



2021

해외시장 맞춤형조사

No. | 202201-17
품목 | 액상차(Liquid Tea)
HS CODE | 2008.30-1000
국가 | 인도네시아(Indonesia)
구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 인도네시아 차 시장규모	06
2. 인도네시아 과일 및 허브차 시장규모	07
3. 인도네시아 차 시장점유율	08
4. 인도네시아 유자차 수입규모	09
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 인도네시아 차 중 잎차류 빈출, 유자차는 0건	12
2. 차 성분 중 허브와 설탕 빈출, 유자는 발견되지 않아	13
3. 차 제형은 찻잎이 1위, 패키징은 주로 티백에	14
4. ‘할랄’, 인도네시아 차 홍보문구 1위, ‘달콤한’은 2위	15
5. 인도네시아 액상차 진출 컨셉	16
IV. 유통채널 특징	
1. 인도네시아 액상차 유통채널 비교	18
2. 인도네시아 액상차 유통채널 특징	19

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

- | | |
|---------------------------|----|
| 1. 인도네시아 액상차 주요 온라인 유통채널 | 24 |
| 2. 인도네시아 액상차 주요 오프라인 유통채널 | 30 |

VI. 진입장벽

- | | |
|-------------------------|----|
| 1. 인도네시아 액상차 통관 및 검역 절차 | 39 |
| 2. 인도네시아 액상차 품질 인증 | 40 |
| 3. 인도네시아 액상차 라벨링 | 44 |
| 4. 인도네시아 액상차 성분 및 유해물질 | 51 |

VII. 수입·유통업체 인터뷰

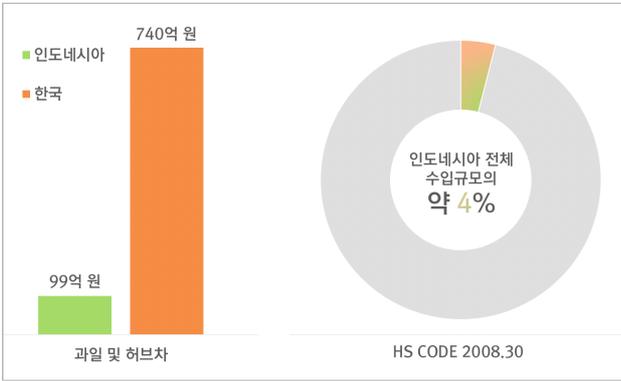
- | | |
|--------------------------------|----|
| Interview ① 인도마켓(Indomaret) | 56 |
| Interview ② 빈네카(Bhinneka) | 58 |
| Interview ③ 로건마켓(Logan Market) | 60 |

VIII. 시사점

- | | |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 63 |
|--------|----|

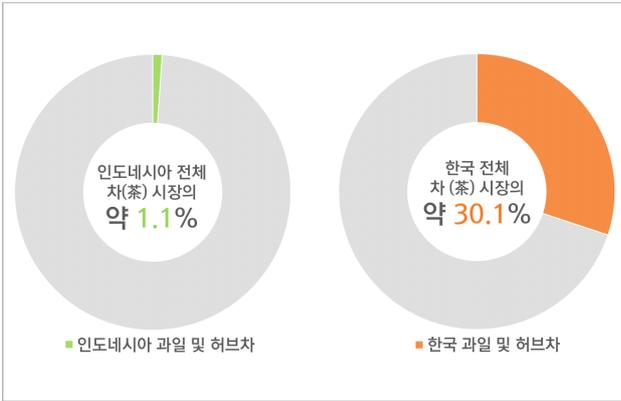
Summary

■ 수요 분석



	인도네시아	한국
차(茶) 시장규모	9,113억 원	2,450억 원
과일 및 허브차 시장규모	99억 원	740억 원
수입액		점유율
인도네시아 對한국 HS CODE 2008.30 수입 현황	2.6억 원	4%

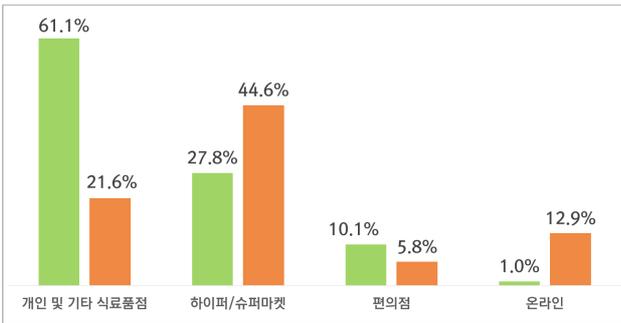
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



하이퍼마켓/슈퍼마켓	<ul style="list-style-type: none"> 주요 하이퍼/슈퍼마켓, 가르푸와 트랜스마트가르푸 방문한 랜치마켓 내 고객사 제품 유형 액상차 없음
아시아/한인마트	<ul style="list-style-type: none"> 주요 아시아/한인마트 무궁화마트와 케이마트 현지 진출한 롯데마트와 지에스더프레시, 한국 식품 전문 매대 운영
온라인	<ul style="list-style-type: none"> 주요 온라인 채널 토코피디아와 쇼피 토코피디아 인기 품목 2위에 한국 식품 선정

■ 진입장벽

인증	할랄 인증, 식약청 인증 필수
라벨링	인도네시아어 표기 필수, 식약처 등록 번호와 할랄 인증 표기 필수
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 수입·유통업체 평가

수요	티백형 차와 자스민 차의 인기 가장 높음
고객사 제품 인지도	고객사 액상형 차의 인지도는 확실하지 않으나 브랜드 인지도는 매우 높음
신제품 개발	스틱형 진저맛, 시트론 맛 차 개발 추천

■ 요약

Point 01.	<ul style="list-style-type: none"> 인도네시아 차(茶) 시장규모는 약 0.9조 원으로 한국의 4배 규모이나, 과일 및 허브차 시장은 한국의 약 13% 수준으로, 한국 대비 홍차와 녹차의 시장점유율이 압도적으로 큼
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> 유리병에 담긴 액상 유자차는 잼이나 마멀레이드로 혼동될 여지가 많으며 브랜드 인지도는 높으나 제품 인지도는 높지 않은 편 생강이나 시트론류를 이용한 소포장 스틱 형태, 파우치 형태의 제품 개발을 추천함

II. 시장규모

1. 인도네시아 차 시장규모
2. 인도네시아 과일 및 허브차 시장규모
3. 인도네시아 차 시장점유율
4. 인도네시아 유자차 수입규모

1. 인도네시아 차 시장규모

인도네시아 국가 일반 정보¹⁾

면적	192만km ²
인구	2억 7,020만 명
GDP	10,596억 달러
1인당 GDP	3,922달러

▶ 인도네시아 차 시장규모 약 0.9조 원, 한국의 약 4배 규모

2020년 기준 인도네시아 차 시장규모는 약 9,113억 원으로, 약 2,450억 원을 기록한 한국 시장의 약 4배 규모임. 인도네시아 차 시장은 지난 5년(2016-20년) 중 앞선 4년간 성장세를 유지했으나, 2020년에는 코로나19 여파로 식당을 통한 차 유통이 줄면서 전년 대비 1% 위축, 해당 기간 동안 연평균성장률 3%를 기록함

▶ 인도네시아 차 시장, 향후 5년간 연평균성장률 5% 전망

인도네시아 차 시장규모는 향후 5년(2021-25년)간 연평균성장률 5%를 기록하며 앞선 5년보다 성장 속도가 가속될 것으로 보임. 2021년부터는 식당을 통한 차 판매가 증가하여 2023년 코로나19 이전 수준을 회복할 것으로 예상됨²⁾³⁾

[표 2.1] 인도네시아 '차' 시장규모⁴⁾⁵⁾



자료: 유로모니터(Euromonitor)

- 1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020
- 2) 조사제품 '유자차'는 유자를 설탕에 절여 만들었으며 아카시아 꿀을 함유해 향긋함을 더하는 액상차 제품임. 이에 제품의 형태를 기준으로 '과일 및 허브차'의 시장규모와 상위품목인 '차'의 시장규모를 조사함
- 3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Tea in Indonesia」, 2020.12
- 4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 5) 100루피아=8.29원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
- 6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 인도네시아 과일 및 허브차 시장규모

▶ 인도네시아 과일 및 허브차 시장 약 99억 원 한국의 약 13%

2020년 기준 인도네시아 과일 및 허브차 시장규모는 약 99억 원으로, 약 740억 원을 기록한 한국의 약 13% 수준에 불과한 것으로 확인됨. 지난 5년(2016-20년) 간 연평균성장률은 2%로 집계됨

▶ 인도네시아 과일 및 허브차 시장, 향후 5년간 연평균성장률 7% 관측

인도네시아 과일 및 허브차 시장규모는 향후 5년(2021-25년)간 연평균 7%씩 성장하며 이전 5년(2016-20년)에 비해 성장세가 가팔라질 것으로 관측됨. 최근 건강에 대한 사회적 인식이 높아짐에 따라 탄산음료보다 과일음료를 선호하는 소비자가 증가하고 있으며, 특히 젊은층에서 이러한 선호가 뚜렷하게 관찰됨⁷⁾

[표 2.2] 인도네시아 ‘과일 및 허브차’ 시장규모⁸⁾

단위 : 십억 루피아



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
과일 및 허브차	109	118	125	131	120	2%
(한화추정액)	(90억 원)	(98억 원)	(104억 원)	(109억 원)	(99억 원)	

분류	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	2025(F)	CAGR
과일 및 허브차	121	131	139	148	157	7%
(한화추정액)	(100억 원)	(109억 원)	(115억 원)	(123억 원)	(130억 원)	

자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 자료: KATI농식품수출정보, 「인도네시아 유자차 시장동향」, 2016.12

8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 인도네시아 차 시장점유율

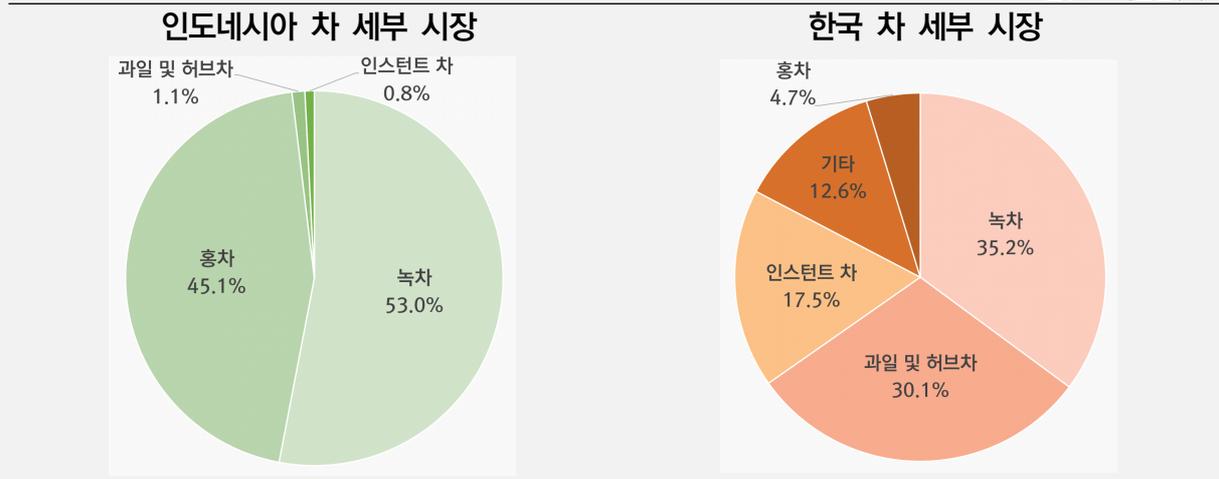
▶ 인도네시아, ‘녹차’ 및 ‘홍차’가 시장 양분

인도네시아 차(약 9,113억 원) 세부 시장과 한국 차(약 2,450억 원) 세부 시장을 비교했을 때, 한국에서는 ‘녹차(35.2%)’에 이어 ‘과일 및 허브차(30.1%)’ 제품의 점유율이 높았던 반면, 인도네시아 시장은 ‘녹차(53.0%)’와 ‘홍차(45.1%)’ 제품이 양분하고 있으며 ‘과일 및 허브차(1.1%)’ 점유율은 미미한 것으로 확인됨⁹⁾

코로나19 이전에도 인도네시아 차 시장은 혁신적인 제품 등장이 제한적이었던 것으로 확인되며, 건강한 요소를 함유한 차 제품에 대한 수요는 있으나 소비자들의 인식 부족으로 인하여 틈새 제품으로 여겨지고 있음. 인도네시아는 연중 고온다습한 기후로 인하여 음료수에 대한 수요가 높으며, 이슬람 교리에 따라 비알코올 음료를 마시며 담소를 나누는 문화가 있어 음료 소비는 지속적으로 증가할 것으로 예상됨. 2019년부터는 할랄식품 필수 인증 대상에 식품도 포함되기 시작했으며, 현지 소비자들의 선호로 인해 할랄 인증 획득이 반드시 필요할 것으로 보임¹⁰⁾¹¹⁾

[표 2.3] 2020년 인도네시아, 한국 ‘차’ 시장점유율¹²⁾

단위 : 백분율(%)



분류	차				
	홍차	과일 및 허브차	녹차	인스턴트 차	기타
인도네시아	45.1	1.1	53.0	0.8	-
한국	4.7	30.1	35.2	17.5	12.6

자료: 유로모니터(Euromonitor)

9) 유로모니터상 인도네시아 차 시장(약 9,113억 원)과 한국 차 시장(약 2,450억 원)의 시장점유율을 나타냄
 10) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Tea in Indonesia」, 2020.12
 11) 자료: KATI농식품수출정보, 「인도네시아 시장 및 소비트렌드 파악을 통한 수출확대 방안」, 2021.10
 12) 각 점유율은 유로모니터 카테고리 변경 및 통합으로 인해 총합 100.0% 기준 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

4. 인도네시아 유자차 수입규모

HS CODE 2008.30

조사제품 '유자차'는 '그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분'으로 규정된 제 2008호에 속하며, 이에 '감귤류 과실'에 해당하는 HS CODE 2008.30을 지표로 선정함

▶ 인도네시아 HS CODE 2008.30 對글로벌 수입액, 약 70억 원

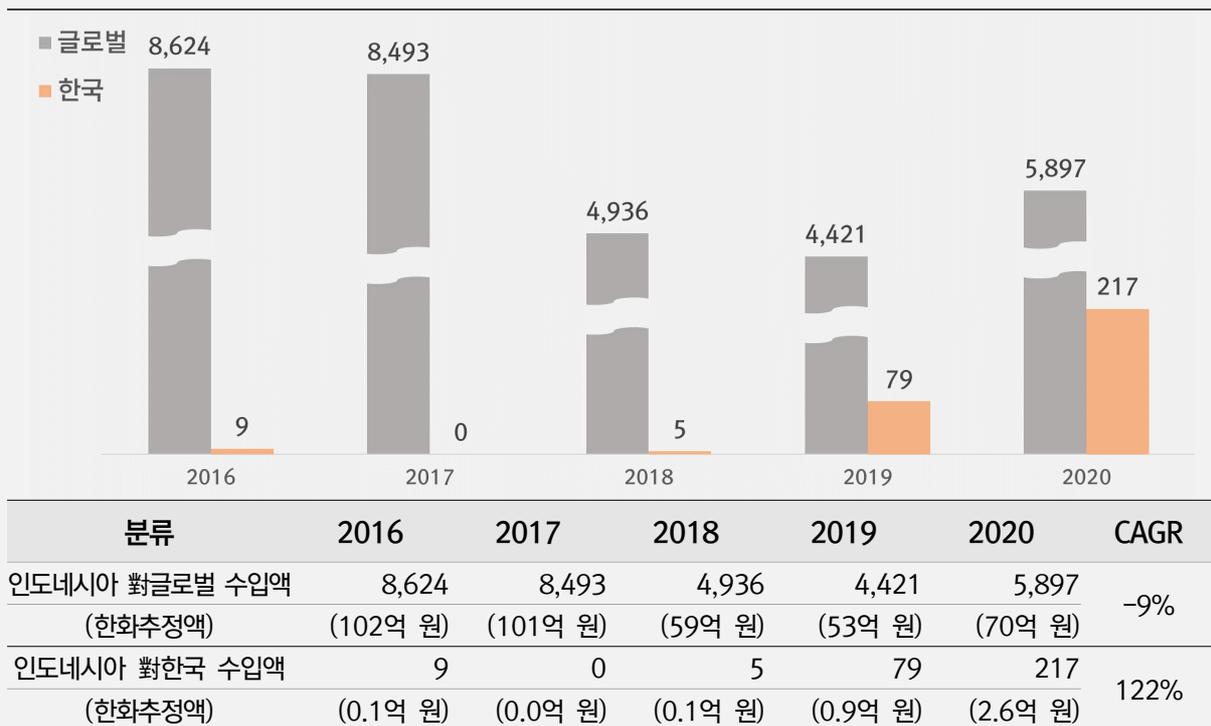
2020년 기준 인도네시아 HS CODE 2008.30 품목의 對글로벌 수입액은 약 70억 원으로 집계됨. 지난 5년(2016-20년) 중 2018년에 전년 대비 42% 급감한 이후 2020년에 전년 대비 33% 증가했으나, 2017년 수준을 회복하지는 못한 것으로 확인됨. 지난 5년(2016-20년)간 對글로벌 수입액은 연평균 9%씩 감소한 것으로 집계됨

▶ 인도네시아 HS CODE 2008.30 수입액 중 한국산 점유율 4위

2020년 기준 인도네시아 HS CODE 2008.30 품목의 對한국 수입액은 전년 대비 175% 급증한 약 2.6억 원을 기록함. 한국산 제품의 시장점유율은 4%로 글로벌 수입액 기준 4위를 차지함. 글로벌 수입액 점유율 기준 1위 중국(약 35억 원, 50%), 2위 브라질(약 24억 원, 34%), 3위 미국(약 7억 원, 10%) 순으로 확인됨

[표 2.4] 인도네시아 HS CODE 2008.30 수입규모¹³⁾¹⁴⁾¹⁵⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2008.30 기준

13) 자료: ITC(International Trade Centre)

14) 1달러=1,187.70원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

15) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

III. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 인도네시아 차 중 잎차류 빈출, 유자차는 0건
2. 차 성분 중 허브와 설탕 빈출, 유자는 발견되지 않아
3. 차 제형은 찻잎이 1위, 패키징은 주로 티백에
4. '할랄', 인도네시아 차 홍보문구 1위, '달콤한'은 2위
5. 인도네시아 액상차 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 인도네시아 온라인매장 입점 액상차 정보 수집

- 데이터 수집 키워드 : 차(teh)
- 데이터 수집량 : 1,838건
- 데이터 수집원 : 인도네시아 온라인매장

▶ 인도네시아 온라인매장 입점 액상차 특징 분석

- 데이터 분석 항목
 - ① 경쟁제품 & 경쟁브랜드 ② 성분
 - ③ 제형 & 패키징 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/인도네시아어)		빈도	키워드 (국문/인도네시아어)		빈도
경쟁제품 & 경쟁브랜드	홍차	teh hitam	252	사리왕이	sariwangi	141
	녹차	teh hijau	238	소로	sosro	79
	꽃차	teh bunga	149	통찌	tong tji	51
	허브티	teh herbal	148	딜마	dilmah	30
성분	허브	herba	339	우유	susu	63
	설탕	gula	337	라임	jeruk nipis	23
	차잎	daun teh	256	생강	ginger	20
	꿀	madu	149	데이츠	kurma	15
	레몬	lemon	116	베리류	berry	12
	오렌지	jeruk	79	유자	citron	0
제형 & 패키징	차잎	daun teh	256	티백	teh celup	537
	분말	bubuk	190	1회분 팩	sachet	177
	과일청	cordial	0	유리	gelas	165
홍보문구	할랄	halal	310	당노병	kencing manis	166
	달콤한	manis	269	건강한	sehat	141
	프리미엄	premium	203	신선한	segar	125
	전통적인	tradisional	181	고혈압	darah tinggi	104

1. 인도네시아 차 중 잎차류 빈출, 유자차는 0건

▶ 1~4위 모두 주로 잎차로 마시는 차 종류

- 홍차와 녹차 키워드 각 252, 238건으로 압도적인 상위권
- 지면의 한계상 제외한 분말 제형인 '말차'는 키워드 14건으로 하위권
- 꽃차와 허브티 키워드는 각 149건, 148건으로 3, 4위

▶ 과일차 중에서는 레몬차 최다 빈출

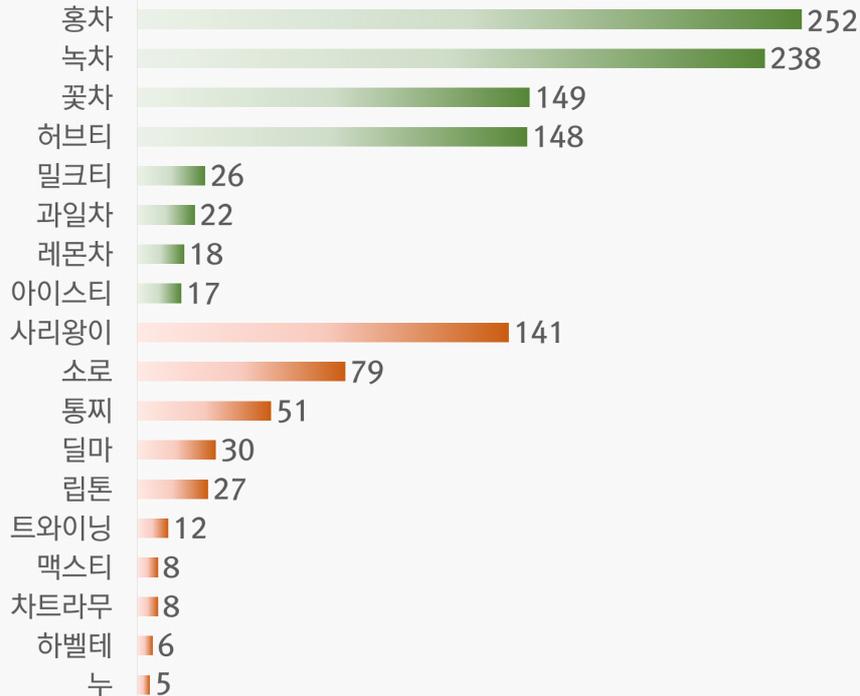
- 과일차, 레몬차 키워드는 각 22, 18건으로 레몬차가 과일차 중 최다 빈출
- 전체 키워드 '차(teh)'를 기반으로 한 데이터 추출 결과, 유자차 0건

▶ 자국산 브랜드가 상위권

- 상위 3개 브랜드 모두 인도네시아 브랜드로 1위는 사리왕이(Sari Wangi)

경쟁제품 1위 홍차		경쟁제품 2위 녹차		경쟁브랜드 1위 사리왕이	
					
브랜드	딜마(Dilmah)	브랜드	그린티액티바 (Green Tea Activa)	제품명	퓨어 사이다 티백
용량	20티백	용량	60g	용량	25티백
가격	Rp42,000(3,482원) ¹⁶⁾	가격	Rp59,999(4,974원)	가격	Rp7,000(580원)

[표 3.1] 인도네시아 판매 차 경쟁제품 및 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인매장 판매 제품 내 '차' 관련 게시물 1,838건 분석

2. 차 성분 중 허브와 설탕 빈출, 유자는 발견되지 않아

▶ 허브와 차잎 각 1, 3위

- 허브 키워드 수가 339건으로 3위인 차잎보다 100건 이상 높음

▶ 단 성분인 설탕과 꿀 각 2, 4위

- 캡 단당(Cap Dandang)의 '차&사탕수수'나 사리왕이의 '꿀데이츠 홍차' 처럼 설탕이나 꿀이 첨가된 제품 다수 발견

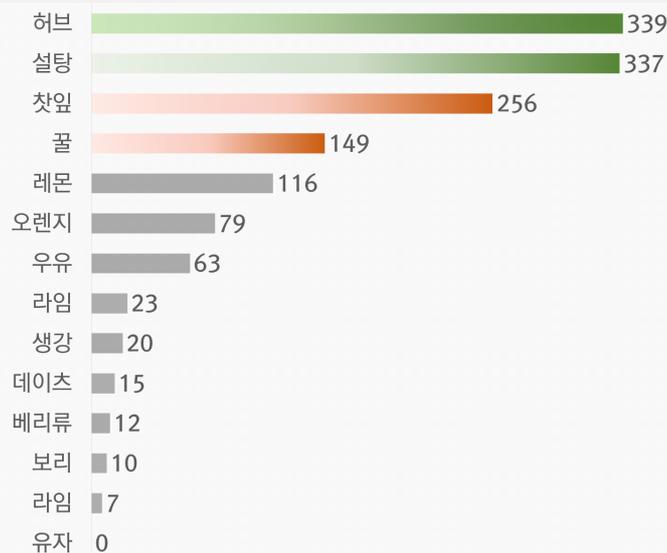
- 원문 추적 결과 제품명에 설탕이나 꿀이 포함된 제품 외에도 제품 상세 설명에 '꿀이나 설탕을 넣어 먹으면 맛이 좋다'는 문구도 다수 발견

▶ 과일 중 레몬 1위, 유자 0건

- 레몬은 키워드 116건으로 과일 중 1위, 유자 키워드는 발견되지 않음

1위 허브		2위 설탕		4위 꿀	
					
제품명	내추럴 허브 슬리밍 티	제품명	차 & 사탕수수	제품명	꿀데이츠 홍차
브랜드	노에라(Noera)	용량	캡 단당(Cap Dandang)	용량	사리왕이(SariWangi)
가격	30티백/Rp42,000(3,481원)	가격	Rp11,000(911원)	가격	1.8g*25/Rp11,990(993원)

[표 3.2] 인도네시아 판매 차 성분 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인매장 판매 제품 내 '차' 관련 게시물 1,838건 분석

16) 100루피아=8.29원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3. 차 제형은 찻잎이 1위, 패키징은 주로 티백에

▶ 찻잎 키워드 256건으로 제형 1위

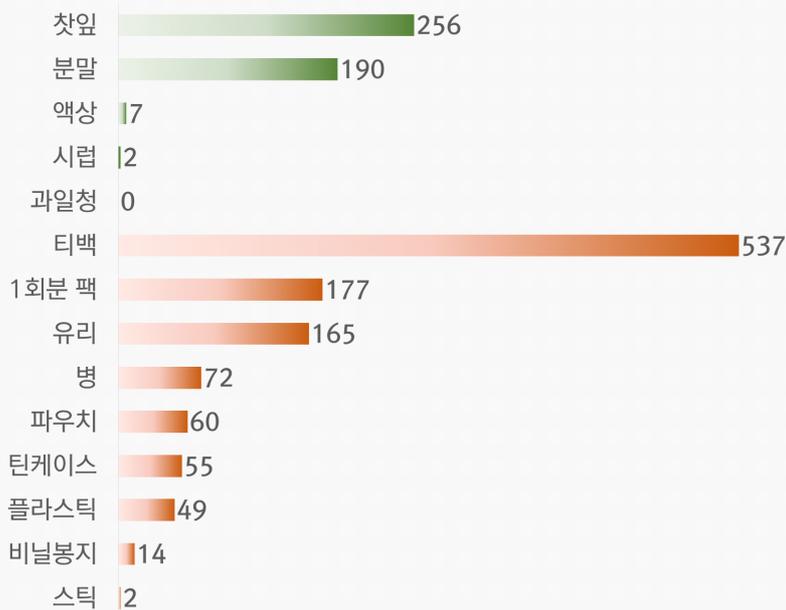
- 조사 대상 5개의 키워드 중 3~5위는 10건 미만이거나 0건
- 제형은 대부분 찻잎 또는 분말
- 쇼피(Shopee) 추천순, 액상 제형의 차는 5번째 페이지에서 처음 발견

▶ 패키징 중 티백이 압도적 1위

- 티백이 2위 키워드인 '1회분 팩'의 3배 이상으로 큰 차이로 1위
- 온라인매장 검색 결과 분말 제형의 차는 주로 파우치나 플라스틱 병 포장
- 틈케이스 포장인 제품의 내용물은 찻잎인 경우가 많음

제형 2위 분말		패키징 1위 티백		패키징 2위 1회분 팩	
					
제품명	차 분말 팩	제품명	카모마일 꽃차	제품명	만들레차
브랜드	캡 누투(Cap Nutu)	브랜드	딜마(Dilmah)	브랜드	진주후아(金菊花)
가격	550g/Rp21,235(1,760원)	가격	20티백/Rp130,000(10,777원)	가격	10티백/Rp18,000(1,492원)

[표 3.3] 인도네시아 판매 차 제형 & 패키징 관련 키워드 (녹색: 제형 / 주황색: 패키징)



자료: 인도네시아 온라인매장 판매 제품 내 '차' 관련 게시물 1,838건 분석

4. ‘할랄’, 인도네시아 차 홍보문구 1위, ‘달콤한’은 2위

▶ 할랄 키워드 310건으로 1위

- 국민 대다수가 무슬림인 인도네시아, 차 홍보문구 1위는 ‘할랄’
- 그 외 종교 관련 키워드는 발견되지 않음

▶ ‘달콤한’ 2위

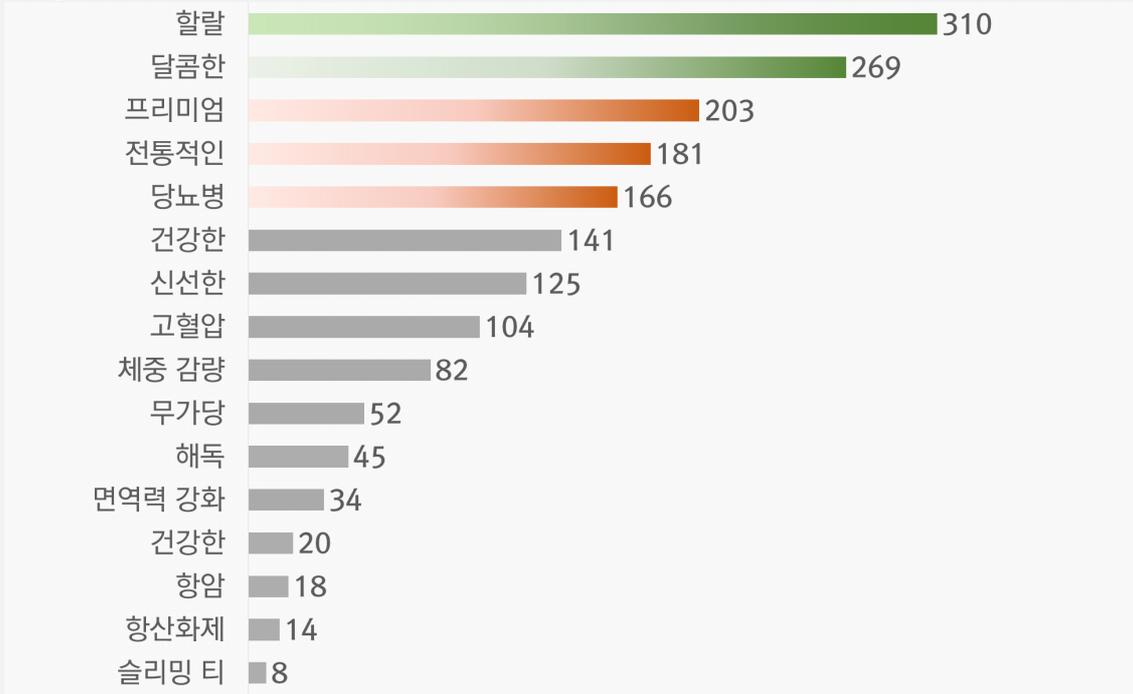
- ‘달콤한’ 키워드 269건으로 52건인 ‘무가당’ 키워드 수의 약 5배
- 성분 중 설탕과 꿀이 상위권이었던 점과도 관련 있어 보임

▶ 효능 관련 키워드 중 ‘당뇨병’ 최다 빈출

- 당뇨병 키워드도 166건으로 상위권에 속함, 2위인 ‘달콤한’과 대조적
- 이하 효능 관련 키워드는 고혈압, 체중 감량, 해독, 면역력 강화 등

1위 할랄		3위 프리미엄		4위 전통적인	
					
제품명	자스민차	제품명	우지 말차	제품명	얼그레이
브랜드	통씨(Tong Tji)	브랜드	홈랩(Homelab)	브랜드	트와이닝(Twinings)
가격	25티백/Rp7,275(603원)	가격	500g/Rp125,500(10,403원)	가격	100g/Rp106,900(8,862원)

[표 3.4] 인도네시아 판매 차 홍보문구 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인매장 판매 제품 내 ‘차’ 관련 게시글 1,838건 분석

5. 인도네시아 액상차 진출 컨셉

- ▶ **컨셉 ① _ 디저트 티로 좋은 설탕에 절인 유자로 만든 달콤한 액상차**
 - 홍보문구 2위인 '달콤한' 활용
 - 맛이 달콤해 디저트 티로도 좋은 점 강조

- ▶ **컨셉 ② _ 카페인 프리 할랄 인증 유자차**
 - 카페인이 높은 홍차에 비해 저녁에 마시기 부담 없는 점 강조
 - 카페인 프리 음료를 찾는 소비자와 무슬림 소비자에 어필

- ▶ **컨셉 ③ _ 신선한 유자에 아카시아 꿀을 섞은 액상차**
 - 신선한 유자와 향이 좋은 아카시아 꿀을 섞어 맛이 좋은 점 강조
 - 따뜻한 차나 유자에이드, 샐러드 드레싱으로도 가능한 높은 활용도 강조

경쟁제품	성분	홍보문구	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
(-)	설탕	달콤한	10건	식후 디저트 티로도 좋은 [설탕]에 절인 유자로 만든 [달콤한] 액상차
(-)	설탕	신선한	7건	[신선한] 유자를 [설탕]에 절여 새콤달콤한 유자차
홍차	(-)	할랄	6건	카페인이 없어 저녁에 [홍차] 대신 따뜻하게 마시기 좋은 [할랄]인증 받은 액상차
허브티	허브	전통적인	5건	한국인들이 [허브티]보다 많이 마시는 한국 [전통] 유자차
(-)	꿀	신선한	5건	[신선한] 유자에 향이 좋은 [아카시아 꿀]을 섞어 겨울엔 따뜻한 차로, 여름엔 유자에이드로 샐러드 드레싱으로도 좋은 활용도 높은 액상차

★ 결합 키워드 발생량 : 경쟁제품/성분/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

1. 인도네시아 액상차 유통채널 비교
2. 인도네시아 액상차 유통채널 특징

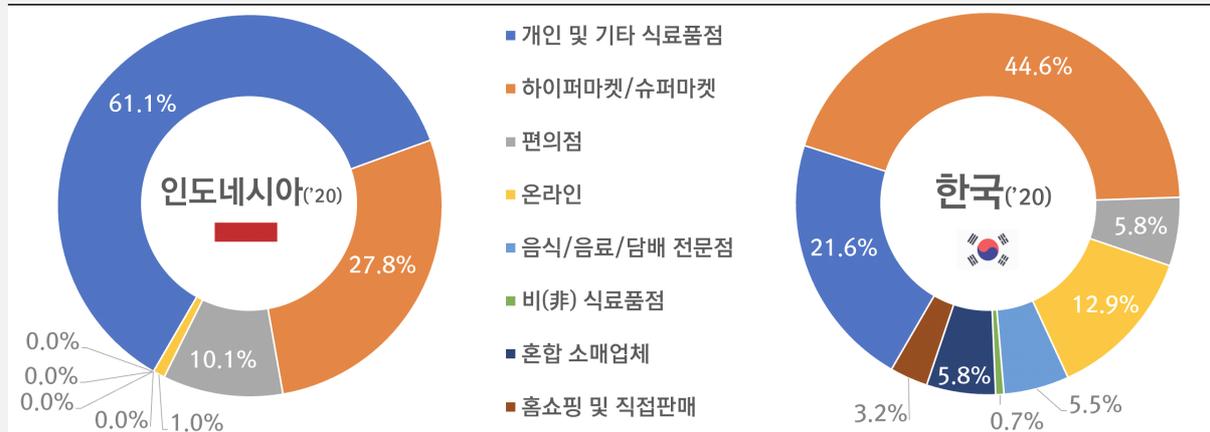
1. 인도네시아 액상차 유통채널 비교

▶ **인도네시아 ‘개인 및 기타 식료품점’, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 및 ‘편의점’ 점유율 99%**
 2020년 인도네시아에서 ‘차’는 상위 세 개 채널인 ‘개인 및 기타 식료품점’, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 그리고 ‘편의점’을 통해 99%의 유통이 이루어짐. 한국은 상위 세 개 채널인 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’(44.6%), ‘개인 및 기타 식료품점’(21.6%), ‘온라인’(12.9%) 외에도 ‘편의점’(5.8%), ‘음식/음료/담배 전문점’(5.5%), ‘홈쇼핑 및 직접판매’(총 3.2%) 등 유효한 유통 점유율을 지닌 채널이 다양하여 인도네시아 대비 다각화된 유통구조를 지니고 있음

▶ **인도네시아 액상차 온라인 시장, 아직 발전단계**

2020년 인도네시아 ‘차’의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 1.0%로 한국의 12.9% 대비 낮아 아직 액상차의 온라인 소비시장이 발전단계인 것으로 나타남

[표 4.1] 인도네시아 액상차 소매유통채널 점유율



인도네시아 및 한국 소매유통채널 점유율(17)18) 비교(19)

인도네시아	유형	한국
61.1%	개인 및 기타 식료품점 ²⁰⁾	21.6%
27.8%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	44.6%
10.1%	편의점	5.8%
1.0%	온라인	12.9%
0.0%	음식/음료/담배 전문점	5.5%
0.0%	비(非) 식료품점	0.7%
0.0%	혼합 소매업체	5.8%
0.0%	홈쇼핑 및 직접판매 ²¹⁾	3.2%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

17) 2020년 기준, 인도네시아 및 한국 ‘차(Tea)’의 소매유통채널 점유율임

18) ‘액상차’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘차(Tea)’의 정보를 확인함

19) 각 점유율은 유로모니터 카테고리 변경 및 통합으로 인해 총합 100.0% 기준 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

20) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 아시안마트/한인마트를 포괄함

21) 2020년 홈쇼핑 및 직접판매를 통한 ‘차’ 유통은 한국에서만 이뤄졌으며 각각 1.4%, 1.8%의 유통점유율을 차지함

2. 인도네시아 액상차 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

인도네시아 롯데마트 전경



사진자료: 롯데마트

▶ **인도네시아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체, 트랜스리테일인도네시아**
인도네시아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체 트랜스리테일인도네시아 (Trans Retail Indonesia)는 2020년 인도네시아 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액 104조 5,670억 루피아(약 8조 6,686억 원²²⁾)의 13.3%를 점유함. 마타하리푸트라프리마(Matahari Putra Prima)는 전체 매출액의 6.4%를 점유함

▶ **인도네시아 수입 식품, 하이퍼마켓/슈퍼마켓 통해 주로 유통²³⁾²⁴⁾²⁵⁾**

2020년 인도네시아 '식품' 유통에서 하이퍼마켓/슈퍼마켓의 비중은 약 7.4%로 전통적 유통채널(82.5%)과 높은 차이를 보이고 있으나 코로나19 이후 위생적 환경을 지닌 하이퍼마켓/슈퍼마켓 이용률은 증가 추세임. 또한 중상류층 소비자가 주요 타깃이기 때문에 수입 식품의 경우 하이퍼마켓/슈퍼마켓 채널을 통해 주로 유통되고 있으며, 고가의 수입 식품을 전문적으로 취급하는 고급 슈퍼마켓 브랜드도 다수 존재함. 이때 몇몇 대형 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체는 해외 식품 제조업체로부터 직접 제품을 수입하기도 하나, 대부분의 경우 현지 수입유통업체를 통해 물품을 조달하고 있음. 전문가에 따르면 하이퍼마켓/슈퍼마켓에서는 액상차 제품이 주로 판매되며, 설탕 함량이 주요한 구매 결정 요인이라 밝힘

[표 4.2] 인도네시아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20) ²⁶⁾	산하 주요 브랜드
1	트랜스리테일인도네시아 (Trans Retail Indonesia)	13.3%	까르푸(Carrefour), 트랜스마트까르푸(Transmart Carrefour)
2	마타하리푸트라프리마 (Matahari Putra Prima)	6.4%	하이퍼마트(Hypermart)
3	헤로슈퍼마켓 (Hero Supermarket)	5.8%	헤로(Hero), 자이언트엑스트라(Giant Ekstra)
4	라이언슈퍼인도 (Lion Superindo)	5.4%	슈퍼인도 (Super Indo)
5	롯데마트인도네시아 (Lotte Mart Indonesia)	3.9%	롯데마트(Lotte Mart), 롯데마트홀세일(Lotte Mart Wholesale)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

22) 100루피아=8.29원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

23) 유로모니터(Euromonitor), 「Hypermarkets in Indonesia Country Report」, 2021.03

24) 미농무성(USDA), 「Retail Foods Indonesia」, 2021.07

25) KATI농식품수출정보, 「2020 해외시장 맞춤형조사 인도네시아 액상차 보고서」, 2020.11

26) 인도네시아 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 아시안마트/한인마트

▶ 인도네시아 주요 아시안마트/한인마트, 무궁화마트

인도네시아 주요 아시안마트/한인마트에는 무궁화마트(Mugunghwa Mart)와 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery) 등이 있음. 무궁화마트는 현재 자카르타 지역을 중심으로 8개 매장을, 파파야프레시갤러리는 인도네시아 전역에서 11개 매장을 보유하고 있음

▶ 인도네시아 한국 식품 유통, 다양한 채널 통해 이뤄져²⁷⁾

인도네시아는 한국 식품의 수요가 높은 주요 지역인 한편, 한국 유통업체들 또한 적극적으로 진출하고 있는 신포방 국가 중 하나임. 먼저 도소매점을 모두 운영하고 있는 한국계 유통업체로 롯데마트(Lotte Mart)가 있으며, 지에스리테일(GS Retail)의 지에스더프레시(GS The Fresh) 또한 2016년 인도네시아 진출 이후 연매출 약 20%의 고공성장을 이어가며 현재 약 7개의 매장을 운영하고 있음. 또한 해당 두 업체의 경우 주요 매장 내에 한국 식품 전문 매대를 운영하는 것으로 조사됨. 이때 한국 식품은 라면을 중심으로 최근 인도네시아 내 수요가 높아지면서 현지 하이퍼마켓/슈퍼마켓 채널로도 다수 입점되는 중인 것으로 전해짐

[표 4.3] 인도네시아 주요 아시안마트/한인마트

순번	구분	기업명	매장 수('21)
1	한인마트	무궁화마트 (Mugunghwa Mart)	8개
2		케이마트 (K-Mart)	1개
3		뉴서울 (New Seoul)	1개
4		지에스더프레시 (GS The Fresh)	7개
5	아시안마트	파파야프레시갤러리 (Papaya Fresh Gallery)	11개

자료: 기업 홈페이지, 구글맵(Google Maps), 미농무성(USDA)

27) 서울경제, 「인도네시아에서 대박 난 K-푸드...GS더프레시, 연 매출 20% '쑥쑥」, 2021.12

3) 카페 프랜차이즈

▶ 인도네시아 주요 카페 프랜차이즈, 스타벅스와 엑셀소카페

인도네시아에 진출한 주요 글로벌 카페 프랜차이즈로는 스타벅스(Starbucks)가 있으며 현지 카페 프랜차이즈로는 엑셀소커피(Excelso Coffee)가 있음

▶ 인도네시아인, 카페에서 커피 음료 주로 섭취²⁸⁾²⁹⁾

인도네시아 소비자들은 녹차, 우롱차, 홍차를 주로 소비하며, 허브나 과일 차에 대한 수요는 상대적으로 낮음. 다만 인도네시아 소비자들이 코로나19 이후 건강과 면역에 더 신경 쓰고 있으며, 면역력 증진 식품에 포함되는 생강과 같은 향신료가 첨가된 식품이나 음료의 소비 또한 증가함. 또한 차 제품의 가격이 저렴하여 코로나 이후 상비식품으로 자리잡은 것으로 조사됨. 카페 매장은 유동인구가 많은 건물, 예를 들어 병원, 학교, 오피스 건물 등에 주로 입점함. 다만 인도네시아 내 대형 카페 프랜차이즈에서는 커피를 주로 판매하며, 엑셀소커피(Excelso Coffee)와 호주 카페 프랜차이즈인 부스트주스(Boost Juice) 등이 다양한 종류의 과일 음료를 판매 중인 것으로 확인됨

[표 4.4] 인도네시아 주요 카페 프랜차이즈

순번	구분	기업명	매장 수('21)	과일음료 판매 여부
1	디저트 카페	오미자 (Omija)	7개	√
2	현지 카페 프랜차이즈	잔지지와 (Janji Jiwa)	19개	√
3	현지 카페 프랜차이즈	엑셀소커피 (Excelso Coffee)	49개	√
4	현지 카페 프랜차이즈	하우스 (Haus!)	35개	√
5	글로벌 카페 프랜차이즈	스타벅스 (Starbucks)	147개	-

자료: 기업 홈페이지

28) 한국농수산물유통공사(aT), 「인도네시아 코로나 이후 소비자의 유통채널 사용 및 식품소비 동향 파악을 통한 수출확대 방안 모색」, 2021.09

29) 유로모니터(Euromonitor), 「Tea in Indonesia Country Report」, 2020.12

4) 온라인

▶ 인도네시아 주요 온라인 유통채널, 토코피디아 및 씨

인도네시아 주요 온라인 유통채널 토코피디아(Tokopedia)는 2020년 온라인 유통채널 전체 매출액 466조 4,910억 루피아(약 38조 6,721억 원)의 36.4%를 점유했으며, 씨(Sea)는 전체 매출액의 19.9%를 점유함

▶ 동남아 최대 인터넷 시장의 인기 품목, 한국 식품³⁰⁾³¹⁾³²⁾

인도네시아의 온라인 식품 시장은 2020년 전년 대비 약 125% 성장함. 인도네시아는 인구의 절반 정도가 MZ세대이며, 이들은 식품 구매 시 주로 온라인 쇼핑몰을 이용하고 소셜커머스 이용 또한 활발함. 특히 제품 구매 전 SNS를 통해 제품 평판을 확인할 뿐만 아니라 70% 정도의 소비자가 인플루언서가 리뷰한 제품을 구매한 경험이 있을 정도로 영향력이 큼. 또한 인도네시아는 한류의 영향을 많이 받아 한국 식품에 대한 관심이 큰 편으로, 주요 음식 배달 플랫폼인 고푸드(Go Food)에는 한국음식 카테고리도 신설되었으며, 토코피디아가 선정한 2020년 인기 품목 2위로 한국 음식이 선정됨. 한국 식품 구매는 주로 온라인 쇼핑몰을 사용하고, 객단가가 일반 식품 구매 시에 비해 상승하는 경향도 있음. 다만 한국에서 생산된 제품에 가격을 더 지불할 의향이 있고 실제로 그런 모습을 보이는 하나, 유지에 대한 인식 자체가 부족하여 레몬이나 시트러스 자체로 표기되는 경우가 잦고, 이외에도 온라인 매장에 진출해있는 대다수의 액상차 제품 또한 고객사 및 한국 브랜드 제품인 것으로 조사됨

[표 4.5] 인도네시아 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20) ³³⁾	산하 주요 브랜드
1	토코피디아 (Tokopedia)	36.4%	토코피디아 (Tokopedia)
2	씨 (Sea)	19.9%	쇼피 (Shopee)
3	부칼라팍닷컴 (bukalapak.com)	11.4%	부칼라팍 (bukalapak.com)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

30) 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in Indonesia Country Report」, 2021.03

31) 한국농수산물유통공사(aT), 「인도네시아 식품유통 온라인 플랫폼 현황 및 진출전략」, 2021.07

32) 한국농수산물유통공사(aT), 「인도네시아 코로나 이후 소비자의 유통채널 사용 및 식품소비 동향 파악을 통한 수출확대 방안 모색」, 2021.09

33) 인도네시아 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

1. 인도네시아 액상차 주요 온라인 유통채널
2. 인도네시아 액상차 주요 오프라인 유통채널

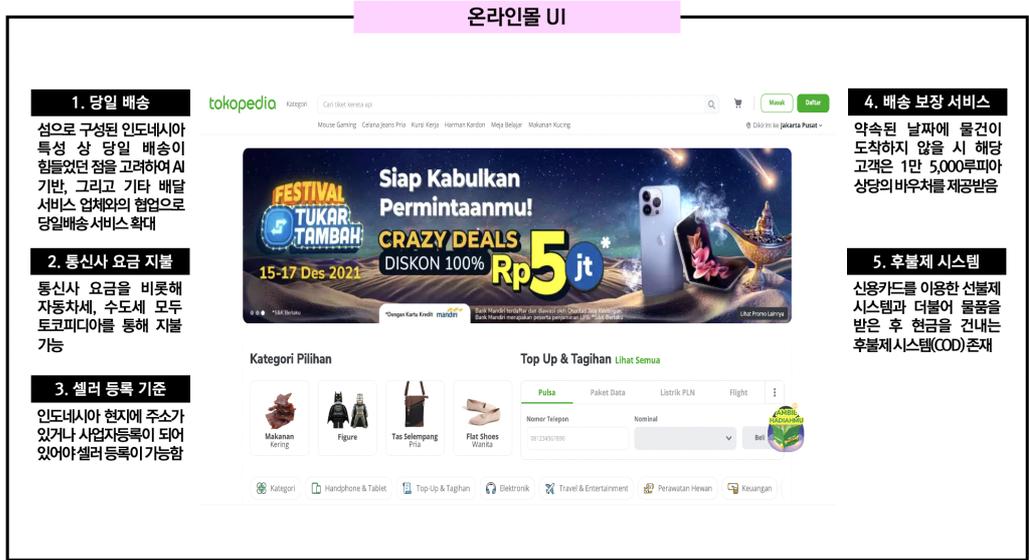
1. 인도네시아 액상차 주요 온라인 유통채널 ① 토크피디아

기업 기본 정보	기업명	토크피디아(Tokopedia)		
	홈페이지	www.tokopedia.com 		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	1억 5,500만 회	
		앱다운로드수('20)	110만 회	
매출('20)		286억 달러(약 33조 9,682억 원 ³⁴)		
	운영방식	온라인마켓		
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	차뜨라므(Chatramue), 하벨티(Haveltea)	
		해외 판매	해외판매 불가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	무료 배송 쿠폰이나 캐시백 쿠폰, 할인 바우처, 라이브커머스, 시간 한정 세일 등 다양한 프로모션 상시 진행 중			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 어플리케이션 또는 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 토크피디아 셀러 페이지 접속하여 계정 생성 후 셀러 등록 진행 (seller.tokopedia.com/edu) - 토크피디아 어플리케이션 실행 후 직접 스토어 생성하여 셀러 등록 진행 - 진행 순서 예시 어플 실행 후 검색창에 'Buka Toko'(Open a Store) 입력 'Buka Toko Gratis'(Open a Free Store) 클릭 스토어명 및 도메인 입력 공급자 설문조사 작성 및 주소 입력 'Simpan' 클릭 후 셀러 전용 어플리케이션 설치 레귤러 셀러 등록 완료 • 기타 유의사항 <ul style="list-style-type: none"> - 셀러는 레귤러, 파워, 오피셜 스토어로 분류되며, 실질적인 판매가 이뤄지기 위해서는 레귤러 셀러보다 상위 등급의 셀러가 되어야 함 - 현재 파워 셀러가 되기 위해서는 인도네시아 주소와 신분증, 사업자등록증이 필요함 		

자료: 토크피디아(Tokopedia), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower), 씨비인사이트(CB Insights)

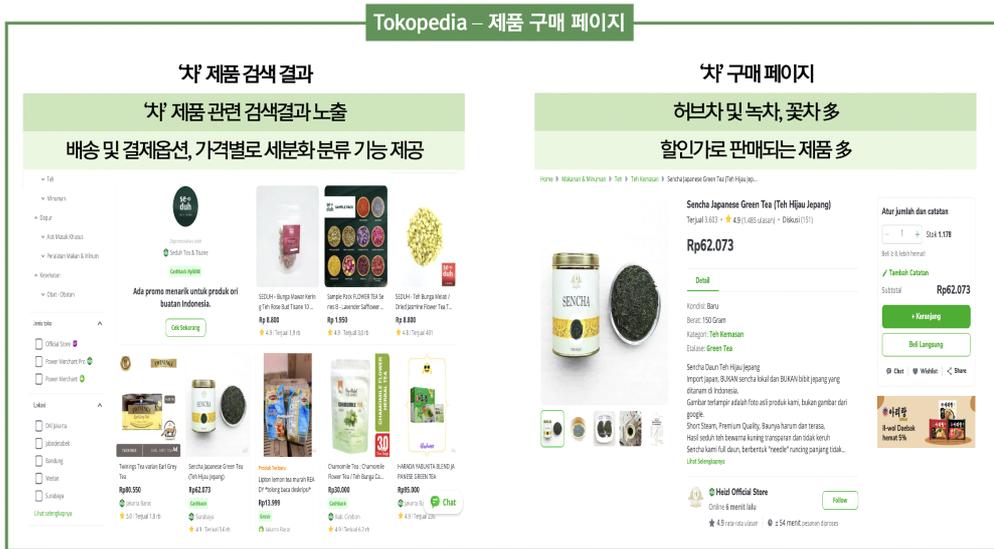
사진 자료: 토크피디아(Tokopedia)

온라인몰 UI ①



영어 페이지 지원하고 있으나 번역이 되지 않는 부분도 많아 사용에 불편함

온라인몰 UI ②



차(Teh) 검색 시 허브 및 꽃 차 다수, 차(Teh) 검색 결과 1페이지에 액상차 無

자료: 토크피디아(Tokopedia)

사진 자료: 토크피디아(Tokopedia)

34) 1달러=1,187.70원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁵⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	용량 및 가격 ³⁶⁾	특징	이미지
1	잎차	차프람 (Chatramue)	타이티오리지널 (Thai Tea Original)	태국	440g, 4만 6,000루피아 (약 3,813원)	*태국 유명 차 브랜드 차프람의 시그니처 상품 *잎차	
2	티백	하벨티 (Haveltea)	퓨어카모마일 (Pure Chamomile)	인도네시아	1.5g*10개입, 7만 루피아 (약 5,803원)	*카페인 프리 *할랄 인증 有	
3	잎차	하이즐 (Heizl)	센차 (Sencha)	일본	150g, 6만 2,073루피아 (약 5,146원)	*일본에서 수입된 센차(녹차 품종 중 하나) *인도네시아 브랜드 *할랄 인증 有 *차잎 용량은 60g	
4	파우더	달리수 (Dali Su)	프래그런트크리산세뎀 티워드허니 (Fragrant Chrysanthemum Tea with Honey)	인도네시아	20g*10개입, 1만 7,000루피아 (약 1,409원)	*국화꽃차 *할랄 인증 有	
5	티백	립톤 (Lipton)	얼그레이블랙티 (Earl Grey Black Tea)	-	2g*25개입, 4만 8,000루피아 (약 3,979원)	*차잎은 세계 각국에서 조달 *할랄 인증 有	
6	잎차	비오가닉 (Beorganik)	버터플라이피 (Butterfly Pea)	인도네시아	10g, 1만 2,500루피아 (약 1,036원)	*레몬슬라이스, 과일(키위, 파인애플 등을 말린), 라벤더, 녹차 등 다양한 종류 판매	
7	티백	딜마 (Dilmah)	애플 (Apple)	스리랑카	20g 5,400루피아 (약 448원)	*티백 한 사켓씩 따로 판매(최소 10개 주문) *꿀생강, 라벤더, 녹차, 딸기, 복숭아 등 다양한 종류 판매	

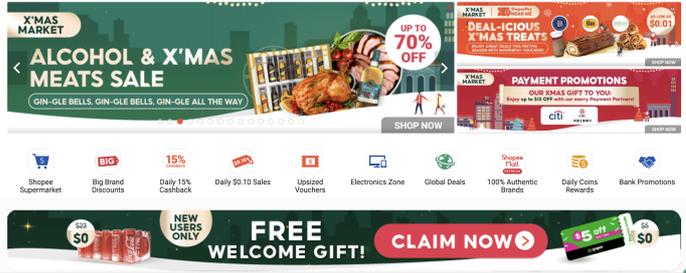
자료: 토크피디아(Tokopedia)

사진 자료: 토크피디아(Tokopedia)

35) 조사일(2022.01.07.) 기준 토크피디아(Tokopedia) 액상차 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

36) 100루피아=8.29원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② 쇼피(Shopee)

기업 기본 정보	기업명	쇼피(Shopee)		
	홈페이지	www.shopee.co.id		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	1억 3,470만 회	
		앱다운로드수('20)	500만 회	
매출('20)		17억 7,700만 달러(약 2조 1,105억 원) ³⁷⁾		
운영방식		온라인마켓		
매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	카에루유즈(Kaeru Yuzu), 로지(Roji)	
		해외 판매	일부 국가로의 해외배송 가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	시간대별 특가 세일, 브랜드별 할인,페이백 이벤트, 라이브커머스, 포인트 적립 등 다양한 프로모션 진행			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 쇼피 코리아에서 셀러 신청 진행 (www.shopee.kr) - 입점 절차 <ol style="list-style-type: none"> ① 가입 신청서 제출 (공급 제품 소개, 해외 판매 활동 경험 등) ② 제출된 정보를 바탕으로 쇼피 코리아로부터 1차 답장을 받으면 요청받은 정보 및 사업자등록증 제출 ③ 입점이 확정된 셀러는 이메일로 전달받은 오픈 초대장에서 싱가포르 쇼피에 먼저 등록 진행. 이후 원하는 국가(인도네시아, 말레이시아, 태국, 필리핀, 베트남, 대만)를 선택하여 스토어 오픈할 수 있음 기타 주의 사항 <ul style="list-style-type: none"> - 인도네시아 식약처 규제 강화로 식음료는 인도네시아 쇼피를 통해 직접 판매 불가능 		

자료: 쇼피(Shopee) 인도네시아, 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower), 한국농수산식품유통공사(aT)

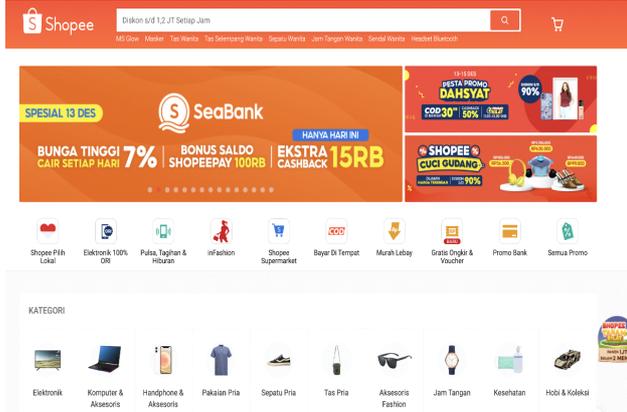
사진 자료: 쇼피(Shopee) 인도네시아

37) 모기업 씨(Sea)의 글로벌 이커머스 매출액임

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

- 1. 후불제 시스템**
신용카드를 이용한 선불제 시스템과 더불어 물품을 받은 후 현금을 건내는 후불제 시스템(COD) 존재
- 2. 모바일 중심 서비스**
쇼핑 어플과 SNS를 통한 제품, 프로모션 공유 및 판매자 팔로우 기능 제공
- 3. 간편한 셀러 가입**
쇼핑이 진출한 동남아 및 기타 국가에 사업자 등록이 되어있지 않아도 한국 사업자 등록증만으로도 입점이 가능함



- 4. 크로스보더 판매**
인도네시아로의 직접적인 크로스보더 판매(해외직접판매)는 불가능하나, 싱가포르, 말레이시아, 베트남 쇼핑 등을 통해 우회 판매가 가능함
- 5. 구매 내역**
구매했던 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리 내 추천상품 제공

세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능

온라인몰 UI ②

Shopee - 제품 구매 페이지

차 제품 검색 결과

차 제품 관련 검색결과 노출

브랜드, 셀러타입, 배송 옵션별로 세분화 분류 기능 제공

차 구매 페이지

슬리밍 티, 녹차, 꽃차, 허브차 등 다
할인가로 판매되는 제품 다

유자차(Yuzu Teh) 검색 시 고객사 제품(마멀레이드형 액상차) 및 일본산 유자 RTD차 다수, 차(Teh) 검색 시 녹차 등 차 기반의 슬리밍 티 다수, 차(Teh) 검색 결과 1페이지에 액상차 無

자료: 쇼피(Shopee) 인도네시아
사진 자료: 쇼피(Shopee) 인도네시아

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준)³⁸⁾

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	용량 및 가격	특징	이미지
1	유자차 (마멀레이드)	카에루유즈 (Kaeru Yuzu)	유즈마멀레이드 (Yuzu Marmalade)	인도네시아	500ml, 13만 루피아 (약 1만 777원)	*제품 설명란 -한국에서 유명한 재료, 화장품에 자주 쓰이는 재료 등 -Yujacha, Citron tea, Teh Citron, Yuzu tea	
2	유자차 (티백)	로지 (Roji)	코쿠유즈구기차 (Koku Yuzu Kukicha)	일본	1개, 1만 1,000루피아 (약 912원)	*녹차(센차), 유자껍질 등 함유	
3	유자차 (RTD)	카에루유즈 (Kaeru Yuzu)	허니유즈스파클앤 고블렛글래스세트 (Honey Yuzu Sparkle and Goblet Glass Set)	인도네시아	총 2kg, 34만 5,000루피아 (약 2만 8,601원)	*수카홈(Sukahome) 컵과 콜라보 제품 *할랄 인증 有 *건조 레몬 슬라이스 포함	
4	허브차 (티백)	-	테다운자티씨나 (Teh Daun Jati Cina)	인도네시아	2g*20개입, 3만 2,900루피아 (약 2,727원)	*슬리밍 티	
5	앞차	마마씨아트릿츠 (Mamacia Treats)	플라워티 (Flower Tea)	인도네시아	1개당 3-8g, 3,000-1만 2,650루피아 (약 249- 1,049원)	*대부분이 허브티(라벤더, 캐모마일 등)이며, 과일차로는 말린 레몬 한 가지 종류 *할랄 인증 有	
6	티백	뷰데랩 (Beaudelab)	슬리밍&디톡스 그린티 (Slimming and Detox Green Tea)	인도네시아	28개입, 7만 9,000루피아 (약 6,549원)	*슬리밍 티	
7	티백	뿌삿17 (Pusat17)	차이니즈티박스캔 (Chinese Tea Box Can)	중국	3g*10개입, 3만 8,610루피아 (약 3,201원)	*롱징차, 진준메이, 다홍파오 등 다양한 중국 차 제품을 고를 수 있음 *차 제품 브랜드는 다양하며 뿌삿17은 인도네시아 유통업체	

자료: 쇼피(Shopee) 인도네시아

사진 자료: 쇼피(Shopee) 인도네시아

38) 조사일(2022.01.07.) 기준 쇼피(Shopee) 인도네시아 액상차 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

2. 인도네시아 액상차 주요 오프라인 유통채널 ① 랜치마켓

기업 기본 정보	기업명	랜치마켓(Ranch Market)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.ranchmarket.co.id			
	위치	자카르타(Jakarta)			
	규모	매출액('20)	3조 114억 루피아(약 2,496억 원)		
기타 규모		• 매장 수('21): 43개			
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 미국의 99랜치마켓의 프랜차이즈로 1998년 처음 오픈했으며, 2010년 계약 종료 이후 독립하여 재출범함 • 2019년 고급 식료품 유통 브랜드로 더고메바이랜치마켓(The Gourmet by Ranch Market) 및 데이바이데이바이파머스마켓(Day by Day by Farmers Market)을 런칭함 				
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성·남성	직업	주재원·주부
		연령대	20대 후반~40대	소득수준	중상류층

방문매장 정보	영업시간	10:00~21:00		
	주소	M.H. Thamrin Street No.1, Kebon Melati, Menteng, Central Jakarta City, Jakarta		
	상권	수도 자카르타의 대형 쇼핑몰 내 입점해있으며 주위에 일본 및 한식 레스토랑이 다수 위치		
	VMD	취급 브랜드	텔라가라사(Telaga Rasa), 싱가포르(Singabera)	
		진열 방식	카테고리별 진열	
매장 전경				

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 'Become A Supplier' 클릭 후 정보 기입 (www.ranchmarket.co.id/become-a-supplier) - 홈페이지 기입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 이름, 이메일, 기업명 ② 공급자 카테고리 선정 (야채, 과일, PB 등) ③ 기타 전달사항 - 동일 기업에서 운영하는 또다른 중상류층 대상 식품 유통 브랜드인 파머스마켓(Farmer's Market)의 입점 문의 절차 또한 동일하게 진행 • 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: 랜치마켓(Ranch Market), 미농무성(USDA)

사진 자료: 랜치마켓(Ranch Market) 현지 매장 방문

매대 제품 배치 현황



주력 입점 제품



인도네시아 현지 랜치마켓에서는 일본과 한국산 제품을 별도의 매대를 마련하여 비치해두었으며, 방문 당시 판매 중인 한국 식품은 대다수가 라면 및 떡볶이, 그리고 과자였음. 떡볶이의 경우 고객사 쌀떡볶이 제품이 확인됨. 차의 경우 다양한 종류와 원산지의 차 제품을 취급하고 있으며, 그중에서도 티백 및 잎차 제품이 다수였음. 차 조제용 액상 마멀레이드 (ex. 유자차(청), 생강차(청)) 제품은 조사 당시 해당 매장에서는 취급하고 있지 않았으며, 베이커리류와 곁들여 먹는 잼 종류의 마멀레이드 제품은 취급 중이었음. 차 제품 중 티백형 피치우롱티, 머스캣그린티 등의 맛을 지닌 한국 브랜드 차 제품이 발견됨.

다음 페이지는 현지 랜치마켓 내 판매되고 있는 차 종류의 일부를 조사한 리스트임

자료: 랜치마켓(Ranch Market) 현지 매장 방문
 사진 자료: 랜치마켓(Ranch Market) 현지 매장 방문

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	용량 및 가격	특징	이미지
1	파우더	세르밧장크리크마스 (Serbat Jangkrik Mas)	세르밧유우 (Serbat Uwuh)	인도네시아	12g*10개입, 1만 500루피아 (약 870원)	*생강 및 레몬그라스 *할랄 인증 有 *상온 일반 매대	
2	파우더	텔라가라사 (Telaga Rasa)	자헤메라 (Jahe Merah)	인도네시아	22g*5개입, 2만 4,500루피아 (약 2,031원)	*적생강 *할랄 인증 有 *상온 일반 매대 *족자카르타에서 허브샵 운영	
3	파우더	싱가베라 (Singabera)	오리지널진저 (Original Ginger)	인도네시아	12g*12개입, 3만 8,000루피아 (약 3,150원)	*할랄, HACCP, ISO 22000 有 *상온 일반 매대 *싱가포르 브랜드	
4	파우더	시도문쿨 (Sido Muncul)	쿠닛아쌘 (Kunyit Asam)	인도네시아	25g*5개입, 9,300루피아 (약 771원)	*할랄 인증 有 *상온 일반 매대	
5	파우더	수수자헤41 (Susu Jahe 41)	수수자헤 (Susu Jahe)	인도네시아	25g*5개입, 8,300루피아 (약 688원)	*인도네시아 최초 인스턴트 우유 생강차 *할랄 인증 有 *상온 일반 매대	
6	잼	모린 (Morin)	셀라이라즈베리 (Selai Raspberi)	인도네시아	170g, 47만 루피아 (약 3만 8,963원)	*할랄 인증 有 *상온 일반 매대	
7	잼	트로피카나 슬림 (Tropicana Slim)	스트로베리잼 위드치아씨드 슈가프리 (Strawberry Jam with Chia Seed Sugar Free)	인도네시아	375g, 81만 루피아 (약 6만 7,149원)	*할랄 인증 有 *상온 일반 매대	

자료: 랜치마켓(Ranch Market) 현지 매장 방문
사진 자료: 랜치마켓(Ranch Market) 현지 매장 방문

② 하이퍼마트

기업 기본 정보	기업명	하이퍼마트(Hypermart)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.hypermart.co.id	
	위치	반텐(Banten)	
	규모	매출액('20)	6조 7,470억 루피아(약 5,593억 원)
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('20): 100개 직원 수('20): 8,044명 	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 모기업 매출액의 약 85% 차지 마타하리푸트라프리카는 현재 인도네시아 내 약 70여 개의 도시에서 하이퍼마트 매장을 운영하고 있음 총 세 개의 물류센터 보유하고 있으며, 효율적인 물류 관리 및 배송을 위해 오라클(Oracle)과 같은 글로벌 물류 시스템 외에도 자체 물류시스템 운영 중 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 간편식품, 스낵류, 음료류, 소스류, 문구류 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 현지 식품, 가격 경쟁력이 있는 제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 우측 'Korporasi'(Corporation) - 'Kerjasama'(Cooperation) 클릭 - 정보 기입 및 제안 카테고리 선정 - 등록 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (이름 및 연락처) ② 개인 혹은 기업 선택 ③ 제안 카테고리 (신선식품, 생활용품 등) - 정보 기입 완료 후 'Kirim'(Send) 클릭 문의사항 연락처 및 기타 주의사항 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: cs@hypermart.co.id - 전화번호 : +62-21-546-9333 - 수입제품은 반드시 식품의약품 수입등록증(ML) 보유 	

자료: 하이퍼마트(Hypermart), 마타하리푸트라프리카(Matahari Putra Prima)

사진 자료: 하이퍼마트(Hypermart) 현지 매장 방문

③ 무궁화마트

기업 기본 정보	기업명	무궁화마트(Mugunghwa Mart)		
	기업구분	아시안마트/한인마트		
	홈페이지	www.mugunghwa.co.id		
	위치	자카르타(Jakarta)		
	규모	기타 규모	• 매장 수('21): 8개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1980년 무궁화유통의 전신인 한국종합식품을 설립하였으며, 1986년 상호변경과 함께 무궁화마트 1호점 개점 • 무궁화마트의 모기업인 무궁화유통은 현재 약 50여 개의 한국 제조업체의 식품을 슈퍼인도, 헤로, 세븐일레븐, 패밀리마트와 같은 유통 업체에 한국 식품 유통 중 • 왓츠앱을 통한 주문 가능 		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 베이커리류, 주류, 스낵류, 음료류, 문구류 등		
	선호 제품	• 한국산 제품, 현지 신선식품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 왓츠앱: 0878-0956-1157 (주문용) - 페이스북: @bestmgh - 이메일: admin@mugunghwa.co.id - 전화번호: +62-21-722-2214 		

자료: 무궁화마트(Mugunghwa Mart)

사진 자료: 무궁화마트(Mugunghwa Mart)

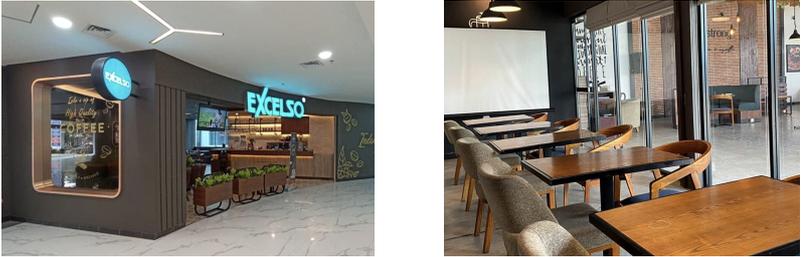
④ 파파야프레시갤러리

기업 기본 정보	기업명	파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	papayabali.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('21): 11개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 현재 인도네시아 자바섬에서 11개 매장 운영 중 • 자카르타, 발리, 수라바야, 반둥 등 지역별로 홈페이지 및 SNS 계정 별도 운영 • 스낵이나 면류 제품, 액상차 등 한국산 제품 다수 입점되어 있으며 미역국이나 달고나와 같은 한국 음식 레시피 카드를 SNS 계정에 업로드 하기도 함 • 인도네시아 내 식품 배송 서비스인 해피 프레시, 고마트, 그램마트 등과 협업하여 배송 서비스 진행 중이며 토코피디아나 부칼라팍, 블리블리와 같은 온라인 플랫폼에도 입점하여 온라인 판매 진행 중 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 육류, 생선류, 스낵류, 음료류, 주류 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 일본 제품을 비롯한 아시아 제품, SNS 인기 제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일 또는 유선 연락을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 인스타그램(자카르타): @papaya_jakarta - 인스타그램(발리): @papaya.bali - 인스타그램(수라바야): @papayasurabaya - 이메일(반둥): papaya_bandung@yahoo.com - 전화번호(반둥): +62-22-203-8878 	

자료: 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery) 각 지역별 홈페이지, 미농무성(USDA)

사진 자료: 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery)

⑤ 엑셀소커피

기업 기본 정보	기업명	엑셀소커피(Excelso Coffee)	
	기업구분	카페	
	홈페이지	www.excelso-coffee.com	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('21): 49개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1991년 자카르타의 플라자인도네시아(Plaza Indonesia)에 첫 매장 오픈 • 인도네시아 대표 커피 회사인 카빨아삐(Kapal Api) 소유 카페 브랜드 • 브랜드 모토는 '진심을 다해 고객을 대하고 최고의 제품을 제공한다(serve with HEART and give the BEST)'임 • 쿨 및 리치 과육을 갈지 않고 직접 넣어 만든 탠저린아이스티(Tangerine Iced Tea) 및 리치티(Lychee Tea) 메뉴 판매 중이며 이외에도 각종 베리류를 갈아 만든 스무디 등 다양한 과일 음료 판매 중 	
매장정보	판매 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 과일(쿨, 열대 과일, 베리류 등) 음료, 커피, 피자, 파스타, 샐러드, 수프, 샌드위치 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 품질이 좋은 제품, 기존 플랫폼에 없는 제품 	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일 또는 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: halo@excelso-coffee.com - 전화번호(왓츠앱): +62-0817-7027-1991 - 인스타그램 및 라인: @excelsocoffee 	

자료: 엑셀소커피(Excelso Coffee)

사진 자료: 엑셀소커피(Excelso Coffee)

⑥ 오미자

기업 기본 정보	기업명	오미자(Omija)	
	기업구분	한식 카페	
	홈페이지	www.instagram.com/omijacafe/	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('21): 7개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 오쭈(Ojju)나 무지개(Mujigae)와 같은 인도네시아 내 주요 한식 프랜차이즈 업체와 마찬가지로 중국계 자본이 투입된 인도네시아 요식업 그룹에서 운영하는 카페로, 순두부찌개나 비빔밥, 떡볶이와 같은 식사용 음식에서부터 한국식 도넛이나 와플, 핫도그 등의 디저트, 그리고 유자차나 바나나우유 등의 음료까지 다양한 종류의 한식을 판매하는 한식 카페임 2021년 여름 인도네시아에 진출한 삼진어묵 및 올드창키(Old Chang Kee)와 협업하여 음식 패키지 상품 개발하여 판매 	
매장정보	판매 품목	<ul style="list-style-type: none"> 떡볶이, 순두부찌개, 도시락, 핫도그, 도넛, 커피, 유자차를 비롯한 음료 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 한국 제품, 할랄 제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 이메일 또는 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) 참고자료 (회사소개서, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: mujigae.marketing@gmail.com - 전화번호: +62-812-8108-9756 - 인스타그램 및 페이스북: @omijacafe 	

자료: 오미자(Omija), 연합뉴스

사진 자료: 오미자(Omija)

VI. 진입장벽

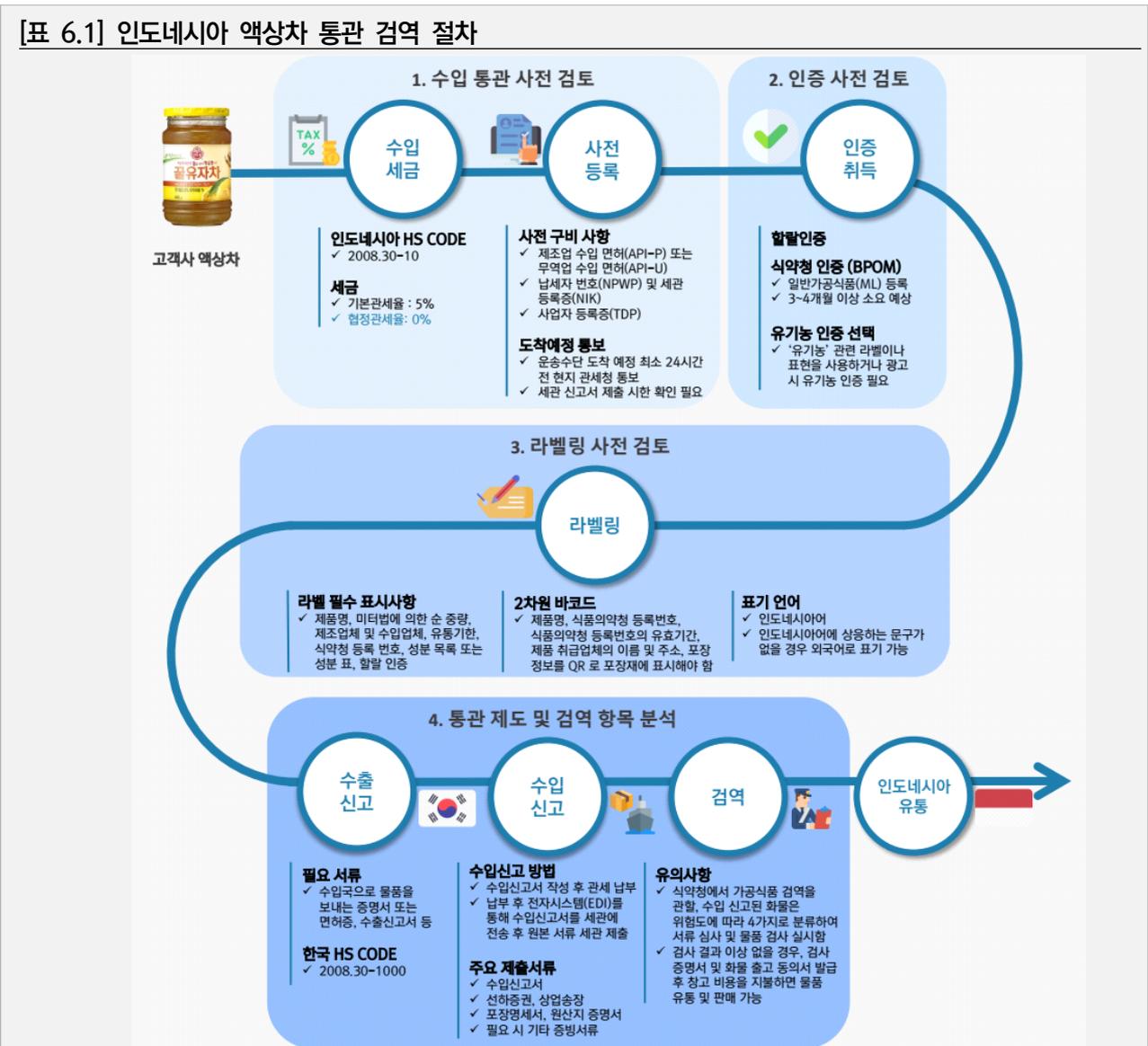
1. 인도네시아 액상차 통관 및 검역 절차
2. 인도네시아 액상차 품질 인증
3. 인도네시아 액상차 라벨링
4. 인도네시아 액상차 성분 및 유해물질

1. 인도네시아 액상차 통관 및 검역 절차³⁹⁾

▶ 인도네시아 액상차 수출 시, 식약청 등록 허가必

인도네시아로 수출 시, 수입 제품의 유형에 따라 인도네시아 식약청, 세관에서 요구하는 인허가 사항을 취득한 후 수입을 진행해야 함. 통관 절차에 제출하는 서류의 경우 원본 서류를 제출하는 것을 원칙으로 하고 있으며 이메일이나 팩스를 통해 수신한 서류는 인정하지 않음. 또한, 수입 업체는 수입 유통 신고서를 수입할 때마다 신고해 유통 허가서를 받아야 하며 한국의 제조사는 이를 위해 해당 제품의 시험검사 성적서를 제공해야 함

[표 6.1] 인도네시아 액상차 통관 검역 절차



자료: 관세청, 인도네시아 식약청(BPOM), 인도네시아 무역부(MTRI), KATI농수산물수출정보 홈페이지

39) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

2. 인도네시아 액상차 품질 인증

▶ 인도네시아 액상차, 식약청 및 할랄 인증 必

인도네시아의 필수 인증으로는 인도네시아 국가 표준 인증 (SNI, Standar Nasional Indonesia), 식약청 인증(BPOM, Badan Pengawas Obat dan Makanan), 할랄 인증(Halal) 3가지가 존재하며, 각 인증에 적용되는 품목군은 상이함. 고객사 제품의 경우, 일반 가공식품으로 식약청 인증과 할랄 인증이 필수로 부과되는 것을 확인함. 식약청 인증에는 식품 생산 안전에 관한 국제 규격을 만족했다는 글로벌 인증이 필요함. 할랄 인증은 고객사 기 인증으로 인증 유효성을 유지해야 하며, 그 외에도 추가로 글로벌 인증을 받아 활용할 수 있음. 한편, 제품에 ‘유기농’이라는 표현을 사용하고자 하는 경우 인도네시아 유기농 인증서가 필요함

[표 6.2] 인도네시아 액상차 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
SGS	식품 품질 안전 인증	글로벌 공통 인증	SGS 대한민국 내 사무소 또는 인도네시아 내 사무소	
유기농 인증	유기농산물 인증	인도네시아 국가 인증	인도네시아 유기농업 관할 기관(OKPO)이 지정한 인증기관(LSO)	

자료: 각 인증기관

[표 6.3] 인도네시아 액상차 식약청 인증

인증명	식약청 인증	유형 구분	- 화장품(NA) - 일반 가공식품(ML) - 전문식품(ML) - 건강기능식품(SI) - 전통의약품(TI) - 의약외품(QI) - 일반 의약품 - 전문 의약품
인증 성격	인도네시아 내 필수 등록		
인증기관	인도네시아 식약청 (BPOM, Badan Pengawas Obat dan Makanan)		
소요기간	서류 요건 완비 시 3~4개월 이상 소요 예상	소요비용	300,000루피아 이상 (광고 기능성 표기 필요 시, 3,000,000루피아 추가)
일반 가공식품(ML) 신청 절차	<ul style="list-style-type: none"> • BPOM 온라인 시스템 수입사(아이디 부여) 등록 • GMP 사본의 공증 제출 후 제조사 온라인 등록 • 개별 제품의 등록 접수 신청 • 제품의 안정성 및 기능성, 제품의 재료, 제조의 관리와 제조 기술 안정성에 관련된 검증 자료 요구 및 검사 • 제품의 포장 디자인 심사 		
일반 가공식품(ML) 신청 시 구비 서류 항목	<ul style="list-style-type: none"> • 인도네시아 수입자의 준비 서류 <ol style="list-style-type: none"> ① API U(수입 면허) ② NPWP(납세자 번호) ③ SIUP(영업 허가증) ④ TDP(사업자 등록증) ⑤ NIK(세관 등록 허가증) • 제출 서류 <ol style="list-style-type: none"> ① CFS(Certificate of Free Sale) : 제조사와 수입사의 기재 사항 오류 및 오타 주의하여 발급 필요함. KFDA 지방청 발급 후 대한민국 주재 인도네시아 대사관 영사과에서 공증을 받아 제출되어야 하며, 수입 가공식품의 경우 영사과에서 공증은 필요 없음 ② 공급확인서 및 수권서(Letter of Appointment, LOA) : 인도네시아 기업이 위탁해 등록 업무를 위임하는 구조로 파트너사를 지정해야 함. 영문본 원본을 변호사 공증을 받아 제출해야 함 		

자료: 인도네시아 식약청(BPOM)

[표 6.3] 인도네시아 액상차 식약청 인증

<p>일반 가공식품(ML) 신청 시 구비 서류 항목</p>	<ul style="list-style-type: none"> ③ 제조 업체의 품질 관리 인증서 : 해외 제조사의 식품 안전 및 위생 관리 사항을 직접 점검할 수 없으므로 제조사의 GMP, HACCP, ISO 22000 등 기인증 사본을 제출해야 함 ④ 건강증명서 : 최근 코로나로 건강증명서를 요구할 수 있음 ⑤ 보관시설의 감사 결과 ⑥ 성분구성 및 제조 공정에 관한 기술정보문서 ⑦ 제품 저장에 관한 기술정보문서 ⑧ 완제품 분석 인증서 ⑨ 라벨 디자인 및 표기 사항 : 인도네시아어로 라벨링 필수 기재 사항을 준수한 라벨 준비가 필요함
<p>유의 사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 제품의 시험검사 성적서는 제조사의 자가 시험 성적서용도 필요하지만, 외부 시험검사 기관으로 인정받은 기관의 시험검사 성적서가 추가 제출되어야 하며, 식품별 주요 의무 미생물 및 중금속 검사가 포함되어야 함. 검사 기준은 국가 간 다르므로 인도네시아 검사 기관에 의뢰하는 것이 효율적임 • 제품의 성분표와 공정도, 완제품 규격서, 포장 재료 등 회사 발급 문서는 해당 제품의 명칭과 포장 규격 사항을 표기하여 회사의 헤드 레터를 사용하여 작성해야 함 • 식품의 원료로 사용이 금지되는 특정 품목이나 등록 면제 제품에 대해서는 인도네시아 식약청 규정을 통해 확인할 수 있음 • 포장 디자인의 변경이 있는 때는 변경 신고 후 이전 구 포장 디자인 제품의 수입 유통 판매에 6개월간의 유예를 허용해 최대 12개월까지 수입 유통 판매가 가능함 • 발급된 등록번호는 5년간 사용 가능하며, 만료 전, 갱신이 필요함. 허가 등록의 유효기간이 종료된 후에는 유통 제품에 대해 12개월간 유통 판매가 가능함 • 제품의 식약청 등록은 의약품 전자 등록 홈페이지(http://aero.pom.go.id)나 마약 및 식품 관리국 홈페이지(www.pom.go.id)를 통해서 진행할 수 있음 • 모든 BPOM 등록 제품은 수입 시마다 신고 확인서를 신청하고 발급받는 수입신고제도(SKI, Surat Ketrangan Impor)를 이행해야 함

자료: 인도네시아 식약청(BPOM)

[표 6.4] 인도네시아 액상차 할랄 인증

인증명	할랄(Halal Decree)	인증 성격	인도네시아 내 인증
마크		인증기관	인도네시아 할랄 제품보증기구 (BPJPH, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal)
신청 절차	<ul style="list-style-type: none"> • 할랄 제품보증기구(BPJPH)로 신청서 제출 • 할랄 감사기관에 검사 요청 • 한라감사기관 소속 할랄 감사는 검사 후 결과 보고서 제출 • 할랄 감사기관은 결과를 할랄 제품보증기구로 전달, 할랄 제품보증기구는 기존 할랄 인증기관이던 울라마 협의회에 윤리적 할랄성 여부 검토 요청 • 적합 판정을 받은 경우, HAS(Halal Assurance System) 인증서 발급 		
신청 서류	<ul style="list-style-type: none"> • 기업 등록증 및 사업 허가증 사본 • 사업명과 사업 유형 정보 • 기업 지사 위치 정보 및 사업 장소 위치 지도 • 공장 및 창고 설비 위치도 • 제품명, 메뉴명, 포장 재료 정보 • 주요 재료에 대한 할랄 인증서 및 제품 상세 정보 • 공정 도표 및 생산 절차, 제품 프로세스 흐름도 • 생산업체, 재료공급업체 정보 • 현지 당국의 생산허가증 • HACCP, ISO, GHP, TQM, VHM, LPV 등의 인증받은 서류 		
유의 사항	<ul style="list-style-type: none"> • 현재 할랄 제품보증기구(BPJPH)에서 전반적인 책임을 지고 있으며 기존 할랄 인증을 책임지던 울라마 협의회는 검사 및 심의 권한만을 가지게 됨 • 인도네시아 내 유통되는 소매 제품은 인도네시아 할랄 인증 로고만을 사용할 수 있음 • BPJPH에서 발급받은 인증서의 유효기간은 4년이며 만료 3개월 전 재인증이 필요함 • 할랄 원 형태를 제거하거나 변형하지 않은 한 로고의 색상 변경에 관한 규정은 없음 • 할랄 인증을 받지 않아도 되는 제품이 인증을 받지 않은 경우, 제품에 할랄 인증을 받지 않았음을 표기해야 함 • 2024년 10월 17일로 식품 할랄 인증 유예기간이 종료됨에 따라 신청이 몰릴 것으로 예상하여 사전 준비가 필요함 		
소요비용	제품의 유형, 번호 및 위치 정보를 기재하여 인증기관 메일로 비용 견적을 받아야 함		

자료: 인도네시아 울라마 협의회(LPPOM MUI), 인도네시아 할랄 제품보증기구(BPJPH)

3. 인도네시아 액상차 라벨링

[표 6.5] 인도네시아 액상차 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> • 해당 식품의 특성과 조건을 반영한 이름을 표시해야 함 • 공공질서, 문화, 종교 등에 반하는 상표 사용 불가함
	2. 성분목록	<ul style="list-style-type: none"> • 성분목록 또는 사용 재료와 같은 단어를 기재 후 성분을 표기해야 함 • 약어 형태로 표기할 수 없음 • 제품에 사용된 중량 내림차순으로 표기해야 함 • 비탄민, 미네랄, 식품첨가물의 표기는 제외됨 • 성분 자체에 포함된 물을 제외하고 식품의 생산 및 가공 과정에 첨가된 물은 표기해야 함 • 인도네시아 시뎀 검사 기관의 결과서를 기준으로 기재해야 함
	3. 순중량 또는 순 부피	<ul style="list-style-type: none"> • 미터법에 따라 액체 가공식품은 용량, 고체 가공식품은 중량, 반고체 가공식품은 중량 또는 용량 표기
	4. 제조 업체 및 수입 업체	<ul style="list-style-type: none"> • 제조 업체와 수입 업체의 이름과 주소를 표기해야 함
	5. 할랄	<ul style="list-style-type: none"> • 인도네시아 할랄 인증을 마크와 함께 표시해야 함 • 할랄 인증을 받지 않은 경우, 비인증임을 문구로 나타내야 함
	6. 제조 날짜 또는 제조 코드	<ul style="list-style-type: none"> • 배치 번호 또는 제조시간으로 표기 • 제조 일자와 제조 코드는 분리해 기재할 수 있지만, 제조 코드 옆 제조 일자의 위치 정보를 표기해야 함
	7. 유통기한	<ul style="list-style-type: none"> • 유통기한 문구 뒤에 일-월-년 순으로 표기해야 함 • 유통기한 이 3개월 이상인 식품은 월-년으로 표기 가능함 • 유통기한이라는 단어와 날짜 표시를 따로 표기할 때는 날짜의 위치 정보를 표기해야 함 • 7% 이상의 알코올을 함유한 음료나 유통기한이 24시간 이내인 빵이나 케이크, 식초는 유통기한 표시의무에서 제외됨

출처: 인도네시아 식약청(BPOM), 농식품 수입 기준 법률(Food and Agricultural Import Regulation and Standards)

[표 6.5] 인도네시아 액상차 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	8. 식품의약청 (BPOM) 등록번호	<ul style="list-style-type: none"> 라벨에 식약청으로부터 부여받은 등록번호를 표기해야 함
	9. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> 특정 식품의 원산지를 표기할 수 있음
	10. 2차원 바코드	<ul style="list-style-type: none"> 인도네시아로 수입되거나 자국에서 유통되는 가공식품, 건강기능식품, 의약품, 전통의약품, 화장품의 1차 포장재에는 2차원 바코드를 부착해야 함 바코드의 형태는 QR 형태여야 함 바코드에는 제품명, 식품의약청 등록번호, 식품의약청 등록번호 유효기간, 제품 취급업체의 이름 및 주소, 포장 정보를 포함해야 함
	11. 표시 기준	<ul style="list-style-type: none"> 인도네시아어, 아라비아 숫자 및 로마 텍스트로 작성되어야 함 인도네시아어에 상응하는 단어가 없는 경우 외국어를 사용할 수 있음 라벨의 주요 부분의 글씨를 가릴 수 있는 그림이나 색상의 사용은 금지됨 특별한 보관방법이나 조건이 필요한 경우 라벨에 표기해야 함 건강기능식품 및 전통의약품의 경우 라벨링 표기 시 스티커 사용이 제한되어 포장재에 직접 라벨이 인쇄되어야 함 일반 가공식품으로 등록하는 경우 제품 자체 기능에 대해 포장 라벨에 광고성 표기를 할 수 없으며 제품명 자체에 홍보성 특정 단어의 사용도 금지함. 허가 조건부로 필요시에는 특정 기능을 명시한 부부는 스티커로 가리거나 삭제해야 함

출처: 인도네시아 식약청(BPOM), 농식품 수입 기준 법률(Food and Agricultural Import Regulation and Standards)

▶ 인도네시아 액상차 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 인도네시아어]

- ① SERBAT CAP JANGKRIK MAS
- ② JANGKRIK MAS
- ③ Jahe
- ④ Majelis ulama halal LPPOM MUI : 00120082950517
- ⑤ BPOM RI MD. Lihat kemasan dalam sachet
- ⑥ Diproduksi oleh : CV. HERBA LIEM PUTRA
- ⑦ Berat bersih 120g (10 sachets @ 12g)
- ⑧ Kode produks : 20211008
- ⑨ Baik digunakan sebelum : 20231008

[앞면 - 국문]

- ① 세르밧 캡 장크릭 마스
- ② 장크릭 마스
- ③ 생강
- ④ 할랄 인증 번호 : 00120082950517
- ⑤ BPOM RI 정보는 포장지를 확인하세요
- ⑥ 제작사 : 허벌 리엠 푸트라
- ⑦ 순 중량 120g (10포 @ 12g)
- ⑧ 생산 일자 : 2021년 10월 8일
- ⑨ 유통기한 : 2023년 10월 8일

[앞면 - 영문]	[앞면 - 국문]
<ul style="list-style-type: none"> ① Since 1958 ② Traditional Ginger Drink ③ Original ④ Export Quality ⑤ Produced by : CV. HERBA LIEM PUTRA Semarang 50146 - Indonesia ⑥ Net weight 120g ⑦ Production code : 20211008 ⑧ Best before : 20231008 	<ul style="list-style-type: none"> ① 1958년 이래로 ② 전통 생강 음료 ③ 오리지널 ④ 수출 품질 ⑤ 제작사 : 허벌 리엔 푸트라 세마랑 50146 인도네시아 ⑥ 순 중량 120g ⑦ 생산 일자 : 2021년 10월 8일 ⑧ 유통기한 : 2023년 10월 8일
[뒷면 - 인도네시아어]	[뒷면 - 인도네시아어]
<ul style="list-style-type: none"> ① SERBAT JANGKRIK MAS ② Tahukah Kamu? Serbat JANGKRIK MAS adalah resep minuman tradisional yang merupakan warisan turun menurun yang mulai dipasarkan sejak tahun 1958. Konon Indonesia dikenal sebagai negara remah ripah loh jinawi, mempunyai aneka ragam tanaman rempah. Serbat Jangkrik Mas dibuat dengan rempah asli Indonesia seperti jahe, sereh, cengkeh, kencur, pala dan kayu manis. Serbat Jangkrik Mas cocok dikonsumsi panas dan dingin. 	<ul style="list-style-type: none"> ① 세르바트 장크릭 마스 ② 알고 계셨나요? 세르바트 장크릭 마스는 1958년부터 판매하고 있는 전통 음료 레시피입니다. 인도네시아는 향신료가 다양한 게마 리파 로흐 지나위의 나라로 알려져 있습니다. 세르바트 장크릭 마스는 생강, 레몬그라스, 정향, 켄쿠르, 육두구, 계피와 같은 인도네시아 고유의 향신료로 만듭니다. 또한, 세르바트 장크릭 마스는 온·냉 소비 모두 적합합니다.

- ③ Komposisi :
 - Gula
 - Jahe (2.27%)
 - Sereh (0.47%)
 - Cengkeh
 - Kencur
 - Kayu Manis
 - Lempuyang
 - Cabe Jawa
 - Lengkuas
 - Pala
 - Kunyit
 - Adas
 - Tanpa Pengawet

④ ENDAPAN DI DASAR ADALAH EKSTRAK ALAMI

⑤ BPOM RI

⑥ Bersih itu sehat

- ⑦ INFORMASI NILAI GIZI
 - Takaran Saji 12g
 - 1 Sajian per kemasan

	JUMLAH PER SAJIAN	% AKG*
Energi Total	50kcal	0%
Lemak Total	0g	0%
Lemak Jenuh	0g	0%
Protein	0g	-
Karbohidrat Total	12g	4%
Gula	11g	-
Garam (natrium)	0mg	0%

*Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal
Kebutuhan energi anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah

⑧ Cara Penyajian

- ⑨ serbatjangkrikmas.co.id
serbatjangkrikmas.id
serbat jangkrik

- ③ 재료 :
 - 설탕
 - 생강 (2.27%)
 - 레몬그라스 (0.47%)
 - 정향
 - 산내
 - 계피
 - 진저
 - 자바 고추
 - 큰 고랑강
 - 육두구
 - 심황
 - 회향
 - 방부제 없음

④ 바닥의 침전물은 천연 추출물입니다.

⑤ BPOM RI QR

⑥ 깨끗한 것이 건강합니다.

- ⑦ 영양 정보
 - 1회 제공량 12g
 - 1팩당 1회 제공

	제공량 당	% AKG*
열량	50kcal	0%
지방	0g	0%
포화지방	0g	0%
단백질	0g	-
탄수화물	12g	4%
설탕	11g	-
소금(나트륨)	0mg	0%

*일일 가치는 2,150kcal 기준에 기초합니다. 일일 가치는 하루 기준에 따라 증가할 수도 감소할 수도 있습니다.

⑧ 조리예

- ⑨ serbatjangkrikmas.co.id
serbatjangkrikmas.id
serbat jangkrik

[뒷면 - 영문]

- ① Traditional Ginger Drink
- ② Do you know?
Serbat JANGKRIK MAS is a traditional drink recipe which is a hereditary legacy which began to be marketed since 1958. It is said that Indonesia is known as the country of gemah ripah loh jinawi, which has a variety of spices. Serbat Jangkrik Mas is made with native Indonesian spices such as ginger, lemongrass, clove, cutcherry, nutmeg and cinnamon. Serbat Jangkrik Mas is suitable for hot and cold consumption.
- ③ Ingredients :
 - Sugar
 - Ginger (2.27%)
 - Lemon Grass (0,47%)
 - Clove
 - Cutcherry
 - Cinnamon
 - Bitter Ginger
 - Java Long Piper
 - Galangal
 - Nutmeg
 - Turmeric
 - Fennel
 - No Preservatives
- ④ NUTRITION FACTS
 - Serving size 12g
 - 1 Serving per pack

	Amount per serving	% Daily Value*
Total Calorie	50 kkal	0%
Total Fat	0g	0%
Saturated Fat	0g	0%
Protein	0g	
Total Carbohydrate	12g	4%
Sugar	11g	
Salt (sodium)	0mg	0%

[뒷면 - 영문]

- ① 전통 생강 음료
- ② 알고 계셨나요?
세르바트 장크릭 마스는 1958년부터 판매하고 있는 전통 음료 레시피입니다. 인도네시아는 향신료가 다양한 게마 리파 로흐 지니위의 나라로 알려져 있습니다. 세르바트 장크릭 마스는 생강, 레몬그라스, 정향, 켄쿠르, 육두구, 계피와 같은 인도네시아 고유의 향신료로 만듭니다. 또한, 세르바트 장크릭 마스는 온·냉 소비 모두 적합합니다.
- ③ 재료 :
 - 설탕
 - 생강 (2.27%)
 - 레몬그라스 (0.47%)
 - 정향
 - 산내
 - 계피
 - 진저
 - 자바 고추
 - 큰 고량강
 - 육두구
 - 심황
 - 회향
 - 방부제 없음
- ④ 영양 정보
 - 1회 제공량 12g
 - 1팩당 1회 제공

	제공량 당	% AKG*
열량	50kkal	0%
지방	0g	0%
포화지방	0g	0%
단백질	0g	-
탄수화물	12g	4%
설탕	11g	-
소금(나트륨)	0mg	0%

*Percent Daily Values are based on 2150 kcal diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie diet.

⑤ Serving Suggestion : 150cc Hot Water

*일일 가치는 2,150kcal 기준에 기초합니다. 일일 가치는 하루 기준에 따라 증가할 수도 감소할 수도 있습니다.

⑤ 조리 예 : 150cc의 뜨거운 물 사용

4. 인도네시아 액상차 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물 규정

인도네시아 식약청은 BPOM 규정 No.11/2019에 따라 규정된 27개의 식품첨가물 그룹의 최대허용량을 제한하고 있음. 규정된 목록에 없는 식품첨가물의 사용은 식약청의 허가를 받아야 함. 식품첨가물이 없는 경우, 라벨 및 식품 광고에 ‘식품첨가물 없음’을 표시하는 것을 규정하고 있음. 하기 표는 고객사 액상차에 해당하는 식품첨가물 규정이며, 전체 규정은 인도네시아 식약청 홈페이지 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.6] 액상차에 적용되는 인도네시아 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	폴리에틸렌이민	Polyethylenimine	1mg/kg	기타 음료
2	벤조산	Benzoic acid	600mg/kg	
3	엽록소	Chlorophyll	GMP	
4	DI-알파 토코페롤	DI- α -tocopherol		
5	말산	Malic acid		
6	코치닐 추출물	Cochineal extract	100mg/kg	
7	네오탐	Neotame	30mg/kg	
8	타타르 산	Tartaric acid	4,000mg/kg	

출처: 인도네시아 식약청(BPOM), KATI농식품수출정보

▶ **유해물질**

인도네시아로 식품을 수출하기 위해서는 인도네시아 식약청(BPOM)에서 규정하는 식품 유형별 유해물질 규정 및 기준을 반드시 준수해야 함. 하기 표는 액상차에 적용되는 인도네시아 유해물질 기준의 일부임. 전체 인도네시아 유해물질 규정은 인도네시아 보건부 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 6.7] 액상차에 적용되는 인도네시아 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용수치	식품 유형
1	에스트라골	Estragole	10.0mg/kg	그 외 식품(액상차)
2	베타-아사론	β -asarone	0.1mg/kg	
3	알파-산토닌	Alpha-santonine	0.1mg/kg	
4	티옥사자펜	Tioxazafen	0.1mg/kg	
5	스파르테인	Sparteine	0.1mg/kg	
6	퀴사인	Quassine	5.0mg/kg	

출처: 인도네시아 식약청(BPOM), KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

인도네시아는 인체에 해로운 영향을 끼칠 가능성이 있는 특정 알레르기 유발물질을 함유한 식품에 대하여 해당 물질 표기를 규정하고 있음. 식품 내에 하기 표의 8가지 알레르기 유발물질 포함된 경우, 라벨링 시 ‘알레르겐 함유, 볼드체로 된 성분목록 참조(Mengandung alergen, lihat daftar bahan yang dicetak tebal)’ 문구로 성분목록에 표시해야 함. 하기 표는 고객사 액상차를 분석한 결과로 해당하는 성분이 없는 것으로 확인됨

[표 6.8] 인도네시아 알레르겐 표시 기준

순번	표시 의무 여부	대상	액상차 해당 여부
1	의무	글루텐(밀, 호밀, 보리, 귀리)	-
2	의무	수산물	-
3	의무	달걀	-
4	의무	땅콩	-
5	의무	대두	-
6	의무	우유(유당 포함)	-
7	의무	견과류	-
8	의무	야황산염	-

출처: 인도네시아 식약청(BPOM)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 인도마켓(Indomaret)

Interview ② 빈네카(Bhinneka)

Interview ③ 로건마켓(Logan Market)

인도네시아(Indonesia) 인터뷰 대상 선정 인터뷰 대상 기업체 선정 · 유통업체 ○ · 이커머스 ○	인도마켓 (Indomaret)	빈네카 (Bhinneka)	로건마켓 (Logan Market)	
	업체 ▶ 유통업체	이커머스	유통업체	
	차 제품 취급 ▶			
	사진 자료: 해당 업체 판매 페이지	진저차 제품	꿀유자차 제품	홍차 제품

인도네시아(Indonesia) 유통업체 및 이커머스 인터뷰 요약			
고객사	인기 차 종류	제품 인지도	유통채널 및 신제품 피드백
인도마켓 (Indomaret) 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 티백형 차 가장 인기 많음 - 만드는 과정 매우 간편 - 포장이 작음 건강 증진효과 자스민 차 달콤한 음료에 대한 수요 증가 중임 	<ul style="list-style-type: none"> 제품 인지도 확실하지 않음 브랜드 인지도 매우 높음 캠핑 및 등산 시 섭취 가능한 1인용 소량 스틱 포장 추천함 시트론 맛은 높은 비타민 C 함유량과 상쾌한 기분 	<ul style="list-style-type: none"> 500g 미만일 경우 편의점 추천함 500g 이상일 경우 슈퍼마켓 등을 추천함 스티킹 진저맛 차 개발 추천함
빈네카 (Bhinneka) 이커머스	<ul style="list-style-type: none"> 자스민 차 인기 가장 많음 티백형 차 - 준비 과정 간편 - 보관 용이 건강 증진효과 	<ul style="list-style-type: none"> 한국 차를 좋아하는 소비자들에게 인기 많음 브랜드 인지도 매우 높음 소포장 추천함 시트론 맛, 높은 비타민 C 함유량 	<ul style="list-style-type: none"> 용량에 따른 유통채널 차별화 필요성 적음 온라인 유통채널 가장 간편함 용량 줄인 1회용 스틱형 제품 개발 추천함
로건마켓 (Logan Market) 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 자스민 차 인기 가장 많음 티백형 차 - 간편함 - 지속성 좋은 향과 달콤한 맛 건강 증진효과 	<ul style="list-style-type: none"> 제품 인지도 높지 않음 브랜드 인지도 높음 스티킹 혹은 파우치형 포장 추천함 	<ul style="list-style-type: none"> 소용량은 오프라인 소매점 판매 추천함 온라인 시장은 모든 용량 판매 가능함 한국의 인삼을 활용한 신제품 추천함
(*) 현지 경쟁품 취급 업체 인터뷰 3개사			

Interview ① 인도마켓(Indomaret)

40)

인도마켓
(Indomaret)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 1988년에 설립된 유통업체
 - 중국, 한국, 일본, 미국, 말레이시아 등에서 물품 수입하여 판매 중임
 - 자사 온라인 몰 및 오프라인 매장에서 일상 제품들을 판매 중임

담당자 정보

Sales Manager

인도마켓(Indomaret)
Sales Manager

Q. 최근 인도네시아에서 인기가 많은 차 종류와 소비 트렌드는 무엇인가요?

인도네시아에서 가장 소비량이 많은 차 종류는 티백형 차입니다. 티백형 차는 차를 만드는 과정이 매우 간편하고 포장이 작아 소비자들이 선호하는 추세입니다. 그리고 최근 건강증진효과가 있는 차 종류에 대한 관심도가 높아지고 있으며, 특히 자스민 차가 가장 인기가 높습니다. 달콤한 음료에 대한 수요 또한 증가하고 있습니다.

Q. 가장 인기가 있는 차 제품은 무엇인가요?

자스민 차인 사리왕이(Sariwangi)의 ‘떼첼룸말라띠(Teh Celup Melati)’ 제품이 가장 인기가 많습니다. 티백형 제품으로, 현재 1.9g * 100개포를 2만 9,500루피아(한화 약 2,446원)에 판매하고 있습니다. 인기 요인에는 자스민 특유의 좋은 향과 건강함이 있으며, 오리지널 자스민을 이용한 고품질 제품이라는 키워드로 소비자들에게 인기를 얻고 있습니다.

Q. 인도네시아 소비자들이 차 종류에 따라 소비하는 특정 시간대나 장소가 존재하나요?

티백형 차 제품의 경우 주로 아침에 재택에서 마시거나 직장 휴식 시간에 마시고는 합니다. 보틀형 차 제품의 경우 현지 소비자들에게 인기가 많은 편은 아니며, 저소득층 소비자들의 경우 저렴한 포장된 찻잎을 주로 구매하여 차로 끓여 마시는 편입니다.

Q. 고객사 유자차 제품의 인도네시아 내 인지도는 어떠한가요? 고객사 제품의 포장과 맛에 대한 조언이 있나요?

고객사의 차 제품에 대해서는 확실하지는 않지만, 브랜드 자체의 인지도는 매우 높은 것으로 알고 있습니다. 고객사 제품의 포장에 대해서 조언을 하자면, 캠핑이나 등산 시 편리하게 섭취 가능한 1인용 소량의 스틱 포장이 좋은 반응을 이끌어 낼 수 있을 것입니다. 시트론 맛의 경우, 높은 비타민C 함유량으로 섭취 시 상쾌한 기분을 느낄 수 있습니다.

Q. 고객사 제품 판매 시 제품 용량에 따라 추천하는 유통채널이 있나요?

500g 미만의 제품일 경우, 편의점을 통해 유통하는 것을 추천하며 500g 이상일 경우 슈퍼마켓과 같은 유통채널을 통해 판매하는 것을 추천합니다

Q. 고객사가 신제품을 개발한다면, 어떠한 신제품을 개발해야 할까요?

생강맛 차를 소포장 스틱형으로 개발한다면 좋은 반응을 이끌어낼 수 있을 것이라 예상합니다.

Interview ② 빈네카(Bhinneka)

41)



빈네카(Bhinneka)

- 유형: 이커머스
- 업체 특징:
 - 1999년에 설립되어 중국,일본, 한국에서 제품을 수입하여 판매 중임
 - 자사 온라인 마켓을 통해 일상 물품들을 판매 중임

담당자 정보

Sales Staff

빈네카(Bhinneka) Sales Staff

Q. 최근 인도네시아에서 인기가 많은 차 종류와 소비 트렌드는 무엇인가요?

인도네시아 소비자들이 가장 좋아하는 차는 자스민 차로, 자스민 티백을 끓는 물에 우려낸 뒤 소량의 설탕을 넣어 마시는 것을 좋아합니다. 이는 차를 준비하는 과정이 가장 간편하며, 보관이 용이해 어느 곳이던지 차를 가지고 갈 수 있기 때문입니다. 또한, 최근 건강 증진효과가 있는 차 제품들이 인기를 얻고 있습니다.

Q. 가장 인기가 있는 차 제품은 무엇인가요?

자스민 차인 사리왕이(Sariwangi)의 ‘떼첼룸말라띠(Teh Celup Melati)’ 제품이 가장 인기가 많습니다. 티백형 제품으로, 현재 1.9g * 25개포를 9,350루피아(한화 약 775원)에 판매하고 있습니다. 인기 요인에는 자스민 특유의 좋은 향과 건강함이 있으며, 오리지널 자스민을 이용한 고품질 제품이라는 키워드로 소비자들에게 인기를 얻고 있습니다.

Q. 인도네시아 소비자들이 차 종류에 따라 소비하는 특정 시간대나 장소가 존재하나요?

티백형 차 제품의 경우 주로 커피를 마시지 않는 소비자들이 아침에 재택에서 마시고는 합니다. 티백형 차 제품의 경우 매우 저렴하기 때문에, 소비자 소득 수준에 따른 소비의 차이는 없을 것으로 예상합니다.

Q. 고객사 유자차 제품의 인도네시아 내 인지도는 어떠한가요? 고객사 제품의 포장과 맛에 대한 조언이 있나요?

고객사의 차 제품은 한국 차를 마시고 싶은 인도네시아 소비자들에게 인기가 많습니다. 또한, 브랜드 자체의 인지도는 한국산 과자 및 식품 때문에 매우 높은 것으로 알고 있습니다. 고객사 제품의 포장에 대해서 조언을 하자면, 10g 정도의 소포장 형태로 판매한다면, 가격적인 측면에서 경쟁력을 제고할 수 있습니다. 시트론 맛의 경우, 높은 비타민 C 함유량을 보입니다.

Q. 고객사 제품 판매 시 제품 용량에 따라 추천하는 유통채널이 있나요?

용량에 따라 미니마트 및 슈퍼마켓 등 유통채널을 다르게 설정할 필요가 없으며, 최근 인도네시아 시장에 진출하기 가장 쉬운 방법은 온라인 유통채널을 이용하는 것입니다.

Q. 고객사가 신제품을 개발한다면, 어떠한 신제품을 개발해야 할까요?

용량을 줄이고 소포장 1회용 스틱형 제품을 개발하는 것을 추천합니다

Q. 추가로, 인도네시아 내 차 시장 현황 및 고객사 제품에 대한 피드백은 무엇이 있나요?

현재 인도네시아 차 시장 내 가장 인기가 높은 맛은 시트론맛과 생강맛이며, 고객사 제품과 유사한 유리병에 포장된 액상차 제품에 대해서는 크게 들어본 적은 없습니다. 한국산 제품에 대한 수요가 증가하고 있는 것은 사실이지만, 고객사 제품의 경우 잼류로 오인할 수 있을만한 제형을 지니고 있기 때문에 스틱형, 소포장 제품을 추천합니다.

Interview ③ 로건마켓(Logan Market)

● 로건마켓(Logan Market)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 2020년에 설립되어 중국, 한국, 일본에서 수입한 물품들을 판매 중임
 - 현재 토크피디아를 중심으로 온라인을 통해 유통 중임

담당자 정보

Online Shop Owner

로건마켓(Logan Market)

Online Shop Owner

Q. 최근 인도네시아에서 인기가 많은 차 종류와 소비 트렌드는 무엇인가요?

인도네시아 소비자들이 가장 좋아하는 차는 티백형 자스민 차로, 간편함과 지속성 때문에 가장 인기가 많습니다. 또한, 최근 좋은 향과 달콤한 맛을 지닌 건강 증진효과가 있는 차 제품들이 인기를 얻고 있습니다.

Q. 가장 인기가 있는 차 제품은 무엇인가요?

홍차인 소스로(Sosro)의 ‘떼첼룸(Teh Celup)’ 제품이 가장 인기가 많습니다. 티백형 제품으로, 현재 2g * 15개포를 2,675루피아(한화 약 222원)에 판매하고 있습니다. 인기 요인은 맛있는 홍차 맛과 건강한 컨셉이며, 오리지널 홍차라는 키워드로 소비자들에게 인기를 얻고 있습니다.

Q. 인도네시아 소비자들이 차 종류에 따라 소비하는 특정 시간대나 장소가 존재하나요?

티백형 차 제품의 경우 주로 아침에, 그리고 저녁식사 이후에 마시고는 합니다. 50대 이상의 소비자들이 주요 소비층이며 설탕을 감미해서 차를 마시는 소비자들도 많습니다.

Q. 고객사 유사차 제품의 인도네시아 내 인지도는 어떠한가요? 고객사 제품의 포장과 맛에 대한 조언이 있나요?

인도네시아 내에서 고객사의 차 제품은 그다지 유명하지 않지만, 브랜드는 한국 식품으로 많은 소비자들에게 알고 있습니다. 그리고, 고객사 제품과 같은 액상형 차 제품은 마두라사(Madurasasa) 꿀 제품처럼 스틱 혹은 파우치형 포장으로 판매하는 것이 낫다고 생각합니다. 제품 자체는 좋은 향을 지니고 있으며 섭취 시 상쾌한 기분이 든다고 생각합니다.

Q. 고객사 제품에게 추천하는 유통 채널은 무엇인가요?

용량에 따라 온라인 유통채널 및 오프라인 유통채널을 선택할 수 있습니다. 소용량의 경우 현지 오프라인 소매점에서 판매하는 것을 추천하며, 온라인 시장의 경우 모든 용량의 판매가 가능합니다.

Q. 고객사가 신제품을 개발한다면, 어떠한 신제품을 개발해야 할까요?

마두라사(Madurasasa) 꿀과 한국의 인삼을 혼합한 파우치형 제품을 개발한다면 좋은 반응을 이끌어낼 수 있을 것이라 생각합니다.

VIII. 시사점

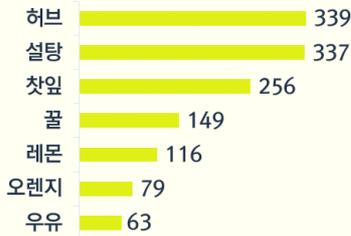
Export Insights

시장수요

인도네시아, 홍차와 녹차 수요 높음



인도네시아 차(茶) 시장규모는 약 9,113억 원으로 한국 대비 약 4배 규모임. 이슬람 교리에 따라 비알코올 음료를 마시며 담소를 나누는 문화로 인해 음료 및 차 소비가 높은 편임. 2020년 코로나19로 인해 카페 영업이 제한되며 시장규모가 감소하였으나, 외식서비스가 회복되며 향후 5년(2021-25년) 간 연평균 5%의 높은 성장이 전망됨. 한편 인도네시아 차(茶)시장 중 홍차가 45%, 녹차가 53%를 차지할 정도로 점유율이 압도적으로 높으며, 과일 및 허브차 점유율은 1%로 미미한 수준임. 이에, 전체 차 시장규모는 인도네시아가 더 크나, 과일 및 허브차 시장규모는 한국 대비 10% 수준인 것으로 확인됨

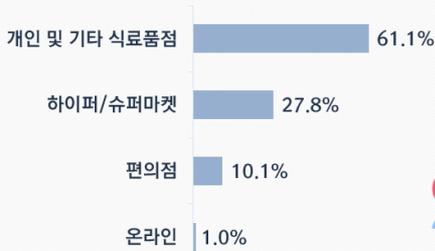


인도네시아 온라인 차(茶) 성분 키워드



인도네시아 온라인 쇼핑물 내 판매되는 차(茶) 제품 1,838건을 분석함. 시장규모 파트와 마찬가지로 홍차와 녹차 키워드가 최다 빈출함. 인기 브랜드는 사리왕이, 소로, 통찌 등으로 현지 브랜드 선호도가 높음. 성분 관련 레몬, 오렌지, 라임 등의 시트론류와 생강이 빈출하여 주목할 필요가 있음. 또한, 설탕, 꿀 등이 성분 키워드로 빈출하여 단 맛에 대한 선호도가 높은 것을 알 수 있음. 인도네시아 내 건강한 차에 대한 수요가 점차 증가하고 있으나, 아직까지 기타 서구권 국가 대비 발달 초기 상태인 것으로 예상됨. 제형 및 패키징 관련, 대부분이 찻잎이나 분말 형태로, 티백과 1회분 팩이 보편적인 것으로 예상됨. 홍보문구로 '할랄'이 최다 빈출하였으며 꿀, 설탕 등의 성분과 마찬가지로 '달콤한'이라는 홍보문구도 빈출함. 이와 반대로 당뇨병, 건강한, 고혈압, 체중 감량 등 건강과 관련된 홍보문구도 빈출하여, 한국의 건강 관련 성분을 강조한 제품 출시를 고려할 수 있음

유통채널



인도네시아 차(茶) 유통채널 점유율



인도네시아 차(茶) 시장 진출 시 제품 용량에 따라 500g 미만 제품은 편의점, 500g 이상 제품은 하이퍼/슈퍼마켓 등으로 전략 수립이 가능하며, 온라인 시장은 제품 종류와 상관없이 판매가 가능함. 인도네시아는 동남아시아 국가 중에서도 온라인 쇼핑물 및 SNS 마케팅 의존도가 높은 국가로, 토코피디아나 쇼피같은 온라인 채널에서 특히 한국 식품 선호도가 높은 편임. 오프라인 매장으로 자카르타에 위치한 랜치마켓 방문 결과 일본 및 한국 매대가 별도로 비치되어 있으며 고객사 제품과 같은 유리병에 든 액상차는 확인되지 않았음

제품 개발 전략



인도네시아 시장 타깃 신제품 개발 시, 시트론류나 생강 성분을 함유한 1회분 소포장 스틱 형태 제품을 개발하는 것을 추천함. 이 외에도 인삼 등 한국 고유의 성분과 꿀을 혼합한 제품을 추천함. 고객사 브랜드 인지도가 높은 편으로, 브랜드 인지도를 활용하여 현지 인기 제품인 티백형 홍차나 파우더형 말차 제품도 고려할 수 있음. 할랄 인증의 경우 2024년까지 유예 기간이나 거의 필수 요소로 인식되고 있으므로 필수적으로 취득할 것을 추천함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Tea in Indonesia」, 2020.12
2. KATI농식품수출정보, 「인도네시아 유자차 시장동향」, 2016.12
3. KATI농식품수출정보, 「인도네시아 시장 및 소비트렌드 파악을 통한 수출확대 방안」, 2021.10
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Hypermarkets in Indonesia Country Report」, 2021.03
5. 미농무성(USDA), 「Retail Foods Indonesia」, 2021.07
6. KATI농식품수출정보, 「2020 해외시장 맞춤형조사 인도네시아 액상차 보고서」, 2020.11
7. 서울경제, 「인도네시아에서 대박 난 K-푸드···GS더프레시, 연 매출 20% '쑥쑥」, 2021.12
8. 한국농수산물유통공사(aT), 「인도네시아 코로나 이후 소비자의 유통채널 사용 및 식품소비 동향 파악을 통한 수출확대 방안 모색」, 2021.09
9. 한국농수산물유통공사(aT), 「중, 베, 인니 카페프렌차이즈 현황과 유자차 수출확대 방안」, 2017.09
10. 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in Indonesia Country Report」, 2021.03
11. 한국농수산물유통공사(aT), 「인도네시아 식품유통 온라인 플랫폼 현황 및 진출전략」, 2021.07
12. 한국농수산물유통공사, 「인도네시아 액상차 시장 분석을 통한 수출확대 방안 모색」, 2020

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. 쇼피(Shopee) (shopee.co.id)
5. 토크opedia(Tokopedia) (www.tokopedia.com)
6. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
7. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
8. 씨비인사이트(CB Insights) (www.cbinsights.com)
9. 한국농수산물유통공사(aT) (www.at.or.kr)
10. 롯데마트(Lotte Mart) (www.lottemart.co.id)
11. 왓슨스(Watsons) (www.watsons.co.id)
12. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
13. 하이퍼마트(Hypermart) (www.hypermart.co.id)
14. 마타하리푸트라프리마(Matahari Putra Prima) (mppa.co.id)
15. 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia) (insideretail.asia)
16. 뉴시투데이(Newsy Today) (www.newsy-today.com)
17. 구글맵(Google Maps) (maps.google.com)
18. 리테일뉴스프롬아시아(Retail News from Asia) (www.retailnews.asia)
19. 무궁화마트(Mugunghwa Mart) (www.mugunghwa.co.id)
20. 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery) 발리 인스타그램 (www.instagram.com/papaya.bali)
21. 미농무성(USDA) (fas.usda.gov)
22. 랜치마켓(Ranch Market) (www.ranchmarket.co.id)
23. 엑셀소커피(Excelso Coffee) (www.excelso-coffee.com)
24. 오미자(Omija) (www.instagram.com/omijacafe/)
25. 연합뉴스 (www.yna.co.kr)
26. 인도마켓(Indomaret) (www.indomaret.co.id)
27. 빈네카(Bhinneka) (www.bhinneka.com)
28. 로건마켓(Logan Market) (www.tokopedia.com/loganma)
29. 관세청 홈페이지 (www.customs.go.kr)
30. 농림축산식품부 홈페이지 (www.mafra.go.kr)
31. 관세법령정보 포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
32. 인도네시아 무역부 홈페이지(Minister of Trade of the Republic of Indonesia) (www.kemendag.go.id)
33. 인도네시아 식품안전연구소 홈페이지(Indonesian Food Safety Institute) (indonesianfoodsafety.org)

■ 참고 사이트

34. 인도네시아 재무부 홈페이지(KEMENTERIAN KEUANGAN) (www.beacukai.go.id)
35. 인도네시아 의약품 전자 등록 홈페이지(Badan Pengawas Obat dan Makanan AeRO) (aero.pom.go.id)
36. 인도네시아 식약청 홈페이지(Badan Pom) (www.pom.go.id)
37. 인도네시아 법무부 홈페이지(Biro Hukum dan Organisasi) (jdih.pom.go.id)
38. 인도네시아 법률 및 규정 포털(Paralegal) (paralegal.id)
39. 인도네시아 올라마 협의회(LPPOM MUI, Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia) (e-lppommui.org)
40. 인도네시아 유기농업 관할 기관 (OKPO, Otoritas Kompeten Pertanian Organik) (keamananpangan.bkp.pertanian.go.id/okpo/)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2022.01.21

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 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea