

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202407-12
품목 | 콤부차(Kombucha)
HS CODE | 2101.20-1000
국가 | 인도네시아(Indonesia)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 경쟁제품

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

III. 경쟁기업

1. 인도네시아 콤부차 경쟁기업 선정	23
2. 인도네시아 콤부차 경쟁기업 현지화 분석 기준	24
3. 인도네시아 콤부차 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	26

IV. 수입·유통업체 인터뷰

1. 오가닉 세하트 알라미(Organik Sehat Alami)	32
2. 아시아 우타마(Asia Utama)	34
3. 카이파 푸드(Kaifa Food)	36



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증	39
2. 기업 마케팅 벤치마킹	44

※ 참고문헌	45
--------	----





HS CODE : 2101.20-1000

2024 수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

SUMMARY

인도네시아 콤부차 경쟁력분석

온라인 인기 제품

토코피디아



T사 콤부차

쇼피



T사 콤부차

라자다



스쿠피 콤부차



E사 콤부차



O사 콤부차



애플민트 콤부차

오프라인 주요 경쟁제품

오가닉 콤부차 피치
(레머디 드링크)가격 46.900루피아
(3,972원)

중량 330ml

'온/오프라인 유통채널 확보'

E사 콤부차 레몬 라임
(E사)가격 195.000루피아
(16,559원)

중량 120g

'현지 소비자가 선호하는 맛'

경쟁기업 3개사 분석

레머디 드링크

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 입점

구디 그룹

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 입점

E사

포장 현지화 ○

홍보 현지화 ○

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

177,096 162,916

고객사 제품

파우더형
경쟁제품 평균

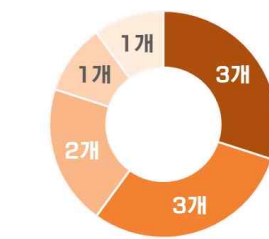
중량

단위 : g

50 120

고객사
제품파우더형
경쟁제품 평균

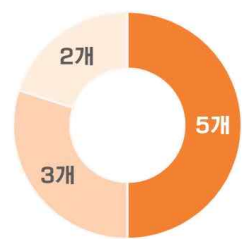
맛



■ 베리 맛
■ 레몬 맛
■ 생강 맛

■ 열대과일 맛
■ 복숭아 맛

원산지



■ 베트남 ■ 호주 ■ 한국

요약

Point 01.

- 1) 동일 유형 경쟁제품의 평균 100g당 가격은 162,916루피아(13,799원)로 고객사 제품보다 소폭 낮은 편
- 2) 고객사 제품 중량(50g)은 동일 유형 경쟁제품 평균(120g)보다 작은 편으로 포장 중량 늘려 제품 현지화 가능

Point 02.

- 1) 경쟁기업 3개사 중 2개사는 제품 포장 디자인 및 홍보 문구를 인도네시아 현지화한 것으로 나타남
- 2) 경쟁기업 3개사 중 3개사 모두 자사 홈페이지 및 SNS 플랫폼을 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있음

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

II 경쟁제품



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

1. 인도네시아 콤부차 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	콤부차 BT 라임
제품 종류	콤부차(고형차)
소비자가격	88,548루피아 (7,500원 ¹⁾)
중량	50g (5g*10T)
포장	폴리에틸렌
특징	방탄소년단 캐릭터인 TINY TAN과 콜라보, 기존 콤부차에 콜라겐, 히알루론산, 엘라스틴 함유

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: 콤부차 BT 라임
 - 제품 종류: 콤부차(고형차)
 - 중량: 50g(5g*10T)
 - 포장 형태: PE(폴리에틸렌)

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 토크피디아(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 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정
- 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) 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	식품, 사무용품, 생활용품,
토코피디아	스포츠용품 등
Shopee	가전제품, 휴대폰,
쇼피	사무용품, 음료, 주류, 식품 등
Lazada	식품, 화장품, 생활용품,
라자다	건강식품, 전자제품 등

▶ 콤부차 경쟁제품군 선정

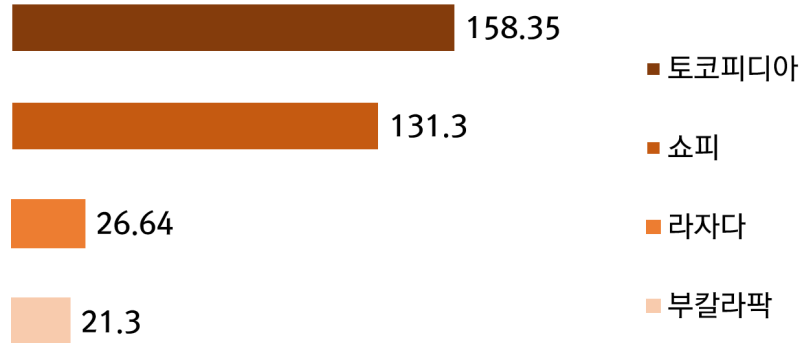
경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사 지표를 바탕으로 콤부차 제품의 경쟁제품군을 선정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내 인도네시아 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 토코피디아와 쇼피에서는 한국산 파우더형 콤부차가 주요 인기 제품인 것으로 확인됨

[표 2.1] 2022년 인도네시아 온라인 쇼핑몰 월평균 방문 수

(단위: 백만)



자료: 스탯িস타(Statista)

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

토코피디아 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(입점 기준)²⁾

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	고형차	T사	T사 콤부차 (T사 Kombucha)	한국	85,000루피아 (약 7,200원)	50g (5g*10개)	
2	고형차	E사	E사 콤부차 (E사 Kombucha)	한국	79,900루피아 (약 6,768원)	120g (6g*20개)	
3	고형차	S사	S사 콤부차 (S사 Kombucha)	한국	108,000루피아 (약 9,148원)	150g (5g*30개)	

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

쇼피 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(입점 기준) ³⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	고형차	T사	T사 콤부차 (T사 Kombucha)	한국	8,300루피아 (약 703원)	5g	
2	고형차	E사	E사 콤부차 애플베리 (E사 Kombucha Apple Berry)	한국	99,000루피아 (약 8,385원)	120g (6g*20개)	
3	고형차	O사	O사 콤부차 (O사 Kombucha)	한국	245,000루피아 (약 20,752원)	50g (5g*10개)	
라자다 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(입점 기준) ⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	액상차	스쿠차 (SCHOOCHA)	스쿠피 콤부차 (Scooby Kombucha)	(-)	48,000루피아 (약 4,066원)	(-)	
2	액상차	세두 (Seduh)	애플 민트 콤부차 (Apple Mint Kombucha)	(-)	20,000루피아 (1,694원)	275ml	
3	액상차	(-)	콤부차 티 (Kombucha Tea)	(-)	45,000루피아 (3,812원)	250ml	

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

3) 조사일(2024.07.10) 기준

4) 조사일(2024.07.10) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 인도네시아 자카르타 정보⁵⁾

인구	1,062만 7,000명
면적	660.98km ²

▶ 인도네시아 자카르타, 방문지역으로 선정

인도네시아 자바섬 서부의 북부 해안 지역에 위치하고 있는 자카르타를 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, 2023년 7월 자카르타-반둥 간 고속철도가 개통될 예정임. 자카르타에 거주하는 시민의 80% 이상이 이슬람교 신자로, 최근 가격이 오른 소고기를 대신할 단백질 공급원에 대해 소비가 늘어나는 추세임

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓, 슈퍼마켓

고객사 희망 조사매장 지표 및 현지 시장 상황을 고려하여 하이퍼마켓과 슈퍼마켓을 주요 현지 조사매장으로 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), 파파야(Papaya)
아시안/한인마트	무궁화마트(Mugunghwa Mart), 파파야프레시갤러리(Papaya Fresh Gallery)
편의점	알파마트(Alfamart), 인도마켓(Indomaret)
온라인	토코피디아(Tokopedia), 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada)

고객사 진출 선호 매장

5) 자료: 자카르타 주 중앙통계청(BPS)

2. 인도네시아 콤부차 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(*) 그랜드 럭키 슈퍼스토어(Grand Lucky Superstore), 푸드홀(FoodHall), 올 프레시(All Fresh)
- 콤부차: 가미 발효차의 일종으로 차를 우린 물에 원당, 유산균을 첨가 후 발효시켜 제조한 제품

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.4] 인도네시아 콤부차 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
제품명		제품의 한국어, 원어 명칭
제조사		제조사의 한국어, 원어 명칭
제품 종류		콤부차 파우더 콤부차 음료(액상)
중량	중량(g, ml)	제품의 포장 단위
가격	소비자 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g(ml)당 가격	제품의 100g(ml)당 가격
원산지		제품의 원산지
맛		제품의 맛
인증		제품이 보유하고 있는 인증
포장 형태		폴리에틸렌(PE) / 유리병 / 캔
홍보문구		제품 포장지에 표기된 홍보문구
유통기한		제품의 유통기한
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

3. 인도네시아 콤부차 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 인도네시아 자카르타에 위치한 하이퍼마켓, 슈퍼마켓

인도네시아 자카르타에 위치한 하이퍼마켓 그랜드 럭키 슈퍼스토어와 슈퍼마켓인 푸드홀, 올 프레시를 방문함. 그랜드 럭키 슈퍼스토어와 푸드홀은 대형 쇼핑몰 안에 있으며, 올 프레시는 상업지구 대형 도로 인근에 위치한 것으로 나타남

[표 2.5] 인도네시아 방문 매장 및 특징

방문 매장명	그랜드 럭키 슈퍼스토어 (Grand Lucky Superstore)	푸드홀 (FoodHall)	올 프레시 (All Fresh)
방문 매장 전경			
구분	하이퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓
조사 제품 수	3개	2개	5개
조사 매장 특징	· 1992년 설립된 슈퍼마켓 체인 · 인도네시아에 5개 매장 운영	· 프리미엄 슈퍼마켓 체인 · 인도네시아에 27개 매장 운영	· 유기농 제품을 주로 취급하는 슈퍼마켓 체인 · 인도네시아에 10개 매장 운영

▶ 경쟁제품, 10개 중 3개 제품은 모든 방문 매장에서 판매

그랜드 럭키 슈퍼스토어(Grand Lucky Superstore), 푸드홀(FoodHall), 올프레시(All Fresh) 총 3개 매장 방문 후 인기 제품을 조사한 결과, 총 3개의 제품이 모든 방문 매장에서 판매 중인 것을 확인함. 나머지 경쟁제품 7개는 1개의 매장에서만 판매되고 있음. 올 프레시는 경쟁제품 10개 중 8개의 제품을 취급하고 있어, 방문한 매장 중 가장 많은 경쟁제품을 판매하고 있는 것으로 나타남. 또한, 10개의 제품 모두 온라인 매장에서도 판매 중인 것으로 확인됨

[표 2.6] 경쟁제품 판매 현황

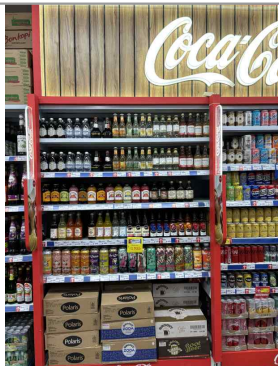
경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	콤부차 파우더	콤부차 음료(액상)
① 오가닉 콤부차 비치 (레머디 드링크)	○ (그랜드 럭키 슈퍼스토어, 푸드홀, 올 프레시)	○ (토코피디아)		○
② E사 콤부차 레몬 라임 (E사)	○ (그랜드 럭키 슈퍼스토어)	○ (토코피디아, 쇼피)	○	
③ E사 콤부차 애플 베리 (E사)	○ (그랜드 럭키 슈퍼스토어)	○ (토코피디아, 쇼피)	○	
④ 레머디 오가닉 와일드 베리 (레머디 드링크)	○ (그랜드 럭키 슈퍼스토어, 푸드홀, 올 프레시)	○ (토코피디아, 쇼피)		○
⑤ 레머디 오가닉 라즈베리 레몬에이드 (레머디 드링크)	○ (그랜드 럭키 슈퍼스토어, 푸드홀, 올 프레시)	○ (토코피디아, 쇼피)		○
⑥ 스타 콤부차 파머그레넷 퓨어리티 (구디 그룹)	○ (올 프레시)	○ (토코피디아, 쇼피)		○
⑦ 스타 콤부차 핑크 구아바 (구디 그룹)	○ (올 프레시)	○ (토코피디아, 쇼피)		○
⑧ 스타 콤부차 오리지널 (구디 그룹)	○ (올 프레시)	○ (토코피디아, 쇼피)		○
⑨ 스타 콤부차 골든 진저 (구디 그룹)	○ (올 프레시)	○ (토코피디아, 쇼피)		○
⑩ 스타 콤부차 어메이징 애플리콧 (구디 그룹)	○ (올 프레시)	○ (토코피디아, 쇼피)		○

(*) 현지 판매 콤부차 경쟁제품 10개 분석

Shop ① 그랜드 럭키 슈퍼스토어(Grand Lucky Superstore)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:
신선식품, 과일, 채소, 해산물,
육류, 향신료, 유제품 등
다양한 제품 판매
- 매장 주변 특징:
대형 쇼핑몰 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

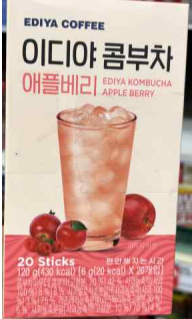
브랜드 기본 정보			그랜드 럭키 슈퍼스토어는 1992년 작은 과일가게로 시작하여 현재는 과일, 채소, 해산물 등의 식료품을 공급하는 슈퍼마켓 체인으로 성장함. 현지 과일과 채소 외에도 육류, 유제품, 서양 향신료 등 다양한 국가의 식재료를 취급하며, 현재 인도네시아에 5개 매장을 운영하고 있음	
	조사 제품 수: 3개			
매장 정보				
	위치	도시(지역)	자카르타	
		상세주소	SCBD, Jl. Jenderal Sudirman, Senayan, Kebayoran Baru, South Jakarta, Jakarta 12190	
매장 내부				
매대 분석	매대 분류		복도식 매대	
	진열 방식		음료 제품군 그룹 진열	
	상·하단 제품 구성		상단: 맥주, 하단: 청량음료 등	
	브랜드 국적 구성		호주, 미국 등	
	주요 브랜드		Bundaberg, Arizona	
제품 판매 정보				
	오가닉 콤부차 피치 (레머디 드링크)		E사 콤부차 레몬 라임 (E사)	E사 콤부차 애플 베리 (E사)

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ① 그랜드 럭키 슈퍼스토어(Grand Lucky Superstore)

	경쟁제품 ①	경쟁제품 ②
제품 사진		
제품명 (현지어)	오가닉 콤부차 피치 (Organic Kombucha Peach)	E사 콤부차 레몬 라임 (E-sa Kombucha Lemon Lime)
제조사 (현지어)	레머디 드링크 (Remedy Kombucha Pty Ltd)	E사
제품 종류	콤부차 음료(액상)	콤부차 파우더
중량	330ml	120g
소비자가격	46,900루피아 (3,972원)	195,500루피아 (16,559원)
100g(ml)당 가격	14,212.12루피아 (1,204원)	162,916.67루피아 (13,799원)
원산지	호주	한국
맛	복숭아	레몬 라임
인증	BPOM RI ML, ACO Certified Organic	BPOM RI ML, HACCP
포장 형태	유리병	종이 상자/폴리에틸렌
홍보문구	Est 2012 레머디 유기농 콤부차 노 슈가	E사 커피 E사 콤부차 레몬 라임
유통기한	1년	6개월
제품 수입상 정보	피티 인벤텔리스 프리마 인도네시아 (PT Inventaris Prima Indonesia)	피티 아시아 우타마 인도네시아 (PT Asia Utama Indonesia)
원료 및 첨가물	정제수, 천연 감미료 에리스리톨, 홍차(1%), 녹차(1%), 이산화탄소 탄산제, 효모, 천연 향료(바닐라 및 복숭아), 천연 감미료 스테비올 글리코사이드	구연산 산도 조절제, 중탄산나트륨, 자일로스, 시트러스 레몬 농축액 분말(10%), 홍차 분말(사과 농축액 2% 함유), 식초 분말, 프락토올리고당, 히타미 차 추출물 분말, 말토덱스트린, 오렌지 레몬 및 라임 분말(1%), 라임 분말(0.5%), 인공 감미료 수크레이오스, 쌀 발효 성분, 천연 향료

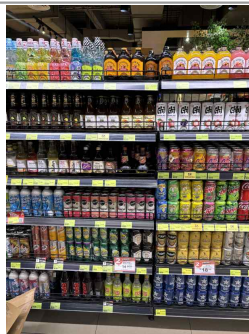
Shop ① 그랜드 럭키 슈퍼스토어(Grand Lucky Superstore)

	경쟁제품 ③
제품 사진	 
제품명 (현지어)	E사 콤부차 애플 베리 (Esa Kombucha Apple Berry)
제조사 (현지어)	E사
제품 종류	콤부차 파우더
중량	120g
소비자가격	195,500루피아 (16,559원)
100g(ml)당 가격	162,916.67루피아 (13,799원)
원산지	한국
맛	애플 베리
인증	BPOM RI ML, HACCP
포장 형태	종이 상자/폴리에틸렌
홍보문구	E사 커피 E사 콤부차 레몬 라임
유통기한	6개월
제품 수입상 정보	피티 아시아 우타마 인도네시아 (PT Asia Utama Indonesia)
원료 및 첨가물	시트랄 산성 조절제, 중탄산나트륨, 자일로스, 홍차 분말(사과 농축액 2% 함유), 식초 분말, 프락토올리고당, 라즈베리 농축액(6%), 사과 농축액(4%), 히타미 차 추출 분말, 말토덱스트린, 오렌지색 개발 성분 합성 향료(라즈베리 및 사과), 인공 감미료 수크레이오스, 쌀 발효 성분, 천연 향료

Shop ② 푸드홀(FoodHall)

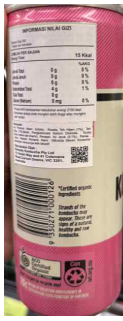
매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
농산물, 과일, 채소, 육류,
생활용품, 화장품 등 다양한
제품 판매
- 매장 주변 특징:
대형 쇼핑몰 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보	THE FOODHALL		푸드홀은 인도 소재의 퓨처 그룹(Future Group)이 2011년에 설립한 프리미엄 슈퍼마켓 체인으로, 푸드홀과 데일리 슈퍼마켓 2가지 브랜드로 운영되고 있음. 푸드홀은 고품질의 수입 농산물과 현지 농산물을 취급하며, 현재 인도네시아에 27개 매장을 운영하고 있음	
	조사 제품 수: 2개			
매장 정보				
	위치	도시(지역)	자카르타	
		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		음료 제품군 그룹 진열	
	상·하단 제품 구성		상·하단: 청량음료	
	브랜드 국적 구성		미국, 일본, 호주 등	
	주요 브랜드		Saxbys, Remedy, Sangaria 등	
제품 판매 정보				
	레머디 오가닉 와일드 베리 (레머디 드링크)		레머디 오가닉 라즈베리 레몬에이드 (레머디 드링크)	

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ② 푸드홀(FoodHall)

	경쟁제품 ④	경쟁제품 ⑤
제품 사진	 	 
제품명 (현지어)	레머디 오가닉 와일드 베리 (Organic Kombucha Wild Berry)	레머디 오가닉 라즈베리 레몬에이드 (Organic Kombucha Raspberry Lemonade)
제조사 (현지어)	레머디 드링크 (Remedy Kombucha Pty Ltd)	레머디 드링크 (Remedy Kombucha Pty Ltd)
제품 종류	콤부차 음료(액상)	콤부차 음료(액상)
중량	250ml	250ml
소비자가격	41,900루피아 (3,549원)	41,900루피아 (3,549원)
100g(ml)당 가격	16,760루피아 (1,420원)	16,760루피아 (1,420원)
원산지	호주	호주
맛	와일드 베리	라즈베리 레몬에이드
인증	BPOM RI ML, ACO Certified Organic	BPOM RI ML, ACO Certified Organic
포장 형태	캔	캔
홍보문구	Est 2012 레머디 유기농 콤부차 노 슈가	Est 2012 레머디 유기농 콤부차 노 슈가
유통기한	1년	1년
제품 수입상 정보	피티 인벤텔리스 프리마 인도네시아 (PT Inventaris Prima Indonesia)	피티 인벤텔리스 프리마 인도네시아 (PT Inventaris Prima Indonesia)
원료 및 첨가물	정제수, 천연 감미료 에리스리톨, 홍차(1%), 녹차(1%), 이산화탄소 탄산제, 스쿠비(박테리아 및 효모 배양물), 천연 향료(라즈베리, 블루베리, 딸기, 블랙베리), 레몬 오렌지 과즙, 천연 감미료 스테비올, 천연 감미료 글리코사이드 스테비올	정제수, 천연 감미료 에리스리톨, 로젤라, 홍차(1%), 녹차(1%), 이산화탄소탄산제, 스쿠비(박테리아 및 효모 배양액), 오렌지주스(0.1%), 천연향 라즈베리, 천연감미료 글리코사이드 스테비올

Shop ③ 올 프레시(All Fresh)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:

신선 과일, 채소, 음료 등
다양한 제품 판매

- 매장 주변 특징:
- 상업 지역 내 위치

- 주요 고객층:
- 현지 주민

브랜드 기본 정보			올 프레시는 인도네시아의 고급 슈퍼마켓 체인으로, 주로 인공 감미료, 방부제 등이 첨가되지 않은 고품질의 과일과 식료품을 판매하는 것으로 유명함. 특히 과일과 같은 신선식품은 각 지역별로 유통하여 판매하고 있음. 현재 인도네시아에 10개 매장을 운영하고 있음		
	조사 제품 수: 5개				
매장 정보					
	도시(지역)	자카르타			
위치	상세주소	All Fresh Avenue, Jl. Kayu Putih Raya No.1, Kayu Putih, Pulo Gadung, Kota East Jakarta, Jakarta 13210			
매장 내부					
매대 분석	매대 분류		복도식 매대		
	진열 방식		음료 제품군 그룹 진열		
	상·하단 제품 구성		상단: 청량음료 / 중단: 맥주, 콤부차 등 / 하단: 와인		
	브랜드 국적 구성		베트남, 호주, 미국 등		
	주요 브랜드		Star, Bintang, Arizona, Bundaberg 등		
제품 판매 정보					
	스타 콤부차 파머그라넷 퓨어리티 (구디 그룹)	스타 콤부차 핑크 구아바 (구디 그룹)	스타 콤부차 오리지널 (구디 그룹)	스타 콤부차 골든 진저 (구디 그룹)	스타 콤부차 어메이징 애플리콧 (구디 그룹)

사주자료: 현지조사원 자료

Shop ③ 올 프레시(All Fresh)

	경쟁제품 ⑥	경쟁제품 ⑦
제품 사진	 	 
제품명 (현지어)	스타 콤부차 파머그레넷 퓨어리티 (Star Kombucha Pomegranate Purity)	스타 콤부차 핑크 구아바 (Star Kombucha Pink Guava)
제조사 (현지어)	구디 그룹 (GOODY GROUP)	구디 그룹 (GOODY GROUP)
제품 종류	콤부차 음료(액상)	콤부차 음료(액상)
중량	250ml	250ml
소비자가격	35,000루피아 (2,965원)	35,000루피아 (2,965원)
100g(ml)당 가격	14,000루피아 (1,186원)	14,000루피아 (1,186원)
원산지	베트남	베트남
맛	석류	핑크 구아바
인증	BPOM RI ML, FDA Approved	BPOM RI ML, FDA Approved
포장 형태	캔	캔
홍보문구	트렌디하게 살기 - 사랑으로 만든 건강한 음료! 스타 콤부차 천연 발효차 30일 양조한 훌륭한 맛의 콤부차	트렌디하게 살기 - 사랑으로 만든 건강한 음료! 스타 콤부차 천연 발효차 30일 양조한 훌륭한 맛의 콤부차
유통기한	2년	2년
제품 수입상 정보	피티 스타 그룹 인터내셔널 (PT Star Group International)	피티 스타 그룹 인터내셔널 (PT Star Group International)
원료 및 첨가물	생 콤부차(여과수, 설탕, 콤부차 배양액, 홍차 1% 녹차 1%), 라즈베리 5.4%, 석류 2.6%	생 콤부차(여과수, 설탕, 콤부차 배양액, 홍차 1% 녹차 1%), 핑크 구아바 8%

Shop ③ 올 프레시(All Fresh)

	경쟁제품 ⑧	경쟁제품 ⑨
제품 사진	 	 
제품명 (현지어)	스타 콤부차 오리지널 (Star Kombucha Original)	스타 콤부차 골든 진저 (Star Kombucha Golden Ginger)
제조사 (현지어)	구디 그룹 (GOODY GROUP)	구디 그룹 (GOODY GROUP)
제품 종류	콤부차 음료(액상)	콤부차 음료(액상)
중량	250ml	250ml
소비자가격	35,000루피아 (2,965원)	35,000루피아 (2,965원)
100g(ml)당 가격	14,000루피아 (1,186원)	14,000루피아 (1,186원)
원산지	베트남	베트남
맛	오리지널	골든 진저
인증	BPOM RI ML, FDA Approved	BPOM RI ML, FDA Approved
포장 형태	캔	캔
홍보문구	트렌디하게 살기 - 사랑으로 만든 건강한 음료! 스타 콤부차 천연 발효차 30일 양조한 훌륭한 맛의 콤부차	트렌디하게 살기 - 사랑으로 만든 건강한 음료! 스타 콤부차 천연 발효차 30일 양조한 훌륭한 맛의 콤부차
유통기한	2년	2년
제품 수입상 정보	피티 스타 그룹 인터내셔널 (PT Star Group International)	피티 스타 그룹 인터내셔널 (PT Star Group International)
원료 및 첨가물	생 콤부차(여과수, 설탕, 콤부차 배양액, 홍차 1% 녹차 1%)	생 콤부차(여과수, 설탕, 콤부차 배양액, 홍차 1% 녹차 1%), 생강 8%

Shop ③ 올 프레시(All Fresh)

	경쟁제품 ⑩
제품 사진	
제품명 (현지어)	스타 콤부차 어메이징 애플리콧 (Star Kombucha Amazing Apricot)
제조사 (현지어)	구디 그룹 (GOODY GROUP)
제품 종류	콤부차 음료(액상)
중량	250ml
소비자가격	35,000루피아 (2,965원)
100g(ml)당 가격	14,000루피아 (1,186원)
원산지	베트남
맛	살구
인증	BPOM RI ML, FDA Approved
포장 형태	캔
홍보문구	트렌디하게 살기 - 사랑으로 만든 건강한 음료! 스타 콤부차 천연 발효차 30일 양조한 훌륭한 맛의 콤부차
유통기한	2년
제품 수입상 정보	피티 스타 그룹 인터내셔널 (PT Star Group International)
원료 및 첨가물	생 콤부차(여과수, 설탕, 콤부차 배양액, 홍차 1% 녹차 1%), 살구 6%, 키위 2%

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

III 경쟁기업



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

1. 인도네시아 콤부차 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 현지화가 잘 되어있는 글로벌기업 및 한국기업 총 3개사 선정

인도네시아 오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 다른 경쟁기업보다 현지화가 잘 되어있는 글로벌기업 및 한국기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함. 선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 13년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 레머디 드링크는 2012년에 설립되어 12년의 업력을 보유하고 있으며 구디 그룹은 2019년 설립 이후 5년째 사업을 이어오고 있음. E사는 2001년 설립되어 가장 오래된 23년의 업력을 보유하고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 콤부차 동일 품목 종류 조사

인도네시아에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 콤부차 동일 품목 수를 조사한 결과, 레머디 드링크가 총 15개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그다음으로는 구디 그룹이 6개, E사가 4개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 콤부차 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
레머디 드링크	호주	12년	15개
구디 그룹	베트남	5년	6개
E사	한국	23년	4개

자료: 인도네시아 진출 콤부차 경쟁기업 3개사 분석

2. 인도네시아 콤부차 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
	콤부차

▶ 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	그랜드 럭키 슈퍼스토어, 푸드홀, 올 프레시
온라인	토코피디아, 쇼피, 라자다

3. 인도네시아 콤부차 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 인도네시아 온/오프라인 매장 진출

인도네시아에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지 조사한 오프라인 매장에 입점해 있는 것으로 확인됨. 레머디 드링크는 그랜드 렉키 슈퍼 스토어와 푸드홀, 올 프레시 3곳에, 구디 그룹은 올 프레시 1곳에, E사는 그랜드 렉키 슈퍼 스토어 1곳에 입점한 것으로 조사됨. 또한, 3개사 모두 온라인 매장인 토코피디아와 쇼피에 입점한 것으로 나타남

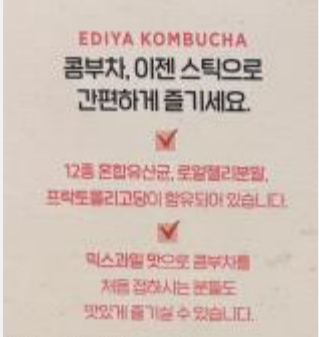
▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지와 소셜 미디어를 활용한 마케팅 진행

인도네시아 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 레머디 드링크는 글로벌 홈페이지를 운영하고 있으며, 구디 그룹은 글로벌과 베트남 홈페이지를, E사는 한국 홈페이지를 운영하고 있음. SNS의 경우, 3개사 모두 페이스북, 인스타그램, 유튜브를 운영하고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 원료, 품질 등을 강조

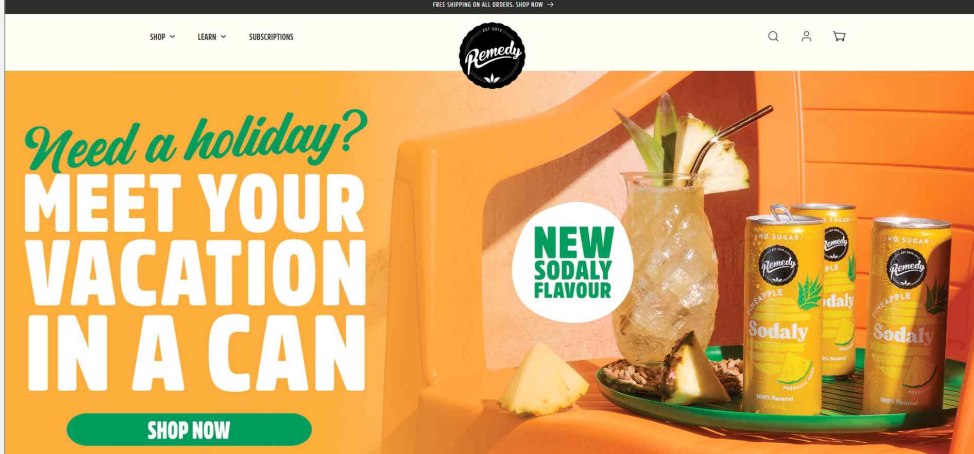
인도네시아 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 원료와 품질 등을 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 조사됨. ‘무설탕’, ‘천연, 최고급 재료’, ‘12종 혼합 유산균, 로알젤리 분말함유’와 같이 제품의 원료를 강조하는 문구를 활용하고 있음. 또한, ‘30일 동안 우려낸’, ‘30일 동안 섬세하게 양조’ 등의 문구로 제품 생산 과정을 강조하는 문구로 제품을 홍보하고 있음

[표 3.7] 인도네시아 콤부차 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
레머디 드링크	- 오프라인 매장 - 그랜드 럭키 슈퍼스토어 - 푸드홀 - 올 프레시 - 온라인 매장 - 토코피디아 - 쇼피	- 자사 홈페이지 (글로벌) - SNS 플랫폼 (글로벌) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브	- 유기농 콤부차 - 무설탕 - 30일 동안 우려낸 - Raw & Vegan - All Natural	
구디 그룹	- 오프라인 매장 - 올 프레시 - 온라인 매장 - 토코피디아 - 쇼피	- 자사 홈페이지 (베트남/글로벌) - SNS 플랫폼 (베트남) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브	- 건강한 음료 - 천연 발효차 - 30일 동안 섬세하게 양조 - 천연, 최고급 재료 - 저칼로리 - 글루텐 프리	
E사	- 오프라인 매장 - 그랜드 럭키 슈퍼스토어 - 온라인 매장 - 토코피디아 - 쇼피	- 자사 홈페이지 (한국) - SNS 플랫폼 (한국) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브	- 스틱으로 간편하게 즐기세요 - 12종 혼합유산균, 로알젤리분말, 프락토올리고당 함유 - 믹스과일맛으로 콤부차를 처음 접하시는 분들도 맛있게 즐기실 수 있습니다	

자료: 인도네시아 진출 콤부차 경쟁기업 3개사 분석

① 레머디 드링크

기업 기본 정보	기업명	레머디 드링크		
	기업 설명	레머디 드링크는 호주의 한 부부가 설립한 음료 제조 기업으로, 건강과 맛 모두를 생각한 음료를 개발하여 유통하고 있음. 레머디는 음료의 품질뿐만 아니라 고객의 건강과 환경 오염, 사회 환원 등을 고려하여 회사를 운영하고 있음		
	위치	33 Endeavour Crt, Dandenong South VIC 3175 오스트레일리아		
	규모	동일 품목 수	15개	
설립연도		2012년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 그랜드 럭키 슈퍼스토어 푸드홀 올 프레시 〈온라인 매장〉 토코피디아 쇼피		제품명	오가닉 콤부차 피치 (Organic Kombucha Peach)
			중량	330ml
			소비자가격	46,900루피아 (3,972원6)
			제품 종류	콤부차 음료(액상)
현지 진출 방법	포장 현지화	● (중)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 영어로 표기	
	홍보 현지화	● (중)	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	
홍보 방식				
	홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브(글로벌)		
	게시 주기	(인스타그램) 주 3~4건		
	게시물 유형	기업 소개, 제품 안내, 제품 활용 레시피 소개		

사진자료: 현지조사원 자료

② 구디 그룹

기업 기본 정보	기업명	구디 그룹		
	기업 설명	구디 그룹은 베트남의 음료 브랜드 스타 콤부차(Star Kombucha)를 운영하고 있으며, 특히 스타 콤부차는 모든 사람의 건강과 웰빙을 개선하겠다는 목적으로 설립되었음. 현재 여러 국가에 다양한 맛의 콤부차를 수출하고 있음		
	위치	139 Pasteur, Ward 6, District 3, HCMC		
	규모	동일품목 수	6개	
설립연도		2019년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 올 프레시 〈온라인 매장〉 토코피디아 쇼피		제품명	스타 콤부차 파머그레닛 퓨어리티 (Star Kombucha Pomegranate Purity)
			중량	250ml
			소비자가격	35,000루피아 (2,965원)
			제품 종류	콤부차 음료(액상)
현지 진출 방법	포장 현지화	① (중)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 영어로 표기	
	홍보 현지화	① (중)	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	
홍보 방식				
	홍보 채널	자사 홈페이지(베트남/글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브(베트남)		
	게시 주기	주 1~2건		
	게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 제품 성분 및 제조 과정 소개		

사진자료: 현지조사원 자료

③ E사

기업 기본 정보	기업명	E사		
	기업 설명	E사는 한국의 커피 전문 체인으로, 현재 2,500개 이상의 지점을 보유하고 있음. 카페 운영 외에도 E사 브랜드 이름으로 커피, 음료 등 다양한 제품을 제조하여 판매하고 있음. 자체 생산 시설과 물류센터를 보유하고 있음		
	위치	경기도 평택시 포승읍 내거리 679-25		
	규모	동일 품목 수	4개	
		설립연도	2001년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 그랜드 럭키 슈퍼스토어 〈온라인 매장〉 토코피디아 쇼피		제품명	E사 콤부차 레몬 라임 (E사 Kombucha Lemon Lime)
			중량	120g
			소비자가격	195,500루피아 (16,559원)
			제품 종류	콤부차 파우더
현지 진출 방법	포장 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용	
	홍보 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음	
홍보 방식				
	홍보 채널	자사 홈페이지(한국), 페이스북/인스타그램/유튜브(한국)		
	게시 주기	주 2~3건		
	게시물 유형	기업 소개, 제조 공장 및 물류센터 소개, 언론 보도 기사 안내		

사진자료: 현지조사원 자료

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

IV



수입·유통업체 인터뷰

1. 오가닉 세하트 알라미(Organik Sehat Alami)
2. 아시아 우타마(Asia Utama)
3. 카이파 푸드(Kaifa Food)

Interview ①



오가닉 세하트 알라미
(Organik Sehat Alami)

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

담당자 정보

Key Account Manager

고객사 제품 정보

소비자가격 약 88,548루피아
(7,500원⁸⁾)

중량 50g(10T)

인증 HACCP

마케팅 브탄소년단 캐릭터 TINY TAN
슬로건 청량감 넘치는 네덜란드산 콤부차

7)

오가닉 세하트 알라미(Organik Sehat Alami) Key Account Manager

Q1. 고객사 제품에 대하여 가격, 성분, 프로모션 문구, 제품 특징에 대한 의견과 주요 경쟁제품과의 비교를 부탁드립니다.

주요 경쟁제품으로는 비오나 콤부차(BIONA Kombucha)가 있습니다. 비오나 콤부차의 가격 범위는 76,000~96,000루피아(6,437~ 8,131원)로 고객사 제품의 가격 범위보다 더 넓습니다. 고객사 제품은 건강을 위해 히알루론산, 콜라겐 등 특화된 첨가물을 포함한 것이 특징이라면 경쟁제품은 유기농과 천연 성분을 강조합니다. 또한 고객사 제품은 대중문화와의 협업, 특정 건강을 강조한 홍보문구를 사용하지만 경쟁제품은 유기농과 소비에서의 다용성을 강조합니다. 고객사 제품은 피부 건강과 대중문화에 관심 많은 소비자를 끌어들이 수 있으며, 경쟁사 제품은 유기농과 지속 가능한 제품을 선호하는 개인을 타겟으로 어필합니다.

Q2. 현지 소비자들이 특히 선호하는 콤부차의 맛은 무엇인가요?

인도네시아 소비자들이 특히 선호하는 맛은 생강 라임(Ginger Lime)입니다. 생강 라임 맛 선호는 건강에 대한 소비자들의 고려, 문화적 영향이 반영된 결과입니다. 인도네시아 소비자들은 생강 라임맛 음료가 상쾌하면서도 건강에 좋다는 인식 때문에 선호합니다.

Q3. 현지 콤부차 시장의 소비 트렌드, 구매 고려요인은 무엇인가요?

인도네시아 소비자들의 건강에 대한 인식이 높아짐에 따라, 건강에 좋은 음식에 대한 관심도 증가하고 있습니다. 면역력과 장건강에 좋은 프로바이오틱 음료인 콤부차는 이러한 트렌드에 잘 부합하는 음료입니다.

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

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

Q4. 콤부차 구매 시 유통업체 입장에서의 주요 구매 고려요인은 무엇인가요?

유통업체들은 제품의 브랜드를 고려합니다. 특히, 좋은 품질과 안전으로 알려진 브랜드의 제품을 선호합니다. 브랜드의 강력한 평판은 소매업자와 소비자들에게 믿을 수 있다는 인식을 주기 때문에 제품의 판매가 원활하게 진행됩니다.

Q5. 고객사 같은 해외 업체의 현지 마켓 납품 절차 및 유통 과정은 어떻게 되나요?

먼저, 수입업체가 인도네시아 항구에 도착한 콤부차 제품의 통관 절차를 진행합니다. 서류 확인, 세금 납부 등의 과정을 거쳐 수입된 제품들은 냉장 저장 시설로 운반되어 유통업체에 인계됩니다. 마지막으로 유통업체는 도매상, 대형 슈퍼마켓과 같은 소매점에 제품을 납품합니다.

Q6. 현지 콤부차 제품의 유통채널과 채널별 대략적인 판매 비중은 어떻게 되나요?

콤부차 제품은 유기농 매장과 대형 슈퍼마켓과 같은 소매 체인을 통해 유통됩니다. 이 외에는 제조사의 공식 웹 사이트와 온라인 쇼핑몰 및 어플리케이션을 통한 온라인 판매가 중요한 비중을 차지하고 있습니다.

Q7. 현지에서 콤부차를 판매하기 위한 효과적인 프로모션 방법은 무엇인가요?

먼저 교육적 캠페인입니다. 콤부차의 이점, 성분, 양조 과정에 대한 정보를 담은 블로그, 비디오 등의 인포그래픽을 통해 소비자와 신뢰 관계를 구축할 수 있습니다. 인도네시아어로 콘텐츠가 제공된다면 더욱 효과적입니다. 브랜드 웹사이트, 소셜 미디어에서 정보를 공유하는 것도 추천합니다. 건강 및 웰빙 인플루언서들과 협력한다면 보다 넓은 소비자층에게 접근할 수 있습니다. 콤부차가 어떻게 장 건강에 도움을 주는지, 콤부차를 활용한 지역 요리 레시피 등의 콘텐츠가 제공된다면 더 많은 소비자들이 고객사 제품에 관심을 가질 것입니다.

Interview ②

9)



아시아 우타마(Asia Utama) Marketing

아시아 우타마 (Asia Utama)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2012년 자카르타에서 설립된 수입, 유통업체
 - 스웨덴, 영국, 한국의 화장품, 셀프 케어 제품, 건강기능식품 등 취급
 - 히어로(Hero), 가디언(Guardian) 등 인도네시아 대형 유통채널과 협력

담당자 정보

Operations Manager

고객사 제품 정보

소비자가격 약 88,548루피아
(7,500원)

중량 50g(10T)

인증 HACCP

마케팅 방탄소년단 캐릭터
슬로건 TINY TAN
청량감 넘치는
네덜란드산 콤부차

Q1. 고객사 제품에 대하여 가격, 성분, 프로모션 문구, 제품 특징에 대한 의견과 주요 경쟁제품과의 비교를 부탁드립니다.

현지 인기 제품으로 E사의 콤부차가 있습니다. E사 제품의 가격 범위는 120,250~180,000루피아(약 10,185~15,246원)로 고객사 제품보다 높은 가격대를 형성하고 있습니다. 고객사 제품은 피부 건강 효과를 위한 첨가물을 포함하고 있으며, 경쟁사 콤부차 제품은 천연 성분과 함께 프락토올리고당 및 유산균 등의 건강 성분이 첨가되었습니다. 고객사 제품은 대중문화와 협업과 피부 건강을 강조하는 반면 E사의 콤부차는 좀 더 넓은 범위의 건강을 강조하고 있습니다. E사의 콤부차는 천연 성분을 선호하는 소비자, 고객사 제품은 참신함과 피부 건강을 원하는 소비자를 겨냥한 것으로 보입니다.

Q2. 현지 소비자들이 특히 선호하는 콤부차의 맛은 무엇인가요?

현지 소비자들이 특히 선호하는 맛은 E사 제품의 레몬 라임(Lemon and Lime)입니다. 레몬과 라임은 클래식하고 상쾌한 맛으로, 폭넓은 소비자들이 선호하는 매력적인 맛입니다.

Q3. 현지 콤부차 시장의 소비 트렌드, 구매 고려요인은 무엇인가요?

품질과 건강 효능에 대한 명성을 가진 브랜드들이 소비자들로부터 더 큰 신뢰를 받고 있습니다. 치열한 경쟁에서, 브랜드 평판은 매우 중요한 역할을 합니다. 소비자들은 잘 알려져 있고 긍정적인 리뷰를 받은 브랜드, 건강 전문가의 추천을 받거나 신뢰할 수 있는 건강 기관의 인증을 받은 브랜드의 제품을 더 선호하는 경향이 있습니다.

Q4. 콤부차 구매 시 유통업체 입장에서의 주요 구매 고려요인은 무엇인가요?

먼저 현지 식품 안전 및 건강 규정 준수 여부입니다. 유통업체는 제품이 인도네시아의 기준을 충족하여 법적 문제를 피하고 소비자 안전을 보장하는지 확인해야 합니다. 명확하고 신뢰할 수 있는 건강상의 이점은 중요한 판매 포인트입니다. 건강에 효능이 있다는 명확한 증거가 있다면 더 많은 소비자들에게 도달할 수 있습니다. 마지막으로 맛입니다. 다양한 매력적인 맛을 제공하는 제품은 더 많은 고객을 유치하고 유지할 수 있기 때문입니다.

Q5. 고객사 같은 해외 업체의 현지 마켓 납품 절차 및 유통 과정은 어떻게 되나요?

해외 업체가 인도네시아 시장에 진출할 때, 일반적으로 현지 법률과 시장 동향에 익숙한 현지 유통업체와 협력합니다. 콤부차 제품이 도착하면 현지 수입 법규를 준수하는지 확인하기 위해 세관을 통과하며, 이를 통해 지연이나 법적 문제를 방지합니다. 통관이 완료된 후, 제품은 인근 창고에 보관됩니다. 그 후, 제품은 고객이 원하는 시간과 장소에 제품이 공급될 수 있도록 상인에게 유통됩니다. 넓은 소비자층에 도달하기 위해 이러한 제품은 슈퍼마켓, 편의점, 온라인 플랫폼 등 다양한 소매 채널을 통해 유통됩니다. 또한, 현지 유통업체는 제품 인지도와 고객 참여를 높이기 위해 맞춤형 마케팅 및 광고 캠페인을 관리합니다.

Q6. 현지 콤부차 제품의 유통채널과 채널별 대략적인 판매 비중은 어떻게 되나요?

현지 콤부차 제품의 유통채널은 대형 소매 체인(슈퍼마켓과 하이퍼마켓)과 온라인 판매로 나뉩니다. 인도네시아에서는 편리함 때문에 온라인 플랫폼이 콤부차 유통의 대부분을 차지하고 있습니다.

Q7. 현지에서 콤부차를 판매하기 위한 효과적인 프로모션 방법은 무엇인가요?

효과적인 프로모션 방법 중 하나는 할인 이벤트입니다. 명절, 공휴일 또는 특정 이벤트 기간 동안 프로모션 할인, 특별 가격을 제공합니다.

Interview ③

10)



카이파 푸드(Kaifa Food) Senior Digital & Marketing Communication

카이파 푸드 (Kaifa Food)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2000년에 설립된 인도네시아의 수입·유통업체
 - 아시아(일본, 한국, 싱가포르), 유럽, 북미에서 수입한 고품질 식품을 취급
 - 인도네시아 15개 주요 도시와 주변 지역에 유통망 구축

담당자 정보

Senior Digital & Marketing Communication

고객사 제품 정보

소비자가격 약 88,548루피아 (7,500원)

중량 50g(10T)

인증 HACCP

마케팅 슬로건 방탄소년단 캐릭터 TINY TAN 청량감 넘치는 네덜란드산 콤부차

Q1. 고객사 제품에 대하여 가격, 성분, 프로모션 문구, 제품 특징에 대한 의견과 주요 경쟁제품과의 비교를 부탁드립니다.

T사의 콤부차를 주요 경쟁제품으로 볼 수 있습니다. T사의 제품은 고객사 제품과 동일한 중량이며 가격대는 97,500~120,000루피아(8,258~10,164원)로 고객사 제품보다 약간 높습니다. 천연 성분과 저당 함량, 비건들을 위한 다양한 식단 선호도를 강조하는 것이 특징이며, 프로모션도 웰빙에 집중하고 있습니다. 고객사 제품이 참신함과 피부 건강 이점을 원하는 소비자를 대상으로 한다면 T사의 제품은 건강과 식단을 중시하는 소비자들을 대상으로 한다는 차이점이 있습니다.

Q2. 현지 소비자들이 특히 선호하는 콤부차의 맛은 무엇인가요?

현지 소비자들이 선호하는 콤부차 맛은 T사 콤부차의 레몬(Lemon) 맛입니다. 인도네시아 소비자들 사이에서 눈에 띄게 레몬 맛 콤부차 구매 비중이 높는데, 이는 인도네시아 내에서 상쾌한 맛에 대한 선호가 강하기 때문입니다.

Q3. 현지 콤부차 시장의 소비 트렌드, 구매 고려요인은 무엇인가요?

건강 의식, 천연 성분, 쉬운 접근성, 매력적인 포장, 마지막으로 명확한 제품 정보 제공이 주요 구매 요인입니다. 건강을 중요히 여기는 소비자들의 트렌드에 맞추어 이러한 요소들을 고려하는 브랜드의 제품이 성장할 가능성이 높습니다.

Q4. 콤부차 구매 시 유통업체 입장에서의 주요 구매 고려요인은 무엇인가요?

콤부차의 맛과, 다양한 풍미를 중요하게 봅니다. 제품의 맛은 소비자들에게 중요한 요소이며, 다양한 맛을 제공함으로써 소비자들의 폭넓은 취향을 만족시킬 수 있습니다. 시장 침투력을 높이기 위해서 유통업체는 맛이 뛰어나면서도 다양한 소비자들에게 매력적인 선택지를 제공해야 합니다.

Q5. 고객사 같은 해외 업체의 현지 마켓 납품 절차 및 유통 과정은 어떻게 되나요?

일반적으로, 인도네시아로 수출하는 해외 업체는 현지 유통업체와 협력합니다. 현지 유통업체는 인도네시아 전국적으로 구축된 저장 시설과 유통 네트워크를 보유하고 있습니다. 세관 통관이 완료된 제품은 현지 유통업체의 저장 시설에 보관됩니다. 콤부차의 경우 수요 기반 유통이 이루어지는데, 수요가 발생하면 제품을 꺼내 잠재 구매자에게 배송합니다.

Q6. 현지 콤부차 제품의 유통채널과 채널별 대략적인 판매 비중은 어떻게 되나요?

온라인 마켓플레이스에서 전체 콤부차 판매의 4할 정도가 이루어집니다. 온라인 플랫폼은 가정 배송과 같은 편리함 덕분에 인기를 끌고 있으며, 온라인 채널에 익숙한 건강 의식이 높은 소비자에게 매력적인 채널입니다. 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓에서 6할 정도의 판매가 발생합니다. 접근성이 좋고 다양한 제품을 제공하기 때문에 식료품과 건강 제품을 찾는 소비자들이 선호합니다.

Q7. 현지에서 콤부차를 판매하기 위한 효과적인 프로모션 방법은 무엇인가요?

효과적인 프로모션 방법으로 소셜 미디어 콘테스트와 인플루언서 캠페인이 있습니다. 참가자들이 인스타그램에서 브랜드 해시태그 등을 사용하여 콤부차 경험을 공유하는 콘테스트를 진행하면 사용자 생성 콘텐츠와 브랜드 인지도를 효과적으로 높일 수 있습니다. 참여를 독려하기 위해 한 달 분량의 콤부차나 상품과 같은 유인책을 제공할 수 있습니다. 또한 소비자에게 친숙한 인플루언서와 협력한다면 도달 범위와 평판을 높이는 데 도움이 됩니다.

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

V

경쟁력파악



1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹

1. 제품 경쟁력 검증

1) 가격

● 경쟁제품(제조사)

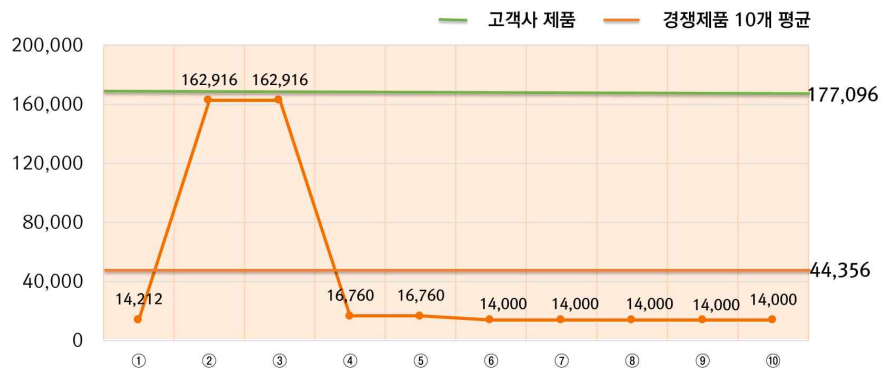
- ① 오가닉 콤부차 피치 (레머디 콤부차)
- ② E사 콤부차 레몬 라임 (E사)
- ③ E사 콤부차 애플 베리 (E사)
- ④ 오가닉 와일드 베리 (레머디 드링크)
- ⑤ 오가닉 라즈베리 레몬에이드 (레머디 드링크)
- ⑥ 스타 콤부차 파머그래넛 퓨어리티 (구디 그룹)
- ⑦ 스타 콤부차 핑크 구아바 (구디 그룹)
- ⑧ 스타 콤부차 오리지널 (구디 그룹)
- ⑨ 스타 콤부차 꿀든 진저 (구디 그룹)
- ⑩ 스타 콤부차 어메이징 애플리콧 (구디 그룹)

▶ 파우더형 콤부차의 평균 100g당 판매 가격은 162,916루피아

고객사 제품의 100g당 가격은 177,096루피아(15,000원¹¹⁾)로 고객사와 제형이 같은 파우더형 콤부차 2개의 평균 100g당 판매 가격인 162,916루피아(약 13,799원)보다 소폭 높은 수준임. 현지 파우더형 콤부차 경쟁제품의 판매 가격은 195,500루피아(16,559원)임. 이를 참고하여 고객사는 제품의 소비자가격을 낮추어 시장에 진출하는 방향을 고려할 수 있음. 이외 나머지 경쟁제품 8종은 음료류 콤부차로 평균 100ml당 가격이 14,717루피아(약 1,245원)로 확인됨

[표 5.1] 인도네시아 콤부차 가격 경쟁력 분석

(단위: 루피아/100g(ml))



11) 100루피아=8.47원(2024.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

- ① 오가닉 콤부차 피치 (레머디 콤부차)
- ② E사 콤부차 레몬 라임 (E사)
- ③ E사 콤부차 애플 베리 (E사)
- ④ 오가닉 와일드 베리 (레머디 드링크)
- ⑤ 오가닉 라즈베리 레몬에이드 (레머디 드링크)
- ⑥ 스타 콤부차 파머그래넛 퓨어리티 (구디 그룹)
- ⑦ 스타 콤부차 핑크 구아바 (구디 그룹)
- ⑧ 스타 콤부차 오리지널 (구디 그룹)
- ⑨ 스타 콤부차 골든 진저 (구디 그룹)
- ⑩ 스타 콤부차 어메이징 애플리콧 (구디 그룹)

▶ 고객사와 동일한 파우더류 콤부차 중량, 120g

고객사 제품은 총 중량 50g, 1회 제공량 5g으로 고객사와 같은 파우더형 콤부차 경쟁제품 2개의 평균인 총 중량 120g, 1회 제공량 6g보다 다소 낮은 수준임. 제품의 총 제공횟수 또한 고객사는 10회, 파우더형 콤부차 경쟁제품은 20회로 고객사가 경쟁제품 대비 낮은 것을 확인할 수 있음. 이외 콤부차 음료 제품의 경우 평균 중량은 260ml로 조사됨. 고객사와 제형이 같은 파우더형 경쟁제품과 비교했을 때 고객사는 제품의 총제공량을 늘려 시장에 진출하는 방향을 고려할 수 있음

[표 5.2] 인도네시아 콤부차 중량 경쟁력 분석

(단위: ml)

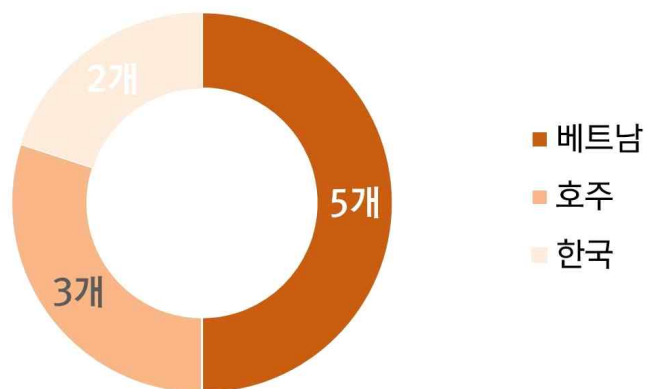


3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 중 5개 원산지, 베트남

인도네시아에서 판매 중인 콤부차 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과 10개 제품 중 5개 제품이 베트남산 제품임을 확인함. 그 외 호주산 콤부차 제품 3개와 한국산 제품 2개가 조사됨. 특히 파우더류 콤부차 제품의 경우 한국 제품만 판매 중인 것으로 확인되었음

[표 5.3] 인도네시아 콤부차 원산지 경쟁력 분석

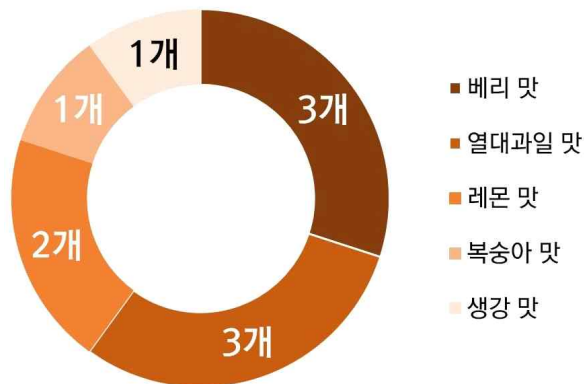


4) 맛

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 3개, 베리 맛

인도네시아에서 판매 중인 콤부차 경쟁제품 중 3개 제품이 베리 맛인 것으로 확인됨. 베리 맛은 와일드 베리, 라즈베리, 애플베리 등의 맛을 합산하여 집계함. 뒤이어 구아바, 애플리콧 등의 열대과일 맛 제품이 3개, 레몬 맛 제품이 2개, 복숭아와 생강 맛 제품이 각 1개로 조사됨

[표 5.4] 인도네시아 콤부차 맛 경쟁력 분석

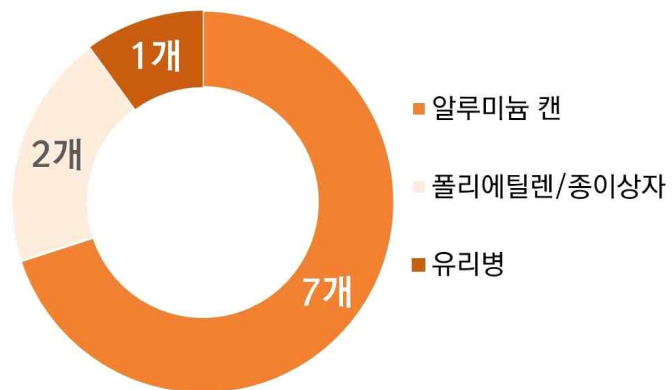


5) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 7개 알루미늄 캔 사용

인도네시아에서 판매 중인 콤부차 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 7개 제품은 알루미늄 캔으로 제품을 포장한 것으로 확인됨. 그 외 2개 제품이 폴리에틸렌과 종이상자로 제품을 포장하였고 나머지 1개의 제품이 유리병 포장을 사용함

[표 5.5] 인도네시아 콤부차 포장 형태 경쟁력 분석

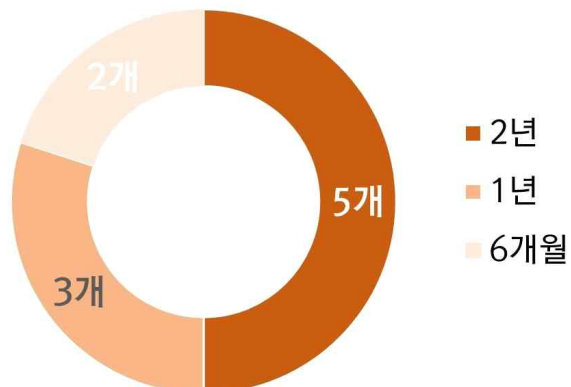


6) 유통기한

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 5개 제품의 유통기한 2년

인도네시아에서 판매 중인 콤부차 경쟁제품 10개의 유통기한을 조사한 결과, 10개 제품 중 5개 제품의 유통기한이 2년으로 조사되었음. 그 외 3개 제품의 유통기한 1년이었으며, 나머지 2개 제품의 유통기한은 6개월로 확인됨

[표 5.6] 인도네시아 콤부차 유통기한 경쟁력 분석



7) 원산지에 따른 제품 비교

[표 5.7] 인도네시아 콤부차 원산지별 제품 비교

	한국산	현지/수입산
제품 사진		 
제조사	E사	구디 그룹, 레머디 콤부차
제조사 국적	한국	베트남, 호주
평균 가격	195,500루피아 (약 16,559원)	38,213루피아 (약 2,779원)
평균 100g(ml)당 가격	162,917루피아 (약 13,799원)	14,717루피아 (약 1,247원)
평균 중량	120g	260ml
제품 제형	파우더	음료(액상)
맛	레몬 라임, 애플 베리	열대과일, 복숭아, 생강
포장 형태	종이 상자/폴리에틸렌	알루미늄 캔
인증	BPOM RI ML, HACCP	BPOM RI ML, FDA Approved, ACO Certified Organic
유통기한	6개월	1년, 2년
원료 및 첨가물	홍차, 녹차, 천연 향료	
	중탄산나트륨, 자일로스, 농축액 분말, 수크레이오스, 산도 조절제	정제수, 여과수, 콤부차 배양액, 이산화탄소 탄산제

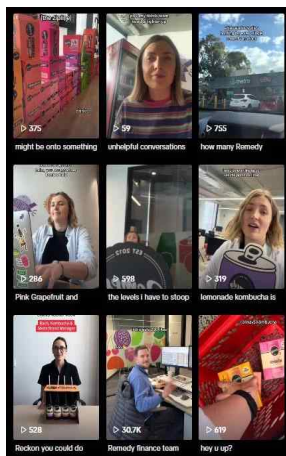
2. 기업 마케팅 벤치마킹

1) KOL 마케팅 분석

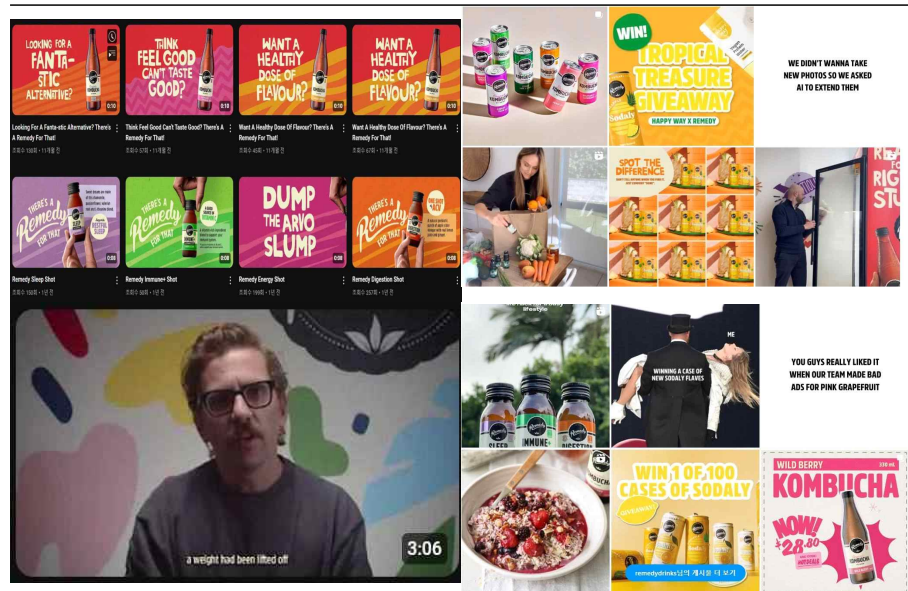
▶ 벤치마킹 기업, KOL 다수와 적극적인 협업 진행

레머디 드링크는 아담 브릭스(Adam Briggs), 벤 러셀(Ben Russell) 등 다수의 KOL¹²⁾과의 협업을 통해 대중들에게 브랜드와 제품 이미지를 효과적으로 전달함. 해당 KOL들은 음악, 영화 등 다양한 분야에서 활발하게 활동하고 있으며 트렌디한 요소가 담긴 영상으로 소비자들과의 친밀감을 강화하고 있음

틱톡 페이지 예시



[표 5.8] 인도네시아 콤부차 기업 마케팅 벤치마킹



2) SNS 마케팅 분석

▶ 벤치마킹 기업, 제품 체험 모습에 초점

레머디 드링크의 틱톡과 유튜브 채널 분석 결과, 제품의 체험에 초점을 맞춘 짧은 콘텐츠가 돋보임을 확인함. 자사 제품을 음용하는 다양하면서도 짧은 영상을 게시하며 소비자들의 흥미를 유발하고 있음. 또한 유사한 썸네일 이미지를 활용하여 제품의 경쾌한 브랜드 아이덴티티를 강화하고 있음

12) KOL(Key Opinion Leader): 특정 분야에서 높은 영향력을 가진 인물로, 의견이나 추천을 통해 대중의 구매 결정이나 태도에 큰 영향을 미칠 수 있는 사람을 말함

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 스탓티스타 (www.statista.com)
2. 토크피디아 (www.tokopedia.com)
3. 쇼피 (www.shopee.co.th)
4. 라자다 (www.lazada.co.th)
5. 자카르타 주 중앙통계청 (<https://jakarta.bps.go.id/indicator>)
6. 레머디 드링크 홈페이지 (www.remedydrinks.com)
7. 구디 그룹 홈페이지 (www.starkombucha.com)
8. E사 홈페이지
9. 레머디 드링크 틱톡 홈페이지 (www.tiktok.com/@remedydrinks)
10. 레머디 드링크 유튜브 홈페이지 (www.youtube.com/remedydrinks)
11. 오가닉 세하트 알라미 홈페이지 (www.osa.id)
12. 아시아 우타마 홈페이지 (asiatour.co.id)
13. 카이파 푸드 홈페이지 (kaifafood.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 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 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2024 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea