

붙임 2

해외 안테나숍 K-분식 떡볶이컵 제품 마켓테스트 결과요약(7월)

o 추진일자 : 2024.7.20 / 응답자수 : 50

제품명 Product Name	K-분식 떡볶이 컵	제품종류 Product type	쌀가공식품
			

분석 결과 Analysis Result

소비자 유형 / Consumer type

성별 Gender	Male 17, Female 33	연령 Age	10~20s 18명 / 20~30s 20명 / 30~40s 12명 / + 0명
-----------	--------------------	--------	---

제품 평가 / Product Evaluation

질문 (Questions)	답변 (Answer)				
1. 비슷한 제품을 먹어본 경험이 있습니까?	있다 (32명/64%)	없다 (11명/22%)	없지만 본적있다 (7명/14%)		
2. 해당류의 제품을 구매할 때 가장 고려하는게 무엇입니까?	가격 (14명/28%)	맛 (17명/34%)	패키지 (11명/22%)	인지도 (5명/10%)	기타 (3명/6%)
3. 시식한 결과 맛이 어떻습니까?	매우좋다 (24명/48%)	좋다 (11명/22%)	보통이다 (14명/28%)	좋지않다 (1명/2%)	매우좋지 않다 (0명/0%)
- 매우 좋지 않다는 선택한 경우 어떤 이유로 선택했나요?					
4. 향후 이 상품을 구매하겠습니까?	그렇다 (39명/78%)		아니다 (5명/10%)	잘 모르겠다 (6명/12%)	
- 그렇다를 선택한 경우 이유가 무엇인가요?	가격 (5명/13%)	맛 (26명/67%)	패키지 (3명/8%)	인지도 (5명/13%)	기타 (0명/0%)
- 그렇지 않다는 선택한 경우 이유가 무엇인가요?	가격 (3명/60%)	맛 (2명/40%)	패키지 (0명/0%)	인지도 (0명/0%)	기타 (0명/0%)
5. 해당 제품의 가격이 적정하다고 느껴지나요?	매우좋다 (26명/52%)	좋다 (16명/32%)	보통이다 (5명/10%)	좋지않다 (2명/4%)	매우좋지 않다 (1명/2%)
6. 해당 제품이 현지 시장 사람들에게 인기 있을 것 같나요?	매우 그렇다 (7명/14%)	그렇다 (31명/62%)	보통 이다 (9명/18%)	그렇지 않다 (2명/4%)	전혀 그렇지 않다 (1명/2%)

보완사항 및 기타의견 / Supplement and comprehensive analysis

○ 제품 현황

K-분식 떡볶이 제품은 안테나숍 월별 판매실적 판매물량 및 액수 측면에서 상위권을 차지하고 있는 인기 품목이었음. 1인분 소포장, 상온 보관 가능, HACCP 및 ISO 인증 보유 등의 특징점이 있으며 봉지 제품의 경우 일반맛, 매운 치즈맛 등 다양한 옵션의 제품이 수입되고 있었음. 이 중 K-분식 떡볶이컵 제품은 기존 K-분식 봉지 제품과는 다른 포장 형태를 가진 품목으로, 주력 상품화를 위한 소비자 반응 테스트를 목표로 7월 마켓테스트 제품으로 선정함. 컵 제품의 경우 기존 봉지 제품에 비해 보다 쉽게 즉석에서 먹을 수 있는 간편조리(HMR) 제품이라는 점에서 즉석조리가 가능한 매장에서 특히 큰 판매 강점을 가지고 있음. 현재 인니 마나도 안테나숍과 더불어 현지에서 한국형 편의점 형태를 갖추어 라면, 분식 등 간단한 스낵류 즉석 조리가 가능한 유통매장의 수가 점차 늘어남에 따라 신규 수요 창출의 가능성이 있을 것으로 고려됨

○ 개선 필요사항

인도네시아 식문화 상 현지 소비자는 쌀가공식품 및 매운 음식에 이미 익숙하며 선호도 또한 매우 높은 상황으로, 매우 다양한 떡볶이 제품이 현지에서 소비되고 있음. 현지에서의 인지도 및 인기가 빠르게 상승함에 따라 떡볶이는 많은 소비자들이 선호하는 대표적인 인기 K-푸드인 것으로 인정받고 있으나, 이에 따라 상대적으로 가격이 저렴한 현지 제품 및 모방 제품 또한 점차 많이 출시되기 시작하였음. 현지 일반 소비자는 가격 민감도가 매우 높은 편으로, 유사 현지 제품의 생산량이 점차 늘어날수록 상대적으로 가격대가 높은 한국산 떡볶이 제품에 부정적 영향이 발생하기 쉬우며 향후 수출실적 및 선호도 상승을 위한 해결책이 필요한 상황임. 가격 경쟁력 하락을 보완할 수 있는 보다 다양한 제품 수입 및 참신한 홍보마케팅 방안의 고민이 필요함.

○ 마케팅 방향

- SNS/유튜브 등 소셜미디어를 활용한 제품 홍보
- 수도권 자카르타뿐만 아니라 지방 거점 도시에서도 영업 적극 진행 예정
- 제품 배너 및 스토어 프로모션을 활용한 할인 행사를 통해 소비자들의 가격 접근성 향상 도모 예정
- K-POP, K-콘텐츠 등 한류를 활용한 한국 생산제품만의 강점을 강조하여 현지 유사제품과의 차별화 전략