



2021

해외시장 맞춤형조사

No. | 202109-31
품목 | 곡물 스낵(Grain Snacks)
HS CODE | 1905.90-1040
국가 | 인도네시아(Indonesia)
구분 | 경쟁력분석형

Contents

I. 요약	03
II. 경쟁제품	
1. 인도네시아 곡물 스낵 경쟁제품 선정	05
2. 인도네시아 곡물 스낵 경쟁제품 조사지표 선정	09
3. 인도네시아 곡물 스낵 경쟁제품 현지조사 결과	10
III. 경쟁기업	
1. 인도네시아 곡물 스낵 경쟁기업 선정	23
2. 인도네시아 곡물 스낵 경쟁기업 현지화 분석 기준	24
3. 인도네시아 곡물 스낵 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	26
IV. 수입·유통업체 인터뷰	
Interview ① 롯데마트 인도네시아(Lotte Mart Indonesia)	37
Interview ② 트랜스마트(Transmart)	40
Interview ③ 히어로 슈퍼마켓(Hero Supermarket)	43
V. 경쟁력파악	
1. 제품 경쟁력 검증	48
2. 벤치마킹 제품 분석	53
3. 기업 마케팅 벤치마킹	55
VI. 시사점	56
※ 참고문헌	58

Summary

A사: 한국 경쟁기업명 이니셜 처리

■ 온라인 인기제품

제품명		제조사명
3개 채널에서 Top 10인 제품	비스킷 오레오	몬델리즈
	굿타임 비스킷 더블 초코 초코칩 쿠키즈	아르노츠
2개 채널에서 Top 10인 제품	포키 초콜릿 비스킷 스틱	글리코
	달런 초콜릿 크런치 카라멜	달런

■ 오프라인 주요 경쟁제품

클래식 멀티씨드 쿠키(비올란타)		에넥(시안따르 톱)	
	가격 41,900루피아		가격 1,400루피아
	중량 150g		중량 22g
종이 박스 포장		작은 중량 및 저렴한 가격	

■ 경쟁기업 4개사 분석

국적	시안따르 톱	케이 비까지 푸드 인터네셔널	비올란타	두아 끌린찌	인도네시아 현지 진출 경쟁기업 현황
	인도네시아	인도	그리스	인도네시아	
제품 현지화	●	○	○	●	인도 및 그리스기업 2개사, 제품 현지화, 포장 현지화, 생산 방식 현지화 모든 면에서 현지화 미흡 + 경쟁기업 4개사, 주요 SNS 플랫폼 페이스북, 인스타그램을 활용해 기업 및 제품 홍보
포장 현지화	●	○	○	●	
생산 방식	●	●	●	●	
입점 채널	온/오프라인 채널 모두 활용	온/오프라인 채널 모두 활용	온/오프라인 채널 모두 활용	온/오프라인 채널 모두 활용	
홍보 채널	자사 홈페이지, SNS 플랫폼	자사 홈페이지, SNS 플랫폼	자사 홈페이지, SNS 플랫폼	자사 홈페이지, SNS 플랫폼	

제품 현지화

- 상 (현지인 선호 신제품 개발)
- 중 (기존 유통 제품 성분 일부 변경해 출시)
- 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

포장 현지화

- 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
- 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)
- 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

생산 방식 현지화

- 상 (현지에 제조시설 구비해 직접 제조)
- 중 (제조국에서 직접 제조해 현지 수출)
- 하 (제조국 OEM 업체에 제조 위탁)

■ 경쟁력 파악

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)		기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)			
가격(100g당) (18,328.5루피아)	●	곡물 퍼프 스낵 (2개)	기타 곡물 스낵 (8개)	맛 (곡물 맛)	●	곡물 맛	달콤한 맛	기타(4개)	
		22,200.0루피아	19,300.4루피아			4개	2개	매운 맛, 땅콩 맛 등	
중량(g) (186.0g)	●	곡물 퍼프 스낵 (2개)	기타 곡물 스낵 (8개)	원산지 (한국)	●	현지산	인도	그리스	기타
		110.0g	133.5g			4개	2개	2개	2개
포장 형태 (플라스틱 봉지)	●	플라스틱 봉지	종이 박스	홍보문구(중복값 有) (식이섭유)	○	성분	맛	비건/베지테리언	
		7개	3개			3개	3개	3개	

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 100g당 가격은 경쟁제품 평균보다 저렴한 편이며, 중량은 경쟁제품 평균보다 큰 것으로 나타남 2) 경쟁제품 10개 중 3개가 제품 성분을 강조하는 홍보문구를 사용하는 것으로 나타남
Point 02.	1) 경쟁기업 4개사 중 인도 및 그리스기업 2개사는 제품, 포장, 생산 측면에서 현지화가 미흡한 것으로 나타남 2) 경쟁기업 4개사 모두 유명 SNS 플랫폼인 페이스북, 인스타그램을 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있음

II. 경쟁제품

1. 인도네시아 곡물 스낵 경쟁제품 선정
2. 인도네시아 곡물 스낵 경쟁제품 조사지표 선정
3. 인도네시아 곡물 스낵 경쟁제품 현지조사 결과

1. 인도네시아 곡물 스낵 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징



제품명	조리풍
제품 종류	곡물 스낵
소비자가격 1)	약 34,091루피아 (2,700원)
중량	186g
포장	플라스틱 봉지
특징	천연 곡물을 튀겨 만들, 저칼로리 영양 스낵

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명 : 조리풍
 - 제품 종류 : 곡물 스낵
 - 소비자가격: 약 34,091루피아(2,700원)
 - 중량 : 186g
 - 포장 형태: 플라스틱 봉지

Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 토코피디아(Tokopedia): 36.4%
 2. 쇼피(Shopee): 19.9%
 3. 부칼라팍(Bukalapak): 11.4%
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 Top 10 제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰 중 2개에서 확인: 4개 제품

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 : 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 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

1) 100루피아=7.92원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2) 현지 주요 온라인 쇼핑물 인기제품 확인

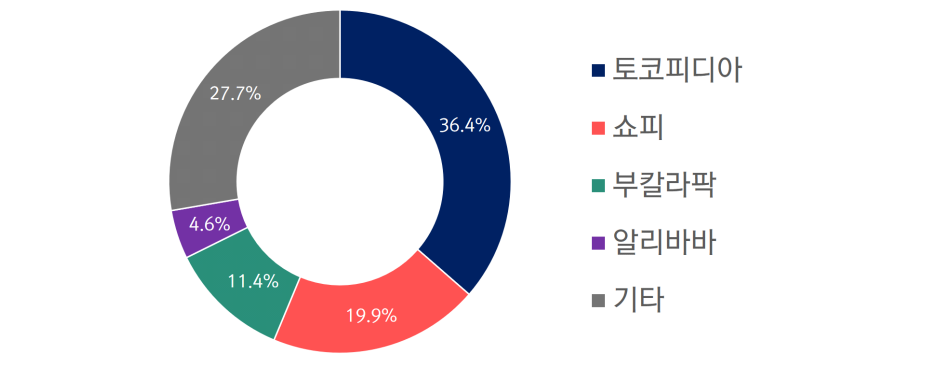
인도네시아
주요 온라인 쇼핑물
(Top 3)

사이트명	취급 종류
tokopedia 토코피디아	건강보조제, 빵, 신선식품, 음료 등
Shopee 쇼피	신곡물 스낵품, 유제품, 음료, 냉동식품 등
bukalapak 부칼라팍	유제품, 차, 비타민, 스낵, 건강식품 등

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

유로모니터에 따르면, 2020년 기준 인도네시아 현지인들이 식품 구매를 위해 이용하는 온라인 쇼핑물 상위 3개는 토코피디아(Tokopedia), 쇼피(Shopee), 부칼라팍(Bukalapak)으로, 상위 3개 온라인 쇼핑물의 점유율은 약 67.7%임

[표 2.1] 인도네시아 온라인 쇼핑물 점유율



자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

▶ 2개의 인기 온라인 쇼핑물에 진출한 경쟁제품, 4개

인도네시아 주요 온라인 쇼핑물에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 총 4개의 제품이 주요 온라인 쇼핑물 2개에서 모두 판매되고 있음

[표 2.2] 인도네시아 주요 온라인 쇼핑물 인기제품(Top 10)

순위	토코피디아	쇼피	부칼라팍
1	레이디핑거 빈센조보 (빈센조보)	곡물 친구 (A사)	클릭 크래커즈 (세레나)
2	비스킷 오레오 (몬델리즈)	디럭스 크래커즈 (휴 생)	포키 초콜릿 비스킷 스틱 (글리코)
3	게리살룻 초콜릿 (가루다 푸드)	비스킷 까짱 (줄리스)	오티코 비스킷 스틱 (닛신)
4	초코라프스 와퍼 스틱 페스티브 쇼복스 (가루다 푸드)	슬림&핏 쿠키즈 (슬림&핏)	아 라 까르트 (주스네이션)
5	굿타임 비스킷 더블 초크 초코칩 쿠키즈 (아르노츠)	핏바 (핏바)	굿타임 비스킷 더블 초크 초코칩 쿠키즈 (아르노츠)
6	로터스 비스쿠프 (로터스)	트릭스 비스킷 캔탕 토레이트 베이커드 칩스 (트릭스)	프로미나 마리 수수 (인도푸드 뉴트리션)
7	뱅뱅 맥스 (뱅뱅)	모모기 스틱 스낵 엑스트루닷 (모모기)	리갈 비스킷 마리 (리갈)
8	게리살룻 초크 헤이즐넛 (가루다 푸드)	포키 초콜릿 비스킷 스틱 (글리코)	비스킷 오레오 (몬델리즈)
9	뱅뱅 레귤러 (뱅뱅)	베지터블 앤 치즈 스틱 (비스키탱)	베지터블 앤 치즈 스틱 (비스키탱)
10	아스토르 더블 초콜릿 (아스토르)	달런 초콜릿 크런치 카리멜 (달런)	슈퍼스타 (슈퍼스타)

■ 3개 온라인 쇼핑물에서 판매 ■ 2개 온라인 쇼핑물에서 판매

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

3) 조사 지역 및 매장 선정

- 인도네시아 자카르타 정보²⁾³⁾

인구	약 3,536만 명
인구 밀도	16,024명/km ²
면적	664km ²

▶ 인도네시아 자카르타, 방문지역으로 선정

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

▶ 현지조사 매장 선정, 편의점 및 하이퍼마켓/슈퍼마켓

인도네시아 곡물 스낵(Grain Snacks)⁴⁾의 유통채널별 점유율을 확인한 결과, 전통 식료품 소매점이 67.2%로 가장 높았으며, 슈퍼마켓 14.0%, 편의점 11.7%, 하이퍼마켓 5.3%, 드럭스토어 1.5%, 온라인 0.3%로 확인됨. 이에 각 유통채널별 점유율과 고객 희망 조사 매장 지표를 고려하여 조사 매장을 선정함

[표 2.3] 인도네시아 곡물 스낵 주요 유통채널 현황

채널 분류	점유율	주요 매장
전통 식료품 소매점	67.2%	(-)
슈퍼마켓	14.0%	슈퍼 인도(Super Indo), 파머스 마켓(Farmer's Market), 랜치 마켓(Ranch Market), 히어로(Hero), 라마야나(Ramayana)
편의점	11.7%	인도마켓(Indomaret), 알파마트(Alfamart), 알파미디(Alfamidi), 씨클케이(Circle K)
하이퍼마켓	5.3%	까르푸(Carrefour), 트랜스마트(Transmart), 하이퍼마트(Hypermart), 자이언트(Giant), 롯데 마트(Lotte Mart)
드럭스토어	1.5%	키미아 파르마(Kimia Farma), 케이24(K-24), 가디언(Guardian), 왓슨스(Watsons), 더바디샵(The Body Shop)
온라인	0.3%	토코피디아(Tokopedia), 쇼피(Shopee), 부칼라팍(Bukalapak), 알리바바(Alibaba)

■ 고객사 진출 선호 매장

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

2) 자료: 인도네시아 중앙통계청(BPS, Badan Pusat Statistik) 홈페이지

3) 자료: 스탯티스타(Statista), 「Largest urban agglomerations worldwide in 2021, by population」, 2021

4) '곡물 스낵'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '달콤한 스낵(Sweet Biscuits)'의 정보를 확인함

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ① 인기제품

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정
(*) 토코피디아(Tokopedia), 쇼피(Shopee), 부칼라팍(Bukalapak)
- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정
(*) 알파마트(Alfamart), 푸드 홀(Food Hall),
지एस 더 프레쉬(GS The Fresh), 그랜드 럭키(Grand Lucky)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ② 제품 종류

- 곡물 퍼프 스낵: 곡물을 가압 및 가열하여 부풀린 스낵 제품
- 기타 곡물 스낵: 곡물로 만든 라면 스낵, 크래커, 쿠키 등 기타 제품

[표 2.4] 인도네시아 곡물 스낵 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	곡물 퍼프 스낵	기타 곡물 스낵
① 우사기 퍼프 (두아 플린피)	○ (알파마트)	○ (토코피디아, 쇼피, 부칼라팍)	○	
② 비까지 몽달 (케이 비까지 푸드 인터네셔널)	○ (지एस 더 프레쉬)	○ (토코피디아, 쇼피, 부칼라팍)	○	
③ 리디젤리 (젤라스 크리에티브 인도네시아)	○ (알파마트)	○ (토코피디아, 쇼피, 부칼라팍)		○
④ 오트 크런치 (문치 푸드 인터스트리)	○ (푸드 홀, 지एस 더 프레쉬, 그랜드 럭키)	○ (토코피디아, 쇼피, 부칼라팍)		○
⑤ 오트쿠키 (비올란타)	○ (푸드 홀)	○ (쇼피)		○
⑥ 클래식 멀티씨드 쿠키 (비올란타)	○ (푸드 홀)	○ (토코피디아, 쇼피)		○
⑦ 비까지 봄베이 믹스 (케이 비까지 푸드 인터네셔널)	○ (지एस 더 프레쉬)	○ (토코피디아, 쇼피, 부칼라팍)		○
⑧ 에낙 (시안파르 톱)	○ (알파마트, 지एस 더 프레쉬)	○ (토코피디아, 쇼피, 부칼라팍)		○
⑨ 수끼 (시안파르 톱)	○ (알파마트, 지एस 더 프레쉬)	○ (토코피디아, 쇼피, 부칼라팍)		○
⑩ 심플리 세븐 렌탈 칩 (심플리 세븐 스낵스)	○ (그랜드 럭키)	○ (토코피디아, 쇼피, 부칼라팍)		○

(*) 현지 판매 곡물 스낵 경쟁제품 10개 분석

2. 인도네시아 곡물 스낵 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 인도네시아 곡물 스낵 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 인도네시아 곡물 스낵 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격	제품의 100g당 가격
중량	g	제품의 포장 단위
제품 종류	곡물 퍼프 스낵	곡물을 가압 및 가열하여 부풀린 스낵 제품
	기타 곡물 스낵	곡물로 만든 라면 스낵, 크래커, 쿠키 등 기타 제품
제품 맛	곡물 맛	곡물에서 느끼는 맛
	달콤한 맛	캐러멜 맛, 다크 초콜릿 맛 등의 달콤한 맛
	기타 맛	땅콩 맛, 닭고기 맛, 간장 맛 등 다른 맛을 첨가한 맛
포장 형태	플라스틱 봉지	플라스틱 소재의 봉지에 내용물을 포장한 형태
	종이 박스	종이 소재의 박스에 내용물을 포장한 형태
보유 인증		제품이 보유한 인증
원산지		제품의 원산지
홍보문구		제품의 홍보문구
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

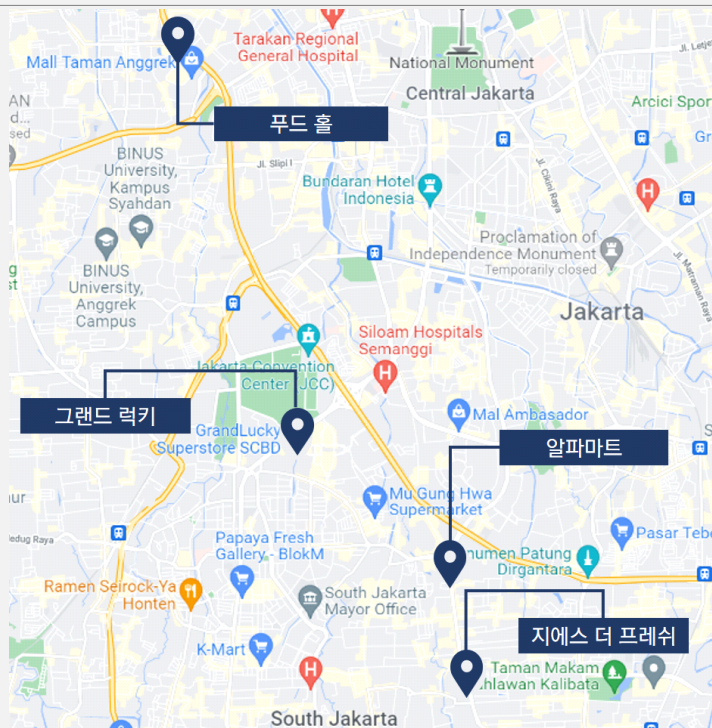
3. 인도네시아 곡물 스낵 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 인도네시아 자카르타에 위치한 편의점 및 하이퍼마켓/슈퍼마켓

인도네시아 자카르타에 위치한 편의점 알파마트(Alfamart) 및 하이퍼마켓/슈퍼마켓 푸드 홀(Food Hall), 지에스 더 프레쉬(GS The Fresh), 그랜드 럭키(Grand Lucky)를 방문함. 이 중 알파마트는 인도네시아 최대 규모의 편의점 체인으로, 인도네시아와 필리핀 전역에 약 153,000여 개의 매장을 운영 중인 것으로 확인됨

[표 2.6] 인도네시아 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
알파마트 (Alfamart)	편의점	2	<ul style="list-style-type: none"> 1999년에 설립된 인도네시아 최대 규모 편의점 체인 인도네시아와 필리핀 전역에 약 153,000여 개의 매장을 운영
푸드 홀 (Food Hall)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	3	<ul style="list-style-type: none"> 자카르타 인근에 약 30여 개의 매장을 운영 대형 쇼핑물 및 백화점 내 고급 슈퍼마켓 형태로 입점
지에스 더 프레쉬 (GS The Fresh)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	4	<ul style="list-style-type: none"> 현재 인도네시아 내에서 5개의 매장을 운영 GS 리테일 산하 기업형 슈퍼마켓 체인
그랜드 럭키 (Grand Lucky)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	1	<ul style="list-style-type: none"> 자카르타와 발리 지역에서 5개의 매장을 운영 상업 지역 내 위치



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품 10개 중 3개 제품은 2개 이상의 매장에서 판매

알파마트(Alfamart), 푸드 홀(Food Hall), 지에스 더 프레쉬(GS The Fresh), 그랜드 럭키(Grand Lucky) 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 총 3개의 제품이 방문 매장 중 2개 이상의 매장에서 판매 중인 것으로 확인됨. 매장 지에스 더 프레쉬는 경쟁제품 5개를 취급하고 있는 것으로 확인되어 조사 매장 4개 중 가장 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황			
	알파마트	푸드 홀	지에스 더 프레쉬	그랜드 럭키
① 우사기 퍼프 (두아 플린찌)	○	.	.	.
② 비까지 몽달 (케이 비까지 푸드 인터네셔널)	.	.	○	.
③ 리디젤리 (젤라스 크리에이티브 인도네시아)	○	.	.	.
④ 오트 크런치 (문치 푸드 인터스트리)	.	○	○	○
⑤ 오트쿠키 (비올란타)	.	○	.	.
⑥ 클래식 멀티씨드 쿠키 (비올란타)	.	○	.	.
⑦ 비까지 봄베이 믹스 (케이 비까지 푸드 인터네셔널)	.	.	○	.
⑧ 에낙 (시안따르 톱)	○	.	○	.
⑨ 수끼 (시안따르 톱)	○	.	○	.
⑩ 심플리 세븐 렌틸 칩 (심플리 세븐 스낵스)	.	.	.	○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 알파마트(Alfamart)

매장 정보

- 유형: 편의점
- 판매 제품 특징:
스낵, 냉장식품, 간편식품, 생활용품 등을 판매함
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
주변에 은행과 호텔 등이 위치해 있음
- 주요 고객층:
현지주민

브랜드 기본 정보5)		알파마트는 1999년에 설립된 인도네시아 편의점 체인으로 인도네시아 선도 리테일러 중 하나임. 인도네시아와 필리핀 전역에 약 153,000여 개의 매장을 운영하는 인도네시아 최대 규모의 편의점 체인으로 소비자가 쉽게 접근할 수 있음
		조사 제품 수: 2개

매장 정보		
	도시(지역)	자카르타
위치	상세주소	Jl. Mampang Prpt. Raya Kel No.18, Rt. 06/03, RT.6/RW.3, Mampang Prpt., Kec. Mampang Prpt., Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12790, Indonesia

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 곡물 스낵 경쟁제품 정보	
		
	리디젤리 (젤리스 크리에티프 인도네시아)	우사기 퍼프 (두아 클린찌)

사진자료: 현지조사원 자료, 토크피디아/쇼피/부칼라팍 웹사이트

5) 자료: 알파마트(Alfamart) 홈페이지


			
<p>제품명 (현지어)</p>	<p>리디젤리 (Lidi Geli)</p>	<p>제조사 (현지어)</p>	<p>젤리스 크리에티프 인도네시아 (Gellis Kreatif Indonesia)</p>
<p>제품 종류</p>	<p>기타 곡물 스낵</p>	<p>중량</p>	<p>50g</p>
<p>소비자가격</p>	<p>10,000.0루피아 (792원)</p>	<p>100g당 가격</p>	<p>20,000.0루피아 (1,584원)</p>
<p>원산지</p>	<p>인도네시아</p>	<p>맛</p>	<p>매운 맛</p>
<p>포장 형태 (외부/내부)</p>	<p>종이 박스/ 플라스틱 봉지</p>	<p>인증</p>	<p>HALAL Indonesia</p>
<p>홍보문구</p>	<p>당신의 기분을 북돋아주는 스낵, 매운 맛</p>	<p>원료 및 첨가물</p>	<p>밀가루, 기름, 물, 조미료, 고추</p>

			
<p>제품명 (현지어)</p>	<p>우사기 퍼프 (Usagi Puff)</p>	<p>제조사 (현지어)</p>	<p>두아 끌린지 (Dua Kelinci)</p>
<p>제품 종류</p>	<p>곡물 퍼프 스낵</p>	<p>중량</p>	<p>20g</p>
<p>소비자가격</p>	<p>6,300.0루피아 (499원)</p>	<p>100g당 가격</p>	<p>31,500.0루피아 (2,495원)</p>
<p>원산지</p>	<p>인도네시아</p>	<p>맛</p>	<p>캐러멜 맛</p>
<p>포장 형태</p>	<p>플라스틱 봉지</p>	<p>인증</p>	<p>HACCP</p>
<p>홍보문구</p>	<p>인도네시아 최초의 곡물 스낵</p>	<p>원료 및 첨가물</p>	<p>밀가루, 설탕, 식물성 기름, 아라비아 검</p>

Shop ② 푸드 홀(Food Hall)




● 매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
다양한 수입 식료품을
취급함
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
고급 쇼핑몰 내에 위치해
있음
- 주요 고객층:
현지주민, 현지 거주 외국인

브랜드 기본 정보6)		푸드홀은 2005년에 설립된 고급 슈퍼마켓 체인으로 자카르타, 땅그랑 등 자카르타 인근에 약 30여 개의 매장을 운영하고 있음. 대형 쇼핑몰 및 백화점 내 고급 슈퍼마켓 형태로 입점되어 있으며, 고가 수입 식품을 취급하고 있어 주요 고객층은 중산층 이상의 현지인과 외국인임
		조사 제품 수: 3개

매장 정보		
	도시(지역)	자카르타
위치	상세주소	Jl. Letjen S. Parman No.Kav. 28, RT.3/RW.5, Tj. Duren Sel., Kec. Grogol petamburan, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11470, Indonesia



제품 판매 정보	판매 곡물 스낵 경쟁제품 정보		
			
	오트 크런치 (문치 푸드 인더스트리)	오트쿠키 (비올란타)	클래식 멀티씨드 쿠키 (비올란타)

사진자료: 현지조사원 자료, 토코피디아/쇼피/부칼라팍 웹사이트

			
제품명 (현지어)	오트 크런치 (Oat Krunch)	제조사 (현지어)	문치 푸드 인더스트리 (Munchy Food Industries)
제품 종류	기타 곡물 스낵	중량	208g
소비자가격	37,900.0루피아 (3,002원)	100g당 가격	18,221.2루피아 (1,443원)
원산지	말레이시아	맛	다크 초콜릿 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 봉지/ 플라스틱 트레이	인증	HALAL Indonesia
수입자	PT. Malindo Sukses	홍보문구	맛있게 즐기는 크래커
원료 및 첨가물	밀가루, 귀리 플레이크, 설탕, 갈색 곡물, 식물성 지방, 글루코스 시럽		


			
제품명 (현지어)	오트쿠키 (Oat Cookies)	제조사 (현지어)	비올란타 (Violanta)
제품 종류	기타 곡물 스낵	중량	200g
소비자가격	41,900.0루피아 (3,318원)	100g당 가격	20,950.0루피아 (1,659원)
원산지	그리스	맛	곡물 맛
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 봉지	인증	BPOM ML
수입자	PT. Kharisma Sukses Gemilang	홍보문구	섬유질의 원천
원료 및 첨가물	귀리, 밀가루, 통밀가루, 식용유, 팜유		

	<p>GB. Ingredients: Datt (Date), whole grain wheat flour, wheat flour, sunflower seed 13%, vegetable margarine (palm oil, sunflower oil), salt, emulsifier: mono and di-glycerides of fatty acids, salt, vegetable oil (palm oil), sugar, linseed 9%, black sesame seed 9%, buckwheat 9%, quinoa 2%, maltodextrin, linseed, sesame 1%, oat fiber, inorganic calcium acetate (source of calcium), sodium bicarbonate, ammonium bicarbonate, honey, egg whites, water, salt, emulsifier: mono/di-glycerols, natural flavors: tocopherol, rosemary extract. May contain traces of milk, eggs, soy, peanuts and other tree nuts.</p> <p>DE. Zutaten: Hafermehl, Vollkornweizenmehl, Weizenmehl, Sonnenblumenkernöl 13%, pflanzliche Margarine (Palmöl, Sonnenblumenöl), Wasser, Emulgator: Mono- und Diglyceride von Fettsäuren, Salz, Stärke (D. Palmöl), Zucker (Linseed 9%, Schwarzes Sesam 9%, Buchweizen 9%, Quinoa 2%), Maltodextrin, Linseed, Sesam 1%, Backpulver, Backtriebmittel (Natriumbicarbonat, Ammoniumbikarbonat), Honig, Roh-Eiweiß, Speisesalz, Aromen, Antioxidant: Tocopherol, Rosmarinextrakt. Kann Spuren von Milch, Eiern, Soja, Erdnüssen und anderen Nüssen enthalten.</p> <p>VIOLANTA BISKUIT TABURAN BULI-BULIAN MULTISEED Komposisi: Tepung Datt, Biji Bunga Matahari, Biji Lin, Tabung Gandum Gelas, Kemiri, Biji Hitam, Gula Pasir, Madu, Gula, Susu Bubung, Garam, Biji Kelapa, Pengembang, Perisa Alam.</p> <p>BPMN RI No.: 013621109088 Dijember Oleh: PT. Kharisma Sukses Gemilang Tangerang 19112</p> <p>Παρασκευασμένο σύμφωνα με το πρότυπο ΕΠΙΧ.Κ.Α. 4010. Ηλεκτρονική: +30 2431043390 010-243 1043390 Παράδοση: Γραμμή Πωλήσεων: 02102431043390 ΕΠΙΧΡΟΜΗΜΕΤΡΑ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ NET WT 150g (5.29oz)</p> <p>Итого в упаковке 36,6 г. от этого количества продукта 10 штук (каждый вес 3,66 г).</p> <p>PRODUCED & PACKED BY VIOLANTA S.A. 6th km. N. & E. THALASSA SARONIS, GR-421 00 THALASSA, GREECE TEL.: +30 2431 043390, FAX: +30 2431043339 www.violanta.gr / info@violanta.gr / violadag</p> <p>Net weight 150g e</p>		
<p>제품명 (현재어)</p>	<p>클래식 멀티씨드 쿠키 (Classic Multiseed Cookies)</p>	<p>제조사 (현재어)</p>	<p>비올란타 (Violanta)</p>
<p>제품 종류</p>	<p>기타 곡물 스낵</p>	<p>중량</p>	<p>150g</p>
<p>소비자가격</p>	<p>41,900.0루피아 (3,318원)</p>	<p>100g당 가격</p>	<p>27,933.3루피아 (2,212원)</p>
<p>원산지</p>	<p>그리스</p>	<p>맛</p>	<p>곡물 맛</p>
<p>포장 형태 (외부/내부)</p>	<p>종이 박스/ 플라스틱 봉지</p>	<p>인증</p>	<p>BPOM ML</p>
<p>수입자</p>	<p>PT. Kharisma Sukses Gemilang</p>	<p>홍보문구</p>	<p>다섯 가지 씨앗과 함께(해바라기씨, 흑깨, 아마씨, 퀴노아씨, 메밀씨)</p>
<p>원료 및 첨가물</p>	<p>귀리 가루, 해바라기 씨, 린 씨, 통밀가루, 마가린, 검은깨, 퀴노아 씨</p>		

Shop ③ 지에스 더 프레쉬(GS The Fresh)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
음료, 스낵, 과일, 채소, 육류, 해산물, 농산물, 생활용품 등 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
주거지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지주민

브랜드 기본 정보 ⁷⁾		지에스 더 프레쉬는 GS 리테일 산하 기업형 슈퍼마켓 체인으로 2005년 한국 1호점 오픈을 시작으로 인도네시아에 2016년 진출해, 현재 5개의 매장을 운영하고 있음. 인도네시아 법인은 최근 인도네시아 최대 그룹 구당가람 투자회사 PT NIS로부터 약 32억 원의 투자를 유치함
	조사 제품 수: 4개	

매장 정보		
	위치	<p>도시(지역) 자카르타</p> <p>상세주소 Jl. Warung Buncit Raya No.301, RW.2, Duren Tiga, Kec. Pancoran, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12760, Indonesia</p>



매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		





제품 판매 정보	판매 곡물 스낵 경쟁제품 정보	
		
	비까지 봄베이 믹스 (케이 비까지 푸드 인터네셔널)	비까지 몽달 (케이 비까지 푸드 인터네셔널)
		
	에낙 (시안따르 톱)	수끼 (시안따르 톱)

사진자료: 현지조사원 자료, 토코피디아/쇼피/부칼라팍 웹사이트

7) 자료: 지에스 더 프레쉬(GS The Fresh) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	비까지 봄베이 믹스 (Bikaji Bombay Mix)	제조사 (현지어)	케이 비까지 푸드 인터네셔널 (K. Bikaji Foods International)
제품 종류	기타 곡물 스낵	중량	200g
소비자가격	25,800.0루피아 (2,043원)	100g당 가격	12,900.0루피아 (1,022원)
원산지	인도	맛	땅콩 맛, 완두콩 맛
포장 형태	플라스틱 봉지	인증	ISO 9001, ISO 22000, FSSAI, Vegan
수입자	PT. Gautama Indah Perkasa	홍보문구	비건 식품
원료 및 첨가물	아라비아 콩, 땅콩, 소금, 고추, 생강, 후추, 말린 망고, 대두, 우유		


			
제품명 (현지어)	비까지 몽달 (Bikaji Moongdal)	제조사 (현지어)	케이 비까지 푸드 인터네셔널 (K. Bikaji Foods International)
제품 종류	곡물 퍼프 스낵	중량	200g
소비자가격	25,800.0루피아 (2,043원)	100g당 가격	12,900.0루피아 (1,022원)
원산지	인도	맛	녹두 맛
포장 형태	플라스틱 봉지	인증	ISO 9001, ISO 22000, FSSAI, BPOM ML, Vegan
수입자	PT. Gautama Indah Perkasa	홍보문구	비건 식품
원료 및 첨가물	녹두, 식용유		

			
제품명 (현지어)	에낙 (Enaak)	제조사 (현지어)	시안따르 톱 (Siantar Top)
제품 종류	기타 곡물 스낵	중량	22g
소비자가격	1,400.0루피아 (111원)	100g당 가격	6,363.6루피아 (504원)
원산지	인도네시아	맛	곡물 맛
포장 형태	플라스틱 봉지	인증	HALAL Indonesia, BPOM MD
홍보문구	어린이 톱 브랜드	원료 및 첨가물	밀, 식물성 기름, 타피오카 가루, 양파, 마늘
			
제품명 (현지어)	수끼 (Suki)	제조사 (현지어)	시안따르 톱 (Siantar Top)
제품 종류	기타 곡물 스낵	중량	125g
소비자가격	7,500.0루피아 (594원)	100g당 가격	6,000.0루피아 (475원)
원산지	인도네시아	맛	닭고기 맛, 간장 맛
포장 형태	플라스틱 봉지	인증	HALAL Indonesia, BPOM MD
홍보문구	간장 맛, 일본식 스틱	원료 및 첨가물	밀, 식물성 기름, 타피오카 가루, 적양파, 마늘, 닭고기 맛 합성향료

Shop ④ 그랜드 럭키(Grand Lucky)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
음료, 스낵, 과일, 채소, 육류, 해산물, 농산물, 생활용품 등 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
근처에 레스토랑과 경기장이 위치해 있음
- 주요 고객층:
현지주민

브랜드 기본 정보 ⁸⁾		그랜드 럭키는 1992년에 설립된 인도네시아의 하이퍼마켓 브랜드로, 자카르타와 발리 지역에서 5개의 매장을 운영하고 있음. 저렴한 가격으로 대량구매가 가능한 창고형 매장임. 자체 수입, 유통망을 통해 제품을 유통하며, 가공식품, 신선식품 등 식료품뿐만 아니라 생활소비재를 다양하게 취급함
		조사 제품 수: 1개

매장 정보		
	도시(지역) 위치 상세주소	자카르타 Kawasan Niaga Terpadu Sudirman (SCBD, Jl. Jend. sudirman kav 52-53 No.Lot 12, RT.5/RW.3, Senayan, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12190, Indonesia

매장 내부 전경	매장 내부 전경
	

제품 판매 정보	판매 곡물 스낵 경쟁제품 정보
	
심플리 세븐 렌틸 칩 (심플리 세븐 스낵)	

사진자료: 현지조사원 자료, 토코피디아/쇼피/부칼라팍 웹사이트

8) 자료: 그랜드 럭키(Grand Lucky) 홈페이지

			
<p>제품명 (현지어)</p>	<p>심플리 세븐 렌틸 칩 (Simply 7 Lentil Chips)</p>	<p>제조사 (현지어)</p>	<p>심플리 세븐 스낵스 (Simply 7 Snacks)</p>
<p>제품 종류</p>	<p>기타 곡물 스낵</p>	<p>중량</p>	<p>113g</p>
<p>소비자가격</p>	<p>47,500.0루피아 (3,762원)</p>	<p>100g당 가격</p>	<p>42,035.4루피아 (3,329원)</p>
<p>원산지</p>	<p>미국</p>	<p>맛</p>	<p>크림 맛</p>
<p>포장 형태 (외부/내부)</p>	<p>플라스틱 봉지</p>	<p>인증</p>	<p>BPOM ML, Non-GMO</p>
<p>수입자</p>	<p>PT. Rubiyat Indonesia</p>	<p>홍보문구</p>	<p>기분을 좋게 만드는 7가지 방법, 밀, 달걀, 땅콩, 견과류, 콩, 참깨, 생선, 어패류 미사용, 글루텐프리, 베지테리언, 깨끗한 원료</p>
<p>원료 및 첨가물</p>	<p>렌틸콩가루, 감자전분, 해바라기씨유, 포도당, 바다소금, 식초가루, 마늘가루</p>		

III. 경쟁기업

1. 인도네시아 곡물 스낵 경쟁기업 선정
2. 인도네시아 곡물 스낵 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 인도네시아 곡물 스낵 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 인도네시아 곡물 스낵 경쟁기업 선정

- ▶ 대표 경쟁기업으로 곡물 스낵 판매 인도네시아기업 2개사, 인도기업 1개사, 그리스기업 1개사 총 4개사 선정

인도네시아 오프라인 매장에 진출한 기업 중, 곡물 스낵을 취급하는 4개 기업을 경쟁기업으로 선정함. 각 제조사는 제품 구성품 일부를 위탁 생산하는 경우도 있으나, 완제품 유통 및 판매를 전담하는 기업을 경쟁기업이라 정의함

- ▶ 경쟁기업 4개사, 평균 41년 업력 보유

선정된 경쟁기업 4개사는 평균 약 41년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 시안따르 톱은 1972년 설립되어 약 49년째 사업을 이어오고 있으며, 케이 비까지 푸드 인터네셔널은 34년, 비올란타는 46년, 두아 끌린찌는 36년의 업력을 보유하고 있는 것으로 조사됨

- ▶ 경쟁기업 4개사, 곡물 스낵 동일품목 종류 조사

인도네시아에 진출한 경쟁기업 4개사가 판매하고 있는 곡물 스낵의 동일 품목 수를 조사한 결과 케이 비까지 푸드 인터네셔널이 120개로 가장 많은 제품 수를 보유하고 있으며, 그다음으로는 비올란타 91개, 두아 끌린찌가 69개, 시안따르 톱이 23개의 제품을 판매 중인 것으로 조사됨

[표 3.1] 곡물 스낵 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
시안따르 톱	인도네시아	49년	23개
케이 비까지 푸드 인터네셔널	인도	34년	120개
비올란타	그리스	46년	91개
두아 끌린찌	인도네시아	36년	69개

자료: 인도네시아 진출 곡물 스낵 경쟁기업 4개사 분석

2. 인도네시아 곡물 스낵 경쟁기업 현지화 분석 기준

▶ 경쟁기업의 기본 정보

[표 3.2] 경쟁기업 기본 정보

기준	설명	
① 기업명	기업의 이름	
② 위치	기업 본사 위치	
③ 규모	매출액	기업 20년도 매출액
	직원 수	기업 20년도 직원 수
	설립연도	기업의 설립연도
	동일품목	곡물 스낵

▶ 경쟁기업의 자사 제품 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 제품 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 기존 제품 출시	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시	○ (하)
② 기존 제품 현지화	기존 유통되는 제품의 맛, 성분 등을 변경하여 출시	◐ (중)
③ 신제품 개발	현지인이 선호하는 맛, 첨가물, 용량 등을 조사하여 현지에서 선호될 만한 신제품을 개발	● (상)

▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 원본 포장 디자인 혹은 형태를 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	◐ (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 새로운 형태의 디자인을 사용함	● (상)

▶ **경쟁기업의 제품 제조 방식에 따른 분류**

[표 3.5] 경쟁기업 제품 제조 방식 기준

기준		설명	적극성
① OEM	간접 제조	제조 전문 OEM 업체와 제휴를 맺어 제조 위탁	○ (하)
② 국내제조	직접 제조	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출	◐ (중)
③ 현지제조		현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조	● (상)

▶ **경쟁기업의 유통채널에 따른 분석 기준**

[표 3.6] 경쟁기업 유통채널

기준	채널 종류
오프라인	알파마트, 푸드 홀, 지에스 더 프레쉬, 그랜드 럭키
온라인	토코피디아, 쇼피, 부칼라팍

▶ **경쟁기업의 홍보 채널에 따른 분석 기준**

[표 3.7] 경쟁기업 홍보 채널

기준	채널 종류
자사 홈페이지	국내 홈페이지
	글로벌 홈페이지
	현지 홈페이지
SNS 플랫폼	페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터

3. 인도네시아 곡물 스낵 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 4개사 모두 인도네시아 오프라인 매장과 온라인 채널 진출

인도네시아에 진출한 경쟁기업 4개사 모두 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 알파마트에서는 시안따르 톱과 두아 끌린찌가 확인되었으며, 지에스 더 프레쉬에서는 시안따르 톱과 케이 비까지 푸드 인터네셔널이, 푸드 홀에서는 비올란타가 확인되었음. 온라인의 경우, 시안따르 톱, 케이 비까지 푸드 인터네셔널, 두아 끌린찌가 현지 주요 온라인 판매채널인 토크피디아(Tokopedia), 쇼피(Shopee), 부칼라팍(Bukalapak)에 진출하였으며, 비올란타는 토크피디아에 진출한 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 SNS 플랫폼에서의 제품 홍보 활동 활발함

인도네시아 시장에 진출한 경쟁기업 4개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 인도네시아기업 2개사는 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 활용하여 현지 소비자를 대상으로 활발하게 자사 제품을 홍보하고 있는 것을 확인함. 인도기업 케이 비까지 푸드 인터네셔널과 그리스기업 비올란타는 글로벌 홈페이지를 통해 자사 제품을 홍보하고 있으며, SNS 플랫폼은 자국어 계정으로만 운영하는 것을 확인함

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 맛, 재료, 기능 등을 강조하여 홍보

인도네시아 시장에 진출한 경쟁기업은 제품 홍보 시 제품의 맛을 강조하는 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 맛을 나타내는 문구로는 ‘간장 맛’, ‘치킨 바비큐 맛’, ‘버터 같은 뒷맛’, ‘풍부한 맛과 향’, ‘다양한 맛’, ‘언제 먹어도 좋은 맛’, ‘맛있어요’, ‘짹짹한 맛’ 등을 사용함. 재료를 강조하는 문구로는 ‘자연스러운 섬유질 공급원 귀리와 보리’, ‘비타민 E를 가진 엄선된 해바라기 씨’ 등을 활용하는 것으로 확인됨. 또한 제품의 기능을 강조하는 문구로 ‘완벽한 간식’, ‘건강에 좋은’, ‘간식과 반찬으로 적합한’ 등의 문구를 사용함

[표 3.8] 인도네시아 곡물 스낵 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
시안따르 톱	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 알파마트 - 지에스 더 프레쉬 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 토코피디아 - 쇼피 - 부칼라팍 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌/인도네시아) SNS 플랫폼 (인도네시아) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 - 트위터 	<ul style="list-style-type: none"> - 어린이 톱 브랜드 - 간장 맛, 일본식 스틱 - 치킨 바비큐 맛 - 바로 먹을 수 있는 - 맛있어요 	
케이 비까지 푸드 인터네셔널	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 지에스 더 프레쉬 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 토코피디아 - 쇼피 - 부칼라팍 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) SNS 플랫폼 (글로벌) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터 	<ul style="list-style-type: none"> - 훌륭한 맛과 전통 유지 - 완벽하게 구운 쿠키 - 바삭바삭하고 유혹적 - 성인과 어린이 모두에게 사랑받는 - 250년 된 왕실 진미 - 버터 같은 뒷맛 	
비올란타	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 푸드 홀 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 토코피디아 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) SNS 플랫폼 (그리스) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 	<ul style="list-style-type: none"> - 자연스러운 섬유질 공급원인 귀리와 보리 - 완벽한 간식 - 건강에 좋은 - 풍부한 맛과 향 - 다양한 맛 	
두아 끌린찌	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 알파마트 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 토코피디아 - 쇼피 - 부칼라팍 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌/인도네시아) SNS 플랫폼 (인도네시아) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터 	<ul style="list-style-type: none"> - 고소하고 아삭한 - 간식과 반찬으로 적합한 - 바비큐 맛의 바삭바삭한 - 언제 먹어도 좋은 맛 - 맛있고 짹짹할 맛 - 비타민 E를 가진 엄선된 해바라기 씨 	

자료: 인도네시아 진출 곡물 스낵 경쟁기업 4개사 분석

① 시안따르 톱(Siantar Top)

기업 기본 정보	기업명	시안따르 톱		
	기업 설명	시안따르 톱은 1972년에 설립된 인도네시아 스낵 식품 업체로, 1996년 인도네시아 증권 거래소에 상장됨. 주요 판매 브랜드 Enaak, Spix, Suki, Twistko, TicTic, Mister, Go!의 스낵 및 캔디 제품을 중국을 비롯한 여러 아시아 지역으로 수출하고 있음		
	위치	Jl.Tambaksawah 21-23 Waru- Sidoarjo 61256, Indonesia		
	규모	직원 수	2,500여 명	
		동일품목 수 ⁹⁾	23개	
설립연도		1972년		
매출		3조 5125억 9백만 루피아		

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 알파마트 지एस 더 프레쉬		제품명	에낙 (Enaak)
			중량	22g
			가격	1,400.0루피아 ¹⁰⁾ (111원)
			제품 종류	기타 곡물 스낵
	〈온라인 매장〉 토코피디아 쇼피 부칼라팍		제품명	에낙 (Enaak)
			중량	22g
			가격	1,100.0루피아 (87원)
			제품 종류	기타 곡물 스낵

현지 진출 방법	제품 현지화	● (상)	인도네시아 제품으로 인도네시아 소비자의 수요를 충족시킬 수 있는 신제품 개발
	포장 현지화	● (상)	인도네시아 시장에 맞는 포장 디자인 개발
	제조 방식 현지화	● (상)	인도네시아에 제조시설을 구비하여 직접 제조

사진자료: 현지조사원 자료, 토코피디아/쇼피/부칼라팍 웹사이트

9) 스낵을 동일품목으로 분류함

10) 100루피아=7.92원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지 (글로벌/인도네시아), 페이스북/인스타그램/트위터 (인도네시아)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>3-4일에 1건</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>회사 소개, 제품 소개, 제품 홍보, 프로모션 정보, 기업 홍보</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> • 기본적인 회사 소개 (연혁, 비전, 미션, 이사회) • 투자 정보 (재무제표, 연간 보고서)
		<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 소개, 제품 소개 • 제품 홍보, 프로모션 정보
		<ul style="list-style-type: none"> • 기업 최신 뉴스 • 기업 활동(CSR)

사진자료: 시안따르 톱(Siantar Top) 홈페이지 (siantartop.co.id), 페이스북/인스타그램/트위터

② 케이 비까지 푸드 인터네셔널(K. Bikaji Foods International)

기업 기본 정보	기업명	케이 비까지 푸드 인터네셔널		
	기업 설명	케이 비까지 푸드 인터네셔널은 1987년에 설립된 인도 스낵 제조업체로 약 250개 이상의 스낵 종류를 생산 및 판매하고 있음. 인도에 4개의 생산 공장과 30개의 오프라인 매장을 운영하고 있으며, 550개의 유통업체와 45개의 해외 대리점을 통해 제품을 판매하고 있음		
	위치	F 196 -199, F 178 & E 188 Bichhwal Ind. Area, Bikaner, Rajasthan 334006, India		
	규모	직원 수	2,342명	
		동일품목 수 ¹¹⁾	120개	
설립연도		1987년		
매출		1조 831억 2,960만 루피		

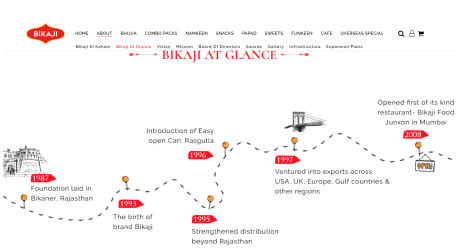
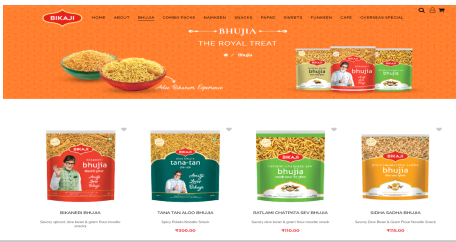

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 지에스 더 프레쉬		제품명	비까지 봄베이 믹스 (Bikaji Bombay Mix)
			중량	200g
			가격	25,800.0루피아 (2,043원)
			제품 종류	기타 곡물 스낵
	〈온라인 매장〉 토코피디아 쇼피 부칼라팍		제품명	비까지 봄베이 믹스 (Bikaji Bombay Mix)
			중량	200g
			가격	24,480.0루피아 (1,939원)
			제품 종류	기타 곡물 스낵

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	원산지에서 출시된 제품을 그대로 현지 수출함
	포장 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 원본 포장 디자인 혹은 형태를 사용
	제조 방식 현지화	● (중)	원산지 현지 생산 후 수출, 유통

사진자료: 현지조사원 자료, 토코피디아/쇼피/부칼라팍 웹사이트

11) 스낵을 동일품목으로 분류함

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지 (글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터 (글로벌)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>2-3일에 1건</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>회사 소개, 제품 소개, 제품 홍보, 보도 자료</p>

<p>게시물 유형</p>			<ul style="list-style-type: none"> • 기본적인 회사 소개 (연혁, 비전, 이사회, 수상 내역) • 투자 정보 (연간 보고서)
			<ul style="list-style-type: none"> • 제품 소개 (BHUJIA, NAMKEEN, SNACKS, PAPAD, SWEETS, FUNKEEN, CAFE)
			<ul style="list-style-type: none"> • 보도 자료 • 제품 홍보 (TV 광고)

사진자료: 케이 비까지 푸드 인터네셔널(K. Bikaji Foods International) 홈페이지 (www.bikaji.com)

③ 비올란타(Violanta)

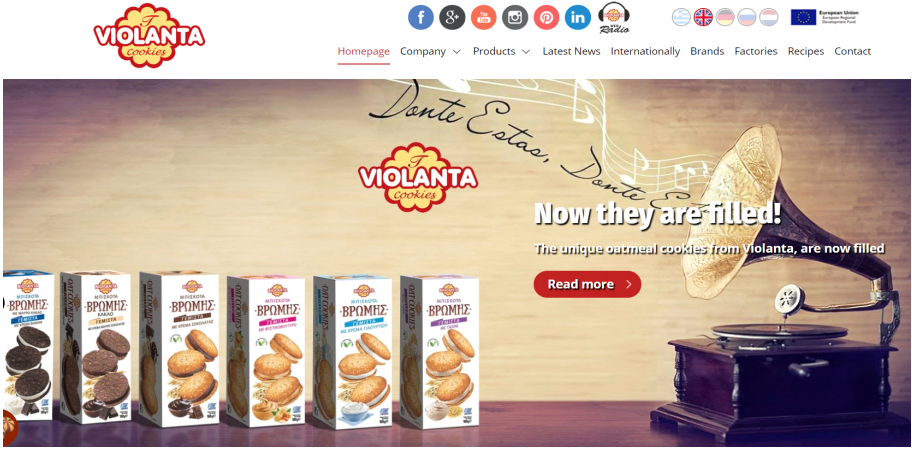
기업 기본 정보	기업명	비올란타		
	기업 설명	비올란타 그룹은 1975년에 설립된 그리스 프리미엄 스낵 생산업체로 Violanta와 Vitafree 회사로 이루어져 있음. 연간 최대 12,500톤을 생산하는 Violanta 공장과 총 2,500톤을 생산하는 Vitafree 공장을 보유하고 있으며, 아테네와 테살로니키의 물류센터와 스테레아 엘라다의 유통센터를 통해 전 세계 26개국에 제품을 수출하고 있음		
	위치	6th km Trikala - Karditsa National Road, 42100, Trikala, Greece		
	규모	직원 수	51-200명	
		동일품목 수 ¹²⁾	91개	
설립연도		1975년		
매출		249억 7,100만 유로		

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 푸드 홀		제품명	오토쿠키 (Oat Cookies)
			중량	200g
			가격	41,900.0루피아 (3,318원)
			제품 종류	기타 곡물 스낵
	〈온라인 매장〉 토코피디아		제품명	오토쿠키 (Oat Cookies)
			중량	200g
			가격	53,000.0루피아 (4,198원)
			제품 종류	기타 곡물 스낵

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	원산지에서 출시된 제품을 그대로 현지 수출함
	포장 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 원본 포장 디자인 혹은 형태를 사용
	제조 방식 현지화	● (중)	원산지 현지 생산 후 수출, 유통

사진자료: 현지조사원 자료, 토코피디아 웹사이트

12) 스낵을 동일품목으로 분류함

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지 (글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브 (그리스)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>3-4일에 1건</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>회사 소개, 제품 정보, 레시피 제공, 제품 홍보, 기업 뉴스</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> • 기본적인 회사 소개 (생산시설, 비전, 품질, 수상내역, 유통망) • 투자 정보 (재무제표)
		<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 정보 (Violanta, Vitafree) • 제품 정보 (쿠키, 크롤러&파이, 시리얼) • 레시피 제공
		<ul style="list-style-type: none"> • 제품 홍보 • 기업 뉴스, 홍보

사진자료: 비올란타(Violanta) 홈페이지 (violanta.gr/en)

④ 두아 끌린찌(Dua Kelinci)

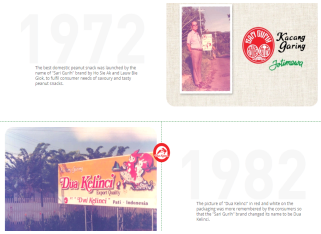
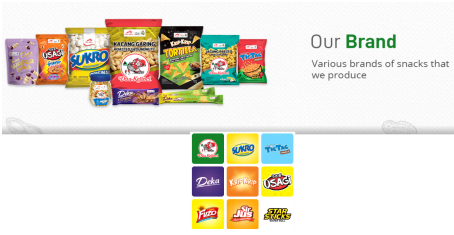
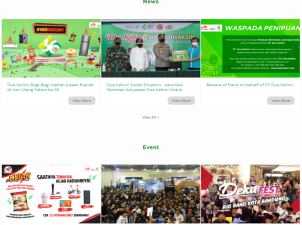
기업 기본 정보	기업명	두아 끌린찌		
	기업 설명	두아 끌린찌는 1972년 ‘Sari Gurih’라는 브랜드로 땅콩과자를 출시한 후 빠르게 성장함. 1982년 소비자들에게 더 잘 알려진 ‘Dua Kelinci’로 사명을 변경하였으며, 1985년에 정식 회사를 설립함. 주요 판매 브랜드로는 ‘Dua Kelinci’, ‘SUKRO’, ‘TicTac’, ‘Deka’, ‘USAGI’ 등이 있음		
	위치	Altira Business Park Office Blok A No. 11,12 dan 15 Kel. Kec. 14350, Jl. Yos Sudarso Kav 85, RT.9/RW.11, Sunter Jaya, Tj. Priok, Kota Jkt Utara. Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14360(021), Indonesia		
	규모	직원 수	5,000명 - 10,000명	
		동일품목 수 ¹³⁾	69개	
설립연도		1985년		
매출		500만~1,000만 달러		

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 알파마트		제품명	우사기 퍼프 (Usagi Puff)
			중량	20g
			가격	6,300.0루피아 (499원)
			제품 종류	곡물 퍼프 스낵
	〈온라인 매장〉 토코피디아 쇼피 부칼라팍		제품명	우사기 퍼프 (Usagi Puff)
			중량	20g
			가격	6,000.0루피아 (475원)
			제품 종류	곡물 퍼프 스낵

현지 진출 방법	제품 현지화	● (상)	인도네시아 제품으로 인도네시아 소비자의 수요를 충족시킬 수 있는 신제품 개발
	포장 현지화	● (상)	인도네시아 시장에 맞는 포장 디자인 개발
	제조 방식 현지화	● (상)	인도네시아에 제조시설을 구비하여 직접 제조

사진자료: 현지조사원 자료, 토코피디아/쇼피/부칼라팍 웹사이트

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지 (글로벌/인도네시아), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터(인도네시아)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>2-3일에 1건</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>회사 소개, 제품 정보, 기업 뉴스, 이벤트 정보, 건강 정보</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> • 기본적인 회사 소개 (연혁, 철학, 글로벌 네트워크, 품질) • 채용 정보
		<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 및 제품 정보 (Dua-Kelinci, SUKRO, TicTac, Deka, KRIP KRIP, USAGi, FUZO, SirJus, STAR STICKS)
		<ul style="list-style-type: none"> • 기업 뉴스 • 이벤트 정보 • 건강 정보 제공

사진자료: 두아 끌린찌(Dua Kelinci) 홈페이지 (duakelinci.com)

13) 스낵을 동일품목으로 분류함

IV. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 롯데마트 인도네시아(Lotte Mart Indonesia)

Interview ② 트랜스마트(Transmart)

Interview ③ 히어로 슈퍼마켓(Hero Supermarket)

Interview ① 롯데마트 인도네시아 (Lotte Mart Indonesia)

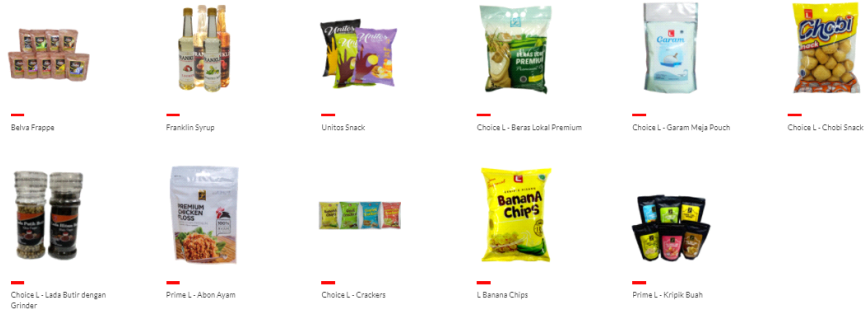
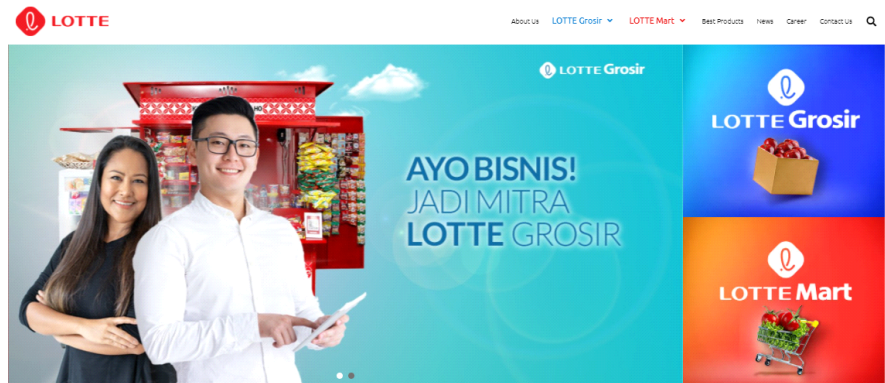
롯데마트 인도네시아
(Lotte Mart Indonesia)

유통업체

담당자 정보

Sales staff

14)



롯데마트 인도네시아(Lotte Mart Indonesia) Sales staff

롯데마트는 다양한 식료품, 의류, 장난감, 전자 제품 및 기타 상품을 판매하는 한국의 대형 슈퍼마켓임. 롯데마트는 여러 국가로 진출하였으며 2008년 10월 마크로 인도네시아를 인수하면서 한국 소매 체인 최초로 인도네시아 시장에 진출하였음. 2019년 기준 인도네시아에 50개의 매장을 운영하고 있음

14) 사진자료: 롯데마트 인도네시아(Lotte Mart Indonesia) 판매 페이지



소비자가격 2,700원

중량 186g

포장 형태 플라스틱 봉지

Q1. 대부분의 인도네시아인은 맵거나 짠 스낵을 즐기는 편인데, 달콤한 스낵의 수요는 어떤가요?

인도네시아에는 전 연령대를 위한 달콤한 전통 스낵이 있습니다. 이 전통 스낵은 달콤한 음식을 즐겨 먹는 자바섬 주민들(인구의 50% 이상을 차지함)에겐 흔한 음식입니다. 특히 르바란(한국의 추석과 같은 인도네시아의 대표 명절) 기간 동안 달콤한 스낵의 수요가 증가합니다.

Q2. 인도네시아에서 달콤한 곡물 스낵의 수요는 어떤가요?

‘지팡(Jipang)’과 같은 달콤한 곡물 스낵은 여전히 40-60대 연령층에게 인기가 있습니다.

Q3. 달콤한 곡물 스낵 중 베스트셀러 제품이 무엇인가요?

바 형태로 된 달콤한 곡물 스낵 ‘핏바(Fitbar)’가 있습니다. 호주산 제품으로, 중량은 25-40g이며 3,000-8,000루피아(약 238-634원) 정도의 가격대를 형성하고 있습니다.

Q4. 고객사 제품의 가격 및 중량은 적당한 편인가요?

아니오, 가격 경쟁력이 없으며 중량이 너무 큼니다. 인도네시아에서 스낵 제품의 가격대는 3,500-10,000루피아(약 277-792원) 정도입니다. 자카르타 지역의 기본 소득은 약 4,800,000루피아(약 380,160원)이며 대부분의 사람들이 한 달에 이 정도 규모의 소득으로 생활합니다. 따라서 스낵에 소비하는 비용이 많지 않습니다. 또한, 고객사 제품은 신제품이므로 시장 반응을 보기 위해 30-60g과 같은 작은 중량으로 제품을 출시하는 것이 좋습니다.



소비자가격 2,700원

중량 186g

포장 형태 플라스틱 봉지

Q5. 한국산, 일본산 및 중국산 수입 스낵 중에서 가장 인기 있는 제품은 무엇인가요?

한국산 및 일본산 수입 스낵이 가장 인기가 많습니다. 특히 한국 드라마에 노출된 스낵은 더 인기를 끌 수 있습니다. 일본기업 가루비의 허니버터칩 제품도 이런 경우라고 볼 수 있습니다.

Q6. 고객사 제품을 홍보하기에 가장 적합한 홍보문구 키워드는 무엇인가요?

‘모든 연령대를 위한 건강한 스낵’, ‘비싸지 않은 다이어트 스낵’ 등을 권장합니다.

Q7. 고객사 제품을 홍보하기에 가장 적합한 홍보채널이 무엇인가요?

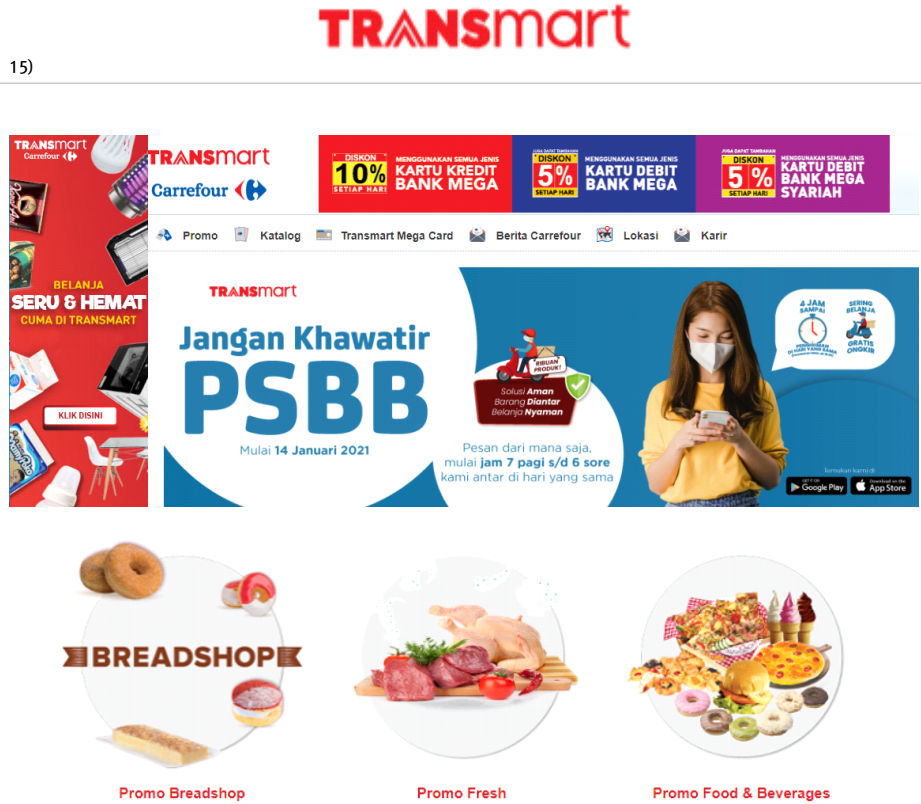
유튜브 및 TV 광고를 권장합니다.

Interview ② 트랜스마트 (Transmart)

- 트랜스마트 (Transmart)
- 유통업체
- 담당자 정보

Sales manager

15)



트랜스마트(Transmart) Sales manager

트랜스마트는 1998년도에 설립된 인도네시아 자카르타의 식품 유통업체임. 주로 한국, 일본, 중국, 미국, 프랑스에서 제품을 수입해 유통하고 있으며, 인도네시아 현지산 제품도 활발히 유통하고 있음. 시티 콕(CT Corp) 산하에 있는 여러 인도네시아 소매 브랜드 중 하나이며, 트랜스마트 외 시티 콕 산하에 있는 대표 소매 브랜드로는 까르푸(Carrefour)가 있음

15) 사진자료: 트랜스마트(Transmart) 판매 페이지



소비자가격 2,700원

중량 186g

포장 형태 플라스틱 봉지

Q1. 대부분의 인도네시아인은 맵거나 짠 스낵을 즐기는 편인데, 달콤한 스낵의 수요는 어떤가요?

달콤한 스낵은 6-13세 정도의 어린이들에게 인기가 있으며, 그 수요가 조금씩 증가하고 있습니다.

Q2. 인도네시아에서 달콤한 곡물 스낵의 수요는 어떤가요?

밀로 만든 곡물 스낵의 전망은 좋은 편이라고 할 수 있습니다. 밀 스낵은 다이어트 및 저당 식품으로 유명하기 때문입니다. 최근 소비자들은 식품에 대한 우려가 많고 더욱 건강한 라이프 스타일에 적합한 스낵 제품을 선호합니다. 또한, 아이들을 위해서 건강에 좋은 간식을 구매하고 싶어하는 부모들에게도 적합한 제품입니다.

Q3. 달콤한 곡물 스낵 중 베스트셀러 제품이 무엇인가요?

로마 사리 간둠(Roma Sari Gandum)이 가장 인기가 많습니다. 인도네시아산 밀 비스킷 제품으로, 240g이며 가격은 8,000루피아(약 634원)입니다.

Q4. 고객사 제품의 가격 및 중량은 적당한 편인가요?

아니오, 가격이 꽤 비싼 편이며 중량도 너무 큼니다. 5,000-9,000루피아(약 396-713원) 정도로 가격대를 낮추고 제품의 중량을 1/3 수준으로 줄이는 것을 권장합니다. 아이들을 위한 스낵 제품의 경우, 60-80g이 적당하며 아이들의 평균 하루 용돈이 5,000-10,000루피아(약 396-792원)임을 고려하여 가격을 산정하는 것이 좋습니다.



소비자가격 2,700원

중량 186g

포장 형태 플라스틱 봉지

Q5. 한국산, 일본산 및 중국산 수입 스낵 중에서 가장 인기 있는 제품은 무엇인가요?

일본산 수입 스낵이 가장 인기가 많습니다. 이는 아이들이 TV에서 보는 애니메이션 캐릭터 이미지를 패키지에 삽입하는 몇몇 제품이 있기 때문입니다. 인기 있는 일본산 스낵 제품으로는 글리코의 포키 스틱이 있습니다.

Q6. 고객사 제품을 홍보하기에 가장 적합한 홍보문구 키워드는 무엇인가요?

‘건강하고 달콤한, 밀로 만들어 건강한, 한 입 베어 물면 기분 좋은 단 맛’ 등이 있습니다.

Q7. 고객사 제품을 홍보하기에 가장 적합한 홍보채널이 무엇인가요?

아이를 키우고 있는 유명 유튜브 인플루언서 광고를 권장합니다.

Interview ③ 히어로 슈퍼마켓 (Hero Supermarket)

히어로 슈퍼마켓
(Hero Supermarket)

유통업체

담당자 정보

Junior procurement

16)



히어로 슈퍼마켓(Hero Supermarket) Junior procurement

히어로 슈퍼마켓은 인도네시아 땅그랑에 본사를 두고 있는 대형 유통업체로 주로 한국, 일본, 미국, 말레이시아, 태국에서 제품을 수입함. 히어로사는 현재 인도네시아에서 6개의 자사 브랜드 하에 700개 이상의 지점을 운영하고 있음. 또한 슈퍼마켓 이외에도 하이퍼마켓, 헬스 & 뷰티 스토어, 편의점 등을 다양하게 보유하고 있음

16) 사진자료: 히어로 슈퍼마켓(Hero Supermarket) 홈페이지



소비자가격 2,700원

중량 186g

포장 형태 플라스틱 봉지

Q1. 대부분의 인도네시아인은 맵거나 짠 스낵을 즐기는 편인데, 달콤한 스낵의 수요는 어떤가요?

매운 맛 스낵 제품에 비하면 달콤한 스낵의 수요가 많지는 않습니다. 하지만 매운 맛 스낵은 젊은 세대(15-35세)에게 인기가 있으며, 아이들은 매운 맛보다는 달콤한 맛을 선호합니다.

Q2. 인도네시아에서 달콤한 곡물 스낵의 수요는 어떤가요?

시리얼용 달콤한 곡물 스낵은 수요가 많습니다. 준비가 더욱 간단하고 영양가가 높아 일부 가정에서는 아침 식사로 밥 대신에 시리얼을 주로 섭취하고 있습니다.

Q3. 달콤한 곡물 스낵 중 베스트셀러 제품이 무엇인가요?

스위스 브랜드의 코코 크런치 제품입니다. 해당 제품은 곡물/밀로 만들어지고 초코 맛이 첨가되어 아이들에게 인기가 많습니다. 가격은 330g에 30,000-40,000루피아(약 2,376-3,168원)이며 인도네시아 원산지 스낵입니다.

Q4. 한국산, 일본산 및 중국산 수입 스낵 중에서 가장 인기 있는 제품은 무엇인가요?

일본산 수입 스낵이 가장 인기가 많습니다. 이는 저희 가게가 일본 회사 근처에 위치하여 고객 대부분이 일본인 국외 거주자이기 때문입니다. 스낵 수요는 매장의 위치에 따라 달라진다고 생각합니다.



소비자가격 2,700원

중량 186g

포장 형태 플라스틱 봉지

Q5. 고객사 제품을 홍보하기에 가장 적합한 홍보문구 키워드는 무엇인가요?

홍보문구 키워드는 길거나 복잡하지 않은 것이 좋습니다. 모두가 이해할 수 있는 간단한 단어들을 사용하는 것을 권장합니다.



Q6. 고객사 제품을 홍보하기에 가장 적합한 홍보채널이 무엇인가요?

일반인 유튜브 인플루언서를 통한 광고를 권장합니다.

인도네시아 곡물 스낵 수입·유통업체 인터뷰 결과

인터뷰 대상 기업체 선정 기준

- ① 현지 식품 수입·유통업체
- ② 곡물 스낵 또는 유사 곡물 스낵 제품 취급 경험 있음

업체명	롯데마트 인도네시아 (Lotte Mart Indonesia)	트랜스마트 (Transmart)	히어로 슈퍼마켓 (Hero Supermarket)
업태	유통업체	유통업체	유통업체
취급 품목	 스낵	 스낵	 스낵

인도네시아 곡물 스낵 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	롯데마트 인도네시아 (Lotte Mart Indonesia)	트랜스마트 (Transmart)	히어로 슈퍼마켓 (Hero Supermarket)
	유통업체	유통업체	유통업체
인도네시아에서 달콤한 스낵의 수요	전 연령대에게 수요가 있으며, 특히 자바섬 사람들에게 인기 있음 르바란 기간 동안 수요 증가	6-13세 정도의 어린이들에게 인기 있으며, 수요가 증가하고 있음	아이들이 선호함, 매운 맛 스낵보다 수요가 적음
인도네시아에서 달콤한 곡물 스낵의 수요	40-60대 소비자에게 인기 있음	다이어트/저당 간식 및 아이들을 위한 건강 간식으로 적합하여 수요가 있음	시리얼용 달콤한 곡물 스낵은 수요가 많음
달콤한 곡물 스낵 중 베스트셀러 제품	바(bar) 형태의 호주산 제품인 핏바(Fitbar)가 있음	인도네시아산 밀 비스킷 제품인 로마 사리 간동 (Roma Sari Gandum)이 있음	초코 맛이 첨가된 스위스산 제품인 코코 크런치가 있음
고객사 제품의 가격 및 중량에 대한 의견	가격이 비싸며 중량이 너무 큼	가격이 비싸며 중량이 너무 큼, 아이들의 용돈을 고려하여 가격을 낮추고 중량을 1/3로 줄이는 것을 권장함	(-)
한국산, 일본산, 중국산 스낵 중 인기 있는 제품	일본산 제품이긴 하나, 가루비의 허니버터칩과 같이 한국 드라마에 노출된 스낵이 인기 있음	애니메이션 캐릭터 패키지를 사용한 일본산 제품이 인기가 많음	일본산 제품, 그러나 원산지에 따른 수요는 매장의 위치와 연관이 있음
권장하는 홍보문구 키워드	'모든 연령대를 위한 건강한 스낵, 비싸지 않은 다이어트 스낵' 등이 있음	'건강하고 달콤한, 밀로 만들어 건강한, 한 입 베어 물면 기분 좋은 단 맛'	길거나 복잡하지 않은 문구를 권장함
권장하는 홍보채널	유튜브 및 TV 광고를 권장함	아이를 키우고 있는 유명 유튜브 인플루언서 광고를 권장함	일반인 유튜브 인플루언서 광고를 권장함

(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

V. 경쟁력파악

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

1. 제품 경쟁력 검증

1) 제품 가격

● 경쟁제품(제조사)

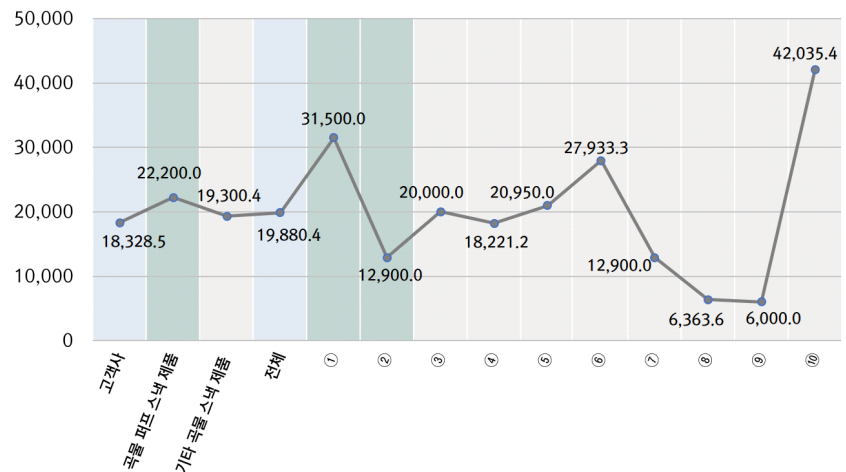
- ① 우사기 퍼프 (두아 플린찌)
- ② 비까지 몽달 (케이 비까지 푸드 인터네셔널)
- ③ 리디젤리 (젤리스 크리에티프 인도네시아)
- ④ 오트 크런치 (문치 푸드 인더스트리)
- ⑤ 오트쿠키 (비올란타)
- ⑥ 클래식 멀티씨드 쿠키 (비올란타)
- ⑦ 비까지 봄베이 믹스 (케이 비까지 푸드 인터네셔널)
- ⑧ 에낙 (시안따르 톱)
- ⑨ 수끼 (시안따르 톱)
- ⑩ 심플리 세븐 렌틸 칩 (심플리 세븐 스넥스)

▶ 고객사 제품 100g당 가격, 경쟁제품 평균 대비 저렴한 편

고객사 제품의 100g당 가격은 18,328.5루피아(약 1,452원)¹⁷⁾로 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격 19,880.4루피아(약 1,575원) 대비 약 92% 수준인 것으로 나타남. 제품 종류별 평균 100g당 가격은 곡물 퍼프 스낵 제품이 22,200.0루피아(약 1,758원)로 고객사 제품 대비 3,871.5루피아(약 307원) 비쌌으며 기타 곡물 스낵 제품이 19,300.4루피아(약 1,529원)로 고객사 제품 대비 약 971.9루피아 (약 77원) 비싼 것으로 조사됨

[표 5.1] 인도네시아 곡물 스낵 가격 경쟁력 분석

(단위: 루피아)



17) 100루피아=7.92원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2) 제품 중량

● 경쟁제품(제조사)

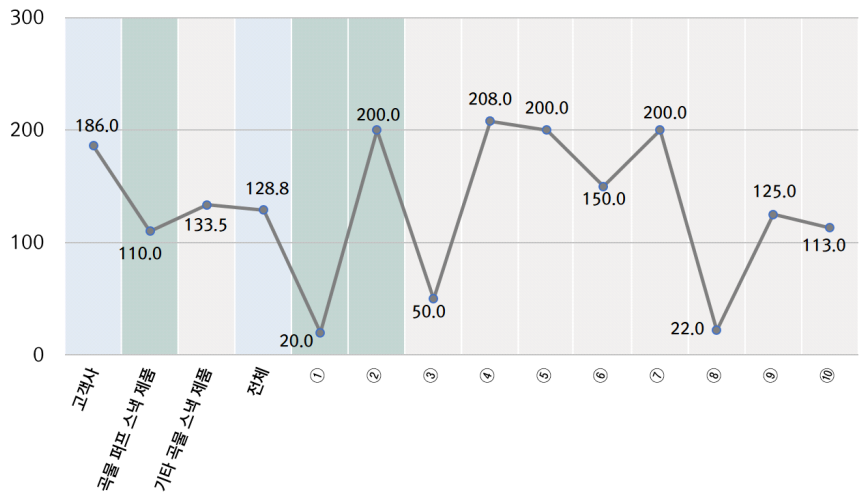
- ① 우사기 퍼프 (두아 플린찌)
- ② 비까지 몽달 (케이 비까지 푸드 인터네셔널)
- ③ 리디젤리 (젤리스 크리에티프 인도네시아)
- ④ 오트 크런치 (문치 푸드 인더스트리)
- ⑤ 오트쿠키 (비올란타)
- ⑥ 클래식 멀티씨드 쿠키 (비올란타)
- ⑦ 비까지 봄베이 믹스 (케이 비까지 푸드 인터네셔널)
- ⑧ 에낙 (시안따르 톱)
- ⑨ 수끼 (시안따르 톱)
- ⑩ 심플리 세븐 렌틸 칩 (심플리 세븐 스낵스)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 큰 편

고객사 제품의 중량은 186.0g으로 경쟁제품 10개의 평균 중량 약 128.8g에 비해 약 1.4배 큰 편임. 제품 종류별 평균 중량은 곡물 퍼프 스낵 제품이 110.0g으로 고객사 제품보다 76.0g 작은 것으로 확인됨. 기타 곡물 스낵 제품의 평균 중량은 133.5g으로 고객사 제품보다 52.5g 작은 것으로 조사됨

[표 5.2] 인도네시아 곡물 스낵 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

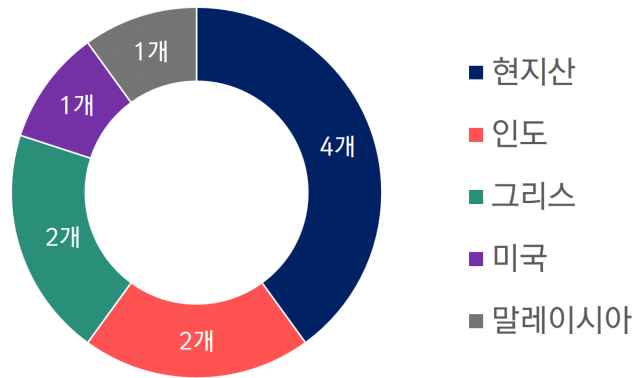


3) 원산지

▶ 곡물 스낵 제품 10개 중 4개, 현지산 제품

인도네시아에서 판매되고 있는 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 총 4개의 제품이 인도네시아 현지산 제품인 것으로 확인됨. 각각 2개의 제품이 인도산, 그리스산 제품인 것으로 조사되었으며 미국산 및 말레이시아산 제품은 각 1개씩 확인됨

[표 5.3] 인도네시아 곡물 스낵 원산지 경쟁력 분석

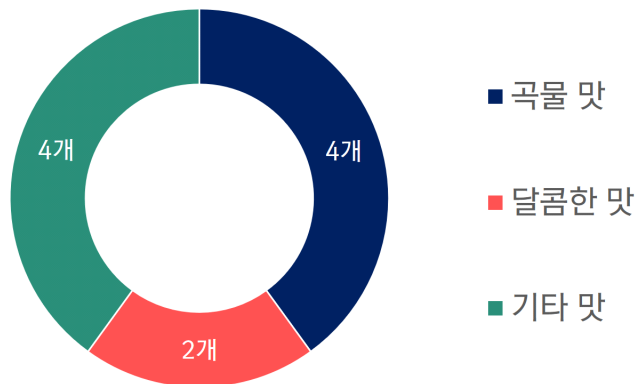


4) 맛

▶ 경쟁제품 10개 중 6개, 달콤한 맛 및 기타 맛으로 제품 다각화

인도네시아에서 판매되고 있는 곡물 스낵 경쟁제품 10개의 제품 맛을 조사한 결과, 총 4개의 제품이 곡물 맛인 것으로 확인됨. 그 외 2개 제품은 캐러멜 맛 및 다크 초콜릿 맛을 포함한 달콤한 맛인 것으로 조사됨. 나머지 4개 제품의 경우, 매운 맛, 땅콩 맛, 완두콩 맛, 닭고기 맛, 간장 맛, 크림 맛 등의 기타 맛으로 맛을 다각화하여 경쟁력을 높임

[표 5.4] 인도네시아 곡물 스낵 맛 경쟁력 분석

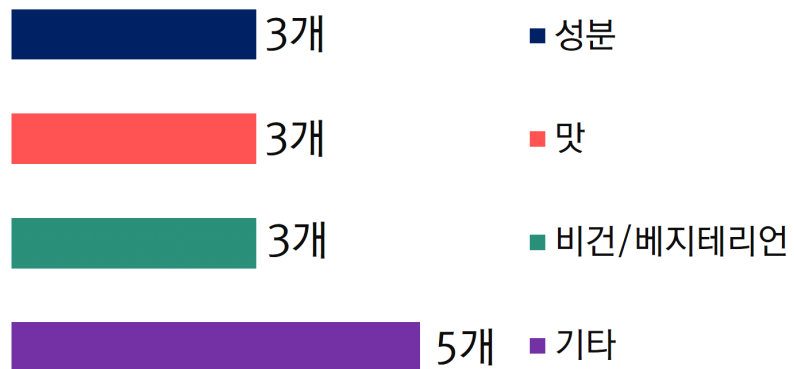


5) 홍보문구

▶ 경쟁제품 10개 중 3개, 성분을 강조한 홍보문구 사용

인도네시아에서 판매되고 있는 곡물 스낵 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 총 3개의 제품이 ‘섬유질 공급’, ‘다섯 가지 씨앗과 함께(해바라기 씨, 흑깨, 아마 씨, 퀴노아 씨, 메밀 씨)’, ‘밀, 달걀, 땅콩, 견과류, 콩, 참깨, 생선, 어패류 미사용, 글루텐프리’ 등 성분을 강조한 홍보문구를 사용하는 것으로 조사됨. 맛을 강조한 제품은 총 3개로, ‘매운 맛’, ‘간장 맛’, ‘맛있게 즐기는 크래커’ 등의 홍보문구를 사용함. 비건/베지테리언을 위한 식품임을 강조한 제품 또한 총 3개로, ‘비건 식품’, ‘베지테리언’ 등의 홍보문구를 사용함. 총 5개 제품은 기타 홍보문구를 사용한 것으로 확인되며, ‘인도네시아 최초의 곡물 스낵’, ‘당신의 기분을 북돋아주는 스낵’, ‘일본식 스타’, ‘기분을 좋게 만드는 7가지 방법’ 등의 홍보문구를 통해 경쟁력을 확보함

[표 5.5] 인도네시아 곡물 스낵 홍보문구 경쟁력 분석

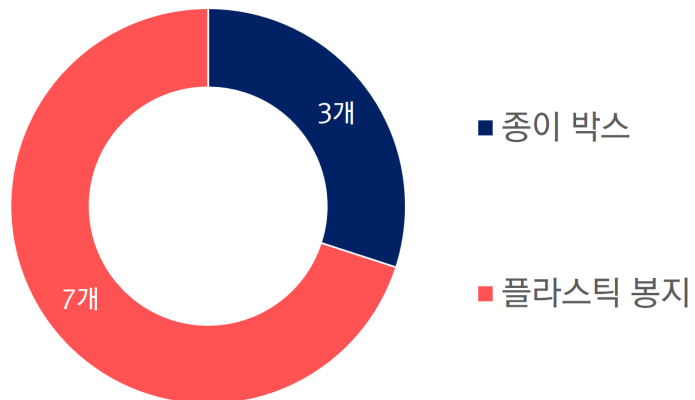


6) 포장 형태

▶ 경쟁제품 10개 중 3개, 종이 박스 패키지 사용

인도네시아에서 판매되고 있는 곡물 스낵 경쟁제품 10개의 포장 디자인을 조사한 결과, 3개 제품이 외부 포장으로 종이 박스를 사용한 것으로 확인됨. 그 외 7개 제품은 고객사 제품과 동일하게 플라스틱 봉지를 사용한 것으로 조사됨

[표 5.6] 인도네시아 곡물 스낵 포장 형태 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 선정 대상별 인기 이유를 분석함. 2개 이상의 온라인 매장 및 1개 이상의 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품을 벤치마킹 제품으로 선정함. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 토코피디아, 쇼피, 부칼라팍

(*) 오프라인 매장 : 알파마트, 푸드 홀, 지에스 더 프레쉬, 그랜드 럭키

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(*) 온라인 쇼핑몰 : 온라인 쇼핑몰 3개 중 2개 이상의 쇼핑몰에서 판매되고 있는 제품

(*) 오프라인 매장 : 조사 매장 4개 중 1개 이상의 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기제품 벤치마킹



공통 특징 ①
홍보문구 표기

공통 특징 ②
내용물 표시



공통 특징 ①
플라스틱 봉지 포장

공통 특징 ②
내용물 표시



현지 벤치마킹 인기제품
(비올란타 _
클래식 멀티씨드 쿠키)

‘종이 박스 포장’

◀ 벤치마킹
포장 형태

현지 벤치마킹 인기제품
(고객사 _ 조리풍)

‘천연 곡물을 튀겨 만든
저칼로리 영양 스낵’

벤치마킹 _
중량 및 가격

현지 벤치마킹 인기제품
(시안따르 톱 _ 에낙)

‘작은 중량 및
저렴한 가격’

2) 벤치마킹 제품 분석
- 포장 형태

▶ 벤치마킹 제품, 종이 박스 패키지 사용

현지에서 판매되는 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 총 7개 제품이 외부 포장으로 고객사 제품과 같은 플라스틱 봉지를 사용한 것으로 확인됨. 그중 1개 제품은 플라스틱 봉지 안에 플라스틱 트레이를 사용하여 제품을 이중 포장함. 나머지 3개 제품의 경우 종이 박스 형태의 외부 포장을 사용하였으며, 내부 포장으로는 플라스틱 봉지를 사용함

3) 벤치마킹 제품 분석
- 중량 및 가격

▶ 벤치마킹 제품, 22g의 작은 중량 및 저렴한 소비자가격

현지에서 판매 중인 경쟁제품 10개 중 벤치마킹 제품을 포함한 3개 제품은 100g 이하의 중량으로 판매되고 있는 것이 확인됨. 해당 제품들의 경우 20g, 22g, 50g 중량으로 제품을 소량 포장하여 판매되고 있었음. 벤치마킹 제품의 경우 22g의 작은 중량과 이에 적합한 1,400루피아(약 111원)의 저렴한 소비자가격으로 경쟁력을 확보하여 인기를 끌고 있는 것으로 확인됨

[표 5.7] 인도네시아 곡물 스낵 인기제품, 중량 및 가격 분석

(인터뷰 1) 고객사 제품은 신제품이므로 시장 반응을 보기 위해 30-60g과 같은 작은 중량으로 제품을 출시하는 것이 좋습니다.

- 롯데마트 인도네시아, Sales staff -

(인터뷰 2) 가격대를 낮추고 제품의 중량을 세 배 줄이는 것을 권장합니다. 아이들을 위한 스낵 제품의 경우, 60-80g이 적당하며 아이들의 평균 하루 용돈이 5,000-10,000루피아(약 396-792원)임을 고려하여 가격을 산정하는 것이 좋습니다.

- 트랜스마트, Sales manager-

VI. 시사점

Grain Snacks Price&Volume



Point. 1



고객사 제품의 100g당 가격은 18,328.5루피아로, 곡물 스낵 경쟁제품 10개 평균인 19,880.4루피아 대비 약 92% 수준임. 제품 종류별로 살펴보면, 곡물 퍼프 스낵 경쟁제품 2개의 100g당 가격 평균은 22,200.0루피아로 고객사 제품보다 3,871.5루피아 가량 비쌌으며, 기타 곡물 스낵 경쟁제품 8개의 평균은 19,300.4루피아로 고객사 제품보다 971.9루피아 가량 비쌌음

Point. 2



고객사 제품의 중량은 186.0g으로, 곡물 스낵 경쟁제품 10개 평균인 128.8.0g 대비 약 1.4배 큰 중량을 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 곡물 퍼프 스낵 경쟁제품 평균이 110.0g으로 고객사 제품보다 76.0g 가량 작았으며, 기타 곡물 스낵 경쟁제품 3개의 평균은 133.5g으로 고객사 제품보다 52.5g 가량 작았음

Grain Snacks Package&Text



Point. 1



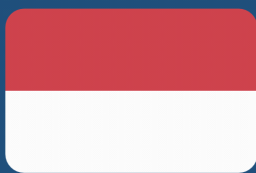
인도네시아 곡물 스낵 경쟁제품 10개의 원산지지를 조사한 결과, 10개 제품 중 4개 제품이 인도네시아 현지산 제품인 것으로 나타남. 뒤이어 인도산과 그리스산 제품이 각각 2개. 미국산과 말레이시아산 제품이 각각 1개 발견되었음. 한편, 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 7개 제품이 고객사 제품과 같은 플라스틱 봉지 포장 형태를 보였으며 나머지 3개 제품은 종이 박스 포장 형태인 것으로 조사됨

Point. 2



인도네시아 곡물 스낵 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 곡물 맛 뿐인 제품이 4개로 가장 많이 나타남. 뒤이어 캐러멜 맛, 초콜릿 맛 등 달콤한 맛 제품이 2개 발견되었으며, 매운 맛, 땅콩 맛, 완두콩 맛, 달고기 맛 제품이 각각 1개씩 조사됨. 한편 인도네시아 곡물 스낵 경쟁제품이 강조하는 홍보문구를 살펴본 결과, 성분, 맛, 비건/베지테리언을 강조하는 제품이 각각 3개씩 발견되었음

Indonesia Market Competitor



Point. 1



인도네시아 시장 곡물 스낵 경쟁기업 4개사의 오프라인 유통채널을 조사한 결과, 인도네시아 현지 기업인 시안따르 톱 1개사만 편의점과 하이퍼마켓/슈퍼마켓에 모두 진출한 것으로 나타남. 한편 온라인 유통채널의 경우 경쟁기업 4개사 모두 토코피디아에 진출한 것으로 나타남

Point. 2



인도네시아 시장 곡물 스낵 경쟁기업 4개사 모두 자사 글로벌 홈페이지를 통해 회사 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남. 인도네시아 경쟁기업 2개사는 인도네시아 홈페이지를 추가로 운영하고 있음. 경쟁기업 홍보문구로는 주로 제품의 맛, 재료, 기능 등을 강조해 홍보하고 있었음. SNS 플랫폼 사용 여부의 경우, 4개사 모두 주요 SNS 플랫폼인 페이스북 및 인스타그램을 활용하는 것으로 나타남

Importer · Distributor Interview



Point. 1



인도네시아 현지 유통업체 중 곡물 스낵 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 담당자 3명 중 2명이 고객사 제품에 대해 가격이 비싸고 중량도 너무 큰 편이라는 의견을 보였음. 고객사 제품과 같은 달콤한 스낵은 주로 아이들이 선호하기 때문에 이들의 용돈 수준을 고려해 가격과 용량을 모두 줄이는 것을 권장한다고 언급한 담당자도 있었음

Point. 2



인도네시아 현지 곡물 스낵 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 인도네시아 인기 곡물 스낵 제품으로 호주산 바 형태 스낵인 핏바, 인도네시아 현지산 밀 비스킷 제품인 로마사리 간동, 스위스산 스낵인 코코 크런치가 언급되었음. 고객사 제품과 같은 달콤한 곡물 스낵의 경우, 아이들부터 40-60대 중년층까지 수요가 다양하기 때문에 '모든 연령대를 위한 스낵'과 같은 홍보문구를 권장하는 담당자가 있었으며, 담당자 3명 모두 유튜브를 통한 제품 홍보를 추천한다고 답변함

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스탓티스타(Statista), 「Largest urban agglomerations worldwide in 2021, by population」, 2021

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (portal.euromonitor.com)
2. 토크opedia(Tokopedia) 홈페이지 (www.tokopedia.com)
3. 쇼피(Shopee) 홈페이지 (shopee.com.my)
4. 부칼라팍(Bukalapak) 홈페이지 (www.bukalapak.com)
5. 인도네시아 중앙통계청(BPS, Badan Pusat Statistik) 홈페이지 (www.bps.go.id)
6. 스탓티스타(Statista) 홈페이지 (www.statista.com)
7. 알파마트(Alfamart) 홈페이지 (alfamart.co.id)
8. 푸드 홀(Food Hall) 홈페이지 (waonline.foodhall.co.id)
9. 지에스 더 프레쉬(GS The Fresh) 홈페이지 (www.gsretail.com/gcretail/en/global/gcretail-main)
10. 그랜드 럭키(Grand Lucky) 홈페이지 (www.grandlucky.co.id)
11. 시안따르 톱(Siantar Top) 홈페이지 (siantartop.co.id)
12. 케이 비까지 푸드 인터네셔널(K. Bikaji Foods International) 홈페이지 (www.bikaji.com)
13. 비올란타(Violanta) 홈페이지 (violanta.gr/en)
14. 두아 끌린찌(Dua Kelinci) 홈페이지 (duakelinci.com)
15. 롯데마트 인도네시아(Lotte Mart Indonesia) 판매 페이지 (www.lottemart.co.id/best-products)
16. 트랜스마트(Transmart) 판매 페이지 (www.carrefour.co.id)
17. 히어로 슈퍼마켓(Hero Supermarket) 홈페이지 (hero.co.id)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.09.24

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea