한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

KaTi 농식품수출정보

경쟁력 분석형

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202407-10

품목 | 핫소스(Hot Sauce)

HS CODE | 2103.90-9090

국가 | 인도네시아(Indonesia)

경쟁력 분석형

CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

Ⅰ. 요약 04

Ⅱ. 경쟁제품

1. 인도네시아 핫소스 경쟁제품 선정 06
2. 인도네시아 핫소스 경쟁제품 조사지표 선정 10
3. 인도네시아 핫소스 경쟁제품 현지조사 결과 11

Ⅲ. 경쟁기업

1. 인도네시아 핫소스 경쟁기업 선정 24
2. 인도네시아 핫소스 경쟁기업 현지화 분석 기준 25
3. 인도네시아 핫소스 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 27

Ⅳ. 수입·유통업체 인터뷰

1. 사방 메라우케(Sabang Merauke) 33
2. 오가닉 세하트 알라미(Organik Sehat Alami) 35
3. 키코만 아쿠푸드(Kikkoman Akufood) 37

경쟁력 분석형

CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증 40
2. 기업 마케팅 벤치마킹 44
3. 온라인 인기 제품 리뷰 분석 45

※ 참고문헌 48

SUMMARY

HS CODE : 2103.90-9090

2024 수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

인도네시아 핫소스 경쟁력분석

온라인 인기 제품

토코피디아

바비큐 스파이시 소스

쇼피

두아 벨리비스 소스 카베

라자다

삼발 테리 메단 사쳇

소스 페다스 알라코리아 고추장

소스 카베 사셋

삼발 페다스

오프라인 주요 경쟁제품

에이비씨 삼발 엑스트라 페다스

가격 16,000루피아 (1,355원)

중량 275ml

'온·오프라인 유통채널 확보'

두아 빌리비스 소스 카베

가격 23,500루피아 (1,990원)

중량 340ml

'현지 특성에 맞춘 포장'

경쟁기업 3개사 분석

하인즈 ABC 인도네시아	PT 구나칩타 물리라사	푸드 스페셜라이즈
포장 현지화 ●	포장 현지화 ●	포장 현지화 ◐
홍보 현지화 ●	홍보 현지화 ●	홍보 현지화 ◐
온/오프라인 모두 입점	온/오프라인 모두 입점	온/오프라인 모두 입점

포장 현지화

● 상(현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)

◐ 중(기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)

○ 하(기존 유통 제품 그대로 출시)

홍보 현지화

● 상(현지 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)

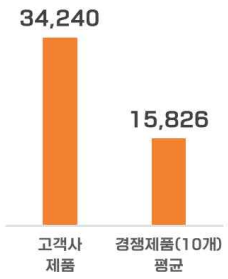
◐ 중(글로벌 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)

○ 하(기업 국적 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)

경쟁력파악

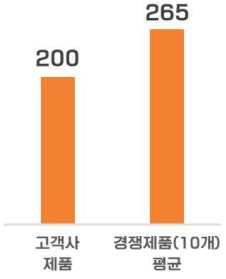
100g당 가격

단위 : 루피아

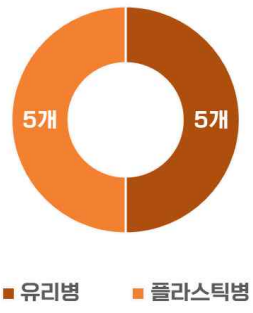


중량

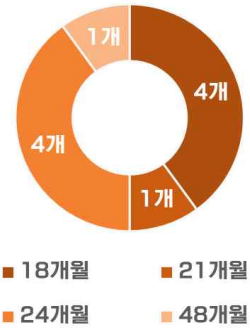
단위 : g



포장형태



유통기한



요약

Point 01.

1) 고객사 제품 가격은 경쟁제품 대비 매우 높은 편이므로 소포장 고급화를 통한 프리미엄 전략 고려 가능

2) 경쟁기업 분석 결과 3개사 중 2개사가 제품 포장 및 홍보방안 현지화를 통해 브랜드 인지도를 확대

Point 02.

1) 전문가 인터뷰 결과, 고객사 제품은 스틱 타입 포장을 통한 편리성과 독특한 맛(김치)에 강점이 존재

2) 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, 인기 핫소스 제품의 품질과 중량에 대한 관심도가 높은 편

II
경쟁제품

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

1. 인도네시아 핫소스 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	D사[1] 달고 맵고 김치 핫소스
제품 종류	핫소스(소스류)
소비자가격	68,480 ~ 92,100 루피아[2] (5,800원 ~ 7,800원)
중량	200g (20g X 10EA)
포장	스틱형
특징	김치로 만든 달고 맵고는 한국의 맛을 그대로 느낄 수 있으며 수프, 소스, 파스타, 피자, 핫도그, 햄버거, 라면 등 어떤 요리에 직접 넣어도 맛있고 매콤한 맛을 더할 수 있는 K-소스입니다

Step 01. 제품 분석

① 사전컨설팅기록지 수령

② 고객사 제품 분석
- 제품명: D사 달고 맵고 김치 핫소스
- 제품 종류: 핫소스
- 소비자가격 : 68,480 ~ 92,100루피아 (5,800원 ~ 7,800원)
- 중량: 200g (20g X 10EA)
- 포장 형태: 스틱형

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인

① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
1. 토코피디아(Tokopedia)
2. 쇼피(Shopee)
3. 라자다(Lazada)

② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
- 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 구매 순위 확인

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
- 오프라인 매장 인기 제품

③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석

① 현지 조사
- 경쟁제품 조사, 경쟁기업 조사

② 제품 분석
- (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
- 벤치마킹 제품 분석
- 온라인 인기 제품 리뷰 감성 분석

1) 고객사를 'D사'라 칭하기로 함
2) 100루피아=8.47원 (2024.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

인도네시아 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
tokopedia 토코피디아	식료품, 생활용품, 가전제품, 의류, 건강미용 용품, 문구류 등
Shopee 쇼피	식료품, 생활용품, 전자기기, 건강미용 용품, 의류 등
Lazada 라자다	식료품, 생활용품, 전자기기, 건강미용 용품, 의류, 스포츠 용품 등

▸ 인도네시아 핫소스 경쟁제품군 선정

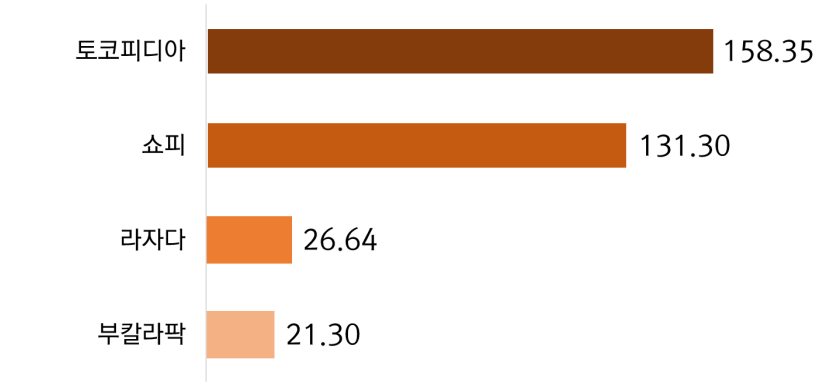
경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사 지표를 바탕으로 핫소스 제품의 경쟁제품군을 선정하였음

▸ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내 인도네시아 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 토코피디아, 쇼피, 라자다 모두 인도네시아 제품이 인기 제품인 것으로 확인됨. 토코피디아는 한국식 핫소스 제품도 인기 제품에 올라 있음

[표 2.1] 2022년 인도네시아 온라인 쇼핑몰 월평균 방문 수

(단위: 백만)



자료: 스태티스타(Statista)

[표 2.2] 인도네시아 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

토코피디아 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(리뷰 기준)[3]

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	핫소스	세레라푸드 (Selerafood)	바베큐 스파이시 소스 (Barbeque Spicy Sauce)	인도네시아	16,500루피아 (약 1,397원)	500g	
2	핫소스	기꼬만 (Kikkoman)	소스 페다스 알라 코리아 고추장 (Saus Pedas Ala Korea Gochujang)	인도네시아	23,000루피아 (약 1,948원)	300g	
3	핫소스	유로고멧 (Euro Gourmet)	소스 삼발 엑스트라 페다스 (Saus Sambal Extra Pedas)	인도네시아	14,250루피아 (약 1,207원)	1kg	

3) 조사일(2024.07.10) 기준

[표 2.2] 인도네시아 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

쇼피 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(베스트셀러 기준)[4]

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	핫소스	두아 벨리비스 (Dua Belibis)	두아 벨리비스 소스 카베 (Dua Belibis Saus Cabe)	인도네시아	7,250루피아 (약 614원)	135ml	
2	핫소스	맥루이스 (Mc Lewis)	소스 카베 사셋 (Saus Cabe Saset)	인도네시아	5,500루피아 (약 466원)	25*8g	
3	핫소스	맥루이스 (Mc Lewis)	핫 앤 핫 칠리 소스 (Hot n Hot Chilli Sauce)	인도네시아	10,000루피아 (약 847원)	1kg	

라자다 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(연관성 기준)[5]

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	핫소스	삼발 존토르 (Sambal djontorrr)	삼발 테리 메단 사쳇 (Sambal Teri Medan sachet)	인도네시아	10,000루피아 (약 847원)	60g	
2	핫소스	인도푸드 (Indofood)	삼발 페다스 (Sambal Pedas)	인도네시아	12,500루피아 (약 1,059원)	275ml	
3	핫소스	마마스카 (Mama suka)	델리사오스 핫 라바 소스 삼발 페다스 (Delisaos Hot Lava Saus Sambal Pedas)	인도네시아	10,000루피아 (약 847원)	130ml	

자료: 토코피디아(Tokopedia), 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada) 홈페이지
사진 자료: 토코피디아(Tokopedia), 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada) 홈페이지

4) 조사일(2024.07.09) 기준
5) 조사일(2024.07.09) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정

인도네시아 자카르타 정보[6]

인구	1,062만 7천명 (2023년 기준)
면적	660.98km²

▸ 인도네시아 자카르타, 방문지역으로 선정

인도네시아 자카르타를 방문지역으로 선정함. 자카르타는 인도네시아의 수도이자 현지 최대 규모의 도시로 자바섬 북서쪽에 위치함. 인도네시아 전역에서 모인 다양한 민족적 배경의 인구 약 1,000만 명이 거주하고 있음. 주요 도로와 고속도로가 교차하는 인도네시아의 정치경제 허브로 동남아시아국가연합(아세안·ASEAN)의 사무국이 위치함. 공업이 발달했으며 인도네시아 내 무역과 서비스업, 은행·금융업의 중심지임

▸ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓, 슈퍼마켓

고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여 하이퍼마켓, 슈퍼마켓을 주요 현지조사 매장으로 선정함

[표 2.3] 인도네시아 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓	까르푸(Carrefour), 그랜드 럭키(Grand Lucky), 히어로(Hero)
슈퍼마켓	하이퍼마트(Hypermart), 푸드 홀(Food Hall)
아시안/한인마트	무궁화(Mugunghwa), 파파야(Papaya)
온라인	토코피디아(Tokopedia), 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada)
편의점	알파마트(Alfamart), 인도마렛(Indomaret)

고객사 진출 선호 매장

6) 자료: 자카르타 주 중앙통계청(BPS) (www.jakarta.bps.go.id)

2. 인도네시아 핫소스 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
- 핫소스 : 원재료는 고추/고춧가루 기반, 맛은 매운 맛/매우 매운 맛

▶ 인도네시아 핫소스 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.4] 인도네시아 핫소스 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
제품명		제품의 한국어, 원어 명칭
제조사		제조사의 한국어, 원어 명칭
제품 종류		핫소스
중량	중량(g)	제품의 포장 단위
가격	소비자 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g/100ml당 가격	제품의 100g/100ml당 가격
원산지		제품의 원산지
맛		제품의 맛
포장 형태	플라스틱병	플라스틱병 포장
	유리병	유리병 포장
홍보문구		제품 포장지에 표기된 홍보문구
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

3. 인도네시아 핫소스 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 인도네시아 자카르타에 위치한 하이퍼마켓, 슈퍼마켓

인도네시아 자카르타에 위치한 하이퍼마켓인 그랜드럭키, 슈퍼마켓 푸드홀, 한인마트 무궁화, 아시안마트 파파야, 편의점 알파마트를 방문함. 그랜드럭키는 인도네시아의 하이퍼마켓, 푸드홀은 슈퍼마켓 체인임. 무궁화는 인도네시아 최초의 한국식품 유통업체임. 파파야는 인도네시아의 아시안 마트로 주로 일본 제품을 취급함. 알파마트는 인도네시아의 대표적인 편의점 체인임

[표 2.5] 인도네시아 방문 매장 및 특징

방문 매장명	그랜드 럭키 (Grand Lucky)	푸드홀 (FoodHall)	무궁화 (Mu Gung Hwa)	파파야 (Papaya)	알파마트 (AlfaMart)
방문 매장 전경					
구분	하이퍼마켓	슈퍼마켓	아시안/한인마트	아시안/한인마트	편의점
조사 제품 수	2개	2개	2개	2개	2개
조사 매장 특징	· 인도네시아의 하이퍼마켓 체인 · 슈퍼스토어 5개 운영	· 인도네시아의 슈퍼마켓 체인 · 27개 매장 운영	· 인도네시아 최초의 한국식품 유통기업 · 6개 직영 매장 운영	· 인도네시아의 아시안 마트로 주로 일본제품 취급 · 11개 매장 운영	· 인도네시아의 대표적인 편의점 체인 · 전국에 17,500여 개의 매장 보유

▶ 방문매장마다 취급 제품 달라, 경쟁제품 10개 모두 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매

그랜드럭키, 푸드홀, 무궁화, 파파야, 알파마트 등 총 5개 매장방문 후 인기 제품을 조사한 결과, 매장마다 취급하는 핫소스 경쟁제품이 달랐음. 10개 경쟁제품 모두 토코피디아, 쇼피, 라자다 등 인도네시아의 주요 온라인 매장 3곳에서 판매하는 것이 확인됨

[표 2.6] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인	핫소스
① 핀나 소스 삼발 엑스트라 페다스 (PT 세카르 라우트 TBK)	○ (그랜드 럭키)	○ (토코피디아, 쇼피, 라자다)	○
② 두아 빌리비스 소스 카베 (PT 구나칩타 물리라사)	○ (그랜드 럭키)	○ (토코피디아, 쇼피, 라자다)	○
③ 메프라놈 브랜드 스위트 칠리 소스 (푸드 스페셜라이즈 주식회사)	○ (푸드홀)	○ (토코피디아, 쇼피, 라자다)	○
④ 하인즈 칠리 소스 (PT 하인즈 ABC 인도네시아)	○ (푸드홀)	○ (토코피디아, 쇼피, 라자다)	○
⑤ 타바스코 (맥일흔 컴퍼니)	○ (무궁화)	○ (토코피디아, 쇼피, 라자다)	○
⑥ 에이비씨 삼발 엑스트라 페다스 (PT 하인즈 ABC 인도네시아)	○ (무궁화)	○ (토코피디아, 쇼피, 라자다)	○
⑦ 삼발 아슬리 하룸 세답 카브 이부 자리 (PT 젬폴 판간 누산타라)	○ (파파야)	○ (토코피디아, 쇼피, 라자다)	○
⑧ 콘디멘 민약 카바이 (PT 아네카 사두이브 자야)	○ (파파야)	○ (토코피디아, 쇼피, 라자다)	○
⑨ 마마스카 델리사오스 핫 라바 (PT 대상 푸드 인도네시아)	○ (알파마트)	○ (토코피디아, 쇼피, 라자다)	○
⑩ 인도푸드 삼발 방콕 (PT 인도푸드 CBP 석세스 막무르)	○ (알파마트)	○ (토코피디아, 쇼피, 라자다)	○

(*) 현지 판매 핫소스 경쟁제품 10개 분석

Shop ① 그랜드 럭키(Grand Lucky)

매장 정보

- **유형: 하이퍼마켓**
- **판매 제품 특징:**
  신선식품, 가공식품, 생활용품, 가전제품, 건강뷰티 용품, 문구류 등을 취급하고 한국 제품도 일부 판매함
- **매장 주변 특징:**
  주거지역 내 위치
- **주요 고객층:**
  현지 주민, 한국 교민

브랜드 기본 정보	GrandLucky Superstore	그랜드럭키는 인도네시아의 하이퍼마켓 체인으로 1992년 설립돼 현재 인도네시아 전역에 5개의 슈퍼스토어 매장을 운영하고 있음. 신선식품, 가공식품, 생활용품, 가전제품, 건강뷰티 용품, 문구류 등을 취급함. 한국 제품도 판매함.	
	조사 제품 수: 2개		
매장 정보			
	위치	**도시(지역)**	자카르타
		상세주소	SCBD, Jl. Jenderal Sudirman, Senayan, Kebayoran Baru, South Jakarta, Jakarta 12190
매장 내부			
매대 분석	**매대 분류**	복도식 매대	
	진열 방식	핫소스 제품군 그룹 진열	
	상·하단 제품 구성	상·하단: 핫소스	
	브랜드 국적 구성	인도네시아	
	주요 브랜드	두아 빌리비스, 젬폴 판간 누산타라	
제품 판매 정보			
	핀나 소스 삼발 엑스트라 페다스 (PT 세카르 라우트 TBK)	두아 빌리비스 소스 카베 (PT 구나칩타 물리라사)	

사주자료: 현지조사원 자료

Shop ① 그랜드 럭키(Grand Lucky)

	경쟁제품 ①	경쟁제품 ②
제품 사진		
제품명 (현지어)	핀나 소스 삼발 엑스트라 페다스 (Finna Saus Sambal Extra Pedas)	두아 빌리비스 소스 카베 (Dua Belibis Saus Cabe)
제조사 (현지어)	PT 세카르 라우트 TBK (PT Sekar Laut Tbk)	PT 구나칩타 물리라사 (PT Gunacipta Multirasa)
제품 종류	핫소스	핫소스
중량	340.0ml	340.0ml
소비자가격	15,500루피아 (1,313원)[7)]	23,500루피아 (1,990원)
100ml당 가격	4,558.82루피아 (386원)	6,911.76루피아 (585원)
원산지	인도네시아	인도네시아
맛	스파이시	엑스트라 스파이시
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱병	유리병
유통기한	(-)	24개월
인증	HALAL, BPOM RI MD	HALAL, BPOM RI MD
수입자	(-)	(-)
홍보문구	피나 엑스트라 스파이시 칠리 소스 *더 매운 맛	칠리 소스를 곁들인 요리의 정석
원료 및 첨가물	정제수, 고추(20.53%), 설탕, 식물성 안정제, 소금, 마늘, 양파(0.70%), 향미증진제 모노나트륨 엘글루타민산나트륨, 구아닐산다이나트륨 및 이노시네이트, 산도조절제, 보존제(안식향산나트륨 및 메타중아황산), 천연 감미료 스테비올배당체, 정제수, 향미증진제(안식향산나트륨 및 메타중아황산염)	고추, 설탕, 물, 마늘, 식초, 소금, 향미 증진제 모노나트륨 글루탐산나트륨, 보존제(안식향산나트륨, 메타중아황산나트륨)
기타 표기사항	(-)	(-)

7) 100루피아=8.47원 (2024.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Shop ② 푸드홀(FoodHall)

매장 정보

- **유형: 슈퍼마켓**
- **판매 제품 특징:**
  신선식품, 가공식품, 베이커리, 생활용품, 건강미용 용품 등을 판매함
- **매장 주변 특징:**
  주거 지역 내 위치
- **주요 고객층:**
  현지 주민

브랜드 기본 정보	THE FOODHALL	푸드홀은 인도네시아의 슈퍼마켓 체인으로 1990년 설립돼 전역에 27개 점포를 운영하고 있음. 신석식품, 가공식품, 베이커리, 생활용품, 건강미용 용품 등을 취급함. 한국제품 또한 판매하고 있으며 온라인 쇼핑몰도 운영함
	조사 제품 수: 2개	
매장 정보		
	위치 **도시(지역)**	자카르타
	위치 **상세주소**	Grand Indonesia Shopping West Mall, Jl. M.H. Thamrin No.1, Kb. Melati, Tanah Abang, Central Jakarta, Jakarta 10350
매장 내부		

매대 분석	**매대 분류**	복도식 매대
	진열 방식	다양한 종류의 핫소스 제품군 진열
	상·하단 제품 구성	상단: 핫소스 / 하단: 핫소스
	브랜드 국적 구성	태국, 인도네시아 등
	주요 브랜드	푸드스페셜라이즈, 하인즈, 인도푸드 등

제품 판매 정보		
	메프라놈 브랜드 스위트 칠리 소스 (푸드 스페셜라이즈 주식회사)	하인즈 칠리 소스 (PT 하인즈 ABC 인도네시아)

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ② 푸드홀(FoodHall)

	경쟁제품 ③	경쟁제품 ④
제품 사진		
제품명 (현지어)	메프라놈 브랜드 스위트 칠리 소스 (Maepranom Brand Sweet Chili Sauce)	하인즈 칠리 소스 (Heinz Chili Sauce)
제조사 (현지어)	푸드 스페셜라이즈 주식회사 (Food Specialize Co Ltd)	PT 하인즈 ABC 인도네시아 (PT Heinz ABC Indonesia)
제품 종류	핫소스	핫소스
중량	200.0ml	325.0ml
소비자가격	21,900루피아 (1,855원)	22,900루피아 (1,940원)
100ml당 가격	10,950.00루피아 (927원)	7,046.15루피아 (597원)
원산지	태국	인도네시아
맛	스위트 & 스파이시	스파이시
포장 형태 (외부/내부)	유리병	플라스틱병
유통기한	18개월	18개월
인증	BPOM RI ML	HALAL, BPOM RI MD
수입자	PT Dinamik Multi Sukses	(-)
홍보문구	태국에서 구할 수 있는 최고의 재료로 잘 만들어졌습니다. 여러분의 요리를 잊을 수 없는 맛으로 만들어 줄 것입니다.	칠리 소스 고추장 신선한 고추
원료 및 첨가물	설탕, 물, 홍고추 15%, 증류식초, 마늘, 소금, 변성전분, 증점제(잔탄 검)	고추 45%(생고추 0.2% 함유), 설탕, 물, 소금, 리베이트 안정제, 사과 농축액, 식초, 양파 푸틴, 산도 조절제, 천연 향료, 간장(대두 함유), 천연 감미료 스테비올 글리코사이드
기타 표기사항	무방부제, 무 인공 색소, 글루텐 프리, 무 MSG	무방부제, 무향료, 무합성 착색료, 무합성 감미료, 무인공 감미료

Shop ③ 무궁화(Mu Gung Hwa)

매장 정보

- **유형: 아시안/한인마트**
- **판매 제품 특징:**
  김치, 고추장, 된장, 쌀 등을 비롯한 다양한 한국 식품을 판매함. 한국에서 직수입한 한국 의약품과 인도네시아 의류, 문구류, 김치냉장고 등 가전제품, 생활잡화도 취급함
- **매장 주변 특징:**
  주거 지역 내 위치
- **주요 고객층:**
  현지 주민, 한국 교민

브랜드 기본 정보	MGH KOREAN SUPERMARKET & DISTRIBUTOR	무궁화는 인도네시아 최초의 한국식품 유통기업으로 1980년 설립됨. 인도네시아 내 6개 직영 매장을 운영하고 전역에 4,000여개 유통망을 통해 다양한 한국 식품 및 생활용품을 공급하고 있음. 'Kims', 'Minirestoran', 'Bon bread' 등 자체 한국 식품 및 제빵 브랜드를 보유함
	조사 제품 수: 2개	
매장 정보		
	위치	**도시(지역)**: 자카르타
		상세주소: Jl. Senayan No.43, RT.8/RW.5, Rw. Bar., Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12180
매장 내부		
매대 분석	**매대 분류**	복도식 매대
	진열 방식	핫소스 등 액체 소스
	상·하단 제품 구성	상단: 핫소스 / 중단: 케찹, 마요네스, 샐러드 드레싱 / 하단: 액젓, 간장 등
	브랜드 국적 구성	한국, 미국, 인도네시아 등
	주요 브랜드	ABC, 오뚜기, 청정원 등
제품 판매 정보		
	타바스코 (맥일흔 컴퍼니)	에이비씨 삼발 엑스트라 페다스 (PT 하인즈 ABC 인도네시아)

사진자료: 현지조사원 자료

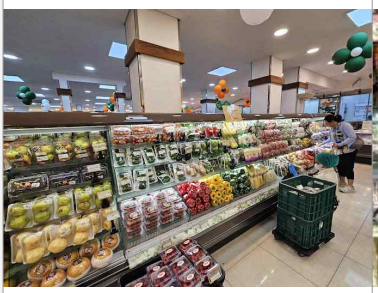
Shop ③ 무궁화(Mu Gung Hwa)

	경쟁제품 ⑤	경쟁제품 ⑥
제품 사진		
제품명 (현지어)	타바스코 (Tabasco)	에이비씨 삼발 엑스트라 페다스 (ABC Sambal Extra Pedas)
제조사 (현지어)	맥일흔 컴퍼니 (McILHENNY COMPANY)	PT 하인즈 ABC 인도네시아 (PT Heinz ABC Indonesia)
제품 종류	핫소스	핫소스
중량	60.0ml	275.0ml
소비자가격	55,000루피아 (4,659원)	16,000루피아 (1,355원)
100ml당 가격	91,666.67루피아 (7,764원)	5,818.18루피아 (493원)
원산지	미국 루이지애나	인도네시아
맛	스파이시	엑스트라 스파이시
포장 형태 (외부/내부)	유리병	플라스틱병
유통기한	48개월	18개월
인증	HALAL, BPOM RI ML	HALAL, BPOM RI MD
수입자	PT Sukanda Djaya	(-)
홍보문구	1868년부터 아침, 점심, 저녁 식사를 더 맛있게 만드는 맥일레니, 타바스코 브랜드, 후추 소스	엑스트라 스파이시 전통 방식으로 갈은
원료 및 첨가물	증류 식초, 고추, 소금	고추, 설탕, 물, 소금, 마늘, 전분, 식초, 보존료 벤조산나트륨 및 메타중아황산나트륨, 향미 증진제 모노나트륨 글루타메이트, 이노시네이트 글루타메이트
기타 표기사항	배럴 숙성, 다용도, 피자 위에 완벽히 어울림	(-)

Shop ④ 파파야(Papaya)

매장 정보

- **유형: 아시안/한인마트**
- **판매 제품 특징:**
  일본 제품을 비롯해 다양한 신선식품, 가공식품, 생활용품 취급함. 초밥 등 조리된 음식도 판매함
- **매장 주변 특징:**
  주거 지역 내 위치
- **주요 고객층:**
  현지 주민

브랜드 기본 정보	Happier Life in Indonesia papaya FRESH GALLERY	인도네시아에서 1995년 설립된 아시안 마트로 주로 일본 식료품을 취급함. 인도네시아 전역에 11개 매장을 운영함. 신선식품, 가공식품, 생활용품을 비롯해 초밥, 도시락 등 간편하게 먹을 수 있는 조리된 음식을 판매함
	조사 제품 수: 2개	
매장 정보		
	위치 **도시(지역)**	자카르타
	위치 **상세주소**	Jl. Melawai Raya No.28, RT.3/RW.1, Melawai, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12160
매장 내부		
매대 분석	**매대 분류**	복도식 매대
	진열 방식	향신료 및 소스류 제품군
	상·하단 제품 구성	상단: 향신료/ 하단: 핫소스 및 케첩
	브랜드 국적 구성	한국, 일본, 인도네시아
	주요 브랜드	젬폴 판간 누산타라, ABC, 오뚜기 등
제품 판매 정보		
	삼발 아슬리 하룸 세답 카브 이부 자리 (PT 젬폴 판간 누산타라)	콘디멘 만약 카비이 (PT 아네카 사두이브 자야)

사진자료: 현지조사원 자료

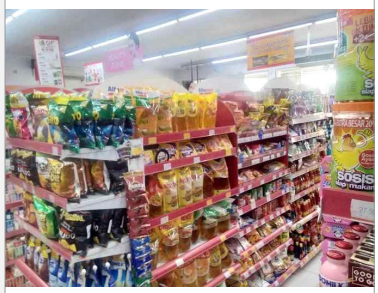
Shop ④ 파파야(Papaya)

	경쟁제품 ⑦	경쟁제품 ⑧
제품 사진		
제품명 (현지어)	삼발 아슬리 하룸 세답 카브 이부 자리 (Sambal Asli Harum Sedap Cab Ibu Jari)	콘디멘 민약 카바이 (Kondimen Minyak Cabai)
제조사 (현지어)	PT 젬폴 판간 누산타라 (PT Jempol Pangan Nusantara)	PT 아네카 사두이브 자야 (PT Aneka Saduib Jaya)
제품 종류	핫소스	핫소스
중량	320.0ml	135.0ml
소비자가격	22,700루피아 (1,923원)	18,700루피아 (1,584원)
100ml당 가격	7,093.75루피아 (601원)	13,851.85루피아 (1,173원)
원산지	인도네시아	인도네시아
맛	스파이시	스파이시
포장 형태 (외부/내부)	유리병	플라스틱병
유통기한	24개월	24개월
인증	HALAL, BPOM RI MD	BPOM RI MD
수입자	(-)	(-)
홍보문구	(-)	칠리 오일 매운 맛
원료 및 첨가물	신선 고추 45%, 물, 설탕, 마늘 6%, 소금, 타피오카 전분, 산도 조절제	팜유, 고춧가루(30%), 말린 파, 마늘, 샬롯, 오일
기타 표기사항	보관 권장 사항: 서늘하고 건조한 곳에 보관하세요	(-)

Shop ⑤ 알파마트(AlfaMart)

매장 정보

- **유형: 편의점**
- **판매 제품 특징:**
  인스턴트 식품, 생활용품, 개인 위생용품, 전자기기 등을 판매함.
- **매장 주변 특징:**
  주거 지역 내 위치
- **주요 고객층:**
  현지 주민

브랜드 기본 정보	Alfamart	알파마트는 1989년 설립된 인도네시아의 대표적인 편의점 체인으로 현지에 17,500개 이상의 매장을 보유하고 있음. 인스턴트 식품과 양념, 생활용품, 개인 위생용품, 전자기기 등을 판매함. 한국제품은 취급하지 않음
	조사 제품 수: 2개	
매장 정보		
위치	도시(지역)	자카르타
	상세주소	Gang Cempaka Baru Timur VII No.1, RT.2/RW.7, Cempaka Baru, Kemayoran, Central Jakarta, Jakarta 10640
매장 내부		

매대 분석	매대 분류	복도식 매대
	진열 방식	소스류 제품군
	상·하단 제품 구성	상단: 핫소스 / 하단: 케첩, 마요네스 등 소스류
	브랜드 국적 구성	인도네시아
	주요 브랜드	마마스카, 인도푸드, ABC

제품 판매 정보		
	마마스카 델리사오스 핫 라바 (PT 대상 푸드 인도네시아)	인도푸드 삼발 방콕 (PT 인도푸드 CBP 석세스 막무르)

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ⑤ 알파마트(AlfaMart)

	경쟁제품 ⑨	경쟁제품 ⑩
제품 사진		
제품명 (현지어)	마마스카 델리사오스 핫 라바 (Mamasuka Delisaos Hot Lava)	인도푸드 삼발 방콕 (Indofood Sambal Bangkok)
제조사 (현지어)	PT 대상 푸드 인도네시아 (PT DAESANG Food Indonesia)	PT 인도푸드 CBP 석세스 막무르 (PT Indofood CBP Sukses Makmur)
제품 종류	핫소스	핫소스
중량	320.0ml	335.0ml
소비자가격	15,800루피아 (1,338원)	18,200루피아 (1,542원)
100ml당 가격	4,937.50루피아 (418원)	5,432.84루피아 (460원)
원산지	인도네시아	인도네시아
맛	스파이시	스파이시
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱병	유리병
유통기한	18개월	24개월
인증	HALAL, BPOM RI MD	HALAL, BPOM RI MD
수입자	(-)	(-)
홍보문구	독특한 매운맛! 음식 믹스를 찍어 먹기에 적합	스위트 앤 사워
원료 및 첨가물	물, 시럽, 옥수수당, 말토덱스트린, 증점제, 고춧가루, 소금, 닭고기 추출물, 향미증진제, 카레가루, 양파가루, 마늘, 간장, 구연산 조절제, 후추, 흑설탕, 천연 향료, 식물성 기름, 칠리 오일, 소고기 합성 향료, 안식향산 나트륨 보존제, 효모 추출물, 히코리 연기 합성향, 글리코사이드 천연 감미료, 아황산염 보존제	설탕, 정제수, 고추 17%, 소금, 마늘 4%, 산도 조절제, 식물성 증점제, 식물성 안정제(대두, 글루텐 함유), 망고 열매 농축액 0.2%, 보존제(안식향산 나트륨, 메타초산나트륨)
기타 표기사항	(-)	(-)

Ⅲ 경쟁기업

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

1. 인도네시아 핫소스 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 현지화가 잘 되어있는 기업 총 3개사 선정

오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중 현지화가 잘 되어 있는 현지 진출 기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함. 선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 59년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. PT 구나칩타 물리라사는 1942년 설립 이후 3개 업체 중 가장 오래된 82년의 업력을 보유하고 있으며, PT 하인즈 ABC 인도네시아는 기존에 있던 현지 기업이 1975년 사업을 시작한 뒤 하인즈와 인수를 거치며 49년의 업력을 이어오고 있음. 푸드스페셜라이즈 주식회사는 1978년 설립돼 46년의 업력을 보유함

▶ 경쟁기업 3개사, 핫소스 동일 품목 종류 조사

인도네시아에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 핫소스 동일 품목 수를 조사한 결과, 푸드스페셜라이즈 주식회사가 총 22개로 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그다음으로는 PT 하인즈 ABC 인도네시아가 5개, PT 구나칩타 물리라사가 4개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 핫소스 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
PT 하인즈 ABC 인도네시아	인도네시아	49년	5개
PT 구나칩타 물리라사	인도네시아	82년	4개
푸드스페셜라이즈 주식회사	태국	46년	22개

자료: 인도네시아 진출 핫소스 경쟁기업 3개사 분석

2. 인도네시아 핫소스 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 23년도 매출액
	직원 수	기업 23년도 직원 수
	설립연도	기업의 설립연도
	동일품목	핫소스 제품군

▶ 경쟁기업의 자사 제품 홍보 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 홍보 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 현지화 미진행	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음	○ (하)
② 홍보 글로벌화	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	◐ (중)
③ 홍보 현지화	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (상)

▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	별도 포장 없이 벌크 판매하거나 경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	◐ (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	● (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	그랜드럭키, 푸드홀, 무궁화
온라인	토코피디아, 쇼피, 라자다

3. 인도네시아 핫소스 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 인도네시아 온/오프라인 매장 진출

인도네시아에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점해 있는 것으로 확인됨. PT 하인즈 ABC 인도네시아는 푸드홀과 무궁화에, PT 구나칩타 물리라사는 그랜드럭키에, 푸드스페셜라이즈 주식회사는 푸드홀에 입점한 것으로 조사됨. 또한 3개사 모두 인도네시아의 인기 온라인 쇼핑몰인 토코피디아, 쇼피, 라자다에 입점해 제품을 유통하고 있음

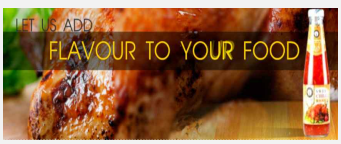
▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지를 통한 마케팅 진행, SNS 플랫폼은 1곳만 운영

인도네시아 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. PT 하인즈 ABC 인도네시아는 3개사 중 유일하게 SNS 플랫폼을 운영하고 있음. 현지 계정의 유튜브 및 글로벌 계정의 페이스북 등에 비정기적으로 콘텐츠를 업데이트함. PT 구나칩타 물리라사는 현지어와 영어를 혼용한 자사 홈페이지를 보유함. 푸드스페셜라이즈 주식회사는 영어로 된 글로벌 홈페이지를 운영함

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 맛, 품질 등을 강조

인도네시아 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 맛, 품질 등을 강조하는 문구를 주로 사용하고 있음. PT 하인즈 ABC 인도네시아는 매운 맛과 원재료로 고품질 고추를 사용한다는 점을 설명함. PT 구나칩타 물리라사도 매운 맛과 엄선된 원재료를 강조하는 문구를 사용함. 푸드 스페셜라이즈 주식회사는 전통적인 태국의 풍미를 설명하는 홍보문구를 활용하고 있는 것으로 조사됨

[표 3.7] 인도네시아 핫소스 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
PT 하인즈 ABC 인도네시아	• 오프라인 매장 – 푸드홀 – 무궁화 • 온라인 매장 – 토코피디아 – 쇼피 – 라자다	• 자사 홈페이지 (현지) • SNS 플랫폼 (현지/글로벌) – 유튜브 – 페이스북 – 인스타그램 – 틱톡	– 가족의 식사 순간을 더욱 흥미진진하게 – 고품질 Hiyung 칠리로 만든	
PT 구나칩타 물리라사	• 오프라인 매장 – 그랜드럭키 • 온라인 매장 – 토코피디아 – 쇼피 – 라자다	• 자사 홈페이지 (현지)	– 진정한 매운맛 – 식욕을 돋우는 향 – 엄선된 좋은 재료	
푸드 스페셜라이즈 주식회사	• 오프라인 매장 – 푸드홀 • 온라인 매장 – 토코피디아 – 쇼피 – 라자다	• 자사 홈페이지 (글로벌)	– 당신의 음식에 풍미를 더합니다 – 정통, 풍미 가득한 태국 식품	

자료: 인도네시아 진출 핫소스 경쟁기업 3개사 분석

① PT 하인즈 ABC 인도네시아

<table>
<tr><td rowspan="5">기업
기본 정보</td><td>기업명</td><td colspan="3">PT 하인즈 ABC 인도네시아</td></tr>
<tr><td>기업 설명</td><td colspan="3">미국의 글로벌 식품제조 기업 크래프트 하인즈의 인도네시아의 자회사로, 기존의 인도네시아 식품기업 ABC 홀딩스를 1999년 하인즈가 인수한 뒤 ABC라는 자체 브랜드를 유통하고 있음. 간장, 핫소스, 정어리 통조림, 각종 과일주스 등을 유통하고 있음</td></tr>
<tr><td>위치</td><td colspan="3">Jalan Jendral Sudirman Kav 54-55, Jakarta, Indonesia, Jakarta</td></tr>
<tr><td rowspan="2">규모</td><td>동일 품목 수</td><td colspan="2">5개</td></tr>
<tr><td>설립연도</td><td colspan="2">1975년</td></tr>
<tr><td>기업
진출 채널</td><td>〈오프라인 매장〉
푸드홀
무궁화

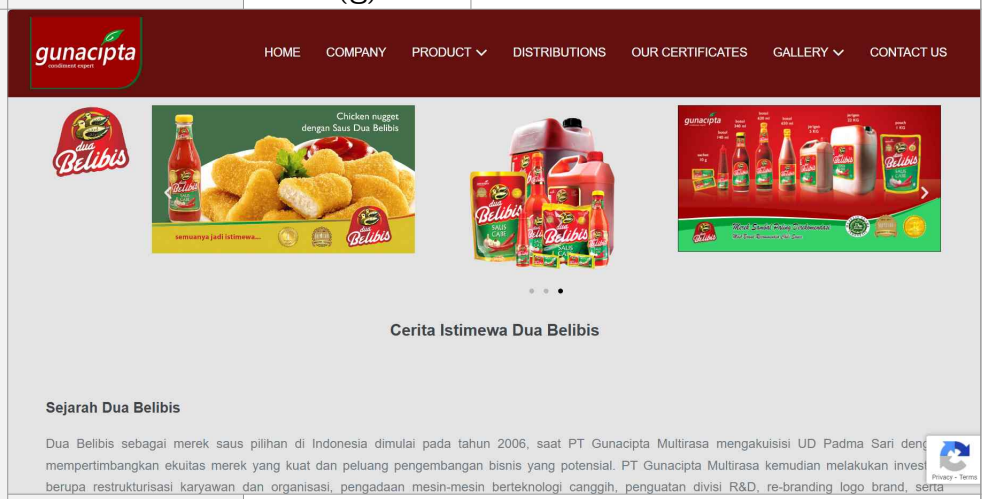
〈온라인 매장〉
토코피디아
쇼피
라자다</td><td> </td><td>제품명</td><td>에이비씨 삼발 엑스트라 페다스
(ABC Sambal Extra Pedas)</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td>중량</td><td>275.0ml</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td>소비자가격</td><td>16,000루피아
(1,355원[8])</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td>제품 종류</td><td>핫소스</td></tr>
<tr><td rowspan="2">현지 진출 방법</td><td>포장 현지화</td><td>●
(상)</td><td colspan="2">인도네시아 현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용</td></tr>
<tr><td>홍보 현지화</td><td>●
(상)</td><td colspan="2">현지 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용</td></tr>
<tr><td rowspan="4">홍보 방식</td><td colspan="3">
</td></tr>
<tr><td>홍보 채널</td><td colspan="2">자사 홈페이지(현지), 유튜브(현지), 페이스북, 인스타그램, 틱톡(글로벌)</td></tr>
<tr><td>게시 주기</td><td colspan="2">비정기적</td></tr>
<tr><td>게시물 유형</td><td colspan="2">기업 소개, 제품 안내, 제품 광고 영상 소개</td></tr>
</table>

사진자료: 현지조사원, PT 하인즈 ABC 인도네시아 홈페이지

8) 100루피아=8.47원 (2024.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② PT 구나칩타 물리라사

<table>
<tr><td rowspan="5">기업
기본 정보</td><td>기업명</td><td colspan="3">PT 구나칩타 물리라사</td></tr>
<tr><td>기업 설명</td><td colspan="3">인도네시아의 향신료 제조유통업체로 자체 브랜드인 'Dua Belibis'와 'Koepoe-Koepoe'를 보유함. 전통시장, 현대식 마트, 호텔, 카페, 레스토랑 등을 유통채널로 둠. 글로벌 기업을 지향하며 미국, 호주, 유럽, 싱가포르 말레이시아, 홍콩 등으로 제품을 수출함</td></tr>
<tr><td>위치</td><td colspan="3">Jl. Faliman Jaya No.01 Kel. Jurumudi, Kec. Benda Tangerang 15124</td></tr>
<tr><td rowspan="2">규모</td><td>동일품목 수</td><td colspan="2">4개</td></tr>
<tr><td>설립연도</td><td colspan="2">1942년</td></tr>
<tr><td>기업
진출 채널</td><td>〈오프라인 매장〉
그랜드 럭키

〈온라인 매장〉
토코피디아
쇼피
라자다</td><td> </td><td>제품명</td><td>두아 빌리비스 소스 카베 (Dua Belibis Saus Cabe)</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td>중량</td><td>340.0ml</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td>소비자가격</td><td>23,500루피아 (1,990원)</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td>제품 종류</td><td>핫소스</td></tr>
<tr><td>현지 진출 방법</td><td>포장 현지화</td><td>●
(상)</td><td colspan="2">인도네시아 현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용</td></tr>
<tr><td>홍보 현지화</td><td>●
(상)</td><td colspan="2">현지어와 영어 혼용한 홈페이지 활용</td></tr>
<tr><td rowspan="4">홍보 방식</td><td colspan="3"> 
</td></tr>
<tr><td>홍보 채널</td><td colspan="2">자사 홈페이지(현지)</td></tr>
<tr><td>게시 주기</td><td colspan="2">비정기적</td></tr>
<tr><td>게시물 유형</td><td colspan="2">기업 소개, 브랜드 및 제품 안내, 유통채널 및 인증 안내</td></tr>
</table>

사진자료: 현지조사원, PT 구나칩타 물리라사 홈페이지

③ 푸드스페셜라이즈 주식회사

<table>
<tr><td rowspan="5">기업
기본 정보</td><td>기업명</td><td colspan="3">푸드스페셜라이즈 주식회사</td></tr>
<tr><td>기업 설명</td><td colspan="3">푸드스페셜라이즈 주식회사는 태국의 식품제조수출 업체로, 자체 브랜드 'Thai Dancer'를 통해 태국 소스와 양념, 피클, 쌀국수면 등을 취급하고 있음. 프랑스, 독일 등 유럽을 중심으로 20여 국에 제품을 수출함</td></tr>
<tr><td>위치</td><td colspan="3">1048/5-6 Charoenkrung Road, Bangrak, Bangkok 10500 Thailand</td></tr>
<tr><td rowspan="2">규모</td><td>동일 품목 수</td><td colspan="2">22개</td></tr>
<tr><td>설립연도</td><td colspan="2">1978년</td></tr>
<tr><td>기업
진출 채널</td><td>〈오프라인 매장〉
푸드홀

〈온라인 매장〉
토코피디아
쇼피
라자다</td><td> </td><td>제품명</td><td>메프라놈 브랜드
스위트 칠리 소스
(Maepranom Brand Sweet Chili Sauce)</td></tr>
<tr><td colspan="2"></td><td>중량</td><td>200.0ml</td></tr>
<tr><td colspan="2"></td><td>소비자가격</td><td>21,900루피아
(1,855원)</td></tr>
<tr><td colspan="2"></td><td>제품 종류</td><td>핫소스</td></tr>
<tr><td rowspan="2">현지 진출 방법</td><td>포장 개선</td><td>◐
(중)</td><td colspan="2">경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 또는 영어 활용</td></tr>
<tr><td>홍보 개선</td><td>◐
(중)</td><td colspan="2">글로벌 홈페이지 활용</td></tr>
<tr><td rowspan="4">홍보 방식</td><td colspan="4">
</td></tr>
<tr><td>홍보 채널</td><td colspan="3">자사 홈페이지(글로벌)</td></tr>
<tr><td>게시 주기</td><td colspan="3">비정기적</td></tr>
<tr><td>게시물 유형</td><td colspan="3">기업 소개, 브랜드 및 제품 소개, 요리법 안내</td></tr>
</table>

사진자료: 현지조사원, 푸드스페셜라이즈 주식회사 홈페이지

Ⅳ
수입·유통업체 인터뷰

1. 사방 메라우케(Sabang Merauke)
2. 오가닉 세하트 알라미(Organik Sehat Alami)
3. 키코만 아쿠푸드(Kikkoman Akufood)

Interview ①

9)

사방 메라우케(Sabang Merauke) Head of Sales

사방 메라우케 (Sabang Merauke)

- **유형:** 수입·유통업체
- **업체 특징:**
  - 수라바야에 본사를 둔 수입·유통업체
  - 인스턴트 커피, 허브차, 가루 설탕, 말린 과일 등 450 종 이상의 다양한 제품 취급
  - 인도네시아 3대 주요도시에 20,000제곱미터 규모의 창고, 12대의 차량 수용 가능한 운송 시스템 보유

담당자 정보

Head of Sales

고객사 제품 정보

소비자가격	약 68,480 ~ 92,100루피아 (5,800~7,800원10))
중량	200g(10EA)
인증	(-)
마케팅 슬로건	어떤 요리에 넣어도 맛있고 매콤한 맛을 더할 수 있는 K-소스

Q1. 고객사 제품에 대하여 가격, 중량, 포장, 유통기한에 대한 의견과 주요 경쟁제품과의 비교를 부탁드립니다.

당사에서 판매중인 블루 엘리펀트 타이 프리미엄 피쉬 소스(Blue Elephant Thai Premium Fish Sauce)와 비교 시 고객사의 제품은 독특한 맛(김치)이고, 개별 스틱 포장으로 휴대 및 사용이 편해 여행이나 가정에서 사용하기 이상적이라는 장점이 있습니다. 그러나 경쟁제품과 비교했을 때 가격대가 높고, 다양한 맛을 제공하지 않는다는 단점이 있습니다. 유통기한의 경우 두 제품 모두 실온에서 1년으로 동일합니다. 선택은 사용자의 필요에 따라 다릅니다. 독특한 맛과 휴대성을 원한다면 고객사의 제품이 좋은 선택이고, 주방에서 다양한 맛을 사용하려면 경쟁사의 제품이 더 적합합니다.

Q2. 현지 시장에서 인기 있는 주요 핫소스 제품의 가격, 포장 형태, 유통기한은 어떻게 되나요?

에이비씨 삼발 엑스트라 페다스(ABC Sambal Extra Pedas)는 인도네시아에서 인기 있는 핫소스 제품으로, 135ml 병당 10,000에서 20,000루피아로 판매되어 가격대가 합리적입니다. 사용하기 편한 플립 탑(Flip-top) 뚜껑이 있는 플라스틱병 포장으로 제공되며, 최대 2년간 보관이 가능해 유통기한도 긴 편입니다.

Q3. 핫소스 구매 시 유통업체 입장에서 주요 구매 고려요인은 무엇인가요?

유통업체의 입장에서 중요하게 보는 것은 제품의 맛과 다양성입니다. 제품의 맛이 독특하고, 변형 제품들이 다양할수록 더 많은 소비자가 관심을 가지기 때문입니다. 예를 들어, 전통적인 핫소스 맛에 매운 정도를 조절하거나, 마늘, 라임, 과일 등 추가적인 맛과 향을 추가해 상품군을 다양화한 상품을 선호합니다.

9) 사진자료: 사방 메라우케(Sabang Merauke) 공식 홈페이지
10) 100루피아=8.47원(2024.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q4. 고객사 핫소스 제품이 현지 시장에 진출하기에 적합한 유통채널은 무엇인가요?

대형 슈퍼마켓 체인인 트랜스마트(Transmart), 하이퍼마트(Hypermart), 까르푸(Carrefour) 등에 입점하는 것을 추천합니다. 이러한 대형 슈퍼마켓에는 다양한 소비자층이 방문하고, 지점 수가 많기 때문에 더 많은 소비자들에게 제품을 알릴 수 있습니다.

Q5. 현지 핫소스 시장의 소비 트렌드, 주요 소비자층, 구매 고려요인은 무엇인가요?

매운 음식에 대한 관심이 증가하며, 매운 음식은 인도네시아 요리 문화의 중요한 부분이 되었습니다. 핫소스는 사람들이 좋아하는 요리에 매운 맛을 더하는 수단으로 사용되며, 어린이부터 노인까지 모든 연령대의 사람들이 사용합니다. 인도네시아 사람들은 핫소스의 맛을 중요하게 생각하며, 자신의 기호에 맞는 맛을 가진 제품을 찾습니다. 핫소스 맛의 범위는 순한 맛부터 매우 매운 맛까지 다양합니다.

Q6. 핫소스 판매 시 현지에서 효과적인 프로모션은 무엇인가요?

할인 행사나 특별 프로모션을 진행하는 것이 효과적입니다. 예를 들어 1+1행사나 일정 금액 이상 구매 시 가격 할인을 제공하는 방식이 소비자의 관심을 끌 수 있습니다. 소비자들은 추가적인 가치를 제공하거나 돈을 절약할 기회를 제공하는 프로모션을 선호하기 때문입니다. 이러한 프로모션은 매출 증대는 물론, 브랜드 인지도 향상에도 기여할 수 있습니다.

Q7. 현지에서 인기 있는 핫소스 제품의 주요 마케팅 방법과 마케팅 채널은 무엇일까요?

현지 인기 제품들은 소셜 미디어 마케팅을 활용합니다. 브랜드들은 인스타그램, 페이스북, 트위터와 같은 소셜 미디어 플랫폼을 활용해 제품을 널리 홍보합니다. 인기 제품은 제품의 사진, 레시피 아이디어, UGC(User-Generated Content)와 같은 시각적으로 매력적인 콘텐츠를 활영하여 소비자들과 소통하고 브랜드 인지도를 구축합니다.

Interview ②

11)

오가닉 세하트 알라미(Organik Sehat Alami) Key Account Manager

오가닉 세하트 알라미 (Organik Sehat Alami)

- **유형:** 수입·유통업체
- **업체 특징:**
  - 생활 제품을 판매하는 소매 및 전자상거래 회사
  - 식품, 뷰티 및 스킨케어, 유아용품, 가정용품 4개 분야 25개 브랜드를 보유
  - 과자류, 양념류, 음료류 등의 식료품을 취급

담당자 정보

Key Account Manager

고객사 제품 정보

소비자가격	약 68,480 ~ 92,100루피아 (5,800~7,800원)
중량	200g(10EA)
인증	(-)
마케팅 슬로건	어떤 요리에 넣어도 맛있고 매콤한 맛을 더할 수 있는 K-소스

Q1. 고객사 제품에 대하여 가격, 중량, 포장, 유통기한에 대한 의견과 주요 경쟁제품과의 비교를 부탁드립니다.

주요 경쟁제품으론 바이오나(Biona)사의 오가닉 핫 칠리 페이스트 데메테르(Organic Hot Chili Paste Demeter)가 있습니다. 이 제품은 125g으로 유리병으로 포장했으며 121,000루피아로 판매됩니다. 맛의 경우 순한 맛과, 매운 맛 두 가지가 있으며 독일 남부의 최상급 아만도 고추를 사용하고, 비건과 유기농이라는 점을 강조합니다. 고객사 제품은 경쟁제품에 비해 조금 더 저렴하며 스틱 타입으로 포장되어 휴대와 사용이 간편하다는 장점과 수프, 파스타, 햄버거, 핫소스 등 다양한 요리에 김치의 매콤한 맛을 더해준다는 점에서 다용도로 활용할 수 있다는 장점이 있습니다.

Q2. 현지 시장에서 인기 있는 주요 핫소스 제품의 가격, 포장 형태, 유통기한은 어떻게 되나요?

인도푸드(Indofood)에서 제조한 삼발 엑스트라 페다스(Sambal Extra Pedas)가 인기 있는 제품입니다. 사용이 편리한 플라스틱, 알루미늄 포일로 만든 일회용 패키지 포장 형태며 135ml당 7,000~12,000루피아로 판매됩니다. 유통기한은 생산일로부터 약 1년이며, 서늘하고 건조한 곳에서 보관합니다.

Q3. 핫소스 구매 시 유통업체 입장에서 주요 구매 고려요인은 무엇인가요?

주요 구매 고려요인은 제품의 품질입니다. 품질은 고객 만족도와 유통업체의 명성에 직접적인 영향을 미치므로 가장 중요한 요소입니다. 고품질 제품일수록 소비자들에게 더 선호되며 유통기한도 길어지는 경향이 있습니다. 유통업체는 사용된 원재료, 생산 과정, 그리고 BPOM 및 할랄 인증과 같은 품질 인증서를 주의 깊게 검토합니다.

11) 사진자료: 오가닉 세하트 알라미(Organik Sehat Alami) 공식 홈페이지

Q4. 고객사 핫소스 제품이 현지 시장에 진출하기에 적합한 유통채널은 무엇인가요?

호텔, 레스토랑, 카페 등 HORECA(Hospitality, Restaurant, Cafe) 채널이 적합합니다. 이러한 장소들은 대량 구매를 자주 하기 때문에 매출 증대에 효과적인 채널입니다. 또한 소비자들이 이곳에서 핫소스를 맛보고 가정에서도 사용하고자 구매할 가능성이 높습니다.

Q5. 현지 핫소스 시장의 소비 트렌드, 주요 소비자층, 구매 고려요인은 무엇인가요?

바쁜 일상과 잦은 이동이 인도네시아의 라이프스타일을 바꿨습니다. 편리하면서도 휴대가 용이한 음식에 대한 수요가 늘고 있고, 핫소스는 패스트푸드와 즉석식품과 잘 어울립니다. 핫소스를 찾는 주요 소비자층은 새로운 요리 경험을 원하는 애호가들로 매운 음식을 포함해 독특하고 고품질의 제품을 찾는 경향이 있습니다. 이들은 제품의 품질, 특히 재료의 질과 제조 과정을 중시하며 구매 결정을 내립니다.

Q6. 핫소스 판매 시 현지에서 효과적인 프로모션은 무엇인가요?

유튜브, 인스타그램, 틱톡 등의 소셜 미디어에서 많은 팔로워를 보유한 현지 인플루언서나 인터넷 유명인과 협력하는 것이 브랜드 인지도를 높이고 프로모션 범위를 확장하는 데 도움이 될 수 있습니다. 음식이나 요리에 관심이 있는 인플루언서와의 협업은 타겟 소비자에게 흥미롭고 관련성 있는 콘텐츠를 만들어내는 데 효과적입니다.

Q7. 현지에서 인기 있는 핫소스 제품의 주요 마케팅 방법과 마케팅 채널은 무엇일까요?

온라인을 통한 다양한 프로모션 중에서도 인기 제품들은 소셜 미디어에서 강력한 존재감을 가진 인플루언서, 푸드 블로거, 로컬 셀러브리티와 협력합니다. 인플루언서들이 핫소스 제품을 소개하는 콘텐츠를 제작하면 그들의 팔로워가 따라서 제품을 구매하는 경우가 많습니다.

Interview ③

12)

키코만 아쿠푸드(Kikkoman Akufood) Director

키코만 아쿠푸드 (Kikkoman Akufood)

- **유형:** 수입·유통업체
- **업체 특징:**
  - 2016년에 일본의 제조업체 키코만과 인도네시아의 제조업체 아쿠프드가 합작하여 설립된 회사
  - 취급하는 모든 제품이 MUI의 할랄 인증을 받음
  - 간장, 삼발 및 양념 소스 등 양념류를 광범위하게 취급함

담당자 정보

Director

고객사 제품 정보

소비자가격	약 68,480 ~ 92,100루피아 (5,800~7,800원)
중량	200g(10EA)
인증	(-)
마케팅 슬로건	어떤 요리에 넣어도 맛있고 매콤한 맛을 더할 수 있는 K-소스

Q1. 고객사 제품에 대하여 가격, 중량, 포장, 유통기한에 대한 의견과 주요 경쟁제품과의 비교를 부탁드립니다.

당사에서 판매하는 키코만 고추장(Kikkoman Gochujang)을 사례로 들 수 있습니다. 당사 제품은 유리병에 포장된 300g 용량의 제품으로 15,000~23,000루피아에 판매됩니다. 고추장 본연의 맛 외에도 스위트, 불고기, 굴, 야키니쿠, 우나기 등 다양한 맛이 존재하며 유통기한은 개봉 전 1~3년, 개봉 후 6개월입니다. 고객사 제품은 다양한 요리에 어울리는 독특한 김치 맛과 휴대하기 좋은 스틱 포장이라는 장점이 있으나, 당사의 제품에 비해 다양한 맛 옵션이 부족하고 가격 경쟁력이 부족하다는 단점이 있습니다.

Q2. 현지 시장에서 인기 있는 주요 핫소스 제품의 가격, 포장 형태, 유통기한은 어떻게 되나요?

삼발 부 루디(Sambal Bu Rudy)는 인도네시아에서 인기 있는 핫소스 제품입니다. 전통적인 외관의 유리병에 담겨 있고, 코르크나 플라스틱 뚜껑을 사용합니다. 135ml 중량으로 병당 15,000~25,000루피아의 가격대에서 판매됩니다. 보관 조건에 따라 다르지만 일반적으로 1년~2년 가량의 유통기한을 가지고 있습니다.

Q3. 핫소스 구매 시 유통업체 입장에서 주요 구매 고려요인은 무엇인가요?

유통업체 입장에서 가장 중요하게 보는 요인은 가격입니다. 제품의 가격이 판매시의 이익과 제품의 경쟁력에 막대한 영향을 미치기 때문입니다. 소비자들은 품질을 희생하지 않는 선에서 최고의 가격으로 제품을 구매하기 위해 제조업체 간 가격 비교는 물론, 운송 및 보관과 같은 추가 비용도 고려합니다.

12) 사진자료: 키코만 아쿠푸드(Kikkoman Akufood) 공식 홈페이지

Q4. 고객사 핫소스 제품이 현지 시장에 진출하기에 적합한 유통채널은 무엇인가요?

전자상거래와 온라인 마켓플레이스를 추천합니다. 온라인 쇼핑의 편리함 덕분에 인도네시아 내 전자상거래가 급속히 성장하고 있습니다. 온라인 채널을 통해 인도네시아 전역에서 판매 및 홍보되면서 소비자들이 제품에 익숙해질 가능성이 높아집니다. 인도네시아에서 인기 있는 플랫폼으로는 토코피디아(Tokopedia), 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada) 등이 있습니다.

Q5. 현지 핫소스 시장의 소비 트렌드, 주요 소비자층, 구매 고려요인은 무엇인가요?

고추와 같은 천연 재료로 만든 핫소스는 신진대사를 촉진하고 항산화제를 포함하는 등 건강에 이롭습니다. 이러한 건강상 이점은 소비자들이 핫소스 제품에 더 관심을 가지게 만듭니다. 건강에 관심이 많은 소비자들은 천연 재료로 만들어지고, 건강에 좋은 제품을 찾는 경향이 있습니다. 대부분의 소비자들이 가격을 중요하게 생각하지만, 일부 소비자들은 좋은 품질을 위해 더 많은 비용을 지불할 의향이 있습니다.

Q6. 핫소스 판매 시 현지에서 효과적인 프로모션은 무엇인가요?

핫소스 판매 시 효과적인 프로모션 방법은 창의적이고 기억하기 쉬운 슬로건을 사용하는 것입니다. 슬로건은 제품의 가치를 반영하고 소비자들의 기억에 남을 수 있어야 합니다. 예를 들어, 'Rasakan Nikmat pedasnya!'(맛있는 매운맛을 느껴보세요!) 또는 'Hadirkan Sensasi Pedas dalam Hidupmu'(당신의 삶에 매운 맛을 더하세요!)와 같은 슬로건은 강력한 브랜드 정체성을 구축하는 데 도움이 될 수 있습니다.

Q7. 현지에서 인기 있는 핫소스 제품의 주요 마케팅 방법과 마케팅 채널은 무엇일까요?

인도네시아 인기 브랜드는 현지 음식 축제, 요리 이벤트 등의 행사에 참여해 제품을 선보입니다. 이러한 행사는 소비자들과 직접 상호작용하며 제품에 대한 정보를 알리고, 피드백을 받을 수 있는 좋은 기회가 됩니다. 또한 토코피디아, 쇼피, 라자다 같은 인기 전자상거래 플랫폼에서 제품을 판매합니다. 브랜드는 깜짝 세일, 바우처, 번들링 옵션과 같은 프로모션을 활용해 인도네시아 전역의 소비자에게 어필합니다.

V
경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹
3. 온라인 인기 제품 리뷰 분석

1. 제품 경쟁력 검증

1) 100g당 가격

경쟁제품(제조사)

① 핀나 소스 삼발 엑스트라 페다스 (PT 세카르 라우트 TBK)
② 두아 빌리비스 소스 카베 (PT 구나칩타 물리라사)
③ 메프라놈 브랜드 스위트 칠리 소스 (푸드 스페셜라이즈 주식회사)
④ 하인즈 칠리 소스 (PT 하인즈 ABC 인도네시아)
⑤ 타바스코 (맥일흔 컴퍼니)
⑥ 에이비씨 삼발 엑스트라 페다스 (PT 하인즈 ABC 인도네시아)
⑦ 삼발 아슬리 하룸 세답 카브 이부 자리 (PT 젬폴 판간 누산타라)
⑧ 콘디멘 민약 카바이 (PT 아네카 사두이브 자야)
⑨ 마마스카 델리사오스 핫 라바 (PT 대상 푸드 인도네시아)
⑩ 인도푸드 삼발 방콕 (PT 인도푸드 CBP 석세스 막무르)

▶ 경쟁제품 10개의 100g당 평균 가격, 15,826루피아

경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격은 약 15,826루피아(1,340원[13])로 나타남. 경쟁제품 중 수입산을 제외한 8개 제품의 평균 100g당 가격은 약 6,956루피아(589원)이며, 고객사 제품의 100g당 희망 소비자가격은 최소 34,240루피아(2,900원)이므로 시장 진입을 위한 고급화 전략을 고려해야 함

[표 5.1] 인도네시아 핫소스 가격 경쟁력 분석

(단위: 루피아/100g)

13) 100루피아=8.47원(2024.06.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2) 중량

경쟁제품(제조사)

① 핀나 소스 삼발 엑스트라 페다스 (PT 세카르 라우트 TBK)
② 두아 빌리비스 소스 카베 (PT 구나칩타 물리라사)
③ 메프라놈 브랜드 스위트 칠리 소스 (푸드 스페셜라이즈 주식회사)
④ 하인즈 칠리 소스 (PT 하인즈 ABC 인도네시아)
⑤ 타바스코 (맥일흔 컴퍼니)
⑥ 에이비씨 삼발 엑스트라 페다스 (PT 하인즈 ABC 인도네시아)
⑦ 삼발 아슬리 하룸 세답 카브 이부 자리 (PT 젬폴 판간 누산타라)
⑧ 콘디멘 민약 카바이 (PT 아네카 사두이브 자야)
⑨ 마마스카 델리사오스 핫 라바 (PT 대상 푸드 인도네시아)
⑩ 인도푸드 삼발 방콕 (PT 인도푸드 CBP 석세스 막무르)

▶ 경쟁제품 10개의 평균 중량, 265g

핫소스 경쟁제품 10개의 평균 중량은 약 265g으로 조사됨. 이는 현지산에 비해 비교적 용량이 작고 가격이 높은 수입산도 포함된 수치임. 수입산을 제외한 핫소스 제품의 평균 중량은 약 300g으로, 제품 현지화를 위한 방안으로는 기존 용량 대비 추가 구성된 제품을 고려할 수 있음

[표 5.2] 인도네시아 핫소스 중량 경쟁력 분석

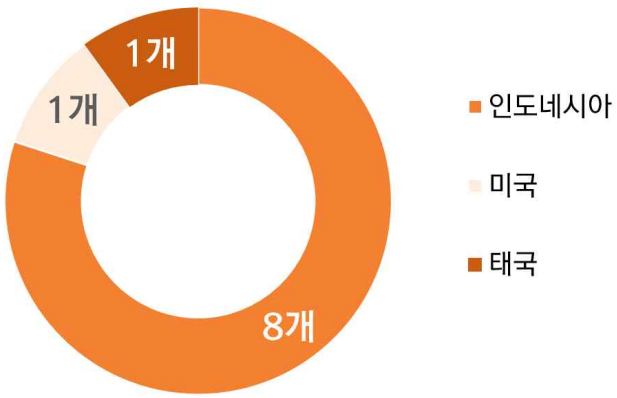
(단위: g)

3) 원산지

▶ **경쟁제품 10개 중 8개 원산지, 인도네시아**

인도네시아에서 판매되고 있는 핫소스 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 8개 제품이 인도네시아산이며 인도네시아산과 태국산 제품이 각각 1개씩 조사됨

[표 5.3] 인도네시아 핫소스 원산지 경쟁력 분석

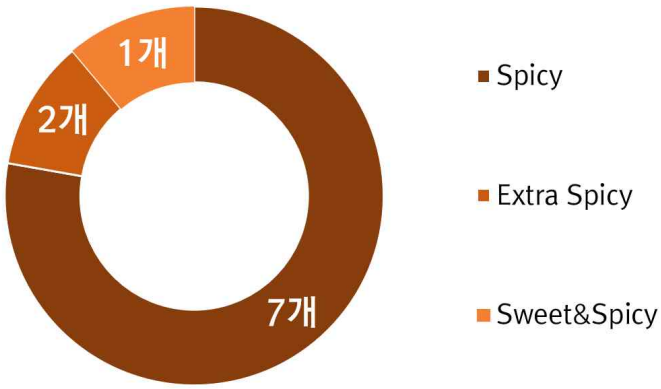


4) 맛

▶ **현지 경쟁제품 10개 중 7개, 매운 맛**

인도네시아에서 판매 중인 핫소스 경쟁제품 10개 중 7개 제품이 매운 맛으로 확인됨. 이 외 2개 제품이 아주 매운 맛(Extra Spicy)이었으며 나머지 1개 제품은 달고 매운 맛(Sweet&Spicy)으로 조사됨

[표 5.4] 인도네시아 핫소스 맛 경쟁력 분석

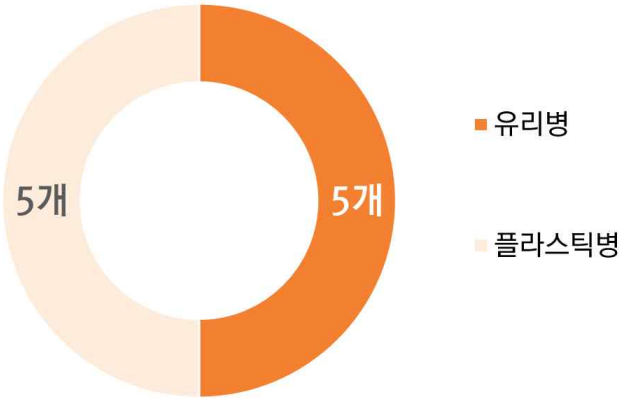


5) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 10개 모두 병 포장 사용

인도네시아에서 판매 중인 핫소스 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 10개의 제품이 모두 병 포장을 사용하였으며 재질은 5개 제품이 유리병, 5개 제품이 플라스틱병을 사용함. 수입산 2개 제품은 모두 유리병을 사용한 것으로 조사됨

[표 5.5] 인도네시아 핫소스 포장 형태 경쟁력 분석

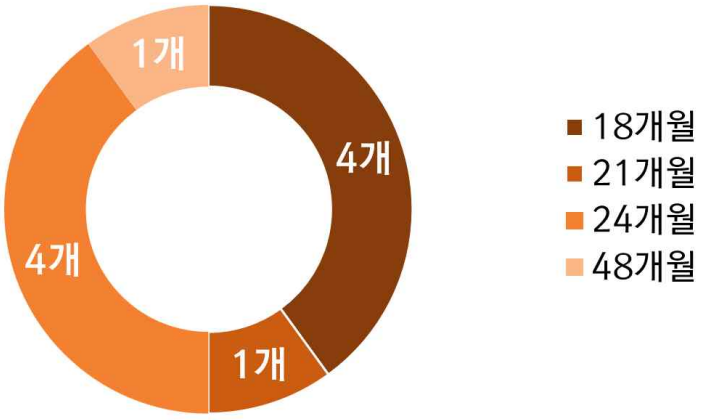


6) 유통기한

▶ 현지 핫소스 경쟁제품 평균 유통기한, 23.7개월

인도네시아에서 판매 중인 경쟁제품 10개의 유통기한을 조사한 결과, 평균 유통기한은 23.7개월로 나타남. 이 중 수입산 제품은 태국산이 18개월, 인도네시아산이 48개월로 조사되었음. 반면 고객사 제품의 경우 유통기한이 비교적 짧은 12개월이므로 포장 형태의 변경 또는 냉장 보관 시 유통기한 표시를 통하여 이러한 약점을 극복할 필요가 있음

[표 5.6] 인도네시아 핫소스 유통기한 경쟁력 분석



2. 기업 마케팅 벤치마킹

1) SNS 마케팅 분석

▶ 벤치마킹 기업, 제품 디스플레이 및 제조공정에 초점

하인즈 인도네시아(Heinz Indonesia)사의 인스타그램 채널 및 유튜브 분석 결과, 제품 디스플레이와 제조공정에 초점을 맞춘 콘텐츠가 돋보임을 확인함. 최근 자사 제품을 전자레인지로 조리하는 레시피 영상은 100만 조회수를 기록하며 큰 인기를 끌었으며, 트렌디한 요소와 유머가 담긴 숏폼 형태의 영상으로 소비자들과의 친밀감을 강화하고 있음. 또한, 일관된 썸네일 이미지를 활용하여 브랜드 아이덴티티를 강화하고 제품에 대한 신뢰도를 강화하고 있음

인스타그램 게시물 예시

[표 5.7] 인도네시아 핫소스 기업 마케팅 벤치마킹

2) 협업 마케팅 분석

▶ 벤치마킹 기업, 현지 유명 인플루언서 및 주요 유통채널 협업 진행

경쟁기업인 하인즈 인도네시아사는 마틴 프라작(Martin Prajak), 브라이트스팟 마켓(Brightspot Market) 등 현지 인플루언서 및 유명 유통채널과의 협업을 통해 대중들에게 브랜드와 제품 이미지를 효과적으로 전달함. 해당 인플루언서 및 유통채널은 인스타그램과 틱톡에서 매우 활발하게 활동하고 있으며 이러한 협업 활동으로 현지에서 소비자에게 친근하고 가까운 브랜드 이미지를 구축하였음

3. 온라인 인기제품 리뷰 분석

▶ 분석 지표 선정 및 대표 키워드

온라인 인기제품 리뷰 빅데이터 감성분석 진행을 위해 고객사 조사 희망 지표에 따라 분석 대상 지표를 선정함. 선정된 지표는 가격, 중량, 제품 선호도, 맛, 품질로 5가지이며, 선정 지표 및 제품 특징을 기반으로 한 키워드집을 구축하여 리뷰 데이터를 수집함

[표 5.8] 온라인 인기제품 리뷰 분석 지표 선정 및 대표 키워드

지표	지표 설명	대표 키워드
가격	판매 제품 가격에 대한 평가	Price, Cheap, Expensive, Sale 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Taste, Delicious, Fresh, Salty 등
제품 선호도	판매 제품 선호도에 대한 평가	Satisfaction, Recommend, Repurchase 등
중량	판매 제품 중량에 대한 평가	Weigth, Size, Portion, Small 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Quality, Freshness, Clean, Vacuum 등

▶ 토코피디아에서 판매되고 있는 핫소스 제품 선정

[표 5.9] 온라인 인기제품 리뷰 분석 제품 정보

판매 사이트	토코피디아 (Tokopedia)	리뷰 수	475건
제품명	ABC 아주 매운 맛 삼발소스 950g 멀티팩 3개입 (ABC Saus Sambal Extra Pedas 950g Multi Pack 3pcs)		
제품 종류	핫소스	소비자가격	72,492루피아 (6,140원)
중량	2,850g (950g*3ea)	포장	PP
특징	다른 칠리 소스보다 매콤하며 히융 고추로 만들어 특별한 식감과 맛이 특징입니다. 인공 색소가 포함되어 있지 않은 인도네시아 정통 매운 맛으로 수확부터 포장까지 즉시 완료되는 공정을 거쳐 모든 요리에 적합합니다.		

조사 제품

사이트	토코피디아
분석 건수	255건
제품명	ABC 아주 매운 맛 삼발소스 950g 멀티팩
제품 종류	핫소스
소비자가격	72,492루피아 (6,140원)
중량	2,850g (950g*3ea)
포장	PP
성분	히융 고추로 만들어 특별한 식감과 매운맛이 특징이며 인공색소가 포함되지 않음

▸ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, '품질'에 대한 만족도 가장 높아

빅데이터 분석을 통해 인도네시아 온라인 쇼핑몰 토코피디아에서 판매되고 있는 핫소스 인기 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, '품질'에 대한 긍정 점수가 235점으로 가장 높게 나타나 품질에 대한 소비자의 만족도가 가장 높음. 다음으로는 '중량'에 대한 긍정 점수가 177점으로 높은 편인 것으로 조사되어, 인도네시아 소비자들은 온라인에서 판매되고 있는 핫소스 제품에 대하여 품질과 중량에 대한 관심도가 높은 편임을 확인함

[표 5.10] 온라인 인기제품 리뷰 분석

(단위: 점)

[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지 표	긍정 점수	부정 점수
가격	41	9
맛	44	3
제품 선호도	111	11
중량	177	27
품질	235	31
종합	608	81

▸ 선호 요인: 안전한 포장과 긴 유통기한이 선호 요인에 포함

제품의 선호요인으로 안전한 포장과 긴 유통기한이 만족스럽다는 리뷰가 확인되었음. 포장이 허술하지 않고 주문 그대로 제품이 배송되는 점과 넉넉한 유통기한이 핫소스 제품의 온라인 쇼핑에서 소비자에게 긍정적인 요소로 작용되고 있음

“Fast and Safe Delivery, Good Packing, According to order, Expired 5 Feb 2025, Satisfied Shopping Here”

“빠르고 안전한 배송과 양호한 포장, 주문에 따른 유통기한 준수 등 이러한 요소에서 만족스러운 쇼핑이 되었습니다.”

▸ 비선호 요인: 너무 매운 맛과 패키징에 대한 불만 요인

핫소스 제품의 비선호 요인 중 일부는 너무 매운 맛과 불안정한 패키징인 것으로 확인됨. 운송 과정에서 제품에 손상이 발생했다는 점에 대한 언급이 나타났으며 고객이 예상했던 맛보다 더욱 맵다는 의견이 확인됨

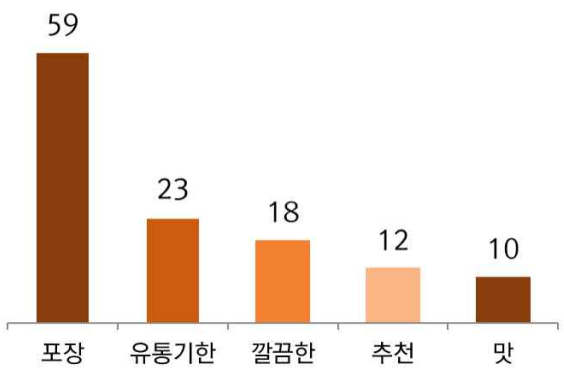
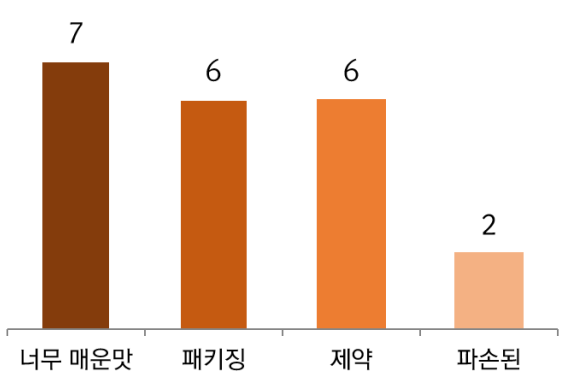
“The Packing is not Secure..Broken here and there.”

“In the Form of a sauce it turns out, Quite Spicy.”

“포장이 안전하지 않아서 여기저기 깨져 있습니다.”

“소스 형태인 점을 감안한다면 꽤나 맵습니다.”

[표 5.11] 인도네시아 핫소스 온라인 인기제품 선호·비선호 요인 분석

선호 요인	비선호 요인
	

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 스태티스타 (www.statista.com)
2. 자카르타 관광청 홈페이지 (jakarta-tourism.go.id)
3. 자카르타 중앙통계청(BPS) 홈페이지 (www.jakarta.bps.go.id)
4. 토코피디아 홈페이지 (www.tokopedia.com)
5. 쇼피 홈페이지 (www.shopee.co.id)
6. 라자다 홈페이지 (www.lazada.co.id)
7. 그랜드 럭키 홈페이지 (www.grandlucky.co.id)
8. 푸드홀 홈페이지 (www.foodhall.co.id)
9. 무궁화 홈페이지 (www.mugunghwa.co.id)
10. 파파야 홈페이지 (id266491-papaya-fresh-gallery.contact.page)
11. 알파마트 인스타그램 (www.instagram.com/alfamart)
12. 하인즈 ABC 인도네시아 홈페이지 (www.heinzabc.co.id)
13. 구나칩타 물리라사 홈페이지 (www.gunacipta.co.id)
14. 푸드스페셜라이즈 주식회사 홈페이지 (www.foodspecialize.com)

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

· 발행 겸 편집 | aT 한국농수산식품유통공사
· 발 행 일 자 | 2024.07.19

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

Copyright 2024 aT 한국농수산식품유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea

KATI 농식품수출정보