한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

경쟁력 분석형

No. 2022-176

품목 영유아용 쌀과자(Baby Snack)

HS CODE 1904.10.9000

국가 태국(Thailand)

KaTi
농식품수출정보

C.O.N.T.E.N.T.S

Ⅰ 경쟁제품 3

1. 경쟁제품 선정
2. 조사지표 선정
3. 현지조사 결과

Ⅱ 경쟁사 31

1. 경쟁사 선정 및 분석

Ⅲ 경쟁력 파악 34

1. 가격 경쟁력 분석
2. 벤치마킹 제품 분석

Ⅳ 시사점 39

1. 수출 확대 방안
2. 참고문헌

I

경쟁제품

01 경쟁제품 선정

지원 기업 품목 분석

지원 기업의 제품은 영유아용 스낵에 해당하는 유기농 아기과자 제품임

(제품 유형) 영유아용 스낵

(맛) 야채, 바나나, 쌀, 단호박, 자색고구마

제품명	아기과자		
제품 유형	영유아용 스낵	인증	HACCP, 유기가공식품인증
용량	22g	포장 형태 및 재질	종이박스, 비닐
주요 성분	쌀	특징	우유 본연의 맛과 영양을 살린 제품임

경쟁력 분석 프로세스

단계 1 제품 분석

① 신청서 내 제품 분석
② 지원 기업 인터뷰
③ 경쟁 제품군 파악

단계 2 경쟁 현황 분석

① 경쟁 현황 분석
② 경쟁제품 선정 기준 마련

단계 3 현지조사 기획

① 조사 지역 선정
② 주요 유통채널 선정
  - 지원 기업 사전신청서 분석
  - 조사 대상국 유통채널별 점유율 파악
③ 온라인 사전 조사
④ 조사지표 선정

단계 4 조사 수행

① 온·오프라인 경쟁제품 선정 기준 전달
② 현지조사 수행
③ 제품 분석

오프라인 유통채널

1. 슈퍼마켓/하이퍼마켓

태국 매장형 오프라인 유통망은 CP All, Central 그룹, The Mall 등 3대 유통 대기업이 장악하고 있음

- 2021년 매장형 유통채널 시장 점유율은 CP All이 9.1%를 기록하여 1위를 차지함
- 주요 3개 대형 소매업체는 최근 온·오프라인 통합, 소매업에 접목 가능한 기술 개발, 국내외 특히 주변국 신규 매장 개설 등의 전략을 수립하고 접근성이 좋은 곳에 위치한 생활 밀착형 소규모 매장을 강화하는 추세임

표 1 태국 주요 대형 유통업체 현황

업체명	유형	비고
CP All	- 편의점: 세븐일레븐 - 대형 할인매장: 매크로	- 전체 유통망 시장 점유율 1위(9.1%) - 편의점 10,968개로 점유율 1위(78.1%)
Central Group	- 백화점: 센트럴플라자, 센트럴 월드, 로빈슨 등 - 슈퍼마켓: 탑스마켓	- 전체 유통망 시장 점유율 3위(5.7%) - 백화점 부문 시장 점유율 1위(55.4%)
The mall	- 백화점: 엠포리움, 엠쿼티어, 시암파라곤 - 슈퍼마켓: 고메마켓	- 백화점 부문 시장 점유율 2위(14.8%)

자료: Euromonitor International, Aseanup

2021년 매장 수 기준 CP All PCL의 Lotus's가 222개를 기록하여 하이퍼마켓 시장 1위를 차지함

- 그 외, Bic C Hypermarket(153개), Makro(142개) 순으로 나타남
- Lotus's와 Big C의 주요 고객층은 중산층 및 고소득층으로 수입 식품을 포함한 다양한 제품을 판매함
- Makro는 현금&무배달 도매상(Cash and carry wholesaler)으로, 현금지불조건으로 거래를 성사하며 배달은 하지 않고 저렴한 가격으로 제품을 공급함. 또한 회원제로 운영되며, 식료품점, 호텔, 레스토랑, 케이터링 등에 제품을 공급함

하이퍼마켓은 가격정책 외에도 차별화된 상품 구성과 이용 편의성 개선 등에 중점을 두는 편임

- Tesco Lotus의 경우 제품 가격대에 따라 매장을 구분하여 운영하고 있음. 저가 제품을 주력으로 판매하는 Tesco Everyday Value와 프리미엄 제품에 주력하는 Tesco Finest가 있으며, 중간 가격대 제품은 Tesco 매장에서 판매하는 방식으로 매장별 차별을 두고 있음

또한, 하이퍼마켓 체인은 O2O 비즈니스 모델을 적용하거나 디지털 플랫폼 개발 및 디지털

마케팅에 적극적으로 투자하고 있음

- O2O 서비스로는 소비자가 온라인으로 상품을 주문한 후 매장에 방문하여 수령할 수 있는 Click&Collect 서비스 등을 제공하고 있음

표 2 태국 상위 3개 하이퍼마켓 브랜드 매장 수 추이(2018-2021년)

(단위: 개, %)

브랜드	업체명	2018	2019	2020	2021	연평균 증감률
Lotus's(Tesco)	CP All PCL	205	216	215	222	2.7
Big C Hypermarket	Big C Supercenter PCL	147	151	151	153	1.3
Makro (Cash and Carry)	CPAll PCL	129	134	137	142	3.3
합계		481	501	503	517	2.4

자료: USDA Foreign Agricultural Service, Bangkok, Thailand

슈퍼마켓은 프리미엄 신선 농산물을 찾는 중산층과 고소득층 소비자들이 주요 타깃층이며, 식사 및 즉석 조리가 가능한 식당도 보유하고 있어 신선식품을 홍보하기에 적합한 유통채널임

- 슈퍼마켓은 경쟁이 치열한 시장으로 방콕과 치앙마이, 푸켓, 촌부리, 나콘 라차시마 지역을 중심으로 집중 분포되어 있음
- 또한, 슈퍼마켓은 국제 수출업체와 독점 계약을 통해 경쟁업체와 차별화할 수 있는 독특한 상품군을 구성함

2021년 매장 수 기준 Central Group의 Tops and Central Food Hall 슈퍼마켓이 281개를 기록하여 1위를 차지함

- 그 외, Vila Market(35개), Foodland(23개), Gourmet Market/Home Freshmart(17개), UFM Supermarket(4개) 순으로 나타남

최근 4년간(2018-2021년) 매장 수가 가장 빠르게 증가한 업체는 Tops and Central Food Hall(31.7%)로 나타남

- 그 외, Vila Market이 1.0%를 기록했고 Foodland와 UFM Supermakret은 변화가 없었음. 반면, Gourmet Market/Home Freshmart는 2018년 20개에서 2021년 17개로 연평균 5.3% 감소함

표 3 태국 상위 5개 슈퍼마켓 브랜드 매장 수 추이(2018-2021년)

(단위: 개, %)

브랜드	업체명	2018	2019	2020	2021	연평균 증감률
Tops and Central Food Hall	Central Group	123	127	236	281	31.7
Villa Market	Villa Market	34	34	34	35	1.0
Foodland	Foodland Supermarket	23	22	24	23	0.0
Gourmet Market/Home Freshmart	Mall Group	20	17	15	17	-5.3
UFM Supermarket	Fuji Citio Co., Ltd., and Metro Group	4	4	4	4	0.0
합계		204	204	313	360	20.8

자료: USDA Foreign Agricultural Service, Bangkok, Thailand

2. 주요 슈퍼마켓 유통채널

1) Big C

		간략 소개 및 주요 이슈	- 1994년 방콕에 설립된 현지 유통업체로, 현재 베트남, 라오스 등지에서 영업 중 - 빅씨는 하이퍼마켓/슈퍼마켓 및 편의점으로 기본, 엑스트라(Extra), 푸드플레이스(Food Place), 마켓(Martket), 미니(Mini) 등 다양한 형태의 매장을 운영 중 - 판매 중인 한국산 수입식품으로는 소스류(고추장, 된장 등)와 라면류(불닭볶음면 등)가 있음
유통업체명	BIG C SUPERCENTER PUBLIC COMPANY LIMITED		
연락처	+66-21465959	본사 소재지	88/9 Soi Samanachan-Barbos Khlong Toei, Bangkok, 10110 Thailand
홈페이지	www.bigc.co.th	매출액 및 종업원 수	약 30억 9,000만 달러 / 약 2만 3,000명
입점 절차			

1) 홈페이지를 통한 직접 등록
- 홈페이지 하단 'ติดต่อเรา(Contact Us)'의 'มาเป็นคู่ค้ากับเรา(Become a Partner with us)' 클릭
- 제품 카테고리 선택 후 양식 작성 후 제출
  (corporate.bigc.co.th/en/contact/supplier/68/)
- 홈페이지 등록 정보
  ① 공급자 정보(공급 업체명, 주소, 연락처, 우편번호, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일 등)
  ② 공급 제품 정보(제품 카테고리, 브랜드 이름, 상세설명, 크기 및 용량, 소매 판매 가격, 견적서)
  ③ 참고자료(제품 카탈로그 등)

2) 문의사항 연락처
- 전화번호: +66-2985-7800-5/2655-0666(본사)
- 팩스: +66-2985-7808-9
- 이메일: sgm.tiwanon@bigc.co.th

2) Tops

		간략 소개 및 주요 이슈	- 1996년 설립되었으 초기에는 센탄(Central Plaza)이나 로빈슨(Robinson) 쇼핑몰에 주로 입점함 - 센트럴리테일(Central Retail)의 자회사로, 푸드홀(Food Hall), 수퍼스토어(Superstore), 마켓(Market), 데일리(Daily) 등 다양한 형태로 매장 운영 중 - 판매 중인 한국산 수입식품으로는 소스류(고추장, 된장 등)와 라면류(불닭볶음면 등), 스낵류(아몬드 과자 등) 등이 있음
유통업체명	CENTRAL FOOD RETAIL COMPANY LIMITED		
연락처	+66-2831730	본사 소재지	99/9 Moo 2, Chaeng Watthana Road12th,15th-18th Floor, Central Chaengwatthana Office Tower Pak Kret, Nonthaburi, 11120 Thailand
홈페이지	www.tops.co.th	매출액 및 종업원 수	약 11억 2,000만 달러 / 약 6,000명
입점 절차			

1) 홈페이지를 통한 입점 문의
- 그룹 홈페이지를 통해 입점 문의 진행(corporate.tops.co.th)
- 홈페이지 상단 Contact Us 클릭 후 문의사항 기입
- 문의사항에 대한 답변 회신 후 등록절차 진행
- 등록 시 필요한 정보: 공급자 정보(회사 이름, 담당자 이름, 주소, 연락처, 국적, 주소 등)

2) 문의사항 연락처
- 이메일: cusserv@tops.co.th
- 전화번호: +66-2831-7300 / 2660-1000(본사)
- 팩스: +66-2835-3713

3) Villa Market

		간략 소개 및 주요 이슈	- 1974년 설립되었으며, 전 세계에서 약 3,000 가지의 식품을 직접 수입하여 판매함 - 각종 수입 식품을 판매하는 업스케일의 가족경영 슈퍼마켓으로, 첫 점포인 수쿰빗 33점은 24시간 운영함 - 대형 백화점과 커뮤니티몰 중심으로 유동인구가 많은 곳에 입점해 있으며, 주요 고객층은 태국 거주 외국인과 상류층 외국인임 - 유기농 야채와 정육과 계란 등 신선식품의 경우, 상대적으로 고가이나 최상의 안전도와 품질을 보장하고 있어 태국 거주 외국인들이 자국 식품을 찾을 때 가장 선호하는 업체로 꼽히고 있음 - 온라인과 오프라인의 판매 가격이 별로 차이가 나지 않고, 품목 또한 거의 일치함
유통업체명	VILLA MARKET JP COMPANY LIMITED		
연락처	+66-20551000	본사 소재지	591/1,4-7 Sukhumvit Road Vadhana, Bangkok, 10110 Thailand
홈페이지	www.villamarket.com	매출액 및 종업원 수	약 2억 1,299만 달러 / 약 1,500명
입점 절차			

1) 이메일을 통한 입점 문의
- 등록 시 필요한 정보
  ① 공급자 정보(회사 이름, 주소, 연락처, 생산증명서 등)
  ② 제품 정보(제품 이름, 제품 카테고리, 판매 가격, 기획 계획, FDA 증명서 등)
  ③ 참고자료(회사소개서, 카탈로그 등) - 담당 부서 직원이 이메일 리뷰 후 회신

2) 문의사항 연락처
- 전화번호: +66-02-055-1000(Ext.003)
- 이메일: commercial@villamarket.com

4) Tesco Lotus

		간략 소개 및 주요 이슈	- 1998년 영국 유통기업인 Tesco와 태국의 현지 식품기업인 CP 그룹이 합작하여 설립한 하이퍼마켓임 - 편의점, 미니 슈퍼마켓을 포함해 태국 전역에 약 1,800개 매장을 운영하고 있음 - 광범위한 제품을 취급하는 Extra, Hypermarket, Department Store, 식료품을 판매하는 슈퍼마켓 Talad, 미니 슈퍼마켓 Express 5개 형식으로 운영 중 - PB 제품이 많이 판매되고 있으며, 신선부터 가공식품까지 다양한 품목을 구비하고 넓은 주차 시설과 쇼핑 공간을 제공함으로써 소비자 만족도를 높이고 있음
유통업체명	CP ALL PUBLIC COMPANY LIMITED		
연락처	+66-20719000	본사 소재지	313 Silom Road24th Floor, C.P. Tower Bang Rak, Bangkok, 10500 Thailand
홈페이지	www.lotuss.com	매출액 및 종업원 수	약 176억 8,000만 달러 / 약 986명
입점 절차			

1) 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의
- 현재 각종 기업 정보 및 상호 등 기업 전반에 걸쳐 변경이 이뤄지고 있어 자세한 공급 관련 정보가 기재되어 있지 않으며, 홈페이지 리모델링 완료 후 정확한 정보 확인 가능
- 아래의 이메일 또는 유선 전화로 연락하여 공급 문의 진행

2) 문의사항 연락처
- 전화번호: +66-2-797-9977
- 이메일: THsupplierhelpline@lotusretails.com

5) Gourmet Market

유통업체명	THE MALL GROUP COMPANY LIMITED	**간략 소개 및 주요 이슈**	- 태국 유통 대기업인 더몰그룹(The MALL Group)의 슈퍼마켓 브랜드로, 제품 생산지와 연계하여 제철 식료품 제공 및 해외 특산품 취급 - 소득이 높은 태국인 및 태국에 거주하고 있는 외국인과 관광객들이 주요 고객층임 - 고품질의 태국산 식품 이외에 일본, 미국, 유럽, 한국 등에서 수입한 프리미엄 식품을 많이 취급하며, 특색 있는 수입 상품, 유기농 및 비건 식품 등을 선호함 - 2020년 11월 코리아윈터프룻페스트(Korea Winter Fruit Fest)를 개최한 바 있음 - 2021년 2개의 온라인몰 개설, 소셜 커머스 진출 등 자사 온라인 채널 강화를 위해 노력 중
연락처	+66-23102601	**본사 소재지**	49 Ramkhamhaeng Road Bang Kapi, Bangkok, 10240 Thailand
홈페이지	gourmetmarketthailand.com	**매출액 및 종업원 수**	약 4억 5,584만 달러 / 약 1만 3,000명
입점 절차			

1) 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의
- 등록 시 필요한 정보
  ① 공급자 정보(공급자 이름, 연락처, 사업자등록증 및 라이선스, 기존 유통채널, 판매 규모 등)
  ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)
  ③ 참고자료(회사소개서, 카탈로그 등)

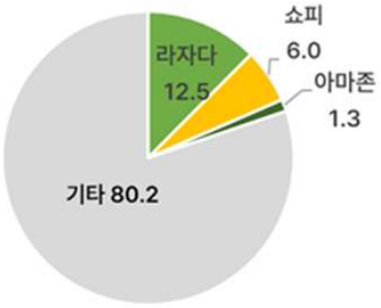
2) 문의사항 연락처
- 이메일: GourmetMarket_SellwithUs@themall.co.th
- 전화: +66-2-530-0220

온라인 유통채널

1. 온라인 쇼핑몰

Euromonitor에 따르면, 2020년 태국 현지인들이 식품 구매를 위해 이용하는 대표적인 온라인 쇼핑몰은 라자다(LAZADA), 쇼피(Shopee)로 상위 2개 온라인 쇼핑몰의 점유율은 약 18.5%임

그림 4 태국 온라인 쇼핑몰 점유율(2020년)



자료: Euromonitor International

1) LAZADA

기업명	LAZADA Ltd	**플랫폼 특장점**	- 다양한 역직구 상품 판매(특히 중국) - 할인 행사 개최 활발: 11.11 쇼핑데이 행사, 2.12 라자다 생일 기념 행사 - 고객 유치 전략: 라이브커머스 라즈라이브(Lazlive) 진행, 인 앱 할인 쿠폰 지급 게임(LazGame)
태국 진출연도	2012년	**방문객 수 (트래픽)**	2020년 1분기 월평균 3,400만 건 이상
홈페이지	www.lazada.com.th	**매출 증가율 (2019년)**	매출 증가율: 15.3% 순이익 증가율: 40.2%
최신 동향	2020년 3-5월 록다운 기간 중 판매자 및 제품 등록 급증: 신규 판매자 등록 건수 전년 동기 대비 75% 증가, SME(커미션 수수료, 결제 수수료 면제)를 위한 신규 패키지 가입자 9만 명 이상		
기타 서비스	- 다양한 판매자 지원 프로그램 실시: 라자다 대학교 훈련, 사업 조언, 메가 셀러 컨퍼런스 - 연례 행사 개최 등		
비고	중국 알리바바 그룹이 대주주로 참여 태국 내 자회사 설립 활발 - Lazada Express(물류 업체, 2018년 설립) - Lazada IHQ(비즈니스 컨설팅, 2018년 설립) - Lazada Express Holding(지주회사, 2018년 설립 - Groceries 전체에서 'South Korea'와 '별점 5점(Rating:5)' 필터를 적용 시, 상위 10개 제품 검색 결과(한국산이 아닌 경우 제외)는 주로 간식류로 조사됨		
글로벌 셀러 등록 방법	1) 판매자(셀러) 계정 회원 가입 https://sellercenter.lazada.co.th/apps/register/registration?basedCountry=KR 2) 온라인 서류 작성: 회사명, 연락처, 주소, 계좌정보(은행명, SWIFT 코드, 계좌번호, 계좌명) 3) 구비서류 등록: 사업자등록증 사본, 회사 지정 대리인 신분증, 기업통장 4) 심사기간: 1-2주 소요		

2) Shopee

기업명	Shopee(Thailand) Co, Ltd	플랫폼 특장점	- 다양한 상품 카테고리 - 서비스 바우처, e-기프트 카드 발급 - 세일 행사 개최, 플래시 세일 기능 - 쇼피 라이브(Shopee Live) 진행
태국 진출연도	2015년	방문객 수 (트래픽)	2020년 1분기 월평균 3,300건 이상
홈페이지	www.Shopee.co.th	매출 증가율 (2019년)	매출 증가율: 15.3% 순이익 증가율: 40.2%
기타 서비스	판매자 지원 프로그램 - 식품, 생활용품, 패션 카테고리 셀러 대상으로 2021년 6-9월 사이 '판매 수수료 할인 프로그램' 운영(Shopee Korea 전용) - Shopee University를 통한 입점 초기 교육 - 기계번역 및 현지 전달팀을 활용한 현지화 서비스 국내에서 쇼피 통합 물류 서비스(Shopee Logistics Service; SLS)를 운영 중임 - 셀러가 김포/동탄에 위치한 물류센터로 주문된 상품을 발송하면 쇼피가 출고까지 도달 전의 모든 배송 과정을 전담		
비고	모기업은 동남아시아 기업 SEA 그룹 태국 홈페이지 언어 환경이 영어권 기반 사용자/판매자에 친화적이지 않은 편 2019년 4월부터 쇼피코리아 공식 블로그 운영(국문 가이드와 공지사항 안내용) https://blog.naver.com/shopeekr		
글로벌 셀러 등록 방법	1) 쇼피코리아 홈페이지에서 입점 신청서 작성 https://shopee.kr.sell/ 2) 초대장 이메일 수신 후 휴대폰으로 1차 인증 3) 셀러샵 정보 입력: 아이디/샵 주소 URL, 이메일 인증코드, 인증번호(2차 인증) 4) 셀러샵 오픈 완료: 1-2영업일 이내 회신		

경쟁제품 선정 결과

오프라인 경쟁제품 선정기준

- 태국인들이 주로 찾는 슈퍼마켓인 빌라마켓과 Baimaing을 방문하여 조사를 진행함. 지원 기업 제품은 유기농 유아용 과자 제품으로, 이와 같은 제품군에 속하여 직접적인 경쟁관계에 놓일만한 제품들을 중점으로 조사함

온라인 경쟁제품 선정기준

- 온라인 최대 전자상거래 사이트인 LAZADA에서 판매 중인 유아용 간식 제품을 조사함. 판매량 및 리뷰 수 기준으로 인기가 높은 제품을 대상으로 선택하였으며, 고객들의 평가가 좋은 제품들을 주로 선정함

02 조사지표 선정

조사지표 선정

제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

표 1 오프라인 경쟁제품 조사지표 선정

조사지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
용량	g	제품의 용량
생산지	현지산 제품	현지 브랜드 제품
	수입산 제품	글로벌 브랜드 제품
포장 형태	파우치, 종이박스, PET 등	
성분	원료 및 첨가물	원료 및 함량 등 영양과 관련한 핵심 성분

03 현지조사 결과

오프라인 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
원산지	한국	태국
제품명	유기농 현미스틱(Organic Brown Rice Stick Purple Sweet Potato)	Peachy Training Biscuits with nine veggies
제조사	B사	Peachy
포장형태	파우치	종이박스
조사매장	빌라마켓	빌라마켓
가격	105바트(약 3,910원[1)])	75바트(약 2,790원)
중량	30g	60g(15g*4개입)
유통기한	2023.11.10까지	2023.10.24까지
성분	현미(국산, 유기농) 99.4%, 유기농 자색고구마 분말(국산) 0.6%	밀가루 59%, 쌀 분말 10%, 사과 추출물, 설탕 등
인증	HACCP, 유기가공식품	-
홍보문구	한국산 친환경 농산물 사용	-
특징	한국산	-
선정사유	인기 제품	인기 제품

1) 2023년 2월 6일 하나은행 매매기준율(1바트=37.25원)

경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
원산지	태국	태국
제품명	Sangyod Rice Mini Cracker With Carrot and Apple Flavor	Sangyod Rice Mini Cracker With Sweet potato Blueberry Flavor
제조사	Organeh	Organeh
포장형태	종이박스	종이박스
조사매장	빌라마켓	빌라마켓
가격	75바트(약 2,790원)	75바트(약 2,790원)
중량	36g(4개입)	36g(4개입)
유통기한	2023.08.06까지	2023.10.09까지
성분	자스민쌀 47%, Sangyod Brown Rice 25%, 당근 분말 20%, 감자전분 5%	자스민쌀 47%, Sangyod Brown Rice 30%, 고구마 분말 20%, 블루베리 분말
인증	할랄인증	할랄인증
홍보문구	Allergy Concern X	Allergy Concern X
특징	-	생후 6개월 이상 유아 섭취 가능
선정사유	인기 제품	인기 제품

경쟁제품 정보	제품5	제품6
제품 사진		
원산지	중국	중국
제품명	Japanese Rice Cracker Banana Flavored	Organic Japanese Rice Cracker Carrot Flavored
제조사	Baby Bite	Baby Bite
포장형태	종이박스	종이박스
조사매장	빌라마켓	빌라마켓
가격	115바트(약 4,270원)	115바트(약 4,270원)
중량	50g(24개입)	50g(24개입)
유통기한	2023.05.04까지	2023.06.25까지
성분	일본 쌀 70.61%, 감자 분말 15.13%, 설탕, 바나나 분말 1.77%	유기농 일본 쌀 83.74%, 유기농 설탕 13.20%, 유기농 당근 분말 2.35%
인증	할랄인증	할랄인증, ECOCERT SA
홍보문구	Vitamin B1 함유	유기농 강조
특징	생후 6개월 이상 유아 섭취 가능	-
선정사유	행사제품	행사제품

경쟁제품 정보	제품7	제품8
제품 사진		
원산지	태국	태국
제품명	Happy Bites Vegetable	Happy Bites Rice Rusks from Organic Jassmine Rice
제조사	Namchow	Namchow
포장형태	종이박스	종이박스
조사매장	빌라마켓	빌라마켓
가격	69바트(약 2,560원)	69바트(약 2,560원)
중량	50g(10개입)	42g(10개입)
유통기한	2023.11.16까지	2023.11.16까지
성분	자스민쌀 가루 68.13%, 타피오카 전분 7.82%, 설탕 1.11%, 호박 분말 1.11%	자스민쌀 가루 72.72%, 타피오카 전분 15%, 설탕 8.17%, 딸기 분말 1.48%
인증	-	-
홍보문구	First Snack(우리 아이 첫 간식)	First Snack(우리아이 첫간식)
특징	글루텐 프리, 다양한 맛	글루텐 프리, 다양한 맛
선정사유	인기 제품	인기 제품

경쟁제품 정보	제품9	제품10
제품 사진		
원산지	태국	일본
제품명	Organic Riceberry Puffs (Apple with Berries Flavour)	Vegetable Ponsen Spinach (Mogumoguchan Brand)
제조사	Baby Natura	All Rice Plus Page
포장형태	PET	파우치
조사매장	빌라마켓	빌라마켓
가격	99바트(약 3,670원)	115바트(약 4,260원)
중량	40g	17g
유통기한	2023.09.06까지	2023.09.08까지
성분	유기농 Rice berry & 자스민쌀 79%, 유기농 Apple Berry Blend 전분 16%	감자전분 67.46%, 시금치분말 26.78%, 설탕 3.97%
인증	할랄인증, bioagricert, USDA Organic	-
홍보문구	-	일본산 강조
특징	Top 8 Allergens Free, 방부제 무첨가	Non-fry 제품
선정사유	행사제품	일본 제품

경쟁제품 정보	제품11	제품12
제품 사진		
원산지	일본	일본
제품명	Vegetable Ponsen Purple Potato (Mogumoguchan Brand)	Vegetable Ponsen Tomato (Mogumoguchan Brand)
제조사	All Rice Plus Page	All Rice Plus Page
포장형태	파우치	파우치
조사매장	빌라마켓	빌라마켓
가격	115바트(약 4,260원)	115바트(약 4,260원)
중량	17g	17g
유통기한	2023.09.08까지	2023.09.08까지
성분	감자전분 67.46%, 자색고구마 26.78%, 설탕 3.97%	감자전분 77.06%, 토마토 18.49%, 설탕 3.08%
인증	-	-
홍보문구	일본산 강조	일본산 강조
특징	Non-fry 제품	Non-fry 제품
선정사유	일본 제품	일본 제품

경쟁제품 정보	제품13	제품14
제품 사진		
원산지	한국	한국
제품명	곡물친구 딸기	곡물친구 치즈
제조사	I사	I사
포장형태	종이박스(내면-PP)	종이박스(내면-PP)
조사매장	빌라마켓	빌라마켓
가격	139바트(약 5,150원)	139바트(약 5,150원)
중량	40g(5g*8개입)	40g(5g*8개입)
유통기한	2023.08.21까지	2023.08.07까지
성분	8가지 혼합곡물 40.37%(국내산/현미 65.75%, 백미 16.95%, 옥수수 8%), 진공 동결건조 딸기 분말 4.5%	8가지 혼합곡물 40.37%(국내산/현미 65.75%, 백미 16.95%, 옥수수 8%), 체다치즈 파우더 4.5%
인증	-	-
홍보문구	'엄선된 국내산 8가지 혼합곡물을 기름에 튀기지 않고 만든 간식'	'엄선된 국내산 8가지 혼합곡물을 기름에 튀기지 않고 만든 간식'
특징	한국산 강조	한국산 강조
선정사유	신제품	신제품

경쟁제품 정보	제품15	제품16
제품 사진		
원산지	한국	태국
제품명	곡물친구 블루베리	Organic Rice Cakes Mini 3 Grains
제조사	I사	ALLERITE
포장형태	종이박스(내부-PP)	파우치
조사매장	빌라마켓	BAIMIANG
가격	139바트(약 5,150원)	85바트(3,150원)
중량	40g(5g*8개입)	35g
유통기한	2023.10.06까지	2024.01.30까지
성분	8가지 혼합곡물 40.37%(국내산/현미 65.75%, 백미 16.95%, 옥수수 8%), 블루베리 농축 분말 4.5%	유기농 Brown Rice 50%, 유기농 Riceberry 25%, 유기농 Red Rice 25%
인증	-	GMP, HACCP, USDA
홍보문구	'엄선된 국내산 8가지 혼합곡물을 기름에 튀기지 않고 만든 간식'	Made from Organic Rice, 한 조각당 4칼로리
특징	한국산 강조	1살 이상 섭취 권장
선정사유	신제품	신제품

경쟁제품 정보	제품17	제품18
제품 사진		
원산지	태국	한국
제품명	Meringue Vanilla Macadamia	꼬마 치즈포
제조사	Golden Break	I사
포장형태	파우치	종이박스
조사매장	BAIMIANG	빌라마켓
가격	79바트(약 2,930원)	149바트(약 5,510원)
중량	25g	30g
유통기한	2023.11.14까지	2023.07.12까지
성분	계란흰자 52%, 마카다미아 29% 등	고체버터(체다치즈, 크림치즈, 모짜렐라치즈, 우유) 87%, 건어 13%
인증	GMP, HACCP	-
홍보문구	무설탕	어린이를 위한 건강한 단백질 영양간식
특징	무보존제	스틱형 치즈
선정사유	신제품	한국 제품

온라인 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
제품명	Apple Monkey Organic Rice Cracker	유기농 아기 간식
제조사	Apple Monkey	B사
인증	USDA	HACCP
포장	종이상자	파우치
가격	79바트(약 2,930원)	199바트(약 2,930원)
용량	30g	39g(13g*3개입)
원산지	-	한국산
특징	글루텐 프리, 유기농, 무방부제, 자스민쌀	유기농 제품, 한국산 프리미엄 제품

경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
제품명	Apple Monkey Organic Multi Puff	Happy Bites Rice Rusk
제조사	Apple Monkey	Happy Bites
인증	FDA	-
포장	종이상자	종이상자
가격	75바트(약 2,780원)	59바트(약 2,180원)
용량	25g	50g
원산지	-	-
특징	유기농, 무설탕	글루텐 프리, 무방부제, MSG 프리, 자스민쌀, 알레르기 프리

경쟁제품 정보	제품5	제품6
제품 사진		
제품명	Farmrak Farmrak Veggie Crisp Waffles	Nobi Nobi 고칼슘 어린이 과자
제조사	Farmrak Farmrak	Nobi Nobi
인증	FDA	USDA
포장	종이상자	파우치
가격	42바트(약 1,550원)	28바트(약 1,030원)
용량	20g	30g(15g*2개입)
원산지	-	-
특징	무설탕, 무소금, 튀기지 않음	유기농, 알레르기 프리, 자스민쌀

경쟁제품 정보	제품7	제품8
제품 사진		
제품명	Dozo Baby Bite Puff stick	Dozo Baby Bite Banana
제조사	Dozo Baby	Dozo Baby
인증	-	-
포장	종이상자	종이상자
가격	77바트(약 2,860원)	360바트(약 1만 3,360원)
용량	50g	50g*3개입
원산지	-	-
특징	유기농, 알레르기 프리, 자스민현미	할랄, 일본 쌀과자, 일본 쌀 사용, 태국 판매 1위 제품

II

경쟁사

01 경쟁사 선정 및 분석

경쟁사

태국 시장 특성상, 제품 조사결과로 파악된 현지 제조사 대부분은 홈페이지를 운영하지 않고 있거나 영세한 규모로 기업 정보 파악에 어려움이 따름. 따라서, 규모가 크고 홈페이지를 운영하는 태국 기업과 기업 정보 접근이 용이한 외국 기업을 조사 대상으로 선정함

경쟁사 기본 정보

- 1991년 설립된 기업으로, 어린이를 위한 쌀스낵을 제조함

업체명	NAMCHOW(THAILAND) LTD.
홈페이지	www.namchow.co.th
연락처	+66 2 033 7800
주소	75/27-29, 18-19th Floor, Ocean Tower 2, Sukhumvit 19 Alley, North Klongtoey, Watthana, Bangkok 10110 태국

제품 현황

유아용 간식

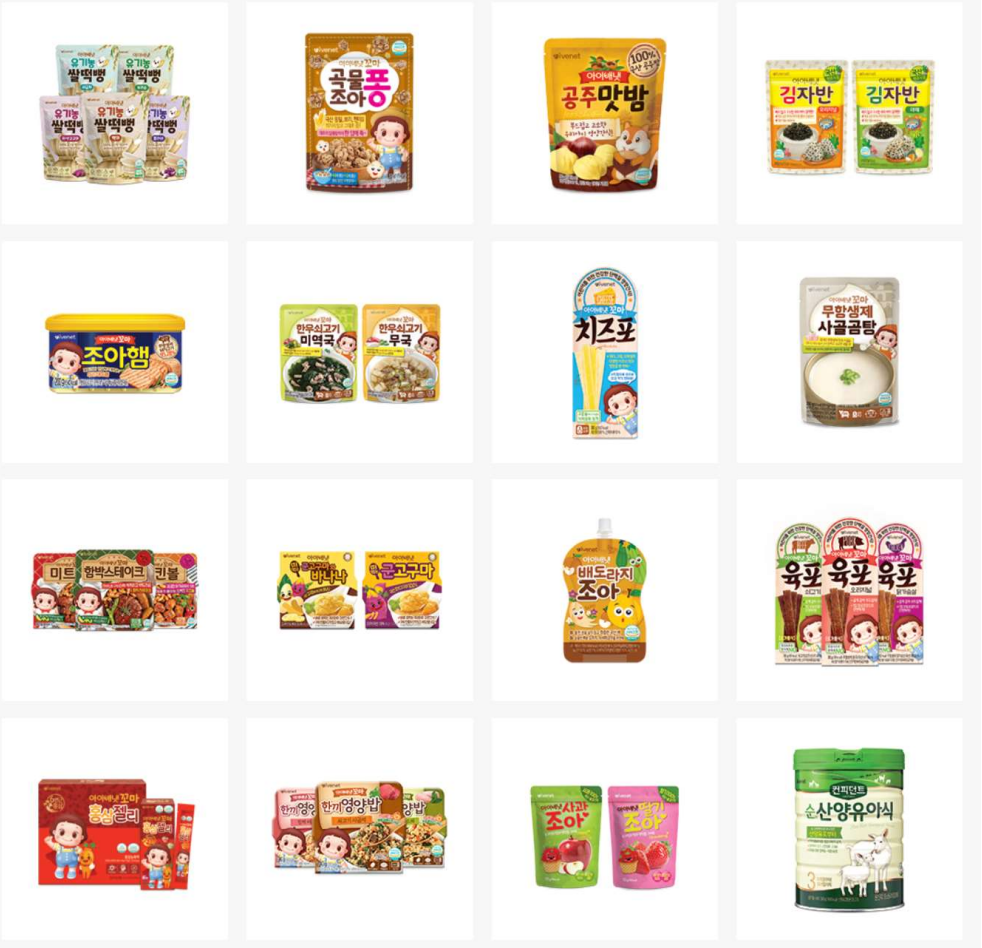
쌀 스낵

경쟁사 기본 정보

아이배냇 - 유아 및 아동 간식을 전문으로 생산하는 한국 기업

업체명	아이배냇
홈페이지	www.ivenet.co.kr
연락처	+82-1544-4323
주소	서울 송파구 백제고분로 488

제품 현황



경쟁사 기본 정보

- 유아 및 아동 간식을 전문으로 생산하는 태국 기업

업체명	Apple Monkey
홈페이지	apple-monkey.com
연락처	(+662)1509748
주소	Healthy Foods Co.,Ltd 135/12 C-Biz Home Terdrachan Road, Seekan, Donmueng,Bangkok

제품 현황

III

경쟁력 파악

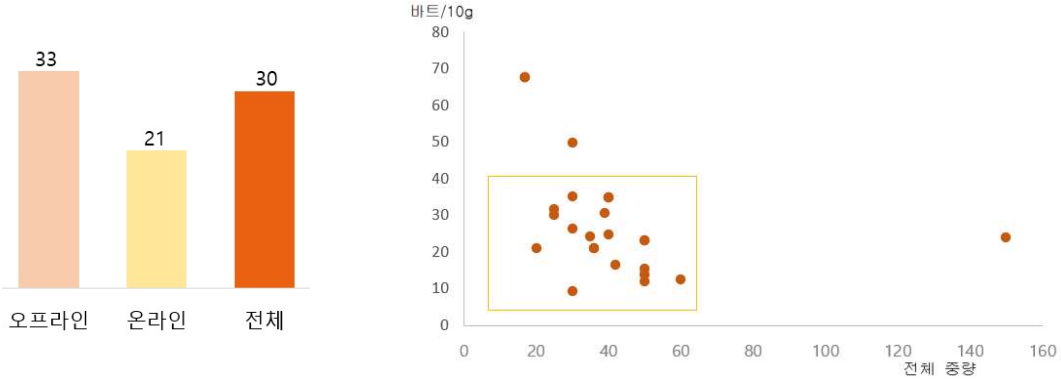
01 가격 경쟁력 분석

온라인 가격이 더 저렴

전체 조사 제품의 평균 가격은 10g당 30바트(약 1,110원)으로 나타났으며, 온라인 평균 가격은 10g당 21바트(약 770원), 오프라인은 33바트(약 1,220원)을 기록함. 하지만 온라인의 경우 배송료가 추가되기 때문에 오프라인에 비해 상대적으로 제품 가격이 낮게 책정된 것으로 판단됨
- 또한, 대부분의 제품이 10g당 40바트 미만, 전체 중량 60g 미만으로 구성되어 있음

그림 1 온/오프라인(좌) 및 10g당(우) 가격 비교

(단위: 바트)



원산지별 10g당 가격은, 일본산이 68바트(약 2,520원)으로 가장 높은 가격을 기록함. 이어서 한국산이 37바트(약 1,370원), 중국 제품이 23바트(약 850원), 태국 제품이 21바트(약 780원)를 기록함
- 한국 제품은 일본 제품에 비해 29바트 저렴한 반면, 태국 제품에 비해 16바트, 중국 제품에 비해 14바트 비싼 것으로 나타나 중간 가격대의 제품군을 형성하고 있음

그림 2 원산지별 10g당 가격 비교

(단위: 바트)

표 3 경쟁제품 특성별 분석

(단위: 바트)

제품명	중량g	가격	10g당 가격	포장	온/오프라인	원산지	인증	특징	주원료
유기농 현미스틱	30	105	35	파우치	오프라인	한국	HACCP	친환경	한국쌀
Peachy Training Biscuits	60	75	13	종이박스	오프라인	태국	-	-	밀가루
Sangyod Rice Mini Cracker With Carrot	36	75	21	종이박스	오프라인	태국	할랄	알레르기X	자스민쌀
Sangyod Rice Mini Cracker With Sweet potato	36	75	21	종이박스	오프라인	태국	할랄	알레르기X	자스민쌀
Japanese Rice Cracker Banana	50	115	23	종이박스	오프라인	중국	할랄	-	일본쌀
Organic Japanese Rice Cracker Carrot	50	115	23	종이박스	오프라인	중국	할랄	유기농	일본쌀
Happy Bites Vegetable	50	69	14	종이박스	오프라인	태국	-	글루텐X	자스민쌀
Happy Bites Rice Rusks	42	69	16	종이박스	오프라인	태국	-	글루텐X	자스민쌀
Organic Riceberry Puffs	40	99	25	PET	오프라인	태국	할랄, USDA	알레르기X 방부제X	자스민쌀
Vegetable Ponsen Spinach	17	115	68	파우치	오프라인	일본	-	일본산 강조	감자전분
Vegetable Ponsen Purple Potato	17	115	68	파우치	오프라인	일본	-	일본산 강조	감자전분
Vegetable Ponsen Tomato	17	115	68	파우치	오프라인	일본	-	일본산 강조	감자전분
곡물친구 딸기	40	139	35	종이박스	오프라인	한국	-	한국산 강조	한국쌀
곡물친구 치즈	40	139	35	종이박스	오프라인	한국	-	한국산 강조	한국쌀
곡물친구 블루베리	40	139	35	종이박스	오프라인	한국	-	한국산 강조	한국쌀
Organic Rice Cakes Mini 3 Grains	35	85	24	파우치	오프라인	태국	HACCP, USDA, GMP	자스민쌀	-
Meringue Vanilla Macadamia	25	79	32	파우치	오프라인	태국	GMP, HACCP	보존제X 설탕X	계란흰자
꼬마 치즈포	30	149	50	종이박스	오프라인	한국	-	한국산 강조	치즈
Apple Monkey Organic Rice Cracker	30	79	26	종이박스	온라인	-	USDA	글루텐X 방부제X 유기농	자스민쌀
베베킴 유기농 아기 간식	39	119	31	파우치	온라인	한국	HACCP	유기농	한국쌀
Apple Monkey Organic Multi Puff	25	75	30	종이박스	온라인	-	FDA	유기농 무설탕	-
Happy Bites Rice Rusk	50	59	12	종이박스	온라인	-	-	글루텐X 방부제X 알레르기X	자스민쌀
Veggie Crisp Waffles	20	42	21	종이박스	온라인	-	FDA	무설탕 무소금 튀김X	-
Nobi Nobi 고칼슘 어린이 과자	30	28	9	파우치	온라인	-	USDA	유기농 알레르기X	자스민쌀
Dozo Baby Bite Puff stick	50	77	15	파우치	온라인	-	-	유기농 알레르기X	자스민쌀
Dozo Baby Bite Banana	150	360	24	종이박스	온라인	-	할랄	판매 1위	일본쌀

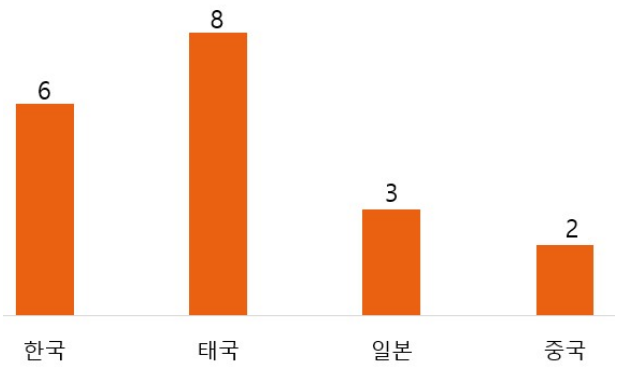
02 벤치마킹 제품 분석

주요 원산지는 태국

현지 조사 결과, 원산지 정보가 표기된 제품 중 8개가 태국산 제품이었으며, 이어서 한국산이 6개, 일본산이 3개, 중국산이 2개로 조사됨

그림 1 원산지 비교

(단위: 개)



캐릭터를 이용한 패키지

제품의 타깃층이 유아이기 때문에, 주로 귀여운 캐릭터를 활용한 패키지로 제공하고 있었으며, 성분을 의인화한 캐릭터를 사용하고 있음

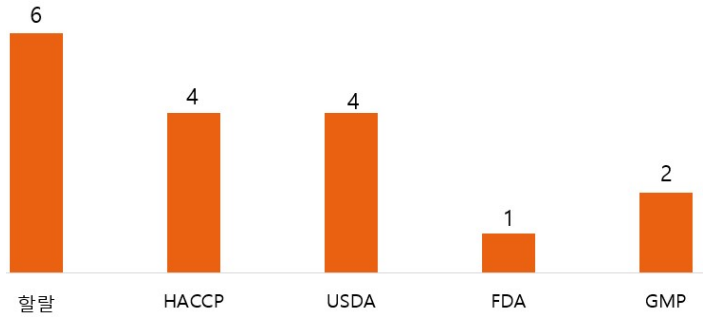
그림 1 캐릭터와 성분을 활용한 패키지 디자인

인증

조사 제품 중 6개 제품이 할랄 인증을 받았고, HACCP 인증과 USDA 인증 제품이 각각 4개, FDA 인증 제품이 1개, GMP 인증 제품이 2개로 조사됨

그림 2 주요 인증 비교

(단위: 개)

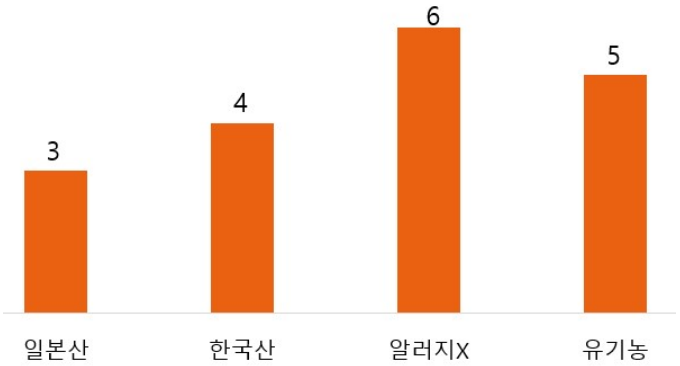


마케팅 포인트

제품의 장점으로 어필하는 마케팅 포인트는, 알레르기를 유발하지 않음을 광고하는 제품이 6개로 나타났으며, 유기농임을 강조하는 제품이 5개, 한국산임을 강조하는 제품이 4개, 일본산임을 강조하는 제품이 3개로 조사됨

그림 2 마케팅 포인트

(단위: 개)



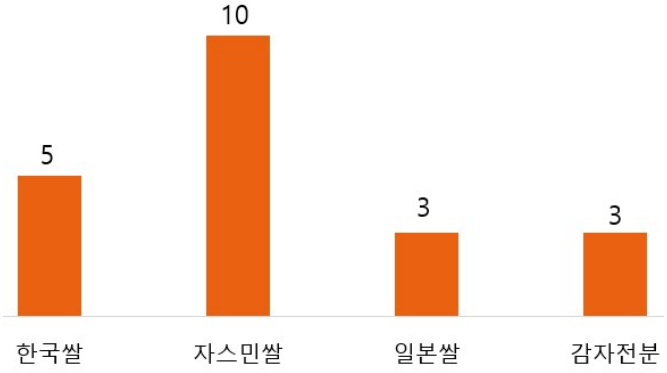
주요 성분

제품의 주요 성분은, 자스민쌀이 10개 제품, 한국쌀이 5개 제품, 일본쌀이 3개 제품, 감자전분이 3개 제품으로 조사됨

- 태국 제품들을 대부분 자스민쌀을 이용하고 있었으며, 한국과 일본의 쌀은 동남아 지역에서 주로 생산 및 소비되는 자스민쌀과 맛이나 식감, 향이 달라 소비자들이 자스민쌀을 선호하는 것으로 판단됨. 또한 상대적으로 가격이 저렴하고 현지에서 구매하기 쉬워 제조사들이 주 원료로 사용하고 있음

그림 4 주요 성분 비교

(단위: 동)



Ⅳ

시사점

01 수출 확대 방안

가격 경쟁력

전체 조사 제품의 10g당 평균 가격은 30바트로, 이보다 낮은 가격으로 책정하는 것이 제품 판매에 유리할 것으로 판단됨. 오프라인과 온라인의 평균 가격 차이는 12바트로 오프라인 가격이 더 비싼 편이므로, 이를 고려한 가격 책정이 중요하며, 한국 제품의 평균 가격인 37바트 수준으로 측정하는 것이 효율적일 것으로 판단됨. 현재 한국산 제품은 일본의 프리미엄 제품과 저렴한 태국 및 중국 제품 사이의 가격대를 형성하고 있어, 이러한 가격 전략을 유지하는 것이 수요 확보에 유리할 것으로 전망됨

벤치마킹

조사 제품 10개 제품 중 할랄 인증이 6개, HACCP 인증과 USDA 인증 제품이 각각 4개로 현지에서 선호하는 제품 특성으로 파악됨. 다음으로 가장 선호하는 제품 특징은 알레르기 유발 방지제품으로 6개 제품이 확인되었으며, 다음으로 유기농 제품이 5개로 조사됨. 또한, 주요 성분의 경우, 태국을 비롯한 동남아시아의 주식인 자스민쌀이 10개 제품으로 가장 많이 차지함

아이들이 선호하고 시선을 사로잡을 수 있는 귀여운 캐릭터를 활용한 패키지 디자인이 많았으며, 태국 현지의 베트남 쌀을 선호하는 것으로 조사됨. 또한, 온라인을 통한 제품 조사 결과, 원산지를 고지한 제품이 없었으며, 상대적으로 중요하지 않은 것으로 판단됨

마케팅 방안

프리미엄 제품 전략이 유효할 것으로 전망됨

- 현지 소비자들이 가장 중시하는 인증은 할랄 인증과 HACCP 인증 및 USDA 인증임. 또한, 선호 제품 특징은 알레르기 유발 방지 및 유기농 제품으로 확인됨. 따라서, 이러한 특징을 모두 갖춘 프리미엄 제품으로 브랜딩하여 소비력이 있는 부모 소비자들을 대상으로 프리미엄 시장을 공략하는 것이 효과적일 것으로 판단됨
- 이를 위해 태국에서 인지도가 높은 유명 인플루언서 혹은 연예인을 모델로 활용하는 방안을 고려해볼 필요가 있음
- 또한, 유아를 아이를 둔 부모들이 자주 이용하는 육아정보 사이트 등을 중심으로 홍보하는 방안을 추천함

02 참고문헌

□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. D&B Hoovers
3. lazada.co.th
4. Aseanup

□ 참고 자료

1. USDA Foreign Agricultural Service, Bangkok, Thailand

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산식품유통공사
발 행 일 자 2022.12

•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.

aT 한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation
Copyright 2022 aT 한국농수산식품유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea