

2019 년 해외시장 맞춤형조사



- No. 2001-01
- 품목 : 이너뷰티(Inner Beauty)
- 국가 : 태국(THAILAND)
- 구분 : 경쟁력분석형

Contents

I. Competitive Product (경쟁제품)

SUMMARY	4
1. 태국 이너뷰티 경쟁제품 선정	6
2. 태국 이너뷰티 경쟁제품 조사지표 선정	7
3. 태국 이너뷰티 경쟁제품 포지셔닝	9
4. 태국 이너뷰티 입점 매장 및 경쟁제품 정보	10

II. Competitor (경쟁기업)

SUMMARY	23
1. 태국 이너뷰티 경쟁기업 포지셔닝	24
2. 태국 이너뷰티 경쟁기업 현황	25
3. 태국 이너뷰티 경쟁기업 분석	27

III. Buyer Interview (바이어 인터뷰)

SUMMARY	33
Interview ① 왓슨스(Watsons)	34
Interview ② 부츠(Boots)	36
Interview ③ 츠루하(Tsuruha)	38
Interview ④ 시어리브지파머시(Sirivej Pharmacy)	40
Interview ⑤ 클리니야(Clinicya)	42

IV. Competitiveness (경쟁력 파악)

SUMMARY	45
1. 제품 경쟁력 검증	46
2. 기업 마케팅 벤치마킹	49

*참고문헌	51
-------	----

I. Competitive Product

SUMMARY

1. 태국 이너뷰티 경쟁제품 선정
2. 태국 이너뷰티 경쟁제품 조사지표 선정
3. 태국 이너뷰티 경쟁제품 포지셔닝
4. 태국 이너뷰티 입점 매장 및 경쟁제품 정보

Competitive Product

(경쟁제품)


태국(THAILAND) 이너뷰티 경쟁제품 분석

방문 매장 선정

- 후보: 품목별 방문 매장
- 선택: 조사 희망 매장

구분	음료/주류	신선식품	기능성	전통식품	가공식품	유아식품	식자재
공통	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓
	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓
	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점
	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점
선택 (품목)	편의점	유기농 매장	드럭스토어	한인마트	한인마트	유기농 매장	창고형 매장
	달러스토어	재래시장	유기농식품매장	아시안마트	유기농식품매장	영유아 매장	
	리퀴드샵				아시안마트		

태국(THAILAND) 이너뷰티 매장 조사

	왓슨스(Watsons) (드럭스토어)	부츠(Boots) (드럭스토어)	랩 파마시(Lab Pharmacy) (드럭스토어)
전경			
조사 제품	7개	6개	2개
매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 홍콩에 본사를 둔 드럭스토어임 • 현지인들의 인지도와 신뢰도가 좋은 글로벌 드럭스토어 체인점임 • 저가의 수입품이 많은 편이며 미용 관련 제품을 주로 판매함 • 소수의 한국 화장품을 판매함 	<ul style="list-style-type: none"> • 영국에 본사를 둔 드럭스토어 체인임 • 건강과 미용 제품을 주로 판매함 • 2개 구입 시 1개 무료 증정 등의 판촉 행사를 자주 진행함 	<ul style="list-style-type: none"> • 설립 30주년을 맞은 태국의 드럭스토어임 • 주로 대형 백화점이나 외국인들이 많은 지역에 매장이 위치함 • 주로 수입산 제품을 취급함

Competitive Product

(경쟁제품)

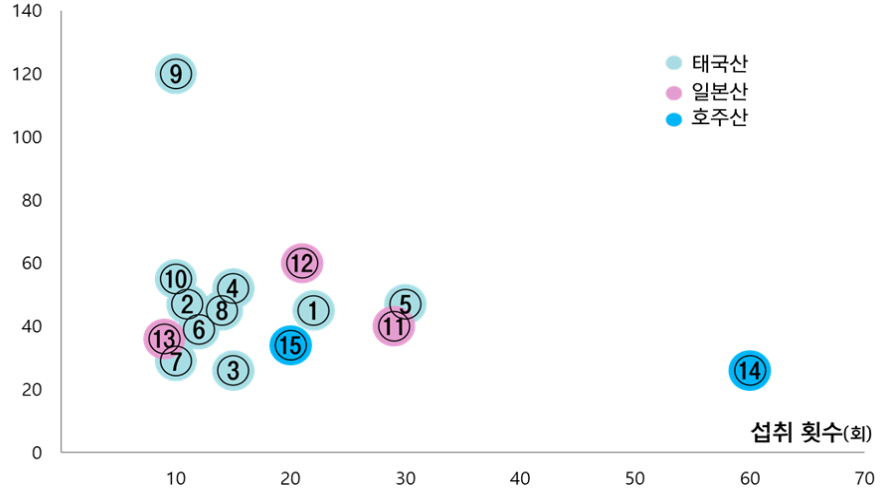
태국(THAILAND) 이너뷰티 경쟁제품 선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준
· 오프라인 매장 입점 제품

경쟁제품 분류 기준
· 경쟁제품 소비자가격
· 경쟁제품 종류

경쟁제품 포지셔닝 기준
· X축 : 섭취 횟수(회)
· Y축 : 1회 섭취당 가격(바트)

1회 섭취당 가격(바트)



태국(THAILAND) 이너뷰티 경쟁제품 분석

원산지	경쟁제품(경쟁기업)	가격2)	1회 섭취당 가격	제품 용량 (g, 캡슐)	섭취 횟수	포장형태		인증
						외포장	내포장	
태국	① 콜리지 (아마도 그룹)	990바트 (37,531원)	45바트 (1,706원)	110.66g	22회	알루미늄 캔	(-)	Halal
	② 피-콜라겐 (아마도 그룹)	495바트 (18,765원)	45바트 (1,706원)	55.33g	11회	알루미늄 캔	(-)	GMP
	③ 콜라겐 펩타이드 4500 (노바 오가닉스)	390바트 (14,785원)	26바트 (986원)	150.00g	15회	종이상자	종이 파우치	Halal
	④ 션 로비타 에스엔 (로비타 인터내셔널)	790바트 (29,949원)	53바트 (2,009원)	150.00g	15회	종이상자	종이 파우치	(-)
	⑤ 글로우 콜라겐 (메가 라이프사이언스 퍼블릭)	1,249바트 (47,350원)	42바트 (1,592원)	75.00g	30회	종이상자	종이 파우치	(-)
	⑥ 콜라겐 펩타이드 4000 (뉴트리나 인터푸드)	390바트 (14,785원)	39바트 (1,478원)	80.00g	10회	종이상자	비닐 파우치	Halal
	⑦ 트리 콜라겐 (타나끄릿 그룹)	290바트 (10,994원)	29바트 (1,099원)	50.00g	10회	종이상자	종이 파우치	(-)
	⑧ 콜라겐 엠 플러스 15000 (노바 오가닉스)	450바트 (17,060원)	45바트 (1,706원)	150.00g	10회	종이상자	종이 파우치	(-)
	⑨ 바이오 액티브 콜라겐 (피닉스 골드 컨소시엄)	1,170바트 (44,355원)	117바트 (4,435원)	170.00g	10회	종이상자	종이 파우치	Halal
	⑩ 어드밴스 콜라겐 (피닉스 골드 컨소시엄)	470바트 (17,818원)	47바트 (1,782원)	170.00g	10회	종이상자	종이 파우치	Halal, HACCP
일본	⑪ 콜라겐 플러스 (스카치)	1,200바트 (45,492원)	40바트 (1,516원)	170.00g	30회	알루미늄 캔	(-)	HACCP, GMP, ISO9000
	⑫ 니뽀 렌 콜라겐 (신 니혼 메디컬)	1,280바트 (48,525원)	61바트 (2,313원)	120.00g	21회	종이상자	비닐 파우치	(-)
	⑬ 엘 글루타 비비 (에프씨 라보라토리)	360바트 (13,648원)	36바트 (1,365원)	150.00g	10회	종이상자	종이 파우치	Halal
호주	⑭ 마린 콜라겐 코큐텐 (블랙모어스)	1,599바트 (60,618원)	27바트 (1,024원)	60캡슐	60회	플라스틱 병	(-)	(-)
	⑮ 브이알 콜라겐 (바이텍스 파머슈티컬)	690바트 (26,158원)	35바트 (1,327원)	60캡슐	20회	플라스틱 병	(-)	(-)

(*) 현지 판매 이너뷰티 경쟁제품 15개 분석

2) 1바트=37.91원(2020.02.19., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

1. 태국 이너뷰티 경쟁제품 선정

▶ 선정 기준 ①: 현지산 혹은 수입산 제품

- 현지산 제품: 제품의 원산지가 태국인 제품
- 수입산 제품: 제품의 원산지가 태국 이외의 국가인 제품

▶ 선정 기준 ②: 오프라인 매장 입점 확인 제품

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 제품 선정

(*) 3개 채널: 왓슨스(Watsons), 부츠(Boots), 랩 파마시(Lab Pharmacy)

[표 1.1] 태국 이너뷰티 경쟁제품 선정

경쟁제품(경쟁기업)	제품 원산지		유형별 매장 입점여부	
	현지산	수입산	오프라인	온라인
① 콜리지 (아마도 그룹)	○ (태국)		○ (왓슨스)	○ (샤피태국, 라자다, 유바이)
② 피-콜라겐 (아마도 그룹)	○ (태국)		○ (왓슨스)	○ (샤피태국, 라자다, 유바이)
③ 콜라겐 펩타이드 4500 (노바 오가닉스)	○ (태국)		○ (왓슨스)	○ (샤피태국, 라자다, 유바이)
④ 썬 로비타 에스엔 (로비타 인터내셔널)	○ (태국)		○ (왓슨스)	(-)
⑤ 글로우 콜라겐 (메가 라이프사이언스 퍼블릭)	○ (태국)		○ (부츠)	○ (샤피태국, 라자다)
⑥ 콜라겐 펩타이드 4000 (뉴트리나 인터푸드)	○ (태국)		○ (부츠)	○ (샤피태국, 라자다, 유바이)
⑦ 트리 콜라겐 (타나끄릿 그룹)	○ (태국)		○ (부츠)	○ (샤피태국, 라자다)
⑧ 콜라겐 엠 플러스 15000 (노바 오가닉스)	○ (태국)		○ (부츠)	○ (샤피태국, 라자다, 유바이)
⑨ 바이오 액티브 콜라겐 (피닉스 골드 컨소시엄)	○ (태국)		○ (랩 파마시)	○ (샤피태국)
⑩ 어드밴스 콜라겐 (피닉스 골드 컨소시엄)	○ (태국)		○ (랩 파마시)	○ (샤피태국, 라자다)
⑪ 콜라겐 플러스 (스카치)		○ (일본)	○ (왓슨스)	○ (샤피태국)
⑫ 니쁜 렌 콜라겐 (신 니혼 메디컬)		○ (일본)	○ (왓슨스)	○ (샤피태국)
⑬ 엘 글루타 비비 (에프씨 라보라토리)		○ (일본)	○ (왓슨스)	○ (샤피태국, 라자다, 유바이)
⑭ 마린 콜라겐 코큐텐 (블랙모어스)		○ (호주)	○ (부츠)	○ (샤피태국, 라자다, 유바이)
⑮ 브이알 콜라겐 (바이텍스 파머슈티컬)		○ (호주)	○ (부츠)	(-)

(*) 현지 판매 이너뷰티 경쟁제품 15개 분석

2. 태국 이너뷰티 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 조사 지표 ① 제품 가격

- 판매되는 제품의 소비자 판매 가격
- 1회 섭취당 가격

▶ 조사 지표 ② 제품 용량

- 제품의 형태에 따른 용량(g 또는 캡슐)
 - ※ 제품의 형태가 파우더인 경우 그램(g), 캡슐인 경우 캡슐의 개수로 조사함
- 제품의 섭취 가능 횟수(회)

▶ 조사 지표 ③ 제품 형태

- 파우더: 제품을 분말 형태로 가공한 제품
- 캡슐: 제품을 캡슐 형태로 가공한 제품으로 당의정 및 츠어블(Chewable)을 포함함

▶ 조사 지표 ④ 포장 형태

- 경쟁제품을 포장하고 있는 용기의 형태와 재질
 - ※ 경쟁제품의 포장 형태는 외포장 형태와 내포장 형태로 나누어 조사함
- 포장 형태(외포장)
 - 종이상자: 종이 재질의 상자에 제품을 포장한 것
 - 알루미늄 캔: 알루미늄 재질의 캔에 제품을 포장한 것
 - 플라스틱 병: 플라스틱 소재의 병 용기
- 포장 형태(내포장)
 - 비닐 파우치: 비닐 소재의 파우치에 내용물이 들어 있는 형태
 - 종이 파우치: 종이 소재의 파우치에 내용물이 들어 있는 형태

▶ 조사 지표 ⑤ 인증

- HACCP(식품안전관리인증기준): 식품의 원재료 생산에서부터 최종소비자가 섭취하기 전까지의 전 단계에 이르는 위생관리 시스템 인증
- GMP(품질인증): 품질이 우수한 건강기능식품을 제조하는 데에 필요한 요건을 설정한 기준 인증
- Halal(할랄인증): 무슬림이 먹거나 사용할 수 있도록 이슬람 율법에 따라 도살·처리·가공된 식품에만 부여하는 인증
- ISO 9000: 국제표준화기구(ISO)가 마련한 제품의 품질체계 기준으로 제품의 품질뿐만이 아닌 서비스 설계부터 생산시설, 시험 검사 등 전반에 걸친 규격 준수 여부 인증

▶ 조사 지표 ⑥ 효능

- 제품의 홍보 문구에 있는 효능

▶ 조사 지표 ⑦ 원산지

- 제품의 원산지

▶ 조사 지표 ⑧ 주요 원료 및 첨가물

- 제품 제조에 사용된 주요 원료 및 첨가물

[표 1.2] 태국 이너뷰티 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의	
제품 가격	소비자 판매 가격	제품의 소비자 판매 가격	
	1회 섭취당 가격	제품의 1회 섭취당 가격	
제품 용량	제품 용량(g, 캡슐)	제품의 형태에 따른 용량	
	섭취 횟수(회)	제품의 섭취 가능 횟수	
제품 형태	파우더	파우더 형태로 가공한 제품	
	캡슐	캡슐 형태로 가공한 제품	
포장 형태	외포장	종이상자	종이 재질의 상자
		알루미늄 캔	알루미늄 재질의 캔
		플라스틱 병	플라스틱 소재의 병 용기
	내포장	비닐 파우치	비닐 소재의 주머니 형태로 내용물을 포장한 것
		종이 파우치	종이 소재의 주머니 형태로 내용물을 포장한 것
인증	식품안전관리인증기준(HACCP)	식품의 원재료 생산에서부터 최종소비자가 섭취하기 전까지의 전 단계에 이르는 위생관리 시스템 인증	
	품질인증(GMP)	품질이 우수한 건강기능식품을 제조하는 데에 필요한 요건을 설정한 기준	
	할랄(Halal)	무슬림이 먹거나 사용할 수 있도록 이슬람 율법에 따라 도살·처리·가공된 식품에만 부여되는 인증	
	ISO 9000	국제표준화기구(ISO)가 부여하는 제품의 품질 및 생산 과정 전반에 걸친 규격 인증	
효능	제품의 효능		
원산지	제품의 원산지		
주요 원료 및 첨가물	제품 제조에 사용된 원료 및 첨가물		

3. 태국 이너뷰티 경쟁제품 포지셔닝

경쟁제품(경쟁기업)

- ① 콜리지 (아마도 그룹)
- ② 피-콜라겐 (아마도 그룹)
- ③ 콜라겐 펩타이드 4500 (노바 오가닉스)
- ④ 썬 로비타 에스엔 (로비타 인터내셔널)
- ⑤ 글로우 콜라겐 (메가 라이프사이언스 퍼블릭)
- ⑥ 콜라겐 펩타이드 4000 (뉴트리나 인터푸드)
- ⑦ 트리 콜라겐 (타나끄릿 그룹)
- ⑧ 콜라겐 엠 플러스 15000 (노바 오가닉스)
- ⑨ 바이오 액티브 콜라겐 (피닉스 골드 컨소시엄)
- ⑩ 어드밴스 콜라겐 (피닉스 골드 컨소시엄)
- ⑪ 콜라겐 플러스 (스카치)
- ⑫ 니쁜 렌 콜라겐 (신 니혼 메디컬코퍼레이션)
- ⑬ 엘 글루타 비비 (에프씨 라보라토리)
- ⑭ 마린 콜라겐 코큐텐 (블랙모어스)
- ⑮ 브이알 콜라겐 (바이텍스 파머슈티컬)

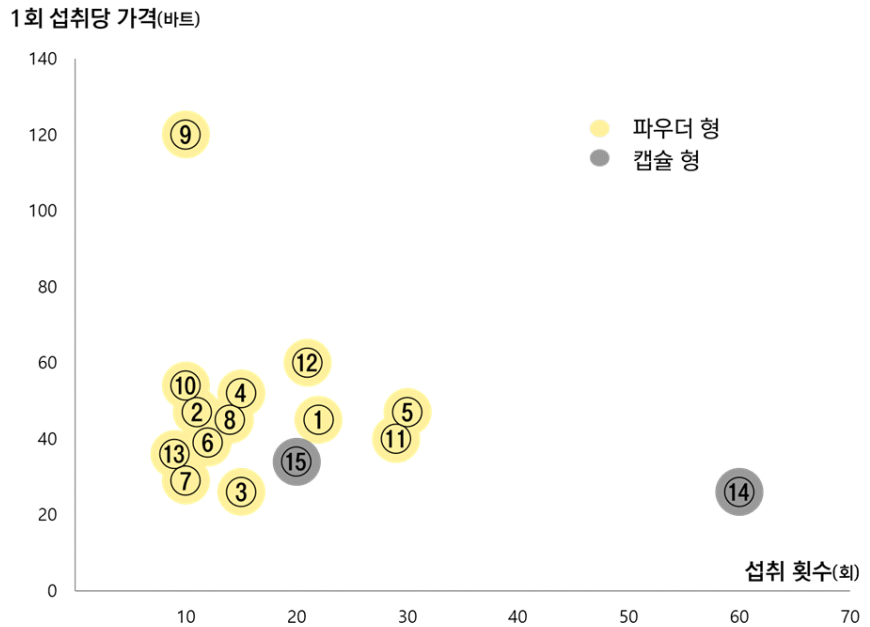
▶ 포지셔닝 ①: 경쟁제품, 호주산이 1회 섭취당 평균 가격 가장 저렴

태국 현지에서 조사된 경쟁제품 15개의 1회 섭취당 평균 가격은 46바트(1,744원)로 확인됨. 원산지별 1회 섭취당 평균 가격은 호주산 제품이 31바트(1,175원)로 가장 저렴하며 일본산 제품은 46바트(1,744원), 태국산 제품은 49바트(1,858원)로 확인됨. 경쟁제품 중 1회 섭취당 가격이 가장 비싼 제품은 바이오 액티브 콜라겐(Bio Active Collagen)(117바트(4,435원)이며 가장 저렴한 제품은 콜라겐 펩타이드 4500(Collagen Peptide 4500)(26바트(986원))으로 조사됨

▶ 포지셔닝 ②: 경쟁제품 중 캡슐형 제품, 1회 섭취당 평균 가격 가장 저렴

조사된 15개 경쟁제품의 제형은 파우더 15개, 캡슐 2개로 확인됨. 캡슐 제품은 모두 호주산 제품으로 1회 섭취당 평균 가격은 31바트(1,175원)이며, 파우더 형태의 제품의 1회 섭취당 평균 가격은 48바트(1,820원)으로 확인됨

[표 1.3] 태국 이너뷰티 경쟁제품 포지셔닝



자료 : 태국 이너뷰티 경쟁제품 15개 분석

4. 태국 이너뷰티 입점 매장 및 경쟁제품 정보

방콕4)

인구수('18)	567만 6,648명
남성인구수('18)	267만 9,453명 (47%)
여성인구수('18)	299만 7,195명 (53%)
인구밀도(평방 km당)	3,619명

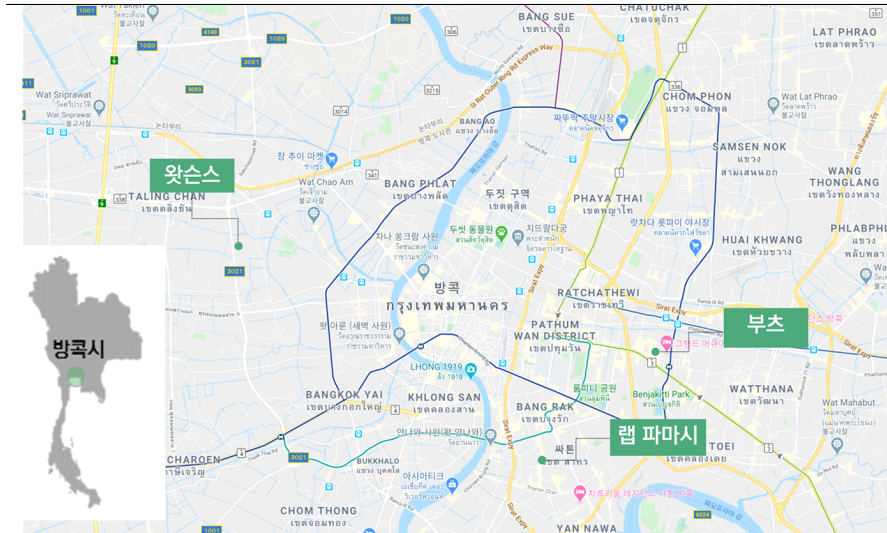
▶ 태국의 경제와 문화, 관광의 중심지인 방콕을 방문 지역으로 선정

태국 중앙부에 위치한 방콕(Bangkok)은 태국의 수도로, 정치, 경제, 문화의 중심지이자 세계 최대 관광지 중 하나임. 방콕은 태국에서 가장 역사적인 장소들과 정교한 건축 양식의 사원들이 모여 있음. 또한, 고급 쇼핑몰뿐만 아니라 벵룩시장, 재래시장인 짜뚜짜(Chatuchak) 시장 등 쇼핑을 즐길 수 있는 다양한 장소가 있어 전 세계 관광객들에게 인기가 높음. 포브스(Forbes)에 따르면, 2018년 전 세계에서 가장 방문자가 많은 도시로 방콕이 선정됨³⁾

▶ 태국 방콕시에 위치한 오프라인 매장 3곳 조사, 경쟁제품 15개 선정

태국 방콕시에 위치한 드럭스토어인 왓슨스(Watsons)와 부츠(Boots), 랩 파마시(Lab Pharmacy)를 방문함. 홍콩에 본사를 두고 있는 왓슨스는 미용 관련 제품을 취급하는 드럭스토어로 현지인들에게 인지도가 높음. 부츠는 영국계 드럭스토어 체인으로 전 세계에 약 2,500개의 매장을 보유하고 있음. 태국에는 총 277개의 매장이 있음. 랩 파마시는 올해 설립 30주년을 맞은 드럭스토어로 건강 제품과 의약품을 주로 취급하며 대형 백화점이나 외국인들이 많은 지역에 매장이 위치하여 수입 제품이 많음

[표 1.4] 방문 매장 및 지역 특징



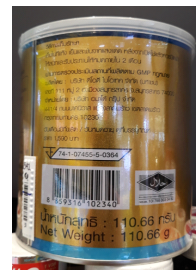
자료 : 구글맵(Google Maps)

3) 자료: 포브스(Forbes), 「Bangkok Is The Most Visited City In The World...Again」, 2019.09.04

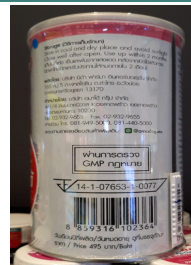
4) 자료: 태국 통계청(National Statistical Office) 홈페이지(www.web.nso.go.th), 「Statistical Yearbook Thailand 2019」, 2019



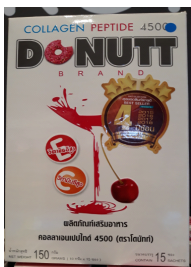
제품명 (영어)	콜라겐 플러스 (Collagen Plus)		
제조사 (영어)	스카치 (Scotch)	원산지	일본
소비자 판매 가격	1,200바트 (45,492원)	제품 용량(g)/ 섭취 횟수	170.00/ 30회
1회 섭취당 가격	40바트 (1,516원)	인증	HACCP, GMP, ISO 9000
제품 형태	파우더	포장 형태	외포장 알루미늄 캔
효능	탄력 증진, 주름 개선, 세포 재생, 피부 수분 증가		
주요 원료 및 첨가물	생선 콜라겐 펩타이드, 생선 콜라겐 디펩타이드, 바다 갈매나무 추출물, 비타민C		



제품명 (영어)	콜리지 (Colligi)		
제조사 (영어)	아마도 그룹 (Amado Group)	원산지	태국
소비자 판매 가격	990바트 (37,531원)	제품 용량(g)/ 섭취 횟수	110.66/ 22회
1회 섭취당 가격	45바트 (1,706원)	인증	Halal
제품 형태	파우더	포장 형태	외포장 알루미늄 캔
효능	피부 재생, 촉촉하고 탄력 있는 피부, 건강하고 환한 피부, 주름 개선		
주요 원료 및 첨가물	가수 분해된 생선 콜라겐 트리펩타이드, 아스코빅산		



제품명 (영어)	피-콜라겐 (P-Collagen)		
제조사 (영어)	아마도 그룹 (Amado Group)	원산지	태국
소비자 판매 가격	495바트 (18,765원)	제품 용량(g)/ 섭취 횟수	55.33/ 11회
1회 섭취당 가격	45바트 (1,706원)	인증	GMP
제품 형태	파우더	포장 형태	외포장 알루미늄 캔
효능	화이트닝, 피부 재생, 주름 감소, 피부, 모발, 손톱, 잇몸, 눈 · 치아 건강 증진		
주요 원료 및 첨가물	가수 분해된 생선 콜라겐 트리펩타이드, 아스코빅산		



제품명 (영어)	콜라겐 펩타이드 4500 (Collagen Peptide 4500)		
제조사 (영어)	노바 오가닉스 (Nova Organics)	원산지	태국
소비자 판매 가격	390바트 (14,785원)	제품 용량(g)/ 섭취 횟수	150.00/ 15회
1회 섭취당 가격	26바트 (986원)	인증	Halal
제품 형태	파우더	포장 형태	외포장 종이상자 내포장 종이 파우치
효능	인체 내 멜라닌 생성 억제, 화이트닝, 콜라겐 합성 증진, 피부 세포 회복		
주요 원료 및 첨가물	생선 콜라겐 펩타이드, 아세로라 추출물, 코큐텐 파우더, L-시스테인, 파우더(비타민 E), , 염화수소안하이드로스, 아스코르브산 나트륨(비타민 C), D1-a-토코페롤 아세테이트		



제품명 (영어)	니뽀 렌 콜라겐 (Nippon Ren Collagen)		
제조사 (영어)	신 니혼 메디컬 (Shin Nihon Medical)	원산지	일본
소비자 판매 가격	1,280바트 (48,525원)	제품 용량(g)/ 섭취 횟수	120.00/ 21회
1회 섭취당 가격	61바트 (2,313원)	포장 형태	외포장 종이상자 내포장 비닐 파우치
제품 형태	파우더		
효능	색소 침착 억제, 맑은 피부, 주름과 주근깨 완화		
주요 원료 및 첨가물	피쉬 콜라겐 펩타이드, 코큐텐, 알가닌, L-시스테인, 비타민 C		



제품명 (영어)	선 로비타 에스엔 (Sun Lovita SN)		
제조사 (영어)	로비타 인터내셔널 (Lovita International)	원산지	태국
소비자 판매 가격	790바트 (29,949원)	제품 용량(g)/ 섭취 횟수	150.00/ 15회
1회 섭취당 가격	53바트 (2,009원)	포장 형태	외포장 종이상자 내포장 종이 파우치
제품 형태	파우더		
효능	햇빛에 탄 피부를 회복, 탄력 개선		
주요 원료 및 첨가물	가수 분해 된 생선 콜라겐 트리펩타이드, 생선 콜라겐 디펩타이드, 아세로라 체리 추출물, 갈매나무속 분말, 석류 추출물, 오렌지 추출물, 로즈마리 추출물, 토마토 추출물, 파인애플 분말, 아연 아미노산 킬레이트, 알파 리포익산, 코엔자임 A 10%, 프랑스 소나무 껍질 추출물, 포도씨 추출물, 니아신아미드, 알파 토코페릴산 황산염, 비타민 A 아세테이트		



제품명 (영어)	엘 글루타 비비 (L-Gluta BB)		
제조사 (영어)	에프씨 레보라토리 (FC Laboratories)	원산지	일본
소비자 판매 가격	360바트 (13,648원)	제품 용량(g)/ 섭취 횟수	150.00/ 10회
1회 섭취당 가격	36바트 (1,365원)	인증	Halal
제품 형태	파우더	포장 형태	외포장 내포장 종이상자 종이 파우치
효능	윤기 강화, 어리고 탄력 있는 피부, 주름 개선, 더욱 부드러운 피부, 수분 공급, 거칠고 탄력 없는 피부 복원, 안색 개선, 다크 스팟 완화		
주요 원료 및 첨가물	혼합베리, 가수 분해된 생선 콜라겐 펩타이드, 프락토올리고당, L-글루타치온, 곤약 추출물, 코큐텐, 소나무 껍질 추출물		

Shop ② 부츠(Boots)

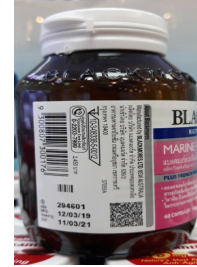
매장 정보

- 유형: 드럭스토어
- 판매 제품 특징:
화장품 보다는 의약품 위주의 제품이 많음
- 매장 주변 특징:
방문 매장은 대형 명품 백화점이 많은 지역에 위치하고 있어 외국 관광객이 많이 찾는 것이 특징임. 현지인 중에서는 부유층이 많이 방문함. 지하철 역과 연결되어 유동 인구가 많음. 2개 구입 시 1개 무료 증정 전략을 많이 사용함
- 주요 고객층:
현지인, 지역 주민, 관광객, 외국인

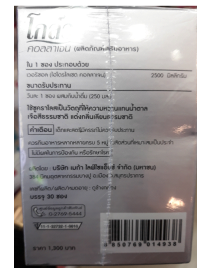
브랜드 기본 정보 ¹⁰⁾	 <p>부츠는 영국계 드럭스토어 체인으로 전 세계에 약 2,500개의 매장을 보유하고 있음. 주로 건강 및 뷰티 관련 제품을 판매함. 태국에는 총 277개의 매장이 있음</p>		
	조사 제품 수 : 6개		
매장 정보			
	도시(지역) 위치	방콕시 12 Skumvit Rd, khlong Tan, Klong toe, Bangkok 10110, Thailand	
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
이너뷰티 판매 정보	판매 이너뷰티 정보		
			
	마린 콜라겐 코큐텐 (블랙모어스)	글로우 콜라겐 (메가 라이프사이언스 퍼블릭)	콜라겐 펩타이드 4000 (뉴트리나 인터푸드)
			
	트리 콜라겐 (타나꼬릿 그룹)	브이알 콜라겐 (바이텍스 파머슈티컬)	콜라겐 엠 플러스 15000 (노바 오가닉스)

사진 자료: 현지 조사원 자료

10) 사진 자료: 부츠(Boots) 홈페이지(www.boots.com)



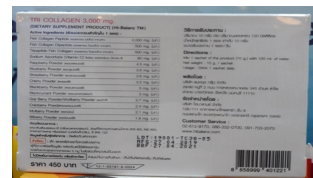
제품명 (영어)	마린 콜라겐 코큐텐 (Marine Collagen CoQ10)		
제조사 (영어)	블랙모어스 (Blackmores)	원산지	호주
소비자 판매 가격	1,599바트 (60,618원)	제품 용량(캡슐)/ 섭취 횟수	60/ 60회
1회 섭취당 가격	27바트 (1,024원)		
제품 형태	캡슐	포장 형태	외포장 플라스틱 병
효능	피부 재생, 피부 세포 재생 촉진, 손상된 피부 복원		
주요 원료 및 첨가물	생선 단백질 콜라겐, 올리브오일, 징크옥사이드, 코엔자임, 베타카로틴, 천연비타민E, 포도씨 추출물, 소듐, 오렌지 껍질 추출물		



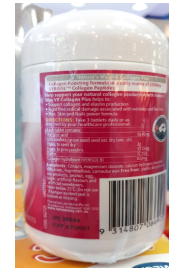
제품명 (영어)	글로우 콜라겐 (Glow Collagen)		
제조사 (영어)	메가 라이프사이언스 퍼블릭 (Mega Lifesciences Public)	원산지	태국
소비자 판매 가격	1,249바트 (47,350원)	제품 용량(g)/ 섭취 횟수	75.00/ 30회
1회 섭취당 가격	42바트 (1,592원)		
제품 형태	파우더	포장 형태	외포장 종이상자 내포장 종이 파우치
효능	피부 탄력 증진, 피부 수분과 탄탄한 느낌 증진, 주름 및 노화 자국 개선, 손톱 및 머리카락과 피부에 필수 영양소를 공급		
주요 원료 및 첨가물	콜라겐 하이드롤리세이트, 천연 착색제, 혼합건조과일 향료		



제품명 (영어)	콜라겐 펩타이드 4000 (Collagen Peptide 4000)		
제조사 (영어)	뉴트리나 인터푸드 (Nutrina Interfood)	원산지	태국
소비자 판매 가격	390바트 (14,785원)	제품 용량(g)/ 섭취 횟수	80.00/ 10회
1회 섭취당 가격	39바트 (1,478원)	인증	Halal
제품 형태	파우더	포장 형태	외포장: 종이상자 내포장: 비닐 파우치
효능	탄력 증진, 피부 수분 유지, 노화 방지, 피부 재생, 뼈 강화, 연골 강화, 관절 강화, 관절통 완화, 머리카락 및 손톱 강화		
주요 원료 및 첨가물	생선 콜라겐 펩타이드, 사과/멜론파우더, 비타민C/E/B6/B12, 니아신아미이드(비타민 E3), 칼슘 D-판토텐산		



제품명 (영어)	트리 콜라겐 (Tri Collagen)		
제조사 (영어)	타나그리트 그룹 (Tanagrit Group)	원산지	태국
소비자 판매 가격	290바트 (10,994원)	제품 용량(g)/ 섭취 횟수	50.00/ 10회
1회 섭취당 가격	29바트 (1,099원)	포장 형태	외포장: 종이상자 내포장: 종이 파우치
제품 형태	파우더		
효능	안색 개선, 여드름으로 인한 다크 서클과 색소 침착된 부분 완화, 피부결 개선		
주요 원료 및 첨가물	라즈베리 파우더, 블루베리 파우더, 스트로베리 파우더, 체리 파우더, 블랙베리 파우더, 블랙커런트 파우더, 고지베리 파우더, 울프베리 파우더, 크렌베리 파우더, 멀베리 파우더, 빌페리 파우더, 생선 콜라겐 펩타이드, 생선 콜라겐 디펩타이드, 생선 콜라겐 트리펩타이드, 소듐 아스코베이트(비타민 C)		



제품명 (영어)	브이알 콜라겐 (VR Collagen)		
제조사 (영어)	바이텍스 파머슈티컬 (Bitechs Pharmasutical)	원산지	호주
소비자 판매 가격	690바트 (26,158원)	제품 용량(캡슐)/ 섭취 횟수	60.00/ 20회
1회 섭취당 가격	34바트 (1,327원)		
제품 형태	캡슐	포장 형태	외포장 플라스틱 병
효능	피부에 영양 공급, 콜라겐 생성 자극, 피부 탄력 증진, 보습력 향상, 유연성 향상, 머리카락 및 손톱에 영양 공급		
주요 원료 및 첨가물	아스코브르산, 포도씨 추출물, 바이오틴, 가수분해 콜라겐		



제품명 (영어)	콜라겐 엠 플러스 15000 (Collagen M Plus 15000)		
제조사 (영어)	노바 오가닉스 (Nova Organics)	원산지	태국
소비자 판매 가격	450바트 (17,060원)	제품 용량(g)/ 섭취 횟수	150.00/ 10회
1회 섭취당 가격	45바트 (1,706원)		
제품 형태	파우더	포장 형태	외포장 종이상자 내포장 종이 파우치
효능	화이트닝, 피부 건강 증진, 주름 개선		
주요 원료 및 첨가물	생선 콜라겐 트리펩타이드, L-카르니틴, L-시스테인, L-아르기닌, 코엔자임 Q-10, 굴 추출물, 인삼 추출물, 소듐 아스코베이트, 징크 아미노산 킬레이트, 토크페롤 아세테이트 파우더		

Shop ③ 랩 파마시(Lab Pharmacy)

매장 정보

- 유형: 드럭스토어
- 판매 제품 특징: 건강 제품과 의약품을 주로 판매함
- 매장 주변 특징: 방콕 지하철과 지상철이 연결되는 장소에 위치하고 있고 주변에 대형 병원과 대학교가 자리하고 있어 현지인들과 외국인들이 많이 찾는 매장임
- 주요 고객층: 현지인, 외국인

브랜드 기본 정보 ¹¹⁾			랩 파마시는 올해 설립 30주년을 맞은 드럭스토어로 건강 제품과 의약품을 주로 취급하고 있음. 대형 백화점이나 외국인들이 많은 지역에 주로 매장이 위치하고 있어 수입 제품이 많음
	조사 제품 수 : 2개		
매장 정보			
	도시(지역)	방콕시	
위치	상세주소	191 Silom, Bangrak, Bangkok 10500, Thailand	
	매장 내부 전경		
매장 내부 전경			
	판매 이너뷰티 정보		
이너뷰티 판매 정보			
	바이오 액티브 콜라겐 (피닉스 골드 컨소시엄)	어드밴스 콜라겐 (피닉스 골드 컨소시엄)	

사진 자료: 현지 조사원 자료

11) 사진 자료: 랩 파마시(Lab Pharmacy) 홈페이지(www.isretail.com/customers/lab-pharmacy)



제품명 (영어)	바이오 액티브 콜라겐 (Bio Active Collagen)		
제조사 (영어)	피닉스 골드 컨소시엄 (Phoenix Gold Consortium)	원산지	태국
소비자 판매 가격	1,170바트 (44,355원)	제품 용량(g)/ 섭취 횟수	170.00/ 10회
1회 섭취당 가격	117바트 (4,435원)	인증	Halal
제품 형태	파우더	포장 형태	외포장 내포장 종이상자 종이 파우치
효능	노화된 피부에 영양 공급, 일반 콜라겐보다 우수한 흡수력, 피부, 모발, 손톱, 눈, 관절, 소화기에 영양 공급		
주요 원료 및 첨가물	생선 콜라겐 펩타이드, 이눌린, 콩 추출물, 참깨 추출물, 마리골드 추출물, L-글루타치온, 징크킬레이트, 시트러스 플라보노이드, D-바이오틴		



제품명 (영어)	어드밴스 콜라겐 (Advance Collagen)		
제조사 (영어)	피닉스 골드 컨소시엄 (Phoenix Gold Consortium)	원산지	태국
소비자 판매 가격	470바트 (17,818원)	제품 용량(g)/ 섭취 횟수	170.00/ 10회
1회 섭취당 가격	47바트 (1,782원)	인증	Halal, HACCP
제품 형태	파우더	포장 형태	외포장 내포장 종이상자 종이 파우치
효능	멜라닌 합성 억제, 미백 효과, 대장 건강 증진, 콜라겐 생성 촉진		
주요 원료 및 첨가물	콜라겐 펩타이드, 이눌린, 녹차 추출물, 아세로라 추출물, 채리 추출물, 포도씨 추출물, 멜론 파우더, 석류 파우더, 파인애플 파우더, L-글루타치온, AA2G, 바이오틴, 나이아신, 베타민E		

II. Competitor

SUMMARY

1. 태국 이너뷰티 경쟁기업 포지셔닝
2. 태국 이너뷰티 경쟁기업 현황
3. 태국 이너뷰티 경쟁기업 분석

Competitor

(경쟁기업)

태국(THAILAND)

이너뷰티 경쟁기업
선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정
· 경쟁제품 선정 기업체

경쟁사 분류
· 이너뷰티 제품 제조 여부

경쟁사 포지셔닝
· X축 : 국적
· Y축 : 동일품목 수

동일품목 수

9
8
7
6
5
4
3
2
1
0

메가
라이프사이언스
퍼블릭

노바 오가닉스

아마도 그룹

블랙모어스

신 니혼 메디컬

태국

호주

일본

국적

태국(THAILAND)

이너뷰티 경쟁기업 분석

기업국적	제조사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	동일 품목 수
태국	메가 라이프사이언스 퍼블릭 (Mega Lifesciences Public)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 피부 탄력 증진 피부 수분과 유연함 증진 주름 및 노화 자극 개선 손톱, 머리카락, 피부에 필수 영양소 공급 	7개
	노바 오가닉스 (Nova Organics)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 브랜드 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 인체 내 멜라닌 생성 억제 화이트닝 콜라겐 합성 증진 피부 세포 회복 	4개
	아마도 그룹 (Amado Group)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 피부 재생 촉촉하고 탄력 있는 피부 건강하고 환한 피부 주름 개선 화이트닝 빠른 흡수 주름 감소 피부, 모발, 손톱, 잇몸, 눈, 치아 건강 증진 	3개
호주	블랙모어스 (Blackmores)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 자사 쇼핑몰 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 피부 재생 피부 세포 재생 촉진 손상된 피부 복원 	3개
일본	신 니혼 메디컬 (Shin Nihon Medical)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 브랜드 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 색소 침착 억제 안색 개선 주름과 주근깨 완화 	3개

(*) 현지 판매 이너뷰티 제조기업 5개사 분석

1. 태국 이너뷰티 경쟁기업 포지셔닝

▶ 대표 경쟁기업으로 현지기업 3개, 글로벌 기업 2개사 선정

오프라인 매장에서 확인된 경쟁제품 15개의 제조기업 중 조사된 경쟁제품의 수와 기업 국적, 기업 규모를 기준으로 경쟁기업 5개를 선정함. 오프라인 매장에서 2개 이상의 제품이 조사된 태국 기업 노바 오가닉스(Nova Organics)와 아마도 그룹(Amado Group)을 경쟁기업으로 선정함. 추가로 제조사의 국적과 기업 규모를 고려하여 태국 기업인 메가 라이프사이언스 퍼블릭(Mega Lifesciences Public)과 호주 기업인 블랙모어스 (Blackmores), 일본 기업인 신 니혼 메디컬(Shin Nihon Medical)을 경쟁기업으로 선정함. 그 결과 현지 기업 3개, 호주 기업 1개, 일본 기업 1개를 대표 경쟁기업으로 선정함

▶ 경쟁기업 5개사, 이너뷰티 동일품목 수 조사

태국에 진출한 경쟁기업 5개사가 판매하고 있는 제품 중 이너뷰티, 콜라겐 제품을 동일품목으로 간주해 그 수를 조사함. 태국 기업인 메가 라이프사이언스 퍼블릭의 동일품목 수가 7개로 가장 많은 것으로 확인됨. 다음으로 4개 제품이 확인된 태국 기업인 노바 오가닉스에 동일품목 수가 많았음. 태국 기업인 아마도 그룹의 동일품목 수가 3개, 호주 기업인 블랙모어스의 동일 품목 수가 3개, 일본 기업인 신 니혼 메디컬의 동일품목 수가 3개로 조사됨

[표 2.1] 태국 이너뷰티 경쟁기업 현황

경쟁사	기업 국적	동일품목 수
메가 라이프사이언스 퍼블릭 (Mega Lifesciences Public)	태국	7개
노바 오가닉스 (Nova Organics)	태국	4개
아마도 그룹 (Amado Group)	태국	3개
블랙모어스 (Blackmores)	호주	3개
신 니혼 메디컬 (Shin Nihon Medical)	일본	3개

자료 : 태국 진출 이너뷰티 제조기업 5개사 분석 결과

2. 태국 이너뷰티 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 5개사 모두 오프라인 매장 및 온라인 매장 모두 진출

경쟁기업 5개사 모두 오프라인 매장 및 온라인 매장에 모두 진출한 것으로 확인됨. 경쟁기업이 진출한 오프라인 매장은 왓슨스(Watsons), 부츠(Boots), 랩 파마시(Lab Pharmacy)이며, 온라인 매장은 샤피태국(Shopee), 라자다(Lazada), 유바이(Ubuy) 등으로 확인됨. 경쟁기업 중 블랙모어스만 자사 온라인 몰을 운영하며, 나머지 기업들은 자사 온라인 몰이 아닌 일반 온라인 쇼핑몰을 통해 제품을 판매함

▶ 경쟁기업 5개사 모두 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용

태국 시장에 진출한 경쟁기업 5개사 모두 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용하는 것으로 확인됨. 태국 기업인 메가 라이프사이언스 퍼블릭은 페이스북(Facebook), 노바 오가닉스는 페이스북과 트위터(Twitter) 등을 활용하고 있음. 호주 기업인 블랙모어스의 경우 페이스북을 활용하고 있으며, 일본 기업 신 니혼 메디컬은 페이스북, 트위터, 유튜브(Youtube)를 활용하여 자사 제품을 홍보하고 있음

▶ 경쟁기업 홍보문구로 '재생 효과'와 '화이트닝'을 강조하여 홍보

경쟁기업들은 주로 제품의 '재생 효과'를 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. '피부 세포 회복', '피부 재생', '피부 세포 재생 촉진', '손상된 피부 복원' 등의 홍보 문구를 통해 제품의 효능을 강조함. '빛나는 피부', '인체 내 멜라닌 생성 억제', '화이트닝', '환한 피부', '색소 침착 억제' 등 환한 피부를 강조하는 홍보 문구 또한 자주 사용함. '손톱, 머리카락, 피부에 필수 영양소 공급' 등의 문구를 통해 피부 외에도 제품의 긍정적인 효과를 홍보하는 것이 확인됨

[표 2.2] 태국 이너뷰티 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
메가 라이프사이언스 퍼블릭 (Mega Lifesciences Public)	• 오프라인 매장 - 부츠	• 자사 홈페이지 (글로벌)	<ul style="list-style-type: none"> • 피부 탄력 증진 • 피부 수분과 유연함 증진 • 주름 및 노화 자국 개선 • 손톱, 머리카락, 피부에 필수 영양소 공급
	• 온라인 매장 - 샤피태국 - 라자다	• SNS 플랫폼 (현지) - 페이스북	
노바 오가닉스 (Nova Organics)	• 오프라인 매장 - 왓슨스	• 브랜드 홈페이지 (글로벌, 현지)	<ul style="list-style-type: none"> • 인체 내 멜라닌 생성 억제 • 화이트닝 • 콜라겐 합성 증진 • 피부 세포 회복
	• 온라인 매장 - 샤피태국 - 라자다 - 유바이	• SNS 플랫폼 - 페이스북 (글로벌) - 트위터 (현지)	
아마도 그룹 (Amado Group)	• 오프라인 매장 - 왓슨스	• 자사 홈페이지 (없음)	<ul style="list-style-type: none"> • 피부 재생 • 촉촉하고 탄력 있는 피부 • 건강하고 환한 피부 • 주름 개선 • 화이트닝 • 빠른 흡수 • 주름 감소 • 피부, 모발, 손톱, 잇몸, 눈, 치아 건강 증진
	• 온라인 매장 - 샤피태국 - 라자다 - 유바이	• SNS 플랫폼 - 페이스북(현지)	
블랙모어스 (Blackmores)	• 오프라인 매장 - 부츠	• 자사 홈페이지 (글로벌)	<ul style="list-style-type: none"> • 피부 재생 • 피부 세포 재생 촉진 • 손상된 피부 복원
	• 온라인 매장 - 샤피태국 - 라자다 - 유바이 - 자사 쇼핑몰	• SNS 플랫폼 (글로벌) - 페이스북 - 인스타그램	
신 니혼 메디컬 (Shin Nihon Medical)	• 오프라인 매장 - 왓슨스	• 브랜드 홈페이지 (글로벌, 현지)	<ul style="list-style-type: none"> • 색소 침착 억제 • 안색 개선 • 주름과 주근깨 완화
	• 온라인 매장 - 샤피태국	• SNS 플랫폼 - 페이스북(현지) - 트위터(현지) - 유튜브(현지)	

자료 : 태국 진출 이너뷰티 제조기업 5개사 분석 결과

3. 태국 이너뷰티 경쟁기업 분석

동일품목 종류

① 글로우 인핸즈



② 디자이너



③ 피노케어



④ 레비타이즈



⑤ 리비타



⑥ 글로우



⑦ 피노케어 화이트



자료: 메가 라이프사이언스 퍼블릭 홈페이지

① 메가 라이프사이언스 퍼블릭(Mega Lifesciences Public)

기업 기본 정보	기업명	메가 라이프사이언스 퍼블릭 (Mega Lifesciences Public)	
	홈페이지	www.Mega Lifesciences Publicwecare.com/index.php	
	위치	909, Ample Tower, 9th Floor, Debaratna Road, Bangna Nuea, Bangna, Bangkok 10260, Thailand	
	직원 수	약 5,000명	
	규모	동일품목 수	7개
	설립년도	1982년	

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 부츠		제품명	글로우 콜라겐 (Glow Collagen)
			제품 용량(g)/ 섭취 횟수	75.00/ 30회
		가격	1,249바트 ¹²⁾ (47,350원)	
		제품 종류	콜라겐	
	〈온라인 매장〉 샤피태국, 라자다		제품명	글로우 콜라겐 (Glow Collagen)
제품 용량(g)/ 섭취 횟수			75.00/ 30회	
			가격	577바트 (21,874원)
			제품 종류	콜라겐

기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(글로벌) 기업 소개 및 홍보 제품 소개 및 홍보 SNS 플랫폼(페이스북) 자사 제품을 현지에 홍보 기업 이슈 및 판매 할인 정보 공유
-------------	--	---

홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> 피부 탄력 증진 피부 수분과 유연함 증진 주름 및 노화 자국 개선 손톱, 머리카락, 피부에 필수 영양소 공급
-------	--	---

사진자료: 메가 라이프사이언스 퍼블릭 홈페이지, 샤피태국 홈페이지

12) 1바트=37.91원(2020.02.19.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

●
동일품목 종류

① 크리스타



② 콜라겐 펩타이드 10000 이놀린 플러스



③ 콜라겐 펩타이드 10,000



④ 콜라겐 펩타이드 10000 플러스



자료: 도넛 홈페이지

② 노바 오가닉스(Nova Organics)

기업 기본 정보	기업명	노바 오가닉스 (Nova Organics)	
	홈페이지	13.76.196.68/en/	
	위치	784 Rama II Soi 60, Samae Dam, Bang Khun Thian, Bangkok 10150, Thailand	
	설립년도	2012년	
기업 진출 채널	규모	동일품목 수	4개
	〈오프라인 매장〉 왓슨	제품명	콜라겐 펩타이드 4500 (Collagen Peptide 4500)
제품 용량(g)/ 섭취 횟수		150.00/ 15회	
가격		390바트 (14,785원)	
제품 종류		콜라겐	
〈온라인 매장〉 샤피태국, 라자다, 유바이	제품명	콜라겐 엠 플러스 15000 (Collagen M Plus 15000)	
	제품 용량(g)/ 섭취 횟수	150.00/ 10회	
	가격	165바트 (6,255원)	
	제품 종류	콜라겐	

기업
홍보 채널



- 브랜드 홈페이지(글로벌, 현지)
- 자사 브랜드인 도넛의 제품 소개 및 홍보
- SNS 플랫폼(페이스북, 트위터)
- 노바 오가닉스 페이스북: 글로벌 홍보 플랫폼
- 노바 오가닉스 트위터: 현지용 홍보 플랫폼

홍보 문구

• Collagen supplements product for skin. Reduce skin dryness and wrinkles. Help anti-aging. Smooth skin, younger looking and enhanced blood circulation.
• Contains 14g L-cysteine.
• Country of Origin Thailand.
• Shipping From Thailand by Pink Candy Shop.

- 인체 내 멜라닌 생성 억제
- 화이트닝
- 콜라겐 합성 증진
- 피부 세포 회복

사진자료: 노바 오가닉스 홈페이지, 샤피태국 홈페이지

③ 아마도 그룹(Amodo Group)

동일품목 종류

① 세리지



② 아마네 카네Z



③ 아마도 벤 C



자료: 아마도 그룹 홈페이지

기업
기본 정보

기업명

아마도 그룹(Amodo Group)

홈페이지

www.amadothailand.com/th/index.php

위치

Amado Group Company Limited 441/4 Nakniwat Road, Lat Phrao, Lat Phrao, Bangkok 10230, Thailand

설립년도

2014년

규모

동일품목 수

3개

<오프라인 매장>
왓슨스



제품명

콜리지
(Colligi)

제품 용량(g)/
섭취 횟수

110.66/
22회

가격

990바트
(37,531원)

제품 종류

콜라겐

기업
진출 채널

<온라인 매장>
사피태국, 라자다,
유바이



제품명

피-콜라겐
(P-Collagen)

제품 용량(g)/
섭취 횟수

55.33/
11회

가격

348바트
(13,193원)

제품 종류

콜라겐

기업
홍보 채널



- 자사 홈페이지(현지)
- 현지용 홍보 플랫폼
- 자사 제품 소개
- SNS 플랫폼 (페이스북, 라인, 인스타그램)
- 현지용 홍보 플랫폼
- 자사 제품 소개

홍보 문구

Amado Colligi collagen Tri-Peptide + Vitamin C Amado Collagen Collagen Tri-Peptide + Vitamin C New, white, no color, no sugar, no fat (1 can, x 110.66 grams)

Amado Colligi collagen Tri-Peptide + Vitamin C Amado Collagen Collagen Tri-Peptide + Vitamin C Collagen Tri-Peptide Collagen Tri-Peptide is a protein that has a molecular structure that is difficult for the body to absorb and must be taken through a special collagen peptide, which will cause collagen changes to become gelatin. This diluted tri-collagen peptide collagen Tri-Peptide, which makes the molecular size of collagen smaller than normal collagen molecules up to 10 to 50 times smaller than the body which is compared to other animals such as pigs, cows, and is also confident in cleanliness, gentleness, safety. With factory production standards and certifications from Germany and Thailand.

The difference of Amado Colligi collagen Tri-Peptide + Vitamin C Amado Collagen Collagen Tri-Peptide + Vitamin C with other brands in the market. Can be eaten according to their own preferences because each person has a quantity of needs. Unequal. Normally our body can absorb only 5,000mg. Only, but each time around eat 8 times equal 11 can (x 110.66 grams) that is not possible. necessarily. Therefore can be divided as needed.

- Eat for white skin: 5,000-10,000 mg.
- Eat for hair care: 5,000-10,000 mg.
- Eat to take care of bones, hair, nails and teeth: 2,000-3,000 mg.
- 1 spoonful of scoop in case: 5,000 mg.

How to eat
2 measuring spoons can be approximately 110.66 grams). Can be mixed with fruit juice, rice, rice, tea, coffee, soup and many more. In addition, Amado Colligi collagen does not have a fatty smell from sea fish, so no need to buy more expensive prices. With natural flavored natural collagen, eat 1-2 spoons a day, measure on an empty stomach or at bedtime.

- 피부 재생
- 촉촉하고 탄력 있는 피부
- 건강하고 환한 피부
- 주름 개선
- 화이트닝
- 빠른 흡수
- 주름 감소
- 피부, 모발, 손톱, 잇몸, 눈, 치아 건강 증진

사진자료: 아마도 그룹 홈페이지, 사피태국 홈페이지

동일품목 종류

① 블랙모어스 네일, 헤어&스킨



② 바이오 징크



③ 인솔라



자료: 블랙모어스 홈페이지

④ 블랙모어스(Blackmores)

기업 기본 정보	기업명	블랙모어스 (Blackmores)
	홈페이지	www.blackmores.com.au
	위치	20 Jubilee Avenue, Warriewood, NSW 2102, Australia
	설립년도	1930년
규모	동일품목 수	3개

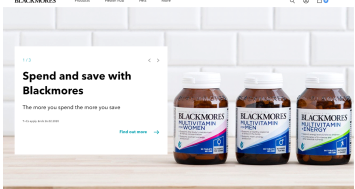
〈오프라인 매장〉 부츠	제품명	마린 콜라겐 코큐텐 (Marine Collagen CoQ10)
	제품 용량(캡슐)/ 섭취 횟수	60/ 60회
	가격	1,599바트 (60,618원)
	제품 종류	콜라겐



〈온라인 매장〉 사피태국, 라자다, 유바이, 자사 쇼핑몰	제품명	마린 콜라겐 코큐텐 (Marine Collagen CoQ10)
	제품 용량(g)/ 섭취 횟수	30.00/ 30회
	가격	950바트 (36,015원)
	제품 종류	콜라겐



기업
홍보 채널



- 자사 홈페이지(글로벌)
- 기업 및 제품 소개
- 자사 홈페이지 내 쇼핑몰 운영
- SNS 플랫폼(페이스북, 인스타그램)
- 제품 소개 및 홍보 영상 공유

홍보 문구

Blackmores Marine Collagen CoQ10+

About this product

- Collagen Proteoglycan from marine fish plus extract from grape seed
- Vitamin E and selenium contributes to protection of cells from free radicals

Features

Blackmores Marine Collagen CoQ10+ Dietary supplement contains Collagen Proteoglycan from marine fish plus extract from grape seed plus vitamin E and selenium contributes to protection of cells from free radicals

Dosage

Adult - Take 1 capsule daily with a meal

Active ingredients

Active ingredient per capsule

- 피부 재생
- 피부 세포 재생 촉진
- 손상된 피부 복원

사진자료: 블랙모어스 홈페이지, 라자다 홈페이지

13) 트루라이프 브랜드의 태국 페이스북 페이지에 따르면, 트루라이프 제품은 태국 H&B 매장인 시티케어(CityCare)매장에서 판매되고 있음

●
동일품목 종류

① 시크릿 스무스 워크



② 니뽀 렌 시크릿 콜라겐 블링크 비타 그레이프



③ 시크릿 스무스 워크 플러스 비타

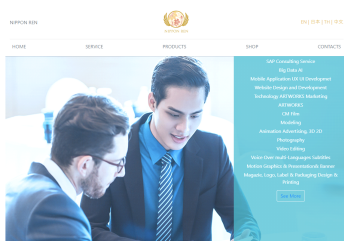


자료: 니뽀 렌 홈페이지

⑤ 신 니혼 메디컬(Shin Nihon Medical)

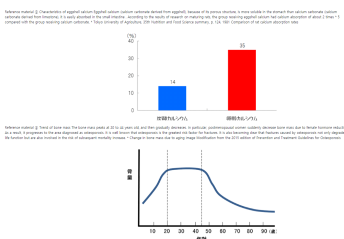
기업 기본 정보	기업명	신 니혼 메디컬 (Shin Nihon Medical)	
	위치	2096-5, Isikawa-cho, Hachioji-shi, Tokyo 192-0032, Japan	
	규모	동일품목 수	3개
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 왓슨스	제품명	니뽀 렌 콜라겐 (Nippon)
		제품 용량(g)/ 섭취 횟수	120.00/ 21회
	가격	1,280바트 (48,525원)	
	제품 종류	콜라겐	
기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 사피태국	제품명	니뽀 렌 콜라겐 (Nippon Ren Collagen)
		제품 용량(g)/ 섭취 횟수	120.00/ 21회
	가격	1,199바트 (45,454원)	
	제품 종류	콜라겐	

기업
홍보 채널



- 브랜드 홈페이지(글로벌, 현지)
- 기업 및 제품 소개
- SNS 플랫폼(페이스북, 트위터, 유튜브)
- 현지 용 홍보 플랫폼

홍보 문구



- 색소 침착 억제
- 안색 개선
- 주름과 주근깨 완화

사진자료: 니뽀 렌 홈페이지

III. Buyer Interview

SUMMARY

Interview ① 왓슨스(Watsons)

Interview ② 부츠(Boots)

Interview ③ 츠루하(Tsuruha)

Interview ④ 시어리브지파머시
(Sirivej Pharmacy)

Interview ⑤ 클리니아(Clinicya)

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

태국 (THAILAND)
이너뷰티 제품 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정
 · 식품 수입유통업체 ○
 · 이너뷰티 제품 취급 경험 ○

	왓슨스 (Watsons)	부츠 (Boots)	츠틀루하 (Tsuruha)	시어리브지파머시 (Sirivej Pharmacy)	클리니아 (Clinicya)
업체 ▶	드럭스토어	드럭스토어	드럭스토어	소매업체	소매업체
이너뷰티 제품 취급 ▶					
	건강기능식품	건강기능식품	건강기능식품	건강기능식품	건강기능식품

사진자료: 왓슨스(Watsons), 부츠(Boots), 츠틀루하(Tsuruha), 시어리브지파머시(Sirivej Pharmacy), 클리니아(Clinicya) 홈페이지

태국(THAILAND)
이너뷰티 제품 바이어 인터뷰

A사	왓슨스 (Watsons) 드럭스토어	부츠 (Boots) 드럭스토어	츠틀루하 (Tsuruha) 드럭스토어	시어리브지파머시 (Sirivej Pharmacy) 소매업체	클리니아 (Clinicya) 소매업체
650바트 (24,642원) 14) 제품 가격	용량대비 비싼 가격	용량대비 다소 비싼 편	용량대비 비싼 가격	수입 제품과 비교 시, 적당한 가격	용량대비 다소 비싼 편
90g, 15일분 제품 용량	60정 제품을 취급	60정 제품을 취급	30포 제품을 취급	액체로는 4병, 캡슐로는 30정 제품을 취급	30정 제품을 취급
츄어블 제품 제형	알약 제형을 취급	소비자들은 알약, 캡슐, 츄어블 제형을 선호	소비자들은 알약, 캡슐 제형을 선호	최근 알약, 츄어블, 캡슐 제형의 수요가 많음	최근 소비자들은 알약, 캡슐 제형을 선호

(*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 5개사

14) 1바트=37.91원(2020.02.19.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ① 왓슨스(Watsons)

왓슨스
(Watsons)

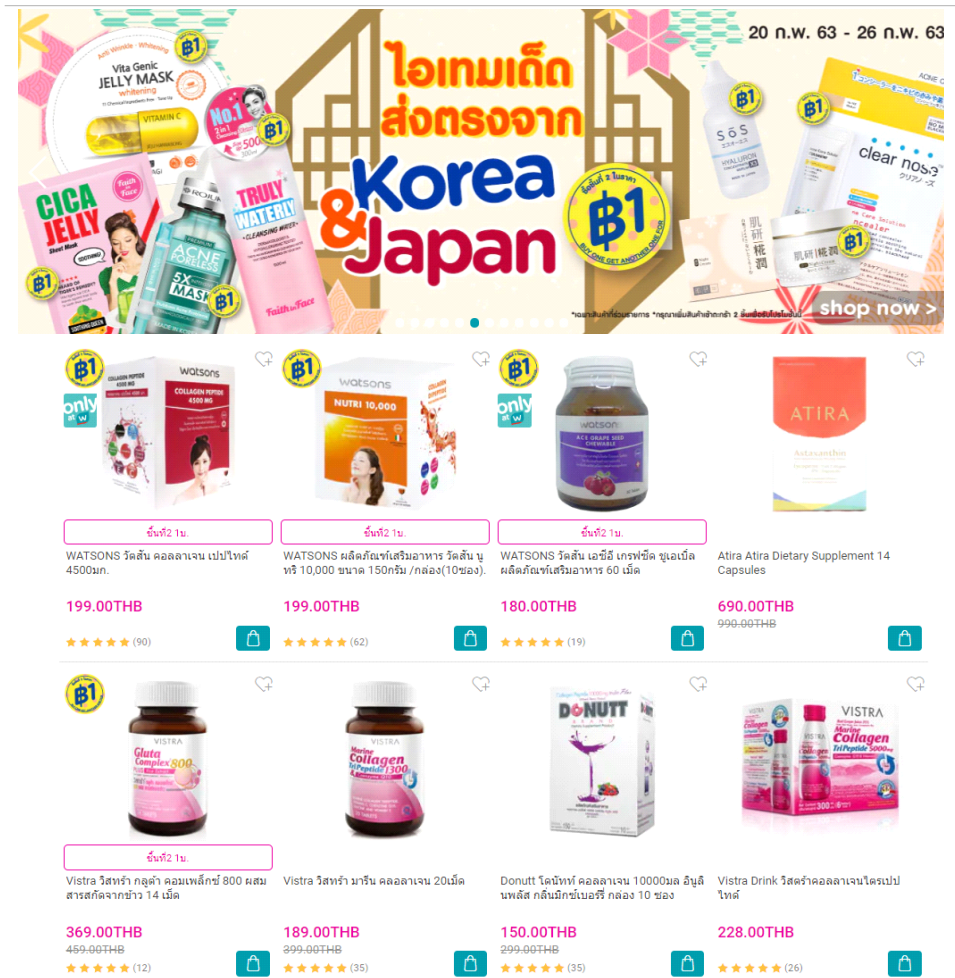
전문가 소속

왓슨스
(Watsons)
드럭스토어

전문가 정보

Mr. Bodin
(Marketing Department)

15)



왓슨스(Watsons)

Marketing Department, Mr. Bodin

왓슨스는 홍콩에 본사를 둔 드럭스토어 형태의 소매업체로 1990년대 태국에 진출함. 취급 제품으로는 이너뷰티 제품, 비타민, 다이어트 보조제, 유아용품, 구강용품, 화장품 등이 있음. 지속해서 상품 다각화를 추진하고 있으며, 'Look Good, Feel Great'의 슬로건 하에 온·오프라인 매장을 운영함. 페이스북, 인스타그램 등 다양한 소셜미디어 플랫폼을 활용해 신제품과 할인행사를 홍보함

15) 사진자료: 왓슨스(Watsons) 홈페이지 (www.watsons.co.th)



가격 650바트
(24,642원)

용량 90g, 15일분

제형 쉐어블

Q1. 최근 태국 내 이너뷰티 제품의 수요는 어떠한가요?

태국에는 여성 전용 이너뷰티 제품의 종류가 다양한 편이며, 10-30대의 젊은 여성들 사이에서 수요가 많습니다. 고객층에 따라 선호하는 원산지에 차이가 있습니다. 도시에 거주하는 고소득층과 중산층 소비자들은 미국, 호주, 일본산 수입 제품을 선호하며, 도시 외곽 지역의 저소득층에서는 현지 제품의 수요가 많습니다.

Q2. 현지 소비자들 사이에서 수요가 많은 제품은 무엇인가요?

현지 소비자들 사이에서 수요가 많은 이너뷰티 제품으로는 호주 브랜드 블랙모어스(Blackmores)의 이브닝 프림로즈 오일(Evening Primrose Oil)이 있습니다. 해당 제품은 필수 지방산이 함유되어 있으며 오메가6가 풍부해 호르몬 조절이 필요한 여성들과 알레르기 반응으로 피부가 민감한 사람들에게 인기가 많습니다. 현지 소비자들은 태국에서 생산한 제품보다 미국, 호주, 일본에서 수입한 이너뷰티 제품을 더 선호합니다. 한국산 화장품은 태국에서 인지도가 높으나 한국 이너뷰티 제품의 인지도는 매우 낮습니다.

Q3. 현지인들은 제품 구매 시, 무엇을 고려하나요?

현지인들은 이너뷰티 제품 구매 시 제품 성분과 품질을 고려합니다. 특히 여성 소비자들은 생선 콜라겐과 아세로라 열매의 추출물을 주재료로 한 제품을 선호합니다. 생선 콜라겐은 피부 탄력에 도움을 주고, 아세로라 열매 추출물은 피부 미백에 효과가 있기 때문입니다. 또한, 고학력자와 고소득층의 소비자들은 태국 식약청(FDA)의 승인을 받은 고품질의 제품을 선호하는 경향이 있습니다.

Q4. 취급 제품의 포장, 가격 및 용량은 어떻게 되나요?

이너뷰티 제품 대부분이 캔이나 투명한 플라스틱 병에 담겨 판매되고 있습니다. 제품 원산지와 브랜드에 따라 가격과 용량은 차이가 있습니다. 앞서 말씀드린 블랙모어스 제품은 60정에 530바트(20,092원)로, 약 두 달간 섭취할 수 있습니다. 해당 제품과 A사 제품의 가격을 정확하게 비교하기는 어렵지만, A사의 제품이 15일 분량임을 고려했을 때 용량 대비 가격이 비싸다고 생각합니다.

Interview ② 부츠(Boots)



16)

부츠
(Boots)

전문가 소속

부츠
(Boots)
드럭스토어

전문가 정보

Ms. Siriluk
(Manager)

ลดสูงสุด 75%
ปกติ 890.-
No7 Serum Activating Pads



267.-

ลดสูงสุด 75%
ปกติ 1,099.-
OLAY Regenerist Micro Sculpting Serum



549.-

ซื้อ 1 แถม 1 ฟรี
เริ่มต้น 89.-
Boots vitamin c

ลดสูงสุด 75%
ปกติ 99.-
**Veet Hair Removal Cream
Naturals Papaya Extract**



25.-

ลดสูงสุด 75%
ปกติ 890.-
**Mizumi UV Water Serum /
Defence**



445.-

ลดสูงสุด 75%
ปกติ 280.-
**Cetaphil Gentle Cleansing
Cloths**



140.-

ลดสูงสุด 75%
ปกติ 220.-
Boots Moisturising Gel



99.-



**Boots Co Q10 30 mg Plus Rice
Bran Oil (30 Capsules)**



**Boots Feminnin Soy Advance
46.2 g (30 tablets)**



**Boots Fish Oil 1000 mg 90
Capsules**



**Boots Fish Oil 1200 mg (EPA
600 mg and DHA 300 mg) 80
Capsules**



Boots Garlic 90 Capsules



**Boots Ginkgo 60 mg 60
Capsules**

부츠(Boots)

Manager, Ms. Siriluk

부츠는 영국에 본사를 둔 드럭스토어 형태의 소매업체로 1997년에 태국에 진출함. 취급 품목으로는 이너뷰티 제품, 비타민, 다이어트 보조제, 화장품 등이 있음. 전 세계 25개국 이상에 약 1만 8,750개의 매장을 보유하고 있으며, 태국 내에서는 온라인 쇼핑몰과 약 277개의 매장을 운영함. 자사 PB(Private brand) 상품을 판매하고 있으며, 페이스북과 인스타그램 등 소셜미디어 플랫폼을 활용해 신제품을 홍보함

16) 사진자료: 부츠(Boots) 홈페이지 (www.th.boots.com)



가격	650바트 (24,642원)
용량	90g, 15일분
제형	추어블

Q1. 최근 태국 내 이너뷰티 제품의 수요는 어떠한가요?

태국 내 20-40대 젊은 여성들 사이에서 이너뷰티 제품의 수요가 많습니다. 비타민C와 같은 건강보조식품을 이용한 경험이 있는 여성들이 최근에는 면역력 강화, 노화 방지, 주름 개선 등을 목적으로 이너뷰티 제품을 구매합니다. 유명 브랜드로는 호주산 블랙모어스와 태국산 메가 라이프사이언스 퍼블릭(Mega Lifesciences Public)이 있습니다. 메가 라이프사이언스 퍼블릭 제품은 품질이 우수하고 가격이 매우 저렴한 것으로 유명합니다.

Q2. 현지 소비자들은 이너뷰티 제품 구매 시 무엇을 고려하나요?

태국 소비자들은 이너뷰티 제품 구매 시, 제품의 효능과 원산지를 고려합니다. 일반적으로 피부 미백 효과가 있는 제품의 수요가 가장 많으나, 연령대별로 선호하는 효능에 다소 차이가 있습니다. 20-30대 여성들은 미백 효과가 있는 제품을 가장 선호하고, 30-40대 여성들은 주름 개선 등 노화 방지 효능이 있는 제품을 선호합니다. 이외에도 태국 소비자들은 현지에서 생산된 제품보다 수입 제품을 선호하는 경향이 있습니다. 그중 일본과 호주산 이너뷰티 제품의 수요가 많으며, 한국 이너뷰티 제품의 수요는 낮은 편입니다.

Q3. 현지인들이 선호하는 제품 제형은 무엇인가요?

태국에는 분말, 캡슐, 추어블(Chewable), 알약 등 다양한 제형의 이너뷰티 제품이 있습니다. 그중 20-40대 태국 여성들은 먹기 편리한 캡슐, 알약, 추어블 제형을 선호합니다. 실제 태국 소비자가 선호하는 블랙모어스, 메가 라이프사이언스 퍼블릭의 제품은 알약과 캡슐 형태가 많습니다. 분말형 제품을 선호하는 소비자들도 간혹 있으나, 많지는 않습니다.

Q4. 취급 제품의 포장 및 가격은 어떠한가요?

이너뷰티 제품 대부분이 여성 고객을 타겟으로 하다 보니, 분홍색이나 보라색 등의 색상을 사용한 포장 디자인이 많습니다. 가격은 제품 브랜드와 원산지마다 차이가 있습니다. 당사에서 취급하는 메가 글로우 콜라겐(Mega Glow Collagen)은 60정에 520바트(19,713원)로, 소비자들은 해당 제품을 두 달간 섭취할 수 있습니다. 비록 제품의 제형은 상이하나, 용량 및 섭취할 수 있는 기간과 비교했을 때 15일간 섭취할 수 있는 A사의 제품은 다소 비싸다고 생각합니다.

Interview ③ 츠루하(Tsuruha)



17)

츠루하
(Tsuruha)

전문가 소속

츠루하
(Tsuruha)
드럭스토어

전문가 정보

Mr. Pireepat
(Manager)

The screenshot displays a variety of products and promotional banners. At the top, there's a banner for 'Hada Labo Premium Lotion Hyaluronic Acid 5 30ml' with a price of 499฿. Below it are banners for 'IPOCARE EX' (759฿) and 'Dove' (139฿). The main product grid includes:

- Collagen product: 890.00฿
- Skincare product: 540.00฿
- Skincare product: 95.00฿
- Collagen product: 800.00฿
- Glutamine product: 400.00฿
- Collagen product: 1,590.00฿
- HAKUBI C Tablet 60 pieces: 6,999.00฿
- Skincare product: 49.00฿

츠루하(Tsuruha)

Manager, Mr. Pireepat

츠루하는 일본에 본사를 둔 드럭스토어 형태의 소매업체로, 2012년에 태국에 진출함. 태국 내 온라인 쇼핑몰과 약 24곳의 오프라인 매장을 운영하고 있으며, 오프라인 매장 대부분이 주요 쇼핑몰과 도심 상업 지역에 위치함. 이너뷰티 제품, 비타민, 다이어트 보조제, 화장품 등 1만개 이상의 제품을 취급함

17) 사진자료: 츠루하(Tsuruha) 홈페이지 (www.tsuruha.co.th)



가격 650바트
(24,642원)

용량 90g, 15일분

제형 츠어블

Q1. 태국 내 이너뷰티 제품의 주 고객은 누구인가요?

태국에서 이너뷰티 제품의 주 고객은 20-30대 여성입니다. 해당 소비계층은 구매력이 높은 편이어서 고가의 제품도 고민 없이 구매하는 경향이 있습니다. 또한 태국 20-30대 여성들은 시장 트렌드와 소셜미디어의 영향을 많이 받아 새로운 제품을 시도하는 데 적극적입니다. 이너뷰티가 전 세계적인 트렌드로 자리매김함에 따라 이너뷰티 제품에 대한 태국 여성 소비자들의 관심이 높습니다.

Q2. 현지인들이 선호하는 이너뷰티 제품의 원산지는 어디인가요?

태국 사람들은 현지에서 생산된 제품보다 수입산 이너뷰티 제품을 선호합니다. 수입 제품이 현지 제품에 비해 품질이 우수하다고 평가하며, 특히, 수입산 중 일본산 제품의 수요가 많은 편입니다.

Q3. 태국 내 인기가 높은 제품의 특징은 무엇인가요?

태국 사람들은 태국 FDA 인증 외에도 GMP 인증을 받은 제품을 선호합니다. 현지인들은 다른 기타 인증 없이 태국 FDA 인증만 취득한 제품은 품질이 좋지 않은 것으로 인식합니다. 이외에도 노화 방지 효능 보다 피부 톤을 밝게 해주는 미백 효능이 있는 제품의 수요가 많습니다.

Q4. 소비자들이 선호하는 제품 포장 및 제형은 무엇인가요?

태국 내 이너뷰티 제품 대부분이 유리병 제품입니다. 하지만 현지인들은 유리병보다 플라스틱 병으로 포장된 제품을 더 선호합니다. 제조업체들은 여성 고객을 타겟으로 여성 소비자들의 관심을 사로잡을 만한 디자인으로 제품을 제작합니다. 또한 태국 소비자들은 섭취가 간편한 제품을 선호하므로 A사의 츠어블 제형도 현지인들에게서 좋은 반응을 받을 것 같습니다.

Q5. 취급 제품의 가격은 어떻게 되나요?

제품마다 가격의 차이가 큰 편입니다. 저희가 취급하는 제품 중 가장 비싼 제품은 암셀 펩티드 & 트리펩티드 콜라겐(Amsel Peptide & Tripeptide Collagen)으로, 30포에 890바트(33,740원)입니다. 이와 비교했을 때, A사 제품은 저희가 취급하는 제품 중 가장 비싼 제품보다도 용량 대비 비싸기 때문에 가격을 낮출 필요가 있어 보입니다.

Interview ④ 시어리브지파머시(Sirivej Pharmacy)

18)



시어리브지파머시
(Sirivej Pharmacy)

전문가 소속

시어리브지파머시
(Sirivej Pharmacy)
소매업체

전문가 정보

Mr. Teerada
(Sales Department)

Product Name	Price (THB)
Fenucaps plus	฿260.00
Lecicaps	฿220.00
Eucerin PH5 ultra white+spotless starter kit day+night	฿1,275.00
ยาทาลดมันล้าน ขาวลดรอย	฿8.00
ยาหอมเทพจิตร	฿18.00
ALICIA 5000 กระเทียมสกัด	฿420.00
ชาพลองเซ	฿175.00
Regro smooth detox hair mask	฿325.00
Regro detox&purify shampoo	฿230.00
Regro detox&purify conditioner	฿240.00
Regro lady แพ็ค2ใน1 conditioner	฿415.00
Nutrakal Kyo-Dophilus chewy	฿1,025.00
Ezerra	-
VITARA	-
MEGA we care	-
MEGA we care	-
MEGA we care	-

시어리브지파머시(Sirivej Pharmacy) Sales Department, Mr. Teerada

시어리브지파머시는 약국 형태의 소매업체로, 이너뷰티 제품, 비타민, 다이어트 보조제, 구강 용품, 화장품 등을 취급하고 있음. 태국 현지에서 생산된 제품 외에도, 호주, 미국 등에서 수입한 제품을 판매함. 태국 내 온라인 쇼핑몰과 약 11곳의 오프라인 매장을 운영함. 페이스북 등의 소셜미디어 플랫폼을 통해 신제품과 할인 행사를 홍보하고 있음

18) 사진자료: 시어리브지파머시(Sirivej Pharmacy) 홈페이지 (www.sirivejpharma.com)



가격 650바트
(24,642원)

용량 90g, 15일분

제형 츠어블

Q1. 현지 소비자들이 선호하는 이너뷰티 효능은 무엇인가요?

현지 소비자들은 피부 미백 효능이 있는 제품을 가장 선호하기 때문에, 제품 구매 시 피부 미백에 도움이 되는 성분이 있는지 철저히 살펴봅니다. 그중에서도 비타민C가 함유된 이너뷰티 제품의 인기가 가장 높습니다. 이외에 소비자들은 주름 개선 등의 노화 방지 효능을 갖춘 제품을 선호하고 있으며, 특히 피부 미백 효과가 있는 제품에 대한 선호도가 매우 높습니다.

Q2. 현지인들이 선호하는 이너뷰티 제품의 제형은 어떠한가요?

현재 태국에는 알약, 츠어블, 캡슐, 분말 등 다양한 제형의 이너뷰티 제품이 있습니다. 과거 태국 사람들은 물이나 음료에 타 먹을 수 있는 분말 제형의 이너뷰티 제품을 선호했습니다. 하지만 최근 현지인들은 알약, 츠어블, 캡슐 등 비교적 간편하게 섭취할 수 있는 제품을 선호합니다.

Q3. 태국 사람들은 제품 구매 시, 무엇을 고려하나요?

태국 소비자들은 이너뷰티 제품 구매 시, 제품의 원산지를 가장 먼저 고려합니다. 수입산 제품 중에는 태국 FDA 외에 다양한 인증을 보유한 고품질 제품이 많기 때문에 소비자들은 고품질의 수입산 제품을 선호하고 있습니다. 물론 태국 현지산 제품 중에도 품질이 좋은 제품이 있지만 비교적 품질이 떨어지는 제품의 비율이 더 높습니다. 따라서 구매력이 있는 소비자들은 현지에서 생산된 이너뷰티 제품을 다소 꺼리는 경향이 있습니다.

Q1. 취급 제품에는 무엇이 있나요?

당사는 캡슐형 제품인 메가 위 케어 콜라겐(Mega We Care Collagen)과 물이나 음료에 섞어 마실 수 있는 분말 제품인 프로피민 마린 콜라겐 트리펩타이드(Profimin Marine Collagen Tripeptide)를 취급하고 있습니다. 이외에도 드링크제 형태의 블랙모어스 콜라겐 액티브(Blackmores Collagen Active)를 취급하고 있습니다. 가격은 제품 품질에 따라 천차만별입니다. 캡슐형 제품은 한 달 분량에 300-500바트(11,373-18,955원)인 반면, 블랙모어스 제품은 4회 분량에 335바트(12,700원)입니다. A사 제품은 수입산 제품의 가격대로 적당한 편이라고 생각합니다.

Interview ⑤ 클리니아(Clinicya)

19)



클리니아
(Clinicya)

전문가 소속

클리니아
(Clinicya)
소매업체

전문가 정보

Ms. Srichada
(Sales Department)



1018021
CALXIMIX COFFEE 15G.X10'S [C&L]
Shop Now!



1018018
กาแฟสำเร็จรูป รสกาแฟ คอลอสคิง (สูตรเข้มข้น) 16 G * 10 SACHETS [คอลอสคิง]
Shop Now!



1018017
กาแฟสำเร็จรูปรสกาแฟ (10 sachets)
Shop Now!



1122028
น้ำยาบ้วนปาก C-20 MOUTHWASH สีส้ม 360 ML [OSOTHINTER]
ราคา 89.00 บาท
ราคา 80.00 บาท
Shop Now!



1122026
C-20 MOUTHWASH สีฟ้า 180 ML [OSOTH INTER]
Shop Now!



1122017
น้ำยาบ้วนปาก C-20 MOUTHWASH 180 ML [OSOTHINTER]
ราคา 75.00 บาท
Shop Now!

클리ニア(Clinicya)

Sales Department, Ms. Srichada

클리니아는 2012년에 설립된 약국 형태의 소매업체로, 취급 품목으로는 이너뷰티 등을 포함한 건강기능식품, 의약품, 화장품 등이 있음. 암셀(Amsel), 블랙모어스, 비스트라(Vistra) 등 약 15개의 브랜드를 취급하고 있음. 태국 내 온라인 매장과 오프라인 매장을 운영하고 있으며, 전문 약사가 소비자들에게 건강 관련 상담 서비스를 제공함

19) 사진자료: 클리니아(Clinicya) 홈페이지 (www.clinicya.com)



가격 650바트
(24,642원)

용량 90g, 15일분

제형 주어블

Q1. 태국 내 이너뷰티 제품 수요는 어떠한가요?

태국 내 이너뷰티 제품의 수요는 많은 편이며 주 소비자층은 20-50대 여성입니다. 20-30대 여성 소비자들은 주로 피부 미백 효과, 30-50대 여성 소비자들은 주름 개선 등의 노화 방지 효과가 있는 제품을 선호합니다.

Q2. 현지 소비자들은 이너뷰티 제품 구매 시 무엇을 고려하나요?

현지 소비자들은 이너뷰티 제품 구매 시 제품의 효능을 가장 고려합니다. 태국 사람들 사이에서 특별히 인기가 높은 제품의 원산지는 없으며, 현지 제품과 수입 제품 모두 수요가 많습니다. 이외에도 태국 사람들은 저렴한 제품을 선호하지만 제품 효능이 탁월하다면 가격에 개의치 않고 구매하는 편입니다.

Q3. 현지 소비자들이 선호하는 제품 제형 및 포장형태는 무엇인가요?

태국에는 분말, 캡슐 등 다양한 형태의 이너뷰티 제품이 있습니다. 과거에는 물이나 음료에 타서 마실 수 있는 분말 제형의 제품 수요가 많았지만, 최근 몇 년 사이 캡슐과 알약 제형의 제품 수요가 증가했습니다. 캡슐과 알약 제형의 제품은 분말형 제품에 비해 섭취가 간편하여 선호도가 높습니다. 현지 소비자들이 특별히 선호하는 포장 형태는 없으나, 이너뷰티 제품 대부분이 여성을 주로 타깃으로 하다보니 포장 디자인과 색상이 다소 여성스러운 느낌이 있습니다.

Q4. 당사에서 취급하는 이너뷰티 제품에는 무엇이 있나요?

당사에서 취급 중인 이너뷰티 제품으로는 피부 진정 효과가 있는 마린콜라겐(Marine Collagen)과 피부 미백 효과가 있는 아세로라 체리(Acerola Cherry)가 있습니다. 이외에도 태국과 일본 합작회사인 암셀에서 출시한 다양한 제품을 취급하고 있습니다. 암셀 제품은 제형과 성분 따라 가격이 상이합니다. A사와 유사한 캡슐 제품은 30정에 490바트(18,576원)로, 한 달간 섭취할 수 있습니다. 이와 비교했을 때, 15일간 섭취할 수 있는 A사의 제품은 다소 비싸다고 생각합니다.

IV. Competitiveness

SUMMARY

1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹

Competitiveness

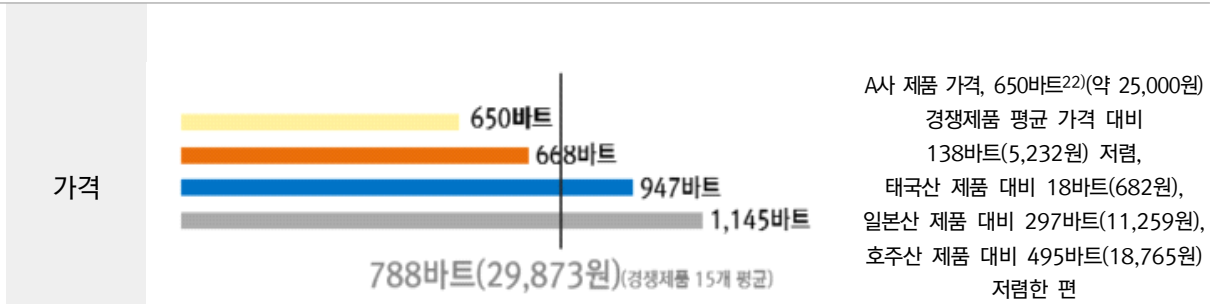
(경쟁력 파악)

태국(THAILAND) - 제품 경쟁력 검증

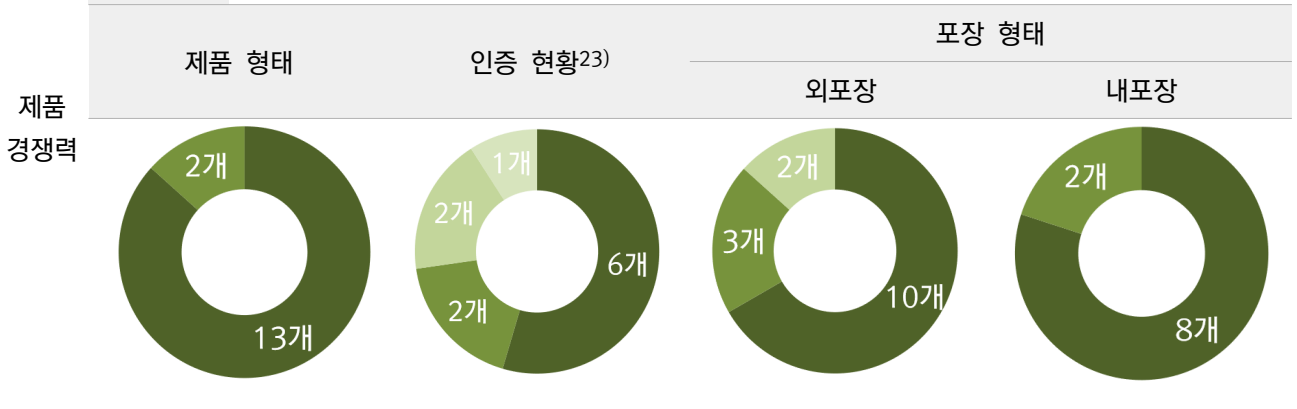
A사 제품 태국산 일본산 호주산

| 15개 경쟁제품 평균

경쟁력 평가 의견



A사 제품 가격, 650바트²²⁾(약 25,000원)
 경쟁제품 평균 가격 대비
 138바트(5,232원) 저렴,
 태국산 제품 대비 18바트(682원),
 일본산 제품 대비 297바트(11,259원),
 호주산 제품 대비 495바트(18,765원)
 저렴한 편



경쟁제품 제품 형태,
 13개 제품 파우더 형태
 2개 제품 캡슐 형태

경쟁제품 중 8개 제품 인증 보유,
 6개 제품 Halal 인증,
 4개 제품 GMP 인증,
 2개 제품 HACCP 인증,
 1개 제품 ISO 9000인증

경쟁제품 외포장 형태,
 10개 제품 종이상자,
 3개 제품 알루미늄 캔,
 2개 제품 플라스틱 병

경쟁제품 내포장 형태,
 8개 제품 종이 파우치,
 2개 제품 비닐 파우치,
 5개 제품은 내포장 없음

마케팅 벤치마킹	경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
		경쟁기업 5개사 모두 태국 오프라인 매장 및 온라인 매장 모두 진출	경쟁기업 5개사 중 5개사 모두 자사 홈페이지 또는 브랜드 홈페이지, SNS 플랫폼 홍보 채널로 활용	경쟁기업 5개사는 주로 '재생 효과', '화이트닝' 등을 강조한 홍보문구 활용

22) 1바트=37.91원(2020.02.19., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

23) 경쟁제품 중 8개 제품이 인증을 보유함. 경쟁제품 중 2개의 제품은 2개 이상의 인증을 보유하고 있음

1. 제품 경쟁력 검증

1) 가격

● 경쟁제품 (경쟁기업)

- ① 콜리지 (아마도 그룹)
- ② 파-콜라겐 (아마도 그룹)
- ③ 콜라겐 펩타이드 4500 (노바 오가닉스)
- ④ 션 로비타 에스엔 (로비타 인터내셔널)
- ⑤ 글로우 콜라겐 (메가 라이프사이언스 퍼블릭)
- ⑥ 콜라겐 펩타이드 4000 (뉴트리나 인터푸드)
- ⑦ 트리 콜라겐 (타나꼬릿 그룹)
- ⑧ 콜라겐 엠 플러스 15000 (노바 오가닉스)
- ⑨ 바이오 액티브 콜라겐 (피닉스 골드 컨소시엄)
- ⑩ 어드밴스 콜라겐 (피닉스 골드 컨소시엄)
- ⑪ 콜라겐 플러스 (스카치)
- ⑫ 니쁜 렌 콜라겐 (신 니혼 메디컬)
- ⑬ 엘 글루타 비비 (에프씨 라보라토리)
- ⑭ 마린 콜라겐 코큐텐 (블랙모어스)
- ⑮ 브이알 콜라겐 (바이텍스 파머슈티컬)

▶ A사 제품 가격, 경쟁제품 평균 소비자가격 788바트

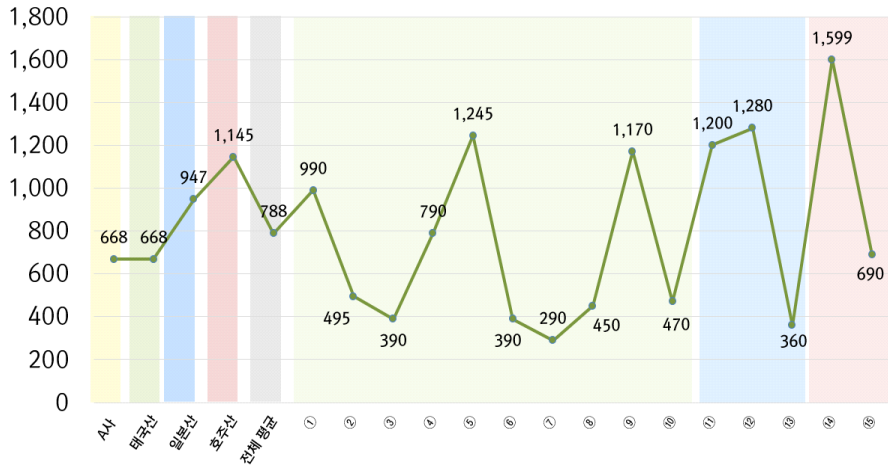
A사 제품의 가격은 650바트(25,000원)임. 태국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개 중 태국산 제품의 평균 가격은 668바트(25,324원), 일본산 제품의 평균 가격은 947바트(35,901원), 호주산 제품의 평균 가격은 1,145바트(43,407원)인 것으로 확인됨. A사 제품은 전체 경쟁제품 15개 평균 가격인 788바트(29,873원) 대비 약 16% 저렴한 것으로 확인됨

▶ 글루타치온 성분을 함유한 제품 평균 소비자가격 667바트

경쟁제품 15개 중 글루타치온 성분이 함유된 제품은 바이오 액티브 콜라겐, 어드밴스 콜라겐, 엘 글루타 비비 3가지 제품임. 이 제품들의 평균 소비자가격은 667바트(25,286원)로 전체 제품의 평균 가격 대비 121바트(4,587원) 낮은 것으로 조사됨. 해당 성분을 함유한 제품 3개 중 2개(바이오 액티브 콜라겐과 어드밴스 콜라겐)의 원산지는 태국 현지이며 나머지 1개인 엘 글루타 비비는 일본산 제품으로 확인함

[표 3.1] 태국 이너뷰티 경쟁제품 가격 경쟁력 분석

(단위: 바트)

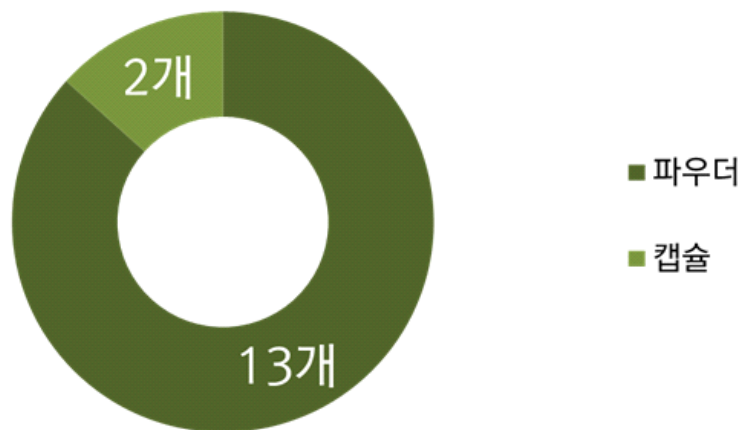


2) 제품 형태

▶ 경쟁제품 15개 중 13개의 제품 파우더, 2개 제품 캡슐 제품

경쟁제품 15개의 형태를 조사한 결과 15개 중 13개의 제품이 파우더 제형인 것으로 조사됨. 나머지 경쟁제품 2개는 캡슐 형태임. 제품 제형이 파우더인 13개의 제품 중 알루미늄 캔에 포장된 3개 제품을 제외한 10개 제품은 한 번에 1회 분량씩 먹을 수 있도록 개별 포장 됨

[표 3.2] 태국 이너뷰티 경쟁제품 형태 경쟁력 분석

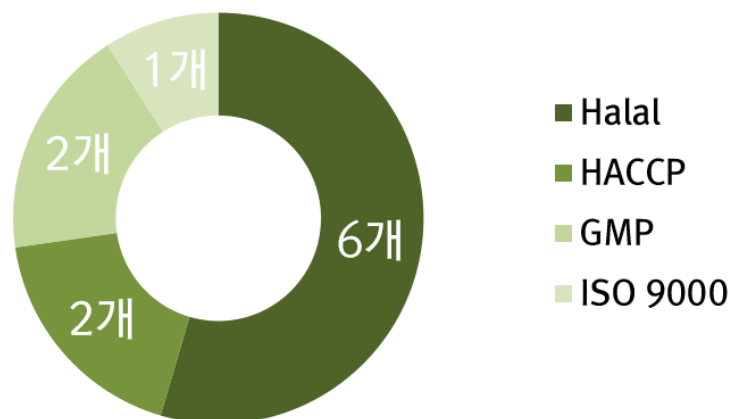


3) 인증 현황

▶ 경쟁제품 15개 중 8개, 할랄(Halal), HACCP, GMP 등 인증 보유

경쟁제품 15개 중 8개의 제품이 인증을 보유하고 있는 것으로 확인됨. 경쟁제품 중 2개 이상의 인증을 보유하고 있는 제품은 2개로 해당 제품은 할랄(Halal)인증과 HACCP, GMP, ISO 9000 인증을 보유한 것으로 확인됨. 경쟁제품이 가장 많이 보유하고 있는 인증은 할랄인증으로 경쟁제품 중 6개가 해당 인증을 보유하고 있는 것으로 확인됨

[표 3.3] 태국 이너뷰티 경쟁제품 보유 인증 경쟁력 분석

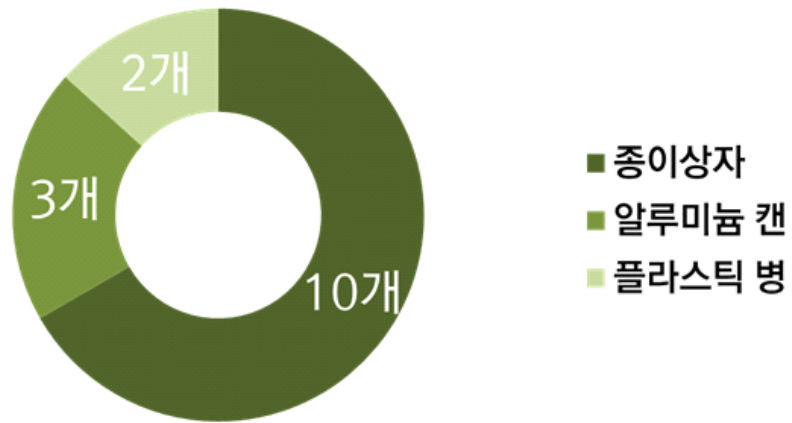


4) 포장 형태
(외포장)

▶ 경쟁제품 15개 중 10개 외포장 형태, 종이상자

현지 경쟁제품 15개의 포장 형태를 조사한 결과, 그중 10개의 외포장 형태는 종이상자인 것으로 조사됨. 3개의 외포장 형태는 알루미늄 캔, 2개의 외포장 형태는 플라스틱 병인 것으로 확인됨

[표 3.4] 태국 이너뷰티 경쟁제품 포장 형태(외포장) 경쟁력 분석

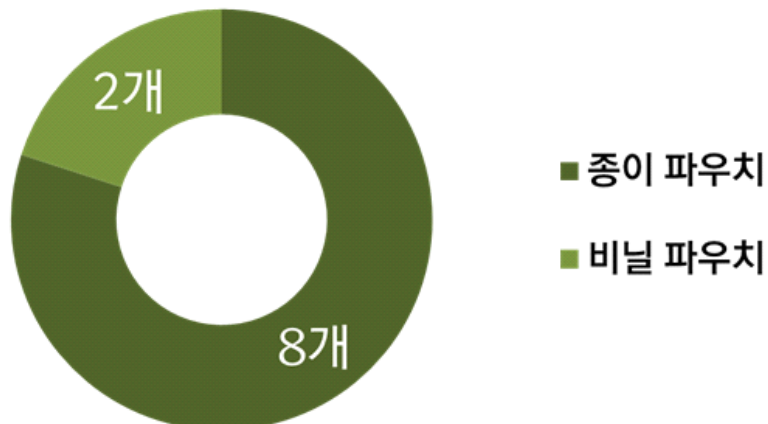


5) 포장 형태
(내포장)

▶ 경쟁제품 15개의 내포장 형태, 종이 파우치 8개, 비닐 파우치 2개

태국에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개의 내포장 형태는 크게 종이 파우치, 비닐 파우치로 나뉨. 15개 경쟁제품 중 8개의 제품은 내포장 형태가 종이 파우치인 것으로 확인되었으며, 2개 제품의 내포장 형태는 비닐 파우치인 것으로 확인됨

[표 3.5] 태국 이너뷰티 경쟁제품 포장 형태(내포장) 경쟁력 분석



2. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ 경쟁기업 5 개사 모두 온라인 및 오프라인 채널 모두 진출

경쟁기업 5개사 모두 오프라인 매장 및 온라인 매장에 진출한 것으로 확인됨. 경쟁기업이 진출한 오프라인 매장은 드럭스토어인 왓슨스(Watsons), 부츠(Boots), 랩 파마시(Lab Pharmacy)이며, 진출한 온라인 매장은 샤피태국(Shopee), 라자다(Lazada), 유바이(Ubuy)임

[표 3.6] 태국 이너뷰티 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인			온라인		
	왓슨스	부츠	랩 파마시	샤피태국	라자다	유바이
메가 라이프사이언스 퍼블릭		○		○	○	
노바 오가닉스	○			○	○	○
아마도 그룹	○			○	○	○
블랙모어스		○		○	○	○
신 니혼 메디컬	○			○		

2) 홍보 채널

▶ 경쟁기업 5개사 모두 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용

태국 시장에 진출한 경쟁기업은 모두 자사/브랜드 홈페이지와 SNS 플랫폼을 통해 자사 제품 및 기업을 홍보하고 있는 것으로 확인됨. 경쟁기업들이 활용하는 SNS 플랫폼은 페이스북(Facebook), 트위터(Twitter), 유튜브(Youtube), 인스타그램(Instagram) 등으로 확인됨

[표 3.7] 태국 이너뷰티 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사/ 브랜드 홈페이지	SNS 플랫폼			
		페이스북	트위터	유튜브	인스타그램
메가 라이프사이언스 퍼블릭	○	○			
노바 오가닉스	○	○	○		
아마도 그룹	○	○			
블랙모어스	○	○			○
신 니혼 메디컬	○	○	○	○	○

3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업 홍보문구로 '재생 효과'와 '화이트닝'을 강조하여 홍보

태국 시장에 진출한 경쟁기업들은 주로 제품의 '재생 효과'를 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. '피부 세포 회복', '피부 재생', '피부 세포 재생 촉진', '손상된 피부 복원' 등의 홍보 문구를 통해 제품의 효능을 강조함. '안색 개선', '인체 내 멜라닌 생성 억제', '화이트닝', '환한 피부', '색소 침착 억제' 등 환한 피부를 강조하는 홍보 문구 또한 자주 사용됨. 또한, '손톱, 머리카락, 피부에 필수 영양소 공급' 등의 문구를 사용해 피부 외에도 제품에 부수적인 효과가 있음을 홍보하는 것으로 확인됨

[표 3.8] 태국 이너뷰티 경쟁기업 홍보문구 분석



[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 태국통계청(National Statistical Office of Thailand) 홈페이지 (www.web.nso.go.th)
2. 왓슨스(Watsons) 홈페이지 (www.watsons.co.th)
3. 부츠(Boots) 홈페이지 (www.boots.com)
4. 랩 파마시(Lab Pharmacy) 홈페이지 (www.isretail.com/customers/lab-pharmacy)
5. 메가 라이프사이언스 퍼블릭(Mega Lifesciences Public) 홈페이지 (www.Mega Lifesciences Publicwecare.com/index.php)
6. 샤피태국(Shopee) 홈페이지 (www.shopee.tw)
7. 노바 오가닉스(Nova Organics) 홈페이지 (13.76.196.68/en/)
8. 아마도 그룹(Amado Group) 홈페이지 (www.amadothailand.com/th/index.php)
9. 블랙모어스(Blackmores) 홈페이지 (www.blackmores.com.au/)
10. 라자다(Lazada) 홈페이지 (www.lazada.co.th)
11. 니뽤 렌(Nippon Ren) 홈페이지 (nipponren.com)
12. 츠루하(Tsuruha) 홈페이지 (www.tsuruha.co.th)
13. 시어리브지파머시(Sirivej Pharmacy) 홈페이지 (www.sirivejpharma.com)
14. 클리니아(Clinicya) 홈페이지 (www.clinicya.com)
15. 츠루하(Tsuruha) 홈페이지 (www.tsuruha.co.th)
16. 클리니아(Clinicya) 홈페이지 (www.clinicya.com)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2020.03.06.

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 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

