

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202407-06
품목 | 탄산음료(Carbonated Drink)
HS CODE | 2202.10-9000
국가 | 인도네시아(Indonesia)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 인도네시아 무알코올 음료 시장규모	06
2. 인도네시아 탄산음료 시장규모	07
3. 인도네시아 무알코올 음료 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 인도네시아 탄산음료 경쟁브랜드 키워드 1위, '코카콜라'	11
2. 인도네시아 탄산음료 시트러스 계열 맛 인기	12
3. 인도네시아 탄산음료 홍보문구, '할랄' 키워드 빈도 1위	13

IV. 유통채널

1. 인도네시아 탄산음료 유통채널 점유율	
2. 인도네시아 탄산음료 주요 유통채널	



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. 인도네시아 탄산음료 통관 및 검역 절차	23
2. 인도네시아 탄산음료 품질 인증	24
3. 인도네시아 탄산음료 라벨링	28
4. 인도네시아 탄산음료 성분 및 유해물질	33

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 티르타부아나인도라야(Tirta Buana Indoraya)	37
2. 리브라푸드서비스(Libra Food Service)	39
3. 마수야그라하트리켄카나 (Masuya Graha Trikencana)	41

※ 참고문헌	43
--------	----





HS CODE : 2202.10-9000

2024 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

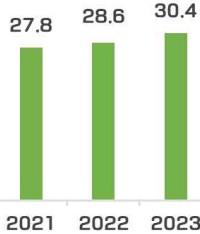
SUMMARY

인도네시아 탄산음료 시장

시장 현황

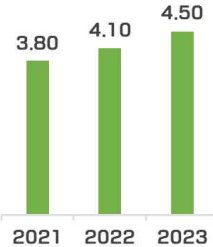
무알코올 음료 시장규모

단위 : 십억 달러



탄산음료 시장규모

단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2202.10 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

인기 제품

코카콜라(Coca-Cola)

세계적 유명 브랜드로
오리지널, 제로슈가, 레몬 등
다양한 맛의 제품 판매

한국산 음료 인기

K-콘텐츠의 인기로 현지 생산
음료보다 가격대가 높음에도 인기

빅데이터 분석

코카콜라

스프라이트 텀스
경쟁 브랜드
환타 밀키스
빅콜라

레몬

라임 딸기
오렌지 맛 포도
사과

할랄

프리미엄 리프레시
홍보문구
제로슈가 세일
할인

* 토코피디아 탄산음료 제품 814건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금

FTA 협정 세율 0%

사전 준비

관세 및 제세 납부
원산지증명서 발급
제품 시험 검사 성적서
수출신고필증 수령

권장 인증



HACCP



ISO 22000



GMP

유의사항

라벨 필수 표기사항

유통기한, 순중량, 성분 목록,
할랄인증, 원산지 등

할랄인증 의무화 시행

2024년 10월 17일부터
모든 수입식품 할랄인증 의무화

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



PT. TIRTA BUANA INDORAYA



CV. Libra Food Service

Bring good food



Point 01.

제품 수요 도시화, 현대화, 인터넷 보급률 증가로 젊은 층 소비자에 의해 수요가 증가하고 있음

제품 트렌드 세계적으로 유명한 브랜드들이 주로 소비되며 청량하고 신선한 과일 맛의 제품을 선호함

제품 적정 유통채널 소비자에게 쉽게 다가갈 수 있는 슈퍼마켓, 하이퍼마켓 등 넓은 네트워크를 가진 유통채널을 권장함

Point 02.

제품 포장 피드백 생동감 있는 이미지의 매력적인 포장으로 소비자의 눈길을 끌 수 있는 포장을 권장함

제품 용량 피드백 인도네시아 소비자들은 역동적인 생활 방식을 가지고 있어 휴대성이 좋은 330~355ml 용량의 제품을 권장함

제품 맛 피드백 청량하고 신선한 맛을 선호하는 경향이 있어, 과일 맛이나 고전적인 제품 맛을 권장함

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 인도네시아 무알코올 음료 시장규모
2. 인도네시아 탄산음료 시장규모
3. 인도네시아 무알코올 음료 수입규모

1. 인도네시아 무알코올 음료 시장규모

인도네시아 국가 일반 정보¹⁾

면적	191만 6820km ²
인구	2억 7743만 명
GDP	1조 3712억 달러
GDP (1인당)	4,942 달러

▶ 인도네시아 2023년 무알코올 음료 시장규모 약 41.9조 원

2023년 기준 인도네시아 무알코올 음료(Non-Alcoholic Drinks) 시장규모는 전년 대비 6% 성장한 41.9조 원으로 집계됨. 인도네시아 무알코올 음료 시장은 지난 5년(2019-23년)간 연평균 2.0% 성장함. 특히 2021년에서 2022년 사이에 2.9%의 성장률을 기록하며 주목할 만한 성장을 보였음²⁾

▶ 인도네시아 무알코올 음료 시장, 향후 성장세 지속 전망

인도네시아 무알코올 음료 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균성장률 4.8%를 보이며 2028년에 53.3조 원 규모에 달할 것으로 전망됨. 건강 및 웰니스 트렌드가 가속화됨에 따라 기능성 음료를 비롯한 건강 지향적 제품에 대한 수요가 주요 성장 동력으로 작용할 것으로 예상됨³⁾

[표 2.1] 인도네시아 ‘무알코올 음료’ 시장규모⁴⁾⁵⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

1) 자료: 외교부 홈페이지, 2024

2) 자료: Kati농식품수출정보, ‘인도네시아 음료 시장 트렌드’, 2024.06

3) 자료: 스태티스타(Statista), ‘Non-Alcoholic Drinks-Indonesia’, 2024.03

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 1달러=1,376.50원(2024.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 인도네시아 탄산음료 시장규모

▶ 인도네시아 2023년 탄산음료 시장규모 약 6.2조 원

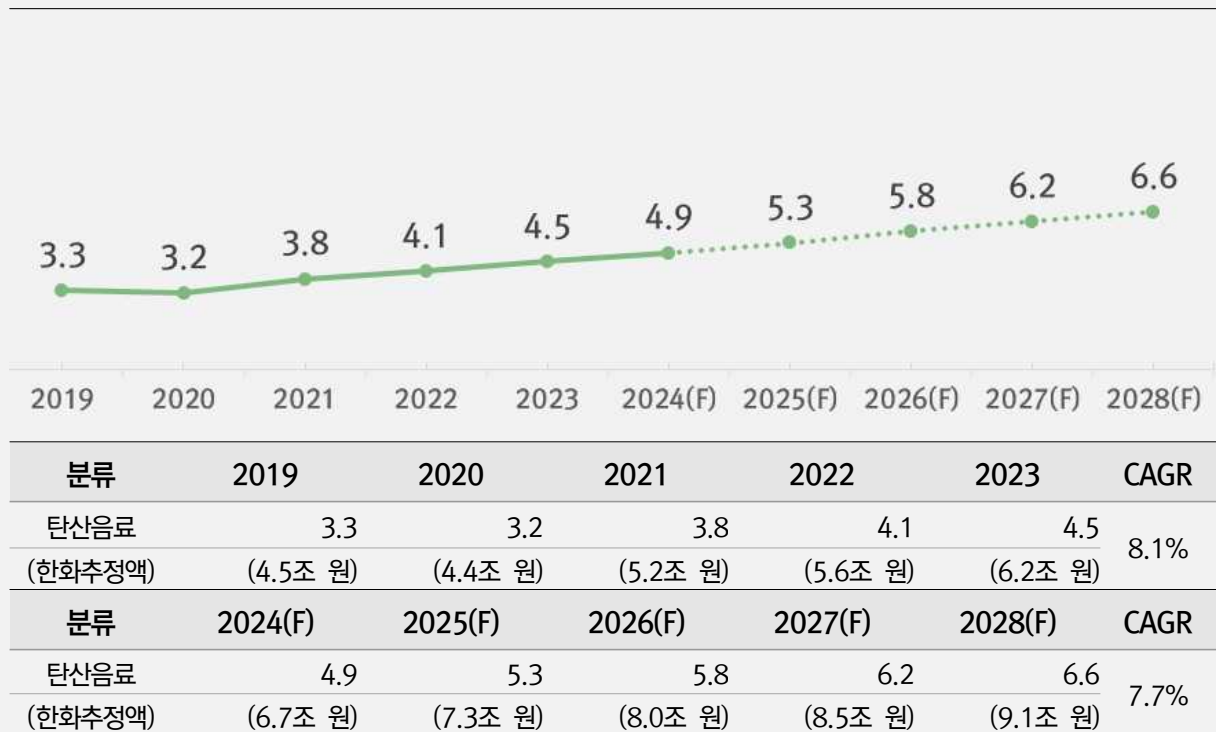
2023년 기준 인도네시아 탄산음료(Carbonated Soft Drinks) 시장규모는 전년 대비 9.8% 성장한 6.2조 원으로 집계됨. 인도네시아 탄산음료 시장은 지난 5년(2019-23년)간 연평균 8.1% 성장함

▶ 인도네시아 탄산음료 시장, 향후 5년간 7.7%씩 성장 예상

인도네시아 탄산음료 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균성장률 7.7%를 보이며 2028년에 9.1조 원 규모에 달할 것으로 전망됨. 특히, 코로나 이후 높아진 건강에 대한 관심으로 비타민C가 함유된 탄산음료 ‘유씨1000(YOU C1000)’와 같은 기능성 음료 매출 증가에 주목할 필요가 있으며, 도시화와 생활 수준 향상에 따른 소비 패턴 변화도 시장 성장에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상됨⁷⁾⁸⁾

[표 2.2] 인도네시아 ‘탄산음료’ 시장규모

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

7) 자료: 스태티스타(Statista), ‘Carbonated Soft Drinks-Indonesia’, 2024.03

8) 자료: Kati농식품수출정보, ‘인도네시아 음료 시장 트렌드’, 2024.06

3. 인도네시아 무알코올 음료 수입규모

HS CODE 2202.10

해당 장에서 조사 제품
탄산음료는 'HS CODE
2202.10'으로 분류됨 HS
CODE 제2202호의 품명은
'설탕이나 그 밖의 감미료 또는
맛이나 향을 첨가한 물(광천수와
탄산수를 포함한다)과 그 밖의
알코올을 함유하지 않은 음료임

▶ HS CODE 2202.10 인도네시아의 對글로벌 수입액, 571억 원

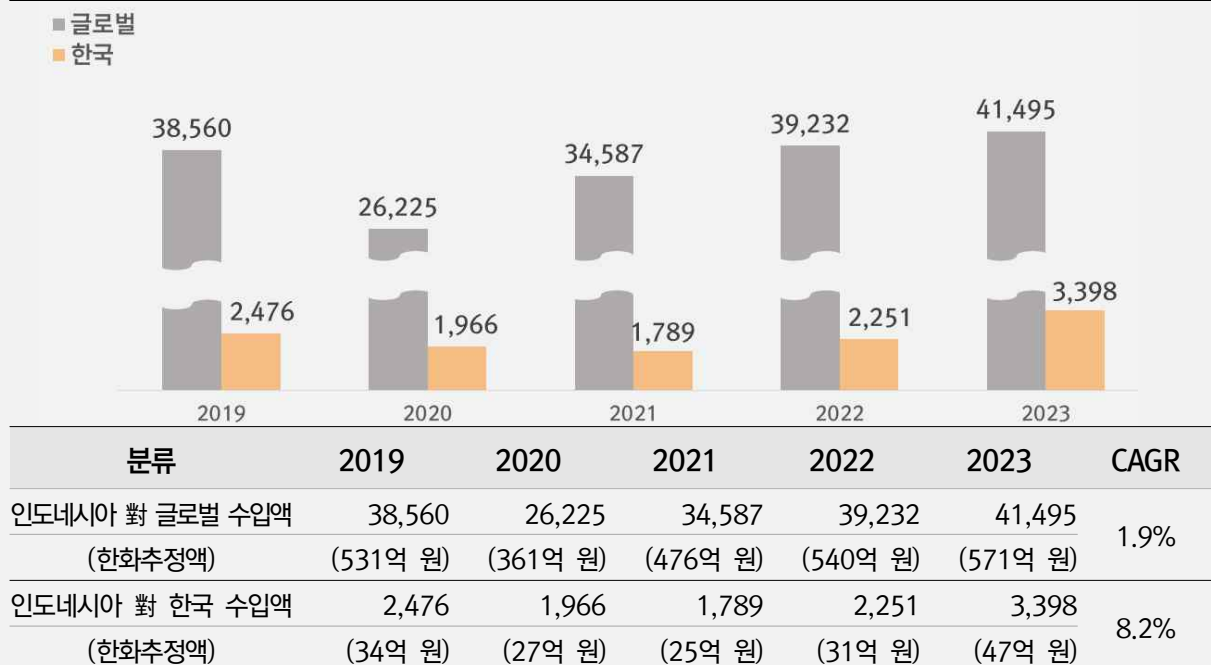
2023년 기준 HS CODE 2202.10 품목에 대한 인도네시아의 對글로벌 수입액은 전년 대비 6% 증가한 571억 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 인도네시아의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년) 동안 연평균 1.9%의 성장률을 기록했으며, 특히 2021년에서 2022년 사이에 13%의 높은 연간 성장률을 기록함

▶ HS CODE 2202.10 인도네시아의 對한국 수입액, 글로벌 5위

2023년 기준 HS CODE 2202.10 품목에 대한 인도네시아의 對한국 수입액은 전년 대비 51% 증가한 47억 원으로 글로벌 수입국 중 5위를 차지했음. 지난 5년(2019-23년) 동안 해당 품목에 대한 인도네시아의 對한국 수입액은 연평균 8.2%의 성장률을 기록함. 한편, 2023년 기준 해당 품목에 대한 인도네시아의 對글로벌 수입액 중 1위는 태국(247억 원), 2위는 말레이시아(121억 원), 3위는 중국(57억 원) 순으로 확인됨

[표 2.3] 인도네시아 HS CODE 2202.10 수입규모

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 인도네시아 탄산음료 경쟁브랜드 키워드 1위, '코카콜라'
2. 인도네시아 탄산음료 시트러스 계열 맛 인기
3. 인도네시아 탄산음료 홍보문구, '할랄' 키워드 빈도 1위

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 인도네시아 온라인 쇼핑몰 입점 탄산음료

- 데이터 수집 키워드 : 탄산음료(Minuman Bersoda)
- 데이터 수집량 : 814건
- 데이터 수집원 : 인도네시아 온라인 쇼핑몰 토코피디아(Tokopedia)

▶ 인도네시아 온라인 쇼핑몰 입점 탄산음료 특징 분석

- 데이터 분석 항목
① 브랜드 ② 맛 ③ 홍보문구

항목	키워드 (국문/인도네시아어)		빈도	키워드 (국문/인도네시아어)		빈도
브랜드	코카콜라	Coca Cola	225	빅콜라	Big Cola	19
	스프라이트	Sprite	190	밀키스	Milkis	7
	환타	Fanta	166	산가리아	Sangaria	6
	텡스	Tebis	20	칠성	Chilsung	6
맛	레몬	Lemon	128	사과	Apel	39
	라임	Lime	97	포도	Anggur	26
	오렌지	Jeruk	75	블루베리	Blueberry	26
	딸기	Stroberi	55	망고	Mangga	10
홍보문구	할랄	Halal	79	할인	Diskon	14
	프리미엄	Premi	42	세일	Sale	10
	제로슈가	Zero Sugar	20	무방부제	Tanpa Pengawet	8
	리프레시	Refresh	15	에너지	Energi	7

1. 인도네시아 탄산음료 브랜드 키워드 1위, ‘코카콜라’

▶ 인도네시아 탄산음료 브랜드 ‘코카콜라’ 키워드 빈도 1위

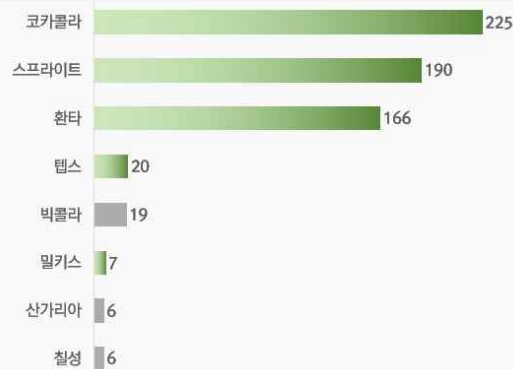
- 브랜드 관련 키워드 1~3위 모두 코카콜라사의 소유 브랜드로 ‘코카콜라(Coca-Cola)’ 키워드가 225회로 1위, ‘스프라이트(Sprite)’가 190회로 2위, ‘환타(Fanta)’가 166회로 3위를 차지함
- 현지 브랜드 ‘텡스(Tebs)’는 20회, 한국 브랜드인 ‘밀키스(Milkis)’와 ‘칠성(Chilsung)’은 각 7회, 6회로 빈도수는 적지만 존재감이 확인됨

▶ K-콘텐츠 인기로 한국산 음료 인기

- 한국 편의점에서 얼음컵에 파우치형 음료를 따라 마시는 영상이 화제가 되는 등 인도네시아에서 K-콘텐츠의 인기로 인해 한국 음료류에 대한 인지도가 높은 편임
- 한국산 음료는 현지 생산 음료보다 상대적으로 가격대가 높지만 단맛이 좋아 MZ세대 소비자들 사이에서 인기가 높음⁹⁾

코카콜라		텡스		밀키스	
					
제품명	코카콜라 라사 오리지널 (Coca Cola Rasa Original)	제품명	텡스 스파클링 (Tebs Sparkling)	제품명	밀키스 소다(Milkis Soda)
브랜드	코카콜라(Coca Cola)	브랜드	텡스(Tebs)	브랜드	밀키스(Milis)
중량	1L	중량	330ml	중량	250ml
가격	12,000루피아(1,016원 ¹⁰⁾)	가격	6,900루피아(584원)	가격	10,500루피아(889원)

[표 3.1] 인도네시아 판매 탄산음료 브랜드 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘탄산음료’ 관련 게시물 814건 분석

9) Kati 농식품수출정보, ‘[인도네시아] 음료 시장 트렌드’, 2024.06

10) 100루피아=8.47원(2024.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 인도네시아 탄산음료 시트러스 계열 맛 인기

▶ 인도네시아 탄산음료 제품 맛 키워드 중 ‘레몬’ 빈도수 1위

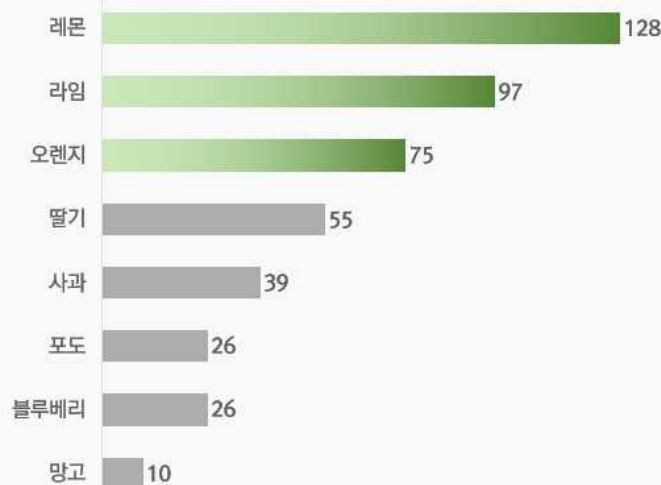
- 현지 온라인 몰에서 판매 중인 미국 탄산음료 제품의 맛 관련 키워드 중 ‘레몬’이 빈도수 128회로 최다 빈출됨
- 그다음으로 ‘라임’ 97회, ‘오렌지’ 75회로 상쾌함과 청량감을 주는 시트러스 계열의 맛 키워드가 상위권을 차지함

▶ ‘딸기’, ‘사과’, ‘포도’ 등 다양한 과일 맛의 제품 확인

- ‘딸기’ 55회, ‘사과’ 39회, ‘포도’ 26회 등 시트러스 계열 이외에도 다양한 과일 맛을 적용한 탄산음료 제품이 존재함
- 이외에도 ‘망고’ 맛은 10회 등장하며 빈도수가 적은 편이지만, 열대과일 특유의 달콤함을 내세운 제품으로 확인됨

레몬		라임		망고	
					
제품명	스프라이트 제로슈가 (Sprite Zero Sugar)	제품명	라임 앤 애플 (Lime And Apple)	제품명	스파클링 망고 주스 (Sparkling Mango juice)
브랜드	스프라이트(Sprite)	브랜드	그린 샌즈(Green Sands)	브랜드	메이골드(May Gold)
중량	390ml * 6개	중량	330g * 12개	중량	750g
가격	33,000루피아(2,795원)	가격	99,000루피아(8,385원)	가격	97,000루피아(8,216원)

[표 3.2] 인도네시아 판매 탄산음료 맛 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘탄산음료’ 관련 게시글 814건 분석

3. 인도네시아 탄산음료 홍보문구, ‘할랄’ 키워드 빈도 1위

▶ 인도네시아 탄산음료 홍보문구 1위 키워드, ‘할랄’

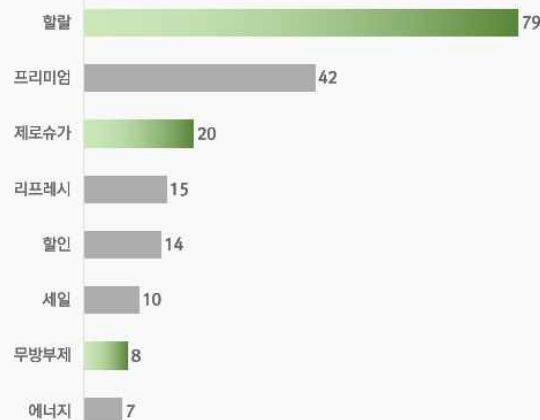
- 인도네시아 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 탄산음료 제품 홍보문구 중 ‘할랄’ 키워드가 79회로 최다 빈출됨
- 인도네시아 무슬림 소비자들에게 할랄인증은 제품 선택에 중요한 요소이기 때문에, 할랄인증을 취득한 한국산 음료의 인기가 높은 편임

▶ ‘제로슈가’, ‘무방부제’ 등 건강 지향적 키워드 다수

- ‘제로슈가’ 키워드가 빈도 20회, ‘무방부제’는 빈도 8회로 건강 지향적인 제품을 의미하는 키워드 다수 등장함
- 인도네시아 소비자들 사이에서 코로나 이후 건강 및 웰니스 트렌드가 가속화됨에 따라 기능적 이점을 제공하는 음료를 포함하여 건강 지향적 포지셔닝을 갖춘 제품에 대한 수요가 크게 증가 중임¹¹⁾

할랄		제로슈가		무방부제	
					
제품명	슈웨프스 진저 에일 (Schweppes Ginger Ale)	제품명	코카콜라 제로슈가 (Coca Cola Zero Sugar)	제품명	자스민 그린티 (Jasmine Green Tea)
브랜드	슈웨프스(Schweppes)	브랜드	코카콜라(Coca Cola)	브랜드	이토엔(Ito En)
중량	330ml * 24개	중량	1L * 3개	중량	500ml * 24개
가격	112,000루피아(9,486원)	가격	36,000루피아(3,049원)	가격	288,000루피아(24,394원)

[표 3.3] 인도네시아 판매 탄산음료 홍보문구 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘탄산음료’ 관련 게시물 814건 분석

11) Kati 농식품수출정보, ‘[인도네시아] 음료 시장 트렌드’, 2024.06

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



1. 인도네시아 탄산음료 유통채널 점유율
2. 인도네시아 탄산음료 주요 유통채널

1. 인도네시아 탄산음료 유통채널 점유율

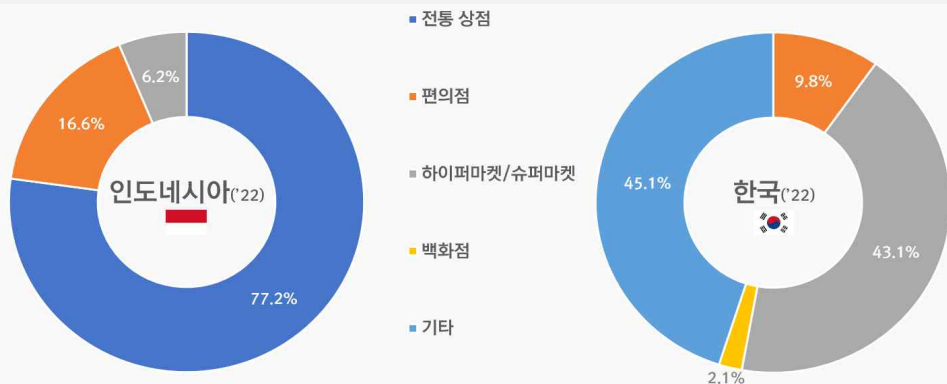
▶ 인도네시아 탄산음료 유통채널, '전통 상점'이 1위

2022년 기준 탄산음료를 비롯한 식료품 인도네시아 유통채널 중 '전통 상점'은 77.2%의 점유율로 1위를 차지한 반면, 한국은 해당 채널이 집계되지 않음. 이어서 '편의점'은 인도네시아에서 16.6%로 2위를 기록했으며, 한국의 경우 9.8%의 점유율을 차지함. 인도네시아 내 '하이퍼마켓/슈퍼마켓'은 6.2%의 점유율로 유통채널 3위를 기록하였으나, 한국은 43.1%의 점유율로 1위를 차지함

▶ 인도네시아 음료 유통채널, 온라인 채널 성장 전망

인도네시아 음료 유통채널에서 소규모 지역 식료품점이 1위를 차지함. 팬데믹 이후 대형 슈퍼마켓의 음료 판매량은 지속적으로 감소함. 현재 온라인 채널은 전체 음료 소매 판매에서 적은 비율을 차지하지만, 도서 국가라는 특성 상 근처 매장에서 접근할 수 없는 다양한 제품의 접근이 용이하다는 점과 무료 배송 등의 프로모션으로 인해 온라인 채널의 음료 매출이 더 성장할 것으로 예상됨¹²⁾

[표 4.1] 인도네시아 및 한국 탄산음료 소매유통채널 점유율 비교



인도네시아 및 한국 탄산음료 소매유통채널 점유율 비교¹³⁾¹⁴⁾¹⁵⁾¹⁶⁾

인도네시아	유형	한국
77.2%	전통 상점	(-)
16.6%	편의점	9.8%
6.2%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	43.1%
(-)	백화점	2.1%
(-)	기타 ¹⁷⁾	45.1%

자료: 스탯ISTA(Statista)

12) 자료: KATI농식품수출정보, '인도네시아 음료 시장 트렌드', 2024.06

13) 해당 장에서 '탄산음료'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '식료품(Grocery)'의 유통채널 정보를 확인함

14) 자료: 스탯ISTA(Statista), 'Retail sales value of grocery retailers in Indonesia in 2022, by type', 2023.07

15) 자료: 스탯ISTA(Statista), 'Sales value of grocery sales in South Korea in 2022, by sales channel', 2023.07

16) 각 점유율은 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

17) '기타'에는 온라인 채널을 포함함

2. 인도네시아 탄산음료 주요 유통채널 ① 하이퍼마트

기업 기본 정보	기업명	하이퍼마트(Hypermart)	
	기업 구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.hypermart.co.id	
	위치	인도네시아 전역	
	규모	순매출액('23) • 6조 9,150억 루피아(5,857억 원 ¹⁸⁾) ¹⁹⁾ 기타 규모 • 매장 수('24): 95개	
기업 요약		• 최저가 보장제를 운영하며 특정 제품을 타 매장에서 더 저렴하게 판매하고 있을 시 차액의 2배 보상함 • 하이퍼마켓 신용카드 소지 시 전 제품 50% 할인, 앵커(ANCHOR) 로열티 프로그램 등 단골 고객에 대해 파격적인 할인 혜택을 제공함 • 인도네시아 내에 3개의 유통 센터와 전역에 걸친 판매 네트워크를 활용한 성공적인 유통 프로세스를 구축함 • 모든 판매 제품에 대한 할랄 인증을 강화함	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 건강보조식품, 생활용품 등	
	선호 제품	• 고품질, 기존 플랫폼에 없는 신제품(할랄 제품만 입점 가능)	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 이메일: Corporate.communication@hypermart.co.id - 전화번호: +844-1800-333-555(본사)	

자료: 하이퍼마트(Hypermart), 엠피피에이(MPPA)

사진 자료: 브이오아이(VOI), 리테일뉴스아시아(Retail News Asia)

18) 100루피아 = 8.47원(2024.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

19) 모기업 MPPA리테일그룹(MPPA Retail Group)의 순매출액에 해당함

2. 인도네시아 탄산음료 주요 유통채널 ② 헤로

기업 기본 정보	기업명	헤로(Hero)	
	기업 구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	herosupermarket.co.id	
	위치	인도네시아 전역	
	규모	순매출액('23) • 5조 루피아(4,235억 원) ²⁰⁾ 기타 규모 • 매장 수('23): 700개	
	기업 요약	• 1971년 처음 영업 시작하여, 6개의 다른 브랜드로 인도네시아에서 운영 • 헤로(Hero)는 인도네시아의 대형 소매업체로 헤로그룹(Hero Group)이 운영함 • 신선한 농식품에 특화된 매장으로 온라인 홈페이지에서는 신선한 식재료를 활용한 음식 레시피를 소개하고 있음	
매장정보	입점 가능 품목	• 베이커리류, 스낵류, 음료류, 생활용품, 신석식품 등	
	선호 제품	• 신선한 농산품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 문의 (herosupermarket.co.id/my-hero/contact-us) ① 작성자 정보(공급자 이름, 이메일, 전화번호) ② 문의 내용 • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 이메일: cs_hero@hero.co.id - 전화번호: +62-21-8378-8000	

자료: 헤로(Hero), 파이낸셜 타임즈(Financial Times)

사진 자료: 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia)

20) 모기업 헤로(Hero) 그룹의 순매출액에 해당함

2. 인도네시아 탄산음료 주요 유통채널 ③ 인도마켓

기업 기본 정보	기업명	인도마켓(Indomaret)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	indomaret.co.id	
	위치	인도네시아 전역	
	규모	매출액('23) • 1조 1,383억 루피아(96억 원) ²¹⁾ 기타 규모 • 매장 수('23): 2만 1,900개	
기업 요약	• 현지기업이 운영하는 편의점으로 5,000가지 이상의 제품을 취급하며 42개 유통 센터를 통해 제품 공급함 • 슈퍼세이빙, 금주의 프로모션, 카드 할인 등 다양한 프로모션 및 혜택 제공하며 선불카드도 사용가능함 • 요리대회, 마라톤대회, 기부활동 등 다방면에서 CSR 활동을 활발하게 이어가고 있는 기업임		

매장정보	입점 가능 품목	• 즉석식품, 베이커리류, 스낵류, 음료류, 생활용품 등	
	선호 제품	• 경쟁력 있는 품질과 가격을 가진 제품(할랄 제품만 입점 가능)	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +62-21-5089-7400(7411)
-------------	---------------------	--

자료: 인도마켓(Indomaret), 인도리텔(Indoritel)

사진 자료: 씨엔엔 인도네시아(CNN Indonesia), 브이오아이(VOI)

21) 모기업 인도리텔(Indoritel)의 소매 매출액임

2. 인도네시아 탄산음료 주요 유통채널 ④ 알파마트

기업 기본 정보	기업명	알파마트(Alfamart)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	alfamart.co.id		
	위치	인도네시아 전역		
	규모	매출액('23) • 107조 루피아(9조 629억 원) 기타 규모 • 매장 수('23): 1만 6,000개		
기업 요약	• 인도마렛과 함께 대표적인 현지 편의점으로 특별한 지역의 점포를 제외하면 아침 출근시간~저녁 10시까지 영업함 • 전자상거래 기업인 토크오피디아(Tokopedia)와 제휴해 온라인 제품대금을 편의점에서 지불 가능하도록 함 • 인도네시아에서의 성공을 기반으로 필리핀으로 확장함			
매장정보	입점 가능 품목	• 즉석식품, 베이커리류, 스낵류, 음료류, 생활용품 등		
	선호 제품	• 혁신적인 제품(할랄 제품만 입점 가능)		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +62-21-8082-1556 - 이메일: adminb2b_alfamart@sat.co.id		

자료: 알파마트(Alfamart), 스탯티스타(Statista)

사진 자료: 구글맵(Google Maps)

2. 인도네시아 탄산음료 주요 유통채널 ⑤ 가디언

기업 기본 정보	기업명	가디언(Guardian)	
	기업 구분	드럭스토어	
	홈페이지	guardianindonesia.co.id	
	위치	인도네시아 전역	
	규모	매출액('23) • 5조 루피아(4,235억 원) ²²⁾ 기타 규모 • 매장 수('23): 300개	
기업 요약	- 인도네시아 드럭스토어 부문 1위 브랜드로 헤로그룹(Hero Group)이 운영함 1990년 플라자인도네시아(Plaza Indonesia)에 첫 매장을 오픈하였으며, 1995년 자카르타 외 지역에 매장을 확장함 2019년부터 H&B 제품을 최대 50% 할인하여 판매하는 ‘뷰티데이(Beauty Days)’와 ‘헬시데이(Healthy Days)’ 프로모션을 진행하고 있음 - 전 세계 H&B 브랜드를 취급하고 있으며 Guardian 자체 브랜드도 보유함		
매장정보	입점 가능 품목	• 건강식품, 음료류, 화장품, 바디용품, 유아용품, 위생용품 등	
	선호 제품	• 인도네시아 트렌드에 맞는 제품, 타 플랫폼에 없는 신제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 입점 문의(guardianindonesia.co.id/contact) - 해당 페이지 내 양식 작성 - 등록 정보 ① 담당자 정보(담당자 이름, 이메일 주소, 연락처) ② 문의 내용 - 왓츠앱, 이메일을 통한 직접 문의 - 문의사항 연락처 - 전화번호: +62-21-8378-8000 - 왓츠앱: +62-811-1082-108	

자료: 가디언(Guardian), 헤로그룹(Hero Group)

사진 자료: 가디언(Guardian), 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia)

22) 모기업 헤로(Hero) 그룹의 순매출액에 해당함

2. 인도네시아 탄산음료 주요 유통채널 ⑥ 왓슨스 인도네시아

기업 기본 정보	기업명	왓슨스 인도네시아(Watsons Indonesia)	
	기업 구분	드럭스토어	
	홈페이지	www.watsons.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta) 및 주변 지역	
	규모	매출액('23) • 1조 5,460억 루피아(1,309억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 160개	
기업 요약	• 아시아 최대 드럭스토어 체인 브랜드로, 홍콩, 인도네시아, 중국, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르 등의 국가에 프랜차이즈 지점이 진출함 • 에이에스왓슨스그룹(AS Watson Group)의 자회사이며, 홍콩의 씨케이허치슨홀딩스(CK Hutchison Holdings)가 대주주에 해당함 • 2009년 ‘Campaign Asia-Pacific’의 ‘아시아 1,000대 브랜드 설문조사’에서 ‘아시아 최고의 H&B(드럭스토어) 브랜드’로 선정됨		
매장정보	입점 가능 품목	• 건강식품, 음료류, 화장품, 바디용품, 유아용품, 위생용품 등	
	선호 제품	• 타 플랫폼에 없는 신제품, 브랜드 신뢰도가 높은 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 하단 ‘BELANJA@WATSONS’ 하단 메뉴에 ‘Hubungi Kami’ 선택 (www.watsons.co.id/id/contactUs) - 해당 페이지 양식 작성 - 등록 정보 ① 담당자 정보(담당자 이름, 이메일 주소, 전화번호) ② 문의 항목, 문의 내용 ③ 첨부파일(제안서, 제품 카탈로그 등) • 왓츠앱, 이메일을 통한 직접 문의 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +62-21-3002-2833 - 이메일: Corporate.secretary@watsons.co.id	

자료: 왓슨스 인도네시아(Watsons Indonesia)

사진 자료: 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia), 인더스트리콘탄(Industri Kontan)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



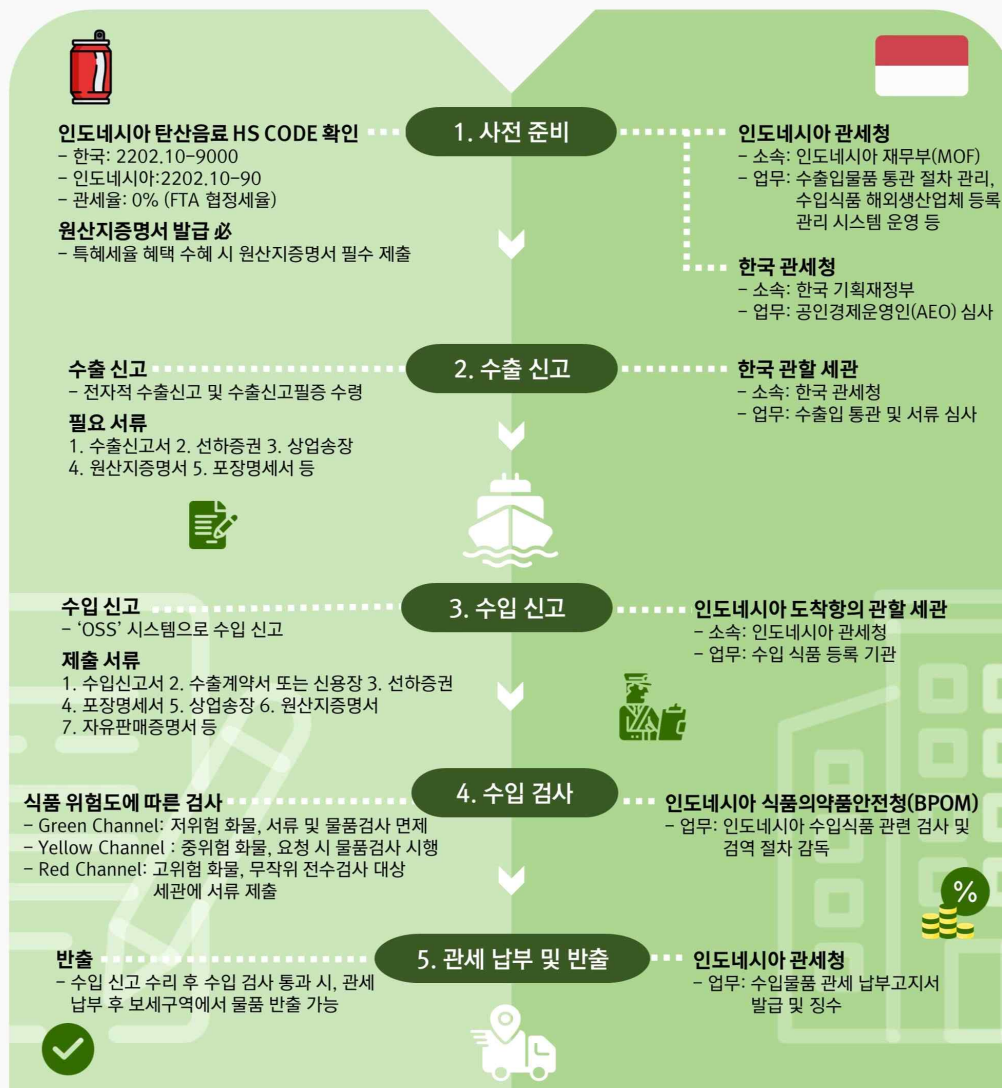
1. 인도네시아 탄산음료 통관 및 검역 절차
2. 인도네시아 탄산음료 품질 인증
3. 인도네시아 탄산음료 라벨링
4. 인도네시아 탄산음료 성분 및 유해물질

1. 인도네시아 탄산음료 통관 및 검역 절차²³⁾

▶ 인도네시아 탄산음료 수출 통관 단계별 주요사항

인도네시아로 식품 수출 시, 모든 식품은 사전에 인도네시아 식품의약품안전청 (BPOM: Badan Pengawas Obat dan Makanan)에 등록과 세관에서 요구하는 인허가 사항 취득이 완료되어야 유통될 수 있음. 인도네시아는 '선 통관 후 심사'가 원칙이기 때문에 수입신고 이전에 관세 및 제세를 납부해야 하며, 수입업체는 수입 유통 신고서를 수입 시마다 제출해 유통 허가서를 받아야 함. 이를 위해 한국의 제조업체는 해당 제품의 시험 검사 성적서를 제공해야 함

[표 5.1] 인도네시아 탄산음료 통관 검역 절차



자료: 관세청, 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM)

2. 인도네시아 탄산음료 품질 인증

▶ 인도네시아 탄산음료 필수 인증

인도네시아의 필수 품질 인증으로는 인도네시아 국가 표준 인증(SNI: Standard National Indonesia), 식품의약품안전청(BPOM) 인증, 할랄인증(BPJP: Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal), HACCP 인증 등이 있고 각 인증에 적용되는 품목군은 상이함. 2024년 10월부터 모든 수입 식품에 대해 할랄인증을 의무화할 예정이며, 인도네시아로 식품 수출 시 HACCP, ISO 22000, GMP 인증 3가지 중 1개 이상을 필수적으로 취득해야 함. 추가로, 식품 생산 안전 인증 등을 취득하여 활용할 수 있음. 한편, 최근 인도네시아 정부가 포장재가 환경에 미치는 영향에 주의를 기울이고 있으므로 관련 동향을 주시할 필요가 있음²⁴⁾

[표 5.2] 인도네시아 탄산음료 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 Mark
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	
SNI (Indonesian National Standard)	식품 생산 안전 인증	인도네시아 국가 인증	인도네시아 산업부(MIT) 지정 시험소	
GMP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	인도네시아 식품의약품안전청(BPOM)	
SGS	식품 품질 안전 인증	글로벌 공통 인증	SGS 대한민국 내 사무소 또는 인도네시아 내 사무소	

자료: 각 인증기관

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

24) 인도네시아 환경산림부에서 2029년 말부터 일회용 플라스틱 사용을 전면 금지하겠다는 계획을 밝혔으며, 식품 포장용 스티로폼, 플라스틱 빨대 및 수저, 비닐 쇼핑백 등이 그 대상에 포함됨

[표 5.3] 인도네시아 탄산음료 BPOM 인증

인증명	인도네시아 BPOM 등록	품목 구분	- 화장품(NA) - 일반 가공식품(ML) - 전문식품(ML) - 건강기능식품(SI) - 전통의약품(TI) - 의약외품(QI) - 일반 의약품 - 전문 의약품
인증 성격	수출 시 필수등록(수입업체)		
인증기관	인도네시아 식품의약품안전청 (BPOM: Badan Pengawas Obat dan Makanan)		
소요기간	3~4개월 (서류 보충 시 6~12개월 소요)	소요비용	- 일반 가공식품의 경우 300,000~500,000 루피아 (카테고리 별 상이)
유형 정의	• 일반 가공식품: 일반 식품 및 기타 가공 식품 및 음료 제품이 해당됨. 제품 자체 기능에 대해 포장 라벨에 광고성 표기를 할 수 없으며, 제품명 자체에 홍보성 특정 단어의 사용도 금하고 있음. 허가 조건부로 필요 시 특정 기능을 명시한 부분은 스티커로 가리거나 삭제가 필요함		
일반 가공식품(ML) 신청 절차	• 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		

자료: 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM), 한국보건산업진흥원

▶ 인도네시아 탄산음료 할랄 필수 인증

인도네시아는 2024년 10월 17일부터 모든 수입식품에 대해서 할랄인증 의무화를 시행하며, 의무화 이후 유통매장에서 제품을 할랄 매대와 비할랄 매대를 구분하여 판매함. 인도네시아에서는 할랄/비할랄 표시가 명확한 제품만이 유통 가능하며, 할랄인증 없이 판매되는 제품의 경우 2024년 10월 17일 이후부터 판매가 금지되니 사전에 할랄 인증을 필수적으로 취득해야 함

[표 5.4] 인도네시아 탄산음료 BPJPH 할랄인증

인증명	BPJPH 할랄인증	인증 성격	종교 및 문화적 인증
인증 마크		인증기관	인도네시아 할랄인증청 (BPJPH: Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal)
인증 절차	• 인증 신청²⁵⁾(제조 및 가공업체) - 서류 제출 • 수수료 납부(제조 및 가공업체) • 서류 검토(할랄검사소) • 현장실사²⁶⁾(할랄검사소) • 결과보고서 작성 및(할랄검사소) • BPJPH 보고(인도네시아 울라마 협의회(MUI: Majelis Ulama Indonesia)) • 할랄인증 심사(파트와위원회)²⁷⁾		
신청 서류	• 비인증 원료에 한하여 돼지 미사용 시설 증명서 • 에탄올 증명서 • 제조공정도 • 품목제조보고서 • 제품스펙 • 시험성적서 • 수입신고필증 • 원산지증명서		

자료: 인도네시아 할랄인증청(BPJPH), 한국농수산물유통공사

25) BPJPH를 통한 인증 신청은 할랄인증 신청 사이트에서 회원가입 후 신청 가능 (ptsp.halal.go.id)

26) 서류검토가 완료되면 할랄인증 심사원이 생산 공장을 직접 방문하여 인증제품의 모든 라인(입고, 생산, 보관 및 출고)을 실시함

27) 이슬람법학자 5명이 모인 의사결정 기구는 할랄 유효성을 판단하여 인증 승인 여부를 결정하며 인증서 발급 시 해당 제품정보 및 유효기간 등은 공식 데이터베이스에 기록됨

[표 5.4] 인도네시아 탄산음료 BPJPH 할랄인증

유의 사항	• 현재 BPJPH에서 전반적인 책임을 지고 있으며 기존 할랄인증을 책임지던 올라마 협의회는 검사 및 심의 권한만을 가지게 됨 • 인도네시아 내 유통되는 소매 제품은 인도네시아 할랄인증 로고만을 사용할 수 있음 • BPJPH에서 발급받은 인증서의 유효기간은 4년이며 만료 3개월 전 재인증이 필요함 • 할랄 원 형태를 제거하거나 변형하지 않은 한 로고의 색상 변경에 관한 규정은 없음 • 할랄인증을 받지 않아도 되는 제품이 인증을 받지 않은 경우, 제품에 할랄인증을 받지 않았음을 표기해야 함 • 2024년 10월 17일로 식품 할랄인증 유효기간이 종료됨에 따라 신청이 몰릴 것으로 예상되어 사전 준비가 필요함
소요비용	• 제품의 유형, 번호 및 위치 정보를 기재하여 인증기관 메일로 비용 견적을 받아야 함
소요기간	• 1~2개월 소요 가능

자료: 인도네시아 할랄인증청(BPJPH), 한국농수산물유통공사

3. 인도네시아 탄산음료 라벨링

[표 5.5] 인도네시아 탄산음료 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 표기언어	- 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
	2. 제품명	- 해당 식품의 특성과 조건을 반영한 이름을 표시해야 함 - 공공질서, 문화, 종교 등에 반하는 상표는 사용이 불가능함
	3. 성분 목록	- 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
	4. 순중량 또는 순부피	미터법에 따라 액체 가공식품은 용량, 고체 가공식품은 중량, 반고체 가공식품은 중량 또는 용량 표기
	5. 제조 및 수입업체	제조업체와 수입업체의 이름과 주소를 표기해야 함
	6. 할랄인증	- 인도네시아 할랄인증을 마크와 함께 표시해야 함 - 할랄인증을 받지 못한 제품은 비할랄 제품(NON-HALAL)의 표기 의무가 발생함
	7. 제조일자 혹은 제조 코드	- 배치 번호 또는 제조시간으로 표기 - 제조 일자와 제조 코드는 분리해 기재할 수 있지만, 제조 코드 옆 제조 일자의 위치 정보를 표기해야 함

자료: 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM), KATI농식품수출정보

[표 5.5] 인도네시아 탄산음료 라벨링

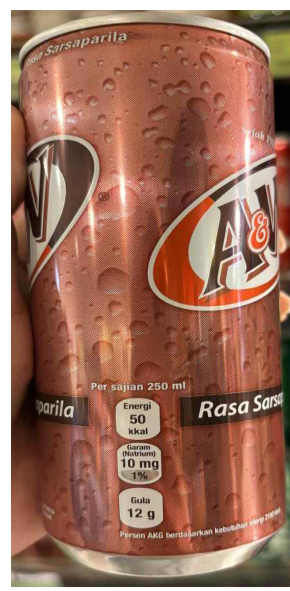
라벨 필수 표시 사항 및 기준	8. 유통기한	- 유통기한 문구 뒤에 일-월-년 순으로 표기해야 함 - 유통기한이 3개월 이상인 식품은 월-년으로 표기 가능함 - 유통기한이라는 단어와 날짜 표시를 따로 표기할 때는 날짜의 위치 정보를 표기해야 함 - 전통의약품은 알코올 잔류 검사를 의무적으로 실시해야 하며, 알코올은 최대 5% 사용이 허용되어 있으나 그 이상의 알코올 함량이 나올 경우, 해당 사항을 제품에 라벨링 표기해야 함
	9. 원산지	특정 식품의 원산지를 표기할 수 있음
	10. 2차원 바코드	- 인도네시아로 수입되거나 자국에서 유통되는 가공식품, 건강기능식품, 의약품, 전통의약품, 화장품의 1차 포장재에는 2차원 바코드를 부착해야 함 - 바코드의 형태는 QR 형태여야 함 - 바코드에는 제품명, 식품의약품안전청 등록번호, 식품의약품안전청 등록번호 유효기간, 제품 취급업체의 이름 및 주소, 포장 정보를 포함해야 함

자료: 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM), KATI농식품수출정보

▶ 인도네시아 탄산음료 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[옆면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 인도네시아어]

- ① Sejak 1919
- ② A&W
- ③ Rasa Sarsaparila

[앞면 - 국문]

- ① 1919년부터
- ② A&W
- ③ 사르사파릴라 맛

[옆면 - 인도네시아어]

- ① Per sajian 250ml
- ② Energi 50 kkal
- ③ Garam (Natrium) 10 mg / 1%
- ④ Gula 12g
- ⑤ Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal

[옆면 - 국문]

- ① 서빙 사이즈 250ml
- ② 열량 50 칼로리
- ③ 소금 (나트륨) 10 mg / 1%
- ④ 설탕 12g
- ⑤ 2150kcal의 에너지 요구량을 기준으로 한 % RDA

[뒷면 - 인도네시아어]

①

Informasi Nilai Gizi		
Takaran saji		: 250ml
1 Sajian per Kemasan		
Jumlah Per Sajian		
Energi Total		: 50 kkal
% AKG *		
Lemak Total	0g	0%
Lemak Jenuh	0g	0%
Protein	0g	0%
Karbohidrat total	12g	4%
Gula	12g	
Garam (natrium)	10mg	1%
*Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal. Kebutuhan energi Anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah		

- ② Komposisi: AIR BERKARBONASI, GULA, PEWARNA ALAMI KARAMEL (KELAS IV), PERISA SINTETIK, PENGATUR KEASAMAN (ASAM SITRAT, TRINATRIUM SITRAT), PEMANIS BUATAN (SUKRALOSA, ASESULFAM-K), PENGAWET (NATRIUM BENZOAT, KALIUM SORBAT).
- ③ MENGANDUNG PEMANIS BUATAN, DISARANKAN TIDAK DIKONSUMSI OLEH ANAK DI BAWAH 5 LIMA TAHUN, IBU HAMIL, DAN IBU MENYUSUI.
- ④ PRODUKSI DI BAWAH OTORITAS SCHWEPPES HOLDING LIMITED.
- ⑤ 2021 SEMUA HAK TELAH DILINDUNGI UNDANG-UNDANG.

[뒷면 - 국문]

①

영양 정보		
제공량		: 250ml
포장당 1회 제공량		
1회 제공량		
총 열량		: 50 kkal
% AKG *		
총 지방	0g	0%
포화 지방	0g	0%
단백질	0g	0%
총 탄수화물	12g	4%
설탕	12g	
나트륨	10mg	1%
*에너지 요구량 2150 kkal을 기준으로 한 RDA 비율입니다. 귀하의 에너지 요구량은 더 높거나 낮을 수 있습니다.		

- ② 원재료: 탄산수, 설탕, 천연색소 캐러멜(클래스 IV), 합성 향료, 산도 조절제(구연산, 트리나트리염 구연산염), 인공 감미료(수크랄로스, 아세설팜-칼륨), 방부제(벤조산나트륨, 소르빈산칼륨).
- ③ 인공 감미료가 포함되어 있어 5세 미만의 어린이, 임산부, 수유 중인 여성은 섭취하지 않는 것이 좋습니다.
- ④ SCHWEPPES HOLDING LIMIT의 권한 하에 생산됩니다.
- ⑤ 2021년 모든 권리는 법률에 의해 보호됩니다.

⑥ SIMPAN DI TEMPAT SEJUK.

⑦ RECYCLE ME

⑧ LAYANAN PELANGGAN
0800 100 2653

⑥ 서늘한 곳에 보관하세요.

⑦ 재활용 하세요

⑧ 고객 서비스
0800 100 2653

4. 인도네시아 탄산음료 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

인도네시아로 탄산음료 수출 시, 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM)의 식품첨가물 규정 No.11/2019 기준을 준수해야 함. 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM)은 식품첨가물을 ‘식품의 성질이나 형태에 영향을 주기 위해 식품에 첨가하는 성분’으로 규정해 본래의 사용 목적 및 조건에서 과학적 단계를 통해 입증된 성분을 분류함. 탄산음료를 ‘탄산음료류’로 분류하여 관련 식품첨가물 검색 시 총 52건을 발견했으며, 하기 표는 ‘탄산음료’에 적용되는 인도네시아 식품첨가물 기준 중 일부임. 더욱 상세한 정보는 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM) 홈페이지 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.6] 인도네시아 탄산음료 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용 기준	식품 유형
1	벤조산	Benzoic Acid	400mg/kg (900mg/kg을 섭취하기 전에 희석해야 하는 음료 제외) (보존료 용도에 한함)	탄산 착향음료 (탄산처리 음료 가루 포함)
2	구연산	Ascorbic Acid	GMP (산화방지제 용도에 한함)	
3	디소듐 인산염	Disodium Orthophosphate	1,000mg/kg (유화제, 안정제 용도에 한함)	
4	소듐 벤조에이트	Sodium Benzoate	400mg/kg (보존료 용도에 한함)	
5	포타슘 벤조에이트	Potassium Benzoate		
6	네오타	Neotame	17mg/kg (인공감미료로 사용에 한함)	
7	소듐 사카린	Sodium Saccharin	120mg/kg (인공감미료로 사용에 한함)	
8	트리소듐 오르소포스페이트	Trisodium Orthophosphate	1,000 mg/kg (유화제, 안정제 용도에 한함)	
9	테트라소듐 디포스페이트	Tetrasodium Diphosphate		

자료: KATI농식품수출정보

▶ 유해물질

인도네시아로 식품 수출 시, 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM)에서 규정하는 식품 유형별 유해물질 규정 및 기준을 반드시 준수해야 함. 하기 표는 탄산음료에 적용될 수 있는 인도네시아 유해물질 기준의 일부임. 더욱 자세한 인도네시아 유해물질 규정 및 해당 규정이 적용되는 식품 기준은 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM) 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.7] 탄산음료에 적용되는 인도네시아 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품유형
1	비소	Arsenic (As)	0.05mg/kg	유제품을 제외한 음료 *즉시 소비되는 제품에 대해 적용
2	카드뮴	Cadmium (Cd)	0.01mg/kg	
3	납	Lead (Pb)	0.05mg/kg	
4	수은	Mercury (Hg)	0.005mg/kg	
5	멜라민	Melamine	2.5mg/kg (단, (1) 죽 형태의 영아용 유동식의 경우: 1mg/kg (2) 바로 소비 가능한 형태의 유아용 유동식의 경우: 0.155mg/kg 를 적용함)	모든 식품
6	사프롤	Safrole	0.1mg/kg (즉석 섭취 제품에 대해 계산) 천연 향미료를 추가한 결과)	바로 음용 가능한 음료수
7	카페인	Caffeine	50mg/인분 또는 150mg/일	
8	베타-아사론	β -asarone (azarone)	0.1mg/kg (즉석 섭취 제품에 대해 계산) 천연 향미료를 추가한 결과)	

자료: KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

인도네시아 식품의약품안전청(BPOM)은 인체에 해로운 영향을 끼칠 가능성이 있는 특정 알레르기 유발물질을 함유한 식품에 대하여 해당 물질 표기를 규정하고 있음. 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM)이 발표한 「가공식품의 라벨에 관한 인도네시아 공화국 식품의약품안전청장령」 제 51조 1항에서 하기 표의 10가지 알레르기 유발물질이 포함된 경우 반드시 라벨에 해당 사실을 표기하도록 함

[표 5.8] 인도네시아 알레르겐 표시 기준

순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	글루텐(밀, 호밀, 보리, 귀리)
2	의무	조개류
3	의무	달걀
4	의무	생선
5	의무	땅콩
6	의무	대두
7	의무	우유(유당 포함)
8	의무	견과류
9	의무	락토스
10	의무	아황산염

자료: 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 티르타부아나인도라야
(Tirta Buana Indoraya)
2. 리브라푸드서비스
(Libra Food Service)
3. 마수야그라하트리켄카나
(Masuya Graha Trikenkana)

Interview ① 티르타부아나인도라야(Tirta Buana Indoraya)

28)



티르타부아나인도라야 (Tirta Buana Indoraya) Sales & Marketing

티르타부아나인도라야 (Tirta Buana Indoraya)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2009년도에 설립된 수입·유통업체로 까르푸(Carrefour), 롯데마트와 같은 대형 슈퍼마켓에 유통하고 있음
 - 한국 제품을 중심으로 동아시아 식료품 및 공산품을 취급하고 있음

담당자 정보

Sales & Marketing

Q. 인도네시아 내 탄산음료에 대한 최근 수요와 트렌드는 어떠한가요?

인도네시아에서 탄산음료는 특유의 청량감으로 대도시에서의 수요가 매우 많습니다. 특히, 소득이 증가하면서 비교적 젊은 연령대의 소비자에 의해 시장이 주도되고 있습니다.

Q. 인도네시아에서 가장 인기 있는 탄산음료 제품은 무엇인가요?

광범위한 마케팅으로 전 세계적 강력한 입지를 구축하고 있는 펩시(Pepsi), 환타(Fanta), 스프라이트(Sprite) 등과 같은 유명 브랜드 제품의 인기가 많습니다. 그중 가장 인기가 많은 제품은 코카콜라(Coca-Cola)로, ‘코카콜라 제로슈거(Coca-Cola Zero Sugar)’, ‘코카콜라 체리(Coca-Cola Cherry)’ 제품이 가장 많이 소비됩니다. 이 제품들은 캔, 유리병, 페트병으로 유통되며, 330ml당 약 8,000루피아(677원)²⁹⁾의 가격으로 판매되고 있습니다.

Q. 고객사 제품이 인도네시아 시장에 적합한지 피드백을 해주세요.

고객사 제품은 딸기&크림 막대사탕을 연상시키며 20~30대 소비자들에게 많은 관심을 받을 것으로 보입니다. 또한 포장 이미지가 생동감 있으며, 345ml의 알루미늄 캔은 음료의 신선도 유지에 적합합니다. 인도네시아에서 대부분의 탄산음료는 330ml에서 355ml 사이의 용량으로 판매되기 때문에, 고객사 제품의 용량이나 포장 형태는 인도네시아 시장에서 판매되기에 적절하다고 생각합니다.

Q. 고객사 제품은 HACCP 및 ISO 인증을 획득했습니다. 이러한 인증이 인도네시아 시장 진출에 도움이 되는지 말씀해 주세요.

인도네시아 소비자들은 식품 안전 문제에 대해 점점 더 인식하고 있으며, HACCP 및 ISO와 같은 국제적으로 통용되는 인증을 받은 제품을 더 신뢰하는 경향이 있습니다. 또한 인도네시아에서는 국민의 대다수가 무슬림이기 때문에 할랄 인증이 매우 중요합니다.

28) 사진 자료: 티르타부아나인도라야(PT. Tirta Buana Indoraya)

29) 100루피아=8.47원(2024.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 고객사 제품의 맛은 딸기와 크림입니다. 이러한 맛이 인도네시아 시장에 적절하다고 생각하시나요?

인도네시아에서 딸기&크림 맛은 콜라만큼 인기가 있지는 않습니다. 콜라 맛은 인도네시아를 포함한 전 세계에서 인기 있는 고전적인 맛이며, 친숙하고 상쾌한 맛을 찾는 소비자들에게 가장 선호되는 맛입니다.

Q. 고객사 제품을 인도네시아로 수출할 때, 어떤 오프라인 유통 채널을 통해 진출해야 할지 의견을 말씀해 주세요.

까르푸(Carrefour), 하이퍼마트(Hypermart), 자이언트(Giant), 트랜스마트(Transmart)와 같이 슈퍼마켓 및 대형마트로 진출하는 것이 가장 좋은 유통채널이 될 것입니다. 소도시를 포함한 인도네시아 전역에 넓은 네트워크를 가지고 있으며, 다양한 소비자 계층을 대상으로 판매가 가능합니다. 또한 이러한 유통채널은 할인, 전략적 제품 배치, 시음 행사와 같은 특별 이벤트를 통해 통합 프로모션이 가능합니다.

Q. 고객사 제품을 인도네시아에서 홍보 시, 어떤 방법과 홍보문구가 효과적일지 말씀해 주세요.

인도네시아 국민의 49.9%가 일상생활에서 소셜 미디어를 사용하고 있으므로 인스타그램, 틱톡, 페이스북과 같은 플랫폼에서 사용자의 참여를 유도하는 콘테스트, 챌린지 등의 홍보 콘텐츠를 제작하여 디지털 미디어 마케팅 방법을 사용할 수 있습니다. 제품의 자연스럽고 상쾌한 특성을 강조하며, 소비자들에게 상쾌한 경험을 제공하는 문구를 사용하는 것도 좋은 방법입니다. 예를 들어, "한 모금 마실 때마다 자연의 신선함을 즐기세요!"와 같은 문구를 사용할 수 있습니다.

Interview ② 리브라푸드서비스(Libra Food Service)

30)

리브라푸드서비스
(Libra Food Service)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 1989년 설립된 유통업체로 다양한 간식, 냉동식품, 즉석식품, 통조림 식품 및 음료를 취급하고 있음
 - 미국, 덴마크, 이탈리아, 뉴질랜드, 일본, 한국 등 다양한 국가에서 제품을 수입하고 있음

담당자 정보

Promotion

리브라푸드서비스
(Libra Food Service)
Promotion

Q. 인도네시아 내 탄산음료에 대한 최근 수요와 트렌드는 어떠한가요?

도시화, 현대화, 그리고 인터넷 보급률의 증가가 소비자 행동에 영향을 미치고 있습니다. 탄산음료를 구매할 때 온라인 쇼핑과 디지털 참여를 채택하는 소비자가 늘고 있습니다.

Q. 인도네시아에서 가장 인기 있는 탄산음료 제품은 무엇인가요?

가장 인기 있는 제품은 펩시입니다. 펩시는 특유의 콜라 맛과 다양한 제품 변형으로 유명하며, 대표적인 펩시 제품으로는 무설탕 제품인 '펩시 맥스(Pepsi MAX)', 레몬 향 제품인 '펩시 트위스트(Pepsi Twist)' 등이 있습니다. 용량은 330ml의 캔, 유리병, 페트병으로 판매되며 가격은 약 8,000루피아(677원)입니다.

Q. 고객사 제품이 인도네시아 시장에 적합한지 피드백을 해주세요.

고객사 제품은 시장 잠재력이 매우 높습니다. 익숙한 롤리팝 제품의 맛을 음료 형태로 제공한다는 독특한 셀링포인트는 혁신적이며 현지 시장에서 관심을 끌 수 있을 것으로 보입니다. 포장은 매력적이고 실용적이며, 한국에서 생산된 제품이라는 점과 인증을 통해 높은 품질을 보장한다는 신뢰를 줄 수 있습니다. 또한 원통형 캔은 어디서나 쉽게 휴대하고 소비할 수 있어 여행 중이거나 야외 활동 중 소비의 편리함을 우선시하는 역동적인 생활 방식을 가진 인도네시아 시장에 적합합니다.

Q. 고객사 제품은 HACCP 및 ISO 인증을 획득했습니다. 이러한 인증이 인도네시아 시장 진출에 도움이 되는지 말씀해 주세요.

이러한 인증은 인도네시아 시장 진출에 도움이 될 것입니다. 인도네시아를 포함하여 전 세계적으로 점점 더 많은 소비자가 환경에 미치는 영향과 지속 가능성에 관심을 두고 있으므로 환경친화적인 관행이나 지속 가능한 원자재 조달을 증명하는 인증은 제품의 매력을 높일 수 있습니다.

Q. 고객사 제품의 맛은 딸기와 크림입니다. 이러한 맛이 인도네시아 시장에 적절하다고 생각하시나요?

인도네시아에서 탄산음료는 신선함을 매우 중요시하기 때문에, 소비자들은 신선한 맛을 지닌 레몬과 라임 같은 과일 맛이 더 인기가 많습니다.

Q. 고객사 제품을 인도네시아로 수출할 때, 어떤 오프라인 유통 채널을 통해 진출해야 할지 의견을 말씀해 주세요.

알파마트(Alfamart), 인도마렉(Indomaret), 서클케이(Circle K)와 같은 미니마켓 및 편의점 유통채널을 통해 진출하는 것을 추천합니다. 이러한 유통채널은 주택가나 외곽 지역에도 널리 퍼져있어 소비자들이 쉽게 접근할 수 있고 빠르고 편리한 쇼핑을 위해 자주 방문하는 경향이 있습니다. 또한 주택과 사무실 근처에 전략적으로 위치하여 대량 구매나 충동구매에도 이상적이기 때문에 해당 유통채널을 추천합니다.

Q. 고객사 제품을 인도네시아에서 홍보 시, 어떤 방법과 홍보문구가 효과적일지 말씀해 주세요.

스폰서가 됨으로써 지역 행사, 스포츠팀, 커뮤니티 활동을 지원하여 브랜드 인지도를 높일 수 있습니다. 예를 들어, 지역 또는 전국 축구 경기, 마라톤, 학교 스포츠 행사에 스폰서로 참여할 수 있습니다. 경기장에 광고를 게재하거나 참석자에게 음료를 제공하여 제품을 긍정적인 경험과 연관시킬 수 있습니다.

Interview ③ 마수야그라하트리켄카나(Masuya Graha Trikenkana)

31)



마수야그라하트리켄카나 (Masuya Graha Trikenkana) E-commerce Admin

마수야그라하트리켄카나
(Masuya Graha
Trikenkana)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 자카르타에 위치한
식료품 수입/유통업체
 - 일본에서 수입한
탄산음료를 취급하고
있음
 - 온/오프라인 유통채널
보유

담당자 정보

E-commerce Admin

Q. 인도네시아 내 탄산음료에 대한 최근 수요와 트렌드는 어떠한가요?

인도네시아에서 탄산음료 시장은 소비자들의 건강한 선택, 편의성, 새로운 맛에 대한 선호에 따라 계속 진화할 것으로 예상됩니다. 이에 맞춰 탄산음료 제조사들은 제품 다양화, 지속 가능성, 디지털 마케팅에 투자하여 새로운 기회를 활용할 가능성이 높습니다.

Q. 인도네시아에서 가장 인기 있는 탄산음료 제품은 무엇인가요?

환타는 오렌지, 딸기, 포도 등 다양한 맛을 제공하며, 시즌마다 특별한 맛의 제품을 출시하고 있습니다. 일반적으로 330ml 캔이 많이 판매되며, 가격은 약 8,000 루피아(677원)입니다. 환타는 과일 맛과 생동감 넘치는 포장으로 잘 알려져 있으며, 특히 젊은 소비자들 사이에서 인기가 많아 인도네시아 전역에서 쉽게 찾아볼 수 있는 제품입니다.

Q. 고객사 제품이 인도네시아 시장에 적합한지 피드백을 해주세요.

고객사의 제품은 매력적인 제품이라고 생각합니다. 향수를 불러일으키는 맛과 눈에 띄는 캔 포장으로 진열대에서 돋보일 수 있는 제품이며, HACCP 및 ISO 인증을 받아 품질에 대한 신뢰를 제공합니다. 또한, 합리적인 가격으로 젊은 성인층을 효과적으로 타겟팅하며, 대량 주문 시 재고관리도 쉬울 것으로 생각합니다. 마지막으로 345ml의 용량은 가격 경쟁력을 확보할 수 있으며 소비자에게 좋은 가치를 제공하면서도 과도하게 비싸지 않습니다.

Q. 고객사 제품은 HACCP 및 ISO 인증을 획득했습니다. 이러한 인증이 인도네시아 시장 진출에 도움이 되는지 말씀해 주세요.

이러한 인증은 고객사의 제품이 전 세계 규제 기관과 소비자에게 안전성, 위생, 품질에 대한 엄격한 기준을 충족한다는 것을 보여줍니다. 또한 MUI 할랄 인증은 인도네시아에서 매우 중요합니다. 이 인증은 제품이 이슬람 식단 법을 준수하여 무슬림 소비자에게 허용할 수 있는 제품임을 보증합니다.

31) 사진 자료: 마수야그라하트리켄카나(PT. Masuya Graha Trikenkana)

Q. 고객사 제품의 맛은 딸기와 크림입니다. 이러한 맛이 인도네시아 시장에 적절하다고 생각하시나요?

인도네시아에서 딸기와 크림의 조합은 콜라, 오렌지, 사르사파릴라(Sarsaparilla)와 같이 전통적인 맛만큼 흔하거나 인기가 있지 않습니다. 딸기와 크림 맛은 탄산음료 보다는 디저트나 유제품과 더 많이 연관되는 경향이 있습니다.

Q. 고객사 제품을 인도네시아로 수출할 때, 어떤 오프라인 유통 채널을 통해 진출해야 할지 의견을 말씀해 주세요.

인도네시아 소비자에게 직접 제품을 맛볼 기회를 제공할 수 있는 카페 및 식당을 추천합니다. 외식을 즐기는 소비자들은 종종 신제품을 맛보는 경향이 있기에 좋은 사회적 트렌드를 일으킬 수 있으며, 만족한 소비자들이 입소문을 내어 마케팅 원동력이 될 수 있습니다.

Q. 고객사 제품을 인도네시아에서 홍보 시, 어떤 방법과 홍보문구가 효과적일지 말씀해 주세요.

슈퍼마켓과 하이퍼마켓에 제품을 배치하는 것도 효과적인 방법입니다. 탄산음료 제품을 입구 근처, 통로 끝, 계산대 등 눈에 잘 띄고 손이 쉽게 닿는 곳에 배치하면 가시성과 충동구매 가능성을 높일 수 있습니다. 제품을 눈높이 선반에 배치하고, 스낵과 같은 보완 제품 근처에 두는 것이 중요합니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 'Non-Alcoholic Drinks-Indonesia', 2024.03
2. 스태티스타(Statista), 'Carbonated Soft Drinks-Indonesia', 2024.03
3. KATI농식품수출정보, '인도네시아 음료 시장 트렌드', 2024.06
4. 스태티스타(Statista), 'Retail sales value of grocery retailers in Indonesia in 2022, by type', 2023.07
5. 스태티스타(Statista), 'Sales value of grocery sales in South Korea in 2022, by sales channel', 2023.07
6. 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM), '가공식품의 라벨에 관한 인도네시아 공화국 식품의약품안전청장령', 2018
7. aT한국농수산물유통공사, '할랄 이슬람 식품시장수출가이드북', 2020
8. aT한국농수산물유통공사, '2023 농식품 해외인증등록정보 종합가이드', 2023
9. KATI농식품수출정보, '인도네시아 비관세장벽 모니터링', 2023
10. KATI농식품수출정보, '2023 국가별 농식품 수출 교역조건', 2023
11. KATI농식품수출정보, '인도네시아 할랄인증 의무화 동향 및 할랄식품 유통현황 분석 보고서', 2024
12. 외교부, '알기쉬운 인도네시아의 수입규제', 2023
13. aT한국농수산물유통공사, '2023 농식품 수출국가 정보조사 「인도네시아」', 2023
14. 외교부, '알기쉬운 인도네시아의 수입규제', 2023

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. ITC(International Trade Center) (www.trademap.org)
4. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
5. 하나은행 (www.kebhana.com)
6. 토크피디아(Tokopedia) (www.tokopedia.com)
7. 하이퍼마트(Hypermart) (www.hypermart.co.id)
8. 엠피피에이(MPPA) (mppa.co.id)
9. 브이오아이(VOI) (voinews.id)
10. 리테일뉴스아시아(Retail News Asia) (www.retailnews.asia)
11. 헤로(Hero) (www.herosupermarket.co.id)
12. 파이낸셜 타임즈(Financial Times) (markets.ft.com)
13. 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia) (insideretail.asia)
14. 인도마켓(Indomaret) (indomaret.co.id)
15. 알파마트(Alfamart) (alfamart.co.id)
16. 가디언(Guardian) (guardianindonesia.co.id)
17. 구글맵(Google Maps) (www.maps.google.com)
18. 씨엔엔 인도네시아(CNN Indonesia) (www.cnnindonesia.com)
19. 헤로그룹(Hero Group) (www.hero.co.id)
20. 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia) (insideretail.asia)
21. 왓슨스 인도네시아(Watsons Indonesia) (www.watsons.co.id)
22. 인더스트리콘탄(Industri Kontan) (industri.kontan.co.id)
23. 인도리텔(Indoritel) (www.indoritel.co.id)
24. 관세청 (www.customs.go.kr)
25. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
26. 관세법령정보포털 (unipass.customs.go.kr)
27. 통합무역정보서비스 (www.tradenavi.or.kr)
28. FTA포털(Yes FTA) (www.customs.go.kr/ftaportalkor/main.do)
27. 식품의약품안전처 (www.mfds.go.kr)
28. aT한국농수산물유통공사 (www.at.or.kr)

[참고문헌]

29. 인도네시아 무역부(MTRI) (www.kemendag.go.id)
30. 인도네시아 식품안전연구소(IFSI) (indonesianfoodsafety.org)
31. 인도네시아 재무부(KEMENTERIAN KEUANGAN) (www.beacukai.go.id)
32. 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM) (www.pom.go.id)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2024.07.19

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 2024 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea