



2021 해외시장 맞춤형조사

No. | 202112-26
품목 | 율무차(Adlay Tea)
HS CODE | 2106.90-9099
국가 | 인도네시아(Indonesia)
구분 | 경쟁력분석형

Contents

I. 요약	03
II. 경쟁제품	
1. 인도네시아 울무차 경쟁제품 선정	05
2. 인도네시아 울무차 경쟁제품 조사지표 선정	09
3. 인도네시아 울무차 경쟁제품 현지조사 결과	10
III. 경쟁기업	
1. 인도네시아 울무차 경쟁기업 선정	23
2. 인도네시아 울무차 경쟁기업 현지화 분석 기준	24
3. 인도네시아 울무차 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	26
IV. 수입·유통업체 인터뷰	
Interview ① 언니 스토리 코리아(Onni Story Korea)	36
Interview ② 롯데마트(Lotte Mart)	38
Interview ③ 강남 뷰티 박스(Gangnam Beauty Box)	40
V. 경쟁력파악	
1. 제품 경쟁력 검증	43
2. 벤치마킹 제품 분석	48
3. 기업 마케팅 벤치마킹	50
VI. 시사점	51
*참고문헌	53

II. 경쟁제품

1. 인도네시아 율무차 경쟁제품 선정
2. 인도네시아 율무차 경쟁제품 조사지표 선정
3. 인도네시아 율무차 경쟁제품 현지조사 결과

1. 인도네시아 울무차 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징



제품명	호두 아몬드 울무차
제품 종류	울무차
소비자가격	약 145,278 루피아(12,000원)
중량	900g (18g*50스틱)
포장	종이 박스/플라스틱 파우치
특징	엄선된 견과류를 갈아만든 땅콩분유와 정성들여 볶은 울무분의 고소한 맛 분말차

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: 호두 아몬드 울무차
 - 제품 종류: 울무차
 - 소비자가격: 약 145,278루피아(12,000원)
 - 중량: 900g(18g*50스틱)
 - 포장 형태: 종이 박스/플라스틱 파우치

Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 - 1. 토크피디아(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 3개에서 확인: 2개 제품
 - 주요 온라인 쇼핑몰 중 2개에서 확인: 5개 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, 아시안마트, 한인마트
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 현지 인기 제품, 제품의 용도에 따라 조사 제품 선정
- ③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
 - 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사
- ② 제품 분석
 - (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
 - 벤치마킹 제품 분석

1) 100루피아=8.26원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

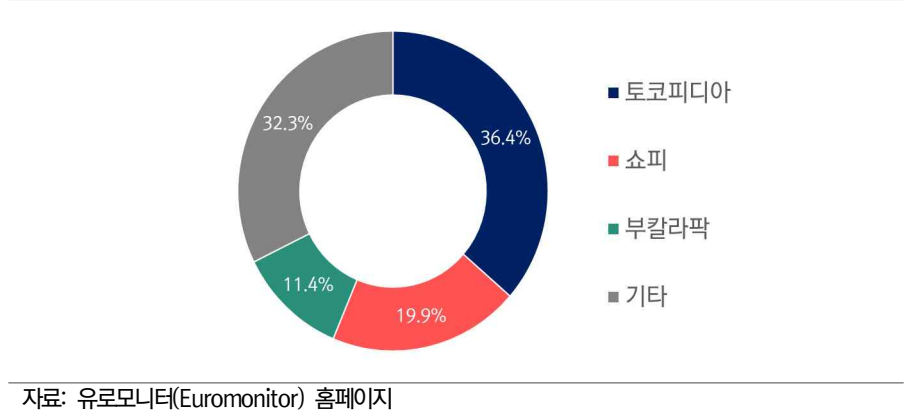
2) 현지 주요 온라인
쇼핑몰 인기제품 확인

인도네시아 주요 온라인
쇼핑몰
(Top 3)

사이트명	취급 종류
 tokopedia	건강보조제, 토코 피디아
	건강보조제, 빵, 신선식품, 음료 등
 쇼피	비타민, 유제품, 음료, 건강보조제 등
	유제품, 차, 비타민, 스낵, 건강식품 등
 bukalapak 부칼라팍	

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

[표 2.1] 인도네시아 온라인 쇼핑몰 점유율



▶ **인기 온라인 쇼핑몰에 3곳에 모두 진출한 경쟁제품, 총 2개**

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

[표 2.2] 인도네시아 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)

순위	토코피디아	쇼피	부칼라팍
1	10곡 미숫가루 (A사)	미숫가루 파우더 (판타스틱 라떼)	마차 미숫가루 라떼 (남친)
2	미숫가루 라떼 (무교)	미숫가루 라떼 (무교)	10곡 미숫가루 (A사)
3	미숫가루 부북 미숫가루 코리아 (바기)	100% 미숫가루 (B사)	멀티 그레인 (네이처팜)
4	미숫가루 라떼 (B사)	싹보리 미숫가루 (A사)	슈퍼 그레인스 (모어그린)
5	마차 미숫가루 라떼 (남친)	10곡 미숫가루 (A사)	멀티플 그레인스 & 마차 파우더 (팜 선샤인)
6	미숫가루 파우더 (판타스틱 라떼)	미숫가루 라떼 (나차)	베지&푸르츠 멀티플 그레인 파우더 (팜 선샤인)
7	미숫가루 라떼 (레이스)	미숫가루 라떼 (B사)	5 그레인스 파우더 (얼스 올가닉)
8	싹보리 미숫가루 (A사)	미숫가루 라떼 파우더 (진자)	싹보리 미숫가루 (A사)
9	미숫가루 아센틱 (미숫가루)	미숫가루 라떼 오리지널 (아쿠&카무)	플라이밀 (플라이밀)
10	텐 홀그레인스 (헤이황)	미숫가루 부북 미숫가루 코리아 (바기)	트루핏 밀 리플레이스먼트 비건 플랜트 프로틴 (RSP 클린 액티브 뉴트리션)

■ 3개 온라인 쇼핑몰에서 판매 ■ 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매

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

3) 조사 지역 및 매장 선정

인도네시아 자카르타 정보

인구	3,536만 명
면적	664km ²
인구밀도	53,253명/km ²

▶ 인도네시아 자카르타, 방문지역으로 선정

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

▶ 현지조사 매장 선정, 한인마트, 하이퍼마켓/슈퍼마켓

인도네시아 율무차²⁾의 유통채널별 점유율을 확인한 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 69.1%로 가장 높았으며, 개인 및 기타 식료품점이 15.5%, 편의점 11.2%, 온라인 4.2%로 확인됨. 유통채널별 점유율과 고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사매장을 선정함

[표 2.3] 인도네시아 율무차 주요 유통채널 현황

채널 분류	점유율	주요 매장
하이퍼마켓/ 슈퍼마켓	69.1%	까르푸(Carrefour), 하이퍼마트(Hypermart), 롯데마트(Lotte Mart)
개인 및 기타 식료품점 ³⁾	15.5%	(-)
편의점	11.2%	인도마켓(Indomaret), 알파마트(Alfamart), 알파 미디(Alfa Midi), 씨클 케이(Circle K)
온라인	4.2%	토코피디아(Tokopedia), 쇼피(Shopee), 부칼라팍(Bukalapak)

■ 고객사 진출 선호 매장

자료: 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

2) 유로모니터(Euromonitor) 2021년 율무차의 상위 카테고리인 'Ready Meals in Indonesia'의 유통채널(Distribution) 정보

3) 한인마트를 포함함

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(* 토코피디아(Tokopedia), 쇼피(Shopee), 부칼라팍(Bukalapak)
- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(* 무궁화(Mugungwha), 그랜드 럭키(Grand Lucky)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 선식 제품: 곡물을 볶거나 빵아서 분말 형태로 만든 제품
- 식사 대용 파우더 제품: 식사 대체 가능한 파우더 제품

[표 2.4] 인도네시아 울무차 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	선식	식사 대용 파우더
① 10곡 마숫가루 (A사)	○ (무궁화, 그랜드 럭키)	○ (토코피디아, 쇼피, 부칼라팍)	○	
② 싹보리 마숫가루 (A사)	○ (그랜드 럭키)	○ (토코피디아, 쇼피, 부칼라팍)	○	
③ 썬웨이 레드 빈 앤 브라운 펄 발리 믹스드 씨리얼 (바이에치에유우시엔공스)	○ (그랜드 럭키)	○ (토코피디아, 쇼피)	○	
④ 스위트 가든 브라운 라이스 앤 소이빈 믹스 파우더 (시앙위앤성지구편요우시엔공스)	○ (그랜드 럭키)	○ (토코피디아, 쇼피)	○	
⑤ 그린맥스 암 앤 믹스드 씨리얼 (마위산스핀공예구편요우시엔공스)	○ (그랜드 럭키)	○ (토코피디아, 쇼피)	○	
⑥ 슈퍼 인스턴트 시리얼 (슈퍼 푸드 테크놀로지)	○ (그랜드 럭키)	○ (토코피디아, 쇼피, 부칼라팍)	○	
⑦ 슈퍼 씨리얼 (슈퍼 푸드 테크놀로지)	○ (그랜드 럭키)	○ (토코피디아, 쇼피, 부칼라팍)	○	
⑧ 리엠 라이스 브랜 브가틀 (허벌 인도 우타마)	○ (그랜드 럭키)	○ (토코피디아, 쇼피, 부칼라팍)	○	
⑨ 에너젠 씨레알 앤 수수 버르시너르키 (토라비카 에카 스메스타)	○ (그랜드 럭키)	○ (토코피디아, 쇼피, 부칼라팍)	○	
⑩ 더블유알피 루즈 웨이트 초찰랏 씨레알 (누트리푸드)	○ (그랜드 럭키)	○ (토코피디아, 쇼피, 부칼라팍)		○
⑪ 엔트라솔 골드 바닐라 (칼베 파르마)	○ (그랜드 럭키)	○ (토코피디아, 쇼피, 부칼라팍)		○
⑫ 유니소이 인스턴트 소야 밀크 파우더 (유니푸드 인터네셔널)	○ (그랜드 럭키)	○ (토코피디아, 쇼피, 부칼라팍)		○

(*) 현지 판매 울무차 경쟁제품 12개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑몰 인기 브랜드 제품

2. 인도네시아 울무차 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 인도네시아 울무차 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 인도네시아 울무차 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	선식 제품	곡물을 볶거나 빵아서 분말 형태로 만든 제품
	식사 대용 파우더 제품	식사 대체 가능한 파우더 제품
제품 맛	곡물 믹스 맛	여러 곡물을 혼합한 맛
	기타 맛	초콜릿 맛, 바닐라 맛, 녹두 맛 등의 기타 맛
포장 형태	종이 박스	종이 소재의 박스
	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치
유통기한		제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기간
원산지		제품의 원산지
홍보문구		제품의 홍보문구
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

3. 인도네시아 율무차 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 인도네시아 자카르타에 위치한 한인마트 및 하이퍼마켓/슈퍼마켓

인도네시아 자카르타에 위치한 한인마트 무궁화(Mugungwha), 하이퍼마켓/슈퍼마켓 그랜드 럭키(Grand Lucky)를 방문함. 한인마트 무궁화의 경우 인도네시아 내 6개의 직영점을 운영하고 있으며, 인도네시아 전역 4,000여 개의 유통망을 통하여 한국 식품을 공급하고 있는 것으로 확인됨. 그랜드 럭키는 1992년 설립 이후 지속적으로 성장한 큰 규모의 현지 슈퍼마켓인 것으로 조사됨

[표 2.6] 인도네시아 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
무궁화 (Mugungwha)	한인마트	1	인도네시아 내 6개의 직영점을 운영하고 있으며, 인도네시아 전역 4,000여 개의 유통망을 통하여 한국 식품을 공급 중
그랜드 럭키 (Grand Lucky)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	11	오프라인 물 뿐만 아니라 토크피디아 사이트 상에서 공식 온라인 물을 운영 중



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품 12개 중 1개, 2개 매장에서 판매

무궁화(Mugungwha), 그랜드 럭키(Grand Lucky) 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 12개 제품 중 1개 제품이 방문 매장 2개에서 판매 중인 것으로 조사됨. 그랜드 럭키는 경쟁제품 12개를 모두 취급하고 있는 것으로 확인되어, 조사 매장 중 가장 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황	
	무궁화	그랜드 럭키
① 10곡 미숫가루 (A사)	○	○
② 싹보리 미숫가루 (A사)		○
③ 썬웨이 레드 빈 앤 브라운 펄 발리 믹스드 시리얼 (바이에치에오우시엔공스)		○
④ 스위트 가든 브라운 라이스 앤 소이빈 믹스 파우더 (시앙위엔성자구편요우시엔공스)		○
⑤ 그린맥스 암 앤 믹스드 시리얼 (마위산스핀공예구편요우시엔공스)		○
⑥ 슈퍼 인스턴트 시리얼 (슈퍼 푸드 테크놀로지)		○
⑦ 슈퍼 시리얼 (슈퍼 푸드 테크놀로지)		○
⑧ 리엠 라이스 브랜 브끼틀 (허벌 인도 우타마)		○
⑨ 에너젠 씨레알 앤 수수 버르시너르기 (토라비카 에카 스메스타)		○
⑩ 더블유알피 루즈 화이트 초콜릿 씨레알 (누트리푸드)		○
⑪ 엔트라솔 골드 바닐라 (칼베 파르마)		○
⑫ 유니소이 인스턴트 소야 밀크 파우더 (유니푸드 인터네셔널)		○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 무궁화(Mugungwha)

매장 정보

- 유형: 한인마트
- 판매 제품 특징:
한국 라면, 김, 즉석식품,
양념류, 스낵 등
- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민



브랜드 기본 정보 ⁴⁾		무궁화는 인도네시아에 위치한 한인마트로 인도네시아 내 6개의 직영점을 운영하고 있으며, 인도네시아 전역 4,000여 개의 유통망을 통하여 한국 식품을 공급하고 있음. 쇼피에서 온라인몰을 운영하고 있는 것으로 확인되며, 약 1,000개의 정식 수입식품 허가서를 획득한 것으로 조사됨
		조사 제품 수: 1개

매장 정보		
	위치	<p>도시(지역) 자카르타</p> <p>상세주소 Jl. Senayan No.43, RW.5, Rw. Bar., Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12180</p>

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 율무차 경쟁제품 정보	
		
		10곡 미숫가루 (A사)

사진자료: 현지조사원 자료, 토코피디아/쇼피/부칼라팍 웹사이트

			
제품명 (현지어)	10곡 미숫가루	제조사 (현지어)	A사
제품 종류	선식	중량	1,000.0g
소비자가격	149,000.0루피아 (12,307원)	100g당 가격	14,900.0루피아 (1,231원)
원산지	한국	브랜드 국적	한국
맛	곡물 믹스 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치
인증	BPOM, HACCP	수입자	PT.Koin Bumi
기타 표기사항	개봉 후 지퍼로 밀봉하여 냉장 보관하시고 가급적 빨리 드시기 바랍니다	홍보문구	10가지 곡물, 옛 방식 그대로 정성스럽게 곡물별로 밥을 짓듯이 찐 후에 볶아 멧돌 방식으로 분쇄함, 고소하고 부드러움, 속이 편하고 소화가 잘 됨, 선식이나 식사 대용으로 좋음
원료 및 첨가물	현미, 쌀, 보리, 대두, 찹쌀, 현미 찹쌀, 흑미, 수수, 조, 팥		

Shop ② 그랜드 럭키(Grand Lucky)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
신선 과일, 야채, 육류, 현지
해산물, 세계 음식,
주방용품, 전자기기 등



- 매장 주변 특징:
유동인구가 많은 상업지구

- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보5)		그랜드 럭키는 1992년 과일 가게로 시작하였으며 이후 빠르게 성장하여 현재는 인도네시아 전역에서 공수한 다양한 신선한 과일, 야채, 육류 및 현지 해산물을 제공하는 슈퍼마켓으로 운영되고 있음. 오프라인 뿐만 아니라 토크피디아 사이트 상에서 공식 온라인 몰을 운영하며 제품을 판매하고 있음
		조사 제품 수: 11개

매장 정보		
	도시(지역)	자카르타
위치	상세주소	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

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 율무차 경쟁제품 정보	
		
	더블유알피 루즈 웨이트 초콜릿 쌌레알 (누트리푸드)	엔트라솔 골드 바닐라 (칼베 파르마)

사진자료: 현지조사원 자료,토크피디아/쇼피/부칼라팍 웹사이트

5) 자료: 그랜드 럭키(Grand Lucky) 판매 페이지

판매 울무차 경쟁제품 정보	
	
썩보리 미숫가루 (A사)	썬웨이 레드 빈 앤 브라운 펄 발리 믹스드 씨리얼 (바이예치에요우시엔공스)
	
스위트 가든 브라운 라이스 앤 소이빈 믹스 파우더 (시앙위앤성지구편요우시엔공스)	그린맥스 Yam 앤 믹스드 씨리얼 (마위산스핀공예구편요우시엔공스)
	
슈퍼 인스턴트 시리얼 (슈퍼 푸드 테크놀로지)	슈퍼 씨리얼 (슈퍼 푸드 테크놀로지)
	
리엠 라이스 브랜 브가틀 (허벌 인도 우타마)	유니소이 인스턴트 소야 밀크 파우더 (유니푸드 인터네셔널)
	
에너지 쎄레알 앤 수수 버르시너르기 (토라비카 에카 스메스타)	

사진자료: 현지조사원 자료, 토코피디아/쇼피/부칼라팍 웹사이트



			
제품명 (현지어)	더블유알피 루즈 웨이트 초콜릿 씨레알 (WRP Lose Weight Cokelat Sereal)	제조사 (현지어)	누트리푸드 (Nutrifood Indonesia)
제품 종류	식사 대용 파우더	중량	324.0g
소비자가격	129,900.0루피아 (10,730원)	100g당 가격	40,092.6루피아 (3,312원)
원산지	인도네시아	브랜드 국적	인도네시아
맛	초콜릿 맛	포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치
인증	BPOM, HALAL	기타 표기사항	6개입
홍보문구	당신도 할 수 있다, 초콜릿 씨리얼, 2016-2017 톱 브랜드, 식사 대용품, 새로운 배합, 고칼슘, 고단백질, 식이섬유 다량 함유	원료 및 첨가물	분유, 설탕, 귀리, 말토덱스트린, 초콜릿 분말, 크림 분말, 비타민 및 미네랄, 오메가 3

			
제품명 (현지어)	엔트라솔 골드 바닐라 (Entrasol Gold Vanilla)	제조사 (현지어)	칼베 파르마 (Kalbe Farma)
제품 종류	식사 대용 파우더	중량	175.0g
소비자가격	35,900.0루피아 (2,965원)	100g당 가격	20,514.3루피아 (1,694원)
원산지	인도네시아	브랜드 국적	인도네시아
맛	바닐라 맛	포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치
인증	BPOM, HALAL	홍보문구	바닐라, 오메가 3 및 오메가 6, 칼슘 및 비타민 D 다량 함유, 식이섬유 다량 함유, 10가지 비타민 및 미네랄 함유, 저설탕, 올리브 열매 추출물을 사용한 고칼슘 제품
원료 및 첨가물	분유, 분리 유청 단백질, 오메가 3, 오메가 6, 칼슘, 비타민 A, 비타민 C, 비타민 D, 비타민 E, 비타민 B1, 비타민 B2, 비타민 B6, 니아신, 비타민 B12, 마그네슘		

			
제품명 (현지어)	싹보리 미숫가루	제조사 (현지어)	A사
제품 종류	선식	중량	800.0g
소비자가격	168,900.0루피아 (13,951원)	100g당 가격	21,112.5루피아 (1,744원)
원산지	한국	브랜드 국적	한국
맛	곡물 믹스 맛	포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치
인증	BPOM, HACCP	수입자	PT. Dunia Hijau
기타 표기사항	40개입, 직사광선을 피해 실온 보관	홍보문구	건강한 11종 볶음 곡물 파우더, 싹보리 함유, 든든한 한 끼
원료 및 첨가물	현미, 쌀, 보리, 대두, 찹쌀, 현미 찹쌀, 흑미, 수수, 조, 팥, 싹보리		

			
제품명 (현지어)	썬웨이 레드 빈 앤 브라운 펄 발리 믹스드 씨리얼 (Sunway Red Bean & Brown Pearl Barley Mixed Cereal)	제조사 (현지어)	바이에치에요우시엔공소 (百鄰企業有限公司)
제품 종류	선식	중량	500.0g
소비자가격	177,900.0루피아 (14,695원)	100g당 가격	35,580.0루피아 (2,939원)
원산지	대만	브랜드 국적	대만
맛	곡물 믹스 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 통
인증	BPOM	수입자	PT.Mahkota Lima Mas
홍보문구	잡곡 분말, 대만 제조	원료 및 첨가물	팥, 수수, 보리, 설탕, 글루코스, 렉시틴

			
제품명 (현지어)	스위트 가든 브라운 라이스 앤 소이빈 믹스 파우더 (Sweet Garden Brown Rice & Soybean Mix Powder)	제조사 (현지어)	시앙위앤성지구편요우시엔공스 (薊園生技股份有限公司)
제품 종류	선식	중량	320.0g
소비자가격	87,500.0루피아 (7,228원)	100g당 가격	27,343.8루피아 (2,259원)
원산지	대만	브랜드 국적	대만
맛	곡물 믹스 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치
인증	BPOM	수입자	CV. Sun Fortuna
홍보문구	간편함, 대만 제조, 정제 가공 없이 천연의 맛 그대로, 언제든지 한 잔씩 매일매일 마시고 건강하게, 현대적이고 대중적인 건강 음료	원료 및 첨가물	대두, 현미, 맥아당, 과립당

			
제품명 (현지어)	그린맥스 Yam 앤 믹스드 씨리얼 (Green Max Yam & Mixed Cereal)	제조사 (현지어)	마위산스핀공예구편요우시엔공스 (馬玉山食品工業股份有限公司)
제품 종류	선식	중량	494.0g
소비자가격	92,900.0루피아 (7,674원)	100g당 가격	18,805.7루피아 (1,553원)
원산지	대만	브랜드 국적	대만
맛	곡물 믹스 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 파우치
인증	BPOM	수입자	PT. Global Anekrasa Utama
기타 표기사항	13개입	홍보문구	1961년부터, 대만 제조, 비타민 A, E, B1, B2, B12, C 함유, 식이섬유의 좋은 재료, 5종 검은색 영양 식재료 함유(검은콩, 흑미, 찹쌀, 검은깨, 흑보리, 흑대추), 3분 내 완성
원료 및 첨가물	설탕, 밀분말, 검은콩 분말, 글루코스, 귀리, 녹두, 대두 분말, 흑미 찹쌀 분말, Yam, 깨, 검은깨, 녹차, 구아 검, 현미, 메밀, 맥아, 올리고당, 로터스 씨, 프룬 즙 분말, 비타민 C, 비타민 E, 비타민 B6, 비타민 B1, 비타민 B2, 비타민 A, 비타민 B12		

제품명 (현지어)	슈퍼 인스턴트 시리얼 (Super Instant Cereal)	제조사 (현지어)	슈퍼 푸드 테크놀로지 (Super Food Technology)
제품 종류	선식	중량	600.0g
소비자가격	63,900.0루피아 (5,278원)	100g당 가격	10,650.0루피아 (880원)
원산지	말레이시아	브랜드 국적	말레이시아
맛	곡물 믹스 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 파우치
인증	BPOM , ISO 22000, HACCP	수입자	PT. Superindo Karya Genilang
기타 표기사항	20개입, 건조하고 서늘한 곳에 보관하세요	홍보문구	올인원(곡물, 설탕, 비유제품 크리머), 즉석 제품
원료 및 첨가물	대두콩, 밀, 쌀, 맥아, 옥수수, 비유제품 크리머, 유화제		

제품명 (현지어)	슈퍼 씨리얼 (Super Cereal)	제조사 (현지어)	슈퍼 푸드 테크놀로지 (Super Food Technology)
제품 종류	선식	중량	600.0g
소비자가격	63,900.0루피아 (5,278원)	100g당 가격	10,650.0루피아 (880원)
원산지	말레이시아	브랜드 국적	말레이시아
맛	곡물 믹스 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 파우치
인증	BPOM, ISO 22000, HACCP	수입자	PT. Superindo Karya Genilang
기타 표기사항	20개입	홍보문구	현미 함유
원료 및 첨가물	몰트 씨리얼, 설탕, 현미, 비유제품 크리머, 비타민 및 미네랄 프리믹스		

			
제품명 (현지어)	리엠 라이스 브랜 브가톨 (Liem Rice Bran Bekatul)	제조사 (현지어)	허벌 인도 우타마 (Herbal Indo Utama)
제품 종류	선식	중량	200.0g
소비자가격	28,900.0루피아 (2,387원)	100g당 가격	14,450.0루피아 (1,194원)
원산지	인도네시아	브랜드 국적	인도네시아
맛	현미 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치
인증	HALAL	홍보문구	현미, 100% 현미겨, 다양한 영양소, 비타민, 미네랄 함유, 선별된 쌀겨, 독특한 맛의 건강식
원료 및 첨가물	현미겨		

			
제품명 (현지어)	유니소이 인스턴트 소야 밀크 파우더 (Unisoyn Instant Soya Milk Powder)	제조사 (현지어)	유니푸드 인터네셔널 (Unifood International)
제품 종류	식사 대용 파우더	중량	240.0g
소비자가격	72,500.0루피아 (5,989원)	100g당 가격	30,208.3루피아 (2,495원)
원산지	싱가포르	브랜드 국적	싱가포르
맛	대두 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 파우치
인증	BPOM, ISO 22000	수입자	PT. Anugrah Indo Mandiri
기타 표기사항	8개입	홍보문구	100% 탈피, Non-GMO, 싱가포르산 제품, 싱가포르 1위 제품, 발전된 기술로 콩비린내가 느껴지지 않음, 우유나 커피를 첨가하세요, 씨리얼이나 귀리를 첨가하세요
원료 및 첨가물	대두, 프락토올리고당, 렉시틴, 칼슘		



제품명 (현지어)	에너젠 세레알 앤 수수 버르시너르기 (Energen Sereal & Susu Bersinergi)	제조사 (현지어)	토라비카 에카 스메스타 (Torabika Eka Semesta)
제품 종류	선식	중량	175.0g
소비자가격	10,900.0루피아 (900원)	100g당 가격	6,228.6루피아 (514원)
원산지	인도네시아	브랜드 국적	인도네시아
맛	녹두 맛	포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치
인증	BPOM, HALAL	기타 표기사항	5개입
홍보문구	식이섬유 공급원, 칼슘 공급원, 비타민 A, C, B1, B2, B6, B12, D, E 함유, 녹두	원료 및 첨가물	식물성 유지, 녹두 분말, 설탕 분말, 칼슘, 비타민 A, 비타민 C, 비타민 B1, 비타민 B2, 비타민 B6, 비타민 B12, 비타민 D, 비타민 E

III. 경쟁기업

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

1. 인도네시아 울무차 경쟁기업 선정

- ▶ 대표 경쟁기업으로 울무차 판매 대만기업 2개사, 한국기업 1개사 총 3개사 선정

인도네시아 오프라인 매장에 진출한 경쟁기업 중, 오프라인 유통채널에서 고객사 제품과 유사한 선식 제품을 판매하고 있는 한국기업 1개사, 대만기업 2개사 총 3개사를 경쟁기업으로 선정함

- ▶ 경쟁기업 3개사, 평균 40년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 40년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 마위산스핀공예구편요우시엔공스는 1961년 설립되어 약 60년째 사업을 이어오고 있으며, 시양위앤성지구편요우시엔공스와 A사는 각각 31년, 29년의 업력을 보유하고 있는 것으로 조사됨

- ▶ 경쟁기업 3개사, 울무차 유사품목 종류 조사

인도네시아에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 울무차의 유사품목 수를 조사한 결과 마위산스핀공예구편요우시엔공스가 72개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목 수를 판매하고 있는 것으로 확인됨. 그 다음으로는 시양위앤성지구편요우시엔공스가 44개, A사가 6개의 제품을 판매 중인 것으로 조사됨

[표 3.1] 울무차 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	유사품목 수
마위산스핀공예구편요우시엔공스	대만	60년	72개
시양위앤성지구편요우시엔공스	대만	31년	44개
A사	한국	29년	6개

자료: 인도네시아 진출 울무차 경쟁기업 3개사 분석

2. 인도네시아 울무차 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	울무차, 선식, 미숫가루, 식사 대용 파우더

▶ 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	무궁화, 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 울무차 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 모두 인도네시아 오프라인 매장과 온라인 채널 진출

인도네시아에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 대형 슈퍼마켓인 그랜드 럭키에서는 대만 국적의 경쟁기업 2개사가 확인되었으며, 한인마트 무궁화에서는 한국 국적 경쟁기업 1개사가 확인됨. 온라인의 경우, 마위산스핀공예구편요우시엔공스와 시양위앤생지구편요우시엔공스는 몬스터에너지컴퍼니는 현지 주요 온라인 판매채널인 토코피디아와 쇼피에 입점하였음. A사는 토코피디아에 진출한 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업, SNS 플랫폼에서의 제품 홍보 활동 활발함

인도네시아 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 3개사 모두 기업 국적의 공식 홈페이지와 SNS 플랫폼을 홍보채널로 활용하고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 성분과 활용법, 간편함 등을 강조

인도네시아 시장에 진출한 경쟁기업은 제품 홍보 시 주로 제품의 성분과 제품의 활용법, 간편함 등을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품 성분을 강조한 문구로 ‘비타민 A, E, B1, B2, B12, C 함유’, ‘식이섬유의 좋은 재료’, ‘5종 검은색 영양 식재료 함유(검은콩, 흑미 찹쌀, 검은깨, 흑보리, 흑대추)’, ‘10가지 곡물’ 등을 사용함. 제품의 활용법을 강조하는 문구로는 ‘언제든지 한 잔씩 매일매일 마시고 건강하게’, ‘선식이나 식사 대용으로 좋음’ 등이 있음. 또한 간편함을 강조하기 위해 ‘3분 내 완성’, ‘간편함’ 등의 문구를 활용하였으며 그 외에도 ‘현대적이고 대중적인 건강 음료’, ‘고소하고 부드러움’, ‘속이 편하고 소화가 잘 됨’ 등의 문구도 사용하는 것으로 조사됨

[표 3.8] 인도네시아 울무차 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
마위산스핀공예구편 요우시엔공스	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 그랜드 렉키 온라인 매장 - 토코피디아 - 쇼피 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (대만) SNS 플랫폼 (대만) - 페이스북 - 유튜브 	<ul style="list-style-type: none"> - 대만 제조 - 비타민 A, E, B1, B2, B12, C 함유 - 식이섬유의 좋은 재료 - 5종 검은색 영양 식재료 함유(검은콩, 흑미 찹쌀, 검은깨, 흑보리, 흑대추) - 3분 내 완성 - 간편함 	
시앙위앤성지구편 요우시엔공스	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 그랜드 렉키 온라인 매장 - 토코피디아 - 쇼피 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (대만) SNS 플랫폼 (대만) - 페이스북 - 유튜브 	<ul style="list-style-type: none"> - 대만 제조 - 정제 가공 없이 천연의 맛 그대로 - 언제든지 한 잔씩 매일매일 마시고 건강하게 - 현대적이고 대중적인 건강 음료 	
A사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 무궁화 온라인 매장 - 토코피디아 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (한국) SNS 플랫폼 (한국) - 페이스북 - 인스타그램 	<ul style="list-style-type: none"> - 10가지 곡물 - 옛 방식 그대로 정성스럽게 곡물별로 밥을 짓듯이 찐 후에 볶아 맷돌 방식으로 분쇄함 - 고소하고 부드러움 - 속이 편하고 소화가 잘 됨 - 선식이나 식사 대용으로 좋음 	

자료: 인도네시아 진출 울무차 경쟁기업 3개사 분석

① 마위산스핀공예구편요우시엔공스

기업 기본 정보	기업명	마위산스핀공예구편요우시엔공스	
	기업 설명	마위산스핀공예구편요우시엔공스는 대만 가오슝에 본사를 두고 있으며, 대만에서 일반적인 영양 보조제로 섭취되는 쌀겨 및 볶은 밀가루를 제조하고 유통하고 있음. 2017년, 대만 기업 최초로 순수 청정 라벨 인증을 통과했으며 보다 자연스럽고 건강한 시리얼 제품을 개발하고 판매함	
	위치	高雄市左營區民族一路709號	
	규모	동일품목 수 ⁶⁾	72개
설립연도		1961년	

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 그랜드 렉키		제품명	그린맥스 Yam 앤 믹스드 시리얼 (Green Max Yam & Mixed Cereal)
			중량	494.0g
			가격	92,900.0루피아 (7,674원) ⁷⁾
			제품 종류	선식
	〈온라인 매장〉 토코피디아 쇼피		제품명	그린맥스 Yam 앤 믹스드 시리얼 (Green Max Yam & Mixed Cereal)
			중량	494.0g
			가격	97,500.0루피아 (8,054원)
			제품 종류	선식

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시
	포장 현지화	● (중)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화
	제조 방식 현지화	● (중)	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출

사진자료: 현지조사원 자료, 토코피디아/쇼피/부칼라팍 웹사이트

6) 울무차 제품을 동일품목으로 분류함

7) 100루피아=8.26원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

홍보 방식		
	<p>全台第一家通過 雙潔淨標章驗證標準</p> <p>唯有潔淨 才是給身體最好的鼓勵</p> 	
	홍보 채널	자사 홈페이지(대만), 페이스북/유튜브(대만)
	게시 주기	1주일에 1건
	게시물 유형	기업 소개, 브랜드 및 제품군 소개, 뉴스 안내

게시물 유형			<ul style="list-style-type: none"> • 기업 개요, 활동 분야 소개
			<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 및 제품군 소개
			<ul style="list-style-type: none"> • 기업 및 제품 관련 뉴스 게시

사진자료: 마위산스핀공예구편요우시엔공사(馬玉山食品工業股份有限公司) 홈페이지 (www.greenmax.com.tw)

② 시앙위안성지구편요우시안공스

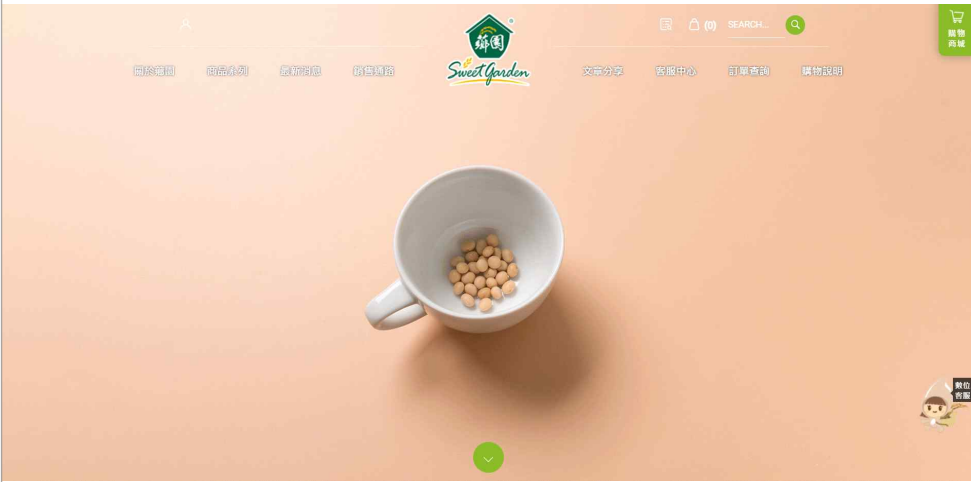
기업 기본 정보	기업명	시앙위안성지구편요우시안공스	
	기업 설명	대만에 본사를 둔 시앙위안성지구편요우시안공스는 1990년 설립 이후 스낵, 인스턴트 곡물 분말, 인스턴트 음료 분말, 두유, 생강차, 떡, 쌀 빵튀기 과자, 곡물과자, 건강 간식 등의 건강 식품을 제조하고 유통하는 기업임. 인공 색소와 방부제 등의 화학 첨가물을 사용하지 않고 재료의 천연 원색을 강조, 고품질 천연 곡물 건강 식품을 개발함	
	위치	40354 臺中市西區臺灣大道二段101號9樓	
	규모	동일품목 수 ⁸⁾	44개
		설립연도	1990년


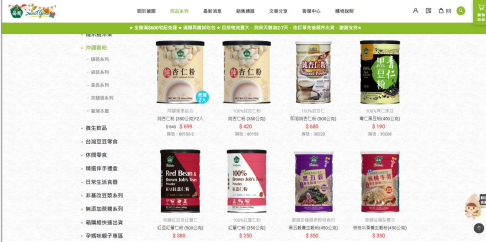
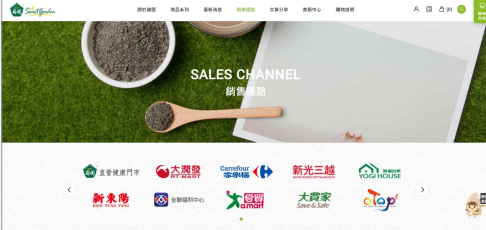
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 그랜드 렉키		제품명	스위트 가든 브라운 라이스 앤 소이빈 믹스 파우더 (Sweet Garden Brown Rice & Soybean Mix Powder)
			중량	320.0g
			가격	87,500.0루피아 (7,228원)
			제품 종류	선식
	〈온라인 매장〉 토코피디아 쇼피		제품명	스위트 가든 브라운 라이스 앤 소이빈 믹스 파우더 (Sweet Garden Brown Rice & Soybean Mix Powder)
			중량	320.0g
			가격	99,900.0루피아 (8,252원)
			제품 종류	선식

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	본국에서 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시
	포장 현지화	● (중)	제품의 포장 디자인 문구 현지화
	제조 방식 현지화	● (중)	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출

사진자료: 현지조사원 자료, 토코피디아/쇼피/부칼라팍 웹사이트

8) 울무차 제품을 동일품목으로 분류함

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(대만), 페이스북/유튜브(대만)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>1개월에 1번</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>기업 소개, 브랜드 및 제품군과 제품 판매처 안내</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> 기업 연혁, 이념 등 소개
		<ul style="list-style-type: none"> 브랜드 및 제품군 소개 선물세트 구성 안내
		<ul style="list-style-type: none"> 제품 판매처 안내

사진자료: 시양위앤성지구편유우시엔공스(薊園生技股份有限公司) 홈페이지 (www.herbfood.com.tw/zh-tw)

③ A사

기업 기본 정보	기업명	A사		
	기업 설명	A사는 각종 소스와 미숫가루 등의 전 제품을 OEM으로 생산하지 않고 직접 생산하고, 직송체제를 통해 직접 유통하여 좋은 농산 가공식품을 합리적인 가격으로 고객에게 제공하고 있음. 국내외에 국수류, 떡류, 간편식, 소스, 육류 가공품, 곡물 분말 제품을 유통함		
	위치	경기도 고양시 일산동구 장대길 128-76 (장항동) A사		
	규모	직원 수	약 300명 이상	
		동일품목 수 ⁹⁾	6개	
설립연도		1992년		
매출		286억 3,878만 원		

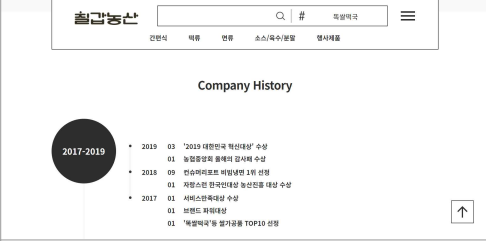

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 무궁화		제품명	10곡 미숫가루
			중량	1,000.0g
			가격	149,000.0루피아 (12,307원)
			제품 종류	선식
	〈온라인 매장〉 토코피디아		제품명	10곡 미숫가루
			중량	1,000.0g
			가격	197,500.0루피아 (16,313원)
			제품 종류	선식

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	본국에서 유통되는 제품을 현지에 출시
	포장 현지화	● (중)	제품의 포장 디자인 문구 현지화
	제조 방식 현지화	● (중)	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 수출

사진자료: 현지조사원 자료, 토코피디아/쇼피/부칼라팍 웹사이트

9) 울무차 제품을 동일품목으로 분류함

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지(한국), 페이스북/인스타그램(한국)
	게시 주기	1주일에 한 번
	게시물 유형	기업 소개 및 홍보, 판매 브랜드 및 제품 소개

게시물 유형		<ul style="list-style-type: none"> • 기본적인 회사 소개 (회사명, 역사, 미션, 수상내역, 인지도)
		<ul style="list-style-type: none"> • 다양한 브랜드 안내 • 판매 제품 소개
		<ul style="list-style-type: none"> • 제품 활용 레시피 안내

사진자료: A사 홈페이지

IV. 수입·유통업체 인터뷰

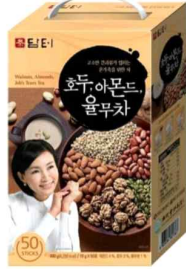


Interview ① 언니 스토리 코리아(Onni Story Korea)

Interview ② 롯데마트(Lotte Mart)

Interview ③ 강남 뷰티 박스(Gangnam Beauty Box)

인도네시아 율무차 수입·유통업체 인터뷰 결과

- 인터뷰 대상 기업체 선정 기준
- ① 현지 건강기능식품 수입·유통업체
 - ② 율무차 또는 유사제품 취급 경험 있음

업체명	언니 스토리 코리아 (Onni Story Korea)	롯데마트 (Lotte Mart)	강남 뷰티 박스 (Gangnam Beauty Box)
업태	유통업체	유통업체	유통업체
취급 품목	 율무차	 시리얼 드링크	 시리얼 드링크

인도네시아 율무차 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	언니 스토리 코리아 (Onni Story Korea)	롯데마트 (Lotte Mart)	강남 뷰티 박스 (Gangnam Beauty Box)
	유통업체	유통업체	유통업체
베스트셀러 시리얼 드링크 제품	마요라의 에너젠 시리얼 초콜릿 맛 제품이 인기 있음	퀘이커의 퀵 쿡 오트밀 제품이 인기 있음	인도푸드의 고웰 제품이 인기 있음
고객사 제품의 가격 및 중량에 대한 의견	조금 비싼 편임, 100,000루피아 미만으로 가격을 낮추거나, 작은 중량 제품을 먼저 판매해보는 것을 추천함	가격 및 중량 모두 적당함	저렴한 가격은 아니지만 성분이 건강하다면 큰 문제는 없음, 현지 소비자에게 낯선 원료의 시리얼 음료이므로 작은 중량 제품을 먼저 출시하는 것을 권장함
제품 원료에 대한 현지 소비자 선호도	일반적으로는 시리얼 드링크에 밀 곡물이 함유됨	흔히 사용되는 원료는 아니나, 소비자들이 시도해볼 것으로 기대됨	현지 소비자에게 낯선 원료임, 주로 밀과 귀리 곡물이 함유된 제품을 섭취함
추천하는 홍보방식	가격대를 낮추고 포장 형태를 중점적으로 홍보해야 함, 학교/사무실에 출근하는 소비자를 겨냥한 아침 시간대의 TV 광고가 좋음	원료를 강조하여 홍보한다면 차별성이 있을 것임, 인도네시아 건강/뷰티 유투버와 제품 후기 영상 제작을 추천함	페이스북과 인스타그램을 통한 SNS 마케팅을 추천함
추천하는 유통채널	온라인에서 제품을 판매하거나 로컬 마트에 제품을 유통할 수 있는 적합한 유통업체를 찾는 것이 좋음	온라인 플랫폼을 집중적으로 활용하여 제품을 저렴한 가격에 유통하는 것을 추천함	먼저 한인마트에서 판매하고, 이후에 인스타그램을 통해 홍보하는 것이 좋으며, 그 후에는 온라인으로 제품을 판매하는 것을 추천함

(*) 현지 경쟁제품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

Interview ① 언니 스토리 코리아 (Onni Story Korea)

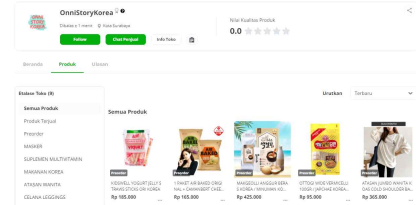
10)

언니 스토리 코리아 (Onni Story Korea)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 인도네시아 수라바야에 위치한 유통업체
 - 주로 한국, 중국에서 제품을 수입함
 - 한국 스낵류를 주로 취급함

담당자 정보

Online Shop Owner



언니 스토리 코리아(Onni Story Korea) Online Shop Owner

Q1. 베스트셀러 시리얼 드링크 제품이 무엇인가요?

마요라의 에너젠 시리얼 초콜릿 맛 제품이 베스트셀러입니다. 현재 29g*10포에 14,400루피아(약 1,189원¹¹⁾)에 판매되고 있으며, 맛있고 섭취가 간편하여 인기가 많습니다.

Q2. 고객사 제품의 가격 및 중량은 적당한가요?

다른 경쟁제품보다 조금 비싼 편입니다. 100,000루피아(약 8,260원) 미만의 가격대로 낮추거나, 10포 등의 작은 중량의 제품을 먼저 판매해보고 그 이후에 가격 및 중량을 조절하는 것을 추천합니다. 고객사 제품의 맛과 식감이 현지인에게 잘 맞는지 확인하는 과정이 먼저 필요합니다.

Q3. 현지 소비자들이 선호하는 시리얼 드링크 원료가 무엇인가요?

일반적으로 시리얼 드링크에는 밀 곡물이 포함되어 있습니다. 밀 곡물 음료는 아침에 섭취하면 점심까지 충분한 에너지를 공급해주기 때문에 많은 소비자들이 선호합니다.

Q4. 고객사 제품의 포장 디자인 및 형태는 적당한가요?

네, 패키지를 보면 제품 성분이 무엇인지 직관적으로 알 수 있어 제품 포장 디자인은 적절합니다. 다만 현지에서 가장 일반적인 포장 형태는 작은 중량의 개별 포장 형태입니다. 소비자는 박스에 포장된 큰 중량의 제품보다 저렴한 작은 중량의 제품을 하나씩 구매하고 싶어합니다.

10) 사진자료: 언니 스토리 코리아(Onni Story Korea) 판매 페이지

11) 100루피아=8.26원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)



소비자가격 약 145,278루피아
(12,000원)

중량 900g
(18g*50스틱)

포장 형태 종이 박스/
플라스틱 파우치

Q5. 울무차 제품 판매 시 필요한 식품 인증이 무엇인가요?

현재 고객사 제품이 취득한 식품 인증으로 충분합니다. 시리얼 음료 제품이기에 때문에 할랄 인증은 필요하지 않습니다. 다만 BPOM 인증을 취득하면 소비자의 제품 신뢰도를 높일 수는 있습니다.

Q6. 고객사 제품에 추천하는 홍보방식은 무엇인가요?

가격대를 낮추고 포장 형태를 중점적으로 홍보해야 합니다. 또한 시리얼 드링크 제품은 보통 학교/사무실에 바쁘게 출근하는 사람들을 겨냥하여 아침 시간대의 TV 광고를 통해 홍보합니다. 따라서 고객사 제품을 홍보하기 위해서는 TV 광고가 적절합니다.

Q7. 고객사 제품과 같은 시리얼 음료에 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

온라인 유통채널에서 제품을 판매하는 것이 좋습니다. 또한 울무차와 같은 제품은 소비자들이 집 근처 로컬 마트에서 구매하는 경우가 많으므로 로컬 마트에 고객사 제품을 유통할 수 있는 적합한 유통업체를 찾는 것을 추천합니다.

Interview ② 롯데마트 (Lotte Mart)

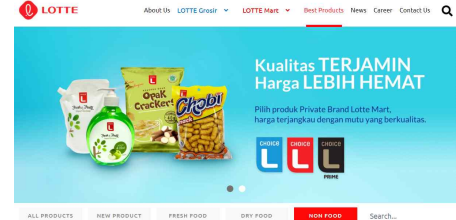
12)

롯데마트 (Lotte Mart)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 한국의 대형 푸드 서비스 브랜드
 - 주로 한국, 일본에서 제품을 수입함
 - 건조식품, 신선식품, 생활용품 등 다양한 제품을 취급함

담당자 정보

Dry Food Staff



롯데마트(Lotte Mart) Dry Food Staff

Q1. 베스트셀러 시리얼 드링크 제품이 무엇인가요?

웨이커의 퀵 쿡 오트밀 제품이 베스트셀러입니다. 웨이커는 세계적으로 인지도가 높은 오트밀 브랜드로, 현지 인기 온라인 쇼핑몰에서 800g당 45,000-55,000루피아(약 3,717-4,543원)에 판매되고 있습니다. 섬유질이 풍부하여 콜레스테롤 수치를 낮추는 효능이 있으며, 당뇨병 환자도 섭취하면 좋은 건강식 아침 식사 대용 제품으로 홍보되고 있습니다.

Q2. 고객사 제품의 가격 및 중량은 적당한가요?

네, 가격 및 중량 모두 적당합니다. 평균적인 가격대이며 소비자들이 매일 섭취하기에 적당한 양입니다.

Q3. 고객사 제품 원료에 대한 현지 소비자들의 반응이 어떨 것이라 예상하시나요?

고객사 제품 원료는 인도네시아에서 흔히 사용되는 원료는 아닙니다. 그러나 소비자들이 여러 종류의 곡물로 만든 시리얼 음료를 시도해보고 싶을 수 있기 때문에 소비자 반응이 관심을 것으로 예상됩니다.



Q4. 울무차 제품 판매 시 필요한 식품 인증이 무엇인가요?

HACCP과 ISO 9001이 인도네시아 소비자들이 쉽게 알아볼 수 있는 가장 일반적인 식품 인증입니다. 울무차 제품의 경우 할랄 인증을 의무적으로 취득하지 않아도 됩니다.

소비자가격 약 145,278루피아
(12,000원)

중량 900g
(18g*50스틱)

포장 형태 종이 박스/
플라스틱 파우치

Q5. 고객사 제품에 추천하는 홍보방식은 무엇인가요?

고객사 제품의 원료를 강조하여 홍보한다면 차별성이 있을 것입니다. 현지 선식 중에는 고객사 제품과 비슷한 원료를 사용한 제품이 없습니다. 또한 제품 후기 콘텐츠를 만드는 인도네시아 건강/뷰티 유튜버를 섭외하여 제품 후기 영상(리액션 영상)을 제작하는 것도 좋은 방법입니다. 예를 들어 213만 명의 구독자수를 보유하고 있는 유튜버 Yulia Baltshun과 같은 건강/뷰티 유튜버를 통해 제품을 소개한다면 큰 홍보효과를 얻을 수 있을 것입니다.

Q6. 고객사 제품과 같은 시리얼 음료에 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

온라인 플랫폼을 집중적으로 활용하여 제품을 저렴한 가격에 유통하는 것을 추천합니다. 먼저 저렴한 가격으로 시장에 진입하여 소비자 반응을 살펴보는 것이 좋습니다. 노년층을 타겟으로 할 경우에는 지역 마트에 제품을 유통하는 것을 권장합니다.

Interview ③ 강남 뷰티 박스 (Gangnam Beauty Box)

13)

강남 뷰티 박스 (Gangnam Beauty Box)

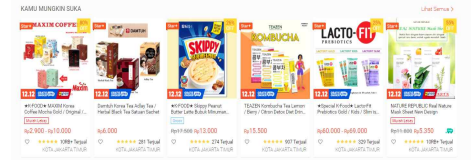
- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 인도네시아 자카르타에 위치한 유통업체
 - 주로 한국에서 제품을 수입함
 - 취급하는 주요 제품은 식료품, 특히 스낵 제품임

담당자 정보

Online Shop Owner



강남 뷰티 박스(Gangnam Beauty Box) Online Shop Owner



Q1. 베스트셀러 시리얼 드링크 제품이 무엇인가요?

인도푸드의 고웰 제품이 베스트셀러입니다. 해당 제품은 10개 포장당 9,000-11,000루피아(약 743-909원)에 판매되고 있습니다. 11가지의 비타민과 5가지의 미네랄이 함유되어 건강에 좋을 뿐 아니라, 초콜릿, 바닐라, 타로, 녹두 맛의 다양한 선택지가 있어 인기가 많습니다.

Q2. 고객사 제품의 가격 및 중량은 적당한가요?

가격은 저렴한 편은 아닙니다. 그러나 건강에 좋은 성분이 많이 함유되어 있다면 소비자들이 제품을 재구매할 것이므로, 가격에 큰 문제는 없다고 봅니다.

Q3. 고객사 제품 원료에 대한 현지 소비자들의 반응이 어떤 것이라 예상하시나요?

인도네시아 소비자들은 호두, 아몬드, 울무 등의 재료들이 들어간 시리얼을 접한 적이 없을 것입니다. 현지에서는 주로 밀과 귀리 곡물이 함유된 시리얼을 먹습니다. 따라서 고객사 제품은 현지 소비자들에게는 매우 독특한 상품일 것이므로 처음에는 소규모로 시장에 진입하는 것이 좋습니다. 30g의 작은 중량 제품을 출시하여 먼저 판매해보는 것을 권장하며, 그 이후 소비자 반응을 보고 구체적인 상품 중량을 결정하는 것이 바람직합니다.



소비자가격 약 145,278루피아
(12,000원)

중량 900g
(18g*50스틱)

포장 형태 종이 박스/
플라스틱 파우치

Q4. 울무차 제품 판매 시 필요한 식품 인증이 무엇인가요?

고객사 제품이 취득한 식품 인증으로도 충분합니다. 할랄 인증은 소비자들의 구매에 큰 영향을 미치지 않을 것입니다.

Q5. 고객사 제품에 추천하는 홍보방식은 무엇인가요?

가장 좋은 홍보방법은 페이스북과 인스타그램을 통해 SNS 마케팅을 하는 것입니다. 제품 가격을 낮출 수 있는 포장 형태를 사용하고, 소비자들이 제품 맛에 만족할 수 있도록 재료를 많은 신경을 써야 합니다.

Q6. 고객사 제품과 같은 시리얼 음료에 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

고객사 제품은 한국 음료이기 때문에 먼저 한인마트에서 판매하고, 이후에 인스타그램을 통해 홍보하는 것이 좋습니다. 그 후에는 온라인으로 제품을 판매하면 됩니다. 다만 고객사 제품과 같은 시리얼 음료의 경우 사람들이 집 주변 마트에서 구입하는 경우가 많다는 점을 유의해야 합니다.

V. 경쟁력파악

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

1. 제품 경쟁력 검증

1) 100g당 가격

● 경쟁제품(제조사)

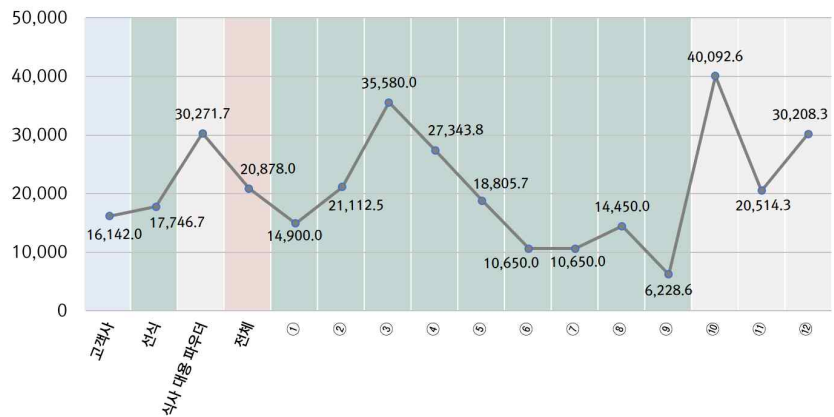
- ① 10곡 미숫가루 (A사)
- ② 싹보리 미숫가루 (A사)
- ③ 썬웨이 레드 빈 앤 브라운 펄 발리 믹스드 씨리얼 (바이에치에요우시엔공스)
- ④ 스위트 가든 브라운 라이스 앤 소이빈 믹스 파우더 (시앙위앤생지구편요우시엔공스)
- ⑤ 그린맥스 암 앤 믹스드 씨리얼 (마위산스핀공예구편요우시엔공스)
- ⑥ 슈퍼 인스턴트 시리얼 (슈퍼 푸드 테크놀로지)
- ⑦ 슈퍼 씨리얼 (슈퍼 푸드 테크놀로지)
- ⑧ 리엠 라이스 브랜 브가틀 (허벌 인도 우타마)
- ⑨ 에나젠 씨레알 앤 수수 버르시너르키 (토라비카 에카 스메스타)
- ⑩ 더블유알피 루즈 화이트 초콜릿 씨레알 (누트리푸드)
- ⑪ 엔트라솔 골드 바닐라 (칼베 파르마)
- ⑫ 유나소이 인스턴트 소야 밀크 파우더 (유니푸드 인터네셔널)

▶ 고객사 제품 100g당 가격, 경쟁제품 평균 대비 저렴한 편

고객사 제품의 100g당 가격은 16,142.0루피아(약 1,333원)¹⁴⁾이며, 이는 경쟁제품 12개의 평균 100g당 가격인 20,878.0루피아(약 1,725원)의 약 77% 수준임. 제품 종류별 평균 100g당 가격의 경우, 선식 제품은 17,746.7루피아(약 1,466원)로, 고객사 제품보다 약간 비싼 수준임. 식사 대용 파우더 제품의 경우, 평균 100g당 가격이 30,271.7루피아(약 2,500원)로 고객사 제품의 100g당 가격의 약 1.9배 수준인 것으로 확인됨

[표 5.1] 인도네시아 울무차 가격 경쟁력 분석

(단위: 루피아)



14) 100루피아=8.26원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

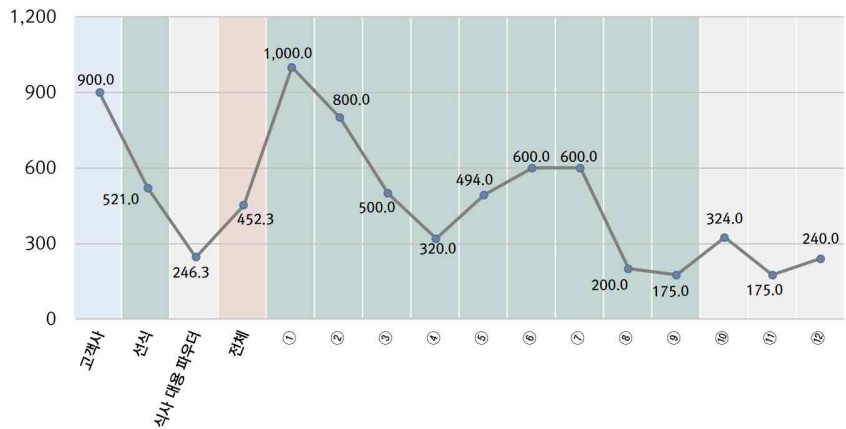
- ① 10곡 미숫가루 (A사)
- ② 싹보리 미숫가루 (A사)
- ③ 썬웨이 레드 빈 앤 브라운 펄 발리 믹스드 시리얼 (바이에치에요우시엔공스)
- ④ 스위트 가든 브라운 라이스 앤 소이빈 믹스 파우더 (시앙위앤생지구편요우시엔공스)
- ⑤ 그린맥스 암 앤 믹스드 시리얼 (마위산스핀공예구편요우시엔공스)
- ⑥ 슈퍼 인스턴트 시리얼 (슈퍼 푸드 테크놀로지)
- ⑦ 슈퍼 시리얼 (슈퍼 푸드 테크놀로지)
- ⑧ 리엠 라이스 브랜 브끼틀 (허벌 인도 우타타)
- ⑨ 에나젠 씨레알 앤 수수 버터시너르기 (토라비카 에카 스메스타)
- ⑩ 더블유알피 루즈 웨이트 초콜릿 씨레알 (누트리푸드)
- ⑪ 엔트라솔 골드 바닐라 (칼베 파르마)
- ⑫ 유나삭이 인스턴트 소야 말크 파우더 (유니푸드 인터네셔널)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 큰 편

고객사 제품의 중량은 900.0g으로 경쟁제품 12개의 평균 중량인 452.3g의 약 2.0배 수준임. 제품 종류별 평균 중량을 보면, 선식 제품의 경우, 평균 521.0g으로 고객사 제품 중량에 비해 379.0g 작음. 식사 대응 파우더 제품의 경우, 평균 중량 246.3g으로 고객사 제품 중량의 약 27% 수준인 것으로 확인됨

[표 5.2] 인도네시아 울무차 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

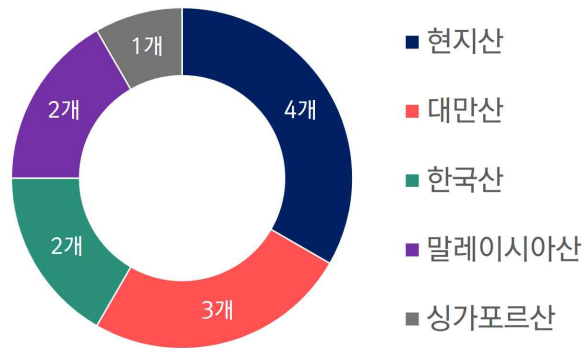


3) 원산지

▶ **경쟁제품 12개 중 4개, 현지산 제품**

인도네시아에서 판매되고 있는 율무차 경쟁제품 12개의 원산지를 조사한 결과, 4개 제품이 인도네시아 현지산 제품인 것으로 확인됨. 그 외 3개 제품이 대만산인 것으로 조사되었으며, 한국산 및 말레이시아산 제품은 각각 2개씩 판매되고 있었음. 나머지 1개 제품의 경우 원산지가 싱가포르인 것으로 조사됨

[표 5.3] 인도네시아 율무차 원산지 경쟁력 분석

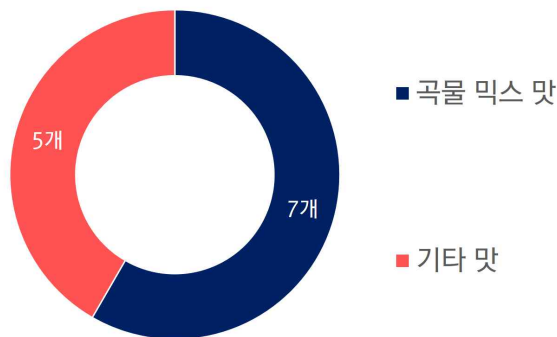


4) 맛

▶ **경쟁제품 10개 중 7개, 곡물 믹스 맛 제품**

인도네시아에서 판매되고 있는 율무차 경쟁제품 12개의 제품 맛을 조사한 결과, 총 7개 제품이 곡물 믹스 맛 제품인 것으로 확인됨. 기타 맛 제품은 총 5개로, 현미 맛, 녹두 맛, 초콜릿 맛, 바닐라 맛, 대두 맛 제품 등이 조사됨

[표 5.4] 인도네시아 율무차 맛 경쟁력 분석

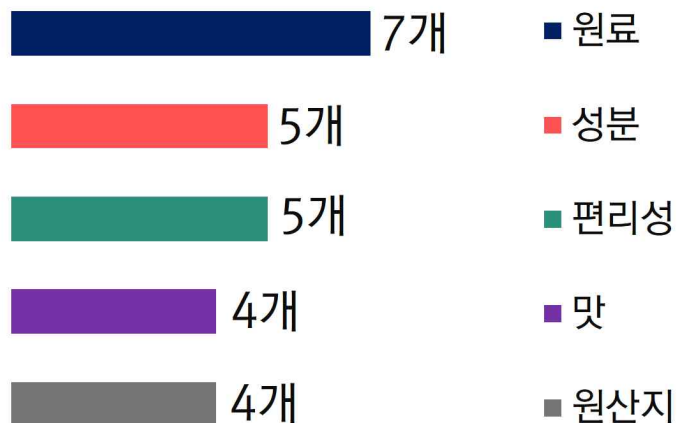


5) 홍보문구

▶ 경쟁제품 12개 중 7개, 원료를 강조하는 홍보문구 사용

인도네시아에서 판매되고 있는 울무차 경쟁제품 12개의 홍보문구를 조사한 결과, 총 7개의 제품이 ‘10가지 곡물’, ‘건강한 11종 볶음 곡물 파우더, 싹보리 함유’, ‘잡곡 분말’, ‘5종 검은색 영양 식재료 함유(검은콩, 흑미 찹쌀, 검은깨, 흑보리, 흑대추)’, ‘올인원(곡물, 설탕, 비유제품 크리머)’, ‘100% 현미겨’, ‘녹두’ 등 원료와 관련된 홍보문구를 사용함. 성분을 강조한 제품은 총 5개로 조사되며, ‘비타민 A, E, B1, B2, B12, C 함유’, ‘비타민, 미네랄 함유’, ‘고칼슘, 고단백질, 식이섬유 다량 함유’, ‘오메가 3 및 오메가 6, 칼슘 및 비타민 D 다량 함유, 식이섬유 다량 함유, 10가지 비타민 및 미네랄 함유’, ‘올리브 열매 추출물을 사용한 고칼슘 제품’과 같은 문구를 삽입함. ‘언제든지 한 잔씩 매일매일 마시고 건강하게’, ‘3분 내 완성’, ‘즉석 제품’, ‘선식이나 식사 대용으로 좋음’ 등 편리성을 강조하는 홍보문구를 사용한 제품은 총 5개로 확인됨. ‘정제 가공 없이 천연의 맛 그대로’, ‘독특한 맛의 건강식’, ‘발전된 기술로 콩비린내가 느껴지지 않음’ 등 맛과 관련된 홍보문구를 사용한 제품이 4개 확인되었으며, ‘대만 제조’, ‘싱가포르산 1위 제품’ 등 4개 제품이 원산지 관련 홍보문구를 표기하여 경쟁력을 확보함

[표 5.5] 인도네시아 울무차 홍보문구 경쟁력 분석

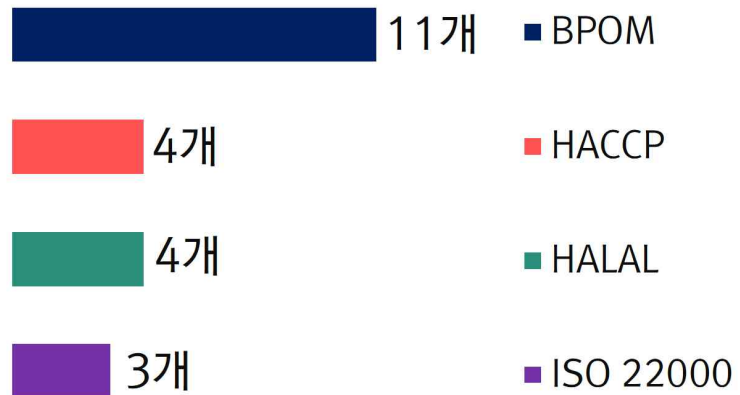


6) 인증

▶ 경쟁제품 12개 중 11개, BPOM 인증 보유

인도네시아에서 판매되고 있는 울무차 경쟁제품 12개의 인증 보유 여부를 조사한 결과, 11개 제품이 BPOM 인증을 보유하고 있는 것으로 확인됨. HACCP 혹은 HALAL 인증을 취득한 제품은 각각 4개인 것으로 조사되며, ISO 22000 인증을 보유한 제품도 3개 확인되었음

[표 5.6] 인도네시아 울무차 인증 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 있는 이유에 대하여 분석함. 온라인과 오프라인 매장에서 모두 확인되는 브랜드의 제품을 선정하였음. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기 제품

(*) 온라인 쇼핑물: 토코피디아, 쇼피, 부칼라팍

(*) 오프라인 매장: 무궁화, 그랜드 렉키

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(*) 온라인 쇼핑물: 2개 이상의 인기 온라인 쇼핑물에서 판매되고 있는 제품

(*) 오프라인 매장: 1개 이상의 조사매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



공통 특징 ①
개별 스틱 포장

공통 특징 ②
선식 제품



공통 특징 ①
개별 스틱 포장

공통 특징 ②
식사 대체
가능 파우더



현지 벤치마킹 인기 제품
(슈퍼 푸드 테크놀로지 _
슈퍼 인스턴트 시리얼)

‘20개의 개별 스틱이
포함된 적정 중량’

◀ 벤치마킹
중량

현지 벤치마킹 인기 제품
(고객사 _ 호두 아몬드 울무차)

‘고소한 맛 분말차’

벤치마킹 ▶
포장 디자인

현지 벤치마킹 인기 제품
(뉴트리푸드 _
더블유알피 루즈 웨이트
초컬릿 세레알)

‘여성 소비자를 겨냥한
모델 이미지 삽입’

2) 벤치마킹 제품 분석

- 중량

▶ 벤치마킹 제품, 20개의 개별 스틱이 포함된 적정 중량

현지에서 판매 중인 울무차 경쟁제품 12개의 중량 평균은 452.3g이며, 고객사 제품과 같은 개별 스틱 포장 제품은 5개입 제품부터 최대 40개입 제품까지 판매되고 있음. 그 중 20개입 제품이 가장 많았으며, 벤치마킹 제품 또한 평균에 가까운 중량(600g, 20개입)인 것으로 조사됨. 또한 2곳의 인터뷰 대상 수입·유통업체가 고객사 제품의 중량(900g, 50개입)을 줄일 것을 추천하였음. 이러한 점을 고려하여 작은 중량의 제품을 먼저 출시하여 소비자 반응을 지켜보는 것을 권장함

[표 5.7] 인도네시아 울무차 홍보문구 인터뷰 분석

(인터뷰1) 10포 등의 작은 중량을 제품을 먼저 판매해보고 그 이후에 가격 및 중량을 조절하는 것을 추천합니다. (..) 현지에서 가장 일반적인 포장 형태는 작은 중량의 개별 포장 형태입니다. 소비자는 박스에 포장된 큰 중량의 제품보다 저렴한 작은 중량의 제품을 하나씩 구매하고 싶어합니다.

- 언니 스토리 코리아, Online Shop Owner -

(인터뷰2) 고객사 제품은 현지 소비자들에게는 매우 독특한 상품일 것이므로 처음에는 소규모로 시장에 진입하는 것이 좋습니다. 30g의 작은 중량 제품을 출시하여 먼저 판매해보는 것을 권장하며, 그 이후 소비자 반응을 보고 구체적인 상품 중량을 결정하는 것이 바람직합니다.

- 강남 뷰티 박스, Online Shop Owner -

3) 벤치마킹 제품 분석

- 포장 디자인

▶ 벤치마킹 제품, 재료 강조 홍보문구 사용

현지에서 판매 중인 울무차 경쟁제품 12개의 포장 디자인을 조사한 결과, 그 중 3개의 제품이 모델 이미지를 활용하여 패키지를 디자인함. 벤치마킹 제품의 경우, 젊은 여성 모델의 이미지를 삽입하여 체중 감량 효과를 기대하는 여성 소비자를 겨냥함. 또한 중장년층 부부가 산책을 하는 이미지를 활용하여 중장년층 건강 관리에 효과적인 제품임을 홍보하는 제품도 발견됨. 이처럼 경쟁제품의 경우 타겟 소비자층을 고려한 모델 이미지를 선정하여 견고한 소비자층을 확보하였음. 고객사 제품 또한 전연령층을 제품 타겟으로 할 경우 가족 모델 이미지 등으로의 포장 디자인 개선이 필요해보임

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.8] 울무차 경쟁기업 마케팅 벤치마킹

		마위산스핀공예구편 요우시엔공스	시앙위앤성지구편 요우시앤공스	A사
판매채널	오프라인 매장 (총 2개 매장 조사)	그랜드 럭키	그랜드 럭키	무궁화
	온라인 쇼핑몰 (총 3개 매장 조사)	토코피디아 쇼피	토코피디아 쇼피	토코피디아
홍보채널	자사 홈페이지(홍보)	대만	대만	한국
	SNS 플랫폼	페이스북(대만) 유튜브(대만)	페이스북(대만) 유튜브(대만)	페이스북(한국) 인스타그램(한국)
홍보문구	제품의 성분 제품 활용법 제품의 간편함	경쟁기업 주요 홍보문구		
				
요약	판매채널	대형 슈퍼마켓과 한인마켓, 주요 온라인 쇼핑 웹사이트에 입점		
	홍보채널	다양한 SNS 플랫폼을 활용하고 있으며, 게시물 업로드 빈도가 높음		
	홍보문구	제품의 성분, 활용법, 간편함을 강조		

VI. 시사점

Adlay Tea Price&Volume



Point. 1 고객사 제품의 100g당 가격은 16,142.0루피아로, 울무차 경쟁제품 12개 평균인 20,878.0루피아의 약 77% 수준인 것으로 나타남. 제품 종류별로 살펴보면, 선식 제품 9개의 100g당 가격 평균은 17,746.7루피아로 고객사 제품보다 1,604.7루피아 가량 비쌌으며, 식사 대응 파우더 제품 3개의 평균은 30,271.7루피아로 고객사 제품의 약 1.9배 수준인 것으로 나타남

Point. 2 고객사 제품의 중량은 900.0g으로, 울무차 경쟁제품 12개 평균인 452.3g의 약 2.0배 수준인 것으로 나타남. 제품 종류별로 살펴보면, 선식 제품 9개의 중량 평균이 521.0g으로 고객사 제품보다 379.0g 가량 작았으며, 식사 대응 파우더 제품 3개의 평균은 246.3g으로 고객사 제품의 약 27% 수준인 것으로 나타남

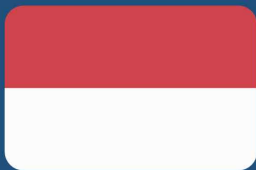
Adlay Tea Package&Text



Point. 1 인도네시아 울무차 경쟁제품 12개의 원산지를 조사한 결과, 4개 제품이 인도네시아 현지산 제품인 것으로 가장 많이 발견되었으며, 한국산 제품은 2개 조사되었음. 한편 경쟁제품 12개의 보유 인증을 조사한 결과, 11개 제품이 BPOM 인증을 취득하였으며, HACCP 및 HALAL 인증을 취득한 제품이 각각 4개, ISO 22000 인증을 취득한 제품이 2개 조사되었음

Point. 2 인도네시아 울무차 경쟁제품 12개의 맛을 조사한 결과, 7개 제품이 곡물 믹스 맛 제품인 것으로 확인되었으며, 나머지 5개 제품은 각각 현미 맛, 녹두 맛, 초콜릿 맛, 바닐라 맛 및 대두 맛을 보이는 것으로 나타남. 한편 인도네시아 울무차 경쟁제품이 강조하는 홍보문구를 살펴본 결과, 12개 제품 중 7개 제품이 원료를 강조하는 홍보문구를 사용하고 있었으며, 뒤이어 성분 및 편리성을 강조하는 홍보문구를 사용하고 있는 제품이 각각 5개씩 조사되었음

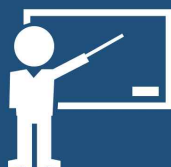
Indonesia Market Competitor



Point. 1 인도네시아 시장 울무차 경쟁기업 3개사의 오프라인 유통채널을 조사한 결과, 2개사가 인도네시아 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓인 그랜드 렉키에 진출한 것이 확인되었음. 그랜드 렉키에 진출하지 않은 1개사는 한인마트인 무궁화에 진출하였음. 온라인 유통채널의 경우 경쟁기업 3개사 모두 인도네시아 주요 온라인 쇼핑몰인 토코피디아에 진출한 것으로 나타남

Point. 2 인도네시아 시장 울무차 경쟁기업 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 회사 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남. 경쟁기업 홍보문구로는 주로 제품의 성분, 활용법 및 간편함을 강조해 홍보하고 있었음, SNS 플랫폼 사용 여부의 경우, 3개사 모두 주요 SNS 플랫폼인 페이스북을 활용하고 있는 것으로 나타났으며, 2개사가 유튜브를, 1개사가 인스타그램을 추가로 활용하고 있는 것으로 나타남

Importer · Distributor Interview



Point. 1 인도네시아 현지 울무차 및 유사제품 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 인터뷰에 응한 담당자 3명 중 1명이 고객사 제품 가격에 대해 적당하다는 피드백을 주었으며, 나머지 2명은 경쟁제품에 비해 비싼 편이라는 피드백을 주었음. 가격이 비싸다는 피드백을 준 담당자 중 1명은 고객사 제품 성분이 건강하다면 큰 문제는 없다고 언급했으며, 다른 1명은 가격을 100,000루피아 미만으로 낮추는 것이 좋다고 답변했음

Point. 2 인도네시아 현지 울무차 및 유사제품 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 인도네시아 현지에서 고객사 울무차의 경쟁제품으로 볼 수 있는 브랜드는 마요라, 웨이커 및 인도푸드 브랜드가 꼽혔음. 울무 원료에 대한 현지 소비자들의 인지도는 비교적 낮은 편이며, 경쟁제품 주요 원료로 밀이나 귀리가 흔히 쓰이는 것으로 나타남. 한편, 고객사 제품의 홍보방식과 관련해 담당자들은 원료 및 포장 형태를 중점으로 페이스북, 인스타그램 등의 SNS 마케팅 및 유튜브 제품 후기 영상 제작을 추천함

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (portal.euromonitor.com)
2. 토크피디아(Tokopedia) 홈페이지 (www.tokopedia.com)
3. 쇼피(Shopee) 홈페이지 (shopee.id)
4. 부칼라팍(Bukalapak) 홈페이지 (www.bukalapak.com)
5. 무궁화(Mugunghwa) 홈페이지 (mugunghwa.co.id/mgh/index.php)
6. 그랜드 럭키(Grand Lucky) 판매 페이지 (www.tokopedia.com/grandlucky)
7. 마위산스핀공예구편요우시엔공스(馬玉山食品工業股份有限公司) 홈페이지 (www.greenmax.com.tw)
8. 시양위앤성지구편요우시엔공스(薊園生技股份有限公司) 홈페이지 (www.herbfood.com.tw/zh-tw)
9. 언니 스토리 코리아(Onni Story Korea) 판매 페이지 (www.tokopedia.com/onnistorykorea/product)
10. 롯데마트(Lotte Mart) 홈페이지 (www.lottemart.co.id)
11. 강남 뷰티 박스(Gangnam Beauty Box) 판매 페이지 (shopee.co.id/gangnambeautybox?categoryId=100629&itemId=4387784283)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.12.17

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