



2020

# 해외시장 맞춤조사

No. | 202007-58

품목 | 조미김(Laver)

국가 | 인도네시아(Indonesia)

구분 | 경쟁력분석형

# Contents

<b>I. 요약(Summary)</b>	3
<b>II. 경쟁제품(Competitive Product)</b>	
1. 인도네시아 조미김 경쟁제품 선정	10
2. 인도네시아 조미김 경쟁제품 조사지표 선정	14
3. 인도네시아 조미김 경쟁제품 포지셔닝	17
4. 인도네시아 조미김 경쟁제품 현지 조사 결과	18
<b>III. 경쟁기업(Competitor)</b>	
1. 인도네시아 조미김 경쟁기업 선정	33
2. 인도네시아 조미김 경쟁기업 현황	34
3. 인도네시아 조미김 경쟁기업 세부정보	36
<b>IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)</b>	
Interview ① 아룸 닐와나 글로벌(PT. Arum Nirwana Global)	42
Interview ② 인도마켓(Indomaret)	45
Interview ③ 호키후르츠(HokkyFruit)	48
Interview ④ 삼원샵(SamWonShop)	51
<b>V. 경쟁력파악(Competitiveness)</b>	
1. 제품 경쟁력 검증	55
2. 벤치마킹 제품 분석	59
3. 기업 마케팅 벤치마킹	61
<b>VI. 시장진출제언(Export Insights)</b>	64
*참고문헌	66

# I. 요약(Summary)

# Summary

(요약)

온라인 조사			오프라인 조사		
온라인	토코피디아(Tokopedia)	34.3%	오프라인	하이퍼마켓	그랜드 럭키 (Grand Lucky)
	쇼피(Shopee)	17.5%		슈퍼마켓	무궁화 (Mugungwha)
	부칼라팍(Bukalapak)	12.9%			파파야 (Papaya)
			편의점	인도마켓 (Indomaret)	

## 조사 지역(인도네시아 자카르타)

인도네시아 자카르타에 위치한 하이퍼마켓 그랜드 럭키(Grand Lucky), 슈퍼마켓 무궁화(Mugungwha)와 파파야(Papaya), 편의점 인도마켓(Indomaret)을 방문하여 조미김 경쟁제품을 조사함. 그랜드 럭키는 창고형 하이퍼마켓으로 다양한 식료품, 생활소비재들을 자체적으로 수입, 유통함. 무궁화는 자카르타에서 가장 오래된 한인마트 브랜드로, 다양한 한국 식료품, 생활용품 등을 현지에서 수입하여 판매함. 파파야는 일본 제품을 주로 판매하는 아시안마트로 현지인과 외국인이 많은 매장임. 인도마켓은 인도네시아 편의점 점유율 1위 브랜드로, 편의점 기준 저렴한 가격으로 제품을 판매하여 인기가 많은 편임



## 경쟁제품

· 인도네시아 조미김 경쟁제품 15개 조사



**제품 종류 별 평균 10g당 가격, 조미김 제품이 가장 비싸고 시즈닝 조미김 제품이 가장 저렴함**

조미김 15,492루피아(약 1,221원),  
김스낵 14,975루피아(약 1,180원),  
시즈닝 조미김 14,258루피아(약 1,124원)

## 경쟁기업

경쟁기업	국적	대표제품
B사	한국	햇바삭 김
D사	한국	조미김
E사	한국	오리지널 맛 김
G사	한국	재래김 오리지널
F사	한국	청정바다 김

## 경쟁력 파악

## 진출 제언

기준(A사)	경쟁력	경쟁제품	기준(A사)	경쟁력	경쟁제품
가격(10g당) (8,450루피아)	●	조미김 15,492루피아 시즈닝 조미김 14,258루피아 김스낵 14,975루피아	맛 (오리지널)	○	오리지널 8개 짠 맛 3개 매운 맛 2개 견과류 2개
개별 중량(g) (5.0g)	●	조미김 4.5g 시즈닝 조미김 4.6g 김스낵 22.5g	인증 (HALAL, HACCP)	●	HALAL 13개 HACCP 2개
포장 형태 (외부포장+내부포장)	●	외부포장+내부포장 13개 내부포장 2개	원산지 (한국)	●	한국 13개 인도네시아 2개

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

### Point. 01

- 1) A사 제품 10g당 가격, 경쟁제품에 비해 약 56% 수준으로 저렴한 것으로 확인
- 2) 경쟁제품 대부분 한국산, 오리지널 맛 외에도 와사비 맛, 허바네로 맛, 김치 맛, 간장 맛 등 다양한 맛 제품 보유

### Point. 02

- 1) 경쟁사, 제품의 맛과 원료, 효능 등의 특징을 강조하는 홍보 문구 기재
- 2) 핵심 경쟁사인 E사 경우 현지 SNS 플랫폼 페이스북을 활용해 이벤트 및 제품 홍보 중

# Competitive Product

(경쟁제품)

## 인도네시아(Indonesia)

### 조미김 경쟁제품

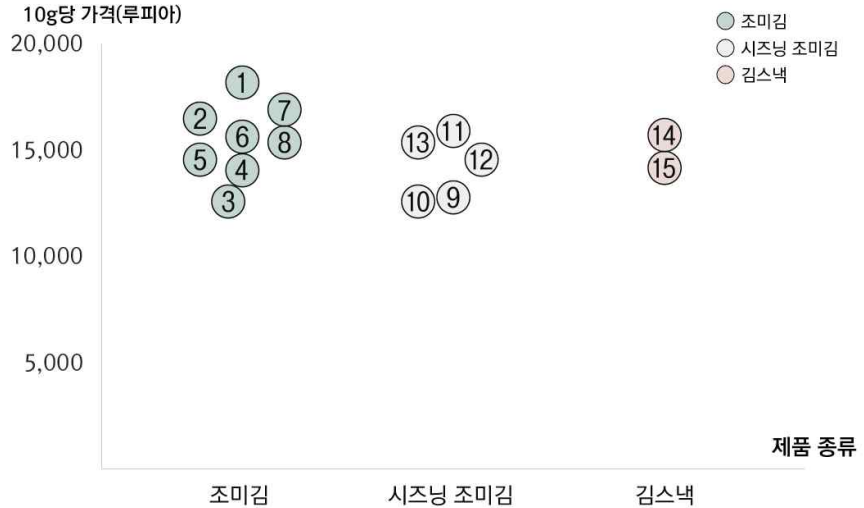
### 선정 및 포지셔닝

#### 경쟁제품 선정 기준

- 온라인/오프라인 인기제품

#### 경쟁제품 포지셔닝 기준

- X축: 제품 종류
- Y축: 10g당 가격(루피아)



## 인도네시아(Indonesia)

### 조미김 경쟁제품 분석

제품 종류 <sup>1)</sup>	경쟁제품(제조사)	소비자가격 <sup>2)</sup>	10g당 가격	총 중량 (개별 중량)	포장 형태		맛	인증	원산지
					외부	내부			
조미김	① 조미김 (D사)	33,500루피아 (2,640원)	18,207루피아 (1,435원)	18.4g (2.3g*8봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	오리지널 맛	HACCP, HALAL	한국
	② 햇바삭 김 (B사)	66,000루피아 (5,201원)	16,500루피아 (1,300원)	40.0g (5.0g*8봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	오리지널 맛	HALAL	한국
	③ 오리지널 맛 김 (E사)	51,000루피아 (4,019원)	12,593루피아 (992원)	40.5g (4.5g*9봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	오리지널 맛	HALAL	한국
	④ 참기름 김 (C사)	84,500루피아 (6,659원)	14,083루피아 (1,110원)	60.0g (5.0g*12봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	오리지널 맛	HALAL	한국
	⑤ 마미수카 룬팟 라웃 팡강 (아네카 보가 누산타라)	13,100루피아 (1,032원)	14,556루피아 (1,147원)	9.0g (4.5g*2봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	오리지널 맛	HALAL	인도네시아
	⑥ 청정바다 김 (F사)	23,500루피아 (1,852원)	15,667루피아 (1,235원)	15.0g (5.0g*3봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	오리지널 맛	HALAL	한국
	⑦ 프리미엄 오리지널 옥수수유 김 (E사)	25,400루피아 (2,002원)	16,933루피아 (1,334원)	15.0g (5.0g*3봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	오리지널 맛	HALAL	한국
	⑧ 재래김 오리지널 (G사)	23,100루피아 (1,820원)	15,400루피아 (1,214원)	15.0g (5.0g*3봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	오리지널 맛	HALAL	한국
시즈닝 조미김	⑨ 와사비 맛 김 (E사)	51,900루피아 (4,090원)	12,815루피아 (1,010원)	40.5g (4.5g*9봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	매운 맛 (와사비)	(-)	한국
	⑩ 허베네로 맛 김 (E사)	51,000루피아 (4,019원)	12,593루피아 (992원)	40.5g (4.5g*9봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	매운 맛 (허베네로)	HALAL	한국
	⑪ 달콤한 간장 맛 김 (E사)	21,500루피아 (1,694원)	15,926루피아 (1,255원)	13.5g (4.5g*3봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	짠 맛 (간장)	HALAL	한국
	⑫ 마미수카 룬팟 라웃 케링 팡강 툴루르 아신 (아네카 보가 누산타라)	13,100루피아 (1,032원)	14,556루피아 (1,147원)	9.0g (4.5g*2봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	짠 맛 (툴루르 아신)	HALAL	인도네시아
김스넥	⑬ 김치 맛 김 (G사)	23,100루피아 (1,820원)	15,400루피아 (1,214원)	15.0g (5.0g*3봉)	플라스틱 파우치	플라스틱 통	매운 맛 (김치)	HALAL	한국
	⑭ 아몬드 스넥 김 (H사)	31,500루피아 (2,482원)	15,750루피아 (1,241원)	20.0g	(-)	플라스틱 파우치	견과류/씨앗 (아몬드)	HACCP, HALAL	한국
	⑮ 버디칩 참깨 맛 (H사)	35,500루피아 (2,797원)	14,200루피아 (1,119원)	25.0g	(-)	플라스틱 파우치	견과류/씨앗 (참깨)	(-)	한국

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

- 1) 조미김(도시락김)과 시즈닝 조미김(도시락김)은 이후 편의를 위해 각각 조미김과 시즈닝 조미김과 혼용하여 기재
- 2) 100루피아 = 7.88원 (2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)



# Competitor

(경쟁기업)

## 인도네시아(Indonesia)

### 조미김 경쟁기업

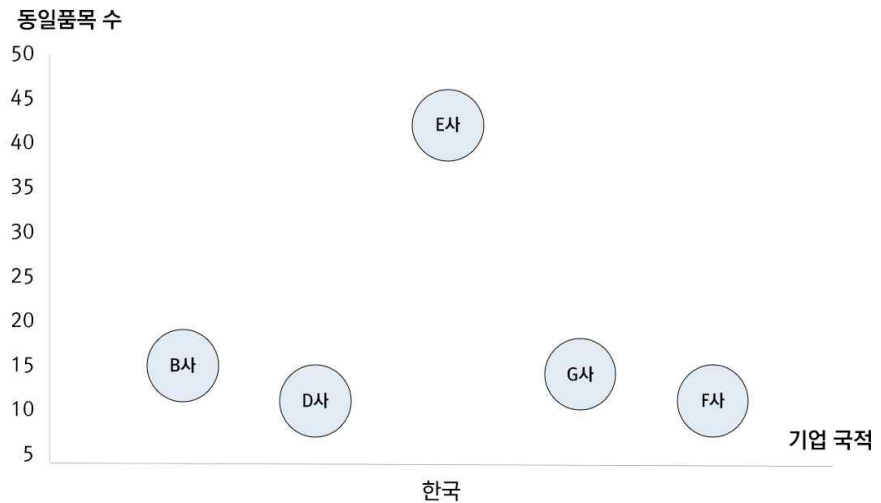
### 선정 및 포지셔닝

#### 경쟁사 선정

- 경쟁제품 기업체

#### 경쟁사 포지셔닝

- X축: 기업(제조사) 국적
- Y축: 동일품목 수



## 인도네시아(Indonesia)

### 조미김 경쟁기업 분석

제조사	국적	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	동일 품목 수
B사	한국	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 오프라인 매장</li> <li>· 온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 자사 홈페이지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 튀기지 않고 오븐에 구운</li> <li>- 고소하고 바삭바삭한</li> <li>- 전통 요리를 현대적으로 만든</li> </ul>	15개
D사	한국	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 오프라인 매장</li> <li>· 온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 자사 홈페이지</li> <li>· SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 부드럽고 바삭한</li> <li>- 좋은 원초를 엄선하여 만든</li> <li>- 전통 방식 그대로 만든</li> </ul>	11개
E사	한국	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 오프라인 매장</li> <li>· 온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 자사 홈페이지</li> <li>· SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 최고 품질의 김</li> <li>- 해조류 전문가가 만든</li> <li>- 깨끗하고 안전한 제품</li> </ul>	42개
G사	한국	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 오프라인 매장</li> <li>· 온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 자사 홈페이지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 맛있고 향이 뛰어난 김</li> <li>- 최고의 요오드 보급원</li> <li>- 최적의 원초만을 선별하여 만든</li> </ul>	14개
F사	한국	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 오프라인 매장</li> <li>· 온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 자사 홈페이지</li> <li>· SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 풍부한 영양소 함유</li> <li>- 뛰어난 맛</li> <li>- 두 번 구워 바삭바삭한</li> </ul>	11개

자료: 인도네시아 진출 조미김 경쟁기업 5개사 분석

# Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

## 인도네시아(Indonesia)

### 조미김 인터뷰

#### 대상 바이어 업체 선정

#### 인터뷰 대상 기업체 선정

- 식품 수입 · 유통업체 ○
- 조미김 취급 경험 ○

	아름 날와나 글로벌 (PT. Arum Nirwana Global)	인도마켓 (Indomaret)	호키후르츠 (HokkyFruit)	삼원샵 (SamWonShop)
업태 ▶	수입업체	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체
조미김 취급 ▶				
	한국산 조미김	현지산 조미김	태국산 김스낵	한국산 조미김
사진자료:	아름 날와나 글로벌, 인도마켓, 호키후르츠, 삼원샵 제품 판매 페이지			

## 인도네시아(Indonesia)

### 조미김 바이어 인터뷰

A사	아름 날와나 글로벌 (PT. Arum Nirwana Global)	인도마켓 (Indomaret)	호키후르츠 (HokkyFruit)	삼원샵 (SamWonShop)
	수입업체	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체
<b>약 12,690루피아</b> (1,000원) 15g(5g*3봉) ----- 제품 가격 · 중량	조미김 경쟁제품 대비 <b>저렴한 편</b>	현지화된 제품 대비 <b>저렴한 가격,</b> 가격 외 경쟁요소 필요	김스낵 제품인 태국산 제품보다는 <b>중량 대비 저렴한 편</b>	현지 경쟁제품 대비 <b>저렴하지만</b> 가격 외 경쟁력 갖출 것
<b>플라스틱 파우치,</b> <b>플라스틱 통</b> ----- 제품 포장 형태	현지 경쟁제품과 동일한 포장 형태, <b>포장 디자인</b> 변경 추천	<b>투명 플라스틱 통</b> 사용, 김스낵의 경우 지퍼락 플라스틱 파우치 사용	플라스틱 파우치 포장, <b>20-30대 소비자</b> 에 맞는 <b>포장 디자인</b> 적용 제안	A사 제품과 동일한 포장 형태. <b>제품의 맛</b> 을 강조하는 <b>이미지나 문구</b> 삽입 추천
<b>오리지널 맛</b> ----- 제품 맛	<b>매운맛</b> 을 강조한 포장 형태 적용	현지화된 맛인 <b>뽕루르 아신 맛</b> 이나 <b>매운맛</b> 제품 선호	태국산 인기제품 기준 <b>매운맛</b> 제품과 <b>오리지널 맛</b> 제품이 인기	<b>오리지널 맛</b> 과 <b>매운맛,</b> <b>짠맛</b> 제품 선호
<b>조미김 섭취 방법</b>	젊은 소비자들을 중심으로 <b>간식용</b> 으로 섭취	한국 문화에 우호적인 젊은 소비자 위주로 <b>밥반찬, 간식용</b> 으로 구매	연령대에 상관없이 보통 <b>간식용</b> 으로 구매	다양한 맛의 조미김이 출시되면서 <b>간식용</b> 으로 구입하는 소비자 증가
<b>조미김 구매 시</b> <b>우선 고려사항</b>	<b>가격, 맛, 브랜드,</b> <b>제품 평판</b> 을 종합적으로 고려	<b>저렴한 가격</b> 과 <b>매운맛</b> 이나 <b>짠맛</b> 제품 선호	법적 규제에 따른 <b>할랄</b> 취득이 의무화된, <b>가격</b> 과 <b>맛, 입소문</b> 고려, <b>SNS 홍보효과</b> 큼	<b>할랄</b> 취득 시 판매량 증가, 간식용인 만큼 <b>제품의 맛</b> 을 중점적으로 고려

(\*) 현지 경쟁제품 취급 바이어 인터뷰 4개사





## II. 경쟁제품(Competitive Product)

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

## 1. 인도네시아 조미김 경쟁제품 선정

### 1) 주요 프로세스

#### A사 제품 특징



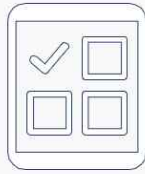
제품명	알찬재래 도시락김
제품 품목	조미김
중량	15g(5g*3봉)
포장 형태	플라스틱 파우치, 플라스틱 통
특징	바삭하고 고소한 맛, 최고급 원초 사용

#### Step 01. 제품 분석



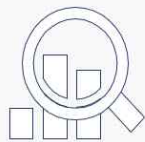
- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② A사 제품 분석
  - 제품명 : 알찬재래 도시락김
  - 제품 품목 : 조미김
  - 중량 : 15g(5g\*3봉)
  - 포장 형태 : 플라스틱 파우치, 플라스틱 통
  - 주요 특징 : 바삭하고 고소한 맛, 최고급 원초 사용

#### Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



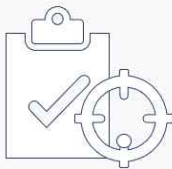
- ① 현지 주요 온라인 쇼핑몰(Top 3) 확인
  1. 토크피디아(Tokopedia) : 34.3%
  2. 쇼피(Shopee) : 17.5%
  3. 부칼라팍(Bukalapak) : 12.9%
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 동일 품목 인기제품 확인
  - 주요 온라인 쇼핑몰별 Top 10 제품 확인
  - 주요 온라인 쇼핑몰 모두에서 확인 : 7개 제품
  - 주요 온라인 쇼핑몰 3개 중 2개에서 확인 : 3개 제품

#### 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, 편의점
- 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) 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	가공식품, 신선식품, 음료, 유제품 등
 쇼피	가공식품, 신선식품, 음료, 건강기능식품 등
 bukhalapak 부칼라팍	가공식품, 유제품, 차, 신선식품, 스낵 등

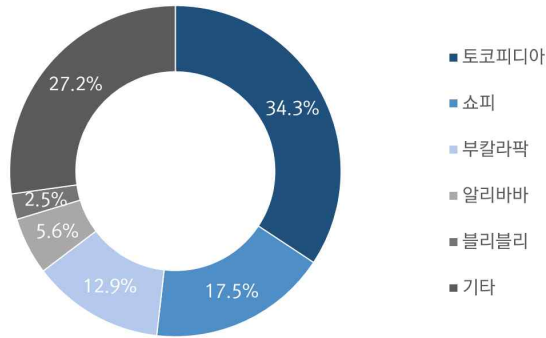
인도네시아 주요 온라인 쇼핑몰에서  
모두 판매 중인 인기 경쟁제품

제품명	제조사
마미수카 룸팟 라웃 팡강	아네카 보가 누산타라
오리지널 맛 김	E사
올리브유 재래김	D사
올리브유 전장 재래김	D사
햇바삭 김	B사
크리스피 씨워드	타오카에노이
트리플엠 로스티드 씨워드	트리플엠

▶ 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

▶ 인기 온라인 쇼핑몰에 모두 진출한 경쟁제품, 7개

인도네시아 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 7개의 제품이 주요 온라인 쇼핑몰에서 모두 판매 중이며, 2개 온라인 쇼핑몰에서만 판매 중인 제품은 3개로 확인됨

[표 2.2] 인도네시아 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)

순위	토코피디아	쇼피	부칼라팍
1	마미수카 룸팟 라웃 팡강 (아네카 보가 누산타라)	오리지널 맛 김 (E사)	오리지널 맛 김 (E사)
2	프리미엄 오리지널 옥수수유 김 (E사)	마미수카 룸팟 라웃 팡강 (아네카 보가 누산타라)	재래김 오리지널 (G사)
3	올리브유 재래김 (D사)	청정바다 김 (F사)	마미수카 룸팟 라웃 팡강 (아네카 보가 누산타라)
4	청정바다 김 (F사)	햇바삭 김 (B사)	계절품은 재래김 (I사)
5	오리지널 맛 김 (E사)	재래김 오리지널 (G사)	올리브유 재래김 (D사)
6	씨즌드 씨워드 (J사)	계절품은 재래김 (할초)	햇바삭 김 (B사)
7	햇바삭 김 (B사)	올리브유 재래김 (D사)	씨즌드 씨워드 전장 (J사)
8	올리브유 전장 재래김 (D사)	올리브유 전장 재래김 (D사)	올리브유 전장 재래김 (D사)
9	크리스피 씨워드 (타오카에노이)	크리스피 씨워드 (타오카에노이)	트리플엠 로스티드 씨워드 (트리플엠)
10	트리플엠 로스티드 씨워드 (트리플엠)	트리플엠 로스티드 씨워드 (트리플엠)	크리스피 씨워드 (타오카에노이)

■ 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 정보<sup>3)</sup>

인구('20)	1,064만 명
인구 밀도('20)	16,024명/km <sup>2</sup>
면적	664km <sup>2</sup>

● A사 진출 선호 매장

하이퍼마켓
슈퍼마켓
백화점
편의점
전문점
아시안마트(한인마트)

▶ 인도네시아 자카르타, 방문지역으로 선정

인도네시아 자바섬 서북부해안 지역의 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

▶ 현지 조사매장 선정, 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점

인도네시아 가공식품(Packaged Foods)<sup>4)</sup>의 유통채널 별 점유율을 확인한 결과, 개인 소매 식료품점이 58.0%로 가장 높으며, 편의점이 13.9%로 뒤를 이었음. 슈퍼마켓은 12.4%, 하이퍼마켓은 6.3%, 온라인 쇼핑몰은 0.3%로 확인됨. 이에 각 유통채널 별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사 매장을 선정함

[표 2.3] 인도네시아 조미김 주요 유통채널 현황

채널 분류	점유율	주요 매장
개인 소매 식료품점	58.0%	(-)
편의점	13.9%	인도마켓(Indomaret), 알파마트(Alfamart), 써클 케이(Circle K)
슈퍼마켓	12.4%	무궁화(Mugungwha), 파파야(Papaya), 파머스 마켓(Farmer's Market), 라마야나(Ramayana)
하이퍼마켓	6.3%	그랜드 럭키(Grand Lucky), 까르푸(Carrefour), 하이퍼마트(Hypermart), 자이언트(Giant)
온라인 쇼핑몰	0.3%	토코피디아(Tokopedia), 쇼피(Shopee), 부칼라팍(Bukalapak)

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

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

4) '조미김'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 가공식품(Packaged Food)의 정보를 확인함

4) 경쟁제품 선정

▶ 경쟁제품 선정 기준 ① 인기 제품

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(\*) 토코피디아(Tokopedia), 쇼피(Shopee), 부칼라팍(Bukalapak)

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(\*) 그랜드 럭키(Grand Lucky), 무궁화(Mugungwha), 파파야(Papaya), 인도마켓(Indomaret)

▶ 경쟁제품 선정 기준 ② 제품 종류<sup>5)</sup>

- 조미김: 김을 종이 형태로 얇고 넓게 펴서 말린 후 기름과 소금을 더한 제품

- 시즈닝 조미김: 조미김에 별도 맛이 나는 시즈닝(양념)을 더한 제품

※ 조사된 경쟁제품은 모두 전장김을 6-9등분하여 포장한 도시락김 제품임

- 김스낵: 김을 튀기거나 구운 후 별도 맛을 가한 제품

[표 2.4] 인도네시아 조미김 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류		
	오프라인	온라인	조미김	시즈닝 조미김	김스낵
① 조미김 (D사)	○ (3개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)	○		
② 햇바삭 김 (B사)	○ (3개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)	○		
③ 오리지널 맛 김 (E사)	○ (3개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)	○		
④ 참기름 김 (C사)	○ (2개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)	○		
⑤ 마미수카 룬팟 라웃 팡강 (아네카 보가 누산타라)	○ (3개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)	○		
⑥ 청정바다 김 (F사)	○ (2개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)	○		
⑦ 프리미엄 오리지널 옥수수유 김 (E사)	○ (3개 매장)	○ (1개 쇼핑몰)	○		
⑧ 재래김 오리지널 (G사)	○ (1개 매장)	○ (2개 쇼핑몰)	○		
⑨ 와사비 맛 김 (E사)	○ (3개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)		○	
⑩ 허버네로 맛 김 (E사)	○ (3개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)		○	
⑪ 달콤한 간장 맛 김 (E사)	○ (3개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)		○	
⑫ 마미수카 룬팟 라웃 케링 팡강 톨루르 아신 (아네카 보가 누산타라)	○ (3개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)		○	
⑬ 김치 맛 김 (G사)	○ (1개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)		○	
⑭ 아몬드 스낵 김 (H사)	○ (1개 매장)	○ (2개 쇼핑몰)			○
⑮ 바다칩 참깨 맛 (H사)	○ (1개 매장)	○ (3개 쇼핑몰 쉐)			○

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

5) 조미김(도시락김)과 시즈닝 조미김(도시락김)은 이후 편의를 위해 각각 조미김과 시즈닝 조미김과 혼용하여 기재



## 2. 인도네시아 조미김 경쟁제품 조사지표 선정

### ▶ 조사 지표 ① 가격

- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 소비자가격
- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 10g당 가격

### ▶ 조사 지표 ② 중량

- 제품의 총 중량(g)
- 제품의 개별 중량(g)

### ▶ 조사 지표 ③ 제품 종류

- 조미김: 김을 종이 형태로 얇고 넓게 펴서 말린 후 기름과 소금을 더한 제품
- 시즈닝 조미김: 조미김에 별도 맛이 나는 시즈닝(양념)을 더한 제품
- ※ 조사된 경쟁제품은 모두 전장김을 6-9등분하여 포장한 도시락김 제품임
- 김스낵: 김을 튀기거나 구운 후 별도 맛을 가한 제품

### ▶ 조사 지표 ④ 포장 형태

- 제품을 포장하고 있는 용기의 형태와 소재
- ※ 경쟁제품의 포장 형태는 외부포장 형태와 내부포장 형태로 나누어 조사함
- 포장 형태(외부포장)
  - 플라스틱 파우치: 플라스틱 소재의 파우치에 내용물을 포장한 용기
- 포장 형태(내부포장)
  - 플라스틱 파우치: 플라스틱 소재의 파우치에 내용물을 포장한 용기
  - 플라스틱 통: 플라스틱 소재의 그릇 모양 용기
- ※ 내부포장이 플라스틱 파우치인 경우 별도로 외부포장 되어있지 않음

### ▶ 조사 지표 ⑤ 유통기한

- 제품의 유통기한

### ▶ 조사 지표 ⑥ 맛

- 제품의 맛

### ▶ 조사 지표 ⑦ 원산지

- 제품의 원산지

### ▶ 조사 지표 ⑧ 홍보 문구

- 제품의 홍보 문구

### ▶ 조사 지표 ⑨ 제품 수입상 정보

- 제품의 수입상 정보

### ▶ 조사 지표 ⑩ 주요 원료 및 첨가물

- 제품의 주요 원료 및 첨가물

●  
보유 인증 마크



HALAL



HACCP<sup>6)</sup>

▶ 조사 지표 ⑪ 보유 인증

- 제품이 보유한 인증

[표 2.5] 주요 인증 정보

인증 종류	인증 내용
HALAL	무슬림이 먹거나 사용할 수 있도록 이슬람 율법에 따라 도살, 처리, 가공된 식품에 부여되는 인증
HACCP	식품의약품안전처에서 부여하는 인증으로, 식품의 원재료부터 최종소비자가 섭취하기 전까지의 전 단계에서 발생할 수 있는 위해요소를 관리하는 위생관리 시스템 인증

▶ 조사 지표 ⑫ 기타 표기사항

- 제품 라벨에 표기된 사항

6) 한국식품안전관리인증원 홈페이지 (www.haccp.or.kr)

[표 2.6] 인도네시아 조미김 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값		지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격		매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	10g당 가격		제품의 10g당 가격
중량	총 중량		제품의 총 중량
	개별 중량		제품의 개별 중량
제품 종류	조미김		김을 종이 형태로 얇고 넓게 펴서 말린 후 기름과 소금을 더한 제품
	시즈닝 조미김		조미김에 별도 맛이 나는 시즈닝(양념)을 더한 제품
	김스낵		김을 튀기거나 구운 후 별도 맛을 가한 제품
포장 형태	외부포장	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치에 내용물을 포장한 용기
	내부포장	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치에 내용물을 포장한 용기
		플라스틱 통	플라스틱 소재의 그릇 모양 용기
유통기한			제품의 유통기한
맛			제품의 맛
원산지			제품의 원산지
홍보 문구			제품의 홍보 문구
제품 수입상 정보			제품의 수입상 정보
주요 원료 및 첨가물			제품의 주요 원료 및 첨가물
보유 인증	HALAL		무슬림이 먹거나 사용할 수 있도록 이슬람 율법에 따라 도살, 처리, 가공된 식품에 부여되는 인증
	HACCP		식품의약품안전처에서 부여하는 인증으로, 식품의 원재료부터 최종소비자가 섭취하기 전까지의 전 단계에서 발생할 수 있는 위해요소를 관리하는 위생관리 시스템 인증

### 3. 인도네시아 조미김 경쟁제품 포지셔닝

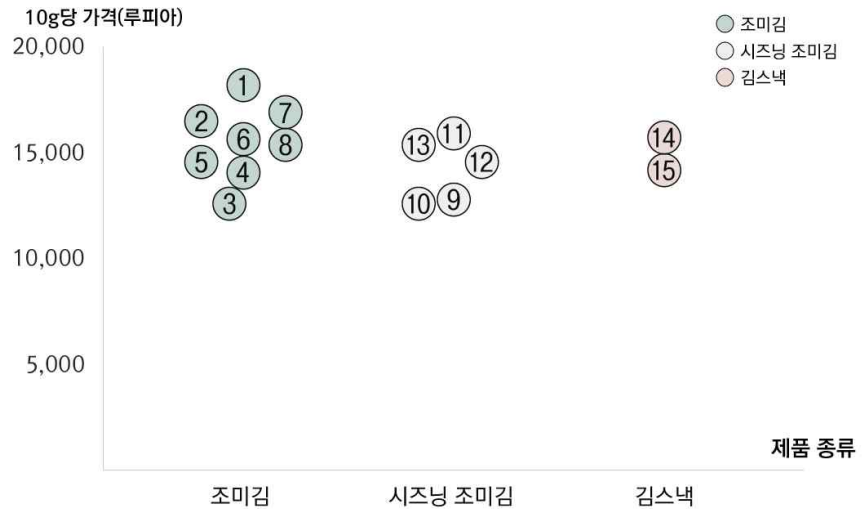
#### ● 경쟁제품(제조사)

- ① 조미김 (D사)
- ② 햇바삭 김 (B사)
- ③ 오리지널 맛 김 (E사)
- ④ 참기름 김 (C사)
- ⑤ 마마슈카 룬웃 라웃 팡강 (아네카 보가 누산타라)
- ⑥ 청정바다 김 (F사)
- ⑦ 프리미엄 오리지널 옥수수유 김 (E사)
- ⑧ 재래김 오리지널 (G사)
- ⑨ 와사비 맛 김 (E사)
- ⑩ 하바네로 맛 김 (E사)
- ⑪ 달콤한 간장 맛 김 (E사)
- ⑫ 마마슈카 룬웃 라웃 케링 팡강 뿔루르 아신 (아네카 보가 누산타라)
- ⑬ 김치 맛 김 (G사)
- ⑭ 아몬드 스낵 김 (H사)
- ⑮ 바다칩 참깨 맛 (H사)

▶ 포지셔닝 : 제품 종류 별 평균 10g당 가격, 조미김 제품이 가장 비싸고 시즈닝 조미김 제품이 가장 저렴

인도네시아 오프라인 매장에서 조사된 조미김 경쟁제품 15개 제품은 그 종류에 따라 조미김 제품 8개, 시즈닝 조미김 제품 5개, 김스낵 제품 2개로 확인됨. 경쟁제품의 종류 별 평균 10g당 가격을 비교한 결과, 조미김 제품이 15,492루피아(약 1,221원)로 가장 비싸며, 시즈닝 조미김 제품이 14,258루피아(약 1,124원)로 가장 저렴한 것으로 확인됨. 이 외 김스낵 제품의 10g당 가격은 14,975루피아(약 1,180원)로 조사됨

[표 2.7] 인도네시아 조미김 경쟁제품 포지셔닝



자료: 인도네시아 조미김 경쟁제품 15개 분석

#### 4. 인도네시아 조미김 경쟁제품 현지 조사 결과

##### ▶ 인도네시아 자카르타에 위치한 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 방문

인도네시아 자카르타에 위치한 하이퍼마켓 그랜드 럭키(Grand Lucky), 슈퍼마켓 무궁화 (MuGungwha)와 파파야(Papaya), 편의점 인도마켓(Indomaret)을 방문하여 조미김 경쟁제품을 조사함. 그랜드 럭키는 창고형 하이퍼마켓으로 다양한 식료품, 생활소비재들을 자체적으로 수입 및 유통함. 무궁화는 자카르타에서 가장 오래된 한인마트 브랜드로, 다양한 한국 식료품, 생활용품 등을 현지에 수입하여 판매함. 파파야는 일본 제품을 주로 판매하는 아시안마트로 현지인과 외국인이 많은 매장임. 인도마켓은 인도네시아 편의점 점유율 1위 브랜드로, 편의점 기준 저렴한 가격으로 제품을 판매하여 인기가 많은 편임

[표 2.8] 인도네시아 방문매장 및 특징

방문매장	구분	조사 제품 수	방문매장 특징
그랜드 럭키 (Grand Lucky)	하이퍼마켓	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>창고형 하이퍼마켓으로 대량 구매 가능</li> <li>자체 수입, 유통망을 통해 한국산 제품을 인도네시아에 판매</li> <li>소득 수준이 높은 현지인들의 주거지역 근처에 위치</li> </ul>
무궁화 (Mugungwha)	슈퍼마켓	5	<ul style="list-style-type: none"> <li>자카르타에서 가장 오래된 한인마트 브랜드</li> <li>현지 거주 한국인이 많이 사는 지역에 위치</li> <li>현지 제품들과 한국 제품을 다양하게 판매함</li> </ul>
파파야 (Papaya)		4	<ul style="list-style-type: none"> <li>일본 제품을 주로 취급하는 아시안마트</li> <li>현지인과 외국인의 방문이 많음</li> </ul>
인도마켓 (Indomaret)	편의점	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>인도네시아 편의점 점유율 1위 브랜드</li> <li>편의점 기준 저렴한 가격으로 제품을 판매</li> <li>유통인구가 많은 지역에 위치</li> </ul>



지도자료: 구글맵(Google Maps)



▶ **경쟁제품 판매 현황, 15개 중 9개는 방문매장 3곳에서 모두 판매**

인도네시아 자카르타 지역의 그랜드 럭키, 무궁화, 파파야, 인도마켓 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 조미김, 햇바삭 김, 오리지널 맛 김, 마미수카 립풋 라웃 팡강, 프리미엄 오리지널 옥수수유 김, 와사비 맛 김, 허버네로 맛 김, 달콤한 간장 맛 김, 마미수카 립풋 라웃 케링 팡강 톨루르 아신 총 9개 제품이 방문매장 중 3개 매장에서 판매 중인 것으로 조사됨

[표 2.9] 경쟁제품 판매 현황





경쟁제품 현황	방문매장			
	그랜드 럭키	무궁화	파파야	인도마켓
① 조미김 (D사)	○		○	○
② 햇바삭 김 (B사)		○	○	○
③ 오리지널 맛 김 (E사)	○	○	○	
④ 참기름 김 (C사)		○	○	
⑤ 마미수카 립풋 라웃 팡강 (아네카 보가 누산타라)	○		○	○
⑥ 청정바다 김 (F사)	○		○	
⑦ 프리미엄 오리지널 옥수수유 김 (E사)	○	○	○	
⑧ 재래김 오리지널 (G사)			○	
⑨ 와사비 맛 김 (E사)	○	○	○	
⑩ 허버네로 맛 김 (E사)	○	○	○	
⑪ 달콤한 간장 맛 김 (E사)	○	○	○	
⑫ 마미수카 립풋 라웃 케링 팡강 톨루르 아신 (아네카 보가 누산타라)	○		○	○
⑬ 김치 맛 김 (G사)			○	
⑭ 아몬드 스낵 김 (H사)	○			
⑮ 버디칩 참깨 맛 (H사)	○			

자료: 현지 조사원 자료

## Shop ① 그랜드 럭키(Grand Lucky)

### 매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:  
다양한 수입 식료품, 생활소비재를 취급함
- 매장 주변 특징:  
넓은 주차장이 있어 접근성이 좋고 소득 수준이 높은 현지인이 거주하는 지역에 위치함
- 주요 고객층:  
현지인, 현지 거주 외국인

브랜드 기본 정보(7)	 <p>그랜드 럭키는 1992년에 설립된 인도네시아의 하이퍼마켓 브랜드로 인도네시아 내 5개 매장을 운영하고 있음. 창고형 매장으로 저렴한 가격으로 대량구매가 가능함. 자체 수입, 유통망을 통해 제품을 유통하며, 가공식품, 신선식품 등 식료품 뿐만 아니라 생활소비재를 다양하게 취급함</p>	
	조사 제품 수: 4개	
매장 정보		
	도시(지역) 위치	자카르타 Kawasan Niaga Terpadu Sudirman (SCBD) LOT-12, Jakarta 12190, Indonesia
매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		
조미김 판매 정보	판매 조미김 제품 정보	
	 <p>조미김 (D사)</p>	 <p>아몬드 스낵 김 (H사)</p>
	 <p>버디칩 참깨 맛 (H사)</p>	 <p>와사비 맛 김 (E사)</p>

사진자료: 현지 조사원 자료



제품명 (영어)	조미김 (Seasoned Laver)	제조사	D사	
제품 종류	조미김 (도시락김)	총 중량 (개별 중량)	18.4g (2.3g*8봉)	
소비자가격 <sup>8)</sup>	33,500루피아 (2,640원)	10g당 가격	18,207루피아 (1,435원)	
맛	오리지널	원산지	한국	
포장 형태	내부	플라스틱 통	유통기한	10개월
	외부	플라스틱 파우치		
인증	HACCP, HALAL	수입자	지코아궁 (PT. JicoAgung)	
원료 및 첨가물	김, 올리브유, 소금, 참기름			



제품명 (영어)	아몬드 스낵 김 (Premium Laver Snack Almond)	제조사	H사
제품 종류	김스낵	총 중량	20.0g
소비자가격	31,500루피아 (2,482원)	10g당 가격	15,750루피아 (1,241원)
맛	견과류/싸앗 (아몬드)	원산지	한국
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한 <sup>9)</sup>	3개월**
인증	HACCP, HALAL	기타 표기사항	한국전통식품, 100% 아몬드
수입자	마수야 그라하 트리켄카나 (PT. Masuya Graha Trikencana)	원료 및 첨가물	아몬드, 김 조미액, 김, 참깨

8) 100루피아 = 7.88원 (2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

9) (\*\*): 개월 수가 아닌 권장 섭취 날짜(Best Before) 형태로 기재되어 조사 날짜(2020.10.01.)를 기준으로 남은 일수를 계산하여 임의로 기재함



제품명 (영어)	버디칩 참깨 맛 (Buddy Chip Roasted Sesame)	제조사	H사
제품 종류	김스낵	총 중량	25.0g
소비자가격	35,500루피아 (2,797원)	10g당 가격	14,200루피아 (1,119원)
맛	견과류/싸앗 (참깨)	원산지	한국
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	3개월**
수입자	마수야 그라하 트리켄카나 (PT. Masuya Graha Trikencana)	홍보 문구	기름에 튀기지 않은 바삭하고 고소한 맛
원료 및 첨가물	볶은 참깨, 김, 물엿, 백설탕, 정제 소금, 간장, 옥배유		



제품명 (영어)	와사비 맛 김 (Laverland Crunch Wasabi)	제조사	E사
제품 종류	시즈닝 조미김 (도시락김)	총 중량 (개별 중량)	40.5g (4.5g*9봉)
소비자가격	51,900루피아 (4,090원)	10g당 가격	12,815루피아 (1,010원)
맛	매운 맛 (와사비)	원산지	한국
포장 형태	내부 플라스틱 통 외부 플라스틱 파우치	유통기한	8개월**
기타 표기사항	한국산 김	수입자	인도프레쉬 (PT. Indofresh)
원료 및 첨가물	김, 해바라기유, 와사비 분말, 정제 소금		







제품명 (영어)	햇바삭 김 (Savory Roasted Korean-Style Seasoned Seaweed)		제조사	B사
제품 종류	조미김 (도시락김)	총 중량 (개별 중량)	40.0g (5.0g*8봉)	
소비자가격	66,000루피아 (5,201원)	10g당 가격	16,500루피아 (1,300원)	
맛	오리지널	원산지	한국	
포장 형태	내부	플라스틱 통	유통기한	10개월**
	외부	플라스틱 파우치		
인증	HALAL		기타 표기사항	채식에 적합한
수입자	B사의 현지 법인	원료 및 첨가물	김, 카놀라유, 참기름, 정제 소금	



제품명 (영어)	오리지널 맛 김 (Laverland Crunch Seasalt)		제조사	E사
제품 종류	조미김 (도시락김)	총 중량 (개별 중량)	40.5g (4.5g*9봉)	
소비자가격	51,000루피아 (4,019원)	10g당 가격	12,593루피아 (992원)	
맛	오리지널	원산지	한국	
포장 형태	내부	플라스틱 통	유통기한	7개월**
	외부	플라스틱 파우치		
인증	HALAL		수입자	인도프레쉬 (PT. Indofresh)
원료 및 첨가물	재래김, 해바라기유, 참기름, 정제 소금			



제품명 (영어)	하바네로 맛 김 (Laverland Crunch Habanero)		제조사	E사
제품 종류	시즈닝 조미김 (도시락김)		총 중량 (개별 중량)	40.5g (4.5g*9봉)
소비자가격	51,000루피아 (4,019원)		10g당 가격	12,593루피아 (992원)
맛	매운 맛 (하바네로)		원산지	한국
포장 형태	내부	플라스틱 통	유통기한	7개월**
	외부	플라스틱 파우치		
인증	HALAL		수입자	인도프레쉬 (PT. Indofresh)
원료 및 첨가물	김, 해바라기유, 하바네로 맛 분말, 정제 소금			



제품명 (영어)	달콤한 간장 맛 김 (Laverland Crunch Sweet Soy)		제조사	E사
제품 종류	시즈닝 조미김 (도시락김)		총 중량 (개별 중량)	13.5g (4.5g*3봉)
소비자가격	21,500루피아 (1,694원)		10g당 가격	15,926루피아 (1,255원)
맛	짠 맛 (간장)		원산지	한국
포장 형태	내부	플라스틱 통	유통기한	7개월**
	외부	플라스틱 파우치		
인증	HALAL		기타 표기사항	한국산 김, 두 번 구운 제품
수입자	인도프레쉬 (PT. Indofresh)		원료 및 첨가물	김, 옥배유, 타마리 간장 소스 분말, 정제 소금



제품명 (영어)	참기름 김 (Seasoned Laver With Sesame Oil)		제조사	C사
제품 종류	조미김 (도시락김)		총 중량 (개별 중량)	60.0g (5.0g*12봉)
소비자가격	84,500루피아 (6,659원)		10g당 가격	14,083루피아 (1,110원)
맛	오리지널		원산지	한국
포장 형태	내부	플라스틱 통	유통기한	9개월**
	외부	플라스틱 파우치		
인증	HALAL		수입자	코인 부미 (PT. Koin Bumi)
홍보 문구	좋은 원초에 참기름 향이 고소한, 좋은 김만 골라 살짝살짝 두 번 구운		원료 및 첨가물	재래김, 키클라유, 참기름, 정제 소금

### Shop ③ 파파야(Papaya)

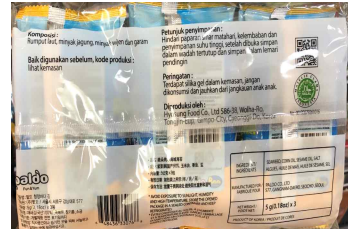
#### 매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:  
일본산 제품을 위주로  
동아시아산 식료품 및  
생활용품을 취급함. 과일,  
채소, 육류 등 신선식품을  
주로 판매함
- 매장 주변 특징:  
교통이 편리해 접근성이  
좋아 유동인구가 많은 편임
- 주요 고객층:  
지역 주민, 현지 거주 외국인

브랜드 기본 정보 <sup>11)</sup>			파파야는 2005년 9월 인도네시아에 설립된 아시안마트로, 주로 일본산 제품을 판매함. 인도네시아의 자카르타, 반둥, 수라바야, 발리 등에 10여개의 매장을 운영하고 있으며, 매달 홈페이지를 통해 할인 제품 정보, 신제품 정보 등을 제공함
	조사 제품 수: 4개		
매장 정보			
	도시(지역)	자카르타	
위치	상세주소	Jl. Melawai Raya Jl. Iskandarsyah Raya No.28, RT.3/RW.1, Melawai, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12160, Indonesia	
	매장 내부 전경		
매장 내부 전경			
조미김 판매 정보	판매 조미김 제품 정보		
			
	청정바다 김 (F사)		프리미엄 오리지널 옥수수유 김 (E사)
			
재래김 오리지널 (G사)		김치 맛 김 (G사)	

사진자료: 현지 조사원 자료

11) 파파야(Papaya) 홈페이지 (www.papayabali.co.id)



제품명 (영어)	청정바다 김 (Roasted Seaweed)		제조사	F사
제품 종류	조미김 (도시락김)		총 중량 (개별 중량)	15.0g (5.0g*3봉)
소비자가격	23,500루피아 (1,852원)		10g당 가격	15,667루피아 (1,235원)
맛	오리지널		원산지	한국
포장 형태	내부	플라스틱 통	유통기한	9개월**
	외부	플라스틱 파우치		
인증	HALAL		수입자	아네카 세네스타 누트리신도 (CV. Aneka Senesta Nutrisindo)
홍보 문구	맛있는, 좋은 원료를 사용한	원료 및 첨가물	김, 옥배유, 올리브유, 정제 소금	

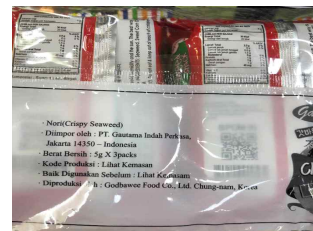


제품명 (영어)	프리미엄 오리지널 옥수수유 김 (Premium Original Corn Oil Laver)		제조사	E사
제품 종류	조미김 (도시락김)		총 중량 (개별 중량)	15.0g (5.0g*3봉)
소비자가격	25,400루피아 (2,002원)		10g당 가격	16,933루피아 (1,334원)
맛	오리지널		원산지	한국
포장 형태	내부	플라스틱 통	유통기한	8개월**
	외부	플라스틱 파우치		
인증	HALAL		기타 표기사항	한국산 김, 트랜스지방 0%, MSG 0%, 비건
수입자	아름 니르와나 글로벌 (PT. Arum Nirwana Global)		홍보 문구	바삭하고 맛있는, 건강하고 맛있는
원료 및 첨가물	김, 옥배유, 올리브유, 정제 소금			





제품명 (영어)	재래김 오리지널 (Crispy Seaweed Snack Original)		제조사	G사
제품 종류	조미김 (도시락김)		총 중량 (개별 중량)	15.0g (5.0g*3봉)
소비자가격	23,100루피아 (1,820원)		10g당 가격	15,400루피아 (1,214원)
맛	오리지널		원산지	한국
포장 형태	내부	플라스틱 통	유통기한	7개월**
	외부	플라스틱 파우치		
인증	HALAL		기타 표기사항	바로 먹을 수 있는
수입자	가우타마 인다 페르카사 (PT. Gautama Indah Perkasa)		원료 및 첨가물	재래김, 옥배유, 참기름, 맛소금



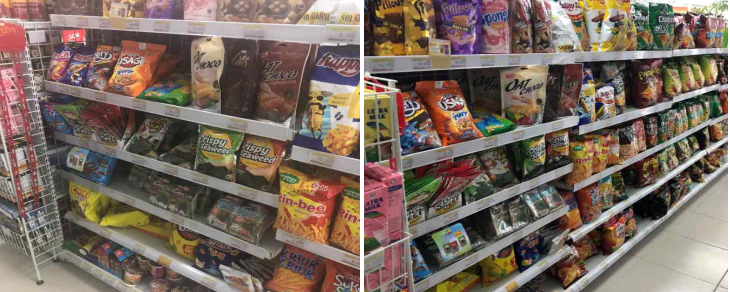



제품명 (영어)	김치 맛 김 (Crispy Seaweed Snack Kimchi Flavor)		제조사	G사
제품 종류	시즈닝 조미김 (도시락김)		총 중량 (개별 중량)	15.0g (5.0g*3봉)
소비자가격	23,100루피아 (1,820원)		10g당 가격	15,400루피아 (1,214원)
맛	매운 맛 (김치)		원산지	한국
포장 형태	내부	플라스틱 통	유통기한	7개월**
	외부	플라스틱 파우치		
인증	HALAL		기타 표기사항	매콤한
수입자	가우타마 인다 페르카사 (PT. Gautama Indah Perkasa)		원료 및 첨가물	재래김, 옥배유, 참기름, 맛소금, 김치 분말

## Shop ④ 인도마켓(Indomaret)

### 매장 정보

- 유형: 편의점
- 판매 제품 특징:  
간편식과 스낵류 위주로  
취급하며 편의점 기준  
비교적 저렴한 가격으로  
제품을 판매함
- 매장 주변 특징:  
현지인들이 많이 거주하는  
지역에 위치함
- 주요 고객층:  
지역 주민

<p><b>브랜드 기본 정보<sup>12)</sup></b></p>	 <p>인도마켓은 1988년에 설립된 인도네시아 대표 편의점 브랜드로, 인도네시아 편의점 시장 점유율 1위를 기록하고 있음. 2019년 6월 기준, 인도네시아 내 16,974개 매장을 운영하고 있음</p>
<p><b>매장 정보</b></p>	<p>조사 제품 수: 2개</p>  <p>도시(지역) 자카르타</p> <p>위치 상세주소 Jl. Rasamala Raya No.26, RT.7/RW.9, Menteng Dalam, Kec. Tebet, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12870, Indonesia</p>
<p><b>매장 내부 전경</b></p>	<p>매장 내부 전경</p> 
<p><b>조미김 판매 정보</b></p>	<p>판매 조미김 제품 정보</p>  <p>마마수카 룸풋 라웃 케링 팡강 돌루르 아신 (아네카 보가 누산타라)</p> <p>마마수카 룸풋 라웃 팡강 (아네카 보가 누산타라)</p>

사진자료: 현지 조사원 자료

12) 인도마켓(Indomaret) 홈페이지 (indomaret.co.id)



<b>제품명 (영어)</b>	마마수카 룸풋 라웃 케링 팡강 돌루르 아신 (MamaSuka Rumpit Laut Kering Panggang Telur Asin)		<b>제조사 (영어)</b>	아네카 보가 누산타라 (Aneka Boga Nusantara)
<b>제품 종류</b>	시즈닝 조미김 (도시락김)	<b>총 중량 (개별 중량)</b>	9.0g (4.5g*2봉)	
<b>소비자가격</b>	13,100루피아 (1,032원)	<b>10g당 가격</b>	14,556루피아 (1,147원)	
<b>맛</b>	짠 맛 (돌루르 아신)		<b>원산지</b>	인도네시아
<b>포장 형태</b>	<b>내부</b>	플라스틱 통	<b>유통기한</b>	8개월**
	<b>외부</b>	플라스틱 파우치		
<b>인증</b>	HALAL		<b>원료 및 첨가물</b>	김, 식물성기름, 돌루르 아신 시즈닝, 정제 소금, 돌루르 아신 향료



<b>제품명 (영어)</b>	마마수카 룸풋 라웃 팡강 (MamaSuka Rumpit Laut Panggang)		<b>제조사 (영어)</b>	아네카 보가 누산타라 (Aneka Boga Nusantara)
<b>제품 종류</b>	조미김 (도시락김)	<b>총 중량 (개별 중량)</b>	9.0g (4.5g*2봉)	
<b>소비자가격</b>	13,100루피아 (1,032원)	<b>10g당 가격</b>	14,556루피아 (1,147원)	
<b>맛</b>	오리지널		<b>원산지</b>	인도네시아
<b>포장 형태</b>	<b>내부</b>	플라스틱 통	<b>유통기한</b>	7개월**
	<b>외부</b>	플라스틱 파우치		
<b>인증</b>	HALAL		<b>원료 및 첨가물</b>	김, 옥배유, 올리브유, 정제 소금

## Ⅲ. 경쟁기업(Competitor)

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

## 1. 인도네시아 조미김 경쟁기업 선정

### ▶ 대표 경쟁기업으로 5개사 선정

인도네시아 오프라인 매장에 진출한 조미김 제조 경쟁기업 중, 기업 국적을 기준으로 한국 기업 B사, D사, E사, G사, F사 총 5개사를 경쟁기업으로 선정함

### ▶ 경쟁기업 5개사, 평균 47년 업력 보유

선정된 경쟁기업 5개사는 약 25년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨. B사는 1953년 설립되어 67년의 업력을 보유하고 있으며, D사 64년, E사 41년, G사 24년, F사가 37년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨

### ▶ 경쟁기업 5개사의 조미김 동일품목 종류 조사

인도네시아에 진출한 경쟁기업 5개사가 판매하는 조미김의 동일품목 수를 조사한 결과 E사가 42개로 경쟁기업 5개사 중 가장 많은 동일품목 수를 보유하고 있는 것으로 확인됨. 그 외 경쟁기업의 동일품목 수는 각각 B사 15개, D사 11개, G사 14개, F사 11개로 조사됨

[표 3.1] 조미김 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
B사	한국	67년	15개
D사	한국	64년	11개
E사	한국	41년	42개
G사	한국	24년	14개
F사	한국	37년	11개

자료: 인도네시아 진출 조미김 경쟁기업 5개사 분석



## 2. 인도네시아 조미김 경쟁기업 현황

### ▶ 경쟁기업 5개사 모두 인도네시아 온·오프라인 매장 진출

경쟁기업 5개사 모두 인도네시아 오프라인과 온라인 매장에 진출한 것으로 확인됨. 그랜드 럭키(Grand Lucky)에는 D사, E사, F사가 진출하였으며, 무궁화(Mugungwha)에는 B사와 E사가 진출함. 파파야(Papaya)에는 5개사 제품이 모두 입점하였으며, 인도마켓(Indomaret)에는 B사와 D사 제품이 입점함. 또한, 경쟁기업 5개사 모두 인도네시아 주요 온라인 쇼핑몰, 토크opedia(Tokopedia), 쇼피(Shopee), 부칼라팍(Bukalapak) 3곳에 진출한 것으로 조사됨

### ▶ 경쟁기업 5개사 자사 홈페이지를 홍보 채널로 활용

인도네시아 시장에 진출한 경쟁기업 5개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 5개사 모두 자사 홈페이지를 홍보 채널로 활용함. 경쟁기업 5개사는 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 판매하는 제품 정보를 제공하고 있으며, 한국어로만 홈페이지를 운영하는 G사를 제외한 4개사는 영어를 이용한 글로벌 홈페이지를 운영하고 있음. 또한, D사와 E사, F사는 SNS 플랫폼을 통해 기업과 제품 정보를 제공하는 서비스를 운영 중이며, 주로 페이스북을 활용하는 것으로 확인됨

### ▶ 경쟁기업 홍보 문구로 제품의 맛과 특징을 강조하여 홍보

인도네시아 시장에 진출한 경쟁기업들은 제품 홍보 시 주로 제품의 맛과 특징을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품의 맛을 강조한 문구로는 ‘고소하고 바삭바삭한’, ‘맛있고 향이 뛰어난 김’ 등이 있으며, 제품의 특징을 강조하는 문구로 ‘전통 방식 그대로 만든’, ‘깨끗하고 안전한 제품’ 등의 홍보 문구를 사용하는 것으로 조사됨. 그 외 ‘좋은 원초를 엄선하여 만든’과 같이 제품의 제조 원료를 강조하거나 ‘최고의 요오드 보급원’과 같이 제품의 효능을 강조하는 문구도 사용하는 것으로 확인됨



[표 3.2] 인도네시아 조미김 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
B사	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 무궁화</li> <li>- 파파야</li> <li>- 인도마켓</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (글로벌)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 튀기지 않고 오븐에 구운</li> <li>- 고소하고 바삭바삭한</li> <li>- 전통 요리를 현대적으로 만든</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 토코피디아</li> <li>- 쇼피</li> <li>- 부칼라팍</li> </ul> </li> </ul>		
D사	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 그랜드 럭키</li> <li>- 파파야</li> <li>- 인도마켓</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (글로벌)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 부드럽고 바삭한</li> <li>- 좋은 원초를 엄선하여 만든</li> <li>- 전통 방식 그대로 만든</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 토코피디아</li> <li>- 쇼피</li> <li>- 부칼라팍</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> <li>- 인스타그램</li> </ul> </li> </ul>	
E사	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 그랜드 럭키</li> <li>- 무궁화</li> <li>- 파파야</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (글로벌)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 최고 품질의 김</li> <li>- 해조류 전문가가 만든</li> <li>- 깨끗하고 안전한 제품</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 토코피디아</li> <li>- 쇼피</li> <li>- 부칼라팍</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> <li>- 인스타그램</li> <li>- 트위터</li> </ul> </li> </ul>	
G사	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 파파야</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (한국어)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 맛있고 향이 뛰어난 김</li> <li>- 최고의 요오드 공급원</li> <li>- 최적의 원초만을 선별하여 만든</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 토코피디아</li> <li>- 쇼피</li> <li>- 부칼라팍</li> </ul> </li> </ul>		
F사	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 그랜드 럭키</li> <li>- 파파야</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (글로벌)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 풍부한 영양소 함유</li> <li>- 뛰어난 맛</li> <li>- 두 번 구워 바삭바삭한</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 토코피디아</li> <li>- 쇼피</li> <li>- 부칼라팍</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 인도네시아 진출 조미김 경쟁기업 5개사 분석

### 3. 인도네시아 조미김 경쟁기업 세부정보

동일품목 종류		① B사	
① 시워드 크립스 오리지널 맛 (Seaweed Crisps Original Flavor) 	기업 기본 정보	기업명	B사
		위치	서울특별시 중구
② 시워드 크립스 핫 스파이시 맛 (Seaweed Crisps Hot Spicy Flavor) 	기업 진출 채널	규모	동일품목 수: 15개 설립년도: 1953년
		제품명	햇바삭 김 (Savory Roasted Korean-Style Seasoned Seaweed)
③ 시워드 크립스 바비큐 맛 (Seaweed Crisps BBQ Flavor) 	기업 홍보 채널	중량	40.0g (5.0g*8봉)
		소비가가격	66,000루피아 (5,201원)
④ 토종김 (Traditional Seaweed) 	기업 홍보 채널	제품 종류	조미김 (도시락김)
		제품명	햇바삭 김 재래김 (Savory Roasted Korean-Style Seasoned Seaweed)
⑤ 한식간장김 (Korean Food Soy Sauce Seaweed) 	기업 홍보 채널	중량	20.0g
		소비가가격	48,424루피아 (3,816원)
자료: B사 홈페이지	기업 홍보 채널	제품 종류	조미김 (도시락김)
		<오프라인 매장> 무궁화 파파야 인도마렛	
자료: B사 홈페이지	기업 홍보 채널	<온라인 매장> 토코피디아 쇼피 부칼라팍	
		<온라인 매장> 토코피디아 쇼피 부칼라팍	
자료: B사 홈페이지	기업 홍보 문구	"Nature to Table" We Bring Delicious Indulgences to the Table	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지(글로벌)</li> <li>기업 소개 및 홍보</li> <li>브랜드 및 제품 소개</li> </ul>
		튀기지않고오븐에 구웠습니다	<ul style="list-style-type: none"> <li>튀기지 않고 오븐에 구운</li> <li>고소하고 바삭바삭한</li> <li>전통 요리를 현대적으로 만든</li> </ul>
사진자료: B사 홈페이지, 토코피디아 홈페이지			

13) 100루피아 = 7.88원 (2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

●  
동일품목 종류

① 햇김  
(Seasoned Laver)



② 돌김  
(Seasoned Underwater Stone Laver)



③ 아보카도유김  
(Avocado Oil Traditional Laver)



④ 명란바사삭 김자반  
(Roasted Seaweed Flakes with Pollack Roe)



⑤ 올리브유 재래김  
(Olive Oil Traditional Laver)



자료: D사 홈페이지

② D사

기업명		D사	
기업 기본 정보	위치	서울특별시 동대문구	
	규모	동일품목 수	11개
		설립년도	1956년
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 그랜드 럭키 파파야 인도마렛	제품명	조미김 (Seasoned Laver)
		중량	18.4g (2.3g*8봉)
		소비자가격	33,500루피아 (2,640원)
	<온라인 매장> 토코피디아 쇼피 부칼라팍	제품 종류	조미김 (도시락김)
		제품명	조미김 (Seasoned Laver)
		중량	18.4g (2.3g*8봉)
<온라인 매장> 토코피디아 쇼피 부칼라팍	소비자가격	36,000루피아 (2,837원)	
	제품 종류	조미김 (도시락김)	
	DSAESANG   About Company   Major Business   Sustainable Management   Investment Information	• 자사 홈페이지(글로벌) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 및 브랜드 소개 • SNS 플랫폼(페이스북, 인스타그램) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보	
The road of happiness walked with you.	• 부드럽고 바삭한 • 좋은 원초를 엄선하여 만든 • 전통 방식 그대로 만든		
정정햇김 좋은 원초를 사용하여, 재래김 특유의 부드럽고 바삭한 맛을 살렸습니다. 들기름을 섞어 구워 고소하고 청정햇김.	HACCP 안전관리인증 전통 방식 그대로 깨끗하고 맛있는 김을 생산합니다.		
THE FRESH SEAFOOD 좋은 원초를 엄선하여 재래김 본연의 맛을 느낄 수 있습니다.			

사진자료: D사 홈페이지, 쇼피 홈페이지

●  
동일품목 종류

① 오리지널 맛 김  
(Laverland Crunch Seasalt)



② 와사비 맛 김  
(Laverland Crunch Wasabi)



③ 하바네로 맛 김  
(Laverland Crunch Habanero)



④ 곱창돌김  
(Premium Organic Gim)



⑤ 파래구이김  
(Perilla Oil Gim)



자료: E사 홈페이지

③ E사

		기업명	E사
기업 기본 정보	위치	경기도 하남시	
	규모	동일품목 수	42개
		설립년도	1979년
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 그랜드 럭키 무궁화 파파야	제품명	오리지널 맛 김 (Laverland Crunch Seasalt)
		중량	40.5g (4.5g*9봉)
		소비자가격	51,000루피아 (4,024원)
기업 홍보 채널	<온라인 매장> 토코피디아 쇼피 부칼라팍	제품명	오리지널 맛 김 (Laverland Crunch Seasalt)
		중량	40.5g (4.5g*9봉)
		소비자가격	52,000루피아 (4,103원)
기업 홍보 문구		• 자사 홈페이지(글로벌) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보 • SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 트위터) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보	
			• 최고 품질의 김 • 해조류 전문가가 만든 • 깨끗하고 안전한 제품

사진자료: E사 홈페이지, 토코피디아 홈페이지

●  
동일품목 종류

① 파래 도시락김  
(Original Flavor  
Dosirak Seaweed)



② 재래 도시락김  
(Traditional Dosirak Seaweed)



③ 구운 김  
(Roasted Seaweed)



④ 쌀핍핑 김스낵  
(Double Crunch Rice Pop)



⑤ 아몬드 김스낵  
(Double Crunch Almond)



자료: G사 홈페이지

④ G사

기업명		G사	
기업 기본 정보	위치	충청남도 보령시	
	규모	동일품목 수	14개
		설립년도	1996년
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 파파야	제품명	재래김 오리지널 (Crispy Seaweed Snack Original)
		중량	15.0g (5.0g*3봉)
		소비자가격	23,100루피아 (1,823원)
	〈온라인 매장〉 토코피디아 쇼피 부칼라팍	제품 종류	조미김 (도시락김)
		제품명	재래김 오리지널 (Crispy Seaweed Snack Original)
		중량	15.0g (5.0g*3봉)
기업 홍보 채널	Godbawee 갯바위식품(주)	소비자가격	25,000루피아 (1,973원)
		제품 종류	조미김 (도시락김)
		기업 홍보 채널	자사 홈페이지(한국어) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보
기업 홍보 문구	Godbawee 갯바위식품(주)	풍부한 알카리성 식염미가 최고의 요오드 보급원입니다. 갯바위 김은 시세인 청정바다의 염류와 미세칼을 풍부하게 머금은 최적의 원초만을 선별하여 맛과 향이 뛰어나 갯바위김을 사랑하는 많은 분들이 애용하십니다.	
		• 맛있고 향이 뛰어난 김 • 최고의 요오드 보급원 • 최적의 원초만을 선별하여 만든	

사진자료: G사 홈페이지, 쇼피 홈페이지

●  
동일품목 종류

① 청정바다 김  
(Roasted Seaweed)



② 김스낵  
(Seaweed Snack)



③ 팔도김  
(Roasted Seaweed)



④ 팔도김 와사비맛  
(Roasted Seaweed Wasabi Flavor)



⑤ 팔도김 핫앤스파이스  
(Roasted Seaweed Hot&Spicy)



자료: F사 홈페이지

⑤ F사

		기업명	F사	
기업 기본 정보	위치	서울특별시 서초구		
	규모	동일품목 수	11개	
		설립년도	1983년	
	기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 그랜드 럭키 파파야	제품명	청정바다 김 (Roasted Seaweed)
중량			15.0g (5.0g*3봉)	
소비자가격			23,500루피아 (1,852원)	
〈온라인 매장〉 토코피디아 쇼피 부칼라팍		제품 종류	조미김 (도시락김)	
		제품명	청정바다 김 (Roasted Seaweed)	
		중량	15.0g (5.0g*3봉)	
기업 홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보 • SNS 플랫폼(페이스북) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보	소비자가격	19,500루피아 (1,537원)	
		제품 종류	조미김 (도시락김)	
기업 홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 풍부한 영양소 함유</li> <li>• 뛰어난 맛</li> <li>• 두 번 구워 바삭바삭한</li> </ul>		

사진자료: F사 홈페이지, 토코피디아 홈페이지



## IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)

- Interview ① 아룸 닐와나 글로벌(PT. Arum Nirwana Global)
- Interview ② 인도마켓(Indomaret)
- Interview ③ 호키후르츠(HokkyFruit)
- Interview ④ 삼원샵(SamWonShop)



## Interview ① 아룸 닐와나 글로벌 (PT. Arum Nirwana Global)

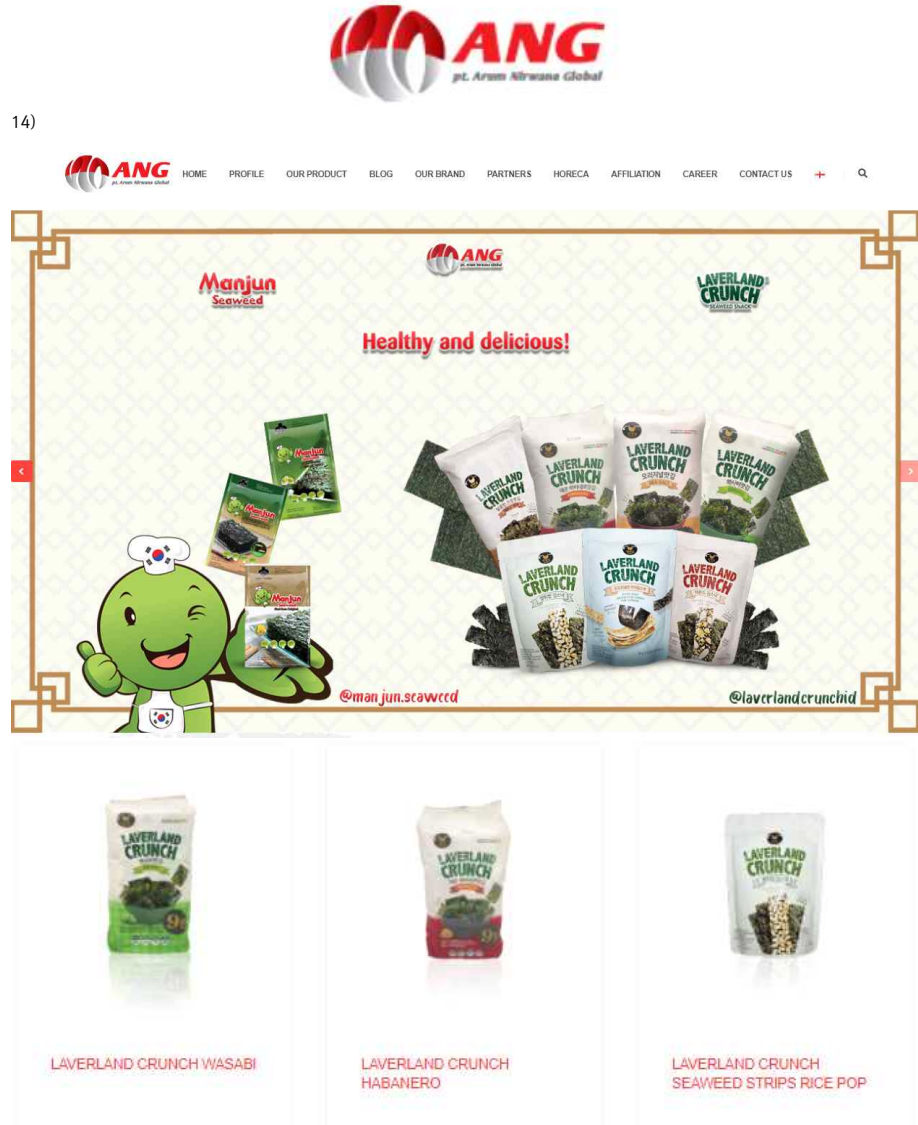
아룸 닐와나 글로벌  
(PT. Arum Nirwana Global)

전문가 소속

아룸 닐와나 글로벌  
(PT. Arum Nirwana Global)  
수입 식품 전문 수입업체

전문가 정보

Ms. Fatimah  
(Purchasing Manager)



## 아룸 닐와나 글로벌 (PT. Arum Nirwana Global) Purchasing Manager, Ms. Fatimah

아룸 닐와나 글로벌은 인도네시아의 식료품 및 음료 전문 수입 및 유통업체로 자카르타에 본사를 두고 인도네시아 13개 도시에 지사를 운영 중임. 한국산 김 제조사인 E사의 인도네시아 공식 수입 및 유통사로, 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 등 다양한 오프라인 매장에 E사의 조미김 제품을 유통 및 판매함

14) 사진자료: 아룸 닐와나 글로벌(PT. Arum Nirwana Global) 홈페이지 (ang.co.id)



**가격** 약 12,690루피아  
(1,000원)

**중량** 15g(5g\*3봉)

**포장 형태** 플라스틱 파우치,  
플라스틱 통

### Q1. 취급하는 조미김의 평균 가격 및 용량은 어느 정도인가요?

저희는 E사의 인도네시아 공식 수입 및 유통사로, E사뿐만 아니라 다양한 한국산 김 제품을 현지에 수입하고 있습니다. E사는 일반 조미김 제품과 시즈닝 조미김 제품을 모두 판매하는데 사실 두 제품 종류의 가격 차는 크지 않습니다. E사의 일반 조미김 제품은 대략 5g 제품 3봉에 25,000루피아(약 1,970원), 9봉에 50,000루피아(약 3,940원)<sup>15)</sup>에 판매됩니다. E사 제품뿐만 아니라 현지에서 판매되는 조미김 제품들은 대부분 3봉 또는 9봉 단위로 포장되어 있습니다. A사 제품은 4.5g 제품 3봉에 약 12,690루피아(1,000원)이니 현지 시장에 판매되고 있는 조미김 제품들에 비해 매우 저렴합니다.

### Q2. 현지 소비자가 선호하는 조미김의 포장 형태는 무엇인가요?

현재 A사 제품의 포장 형태는 현지에서 유통되는 조미김 제품들과 같아서 포장 형태에 따른 선호도 차이는 없을 것으로 보입니다. 하지만 포장 디자인을 조금 더 트렌디하게 변경한다면 차별화 요소가 될 것입니다. 또 앞으로 출시하고자 하는 조미김 제품들이 김스낵 제품에 가깝다면, 요즘 많이 사용되고 있는 지퍼락이 달린 포장재를 사용하는 것도 좋을 것 같습니다.

### Q3. 현지 소비자가 선호하는 조미김의 맛은 무엇인가요?

최근 젊은 소비자들 사이에서 한국식 볶담맛 제품들이 유행하면서, 관련 조미김 제품들도 인기를 얻고 있습니다. 사실 한국 음식만큼은 아니지만, 인도네시아 음식들도 꽤 매운 편이기 때문에 와사비, 허바네로 등 매운맛 제품들이 많이 판매됩니다. 따라서 앞서 이야기한 것처럼 A사가 판매하고자 하는 제품의 맛을 강조하는 포장 디자인을 적용한다면 시너지 효과를 얻을 수 있을 것입니다.

### Q4. 현지 소비자는 조미김을 주로 어떤 목적으로 섭취하나요?

사실 조미김의 경우 예전에는 밥과 함께 먹는 반찬이라는 인식이 강해서 판매량이 많지 않았으나, 최근 한국 음식이 유행하고 한국을 방문하는 인도네시아인들이 늘어나면서 자연스럽게 간식으로 조미김을 찾는 사람들도 늘어났습니다. 감자나 고구마를 튀겨 만든 과자보다 김이 열량도 낮고 부담이 없어 젊은 소비자들 사이에서 다이어트 간식으로도 인기가 많습니다. 하지만 조미김을 간식으로 섭취하는 소비자들은 연령대가 비교적 낮고, 5-60대 소비자들은 김을 김밥용 재료로만 알고 있는 경우가 많습니다.

#### Q5. 현지 소비자들이 조미김 구매 시 가장 먼저 고려하는 요소는 무엇인가요?

현지 소비자들은 조미김을 구매할 때 가격, 맛, 브랜드, 오프라인 매장 입점 여부, 제품 후기 크게 5개 요소를 고려합니다. 그들은 온라인에서만 판매되는 제품들이 법적 규제를 통과하지 못한 제품이라 생각하고, 오프라인 매장에서 판매되는 제품의 품질이 더 좋다고 인식합니다. 따라서 오프라인 매장 입점 여부는 제품의 이미지를 형성하는데 굉장히 중요한 요소입니다. 또한, 현지 소비자들은 입소문(Word Of Mouth)과 온라인상의 제품 후기를 신뢰하기 때문에 제품 평판을 관리하는 것도 필요합니다. 물론 가격과 브랜드도 중요하며 마마수가 같은 현지 브랜드 제품이 수입 제품보다 저렴하고 현지화되어 있어 많이 판매되곤 합니다.

#### Q6. 인도네시아에서 조미김의 주 유통채널은 무엇인가요?

대부분의 조미김 제조사들은 온라인과 오프라인 채널을 병행하여 제품을 유통하고 있지만, 현지 소비자들이 선호하는 것은 오프라인 매장입니다. 현지점에서 인도네시아의 온라인 쇼핑몰 시장이 크지 않기 때문에 온라인 구매보다는 거주 지역에 있는 슈퍼마켓이나 편의점, 하이퍼마켓 등에서 직접 구매하는 경우가 많습니다.

15) 100루피아 = 7.88원 (2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

# Interview ② 인도마렛 (Indomaret)

인도마렛 (Indomaret)

전문가 소속

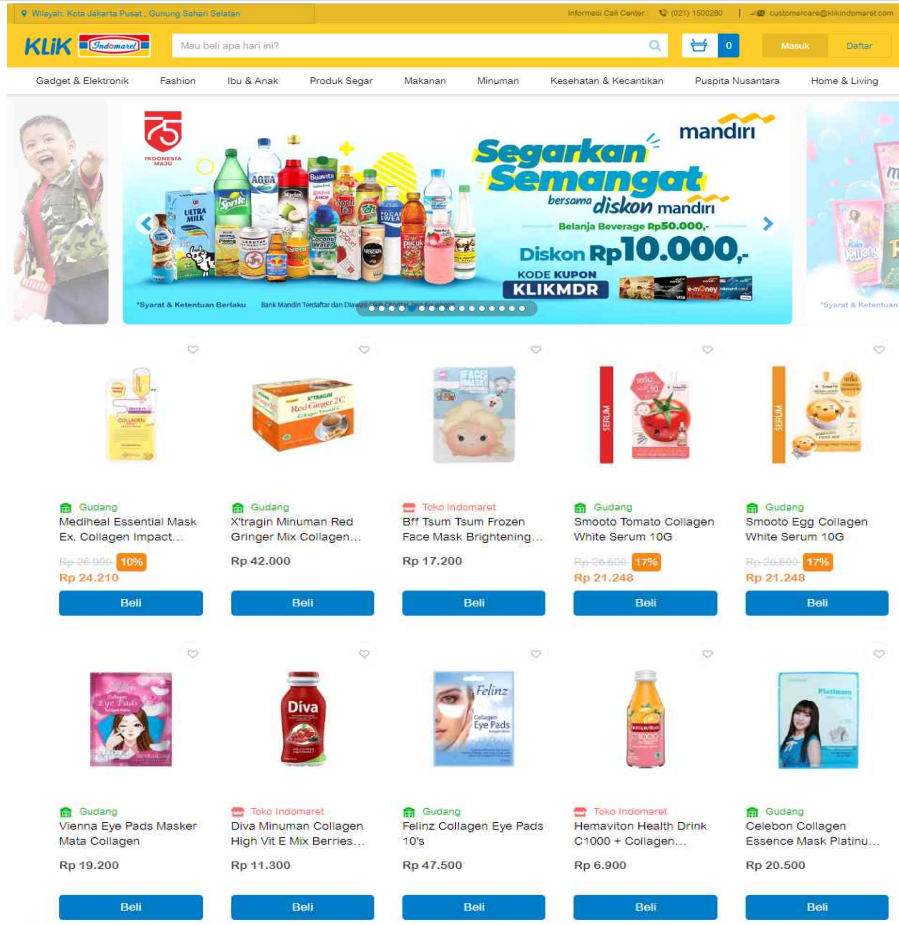
인도마렛 (Indomaret) 편의점

전문가 정보

Ms. Nadine (Sales Manager)



16)



## 인도마렛(Indomaret) Sales Manager, Ms. Nadine

인도마렛은 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

16) 사진자료: 인도마렛(Indomaret) 홈페이지 (indomaret.co.id)



**가격** 약 12,690루피아  
(1,000원)

**중량** 15g(5g\*3봉)

**포장 형태** 플라스틱 파우치,  
플라스틱 통

### Q1. 취급하는 조미김의 평균 가격 및 용량은 어느 정도인가요?

인도네시아에서 조미김 제품이 인기 간식이기 때문에 한국산뿐만 아니라 일본, 태국 등 다양한 국가의 조미김 제품을 판매하고 있습니다. 저희 매장의 인기제품인 마마수카 림푹 라웃 제품은 5g 제품 2봉에 13,000루피아(약 1,024원)에 판매되고 있습니다. 이 브랜드의 제품은 맛뿐만 아니라 이슬람교도가 많은 인도네시아에 맞춰 할랄 인증을 취득하였기 때문에 현지 소비자들에게 인기가 많은 편입니다. A사 제품은 3봉에 약 12,690루피아(1,000원)이니 마마수카의 제품보다는 저렴하지만 이미 많은 조미김 제품이 현지에 유통되고 있는 만큼 가격 외 다른 경쟁요소를 키울 것을 추천합니다.

### Q2. 현지 소비자가 선호하는 조미김의 포장 형태는 무엇인가요?

현지에서 판매되는 대부분의 조미김 제품들은 투명 플라스틱 통에 담겨있습니다. 아무래도 투명 플라스틱 통에 포장하는 것이 제품이 덜 손상되기 때문에 이러한 포장 형태가 표준으로 자리 잡은 것 같습니다. 김스낵 제품은 간혹 지퍼락이 달린 플라스틱 파우치에 포장된 것도 있지만 많지는 않습니다.

### Q3. 현지 소비자가 선호하는 조미김의 맛은 무엇인가요?

저희 매장에서 가장 많이 판매되는 조미김 제품의 맛은 마마수카의 오리지널 맛과 푹루르 아신 맛입니다. 푹루르 아신 맛은 D사가 마마수카라는 브랜드로 인도네시아에 현지화하면서 새롭게 출시한 맛으로 현지화된 제품인 만큼 많이 판매되고 있습니다. 이 외에 같은 브랜드에서 나온 BBQ, 파다스(매운맛) 시즈닝이 뿌려진 제품들도 인기가 많습니다.

### Q4. 현지 소비자는 조미김을 주로 어떤 목적으로 섭취하나요?

최근 몇 년간 케이팝, 드라마, 영화, 예능 등 한국 문화가 인도네시아에서 크게 인기를 끌면서 한국 음식을 찾는 소비자들도 늘어났습니다. 그들은 한국 사람들처럼 조미김을 밥에 싸 먹기도 하고 간식으로 먹기도 합니다. 특히 한국 문화에 우호적인 젊은 소비자들의 수요가 많은 편입니다.

#### Q5. 현지 소비자들이 조미김 구매 시 가장 먼저 고려하는 요소는 무엇인가요?

제품을 구매할 때 고려할 수 있는 가장 객관적인 지표는 가격입니다. 가격이 지나치게 비싸다면 아무리 품질이 우수하더라도 판매량이 적을 수밖에 없습니다. 또 양념된 조미김 제품이 유통되기 시작하면서 조미김의 맛을 골라서 구매하는 소비자들도 증가하고 있습니다. 매운맛이나 짠맛이 나는 현지화된 제품을 제일 선호하는 것 같습니다.

#### Q6. 현지에서 인기 있는 조미김 브랜드는 무엇인가요?

현지에서 가장 인기 있는 조미김 제품은 인도네시아의 마미수카 브랜드의 제품입니다. 사실 마미수카는 한국 제조사인 D사가 인도네시아 현지화한 브랜드이지만, 현지 소비자들이 선호하는 브랜드이나 맛, 포장 형태, 가격 정책을 사용하여 굉장히 인기가 많습니다.

#### Q7. 인도네시아에서 조미김의 주 유통채널은 무엇인가요?

현지 브랜드 제품 같은 경우 제조사 규모와 관계없이 오프라인 채널 위주로 유통되는 편입니다. 하지만 한국, 일본 등 수입 제품은 일부 대형 할인점과 온라인 채널에서 주로 판매됩니다. 인도네시아에서는 아직 오프라인 채널 위주로 식료품이 유통되기 때문에, A사 또한 오프라인 매장을 시작으로 판매를 시작하는 것이 좋을 것 같습니다.



## Interview ③ 호키후르츠 (HokkyFruit)

호키후르츠  
(HokkyFruit)

전문가 소속

호키후르츠  
(HokkyFruit)  
식품 전문 수입·유통업체

전문가 정보

Ms. Diah  
(Sales Manager)



17)







HOME ABOUT MEMBERSHIP SUPPLIER CAREER CONTACT

ALWAYS FRESH,  
PREMIUM FRUITS  
AND VEGETABLES.

LEARN MORE



 <p>Tao Kae Noi Tomato Sauce 32Gr IDR 25,600 ★★★★★ 27 Sold CITY OF SURABAYA</p>	 <p>Tao Kae Noi Tom Ym Gong Flavou 32Gr IDR 25,600 ★★★★★ 21 Sold CITY OF SURABAYA</p>	 <p>Tao Kae Noi Crispy Japan Sauce 32Gr IDR 25,600 ★★★★★ 8 Sold CITY OF SURABAYA</p>	 <p>Tao Kae Noi Crispy Seafood 32Gr IDR 25,600 ★★★★★ 26 Sold CITY OF SURABAYA</p>
---	---	---	---

## 호키후르츠(HokkyFruit) Sales Manager, Ms. Diah

호키후르츠는 1992년 설립된 수라바야를 기반으로 한 식품 전문 수입 및 유통업체로, 수라바야를 중심으로 3개 오프라인 매장을 운영 중임. 토코피디아, 쇼피, 블리블리에 입점하여 제품을 판매하며, 스마트폰 멤버십 어플리케이션을 사용하여 고객을 관리함

17) 사진자료: 호키후르츠(HokkyFruit) 홈페이지 (hokkyfruit.com)



가격 약 12,690루피아  
(1,000원)

중량 15g(5g\*3봉)

포장 형태 플라스틱 파우치,  
플라스틱 통

### Q1. 취급하는 조미김의 평균 가격 및 중량은 어느 정도인가요?

저희 매장에서는 주로 일본과 태국에서 조미김이나 김스낵 제품을 수입하여 판매하고 있습니다. 대표적으로 태국 제조사인 타오카에노이의 김스낵 제품을 취급하지만, 이 제조사는 인도네시아에 직접 법인을 운영하고 있기에 저희가 직접 수입을 하지는 않습니다. 타오카에노이의 크리스피 씨워드 제품은 1봉에 32g이고 50,000루피아(약 3,940원) 정도입니다. A사 제품과는 제품 종류가 달라 정확한 비교는 불가능하지만, 단순히 중량만 비교한다면 A사 제품 가격은 이 제품의 절반 수준으로 저렴합니다.

### Q2. 현지 소비자가 선호하는 조미김의 포장 형태는 무엇인가요?

저희가 판매하는 모든 조미김, 김스낵 제품은 플라스틱 파우치에 포장되어 있습니다. 지퍼백에 담긴 제품들도 있지만, 견과류나 씨앗이 섞인 김스낵 제품이 대다수이고, A사 제품에는 적합하지 않은 형태라고 생각합니다. 다만 A사의 목표 소비자층이 20-30대 소비자로 보이니 그들의 취향에 맞는 포장 디자인을 적용하는 것은 좋을 것 같습니다.

### Q3. 현지 소비자가 선호하는 조미김의 맛은 무엇인가요?

저희 매장을 기준으로 타오카에노이의 김스낵 중 가장 인기가 있는 맛은 핫앤스파이스 맛과 오리지널 맛입니다. 인도네시아의 스낵류 중 대부분이 짠맛(소금맛)과 매운맛 제품이기에 때문에 자연스럽게 조미김이나 김스낵 제품도 비슷한 맛이 많이 판매됩니다. 또 매운맛 제품의 경우, 인도네시아 소비자들이 원래 매운 음식을 선호하고 한국식 매운 음식이 SNS를 통해 알려지면서 특히 요즘 인기가 높아진 것 같습니다. 이외에 한국 제조사가 현지화한 브랜드인 마미수키의 경우 한국에는 판매하지 않는 현지화된 맛, 돌루르 아신, 죽염 등을 출시하여 현지 소비자들이 많이 구입합니다.

### Q4. 현지 소비자는 조미김을 주로 어떤 목적으로 섭취하나요?

저희 매장을 찾는 고객들은 특정 연령대나 성별에 상관없이 많은 소비자가 조미김을 구매합니다. 젊은 소비자들은 간식과 밥반찬 두 용도로 구매하고, 상대적으로 연령대가 높은 소비자들은 밥에 김을 싸 먹는 게 익숙하지 않기 때문에 간식으로만 구매하는 것으로 보입니다.

#### Q5. 현지 소비자들이 조미김 구매 시 가장 먼저 고려하는 요소는 무엇인가요?

인도네시아에 식료품을 유통할 때 가장 우선시 되어야 할 것은 할랄 취득 여부입니다. 2019년 10월부터 식료품의 할랄 관련 법적 규제가 강화되면서 할랄을 받지 않은 제품들은 현지 시장에서의 판매가 어려워졌습니다. 할랄 외에는 가격과 맛, 온라인상의 입소문을 중요하게 생각합니다. 최근 간장, 와사비, 매운맛 등 다양한 맛의 양념이 더해진 조미김 제품이 출시되면서 젊은 소비자들에게 큰 인기를 끌고 있습니다. 또 온라인상의 입소문의 경우, 한국 음식들이 다양한 SNS를 통해 알려졌고 이 제품들이 실제로 많이 판매되기에 중요합니다. 실례로 타오카에노이 제품은 한 인플루언서가 언급한 뒤 판매량이 크게 늘었습니다. 따라서 할랄을 이미 취득한 A사가 시장 진출 후 현지화된 제품을 출시하고 SNS를 통해 홍보한다면 매우 경쟁력 있을 것으로 보입니다.

#### Q6. 현지에서 인기 있는 조미김 브랜드는 무엇인가요?

태국의 타오카에노이 제품과 한국의 E사 제품이 많이 판매되고 있습니다. 타오카에노이는 인도네시아뿐만 아니라 싱가포르, 말레이시아, 대만 등 많은 국가에서 현지 인플루언서를 통한 마케팅으로 입소문이 난 브랜드입니다. 또한, 오리지널 맛, 핫앤스파이시, 와사비, BBQ 등 제품 맛의 다양화를 통해 큰 인기를 끌고 있습니다. E사의 경우 현지 대부분의 오프라인 매장에 입점하여 소비자들이 쉽게 구매할 수 있어 인지도가 높은 편입니다.

#### Q7. 조미김 유통을 결정할 때 가장 먼저 고려하는 요소는 무엇인가요?

이미 인도네시아 조미김 시장에서는 한국, 일본, 태국 등 다양한 나라에서 수입된 제품들이 경쟁하고 있어 보통 제품의 유통 가격을 우선으로 두고 수입 여부를 결정합니다. 또한, 2019년 10월부터 도입된 할랄 의무 기재 제도로 인해 제품의 할랄 인증 취득 여부 또한 저희 관점에서 중요하게 고려하는 요소입니다.

## Interview ④ 삼원샵 (SamWonShop)

● 삼원샵 (SamWonShop)

전문가 소속

삼원샵 (SamWonShop)  
한국 제품 전문 수입·유통업체

전문가 정보

Ms. Eva  
(Purchasing Manager)

18)



### 삼원샵(SamWonShop) Purchasing Manager, Ms. Eva

삼원샵은 삼원 그룹의 온라인 쇼핑몰로 한국산 제품을 전문으로 수입 및 유통하는 업체임. 식료품, 화장품, 생활용품, 유아용품 등 다양한 제품을 취급함. 자체 온라인 쇼핑몰 뿐만 아니라 쇼피 같은 온라인 쇼핑몰에도 입점하여 제품을 판매함

18) 사진자료: 삼원샵(SamWonShop) 홈페이지 (samwon-shop.com)



가격 약 12,690루피아  
(1,000원)

중량 15g(5g\*3봉)

포장 형태 플라스틱 파우치,  
플라스틱 통

### Q1. 취급하는 조미김의 평균 가격 및 용량은 어느 정도인가요?

현재 다양한 한국산 조미김, 김스낵 제품을 판매하고 있지만, 가장 많이 판매되는 제품은 E사의 제품입니다. 이 제조사는 다양한 맛의 조미김을 판매하여 조미김을 스낵으로 주로 먹는 현지 소비자들에게 인기가 많습니다. 4.5g 제품을(약 394-552원) 수준입니다. 이와 비교하면 A사 제품은 1봉에 약 4,224루피아(334원)이니 저렴한 편입니다. 하지만 조미김의 시장 가격이 점점 낮아지는 추세이기 때문에 저렴한 가격 외 경쟁력을 갖출 필요가 있습니다.

### Q2. 현지 소비자가 선호하는 조미김의 포장 형태는 무엇인가요?

저희가 판매하는 E사 제품들은 A사 제품과 같이 플라스틱 파우치와 투명 플라스틱 통에 포장되어 있습니다. E사뿐만 아니라 김스낵이나 전장김 제품을 제외하면 대다수의 조미김 제품들은 이러한 형태로 포장하여 판매합니다. 사실 고가의 포장재를 사용한다고 해서 더 많이 판매되는 것은 아니기에 굳이 포장 형태를 바꿀 필요는 없습니다. 하지만 인도네시아 소비자들에게 어필할 수 있도록 새로 포장을 디자인한다면 더 좋을 것 같습니다. 김을 주로 소비하는 소비자는 20-30대이기 때문에 그들의 눈길을 끌 수 있도록 제품의 맛을 강조하는 이미지나 문구를 삽입할 것을 추천합니다.

### Q3. 현지 소비자가 선호하는 조미김의 맛은 무엇인가요?

저희 매장의 E사 제품을 기준으로 하면 오리자널, 허바네로, 간장 순으로 인기가 많습니다. 매운맛을 선호하는 소비자들이 많아서 타 국가들과 달리 허바네로 맛 같은 매운맛 제품이 많이 판매되는 것 같습니다.

### Q4. 현지 소비자는 조미김을 주로 어떤 목적으로 섭취하나요?

여러 매체를 통해 조미김 제품이 감자칩보다 건강한 간식이라고 알려져서 많은 소비자가 찾고 있습니다. 특히 최근 매운맛, 푹루르 아신 맛 등 다양한 양념이 더해진 조미김 제품이 출시되면서 밥반찬보다는 간식이라는 인식이 더욱 강해진 것 같습니다. 간혹 김밥을 만들기 위해서 간이 되지 않은 김 제품을 구매하기도 하지만, 많은 경우에 간식용으로 A사 제품처럼 작게 조각나 있는 조미김 제품을 구매합니다.



#### Q5. 현지 소비자들이 조미김 구매 시 가장 먼저 고려하는 요소는 무엇인가요?

인도네시아는 전체 인구의 약 90%가 이슬람교도인 나라인지라 할랄 취득 여부가 판매량에 아주 큰 영향을 미칩니다. 할랄을 취득하지 않은 제품들은 할랄 제품들보다 판매량이 현저하게 적고, 취득 후 매출이 많이 증가한 제품들도 많습니다. 최근 인도네시아 식약청에서 할랄 인증 필수 표기에 대한 법적 규제를 시행하면서 현지 시장에 판매되는 모든 식품은 할랄 인증 취득 여부에 대해 의무적으로 표기하게 되었습니다. 이로써 인도네시아 내 식품 유통에 있어 할랄은 선택이 아닌 필수가 되었습니다. 그다음으로는 제품의 맛을 중점적으로 고려하는 소비자들이 많은 것 같습니다. 현지에서는 보통 조미김 제품을 스낵이나 간식으로 구매하다 보니 맛이 중요한 구매 결정 요소가 된 것으로 보입니다.

#### Q6. 인도네시아 조미김 경쟁업체들의 주요 홍보 방법은 무엇인가요?

주로 TV나 라디오의 매체 광고나 SNS 홍보, 식품 박람회 참여를 통해 제품을 홍보합니다. SNS 광고의 경우 인스타그램, 유튜브 등에서 활동하는 현지 인플루언서와의 제휴를 통해 제품의 인지도를 올리는 데 집중합니다. 식품 박람회는 현지 바이어를 직접 만나 영업을 할 기회의 장이기 때문에 많이 참가하는 것 같습니다.



## V. 경쟁력파악(Competitiveness)

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

## 1. 제품 경쟁력 검증

### 1) 가격

#### 경쟁제품(제조사)

- ① 조미김 (D사)
- ② 햇바삭 김 (B사)
- ③ 오리지널 맛 김 (E사)
- ④ 참기름 김 (C사)
- ⑤ 마마수카 룬팟 라웃 팡강 (아네카 보가 누산타라)
- ⑥ 청정바다 김 (F사)
- ⑦ 프리미엄 오리지널 옥수수유 김 (E사)
- ⑧ 재래김 오리지널 (G사)
- ⑨ 와사비 맛 김 (E사)
- ⑩ 하바네로 맛 김 (E사)
- ⑪ 달콤한 간장 맛 김 (E사)
- ⑫ 마마수카 룬팟 라웃 케링 팡강 울루르 아신 (아네카 보가 누산타라)
- ⑬ 김치 맛 김 (G사)
- ⑭ 아몬드 스낵 김 (H사)
- ⑮ 버디칩 참깨 맛 (H사)

### ▶ A사 제품 10g당 가격, 경쟁제품 평균 대비 저렴한 편

A사 제품의 10g당 가격은 8,450루피아(약 667원)<sup>19)</sup>로 경쟁제품 15개의 평균 10g당 가격 15,012루피아(약 1,183원) 대비 약 56% 수준으로 저렴함. A사 제품과 같은 종류인 조미김 제품의 평균 10g당 가격은 15,492루피아(약 1,221원)로 A사 제품 대비 약 1.83배 비쌌. 그 외 제품 종류 별 평균 10g당 가격은 시즈닝 조미김 제품이 14,258루피아(약 1,124원)로 A사 제품보다 약 1.69배, 김스낵 제품이 14,975루피아(약 1,180원)로 A사 제품 보다 약 1.77배 비싼 것으로 확인됨. 따라서 A사 제품은 조사한 경쟁제품 15개의 제품 종류에 상관없이 저렴한 것으로 조사됨

[표 5.1] 인도네시아 조미김 가격 경쟁력 분석

(단위: 루피아)



19) 100루피아 = 7.88원 (2020.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

- ① 조미김 (D사)
- ② 햇바삭 김 (B사)
- ③ 오리지널 맛 김 (E사)
- ④ 참기름 김 (C사)
- ⑤ 마미슈카 룬뫼 라웃 팡강 (아네카 보가 누산타라)
- ⑥ 청정바다 김 (F사)
- ⑦ 프리미엄 오리지널 옥수수유 김 (E사)
- ⑧ 재래김 오리지널 (G사)
- ⑨ 와사비 맛 김 (E사)
- ⑩ 하바네로 맛 김 (E사)
- ⑪ 달콤한 간장 맛 김 (E사)
- ⑫ 마미슈카 룬뫼 라웃 케링 팡강 뽕류르 아신 (아네카 보가 누산타라)
- ⑬ 김치 맛 김 (G사)
- ⑭ 아몬드 스낵 김 (H사)
- ⑮ 버디칩 참깨 맛 (H사)

▶ A사 제품 총 중량은 경쟁제품 15개 평균 대비 적지만, 개별 중량은 조미김, 시즈닝 조미김 제품보다는 크고 김스낵 제품보다 적은 편

총 중량

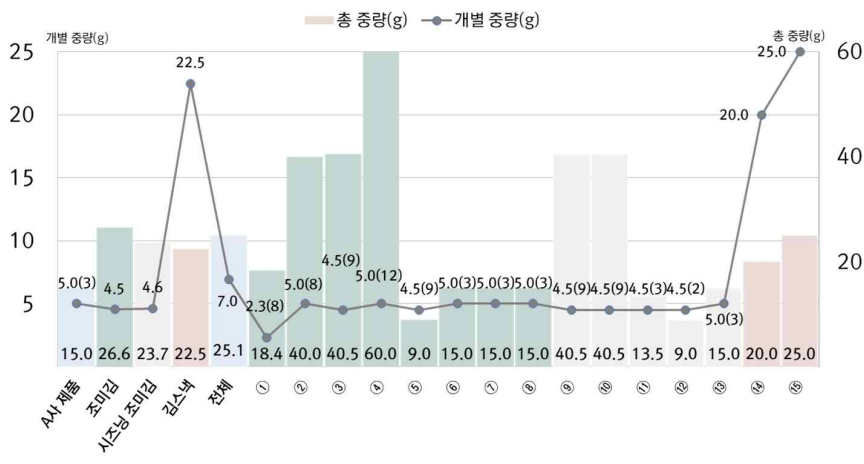
A사 제품의 총 중량은 15.0g으로 15개 경쟁제품 평균 총 중량 25.1g 대비 약 60%에 그침. 제품 종류 별 평균 총 중량은 A사 제품과 같은 종류인 조미김 제품의 평균 총 중량은 26.6g으로 A사 제품보다 약 1.77배 큼. 그 외 시즈닝 조미김 제품이 23.7g으로 A사 제품보다 약 1.58배, 김스낵 제품이 22.5g으로 약 1.5배 큰 것으로 확인됨

개별 중량<sup>20)21)</sup>

제품의 총 중량은 포장 단위에 따라 크게 달라지기 때문에, 제품의 개별 중량 또한 분석하였음. A사 제품의 개별 중량은 5.0g으로 15개 경쟁제품 평균 개별 중량 7.0g 대비 약 73% 수준임. 하지만 경쟁제품 15개 중 김스낵 제품 2개가 총 중량과 개별 중량이 같기 때문에 경쟁제품 평균 개별 중량이 커짐. A사 제품과 같은 종류인 조미김 제품의 평균 개별 중량은 4.5g으로 A사 제품의 약 90% 수준으로 0.5g 작음. 또한, 유사하게 개별 포장이 되어있는 시즈닝 조미김의 평균 개별 중량도 약 4.6g으로 A사 제품의 개별 중량보다 0.4g 작은 것으로 확인됨. 이외 김스낵 제품의 개별 중량은 총 중량과 같은 22.5g으로 A사 제품의 개별 중량보다 약 4.5배가량 큼

[표 5.2] 인도네시아 조미김 중량 경쟁력 분석

(단위: g)



20) 개별 중량: 제품 1봉당 중량(g)

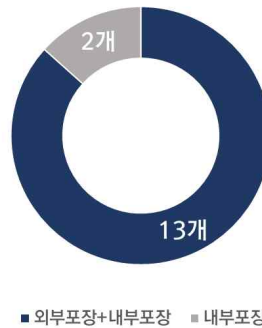
21) ①~⑮번 제품의 괄호) 안 숫자는 패키지 상품 구성에 포함된 제품의 총 개수를 나타냄

3) 포장 형태

▶ 경쟁제품 15개 중 13개, A사 제품과 동일한 포장 형태 사용

인도네시아에서 판매되고 있는 조미김 경쟁제품 15개의 포장 형태를 조사한 결과 김스낵 제품 2개 제품을 제외한 13개 제품이 외부포장과 내부포장을 모두 사용하는 것으로 조사됨. 13개 제품 모두 A사 제품과 같이 플라스틱 통에 제품을 담은 뒤 플라스틱 파우치로 한 번 더 외부포장됨. 그 외 김스낵 제품 2개는 별도 외부포장 없이 플라스틱 파우치로만 포장됨

[표 5.3] 인도네시아 조미김 제품 포장 형태 경쟁력 분석

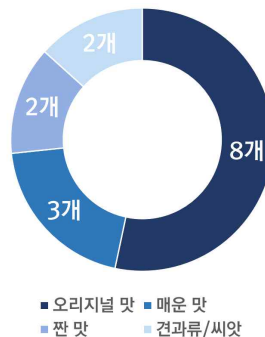


4) 맛

▶ 경쟁제품 15개 중 8개, 오리지널 맛 제품

인도네시아에서 판매되고 있는 조미김 경쟁제품 15개의 맛을 조사한 결과, 별도 맛을 첨가하지 않은 오리지널 맛 제품이 총 8개로 가장 많은 것으로 조사됨. 그 외 와사비 맛, 허바네로 맛, 김치 맛 등 매운맛이 나는 제품은 3개, 간장 맛, 툴루르 아신 맛 등 짠맛 제품이 2개, 아몬드, 참깨 등 견과류와 씨앗이 들어있는 제품은 2개로 확인됨

[표 5.4] 인도네시아 조미김 제품 맛 경쟁력 분석

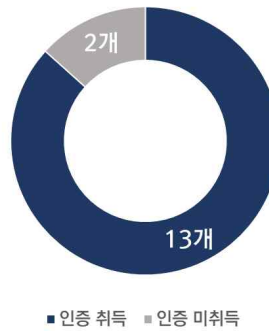


5) 인증

▶ 경쟁제품 15개 중 13개, 인증 취득

인도네시아에서 판매되고 있는 조미김 경쟁제품 15개의 인증을 조사한 결과, 13개 제품이 1개 이상의 인증<sup>22)</sup>을 취득한 것으로 조사됨. 인증을 취득한 13개 제품은 모두 HALAL을 취득하였으며, 그 중 2개 제품은 HACCP을 추가로 취득한 것으로 확인됨

[표 5.5] 인도네시아 조미김 제품 인증 경쟁력 분석

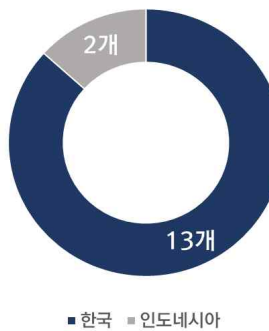


6) 원산지

▶ 경쟁제품 15개 중 13개, 한국산 제품

인도네시아에서 판매되고 있는 조미김 경쟁제품 15개의 원산지를 조사한 결과, 13개 제품이 한국산, 그 외 2개 제품이 인도네시아산으로 확인됨. 하지만 인도네시아산 2개 제품 또한 한국 제조사가 현지 제조사에서 OEM으로 생산하는 것으로 조사됨

[표 5.6] 인도네시아 조미김 제품 원산지 경쟁력 분석



22) 13개 제품 중 2개 제품은 HALAL과 HACCP을 동시에 취득하였음

## 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 요인에 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 : 그랜드 렉키, 무궁화, 파파야, 인도마켓

##### · 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(\*) 온라인 쇼핑몰 : 3개 온라인 쇼핑몰 모두에서 판매되는 제품

(\*) 오프라인 매장 : 조사매장 4개 중 3개 이상에서 판매되고 있는 제품

##### · 바이어 인터뷰에서 공통적으로 언급되는 제품

#### ▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



경쟁력 분석 제품 (A사 \_ 알찬재래 도시락김)  
**‘옥배유를 사용한 오리지널 맛 조미김’**

조미김	공통 특징 ① 제품 종류	조미김
플라스틱 파우치, 플라스틱 통	공통 특징 ② 포장 형태	플라스틱 파우치, 플라스틱 통



현지 벤치마킹 인기 제품 (아네카 보가 누산타라<sup>23)</sup> \_ 마미수카 룰루 라웃 케링 핑강 돌루르 아신)

(-)	벤치마킹 ▶ 현지화	인도네시아 현지화한 브랜드
오리지널	벤치마킹 ▶ 맛	돌루르 아신 외
(-)	벤치마킹 ▶ 유통채널	온·오프라인 유통채널 확보

**‘현지화를 통해 현지 소비자들이 선호하는 맛을 출시하여 온·오프라인 채널을 통해 유통’**

23) 아네카 보가 누산타라는 한국산 김 제조사 D사의 OEM 제조사임



## 2) 벤치마킹 제품 분석

### - 브랜드 및 맛 현지화

#### ▶ 벤치마킹 제품, 인도네시아 현지화된 브랜드와 맛

벤치마킹 제품은 한국산 김 제조사가 현지 제조사에 OEM으로 생산한 조미김 제품임. 툴루르 아신 맛뿐만 아니라 오리지널, 죽염 등 현지화된 맛을 출시하고 인도네시아 제품처럼 브랜딩하여 큰 인기를 얻고 있음. 조미김 제품이 한국과 달리 간식, 스낵류로 소비되는 만큼 현지 소비자들이 선호하는 간식, 스낵류의 시즈닝(양념)을 데한 조미김 제품이 인기가 많음

#### [표 5.7] 인도네시아 조미김 인기제품, 브랜드 및 맛 현지화 인터뷰 분석

(인터뷰) 저희 매장의 인기제품인 마마수카 룬팟 라웃 제품은 맛뿐만 아니라 이슬람교도가 많은 인도네시아에 맞춰 할랄 인증을 취득하였기 때문에 현지 소비자들에게 인기가 많은 편입니다. 사실 마마수카는 한국 제조사인 D사가 인도네시아 현지화한 브랜드이지만, 현지 소비자들이 선호하는 브랜딩이나 맛, 포장 형태, 가격 정책을 사용하여 굉장히 인기가 많습니다.

- Ms. Nadine (인도마켓, 세일즈 매니저) -

## 3) 벤치마킹 제품 분석

### - 유통채널

#### ▶ 벤치마킹 제품, 온·오프라인 유통채널에서 모두 입점·판매 중

벤치마킹 제품은 인도네시아 현지 방문에서 조사한 오프라인 매장 4곳 중 3곳 이상, 인기 온라인 쇼핑몰 3곳 모두에서 판매됨. 아직까지 인도네시아의 식료품 온라인 쇼핑 시장이 크지 않고, 현지 소비자들도 편의상 오프라인 식료품을 구매를 선호함. 하지만 현지 소비자들이 온라인상의 제품 후기와 입소문을 크게 신뢰하는 만큼 온라인 쇼핑몰의 제품 평판 관리도 중요함. 따라서 온·오프라인 채널에 모두 입점하여 제품을 유통하는 것이 인지도 확보와 제품 평판 관리에 유리함

#### [표 5.8] 인도네시아 조미김 인기제품, 유통채널 인터뷰 분석

(인터뷰) 현지 소비자들은 온라인에서만 판매되는 제품들이 법적 규제를 통과하지 못한 제품이라 생각하고, 오프라인 매장에서 판매되는 제품의 품질이 더 좋다고 인식합니다. 따라서 오프라인 매장 입점 여부는 제품의 이미지를 형성하는데 굉장히 중요한 요소입니다. 또한, 현지 소비자들은 입소문(Word Of Mouth)과 온라인상의 제품 후기를 신뢰하기 때문에 제품 평판을 관리하는 것도 필요합니다.

- Ms. Fatimah (아름 날와나 글로벌, 구매부 매니저) -

### 3. 기업 마케팅 벤치마킹

#### 1) 판매 채널

##### ▶ 경쟁기업 5개사 모두 인도네시아 오프라인 매장 진출

인도네시아에 진출한 경쟁기업 5개사 모두 인도네시아 오프라인 매장에 모두 진출한 것으로 조사됨. 그랜드 럭키에는 3개사가, 무궁화와 인도마켓에는 각각 2개사가 진출하였으며 파파야에는 5개사 모두 진출함. 또한, 현지 주요 온라인 쇼핑몰 3곳(토코피디아, 쇼피, 부칼라팍)에도 5개사 모두 진출한 것으로 확인됨

[표 5.9] 인도네시아 조미김 제조 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인				온라인		
	그랜드 럭키	무궁화	파파야	인도마켓	토코피디아	쇼피	부칼라팍
B사		○	○	○	○	○	○
D사	○		○	○	○	○	○
E사	○	○	○		○	○	○
G사			○		○	○	○
F사	○		○		○	○	○

#### 2) 홍보 채널

##### ▶ 경쟁기업 5개사 자사 홈페이지를 홍보 채널로 활용

인도네시아 시장에 진출한 경쟁기업 5개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 5개사 모두 홈페이지를 홍보 채널로 활용하며, 그 중 4개사는 영어를 사용한 글로벌 홈페이지를 운영하고 있음. 또한, 5개사 중 3개사가 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용하고 있으며, 가장 많이 활용되는 SNS 플랫폼은 페이스북인 것으로 확인됨

[표 5.10] 인도네시아 조미김 제조 경쟁기업 홍보 채널 분석

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

3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업, 제품의 '맛', '특징'을 강조하여 경쟁제품 홍보

인도네시아에 진출한 경쟁기업 5개사는 제품의 맛과 특징을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품의 맛을 강조한 문구로는 '고소하고 바삭바삭한', '맛있고 향이 뛰어난 김' 등이 있으며, 제품의 특징을 강조하는 문구로 '전통 방식 그대로 만든', '깨끗하고 안전한 제품' 등의 홍보 문구를 사용하는 것으로 조사됨. 그 외 '좋은 원초를 엄선하여 만든'과 같이 제품의 제조 원료를 강조하거나 '최고의 요오드 공급원'과 같이 제품의 효능을 강조하는 문구도 사용하는 것으로 확인됨

[표 5.11] 인도네시아 조미김 경쟁기업 홍보 문구 분석



## VI. 시장진출제언(Export Insights)

# VI. Export Insights



**맛**  
**짠 맛 / 매운 맛**

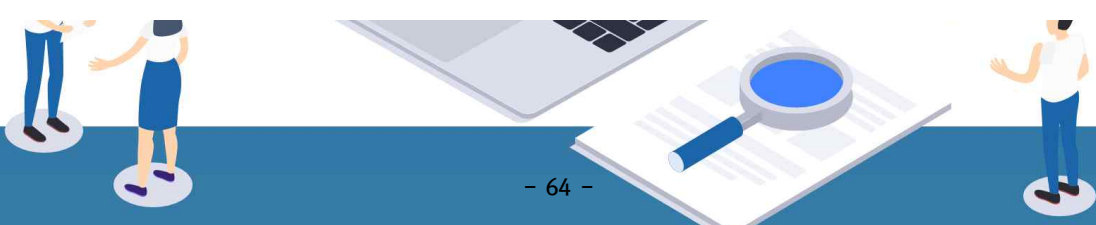
경쟁제품, 현지인의 입맛을 겨냥해 짜고 매운 맛을 첨가

현지 경쟁제품 조사 결과, 15개 경쟁제품 중 7개는 별도의 맛을 첨가한 것으로 조사됨. 특히 매운 맛과 짠 맛이 총 5개로 가장 많은 것으로 확인됨. 바이어 인터뷰에 따르면 현지인들은 맵고 짠 음식을 선호하고 현지 음식 또한 그러한 맛을 첨가한 제품들이 많다고 함. 이에 다른 제품에서도 불닭볶음, 하바네로 등의 맛이 첨가된 식품들이 많이 판매되고 있어, 해당 맛을 첨가하여 제품을 출시한다면 현지 소비자들에게 좋은 반응을 이끌어낼 수 있을 것이라고 함

**인증**  
**할랄 인증**

경쟁제품 중 13개 할랄 인증 취득

현지 경쟁제품의 인증 취득 현황을 분석한 결과, 13개 제품이 할랄 인증을 취득한 것으로 조사됨. 해당 이유는 인구 대부분이 무슬림인이라는 점과 2019년 10월 17일부터 발효된 '신할랄인증법' 때문인 것으로 조사됨. 해당 법령은 인도네시아향 수출 제품들에 할랄 인증을 의무적으로 표시한다는 것을 골자로 함. 당초 현지에서 생산된 내수용 제품에만 적용했으나 수출용까지 대상이 확대되어, 식품 또한 이에 해당함. 따라서 해당 국가에 공식적으로 유통하기 위해서는 할랄 인증 취득은 필수인 것으로 확인됨





유통채널  
**오프라인**

현지인들, 온라인 보다는  
오프라인 위주로 식품 구매



유로모니터에 따르면, 조미김이 포함된 가공식품의 현지 유통채널 별 점유율은 오프라인이 99.7%로 대부분 소매점에서 판매되는 것으로 조사됨. 또한 바이어 인터뷰에 따르면, 대부분의 조미김 제품들이 온·오프라인 채널을 병행하여 유통되고 있지만, 현지 소비자들이 선호하는 구매 채널은 오프라인이라고 함. 인도네시아의 온라인 쇼핑물 시장이 크지 않고 배송 인프라가 한국만큼 구축되지 않기 때문에, 거주 지역에 위치한 큰 마트에서 식품을 구매하는 경우가 많다고 함. 이에 오프라인 채널을 위주로 현지 시장에 진입할 것을 제언함

마케팅

**홍보채널: SNS 채널**

경쟁기업, 자사 홈페이지 및  
SNS 채널 활용하여 제품 홍보 중



경쟁기업 5개사는 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 홍보채널로 활용하는 것으로 조사됨. 홍보에 주로 사용되는 SNS 플랫폼은 페이스북과 인스타그램으로 확인됨

현지에서 가장 활발하게 홍보하는 기업으로는 E사가 있으며, 주로 페이스북을 통해 제품을 홍보 중임. 페이스북의 경우 약 3,600명의 팔로워를 보유하고 있으며 주당 9-10건 정도 게시물을 업로드 함. 게시물의 내용은 주로 제품 정보와 이벤트를 담고 있으며, 한국 국기가 포함된 당사의 캐릭터를 활용해 제품을 홍보하고 있음. 2020년 10월 6일에는 간단한 퀴즈를 게시하여, 댓글에 해당 퀴즈에 대한 답과 페이스북 친구를 태그하면 당사의 김 제품을 보내주는 이벤트를 진행함

마케팅

**홍보문구: 맛과 특징**

경쟁기업, 제품의 맛과 특징을  
강조하여 홍보문구를 기재함



경쟁기업은 제품의 맛과 특징을 강조하여 제품 홍보 중. 맛의 경우 다양한 종류의 문구를 사용하며 해당 문구로는 '고소하고 바삭바삭한', '맛있고 향이 뛰어난' 등이 있음. 특징의 경우 '전통 방식 그대로 만든', '깨끗하고 안전한 제품' 등의 문구를 사용하는 것으로 조사됨. 이 외에 '좋은 원료를 엄선한', '최고의 요오드 보급원' 등의 문구를 사용하여 제품의 안전성과 영양 성분을 강조하는 것으로 확인됨





## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 인도네시아 중앙통계청(BPS, Badan Pusat Statistik) 홈페이지([www.bps.go.id](http://www.bps.go.id))

### ■ 참고 사이트

1. 한국식품안전관리인증원 홈페이지 ([www.haccp.or.kr](http://www.haccp.or.kr))
2. 그랜드 럭키(Grand Lucky) 홈페이지 ([www.grandlucky.co.id](http://www.grandlucky.co.id))
3. 무궁화(Mugunghwa) 홈페이지 ([mugunghwa.co.id](http://mugunghwa.co.id))
4. 파파야(Papaya) 홈페이지 ([www.papayabali.co.id](http://www.papayabali.co.id))
5. 인도마켓(Indomaret) 홈페이지 ([indomaret.co.id](http://indomaret.co.id))
6. 아룸 닐와나 글로벌(PT. Arum Nirwana Global) 홈페이지 ([ang.co.id](http://ang.co.id))
7. 호키후르츠(HokkyFruit) 홈페이지 ([hokkyfruit.com](http://hokkyfruit.com))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.10.23

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