

# 2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202409-22  
품목 | 에너지음료(Energy Drink)  
HS CODE | 2209.99-9000  
국가 | 인도네시아(Indonesia)



# CONTENTS

## 2024 수출기업 맞춤형 조사

### I. 요약

|       |    |
|-------|----|
| 1. 요약 | 04 |
|-------|----|

### II. 시장규모

|                         |    |
|-------------------------|----|
| 1. 인도네시아 청량음료 시장규모      | 06 |
| 2. 인도네시아 에너지&스포츠음료 시장규모 | 07 |
| 3. 인도네시아 에너지음료 수입규모     | 08 |

### III. 시장트렌드

|                       |    |
|-----------------------|----|
| 1. 인도네시아 에너지음료 시장 트렌드 | 11 |
| 2. 인기브랜드 1위 : '크라팅당'  | 12 |
| 3. 성분 키워드 1위 : '비타민'  | 13 |

### IV. 유통채널

|                         |  |
|-------------------------|--|
| 1. 인도네시아 에너지음료 유통채널 점유율 |  |
| 2. 인도네시아 에너지음료 주요 유통채널  |  |



# CONTENTS

## 2024 수출기업 맞춤형 조사

### V. 진입장벽

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 1. 인도네시아 에너지음료 통관 및 검역 절차 | 23 |
| 2. 인도네시아 에너지음료 품질 인증      | 25 |
| 3. 인도네시아 에너지음료 라벨링        | 28 |
| 4. 인도네시아 에너지음료 성분 및 유해물질  | 34 |

### VI. 수입·유통업체 인터뷰

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| 1. PT.아시아헬스에너지음료(PT.Asia Health Energi Beverages) | 38 |
| 2. PT.판차아르타니아가(PT.Pantja Artha Niaga)             | 40 |
| 3. PT.팡안세자테라센토사(PT.Pangan Sejahtera Sentosa)      | 42 |

|        |    |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 44 |
|--------|----|

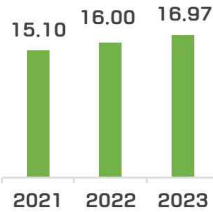


# 인도네시아 에너지음료 시장

## 시장 현황

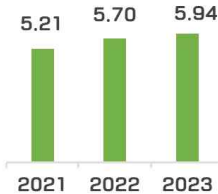
### 청량음료 시장규모

단위 : 십억 달러



### 에너지&스포츠음료 시장규모

단위 : 십억 달러



## 수출입 현황

### 수출입 현황 (HS CODE 2209.99 기준)

단위 : 천 달러



### 국가별 수입규모



## 시장 트렌드

### 빅데이터 분석

### 시장 동향

소비자 59.7% 이상  
에너지음료 섭취, 주로  
휴식을 위해 섭취함

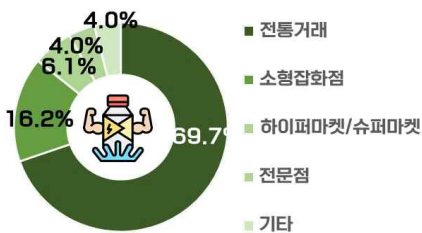
크라팅탱  
시도문쭈  
브랜드  
시스  
몬스터  
엠러이하십

비타민  
아이소토닉  
성분  
카페인  
타우린  
허브  
설탕

\* 인도네시아 토코피디아 에너지음료 제품 283건 분석 결과

## 주요 유통채널

### 유통채널 점유율



## 통관 및 제도

### 수출 통관 유의사항

**세금**  
협정세율 0%

**사전 준비**  
식품의약품안전청(BPOM) 제품  
사전 등록 必  
2024년 10월 이후, 할랄인증 必

### 권장 인증



### 유의사항

**라벨 필수 표기사항**  
제품명, 성분 목록,  
알레르겐, 순종량, 식품  
사업자 정보, 영양성분  
정보, 제조일자 및  
유통기한, 할랄인증 마크,  
보관방법 등

## 수입유통업체 인터뷰

### 인터뷰 대상 :



**Point 01.**

**제품 피드백 (포장)** 인도네시아 소비자들은 생동감 있고 강렬한 색상이 강조된 포장을 선호함. 기능적요소를 시각적으로 표현하는 디자인이 중요하며, 눈에 띄는 색상과 그래픽 아이콘 사용이 필요함

**(원료)** 혼합베리 농축액, 비타민, 카페인, 인삼추출물 등이 효능을 인정받고 있으며, 꿀, 생강, 로열젤리 같은 천연 성분 추가가 소비자 요구에 부합할 수 있음

**(효능)** 에너지 증진과 집중력 개선이 주요 기대 효과이며, 수분 보충과 전해질 균형 기능이 더해지면 더욱 긍정적인 반응을 얻을 수 있음

**Point 02.**

**인도네시아 소비자 선호도** 빠른 에너지 충전과 건강을 함께 고려한 제품이 인기를 끌고 있으며, 천연 성분이 부각된 제품이 더 주목받고 있음  
**인도네시아 에너지음료 주요 브랜드** 크라팅탱, 포카리 스웨트, 팬서, 엑스트라 조스, M-150 등의 브랜드가 성공을 거두고 있음

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

## II 시장규모



1. 인도네시아 청량음료 시장규모
2. 인도네시아 에너지&스포츠음료 시장규모
3. 인도네시아 에너지음료 수입규모

## 1. 인도네시아 청량음료 시장규모

인도네시아 국가 일반 정보<sup>1)</sup>

|           |                           |
|-----------|---------------------------|
| 면적        | 191만 6,820km <sup>2</sup> |
| 인구        | 2억 7,743만 명               |
| GDP       | 1조 3,712억 달러              |
| GDP (1인당) | 4,942달러                   |

### ▶ 인도네시아 2023년 청량음료 시장규모 22.7조 원<sup>2)3)4)</sup>

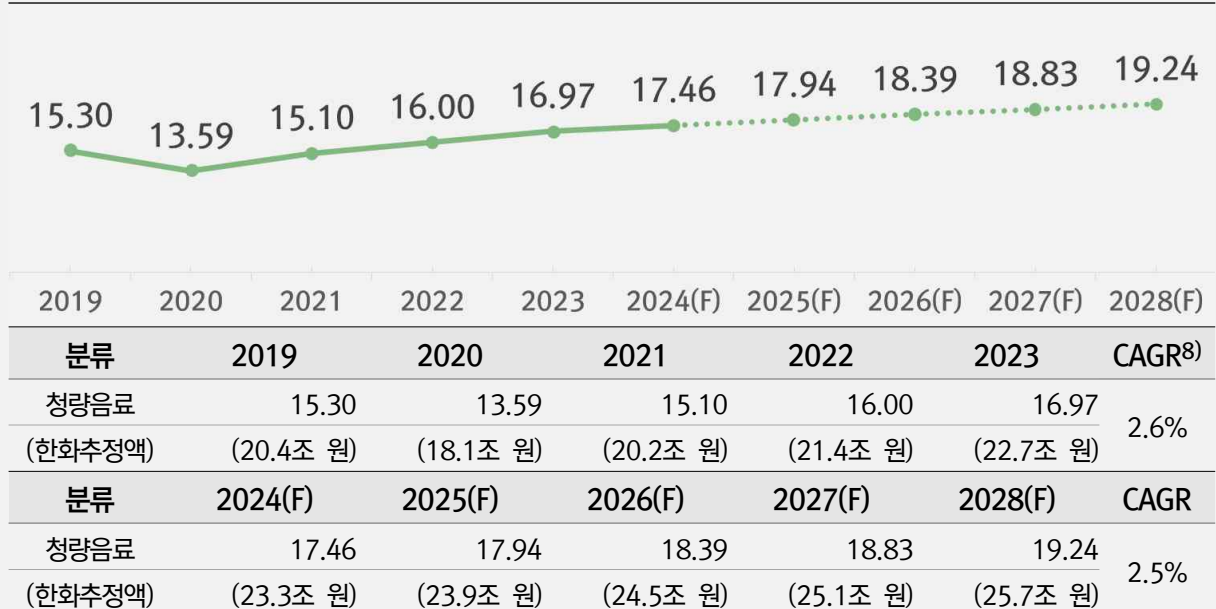
인도네시아의 청량음료 시장규모는 2023년 기준 22.7조 원으로 집계되었으며, 최근 5년(2019-23년)간 연평균 2.6%씩 증가한 것으로 확인됨. 인도네시아의 청량음료 시장은 2020년 코로나19로 잠시 위축되었으나 이후 빠르게 성장세를 회복해 꾸준한 성장을 이루었음

### ▶ 인도네시아 청량음료 시장, 향후 성장세 유지 전망

인도네시아의 청량음료 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 2.5%씩 성장하여 2028년에는 25.7조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 코로나19로 많은 사상자가 발생한 동시에 경제 역성장을 맞은 현지 소비자들에게 건강과 가격이라는 요인 모두 제품 선택에 있어 기존보다 더욱 고려되고 있음. 이러한 흐름 속에서 천연 감미료, '제로' 음료 등 건강에 대한 이점이 있는 동시에 합리적 가격을 가진 제품군이 시장을 주도할 것으로 전망됨<sup>5)</sup>

[표 2.1] 인도네시아 청량음료 시장규모<sup>6)7)</sup>

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

1) 자료: 외교부 홈페이지

2) 자료: 스태티스타(Statista), 'Soft Drinks - Indonesia', 2024.09

3) 스태티스타에 따르면, '청량음료(Soft Drinks)'는 설탕이나 감미료, 향료 등의 첨가물이 추가된 다양한 물 기반 음료를 포함함

4) 조사제품 '에너지음료'의 제품 유형을 고려해 '에너지&스포츠음료(Energy & Sports Drinks)'의 시장규모와 상위 시장인 '청량음료'의 시장규모를 조사함

5) KOTRA해외시장뉴스, '인도네시아 음료 시장동향', 2024.08

6) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

7) 1달러=1,334.80원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

8) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

## 2. 인도네시아 에너지&스포츠음료 시장규모

### ▶ 인도네시아 2023년 에너지&스포츠음료 시장규모 7.9조 원<sup>9)</sup>10)

2023년 기준 인도네시아의 에너지&스포츠음료 시장규모는 7.9조 원으로 집계되었으며, 최근 5년(2019-23년)간 연평균 0.3%씩 성장한 것으로 확인됨. 인도네시아의 에너지&스포츠음료 시장은 코로나19로 인한 시장 위축 이후 다소 더딘 성장이 지속되어 왔음

### ▶ 인도네시아 에너지&스포츠음료 시장, 향후 더딘 성장세 유지 전망

인도네시아의 에너지&스포츠음료 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 0.7%씩 성장하여 2028년에는 8.2조 원에 이를 것으로 예측됨. 이러한 다소 저조한 성장세 예측에는 인도네시아의 에너지&스포츠음료 시장규모가 팬데믹 이전인 2019년 수치의 회복에 약 4년이 소요되었으며, 최근의 성장세 역시 여타 음료 시장의 성장세와 비교할 때 비교적 더딘 상황이라는 점 등이 주요하게 반영된 것으로 판단됨<sup>1)</sup>

[표 2.2] 인도네시아 에너지&스포츠음료 시장규모

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

9) 자료: 스태티스타(Statista), 'Energy & Sports Drinks - Indonesia', 2024.09

10) 스태티스타에 따르면, '에너지&스포츠음료(Energy & Sports Drinks)'는 다양한 에너지음료와 스포츠음료를 포함함

11) KATI농식품수출정보, '인도네시아 음료 시장 트렌드', 2024.06

### 3. 인도네시아 에너지음료 수입규모

#### HS CODE 2202.99

해당 장에서 조사제품 에너지음료는 HS CODE 2202.99로 분류됨. HS CODE 제2202호의 품명은 '설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료'이며, HS CODE 2202.99의 품명은 '기타'로 확인됨

#### ▶ HS CODE 2202.99 인도네시아의 對글로벌 수입액, 1,169억 원

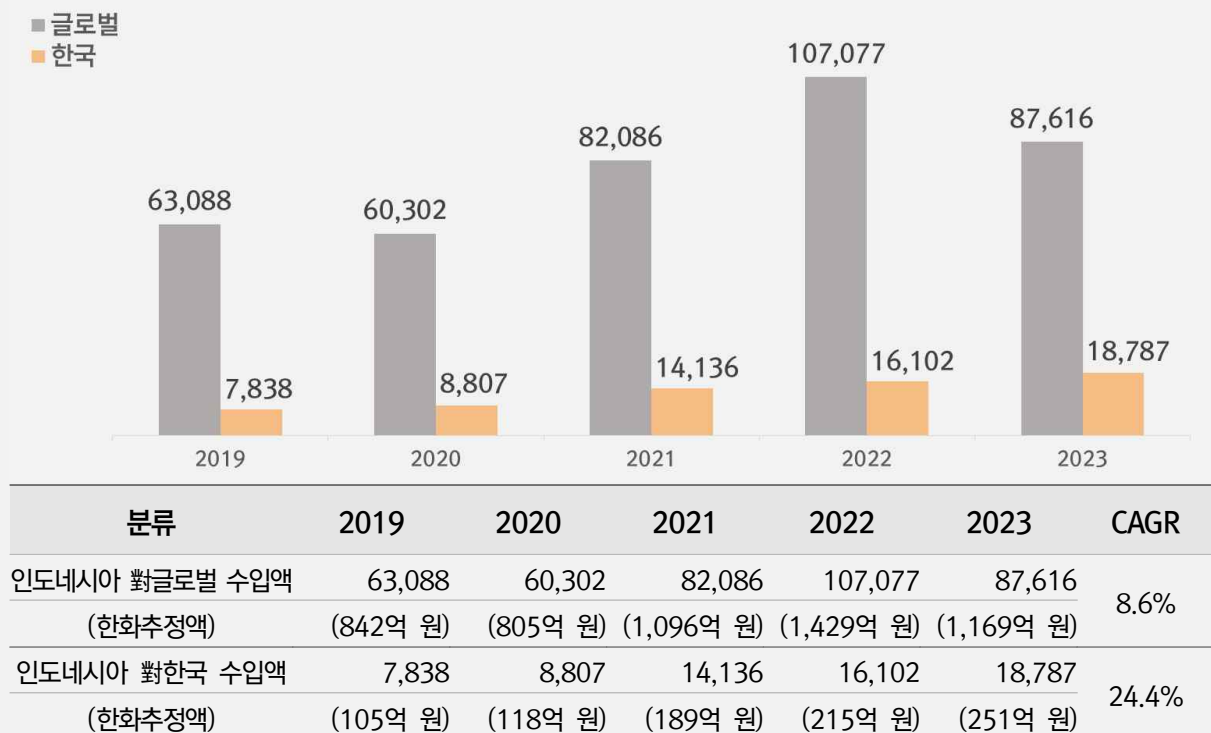
2023년 기준 HS CODE 2202.99 품목에 대한 인도네시아의 對글로벌 수입액은 1,169억 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 인도네시아의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년)간 연평균 8.6%씩 증가한 것으로 확인됨

#### ▶ HS CODE 2202.99 인도네시아의 對한국 수입액, 글로벌 3위

2023년 기준 해당 품목에 대한 인도네시아의 對한국 수입액은 251억 원으로 집계되었으며, 이는 글로벌 3위에 해당하는 수치임. 해당 품목에 대한 인도네시아의 對한국 수입액은 지난 5년(2019-23)간 연평균 24.4%씩 증가함. 한편, 해당 품목에 대한 인도네시아의 국가별 수입액은 2023년 기준 1위 말레이시아(485억 원), 2위 태국(310억 원), 4위 호주(29억 원) 순으로 확인됨. 최근 5년간 연평균 성장률의 경우 한국이 상위 4개국 중 가장 높은 수치를 기록함

[표 2.3] 인도네시아 HS CODE 2202.99 수입규모

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# III 시장트렌드



1. 인도네시아 에너지음료 시장 트렌드
2. 인기브랜드 1위 : '크라팅당'
3. 성분 키워드 1위 : '비타민'

## 소비 제품 특징 분석 프로세스

### ▶ 인도네시아 온라인 쇼핑몰 입점 에너지음료

- 데이터 수집 키워드 : 에너지음료(Minuman Energi)
- 데이터 수집량 : 283건
- 데이터 수집원 : 인도네시아 온라인쇼핑몰 토코피디아(Tokopedia)

### ▶ 인도네시아 온라인 쇼핑몰 입점 에너지음료 특징 분석

- 데이터 분석 항목
- ① 브랜드 ② 성분

| 항목  | 키워드 (국문/인도네시아어) |              | 빈도 | 키워드 (국문/인도네시아어) |              | 빈도  |
|-----|-----------------|--------------|----|-----------------|--------------|-----|
| 브랜드 | 크라팅댕            | Kratingdaeng | 88 | 엠러이하십           | M150         | 16  |
|     | 시도문쭈            | Sidomuncul   | 33 | 몬스터             | Monster      | 6   |
|     | 시스              | Sis          | 30 | (-)             | (-)          | (-) |
| 성분  | 비타민             | Vitamin      | 80 | 허브              | Herb         | 11  |
|     | 아이소토닉           | Isotonic     | 27 | 탄수화물            | Carbohydrate | 9   |
|     | 카페인             | Caffeine     | 23 | 단백질             | Protein      | 9   |
|     | 타우린             | Taurine      | 22 | 과일              | Fruit        | 6   |
|     | 설탕              | Sugar        | 16 | (-)             | (-)          | (-) |

## 1. 인도네시아 에너지음료 시장 트렌드

### ▶ 인도네시아 소비자 절반 이상이 에너지음료 섭취

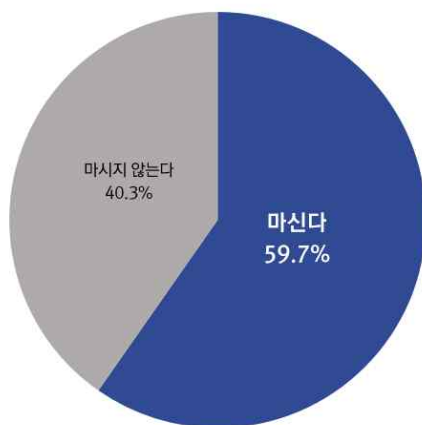
인도네시아에서는 소비자의 절반 이상이 에너지음료를 섭취하고 있는 것으로 나타났다. 시장조사 기관 스태티스타(Statista)의 조사에 따르면, 에너지음료를 섭취한다고 응답한 비율은 59.7%로 과반수를 기록함. 반면, 에너지음료 섭취 빈도는 비교적 낮은 것으로 나타났는데, 에너지음료를 마시고 있다고 응답한 소비자의 18.95%가 3개월에 1회 이하로 마신다고 응답함. 한 달에 한 번 마시고 있다고 응답한 비율이 11.0%, 3달에 한 번이 9.7%로 뒤를 이었음. 한편, 일주일에 한 번씩 마신다고 응답한 비율은 8.0%, 일주일에 여러 번 마신다고 응답한 비율은 6.3%를 기록함<sup>12)</sup>

### ▶ 휴식 목적으로 에너지음료 마시는 인도네시아 소비자

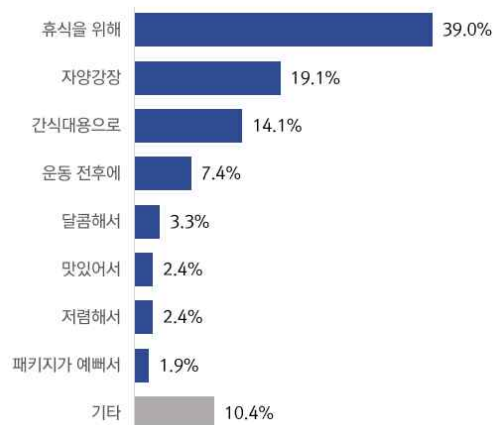
인도네시아 소비자들은 휴식 시 또는 간식 섭취 시에 일상적으로 에너지음료를 마시는 것으로 나타남. 스태티스타의 조사에 따르면, 에너지음료의 섭취 목적을 묻는 질문에서 휴식을 취하기 위해 마시고 있다고 응답한 비율이 39%로 가장 높게 나타났으며, 간식과 함께 섭취하고 있다고 응답한 비율은 14.1%로 집계됨. 또한, 자양강장이나 운동전후 관리 등 특정한 목적을 가지고 섭취하는 소비자들도 다수 확인됨. 조사에 따르면, 더 많은 에너지를 얻기 위해 마신다고 응답한 비율이 19.1%, 운동 전후로 마신다고 응답한 비율은 7.4%로 집계되었음<sup>13)</sup>

[그림 3.1] 인도네시아 소비자의 에너지음료 섭취 비율 및 섭취 이유

〈에너지음료를 마시는 인도네시아 소비자 비율〉



〈에너지음료 섭취 이유〉



자료: 스태티스타(Statista)

12) 스태티스타(Statista) 'Consumption of energy drinks in Indonesia as of January 2023', 2023.04

13) 스태티스타(Statista), 'Main reasons to consume energy drinks in Indonesia as of January 2023', 2023.04

## 2. 인기브랜드 1위 : ‘크라팅댕’

### ▶ ‘크라팅댕’, 인도네시아에서 가장 인기 있는 에너지음료 브랜드

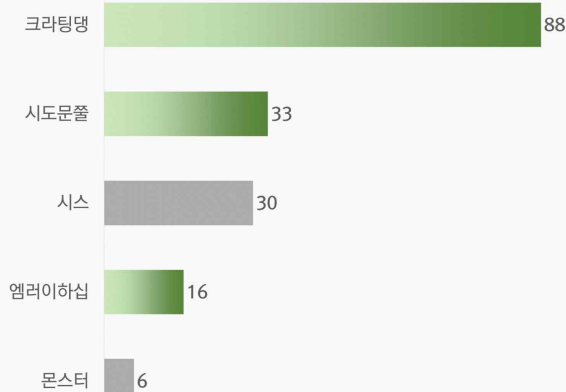
- 인도네시아에서 판매 중인 에너지음료 브랜드 관련 키워드 분석 결과 태국 브랜드인 ‘크라팅댕’이 88건으로 가장 많이 도출됨
- 데이터 확인 결과, ‘크라팅댕’의 슈퍼에너지음료와 레드불 제품이 가장 많이 도출됨

### ▶ ‘시도문쭈’와 ‘엠러이하십’ 브랜드 빈출

- 인도네시아의 에너지음료 대표 브랜드 ‘시도문쭈’가 33건 도출됨. 시도문쭈의 경우, 물에 타 먹는 과립 형태의 에너지음료 제품이 확인됨
- ‘엠러이하십’ 관련 키워드는 16건 도출되었으며, 병에 든 음료 형태의 제품을 판매 중인 것을 확인함

| 브랜드 ①                                                                              |                                 | 브랜드 ②                                                                              |                                | 브랜드 ③                                                                                |                                       |
|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
|  |                                 |  |                                |  |                                       |
| 제품명                                                                                | 슈퍼에너지음료<br>(Super Energy Drink) | 제품명                                                                                | 쿠쿠비마 에너-G<br>(KukuBima Ener-G) | 제품명                                                                                  | 엠러이하십 에너지음료<br>(M-150 Minuman Energi) |
| 브랜드                                                                                | 크라팅댕(Kratingdaeng)              | 브랜드                                                                                | 시도문쭈(Sidomuncul)               | 브랜드                                                                                  | 엠러이하십(M-150)                          |
| 용량                                                                                 | 150ml                           | 용량                                                                                 | 6포                             | 용량                                                                                   | 150ml                                 |
| 가격                                                                                 | 7,000루피아(605원 <sup>14)</sup> )  | 가격                                                                                 | 6,923루피아(598원)                 | 가격                                                                                   | 7,500루피아(648원)                        |

[표 3.1] 인도네시아 판매 에너지음료 브랜드 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘에너지음료’ 관련 게시물 283건 분석

14) 100루피아=8.64원(2024.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

### 3. 성분 키워드 1위 : ‘비타민’

#### ▶ ‘비타민’과 ‘타우린’ 관련 키워드 빈출

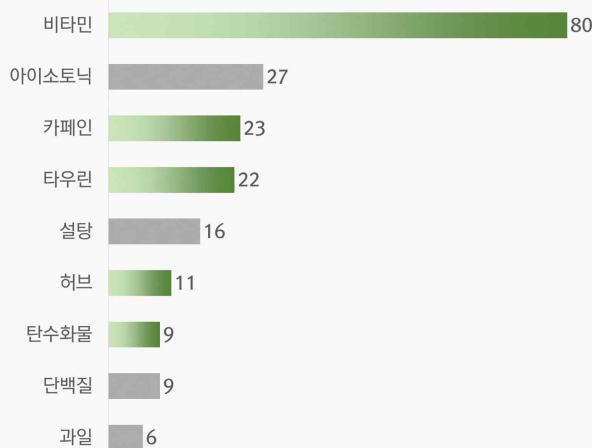
- 에너지음료의 성분 관련 키워드 분석 결과 ‘비타민’ 성분이 80건으로 가장 많이 도출되었음
- 그 외에도 ‘타우린’ 관련 키워드 22건, ‘단백질’ 키워드가 9건 확인되며 피로 회복과 관련된 영양소가 다수 함유된 것을 확인함

#### ▶ 운동 전후에 먹는 제품에서 ‘탄수화물’과 ‘카페인’ 확인...일부 제품에서는 ‘허브’ 관련 키워드 도출

- ‘카페인’과 ‘탄수화물’ 관련 키워드가 각각 23, 9건으로 빈출되었는데, 실제 데이터 확인 결과 운동 전후로 섭취하는 제품에 다수 함유됨
- ‘허브’와 ‘과일’ 관련 키워드도 각각 11, 6건 도출되면서 인도네시아 에너지음료 시장에서 허브 성분의 중요성을 어느 정도 파악할 수 있음

| 비타민                                                                                |                                     | 카페인, 탄수화물                                                                          |                                           | 타우린                                                                                  |                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
|  |                                     |  |                                           |  |                                 |
| 제품명                                                                                | 토르페도 에너지음료 (Torpedo Minuman Energi) | 제품명                                                                                | 에너지젤 아이소토닉 플러스 (Energy Gel Isotonic Plus) | 제품명                                                                                  | 크라팅댕 레드불 (Kratingdaeng Redbull) |
| 브랜드                                                                                | 토르페도(Torpedo)                       | 브랜드                                                                                | 시스(SIS)                                   | 브랜드                                                                                  | 크라팅댕(Kratingdaeng)              |
| 용량                                                                                 | 170ml                               | 용량                                                                                 | 60ml                                      | 용량                                                                                   | 250ml                           |
| 가격                                                                                 | 1,000루피아(86원)                       | 가격                                                                                 | 80,000루피아(6,912원)                         | 가격                                                                                   | 9,750루피아(842원)                  |

[표 3.2] 인도네시아 판매 에너지음료 성분 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘에너지음료’ 관련 게시글 283건 분석

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

## IV 유통채널



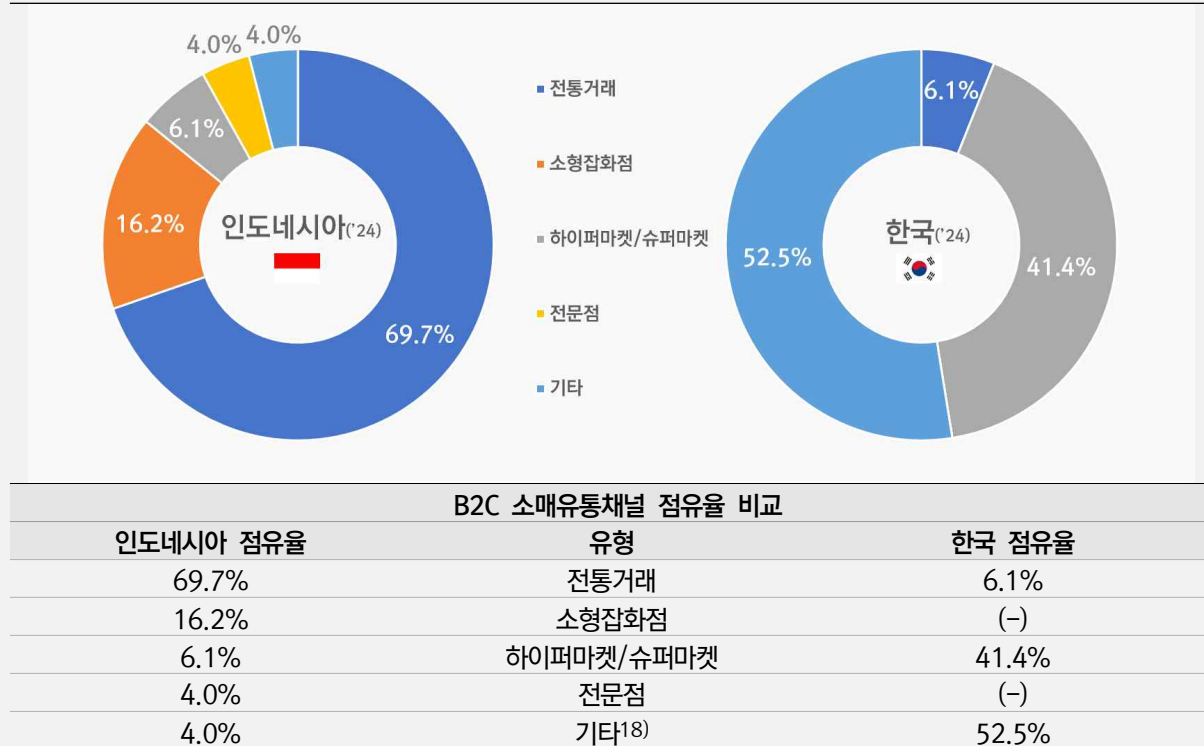
1. 인도네시아 에너지음료 유통채널 점유율
2. 인도네시아 에너지음료 주요 유통채널

## 1. 인도네시아 에너지음료 유통채널 점유율

### ▶ 인도네시아 에너지음료 비롯한 소비재 유통채널, ‘전통거래’가 1위

2024년 기준 인도네시아 내 에너지음료를 비롯한 소비재 유통채널 중 ‘전통거래’가 69.7%로 가장 높은 점유율을 기록함. 2위는 16.2%의 ‘소형잡화점’, 3위는 6.1%의 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’으로 확인됨. 한편, 한국의 경우 온라인이 포함된 ‘기타’가 52.5%의 점유율로 1위, 41.4%의 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’과 6.1%의 ‘전통거래’가 그 뒤를 이었음. 소비재의 온라인 유통이 고도로 발달한 한국에 비해 인도네시아는 비교적 오프라인의 재래유통채널이 강세인 것으로 확인됨. 그러나 코로나19를 거치며 인도네시아의 전자상거래 규모가 급성장하기 시작했고, 이러한 성장세는 팬데믹 이후까지 지속되고 있음.<sup>15)</sup> 따라서 인도네시아의 경우 소비재 유통에 있어 온라인과 오프라인 채널 모두 적극적으로 활용하는 수출 전략이 효과적일 것으로 보임

[표 4.1] 인도네시아 및 한국 에너지음료 B2C 소매유통채널 점유율 비교<sup>16)17)</sup>



자료: 스탯ISTA(Statista)

15) 자료: '[이슈트렌드] 인도네시아 이커머스, 코로나 19 팬데믹 이후에도 호황 멈추지 않아', 대외경제정책연구원, 2023.06

16) 해당 장에서 '에너지음료' 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '소비재(FMCG)'의 유통채널 정보를 확인함

17) 자료: 스탯ISTA(Statista), 'Leading FMCG shopping channels in Asia in 2nd quarter 2024, by country or territory', 2024.09

18) '기타'는 온라인, 백화점 등을 포함함

## 2. 인도네시아 에너지음료 주요 유통채널 ① 랜치마켓

|             |                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 기업<br>기본 정보 | 기업명                 | 랜치마켓(Ranch Market)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|             | 기업구분                | 하이퍼마켓/슈퍼마켓                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|             | 홈페이지                | www.ranchmarket.co.id                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|             | 위치                  | 자카르타(Jakarta), 수라바야(Surabaya) 등                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|             | 규모                  | 기타 규모 • 매장 수('24): 23개                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|             | 기업 요약               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1997년 미국 내 동명의 마트 체인과 프랜차이즈 계약을 맺고 설립된 슈퍼마켓 체인임</li> <li>• 2010년 프랜차이즈 계약을 종료하고 현지 자본이 독립적으로 사업 운영 중</li> <li>• 프리미엄 식료품 체인을 지향하며 고급 제품을 주로 취급함</li> <li>• 고급스러운 쇼핑 환경 제공에 집중하며, 특히 과일이나 수산물의 경우 품질과 신선도를 중시함</li> <li>• 왓츠앱(Whatsapp)을 통한 주문 및 배달 서비스를 제공함</li> </ul>                                                                                      |
| 매장정보        | 입점 가능 품목            | • 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 음료류 등                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|             | 선호 제품               | • 신선한 농·수산물, 프리미엄 식료품, 수입 제품                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|             | 매장 전경               |                                                                                                                                                                                                                              |
| 입점<br>등록 절차 | 등록 방법<br>및<br>등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지(www.ranchmarket.co.id) 접속</li> <li>- 하단 'Become a Supplier' 메뉴 클릭</li> <li>- 담당자 이름, 이메일, 회사명, 납품 품목 선택, 기타 메시지 작성해 제출</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +62-21-5835-1999(0999)</li> <li>- 이메일: corp_sec@ranchmarket.co.id</li> </ul> </li> </ul> |

자료: 랜치마켓(Ranch Market)

사진 자료: 랜치마켓(Ranch Market), 링크드인(Linkedin)

## 2. 인도네시아 에너지음료 주요 유통채널 ② 하이퍼마트

|             |                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |  |                                                                                     |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 기업<br>기본 정보 | 기업명                                                                                                                                                                                                                                                                | 하이퍼마트(Hypermart)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |  |  |
|             | 기업구분                                                                                                                                                                                                                                                               | 하이퍼마켓/슈퍼마켓                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  |                                                                                     |
|             | 홈페이지                                                                                                                                                                                                                                                               | www.hypermart.co.id                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |  |                                                                                     |
|             | 위치                                                                                                                                                                                                                                                                 | 인도네시아 전역                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |                                                                                     |
|             | 규모                                                                                                                                                                                                                                                                 | 매출액('23)      • 1조 7,900억 루피아(약 1,547억 원 <sup>19)</sup> )<br>기타 규모      • 매장 수('24): 98개                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |                                                                                     |
| 기업 요약       | <ul style="list-style-type: none"><li>인도네시아 토종기업으로 2004년 시장진출, 대도시 지역의 까르푸(Carrefour)와의 경쟁을 피하기 위해 자카르타 외곽으로부터 점포를 개설해 확장하는 전략을 사용함</li><li>최저가 보장제(다른 매장에서 더 저렴할 경우 차액의 2배 보상) 등을 시행함</li><li>인도네시아 내에 3개의 유통 센터와 전역에 걸친 판매 네트워크를 활용한 성공적인 유통 프로세스를 구축함</li></ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |  |                                                                                     |
| 매장정보        | 입점 가능 품목                                                                                                                                                                                                                                                           | • 신선식품, 즉석식품, 유제품, 면류, 음료류, 냉동식품 등                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |                                                                                     |
|             | 선호 제품                                                                                                                                                                                                                                                              | • 품질이 좋고 가격 경쟁력이 있는 제품, 인지도가 높은 제품                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |                                                                                     |
|             | 매장 전경                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |  |                                                                                     |
| 입점<br>등록 절차 | 등록 방법<br>및<br>등록 정보                                                                                                                                                                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"><li>홈페이지를 통한 입점 문의<ul style="list-style-type: none"><li>홈페이지(<a href="http://www.hypermart.co.id">www.hypermart.co.id</a>) 접속</li><li>상단 ‘Corporation’ – ‘Collaborate’ 클릭</li><li>공급자 정보(담당자 이름, 전화번호, 이메일 주소)기입, 회사 유형 선택</li><li>기타 문의사항 및 제품 정보 작성해 제출</li></ul></li><li>문의사항 연락처<ul style="list-style-type: none"><li>전화번호: +62-21-5081-3000</li><li>이메일: <a href="mailto:cs@hypermart.co.id">cs@hypermart.co.id</a></li></ul></li></ul> |  |                                                                                     |

자료: 하이퍼마트(Hypermart)

사진 자료: 하이퍼마트(Hypermart), 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia), 브이오아이(VOI)

19) 100루피아=8.64원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 인도네시아 에너지음료 주요 유통채널 ③ 알파마트

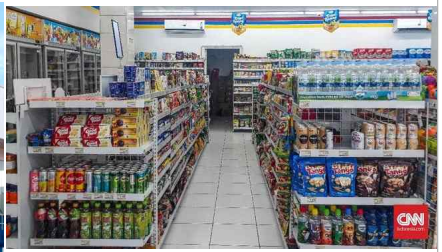
|             |                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                     |
|-------------|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 기업<br>기본 정보 | 기업명                 | 알파마트(Alfamart)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |
|             | 기업구분                | 편의점                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                     |
|             | 홈페이지                | www.alfamart.co.id                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                     |
|             | 위치                  | 인도네시아 전역                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                     |
|             | 규모                  | 매출액('23)      • 70억 달러(약 9조 3,436억 원 <sup>20)</sup> )                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                     |
|             |                     | 기타 규모      • 매장 수('23): 1만 6,000개                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                     |
|             | 기업 요약               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 인도마렛(Indomaret)과 함께 인도네시아를 양분하는 현지 편의점 브랜드</li> <li>• 특별한 지역의 점포를 제외하면 아침 출근 시간대부터 저녁 10시까지 영업함</li> <li>• 전자상거래 기업 토크피디아(Tokopedia)와 제휴하여, 온라인 제품 결제를 오프라인 편의점에서 현금으로 간편하게 진행할 수 있는 서비스를 제공함</li> <li>• 인도네시아에서의 성공을 기반으로 필리핀으로 진출한 상태임</li> </ul>                                                                                                                                                                                               |                                                                                     |
| 매장정보        | 입점 가능 품목            | • 즉석식품, 베이커리류, 스낵류, 음료류, 생활용품 등                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                     |
|             | 선호 제품               | • 혁신적인 제품, 할랄 인증 제품                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                     |
|             | 매장 전경               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                     |
| 입점<br>등록 절차 | 등록 방법<br>및<br>등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등)</li> <li>③ 참고자료(회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +62-21-8082-1556</li> <li>- 이메일: adminb2b_alfamart@sat.co.id</li> </ul> </li> </ul> |                                                                                     |

자료: 알파마트(Alfamart), 스탯리스타(Statista)

사진 자료: 구글맵(Google Maps)

20) 1달러=1,334.80원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 인도네시아 에너지음료 주요 유통채널 ④ 인도마켓

|             |                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |
|-------------|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| 기업<br>기본 정보 | 기업명                 | 인도마켓(Indomaret)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |
|             | 기업구분                | 편의점                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |  |
|             | 홈페이지                | www.indomaret.co.id                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |  |
|             | 위치                  | 인도네시아 전역                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |
|             | 규모                  | 매출액('23) • 76억 5백만 달러(약 10조 1,512억 원)<br>기타 규모 • 매장 수('24): 2만 2,414개                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
| 기업 요약       |                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>알파마트와 인도네시아를 양분하는 현지 편의점 브랜드</li> <li>5,000가지 이상의 제품을 취급하며 42개 유통 센터를 통해 제품 공급함</li> <li>인도마켓 산하 브랜드에 따라 매장 운영방식이 다소 상이함</li> <li>모기업인 살림(Salim) 그룹은 인도네시아 내에서 KFC 등 기타 사업체를 보유하고, 산하에 인도마켓 브랜드의 운영체인 인도리텔(Indoritel)을 보유함</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                          |  |
| 매장정보        | 입점 가능 품목            | • 신선식품, 즉석식품, 간편식품, 냉동식품, 유제품, 음료류, 스낵류 등                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |
|             | 선호 제품               | • 경쟁력 있는 품질과 가격을 가진 제품, 할랄 인증 제품                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
|             | 매장 전경               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |  |
| 입점<br>등록 절차 | 등록 방법<br>및<br>등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> <li>유선 연락 또는 이메일을 통한 문의               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                   <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등)</li> <li>③ 참고자료(회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>문의사항 연락처               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +62-21-5089-7400(7411)</li> <li>- 이메일: kontak@indomaret.co.id</li> </ul> </li> </ul> |  |

자료: 인도마켓(Indomaret), 인도리텔(Indoritel)

사진 자료: 씨엔엔인도네시아(CNN Indonesia), 브이오아이(VOI)

## 2. 인도네시아 에너지음료 주요 유통채널 ⑤ 왓슨스 인도네시아

|             |                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                           |
|-------------|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| 기업<br>기본 정보 | 기업명                 | 왓슨스 인도네시아(Watsons Indonesia)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                           |
|             | 기업 구분               | H&B(드럭스토어)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                           |
|             | 홈페이지                | www.watsons.co.id                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                           |
|             | 위치                  | 인도네시아 전역                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                           |
|             | 규모                  | 순매출액('23)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | • 1조 5,460억 루피아(1,336억 원) |
|             |                     | 기타 규모                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | • 매장 수('23): 159개         |
|             | 기업 요약               | <ul style="list-style-type: none"> <li>아시아 최대 드럭스토어 체인 브랜드로, 홍콩, 인도네시아, 중국, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르 등의 국가에 진출함</li> <li>2009년 아시아 1,000대 브랜드 설문조사에서 '아시아 최고의 H&amp;B(드럭스토어) 브랜드'로 선정됨</li> <li>에이세스왓슨스그룹(AS Watson Group)의 자회사이며, 홍콩의 씨케이허치슨홀딩스(CK Hutchison Holdings)가 가장 큰 지분을 보유함</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                           |                           |
| 매장정보        | 입점 가능 품목            | • 건강식품, 음료류, 뷰티, 유아용품 등                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                           |
|             | 선호 제품               | • 타 플랫폼에 없는 신제품, 브랜드 신뢰도가 높은 제품                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                           |
|             | 매장 전경               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                           |
| 입점<br>등록 절차 | 등록 방법<br>및<br>등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> <li>홈페이지를 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> <li>홈페이지 하단 'BELANJA@WATSONS' 하단 메뉴에 'Hubungi Kami' 선택 (www.watsons.co.id/id/contactUs)</li> <li>해당 페이지 양식 작성</li> <li>등록 정보 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 담당자 정보(담당자 이름, 이메일 주소, 전화번호)</li> <li>② 문의 항목, 문의 내용</li> <li>③ 첨부파일(제안서, 제품 카탈로그 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>왓츠앱, 이메일을 통한 직접 문의</li> <li>문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +62-21-3002-2833</li> <li>- 이메일: Corporate.secretary@watsons.co.id</li> </ul> </li> </ul> |                           |

자료: 왓슨스 인도네시아(Watsons Indonesia)

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

## 2. 인도네시아 에너지음료 주요 유통채널 ⑥ 가디언 인도네시아

|             |                     |                                                                                                                                                                                                                           |  |
|-------------|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| 기업<br>기본 정보 | 기업명                 | 가디언 인도네시아(Guardian Indonesia)                                                                                                                                                                                             |  |
|             | 기업 구분               | H&B(드렉스토어)                                                                                                                                                                                                                |  |
|             | 홈페이지                | guardianindonesia.co.id                                                                                                                                                                                                   |  |
|             | 위치                  | 인도네시아 전역                                                                                                                                                                                                                  |  |
|             | 규모                  | 매출액('23) <sup>21)</sup> • 4,388억 루피아(370억 원)<br>기타 규모 • 매장 수('24): 335개                                                                                                                                                   |  |
| 기업 요약       |                     | • 헤로그룹(Hero Group)이 운영하는 인도네시아 드렉스토어 부문 1위 브랜드<br>• 2019년부터 최대 50% 할인하여 판매하는 '뷰티데이(Beauty Days)'와 '헬시데이(Healthy Days)' 프로모션을 진행하고 있음<br>• 2023년에는 제품 큐레이션을 통해 프리미엄 매장 컨셉을 발전시키며, 전년 대비 두 자릿수의 매출 성장률을 보였음                 |  |
| 매장정보        | 입점 가능 품목            | • 건강식품, 음료류, 화장품, 바디용품, 유아용품, 위생용품 등                                                                                                                                                                                      |  |
|             | 선호 제품               | • 인도네시아 트렌드에 맞는 제품, 타 플랫폼에 없는 신제품                                                                                                                                                                                         |  |
|             | 매장 전경               |                                                   |  |
| 입점<br>등록 절차 | 등록 방법<br>및<br>등록 정보 | • 홈페이지를 통한 입점 문의(guardianindonesia.co.id/contact)<br>- 해당 페이지 내 양식 작성<br>- 등록 정보<br>① 담당자 정보(담당자 이름, 이메일 주소, 연락처)<br>② 문의 내용<br>• 왓츠앱, 이메일을 통한 직접 문의<br>• 문의사항 연락처<br>- 전화번호: +62-21-8378-8000<br>- 왓츠앱: +62-811-1082-108 |  |

자료: 가디언 인도네시아(Guardian Indonesia), 헤로그룹(Hero Group)

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

21) 모기업 헤로 그룹의 특수 소매사업 부문(가디언 인도네시아 및 이케아 인도네시아(Ikea Indonesia))의 매출액에 해당함

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# V 진입장벽



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

## 1. 인도네시아 에너지음료 통관 및 검역 절차<sup>22)</sup>

### ▶ 인도네시아 에너지음료 수출 통관 단계별 주요사항

인도네시아로 식품 수출 시, 모든 식품은 사전에 식품의약품안전청(BPOM: Badan Pengawas Obat dan Makanan)에 등록되어야 함. 또한 세관에서 요구하는 인허가 사항 취득이 완료되어야 식품이 유통될 수 있음. 인도네시아는 ‘선 통관 후 심사’가 원칙이므로 수입 신고 이전에 관세 및 제세를 납부해야 하며, 수입업체는 수입할 때마다 수입 유통 신고서를 제출해 유통 허가서를 받아야 함. 또한 2024년 10월부터 인도네시아 내에서 유통되는 모든 수입식품에 대해 할랄 인증 취득이 의무화될 예정이므로 해당 사항을 사전에 파악하여 준비할 것을 권장함

[표 5.1] 인도네시아 에너지음료 통관 검역 절차



자료: 관세청, 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM)

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

### ▶ 인도네시아 AEO 제도 활용 시 통관 혜택

수출입안전관리 우수공인업체(AEO: Authorized Economic Operator)는 수출입 기업, 운송인, 창고업자 등 무역과 관련된 기업 중 관세 당국이 법규 준수, 안전관리 수준 등에 대해 심사하고 공인한 기업을 의미함. AEO 기업에 대해서는 신속 통관, 세관검사 축소 등 통관 절차상의 다양한 혜택을 부여하는 대신 사회 안전, 국민건강을 위협할 수 있는 물품의 반입은 차단하려는 것이 제도의 핵심임. AEO 기업에는 물품 검사 비율이 축소되고 서류 제출이 생략되어 물류 흐름이 원활해지며, 각종 관세조사 원칙적 면제, 수입 신고 시 담보 생략으로 인한 자금 부담 완화 등 다양한 혜택이 있음. 인도네시아는 2010년부터 AEO 제도 시행 국가로, AEO 등록 시 상대국 수입 검사 생략 및 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음

[표 5.2] 인도네시아 우수공인업체(AEO) 제도 정보

|        |                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                          |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 정의     | 수출입 기업, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 기업 중에서 관세 당국이 법규 준수, 안전관리 수준 등을 심사하여 공인한 기업                    |                                                                                                                                                                                                                          |
| 적용 대상  | 납세자, 수출업자, 제조업자, 통관업자, 화물운송업자, 해운대리점, 창고업자, 해상운송업자, 항공운송업자                                      |                                                                                                                                                                                                                          |
| AEO 혜택 | 세관 혜택                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>수입검사율 축소, 서류 심사 간소화, 세관 연락관 활용 등 신속 통관 혜택</li> <li>AEO 제도 시행국가들과 상호인정약정(MRA)을 체결하게 되면 검사 생략, 검사 선별 시 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음</li> </ul>                                              |
|        | 경쟁력 강화                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>타국의 세관 당국에서도 천재지변, 국경폐쇄 등 비상시 AEO 화물을 우선 조치·통관해 줌</li> <li>통관 애로 사항, 무역장벽을 해소하여 수출경쟁력을 높일 수 있음</li> <li>AEO를 통해 법규준수, 안전관리 역량 등이 우수한 기업으로 인정받게 되어 거래선 유지 확보 등에서 이점이 있음</li> </ul> |
|        | 비용 절감                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>수출입 시 신속통관 편의 등의 각종 혜택을 부여받게 되어 국제 무역 거래 진행의 리드 타임과 각종 비용을 절감할 수 있음</li> <li>내부 관리 능력이 제고되어 물품의 정기운송률이 높아지고, 손실 방지와 재고 화물 감소 등을 통해 물류비용 절감이 가능함</li> </ul>                        |
| 신청방법   | <ul style="list-style-type: none"> <li>1단계(공인신청): 신청업체가 관세청 유니패스를 통해 신청서 제출</li> </ul>          |                                                                                                                                                                                                                          |
|        | <ul style="list-style-type: none"> <li>2단계(공인심사): 서류심사(60일 이내), 현장심사(60일 이내)</li> </ul>         |                                                                                                                                                                                                                          |
|        | <ul style="list-style-type: none"> <li>3단계(AEO 공인심의위원회): 공인 여부, 등급조정, 공인취소 및 유보 결정</li> </ul>   |                                                                                                                                                                                                                          |
|        | <ul style="list-style-type: none"> <li>4단계(종합심사): 5년 주기, 서류+현장심사, 기준유지 점검(통관 적법성 포함)</li> </ul> |                                                                                                                                                                                                                          |

자료: 관세청

## 2. 인도네시아 에너지음료 품질 인증

### ▶ 인도네시아 에너지음료, 식품의약품안전청(BPOM) 사전 등록

인도네시아로 가공식품 수출 시, 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM)에 제품을 사전 등록해야 함. 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM) 등록 제도는 인도네시아 국내외 소비자의 안전을 지키고 건강을 도모하기 위해 제품을 사전에 감지, 예방 및 제어하고자 도입되었음. 해당 등록은 현지에 있는 수입업체 또는 제조업체만이 할 수 있으며 식품, 의약품 및 화장품 등을 대상으로 함

[표 5.3] 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM) 사전 등록

|                                      |          |                                                                                                                                                                                               |                                                                                     |
|--------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 인도네시아<br>식품의약품안전청<br>(BPOM)<br>사전 등록 | 등록 기관    | <ul style="list-style-type: none"> <li>인도네시아 식품의약품안전청(BPOM)</li> </ul>                                                                                                                        |  |
|                                      | 적용 품목    | <ul style="list-style-type: none"> <li>일반식품 · 건강기능식품</li> <li>의약품 · 의약외품</li> <li>화장품</li> </ul>                                                                                              |                                                                                     |
|                                      | 유효기간     | <ul style="list-style-type: none"> <li>3년</li> </ul>                                                                                                                                          |                                                                                     |
|                                      | 등록 대상    | <ul style="list-style-type: none"> <li>인도네시아에 식품 등 수출(예정) 업체</li> </ul>                                                                                                                       |                                                                                     |
|                                      | 취득 방법    | <ul style="list-style-type: none"> <li>인도네시아 소재 수입업체 또는 제조업체 신청, 현지 시험(검사) 기관을 통해 취득</li> </ul>                                                                                               |                                                                                     |
|                                      | 통용 국가    | <ul style="list-style-type: none"> <li>인도네시아 한정</li> </ul>                                                                                                                                    |                                                                                     |
|                                      | 등록 소요 시기 | <ul style="list-style-type: none"> <li>품목별로 상이                             <ul style="list-style-type: none"> <li>화장품 및 일반 가공식품: 2-6개월</li> <li>의약외품 및 건강기능식품 등: 2년 이상</li> </ul> </li> </ul> |                                                                                     |
|                                      | 도입 취지    | <ul style="list-style-type: none"> <li>국내외 소비자의 안전을 지키고 건강을 도모하기 위해 제품을 감지, 예방 및 제어할 수 있는 의약품 및 식품 관리 · 등록 시스템을 도입</li> </ul>                                                                 |                                                                                     |

출처: 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM), KATI농식품수출정보

### ▶ 인도네시아 에너지음료, 취득 인증 사항

인도네시아로 가공식품 수출 시, 사전에 필수적으로 취득해야 하는 품질 인증으로는 할랄 인증(BPJPH: Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal), 인도네시아 국가 표준 인증(SNI: Standar Nasional Indonesia), HACCP 인증 등이 있고, 각 인증에 적용되는 품목군은 상이함. 2024년 10월부터 모든 수입식품에 대해 할랄 인증(BPJPH) 취득을 의무화하고 있음. 또한 인도네시아에서 수입식품 유통 시 HACCP, GMP, ISO 22000 세 가지 인증 중 한 가지 이상을 필수적으로 취득해야 함. 한편, 최근 인도네시아 정부는 포장재가 환경에 미치는 영향에 주의를 기울이고 있으므로 관련 동향을 주시할 필요가 있음<sup>23)</sup>

[표 5.4] 인도네시아 에너지음료 인증 취득 정보

| 인증명                                       | 인증 성격               | 인증 구분          | 인증 및 발급 기관                           | 인증 마크                                                                                 |
|-------------------------------------------|---------------------|----------------|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| HACCP                                     | 식품 생산<br>안전 인증      | 글로벌<br>공통 인증   | 한국식품안전관리인증원                          |   |
| GMP                                       | 식품 생산<br>안전 인증      | 글로벌<br>공통 인증   | 정부 지정 인증기관<br>또는 국제 기준에<br>부합하는 인증기관 |  |
| ISO 22000                                 | 식품 생산<br>안전 인증      | 글로벌<br>공통 인증   | 정부 지정 인증기관<br>또는 국제 기준에<br>부합하는 인증기관 |  |
| SNI<br>(Standar<br>Nasional<br>Indonesia) | 제품 규격 및<br>생산 과정 인증 | 인도네시아<br>국가 인증 | 인도네시아 산업부(MIT)<br>지정 시험소             |  |
| Vegan Trademark                           | 비건 인증               | 글로벌<br>공통 인증   | The Vegan Society<br>(영국 비건 협회)      |  |

자료: 각 인증기관

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

▶ 인도네시아 에너지음료, 할랄 인증(BPJPH) 취득 必

인도네시아 정부는 2024년 10월 17일부터 모든 수입식품에 대해서 할랄 인증(BPJPH) 의무화를 시행함. 인도네시아 내에서 수입·유통·거래되는 모든 제품은 의무적으로 할랄 인증(BPJPH)을 받아야 하며, 해외 제품에 대한 할랄 인증 신청서는 인도네시아 내 수입자 또는 대리인이 제출해야 함. 일반 가공식품의 경우, 해당 일자부터 계도 기간이 종료되어 할랄 인증(BPJPH)이 없는 제품은 인도네시아 내 유통 및 판매가 금지되므로 수출업체는 사전에 할랄 인증(BPJPH)을 취득해 놓을 것을 권장함

[표 5.5] 인도네시아 할랄 인증(BPJPH)

|                           |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                     |
|---------------------------|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 인도네시아<br>할랄 인증<br>(BPJPH) | 인증 기관 | 인도네시아 할랄 인증청<br>(BPJPH)                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |  |
|                           | 인증 절차 | <ul style="list-style-type: none"> <li>인도네시아 할랄 인증청(BPJPH)에 신청 접수</li> <li>할랄 심사기관(LPH: Lembaga Pemeriksa Halal)의 서류 및 현장 심사</li> <li>원로 이슬람법 학자 평의회(MUI FATWA)의 판정 및 승인</li> <li>신할랄 인증서 발급</li> </ul>                                                                                                                         |                                                                                     |
|                           | 소요 비용 | <ul style="list-style-type: none"> <li>제품의 유형, 번호 및 위치 정보를 기재하여 인증기관 메일로 비용 견적을 받아야 함</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                     |
|                           | 소요 기간 | <ul style="list-style-type: none"> <li>1~2개월 소요 가능</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                     |
|                           | 신청 서류 | <ul style="list-style-type: none"> <li>할랄 인증 신청서</li> <li>할랄 등록 양식(할랄 인증 등록 현황·포맷 사용)</li> <li>제조사의 사업자 등록증 사본</li> <li>신청 위임장 할랄 담당자의 여권 사본, 이력서</li> <li>인증 대상 제품 목록 및 할랄 인증 품목 유형</li> <li>인증 대상 재료 목록 및 현황</li> <li>인증 대상의 제조 공정도</li> <li>할랄 안전 관리 시스템의 매뉴얼</li> <li>연장 시 이전 인증서 사본, 기존 인도네시아 등록 제품의 경우, 허가서 사본</li> </ul> |                                                                                     |

출처: 인도네시아 할랄인증청(BPJPH), KATI농식품수출정보

### 3. 인도네시아 에너지음료 라벨링

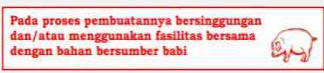
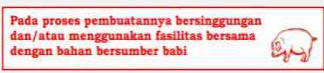
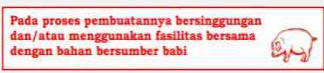
[표 5.6] 인도네시아 에너지음료 라벨링

|                     |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------------|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 라벨<br>표시 사항<br>및 기준 | 1. 표기언어  | <ul style="list-style-type: none"> <li>인도네시아어, 아라비아 숫자 및 로마 텍스트로 작성되어야 함</li> <li>인도네시아어에 상응하는 단어가 없는 경우 외국어를 사용할 수 있음</li> <li>라벨의 주요 부분의 글씨를 가릴 수 있는 그림이나 색상의 사용은 금지됨</li> <li>특별한 보관 방법이나 조건이 필요한 경우 라벨에 표기해야 함</li> <li>건강기능식품 및 전통의약품의 경우 라벨링 표기 시 스티커 사용이 제한되어 포장재에 직접 라벨이 인쇄되어야 함</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                     | 2. 제품명   | <ul style="list-style-type: none"> <li>제품명의 유형을 명확하게 나타내는 명칭으로 라벨에서 가장 쉽게 인식할 수 있는 위치에 표시해야 함</li> <li>제품명은 가공식품의 구체적인 특성을 반영하여야 하며, 인도네시아 국가표준(SNI)에 제품명이 규정된 경우 규정된 명칭을 사용해야 함</li> <li>새로운 제품명을 사용하고자 하는 경우, 사전에 인도네시아 식품의약품관리청장의 승인을 받아야 함</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                     | 3. 성분 목록 | <ul style="list-style-type: none"> <li>식품에 사용된 재료의 함량을 기준으로, 원재료의 완전한 명칭을 내림차순으로 표시해야 함</li> <li>제품에 첨가된 물 역시 표시 대상이나, 가공 대상에서 완전히 증발한 경우 표시가 면제됨</li> <li>가장 많은 양이 사용된 원재료, 가공식품의 정체성을 부여하는 원재료, 단어 또는 그림 등을 사용하여 라벨에서 강조한 경우, 식품 유형 또는 제품명에 언급된 경우, 해당 원재료가 제품에서 차지하는 함량 비율을 함께 표시해야 함</li> <li>식품첨가물 표시 시 식품 원재료와 구분할 수 있도록 ‘식품첨가물(Bahan Tambahan Pangan)’ 제목을 표시한 뒤에 식품첨가물의 기능과 분류를 함께 표시함</li> <li>식품에 사용된 직접첨가 식품첨가물, 이행된(Carry-over) 식품첨가물을 모두 표시해야 하며, 감미료, 폴리올 등 특정 유형의 식품첨가물이 함유된 식품은 관련된 추가 문구 및 정보를 기재해야 함</li> <li>동물 또는 식물성 원료 및 특수공정을 통해 생산된 식품(유전자 변형 식품 및 방사선 조사 식품 포함)을 함유한 경우 해당 성분명과 함께 원산지를 표시해야 함</li> </ul> |

자료: 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM)

[표 5.6] 인도네시아 에너지음료 라벨링

라벨  
표시 사항 및  
기준

|                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                   |                                                                                     |               |                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------|------------------------|
| 3. 성분 목록                                                                          | <ul style="list-style-type: none"><li>• 유전자 변형 식품을 사용할 경우 ‘유전자 조작 제품(PRODUK REKAYASA GENETIK)’, 방사선 조사 식품을 사용할 경우 ‘방사선 조사(IRADIASI)’ 문구를 각각 표시해야 함</li><li>• 또한, 돼지고기 유래 성분을 사용하거나 제조 공정상 접촉이 있는 경우, 별도의 경고 문구와 그림을 표시해야 하며, 문구는 주표시면에 최소 2mm 크기의 글꼴로 표기해야 함</li></ul> <table><tr><td></td><td></td></tr><tr><td>돼지고기 유래 성분 사용</td><td>제조 공정상 돼지고기와 접촉이 있는 경우</td></tr></table>                                                                        |  |  | 돼지고기 유래 성분 사용 | 제조 공정상 돼지고기와 접촉이 있는 경우 |
|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                   |                                                                                     |               |                        |
| 돼지고기 유래 성분 사용                                                                     | 제조 공정상 돼지고기와 접촉이 있는 경우                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                   |                                                                                     |               |                        |
| 4. 알레르겐                                                                           | <ul style="list-style-type: none"><li>• 알레르기 항원을 함유한 식품에는 성분목록과 함께 알레르겐 항원명을 굵은 글씨 등으로 강조 표시하고, 경고 문구를 2mm 이상의 크기로 표시해야 함</li><li>• 알레르기 항원으로 글루텐 함유 곡물, 달걀, 수산물(생선, 갑각류, 연체동물), 땅콩, 대두, 우유(유당 포함), 견과류, 아황산염(100mg/kg 이상인 경우) 등이 지정됨</li><li>• 경고문구는 ‘알레르기 유발물질 함유(Mengandung alergen)’, ‘굵은 글씨로 표시된 성분목록 참조(Lihat daftar bahan yang dicetak tebal)’와 같이 표시함</li><li>• 알레르기 항원을 취급하는 생산시설과 동일한 시설 또는 장비를 사용하여 교차오염 위험이 있는 경우에도 경고 문구를 표시해야 함</li><li>• 교차오염이 우려되는 제품에는 ‘○○을 처리하는 장비를 사용하여 생산됨(Diproduksi menggunakan peralatan yang juga memproses ○○)’ 또는 ‘○○을 포함할 수 있음(Mungkin mengandung ○○)’과 같이 경고 문구를 표시함</li></ul> |                                                                                   |                                                                                     |               |                        |
| 5. 순중량                                                                            | <ul style="list-style-type: none"><li>• 미터단위계를 사용하여 쉽게 인식할 수 있는 위치에 표시함</li><li>• 고형 식품에는 mg, g, kg 등 단위를 사용하며, 액상 식품에는 mL, L 등 단위를 사용함</li><li>• 반고형 또는 점성이 있는 식품에는 mg, g, kg, mL, L 등 적절한 단위를 사용해 표시함</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                   |                                                                                     |               |                        |

자료: 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM)

[표 5.6] 인도네시아 에너지음료 라벨링

|                     |                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 라벨<br>표시 사항<br>및 기준 | 6. 식품 사업자<br>정보 | <ul style="list-style-type: none"> <li>수입식품의 경우 생산자와 수입업체(또는 유통업체)의 이름과 주소를 라벨상 가장 쉽게 인식할 수 있는 위치에 표기해야 함</li> <li>수입업체 또는 유통업체 이름과 주소 앞에 ‘○○에 의해 수입/유통됨(Diimpor/didistribusikan oleh ○○)’ 문구를 표시함</li> <li>위탁 생산된 가공식품의 경우 위탁 당사자와 수탁자의 이름과 주소를 표기해야 함</li> <li>이 경우 ‘B를 위해 A에 의해 생산됨(Diproduksi oleh A untuk B)’, ‘B를 위해 A에 의해 포장됨(Dikemas oleh A untuk B)’과 같은 문구를 표시함. 계약에 따라 생산된 가공식품의 경우 라이선스 제공자의 이름과 주소를 표기해야 함</li> <li>이름, 주소와 함께 ‘라이선스에 따라 A에 의해 생산되었습니다(Diproduksi oleh A dibawah lisensi)’ 문구를 기재해야 함</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                     | 7. 영양 성분<br>정보  | <ul style="list-style-type: none"> <li>읽기 쉽고 눈에 잘 띄는 위치에 1회 제공량당 주요 영양성분 함량을 표 형식으로 표시함</li> <li>필수적으로 표시해야 하는 영양성분으로 총열량, 총지방, 포화지방, 트랜스지방, 총 탄수화물, 총 당류, 나트륨 등이 있으며, 이 외에도 비타민 및 미네랄 등 기타 영양성분 함량을 표시할 수 있음</li> <li>영양성분 정보를 표시할 때, ①총열량 ②총지방 ③포화지방 ④콜레스테롤 ⑤탄수화물 ⑥섬유질 ⑦당류 ⑧단백질 ⑨비타민 ⑩미네랄 순으로 표시해야 함</li> <li>또한, 영양성분표 최상단에 1회 제공량을 표시해야 하며, 총 제공 횟수 및 1일 권장섭취량에 대한 영양성분별 함량비율 등 주요 정보를 한 가지 색상과 글씨체로 표시해야 함</li> <li>영양성분표 하단에는 영양성분 섭취기준에 대한 설명 문구를 표시하며, 기울임꼴로 표시해야 함</li> <li>‘1일 권장 섭취량에 대한 비율은 인도네시아인의 평균적인 열량 요구량인 2,150kcal를 기준으로 열량 요구량은 개인에 따라 더 높거나 더 낮을 수 있음(Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2,150kcal Kebutuhan energi anda mungkin lebih tinggiatau lebih rendah)’과 같이 영양성분 섭취기준에 관한 문구를 명시해야 함</li> <li>일반적으로 세로형 표 형식을 사용하며, 라벨 면적이 100cm<sup>2</sup> 이하인 경우 가로형 표 형식을 사용하거나 선형으로 나열할 수 있음</li> </ul> |

자료: 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM)

[표 5.6] 인도네시아 에너지음료 라벨링

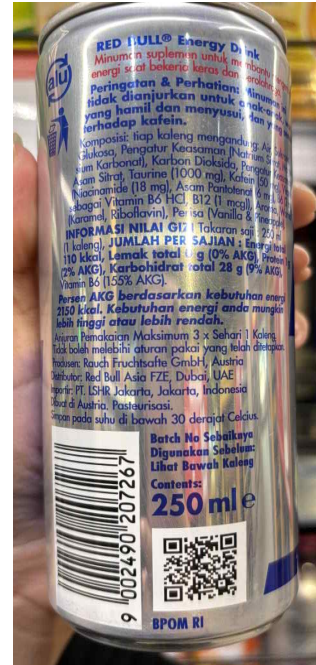
|                     |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 라벨<br>표시 사항<br>및 기준 | 7. 영양 성분<br>정보           | <ul style="list-style-type: none"> <li>면적이 100cm<sup>2</sup>를 초과함에도 세로형 표 형식을 사용할 수 없는 특수한 경우에 한해 가로형 표 형식 사용이 허용됨</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                     | 8. 제조일자,<br>코드 및<br>유통기한 | <ul style="list-style-type: none"> <li>식품을 생산한 제조일자 및 코드(배치번호)를 라벨상 가장 쉽게 인식할 수 있는 위치에 표시해야 함</li> <li>라벨 외부에 별도로 표기한 경우, 표시 위치를 안내해야 함</li> <li>식품 유통기한 앞 ‘○○ 이전에 사용하기 적합함(Baik digunakan sebelum ○○)’ 문구와 함께 ‘일, 월, 연도’를 표시해야 함</li> <li>유통기한이 3개월 이하인 가공식품은 일, 월, 연도를 모두 표시해야 하며, 3개월 이상인 가공식품은 연도 및 월만을 표시할 수 있음</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                     | 9. 할랄 인증<br>마크           | <ul style="list-style-type: none"> <li>할랄 라벨에는 할랄로고, 할랄인증서 번호 또는 등록번호가 함께 표시되어야 함</li> <li>해당 내용을 눈에 띄는 위치에 쉽게 지워지지 않는 방법으로 표시해야 함</li> <li>포장면적이 작아 모든 정보를 기재할 수 없는 경우, 소량으로 구매자 앞에서 직접 판매 또는 포장되는 상품, 대량으로 판매되는 상품은 할랄 라벨 표시의무가 면제됨</li> <li>2022년 3월부터 새롭게 변경된 할랄 인증 마크를 사용해야 함</li> <li>2022년 2월, 인도네시아 종교부 산하 할랄 인증청(BPjPH)은 새로운 할랄(Halal) 인증 마크를 발표함에 따라 새롭게 변경된 마크를 표시해야 함</li> <li>기존 마크를 사용한 제품은 최대 2026년 2월 1일까지 기존 마크를 사용할 수 있음</li> <li>하람 성분으로 제조하였거나 포함된 식품은 ‘비할랄 식품’임을 눈에 띄는 위치에 표시해야 함</li> <li>다양한 색상을 사용해 그림, 글 또는 비할랄 성분 이름 형태의 비할랄 정보를 표시하며, 쉽게 지워지지 않아야 함</li> </ul> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>기존 인증 마크</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>변경된 인증 마크</p> </div> </div> |
|                     | 10. 보관 방법                | <ul style="list-style-type: none"> <li>보관 조건이 유통기한에 영향을 주는 경우, 유통기한과 함께 보관 방법에 관한 정보를 표시해야 함</li> <li>개봉 후 1회 이상 섭취할 수 있는 가공식품의 경우, 포장 개봉 후 보관 방법을 표시해야 함</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

자료: 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM)

▶ 인도네시아 에너지음료 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 영어 및 인도네시아어]

- ① Served chilled.  
Carbonated.
- ② Red Bull  
Energy Drink
- ③ With Taurine  
Suplemen Kesehatan POM SI.  
144 605 131

[앞면 - 국문]

- ① 차갑게 제공됨  
탄산이 함유됨
- ② 레드불  
에너지 드링크
- ③ 타우린 함유  
POM SI 건강 보조 식품. 144 605  
131

[뒷면 - 인도네시아어]

- ① RED BULL Energy Drink
- ② Minuman suplemen untuk membantu mengembalikan energi saat bekerja keras dan berolahraga.

[뒷면 - 국문]

- ① 레드불 에너지 드링크
- ② 힘든 일과 운동 중에 에너지를 회복하는 데 도움이 되는 보충 음료입니다.

- |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>③ Peringatan &amp; Perhatian: Minuman ini tidak dianjurkan untuk anak-anak, wanita yang hamil dan menyusui, dan yang sensitif terhadap kafein</p> <p>④ Komposisi: tiap kaleng mengandung: Air, Sukrosa, Glukosa, Pengatur Keasaman (Natrium Sitrat, Magnesium Karbonat), Karbon Dioksida, Pengatur Keasaman Asam Sitrat, Taurine (1000 mg), Kafein 50 mg, Vitamin(Niacinamide (18mg), asam Pantotenat (6 mg), B6 (2 mg) sebagai Vitamin B6 HCl, B12 (1 mcg)), Aroma, Warna (Karamel, Riboflavin), Perisa (Vanila &amp; Pineapple)</p> <p>⑤ Informasi Nilai Gizi<br/>Takaran saji: 250 ml (1 kaleng), Jumlah Per Sajian: Energi Total 110 kkal, Lemak total 0g (0% AKG), Protein 1g (2% AKG), Karbohidrat total 28 g (9% AKG), Vitamin B6 (155% AKG).</p> <p>⑥ Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal. Kebutuhan energi anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah.</p> <p>⑦ Anjuran pemakaian maksimum 3x sehari 1 kaleng. Tidak boleh melebihi aturan pakai yang telah ditetapkan.</p> | <p>③ 경고 및 주의: 이 음료는 어린이, 임신 및 수유 중인 여성, 카페인에 민감한 사람에게 권장되지 않습니다.</p> <p>④ 성분: 각 캔에는 다음이 포함됩니다: 물, 자당, 포도당, 산도 조절제(구연산나트륨, 탄산마그네슘), 이산화탄소, 산도 조절제 구연산, 타우린(1000mg), 카페인 50mg, 비타민(니아신아마이드(18mg), 판토텐산(6mg), 비타민 B6(2mg) HCl, B12(1mcg)), 향, 색상(카라멜, 리보플라빈), 풍미(바닐라 및 파인애플)</p> <p>⑤ 영양가 정보<br/>1회 제공량: 250ml(캔 1개), 1회 제공량당 함량: 총 에너지 110kcal, 총 지방 0g(RDA 0%), 단백질 1g(RDA 2%), 총 탄수화물 28g(RDA 9%), 비타민 B6(RDA 155%).</p> <p>⑥ 2150kcal의 에너지 요구량을 기준으로 한 RDA 백분율. 귀하의 에너지 요구량은 더 높거나 낮을 수 있습니다.</p> <p>⑦ 권장 최대 사용량 3x 하루 1캔. 지정된 사용 규칙을 초과하지 마십시오.</p> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 4. 인도네시아 에너지음료 성분 및 유해물질

### ▶ 식품첨가물

인도네시아 식품의약품안전청(BPOM)이 고시한 ‘식품첨가물에 관한 규정 No.033’에서는 식품첨가물의 정의 및 분류, 사용기준 및 금지 물질 목록 등을 규정하고 있음. 인도네시아 내 ‘기타음료’에 적용되는 식품첨가물 검색 시 총 247건이 나오며, 하기 표는 그중 일부를 다룸. 더욱 자세한 인도네시아 식품첨가물 규정 및 사용기준은 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM) 홈페이지 또는 KATI농식품수출정보홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.7] 인도네시아 에너지음료 식품첨가물 분석

| 순번 | 물질명(한글)         | 물질명(영문)                    | 사용 기준                                            | 식품 유형                                |
|----|-----------------|----------------------------|--------------------------------------------------|--------------------------------------|
| 1  | 삼인산칼슘           | Tricalcium Orthophosphate  | 1000mg/kg<br>(as consumed,<br>고결방지제, 안정제 용도에 한함) | 착향음료 농축액<br>(액상 또는 고형)               |
| 2  | 이산화 티타늄         | Titanium Dioxide           | 1000mg/kg<br>(as consumed,<br>색소로 사용에 한함)        |                                      |
| 3  | 트리폴리인산나트륨       | Sodium Tripolyphosphate    | 1000mg/kg<br>(as consumed,<br>유화제염류, 안정제 용도에 한함) |                                      |
| 4  | 사카린             | Saccharin                  | 300mg/kg<br>(as consumed,<br>인공감미료로 사용에 한함)      |                                      |
| 5  | 네오타ם            | Neotame                    | 30mg/kg<br>(as consumed,<br>인공감미료로 사용에 한함)       |                                      |
| 6  | 베타-카로틴<br>(합성한) | B-Carotenes<br>(Synthetic) | 150mg/kg<br>(as consumed,<br>색소 용도에 한함)          | 착향음료<br>(스포츠 및 전해질 음료,<br>미립자 음료 포함) |
| 7  | 사이클라민산          | Cyclamic Acid              | 350mg/kg<br>(as consumed,<br>인공감미료로 사용에 한함)      |                                      |
| 8  | 카민              | Carmine(S)                 | 100mg/kg<br>(as consumed,<br>색소 용도에 한함)          |                                      |
| 9  | 칼슘 사이클라메이트      | Calcium Cyclamate          | 350mg/kg<br>(as consumed,<br>인공감미료로 사용에 한함)      |                                      |

자료: KATI농식품수출정보

### ▶ 유해물질

인도네시아로 식품을 수출하고 유통하려는 기업은 반드시 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM)의 유해물질 규정을 준수해야 함. 인도네시아는 유해물질을 ‘환경에서 유래했거나 식품 제조과정의 결과로서 의도하지 않게 식품에 들어있는 성분으로, 사람의 건강을 해치고, 손해를 입히며, 위협할 수 있는 생물학 및 화학적 오염물, 이물질의 형태’라고 정의함. 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM)은 오염을 미생물 오염, 중금속 오염, 곰팡이 독소 및 화학적 오염의 세 가지로 나누어 구분하며, 각 종류와 식품에 사용 최대한도를 제정해 실시하고 있음. 하기 표는 인도네시아 ‘기타음료’에 적용되는 유해물질 27건 중 일부를 다룸

[표 5.8] 인도네시아 에너지음료 유해물질 기준

| 순번 | 물질명(한글) | 물질명(영문)          | 잔류허용기준                                              | 식품 유형  |
|----|---------|------------------|-----------------------------------------------------|--------|
| 1  | 에스트라골   | Estragole        | 10mg/kg<br>(즉석 섭취 제품에 대해<br>계산됨)                    | 그 외 식품 |
| 2  | 쿠마린     | Coumarin         | 2mg/kg<br>(바로 먹을 수 있는 제품의<br>경우 계산됨)                |        |
| 3  | 시안화수소산  | Hydrocyanic Acid | 1mg/kg<br>(향을 사용한 결과)                               |        |
| 4  | 사프롤     | Safrole          | 0.1mg/kg<br>(즉석 섭취 제품에 대해<br>계산) 천연 향미료를 추가한<br>결과) |        |
| 5  | 카페인     | Caffeine         | 50mg/인분<br>또는 150mg/일                               |        |
| 6  | 하이페리신   | Hypericine       | 0. mg/kg<br>(즉석 섭취 제품에 대해<br>계산됨)                   |        |
| 7  | 스파르테인   | Sparteine        | 0.1mg/kg<br>(즉석 섭취 제품에 대해<br>계산됨)                   |        |

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 알레르기 유발물질이 포함된 경우 반드시 라벨에 해당 사실을 표기하도록 함

[표 5.9] 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       | 아황산염               |

자료: 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# VI 수입·유통업체 인터뷰



1. PT.아시아헬스에너지음료  
(PT.Asia Health Energi Beverages)
2. PT.판차아르타니아가  
(PT.Pantja Artha Niaga)
3. PT.팡안세자테라센토사  
(PT.Pangan Sejahtera Sentosa)

## Interview ①

24)



PT.아시아헬스에너지음료  
(PT.Asia Health Energi  
Beverages)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 1996년에 설립된 음료 유통 및 공급업체
  - 태국과 한국에서 음료를 수입하여 유통하고 있음

담당자 정보

HR

## PT.아시아헬스에너지음료 (PT.Asia Health Energi Beverages) HR

**Q. 고객사 제품은 페트병에 100mL 용량으로 제공됩니다. 인도네시아 소비자들이 선호하는 에너지음료의 포장 형태와 디자인에 대해 피드백 부탁드립니다. 더 나은 소비자 반응을 위해 개선할 사항이 있을까요?**

인도네시아 소비자들은 생동감 있고 눈에 띄는 포장을 선호하는 경향이 있습니다. 에너지음료의 경우, 에너지적인 이미지와 강렬한 색상이 강조된 디자인이 특히 효과적입니다. 현재의 시장 트렌드에 따르면, 소비자들은 활력을 상징하는 밝고 대조적인 색상을 통해 제품의 에너지를 시각적으로 전달받는 것을 선호합니다.

**Q. 고객사 제품은 혼합베리 농축액, 비타민, 카페인, 인삼추출물 등이 주요 성분으로 사용됩니다. 이러한 성분들이 인도네시아 시장에서 효능을 인정받고 있는지, 추가하거나 개선할 성분이나 원료가 있다면 무엇인지 의견 부탁드립니다.**

혼합 베리 농축액, 비타민, 카페인, 인삼추출물은 인도네시아에서 좋은 효능으로 알려진 성분들입니다. 이러한 성분들은 에너지 증진, 집중력 향상, 그리고 건강을 고려한 소비자들의 요구에 부합합니다. 인도네시아 소비자들 사이에서 꿀과 같은 자연 성분에 대한 선호도도 높아지고 있습니다. 따라서 제품에 꿀을 추가하는 것이 제품의 자연스러운 이미지를 강화하고, 현지 시장에서의 경쟁력을 높이는 데 도움이 될 수 있습니다.

**Q. 제품은 집중력 개선 및 에너지 보충을 목적으로 하고 있습니다. 인도네시아 소비자들이 에너지음료에서 기대하는 주요 효능은 무엇인가요? 현재 트렌드와 고객사 제품의 효능이 잘 맞는지 평가해 주세요.**

인도네시아 소비자들은 에너지음료에 빠른 에너지 충전을 기대합니다. 집중력 향상과 피로회복에 대한 기대가 큼니다. 이러한 점에서 고객사 제품의 주효능인 집중력 개선과 에너지 증진은 현지 소비자들이 선호하는 요소와 잘 맞습니다. 다만, 최근 인도네시아 시장에서 천연 성분을 강조하고 인공 첨가물을 배제한 제품이 주목받고 있으므로, 제품의 성분을 강조할 때 천연 추출물과 같은 요소를 부각시키는 것이 바람직합니다.

**Q. 고객사 제품의 홍보문구로는 ‘미국 내 판매 중인 프리미엄 음료’라는 점이 강조될 예정입니다. 인도네시아 소비자들에게 효과적으로 다가갈 수 있는 홍보문구와 마케팅 메시지에 대해 조언 부탁드립니다.**

‘미국 내 프리미엄 음료’라는 홍보문구는 글로벌 신뢰도를 강조하는 측면에서 효과적일 수 있습니다. 여기에 더해, ‘승자의 음료’라는 문구를 포함하여 성취와 성공을 상징하는 메시지를 추가하면, 자신을 더 나은 방향으로 이끌고자 하는 인도네시아 소비자들에게 강력한 인상을 줄 수 있습니다.

**Q. 현재 인도네시아 에너지음료 시장의 주요 트렌드는 무엇인가요? 소비자들이 선호하는 에너지음료의 특징에 대해 설명해 주세요.**

인도네시아 에너지음료 시장의 주요 트렌드는 빠른 에너지 충전과 건강을 동시에 고려한 제품에 집중되고 있습니다. 인도네시아 소비자들은 단순히 에너지를 제공하는 것뿐만 아니라, 건강과 웰빙을 중시하는 경향이 강해지고 있습니다.

**Q. 인도네시아에서 인기 있는 에너지음료 브랜드와 제품은 무엇인가요? 이 제품들이 성공한 이유와 주요 특징에 대해 설명해 주세요.**

인도네시아 에너지음료 시장에서 두드러진 브랜드는 다음과 같습니다:

- 크라팅댕(Kratingdaeng, Red Bull): 현지에서 레드불과 같은 제품으로 여겨지는 크라팅댕은 인도네시아 시장에서 오랜 시간 동안 강력한 입지를 구축해왔습니다. 합리적인 가격과 널리 퍼진 유통망 덕분에 소비자들이 쉽게 구매할 수 있으며, 특히 장시간 노동을 하는 근로자, 운전자, 그리고 집중이 필요한 학생들에게 신뢰받는 에너지음료로 자리잡고 있습니다. 설탕, 타우린, 비타민B, 카페인 등의 성분이 포함되어 있어 즉각적인 에너지 부스트를 제공합니다.
- 포카리 스웨트(Pocari Sweat): 포카리 스웨트는 기본적으로 수분 보충 음료이지만, 에너지 회복을 도와주는 전해질 성분 덕분에 에너지음료로도 인기를 끌고 있습니다. 특히 건강을 중시하는 소비자들에게는 수분 보충과 전반적인 웰빙을 촉진하는 제품으로 잘 알려져 있습니다. 격렬한 운동 후나 피로회복을 위한 음료로서 각광받고 있으며, 자연스러운 전해질 회복과 재수화를 강조한 마케팅이 이 제품의 성공을 이끈 중요한 요소입니다.

**Q. 인도네시아로 에너지음료 수출 시, 통관 검역상 주의해야 할 점이 있나요?**

인도네시아는 식음료 수입에 대해 매우 엄격한 규제를 적용하고 있습니다. 에너지음료를 인도네시아로 수출할 경우, 가장 먼저 인도네시아 식약청(BPOM)에 제품을 등록하고, 허가를 받아야 합니다. 또한, 인도네시아의 할랄 인증 규정도 주의 깊게 확인해야 하며, 제품이 해당 규정을 충족해야 시장에서 원활한 판매가 가능합니다.

## Interview ②

25)



PT.판차아르타니아가  
(PT.Pantja Artha Niaga)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 2008년에 설립된 음료 유통 및 수입업체
  - 미국, 호주, 유럽, 아시아 등 다양한 국가에서 수입하여 유통하고 있음

담당자 정보

Sales Manager

## PT.판차아르타니아가(PT.Pantja Artha Niaga) Sales Manager

**Q. 고객사 제품은 페트병에 100mL 용량으로 제공됩니다. 인도네시아 소비자들이 선호하는 에너지음료의 포장 형태와 디자인에 대해 피드백 부탁드립니다. 더 나은 소비자 반응을 위해 개선할 사항이 있을까요?**

인도네시아 소비자들에게는 제품의 기능과 목적을 시각적으로 한눈에 전달하는 것이 매우 중요합니다. 예를 들어, 집중력 향상이나 에너지 증진을 상징하는 이미지 요소를 추가하면 소비자들의 주목을 끌 수 있습니다. 뇌를 형상화한 이미지나 번개 모양의 아이콘을 활용하면 제품의 기능을 보다 명확하고 직관적으로 표현할 수 있습니다.

**Q. 고객사 제품은 혼합베리 농축액, 비타민, 카페인, 인삼추출물 등이 주요 성분으로 사용됩니다. 이러한 성분들이 인도네시아 시장에서 효능을 인정받고 있는지, 추가하거나 개선할 성분이나 원료가 있다면 무엇인지 의견 부탁드립니다.**

인삼과 카페인과 같은 성분들은 이미 인도네시아 소비자들 사이에서 친숙하고 신뢰받는 성분입니다. 이 외에도, 생강 추출물을 추가하는 것을 고려해 볼 만합니다. 생강은 인도네시아에서 자연적인 건강 효능으로 널리 알려져 있으며, 에너지를 증진시키고 소화를 돕는 동시에 면역력을 강화하는 데 도움을 주는 성분입니다. 따라서 생강을 추가함으로써 제품의 차별성을 높이고, 현지 시장에서의 매력을 크게 강화할 수 있을 것입니다.

**Q. 제품은 집중력 개선 및 에너지 보충을 목적으로 하고 있습니다. 인도네시아 소비자들이 에너지음료에서 기대하는 주요 효능은 무엇인가요? 현재 트렌드와 고객사 제품의 효능이 잘 맞는지 평가해 주세요.**

인도네시아 소비자들은 빠르게 에너지를 충전해주는 것뿐만 아니라, 수분 보충과 전해질 균형을 함께 지원하는 에너지음료를 선호합니다. 이는 열대 기후에서 활동하는 소비자들에게 특히 중요한 요소입니다. 고객사 제품의 집중력 향상과 에너지 증진 효과는 이러한 트렌드와 잘 맞아떨어집니다. 제품에 수분 공급과 전해질 보충 기능을 추가적으로 강조한다면, 인도네시아 소비자들의 일상적인 활동, 운동, 이동 중에도 활력을 유지하고 상쾌함을 느끼게 할 수 있어 현지 시장에서 더욱 긍정적인 반응을 얻을 수 있을 것입니다.

**Q. 고객사 제품의 홍보문구로는 ‘미국 내 판매 중인 프리미엄 음료’라는 점이 강조될 예정입니다. 인도네시아 소비자들에게 효과적으로 다가갈 수 있는 홍보문구와 마케팅 메시지에 대해 조언 부탁드립니다.**

인도네시아 소비자들에게 어필할 수 있는 효과적인 홍보문구로는 ‘Rasakan Fokus dan Energi Kelas Dunia’(세계적인 집중력과 에너지를 경험하세요.)와 같은 메시지가 적합합니다. 이 문구는 제품의 국제적 신뢰도와 높은 품질을 강조하면서, 집중력 향상과 에너지 증진을 원하는 현지 소비자들의 요구와 일치합니다.

**Q. 현재 인도네시아 에너지음료 시장의 주요 트렌드는 무엇인가요? 소비자들이 선호하는 에너지음료의 특징에 대해 설명해 주세요.**

인도네시아 에너지음료 시장의 주요 트렌드는 에너지 증진 외에도 수분 보충과 집중력 향상 등의 부가적인 이점을 제공하는 제품에 집중되고 있습니다. 이러한 기능을 동시에 제공하는 음료는 소비자들의 니즈를 잘 충족시키고 있습니다.

**Q. 인도네시아에서 인기 있는 에너지음료 브랜드와 제품은 무엇인가요? 이 제품들이 성공한 이유와 주요 특징에 대해 설명해 주세요.**

인도네시아에서 두드러진 에너지음료 브랜드와 제품으로는 다음을 꼽을 수 있습니다:

- 팬서(Panther): 팬서는 합리적인 가격과 효율성으로 유명하며, 특히 저소득층 소비자와 경제적인 에너지 보충 솔루션을 찾는 사람들에게 인기가 높습니다. 이 제품은 설탕, 타우린, 비타민 B, 카페인을 포함하고 있으며, 강렬한 달콤한 맛으로 에너지 회복에 탁월한 효과를 제공합니다. 주로 육체적 노동을 필요로 하는 소비자층, 즉 하루 종일 지속적인 에너지가 필요한 근로자들에게 큰 호응을 얻고 있습니다.
- 엑스트라 조스(Extra Joss): 엑스트라 조스는 분말형 에너지음료로, 물에 섞어 섭취하는 방식이 매우 실용적이며, 가격이 저렴하고 휴대성이 뛰어난 제품으로 소비자들에게 인기를 끌고 있습니다. 이 제품은 로열 젤리, 인삼, 타우린, 카페인, 비타민 B 등을 주성분으로 하며, 활기찬 생활을 돕는 제품으로 널리 알려져 있습니다. 특히 이동 중에도 간편하게 섭취할 수 있는 점이 바쁜 생활을 하는 소비자들에게 매력적입니다.

**Q. 인도네시아로 에너지음료 수출 시, 통관 검역상 주의해야 할 점이 있나요?**

인도네시아로 에너지음료를 수출할 때는 포장 라벨에 인도네시아어를 필수로 사용해야 하며, 인도네시아 식약청(BPOM) 가이드라인을 준수해야 합니다. 라벨에는 영양 정보, 성분, 건강 관련 주장 등이 명확하게 표기되어야 하며, 제품의 유통기한과 배치 번호도 반드시 포함되어야 합니다. 이러한 규정을 철저히 준수함으로써 제품이 원활하게 시장에 진입할 수 있도록 해야 합니다.

## Interview ③

26)



PT.팡안세자테라센토사  
(PT.Pangan Sejahtera  
Sentosa)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 2000년에 설립된 유통업체로 음료, 식품, 스낵을 취급하고 있음
  - 폴란드 및 아시아 지역과의 수입 거래를 진행하고 있음

## 담당자 정보

Sales Manager

## PT.팡안세자테라센토사(PT.Pangan Sejahtera Sentosa) Sales Manager

**Q. 고객사 제품은 페트병에 100mL 용량으로 제공됩니다. 인도네시아 소비자들이 선호하는 에너지음료의 포장 형태와 디자인에 대해 피드백 부탁드립니다. 더 나은 소비자 반응을 위해 개선할 사항이 있을까요?**

인도네시아 소비자들은 시각적으로 눈에 띄는 디자인을 선호합니다. 제품의 시각적 매력을 높이기 위해서는 빨간색과 같은 강렬한 색상을 기반으로 파란색이나 녹색 등 밝고 대조적인 색상을 추가하여 소비자에게 돋보이도록 하는 것이 좋습니다. 또한, 제품의 목적을 명확하게 전달할 수 있는 아이콘을 사용하여 제품의 효능을 한눈에 인식할 수 있게 하는 것도 중요합니다. 예를 들어, 집중력을 상징하는 초점 아이콘이나 에너지를 상징하는 번개 이미지를 포함하는 것이 효과적입니다. 제품명과 주요 이점은 현대적이고 읽기 쉬운 글꼴로 표기하여 소비자가 쉽게 인식할 수 있도록 해야 합니다. 이러한 디자인 요소들은 소비자의 관심을 끌고 명확한 메시지를 전달하는 데 기여할 것입니다.

**Q. 고객사 제품은 혼합베리 농축액, 비타민, 카페인, 인삼추출물 등이 주요 성분으로 사용됩니다. 이러한 성분들이 인도네시아 시장에서 효능을 인정받고 있는지, 추가하거나 개선할 성분이나 원료가 있다면 무엇인지 의견 부탁드립니다.**

혼합베리 농축액, 비타민, 카페인, 인삼 추출물은 인도네시아 소비자들에게 친숙하고 그 효능도 충분히 인정받고 있는 성분들입니다. 여기에 꿀이나 로열젤리를 추가하는 것도 매우 효과적일 수 있습니다. 꿀과 로열젤리는 인도네시아에서 건강에 좋은 천연 성분으로 널리 알려져 있으며, 면역력 강화 및 에너지 증진에 대한 효능도 잘 알려져 있습니다. 이러한 성분들을 추가함으로써 제품에 자연적인 건강 요소를 더하고, 더 넓은 소비자층의 관심을 끌 수 있을 것입니다.

**Q. 제품은 집중력 개선 및 에너지 보충을 목적으로 하고 있습니다. 인도네시아 소비자들이 에너지음료에서 기대하는 주요 효능은 무엇인가요? 현재 트렌드와 고객사 제품의 효능이 잘 맞는지 평가해 주세요.**

인도네시아 소비자들은 빠른 에너지 보충과 집중력 향상을 기대하며, 고객사 제품은 이러한 소비자의 기대에 부합합니다. 혼합베리 농축액, 비타민, 카페인, 인삼 추출물은 에너지 증진과 집중력 개선에 효과적인 성분으로, 현지 소비자들의 요구를 충족시킵니다. 최근 인도네시아에서는 자연적이고 건강한 성분에 대한 관심이 높아지고 있으므로, 꿀이나 로열젤리를 추가하면 이러한 트렌드에 더욱 부합하게 될 것입니다. 이 성분들은 자연적인 감미료 대안으로도 작용하며, 제품에 추가적인 건강 이점을 부여할 수 있습니다.

**Q. 고객사 제품의 홍보문구로는 ‘미국 내 판매 중인 프리미엄 음료’라는 점이 강조될 예정입니다. 인도네시아 소비자들에게 효과적으로 다가갈 수 있는 홍보문구와 마케팅 메시지에 대해 조언 부탁드립니다.**

미국 내 판매 중인 프리미엄 음료라는 슬로건은 인도네시아 소비자들에게 제품의 고품질 이미지를 잘 전달할 수 있습니다. 이를 보완하여 인도네시아 시장에서는 소비자들이 프리미엄 제품을 통해 집중력과 에너지를 증진시킬 수 있다는 메시지를 강조하는 것이 중요합니다. 예를 들어, ‘테타 세가르 단 포커스, 필리흐 양 프리미엄’(신선함과 집중력을 유지하세요, 프리미엄을 선택하세요)과 같은 슬로건은 신선함과 프리미엄 제품의 고유한 가치를 효과적으로 전달하면서 소비자들이 성취와 성공을 향해 나아가도록 격려하는 메시지를 담고 있습니다.

**Q. 현재 인도네시아 에너지음료 시장의 주요 트렌드는 무엇인가요? 소비자들이 선호하는 에너지음료의 특징에 대해 설명해 주세요.**

인도네시아 소비자들은 단순한 에너지 보충을 넘어 다양한 기능적 이점을 제공하는 에너지음료를 선호합니다. 집중력 향상, 수분 보충, 추가적인 영양 공급과 같은 다기능성을 갖춘 음료가 인기를 끌고 있으며, 이는 바쁜 라이프스타일에 맞춘 소비자들의 요구를 충족시킵니다. 맛에 있어서는 과일 맛, 특히 혼합 베리, 감귤류, 열대 과일 등 상쾌한 맛이 가장 선호되며, 자연적이고 신선한 음료에 대한 수요가 높아지고 있습니다. 이러한 기능적 이점과 매력적인 맛을 결합한 제품이 인도네시아 시장에서 성공을 거둘 수 있는 열쇠입니다.

**Q. 인도네시아에서 인기 있는 에너지음료 브랜드와 제품은 무엇인가요? 이 제품들이 성공한 이유와 주요 특징에 대해 설명해 주세요.**

인도네시아에서 오랜 기간 성공을 거둔 대표적인 브랜드로는 M-150과 크라팅땡이 있습니다. 이들 브랜드는 에너지를 증진하고 활력을 주는 특성으로 유명하며, 주로 카페인, 타우린, 설탕, 비타민 B 등을 주요 성분으로 사용합니다.

**Q. 인도네시아로 에너지음료 수출 시, 통관 검역상 주의해야 할 점이 있나요?**

인도네시아로 에너지음료를 수출할 때는 통관 절차를 원활하게 하기 위해 필요한 모든 서류를 철저히 준비해야 합니다. 여기에는 상업 송장, 포장 명세서, 선하 증권, 원산지 증명서 등이 포함됩니다. 이러한 서류들은 인도네시아 통관 당국에서 필수적으로 요구하는 항목들이며, 이를 적절히 준비함으로써 신속한 통관과 검역 절차가 이루어질 수 있습니다.

## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the Soft Drinks market - Indonesia', 2024.09
2. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the Energy & Sports Drinks market - Indonesia', 2024.09
3. KOTRA해외시장뉴스, '인도네시아 음료 시장동향', 2024.08
4. KATI농식품수출정보, '[인도네시아] 음료 시장 트렌드', 2024.06
5. 스태티스타(Statista) 'Consumption of energy drinks in Indonesia as of January 2023', 2023.04
6. 스태티스타(Statista), 'Main reasons to consume energy drinks in Indonesia as of January 2023', 2023.04
7. 대외경제정책연구원, '[이슈트렌드] 인도네시아 이커머스, 코로나 19 팬데믹 이후에도 호황 멈추지 않아', 2023.06
8. 스태티스타(Statista), 'Leading FMCG shopping channels in Asia in 2nd quarter 2024, by country or territory', 2024.09
9. 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM), 「가공식품의 라벨에 관한 인도네시아 공화국 식품의약품안전청장령」, 2018
10. 한국농수산식품유통공사, 「할랄 이슬람 식품시장수출가이드북」, 2020
11. 한국농수산식품유통공사, 「2023 농식품 해외인증등록정보 종합가이드」, 2023
12. KATI농식품수출정보, 「인도네시아 비관세장벽 모니터링」, 2023
13. KATI농식품수출정보, 「2023 국가별 농식품 수출 교역조건」, 2023
14. KATI농식품수출정보, 「인도네시아 할랄인증 의무화 동향 및 할랄식품 유통현황 분석 보고서」, 2024
15. 외교부, 「알기쉬운 인도네시아의 수입규제」, 2023

### ■ 참고 사이트

1. 외교부 ([www.mofa.go.kr](http://www.mofa.go.kr))
2. 스태티스타(Statista) ([www.statista.com](http://www.statista.com))
3. KEB하나은행 ([www.kebhana.com](http://www.kebhana.com))
4. KOTRA해외시장뉴스 ([dream.kotra.or.kr](http://dream.kotra.or.kr))
5. KATI농식품수출정보 ([www.kati.net](http://www.kati.net))
6. ITC(International Trade Centre) ([www.trademapp.org](http://www.trademapp.org))
7. 토크opedia(Tokopedia) ([tokopedia.com](http://tokopedia.com))
8. 대외경제정책연구원 ([www.kiep.go.kr](http://www.kiep.go.kr))
9. 랜치마켓(Ranch Market) ([www.ranchmarket.co.id](http://www.ranchmarket.co.id))
10. 링크드인(Linkedin) ([www.linkedin.com](http://www.linkedin.com))
11. 하이퍼마트(Hypermart) ([hypermart.co.id](http://hypermart.co.id))
12. 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia) ([insideretail.asia](http://insideretail.asia))
13. 브이오아이(VOI) ([www.voi.id](http://www.voi.id))
14. 알파마트(Alfamart) ([alfamart.co.id](http://alfamart.co.id))
15. 구글맵(Google Maps) ([www.google.co.kr/maps](http://www.google.co.kr/maps))
16. 인도마켓(Indomaret) ([www.Indomaret.co.id](http://www.Indomaret.co.id))
17. 인도리텔(Indoritel) ([www.Indoritel.co.id](http://www.Indoritel.co.id))
18. 왓슨스 인도네시아(Watsons Indonesia) ([www.watsons.co.id](http://www.watsons.co.id))
19. 인더스트리콘탄(Industri Kontan) ([industri.kontan.co.id](http://industri.kontan.co.id))
20. 가디언 인도네시아(Guardian Indonesia) ([guardianindonesia.co.id](http://guardianindonesia.co.id))
21. 관세청 ([www.customs.go.kr](http://www.customs.go.kr))
22. 농림축산식품부 ([www.mafra.go.kr](http://www.mafra.go.kr))
23. 관세법령정보포털 ([unipass.customs.go.kr](http://unipass.customs.go.kr))
24. 인도네시아 무역부(MTRI) ([www.kemendag.go.id](http://www.kemendag.go.id))
25. 인도네시아 식품안전연구소(IFSI) ([indonesianfoodsafety.org](http://indonesianfoodsafety.org))
26. 인도네시아 재무부(KEMENTERIAN KEUANGAN) ([www.beacukai.go.id](http://www.beacukai.go.id))
27. 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM) ([www.pom.go.id](http://www.pom.go.id))
28. 통합무역정보서비스 ([www.tradenavi.or.kr](http://www.tradenavi.or.kr))
29. PT.아시아헬스에너지음료(PT.Asia Health Energi Beverages) ([aheb.co.id](http://aheb.co.id))
30. PT.판차아르타니아가(PT.Pantja Artha Niaga) ([paniaga.com](http://paniaga.com))
31. PT.팡안세자테라센토사(PT.Pangan Sejahtera Sentosa) ([www.ptpassindonesia.com](http://www.ptpassindonesia.com))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2024.10.18

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