

# 2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202411-08  
품목 | 어린이 음료(Kid's Drink)  
HS CODE | 2202.99-9000  
국가 | 인도네시아(Indonesia)



# CONTENTS

## 2024 수출기업 맞춤형 조사

### I. 요약

1. 요약	04
-------	----

### II. 시장규모

1. 인도네시아 청량음료 시장규모	06
2. 인도네시아 무탄산음료 시장규모	07
3. 인도네시아 어린이 음료 수입규모	08

### III. 시장트렌드

1. 인도네시아 식음료 행사 업체	11
2. 인기브랜드 1위: '밀쿠'	12
3. 맛 키워드 1위: '초콜릿'	13
4. 홍보문구 키워드 1위: '건강'	14

### IV. 유통채널

1. 인도네시아 어린이 음료 유통채널 점유율	16
2. 인도네시아 어린이 음료 주요 유통채널	17



# CONTENTS

## 2024 수출기업 맞춤형 조사

### V. 진입장벽

1. 인도네시아 어린이 음료 통관 및 검역 절차	24
2. 인도네시아 어린이 음료 품질 인증	26
3. 인도네시아 어린이 음료 라벨링	29
4. 인도네시아 어린이 음료 성분 및 유해물질	37

### VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 아네카세메스타누트리신도(CV. Aneka Semesta Nutrisindo)	41
2. 알파마트(Alfamart)	43
3. 롯데쇼핑인도네시아(PT. LOTTE Shopping Indonesia)	45
※ 참고문헌	47

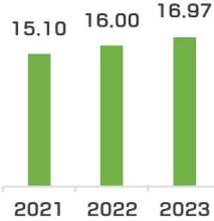


# 인도네시아 어린이 음료 시장

## 시장 현황

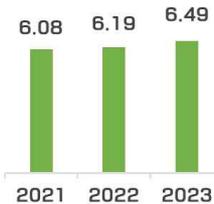
### 청량음료 시장규모

단위 : 십억 달러



### 무탄산음료 시장규모

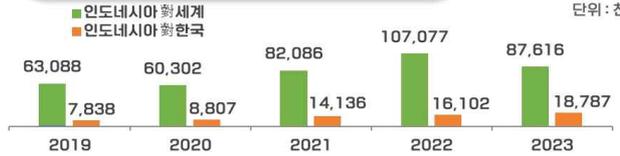
단위 : 십억 달러



## 수출입 현황

### 수출입 현황 (HS CODE 2202.99 기준)

단위 : 천 달러



### 국가별 수입규모



## 시장 트렌드

### 빅데이터 분석



\* 인도네시아 라자다 어린이음료 제품 210건 분석 결과

## 주요 유통채널

### 유통채널 점유율



## 통관 및 제도

### 수출 통관 유의사항

**세금**  
한-아세안 FTA 협정 세율 0%

**사전 준비**  
인도네시아 BPOM 사전 등록 **必**  
수출업체 AEO 등록 시  
통관 절차 간소화 등 혜택 **多**

### 권장 인증



### 유의사항

인도네시아 국가 표준 인증 **必**  
SNI 인증과 세 가지 권장 인증  
중 최소 한 가지 인증 필요  
**라벨 필수 표기사항**  
제품명, 성분 목록, 알레르겐,  
순종량, 사업자 정보 등

## 수입유통업체 인터뷰

### 인터뷰 대상 :



### Point 01.

**인기 제품군** 주로 아이들이 선호하는 초콜릿, 크림 등 달콤한 음료와 부모들이 선호하는 영양이 풍부한 우유 음료가 인기  
**고객사 제품 현황** 고객사 음료 제품은 중간~높은 가격대에 위치하며, 달콤한 맛과 캐릭터의 인기가 판매에 큰 영향을 주고 있음  
**전통시장** 주로 생활 필수품이나 로컬 제품이 대부분, 수입 제품의 경우 장기간 수요가 검증된 해외 유명브랜드 제품 외에는 비교적 제한적임

### Point 02.

**상품성 피드백** 맛, 품질 등 현제도 우수한 수준이지만 더 낮은 가격에 더 작은 사이즈 제품 출시도 고려해볼 만함  
**저당ver 전망** 저당 및 제로 칼로리 버전은 더 건강한 옵션을 원하는 부모들에게 호응을 얻을 것으로 보임  
**판촉 전략** 시음 행사는 긍정적인 반응 예상되며, 현지 인플루언서 및 홍보대사 활용도 도움이 될 것으로 기대됨

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# II 시장규모



1. 인도네시아 청량음료 시장규모
2. 인도네시아 무탄산음료 시장규모
3. 인도네시아 어린이 음료 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 23.4조 원<sup>2)3)4)</sup>

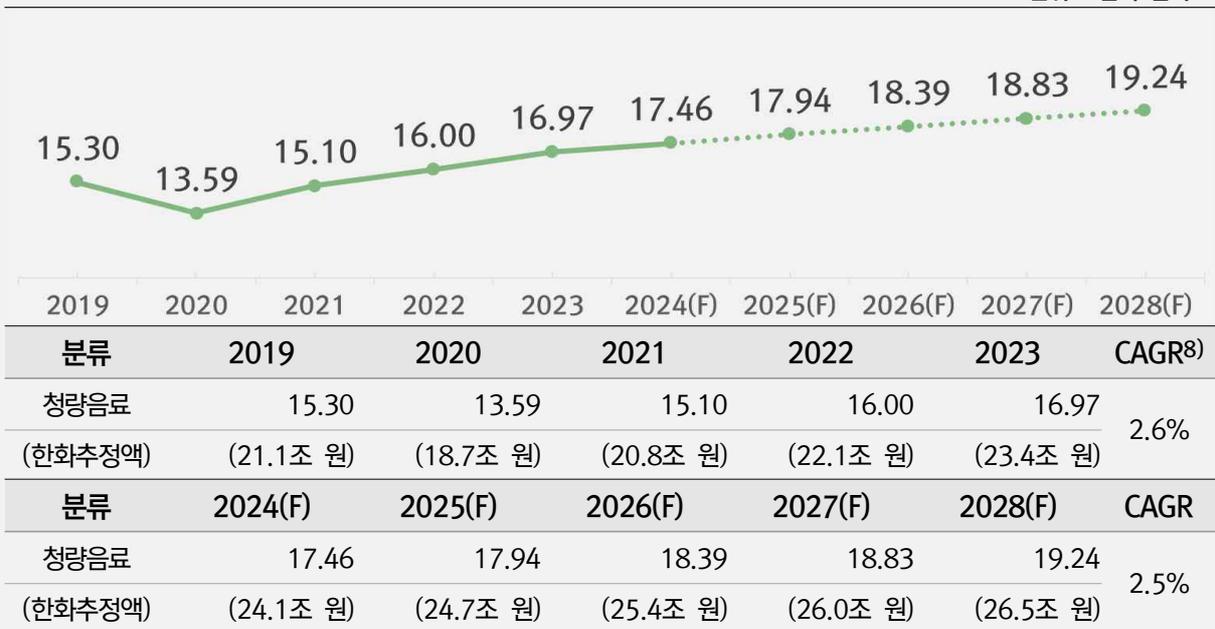
2023년 기준 인도네시아 청량음료 시장규모는 전년 대비 6.1% 성장해 23.4조 원에 달했음. 이는 한국 청량음료 시장의 1.1배 규모에 해당함. 2020년에는 전년 대비 11.2% 감소했으나 이후 회복세를 보이며 2021년부터 다시 성장세를 이어가며, 최근 5년(2019-23년)간 연평균 성장률은 2.6%로 나타났음

### ▶ 인도네시아 청량음료 시장규모, 향후 연평균 2.5% 성장 예상

인도네시아 청량음료 시장은 2028년까지 연평균 2.5%씩 성장하여 2028년에는 약 26.5조 원 규모에 이를 것으로 예상됨. 건강 및 웰니스 트렌드가 자리 잡음에 따라 기능성 음료를 비롯한 건강 지향적 제품에 대한 수요 증가가 시장의 주요 성장 동력으로 작용할 것으로 전망됨<sup>5)</sup>

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

단위 : 십억 달러



자료: 스탯시타(Statista)

- 1) 자료: 외교부 홈페이지
- 2) 자료: 스탯시타(Statista), 'Soft Drinks - Indonesia', 2024.10
- 3) 스탯시타에 따르면, '청량음료(Soft Drinks)'는 물을 기반으로 설탕이나 감미료, 향료 등이 첨가된 다양한 음료를 포함함
- 4) 조사제품 '어린이 음료'의 제품 유형에 따라 '무탄산음료(Non-Carbonated Soft Drinks)'와 상위 시장인 '청량음료'시장의 규모를 조사함
- 5) 자료: KATI농식품수출정보, '인도네시아 음료 시장 트렌드', 2024.06
- 6) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 7) 1달러=1,379.30원(2024.11.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)
- 8) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

## 2. 인도네시아 무탄산음료 시장규모

### ▶ 인도네시아 무탄산음료 시장규모 9.0조 원<sup>9)10)</sup>

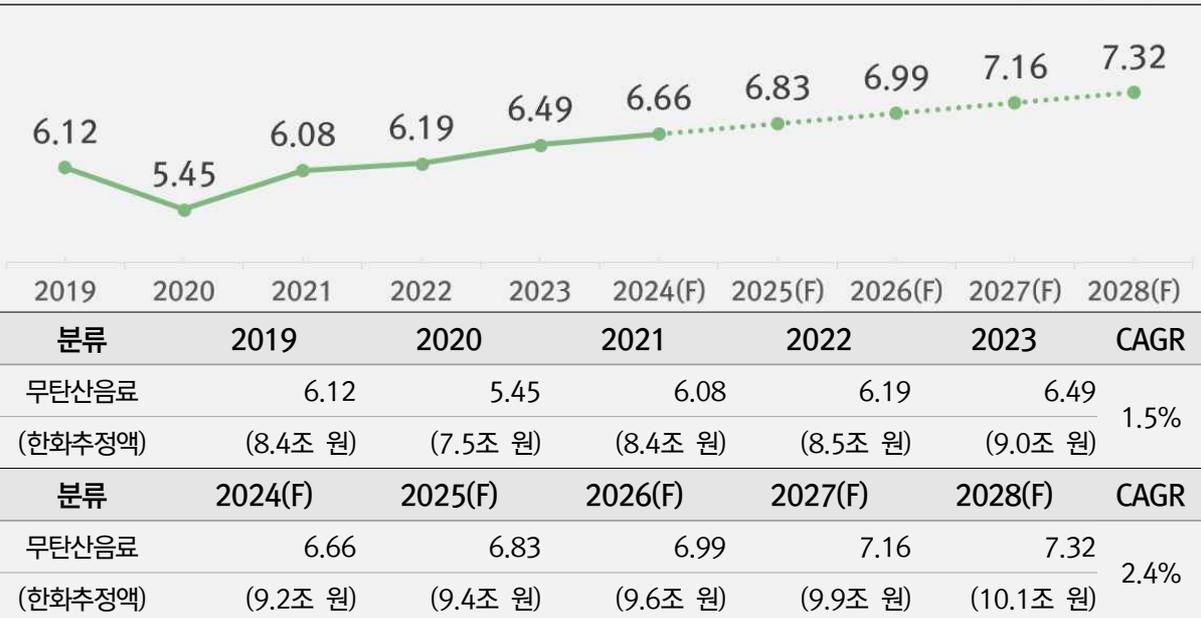
2023년 기준 인도네시아 무탄산음료 시장규모는 9.0조 원에 달하며, 이는 한국 무탄산음료 시장의 0.7배 규모에 해당함. 2020년에는 시장규모가 전년 대비 10.9% 감소했으나, 2021년부터 다시 회복세를 보이며 2023년까지 꾸준히 성장함. 이에 최근 5년(2019-23년)간 연평균 성장률은 1.5%로 나타남

### ▶ 인도네시아 무탄산음료 시장규모, 향후 연평균 2.4% 성장 전망

인도네시아 무탄산음료 시장은 건강을 중시하는 트렌드와 기능성 제품들의 지속적인 출시로 인해 꾸준한 성장이 전망됨. 향후 5년(2024-28년)간 연평균 2.4%씩 성장하여 2028년에는 약 10.1조 원 규모에 이를 것으로 예상됨. 특히, 어린이 음료 시장에서는 할랄 인증 표기와 캐릭터 포장을 활용한 고객사 제품이 현지 소비자들에게 인기를 얻고 있음. 앞으로도 인도네시아 시장에서는 할랄 인증, 브랜드 신뢰도, 그리고 매력적인 포장 디자인이 중요한 경쟁 요소로 작용할 것으로 보임<sup>11)12)</sup>

[표 2.2] 인도네시아 무탄산음료 시장규모

단위 : 십억 달러



자료: 스탯시타(Statista)

9) 자료: 스탯시타(Statista), 'Non-Carbonated Soft Drinks - Indonesia', 2024.10

10) 스탯시타에 따르면, '무탄산음료(Non-Carbonated Soft Drinks)'는 탄산이 인위적으로 첨가되지 않은 모든 무알콜 청량음료를 포함함

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

12) 자료: KATI농식품수출정보, '[인도네시아 현재 인도네시아의 4가지 식품 트렌드]', 2024.09

### 3. 인도네시아 어린이 음료 수입규모

● HS CODE 2202.99

해당 장에서 조사제품 어린이 음료는 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, 1,208억 원

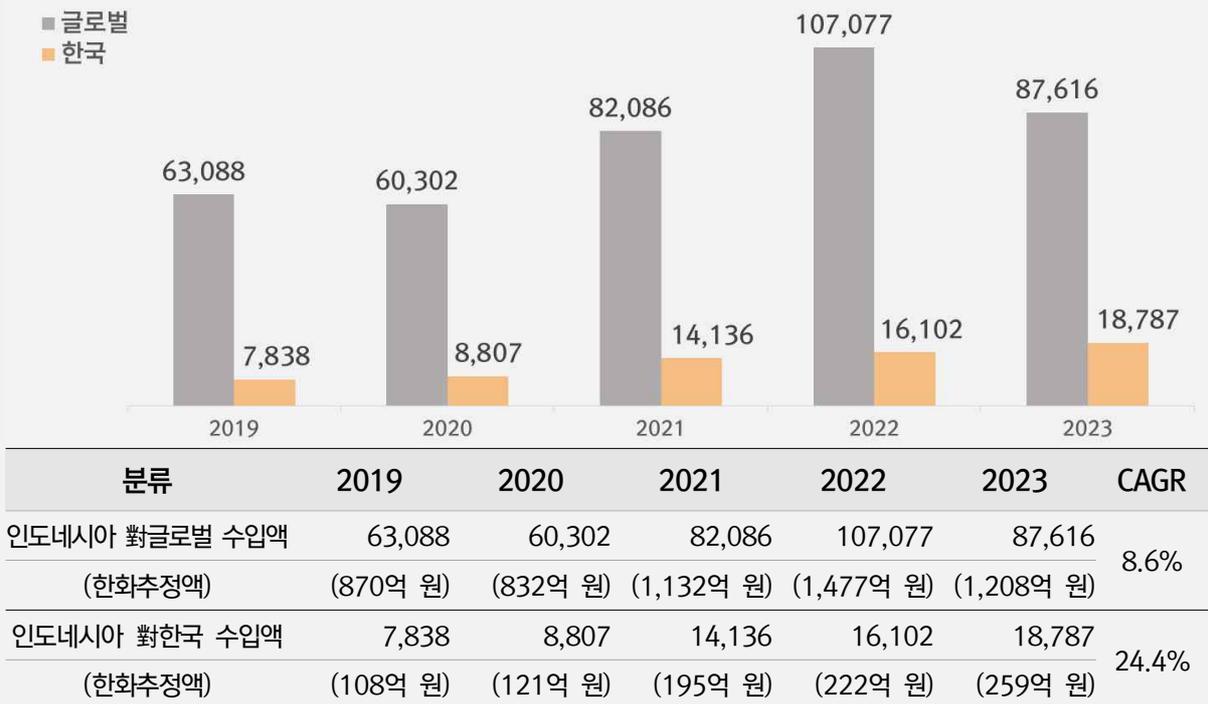
2023년 기준 HS CODE 2202.99 품목에 대한 인도네시아의 對글로벌 수입액은 전년 대비 18.2% 감소한 1,208억 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 인도네시아의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년) 동안 연평균 8.6%의 성장률을 기록했으며, 특히 2021년과 2022년에는 전년 대비 30%가 넘는 높은 성장세를 보임

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

2023년 기준 HS CODE 2202.99 품목에 대한 인도네시아의 對한국 수입액은 전년 대비 16.7% 증가한 259억 원이며, 이는 글로벌 3위에 해당함. 해당 품목에 대한 인도네시아의 對한국 수입액은 지난 5년(2019-23년) 동안 연평균 24.4%씩 증가함. 한편, 2023년 기준 해당 품목에 대한 인도네시아의 對글로벌 수입액 1위는 말레이시아(501억 원), 2위는 태국(321억 원), 4위는 호주(30억 원)로 확인됨

[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 식음료 행사 업체
2. 인기브랜드 1위: '밀쿠'
3. 맛 키워드 1위: '초콜릿'
4. 홍보문구 키워드 1위: '건강'

## 소비 제품 특징 분석 프로세스

### ▶ 인도네시아 온라인 쇼핑몰 입점 어린이 음료

- 데이터 수집 키워드: 어린이 음료(Minumam Anak-Anak)
- 데이터 수집량: 210건
- 데이터 수집원: 인도네시아 온라인 쇼핑몰 라자다(Lazada)

### ▶ 인도네시아 온라인 쇼핑몰 입점 어린이 음료 특징 분석

- 데이터 분석 항목  
① 브랜드 ② 맛 ③ 홍보문구

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
브랜드	밀쿠	Milku	44	그린필즈	Greenfields	8
	인도밀크	Indomilk	38	우라	Urra	6
	마일로	Milo	26	에스알12	Sr12	6
	치모리	Cimory	18	보네토	Boneeto	3
	울트라미미	Ultra Mimi	11	단코포르티그로	Dancow Fortigro	2
	윙스	Wings	8	(-)	(-)	(-)
맛	초콜릿	Coklat	109	멜론	Melon	5
	딸기	Stroberi	23	바나나	Banana	3
	바닐라	Vanila	14	복숭아	Peach	3
	블루베리	Blueberry	10	구아바	Jambu	3
	망고	Mangga	8	(-)	(-)	(-)
홍보문구	건강	Sehat	13	소화	Pencernaan	3
	성장	Tumbuh	12	경제적인	Hemat	2
	할랄	Halal	11	할인	Diskon	2
	저렴한	Murah	7	유기농	Organik	1
	천연	Alami	5	(-)	(-)	(-)

# 1. 인도네시아 식음료 행사 업체

## ▶ 인도네시아 식음료 행사 업체 리스트

순번	기업명/홈페이지	주요 정보	연락처	주소
1	Populix (info.populix.co)	조사와 마케팅 서비스 제공 기업	support@populix.co	Central Park Mall Level LG, Unit L109-114 Jl. Letjen S. Parman Kav. 28 Grogol Petamburan, Jakarta Barat 11470
			+62-812-2175-5951	
2	Markplus Inc. (markplusinc.com)	브랜딩 및 마케팅 커뮤니케이션, 브랜딩 포지셔닝 서비스	info@markplusinc.com	Eighty Eight@Kasablanka 8th Floor Jl. Raya Casablanca No. 88 RT.14/RW.5, Kota Jakarta Selatan DKI Jakarta 12870
			+62-21-57902338	
3	Marketing Research Indonesia/ Marsindo Konsult Prima (mri-research-ind.com/about)	플랫폼 마케팅 조사	mri@mri-research-ind.com	Central Park Mall Level LG, Unit L109-114 Jl. Letjen S. Parman Kav. 28 Grogol Petamburan, Jakarta Barat 11470
			+62-812-8611-6330 +62-215-0101-655	
4	PT. Acorn Konsultan (acornasia.com)	제품 및 서비스 혁신, 고객 경험 개선, 커뮤니케이션 개발 및 테스트	indonesia@acornasia.com	29th Floor, Allianz Tower Jl HR Rasuna Said Kawasan Kuningan Persada Blok 2 Jakarta Selatan 12980, Indonesia
			+62-21-290-79655	
5	Deka Insight (dekainsight.com)	마케팅 전략 수립, 브랜드 활성화 및 마케팅 커뮤니케이션 전략 서비스	hello@dekainsight.com	Jl. Wolter Monginsidi No. 24A Kebayoran Baru, Jakarta Selatan 12170, Indonesia
			+62-217-236901	
6	Double M (double-m.co)	동남아시아 시장 영업 및 투자 컨설팅 기업	info@double-m.co	Plaza Sovereign, 8th Floor Jl. TB Simatupang Kav. 36 RT.1/RW.2, Cilandak Jakarta Selatan 12430, Indonesia
			+62-21-2789-9882	
7	SLC Marketing Inc. (slcmarketinginc.com)	맞춤형 연구 및 컨설팅 서비스 제공	support@slcmarketinginc.com	G- Walk Arcade CG-1/08 Surabaya
			+62-817-0360-3875	
8	Cimigo (cimigo.com/id)	베트남 및 인도네시아 시장 소비자 마케팅 및 시장 조사 서비스 제공	ask@cimigo.com	Pondok Indah Plaza 2, Kav. 56 Jl. Sekolah Duta V, RT.3/RW.14 Pondok Indah, Kec. Kby. Lama Jakarta Selatan 12310 Indonesia
			+62-21-751-5628	
9	Sigma Research Indonesia (sigmaresearch.co.id)	소비자 트렌드와 행동연구 마케팅 제공	info@sigmaresearch.co.id	Orlin Arcade I, Graha Raya Jl. Boulevard Blok JA No. 28 Pakujaya, Serpong Utara Tangerang Selatan, Banten 15324
			+62-215-3126853	
10	Kadence Indonesia (kadence.com/office/indonesia)	브랜드 런칭을 위한 시장 조사 서비스 제공	https://www.linkedin.com/ company/kadenceid/about/	Jl. Prof. DR. Satrio Blok C4 No.5 Kuningan Timur Setiabudi Jakarta Selatan 12950 Indonesia
			6221 2788 3500	

## 2. 인기브랜드 1위: ‘밀쿠’

### ▶ 인도네시아 어린이 음료 브랜드 1위로 ‘밀쿠’ 진출

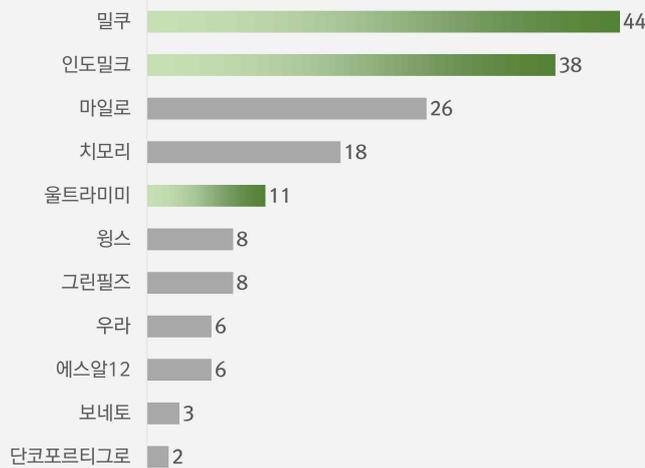
- 인도네시아 어린이 음료 시장에서 브랜드 관련 키워드로 인도네시아 현지 브랜드인 ‘밀쿠’가 44건으로 진출됨
- 그 뒤를 이어 또 다른 인도네시아 우유 제조 브랜드 ‘인도밀크’가 진출되었는데, 인도밀크는 현재 한국의 유명 아이돌 그룹 ‘세븐틴’을 모델로 앞세워 인기를 끌고 있음

### ▶ 우유와 발효유 브랜드 진출

- 인도네시아에서 판매 중인 어린이 음료 제품의 대부분은 우유와 발효유 등의 유제품인 것이 확인됨
- 다양한 맛의 우유를 판매하는 ‘울트라미미’ 브랜드와 다양한 맛과 종류의 발효유를 판매하는 ‘치모리’등이 진출됨

밀쿠		인도밀크		울트라미미	
					
제품명	밀쿠수수 (Milku susu)	제품명	인도밀크 (Indomilk)	제품명	울트라미미키즈 (Ultra MIMI Kids)
브랜드	밀쿠(Milku)	브랜드	인도밀크(Indomilk)	브랜드	울트라미미(Ultra Mimi)
용량	200ml	용량	190ml	용량	125ml
가격	4,500루피아(396원 <sup>13)</sup> )	가격	4,250루피아(374원)	가격	4,990루피아(439원)

[표 3.1] 인도네시아 판매 어린이 음료 브랜드 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인 쇼핑몰 라자다(Lazada) 내 ‘어린이 음료’ 관련 게시물 210건 분석

13) 100루피아=8.79원(2024.11.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

### 3. 맛 키워드 1위: ‘초콜릿’

▶ 인도네시아 어린이 음료 ‘초콜릿’ 맛 최다 빈출

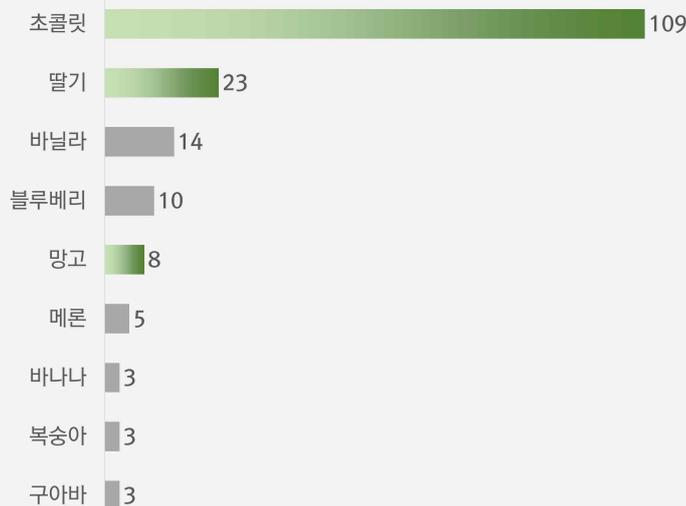
- 현지 온라인 몰에서 판매 중인 인도네시아 어린이 음료 맛 관련 키워드로 ‘초콜릿’이 109건 도출됨
- 앞서 언급한 바와 같이, 인도네시아 어린이 음료 중에는 우유 제품이 대부분이었으며, 초콜릿 맛 우유나 우유에 타먹는 초콜릿 가루 등의 제품이 확인됨

▶ ‘딸기’와 ‘망고’ 등 과일 맛 키워드 빈출

- 인도네시아 어린이 음료 맛 관련 키워드로 ‘딸기’가 23건 도출되었으며, ‘블루베리’, ‘망고’, ‘복숭아’ 등 과일 관련 키워드가 다수 확인됨
- 실제 데이터 확인 결과, 요거트 제품이 대부분인 것으로 나타났으며, 인도네시아 소비자가 상큼한 맛을 선호하는 것을 알 수 있음

초콜릿		딸기		망고	
					
제품명	칠고 (Chil-go)	제품명	요거트드링크 (Yogurt Drink)	제품명	망고주스 (Jus Buah Asli Mangga)
브랜드	모링가(Morinaga)	브랜드	치모리(Cimory)	브랜드	부아비타(Buavita)
용량	130ml x 6병	용량	125ml	용량	500ml
가격	28,912루피아(2,541원)	가격	3,050루피아(268원)	가격	17,758루피아(1,561원)

[표 3.2] 인도네시아 판매 어린이 음료 맛 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인 쇼핑몰 라자다(Lazada) 내 ‘어린이 음료’ 관련 게시물 210건 분석

## 4. 홍보문구 키워드 1위: '건강'

### ▶ 인도네시아 어린이 음료 홍보문구 1위, '건강'

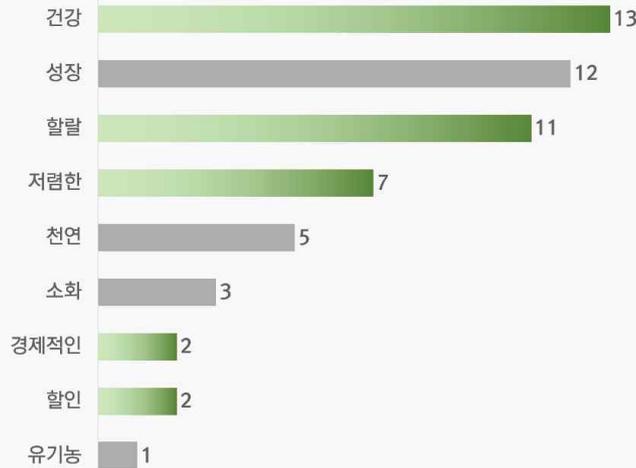
- 인도네시아에서 판매 중인 어린이 음료의 제품 홍보문구 관련 키워드 중 '건강'이 13건으로 가장 많이 도출되면서, 건강한 제품에 대한 수요가 높은 것을 알 수 있음
- 또한, 세계 최대 무슬림 국가인 인도네시아에서 할랄 인증은 식품 구매 결정의 주된 요소이므로, 인증 관련 홍보문구로 '할랄'도 빈출됨

### ▶ '저렴한', '경제적인', '할인' 키워드 빈출

- 또다른 인도네시아 어린이 음료 홍보문구로 '저렴한' 키워드가 7건 도출되었으며, '경제적인', '할인' 등 유사 키워드들도 확인됨
- 이 결과를 통해 인도네시아 소비자들은 어린이 음료 선택 시 제품의 가격 역시 중요하게 고려하는 요인임을 알 수 있음

건강		할랄		저렴한	
					
제품명	요거트드링크블루베리 (Yogurt Drink Blueberry)	제품명	요익 발효유 음료 (Yoyic Minuman Susu Fermentasi)	제품명	UHT필로우밀크 (Susu Bantal UHT)
브랜드	치모리(Cimory)	브랜드	요익(Yoyic)	브랜드	리얼굿(Real Good)
용량	240ml	용량	130ml x 12병	용량	50ml
가격	8,000루피아(703원)	가격	30,900루피아(2,716원)	가격	1,085루피아(95원)

[표 3.1] 인도네시아 판매 어린이 음료 홍보문구 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인 쇼핑몰 라자다(Lazada) 내 '어린이 음료' 관련 게시물 210건 분석

# IV 유통채널



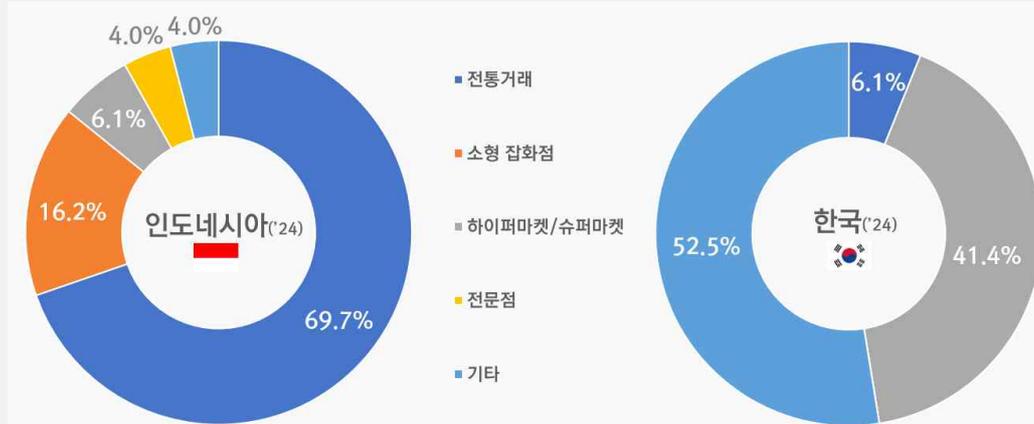
1. 인도네시아 어린이 음료 유통채널 점유율
2. 인도네시아 어린이 음료 주요 유통채널

## 1. 인도네시아 어린이 음료 유통채널 점유율

### ▶ 인도네시아 어린이 음료 유통채널, ‘전통거래’가 1위

2024년 기준 인도네시아 내 어린이 음료를 비롯한 일용소비재 유통채널 중 ‘전통거래’가 69.7%의 점유율로 가장 높은 비중을 차지함. ‘소형 잡화점’이 16.2%로 2위를 기록했으며, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 6.1%로 그 뒤를 이었음. 한편, 한국에서는 온라인과 백화점 등 여러 유통채널을 포함한 ‘기타’가 52.5%의 점유율로 가장 큰 비중을 차지했으며, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 41.4%, ‘전통거래’는 6.1%에 불과했음. 이는 소비재의 온라인 유통이 고도로 발달한 한국과 달리, 인도네시아에서는 전통적인 유통채널이 강세임을 보여줌. 특히, 농촌 지역에서는 전통적 유통채널이 소비자 접근성 측면에서 중요한 역할을 하고 있음. 반면, 현대식 유통채널과 온라인은 자바(Jawa)와 같은 도시화된 섬에서 인기를 끌고 있음. 인도네시아의 도시화와 경제 발전이 가속화됨에 따라 현대식 유통채널의 점유율이 증가할 것으로 예상됨<sup>14)</sup>

[표 4.1] 인도네시아 및 한국 어린이 음료 B2C 소매유통채널 점유율 비교<sup>15)16)</sup>



B2C 소매유통채널 점유율 비교		
인도네시아 점유율	유형	한국 점유율
69.7%	전통거래	6.1%
16.2%	소형 잡화점	(-)
6.1%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	41.4%
4.0%	전문점	(-)
4.0%	기타 <sup>17)</sup>	52.5%

자료: 스탯티스타(Statista)

14) 자료: 뉴질랜드무역산업진흥청(NZTE), ‘Selling food and beverage into Indonesia’s grocery retail market’, 2024.09

15) 해당 장에서 ‘어린이 음료’ 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘일용소비재(FMCG)’의 유통채널 정보를 확인함

16) 자료: 스탯티스타(Statista), ‘Leading FMCG shopping channels in Asia in 2nd quarter 2024, by country or territory’, 2024.09

17) ‘기타’는 온라인, 백화점 등을 포함함

## 2. 인도네시아 어린이 음료 주요 유통채널 ① 롯데마트

기업 기본 정보	기업명	롯데마트(LOTTE Mart)	
	기업구분	하이퍼마켓	
	홈페이지	www.lottemart.co.id	
	위치	인도네시아 전역	
	규모	매출액('23) <sup>18)</sup>	• 1조 906억 원
		기타 규모	• 매장 수('24): 50개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2008년 인도네시아의 네덜란드계 대형마트 체인 마크로(Makro) 19개점을 인수해 인도네시아에 진출한 한국의 대형마트 체인</li> <li>• 2024년 기준 한국에 112개, 인도네시아에 50개, 베트남에 15개 매장을 운영 중임</li> <li>• 대형마트 형태의 롯데마트(LOTTE Mart)와 회원제 창고형 도매 매장 형태의 롯데그로스יר(LOTTE Grosir)로 구분해 운영함</li> <li>• 지역과 소비자 특성에 맞춰 일부 매장을 특화매장으로 리뉴얼 중이며, 라마단(Ramadan) 기간 맞춤 행사 등 현지화에 큰 노력을 기울임</li> </ul>		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 음료류 등	
	선호 제품	• 품질이 우수한 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지(www.LOTTEmart.co.id) 접속</li> <li>- 상단 'Pusat Bantuan(고객센터)' 클릭, 이름, 연락처, 이메일 기입</li> <li>- 'Select Category(구분)'에서 'Become a LOTTE Mart Partner/Supplier' 선택</li> <li>- 참고자료 및 문의사항 작성 및 첨부해 제출</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +62-21-18044080</li> <li>- 이메일: cs@LOTTEmart.id</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 롯데마트(LOTTE Mart), 더구루(The Guru)

사진 자료: 재인도네시아한인회, 코리아중앙데일리(Korea JoongAng Daily)

18) 자료: 더구루(The Guru), '롯데마트 印尼, 라마단 대목 '즐거운 비명'...역대 최고 매출', 2024.08

## 2. 인도네시아 어린이 음료 주요 유통채널 ② 하이퍼마트

기업 기본 정보	기업명	하이퍼마트(Hypermart)	
	기업구분	하이퍼마켓	
	홈페이지	www.hypermart.co.id	
	위치	인도네시아 전역	
	규모	매출액(*23) • 1조 7,900억 루피아(1,573억 원 <sup>19)</sup> 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 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>홈페이지를 통한 입점 문의                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지(www.hypermart.co.id) 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: cs@hypermart.co.id</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 하이퍼마트(Hypermart)

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

19) 100루피아=8.79원(2024.11.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 인도네시아 어린이 음료 주요 유통채널 ③ 헤로

기업 기본 정보	기업명	헤로(Hero)		
	기업 구분	슈퍼마켓		
	홈페이지	herosupermarket.co.id		
	위치	인도네시아 전역		
	규모	순매출액('23) <sup>20)</sup>		• 5조 루피아(4,395억 원)
		기타 규모		• 매장 수('23): 700개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1971년 처음 영업 시작하여, 6개의 다른 브랜드로 인도네시아에서 운영</li> <li>• 헤로(Hero)는 인도네시아의 대형 소매업체로 헤로그룹(Hero Group)이 운영함</li> <li>• 신선한 농식품에 특화된 매장으로 온라인 홈페이지에서는 신선한 식재료를 활용한 음식 레시피를 소개하고 있음</li> </ul>			
매장정보	입점 가능 품목	• 베이커리류, 스낵류, 음료류, 생활용품, 신석식품 등		
	선호 제품	• 신선한 농산품		
	매장 전경			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 문의 (herosupermarket.co.id/my-hero/contact-us)                         <ol style="list-style-type: none"> <li>① 작성자 정보(공급자 이름, 이메일, 전화번호)</li> <li>② 문의 내용</li> </ol> </li> <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 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: cs_hero@hero.co.id</li> <li>- 전화번호: +62-21-8378-8000</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 헤로(Hero), 파이낸셜타임즈(Financial Times)  
사진 자료: 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia)

20) 모기업 헤로그룹(Hero Group)의 순매출액

## 2. 인도네시아 어린이 음료 주요 유통채널 ④ 슈퍼인도

기업 기본 정보	기업명	슈퍼인도(Super Indo)		
	기업 구분	슈퍼마켓		
	홈페이지	www.superindo.co.id		
	위치	자바(Jawa) 및 남부 수마트라(Sumatra) 지역 중심		
	규모	매출액(*23) <sup>21)</sup>		• 886억 유로(133조 276억 원 <sup>22)</sup> )
		기타 규모		• 매장 수(*24): 180개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1997년 설립된 인도네시아 슈퍼마켓 브랜드</li> <li>• 네덜란드의 아홀드델레즈(Koninklijke Ahold Delhaize NV)의 산하 브랜드임</li> <li>• 비닐봉투 사용을 줄이고자 고객에게 인센티브를 제공하는 프로세스를 추진함</li> <li>• 지역사회를 위한 현지 농민과의 협업, 다양한 가격 할인 등 다양한 프로모션을 진행함</li> <li>• 2024년 ‘최고 CSR 시상식(TOP CSR Awards)’에서 세 개 부문을 수상함</li> </ul>			
매장정보	입점 가능 품목	• 식품, 음료, 기타 생활 필수품		
	선호 제품	• 신선한 농산품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지 및 연락을 통한 문의 (www.superindo.co.id/korporasi-keberlanjutan/contact)</li> <li>- 등록 시 필요한 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 문의 내용</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: yuvlinda@superindo.co.id</li> <li>- 전화번호: +62-21-2929-3333</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 슈퍼인도(Super Indo), 아홀드델레즈(Koninklijke Ahold Delhaize NV)  
사진 자료: 페이스북(Facebook)

21) 모기업 아홀드델레즈(Koninklijke Ahold Delhaize NV)의 2023년 연간 매출액  
22) 1유로=1,501.44원(2024.11.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 인도네시아 어린이 음료 주요 유통채널 ⑤ 인도마켓

기업 기본 정보	기업명	인도마켓(Indomaret)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.indomaret.co.id	
	위치	인도네시아 전역	
	규모	매출액(*23) • 76억 5백만 달러(10조 4,896억 원 <sup>23)</sup> 기타 규모 • 매장 수(*24): 2만 2,414개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>알파마트(Alfamart)와 함께 인도네시아를 양분하는 현지 편의점 브랜드</li> <li>5,000가지 이상의 제품을 취급하며 전국에 42개 유통 센터를 보유함</li> <li>인도마켓 산하 브랜드에 따라 매장 운영방식이 다소 상이함</li> <li>모기업인 살림(Salim) 그룹은 인도네시아 내에서 KFC 등 기타 사업체를 보유했으며, 산하에 인도마켓 브랜드의 운영체인 인도리텔(Indoritel)을 보유함</li> </ul>		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>신선식품, 즉석식품, 간편식품, 냉동식품, 유제품, 음료류, 스낵류 등</li> </ul>	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>경쟁력 있는 품질과 가격을 가진 제품, 할랄 인증 제품</li> </ul>	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 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)

23) 1달러=1,379.30원(2024.11.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 인도네시아 어린이 음료 주요 유통채널 ⑥ 미트라부칼라팍

기업 기본 정보	기업명	미트라부칼라팍(Mitra Bukalapak)	
	기업구분	전통 상점 플랫폼	
	홈페이지	mitra.bukalapak.com	
	규모	총 거래액('23) • 18조 7,000억 루피아(1조 6,437억 원) 기타 규모 • 이용자 수('22): 1,520만 명(전통 상점 상인의 56%)	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>인도네시아의 전자상거래 기업 부칼라팍(Bukalapak)의 전통 상점 파트너 프로그램</li> <li>소규모 전통 상점들이 다양한 물품을 효율적으로 구매하고 재고를 관리할 수 있도록 도와주는 B2B 플랫폼</li> <li>다양한 음료수와 수입 음료를 포함한 여러 품목을 취급하고 있음</li> <li>전통 상점 운영자들에게 소매 및 유통 트렌드, 재고 관리 등의 교육 콘텐츠를 제공함</li> </ul>		
매장 운영 정보	홈페이지 정보	입점 가능 품목	가공식품, 신선식품, 음료 등
		취급 브랜드	아쿠아(Aqua), 코카콜라(Coca-Cola), 포카리스웨트(Pocari Sweat) 등
주요 프로모션 정보	 <p>신규가입자 무료 등록, 특정 인기 상품 할인 혜택, 교육 콘텐츠 및 멘토십 프로그램 제공 등</p>		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>유선 연락 또는 이메일을 통한 문의</li> <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> <li>- 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +62-21-5098-2008</li> <li>- 이메일: corsec@bukalapak.com</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 미트라부칼라팍(Mitra Bukalapak), 부칼라팍(Bukalapak)

사진 자료: 미트라부칼라팍(Mitra Bukalapak)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# V 진입장벽



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

## 1. 인도네시아 어린이 음료 통관 및 검역 절차<sup>24)</sup>

### ▶ 인도네시아 어린이 음료 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 심사 후 통관’이 원칙이므로 수입 신고 이전에 관세 및 제세 납부를 마쳐야 하며, 수입업체는 수입할 때마다 수입 유통 신고서를 제출해 유통 허가서를 받아야 함

[표 5.1] 인도네시아 어린이 음료 통관 검역 절차



자료: 관세청, 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM)

24) 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 대해서 신속 통관, 세관검사 축소 등 통관 절차상의 다양한 혜택을 부여하고, 사회 안전 및 국민건강을 위협할 수 있는 물품의 반입을 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 부여됨. 인도네시아는 한국과 2020년 2월 상호인정약정(MRA: Mutual Recognition Arrangement)을 체결하였으므로, 한국 AEO 기업은 인도네시아에서도 동등한 수준의 세관 절차상의 특혜를 받을 수 있음

[표 5.2] 수출입안전관리 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 기업의 화물을 우선 조치통관해 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> <li>2단계(공인심사): 서류심사(60일 이내), 현장심사(60일 이내)</li> <li>3단계(AEO 공인심의위원회): 공인 여부, 등급조정, 공인취소 및 유보 결정</li> <li>4단계(종합심사): 5년 주기, 서류+현장심사, 기준유지 점검(통관 적법성 포함)</li> </ul>	

자료: 관세청

## 2. 인도네시아 어린이 음료 품질 인증

### ▶ 인도네시아 어린이 음료, 식품의약품안전청(BPOM) 사전 등록 必

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

<b>인도네시아 식품의약품안전청 (BPOM) 사전 등록</b>	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 기간	<ul style="list-style-type: none"> <li>품목별로 상이</li> <li>- 화장품 및 일반 가공식품: 2~6개월</li> <li>- 의약외품 및 건강기능식품 등: 2년 이상</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 어린이 음료, 취득 인증 사항

인도네시아로 가공식품 수출 시, 사전에 필수적으로 취득해야 하는 품질 인증으로는 인도네시아 국가 표준 인증인 SNI(Standar Nasional Indonesia) 등이 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>25)</sup>

[표 5.4] 인도네시아 어린이 음료 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
SNI (Standar Nasional Indonesia)	제품 규격 및 생산 과정 인증	인도네시아 국가 인증	인도네시아 산업부(MIT) 지정 시험소	
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	한국식품안전관리인증원	
GMP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	

자료: 각 인증기관

25) 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 할랄 인증(BPJPH) 의무화 유예 및 비할랄 표시 必

인도네시아 정부는 2024년 10월 18일부터 모든 수입식품에 대해서 할랄 인증(BPJPH) 의무화를 시행할 예정이었으나, 이러한 의무화를 수입식품 및 음료에 대해 최대 2년까지 유예하기로 함. 만약 2년의 유예기간 이후 할랄 인증(BPJPH) 의무화가 확정되면, 할랄 인증(BPJPH)이 없는 제품은 인도네시아 내 유통 및 판매가 금지됨. 또한, 제품이 비할랄 제품일 경우에도 반드시 비할랄 제품임이 명확히 표시되어야 함

[표 5.5] 인도네시아 할랄 인증(BPJPH)

인도네시아 할랄 인증 (BPJPH)	인증 기관	인도네시아 할랄 인증청 (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>약 1-2개월</li> </ul>	
	신청 서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>할랄 인증 신청서</li> <li>할랄 등록 양식(할랄 인증 등록 현황포맷 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, 인도네시아 내 기등록 제품의 경우 허가서 사본 필요</li> </ul>	

출처: 인도네시아 할랄인증청(BPJPH), KATI농식품수출정보

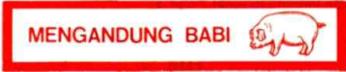
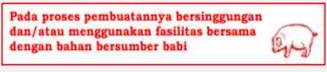
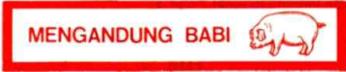
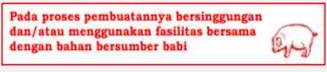
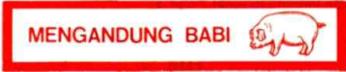
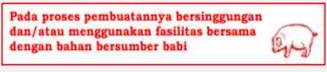
### 3. 인도네시아 어린이 음료 라벨링

[표 5.6] 인도네시아 어린이 음료 라벨링

라벨 표시 사항 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 식품의약품안전청장의 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 어린이 음료 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 border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: center;">  </td> <td style="text-align: center;">  </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">돼지고기 유래 성분 사용</td> <td style="text-align: center;">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 ‘알레르겐 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>국제단위계를 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 어린이 음료 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	6. 식품 사업자 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 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 어린이 음료 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	7. 영양 성분 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, 코드 및 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 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(BPIPH)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; margin-top: 10px;"> <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 어린이 음료 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[옆면1 라벨링]



[옆면2 라벨링]

[앞면 - 인도네시아어]

- ① ULTRA mimi KIDS
- ② MADE FROM FRESH MILK FULL CREAM
- ③ 8 VITAMIN & 2 MINERAL SERAT PANGKAN KALSIMUM & FOSFOR
- ④ HALAL INDONESIA ID00410000236860321
- ⑤ PILIHAN LEBIH SEHAT
- ⑥ ISI BERSIH 125ML Susu UHT
- ⑦ Diproduksi oleh PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Co. Tbk. Kab. Bandung Barat 40552, Indonesia.
- ⑧ BPOM RI MD 242811000300030
- ⑨ Baik digunakan sebelum, lihat bagian atas kemasan.

[앞면 - 국문]

- ① 울트라 미미 키즈
- ② 신선한 우유로 제조 순수 크림
- ③ 8가지 비타민 & 2가지 미네랄 식이섬유 칼슘 & 인
- ④ 할랄 인도네시아 ID00410000236860321
- ⑤ 더 건강한 선택
- ⑥ 순수 용량 125ml UHT 우유
- ⑦ 제조사 PT 울트라자야 밀크 인더스트리 & 트레이딩 주식회사에서 생산 반둥 바랏 지구 40552, 인도네시아.
- ⑧ BPOM RI MD 242811000300030
- ⑨ 사용기한 이전에 사용하세요. 포장 상단을 참조하세요.

⑩ Per Sajian (125 ml)  
 ENERGI TOTAL: 70 kkal  
 LEMAK TOTAL: 3.5 g  
 LEMAK JENUH: 2.5 g  
 GARAM (NATRIUM): 60 mg  
 GULA\*: 0 g

⑪ Persen AKG berdasarkan  
 kebutuhan energi 2150 kkal

⑫ \*Gula tidak termasuk laktosa

⑩ 1회 제공량 (125 ml)  
 총 에너지: 70 kkal  
 총 지방: 3.5 g  
 포화지방: 2.5 g  
 소금 (나트륨): 60 mg  
 당류\*: 0 g

⑪ 2,150kcal 기준 일일 영양소 기준치 비율

⑫ \*당류는 유당을 포함하지 않음

[옆면1 - 인도네시아어]

①

INFORMASI NILAI GIZI			
Takaran Saji 125 ml (1 Kotak) 1 Sajian per Kemasan			
JUMLAH PER SAJIAN			
Energi Total		70 kkal	
Energi dari Lemak		30 kkal	
			%AKG
<b>Lemak Total</b>	<b>3.5 g</b>		<b>5%</b>
Kolesterol	10 mg		4%
<b>Lemak Jenuh</b>	<b>2.5 g</b>		<b>12%</b>
<b>Protein</b>	<b>4 g</b>		<b>6%</b>
<b>Karbohidrat Total</b>	<b>7 g</b>		<b>2%</b>
Serat Pangan	2g		7%
<b>Gula</b>	<b>6 g</b>		
Laktosa	6 g		
Sukrosa	0 g		
<b>Garam (Natrium)</b>	<b>60 mg</b>		<b>4%</b>
Vitamin dan Mineral			
	%AKG*		%AKG*
Vitamin A	15%	Kalsium	15%
Vitamin D3	25%	Zat Besi	6%
Vitamin B1	15%	Magnesium	4%
Vitamin B2	20%	Iodium	10%
Vitamin B3	20%	Fosfor	15%
Vitamin B5	25%	Selenium	20%
Vitamin B6	30%	Kalium	4%
Vitamin B12	15%	Kolin	4%
Vitamin K	25%	Seng	6%
		Biotin	10%
*Persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal. Kebutuhan energi Anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah.			

② **KOMPOSISI:** Susu Sapi Segar (100%).  
Tanpa Pengawet.  
Mengandung alergen, lihat daftar bahan yang dicetak tebal.

③ **Layanan Konsumen**  
0-800-11-85872  
customer\_care@ultrajaya.co.id

[옆면1 - 국문]

①

영양 성분 정보			
총 용량 125 ml (1 팩) 팩당 1회 제공량			
1회 제공량 당			
총 에너지		70 kkal	
지방 에너지		30 kkal	
			%영양소 기준치
<b>총 지방</b>	<b>3.5 g</b>		<b>5%</b>
콜레스테롤	10 mg		4%
<b>포화 지방</b>	<b>2.5 g</b>		<b>12%</b>
<b>단백질</b>	<b>4 g</b>		<b>6%</b>
<b>총 탄수화물</b>	<b>7 g</b>		<b>2%</b>
식이섬유	2g		7%
<b>당</b>	<b>6 g</b>		
락토스	6 g		
자당	0 g		
<b>소금 (나트륨)</b>	<b>60 mg</b>		<b>4%</b>
비타민 및 미네랄			
	%영양소 기준치*		%영양소 기준치*
비타민 A	15%	칼슘	15%
비타민 D3	25%	철분	6%
비타민 B1	15%	마그네슘	4%
비타민 B2	20%	요오드	10%
비타민 B3	20%	인	15%
비타민 B5	25%	셀레늄	20%
비타민 B6	30%	칼륨	4%
비타민 B12	15%	콜린	4%
비타민 K	25%	아연	6%
		비오틴	10%
*영양소 기준치는 2150 kcal 에너지 요구량을 기준으로 합니다. 귀하의 에너지 요구량은 더 높거나 낮을 수 있습니다.			

② **성분:** 신선한 우유 (100%).  
보존제 무첨가.  
알레르겐 함유, 굵게 표시된 성분 목록 참조.

③ **고객 서비스**  
0-800-11-85872  
customer\_care@ultrajaya.co.id

[옆면2 - 인도네시아어]

- ① ULTRAJAYA  
Nomor Kontrol Veteriner  
NKV  
UPS-3210001-018
- ② Terbuat dari  
SUSU SAPI SEGAR
- ③ SUMBER SERAT PANGAN
- ④ KALSIMUM  
membantu dalam pembentukan  
dan mempertahankan kepadatan  
tulang dan gigi.
- ⑤ VITAMIN & MINERAL
- ⑥ Kocok dulu sebelum dibuka.
- ⑦ Segera habiskan setelah dibuka.
- ⑧ Perhatikan!  
Tidak untuk menggantikan Air  
Susu Ibu.  
Tidak cocok untuk bayi sampai  
usia 12 bulan.
- ⑨ 8 998009 011696

[옆면2 - 국문]

- ① 울트라자야  
수의학 통제 번호  
NKV  
UPS-3210001-018
- ② 신선한 우유로 제조
- ③ 식이섬유의 원천
- ④ 칼슘  
뼈와 치아의 밀도를 형성하고 유지하는  
데 도움을 줍니다.
- ⑤ 비타민 & 미네랄
- ⑥ 개봉 전에 흔들어 주세요.
- ⑦ 개봉 후 바로 섭취하세요.
- ⑧ 주의!  
모유를 대체할 수 없습니다.  
12개월 이하의 아기에게 적합하지  
않습니다.
- ⑨ 8 998009 011696

## 4. 인도네시아 어린이 음료 성분 및 유해물질

### ▶ 식품첨가물

인도네시아 식품의약품안전청(BPOM)이 고시한 ‘식품첨가물에 관한 규정 No.033’에서는 식품첨가물의 정의, 분류, 사용기준 및 금지 물질 목록 등을 규정하고 있음. 하기 표는 고객사 어린이 음료 제품에 적용 가능한 인도네시아 내 식품첨가물 기준 중 일부를 다룸. 더욱 자세한 인도네시아 식품첨가물 규정 및 사용 기준은 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM) 홈페이지 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.7] 인도네시아 어린이 음료 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용 기준	식품 유형
1	폴리덱스트로스	Polydextroses	GMP <sup>26)</sup> (증량제, 유화제, 증점제, 안정제 용도에 한함)	착향음료 (스포츠 및 전해질 음료, 미립자 음료 포함)
2	구연산	Citric acid	GMP (산도조절제 용도에 한함)	
3	젖산칼슘	Calcium lactate	GMP (산도조절제, 고화제, 유화제, 증점제, 안정제 용도에 한함)	
4	시트르산삼나트륨	Trisodium citrate	GMP (산도조절제, 유화제, 안정제 용도에 한함)	
5	효소처리 전분	Enzyme treated starches	GMP (유화제, 증점제, 증량제, 안정제 용도에 한함)	
6	캐롭콩검 (로커스트콩검)	Carob bean gum (locust bean gum)	GMP (유화제, 증점제, 안정제 용도에 한함)	
7	사이클라민산	Cyclamic acid	350 mg/kg (섭취 시, 인공감미료로 사용에 한함)	
8	베타-카로틴(합성)	β-carotenes (synthetic)	150 mg/kg (섭취 시, 색소 용도에 한함)	

자료: KATI농식품수출정보

26) GMP(Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당 식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

▶ **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 식품 내 사용 최대한도를 설정함. 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 유해물질 중 일부를 다룸

[표 5.8] 인도네시아 어린이 음료 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	비소	Arsenic (As)	0,05 mg/kg (즉시 소비되는 액체 농축 및 고체 농축의 경우는 제외)	착향음료 (스포츠 및 전해질 음료, 미립자 음료 포함)
2	카드뮴	Cadmium (Cd)	0,01 mg/kg (즉시 소비되는 액체 농축 및 고체 농축의 경우는 제외)	
3	납	Lead (Pb)	0,05 mg/kg (즉시 소비되는 액체 농축 및 고체 농축의 경우는 제외)	
4	수은	Mercury (Hg)	0,01 mg/kg (즉시 소비되는 액체 농축 및 고체 농축의 경우는 제외)	

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. 아네카세메스타누트리신도  
(CV. Aneka Semesta Nutrisindo)
2. 알파마트(Alfamart)
3. 롯데쇼핑인도네시아  
(PT. LOTTE Shopping Indonesia)

## Interview ①



아네카세메스타누트리신도  
(CV. Aneka Semesta Nutrisindo)

· 유형: 수입업체, 유통업체  
및 공급업체

· 업체 특징:

- 2006년에 설립된 수입, 유통 및 공급업체로 스낵, 냉동식품, 음료, 비스킷, 통조림 식품, 인스턴트 식품 등을 취급하고 있음
- 인도네시아의 대형 유통채널을 통해 다양한 국가에서 수입한 제품을 공급하고 있음

담당자 정보

Sales Manager

27)

## 아네카세메스타누트리신도 (CV. Aneka Semesta Nutrisindo) Sales Manager

**Q. 인도네시아 어린이 음료 시장에서 인기 있는 제품 카테고리리는 무엇이며, 그 이유는 무엇인가요?**

초콜릿, 크림 맛 우유 음료와 주스 등 과일 음료는 그 달콤한 맛 때문에 어린이들 사이에서 매우 인기가 많습니다. 울트라밀크(Ultramilk), 인도밀크(Indomilk), 누트리사리(Nutrisari), 부아비타(Buahvita)와 같은 제품들은 다양한 맛과 향으로 어린이들에게 사랑받고 있으며, 칼슘과 비타민 같은 필수 영양소를 함유하고 있어 건강상의 이점으로 부모들에게도 선호되고 있습니다.

**Q. 인도네시아 어린이 음료 시장에서 뽀로로 음료의 포지셔닝과 판매 현황은 어떻게 되나요?**

뽀로로 음료는 병당 약 14,000루피아(1,231원<sup>28</sup>)의 가격으로, 중간 가격대에 위치하고 있습니다. 이 음료는 어린이들 사이에서 인기가 높은 애니메이션 캐릭터인 뽀로로와의 협업을 통해 주요 판매 포인트를 형성하고 있습니다. 이는 젊은 소비자들 사이에서 더욱 매력을 느끼게 하며, 브랜드의 품질과 신뢰할 수 있는 명성을 중시하는 부모들에게도 호응을 얻고 있습니다.

**Q. 뽀로로 음료가 인도네시아에서 입점 되어있는 유통채널과 입점되어 있지 않은 유통채널에 대해 알려주세요.**

뽀로로 음료는 하이퍼마트(Hypermart), 다이아몬드(Diamond), 롯데마트(LOTTE Mart) 등 대형 슈퍼마켓뿐만 아니라 인도마켓(Indomaret), 알파마트(Alfamart), 씨클케이(Circle K)와 같은 편의점에서도 쉽게 구할 수 있는 대중적인 음료입니다. 그러나 뽀로로 음료는 중간 가격대의 제품이기 때문에 고급 또는 럭셔리 소매점에서는 찾아보기 어려울 수 있습니다.

**Q. 인도네시아의 전통 시장에서 어린이 음료 카테고리의 수입 제품이 판매되고 있나요? 그렇다면 주요 판매 제품은 무엇인가요?**

인도네시아의 전통 시장, 특히 대도시에서는 네슬레밀로(Nestlé Milo)와 같은 인기 브랜드의 수입 어린이 음료가 널리 판매되고 있습니다. 밀로는 초콜릿과 맥아 음료로, 어린이들 사이에서 인기가 높으며, 즉석 음료 형태와 분말 형태로 제공되고 있습니다.

27) 사진 자료: 아네카세메스타누트리신도(CV. Aneka Semesta Nutrisindo)

28) 100루피아=8.79원(2024.11.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

**Q. 고객사 제품의 가격, 성분, 인증에 대한 피드백을 제공해 주세요.**

인도네시아와 같은 가격에 민감한 시장에서는 뽀로로 음료의 가치를 품질, 다양한 맛 및 신뢰할 수 있는 브랜드로 홍보하는 것이 중요합니다. 또한, 포장과 광고에서 MUI 할랄 인증과 HACCP 인증을 강조함으로써 소비자들의 신뢰를 얻고 고객을 유치할 수 있습니다.

**Q. 고객사가 인도네시아에서 뽀로로 음료(360ml) 신제품으로 제로 칼로리 및 저당 버전을 출시할 계획입니다. 이에 대해 어떻게 생각하십니까?**

인도네시아에서 360ml 용량의 제로 칼로리 및 저당 뽀로로 음료를 출시하는 것은 현명한 결정입니다. 최근 소비자들 사이에서 건강을 중시하는 트렌드가 확산되고 있기 때문입니다. 해당 제품은 자녀에게 더 건강한 음료를 제공하고자 하는 부모들에게 큰 호응을 얻을 것입니다.

**Q. 고객사의 제품에 대해 소비자 시음 행사를 계획하고 있습니다. 이에 대해 어떻게 생각하십니까? 또한, 다른 프로모션이나 마케팅 전략에 대한 추천 사항이 있으면 알려주세요.(유사 제품의 성공적인 마케팅 및 프로모션 사례 등)**

소비자 시음 행사는 제품을 소개하고 피드백을 수집할 수 있는 훌륭한 방법입니다. 예를 들어, 야쿠르트(Yakult)는 건강 중심의 교육 캠페인과 시음 행사를 통해 신뢰를 구축하는 경우가 많습니다. 또한, 학교나 쇼핑몰과 같은 가족 중심의 장소에서 무료 샘플을 제공하는 것은 적절한 소비자 대상을 효과적으로 타겟팅하는데 도움이 될 수 있습니다.

## Interview ②

알파마트  
(Alfamart)

- 유형: 대형 소매 체인
- 업체 특징:
  - 1989년에 설립된 인도네시아의 주요 소매 체인으로, 다양한 소비재를 판매하고 있음
  - 남한, 필리핀 및 아시아의 다른 지역에서 활동하며, 식료품, 가정용품, 음료, 스낵 및 개인 관리 제품을 취급하고 있음

## 담당자 정보

Cashier and Sales

29)

알파마트(Alfamart)  
Cashier and Sales

Q. 인도네시아 어린이 음료 시장에서 인기 있는 제품 카테고리는 무엇이며, 그 이유는 무엇인가요?

우유 음료, 태국식 밀크티와 같은 밀크티, 그리고 탄산음료는 달콤한 맛 때문에 어린이들 사이에서 인기가 많습니다.

Q. 인도네시아 어린이 음료 시장에서 뽀로로 음료의 포지셔닝과 판매 현황은 어떻게 되나요?

뽀로로 음료의 현재 가격은 중간 가격대에 속합니다. 그리고 이 제품은 인기 있는 뽀로로 캐릭터 덕분에 어린이들에게 사랑받고 있습니다. 뽀로로 캐릭터는 어린이들의 관심을 끌어내어 이 음료를 마셔보고 소비하도록 만듭니다.

Q. 뽀로로 음료가 인도네시아에서 입점 되어있는 유통채널과 입점되어 있지 않은 유통채널에 대해 알려주세요.

미니마켓과 슈퍼마켓, 하이퍼마켓과 같은 대형 유통 체인은 다양한 지역의 소비자들이 쉽게 접근할 수 있도록 인기 있는 어린이 음료를 자주 구비하고 있습니다. 알파마트와 인도마켓과 같은 편의점은 일반적인 유통 지점으로, 다양한 지역의 소비자들이 음료를 쉽게 구입할 수 있도록 합니다. 그러나 뽀로로 음료는 재래시장이나 전통 시장에서는 판매되지 않습니다. 해당 마켓은 신선한 농산물과 지역 상품에 중점을 두기 때문에 뽀로로 음료와 같은 수입 음료를 취급하지 않을 가능성이 큼니다. 또한, 건강식품과 유기농 제품만을 전문으로 취급하는 상점에서도 그들의 제품 기준에 맞지 않을 경우 뽀로로 음료를 취급하지 않을 것입니다.

Q. 인도네시아의 전통 시장에서 어린이 음료 카테고리의 수입 제품이 판매되고 있나요? 그렇다면 주요 판매 제품은 무엇인가요?

인도네시아의 전통 시장에서는 주로 현지 제품에 초점을 맞추지만, 일부 유명한 수입 음료도 찾아볼 수 있습니다. 전통 시장에서 자주 판매되는 수입 제품으로는 포카리스웨트(Pocari Sweat)와 코카콜라(Coca-Cola)가 있습니다. 이 두 브랜드는 인도네시아 소비자들 사이에서 높은 인기를 끌고 있으며 강한 매력을 지니고 있습니다. 포카리스웨트는 수분 보충에 좋은 이온 음료로 알려져 있으며, 코카콜라는 오랜 시간 동안 많은 사랑을 받아온 탄산음료입니다. 이러한 브랜드들이 전통 시장에 존재한다는 것은 수요가 오랜기간 확립된 수입 제품들의 경우 전통 시장에서 자리를 잡을 수 있음을 보여줍니다.

29) 사진 자료: 알파마트(Alfamart)

**Q. 고객사 제품의 가격, 성분, 인증에 대한 피드백을 제공해 주세요.**

뽀로로 음료는 어린이 음료 시장에서 경쟁력 있는 가격으로 책정되어야 합니다. 가격은 제공되는 가치, 즉 품질, 브랜드 평판, 영양상의 이점을 반영해야 합니다. 유사 제품보다 가격이 높다면, 독특한 특징이나 우수한 품질로 그 가격이 정당화되어야 합니다. 인도네시아 내 어린이 음료의 가격의 경우, 프리지안플래그 (FrisianFlag), 울트라밀크, 마일로같은 인기 제품이 약 7,000루피아(615원)에서 10,000루피아(879원) 정도의 가격대를 형성합니다.

**Q. 고객사가 인도네시아에서 뽀로로 음료(360ml) 신제품으로 제로 칼로리 및 저당 버전을 출시할 계획입니다. 이에 대해 어떻게 생각하십니까?**

제품이 인도네시아의 식음료 규정을 준수하도록 하십시오. 특히 저당 또는 제로 칼로리 제품에 대한 라벨링 요건을 철저히 확인해야 합니다.

**Q. 고객사의 제품에 대해 소비자 시음 행사를 계획하고 있습니다. 이에 대해 어떻게 생각하십니까? 또한, 다른 프로모션이나 마케팅 전략에 대한 추천 사항이 있으면 알려주세요.(유사 제품의 성공적인 마케팅 및 프로모션 사례 등)**

프로모션 가격과 시음 행사 외에, 판매 진열대에 있는 제품을 어린이 소비자들이 쉽게 접근할 수 있는 위치에 배치하는 것도 고려해야 합니다. 어린이들이 쉽게 닿을 수 있는 선반이나 낮은 테이블에 음료를 배치하면, 그들의 관심을 더 끌 수 있습니다. 이러한 배치 전략은 매력적인 가격 제안과 함께 어린이들이 제품을 더 쉽게 알아차릴 수 있도록 도와줍니다.

Interview ③

30)



**LOTTE**

**롯데쇼핑인도네시아(PT. LOTTE Shopping Indonesia)  
Marketing Communicator**

롯데쇼핑인도네시아  
(PT. LOTTE Shopping  
Indonesia)

- 유형: 수입업체 및 유통업체
- 업체 특징:
  - 2008년에 인도네시아에서 운영을 시작한 수입업체로, 하이퍼마켓과 도매점을 통해 소매 서비스를 제공하고 있음
  - 식료품, 음료, 전자제품, 가정용품, 의류 등 다양한 제품을 판매하고 있음

**담당자 정보**

Marketing Communicator

**Q. 인도네시아 어린이 음료 시장에서 인기 있는 제품 카테고리에는 무엇이 있으며, 그 이유는 무엇인가요?**

맥아와 초콜릿 음료인 마일로와 오발틴(Ovaltine)은 많은 인도네시아 가정에서 인기가 있으며, 주로 아침 식사나 간식으로 즐겨집니다. 이러한 음료는 에너지를 제공하고 중요한 영양소를 함유하고 있기 때문입니다. 또한, 울트라밀크와 같은 맛있는 우유도 인기가 많습니다. 칼슘과 단백질이 풍부한데, 아이들은 맛 때문에, 부모들은 영양가 때문에 선호합니다.

**Q. 인도네시아 어린이 음료 시장에서 뽀로로 음료의 포지셔닝과 판매 현황은 어떻게 되나요?**

뽀로로 캐릭터 자체에서 더 나아가 이 음료의 달콤한 맛은 어린이들에게 큰 매력으로 작용하여 다른 어린이 음료들 중에서도 인기가 있습니다. 그러나 가격은 약 14,000루피아(1,231원)로, 울트라밀크와 같은 우유 음료나 부아비타와 같은 주스 음료보다 더 비쌉니다.

**Q. 뽀로로 음료가 인도네시아에서 입점 되어있는 유통채널과 입점되어 있지 않은 유통채널에 대해 알려주세요.**

인도네시아에서 뽀로로 음료는 여러 편리하고 쉽게 접근 가능한 소매점에서 주로 찾아볼 수 있습니다. 인도마켓과 알파마트와 같은 주요 편의점, 특히 도시 지역에 위치한 매장에서는 이 인기 있는 어린이 음료를 자주 취급합니다. 또한, 롯데마트, 하이퍼마트, 트랜스마트(Transmart)와 같은 대형 소매 체인은 어린이를 대상으로 한 수입 음료를 포함한 다양한 수입 제품을 보유하고 있는 것으로 알려져 있습니다. 온라인 쇼핑을 선호하는 소비자들은 토크피디아(Tokopedia), 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada)와 같은 플랫폼에서 뽀로로 음료를 찾아볼 수 있으며, 이 외의 다양한 수입 제품을 제공합니다. 또한, 가정으로 배달해준다는 편리함을 갖추고 있습니다. 반면, 전통 시장에서는 일반적으로 뽀로로 음료를 구할 수 없습니다. 전통 시장에서는 주로 수입 제품보다는 현지 제품에 중점을 두기 때문입니다. 마찬가지로, 작은 독립 식료품점에서는 뽀로로 음료와 같은 특수 수입 제품을 취급하지 않을 수 있습니다. 이는 제한된 진열 공간과 이들 매장에서의 낮은 수요 때문입니다. 이러한 상점들은 주로 생활 필수품과 현지에서 조달한 상품을 우선적으로 취급하며, 이는 그들을 찾는 고객들의 소비 성향에 따른 결과입니다.

30) 사진 자료: 롯데쇼핑인도네시아(PT. LOTTE Shopping Indonesia)

---

**Q. 인도네시아의 전통 시장에서 어린이 음료 카테고리의 수입 제품이 판매되고 있나요? 그렇다면 주요 판매 제품은 무엇인가요?**

인도네시아의 전통 시장에서 자주 판매되는 인기 있는 수입 음료로는 아쿠르트, 오벌틴, 프리지안플래그, 포카리스웨트 등이 있습니다. 아쿠르트는 소화에 좋은 프로바이오틱 음료로 소비자들에게 인기가 많습니다. 오벌틴은 맥아와 초콜릿 맛으로 어린이와 성인 모두에게 사랑받고 있습니다. 프리지안플래그는 현지에서 생산되지만, 유제품 분야에서는 국제적인 명성을 가지고 있습니다. 또한, 일본의 이온 음료인 포카리스웨트는 인도네시아의 더운 기후에서 특히 수분 보충 목적으로 널리 소비되고 있습니다. 이러한 유명 브랜드들은 강력한 매력을 지니고 있어 전통 시장과 대형 슈퍼마켓에서 흔히 찾아볼 수 있습니다.

**Q. 고객사 제품의 가격, 성분, 인증에 대한 피드백을 제공해 주세요.**

가격, 품질 좋은 재료 및 인증 부분에서 균형을 맞추는 것이 중요합니다. 현재도 상당히 좋은 수준이지만, 소비자 기대를 충족하기 위해 개선이 필요합니다. 예를 들어, 더 작은 사이즈를 낮은 가격에 제공하는 것이 판매에 유리할 수 있을 것으로 보입니다.

**Q. 고객사가 인도네시아에서 뽀로로 음료(360ml) 신제품으로 제로 칼로리 및 저당 버전을 출시할 계획입니다. 이에 대해 어떻게 생각하십니까?**

저칼로리, 저당 버전의 제품을 판매하는 것은 매우 좋은 아이디어입니다. 이는 경쟁이 치열한 인도네시아 시장에서 뽀로로 음료가 경쟁력을 강화하는 데 도움이 될 수 있을 것으로 보입니다. 인도네시아의 부모들은 자녀를 위해 더 건강한 음료 옵션을 찾고 있기 때문입니다.

**Q. 고객사의 제품에 대해 소비자 시음 행사를 계획하고 있습니다. 이에 대해 어떻게 생각하십니까? 또한, 다른 프로모션이나 마케팅 전략에 대한 추천 사항이 있으면 알려주세요.(유사 제품의 성공적인 마케팅 및 프로모션 사례 등)**

소비자 제품 시음 행사는 고객의 제품을 홍보하는 훌륭한 방법입니다. 인도네시아에서 포카리스웨트와 같은 브랜드가 사용한 성공적인 전략을 연구하면 귀중한 통찰을 얻을 수 있을 것입니다. 시음 행사에서는 프로모션 가격, 대량 구매 할인 및 부가 가치 제공을 통해 구매 관심을 유도하고 더 많은 소비자들이 제품을 시도하도록 촉진할 수 있습니다. 또한, 포카리스웨트가 했던 것처럼 현지 브랜드 홍보대사 및 인플루언서와 협력하면 소비자에게 제품의 주요 이점을 알리는 데 도움이 될 것입니다.

## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 'Soft Drinks - Indonesia', 2024.10
2. 스태티스타(Statista), 'Non-Carbonated Soft Drinks - Indonesia', 2024.10
3. KATI농식품수출정보, '인도네시아 음료 시장 트렌드', 2024.06
4. KATI농식품수출정보, '[인도네시아] 현재 인도네시아의 4가지 식품 트렌드', 2024.09
5. 뉴질랜드무역산업진흥청(NZTE), 'Selling food and beverage into Indonesia's grocery retail market', 2024.09
6. 스태티스타(Statista), 'Leading FMCG shopping channels in Asia in 2nd quarter 2024, by country or territory', 2024.09
7. 더구루(The Guru), '롯데마트 印尼, 라마단 대목 '즐거움 비명'...역대 최고 매출', 2024.08
8. 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM), '가공식품의 라벨에 관한 인도네시아 공화국 식품의약품안전청장령', 2018
9. 한국농수산식품유통공사, '할랄 이슬람 식품시장수출가이드북', 2020
10. 한국농수산식품유통공사, '2023 농식품 해외인증등록정보 종합가이드', 2023
11. KATI농식품수출정보, '인도네시아 비관세장벽 모니터링', 2023
12. KATI농식품수출정보, '2023 국가별 농식품 수출 교역조건', 2023
13. KATI농식품수출정보, '인도네시아 할랄인증 의무화 동향 및 할랄식품 유통현황 분석 보고서', 2024
14. KATI농식품수출정보, '인도네시아 할랄인증 의무화 Q&A', 2023
15. 외교부, '알기쉬운 인도네시아의 수입규제', 2023

### ■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
5. ITC(International Trade Center) (www.trademap.org)
6. 라자다(Lazada) (lazada.co.id)
7. 뉴질랜드무역산업진흥청(NZTE) (my.nzte.govt.nz)
8. 롯데마트(LOTTE Mart) (www.lottemart.co.id)
9. 더구루(The Guru) (www.theguru.co.kr)
10. 재인도네시아한인회 (www.innekorean.or.id/hanin)
11. 코리아중앙데일리(Korea JoongAng Daily) (www.koreajoongangdaily.joins.com)
12. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
13. 하이퍼마트(Hypermart) (hypermart.co.id)
14. 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia) (insideretail.asia)
15. 브이오아이(VOI) (www.voi.id)
16. 헤로(Hero) (www.herosupermarket.co.id)
17. 파이낸셜타임즈(Financial Times) (markets.ft.com)
18. 슈퍼인도(Super Indo) (www.superindo.co.id)
19. 아홀드델레즈(Koninklijke Ahold Delhaize NV) (www.aholddelhaize.com)
20. 페이스북(Facebook) (www.facebook.com)
21. 인도마켓(Indomaret) (www.Indomaret.co.id)
22. 인도리텔(Indoritel) (www.Indoritel.co.id)
23. 씨엔엔인도네시아(CNN Indonesia) (www.cnnindonesia.com)
24. 미트라부칼라팍(Mitra Bukalapak) (mitra.bukalapak.com)
25. 부칼라팍(Bukalapak) (www.bukalapak.com)
26. 관세청 (www.customs.go.kr)
27. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
28. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
29. 관세법령정보포털 (unipass.customs.go.kr)
30. 인도네시아 무역부(MTRI) (www.kemendag.go.id)
31. 인도네시아 식품안전연구소(IFSI) (indonesianfoodsafety.org)
32. 인도네시아 재무부(KEMENTERIAN KEUANGAN) (www.beacukai.go.id)
33. 인도네시아 식품의약품안전청(BPOM) (www.pom.go.id)
34. 통합무역정보서비스 (www.tradenavi.or.kr)
35. 대한무역투자진흥공사 (www.dream.kotra.or.kr)
36. 아네카세메스타누트리신도(CV. Aneka Semesta Nutrisindo) (www.instagram.com/asn\_official.id)
37. 알파마트(Alfamart) (alfamart.co.id)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2024.12.06

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