



2020

해외시장 맞춤조사

No. | 202007-22

품목 | 즉석 떡볶이(Instant Tteokbokki)

국가 | 인도네시아(Indonesia)

구분 | 경쟁력분석형

Contents

I. 요약(Summary)	3
II. 경쟁제품(Competitive Product)	
1. 인도네시아 즉석 떡볶이 경쟁제품 선정	10
2. 인도네시아 즉석 떡볶이 경쟁제품 조사지표 선정	14
3. 인도네시아 즉석 떡볶이 경쟁제품 포지셔닝	17
4. 인도네시아 즉석 떡볶이 경쟁제품 현지 조사 결과	18
III. 경쟁기업(Competitor)	
1. 인도네시아 즉석 떡볶이 경쟁기업 선정	31
2. 인도네시아 즉석 떡볶이 경쟁기업 현황	32
3. 인도네시아 즉석 떡볶이 경쟁기업 세부정보	34
IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)	
Interview ① 코리너스(Korinus)	39
Interview ② 무궁화 유통(Mugunghwa Distribution)	42
Interview ③ 삼원샵(Samwon Shop)	45
Interview ④ 인도마켓(Indomaret)	47
V. 경쟁력파악(Competitiveness)	
1. 제품 경쟁력 검증	51
2. 현지 인기제품 분석	55
3. 기업 마케팅 벤치마킹	57
VI. 시장진출제언(Export Insights)	60
*참고문헌	62

I. 요약(Summary)

Summary

(요약)

온라인 조사 (수치는 브랜드 점유율)				오프라인 조사					
	온라인	토코피디아(Tokopedia)	34.3%		오프라인	하이퍼마켓	하이퍼마트(Hypermart)		
		쇼피(Shopee)	17.5%			그랜드럭키(Grand Lucky)			
		부칼라팍(Bukalapak)	12.9%			한인마트	무궁화(Mugunghwa)		
조사 지역 (인도네시아 자카르타)				자카르타 (Jakarta)					
인도네시아 자바섬 서부의 북부해안 지역에 위치한 자카르타(Jakarta)를 방문지역으로 선정함. 자바섬에는 인도네시아 인구의 절반인 약 1억 2천만 명이 거주하고 있으며 전체 소비시장의 75%를 차지하는 것으로 확인됨. 자카르타는 인도네시아의 수도이자 최대 도시로 경제, 문화의 중심 역할을 하고 있으며 2021년에는 자바섬의 대도시인 반둥, 족자카르타, 수라바야 등을 잇는 고속철도가 개통될 예정임									
경쟁제품				경쟁기업					
· 인도네시아 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개 조사									
제품 종류별 100g당 가격, 반조리 떡볶이가 저렴 컵 떡볶이 23,929(약 1,854원), 반조리 떡볶이 20,065(약 1,555원) 맛 종류별 100g당 가격, 오리지널 맛이 가장 저렴 오리지널 맛 19,259루피아(약 1,493원), 매운맛 21,266루피아(약 1,648원), 기타(치즈·짜장) 맛 21,987루피아(약 1,704원)									
				경쟁기업	국적	대표제품			
				B사	한국	요뽀끼 매운맛 떡볶이 (YOPOKKI HALAL Spicy Topokki)			
				C사	한국	매운 떡볶이 (Hot Spicy Toppokki)			
D사	한국	라이스 떡볶이 (Rice Tteok-bokki)							
E사	한국	굿볶이 매운 떡볶이 (GoodPokki with Hot Sauce)							
경쟁력 파악				진출 제언					
기준(A사)	경쟁력	경쟁제품		기준(A사)	경쟁력	경쟁제품			
가격(100g당) (30,108루피아)	○	컵 떡볶이 23,929루피아 (1,854원)	반조리 떡볶이 20,065루피아 (1,555원)	맛 (매콤달콤한 맛)	●	오리지널 맛 5개	매운맛 5개	기타 맛 5개	
용량 (120g/1인분)	●	컵 떡볶이 140g (1인분)	반조리 떡볶이 357g (2인분)	인증 (HACCP, ISO 22000)	●	BPOM 15개	HALAL 6개	HACCP 7개	Green 3개
포장 (종이컵)	●	컵 떡볶이 종이컵	반조리 떡볶이 플라스틱 파우치	홍보 채널 (자사 홈페이지)	○	홍보 자사 홈페이지 (글로벌)			SNS (페이스북·인스타 등)
● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요									
Point. 01				1) A사 제품 가격, 즉석 떡볶이 경쟁제품 평균 대비 1.44배 비싸고, 용량은 14.3% 적은 편 2) 바이어 인터뷰에 따르면, 현지인은 맵고 짭짤한 자극적인 맛을 선호					
Point. 02				1) 경쟁제품 대부분 맛과 편리성(보관 방법·조리법)을 강조한 홍보문구 활용 2) 경쟁사, 자사 홈페이지와 SNS 활용하여 제품 홍보 중이며, 현지 SNS 활동은 미미한 수준					
- 4 -									

Competitive Product

(경쟁제품)

인도네시아(Indonesia)

즉석 떡볶이 경쟁제품

선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준

· 온라인/오프라인 인기제품

경쟁제품 포지셔닝 기준

· X축: 제품 종류

· Y축: 100g당 가격(루피아)

100g당 가격(루피아)

30,000

25,000

20,000

15,000

10,000

5,000

0

① ② ③

⑦
⑧ ⑩ ⑪
④ ⑤ ⑥ ⑨ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮

● 컵 떡볶이

○ 반조리 떡볶이

제품 종류

컵 떡볶이

반조리 떡볶이

인도네시아 (Indonesia)

즉석 떡볶이 경쟁제품 분석

제품 종류	경쟁제품(제조사)	소비자가격 ¹⁾	100g당 가격	용량	유통기한 ²⁾	맛	외부 포장	원산지	인증
컵 떡볶이	① 요뽕끼 매운맛 떡볶이 (B사)	33,500루피아 (2,596원)	23,929루피아 (1,854원)	140g (1인분)	10개월	매운맛	종이컵	한국	BPOM, HALAL
	② 요뽕끼 짜장 떡볶이 (B사)	33,500루피아 (2,596원)	23,929루피아 (1,854원)	140g (1인분)	9개월	짜장 맛	종이컵	한국	BPOM, HALAL
	③ 요뽕끼 오리지널 떡볶이 (B사)	33,500루피아 (2,596원)	23,929루피아 (1,854원)	140g (1인분)	9개월	오리지널 맛	종이컵	한국	BPOM, HALAL
반조리 떡볶이	④ 요뽕끼 매운맛 떡볶이 (B사)	52,900루피아 (4,100원)	18,893루피아 (1,464원)	280g (2인분)	10개월	오리지널 맛	플라스틱 파우치	한국	BPOM, HALAL, Green Certification
	⑤ 요뽕끼 짜장 떡볶이 (B사)	52,900루피아 (4,100원)	18,893루피아 (1,464원)	280g (2인분)	9개월	짜장 맛	플라스틱 파우치	한국	BPOM, HALAL, Green Certification
	⑥ 요뽕끼 오리지널 떡볶이 (B사)	52,900루피아 (4,100원)	18,893루피아 (1,464원)	280g (2인분)	9개월	오리지널 맛	플라스틱 파우치	한국	BPOM, HALAL, Green Certification
	⑦ 치즈 떡볶이 (C사)	86,250루피아 (6,684원)	25,979루피아 (2,013원)	332g (2인분)	5개월	치즈 맛	플라스틱 파우치	한국	BPOM, HACCP
	⑧ 매운 떡볶이 (C사)	84,500루피아 (6,549원)	21,125루피아 (1,637원)	400g (2인분)	5개월	아주 매운맛	플라스틱 파우치	한국	BPOM, HACCP
	⑨ 국물 떡볶이 (C사)	86,250루피아 (6,684원)	20,438루피아 (1,584원)	422g (2인분)	5개월	얼큰한 매운맛	플라스틱 파우치	한국	BPOM, HACCP
	⑩ 짜장 떡볶이 (C사)	78,900루피아 (6,115원)	22,039루피아 (1,708원)	358g (2인분)	6개월	짜장 맛	플라스틱 파우치	한국	BPOM, HACCP
	⑪ 학교앞 국물 떡볶이 (C사)	82,900루피아 (6,425원)	22,285루피아 (1,727원)	372g (2인분)	7개월	보통 매운맛	플라스틱 파우치	한국	BPOM, HACCP
	⑫ 라이스 떡볶이 (D사)	86,250루피아 (6,684원)	20,246루피아 (1,569원)	426g (2인분)	7개월	오리지널 맛	플라스틱 파우치	한국	BPOM, HACCP
	⑬ 누들 떡볶이 (D사)	62,500루피아 (4,844원)	14,335루피아 (1,111원)	436g (2인분)	8개월	오리지널 맛	플라스틱 파우치	한국	BPOM, HACCP
	⑭ 굿볶이 짜장 떡볶이 (E사)	65,500루피아 (5,076원)	19,096루피아 (1,480원)	343g (2인분)	9개월	짜장 맛	플라스틱 파우치	한국	BPOM
	⑮ 굿볶이 매운 떡볶이 (E사)	65,500루피아 (5,076원)	18,555루피아 (1,438원)	353g (2인분)	9개월	매운맛	플라스틱 파우치	한국	BPOM

(*) 현지 판매 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑몰 인기제품

1) 100루피아 = 7.75원 (2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 권장 섭취 날짜(Best Before) 형태로 기재되어 조사날짜(2020.10.20.)를 기준으로 남은 일수를 계산하여 임의로 기재함

Competitor

(경쟁기업)

인도네시아(Indonesia) 동일품목 수

즉석 떡볶이 경쟁기업

선정 및 포지셔닝

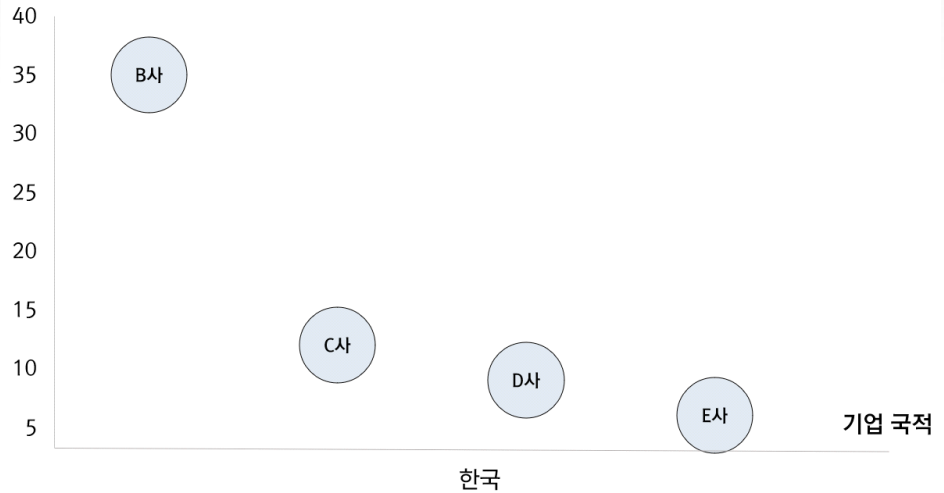
경쟁사 선정

· 경쟁제품 기업체

경쟁사 포지셔닝

· X축: 기업(제조사) 국적

· Y축: 동일품목 수



인도네시아(Indonesia)

즉석 떡볶이 경쟁기업 분석

제조사	국적	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	동일 품목 수
B사	한국	- 온라인 매장 - 오프라인 매장	- 자사 홈페이지 - SNS 플랫폼	- MUI 할랄 인증을 받은 - 전자레인지에 간편하게 먹을 수 있는 - 남녀노소 모두가 즐길 수 있는 - 빠질 수밖에 없는 강한 매운맛 - 중독성 있는 한국의 감칠맛 - 안심하고 먹을 수 있는 건강한 한 끼 식사	37개
C사	한국	- 온라인 매장 - 오프라인 매장	- 자사 홈페이지 - SNS 플랫폼	- 간편하게 실온보관 - 황금 레시피 국물에 쌀 떡이 쫄쫄! - 얼큰한 매운맛 - 쌀 떡이 더 쫄쫄하고 더 건강해요! - 매콤달콤 입맛 저격	12개
D사	한국	- 온라인 매장 - 오프라인 매장	- 자사 홈페이지 - SNS 플랫폼	- 매콤한 소스에 두꺼운 쌀 떡이 쫄! - 쫄깃한 쌀 떡에 어묵이 들어있어요 - 멸치육수로 우려낸 국물 - 짜장과 치킨, 떡볶이의 놀라운 조화 - 매콤한 고추장 향이 살아있는	9개
E사	한국	- 온라인 매장 - 오프라인 매장	자사 홈페이지	- 맛있게 매운 - 3분 간편 조리 - 자꾸 생각나는 매운 컵 떡볶이 - RTC(Ready to Cook) - Very Hot	6개

자료: 인도네시아 진출 즉석 떡볶이 경쟁기업 4개사 분석

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

인도네시아(Indonesia)

즉석 떡볶이 인터뷰

대상 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

- 식품 수입·유통업체 ○
- 즉석 떡볶이 취급 경험 ○

	코리너스 (Korinus)	무궁화 유통 (Mugunghwa Distribution)	삼원샵 (Samwon Shop)	인도마켓 (Indomaret)
업체 ▶	수입·유통업체	유통·소매업체	온라인 전용 소매업체	소매업체
즉석 떡볶이 ▶ 취급				
	반조리 떡볶이	반조리 떡볶이	수제 떡볶이	반조리 떡볶이
사진자료: 코리너스, 무궁화 유통, 삼원샵, 인도마켓 홈페이지				

인도네시아(Indonesia)

즉석 떡볶이 바이어 인터뷰

A사	코리너스 (Korinus)	무궁화 유통 (Mugunghwa Distribution)	삼원샵 (Samwon Shop)	인도마켓 (Indomaret)
36,129루피아 ³⁾ (2,800원) 제품 가격	A사 제품, 수입산 유사 제품 대비 합리적인 가격	A사 제품, 취급 제품 대비 합리적인 가격	수제 떡볶이 제품, 수입산 인스턴트 제품 대비 저렴한 편	할랄 취득 제품 기준 150g에 40,000루피아
120g (1인분) 제품 용량	120~150g 용량이 일반적	익숙치 않은 수입 식품 적은 용량 제품 선호	수입품 대부분 100~150g, 1인분 기준 120g 적당한 편	인도네시아 시장 기준 150g 정도가 적절한 편
매콤달콤한 맛 제품 맛	매콤·치즈·닭갈비 맛 선호 짜장 맛은 낮은 편	매운맛과 치즈 맛 선호 단 맛은 떡볶이 보다 디저트용으로 섭취	매콤하거나 짭짤한 자극적인 맛 선호 초콜릿 맛 피할 것	매운맛과 치즈 맛 가장 인기 매콤한 닭갈비 맛도 시장성 有
(-) 홍보 채널	한국 연예인 및 인플루언서 활용	한국 연예인 및 인플루언서 활용 온라인몰 제휴	한국 연예인 및 인플루언서 활용	SNS 소셜 미디어 활용 하이퍼마켓 내 시식 프로모션 행사 참여

(*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 4개사

3) 100루피아 = 7.75원 (2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Competitiveness

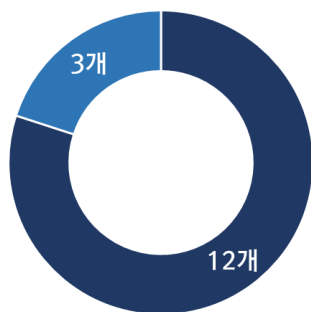
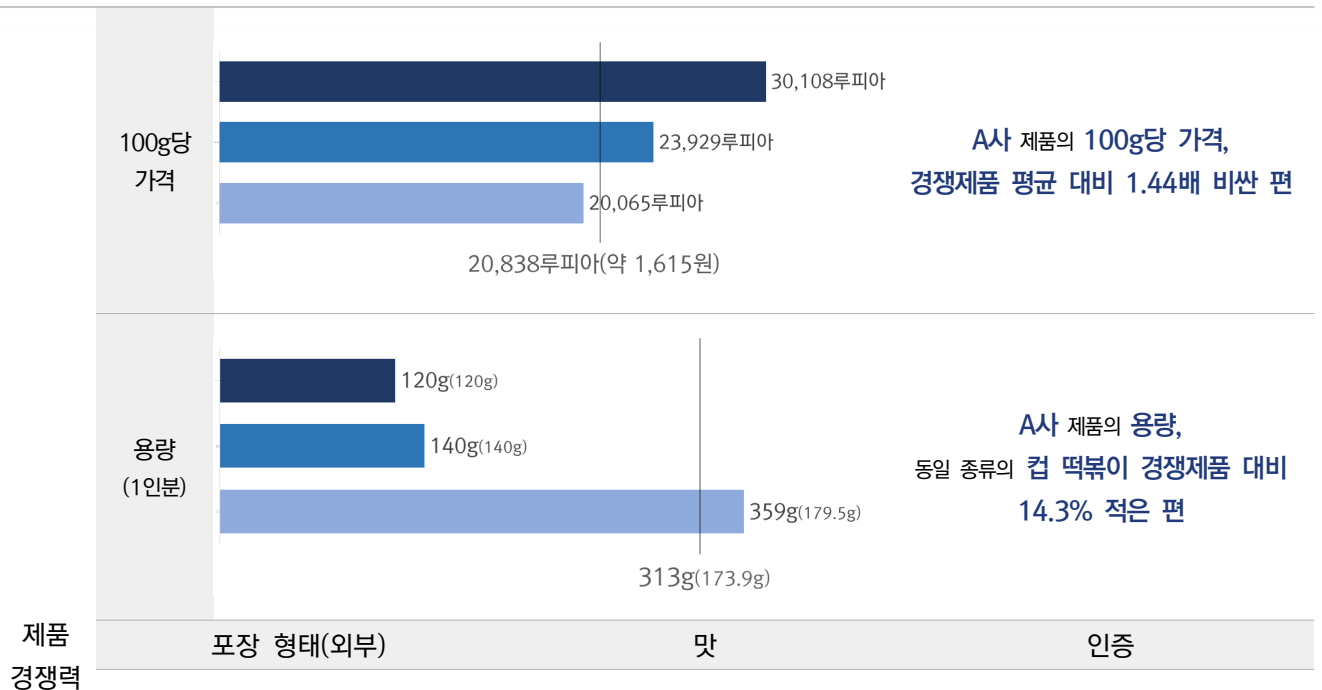
(경쟁력 파악)

인도네시아 (Indonesia) - 제품 경쟁력 검증

■ A사 제품 ■ 컵 떡볶이 ■ 반조리 떡볶이

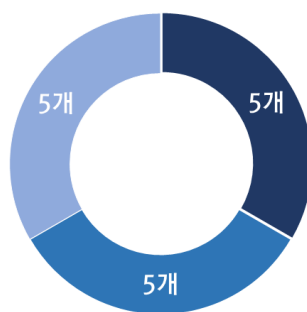
15개 경쟁제품 평균

경쟁력 평가 의견



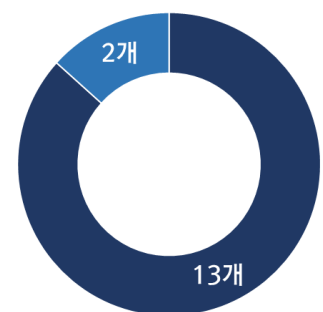
■ 플라스틱 파우치 ■ 종이컵

경쟁제품 중 12개 제품, 플라스틱 파우치 포장 사용



■ 오리지널 맛 ■ 매운맛 ■ 기타 맛

경쟁제품 중 10개 제품, 맛 종류 다각화



■ 2개 이상 인증 취득 ■ 1개 인증 취득

경쟁제품 중 13개 제품, BPOM 포함 2개 이상 인증 취득

		진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
마케팅 벤치마킹	경쟁사	경쟁기업 4개사 모두 인도네시아 온라인 및 오프라인 매장 진출	경쟁기업 4개사 중 3개사 홍보 채널로 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 활용	경쟁기업 4개사는 주로 맛과 편리성을 강조한 홍보 문구 활용

II. 경쟁제품(Competitive Product)

1. 인도네시아 즉석 떡볶이 경쟁제품 선정
2. 인도네시아 즉석 떡볶이 경쟁제품 조사지표 선정
3. 인도네시아 즉석 떡볶이 경쟁제품 포지셔닝
4. 인도네시아 즉석 떡볶이 경쟁제품 현지 조사 결과

1. 인도네시아 즉석 떡볶이 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

A사 제품 특징



제품명	미미떡볶이 매콤달콤한맛
품목	즉석 떡볶이
용량	120g
포장	종이컵
특징	쫄깃한 떡과 매콤달콤한 소스, 전자레인지 2분 완성

Step 01. 제품 분석



① 사전컨설팅기록지 수령

② A사 제품 분석

- 제품명 : 미미떡볶이 매콤달콤한맛
- 제품 품목 : 즉석 떡볶이
- 용량 : 120g
- 포장 형태 : 종이컵
- 특징 : 쫄깃한 떡과 매콤달콤한 소스, 전자레인지 2분 완성

Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑물 인기제품 확인



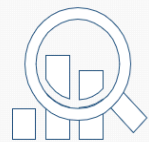
① 현지 주요 온라인 쇼핑물(Top 3) 확인 (수치는 브랜드 점유율)

1. 토크피디아(Tokopedia) : 34.3%
2. 쇼피(Shopee) : 17.5%
3. 부칼라팍(Bukalapak) : 12.9%

② 주요 온라인 쇼핑물 내 동일 품목 인기제품 확인

- 주요 온라인 쇼핑물별 Top 10 제품 확인
- 주요 온라인 쇼핑물 모두에서 확인 : 4개 제품
- 주요 온라인 쇼핑물 중 2개에서 확인 : 4개 제품

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정

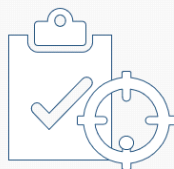
- 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
- 참여기업 선호 매장 : 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 한인마트

② 오프라인 매장 조사 제품 선정

- 현지 인기 제품, 제품의 용도에 따라 조사 제품 선정

③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석



① 현지 조사

- 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사

② 제품 분석

- (온·오프라인) 인기제품 선정
- 현지 인기제품 요인 분석

2) 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인

인도네시아 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	판매 식품 종류
 토코피디아	건강보조제, 빵, 신선식품, 음료 등
 쇼피	비타민, 유제품, 음료, 건강보조제 등
 부칼라팍	유제품, 차, 비타민, 스낵, 건강식품 등

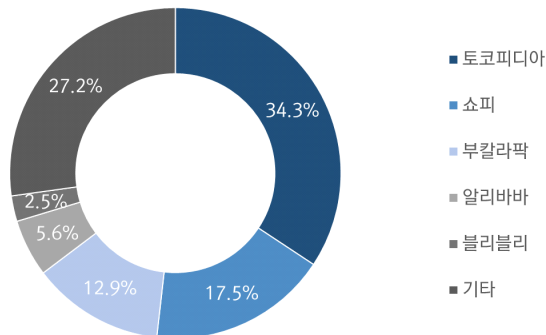
인도네시아 주요 온라인몰에서 모두 판매 중인 인기 경쟁제품

제품명	제조사
요쁘끼 오리지널 떡볶이	B사
요쁘끼 매운맛 떡볶이	B사
굿볶이 보통맛 떡볶이	E사
뽀로로 매콤떡볶이	F사

▶ 인도네시아 온라인 쇼핑몰 점유율 상위 3개, 토코피디아, 쇼피, 부칼라팍

유로모니터에 따르면, 2019년 기준 인도네시아 현지인들이 식품 구매를 위해 이용하는 온라인 쇼핑몰 상위 3개는 토코피디아(Tokopedia), 쇼피(Shopee), 부칼라팍(Bukalapak)으로 상위 3개 온라인 쇼핑몰의 점유율은 약 64.7%임

[표 2.1] 인도네시아 온라인 쇼핑몰 점유율



자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

▶ 해당 온라인 쇼핑몰 중 3곳에 모두 진출한 경쟁제품, 4개

인도네시아 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 총 4개 제품이 주요 온라인 쇼핑몰에서 모두 판매 중이며, 이외 4개 제품이 2개 온라인 쇼핑몰에서만 판매 중인 것으로 확인됨

[표 2.2] 인도네시아 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)

순위	토코피디아	쇼피	부칼라팍
1	요쁘끼 오리지널 떡볶이 (B사)	떡볶이 (I사)	요쁘끼 오리지널 떡볶이 (B사)
2	뽀로로 매콤떡볶이 (F사)	뽀로로 매콤떡볶이 (F사)	요쁘끼 매운맛 떡볶이 (B사)
3	불닭떡볶이 (G사)	요쁘끼 매운맛 떡볶이 (B사)	뽀로로 매콤떡볶이 (F사)
4	요쁘끼 짜장 떡볶이 (B사)	요쁘끼 오리지널 떡볶이 (B사)	뽀로로 크림떡볶이 (F사)
5	요쁘끼 매운맛 떡볶이 (B사)	굿볶이 보통맛 떡볶이 (E사)	요쁘끼 짜장 떡볶이 (B사)
6	굿볶이 보통맛 떡볶이 (E사)	불닭떡볶이 (G사)	굿볶이 보통맛 떡볶이 (E사)
7	매운국물 떡볶이 (H사)	요쁘끼 치즈 맛 떡볶이 (B사)	떡볶이 (I사)
8	뽀로로 짜장떡볶이 (F사)	뽀로로 크림떡볶이 (F사)	떡볶이 (I사)
9	불닭떡볶이 까르보나라 (G사)	더 매운 떡볶이 (C사)	누들 떡볶이 (D사)
10	굿볶이 짜장 떡볶이 (E사)	짜장 라볶이 (C사)	라이스 떡볶이 (D사)

3개 온라인 쇼핑몰에서 판매 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매

자료 : 토코피디아(Tokopedia) 홈페이지, 쇼피(Shopee) 홈페이지, 부칼라팍(Bukalapak) 홈페이지

3) 조사 지역 및 오프라인 매장 선정

인도네시아 자카르타 정보⁴⁾

인구('20)	약 1,064만 500명
인구 밀도('20)	16,025명/km ²
면적	664.01km ²

A사 진출 선호 매장

하이퍼마켓
슈퍼마켓
백화점
편의점
한인마트
약국

▶ 인도네시아 자카르타, 방문지역으로 선정

인도네시아 자바섬 서부의 북부해안 지역에 위치한 자카르타(Jakarta)를 방문 지역으로 선정함. 자바섬에는 인도네시아 인구의 절반인 약 1억 2천만 명이 거주하고 있으며 전체 소비시장의 75%를 차지하는 것으로 확인됨. 자카르타는 인도네시아의 수도이자 최대 도시로 경제, 문화의 중심 역할을 하고 있으며 2021년에는 자바섬의 대도시인 반둥, 족자카르타, 수라바야 등을 잇는 고속 철도가 개통될 예정임

▶ 현지 조사매장 선정, 하이퍼마켓, 한인마트

인도네시아 즉석식품(Ready Meals)⁵⁾의 유통채널 별 점유율을 확인한 결과, 하이퍼마켓이 38.7%로 가장 높았으며, 슈퍼마켓 30.5%, 개인 소매점 16.2%, 편의점 11.1%, 온라인 쇼핑물 3.5%로 확인됨. 이에 각 유통채널별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사 매장을 선정함

[표 2.3] 인도네시아 즉석 떡볶이 주요 유통채널 현황

채널 분류	점유율	주요 매장
하이퍼마켓	38.7%	까르푸(Carrefour), 하이퍼마트(Hypermart), 자이언트(Giant), 롯데마트(Lotte Mart)
슈퍼마켓	30.5%	슈퍼 인도(Super Indo), 히어로(Hero), 파머스마켓(Farmer's Market), 라마야나(Ramayana)
개인 소매점	16.2%	(-)
편의점	11.1%	인도마켓(Indomaret), 알파마트(Alfamart), 써클케이(Circle K), 알파 미디(Alfa Midi), 패밀리 마트(Family Mart)
온라인 쇼핑물	3.5%	토코피디아(Tokopedia), 쇼피(Shopee), 부칼라팍(Bukalapak)

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

4) 자료: 인도네시아 중앙통계청(BPS, Badan Pusat Statistik) 홈페이지 (www.bps.go.id)

5) '즉석 떡볶이'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 즉석식품(Ready Meals)의 정보를 확인함

4) 경쟁제품 선정

▶ 경쟁제품 선정 기준 ① 인기제품

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정
(*) 토코피아(Tokopedia), 쇼피(Shopee), 부칼라팍(Bukalapak)
- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정
(*) 하이퍼마트(Hypermart), 그랜드럭키(Grand Lucky), 무궁화(Mugunghwa)

▶ 경쟁제품 선정 기준 ② 제품 종류

- 컵 떡볶이: 끓는 물이나 열로 간단히 조작해 먹을 수 있는 컵라면 형태의 가공식품
- 반조리 떡볶이: 간단하게 조리하여 먹을 수 있도록 재료를 미리 손질하여 놓은 식품

[표 2.4] 인도네시아 즉석 떡볶이 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	컵 떡볶이	반조리 떡볶이
① 요쁘끼 매운맛 떡볶이 (B사)	○ (1개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)	○	
② 요쁘끼 짜장 떡볶이 (B사)	○ (2개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)	○	
③ 요쁘끼 오리지널 떡볶이 (B사)	○ (2개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)	○	
④ 요쁘끼 매운맛 떡볶이 (B사)	○ (2개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)		○
⑤ 요쁘끼 짜장 떡볶이 (B사)	○ (2개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)		○
⑥ 요쁘끼 오리지널 떡볶이 (B사)	○ (2개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)		○
⑦ 치즈 떡볶이 (C사)	○ (3개 매장 쉐)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)		○
⑧ 매운 떡볶이 (C사)	○ (3개 매장 쉐)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)		○
⑨ 국물 떡볶이 (C사)	○ (3개 매장 쉐)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)		○
⑩ 짜장 떡볶이 (C사)	○ (2개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)		○
⑪ 학교앞 국물 떡볶이 (C사)	○ (1개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)		○
⑫ 라이스 떡볶이 (D사)	○ (2개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)		○
⑬ 누들 떡볶이 (D사)	○ (1개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)		○
⑭ 굿볶이 짜장 떡볶이 (E사)	○ (1개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)		○
⑮ 굿볶이 매운 떡볶이 (E사)	○ (1개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)		○

(*) 현지 판매 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑몰 인기제품

2. 인도네시아 즉석 떡볶이 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 조사 지표 ① 가격

- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 소비자가격
- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 100g당 가격

▶ 조사 지표 ② 용량

- 제품의 1회 섭취 용량

▶ 조사 지표 ③ 제품 종류

- 컵 떡볶이: 끓는 물이나 열로 간단히 조작해 먹을 수 있는 컵라면 형태의 가공식품
- 반조리 떡볶이: 간단하게 조리하여 먹을 수 있도록 재료를 미리 손질하여 놓은 식품

▶ 조사 지표 ④ 포장 형태

- 제품을 포장하고 있는 용기의 형태와 소재
- 포장 형태(외부포장)
 - 종이컵: 종이 소재의 상자 용기
 - 플라스틱 파우치: 플라스틱 소재의 파우치에 내용물을 포장한 용기

▶ 조사 지표 ⑤ 유통기한

- 제품의 유통기한
- ※ 권장 섭취 날짜(Best Before) 형태로 기재되어 조사날짜(2020.10.20.)를 기준으로 남은 일수를 계산하여 임의로 기재함

▶ 조사 지표 ⑥ 맛

- 제품의 맛

▶ 조사 지표 ⑦ 원산지

- 제품의 원산지

▶ 조사 지표 ⑧ 홍보 문구

- 제품의 홍보 문구

보유 인증 마크⁶⁾



BPOM



HALAL



HACCP⁷⁾



Green Certification

▶ 조사 지표 ⑨ 제품 수입상 정보

- 제품의 수입상 정보

▶ 조사 지표 ⑩ 주요 원료 및 첨가물

- 제품의 주요 원료 및 첨가물

▶ 조사 지표 ⑪ 보유 인증

- 제품이 보유한 인증

[표 2.5] 인도네시아 즉석 떡볶이 경쟁제품 주요 인증 정보

인증 종류	인증 내용
BPOM	인도네시아 식품의약품안전처에서 부여하는 인증으로, 의료기구, 가정용 기구, 화학약품, 의약품 등에 대한 안전기준을 통과한 제품임을 인증
HALAL	무슬림이 먹거나 사용할 수 있도록 이슬람 율법에 따라 도살, 처리, 가공된 식품에 부여되는 인증
HACCP	식품의 원재료부터 최종소비자가 섭취하기 전까지의 전 단계에서 발생할 수 있는 위해요소를 관리하는 위생관리 시스템 인증
Green Certification	저탄소 녹색성장 기본법에 의거하여 유망한 녹색기술 또는 사업을 인증하고 지원하는 제도에 의한 인증

▶ 조사 지표 ⑫ 기타 표기사항

- 제품 라벨에 표기된 사항

6) 로고 디자인은 기업에 따라 상이할 수 있음

7) 자료: 한국식품안전관리인증원 홈페이지 (haccp.or.kr)

[표 2.6] 인도네시아 즉석 떡볶이 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값		지표 값 정의
가격	소비자가격		오프라인 채널에서 판매되는 제품의 소비자가격
	100g당 가격		제품의 100g당 가격
용량	용량		제품의 1회 섭취 용량
제품 종류	컵 떡볶이		끓는 물이나 열로 간단히 조작해 먹을 수 있도록 만든 컵라면 형태의 가공식품
	반조리 떡볶이		간단하게 조리하여 먹을 수 있도록 재료를 미리 손질하여 놓은 식품
포장 형태	외부	종이컵	종이 소재의 컵 용기
		플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치에 내용물을 포장한 용기
유통기한			제품의 유통기한 ※ 권장 섭취 날짜(Best Before) 형태로 기재되어 조사날짜(2020.10.20.)를 기준으로 남은 일수를 계산하여 임의로 기재함
맛			제품의 맛
원산지			제품의 원산지
제품 수입상 정보			제품의 수입상 정보
주요 원료 및 첨가물			제품의 주요 원료 및 첨가물
보유 인증	BPOM		인도네시아 식품의약품안전처에서 부여하는 인증으로, 의료가구, 가정용 기구, 화약, 약품, 의약품 등에 대한 안전기준을 통과한 제품임을 인증
	HALAL		무슬림이 먹거나 사용할 수 있도록 이슬람 율법에 따라 도살, 처리, 가공된 식품에 부여되는 인증
	HACCP		식품의 원재료부터 최종소비자가 섭취하기 전까지의 전 단계에서 발생할 수 있는 위해요소를 관리하는 위생관리 시스템 인증
	Green Certification		저탄소 녹색성장 기본법에 의거하여 유망한 녹색기술 또는 사업을 인증하고 지원하는 제도에 의한 인증

3. 인도네시아 즉석 떡볶이 경쟁제품 포지셔닝

경쟁제품(제조사)

- ① 요뽕끼 매운맛 떡볶이 (B사)
- ② 요뽕끼 짜장 떡볶이 (B사)
- ③ 요뽕끼 오리지널 떡볶이 (B사)
- ④ 요뽕끼 매운맛 떡볶이 (B사)
- ⑤ 요뽕끼 짜장 떡볶이 (B사)
- ⑥ 요뽕끼 오리지널 떡볶이 (B사)
- ⑦ 치즈 떡볶이 (C사)
- ⑧ 매운 떡볶이 (C사)
- ⑨ 국물 떡볶이 (C사)
- ⑩ 짜장 떡볶이 (C사)
- ⑪ 학교앞 국물 떡볶이 (C사)
- ⑫ 라이스 떡볶이 (D사)
- ⑬ 누들 떡볶이 (D사)
- ⑭ 굿볶이 짜장 떡볶이 (E사)
- ⑮ 굿볶이 매운 떡볶이 (E사)

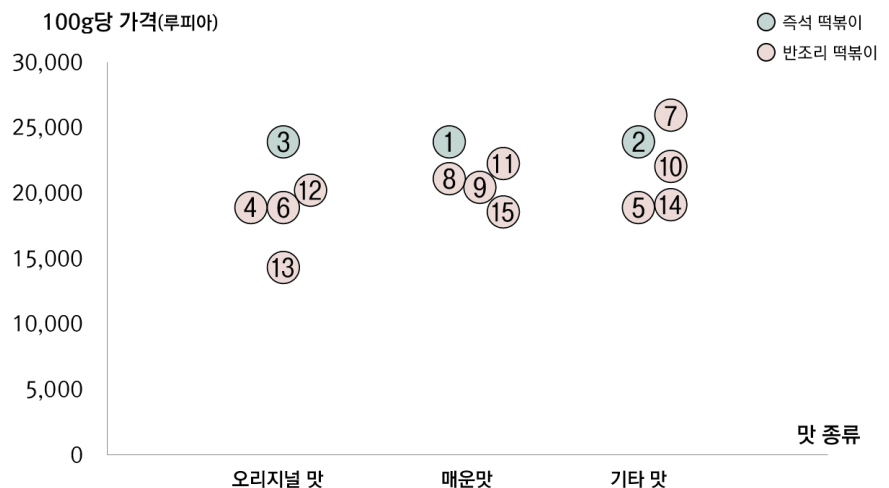
▶ 포지셔닝 ① : 제품 종류별 평균 100g당 가격, 반조리 떡볶이가 비교적 저렴

인도네시아 오프라인 매장에서 조사된 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개 제품은 그 종류에 따라 컵 떡볶이 3개, 반조리 떡볶이 12개로 확인됨. 경쟁제품의 제품 종류별 평균 100g당 가격을 비교한 결과, 반조리 떡볶이가 20,065루피아(약 1,555원)로 컵 떡볶이 제품 23,929루피아(약 1,854원)⁸⁾ 대비 약 16.1% 저렴한 것으로 확인됨

▶ 포지셔닝 ② : 맛 종류별 평균 100g당 가격, 오리지널 맛 제품이 가장 저렴

인도네시아 오프라인 매장에서 조사된 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개 제품은 맛 종류에 따라 오리지널 맛 5개, 매운맛 5개, 기타(치즈·짜장) 맛 5개로 분류됨. 맛 종류별 평균 100g당 가격은 기타 맛 제품이 21,987루피아(약 1,704원)로 가장 가격대가 높으며, 가장 저렴한 오리지널 맛 19,259루피아(약 1,493원) 대비 약 14.2% 비싼 것으로 확인됨. 그 외 매운맛 제품은 21,266루피아(약 1,648원)로 오리지널 맛 대비 약 10.4% 비싸며, 기타 맛 대비 약 3.3% 저렴한 수준으로 파악됨

[표 2.7] 인도네시아 즉석 떡볶이 경쟁제품 포지셔닝



자료: 인도네시아 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개 분석

8) 100루피아 = 7.75원 (2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

4. 인도네시아 즉석 떡볶이 경쟁제품 현지 조사 결과

▶ 인도네시아 자카르타에 위치한 하이퍼마켓, 한인마트 방문

인도네시아 자카르타에 위치한 하이퍼마켓 하이퍼마트(Hypermart), 그랜드럭키(Grand Lucky)와 한인마트 무궁화(Mugunghwa)를 방문함. 하이퍼마트는 인도네시아에서 하이퍼마켓 점유율 22.4%⁹⁾를 차지하는 상위 2위 브랜드로 인도네시아 전역에 걸쳐 약 115개 매장¹⁰⁾을 운영하고 있음

[표 2.8] 인도네시아 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사매장 특징
하이퍼마트 (Hypermart)	하이퍼마켓	4	· 식음료, 식자재, 생활용품 등 취급 · 인도네시아 대표 하이퍼마켓 · 고급·보급형 제품을 구비하여 넓은 타겟 층 확보 · 현지인이 쇼핑을 위해 많이 방문함
그랜드럭키 (Grand Lucky)		10	· 식음료, 식자재, 생활용품 등 취급 · 고급·외국 수입 제품을 쉽게 접할 수 있음 · 다양한 계층·인종·국적의 소비자 방문
무궁화 (Mugunghwa)	한인마트	1	· 식음료, 식자재, 생활용품 등 취급 · 한국 제품을 쉽게 구매 가능 · 현지인과 한국인 방문자가 많음



지도자료: 구글맵(Google Maps)

9) 자료: 유로모니터(Euromonitor)

10) 자료: 스탯ISTA(Statista)

Shop ① 하이퍼마트(Hypermart)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
식음료, 가정용품 등 생활 필수품을 판매함
- 주요 고객층:
지역 주민, 현지 거주 외국인

브랜드 기본 정보 ¹¹⁾			하이퍼마트는 1986년 설립된 인도네시아 슈퍼마켓 브랜드임. 식료품, 가정 용품 등 생활 필수품을 비교적 저렴한 가격으로 판매하며 배달 서비스를 제공하기도 함
	조사 제품 수: 4개		
매장 정보			
	위치	자카르타 Jl Pangeran Antasari No 36, Gedung Lippo Mall, Kemang Village No.11, RT.11/RW.5, Bangka, Kec. Mampang Prpt., Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12150, Indonesia	
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
떡볶이 판매 정보	판매 떡볶이 제품 정보		
			
	치즈 떡볶이 (C사)	매운 떡볶이 (C사)	
			
	국물 떡볶이 (C사)	라이스 떡볶이 (D사)	

사진자료: 현지 조사원 자료

11) 하이퍼마트(Hypermart) 홈페이지 (www.hypermart.co.id)



제품명 (영어)	치즈 떡볶이 (Cheese Toppokki)	제조사	C사
제품 종류	반조리 떡볶이	용량	332g (2인분)
소비자가격	86,250루피아 (6,684원)	100g당 가격	25,979루피아 (2,013원)
원산지	한국	맛	치즈 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	5개월
수입자	꼬인 부미 (Koin Bumi)	인증	BPOM, HACCP
기타 표기사항	간편하게 8분 완성, 간편한 실온보관, 우리쌀 100%	홍보 문구	고소한 파마산치즈와 쌀떡이 쫄쫄
주요 원료 및 첨가물	쌀, 소금, 알코올, 치커리 액, 곡물, 설탕, 체다치즈, 고춧가루, 식초		



제품명 (영어)	치즈 떡볶이 (Cheese Toppokki)	제조사	C사
제품 종류	반조리 떡볶이	용량	400g (2인분)
소비자가격	84,500루피아 (6,549원)	100g당 가격	21,125루피아 (1,637원)
원산지	한국	맛	아주 매운맛
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	5개월
수입자	꼬인 부미 (Koin Bumi)	인증	BPOM, HACCP
기타 표기사항	간편하게 8분 완성, 간편한 실온보관, 우리쌀 100%	홍보 문구	매운맛 고수용! 화끈한 매운맛에 도전하세요~
주요 원료 및 첨가물	쌀, 소금, 알코올, 치커리 액, 설탕, 고춧가루		



제품명 (영어)	국물 떡볶이 (Geung-Mool Toppokki)	제조사	C사
제품 종류	반조리 떡볶이	용량	422g (2인분)
소비자가격	86,250루피아 (6,684원)	100g당 가격	20,438루피아 (1,584원)
원산지	한국	맛	얼큰한 매운맛
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	5개월
수입자	꼬인 부미 (Koin Bumi)	인증	BPOM, HACCP
기타 표기사항	간편하게 8분 완성, 간편한 실온보관, 우리쌀 100%	홍보 문구	황금레시피 국물에 쌀떡이 쫄쫄
주요 원료 및 첨가물	쌀, 소금, 알코올, 차커리 액, 설탕, 고춧가루		

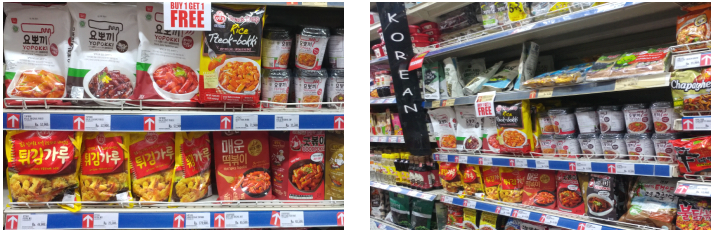


제품명 (영어)	라이스 떡볶이 (Rice Tteok-bokki)	제조사	D사
제품 종류	반조리 떡볶이	용량	426g (2인분)
소비자가격	86,250루피아 (6,684원)	100g당 가격	20,246루피아 (1,569원)
원산지	한국	맛	오리지널 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	7개월
수입자	인도프레시 (Indofresh)	인증	BPOM, HACCP
기타 표기사항	5-6분 완성	홍보 문구	한국 소울 푸드, 한국인이 가장 좋아하는 음식
주요 원료 및 첨가물	김, 해바라기 씨, 와사비, 소금		

Shop ② 그랜드럭키(Grand Lucky)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
과일, 채소, 육류, 생선 등의
신선식품, 가공식품, 음료 등을
주로 판매함
- 주요 고객층:
지역 주민, 현지 거주 외국인

브랜드 기본 정보 ¹²⁾	 그랜드럭키는 2011년에 설립된 하이퍼마켓 체인으로 5개의 매장을 보유하고 있음. 창고형 매장으로 대량 구매 가능하며, 다양한 수입 제품을 취급하고 자체적으로 유통하고 있음. 포인트 적립 및 프로모션 기간 내 가격 할인 등의 혜택을 제공하는 멤버십 제도를 운영하고 있음	
	조사 제품 수: 10개	
매장 정보		
	위치	자카르타 Kawasan Niaga Terpadu Sudirman (SCBD, Jl. Jend. sudirman kav 52-53 No.Lot 12, RT.5/RW.3, Senayan, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12190, Indonesia
매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		
떡볶이 판매 정보	판매 떡볶이 제품 정보	
	 요쁘끼 매운맛 떡볶이 (B사)	 요쁘끼 짜장 떡볶이 (B사)
	 요쁘끼 오리지널 떡볶이 (B사)	 요쁘끼 매운맛 떡볶이 (B사)
	 요쁘끼 짜장 떡볶이 (B사)	 요쁘끼 오리지널 떡볶이 (B사)
	 짜장 떡볶이 (C사)	 학교앞 국물 떡볶이 (C사)
	 국볶이 짜장 떡볶이 (E사)	 국볶이 매운 떡볶이 (E사)

사진자료: 현지 조사원 자료

12) 그랜드럭키(Grand lucky) 홈페이지 (www.grandlucky.co.id)



제품명 (영어)	요뽕끼 매운맛 떡볶이 (YOPOKKI Spicy Topokki)	제조사	B사
제품 종류	즉석 떡볶이	용량	140g (1인분)
소비자가격	33,500루피아 (2,596원)	100g당 가격	23,929루피아 (1,854원)
원산지	한국	맛	매운맛
포장 형태	종이컵	유통기한	10개월
수입자	인도군나 우파마 (Indoguna Utama)	인증	BPOM, HALAL

원료 및 첨가물

쌀, 물, 옥수수, 붉은 후추, 토마토소스, 베트남 고추



제품명 (영어)	요뽕끼 짜장 떡볶이 (YOPOKKI Jajang Topokki)	제조사	B사
제품 종류	즉석 떡볶이	용량	140g (1인분)
소비자가격	33,500루피아 (2,596원)	100g당 가격	23,929루피아 (1,854원)
원산지	한국	맛	짜장 맛
포장 형태	종이컵	유통기한	9개월
수입자	인도군나 우파마 (Indoguna Utama)	인증	BPOM, HALAL

원료 및 첨가물

쌀, 물, 춘장, 과일맛 설탕



제품명 (영어)	요뽀끼 오리지널 떡볶이 (YOPOKKI Original Topokki)	제조사	B사
제품 종류	즉석 떡볶이	용량	140g (1인분)
소비자가격	33,500루피아 (2,596원)	100g당 가격	23,929루피아 (1,854원)
원산지	한국	맛	오리지널 맛
포장 형태	종이컵	유통기한	9개월
수입자	인도군나 우파마 (Indoguna Utama)	인증	BPOM, HALAL

원료 및 첨가물

쌀, 물, 고추장, 파프리카, 소금



제품명 (영어)	요뽀끼 매운맛 떡볶이 (YOPOKKI Spicy Topokki)	제조사	B사
제품 종류	반조리 떡볶이	용량	280g (2인분)
소비자가격	52,900루피아 (4,100원)	100g당 가격	18,893루피아 (1,464원)
원산지	한국	맛	오리지널 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	10개월
수입자	인도군나 우파마 (Indoguna Utama)	인증	BPOM, HALAL, Green Certification
홍보 문구	자연의 좋은 재료, 정성으로 만든 떡볶이. 건강하고 맛있는 요뽀끼를 어디서나 간편하게 즐기세요!	원료 및 첨가물	쌀, 물, 옥수수, 붉은 후추, 토마토소스, 베트남 고추



제품명 (영어)	요뽕끼 짜장 떡볶이 (YOPOKKI Jajang Topokki)	제조사	B사
제품 종류	반조리 떡볶이	용량	280g (2인분)
소비자가격	52,900루피아 (4,100원)	100g당 가격	18,893루피아 (1,464원)
원산지	한국	맛	짜장 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	9개월
수입자	인도군나 우따마 (Indoguna Utama)	인증	BPOM, HALAL, Green Certification
홍보 문구	자연의 좋은 재료, 정성으로 만든 떡볶이. 건강하고 맛있는 요뽕끼를 어디서나 간편하게 즐기세요!	원료 및 첨가물	쌀, 물, 춘장, 고추장, 파프리카, 소금



제품명 (영어)	요뽕끼 오리지널 떡볶이 (YOPOKKI Original Topokki)	제조사	B사
제품 종류	반조리 떡볶이	용량	280g (2인분)
소비자가격	52,900루피아 (4,100원)	100g당 가격	18,893루피아 (1,464원)
원산지	한국	맛	오리지널 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	9개월
수입자	인도군나 우따마 (Indoguna Utama)	인증	BPOM, HALAL, Green Certification
홍보 문구	자연의 좋은 재료, 정성으로 만든 떡볶이. 건강하고 맛있는 요뽕끼를 어디서나 간편하게 즐기세요!	원료 및 첨가물	쌀, 물, 고추장, 파프리카, 소금



제품명 (영어)	짜장 떡볶이 (Jajang Toppokki)	제조사	C사
제품 종류	반조리 떡볶이	용량	358g (2인분)
소비자가격	78,900루피아 (6,115원)	100g당 가격	22,039루피아 (1,708원)
원산지	한국	맛	짜장 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	6개월
수입자	꼬인 부미 (Koin Bumi)	인증	BPOM, HACCP
기타 표기사항	간편하게 8분 완성, 간편한 실온보관, 깔끔한 매운맛, 우리쌀 100%	홍보 문구	볶은 춘장으로 제대로 맛을 낸 졸깃한 순쌀 떡볶이!
원료 및 첨가물	쌀, 소금, 알코올, 치커리 액, 설탕, 치킨가루, 후추 가루		



제품명 (영어)	학교앞 국물 떡볶이 (Hakkyoap Geung-Mool Topokki)	제조사	C사
제품 종류	반조리 떡볶이	용량	372g (2인분)
소비자가격	82,900루피아 (6,425원)	100g당 가격	22,285루피아 (1,727원)
원산지	한국	맛	보통 매운맛
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	7개월
수입자	꼬인 부미 (Koin Bumi)	인증	BPOM, HACCP
기타 표기사항	간편하게 8분 완성, 간편한 실온보관, 우리쌀 100%	홍보 문구	국물소스와 함께 한입에 쓱~, 말랑말랑 쫄떡!
원료 및 첨가물	쌀, 소금, 알코올, 치커리 액, 설탕, 고춧가루		



제품명 (영어)	굿볶이 짜장 떡볶이 (GoodPokki with Jjajang Sauce)	제조사	E사
제품 종류	반조리 떡볶이	용량	343g (2인분)
소비자가격	65,500루피아 (5,076원)	100g당 가격	19,096루피아 (1,480원)
원산지	한국	맛	짜장 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	9개월
수입자	리브라 푸드 서비스 (Libra Food Service)	인증	BPOM
기타 표기사항	4분 완성, 바로 조리할 수 있는	홍보 문구	대표간식!, 맛있게 만들어 먹는 짜장 떡볶이
원료 및 첨가물	김, 카놀라유, 참기름, 소금		



제품명 (영어)	굿볶이 매운 떡볶이 (GoodPokki with Hot Sauce)	제조사	E사
제품 종류	반조리 떡볶이	용량	353g (2인분)
소비자가격	65,500루피아 (5,076원)	100g당 가격	18,555루피아 (1,438원)
원산지	한국	맛	매운맛
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	9개월
수입자	리브라 푸드 서비스 (Libra Food Service)	인증	BPOM
기타 표기사항	4분 완성, 바로 조리할 수 있는, 매운맛	홍보 문구	대표간식!, 맛있게 만들어 먹는 매운 떡볶이
원료 및 첨가물	김, 카놀라유, 참기름, 소금		

Shop ③ 무궁화(Mugunghwa)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
다양한 한국산 제품을 취급하며
PB상품을 개발, 판매함
- 주요 고객층:
지역 주민, 현지 거주 한국인

브랜드 기본 정보¹³⁾



무궁화는 한국 제품 전문 수입 및 유통업체로, 1986년 인도네시아에 첫 매장을 개점함. 현재 인도네시아 내 8개 매장을 운영 중이며 최근에는 PB 상품을 개발하여 저렴한 한국식 제품을 판매함. 인도네시아 내 한국 식품 전파에 앞장서고 있음

조사 제품 수: 1개

매장 정보



위치

자카르타

Alan Darmawangsa Raya Blok A No.2,
RT.2/RW.1, Pulo, Kebayoran Baru, RT.2/RW.1,
Pulo, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah
Khusus Ibukota Jakarta 12160, Indonesia

매장 내부 전경



판매 떡볶이 제품 정보

떡볶이 판매 정보



누들 떡볶이
(D사)

사진자료: 현지 조사원 자료

13) 무궁화(Mugunghwa) 홈페이지 (mugunghwa.co.id)



제품명 (영어)	누들 떡볶이 (Noodle Tteok-bokki)	제조사	D사
제품 종류	반조리 떡볶이	용량	436g (2인분)
소비자가격	62,500루피아 (4,844원)	100g당 가격	14,335루피아 (1,111원)
원산지	한국	맛	오리지널 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	8개월
수입자	꼬인 부미 (Koin Bumi)	인증	BPOM, HACCP
기타 표기사항	4-5분 완성	홍보 문구	한국 소울 푸드, 한국인이 가장 좋아하는 음식
원료 및 첨가물	쌀, 밀가루, 소금, 알코올, 치커리 액, 설탕, 고춧가루		

Ⅲ. 경쟁기업(Competitor)

1. 인도네시아 즉석 떡볶이 경쟁기업 선정
2. 인도네시아 즉석 떡볶이 경쟁기업 현황
3. 인도네시아 즉석 떡볶이 경쟁기업 세부정보

1. 인도네시아 즉석 떡볶이 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 4개사 선정

인도네시아 오프라인 매장에 진출한 즉석 떡볶이 제조 경쟁기업 중, 기업 규모를 기준으로 한국 기업 B사, C사, D사 그리고 E사를 선정하여 총 4개 경쟁기업을 선정함. 선정된 4개 기업 중 D사를 제외한 3개 사는 컵 떡볶이 및 반조리 떡볶이 제품을 모두 취급하는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 4개사, 평균 35년 업력 보유

선정된 경쟁기업 4개사는 약 35년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨. B사는 1993년 설립되어 27년의 업력을 보유하고 있으며, C사는 51년, D사 51년, E사는 12년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 4개사의 즉석 떡볶이¹⁴⁾ 동일품목 종류 조사

인도네시아에 진출한 경쟁기업 4개사가 판매하고 있는 즉석 떡볶이의 동일품목 수를 조사한 결과 B사가 37개로 경쟁기업 4개사 중 가장 많은 동일품목 수를 보유하고 있는 것으로 확인됨. 그 외 경쟁기업의 동일품목 수는 C사가 12개, D사 9개, E사 6개로 조사됨

[표 3.1] 즉석 떡볶이 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
B사	한국	27년	37개
C사	한국	51년	12개
D사	한국	51년	9개
E사	한국	12년	6개

자료: 인도네시아 진출 즉석 떡볶이 경쟁기업 4개사 분석

14) 해당 보고서에서 동일품목이란 즉석 떡볶이, 반조리 떡볶이를 포함한 모든 종류의 떡볶이 제품을 의미함

2. 인도네시아 즉석 떡볶이 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 4개사 모두 인도네시아 오프라인 매장과 온라인 채널 진출

경쟁기업 4개사는 모두 인도네시아 오프라인 매장에 진출함. 인도네시아 최대 규모의 한인 매장인 무궁화(Mugunghwa)에 진출한 기업 수가 3개(B사, C사, D사), 그랜드럭키(Grand Lucky)에 진출한 기업 수가 3개사(B사, C사, E사)로 가장 많으며, 인도네시아 하이퍼마켓 점유율 2위 브랜드 하이퍼마트(Hypermart)에 진출한 기업은 2개사(C사, D사)로 확인됨. 또한, 경쟁기업 4개사 모두 현지 온라인 채널인 토코피디아(Tokopedia), 쇼피(Shopee), 부칼라팍(Bukalapak)에 진출한 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업 4개사 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 동시에 활용

인도네시아 시장에 진출한 경쟁기업 4개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 4개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보를 제공하고 있으며, E사를 제외한 3개사가 제품 정보를 제공하고 있음. E사를 제외한 3개사가 모두 영어를 이용한 글로벌 홈페이지를 운영하고 있으며 B사와 C사는 추가로 중국 및 일본 언어를 제공하고 있는 것으로 확인됨. E사는 자사 홈페이지 이외에 별도의 SNS채널을 운영하고 있지 않으며 B사, C사, D사 모두 SNS 플랫폼을 한국어로 운영하고 있어 인도네시아에서의 제품 홍보 활동은 미미한 것으로 판단됨. B사, C사, D사 모두 페이스북 페이지를 운영하며, C사와 D사는 유튜브, 블로그, 인스타그램을 추가로 활용하는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 홍보 문구로 제품의 맛과 편리성을 강조하여 홍보

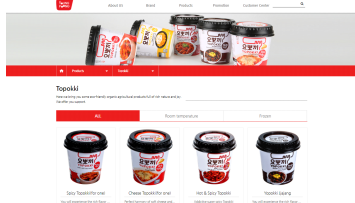
인도네시아 시장에 진출한 경쟁기업들은 제품 홍보 시 주로 제품의 맛과 간편함을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품의 맛을 강조한 문구로는 ‘빠질 수밖에 없는 강한 매운맛’, ‘얼큰한 매운맛’, ‘매콤한 고추장 향이 살아있는’ 등이 있으며, 제품 조리 방식의 편리성을 강조하는 문구로 ‘전자레인지에 간편하게 먹을 수 있는’, ‘간편하게 실온보관’, ‘3분 간편 조리’ 등의 홍보 문구를 사용하는 것으로 조사됨. 그 외 ‘남녀노소 모두가 즐길 수 있는’, ‘쌀 떡이 더 쫄득하고 더 건강해요’와 같이 제품 관련된 특징을 강조하는 문구도 사용하는 것으로 확인됨

[표 3.2] 인도네시아 즉석 떡볶이 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
B사	- 오프라인 매장 - 그랜드럭키 - 무궁화	자사 홈페이지 (글로벌)	- MUI 할랄 인증을 받은 - 전자레인지에 간편하게 먹을 수 있는 - 남녀노소 모두가 즐길 수 있는 - 빠질 수밖에 없는 강한 매운맛 - 중독성 있는 한국의 감칠맛 - 안심하고 먹을 수 있는 건강한 한 끼 식사
	- 온라인 매장 - 토코피디아 - 쇼피 - 부칼라팍	- SNS 플랫폼 - 페이스북	
C사	- 오프라인 매장 - 하이퍼마트 - 그랜드럭키 - 무궁화	자사 홈페이지 (글로벌)	- 간편하게 실온보관 - 황금 레시피 국물에 쌀 떡이 쏙쏙! - 얼큰한 매운맛 - 쌀 떡이 더 쫄쫄하고 더 건강해요! - 매콤달콤 입맛 저격
	- 온라인 매장 - 토코피디아 - 쇼피 - 부칼라팍	- SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브	
D사	- 오프라인 매장 - 하이퍼마트 - 무궁화	자사 홈페이지 (글로벌)	- 매콤한 소스에 두꺼운 쌀 떡이 쏙! - 쫄깃한 쌀 떡에 어묵이 들어있어요 - 멸치육수로 우려낸 국물 - 짜장과 치킨, 떡볶이의 놀라운 조화 - 매콤한 고추장 향이 살아있는
	- 온라인 매장 - 토코피디아 - 쇼피 - 부칼라팍	- SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브	
E사	- 오프라인 매장 - 그랜드럭키	자사 홈페이지	- 맛있게 매운 - 3분 간편 조리 - 자꾸 생각나는 매운 컵 떡볶이 - RTC(Ready to Cook) - Very Hot
	- 온라인 매장 - 토코피디아 - 쇼피 - 부칼라팍		

자료: 인도네시아 진출 즉석 떡볶이 경쟁기업 4개사 분석

3. 인도네시아 족석 떡볶이 경쟁기업 세부정보

동일품목 종류		① B사	
① 요뽕끼 치즈 떡볶이 (Cheese Topokki) 	기업 기본 정보 ¹⁵⁾	기업명	B사
		홈페이지	www.ypfoods.co.kr
		위치	64 Sungseogongdan North Road, Dalseogu, Daegu, Republic of Korea
		규모	동일품목 수 37개
			설립년도 1993년
② 요뽕끼 화끈하고 매운 후 떡볶이 (Hot & Spicy Topokki) 	기업 진출 채널	 〈오프라인 매장〉 그랜드럭키 무궁화	제품명 요뽕끼 오리지널 떡볶이 (HALAL Original Topokki)
용량 140g			
가격 ¹⁶⁾ 33,500루피아 (2,596원)			
제품 종류 컵 떡볶이			
③ 요뽕끼 짜장 떡볶이 (Yopokki Jjajang) 	기업 홍보 채널	 〈온라인 매장〉 토코피디아 쇼피 부칼라팍	제품명 요뽕끼 매콤달콤 떡볶이 (Spicy Topokki)
용량 140g (1인분)			
가격 29,900루피아 (2,317원)			
제품 종류 컵 떡볶이			
④ 요뽕끼 어니언버터 떡볶이 (Yopokki Onion butter cup for one) 	기업 홍보 문구	 • 자사 홈페이지(글로벌) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보 • SNS 플랫폼 (페이스북) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보	Youngpoong Brand
⑤ 요뽕끼 어니언버터 떡볶이 (Yopokki Onion butter cup for one) 			Youngpoong Brand
			Youngpoong Brand
			Youngpoong Brand
			Youngpoong Brand
자료: B사 홈페이지, 토코피디아 홈페이지			• 전자레인지에 간편하게 먹을 수 있는 • 남녀노소 모두가 즐길 수 있는 • 빠질 수밖에 없는 강한 매운맛

15) B사 홈페이지 (www.ypfoods.co.kr)

16) 100루피아 = 7.75원 (2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

동일품목 종류

① 국물 떡볶이 (Geung-Mool Toppokki)



② 짜장 떡볶이 (Jjajang Toppokki)



③ 더 매운 떡볶이 (Hot Spicy Toppokki)



④ 매콤달콤 떡볶이 (Spicy and Sweet Toppokki)



⑤ 고소치즈 떡볶이 (Cheese Toppokki)



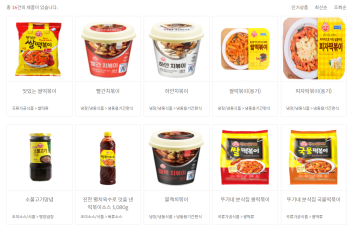
자료: C사 홈페이지,
쇼피 홈페이지

② C사

기업명	C사
홈페이지	www.dongwonfnb.com
기업 기본 정보 ¹⁷⁾	68, Mabang-ro, Seocho-gu, Seoul (275 Yangjae-dong, Seocho-gu, Seoul), Republic of Korea
위치	
규모	동일품목 수 12개
	설립년도 1969년
제품명	매운 떡볶이 (Hot Spicy Toppokki)
용량	400g (2인분)
가격	84,500루피아 (6,549원)
제품 종류	반조리 떡볶이
제품명	치즈 떡볶이 (Cheese Toppokki)
용량	332g (2인분)
가격	90,000루피아 (6,975원)
제품 종류	반조리 떡볶이
기업 홍보 채널	〈오프라인 매장〉 하이퍼마트 그랜드레이크 무궁화 〈온라인 매장〉 토코피디아 쇼피 부칼라팍
기업 홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보 • SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 유튜브) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보
홍보 문구	Product Specifications Category: Snacks > Food & Beverage > Instant Food > Instant Noodles & Pasta Brand: Dongwon Shelf Life: 12 months Stock: 25 Good from: KOTA JAYAKARTA BARUK - GOROKL PETA BARUKAL DRI JAYAKARTA, ID Product Description Bubuki (nemen + noodle) is a popular food from Korea. 1 pack contains 2 portions of instant, easy to cook, just boil it and eat! NOODLE TTOPPOKKI: It contains rice cake + nemmen + fish cake + RICE seasoning. How to cook is on the packaging. Easy only takes 4 - 5 minutes. Add more delicious cheese, depending on each taste. • 간편하게 실온보관 • 황금 레시피 국물에 쌀 떡이 쫄쫄! • 매콤달콤 입맛 저격 • 안심하고 먹을 수 있는 건강한 한 끼 식사

사진자료: C사 홈페이지, 쇼피 홈페이지

17) C사 홈페이지 (www.dongwonfnb.com)

동일품목 종류		③ D사		
① 맛있는 쌀떡볶이 (Rice Tteok-bokki) 	기업 기본 정보¹⁸⁾	기업명	D사	
		홈페이지	www.ottogi.co.kr	
		위치	405, Heungan-daero, Dongan-gu, Anyang-si, Gyeonggi-do 14060, Republic of Korea	
		규모	동일품목 수 9개	
		설립년도	1969년	
② 빨간 치볶이 (Red Chi-bokki) 	기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 하이퍼마트 무궁화 	제품명	라이스 떡볶이 (Rice Tteok-bokki)
			용량	426g (2인분)
			가격	86,250루피아 (6,684원)
			제품 종류	반조리 떡볶이
③ 하얀 치볶이 (White Chi-bokki) 	기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 토코피디아 쇼피 부칼라팍 	제품명	누들 떡볶이 (Noodle Tteok-bokki)
			용량	436g (2인분)
			가격	85,000루피아 (6,588원)
			제품 종류	반조리 떡볶이
④ 블랙 치볶이 (Black Chi-bokki) 	기업 홍보 채널	홍보 채널 소개  - 자사 홈페이지(글로벌) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보 - SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 유튜브) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보		
⑤ 국물 떡볶이 (Geung-Mool Tteok-bokki) 	기업 홍보 문구 		- 매콤한 소스에 두꺼운 쌀 떡이 썩! - 멸치육수로 우려낸 국물 - 매콤한 고추장 향이 살아있는	

사진자료: D사 홈페이지, 부칼라팍 홈페이지

18) D사 홈페이지 (www.ottogi.co.kr)

동일품목 종류

① 굿볶이 오리지널 떡볶이
(GoodPokki Topokki Original)



② 굿볶이 짜장 컵떡볶이
(GoodPokki Jjajang Cup Toppoki)



③ 굿볶이 오리지널 컵떡볶이
(GoodPokki Original Cup Toppoki)



④ 굿볶이 매운 컵떡볶이
(GoodPokki Hot Spicy Cup Toppoki)



자료: 쇼피 홈페이지

④ E사

기업 기본 정보 ¹⁹⁾	기업명	E사
	홈페이지	www.hsun.co.kr
	위치	54, leunnonggong-gil, Hamyang-eup, Hamyang-gun, Gyeongsangnam-do, Republic of Korea
	규모	동일품목 수 6개 설립년도 2008년
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 그랜드럭키	제품명 굿볶이 매운 떡볶이 (GoodPokki with Hot Sauce)
		용량 353g (2인분)
		가격 65,500루피아 (5,076원)
		제품 종류 반조리 떡볶이
기업 홍보 채널	〈온라인 매장〉 토코피디아 쇼피 부칼라팍	제품명 굿볶이 짜장 떡볶이 (GoodPokki with Jjajang Sauce)
		용량 343g (2인분)
		가격 85,000루피아 (6,588원)
		제품 종류 반조리 떡볶이
기업 홍보 문구		- 자사 홈페이지 - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보(떡 제품)
		 - 맛있게 매운 3분 간편 조리 - Ready to Cook - Very Hot!

사진자료: E사 홈페이지, 쇼피 홈페이지

IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)

Interview ① 코리너스(Korinus)

Interview ② 무궁화 유통(Mugunghwa Distribution)

Interview ③ 삼원샵(Samwon Shop)

Interview ④ 인도마켓(Indomaret)

Interview ① 코리너스 (Korinus)

코리너스 (Korinus)

전문가 소속

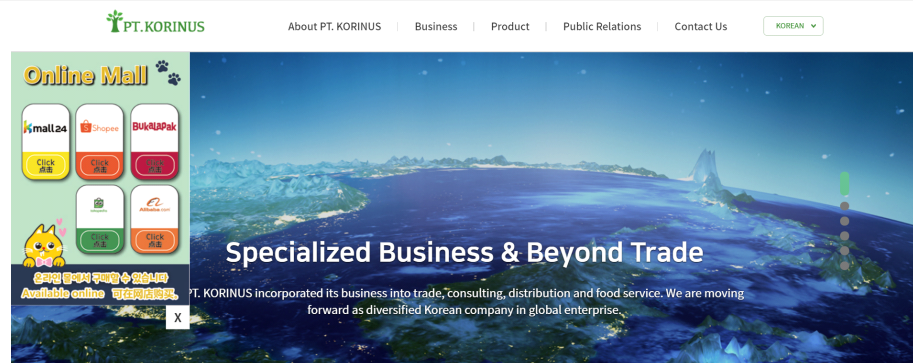
코리너스
(Korinus)
수입·유통업체

전문가 정보

Ms. Vani
(Purchasing Manager)

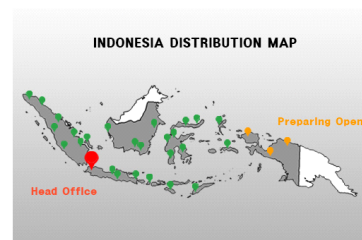


20)

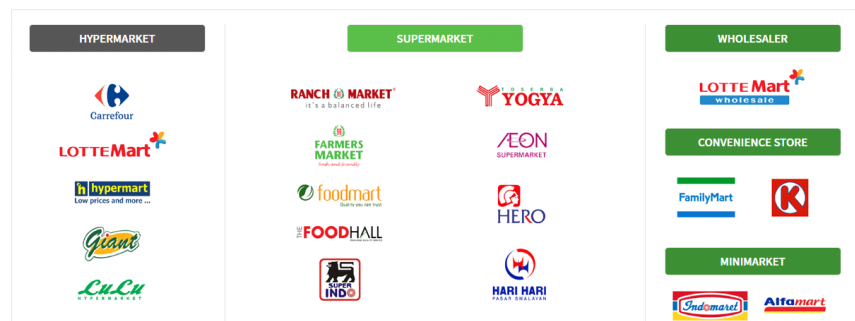


DISTRIBUTION

Boast over 30,000 business network across Indonesia with base in Jakarta
launch major online and offline markets in Indonesia.



Indonesia Retailers & Market Spread



코리너스(Korinus) Purchasing Manager, Ms. Vani

코리너스는 2012년에 설립된 수입·유통업체로 전 세계 식품을 인도네시아 시장에 수입·유통·판매하는 서비스를 제공하고 있음. 다양한 상품을 소싱 및 개발하여 경쟁력을 갖추고 있으며, 자체 유통 제품에 대한 브랜딩 및 마케팅을 병행하여 시장성을 구축하고자 노력하고 있음. 현재 인도네시아와 한국에 법인을 보유하고 있는 것으로 확인됨

20) 사진자료: 코리너스(Korinus) 홈페이지 (korinus.com)



가격	36,129루피아 (2,800원)
용량	120g
포장	종이컵

Q1. 바이어가 취급하는 즉석 떡볶이의 가격은 얼마인가요?

현재 매장에서 가장 인기 있는 떡볶이 브랜드 Tok-Poki 제품은 35,000루피아(약 2,713원)²¹⁾에 판매하고 있습니다. 이 제품은 인도네시아에서 한국 관련 콘텐츠를 제작하는 유명 인플루언서들이 광고하여 큰 인기를 얻고 있는 제품입니다. A사 제품의 가격은 수입품 대비 합리적이지만, 사실 인도네시아에서 한국 돈 2천 원이면 식당에서 식사할 수 있는 돈이기 때문에 식사 비용으로는 비싼 편입니다. 하지만 한국 문화에 관심이 많은 소비자들은 호기심에 구매할 것입니다. Tok-Poki 제품은 특히 인도네시아에서 MUI가 공식적으로 할랄 인증을 부여한 최초 브랜드로 광고하고 있어 인지도가 높은 편이며, 맛 또한 현지인 취향에 맞기 때문에 앞으로 판매량이 늘어날 가능성이 있습니다.

Q2. 바이어가 선호하는 즉석 떡볶이 용량은 어떻게 되나요?

인도네시아에서 유통되는 컵 떡볶이 제품은 보통 120-150g 정도입니다. 120g 이하는 인도네시아 기준 너무 적은 양이고 150g 이상은 한 번에 먹기에 조금 많습니다. 특히 포장에 너무 크면 다 먹기 어렵다 판단하여 아예 구매조차 하지 않는 경우도 있습니다. 저희 매장에서 판매하는 제품은 대부분 140g 정도로 A사 제품보다는 양이 많지만 현재 A사 제품의 사이즈도 충분히 괜찮습니다.

Q3. 현지인이 가장 선호하는 즉석 떡볶이 맛은 무엇인가요?

인도네시아 소비자들은 매콤한 맛 떡볶이를 가장 선호합니다. 인도네시아에서는 떡볶이를 간식이나 안주가 아닌 주로 식사용으로 소비하는 경향이 있어 짜장이나 초콜릿 맛보다 매콤한 맛이나 치즈 맛이 취향에 더 맞습니다. 짜장 맛은 특히 인도네시아 사람들에게 익숙하지 않아 맛을 알리기 위한 추가적인 노력이 필요합니다. 현지 시장에서는 매운맛, 치즈 맛, 그리고 현지인에게 익숙한 닭갈비 맛이 가장 적합할 것으로 보입니다.

21) 100루피아 = 7.75원 (2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q4. 즉석 떡볶이의 주요 온라인·오프라인 유통채널은 어떻게 되나요?

떡볶이 제품은 보통 롯데마트 등 자카르타에 위치한 한국 유명 대형마트 채널을 통해 판매됩니다. 그리고 이후에 토코피디아(Tokopedia)나 쇼피(Shopee) 등 온라인 쇼핑몰에 입점하여 판매합니다. 토코피디아와 쇼피에서 한식 주간 또는 한식의 달이라는 행사를 개최하고 있는데, 해당 일자에 한국 제품이 온라인몰 첫 페이지에 게재되면 많은 고객을 유입할 수 있습니다. 인도마렛(Indomaret), 알파마트(Alfamart)와 같은 대형 슈퍼마켓 체인과 자카르타의 최대 한국 슈퍼마켓인 무궁화에도 제품을 납품하여 고객을 확보하고 있습니다. 최근에는 코로나 사태가 지속되면서 오프라인보다는 온라인 채널에서 더 높은 판매율을 보이고 있습니다.

Q5. 현지에서 경쟁기업들은 어떻게 즉석 떡볶이를 홍보하나요?

제품을 홍보하는 방법은 굉장히 다양합니다. 앞서 언급한 토코피디아나 쇼피 같은 대형 온라인 쇼핑몰에서 대규모로 광고를 진행하기도 하고 어떤 브랜드는 인도네시아에서 인기 있는 한국 연예인을 모델로 사용합니다. 그뿐만 아니라 인도네시아 관련 콘텐츠를 제작하는 한국 유튜버를 섭외하여 무료나눔 프로모션을 수행하는 등 다양한 방식으로 제품 인지도를 높이고 있습니다. 이외에 오프라인 매장에서도 개별적으로 작은 이벤트를 개최하여 홍보하는 방법도 있습니다.

Q6. 떡볶이를 먹는 주 소비자층은 누구인가요?

연령은 청소년에서 35세 사이, 성별은 대부분 여성으로 판단됩니다. 지역은 크게 구분이 없으며 무슬림의 경우 할랄 라벨이 부착되어 있는지 반드시 확인합니다. 지난 10년간 인도네시아에서 한국 문화가 지속적으로 발달하면서 점점 더 많은 현지 사람들이 한국 음식에 관심을 보이고 있습니다. 코로나 이후 사람들이 온라인 쇼핑에 많은 시간을 할애하면서 더욱 다양한 한식 제품을 접하고 있습니다. 이 때문에 온라인몰에서 떡볶이를 포함한 한국 인스턴트 식품의 판매량이 지속적으로 증가하는 것으로 보입니다.

Interview ② 무궁화 유통 (Mugunghwa Distribution)

무궁화 유통
(Mugunghwa Distribution)

전문가 소속

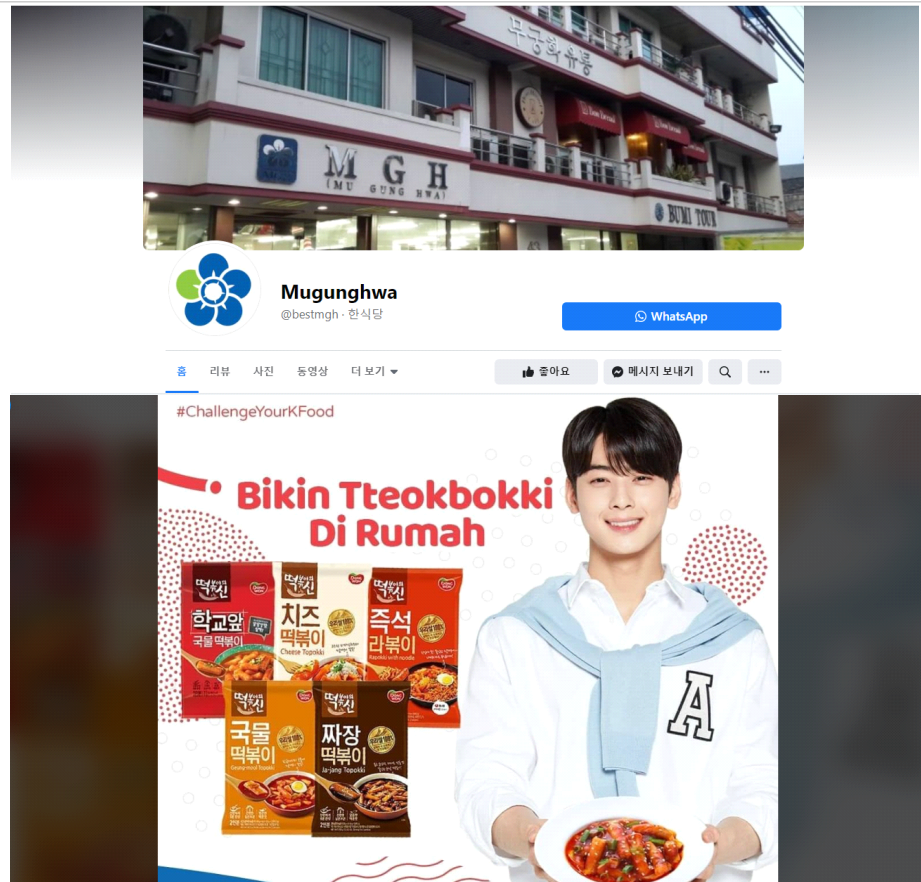
무궁화 유통
(Mugunghwa Distribution)
유통·소매업체

전문가 정보

Ms. Miranti
(Purchasing Manager)



22)



무궁화 유통(Mugunghwa Distribution) Purchasing Manager, Ms. Miranti

무궁화 유통은 인도네시아 자카르타에서 운영하는 유통·소매업체로 인도네시아에서 가장 큰 규모의 한식품 수입업체 중 하나임. 주로 한국 수입산 음료, 과일, 식품, 반찬 등을 판매하는 것으로 확인됨. 자사 홈페이지와 페이스북 페이지를 활용하여 제품 홍보 및 프로모션을 진행 중임

22) 사진자료: 무궁화 유통(Mugunghwa Distribution) 페이스북 페이지 (www.facebook.com/bestmgh)



가격 36,129루피아
(2,800원)

용량 120g

포장 종이컵

Q1. 바이어가 취급하는 즉석 떡볶이의 가격은 얼마인가요?

저희는 C사의 국물 떡볶이를 취급하고 있으며 332g 제품을 81,000루피아(약 6,278원)에 판매 중입니다. 인도네시아에서 유통되는 인스턴트 떡볶이는 보통 1인분에 120-130g 양을 제공하기 때문에 저희 매장 제품보다는 저렴한 30,000-35,000루피아(약 2,325-2,713원) 정도에 판매되는 것으로 알고 있습니다. A사 제품은 그에 비해 합리적인 편이라 생각합니다.

Q2. 바이어가 선호하는 즉석 떡볶이 용량은 어떻게 되나요?

현지 소비자들은 소용량 제품을 선호합니다. 인도네시아 사람들은 처음 접하거나 익숙하지 않은 수입 제품 구매 시, 대용량 제품은 꺼리는 경향이 있습니다. 구매 후 입에 맞지 않아 다 먹지 못하고 버릴 수도 있다고 생각하기 때문입니다. 그러므로 현재 A사 제품 용량은 수입용으로 적당하다고 생각합니다.

Q3. 현지인이 가장 선호하는 즉석 떡볶이 맛은 무엇인가요?

현재까지 판매량을 보면 매운맛과 치즈 맛 떡볶이가 베스트 셀러입니다. 짜장 맛 떡볶이 제품도 다수 출시되고 있으나 인도네시아 사람들에게는 그다지 익숙한 맛이 아닙니다. 떡볶이는 현지인들에게 비교적 새로운 음식인 만큼 특이한 맛보다 매운맛을 더 선호하는 것 같습니다. 간혹 초콜릿 맛 떡볶이도 출시되는 것으로 알고 있는데 해당 제품은 식사용보다는 케이크나 빵 같은 디저트용으로 적합하다고 생각합니다.

Q4. 즉석 떡볶이의 주요 온라인·오프라인 유통채널은 어떻게 되나요?

한국 식품은 온라인 채널에서 판매해야 더 수익성이 있습니다. 코로나 기간 동안 인도네시아의 일부 주요 온라인 쇼핑몰에서 한식 제품의 판매량이 빠르게 증가하고 있습니다. 쇼피와 토코피디아는 한국의 유명 스타와 함께 다양한 라이브 이벤트를 개최하여 제품을 홍보합니다. 이러한 프로모션 덕분에 온라인 채널에서 한국 제품이 빠른 속도로 판매되고 있습니다. 하지만 오프라인 채널도 여전히 중요합니다. 온라인몰에서 구매 후 배송을 기다리는 것보다 근처 매장이거나 슈퍼마켓에서 쉽고 빠르게 제품을 구매하는 것을 선호하는 사람도 많기 때문입니다.



가격 36,129루피아
(2,800원)

용량 120g

포장 종이컵

Q5. 현지에서 경쟁기업들은 어떻게 즉석 떡볶이를 홍보하나요?

토코피디아, 쇼피 또는 부칼라팍(Bukalapak) 등 주요 온라인몰과 제휴하면 제품을 홍보하는 데 큰 도움이 될 것입니다. 온라인몰에서 주간 또는 월간 이벤트를 진행하는데 그때 제품이 첫 페이지에 노출되면 더 많은 구매자가 상품을 쉽게 접할 수 있습니다. 일부 브랜드는 한국 연예인을 모델로 사용하고 일부는 인플루언서와 협력하여 제품을 홍보하고 있습니다. 인도네시아에는 한국 문화 관련 콘텐츠를 다루는 인플루언서가 많은데 이들을 활용하면 새로운 제품을 소개하는데 매우 효과적일 것입니다.

Q6. 떡볶이를 먹는 주 소비자층은 누구인가요?

인도네시아에서 떡볶이를 가장 많이 구매하는 주요 소비자는 젊은 층 고객들입니다. 한국 드라마나 케이팝, 한식 등 한국 문화에 익숙한 10-30대 사람들은 대부분 호기심이 많고 한국 여행 경험이 많아 떡볶이를 포함한 한국 음식에 대해 거부감이 없습니다. 인도네시아에는 수입산 인스턴트 떡볶이 외에도 한국 슈퍼마켓에서 자체적으로 만든 냉동 떡도 판매 중이며 이러한 수제 떡과 즉석 떡볶이 모두 현재 코로나 확산 사태에서도 많은 인기를 얻고 있습니다.

Interview ③ 삼원샵 (Samwon Shop)

삼원샵 (Samwon Shop)

전문가 소속

삼원샵
(Samwon Shop)
온라인 전용 소매업체

전문가 정보

Ms. Eva
(Purchasing Manager)

23)

The screenshot displays the Samwon Shop website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like K-FOOD, K-NOODLES, K-SNACK, K-DRINK, K-VOUCHER, HOME APPLIANCES, KESEHATAN & KECANTIKAN, BAHAN MASAKAN, ACCESSORIES, and BABY. Below this, a large banner titled 'Voucher Value' promotes a 20% discount on a voucher worth Rp. 40,000 and a 25% discount on a voucher worth Rp. 100,000. The main product grid features several 'READY STOCK' items, including bundles of Tteokbokki and Tokpoki, and various types of Tteokbokki. Each product listing includes an image, a description, and a price. For example, 'BUNDLE SAMWON TTEOKBOKKI / TOKPOKI 200 GR + SUJEO SET' is priced at Rp.70,000. Some products are marked as 'RECOMMENDED' or 'Best Seller'. The bottom of the page shows a 'Beli' (Buy) button for each product.

삼원샵(Samwon Shop) Purchasing Manager, Ms. Eva

삼원샵은 삼원그룹에 속한 온라인 전용 소매업체로 주로 한국 식품, 음료, 화장품, 액세서리 등을 취급함. 100% 한국 원료를 사용하여 만든 할랄 김치도 판매 중임. 자사 홈페이지 이외에도 페이스북, 트위터, 인스타그램의 소셜 플랫폼을 활용하여 제품 홍보 및 프로모션을 진행하고 있음

23) 사진자료: 삼원샵(Samwon Shop) 홈페이지 (www.samwon-shop.com)



가격 36,129루피아
(2,800원)

용량 120g

포장 종이컵

Q1. 바이어가 취급하는 즉석 떡볶이의 가격은 얼마인가요?

저희 회사는 한국 수입 제품보다 수제 떡볶이에 비중을 두어 판매하고 있습니다. 한인 슈퍼마트나 인도네시아에 거주하는 한국인이 만든 수제 떡볶이를 주로 판매하는데, 가격은 200g 4묶음에 75,000루피아(약 5,813원) 정도입니다. 이와 같은 수제 떡볶이는 수입산 인스턴트 제품에 비해 훨씬 저렴한 편입니다.

Q2. 바이어가 선호하는 즉석 떡볶이 용량은 어떻게 되나요?

한국에서 직수입한 즉석 떡볶이 제품은 대부분 100-150g의 소용량 제품입니다. A사의 1인분 기준 120g은 적당한 수준으로 보입니다. 인도네시아에서 떡볶이를 구매하는 고객은 일반적으로 대학생이나 사회 초년생의 젊은 층이기 때문에 150g 이하의 1인분 용량 제품이 가장 좋습니다.

Q3. 현지인이 가장 선호하는 즉석 떡볶이 맛은 무엇인가요?

매콤한 닭갈비 맛이 가장 인기 있습니다. 닭갈비 맛은 인도네시아 인스턴트 식품 시장에서 쉽게 찾을 수 있는 일반적인 맛입니다. 인도네시아 사람들은 매운맛과 단맛이 섞인 맛은 그다지 선호하지 않고 차라리 매콤하거나 짭짤한 자극적인 맛을 좋아합니다. 그러므로 매운맛 떡볶이가 가장 시장성이 있으며 반대로 초콜릿 맛같이 달콤한 떡볶이는 시장성이 없으므로 시도하지 않는 편이 좋겠습니다.

Q4. 즉석 떡볶이의 주요 온라인·오프라인 유통채널은 어떻게 되나요?

지난 2-3년 간 오프라인보다 온라인 유통채널에서 한국 식품의 판매 수익이 더 높게 나타나고 있습니다. 인도네시아 내 한국 슈퍼마켓은 대부분 자카르타에만 몰려 있어 외곽 지역에 거주하는 주민들은 한식 제품을 온라인몰에서만 구매할 수 있습니다. 이러한 이유로 한국 문화가 계속해서 확산될수록 한식에 관한 관심이 커지면서 자연스럽게 온라인 구매량이 많아질 것으로 예상됩니다.

Q5. 현지에서 경쟁기업들은 어떻게 즉석 떡볶이를 홍보하나요?

한국 관련 콘텐츠를 제작하는 유명한 인플루언서나 유튜버를 활용해 홍보하는 것이 가장 좋은 방법 중 하나입니다. 일부 브랜드는 인도네시아에서 유명한 한국 연예인을 홍보 모델로 내세워 인지도를 높이고 있습니다. 간혹 한국에서 제조 공정 허가를 받아 인도네시아 공장에서 생산하기도 하는데 이런 제품은 현지에서 제조된 만큼 현지 입맛에 맞아 자연스레 입소문을 타는 경우도 있습니다.

Interview ④ 인도마렛 (Indomaret)

인도마렛
(Indomaret)

전문가 소속

인도마렛
(Indomaret)
소매업체

전문가 정보

Ms. Ratih
(Sales Manager)

24)

The screenshot shows the Indomaret website interface. At the top is the Indomaret logo. Below it is a navigation bar with categories: Gadgets & Electronics, Fashion, Mother and child, Fresh Products, Food, Drink, Health & Beauty, Puspita Nusantara, and Home & Living. A large promotional banner for 'KLIK Indomaret Food' is featured, offering a 'Diskon Rp 5,000' and a coupon code 'UJANTERUS'. Below the banner are several product highlights, including 'BELI PRODUK SEGAR', 'Annyeong K-Beauty', and 'MEMBER DEALS'. At the bottom, there are four product listings for 'Tokpoki Korean Rice Cake' in different flavors, each with a price and a 'Beli' button.

Product Name	Price
Tokpoki Korean Rice Cake Sauce 120G	Rp 23.000
Tokpoki Korean Rice Cake K-Poki Spicy ...	Rp 40.000
Tokpoki Korean Rice Cake K-Poki Mild 140G	Rp 39.000
Tok-Poki Korean Street Food K-Bunsik 140G	Rp 38.500

인도마렛(Indomaret) Sales Manager, Ms. Ratih

인도마렛은 1988년에 설립된 소매업체로, 주로 식품, 음료, 헬스 앤 뷰티, 패션, 전자기기, 신선제품 등을 취급함. 인도네시아 내 11,000개 이상의 오프라인 매장을 운영하고 있으며, 자사 홈페이지와 인스타그램 등의 소셜 미디어 플랫폼을 통해 신제품과 할인 행사를 홍보함

24) 사진자료: 인도마렛(Indomaret) 홈페이지 (www.klikindomaret.com)



가격 36,129루피아
(2,800원)

용량 120g

포장 종이컵

Q1. 바이어가 취급하는 즉석 떡볶이의 가격은 얼마인가요?

저희가 판매하는 즉석 떡볶이는 한국 제조사와 제휴한 OEM 브랜드 제품으로 150g 용량을 40,000루피아(약 3,100원)에 판매하고 있습니다. 이 제품은 할랄 MUI 인증을 취득한 제품으로, 인도네시아 소비자 입맛에 맞춰 매운맛과 단맛을 적절히 조절하여 만들어진 떡볶이로 유명합니다.

Q2. 바이어가 선호하는 즉석 떡볶이 용량은 어떻게 되나요?

인도네시아 시장 기준으로 150g 정도가 적절하다고 생각합니다. 물론 시장에는 100-120g의 소용량 제품과 150g 이상의 대용량 제품도 많지만 이처럼 너무 양이 적거나 크면 여러 문제점이 발생합니다. 먼저 150g 이상의 큰 사이즈 제품은 인도네시아 소비자들이 구매 자체를 꺼릴 수 있습니다. 새로운 맛의 수입 식품을 시도하는데 150g 용량은 상대적으로 부담스럽게 느껴지기 때문입니다. 너무 대용량으로 제조 시 고객들이 아예 시도조차 하지 않을 가능성이 있습니다. 반대로 100-120g 정도의 작은 사이즈 제품은 양이 너무 적어 현지 소비자들이 인스턴트 식품치고 용량 대비 비싸다고 생각할 수 있습니다.

Q3. 현지인이 가장 선호하는 즉석 떡볶이 맛은 무엇인가요?

대표적으로 치즈 맛과 매운맛이 가장 인기를 얻고 있습니다. 닭갈비 맛도 인도네시아 사람들이 즐겨 먹기 때문에 시장성이 있을 것 같습니다. 하지만 제품을 출시하고자 한다면 한국식 달콤한 닭갈비보다 매콤한 닭갈비 맛이 더 선호될 것으로 생각합니다.

Q4. 즉석 떡볶이의 주요 온라인·오프라인 유통채널은 어떻게 되나요?

온라인 및 오프라인에 모두 유통채널을 확보하고 있으나 사람에 따라 선호하는 채널은 다른 것 같습니다. 즉석 떡볶이의 주 소비자층인 청소년의 경우 온라인 결제를 할 수 있는 권한이 없어 오프라인 매장 구매를 더 선호합니다. 하지만 수입 제품, 특히나 한식 제품은 온라인 채널에서 더 매력적인 것은 사실입니다. 블리블리(Blibli)나 토코피디아, 쇼피와 같은 대형 온라인 쇼핑몰에서 오프라인 매장보다 다양한 맛·종류의 제품을 판매할 뿐 아니라 케이팝 아이돌과 한식을 홍보하는 이벤트를 개최하는 등 많은 프로모션 마케팅을 진행하기 때문입니다.



가격 36,129루피아
(2,800원)

용량 120g

포장 종이컵

Q5. 현지에서 경쟁기업들은 어떻게 즉석 떡볶이를 홍보하나요?

대부분의 브랜드는 인스타그램 사진 또는 스토리, 유튜브 등 소셜 미디어를 활용하여 제품을 홍보합니다. 그 외 일부 브랜드는 대형 하이퍼마켓에서 시식 등 각종 프로모션 행사에 참여하여 제품을 알리고 있습니다. 인도네시아 사람들은 한국산 떡볶이의 오리지널리티와 품질을 높게 평가하는데, 그만큼 신뢰가 높아 가격대가 높아도 구매하는 경향이 있습니다. 이러한 점을 참고하여 한국산 제품임을 함께 소개하는 것이 홍보할 때 도움이 될 수 있습니다.

Q6. 떡볶이를 먹는 주 소비자층은 누구인가요?

대표적으로 15-30세 사이의 청소년 및 젊은 소비자층이 있습니다. 이전에는 케이팝이나 한국 드라마를 좋아하는 여성 소비자가 많았지만 최근 남자들도 한류 문화에 관심을 갖기 시작하면서 고객층이 확장되고 있습니다. 코로나로 집에서 한국 드라마를 시청하는 사람들이 늘어남에 따라 드라마에 등장하는 한국 음식에 대한 소비 심리가 증가하고 있습니다.

V. 경쟁력파악(Competitiveness)

1. 제품 경쟁력 검증
2. 현지 인기제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹

1. 제품 경쟁력 검증

1) 가격

경쟁제품(제조사)

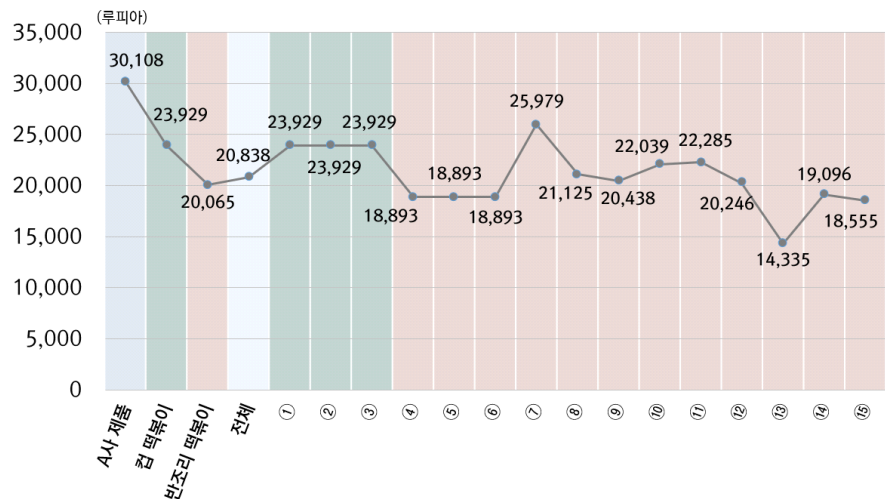
- ① 요뽕끼 매운맛 떡볶이 (B사)
- ② 요뽕끼 짜장 떡볶이 (B사)
- ③ 요뽕끼 오리지널 떡볶이 (B사)
- ④ 요뽕끼 매운맛 떡볶이 (B사)
- ⑤ 요뽕끼 짜장 떡볶이 (B사)
- ⑥ 요뽕끼 오리지널 떡볶이 (B사)
- ⑦ 치즈 떡볶이 (C사)
- ⑧ 매운 떡볶이 (C사)
- ⑨ 국물 떡볶이 (C사)
- ⑩ 짜장 떡볶이 (C사)
- ⑪ 학교앞 국물 떡볶이 (C사)
- ⑫ 라이스 떡볶이 (D사)
- ⑬ 누들 떡볶이 (D사)
- ⑭ 굿볶이 짜장 떡볶이 (E사)
- ⑮ 굿볶이 매운 떡볶이 (E사)

▶ A사 제품 100g당 가격, 인도네시아 경쟁제품 대비 비싼 편

A사 제품의 100g당 가격은 30,108루피아(약 2,333원)²⁵⁾로 경쟁제품 15개의 평균 100g당 가격 20,838루피아(약 1,615원) 대비 약 1.4배 비싼 편임. 제품 종류별 평균 100g당 가격은 컵 떡볶이 제품이 23,929루피아(약 1,854원)로 반조리 떡볶이 대비 비싼 편이나, A사 제품과 비교 시 약 20.5% 저렴한 수준으로 확인됨. 반조리 떡볶이의 평균 100g당 가격은 20,065루피아(약 1,555원)로 컵 떡볶이 대비 16.4%, A사 제품 대비 33.4% 저렴함. 현재 A사 제품은 인도네시아 시장 내 경쟁제품과 비교 시 용량 대비 가격대가 높은 것으로 분석됨

[표 5.1] 인도네시아 즉석 떡볶이 가격 경쟁력 분석

(단위: 루피아)



25) 100루피아 = 7.75원 (2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

26) A사 제품 100g당 가격(루피아): 30,108루피아(A사 제품 가격 2,800원을 루피아로 변환 후 용량 100g 가격을 계산한 값(약 2,333원))

2) 용량

경쟁제품(제조사)

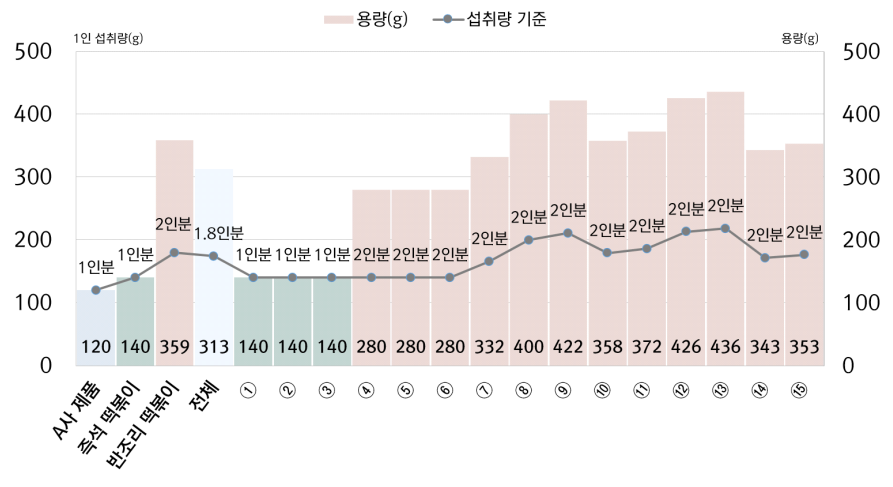
- ① 요뽕끼 매운맛 떡볶이 (B사)
- ② 요뽕끼 짜장 떡볶이 (B사)
- ③ 요뽕끼 오리지널 떡볶이 (B사)
- ④ 요뽕끼 매운맛 떡볶이 (B사)
- ⑤ 요뽕끼 짜장 떡볶이 (B사)
- ⑥ 요뽕끼 오리지널 떡볶이 (B사)
- ⑦ 치즈 떡볶이 (C사)
- ⑧ 매운 떡볶이 (C사)
- ⑨ 국물 떡볶이 (C사)
- ⑩ 짜장 떡볶이 (C사)
- ⑪ 학교앞 국물 떡볶이 (C사)
- ⑫ 라이스 떡볶이 (D사)
- ⑬ 누들 떡볶이 (D사)
- ⑭ 굿볶이 짜장 떡볶이 (E사)
- ⑮ 굿볶이 매운 떡볶이 (E사)

▶ A사 제품 용량, 인도네시아 경쟁제품 대비 적은 편

A사 제품의 용량은 120g으로 경쟁제품 15개의 평균 용량 313g 대비 약 61.7% 적은 편임. 경쟁제품 중 반조리 떡볶이 제품(④-⑮번)은 전부 2인분 기준으로 평균 용량이 높게 측정된 것으로 확인됨. 종류별 평균 용량은 컵 떡볶이 제품(①-③번)이 140g으로 A사 제품 대비 약 16.7% 많은 것으로 확인됨. 이 외 반조리 떡볶이의 평균 용량은 359g이며, 1인분 평균 용량인 179.5g과 비교 시 A사 제품보다 여전히 약 49.6% 많은 것으로 조사됨

[표 5.2] 인도네시아 즉석 떡볶이 용량 경쟁력 분석

(단위: g)

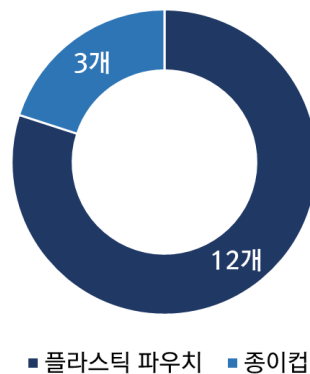


3) 포장 형태(외부)

▶ 경쟁제품 15개 중 12개, 플라스틱 파우치 형태의 외부 포장 사용

인도네시아에서 판매되고 있는 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개의 포장 형태를 조사한 결과, 반조리 떡볶이 12개 제품은 모두 플라스틱 파우치 포장을 사용하고 있는 것으로 확인됨. 그 외 컵 떡볶이 3개 제품은 종이컵 포장을 사용함

[표 5.3] 인도네시아 즉석 떡볶이 제품 포장 형태(외부) 경쟁력 분석

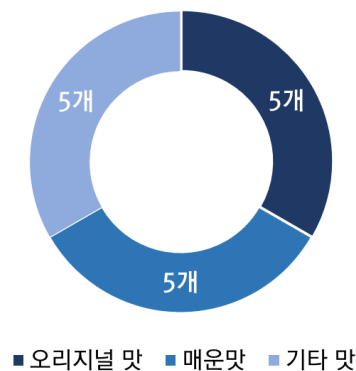


4) 맛

▶ 경쟁제품 15개 중 10개, 매운맛 및 기타 맛으로 제품 다각화

인도네시아에서 판매되고 있는 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개의 제품 맛을 조사한 결과, 5개 제품이 오리지널 떡볶이 맛인 것으로 조사됨. 그 외 5개 제품은 매운맛(아주 매운·얼큰한 매운·보통 매운맛 포함), 5개 제품은 기타 맛(짜장·치즈 맛 포함)으로 다각화된 카테고리의 제품이 판매되는 것으로 확인됨. 하지만 바이어 인터뷰에 의하면 짜장은 현지인에게 낯선 맛이며 현지인에게 익숙한 닭갈비나 매운맛을 중점으로 다각화하는 것이 오히려 긍정적일 수 있음

[표 5.4] 인도네시아 즉석 떡볶이 제품 맛 경쟁력 분석

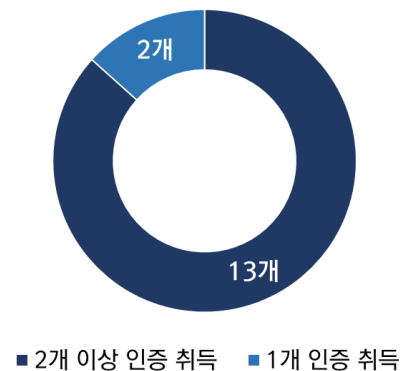


5) 인증

▶ 경쟁제품 15개 중 13개, 2개 이상 인증 취득

인도네시아에서 판매되고 있는 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개의 인증을 조사한 결과, 13개 제품이 2개 이상의 인증을 취득한 것으로 조사됨. 15개 제품이 모두 인도네시아 식약청(BPOM) 인증을 취득하였으며, 그중 7개 제품이 HALAL을, 6개 제품이 HACCP을, 그리고 3개 제품이 Green Certification을 추가 취득한 것으로 확인됨

[표 5.5] 인도네시아 즉석 떡볶이 제품 인증 경쟁력 분석

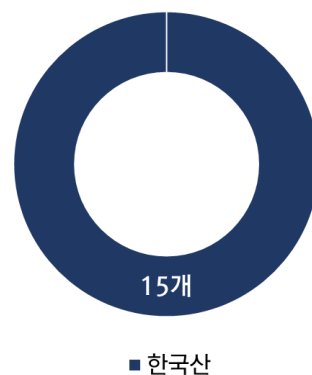


6) 원산지

▶ 경쟁제품 15개 모두 한국산 떡볶이 제품

인도네시아에서 판매되고 있는 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개의 원산지를 조사한 결과, 15개 제품 모두 한국산으로 확인됨. 현지 생산 떡볶이도 유통 중이나, 인도네시아 소비자들은 한국 제조 제품의 품질 및 오리지널리티에 대한 신뢰도가 높아 더 선호하는 것으로 확인됨

[표 5.6] 인도네시아 즉석 떡볶이 제품 원산지 경쟁력 분석



2. 현지 인기제품 분석

1) 인기제품 제품 선정

▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 인기제품 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품을 선정하여 인기 원인을 분석함. 제품 선정 기준은 온라인과 오프라인 매장에서 모두 확인되고, 바이어 인터뷰에서 공통적으로 언급되는 요소를 갖춘 제품을 선정함. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 인기 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서 인기제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 토코피디아, 쇼피, 부칼라팍

(*) 오프라인 매장 : 하이퍼마트, 그랜드렉키, 무궁화

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(*) 온라인 쇼핑몰 : 주요 온라인 쇼핑몰에서 모두 판매되고 있는 제품

(*) 오프라인 매장 : 조사매장 중 1개 이상에서 판매되고 있는 제품

· 바이어 인터뷰에서 공통적으로 언급되는 요소를 갖춘 제품

▶ 유사 인기제품 분석

 경쟁력 분석 제품 (A사 _ 매미떡볶이 매콤달콤한맛) ‘전자레인지 2분 조리로 쉽게 먹을 수 있는 매콤달콤한 컵 떡볶이’	컵 떡볶이	특징 ① 종류	컵 떡볶이	 현지 인기제품 (B사 _ 요뽀끼 매운맛 떡볶이) ‘할랄 인증을 취득한 다양한 맛·종류(반조리 떡볶이)의 즉석 떡볶이’
	36,129루피아 (2,800원) (30,108루피아)	특징 ② 가격 (100g당 가격)	33,500루피아 (2,596원) (23,929루피아)	
	120g (1인분)	특징 ③ 용량	140g (1인분)	
	매콤달콤한맛	특징 ④ 맛	오리지널, 매운맛, 치즈 맛, 짜장 맛 등	
	HACCP, ISO 22000	특징 ⑤ 인증	BPOM, HALAL	
	(-)	특징 ⑥ 유통채널	토코피디아, 쇼피, 부칼라팍, 하이퍼마켓, 한인마트 등	

2) 현지 인기제품 분석

- 종류, 유통채널

▶ 현지 인기제품, 인도네시아 주요 온라인 쇼핑몰에서 제품 다각화

인도네시아에서 판매하는 즉석 떡볶이 제품을 조사한 결과, 오프라인 및 온라인 매장에서 컵 떡볶이보다 반조리 떡볶이의 판매 비중이 높은 것으로 확인됨. 컵 떡볶이의 경우 제품 보관 등의 이유로 오프라인 매장에서 취급하는 제품 종류는 제한적이지만 온라인몰에서는 다양한 맛과 브랜드 제품 구매가 가능함. 코로나 사태 이후 인도네시아 즉석조리 식품 거래량이 3배가량 증가한 만큼 온라인 유통채널 확보가 중요한 요소로 작용할 것으로 예상됨

[표 5.7] 인도네시아 즉석 떡볶이 인기제품 종류, 유통채널 인터뷰 분석

(인터뷰) 지난 2-3년 간 오프라인보다 온라인 유통채널에서 한국 식품의 판매 수익이 더 높게 나타나고 있습니다. 인도네시아 내 한국 슈퍼마켓은 대부분 자카르타에만 몰려 있어 외곽 지역에 거주하는 주민들은 한식 제품을 온라인몰에서만 구매할 수 있습니다. 이러한 이유로 한국 문화가 계속해서 확산될수록 한식에 관한 관심이 커지면서 자연스럽게 온라인 구매량이 많아질 것으로 예상됩니다.

- Ms. Eva (삼원샵, 구매 담당자) -

3) 현지 인기제품 분석

- 제품 맛, 취득 인증

▶ 현지 소비자, 맵고 자극적인 맛 선호

인도네시아는 주변 국가에 영향을 받아 맵고 자극적인 맛을 좋아하는 식문화를 가지고 있음. 떡볶이는 현지 인스턴트 체인점에 출시했을 만큼 인지도가 있으나 달콤한 맛이나 짜장 맛보다는 매운맛이 인기 있는 것으로 확인됨. 바이어 인터뷰에 따르면, 현지에서 익숙한 닭갈비 맛의 현지화 전략을 고려해 볼 수 있음

[표 5.8] 인도네시아 즉석 떡볶이 인기제품 맛, 취득 인증 인터뷰 분석

(인터뷰) 인도네시아 소비자들은 매콤한 맛 떡볶이를 가장 선호합니다. 인도네시아에서는 떡볶이를 간식이나 안주가 아닌 주로 식사용으로 소비하는 경향이 있어 짜장이나 초콜릿 맛보다 매콤한 맛이나 치즈 맛이 취향에 더 맞습니다. 짜장 맛은 특히 인도네시아 사람들에게 익숙하지 않아 맛을 알리기 위한 추가적인 노력이 필요합니다. 현지 시장에서는 매운 맛, 치즈 맛, 그리고 현지인에게 익숙한 닭갈비 맛이 적합할 것으로 보입니다.

- Ms. Vani (코리너스, 구매 담당자) -

3. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ 경쟁기업 4개사 모두 인도네시아 오프라인 및 온라인 매장 진출

인도네시아에 진출한 경쟁기업 4개사 중 2개사(C사, D사)가 하이퍼마트에, 3개사(B사, C사, E사)가 그랜드럭키에, 3개사(B사, C사, D사)가 무궁화에 진출한 것으로 조사됨. 또한, 온라인 매장에는 4개사 모두 토코피디아와 쇼피, 부칼라팍에 진출한 것으로 확인됨

[표 5.9] 인도네시아 즉석 떡볶이 제조 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인			온라인		
	하이퍼마트	그랜드럭키	무궁화	토코피디아	쇼피	부칼라팍
B사		○	○	○	○	○
C사	○	○	○	○	○	○
D사	○		○	○	○	○
E사		○		○	○	○

2) 홍보 채널

▶ 경쟁기업 4개사 자사 홈페이지, 3개사 SNS 플랫폼 홍보 채널 활용

인도네시아 시장에 진출한 경쟁기업 4개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 4개사가 모두 자사 홈페이지를 홍보 채널로 활용하고 있음. 1개사를 제외한 3개사는 영어를 사용한 글로벌 홈페이지를 운영하고 있으며 그 중 2개사는 중국 또는 일본어를 추가 제공하고 있음. 또한, 1개사를 제외한 4개사가 모두 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용하고 있으며 가장 많이 활용되는 SNS 플랫폼은 페이스북인 것으로 확인됨. 그러나 대부분 한국에서 운영하는 채널로 인도네시아 내 SNS 활동은 미미한 것으로 확인됨

[표 5.10] 인도네시아 즉석 떡볶이 제조 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS 플랫폼			
		페이스북	인스타그램	유튜브	트위터
B사	○	○			
C사	○	○	○	○	
D사	○	○	○	○	○
E사	○				

3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업, 제품의 '맛', '편리성'을 강조하여 경쟁제품 홍보

인도네시아에 진출한 경쟁기업 5개사는 제품의 맛과 편리성을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품의 맛을 강조한 문구로는 '빠질 수밖에 없는 강한 매운맛', '얼큰한 매운맛', '매콤한 고추장 향이 살아있는' 등이 있으며, 제품의 편리성을 강조하는 문구로 '간편하게 실온보관', '3분 간편 조리' 등 홍보 문구를 사용하는 것으로 조사됨. 그 외 '남녀노소 모두가 즐길 수 있는', '쌀 떡이 더 쫄득하고 건강해요'와 같이 제품 관련된 특징을 강조하는 문구도 사용하는 것으로 확인됨

[표 5.11] 인도네시아 즉석 떡볶이 경쟁기업 홍보 문구 분석



VI. 시장진출제언(Export Insights)

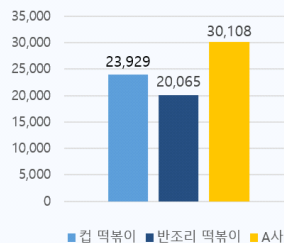
VI. Export Insights



가격(루피아/100g당 가격)

A사 30,108루피아
컵 떡볶이 23,929루피아
반조리 떡볶이 20,065루피아

A사 제품 100g당 가격,
경쟁제품 보다 비싼 편

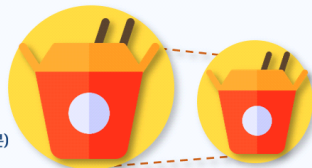


현지 경쟁제품 조사 시 컵 떡볶이 제품의 평균 100g당 가격은 23,929루피아, 반조리 떡볶이는 20,065루피아로 조사됨. A사 제품은 경쟁제품 평균 대비 약 1.44배 비싼 가격대임. 하지만 바이어 인터뷰에 따르면, A사 제품은 타 수입제품과 비교했을 때 적정가 수준으로 확인됨. 현지 떡볶이 시장을 살펴보면 컵 떡볶이, 반조리 떡볶이, 현지 제조 수제 떡볶이 순으로 가격대가 높으나 인도네시아 소비자들은 한국산 제품에 대한 신뢰도가 높아 가격경쟁력 있는 현지 제조 떡볶이보다 한국산 즉석 떡볶이 제품을 선호하는 것으로 확인됨

용량(g)

A사 120g (1인분)
컵 떡볶이 140g (1인분)
반조리 떡볶이 357g (2인분)

A사 제품 용량,
경쟁제품 보다 적은 편



컵 떡볶이 경쟁제품
140g

A사
120g

현지 경쟁제품 조사 시 A사 제품 용량은 경쟁제품 컵 떡볶이 140g 대비 14.3%, 반조리 떡볶이 179.5g(1인분 기준) 대비 33.1% 적은 수준임. 바이어 인터뷰에 따르면, 현지 소비자들은 1인분 기준 120~150g의 소용량 제품을 선호함. 떡볶이는 현지인들에게 글로벌 식품인만큼 150g 이상 대용량은 시도 자체를 꺼려할 가능성이 있는 것으로 확인됨

맛

맵고 자극적인 맛

현지 소비자,
치즈·닭갈비·매운 맛 선호
짜장 맛은 낯선 편

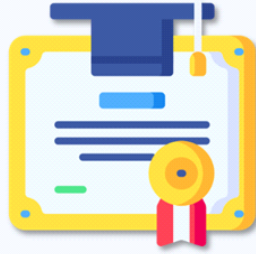


현지 제품 조사 결과 경쟁제품 15개 중 10개는 매운맛, 기타 맛 등 별도 맛을 첨가한 것으로 확인됨. 특히 매운 맛이 5개에 가장 많으며 짜장 맛, 치즈 맛 등 다양한 맛 제품이 유통되는 것으로 확인됨. 바이어 인터뷰에 따르면 인도네시아 현지인은 식사용으로 단 맛보다 매콤하거나 짭짤한 자극적인 맛을 선호함. 짜장 맛 제품이 시중에 다수 유통되고 있으나 현지인들 사이에서는 낯선 맛이므로 오히려 닭갈비 맛 또는 매운 맛을 첨가하는 것이 시장성 있을 것으로 예상됨

인증

BPOM, HALAL, HACCP, Green Certification

경쟁제품 중 13개
2개 이상 인증 취득

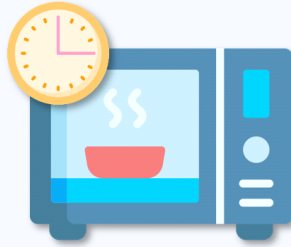


현지 경쟁제품의 인증 취득 현황을 분석한 결과, 15개 제품이 모두 BPOM 인증을 취득하였으며, 그 중 13개 제품이 2개 이상 인증을 취득한 것으로 확인됨. 해당 인증들은 HALAL, HACCP, Green Certification으로 제품 가공 프로세스 및 제조시설의 품질을 보장한 인증으로 확인됨

마케팅

홍보문구: 맛과 편리성

경쟁제품, 제품의 맛과 편리성을
강조하여 홍보문구를 기재함

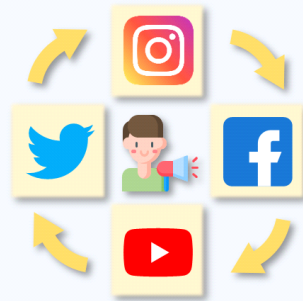


경쟁기업은 제품의 맛과 편리성을 강조하여 제품 홍보 중. 맛의 경우 '빠질 수밖에 없는 강한 매운맛', '얼큰한 매운맛', '매콤한 고추장 향이 살아있는' 등의 문구와 관련된 이미지를 주로 사용하는 것으로 확인됨. 편리성의 경우 '간편하게 실온보관', '3분 간편 조리' 등의 문구를 통해 소비자들에게 하여금 제품 보관이 간편하고 복잡한 조리과정 없이 빠르고 간편하게 식사를 해결할 수 있다는 이미지를 심어줌

마케팅

홍보채널: SNS 채널

경쟁기업, 자사 홈페이지 및
SNS 채널 활용하여 제품 홍보 중



경쟁기업 4개사 중 3개사는 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 활용하고 있으며, 해당 3개 기업이 영문으로 된 글로벌 홈페이지를 보유하고 있는 것으로 조사됨

SNS에서 가장 활발하게 홍보하고 있는 D사는 현재 페이스북 기준 13만 2,000여 명, 인스타그램 기준 5만 5,700여 명의 팔로워를 보유하고 있음. 게시물의 내용은 주로 자사 제품 정보와 소비자 참여 이벤트를 담고 있으며 주당 7~8회 씩 꾸준히 업로드하여 밀도 있는 활동량을 보여줌. 2020년 11월 20일에는 숨은 그림 찾기 및 사진 인증의 참여 이벤트를 게시하여, 참여자 중 추첨을 통해 고가의 가전제품부터 자사 제품 등을 보내주는 이벤트를 진행함



[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 인도네시아 중앙통계청(BPS, Badan Pusat Statistik) 홈페이지 (www.bps.go.id)
2. 한국식품안전관리인증원 홈페이지 (haccp.or.kr)
3. 하이퍼마트(Hypermart) 홈페이지 (www.hypermart.co.id)
4. 그랜드럭키(Grand lucky) 홈페이지 (www.grandlucky.co.id)
5. 무궁화(Mugunghwa) 홈페이지 (mugunghwa.co.id)
6. B사 홈페이지 (www.yppfoods.co.kr)
7. C사 홈페이지 (www.dongwonfnb.com)
8. D사 홈페이지 (www.ottogi.co.kr)
9. E사 홈페이지 (www.hsun.co.kr)
10. 코리너스(Korinus) 홈페이지 (korinus.com)
11. 무궁화 유통(Mugunghwa Distribution) 페이스북 페이지 (www.facebook.com/bestmgh)
12. 삼원샵(Samwon Shop) 홈페이지 (www.samwon-shop.com)
13. 인도마켓(Indomaret) 홈페이지 (www.klikindomaret.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2020.11.27

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 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea