



**2021**

# 해외시장 맞춤형조사

No. | 202112-27  
품목 | 선식(Grain Powder)  
HS CODE | 2106.90-9099  
국가 | 태국(Thailand)  
구분 | 경쟁력분석형

# Contents

<b>I. 요약</b>	03
<b>II. 경쟁제품</b>	
1. 태국 선식 경쟁제품 선정	05
2. 태국 선식 경쟁제품 조사지표 선정	09
3. 태국 선식 경쟁제품 현지조사 결과	10
<b>III. 경쟁기업</b>	
1. 태국 선식 경쟁기업 선정	24
2. 태국 선식 경쟁기업 현지화 분석 기준	25
3. 태국 선식 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	27
<b>IV. 수입·유통업체 인터뷰</b>	
Interview ① 아카라윈 인터푸드(Akarawin Interfood)	37
Interview ② 그린피 올가닉 마켓(Greenpea Organic Market)	39
Interview ③ 젤리비(JellyB)	41
<b>V. 경쟁력파악</b>	
1. 제품 경쟁력 검증	44
2. 벤치마킹 제품 분석	49
3. 기업 마케팅 벤치마킹	51
<b>VI. 시사점</b>	52
※ 참고문헌	54

# Summary

A사-E사: 한국 경쟁기업명 이니셜 처리

## ■ 온라인 인기제품

제품명	제조사명
2개 채널에서 Top 10인 제품 세서미 시리얼	썬뒤르

## ■ 오프라인 주요 경쟁제품

네스비타 로우 슈가 (네슬레)		엔주아 워트 (애벗 래버러토리스)	
	가격 105.0바트		가격 455.0바트
	중량 350.0g		중량 400.0g
저렴한 가격대		포장 디자인 현지화	

## ■ 경쟁기업 3개사 분석

	애벗 래버러토리스	네슬레	다논	태국 현지 진출 경쟁기업 현황  경쟁기업 3개사 중 스위스기업 1개사, 제품, 포장, 생산 방식 모두 태국 현지화가 진행됨  + 경쟁기업 3개사, 주요 SNS 플랫폼 페이스북, 인스타그램, 유튜브 및 트위터를 활용해 기업 및 제품 홍보
국적	미국	스위스	프랑스	
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(태국), SNS 플랫폼(태국)	자사 홈페이지(태국), SNS 플랫폼(태국)	자사 홈페이지(글로벌), SNS 플랫폼(태국)	

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(14개)				기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(14개)			
가격(100g당) (249.3바트)	○	선식(5개)	식사 대응 파우더(9개)			맛 (곡물, 초콜릿, 바나나, 고구마)	●	곡물 맛		기타 맛(7개)	
		50.1바트	130.3바트					7개		바닐라, 초콜릿, 딸기 등	
중량(g) (280.0g)	○	선식(5개)	식사 대응 파우더(9개)			브랜드 국적 (한국)	●	스위스	미국	태국	프랑스
		266.0g	372.2g					5개	4개	3개	2개
인증(중복값 有) (HACCP)	○	FDA Thai	HALAL	HACCP	GMP	홍보문구(중복값 有) (맛, 원료, 칼로리, 간편성 강조)	●	성분	맛	원료	칼로리
		14개	10개	2개	2개			12개	6개	6개	5개

● 차별화된 경쟁력   ● 일반적인 스펙   ○ 보완 필요

## ■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 100g당 가격은 경쟁제품 평균보다 비싼 편이며, 중량은 경쟁제품 평균보다 작은 것으로 나타남 2) 경쟁제품 14개 중 12개가 제품 성분을 강조하는 홍보문구를 사용하는 것으로 나타남
Point 02.	1) 경쟁기업 3개사 중 스위스기업 1개사는 제품, 포장, 생산 방식 측면에서 모두 태국 현지화가 진행된 것으로 나타남 2) 경쟁기업 3개사 모두 주요 SNS 플랫폼인 페이스북, 인스타그램, 유튜브 및 트위터를 활용하고 있는 것으로 나타남

## II. 경쟁제품

1. 태국 선식 경쟁제품 선정
2. 태국 선식 경쟁제품 조사지표 선정
3. 태국 선식 경쟁제품 현지조사 결과

## 1. 태국 선식 경쟁제품 선정

### 1) 주요 프로세스

#### 고객사 제품 특징



제품명	그래놀라 플믹스 셰이크
제품 종류	선식
소비자가격	약 99.7바트 (3,500원) <sup>1)</sup>
중량	280g (40g*7포)
포장	스파우트 파우치
특징	칼로리 걱정 없는 영양가 가득한 한 끼 셰이크

### Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
  - 제품명: 그래놀라 플믹스 셰이크
  - 제품 종류: 선식
  - 소비자가격: 약 99.7바트(3,500원)
  - 중량: 280g(40g\*7포)
  - 포장 형태: 스파우트 파우치

### Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
  1. 라자다(Lazada): 12.5%
  2. 쇼피(Shopee): 6.0%
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
  - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 Top 10 제품 확인
  - 주요 온라인 쇼핑몰 중 2개에서 확인: 1개 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: 편의점, 드럭스토어
- 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) 1바트=35.11원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 현지 주요 온라인  
쇼핑몰 인기제품 확인

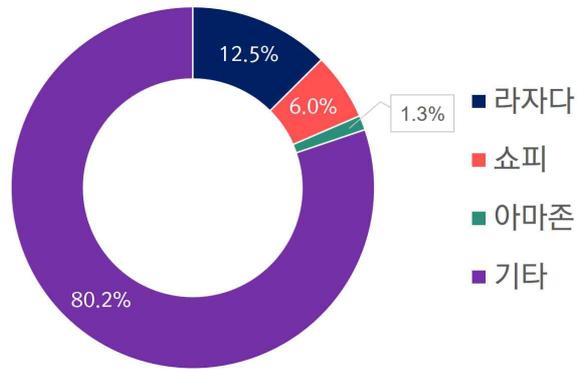
태국 주요 온라인 쇼핑몰  
(Top 2)

사이트명	취급 종류
 Lazada	음료, 식품 등
 Shopee	식료품, 스낵, 유제품, 냉동식품 등

▶ 태국 온라인 쇼핑몰 점유율 상위 2개, 라자다, 쇼피

유로모니터에 따르면, 2020년 기준 태국 현지인들이 식품 구매를 위해 이용하는 온라인 쇼핑몰 상위 2개는 라자다(Lazada), 쇼피(Shopee)로, 상위 2개 온라인 쇼핑몰의 점유율은 약 18.5%임

[표 2.1] 태국 온라인 쇼핑몰 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

▶ 인기 온라인 쇼핑몰 2개에 모두 진출한 경쟁제품, 1개

태국 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 총 1개의 제품이 2개의 온라인 쇼핑몰에서 모두 판매 중인 것으로 확인됨

[표 2.2] 태국 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)

순위	라자다	쇼피
1	호두, 아몬드, 울무차 (A사)	L.D.1 (세사)
2	옛날 11곡 미숫가루 (B사)	소이빈 파우더 (뉴트리메이트)
3	검은콩, 검은참깨, 흑미 미숫가루 (A사)	올가늌 투머릭 파우더 (남와)
4	십곡 미숫가루 (C사)	클로렐라 시리얼 (골드 초이스)
5	국내산 블랙미숫가루 (D사)	4인1 시리얼 (슈퍼)
6	마가 들어간 15곡 미숫가루 (A사)	세서미 시리얼 (송뒤르)
7	슈퍼곡물 12곡 미숫가루 (A사)	캘섬 뉴트리셔스 시리얼 드링크 (캘섬)
8	굿타임 시리얼 (굿타임)	검은콩 20곡 미숫가루 (E사)
9	세서미 시리얼 (송뒤르)	엔주아 시리얼 플레이버 (애벗 래버러토리스)
10	골드-엔 시리얼 엔자임 파우더 (골드-엔)	시릴락 (네슬레)

■ 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매

자료: 라자다(Lazada), 쇼피(Shopee) 홈페이지

### 3) 조사 지역 및 매장 선정

#### 태국 방콕 정보<sup>2)</sup>

인구	1,054만 명
면적	1,569km <sup>2</sup>

#### ▶ 태국 방콕, 방문지역으로 선정

태국의 수도이자 역사, 경제, 문화, 트렌드의 중심지인 방콕(กรุงเทพมหานคร)을 방문지역으로 선정함. 방콕은 동남아시아의 경제적·문화적 중심지이며, 세계 단일 도시 중 가장 많은 외국 관광객 방문자 수를 기록할 만큼 거대한 관광도시로 유명함. 2020년 방콕의 1인당 GDP는 53,336달러로, 태국 전체 1인당 GDP가 7,579달러인 것을 감안할 때 수도권 방콕에 대한 경제적 의존도가 상당히 높은 것을 알 수 있음

#### ▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓/슈퍼마켓

태국 선식의 유통채널별 점유율을 확인한 결과, 편의점이 47.5%로 가장 높았으며, 다음으로 하이퍼마켓 34.4%, 슈퍼마켓 9.3%, 개인 및 기타 식료품점 4.7%, 온라인 2.2%로 확인됨. 이에 각 유통채널별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사매장을 선정함

[표 2.3] 태국 선식 주요 유통채널 현황<sup>3)</sup>

채널 분류	점유율	주요 매장
편의점	47.5%	세븐일레븐(7-Eleven), 테스코 익스프레스(Tesco Express), 패밀리 마트(Family Mart), 미니 빅 씨(Mini Big C)
하이퍼마켓	34.4%	테스코 엑스트라(Tesco Extra), 빅 씨(Big C), 빅 씨 엑스트라(Big C Extra), 탑스 슈퍼스토어(Tops Superstore)
슈퍼마켓	9.3%	탑스 마켓(Tops Market), 테스코 엑스트라(Tesco Extra), 푸드랜드(Foodland), 빅 씨 마켓(Big C Market)
개인 및 기타 식료품점	4.7%	(-)
온라인	2.2%	라자다(Lazada), 쇼피(Shopee), 아마존(Amazon), 애플(Apple)

■ 고객사 진출 선호 매장

자료: 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

2) 자료: 스태티스타(Statista) 홈페이지

3) 유로모니터(Euromonitor) 2021년 선식의 상위 카테고리인 'Ready Meals in Thailand'의 유통채널(Distribution) 정보

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정  
(\*) 라자다(Lazada), 쇼피(Shopee)
- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정  
(\*) 톱스(Tops), 테스코 로터스(Tesco Lotus), 고메 마켓(Gourmet Market)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 선식: 곡물 등을 볶거나 빵아서 분말 형태로 만든 제품
- 식사 대용 파우더: 식사 대체 가능한 파우더 제품

[표 2.4] 태국 선식 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	선식	식사 대용 파우더
① 라이스 밀크 스프라우티드 퍼플 라이스 (메디 푸즈)	○ (톱스)	○ (라자다, 쇼피)	○	
② 라이스 밀크 영 라이스 밀크 파우더 (메디 푸즈)	○ (톱스)	○ (라자다, 쇼피)	○	
③ 네스비타 오리지널 (네슬레)	○ (테스코 로터스, 고메 마켓)	○ (라자다, 쇼피)	○	
④ 네스비타 로우 슈가 (네슬레)	○ (톱스, 테스코 로터스, 고메 마켓)	○ (라자다, 쇼피)	○	
⑤ 네스비타 치아 시드 (네슬레)	○ (톱스, 테스코 로터스, 고메 마켓)	○ (라자다, 쇼피)	○	
⑥ 프로티넥스 라이트 (다논)	○ (톱스, 테스코 로터스, 고메 마켓)	○ (라자다, 쇼피)		○
⑦ 프로티넥스 바닐라 플레이버 (다논)	○ (톱스, 테스코 로터스, 고메 마켓)	○ (라자다, 쇼피)		○
⑧ 클루체르나 에스알 트리플 케어 (애벗 래버러토리스)	○ (톱스, 고메 마켓)	○ (라자다, 쇼피)		○
⑨ 락비타 투 고 (나이처 기프트)	○ (톱스, 테스코 로터스)	○ (라자다, 쇼피)		○
⑩ 네슬레 부스트 애드 콜라겐 (네슬레)	○ (고메 마켓)	○ (라자다, 쇼피)		○
⑪ 네슬레 부스트 옵티멈 (네슬레)	○ (고메 마켓)	○ (라자다, 쇼피)		○
⑫ 엔주아 초콜릿 (애벗 래버러토리스)	○ (톱스, 고메 마켓)	○ (라자다, 쇼피)		○
⑬ 엔주아 워트 (애벗 래버러토리스)	○ (톱스, 테스코 로터스, 고메 마켓)	○ (라자다, 쇼피)		○
⑭ 엔주아 스트로베리 (애벗 래버러토리스)	○ (톱스, 고메 마켓)	○ (라자다, 쇼피)		○

(\*) 현지 판매 선식 경쟁제품 14개 분석

## 2. 태국 선식 경쟁제품 조사지표 선정

### ▶ 태국 선식 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 태국 선식 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격	제품의 100g당 가격
중량	g	제품의 포장 단위
제품 종류	선식	곡물 등을 볶거나 빵아서 분말 형태로 만든 제품
	식사 대용 파우더	식사 대체 가능한 파우더 제품
제품 맛	곡물 맛	쌀, 콩 등의 다양한 곡물 맛
	기타 맛	바닐라 맛, 초콜릿 맛 등의 기타 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치에 내용물을 포장한 형태
	알루미늄 캔	알루미늄 소재의 캔에 내용물을 포장한 형태
	종이 박스	종이 소재의 박스에 내용물을 포장한 형태
유통기한		제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기한
원산지		제품의 원산지
홍보문구		제품의 홍보문구
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

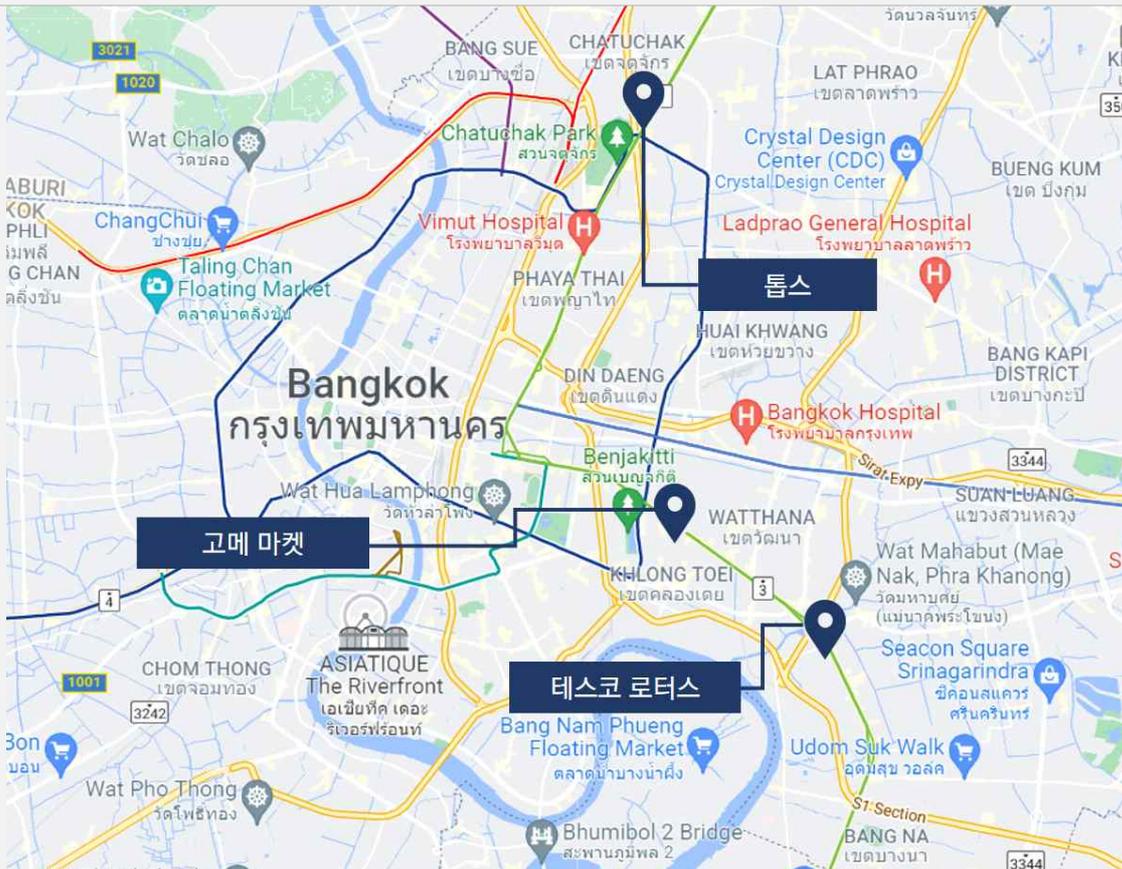
### 3. 태국 선식 경쟁제품 현지조사 결과

#### ▶ 태국 방콕에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓

태국 방콕에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓 톱스(Tops), 테스코 로터스(Tesco Lotus), 고메 마켓(Gourmet Market)을 방문함. 이 중 테스코 로터스는 태국 전역에 약 2,000개 이상의 매장을 운영 중인 대형 체인 하이퍼마켓/슈퍼마켓인 것으로 확인됨

[표 2.6] 태국 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
톱스(Tops)	하이퍼마켓/ 슈퍼마켓	6	·태국 전역에 120개의 매장 운영 중
테스코 로터스 (Tesco Lotus)	하이퍼마켓/ 슈퍼마켓	3	·태국 전역에 위치한 2,000개 이상의 매장 운영 중 ·매주 1,080만 명 이상의 고객에게 서비스 제공 중
고메 마켓 (Gourmet Market)	하이퍼마켓/ 슈퍼마켓	5	·방콕을 중심으로 17개의 매장이 운영 중



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품 14개 중 5개 제품이 3개 매장에서 모두 판매

톱스(Tops), 테스코 로터스(Tesco Lotus), 고메 마켓(Gourmet Market) 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 총 5개 제품이 방문 매장 3곳에서 모두 판매 중인 것으로 확인됨. 톱스 및 고메 마켓은 경쟁제품 11개를 취급하고 있는 것으로 확인되어, 테스코 로터스보다 더 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	톱스	테스코 로터스	고메 마켓
① 라이스 밀크 스프라우티드 퍼플 라이스 (메디 푸즈)	○		
② 라이스 밀크 영 라이스 밀크 파우더 (메디 푸즈)	○		
③ 네스비타 오리지널 (네슬레)		○	○
④ 네스비타 로우 슈가 (네슬레)	○	○	○
⑤ 네스비타 치아 시드 (네슬레)	○	○	○
⑥ 프로티넥스 라이트 (다논)	○	○	○
⑦ 프로티넥스 바닐라 플레이버 (다논)	○	○	○
⑧ 글루체르나 에스알 트리플 케어 (애벗 래버러토리스)	○		○
⑨ 락비타 투 고 (네이처 기프트)	○	○	
⑩ 네슬레 부스트 애드 콜라겐 (네슬레)			○
⑪ 네슬레 부스트 옵티멈 (네슬레)			○
⑫ 엔주아 초콜릿 (애벗 래버러토리스)	○		○
⑬ 엔주아 워트 (애벗 래버러토리스)	○	○	○
⑭ 엔주아 스트로베리 (애벗 래버러토리스)	○		○

자료: 현지조사원 자료

## Shop ① 톱스(Tops)

### 매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징: 식료품, 육류, 해산물, 생활용품 등 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징: 상업 지역 내 위치, 쇼핑몰 내에 위치해 있으며, 주변에 호텔, 상점, 공원 등이 위치해 있음
- 주요 고객층: 현지 주민

브랜드 기본 정보4)		톱스(Tops)는 1996년에 설립된 태국의 슈퍼마켓 체인으로 Central Retail Corporation의 자회사인 Central Food Retail에서 운영하고 있음. 태국 전역에 120개의 톱스 슈퍼마켓, 톱스 마켓, 톱스 마켓 푸드 & 와인, 톱스 데일리, 센트럴 푸드 홀 등의 매장을 운영하고 있음
		조사 제품 수: 6개

매장 정보		
	위치	도시(지역)      방콕 상세주소      1697 Phaholyothin Rd. Kwang Chatuchak Khet Chatuchak Bangkok, Thailand

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 선식 경쟁제품 정보		
			
	라이스 밀크 스프라우티드 퍼플 라이스 (메디 푸즈)	라이스 밀크 영 라이스 밀크 파우더 (메디 푸즈)	프로티넥스 라이트 (다논)
			
	프로티넥스 바닐라 플레이버 (다논)	글루체르나 에스알 트리플 케어 (애벗 래버러토리스)	락비타 투 고 (네이처 기프트)

사진자료: 현지조사원 자료, 라자다/쇼피 웹사이트

4) 톱스(Tops) 홈페이지

			
<b>제품명 (현지어)</b>	라이스 밀크 스프라우티드 퍼플 라이스 (Rice Milk Sprouted Purple Rice)	<b>제조사 (현지어)</b>	메디 푸즈 (Medi Foods)
<b>제품 종류</b>	선식	<b>중량</b>	200.0g
<b>소비자가격</b>	145.0바트 (5,091원)	<b>100g당 가격</b>	72.5바트 (2,545원)
<b>원산지</b>	태국	<b>브랜드 국적</b>	태국
<b>맛</b>	발아흑미 맛	<b>포장 형태</b>	플라스틱 파우치
<b>인증</b>	GMP, HACCP, FDA Thai	<b>홍보문구</b>	비건, 유기농 쌀로 만들, 고칼슘, 콜레스테롤 0%, 비유제품, 발아흑미 첨가, 더 건강한 선택
<b>원료 및 첨가물</b>	발아흑미, 라이스크림, 코코넛 크림파우더, 흑설탕, 칼슘, 비타민 프리믹스		

			
<b>제품명 (현지어)</b>	라이스 밀크 영 라이스 밀크 파우더 (Rice Milk Young Rice Milk Powder)	<b>제조사 (현지어)</b>	메디 푸즈 (Medi Foods)
<b>제품 종류</b>	선식	<b>중량</b>	200.0g
<b>소비자가격</b>	145.0바트 (5,091원)	<b>100g당 가격</b>	72.5바트 (2,545원)
<b>원산지</b>	태국	<b>브랜드 국적</b>	태국
<b>맛</b>	쌀 맛	<b>포장 형태</b>	플라스틱 파우치
<b>인증</b>	GMP, HACCP, FDA Thai	<b>홍보문구</b>	비건, 유기농 쌀로 만들, 고칼슘, 콜레스테롤 0%, 비유제품, 더 건강한 선택, 어린 쌀
<b>원료 및 첨가물</b>	영재스민 쌀, 라이스 크림, 코코넛 크림 파우더, 흑설탕, 칼슘, 비타민 프리믹스		

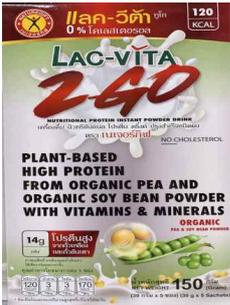


제품명 (현지어)	프로티넥스 라이트 (Protinex Lite)	제조사 (현지어)	다논 (Danone)
제품 종류	식사 대용 파우더	중량	400.0g
소비자가격	298.0바트 (10,463원)	100g당 가격	74.5바트 (2,616원)
원산지	인도	브랜드 국적	프랑스
맛	대두 맛	포장 형태	알루미늄 캔
인증	HALAL, FDA Thai	수입자	Do Max Co., Ltd
홍보문구	저칼로리, 움직임의 즐거움, 트리오 단백질, 고칼슘, 철분 다량 함유, 골격근에 도움	원료 및 첨가물	탈지분유, 대두단백, 말토덱스트린, 옥수수 전분, 밀기울, 비타민 및 미네랄, 타우린, 안정제(구아 검, 아라비아 검)



제품명 (현지어)	프로티넥스 바닐라 플레이버 (Protinex Vanilla Flavor)	제조사 (현지어)	다논 (Danone)
제품 종류	식사 대용 파우더	중량	400.0g
소비자가격	298.0바트 (10,463원)	100g당 가격	74.5바트 (2,616원)
원산지	인도	브랜드 국적	프랑스
맛	바닐라 맛	포장 형태	알루미늄 캔
인증	HALAL, FDA Thai	수입자	Do Max Co., Ltd
홍보문구	수크로스 0%, 바닐라 맛, 고단백질, 고칼슘, 철분 다량 함유	원료 및 첨가물	탈지분유, 말토덱스트린, 콩 단백질, 비타민 및 미네랄, 안정제, 감미료, 수크랄로스, 천연 향료

			
제품명 (현지어)	글루체르나 에스알 트리플 케어 (Glucerna SR Triple Care)	제조사 (현지어)	애벗 래버러토리스 (Abbott Laboratories)
제품 종류	식사 대응 파우더	중량	400.0g
소비자가격	584.0바트 (20,504원)	100g당 가격	146.0바트 (5,126원)
원산지	네덜란드	브랜드 국적	미국
맛	바닐라 맛	포장 형태	알루미늄 캔
인증	HALAL, FDA Thai	수입자	Abbott Laboratories Company Limited
홍보문구	오메가 9 및 오메가 3, 바닐라 맛, 혈당지수, 당뇨병 환자를 위한 제품, 천천히 소화, 식사 대응	원료 및 첨가물	말토덱스트린, 칼슘, 말티솔 분말, 대두유, 맥아, 과당, 대두 단백질, 해바라기유, 프락토올레산

			
제품명 (현지어)	락비타 투 고 (Lac-Vita 2 Go)	제조사 (현지어)	네이처 기프트 (Nature Gift)
제품 종류	식사 대응 파우더	중량	150.0g
소비자가격	385.0바트 (13,517원)	100g당 가격	256.7바트 (9,012원)
원산지	태국	브랜드 국적	태국
맛	대두 맛	포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치
인증	HALAL, FDA Thai	기타 표기사항	5개입
홍보문구	식물 기반, 고단백질, 유기농 녹두 및 유기농 대두 파우더, 비타민 및 미네랄 함유, 콜레스테롤 없음, 120kcal, 인공색소 및 방부제 미사용		
원료 및 첨가물	유기농 대두 분말, 유기농 대두 단백질 솔레이트, 유기농 완두콩 단백질, 올리고당, 이눌린, 아마씨 오일 분말, L-카르니틴, 코엔자임 Q10, 미네랄, 비타민, 유화제		

## Shop ② 테스코 로터스(Tesco Lotus)

### 매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징: 식료품, 육류, 해산물, 생활용품 등 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징: 상업 지역 내 위치 주변에 지하철역, 상점, 레스토랑 등이 위치해 있음
- 주요 고객층: 현지 주민

브랜드 기본 정보 <sup>5)</sup>		테스코 로터스(Tesco Lotus)는 1994년에 설립된 태국의 슈퍼마켓 체인으로 Charoen Pokphand 그룹이 운영하고 있음. 현재 태국 전역에 위치한 2,000개 이상의 매장 운영을 통해 매주 1,080만 명 이상의 고객에게 서비스를 제공하고 있음
		조사 제품 수: 3개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 방콕 상세주소 1710 Sukhumvit Road, Phra Khanong Subdistrict, Khlong Toei District, Bangkok, Thailand

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 선식 경쟁제품 정보		
			
	네스비타 오리지널 (네슬레)	네스비타 로우 슈가 (네슬레)	네스비타 치아 시드 (네슬레)

사진자료: 현지조사원 자료, 라자다/쇼피 웹사이트

5) 테스코 로터스(Tesco Lotus) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	네스비타 오리지널 (Nesvita Original)	제조사 (현지어)	네슬레 (Nestle)
제품 종류	선식	중량	350.0g
소비자가격	105.0바트 (3,687원)	100g당 가격	30.0바트 (1,053원)
원산지	태국	브랜드 국적	스위스
맛	곡물믹스 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 파우치
인증	HALAL, FDA Thai	기타 표기사항	14개입
홍보문구	오리지널, 100kcal, 시리얼 함유	원료 및 첨가물	시리얼 플레이크, 설탕, 이눌린, 탈지분유, 커피 크리머, 비타민 및 미네랄 믹스

			
제품명 (현지어)	네스비타 로우 슈가 (Nesvita Low Sugar)	제조사 (현지어)	네슬레 (Nestle)
제품 종류	선식	중량	350.0g
소비자가격	105.0바트 (3,687원)	100g당 가격	30.0바트 (1,053원)
원산지	태국	브랜드 국적	스위스
맛	곡물믹스 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 파우치
인증	HALAL, FDA Thai	기타 표기사항	14개입
홍보문구	저설탕, 설탕 함유 50% 감소, 시리얼 함유, 90kcal	원료 및 첨가물	시리얼 플레이크, 설탕, 이눌린, 탈지분유, 스위트 웨이 파우더, 비타민 및 미네랄 믹스

			
제품명 (현지어)	네스비타 치아 시드 (Nesvita Chia Seed)	제조사 (현지어)	네슬레 (Nestle)
제품 종류	선식	중량	230.0g
소비자가격	105.0바트 (3,687원)	100g당 가격	45.7바트 (1,603원)
원산지	태국	브랜드 국적	스위스
맛	대두 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 파우치
인증	HALAL, FDA Thai	기타 표기사항	10개입
홍보문구	치아 시드, 90kcal	원료 및 첨가물	대두 분말, 설탕, 비타민 및 미네랄 믹스, 치아 시드

### Shop ③ 고메 마켓(Gourmet Market)

**매장 정보**

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징: 식료품, 육류, 해산물, 생활용품 등 다양한 제품을 판매함

- 매장 주변 특징: 쇼핑몰 내에 위치해 있음 근처에 공원, 레스토랑 등이 있음

- 주요 고객층: 현지 주민

브랜드 기본 정보6)		Gourmet Market은 태국 최대 쇼핑몰 운영업체인 The mall group에서 운영하는 슈퍼마켓 체인 브랜드임. 주로 쇼핑물, 기차역, 터미널 내에 입점해 있으며, 방콕을 중심으로 17개의 매장이 운영되고 있음
		조사 제품 수: 5개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 방콕 상세주소 622 Sukhumvit Road, Khlong Tan Subdistrict, Khlong Toei District Bangkok, Thailand



제품 판매 정보	판매 선식 경쟁제품 정보		
			
	네슬레 부스트 애드 콜라겐 (네슬레)	네슬레 부스트 옵티멈 (네슬레)	엔주아 초콜릿 (애벳 래버러토리스)
			
	엔주아 화이트 (애벳 래버러토리스)	엔주아 스트로베리 (애벳 래버러토리스)	

사진자료: 현지조사원 자료, 라자다/쇼피 웹사이트

			
제품명 (한지어)	네슬레 부스트 애드 콜라겐 (Nestle Boost Add Collagen)	제조사 (한지어)	네슬레 (Nestle)
제품 종류	식사 대응 파우더	중량	400.0g
소비자가격	685.0바트 (24,050원)	100g당 가격	171.3바트 (6,013원)
원산지	브라질	브랜드 국적	스위스
맛	초콜릿 맛	포장 형태	알루미늄 캔
인증	FDA Thai	수입자	Nestle (Thai) Co., Ltd
홍보문구	콜라겐 2.5g, 비타민 C 다량 함유, 더 건강한 선택, 다크 초콜릿 맛	원료 및 첨가물	탈지분유, 말토덱스트린, 코코아파우더, 콜라겐, 바닐라향, 비타민 및 미네랄, 감미료

			
제품명 (한지어)	네슬레 부스트 옵티멈 (Nestle Boost Optimum)	제조사 (한지어)	네슬레 (Nestle)
제품 종류	식사 대응 파우더	중량	400.0g
소비자가격	435.0바트 (15,273원)	100g당 가격	108.8바트 (3,818원)
원산지	브라질	브랜드 국적	스위스
맛	바닐라 맛	포장 형태	알루미늄 캔
인증	FDA Thai	수입자	Nestle(Thai) Co., Ltd
홍보문구	안전한 영양 다이어트, 프로바이오틱스 함유, 고품질의 단백질, 비타민 E 함유	원료 및 첨가물	말토덱스트린, 오일 믹스, 유청 단백질 농축액, 자당, 카제인, 올리고당, 비타민 및 미네랄 믹스, 이눌린, 바닐라 향료, 유산균

			
제품명 (현지어)	엔주아 초콜릿 (Ensure Chocolate)	제조사 (현지어)	애벗 래버러토리스 (Abbott Laboratories)
제품 종류	식사 대용 파우더	중량	400.0g
소비자가격	455.0바트 (15,975원)	100g당 가격	113.8바트 (3,994원)
원산지	네덜란드	브랜드 국적	미국
맛	초콜릿 맛	포장 형태 (외부/내부)	알루미늄 캔
인증	HALAL, FDA Thai	수입자	Abbott Laboratories Company Limited
홍보문구	28종 비타민 함유, 초콜릿 맛, 신체가 필요로 하는 영양소, 미네랄, 식이섬유 함유, 완벽하고 균형 있는 영양분, 의학적으로 구성된 제품	원료 및 첨가물	옥수수 전분, 말토덱스트린, 식물성 기름, 연유 단백질, 수크랄로스, 과당, 콩 추출 단백질, 코코아 분말, 비타민 및 미네랄, 소금, 콜렌클로라이드, 베타카로틴

			
제품명 (현지어)	엔주아 워트 (Ensure Wheat)	제조사 (현지어)	애벗 래버러토리스 (Abbott Laboratories)
제품 종류	식사 대용 파우더	중량	400.0g
소비자가격	455.0바트 (15,975원)	100g당 가격	113.8바트 (3,994원)
원산지	네덜란드	브랜드 국적	미국
맛	바닐라 맛	포장 형태	알루미늄 캔
인증	HALAL, FDA Thai	수입자	Abbott Laboratories Company Limited
홍보문구	28종 비타민 함유, 바닐라 맛, 신체가 필요로 하는 영양소, 미네랄, 식이섬유 함유, 완벽하고 균형 있는 영양분, 의학적으로 구성된 제품	원료 및 첨가물	옥수수 전분, 말토덱스트린, 식물성 오일, 단백질, 자당, 프락토올리고당, 콩 단백질 추출물, 비타민, 미네랄, 엽화클린, 베타카로틴



<b>제품명 (현지어)</b>	<b>엔주아 스트로베리 (Ensure Strawberry)</b>	<b>제조사 (현지어)</b>	<b>애벗 래버러토리스 (Abbott Laboratories)</b>
<b>제품 종류</b>	식사 대응 파우더	<b>중량</b>	400.0g
<b>소비자가격</b>	455.0바트 (15,975원)	<b>100g당 가격</b>	113.8바트 (3,994원)
<b>원산지</b>	네덜란드	<b>브랜드 국적</b>	미국
<b>맛</b>	딸기 맛	<b>포장 형태</b>	알루미늄 캔
<b>인증</b>	HALAL, FDA Thai	<b>수입자</b>	Abbott Laboratories Company Limited
<b>홍보문구</b>	28종 비타민 함유, 딸기 맛, 신체가 필요로 하는 영양소, 미네랄, 식이섬유 함유, 완벽하고 균형 있는 영양분, 의학적으로 구성된 제품	<b>원료 및 첨가물</b>	옥수수 전분, 옥수수 시럽, 식물성 오일, 우유 단백질, 자당, 프락토올리고당, 비타민, 미네랄, 엽화콜린, 베타카로틴

## III. 경쟁기업

1. 태국 선식 경쟁기업 선정
2. 태국 선식 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 태국 선식 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

## 1. 태국 선식 경쟁기업 선정

### ▶ 대표 경쟁기업으로 선식 제품 판매 미국기업 1개사, 스위스기업 1개사, 프랑스기업 1개사, 총 3개사 선정

태국 오프라인 매장에 진출한 경쟁기업 중, 선식 제품을 판매하는 미국기업 1개사, 스위스기업 1개사, 프랑스기업 1개사, 총 3개사를 경쟁기업으로 선정함. 각 제조사는 제품의 유통 및 판매를 위탁하는 경우도 있으나, 상품을 개발하고 원료 생산을 전담하는 기업을 경쟁기업이라 정의함

### ▶ 경쟁기업 3개사, 평균 130년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 130년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 애벗 레버러토리스는 1888년에 설립되어 약 133년째 사업을 이어오고 있으며, 네슬레는 155년, 다논은 102년의 업력을 보유하고 있는 것으로 조사됨

### ▶ 경쟁기업 3개사, 선식 동일품목 종류 조사

태국에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 선식의 동일 품목 수를 조사한 결과 애벗 레버러토리스가 7개의 제품을 보유하고 있어 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목 수를 판매하고 있는 것으로 확인됨. 그 다음으로는 네슬레가 5개, 다논이 4개의 제품을 판매 중인 것으로 조사됨

[표 3.1] 선식 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
애벗 레버러토리스	미국	133년	7개
네슬레	스위스	155년	5개
다논	프랑스	102년	4개

자료: 태국 진출 선식 경쟁기업 3개사 분석

## 2. 태국 선식 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	선식

### ▶ 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	톱스, 테스코 로터스, 고메 마켓
온라인	라자다, 쇼피

▶ 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. 태국 선식 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

#### ▶ 경쟁기업 3개사 태국 오프라인 매장과 온라인 채널 진출

태국에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 조사한 오프라인 매장과 온라인 채널에 입점해있는 것으로 확인됨. 오프라인 매장인 톱스, 테스코 로터스, 고메 마켓과 현지 주요 온라인 판매채널인 라자다(Lazada)와 쇼피(Shopee)에 애벗 레버러토리스, 네슬레, 다논 모두 입점하였음

#### ▶ 경쟁기업, SNS 플랫폼에서의 제품 홍보 활동 활발함

태국 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 애벗 레버러토리스와 네슬레는 태국 홈페이지를 운영하고 있으며, 다논은 글로벌 홈페이지를 운영하고 있음. SNS 플랫폼을 통한 홍보 활동으로는, 경쟁기업 3개사 모두 태국 계정의 SNS 플랫폼을 통해 홍보 활동을 진행하고 있는 것으로 확인됨

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

태국 시장에 진출한 경쟁기업은 제품 홍보 시 제품의 성분을 강조하는 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품의 성분을 나타내는 문구로는 ‘오메가 9 및 오메가 3’, ‘28종 비타민 함유’, ‘미네랄, 식이섬유 함유’, ‘시리얼 함유’, ‘저설탕’, ‘치아 시드’, ‘콜라겐 2.5g’, ‘프로바이오틱스 함유’, ‘비타민 C/E 다량 함유’, ‘고품질의 단백질’, ‘철분 다량 함유’, ‘수크로스 0%’ 등을 사용함. 맛을 강조하는 문구로는 ‘바닐라 맛’, ‘초콜릿 맛’, ‘다크 초콜릿 맛’ 등을 활용하는 것으로 확인됨. 또한 제품의 기능을 강조하는 문구로 ‘당뇨병 환자를 위한 제품’, ‘천천히 소화’, ‘식사 대용’, ‘골격근에 도움’ 등의 문구를 활용하는 것으로 확인됨

[표 3.8] 태국 선식 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
애벗 레버러토리스	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>- 톱스</li> <li>- 테스코 로터스</li> <li>- 고메 마켓</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (태국)</li> <li>SNS 플랫폼 (태국)</li> <li>- 페이스북</li> <li>- 유튜브 (글로벌)</li> <li>- 인스타그램</li> <li>- 트위터</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 오메가 9 및 오메가 3</li> <li>- 바닐라 맛, 초콜릿 맛</li> <li>- 당뇨병 환자를 위한 제품</li> <li>- 천천히 소화, 식사 대용</li> <li>- 28종 비타민 함유</li> <li>- 신체가 필요로 하는 영양소</li> <li>- 미네랄, 식이섬유 함유</li> <li>- 완벽하고 균형 있는 영양분</li> <li>- 의학적으로 구성된 제품</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장</li> <li>- 라자다</li> <li>- 쇼피</li> </ul>			
네슬레	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>- 톱스</li> <li>- 테스코 로터스</li> <li>- 고메 마켓</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (태국)</li> <li>SNS 플랫폼 (태국)</li> <li>- 페이스북</li> <li>- 유튜브 (글로벌)</li> <li>- 인스타그램</li> <li>- 트위터</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 오리지널</li> <li>- 100kcal/90kcal</li> <li>- 시리얼 함유</li> <li>- 저설탕 설탕 함유 50% 감소</li> <li>- 치아 시드, 콜라겐 2.5g</li> <li>- 프로바이오틱스 함유</li> <li>- 비타민 C/E 다량 함유</li> <li>- 고품질의 단백질</li> <li>- 다크 초콜릿 맛</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장</li> <li>- 라자다</li> <li>- 쇼피</li> </ul>			
다논	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>- 톱스</li> <li>- 테스코 로터스</li> <li>- 고메 마켓</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (글로벌)</li> <li>SNS 플랫폼 (태국)</li> <li>- 페이스북</li> <li>- 인스타그램 (글로벌)</li> <li>- 유튜브</li> <li>- 트위터</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 저칼로리</li> <li>- 움직임의 즐거움</li> <li>- 트리오 단백질, 고단백질</li> <li>- 고칼슘</li> <li>- 철분 다량 함유</li> <li>- 골격근에 도움</li> <li>- 수크로스 0%</li> <li>- 바닐라 맛</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장</li> <li>- 라자다</li> <li>- 쇼피</li> </ul>			

자료: 태국 진출 선식 경쟁기업 3개사 분석

① 애벗 레버러토리스

기업 기본 정보	기업명	애벗 레버러토리스		
	기업 설명	애벗 레버러토리스(Abbott Laboratories)는 1888년에 설립된 미국의 글로벌 기업으로 영양 제품, 혈관 및 당뇨병 관리 제품, 의약품 등을 생산하고 있음. 현재 160개 국가 이상에서 수출하고 있으며, 전 세계 107,000명의 직원을 보유하고 있음. 주요 브랜드로는 Ensure, Pedia Sure, Glucerna, Pedialyte, FreeStyle, Similac 등이 있음		
	위치	100 Abbott Park Road, Abbott Park, IL 60064, USA		
	규모	직원 수	107,000명	
		동일품목 수 <sup>7)</sup>	7개	
설립연도		1888년		
매출		약 319억 달러		

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 투스 데스코 로터스 고메 마켓		제품명	글루체르나 에스알 트리플 케어 (Glucerna SR Triple Care)
			중량	400.0g
			소비자가격	584.0바트 <sup>8)</sup> (20,504원)
			제품 종류	식사 대응 파우더
	〈온라인 매장〉 라자다 쇼피		제품명	글루체르나 에스알 트리플 케어 (Glucerna SR Triple Care)
			중량	400.0g
			소비자가격	519.0바트 (18,222원)
			제품 종류	식사 대응 파우더

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시
	포장 현지화	● (중)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화
	제조 방식 현지화	● (중)	경쟁기업 국적 외 타국에 제조시설을 구비하여 직접 제조 (네덜란드 생산)

사진자료: 현지조사원 자료, 라자다/쇼피 웹사이트

7) 선식, 미숫가루, 식사 대응 파우더 제품을 동일품목으로 분류함

8) 1바트=35.11원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(태국) 페이스북/유튜브(태국), 인스타그램/트위터(글로벌)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>일주일에 1-2건</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>기업 소개, 브랜드 및 제품 소개, 제품 홍보, 기업 홍보</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기본적인 회사 소개 (회사개요, 사업 영역)</li> <li>• 채용 정보</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 및 제품 소개 (영양물 섭취, 당뇨병 관리 제품, 혈관 관리 제품, 의약품)</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기업 홍보 (지속 가능 경영, 자선 프로젝트)</li> <li>• 수상 내역</li> </ul>

사진자료: 애벗 레버러토리스(Abbott Laboratories) 홈페이지 (www.th.abbott)

② 네슬레

기업 기본 정보	기업명	네슬레		
	기업 설명	네슬레(Nestle)는 1866년에 설립된 스위스 다국적 기업으로 이유식, 커피, 유제품, 시리얼, 생수, 아이스크림 등을 생산하고 있음. 전 세계 189개국에서 사업을 운영하고 있으며, 태국에서는 1893년 가당연유 "Mam Thun Hua" 제품으로 시장에 첫 진출하였으며, 현재 태국 내에 총 7개의 공장과 3,300명 이상의 직원을 보유하고 있음		
	위치	avenue Nestlé 55, 1800 Vevey, Switzerland		
	규모	직원 수	291,000명(글로벌)	
		동일품목 수 <sup>9)</sup>	5개	
설립연도		1866년		
매출		925억 6,800만 프랑		

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 톱스 데스코 로터스 고메 마켓		제품명	네스비타 오리지널 (Nesvita Original)
			중량	350.0g
			소비자가격	105.0바트 (3,687원)
			제품 종류	선식
	〈온라인 매장〉 라자다 쇼피		제품명	네스비타 오리지널 (Nesvita Original)
			중량	350.0g
			소비자가격	99.0바트 (3,476원)
			제품 종류	선식

현지 진출 방법	제품 현지화	● (상)	현지인이 선호하는 맛, 첨가물, 용량 등을 조사하여 현지에서 선호될 만한 신제품을 개발
	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 새로운 형태의 디자인을 사용함
	제조 방식 현지화	● (상)	현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조

사진자료: 현지조사원 자료, 라자다/쇼피 웹사이트

9) 선식, 미숫가루, 식사 대용 파우더 제품을 동일품목으로 분류함

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(태국) 인스타그램/트위터(글로벌), 페이스북/유튜브(태국)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>2-3일에 1건 이상</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>기업 소개, 제품 소개, 레시피 제공</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기본적인 회사 소개 (개요, 역사, 목표, 가치)</li> <li>• 지속 가능 경영</li> <li>• 보도 자료, 채용 정보</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품 소개 (커피, 티, 우유, 시리얼 음료, 분유, 유아식, 생수, 시리얼, 아이스크림, 초콜릿, 의료 식품, 반려 동물 제품)</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 레시피 제공</li> <li>• 영양 및 건강 정보 제공</li> </ul>

사진자료: 네슬레(Nestlé) 홈페이지 (www.nestle.co.th/en)

③ 다논

기업 기본 정보	기업명	다논		
	기업 설명	다논(Dannon)은 1919년에 설립된 프랑스의 다국적 기업으로 우유, 유산균, 발효유 등 낙농제품과 생수를 전문으로 생산하고 있음. 1929년 Danone 브랜드를 런칭하였으며, 1942년 뉴욕에 정착하면서 사명을 Dannon으로 변경함. 현재 120개 이상의 국가에 수출하면서 전 세계 Top3 브랜드로 자리 잡음		
	위치	17, boulevard Haussmann, 75009, Paris, France		
	규모	직원 수	102,449명	
		동일품목 수 <sup>10)</sup>	4개	
설립연도		1919년		
매출		283억 2,100만 달러		

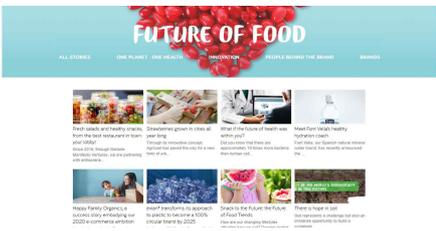
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 톱스 데스코 로터스 고메 마켓		제품명	프로티넥스 라이트 (Protinex Lite)
			중량	400.0g
			소비자가격	298.0바트 (10,463원)
			제품 종류	식사 대응 파우더
	〈온라인 매장〉 라자다 쇼피		제품명	프로티넥스 라이트 (Protinex Lite)
			중량	400.0g
			소비자가격	209.0바트 (7,338원)
			제품 종류	식사 대응 파우더

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시
	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 새로운 형태의 디자인을 사용함
	제조 방식 현지화	◐ (중)	경쟁기업 국적 외 타국에 제조시설을 구비하여 직접 제조 (인도 생산)

사진자료: 현지조사원 자료, 라자다/쇼피 웹사이트

10) 선식, 미숫가루, 식사 대응 파우더 제품을 동일품목으로 분류함

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(글로벌) 페이스북/인스타그램(태국), 유튜브/트위터(글로벌)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>일주일에 1건</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>회사 소개, 제품 소개, 인증 정보</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기본적인 회사 소개 (회사개요, 역사, 미션, 비전, 사업 영역)</li> <li>• 투자자 정보</li> <li>• 기업 뉴스</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 및 제품 소개 (필수 유제품, 물, 분유 제품)</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 건강 정보</li> <li>• 브랜드 정보</li> <li>• 개발 정보</li> </ul>

사진자료: 다논(Danone) 홈페이지 (www.danone.com)

# IV. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 아카라윈 인터푸드(Akarawin Interfood)

Interview ② 그린피 올가닉 마켓(Greenpea Organic Market)

Interview ③ 젤리비(JellyB)

## 태국 선식 수입·유통업체 인터뷰 결과

- 인터뷰 대상 기업체 선정 기준
- ① 현지 식품 수입유통업체
  - ② 선식 또는 유사 선식 제품 취급 경험 있음

유효 수입·유통업체	아카라윈 인터푸드 (Akarawin Interfood)	그린피 올가닉 마켓 (Greenpea Organic Market)	젤리비 (JellyB)
업태	▶ 공급·유통업체	▶ 유통업체	▶ 수입·유통업체
취급 품목	 <p>선식</p>	 <p>선식</p>	 <p>선식</p>

## 태국 선식 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	아카라윈 인터푸드 (Akarawin Interfood)	그린피 올가닉 마켓 (Greenpea Organic Market)	젤리비 (JellyB)
	공급·유통업체	유통업체	수입·유통업체
태국에서 선식 제품의 수요	수요 높음, 건강 관리에 관심이 있는 소비자 및 중산층 소비자가 많음	인지도가 높고 많은 사람들이 찾는 제품임	취급하는 제품이 고가라 건강 관리에 관심이 많고 소득이 높은 소비자층이 주요 고객
베스트셀러 선식 제품	그레노바이브스 제품이 베스트셀러임	다이아몬드 그레이스 프리바이오틱 제품이 인기 있음	고객사 제품이 베스트셀러임
고객사 제품의 가격 및 중량에 대한 피드백	가격은 한국 수입산 제품에 비해 합리적이나, 현지 제품에 비해서는 매우 비쌌, 중량은 적당함	중량 대비 가격이 비싼 편임, 중량은 한 끼 식사용으로 합리적임	3,400원 정도로 가격을 낮춘다면 더욱 경쟁력이 있을 것임
현지에서 인기 있는 제품 맛	바나나와 초콜릿이 가장 인기 있음, 특히 콜라겐이 함유된 바나나 맛이 여성 소비자에게 수요 높음	특히 여성 소비자에게 바나나 맛이 수요가 높고, 초콜릿 맛도 인기 있음	바나나 맛이 가장 인기 있는 맛임
추천하는 유통채널	온라인에서 판매를 시작하고, 제품이 인기를 얻은 후에 오프라인으로 유통하는 것이 좋음	고객사 제품은 가격이 비싸 오프라인보다 온라인 판매가 더 좋음, 오프라인 매장(편의점, 슈퍼마켓)은 경쟁제품이 너무 많고 가격대가 더 저렴함	고객사 제품은 오프라인 매장에서 판매하기에는 비싸므로 온라인 유통채널을 통한 판매를 추천함

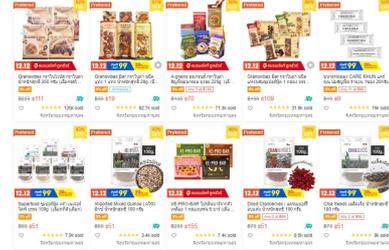
(\*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

## Interview ① 아카라윈 인터푸드 (Akarawin Interfood)

11)

### 아카라윈 인터푸드 (Akarawin Interfood)

- 유형: 공급·유통업체
- 업체 특징:
  - 태국 방콕에 위치한 공급·유통업체
  - 주로 태국 제품을 취급함
  - 취급하는 제품으로는 곡물 바, 베리, 견과류, 시리얼 등이 있음



## 아카라윈 인터푸드(Akarawin Interfood) Sales Manager

### 담당자 정보

Sales Manager

### Q1. 태국에서 선식 제품의 수요는 어떤가요?

수요가 높습니다. 곡물 제품은 태국에서 매우 인지도가 높습니다. 그레놀라 시리얼뿐만 아니라 그레놀라 바도 소비자들에게 큰 인기를 끌고 있습니다. 건강 관리에 관심이 있는 소비자가 대부분이며 주로 중산층 소비자가 많습니다.

### Q2. 베스트셀러 선식 제품이 무엇인가요?

그레노바이브스 제품이 베스트셀러입니다. 인기 온라인 쇼핑몰인 쇼피에서는 350g당 169바트(약 5,934원<sup>12)</sup>)에 판매되고 있습니다. 덜어서 먹는 시리얼 제품으로, 오리지널, 말차, 다크 초콜릿, 아몬드 맛 등이 출시되었습니다. 저렴하지만 품질이 매우 좋으며, 특히 식욕을 돋우는 예쁜 포장 디자인이 소비자들로부터 굉장히 좋은 반응을 얻었습니다. 포장 형태의 경우, 내부 포장으로는 플라스틱 파우치를, 외부 포장으로는 종이 파우치를 사용하였습니다. 종이 파우치 입구를 돌돌 말아서 양 끝의 와이어로 고정시켜 보관하는 형태로, 제품을 열고 닫기 상당히 편리합니다. 또한 종이 파우치에 붙어있는 재사용 가능한 스티커로 내부 파우치를 밀봉할 수 있도록 하여 편리성을 높였습니다.

### Q3. 선식 제품 대량 구매 시 할인을 적용하고 있나요?

일반적으로 쇼피와 같은 온라인 플랫폼에서는 항상 쿠폰이 발급됩니다. 가끔 할인 행사를 하기도 하지만 현재로서는 대량 구매에 대한 할인은 없습니다.

11) 사진자료: 아카라윈 인터푸드(Akarawin Interfood) 판매 페이지

12) 1바트=35.11원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)



**소비자가격** 약 99.7바트  
(3,500원)

**중량** 280g  
(40g\*7포)

**포장 형태** 플라스틱 파우치  
(스파우트 파우치)

#### Q4. 고객사 제품의 가격 및 중량은 적당한가요?

가격은 한국에서 수입된 다른 제품들에 비해 합리적입니다. 그리고 제품 중량도 한 끼 식사로 적당합니다. 그러나 현지 브랜드와 비교하면 매우 비싼 가격입니다. 인기 현지 경쟁제품인 그레노바이브스는 38g의 한 끼 중량을 38바트(약 1,334원)에 판매하고 있습니다.

#### Q5. 현지 소비자들에게 가장 인기 있는 제품 맛은 무엇인가요?

바나나와 초콜릿은 태국 소비자에게 가장 인기가 많은 두 가지 맛입니다. 여성 소비자가 많기 때문에 콜라겐이 함유된 바나나 맛은 영양가 있는 다이어트는 물론 스킨케어에도 적합하여 수요가 가장 높습니다. 일반적으로 현지 시장에서 그레놀라 제품의 건강상의 이점은 주요 목적인 다이어트에 집중되어 있습니다. 꾸준히 다이어트를 하는 소비자를 겨냥한다면 제품에 단백질이 함유되어 있는 것이 좋습니다.

#### Q6. 고객사 제품에 추천하는 홍보 방법은 무엇인가요?

그레노바이브스는 주로 제품의 품질과 건강한 성분을 강조하여 홍보하였습니다. 그러나 실제로는 포장 디자인에 대한 호평이 정말 많습니다. 이처럼 그레놀라 제품은 주요 소비자가 여성이기 때문에 예쁜 포장 디자인을 장점으로 내세우는 것도 좋은 방법입니다. 홍보채널로는 소셜 미디어의 라이브 기능을 많이 활용합니다. 인플루언서들이 페이스북이나 쇼피 라이브 방송을 통해 제품을 생중계하고 광고하는 경우가 많습니다.

#### Q7. 선식 제품 유통 시 가장 적절한 경로가 무엇인가요?

한국에서 수입된 제품은 보통 온라인에서 구매하므로 온라인에서 판매를 시작하고, 제품이 인기를 얻은 후에 오프라인으로 유통하는 것이 가장 좋습니다. 그레놀라 제품은 일반적으로 온라인 및 오프라인 유통채널에서 모두 구매 가능합니다. 현지 브랜드 제품들은 매우 다양한 맛을 제공하기 때문에 여러 제품을 구매하려는 소비자들은 주로 온라인 쇼핑몰을 이용합니다.

## Interview ② 그린피 올가닉 마켓 (Greenpea Organic Market)

13)

### 그린피 올가닉 마켓 (Greenpea Organic Market)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
  - 태국 치앙마이에 위치한 유통업체
  - 주로 태국 제품을 취급함
  - 취급하는 제품으로는 그레놀라, 기본 식료품 등이 있음

### 담당자 정보

Sales Manager



สินค้าแนะนำ

สินค้าแนะนำ ราคาถูกพิเศษ คุณภาพดีจาก ธรรมชาติปลอดภัย



## 그린피 올가닉 마켓(Greenpea Organic Market) Sales Manager

### Q1. 태국에서 선식 제품의 수요는 어떤가요?

인지도가 높고 많은 사람들이 찾는 제품이며 특히 다이어트를 하고 있거나 운동을 좋아하는 소비자들에게 수요가 높습니다. 또한 식사 시간이 없어 선식 제품으로 끼니를 채우는 소비자들도 많습니다.

### Q2. 베스트셀러 선식 제품이 무엇인가요?

다이아몬드 그레인스 프리바이오틱 제품이 베스트셀러입니다. 덜어서 먹는 곡물 시리얼 제품으로, 온라인 쇼핑몰 쇼피에서 400g당 249바트(약 8,742원)에 판매되고 있습니다. 태국 시장에서 브랜드 이미지가 좋고 현지 소비자들이 프리바이오틱이 함유된 제품을 선호하기 때문에 인기가 많습니다. 현재 코코아 프리바이오틱, 꿀 프리바이오틱 두 가지 맛을 판매 중입니다.

### Q3. 선식 제품 대량 구매 시 할인을 적용하고 있나요?

네, 대량 구매 시 더 많은 할인을 제공하며 소비자가 쇼피 혹은 라자다를 통해 온라인으로 구매할 때 사용할 수 있는 쿠폰 코드도 지급하고 있습니다. 예를 들어 소비자가 5팩을 구매하면 5팩당 3%를 제공합니다.



**소비자가격** 약 99.7바트  
(3,500원)

**중량** 280g  
(40g\*7포)

**포장 형태** 플라스틱 파우치  
(스파우트 파우치)

#### Q4. 고객사 제품의 가격 및 중량은 적당한가요?

유기농 제품이 아닌 것을 감안하면 중량 대비 가격이 비싼 편입니다. 다만 한 끼 식사용으로 40g의 중량은 합리적입니다. 저희 업체도 소량의 다이아몬드 그레인스(각 35g) 제품을 판매하고 있습니다.

#### Q5. 현지 소비자들에게 가장 인기 있는 제품 맛은 무엇인가요?

태국 소비자들은 특히 그레놀라 제품의 경우, 바나나 맛을 정말 좋아합니다. 초콜릿 맛 또한 태국 소비자들에게 인기 있는 제품 맛입니다. 여성 소비자에게는 콜라겐이 함유된 바나나 맛이 가장 수요가 많고 초콜릿 맛은 여성과 남성 소비자 모두에게 인기가 있습니다.

#### Q6. 고객사 제품에 추천하는 홍보 방법은 무엇인가요?

소비자들이 프리바이오틱스 함유된 제품을 좋아하는 것으로 미루어 보아 홍보 시에는 제품의 건강상의 이점을 강조하는 것이 가장 좋다고 생각합니다. 또한 현지에서 가장 흔하게 사용되는 홍보채널은 페이스북 및 인스타그램을 통한 광고입니다.

#### Q7. 선식 제품 유통 시 가장 적절한 경로가 무엇인가요?

선식 제품의 경우에는 오프라인 매장 판매보다 온라인 유통채널을 통해 판매하는 것이 더 좋습니다. 오프라인 매장(편의점, 슈퍼마켓)은 경쟁제품이 너무 많고 가격대가 더 저렴합니다. 특히 고객사 제품이 가격이 비싸기 때문에 온라인 쇼핑몰 판매가 오프라인 매장 판매보다 훨씬 유리합니다. 슈퍼마켓이나 편의점과 같은 오프라인 매장에서 판매되는 제품은 저렴한 가격으로 제공되므로 고객사 제품과 같이 약간 비싼 제품은 온라인 유통을 추천합니다.

## Interview ③ 젤리비 (JellyB)

14)

### 젤리비 (JellyB)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
  - 태국 방콕에 위치한 수입·유통업체
  - 주로 한국 제품을 취급함
  - 취급하는 제품으로는 그레놀라 셰이크, 스파클링 소다 등이 있음



### 젤리비(JellyB) Sales Manager

#### 담당자 정보

Sales Manager

#### Q1. 태국에서 선식 제품의 수요는 어떤가요?

저희가 취급하는 제품은 고가이기 때문에 건강 관리에 관심이 많고 소득이 높은 소비자들이 주요 고객입니다. 다른 수입 브랜드는 잘 모르겠으나 태국에서는 현지 그레놀라 브랜드가 인기가 많습니다.

#### Q2. 베스트셀러 선식 제품이 무엇인가요?

고객사 제품이 베스트셀러입니다. 쇼피에서는 40g(165kcal)당 129바트(약 4,529원)으로 판매되고 있으며 품질이 좋고 한 끼 식사로 간단하게 먹기 좋은 중량이라 인기가 많습니다.

#### Q3. 선식 제품 대량 구매 시 할인을 적용하고 있나요?

저희 업체는 제품을 대량으로 판매하지는 않지만 대량 구매를 원하는 경우에는 할인율을 조정할 수 있습니다.



**소비자가격** 약 99.7바트  
(3,500원)

**중량** 280g  
(40g\*7포)

**포장 형태** 플라스틱 파우치  
(스파우트 파우치)

#### Q4. 고객사 제품의 가격 및 중량은 적당한가요?

저희는 고객사 제품을 조금 더 높은 가격, 129바트(약 4,529원)에 판매하고 있습니다. 만약 3400원 정도로 가격을 낮춘다면 더욱 경쟁력이 있을 것입니다.

#### Q5. 현지 소비자들에게 가장 인기 있는 제품 맛은 무엇인가요?

바나나 맛이 가장 인기 있는 맛입니다. 바나나는 건강상 이점이 많아 건강 관리에 관심이 있는 소비자들에게 큰 인기를 끌고 있습니다. 하지만 제품 구매의 결정적인 요인은 건강상의 이점보다는 맛이므로 맛있는 제품을 만드는 것이 가장 중요합니다.

#### Q6. 고객사 제품에 추천하는 홍보 방법은 무엇인가요?

기호에 맞게 골라먹을 수 있는 다양한 맛이 있다는 점을 홍보하면 많은 소비자들의 마음을 사로잡을 수 있을 것입니다. 페이스북과 인스타그램의 광고도 제품을 홍보하는 좋은 방법이지만 인기 있는 인플루언서를 통한 광고가 더욱 빠르게 관심을 끌 수 있는 방법입니다.

#### Q7. 선식 제품 유통 시 가장 적절한 경로가 무엇인가요?

고객사 제품은 오프라인 매장에서 판매하기에는 가격이 너무 높기 때문에 온라인 유통채널을 통한 판매를 추천합니다. 가격이 높더라도 온라인에서는 소비자들이 발급된 쿠폰을 사용하여 더 싼 가격에 제품을 구매할 수 있습니다.

# V. 경쟁력파악

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

## 1. 제품 경쟁력 검증

### 1) 제품 가격

#### ● 경쟁제품(제조사)

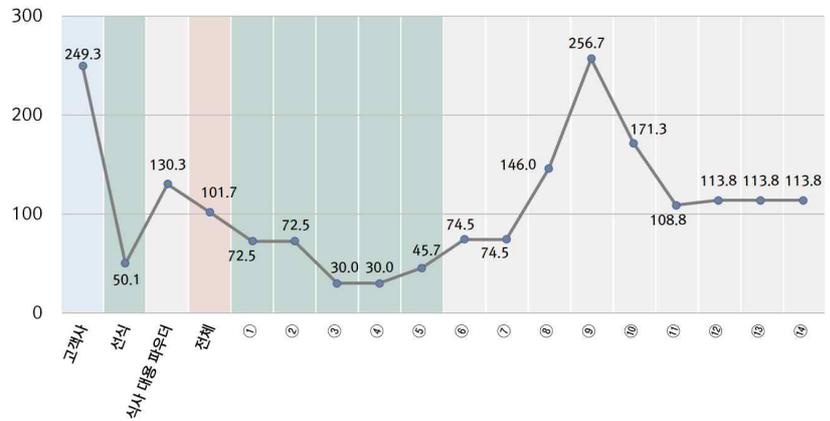
- ① 라이스 밀크 스프라우티드 퍼플 라이스 (메디 푸즈)
- ② 라이스 밀크 영 라이스 밀크 파우더 (메디 푸즈)
- ③ 네스비타 오리지널 (네슬레)
- ④ 네스비타 로우 슈가 (네슬레)
- ⑤ 네스비타 치아 시드 (네슬레)
- ⑥ 프로티넥스 라이트 (다논)
- ⑦ 프로티넥스 바닐라 플레이버 (다논)
- ⑧ 글루체르나 에스알 트리플 케어 (애벗 래버러토리스)
- ⑨ 락비타 투 고 (네이처 기프트)
- ⑩ 네슬레 부스트 애드 콜라겐 (네슬레)
- ⑪ 네슬레 부스트 옵티엄 (네슬레)
- ⑫ 엔주아 초콜릿 (애벗 래버러토리스)
- ⑬ 엔주아 위트 (애벗 래버러토리스)
- ⑭ 엔주아 스트로베리 (애벗 래버러토리스)

### ▶ 고객사 제품 100g당 가격, 경쟁제품 평균 대비 비싼 편

고객사 제품의 100g당 가격은 249.3바트(약 8,753원<sup>15)</sup>)로 경쟁제품 14개의 평균 100g당 가격 101.7바트(약 3,571원)의 약 2.5배 수준임. 제품 종류별 평균 100g당 가격은 선식 제품이 50.1바트(약 1,759원)로 고객사 제품의 약 20% 수준인 것으로 확인됨. 식사 대용 파우더 제품의 평균 100g당 가격은 130.3바트(약 4,575원)로 고객사 제품에 비해 119.0바트(약 4,178원) 저렴한 것으로 확인됨

[표 5.1] 태국 선식 100g당 가격 경쟁력 분석

(단위: 바트)



15) 1바트=35.11원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2) 제품 중량

● 경쟁제품(제조사)

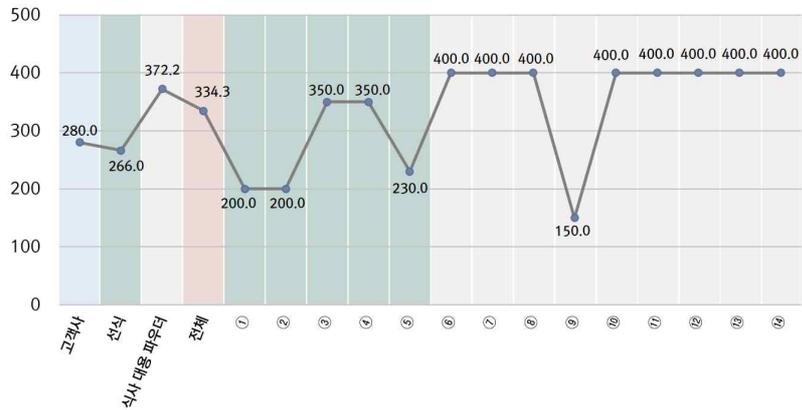
- ① 라이스 밀크 스프라우티드 퍼플 라이스 (메디 푸즈)
- ② 라이스 밀크 영 라이스 밀크 파우더 (메디 푸즈)
- ③ 네스비타 오리지널 (네슬레)
- ④ 네스비타 로우 슈가 (네슬레)
- ⑤ 네스비타 치아 시드 (네슬레)
- ⑥ 프로티넥스 라이트 (다논)
- ⑦ 프로티넥스 바닐라 플레이버 (다논)
- ⑧ 글루체르나 에스알 트리플 케어 (애벗 래버러토리스)
- ⑨ 락비타 투 고 (네이처 기프트)
- ⑩ 네슬레 부스트 애드 콜라겐 (네슬레)
- ⑪ 네슬레 부스트 옵티멈 (네슬레)
- ⑫ 엔주아 초콜릿 (애벗 래버러토리스)
- ⑬ 엔주아 위트 (애벗 래버러토리스)
- ⑭ 엔주아 스트로베리 (애벗 래버러토리스)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 작은 편

고객사 제품의 중량은 280.0g으로 경쟁제품 14개의 평균 중량 334.3g의 약 84% 수준임. 제품 종류별 평균 중량은 선식 제품이 266.0g으로 고객사보다 약간 작은 것으로 확인됨. 식사 대응 파우더 제품의 평균은 372.2g으로, 고객사 제품의 약 1.3배 수준인 것으로 조사됨

[표 5.2] 태국 선식 중량 경쟁력 분석

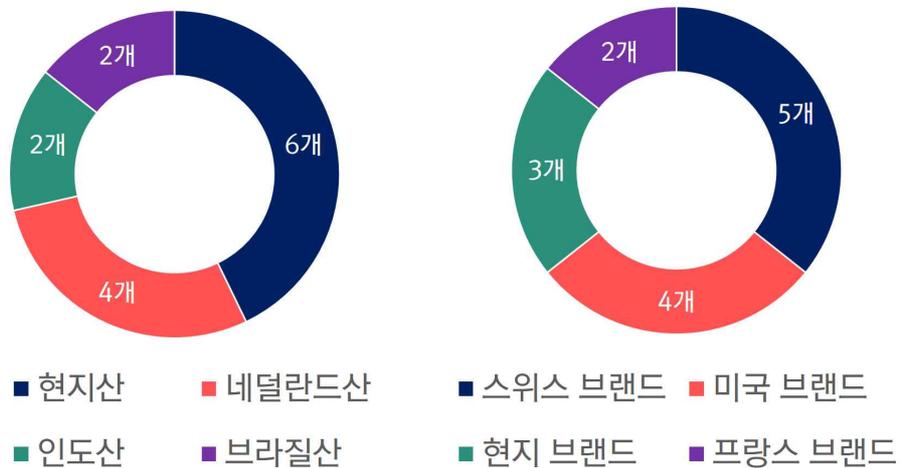
(단위: g)



3) 원산지 및 브랜드 국적 ▶ **경쟁제품 14개 중 6개, 현지산 제품**

태국에서 판매되고 있는 경쟁제품 14개의 원산지를 조사한 결과, 총 6개의 제품이 태국 현지산 제품인 것으로 확인됨. 그 외 네덜란드 제품이 4개 조사되었으며, 인도산 및 브라질산이 각각 2개씩 확인되었음. 반면에 경쟁제품의 브랜드 국적을 조사한 결과, 스위스 브랜드 제품이 5개로 가장 많았으며 미국 브랜드 제품 4개, 현지 브랜드 제품 3개, 프랑스 브랜드 제품이 2개 조사됨

[표 5.3] 태국 선식 원산지 및 브랜드 국적 경쟁력 분석

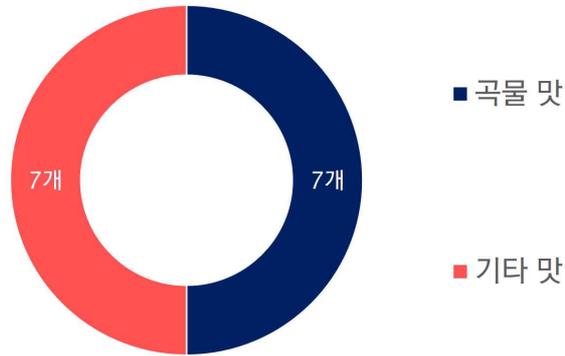


4) 맛

▶ 경쟁제품 14개 중 7개, 곡물 맛

태국에서 판매되고 있는 경쟁제품 14개의 제품 맛을 조사한 결과, 총 7개의 제품이 발아흑미, 쌀, 곡물믹스, 대두 맛 등의 곡물 맛 제품인 것으로 확인됨. 나머지 7개 제품은 바닐라, 초콜릿, 딸기 등의 기타 맛 제품으로 확인됨

[표 5.4] 태국 선식 맛 경쟁력 분석

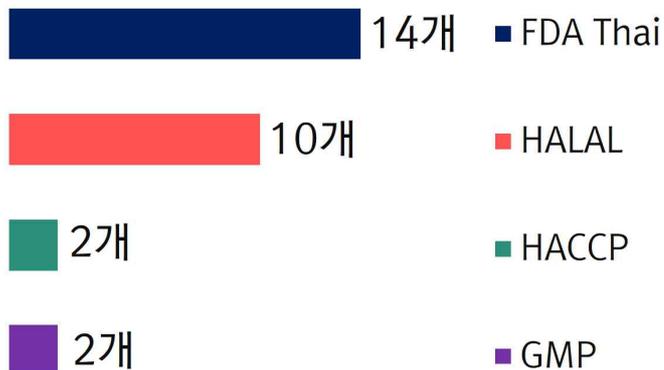


5) 인증

▶ 경쟁제품 14개 모두 FDA Thai 인증 보유

태국에서 판매되고 있는 선식 경쟁제품 14개의 인증 보유 여부를 조사한 결과, 14개 제품 모두 FDA Thai 인증을 보유한 것으로 확인됨. HALAL 인증을 보유한 제품은 10개 확인되었으며, HACCP 및 GMP 인증을 취득한 제품은 각각 2개씩 조사되었음

[표 5.5] 태국 선식 인증 경쟁력 분석

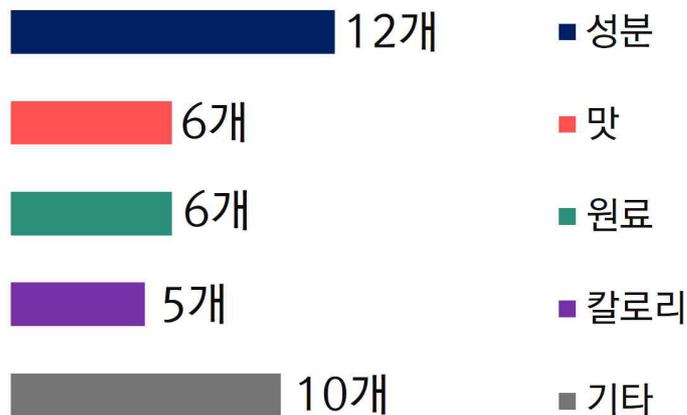


## 6) 홍보문구

## ▶ 경쟁제품 14개 중 12개, 성분을 강조하는 홍보문구 사용

태국에서 판매되고 있는 선식 경쟁제품 14개의 홍보문구를 조사한 결과, 성분을 강조한 제품은 총 12개로 조사되며, ‘고칼슘, 콜레스테롤 0%’, ‘저설탕, 설탕 함유 50% 감소’, ‘트리오 단백질, 고칼슘, 철분 다량 함유’, ‘오메가 9 및 오메가 3’, ‘비타민 및 미네랄 함유, 콜레스테롤 없음’, ‘인공색소 및 방부제 미사용’, ‘콜라겐 2.5g, 비타민 C 다량 함유’, ‘프로바이오틱스 함유, 고품질의 단백질’, ‘28종 비타민 함유’, ‘신체가 필요로 하는 영양소, 미네랄, 식이섬유 함유’와 같은 문구를 삽입함. 맛을 강조한 제품은 총 6개로, ‘바닐라 맛’, ‘다크 초콜릿 맛’, ‘딸기 맛’ 등의 홍보문구를 사용함. ‘발아흑미 첨가’, ‘유기농 쌀로 만듦’, ‘시리얼 함유’, ‘유기농 녹두 및 유기농 대두’ 등 원료 관련 홍보문구를 사용한 제품 또한 총 6개로 확인됨. ‘90kcal’, ‘저칼로리’ 등 칼로리를 강조하는 홍보문구를 활용한 제품은 5개 조사되었으며, 이밖에도 ‘더 건강한 선택’, ‘비건’, ‘오리지널’, ‘골격근에 도움’, ‘혈당지수, 당뇨병 환자를 위한 제품’, ‘완전한 영양 다이어트’, ‘의학적으로 구성된 제품’ 등 기타 홍보문구를 사용하여 10개의 제품이 경쟁력을 확보하였음

[표 5.6] 태국 선식 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 매장에서 모두 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: 라자다, 쇼피

(\*) 오프라인 매장: 톱스, 테스코 로터스, 고메 마켓

##### · 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(\*) 온라인 매장: 인기 온라인 쇼핑몰 2개에서 모두 판매되고 있는 제품

(\*) 오프라인 매장: 오프라인 조사매장 3개에서 모두 판매되고 있는 제품

#### ▶ 유사 인기제품 벤치마킹



공통 특징 ①  
선식 제품

공통 특징 ②  
해외 브랜드

현지 벤치마킹 인기제품  
(네슬레 \_  
네스비타 로우 슈가)

‘저렴한 가격대’

◀ 벤치마킹  
가격



현지 벤치마킹 인기제품  
(고객사 \_ 그레놀라 플믹스  
쉐이크)

‘칼로리 걱정 없는  
영양가 가득한  
한 끼 쉐이크’

공통 특징 ①  
수입산

공통 특징 ②  
해외 브랜드



현지 벤치마킹 인기제품  
(에벳 레버러토리스 \_  
엔주아 위트)

벤치마킹 ▶  
포장 디자인

‘포장 디자인 현지화’

## 2) 벤치마킹 제품 분석

### - 가격

#### ▶ 벤치마킹 제품, 적정 가격대

현지에서 판매 중인 경쟁제품 14개의 제품 가격을 조사한 결과, 고객사 제품의 100g당 가격은 경쟁제품 가격 평균의 약 2.5배 수준인 것으로 확인됨. 수입산 경쟁제품 8개의 100g당 가격 평균, 114.5바트와 비교하더라도 고객사 제품의 100g당 가격이 2배 이상 비싼 것으로 조사됨. 또한 수입·유통업체 인터뷰 대상 업체 3곳 모두 고객사 제품 가격이 현지 경쟁제품에 비해 비싸다고 언급함. 반면 벤치마킹 제품의 경우, 100g당 30.0바트로 경쟁제품 중 가장 저렴한 가격에 판매되어 인기를 끌고 있음. 이러한 점을 참고하여 고객사 제품의 가격대를 조정하면 더 좋은 소비자 반응을 얻을 수 있을 것으로 예상됨

#### [표 5.7] 태국 선식 인기제품, 가격 분석

(인터뷰 1) 현지 브랜드와 비교하면 가격은 매우 비쌌습니다. 인기 현지 경쟁제품인 그레노바이브스는 38g의 한 끼 중량을 38바트(약 1,334원)에 판매하고 있습니다.

- 아카라원 인터푸드, Sales Manager -

## 3) 벤치마킹 제품 분석

### - 포장 디자인

#### ▶ 벤치마킹 제품, 포장 디자인 현지화

현지에서 판매 중인 경쟁제품 14개 제품 포장 디자인을 조사한 결과, 14개 제품 모두 포장을 현지화하여 제품명, 제품 홍보문구 등을 태국어로 표기한 것으로 확인됨. 특히 벤치마킹 제품은 수입산, 수입 브랜드 제품임에도 성분, 맛 등의 홍보문구를 태국어로 표시하였음. 고객사 제품도 홍보문구를 태국어로 표기하여 현지에서의 경쟁력을 확보하는 것을 권장함



# VI. 시사점

## Grain Powder Price&Volume



### Point. 1



고객사 제품의 100g당 가격은 249.3바트로, 선식 경쟁제품 14개 평균인 101.7바트의 약 2.5배 수준인 것으로 나타남. 제품 종류별로 살펴보면, 선식 제품 5개의 100g당 가격 평균은 50.1바트로 고객사 제품의 약 20% 수준이었으며, 식사 대용 파우더 제품 9개의 평균은 130.3바트로 고객사 제품보다 119.0바트 가량 저렴한 것으로 나타남

### Point. 2



고객사 제품의 중량은 280.0g으로, 선식 경쟁제품 14개 평균인 334.3g의 약 84% 수준인 것으로 나타남. 제품 종류별로 살펴보면, 선식 제품 5개의 중량 평균이 266.0g으로 고객사 제품보다 14.0g 가량 작았으며, 식사 대용 파우더 제품 9개의 평균은 372.2g으로 고객사 제품의 약 1.3배 수준인 것으로 나타남

## Grain Powder Package&Text



### Point. 1



태국 선식 경쟁제품 14개의 브랜드 국적을 조사한 결과, 5개 제품이 스위스 브랜드 제품인 것으로 나타났으며, 미국 브랜드 제품이 4개, 태국 현지 브랜드 제품이 3개, 프랑스 브랜드 제품이 2개 조사되었음. 한편 경쟁제품 14개의 보유 인증을 조사한 결과, 14개 제품 모두 FDA Thai 인증을 취득한 것으로 나타났으며, HALAL 인증 취득 제품이 10개, HACCP 및 GMP 인증 취득 제품이 각각 2개씩 조사되었음

### Point. 2



태국 선식 경쟁제품 14개의 맛을 조사한 결과, 발아흑미, 쌀, 곡물믹스, 대두 등 곡물 맛을 나타내는 제품이 7개 조사되었으며, 다른 7개 제품은 바닐라, 초콜릿, 딸기 등의 다양한 맛을 나타내는 것으로 나타남. 한편 태국 선식 경쟁제품이 강조하는 홍보문구를 살펴본 결과, 14개 제품 중 12개 제품이 성분을 강조하는 홍보문구를 사용하고 있었으며, 뒤이어 맛 및 원료를 강조하는 홍보문구를 사용하고 있는 제품이 각각 6개씩 조사되었음

## Thailand Market Competitor



### Point. 1



태국 시장 선식 경쟁기업 3개사의 오프라인 유통채널을 조사한 결과, 3개사 모두 태국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓인 톱스, 테스코 로터스 및 고메 마켓에 진출한 것이 확인되었음. 온라인 유통채널의 경우 경쟁기업 3개사 모두 태국 주요 온라인 쇼핑몰인 라자다 및 쇼피에 진출한 것으로 나타남

### Point. 2



태국 시장 선식 경쟁기업 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 회사 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남. 경쟁기업 홍보문구로는 주로 제품의 성분, 맛, 기능을 강조해 홍보하고 있었음. SNS 플랫폼 사용 여부의 경우, 3개사 모두 주요 SNS 플랫폼인 페이스북, 인스타그램, 유튜브 및 트위터를 활용하고 있는 것으로 조사되었음

## Importer · Distributor Interview



### Point. 1



태국 현지 선식 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 인터뷰에 응한 담당자 3명 모두 고객사 제품 가격에 대해 비싼 편이라는 피드백을 주었음. 담당자 1명은 이와 관련해 한국 수입산 제품임을 감안하면 합리적이라고 언급했으며, 다른 담당자 중 1명은 가격을 3,400원 정도로 낮추면 경쟁력이 있을 것이라고 답변함. 한편 고객사 제품 중량과 관련해서는 담당자 2명이 적절한 중량이라는 피드백을 주었음

### Point. 2



태국 현지 선식 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 태국 현지 소비자들에게 선식의 인지도는 높은 편이며, 건강 관리에 관심 있는 소비자나 중산층 이상의 소비자들의 제품 수요가 높은 것으로 나타남. 태국 현지 선식 경쟁제품 중 베스트셀러로는 그레노바이브스나 다이아몬드 그레인스 브랜드가 있는 것으로 나타났으며, 현지 소비자들이 선호하는 맛으로는 바나나 맛과 초콜릿 맛이 담당자들로부터 언급되었음. 한편, 고객사 제품 진출 유통채널과 관련해 담당자 3명 모두 온라인 채널 선진출을 추천함

## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (portal.euromonitor.com)
2. 라자다(Lazada) 홈페이지 (www.lazada.co.th)
3. 쇼피(Shopee) 홈페이지 (shopee.co.th)
4. 스탯스타(Statista) 홈페이지 (www.statista.com)
5. 톱스(Tops) 홈페이지 (topsmarket.tops.co.th)
6. 테스코 로터스(Tesco Lotus) 홈페이지 (www.tescolotus.com)
7. 고메 마켓(Gourmet Market) 홈페이지 (gourmetmarketthailand.com)
8. 애벗 레버러토리스(Abbott Laboratories) 홈페이지 (www.th.abbott)
9. 네슬레(Nestle) 홈페이지 (www.nestle.co.th/en)
10. 다논(Danone) 홈페이지 (www.danone.com)
11. 아카라윈 인터푸드(Akarawin Interfood) 판매 페이지 (shopee.co.th/shop/75433749/search)
12. 그린피 올가닉 마켓(Greenpea Organic Market) 홈페이지 (www.greenpea5.com/ko/landing)
13. 젤리비(JellyB) 페이스북 페이지 (www.facebook.com/JellyBThailand)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.12.17

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