



2021

해외시장 맞춤형조사

No. | 202202-02
품목 | 증류주(Distilled Liquor)
HS CODE | 2208.90-4000
국가 | 인도네시아(Indonesia)
구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 인도네시아 증류주 시장규모	06
2. 인도네시아 소주 시장규모	07
3. 인도네시아 주류 시장점유율	08
4. 인도네시아 증류주 시장점유율	09
5. 인도네시아 증류주 수입규모	10
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 인도네시아 소주, 대부분 인도네시아 브랜드	13
2. 소주 맛 중 딸기, 복숭아, 리치 상위권	14
3. 용량 관련 키워드 중 360ml 최다 빈출	15
4. 인도네시아 소주 홍보문구, ‘오리지널’ 압도적 1위	16
5. 인도네시아 소주 진출 컨셉	17
IV. 유통채널 특징	
1. 인도네시아 증류주 유통채널 비교	19
2. 인도네시아 증류주 유통채널 특징	20

Contents

V. 오프라인 유통채널

1. 인도네시아 증류주 주요 오프라인 유통채널	25
---------------------------	----

VI. 진입장벽

1. 인도네시아 증류주 통관 및 검역 절차	36
2. 인도네시아 증류주 품질 인증	39
3. 인도네시아 증류주 라벨링	42
4. 인도네시아 증류주 성분 및 유해물질	46

VII. 수입·유통업체 인터뷰

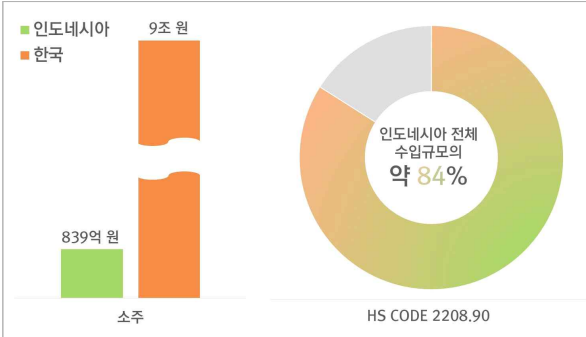
Interview ① 타나카 리큐어샵(Tanaka Liquor Shop)	51
Interview ② 바타비아 리큐어(Batavia Liquor)	53
Interview ③ 브루인도네시아(PT Brew Indonesia)	55

VIII. 시사점

※ 참고문헌	60
--------	----

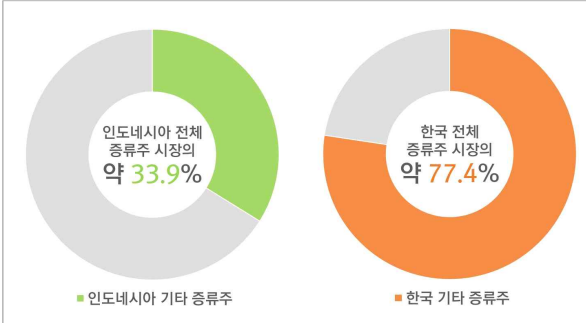
Summary

■ 주요 분석



	인도네시아	한국
증류주 시장규모	2,869억 원	11.8조 원
소주 시장규모	839억 원	9조 원
	수입액	점유율
인도네시아 對한국 HS CODE 2208.90 수입 현황	21억 원	84%

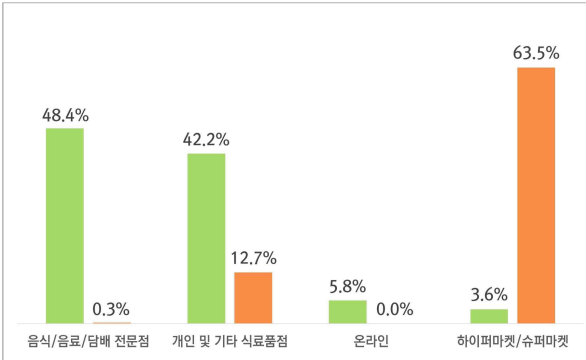
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



하이퍼마켓/슈퍼마켓	<ul style="list-style-type: none"> 인도네시아 내 수입 식품은 주로 하이퍼마켓/슈퍼마켓을 통해 유통
편의점	<ul style="list-style-type: none"> 발리와 같은 주요 관광지를 제외한 인도네시아 전역 편의점에서는 현재 주류 판매 전면 금지
주류 판매점	<ul style="list-style-type: none"> 현지에서 한국 희석식 소주 인기 온라인 주류 유통은 법적 회색 지대에 머물러 있으나 최근 빠른 확산 추세

■ 진입장벽

인증/사전등록	인도네시아 주류 수입업자, 주류수입허가 취득 必, 식약청(BPOM) 등록 必
라벨링	인도네시아어 표기 필수, 알코올 함량 표기
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 수입·유통업체 평가

주류 수요 및 트렌드	<ul style="list-style-type: none"> 인도네시아 인구 대다수가 무슬림으로, 주로 관광지에서 주류 소비 많은 편 코로나19의 영향으로 주류 소비 감소
고객사 제품 피드백	<ul style="list-style-type: none"> 고객사 제품의 가격, 용량, 패키징 적절한 편 도수 17%, 25% 제품이 인기 있을 것으로 예상
유통채널 및 홍보문구	<ul style="list-style-type: none"> 유튜브 등의 소셜미디어 및 온라인 홍보 추천 자카르타, 발리와 같은 대도시, 관광지 유통 추천

■ 요약

Point 01.	<ul style="list-style-type: none"> 인도네시아 소주 시장 향후 5년(2021-2025)간 연평균 18% 성장 전망 인도네시아 인구의 약 87%가 무슬림으로 음주를 즐기는 문화가 발달되어 있지는 않으나, 외국인과 기타 종교를 가진 현지 소비자를 중심으로 주류 수요가 존재함
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> 고객사 제품 가격, 용량, 패키징 적절한 편 인도네시아 내 주류 수입은 수입업체가 보유한 쿼터에 크게 좌우되며 주류 유통 및 소비 규제가 강한 편이므로 이에 대한 숙지가 필요함

II. 시장규모

1. 인도네시아 증류주 시장규모
2. 인도네시아 소주 시장규모
3. 인도네시아 주류 시장점유율
4. 인도네시아 증류주 시장점유율
5. 인도네시아 증류주 수입규모

1. 인도네시아 증류주 시장규모

인도네시아 국가 일반 정보¹⁾

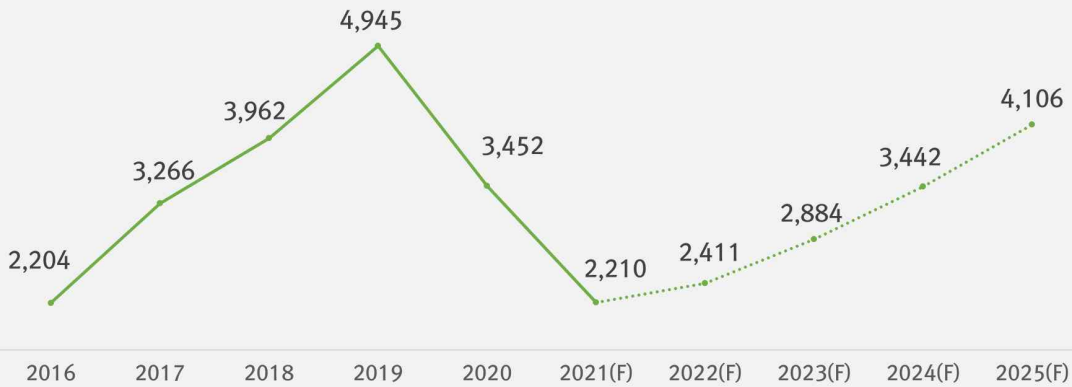
면적	192만km ²
인구	2억 7,020만 명
GDP	10,596억 달러
1인당 GDP	3,922달러

▶ **인도네시아 증류주 시장규모 약 2,869억 원, 한국의 약 2% 수준**
2020년 기준 인도네시아 증류주 시장규모는 전년 대비 30% 급감한 약 2,869억 원으로, 약 11.8조 원을 기록한 한국 시장의 약 2%에 불과한 것으로 확인됨. ‘크래프트(Craft)’ 비중 없이 ‘스탠다드(Standard)’ 증류주 100%로만 집계되었으며, 판매 채널을 기준으로 식당 등을 대상으로 한 ‘온-트레이드(on-trade)’가 58.2%, 슈퍼마켓과 같은 소매점을 대상으로 한 ‘오프-트레이드(off-trade)’가 41.8%를 차지한 것으로 확인됨

▶ **인도네시아 증류주 시장, 향후 5년간 연평균성장률 17% 전망**
인도네시아 증류주 시장규모는 향후 5년(2021-25년)간 연평균 17%의 성장률을 기록하며 지난 5년(2016-20년) 대비 성장 속도가 가속화되어, 2025년 기준 3,412억 원 규모를 달성할 것으로 예측됨²⁾

[표 2.1] 인도네시아 ‘증류주’ 시장규모³⁾⁴⁾

단위 : 십억 루피아



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR ⁵⁾
증류주	2,204	3,266	3,962	4,945	3,452	12%
(한화추정액)	(1,832억 원)	(2,714억 원)	(3,292억 원)	(4,109억 원)	(2,869억 원)	
분류	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	2025(F)	CAGR
증류주	2,210	2,411	2,884	3,442	4,106	17%
(한화추정액)	(1,837억 원)	(2,004억 원)	(2,397억 원)	(2,860억 원)	(3,412억 원)	

자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020
 2) 조사제품 '증류주'는 감압증류 방식으로 원주를 채취해 쌀 고유의 풍미를 담아낸 한국 대표 증류주 제품임. 이에 제품의 종류와 제조방식을 기준으로 소주(Soju) 시장 및 상위품목인 증류주(Spirits)의 시장규모를 조사함
 3) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
 4) 100루피아=8,31원(2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
 5) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 인도네시아 소주 시장규모

▶ 인도네시아 소주 시장규모 약 839억 원, 한국의 약 1% 수준

2020년 기준 인도네시아 소주 시장규모는 약 839억 원으로, 약 9조 원을 기록한 한국 시장의 약 1%에 해당함. 지난 5년(2016-20년) 중 앞선 4년(2016-19년)간 꾸준한 성장세를 보였으나, 2020년에는 규모가 전년 대비 27% 위축됨. 지난 5년간 연평균성장률은 26%로 집계됨

▶ 인도네시아 소주 시장, 향후 5년간 연평균성장률 18% 전망

인도네시아 소주 시장규모는 2021년 기준 전년 대비 위축되는 모습을 보였으나 이후 반등하면서 향후 5년(2021-25년)간 연평균 18% 성장할 것으로 예상됨. 포스트 코로나 환경에서 인도네시아 내 증류주 판매가 전반적으로 회복세를 보이는 가운데, 특히 온라인으로도 유통되는 소주의 판매량 증가세가 두드러질 것으로 보임. 또한, 현지 제조업체가 한국 수입 소주를 대체할 수 있으면서도 더 낮은 가격대의 소주를 출시하면서 향후 소주 품목은 더욱 많은 대중의 관심을 끌 수 있을 것으로 보임⁶⁾

[표 2.2] 인도네시아 '소주' 시장규모⁷⁾

단위 : 십억 루피아



자료: 유로모니터(Euromonitor)

6) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Spirits in Indonesia Country Report」, 2021.05

7) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

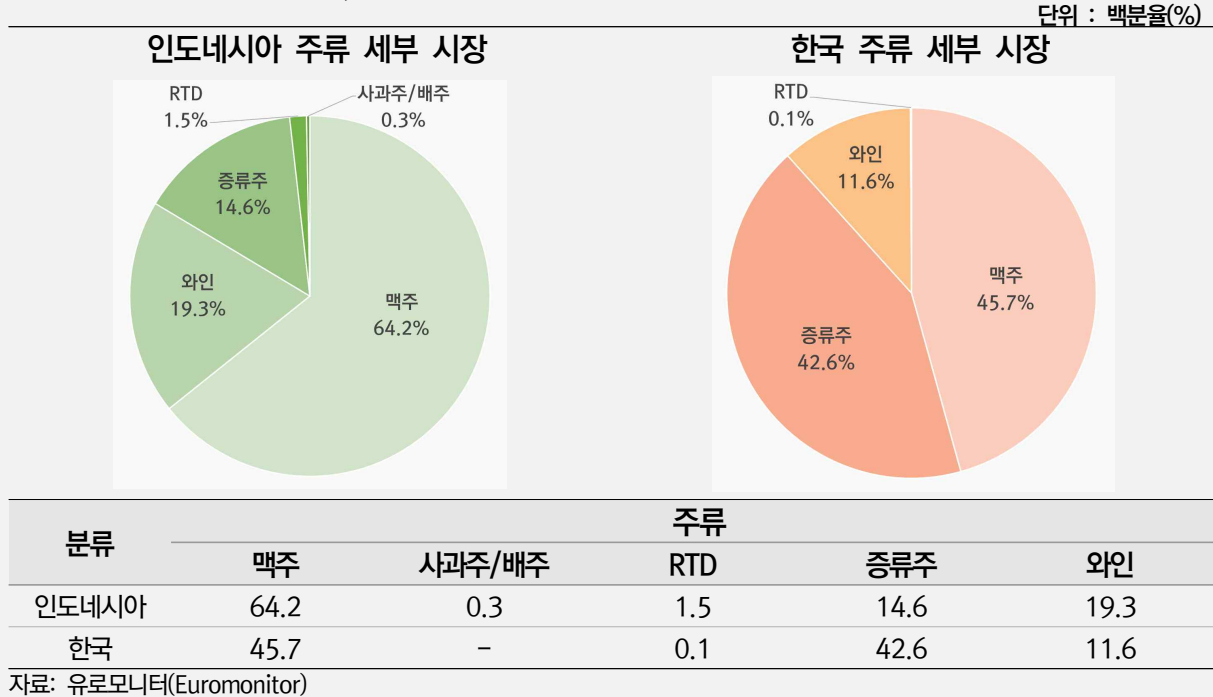
3. 인도네시아 주류 시장점유율

▶ 인도네시아, ‘증류주’ 시장점유율 14.6%로 전체 3위

양국의 ‘증류주’ 점유율을 확인하기 위하여 상위 시장인 ‘주류’ 시장의 세부 시장을 조사함. 인도네시아 주류(약 2.0조 원) 세부 시장과 한국 주류(약 27.6조 원) 세부 시장을 비교했을 때, 한국 시장은 ‘맥주’가 45.7%, ‘증류주’가 42.6%로 시장의 대부분을 양분한 반면 인도네시아는 ‘맥주’ 점유율이 64.2%로 가장 높았으며, ‘와인’이 19.3%, ‘증류주’가 14.6%로 그 뒤를 이은 것으로 확인됨⁸⁾

인도네시아는 국교가 없으나, 인구 중 87%가 무슬림으로, 주류 유통 및 소비 규제가 강한 편임. 다만, 대다수가 온건 성향을 보여, 주요 도시 및 관광지에서 비무슬림 및 외국인을 상대로 음주가 허용되며 레스토랑, 펍, 바, 호텔 등에서 주류를 소비하는 경우가 증가하고 있음. 다만, 2021년에 국가 입법 프로그램에 금주 법안이 포함된 33개 개정안이 통과되는 등 원리주의 기조가 강화되고 있음. 수도권을 제외한 지방에서는 대형마트와 일부 식당을 제외하고는 술을 판매하지 않는 주류 금지 법안 또한 매년 주목받고 있어, 현지 입법 상황에 대한 면밀한 모니터링이 필요함⁹⁾¹⁰⁾

[표 2.3] 2020년 인도네시아, 한국 ‘주류’ 시장점유율¹¹⁾



8) 유로모니터상 인도네시아 주류 시장(약 2.0조 원)과 한국 주류 시장(약 27.6조 원)의 시장점유율을 나타냄

9) 자료: KATI농식품수출정보, 「인도네시아 국회에서 다시 대두되고 있는 주류 금지법」, 2021.04

10) 외교경제신문, 「외교경제 인도네시아, 강한 규제에도 증가하는 주류 판매」, 2018.11

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

4. 인도네시아 증류주 시장점유율

▶ 인도네시아, ‘기타 증류주’ 시장점유율 33.9%로 1위

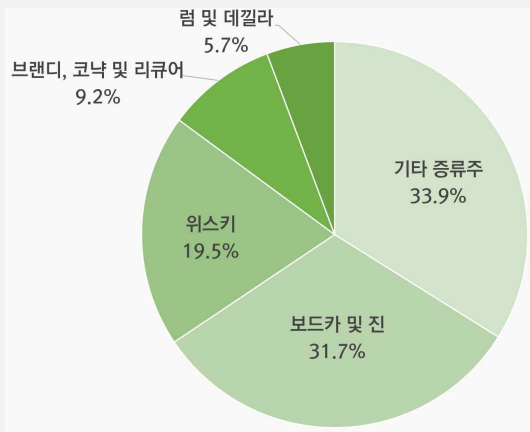
인도네시아 증류주(약 2,869억 원) 세부 시장과 한국 증류주(약 11.8조 원) 세부 시장을 비교했을 때, ‘소주’가 속하는 ‘기타 증류주’의 비중이 한국에서는 77.4%로 압도적이었던 반면, 인도네시아는 ‘기타 증류주’가 33.9%, ‘보드카 및 진’이 31.7%로 높은 비중을 차지함. ‘기타 증류주’ 내 ‘소주’의 점유율은 한국에서 98%, 인도네시아에서 86%로 집계됨¹²⁾

한국에 대해 긍정적인 인식을 가진 젊은 현지인들 사이에서 한국 영화나 드라마 속 주인공을 모방하여 치맥이나 소주의 인기가 높아지고 있음. 한국 주류는 주로 대도시의 한식당에서 판매되고 있으며, 일부 현지 한류 팬들은 대중의 눈치를 보지 않고 자카르타에서 소주를 즐길 수 있는 장소 등을 블로그를 통해 공유하고 있음. 인도네시아 주류 수입은 수입업체가 보유한 쿼터에 크게 좌우되는 가운데, 상대적으로 인지도가 부족한 한국 주류보다는 유명한 글로벌 브랜드 상품이 우선시되는 경향이 있음¹³⁾

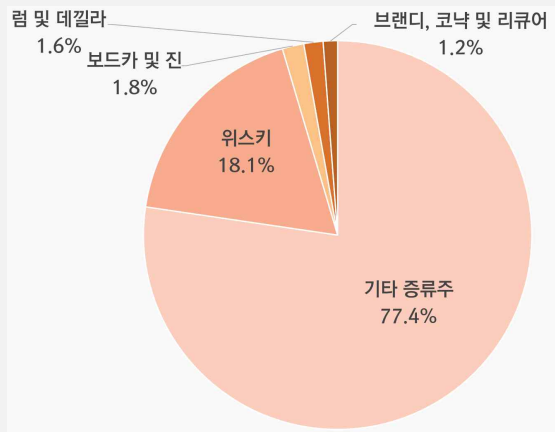
[표 2.4] 2020년 인도네시아, 한국 ‘증류주’ 시장점유율¹⁴⁾

단위 : 백분율(%)

인도네시아 증류주 세부 시장



한국 증류주 세부 시장



분류	증류주				
	브랜드, 코냑 및 리큐어	럼 및 데킬라	위스키	보드카 및 진	기타 증류주
인도네시아	9.2	5.7	19.5	31.7	33.9
한국	1.2	1.6	18.1	1.8	77.4

자료: 유로모니터(Euromonitor)

12) 유로모니터상 인도네시아 증류주 시장(약 2,869억 원)과 한국 증류주 시장(약 11.8조 원)의 시장점유율을 나타냄

13) 자료: 외교경제신문, 「외교경제 인도네시아, 강한 규제에도 증가하는 주류 판매」, 2018.11

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

5. 인도네시아 증류주 수입규모

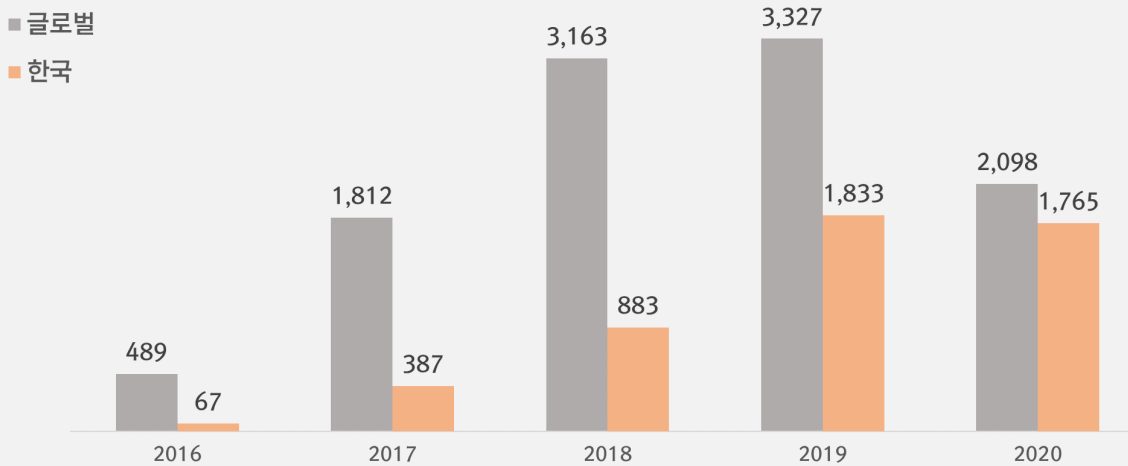
HS CODE 2208.90

조사제품 '증류주'는 '변성하지 않은 에틸알코올(알코올의 용량이 전 용량의 100분의 80 미만인 것으로 한정한다), 증류주-리큐르(liqueur)와 그 밖의 주정음료로 규정된 제2208호에 속하며, 이에 기타에 해당하는 HS CODE 2208.90을 지표로 선정함

- ▶ **인도네시아 HS CODE 2208.90 對글로벌 수입액, 약 25억 원**
2020년 기준 인도네시아 HS CODE 2208.90 품목의 對글로벌 수입액은 약 25억 원을 기록함. 지난 5년(2016-20년) 중 2019년까지 매년 전년 대비 증가세를 보였으나, 2020년 기준 전년 대비 37% 감소한 것으로 확인됨
- ▶ **인도네시아 HS CODE 2208.90 수입액 중 한국산 점유율 1위**
2020년 기준 인도네시아 HS CODE 2208.90 품목의 對한국 수입액은 전년 대비 4% 감소한 약 21억 원으로 집계되며, 對글로벌 수입액의 84%를 점유하여 수입액 기준 1위를 차지함. 글로벌 수입액 점유율 기준 2위 이탈리아(약 1.4억 원, 6%), 3위 프랑스(약 1.0억 원, 4%), 4위 멕시코(약 0.9억 원, 3%) 순으로 확인됨

[표 2.5] 인도네시아 HS CODE 2208.90 수입규모¹⁵⁾¹⁶⁾¹⁷⁾

단위 : 천 달러



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
인도네시아 對글로벌 수입액 (한화추정액)	489 (5.8억 원)	1,812 (21.5억 원)	3,163 (37.5억 원)	3,327 (39.4억 원)	2,098 (24.9억 원)	44%
인도네시아 對한국 수입액 (한화추정액)	67 (0.8억 원)	387 (4.6억 원)	883 (10.5억 원)	1,833 (21.7억 원)	1,765 (20.9억 원)	127%

자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2208.90 기준

15) 자료: ITC(International Trade Centre)

16) 1달러=1,185.50원(2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

17) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

III. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 인도네시아 소주, 대부분 인도네시아 브랜드
2. 소주 맛 중 딸기, 복숭아, 리치 상위권
3. 용량 관련 키워드 중 360ml 최다 빈출
4. 인도네시아 소주 홍보문구, '오리지널' 압도적 1위
5. 인도네시아 소주 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 인도네시아 온라인매장 입점 소주 정보 수집

- 데이터 수집 키워드 : 소주(soju)
- 데이터 수집량 : 622건
- 데이터 수집원 : 인도네시아 온라인매장

▶ 인도네시아 온라인매장 입점 소주 특징 분석

- 데이터 분석 항목
- ① 경쟁브랜드 ② 맛 ③ 용량 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/원어)		빈도	키워드 (국문/원어)		빈도
경쟁브랜드	첫눈	cheongeunro	31	참좋은	cham joeun	6
	해피 소주	happy soju	30	위자	wija	4
	참이슬	jinro	27	처음처럼	chumchurum	3
	세븐데이	seven day	12	배 소주	bae soju	3
맛	딸기	strawberry	113	청포도	green grape	16
	복숭아	peach	99	망고	mango	14
	리치	lychee	94	블루베리	blueberry	9
	레몬	lemon	35	멜론	melon	9
	사과	apple	24	(-)	(-)	(-)
	요구르트	yogurt	22	(-)	(-)	(-)
용량	360ml	360ml	89	250ml	250ml	2
	330ml	330ml	6	500ml	500ml	1
	750ml	750ml	2	(-)	(-)	(-)
홍보문구	오리지널	original	143	다음 날	keesokan	25
	공식적인	resmi	44	저렴한	murah	25
	버블랩 포장	packaging bubble wrap	28	상쾌한	menyegarkan	23
	당일 배송	pengiriman sameday	26	한국의	korean	21

1. 인도네시아 소주, 대부분 인도네시아 브랜드

▶ 인도네시아 생산 첫눈, 해피 소주 빈출 1, 2위

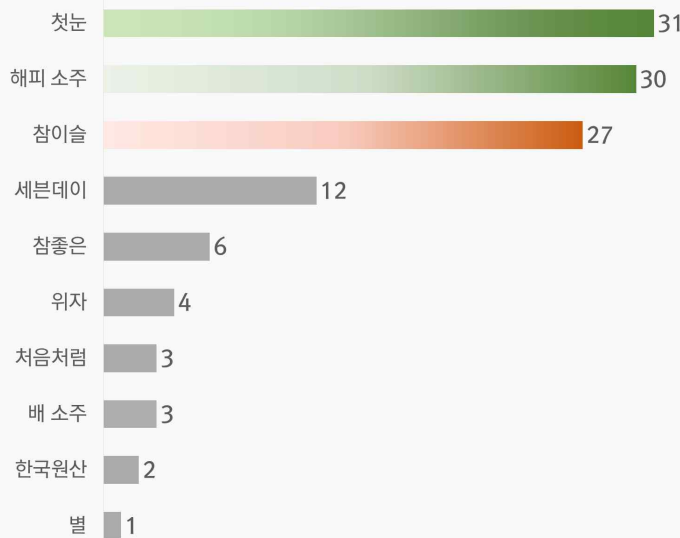
- ‘첫눈’, ‘해피 소주’ 키워드 각 31, 30건으로 근소한 차이
- 두 제품 모두 제품명이 한글로 되어 있으나 인도네시아산 소주
- ‘해피 소주’는 인도네시아 소비자들이 주요 소비층
- 4, 5위를 기록한 ‘세븐데이’와 ‘참좋은’도 인도네시아 브랜드
- 제품 상세 설명은 찾기 어려우나, 패키징과 가격을 고려하면 모두 희석식 소주로 예상

▶ 한국 브랜드 중에서는 ‘참이슬’과 ‘처음처럼’ 발견

- 처음처럼과 참이슬 모두 희석식 소주 브랜드
- 두 브랜드 모두 판매 페이지에 정품인 점 외 별다른 소주 홍보는 없음

1위 첫눈		2위 해피 소주		3위 참이슬	
					
도수	20%	도수	14%	도수	13%
용량	360ml	용량	330ml	용량	360ml
가격	IDR65,000(5,401원 ¹⁸⁾)	가격	IDR82,700(6,872원)	가격	IDR108,000(8,974원)

[표 3.1] 인도네시아 판매 소주 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인매장 판매 제품 내 ‘소주’ 관련 게시물 622건 분석

18) 100루피아=8.31원(2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 소주 맛 중 딸기, 복숭아, 리치 상위권

▶ 딸기, 복숭아, 리치 상위권

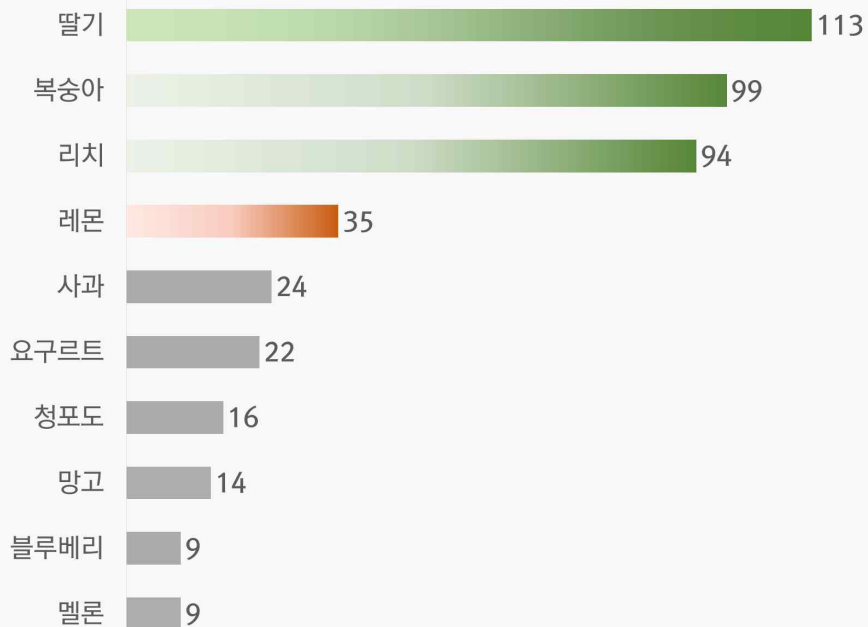
- 약 100건씩 도출되었으며, 그 중에서 ‘딸기’가 113건으로 최다 빈출
- ‘복숭아’와 ‘리치’는 각 99, 94건으로, 4위 이하 키워드와 큰 차이

▶ 4위 이하 키워드도 ‘요구르트’ 제외 모두 과일 맛

- ‘요구르트’ 맛 소주를 판매하는 브랜드는 처음처럼이 유일
- 4위는 ‘레몬’ 맛으로 해피 소주와 세븐데이에서 출시
- 이하 키워드는 ‘사과’, ‘청포도’, ‘망고’, ‘블루베리’, ‘멜론’ 순

1위 딸기		2위 복숭아		3위 리치	
					
브랜드	참이슬	브랜드	세븐데이	브랜드	위자
도수	13%	도수	13%	도수	정보 없음
용량 및 가격	360ml/IDR108,000(8,974원)	용량 및 가격	360ml/IDR87,000(7,229원)	용량 및 가격	360ml/IDR75,500(6,274원)

[표 3.2] 인도네시아 판매 소주 맛 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인매장 판매 제품 내 ‘소주’ 관련 게시물 622건 분석

3. 용량 관련 키워드 중 360ml 최다 빈출

▶ ‘360ml’ 키워드 압도적 1위

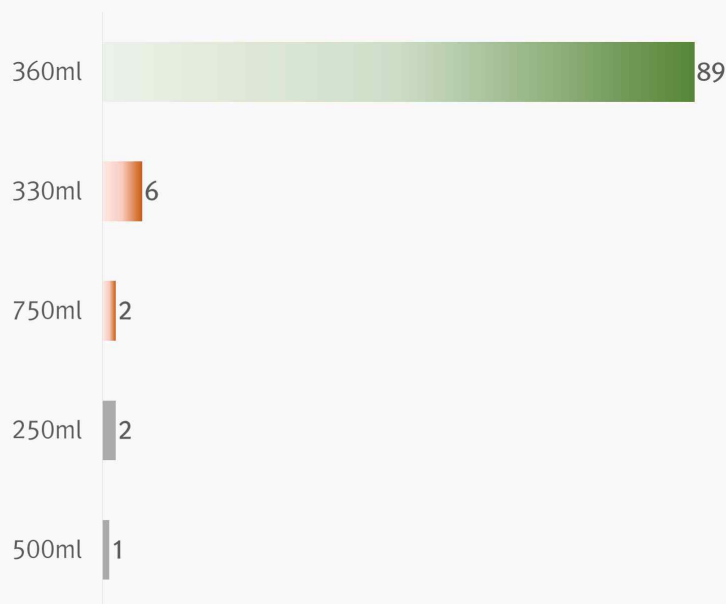
- 2위 키워드인 ‘330ml’와 14배 이상 차이
- 한국 브랜드인 참이슬과, 처음처럼 그리고 인도네시아 브랜드인 첫눈, 세븐데이, 참좋은 모두 ‘360ml’ 용량의 소주 출시

▶ ‘330ml’ 키워드 6건

- 해피 소주에서 ‘330ml’ 용량의 제품 출시
- 그 외 제품은 소주가 아닌 술로 위스키, 와인 등
- ‘360ml’와 ‘330ml’ 모두 병 모양이나 색상이 한국의 희석식 소주병과 동일하며 제품명도 한글로 표기되어 있어 한국산 제품과 혼동 가능성이 있을 것으로 예상

1위 360ml		2위 330ml		3위 750ml	
					
브랜드	참좋은	브랜드	해피 소주(Happy Soju)	브랜드	위스키
도수	13%	도수	14%	도수	43%
가격	IDR85,000(7,063원)	가격	IDR82,700(6,872원)	가격	IDR120,000(9,972원)

[표 3.3] 인도네시아 판매 소주 용량 관련 키워드



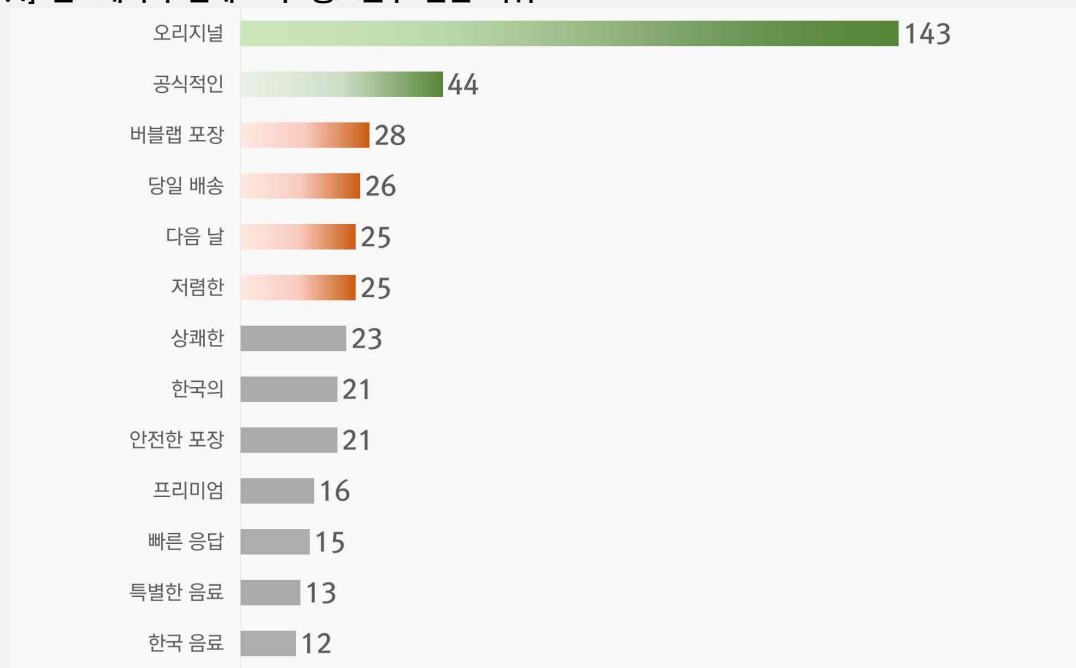
자료: 인도네시아 온라인매장 판매 제품 내 ‘소주’ 관련 게시물 622건 분석

4. 인도네시아 소주 홍보문구, ‘오리지널’ 압도적 1위

- ▶ ‘오리지널’ 키워드 143건으로 1위
 - 2위 키워드인 ‘공식적인’과 약 100건 가까이 차이
 - ‘공식적인’을 사용한 경우, 대부분 ‘오리지널’ 키워드도 같이 사용
- ▶ ‘한국의’ 키워드 21건으로 8위
 - 라자다(Lazada) 및 토코피디아(Tokopedia) 검색 결과, 한국산이 아닌 소주도 ‘한국의(Korea)’ 음료로 홍보되어 판매되는 경우 有
- ▶ 그 외 대부분 배송 관련 문구, 성분 관련 홍보문구 없어
 - 소주 판매 페이지 대부분 배송에 관한 문구가 대부분
 - 성분을 중점적으로 홍보한 판매 페이지는 발견되지 않아

1위 오리지널		2위 공식적인		4위 당일 배송	
					
브랜드	첫눈	브랜드	참이슬	브랜드	세븐데이
도수	20%	도수	13%	도수	13%
용량 및 가격	360ml/ IDR65,000(5,401원)	용량 및 가격	360ml/ IDR108,000(8,974원)	용량 및 가격	360ml/ IDR87,000(7,229원)

[표 3.4] 인도네시아 판매 소주 홍보문구 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인매장 판매 제품 내 ‘소주’ 관련 게시물 622건 분석

5. 인도네시아 증류주 진출 컨셉

- ▶ **컨셉 ① _ 데워 마시면 향이 더 좋은 한국 고유의 증류주**
 - 인공적인 식품첨가물의 맛이 아니라 원재료의 맛과 향을 살린 점
 - 스트레이트로 마시거나, 뜨거운 물과 6:4의 비율로 섞어 마시거나 따뜻하게 데워 마시는 등의 여러 가지 음용 방법 강조

- ▶ **컨셉 ② _ 감압증류방식으로 제조해 맑고 깨끗한 맛의 증류주**
 - 희석식 소주와 증류식 소주의 제조 방식 차이 설명
 - 과일 맛의 소주와 달리 원재료 쌀의 맛과 향을 살린 점을 강조하여 홍보

- ▶ **컨셉 ③ _ 옹기 안에서 3개월 동안 숙성을 거친 한국 고유의 증류주**
 - 희석식 소주 대비 품이 많이 드는 고급주인 점 강조
 - ‘오리지널’이 홍보문구 1위인 점 참고, 한국 고유의 증류주인 점 강조

경쟁브랜드	맛	홍보문구	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
(-)	리치	오리지널	16건	→ [과일 맛]이 아닌 원재료의 맛과 향을 독특하게 살린 [한국 고유] 증류식 소주인 화요 25는 스트레이트로 마셔도 좋지만 뜨거운 물과 6:4의 비율로 섞어 마시면 향이 더욱 깊어집니다
(-)	복숭아	상쾌한	13건	→ 화요는 감압증류방식으로 제조해 잡냄새가 없고 [인위적인 첨가물의 맛]이 나지 않으며 쌀 고유의 맛과 향이 [맑고 깨끗하게] 살아 있는 쌀로 만든 증류주입니다
참이슬	(-)	오리지널	7건	→ 한국에서 [참이슬]이나 처음처럼보다 고급 소주로 판매되는 화요는 한국 전통 소주의 맥을 잇는 제조 방식으로 [한국 고유] 증류식 소주를 대표하는 술입니다
(-)	딸기	프리미엄	5건	→ [딸기] 등 과일 맛을 첨가한 희석식 소주와 달리 화요는 인위적인 식품 첨가물을 어떠한 것도 넣지 않고 원재료인 독특한 쌀 향을 그대로 살려 맛이 원숙한 [프리미엄] 증류주입니다
(-)	복숭아	한국의	5건	→ [과일 맛]이 나는 희석식 소주와 달리 숨쉬는 그릇 옹기 안에서 3개월 동안 숙성을 거치는 화요는 쌀 고유의 맛과 향이 극대화된 [한국 고유] 증류주입니다

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

IV. 유통채널 특징

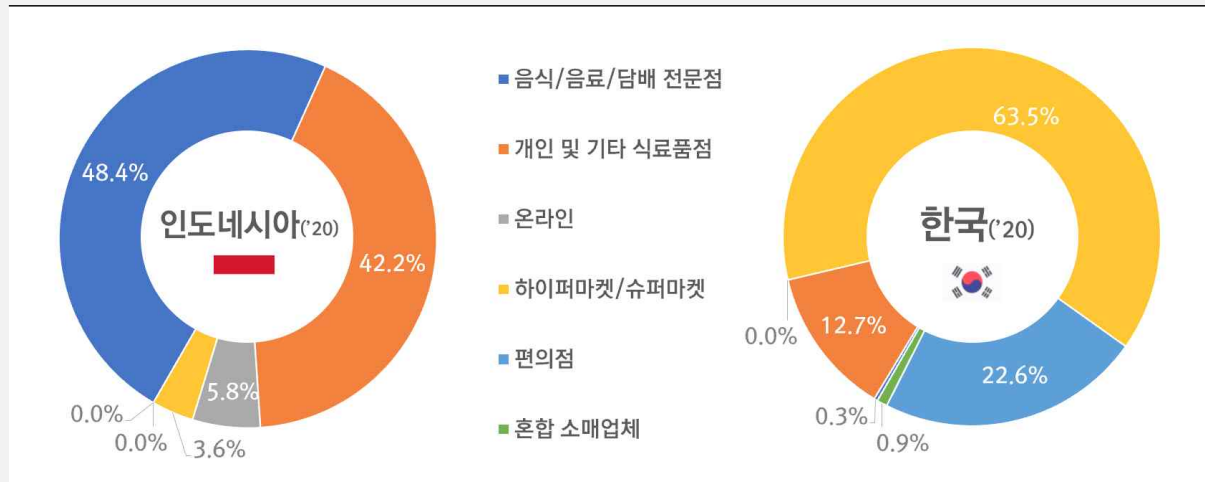
1. 인도네시아 증류주 유통채널 비교
2. 인도네시아 증류주 유통채널 특징

1. 인도네시아 증류주 유통채널 비교

▶ 인도네시아 ‘음식/음료/담배 전문점’ 및 ‘개인 및 기타 식료품점’ 점유율 약 90%

2020년 인도네시아에서 ‘증류주’는 전통적 유통채널인 ‘음식/음료/담배 전문점’(48.4%) 및 ‘개인 및 기타 식료품점’(42.2%)을 통해 약 90%가 유통된 것으로 집계됨. 반면, 한국에서는 ‘음식/음료/담배 전문점’으로 0.3%, ‘개인 및 기타 식료품점’으로 12.7%가 유통되며 양국이 상이한 증류주 유통 구조를 보임. 한편, ‘온라인’을 통한 유통은 한국과 인도네시아 모두에서 법적으로 금지되어 있으나, 인도네시아의 경우 온라인 주류 유통이 법적 회색 지대에 머물러 있어 2020년에 5.8%가 해당 채널을 통해 유통된 것으로 확인됨. 한국의 유통 점유율 1위 채널은 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’으로 63.5%를 차지했으며, 이는 인도네시아의 3.6% 대비 약 18배 수준임. 한국의 ‘편의점’은 점유율 22.6%로 2위를 차지했으나, 인도네시아에서는 해당 채널을 통한 ‘증류주’ 유통이 이루어지지 않음

[표 4.1] 인도네시아 증류주 소매유통채널 점유율



인도네시아 및 한국 소매유통채널 점유율¹⁹⁾ 비교²⁰⁾

인도네시아	유형	한국
48.4%	음식/음료/담배 전문점 ²¹⁾	0.3%
42.2%	개인 및 기타 식료품점 ²²⁾	12.7%
5.8%	온라인	0.0%
3.6%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	63.5%
0.0%	편의점	22.6%
0.0%	혼합 소매업체	0.9%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

19) 2020년 기준, 인도네시아 및 한국 ‘증류주(Spirits)’의 소매유통채널 점유율임

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

21) 본 보고서에서 음식/음료/담배 전문점은 주류 판매점을 포괄함

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

2. 인도네시아 증류주 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 6,895억 원²³⁾)의 13.3%를 점유함. 마타하리푸트라프리마(Matahari Putra Prima)는 전체의 6.4%를 차지함

▶ 인도네시아 수입 식품, 하이퍼마켓/슈퍼마켓 통해 주로 유통²⁴⁾²⁵⁾

2020년 인도네시아 ‘식품’ 유통에서 하이퍼마켓/슈퍼마켓의 비중은 약 7.4%로 전통적 유통채널(82.5%)과 큰 차이를 보였으나 코로나19 이후 위생적 환경을 지닌 하이퍼마켓/슈퍼마켓 이용률이 점차 증가하고 있음. 또한, 해당 채널의 중상류층 소비자를 주요 타겟으로 하여 수입 식품의 주요 유통채널임. 또한, 고가의 수입 식품을 전문적으로 취급하는 고급 슈퍼마켓 브랜드도 다수 존재함. 일부 대형 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체는 해외 식품 제조업체로부터 제품을 직접 수입하기도 하나, 대부분 현지 수입유통업체를 통해 물품을 조달하고 있음

[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)

23) 100루피아=8.31원(2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

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

26) 인도네시아 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 편의점

▶ 인도네시아 주요 편의점 업체, 인도리텔마크무르인트르나시

인도네시아 주요 편의점 업체로는 인도리텔마크무르인트르나시(Indoritel Makmur Internatsional), 쉰베르알파리아트리자야(Sumber Alfaria Trijaya) 등이 있음. 인도리텔마크무르인트르나시는 2020년 기준 인도네시아 편의점 전체 매출액 179조 4,586억 루피아(약 14조 9,130억 원)의 48%를 점유했으며, 쉰베르알파리아트리자야는 전체의 42.2%를 점유함

▶ 인도네시아 편의점 유통 관련 규제 및 고려사항²⁷⁾²⁸⁾²⁹⁾

편의점은 인도네시아 소매유통채널 중 가장 빠른 성장률을 보이고 있음. 인도네시아 편의점 업체들은 자바섬과 발리를 중심으로 매장을 확장하고 있으며, 주요 이용객은 20-30대의 젊은 대학생과 직장인임. 다만, 편의점은 현지 소비자들의 보수적인 소비성향이 나타나는 채널로, 코로나19 이후 소비자 가격 민감도 상승으로 저렴한 상품의 수요가 급격히 증가하였음. 인도네시아에는 편의점에 새로운 제품 입점을 희망할 시 최대 2,000만 루피아(약 166만 원)의 수수료가 별도로 발생할 수 있다는 편의점 규제 사항이 존재하며, 현재 발리 등 주요 관광지를 제외한 인도네시아 전역의 편의점 내 주류 판매가 금지된 상태임. 이에 다수의 주류 브랜드는 과일 등을 함유한 무알콜 제품을 선보이며 매출 손실을 보전하고자 하고 있음

[표 4.3] 인도네시아 주요 편의점 업체

순번	기업명	편의점 매출액 점유('20) ³⁰⁾	산하 주요 브랜드
1	인도리텔마크무르인트르나시 (Indoritel Makmur Internasional)	48.0%	인도마켓(Indomaret), 인도마켓포인트(Indomaret Point), 인도마켓프레시(Indomaret Fresh)
2	쉰베르알파리아트리자야 (Sumber Alfaria Trijaya)	42.2%	알파마트 (Alfamart)
3	미디우타마인도네시아 (Midi Utama Indonesia)	6.9%	알파미디 (Alfa midi)
4	씨클카인도네시아우타마 (Circleka Indonesia Utama)	0.6%	씨클케이 (Circle K)
5	파야르미트라인다 (Fajar Mitra Indah)	0.3%	패밀리마트 (Family Mart)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

27) 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Indonesia Country Report」, 2021.03

28) 한국농수산물유통공사(at), 「인도네시아 편의점 현황 및 인기식품」, 2018.09

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

30) 인도네시아 편의점 점유율 부문 상위 5개 기업

3) 주류 판매점

●

인도네시아 증류주 유통

	On-Trade	Off-Trade
'19	65.2	34.8
'20	58.2	41.8

단위: Volume (%)
자료: 유로모니터

▶ 인도네시아 내 한국산 희석식 소주 큰 인기 끄는 중³¹⁾³²⁾³³⁾

인도네시아 소비자들은 증류주를 ‘온-트레이드(On-Trade)’ 업장인 호텔, 레스토랑, 바 등에서 주로 소비함. 하지만 2020년 코로나19의 영향으로 외식 업체와 이들이 주로 입점한 대형 쇼핑몰의 영업이 제한되었으며, 소비자들의 가처분소득이 감소하여 ‘온-트레이드’와 전체 증류주 소비량이 크게 감소함. 다만 희석식 소주는 코로나19 이전부터 개인 리셀러를 통해 온라인으로 판매되기도 함. 특히, 최근 온라인 주류 유통이 매우 빠르게 확산되고 있는데, 이는 주류 전문 소매점이 소재한 위치가 한정적이어서 온라인이 다양한 주류 품목에 접근하기 가장 쉬운 채널이기 때문인 것으로 분석됨. 그러나 온라인 주류 유통은 현재 법적 회색 지대에 머물러 있어, 인도네시아 정부의 움직임에 주의할 필요가 있음. 또한, 인도네시아는 주류를 알코올 함량에 따라 구분하고 있는데, 고객사 제품이 속하는 ‘C 그룹(Class C)³⁴⁾’의 소매유통 채널로는 하이퍼마켓/슈퍼마켓³⁵⁾ 또는 면세점, 대형 쇼핑몰, 12평방미터 이상의 주류 판매점 등이 있음. 또한, ‘C 그룹’ 중 수입 주류 품목은 병당 13만 9,000루피아(약 1만 1,551원)의 관세가 부과되어 소비자 가격이 크게 상승하는 어려움이 존재하므로, 가격 경쟁력 제고를 위한 대책이 필요할 것으로 보임

[표 4.4] 인도네시아 주요 주류 판매점

순번	구분	기업명	매장 수('21)	희석식 소주 판매 여부 ³⁶⁾
1	주류 판매점(현지)	레드&화이트(Red & White)	92개	V
2	주류 판매점(현지)	바인스(Vines)	25개	V
3	주류 판매점(현지)	빈야드(Vinyard)	23개	V
4	주류 판매점(현지)	고와인(Go Wine)	1개	V

자료: 기업 홈페이지, 구글맵(Google Maps)

31) 유로모니터(Euromonitor), 「Spirits in Indonesia Country Report」, 2021.05

32) 유로모니터(Euromonitor), 「Alcoholic Drinks in Indonesia Country Report」, 2021.05

33) 미농무성(USDA), 「New Regulation on Alcoholic Beverage Distribution」, 2014.05

34) 알코올 함량 20% 초과 55% 미만

35) 인도네시아 현지 희석식 소주 브랜드인 바람(Baram)의 경우 프리미엄 슈퍼마켓 브랜드로는 캬치스(Kem Chick's)나 더푸드홀(The Food Hall) 등에 입점하였고, 자카르타 국제공항 면세점에 입점함

36) 각 기업 홈페이지의 제품 카탈로그를 기준으로 작성함

4) 아시안마트/한인마트

▶ 인도네시아 주요 아시안마트/한인마트, 무궁화마트

인도네시아 주요 아시안마트/한인마트 무궁화마트(Mugunghwa Mart)는 현재 자카르타 지역을 중심으로 8개 매장을, 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery)는 인도네시아 전역에서 11개 매장을 보유하고 있음

▶ 인도네시아 한국 식품 유통, 다양한 채널 통해 이뤄져³⁷⁾

인도네시아는 한국 식품의 수요가 높은 주요 국가이며 한국 유통업체들 또한 적극적으로 진출하고 있는 신흥 시장 국가 중 하나임. 먼저, 도매 및 소매점을 모두 운영 중인 한국계 유통업체로 롯데마트(Lotte Mart)와, 지에스더프레시(GS Retail)의 지에스더프레시(GS The Fresh)가 있음. 후자는 2016년 인도네시아 진출 이후 연매출 약 20%의 성장을 이어나가며 현재 인도네시아에서 7개 매장을 운영 중임. 두 업체 모두 주요 매장 내에 한국 식품 전문 매대를 구분하여 운영 중인 것으로 조사됨. 또한, 한국 문화가 현지 소비자의 취향에 계속해서 영향을 끼치고 있으며 한국적인 제품들이 긍정적인 현지 시장 반응을 얻고 있음. 특히, 라면을 중심으로 다양한 한국 제품들이 현지 하이퍼마켓/슈퍼마켓을 포함한 여러 채널로 입점 되고 있음

[표 4.5] 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)

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

V. 오프라인 유통채널

1. 인도네시아 증류주 주요 온라인 유통채널

1. 인도네시아 증류주 주요 오프라인 유통채널 ① 레드&화이트

기업 기본 정보	기업명	레드&화이트(Red & White)			
	기업구분	주류 판매점			
	홈페이지	redandwhiteshops.com			
	위치	자카르타(Jakarta)			
	규모	기타 규모	• 매장 수('21): 92개		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2014년 설립된 인도네시아 최대 와인 및 증류주 소매유통채널임 • 많은 사람이 찾는 품목에서부터 희귀한 주류 종류까지 구비한 종합 주류 판매점임 • 매장 직원은 소비자 맞춤형 주류 제품을 추천해줄 수 있을 정도의 트레이닝을 받음 • 매장 내 식사 공간이 마련되어 있으며, 주류와 함께 음식을 판매하는 매장도 존재함 • 홈페이지를 통해 칵테일 제조 방법 등 다양한 주류 관련 지식 블로그 운영 중임 			
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성남성	직업	직장인·주재원
		연령대	20대 후반-50대	소득수준	중상류층
방문매장 정보	영업시간	10:00~22:00			
	주소	Mall Bella Terra Lifestyle Center, Jl. Boulevard Raya No.1, East Kelapa Gading, Kelapa, Gading, North Jakarta, Jakarta			
	상권	중상류층 거주지 인근에 위치한 신규 개장한 쇼핑몰 내에 입점함			
	VMD	취급 브랜드	진로(Jinro), 처음처럼(Chum-Churum)		
		진열 방식	카테고리별 진열		
매장 전경	 				
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 문의 (redandwhiteshops.com/contact) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 기입 정보 (이름, 이메일, 문의 내용) - 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 및 사진, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북: @redandwhiteshops - 인스타그램: @redandwhiteshops_id 			

자료: 레드&화이트(Red & White)

사진 자료: 레드&화이트(Red & White) 현지 매장 방문

매대 제품 배치 현황



주력
입점 제품



인도네시아 현지 주류 판매점인 레드&화이트에서는 맥주, 와인 외에 각종 증류주(위스키, 럼, 진, 보드카 등) 제품을 취급 중이었음. 아시아산 주류의 경우, 원산지가 일본인 제품이 가장 많았으며, 한국산 주류는 하이트진로의 진로이즈백과 롯데칠성의 처음처럼 희석식 소주 제품을 판매 중이었음. 해당 제품들은 모두 상온 매대에 비치되어 있으며 원산지에 따라 따로 진열되어 있지는 않았음

자료: 레드&화이트(Red & White) 현지 매장 방문
사진 자료: 레드&화이트(Red & White) 현지 매장 방문


입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	용량	가격 ³⁸⁾	이미지
1	쇼쥬 (Shochu)	남반오니고로시 (Namban Onigoroshi)	남반오니고로시사토키비 (Namban Onigoroshi Satokibi)	일본	750ml	82만 루피아 (약 6만 8,142원)	
2	쇼쥬 (Shochu)	남반오니고로시 (Namban Onigoroshi)	30이어즈올드 남반오니고로시 (3 Years Old Namban Onigoroshi)	일본	375ml	49만 루피아 (약 4만 719원)	
3	위스키	산토리위스키 (Suntory Whisky)	더하쿠슈싱글말트 재패니즈위스키 (The Hakushu Single Malt Japanese Whisky)	일본	700ml	249만 루피아 (약 20만 6,919원)	
4	진	산토리위스키 (Suntory Whisky)	로쿠진 (Roku Gin)	일본	700ml	99만 루피아 (약 8만 2,269원)	
5	희석식 소주	처음처럼 (Chum-Churum)	오리지널 (Original)	한국	2x360ml	26만 루피아 (약 2만 1,606원)	
6	위스키	미스터도웰스 (Mr. Dowell's)	미스터도웰스넘버원실크 (Mr Dowell's No. 1 Silk)	인도	750ml	29만 9,000루피아 (약 2만 4,847원)	


자료: 레드&화이트(Red & White) 현지 매장 방문

사진 자료: 레드&화이트(Red & White) 현지 매장 방문

38) 100루피아=8.31원(2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② 바인스

기업 기본 정보	기업명	바인스(Vines)	
	기업구분	주류 판매점	
	홈페이지	vines-indonesia.com	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('21): 25개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 인도네시아 자카르타 지역을 중심으로 매장 운영 중 매장별 판매 주류 제품 정보를 홈페이지를 통해 제공하고 있음 홈페이지 자와 지역 기준 대선, C1 및 현지 생산 희석식 소주인 대박 등 다양한 희석식 소주 제품을 구비해둠. 일본산 주류의 경우 쇼쉈(Shochu)나 사케(Sake) 검색어로는 노출되지 않으나 위스키나 진 종류의 일본산 주류 발견 	

매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 다양한 원산지의 맥주, 와인, 증류주 	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 문의 (vines-indonesia.com/contact) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 기입 정보 (이름, 이메일, 문의 내용) 이메일 또는 유선 연락을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 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 및 사진, 할인가, 소비자가격 등) 참고자료 (회사소개서, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: info@vines-indonesia.com - 전화번호: +61-852-1062-7929
-------------	---------------------	--

자료: 바인스(Vines)

사진 자료: 바인스(Vines)

③ 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 2,502억 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 			



매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 간편식품, 스낵류, 음료류, 소스류, 문구류 등
	선호 제품	• 유기농 식품, 신선 식품, 수입 식품
	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 또 다른 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

④ 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 5,607억 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 마타하리푸트라프리마는 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 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), 마타하리푸트라프리마(Matahari Putra Prima)

사진 자료: 하이퍼마트(Hypermart) 현지 매장 방문

⑤ 인도마켓




기업 기본 정보	기업명	인도마켓(Indomaret)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.indomaret.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매출액('20)	59억 달러(약 6조 9,945억 원 ³⁹⁾)
	기타 규모	• 매장 수('20): 1만 8,271개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 살림그룹(Salim Group)의 자회사로 1988년 첫 매장을 오픈함 • 인도네시아 최초로 드라이브스루 매장을 오픈했으며, 코로나19 이후 더 큰 인기를 구가함 • 인도마켓 산하 브랜드에 따라 매장 운영 방식이 다소 상이함. 인도마켓 포인트는 즉석식품과 음료를, 인도마켓 플러스는 신선식품을 주력으로 삼음 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 즉석식품, 간편식품, 냉동식품, 유제품, 음료류, 스낵류 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 할랄 식품, 포장이 깔끔한 제품, 품질 및 가격 경쟁력을 지닌 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 및 사진, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 및 기타 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: kontak@indomaret.co.id - 전화번호: +62-21-5089-7400 / 7411 - 페이스북: @IndomaretMudahdanHemat - 인도네시아 보건부 등록 및 할랄 여부 제품 걸면 표기 - 제품 이미지 및 기존 판매 물량에 대한 정보 必 	

자료: 인도마켓(Indomaret), 미농무성(USDA), 한국농수산물유통공사(aT)

사진 자료: 인도마켓(Indomaret), 구글맵(Google Maps)

39) 1달러=1,185.50원(2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)


⑥ 알파마트

기업 기본 정보	기업명	알파마트(Alfamart)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.alfamart.co.id		
	위치	반텐(Banten)		
	규모	매출액('20)	52억 5,600만 달러(약 6조 2,310억 원)	
	기타 규모	• 매장 수('20): 1만 4,973개		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1989년 유통업과 무역업으로 사업을 시작했으며, 1999년 소매유통업으로 사업 영역 확장 • 기차 및 항공기 티켓 판매를 포함하여 택배 서비스 등 각종 서비스 제공 • 2019년 편익점과 공유사무실이 공존하는 형태의 대규모 리테일 스토어 알파엑스(Alfa X)를 런칭함 • 전자결제 업체와 제휴를 맺어 비대면 결제 서비스 제공 			
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 즉석식품, 간편식품, 냉동식품, 유제품, 음료류, 스낵류 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 할랄 식품, 혁신적이고 판매력을 지닌 제품, 위생검사를 통과한 제품 • 입점 희망 제품의 명확한 마케팅 전략을 보유해야 하며 알파마트의 마케팅 전략과 일치 혹은 유사해야 함 		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 (e-procurement.alfamart.co.id) - 아래와 같은 순서로 진행되며, 홈페이지 내 기입 정보 및 제품·공급자 관련 규정은 홈페이지에서 확인 가능함 ① 계정 생성 후 인증 진행 ② 정보 기입 ③ 셀러 등록 완료 • 문의사항 연락처 및 기타 정보 - 이메일: alfacare@sat.co.id / sahabat_alfamart@sat.co.id - 전화번호: +62-1-500-959 - 인도네시아 보건부 등록, 할랄 여부, 인도네시아 국가표준(SNI) 라벨 제품 겹면 표기 		

자료: 알파마트(Alfamart), 미농무성(USDA), 한국농수산물유통공사(at)

사진 자료: 알파마트(Alfamart), 구글맵(Google Maps)

⑦ 무궁화마트

기업 기본 정보	기업명	무궁화마트(Mugunghwa Mart)	
	기업구분	아시아마트/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 수퍼인도, 헤로, 세븐일레븐, 패밀리마트와 같은 유통업체에 한국 식품 유통 중 • 왓츠앱을 통한 주문 가능 	



매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 베이커리류, 주류, 스낵류, 음료류, 문구류 등
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 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 <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"> - 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)

⑧ 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, 티백 조미료 등 한국산 제품 다수 입점되어 있으며 미역국이나 달고나와 같은 한국 음식 레시피 카드를 SNS 계정에 업로드 • 인도네시아 내 식품 배송 서비스인 해피 프레시, 고마트, 그랩마트 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 - 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"> - 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)

VI. 진입장벽

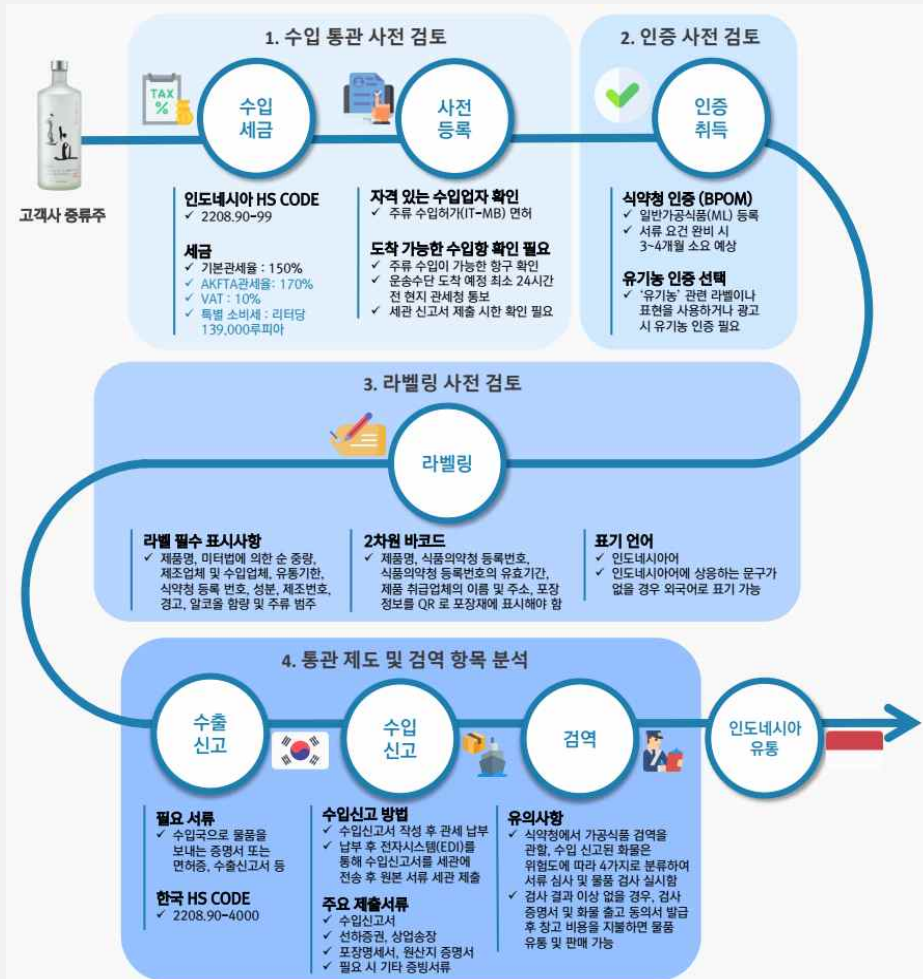
1. 인도네시아 증류주 통관 및 검역 절차
2. 인도네시아 증류주 품질 인증
3. 인도네시아 증류주 라벨링
4. 인도네시아 증류주 성분 및 유해물질

1. 인도네시아 증류주 통관 및 검역 절차⁴⁰⁾

▶ 인도네시아 증류주 수출 시, 최신 주류 규제 확인 필요

인도네시아 내 주류 금지 법안은 지속적인 이슈가 되어왔으며, 2021년 국가 입법 프로그램에 금주 법안이 포함된 개정안을 승인함. 다만, 최근 인도네시아 하원에서 해당 법안을 주류 금지가 아닌 주류 규제에 관한 법안으로 변경 중인 것으로 알려져, 증류주 수출 전에 관세와 주류 규제 확인이 필요함. 주류는 인도네시아 규정 17/2019에 따라 주류는 ‘A, B, C 그룹(Class A, B, C)’의 세 가지 등급으로 분류되어, ‘B 그룹(Class B)’ 및 ‘C 그룹(Class C)’에 속하는 주류의 생산, 수입 및 유통은 정부에 의해 통제되고 있음. 주류의 분류와 생산지에 따라 관세가 다르며, 원재료를 수입하는 경우에는 ISO 탱크 컨테이너를 통해 운반되어야 함

[표 6.1] 인도네시아 증류주 통관 검역 절차



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

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

[표 6.2] 인도네시아 주류 관세

분류	기본 관세		부가가치세
	MFN	AKFTA	
무알코올 맥주	20%	0%	10%
맥주	리터당 14,000루피아	40%	
와인	90%	170%	
과실주, 사케와 같은 에틸알코올 음료	90%	170%	
증류주	150%	170%	

자료: 인도네시아 국립 무역 단일 창구(INSW, Indonesia National Single Window)

[표 6.3] 인도네시아 주류 특별 소비세

분류	기준	특별 소비세(리터당)	
		인도네시아 생산	수입산
Class A	C2H5OH 알코올도수 5% 미만	15,000루피아	15,000루피아
Class B	C2H5OH 알코올도수 5-20%	33,000루피아	44,000루피아
Class C	C2H5OH 알코올도수 20-55% ⁴¹⁾	80,000루피아	139,000루피아

자료: 인도네시아 재무부(BRK RI) 고시 No.158/PMK.010/2018, No.25/2019

41) 55도 이상의 주류 및 알코올 음료는 판매 금지

[표 6.4] 인도네시아 주류 수입 가능 항구 및 공항

순번	주류 수입 가능 항	
1	메단의 벨라완 항구	Belawan sea port
2	자카르타의 탄중 프리옥 항구	Tanjung Priok sea port
3	세마랑의 탄중 에마스 항구	Tanjung Emas sea port
4	수라바야의 탄중 페락 항구	Tanjung Perak sea port
5	빗통의 빗통 항구	Bitung sea port
6	마카사르의 수카르노 하타 항구	Soekarno Hatta sea port
7	인도네시아 전체 국제 공항	

자료: 인도네시아 무역부(MTRI)

2. 인도네시아 증류주 품질 인증

- ▶ **인도네시아 증류주, 주류 수입허가 면허(IT-MB) 및 식약청 등록 必**
 인도네시아 내 주류 수입업자는 무역부에서 발행한 주류수입허가(IT-MB, Importir Terdaftar Minuman Beralkohol)를 취득해야 하며 알코올 유통 허가를 받지 못한 3자에게는 공급할 수 없음. 또한, 주류는 인도네시아 식약청에 가공식품 등록을 통해 등록번호를 발급받고 라벨에 해당 사실을 표기해야 함. 주류 수입 쿼터는 매년 기존의 수입허가 보유 수입업자에게 80%, 신규 수입허가 취득 수입업자에게 20%를 할당하며, 인도네시아 무역부 홈페이지에서 주류수입허가를 취득한 수입업자 목록을 확인할 수 있음. 주류 유통업과 소매업에도 허가증이 필요하며, 한 회사는 한 개의 허가증만을 취득할 수 있음. 여러 회사를 소유한 모회사로 수입, 유통, 소매업에서 하나 이상의 기능을 하는 회사는 정부로부터 더 많은 쿼터, 관세 납부, 허가증 갱신 등의 측면에서 유리할 수 있음. 한편, 주류 및 알코올성 음료는 이슬람 율법에 따라 하람 식품으로 분류되어 할랄 인증을 받을 수 없음

[표 6.5] 인도네시아 주류수입허가(IT-MB) 면허 취득

인증명	주류수입허가 (IT-MB, Importir Terdaftar Minuman Beralkohol)		
인증 성격	인도네시아 내 필수 등록	인증기관	인도네시아 무역부 (MTRI, Minister of Trade of the Republic of Indonesia)
수입업자 요건	<ul style="list-style-type: none"> • 1년에 최소 3천 상자(Carton)를 구매해야 함 • 인도네시아 산업통상부에서 승인 발급한 수입허가번호 및 세금등록번호를 취득한 등록업체여야 함 • 인도네시아 내 최소 6개 지역의 알코올음료 유통업자와 반드시 유통계약을 맺어야 함 • 반드시 3년간의 알코올성 음료를 유통한 경험이 있어야 함 • 적어도 5개국 20개 제조업체로부터 받은 서한을 제출해야 함 <ul style="list-style-type: none"> - 그 서한에는 수입업자가 그 브랜드의 공식 유통업자이며, 매년 최소 3천 상자를 구매할 여력이 있음을 증명해야 함 - 서한은 공식 공증인과 인도네시아인의 공증을 받고, 원산국의 인도네시아 상공/경제 담당관에서 합법임을 인정받아야 함 		
유효기간	<ul style="list-style-type: none"> • 3년 		

자료: 인도네시아 재무부(BRK RI), 인도네시아 무역부(MTRI)

[표 6.6] 인도네시아 증류주 식약청 등록

인증명	식약청 등록	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 필요시, 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 수입유통업자의 준비 서류 <ol style="list-style-type: none"> ① API 사본(제조업 수입 면허(API-P) 또는 무역업 수입 면허(API-U)) ② NPWP(납세자 번호) ③ SIUP(영업 허가증) : 주류의 경우 SIUP-MB(SURAT IJIN USAHA PERDAGANGAN MINUMAN BERALKOHOL) 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 제출해야 함 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 6.6] 인도네시아 증류주 식약청 등록

<p>일반 가공식품(ML) 신청 시 구비 서류 항목</p>	<ul style="list-style-type: none"> ③ 제조업체의 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 보관시설 및 유통시설의 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)

3. 인도네시아 증류주 라벨링

[표 6.7] 인도네시아 증류주 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	<ul style="list-style-type: none"> 성분목록 또는 사용 재료와 같은 단어를 기재 후 성분을 표기해야 함 약어 형태로 표기할 수 없음 제품에 사용된 중량은 내림차순으로 표기해야 함 비타민, 미네랄, 식품첨가물의 표기는 제외됨 성분 자체에 포함된 물을 제외하고 식품의 생산 및 가공 과정에 첨가된 물은 표기해야 함 인도네시아 시험검사 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. 제조업체 및 수입 업체	<ul style="list-style-type: none"> 제조업체와 수입 업체의 이름과 주소를 표기해야 함
	5. 알코올 함량	<ul style="list-style-type: none"> ‘알코올 함량(MENGANDUNG ALCOHOL) ± ...% V/V/’을 표기해야 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) 고시 No.20/2021 가공식품 라벨 규정 개정 사항

[표 6.7] 인도네시아 증류주 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"> 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 사용 가능 라벨의 주요 부분의 글씨를 가릴 수 있는 그림이나 색상의 사용은 금지됨 특별한 보관방법이나 조건이 필요한 경우 라벨에 표기해야 함 주류 및 알코올음료는 라벨링에 ‘21세 미만이나 임신부의 음주 금지(MINUMAN BERALKOHOL, DIBAWAH UMUR 21 TAHUN ATAU WANITA HAMIL DILARANG MINUM)’라는 경고 문구를 표기해야 함 제품명과 수입업자 이름 및 주소, 용량, BPOM 등록번호, 건강 관련 경고 문구는 소비자의 눈에 잘 보이도록 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 부분은 스티커로 가리거나 삭제해야 함 주류는 어떤 대중매체에서도 광고할 수 없으며, 주류 판매가 허용된 곳에서만 광고할 수 있음. 다만, 음주 충동구매 욕구에 영향을 주거나 자극해서는 안 되며, 음주하지 않는 것이 비정상적인 행위라는 제안을 해서는 안 됨. 또한, 위험한 행동을 하면서 음주하는 묘사를 해서는 안 됨. 어린이나 임신부와 관련된 어떤 것도 묘사해서는 안 됨

출처: 인도네시아 식약청(BPOM) 고시 No.20/2021 가공식품 라벨 규정 개정 사항

▶ 인도네시아 증류주 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 인도네시아어]

[앞면 - 한국어]

- ① 3 Years Old
- ② NAMBAN ONIGOROSHI
- ③ 25% 375ml

- ① 3년산
- ② 남반 오니고로시
- ③ 25% 375ml

[뒷면 - 인도네시아어]

[뒷면 - 한국어]

- ① MINUMAN BERALKOHOL
- ② Nama Dagang :
Matsuyuki Namban Onigoroshi
- ③ Nama Jenis :
Minuman Beralkohol Golongan C
(Mengandung Alkohol +- 25%
V/v)
- ④ Isi Bersih : 375ml
- ⑤ Komposisi : Air, barley
- ⑥ Kode Produksi : Lihat kemasan

- ① 알코올음료
- ② 상표명 :
마쓰유키 남반 오니고로시
- ③ 종류 :
알코올음료 등급 C
(알코올 함유 ±25%)
- ④ 용량 : 375ml
- ⑤ 원재료 : 물, 보리
- ⑥ 생산코드 : 포장 참조

- | | |
|---|--|
| <p>⑦ Tanggal produksi : Lihat kemasan</p> <p>⑧ BPOM RI ML : 170009044404</p> <p>⑨ Diproduksi oleh :
Tanaka Co., Ltd.
- Road 6, Tan Thuan Export
Processing Zone Ho Chi Minh
City, Vietnam</p> <p>⑩ Diimpor oleh :
PT. Pantja Artha Niaga
- Jl. Gaya Motor Raya No. 8 Kav.
E Kel, Sungai Bambu Kec.
Tanjung Priok Jakarta 14350,
Indonesia</p> <p>⑪ PERINGATAN!!!
“DIBAWAH UMUR 21 TAHUN
ATAU WANITA HAMIL DILARANG
MINUM”</p> | <p>⑦ 생산 날짜 : 포장 참조</p> <p>⑧ BPOM 가공식품 등록 번호 :
170009044404</p> <p>⑨ 제작업체 :
타나카
- 탄투안 수출 처리 구역 6번 길
호치민시, 베트남</p> <p>⑩ 수입 업체 :
단자 아르타 무역
- 그레이트 모터 라야 블록 8번 캐브.
이켈, 대나무 강, 자카르타 탄중 프리옥
14350, 인도네시아</p> <p>⑪ 경고!!!
“21세 미만 또는 임산부는 음주 금지”</p> |
|---|--|

4. 인도네시아 증류주 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. 식품 내 식품첨가물이 포함되지 않은 경우, 라벨 및 식품 광고에 ‘식품첨가물 없음’을 표시하는 것을 규정하고 있음. 하기 표는 고객사 증류주에 해당하는 식품첨가물 규정이며, 자세한 규정은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 인도네시아 식약청 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.8] 증류주에 적용되는 인도네시아 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	구아검	Guar gum	GMP	에탄올 함량이 15% 이상인 증류주
2	레시틴	Lecithin		
3	감마 토코페놀	γ -Tocopherol		
4	말산나트륨	Sodium malate		
5	차아염소산나트륨	Sodium hypochlorite	1mg/kg	
6	야황산칼륨	Potassium sulphite	50mg/kg	
7	과산화 수소	Hydrogen peroxide	5mg/kg	
8	소르브산 칼슘	Calcium sorbate	200mg/kg	
9	폴리에틸렌이민	Polyethylenimine	1mg/kg	
10	베타 아포카로테날	β -Apo-8'-carotenal	150mg/kg	

출처: 인도네시아 식약청(BPOM), KATI농식품수출정보

▶ **유해물질**

인도네시아로 식품을 수출하기 위해서는 인도네시아 식약청(BPOM, Badan Pengawas Obat dan Makanan)에서 규정하는 식품 유형별 유해물질 기준을 반드시 준수해야 함. 하기 표는 고객사 증류주에 적용되는 유해물질 기준 중 일부임. 자세한 인도네시아 유해물질 규정 및 기준은 인도네시아 보건부 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 6.9] 증류주에 적용되는 인도네시아 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용수치	식품 유형
1	투크린 A	Teucrin A	2mg/kg ⁴²⁾	알코올 음료
2	비소	Arsenic (As)	0.10mg/kg	
3	납	Lead (Pb)	0.20mg/kg	
4	카드뮴	Cadmium (Cd)	0.20mg/kg	
5	퀴사인	Quassine	50mg/kg	기타 식품
6	알로인	Aloin	50mg/kg	
7	아가릭 산	Agaric acid	100mg/kg ⁴³⁾	
8	쿠마린	Coumarin	10mg/kg	

출처: 인도네시아 식약청(BPOM), KATI농식품수출정보

42) 알코올 함유 음료 제외 모든 식품에서는 검출되지 않아야 함

43) 천연 향미료를 추가한 결과임

▶ 알레르겐

인도네시아는 인체에 해로운 영향을 끼칠 가능성이 있는 특정 알레르기 유발물질을 함유한 식품에 대하여 라벨에 해당 사실을 표기할 것을 규정하고 있음. 식품 내에 하기 표의 8가지 알레르기 유발물질 포함된 경우, ‘알레르겐 함유, 굵은 글씨로 된 성분을 참조하세요(Mengandung alergen, lihat daftar bahan yang dicetak tebal)’라는 문구를 성분 목록에 표기해야 함. 하기 표는 인도네시아 알레르겐 표시 기준 의무가 있는 성분과 고객사 증류주 성분을 분석한 결과, 고객사 제품에는 해당 물질이 포함되지 않는 것으로 확인됨

[표 6.10] 인도네시아 알레르겐 표시 기준

순번	표시 의무 여부	대상	고객사 증류주 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 타나카 리큐어샵(Tanaka Liquor Shop)

Interview ② бата비아 리큐어(Batavia Liquor)

Interview ③ 브루인도네시아(PT Brew Indonesia)

인도네시아(Indonesia) 인터뷰 대상 선정 인터뷰 대상 기업체 선정 · 수입·유통업체 ○	타나카 리큐어샵 (Tanaka Liquor Shop)	바타비아 리큐어 (Batavia Liquor)	브루인도네시아 (PT Brew Indonesia)
	업체 ▶ 수입·유통업체	수입·유통업체	수입·유통업체
취급 ▶			
	일본식 증류주	일본식 증류주	사케
사진 자료: 타나카 리큐어샵, 바타비아 리큐어, 고와인 판매 페이지			

인도네시아(Indonesia) 수입·유통업체 인터뷰 요약			
고객사	주류 수요 및 트렌드	제품 피드백	홍보 및 유통
타나카 리큐어샵 (Tanaka Liquor Shop) ----- 수입·유통업체	<ul style="list-style-type: none"> · 발리, 롬복 등의 관광지에서 주류 소비 높은 편 · 프리미엄 주류는 대도시에서 수요 존재 · 현지 맥주 빈펑(Bintang)이 가장 인기 · 한국 소주 선호도 낮은 편 	<ul style="list-style-type: none"> · 가격/용량/패키징 적절 · BPOM 인증 필수 · 쌀로 만든 주류 생소 · 17%가 가장 수요 높을 것으로 예상 	<ul style="list-style-type: none"> · 유튜브를 통한 홍보 추천 · 온라인이나 SNS에서 주류 홍보 및 판매 합법 · 온라인 홈페이지 개설 추천
바타비아 리큐어 (Batavia Liquor) ----- 수입·유통업체	<ul style="list-style-type: none"> · 코로나19로 주류 소비 감소 · 주류의 주요 소비자는 25-40세의 성인 · 한국 소주 선호도 낮은 편 	<ul style="list-style-type: none"> · 가격/용량/패키지 적절함 · BPOM 인증 필수 · 17%, 25%가 가장 수요 높을 것으로 예상 · 프리미엄 주류와 경쟁 어려울 것으로 예상 	<ul style="list-style-type: none"> · 소셜미디어 활용 홍보 추천 · 주류 홍보 및 판매 합법 · 대도시 및 관광지 유통 추천
브루인도네시아 (PT Brew Indonesia) ----- 수입·유통업체	<ul style="list-style-type: none"> · 주류 시장 비교적 작은 편 · 자카르타에서 프리미엄 주류 수요 존재 · 한국 소주 판매량 및 재구매율 낮은 편 	<ul style="list-style-type: none"> · 가격/용량/패키지 적절 · BPOM 인증 필수 · 25%가 가장 수요 높을 듯 · 쌀보다는 과일로 만든 주류가 더 인기 	<ul style="list-style-type: none"> · 소셜미디어 활용 홍보 추천 · 신상 제품은 고객 유치가 다소 어려움 · 자카르타, 발리 유통 추천
(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 3개사 인터뷰			

Interview ① 타나카 리큐어샵(Tanaka Liquor Shop)

44)

타나카 리큐어샵
(Tanaka Liquor Shop)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2019년에 설립된 일본 주류 전문 수입유통업체
 - 일본식 증류주, 와인, 위스키 등 다양한 주류 제품 판매
 - 온라인 플랫폼 블리블리(Blibli), 토코피디아(Tokopedia)를 통해 유통 중

담당자 정보

Online Shop Owner

TANAKA LIQUOR SHOP

타나카 리큐어샵(Tanaka Liquor Shop)
Online Shop OwnerQ. 인도네시아 내 주류 트렌드는 어떠한가요?
코로나19로 인한 주류 판매 및 소비에 변화가 있다고 생각하시나요?

인도네시아에서 주류 산업은 특정 조건이 있는 산업(List of Business Fields with Certain Requirements) 중 하나입니다. 인도네시아 인구의 87%가 무슬림이었고, 이들은 자바와 수마트라섬에 집중되어 있습니다. 주류는 주로 발리나 롬복 등의 관광지에서 많이 소비되고 있어, 현지 주류 트렌드는 변동이 크지 않습니다. 코로나19 여파로 여행이 제한됨에 따라 관광객과 여행객이 줄어들었으며, 주류의 판매량도 하락하였습니다.

Q. 인도네시아 내 프리미엄 주류의 수요는 어떠한가요?
현지에서 인기 있는 주류는 무엇인가요?

프리미엄 주류의 경우, 인도네시아 내 대도시에서 수요가 있으며 연예인이나 사업가 등 사회적 지위가 있는 소비자들 주로 소비합니다. 인도네시아산 현지 맥주가 수입 맥주보다 인기 있는데, 그 중 빈땅(Bintang) 맥주는 현지인과 관광객 모두에게 인기 있는 제품이며, 특유의 레몬 맛과 품질이 좋아 수요가 많습니다.

Q. 고객사 제품의 가격과 용량, 패키징에 대한 피드백을 말씀해주세요.

고객사 제품의 프리미엄 증류주는 375ml*12병에 FOB 가격이 635,379루피아(약 52,800원⁴⁵⁾)로, 현지에서 판매되는 프리미엄 주류 대비 적절한 편입니다. 용량도 가족 단위 소비자를 타겟으로 하기에 적절하며, 유리병 패키징도 적합합니다.

Q. 인도네시아로 주류 수출 시, 필요한 인 증은 무엇인가요?

고객사 제품은 HACCP 인증을 취득하였는데, 이러한 인증은 현지에서 판매되는 식품에 적합한 인증입니다. 또한, 인도네시아로 주류를 포함한 식품, 의약품, 화장품 수출 시 인도네시아 식약청인 BPOM⁴⁶⁾의 인증을 반드시 취득해야 합니다.

44) 사진자료: 타나카 리큐어샵(Tanaka Liquor Shop)

45) 100루피아=8.31원(2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

46) Badan Pengawas Obat dan Makanan

Q. 고객사 제품은 쌀로 만든 프리미엄 증류주인데, 시장성이 있을까요?

인도네시아에서 쌀로 만든 주류는 생소하며, 인도네시아 소비자들은 과일 베이스의 주류를 선호합니다. 그러나 고객사 제품의 경우, 현지 시장에 새로운 제품이라는 측면에서 어느 정도 시장성이 있을 것 같습니다. 17%, 25%, 41%, 53%의 4가지 제품 중에서는 17% 제품 수요가 가장 많을 것으로 예상됩니다.

Q. 인도네시아에서 한국 소주에 대한 인식은 어떤가요?

인도네시아에서 한국 소주의 선호도는 낮은 편입니다. 현지 소비자들은 일반적으로 소주 특유의 맛을 선호하지 않으며, 일부 소비자들의 경우 소주와 아쿠르트를 섞어 먹기도 합니다. 한국 문화를 좋아하는 소비자들은 한국 드라마를 보고 소주를 시도해보고자 구매하는 경우도 있습니다.

Q. 고객사 제품 홍보 시, 어떤 방식으로 마케팅하는 것이 좋을까요?

성인 콘텐츠를 주로 제작하는 유튜브 채널을 통해 홍보하는 것이 좋습니다. 홍보 문구로는 ‘좋은 술 한잔으로 하루를 즐겨보세요(Good taste to enjoy your day)’ 등의 키워드를 추천합니다. 온라인이나 소셜미디어를 통해 주류를 홍보하는 것은 합법이지만 판매 홈페이지에서 자세한 상품 정보를 확인하기 위해서는 생년월일을 입력해야 합니다. 인도네시아에서는 맛과 알코올 도수가 주류의 주요 구매요인입니다.

Q. 인도네시아에서 주류는 주로 어디에서 판매되고 있나요?

소비자들은 주류 구매 시 온라인 스토어에서 원하는 제품을 검색해보거나 수입 전문 슈퍼마켓에서 구매합니다. 온라인 스토어에서는 구매자가 21세 이상이면 합법적으로 주류를 구매할 수 있습니다. 현지에서 판매되고 있는 주류 브랜드의 대다수는 자사 홈페이지를 통해 판매하고 있어, 고객사도 온라인 홈페이지를 개설하거나 온라인 스토어로 유통하는 것이 효과적일 것입니다. 발리는 무슬림 지역사회가 아니므로 어디에서나 주류를 판매할 수 있으며 기독교나 가톨릭 지역사회인 일부 인도네시아 동부 도시에서도 주류 판매가 합법입니다.

Q. 인도네시아 내 주류 전시회 및 프로모션이 있나요?

코로나19 사태 이전에는 자카르타에서 열리는 EDM 페스티벌인 DWP(Djakarta Warehouse Project)에서 성인을 대상으로 주류 프로모션을 진행했습니다. 그러나 무슬림 인구가 많은 인도네시아에서 주류 전시회는 거의 없습니다.

Q. 인도네시아로 주류 수출 시 주의할 점은 무엇인가요?

인도네시아로 주류 수출 시 주류는 고위험 상품 중 하나로, 수출 전 주류 수입 및 유통업체로 등록해야 합니다.

Interview ② бата비아 리큐어(Batavia Liquor)

47)

бата비아 리큐어 (Batavia Liquor)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2013년에 설립된 주류 전문 수입유통업체
 - 한국, 일본, 미국, 유럽 등지에서 수입
 - 브랜디, 위스키, 테킬라 등 다양한 주류 취급
 - 자카르타에서 매장 운영
 - 자사 온라인 쇼핑몰, 토크피디아 (Tokopedia), 쇼피(Shopee) 등을 통해 판매 중

담당자 정보

Operations Manager



бата비아 리큐어(Batavia Liquor) Operations Manager

Q. 인도네시아 내 주류 트렌드는 어떠한가요?

코로나19로 인한 주류 판매 및 소비에 변화가 있다고 생각하시나요?

인도네시아에서 아시아 브랜드의 주류 중에서는 일본의 사케가 유명하며, 맥주는 로컬 브랜드 제품이 인기 있습니다. 코로나19로 인해 여행이나 휴가가 제한되면서 전반적으로 주류 소비가 감소했습니다. 주류의 주요 소비자는 25-40세 성인이며 무슬림 인구는 자바, 수마트라, 보르네오섬에 많은 편입니다.

Q. 인도네시아 내 프리미엄 주류의 수요는 어떠한가요?

현지에서 인기 있는 주류는 무엇인가요?

인도네시아 내 프리미엄 주류 시장은 성장세가 크지 않으며, 일부 소비자들만이 프리미엄 주류를 재구매합니다. 인도네시아에서는 50년 이상 된 전통 있는 현지 주류 브랜드인 오랑투아(Orang Tua)가 가장 인기 있습니다.

Q. 고객사 제품의 가격과 용량, 패키징에 대한 피드백을 말씀해주세요.

고객사 제품의 가격은 인도네시아 전체 주류 시장에서도 경쟁력이 있으며 용량도 적절합니다. 유리병 패키징도 프리미엄 주류에 사용하기에 가장 적절한 패키징으로, 일부 소비자들은 빈 술병을 컬렉션으로 수집하기도 합니다. 고객사 제품이 취득한 HACCP 인 증은 인도네시아에서 판매하려는 제품에 적합한 인 증이며, 인도네시아 슈퍼마켓에서 주류를 합법적으로 판매하려면 BPOM 인 증을 취득해야 합니다.

Q. 고객사 제품은 쌀로 만든 프리미엄 증류주인데, 시장성이 있을까요?

인도네시아 내 프리미엄 주류의 소비층은 넓지 않으며, 주류에 대한 정부 규제도 엄격한 편으로, 고객사 제품이 현지에서 판매되고 있는 프리미엄 주류와 경쟁하기는 어려울 것으로 보입니다. 일반적으로 인도네시아는 주류를 즐기는 문화가 발달하지 않았으므로 17%나 25% 제품이 가장 수요가 높을 것 같습니다. 쌀로 만든 주류는 카사바(Cassava) 및 과일 베이스의 술과 비교했을 때 수요가 낮은 편입니다.

Q. 인도네시아에서 한국 소주에 대한 인식은 어떤가요?

소주는 인도네시아 소비자들이 선호하는 주류가 아니며, 소주를 도전해보고 싶어 하는 소비자들만이 구매하고 있습니다. 소주 특유의 에탄올 향이 강하다는 의견이 많으며, 한국 소주의 주요 소비자는 인도네시아에 거주하는 한국인입니다.

Q. 고객사 제품 홍보 시, 어떤 방식으로 마케팅하는 것이 좋을까요?

트위터나 인스타그램 같은 소셜미디어를 활용하여 홍보하는 것이 가장 좋습니다. 홍보 문구로는 ‘몸과 마음의 힐링(Healing your body & mind)’ 등의 키워드를 추천합니다. 성인을 타깃으로 하여 주류를 홍보하는 것은 합법이며, 주류의 주요 구매요인은 맛과 가격입니다.

Q. 인도네시아에서 주류는 주로 어디에서 판매되고 있나요?

새로운 주류 제품은 보통 소비자 커뮤니티 내 입소문으로 알려집니다. 주류는 주로 리큐어샵이나 음료 전문 소매점에서 판매 중이며, 페이스북 페이지에서 판매되기도 합니다. 인도네시아 내 대도시 중 자카르타에는 외국인이 많이 거주하여 주로 수입 전문 슈퍼마켓에서 주류를 판매하고 있으며, 힌두교가 대다수인 발리섬에서도 많이 판매됩니다. 이 외에도 해변 관광지 내 마트나 바(Bar)에서도 맥주 등의 주류를 판매합니다. 주류는 주로 온라인 스토어에서 판매되고 있으며 공식 인스타그램이나 페이스북 채널을 활용하는 것도 추천합니다.

Q. 인도네시아 내 주류 전시회 및 프로모션이 있나요?

인도네시아에 주류 전시회나 주류 박람회는 거의 없습니다. 현지 인구의 대다수는 무슬림입니다. 이슬람교에서는 알코올성 음료를 하람(Haram) 식품으로 분류하여 금하고 있어 무슬림 커뮤니티의 시위를 일으킬 수 있기 때문입니다.

Q. 인도네시아로 주류 수출 시 주의할 점은 무엇인가요?

인도네시아에서 판매되는 주류는 알코올 함량이나 성분에 대한 규제를 지켜야 하는 것으로 알고 있습니다. 그러므로 수입 전 관련 규정에 대한 검토가 필요합니다.

Interview ③ 브루인도네시아(PT Brew Indonesia)

48)

●

브루인도네시아
(PT Brew Indonesia)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2016년에 설립된 주류 전문 수입유통업체
 - 한국, 일본, 미국, 유럽 등지에서 수입
 - 와인, 맥주, 사케 등 다양한 주류 취급
 - 자사 온라인 홈페이지인 고와인(Gowine)을 통해 판매

담당자 정보

Sales Staff



브루인도네시아(PT Brew Indonesia) Sales Staff

Q. 인도네시아 내 주류 시장은 어떠한가요?

인도네시아에는 다른 동아시아 국가만큼 큰 주류 문화가 없어, 주류 시장도 비교적 작은 편입니다. 또한, 파푸아 등 일부 동부 섬 지역을 제외하고는 무슬림 인구가 대다수로, 인도네시아 전체 인구 중 20% 정도만이 주류를 즐깁니다. 아시아 주류는 서양 주류 브랜드 대비 크게 유명하지 않습니다.

Q. 인도네시아 내 프리미엄 주류의 수요는 어떠한가요? 현지에서 인기 있는 주류는 무엇인가요?

소비 수준이 높은 자카르타나 자카르타 주변 지역에서 프리미엄 주류의 수요가 있습니다. 인도네시아에서 가장 인기 있는 주류는 현지 브랜드인 빈땡(Bintang)으로, 가격도 저렴하고 인도네시아 소비자들의 입맛에도 맞아 수요가 많습니다.

Q. 고객사 제품의 가격과 용량, 패키징에 대한 피드백을 말씀해주세요.

현재 인도네시아에서 판매되고 있는 주류와 비교했을 때, 고객사 제품의 가격은 적당한 편이며 12병 묶음으로 판매하는 점도 좋다고 생각합니다. 프리미엄 주류의 패키징으로는 유리병이 가장 일반적이며, 고객사 제품이 보유한 HACCP 인증 외에 인도네시아 식약청인 BPOM의 인증도 필요합니다.

Q. 고객사 제품은 쌀로 만든 프리미엄 증류주인데, 시장성이 있을까요?

인도네시아에서는 과일로 만든 현지 주류가 가장 인기 있습니다. 이에 비해 쌀로 만든 주류는 잘 알려지지 않았기 때문에 현지 제품과 경쟁하기 어려울 것으로 보입니다. 고객사의 다양한 도수 제품 중에서는 너무 높지도 낮지도 않은 도수인 25% 제품이 현지에 가장 적절할 것 같습니다.

Q. 인도네시아에서 한국 소주에 대한 인식은 어떤가요?

한국 소주는 한국 드라마 및 한류의 영향으로 알려졌으며, 한국 문화를 좋아하는 소비자들은 한번 구매하여 시도해보고자 합니다. 그러나 한국 소주 특유의 맛과 향 때문에 재구매율은 낮은 편입니다. 진로와 참이슬은 한국 드라마에 많이 노출되어 인도네시아에서도 유명하지만, 판매량이 많은 편은 아닙니다.

Q. 고객사 제품 홍보 시, 어떤 방식으로 마케팅하는 것이 좋을까요?

유튜브나 인스타그램 등의 소셜미디어나 한국 문화 행사 프로모션을 통해 고객사 제품을 홍보할 수 있습니다. 제품에 적절한 프로모션을 진행한다면, 한국산 오리지널 프리미엄 소주인 고객사 제품은 소비자들의 호기심을 불러일으킬 수 있을 것으로 보입니다. 인도네시아 소비자들은 주류 구매 시 맛과 원산지를 중요시하는 편입니다.

Q. 인도네시아에서 주류는 주로 어디에서 판매되고 있나요?

인도네시아 소비자들은 주로 개인 취향에 맞는 제품을 계속해서 재구매하는 경향이 있어, 새로 출시된 제품이 기존 주류 소비자들을 사로잡기는 어렵습니다. 주류가 주로 리큐어샵이나 주류 전문 소매점으로 유통되는 것은 맞지만, 특별히 유명한 유통채널은 없습니다. 자사 온라인 홈페이지를 만들어서 판매하거나 다른 온라인 플랫폼을 활용하는 것을 추천합니다. 오프라인 및 온라인 주류 판매는 합법이지만, 모든 대도시에서 그런 것은 아니며, 대도시 중에서는 자카르타와 발리로 유통하는 것을 추천합니다.

Q. 인도네시아 내 주류 전시회 및 프로모션이 있나요?

현재 인도네시아에서 진행되고 있는 주류 전시회나 박람회는 없습니다. 향후 EDM 페스티벌이나 뮤직 콘서트가 개최된다면 스폰서로 참여하여 주류 프로모션을 진행할 수는 있습니다.

Q. 인도네시아로 주류 수출 시 주의할 점은 무엇인가요?

인도네시아로 주류 수출 시 제품 패키징에 반드시 성분을 표기해야 하므로 라벨링에 주의할 필요가 있습니다.

VIII. 시사점

Export Insights

시장수요

인도네시아 소주 시장, 연평균 18% 성장 전망



2020년 인도네시아 소주의 시장규모는 약 839억 원으로, 약 9조 원을 기록한 한국 시장 대비 매우 작은 수준인 것으로 확인됨. 해당 시장은 향후 5년(2021-25)간 연평균 18% 성장하여 2025년 기준 약 1,109억 원 규모를 달성할 것으로 예상됨. 유로모니터에 따르면, 식당, 바(Bar) 등을 대상으로 한 '온-트레이드(on-trade)'가 전체 증류주 유통채널의 58.2%, 슈퍼마켓 등의 소매점을 대상으로 한 '오프-트레이드(off-trade)'가 41.8%를 차지한 것으로 확인됨

주류 및 알코올성 음료는 이슬람교에서 금기시하는 하람 식품으로 분류되며, 인도네시아 인구 대다수가 무슬림으로, 이와 같이 종교적인 이유로 술을 즐기는 문화가 발달하지 않은 것으로 확인됨. 현지 수입유통업체에 따르면, 주류 소비는 대도시와 관광지 위주로 이루어지고 있으며, 코로나 19의 영향으로 관광객이 감소하자 주류 판매량 또한 감소한 것으로 보임. 프리미엄 주류는 소비 수준이 높은 수도 지역에서 주로 소비되며, 인도네시아에서는 현지산 맥주가 인기 있는 주종으로 확인됨. 한국식 소주는 현지에서 크게 인기 있는 주류 품목은 아닌 것으로 보이나, 한류에 관심이 많은 젊은 소비자들이 주로 시도해보는 것으로 확인됨. 한국 소주 특유의 에탄올 향과 맛을 이유로 재구매율이 낮은 편으로 보이나, 이는 희석식 소주에 한정된 의견으로 예상됨

소비 특징



인도네시아 온라인 소주 홍보문구 키워드

인도네시아 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 '소주' 제품의 홍보문구 분석 결과, '오리지널' 키워드가 빈도수 143건으로 1위를 차지함. '한국의', '한국 음료' 등 한국 관련 키워드 빈출 되었으며, 한국산이 아닌 제품도 한국산 소주로 홍보하는 경우 있는 것으로 확인됨. 현지에서 한국식 소주는 인기가 많은 주종은 아니나, 한류 및 한국 문화에 관심이 많은 현지인들과 현지에 거주하는 한국인들이 주요 소비층인 것으로 보임. 이외에도 빠른 배송 및 포장과 관련된 키워드가 다수 사용됨. 다만, 소주의 성분을 중점적으로 홍보한 제품은 확인되지 않았음. 현지 소비자들이 주류 구매 시 중요하게 생각하는 요인 중 하나인 '맛'과 관련하여서는 '딸기', '복숭아', '리치', '레몬' 등 과일 맛 키워드가 상위권에 다수 등장함. 현지 수입유통업체에 따르면 현지 소비자들은 과일 베이스의 주류를 선호하는 것으로 확인됨

경쟁브랜드 키워드로는 '첫눈', '해피 소주', '세븐데이', '참좋은' 등의 현지산 브랜드가 상위권에 빈출함. 한국산 소주 제품으로는 '처음처럼'과 '참이슬'을 판매 중이었음. 최근에는 현지 제조업체가 한국산 소주를 대체하면서도 더욱 저렴한 가격에 제품을 공급하는 것으로 확인되나, 이는 희석식 소주에 한정되는 경쟁 업체일 것으로 예상됨



Export Insights

유통채널



인도네시아 증류주 유통채널 점유율

2020년 인도네시아 '증류주'의 유통채널 확인 결과, 전통적 유통채널에 속하는 음식/음료/담배 전문점과 개인 및 기타 식료품점이 전체의 90% 이상을 점유함. 음식/음료/담배 전문점에 속하는 주류 판매점 현지 조사 결과, 한국산 희석식 소주 '처음처럼', '진로이즈백'을 포함하여 다양한 아시아 국가의 증류주 제품을 판매 중이었으며, 아시아산 제품 중에서도 일본산 제품이 많았음. 이외에도 인도네시아 증류주 유통채널 중 온라인은 5.8%, 하이퍼마켓/슈퍼마켓은 3.6%를 차지한 것으로 확인됨

현지 수입유통업체에 따르면, 성인을 대상으로 하는 주류 홍보는 인도네시아에서 합법이나, 도시에 따른 오프라인 주류 판매 합법 여부는 상이한 것으로 확인됨. 고객사 제품에 추천하는 유통채널로는 자사 홈페이지, 온라인 몰, 소셜 미디어, 주류 판매점 등이 있었음. 또한, 주류는 주로 자카르타와 같은 대도시나 발리와 같은 관광지에서 많이 소비되므로 이러한 지역으로 유통할 것을 추천함

통관 및 검역



수출 전 인도네시아 주류 관련 규정 숙지 필요

외교부의 '인도네시아 국가개황'에 따르면 인도네시아 인구 중 약 87%가 무슬림인 것으로 확인되며, 인도네시아는 주류 유통 및 소비 규제가 강한 국가 중 하나임. 다만, 대다수가 온건 성향을 보여, 주요 도시 및 관광지에서 비무슬림 및 외국인을 상대로 음주가 허용되며, 지역에 따라 오프라인 주류 유통 허가 여부가 상이함. 또한, 성인을 대상으로 하는 주류 홍보와 온라인 유통은 합법인 것으로 확인되나, 최근 인도네시아에서는 원리주의 기조가 강화되고 있으며 주류 금지 법안이 지속적으로 이슈가 되고 있으므로 수출 전 해당 규제에 대한 면밀한 확인이 필요함

주류는 인도네시아 규정 17/2019에 따라 주류는 'A, B, C 그룹(Class A, B, C)'의 세 가지 등급으로 분류되어, 'B 그룹(Class B)'과 고객사 제품이 속하는 'C 그룹(Class C)'의 주류는 생산, 수입 및 유통은 정부에 의해 통제되고 있음. 또한, 인도네시아 주류 수입은 수입업체가 보유한 쿼터에 크게 좌우되며, 상대적으로 인지도가 부족한 한국 주류보다는 유명한 글로벌 브랜드 상품이 우선시되는 경향이 있으므로, 수입업체 선정도 수출에 중요한 요소로 작용할 것으로 보임. 인도네시아 무역부로부터 주류 수입허가(IT-MB)를 취득한 수입업체인지도 반드시 확인해야 함. 추가로, 인도네시아로 주류 수출 시 식약청(BPOM) 등록이 필수이므로 해당 제도에 대한 숙지가 필요함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Spirits in Indonesia Country Report」, 2021.05
2. KATI농식품수출정보, 「인도네시아 국회에서 다시 대두되고 있는 주류 금지법」, 2021.04
3. 외교경제신문, 「[외교경제] 인도네시아, 강한 규제에도 증가하는 주류 판매」, 2018.11
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Hypermarkets in Indonesia Country Report」, 2021.03
5. 미농무성(USDA), 「Retail Foods Indonesia」, 2021.07
6. 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in Indonesia Country Report」, 2021.03
7. 한국농수산물유통공사(aT), 「인도네시아 편의점 현황 및 인기식품」, 2018.09
8. 유로모니터(Euromonitor), 「Alcoholic Drinks in Indonesia Country Report」, 2021.05
9. 미농무성(USDA), 「New Regulation on Alcoholic Beverage Distribution」, 2014.05
10. 서울경제, 「인도네시아에서 대박 난 K-푸드···GS터프레스, 연 매출 20% ‘쑥쑥」, 2021.12
11. 셀러 아시아(Cellar Asia), 「How to Market Wine in Indonesia, Practical Guide」, 2020
12. 와인 오스트레일리아(Wine Australia), 「Export Market Guide - Indonesia」, 2021
13. 인도네시아 무역부(Minister of Trade of the Republic of Indonesia), 「COUNTRY NEWSREPUBLIC OF INDONESIA」, 2020
14. 한국농수산물유통공사(aT), 「인도네시아 전통주 시장 개척을 위한 수입제도」, 2017

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. 라자다(Lazada) (www.lazada.co.id)
5. 토크피디아(Tokopedia) (www.tokopedia.com)
6. 해피 소주(HappySoju) (happysoju.com)
7. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
8. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
9. 레드&화이트(Red & White) (redandwhiteshops.com)
10. 바인스(Vines) (vines-indonesia.com)
11. 랜치마켓(Ranch Market) (www.ranchmarket.co.id)
12. 미농무성(USDA) (fas.usda.gov)
13. 하이퍼마트(Hypermart) (www.hypermart.co.id)
14. 마타하리푸트라프라마(Matahari Putra Prima) (mppa.co.id)
15. 인도마켓(Indomaret) (www.indomaret.co.id)
16. 한국농수산물유통공사(aT) (www.at.or.kr)
17. 구글맵(Google Maps) (maps.google.com)
18. 알파마트(Alfamart) (www.alfamart.co.id)
19. 무궁화마트(Mugunghwa Mart) (www.mugunghwa.co.id)
20. 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery) (papayabali.co.id)
21. 관세청 홈페이지 (www.customs.go.kr)
22. 농림축산식품부 홈페이지 (www.mafra.go.kr)
23. 관세법령정보 포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
24. 인도네시아 무역부 홈페이지(Minister of Trade of the Republic of Indonesia) (www.kemendag.go.id)
25. 인도네시아 식품안전연구소 홈페이지(Indonesian Food Safety Institute) (indonesianfoodsafety.org)
26. 인도네시아 재무부 데이터베이스(Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia) (peraturan.bpk.go.id)
27. 인도네시아 의약품 전자 등록 홈페이지(Badan Pengawas Obat dan Makanan AeRO) (aero.pom.go.id)
28. 인도네시아 식약청 홈페이지(Badan Pom) (www.pom.go.id)
29. 인도네시아 법무부 홈페이지(Biro Hukum dan Organisasi) (jdih.pom.go.id)
30. 인도네시아 법률 및 규정 포털(Paralegal) (paralegal.id)

31. 인도네시아 Ulama 협의회(LPPOM MUI, Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia) (e-lppommui.org)
32. 셀러 아시아(Cellar Asia) (cellar.asia)
33. 인도네시아 국립 무역 단일 창구(INSW, Indonesia National Single Window) (insw.go.id/intr)
34. 인도네시아 비즈니스 라이선스 시스템(Sistem Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik) (oss.go.id)
35. 인도네시아 입출고정보시스템(SKIMB) (tzbbk.bpbatam.go.id)
36. 세킨도(Cekindo) (www.cekindo.com)
37. 타나카 리큐어샵(Tanaka Liquor Shop) (www.tanakaliquorshop.com)
38. 바타비아 리큐어(Batavia Liquor) (www.batavialiquor.com/id)
39. 고와인(Gowine) (www.gowine.id)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2022.02.04

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