명

③ 인도네시아 프랜차이즈 카페 수('19)

잔지자와	500개
스타벅스	421개
쿠로	300개
JCO도넛&커피	273개
던킨	200개
코피케낭간	175개

(*) 유엔 경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 유엔인구기금(United Nations Population Fund), 믹스말콤(MIX Marcomm)

- 향미첨가 분말음료(Flavoured Powder Drinks): 맥아 음료, 초콜릿 원료 향미첨가 분말음료, 비(非) 초콜릿 원료 향미첨가 분말음료를 포함함
- 비(非) 초콜릿 원료 향미첨가 분말음료(Non-Chocolate-based Flavoured Powder Drinks): 파우더, 과립 형태로 되어 있으며, 액체류를 첨가하여 뜨겁거나 차갑게 섭취 가능한 제품 중 초콜릿 원료를 제외한 제품을 포함함
- HS CODE 2101.20: 조사제품 '녹차라떼파우더'는 녹차가루와 각종 첨가물을 혼합한 분말 형태의 제품임. 이에 제품의 원료(차 추출물)를 기준으로 '차(茶)나 마테의 추출물, 에센스, 농축액, 이를 기반으로 한 조제품'인 HS CODE 2101.20을 지표로 설정함

Market Trend

(시장 트렌드)

인도네시아(Indonesia)

녹차라떼파우더 소비실태 분석 결과

인도네시아 '녹차라떼파우더' 주요 연관어 분석



인도네시아 '분말 드링크' 제품군 빈도

연관어	발생량
녹차라떼	482
코코아라떼	268
바닐라라떼	131
망고 드링크	117
레몬티	108
딸기 드링크	95
아보카도 드링크	92
리치 드링크	73
멜론 드링크	28
사과 드링크	16

인도네시아 온라인쇼핑몰 분말 드링크 2,380건 분석



인도네시아 '녹차라떼파우더' 온라인 쇼핑물 후기

연관어	발생량
혼합	27
싼 가격	12
단맛	8
포장불량	8
부드러움	7
신선함	6
향기	6
간편함	6
얼음	6
딸기	6

인도네시아 녹차라떼파우더 구매후기 1,114건 분석

녹차라떼파우더 인지도

녹차라떼 473건

코코아라떼 268건

바닐라라떼 131건

‘분말 드링크 중
녹차라떼 1위’



녹차라떼파우더 포장 형태

1kg 59건

500g 22건

개별포장 10건

‘1kg 대형 지퍼백
제품 선호’



녹차라떼파우더 제품 특징

할랄 18건

설탕 17건

유기농 8건

‘할랄 제품
제품 선호’



녹차라떼파우더 구매 후기

혼합 27건

싼 가격 12건

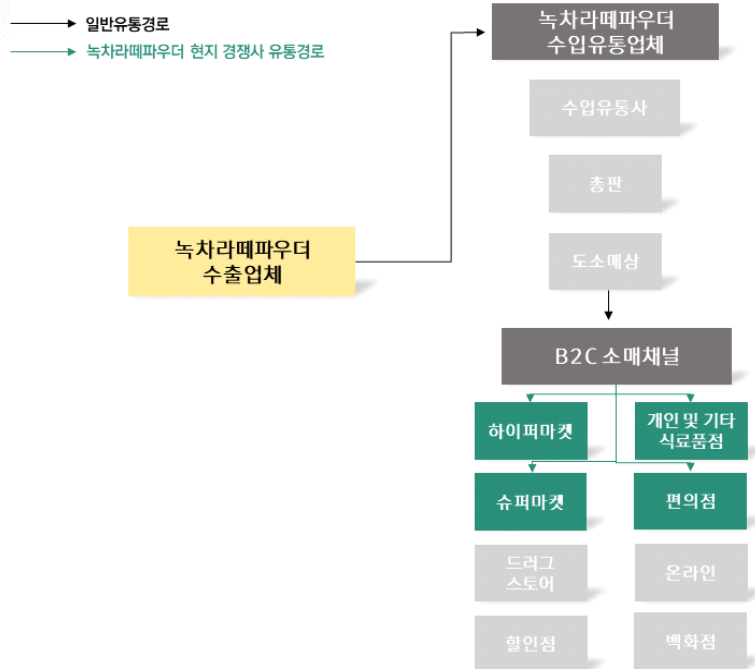
부드러움, 단맛 8건

‘범용성, 가격,
단맛 중요’



Distribution Channel

(유통채널)



인도네시아(Indonesia)

녹차라떼파우더 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ⁴⁾⁵⁾	주요 채널 ⁶⁾
	개인 및 기타 식료품점 ⁷⁾⁸⁾	46.1%	파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery), 무궁화마트(Mugunghwa Mart), 케이마트(K Mart)
B2C 소매채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	40.8%	까르푸(Transmart Carrefour), 하이퍼마트(Hypermart), 슈퍼인도(Super Indo), 라마야나(Ramayana), 파머스마켓(Farmer's Market), 자이언트(Giant), 롯데마트(Lotte Mart)
	편의점 ⁹⁾	13.1%	알파마트(Alfamart), 인도마켓(Indomaret), 써클케이(Circle K), 요마트(Yomart)
B2B 유통채널	카페 ¹⁰⁾	(-)	잔지자와(Janji Jiwa), 원피프틴스커피(One Fifteenth Coffee), 쓰리포크스(Three Folks), 코피칼안(Kopi Kalyan)

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

4) 2019년 기준, 인도네시아 내 '기타따뜻한음료(Other Hot Drinks)'의 유통채널 점유율임

5) '녹차라떼파우더'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '기타따뜻한음료(Other Hot Drinks)'의 정보를 확인함

6) 채널 분류에 따른 인도네시아 유통채널로 외국계 기업도 포함됨

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

8) 본 보고서에서는 개인 및 기타 식료품점을 아시안마트와 한인마트로 조사함

9) 편의점은 주유소 매점을 포함함

10) 유로모니터 통계자료에는 없지만, 업체의 별도 요청에 따른 추가 항목임

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	- 강제 인증 有 2024년까지 할랄 인증 필수	(*) 인도네시아 식품의약청 - 문의처 : www.pom.go.id
Step 02. 사전 심사	- 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	- 라벨 표기사항 - 별도 심의 사항 없음 - 인도네시아 식품의약청 규정 준수	(*) 인도네시아 식품의약청 - 식품 등록 - 문의처 : www.pom.go.id
Step 04. 서류 준비	- 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	포워딩 업체 섭외	
Step 06. 통관 신고	- 수입신고 - 서면 또는 전자 통관시스템을 이용하여 신청 - 수입신고서(PB), 상업송장 등	(*) 인도네시아 관세청 - 문의처 : www.beacukai.go.id
Step 07. 세금 납부	- HS CODE 2101.20-90 사용 - 관세율 0% - 부가가치세 10%	(*) 인도네시아 관세청 - 문의처 : www.beacukai.go.id - 참조처 : eservice.insw.go.id
Step 08. 검역 심사	- 서류 심사 - 제품 검사 - Red, Yellow, Green으로 분류하여 물품 검사 및 서류 검사 차등 진행 - 정부 지정 항구를 통해 통관 절차를 수행	(*) 인도네시아 식품의약청 - 문의처 : www.pom.go.id (*) 인도네시아 관세청 - 문의처 : www.beacukai.go.id

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Customer and Preference



- 인터뷰 기업 : 쿠르니아미트라두타센토사
(Kurniamitra Duta Sentosa)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Sofia
(Marketing Manager)

녹차라떼파우더 음료의 주요 소비자는 20~30대 여성

인도네시아에서 녹차라떼파우더의 수요는 지속해서 증가하고 있으며, 이는 녹차라떼파우더가 들어가는 커피 시장의 확대와 연관이 깊습니다. 인도네시아 커피시장의 규모는 계속해서 확대되고 있으며, 주요 소비층은 20~30대이고 그 중에서도 여성의 소비가 두드러집니다.

카페에서는 파우더 제품의 범용성을 중요시

카페의 경우 녹차라떼파우더를 다른 제품과 함께 결합하여 쓰고 있습니다. 제품 구매 시 해당 제품이 물, 우유 같은 다른 재료들과 얼마나 잘 섞이는지를 중요시하며, 혼합된 후에도 제품 녹차 특유의 부드러운 맛을 유지하고 있는 제품은 좋은 평가를 받고 있습니다.

Market Distribution and Preference



- 인터뷰 기업 : 자카르타파우더
(Jakarta Powder)
제조 및 유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Wahyudi
(Director)

B2C보다는 B2B를 추천

녹차라떼파우더의 경우 인도네시아인들은 일반적으로 집에서 섭취하지 않고, 카페나 레스토랑에서 섭취합니다. 40대 이상 인도네시아인들이 집에서 말차를 마시는 것을 즐기고 있지만, 녹차라떼파우더의 경우 20~30대가 카페에서 커피 및 밀크티의 형태로 자주 섭취하고 있습니다. 따라서 B2C보다는 B2B가 해당 제품의 유통경로로 적합합니다.

지퍼백 포장 용기, 보관이 편리할 것으로 예상

인도네시아에서는 알루미늄 호일이나 플라스틱 포장용기가 일반적으로 사용되고 있습니다. A사의 지퍼백 제품은 사용 후 다시 밀봉할 수 있기에 카페나 가정에서 사용하기에 편리할 것 같습니다.

Market Trend and Preference



- 인터뷰 기업 : 그로시르파우더
(Grosir Powder)
제조 및 유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Erga
(Sales Department)

녹차음료, 인도네시아 내 카페의 대중적인 음료

녹차가 함유된 음료는 인도네시아 내 카페에서 가장 대중적으로 판매되고 있는 음료 중 하나입니다. 프랜차이즈 카페의 경우 주로 커피, 초콜릿음료, 녹차 음료 순으로 수요가 있는 편입니다. 또한, 녹차라떼파우더의 경우 주로 현지 브랜드, 일본, 중국산 브랜드 제품이 판매되고 있습니다.

B2C의 경우, 하이퍼마켓이 적합

B2C로 녹차라떼파우더를 납품할 경우 500g 이상의 용량은 하이퍼마켓 판매가 적합할 것입니다. 특히 다양한 소비층이 방문하며, 대량구매 가능성이 큰 채널이기에 다른 채널보다 상대적으로 안정적인 소비층을 확보할 수 있을 것입니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Distribution and Price



- 인터뷰 기업 : 프레스파우더드링크
(Fresh Powder Drink)
제조 및 유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Hana
(Sales Department)

대용량은 B2B로, 소용량은 B2C로 판매

500g이나 1Kg 제품은 주로 B2B로 레스토랑, 카페, 커피숍, 밀크티 매장에서 유통되고 있으며 100g 미만의 소용량 제품은 B2C를 대상으로 하는 슈퍼마켓이나 개인마트 등에서 판매됩니다.

현지 및 수입 제품과 비교하여 A사 제품의 말차파우더에 비해 높은 편

자사 말차파우더 제품은 1kg에 60,000루피아(한화 약 4,880원)에, 일본산 말차파우더는 1kg에 80,000루피아(한화 약 6,500원)에 판매하고 있습니다. 두 제품과 비교하였을 때 A사 제품의 가격이 높지만, 라떼파우더라는 특징을 고려하면 많이 높은 가격은 아니라고 생각합니다.

Market Preference and Certification



- 인터뷰 기업 : 자카르타버블드링크
(Jakarta Bubble Drink)
제조 및 유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Cita
(Sales Department)

달고 부드러우며 녹차 맛이 진한 제품을 선호

인도네시아에서 카페를 주로 방문하는 소비자는 20-30대 여성입니다. 해당 연령대의 소비자들은 쓴맛보다는 단맛을 선호합니다. 그렇기 카페에서는 같은 녹차음료라도 녹차 본연의 쓴맛보다는 달고, 부드러우며 녹차 특유의 향이 진한 제품이 인기 있습니다.

할랄인증, BPOM 식품 등록 중요

인도네시아에서는 할랄 인증과 인도네시아 식품의약품청(BPOM)의 식품 등록이 매우 중요합니다. 다만 외국 제품의 경우 아직 할랄 인증을 받지 않은 업체들도 많기에 할랄 인증을 미리 취득한다면 제품 홍보나 판매 시 유용할 것으로 생각됩니다.

II. 시장규모(Market Size)

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

1. 인도네시아 녹차라떼파우더 시장규모

인도네시아 국가 일반 정보¹⁴⁾

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

조사 사항: 조사제품 ‘녹차라떼파우더’는 분말형태로 되어 있으며 녹차가 함유된 분말 제품임
 이에 제품의 형태(분말)와 원료(녹차)를 중심으로 ‘비(非) 초콜릿 원료 향미첨가 분말음료’와
 상위 품목인 ‘향미첨가 분말음료’ 시장규모를 조사함

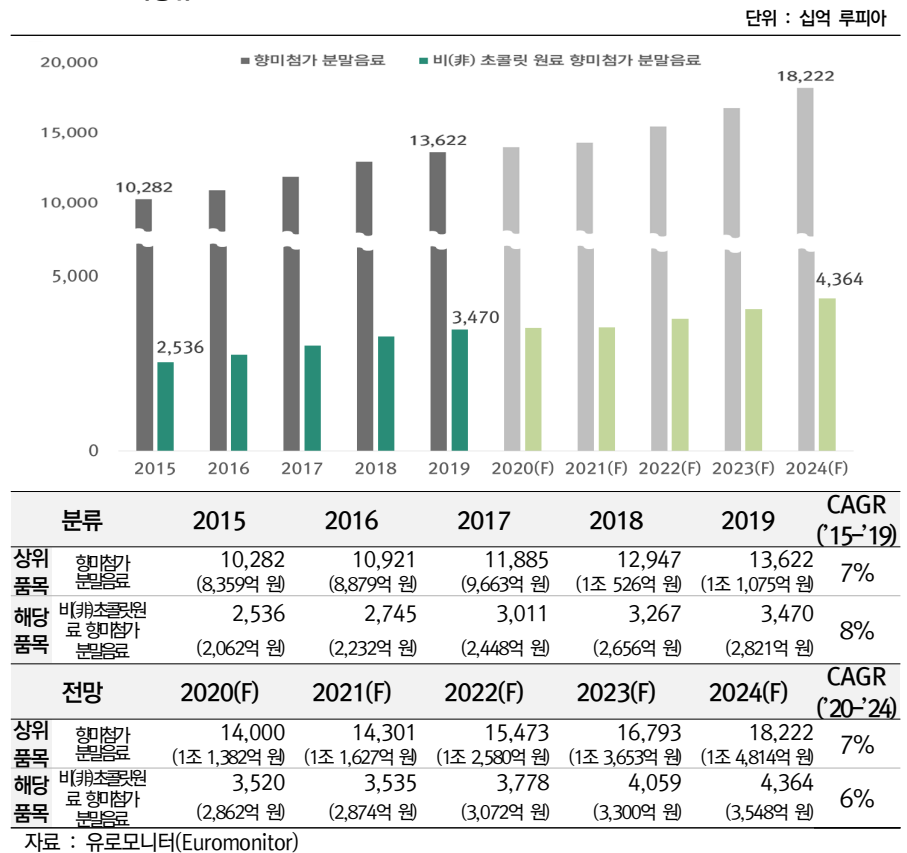
▶ 2015~2019년, 인도네시아 ‘향미첨가 분말음료’ 시장규모, 연평균성장률 7%

지난 5년(2015~2019년)간 인도네시아의 ‘향미첨가 분말음료’ 시장규모는 연평균 7%의 성장률을 보이며 2019년 13조 6,220억 루피아를 기록함. 동기간 ‘비(非) 초콜릿 원료 향미첨가 분말음료’ 시장규모는 연평균 8% 증가하여 2019년 3조 4,700억 루피아를 기록함

▶ 2020~2024년, 인도네시아 ‘비(非) 초콜릿 원료 향미첨가 분말음료’ 시장규모, 연평균성장률 6% 예상

향후 5년(2020~2024년)간 인도네시아 ‘비(非) 초콜릿 원료 향미첨가 분말음료’ 시장규모는 연평균 6%의 성장률을 보이며 2024년에는 4조 3,640억 루피아를 기록할 것으로 예상됨. 동기간 인도네시아의 ‘향미첨가 분말음료’ 시장규모는 연평균 7%의 성장률을 보이며 2024년 18조 2,220억 루피아를 기록할 것으로 예측됨

[표 2.1] 인도네시아 ‘향미첨가 분말음료’, ‘비(非) 초콜릿 원료 향미첨가 분말음료’ 시장규모¹¹⁾¹²⁾¹³⁾



11) 100루피아=8.13원(2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

12) 환산된 데이터(단위: 루피아)는 억 단위에서 모두 반올림됨

2. 인도네시아 녹차라떼파우더 수출입 시장규모

HS CODE 2101.20: 조제품 '녹차라떼파우더'는 녹차가루와 각종 첨가물을 혼합한 분말 제품임. 이에 제품의 원료차 추출물을 기준으로 '차(茶)나 마테의 추출물, 에센스, 농축액, 이를 기반으로 한 조제품'인 HS CODE 2101.20을 지표로 설정함

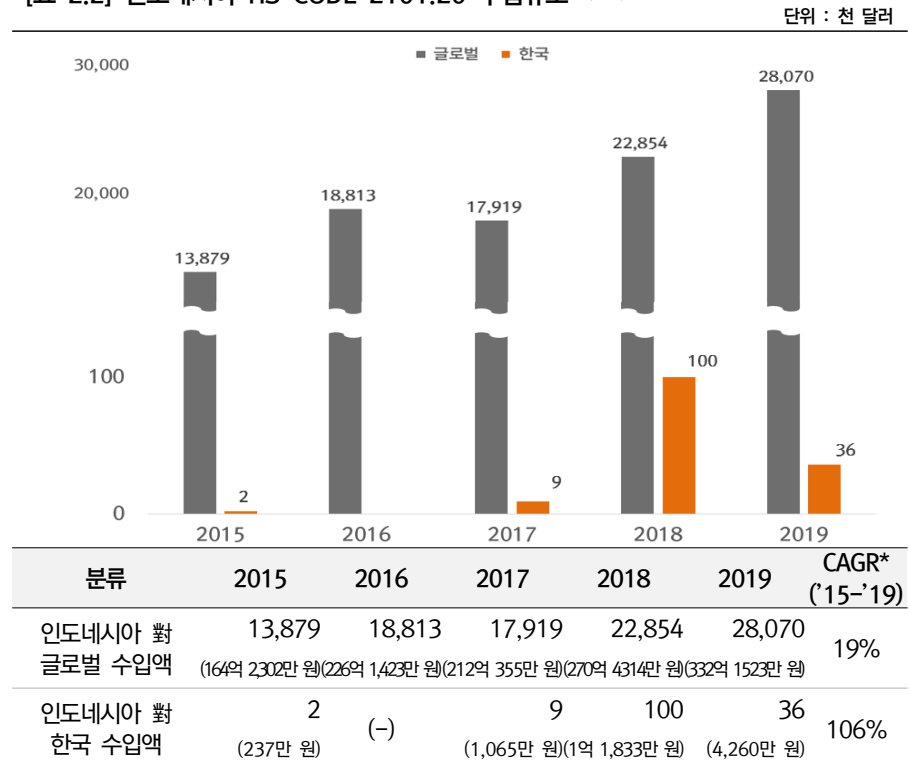
▶ 2015-2019년, 인도네시아 對글로벌 수입액 연평균성장률 19%

인도네시아 HS CODE 2101.20 품목의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 19%의 성장세를 보이면서 2019년 2,807만 달러를 기록함. 인도네시아의 HS CODE 2101.20 품목 수입상대국 1위는 중국으로 확인되며 2019년 기준 인도네시아 전체 수입액의 약 83%인 2,316만 달러(약 274억 원)를 기록함⁵⁾

▶ 2015-2019년, 인도네시아 對한국 수입액 연평균성장률 106%

인도네시아 HS CODE 2101.20 품목의 對한국 수입액은 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 106% 증가하여 3만 6,000달러를 기록함. 2016년 對한국 수입량은 전무하나, 2018년 10만 달러로 수입규모가 급등하였으며, 2019년 인도네시아 전체 수입액의 약 0.1%를 차지하며 인도네시아 對 글로벌 수입국 중 3위를 기록함

[표 2.2] 인도네시아 HS CODE 2101.20 수입규모¹⁶⁾¹⁷⁾



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2101.20 기준

13) 환산된 데이터(단위: 원)는 천만 단위에서 모두 반올림됨

14) 외교부 홈페이지(www.mofa.go.kr), 2020

15) 자료 : ITC 홈페이지(www.trademap.org)

16) 1달러=1,183.30원(2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

17) 환산된 데이터(단위: 원)는 천 단위에서 모두 반올림됨

3. 인도네시아 녹차라떼파우더 소비 시장규모

1) 인도네시아 성별 및 연령대별 인구규모

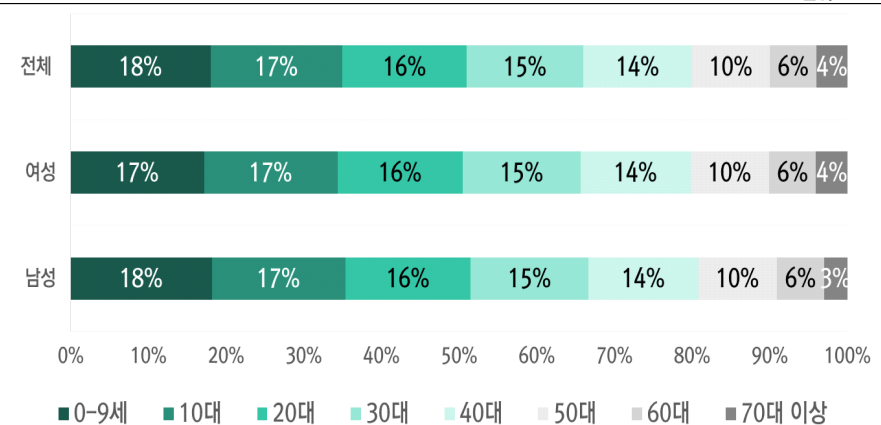
조사제품인 ‘녹차라떼파우더’는 녹차가루 등을 이용한 분말형태의 제품임. 이에 커피를 선호하는 여성층의 인구규모를 확인하기 위해 ‘인도네시아 성별 및 연령대별 인구규모’를 조사함

▶ 2019년 인도네시아 20-30대 여성인구 4,183만 3,000명

유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs)에 따르면, 2019년 인도네시아의 총 인구수는 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 녹차라떼파우더의 주 소비계층이 될 수 있는 20-30대 여성은 4,183만 3,000명으로, 전체 여성 인구의 약 31%를 차지함

[표 2.3] 2019년 인도네시아 성별 및 연령대별 인구규모¹⁸⁾

단위 : %



연령대	전체(천 명)	비율(%) ¹⁹⁾	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 : 유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs)

18) 자료 : 유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 「World Population Prospects 2019 Revision」, 2019

19) 비율(%)은 1의 자리에서 반올림한 값임

2) 인도네시아 지역별 인구분포

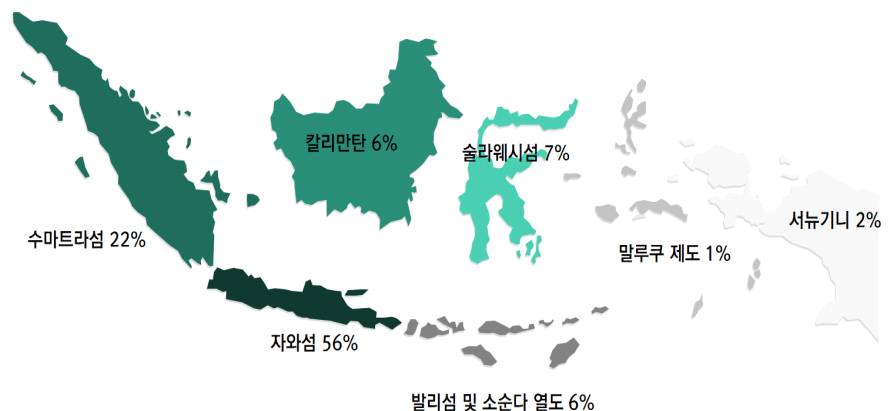
조사제품 ‘녹차라떼파우더’는 온라인보다 카페 등 오프라인에서의 소비가 활발한 제품임. 또한 인도네시아의 경우 면적이 넓고, 다양한 도서로 구성되어 있음. 이에 지역별로 전반적인 소비자 규모를 파악하고자 ‘인도네시아 지역별 인구분포’를 조사함

▶ 2019년, 자와섬 인구규모 1억 5040만 8,000명으로 1위

유엔인구기금(United Nations Population Fund)에 따르면, 2019년 기준, 인도네시아의 총 인구수는 2억 6,691만 2,000명임. 6개의 제도 중 총 인구의 56.3%를 차지하는 자와섬(Pulau Jawa)의 인구 규모가 1억 5,040만 8,000명으로 가장 크며, 인구밀도가 가장 높은 섬으로 확인됨. 주별로 분류했을 때는 4,902만 3,000명으로 인도네시아 인구의 18.4%를 차지하는 서자와주(Provinsi Jawa Bara)의 인구규모가 가장크며, 주요도시는 반둥(Bandung)임

[표 2.4] 2019년 인도네시아 지역별 인구분포²⁰⁾²¹⁾

단위 : 천 명



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

자료 : 유엔인구기금(United Nations Population Fund)

20) 자료 : 유엔인구기금(United Nations Population Fund), 「Indonesia Population Projection 2015-2045」, 2018

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

3) 인도네시아 프랜차이즈 카페 수

조사제품 '누차라빠우터'는 녹차 분말 등을 혼합하여 만든 파우더형 제품으로 주로 커피전문점에서 라떼를 만들 때 사용함. 이에 주요 소비처로 예상되는 '인도네시아 커피전문점규모'를 조사함

▶ 2019년 인도네시아 커피 전문점 수 2,937개

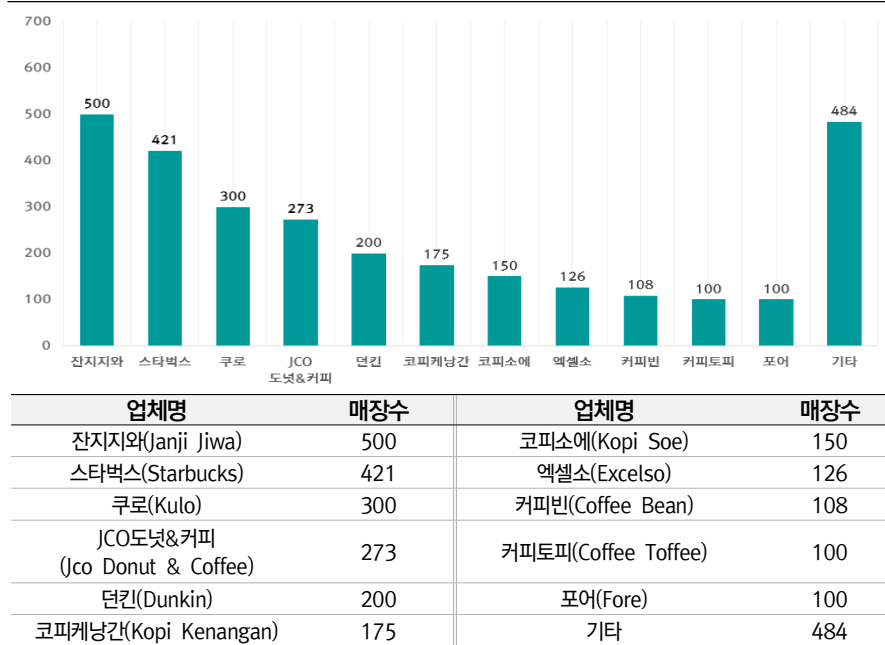
믹스말콤(MIX Marcomm)의 조사에 따르면, 2019년 인도네시아의 커피 전문점은 2,937개로 확인되며, 이 중 약 84%에 해당하는 2,453개가 상위 10개 프랜차이즈 업체에 속해 있음. 커피 프랜차이즈 업체 중 잔지지와가 매장수 500개로 1위를 차지했으며, 글로벌 브랜드인 스타벅스가 421개의 매장으로 2위를 차지함. 월타이코노미(Warta Ekonomi)에 따르면 인도네시아 1위 브랜드인 잔지지와는 2018년 스타트업으로 창업했으며, 초반 부진을 넘어서 2020년에는 한 달에 500만 잔 이상의 판매량을 기록함²²⁾

▶ 인도네시아 1인당 커피 소비량 1.1kg

자카르타 포스트(The Jakarta Post)의 보도에 따르면, 인도네시아의 커피 소비는 급격히 증가하여 2013년 1인당 0.5kg 미만에서 2019년 1인당 1.1kg로 증가함. 이러한 증가세는 커피전문점에서 사교활동을 하는 인도네시아인들이 많아짐에 따른 결과인 것으로 분석됨²³⁾

[표 2.5] 2019년 인도네시아 프랜차이즈 카페 수²⁴⁾

단위 : 개



자료 : 믹스말콤(MIX Marcomm)

22) 자료 : 월타이코노미(Warta Ekonomi), 「Startup Story: Janji Jiwa, Kopi yang Terjual Jutaan Gelas/Bulan」, 2020

23) 자료 : 자카르타 포스트(The Jakarta Post), 「Coffee in the new normal era: The end of coffee shops?」, 2020

24) 자료 : 믹스말콤(MIX Marcomm), 「Brewing in Indonesia: insights for successful coffee shop business」, 2019

Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 녹차라떼, 인도네시아 온라인 쇼핑몰 시판 분말 드링크 중 최다 등록
2. 개별포장 보다 지퍼팩 형태 포장인 주류
3. 인도네시아 녹차라떼파우더, 핵심은 ‘혼합’
4. 녹차라떼파우더, 높은 범용성으로 우위 선점

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

●
데이터 수집
소스원

(인도네시아 매체 11개)



●
데이터 분류
키워드 수집

(녹차라떼파우더 연관
키워드 수집)



●
데이터 분석
(빈도 분석)



1) 데이터 수집

○ 데이터 수집

- 인도네시아 식품 관련 매체 및 온라인쇼핑몰 리스트

[표 3.1] 인도네시아 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Lazada	www.lazada.co.id	온라인쇼핑몰
02	Shopee	www.shopee.co.id	온라인쇼핑몰
03	Tokopedia	www.tokopedia.com	온라인쇼핑몰
04	Food Detik	food.detik.com	언론매체
05	Fimela	www.fimela.com	언론매체
06	Liputan6	www.liputan6.com	언론매체
07	Indonesia Times	www.idntimes.com	언론매체
08	Nakita	www.nakita.grid.id	언론매체
09	Faktual News	www.faktualnews.co	언론매체
10	The Yummy Life	www.theyummylife.com	언론매체
11	Pikiran Rakyat	www.pikiran-rakyat.com	언론매체

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.09
수집 데이터	13,149건

데이터 정제

정제 키워드	분말 드링크 (minuman bubuk) 녹차라떼파우더 (Bubuk Latte The Hijau) 코코아라떼파우더 (Bubuk Cocoa Latte)
정제 데이터	3,902건

○ 데이터 분석 키워드집

- 인도네시아 녹차라떼파우더 관련 매체 사전조사

[표 3.2] 인도네시아 녹차라떼파우더 관련 매체 리스트



Lazada



Shopee



현지 온라인 쇼핑몰
분말 드링크 제품군 조사

현지 온라인 쇼핑몰
구매 요인 분석

현지 온라인 쇼핑몰
녹차/코코아 라떼 키워드
비교

키워드 ①	녹차라떼	키워드 ①	용량	키워드 ①	맛
키워드 ②	코코아라떼	키워드 ②	부드러움	키워드 ②	가격
키워드 ③	과일 드링크	키워드 ③	맛	키워드 ③	평가
키워드 ④	국가	키워드 ④	가격	키워드 ④	국가

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 인도네시아 녹차라떼파우더 관련 데이터 분석 키워드집

[표 3.3] 인도네시아 녹차라떼파우더 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 ^(*)	
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드		의미	인도네시아어	참여기업	기타
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	분말 드링크	녹차라떼	Teh Hijau Latte	O	O
			코코아라떼	Cocoa Latte	O	O
			바닐라라떼	Vanila Latte		O
			레몬	Lemon		O
			사과	Apel		O
			멜론	Melon		O
			리치	Leci		O
			아보카도	Alpukat		O
			딸기	Stroberi		O
			우유	Susu		O
			버블티	The Gelembung		O
			유기농	Organik		O
			할랄	Halal		O
		녹차/코코아 라떼분말	용량 - 포	pcs		O
			용량 - 팩	kg		O
			만족	Puas		O
			추천	Sarankan		O
			실망	Kecewa		O
			농도	Lembut		O
			당도	Manis		O
			싸다	Murah		O
			비싸다	Mahal		O
			세다	Kebocoran		O
			부드러움	Halus		O
			유기농	Organik		O
			할랄	Halal		O

빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

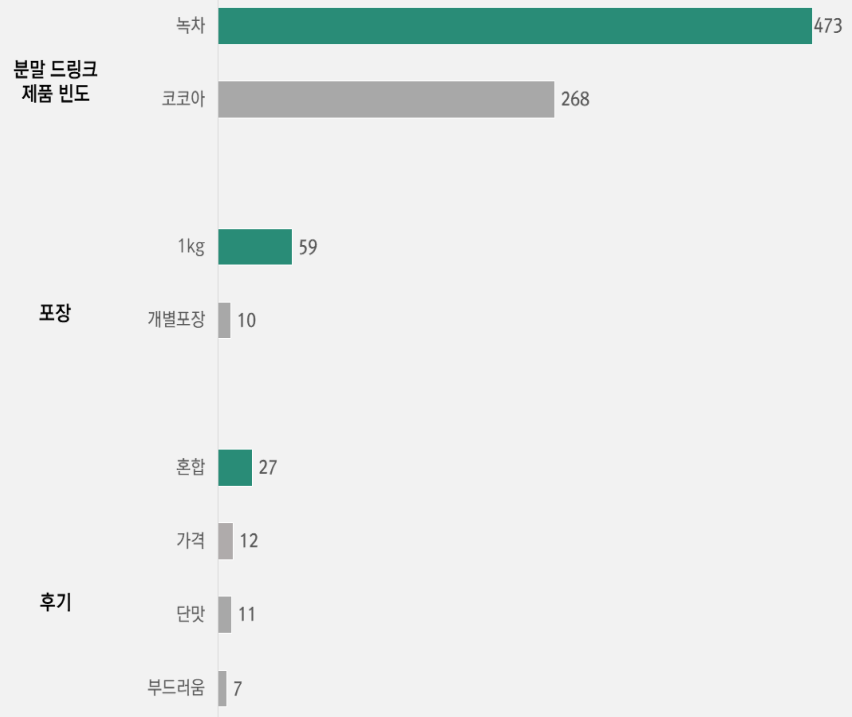
- 인도네시아 녹차라떼파우더 소비실태 분석
- ① 인도네시아 내 녹차라떼 인지도 및 수요
- ② 인도네시아 내 녹차라떼 소비 트렌드
- ③ 인도네시아 내 녹차라떼 구매 요인
- ④ 인도네시아 내 녹차라떼 대체품과의 비교 우위성

○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 키워드 빈도 분석
- ① 분말 드링크 키워드 빈도 분석
- ② 분말 드링크 카테고리 중 녹차라떼 빈도 분석
- ③ 구매후기 소비자 키워드 분석
- ④ 구매후기 소비자 키워드 비교 분석

● 분석 개요 (Analysis Overview)

[인도네시아 녹차라떼파우더 키워드 분석 결과]



1. 녹차라떼, 인도네시아 온라인 쇼핑몰 시판 분말 드링크 중 최다 등록

▶ 녹차라떼, 473건으로 쇼핑몰 최다 등록

인도네시아 대형 온라인 쇼핑몰 3사에 등록되어 판매되고 있는 분말 드링크 2,380개 제품 중 녹차라떼가 473건으로 가장 높게 산출됨. 특히 라자다(Lazada) 쇼핑몰에서는 타 온라인 쇼핑몰에 비해 많이 판매 중인 것으로 나타남

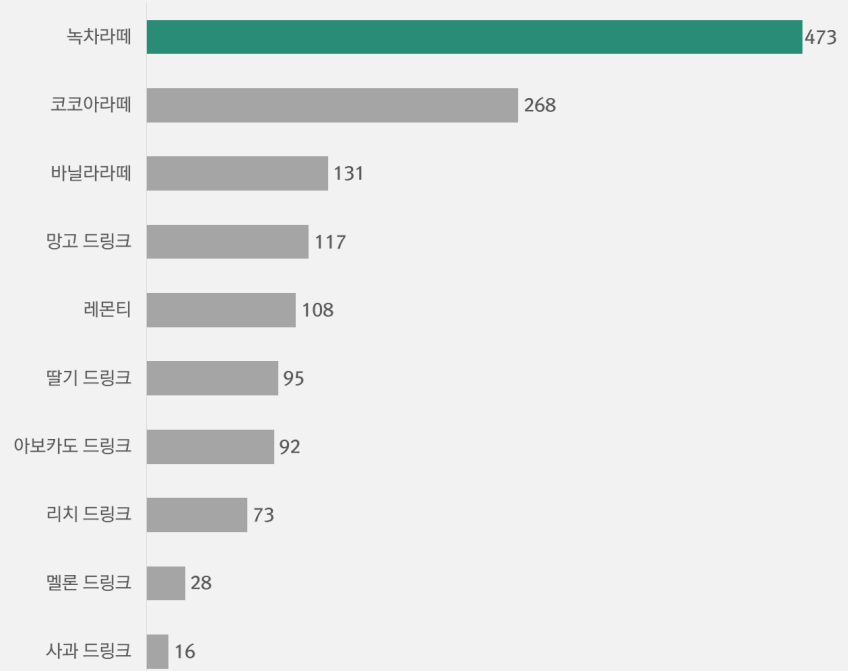
▶ 단맛 중심의 분말 드링크 판매 많아

녹차라떼의 경쟁 제품인 코코아라떼의 경우 268건으로 2위를 기록함. 그 외에도 바닐라, 망고 등 단 맛이 나는 분말 드링크가 상위를 차지함. 그 외에도 다양한 과일 분말 드링크가 온라인 쇼핑몰에 판매중이며, 다수의 분말 드링크 제품류들은 버블티를 만들 때 사용될 수 있다는 장점과 연관되어 홍보되고 있음

▶ 인도네시아 분말 드링크 제품군 비교

① 녹차라떼 최다 등록 ② 다양한 맛 제품군 선호

[표 3.4] 인도네시아 분말 드링크 제품군 빈도



자료 : 인도네시아 온라인쇼핑몰 분말 드링크 제품 2,380건 분석

2. 개별포장 보다 지퍼팩 형태 포장이 주류

▶ 개별포장 보다 500g-1kg 지퍼팩 제품 선호

녹차라떼파우더로 판매되고 있는 제품들에선 휴대성이 강조되는 개별포장형 제품보단 500g-1kg 단위로 판매되고 있는 대용량 제품이 많이 판매되고 있음. 특히 지퍼백 형태의 제품이 많으며 소비자의 기호에 따라 용량 조절이 가능하고, 보관이 용이하기 때문에 많은 소비자가 선호하고 있음

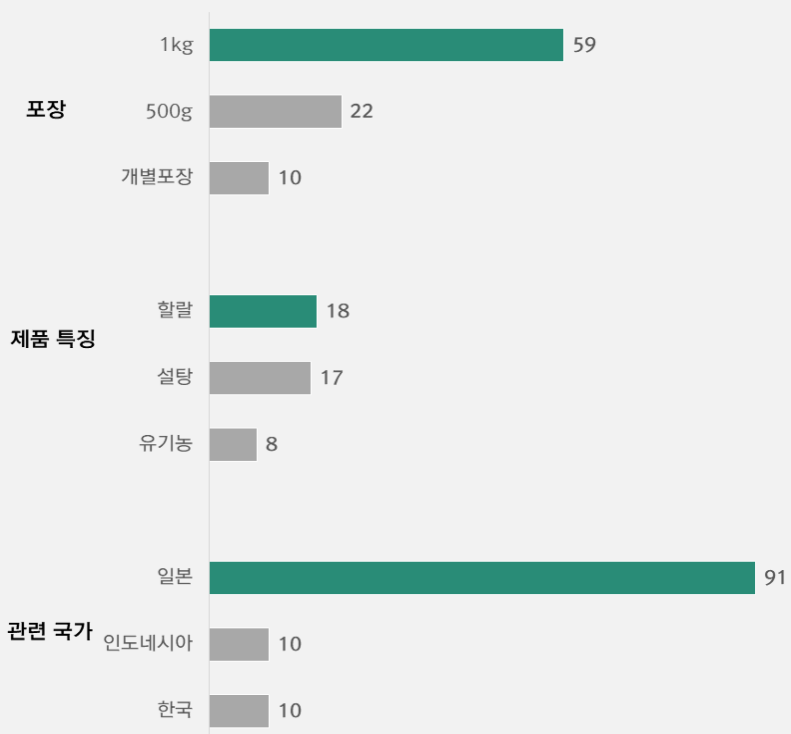
▶ 할랄 제품 특징 중

녹차라떼파우더로 판매되고 있는 제품들의 단어 빈도를 분석해 보았을 때, 제품 구매특징에 있어 ‘할랄’이 가장 많이 언급되었으며, 설탕과 유기농도 다수 언급됨. 관련 국가에 있어 ‘일본’(Japanese) 키워드가 가장 두드러지게 나타났음

▶ 인도네시아 녹차라떼파우더 소비 트렌드

① 1kg ② 할랄 ③ 일본

[표 3.5] 인도네시아 녹차라떼파우더 제품 특성



자료 : 인도네시아 온라인쇼핑몰 녹차라떼파우더 제품 2,380건 분석

3. 인도네시아 녹차라떼파우더, 핵심은 ‘혼합’

인도네시아 소비자 녹차라떼파우더 구매 후기

- 좋습니다. 직접 혼합해 먹기에 아주 적합합니다.
- 딸기와 함께 갈아서 마셨습니다. 정말 맛있고 부드럽습니다.
- 아침 대용으로 먹기에 적합합니다. 푸딩과 함께 먹어도 좋습니다.
- 실망시키지 않는 맛입니다. 무엇보다 잘 어울립니다.
- 벌써 두 번째 주문입니다. 케이크로 만들어도 맛있습니다.

자료 : 쇼피
(www.shopee.co.id)

▶ ‘혼합’ 관련 키워드 나타나

녹차라떼파우더 제품의 소비자 후기를 분석했을 때, ‘혼합’이라는 키워드가 두드러짐. ‘직접 혼합해 먹기에 적합하다’, ‘아침 푸딩과 함께 먹어도 좋다’, 혹은 ‘무엇과도 잘 어울린다’라는 후기 등, 혼합 의미를 지니는 후기가 여러 차례 확인됨. 또한, 케이크를 만들거나 초콜렛 혹은 얼음을 넣어 혼합해 먹는다는 후기 또한 종종 나타남

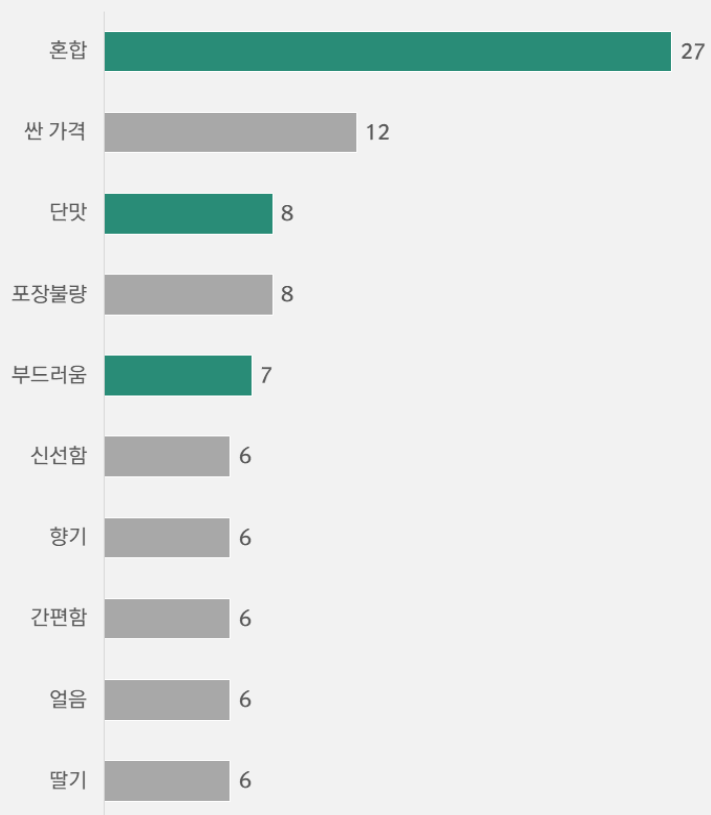
▶ ‘단맛’과 ‘부드러운 맛’에 만족

녹차라떼의 장점인 ‘부드러운 맛’에 만족감을 보인 소비자 후기가 수 차례 확인됨. 이러한 소비자들은 공통적으로 다른 재료와 혼합해 먹은 소비자들이며, 이러한 부분에서 녹차라떼의 부드러운 맛의 강점이 두드러짐

▶ 인도네시아 녹차라떼파우더 구매 후기 키워드

① 혼합 ② 부드러운 맛

[표 3.6] 구매 후기 키워드



자료 : 인도네시아 온라인쇼핑몰 ‘녹차라떼파우더’ 구매 후기 1,522건 분석

4. 녹차라떼파우더, 높은 범용성으로 우위 선점

● 인도네시아 소비자 코코아라떼파우더 구매후기

· 코코아라떼는 언제나 맛있다.
바나나와 1:1 비율로 갈아서
마신다.

자료 : 쇼피
(www.shopee.co.id)

▶ 비교우위성 키워드 1. ‘궁합’

녹차라떼파우더 제품의 소비자들이 다양한 ‘궁합’ 관련 후기를 남긴 반면, 코코아라떼 분말 제품에선 관련 키워드가 발견되지 않음. 녹차라떼파우더를 푸딩, 딸기 등 다양한 여타 음식과 곁들여 먹는다는 후기가 발견된 반면, 코코아라떼 후기에선 제품 그 자체의 맛에 대한 후기가 주를 이룸

▶ 비교우위성 키워드 2. ‘혼합’

녹차라떼파우더 제품의 소비자들이 다양한 ‘혼합’ 관련 후기를 남긴 반면, 코코아라떼 분말 제품에선 단 한 건의 후기만이 확인됨. 과일과 얼음을 혼합하거나 버블티의 형태로 섭취한다는 후기에서 알 수 있듯이 녹차라떼파우더는 확장성이 뛰어난 반면, 코코아라떼는 바나나와 갈아 마신다는 후기가 전부임

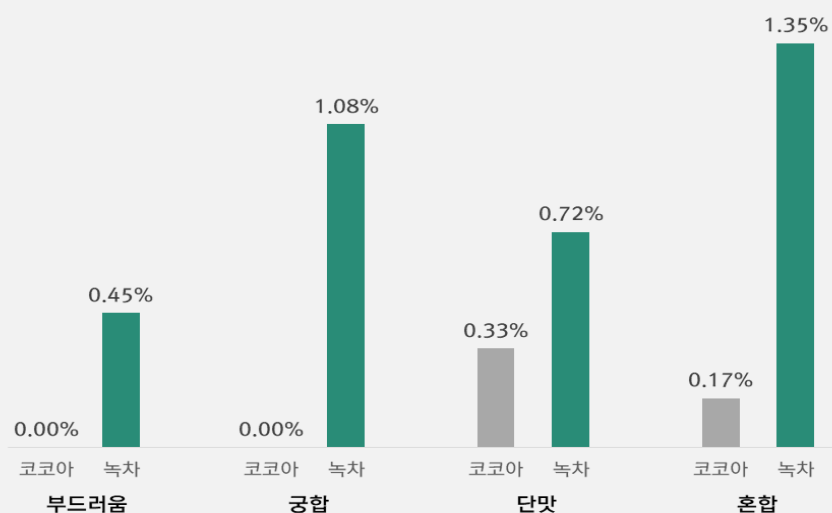
▶ 비교우위성 키워드 3. ‘부드러움’

녹차라떼파우더 제품의 소비자들은 부드러운 맛에 대해 후기를 남겼지만, 코코아라떼엔 그러한 후기가 확인되지 않았음. 코코아라떼가 부드러운 맛이 없다는 해석은 불가능하지만, 녹차라떼의 부드러운 맛에 특별한 만족감을 느끼는 소비자가 다수 존재한다고 평가됨

▶ 인도네시아 녹차/코코아라떼파우더 구매 후기 키워드

① 궁합 ② 혼합

[표 3.7] 인도네시아 녹차/코코아라떼파우더 구매 후기 키워드 비교 분석



자료 : 인도네시아 온라인쇼핑몰 녹차/코코아라떼파우더 구매 후기 1,522건 분석
* 키워드 / 2회이상 빈출 모든 단어

Ⅳ. 유통채널(Distribution Channel)

1. 인도네시아 녹차라떼파우더 진출 가능 유통구조
2. 인도네시아 녹차라떼파우더 진출 가능 주요 유통업체
3. 인도네시아 녹차라떼파우더 진출 가능 B2C 소매채널
4. 인도네시아 녹차라떼파우더 진출 가능 B2B 유통채널

1. 인도네시아 녹차라떼파우더 진출 가능 유통구조

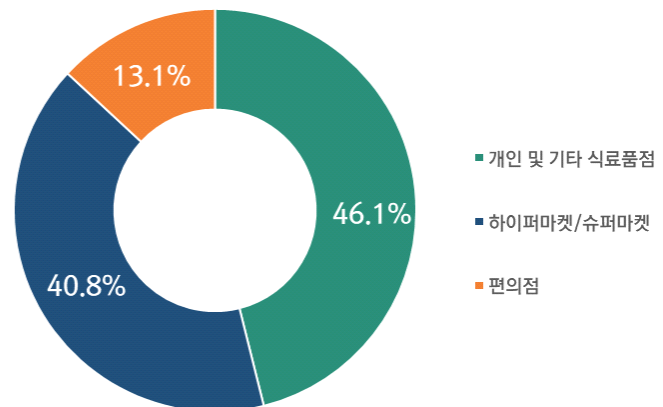
품목 구분 및 분류

품목	녹차라떼파우더
구분	행마침가 분말 음료
범주	기타 따뜻한 음료 (Other Hot Drinks)

▶ 인도네시아 녹차라떼파우더 진출 가능 주요 채널

‘개인 및 기타 식료품점(46.1%), 하이퍼마켓/슈퍼마켓(40.8%), 편의점(13.1%)’

[표 4.1] 인도네시아 녹차라떼파우더 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 4.2] 인도네시아 녹차라떼파우더 유통채널 현황

채널 유형	녹차라떼파우더 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	개인 및 기타 식료품점	46.1%	파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery), 무궁화마트(Mugunghwa Mart), 케이마트(K Mart)
	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	40.8%	까르푸(Transmart Carrefour), 하이퍼마트(Hypermart), 롯데마트(Lotte Mart), 슈퍼인도(Super Indo), 라마야나(Ramayana), 파머스마켓(Farmer's Market)
	편의점	13.1%	알파마트(Alfa Mart), 인도마켓(Indomaret), 써클케이(Circle K), 요마트(Yomart)
B2B 유통채널	카페	(-)	잔지지와(Janji Jiwa), 원피프틴스커피(One Fifteenth Coffee), 쓰리포크스(Three Folks), 코피칼얀(Kopi Kalyan)

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

2. 인도네시아 녹차라떼파우더 진출 가능 주요 유통업체

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

[표 4.3] 인도네시아 녹차라떼파우더 진출 가능 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁵⁾ 26)27))	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	파파야프레시 갤러리 (Papaya Fresh Gallery)	개인 및 기타 식료품점 (아시안마트)	매장 수('20): 12개	딜마(Dilmah), 이토엔(Itoen), 사리왕이(SariWangi), D사, L사	O
2	무궁화마트 (Mugunghwa Mart)	개인 및 기타 식료품점 (한인마트)	약 4,000만 달러 (약 467억 원)	케이에이브이(KAV) 네스카페(Nescafe), D사	O
3	하이퍼마트 (Hypermart)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 8조 6,550억 루피아 (약 6,828억 7,950만 원)	아마드티(Ahnad Tea) 네스카페(Nescafe), 케이에이브이(KAV)	O
4	트랜스마트까르푸 (Transmart Carrefour)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 807억 유로 (약 110조 3,241억 6,300만 원)	케이에이브이(KAV), 트와닝(Twinings)	O
5	알파마트 (Alfamart)	편의점	약 1조 1,000억 루피아 (약 867억 9,000만 원)	오이쉬(Oishi), 캐드베리(Cadbury), 인도카페(Indocafe), 제이제이로얄 (JJ Royal)	O

자료 : 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

25) 1달러=1,183.30원(2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

26) 100루피아=8.13원(2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

27) 1유로=1,412.56원(2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

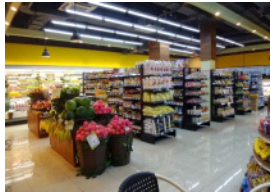
순번	기업명	기업구분	규모 (매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	잔지지와 (Janji Jiwa)	카페	매장 수('19): 500개	(-)	0
7	원피프틴스커피 (One Fifteenth Coffee)	카페	매장 수('20): 6개	(-)	0
8	쓰리포크스 (Three Folks)	카페	매장 수('20): 10개	(-)	0
9	코피칼얀 (Kopi Kalyan)	카페	매장 수('20): 3개	(-)	0
10	시타 케이터링 (Cita Catering)	케이터링	매장 수('20): 1개	(-)	0

자료 : 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 인도네시아 녹차라떼파우더 진출 가능 B2C 소매채널

1) 개인 및 기타 식료품점
(아시안마트)

① 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery)

기업 기본 정보	기업명	파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery)		
	홈페이지	papayabali.co.id		
	위치	자카르타(Jakarta)		
	규모	기타 규모	매장 수('20): 12개	
	기업 요약	2005년 인도네시아에 설립 - 과일, 채소, 해산물, 육류, 간편 식품 부문에서 좋은 품질의 상품을 갖춘 글로벌 슈퍼마켓으로 인식 - 주로 일본, 한국산 수입 제품 판매		
기업 최근 이슈	 			
	2020년 9월 코로나 19에 대한 인도네시아 정부 지침으로 야간 세일 일시 중단 2020년 7월 마스크 증정 사은 행사 실시			
유사제품 정보		제품명	이토엔 그린티 파우더 (Itoen green tea powder)	
		종류	녹차파우더	
		용량	80g	
		원산지	일본	

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

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품 : 신선식품, 육류, 어류, 유제품, 스낵류, 베이커리류, 조리완제품, 냉동식품, 주류 등 • 선호제품 - 간편식 제품, 신선제품 등 • 특이사항 - 대부분의 제품을 한국과 일본에서 수입해서 판매		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☒ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 - 홈페이지 통해 등록 (papayabali.co.id) - 웹사이트 내 Contact 를 클릭하여 입점 문의 제출 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개) ③ 참고자료 (현지어 회사소개서, 카탈로그 등)	
	특이사항	• 문의 사항 연락처 - 이메일 : customerbali@papaya.co.id - 전화번호 : +62-361-759222	
벤더 리스트	• CV Libra Food Service (식음료 브로커) - 홈페이지 : www.libra-food.com - 이메일 : cs.care@libra-food.com - 전화번호 : +62-21-691-9292 - 기업소개 : 인도네시아 내 유통업체 납품 및 판매 활동 지원		

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

2) 개인 및 기타 식료품점 (한인마트)



① 무궁화마트(Mugunghwa Mart)

기업 기본 정보	기업명	무궁화마트	
	홈페이지	www.mugunghwa.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매출액('18)	약 4,000만 달러 (약 463억 원)
		기타 규모	매장 수('20): 9개
기업 요약	1980년 음식점 코리안가든(Korean Gardern) 설립 1985년 회사명을 무궁화로 변경 - 인도네시아 내 소매 유통채널인 소고(Sogo), 까르푸(Carrefour), 패밀리마트(Family Mart), 세븐일레븐(7-Eleven) 등에 한국 식료품 유통 50개 이상의 한국 제조업체 제품 담당		
	 		
기업 최근 이슈	2020년 5월 일간지 콤파스닷컴(Kompas.com) '한식 주재료 고추장 만들기' 기사에 소개 2019년 연말 라이프스타일 관련 일간지 데티크푸드(Detikfood)에 가장 유명한 한인마트로 소개		
유사제품 정보		제품명	맥심모카커피믹스
		종류	커피믹스
		용량	240g
		원산지	대한민국

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

사진 자료 : 무궁화마트(Mugunghwa Mart)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품 : 냉동식품, 즉석식품, 음료류, 신선식품, 주류, 스낵류, 캔디류, 소스류 육류, 해산물 등 - 일반 : 의약품, 의류, 문구류, 가전제품, 생활용품, 식기류 등 • 선호제품 - 현지 신선식품 - 한국산 냉동식품 및 즉석식품		
	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일, 또는 유선 연락을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개) ③ 참고자료 (현지어 회사소개서, 카탈로그 등)	
	특이사항	• 문의 사항 연락사항 - 이메일 : admin@mugunghwa.co.id - 전화번호 : +62-21-722-2214	
벤더 리스트	• 무궁화유통 기업이 인도네시아 내 벤더로 역할 (농심, 롯데, 오투기, CJ, 삼양 등 한국의 50개 제조업체에서 수입하여 판매)		

자료 : 무궁화마트(Mugunghwa Mart), 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 하이퍼마켓/슈퍼마켓



① 하이퍼마트(Hypermart)

기업 기본 정보	기업명	하이퍼마트(Hypermart)	
	홈페이지	shop.hypermart.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매출액('19)	약 8조 6,550억 루피아 (약 7,062억 4,800만)
		기타 규모	- 매장 수('18): 약 107개 - 직원 수('18): 약 9,495명
기업 요약	- 인도네시아 기업으로 2004년에 시장 진출 - 인도네시아 전역에 225개 아울렛 매장을 보유한 엠피피에이(Mppa) 리테일 그룹의 중심 유통 사업 - 자카르타 외곽에서부터 점포를 개설해 시장을 확대 하는 전략 사용		
	 		
기업 최근 이슈	2020년 4월 코로나 19에 대한 대응으로 이동제한 구역 주민들을 위해 판매 트럭 운행 2020년 코로나 19에 대한 대응으로 비대면 쇼핑 시스템 실시, 매장 밖에 주차 되어 있는 고객에게 결제한 식료품 배달		
유사제품 정보		제품명	네스카페그린커피 (Nescafe Green Coffee)
		종류	녹차라떼파우더
		용량	200g
		원산지	스위스

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

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품 : 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 건강보조식품, 스낵류, 음료류, 소스류 등 - 일반 : 화장품, 전자제품, 의류, 잡화류, 주방용품, 세제류, 유아용품, 생활용품, 청소용품 등 • 선호제품 - 할랄 식품 입점 선호 • 특이사항 - 중산층 이상 고객층 중심, 중저가 상품 위주 취급 - 돼지고기 첨가 제품은 반드시 논할랄(Non Halal) 코너에 전시 판매 - 프로모션을 진행하려면 사전 신청 및 심사 절차를 거쳐야 함		
	등록 유형	☒ 직접 등록	☒ 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 및 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개) ③ 참고자료 (현지어 회사소개서, 카탈로그 등)	
	특이사항	• 수입제품의 경우 반드시 식품의약품 수입등록증(ML) 보유해야 함 • 문의 사항 연락처 이메일 : cs@hypermart.co.id 전화번호 : +62-21-5469-333	
벤더 리스트	• CV Libra Food Service (식음료 브로커) - 홈페이지 : www.libra-food.com - 이메일 : cs.care@libra-food.com - 전화번호 : +62-21-691-9292 - 기업소개 : 인도네시아 내 유통업체 납품 및 판매 활동 지원		

자료 : 하이퍼마트(Hypermart), 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 트랜스마트까르푸(Transmart Carrefour)

기업 기본 정보	기업명	트랜스마트까르푸(Transmart Carrefour)	
	홈페이지	www.carrefour.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매출액('19)	약 807억 유로 ²⁸⁾ (약 113조 8,846억 원)
		기타 규모	- 매장 수('18): 약 107개²⁹⁾ - 직원 수('18): 약 12,000명
기업 요약	1998년 인도네시아 진출 프랑스 기업 2012년 인도네시아 까르푸는 2012년 CT Corp에서 지분을 100% 인수해, 트랜스마트까르푸(Transmart Carrefour)로 상호명 변경		
	 		
기업 최근 이슈	2020년 9월 11일부터 15일까지 전 품목 대규모 세일 진행 2020년 8월 22일부터 2020년 9월 13일까지 가구 품목 특별세일 진행		
유사제품 정보		제품명	케이에이브 이아이스블렌디드 (KAV Iceblended)
		종류	녹차라떼파우더
		용량	1kg
		원산지	미국

자료 : 트랜스마트까르푸(Transmart Carrefour), 펠트롤프라자(Petrol Plaza), 데티크뉴스(Detik News), 퍼스널파이낸스(Personal Finance), 포스쿠팡(Pos Cupang)

사진 자료 : 트랜스마트까르푸(Transmart Carrefour), 데티크뉴스(Detik News), 사리아유(Sariayu)

28) 까르푸(Carrefour) 그룹 글로벌 통합 매출액

29) 하이퍼마켓(96개), 슈퍼마켓(9개), 편의점(2개)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품 : 즉석식품, 신선식품, 육류, 유제품, 스낵류, 음료류, 소스류, 냉동식품, 김치류 등 - 일반 : 화장품, 전자제품, 약세서리류, 의류, 잡화류, 가구류, 식기류, 주방용품, 생활용품 등 • 선호제품 - 할랄 식품 입점 선호 • 특이사항 - 돼지고기 첨가 제품은 반드시 논할랄(Non Halal) 코너에 진열 - 프로모션 진행 시 사전 신청 및 심사 절차를 거쳐야 함
입점 등록 절차	등록 유형 ☒ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보 • 유선 전화 또는 우편을 통한 직접 등록 - 본사에 전화 또는 우편으로 직접 제안서 제출 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개) ③ 참고자료 (현지어 회사소개서, 카탈로그 등) - 담당 부서 직원이 제안서 검토 후 샘플 미팅 진행 - 제품의 수익성 등을 고려 후 입점 - 다음 웹주소에서 상세 정보 확인 가능 (carrefour.co.id/shop/supplier/index.php)
	등록 조건 수입 제품은 반드시 수입식품 등록번호(ML)를 보유해야 함
	특이사항 • 문의사항 - 본사 주소 : Jl.Lebak Bulus Raya No 8. Jakarta 12310 - 전화번호 : +62-21-2758-5800
벤더 리스트	까르푸가 자체적으로 인도네시아 내 벤더 역할을 함

자료 : 트랜스마트까르푸(Transmart Carrefour), 유통채널 담당자와의 인터뷰

4) 편의점

① 알파마트(Alfamart)



기업 기본 정보	기업명	알파마트(Alfamart)	
	홈페이지	www.alfamartku.com	
	위치	탕에랑(Tangerang)	
	규모	매출액('19)	약 1조 1,000억 루피아 (약 8조 9,760억 원)
		기타 규모	매장 수('20): 약 900개
기업 요약	1999년 쉰버알파리아트리자야(Sumber Alfaria Trijaya)사가 편의점 시장에 진출하기 위해 설립 10,000개 이상의 매장 보유 - 현지 대기업 에스엠그룹(Sm Group)과 합작 투자를 통해 필리핀에도 매장 개설		
	 		
기업 최근 이슈	2020년 9월 쇼퍼페이(Shopee Pay)와 파트너십 계약, 고객들에게 비대면 결제 시스템 장려 중 2020년 8월 900번째 지점 신규 오픈		
유사제품 정보		제품명	제이제이로얄 커피카페라떼 (JJ Royal Coffee Cafe Latte)
		종류	라떼파우더
		용량	30g
		원산지	인도네시아

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

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품 : 신선식품, 간편식품, 유제품, 주류, 음료류, 스낵류, 소스류, 해산물, 육류 등 - 일반 : 화장품, 헤어용품, 전자제품, 주방용품, 생활용품, 유아용품, 의류, 잡화류 등 • 선호제품 - 유기농 제품		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 - 홈페이지 내 Register to become a seller 클릭하여 온라인 양식 작성 및 등록 (www.alfacart.com)	
	등록 조건	• 판매 제품의 조건 - 위생검사에 통과한 제품 - 제품 포장 조건 ① 인도네시아 국가표준(SN, Indonesian National Standard) 라벨 ② 깔끔하고, 위생적이어야함 ③ 제품 크기(그램/리터) 명시 ④ 인도네시아 보건부 등록 ⑤ 유통기한 기재 ⑥ 할랄(식료품일 경우) ⑦ 바코드 • 공급자 조건 - 입점 희망 제품의 명확한 마케팅 전략 보유 - 알파마트의 마케팅 전략과 일치하거나 유사해야 함 - 혁신적이고 경쟁력을 갖춘 제품을 보유한 기업	
	특이사항	• 온라인몰에서 계정을 만들어야 공급자 등록 가능 • 문의사항 연락처(본사) - 전화번호 : +62-21-8082-1555 - 팩스 : +62-21-8082-1556	

자료 : 알파마트(Alfamart), 유통채널 담당자와의 인터뷰

4. 인도네시아 녹차라떼파우더 진출 가능 B2B 유통채널

1) 카페



① 잔지지와(Janji Jiwa)

	기업명	잔지지와(Janji Jiwa)	
	홈페이지	www.lunarabrands.com	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	기타 규모	매장 수('19): 약 500개
기업 기본 정보	• 2018년 설립 • '신선한 컵' 컨셉으로 인도네시아 현지에서 생산되는 다양한 종류의 커피 제공 • 농가에서 구입한 원두를 직접 가공해 만든 커피 제공		
기업 요약	 		
기업 최근 이슈	• 2019년 12월 기준 월 500만 컵의 음료 판매 • 2020년 6월 설립 2주년을 맞아 인도네시아 유명 일러스트레이터 Ayang Cempaka와 협업한 한정판 디자인 플라스틱 컵 제공 • 2020년 6월 1L 커피 상품 출시 • 2020년 9월 자사 음료 및 토스트 주문 어플리케이션 자와플러스(Jiwa Plus)를 출시. 자와플러스를 통해 픽업 주문 및 배달 주문 개시		
제품 정보		제품명	수수마테차 (Susu Matcha)
		종류	녹차
		용량	400g
		원산지	인도네시아

자료 : 잔지지와(Janji Jiwa), 비스니스(Bisnis), 알타인포타마(Artha Infotama)

사진 자료 : 잔지지와(Janji Jiwa)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 주요제품 - 음료 : 커피류, 과일주스류, 곡물음료류, 차(茶)류, 스무디류 - 디저트 : 토스트류 • 특이사항 - 토핑 선택 가능(플 젤리, 커피 젤리, 아이스크림 등)		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록 ☐ 벤더 등록	
	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 입력 - 홈페이지 왼쪽 메뉴에서 Contact 클릭 - 양식에 맞게 내용 작성 (성명, 이메일, 전화번호, 제목, 문의 내역) - Send Your Message 클릭	
	특이사항	• 문의사항 연락처 - 비즈니스 외 협업 관련 문의 이메일 : markom@lunarabrands.com - 홍보 담당 연락처 전화번호 : +62-821-1098-1113 이메일 : pr2.lunara@gmail.com	

자료 :잔지자와(Janji Jiwa), 잔지자와(Janji jiwa) 페이스북



② 원피프틴스커피(One Fifteenth Coffee)

기업 기본 정보	기업명	원피프틴스커피(One Fifteenth Coffee)		
	홈페이지	www.1-15coffee.com		
	위치	자카르타(Jakarta)		
	규모	기타 규모	매장 수('20): 6개	
	기업 요약	• 2012년 설립 • 자카르타(Jakarta)와 발리(Bali)에서 매장 운영 • 커피콩 생산업체인 모프커피로스터(Morph Coffee Roaster)와 파트너십 계약, 자체 로스팅 원두 제작 • 헤드 바리스타가 인도네시아 바리스타 챔피언쉽 (Indonesian Barista Championship) 1위 수상		
기업 최근 이슈				
	• 2020년 3월 커피 원두 인터넷으로 주문 가능 • 2020년 6월 콜드브루 원액 다양한 사이즈로 판매			
유사제품 정보		제품명	그린티라떼 (Green Tea Latte)	
		종류	녹차라떼	
		용량	200ml	
		원산지	인도네시아	

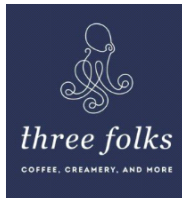
자료 : 원피프틴스커피(One Fifteenth Coffee), 인도네시아엑스팻(Indonesia Expat), 원피프틴스커피(One Fifteenth Coffee) 인스타그램

사진 자료 : 원피프틴스커피(One Fifteenth Coffee), 트립어드바이저(Trip Advisor)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품 : 음료류, 커피류, 디저트류, 스낵류, 베이커리류 등 • 선호제품 - 커피류 및 음료류 • 특이사항 - 다양한 브런치 메뉴 판매		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 문의 - 홈페이지 하단의 메일 아이콘 클릭 후 문의 내용 작성 • 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호, 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)	
	특이사항	• 문의사항 연락처 - 이메일 : info@1-15coffee.com	

자료 : 원피프틴스커피(One Fifteenth Coffee)



③ 쓰리포크스(Three Folks)

기업 기본 정보	기업명	쓰리포크스(Three Folks)		
	홈페이지	www.three-folks.com		
	위치	자카르타(Jakarta)		
	규모	기타 규모	매장 수('20): 10개	
	기업 요약	• 2017년 설립 • 웨스트자카르타(West Jakarta)의 에리스(Aries)에 1호점 오픈 • 커피 및 기타음료, 원두, 아이스크림, 식서류, 의류 및 잡화류 판매 • 자체 로스팅 원두 제작 • 아이스크림 배달 서비스 제공		
기업 최근 이슈				
	• 2020년 10월 인스타그램 이벤트를 통해 팔로우를 신청하고 해당 포스트에 좋아요를 누른 사용자 5명을 추첨하여 콜라보레이션 패키지 증정 • 2020년 9월 인스타그램 이벤트를 통하여 인스타툰 어플리케이션을 활용한 퀴즈를 맞춘 고객 5명을 추첨하여 아이스크림 증정			
유사제품 정보		제품명	말차라떼(Matcha Latte)	
		종류	말차라떼	
		용량	200ml	
		원산지	인도네시아	

자료 : 쓰리포크스(Three Folks), 쓰리포크스(Three Folks) 페이스북, 쓰리포크스(Three Folks) 인스타그램
 사진 자료 : 쓰리포크스(Three Folks), 고포드(Go Food)

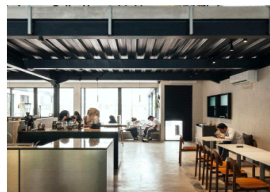
입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품 : 스낵류, 베이커리류, 음료류, 커피류, 디저트류, 식사류 • 선호제품 - 원두, 커피 및 기타 음료류, 아이스크림 • 특이사항 - 커피와 아이스크림이 유명함		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록 ☐ 벤더 등록	
	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 문의 - 다음 웹주소를 통해 문의 가능 (three-folks.com/contact) - 홈페이지 양식 기입 정보: 이메일주소, 문의 제목, 문의내용 • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호, 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)	
	특이사항	• 문의사항 연락처 - 이메일 : hello@three-folks.com/sales@three-folks.com - 전화번호 : +62-21-2254-9620	

자료 : 쓰리포크스(Three Folks)

kopikalyan

④ 코피칼얀(Kopi Kalyan)

기업 기본 정보	기업명	코피칼얀(Kopi Kalyan)		
	홈페이지	www.kopikalyan.com		
	위치	자카르타(Jakarta)		
	규모	기타 규모	매장 수('20): 3개	
	기업 요약 • 자카르타에 위치한 커피 전문 체인점 • 자체 로스팅 원두 제작 • 자체 베이커리 상품 판매 • 세계 각국에서 수입한 30여 종의 원두 사용 • 바리스타 트레이닝 클래스 제공			
기업 최근 이슈	 			
	• 2020년 10월 새로운 콜라보레이션 밀크베이스 커피 출시 프로젝트인 프로젝트상가리(Project Sangari) 관한 인스타그램 라이브 방송 진행 • 2020년 3월 현지 베이커리 업체인 매드베이글(Mad Bagel)과 제품 콜라보레이션 프로젝트 진행			
유사제품 정보		제품명	그린티라떼 (Green Tea Latte)	
		종류	녹차라떼	
		용량	200ml	
		원산지	인도네시아	

자료 : 코피칼얀(Kopi Kalyan), 코피칼얀(Kopi Kalyan) 인스타그램

사진 자료 : 코피칼얀(Kopi Kalyan), 빠르기꾸리너(Pergikuliner)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품 : 스낵류, 베이커리류, 음료류, 커피류, 디저트류 • 선호제품 - 커피류 및 음료류, 커피원두 • 특이사항 - 다양한 콜라보레이션 상품 판매	
	등록 유형	☒ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락을 통한 문의 - 각 매장에 유선 연락을 통한 컨택 가능 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호, 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)
	특이사항	• 문의사항 연락처 - 시카장(Cikajang) 지점 전화번호 : +62-21-722-371 - 세르퐁(Serpong) 지점 전화번호 : +62-21-300-202-29 - 바리토(Barito) 지점 전화번호 : +62-21-722-3712

자료 : 코피칼얀(Kopi Kalyan)

2) 케이터링

① 시타케이타링(Cita Catering)

기업 기본 정보	기업명	시타케이타링(Cita Catering)	
	홈페이지	www.citacatering.com	
	위치	욕야카르타(Yogyakarta)	
	규모	기타 규모	매장 수: 1개
	기업 요약	• 할랄 음식 전문 케이터링 업체 • 욕야카르타 시외지역까지 케이터링 서비스 제공 • 옵션을 통해 소비자가 메뉴 추가 가능 • 다양한 테마의 케이터링 서비스 제공 • 자사 홈페이지 이외에 페이스북, 인스타그램, 왓츠앱 등 다양한 SNS 홍보채널을 개설해 케이터링 서비스 제품 및 서비스 실황 사진 홍보	
기업 최근 이슈			
	• 2018년 욕카르타 제너럴아크마드야니 대학교(Universitas Jenderal achmad yani yogyakarta) 육군참모장 취임식 행사 케이터링 서비스 진행 • 2020년 4월 소규모 행사를 위한 간식 박스 출시		
유사제품 정보			
	종류	녹차	
	원산지	인도네시아	

자료 : 시타케이타링(Cita Catering), 시타케이타링(Cita Catering) 페이스북

사진 자료 : 시타케이타링(Cita Catering) 페이스북

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 특이사항 - 8종의 뷔페 패키지를 판매 - 다양한 메뉴로 파티 음식 제공 - 길거리 간식이나 주스, 아이스크림, 푸딩 등 간식 제공		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록 ☐ 벤더 등록	
	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 홈페이지 접속 후 KONTAK 클릭 후 관련 정보 작성 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 전화번호, 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 원산지) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)	
	특이사항	• 문의사항 연락처 - 이메일 : jhonsonsimbolon73@gmail.com - 전화번호 : +62-274-549-424	

자료 : 시타케이터링(Cita Catering), 시타케이터링(Cita Catering) 페이스북

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

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

1. 인도네시아 녹차라떼파우더 인증 취득

인증 취득

인도네시아로 제품 수출 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

녹차라떼파우더

녹차라떼파우더 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

▶ 인도네시아 수입 식품 ‘적용받는 강제 인증 有’

인도네시아로 수출하고자 하는 녹차라떼파우더 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	필수 (택 1)	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증		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

	절차	기간
	서류	비용
HACCP	서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
	신청서, 식품안전관리인증계획서, 영업/사업자 등록증 등	20만 원
ISO 22000	서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	120~130만 원
IFS	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
	신청서 등	약 900~1,000만 원
BRC Food Safety	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900~1,000만 원
FSSC 22000	서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500~600만 원
GMP	서류제출>서류검토>현지확인 및 시설조사>판정>허가증 발급	14~20일
	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 신HALAL인증법³⁰⁾이 2019년 10월 효력을 가짐에 따라 식품, 음료 등의 품목에 HALAL 인증이 의무화될 예정임. 다만, 식품에 대해서는 5년간의 유예기간을 둘 예정이기 때문에, 오는 2024년 10월까지 인증 획득을 완료해야 함

인도네시아로 식품을 수출하기 위한 국내 기업들 역시 해당 법률을 적용받게 됨. 인도네시아 이슬람 HALAL 위원회(LPPOM MUI³¹⁾)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			
• 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 - 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			
• 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 : 인도네시아이슬람할랄위원회(LPPOM MUI)

30) 인도네시아정부(Pemerintah Indonesia), 「No. 33/2014」, 2014

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

2. 인도네시아 녹차라떼파우더 사전 절차

사전 절차

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

녹차라떼파우더

녹차라떼파우더 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, Surat Keterangan Impor)를 받아야 함. 해당 절차는 수입업체에 의해 진행되며, 1번의 수입 허가를 통하여 5번의 통관 절차에 활용할 수 있음. 이를 위해 수출업체는 인도네시아 식품의약품청(BPOM)이 요구하는 서류를 미리 준비하여 수입업체에게 전달하여야 함

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

[표 5.4] 인도네시아 수입 전 사전 심사

적용 규제	BPOM Regulation No. 30/2017, No. 29/2017
발행 기관	인도네시아 식품의약품청(BPOM)
필요 정보 및 서류	- 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 식품의약청에 ‘온라인 또는 서면’으로 등록 가능

인도네시아에서 판매되는 식품은 국내 제조품과 수입 제품과 관계없이 모두 식품 등록 절차를 거쳐야 함³²⁾. 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 등록번호는 수입 허가와 수입통관 절차에 활용됨. 해당 등록 절차는 완제품 수입업자 등록번호(API-U) 또는 무역업 허가증(SIUP)을 소지한 수입업체 또는 현지 대리인을 통해 이루어져야 함

[표 5.5] 인도네시아 사전 식품 등록 절차

적용 규제	B POM Regulation No. 27/2017 등
발행 기관	- 인도네시아 식품의약청(BPOM) - 온라인 : e-reg.pom.id - 오프라인 : Jalan Percetakan Negara Nomor 23, Jakarta 10560 - FAX : +62-21-4263333
절차	- 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	- 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 식품의약청(BPOM), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

32) 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 5.6] 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

3. 인도네시아 녹차라떼파우더 라벨 심의

▶ 인도네시아 라벨 규정

[표 5.7] 인도네시아 라벨 관리 규정

라벨 심의	적용 규제	Food Law 18/2018	
인도네시아로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	세부 규정	Chapter VIII, Articles 96 - 103. 및 식품의약청(BPOM) 규정	
● 녹차라떼파우더	라벨 표기사항 (항목)	• 제품명 • 유통기한 • BPOM 등록번호 • 성분 분석표 • 성분 리스트 • HALAL 로고(필요한 경우) • 순중량 또는 순용량 • 제조사명 또는 수입자명 및 그 주소 • 제조일 그리고/또는 생산번호 • 원산지 • 유기농, GMO 함유 정보 등(필요한 경우) • 사용 및 보관방법 • 주의 정보와 사용자	
		세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)
그림 라벨의 정보 전달을 방해할 수 있는 색상, 그림, 기타 장식의 사용 금지함			
녹차라떼파우더 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함	라벨 표기사항 (가이드)	유통기한 ‘일, 월, 년’ 순으로 작성해야 함 와인, 10% 이상의 알코올을 포함하는 음료, 식초, 설탕(Sucrose), 24시간 이내에 섭취하는 빵 또는 케이크은 제외함	
		BPOM 등록 번호 수입 식품은 ML, 국내 생산 식품은 MD로 표시해야 함	
	라벨 표기사항 (가이드)	성분 분석표 하루 섭취량 정보와 설탕 함량 정보를 표기해야 함	
		성분 리스트 식품첨가물의 경우 첨가물이 속한 분류와 첨가물 명을 같이 표기해야 함 (e.g. Antioxidant: ascorbic acid) 인공감미료를 포함하는 경우 인공 감미료가 포함되었다는 문구와 그 함량 정보 표기 필요함 아스파탐을 포함하는 경우 ‘페닐알라닌을 포함하고 있으며, 페닐케톤뇨증 환자에게는 적합하지 않음’ 그리고 ‘가열될 음식에는 적합하지 않음’ 이라고 표기해야 함 식용 색소를 함유하는 경우 초록색 박스 안에 ‘PEWARNA PANGAN(food coloring)’ 또는 ‘PEWARNA MAKANAN(food coloring)’을 표기해야 함	

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

세부 내용	라벨 표기사항 (가이드)	성분 리스트	- 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) '특정 식품 첨가물을 포함하고 있지 않음 (without certain food additives)' '인공 감미료를 포함하고 있지 않음(do not contain artificial sweeteners)' 폴리올을 포함하는 경우 '과도한 섭취는 설사 증상 등의 영향을 가져올 수 있음'을 표기해야 함
		HALAL	로고는 잘 보이는 곳에 부착되어야 하며, 쉽게 지워지거나 훼손되지 않아야 함 수입 제품의 경우 Foreign Halal Certifying Body (FHCB)의 인증을 받아야 함 신HALAL 인증법 유효기간이 끝나는 2024년 10월 17까지 할랄 인증을 받지 못한 식품료는 그림, 기호, 글자로 제품 내외부에 비HALAL 표기를 해야 함 돼지고기와 알코올을 제외한 비HALAL 성분이 포함된 경우, 별도의 색과 형태로 된 성분 분석표를 추가해야 함
		기타	방사선에 노출된 식품의 경우 'IRADIASI (irradiated)' 표기와 함께 로고 부착 필요. 시설의 주소, 연월, 국가 정보 및 조제 과정 정보를 포함해야 함 방사선의 재조사가 일어나지 않는 경우 'TIDAK BOLEH DIRADIASI ULANG(not to be re-irradiated)'라고 표기해야 함 가공식품 및 즉석식품에 대해 설탕, 소금, 지방에 대한 함유 정보와 건강에 대한 문구의 표기가 필요함³³⁾ GMO 원료를 5% 이상 포함하는 경우 'PRODUK REKAYASA GENETIK(genetically engineered product)'라고 표기해야 함
		돼지고기 관련	돼지고기 함유 표시는 붉은 네모칸에 붉은 글씨로 돼지의 그림과 함께 표시해야 함 식재료 과정의 돼지와 연관된 식품 접촉은 붉은 네모칸에 붉은 글씨로 돼지 그림과 함께 표시해야 함
		주의 정보	알레르기 성분을 표기해야 함 (글루텐, 조개류, 달걀, 생선, 땅콩, 대두, 우유, 락토스, 견과류, 아황산염)

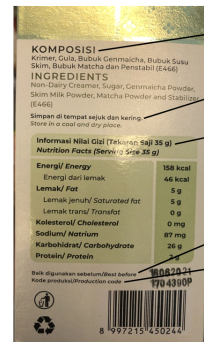
자료 : 인도네시아 식품의약품(BPOM), 미국 농무부 해외농업서비스(USDA FAS)

33) 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 녹차라떼파우더 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 인도네시아어]

- ① Nama Produk
: Matcha Latte with brown rice
Genmaicha
- ② Logo HALAL : 
- ③ Nomor pendaftaran BPOM
: No. 00120085081017

[앞면 - 국문]

- ① 제품명
: 볶은 현미와 녹차라떼 (겐마이차)
- ② HALAL 로고 : 
- ③ BPOM 등록번호
: No. 00120085081017

[뒷면 - 인도네시아어]

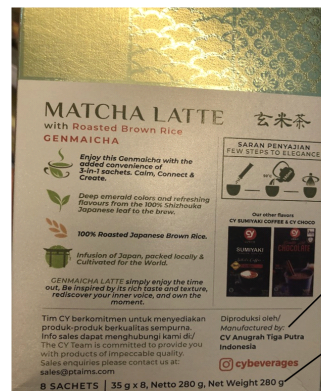
- ① Komposisi
: KRIMER, GULA, BUBUK
GENMAICHA, BUBUK SUSU, BUBUK
MATCHA DAN PENSTABIL
- ② Cara menggunakan dan menyimpan
: Simpan di tempat sejuk dan kering
- ③ Informasi Nilai Gizi :

Informasi Nilai Gizi(Takaran Saji 35g)	
Nutrition Facts(Serving Size 35g)	
Energi/ Energy	158kcal
Energi dari lemak	46kcal
Lemak/ Fat	5g
Lemak jenuh/ Saturated fat	5g
Lemak trans/ Transfat	0g
Kolesterol/ Cholesterol	0mg
Sodium/ Natrium	87mg
Karbohidrat/ Carbohydrate	26g
Protein/ Protein	2g

[뒷면 - 국문]

- ① 성분 리스트
: 비 유제품 크림, 설탕, 겐마이차
분말, 탈지유 분말, 녹차 분말과
스테빌라이저
- ② 사용 및 보관방법
: 서늘한 장소에 보관하십시오
- ③ 성분 분석표 :

성분 분석표(1회분 제공량 35g)	
열량	158kcal
지방 열량	46kcal
지방	5g
포화지방	5g
트랜스지방	0g
콜레스테롤	0mg
나트륨	87mg
탄수화물	26g
단백질	2g



[옆면 라벨링]

[옆면 - 인도네시아어]

- ① Diproduksi oleh
: CV Anugrah Tiga Putra Indonesia
- ② Netto : 280g

[옆면 - 국문]

- ① 제조사명
: CV Anugrah Tiga Putra Indonesia
- ② 순용량 : 280g

4. 인도네시아 녹차라떼파우더 서류 준비

서류 준비

인도네시아로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
서류 정보 제공

녹차라떼파우더

녹차라떼파우더 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

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

인도네시아에서 수입신고 시 인도네시아 투자지원처(BKPM³⁴)의 통합 온라인 시스템(OSS, Online Single Submission)에 로그인하여 사업자 등록번호(NIB³⁵)를 부여받아야 함. 사업자 등록번호(NIB) 발급 시 수입업자 등록번호(API³⁶)는 U형과 P형이 있으며, 일반가공식품 수입업자는 API-U형을 보유해야 함. 수입업자 등록번호(API)를 발급받은 회사는 인도네시아 식품의약품청(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 5.8] 인도네시아 통관 서류

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

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

34) Badan Koordinasi Penanaman Modal

35) Nomor Induk Berusaha

36) 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 녹차라떼파우더 세금 납부

세금 납부

인도네시아로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

녹차라떼파우더

녹차라떼파우더 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 인도네시아 녹차라떼파우더 HS CODE 2101.20-90, 기본 관세율 20%
- ▶ 한-ASEAN 협정 관세율 '0%' 적용

녹차라떼파우더의 경우 인도네시아에서는 HS CODE 2101의 2101.20 세번을 사용하여 수입됨.³⁷⁾ 인도네시아 수입 시 기본 세율은 20%를 적용받으며, 2007년 6월 1일부로 발효된 한-ASEAN FTA 협정으로 협정 세율이 적용되어 0% 세율이 부과됨. 관세 외에도 10%의 부가가치세와 수입세가 부과되며, 수입세는 7.5%가 부과됨

- 수입 서류 심사비용에 160달러(한화 약 19만 원)³⁸⁾ 소요
- 수입 서류 심사 기간은 106시간 소요
- 통관 비용은 384달러(한화 약 45만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 80시간 소요

[표 5.9] 한국·인도네시아 HS CODE 비교 및 인도네시아 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2101	커피·차·마테(maté)의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물과 이것들을 기본 재료로 한 조제품, 커피·차·마테(maté)를 기본 재료로 한 조제품, 볶은 치커리(chicory)·그 밖의 볶은 커피 대용물과 이들의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물	
	2101.20	차나 마테(maté)의 추출물(extract)·에센스(essence)·농축물, 이들을 기본 재료로 한 조제품, 차나 마테(maté)를 기본 재료로 한 조제품	
	2101.20-1000	설탕·레몬이나 이들의 대용물을 함유한 것	
인도네시아	2101.20-90	기타	
관세	기본 관세율	20%	
	협정 관세율	0%	
부가가치세		10%	
수입세		7.5%	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 인도네시아 관세청(Indonesia General Customs Office),
인도네시아 국가 무역 저장소(INTR, Indonesian National Trade Repository)

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

38) 1달러=1,183.30원 (2020.09.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

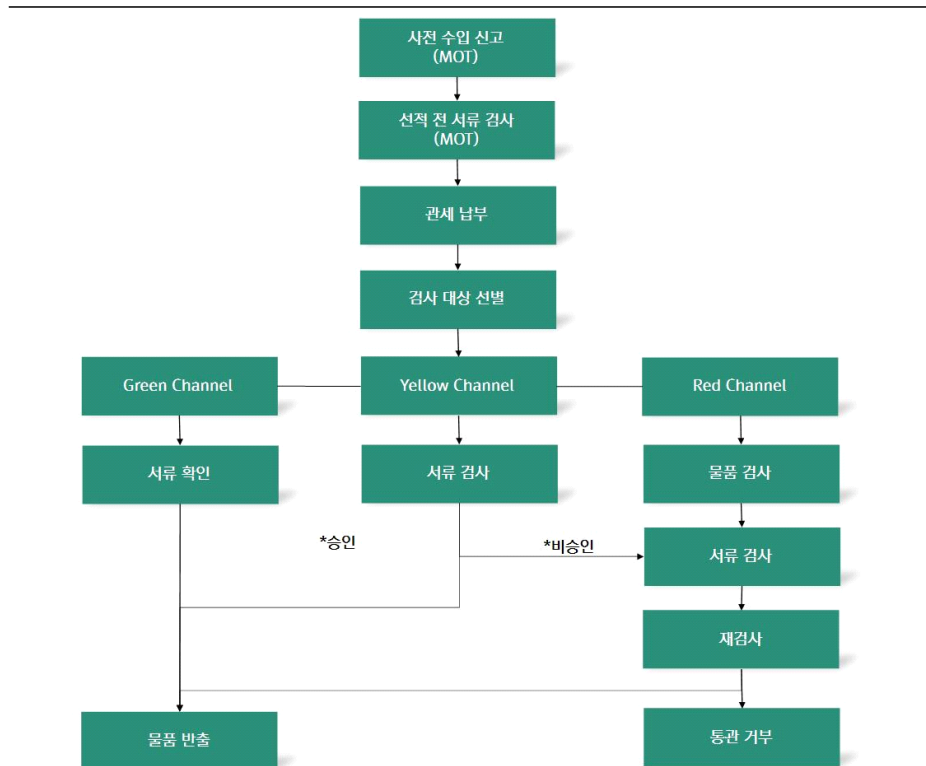
6. 인도네시아 녹차라떼파우더 검역 심사 절차

▶ 인도네시아 식품, 선별된 내용에 따라 서류 및 물품 검사 실시

[표 5.10] 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 녹차라떼파우더 식품 첨가물 규정 확인 필요

[표 5.12] 인도네시아 식품 첨가물 규정 확인 방법

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

▶ 인도네시아 지정 항구 통관 규정

인도네시아 정부는 일부 품목의 수입을 통제하기 위해 정부가 지정한 일정 항구만을 통해 통관 절차를 수행하도록 법으로 규제하였음. 규정에 적용되는 품목은 식품 및 음료, 전통의약품, 건강보조제, 화장품 및 가정용 응급처치키트, 의류, 신발, 전자장치 및 장난감 등이며 일반 수입업자 인증번호(API-U)를 취득한 수입업자가 수입을 진행해야 함

[표 5.13] 인도네시아 지정 항구 통관 규정

적용 규제	MOT No 81 Year 2017	
담당 기관	인도네시아 무역부(MOT, Ministry of Trade Republic of Indonesia)	
수입 가능 항구	연안항	• 메단 : Belawan • 자카르타 : Tanjung Priok • 세마랑 : Tanjung Emas • 수라바야 : Tanjung Perak • 마카사르 : Soekarno, Hatta • 북 아체구 : Dumai, Jayapura, Tarakan, Krueng Geukuh • 비통
	내륙항만	• 브카시 : Cikarang dry port
	공항	• 델리 세르당 : Kualanamu • 탕그랑 : Soekarno Hatta • 세마랑 : Ahmad Yani • 수라바야 : Juanda • 마카사르 : Hasanuddin
추가 규제 항구	• Dumai, Jayapura, Tarakan : 식품, 음료 • Krueng Geukuh : 식품, 음료, 의류, 전자제품, 신발	

자료 : 한국보건산업진흥원, 인도네시아 무역부(MOT, Ministry of Trade Republic of Indonesia)

▶ 인도네시아 세관별 수입 신고 방식

인도네시아 수입 신고 방식은 EDI(Electronic Data Interchange), 전자서류, 서류가 존재하며 세관에 따라 수입 신고 방식이 상이함. 4개의 주요 세관인 Tanjung Priok I,II,III 세관과 Soekarno-Hatta I-II세관은 EDI 방식을 통하여 수입신고서를 세관에 전송하며 그 외 세관은 전자서류나 서류를 통하여 제출함. 품목별 관세의 자세한 정보는 인도네시아 국가 무역 저장소(INTR, Indonesia National Trade Repository)에서 HS Code를 통하여 검색 가능함

7. 수출 대상국가(인도네시아) 관련 규제 정보

- ▶ 인도네시아 정부, 전자상거래법 발효
- ▶ 전자상거래법을 통하여 외국인 사업자 규제

인도네시아 정부는 2019년 인도네시아 전자상거래 시장의 급성장에 따라 전자상거래법 정부령을 제정하여 향후 인도네시아 전자상거래 시장의 법률적인 규제를 발표함. 정부령은 2019년 11월 25일에 발효되어 2년의 유예기간을 거쳐 2021년 11월 25일에 본격적으로 시행될 예정임

해당 법령에는 전자 시스템을 통한 교역(PMSE³⁹⁾활동과 관련된 전자상거래 운영 주체, 전자상거래 조건, 전자상거래 사업 참여자 의무 등의 사항이 포함됨. 또한, 전자상거래 주체는 판매자, 전자상거래 교역 주관자(PPMSE⁴⁰⁾), 중계 서비스 업자로 나누어지며 B2B 업계의 주요 규제는 전자상거래 교역 주관자(PPMSE)와 중계 서비스 업자⁴¹⁾에 관한 내용을 참고해야 함

전자상거래법에서는 외국인 사업자에 관한 규정을 나타내며 준수해야 하는 거래 물량, 거래 가치, 적송품 규모, 거래의 관련된 사람의 수를 규제함. 외국인 사업자의 경우 고정사업장을 인도네시아에 두고 있어야 하며 2020년 8월 1일부터 시행되는 외국인 전자상거래 판매자에 관한 부가세 10%를 내야 함

[표 5.14] 인도네시아 전자상거래법 B2B 관련 규정

적용 규제	PP No 80 Tahun 2019
주요 법령 조항	세부 내용
외국인 사업자 (제7조)	세부 기준을 충족하는 외국인 사업자는 인도네시아에 대표사무소 또는 지사 등의 사업장을 설치해야 함
일반 사업 준수 사항 (제11조)	전자상거래 주체가 갖춰야 할 일반 사업 조건에는 기술 면허, 기업 등록 면허, 납세자 고유번호(NPWP), 직업규약 상품·서비스의 표준화 등의 사항이 포함됨
비즈니스 인허가 관련 (제15조)	- 전자상거래 관련 모든 사업 주체는 OSS(Online Single Submission) 시스템을 통해 사업 허가를 받아야 함 - 다만, 전자상거래 과정에서 직접적인 이득을 보지 않거나 전자상거래 활동 당사자 간의 계약 관계에 직접 연관되지 않는 중계 서비스 종사자의 경우 전자상거래 비즈니스 사업 허가가 면제됨
인프라 조건(제21조)	- 전자상거래 플랫폼은 인도네시아 최상위 도메인을 사용해야 함(예: dot.id) - 법률 조항에 부합하는 인터넷 프로토콜 주소(IP 주소)를 사용해야 함 - 법률 조항에 부합하는 데이터 센터에 있는 서버 장비를 사용해야 함 - 법률 조항에 부합하는 전자 시스템을 등록해야 함

자료 : 인도네시아 정부(Pemerintah Indonesia)

39) Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

40) penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, 소매, 광고, 가격 비교 등의 전자상거래를 위한 플랫폼을 제공하는 주체

41) 검색 서비스, 영구 정보 저장(hosting) 서비스, 임시 정보 저장(caching) 서비스를 제공하는 개인과 법인

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 쿠르니아미트라두타센토사(Kurniamitra Duta Sentosa)

Interview ② 자카르타파우더(Jakarta Powder)

Interview ③ 그로시에파우더(Grosir Powder)

Interview ④ 프레시파우더드링크(Fresh Powder Drink)

Interview ⑤ 자카르타버블드링크(Jakarta Bubble Drink)

Interview ① 쿠르니아미트라두타센토사 (Kurniamitra Duta Sentosa)

42)

쿠르니아미트라두타센토사
(Kurniamitra Duta
Sentosa)

전문가 소속

쿠르니아미트라두타센토사
(Kurniamitra Duta
Sentosa)
수입유통업체

연락처

+62-21-2235-3388

전문가 정보

Ms. Sofia
(Marketing Manager)



쿠르니아미트라두타센토사(Kurniamitra Duta Sentosa) Marketing Manager, Ms. Sofia

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

쿠르니아미트라두타센토사는 2000년에 설립된 F&B 전문 수입유통업체로, 인도네시아 반텐에 본사와 물류 센터를 두고 있고 자카르타에서 매장을 운영하고 있습니다. 케이에이브이(KAV), 모닌(Monin), 밀크랩(MilkLab), 라바짜(Lavazza) 등의 브랜드를 취급하고 있으며 커피, 녹차파우더, 초코파우더 등의 제품을 판매하고 있습니다.

Q. 인도네시아 내 녹차라떼파우더의 수요는 어떠하며 주요 소비자는 누구인가요?

인도네시아에서 녹차라떼파우더가 함유된 녹차 음료의 수요는 꾸준히 증가하고 있으며 일본, 미국, 중국 브랜드의 녹차라떼파우더 제품이 주로 판매되고 있습니다. 인도네시아에서는 커피, 초콜릿 음료, 녹차 음료 순으로 선호도가 높으며, 20-30대가 주로 소비합니다.

Q. 인도네시아 내 녹차라떼파우더를 판매하기에 효과적인 유통채널은 무엇인가요?

인도네시아로 녹차라떼파우더 수출 시, 가장 효과적인 유통채널은 카페와 커피전문 쇼핑몰입니다. 또한 쇼핑몰 내 음료 매장도 주요 유통채널이 될 수 있는데, 쇼핑몰 내 음료 매장은 규모는 작지만 다양한 지역 및 지점이 있기 때문에 광범위하게 제품을 판매하기에 효과적입니다. 인도네시아인들은 녹차라떼파우더를 직접 구매하여 집에서 만들어 먹기보다는 일반적으로 카페나 밀크티 매장에서 녹차음료를 섭취합니다.

42) 사진 자료 : 쿠르니아미트라두타센토사(Kurniamitra Duta Sentosa)

Q. 인도네시아 내 인기 있는 녹차라떼파우더 제품과 구매요인은 무엇인가요?

인도네시아 현지 브랜드 중에서는 특별히 인기 있는 대표 브랜드는 없지만, 수입 제품 중에서는 미국 브랜드인 케이에이브이(KAV) 제품의 선호도가 가장 높습니다. 카페에서는 파우더 제품이 물이나 우유 같은 다른 재료들과 얼마나 잘 섞이는지를 중요시하는데, 케이에이브이(KAV) 이러한 면에서 품질이 좋다고 평가받고 있습니다.

또한, 수입업체에서는 할랄 인증을 중요시합니다. 할랄 인증이 없다면 인도네시아 식품의약청(BPOM, Badan Pengawas Obat dan Makanan)에서 식품 등록 시, 더 복잡한 절차를 거쳐야 하기 때문입니다.

Q. 현지 카페 및 레스토랑에서 선호하는 제품의 용량, 가격, 포장은 무엇인가요?

저희 업체는 케이에이브이(KAV) 제품을 미국에서 직수입하여 판매하고 있습니다. 그 중 아이스블렌디드 녹차파우더 제품은 1kg에 209,000루피아(한화 약 16,990원⁴³⁾)이며 A사의 제품을 이와 비교했을 때 과도하게 비싸지 않은 적절한 가격입니다. 다만, 마케팅 시 프리미엄 제품이라는 점과 작은 음료 매장보다는 프리미엄 카페 등에서 사용되는 제품이라는 것을 강조하는 것이 효과적입니다.

카페나 레스토랑에서는 지퍼백 포장을 선호하며 케이에이브이(KAV) 제품도 지퍼백 포장을 사용하고 있습니다. 대부분의 매장에서는 사용하고 남은 파우더 제품을 고무줄로 묶어 보관하고 있는데, 지퍼백 포장이라면 더욱 보관이 쉬울 것입니다.

43) 100루피아=8.13원(2020.09.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ② 자카르타파우더(Jakarta Powder)

44)

자카르타파우더
(Jakarta Powder)

전문가 소속

자카르타파우더
(Jakarta Powder)
제조 및 유통업체연락처
+62-21-2279-4868

전문가 정보

Mr. Wahyudi
(Director)자카르타파우더(Jakarta Powder)
Director, Mr. Wahyudi

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

자카르타파우더는 카페 음료 제조용 식자재 전문 제조 및 유통업체로, 주로 자사 브랜드의 녹차, 레몬차, 초콜릿, 카푸치노, 타로, 바닐라, 카라멜 등의 파우더 제품을 취급하고 있습니다. B2B와 B2C 채널 모두 유통하고 있으며 자카르타의 매장과 자사 온라인 홈페이지를 통해 판매를 진행하고 있습니다.

Q. 인도네시아에서 다른 음료류와 비교했을 때 녹차 음료의 수요는 어떤가요?

녹차파우더는 인도네시아에서 말차로 더 알려져 있는데, 말차 제품의 수요는 커피나 초콜릿 음료와 비슷한 정도로 높은 편입니다. 커피숍에서는 주로 커피음료 위주로 판매하고 있기 때문에 커피를 마시는 소비자들이 더 많은 편이고 카페나 밀크티 매장에서는 초콜릿 음료, 녹차 음료, 커피 순으로 인기 있습니다. 또한, 인도네시아에서 판매되고 있는 녹차라떼파우더 제품은 일본, 중국, 미국 제품이 많으며 한국산 제품은 아직 잘 알려지지 않았습니

Q. 인도네시아 내 녹차라떼파우더의 주요 소비자는 누구이며 구매요인은 무엇인가요?

녹차라떼파우더의 예상 소비자는 20-50대 초반까지의 연령층입니다. 해당 소비자층은 카페에서 파는 혼합 커피에 익숙하지만, 그 이상의 연령층은 단 음료보다는 커피나 따뜻한 녹차(Tea)를 선호하기 때문입니다. 특히 20-30대 소비자들은 단 음료를 선호하는데, 일본 말차 제품은 쓴맛이 있고 태국 말차의 당도가 더 적절하다고 평가하고 있습니다. 한편, 인도네시아 소비자들은 약 90%가 이슬람교도이기 때문에 당연히 케도 할랄 인증을 가장 중요시하며, 최근에는 Non-GMO 제품을 선호하는 소비자들도 늘어났습니

44) 사진 자료 : 자카르타파우더(Jakarta Powder)

Q. 인도네시아에서 녹차라떼파우더의 효과적인 유통채널은 무엇인가요?

B2B를 대상으로 할 때, 가장 효과적인 유통채널은 카페나 밀크티 매장입니다. 특히 최근 커피섭취량 증가에 따라 카페를 방문하는 인도네시아 소비자가 많아지는 만큼 카페를 중심으로 한 유통채널을 확보하는 것이 좋다고 생각합니다. 반면, 소비자들은 파우더 제품을 직접 구매하여 집에서 타먹지는 않기 때문에 B2C 판매는 적합하지 않다고 생각합니다.

Q. 현지 카페 및 레스토랑에서 선호하는 제품의 용량과 가격은 무엇인가요?

자사 브랜드의 녹차라떼파우더는 1kg에 65,000루피아(한화 약 5,280원)에, 태국산 제품은 1kg에 75,000루피아(한화 약 6,100원)에 판매하고 있습니다. 두 제품과 비교했을 때 A사의 제품은 매우 비싼 편입니다. 인도네시아의 현지 카페나 밀크티 매장에서는 가격을 매우 중요시하기 때문에 현재 사용하고 있는 제품보다 가격이 높다면 구매하지 않을 것입니다.

Q. 지퍼백 포장인 인도네시아 내에서 판매되기에 적절한가요?

저희 업체에서 취급하고 있는 대부분의 제품은 알루미늄 호일 포장 제품이며 인도네시아에서는 알루미늄 호일이나 플라스틱 포장용기가 일반적으로 사용되고 있습니다. A사의 지퍼백 제품은 사용 후 다시 밀봉할 수 있으므로 카페에서 사용하기에 더욱 편리할 것으로 예상합니다.

Interview ③ 그로시르파우더(Grosir Powder)

45)

그로시르파우더
(Grosir Powder)

전문가 소속

그로시르파우더
(Grosir Powder)
제조 및 유통업체연락처
+62-822-5050-5100

전문가 정보

Ms. Erga
(Sales Department)

Grosir Powder



그로시르파우더(Grosir Powder)

Sales Department, Ms. Erga

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

그로시르파우더는 2014년에 설립된 카페 음료 제조용 식자재 전문 제조 및 유통업체이며 자사 제품과 타사 제품을 자체적으로 블렌딩 한 상품과 외국 브랜드 제품을 모두 취급하고 있습니다. 인도네시아 보고르에 본사를 두고 있으며 인도네시아 내 20개 이상의 매장을 운영하고 있습니다. 주요 취급 품목은 녹차, 타로, 카푸치노, 초코, 밀크티 파우더 등입니다.

Q. 인도네시아 내 녹차라떼파우더의 시장 동향은 어떤가요?

녹차 음료는 인도네시아에서 가장 대중적으로 판매되고 있는 음료 중 하나이며 커피, 초콜릿, 녹차 음료 순으로 인기 있는 편입니다. 또한, 녹차라떼파우더의 경우 주로 현지 브랜드, 일본, 중국산 브랜드 제품이 판매되고 있습니다.

인도네시아로 녹차라떼파우더 수출 시 B2B를 대상으로 카페, 밀크티 전문점, 음료 매장으로 유통하는 것이 효과적입니다. 왜냐하면 소비자들은 주로 카페에서 음료를 섭취하며, 집에서는 테사리왕이(Teh Sariwangi), 테소스로(Teh Sosro) 같은 현지 자스민 차 제품을 선호하기 때문입니다.

Q. 인도네시아 내 녹차라떼파우더의 주요 소비자는 누구이며 구매요인은 무엇인가요?

인도네시아에서 카페를 주로 방문하는 소비자층은 20-30대 연령층이며 중장년층의 경우에는 다양한 맛이 첨가 된 커피 음료보다는 티백 형태의 제품이나 아메리카노를 선호합니다. B2C로 하이퍼마켓에서 판매한다면, 주요 구매자는 젊은 층 소비자들이 녹차라떼파우더 등의 새로운 제품을 시도할 가능성이 크며 건강을 중요시하는 소비자들은 유기농 여부, 칼로리, 설탕 함량을 중요시합니다.

45) 사진 자료 : 그로시르파우더(Grosir Powder)

Q. 인도네시아에서 인기 있는 녹차라떼파우더와 인기 요인은 무엇인가요?

인도네시아 내 커피숍 및 카페에서 사용하고 있는 제품 중 두드러지게 유명한 제품은 없습니다. 그러나 B2C로 슈퍼마켓에서 판매되고 있는 제품 중에는 에스프레썬로 얼루어(Esprecielo Allure)와 케이에이브이(KAV)의 소용량 녹차라떼파우더 제품이 인기 있습니다. 에스프레썬로 얼루어(Esprecielo Allure)는 인도네시아 내 대부분의 하이퍼마켓에서 판매되고 있으며 케이에이브이(KAV)는 수입 제품을 주로 판매하는 프리미엄 슈퍼마켓에서 판매하고 있습니다.

Q. 현지 카페 및 레스토랑에서 선호하는 제품의 용량, 가격, 포장은 무엇인가요?

저희 업체에서는 녹차라떼파우더는 1kg에 50,000루피아(한화 약 4,070원)에, 치즈녹차 제품은 1kg에 70,000루피아(한화 약 5,690원)에 판매하고 있습니다. 두 제품과 비교했을 때 A사의 가격은 매우 높은 편입니다. 또한, 저희 업체의 제품도 지퍼백 제품인데, 지퍼백은 카페나 커피숍에서 보관용으로 가장 좋은 포장 용기입니다.

Interview ④ 프레시파우더드링크 (Fresh Powder Drink)

46)

●
프레시파우더드링크
(Fresh Powder Drink)

전문가 소속

프레시파우더드링크
(Fresh Powder Drink)
제조 및 유통업체

연락처
+62-812-2502-2323

전문가 정보

Ms. Hana
(Sales Department)




프레시파우더드링크(Fresh Powder Drink) Sales Department, Ms. Hana

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

프레시파우더드링크는 2015년에 설립된 카페 음료 제조용 식자재 전문 제조 및 유통업체로 할랄 인증을 받은 녹차, 커피류, 초콜릿, 과일차, 타로 등의 제품을 취급하고 있습니다. 주로 자사 온라인 홈페이지를 통한 전화문의나 인도네시아 온라인 쇼핑 플랫폼인 쇼피(Shopee), 부칼라팍(Bukalapak), 토코피디아(Tokopedia) 등에서 판매를 진행하고 있습니다.

Q. 인도네시아 내 녹차라떼파우더의 시장 수요는 어떠한가? 유통채널은 무엇인가?

인도네시아 내 커피숍 및 카페에서는 커피, 녹차 음료, 초콜릿 음료, 과일 음료 등이 인기 있습니다. 500g이나 1kg 제품은 주로 B2B로 레스토랑, 카페, 커피숍, 밀크티 매장에서 유통되고 있으며 100g 미만의 소용량 제품은 B2C를 대상으로 하는 슈퍼마켓 등에서 판매됩니다. 그러나, 소비자들은 직접 제품을 구매하여 집에서 타 먹기보다는 커피숍이나 카페에서 음료를 구매하여 마시는 편입니다.

Q. 인도네시아 내 인기 있는 녹차라떼파우더와 인기 요인은 무엇인가?

현재 인도네시아에서는 현지 제품, 일본, 중국, 대만 브랜드의 제품이 주로 판매되고 있습니다. 현지 파우더 제품의 경우, 가장 유명하다고 할 수 있는 특정 브랜드는 없지만, 소비자들은 커피빈(Coffee Bean)이나 스타벅스(Starbucks) 등의 유명 프랜차이즈 커피전문점에서 출시된 제품을 선호합니다.

46) 사진 자료 : 프레시파우더드링크(Fresh Powder Drink)

Q. 녹차라떼파우더의 주요 소비자는 누구이며 주요 구매요인은 무엇인가요?

녹차 음료의 주요 소비자는 카페의 방문 빈도가 높은 10~40대 여성층입니다. 인도네시아 소비자들은 단 음료를 선호하는 편이지만, 특히 고소득층으로 갈수록 과도하게 단맛보다는 단맛과 쓴맛의 적절한 균형을 갖춘 음료를 더욱 선호합니다. 왜냐하면, 지나치게 단 제품은 저렴한 제품으로 인식하기 때문입니다.

한편, 바이어들은 인도네시아 식품의약청(BPOM)의 식품 등록 여부와 할랄 인증 여부를 중요시합니다. 현지 브랜드 중에서는 아직 BPOM에 등록하지 않은 제품들도 다수 있기 때문에 저희 업체에서는 제품 마케팅에서 BPOM 등록과 할랄 인증을 주로 사용하고 있습니다.

Q. 현지 카페 및 레스토랑에서 선호하는 제품의 용량, 가격, 포장은 무엇인가요?

자사 말차파우더 제품은 1kg에 60,000루피아(한화 약 4,880원)에, 일본산 말차파우더는 1kg에 80,000루피아(한화 약 6,500원)에 판매하고 있습니다. 두 제품과 비교하였을 때 A사 제품의 가격은 매우 높은 편입니다. 또한, 저희 업체에서도 지퍼백 제품을 판매하고 있는데 인도네시아에서는 알루미늄 호일 용기에 지퍼백이 달린 제품이 가장 일반적으로 판매되고 있습니다.

Interview ⑤ 자카르타버블드링크 (Jakarta Bubble Drink)

47)

자카르타버블드링크
(Jakarta Bubble Drink)

전문가 소속

자카르타버블드링크
(Jakarta Bubble Drink)
제조 및 유통업체

연락처
+62-812-8921-6008

전문가 정보

Ms. Cita
(Sales Department)



자카르타버블드링크(Jakarta Bubble Drink) Sales Department, Ms. Cita

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

자카르타버블드링크는 카페 음료 제조용 식자재 전문 제조 및 유통업체입니다. 주요 취급 품목은 녹차, 밀크티, 커피류, 스무디류, 초콜릿 음료, 과일차 파우더 등이며 전부 할랄 인증을 받은 제품입니다.

Q. 인도네시아 내 녹차라떼파우더의 시장 동향은 어떤가요?

인도네시아에서는 커피, 초콜릿 음료, 녹차 음료 순으로 인기 있으며 녹차라떼파우더의 경우 현지 브랜드, 일본, 태국, 중국, 미국산 제품이 주로 판매되고 있습니다. 인도네시아 카페에서는 녹차라떼파우더를 많이 사용하기 때문에 인도네시아로 수출 시 B2B 유통채널로 판매하는 것이 효과적일 것 같습니다.

Q. 녹차라떼파우더의 주요 소비자는 누구이며 주요 구매요인은 무엇인가요?

인도네시아에서 커피숍 및 카페의 주요 소비자는 20-30대 여성입니다. 소비자들은 주로 카페에서 음료를 구매하여 마시는 편이며 녹차의 쓴맛보다는 달고 부드러운 녹차 맛과 향이 진한 제품이 인기 있습니다. 한편, 인도네시아에서는 할랄과 인도네시아 식품의약청(BPOM)의 식품 등록이 매우 중요한데, 아직 할랄 인증을 받지 않은 업체들도 많기 때문에 라벨링이나 홍보에 사용 시 판매에 효과적이기 때문입니다.

Q. 현지 카페 및 레스토랑에서 선호하는 제품의 용량과 가격은 무엇인가요?

인도네시아 현지 브랜드의 녹차라떼파우더는 평균적으로 1kg에 50,000-70,000루피아(한화 약 4,070-5,690원)에, 수입산은 100,000루피아(한화 약 8,130원) 이상의 가격에 판매되고 있습니다. A사의 제품은 타 수입 브랜드와 비교했을 때는 적절한 가격입니다. 그러나 유통 시 현지 매장보다는 해외 프랜차이즈 매장이나 호텔로 납품하는 방향을 추천합니다.

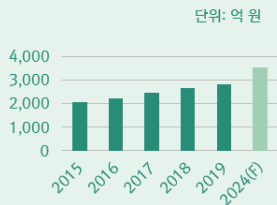
47) 사진 자료 : 자카르타버블드링크(Jakarta Bubble Drink)

Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)



인도네시아 비(非)초콜릿 원료
항미침가 분말음료 시장규모('19)
'2,821억 원'

전체 항미침가 분말음료 시장규모
1조 1,075억 원의 약 25% 점유



인도네시아 비(非) 초콜릿 원료 항미침가 분말음료 시장규모는 상위 품목인 항미침가 분말음료 시장규모의 약 25%를 점유하고 있으며, 2015~2019년 5년간 연평균 8%의 성장률을 보이며 2019년 2,821억 원의 시장규모를 나타냄. 이와 같은 비(非) 초콜릿 원료 항미침가 분말음료 시장 성장세는 앞으로 지속될 것으로 보이며 2024년에는 3,548억 원의 시장규모를 기록할 것으로 예측됨

녹차라떼파우더 주 소비층

'주 소비층 20~30대 여성'

커피 형태 및 밀크티와 혼합하여 섭취
주로 카페에서 섭취



전문가 5명 전원이 인도네시아 녹차라떼파우더의 주 소비층은 20~30대 여성이라고 답변하였으며, 주로 카페에서 커피나 밀크티 형태로 섭취한다고 언급함. 인도네시아 20~30대 여성 인구는 전체 여성 인구의 31%인 4,183만 명에 이르러 인도네시아 진출 시 잠재적 소비자 규모가 클 것으로 예상됨

한편 인도네시아의 1인당 커피소비량은 2013년 0.5kg에서 2019년 1.1kg로 급격히 증가했으며, 이에 따라 주요 소비처인 프랜차이즈 카페의 점포 수도 증가하여 2019년 2,937개의 점포 수를 기록함

녹차라떼파우더 구매요인

제품의 범용성이 가장 중요
다양한 제품과의 어울림과 함께
제품 본연의 맛을 내는 것도 중요



밀봉이 가능하고 쉽게 개봉이 가능한
지퍼백 형태의 제품 또한 인기임

트렌드 분석 및 전문가 인터뷰를 종합한 결과 인도네시아 녹차라떼파우더 구매요인 중 가장 중요한 것은 범용성인 것으로 나타남. 인도네시아 소비자는 녹차라떼를 케이크, 초콜릿, 과일 등과 함께 섭취하기 때문에 다양한 제품과 맛이 잘 섞임과 함께 녹차라떼 본연의 달고 부드러운 맛을 낼 수 있는지가 중요함

또한 밀봉이 가능하고 쉽게 개봉이 가능한 지퍼백에 담긴 형태의 제품이 인기가 많은 것으로 나타남. 포장 용량의 경우 개별 포장보다는 500g 이상의 중대형 포장 제품이 많이 소비됨. 가격 역시 중요한 요소이지만 대부분 현지에서 생산되는 제품에 한하여 해당되며, 수입산 제품의 경우 할랄, 유기농 인증 등이 주요 키워드로 나타남



Export Insights

녹차라떼파우더 유통채널

녹차라떼파우더 진출 가능 주요 유통채널 '개인 및 기타 식료품점'

개인 및 기타 식료품점 46.1% 점유
하이퍼마켓/슈퍼마켓 40.8% 점유
카페 및 커피 판매점 유통 또한 많음



녹차라떼파우더 진출 가능 주요 유통채널로는 개인 및 기타 식료품점, 하이퍼마켓/슈퍼마켓 등이 있음. 이중 개인 및 기타 식료품점이 46.1% 점유율로 가장 많았으며, 뒤이어 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 40.8% 점유를 보임. 이와 관련해, 500g 이상의 대용량 제품은 소비자의 대량구매 가능성이 큰 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 적합한 유통채널인 것으로 확인됨

한편 전문가 인터뷰 결과 5명 전원이 B2C 유통채널보다 B2B 유통채널로 판매하는 것이 적합하다고 언급함. 또한 A사 제품의 가격이 경쟁제품보다 높기 때문에, 프랜차이즈 카페 또는 프리미엄 카페에 진출하는 것이 적합하다고 강조함

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 식품의약품(BPOM)의 온라인 등록 홈페이지에서 진행 가능함. 한편, 라벨의 경우 감미료 포함 여부를 표기해야하며, 제품 성분에 따른 주의사항 표기가 필수임

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

전문가피드백

대표 인기 제품 '케이에이브이(KAV)'

전문가 5명 중 3명이 언급한
인도네시아 녹차라떼파우더 인기 제품



전문가 5명 중 3명이 인도네시아 녹차라떼파우더 인기 제품으로 케이에이브이(KAV) 브랜드의 녹차라떼파우더 제품을 언급함. 전문가들은 인기 요인에 대해, 인도네시아 카페에서 구매하는 녹차라떼파우더 제품은 물이나 우유에 얼마나 잘 섞이는지가 주요 구매요인으로 작용하는데 이 점에서 케이에이브이 제품의 품질이 좋다고 평가받고 있기 때문이라고 설명함. 또한, 카페와 레스토랑에서는 녹차라떼파우더 제품이 지퍼백 포장인 것을 선호하는데, 케이에이브이 제품의 포장 형태 역시 지퍼백으로 나타남

진출제언



Point 01. 인도네시아 녹차라떼파우더의 주 소비층은 20-30대 여성임. 주로 카페에서 해당 제품을 섭취하고 있는 것으로 나타남

Point 02. 녹차라떼파우더 구매요소 중 가장 중요한 요소는 '범용성'이며, 다른 제품들과 맛이 잘 섞이면서, 제품 본연의 단 맛과 부드러움이 느껴지는 제품이 인기임

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. 유엔경제사회국(UN Department of Economic and Social Affairs), 「World Population Prospects 2019 Revision」, 2019
2. 유엔인구기금(United Nations Population Fund), 「Indonesia Population Projection 2015-2045」, 2018
3. 월타이코노미(Warta Ekonomi), 「Startup Story: Janji Jiwa, Kopi yang Terjual Jutaan Gelas/Bulan」, 2020
4. 자카르타포스트(The Jakarta Post), 「Coffee in the new normal era: The end of coffee shops?」, 2020
5. 믹스말콤(MIX Marcomm), 「Brewing in Indonesia: insights for successful coffee shop business」, 2019
6. 인도네시아정부(Pemerintah Indonesia), 「No. 33/2014」, 2014
7. 인도네시아식품의약품청(BPOM, Badan Pengawas Obat dan Makanan), 「BPOM Regulation No. 30/2017」, 2017
8. 인도네시아식품의약품청(BPOM, Badan Pengawas Obat dan Makanan), 「BPOM Regulation No. 29/2017」, 2017
9. 인도네시아식품의약품청(BPOM, Badan Pengawas Obat dan Makanan), 「BPOM Regulation No. 27/2017」, 2017
10. 한국 관세청 고시 제2020-2호 「수출입 안전관리 우수업체 공인 및 운영에 관한 고시」, 2020
11. 인도네시아식품의약품청(BPOM, Badan Pengawas Obat dan Makanan), 「Food Law 18/2018」, 2018
12. 인도네시아무역부(MOT, Ministry of Trade Republic of Indonesia), 「MOT No 81 Tahun 2017」, 2017
13. 인도네시아정부(Government of Indonesia), 「PP No 80 Tahun 2019」, 2019

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 외교부 (www.mofa.go.kr)
3. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
4. 쇼피(Shopee) (www.shopee.co.id)
5. 농식품수출정보(KATI) (www.kati.net)
6. 쇼피(Shopee) (www.shopee.id)
7. 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery) (www.papayabali.co.id)
8. 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery) 인스타그램 (www.instagram.com/papaya_jakarta)
9. 무궁화마트(www.mghgroup.com)
10. 콤파스닷컴(Kompas.com) (www.kompas.com)
11. 데티크푸드(Detikfood) (www.food.detik.com)
12. 하이퍼마트(Hypermart) (www.hypermart.co.id)
13. 씨엔비씨(CNBC) (www.cnbc.com)
14. 자카르타글로브(Jakartaglobe) (www.jakartaglobe.id)
15. 네스카페(Nescafe) (www.nestle.com)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

16. 트랜스마트까르푸(Transmart Carrefour) (www.transmart.co.id)
17. 펠트롤프라자(PetrolPlaza) (www.petrolplaza.com)
18. 데티크뉴스(Detiknews) (www.news.detik.com)
19. 퍼스널파이낸스(Personal Finance) (www.personalfinance.kontan.co.id)
20. 포스쿠팡(Pos Kupang) (www.kupang.tribunnews.com)
21. 알파마트(Alfamart) (www.alfamartku.com)
22. 알파마트(Alfamart) 페이스북 (www.ko-kr.facebook.com/alfamartku)
23. 니케이아시아리뷰(Nikkei Asian Review) (www.asia.nikkei.com)
24. 카타데이터(Katadata) (www.katadata.co.id)
25. 아이디엔파이낸셜(IDN Financials) (www.idnfinancials.com)
26. 펠트롤플라자(Petrol Plaza) (www.petrolplaza.com)
27. 테크놀로그(Technologue) (www.technologue.id)
28. 잔지지와(Janji Jiwa) (www.lunarabrands.com/kopijanjijiwa)
29. 잔지지와(Janji Jiwa) 페이스북 (www.facebook.com/KopiJanjiJiwaOfficial)
30. 비스니스(Bisnis) (www.bisnis.com)
31. 알타인포타마(Artha Infotama) (www.artha-it.com)
32. 원피프티스커피(One Fifteenth Coffee) (www.1-15coffee.com)
33. 원피프티스커피(One Fifteenth Coffee) 인스타그램 (www.instagram.com/115coffee/?hl=ko)
34. 인도네시아엑스팟(Indonesia Expat) (www.indonesiaexpat.biz)
35. 트립어드바이저(Trip Advisor) (www.tripadvisor.com)
36. 쓰리포크스(Three Folks) (www.three-folks.com)
37. 쓰리포크스(Three Folks) 페이스북 (www.facebook.com/3folksgaming)
38. 고푸드(Go Food) (gofood.co.id)
39. 코피칼얀(Kopi Kalyan) (www.kopikalyan.com)
40. 코피칼얀(Kopi Kalyan) 인스타그램 (www.instagram.com/kopikalyan/?hl=ko)
41. 빠르기꾸리너(Pergikuliner) (pergikuliner.com)
42. 시타케이터링(Cita Catering) (www.citacatering.com)
43. 시타케이터링(Cita Catering) 페이스북 (www.facebook.com/CitaCatering)
44. 한국 관세청 (customs.go.kr)
45. 인도네시아 국가 무역 저장소(Indonesian National Trade Repository) (eservice.insw.go.id)
46. 한국AEO진흥협회 (aeo.or.kr)
47. 인도네시아무역부(Ministry of Trade Republic of Indonesia) (kemendag.go.id)
48. 한국보건산업진흥원 (khidi.or.kr)
49. 관세정보법령포털 (unipass.customs.go.kr)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

50. 두앙비즈니스(Doing Business) (doingbusiness.org)
51. 인도네시아 이슬람 할랄 위원회(Majelis Ulama Indonesia) (mui.or.id)
52. 인도네시아 식품의약품청(BPOM, Badan Pengawas Obat dan Makanan) (pom.go.id)
53. 미국 농무부 해외농업서비스(USDA Foreign Agricultural Service) (fas.usda.gov)
54. 인도네시아 관세청(Direktorat Jenderal Bea dan Cukai) (beacukai.go.id)
55. 인도네시아 국가 단일창구(Indonesia National Single Window) (insw.go.id)
56. 쿠르니아미트라두타센토사(Kurniamitra Duta Sentosa) (kmids.co.id)
57. 자카르타파우더(Jakarta Powder) (jakartapowder.com)
58. 그로시에파우더(Grosir Powder) (grosirpowder.com)
59. 프레시파우더드링크(Fresh Powder Drink) (freshpowderdrink.com)
60. 자카르타버블드링크(Jakarta Bubble Drink) (jakartabubbledrink.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 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