

# 2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202311-25  
품목 | 삼계죽(Samgyejuk)  
HS CODE | 2104.20-0000  
국가 | 인도네시아(Indonesia)



# CONTENTS

## 2023 수출기업 맞춤형 시장조사

### 시장 분석형

#### I. 요약

---

1. 요약	04
-------	----

#### II. 시장규모

---

1. 인도네시아 간편식 시장규모	06
2. 인도네시아 수프 시장규모	07
3. 인도네시아 삼계죽 수입규모	08

#### III. 시장트렌드

---

1. '쇠고기죽'과 '닭간죽', 경쟁제품으로 인기	11
2. '밀나', '인도푸드' 등 자국 브랜드 강세	12
3. 성장 관련 효능 강조	13
4. 주로 '닭고기', '비타민' 성분 함유	14

#### IV. 유통채널

---

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

# CONTENTS

## 2023 수출기업 맞춤형 시장조사

### 시장 분석형

#### V. 진입장벽

---

1. 인도네시아 삼계죽 통관 및 검역 절차	28
2. 인도네시아 삼계죽 품질 인증	29
3. 인도네시아 삼계죽 라벨링	40
4. 인도네시아 삼계죽 성분 및 유해물질	45

#### VI. 수입·유통업체 인터뷰

---

1. 무궁화(Mugunghwa)	49
2. 코리너스(Korinus)	51
3. 네슬레(Nestle)	53

#### VII. 시사점

---

1. 시사점	56
--------	----

※ 참고문헌	58
--------	----



HS CODE : 2104.20-0000

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

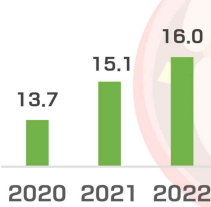
# SUMMARY

# 인도네시아 삼계죽 시장

## 시장 현황

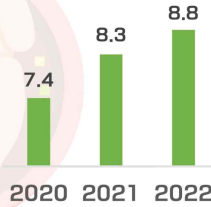
### 간편식 시장규모

단위 : 십억 달러



### 수프 시장규모

단위 : 십억 달러



## 수출입 현황

### 수출입 현황 (HS CODE 2104.20 기준)

단위 : 천 달러



### 국가별 수입 규모



## 시장 트렌드

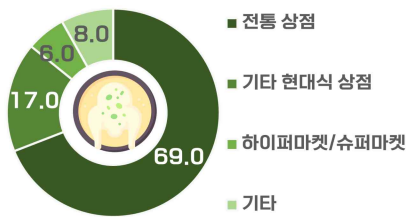
### 빅데이터 분석



\* 인도네시아 온라인 쇼핑몰 삼계죽 제품 1,711건 분석 결과

## 주요 유통채널

### 유통채널 점유율



## 통관 및 제도

### 수출 통관 유의사항

- 세금: 협정세율 0%
- 사전 준비: 식약청 인증(BPOM), BPJPH 할랄인증 권장, SNI 인증

### 품질 인증

- BPJPH 할랄인증
- HACCP
- ISO 22000

### 라벨링 유의사항

- 필수 표기사항: 인도네시아어 표기 필수, 제품명, 성분 목록, 제조업체 및 수입업체, 할랄인증, 제조 날짜, 유통기한, BPOM 등록번호, 원산지 등

## 수입유통업체 인터뷰

### 인터뷰 대상 :



### Point 01.

삼계죽 수요 인도네시아 내 한식에 대한 수요와 인지도는 높은 편이지만, 삼계죽에 대한 인지도와 수요는 상대적으로 낮은 편임  
 주요 트렌드 인도네시아 시니어 소비자들은 주로 쌀로 만든 부드러운 죽이나, 다양한 종류의 녹색 채소를 섭취함  
 유사 제품 마나도(Manado)는 쌀과 고등어 또는 참치를 주재료로 하는 죽 제품으로 강한 향신료가 가미된 독특한 맛을 가지고 있음

### Point 02.

고객사 제품 피드백 가격이 다소 비싸 편이나 인삼 등 고급 재료를 사용한 것을 높이 평가하였으며, 다양한 용량을 제공할 것을 권장함  
 추천 홍보방법 소셜 미디어에서의 흥미로운 홍보문구, 고품질의 사진 및 동영상 등 다양한 콘텐츠를 사용한 홍보 방법을 추천함  
 추천 유통채널 다국적 커뮤니티를 대상으로 하는 에스닉 푸드 식료품점, 온라인 플랫폼, 글로벌 슈퍼마켓 등의 유통채널을 추천함

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

## II 시장규모



1. 인도네시아 간편식 시장규모
2. 인도네시아 수프 시장규모
3. 인도네시아 삼계죽 수입규모

## 1. 인도네시아 간편식 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

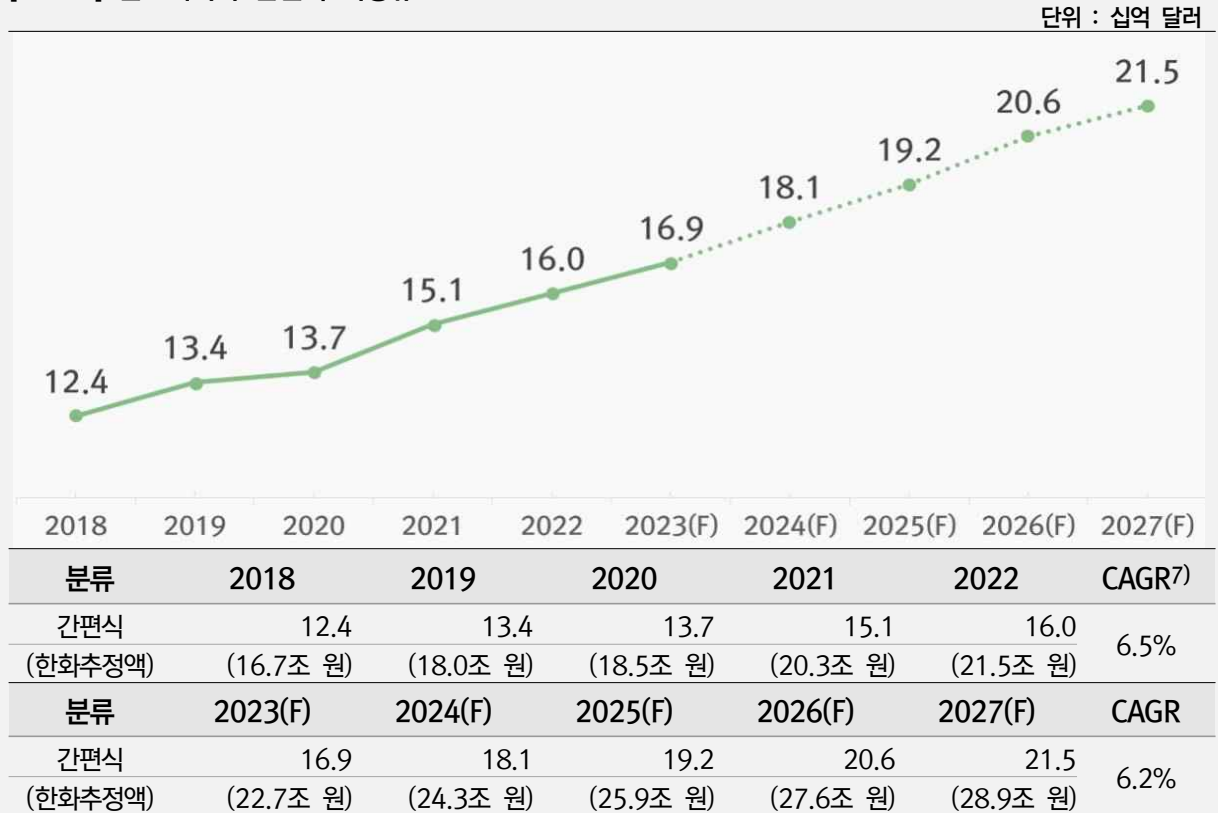
### ▶ 인도네시아 간편식 시장규모 21.5조 원, 연평균 6.5% 성장

2022년 기준 인도네시아 간편식 시장규모는 21.5조 원이며, 최근 5년(2018-22년)간 연평균 6.5%의 시장 성장률을 기록함

### ▶ 인도네시아 간편식 시장규모, 향후 5년간 6.2%씩 성장 예상

인도네시아 간편식 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 6.2%씩 성장하여 2027년 28.9조 원을 기록할 것으로 예상됨. 인도네시아에서는 코로나19 및 대도시 내 소가족 인구증가의 영향으로 편의점 이용 고객이 증가하고 있으며, 도시락 이외에도 야채, 양념 등이 포함되어 간단한 조리가 필요한 즉석조리 식품의 수요가 증가하는 추세임<sup>2)3)</sup>

[표 2.1] 인도네시아 간편식 시장규모<sup>4)5)6)</sup>



자료: 스태티스타(Statista)

- 1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022
- 2) 조사제품 '삼계죽'은 인삼이 통으로 들어간 즉석조리가 가능한 닭죽임. 이에 고객사 제품의 기능을 기준으로 '수프'의 시장규모와 상위시장인 '간편식'의 시장규모를 조사함
- 3) 자료: KATI농식품수출정보, 「인도네시아 2021년 식품 트렌드는 가정간편식(HMR)이 성장동력」, 2021.04
- 4) 자료: 스태티스타(Statista), 「Convenience Food\_Indonesia」, 2023.10
- 5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 6) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
- 7) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

## 2. 인도네시아 수프 시장규모

### ▶ 인도네시아 수프 시장규모 11.8조 원, 연평균 7.6% 성장

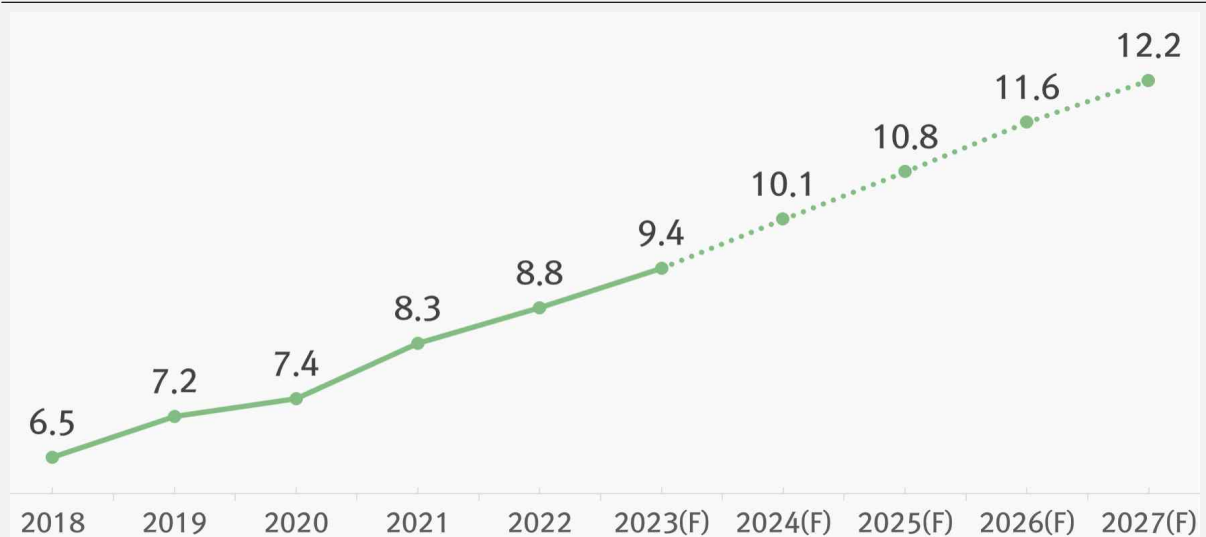
2022년 기준 인도네시아 수프 시장규모는 11.8조 원이며 최근 5년(2018-22년)간 연평균 7.6% 성장함

### ▶ 인도네시아 수프 시장규모, 향후 5년간 6.8%씩 성장 예상

인도네시아 수프 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 6.8%씩 성장하여 2027년 16.4조 원을 기록할 것으로 예상됨. 인도네시아에서는 아침 식사로 닭죽을 주로 섭취하는 것으로 조사됨. 인도네시아의 다양한 문화와 전통 요리의 풍부함을 반영하여 다양한 야채로 만들어지며, 지역에 따라 맛의 특색을 갖는 것이 특징임<sup>8)</sup>

[표 2.2] 인도네시아 수프 시장규모<sup>9)10)</sup>

단위 : 십억 달러



분류	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR
수프	6.5	7.2	7.4	8.3	8.8	7.6%
(한화추정액)	(8.8조 원)	(9.6조 원)	(10.0조 원)	(11.1조 원)	(11.8조 원)	
분류	2023(F)	2024(F)	2025(F)	2026(F)	2027(F)	CAGR
수프	9.4	10.1	10.8	11.6	12.2	6.8%
(한화추정액)	(12.6조 원)	(13.6조 원)	(14.6조 원)	(15.5조 원)	(16.4조 원)	

자료: 스탯티스타(Statista)

8) 자료: 아이디엔타임즈(IDN Times), '7 Macam Bubur Khas Indonesia yang Menggugah Selera, Sarapan Favorit!', 2023.07

9) 자료: 스탯티스타(Statista), 「Soups\_Indonesia」, 2023.10

10) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

### 3. 인도네시아 삼계죽 수입규모

#### 삼계죽 HS CODE

해당 장에서 삼계죽은 HS CODE 2104.20로 분류. HS CODE 제2104호의 품명은 수프·브로드와 수프·브로드용 조제품, 균질화한 혼합 조제 식품품, HS CODE 2104.20-0000의 품명은 균질화한 혼합 조제 식품품으로 확인

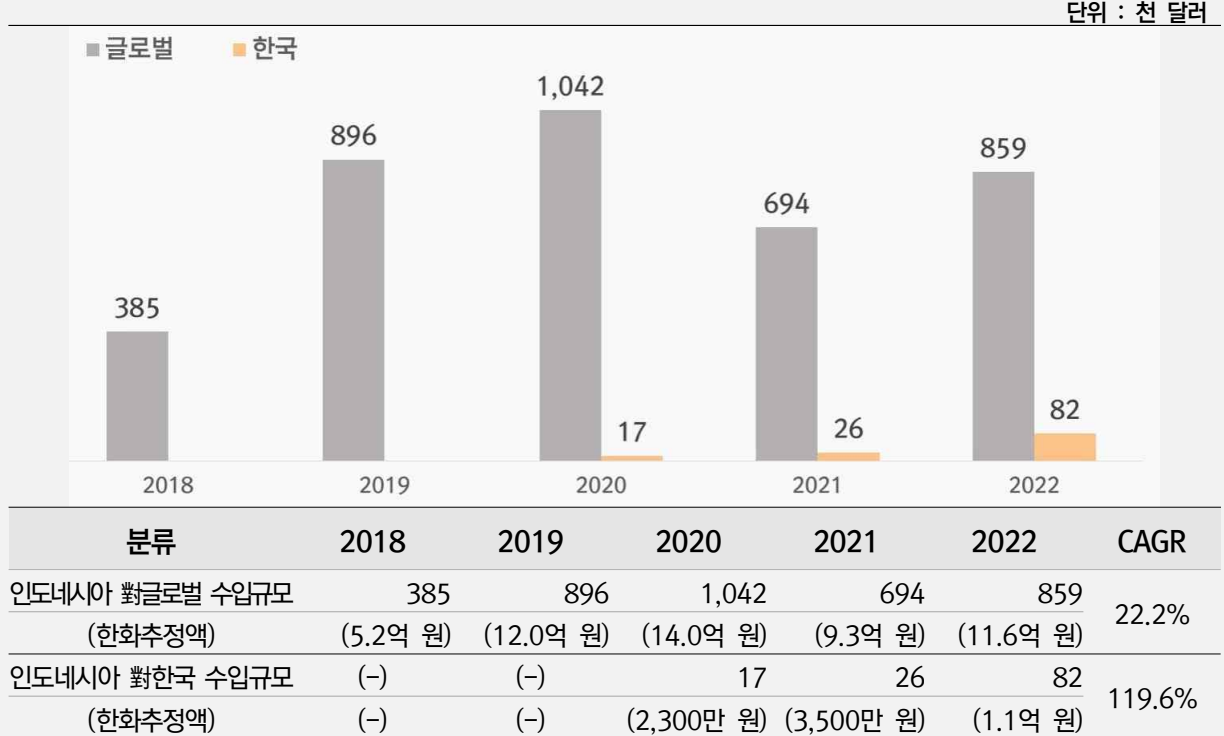
#### ▶ 2018-22년 인도네시아 HS CODE 2104.20 對글로벌 연평균성장률 22.2%

인도네시아 HS CODE 2104.20 품목인 삼계죽의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2018-22년)간 연평균 22.2% 성장하면서 2022년도에는 11.6억 원을 기록함. 최근 5년간 연평균성장률이 22.2%인데 비해 2019년에는 전년 대비 132.7% 성장하였고, 2021년에는 전년 대비 33.4% 하락하는 등 연도에 따른 수입규모 편차가 큰 편임

#### ▶ 인도네시아 내 HS CODE 2104.20 품목 수입, 한국산 상위 3위

최근 3년(2020-22년)간 인도네시아 내 삼계죽의 對한국 수입규모는 2022년 기준 수입국 상위 3위를 차지함. 1위국 칠레(7.7억 원, 67%)는 최근 4년간 연평균 4.6% 하락했고, 2위국 태국(1.9억 원, 17%)은 최근 5년간 연평균성장률 2.6%를 보임. 3위국 한국(1.1억 원, 10%)은 최근 3년간 연평균 119.6% 증가하였고, 4위국 일본(2,000만 원, 2%)은 5년간 연평균 36.8% 증가함

[표 2.3] 인도네시아 HS CODE 2104.20 수입규모<sup>1)12)</sup>



자료 : ITC(International Trade Centre)

11) 자료 : ITC(International Trade Centre)

12) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨



2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# III 시장트렌드



1. '쇠고기죽'과 '닭간죽', 경쟁제품으로 인기
2. '밀나', '인도푸드' 등 자국 브랜드 강세
3. 성장 관련 효능 강조
4. 주로 '닭고기', '비타민' 성분 함유

## 소비 제품 특징 분석 프로세스

### ▶ 인도네시아 온라인매장 입점 삼계죽

- 데이터 수집 키워드 : 닭죽(Bubur Ayam)
- 데이터 수집량 : 1,711건
- 데이터 수집원 : 인도네시아 온라인 쇼핑몰 토크피디아 (Tokopedia)

### ▶ 인도네시아 온라인매장 입점 삼계죽 특징 분석

- 데이터 분석 항목
  - ① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 효능 ④ 성분

항목	키워드 (국문/인도네시아어)		빈도	키워드 (국문/인도네시아어)		빈도
경쟁제품	쇠고기죽	Sapi	185	단호박브로콜리 닭죽	Ayam Brokoli Labu Kuning	43
	닭간죽	Hati Ayam	159	참치죽	Tuna	24
	연어죽	Salmon	108	카레죽	Kari	23
	토마토당근닭죽	Tomat Wortel	70	야채죽	Veggie	11
	치즈죽	Keju	64	소토닭죽	Soto Ayam	10
경쟁브랜드	밀나	Milna	604	네이즈	Nayz	84
	프로미나	Promina	263	김보키친	Kimbo Kitchen	21
	썬	Sun	175	인도푸드	Indofood	20
	슈퍼부부르	Super Bubur	137	라퍼티스 가든	Raffertys Garden	7
	네슬레	Nestle	97	동원	Dongwon	4
효능	성장에 도움	Pertumbuhan	532	소화가 잘 되는	Cerna	289
	영양 풍부	Gizi	475	치아 건강	Gigi	224
	체중 증가	Berat	448	뼈 건강	Tulang	181
	발달에 도움	Perkembangan	428	건강 회복에 도움 되는	Operasi	68
	두뇌 발달	Otak	404	심장 기능 강화	Jantung	8
성분	닭고기	Ayam	1,618	당근	Wortel	398
	비타민	Vitamin	684	철분	Besi	394
	단백질	Protein	593	시금치	Bayam	325
	미네랄	Mineral	577	칼슘	Kalsium	263
	오메가3	Omega 3	514	브로콜리	Brokoli	244

## 1. ‘쇠고기죽’과 ‘닭간죽’, 경쟁제품으로 인기

### ▶ ‘쇠고기죽’과 닭간죽, 인도네시아에서 삼계죽 경쟁제품으로 인기

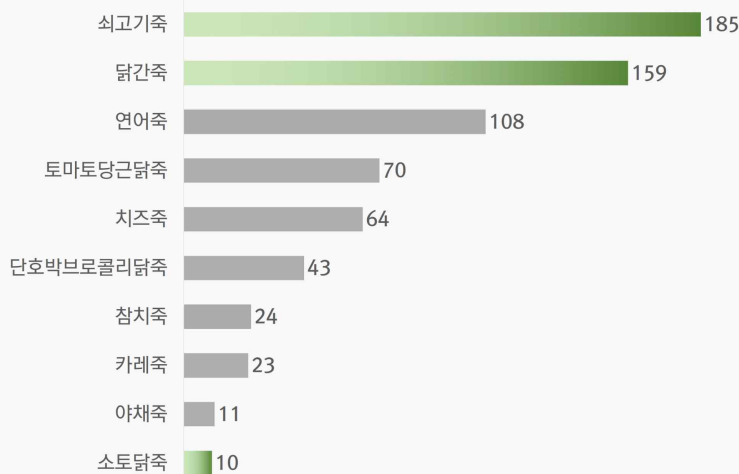
- 인도네시아 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 삼계죽 경쟁제품으로 ‘쇠고기죽’ 키워드 185건, 닭간죽 159건으로 반출됨
- 그 외 ‘연어죽’, ‘토마토당근닭죽’, ‘치즈죽’ 등 다양한 재료를 넣은 죽 제품 판매 중임

### ▶ ‘닭간죽’, ‘소토닭죽’ 등 지역 특유의 죽 제품도 존재

- ‘닭의 간’을 재료로 한 죽 제품, 한국의 삼계탕과 흡사하며 인도네시아 향신료를 첨가한 ‘소토닭죽(Soto Ayam)’, 매콤한 발리식 찜닭인 베투투(Betutu) 등 다양한 인도네시아 고유의 닭고기 요리를 즉석 제품으로 판매 중임

쇠고기죽		닭간죽		소토닭죽	
					
제품명	즉석 쇠고기죽 (Instan Lezat Abon Sapi)	제품명	유아용 닭간시금치죽 (Bayi Tim Hati Ayam Bayam)	제품명	소토닭죽 (Bubur Soto Ayam)
브랜드	슈퍼부부르 (Super Bubur)	브랜드	밀나 (Milna)	브랜드	케이터링 이부키아노 (Catering IbuKiano)
중량	45g	중량	120g	중량	200ml
가격	2,918루피아(253원 <sup>13)</sup> )	가격	16,585루피아(1,440원)	가격	15,000루피아(1,302원)

[표 3.1] 인도네시아 판매 삼계죽 경쟁제품



자료: 인도네시아 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘삼계죽’ 관련 게시물 1,711건 분석

13) 100루피아=8.68원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2. ‘밀나’, ‘인도푸드’ 등 자국 브랜드 강세

### ▶ ‘밀나’, 인도네시아 삼계죽 브랜드로 압도적 점유

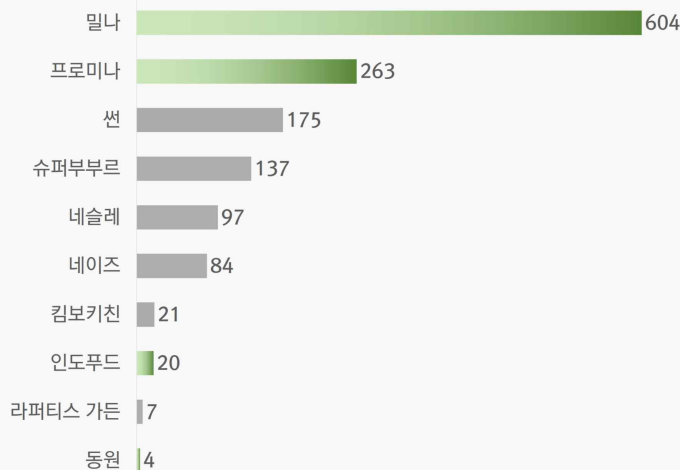
- 경쟁브랜드 관련 키워드로는 인도네시아 브랜드인 ‘밀나’가 604건으로 압도적인 점유율을 보임
- 또한, 인도네시아 식품 브랜드 ‘인도푸드’의 영유아식 전문 브랜드 ‘프로미나’와 ‘썬’이 각각 263건, 175건 도출됨

### ▶ 인도네시아 자국 브랜드 강세

- 인도네시아 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 삼계죽 제품 경쟁브랜드로는 ‘밀나’, ‘프로미나’, ‘슈퍼부부르’ 등 자국 브랜드 제품이 다수임
- 특히 ‘프로미나’와 ‘썬’의 경우, 인도네시아 가공식품 다국적 브랜드인 ‘인도푸드’의 자체 영유아식 브랜드로 확인됨
- 한국 브랜드인 ‘동원’ 기업의 ‘양반’ 브랜드 죽 제품도 일부 확인됨

밀나		프로미나		동원	
					
제품명	위게인 완두콩닭죽 (WGAIN Ayam Kacang Polong)	제품명	닭고기버섯죽 (Bubur Bayi Ayam Kampung & Jamur)	제품명	양반 삼계죽
브랜드	밀나(Milna)	브랜드	프로미나(Promina)	브랜드	동원
중량	120g	중량	120g	중량	285g
가격	33,000루피아(2,864원)	가격	18,500루피아(1,606원)	가격	60,000루피아(5,208원)

[표 3.2] 인도네시아 판매 삼계죽 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘삼계죽’ 관련 게시물 1,711건 분석

### 3. 성장 관련 효능 강조

#### ▶ ‘성장에 도움’ 효능 주로 강조

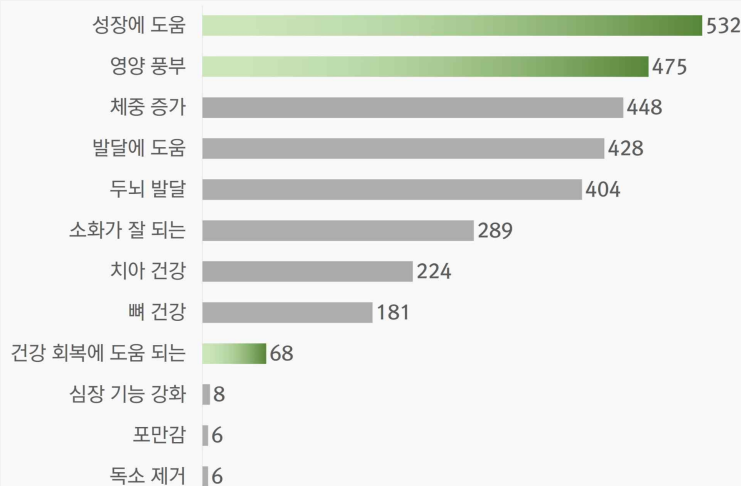
- 효능 관련 키워드 조사 결과, ‘성장에 도움’ 키워드가 532건 도출됨
- 위 효능 강조한 제품이 대부분 아기 성장에 관련된 표기인 것으로 확인됨
- ‘영양 풍부’ 키워드도 475건으로 빈출됨

#### ▶ 주로 영유아 성장 발달 강조한 제품 다수

- 영유아를 주요 타겟으로 한 닭죽 제품이 대부분으로, 제품 설명 시 주로 ‘체중 증가’, ‘발달에 도움’, ‘두뇌 발달’, ‘뼈 건강’ 등 성장기에 필요한 영양 공급을 효능으로 강조함
- 중, 장년층을 주 고객층으로 겨냥한 제품은 미확인됨

성장에 도움		영양 풍부		건강 회복에 도움 되는	
					
제품명	유기농 킱킱 브로콜리닭죽 (Bubur Beras Organik)	제품명	유기농 홈메이드 아기 닭죽 (Bubur Bayi Homemade Tim Kaleng Ayam)	제품명	당근팔닭죽 (Bubur Ati Ayam Wortel Kacang Merah)
브랜드	가솔 (Gasol)	브랜드	네이즈 (Nayz)	브랜드	바이맘악셀 케이터링 자카르타 (Bymomaxel Catering Jakarta)
중량	100g	중량	275g	중량	200ml
가격	38,500루피아(3,342원)	가격	48,000루피아(4,166원)	가격	27,500루피아(2,387원)

[표 3.3] 인도네시아 판매 삼계죽 효능 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘삼계죽’ 관련 게시물 1,711건 분석

## 4. 주로 ‘닭고기’, ‘비타민’ 성분 함유

### ▶ ‘닭고기’, ‘비타민’, ‘단백질’ 등 성분 가장 많이 함유

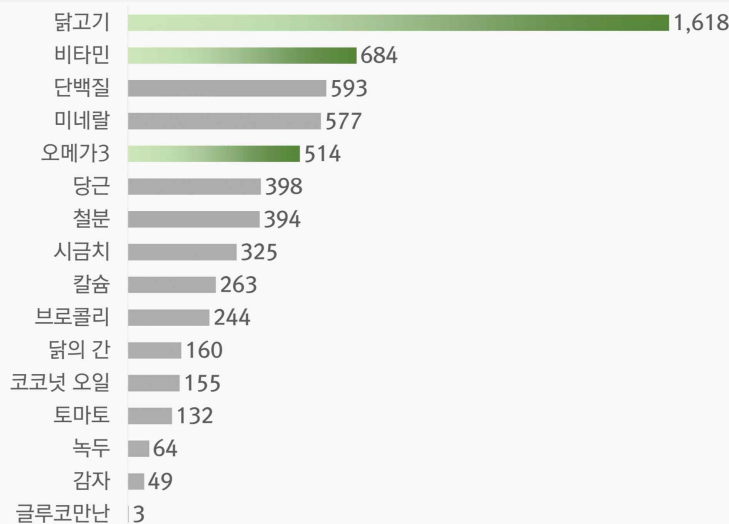
- 삼계죽 성분 관련 키워드 확인 결과, ‘닭고기’ 키워드 1,618건 도출됨
- 국내에서 죽 재료로는 흔하지 않은 ‘닭의 간’도 160건 도출됨
- 영유아용 아채 혼합 닭죽 제품에서 ‘비타민’, ‘단백질’, ‘미네랄’, ‘오메가3’ 등 여러 영양 성분을 동시에 언급한 경우가 다수 확인됨

### ▶ 글루코만난 성분 함유 제품도 존재

- 영유아 성장에 필요한 영양소를 성분으로 내세운 제품이 많았으나 글루코만난(곤약)을 성분으로 표시한 제품도 존재함
- 해당 성분과 관련하여 ‘물에 잘 녹는 글루코만난이 함유되어 포만감을 주고 칼로리가 낮다’고 홍보하고 있는 것으로 확인됨

닭고기		오메가3		글루코만난	
					
제품명	키친 닭고기죽 (Kitchen Bubur Ayam)	제품명	홈스타일 당근닭죽 (Homestyle Bubur Tim Ayam Wortel)	제품명	버섯닭고기곤약죽 (Bubur Shirataki Ayam Jamur)
브랜드	킴보(Kimbo)	브랜드	네슬레(Nestle)	브랜드	잇지(Eatzy)
중량	250g * 20팩	중량	100g	중량	50g
가격	180,000루피아(15,624원)	가격	22,500루피아(1,953원)	가격	12,065루피아(1,047원)

[표 3.4] 인도네시아 판매 삼계죽 성분 관련 키워드



자료: 인도네시아 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘삼계죽’ 관련 게시글 1,711건 분석

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# IV 유통채널



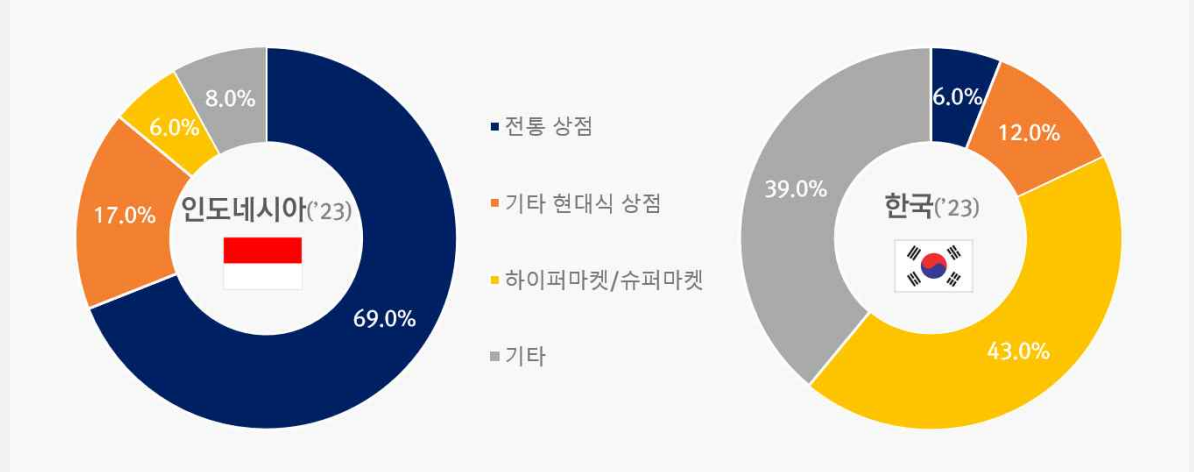
1. 인도네시아 삼계죽 유통채널 점유율
2. 인도네시아 삼계죽 주요 유통채널

## 1. 인도네시아 삼계죽 유통채널 점유율

### ▶ 인도네시아 삼계죽 유통채널, ‘전통 상점’이 1위

2023년 기준 삼계죽을 비롯한 일용소비재(FMCG: Fast Moving Consumer Goods)<sup>14)</sup>의 인도네시아 유통채널 중 ‘전통 상점’은 69.0%의 점유율로 가장 높은 비중의 유통채널인 반면, 한국은 ‘전통 상점’을 통해 6.0%의 적은 비중으로 유통되고 있음을 확인함. 이어서 인도네시아 유통채널 중 ‘기타 현대식 상점’은 17.0%의 점유율을 차지하여 2위를 기록했으며, 한국은 12.0%의 점유율을 차지함. 인도네시아 내 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’은 6.0%의 점유율로 유통채널 4위를 기록하였으나, 한국의 경우 43.0%의 점유율로, 유통채널 1위를 차지함. 한국은 당한 채널로 유통되고 있는 반면, 인도네시아에서는 여전히 전통식 오프라인 채널을 통한 유통 비중이 큰 것으로 확인됨

[표 4.1] 인도네시아 및 한국 삼계죽 소매유통채널 점유율 비교



인도네시아 및 한국 삼계죽 소매유통채널 점유율 비교<sup>15)16)17)</sup>

인도네시아	유형	한국
69.0%	전통 상점	6.0%
17.0%	기타 현대식 상점 <sup>18)</sup>	12.0%
6.0%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	43.0%
8.0%	기타 <sup>19)</sup>	39.0%

자료: 칸타(Kantar)

14) 식음료, 담배, 주류, 화장품, 생활용품 등 일상에서 흔히 사용되는 상품을 의미함

15) ‘삼계죽’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘일용소비재(FMCG)’의 정보를 확인함

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

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

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

19) ‘기타’에는 온라인 유통채널을 포함함



## 2. 인도네시아 삼계죽 주요 유통채널 ① 하이퍼마트

기업 기본 정보	기업명	하이퍼마트(Hypermart)	
	기업 구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.hypermart.co.id	
	위치	반텐(Banten)	
	규모	매출액('22) • 6조 100억 루피아(5,217억 원 <sup>20</sup> ) 기타 규모 • 매장 수('22): 100개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최저가 보장제를 운영하며 특정 제품을 타 매장에서 더 저렴하게 판매하고 있을 시 차액의 2배 보상함</li> <li>• 하이퍼마켓 신용카드 소지 시 전 제품 50% 할인, 앵커(ANCHOR) 로열티 프로그램 등 단골 고객에 대해 파격적인 할인 혜택을 제공함</li> <li>• 인도네시아 내에 3개의 유통 센터와 전역에 걸친 판매 네트워크를 활용한 성공적인 유통 프로세스를 구축함</li> </ul>		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 주류, 건강보조식품, 생활용품 등</li> </ul>	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고품질, 기존 플랫폼에 없는 신제품</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 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: cs@hypermart.co.id</li> <li>- 전화번호: +62-21-5081-3000(본사)</li> <li>- 팩스: +62-21-8061-5757(본사)</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 하이퍼마트(Hypermart)

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

20) 100루피아=8.68원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 인도네시아 삼계죽 주요 유통채널 ② 헤로


기업 기본 정보	기업명	헤로(Hero)	
	기업 구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	herosupermarket.co.id	
	위치	탕에랑(Tangerang)	
	규모	매출액('22)	• 44억 3,667만 달러(5조 9,664억 원 <sup>21)</sup> )
		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 디에프아이리테일그룹(DFI Retail Group)의 자회사임</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, 신선식품, 가공식품 등	
	선호 제품	• 신선한 농산품, 간편식품	
	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)</li> <li>① 작성자 정보(공급자 이름, 이메일, 전화번호)</li> <li>② 문의 내용</li> <li>• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보</li> <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> <li>• 문의사항 연락처</li> <li>- 이메일: cs_hero@hero.co.id</li> <li>- 전화번호: +62-21-8378-8000</li> </ul>	

자료: 헤로(Hero)

사진 자료: 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia)

21) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 인도네시아 삼계죽 주요 유통채널 ③ 까르푸

기업 기본 정보	기업명	까르푸(Carrefour)	
	기업 구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	bunda.carrefour.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	매출액('21) • 812억 5,000만 유로(115조 5,148억 원 <sup>22)</sup> ) <sup>23)</sup> 기타 규모 • 매장 수('22): 87개 • 직원 수('22): 1만 1,000명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>인도네시아 기업인 피티트랜스리테일인도네시아(PT.Trans Retail Indonesia)와 까르푸(Carrefour), 트랜스마트(Transmart)의 브랜드 협업으로 형성된 슈퍼마켓 브랜드이며, 프랑스 기업인 까르푸가 인도네시아에서 철수하면서 트랜스마트로 브랜드를 변경하게 됨</li> <li>메가뱅크(Mega bank) 신용카드 소지 시 모든 제품에 대해 10% 할인 제공</li> <li>주말 프로모션, 특정 카테고리 프로모션 등 다양한 할인 제공</li> <li>까르푸 자체 브랜드 제품을 통해 더 저렴한 가격에 생필품을 공급함</li> </ul>		

매장정보	입점 가능 품목	• 즉석식품, 베이커리류, 스낵류, 음료류, 생활용품 등
	선호 제품	• 생활용품, 가정용품, 신선식품, 간편식품
	매장 전경	 

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 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> <li>문의사항 연락처</li> <li>- 문의할 지점에 따라 연락처 상이하므로 홈페이지 참조 (<a href="http://bunda.carrefour.co.id/id/shop/contact/index.php">bunda.carrefour.co.id/id/shop/contact/index.php</a>)</li> </ul>
-------------	---------------------	--

자료: 까르푸(Carrefour)

사진 자료: 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia), 메드콤(Medcom)

22) 1유로=1,421.72원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

23) 까르푸 인도네시아의 개별 매출액을 파악할 수 없어 모회사인 까르푸(Carrefour)의 연결재무제표를 활용한 수치를 활용하였으며 타국가의 매출액도 포함된 수치임

## 2. 인도네시아 삼계죽 주요 유통채널 ④ 파머스마켓


기업 기본 정보	기업명	파머스마켓(Farmers Market)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	farmersmarket.co.id	
	위치	인도네시아 전역	
	규모	매출액('22)	• 2조 8,988억 루피아(2,516억 원) <sup>24)</sup>
		기타 규모	• 매장 수('22): 70개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 피티수프라보가레스타리(PT Supra Boga Lestari Tbk) 산하에 있는 슈퍼마켓 브랜드로, 형제 브랜드로는 랜치마켓(Ranch Market)이 있음</li> <li>• 인도네시아의 15개 주요 도시에 매장을 두고 있음</li> <li>• 파머스마켓은 파머스마켓 슈퍼마켓, 데이투데이(Day2Day by Farmers Market), 파머스패밀리(Farmers Family by Farmers Market) 총 3가지의 포맷으로 운영되고 있음</li> </ul>		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 가공식품, 간편식, 스낵류, 음료류, 조미료, 소스류, 생활용품 등	
	선호 제품	• 인도네시아 소비자들에게 신뢰도가 높은 브랜드의 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 공급업체 입점 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 'Menjadi Pemasok'클릭 (farmersmarket.co.id/menjadi-pemasok)</li> <li>- 입력 정보                                 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 담당자 정보(담당자 이름, 이메일, 회사명 등)</li> <li>② 문의 내용(공급업체 소개, 브랜드 및 제품 소개 등)</li> </ol> </li> <li>- 이메일을 통한 회신 대기</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 왓츠앱: 매장별로 연락처 상이하여 홈페이지 참조 (farmersmarket.co.id/whatsapp-store)</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 파머스마켓(Farmers Market), 랜치마켓(Ranch Market)

사진 자료: 파머스마켓(Farmers Market), 포스퀘어(Foursquare)

24) 파머스마켓 단독 매출액을 파악하기 어려워 모기업 PT Supra Boga Lestari Tbk의 연결재무제표 순매출액 기입

## 2. 인도네시아 삼계죽 주요 유통채널 ⑤ 무궁화마트

기업 기본 정보	기업명	무궁화마트(Mugunghwa Mart)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.mugunghwa.co.id	
	위치	자카르타(Jakarta)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('23): 8개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1980년 무궁화유통의 전신인 한국 종합식품을 설립하였으며, 1986년 상호변경과 함께 무궁화마트 1호점 개점</li> <li>• 무궁화마트의 모기업인 무궁화유통은 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	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 베이커리류, 스낵류, 음료류, 문구류 등
	선호 제품	• 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>- 이메일: admin@mugunghwa.co.id</li> <li>- 전화번호: +62-21-722-2214</li> <li>- 왓츠앱: +62-878-0956-1157(주문용)</li> <li>- FAX: +62-21-725-7834</li> </ul> </li> </ul>
-------------	---------------------	---

자료: 무궁화마트(Mugunghwa Mart)

사진 자료: 무궁화마트(Mugunghwa Mart)


## 2. 인도네시아 삼계죽 주요 유통채널 ⑥ 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 업로드하기도 함</li> <li>• 인도네시아 내 식품 배송 서비스인 해피 프레시, 고마트, 그랩마트 등과 협업하여 배송 서비스 진행 중</li> <li>• 토코피디아나 부칼라팍, 블리블리와 같은 온라인 플랫폼에도 입점하여 온라인 판매 진행 중</li> </ul>		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 육류, 생선류, 스낵류, 음료류 등		
	선호 제품	• 일본 제품을 비롯한 아시아 제품, SNS 인기 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이메일 또는 유선 연락을 통한 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</li> <li>- 이메일: customerbali@papaya.co.id(발리)</li> <li>- 전화번호: +62-361-759-222(발리 쿠타점) +62-361-445-9670(발리 레논점)</li> </ul>		

자료: 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery)

사진 자료: 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery)

## 2. 인도네시아 삼계죽 주요 유통채널 ⑦ 토코피디아

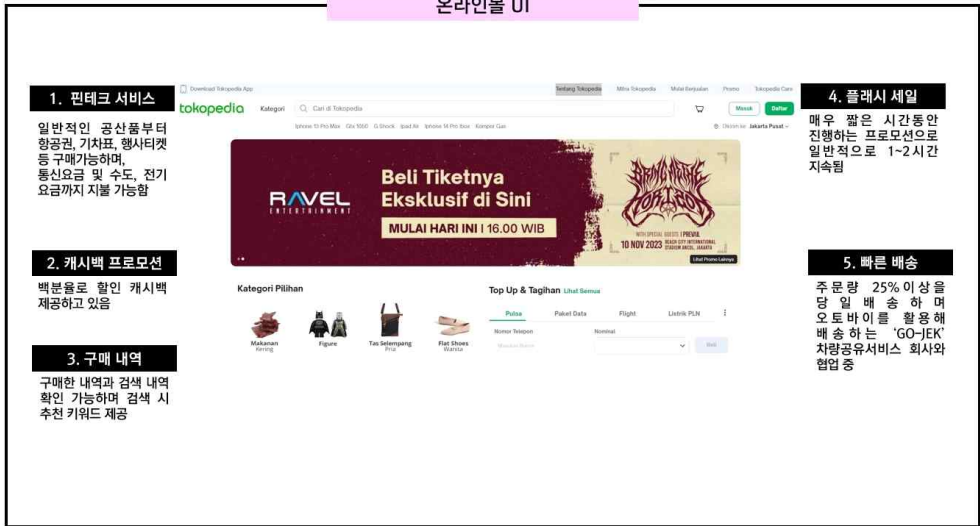
기업 기본 정보	기업명	토코피디아(Tokopedia)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.tokopedia.com	
	규모	매출액('22)      • 13조 5,600억 루피아(1조 1,770억 원) 기타 규모      • 방문횟수(최근 1개월): 8,890만 회	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2009년부터 대도시와 소도시의 디지털 경제 평등을 위해 토코피디아(Tokopedia) 서비스 시작</li> <li>• 2017부터 알리바바 그룹과 소프트뱅크로부터 자금을 지원받아옴</li> <li>• 2022년 인도네시아 증권 거래소에 상장</li> <li>• 2023년 14주년을 기념해, 서비스 수수료 할인 및 무료 프로모션 제공</li> <li>• 'Tokopedia PLAY 라이브 쇼핑'을 통해 행사 진행</li> </ul>		
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	김보(Kimbo), 슈퍼부부르(Super bubur) 등
		해외 판매	일부 국가로의 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보	 <p>신규가입자 할인, 프로모션, 특별 쿠폰 등 다양한 할인혜택 및 행사 상시 진행</p>		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지에서 직접 등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 우측 상단 Tentang Tokopedia 클릭한 후 가입(Gabung) -&gt; 판매자(Pusat Seller) 클릭</li> <li>- 등록 시 필요한 정보                                     <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)</li> <li>③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> <li>- 홈페이지 Tokopedia care 클릭 후 문의 가능</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +62-21-5369-1015</li> <li>- 이메일: speakers@tokopedia.com</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 토코피디아(Tokopedia), 시밀러웹(SimilarWeb)

사진 자료: 토코피디아(Tokopedia)

온라인몰 UI ①

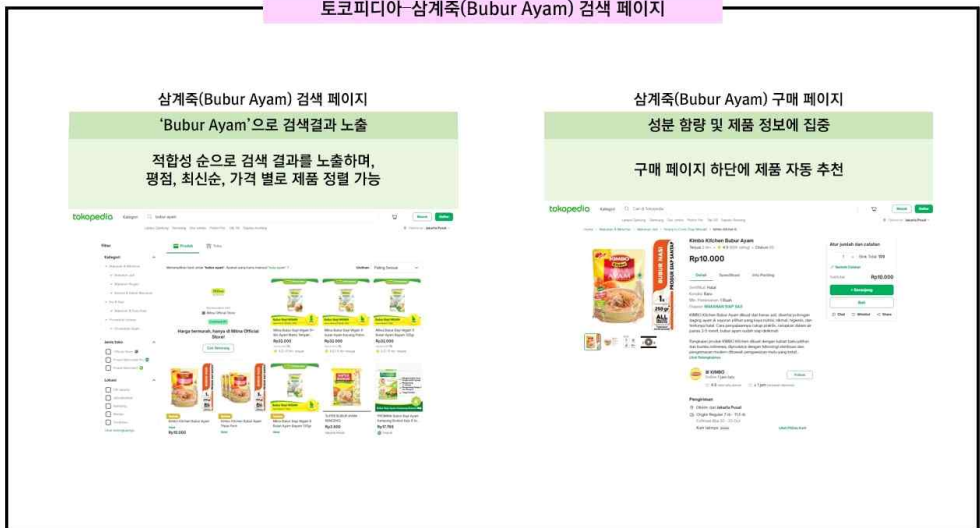
온라인몰 UI



캐시백 프로모션을 통해 할인 혜택을 제공하고 있음

온라인몰 UI ②

토코피디아-삼계죽(Bubur Ayam) 검색 페이지




적합도, 평점, 최신순, 가격별로 제품 정렬 가능

자료: 토코피디아(Tokopedia)

사진 자료: 토코피디아(Tokopedia)



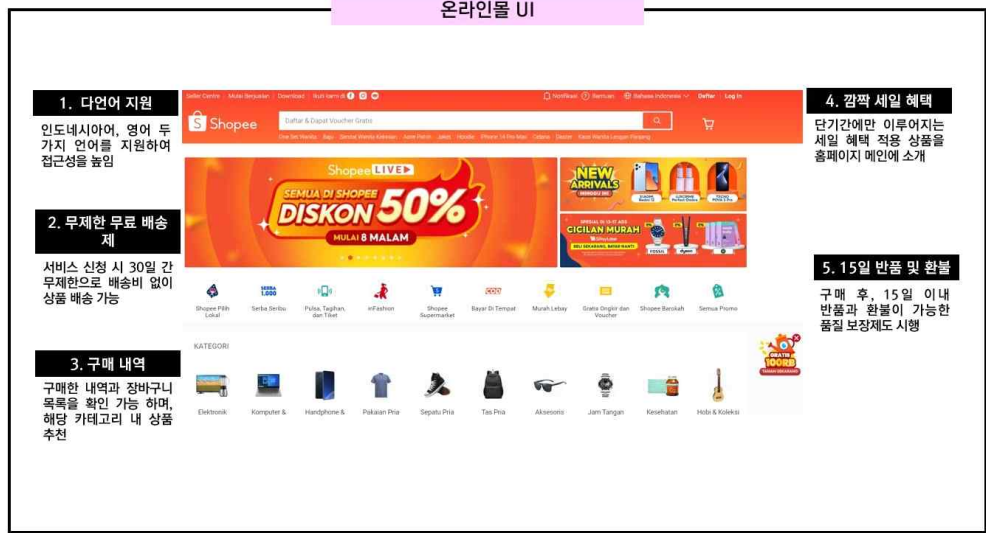
## 2. 인도네시아 삼계죽 주요 유통채널 ⑧ 쇼피 인도네시아

기업 기본 정보	기업명	쇼피(Shopee) 인도네시아	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	shopee.co.id	
	규모	매출액('22)	• 2억 4,410만 달러(3,283억 원)
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 2억 3,700만 회
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 동남아시아와 대만의 대표적인 온라인 쇼핑 플랫폼</li> <li>• 일본, 말레이시아, 인도네시아 등 국가에서 이용 가능</li> <li>• 지역에 따라 노출되는 품목 및 브랜드가 다름</li> </ul>	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	슈퍼부부르(Super Bubur) 등
		해외 판매	해외 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보	 <p>최초 가입 시 할인, 한정 시간 및 시즌별 할인 행사, 리워드 제공 등 다양한 프로모션 상시 진행</p>		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지에서 직접 등록</li> <li>- 좌측 상단 'Shopee Seller Centre' 클릭한 후 판매자(Seller) 등록</li> <li>- 등록 시 필요한 정보                         <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)</li> <li>③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> <li>• 문의사항 연락처 및 기타 참고사항                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +62-21-5093-3765</li> <li>- 이메일: help@support.shopee.co.id</li> <li>- 홈페이지 Bantuan 클릭 후 문의 가능</li> <li>- 한국어로 표기된 셀러 가입 진행 홈페이지 있음 (shopee.kr 접속 후 '입점 신청하기' 클릭)</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 쇼피(Shopee) 인도네시아, 시밀러웹(SimilarWeb)

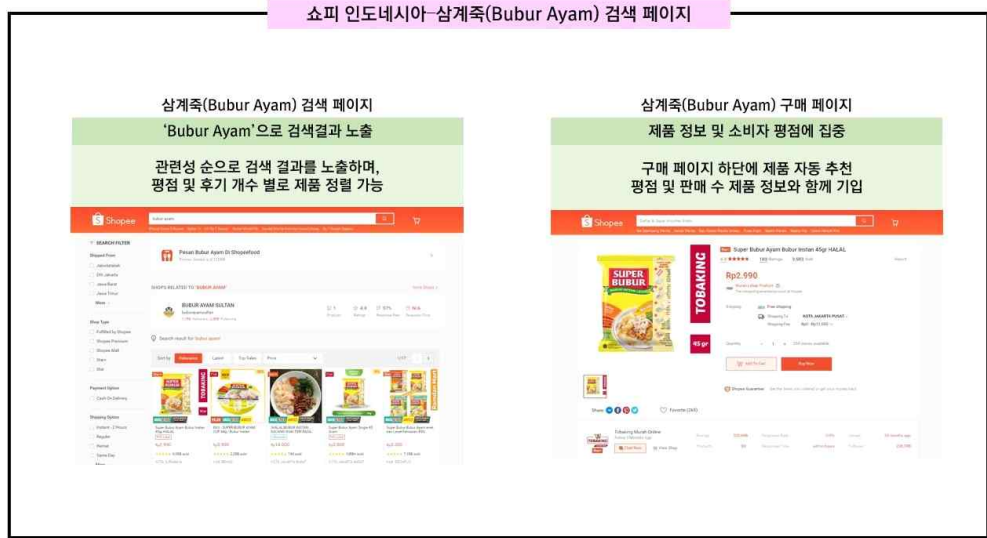
사진 자료: 쇼피(Shopee) 인도네시아

온라인몰 UI ①



코인 리워드 혜택을 통해 할인 혜택을 제공하고 있음

온라인몰 UI ②



평점, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 쇼피(Shopee) 인도네시아  
사진 자료: 쇼피(Shopee) 인도네시아

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# V 진입장벽



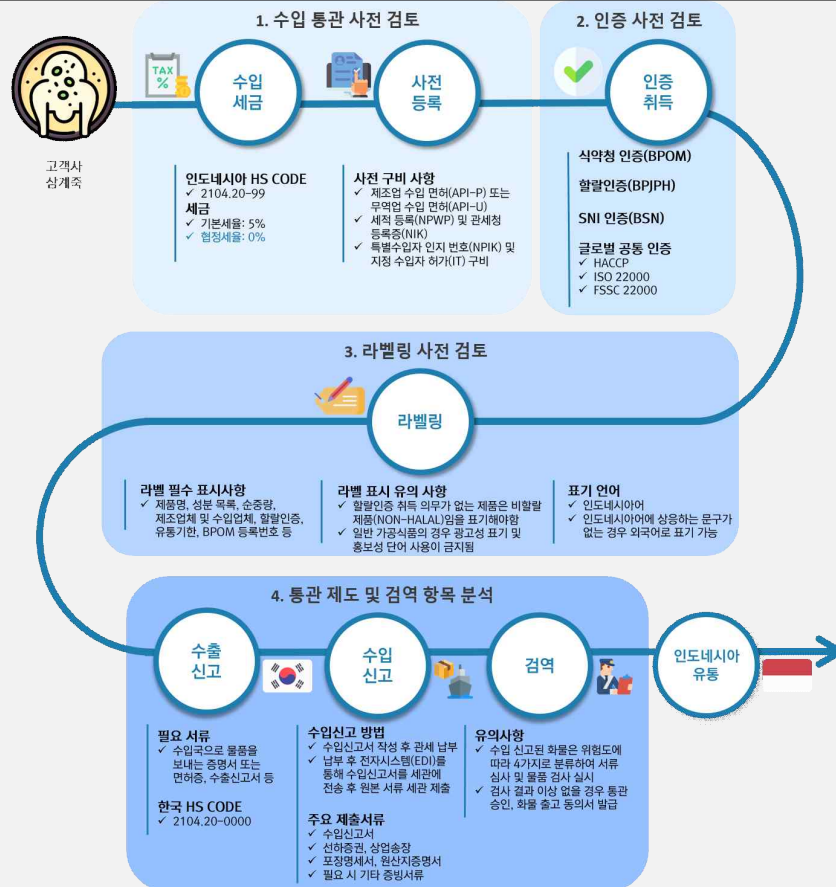
1. 인도네시아 삼계죽 통관 및 검역 절차
2. 인도네시아 삼계죽 품질 인증
3. 인도네시아 삼계죽 라벨링
4. 인도네시아 삼계죽 성분 및 유해물질

# 1. 인도네시아 삼계죽 통관 및 검역 절차<sup>25)</sup>

## ▶ 인도네시아 삼계죽 수출 시 통관 절차별 유의사항

인도네시아로 식품 수출 시, 제품의 유형에 따라 인도네시아 식약청 (BPOM: Badan Pengawas Obat dan Makanan)과 세관에서 요구하는 인허가 사항을 취득한 후 수입을 진행해야 함. 통관 절차에 제출하는 서류의 경우, 원본 서류를 제출하는 것을 원칙으로 하고 있으며, 이메일이나 팩스로 수신한 서류는 인정하지 않음. 수입업체는 수입 유통 신고서를 수입시마다 제출해 유통 허가서를 받아야 하며, 한국의 제조사는 이를 위해 해당 제품의 시험 검사 성적서를 제공해야 함. 또한, 인도네시아 선적전 사전검사(LS: Laporan Surveyor)<sup>26)</sup> 대상 제품은 수출국에서 선적 전 검사 미이행 시 수입 통관이 불가함<sup>27)</sup>

[표 5.1] 인도네시아 삼계죽 통관 검역 절차



자료: 관세청, 인도네시아 식약청(BPOM), 인도네시아 무역부(MTRI), KATI농식품수출정보

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

26) 제품의 선적 준비 전 인도네시아 수입업체가 해당 기관에 신청하면 한국 지정 대리기관(주로 SGS 한국)에서 현장 방문하여 확인 절차 후 서류를 발급하여 줌. 자세한 사항은 ([www.sgs.com/en/services/pre-shipment-inspection](http://www.sgs.com/en/services/pre-shipment-inspection)) 참고


27) HS CODE 별 대상 유무의 확인은 국세청([www.insw.go.id/intr](http://www.insw.go.id/intr))에서 조회할 수 있습니다.

## 2. 인도네시아 삼계죽 품질 인증

### ▶ 인도네시아 삼계죽, 전통의약품 분류 가능성에 따른 식약청 인증 취득 必

인도네시아의 품질 인증으로는 인도네시아 국가 표준 인증(SNI: Standard National Indonesia), 식약청(BPOM) 인증, 할랄인증(BPJIH: Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) 3가지가 존재하며, 각 인증에 적용되는 품목군은 상이함. 고객사 제품이 전통의약품으로 분류될 경우, 해당 품목의 식약청 인증 취득을 필수로 진행해야 함.<sup>28)</sup> 추가로, 식품 생산 안전 인증, 비건 인증 및 인도네시아 내 유기농 인증을 취득하여 활용할 수 있음. 한편, 최근 인도네시아 정부가 환경에 미치는 포장재의 영향에 주의를 기울이고 있으므로 관련 동향을 주시할 필요가 있음<sup>29)</sup>

[표 5.2] 인도네시아 삼계죽 인증 취득

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	
유기농 인증	유기농산물 인증	인도네시아 국가 인증	인도네시아 유기농업 관리국(OKPO)이 지정한 유기농 인증기관(LSO)	
브이라벨 (V-Label)	비건 식품 생산 인증	글로벌 공통 인증	유럽 채식주의 협회(EVU) 브이라벨 공식 홈페이지	

자료: 각 인증기관

28) 인도네시아는 전통의약품 원료로 지정된 재료가 사용될 경우 보편적으로 전통의약품으로 분류하고 있음. 전통의약품 원료: 홍삼, 인삼, 당귀, 천궁, 작약, 지황, 동충하초 등

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

[표 5.3] 인도네시아 삼계죽 BPOM 인증

인증명	인도네시아 BPOM 등록	품목 구분	- 화장품(NA) - 일반 가공식품(ML) - 전문식품(ML) - 건강기능식품(SI) - 전통의약품(TI) - 의약외품(QI) - 일반 의약품 - 전문 의약품
인증 성격	수출 시 필수등록(수입업체)		
인증기관	인도네시아 식약청 (BPOM: Badan Pengawas Obat dan Makanan)		
소요기간	- 일반 가공식품: 3-4개월 - 전통의약품 및 건강기능식품: 8-12개월	소요비용	- 건강기능식품의 경우 10,000,000루피아 - 전통의약품의 경우 15,000,000루피아 <sup>30)</sup>
등록 내용 및 방법	<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> <li>• 온라인 신청이 선행되어야 하며 신청 시 등록에 필요한 모든 서류가 완벽하게 구비되어야 함</li> <li>• 신청자나 신청업체가 홈페이지를 통해 온라인 신청서를 작성하고 온라인으로 수수료 청구서를 통보받으면 근무일 수 기준 10일 안에 수수료를 지불하고 제품번호를 통보하면 됨                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 신청서류를 심사하여 미승인이 될 경우 보완서류를 온라인으로 제출하고, 승인이 되면 BPOM 공시번호를 온라인으로 부여받을 수 있음</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 인도네시아 식약청(BPOM), 한국보건산업진흥원

30) 소요비용은 식품 카테고리에 따라 다르며, 일반 가공 식품의 경우 300,000루피아 또는 카테고리에 따라 500,000루피어를 식약청에 심사 등록비로 납부해야 심사가 진행 가능함. 제품의 광고 기능성 표기가 필요할 경우, 광고 대상 기능성 평가가 추가됨에 따라 3,000,000루피어를 납부할 수 있음

[표 5.3] 인도네시아 삼계죽 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 인도네시아 식약청에서 다시 평가받아 승인받아야 함. 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(%)과 제품의 용량 기준(mg, kg)에 대한 계산식을 기재해야 함</li> <li>③ 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 영양표시 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 식약청 등록은 의약품 전자 등록 홈페이지(aero.pom.go.id)나 마약 및 식품 관리국 홈페이지(www.pom.go.id)를 통해서 진행할 수 있음</li> </ul>
-------	---

자료: 인도네시아 식약청(BPOM), 한국보건산업진흥원

[표 5.4] 인도네시아 삼계죽 BPOM 인증 - 전통의약품 및 건강기능식품

<p>유형 정의</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>전통의약품: 인삼, 홍삼, 당귀, 천궁, 작약 등 한국의 한약재로 알려진 천연 식물 약재를 재료로 한 식품을 말함. 재료의 기능성과 효능을 입증할 근거를 제출해 준 의약품 수준으로 인허가 준비가 필요함</li> <li>건강기능식품: 천연 식물 재료를 사용하지 않거나 전통의약품에 비타민류, 미네랄류, 아민류가 첨가된 식품을 말함. ‘건강기능식품은 어떤 기능에 도움을 줄 수 있다’라는 의미의 허가를 받는 한국과 달리 인도네시아에서는 ‘기능과 용도가 명확해야 하고 그 근거를 갖춘 경우에만 어떤 해당 기능 및 용도에 대하여 도움을 준다’로 정의하고 있음. 준 의약품 수준으로 인허가 준비가 필요함</li> </ul>
<p>전통의약품(TI), 건강기능식품(SI) 신청 절차</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>BPOM 온라인 시스템 수입사(아이디 부여) 등록</li> <li>GMP 사본의 공증 제출 후 제조사 온라인 등록</li> <li>개별 제품의 등록 접수 신청</li> <li>제품의 안정성 및 기능성, 제품의 재료, 제조의 관리와 제조 기술 안정성에 관련된</li> <li>검증 자료 요구 및 검사</li> <li>제품의 포장 디자인 심사</li> </ul>
<p>전통의약품(TI), 건강기능식품(SI) 신청 시 구비 서류 항목</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>인허가 서류                         <ol style="list-style-type: none"> <li>CFS(Certificate of Free Sale): 제조사와 수입사의 기재 사항 오류 및 오타 주의하여 발급 필요함. KFDA 지방청 발급 후 대한민국 주재 인도네시아 대사관 영사과에서 공증을 받아 제출해야 함</li> <li>Letter of Appointment(LOA): 인도네시아 기업이 위탁해 등록 업무를 위임하는 구조로 파트너사를 지정해야 함. 영문본 원본으로 제출해야 함</li> <li>GMP: GMP의 등급이 건강기능식품인 경우, SMF(Site Master File)를 준비하여 제출되어야만 제조사 등록이 가능함. 인도네시아 영사과에 공증을 받은 후 제출해야 함</li> </ol> </li> <li>인도네시아 수입자의 준비 서류                         <ol style="list-style-type: none"> <li>수입 면허(API U)</li> <li>납세자 번호(NPWP)</li> <li>영업 허가증(SIUP)</li> <li>사업자 등록증(TDP)</li> <li>세관 등록 허가증(NIK): 수입 면허에는 Supplement(건강보조식품) 또는 Obat traditional(전통약재) 취급 허가가 기재 되어야 함</li> </ol> </li> </ul>

자료: 인도네시아 식약청(BPOM)



[표 5.4] 인도네시아 삼계죽 BPOM 인증 - 전통의약품 및 건강기능식품

전통의약품(TI),  
건강기능식품(SI)  
신청 시  
구비 서류 항목

- 등록 제품의 기술 서류 및 포장 디자인
  - ① 제품 성분 함량표(Ingredients in percent): 영문 작성, active, non-active 재료 구분 표기해야 함
  - ② 재료 목록(Material list): 위 성분표의 기재 재료의 재료 구분, 재료 원천 등의 목록 필요함. 재료 증빙 서류는 반드시 COA(Certificate of Analysis)로 제출되어야 함
  - ③ 각 재료에 대한 제품 시험 검사성적서(COA): 주재료 및 첨가제의 모든 재료의 시험 검사 성적서가 필요함
  - ④ 제품별 제조 공정도(회사에서 사용하는 작업 지시서의 개념이 아님)
  - ⑤ 완제품(등록 제품)의 제품 규격서 및 시험 성적서
  - ⑥ 완제품의 시험 검사 성적서(COA): 미생물, 중금속 사항 이외 해당 제품 신고 등급별 영양표시 성분과 assay 검사 대상을 확인해 검사 진행이 필요(인도네시아 공인 시험기관)
  - ⑦ 안정성 보고서(Stability Report): 안정성 평가 보고서로 가속성 기준 최소 6개월, 최대 3년간 평가 보고서 작성 및 제출해야 함. 신규 개발 제품도 인도네시아 검사 요건인 가속성 조건(Acceleration test: 40°C ± 2°C / 75 ± 5% RH)에 의거 최소 6개월간 자료가 보고서로 작성 제출되어야 함. (참고 Long-term Test: 30 ± 2°C / 75 ± 5% RH)
  - ⑧ 포장 재료의 규격서(Specification) 및 시험 성적서
  - ⑨ 유효기간 설명서: 제품의 유효기간 설정 사유와 표기에 대한 설명이 필요함
  - ⑩ Batch No. 또는 LOT No.의 표기 설명서: 번호 구성에 대한 설명이 포함되어야 함
  - ⑪ 제품의 식용법(국문 경우 영문 자료 추가): 인도네시아어 번역 의무
  - ⑫ 제품의 포장 디자인(컬러판 평면도): 한글 포장제품의 경우 해당 한글의 번역본 필요함
  - ⑬ 포장 라벨링: 인도네시아어로 라벨링 규정에 의거 의무 표시 사항 준비가 필요함
  - ⑭ 샘플 3개
  - ⑮ 기타 인증서 사본(HACCP, ISO 등): HACCP 또는 ISO 22000의 사본 제출이 필요함 (공증 필요 없음)

자료: 인도네시아 식약청(BPOM), 한국보건산업진흥원

▶ 인도네시아 삼계죽, 전통의약품 분류 시 OSS시스템 등록

인도네시아 식약청(BPOM)은 2023년 3월 1일부터 전통의약품, 건강기능식품 및 의약외품의 기존 등록관리시스템(ASROT)을 OSS(Online Single Submission)시스템과 통합함. 이에 따라 인도네시아로 해당 식품 수출 시 OSS시스템을 통해 사업자 식별번호(NIB)를 부여받아 식약청에 식품을 등록해야 함

[표 5.5] 인도네시아 OSS시스템 등록

개정 지침	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2023년 3월 1일부터 인도네시아에서 건강기능식품 등의 식품을 판매 및 유통하기 위해서는 OSS시스템을 통해 사업자 식별번호(NIB)를 부여받아 인도네시아 식약청(BPOM)에 식품을 등록해야 함</li> <li>- OSS(Online Single Submission)시스템: 인도네시아 내 인허가 절차에서 사전 사업자 등록 절차를 간소화하는 온라인 통합 인허가 시스템</li> <li>- 적용 대상: 전통의약품, 건강기능식품, 의약외품<sup>31)</sup></li> </ul>
등록 신청 (신규 제품 등록)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• OSS시스템에 사업자 식별번호(NIB) 신청 접수                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- OSS시스템에 사업 허가(사업자 식별번호) 신청 접수 시, 전통의약품, 건강기능식품, 의약외품의 KBLI(산업분류코드) 46442를 선택해야 하며, 약사가 책임관리인으로 등록되어야 접수 신청이 가능함</li> </ul> </li> <li>• 사업자 식별번호로 ASROT 시스템 계정 등록 및 제품 등록 신청</li> <li>• 식약청(BPOM)에서 심사 개시</li> <li>• 식약청(BPOM) 홈페이지 또는 OSS시스템에서 제품 등록 허가증 수령</li> </ul>

자료: 인도네시아 식약청(BPOM), KATI농식품수출정보

31) 유형 정의는 표 5.4 참고

▶ 인도네시아 삼계죽, BPJPH 할랄인증 취득 권고

인도네시아는 2019년에 모든 제품에 대해 할랄인증을 의무화했으나, 식품의 경우 5년간 유예기간을 두고 있음. 2024년 10월 17일에 식품의 할랄인증 의무화가 시행되며, 인증이 없어도 인도네시아에 수입이 불가능한 것은 아님<sup>32)</sup>. 다만, 인도네시아 인구의 약 90%가 무슬림으로 할랄식품에 대한 선호도가 매우 크고, 의무화 이후 유통매장에서는 제품을 할랄 매대와 비할랄 매대에 구분하여 판매하게 됨에 따라 할랄인증 취득을 권고함

[표 5.6] 인도네시아 BPJPH 할랄인증

인증명	BPJPH 할랄인증	인증 성격	종교 및 문화적 인증
인증 마크		인증기관	인도네시아 할랄인증청 (BPJPH: Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal)
인증 절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인증 신청<sup>33)</sup>(제조 및 가공업체) - 서류 제출</li> <li>• 수수료 납부(제조 및 가공업체)</li> <li>• 서류 검토(할랄검사소)</li> <li>• 현장실사<sup>34)</sup>(할랄검사소)</li> <li>• 결과보고서 작성 및(할랄검사소)</li> <li>• BPJPH 보고(인도네시아 올라마 협의회(MUI: Majelis Ulama Indonesia))</li> <li>• 할랄인증 심사(파트와위원회(MUI Fatwa))<sup>35)</sup></li> </ul>		

자료: 인도네시아 할랄인증청(BPJPH), 한국농수산물유통공사

32) 'NON-HALAL' 표기 또는 식약청(BPOM)에서 정하는 바에 따라 별도의 라벨링을 하고 수출 가능함

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

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

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

[표 5.6] 인도네시아 BPJPH 할랄인증

<p><b>신청 서류</b></p>	<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>• 원산지증명서</li> </ul>
<p><b>유의 사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 현재 BPJPH에서 전반적인 책임을 지고 있으며 기존 할랄인증을 책임지던 올라마 협의회(MUI)는 검사 및 심의 권한만을 가지게 됨<sup>36)</sup></li> <li>• 인도네시아 내 유통되는 소매 제품은 인도네시아 할랄인증 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>• 할랄인증을 받지 않아도 되는 제품이 인증을 받지 않은 경우, 제품에 할랄인증을 받지 않았음을 표기해야 함</li> </ul>
<p><b>소요비용</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품의 유형, 번호 및 위치 정보를 기재하여 인증기관 메일로 비용 견적을 받아야 함</li> </ul>
<p><b>소요기간</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1~2개월 소요 가능</li> </ul>

자료: 인도네시아 할랄인증청(BPJPH), 한국농수산물유통공사

36) 기존에 등록된 할랄 허가 제품 중 MUI 로고의 사용이 허가된 제품은 2026년 2월까지만 사용할 수 있음

[표 5.7] 인도네시아 KMF 할랄인증<sup>37)38)</sup>

인증명	KMF 할랄인증	인증 성격	종교 및 문화적 인증
인증 마크		인증기관	한국이슬람교중앙회 (KMF: Korea Muslim Federation Halal Committee)
인증 절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인증 신청서 및 구비서류 제출</li> <li>• 심사비 납부</li> <li>• 서류 심사</li> <li>• 현장 심사</li> <li>• 심사 결과 보고서를 기반으로 샤리아 평가 진행</li> <li>• 인증료 납부 후 KMF할랄인증서 발행</li> <li>• 인증서 갱신</li> </ul>		
신청 서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 품목에 따라 구비 서류가 다르며, 다음은 식음료 중 ‘농산물 및 가공식품’의 구비 서류임                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- KMF 할랄인증 계약서</li> <li>- 사업자등록증</li> <li>- 생산허가서 또는 영업허가서(영업신고증)</li> <li>- 공장등록증</li> <li>- 품목제조보고서</li> <li>- 제조공정도</li> <li>- 제품사진 및 표시사항</li> <li>- 시험성적서</li> <li>- 포장재 시험성적서, 수질검사성적서</li> <li>- KMF 할랄 실무자 교육 수료증</li> <li>- HACCP, ISO, GMP, FSSC 등 기타 인증서 사본</li> <li>- 경영검토 보고서 또는 회계감사보고서(작년 기준)</li> <li>- 할랄관리기준서(HAS Manual) &amp; 할랄 방침</li> <li>- 방출방서 보고서 및 사용된 약품 MSDS 자료</li> <li>- 세척관리기준서 및 생산라인(공정)에 사용된 세제, 세정제 등 세척 관련 제품들의 MSDS 자료</li> <li>- 사용재료 목록</li> <li>- 원재료 관련서류</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 한국이슬람교중앙회(KMF)

▶ 인도네시아 삼계죽, SNI 선택 취득

인도네시아 국가 표준 인증(SNI)는 제품의 규격과 생산 과정에 관한 인증이며, 인도네시아 정부는 SNI 의무 인증 대상 제품을 지정하고 있음. 고객사 제품의 경우 의무 인증 대상이 아니기에 인증 취득은 필수가 아니나, 제품의 신뢰도를 높이기 위해 자율적으로 인증을 받을 수 있음

[표 5.8] 인도네시아 SNI 인증

인증명	SNI 인증	인증 성격	수출 시 필수(수입업체) <sup>39)</sup>
인증 마크		인증기관	BSN <sup>40)</sup> (Badan Standardisasi Nasional)
신청 절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기 등록된 SNI 인증 품목 확인<sup>41)</sup>(수입업체)</li> <li>• 시험인증기관(LS Pro) 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>• 영업허가증 사본</li> <li>• 납세자 고유번호</li> <li>• 브랜드 등록증명서 등</li> </ul>		

자료: FSSC, 한국농수산물유통공사

37) 인도네시아 할랄인증청(BPJPH)과 (재)한국이슬람교 할랄위원회(KMF: Korea Muslim Federation Halal Committee)의 상호인정(MRA)에 대한 협약이 진행 상태임에 따라, 해당 인증으로만 인도네시아 시장에 진출하기에는 무리가 있어 보임  
 38) 한국이슬람교중앙회(KMF) 홈페이지 참고 (kmfhalal.org/cert)  
 39) SNI 의무 인증 대상 품목에 한하며, 적용 대상은 생수(미네랄워터), 인스턴트 커피(블랙), 비스킷, 소금, 밀가루, 고등어 통조림, 참치 통조림 등임. 적용 대상 여부는 (sispk.bsn.go.id/SNI/DaftarList) 에서 조회 가능함  
 40) BSN은 인증기관이 아닌 관할 기관이며 SNI 인증은 시험인증기관인 LS Pro에서 수행함  
 41) 인도네시아 국가표준화기관 홈페이지 (sispk.bsn.go.id/SNI/DaftarList)

**[표 5.8] 인도네시아 SNI 인증**

<b>유의 사항</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SNI 인증 마크 부착은 SNI 인증 마크 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(LPK: Lembaga Penilaian Kesesuaian)이 주관하는 적합성 평가 과정을 통과해 규정에서 요구하는 기준을 충족시켰다는 증거로 사용됨</li> <li>- SNI 인증 마크 사용승인서를 발급받은 후 제품, 포장, 라벨 등에 인증 마크를 부착할 수 있음</li> <li>- SNI 인증 마크 하단에 SNI 규격 번호 및 인증기관 번호 기재가 필요함</li> </ul> </li> </ul>
<b>소요비용</b>	<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>42)</sup></li> </ul>
<b>소요기간</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 최대 12개월 이상 소요 가능</li> <li>• 품목에 따라 차이가 있음</li> </ul>

자료: FSSC, 한국농수산물유통공사

42) 인도네시아 산업부 홈페이지 참조 ([www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id))

### 3. 인도네시아 삼계죽 라벨링

[표 5.9] 인도네시아 삼계죽 라벨링

라벨 표시사항 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>성분 목록 또는 사용 재료와 같은 단어를 기재 후 성분을 표기해야 함</li> <li>약어 형태로 표기할 수 없음</li> <li>제품에 사용된 중량을 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 수입업체	<ul style="list-style-type: none"> <li>제조업체와 수입업체의 이름과 주소를 표기해야 함</li> </ul>
	5. 할랄인증	<ul style="list-style-type: none"> <li>인도네시아 할랄인증을 마크와 함께 표시해야 함</li> <li>할랄인증을 받지 못한 제품은 비할랄 제품(NON-HALAL)의 표기 의무가 발생함</li> </ul>
	6. 제조 일자 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>유통기한이 3개월 이상인 식품은 월-년으로 표기 가능함</li> <li>유통기한이라는 단어와 날짜 표시를 따로 표기할 때는 날짜의 위치 정보를 표기해야 함</li> <li>10% 이상의 알코올을 함유한 음료, 식초, 설탕(Sucrose), 24시간 이내에 섭취하는 빵 또는 케이크는 유통기한 표시의무에서 제외됨</li> </ul>

자료: 인도네시아 식약청(BPOM), KATI농식품수출정보



[표 5.9] 인도네시아 삼계죽 라벨링

라벨 표시사항 및 기준	8. BPOM 등록번호	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 라벨에 식약청(BPOM)으로부터 부여받은 등록번호를 표기해야 함</li> <li>• 수입 식품은 ML, 국내 생산 식품은 MD로 표시해야 함</li> </ul>
	9. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특정 식품의 원산지를 표기할 수 있음</li> </ul>
	10. 2차원 바코드	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인도네시아로 수입되거나 자국에서 유통되는 가공식품, 건강기능식품, 의약품, 전통의약품, 화장품의 1차 포장재에는 2차원 바코드를 부착해야 함</li> <li>• 바코드의 형태는 QR 형태여야 함</li> <li>• 바코드에는 제품명, 식약청 등록번호, 식약청 등록번호 유효기간, 제품 취급업체의 이름 및 주소, 포장 정보를 포함해야 함</li> </ul>
11. 표시 기준	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 인도네시아어, 아라비아 숫자 및 라틴 문자로 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> <li>• 일반 가공식품으로 등록하는 경우 제품 자체 기능에 대해 포장 라벨에 광고성 표기를 할 수 없으며, 제품명 자체에 홍보성 특정 단어의 사용도 금지함. 허가 조건부로 필요시에는 특정 기능을 명시한 부분은 스티커로 가리거나 삭제해야 함</li> </ul>	

자료: 인도네시아 식약청(BPOM), KATI농식품수출정보

▶ 인도네시아 삼계죽 라벨 샘플



[앞면]



[옆면]

[앞면 - 인도네시아어]

- ① Super bubur
- ② Bubur instan lezat
- ③ Seduh
- ④ Cukup seduh air panas
- ⑤ Lengkap 5 tambahan bahan pelengkap
- ⑥ Lezat rasa nikmat
- ⑦ Baik digunakan sebelum: Lihat pada sisi mangkuk
- ⑧ Rasa ayam
- ⑨ Langkah mudah membuat bubur
- ⑩ 1. Masukkan seluruh bubur instant(kemasan no.1) ke dalam mangkuk super bubur yang sudah dilepaskan tutupnya.
- ⑪ 2. Tuang bumbu(kemasan no.2) dengan jumlah yang diinginkan sesuai selera.

[앞면 - 국문]

- ① (상표 이름)
- ② 맛있는 즉석 죽
- ③ 물을 붓다
- ④ 뜨거운 물을 부어서 드세요
- ⑤ 5개의 재료 추가
- ⑥ 맛있는 맛을 즐기세요
- ⑦ 유통기한 전에 드세요: 그릇 옆면에 유통기한이 있습니다
- ⑧ 닭 맛
- ⑨ 맛있는 죽을 만드는 방법
- ⑩ 1. 즉석죽(1번 포장)을 모두 넣어주세요. 뚜껑을 제거한 죽 그릇에 담으세요.
- ⑪ 2. 양념(2번 포장)을 부어주세요 취향에 따라 원하는 양을 넣어 주세요.

- |  |   |
|--|---|
| <p>⑫ 3. Tuang air panas sampai mencapai batas air yang tercantum pada mangkuk(liat tanda batas air / + - 300cc) jangan takut terlalu encer.</p> <p>⑬ 4. Aduk sampai bubur halus merata, lalu diamkan (kira - kira selama 2 menit) sampai bubur mengental</p> <p>⑭ 5. Tambahkan kecap asin, dan sambal sesuai selera. Kemudian taburkan bawang goreng dan kerupuk sebagai pelengkap</p> <p>⑮ PT. Dellfood sentosa corpindo, po box 6138 Jakarta 11061, Indonesia</p> <p>⑯ Email: konsumen@mayoa.co.id</p> <p>⑰ Berat bersih 64g</p> <p>⑱ BPOM RI MD 23253106048</p> <p>⑲ Komposisi: beras, kerupuk mengandung (penguat rasa mononatrium glutamat, antidsidan TBHQ, pengembang, pewarna kuning FCF CI 15985 dan Erythosine CI 45430), sambal mengandung (pengawet natrium benzoat dan kalium sorbat,penguat rasa mononatrium glutamat, pewarna makanan Ponceau 4R CI 16255 dan pewarna kuning FCF 15985), tepung tapioka, kecap mengandung (pengawet natrium benzoat, penguat rasa mononatrium glutamat,dinatrium inosinat dan guanilat), maltodekstrin, bawang goreng, protein sayuran, garam, penguat rasa</p> | <p>⑫ 3. 그릇에 표시된 수위(물 제한 표시 / + - 300cc 참조)에 도달할 때까지 뜨거운 물을 부어주세요. 너무 묽을까 봐 걱정하지 마세요.</p> <p>⑬ 4. 죽이 부드러워지고 고르게 될 때까지 저은 다음 그대로 두세요. (약 2분) 죽이 걸쭉해질 때까지</p> <p>⑭ 5. 간장과 칠리소스를 입맛에 맞게 추가하세요. 그런 다음 튀긴 양파와 크래커를 추가로 뿌립니다.</p> <p>⑮ PT. Dellfood Sentosa Corpindo (회사 이름), PO Box 6138 자카르타 11061, 인도네시아(회사 주소)</p> <p>⑯ 이메일: konsumen@mayoa.co.id</p> <p>⑰ 순중량 64g</p> <p>⑱ 식품의약처 번호 23253106048</p> <p>⑲ 구성: 크래커 (향미 강화제 글루타민산나트륨, 향산화제 TBHQ, 현상액, 황색 염료 FCF CI 15985 및 에리토신 CI 45430), 칠리 소스 (벤조산 나트륨과 소르빈산 칼륨 방부제, 글루타민산 나트륨 향미 강화제, Ponceau 4R CI 16255 식용 색소 및 FCF 15985 노란색 식용 색소), 타피오카 가루, 간장 (벤조산 나트륨 방부제, 미각 강화제 노모노덤 글루타메이트, 디소듐 이노시네이트 및 구아닐레이트), 말토덱스트린, 튀긴 양파, 식물성 단백질, 소금, 미각 강화제</p> |
|--|---|

monosodium glutamat, dinatrium inosinat dan guanilat), ekstrak ragi, perisa identik alami ayam, minyak nabati (mengandung antioksidan TBHQ), daun bawang, bubuk bawang putih, bubuk lada, vitamin (A, B1, B2, B6, B12)

글루타민산나트륨, 이노신산이나트륨 및 구아닐레이트), 효모추출물, 천연치킨향료, 식물성 기름(TBHQ 항산화제 함유), 부추, 마늘가루, 고춧가루, 비타민(A, B1, B2, B6, B12)

**[옆면 - 인도네시아어]**

**[옆면 - 국문]**

- ① JUN 2024
- ② 1608TNG050901A1
- ③ LIHAT BATAS AIR

- ① 2024년 6월
- ② 1608TNG050901A1
- ③ 물 제한선을 보세요

## 4. 인도네시아 삼계죽 성분 및 유해물질

### ▶ 식품첨가물

인도네시아로 식품 수출 시, 인도네시아 식약청(BPOM) 규정 No.11/2019에 따라 규정된 27개의 식품첨가물 그룹의 최대허용량을 제한하고 있음<sup>43)</sup>. 규정된 목록에 없는 식품첨가물의 사용은 인도네시아 식약청(BPOM)의 허가를 받아야 함. 식품첨가물이 없을 경우 라벨 및 식품 광고에 ‘식품첨가물 없음’을 표시하는 것을 규정하고 있음. 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 식품첨가물 기준의 일부이며, 더욱 자세한 사항은 인도네시아 식약청(BPOM) 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.10] 고객사 삼계죽에 적용 가능한 인도네시아 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품유형
1	아라비아 검 (아카시아 검)	Gum Arabic (Acacia Gum)	GMP <sup>44)</sup> (증량제, 유화제, 증점제, 안정제로 사용에 한함)	수프 및 육수
2	아세트산	Acetic Acid	GMP (산도조절제로 사용에 한함)	
3	칼슘 락테이트	Calcium Lactate	GMP(산으로서) (산도조절제, 고화제, 유화제, 증점제, 안정제로 사용에 한함)	
4	이소말트	Isomalt	GMP (천연감미료로 사용에 한함)	
5	만니톨	Mannitol		
6	과산화수소	Hydrogen Peroxide	5mg/kg	
7	폴리에틸렌이민	Polyethylenimine	1mg/kg(에틸렌이민으로서)	
8	아스코르빈산	Ascorbic Acid	GMP(산화방지제로 사용에 한함)	
9	커큐민	Curcumin	GMP(색소 용도에 한함)	
10	락트산	Lactic Acid	GMP(산도조절제 용도에 한함)	

자료: KATI농식품수출정보

43) 2023년 8월 15일부로 BPOM 규정 No.22/2023에 따라 가공식품에 금지된 식품첨가물의 목록이 업데이트되었음. 자세한 규정은 [jdih.pom.go.id/preview/slide/1513/22/2023](http://jdih.pom.go.id/preview/slide/1513/22/2023) 참고

44) 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 수출하기 위해서는 인도네시아 식약청(BPOM)에서 규정하는 식품 유형별 유해물질 규정을 반드시 준수해야 함. 하기 표는 고객사 제품에 적용될 수 있는 인도네시아 유해물질 기준의 일부임. 더욱 자세한 사항은 인도네시아 식약청(BPOM) 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.11] 고객사 삼계죽에 적용 가능한 인도네시아 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품유형
1	비소	Arsenic(As)	0.25mg/kg	즉석식품
2	카드뮴	Cadmium(Cd)	0.05mg/kg	
3	납	Lead(Pb)	0.25mg/kg	
4	수은	Mercury(Hg)	0.03mg/kg	
5	아가리스산	Agaric acid	20mg/kg (천연 향미료를 추가한 결과)	그 외 식품
6	알로인	Aloin	0.1mg/kg	
7	베르베린	Berberine		
8	카페인	Caffeine	50mg/인분 또는 150mg/일	
9	쿠마린	Coumarin	2mg/kg	
10	에스트라골	Estragole	50mg/kg	

자료: 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 유발물질이 포함된 경우, 반드시 라벨에 해당 사실을 표기해야 함

[표 5.12] 인도네시아 알레르겐 성분

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	콩
7	의무	우유(유당 포함)
8	의무	견과류
9	의무	아황산염

자료: 인도네시아 식약청(BPOM)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 무궁화(Mugunghwa)
2. 코리너스(Korinus)
3. 네슬레(Nestle)



## Interview ①

45)

### 무궁화(Mugunghwa) HRD Manager



#### 무궁화 (Mugunghwa)

- 유형: 수입 유통 업체
- 업체 특징:
  - 2009년 설립
  - 시도아르조에 위치한 수입 유통 업체
  - 아시아, 중동, 아프리카, 유럽, 미국에서 수입
  - 취급 품목: 생선, 홍삼 제품, 냉동 생선 및 새우, 냉동 식품, 음료 등
  - 온라인, 오프라인 유통채널 보유

#### 담당자 정보

HRD Manager

#### Q. 인도네시아의 시니어 소비자들은 주로 어떤 음식을 먹나요?

인도네시아 시니어 소비자들은 주로 쌀로 만든 죽을 먹습니다. 일부 노인들은 치아가 약하거나, 없기 때문에 부드러운 음식을 섭취해야 합니다. 쌀은 인도네시아의 주식이며 대부분의 요리에서 중요한 역할을 담당합니다. 노인들은 종종 다양한 반찬 및 소스와 함께 밥을 먹기도 합니다. 죽은 길거리 음식이며, 인스턴트 식품으로 죽을 섭취하는 노인은 거의 없습니다.

#### Q. 인도네시아에서 삼계죽에 대한 수요와 인지도는 어떤가요?

인도네시아에는 비빔밥, 불고기, 김치와 같이 잘 알려진 한식들이 있습니다. 하지만 한국 삼계죽에 대한 인지도와 수요는 잘 알려진 한식에 비해 상대적으로 낮을 수 있습니다.

#### Q. 인도네시아에 삼계죽과 비슷한 음식이 있나요? 그 요리의 맛과 특징은 무엇인가요?

자카르타 닭죽(Bubur Ayam Jakarta)은 인도네시아의 수도인 자카르타의 대표적인 음식입니다. 크래커(Rempeyek)를 토핑으로 추가하여 바삭한 식감을 제공하는 것이 특징입니다. 자카르타와 그 주변 지역에서 많은 사람들이 즐겨 먹는 인기 메뉴 중 하나입니다.

#### Q. 삼계죽 제품을 수출할 때 선호하는 유통채널에 대한 추천과 그 이유를 설명해 주세요.

글로벌 슈퍼마켓 및 식품 소매업체와 파트너십 맺는 것을 추천합니다. 이러한 업체는 광범위한 유통망과 많은 소비자층을 보유하고 있는 경우가 많습니다. 삼계죽과 같은 수입 제품을 취급할 수 있는 시설이 잘 갖추어져 있고 제품 진열 시 가시성이 높을 수 있습니다.

**Q. 인도네시아에서 우리 삼계죽 제품을 홍보하기에 가장 적합한 타겟 소비자층은 무엇이며, 그 이유는 무엇인가요?**

일반적으로 도시에 거주하는 밀레니얼 세대와 젊은 전문직 종사자들은 바빠서 요리를 하기 어렵지만, 새롭고 다양한 음식을 먹는 데는 개방적입니다. 따라서 해당 소비자층이 새로운 맛을 시도할 가능성이 크기 때문에 삼계죽의 주요 타겟층이 될 수 있습니다. 또한, 해당 소비자층은 인터넷을 잘 이용하기 때문에 온라인 마케팅과 소셜 미디어를 통해 접근할 수 있습니다.

**Q. 인도네시아에서 삼계죽 제품을 마케팅하기 위한 가장 효과적인 전략과 방법에 대해 알려주세요.**

인도네시아 시장 파악, 인도네시아 소비자의 취향, 식습관, 구매 행동을 더 잘 이해하기 위해 광범위한 시장조사를 수행해야 합니다. 경쟁업체를 분석하고 틈새시장을 찾아내는 것이 좋습니다. 또한, 사용자들에게 친화적인 웹사이트를 개발하고 소셜 미디어에서 활발한 활동을 유지하여 강력한 온라인 입지를 구축하십시오. 흥미로운 홍보문구, 고품질 사진 및 동영상 등 다양한 콘텐츠를 사용하여 제품을 강조하면 많은 이목을 끌 수 있습니다.

**Q. 수입유통업체 입장에서 삼계죽 제품 수입 시 유의해야 할 법규나 필수 인증 요건이 있다면 알려주세요.**

기본적으로 HACCP 인증을 받아야 합니다. 이것은 식품 안전을 보장하는 HACCP 원칙에 따라 제품이 생산되었음을 나타냅니다. 제품이 유기농이면 유기농 제품 인증 또한 필요합니다. 관련하여 인도네시아 농업부 또는 국가표준화기구(BSN)에서 인정하는 기관에서 발급한 유기농 인증서가 필요할 수 있습니다.

## Interview ②

46)



### 코리너스(Korinus) Sales Manager

#### 코리너스 (Korinus)

- 유형: 수입 유통업체
- 업체 특징:
  - 2012년 설립
  - 자카르타에 위치한 수입 유통업체
  - 두바이, 싱가포르, 대만, 한국, 영국, 중국에서 수입
  - 취급 품목: 바나나 및 딸기 우유, 식품, 김치 등
  - 온라인, 오프라인 유통채널 보유

#### 담당자 정보

Sales Manager

#### Q. 인도네시아의 시니어 소비자들은 주로 어떤 음식을 먹나요?

인도네시아 시니어 소비자들은 부드러운 음식 외에도 보통 채소를 많이 섭취합니다. 인도네시아 소비자들은 시금치, 케일 및 기타 다양한 종류의 녹색 채소를 음식에 넣는 경우가 많습니다. 이러한 채소들은 보통 튀겨서 먹거나 가도가도 (Gado-Gado)와 같은 인도네시아 전통 요리에 사용됩니다.

#### Q. 인도네시아에서 삼계죽에 대한 수요와 인지도는 어떤가요?

인도네시아 내 삼계죽에 대한 수요와 인지도는 그리 높지 않습니다. 삼계죽에 대해 알고 있는 인도네시아 소비자는 많지 않습니다. 관련한 제품은 주로 한인마트나 아시안마트에서만 찾을 수 있습니다.

#### Q. 인도네시아에 삼계죽과 비슷한 음식이 있나요? 그 요리의 맛과 특징은 무엇인가요?

반둥 닭죽(Bandung Chicken Bubur)은 서부 자바의 반둥시에서 유래한 닭죽의 변형 요리입니다. 일반적인 닭죽보다 소스가 더 가볍고 묽은 것이 특징입니다. 반둥 닭죽에 감자튀김을 토핑으로 얹어 먹으면 고소한 맛과 색다른 식감을 느낄 수 있습니다.

#### Q. 삼계죽 제품을 수출할 때 선호하는 유통채널에 대한 추천과 그 이유를 설명해 주세요.

에스닉 푸드(Ethnic Food) 식료품점을 추천합니다. 한국인 또는 다국적 커뮤니티를 대상으로 하는 현지 에스닉 식료품점을 통해 배포하세요. 이러한 매장에는 이미 한국 제품에 관심이 있는 소비자층이 있을 가능성이 큼니다. 이를 통해, 틈새시장을 개척하고 인도네시아 내에서 브랜드 인지도를 높이는 데 도움이 될 수 있습니다.

**Q. 인도네시아에서 삼계죽 제품을 마케팅하기 위한 가장 효과적인 전략과 방법에 대해 알려주세요.**

인도네시아 내 지역 음식 축제나 미식 행사에서 제품을 선보이세요. 제품 샘플을 제공하여 시식하게 하고 참가자들과 소통하면 고객사 제품인 삼계죽에 대한 인지도를 높이고 관심을 불러일으킬 수 있습니다. 또한, 삼계죽은 건강에 관심이 많은 소비자들에게 영양이 풍부하고 균형 잡힌 식단의 대안으로 홍보할 수 있습니다. 이러한 소비자들에게 어필하려면 지방 함량이 적고 신선한 재료, 채소와 함께 섭취할 수 있다는 점 등 건강상의 이점을 강조해야 합니다.

**Q. 수입유통업체 입장에서 삼계죽 제품 수입 시 유의해야 할 법규나 필수 인증 요건이 있다면 알려주세요.**

원산지 또는 수출국의 식품 보건 당국에서 발급한 제품이 소비하기에 안전하다는 것을 증명하는 식품 위생증명서가 필요합니다.

## Interview ③

47)



네슬레  
(Nestlé)

- 유형: 수입 유통업체
- 업체 특징:
  - 1971년 설립
  - 자카르타에 위치한 수입 유통 업체
  - 한국, 말레이시아, 유럽, 영국, 미국에서 수입
  - 취급 품목: 제과, 커피, 음료, 모유 보조 식품, 시리얼 등
  - 온라인, 오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Export-Import Operation Manager

### 네슬레(Nestlé)

#### Export-Import Operation Manager

**Q. 인도네시아의 시니어 소비자들은 주로 어떤 음식을 먹나요?**

인도네시아의 시니어 소비자들은 주로 붉은 고기, 닭, 생선 등의 음식을 섭취합니다. 위 음식을 통한 단백질 섭취는 노년층에게 매우 중요합니다. 단백질은 근육 조직의 유지와 성장, 면역 체계 유지, 건강한 피부, 모발 및 손톱을 지원하는 등 신체 건강과 기능을 유지하는 데 필수적인 영양소이기 때문입니다.

**Q. 인도네시아에서 삼계죽에 대한 수요와 인지도는 어떤가요?**

인도네시아에서 한식의 인기는 대단합니다. 하지만 삼계죽에 대해 아는 사람은 많지 않습니다. 삼계죽의 장점을 알리기 위한 마케팅이 더 필요합니다.

**Q. 인도네시아에 삼계죽과 비슷한 음식이 있나요? 그 요리의 맛과 특징은 무엇인가요?**

마나도(Manado)라는 죽이 있습니다. 이 죽은 쌀을 부드러워질 때까지 익힌 후 카칼랑 고기(고등어를 절인 후 훈제한 것) 또는 참치를 넣어서 만듭니다. 마나도 죽은 부드럽고 고소한 맛이 나는 닭죽과는 달리 매콤하고 강한 향신료가 가미된 독특한 맛을 가지고 있습니다.

**Q. 삼계죽 제품을 수출할 때 선호하는 유통채널에 대한 추천과 그 이유를 설명해 주세요.**

온라인 플랫폼을 추천합니다. 온라인 판매 및 유통의 경우 대상 시장에서 유명한 전자상거래 사이트를 이용하는 것이 좋습니다. 전자상거래는 전 세계적으로 빠르게 확장되고 있으며 많은 고객이 온라인 쇼핑의 편리함을 선호합니다. 특히 온라인 플랫폼은 고객사 제품의 경우와 마찬가지로 새로운 시장에 진입할 때 많은 잠재 고객에게 도달할 수 있는 저렴한 옵션입니다.

47) 사진 자료: 네슬레(Nestlé)

**Q. 인도네시아에서 우리 삼계죽 제품을 홍보하기에 가장 적합한 타깃 소비자층은 무엇이며, 그 이유는 무엇인가요?**

온라인 플랫폼 이용이 활발한 소비자들에게 집중해야 합니다. 현재 인도네시아 내에서는 온라인 플랫폼 시장이 빠르게 성장하고 있습니다. 해당 소비자들을 타깃하면 더 많은 잠재 소비자에게 도달할 수 있습니다. 인기 있는 온라인 플랫폼과 협업하여 다양한 소비자들이 제품에 쉽게 접근할 수 있도록 하는 것이 좋습니다.

**Q. 인도네시아에서 삼계죽 제품을 마케팅하기 위한 가장 효과적인 전략과 방법에 대해 알려주세요.**

타깃층에게 정보와 재미를 동시에 제공하는 콘텐츠를 제작해야 합니다. 잠재 소비자들의 참여를 유도하려면 삼계죽 활용 방법, 요리 팁, 제품에 대한 흥미로운 정보를 공유하는 것이 좋습니다. 또한, 오프라인에서 제품 시음회를 여는 것도 고려해야 합니다. 인도네시아인은 검소한 소비자이므로 현지 공휴일과 축제 기간에 프로모션, 할인 또는 패키지 상품을 제공하면 더 많은 소비자들을 확보하는 데 도움이 될 것입니다.

**Q. 수입유통업체 입장에서 삼계죽 제품 수입 시 유의해야 할 법규나 필수 인증 요건이 있다면 알려주세요.**

고객사 제품의 원산지증명서가 필요합니다. 이 증명서는 제품의 원산지를 나타내며, 수입 관세 및 적용될 수 있는 자유무역 혜택을 결정하는 데 필요할 수 있습니다. 제품의 할랄인증 취득 또한 중요합니다. 인도네시아에서 인정하는 기관에서 할랄인증을 취득해야 합니다. 인도네시아 인구의 대부분이 무슬림이며 대부분의 소비자들은 할랄 제품을 찾기 때문에 이는 매우 중요한 부분입니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# Ⅶ 시사점



# Export Insights

## 시장수요



인도네시아 간편식 시장규모는 향후 5년간 6.2%씩 증가할 것으로 전망되고, 수프 시장규모는 향후 5년간 6.8%씩 증가할 것으로 전망됨. HS CODE 2104.20의 인도네시아 對글로벌 수입액은 지난 5년간 연평균 22.2%씩 증가했으며, 對한국 수입액은 지난 5년간 119.6%씩 증가함. 한편, 2022년 기준 인도네시아의 삼계죽 수입 국가들 중 수입규모 1위국인 칠레의 연평균성장률은 -4.6%를 기록함

수입유통업체 인터뷰 결과, 인도네시아 내 한식에 대한 수요와 인지도는 높은 편이나, 삼계죽의 수요나 인지도는 상대적으로 낮은 것으로 확인됨. 다만, 인도네시아 시니어 소비자들이 주로 섭취하는 음식과 비슷하므로 향후 삼계죽의 수요를 기대해도 좋을 것으로 파악됨



### 소비 특징 ①

인도네시아 죽 시장 내 쇠고기죽, 닭간죽 인기 높음



인도네시아 온라인 쇼핑물 판매 삼계죽 경쟁제품 키워드 분석 결과, 쇠고기죽이 가장 인기가 많은 것으로 확인됨. 이어서 닭간죽이나 연어죽, 토마토당근닭죽, 치즈죽 등의 제품들이 수요가 있는 것으로 파악됨

인도네시아 삼계죽 시장 내 주요 브랜드로는 밀나, 프로미나, 썬, 슈퍼부부르 순서대로 시장점유율이 높았음. 프로미나와 썬의 경우, 인도네시아 가공식품 다국적 브랜드인 인도푸드의 자체 영유아식 브랜드로 확인됨. 또한, 한국 브랜드인 동원 기업의 양반 브랜드 죽 제품도 일부 확인됨



### 소비 특징 ②

'성장에 도움', '영양 풍부' 등의 제품 효능 키워드 다수 확인



인도네시아 온라인 쇼핑물 판매 삼계죽 제품 효능 관련 키워드 분석 결과, '성장에 도움' 키워드를 가장 많이 사용하는 것으로 확인됨. 해당 키워드는 주로 아기 성장에 관련된 표기인 것으로 확인됨. 또한, '체중 증가', '발달에 도움', '두뇌 발달', '뼈 건강' 등 성장기에 필요한 영양 공급을 효능으로 강조하는 제품도 다수 확인됨

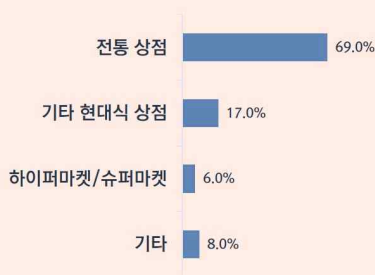
인도네시아 온라인 쇼핑물 판매 삼계죽 제품 성분 관련 키워드 분석 결과, '닭고기'가 가장 많이 도출됨. 또한, '비타민', '단백질', '미네랄', '오메가3' 등 영양 성분 키워드도 다수 확인됨. 고객사의 제품도 인삼 등의 재료를 바탕으로 한 건강상의 이점과 제품 효능을 홍보하여 브랜드 인지도를 높이는 것을 추천함





# Export Insights

## 인도네시아 삼계죽 유통 비중



## 유통채널



인도네시아 삼계죽 유통채널 점유율 조사 결과 전통 상점(69.0%)이 압도적으로 높은 점유율을 차지하였음. 뒤를 이어 편의점, 미니 마트, 드럭스토어를 포함하는 기타 현대식 상점(17.0%), 하이퍼마켓/슈퍼마켓(6.0%), 온라인 유통채널을 포함하는 기타(8.0%) 채널이 인도네시아 내 삼계죽의 주요 유통채널로 확인됨

한편, 전문가 인터뷰 결과 인도네시아 내 삼계죽 유통채널로 글로벌 슈퍼마켓 및 식품 소매업체, 에스닉 푸드 식료품점, 온라인 플랫폼 등을 추천함

- ▶ Point 1) 인도네시아 식약청(BPOM) 인증
- ▶ Point 2) BPJPH 할랄 인증 취득 권장
- ▶ Point 3) 라벨 인도네시아어 표기 必

## 진입장벽



인도네시아로 삼계죽 수출 시, FTA 협정세율에 따라 0%가 적용됨. 또한, 인도네시아로 식품 수출 시, 인도네시아 식약청(BPOM)에서 요구하는 인허가 사항을 취득한 후 수입을 진행해야 함

인도네시아는 2024년 10월 17일부터 식품에 대해 할랄인증 의무화가 시행되므로 할랄인증 취득을 권고함. 품질 인증의 경우, HACCP, ISO 22000, IFS 인증 등이 권장됨. 라벨의 경우, 반드시 인도네시아어로 표기해야 하고, 인도네시아어에 상응하는 단어가 없는 경우 외국어를 사용할 수 있음

## 수출 확대 전략

셀링 포인트  
&  
제품 경쟁력 피드백



Point 01 주요 구매 요인 수입유통업체 인터뷰 결과, 인도네시아 시니어 소비자들은 단백질 섭취가 중요하기 때문에 주로 닭, 붉은 고기, 생선 등의 음식을 섭취한다고 답변함. 또한, 부드러운 음식이나 채소를 많이 섭취하는 것으로 조사됨. 따라서, 고객사 제품의 건강한 성분 또는 효능, 제형 등의 셀링포인트를 강조하여 홍보하는 것이 인도네시아 시장을 타겟하기에 적합한 것으로 확인됨

Point 02 제품 피드백 수입유통업체 인터뷰 결과, 고객사 제품의 소비자가격은 다소 비싼 편이나 인삼 등 높은 품질의 재료가 가격을 어느 정도 합리화한다고 답변함. 또한, 순중량은 1인분으로 먹기에 적당한 양이나 소비자들의 다양한 선호도를 충족시키기 위해 보다 다양한 중량의 제품을 제공하는 것을 권장함



## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2022
2. KATI농식품수출정보, 「인도네시아 2021년 식품 트렌드는 가정간편식(HMR)이 성장동력」, 2021.04
3. 아이디엔타임즈(IDN Times), 「7 Macam Bubur Khas Indonesia yang Menggugah Selera, Sarapan Favorit!」, 2023.07
4. 스태티스타(Statista), 「Soups\_Indonesia」, 2023.10
5. 스태티스타(Statista), 「Convenience Food\_Indonesia」, 2023.10
6. 칸타(Kantar), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023.07
7. 한국농수산식품유통공사, 「할랄 이슬람 식품시장수출가이드북」, 2020.12
8. 한국농수산식품유통공사, 「2021 농식품 해외인증등록정보 종합가이드」, 2021.12
9. KATI농식품수출정보, 「인도네시아 비관세장벽 모니터링」, 2023.07
10. 미국 농무부(USDA), 「Food and Agricultural Import Regulations and Standards Export Certificate Report」, 2022.12
11. KATI농식품수출정보, 「2022 국가별 농식품 수출 교역조건」, 2022.07
12. KITA한국무역협회, 「[인도네시아] 인도네시아 종교부, 새로운 할랄인증 개정 법령 발표」, 2022.04
13. KATI농식품수출정보, 「2023년 인도네시아 할랄인증 의무화 영향 시장조사 보고서」, 2023.07

### ■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) ([www.statista.com](http://www.statista.com))
2. ITC(International Trade Centre) ([www.intracen.org](http://www.intracen.org))
3. KEB하나은행 ([www.kebhana.com](http://www.kebhana.com))
4. 칸타(Kantar) ([www.kantar.com](http://www.kantar.com))
5. 구글맵(Google Maps) ([www.maps.google.com](http://www.maps.google.com))
6. 하이퍼마트(Hypermart) ([www.hypermart.co.id](http://www.hypermart.co.id))
7. 헤로(Hero) ([www.herosupermarket.co.id](http://www.herosupermarket.co.id))
8. 인사이드리테일아시아(Inside Retail Asia) ([insideretail.asia](http://insideretail.asia))
9. 까르푸(Carrefour) ([bunda.carrefour.co.id](http://bunda.carrefour.co.id))
10. 메드콤(Medcom) ([www.medcom.id](http://www.medcom.id))
11. 파머스마켓(Farmers Market) ([farmersmarket.co.id](http://farmersmarket.co.id))
12. 포스퀘어(Foursquare) ([foursquare.com](http://foursquare.com))
13. 랜치마켓(Ranch Market) ([www.ranchmarket.co.id](http://www.ranchmarket.co.id))
14. 무궁화마트(Mugunghwa Mart) ([www.mugunghwa.co.id](http://www.mugunghwa.co.id))
15. 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery) ([papayabali.co.id](http://papayabali.co.id))
16. 토크opedia(Tokopedia) ([www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com))
17. 쇼피(Shopee) 인도네시아 ([shopee.co.id](http://shopee.co.id))
18. 시밀러웹(SimilarWeb) ([www.similarweb.com](http://www.similarweb.com))
19. 관세청 ([www.customs.go.kr](http://www.customs.go.kr))
20. 농림축산식품부 ([www.mafra.go.kr](http://www.mafra.go.kr))
21. KATI농식품수출정보 ([www.kati.net](http://www.kati.net))
22. 관세법령정보포털 ([unipass.customs.go.kr](http://unipass.customs.go.kr))
23. 인도네시아 무역부(MTRI) ([www.kemendag.go.id](http://www.kemendag.go.id))
24. 인도네시아 식품안전연구소(IFSI) ([indonesianfoodsafety.org](http://indonesianfoodsafety.org))
25. 인도네시아 재무부(KEMENTERIAN KEUANGAN) ([www.beacukai.go.id](http://www.beacukai.go.id))
26. 인도네시아 의약품 전자 등록(BPOM AeRO) ([aero.pom.go.id](http://aero.pom.go.id))
27. 인도네시아 식약청(BPOM) ([www.pom.go.id](http://www.pom.go.id))
28. 인도네시아 법무부(Biro Hukum dan Organisasi) ([jdih.pom.go.id](http://jdih.pom.go.id))
29. 인도네시아 법률 및 규정 포털(Paralegal) ([paralegal.id](http://paralegal.id))
30. 통합무역정보서비스 ([www.tradenavi.or.kr](http://www.tradenavi.or.kr))
31. KOTRA대한무역투자진흥공사 ([www.dream.kotra.or.kr](http://www.dream.kotra.or.kr))

32. 인니할랄코리아 ([www.inhalalkorea.com](http://www.inhalalkorea.com))
33. 한국보건산업진흥원 제약산업정보포털 ([www.khidi.or.kr](http://www.khidi.or.kr))
34. 플래티콘(Flaticon) ([www.flaticon.com](http://www.flaticon.com))
35. 바이오서트 인도네시아(BIOCERT INDONESIA) ([www.biocert.co.id](http://www.biocert.co.id))
36. 에스지에스(SGS) ([www.sgs.com/en](http://www.sgs.com/en))
37. 대외경제정책연구원 ([www.kiep.go.kr](http://www.kiep.go.kr))
38. 코리너스(Korinus) ([korinus.com/IND](http://korinus.com/IND))
39. 네슬레(Nestle) ([www.nestle.co.id](http://www.nestle.co.id))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.11.24

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