

# 2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202307-08  
품목 | 부각(Bugak)  
HS CODE | 2008.99-9000  
국가 | 인도네시아(Indonesia)



# CONTENTS

## 2023 수출기업 맞춤형 시장조사

### 시장 분석형

#### I. 요약

---

1. 요약	04
-------	----

#### II. 시장규모

---

1. 인도네시아 스낵 시장규모	06
2. 인도네시아 쿠키 및 크래커 시장규모	07
3. 인도네시아 부각 수입규모	08

#### III. 시장트렌드

---

1. 번영과 화합을 상징하는 인도네시아 전통 쌀과자 '렝가닝' 빈출	11
2. 인도네시아 부각 경쟁브랜드는 대부분 현지 쌀과자 브랜드	12
3. '10개입' 제품과 '500g' 용량이 가장 일반적	13
4. 건강과 할랄 관련 키워드 빈출...김부각 홍보에도 긍정적	14

#### IV. 유통채널

---

1. 인도네시아 부각 유통채널 점유율	16
2. 인도네시아 부각 주요 유통채널	17

# CONTENTS

## 2023 수출기업 맞춤형 시장조사

### 시장 분석형

#### V. 진입장벽

---

1. 인도네시아 부각 통관 및 검역 절차	26
2. 인도네시아 부각 품질 인증	27
3. 인도네시아 부각 라벨링	33
4. 인도네시아 부각 성분 및 유해물질	40

#### VI. 수입·유통업체 인터뷰

---

1. 슈퍼인도(Super Indo)	44
2. 인도마켓(Indomaret)	47
3. 알파미디(Alfamidi)	50

#### VII. 시사점

---

1. 시사점	53
--------	----

※ 참고문헌	55
--------	----

# 인도네시아 부각 시장

## 시장 현황

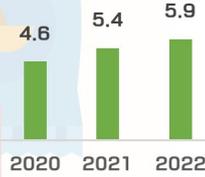
### 스낵 시장규모

단위: 십억 달러



### 쿠키 및 크래커 시장규모

단위: 십억 달러



## 수출입 현황

### 수출입 현황 (HS CODE 2008.99 기준)

단위: 천 달러



### 국가별 수입규모

2022년



## 시장 트렌드

### 경쟁제품



#### 끼루복(Kerupuk)

인도네시아 전통 크래커로 새우, 생선, 양파 등 다양한 재료를 사용함



#### 렝기낭(Rengginang)

chap쌀에 향신료로 간을 하고 말린 후 식용유에 튀긴 쌀과자로 변형과 화합을 상징

### 빅데이터 분석

아슬리

피나

경쟁브랜드

곰블랑방까

알로하

10개입

짭짤한 맛

500g 용량

패키징 및 홍보문구

건강

체중감량

할랄

\* 소피 인도네시아 및 토크피디아 부각 경쟁제품 113건 분석 결과

## 주요 유통채널

### 유통채널 점유율



## 통관 및 제도

### 수출 통관 유의사항

#### 세금

협정 관세율 0%,  
원산지증명서 必

#### 사전 준비

인도네시아 식약청, 세관의  
인허가 사항 취득

### 필수 인증



BPOM



HALAL



SNI

### 라벨링 유의사항

#### 필수 표기사항

인도네시아어 표기 必  
제품명, 원산지, 유통기한, 판매자  
정보, 성분, 순중량, 영양표시,  
할랄 마크, BPOM 등록번호 등  
라벨 표기 필요

## 수입유통업체 인터뷰

### 인터뷰 대상 :



Point 01.

부각 제품 인지도 한식에 익숙한 소비자들에게도 부각 제품의 인지도는 미미한 편임  
고객사 부각 유사 제품 여부 인도네시아 전통 크래커 '끼루복' 제품이 유사하나, 부각 제품이 chap쌀을 발라 튀긴다는 점에서 상이함  
고객사 부각 제품 재료 인지도 5가지 재료 중 '김'에 대한 수요가 가장 높을 것으로 보이며, 그 외 '연근', '고추'가 친숙하게 다가갈 수 있음

Point 02.

고객사 제품 가격 피드백 인도네시아 스낵 제품들과 비교 시 소비자가격은 비싼 편이나, 프리미엄 제품 수입유통업체에게 FOB 가격은 합리적인  
고객사 제품 포장 피드백 인도네시아 스낵류의 흔한 포장 방법이며, 차별화를 위해 친환경 포장으로의 개선을 추천함  
고객사 제품 홍보 포인트 '무첨가물', '담백한 맛' 등 건강한 제품이란 점을 강조해 홍보하는 것을 추천함  
고객사 제품 개발 피드백 인도네시아 소비자들이 선호하는 '고구마', '가지', '녹두', '카사바', '토란'을 활용한 부각 제품 개발을 추천함

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

## II 시장규모



1. 인도네시아 스낵 시장규모
2. 인도네시아 쿠키 및 크래커 시장규모
3. 인도네시아 부각 수입규모

## 1. 인도네시아 스낵 시장규모

### 인도네시아 국가 일반 정보<sup>1)</sup>

면적	191만 6,820km <sup>2</sup>
인구	2억 7,485만 명
GDP	1조 3,188억 달러
GDP (1인당)	4,798달러

### ▶ 인도네시아 스낵 시장규모 9.5조 원

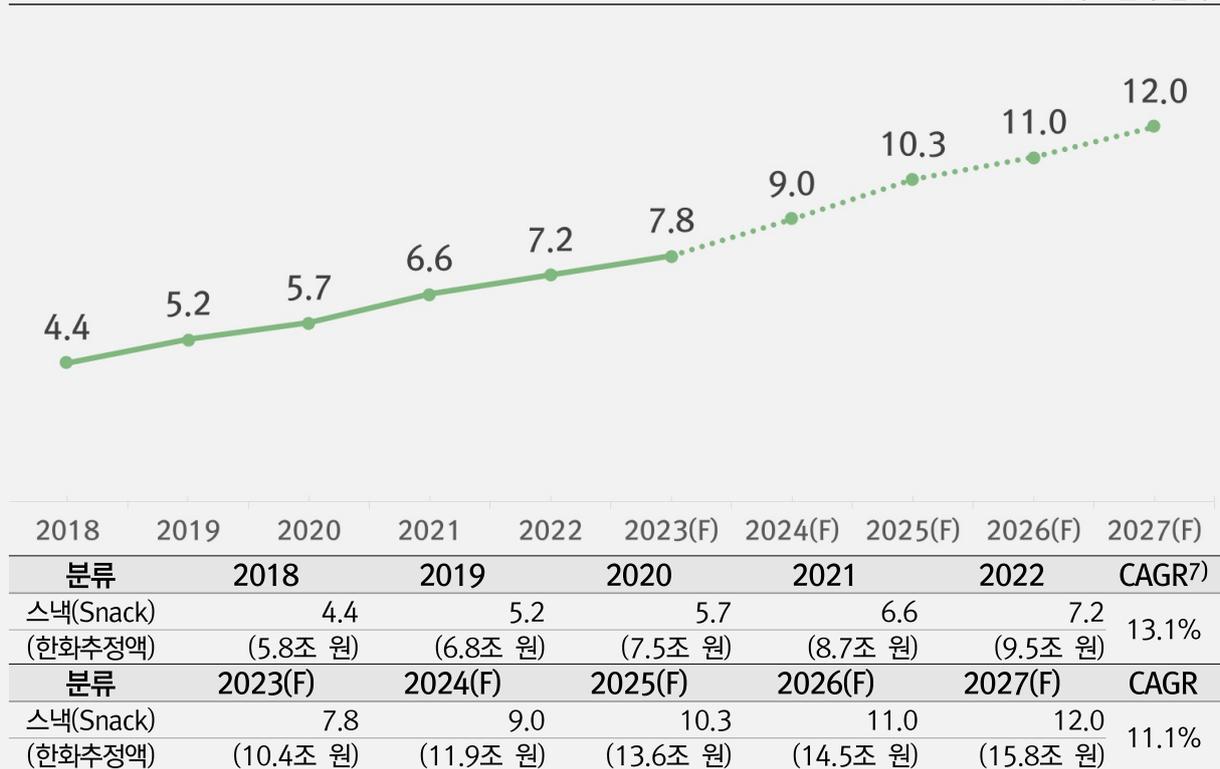
2022년 기준 인도네시아 스낵 시장규모는 9.5조 원임. 특히 최근 5년(2018-22년)간 평균 7.7조 원의 꾸준한 스낵 소비량을 보이고 있으며, 연평균 13.1%의 성장세를 보임. 전년 대비 9.2%의 성장률이 나타남. 오프라인 시장 점유율은 2022년 기준 99%로 최근 5년간 연평균 0.2% 감소했지만, 온라인 시장 점유율은 1.0%로 연평균 49.5% 성장함<sup>2)</sup>

### ▶ 인도네시아 스낵 시장규모, 향후 5년간 11.1%씩 성장 예상

인도네시아 스낵 시장은 최근 5년(2018-22년)간 시장규모 감소세 없이 성장을 지속했으며, 2018년 대비 2022년 시장규모가 1.6배 증가함. 인도네시아 스낵 시장규모는 향후 5년(2023-27년)간 연평균 11.1%씩 성장하여 2027년 15.8조 원을 기록할 것으로 예상됨<sup>3)</sup>

[표 2.1] 스낵(Snack Food) 시장규모<sup>4)5)6)</sup>

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

- 1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022
- 2) 자료: 스태티스타(Statista), 「Indonesia Online Revenue Share-Snack Food, 2022.12
- 3) 조사제품 '부각은 김, 다시마, 고추, 연근 등의 재료에 찹쌀 풀을 발라 말린 뒤 기름에 튀긴 바삭한 스낵 제품임. 이에 고객사 제품의 특징을 기준으로 '쿠키 및 크래커'의 시장규모와 상위품목인 '스낵'의 시장규모를 조사함
- 4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 5) 1달러=1,321.60원(2023.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
- 6) 자료: 스태티스타(Statista), 「Snack Food Indonesia」, 2023.05
- 7) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

## 2. 인도네시아 쿠키 및 크래커 시장규모

### ▶ 인도네시아 쿠키 및 크래커 시장규모 7.8조 원

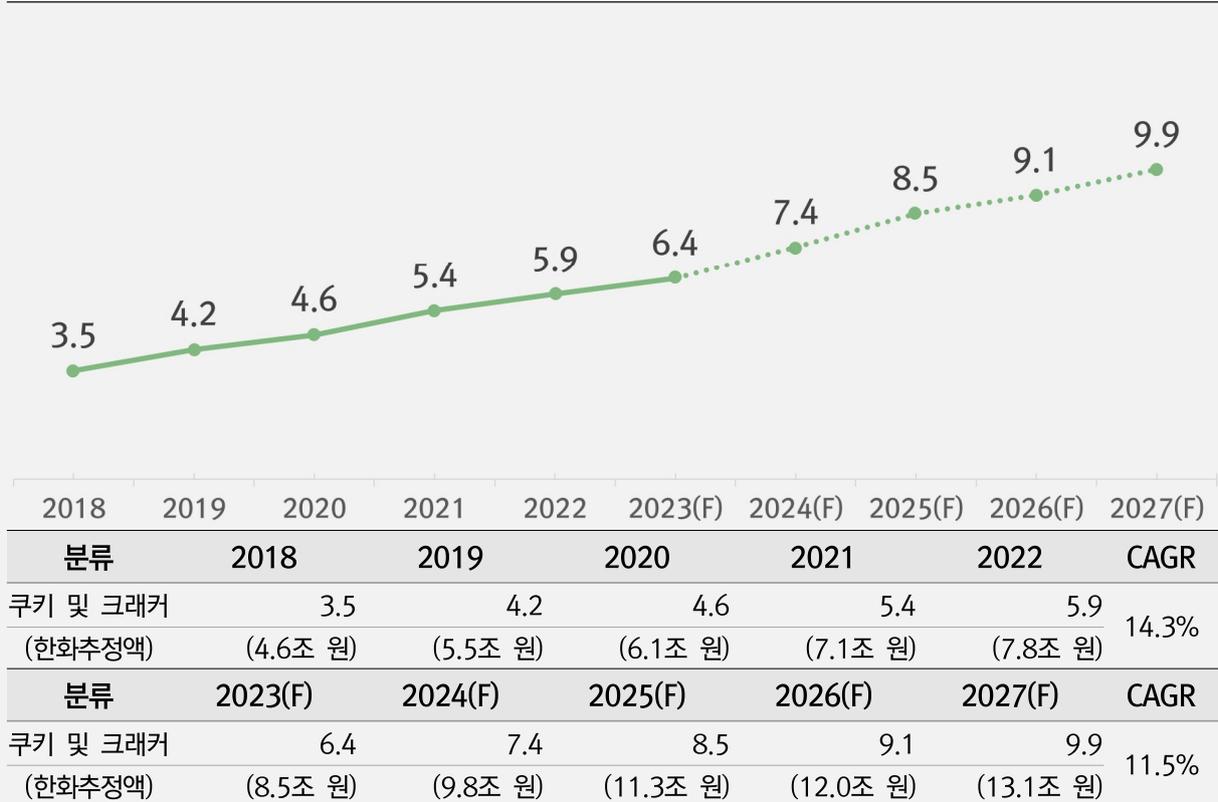
2022년 기준 인도네시아 쿠키 및 크래커 시장규모는 7.8조 원임. 최근 5년(2018-22년) 간 평균 6.2조 원의 꾸준한 쿠키 및 크래커 소비량을 보이고 있으며, 2022년 기준 전년 대비 9.8% 성장하였음

### ▶ 인도네시아 쿠키 및 크래커 시장규모, 향후 5년간 11.5%씩 성장 예상

인도네시아 쿠키 및 크래커 시장은 연평균 11.5%씩 성장하여 2027년 13.1조 원을 기록할 것으로 예상됨. 꾸준히 증가하는 추세를 보이는 스낵 시장의 성장에 따라 쿠키 및 크래커 시장규모 또한 성장세를 보일 것으로 기대됨

[표 2.2] 쿠키 및 크래커(Cookies & Crackers) 시장규모

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

### 3. 인도네시아 부각 수입규모

#### 부각 HS CODE

해당 장에서 부각은 HS CODE 2008.99로 분류. HS CODE 제2008호의 품명은 그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분, HS CODE 2008.99-9000의 품명은 기타로 확인

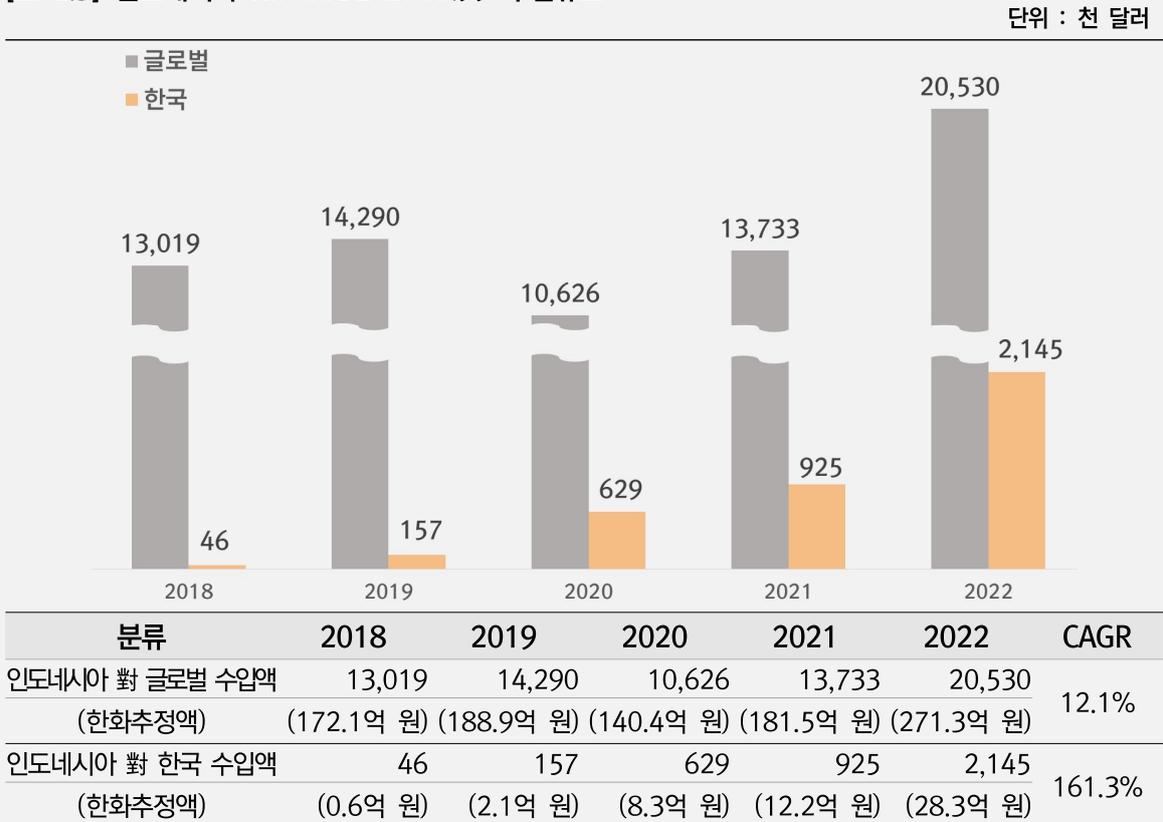
#### ▶ 2018-22년 인도네시아 對 글로벌 수입액 연평균 성장률 12.1%

인도네시아 HS CODE 2008.99-9000 품목의 對 글로벌 수입액은 지난 5년(2018-22년) 간 연평균 성장률 12.1%를 보이면서 2022년도에는 271.3억 원의 수입액을 기록함. 2018년부터 2022년까지 對글로벌 수입액은 성장과 감소가 반복되는 추세를 보이고 있으며, 2022년에는 전년 대비 49.5% 성장한 것으로 나타남

#### ▶ 인도네시아 내 수입액 중 한국산 점유율 전체 3위

최근 5년간 인도네시아 對한국 평균 수입액은 10.3억 원이며, 지난 5년(2018-22년)간 연평균 성장률 161.3%를 보이면서 2022년에는 수입액 28.3억 원, 수입액 점유율 10.4%를 기록해 전체 3위에 오름. 2022년 기준 對글로벌 수입액 점유율 1위는 중국(127.5억 원, 47.0%), 2위는 태국(80.5억 원, 29.7%), 4위는 미국(18.3억 원, 6.8%)로 나타남

[표 2.3] 인도네시아 HS CODE 2008.99 수입규모<sup>8)</sup>



자료 : ITC(International Trade Centre)

8) ITC(International Trade Centre)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# III 시장트렌드



1. 번영과 화합을 상징하는 인도네시아 전통 쌀과자 '렝기낭' 빈출
2. 인도네시아 부각 경쟁브랜드는 대부분 현지 쌀과자 브랜드
3. '10개입' 제품과 '500g' 용량이 가장 일반적
4. 건강과 할랄 관련 키워드 빈출...김부각 홍보에도 긍정적

## 소비 제품 특징 분석 프로세스

### ▶ 인도네시아 온라인매장 입점 부각 경쟁제품

- 데이터 수집 키워드 : 령기낭(Rengginang), 꼬루뽕(Kerupuk)
- 데이터 수집량 : 113건
- 데이터 수집원 : 인도네시아 온라인쇼핑몰

쇼피 인도네시아(Shopee), 토코피디아(Tokopedia)

### ▶ 인도네시아 온라인매장 입점 부각 경쟁제품 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 패키징 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/인도네시아어)		빈도	키워드 (국문/인도네시아어)		빈도
경쟁제품	꼬루뽕	Kerupuk	71	쌀과자	Nasi	4
	령기낭	Rengginang	62	겐다르 고령	Gendar Goreng	2
경쟁브랜드	아슬리	Asli	15	알로하	Aloha	2
	피나	Finna	4	끔뽕랑방까	Kemplang Bangka	1
패키징	10개	10	9	300g	300g	4
	40개	40	9	플라스틱	Plastik	2
	500g	500g	8	1kg	1kg	2
	250g	250	8	박스	Kotak	1
	30개	30	5	(-)	(-)	(-)
홍보문구	체중감량	Berat	43	맛있는	Lezat	2
	식사 대용	Makanan	40	자연의	Alami	4
	할랄	Halal	30	얇은	Tipis	2
	바삭한	Renyah	17	보존제 무첨가	Pengawet	2
	건강한	Sehat	15	비건	Vegan	2
	BPOM	BPOM	9	무지방	Bebas Lemak	1
	쉬운	Mudah	4	인증한	Sertifikat	2
	신선한	Segar	3	유통기한	Umur Simpan	1
	인증	Sertifikasi	3	기름기	Berminyak	1

## 1. 번영과 화합을 상징하는 인도네시아 전통 쌀과자 ‘렝기낭’ 진출

### ▶ 인도네시아 전통 쌀과자 ‘렝기낭’ 62건 검출

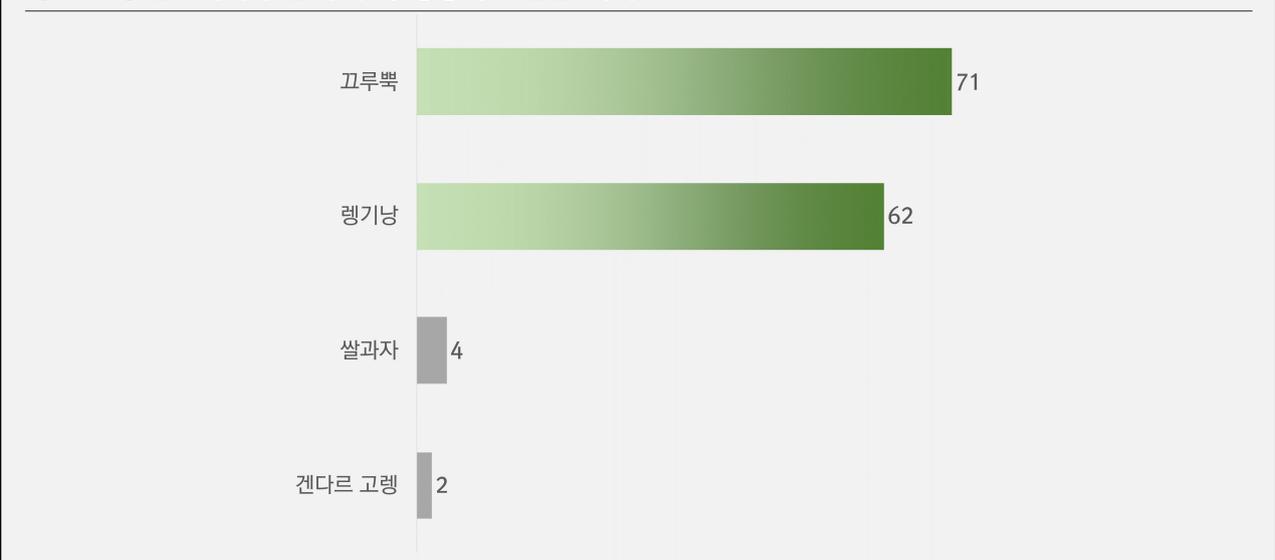
- 찹쌀을 삶아 향신료로 간을 하고, 납작하고 둥글게 만든 다음 말려 식용유에 튀긴 인도네시아 전통 쌀과자 ‘렝기낭’ 52건 도출
- 간을 향신료로 한다는 점과 두꺼운 형태로 식감이 다르다는 것이 부각과 가장 큰 차이점이며 쌀알이 뭉쳐있는 형태로, 화합과 번영을 상징함

### ▶ 인도네시아 전통 크래커 ‘끄루뵉’도 진출, 다양한 맛 제품 확인

- 인도네시아 전통 크래커인 ‘끄루뵉’ 키워드 71건 도출
- 새우와 생선, 양파 등 다양한 재료를 사용한 제품이 확인됨

경쟁제품 ①		경쟁제품 ②		경쟁제품 ③	
					
제품명	바로 먹을 수 있는 피당 레드 끄루뵉 (Kerupuk Merah Padang Sap Mikan)	제품명	렝기낭 엔당 스낵 크래커 (Rengginang Endang Snack)	제품명	렝기낭 이부신타 (Rengginang Ibu Shinta)
브랜드	시나파기 케이터링 (Sinar Pagi Catering)	브랜드	칸겐라사(Kangen Rasa)	브랜드	이부신타(Ibu Shinta)
중량	100g	중량	200g	중량	500g
가격	11,999루피아(1,058원 <sup>9)</sup> )	가격	28,500루피아(2,514원)	가격	18,900루피아(1,667원)

[표 3.1] 인도네시아 판매 부각 경쟁제품 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘부각’ 경쟁제품 관련 게시물 113건 분석

9) 100루피아=8.82원(2023.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 인도네시아 부각 경쟁브랜드는 대부분 현지 쌀과자 브랜드

### ▶ 인도네시아 쌀과자, 현지 부각 경쟁브랜드 제품 우세

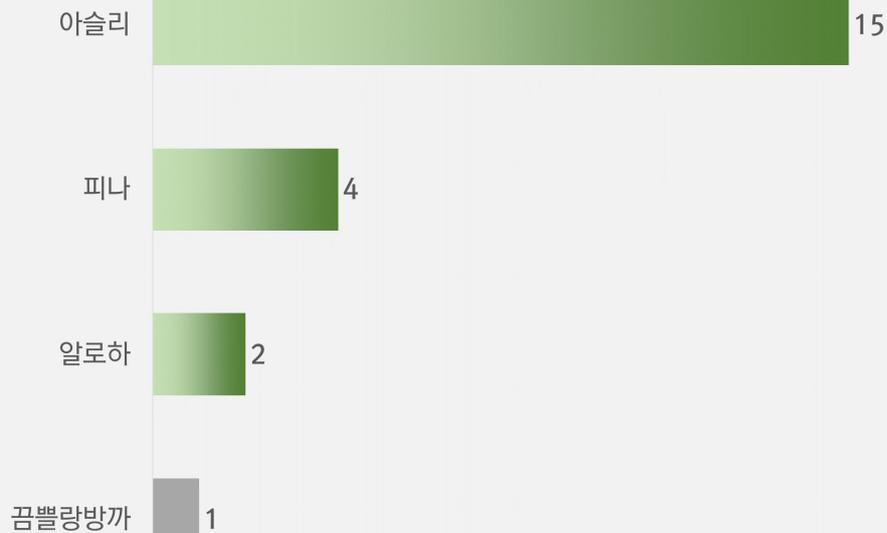
- 현지 온라인쇼핑몰 분석 결과, 부각 경쟁브랜드 중 대부분이 인도네시아 현지 쌀과자 브랜드
- 마트 직판 제품이나 소형 제과 브랜드의 제품도 다수 확인

### ▶ ‘아슬리’ 15건 검출…‘피나’와 ‘알로하’ 등도 확인

- 현지 브랜드 중 링기냥을 판매하는 ‘아슬리’가 15건 도출
- 꼬루뵉 판매 브랜드 중에는 인도네시아 현지 과자 브랜드인 ‘피나’와 ‘알로하’ 확인

경쟁브랜드 ①		경쟁브랜드 ②		경쟁브랜드 ③	
					
제품명	렝기냥 아슬리 라사우당 (engginang asli)	제품명	꼬루뵉 우당 누산타라 (Kerupuk Udang Nusantera)	제품명	꼬루뵉 우당 알로하 시도아조 (Kerupuk Udang Aloha Sidoarjo)
브랜드	아슬리(Asli)	브랜드	피나(Finna)	브랜드	알로하(Aloha)
중량	500g	중량	380g	중량	500g
가격	15,530루피아(1,370원)	가격	27,850루피아(2,456원)	가격	62,449루피아(5,412원)

[표 3.2] 인도네시아 판매 부각 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘부각’ 경쟁제품 관련 게시물 113건 분석

### 3. '10개입' 제품과 '500g' 용량이 가장 일반적

▶ 10개입 제품이 대부분, 일부 대용량의 경우 40개입 판매

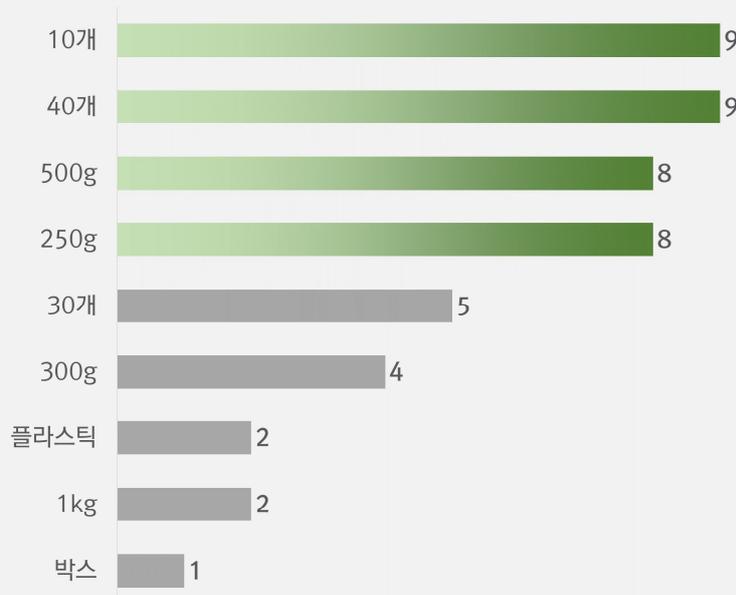
- 현지에서 판매 중인 부각 경쟁제품의 경우, 패키지 하나당 10개가 포장된 제품이 일반적이며 일부 대용량 제품은 40개입 판매
- 인도네시아 부각 경쟁제품 패키지의 대부분은 비닐 포장이며, 일부 플라스틱 파우치 포장도 있지만 흔하지 않음

▶ 500g 용량 제품이 가장 일반적이며 250g의 소용량도 판매

- 과자 하나의 크기가 작아 무게로 판매하는 제품 패키지의 경우 500g이 가장 일반적이며, 관련 키워드 8건 도출
- 일부 소용량으로 판매되는 제품은 250g 패키지 사용 확인

10개		500g		250g	
					
제품명	렝기낭 슈퍼 (Rengginang Super)	제품명	매운 카사바 꼬루뽕 (Kerupuk Singkong Pedas Panda)	제품명	꼬루뽕 마와 에스씨엘 멘타 (Kerupuk Mawar SCL Mentah)
브랜드	(-)	브랜드	유마트(Umart)	브랜드	에스씨엘(SCL)
중량	50g	중량	500g	중량	250g
가격	12,600루피아(1,111원)	가격	10,000루피아(882원)	가격	8,500루피아(750원)

[표 3.3] 인도네시아 판매 부각 경쟁제품 패키징 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '부각' 경쟁제품 관련 게시물 113건 분석

### 4. 건강과 할랄 관련 키워드 빈출...김부각 홍보에도 긍정적

▶ ‘체중감량’과 ‘건강한’ 등 건강과 관련된 홍보문구 빈출...‘할랄’도 주요한 홍보 요소

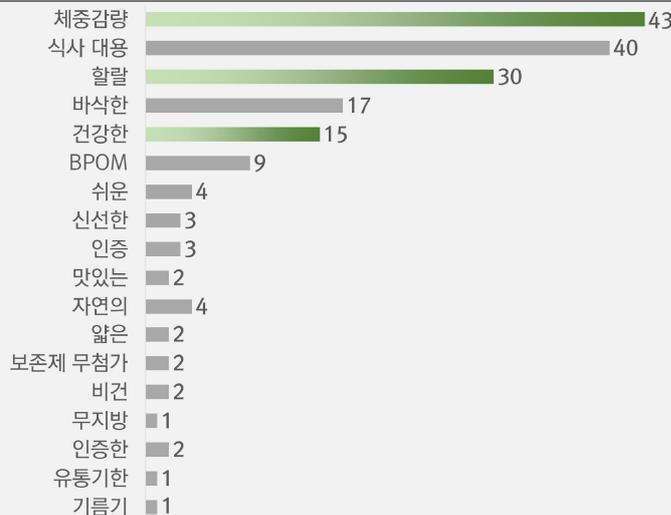
- ‘체중조절’과 ‘건강한’ 등 건강과 관련된 키워드 각각 43, 15건 도출
- 이슬람 국가 특성상 ‘할랄’ 역시 중요한 홍보 요소로 관련 키워드는 30건 도출

▶ 2023년 인기 식품 트렌드에 소금에 절인 달걀칩 선정...짭짤한 맛의 김부각도 긍정적일 것으로 기대

- 2023년 인기 식품 트렌드에 연어껍질을 튀겨 소금에 절인 달걀로 맛을 낸 ‘소금에 절인 달걀칩’이 선정
- 김부각은 이와 비슷하게 짭짤하면서도 담백한 것이 특징이며, 쌀과 김 등 할랄 재료로 만들어진 것도 긍정적으로 작용할 전망

체중감량		할랄		건강한	
					
제품명	끼루뽕 양파 (Kerupuk Bawang Wama Wami)	제품명	인스턴트 말차 라떼 진저 (Instant Matcha Latte Ginger)	제품명	글루텐프리 녹구 끼루뽕 (Gluten free Kerupuk Kacang)
브랜드	엠에스에이치(MSH)	브랜드	피나(Finna)	브랜드	두아페리(dua peri)
중량	250g	중량	380g	중량	75g
가격	12,600루피아(1,111원)	가격	27,500루피아(2,426원)	가격	11,750루피아(1,036원)

[표 3.4] 인도네시아 판매 부각 경쟁제품 홍보문구 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘부각’ 경쟁제품 관련 게시물 113건 분석

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# IV 유통채널



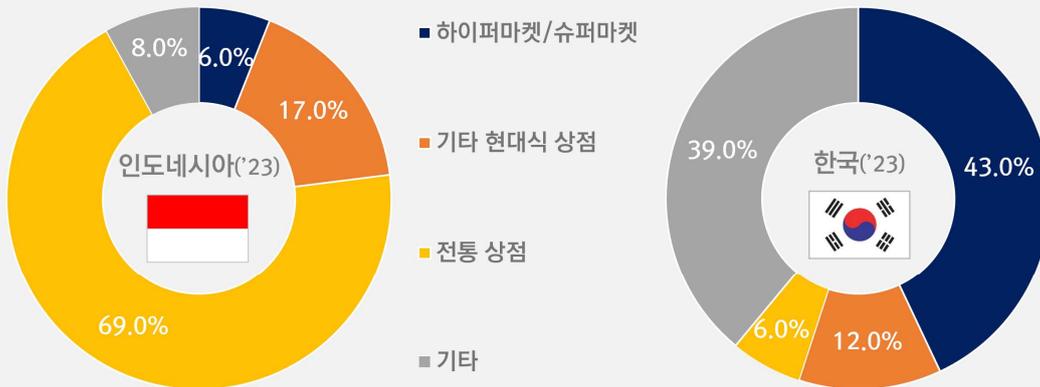
1. 인도네시아 부각 유통채널 점유율
2. 인도네시아 부각 주요 유통채널

## 1. 인도네시아 부각 유통채널 점유율

### ▶ 인도네시아 부각 비롯한 스낵 제품 유통채널, ‘전통 상점’이 압도적

2023년 1분기 기준, 인도네시아 부각 유통채널 중 ‘전통 상점’은 69.0%로 압도적인 점유율을 보였으며, 한국의 경우 6.0%로 점유율이 낮은 것을 확인하였음. 인도네시아의 2위 유통채널은 ‘편의점’, ‘미니 마트’ 등을 포함한 ‘기타 현대식 상점’으로 17.0%의 점유율을 차지함. 한국 유통채널의 43.0%를 차지하고 있는 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’은 인도네시아에서는 6.0%의 미미한 점유율을 보임. 한국은 ‘온라인’, ‘전문상점’ 등을 포함한 기타 유통채널의 점유율이 39.0%로 나타났으며, 그 중 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 36.0%를 기록하였음. 인도네시아에서는 전반적으로 전통적인 형태의 거래가 이루어지는 것이 확인되었으며, 현대적 유통채널인 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’, ‘온라인’ 등의 채널은 한국과 비교했을 때 영향력이 미미한 것으로 나타남

[표 4.1] 인도네시아 부각 B2C 소매유통채널 점유율



인도네시아 및 한국 소매유통채널 점유율 비교 <sup>10)11)12)13)</sup>		
인도네시아	유형	한국
6.0%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	43.0%
17.0%	기타 현대식 상점	12.0%
69.0%	전통 상점	6.0%
8.0%	기타	39.0%

자료: 칸타(Kantar)

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

11) 자료: 칸타(Kantar), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023.07

12) ‘기타 현대식 상점’에는 편의점, 미니 마트, 드럭스토어를 포함함

13) ‘기타’에는 전문상점, 온라인 유통채널을 포함함

## 2. 인도네시아 부각 주요 유통채널 ① 마타하리백화점

기업 기본 정보	기업명	마타하리백화점 (Matahari Department Store)	
	홈페이지	www.matahari.com	
	위치	인도네시아 전역	
	규모	매출액('21)     • 2조 7,460억 루피아(2,422억 원 <sup>14)</sup> 기타 규모       • 매장 수('22): 155개 • 직원 수('22): 3만 8,050명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인도네시아 최초의 백화점 브랜드이자 가장 큰 소매 플랫폼</li> <li>• 약 600여 개의 현지 및 국제 공급업체와 파트너십</li> <li>• IR 및 CSR 활동에도 주력</li> </ul>		

방문매장 정보	입점 가능 품목	신선식품, 커피, 음료류, 가공식품, 의류, 생활용품 등	
	선호 제품	신선식품, 커피 및 음료류	
	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 하단 'Navigation' 카테고리 'Contact Us' 클릭</li> <li>- 'Send us a message' 문의 양식 작성</li> <li>- 등록 정보                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 주제 (회사 간 커뮤니케이션)</li> <li>② 문의 정보 (담당자 이름, 이메일, 휴대전화, 상세 내용 등) 담당 부서와 연결 후 입점 진행</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• 왓츠앱, 이메일을 통한 직접 문의</li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 왓츠앱: +62-8-118-118-8888</li> <li>- 이메일(회사 간 커뮤니케이션): corp.comm@matahari.com</li> </ul> </li> </ul>

자료: 마타하리백화점(Matahari Department Store)

사진자료: 구글(Google)

14) 100루피아=8.82원(2023.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 인도네시아 부각 유통채널 ② 메트로백화점

기업 기본 정보	기업명	메트로백화점 (Metro Department Store)	
	홈페이지	www.metroindonesia.com	
	위치	인도네시아 전역	
	규모	순자산(*21) • 16억 싱가포르 달러(1조 5,647억 원 <sup>15)</sup> 기타 규모 • 매장 수(*22): 10개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>인도네시아 주요 백화점 브랜드 중 하나</li> <li>10개 매장 중 5개는 자카르타에 입점</li> <li>이벤트, 프로모션, 전용 카드 및 앱 등 소비자 친화적 쇼핑 환경 구축에 주력</li> </ul>		
방문매장 정보	입점 가능 품목	의류, 향수, 악세서리, 식품 등	
	선호 제품	식품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>홈페이지를 통한 지점별 입점 문의                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 'Contact' 카테고리 'Store Location' 클릭</li> <li>- 지점별 전화 및 FAX로 직접 문의</li> </ul> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>문의사항 연락처 : 홈페이지 확인필요 (<a href="https://www.metroindonesia.com/store/">https://www.metroindonesia.com/store/</a>)</li> </ul>	

자료: 메트로백화점(Metro Department Store)

사진자료: 메트로백화점(Metro Department Store)

15) 1싱가포르달러=977.91원(2023.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 인도네시아 부각 유통채널 ③ 무궁화마트

기업 기본 정보	기업명	무궁화마트 (Mugunghwa Mart)		
	기업구분	아시아/한인마트		
	홈페이지	www.mugunghwa.co.id		
	위치	자카르타(Jakarta)		
	규모	기타 규모	• 매장 수('22): 15개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1980년 무궁화 유통의 전신인 한국 종합식품을 설립하였으며, 1986년 상호변경과 함께 무궁화마트 1호점 개점</li> <li>• 무궁화 마트의 모기업인 무궁화 유통은 현재 약 50여 개의 한국 제조업체의 식품을 수퍼인도, 헤로, 세븐일레븐, 패밀리마트와 같은 유통 업체에 유통 중</li> <li>• 왓츠앱을 통한 주문 가능</li> </ul>		
매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 베이커리류, 스낵류, 음료류, 문구류 등		
	선호제품	• 한국산 제품, 현지 신선식품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                         <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)</li> <li>③ 참고 자료 (회사 소개서, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 왓츠앱: 0878-0956-1157 (주문용)</li> <li>- 페이스북: @bestmgh</li> <li>- 이메일: admin@mugunghwa.co.id</li> <li>- 전화번호: +62-21-722-2214</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 무궁화마트(Mugunghwa Mart)

사진자료: 무궁화마트(Mugunghwa Mart)

## 2. 인도네시아 부각 유통채널 ④ 파파야프레시갤러리

기업 기본 정보	기업명	파파야프레시갤러리 (Papaya Fresh Gallery)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	papayabali.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 11개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자카르타, 발리, 수라바야, 반둥 등 지역별로 홈페이지 및 SNS 계정 운영</li> <li>• 스낵, 면류 제품, 액상차 등 한국산 제품 다수 입점되어 있으며 미역국이나 달고나와 같은 한국 음식 레시피 카드를 SNS 계정에 업로드 하기도 함</li> <li>• 인도네시아 내 식품 배송 서비스인 해피 프레시, 고마트, 그랩마트 등과 협업하여 배송 서비스 진행 중이며 토코피디아나 부칼라팍, 블리블리와 같은 온라인 플랫폼에도 입점하여 온라인 판매 진행 중</li> </ul>	
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 육류, 생선류, 스낵류, 음료류 등</li> </ul>	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일본 제품을 비롯한 아시아 제품, SNS 인기 제품</li> </ul>	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이메일 또는 유선 연락을 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, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 서비스 제공 범위, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인스타그램(자카르타): @papaya_jakarta</li> <li>- 인스타그램(발리): @papaya.bali</li> <li>- 인스타그램(수라바야): @papayasurabaya</li> <li>- 이메일(반둥): papaya_bandung@yahoo.com</li> <li>- 전화번호(반둥): +62-22-203-8878</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery) 각 지역별 홈페이지, 미농무성(USDA)

사진자료: 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery)

## 2. 인도네시아 부각 유통채널 ⑤ 토크피디아

기업 기본 정보	기업명	토크피디아 (Tokopedia)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰		
	홈페이지	www.tokopedia.com		
	규모	매출액('22)	• 18억 달러(2조 3,789억 원 <sup>16)</sup> )	
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 1억 640만 회	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>인도네시아에서 만들어진 현지 이커머스 브랜드</li> <li>2020년 총결산 당시 인기 품목 2위로 한국 식품 선정</li> <li>현지 셀러들이 한국 식품을 수입 및 현지산 브랜드로 리브랜딩 하여 판매</li> </ul>		

매장 운영 정보	홈페이지 정보	해외 판매	해외판매 불가능
		운영 방식	온라인마켓
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

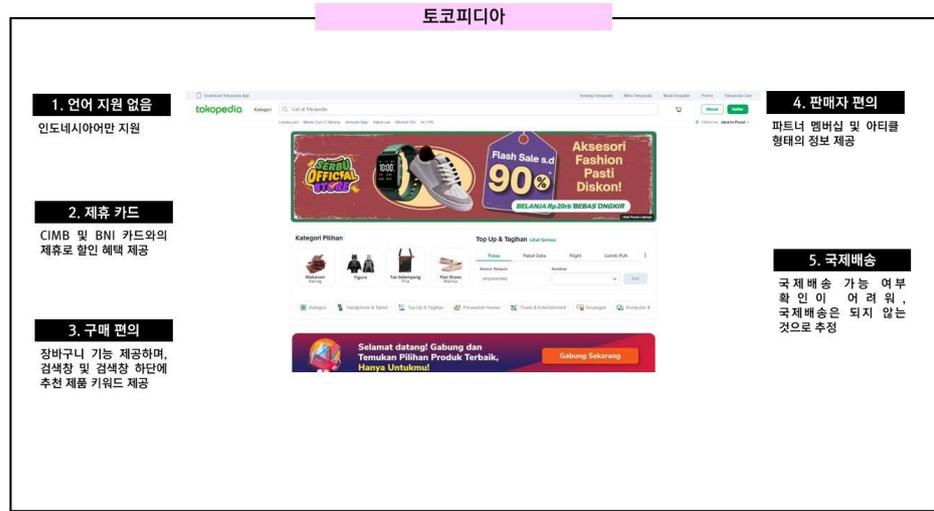
주요 프로모션 정보		
	무료 배송 쿠폰, 캐시백 쿠폰, 바우처, 라이브커머스, 시간 한정 세일 등의 프로모션 상시 진행	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>어플리케이션 또는 홈페이지를 통한 직접 등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 토크피디아 셀러 페이지 접속하여 계정 생성 후 셀러 등록 진행 (seller.tokopedia.com/edu)</li> <li>- 토크피디아 어플리케이션 실행 후 직접 스토어 생성하여 셀러 등록 진행</li> <li>- 진행 순서 예시                                     <ol style="list-style-type: none"> <li>① 어플 실행 후 검색창에 'Buka Toko'(Open a Store) 입력</li> <li>② 'Buka Toko Gratis'(Open a Free Store) 클릭</li> <li>③ 스토어명 및 도메인 입력</li> <li>④ 공급자 설문조사 작성 및 주소 입력</li> <li>⑤ 'Simpan' 클릭 후 셀러 전용 애플리케이션 설치</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>기타 유의사항                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 셀러는 레귤러, 파워, 오피셜 스토어로 분류되며, 실질적인 판매가 이뤄지기 위해서는 레귤러 셀러보다 상위 등급의 셀러가 되어야 함</li> <li>- 현재 파워 셀러가 되기 위해 인도네시아 주소와 신분증, 사업자등록증 필요</li> </ul> </li> </ul>
-------------	---------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

자료: 토크피디아(Tokopedia), 시밀러웹(Similarweb), 씨비인사이트(CB Insights)  
 사진자료: 토크피디아(Tokopedia)

16) 1달러=1,321.60원(2023.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①



추천 제품 정보를 검색창 및 검색창 하단에서 확인 가능  
멤버십 및 아티클 형태의 판매자 편의 제공

온라인몰 UI ②



가격, 적합도, 할인 순서 등으로 검색 결과 정렬  
구매 페이지 하단에 제품 자동 추천

자료: 토코피디아(Tokopedia)  
사진자료: 토코피디아(Tokopedia)

## 2. 인도네시아 부각 유통채널 ⑥ 쇼피 인도네시아

기업 기본 정보	기업명	쇼피 인도네시아 (Shopee Indonesia)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰		
	홈페이지	www.shopee.co.id		
	규모	매출액('22)	• 73억 달러(9조 6,477억 원)	
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 1억 6,120만 회	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 싱가포르에서 시작한 동남아 지역 최대의 이커머스 브랜드</li> <li>• 토크피디아와 마찬가지로 다양한 한국산 식품 판매 중</li> </ul>		

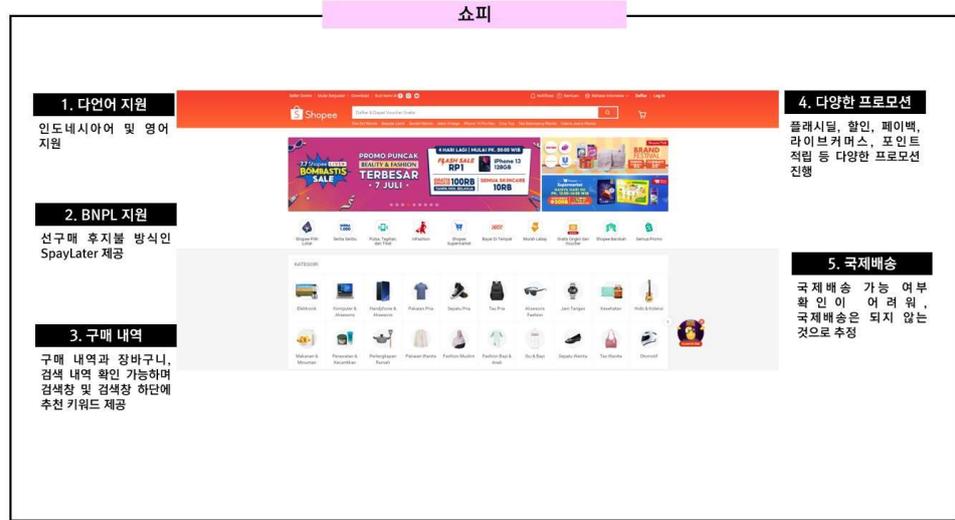
매장 운영 정보	홈페이지 정보	해외 판매	일부 국가로의 해외배송 가능
		운영 방식	온라인마켓
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보		
	시간대별 특가 세일, 브랜드별 할인,페이백 이벤트, 라이브커머스, 포인트 적립 등 다양한 프로모션 진행	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 쇼피 코리아에서 셀러 신청 진행 (www.shopee.kr)</li> <li>- 입점 절차                                     <ol style="list-style-type: none"> <li>① 가입 신청서 제출 (공급 제품 소개, 해외 판매 활동 경험 등)</li> <li>② 제출된 정보를 바탕으로 쇼피 코리아로부터 1차 답장을 받으면 요청받은 정보 및 사업자등록증 제출</li> <li>③ 입점이 확정된 셀러는 이메일로 전달받은 오픈 초대장에서 싱가포르 쇼피에 먼저 등록 진행. 이후 원하는 국가(인도네시아, 말레이시아, 태국, 필리핀, 베트남, 대만)를 선택하여 스토어를 오픈할 수 있음</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>• 기타 주의 사항                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인도네시아 식약처 규제 강화로 식음료는 인도네시아 쇼피를 통해 직접 판매가 불가능, 자세한 사항은 온라인 채널 및 관련 규정 확인 필요</li> </ul> </li> </ul>
-------------	---------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

자료: 쇼피 인도네시아(Shopee Indonesia), 시밀러웹(Similarweb), 한국농수산물유통공사(at)  
 사진자료: 쇼피 인도네시아(Shopee Indonesia)

온라인몰 UI ①



추천 제품 정보를 검색창 및 검색창 하단에서 확인 가능  
플래시딜, 할인,페이백, 라이브커머스, 포인트 적립 등 다양한 프로모션 진행

온라인몰 UI ②



카테고리, 적합도, 가격 등으로 검색 결과 정렬  
구매 페이지 하단에 소비자 리뷰 상세 제공

자료: 쇼피 인도네시아(Shopee Indonesia)  
사진자료: 쇼피 인도네시아(Shopee Indonesia)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# V 진입장벽



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

## 1. 인도네시아 부각 통관 및 검역 절차<sup>17)</sup>

### ▶ 인도네시아 부각 수출 시, 식약청 등록 허가 **必**

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

[표 5.1] 인도네시아 부각 통관 검역 절차



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

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

## 2. 인도네시아 부각 품질 인증

### ▶ 인도네시아 부각, SNI 인증, BPOM 및 BPJPH 할랄 인증 必

인도네시아의 필수 인증으로는 인도네시아 국가 표준 인증(SNI: Standar Nasional Indonesia), 식약청 인증(BPOM: Badan Pengawas Obat dan Makanan), 할랄 인증(BPJPH: Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) 3가지가 존재하며, 각 인증에 적용되는 품목군은 상이함. 2019년, 인도네시아는 모든 제품에 대해 할랄 인증 의무화 제도를 시행하였으며, 식품의 경우, 5년간 유예기간을 두고 있음. 또한, 추가적으로 글로벌 인증이나 인도네시아 내 유기농 인증을 받아 활용할 수 있음

[표 5.2] 인도네시아 부각 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	
SGS	식품 품질 안전 인증	글로벌 공통 인증	SGS 대한민국 내 사무소 또는 인도네시아 내 사무소	

자료: 각 인증기관

[표 5.3] 인도네시아 부각 BPOM 인증

인증명	인도네시아 BPOM 등록	유형 구분	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 화장품(NA)</li> <li>- 일반 가공식품(ML)</li> <li>- 전문식품(ML)</li> <li>- 건강기능식품(SI)</li> <li>- 전통의약품(TI)</li> <li>- 의약외품(QI)</li> <li>- 일반 의약품</li> <li>- 전문 의약품</li> </ul>
인증 성격	수출 시 필수등록(수입업체)		
마크			
인증기관	인도네시아 식약청 (BPOM: Badan Pengawas Obat dan Makanan)		
소요기간	근무일 기준 약 14일	소요비용	식품 카테고리에 따라 다름 <sup>18)</sup>
도입 취지 및 근거 규정	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 도입 취지 : 인도네시아는 국내외 소비자의 안전을 지키고 건강을 도모하기 위해 제품을 감지, 예방 및 제어할 수 있는 의약품 및 식품 관리 등록 시스템을 도입함</li> <li>• 근거 규정 : <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인도네시아 식품법 No 18/2012</li> <li>- 인도네시아 식약청 규정(Regulation No.27 of 2013)</li> <li>- No.83/M-DAG/PER/12/2012</li> <li>- No.61/M-DAG/PER/9/2013</li> <li>- No.73/M-DAG/PER/10/2014</li> <li>- No.36/M-DAG/PER/7/2014</li> </ul> </li> </ul>		
인증(등록) 내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 요구하는 모든 시험과 증명을 거쳐 서류 구비 후 신청하여 등록번호를 부여받는 허가 형태의 방식임</li> <li>• BPOM 홈페이지(cekbpom.pom.go.id)에서 등록 제품에 대해 확인할 수 있음</li> </ul>		
적용 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품 및 음료 품목군 전체 (전분류, 당류, 식용 유지류, 어육가공품, 간편 식류, 간식류, 음료류, 조미료 식품, 조림류 등)</li> </ul>		

자료: 인도네시아 식약청(BPOM)

18) 식품(일반 가공 식품)의 경우 300,000루피아 또는 카테고리에 따라 500,000루피아가 식약청에 심사 등록비로 납부해야 심사가 진행 가능하며, 제품의 광고 가능성 표기가 필요할 경우, 광고 대상 가능성 평가가 추가됨에 따라 3,000,000루피아, 건강보조식품의 경우 10,000,000루피아이며, 전통의약품의 경우 15,000,000루피아가 납부할 수 있음

[표 5.3] 인도네시아 부각 BPOM 인증

등록 방법 및  
필요 서류

- 온라인 신청이 선행되어야 하며 신청 시 등록에 필요한 모든 서류가 완벽하게 구비되어야 함
- 신청자나 신청업체가 홈페이지를 통해 온라인 신청서를 작성하고 온라인으로 수수료 청구서를 통보받으면 근무일 수 기준 10일 안에 수수료를 지불하고 제품번호를 통보하면 됨
  - 신청서류를 심사하여 미승인이 될 경우 보완서류를 온라인으로 제출하고, 승인이 되면 BPOM 공시번호를 온라인으로 부여받을 수 있음
- 인도네시아 현지 등록 작업 완료까지 일반 가공식품 경우 평균 3~4개월, 전통의약품 및 건강 기능 식품의 경우 8~12개월 걸리기 때문에 서류를 완벽하게 구비할 경우 단축 가능함
- 행정문서:
  - 등록 신청서
  - 수입업자의 법률 문서
  - 보관 시설에 대한 감사 결과
  - 제조업체의 품질관리 인증서: GMP, HACCP, ISO22000
    - GMP 필수(BPOM No HK.03.1.23.04.12.2206 Year 2012 / 인도네시아 식약청 규정)
    - 기타 인증서 사본(HACCP, ISO 등): HACCP 또는 ISO 22000의 사본 필요 (공증 필요 없음)
  - 위촉장: 지정된 수입업자 / 판매자가 제품 등록
  - 자유 판매 증명서(CFS)
  - 건강 증명서
- 중요 기술정보문서:
  - 성분 구성 정보 (영문 작성, active, non-active 재료 구분 표기)
  - 제조 공정
  - 제품 저장 정보
  - 생산 코드 정보 (Batch No. 또는 LOT No.의 표기 설명서: 번호 구성에 대한 설명이 포함되어야 함)
  - 제품의 포장 디자인 [(컬러판 평면도) 한글 포장 제품의 경우 해당 한글의 번역본 필요]
  - 완제품 분석 인증서

자료: 인도네시아 식약청(BPOM)

[표 5.3] 인도네시아 부각 BPOM 인증

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

자료: 인도네시아 식약청(BPOM)

[표 5.4] 인도네시아 부각 BPJPH 할랄 인증

인증명	BPJPH 할랄 인증	인증 성격	종교 및 문화적 인증
마크		인증기관	인도네시아 할랄인증청 (BPJPH, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal)
인증 절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>인증 신청<sup>19)</sup>(제조 및 가공업체) - 서류 제출</li> <li>수수료 납부(제조 및 가공업체)</li> <li>서류 검토(할랄검사소)</li> <li>현장실사<sup>20)</sup>(할랄검사소)</li> <li>결과보고서 작성 및(할랄검사소)</li> <li>BPJPH 보고(MUI)</li> <li>할랄 인증 심사(파트와위원회)<sup>21)</sup></li> </ul>		
신청 서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>비인증 원료에 한하여 돼지 미사용 시설 증명서</li> <li>에탄올 증명서</li> <li>제조공정도</li> <li>품목제조보고서</li> <li>제품스펙</li> <li>시험성적서</li> <li>수입신고필증</li> <li>원산지 증명서</li> </ul>		
유의 사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>현재 BPJPH에서 전반적인 책임을 지고 있으며 기존 할랄 인증을 책임지던 올라마 협의회는 검사 및 심의 권한만을 가지게 됨</li> <li>인도네시아 내 유통되는 소매 제품은 인도네시아 할랄 인증 로고만을 사용할 수 있음</li> <li>BPJPH에서 발급받은 인증서의 유효기간은 4년이며 만료 3개월 전 재인증이 필요함</li> <li>할랄 원 형태를 제거하거나 변형하지 않은 한 로고의 색상 변경에 관한 규정은 없음</li> <li>할랄 인증을 받지 않아도 되는 제품이 인증을 받지 않은 경우, 제품에 할랄 인증을 받지 않았음을 표기해야 함</li> <li>2024년 10월 17일로 식품 할랄 인증 유예기간이 종료됨에 따라 신청이 몰릴 것으로 예상되어 사전 준비가 필요함</li> </ul>		
소요비용	제품의 유형, 번호 및 위치 정보를 기재하여 인증기관 메일로 비용 견적을 받아야 함		

자료: 인도네시아 할랄인증청(BPJPH)

19) BPJPH을 통한 인증 신청은 할랄인증 신청 사이트에서 회원가입 후 신청 가능

20) 서류검토가 완료되면 할랄 인증 실사원이 생산 공장을 직접 방문하여 인증제품의 모든 라인(입고, 생산, 보관 및 출고)을 실사함

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

[표 5.5] 인도네시아 SNI 인증 취득

인증명	SNI 인증	인증 성격	수출 시 필수(수입업체)
마크		인증기관	BSN <sup>22)</sup> (Badan Standardisasi Nasional)
신청 절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기 등록된 SNI 인증 품목 확인<sup>23)</sup>(수입업체)</li> <li>• 시험인증기관(LSPro) 확인(수입업체) - KAN에서 인가된 시험인증기관 확인</li> <li>• 서류 제출(수입 업체)</li> <li>• 제출한 서류의 적합성, 완성도, 기업 검토 실시(시험인증기관)</li> <li>• 제조공정 및 샘플 검사, 운영 시스템 평가(시험인증기관)</li> <li>• 최종 검토(시험인증기관)</li> <li>• SNI 인증 발급 및 사후 관리(시험인증기관)</li> </ul>		
신청 서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공인된 기업 정관 사본</li> <li>• 영업허가 사본</li> <li>• 납세자 고유번호</li> <li>• 브랜드 등록증명서 등</li> </ul>		
유의 사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SNI 인증마크 부착은 SNI 인증마크 사용승인서를 발급받은 후 부착할 수 있음                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- SNI 마크는 제품, 서비스, 시스템, 프로세스 또는 인력에 대한 일정 기준에 대해 품질 적합성 평가기관(Lembaga Penilaian Kesesuaian, LPK)이 주관하는 적합성 평가 과정을 통과해 규정에서 요구하는 기준을 충족시켰다는 증거로 사용됨</li> <li>- SNI 인증마크 사용승인서를 발급받은 후 제품, 포장, 라벨 등에 인증마크를 부착할 수 있음</li> <li>- SNI 인증마크 하단에 SNI 규격 번호 및 인증기관 번호 기재 필요함</li> </ul> </li> </ul>		
소요비용	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인도네시아 외 국가에서 취득할 경우 현지에서 진행하는 것보다 높은 비용이 발생하며, 샘플 평가원 등급에 따라 비용에 차이가 있음<sup>24)</sup></li> </ul>		
소요기간	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최대 12개월 이상 소요 가능</li> <li>• 품목에 따라 차이가 있음</li> </ul>		

자료: FSSC 공식 홈페이지, 2020 농식품 해외인증등록정보 종합가이드

22) BSN은 인증기관이 아닌 관할 기관이며 SNI 인증은 시험기관인 LSPro에서 수행함

23) 인도네시아 국가표준화기관

24) 보다 자세한 사항은 인도네시아 산업부 홈페이지 참조

### 3. 인도네시아 부각 라벨링

[표 5.6] 인도네시아 부각 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> <li>해당 식품의 특성과 조건을 반영한 이름을 표시해야 함</li> <li>공공질서, 문화, 종교 등에 반하는 상표 사용 불가함</li> </ul>
	2. 성분 목록	<ul style="list-style-type: none"> <li>성분목록 또는 사용 재료와 같은 단어를 기재후 성분을 표기해야 함</li> <li>약어 형태로 표기할 수 없음</li> <li>제품에 사용된 중량 내림차순으로 표기해야 함</li> <li>비타민, 미네랄, 식품첨가물의 표기는 제외됨</li> <li>성분 자체에 포함된 물을 제외하고 식품의 생산 및 가공 과정에 첨가된 물은 표기해야 함</li> </ul>
	3. 순중량 또는 순부피	<ul style="list-style-type: none"> <li>미터법에 따라 액체 가공식품은 용량, 고체 가공식품은 중량, 반고체 가공식품은 중량 또는 용량 표기</li> </ul>
	4. 제조업체 및 수입 업체	<ul style="list-style-type: none"> <li>제조 업체와 수입 업체의 이름과 주소를 표기해야 함</li> </ul>
	5. 할랄 인증	<ul style="list-style-type: none"> <li>인도네시아 할랄 인증을 마크와 함께 표시해야 함</li> <li>할랄 인증을 받지 않은 경우, 비인증임을 문구로 나타내야 함</li> </ul>
	6. 제조 날짜 또는 제조 코드	<ul style="list-style-type: none"> <li>배치 번호 또는 제조시간으로 표기</li> <li>제조 일자와 제조 코드는 분리해 기재할 수 있지만, 제조 코드 옆 제조 일자의 위치 정보를 표기해야 함</li> </ul>
	7. 유통기한	<ul style="list-style-type: none"> <li>유통기한 문구 뒤에 일-월-년 순으로 표기해야 함</li> <li>유통기한 이 3개월 이상인 식품은 월-년으로 표기 가능함</li> <li>유통기한이라는 단어와 날짜 표시를 따로 표기할 때는 날짜의 위치 정보를 표기해야 함</li> <li>7% 이상의 알코올을 함유한 음료나 유통기한이 24시간 이내인 빵이나 케이크, 식초는 유통기한 표시의무에서 제외됨</li> </ul>

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

[표 5.6] 인도네시아 부각 라벨링

라벨 표시 사항 및 기준	8. BPOM 등록번호	<ul style="list-style-type: none"> <li>라벨에 식약청으로부터 부여받은 등록번호를 표기해야 함</li> </ul>
	9. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> <li>특정 식품의 원산지를 표기할 수 있음</li> </ul>
	10. 표시 기준	<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>

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

▶ 인도네시아 부각 라벨 샘플25)



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 인도네시아어]

- ① tempura seaweed
- ② hitempura
- ③ original style
- ④ tao kae noi
- ⑤ nori rasa tempura ala jepang
- ⑥ berat bersih: 40g
- ⑦ diimport oleh: pt. nirwana lestari. Bekasi 17117, indonesia
- ⑧ bpom ri ml

[앞면 - 국문]

- ① 튀김 미역
- ② 제품명: Hitempura
- ③ 기본 스타일
- ④ 회사명(태국)
- ⑤ 일본식 튀김맛 오리지널
- ⑥ 용량: 40g
- ⑦ 제품 생산 회사 주소: 인도네시아 브카시, 17117
- ⑧ 식품의약품안전처 번호

[뒷면 - 인도네시아어]

- ① “tao kae Noi” Tempura Seaweed is one of our most well known products.

[뒷면 - 국문]

- ① “tao kae Noi” 튀김 미역 제품은 우리 제품 중 가장 잘 알려진 제품입니다.

25) 인도네시아 오프라인 매장에서 판매되고 있는 부각 제품을 찾을 수 없어, 유사 제품인 튀김 해조류 제품의 라벨 샘플을 제공함

② So, you can always trust the quality and enjoy the great taste of this special product! Eat with drinks, mixed with noodle, as a snack, eat every where.

③ Ingredients:  
seaweed 25%, wheat Flour 35.15%, Modified Tapioca Starch 2.55%, palm oil 7%, Egg white powder 3.5%, salt 2%, sugar 1.8%, Hydrolyzed Soy protein 0.63%, Disodium 5' -inosinate (E631) 0.30%, Disodium 5' - Guanlate (E627) 0.30%, garlic powder 0.27%, white pepper powder 0.5% this product contains wheat, eggs, soybeans

④

Nutrition Facts(영문)		
Serving Size 5g		
Serving Per Container 8		
Calories 30		
Fat Cal. 20		
Energy	30kcal	
Total Fat	2.5g	4%
Saturated Fat	0g	0%
Trans Fat	0g	
Cholesterol	0mg	0%
Total Carbohydrate	2g	1%
Dietary Fiber	0g	0%
Sugars	0g	
Protein	0g	
Sodium	40mg	2%

\*percent daily values (DV) are based on a 2,000 calorie diet.  
Vitamin A 0%, Vitamin C 0%, Calcium 2%, Iron 0%

② 따라서, 당신은 항상 품질을 믿고 이 특별한 제품의 훌륭한 맛을 즐길 수 있습니다. 음료와 함께, 면과 함께, 간식으로, 어디서나 먹을 수 있습니다.

③ 원재료명:  
해조류 25%, 밀가루 35.15%, 변성 타피오카 전분 2.55%, 팜유 7%, 계란 흰자 가루 3.5%, 소금 2%, 설탕 1.8%, 가수분해대두단백 0.63%, 이나트륨 5'-이노시네이트(E631) 0.30%, 이나트륨 5'-구안레이트(E627) 0.30%, 마늘가루 0.27%, 백후추가루 0.5% 이 제품은 밀, 계란, 대두를 함유하고 있습니다.

④

영양성분표		
1회 제공량 5g		
컨테이너 당 제공량 8		
칼로리 30		
지방 칼로리 20		
에너지	30kcal	
총지방	2.5g	4%
포화지방	0g	0%
트랜스지방	0g	
콜레스테롤	0mg	0%
총탄수화물	2g	1%
식이섬유	0g	0%
당	0g	
단백질	0g	
나트륨	40mg	2%

\*퍼센트 일일 값(DV)은 2,000칼로리 식단을 기준으로 합니다.  
비타민 A 0%, 비타민 C 0%, 칼슘 2%, 철분 0%

INFORMASI NILAI GIZI (인도네시아어)		
Takaran saji 4g Jumlah sajian per kemasan: 10 Energi Total 25kkal		
Energi dari lemak 15kkal		
Lemak Total	1.5g	3%
Lemak jenuh	1.5g	7%
Lemak trans	0g	
Kolesterol	0mg	0%
Protein	0g	0%
Karbohidrat Total	2g	1%
Serat pangan	0g	0%
Gula	0g	
Natrium	30mg	2%

\*persen AKG berdasarkan kebutuhan energi 2150 kkal. Kebutuhan energi anda mungkin lebih tinggi atau lebih rendah.  
Vitamin A 0%, Vitamin C 0%, Kalsium 2%, Zat Besi 0%

⑤ best before (dd mm yy): as shown on package

⑥ new arrival  
seaweed is grilled in the suitable temperature to maintain its quality as well as the nutrient. It is then coat with our unique (Hot chilli squid / kimchi / classic) sauce ensuring the greatest smell and taste. Super crisp – all flavours are best served as snack with your favourite drink.

⑦ Distributors:  
HONG KONG:  
dksh hong kong limited 23rd floor, tower a, southmark 11 yip hing street, wong chuk hang, hong kong

MACAU:  
vang kei hong trading company limited 1-andra ponte No, 27 macau tel: 853-28552278

영양성분표		
1회 제공량 4g 컨테이너 당 제공량: 10 칼로리 25		
지방 칼로리 15		
총지방	1.5g	3%
포화지방	1.5g	7%
트랜스지방	0g	
콜레스테롤	0mg	0%
단백질	0g	0%
총탄수화물	2g	1%
식이섬유	0g	0%
당	0g	
단백질	30mg	2%

\*2150kcal의 에너지 요구량을 기준으로 한 영양적정율. 실제 에너지 요구 사항은 더 높거나 낮을 수 있습니다.  
비타민 A 0%, 비타민 C 0%, 칼슘 2%, 철분 0%

⑤ 유통기한 (dd mm yy): 패키지에 표시된 대로

⑥ 신상품  
해조류는 품질과 영양을 유지하기 위해 적당한 온도에서 굽습니다. 그런 다음 최고의 냄새와 맛을 보장하는 독특한(매운 고추 오징어 / 김치 / 기본) 소스로 요리합니다. 매우 바삭한 - 모든 맛은 좋아하는 음료와 함께 간식으로 제공됩니다.

⑦ 대리점(지사)  
홍콩:  
dksh hong kong limited 23rd floor,, tower a, southmark 11 yip hing길, wong chuk hang, 홍콩

마카오:  
vang kei hong trading company limited 1-andra ponte No, 27 마카오 전화: 853-28552278

**MALAYSIA:**

socma trading(m) sdn BHD. Lot 805, jalan subang 5, taman perindustrian subang, 47600 subang jaya, selangor darul ehsan, malaysia  
tel: 603-5623-3633

**SINGAPORE:**

san sesan global pte. Ltd 12 ajalan ampas, #06-02, singapore 329516  
tel: (65)6532-3839

**AUSTRALIA:**

oriental, merchant pty. Ltd. 10 westgate drive, laverton nth, vic 3026, australia  
free call: 1800-806-842  
www.oriental.com.au

⑧ Komposisi: tepung terigu, rumput laut, pati modifikasi, lada putih, penguat rasa(dinatrium inosinat dan guanilat) bawang putih, minyak nabati (mengandung antioksidan BHT), bubuk putih telur, garam, gula

⑨ Diproduksi oleh: taokaenoi food & marketing PCL 12/1 moo 4 namai, ladlumkaew, pathumthani 12140 thailand

⑩ Baik digunakan sebelum: lihat kemasan

⑪ Kode produksi: lihat pada kemasan

⑫ Storage method: keep in cool and dry place, avoid direct sunlight and high temperature(영문)

Petunjuk penyimpanan: simpan ditempat sejuk dan dingin, hindari sinar matahari langsung dan suhu tinggi(인도네시아어)

**말레이시아:**

socma trading(m) sdn BHD. Lot 805, jalan subang 5, taman perindustrian subang, 47600 subang jaya, selangor darul ehsan, 말레이시아  
전화: 603-5623-3633

**싱가포르:**

san sesan global pte. Ltd 12 ajalan ampas, #06-02, singapore 329516  
전화: (65)6532-3839

**호주:**

oriental, merchant pty. Ltd. 10 westgate drive, laverton nth, vic 3026, australia  
무료 전화: 1800-806-842  
www.oriental.com.au

⑧ 성분: 밀가루, 해조류, 변성전분, 백후추, 향미증진제(이노신산이나트륨, 구아닐산나트륨) 마늘, 식물성유지(항산화 BHT 함유), 계란흰자분말, 소금, 설탕, 가수분해대두단백, 분말

⑨ 제조회사 주소: taokaenoi food & marketing PCL 12/1 moo 4 namai, ladlumkaew, pathumthani 12140 태국

⑩ 제품 개봉 전: 포장 참조

⑪ 제품 코드: 포장 참조

⑫ 보관 방법: 직사광선 및 고온을 피하고 서늘하고 건조한 곳에 보관하십시오.

⑬ Produced and distributed by:  
 taokaenoi food & marketing pcl.  
 12/1 moo 4, namai, ladlumkaew,  
 pathumthani 12140 thailand  
 tel (+66)2108-6888,  
 (+66)2108-6999  
 fax (+66)2108-8706  
 www.taokaenoi.co.th

⑭ Product of thailand

⑬ 생산 및 유통:  
 taokaenoi 식품 & 마케팅팀  
 12/1 moo 4, namai, ladlumkaew,  
 pathumthani 12140 태국  
 전화 (+66)2108-6888,  
 (+66)2108-6999  
 팩스 (+66)2108-8706  
 www.taokaenoi.co.th

⑭ 태국산

## 4. 인도네시아 부각 성분 및 유해물질

### ▶ 식품첨가물 규정

인도네시아로 식품 수출 시, BPOM 규정 No.11/2019에 따라 규정된 27개의 식품첨가물 그룹의 최대허용량을 제한하고 있음. 규정된 목록에 없는 식품첨가물의 사용은 BPOM의 허가를 받아야 함. 식품 첨가물이 없을 경우 라벨 및 식품 광고에 ‘식품첨가물 없음’을 표시하는 것을 규정하고 있음. 하기 표는 고객사의 부각류에 적용될 수 있는 식품첨가물 규정의 일부이며, 자세한 규정은 BPOM 홈페이지 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.7] 부각에 적용되는 인도네시아 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	아스코르브산	ascorbic acid	GMP (산화방지제 용도에 한함)	가공된 야채, 해조류, 콩, 견과류 및 곡물류
2	아스코르브산칼슘	calcium ascorbate		
3	카본 블랙	carbon black (vegetable carbon)	GMP (색소 용도에 한함)	
4	클로로필, 포타슘 및 나트륨	Chlorophylls, copper complexes / Chlorophyllin copper complexes, potassium and sodium salts	30mg/kg (색소 용도에 한함)	
5	커큐민	curcumin	500mg/kg (색소 용도에 한함)	
6	클로로필	CHLOROPHYLLS AND CHLOROPHYLLINS, COPPER COMPLEXES	30mg/kg (색소 용도에 한함)	
7	산성피로인산나트륨	disodium diphosphate	5000 mg/kg (유화제염류, 유화제, 안정제 용도에 한함)	
8	dl-알파-토코페롤	dl-alpha-Tocopherol	GMP (산화방지제 용도에 한함)	
9	젖산	lactic acid	GMP (산도조절제 용도에 한함)	

출처: 인도네시아 식약청(BPOM), KATI농식품수출정보

▶ 유해물질

인도네시아로 식품을 수출하기 위해서는 BPOM에서 규정하는 식품 유형별 유해물질 규정 및 기준을 반드시 준수해야 함. 하기 표는 부각에 적용될 수 있는 인도네시아 유해물질 기준의 일부임. 더욱 자세한 인도네시아 유해물질 규정 및 해당 규정이 적용되는 식품 기준은 인도네시아 보건부 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.8] 부각에 적용되는 인도네시아 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	황색포도구균	Staphylococcus aureus	n:5, c:1, m:10 <sup>2</sup> colony/g, M:2x10 <sup>2</sup> colony/g	조리된 야채 및 해조류
2	살모넬라	Salmonella	n:5, c:0, m:negative/25g, M:NA	
3	TPC (30도, 72시간)	TPC (30°C, 72hour)	n:5, c:2, m:10 <sup>3</sup> colony/g, M:10 <sup>4</sup> colony/g	
4	바실러스 세레우스	Bacillus cereus, B.cereus	(1)Dodol(참쌀로 만든 젤리, 사탕), jenang(참쌀로 만든 과자), gelamai(참쌀가루로 만든 과자)의 경우: n:5, c:1, m: 10 <sup>2</sup> colony/g, M: 10 <sup>3</sup> colony/g (2)Dodol을 제외한 제품(참쌀가루로 만든wingko, yangko 및 wajik)의 경우: n:5, c:1, m: 10 <sup>3</sup> colony/g, M: 10 <sup>4</sup> colony/g	쌀 가공제품
5	곰팡이 그리고 효모	Mold and Yeast	(Dodol(참쌀로 만든 젤리, 사탕), jenang(참쌀로 만든 과자), gelamai(참쌀가루로 만든 과자)의 경우에만 해당) n:5, c:2, m: 10 colony/g, M: 10 <sup>3</sup> colony/g	

출처: 인도네시아 식약청(BPOM), KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

인도네시아는 인체에 해로운 영향을 끼칠 가능성이 있는 특정 알레르기 유발물질을 함유한 식품에 대하여 해당 물질 표기를 규정하고 있음. 식품 내에 하기 표의 9가지 알레르기 유발물질 포함된 경우 반드시 라벨에 해당 사실을 표기해야 함. 고객사 부각에 해당하는 성분은 없는 것으로 확인됨

[표 5.9] 인도네시아 알레르겐 표시 기준

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

출처: 인도네시아 식약청(BPOM)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 슈퍼인도(Super Indo)
2. 인도마켓(Indomaret)
3. 알파미디(Alfamidi)

## Interview ①

26)



### 슈퍼인도 (Super Indo)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 1997년 설립
  - 자카르타에 위치한 소매 및 수입업체
  - 도매업/ 공급업체
  - 주요 수입국으로는 일본, 중국, 한국, 미국, 프랑스
  - 취급 품목으로는 생필품, 음식, 과일
  - 오프라인 유통채널 존재

### 담당자 정보

Importer Staff

## 슈퍼 인도(Super Indo) Importer Staff

### Q. 인도네시아 소비자들은 부각에 대해 알고 있습니까?

인도네시아의 소비자들 사이에서는 부각이 널리 알려져 있지 않으며, 인도네시아 시장에서도 부각 형태의 제품을 찾아보기 힘듭니다. 그러나 밀가루로 튀긴 인도네시아 자바 지역 전통 크래커와 타피오카 가루를 묻혀 튀긴 알새우칩은 부각과 유사한 특징을 가지고 있는 스낵 제품입니다.

### Q. 인도네시아 소비자들은 고객사 부각 제품의 주재료인 연근, 고추, 다시마, 새송이버섯 등을 자연스럽게 받아들일 수 있나요?

인도네시아 소비자들은 일반적으로 김, 연근, 고추, 다시마, 새송이버섯 뿐 아니라 기타 독특한 식재료를 받아들이는 것에 대해 열린 마음을 가지고 있습니다. 특히 인도네시아 소비자들은 김을 스낵처럼 즐겨먹는 경향이 있기 때문에, 고객사 부각 제품 주재료 중 인도네시아 소비자들에게 가장 받아들여지기 쉬운 재료라고 생각합니다.

### Q. 인도네시아에 고객사 부각 제품과 유사한 제품이 있습니까?

고객사 부각 제품과 가장 유사하다고 생각하는 제품은 시금치 크래커입니다. 시금치 크래커는 재료와 풍미가 독특한 스낵으로 인도네시아 소비자들 가운데 인식되고 있으며, 해당 맛을 선호하는 특정 소비자들의 입맛을 충족시키고 있습니다. 고객사 부각 제품 중 김부각을 제외하고는 이 시금치 크래커처럼 특정 소비자들에게만 수요가 있을 것으로 보입니다.

### Q. 고객사 제품과 유사한 경쟁제품과 비교했을 때, 고객사 제품의 장점과 단점은 무엇입니까?

시금치 크래커는 고객들에게 독특한 맛의 특성을 제공하며, 시금치를 핵심 재료로 사용하여 틈새시장을 개척할 수 있는 제품입니다. 그러나 소비자마다 맛에 대한 선호도가 다를 수 있는 점이 제약으로 남아있습니다. 고객사 제품은 김부각 제품이 그나마 시금치 크래커보다 인도네시아 소비자들에게 더 널리 소비될 것 같긴 하지만, 다른 재료 제품들은 시금치 크래커와 유사하게 특정 소비자만 공략할 수 있을 것 같습니다.

### Q. 고객사 제품 소비자가격 및 FOB 가격에 대한 피드백을 부탁드립니다. (소비자가격: 115,000루피아, FOB 가격: 51,000루피아(3.4달러))

전반적으로 제품 소비자가격 및 FOB 가격 모두 인도네시아 현지 수입산 스낵 제품과 비교했을 때 비싼 감이 있습니다.

**Q. 고객사 제품 포장은 플라스틱 파우치 형태로, 내부 포장 재질을 폴리에틸렌을 채택해 포장하고 있습니다. 제품 포장 형태에 대한 피드백을 부탁드립니다.**

외부에는 플라스틱 파우치, 내부에는 폴리에틸렌으로 제품을 포장하는 것은 인도네시아 스낵 시장에서 일반적이고 실용적인 스낵 포장 방법입니다. 이는 내구성과 제품 가시성을 제공하면서 신선도를 유지할 수 있습니다.

**Q. 고객사 제품의 주요 홍보문구는 ‘무첨가로 고소하고 담백한 맛’입니다. 이에 대한 피드백을 부탁드립니다.**

‘무첨가로 인한 고소하고 담백한 맛’이라는 홍보문구는 건강에 민감한 일부 소비자들에게 어필할 수 있겠으나 다른 스낵 제품들과 비교했을 때 눈에 띄는 홍보문구는 아닙니다. 차라리 ‘한국 전통과자’라는 타이틀을 내세워 K-Food의 일종임을 강조하면 K-POP에 열광하는 인도네시아 젊은 소비층을 이끌어오기 좋을 것이라고 생각합니다.

**Q. 고객사 제품 맛(김, 연근, 고추, 다시마, 새송이버섯) 중 인도네시아에서 인기가 많을 것으로 생각되는 3가지 제품을 선정하고 이유를 설명해주시기 바랍니다.**

김, 연근, 고추 맛 제품이 인도네시아에서 인기가 많을 것으로 예상됩니다. 김의 경우 인도네시아 소비자들의 수요가 높은 품목이며, 연근은 소비자들에게 익숙한 재료이고, 고추의 경우 매운맛을 좋아하는 인도네시아 소비자들의 특징이 있기 때문입니다.

**Q. 고객사가 인도네시아 시장 진출을 목표로 제품을 개발한다면, 인도네시아에서 인기가 있을 것 같은 채소 재료는 무엇이 있는지 이유와 함께 알려주시기 바랍니다.**

가지, 고구마, 녹두는 인도네시아 소비자들 사이에서 인기 있는 채소입니다. 이들 재료를 활용해 독특한 맛과 식감, 다양도로 소비자 기호를 충족할 수 있는 부각 제품이 개발된다면 좋을 것이라고 생각합니다.

**Q. 인도네시아에 부각 제품을 수출할 때 추천 유통채널과 그 이유를 알려주시기 바랍니다.**

인도네시아에서 부각 제품을 위한 권장 유통채널은 토크피디아(Tokopedia) 등과 같은 온라인 플랫폼 채널입니다. 한가지 주의해야 할 것은 각 온라인 플랫폼 채널의 유통 가능 범위를 알아봐야 하는 것입니다. 온라인 플랫폼 채널일 커버하지 못하는 도서지역들에게까지 제품을 진출시키고 싶다면, 해당 지역의 수입유통업체와의 파트너십이 불가피합니다. 이렇게 온라인 채널 및 일부 지역에서의 현지 유통업체 파트너십을 병행하는 것이 좋을 것이라 생각합니다.

**Q. 인도네시아에서 고객사 제품을 홍보하기 위해 인도네시아의 어떤 소비자층을 타겟으로 홍보하면 효과적일지 알려주시기 바랍니다.**

인도네시아에서 부각 제품을 홍보할 때는 건강에 관심이 많은 스낵 애호가들을 타겟으로 삼는 것이 좋습니다. 이들에게 부각 제품의 건강 이점과 다양한 맛, 활용성을 강조하는 홍보 전략을 채택하여 제품의 인지도와 판매를 높일 수 있습니다.

**Q. 인도네시아에서 고객사 부각 제품을 홍보할 때 어떤 경로와 방법이 효과적인지 알려주시기 바랍니다.**

인도네시아에서 고객사의 부각 제품을 효과적으로 홍보하기 위해서는 소셜 미디어 마케팅, 매장 내 홍보, 브랜드 인지도 및 참여도를 높이기 위한 인플루언서와의 협업 등 다각적인 접근이 필요합니다.

## Interview ②

27)



인도마렛  
(Indomaret)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
  - 1988년 설립
  - 자카르타에 위치한 소매 및 수입업체
  - 도매업/ 공급업체
  - 주요 수입국으로는 일본, 중국, 한국, 미국
  - 취급 품목으로는 생필품, 음식, 과일
  - 온/오프라인 유통채널 존재

담당자 정보

Distributor Relations  
Staff

## 인도마렛(Indomaret) Distributor Relations Staff

### Q. 인도네시아 소비자들은 부각에 대해 알고 있습니까?

인도네시아에서 부각은 한식에 익숙한 사람들 사이에서도 생소한 품목이라고 생각합니다. 비슷한 제품으로 인도네시아 전통 쌀과자가 있으나, 코팅 및 재료의 조합이 다를 수 있습니다. 인도네시아에서는 해당 제품을 간식이나 식사에 곁들이는 음식으로 다양하게 활용됩니다.

### Q. 인도네시아 소비자들은 고객사 부각 제품의 주재료인 연근, 고추, 다시마, 새송이버섯 등을 자연스럽게 받아들일 수 있나요?

인도네시아 소비자들은 다양한 스낵 맛을 시도하는 편이라고 생각되지만, 일부 재료는 익숙하지 않을 수 있습니다. 그러나 김이 들어간 제품은 인도네시아 소비자들에게 간식으로 소비될 가능성이 있지만, 제품에 대한 충분한 마케팅과 교육이 필요합니다. 소비자들이 부각 제품을 자연스럽게 간식으로 즐기고 구매할 수 있도록 적극적인 마케팅 활동이 필요하겠습니다.

### Q. 인도네시아에 고객사 부각 제품과 유사한 제품이 있습니까?

인도네시아에는 꼬루뽕 외에도 일반적인 아채칩 및 김(해조류) 스낵이 있지만, 부각 제품에서 보이는 독특한 제형과 찹쌀풀 코팅을 고려했을 때 완전히 유사한 제품이라고는 할 수 없겠습니다.

### Q. 고객사 제품과 유사한 경쟁제품과 비교했을 때, 고객사 제품의 장점과 단점은 무엇입니까?

고객사 부각 제품은 제품 자체의 독특함, 5가지나 되는 맛 종류, 무첨가물 제품이라는 장점을 가지고 있지만, 인도네시아 소비자들에게 제품 자체에 대한 인지도가 너무 부족해 다른 제품과의 경쟁에서 크게 밀릴 가능성이 있습니다.

### Q. 고객사 제품 소비자가격 및 FOB 가격에 대한 피드백을 부탁드립니다. (소비자가격: 115,000루피아, FOB 가격: 51,000루피아(3.4달러))

인도네시아 시장에서 소비자가격 115,000루피아는 스낵 제품치고 매우 비싼 편이라고 생각합니다. 그러나 고객사 제품 FOB 가격인 51,000루피아는 수입유통업체 입장에서 충분히 경쟁력이 있습니다.

**Q. 고객사 제품 포장은 플라스틱 파우치 형태로, 내부 포장 재질을 폴리에틸렌을 채택해 포장하고 있습니다. 제품 포장 형태에 대한 피드백을 부탁드립니다.**

인도네시아 시장에서 흔하게 사용되는 포장 형태입니다. 보다 고객사 제품을 인도네시아 시장에서 각인시키고 싶다면, 친환경적인 포장 재질 활용을 모색하는 것을 추천드립니다. 친환경적인 이미지만으로도 고객사 제품의 매력을 충분히 높일 수 있습니다.

**Q. 고객사 제품의 주요 홍보문구는 ‘무첨가로 고소하고 담백한 맛’입니다. 이에 대한 피드백을 부탁드립니다.**

첨기물을 넣지 않아 고소하고 담백한 부각 제품의 맛을 효과적으로 강조하는 홍보문구는 건강을 생각하는 인도네시아 소비자들에게 강력하게 어필할 수 있는 포인트라고 생각합니다.

**Q. 고객사 제품 맛(김, 연근, 고추, 다시마, 새송이버섯) 중 인도네시아에서 인기가 많을 것으로 생각되는 3가지 제품을 선정하고 이유를 설명해주시기 바랍니다.**

김, 연근, 고추 맛 제품이 인도네시아에서 인기가 있을 것으로 생각합니다. 특히 김은 최근 인도네시아 소비자들 사이에서 큰 인기를 끌고 있는 재료이기 때문에 3가지 맛 중에서도 김부각 제품을 위주로 제품을 홍보하면 좋을 것 같습니다.

**Q. 고객사가 인도네시아 시장 진출을 목표로 제품을 개발한다면, 인도네시아에서 인기가 있을 것 같은 채소 재료는 무엇이 있는지 이유와 함께 알려주시기 바랍니다.**

고구마, 카사바, 토란은 인도네시아 소비자들 사이에서 널리 소비되고 있는 재료입니다. 이들 재료를 활용한 부각 제품을 만든다면 인도네시아 소비자들에게 더욱 친숙하게 고객사 제품을 홍보할 수 있을 것 같습니다.

**Q. 인도네시아에 부각 제품을 수출할 때 추천 유통채널과 그 이유를 알려주시기 바랍니다.**

인도네시아에서 부각 제품을 유통하기 위해 추천되는 경로로 오프라인 전문 식품매장, 슈퍼마켓 등을 꼽습니다. 인도네시아 소비자들의 제품에 대한 접근성과 시장 범위를 극대화하는 것이 중요합니다. 전문 식품매장과 슈퍼마켓은 인도네시아의 대중적인 유통채널로서 고객들에게 제품을 쉽게 접할 수 있는 장소입니다.

**Q. 인도네시아에서 고객사 제품을 홍보하기 위해 인도네시아의 어떤 소비자층을 타겟으로 홍보하면 효과적일지 알려주시기 바랍니다.**

인도네시아 부각 제품의 홍보 대상 소비자층으로는 한식 매니아나 비건 소비층 등이 포함될 수 있습니다. 한식 매니아들은 한국 음식에 대한 관심이 많으며, 비건 소비층은 식물성 식품에 대한 수요가 높은 소비자들입니다. 이러한 소비자층을 대상으로 홍보 활동을 전개하여 제품의 매력과 가치를 전달할 수 있습니다.

**Q. 인도네시아에서 고객사 부각 제품을 홍보할 때 어떤 경로와 방법이 효과적인지 알려주시기 바랍니다.**

효과적인 홍보 전략에는 디지털 마케팅, 음식 축제/이벤트 참여, 한식당 또는 카페와의 협업 등이 포함될 수 있습니다. 디지털 마케팅은 소셜 미디어, 온라인 광고, 웹사이트 등을 활용하여 제품을 널리 알리는 방법입니다. 음식 축제나 이벤트에 참여하여 제품을 체험하고 소비자들과 소통하는 기회를 마련할 수 있으며, 한식당이나 카페와의 협업을 통해 제품을 메뉴에 포함시키거나 공동 프로모션을 진행할 수 있습니다.

## Interview ③

28)



### 알파미디 (Alfamidi)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 2007년 설립
  - 탕에랑에 위치한 소매업체
  - 주요 수입국으로는 일본, 중국, 한국, 미국
  - 취급 품목으로는 생필품, 음식, 과일
  - 온/오프라인 유통채널 존재

### 담당자 정보

Importer Staff

## 알파미디(Alfamidi) Importer Staff

### Q. 인도네시아 소비자들은 부각에 대해 알고 있습니까?

인도네시아 소비자들은 부각이라는 용어에 익숙하지 않은 편이나, 부각과 비슷한 전통 과자 제품은 있습니다. 해당 제품은 새우, 생선, 카사바, 쌀 등의 재료로 만든다는 점이 부각과 유사하나, 튀기기 전에 채소와 김에 찹쌀풀을 발르는 과정이 다르다고 볼 수 있겠습니다. 인도네시아 소비자들은 해당 제품을 간식이나 식사 반찬으로 소비하고 있으며, 모든 연령층에 적합한 제품입니다. 종종 차나 커피와 곁들여 먹기도 합니다.

### Q. 인도네시아 소비자들은 고객사 부각 제품의 주재료인 연근, 고추, 다시마, 새송이버섯 등을 자연스럽게 받아들일 수 있나요?

인도네시아 소비자들의 입맛은 다양하지만, 연근, 고추, 다시마, 새송이버섯과 같은 재료는 익숙하지 않을 수 있습니다. 다만 인도네시아에서 김스낵이 인기를 끌고 있습니다. 고소하고 담백한 맛의 부각 제품들은 간식으로 즐길 수 있는 잠재력이 있습니다.

### Q. 인도네시아에 고객사 부각 제품과 유사한 제품이 있습니까?

연근, 고구마, 케일과 같은 다양한 채소로 만든 아채칩 제품은 인도네시아 시장에서 찾아볼 수 있는데, 일반적으로 얇게 썰거나 양념을 하고 튀기거나 구워서 만듭니다.

### Q. 고객사 제품과 유사한 경쟁제품과 비교했을 때, 고객사 제품의 장점과 단점은 무엇입니까?

고객사 부각 제품 특징을 살펴보면, 무첨가물, 보유 인증, 높은 품질이 장점인 반면, 경쟁제품 대비 낮은 친숙도와 가격이 단점으로 작용할 수 있습니다.

### Q. 고객사 제품 소비자가격 및 FOB 가격에 대한 피드백을 부탁드립니다. (소비자가격: 115,000루피아, FOB 가격: 51,000루피아(3.4달러))

소비자가격 115,000루피아는 인도네시아 스낵 시장에서 높은 가격으로 간주될 수 있습니다. 반면, FOB 가격 51,000루피아는 프리미엄 스낵에 대한 현지 수입유통업체의 기대에 더 잘 부합합니다.

### Q. 고객사 제품 포장은 플라스틱 파우치 형태로, 내부 포장 재질을 폴리에틸렌을 채택해 포장하고 있습니다. 제품 포장 형태에 대한 피드백을 부탁드립니다.

폴리에틸렌을 내부 포장 재질로 사용하는 플라스틱 파우치 포장은 인도네시아에서 스낵류에 일반적으로 사용되는 포장 형식이라 특별히 좋다고 볼 수는 없습니다.

**Q. 고객사 제품의 주요 홍보문구는 ‘무첨가로 고소하고 담백한 맛’입니다. 이에 대한 피드백을 부탁드립니다.**

첨기물을 넣지 않아 고소하고 담백한 맛을 강조하는 홍보문구는 건강에 관심이 많은 소비자들에게 공감을 불러일으킬 수 있을 것 같아 좋다고 느낍니다.

**Q. 고객사 제품 맛(김, 연근, 고추, 다시마, 새송이버섯) 중 인도네시아에서 인기가 많을 것으로 생각되는 3가지 제품을 선정하고 이유를 설명해주시기 바랍니다.**

김, 연근, 고추는 다섯가지 재료 중 상대적으로 인도네시아 현지인들에게 인지도가 있는 편이며, 현지인들의 입맛에도 부합해 인도네시아 시장에서의 잠재력이 높습니다.

**Q. 고객사가 인도네시아 시장 진출을 목표로 제품을 개발한다면, 인도네시아에서 인기가 있을 것 같은 채소 재료는 무엇이 있는지 이유와 함께 알려주시기 바랍니다.**

인도네시아에서는 고구마와 카사바가 널리 소비되며, 부각 제품 개발 시 판매가 많이 될 가능성이 높습니다. 이 두 채소는 인도네시아의 식문화에서 중요한 역할을 하며, 다양한 요리에서 활용되고 있습니다.

**Q. 인도네시아에 부각 제품을 수출할 때 추천 유통채널과 그 이유를 알려주시기 바랍니다.**

인도네시아의 부각 제품을 유통할 때는 온라인과 오프라인 채널을 결합하여 온라인 플랫폼과 현지 소매업체와의 제휴를 함께 활용하는 것이 좋습니다. 이를 통해 도서지역이 많은 인도네시아에서 제품의 접근성과 도달성을 극대화하고, 다양한 소비자들에게 제품을 보다 쉽게 알리고 구매할 수 있는 기회를 제공할 수 있습니다.

**Q. 인도네시아에서 고객사 제품을 홍보하기 위해 인도네시아의 어떤 소비자층을 타겟으로 홍보하면 효과적일지 알려주시기 바랍니다.**

인도네시아 부각 제품의 홍보 대상 소비자층으로는 건강을 중요시하는 소비자와 새로운 요리 체험을 원하는 음식 마니아들이 적합합니다. 건강을 중요시하는 소비자들에게는 무첨가물 제품이란 점을 강조해 홍보해야 하며, 음식 마니아들에게는 독특한 맛과 창의적인 요리 아이디어를 제공한다는 홍보가 필요합니다.

**Q. 인도네시아에서 고객사 부각 제품을 홍보할 때 어떤 경로와 방법이 효과적인지 알려주시기 바랍니다.**

인도네시아에서 부각 제품에 대한 효과적인 홍보 전략은 제품 샘플링, 시식 행사, 온라인 리뷰, 추천서, 인플루언서 또는 유명 광고 활용 등 다양한 요소가 있습니다. 이를 통해 제품의 맛과 품질을 알리고 제품 인지도와 신뢰도를 증가시키는 데 도움이 됩니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# Ⅶ 시사점





## 소비 특징 ①

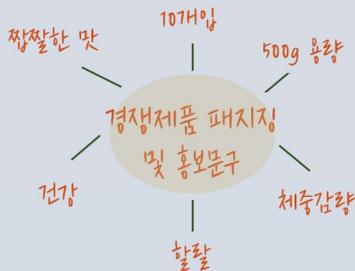


① 경쟁제품; 온라인 쇼핑물 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 부각 경쟁제품을 조사한 결과, 인도네시아 전통 쌀과자 제품인 '링기낭' 관련 키워드가 다수 도출되었음. 링기낭은 찹쌀을 살아 향신료로 간을 하고, 납작하고 둥글게 만든 것을 말린 다음 식용유에 튀긴 제품임. 부각 제품과 가장 다른 점은 간을 향신료로 한다는 점 및 두꺼운 형태의 제품이란 점임. 한편, 링기낭만큼은 아니지만 고객사 부각 제품과 유사한 경쟁제품으로 인도네시아 전통 크래커인 '꼬루백' 관련 키워드 역시 빈출했으며, 새우, 생선, 양파 등 다양한 재료를 활용해 만드는 것이 확인되었음

② 경쟁브랜드; 온라인 쇼핑물 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 부각 경쟁브랜드를 조사한 결과, 대부분의 경쟁브랜드가 인도네시아 현지 쌀과자 브랜드인 것으로 나타남. 관련 키워드가 가장 많이 도출된 브랜드는 링기낭 제품을 브랜드화한 '아슬리' 브랜드이며, 꼬루백 제품을 브랜드화한 '피나' 및 '알로하' 브랜드 관련 키워드 역시 빈출하였음



## 소비 특징 ②



① 경쟁제품 패키징; 온라인 쇼핑물 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 부각 경쟁제품 패키징을 조사한 결과, 제품 구성 측면에서 '10개입' 관련 키워드가 가장 많이 도출되었음. 인도네시아 부각 경쟁제품 패키지들의 대부분은 비닐 포장인 것으로 조사되었으며, 고객사 제품과 같이 일부 플라스틱 파우치 형태의 포장도 있었으나 흔하지는 않았음. 한편, 제품 용량 측면에서는 '500g' 용량 관련 키워드가 가장 많이 도출되었으며, '250g' 용량 관련 키워드 역시 빈출하였음

② 경쟁제품 홍보문구; 온라인 쇼핑물 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 부각 경쟁제품 홍보문구를 조사한 결과, 많은 경쟁제품들이 건강과 관련된 홍보문구를 사용하고 있는 것이 확인되었음. '체중감량' 관련 키워드가 가장 많이 도출되었으며, '건강한' 이란 키워드 역시 빈출하였음. 또한 이슬람 국가인 인도네시아 특성 상 '할랄' 관련 키워드가 많이 도출되었음. 한편 2023년 인도네시아 인기 식품 트렌드로 '소금에 절인 달걀칩'이 떠오름에 따라, 짭짤하면서도 담백한 맛이 특징인 고객사 김부각 제품에 대한 수요 역시 긍정적인 것으로 기대됨

인도네시아 스낵 유통 비중



## 유통채널



인도네시아 내 고객사 부각 제품의 잠재 소매유통채널을 조사한 결과, 전통 상점의 점유율이 69.0%로 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타남. 뒤이어 편의점, 미니 마트 등의 기타 현대식 상점의 점유율이 17.0%를 보였으며, 하이퍼마켓/슈퍼마켓의 점유율은 6.0%로 상당히 낮은 비중을 보였음. 한국의 잠재 소매유통채널과 비교 시, 인도네시아에서는 전반적으로 전통적인 형태의 거래가 이루어지는 것이 확인되었으며, 현대적 유통채널인 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 온라인 유통채널 등은 영향력이 미미한 것으로 나타남



▶ Point 1) 인도네시아 국가 표준 인증(SNI)

필수 발급

▶ Point 2) 인도네시아 식약처 인증(BPOM)

필수 발급

▶ Point 3) 할랄 인증(BPJPH) 필수 발급

▶ Point 4) 라벨 인도네시아어 표기 **필수**

## 진입장벽



인도네시아로 식품 수출 시, 인도네시아 국가 표준 인증(SNI: Standar Nasional Indonesia), 식약청 인증(BPOM: Badan Pengawas Obat dan Makanan), 할랄 인증(BPJPH: Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) 3가지에 대한 취득을 필수적으로 진행해야 함. 제품 라벨링의 경우 제품명, 성분 목록, 순중량, 제조업체 및 수입업체, 할랄 인증, 제조 날짜 또는 유통 코드, 유통기한, BPOM 등록번호, 원산지 등이 기재되어야 하며, 표기 시 인도네시아어, 아라비아 숫자 및 로마자 텍스트로 작성되어야 함. 한편 고객사 부각 제품처럼 인도네시아어에 상응하는 단어가 없는 경우 로마자로 된 외국어를 사용할 수 있는 것으로 조사되었음

## 수출 확대 전략

제품 인지도 개선  
&  
제품 피드백



Point 01 제품 인지도 개선 인도네시아 현지 스낵 수입유통업체와의 인터뷰 결과, 현지에서 부각에 대한 인지도가 거의 없는 것으로 나타남. 비슷한 제품으로 꼬루복 제품이 가장 많이 언급되었으나, 찹쌀을 발라 튀기는 부각의 제조 방식과는 차이가 있는 것으로 나타남. 고객사 제품 5가지 맛 중 김부각 제품을 제외하고는 인도네시아 소비자들에게 다소 생소할 수 있는 것으로 나타났으며, 소비자들의 부각에 대한 인식을 개선하기 위해 현지 인플루언서와의 협업을 통한 SNS 마케팅이나 제품 샘플 제공으로 현지 소비자들 직접 제품을 먹어보면서 알게끔 하는 방법이 추천되었음. 특히 수입유통업체 입장에서 오프라인 유통채널로 제품을 홍보하기 위해서는 카탈로그, POS 자료 등 제품을 소개하는 다양한 자료가 필요한 것이 확인되었음

Point 02 제품 피드백 인도네시아 현지 스낵 수입유통업체와의 인터뷰 결과, 고객사 제품의 소비자가격은 인도네시아 스낵 제품들의 가격과 비교했을 때 비싼 편이나 프리미엄 스낵 제품 수입을 희망하는 수입유통업체들에게 있어서는 합리적인 FOB 가격인 것으로 나타남. 소비자들에게 제품을 좋은 이미지로 다가오게끔 하기 위해 친환경 소재의 포장방법을 고려해보라는 의견이 있었으며, 건강에 관심이 많은 인도네시아 소비자들을 타겟팅하기 위해 '무첨가물', '담백한 맛' 등 건강 관련 홍보문구를 강조하는 것이 추천되었음. 한편, 고객사에서 인도네시아에 진출하기 위해 새로 제품을 개발할 경우, 인도네시아 소비자들에게 익숙한 '고구마', '가지', '녹두', '카사바', '토란'을 활용한 부각 제품 개발이 추천되었음



## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2022
2. 스탓티스타(Statista), 「Indonesia Online Revenue Share-Snack Food」, 2022.12
3. 스탓티스타(Statista), 「Snack Food Indonesia」, 2023.05
4. 칸타(Kantar), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023.07
5. 한국농수산물유통공사, 「할랄 이슬람 식품시장수출가이드북」, 2020
6. 농림축산식품부, 「2021 농식품 해외인증등록정보 종합가이드」, 2021
7. KATI농식품수출정보, 「인도네시아 비관세장벽 모니터링」, 2021

### ■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스탓티스타(Statista) (www.statista.com)
3. International Trade Centre (www.intracen.org)
4. 쇼피 인도네시아(Shopee Indonesia) (www.shopee.co.id)
5. 토크피디아(Tokopedia) (www.tokopedia.com)
6. 콤파스닷컴(kompas.com) (www.kompas.com)
7. 루키타(rukita) (www.rukita.co)
8. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
9. 마태하리백화점(Matehari Department store) (www.matahari.com)
10. 메트로백화점(Metro Department store) (www.metroindonesia.com)
11. 무궁화마트(Mugunghwa Mart) (www.mugunghwa.co.id)
12. 파파야프레쉬갤러리(Papaya Fresh Gallery) (papayabali.co.id)
13. 관세청 (www.customs.go.kr)
14. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
15. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
16. 관세법령정보포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
17. 인도네시아 무역부(Minister of Trade of the Republic of Indonesia) (www.kemendag.go.id)
18. 인도네시아 식품안전연구소(Indonesian Food Safety Institute) (indonesianfoodsafety.org)
19. 인도네시아 재무부(KEMENTERIAN KEUANGAN) (www.beacukai.go.id)
20. 인도네시아 의약품 전자 등록(Badan Pengawas Obat dan Makanan AeRO) (aero.pom.go.id)
21. 인도네시아 식약청(Badan Pom) (www.pom.go.id)
22. 인도네시아 법무부(Biro Hukum dan Organisasi) (jdih.pom.go.id)
23. 인도네시아 법률 및 규정 포털(Paralegal) (paralegal.id)
24. FSSC (www.fssd22000.com)
25. 슈퍼인도(Super Indo) (www.superindo.co.id)
26. 인도마켓(Indomaret) (indomaret.co.id)
27. 알파미디(Alfamidi) (alfamidiku.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.07.28

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 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.  
Printed in Korea