

인도네시아 캐릭터 상품 판매업체 Citra Cahaya Mandiri 인터뷰

Citra Cahaya Mandiri(CCM)는 2007년 설립된 인도네시아 완구 유통 기업으로, 다양한 브랜드의 1천 개 이상의 캐릭터 상품을 보유하고, 주요 완구 프랜차이즈 매장을 통해 판매하는 사업을 펼치고 있음

유통 제품 중 한국 애니메이션 <꼬마버스 타요>와 <보로로> 캐릭터 제품은 타 국가의 제품에 비해 높은 가격에도 불구하고 현지에서 많은 인기를 끌고 있는데, CCM은 한국 애니메이션의 인기와 캐릭터에 대한 높은 충성도, 그리고 제품의 품질을 인기 요인으로 보고 있음

CCM의 Joseph Cho 마케팅 디렉터와의 인터뷰를 통해 인도네시아의 캐릭터 제품 시장에 대해 알아보고, 수출을 희망하는 한국기업들이 참조해야 할 점을 살펴보고자 함

기업 소개

Q. Citra Cahaya Mandiri에 대한 소개를 부탁드립니다.

2007년 설립된 Citra Cahaya Mandiri(이하 CCM)는 캐릭터 완구 수입 및 유통을 전문으로 하는 인도네시아 기업으로, 현재 1,000개 이상의 캐릭터 제품을 보유하고 있습니다.

저희는 다양한 캐릭터의 브랜드 보유자이자 라이선스 보유 업체이며, 주요 아동용 캐릭터 상품과 장난감을 인도네시아의 다양한 주요 소매업체 및 백화점에 유통합니다.



< CCM의 Joseph Cho 디렉터와 동료들 >

저는 마케팅 담당자로서, 캐릭터 발굴과 완구 사업 확대 등을 담당하고 있습니다. 이번 인터뷰가 한국기업과의 또 다른 좋은 협력의 계기가 되면 좋겠습니다.

Citra Cahaya Mandiri (CCM)

ccmtoys

회사 홈페이지 : <https://ccmtoys.co.id/>

회사 주소 : Synergy Building 9th Floor Unit 09, Jl. Jalur Sutera Barat No.17, Panunggangan Timur, Pinang, Tangerang, Banten 15143, Indonesia

인터뷰 대상자 : Joseph Cho (Marketing Director)

② 인도네시아 캐릭터 완구 시장 현황과 한국 제품의 경쟁력

Q. 최근 인도네시아의 콘텐츠 기반 완구 및 캐릭터 시장의 트렌드에 대해 말씀해 주십시오.

인도네시아 콘텐츠 시장의 경쟁은 점차 치열해지고 있는 추세입니다. 특히, 현지 업체 간의 경쟁이 점차 심화되고 있습니다. 캐릭터 기반 상품(완구)의 경쟁은 일반적인 상품들과 유사하게 진행되는데, 수입 업체들이 캐릭터 제품을 공급하여 인도네시아의 주요 완구 소매점에 납품하는 방식입니다. 토이 킹덤, 키즈 스테이션, 토이저러스 등의 프랜차이즈 매장들이 주요 납품처입니다.

인도네시아의 캐릭터 및 콘텐츠 기반 완구 시장은 상당히 활성화되어 있는데, CCM은 인도네시아 캐릭터 상품 시장에서의 약 20%의 점유율을 차지하고 있습니다. <꼬마버스 타요>가 매우 큰 인기를 얻고 있는데, 당사는 이와 관련된 다양한 제품들을 보유하고 있습니다. 이 외에도 <보롱보롱 보로로>가 현지 캐릭터 산업 시장에서 특히 강력한 입지를 보유하고 있는데, <타요>와 <보로로> 두 캐릭터는 인도네시아의 어린이와 가족 단위 소비자들 사이에서 광범위한 인기를 누리고 있습니다.

〈 한국 캐릭터 제품을 전면에 내세운 CCM의 홈페이지 〉



CCM은 이 외에도 많은 인기를 끌고 있는 제품들을 보유하고 있어서, 비교적 경쟁에 유리한 위치에 있습니다. 또한, 당사는 현지 시장에서의 유통망 강점을 활용하고 있으며, 지속적인 협업과 현지화 노력을 통해 경쟁 우위를 유지하고 발전시키고 있습니다. 특히, CCM은 한국 캐릭터 IP의 선두주자로서, 현지 소비자들에게 높은 신뢰와 인지도를 제공하며 콘텐츠 기반 상품 시장에서 강력한 입지를 확보하고 있습니다.

Q. 인도네시아 사람들이 한국 캐릭터 상품을 좋아하는 요인이 무엇일까요?

일단 한국 애니메이션이 인기가 있기 때문에 캐릭터 상품을 많이 찾습니다. 또한, 한국 제품들은 중국이나 현지 제품보다 약간 높은 가격에도 불구하고 품질이 좋은 편입니다. 한국 콘텐츠를 소비하는 층이 중산층 이상이 많다 보니 가격 저항은 상대적으로 적은 편입니다. 또한 아동들이 사용하는 것이다 보니 아무래도 안전성을 고려하여 한국 제품을 선호하는 측면이 좀 있습니다.

그리고 CCM은 제품의 품질에 상당히 신경을 쓰고 있습니다. 한국에서 직접 수입하여 인도네시아에 가장 먼저 들여오기 때문에 품질 부문에서 자신이 있습니다. 중국이나 다른 국가의 제품들은 이런 부분에 크게 신경을 쓰지 않아 경쟁이 취약합니다.

또한, 당사 제품은 가족 수요자가 많습니다. 아무래도 부모들이 아이들을 위해 사주는 경우가 많습니다. 캐릭터 제품을 수집품처럼 구매하는 소비자들도 있는데, 그런 소비자의 경우 캐릭터에 대한 충성도가 높은 것이 특징입니다. 인도네시아의 문화적인 측면에서는, 언어만 다를 뿐 크게 다르지 않다고 보고 있습니다.

㉠ 한국 협력업체 선정 기준과 진출 시 유의 사항

Q. 한국기업과 협력할 때, 파트너사를 선정하는 기준은 무엇인가요?

대표적인 한국 협력사는 <타요>와 <보로로>를 제작한 아이코닉스이며, 앞서 말씀드린 것처럼 <타요> 상품은 CCM의 가장 큰 성공사례 중 하나입니다. 이 외에 CCM은 한국콘텐츠진흥원 등이 주최하는 행사들을 통해 다른 파트너들을 발굴하고 있습니다.

한국 협력업체를 선정할 때 캐릭터와 제품이 이미 잘 알려져 있고 한국에서 성공한 사례가 있는 기업을 선호합니다. 캐릭터가 등장하는 애니메이션의 등급이나 방영 시간도 주목합니다. 많은 에피소드로 구성된 시리즈 작품이어야 오랜 시간 스테디셀러 제품으로 판매할 수가 있기 때문에, 이런 IP 관련 제품들을 선호하는 편입니다. <보로로>의 경우 캐릭터를 기반으로 만들어진 장대한 애니메이션 시리즈와 영화가 있고, 추후 여러 비즈니스로 연계할 부분이 많아 아이코닉스를 파트너로 선택했습니다.

아직 장편 시리즈가 없는 캐릭터가 경우, 조금 고심이 되는 경우가 많습니다. 장편 시리즈가 중요한 이유는, 애니메이션이 영화 시리즈 등을 통해 대중에게 잘 알려지면 많은 사람들에게 캐릭터가 인식되어 완구 판매에 큰 도움이 되기 때문입니다.

CCM에는 한국인 담당자가 근무하고 있어, 한국 업체와의 소통이나 계약을 위한 협상 시 언어나 문화적인 차이로 인한 어려움은 느끼지 않고 있습니다. 다만, 디지털 상품이 아닌 실물 상품을 주로 거래하기 때문에 일반 상품과 같은 납품 위주의 계약을 체결하고 있습니다. 계약에 소요되는 시간은 캐릭터와 시리즈의 개봉 기간에 따라 다양하며, 협상 및 논의를 통해 원활하게 진행되고 있습니다. 인도네시아에서 제품

을 수입하는 과정에서 큰 문제가 발생한 적은 없습니다.

Q. 캐릭터 제품의 수출 시 유의해야 할 점을 알려주십시오.

캐릭터 제품 관점에서 한국기업이 인도네시아에 진출할 때 어려움을 느끼게 되는 부분은 별로 없을 것입니다. 물론, 현지 문화를 고려해야 하지만, 아동의 소비 행태는 한국과 유사하므로 비슷한 관점에서 사업을 진행하는 것이 좋습니다.

다만, 인도네시아 업체와 협력할 때는 원활한 커뮤니케이션이 중요하며, 다양한 제품을 동시에 출시하기보다는 한 가지 제품에 먼저 집중하여 성공을 도모하는 것이 효과적입니다. 또한, 앞서 말씀드린 것처럼, 애니메이션이 대중에게 잘 알려지면 완구 판매에 큰 도움이 되기 때문에 장편 시리즈를 중요하게 생각해야 합니다.

※ 인터뷰는 2023년 11월 인도네시아 탕에랑에서 진행되었습니다. 인터뷰 내용은 콘텐츠 관련 해외 정보에 대한 국민들의 이해를 높이기 위한 참고사항일 뿐 한국콘텐츠진흥원의 공식 견해가 아니며, 어떠한 법적 효력도 부여되지 않음을 알려드립니다.