



2021 해외시장 맞춤형조사

No.		202110-45
품목		두유(Soy Milk)
HS CODE		2202.99-9000
국가		호주(Australia)
구분		경쟁력분석형

Contents

I. 요약	03
II. 경쟁제품	
1. 호주 두유 경쟁제품 선정	05
2. 호주 두유 경쟁제품 조사지표 선정	09
3. 호주 두유 경쟁제품 현지조사 결과	10
III. 경쟁기업	
1. 호주 두유 경쟁기업 선정	22
2. 호주 두유 경쟁기업 현지화 분석 기준	23
3. 호주 두유 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	25
IV. 수입·유통업체 인터뷰	
Interview ① 비케이케이 오스트레일리아(BKK Australia)	34
Interview ② 아시안 그로서(Asian Grocer)	37
Interview ③ 울워스(Woolworths)	40
V. 경쟁력파악	
1. 제품 경쟁력 검증	45
2. 벤치마킹 제품 분석	49
3. 기업 마케팅 벤치마킹	51
VI. 시사점	52
※ 참고문헌	54

Summary

■ 온라인 인기제품

	제품명	제조사명
3개 채널에서 Top 10인 제품	비타소이 쏘 밀키 라이트	비타소이
	비타소이 칼시 플러스 소이 밀크	비타소이
2개 채널에서 Top 10인 제품	비타소이 쏘 밀키	비타소이
	사니타리움 쏘 굿 소이 레귤러	사니타리움
	오리지널 본소이	본소이
	밀크랩 소이 밀크	밀크랩
	바리스타 소이 밀크	얼터네이티브 데어리

■ 오프라인 주요 경쟁제품

쏘 굿 소이 바닐라(사니타리움)		오리지널 본소이(본소이)	
	가격 3.00 호주달러		가격 4.80 호주달러
	용량 1,000ml		용량 1,000ml
고칼슘, 필수 비타민 함유 제품		바리스타가 꿈은 두유 제품	

■ 경쟁기업 3개사 분석

	블루 다이아몬드	비타소이 오스트레일리아 프로덕츠	사니타리움	호주 현지 진출 경쟁기업 현황 미국기업 1개사, 호주 현지 제조시설에서 직접 제품 제조 및 포장 디자인 문구 호주 현지화 + 경쟁기업 3개사, 주요 SNS 플랫폼인 페이스북 및 인스타그램을 활용해 기업 및 제품 홍보
국적	미국	호주	호주	
제품 현지화	○	●	●	
포장 현지화	●	●	●	
생산 방식	●	●	●	
입점 채널	온/오프라인 채널 모두 활용	온/오프라인 채널 모두 활용	온/오프라인 채널 모두 활용	
홍보 채널	자사 홈페이지, SNS 플랫폼	자사 홈페이지, SNS 플랫폼	자사 홈페이지, SNS 플랫폼	

제품 현지화

● 상 (현지인 선호 신제품 개발)

● 중 (기존 유통 제품 성분 일부 변경해 출시)

○ 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

포장 현지화

● 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)

● 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)

○ 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

생산 방식 현지화

● 상 (현지에 제조시설 구비해 직접 제조)

● 중 (제조국에서 직접 제조해 현지 수출)

○ 하 (제조국 OEM 업체에 제조 위탁)

■ 경쟁력 파악

기준(고객사)		경쟁력		경쟁제품(10개)				기준(고객사)		경쟁력		경쟁제품(10개)			
가격(100ml당) (0.35호주달러)	○	두유(6개)		아몬드유(4개)		포장 형태 (종이 팩)	●	종이 팩		플라스틱 통					
		0.28호주달러		0.24호주달러				9개		1개					
용량(ml) (3,480ml)	●	두유(6개)		아몬드유(4개)		인증(중복값有) (FSSC 22000)	○	FSC	ACO	USDA Organic	NOP Organic				
		1,000ml		1,000ml				7개	2개	1개	1개				
맛 (사과)	●	일반	바닐라	초콜릿	코코넛	홍보문구 (중복값有) (맛 및 효능)	①	건강	원료	비건	맛				
		7개	1개	1개	1개			6개	6개	4개	4개				

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 100ml당 가격은 경쟁제품 평균보다 비싼 편이며, 용량은 경쟁제품 평균보다 큰 것으로 나타남 2) 경쟁제품 10개 중 6개가 건강을 강조하는 홍보문구를 사용하는 것으로 나타남
Point 02.	1) 경쟁기업 3개사 중 미국기업 1개사는 제품 제조시설 및 포장디자인 문구를 호주 현지화함 2) 경쟁기업 3개사 모두 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 운영하며, 3개사 모두 페이스북 및 인스타그램을 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남

II. 경쟁제품

1. 호주 두유 경쟁제품 선정
2. 호주 두유 경쟁제품 조사지표 선정
3. 호주 두유 경쟁제품 현지조사 결과

1. 호주 두유 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징



제품명	베지밀 애플 두유
제품 종류	두유
소비자가격	1박스(24팩) 9.05달러 ¹⁾ (약 10,415원)
용량	1팩당 145ml
포장	종이 팩
특징	두유의 영양, 사과의 상큼 달콤한 맛

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: 베지밀 애플 두유
 - 제품 종류: 두유
 - 소비자가격: 1박스(24팩) 9.05달러(약 10,415원)
 - 용량: 1팩당 145ml
 - 포장 형태: 종이 팩

Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑물 인기제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑물 확인
 1. 울워스(Woolworths): 7.3%
 2. 캐치(Catch): 1.6%
 3. 아마존(Amazon): 1.4%
- ② 주요 온라인 쇼핑물 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑물별 경쟁제품 Top 10 제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑물 중 3개에서 확인: 2개 제품
 - 주요 온라인 쇼핑물 중 2개에서 확인: 5개 제품

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, 편의점
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 현지 인기 제품, 제품의 용도에 따라 조사 제품 선정
- ③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
 - 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사
- ② 제품 분석
 - (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
 - 벤치마킹 제품 분석

1) 1달러=1,150.88원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인

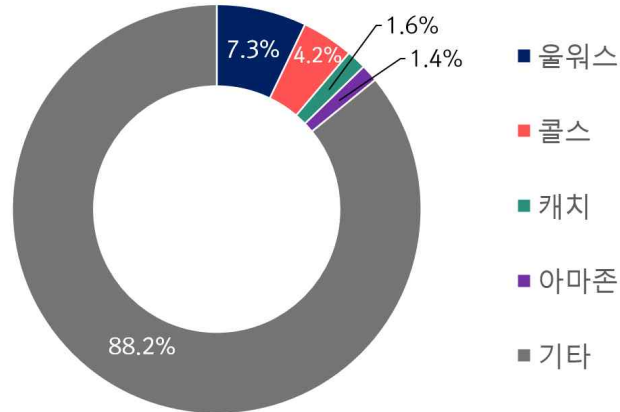
호주 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
 울워스	가공식품, 냉동식품, 산산식품, 주류 등
 캐치	가공식품, 건강식품, 음료, 차 등
 아마존	건강 제품, 유제품, 음료, 산산식품 등

▶ 호주 온라인 쇼핑몰 점유율 상위 4개, 울워스, 콜스, 캐치, 아마존

스태티스타(Statista)에 따르면, 2020년 기준 호주 현지인들이 식품 구매를 위해 이용하는 온라인 쇼핑몰 상위 4개는 울워스(Woolworths), 콜스(Coles), 캐치(Catch), 아마존(Amazon)으로, 상위 4개 온라인 쇼핑몰의 점유율은 약 11.8%임

[표 2.1] 호주 온라인 쇼핑몰 점유율²⁾



자료 : 스태티스타(Statista) 홈페이지

▶ 인기 온라인 쇼핑몰 3개에 모두 진출한 경쟁제품, 2개

호주 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 총 2개의 제품이 3개의 온라인 쇼핑몰에서 모두 판매 중이며 5개 제품이 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 것으로 조사됨

[표 2.2] 호주 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)³⁾

순위	울워스	캐치	아마존
1	비타소이 쏘 밀키 (비타소이 오스트레일리아 프로덕츠)	밀크랩 소이 밀크 (밀크랩)	오리지널 본소이 (본소이)
2	비타소이 초콜릿 소이 밀크 (비타소이 오스트레일리아 프로덕츠)	아몬드 브리즈 (블루 다이아몬드)	사니타리움 쏘 굿 소이 레귤러 (사니타리움)
3	비타소이 쏘 밀키 라이트 (비타소이 오스트레일리아 프로덕츠)	라이프 밀크 언스위트드 피 프로틴 (오스트레일리아스온)	비타소이 칼시 플러스 소이 밀크 (비타소이 오스트레일리아 프로덕츠)
4	쏘 굿 소이 바닐라 (사니타리움)	오스트레일리아 마카다미아 밀크 (마카밀크)	비타소이 쏘 밀키 오리지널 (비타소이 오스트레일리아 프로덕츠)
5	울워스 소이 밀크 (울워스)	비타소이 칼시 플러스 소이 밀크 (비타소이 오스트레일리아 프로덕츠)	밀크랩 소이 밀크 (밀크랩)
6	사니타리움 쏘 굿 소이 레귤러 (사니타리움)	바리스타 소이 밀크 (얼터네이티브 테어리)	해피 해피 소이 보이 소이 밀크 (해피 해피 소이 보이)
7	오리지널 본소이 (본소이)	비타소이 밀키 소이 카페 (비타소이 오스트레일리아 프로덕츠)	내츄럴 소이 밀크 오리지널 (퓨어 하베스트)
8	비타소이 아몬드 밀키 (비타소이 오스트레일리아 프로덕츠)	니피스 오트 밀크 더치 초콜릿 (니피스)	비타소이 쏘 밀키 (비타소이 오스트레일리아 프로덕츠)
9	마코로 올가닉 소이 밀크 (울워스)	니피스 오트 밀크 골든 투메릭 (니피스)	비타소이 쏘 밀키 라이트 (비타소이 오스트레일리아 프로덕츠)
10	비타소이 칼시 플러스 소이 밀크 (비타소이 오스트레일리아 프로덕츠)	비타소이 쏘 밀키 라이트 (비타소이 오스트레일리아 프로덕츠)	바리스타 소이 밀크 (얼터네이티브 테어리)

■ 3개 온라인 쇼핑몰에서 판매 ■ 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매

자료 : 울워스(Woolworth) 홈페이지, 캐치(Catch) 홈페이지, 아마존(Amazon) 홈페이지

2) 스태티스타(Statista), 「Top online stores in Australia in 2020, by e-commerce net sales」, 2020

3) 온라인 2위 기업 콜스(Coles)의 경우 국내 접속 불가여서 조사 대상에서 제외함

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 호주 시드니 정보⁴⁾

인구	482만 명
면적	12,367.7km ²

▶ 호주 시드니, 방문지역으로 선정

호주 시드니(Sydney)를 방문지역으로 선정함. 시드니는 호주의 최초이자 최대의 도시로 뉴 사우스 웨일스(New South Wales)주의 주도이기도 함. 호주 경제의 중심으로 호주 상위 500개 회사 중 48%, 다국적 기업의 호주 지사의 60% 이상이 시드니에 있음. 시드니의 1인당 GDP는 84,700달러로 호주 평균보다 약 11,400달러 높은 수준으로 도시 중에선 가장 높음. 한국 교민의 수는 9만 명이 넘으며, 유학생 등 단기 체류자를 포함하면 약 14만 명이 거주하는 것으로 추산됨

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 아시안/한인마트

호주 두유의 주요 유통채널을 확인한 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 주요 유통채널로 확인됨. 그 외 유통채널로는 한인마트 등 개인 및 기타 식료품점, 편의점 등이 뒤를 잇는 것으로 조사됨. 이에 각 주요 유통채널과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사매장을 선정함

[표 2.3] 호주 두유 주요 유통채널 현황⁵⁾⁶⁾

채널 분류	점유율	주요 매장
하이퍼마켓/슈퍼마켓	74.6%	울워스(Woolworths), 콜스(Coles), 아이지이에이(IGA), 알디(Aldi)
개인 및 기타 식료품점	7.9%	하나로 마트(Hanaro Mart), 골드 마트(Gold Mart)
편의점	6.4%	세븐일레븐(7-Eleven), 나이트아울(Nightowl), 스파 익스프레스(Spar Express)
온라인	2.3%	울워스(Woolworths), 콜스(Coles), 아마존(Amazon), 캐치(Catch)

■ 고객사 진출 선호 매장

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

4) 호주 통계국 홈페이지

5) 유로모니터(Euromonitor), 「Distribution of Drinking Milk Product in Australia」, 2020

6) 스탯ISTA(Statista), 「Top online stores in Australia in 2020, by e-commerce net sales」, 2020

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(*) 울워스(Woolworths), 캐치(Catch), 아마존(Amazon)
- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(*) 울워스(Woolworths), 알디(Aldi), 콜스(Coles)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 두유 제품: 콩을 가공해 만든 식물성 음료 제품
- 아몬드유 제품: 아몬드를 가공해 만든 식물성 음료 제품

[표 2.4] 호주 두유 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	두유	아몬드유
① 쏘 굿 소이 바닐라 (사니타리움)	○ (울워스, 콜스)	○ (울워스)	○	
② 프리바이오틱 소이 밀크 (비타소이 오스트레일리아 프로덕츠)	○ (울워스, 콜스)	○ (울워스)	○	
③ 마크로 올가닉 소이 밀크 (울워스)	○ (울워스)	○ (울워스)	○	
④ 레귤러 소이 밀크 (이너 굿니스)	○ (알디)	(-)	○	
⑤ 올가닉 소이 밀크 (콜스)	○ (콜스)	(-)	○	
⑥ 오리지널 본소이 (본소이)	○ (울워스, 알디, 콜스)	○ (울워스, 캐치, 아마존)	○	
⑦ 사니타리움 쏘 굿 아몬드 코코넛 언스워트드 (사니타리움)	○ (울워스, 콜스)	○ (울워스)		○
⑧ 아몬드 브리즈 초콜릿 (블루 다이아몬드)	○ (울워스)	○ (울워스)		○
⑨ 오리지널 아몬드 밀크 (이너 굿니스)	○ (알디)	(-)		○
⑩ 오리지널 아몬드 밀크 언스워트드 (저스트 올가닉)	○ (알디)	(-)		○

(*) 현지 판매 두유 경쟁제품 10개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑몰 인기제품

2. 호주 두유 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 호주 두유 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 호주 두유 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100ml당 가격	제품의 100ml당 가격
용량	ml	제품의 포장 단위
제품 종류	두유	콩을 가공해 만든 식물성 음료
	아몬드유	아몬드를 가공해 만든 식물성 음료
제품 맛	일반 맛	일반 두유 맛, 일반 아몬드유 맛
	기타 맛	코코넛 맛, 바닐라 맛, 초코 맛 등
포장 형태	플라스틱 통	플라스틱 소재의 통에 내용물을 포장한 형태
	종이 팩	종이 소재의 팩에 내용물을 포장한 형태
유통기한		제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기한
원산지		제품의 원산지
홍보문구		제품의 홍보문구
인증		제품 보유 인증
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

3. 호주 두유 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 호주 시드니에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓

호주 시드니에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓 울워스(Woolworths), 알디(Aldi), 콜스(Coles)를 방문함. 이 중 울워스와 콜스는 호주 전체 소매시장 점유율의 80% 이상을 양분하고 있음. 알디는 독일에서 시작된 세계 최대 하이퍼마켓 기업 중 하나로서 유럽, 미국, 호주 등에서 9,000여 개 매장을 운영 중임

[표 2.6] 호주 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
울워스 (Woolworths)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	5	· 1924년 설립된 울워스 그룹의 슈퍼마켓 · 1,000여 개의 슈퍼마켓을 운영중임
알디 (Aldi)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	3	· 독일에서 시작한 세계 최대 하이퍼마켓 기업 · 주요 사업 지역은 유럽, 미국, 호주로 9,000여개 매장 운영
콜스 (Coles)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	2	· 1914년 설립된 콜스 그룹의 슈퍼마켓 · 온라인몰, 주류 전문점, 편의점 등의 다양한 유통채널 보유중이며 약 800개 지점 운영중



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품 10개 중 1개 제품이 3개 매장에서 판매

울워스(Woolworths), 알디(Aldi), 콜스(Coles) 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 울워스는 경쟁제품 6개를 취급하고 있으며 알디와 콜스는 각각 4개 제품을 취급하는 것으로 나타나 울워스가 조사 매장 중 가장 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	울워스 (Woolworth)	알디 (Aldi)	콜스 (Coles)
① 쏘 굿 소이 바닐라 (사니타리움)	○		○
② 프리바이오틱 소이 밀크 (비타소이 오스트레일리아 프로덕츠)	○		○
③ 마크로 올가닉 소이 밀크 (울워스)	○		
④ 레귤러 소이 밀크 (이너 굿니스)		○	
⑤ 올가닉 소이 밀크 (콜스)			○
⑥ 오리지널 본소이 (본소이)	○	○	○
⑦ 사니타리움 쏘 굿 아몬드 코코넛 언스위트드 (사니타리움)	○		
⑧ 아몬드 브리즈 초콜릿 (블루 다이아몬드)	○		
⑨ 오리지널 아몬드 밀크 (이너 굿니스)		○	
⑩ 오리지널 아몬드 밀크 언스위트드 (저스트 올가닉)		○	

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 울워스(Woolworths)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
신선식품, 건강식품, 유제품, 냉동식품, 주류, 음료, 제과, 유아용품, 의류, 전자제품, 위생용품 등
- 매장 주변 특징:
코스트코, 알디, 리드컴 등의 대형 매장과 전문점이 밀집해 있는 종합 상권임. 근처에 오번(Auburn)역과 올림픽 공원이 위치하여 유동인구가 많음
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ⁷⁾		울워스는 1924년에 설립된 호주의 울워스 그룹이 운영하는 호주 내 가장 큰 규모의 슈퍼마켓 체인으로 1,000여 개의 매장을 운영 중임. 2020년에 음료·주류 배송 기업과 식품 도매기업을 인수하며 사업을 꾸준히 확장하고 있음
		조사 제품 수: 5개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 상세주소
		리드컴 92 Parramatta Rd, Lidcombe NSW 2144

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 두유 경쟁제품 정보		
			
	쏘 굿 아몬드 코코넛 언스위트드 (사니타리움)	쏘 굿 소이 바닐라 (사니타리움)	프리바이오틱 소이 밀크 (비타소이 오스트레일리아 프로덕츠)
			
	아몬드 브리즈 초콜릿 (블루 다이아몬드)	마크로 올가닉 소이 밀크 (울워스)	

사진자료: 현지조사원 자료, 울워스/캐치/아마존 웹사이트

7) 울워스(Woolworth) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	쏘 굿 아몬드 코코넛 언스위트드 (So Good Almond Coconut Unsweetened)	제조사 (현지어)	사니타리움 (Sanitarium)
제품 종류	아몬드유	용량	1,000ml
소비자가격	2.70호주달러 (2,297원)	100ml당 가격	0.27호주달러 (230원)
원산지	호주	맛	코코넛 맛
포장 형태	종이 팩	인증	Monash University Low Fodmap Certified
기타 표기사항	인공 향료, 유당, 글루텐, 콜레스테롤, 유제품 무첨가	홍보문구	아몬드를 살짝 볶아 만든 제품은 버터에 담그지 않아도 크림처럼 맛있고 영양가 있는 견과류 우유를 만들, 시리얼, 스무디, 디저트 및 베이킹에 풍미를 더하기에 완벽함
원료 및 첨가물	정제수, 아몬드, 코코넛 크림, 미네랄(칼슘), 유화제(해바라기 레시틴), 소금, 야채 껌(젤란), 미네랄 소금(비바본산나트륨), 천연 향미, 향산화제(아스코르브산), 비타민(B12, B1)		

			
제품명 (현지어)	쏘 굿 소이 바닐라 (So Good Soy Vanilla)	제조사 (현지어)	사니타리움 (Sanitarium)
제품 종류	두유	용량	1,000ml
소비자가격	3.00호주달러 (2,553원)	100ml당 가격	0.30호주달러 (255원)
원산지	호주	맛	바닐라 맛
포장 형태	종이 팩	기타 표기사항	인공 향료, 유당, 글루텐, 콜레스테롤, 유제품 무첨가
홍보 문구	콩 단백질을 사용함	원료 및 첨가물	정제수, 콩 단백질, 옥수수 말토덱스트린, 사탕수수 설탕, 과당, 식물성 기름(해바라기, 카놀라), 미네랄(칼슘, 인, 마그네슘), 산도조절제(332,45), 플라쿠르, 향산화제(아스코르브산), 비타민(B12, B2, B1)

			
제품명 (현지어)	프리바이오틱 소이 밀크 (Prebiotic Soy Milk)	제조사 (현지어)	비타소이 오스트레일리아 프로덕츠 (Vitasoy Australia Products)
제품 종류	두유	용량	1,000ml
소비자가격	3.60호주달러 (3,063원)	100ml당 가격	0.36호주달러 (306원)
원산지	호주	맛	일반 두유 맛
포장 형태	종이 팩	인증	FSC
기타 표기사항	방부제, 글루텐, 유제품, 유당, 콜레스테롤 무첨가, 저설탕	홍보문구	장 건강 지원, 비건 및 채식주의자에 적합
원료 및 첨가물	정제수, 유기농 콩, 프리바이오틱 섬유(치커리 뿌리섬유), 미네랄(인산칼슘), 바다소금		

			
제품명 (현지어)	아몬드 브리즈 초콜릿 (Almond Breeze Chocolate)	제조사 (현지어)	블루 다이아몬드 (Blue Diamond)
제품 종류	아몬드유	용량	1,000ml
소비자가격	2.70호주달러 (2,297원)	100ml당 가격	0.27호주달러 (230원)
원산지	호주	맛	초콜릿 맛
포장 형태	종이 팩	인증	FSC
기타 표기사항	글루텐, 유제품, 유당 무첨가, 저콜레스테롤	홍보문구	당신의 건강을 위한 맛있는 선택
원료 및 첨가물	정제수, 원당, 아몬드 분말, 코코아 분말, 미네랄 소금, 안정제(카레이지난), 유화제(해바라기 레시틴), 천연향료		



제품명 (현지어)	마크로 올가닉 소이 밀크 (Macro Organic Soy Milk)	제조사 (현지어)	울워스 (Woolworths)
제품 종류	두유	용량	1,000ml
소비자가격	1.60호주달러 (1,361원)	100ml당 가격	0.16호주달러 (136원)
원산지	호주	맛	일반 두유 맛
포장 형태	종이 팩	인증	ACO, FSC
기타 표기사항	글루텐, 락토스 무첨가	홍보문구	유기농 콩으로 만든 뼈 건강용 칼슘
원료 및 첨가물	정제수, 유기농 통콩, 유기농 해바라기유, 유기농 설탕, 유기농 쌀 시럽, 미네랄 솔트(탄산칼슘), 바다소금		

Shop ② 알디(Aldi)

매장 정보

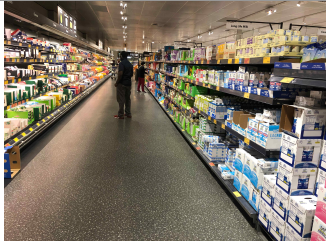
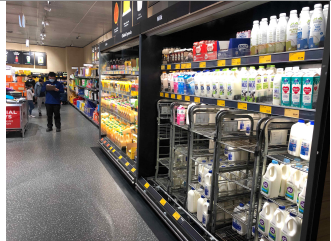
- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
신선식품, 유제품, 소스류,
주류, 음료, 건강식품, 화장품,
유아용품, 가전제품 등

- 매장 주변 특징:
코스트코, 올워스, 리드콤
등의 대형 매장과 전문점이
밀집해 있는 종합 상권임.
근처에 오번(Auburn)역과
올림픽 공원이 위치하여
유동인구가 많음

- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ⁸⁾		알디는 1961년에 독일에서 시작된 세계 최대의 하이퍼마켓 체인이며 주요 사업 지역은 유럽, 미국 호주임. 알디 진열 상품의 90% 가량이 알디 PB상품으로 구성되어있어 타 매장에 비해 가격이 저렴함. 비상장 회사이며 창업주가 모든 지분을 갖고 있음
		조사 제품 수: 3개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 리드콤
	상세주소	92 Parramatta Rd, Lidcombe NSW 2144

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 두유 경쟁제품 정보		
			
	레귤러 소이 밀크 (이너 굿니스)	오리지널 아몬드 밀크 (이너 굿니스)	오리지널 아몬드 밀크 언스위텐드 (저스트 올가닉)

사진자료: 현지조사원 자료, 올워스/캐치/아마존 웹사이트

8) 자료: 알디(Aldi) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	레귤러 소이 밀크 (Regular Soy Milk)	제조사 (현지어)	이너 굿니스 (Inner Goodness)
제품 종류	두유	용량	1,000ml
소비자가격	1.99호주달러 (1,693원)	100ml당 가격	0.20호주달러 (169원)
원산지	호주	맛	플라스틱 통
포장 형태	일반 두유 맛	기타 표기사항	락토스, 글루텐, 인공 향료, 방부제 무첨가, 저성당, 저콜레스테롤
홍보문구	호주산 콩, 단백질 공급원	원료 및 첨가물	정제수, 콩, 설탕, 식물성 기름, 미네랄(칼슘), 바다소금, 천연향료

			
제품명 (현지어)	오리지널 아몬드 밀크 (Original Almond Milk)	제조사 (현지어)	이너 굿니스 (Inner Goodness)
제품 종류	아몬드유	용량	1,000ml
소비자가격	1.79호주달러 (1,523원)	100ml당 가격	0.18호주달러 (152원)
원산지	호주	맛	일반 아몬드유 맛
포장 형태	종이 팩	인증	FSC
기타 표기사항	인공 향료, 유당, 방부제 무첨가, 저콜레스테롤, 저지방	홍보문구	건강의 일부로서 소비, 활동적인 라이프스타일과 몸이 기분 좋음을 느낌, 비건 및 채식주의자에 적합
원료 및 첨가물	정제수, 아몬드, 설탕, 말토덱스트린, 천연 바닐라향, 칼슘, 소금, 유화제(322), 야채검(418, 415)		

			
제품명 (현지어)	오리지널 아몬드 밀크 언스위트드 (Original Almond Milk Unsweetened)	제조사 (현지어)	저스트 올가닉 (Just Organic)
제품 종류	아몬드유	용량	1,000ml
소비자가격	2.49호주달러 (2,119원)	100ml당 가격	0.25호주달러 (212원)
원산지	호주	맛	일반 아몬드유 맛
포장 형태	종이 팩	인증	FSC
기타 표기사항	유당, 설탕, 글루텐, 인공 향료, 방부제 무첨가, 저콜레스테롤	홍보문구	전통적인 방식으로 생산, 인공적인 나쁜 물질은 사용하지 않음, 비건 및 채식주의자에 적합
원료 및 첨가물	정제수, 유기농 아몬드, 유기농 현미, 미네랄 소금(170), 소금, 천연향료		

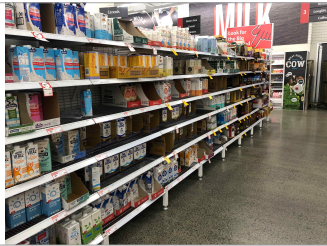
Shop ③ 콜스(Coles)

● 매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
신선식품, 유제품, 냉동식품,
주류, 스낵, 건강식품, 의류,
생활용품, 전자제품
- 매장 주변 특징:
대형 쇼핑몰 내에 입점해
있음. 주변에 아시안마켓,
일식당, 한식당 등이 많음.
- 주요 고객층:
현지 주민, 현지 거주 교민

브랜드 기본 정보)		콜스는 1914년 설립된 콜스 기업이 운영하는 유통체인으로, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 주류 전문점, 편의점, 온라인 몰 등 다양한 형태의 매장을 운영 중임. 8개의 PB브랜드를 보유하고 있으며 콜스 매장에서 판매 중임
		조사 제품 수 2개

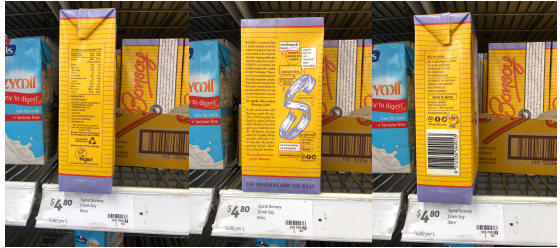
매장 정보		
	위치	도시(지역) Wentworth Point 상세주소 Burroway Road, Wentworth Point, NSW 2127

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 두유 경쟁제품 정보	
		
	올가닉 소이 밀크 (콜스)	오리지널 본소이 (본소이)

사진자료: 현지조사원 자료, 울워스/캐치/아마존 웹사이트

			
제품명 (현지어)	올가닉 소이 밀크 (Organic Soy Milk)	제조사 (현지어)	콜스 (Coles)
제품 종류	두유	용량	1,000ml
소비자가격	1.60호주달러 (1,361원)	100ml당 가격	0.16호주달러 (136원)
원산지	호주	맛	일반 두유 맛
포장 형태	종이 팩	인증	ACO
기타 표기사항	유제품, 콜레스테롤 무첨가, 저지방	홍보문구	유기농 식물성 우유는 건강에 좋고 맛있는 유제품 대용품입니다, 천연 재료로 만들어져 매일 즐길 수 있습니다, 호주산 제품, 비건
원료 및 첨가물	정제수, 통유기콩, 유기농 현미청, 유기농 해바라기유, 탄산칼슘, 바다소금		

			
제품명 (현지어)	오리지널 본소이 (Original Bonsoy)	제조사 (현지어)	본소이 (Bonsoy)
제품 종류	두유	용량	1,000ml
소비자가격	4.80호주달러 (4,084원)	100ml당 가격	0.48호주달러 (408원)
원산지	호주	맛	일반 두유 맛
포장 형태	종이 팩	수입자	Spiral Foods
인증	USDA Organic, NOP Organic	기타 표기사항	방부제, 인공 향료, 화학 물질, 기름, 콜레스테롤, 콤부 무첨가
홍보문구	건강에 좋고 맛있는 유제품 대용품, 완벽한 두유 라떼를 만들기 위해 바리스타들이 본소이를 선호하는 것은 당연	원료 및 첨가물	정제수, 유기농 통콩, 타피오카 시럽, 바다 소금, 잡스 티어스(하토무기), 탄산칼슘

III. 경쟁기업

1. 호주 두유 경쟁기업 선정
2. 호주 두유 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 호주 두유 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 호주 두유 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 두유 판매 호주기업 2개사, 미국기업 1개사 선정

호주 오프라인 유통채널에서 고객사 제품과 유사한 두유 및 아몬드유 제품을 판매하고 있는 호주기업 2개사 및 미국기업 1개사 총 3개사를 경쟁기업으로 선정함

▶ 경쟁기업 3개사, 평균 85년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 85년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 블루 다이아몬드는 1910년 설립되어 111년의 업력을 보유하고 있으며, 비타소이 오스트레일리아 프로덕츠는 1999년 설립되어 22년간 사업을 이어오고 있음. 사니타리움은 1898년에 사업을 시작하여 123년의 업력을 보유하고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 두유 동일품목 종류 조사

호주에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 두유의 동일 품목 수를 조사한 결과 비타소이 오스트레일리아 프로덕츠가 28개로 가장 많은 동일 품목 수를 판매하고 있는 것으로 확인됨. 그 다음으로는 블루 다이아몬드가 19개, 사니타리움이 15개의 제품을 판매 중인 것으로 조사됨

[표 3.1] 두유 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
블루 다이아몬드	미국	111년	19개
비타소이 오스트레일리아 프로덕츠	호주	22년	28개
사니타리움	호주	123년	15개

자료: 호주 진출 두유 경쟁기업 3개사 분석

2. 호주 두유 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 20년도 매출액
	직원 수
	기업 20년도 직원 수
설립연도	기업의 설립연도
	동일품목
	두유

▶ 경쟁기업의 자사 제품 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 제품 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 기존 제품 출시	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시	○ (하)
② 기존 제품 현지화	기존 유통되는 제품의 맛, 성분 등을 변경하여 출시	● (중)
③ 신제품 개발	현지인이 선호하는 맛, 첨가물, 용량 등을 조사하여 현지에서 선호될 만한 신제품을 개발	● (상)

▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 원본 포장 디자인 혹은 형태를 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	● (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 새로운 형태의 디자인을 사용함	● (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	울워스, 알디, 콜스
온라인	울워스, 캐치, 아마존

▶ 경쟁기업의 홍보 채널에 따른 분석 기준

[표 3.7] 경쟁기업 홍보 채널

기준	채널 종류
자사 홈페이지	국내 홈페이지
	글로벌 홈페이지
	현지 홈페이지
SNS 플랫폼	페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터

3. 호주 두유 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 모두 호주 오프라인 매장과 온라인 채널 진출

호주에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 대형 하이퍼마켓 체인인 울워스에서는 경쟁기업 3개사가 모두 확인되었으며, 콜스에서는 비타소이 오스트레일리아 프로덕츠와 사니타리움이 확인됨. 온라인의 경우, 현지 주요 온라인 판매채널인 울워스와 아마존에 3개사 모두 입점하였으며 비타소이 오스트레일리아 프로덕츠는 울워스, 아마존에 입점한 것으로 확인됨

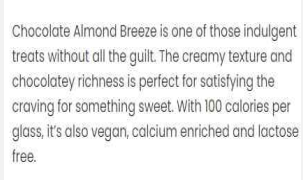
▶ 경쟁기업 SNS 플랫폼에서의 제품 홍보 활동 활발함

호주 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 브랜드와 제품 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 3개사 모두 현지 공식 홈페이지를 운영하고 있으며, 또한 3개사 모두 SNS 플랫폼의 글로벌 계정에서 활발한 게시물 업로드를 통해 전 세계 소비자에게 홍보 활동을 진행하고 있음

▶ **경쟁기업 홍보문구로 제품의 성분과 맛, 제품의 효능 등을 강조하여 홍보**

호주 시장에 진출한 경쟁기업은 제품 홍보 시 주로 제품의 성분과 맛, 제품의 효능을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품 성분을 강조한 문구로는 ‘아몬드를 살짝 볶아 제조’, ‘콩 단백질을 사용함’ 등이 있으며 맛을 강조하는 문구로는 ‘버터에 담그지 않아도 크림처럼 맛있음’, ‘시리얼, 스무디, 디저트 및 베이킹에 풍미를 더하기에 완벽함’ 등이 있음. 제품의 효능을 강조하는 문구로 ‘장 건강 지원’, ‘당신의 건강을 위한 맛있는 선택’, ‘영양가 있는 견과류 우유’ 등의 문구를 사용함. 그 외에도 주 고객층을 강조하는 ‘비건 및 채식주의자에 적합’ 등의 문구도 사용하는 것으로 확인됨

[표 3.8] 호주 두유 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
블루 다이아몬드	- 오프라인 매장 - 올워스 - 온라인 매장 - 올워스 - 캐치 - 아마존	- 자사 홈페이지 (글로벌) - SNS 플랫폼 (글로벌) - 페이스북 - 인스타그램	- 당신의 건강을 위한 맛있는 선택	
비타소이 오스트레일리아 프로덕츠	- 오프라인 매장 - 올워스 - 콜스 - 온라인 매장 - 올워스 - 아마존	- 자사 홈페이지 (호주) - SNS 플랫폼 (글로벌) - 페이스북 - 인스타그램	- 장 건강 지원 - 비건 및 채식주의자에 적합	
사니타리움	- 오프라인 매장 - 올워스 - 콜스 - 온라인 매장 - 올워스 - 캐치 - 아마존	- 자사 홈페이지 (호주) - SNS 플랫폼 (글로벌) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브	- 아몬드를 살짝 볶아 제조 - 버터에 담그지 않아도 크림처럼 맛있음 - 영양가 있는 견과류 우유 - 시리얼, 스무디, 디저트 및 베이킹에 풍미를 더하기에 완벽함 - 콩 단백질을 사용함	

자료: 호주 진출 두유 경쟁기업 3개사 분석

① 블루 다이아몬드

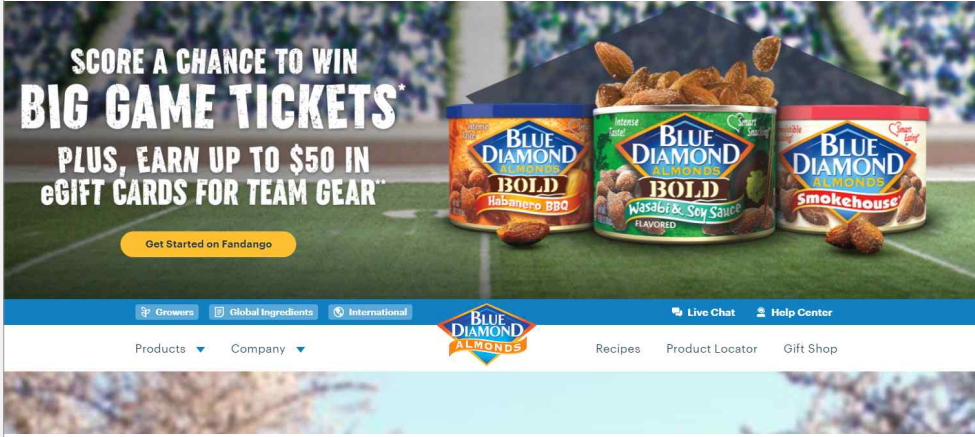
기업 기본 정보	기업명	블루 다이아몬드	
	기업 설명	미국 캘리포니아에 본사를 둔 블루 다이아몬드는 건강에 좋은 식품을 제조회라는 사명으로 알레르겐 테스트를 진행한 식품을 제조하고 유통하고 있음. 농장에서 재료를 공급받는 공정부터 공장 가공, 상품 제조에 이르기까지 모든 단계를 세심하게 관리하여 건강한 제품을 제조함	
	위치	Blue Diamond Growers 1802 C Street Sacramento, CA 95811	
	규모	직원 수	약 1,500명
		동일품목 수 ¹⁰⁾	19개
		설립연도	1910년
		매출	17억 달러

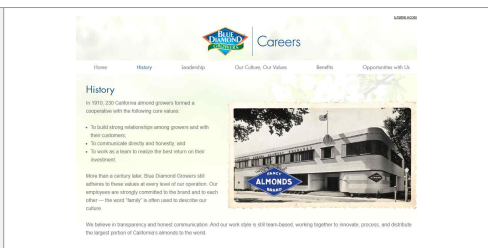
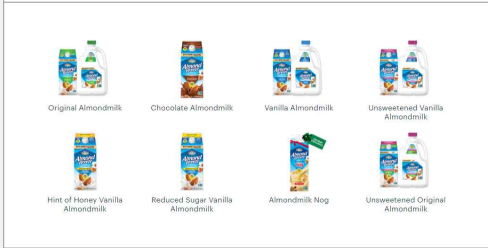
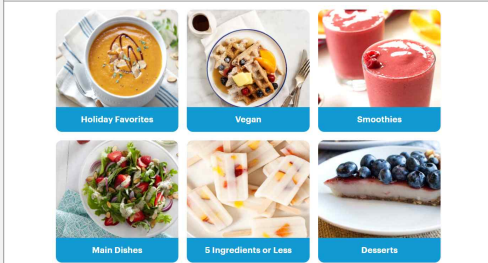
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 울워스		제품명	아몬드 브리즈 초콜릿 (Almond Breeze Almond Milk)
			용량	1,000ml
			가격	2.70호주달러 ¹¹⁾ (2,297원)
			제품 종류	아몬드유
	〈온라인 매장〉 울워스 캐치 아마존		제품명	아몬드 브리즈 초콜릿 (Almond Breeze Almond Milk)
			용량	1,000ml
			가격	2.70호주달러 (2,297원)
			제품 종류	아몬드유

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시
	포장 현지화	● (중)	제품의 포장 디자인 문구 현지화
	제조 방식 현지화	● (상)	호주에 제조시설을 구비하여 직접 제조

사진자료: 현지조사원 자료, 울워스/콜스/아마존 웹사이트

10) 두유 제품을 동일품목으로 분류함

홍보 방식	
	홍보 채널 자사 홈페이지(글로벌) 페이스북/인스타그램 (호주)
	게시 주기 일주일에 3-4건
	게시물 유형 제품 홍보, 제품 활용 요리 사진 등

게시물 유형		• 브랜드 역사 및 목표 소개
		• 브랜드 및 제품군 소개 • 주변의 구매 가능한 매장 안내 • 판매 온라인 사이트 연결
		• 제품 활용 레시피 안내

사진자료: 블루 다이아몬드(Blue Diamond) 홈페이지 (www.bluediamond.com)

11) 1호주달러=850.88원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

② 비타소이 오스트레일리아 프로덕츠

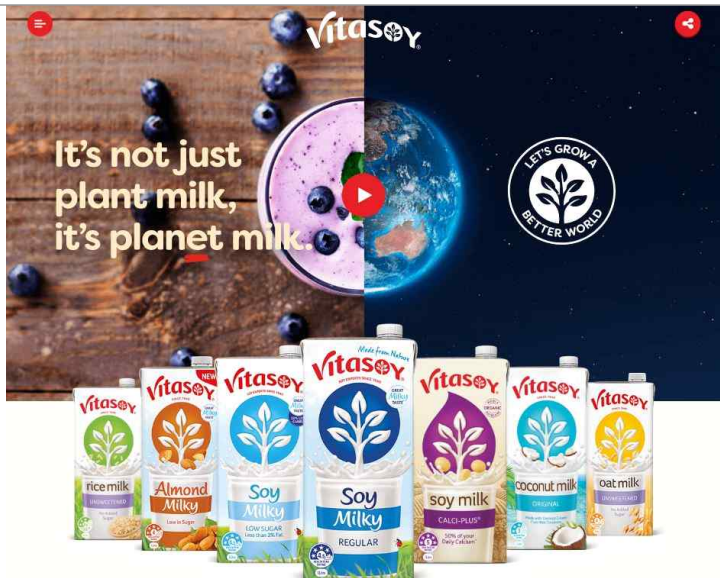
기업 기본 정보	기업명	비타소이 오스트레일리아 프로덕츠	
	기업 설명	비타소이 오스트레일리아 프로덕츠는 홍콩에 본사를 둔 기업으로, 음료와 디저트 브랜드를 운영하고 있음. 고단백 두유 음료를 중심으로 과일 주스, 우유 차, 청량 음료, 물, 두부 등을 판매하고 있으며 호주에서는 두유 및 식물성 음료 제품을 제조 및 판매함	
	위치	50 Baranduda Dr Baranduda, VICTORIA , 3691 Australia	
	규모	직원 수	83명
		동일품목 수 ¹²⁾	28개
		설립연도	1999년
		매출	7,598만 달러

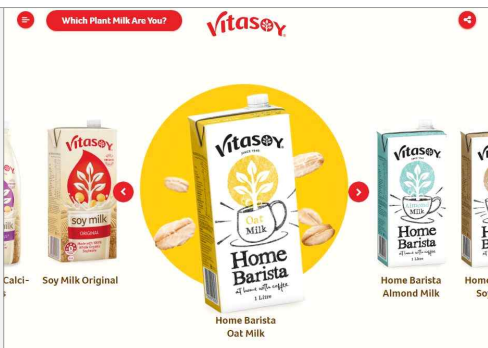
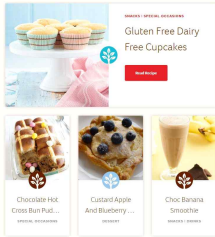
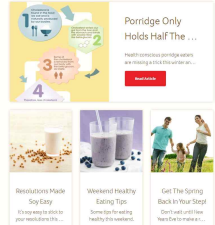
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 울워스 콜스		제품명	프리바이오틱 소이 밀크 (Prebiotic Soy Milk)
			용량	1,000ml
			가격	3.60호주달러 (3,063원)
			제품 종류	두유
	〈온라인 매장〉 울워스		제품명	프리바이오틱 소이 밀크 (Prebiotic Soy Milk)
			용량	1,000ml
			가격	3.60호주달러 (3,063원)
			제품 종류	두유

현지 진출 방법	제품 현지화	● (상)	현지에서 선호될 만한 신제품을 개발
	포장 현지화	● (상)	새로운 형태의 디자인을 사용함
	제조 방식 현지화	● (상)	현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조

사진자료: 현지조사원 자료, 울워스/콜스/아마존 웹사이트

12) 두유 제품을 동일품목으로 분류함

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지 (호주), 페이스북/인스타그램 (글로벌)
	게시 주기	1주일에 2건
	게시물 유형	기업 및 판매 제품 소개, 프로모션 안내

게시물 유형		• 브랜드 및 제품 소개
		• 제품 활용 레시피 공유
		• 건강 정보 안내

사진자료: 비타소이 오스트레일리아 프로덕츠(Vitasoy Australia Products) 홈페이지 (soy.com.au)

③ 사니타리움

기업 기본 정보	기업명	사니타리움	
	기업 설명	사니타리움은 아침 식사 대응 시리얼과 채식주의의 제품을 제조 및 판매하는 기업으로, 모든 식품은 식물성 혹은 채식주의자를 위한 성분으로 제조됨. 주력 제품은 시리얼이며, 그 외 땅콩 버터, 간식류, 식물성 음료 등을 생산하고 있음	
	위치	1 Sanitarium Driv Berkeley Vale NSW 2261	
	규모	직원 수	1,700명
		동일품목 수 ¹³⁾	15개
		설립연도	1898년
		매출	3억 호주달러

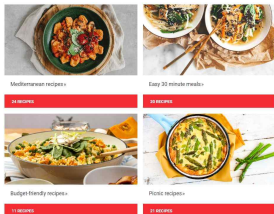
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 울워스 콜스		제품명	쏘 굿 소이 바닐라 (So Good Soy Vanilla)
			용량	1,000ml
			가격	3.00호주달러 (2,553원)
			제품 종류	두유
	〈온라인 매장〉 울워스 캐치 아마존		제품명	쏘 굿 소이 바닐라 (So Good Soy Vanilla)
			용량	1,000ml
			가격	3.00호주달러 (2,553원)
			제품 종류	두유

현지 진출 방법	제품 현지화	● (상)	호주 제품으로 호주 소비자의 수요를 충족시킬 수 있는 신제품 개발
	포장 현지화	● (상)	호주 시장에 맞는 포장 디자인 개발
	제조 방식 현지화	● (상)	호주에 제조시설을 구비하여 직접 제조

사진자료: 현지조사원 자료, 울워스/콜스/아마존 웹사이트

13) 두유 제품을 동일품목으로 분류함

홍보 방식		
		
	Colourful diet linked to better memory Food in Focus: Surprising salad greens that are as healthy as kale	
	홍보 채널	자사 홈페이지 (호주), 페이스북/인스타그램/유튜브 (글로벌)
	게시 주기	1주일에 2건
	게시물 유형	기업 소개 및 홍보, 판매 브랜드 및 제품 소개, 레시피 안내

게시물 유형	 Helping Australians eat well since 1898 COMPANY INFORMATION At Sanitarium Health Food Company we're a passionate group of people who believe in the potential of every Australian to live well. The potential to be healthy - physically and mentally. The potential to be happy. And we believe this starts with simple, good nutrition because what you feed your body and your mind, changes the way you feel.	회사 연혁 및 소개
	Choose a flavour 	브랜드, 판매 제품 소개
	Vegetarian recipe collections 	다양한 채식 레시피 안내

사진자료: 사니타리움(Sanitarium) 홈페이지 (www.sanitarium.com.au)

IV. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 비케이케이 오스트레일리아(BKK Australia)

Interview ② 아시안 그로서(Asian Grocer)

Interview ③ 울워스(Woolworths)

Interview ① 비케이케이 오스트레일리아 (BKK Australia)

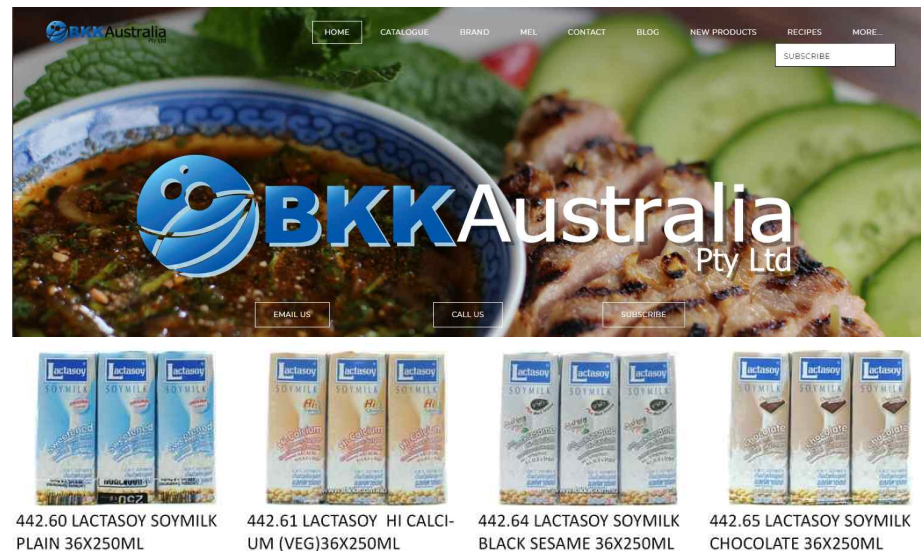
비케이케이
오스트레일리아
(BKK Australia)

수입유통업체

담당자 정보

Sales Assistant

14)



비케이케이 오스트레일리아(BKK Australia) Sales Assistant

비케이케이 오스트레일리아는 시드니(Sydney) 서부 근교 페어필드에 위치한 수입유통업체로, 1980년에 설립되어 30년 이상 호주 도매 산업을 개척한 기업임. 태국 재스민 쌀을 호주에 수입한 최초의 수입업체이기도 함. 현재 전 세계의 이국적인 식료품을 꾸준히 수입유통 중임



소비자가격 9.05달러¹⁵⁾
(약 10,415원)

용량 145ml*24팩

포장 형태 종이 팩

Q1. 고객사 제품의 가격은 적당한가요?

경쟁사의 제품은 125ml*60팩 1상자, 250ml*36팩 1상자가 각각 21.6호주달러(약 18,379원)¹⁶⁾로 단위 용량당 가격은 고객사의 제품이 조금 더 비싼 편입니다. 현지에서 브랜드 인지도가 거의 없는 점을 감안한다면 고객사 제품의 가격 경쟁력은 떨어진다고 판단됩니다.

Q2. 고객사 제품의 용량과 포장은 적당한가요?

현재 취급 중인 경쟁사 제품의 1팩당 용량은 125ml과 250ml로 고객사의 제품의 용량은 적당합니다. 포장 형태 또한 외부 포장 종이 박스, 내부 포장 종이 팩으로 고객사의 제품과 동일합니다.

Q3. 가장 많이 판매되는 경쟁제품은 어떤 것인가요?

락타소이(Lactasoy)사의 제품이 가장 잘 팔립니다. 125ml*60팩 1상자, 250ml*36팩 1상자 각각 21.6호주달러(약 18,379원)입니다.

Q4. 고객사 제품의 맛은 어떤가요?

과일 맛 제품을 판매해본 적이 없기 때문에 피드백을 드리기가 어렵습니다. 현재 취급 중인 상품 중에서는 기본 맛이 가장 잘 팔리며, 일부 고객층만이 초콜릿 맛, 흑임자 맛 제품 등 달콤한 맛이 첨가된 제품을 구매합니다.

15) 1달러=1,150.88원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

16) 1호주달러=850.88원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)



소비자가격 9.05달러
(약 10,415원)

용량 145ml*24팩

포장 형태 종이 팩

Q5. 제품 판매 시 라벨링 유의사항이 있나요?

두유 1팩당 총 칼로리와 1회 제공량당 단백질 함유량을 기재해야 합니다. 성분표에서 모든 세부 사항은 실제 용량과 백분율을 함께 기재하는 것이 일반적입니다.

Q6. 현지 시장에서 두유를 홍보할 때 적당한 홍보문구는 무엇인가요?

대체 우유는 우유, 산양유 등의 동물성 제품만큼 많은 영양소를 제공할 수 없기 때문에 광고에 몇가지 제한이 있습니다. 일반적으로는 곡물 기반 우유, 식물성 우유가 적당합니다.

Q7. 고객사 제품이 현지 시장에 진출할 때 적절한 유통 경로는 무엇인가요?

하이퍼마켓/슈퍼마켓과 아시안마트입니다. 당사는 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓에 집중하고 있습니다. 슈퍼마켓에서 잘 팔린다면 호주 전역에서 잘 판매될 것으로 예상합니다.

Interview ② 아시안 그로서(Asian Grocer)

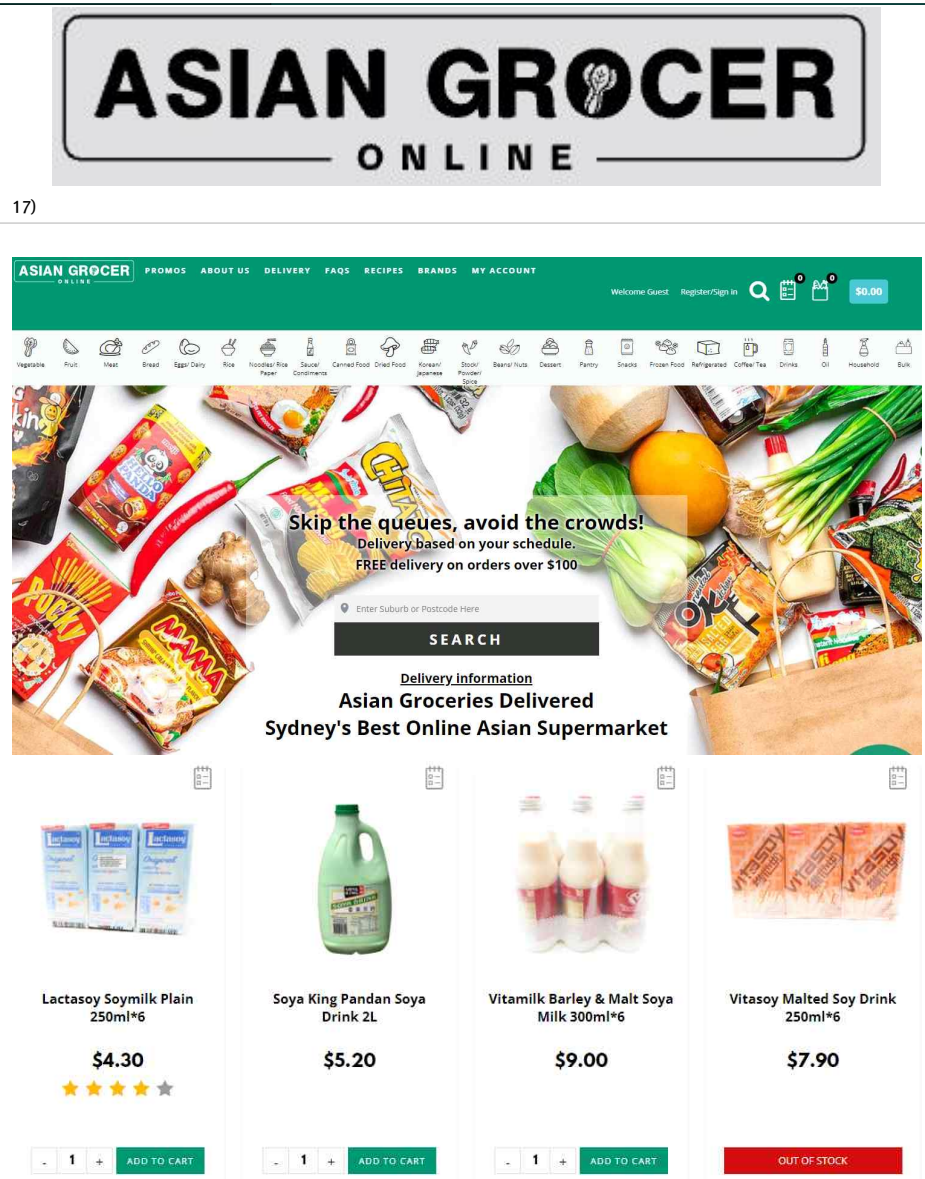
아시안 그로서
(Asian Grocer)

수입·유통업체

담당자 정보

Manager

17)

아시안 그로서(Asian Grocer)
Manager

아시안 그로서는 동양계 호주인이 설립한 수입업체로서 온라인으로 3,000여 종 이상의 수입 상품을 판매 중임. 주요 판매 품목으로는 아시아의 신선식품, 가공식품, 냉장/냉동식품, 생활용품 등이 있음

17) 사진자료: 아시안 그로서(Asian Grocer) 홈페이지



소비자가격 9.05달러
(약 10,415원)

용량 145ml*24팩

포장 형태 종이 팩

Q1. 고객사 제품의 가격은 적당한가요?

경쟁사의 제품은 두유 2,000ml에 1통이 5.20호주달러(약 4,425원), 흑임자 두유 300ml*6팩이 9.00호주달러(약 7,658원)로 일반 두유에 비해선 비싼 편이지만 다른 원료가 포함된 제품보다는 저렴한 편입니다.

Q2. 고객사 제품의 용량과 포장은 적당한가요?

현재 취급 중인 경쟁사 제품에 비해 1개당 용량은 작은 편입니다. 포장 형태의 경우 대용량(2,000ml) 제품은 플라스틱 통, 소용량 묶음 제품은 종이 팩으로 구성되어있고 종이 팩을 사용하는 고객사의 제품의 포장 형태도 적당합니다.

Q3. 가장 많이 판매되는 경쟁제품은 어떤것인가요?

포춘(Fortune)사의 제품 비타밀크 발리 앤 몰트 소아(Vitamilk Barley & Malt Soya)와 비타밀크 블랙 세서미 소아(Vitamilk Black Sesame Soya)가 가장 잘 팔립니다. 이 중 대용량 일반 맛(무가당) 제품의 수요가 가장 높습니다.

Q4. 고객사 제품의 맛은 어떤가요?

과일 맛 두유 제품은 거의 없습니다. 과일 맛 두유에 대한 소비자의 수요가 적거나, 제조사에서 과일 맛에 대한 시도가 거의 없었기 때문이라고 볼 수 있습니다. 대부분의 소비자들은 일반 맛 두유를 선호하며, 소수의 고객만이 기타 맛이 첨가된 두유를 찾거나, 일반 두유에 원하는 맛(파우더, 토핑, 시럽 등)을 직접 첨가해 마십니다.



소비자가격 9.05달러
(약 10,415원)

용량 145ml*24팩

포장 형태 종이 팩

Q5. 제품 판매 시 라벨링 유의사항이 있나요?

모든 제조회사는 표시란에 영양성분표, 원재료명, 제조사 정보, 제조과정 중 인공색소 또는 기타 첨가물 사용 여부를 상세히 기재해야 합니다.

Q6. 현지 시장에서 두유를 홍보할 때 적당한 홍보문구는 무엇인가요?

두유는 호주에서 우유의 대용품으로 광고됩니다. 일부 제조사는 두유를 저지방 식품으로 홍보합니다. 또한 식사 대용품, 우유 대용품, 단백질 바 등의 콩 제품은 호주에 거주 중인 아시아인 사이에서 매출이 성장 중이며, 식물성 단백질을 많이 포함한 대두를 비건, 채식주의자들에게 육류의 대용품으로 홍보하기도 합니다.

Q7. 현지 시장에서 효과적인 두유 제품 홍보 방법은 무엇입니까?

하이퍼마켓/슈퍼마켓, 편의점 등 오프라인 판매처에서 제조사의 광고, 팸플릿 등을 게시하거나, 월별 할인 프로모션을 통해 홍보하는 방법이 있습니다. 콩을 원료로 하는 제품들은 아시아인들에게 인기가 높기 때문에 이들을 타겟으로 하는 것이 좋습니다.

Q8. 고객사 제품이 현지 시장에 진출할 때 적절한 유통 경로는 무엇인가요?

현지의 아시아 제품 수입회사를 통해 현지에 수출한 뒤 소매 체인점, 온라인 몰, 하이퍼마켓/슈퍼마켓 등으로 유통하는 방법이 적절합니다.

Interview ③ 울워스(Woolworths)

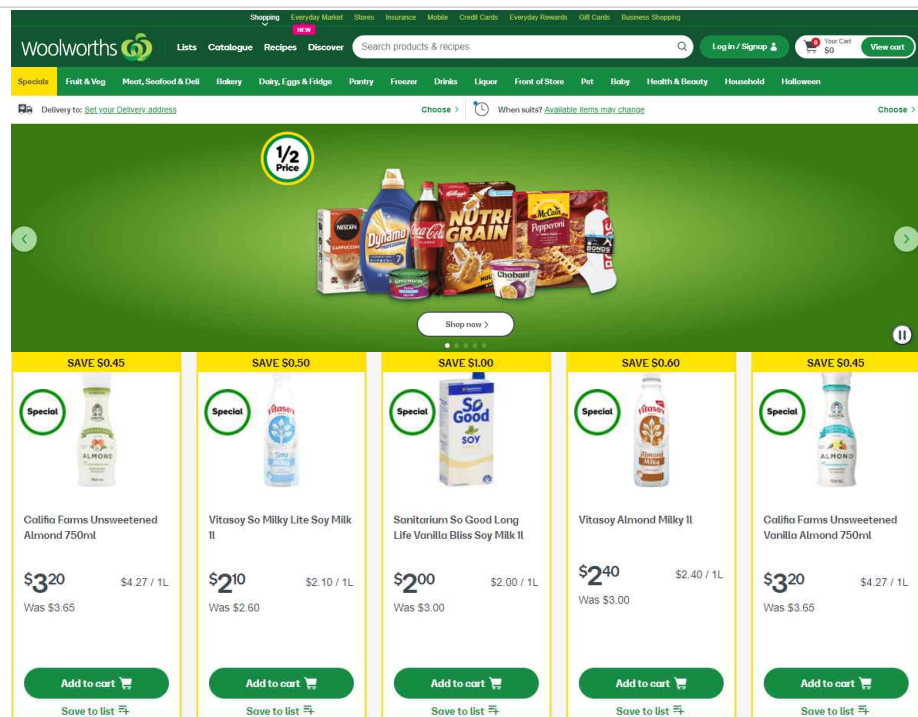
울워스(Woolworths)

수입·유통업체

담당자 정보

Business Service
Specialist

18)

울워스(Woolworths)
Business Service Specialist

1924년 호주에서 설립된 울워스 그룹이 운영하는 슈퍼마켓으로 호주 내 1,000여 개 지점을 운영하며 신선식품, 유제품, 냉동식품, 주류, 생활용품, 전자제품 등을 판매함. 호주산과 외국산을 동등하게 취급하며 정기적인 세일을 진행함. 2020년 음료·주류 배송 기업 쇼티스 리큐르 (Shorty's Liquor)를 인수하고 식품도매기업 피에프디 푸드 서비스(PFD Food Services)의 지분 65%를 소유하는 등 꾸준히 사업을 확장 중임

18) 사진자료: 울워스(Woolworths) 홈페이지



소비자가격 9.05달러
(약 10,415원)

용량 145ml*24팩

포장 형태 종이 팩

Q1. 고객사 제품의 가격은 적당한가요?

1,000ml 두유의 가격은 1.15-5.00호주달러(약 979-4,254원)입니다. 고객사의 제품은 일반적인 두유에 비해서는 비싼 편입니다. 그러나 브랜드, 인지도, 원료 및 성분, 유기농 여부, 기능성 여부 등에 따라서 가격이 크게 달라지므로 제품의 모든 세부사항을 고려한 뒤 가격을 책정해야 합니다.

Q2. 고객사 제품의 용량과 포장은 적당한가요?

현재 당사에서 취급 중인 경쟁사의 두유 제품은 대부분 1,000ml 용량으로 판매되고 있습니다. 이 제품들과 비교할 때 고객사의 제품의 1팩당 용량은 작은 편입니다. 대부분의 브랜드에서 두유 제품의 포장 형태로 종이 팩을 사용합니다.

Q3. 가장 많이 판매되는 경쟁제품은 어떤것인가요?

비타소이 오스트레일리아 프로덕츠사와 사니타리움사의 제품이 베스트셀러입니다. 비타소이 오스트레일리아 프로덕츠사 제품은 1,000ml에 3.00호주달러(약 2,553원), 사니타리움사 제품은 1,000ml에 1.90호주달러(약 1,617원)입니다.

Q4. 고객사 제품의 맛은 어떤가요?

제가 알기로는 호주에서 과일 맛 두유는 호주에 거의 알려지지 않고 유통되지도 않습니다. 따라서 과일 맛 두유에 대해서 피드백을 드리기가 어렵습니다. 호주에선 일반 맛 두유의 수요가 가장 높으며 맛이 첨가된 제품을 찾는 소비자는 적은 편입니다.



소비자가격 9.05달러
(약 10,415원)

용량 145ml*24팩

포장 형태 종이 팩

Q5. 제품 판매 시 라벨링 유의사항이 있나요?

제품 판매 시 라벨링 유의사항에서 가장 신경써야 할 부분 3가지가 있습니다.

- 1) 열량, 단백질, 지방, 콜레스테롤, 유당, 비타민 등의 영양분에 대한 모든 세부사항, 백분율 및 양을 기재해야 합니다.
- 2) 모든 원료, 성분, 첨가물을 기재해야 합니다.
- 3) 제조사 정보(제조국, 주소, 전화번호 등)를 기재해야 합니다.

그 외로 알러지를 일으킬 수 있는 성분이 있는지 기재해야 하며 해당 성분을 포함할 경우 라벨에 하이라이트 등의 강조 표시를 해야합니다.

Q6. 현지 시장에서 두유를 홍보할 때 적당한 홍보문구는 무엇인가요?

일반적인 경우 두유를 홍보할 때 유당 없음, 고칼슘, 고단백, 일일 칼슘 요구량 충족, 비건, 베지테리언 등의 용어를 사용합니다.

Q7. 고객사 제품이 현지 시장에 진출할 때 적절한 유통 경로는 무엇인가요?

당사는 호주 최대 규모의 하이퍼마켓/슈퍼마켓을 운영하고 있습니다. 현지 추천 유통 경로는 오프라인의 경우 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 할인점, 소매 체인점이 전통적이며 가장 중요합니다. 최근엔 온라인 판매가 급증하고 있는 점도 참고해야 합니다.

두유 수입·유통업체 인터뷰 결과

인터뷰 대상 기업체 선정 기준

- ① 현지 식품 수입유통업체
- ② 두유 제품 취급 경험 있음

업체명	비케이케이 오스트레일리아 (BKK Australia)	아시안 그로서 (Asian Grocer)	울워스 (Woolworths)
업태	수입유통업체	수입·유통업체	수입유통업체
취급 품목	 두유	 두유	 두유

호주 스틱형 두유 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	비케이케이 오스트레일리아 (BKK Australia)	아시안 그로서 (Asian Grocer)	울워스 (Woolworths)
	수입유통업체	수입유통업체	수입유통업체
고객사 제품의 가격에 대한 의견	단위 용량당 가격은 고객사 제품이 경쟁사에 비해 비싼 편	일반 두유에 비해서 비싼 편 다른 원료 (흑임자 등)가 포함된 제품과 비교하면 저렴한 편	브랜드, 원료, 유기농 여부, 기능성 여부 에 따라 가격이 크게 달라짐
고객사 제품의 맛에 대한 의견	과일 맛 두유 취급 경험 없음 기본 맛이 가장 잘 팔림 일부 고객층은 초코, 흑임자 등 선호	과일 향 두유 에 대한 소비자의 수요가 적을 것으로 추측 대부분은 일반 두유 선호 하며 소수만이 맛이 첨가된 두유 구매	현지에 과일 맛 두유 없음 일반 두유 가 가장 인기 있음
고객사 제품의 1팩당 용량에 대한 의견	경쟁사 제품의 1팩당 용량은 125~250ml 수준 고객사 제품도 적당함	1,000~2,000ml 제품을 판매하기 때문에 1팩당 용량은 작은 편 으로 보임	대부분 1,000ml 제품을 판매 고객사 제품은 작은 편
현지 진출 시 라벨링 유의사항	1팩당 총 칼로리와 단백질 함유량 표기에 유의 성분표의 모든 세부사항은 실제 용량과 백분율을 함께 표기	표시란에 영양성분표, 원재료명, 제조사 정보, 인공색소 및 기타 첨가물 사용 여부 기재	1) 열량, 단백질, 지방, 콜레스테롤, 유당, 비타민 등의 영양분 총량 및 백분율 표기 2) 기타 모든 원료와 성분 3) 제조사 및 제조국 정보
두유 판매 시 효과적인 홍보문구	동물성 제품만큼 많은 영양을 제공할 수 없기 때문에 광고에 제한이 있음 곡물 기반 우유, 식물성 우유 등의 문구가 적당	우유 대용품, 식사 대용품 저지방 식품	유당 없음, 고칼슘, 고단백, 일일 칼슘 요구량 충족 등의 문구
현지 시장 진출 시 적합한 유통 경로	하이퍼마켓/슈퍼마켓 과 아시안마트 슈퍼마켓이 가장 주요한 유통채널	아시아 제품 수입사를 통해 슈퍼마켓, 소매 체인점, 온라인 등에 납품 추천	하이퍼마켓/슈퍼마켓 또는 온라인
인기 있는 경쟁제품	락타소이사 제품	포춘사, 비타일크사 제품	비타소이 오스트레일리아 프로덕츠사, 사니타리움사 제품

(*) 현지 경쟁제품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹

1. 제품 경쟁력 검증

1) 제품 가격

경쟁제품(제조사)

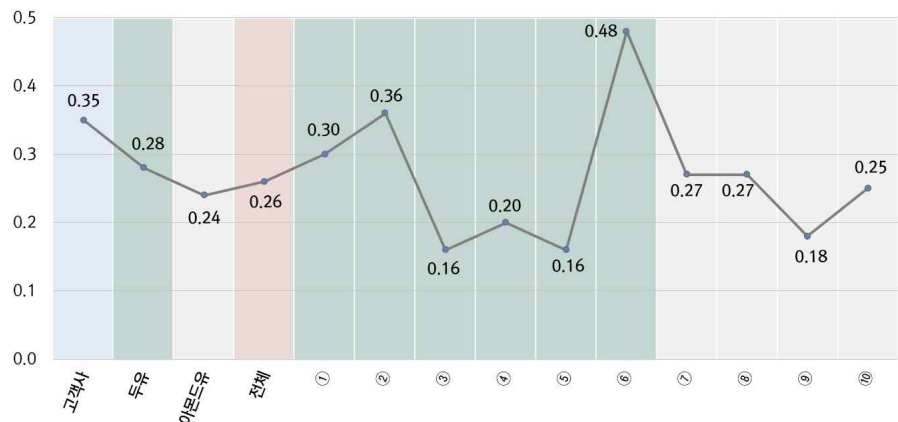
- ①쏘 굿 소이 바닐라 (사니타리움)
- ②프리바이오틱 소이 밀크 (비타소이 오스트레일리아 프로덕츠)
- ③마크로 올가닉 소이 밀크 (올웍스)
- ④레귤러 소이 밀크 (이너 굿니스)
- ⑤올가닉 소이 밀크 (콜스)
- ⑥오리지널 본소이 (본소이)
- ⑦사니타리움 쏘 굿 아몬드 코코넛 언스워튼드 (사니타리움)
- ⑧아몬드 브리즈 초콜릿 (블루 다이아몬드)
- ⑨오리지널 아몬드 밀크 (이너 굿니스)
- ⑩오리지널 아몬드 밀크 언스워튼드 (저스트 올가닉)

▶ 고객사 제품 100ml당 가격, 경쟁제품 평균 대비 비싼 편

고객사 두유의 100ml당 가격은 0.35호주달러(약 297원)¹⁹⁾로 경쟁제품 10개의 100ml당 평균 가격 0.26호주달러(약 221원) 대비 약 35% 높은 편임. 제품 종류별 평균 100ml당 가격은 두유 제품의 평균이 0.28호주달러(약 238원)로 고객사 제품에 비해 0.07호주달러(약 59원) 저렴한 것으로 확인됨. 아몬드유 제품의 100ml당 평균 가격은 0.24호주달러(약 204원)로 고객사 제품에 비해 0.11호주달러(약 93원) 저렴한 것으로 조사됨

[표 5.1] 호주 두유 100ml당 가격 경쟁력 분석

(단위: 호주달러)



19) 1호주달러=850.88원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

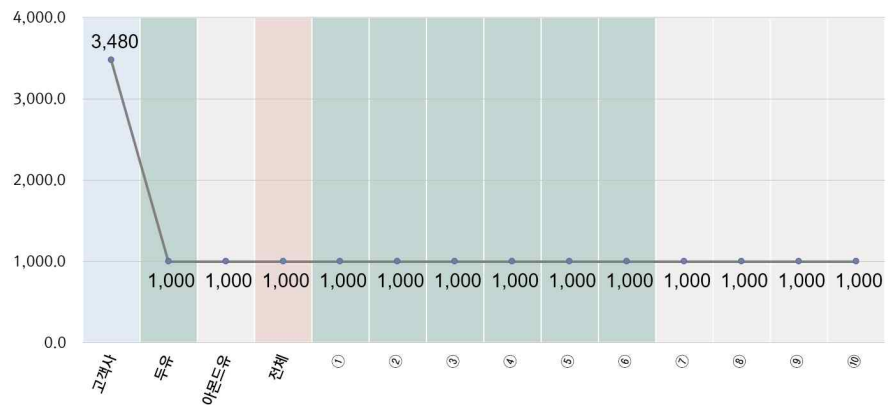
2) 제품 용량

▶ 고객사 제품 용량, 경쟁제품 평균 대비 큰 편

고객사 제품의 총 용량은 3,480ml로 경쟁제품 10개의 평균 용량 1,000ml에 비해 약 3.5배 큰 편임. 다만 경쟁제품의 경우 날개 포장인 1팩(통)당 용량이 1,000ml이며, 고객사 제품은 1팩당 145ml라는 점을 감안한다면, 1팩당 용량은 고객사 제품이 경쟁제품에 비해 작은 편임

[표 5.2] 호주 두유 용량 경쟁력 분석

(단위: ml)

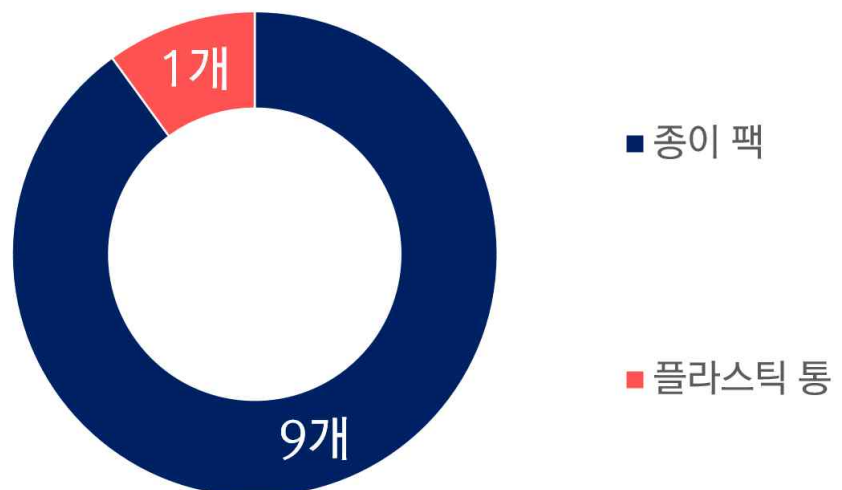


3) 포장 형태

▶ 경쟁제품 10개 중 9개, 포장 형태로 종이 팩 사용

호주에서 판매되고 있는 두유 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 9개 제품이 고객사 제품과 같이 종이 팩 포장을 사용한 것으로 확인됨. 그 외 1개 제품은 플라스틱 통 포장을 사용함

[표 5.3] 호주 두유 포장 형태 경쟁력 분석

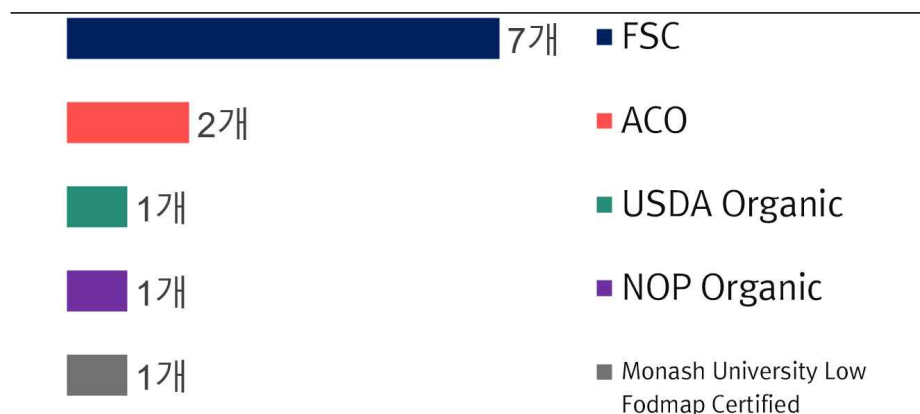


4) 인증

▶ 경쟁제품 10개 중 7개, FSC(국제삼림관리협의회) 인증 보유

호주에서 판매되고 있는 두유 경쟁제품 10개의 인증 보유 현황을 조사한 결과, 7개 제품이 FSC 인증을 보유한 것으로 확인됨. 해당 인증은 제품 포장에 사용되는 종이 팩에 부여되는 인증임. 다음으로 2개 제품이 ACO 인증을 보유했으며, USDA Organic, NOP Organic, Monash University Low Fodmap Certified 인증을 보유한 제품이 각각 1개 있는 것으로 확인됨

[표 5.4] 호주 두유 보유 인증 경쟁력 분석

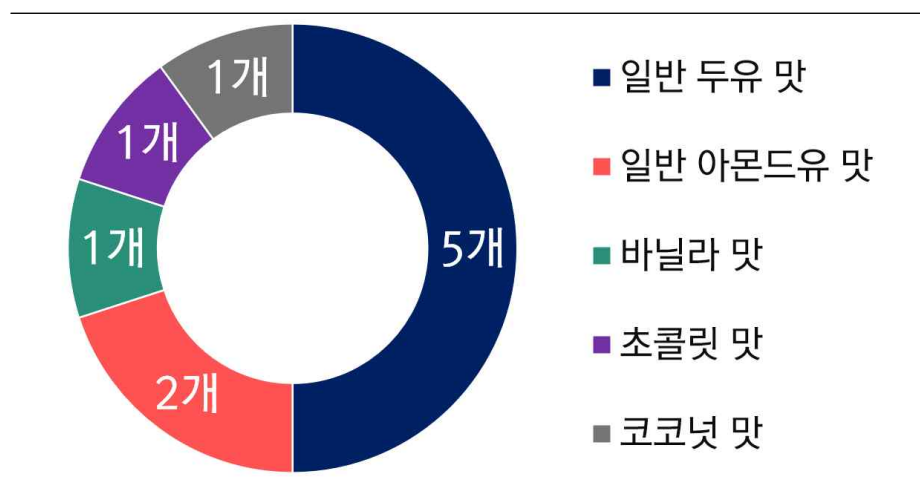


5) 맛

▶ 경쟁제품 10개 중 5개, 일반 두유 맛

호주에서 판매되고 있는 두유 경쟁제품 10개를 조사한 결과, 5개 제품이 일반 두유 맛인 것으로 확인됨. 그 외에 일반 아몬드유 맛 2개 제품이 확인되어 별도의 맛을 첨가하지 않은 기본 맛 제품이 7개인 것으로 조사됨. 그 외로 바닐라 맛, 초콜릿 맛, 코코넛 맛 등이 각각 1개씩 확인되었음

[표 5.5] 호주 두유 맛 경쟁력 분석

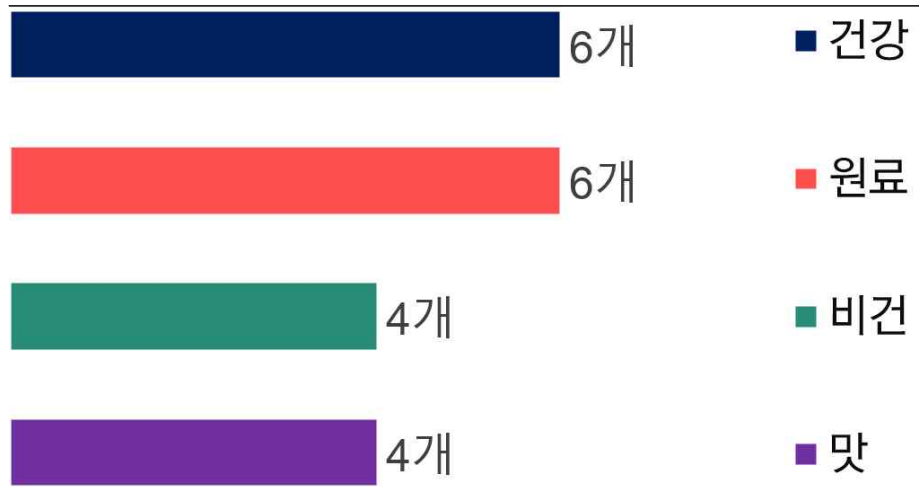


6) 홍보문구

▶ 경쟁제품 10개 중 6개, 건강을 강조한 홍보문구 사용

호주에서 판매되고 있는 두유 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 6개 제품이 ‘장 건강’, ‘뼈 건강’, ‘건강에 좋은’ 등 건강을 강조한 홍보문구를 사용하는 것으로 확인됨. 원료를 강조한 제품도 6개였으며 ‘유기농 콩’, ‘호주산 콩’, ‘견과류’, ‘콩 단백질’ 등 원료를 강조하는 홍보문구를 사용한 것으로 확인되었음. 그 외로 비건을 강조한 제품이 4개, 맛을 강조한 제품이 2개로 확인되었음

[표 5.6] 호주 두유 홍보문구 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 있는 이유에 대하여 분석함. 온라인 및 오프라인 매장 모두에서 판매되고 있는 인기제품을 벤치마킹 제품으로 선정함. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 울워스(Woolworths), 캐치(Catch), 아마존(Amazon)

(*) 오프라인 매장 : 울워스(Woolworths), 알디(Aldi), 콜스(Coles)

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(*) 온라인 쇼핑몰 : 조사 매장 3개 중 1개 이상의 매장에서 판매되고 있는 제품

(*) 오프라인 매장 : 조사 매장 3개 중 2개 이상의 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기제품 벤치마킹



공통 특징 ①
종이 팩

공통 특징 ②
맛 첨가



공통 특징 ①
종이 팩

공통 특징 ②
수입 제품



현지 벤치마킹 인기제품
(사니타리움 _ 쏘 굿 소이
바닐라)
‘고칼슘, 필수 비타민’

◀ 벤치마킹
추천 레시피 제시

현지 벤치마킹 인기제품
(고객사 _ 애플 두유)
‘두유의 영양 + 사과와
상큼 달콤한 맛’

▶ 벤치마킹
추천 레시피 제시

현지 벤치마킹 인기제품
(본소이 _ 오리지널 본소이)
‘바리스타가 꼽은 두유’

2) 벤치마킹 제품 분석

- 포장 형태

▶ 벤치마킹 제품, 포장 형태로 종이 팩 사용

현지에서 판매 중인 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 벤치마킹 제품 2개를 포함한 9개 제품이 종이 팩을 사용 중이며 그 중 7개 제품은 FSC 인증을 보유함

[표 5.6] 호주 두유 인기제품, 포장 형태 분석

(인터뷰 1) 대부분의 브랜드에서 두유 제품의 포장 형태로 종이 팩을 사용합니다

- 울워스, Business Service Specialist -

(인터뷰 2) 경쟁사의 제품도 종이 포장으로 고객사의 제품과 동일합니다

- 비케이 케이오스트레일리아, Sales Assistant -

3) 벤치마킹 제품 분석

- 추천 레시피 제시

▶ 벤치마킹 제품, 추천 레시피 제시

현지에서 판매 중인 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과 7개 제품은 기본 맛이었으며 3개 제품만이 바닐라 맛, 초코 맛, 코코넛 맛이었음. 이 중 벤치마킹 제품 중 한 개는 현지인에게 익숙한 바닐라 맛이었으며, 얼린 후 토핑을 첨가해 바닐라 아이스크림 등의 디저트로 활용하는 레시피를 제시함. 또 다른 벤치마킹 제품의 경우 커피와 어울리는 점을 적극 홍보하여 ‘바리스타가 선택한 두유’, ‘완벽한 라떼’ 등의 홍보문구를 사용하며, 현지의 많은 카페에 우유 대용품으로 납품하는 것을 확인함

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.7] 두유 경쟁기업 마케팅 벤치마킹

		블루 다이아몬드	비타소이 오스트레일리아 프로덕츠	사니타리움
판매채널	오프라인 매장 (총 3개 매장 조사)	울워스	울워스 콜스	울워스 콜스
	온라인 쇼핑몰 (총 3개 매장 조사)	울워스 캐치 아마존	울워스 아마존	울워스 캐치 아마존
홍보채널	자사 홈페이지(홍보)	미국	호주	호주
	SNS 플랫폼	페이스북(글로벌) 인스타그램(글로벌)	페이스북(글로벌) 인스타그램(글로벌)	페이스북(글로벌) 인스타그램(글로벌) 유튜브(글로벌)
홍보문구	제품의 성분 제품의 맛 제품의 효능	경쟁기업 주요 홍보문구		
요약	판매채널	대형 슈퍼마켓 체인과 호주 주요 온라인 쇼핑 웹사이트에 입점		
	홍보채널	다양한 SNS 플랫폼을 활용하고 있으며, 게시물 업로드 빈도가 높음		
	홍보문구	제품의 성분, 맛, 효능을 강조한 문구를 사용		

VI. 시사점

Soy Milk Price&Volume



Point. 1



고객사 제품의 100ml당 가격은 0.35호주달러로, 두유 경쟁제품 14개 평균인 0.26호주달러 대비 약 35% 높은 가격대를 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 두유 제품 6개의 평균은 0.28호주달러로 고객사 제품보다 0.07호주달러 가량 저렴했으며, 아몬드유 제품 4개의 평균은 0.24호주달러로 고객사 제품보다 0.11호주달러 가량 저렴했음

Point. 2



고객사 제품의 용량은 3,480ml로, 두유 경쟁제품 14개 평균인 1,000ml 대비 약 3.5배 큰 용량을 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 두유 제품 6개의 평균 및 아몬드유 제품 4개의 평균은 모두 1,000ml로 고객사 제품보다 2,480ml 가량 작았음. 한편, 고객사 제품은 1팩당 145ml라는 점을 감안했을 때, 1팩당 용량은 경쟁제품이 고객사 제품보다 큰 것으로 나타남

Soy Milk Package&Text



Point. 1



호주 두유 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 10개 제품 중 9개가 고객사 제품과 같은 종이 팩 형태 포장으로 확인되었음. 나머지 1개 제품은 플라스틱 통 형태 포장인 것이 확인됨. 한편, 경쟁제품 10개의 보유 인증을 살펴본 결과, 10개 제품 중 7개 제품이 종이 팩 제품 포장에 부여되는 FSC 인증을 취득한 것으로 나타났으며, 그 밖에 ACO, USDA Organic 인증 등이 보유 인증으로 조사되었음

Point. 2



호주 두유 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 일반 두유 및 일반 아몬드유 맛 제품이 7개로 가장 많이 나타났음. 나머지 3개 제품은 각각 바닐라 맛, 초콜릿 맛, 코코넛 맛으로 기존 두유 및 아몬드유 제품의 맛을 다각화함. 한편 경쟁제품 10개의 제품 홍보문구를 조사한 결과, 6개 제품이 건강 및 원료를 강조한 홍보문구를 활용하는 것으로 나타났으며, 맛을 강조한 제품은 4개 발견되었음

Australia Market Competitor



Point. 1



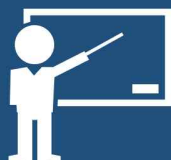
호주 시장 두유 경쟁기업 3개사의 오프라인 유통채널을 조사한 결과, 3개사 모두 호주 현지 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓인 울워스에 진출한 것으로 나타남. 온라인 유통채널로는 3개사 모두 울워스 및 아마존에 진출했으며, 이 중 2개사는 캐치에도 진출한 것으로 나타남

Point. 2



호주 시장 경쟁기업 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 회사 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남. 경쟁기업 홍보문구로는 주로 제품의 성분, 맛, 효능을 홍보하고 있었음. SNS 플랫폼 사용 여부의 경우, 3개사 모두 페이스북 및 인스타그램을 활용하고 있었으며, 호주기업 1개사는 유튜브를 추가로 활용하고 있는 것으로 나타남

Importer · Distributor Interview



Point. 1



호주 현지 두유 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 인터뷰에 응한 담당자 3명 중 2명이 고객사 제품의 가격에 대해 비싼 편이라고 응답함. 다른 1명의 담당자는 제품의 브랜드, 원료, 유기농 여부, 기능성 여부에 따라 가격이 크게 달라지는 편이라고 언급함. 한편, 고객사 제품의 1팩당 용량에 대해 담당자 2명은 취급 제품들이 대부분 1,000~2,000ml이기 때문에 고객사 제품 1팩당 용량이 작은 편이라고 답함

Point. 2



호주 현지 수입·유통업체 인터뷰 결과, 고객사 제품이 호주에 진출하기 위해 1팩당 열량 및 영양성분 함유량 표기에 특히 유의해야 하며, 실제 용량과 백분율을 함께 표기해야 하는 것으로 나타남. 두유 제품 판매 시 효과적인 홍보문구로는 우유 및 식사 대용품, 곡물 기반 및 식물성 우유 등의 홍보문구가 언급되었으며, 두유가 우유 등 동물성 제품만큼 많은 영양을 제공할 수 없기 때문에 광고에 제한이 있다는 첨언이 있었음

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 「Top online stores in Australia in 2020, by e-commerce net sales」, 2020
2. 유로모니터(Euromonitor), 「Distribution of Drinking Milk Product in Australia」, 2020

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) 홈페이지 (www.statista.com)
2. 울워스(Woolworths) 홈페이지 (woolworths.com.au)
3. 캐치(Catch) 홈페이지 (www.catch.com.au)
4. 아마존(Amazon) 홈페이지 (www.amazon.com.au)
5. 호주 통계국 홈페이지 (www.abs.gov.au)
6. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (www.portal.euromonitor.com)
7. 알디(Aldi) 홈페이지 (www.aldi.com.au)
8. 블루 다이아몬드(Blue Diamond) 홈페이지 (www.bluediamond.com)
9. 비타소이 오스트레일리아 프록츠(Vitasoy Australia Products) 홈페이지 (soy.com.au)
10. 사니타리움(Sanitarium) 홈페이지 (www.sanitarium.com.au)
11. 비케이케이 오스트레일리아(BKK Australia) 홈페이지 (www.bkkaustralia.com.au)
12. 아시안 그로서(Asian Grocer) 홈페이지 (www.asiangroceronline.com.au)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2021.10.29

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 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea