# 사업계획서

## 1. 사업 개요

\*\*사업명:\*\* 인도네시아 현지화 조미김 제조 및 가공시설 구축 사업

\*\*사업 목적:\*\*  
인도네시아 현지에 HALAL 인증 조미김 생산 시설을 구축하여 물류비 절감, 생산성 향상, 위생적이고 차별화된 가공 시스템을 도입함으로써 서천김의 글로벌 브랜드 가치를 강화하고, 해외시장 공략을 확대하고자 합니다.

### 사업 위치 및 기간

|  |  |
| --- | --- |
| 항목 | 내용 |
| 위치 | 인도네시아 탄그랑 |
| 부지 면적 | 2,000평 |
| 사업 기간 | 2025년 1월 ~ 2025년 5월 |

### 총사업비

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 항목 | 금액 (억 원) | 비고 |
| 건축비 | 28.0 |  |
| 기계설비비 | 9.32 | 상세 내역 참조 |
| 기타 부대비용 | 12.78 |  |
| 합계 | 50.1 |  |

## 2. 시장 및 경쟁 분석

### 시장 환경 분석

\*\*인도네시아 식품 시장 규모 및 전망:\*\*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 연도 | 시장 규모 (조 루피아) | 시장 규모 (조 원) |
| 2020년 | 1,925 | 167 |
| 2030년 | 3,383 | 294 |

출처: 인도네시아 중앙통계국

\*\*할랄 식품 시장 성장 전망:\*\*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 연도 | 시장 규모 (억 달러) | 연평균 성장률 (CAGR) |
| 2025년 | 2,792.6 |  |
| 2031년 | 8,078.6 | 14.2% |

출처: Data Bridge Market Research

### 경쟁 분석

\*\*경쟁사 현황:\*\*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 국가 | 주요 경쟁사 | 특징 |
| 일본 | 타오케노이 | 김 스낵으로 유명하며 현지 마케팅 강점 |
| 중국 | 다양한 중소기업 | 저가 제품으로 가격 경쟁력 보유 |

\*\*자사 경쟁력:\*\*

|  |  |
| --- | --- |
| 요소 | 내용 |
| HALAL 인증 | 인도네시아 정부 규정 준수, 인증 획득을 통한 신뢰도 상승 |
| 현지 생산 | 물류비 절감 및 신속한 공급으로 경쟁 우위 확보 |
| 품질 및 위생 | 최신 설비와 엄격한 품질 관리로 고품질 제품 제공 |

출처: GSC 글로벌표준인증원