



2021

해외시장 맞춤형조사

No. | 202112-24
품목 | 프로바이오틱스(Probiotics)
HS CODE | 2106.90-9099
국가 | 인도네시아(Indonesia)
구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 인도네시아 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 시장규모	06
2. 인도네시아 프로바이오틱스 보조제 시장규모	07
3. 인도네시아 건강보조식품 시장점유율	08
4. 인도네시아 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 시장점유율	09
5. 인도네시아 프로바이오틱스 수입규모	10
6. 한국 프로바이오틱스 수출규모	11
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 인도네시아 프로바이오틱스, 허브, 꿀 천연 성분이 인기	14
2. 캡슐형 프로바이오틱스 제품 많아, 주로 병에 담겨 판매	15
3. 프로바이오틱스 경쟁제품, 신바이오와 인터락 1·2위	16
4. 프로바이오틱스의 ‘면역’ 효능을 가장 강조해야	17
5. 인도네시아 프로바이오틱스 진출 컨셉	18
IV. 유통채널 특징	
1. 인도네시아 프로바이오틱스 유통채널 비교	20
2. 인도네시아 프로바이오틱스 유통채널 특징	21

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

- | | |
|-------------------------------|----|
| 1. 인도네시아 프로바이오틱스 주요 온라인 유통채널 | 25 |
| 2. 인도네시아 프로바이오틱스 주요 오프라인 유통채널 | 31 |

VI. 진입장벽

- | | |
|-----------------------------|----|
| 1. 인도네시아 프로바이오틱스 통관 및 검역 절차 | 36 |
| 2. 인도네시아 프로바이오틱스 품질 인증 | 37 |
| 3. 인도네시아 프로바이오틱스 라벨링 | 42 |
| 4. 인도네시아 프로바이오틱스 성분 및 유해물질 | 47 |

VII. 수입·유통업체 인터뷰

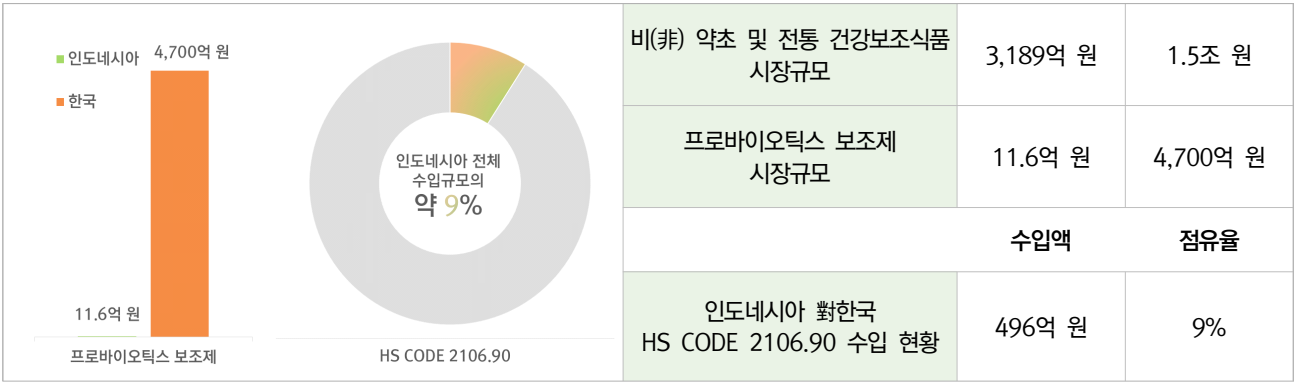
- | | |
|---------------------------------------|----|
| Interview ① 롯데마트(Lotte Mart) | 53 |
| Interview ② 히어로슈퍼마켓(Hero Supermarket) | 55 |
| Interview ③ 내추럴팜(Natural Farm) | 57 |

VIII. 시사점

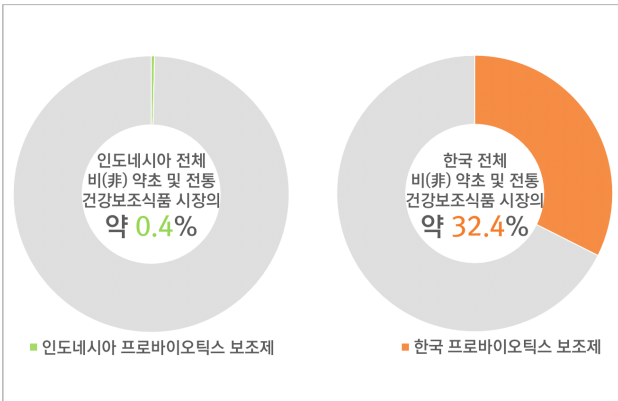
- | | |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 61 |
|--------|----|

Summary

■ 수요 분석



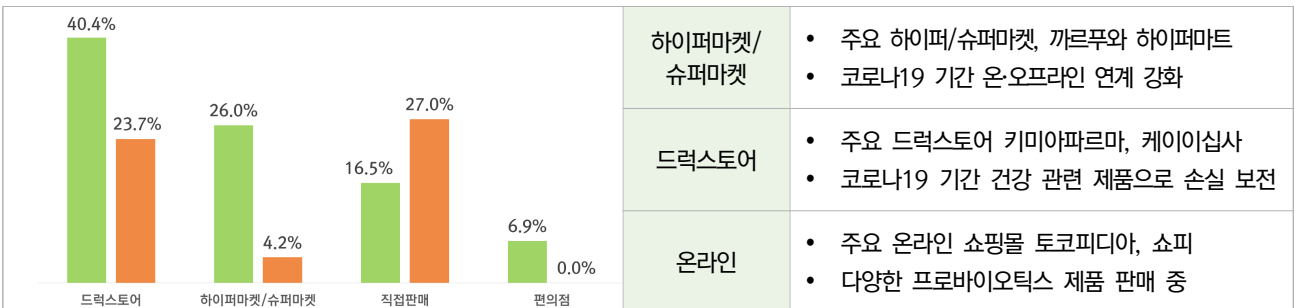
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



■ 진입장벽

인증/사전등록	식약처 인증, 할랄 인증 필수
라벨링	인도네시아어 표기 필수, BPOM 번호 기재 필수, 스티커 라벨 사용 금지
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 수입·유통업체 평가

수요	건강식품 소비량 증가 추세이며, 인도네시아 내 '프로바이오틱스 = 야구르트'라는 인식 강화
제품 피드백	가격대 높은 편, 스틱 패키징 편리 BPOM 인증 필수
홍보 및 유통채널	슈퍼마켓에서 주로 판매

■ 요약

Point 01.	<ul style="list-style-type: none"> 인도네시아 내 프로바이오틱스 수요 증가중이나, 고객사 제품과 같은 건강기능식품 아닌 일본의 야구르트 제품이 큰 인기를 얻고 있어 주의 필요함
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> 인도네시아 건강기능식품 진출 시 까다로운 통관·검역 절차 주의 필요 식약처 인증, 할랄 인증 필수이며 사용 가능한 유산균 종류 한정되어 있으므로 확인 필수

II. 시장규모

1. 인도네시아 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 시장규모
2. 인도네시아 프로바이오틱스 보조제 시장규모
3. 인도네시아 건강보조식품 시장점유율
4. 인도네시아 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 시장점유율
5. 인도네시아 프로바이오틱스 수입규모
6. 한국 프로바이오틱스 수출규모

1. 인도네시아 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 시장규모

인도네시아 국가 일반 정보¹⁾

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

▶ 인도네시아 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 시장규모 3,189억 원

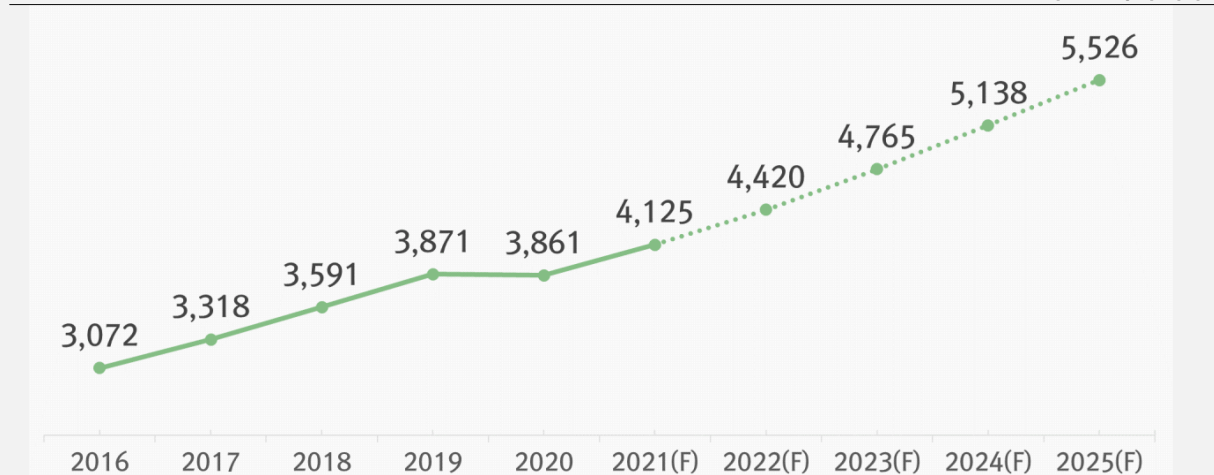
2020년 기준 인도네시아 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 시장규모는 전년 대비 다소 감소한 약 3,189억 원을 기록하였으며, 약 1.5조 원을 기록한 한국 시장의 약 22% 규모에 해당함. 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률은 6%를 기록하는 등 꾸준한 상승세를 보인 것으로 나타남

▶ 인도네시아 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 시장, 향후 상승세 전망

향후 5년(2021-25년)간 인도네시아 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 시장규모는 연평균 8%씩 상승하여 2025년 기준 약 4,564억 원을 기록할 것으로 전망됨²⁾³⁾

[표 2.1] 인도네시아 ‘비(非) 약초 및 전통 건강보조식품’ 시장규모⁴⁾⁵⁾

단위 : 십억 루피아



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR ⁶⁾
비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 (한화추정액)	3,072 (2,537억 원)	3,318 (2,741억 원)	3,591 (2,966억 원)	3,871 (3,197억 원)	3,861 (3,189억 원)	6%
분류	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	2025(F)	CAGR
비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 (한화추정액)	4,125 (3,407억 원)	4,420 (3,651억 원)	4,765 (3,936억 원)	5,138 (4,244억 원)	5,526 (4,564억 원)	8%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

- 1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020
- 2) 조사시장: 조사제품 '프로바이오틱스'는 유기농 인증을 받은 재료를 사용하여, 프로바이오틱캡 특허공법을 사용해 50억개 이상의 유산균을 함유한 건강기능 제품임. 이에 제품의 효능을 기준으로 '프로바이오틱스 보조제' 시장 및 '비(非) 약초 및 전통 건강보조식품'의 시장규모를 조사함
- 3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in Indonesia」, 2021.10
- 4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 5) 100루피아=8.26원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)
- 6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 인도네시아 프로바이오틱스 보조제 시장규모

▶ 인도네시아 프로바이오틱스 보조제 시장, 성장세 없어

2020년 기준 인도네시아 프로바이오틱스 보조제 시장규모는 전년과 동일한 약 11.6억 원을 기록하였으며, 약 4,700억 원을 기록한 한국 시장에 비해 그 규모가 매우 작은 것으로 나타남

▶ 인도네시아 프로바이오틱스 보조제 시장, 향후 발전가능성 낮아

향후 5년(2021-25년)간 인도네시아 프로바이오틱스 보조제 시장규모는 연평균성장률 2%를 기록하여, 2025년 기준 약 12.4억 원을 기록할 것으로 전망됨. 그러나 2020년 대비, 뚜렷한 차이가 없을 것으로 나타남⁷⁾

[표 2.2] 인도네시아 ‘프로바이오틱스 보조제’ 시장규모⁸⁾

단위 : 십억 루피아



자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in Indonesia」, 2021.10

8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 인도네시아 건강보조식품 시장점유율

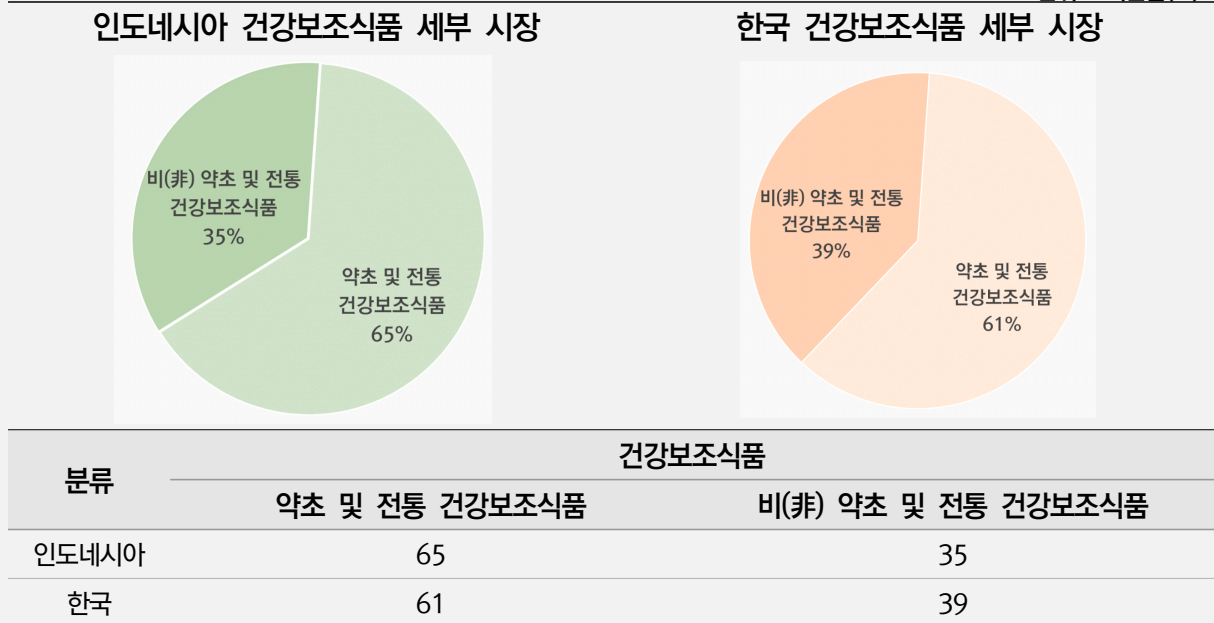
▶ 인도네시아 ‘비(非) 약초 및 전통 건강보조식품’, 점유율 35% 기록

인도네시아 건강보조식품(약 9,126억 원) 세부 시장과 한국 건강보조식품(약 3.7조 원) 세부 시장을 비교하였을 때, 양국의 세부 시장 구성은 유사한 것으로 나타남. 인도네시아 ‘약초 및 전통 건강보조식품’은 점유율 65%를 기록하며, ‘비(非) 약초 및 전통 건강보조식품’에 우위를 점한 것으로 나타났음.⁹⁾¹⁰⁾ 이러한 추세는 인도네시아 소비자들이 ‘약초 및 전통 건강보조식품’이 ‘비(非) 약초 및 전통 건강보조식품’에 비해 더 믿을 수 있고 부작용이 적다고 인식하고 있기 때문임

한편, 코로나19 기간 인도네시아 내 면역 강화 기능을 갖춘 제품은 매출이 상승하는 반면 그렇지 않은 제품군에서는 매출 감소 현상이 나타나고 있음. 이는 인도네시아 소비자들의 가격 민감도가 높아짐에 따라, 필수재로 인식되는 면역 강화 기능을 갖춘 건강보조식품을 우선하는 소비 습관이 형성되었기 때문임. 이러한 현상은 코로나19 사태가 완화될 때 까지 유지될 것으로 전망됨

[표 2.3] 2020년 인도네시아, 한국 ‘건강보조식품’ 시장점유율¹¹⁾

단위 : 백분율(%)



자료: 유로모니터(Euromonitor)

9) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in Indonesia」, 2021.10

10) 유로모니터상 인도네시아 건강보조식품 시장(약 9,126억 원)과 한국 건강보조식품 시장(약 3.7조 원)의 시장점유율을 나타냄

11) 점유율은 소수점 첫째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

4. 인도네시아 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 시장점유율

▶ 인도네시아 ‘프로바이오틱스 보조제’, 점유율 0.4% 불과

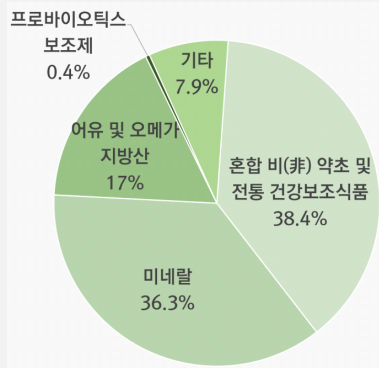
인도네시아 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품(약 3,189억 원) 세부 시장과 한국 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품(약 1.5조 원) 세부 시장을 비교하였을 때, 인도네시아 ‘프로바이오틱스 보조제’는 세부 시장 가운데 점유율 0.4%로 최하위를 기록한 것으로 나타남. 반면 한국의 경우 32.4%의 점유율로 1위를 차지한 것으로 나타나, 아직까지 인도네시아 내 ‘프로바이오틱스 보조제’에 대한 인식 수준이 낮은 것으로 판단됨¹²⁾¹³⁾

한편 코로나19의 영향으로 건강관리 및 면역력 강화에 대한 인도네시아 소비자들의 관심이 증대되고 있는 추세임. 이에 따라 향후 인도네시아 건강보조식품 시장의 상승세가 더욱 가속화될 것으로 전망됨

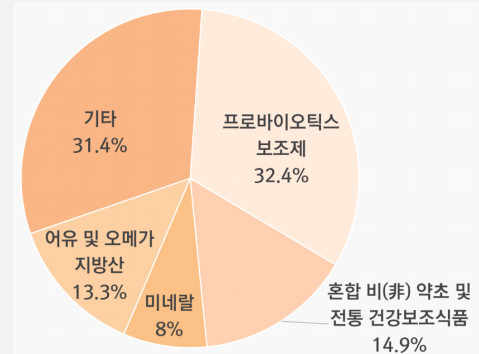
[표 2.4] 2020년 인도네시아, 한국 ‘비(非) 약초 및 전통 건강보조식품’ 시장점유율⁴⁾

단위 : 백분율(%)

인도네시아 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품
세부 시장



한국 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품
세부 시장



분류	비(非) 약초 및 전통 건강보조식품				
	혼합 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품	미네랄	어유 및 오메가 지방산	프로바이오틱스 보조제	기타 ¹⁵⁾
인도네시아	38.4	36.3	17.0	0.4	7.9
한국	14.9	8.0	13.3	32.4	31.4

자료: 유로모니터(Euromonitor)

12) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in Indonesia」, 2021.10

13) 유로모니터상 인도네시아 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 시장(약 3,189억 원)과 한국 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품 시장(약 1.5조 원)의 시장점유율을 나타냄

14) 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

15) 코엔자임Q10, 안구 건강 보조제, 글루코사민, 단백질 보조제 및 기타 비(非) 약초 및 전통 건강보조식품이 이에 해당함

5. 인도네시아 프로바이오틱스 수입규모

● HS CODE 2106.90

조사제품 '프로바이오틱스'는 '따로 분류되지 않은 조제 식품'으로 규정된 제 2106호에 속하며, 이에 '가'에 해당하는 HS CODE 2106.90을 지표로 선정함

▶ 인도네시아 HS CODE 2106.90 수입액, 연평균성장률 5%

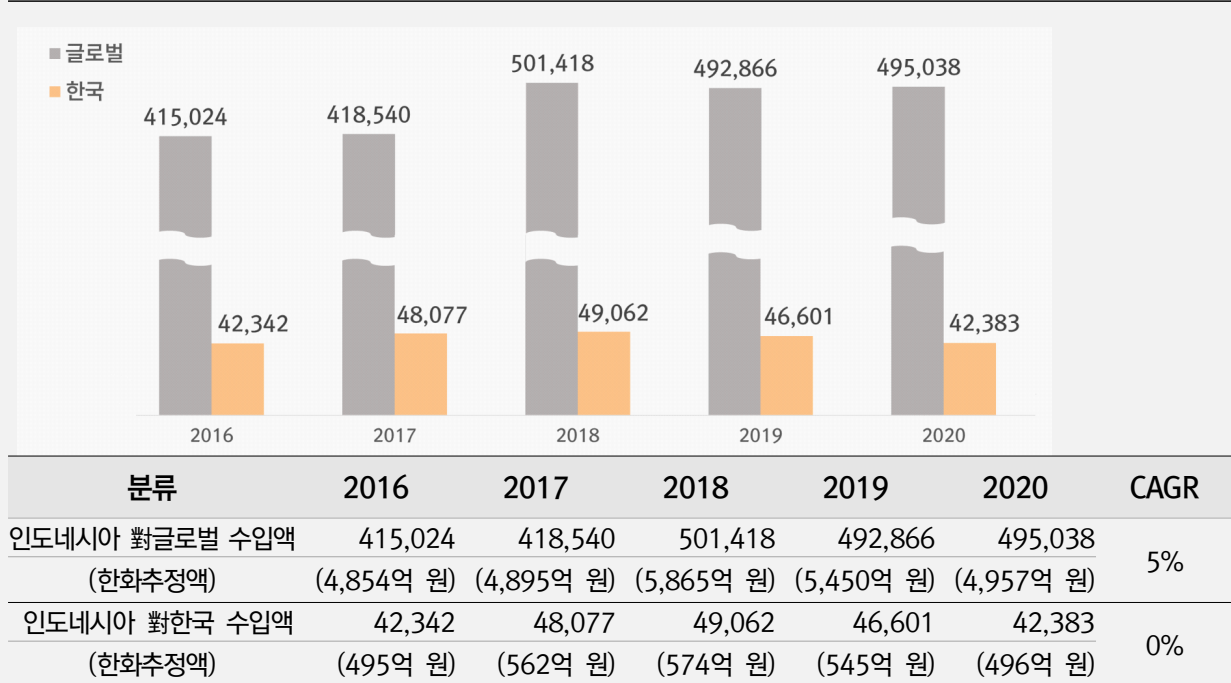
2020년 기준 인도네시아 HS CODE 2106.90 품목의 對글로벌 수입액은 전년과 유사한 약 4,957억 원을 기록함. 2018년 전년 대비 20% 상승하며 성장세가 예견되었으나 이후 다소 감소한 것으로 나타났으며, 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률은 5%를 기록함

▶ 인도네시아 HS CODE 2106.90 對한국 수입액, 전체 5위

2020년 기준 인도네시아 HS CODE 2106.90 품목의 對한국 수입액은 전년 대비 9% 하락한 약 496억 원을 기록함. 이는 글로벌 수입액의 9%에 해당하는 수치로, 전체 5위에 해당함. 한편 글로벌 수입액 기준 1위 국가는 미국으로, 2020년 한 해 약 1,112억 원의 수입액을 기록하며 전체 19%를 차지함. 이어서 싱가포르(약 802억 원, 14%), 말레이시아(약 756억 원, 13%) 순인 것으로 나타남

[표 2.5] 인도네시아 HS CODE 2106.90 수입규모⁶⁾¹⁷⁾¹⁸⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2106.90 기준

16) 자료: ITC(International Trade Centre)

17) 1달러=1,169.60원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

18) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6. 한국 프로바이오틱스 수출규모

HS CODE 2106.90-9099

조사제품 '프로바이오틱스'에 해당하는 HS CODE 2106.90-9099(기타)의 한국 對글로벌, 對인도네시아 수출규모를 통해 수출 수요를 확인함

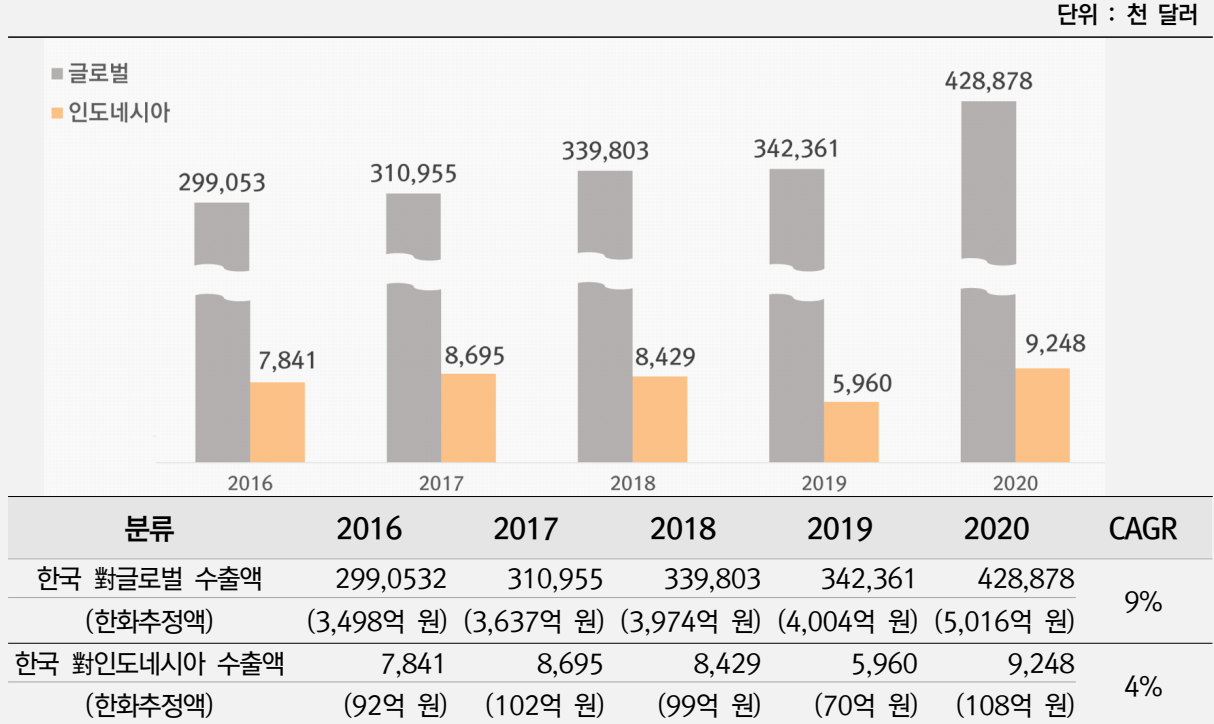
▶ 한국 HS CODE 2106.90-9099 수출액, 연평균성장률 9%

2020년 기준 한국 HS CODE 2106.90-9099 품목의 對글로벌 수출액은 전년 대비 25% 상승한 약 5,016억 원을 기록함. 최근 5년(2016-2020) 간 연평균성장률은 9%를 기록하는 등 꾸준한 상승세를 이어온 것으로 나타남

▶ 한국 HS CODE 2106.90-9099 對인도네시아 수출액, 점유율 2%

2020년 기준 한국 HS CODE 2106.90-9099 품목의 對인도네시아 수출액은 전년 대비 55% 상승한 약 108억 원을 기록함. 이는 글로벌 수출액의 2%에 해당하는 수치로, 전체 11위에 해당함. 한편 글로벌 수출액 기준 1위 국가는 일본으로, 2020년 한 해 약 1,145억 원의 수출액을 기록하며 전체 23%를 차지함. 이어서 중국(약 963억 원, 19%), 베트남(약 410억 원, 8%) 순인 것으로 나타남

[표 2.6] 한국 HS CODE 2106.90-9099 수출규모(단위: 천 달러)



자료 : KATI농식품수출정보, HS CODE 2106.90-9099 기준

19) 자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

20) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 인도네시아 프로바이오틱스, 허브, 꿀 천연 성분이 인기
2. 캡슐형 프로바이오틱스 제품 많아, 주로 병에 담겨 판매
3. 프로바이오틱스 경쟁제품, 신바이오와 인터락 1·2위
4. 프로바이오틱스의 '면역' 효능을 가장 강조해야
5. 인도네시아 프로바이오틱스 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 인도네시아 온라인매장 입점 프로바이오틱스 정보 수집

- 데이터 수집 키워드: 프로바이오틱스(probiotik)
- 데이터 수집량 : 2,907건
- 데이터 수집원 : 인도네시아 온라인매장

▶ 인도네시아 온라인매장 입점 프로바이오틱스 특징 분석

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

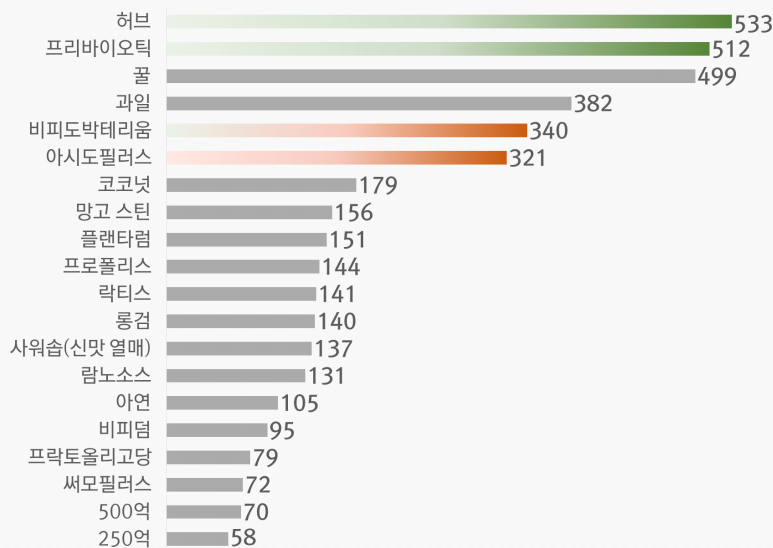
항목	키워드 (국문/인도네시아어)		빈도	키워드 (국문/인도네시아어)		빈도
경쟁 브랜드/ 경쟁제품	바이오시아파	biosyafa	162	신바이오	synbio	97
	블랙모어	blackmores	117	인터락	interlac	91
	바이오잔나	biojanna	106	바이오잔나 SB19	sb19	42
	바이오테라	bioterra	56	바이오테라 과일 주스	bioterra sari buah	27
성분	허브	herbal	533	코코넛	kelapa	179
	프리바이오틱	prebiotik/prebiotic	512	망고 스톤	manggis	156
	꿀	madu	499	플랜타럼	plantarum	151
	과일	buah	382	프로폴리스	propolis	144
	비피도박테리움	bifidobacterium	340	락티스	lactis	141
	아시도필러스	acidophilus	321	롱검	longum	140
제형/ 패키징	캡슐	kapsul/capsule	1230	병	botol	418
	타블렛	tablet	216	팩	sachet	286
	추출물	ekstrak	209	박스	box/dus	238
효능/ 홍보문구	면역	imun	1975	소화기계	digestive/saluran cerna	351
	소화	pencernaan	1144	설사	diare	347
	장	usus	901	균형	keseimbangan	343
	피	darah	365	할랄	halal	142

1. 인도네시아 프로바이오틱스, 허브, 꿀 천연 성분이 인기

- ▶ ‘허브’와 ‘꿀’이 키워드 빈출 순위 1,3위 차지
 - 코코넛 워터, 파파야 뿌리, 망고스틴 껍질 추출물, 꿀 등이 ‘허브’ 성분으로 홍보되고 있으며 533건 빈출되며 1순위를 차지함
 - 천연 성분과 프로바이오틱스 성분을 조합한 제품이 많음
- ▶ ‘프리바이오틱스’ 등 신바이오틱스에 관심도 상당할 것으로 보여
 - ‘프리바이오틱스’은 빈도수 512건, ‘프락토올리고당’ 키워드도 79건 출현하여 신바이오틱스에 대한 관심을 반영하는 것으로 분석됨
- ▶ 군주 종류로는 ‘비피도박테리움’, ‘아시도필러스’ 성분이 최다
 - ‘비피도박테리움’ 키워드는 빈출량 340건으로 전체 순위 중 5위 차지
 - ‘아시도필러스’는 321건으로 6위를 차지하며 단일 군주로 최다치임

1위 허브		3위 꿀		6위 아시도필러스	
					
제품명	프로바이오틱스 솔루션	제품명	프로바이오틱 병꿀	제품명	엘 바이오(L-BIO)
브랜드	엠 바이오 프로(M Biopro)	브랜드	바이오잔나(Biojanna)	브랜드	만쥬르 세작 1918 (Mandjur Sejak 1918)
가격	380ml/151,200루피아(12,489원)	가격	165ml/34,600루피아(2,857원)	가격	1포/9,452루피아(780원)

[표 3.1] 인도네시아 프로바이오틱스 성분 관련 키워드



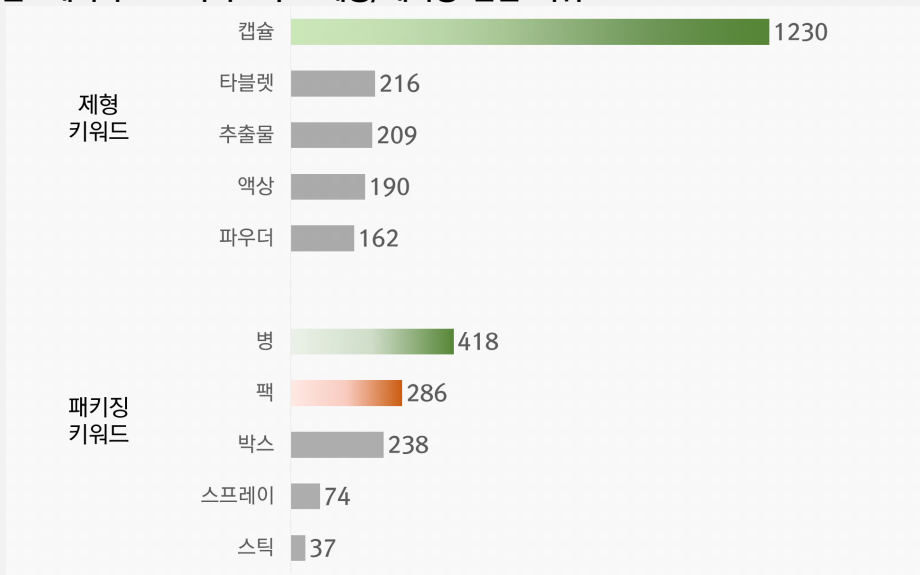
자료: 인도네시아 온라인매장 판매 제품 내 ‘프로바이오틱스’ 관련 게시물 2,907건 분석

2. 캡슐형 프로바이오틱스 제품 많아, 주로 병에 담겨 판매

- ▶ ‘캡슐’과 ‘타블렛’ 제형이 가장 많은 프로바이오틱스 형태
 - ‘캡슐’ 키워드 1,230건, ‘타블렛’ 키워드는 216건 빈출되어 제형으로 1,2위를 차지함
- ▶ ‘파우더’는 아직까지 대중적이지 않은 제형
 - ‘파우더’ 키워드는 162건 빈출되며 5가지 제형 중 가장 빈도가 낮음
 - 드링크 형태인 ‘추출물’이나 아이용 ‘액상’ 유산균보다 출현 빈도 낮음
- ▶ ‘병’ 다음으로 많은 ‘팩’ 형태 패키징
 - ‘병’ 키워드는 418건으로 드링크 제품이나 유아용 액상 유산균에서 많이 발견됨
 - 개별포장된 ‘팩’ 키워드는 2번째로 빈출되어 인도네시아에서 자주 활용되는 패키징 형태임

1위 병		2위 팩		3위 박스	
					
제품명	과일추출물(프로바이오틱 허브)	제품명	인터락 미니 팩	제품명	립프로락
브랜드	바이오테라(Bioterra)	브랜드	바이오가이아(BioGaia)	브랜드	칼베(Kalbe)
가격	250ml/88,000루피아(7,268원)	가격	30팩/277,200루피아(22,896원)	가격	30팩/210,000루피아(17,346원)

[표 3.2] 인도네시아 프로바이오틱스 제형/패키징 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인매장 판매 제품 내 ‘프로바이오틱스’ 관련 게시물 2,907건 분석

3. 프로바이오틱스 경쟁제품, 신바이오와 인터락 1·2위

▶ ‘신바이오’, 프로바이오틱스 제품 빈출 순위 1위

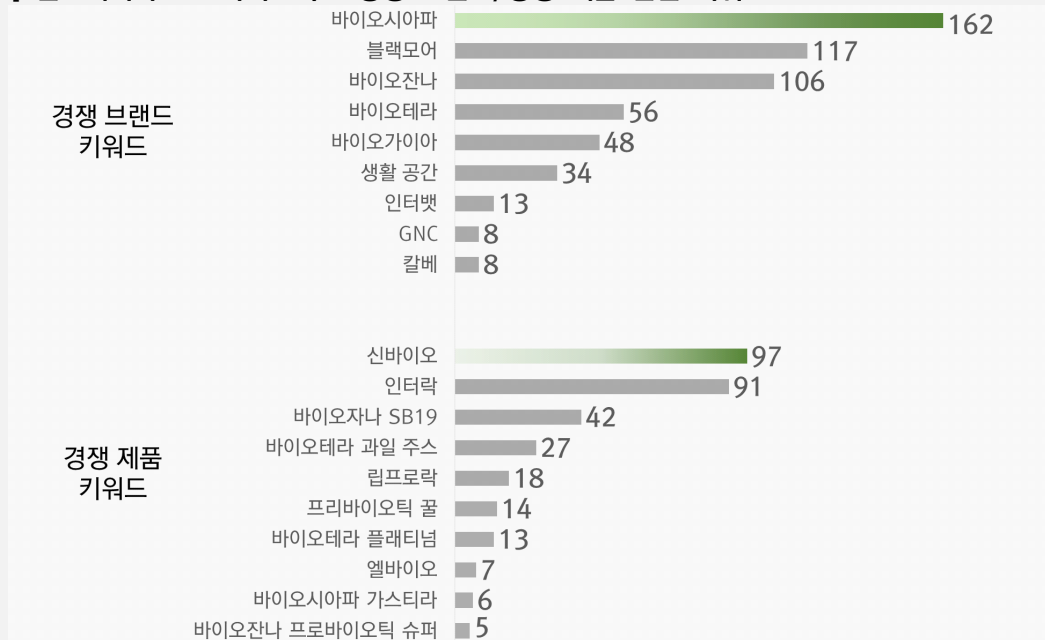
- ‘신바이오’는 프리바이오틱스와 락토바실러스 아시도필러스와 비피도박테리움 롱검 프로바이오틱스 성분을 함유한 제품으로 97건 빈출되며 1위를 기록함

▶ 영유아용 유산균인 바이오가이아 ‘인터락’ 제품이 2순위

- 바이오가이아 브랜드의 ‘인터락’ 제품은 91건 빈출되어 2순위 기록해 인도네시아에서 어린이용 유산균의 수요가 상당한 것으로 분석됨
- 바이오잔나의 ‘SB19’제품은 대표적인 드링크 제형이며 과일, 꿀 등을 함유한 유산균으로 판매되고 있음

1위 신바이오		2위 인터락		3위 SB19	
					
브랜드	칼베(Kalbe)	브랜드	바이오가이아(BioGaia)	브랜드	바이오잔나(Biojanna)
용량	30캡슐	용량	5ml	용량	100ml
가격	175,000루피아(14,455원)	가격	270,000루피아(22,302원)	가격	20,500루피아(1,693원)

[표 3.3] 인도네시아 프로바이오틱스 경쟁 브랜드/경쟁 제품 관련 키워드



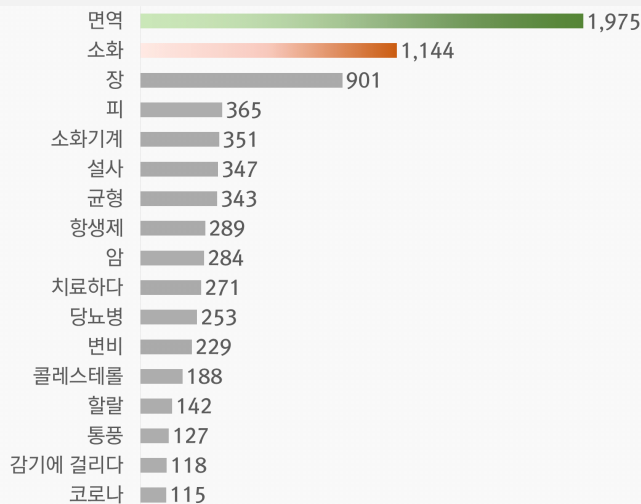
자료: 인도네시아 온라인매장 판매 제품 내 ‘프로바이오틱스’ 관련 게시물 2,907건 분석

4. 프로바이오틱스의 ‘면역’ 효능을 가장 강조해야

- ▶ ‘면역’ 키워드 빈도 1,975건으로 압도적인 1위
 - 코로나19 기간 면역력 효과에 대한 수요 반영된 것으로 예상
- ▶ 소화기, 장 관련 키워드가 상위권 다수 포진
 - ‘소화’ 키워드는 2순위로 1,144건 빈출
 - ‘장’ 키워드 외에도 ‘설사’, ‘변비’ 등의 장 관련 키워드도 빈출됨
- ▶ 장내 균형 회복, 암치료 보조제로도 효과
 - ‘균형’ 키워드는 343건 빈출되어 항생제 사용으로 인한 불균형 회복, 장 내의 박테리아 균형에 대한 효과를 강조하고 있음
 - ‘암’ 키워드 또한 284건 빈출되어 일반 건강 증진 목적 외에도 항암치료의 보조제로 널리 활용되고 있음

1위 면역		2위 소화		3위 장	
					
제품명	프로바이오틱스 + 이뮤니 디펜스	제품명	락토 B 프로바이오틱	제품명	프로바이오틱 아시도필러스
브랜드	블랙모어스(Blackmores)	브랜드	노벨 제약 (novell_pharmaceuticals)	브랜드	퓨리탄스 프라이드 (Puritan's Pride)
가격	30캡슐/190,000루피아(15,694원)	가격	10포/74,600루피아(6,161원)	가격	100정/205,000루피아(16,933원)

[표 3.4] 인도네시아 프로바이오틱스 효능 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인매장 판매 제품 내 ‘프로바이오틱스’ 관련 게시글 2,907건 분석

5. 인도네시아 프로바이오틱스 진출 컨셉

- ▶ **컨셉 ① _ 전통약재인 허브가 첨가되어 장 건강에 탁월한 유산균**
 - 성분 키워드 1위인 ‘허브’ 활용, 인도네시아 소비자들의 전통약재에 대한 선호를 반영한 프로바이오틱스 컨셉
 - 장 건강에 좋은 현지 약재 및 한국 약재 추가도 고려할 만함

- ▶ **컨셉 ② _ 꿀 성분을 함유해 면역력 강화효과를 배가한 유산균**
 - 효능 키워드 1위인 ‘면역’ 키워드를 활용, 프로바이오틱스 효과 강조함
 - 꿀, 과일시럽 등 달콤한 맛의 프로바이오틱스에 익숙한 인도네시아 소비자에게 액상형 프로바이오틱스로 제공하는 것도 추천함

- ▶ **컨셉 ③ _ 항생제로 인한 몸의 균형을 회복시키는 유아용 프로바이오틱스**
 - 바이오가이아 등 영유아 프로바이오틱스가 분말형으로 많이 유통되고 있어 향후 자사 제품의 시장 적합성이 높은 영역으로 분석됨

성분	효능	제형	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
허브	장	(-)	65건	전통약재인 [허브]와 현대제약기술이 만나 [장] 건강에 탁월한 프로바이오틱스
꿀	면역	(-)	40건	[꿀] 프로폴리스 성분이 포함되어 [면역력] 강화효과를 배가한 프로바이오틱스
프리바이오틱스	장	캡슐	25건	[프리바이오틱스] 성분이 포함되어 [장] 건강을 좀 더 완벽하게 케어하는 [캡슐형] 프로바이오틱스
비피도박테리움	소화	캡슐	24건	[비피도박테리움] 성분이 [소화]를 돕는 프로바이오틱스 [캡슐]
(-)	항생제	파우더	21건	[항생제]로 인한 면역 저하와 신체 불균형을 개선하고 분유나 유아식과 섞여 먹이기 편리한 [분말형] 프로바이오틱스

★ 결합 키워드 발생량 : 경쟁브랜드/효능/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

1. 인도네시아 프로바이오틱스 유통채널 비교
2. 인도네시아 프로바이오틱스 유통채널 특징

1. 인도네시아 프로바이오틱스 유통채널 비교

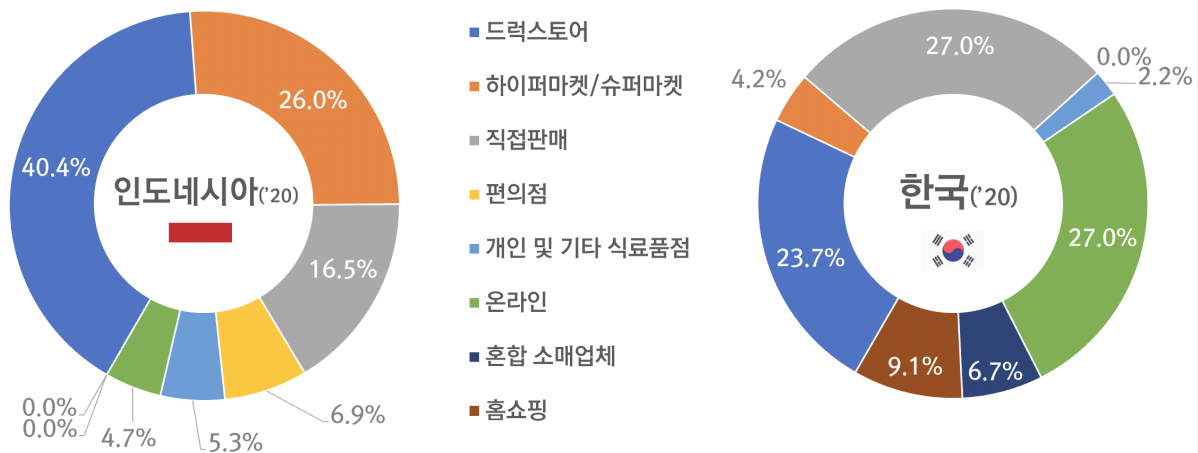
▶ 인도네시아 ‘드럭스토어’ 및 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 점유율, 한국 대비 높아

2020년 인도네시아 ‘비타민 및 건강보조제’ 유통채널 중 가장 높은 점유율을 차지한 채널은 ‘드럭스토어’로 총 40.4%를 점유하였으며, 한국의 23.7% 대비 더 높았음. 그다음으로 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’의 점유율은 인도네시아가 26.0%, 한국이 4.2%로 나타나 인도네시아가 더 높았던 반면 ‘직접판매’의 점유율은 한국(27.0%)이 인도네시아(16.5%) 대비 더 높았음. ‘편의점’을 통한 유통은 인도네시아(6.9%)에서만 이뤄지는 것으로 조사됨

▶ 인도네시아 프로바이오틱스 온라인 시장, 아직 발전단계

2020년 인도네시아 ‘비타민 및 건강보조제’의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 4.7%로 한국의 27.0% 대비 낮아 아직 프로바이오틱스의 온라인 소비시장이 발전 단계인 것으로 나타남

[표 4.1] 인도네시아 프로바이오틱스 소매유통채널 점유율



인도네시아 및 한국 소매유통채널 점유율²¹⁾²²⁾ 비교²³⁾

인도네시아	유형	한국
40.4%	드럭스토어	23.7%
26.0%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	4.2%
16.5%	직접판매	27.0%
6.9%	편의점	0.0%
5.3%	개인 및 기타 식료품점	2.2%
4.7%	온라인	27.0%
0.0%	혼합 소매업체 ²⁴⁾	6.7%
0.0%	홈쇼핑	9.1%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

21) 2020년 기준, 인도네시아 및 한국 ‘비타민 및 건강보조제(Vitamins and Dietary Supplements)’의 소매유통채널 점유율임

22) ‘프로바이오틱스’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘비타민 및 건강보조제(Vitamins and Dietary Supplements)’의 정보를 확인함

23) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

24) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

2. 인도네시아 프로바이오틱스 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

인도네시아 롯데마트 전경



사진자료: 롯데마트

▶ 인도네시아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체, 트랜스리테일인도네시아 및 마타하리푸트라프리마

인도네시아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체 트랜스리테일인도네시아(Trans Retail Indonesia)는 2020년 인도네시아 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액 104조 5,670억 루피아(약 8조 6,372억 원²⁵⁾)의 13.3%를 점유함. 마타하리푸트라프리마(Matahari Putra Prima)는 2020년 전체 매출액의 6.4%를 점유함

▶ 인도네시아 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 온·오프라인 연계 강화 중²⁶⁾

2020년 인도네시아 하이퍼마켓/슈퍼마켓은 코로나19 봉쇄 기간 동안 매출 감소를 겪었으며, 이에 자사 온라인 몰 운영, 제3자 온라인 마켓플레이스 입점, 배달 서비스 제공 등 온·오프라인 연계 강화를 통해 극복하고 있음. 인도네시아 하이퍼마켓/슈퍼마켓의 주요 고객인 중상류층 소비자의 경우, 가족 단위로 대형 쇼핑몰에 방문하여 식사 및 식료품 구매, 기타 쇼핑 등을 한꺼번에 해결하는 ‘몰링(Mall-ing)’ 쇼핑 문화를 지녔기 때문에, 코로나19 확산세가 잡힌 이후에는 하이퍼마켓/슈퍼마켓의 매출 또한 기존 수준 정도로 회복될 것으로 예측됨

[표 4.2] 인도네시아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유(‘20) ²⁷⁾	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)

25) 100루피아=8.26원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

27) 인도네시아 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 드럭스토어

약국과 함께 운영하는 매장을
개점하고 있는 왓슨스



사진자료: 왓슨스

▶ 인도네시아 주요 드럭스토어 업체,

키미아파르마아포텍 및 케이이십사인도네시아

인도네시아 주요 드럭스토어 업체 키미아파르마아포텍(Kimia Farma Apotek)은 2020년 인도네시아 드럭스토어 전체 매출액 75조 4,500억 루피아(약 6조 2,322억 원)의 6.8%를 점유했으며, 케이이십사 인도네시아(K-24 Indonesia)는 2020년 전체 매출액의 2.0%를 점유함

▶ 인도네시아 드럭스토어 업계, 건강 관련 제품으로 손실 보전²⁸⁾

2020년 코로나19로 인도네시아 드럭스토어 업계 매출이 전반적으로 하락함. 주요 요인으로는 마스크가 일상화되자 사람들이 메이크업을 잘 하지 않게 된 것과 매장 운영 제한 조치 등이 꼽힘. 다만 코로나19로 건강기능식품이나 위생 용품에 대한 관심이 폭발적으로 증가하였고, 이러한 수요 증가 덕분에 어느 정도의 매출 손실을 보전할 수 있었음. 향후 드럭스토어 업계는 인도네시아 연령의 절반 이상을 차지하는 MZ세대의 발빠른 뷰티 및 건강 트렌드에 발맞춰 인플루언서 마케팅 등을 적극 활용할 것으로 전망됨

[표 4.3] 인도네시아 주요 드럭스토어 업체

순번	기업명	드럭스토어 매출액 점유('20) ²⁹⁾	산하 주요 브랜드
1	키미아파르마아포텍 (Kimia Farma Apotek)	6.8%	키미아파르마 (Kimia Farma)
2	케이이십사인도네시아 (K-24 Indonesia)	2.0%	케이이십사 (K-24)
3	헤로수퍼마켓 (Hero Supermarket)	1.7%	가디언 (Guardian)
4	왓슨스인도네시아 (Watsons Indonesia)	1.2%	왓슨스 (Watsons)
5	모니카히자우레스타리 (Monica Hijau Lestari)	0.9%	더바디샵 (The Body Shop)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

28) 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Indonesia Country Report」, 2021.03

29) 인도네시아 드럭스토어 점유율 부문 상위 5개 기업

3) 온라인

● 인도네시아 이커머스 지역별 매출액 점유율

	2017	2022(F)
1티어 도시	55%	30%
2티어 도시	15%	20%
3-4티어 도시	25%	30%
기타	5%	20%

사진자료: 스탯리스타

▶ 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 5,322억 원)의 36.4%를 점유했으며, 쇼피(Shopee)의 모회사인 씨(Sea)는 2020년 전체 매출액의 19.9%를 점유함

▶ 동남아 최대 시장, 지역별 인프라와 플랫폼 규제 확인 필수³⁰⁾³¹⁾

인도네시아는 동남아 최대 인터넷 이용 국가로, 현재 인터넷 사용자 비율은 70%를 상회함. 또한 코로나19는 이커머스의 지속적인 성장세를 가속화시켰으며, 그중에서도 온라인 식품 시장은 전년대비 125% 성장함. MZ세대의 경우 소셜커머스의 이용 또한 활발하며, 한류의 영향을 많이 받아 한국 식품에 대한 관심도 큰 편임. 다만 지역별로 인터넷 보급률이나 소득 등을 비롯한 각종 생활 수준에서 차이를 보이는데, 특히 자보데타벡(Jabodetabek)³²⁾이 2017년 기준 이커머스 시장 전체 매출액의 55%를 차지할 정도로 지역별 불균형이 심함. 인터넷 보급률뿐만 아니라 이커머스의 핵심 요소라 볼 수 있는 배달에 있어서도 교통 인프라의 지역별 차이가 심해 몇몇 대도시를 제외하고는 배송에 상당한 시간이 소요된다는 점이 한계점으로 지적되고 있음. 또한 중국산 제품의 유입을 막기 위해 현재 온라인 플랫폼을 통한 인도네시아로의 해외직접판매는 불가능한 상태임

[표 4.4] 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) 인도네시아 1지역을 뜻하는 단어로, 수도 자카르타(Jakarta) 및 주변 메트로폴리탄 지역인 보고르(Bogor), 데벡(Depok), 땅그랑(Tangerang), 벵카시(Bekasi)의 총 다섯 도시를 의미함

33) 인도네시아 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

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

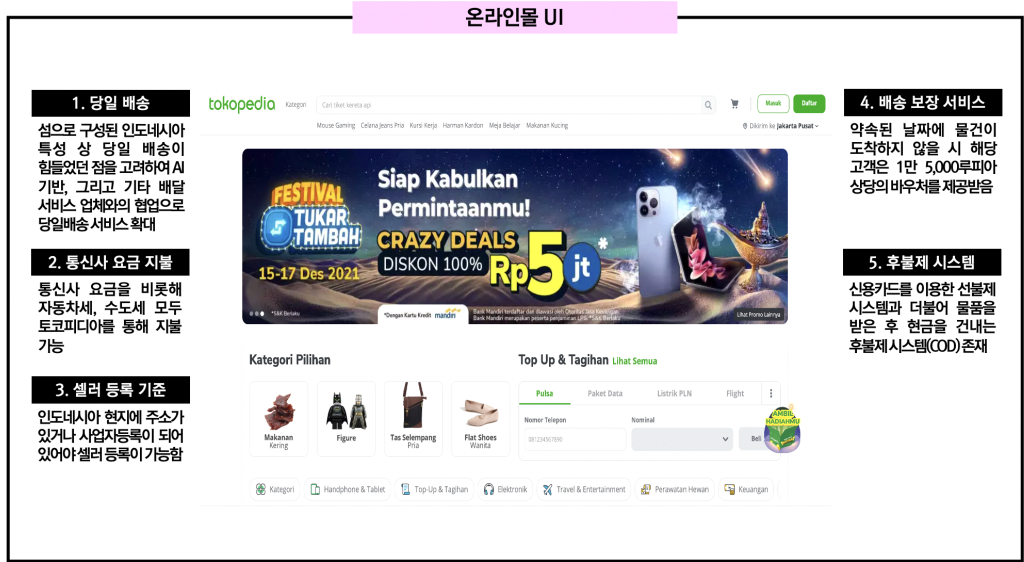
1. 인도네시아 프로바이오틱스 주요 온라인 유통채널 ① 토크피디아

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 4,506억 원 ³⁴)		
	운영방식	온라인마켓		
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	피지션초이스(Physician Choice), 신바이오(Synbio)	
		해외 판매	해외판매 불가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	<p>무료 배송 쿠폰이나 캐시백 쿠폰, 할인 바우처, 라이브커머스, 시간 한정 세일 등 다양한 프로모션 상시 진행 중</p>			
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)

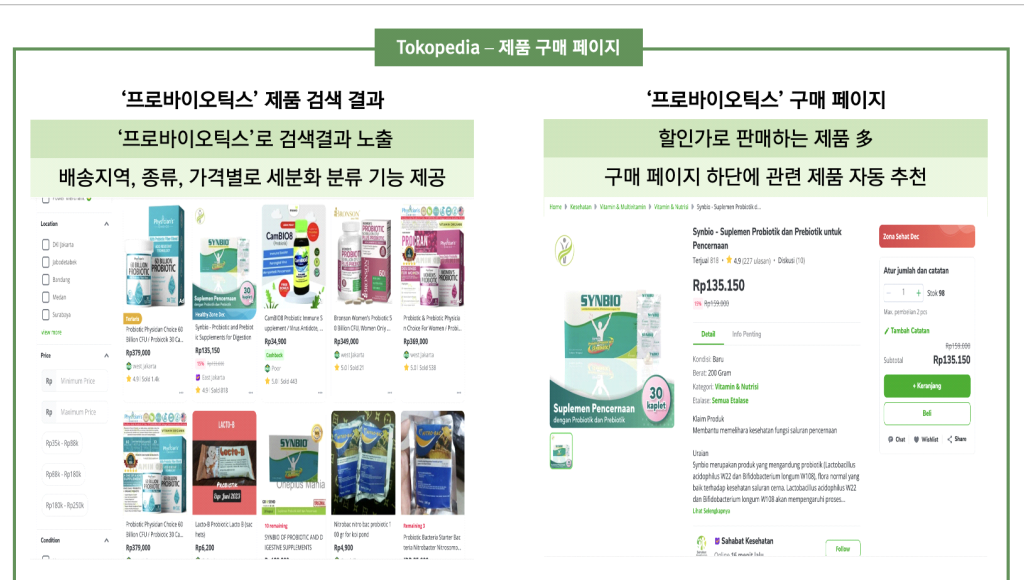
사진 자료: 토크피디아(Tokopedia)

온라인몰 UI ①



영어 페이지 지원하고 있으나 번역이 되지 않는 부분도 많아 사용에 불편함

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 토크피디아(Tokopedia)
사진 자료: 토크피디아(Tokopedia)

34) 1달러=1,169.60원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁵⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격 ³⁶⁾	용량	이미지
1	프로바이오틱스	피지션초이스 (Physician Choice)	60빌리언프로비오틱 (60 billion probiotik)	미국	37만 9,000루피아 (약 3만 1,305원)	30개입	
2	프로바이오틱스	신바이오 (Synbio)	수플레멘프로비오틱 (Suplemen Probiotik)	인도네시아	13만 1,150루피아 (약 1만 0,833원)	30개입	
3	프로바이오틱스	라이프스페이스 (Life Space)	브로드스펙트럼프로바이오틱 (Broad Spectrum Probiotic)	호주	31만 5,000루피아 (약 2만 6,019원)	60개입	
4	프로바이오틱스	릴루스신바이오틱 (Rillus Synbiotic)	프리비오틱신바이오틱 (PREBIOTIK SINBIOTIK)	인도네시아	19만 5,000루피아 (약 1만 6,107원)	30개입	
5	프로바이오틱스	락토티 (Lacto-fit)	골드프로비오틱비타민 (Gold Probiotik Vitamin)	한국	4만 7,000루피아 (약 3,882원)	10개입	
6	프로바이오틱스	네이처스바운티 (Nature's Bounty)	아시도필러스프로비오틱 (Acidophilus Probiotic)	미국	14만 4,000루피아 (약 1만 1,894원)	120개입	
7	프로바이오틱스	서플리멘트스튜디오 (Supplement Studio)	프로비오틱10 스트렌50빌리언 (Probiotic 10 strain 50 billion)	미국	49만 9,000루피아 (약 4만 1,217원)	60개입	

자료: 토코피디아(Tokopedia)

사진 자료: 토코피디아(Tokopedia)

35) 조사일(2021.12.09) 기준 토코피디아(Tokopedia) 프로바이오틱스 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

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 784억 원) ³⁷⁾		
운영방식		온라인마켓		



매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	네이처스바운티(Nature's Bounty), 락토피트(Laco-fit)
		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)

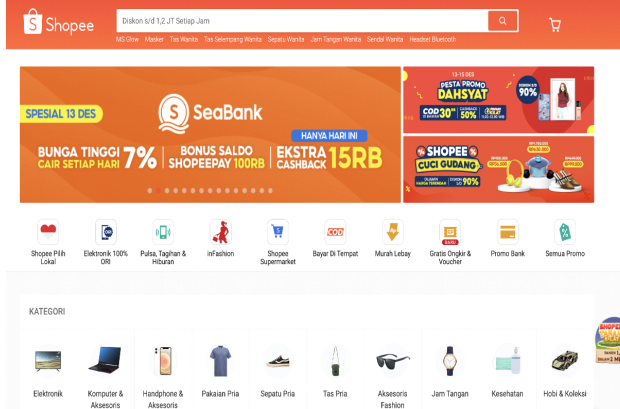
사진 자료: 쇼피(Shopee) 인도네시아

36) 100루피아=8.26원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

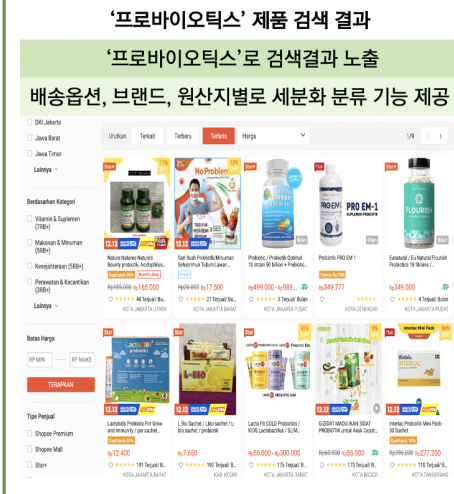


- 4. 크로스보더 판매**
인도네시아로의 직접적인 크로스보더 판매(해외직접판매)는 불가능하나, 싱가포르, 말레이시아, 베트남 쇼핑 등을 통해 우회 판매가 가능함
- 5. 구매 내역**
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리 내 추천상품 제공

세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능

온라인몰 UI ②

Shopee - 제품 구매 페이지



품목별, 브랜드별, 배송시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

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

37) 모기업 씨(Sea)의 글로벌 이커머스 매출액임

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁸⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	프로바이오틱스	네이처스바운티 (Nature's Bounty)	아시도필러스프로비오틱 (Acidophilus Probiotic)	미국	16만 5,000루피아 (약 1만 3,629원)	120개입	
2	프로바이오틱스	피지션초이스 (Physician Choice)	워먼50빌리언씨에프유오가닉 프로비오틱 (Women 50 Billion CFU Organic Probiotik)	미국	37만 9,000루피아 (약 3만 1,305원)	30개입	
3	프로바이오틱스	락토폰 (Lacto-fit)	골드프로비오틱비타민 (Gold Probiotik Vitamin)	한국	5만 5,000루피아 (약 4,543원)	10개입	
4	프로바이오틱스	바이오가이아(BioGaia)	인터락프로비오틱미니팩 (Interlac Probioik Mini Pack)	스웨덴	6만 9,536루피아 (약 5,743원)	30개입	
5	프로바이오틱스	캘리포니아골드뉴트리션 (California Gold Nutrition)	락토티프로비오틱5빌리언 (LactoBif Probiotics 5 Billion)	미국	27만 7,200루피아 (약 2만 2,896원)	60개입	
6	프로바이오틱스	퓨리탄스프라이드 (Puritan's Pride)	프로비오틱아씨도필루스 (Probiotic Acidophilus)	미국	11만 5,000루피아 (약 9,499원)	100개입	
7	프로바이오틱스	나우푸드 (Now Foods)	프로비오틱-10 25빌리언 (Probiotic-10 25 Billion)	미국	59만 9,900루피아 (약 4만 9,552원)	50개입	

자료: 쇼피(Shopee) 인도네시아

사진 자료: 쇼피(Shopee) 인도네시아

38) 조사일(2021.12.09.) 기준 쇼피(Shopee) 인도네시아 프로바이오틱스 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

2. 인도네시아 프로바이오틱스 주요 오프라인 유통채널 ① 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 5,573억 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 있으며, 100개의 하이퍼마트를 포함하여 총 220여 개의 매장 보유 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"> 김치류, 즉석식품, 냉동식품, 스낵류, 음료류, 소스류, 화장품, 전자제품, 의류 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 할랄 식품, 가격 경쟁력이 있는 상품 	
	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 <ul 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), 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia), 뉴시투데이(Newsy Today)

② 헤로

기업 기본 정보	기업명	헤로(Hero)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.herosupermarket.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매출액('20)	282억 달러(약 32조 9,827억 원) ³⁹⁾
	기타 규모	• 매장 수('21): 20개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 데어리팜인터내셔널홀딩스의 자회사인 헤로수퍼마켓의 대표 브랜드로, 1971년 설립됨 • 헤로수퍼마켓은 헤로 외에도 인도네시아 내에서 드럭스토어 가디언(Guardian)과 글로벌 가구 유통채널 이케아(IKEA)를 운영함 		



매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 간편식품, 냉동식품, 음료류, 주류, 스낵류 등
	선호 제품	• 수입 식음료
	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"> - 헤로수퍼마켓 홈페이지의 Supplier Query Portal을 통해 입점 문의 제출 (www.hero.co.id/contact/supplier) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (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"> - 전화번호 : +62-21-8378-8000
-------------	---------------------	--

자료: 헤로(Hero), 헤로수퍼마켓(Hero Supermarket), 데어리팜인터내셔널홀딩스(Dairy Farm International Holdings)
사진 자료: 헤로(Hero), 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia)

39) 모기업 데어리팜인터내셔널홀딩스의 2020년 글로벌 매출액임

③ 가디언


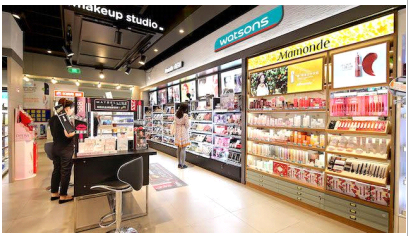
기업 기본 정보	기업명	가디언(Guardian)		
	기업구분	드럭스토어		
	홈페이지	www.guardianindonesia.co.id		
	위치	자카르타(Jakarta)		
	규모	매출액('20)	282억 달러(약 32조 9,827억 원) ⁴⁰⁾	
		기타 규모	• 매장 수('21): 268개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1990년 설립됨 • 약국과 함께 운영하는 매장과 아닌 매장으로 분류되며, 현재 제약 사업 발전에 주력을 다하고 있음 • 왓츠앱을 통해 주문 가능 			
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 화장품, 음료류, 스낵류, 의약품, 다이어트용 식품, 건강보조식품 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 의약품, 뷰티제품, 헬스케어제품 		
	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"> - 헤로수퍼마켓 홈페이지의 Supplier Query Portal을 통해 입점 문의 제출 (www.hero.co.id/contact/supplier) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (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"> - 전화번호 : +62-21-8378-8000 		

자료: 가디언(guardian), 헤로수퍼마켓(Hero Supermarket)

사진 자료: 가디언(guardian), 구글맵(Google Maps)

40) 모기업 테어리팜인터내셔널홀딩스의 2020년 글로벌 매출액임

④ 왓슨스

기업 기본 정보	기업명	왓슨스(Watsons)		
	기업구분	드럭스토어		
	홈페이지	www.watsons.co.id		
	위치	자카르타(Jakarta)		
	규모	매출액('20)	8,862억 4,400만 루피아(약 732억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('21): 155개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 아시아 전역에 약 7,000여 개의 매장을 운영 중인 거대 드럭스토어 기업으로, 인도네시아에서는 자카르타 지역을 중심으로 매장 운영 중 • 어플리케이션 및 온라인 플랫폼을 통한 판매 진행 중 			
매장정보	입점 가능 품목	• 화장품, 음료류, 스낵류, 생활용품, 다이어트용 식품, 건강보조식품 등		
	선호 제품	• 건강식품, 브랜드 인지도가 높은 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인 폼 작성 및 등록 (www.aswatson.com → Become a New Vendor) - 등록 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 타겟 시장(공급제품군, 타겟시장) ② 기업 정보(주소, 연락처, 이메일, 웹사이트, 모회사 정보, 비즈니스 정보) ③ 신상 정보(성함, 부서, 직위, 연락처, 회사 주소, 국가) ④ 기업 일반 정보(설립년도, 비즈니스 타입, 종업원 수, 연간 매출액 그 외) ⑤ 고객 정보(매출 상위 5개 고객 리스트) ⑥ 제품 정보(판매 순위 상위 5개 제품 리스팅) ⑦ 제품군 설정(스킨케어, 아기용품, 화장품, 뷰티, 럭셔리, 리빙 등) ⑧ 자사 제조 협력업체 리스트 제품 인증 현황 (인증서 사본, 인증 번호, 사업자 번호, 협력업체 웹사이트, 유효기한 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: corporate.secretary@watsons.co.id 		

자료: 왓슨스(Watsons)

사진 자료: 왓슨스(Watsons), 리테일뉴스프롬아시아(Retail News from Asia)

VI. 진입장벽

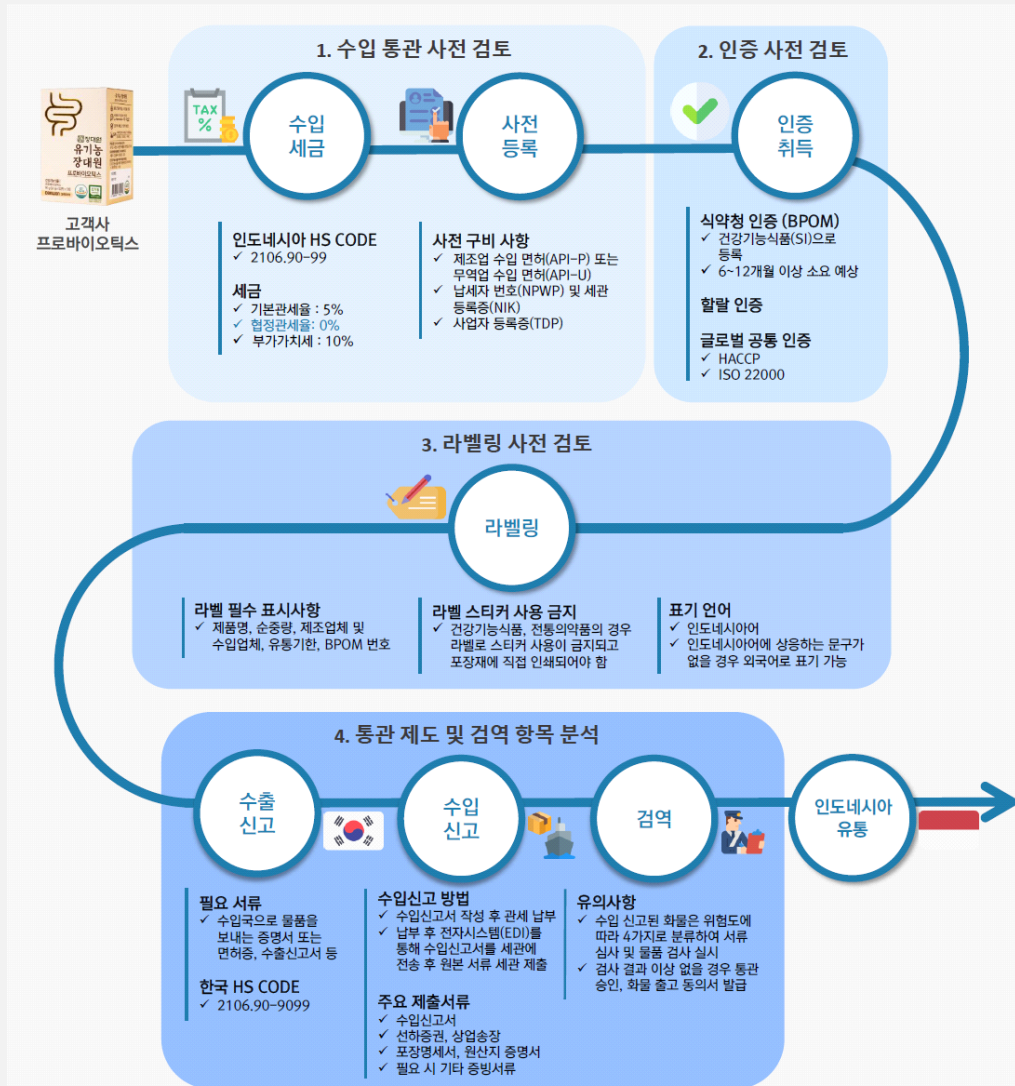
1. 인도네시아 프로바이오틱스 통관 및 검역 절차
2. 인도네시아 프로바이오틱스 품질 인증
3. 인도네시아 프로바이오틱스 라벨링
4. 인도네시아 프로바이오틱스 성분 및 유해물질

1. 인도네시아 프로바이오틱스 통관 및 검역 절차⁴¹⁾

▶ 인도네시아 프로바이오틱스 수출 시, 식약청 등록 허가 必

인도네시아로 수출 시, 제품의 유형에 따라 인도네시아 식약청, 세관에서 요구하는 인허가 사항을 취득한 후 수입을 진행해야 함. 건강기능식품을 수출하는 경우, 수입과 유통 판매 관리 책임자로 약사를 채용하는 것이 의무임. 통관 절차에 제출하는 서류의 경우 원본 서류를 제출하는 것을 원칙으로 하고 있으며 이메일이나 팩스를 통해 수신한 서류는 인정하지 않음. 또한, 수입업체는 수입 유통 신고서를 수입 시마다 신고해 유통 허가서를 받아야 하며 한국의 제조사는 이를 위해 해당 제품의 시험 검사 성적서를 제공해야 함

[표 6.1] 인도네시아 프로바이오틱스 통관 검역 절차



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

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

2. 인도네시아 프로바이오틱스 품질 인증

▶ 인도네시아 프로바이오틱스, 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. 인도네시아 현지 온라인 유통채널인 쇼피(Shopee)에서는 식약처 인증이 없는 제품은 판매를 금지하고 있음. 고객사 제품의 경우, 건강기능식품으로 식약처 인증과 할랄 인증이 필수로 부과되는 것을 확인함. 인도네시아는 2019년부터 모든 제품의 할랄 인증 의무화 제도를 시행하였으며 식품의 경우, 5년간 유효기간을 두고 있음. 또한, 추가적으로 인도네시아 내 유기농 인증을 받아 활용할 수 있음

[표 6.2] 인도네시아 프로바이오틱스 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	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	
SGS	식품 품질 안전 인증	글로벌 공통 인증	SGS 대한민국 내 사무소 또는 인도네시아 내 사무소	

자료: 각 인증기관

[표 6.3] 인도네시아 프로바이오틱스 식약청 인증

인증명	식약청 인증	유형 구분	<ul style="list-style-type: none"> - 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 6-12개월 이상	소요비용	건강기능식품의 경우 10,000,000루피아
건강기능식품(SI) 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 		
건강기능식품(SI) 신청 시 구비 서류 항목	<ul style="list-style-type: none"> • 인허가 서류 <ul 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 Letter of Appointment(LOA) : 인도네시아 기업이 위탁해 등록 업무를 위임하는 구조로 파트너사를 지정해야 함. 영문본 원본으로 제출해야 함 ③ GMP : GMP의 등급이 건강기능식품인 경우, SMF(Site Master File)를 준비하여 제출되어야만 제조사 등록이 가능함. 인도네시아 영사과에 공증을 받은 후 제출해야 함 • 인도네시아 수입자의 준비 서류 <ul 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) (API U(수입 면허)에는 supplement(건강보조식품) 또는 obat traditional(전통약재) 취급 허가가 기재 되어야 함) 		

자료: 인도네시아 식약청(BPOM)

[표 6.3] 인도네시아 프로바이오틱스 식약청 인증

<p>건강기능식품(SI) 신청 시 구비 서류 항목</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 등록 제품의 기술 서류 및 포장 디자인 <ol style="list-style-type: none"> ① 제품 성분 함량표(Ingredients in percent) : 영문 작성, active, non-active 재료 구분 표기해야 함 ② 재료 목록(Material list) : 위 성분표의 기재 재료의 재료 구분, 재료 원천 등의 목록 필요함. 재료 증빙 서류는 반드시 COA로 제출되어야 함 ③ 각 재료에 대한 제품 시험검사성적서(COA): 주재료 및 첨가제의 모든 재료의 시험 검사 성적서가 필요함 ④ 제품별 제조 공정도(회사에서 사용하는 작업 지시서의 개념이 아님) ⑤ 완제품(등록 제품)의 제품 규격서 및 시험 성적서 ⑥ 완제품의 분석증명서(COA) : 미생물, 중금속 사항 이외 해당 제품 신고 등급별 영양표시 성분과 assay 검사 대상을 확인해 검사 진행이 필요(인도네시아 공인 시험기관) ⑦ 안정성 보고서(Stability Report) : 안정성 평가 보고서로 가속성 기준 최소 6개월 장기 최대 3년간 평가 보고서 작성 및 제출해야 함. 신규 개발 제품도 최소 6개월간의 가속성 테스트 기준에 의거 준비 필요함. 인도네시아 검사 요건인 가속성 조건에서 Acceleration test : 40°C± 2°C / 75 ± 5% RH에서 6개월 최소 자료가 보고서로 작성 제출되어야 하며, Long-term Test : 30± 2°C/75±5% RH 관련, 활성 재료와 보조제 또는 첨가제로 구성에 활성 재료의 대상은 재료별 Assay 사항과 검사 결과가 범위 안에 있어야 함 ⑧ 포장 재료의 규격서(specification) 및 시험 성적서 ⑨ 유효기간 설명서 : 제품의 유효기간 설정 사유와 표기에 대한 설명이 필요함 ⑩ Batch No. 또는 LOT No.의 표기 설명서 : 번호 구성에 대한 설명이 포함돼야 함 ⑪ 제품의 식용법(국문 경우 영문 자료 추가) : 인도네시아어 번역 의무 ⑫ 제품의 포장 디자인(컬러판 평면도) : 한글 포장제품의 경우 해당 한글의 번역본 필요함 ⑬ 포장 라벨링 표기 사항 : 인도네시아어로 라벨링 규정에 의거 의무 표시사항 준비 필요함 ⑭ 샘플 3개 ⑮ 기타 인증서 사본(HACCP, ISO 등) : HACCP 또는 ISO22000의 사본 제출이 필요함 (공증 필요 없음)
---	--

자료: 인도네시아 식약청(BPOM)

[표 6.3] 인도네시아 프로바이오틱스 식약청 인증

유의 사항	<ul style="list-style-type: none"> • 제조사는 필수적으로 GMP 허가를 받은 공장에서 제품을 제조해야 함 • GMP 허가를 받은 공장이라도 SMF(Site Master File) 서류를 구성해 인도네시아 식약청에서 다시 평가를 받아 승인을 받아야 하며, SMF는 WHO 규정에 근거해 구성되고 그 구성의 세부 내용이 평가됨 • 제품 원재료 성분표(Certificate Of Ingredient(CERTIFICATE OF COMPOSITION)) <ul style="list-style-type: none"> ① 제품 원재료의 성분표는 제품별 개별 문건으로 회사의 헤드 레터를 사용하여 문서로 발급해야 함 ② 문서에는 전 성분의 함량(%)과 제품의 용량 기준(mg/kg)에 대한 계산식을 기재해야 함 ③ 전 성분에 있어 서류 등록 개시 이전 인도네시아의 건강기능식품 사용 기준의 적합 여부 확인이 필요하며, 문서 작성에는 Lot 또는 Batch 용량에 맞춘 사용량 기재가 필요함 ④ 일일 사용 기준치에 대한 적용 자료는 인도네시아 기준으로 작성되어야 함 • 기본적 의무 시험 검사 항목 이외의 안정성 보고서에 적용한 검사 항목과 영양 표시 성분의 검사 항목에 대하여 의무적으로 인도네시아 지정 시험 검사 기관에서 검사를 받아 그 성적서를 제출해야 함 • 안정성 보고서는 해당 조건에서 최소 6개월에서 3년의 시험 검사 데이터가 포함되어야 함 • 안정성 보고서의 순도(assay) 검사 대상은 범위의 안정성 부분의 확인을 위해 인도네시아 시험 검사 기관에 해당 의무 검사 항목을(필수 1회) 포함해 성적서를 제출해야 하며, 범위에 들지 못하는 결과치가 나올 경우, 범위에 드는 수치가 나올 때까지 반복 검사를 받아 제출해야 최종 승인 조건에 들 수 있음 • 제품의 성분표와 공정도, 완제품 규격서, 포장 재료 등 회사 발급 문서는 해당 제품의 명칭과 포장 규격 사항을 표기하여 회사의 헤드 레터를 사용하여 작성해야 함 • 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
-------	--

자료: 인도네시아 식약청(BPOM)

[표 6.4] 인도네시아 프로바이오틱스 할랄 인증

인증명	할랄(Halal Decree)	인증 성격	인도네시아 내 인증
마크		인증기관	인도네시아 식품, 의약품 및 화장품 평가 기관(LPPOM MUI, Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia)
		관련 기관	인도네시아 할랄제품보증기구 (BPJPH, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal)
신청 절차	<ul style="list-style-type: none"> • 할랄제품보증기구(BPJPH)의 접수 절차 안내 후 접수 승인 확인서 발부 (접수 승인 과정 약 20일 소요) • 식품, 의약품 및 화장품 평가 기관(LPPOM MUI)에 접수 승인 확인서 제출 (접수 승인 확인서 심사 완료 과정 약 15일 소요) • 할랄 인증 심사 진행 (위원회 회의와 감사 절차 완료 약 15일 소요, 할랄 인증서 발급 회의 약 25일 소요) • 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"> • 인도네시아 내 유통되는 소매 제품은 인도네시아 할랄 인증 로고만을 사용할 수 있음 • 할랄인증서의 유효기간은 2년이며 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 유효기간이 종료됨에 따라 신청이 몰릴 것으로 예상되어 사전 준비가 필요함 		
소요비용	제품의 유형, 번호 및 위치 정보를 기재하여 인증기관 메일로 비용 견적을 받아야 함		

자료: 인도네시아 식품, 의약품 및 화장품 평가 기관(LPPOM MUI), 인도네시아 할랄제품보증기구(BPJPH)

3. 인도네시아 프로바이오틱스 라벨링

[표 6.5] 인도네시아 프로바이오틱스 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. 성분 목록	<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 • 비타민, 미네랄, 식품첨가물의 표기는 제외됨 • 성분 자체에 포함된 물을 제외하고 식품의 생산 및 가공 과정에 첨가된 물은 표기해야 함
	3. 순중량 또는 순부피	<ul style="list-style-type: none"> • 미터법에 따라 액체 가공식품은 용량, 고체 가공식품은 중량, 반고체 가공식품은 중량 또는 용량 표기
	4. 제조업체 및 수입 업체	<ul style="list-style-type: none"> • 제조업체와 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 • 유통기한이 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

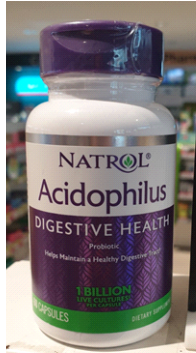
출처: 인도네시아 식약청(BPOM), 농식품 수입 기준 법률(Food and Agricultural Import Regulation and Standards)

[표 6.5] 인도네시아 프로바이오틱스 라벨링

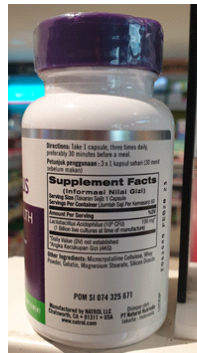
라벨 표시 사항 및 기준	8. BPOM 등록번호	<ul style="list-style-type: none"> 라벨에 식약청으로부터 부여받은 등록번호를 표기해야 함
	9. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> 특정 식품의 원산지를 표기할 수 있음
	10. 표시 기준	<ul style="list-style-type: none"> 인도네시아어, 아라비아 숫자 및 로마 텍스트로 작성되어야 함 인도네시아어에 상응하는 단어가 없는 경우 외국어를 사용할 수 있음 라벨의 주요 부분의 글씨를 가릴 수 있는 그림이나 색상의 사용은 금지됨 특별한 보관 방법이나 조건이 필요한 경우 라벨에 표기해야 함 건강기능식품 및 전통의약품의 경우 라벨링 표기 시 스티커 사용이 제한되어 포장재에 직접 라벨이 인쇄되어야 함

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

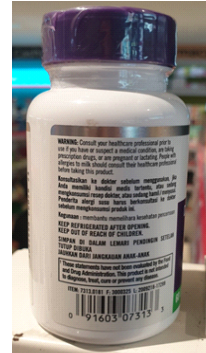
▶ 인도네시아 프로바이오틱스 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 1 라벨링]



[뒷면 2 라벨링]

[앞면 - 영문]

- ① NATROL
Acidophilus
- ② DIGESTIVE HEALTH
- ③ Probiotic
- ④ Helps Maintain a Healthy
Digestive Tract
- ⑤ 1 BILLION LIVE CULTURES PER
CAPSULE
- ⑥ 60 CAPSULES
- ⑦ DIETARY SUPPLEMENT

[앞면 - 국문]

- ① 나트롤
액시도필루스
- ② 소화 건강
- ③ 프로바이오틱스
- ④ 소화기 건강 유지에 도움을 줌
- ⑤ 캡슐당 10억 개의 생유산균
- ⑥ 60 캡슐 포함
- ⑦ 건강 보조 식품

[뒷면 1 - 영문]

① Direction : Take 1 capsule, three times daily, preferably 30 minutes before a meal.

② Supplement facts
Serving size : 1 Capsule
Servings per container : 60

Amount per serving	%DV
Lactobacillus Acidophillus(10°C CFU) (1 Billion live cultures at time of manufacture)	100mg

Daily Value (DV) not established

③ Other Ingredients :
- Microcrystalline cellulose
- Whey powder
- Gelatine
- Magnesium stearate
- Silicon Dioxide

④ POM SI 074 325 671

⑤ Manufactured by NATROL LLC
Chatsworth, CA 91311, USA

⑥ LOT/EXP : 2082680 FEB 28 23

[뒷면 1 - 국문]

① 사용법 : 1캡슐씩 하루 3번 식전 30분 전 섭취하세요.

② 성분 목록
1회 제공량 : 1 캡슐
전체 제공량 : 60

1회 제공량 당	%DV
락토바실러스 아시도필러스 (저장온도 10°C) (제조시 10억개의 생유산균)	100mg

일일 기준량이 규정되어 있지 않음

③ 다른 성분 :
- 미정질 셀룰로스
- 유청 분말
- 젤라틴
- 마그네슘 스테아레이트
- 이산화규소

④ 허가번호 POM SI 074 325 671

⑤ 제조사 나트롤
챗스워스 캘리포니아 91311, 미국

⑥ LOT번호/유통기한 : 2082680
2023년 2월 28일

[뒷면 1 - 인도네시아어]

① Petunjuk penggunaan : 3x1 kapsule sehari (30 menit sebelum makan)

② (Informasi nilai gizi)
(Takaran saji) : 1 Capsule
(Jumlah saji per kemasan) : 60
Angka kecukupan gizi (AKG)

③ Diimpor oleh :
PT. Natural nutrindo
Jakarta, Indonesia

[뒷면 1 - 국문]

① 사용법 : 1캡슐씩 하루 3번 식전 30분 전 섭취하세요.

② (성분 목록)
(1회 제공량 : 1 캡슐)
(전체 제공량 : 60)
일일 기준량이 규정되어 있지 않음

③ 수입업체 :
내츄럴 누트린도
자카르타, 인도네시아

[뒷면 2 - 영문]

- ① Warning : Consult your healthcare professional prior to use if you have or suspect a medical condition, are taking prescription drugs, or are pregnant or lactating. People with allergies to milk should consult their healthcare professional before taking this product.
- ② KEEP REPIGERATED AFTER OPENING
KEEP OUT OF REACH OF CHILDREN
- ③ These statement have not been evaluated by the Food and Drug Administration. This product is not intended to diagnose, treat, cure or prevent any disease.
- ④ ITEM : 7313.0181
F : 3000325
L : 2009218-17299

[뒷면 2 - 국문]

- ① 경고 : 의학적 질환이 있거나 처방약을 복용 중이거나 임신, 수유부는 먼저 전문 의료인과 상의하세요. 우유에 알러지가 있는 사람 또한 섭취 전, 전문 의료인과 상의해야 합니다.
- ② 개봉 후에는 냉장보관하세요
아이들의 손에 닿지 않도록 주의하세요
- ③ 이러한 진술은 식약청으로부터 평가되지 않았습니다. 이 제품은 어떠한 질병의 진단, 치료, 완화나 예방을 위한 것이 아닙니다.
- ④ 제품번호 : 7313.0181
F : 3000325
L : 2009218-17299

[뒷면 2 - 영문]

- ① Konsultasikan ke dokter sebelum menggunakan, jika Anda memiliki kondisi medis tertentu, atau sedang mengonsumsi resep dokter, atau sedang hamil/meyesui. Penderita alergi susu harus berkonsultasi ke dokter sebelum mengonsumsi produk ini.
- ② Kegunaan : membantu memelihara kesehatan pencernaan
- ③ SIMPAN DI DALAM LEMARI PENDINGIN SETELAH TUTUP DI BUKA.
JAHUKAN DARI JANGKAUAN ANAK-ANAK

[뒷면 2 - 국문]

- ① 경고 : 의학적 질환이 있거나 처방약을 복용 중이거나 임신, 수유부는 먼저 전문 의료인과 상의하세요. 우유에 알러지가 있는 사람 또한 섭취 전, 전문 의료인과 상의해야 합니다.
- ② 용도 : 소화 건강을 유지하는데 도움을 줍니다.
- ③ 개봉 후에는 냉장보관하세요
아이들의 손에 닿지 않도록 주의하세요

4. 인도네시아 프로바이오틱스 성분 및 유해물질

▶ 건강기능식품 사용 가능 유산균 원료

인도네시아로 프로바이오틱스 수출 시, 인도네시아 식약청(BPOM)이 승인하고 공지한 유산균 목록을 사용한 제품이어야 수출 가능함. 승인되지 않은 물질은 원칙적으로 허용하지 않으며 새로운 원료를 승인받기 위해 식약청으로 신청서를 제출할 수 있음. 하기 표는 2021년 3월 승인된 인도네시아 건강기능식품에 사용 가능한 유산균 목록의 일부와 고객사 제품에 포함된 유산균 원료를 분석한 표이며, 고객사 내 원료에 대한 자세한 검토가 필요함. 승인된 유산균 전체 목록은 인도네시아 식약청 홈페이지 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 6.6] 승인된 유산균 원료 목록⁴²⁾

순번	승인된 유산균 목록		고객사 제품 해당 유산균
1	Lactobacillus reuteri	RC-14 TM DSM 17938 ATCC PTA 5289	-
2	Lactobacillus rhamnosus	TCC 7469 GR 1 R0011	-
3	Lactobacillus plantarum	CBT LP3 LP01 AFID 1171 EMRO 009	-
4	Lactobacillus acidophilus	LA14 STCC1063 CUL-21	Lactobacillus acidophilus LA14 (락토바실러스 아시도필러스 LA14)
5	Bifidobacterium lactis	BL-07 W51 BL-04	Bifidobacterium lactis BL-04 (비피도박테리움 락티스 BL-04)
6	Bifidobacterium bifidum	R0071 BF3 CUL-20	Bifidobacterium bifidum R0071 (비피도박테리움 비피덤 R0071)
7	Bifidobacterium longum	BL-05 BL-G301 NCC 3001	-
8	Lactococcus lactis	W58	-
9	Lactobacillus helveticus	R0052	Lactobacillus helveticus R0052 (락토바실러스 헬베티커스 R0052)
10	Streptococcus thermophilus	ATCC 19258 CBT ST3 ST3	-

출처: 인도네시아 식약청(BPOM), KATI농식품수출정보

42) 고객사 유기농 장대원 프로바이오틱스 제품 기준, 락토바실러스 계열의 람노서스 GG, 살리바리우스 LS-33, 플랜타넘 LP-115, 비피도박테리움 계열의 비피덤 Bb-06, 롱검 인판티스 Bi-26, 락토코코스 계열의 락티스 Ll-23은 승인되지 않은 것으로 확인됨

▶ **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. 식품 첨가물이 없을 경우 라벨 및 식품 광고에 ‘식품첨가물 없음’을 표시하는 것을 규정하고 있음. 하기 표는 건강기능식품에 해당하는 식품첨가물 규정이며, 자세한 규정은 인도네시아 식약청 홈페이지 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 6.7] 건강기능식품에 적용되는 인도네시아 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	폴리에틸렌이민	Polyethylenimine	1mg/kg	건강기능식품
2	과산화수소	Hydrogen peroxide	5mg/kg	
3	차아염소산나트륨	Sodium hypochlorite	1mg/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 건강기능식품에 적용되는 인도네시아 유해물질 기준의 일부임. 더욱 자세한 인도네시아 유해물질 규정 및 해당 규정이 적용되는 식품 기준은 인도네시아 보건부 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 6.8] 건강기능식품에 적용되는 인도네시아 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용수치	식품 유형
1	알로인	Aloin	0.1mg/kg	건강기능식품
2	베르베린	Berberine	0.1mg/kg	
3	카페인	Caffeine	150.0mg/일	
4	하이퍼리신	Hypericine	0.1mg/kg	
5	퀴사인	Quassine	5.0mg/kg	
6	에스트라골	Estragole	50.0mg/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 9가지 알레르기 유발물질 포함된 경우 반드시 라벨에 해당 사실을 표기해야 함. 고객사 프로바이오틱스에 해당하는 성분이 없는 것으로 확인됨

[표 6.9] 인도네시아 알레르겐 표시 기준

순번	표시 의무 여부	대상	고객사 프로바이오틱스 해당 여부
1	의무	글루텐(밀, 호밀, 보리, 귀리)	-
2	의무	조개류	-
3	의무	달걀	-
4	의무	생선	-
5	의무	땅콩	-
6	의무	콩	-
7	의무	우유(유당 포함)	-
8	의무	견과류	-
9	의무	야황산염	-

출처: 인도네시아 식약청(BPOM)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 롯데마트(Lotte Mart)

Interview ② 히어로슈퍼마켓(Hero Supermarket)

Interview ③ 내추럴팜(Natural Farm)

인도네시아(Indonesia) 인터뷰 대상 선정 인터뷰 대상 기업체 선정 · 수입 · 유통업체 ○	롯데마트 (Lotte Mart)	히어로슈퍼마켓 (Hero Supermarket)	내추럴팜 (Natural Farm)
	업체 ▶ 수입유통업체	수입유통업체	유통업체
	취급 ▶	(-)	(-)

사진 자료: 내추럴 팜 제품 판매 페이지

인도네시아(Indonesia) 수입·유통업체 인터뷰 요약			
고객사	프로바이오틱스 수요 및 인식	제품 피드백	홍보 및 유통채널
롯데마트 (Lotte Mart) 수입유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 코로나 19로 건강식품 소비량 증가 추세 음료 형태의 제품이 익숙 일본의 야쿠르트 제품 인기 	<ul style="list-style-type: none"> 가격대 높음/용량 적음 BPOM 인증 필수 스틱 패키징 편리함 맛과 성분에 대한 정보 표기 권장 	<ul style="list-style-type: none"> 복통 완화, 변비 예방 등의 효능을 위주로 홍보 주변 마트에서 주로 구매 한국/일본 제품 전문 매장으로 유통 추천
히어로슈퍼마켓 (Hero Supermarket) 수입유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 프로바이오틱스 수요 증가 일본의 야쿠르트 제품 인기 	<ul style="list-style-type: none"> 개수를 줄여 가격을 낮추어야 함 할랄, BPOM 인증 필수 스틱 패키징 편리함 성분과 효능 표기 권장 	<ul style="list-style-type: none"> 슈퍼마켓에서 주로 판매됨 마켓테스트 시, 온라인 판매가 가장 효과적
내추럴팜 (Natural Farm) 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 일본의 야쿠르트 제품 인기 프로바이오틱스=야쿠르트 라는 인식 식사 후 소화를 위해 한잔 씩 섭취 	<ul style="list-style-type: none"> 가격대 높음/용량 적절함 할랄, BPOM 인증 필수 스틱 패키징 편리함 인도네시아어로 표기 박테리아 수는 중요하지 X 	<ul style="list-style-type: none"> 파우더 형태는 새롭기 때문에 홍보 필요 슈퍼마켓으로 유통 추천 TV 광고 추천

(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

Interview ① 롯데마트(Lotte Mart)

43)

롯데마트 (Lotte Mart)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2008년에 인도네시아로 진출한 다국적 유통기업
 - 신선식품, 가공식품, 건강기능식품, 생활용품 등 다양한 제품 취급
 - 인도네시아 내 약 50개 매장 운영
 - 토크피디아(Tokopedia), 빌리빌리(Blibli) 등을 통한 온라인 판매 진행

담당자 정보

Sales Manager



롯데마트(Lotte Mart) Sales Manager

Q. 인도네시아 내 프로바이오틱스의 수요는 어떤가요?

코로나19로 인해 건강에 대한 관심이 높아지면서, 팬데믹 기간 중 건강식품의 소비량이 증가하였습니다. 인도네시아에서 프로바이오틱스는 비타민 같은 건강 보조제로써, 계속해서 수요가 상승하고 있습니다. 주로 10~30대의 젊은 층이 섭취하고 있으며 일본의 야쿠르트(Yakult, ヤクルト) 제품이 가장 인기 있습니다.

Q. 고객사 제품의 가격 및 용량이 인도네시아에서 판매되기에 적절한가요?

고객사 제품의 경우 3g * 30개 입 한 박스에 한화 35,000원으로, 인도네시아에서 판매되기에 다소 높은 가격대이며 용량도 적은 편입니다. 인도네시아에서는 분말보다는 음료 형태의 프로바이오틱스 제품을 주로 섭취합니다. 또한 식품, 의약품, 화장품 수출 시, 인도네시아 식약청인 BPOM⁴⁴⁾의 인증을 반드시 받아야 합니다.

Q. 고객사 제품의 포장 형태는 어떤가요?

고객사 제품의 스틱형 패키징은 적절합니다. 프로바이오틱스 섭취 시, 용량 조절을 못하고 지나치게 많은 양을 섭취하는 경우가 있어 3g씩 개별 포장한 스틱 형태는 매우 편리할 것으로 예상됩니다.

Q. 인도네시아 내 인기 있는 프로바이오틱스 제품은 무엇인가요?

현재 인도네시아에서 가장 인기 있는 프로바이오틱스 제품은 일본의 야쿠르트(Yakult, ヤクルト)입니다. 해당 제품은 유산균이 다량 함유된 발효 음료로, 65ml * 5개 입 한 세트에 8,000~10,000루피아(한화 약 660~830원⁴⁵⁾) 정도에 판매되고 있습니다. 인도네시아에서는 프리미엄 프로바이오틱스 홍보 시, 주로 '소화가 잘되는 건강 음료'라는 키워드를 넣어 마케팅하고 있습니다.

43) 사진자료: 롯데마트(Lotte Mart)

44) 인도네시아식약청(Badan Pengawas Obat dan Makanan)

45) 100루피아=8.26원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율)

Q. 인도네시아 내 판매되고 있는 프로바이오틱스 제품의 특징은 무엇인가요?

야쿠르트(Yakult, ヤクルト)는 유산균의 일종인 락토바실러스 카제이 시로타⁴⁶⁾로 발효한 제품으로, 인도네시아에서 프로바이오틱스 하면 야쿠르트를 가장 먼저 떠올립니다. 프로바이오틱스 제품은 복통을 완화하고 변비를 예방할 수 있다는 효능을 위주로 홍보하고 있습니다.

Q. 인도네시아에서는 어디에서 프로바이오틱스 제품을 주로 구매하나요?

일반적으로 인도네시아 소비자들은 주변 마트에서 프로바이오틱스 제품을 구매하고 있습니다. 고객사 제품 수출 시, 한국 및 일본 제품을 주로 취급하는 슈퍼마켓으로 유통할 것을 추천합니다. 프로바이오틱스는 주로 TV 광고를 통해 홍보되고 있으며 건강한 장을 위한 건강 음료(supplement drink)라는 점을 강조하고 있습니다.

Q. 고객사 제품에 대한 추가적인 피드백과 취급 의향을 말씀해주세요.

고객사 제품을 보았을 때, 어떤 맛인지 쉽게 예상을 할 수 없기 때문에 패키징에 어떤 맛인지에 대한 정보를 표기하는 것이 좋을 것 같습니다. 또한, 인도네시아 소비자들은 프로바이오틱스 제품 구매 시 박테리아 수보다는 성분을 중요시하는 경향이 있습니다. 최종적으로 고객사 제품의 특징이나 시장성을 고려했을 때, 저희 업체에서 취급해도 괜찮을 것 같습니다.

46) Lactobacillus casei Shirota

Interview ② 히어로슈퍼마켓(Hero Supermarket)

47)

히어로슈퍼마켓
(Hero Supermarket)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 1971년에 설립된 인도네시아 최대의 유통 체인
 - 인도네시아 내 700개 이상의 매장 운영
 - 왓츠앱(WhatsApp), 해피프레쉬(Happyfresh)를 통한 온라인 주문/배송 가능

담당자 정보

Store Manager

히어로슈퍼마켓(Hero Supermarket)
Store Manager

Q. 인도네시아 내 프로바이오틱스의 수요는 어떤가요?

코로나19 이후, 건강기능식품을 찾는 소비자들이 늘어났으며 저희 업체에서도 프로바이오틱스의 수요가 증가하였습니다. 인도네시아 소비자들은 주로 소화 기능의 향상을 위해 프로바이오틱스를 구매하며 연령층에 관계 없이 섭취하고 있습니다.

Q. 고객사 제품의 가격 및 용량이 인도네시아에서 판매되기에 적절한가요?

고객사 제품의 가격대는 높은 편입니다. 30개 보다 개수를 줄여 10,000-20,000루피아(한화 약 830-1,650원) 정도에 판매하는 것이 좋을 것 같습니다. 인도네시아에서는 건강기능식품 인증 및 GMP 인증이 잘 알려지지 않았기 때문에, 소비자들의 신뢰를 얻기 위해서는 BPOM 인증을 취득해야 합니다.

Q. 고객사 제품의 포장 형태는 어떤가요?

3g 정도의 소용량으로 스틱 패키징을 사용한 점은 좋은 선택입니다. 개별 포장되어 있기 때문에 한 번에 섭취하기도 용이하며, 보관도 쉽기 때문에 소비자들이 선호할 것으로 예상됩니다.

Q. 인도네시아 내 인기 있는 프로바이오틱스 제품은 무엇인가요?

인도네시아에서는 일본의 야쿠르트(Yakult, ヤクルト) 제품이 가장 인기 있으며, 해당 제품의 가격은 8,000-10,000루피아(한화 약 660-830원)입니다. 프로바이오틱스에 홍보 시, 'Love your gut(위장, 내장)' 등의 문구가 주로 사용되며, 인도네시아로 수출 시 할랄 인증과 BPOM 인증은 반드시 취득해야 합니다.

47) 사진자료: 히어로슈퍼마켓(Hero Supermarket)

Q. 인도네시아 내 판매되고 있는 프로바이오틱스 제품의 특징은 무엇인가요?

인도네시아에서 프로바이오틱스라면 발효유에 있는 락티카세이바실러스 카세이 종이 많이 알려져 있습니다. 프로바이오틱스는 소화 기능 개선, 면역력 강화, 변비 예방 등의 다양한 효과가 있습니다. 인도네시아 소비자들은 주로 위장 통증 완화, 암 예방 등을 목적으로 섭취하고 있습니다. 프로바이오틱스 제품의 섭취에 연령 제한은 특별히 없지만, 어린 아이들의 경우 성인보다는 적은 양을 섭취하는 것이 좋습니다.

Q. 인도네시아에서는 어디에서 프로바이오틱스 제품을 주로 구매하나요?

인도네시아에서 프로바이오틱스는 건강기능식품 전문 매장이나 약국보다는 일반적인 슈퍼마켓에서 많이 판매되고 있습니다. 인도네시아에서 마켓 테스트를 해보고자 한다면, 온라인에서 판매해보는 것이 가장 효과적입니다.

Q. 고객사 제품에 대한 추가적인 피드백과 취급 의향을 말씀해주세요.

소비자들은 박테리아 수보다는 성분이나 효능을 더욱 중시하기 때문에 고객사 제품의 겉면 박스 패키징에 성분에 대한 정보나 프로바이오틱스의 효능을 표기하는 것이 좋습니다. 아직 고객사 제품에 대한 자세한 정보를 모르기 때문에 취급 여부를 확답드릴 수 없습니다.

Interview ③ 내추럴팜(Natural Farm)

48)

내추럴팜
(Natural Farm)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 1995년에 인도네시아에 설립된 H&B 스토어
 - 비타민, 오메가3, 슈퍼푸드 등 다양한 건강식품 판매
 - 인도네시아 내 약 30개 매장 운영
 - 자사 온라인 홈페이지를 통해 판매 진행

담당자 정보

Sales Staff

내추럴팜(Natural Farm)
Sales Staff

Q. 인도네시아 내 프로바이오틱스의 수요는 어떤가요?

최근 인도네시아 자바섬과 수마트라섬 내 대도시에서 프로바이오틱스의 수요가 증가하고 있는 추세입니다. 인도네시아에서는 음료 형태의 프로바이오틱스 제품에 익숙합니다. 청년부터 노년층까지 연령에 관계 없이 소화 기능을 위해 프로바이오틱스 제품을 구매하고 있으며, 식사 후 한잔 씩 섭취하고 있습니다.

Q. 고객사 제품의 가격 및 용량이 인도네시아에서 판매되기에 적절한가요?

고객사 제품의 경우, 스틱 당 3g의 용량은 적절하지만 인도네시아에서 판매되기에 다소 높은 가격대입니다. 또한, 한 박스에 30개는 너무 많기 때문에 개수를 줄이는 것이 좋습니다. 인도네시아에서 건강 보충제 제품을 판매하기 위해서는 BPOM의 인증이 있어야 합니다.

Q. 고객사 제품의 포장 형태는 어떤가요?

아직 인도네시아에서 스틱형 패키징은 많이 사용되고 있지 않으며, 소비자들에게도 생소한 형태입니다. 그러나, 고객사 제품과 같이 파우더 타입의 스틱 패키징 제품은 섭취하기에 매우 편리할 것으로 보입니다.

Q. 인도네시아 내 인기 있는 프로바이오틱스 제품은 무엇인가요?

인도네시아에서 가장 유명한 프로바이오틱스 제품은 일본의 야쿠르트(Yakult, ヤクルト) 제품으로, 가격은 65ml * 5개 입에 8,000-10,000루피아(한화 약 660-830원)에 판매되고 있습니다. 해당 제품은 BPOM 인증과 할랄 인증을 보유하고 있으며, 두 인증은 인도네시아에서 반드시 취득해야 합니다.

Q. 인도네시아에서 프로바이오틱스에 대한 일반적인 인식은 어떤가요?

인도네시아에서는 프로바이오틱스는 야쿠르트(Yakult, ヤクルト) 음료라는 인식이 강하기 때문에, 고객사 제품과 같이 파우더 형태의 제품은 굉장히 새롭습니다. 그러므로 인도네시아로 초기 진출 시, 고객사 제품만의 차별화된 특징을 강조하여 홍보하는 것이 중요합니다.

Q. 인도네시아로 첫 진출 시, 어디로 유통하는 것이 가장 효과적인가요?

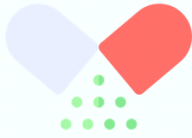
인도네시아로 처음 수출하는 경우, 슈퍼마켓으로 유통하는 것이 가장 효과적입니다. 특히, 인도네시아 내 대표적인 슈퍼마켓인 인도마켓(Indomaret)이나 알파마트(Alfamart)는 매장 수가 많기 때문에 접근성이 좋습니다. 야쿠르트(Yakult, ヤクルト) 제품처럼, TV 광고를 진행하여 많은 소비자들을 대상으로 홍보하는 것이 좋습니다.

Q. 고객사 제품에 대한 추가적인 피드백과 취급 의향을 말씀해주세요.

패키징의 모든 정보는 인도네시아어로 표기해야 합니다. 프로바이오틱스 제품 구매 시, 박테리아 수를 고려하는 소비자들은 매우 소수이며 별로 중요한 구매요인이 아닙니다. 고객사 제품을 간략하게 살펴본 결과, 저희 업체에서 취급할 의향이 있습니다.

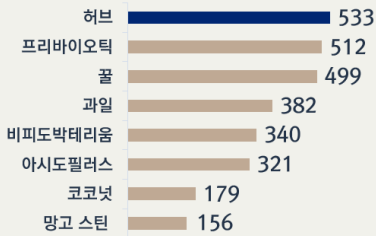
VIII. 시사점

시장수요



수입유통업체 인터뷰 결과, 코로나19 이후 인도네시아 시장 내 건강기능식품 및 프로바이오틱스 제품의 수요가 증가했다는 답변을 확인함. 그러나 인도네시아 소비자들은 '프로바이오틱스=아쿠르트'로 인식하는 경향이 있어, 고객사 제품과 같은 캡슐형 및 분말형 건강기능식품의 위협 요인으로 작용함. 전체 인구수와 중산층 규모가 증가함에 따라, 입맛이 서구화된 대도시 및 중산층을 중심으로 요구르트와 산유(Sour Milk)의 구매량이 증가하는 추세임. 특히 이러한 요구르트는 인공 과즙이나 신선한 과일이 첨가되어 다양하고 맛있는 맛이 셀링 포인트임. 또한 건강기능식품과는 달리 편의점, 대형 마트 등에서도 보편적으로 판매되며 이러한 유통채널의 점포 수가 상승세인 것도 영향을 끼침. 실제로, 유로모니터상 2020년 인도네시아 프로바이오틱스 보조제 시장은 약 11억 원, 요거트 및 산유 시장은 약 6,249억 원인 것으로 확인되어 주의할 필요가 있음

소비 특징



인도네시아 프로바이오틱스 성분 키워드

'프로바이오틱스'(요구르트 제외) 키워드 기반 인도네시아 온라인 쇼핑몰을 분석함. 성분 관련 허브, 꿀, 과일, 코코넛 등 식물성, 천연 성분이 빈출하여, 제품 현지화 시 참고할 수 있음. 또한 고객사 제품의 성분과 일치하는 '비피도박테리움' 키워드도 상위 빈출함

제형의 경우, 캡슐형, 병 패키지가 압도적이며 고객사 키워드인 파우더와 스틱은 상대적으로 낮았으나, 수입유통업체 인터뷰 및 기진출 국내 선도기업 제품 리뷰 확인 결과 간편성을 내세워 셀링 포인트로 활용할 수 있음

효능 관련, '면역' 키워드가 '소화', '장 건강' 등의 키워드 대비 압도적으로 빈출함. 코로나19 기간 인도네시아 소비자들의 면역 관련 관심이 급증하였으며, 심지어 면역 강화 기능을 갖춘 제품을 필수재로 인식하여 구매가 집중되는 현상이 발생하였음. 이에 따라 현지 진출 시 홍보문구로 적극 활용할 필요가 있음. 이 외에도, 유산균이 항암치료의 부작용을 치유하는 데 도움이 된다는 연구 결과가 나오에 따라, '항생제', '암', '치료' 등의 키워드도 빈출하였음

진입전략



인도네시아 온라인 쇼핑몰 내 판매되는 프로바이오틱스

수입유통업체로부터 고객사 제품에 대한 피드백을 수취함. 먼저, 세 개 수입유통업체 모두 가격을 낮추어야 한다고 답변함. 이를 위해서 한 박스에 포장된 스틱의 개수를 줄여, 보여지는 소비자가격을 낮추는 방안을 추천함. 실제로 인도네시아에 진출한 국내 선도기업도 10개, 50개 스틱 중 선택할 수 있게 하여, 현지 경쟁제품 대비 매우 낮은 소비자가격으로 인기를 끌고 있음. 소포장 분말형의 경우 현지에서 흔한 제형이 아니므로 차별화 포인트로 작용할 것으로 예상됨. 주요 홍보 포인트로는, 박테리아 수보다는 주요 성분이나 효능을 중점으로 홍보할 것을 추천하며, 패키징을 접했을 때 제품의 맛에 대한 예상이 어려워 보완할 필요가 있음

인도네시아는 건강기능식품 수입 관련 통관·검역 규제가 매우 까다로운 편임. 식약처 인증과 할랄 인증이 필수이며, 특히 특정 유산균의 재료만 인정하고 있어, 한국 유산균 제조사의 경우 새로운 성분으로 제품 개발을 고려해야 함. 고객사 제품의 경우 락토바실러스 계열의 람노서스 GG, 살리바리우스 LS-33 등의 성분은 승인되지 않은 것으로 확인됨



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in Indonesia」, 2021.10
2. 유로모니터(Euromonitor), 「Hypermarkets in Indonesia Country Report」, 2021.03
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Indonesia Country Report」, 2021.03
4. 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in Indonesia Country Report」, 2021.03
5. 한국농수산물유통공사(aT), 「인도네시아 식품유통 온라인 플랫폼 현황 및 진출전략」, 2021.07
6. 한국농수산물유통공사, 「할랄 이슬람 식품시장수출가이드북」, 2020
7. SGS, 「Indonesia National Standard Product Certification」, 2019
8. KATI농식품수출정보, 「인도네시아 비관세장벽 모니터링」, 2021

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보(www.kati.net)
4. 쇼피 인도네시아(Shopee Indonesia) (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. 헤로(Hero) (www.herosupermarket.co.id)
18. 헤로수퍼마켓(Hero Supermarket) (www.hero.co.id)
19. 데어리팜인터내셔널홀딩스(Dairy Farm International Holdings)
20. 가디언(guardian) (www.guardianindonesia.co.id)
21. 구글맵(Google Maps) (maps.google.com)
22. 리테일뉴스프롬아시아(Retail News from Asia) (www.retailnews.asia)
23. 관세청 홈페이지 (www.customs.go.kr)
24. 농림축산식품부 홈페이지 (www.mafra.go.kr)
25. 관세법령정보 포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
26. 인도네시아 무역부 홈페이지(Minister of Trade of the Republic of Indonesia) (www.kemendag.go.id)
27. 인도네시아 식품안전연구소 홈페이지(Indonesian Food Safety Institute) (indonesianfoodsafety.org)
28. 인도네시아 재무부 홈페이지(KEMENTERIAN KEUANGAN) (www.beacukai.go.id)
21. 인도네시아 의약품 전자 등록 홈페이지(Badan Pengawas Obat dan Makanan AeRO) (aero.pom.go.id)
22. 인도네시아 식약청 홈페이지(Badan Pom) (www.pom.go.id)
23. 인도네시아 법무부 홈페이지(Biro Hukum dan Organisasi) (jdih.pom.go.id)
24. 인도네시아 법률 및 규정 포털(Paralegal) (paralegal.id)
25. 인도네시아 식품, 의약품 및 화장품 평가 기관(LPPOM MUI, Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia) (e-lppommui.org)
26. 내추럴팜(Natural Farm) (www.naturalfarm.id)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.12.17

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