



2020

해외시장 맞춤조사

No. | 202006-08

품목 | 콜라겐(Collagen)

국가 | 인도네시아(Indonesia)

구분 | 경쟁력분석형

사업명 : 2020 해외시장 맞춤조사

주관기관 : 한국농수산물유통공사

Contents

I. 요약(Summary)	3
II. 경쟁제품(Competitive Product)	
1. 인도네시아 콜라겐 경쟁제품 선정	10
2. 인도네시아 콜라겐 경쟁제품 조사지표 선정	14
3. 인도네시아 콜라겐 경쟁제품 포지셔닝	16
4. 인도네시아 콜라겐 경쟁제품 현지 조사 결과	17
III. 경쟁기업(Competitor)	
1. 인도네시아 콜라겐 경쟁기업 선정	33
2. 인도네시아 콜라겐 경쟁기업 현황	34
3. 인도네시아 콜라겐 경쟁기업 세부정보	36
IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)	
Interview ① 네추럴 팜(Natural Farm)	43
Interview ② 파르마쿠(Farmaku)	45
Interview ③ 인도마켓(Indomaret)	47
Interview ④ 소시올라(Sociolla)	49
V. 경쟁력파악(Competitiveness)	
1. 제품 경쟁력 검증	52
2. 벤치마킹 제품 분석	56
3. 기업 마케팅 벤치마킹	58
VI. 시장진출제언(Export Insights)	60
*참고문헌	63

I. 요약(Summary)


Summary

(요약)


온라인 조사(수치는 유통 점유율)			오프라인 조사		
온라인	토코피디아(Tokopedia)	34.3%	오프라인	드럭스토어	왓슨스 (Watsons)
	쇼피(Shopee)	17.5%			가디언 (Guardian)
	부칼라팍(Bukalapak)	12.9%			센추리 (Century)
					파르마 플러스 (Pharma Plus)
					아포텍 스ihat 파르마 (Apotek Sehat Farma)

조사 지역(인도네시아 자카르타)

인도네시아 자카르타에 위치한 드럭스토어 왓슨스(Watsons), 가디언(Guardian), 센추리(Century), 파르마 플러스(Pharma Plus), 아포텍 스ihat 파르마(Apotek Sehat Farma)을 방문. 왓슨스, 센추리, 아포텍 스ihat 파르마는 대규모 쇼핑센터와 부유층 주택단지가 자리한 남자카르타(South Jakarta)에 위치하며, 가디언과 파르마 플러스 또한 현지인 거주 지역에 위치하여 접근성이 용이함



자카르타 (Jakarta)

경쟁제품		경쟁기업		
<ul style="list-style-type: none"> 인도네시아 콜라겐 경쟁제품 15개 조사 		경쟁기업	국적	대표제품
 <p>비분말 소용량(섭취일수 30일 이하) 제품, 대용량(30일 초과)보다 약 28% 비싸(1일 섭취량 당 가격) 캡슐 소용량 12,121루피아(약 1,019원), 대용량 9,458루피아(약 795원)</p> <p>인도네시아 제품, 수입산보다 약 35% 저렴 (1일 섭취량 당 가격) 인도네시아 8,647루피아(약 727원), 수입산 12,996루피아(약 1,093원)</p>		비 베스트 누트리션	미국	네이처 헬스 콜라겐 컴플렉스 (Nature's Health Collagen Complex)
		퍼포먼스 리서치랩	미국	누리시 스킨 스킨 누트리션 (Nourish Skin Skin Nutrition)
		박토락 파머시티컬	미국	누트리맥스 비엔나 (Nutrimax Viena)
		노벨	인도네시아	누트라포 라디언스 뷰티 (Nutra for Radiance Beauty)
		마하감 베타 파르마	인도네시아	콜라스틴 뷰티 (Collastin Beauty)
		드위 마농갈	인도네시아	에버 화이트 하이 콜라겐 (Ever White Hicol)

경쟁력 파악			진출 제언												
기준(ASA)	경쟁력	경쟁제품	기준(ASA)	경쟁력	경쟁제품										
가격(1일 섭취량 당) (9,909 루피아)	●	<table border="1"> <tr><th>분말</th><th>비분말 (소용량)</th><th>비분말 (대용량)</th></tr> <tr><td>9,800 루피아</td><td>10,848 루피아</td><td>12,121 루피아</td></tr> </table>	분말	비분말 (소용량)	비분말 (대용량)	9,800 루피아	10,848 루피아	12,121 루피아	성분 (오렌지, 레몬)	●	<table border="1"> <tr><th>과일원료 포함</th><th>과일원료 미포함</th></tr> <tr><td>6개</td><td>9개</td></tr> </table>	과일원료 포함	과일원료 미포함	6개	9개
분말	비분말 (소용량)	비분말 (대용량)													
9,800 루피아	10,848 루피아	12,121 루피아													
과일원료 포함	과일원료 미포함														
6개	9개														
용량(섭취일수) (30일)	●	<table border="1"> <tr><th>분말</th><th>비분말 (소용량)</th><th>비분말 (대용량)</th></tr> <tr><td>20일</td><td>25일</td><td>60일</td></tr> </table>	분말	비분말 (소용량)	비분말 (대용량)	20일	25일	60일	홍보문구 (피쉬콜라겐)	●	<table border="1"> <tr><th>효능</th><th>제품 성분</th></tr> <tr><td>수분 공급, 주름 개선, 노화 방지</td><td>비타민, 히알루론산, 섬유질 포함</td></tr> </table>	효능	제품 성분	수분 공급, 주름 개선, 노화 방지	비타민, 히알루론산, 섬유질 포함
분말	비분말 (소용량)	비분말 (대용량)													
20일	25일	60일													
효능	제품 성분														
수분 공급, 주름 개선, 노화 방지	비타민, 히알루론산, 섬유질 포함														
포장 (플라스틱 파우치)	●	<table border="1"> <tr><th>플라스틱 파우치</th><th>플라스틱 병</th><th>종이상자</th></tr> <tr><td>1개</td><td>6개</td><td>8개</td></tr> </table>	플라스틱 파우치	플라스틱 병	종이상자	1개	6개	8개	홍보채널 (無)	○	<table border="1"> <tr><th>자사 홈페이지</th><th>SNS 채널</th></tr> <tr><td>有</td><td>페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터</td></tr> </table>	자사 홈페이지	SNS 채널	有	페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터
플라스틱 파우치	플라스틱 병	종이상자													
1개	6개	8개													
자사 홈페이지	SNS 채널														
有	페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터														

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

Point. 01

Point. 02

- 1) ASA 제품의 100g 당 가격, 분말 형태의 경쟁제품에 비해 약 3배 높아. 가격경쟁력 확보 제언
 - 2) 바이어 인터뷰에 따르면, 현지인은 캡슐 혹은 음료 형태의 제품 선호하는 것으로 확인
- 1) 인기제품의 경우, 미용 효능과 제품 성분을 강조하여 제품 홍보
 - 2) 경쟁기업 모두 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 활용하여 제품 소개 및 관련 영상 업로드

Competitive Product

(경쟁제품)

인도네시아(INDONESIA)

콜라겐 경쟁제품

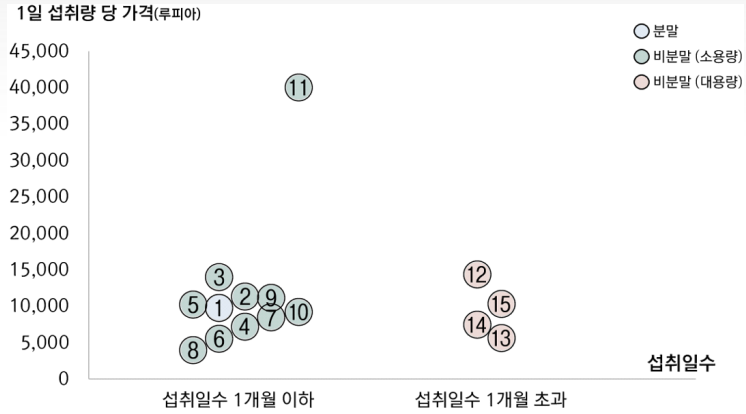
선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준

- 온라인/오프라인 인기제품

경쟁제품 포지셔닝 기준

- X축: 섭취일수
- Y축: 1일 섭취량 당 가격(루피아)



인도네시아 (INDONESIA)

콜라겐 경쟁제품 분석

제품 형태	경쟁제품(제조사)	소비자가가격 ¹⁾	1일 섭취량 당 가격	용량	섭취 일수	포장 형태		원산지	인증
						외부	내부		
분말	① 에버 화이트 하이 콜라겐 (드위 마농갈)	196,000루피아 (16,484원)	9,800루피아 (824원)	240g (12g*20포)	20일	종이상자	플라스틱 파우치	인도네시아	BPOM
비분말 ²⁾ (소용량)	② 네이처스 헬스 디바투 (에카하르트 코)	340,000루피아 (28,594원)	11,333루피아 (953원)	30캡슐	30일	종이상자	블리스터	미국	(-)
	③ 네이처스 헬스 콜라겐 컴플렉스 (비 베스트 누트리션)	420,000루피아 (35,322원)	14,000루피아 (1,177원)	60캡슐	30일	플라스틱	(-)	미국	(-)
	④ 누트라포 라디언스 뷰티 (노벨)	217,000루피아 (18,250원)	7,233루피아 (608원)	30정	30일	종이상자	블리스터	인도네시아	(-)
	⑤ 너리쉬 스킨 얼티메이트 (퍼포먼스 리서치 래버러토리)	154,000루피아 (12,951원)	10,267루피아 (863원)	15정	15일	종이상자	블리스터	미국	(-)
	⑥ 너리쉬 스킨 글로우 (파로스 인도네시아)	83,500루피아 (7,022원)	5,567루피아 (468원)	15정	15일	종이상자	블리스터	인도네시아	(-)
	⑦ 누트리맥스 비엔나 (박토락 파머시티컬)	260,000루피아 (21,866원)	8,667루피아 (729원)	30정	30일	플라스틱	(-)	미국	(-)
	⑧ 스킨 핏 (울트라 삭티)	19,900루피아 (1,674원)	3,980루피아 (335원)	5정	5일	종이상자	플라스틱 파우치	인도네시아	(-)
	⑨ 콜라스틴 뷰티 (마하캄 베타 파르마)	329,000루피아 (27,669원)	10,967루피아 (922원)	30정	30일	종이상자	플라스틱 파우치	인도네시아	(-)
	⑩ 너리쉬 스킨 스킨 누트리션 (퍼포먼스 리서치 래버러토리)	276,000루피아 (23,212원)	9,200루피아 (774원)	30정	30일	종이상자	블리스터	미국	(-)
	⑪ 실크 스킨 (싸켈)	1,200,000루피아 (100,920원)	40,000루피아 (3,364원)	30캡슐	30일	플라스틱	(-)	미국	(-)
비분말 (대용량)	⑫ 누트라포 화이트 뷰티 (노벨)	430,000루피아 (36,163원)	7,167루피아 (603원)	60정	60일	종이상자	블리스터	인도네시아	TGA, GCC
	⑬ 맥스 비타 콜리지 (아메리칼)	340,000루피아 (28,594원)	5,667루피아 (477원)	60정	60일	플라스틱	(-)	미국	(-)
	⑭ 코스모 헬스 바이오 콜라겐 컴플렉스 (글로리 앤 오너)	450,000루피아 (37,845원)	7,500루피아 (631원)	60캡슐	60일	플라스틱	(-)	호주	GMP
	⑮ 누트리맥스 페미닌 뷰티 (박토락 파머시티컬)	620,000루피아 (52,142원)	10,333루피아 (869원)	60정	60일	플라스틱	(-)	미국	(-)

(*) 현지 판매 콜라겐 경쟁제품 15개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑물 인기제품

1) 100루피아= 8.41원(2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 권장 복용량 기준으로 총 섭취가능 기간이 30일 이하인 제품은 소용량, 30일 초과인 제품은 대용량으로 구분함

Competitor

(경쟁기업)

인도네시아(INDONESIA)

콜라겐 제품 경쟁기업

선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정

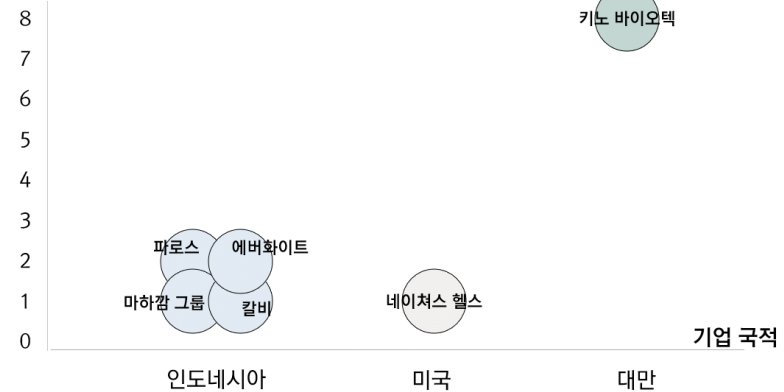
- 경쟁제품 기업체

경쟁사 포지셔닝

- X축: 제조사 국적

- Y축: 동일품목 수

동일품목 수



인도네시아 (INDONESIA)

콜라겐 경쟁기업 분석

제조사	국적	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	동일 품목 수
파로스 (Pharos)	인도네시아	<ul style="list-style-type: none"> · 오프라인 매장 · 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> · 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> · 히알루론산이 풍부한 최고의 보충제 · 건조한 피부에 수분을 공급 · 천연 항산화 성분인 SOD 함유 	2개
네이처스 헬스 (Nature's Health)	미국	<ul style="list-style-type: none"> · 오프라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> · 자사 홈페이지 	<ul style="list-style-type: none"> · 노화과정과 건조한 피부를 예방 · 피부 탄력 강화 및 개선 · 주름을 예방하고 새로운 피부세포 생성 	1개
키노 바이오텍 (Kino Biotec)	대만	<ul style="list-style-type: none"> · 오프라인 매장 · 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> · 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> · 내면에서부터 나오는 아름다움 · 몸의 모든 부분을 부드럽고 탄력있게 · 젊어 보이는 피부를 위한 가장 효과적인 방법 	8개
마하캄 그룹 (Mahakam Group)	인도네시아	<ul style="list-style-type: none"> · 오프라인 매장 · 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> · 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> · 비타민, 아스타잔틴 함유 · 피부 미백에 도움 · 피부를 강화하고 주름을 개선 	1개
칼비 (Kalbe)	인도네시아	<ul style="list-style-type: none"> · 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> · 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> · 여성의 아름다움을 유지시키는 · 콜라겐 손실을 줄여주는 · 14일만에 피부 주름이 개선되는 	1개
에버 화이트 (Ever White)	인도네시아	<ul style="list-style-type: none"> · 오프라인 매장 · 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> · 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> · 유연하고 매끄러운 피부를 위해 · 노화를 방지하고 젊어보이는 피부 · 상처의 빠른 회복 	2개





(*) 현지 콜라겐 판매 경쟁기업 6개사 분석

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

인도네시아(INDONESIA) 콜라겐 바이어 대상 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정
· 건강기능식품 유통업체 ○
· 콜라겐 취급 경험 ○

	네추럴 팜 (Natural Farm)	파르마쿠 (Farmaku)	인도마켓 (Indomaret)	소시올라 (Sociolla)
업체 ▶	소매업체	드럭스토어	소매업체	H&B 스토어
콜라겐 취급 ▶				
	콜라겐	콜라겐	콜라겐	콜라겐

사진자료: 네추럴 팜, 파르마쿠, 인도마켓, 소시올라 홈페이지

인도네시아 (INDONESIA) 콜라겐 바이어 피드백

A사	네추럴 팜 (Natural Farm) 소매업체	파르마쿠 (Farmaku) 드럭스토어	인도마켓 (Indomaret) 소매업체	소시올라 (Sociolla) H&B 스토어
25,000원 ----- 제품 가격	인기 제품과 비교했을 때 합리적인 가격	유사 제품과 비교했을 때 저렴한 가격	유사 제품과 비교했을 때 저렴한 가격	유사 제품과 비교했을 때 높은 가격
종이상자 플라스틱 파우치 4g*30포 ----- 제품 포장·용량	플라스틱 병 포장의 50ml 용량이 일반적	플라스틱 병 포장의 대용량 제품 선호	플라스틱 병 포장의 80ml-150ml 용량이 일반적	플라스틱 병 포장 일반적, 스틱형은 12g 용량이 인기
저분자 피쉬콜라겐 비타민C 함유 ----- 제품 강점	피부 미용과 건강을 챙기는 소비자 해양성 콜라겐, 비타민C, 비타민E 성분 선호	흡수율이 높은 해양성 콜라겐과 비타민C, 비타민E 성분 선호	피로 감소에 도움이 되는 비타민 B6, B12 및 해양성 콜라겐 선호	면역력 향상을 위한 갈슘, 비타민C, 아연 및 비타민B 성분 선호

(*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 4개사

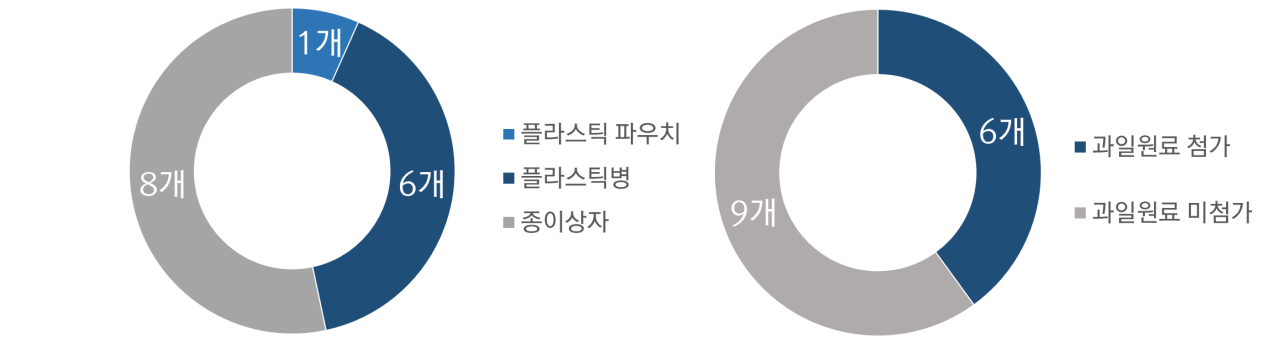
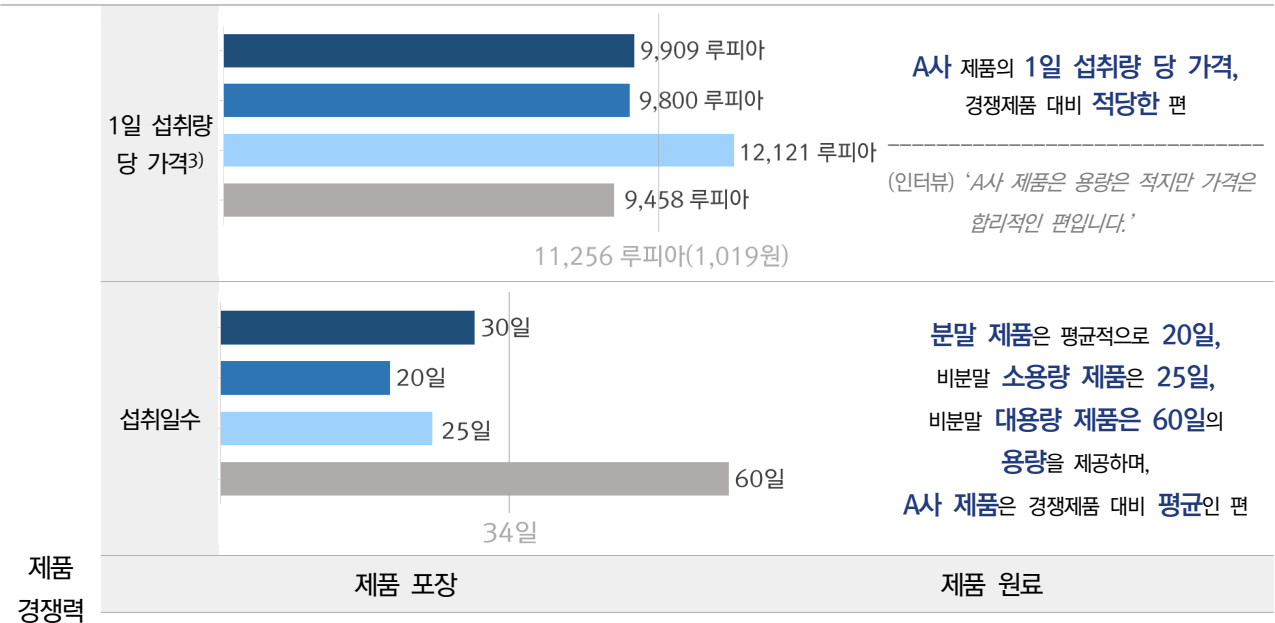
Competitiveness

(경쟁력 파악)

인도네시아 (INDONESIA) - 제품 경쟁력 검증

■ A사 제품 ■ 분말 제품 ■ 비분말(소용량) 제품 ■ 비분말(대용량) 제품 | 15개 경쟁제품 평균

경쟁력 평가 의견



		진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
마케팅 벤치마킹	경쟁사	경쟁기업 6개사중 4개사 인도네시아 오프라인 매장 및 온라인 매장 모두 진출	경쟁기업 6개사중 5개사 홍보 채널, 자사 홈페이지 와 SNS 플랫폼 모두 활용	경쟁기업 6개사는 주로 '제품의 효능', '성분' 등을 강조한 홍보 문구 활용

3) 100루피아= 8.41원(2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

II. 경쟁제품(Competitive Product)

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

1. 인도네시아 콜라겐 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

A사 제품 특징



제품명	콜라겐 P
품목	콜라겐
용량	4g*30포
포장	종이상자, 플라스틱 파우치
특징	저분자 피쉬콜라겐, 비타민C 함유

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② A사 제품 분석
 - 제품명 : 콜라겐 P
 - 제품 품목 : 콜라겐
 - 용량 : 4g*30포
 - 포장 : 종이상자, 플라스틱 파우치
 - 주요 특징 : 저분자 피쉬콜라겐, 비타민C 함유

Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑물 인기제품 확인



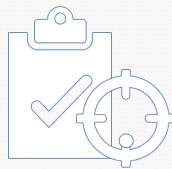
- ① 현지 주요 온라인 쇼핑물(Top 3) 확인
 1. 토크피디아(Tokopeida) : 34.3%
 2. 쇼피(Shopee) : 17.5%
 3. 부칼라팍(Bukalapak) : 12.9%
- ② 주요 온라인 쇼핑물 내 동일 품목 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑물별 Top 10 제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑물에서 모두 확인 : 5개 제품
 - 주요 온라인 쇼핑물 중 2개에서 확인 : 2개 제품

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, 드럭스토어
- 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
 - (오프라인) 인기 제품 요인 분석
 - 벤치마킹 제품 분석

2) 현지 주요 온라인
쇼핑몰 인기제품 확인

인도네시아 주요 온라인 쇼핑몰
(Top 3)

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

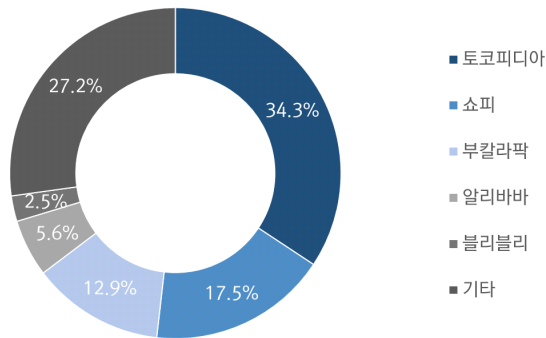
인도네시아 주요 온라인 쇼핑몰에서
모두 판매 중인 인기 경쟁제품

제품명	제조사
비요떼 콜라겐	비요떼
에버 화이트 하이콜라겐 드링크	드위 마능갈

▶ 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 1.1] 인도네시아 온라인 쇼핑몰 점유율



자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

▶ 인기 온라인 쇼핑몰에 모두 진출한 경쟁제품 2개

인도네시아 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 2개의 제품이 주요 온라인 쇼핑몰에서 모두 판매 중이며, 2개 온라인 쇼핑몰에서만 판매 중인 제품은 5개로 확인됨

[표 1.2] 인도네시아 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)

순위	토코피디아	쇼피	부칼라팍
1	비요떼 콜라겐 (비요떼)	에버 화이트 하이콜라겐 드링크 (드위 마능갈)	엠클 (웰로스)
2	콜라고 (콜라고)	엘브이엔 스트로베리 (시너지 인도네시아)	하이드롤라이즈 콜라겐 (퓨리탄스 프라이드)
3	슈퍼 콜라겐 플러스 씨 (네이처스 프러덕트)	비요떼 콜라겐 (비요떼)	콜라겐 투인원 화이트닝 (프로젠)
4	이더블유피 (엘스킨)	콜라겐 드링크 (루베)	슈퍼 콜라겐 플러스 씨 (네이처스 프러덕트)
5	콜라겐 드링크 (루베)	조주 콜라겐 (프라임 씨엘 콜라겐)	레이디언스 마린 큐텐 (블랙모어스)
6	엠클 (웰로스)	가맛 이마스 (바스 스킨케어)	헤어, 스킨 앤 네일스 (퓨리탄스 프라이드)
7	에버 화이트 하이콜라겐 드링크 (드위 마능갈)	콜라겐 트리펩타이드 징크 (콜라리치)	바이브랜트 스킨 (박토락 퍼머시터컬)
8	에드 뷰티 콜라겐 (B사)	너리쉬 스킨 얼티메이트 (티메이트)	조주 콜라겐 (프라임 씨엘 콜라겐)
9	너리쉬 스킨 누트리션 (퍼포먼스 리서치랩)	콜라겐 뷰티 드링크 (마이러바)	에버 화이트 하이콜라겐 드링크 (드위 마능갈)
10	누트라포 화이트 뷰티 (노벨)	너리쉬 스킨 누트리션 (퍼포먼스 리서치랩)	비요떼 콜라겐 (비요떼)

■ 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 1064만 500명
성비('18)	49.85%
면적	664.01 km ²

● A사 진출 선호 매장

하이퍼마켓
슈퍼마켓
백화점
드럭스토어
한인마트
H&B 스토어
홈쇼핑

▶ 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 조사 매장 선정, 하이퍼마켓, H&B 스토어, 창고형 할인매장

인도네시아 비타민 및 식이보조제(Vitamin and Dietary Supplements)⁵⁾의 유통채널 별 점유율을 확인한 결과, 약국이 25.6%로 가장 높았으며, 방문판매 17.7%, 드럭스토어 15.3%, 하이퍼마켓 13.2%, 슈퍼마켓 10.9%로 확인됨. 이에 각 유통채널별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사 매장을 선정함

[표 1.3] 인도네시아 콜라겐 주요 유통채널 현황

채널 분류	점유율	주요 매장
약국	25.6%	키미아 파르마(Kimia Farma), 케이24(K-24)
방문판매	17.7%	(-)
드럭스토어	15.3%	가디언(Guardian), 왓슨스(Watsons), 센트리 헬스케어(Century Health Care), 보스턴 헬스 앤 뷰티(Boston Health&Beauty)
하이퍼마켓	13.2%	까르푸(Carrefour), 하이퍼마트(Hypermart), 자이언트(Giant), 롯데마트(Lotte Mart)
슈퍼마켓	10.9%	슈퍼 인도(Super Indo), 히어로(Hero), 파머스마켓(Farmer's Market), 라마야나(Ramayana)

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

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

5) '콜라겐'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 비타민 및 식이보조제(Vitamin and Dietary Supplements)의 정보를 확인함

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ① 인기 제품

- 온라인 매장 인기 조사 결과 인기 제품 선정

(*) 토크피디아(Tokopedia), 쇼피(Shopee), 부칼라팍(Bukalapak)

- 현지 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(*) 왓슨스(Watsons), 가디언(Guardian), 센트리(Century), 파르마 플러스(Pharma Plus), 아포텍 스텍 파르마(Apotek Sehat Farma)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ② 제품 형태

- 분말: 가루 형태의 경쟁제품 선정

- 비분말: 농축한 영양 성분을 가루로 만들어 캡슐 형태의 용기에 포장된 제형의 경쟁제품 선정

[표 1.4] 인도네시아 콜라겐 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 형태		
	오프라인	온라인	분말	비분말	
				소용량	대용량
① 에버 화이트 하이 콜라겐 (드위 마농갈)	○ (센트리)	○ (토코피디아 쇼피, 부칼라팍)	○		
② 네이처스 헬스 디바투 (에카하르트 코)	○ (왓슨스)	○ (토코피디아 쇼피, 부칼라팍)		○	
③ 네이처스 헬스 콜라겐 컴플렉스 (비 베스트 누트리션)	○ (왓슨스, 가디언, 센트리)	○ (토코피디아 쇼피, 부칼라팍)		○	
④ 누트라포 라디언스 뷰티 (노벨)	○ (가디언, 센트리)	○ (토코피디아 쇼피, 부칼라팍)		○	
⑤ 너리쉬 스킨 얼티메이트 (퍼포먼스 리서치 래버러토리)	○ (센트리)	○ (토코피디아 쇼피, 부칼라팍)		○	
⑥ 너리쉬 스킨 글로우 (파로스 인도네시아)	○ (센트리)	○ (토코피디아 쇼피, 부칼라팍)		○	
⑦ 누트리맥스 비엔나 (박토락 파머시티컬)	○ (파르마 플러스)	○ (토코피디아 쇼피, 부칼라팍)		○	
⑧ 스킨 핏 (울트라 삭티)	○ (가디언)	○ (토코피디아 쇼피, 부칼라팍)		○	
⑨ 콜라스틴 뷰티 (마하감 베타 파르마)	○ (가디언, 센트리)	○ (토코피디아 쇼피, 부칼라팍)		○	
⑩ 너리쉬 스킨 스킨 누트리션 (퍼포먼스 리서치 래버러토리)	○ (센트리)	○ (토코피디아 쇼피, 부칼라팍)		○	
⑪ 실크 스킨 (싸-켈)	○ (파르마 플러스)	○ (토코피디아 쇼피, 부칼라팍)		○	
⑫ 누트라포 화이트 뷰티 (노벨)	○ (가디언, 센트리)	○ (토코피디아 쇼피, 부칼라팍)			○
⑬ 맥스 비타 콜리지 (아메리칼)	○ (아포텍 스텍 파르마)	○ (토코피디아, 부칼라팍)			○
⑭ 코스모 헬스 바이오 콜라겐 컴플렉스 (글로리 앤 오너)	○ (아포텍 스텍 파르마)	○ (토코피디아, 쇼피, 부칼라팍)			○
⑮ 누트리맥스 페미닌 뷰티 (박토락 파머시티컬)	○ (파르마 플러스)	○ (토코피디아, 쇼피, 부칼라팍)			○

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

2. 인도네시아 클라겐 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 조사 지표 ① 가격

- 오프라인 채널에서 판매되는 경쟁제품 가격
- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 1일 섭취량 당 가격

▶ 조사 지표 ② 용량

- 제품의 형태에 따른 용량(캡슐, 정, g)
- ※ 제품의 형태가 캡슐인 경우 캡슐, 정제인 경우 정, 분말인 경우 g로 표기함
- 제품의 섭취일수

▶ 조사 지표 ③ 섭취 방법

- 제품의 권장 섭취 방법

▶ 조사 지표 ④ 제품 형태

- 연질 캡슐: 액상 물을 충전하는 젤라틴을 원료로 하여 만든 형태
- 경질 캡슐: 주성분을 그대로 넣어 성형물로 한 것을 캡슐에 충전한 형태
- 정제: 내용물을 고체 형태로 압축, 코팅 또는 건조한 형태

▶ 조사 지표 ⑤ 포장 형태

- 제품을 포장하고 있는 용기의 소재와 형태
- ※ 경쟁제품의 포장 형태는 외부포장 형태와 내부포장 형태로 나누어 조사함
- 포장 형태(외부포장)
 - 종이상자: 종이 소재의 상자 용기
- 포장 형태(내부포장)
 - 플라스틱 파우치: 플라스틱 소재의 파우치에 내용물을 포장한 것
 - 블리스터: 플라스틱을 가열 성형하여 공간을 만든 후, 종이 또는 플라스틱 필름 등으로 덮고 접착한 포장공법

▶ 조사 지표 ⑥ 원산지

- 제품의 원산지

▶ 조사 지표 ⑦ 맛

- 제품의 맛

▶ 조사 지표 ⑧ 제품 수입상 정보

- 제품의 수입상 정보

● 품질 인증 마크



▶ 조사 지표 ⑨ 원료 및 첨가물

- 제품의 원료 및 첨가물

▶ 조사 지표 ⑩ 보유 인증

[표 1.5] 주요 인증 정보

인증 종류	인증 내용
BPOM 인증	인도네시아 식품의약품안전처에서 부여하는 인증으로, 의료기구, 가정용 기구, 화학약품, 의약품 등에 대한 안전기준을 통과한 제품임을 인증
GMP 인증	우수식품 제조·관리 인증기준을 통과한 식품임을 인증
TGA 인증	호주 식품의약품안전처에서 부여하는 인증으로, 수입, 수출, 판매되는 모든 의약품 및 의료기기의 적합성 평가를 받은 제품임을 인증
GCC 인증	중동 걸프 협력 회의에서 부여하는 인증으로, 제품이 건강, 안정 및 환경에 대한 기본적인 요건에 부합함을 의미하는 인증

6) 사진자료: 인도네시아 식품의약품안전처(Badan Pengawas Obat dan Makanan) 홈페이지(www.pom.go.id)
 7) BPOM 인증은 할랄 인증 과정을 거쳐야 발급되는 인증으로 해당 인증을 취득한 제품은 할랄 인증 대상에 포함됨
 8) 사진자료: 호주 식품의약품안전처(Therapeutic Goods Administration) 홈페이지(www.tga.gov.au)
 9) 사진자료: 걸프 협력 회의(Gulf Cooperation Council) 홈페이지(www.gcc-sg.org)

[표 1.6] 인도네시아 콜라겐 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값		지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격		매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	1일 섭취 당 가격		제품의 하루 섭취량 가격
용량	캡슐, 정, g		제품의 형태에 따른 용량 제품의 형태가 캡슐인 경우 캡슐, 정제인 경우 정, 분말인 경우 g로 표기함
	섭취일수		제품의 총 섭취일수
섭취 방법			제품의 권장 섭취 방법
제품 형태	연질 캡슐		액상 물을 충전하는 젤라틴을 원료로 하여 만든 형태
	경질 캡슐		주성분을 그대로 넣어 성형물로 한 것을 캡슐에 충전한 형태
	정제		내용물을 고체 형태로 압축, 코팅 또는 건조한 형태
포장 형태	외부포장	종이상자	종이상자 용기
	내부포장	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치에 내용물을 포장한 것
		블리스터	플라스틱을 가열 성형하여 공간을 만든 후, 종이 또는 플라스틱 필름 등으로 덮고 접착한 포장공법
원산지			제품의 원산지
맛			제품의 맛
수입상			제품의 수입상
원료 및 첨가물			제품의 원료 및 첨가물
보유 인증	BPOM 인증		의료기구, 가정용 기구, 화학약품, 의약품 등에 대한 안전기준을 통과한 제품임을 인증
	GMP 인증		우수식품 제조·관리 인증기준을 통과한 식품임을 인증
	TGA 인증		호주에서 수입, 수출, 판매되는 모든 의약품 및 의료기기의 적합성 평가를 받은 제품임을 인증
	GCC 인증		제품이 건강, 안정 및 환경에 대한 기본적인 요건에 부합함을 의미하는 인증

3. 인도네시아 콜라겐 경쟁제품 포지셔닝

● 경쟁제품(제조사)

- ① 에버 화이트 하이 콜라겐 (드워 마농갈)
- ② 네이처스 헬스 디바투 (메카하르트 코)
- ③ 네이처스 헬스 콜라겐 컴플렉스 (비 베스트 누트리션)
- ④ 누트라포 라디언스 뷰티 (노벨)
- ⑤ 너리쉬 스킨 얼티메이트 (퍼포먼스 리서치 래버러토리)
- ⑥ 너리쉬 스킨 글로우 (파로스 인도네시아)
- ⑦ 누트리맥스 비엔나 (박토락 파머시티컬)
- ⑧ 스킨 핏 (울트라 삭터)
- ⑨ 콜라스틴 뷰티 (마하감 베타 파르마)
- ⑩ 너리쉬 스킨 스킨 누트리션 (퍼포먼스 리서치 래버러토리)
- ⑪ 실크 스킨 (싸-켈)
- ⑫ 누트라포 화이트 뷰티 (노벨)
- ⑬ 맥스 비타 콜리지 (아메리칼)
- ⑭ 코스모 헬스 바이오 콜라겐 컴플렉스 (글로리 앤 오너)
- ⑮ 누트리맥스 페미닌 뷰티 (박토락 파머시티컬)

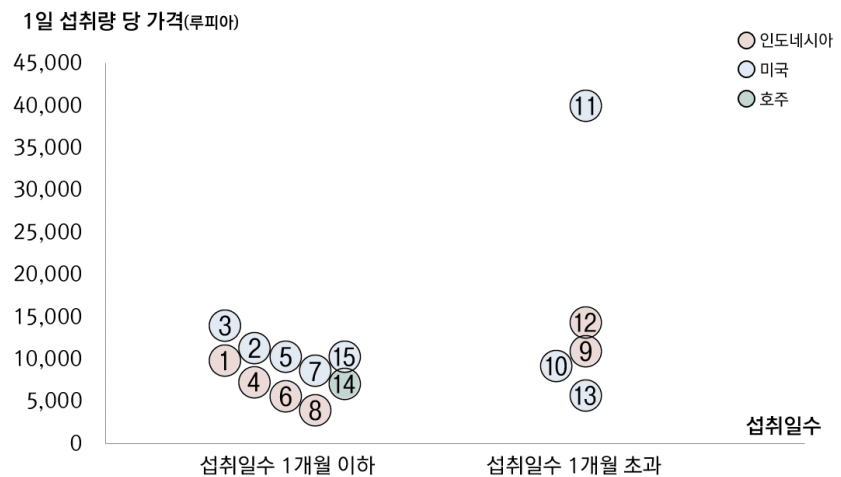
▶ 포지셔닝 ①: 경쟁제품 평균 1일 섭취량 당 가격, 비분말 소용량 제품이 가장 저렴

인도네시아에서 건강보조식품으로 분류되는 콜라겐 제품을 경쟁제품으로 선정함. 분말 제품 1개와 비분말 제품 14개를 조사하였으며, 캡슐 제형의 비분말 제품을 용량에 따라 섭취일수 30일 이하의 소용량, 30일 초과는 대용량 제품으로 구분함. 소용량 제품은 총 10개로 최소 5일부터 30일까지 복용 가능한 용량으로 판매되고 있으며 대용량 제품은 총 4개로 모두 60일 용량으로 판매되고 있음. 용량별 평균 1일 섭취량 당 가격을 비교한 결과, 소용량 제품은 12,121루피아(약 1,019원)¹⁰⁾, 대용량 제품은 9,458루피아(약 795원)로 대용량 제품이 소용량 제품 대비 약 22% 저렴한 가격에 판매되는 것으로 확인됨

▶ 포지셔닝 ②: 경쟁제품 평균 1일 섭취량 당 가격, 인도네시아 제품이 가장 저렴

인도네시아 오프라인 매장에서 조사된 콜라겐 경쟁제품 15개를 제품의 총용량과 1회 섭취량(Serving Size)에 따라 제품의 섭취일수를 조사하였으며 15개 제품의 평균 1일 섭취량 당 가격은 11,256루피아(약 947원)로 확인됨. 원산지별 평균 1일 섭취량 당 가격은 인도네시아 콜라겐 제품이 8,647루피아(약 727원), 미국과 호주를 포함한 수입 제품의 평균 가격이 12,996루피아(약 1,093원)인 것으로 조사됨. 인도네시아 콜라겐 제품의 평균 1일 섭취량 당 가격이 수입 제품에 비해 약 35% 저렴한 가격으로 판매되는 것으로 확인됨

[표 1.7] 인도네시아 콜라겐 경쟁제품 포지셔닝



자료: 인도네시아 콜라겐 경쟁제품 15개 분석

10) 100루피아= 8.41원(2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

4. 인도네시아 콜라겐 경쟁제품 현지 조사 결과

▶ 자카르타에 위치한 드럭스토어 5개 매장 방문

인도네시아 자카르타에 위치한 드럭스토어 왓슨스(Watsons), 가디언(Guardian), 센트리(Century), 파르마 플러스(Pharma Plus), 아포텍 스헏 파르마(Apotek Sehat Farma)를 방문함. 그 중, 가디언은 인도네시아 전체 드럭스토어 및 약국체인(Drugstores/Parapharmacies) 브랜드 점유율의 13%를 차지하고 있는 1위¹⁾ 브랜드로 인도네시아 내 약 288개 매장을 운영하고 있음²⁾

[표 1.8] 인도네시아 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
왓슨스 (Watsons)	드럭스토어	2개	· 건강보조식품, 화장품, 헬스 케어, 간식 등 판매 · 현지인과 외국인의 접근이 용이 · 아파트, 학교, 호텔 근처에 위치
가디언 (Guardian)	드럭스토어	2개	· 한국 화장품 제품 취급 · 현지인이 자주 찾는 종합쇼핑 센터에 위치
센트리 (Century)	드럭스토어	6개	· 약, 화장품, 건강보조식품 등 판매 · 다양한 종류의 콜라겐 제품을 다수 취급 · 아파트, 학교, 호텔 근처에 위치
파르마 플러스 (Pharma Plus)	드럭스토어	3개	· 약, 화장품, 건강보조식품 등 판매 · 현지인 거주 지역에 위치하여 접근성 용이
아포텍 스헏 파르마 (Apotek Sehat Farma)	드럭스토어	2개	· 약, 화장품, 건강보조식품 등 판매 · 현지인 거주 지역에 위치하여 접근성 용이



지도자료: 구글맵(Google Maps)

11) 자료: 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지(www.euromonitor.com)

12) 자료: 가디언(Guardian) 홈페이지(www.guardianindonesia.co.id)

▶ 경쟁제품 판매 현황, 15개 중 4개 제품은 2개 이상 매장에서 판매

인도네시아 자카르타 지역의 왓슨스, 가디언, 센트리, 파르마 플러스, 아포텍 스타트 파르마 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 네이처스 헬스 콜라겐 컴플렉스, 누트라포 라디언스 뷰티, 콜라스틴 뷰티, 누트라포 화이트 뷰티 총 4개 제품이 방문 매장 중 2개 이상의 매장에서 판매 중인 것으로 조사됨

[표 1.9] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황				
	왓슨스	가디언	센트리	파르마 플러스	아포텍 스타트 파르마
① 에버 화이트 하이 콜라겐 (드위 마농갈)			○		
② 네이처스 헬스 디바투 (에카하르트 코)	○				
③ 네이처스 헬스 콜라겐 컴플렉스 (비 베스트 누트리션)	○	○	○		
④ 누트라포 라디언스 뷰티 (노벨)		○	○		
⑤ 너리쉬 스킨 얼티메이트 (퍼포먼스 리서치 래버러토리)			○		
⑥ 너리쉬 스킨 글로우 (파로스 인도네시아)			○		
⑦ 누트리맥스 비엔나 (박토락 파머시티컬)				○	
⑧ 스킨 핏 (울트라 삭티)		○			
⑨ 콜라스틴 뷰티 (마하감 베타 파르마)		○	○		
⑩ 너리쉬 스킨 스킨 누트리션 (퍼포먼스 리서치 래버러토리)			○		
⑪ 실크 스킨 (씨-퀵)				○	
⑫ 누트라포 화이트 뷰티 (노벨)		○	○		
⑬ 맥스 비타 콜리지 (아메리칼)					○
⑭ 코스모 헬스 바이오 콜라겐 컴플렉스 (글로리 앤 오너)					○
⑮ 누트리맥스 페미닌 뷰티 (박토락 파머시티컬)				○	

자료: 현지 조사원 자료

Shop ① 왓슨스(Watsons)

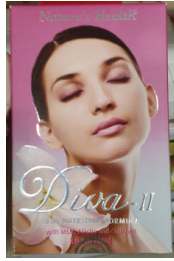
매장 정보

- 유형: 드럭스토어
- 판매 제품 특징:
약, 화장품, 건강보조제 등을 취급하며 한국산 화장품 종류 또한 취급함
- 매장 주변 특징:
아파트와 학교, 호텔 등이 인접해 있는 복합 쇼핑몰 내에 입점해있는 매장이며, 현지인과 외국인의 접근성이 좋은 지역임
- 주요 고객층:
관광객, 현지인

브랜드 기본 정보 ¹³⁾	 <p>왓슨스는 1841년에 설립된 홍콩의 드럭스토어 체인임. 홍콩기업인 A.S. 왓슨 그룹에 의해 운영되고 있으며, A.S. 왓슨 그룹은 세계최대의 건강, 미용용품 유통서비스 기업임. 아시아와 유럽의 14개 국가에 7,800여개의 드럭스토어와 1,500개의 약국 매장을 운영함</p>	
	조사 제품 수: 2개	
매장 정보		
	도시(지역) 위치	자카르타 상세주소 Kemang Village Lippo Mall, JL.Pangeran Antasari NO. Jakarta Selatan, 12730, Indonesia
매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		
콜라겐 판매 정보	판매 콜라겐 제품 정보	
	 네이처스 헬스 디바투 (에카하르트 코)	 네이처스 헬스 콜라겐 콤플렉스 (비 베스트 뉴트리션)

사진자료: 현지 조사원 자료, 왓슨스 홈페이지

13) 왓슨스(Watsons) 홈페이지(www.watsons.co.id)



제품명 (영어)	네이처스 헬스 디바투 (Nature's Health Diva-II)	제조사 (영어)	에카하르트 코 (Eckahart Cor)
가격	340,000루피아 (28,594원)	1일 섭취량 당 가격	11,333루피아 (953원)
용량 /섭취일수	30캡슐 /30일	제품 형태	연질 캡슐
포장 형태	종이상자	원산지	미국
맛	바닐라	수입상	라디언트 센트랄 뉴트리んど (Radiant Sentral Nutrindo)
홍보문구	피부 영양 공급	원료 및 첨가물	MSM, 콜라겐, 엘라스틴, 비타민, 아연, 달맞이꽃 오일



제품명 (영어)	네이처스 헬스 콜라겐 콤플렉스 (Nature's Health Collagen Complex)	제조사 (영어)	비 베스트 뉴트리션 (Vii-Best Nutrition)
가격	420,000루피아 (35,322원)	1일 섭취량 당 가격	14,000루피아 (1,177원)
용량 /섭취일수	60캡슐 /30일	제품 형태	경질 캡슐
포장 형태	플라스틱 병	원산지	미국
홍보문구	피부 영양 공급	수입상	라디언트 센트랄 뉴트리んど (Radiant Sentral Nutrindo)
원료 및 첨가물		콜라겐, 피쉬콜라겐, 포도 씨	

Shop ② 센트리(Century)

- 매장 정보**
- 유형: 드럭스토어
 - 판매 제품 특징: 약, 화장품, 건강보조제 등을 취급함. 가장 많은 콜라겐 제품을 취급하고 있음
 - 매장 주변 특징: 아파트와 학교, 호텔 등이 인접해 있는 복합 쇼핑몰 내에 입점해있는 매장이며, 현지인과 외국인의 접근성이 좋은 지역임
 - 주요 고객층: 관광객, 현지인

브랜드 기본 정보 ¹⁴⁾		센트리는 2000년에 설립된 인도네시아의 드럭스토어 체인임. 매월 프로모션을 진행하여 소비자에게 의약품과 건강, 미용용품을 합리적인 가격으로 판매하며, 제품 배달 서비스 또한 제공함. 주로 대형 쇼핑몰과 같이 소비자들의 접근성이 높은 곳에 입점해있는 특징이 있음	
	조사 제품 수: 6개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 자카르타 상세주소 Kem Chicks, The Mansion Kemang, Jakarta Selatan, 12730, Indonesia	
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
콜라겐 판매 정보	판매 콜라겐 제품 정보		
			
	에버 화이트 하이 콜라겐 (드위 마농갈)	누트라포 라디언스 뷰티 (노벨)	너리쉬스킨 얼티메이트 (퍼포먼스 리서치 래버러토리)
			
너리쉬스킨 스킨 뉴트리션 (퍼포먼스 리서치 래버러토리)	너리쉬스킨 글로우 (파로스 인도네시아)	누트라포 화이트 뷰티 (노벨)	

사진자료: 현지 조사원 자료, 센트리 홈페이지

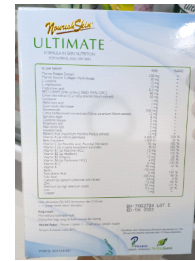
14) 센트리(Century) 홈페이지(www.century-pharma.com)



제품명 (영어)	에버 화이트 하이 콜라겐 (Ever White Hicoll)	제조사 (영어)	드위 마농갈 (Dwi Manuggal)
가격	196,000루피아 (16,484원)	1일 섭취량 당 가격	9,800루피아 (824원)
용량 /섭취일수	240g(12g*20포) /20일	제품 형태	스틱형 분말
포장 형태	종이상자	섭취방법	100ml의 물에 1포를 녹여 섭취
홍보문구	아름다움과 건강	유통기한	2년
인증	BPOM	원산지	인도네시아
원료 및 첨가물	덱스트로스, 섬유질, 피쉬콜라겐, 비타민		



제품명 (영어)	누트라포 라디언스 뷰티 (Nutrafor Radiance Beauty)	제조사 (영어)	노벨 (Novell)
가격	217,000루피아 (18,250원)	1일 섭취량 당 가격	7,233루피아 (608원)
용량 /섭취일수	30정 /30일	제품 형태	정제
포장 형태	종이상자	유통기한	3년
홍보문구	지성 피부를 위한	원산지	인도네시아
원료 및 첨가물	올리브 추출물, 스피룰리나, 콜라겐, 포도 씨 추출물		



제품명 (영어)	너리쉬스킨 얼티메이트 (Nourish Skin Ultimate)	제조사 (영어)	퍼포먼스 리서치 래버러토리 (Performance Research Laboratories)
가격	154,000루피아 (12,951원)	1일 섭취량 당 가격	10,267루피아 (863원)
용량 /섭취일수	15정 /15일	제품 형태	정제
포장 형태	종이상자	원산지	미국
홍보문구	건조한 피부를 위한 영양	수입상	파로스 인도네시아 (Pharos Indonesia)
원료 및 첨가물	해양 단백질 추출물, 해양 콜라겐 가수분해물, 엘시스틴, 적포도씨, 비타민		



제품명 (영어)	너리쉬스킨 스킨 뉴트리션 (Nourish Skin Skin Nutrition)	제조사 (영어)	퍼포먼스 리서치 래버러토리 (Performance Research Laboratories)
가격	276,000루피아 (23,212원)	1일 섭취량 당 가격	9,200루피아 (774원)
용량 /섭취일수	30정 /30일	제품 형태	정제
포장 형태	종이상자	원산지	미국
홍보문구	건강한 피부를 위한 보조제	수입상	파로스 인도네시아 (Pharos Indonesia)
원료 및 첨가물	동결건조 해양 단백질, 천연 콜라겐, 비타민, 아연, 칼슘		



제품명 (영어)	너리쉬스킨 글로우 (Nourish Skin Glow)	제조사 (영어)	파로스 인도네시아 (Pharos Indonesia)
가격	83,500루피아 (7,022원)	1일 섭취량 당 가격	5,567루피아 (468원)
용량 /섭취일수	15정 /15일	제품 형태	정제
포장 형태	종이상자	원산지	인도네시아
홍보문구	건강하고 빛나는 피부	원료 및 첨가물	해양 단백질 추출물, 콜라겐 가수분해물, 엘시스틴 HCl



제품명 (영어)	누트라포 화이트 뷰티 (Nutrafor White Beauty)	제조사 (영어)	노벨 (Novell)
가격	430,000루피아 (36,163원)	1일 섭취량 당 가격	7,167루피아 (603원)
용량 /섭취일수	60캡슐 /60일	제품 형태	경질 캡슐
포장 형태	종이상자	원산지	인도네시아
홍보문구	건강하고 밝은 피부를 위해	인증	TGA, GCC
원료 및 첨가물	콜라겐, 쌀겨 세라미드, 호스테일 추출물		

Shop ③ 가디언(Guardian)

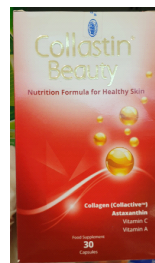
<p>●</p> <p>매장 정보</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> · 유형: 드럭스토어 · 판매 제품 특징: 약, 화장품, 건강보조제 등을 취급하며 한국산 화장품 종류도 취급함 · 매장 주변 특징: 현지인들이 자주 찾는 종합 쇼핑몰 내에 입점해있는 매장임 · 주요 고객층: 현지인 <hr/>	<p>브랜드 기본 정보¹⁵⁾</p>		<p>가디언은 동남아시아 지역의 선도적인 드럭스토어 브랜드임. 인도네시아 내에 300여개의 매장을 보유하고 있으며, 온라인 매장을 통해서도 제품을 판매함. 오프라인 매장은 주로 대형 쇼핑몰 내에 입점해있어 소비자들의 접근성이 높은 편임</p>	
	<p>매장 정보</p>	<p>조사 제품 수: 2개</p>		
	<p>위치</p>	<p>도시(지역) 상세주소</p>	<p>자카르타 Mall Pondok Indah I, Ground Floor, Jakarta Selatan, 12310, Indonesia</p>	
	<p>매장 내부 전경</p>	<p>매장 내부 전경</p>		<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>
<p>콜라겐 판매 정보</p>	<p>판매 콜라겐 제품 정보</p>		<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>	
	<p>스킨 핏 (울트라 삭티)</p>	<p>콜라스틴 뷰티 (마하감 베타 파르마)</p>		

사진자료: 현지 조사원 자료, 가디언 홈페이지

15) 가디언(Guardian) 홈페이지(www.guardianindonesia.co.id)




제품명 (영어)	스킨 핏 (Skin Fit)	제조사 (영어)	울트라 삭티 (Ultra Sakti)
가격	19,900루피아 (1,674원)	1일 섭취량 당 가격	3,980루피아 (335원)
용량 /섭취일수	5정 /5일	제품 형태	정제
포장 형태	종이상자	원산지	인도네시아
맛	바닐라 맛	홍보문구	피부 건강 유지
원료 및 첨가물	피쉬콜라겐, 포도 추출물, 석류씨 추출물, 석류껍질 추출물, 올리브 추출물		



제품명 (영어)	콜라스틴 뷰티 (Collastin Beauty)	제조사 (영어)	마하캄 베타 파르마 (PT. Mahakam Beta Farma)
가격	329,000루피아 (27,669원)	1일 섭취량 당 가격	10,967루피아 (922원)
용량 /섭취일수	30캡슐 /30일	제품 형태	경질 캡슐
포장 형태	종이상자	유통기한	2년
홍보문구	건강한 피부를 위한	원산지	인도네시아
원료 및 첨가물	콜라겐, 아스타잔틴, 비타민, 나트륨, 실리콘 다이옥사이드		

Shop ④ 파르마 플러스(Pharma Plus)

- 매장 정보**
- 유형: 드럭스토어
 - 판매 제품 특징: 약, 화장품, 건강보조제 등을 취급함
 - 매장 주변 특징: 현지인들의 거주 지역에 위치한 매장임
 - 주요 고객층: 현지인

브랜드 기본 정보 ¹⁶⁾		파르마 플러스는 인도네시아의 드럭스토어 체인임. 처방약뿐만 아니라 미용용품, 건강보조제 등을 판매하며, 휴대폰 어플리케이션을 통해 건강 상담과 제품 판매 서비스를 제공하고 있음. 또한, 대형 온라인 쇼핑몰 내에 판매 페이지를 운영하여 소비자들의 접근성을 높이는 전략을 사용함	
	조사 제품 수: 3개		
매장 정보			
	도시(지역) 위치 상세주소	자카르타 Jl. Tebet Barat Dalam II No.46, Jakarta Selatan, 12810, Indonesia	
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
콜라겐 판매 정보	판매 콜라겐 제품 정보		
			
	누트리맥스 비에나 (박토락 파머시티컬)	누트리맥스 페미닌 뷰티 (박토락 파머시티컬)	실크 스킨 (싸-컬)

사진자료: 현지 조사원 자료, 파르마 플러스 페이스북

16) 파르마 플러스(Pharma Plus) 페이스북 페이지(www.facebook.com/PharmaPlus-Indonesia)



제품명 (영어)	누트리맥스 비에나 (Nutrimax Viena)	제조사 (영어)	박토락 파머시티컬 (Bactorac Pharmaceutical)
가격	260,000루피아 (21,866원)	1일 섭취량 당 가격	8,667루피아 (729원)
용량 /섭취일수	30정 /30일	제품 형태	정제
포장 형태	플라스틱 병	원산지	미국
홍보문구	피부 영양 공급	수입상	수르야프라나 누트리신도 (Suryaprana Nutrisindo)
원료 및 첨가물	동결건조 해양지질 단백질, 하이드로라이즈드 콜라겐, 포도		



제품명 (영어)	누트리맥스 페미닌 뷰티 (Nutrimax Feminine Beauty)	제조사 (영어)	박토락 파머시티컬 (Bactorac Pharmaceutical)
가격	620,000루피아 (52,142원)	1일 섭취량 당 가격	10,333루피아 (869원)
용량 /섭취일수	60정 /60일	제품 형태	정제
포장 형태	플라스틱 병	원산지	미국
홍보문구	여성의 건강을 유지	수입상	수르야프라나 누트리신도 (Suryaprana Nutrisindo)
원료 및 첨가물	동결건조 해양지질 단백질, 하이드로라이즈드 콜라겐		



제품명 (영어)	실크 스킨 (Silk Skin)	제조사 (영어)	씨-퀼 (Sea-Quill, Inc.)
가격	1,200,000루피아 (100,920원)	1일 섭취량 당 가격	40,000루피아 (3,364원)
용량 /섭취일수	30캡슐 /30일	제품 형태	경질 캡슐
포장 형태	플라스틱 병	원산지	미국
홍보문구	피부 건강 보조제	수입상	아바드 두아 사투 막무르 (Abad Dua Satu Makmur)
원료 및 첨가물	알피니아잎 분말, 연밥 추출물, MSM, 치킨 콜라겐, 엘시스틴		

Shop ⑤ 스हत 파르마(Sehat Farma)

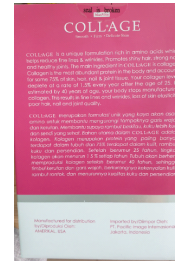
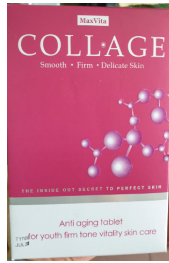
매장 정보

- 유형: 드럭스토어
- 판매 제품 특징:
처방약, 의약품, 건강 보조제 등을 취급함
- 매장 주변 특징:
현지인들이 많이 거주하는 곳으로 현지인들이 가장 손쉽게 접근할 수 있는 지역임
- 주요 고객층:
현지인

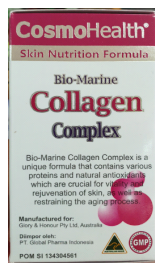
브랜드 기본 정보 ¹⁷⁾	 <p>스हत 파르마는 인도네시아의 현지인들이 다수 거주하고 있는 지역에 위치한 드럭스토어임. 현지인들이 손쉽게 방문할 수 있는 매장이며, 대부분의 제품을 카운터에서 주문을 받은 후에 판매하는 방식으로 판매함.</p>	
	조사 제품 수: 2개	
매장 정보		
	도시(지역) 위치 상세주소	자카르타 Jl. Melawai IV No.45 Kby. Baru, Jakarta Selatan, 12160, Indonesia
매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		
콜라겐 판매 정보	판매 콜라겐 제품 정보	
	 <p>맥스 비타 콜리지 (아메리칼)</p>	 <p>코스모 헬스 바이오 콜라겐 컴플렉스 (글로리 앤 오너)</p>

사진자료: 현지 조사원 자료, 스हत 파르마 인스타그램

17) 스हत 파르마(Sehat Farma) 인스타그램 페이지 (www.instagram.com/apotek_sehatfarma)



제품명 (영어)	맥스 비타 콜리지 (Max Vita Collagen)	제조사	아메리칼 (Amerikal)
가격	340,000루피아 (28,594원)	1일 섭취량 당 가격	5,667루피아 (477원)
용량 /섭취일수	60정 /60일	제품 형태	정제
포장 형태	종이상자	원산지	미국
홍보문구	완벽한 피부를 위한 비법	수입상	퍼시픽 이미지 인터내셔널 (Pacific Image International)
원료 및 첨가물	하이드로라이즈드 콜라겐, 알라닌, 아르지닌, 하이드록시프롤린		



제품명 (영어)	코스모 헬스 바이오 콜라겐 컴플렉스 (Cosmo Health Bio Collagen Complex)	제조사	글로리 앤 오너 (Glory & Honour)
가격	450,000루피아 (37,845원)	1일 섭취량 당 가격	7,500루피아 (631원)
용량 /섭취일수	60캡슐 /60일	제품 형태	연질 캡슐
포장 형태	종이상자	원산지	호주
홍보문구	단백질, 향산화 성분 포함	수입상	글로벌 파르마 인도네시아 (Global Pharma Indonesia)
인증	GMP	원료 및 첨가물	해양 콜라겐, 로열젤리, 포도 씨, 달맞이꽃 오일

Ⅲ. 경쟁기업(Competitor)

1. 인도네시아 콜라겐 경쟁기업 선정
2. 인도네시아 콜라겐 경쟁기업 현황
3. 인도네시아 콜라겐 경쟁기업 세부정보

1. 인도네시아 콜라겐 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 해외 기업 6개사 선정

인도네시아 오프라인 매장에 진출한 경쟁기업 10개사 중, 오프라인 매장에서 가장 많은 제품이 조사된 기업을 기준으로 인도네시아 기업 파로스(Pharos), 미국 기업 네이처스 헬스(Nature's Health), 대만 기업 키노 바이오텍(Kino Biotech)을 선정함. 그리고 경쟁제품 중 스틱형 분말 콜라겐 제품을 제조하는 인도네시아 기업 에버 화이트(Ever White)를 선정하였으며, 기업의 규모와 국적을 기준으로 인도네시아 기업 마하캄 그룹(Mahakam Group)을 선정함. 마지막으로 온라인 추가 조사를 통해 규모가 큰 인도네시아 기업 칼비(Kalbe)를 추가로 선정하여, 총 6개의 경쟁기업을 선정함

▶ 경쟁기업 6개사, 평균 30년 업력 보유

선정된 경쟁기업 6개사의 평균 업력은 약 30년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨. 마하캄 그룹은 1967년에 설립되어 약 53년의 업력을 보유하고 있으며, 파로스 49년, 네이처스 헬스 27년 등의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨. 인도네시아 기업 칼비도 약 24년의 업력을 보유하고 있으며, 대만 기업 키노 바이오텍이 22년, 인도네시아 기업 에버 화이트가 2년의 업력을 보유하고 있는 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업 6개사, 콜라겐 동일품목 종류 조사

인도네시아에 진출한 경쟁기업 6개사가 판매하고 있는 콜라겐의 동일품목 수를 조사한 결과 키노 바이오텍이 8개로 경쟁기업 6개사 중 가장 많은 동일품목 수를 보유하고 있는 것으로 확인됨. 이 외에 파로스와 에버 화이트가 2개, 네이처스 헬스, 마하캄 그룹, 칼비가 각각 1개의 순으로 동일품목을 보유하고 있는 것으로 조사됨

[표 2.1] 콜라겐 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
파로스 (Pharos)	인도네시아	49년	2개
네이처스 헬스 (Nature's Health)	미국	27년	1개
키노 바이오텍 (Kino Biotec)	대만	22년	8개
마하캄 그룹 (Mahakam Group)	인도네시아	53년	1개
칼비 (Kalbe)	인도네시아	24년	1개
에버 화이트 (Ever White)	인도네시아	2년	2개

자료: 인도네시아 진출 콜라겐 제조기업 6개사 분석

2. 인도네시아 콜라겐 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 6개사 중 4개사, 인도네시아 오프라인 및 온라인 매장 모두 진출

오프라인 매장에서 조사된 경쟁기업 6개사 중 5개사는 모두 드럭스토어에 진출함. 센트리에 진출한 경쟁기업은 파로스, 네이처스 헬스, 마하캄 그룹, 에버 화이트의 4개사이며, 왓슨스에는 네이처스 헬스, 키노 바이오텍의 2개사가 진출함. 가디언에는 네이처스 헬스, 마하캄 그룹의 2개사가 진출한 것으로 조사됨. 6개사중 4개사가 최다 진출해 있는 온라인 매장은 쇼피(Shopee)로 4개사가 모두 온라인 매장을 통해 제품을 판매함. 그 외에 토크피디아(Tokopedia), 라자다(Lazada), 블리블리(Blibli)에 각각 3개사가 진출한 것으로 조사됨. 네이처스 헬스와 마하캄 그룹을 제외한 4개사 모두 2개 이상의 온라인 매장에서 제품을 판매하고 있음

▶ 경쟁기업 6개사 중 5개사, 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용

인도네시아 시장에 진출한 경쟁기업 6개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 6개사 모두 자사 홈페이지를 홍보 채널로 활용함. 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 취급하는 제품 정보를 제공하고 있으며, 네이처스 헬스의 경우 건강 관련 정보를 함께 제공함. 6개사 중 네이처스 헬스를 제외한 5개사는 자사 홈페이지 외에도 SNS 플랫폼인 페이스북, 인스타그램, 트위터, 유튜브를 통해 자사 제품 홍보 사진 및 영상을 게시함

▶ 경쟁기업 홍보 문구로 제품의 효능과 성분을 강조하여 홍보



인도네시아 시장에 진출한 경쟁기업들은 제품 홍보 시 주로 제품의 효능과 성분을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품 효능을 강조한 문구로는 ‘건조한 피부에 수분을 공급해주는’, ‘주름 개선’ ‘탄력 있고 촉촉한 피부’, ‘노화 방지’ 등을 많이 사용함. 제품의 성분을 강조하는 문구로는 ‘히알루론산이 풍부한’, ‘콜라겐 외에도 비타민이 풍부한’ 또는 ‘야채와 과일의 섬유질을 대체하는’ 등의 문구를 활용하는 것으로 확인됨. 이 외에도 경쟁기업들은 제품의 품질과 안전성을 강조하기 위해 ‘100% 천연 원료’, ‘부작용이 없는’ 등의 문구를 사용함

[표 2.2] 인도네시아 콜라겐 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
파로스 (Pharos)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 센트리 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) 	<ul style="list-style-type: none"> 히알루론산이 풍부한 최고의 보충제 건조한 피부에 수분을 공급 천연 항산화 성분인 SOD 함유 체세포의 노화를 억제하는 칙칙한 피부를 밝게 해주는
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 라자다 - 쇼피 - 블리블리 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 트위터 	
네이처스 헬스 (Nature's Health)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 왓슨스 - 가디언 - 센트리 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) 	<ul style="list-style-type: none"> 노화과정과 건조한 피부를 예방 피부 탄력 강화 및 개선 주름을 예방하고 새로운 피부세포 생성 우리 몸에 쉽게 흡수되는 100% 천연 원료
키노 바이오텍 (Kino Biotec)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 왓슨스 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) 	<ul style="list-style-type: none"> 내면에서부터 나오는 아름다움 몸의 모든 부분을 부드럽고 탄력 있게 젊은 피부를 위한 가장 효과적인 방법 단 6일 만에 피부를 더 탄력 있게 활력을 넣어주는
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 토크피디아 - 라자다 - 쇼피 - 블리블리 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 트위터 - 유튜브 	
마하캄 그룹 (Mahakam Group)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 가디언 - 센트리 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) 	<ul style="list-style-type: none"> 비타민, 아스타잔틴 함유 피부 미백에 도움 피부를 강화하고 주름을 개선 반점 및 흉터 개선 피부에 수분을 보충하고 부드럽게
		<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 	
칼비 (Kalbe)	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 블리블리 - 라자다 - 쇼피 - 토크피디아 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (현지, 글로벌) 	<ul style="list-style-type: none"> 여성의 아름다움을 유지시키는 콜라겐 손실을 줄여주는 14일 만에 피부 주름이 개선되는 탄력 있고 촉촉한 피부 저열량으로 체중 걱정 없이 마시는
		<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 트위터 	
에버 화이트 (Ever White)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 센트리 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (현지) 	<ul style="list-style-type: none"> 피부를 더욱 밝게 유연하고 매끄러운 피부를 위해 노화를 방지하고 젊어 보이는 피부 상처의 빠른 회복 신진대사와 소화를 돕는
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 토크피디아 - 쇼피 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 트위터 	

자료: 인도네시아 진출 콜라겐 제조기업 6개사 분석

3. 인도네시아 콜라겐 경쟁기업 세부정보

동일품목 종류		① 파로스(Pharos)		
① 너리쉬스킨 스킨 뉴트리션		기업명	파로스(Pharos)	
		홈페이지	www.pharos.co.id	
② 너리쉬스킨 얼티메이트		기업 기본 정보 ¹⁸⁾	위치 Gedung Pharos, Jl. Limo No. 40, Permata Hijau, Jakarta Selatan, 12220, Indonesia	
			직원 수 약 2,000명	
		규모	동일품목 수 2개	
			설립년도 1971년	
자료: 파로스 홈페이지		〈오프라인 매장〉 센트리	제품명	너리쉬스킨 스킨 뉴트리션 (Nourish Skin Skin Nutrition)
			용량	30정
			가격 ¹⁹⁾	154,000루피아 (12,951원)
기업 진출 채널		〈온라인 매장〉 라자다 쇼피 블리블리	제품 종류	정제
			제품명	너리쉬스킨 얼티메이트 (Nourish Skin Ultimate)
			용량	15정
			가격	130,000루피아 (10,933원)
기업 홍보 채널			제품 종류	정제
				<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(글로벌) 기업 소개 및 홍보 제품 소개 및 홍보 SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 트위터) 신제품 홍보 및 제품 광고 게시
홍보 문구				<ul style="list-style-type: none"> 히알루론산이 풍부한 최고의 보충제 건조한 피부에 수분을 공급 천연 항산화 성분인 SOD 함유 체세포의 노화를 억제하는 칙칙한 피부를 밝게 해주는
				<ul style="list-style-type: none"> Nourish Skin Ultimate merupakan suplemen nutrisi terbaik untuk kulit yang diperkaya dengan HA (Hyaluronic Acid). Asam Hyaluronik terbukti menjadi unsur pelembab kulit alami paling baik yang pernah ada. Hyaluronic Acid akan menyediakan kelembaban untuk kulit kering. Di samping itu komposisi unsur lain dari suplemen kesehatan ini adalah Superoxide Dismutase (SOD) yang merupakan bahan antioksidan alami. Manfaat Nourish Skin Ultimate :- Membantu kerja perawatan dari luar.

사진자료: 현지 조사원 자료, 파로스 홈페이지, 라자다 홈페이지

18) 파로스(Pharos) 홈페이지(www.pharos.co.id)

19) 100루피아= 8.41원(2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

●
동일품목 종류

① 네이처스 헬스 콜라겐
컴플렉스



자료: 네이처스 헬스 홈페이지

② 네이처스 헬스(Nature's Health)

기업 기본 정보 ²⁰⁾	기업명	네이처스 헬스(Nature's Health)	
	홈페이지	www.natu-health.com	
	위치	미국	
	규모	동일품목 수	1개
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 왓슨스 가디언 센트리	설립년도	1993년
		제품명	네이처스 헬스 콜라겐 컴플렉스 (Nature's Health Collagen Complex)
		용량	60캡슐
		가격	420,000루피아 (35,322원)
		제품 종류	경질 캡슐
기업 홍보 채널	 <ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(글로벌) 기업 소개 및 홍보 제품 소개 및 홍보 건강 관련 정보 제공 		
홍보 문구	 <ul style="list-style-type: none"> 노화과정과 건조한 피부를 예방 피부 탄력 강화 및 개선 주름을 예방하고 새로운 피부세포 포도씨 등 피부를 보호하는 강력한 항산화제 우리 몸에 쉽게 흡수되는 100% 천연 원료 		

사진자료: 현지 조사원 자료, 네이처스 헬스 홈페이지

20) 네이처스 헬스(Nature's Health) 홈페이지(www.natu-health.com)

●
동일품목 종류

① 네이처스 헬스 디바투



② 콜라겐 액티브



③ 콜라겐 다이아몬드 5300



④ 콜라겐 맨 드링크



⑤ 뷰티 드링크



자료: 키노 바이오텍 홈페이지

③ 키노 바이오텍(Kino Biotech)

기업 기본 정보 ²¹⁾	기업명	키노 바이오텍(Kino Biotech)	
	홈페이지	www.kinobiotech.com	
	위치	12 Tai Seng Street #06-03 534118, Singapore	
	직원 수	약 200명	
기업 진출 채널	규모	동일품목 수	8개
		설립년도	1998년
기업 홍보 채널	〈오프라인 매장〉 왓슨스	제품명	네이처스 헬스 디바투 (Nature's Health Diva-II)
		용량	30캡슐
	〈온라인 매장〉 토코피디아 라자다 쇼피 블리블리	가격	340,000루피아 (28,594원)
		제품 종류	연질 캡슐
기업 홍보 문구		제품명	콜라겐 액티브 (Collagen Activ)
		용량	15포
		가격	250,000루피아 (21,025원)
	제품 종류	스틱형 분말	

사진자료: 현지 조사원 자료, 키노 바이오텍 홈페이지, 토코피디아 홈페이지

21) 키노 바이오텍(Kino Biotech) 홈페이지(www.kinobiotech.com)

④ 마하캄 그룹(Mahakam Group)

기업 기본 정보22)	기업명	마하캄 그룹(Mahakam Group)		
	홈페이지	www.mahakamgroup.com		
	위치	Jalan Pulo Kambing Raya No.9, Kawasan Industri Pulogadung 13930, Indonesia		
	규모	동일품목 수	1개	
		설립년도	1967년	
기업 진출 채널	제품명	콜라스틴 뷰티 (Collastin Beauty)		
	용량	30캡슐		
	가격	329,000루피아 (27,669원)		
	제품 종류	경질 캡슐		
기업 홍보 채널	〈오프라인 매장〉 가디언 센트리		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(글로벌) 기업 소개 및 홍보 제품 소개 및 홍보 SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램) 기업 홍보 및 광고 게시 	
				
홍보 문구	<p><small>* 8 Pcsma Collastin Beauty merupakan sari tumbuhan alami yang kaya karoten, menyehatkan hati & Pankreas, meningkatkan kulit, memperbaiki kulit, memperbaiki kulit, memperbaiki kulit.</small></p> <p>Collastin Beauty Nutrition Formula for Healthy Skin</p> <p>Collastin Beauty adalah suplemen kulit yang mengandung kombinasi kolagen (Collastin), Zink, Vitamin C, Serta Vitamin A untuk membantu memenuhi kebutuhan nutrisi kulit.</p> <p>8 Pcsma Collastin Beauty</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memelihara kulit - Mengencangkan kulit - Mengurangi jerawat - Mengamarkan Noda & Flek hitam - Menghaluskan kulit - Melambatkan kulit - Meremajakan kulit - Menangkal radikal bebas 	<ul style="list-style-type: none"> 비타민, 아스타잔틴 함유 피부 미백에 도움 피부를 강화하고 주름을 개선 반점 및 흉터 개선 피부에 수분을 보충하고 부드럽게 활성산소를 차단해주는 		

사진자료: 현지 조사원 자료, 마하캄 그룹 홈페이지

동일품목 종류		⑤ 칼비(Kalbe)	
① 디바 뷰티 드링크 	자료: 칼비 홈페이지	기업 기본 정보 ²³⁾	기업명 칼비(Kalbe) 홈페이지 www.kalbe.co.id 위치 Jl. Let. Jend Suprpto Kav 4 Jakarta 10510, Indonesia 직원 수 약 17,000명 규모 동일품목 수 1개 설립년도 1996년
		기업 진출 채널	제품명 디바 뷰티 드링크 (Diva Beauty Drink) 용량 85ml*16병 가격 180,000루피아 (15,138원) 제품 종류 콜라겐 음료
기업 홍보 채널	<온라인 매장> 블리블리 라자다 쇼피 토코피디아		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(현지) 기업 소개 및 홍보 제품 소개 및 홍보 SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 트위터) 신제품 홍보 및 제품 광고 게시
홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> 여성의 아름다움을 유지시키는 콜라겐 손실을 줄여주는 14일 만에 피부 주름이 개선되는 탄력 있고 촉촉한 피부 저열량으로 체중 걱정 없이 마시는 피부 표면을 완벽하게 	

사진자료: 현지 조사원 자료, 칼비 홈페이지, 블리블리 홈페이지

23) 칼비(Kalbe) 홈페이지(www.kalbe.co.id)

●
동일품목 종류

① 에버 화이트 하이콜 미니



② 에버 화이트 하이 콜라겐



자료: 에버 화이트 홈페이지

⑥ 에버 화이트(Ever White)

기업 기본 정보 ²⁴⁾	기업명	에버 화이트(Ever White)	
	홈페이지	www.everwhite.co.id	
	위치	Jakarta Indonesia	
	규모	동일품목 수 2개 설립년도 2018년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 센트리	제품명	에버 화이트 하이 콜라겐 (Ever White Hicoll)
		용량	240g(12g*20포)
	가격	196,000루피아 (16,484원)	
	제품 종류	스틱형 분말	
기업 홍보 채널	〈온라인 매장〉 토코피디아 쇼피	제품명	에버 화이트 하이콜 미니 (Ever White Hicoll Mini)
		용량	120g(12g*10포)
	가격	85,000루피아 (7,149원)	
	제품 종류	스틱형 분말	
홍보 문구	 <p>MANFAA:</p> <ul style="list-style-type: none"> ♥ Membantu Mencerahkan kulit ♥ Membantu kulit agar Kenyal & Halus & Lembab ♥ Antinging, tampak awet muda ♥ Membantu Menghilangkan Flek & bekas2 Luka ♥ Membantu Melancarkan metabolisme / pencernaan ♥ Membantu Meningkatkan daya tahan tubuh <p>KEUNGGULAN:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Gluta yg digunakan PRO-GLUTA, 1 level lebih tinggi dari produk lain. 2. Lengkap dengan VIT C 3. FIBER! Dengan penggaris serat dari sayur dan buah yang membuat tubuh sehat dan menjaga berat badan. 4. Isi lebih banyak: 12gr 5. Harga Terjangkau, dengan kualitas premium 	<ul style="list-style-type: none"> • 자사 홈페이지(현지) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보 • SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 트위터) - 신제품 홍보 및 제품 광고 게시 	
		<ul style="list-style-type: none"> • 피부를 더욱 밝게 • 유연하고 매끄러운 피부를 위해 • 노화를 방지하고 젊어 보이는 피부 • 상처의 빠른 회복 • 신진대사와 소화를 돕는 • 야채와 과일의 섬유질을 대체하는 	

사진자료: 현지 조사원 자료, 에버 화이트 홈페이지, 토코피디아 홈페이지

24) 에버 화이트(Ever White) 홈페이지(www.everwhite.co.id)

IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)

Interview ① 네추럴 팜(Natural Farm)

Interview ② 파르마쿠(Farmaku)

Interview ③ 인도마켓(Indomaret)

Interview ④ 소시올라(Sociolla)

Interview ① 네추럴 팜 (Natural Farm)

네추럴 팜
(Natural Farm)

전문가 소속

네추럴 팜
(Natural Farm)
소매업체

전문가 정보

Ms. Pipit
(Sales Department)



25)

The screenshot shows the Natural Farm website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Home', 'About Us', 'Store Locations', 'Products +', 'Promotions', 'Blog', 'Member', and 'Contact Us'. Below that is a search bar and a secondary navigation bar with categories like 'Children & Baby', 'Health Drink', 'Health Foods', etc. The main content area displays 'Optimum Nutrition Products' with a grid of six product cards. Each card shows a product image, name, and price. Some cards have discount tags (40%, 50%, 40%) and 'Out Of Stock' labels.

Product Name	Quantity	Original Price (Rp)	Discounted Price (Rp)	Status
Kinohimitsu Collagen Diamond Drink (16)	16	1,440,000	864,000	Available
Kinohimitsu Collagen Diamond Drink (32)	32	2,600,000	2,600,000	Available
Kinohimitsu Collagen Diamond Drink (6)	6	570,000	570,000	Available
Kinohimitsu J'Pan Beauty Drink Collagen (1 bt)	1	-	-	Out Of Stock
Kinohimitsu J'Pan Beauty Drink Collagen (16) ED	16	-	-	Out Of Stock
Kinohimitsu J'Pan Beauty Drink Collagen (6) : ED	6	-	-	Out Of Stock

네추럴 팜(Natural Farm)

Sales Department, Ms. Pipit

네추럴 팜은 온라인 전용 약국 웹사이트로, 약품, 비타민, 보충제, 화장품, 헬스 푸드, 스킨케어, 피트니스 제품 등을 주로 취급함. 또한, 인도네시아의 오가닉 성분을 사용한 헬스 앤 뷰티 상품을 제공함. 인도네시아 전역에 총 21여 개의 매장을 운영하고 있으며, 오프라인뿐 아니라 온라인 매장을 통해서도 제품을 판매하고 있음. 페이스북, 인스타그램 등의 소셜 미디어를 통해 신제품과 할인 행사를 홍보함

25) 사진자료: 네추럴 팜(Natural Farm) 홈페이지 (www.naturalfarm.id)



가격	25,000원
----	---------

용량	4g*30포
----	--------

포장	종이상자 플라스틱 파우치
----	------------------

Q1. 바이어가 취급하는 콜라겐의 가격과 용량은 어떻게 되나요?

제품과 브랜드별로 가격 차이가 있지만 저희 매장의 인기 브랜드 키노히미츠의 콜라겐 제품은 한 박스(16병) 당 1,200,000-1,440,000루피아(약 100,980-121,104원) 사이에서 판매되고 있습니다. 용량은 한 병에 50ml로, 각 제품 당 2,500mg에서 5,300mg 정도의 콜라겐이 함유되어 있습니다. 이에 비하면 A사 제품은 용량은 적지만 가격은 매우 합리적인 편입니다.

Q2. 현지 소비자들은 어떤 제형과 포장을 선호하나요?

인도네시아에서는 액상형 제품이 주로 프리미엄 이미지를 갖고 있어 중산층 고객들이 선호합니다. 분말 제형의 제품은 비교적 콜라겐 함유량이 적고 해외에서 불법으로 수입되는 제품이 많아 인식이 좋지 않기 때문에 오프라인 매장보다는 온라인에서 주로 판매하는 편입니다. 포장 형태는 플라스틱 병의 제품이 휴대성이 편리하여 인기가 많습니다. 또한 포장에 할랄 및 식약처 인증을 받은 마크 또는 문구가 기입된 포장은 소비자들 사이에서 신뢰를 얻어 판매를 촉진할 수 있습니다.

Q3. 콜라겐 제품 첨가물 중 현지인이 가장 선호하는 원료는 무엇인가요?

인도네시아에서는 대부분의 콜라겐 제품이 해양성인 만큼 현지 소비자들은 주로 해양성 콜라겐 성분을 선호합니다. 저희 매장의 대표 제품도 또한 피시 콜라겐을 사용하고 있습니다. 최근 소비자들 사이에서 피부 건강 및 미백 효능 제품에 대한 수요가 높아지면서 비타민C와 비타민E가 함유된 제품도 인기가 많은 편입니다.

Q4. 천연 오렌지향, 레몬향 제품에 대한 현지인의 선호도는 어떤가요?

아직까지 레몬 향이 첨가된 콜라겐 제품을 본 적은 없지만 인도네시아 사람들은 달콤하고 상큼한 맛을 선호하기 때문에 천연 오렌지향 또는 레몬향 제품이 출시된다면 인도네시아 시장에서 인기가 많을 것으로 예상합니다. 다만 분말 형태보다는 바로 섭취 가능한 액상형 제품이 더욱 경쟁력이 있을 것입니다.

Q5. 현지 소비자가 기대하는 콜라겐 제품의 기대효과는 무엇인가요?

소비자들이 가장 기대하는 효과는 피부 미백입니다. 몇 년 전 인도네시아 시장에서 콜라겐 제품이 굉장한 호황을 누렸는데 이는 30대 이상의 여성들이 젊고 매끄러운 피부를 갖고자 하여 콜라겐 제품의 수요가 높아졌기 때문입니다. 실제로 이러한 점을 공략하여 인도네시아에서 판매되는 대부분의 콜라겐 제품은 주로 피부 미백을 키워드로 사용하여 홍보하고 있습니다.

Interview ② 파르마쿠 (Farmaku)

파르마쿠 (Farmaku)

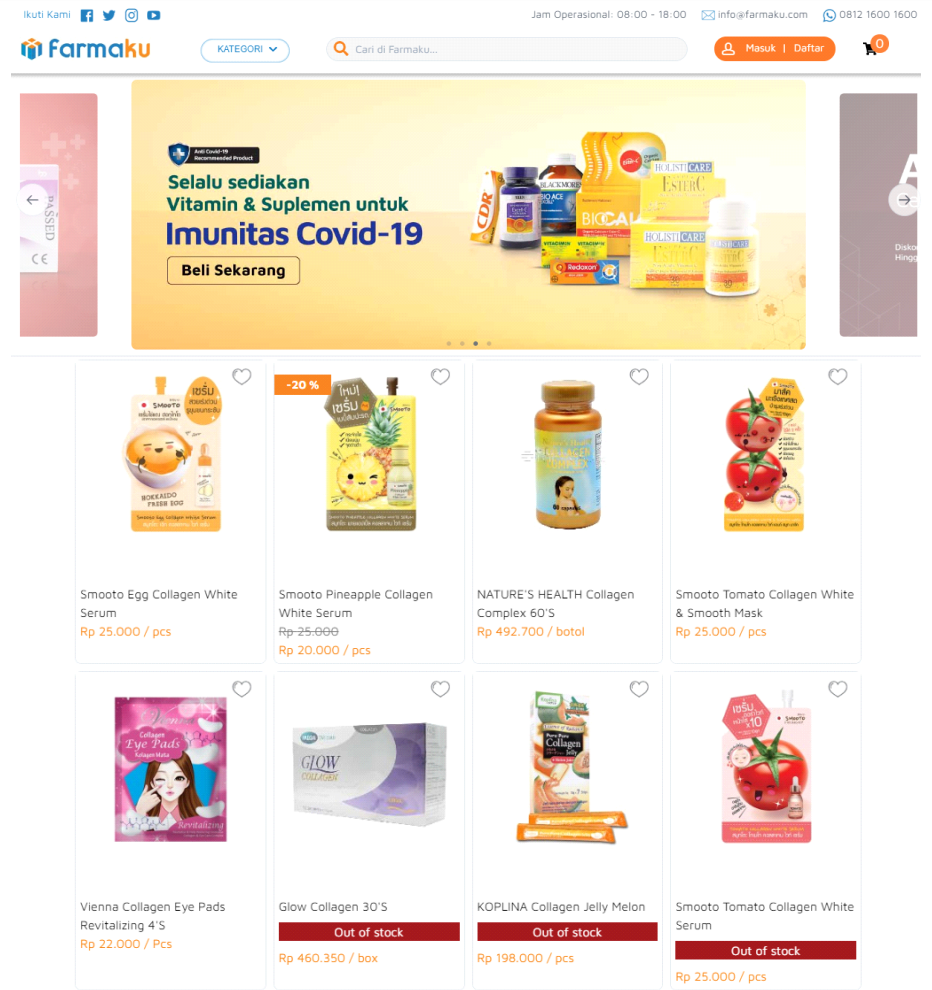
전문가 소속

파르마쿠 (Farmaku) 드렉스토어

전문가 정보

Mr. Ilham (Merchandising Department)

26)



파르마쿠(Farmaku)

Merchandising Department, Mr. Ilham

파르마쿠는 온라인 전용 약국 웹사이트로, 약품, 비타민, 보충제, 화장품, 헬스푸드, 스킨케어, 피트니스 제품 등을 주로 취급함. 오프라인 매장은 운영하고 있지 않으며 온라인 매장을 통해 각종 헬스 앤 뷰티 제품과 처방받은 약을 배송으로 받아볼 수 있음. 웹사이트에서 취급하는 모든 제품은 표준화 검사를 통과한 BPOM 인증²⁷⁾ 제품임

26) 사진자료: 파르마쿠(Farmaku) 홈페이지 (www.farmaku.com)

27) 인도네시아 식품의약품안전처에서 부여하는 인증으로, 의료기구, 가정용 기구, 화학약품, 의약품 등에 대한 안전기준을 통과한 제품임을 인증



가격	25,000원
용량	4g*30포
포장	종이상자 플라스틱 파우치

Q1. 바이어가 취급하는 콜라겐의 가격과 용량은 어떻게 되나요?

현재 취급하는 브랜드로는 에버 화이트, 푸루푸루, 네이처스 헬스, 글로우 콜라겐 등이 있습니다. 에버 화이트의 분말형 제품은 240g에 155,000루피아(약 13,036원)이며, 푸루푸루의 젤리형 제품은 7개에 198,000루피아(약 16,652원)에 판매되고 있습니다. 소비자들은 대부분 대용량 제품을 선호하므로 A사 제품의 용량을 늘린다면 더욱 경쟁력 있는 제품이 될 것입니다.

Q2. 현지 소비자들은 어떤 제형과 포장을 선호하나요?

인도네시아 소비자들은 종합비타민과 같은 캡슐 형태로 섭취하는 것에 익숙합니다. 하지만 일 년 내내 습한 기후로 인해 분말형 보다는 차가운 액상형 제품에 대한 수요가 높은 편입니다. 포장 형태는 주로 플라스틱 병으로 판매되는 콜라겐 제품이 가장 일반적이며 소비자들 사이에서 선호되고 있습니다.

Q3. 콜라겐 제품 첨가물 중 현지인이 가장 선호하는 원료는 무엇인가요?

인도네시아 소비자들은 해양성 제품이 건강에 좋을 것이라는 인식이 있어 해양성 제품을 가장 많이 구매하는 편입니다. 또한 콜라겐이 신체에 잘 흡수할 수 있도록 도와주는 비타민C, 비타민E 성분과 피부 재생을 촉진시키는 콜라겐 섬유 성분이 배합된 제품을 선호합니다.

Q4. 천연 오렌지향, 레몬향 제품에 대한 현지인의 선호도는 어떤가요?

현재 취급하고 있는 에버 화이트의 포도 맛 콜라겐 제품이 인기가 많은 것으로 보아 과일 향이 첨가된 제품에 대한 선호도가 높은 것으로 보입니다. 인도네시아에서는 특히 오렌지와 딸기를 선호하기 때문에 수요가 있겠습니다만 날씨 특성상 분말형보다는 액상형 제품이 더욱 인기가 많을 것입니다.

Q5. 현지 소비자가 기대하는 콜라겐 제품의 기대효과는 무엇인가요?

대부분의 소비자들은 미용 목적으로 콜라겐을 섭취하기 때문에 피부 밝기, 탄력 개선 등의 효과를 기대합니다. 일부 고객은 면역력 증진의 목적으로 콜라겐을 섭취하며 제품의 성분 또는 브랜드의 인지도에 따라 구매를 결정하기도 합니다. 고객의 신뢰를 얻기 위해서는 유명한 인플루언서나 연예인을 통해 광고하는 것도 효과적일 것입니다.

Interview ③ 인도마켓 (Indomaret)

인도마켓 (Indomaret)

전문가 소속

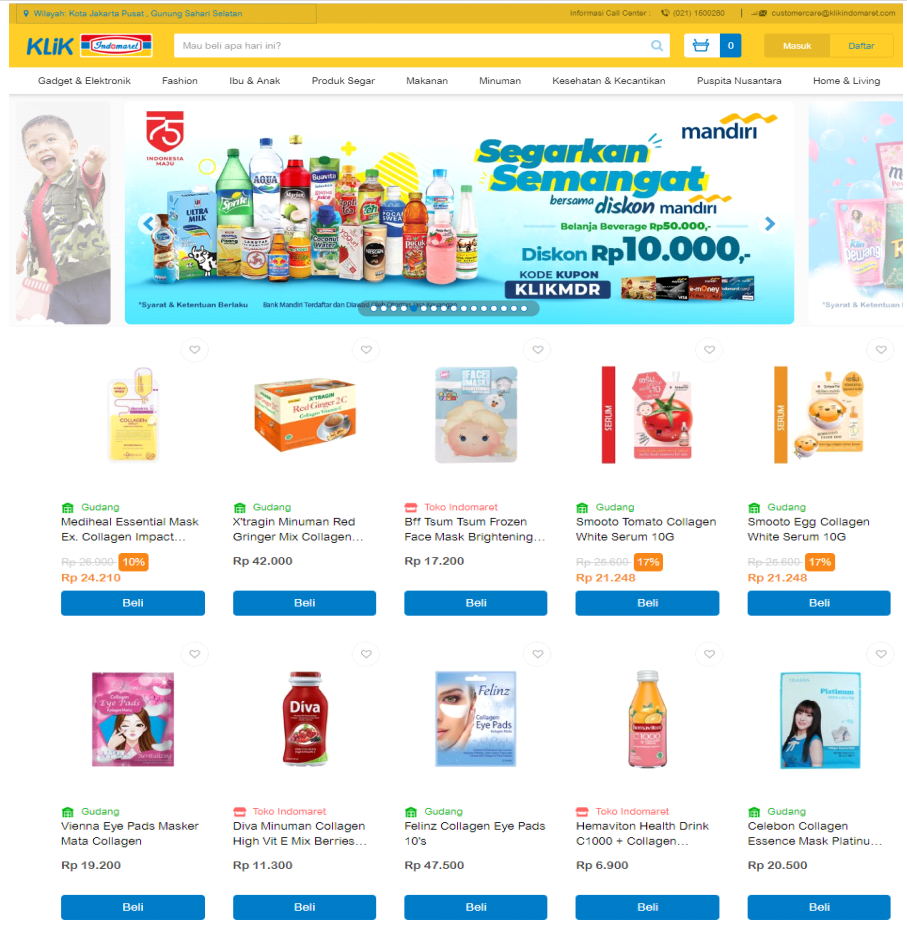
인도마켓 (Indomaret) 슈퍼마켓

전문가 정보

Ms. Hani (Marketing Department)



28)



인도마켓(Indomaret) Marketing Department, Ms. Hani

인도마켓은 1988년에 설립된 소매 편의점 체인으로, 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

28) 사진자료: 인도마켓(Indomaret) 홈페이지 (www.indomaret.co.id)



가격 25,000원

용량 4g*30포

포장 종이상자
플라스틱 파우치

Q1. 바이어가 취급하는 콜라겐의 가격과 용량은 어떻게 되나요?

현재 매장에서는 디바 콜라겐과 헤마비톤 헬스 드링크 콜라겐을 취급하고 있으며 두 제품 모두 인도네시아 제품입니다. 디바 콜라겐 제품은 1병당 80ml로 6,900루피아(약 580원)이며, 헤마비톤 헬스 드링크 콜라겐 제품은 1병당 150ml로 6,900루피아(약 580원)에 가격이 책정되어 있습니다. 제형이 다르기 때문에 정확한 비교는 어렵습니다만 두 제품 모두 월별 소비량이 A제품에 비해 2배 많기 때문에 A사 제품은 비교적 비싼 편에 속합니다.

Q2. 현지 소비자들은 어떤 제형과 포장을 선호하나요?

저희 매장 손님들은 간편하게 섭취 가능한 액상형 또는 캡슐 제품을 선호합니다. 액상형 콜라겐 제품은 단순 음료를 찾는 고객들 사이에서도 인기가 많아 매장 입장에서 제품 마케팅이 용이하여 더욱 선호하는 편입니다. 포장은 주로 플라스틱 병이 가장 많이 사용되며 대부분 투명한 용기에 포장되지만 디바 제품과 같은 빨간 포장지는 여성 소비자들에게 더욱 인기가 많습니다.

Q3. 콜라겐 제품 첨가물 중 현지인이 가장 선호하는 원료는 무엇인가요?

인도네시아에서 인기가 많은 제품에는 대부분 해양성 콜라겐과 비타민C 성분이 1,000mg 정도 포함되어 있습니다. 이 외에도 피로 감소에 도움이 되는 비타민 B6와 에너지 개선에 도움이 되는 비타민 B12 원료 등이 포함된 제품이 소비자들 사이에서 인기가 많은 편입니다.

Q4. 천연 오렌지향, 레몬향 제품에 대한 현지인의 선호도는 어떤가요?

현재 인도네시아에서 유통되는 콜라겐 제품 대부분은 딸기, 사과, 포도, 오렌지 맛이나 향이 첨가되어 있으며 고객들의 구매 빈도수가 높은 편입니다. 특히나 베리류, 사과, 석류, 포도와 같은 상큼한 맛의 과일이 첨가되어 있으면 비타민C가 풍부하다는 이미지가 생겨 제품에 대한 소비자들의 신뢰가 높아질 것입니다.

Q5. 현지 소비자가 기대하는 콜라겐 제품의 기대효과는 무엇인가요?

콜라겐 제품을 섭취하는 소비자들의 가장 큰 관심사로는 피부 밝기, 탄력, 안티에이징 등의 미용 효능이 있습니다. 하지만 최근 코로나 사태로 인해 콜라겐 및 멀티 비타민 제품을 통해 면역력 향상 등 건강 증진 효과를 기대하는 소비자들이 증가하는 추세입니다.

Interview ④ 소시올라 (Sociolla)

소시올라 (Sociolla)

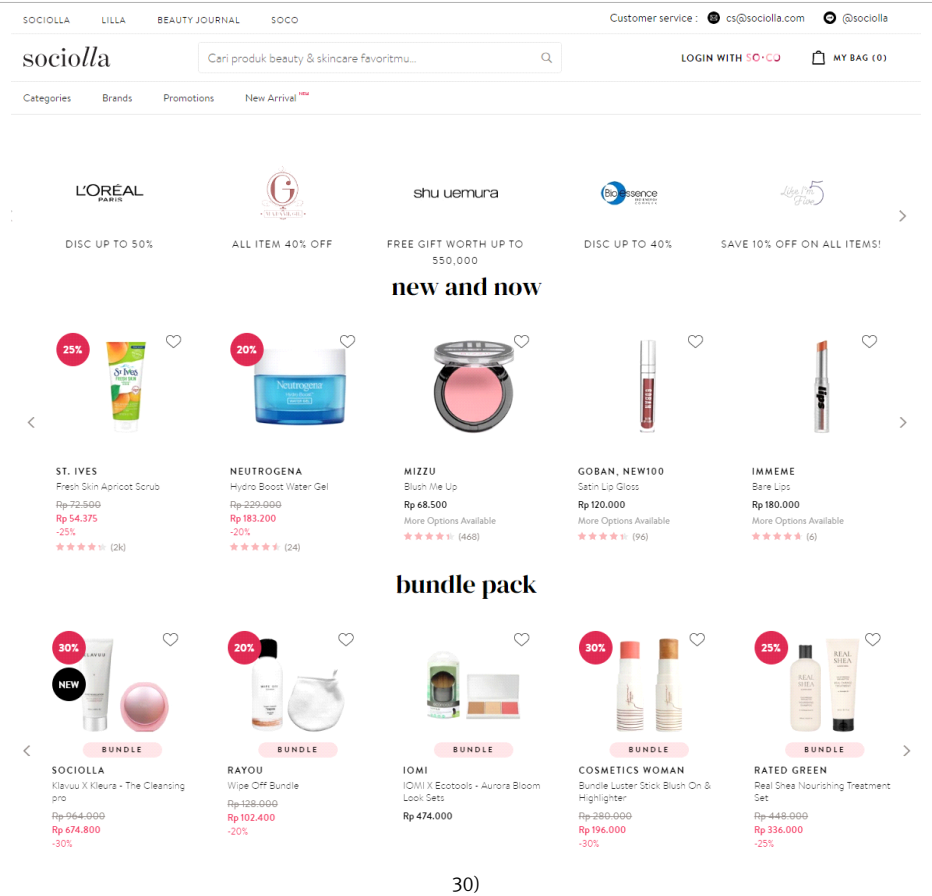
전문가 소속

소시올라 (Sociolla)
H&B 스토어

전문가 정보

Ms. Mei
(Merchandiser Department)

29)



소시올라(Sociolla)

Merchandiser Department, Ms. Mei

소시올라는 인도네시아의 헬스 앤 뷰티 전문점으로, 한국 화장품을 포함한 코스메틱, 뷰티 보충제, 향수, 뷰티 도구 제품 등 다양한 품목을 취급하고 있음. 인도네시아 내 6개 오프라인 매장을 운영하고 있으며 온라인 매장을 통해 인도네시아 전역에 제품을 배송하고 있음. 온라인 매장에서는 보충제보다는 주로 코스메틱을 취급하며 자사 홈페이지와 페이스북 등의 소셜 미디어 플랫폼을 통해 신제품과 할인 행사를 홍보함

29) 사진자료: 소시올라(Sociolla) 홈페이지 (www.sociolla.com)

30) 소시올라 온라인 매장에서는 콜라겐 보충식품을 취급하고 있지 않아 메인 페이지 이미지를 첨부함



가격	25,000원
용량	4g*30포
포장	종이상자 플라스틱 파우치

Q1. 바이어가 취급하는 콜라겐의 가격과 용량은 어떻게 되나요?

제품과 브랜드별로 차이가 있지만, 저희 매장의 대표 콜라겐 제품 에버 화이트는 현재 20개 스틱 포장을 163,350루피아(약 13,738원)에 판매하고 있습니다. 스틱 당 12g의 용량이 제공되고 있으며 용량에 비해 가격대가 낮아 소비자들 사이에서 인기가 높습니다.

Q2. 현지 소비자들은 어떤 제형과 포장을 선호하나요?

일부 소비자들은 맛있다는 이유로 분말형 제품을 선호하지만 바쁜 직장인을 포함한 대부분의 소비자들은 간편하게 섭취 가능한 캡슐 또는 액상형 제품을 선호합니다. 포장은 주로 플라스틱 병이 대부분이며 인도네시아에서는 야채나 과일 소비가 부족하기 때문에 포장지에 섬유질 포함 라벨 문구를 삽입한다면 소비자들께서 더욱 관심을 가질 것입니다.

Q3. 콜라겐 제품 첨가물 중 현지인이 가장 선호하는 원료는 무엇인가요?

대표적으로는 칼슘, 비타민C, 아연 그리고 비타민B 성분이 있습니다. 인도네시아에서는 50대 이상의 여성이 골다골증을 앓는 경우가 많아 칼슘 섭취를 권장하는 광고가 많으며 그만큼 수요도 높은 편입니다. 비타민 성분 제품은 주로 환절기에 집중적으로 팔리지만 최근 코로나 사태로 면역력 향상에 대한 소비자들의 관심이 증가하면서 비타민 함유 제품에 대한 소비량이 증가하고 있습니다.

Q4. 천연 오렌지향, 레몬향 제품에 대한 현지인의 선호도는 어떤가요?

과일향이 가미된 제품은 콜라겐 특유의 비린 맛을 잡아주기 때문에 현지인들 사이에서 인기 있는 편입니다. 하지만 인도네시아에서는 신 음료를 소비하는 데 익숙하지 않을 뿐더러 산미가 있는 음료는 위염을 일으킬 위험이 있다고 우려하는 소비자가 있기 때문에 단 맛에 초점을 두는 것을 추천 드립니다.

Q5. 현지 소비자가 기대하는 콜라겐 제품의 기대효과는 무엇인가요?

흰 피부를 선호하는 인도네시아인들 사이에서는 미백 효능이 있는 제품에 대한 수요가 굉장히 높은 편입니다. 이 외에도 인도네시아에서는 열대기후 환경으로 인해 피부 노화 진행속도가 빠르기 때문에 주름 및 탄력 개선효과가 있는 제품이 소비자들 사이에서 인기가 많은 편입니다.

V. 경쟁력파악(Competitiveness)

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

1. 제품 경쟁력 검증

1) 가격 및 용량

● 경쟁제품(제조사)

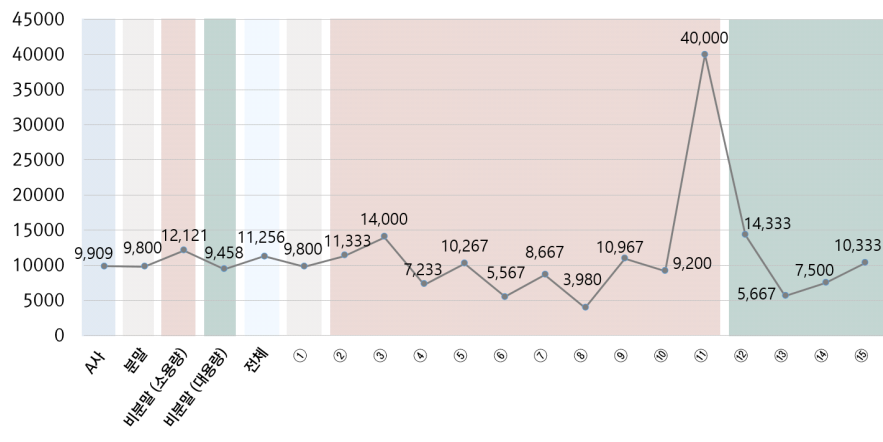
- ① 에버 화이트 하이 콜라겐 (드위 마농갈)
- ② 네이처스 헬스 디바투 (에카하르트 코)
- ③ 네이처스 헬스 콜라겐 컴플렉스 (비 베스트 누트리션)
- ④ 누트라포 라디언스 뷰티 (노벨)
- ⑤ 너리쉬 스킨 얼티메이트 (퍼포먼스 리서치 래버러토리)
- ⑥ 너리쉬 스킨 글로우 (파로스 인도네시아)
- ⑦ 누트리맥스 비엔나 (박도락 파머시티컬)
- ⑧ 스킨 핏 (울트라 삭티)
- ⑨ 콜라스틴 뷰티 (마하감 베타 파르마)
- ⑩ 너리쉬 스킨 스킨 누트리션 (퍼포먼스 리서치 래버러토리)
- ⑪ 실크 스킨 (싸-퀵)
- ⑫ 누트라포 화이트 뷰티 (노벨)
- ⑬ 맥스 비타 콜리지 (아메리칼)
- ⑭ 코스모 헬스 바이오 콜라겐 컴플렉스 (글로리 앤 오너)
- ⑮ 누트리맥스 페미닌 뷰티 (박도락 파머시티컬)

▶ A사 제품 1일 섭취량 당 가격, 경쟁제품 대비 저렴한 편

A사 제품의 1일 섭취량 당 가격은 9,909루피아³¹⁾(약 833원)로 경쟁제품 15개의 평균 1일 섭취량 당 가격인 11,256루피아(약 869원)대비 저렴한 편임. 제품의 제형 별 평균 1일 섭취량 당 가격은 분말 제품이 9,800루피아(약 824원), 비분말 소용량 제품이 12,121루피아(약 1,019원), 비분말 대용량 제품이 9,458루피아(약 795원)로 확인됨. 그 중, 비분말 소용량 제품의 평균 1일 섭취량 당 가격이 가장 높았으며 A사 제품 대비 약 1,347루피아(약 113원) 비싼 것으로 확인됨

[표 3.1] 인도네시아 콜라겐 1일 섭취량 당 가격 경쟁력 분석

(단위: 루피아)



31) 100루피아= 841원(2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 섭취일수

● 경쟁제품(제조사)

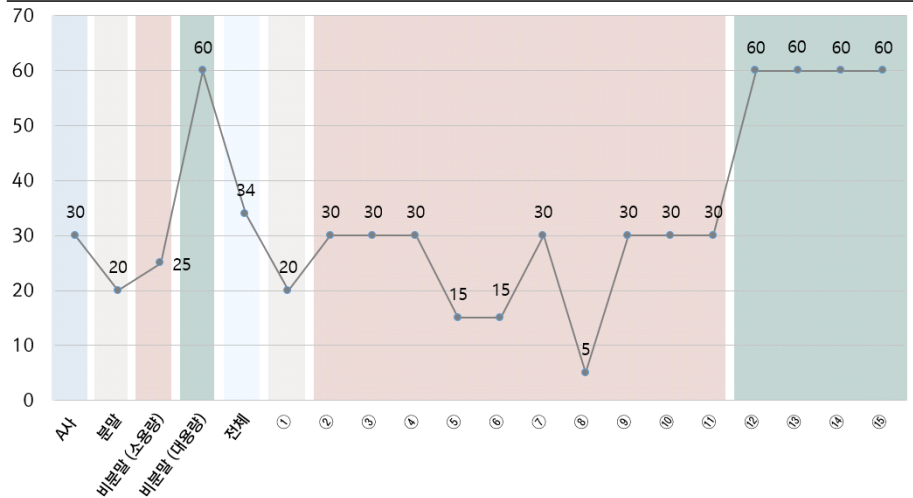
- ① 에버 화이트 하이 콜라겐 (드위 마농갈)
- ② 네이처스 헬스 디바투 (에카하르트 코)
- ③ 네이처스 헬스 콜라겐 컴플렉스 (비 베스트 뉴트리션)
- ④ 누트라포 라디언스 뷰티 (노벨)
- ⑤ 너리쉬 스킨 얼티메이트 (퍼포먼스 리서치 래버러토리)
- ⑥ 너리쉬 스킨 글로우 (파로스 인도네시아)
- ⑦ 뉴트리맥스 비엔나 (박토락 파머시티컬)
- ⑧ 스킨 핏 (울트라 삭티)
- ⑨ 콜라스틴 뷰티 (마하감 베타 파르마)
- ⑩ 너리쉬 스킨 스킨 뉴트리션 (퍼포먼스 리서치 래버러토리)
- ⑪ 실크 스킨 (싸-퀵)
- ⑫ 누트라포 화이트 뷰티 (노벨)
- ⑬ 맥스 비타 콜리지 (아메리칼)
- ⑭ 코스모 헬스 바이오 콜라겐 컴플렉스 (글로리 앤 오너)
- ⑮ 뉴트리맥스 페미닌 뷰티 (박토락 파머시티컬)

▶ A사 제품 섭취일수, 경쟁제품 15개의 평균 섭취일수 대비 유사한 편

A사 제품의 섭취일수는 총 30일로, 인도네시아 오프라인 시장에서 조사된 15개 경쟁제품의 평균 섭취일수인 34일 대비 섭취기간이 유사한 것으로 확인됨. 조사된 경쟁제품의 형태별 섭취일수는 비분말 대용량 제품이 평균 60일로 가장 길며 A사 제품 대비 2배 길게 섭취 가능함. 비분말 소용량 제품의 평균 섭취일수는 25일로 A사 제품 대비 5일 짧으며 분말 제품은 20일로 A사 제품 대비 10일 짧은 것으로 확인됨

[표 3.2] 인도네시아 콜라겐 섭취일수 경쟁력 분석

(단위: 일)

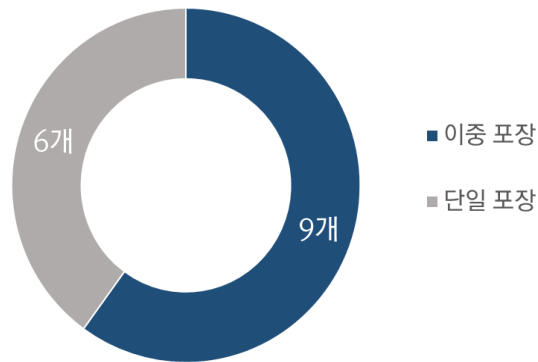


3) 제품 외부 포장

▶ 경쟁제품 15개 중 9개, 이중 포장 제품

인도네시아에서 판매되고 있는 콜라겐 경쟁제품 15개의 외부 포장 용기를 조사한 결과, 경쟁제품 15개 중 9개 제품이 외부 포장 용기로 종이 상자를 사용한 이중 포장 제품인 것으로 조사되었으며, 그 외 6개 제품은 외부 포장 용기를 사용하지 않은 단일 포장 제품으로 확인됨

[표 3.3] 인도네시아 콜라겐 제품 외부 포장 경쟁력 분석

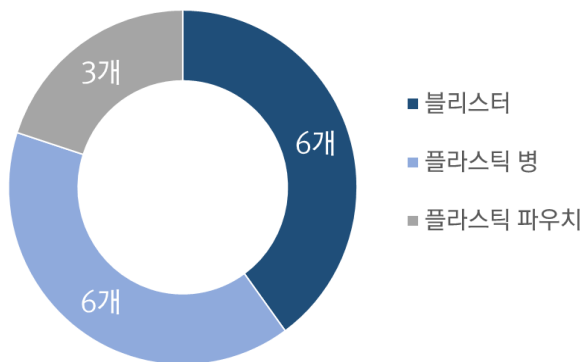


4) 제품 내부 포장

▶ 경쟁제품 15개 중 블리스터, 플라스틱 병 각 6개

인도네시아에서 판매되고 있는 콜라겐 경쟁제품 15개의 내부 포장 용기를 조사한 결과, 블리스터와 플라스틱 병을 내부 포장 용기로 사용한 제품이 각 6개로 조사됨. 그 외 3개 제품은 플라스틱 파우치를 사용한 것으로 확인됨

[표 3.4] 인도네시아 콜라겐 제품 내부 포장 경쟁력 분석

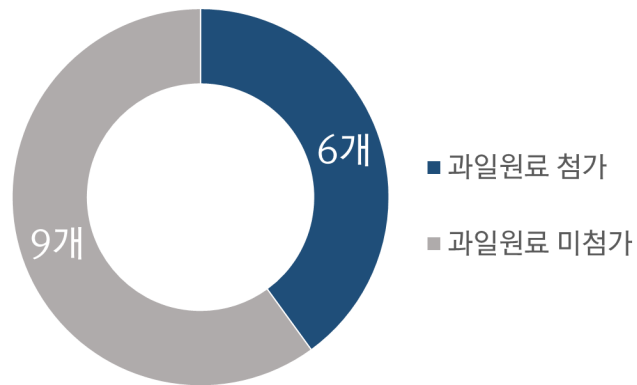


5) 제품 성분

▶ 경쟁제품 15개 중 6개, 과일원료 사용

인도네시아에서 판매되고 있는 콜라겐 경쟁제품 15개의 제품 성분을 조사한 결과, 6개 제품이 과일원료를 사용하고 있음. 성분은 포도 씨 추출물, 올리브 추출물, 석류 씨 추출물 등이 있으며, 6개 제품 모두 포도 원료가 함유됨. 그 밖에, 올리브 추출물과 석류 씨 추출물이 함유된 제품이 각각 1개씩 확인됨

[표 3.4] 인도네시아 콜라겐 제품 성분 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

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

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기 제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 토코피디아, 쇼피, 부칼라팍

(*) 오프라인 매장 : 왓슨스, 가디언, 센트리, 파르마 플러스, 아포텍 스타트 파르마



· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(*) 온라인 쇼핑몰 : 3개 온라인 쇼핑몰 중 2개 이상 쇼핑몰에서 판매되는 제품

(*) 오프라인 매장 : 조사매장 5개 중 2개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

· 바이어 인터뷰에서 공통적으로 언급되는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹

종이상자/ 플라스틱 파우치	공통 특징 ① 포장	종이상자/ 플라스틱 파우치
	피쉬콜라겐	
4g*30포	벤치마킹 ▶ 대용량	12g*20포
경쟁력 분석 제품 (A사 _ 콜라겐 P)	벤치마킹 ▶ 100g 당 가격	현지 벤치마킹 인기 제품 (드위 미농갈 _ 에버 화이트 하이 콜라겐)
‘오렌지향의 소용량 파우치’	(-) 벤치마킹 ▶ 인증	‘식약처 인증을 받은 대용량 파우치’
		BPOM 인증

2) 벤치마킹 제품 분석
- 대용량

▶ 벤치마킹 제품, 12g 스틱 20포의 대용량 분말형 콜라겐

인도네시아에서 판매되는 콜라겐 제품 중 판매량이 높은 스틱형 콜라겐 제품은 1회 섭취량인 한 포의 용량이 12g으로 A사의 비해 3배 많은 용량으로 판매되고 있는 것으로 확인됨

[표 3.5] 인도네시아 콜라겐 인기제품, 용량 분석

(인터뷰) (생략) 소비자들은 대부분 대용량 제품을 선호하므로 용량을 늘린다면 더욱 경쟁력 있는 제품이 될 것입니다.

- Mr. Ilham (파르마쿠, 판매 부서 직원) -

3) 벤치마킹 제품 분석
- 100g 당 가격

▶ 벤치마킹 제품 100ml 당 가격, 81,667루피아

인도네시아에서 판매되는 콜라겐 제품의 평균 1일 섭취량 당 가격에 비해 A사의 제품은 비교적 저렴한 편에 속하지만, 동일 품목인 스틱형 콜라겐 제품과 비교 시, 벤치마킹 제품의 100ml 당 가격은 81,667루피아(약 6,648원)로 A사 제품 가격 247,717(약 20,164원)의 1/3 가량 저렴하게 판매되는 것으로 확인됨

[표 3.6] 인도네시아 콜라겐 인기제품, 가격 분석

(인터뷰) (생략) 저희 매장의 대표 콜라겐 제품 에버 화이트는 현재 20개 스틱 포장을 163,350루피아(약 13,738원)에 판매하고 있습니다. (중략) 용량에 비해 가격대가 낮아 소비자들 사이에서 인기가 높습니다. (후략)

- Ms. Mei (소시올라, 판매 부서 직원) -

4) 벤치마킹 제품 분석
- 인증

▶ 벤치마킹 제품, BPOM 인증 취득하여 소비자 신뢰 얻어

현지 인기제품인 스틱형 콜라겐 제품은 인도네시아 식품의약품안전처에서 부여하는 인증을 통과함. 인도네시아에서는 불법적으로 분말 콜라겐을 판매하는 경우가 많아 BPOM 및 식품안전 인증을 취득한 제품에 대한 신뢰가 높은 것으로 확인됨

[표 3.7] 인도네시아 콜라겐 인기제품, 인증 분석

(인터뷰) (생략) 포장에 할랄 및 식약처 인증을 받은 마크 또는 문구가 기입된 포장은 소비자들 사이에서 신뢰를 얻어 판매를 촉진할 수 있습니다.

- Ms. Pipit (네추럴 팜, 판매 부서 직원) -

3. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ 경쟁기업 6개사 중 4개사, 인도네시아 오프라인 및 온라인 채널 진출

인도네시아에 진출한 경쟁기업 6개사 중 4개사는 모두 오프라인 및 온라인 채널에 동시 진출한 것으로 확인됨. 6개사 중 4개사가 드럭스토어 센트리에서 조사됨. 각기 다른 2개사가 드럭스토어 왓슨스와 가디언에 진출하였으며, 네이처스 헬스와 마하캄 그룹의 경우 2개 이상의 오프라인 매장에 진출함. 온라인 채널 중에서는 쇼피에 4개사가, 토코피디아와 라자다, 블리블리에 각각 3개사가 진출한 것으로 확인되었으며, 키노 바이오텍과 칼비의 경우 4개의 온라인 채널에 모두 진출한 것으로 조사됨

[표 3.8] 인도네시아 콜라겐 제조 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인 ³²⁾			온라인			
	왓슨스	가디언	센트리	토코피디아	쇼피	라자다	블리블리
파로스			○		○	○	○
네이처스 헬스	○	○	○				
키노 바이오텍	○			○	○	○	○
마하캄 그룹		○	○				
칼비				○	○	○	○
에버 화이트			○	○	○		

2) 홍보 채널

▶ 경쟁기업 6개사 중 5개사 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 홍보 채널로 활용

경쟁기업 6개사 중 5개사는 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용하고 있음. 홍보 채널에는 주로 자사 정보, 취급하는 제품 정보, 건강 관련 정보 등을 게시하고 있으며, 주로 페이스북, 인스타그램, 트위터를 통해 제품을 홍보하는 것으로 조사됨. 네이처스 헬스를 제외한 경쟁기업 5개사는 모두 페이스북과 인스타그램을 홍보 채널로 활용하고 있음

[표 3.9] 인도네시아 콜라겐 제조 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS 플랫폼			
		페이스북	인스타그램	트위터	유튜브
파로스	○	○	○	○	
네이처스 헬스	○				
키노 바이오텍	○	○	○	○	○
마하캄 그룹	○	○	○		
칼비	○	○	○	○	
에버 화이트	○	○	○	○	

32) 경쟁기업 6개사 제품이 방문 오프라인 매장 중 3개 매장에서만 확인되어 이 외 2개 매장은 표에서 제외함

3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업, 제품의 ‘효능’과 ‘성분’을 강조하여 경쟁제품 홍보

인도네시아에 진출한 경쟁기업 6개사는 주로 경쟁제품의 ‘효능’과 ‘성분’을 강조한 키워드를 사용하여 경쟁제품을 홍보하고 있음. 콜라겐 경쟁제품의 효능을 강조하는 문구로는 대부분 ‘피부에 수분을 공급해주는’, ‘노화를 방지하고 주름을 개선해주는’, ‘칙칙한 피부를 밝게 해주는’ 등의 문구를 사용하거나 ‘아스타잔틴이 함유된’, ‘비타민과 무기질이 함유된’ 등 콜라겐 성분의 이로운 점을 주로 홍보함. 이 밖에, ‘천연 원료로만 구성된’, ‘체중 걱정 없이 마시는’, ‘단 6일 만에 피부를 더 탄력 있게’ 등의 문구를 주로 사용함

[표 3.10] 인도네시아 콜라겐 경쟁기업 홍보 문구 분석



VI. 시장진출제언(Export Insights)

VI. Export Insights



성분

비타민C, B + 피쉬콜라겐

현지인들, 비타민과 피쉬콜라겐의 조합을 선호

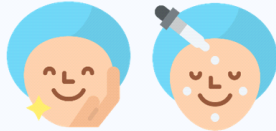


바이어 인터뷰에 따르면, 현지인들은 미용 및 건강 증진 목적으로 콜라겐 제품을 섭취하는 것으로 확인됨. 또한 현지인들 사이에서 콜라겐과 비타민의 조합이 콜라겐 흡수에 도움이 된다는 인식이 강해, 해당 성분이 들어간 제품을 선호하는 경향이 있음. 따라서 A사 제품, 해당 측면에서 강점 보유

마케팅

홍보문구: 노화를 방지하고 미백 효과를 보유한

미용 효능 및 다양한 성분 사용 강조



홍보문구의 경우 경쟁기업은 효능과 제품 성분을 강조하여 제품 홍보. 특히 여성 고객을 겨냥하여 '피부에 수분을 공급해주는', '노화를 방지하고 주름을 개선해주는', '칙칙한 피부를 밝게 하는' 등의 문구 기재. 또한 바이어 인터뷰에 따르면 현지인들은 미백 효과에 민감하게 반응하는 것으로 확인됨. 이외에 '아스타잔틴' '비타민 및 무기질' 등 다양한 성분이 함유되어 있다는 점을 강조

마케팅

홍보채널: 홈페이지 + SNS

자사 홈페이지 제작 및 4개 SNS 채널 활용하여 제품 홍보



경쟁기업 6개사는 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼(인스타그램, 페이스북, 트위터, 유튜브)을 홍보채널로 활용. 특히 경쟁기업 키노 바이오텍의 경우 가장 활발하게 SNS 플랫폼(페이스북)을 활용하여 제품 홍보 동영상을 업로드 하거나 할인 프로모션 등의 이벤트 사실을 게시함



[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 인도네시아 중앙통계청(BPS, Badan Pusat Statistik) 홈페이지(www.bps.go.id)
2. 인도네시아 식품의약품안전처(Badan Pengawas Obat dan Makanan) 홈페이지(www.pom.go.id)
3. 호주 식품의약품안전처(Therapeutic Goods Administration) 홈페이지(www.tga.gov.au)
4. 걸프 협력 회의(Gulf Cooperation Council) 홈페이지(www.gcc-sg.org)
5. 가디언(Guardian) 홈페이지(www.guardianindonesia.co.id)
6. 왓슨스(Watsons) 홈페이지(www.watsons.co.id)
7. 센트리(Century) 홈페이지(www.century-pharma.com)
8. 파르마 플러스(Pharma Plus) 페이스북 페이지(www.facebook.com/PharmaPlus-Indonesia)
9. 스햇 파르마(Sehat Farma) 인스타그램 페이지 (www.instagram.com/apotek_sehatfarma)
10. 파로스(Pharos) 홈페이지(www.pharos.co.id)
11. 네이처스 헬스(Nature's Health) 홈페이지(www.natu-health.com)
12. 키노 바이오텍(Kino Biotech) 홈페이지(www.kinobiotech.com)
13. 마하캄 그룹(Mahakam Group) 홈페이지(www.mahakamgroup.com)
14. 칼베(Kalbe) 홈페이지(www.kalbe.co.id)
15. 에버 화이트(Ever White) 홈페이지(www.everwhite.co.id)
16. 네추럴 팜(Natural Farm) 홈페이지 (www.naturalfarm.id)
17. 파르마쿠(Farmaku) 홈페이지 (www.farmaku.com)
18. 인도마켓(Indomaret) 홈페이지 (www.indomaret.co.id)
19. 소시올라(Sociolla) 홈페이지 (www.sociolla.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.08.21

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 Right Reserved.
Printed in Korea