



2020

해외시장 맞춤조사

No. | 202007-20

품목 | 영유아 영양식(Growing Formula)

국가 | 캄보디아(Cambodia)

구분 | 경쟁력분석형

사업명 : 2020년 해외시장 맞춤조사

주관기관 : 한국농수산물유통공사

Contents

I. 요약(Summary)	3
II. 경쟁제품(Competitive Product)	
1. 캄보디아 영유아 영양식 경쟁제품 선정	10
2. 캄보디아 영유아 영양식 경쟁제품 조사지표 선정	15
3. 캄보디아 영유아 영양식 경쟁제품 포지셔닝	18
4. 캄보디아 영유아 영양식 경쟁제품 현지 조사 결과	19
III. 경쟁기업(Competitor)	
1. 캄보디아 영유아 영양식 경쟁기업 선정	33
2. 캄보디아 영유아 영양식 경쟁기업 현황	34
3. 캄보디아 영유아 영양식 경쟁기업 세부정보	36
IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)	
Interview ① 이온 온라인쇼핑 프놈펜(AEON Onlineshopping Phnom Penh)	42
Interview ② 베이비 케어(Baby Care)	45
Interview ③ 베이비 월드(Baby World)	48
Interview ④ 캄보 마켓(Cambo Market)	50
V. 경쟁력파악(Competitiveness)	
1. 제품 경쟁력 검증	54
2. 벤치마킹 제품 분석	58
3. 기업 마케팅 벤치마킹	60
VI. 시장진출제언(Export Insights)	62
*참고문헌	65

I. 요약(Summary)


Summary

(요약)

온라인 조사		오프라인 조사		
온라인	이온 온라인쇼핑 프놈펜 (AEON Onlineshopping Phnom Penh)	오프라인	하이퍼마켓&슈퍼마켓	럭키 슈퍼마켓 (Lucky Supermarket)
	델리샵 (Delishop)		백화점	이온몰 (AEON Mall)
	라 뢰 (La Rue)		영유아용품 전문점	베이비 케어 (Baby Care)

조사 지역(캄보디아 프놈펜)

캄보디아 프놈펜에 위치한 하이퍼마켓&슈퍼마켓 럭키 슈퍼마켓(Lucky Supermarket)과 백화점 이온몰(AEON Mall), 영유아용품 전문점 베이비 케어(Baby Care)를 방문함. 럭키 슈퍼마켓은 전세계의 수입품을 취급하는 캄보디아의 유통 체인임. 이온몰은 일본계 유통 체인으로 고급화 전략을 통해 캄보디아의 고소득층, 신혼 중산층을 목표로 하며, 쇼핑몰이지만 백화점으로 분류됨. 베이비 케어는 영유아용품 전문점으로, 캄보디아에 80여개의 브랜드 제품을 독점적으로 유통함



CAMBODIA

프놈펜
(Phnom Penh)

경쟁제품	경쟁기업		
· 캄보디아 영유아 영양식 경쟁제품 15개 조사	경쟁기업	국적	대표제품
 <p>제품 종류별 100g 당 가격, 영유아 영양식이 가장 저렴 특수 분유 3.95달러(약 4,707원), 영아용 분유 2.71달러(약 3,227원) 영유아 영양식 2.76달러(약 3,292원)</p> <p>원산지별 100g 당 가격, 일본이 가장 싸고 한국이 가장 저렴 일본 제품 4.24달러(약 5,047원), 한국 제품 2.23달러(약 2,650원) 유럽 제품 2.60달러(약 3,096원), 영미권 제품 2.67달러(약 3,186원)</p>	애보트	미국	페디아슈어 콤플리트 앤 벨런스드
	아사히	일본	와코도 레벤스 하이하이 1
	네슬레	스위스	기고즈 옵티프로 2
	다논	프랑스	듀멕스 슈퍼 골드 스텝 3
	B사	한국	임페리얼 드림 엑스오 월드 클래스 4

경쟁력 파악		진출 제언			
기준(A사)	경쟁력	경쟁제품	기준(A사)	경쟁력	경쟁제품
가격(100g 당) (4.04달러)	○	영유아 영양식 2.76달러 영아용 분유 2.71달러	인증 (無)	●	인증 有 8개 인증 無 7개
용량(g) (600g)	○	영유아 영양식 780g 영아용 분유 767g	홍보문구 (성장기 어린이를 위한 균형 영양식)	○	효능 성장, 뇌 발달 성분 아이에게 좋은 성분
원산지 (한국산)	●	유럽권 6개 영미권 4개 일본 3개 한국 2개	홍보채널 (無)	○	홍보 TV 광고 어린이 대상 이벤트 개최

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

Point. 01

- 1) A사 제품, 경쟁제품에 비해 약 48% 비싼 것으로 확인
- 2) 바이어 인터뷰에 따르면, 영유아 영양식의 표준 규격은 보통 700-900g으로 인지됨

Point. 02

- 1) 경쟁사의 경우 주로 효능과 성분을 강조하는 홍보문구 기재
- 2) 핵심 경쟁사인 애보트의 경우 TV 광고 및 오프라인 이벤트 개최를 통해 홍보 중

Competitive Product

(경쟁제품)

캄보디아(Cambodia)

영유아 영양식 경쟁제품

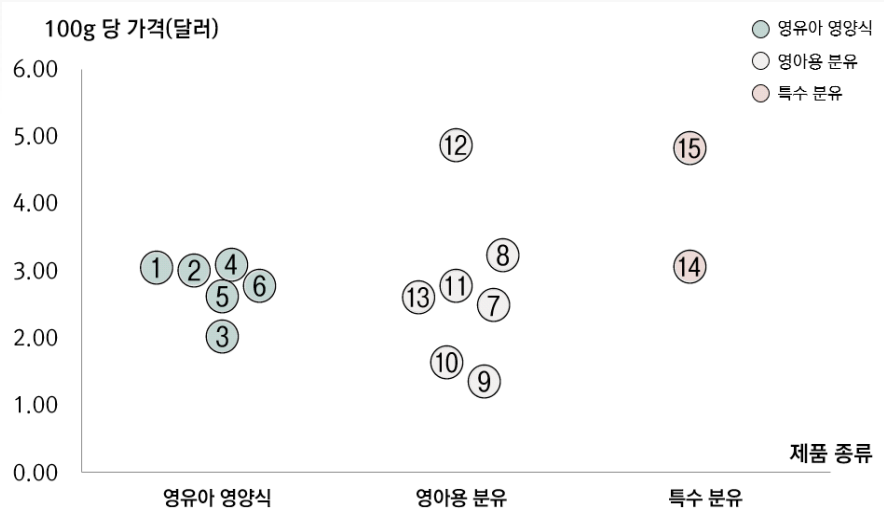
선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준

- 온라인/오프라인 인기제품

경쟁제품 포지셔닝 기준

- X축: 제품 종류
- Y축: 100g 당 가격(달러)



캄보디아 (CAMBODIA)

영유아 영양식 경쟁제품 분석

제품 종류	경쟁제품(제조사)	소비자가격 1)2)	100g 당 가격	용량	원산지	유통기한	인증	홍보문구
영유아 영양식	① 페디아슈어 컴플리트 앤 밸런스드 (애보트)	25.90달러 (30,847원)	3.05달러 (3,629원)	850g	영미권 (미국)	24개월	HALAL	효능, 성분
	② 와코도 레벤스 키즈 3 (아사히)	25.00달러 (29,775원)	3.01달러 (3,587원)	830g	일본	24개월	(-)	효능
	③ 듀맥스 슈퍼 골드 스텝 3 (다논 뉴트리시아)	16.20달러 (19,294원)	2.03달러 (2,412원)	800g	유럽 (프랑스)	24개월	HALAL	효능, 성분
	④ 임페리얼 드림 엑소 월드 클래스 4 (B사)	12.40달러 (14,768원)	3.10달러 (3,692원)	400g	한국	36개월	HACCP, 차세대* 세계일류상품	제조방식
	⑤ 피지오락 그로잉 업 3 (길버트 연구소)	23.60달러 (28,108원)	2.62달러 (3,123원)	900g	유럽 (프랑스)	36개월	(-)	(-)
	⑥ 압타일 토들러 포물라 2 (다논 뉴트리시아)	25.00달러 (29,775원)	2.78달러 (3,308원)	900g	유럽 (프랑스)	18개월	HALAL	(-)
영아용 분유	⑦ 기고즈 옴티프로 2 (네슬레)	22.40달러 (26,678원)	2.49달러 (2,964원)	900g	유럽 (스위스)	24개월	(-)	(-)
	⑧ 시밀락 토탈 컴포트 1 (애보트)	26.55달러 (31,621원)	3.24달러 (3,856원)	820g	영미권 (미국)	24개월	HALAL	효능
	⑨ 스타 그로우 2 (B사)	10.80달러 (12,863원)	1.35달러 (1,608원)	800g	한국	24개월	차세대 세계일류상품	효능
	⑩ 비플러스 팔로우-온 포물라 2 (비플러스 데어리)	13.10달러 (15,602원)	1.64달러 (1,950원)	800g	영미권 (호주)	24개월	HALAL	효능
	⑪ 이소밀 소이 팔로우-온 포물라 스테이지 2 (애보트)	23.60달러 (28,108원)	2.78달러 (3,307원)	850g	영미권 (미국)	24개월	HALAL	(-)
	⑫ 와코도 레벤스 하이하이 1 (아사히)	14.60달러 (17,389원)	4.87달러 (5,796원)	300g	일본	24개월	(-)	(-)
특수 분유	⑬ 피지오락 릴레이 2 (길버트 연구소)	23.50달러 (27,989원)	2.61달러 (3,110원)	900g	유럽 (프랑스)	24개월	(-)	효능
	⑭ 헤질래 본 뉴트리션 0% 팻 (소디알 인터내셔널)	21.50달러 (25,607원)	3.07달러 (3,658원)	700g	유럽 (프랑스)	24개월	(-)	성분
	⑮ 와코도 밀크 프리 소이 포물라 본 락 아이 (아사히)	14.50달러 (17,270원)	4.83달러 (5,757원)	300g	일본	24개월	(-)	효능

(*) 현지 판매 영유아 영양식 경쟁제품 15개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑몰 2곳에서 판매 중인 제품

1) 1달러 = 1,191원 (2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 캄보디아 내에서 캄보디아 자국 화폐인 린(KHR)보다 달러가 더 광범위하게 쓰이고, 매장 가격 또한 달러로 표기되어 달러로 기재함

Competitor

(경쟁기업)

캄보디아(Cambodia)

영유아 영양식 경쟁기업

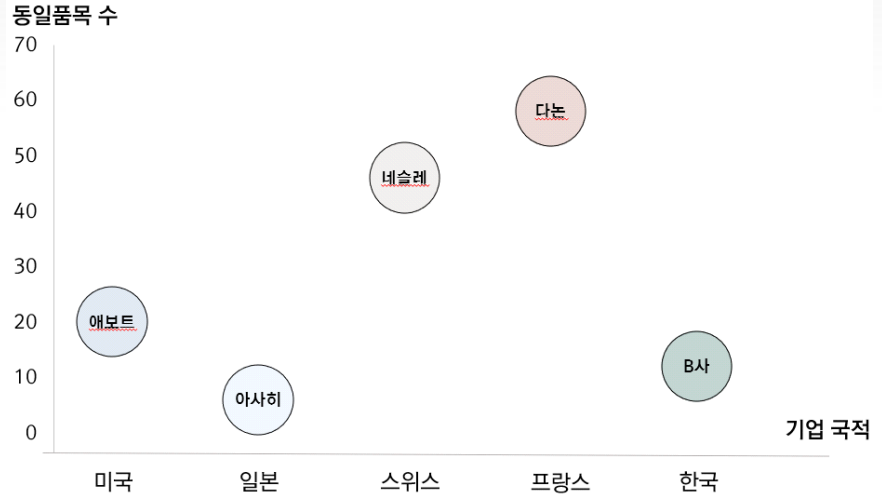
선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정

- 경쟁제품 기업체

경쟁사 포지셔닝

- X축: 기업(제조사) 국적
- Y축: 동일품목 수



캄보디아 (Cambodia)

영유아 영양식 경쟁기업 분석

제조사	국적	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	동일 품목 수
애보트 (Abbott)	미국	<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"> · 자녀의 건강한 성장과 발달 · 다양한 영양소 함유 · 어디서든 섭취하기 용이한 	20개
아사히 (Asahi)	일본	<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"> · 잘 녹는 분말 · 거품이 적어 아기가 마시기 쉬운 · 아기에게 좋은 성분 · 모유에 가까운 성분 	6개
네슬레 (Nestle)	스위스	<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"> · 다양한 영양소 함유 · 성장과 뇌 발달에 도움이 되는 · 면역력 증진 	46개
다논 (Danone)	프랑스	<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"> · 연구를 통해 개발한 제품 · 유아를 위한 풍부한 영양소 · 알레르기 유발 성분이 없는 제품 	58개
B사	한국	<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"> · 아기의 면역력 증진 · 유아 뇌 성장 촉진 · 맛있는 	12개

자료: 캄보디아 진출 영유아 영양식 경쟁기업 5개사 분석

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

캄보디아(CAMBODIA) 영유아 영양식 인터뷰 대상 바이어 업체 선정

- 인터뷰 대상 기업체 선정
- 식품 수입유통업체 ○
 - 영유아 영양식 취급 경험 ○

	이온 온라인쇼핑 프놈펜 (AEON Onlineshopping Phnom Penh)	베이비 케어 (Baby Care)	베이비 월드 (Baby World)	캄보 마켓 (Cambo Market)
업체 ▶	유통업체	유통업체	유통업체	유통업체
영유아 영양식 ▶ 취급				
	영유아 영양식	영유아 영양식	영유아 영양식	영유아 영양식
사진자료:	이온 온라인쇼핑 프놈펜, 베이비 케어, 베이비 월드 판매 페이지, 캄보 마켓 인스타그램 홍보 페이지			

캄보디아(CAMBODIA) 영유아 영양식 바이어 인터뷰

A사	이온 온라인쇼핑 프놈펜 (AEON Onlineshopping Phnom Penh)	베이비 케어 (Baby Care)	베이비 월드 (Baby World)	캄보 마켓 (Cambo Market)
	유통업체	유통업체	유통업체	유통업체
24.26달러 (28,900원) ----- 제품 가격	취급 제품 평균 가격보다 10% 비싼 가격	취급 제품들에 비해 용량 대비 비싼 편	유사 제품과 비교했을 때 비싼 가격	유사 제품과 비교했을 때, 비싸지만 고급화 전략 추천
알루미늄 캔 600g ----- 제품 포장·용량	영유아 영양식 제품 대부분 800-900g	알루미늄 캔 포장의 800g 용량이 가장 일반적	800-850g 제품의 판매량이 높음	15-30일 정도 먹을 수 있는 800-850g 이 일반적
DHA, 프락토올리고당, 레시틴, 비타민 12종, 미네랄 10종, 비피더스, 항산화 베타카로틴, 셀렌, 글루타치온 ----- 성분	A사 제품과 유사한 성분 이 포함된 제품이 인기	무설탕, 무합성착향료 제품 선호	면역력, 발달, 성장 에 도움이 되는 성분 선호	프리바이오틱스, DHA가 포함된 무설탕, 무향료 제품 선호
한국 ----- 원산지	특정 원산지보단 대형 제조사 선호	해외 제조사, 특히 프랑스산 선호	미국, 유럽, 일본산 제품 선호	원산지보다는 제품 성분과 제조 방식 중시

(*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 4개사

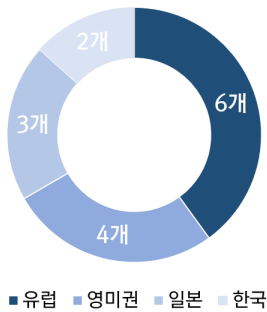
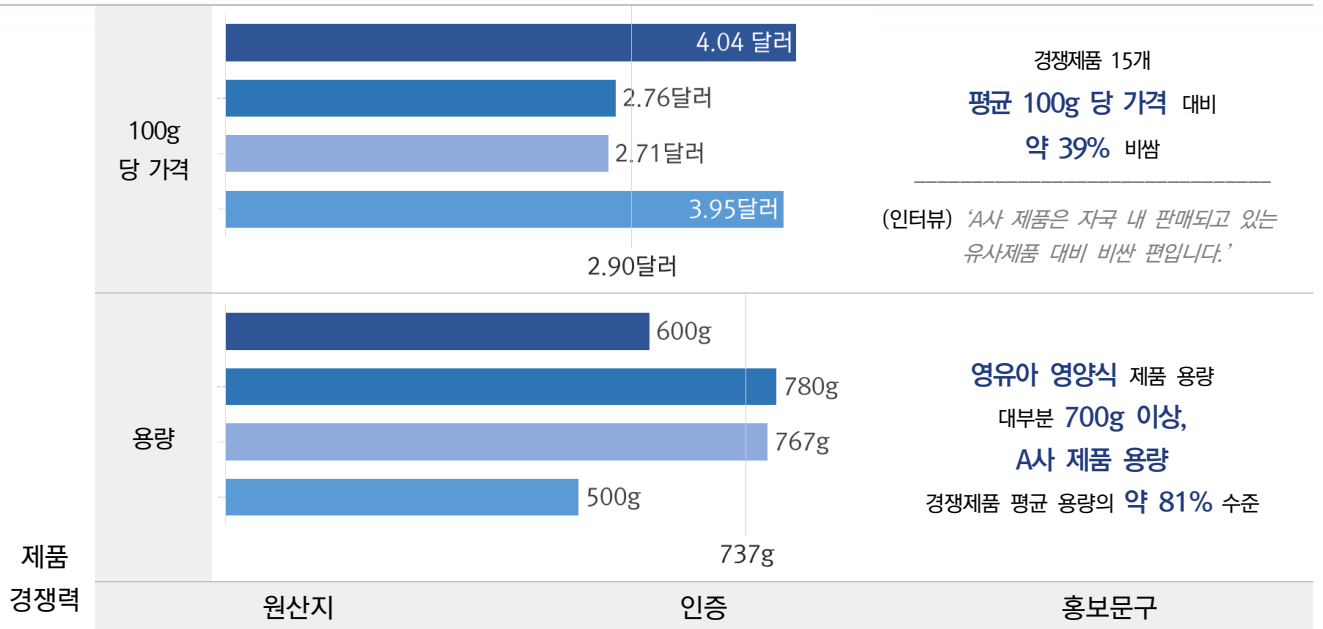
Competitiveness

(경쟁력 파악)

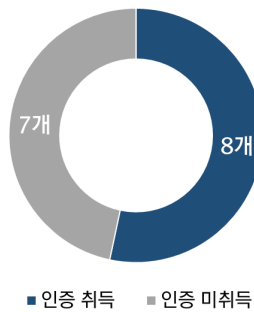
캄보디아 (CAMBODIA) - 제품 경쟁력 검증

■ A사 제품
 ■ 영유아 영양식
 ■ 영아용 분유
 ■ 특수 분유 | 15개 경쟁제품 평균

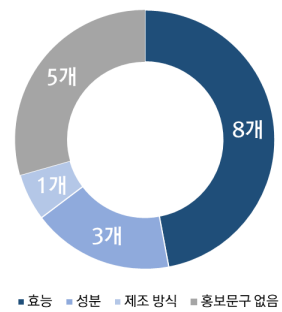
경쟁력 평가 의견



경쟁제품 원산지, 대부분 유럽산 제품



경쟁제품 중 8개 제품, 인증 취득



경쟁제품 홍보문구 대부분 제품 효능 홍보
(*) 2개 제품은 홍보문구 2개 사용 (효능, 성분)

		진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
마케팅 벤치마킹	경쟁사	경쟁기업 5개사 모두 캄보디아 온·오프라인 매장 진출	경쟁기업 5개사는 홍보 채널로 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 활용	경쟁기업 5개사는 주로 효능과 성분을 강조한 홍보 문구 활용

II. 경쟁제품(Competitive Product)

1. 캄보디아 영유아 영양식 경쟁제품 선정
2. 캄보디아 영유아 영양식 경쟁제품 조사지표 선정
3. 캄보디아 영유아 영양식 경쟁제품 포지셔닝
4. 캄보디아 영유아 영양식 경쟁제품 현지 조사 결과

1. 캄보디아 영유아 영양식 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

A사 제품 특징



제품명	하이-키드 밀크
종류	영유아 영양식
용량	600g
포장	알루미늄 캔
특징	성장기 어린이를 위한 영양식

Step 01. 제품 분석



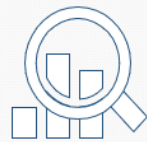
- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② A사 제품 분석
 - 제품명 : 하이-키드 밀크
 - 제품 품목 : 영유아 영양식
 - 용량 : 600g
 - 포장 : 알루미늄 캔
 - 유통기한 : 24개월

Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



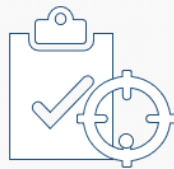
- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 이온 온라인쇼핑 프놈펜(AEON Onlineshopping Phnom Penh)
 2. 델리샵(Delishop)
 3. 라 뢰(La Rue)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 3종류 Top 10 제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰 중 2개에서 확인 : 6개 제품

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, 백화점, 영유아용품 전문점
- 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
 - (오프라인) 인기 제품 요인 분석
 - 벤치마킹 제품 분석

2) 현지 주요 온라인 쇼핑물 인기제품 확인

● 캄보디아 주요 식품 취급 온라인 쇼핑몰

사이트명	판매 식품 종류
AEON MALL 이온몰	유아용 식품, 신선식품, 가공식품, 냉동식품 등
delishop 델리샵	신선식품, 유제품, 유아용 식품, 음료, 냉동식품 등
LA RUE. 라 휘	가공식품, 수입식품, 신선식품, 유제품, 유아용 식품 등

● 캄보디아 주요 온라인 쇼핑몰 2곳 이상에서 판매 중인 경쟁제품

제품명	제조사
피지오락 그로잉 업 3	길버트 연구소
피지오락 릴레이 2	길버트 연구소
피지오락 릴레이 1	길버트 연구소
뉴트리골드 스마트 그로 3	히프로카 리팩
뉴트리골드 스마트 그로 2	히프로카 리팩
뉴트리골드 스마트 그로 1	히프로카 리팩

▶ 캄보디아 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 3개, 이온몰, 델리샵, 라 휘

스태티스타³⁾에 따르면, 2019년 기준 캄보디아의 이커머스 시장 규모는 2018년 대비 41.7% 가량 증가한 약 1억 2,970만 달러임. 또한 이커머스 시장의 연평균 성장률은 약 16%로 2024년에는 2억 7,240만 달러에 이를 것으로 전망되어 앞으로의 성장가능성이 주목됨. 하지만 2019년 기준 식료품이 캄보디아 이커머스 시장에서 차지하는 비율은 약 12.8%에 불과하여, 여전히 식료품 유통은 오프라인 매장 위주로 이루어짐을 알 수 있음. 이는 43.7%로 낮은 인터넷 보급률과 전자상거래법의 부재, 덥고 습한 기후 등 인프라 부족과 환경적 요인에 의한 것으로 분석됨.

캄보디아의 주요 온라인 쇼핑몰들⁴⁾을 조사하였으나, 영유아 영양식 관련 제품은 이온몰 온라인쇼핑 프놈펜(AEON Onlineshopping Phnom Penh), 델리샵(Delishop), 라 휘(La Rue) 총 3곳에서 확인되었음

▶ 해당 온라인 쇼핑몰 중 2곳에 진출한 경쟁제품, 6개

해당 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 모든 경쟁제품을 조사한 결과, 총 37개 제품이 온라인 쇼핑몰 3곳에서 확인됨. 그 중 6개 제품이 2개 쇼핑몰에서 동시에 판매 중임

[표 1.1] 캄보디아 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)⁵⁾

순위	이온 온라인쇼핑 프놈펜 ⁶⁾	델리샵	라 휘
1	페디아슈어 컴플리트 앤 밸런스드 (애보트)	피지오락 그로잉 업 3 (길버트 연구소)	뉴트리골드 컴플리트 (히프로카 리팩)
2	듀엑스 알타일 슈퍼 골드 스텝 4 (다논 뉴트리시아)	기고즈 옵티프로 크로아상 3 (네슬레)	뉴트리골드 스마트 그로 3 (히프로카 리팩)
3	듀엑스 듀그로 스텝 3 (다논 뉴트리시아)	피지오락 릴레이 2 (길버트 연구소)	뉴트리골드 스마트 그로 2 (히프로카 리팩)
4	뉴트리골드 스마트 그로 4 (히프로카 리팩)	기고즈 옵티프로 2 (네슬레)	뉴트리골드 스마트 그로 1 (히프로카 리팩)
5	뉴트리라트 그로잉 업 포물라 4 (웅니 뉴트리션)	피지오락 릴레이 1 (길버트 연구소)	
6	시말락 게인 키즈 4 (애보트)	기고즈 옵티프로 1 (네슬레)	
7	와코도 레벤스 키즈 3 (아사히)	기고즈 래 드 크로아상 3 (길버트 연구소)	
8	듀엑스 알타일 슈퍼 골드 스텝 3 (다논 뉴트리시아)		
9	뉴트리라트 그로잉 업 포물라 3 (웅니 뉴트리션)		
10	임페리얼 드림 엑스오 월드 클래스 4 (B사)		

2개 온라인 쇼핑몰에서 판매⁷⁾

자료 : 이온 온라인쇼핑 프놈펜(AEON Onlineshopping Phnom Penh) 홈페이지, 델리샵(Delishop) 홈페이지, 라 휘(La Rue) 홈페이지

3) 스태티스타 캄보디아 국가 보고서(Statista Cambodia Country Report), 2020.06

4) 영유아용품만 전문적으로 판매하는 온라인 쇼핑몰(베이비 케어, 베이비 월드 등)은 제외함

5) 이온 온라인쇼핑은 인기제품 상위 10개, 델리샵(Delishop)과 라 휘(La Rue)는 모든 취급 제품을 기재한 것

6) 이온 온라인쇼핑의 제품들은 판매량이 아닌 알파벳순으로만 조회되어, 각 제품별 권장연령을 조사한 후 권장연령 내림차순으로 정렬한 것

7) 경쟁제품 37개 중 32개가 이온 온라인쇼핑 프놈펜에서 판매 중이고, 그 중 인기 경쟁제품 6개도 포함되어 있음

3) 조사 지역 및 오프라인 매장 선정

● 캄보디아 프놈펜 정보⁸⁾

인구('18)	220만 명
인구 밀도('18)	3,245명/km ²
면적	678km ²

▶ 캄보디아 프놈펜, 방문지역으로 선정

캄보디아의 수도이자 행정, 경제, 문화의 중심지인 프놈펜(Phnom Penh)을 방문지역으로 선정함. 프놈펜은 프랑스 식민지 시절 프랑스에 의해 근대화된 도시이기 때문에 프랑스풍의 건축물이 많이 남아 있고, 캄보디아 왕궁, 왓 프놈, 국립박물관 등 다양한 관광명소가 있어 매년 많은 관광객이 방문함. 또한 최근 캄보디아가 빠르게 성장하고 있는 만큼, 수도인 프놈펜의 개발이 촉진되어 새로운 호텔과 식당, 주거지구 등이 들어서며 유동인구가 증가할 것으로 예상됨

▶ 현지 조사매장 선정, 하이퍼마켓, 백화점, 영유아용품 전문점⁹⁾

스태티스타의 캄보디아 국가 보고서를 확인한 결과, 캄보디아 소비자들은 주로 하이퍼마켓&슈퍼마켓, 편의점, 백화점, 노점상에서 식료품을 구입하는 것으로 조사됨. 이에 유통채널별 점유율, 고객 희망 소비자층과 희망 조사매장 지표를 참고하여 조사매장을 선정함

● A사 진출 선호 매장

하이퍼마켓
슈퍼마켓
백화점
편의점
전문점
노점상

[표 1.2] 캄보디아 영유아 영양식 제품 주요 유통채널 현황

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓&슈퍼마켓	럭키 슈퍼마켓(Lucky Supermarket), 베이온 마켓(Bayon Market) 등
백화점	이온몰(AEON Mall) ¹⁰⁾ 등
편의점	세븐일레븐(7-Eleven), 스마일(Smile) 등
전문점 (영유아용품)	베이비 케어(Baby Care)
노점상	(-)
온라인 쇼핑물	이온 온라인쇼핑 프놈펜(AEON Onlineshopping Phnom Penh), 델리샵(Delishop), 라 뤼(La Rue), 프사(Phsar), 팡포스(Pengpos) 등

출처: 스태티스타 캄보디아 국가 보고서(Statista Cambodia Country Report), 2020.06

8) 자료: 캄보디아 국립 통계청 (www.nis.gov.kh)

9) 전문점(Specialty Store): 특정 제품군을 전문적으로 취급하는 업태로, 한 상품군에서 다양한 종류의 상품을 판매함

10) 이온몰(AEON Mall)은 종합 쇼핑몰이지만, 캄보디아에서 백화점으로 취급되기에 백화점으로 분류함

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ① 인기 제품

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
 (* 이온 온라인쇼핑(AEON Onlineshopping)¹¹⁾, 델리샵(Delishop), 라 뢰(La Rue)
- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
 (* 럭키 슈퍼마켓(Lucky Supermarket), 이온몰(AEON Mall), 베이비 케어(Baby Care)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ② 제품 종류

- 영유아 영양식: 권장연령 24개월 이상 성장기 어린이를 위한 분말 형태의 유제품
- 영아용 분유: 권장연령 24개월 이하 영아를 위한 분말 형태의 유제품
- 특수 분유: 유당불내증, 알레르기 등으로 인해 일반 분유를 먹지 못하는 영유아를 위한 분말 형태의 유제품

11) 이온 온라인쇼핑 프놈펜(AEON Onlineshopping Phnom Penh)은 이후 이온 온라인쇼핑과 혼용하여 기재

[표 1.3] 캄보디아 영유아 영양식 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류		
	오프라인	온라인	영유아 영양식	영아용 분류	특수 분류
① 페디아슈어 컴플리트 앤 밸런스드 (애보트)	○ (3개 매장 숲)	○ (이온 온라인쇼핑)	○		
② 와코도 레벤스 키즈 3 (아사히)	○ (3개 매장 숲)	○ (이온 온라인쇼핑)	○		
③ 듀멕스 슈퍼 골드 스텝 3 (다논 뉴트리시아)	○ (3개 매장 숲)	○ (이온 온라인쇼핑)	○		
④ 임페리얼 드림 엑스오 월드 클래스 4 (B사)	○ (3개 매장 숲)	○ (이온 온라인쇼핑)	○		
⑤ 피지오락 그로잉 업 3 (길버트 연구소)	○ (3개 매장 숲)	○ (이온 온라인쇼핑, 델리샵)	○		
⑥ 압타밀 토들러 포뮬라 2 (다논 뉴트리시아)	○ (럭키 슈퍼마켓, 베이비 케어)		○		
⑦ 기고즈 옵티프로 2 (네슬레)	○ (3개 매장 숲)	○ (델리샵)		○	
⑧ 시밀락 토탈 컴포트 1 (애보트)	○ (3개 매장 숲)	○ (이온 온라인쇼핑)		○	
⑨ 스타 그로우 2 (B사)	○ (3개 매장 숲)	○ (이온 온라인쇼핑)		○	
⑩ 비플러스 팔로우-온 포뮬라 2 (비플러스 데어리)	○ (3개 매장 숲)			○	
⑪ 아소밀 소이 팔로우-온 포뮬라 스테이지 2 (애보트)	○ (럭키 슈퍼마켓, 베이비 케어)			○	
⑫ 와코도 레벤스 하이하이 1 (아사히)	○ (3개 매장 숲)	○ (이온 온라인쇼핑)		○	
⑬ 피지오락 릴레이 2 (길버트 연구소)	○ (3개 매장 숲)	○ (이온 온라인쇼핑, 델리샵)		○	
⑭ 헤질래 본 뉴트리션 0% 팻 (소디알 인터내셔널)	○ (3개 매장 숲)	○ (이온 온라인쇼핑)			○
⑮ 와코도 밀크 프리 소이 포뮬라 본 락 아이 (아사히)	○ (이온몰, 베이비 케어)	○ (이온 온라인쇼핑)			○

(*) 현지 판매 영유아 영양식 경쟁제품 15개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑을 2곳에서 판매 중인 제품

2. 캄보디아 영유아 영양식 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 조사 지표 ① 가격

- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 소비자가격
- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 100g 당 가격

▶ 조사 지표 ② 용량

- 제품의 용량

▶ 조사 지표 ③ 섭취 방법

- 제품의 권장 섭취 방법

▶ 조사 지표 ④ 제품 종류

- 영유아 영양식: 권장연령 24개월 이상 성장기 어린이를 위한 분말 형태의 유제품
- 영아용 분유: 권장연령 24개월 이하 영아를 위한 분말 형태의 유제품
- 특수 분유: 유당불내증, 알레르기 등으로 인해 일반 분유를 먹지 못하는 영유아를 위한 분말 형태의 유제품

▶ 조사 지표 ⑤ 포장 형태

- 제품을 포장하고 있는 용기의 형태와 소재
 - 알루미늄 캔: 알루미늄 소재의 캔 용기

▶ 조사 지표 ⑥ 유통기한

- 제품의 유통기한

▶ 조사 지표 ⑦ 원산지

- 제품의 원산지

▶ 조사 지표 ⑧ 홍보문구

- 제품의 홍보문구

▶ 조사 지표 ⑨ 제품 수입상 정보

- 제품의 수입상 정보

▶ 조사 지표 ⑩ 주요 원료 및 첨가물

- 제품의 주요 원료 및 첨가물

● 보유 인증 마크



HALAL



세계일류상품 세계일류상품

세계일류상품¹²⁾¹³⁾



HACCP¹⁴⁾

▶ 조사 지표 ① 보유 인증

- 제품이 보유한 인증

[표 1.4] 주요 인증 정보

인증 종류	인증 내용
HALAL	무슬림이 먹거나 사용할 수 있도록 이슬람 율법에 따라 도살, 처리, 가공된 식품에 부여되는 인증
세계일류상품 인증	산업통상자원부와 대한무역투자진흥공사(KOTRA)에서 부여하는 인증으로, 세계 시장점유율 5위 이내 및 5% 이상에 드는 품목인 '현재 세계일류상품'과 7년 이내 진입 가능 품목인 '차세대 세계일류상품'으로 구성됨
HACCP	식품의약품안전처에서 부여하는 인증으로, 식품의 원재료부터 최종소비자가 섭취하기 전까지의 전 단계에서 발생할 수 있는 위해요소를 관리하는 위생관리 시스템 인증

12) 세계일류상품 홈페이지 (www.wcp.or.kr/index/)

13) 왼쪽부터 현재 세계일류상품과 차세대 세계일류상품 로고로, 경쟁제품 15개 중 2개는 차세대 세계일류상품 인증을 취득함

14) 한국식품안전관리인증원 홈페이지 (www.haccp.or.kr)

[표 1.6] 캄보디아 영유아 영양식 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g 당 가격	제품의 100g 당 가격
용량	용량	제품의 용량
섭취 방법		제품의 권장 섭취 방법
제품 종류	영유아 영양식	권장연령 24개월 이상 성장기 어린이를 위한 분말 형태의 유제품
	영아용 분유	권장연령 24개월 이하 영아를 위한 분말 형태의 유제품
	특수 분유	유당불내증, 알레르기 등으로 인해 일반 분유를 먹지 못하는 영유아를 위한 분말 형태의 유제품
포장 형태	알루미늄 캔	알루미늄 소재의 캔 용기
유통기한		제품의 유통기한
원산지		제품의 원산지
홍보문구		제품의 홍보문구
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
주요 원료 및 첨가물		제품의 주요 원료 및 첨가물
보유 인증	HALAL	무슬림이 먹거나 사용할 수 있도록 이슬람 율법에 따라 도살, 처리, 가공된 식품에 부여되는 인증
	세계일류상품 인증	세계 시장점유율 5위 이내 및 5% 이상에 드는 품목인 '현재 세계일류상품'과 7년 이내 진입 가능 품목인 '차세대 세계일류상품'에 부여하는 인증
	HACCP	식품의 원재료부터 최종소비자가 섭취하기 전까지의 전 단계에서 발생할 수 있는 위해요소를 관리하는 위생관리 시스템 인증

3. 캄보디아 영유아 영양식 경쟁제품 포지셔닝

● 경쟁제품(제조사)

- ① 페디아슈어 컴플리트 앤 밸런스드 (애보트)
- ② 와코도 레벤스 키즈 3 (아사히)
- ③ 듀엑스 슈퍼 골드 스텝 3 (다논 뉴트리시아)
- ④ 임페리얼 드림 엑스오 월드 클래스 4 (B사)
- ⑤ 피지오락 그로잉 업 3 (길버트 연구소)
- ⑥ 압타밀 토들러 포물라 2 (다논 뉴트리시아)
- ⑦ 기고즈 옴티프로 2 (네슬레)
- ⑧ 시밀락 토탈 컴포트 1 (애보트)
- ⑨ 스타 그로우 2 (B사)
- ⑩ 비플러스 팔로우-온 포물라 2 (비플러스 데어리)
- ⑪ 이소밀 소이 팔로우-온 포물라 스테이지 2 (애보트)
- ⑫ 와코도 레벤스 하이하이 1 (아사히)
- ⑬ 피지오락 릴레이 2 (길버트 연구소)
- ⑭ 헤질래 본 뉴트리션 0% 팻 (소디알 인터내셔널)
- ⑮ 와코도 밀크 프리 소이 포물라 본 락 아이 (아사히)

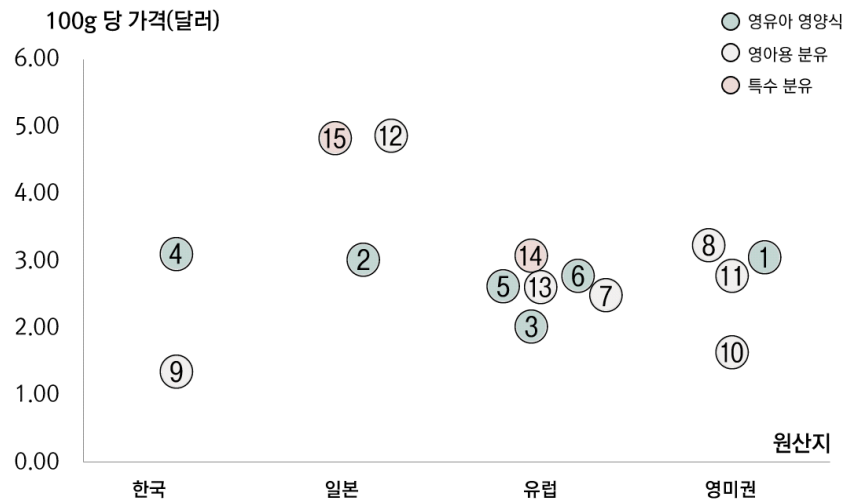
▶ 포지셔닝 ① : 제품 종류별 평균 100g 당 가격, 특수 분유가 가장 비싸고 영유아 영양식이 가장 저렴

캄보디아 오프라인 매장에서 조사된 영유아 영양식 경쟁제품 15개 제품은 제품 종류에 따라 영유아 영양식 제품 6개, 영아용 분유 제품 7개, 특수 분유 제품 2개로 확인됨. 경쟁제품의 종류별 평균 100g 당 가격을 비교한 결과, 특수 분유 제품이 3.95달러(약 4,707원)¹⁵⁾로 가장 비싸며 영아용 분유 제품이 2.71달러(약 3,227원)로 가장 저렴한 것으로 확인됨. A사 제품과 동일한 영유아 영양식 제품은 2.76달러(약 3,292원)로 조사됨

▶ 포지셔닝 ② : 원산지별 평균 100g 당 가격, 일본이 가장 비싸고 한국이 가장 저렴

캄보디아 오프라인 매장에서 조사된 영유아 영양식 경쟁제품 15개 제품의 원산지는 한국 2개, 일본 3개, 유럽(프랑스 5개, 스위스 1개) 6개, 영미권(미국산 3개, 호주 1개) 4개로 확인됨. 원산지별 평균 100g 당 가격은 일본 제품이 4.24달러(약 5,047원)로 가장 비싸며, 한국 제품이 2.23달러(약 2,650원)로 가장 저렴함. 그 외 유럽 제품은 2.60달러(약 3,096원), 영미권 제품은 2.67달러(약 3,186원)로 조사됨

[표 1.6] 캄보디아 영유아 영양식 경쟁제품 포지셔닝



자료: 캄보디아 영유아 영양식 경쟁제품 15개 분석

15) 1달러 = 1,191원 (2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

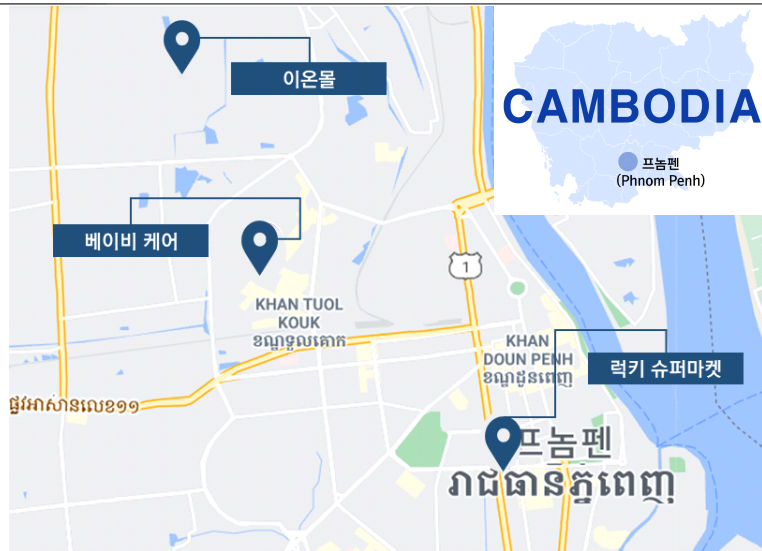
4. 캄보디아 영유아 영양식 경쟁제품 현지 조사 결과

▶ 캄보디아 프놈펜에 위치한 백화점, 슈퍼마켓, 약국 방문

캄보디아 프놈펜에 위치한 하이퍼마켓&슈퍼마켓 럭키 슈퍼마켓(Lucky Supermarket)과 백화점 이온몰(AEON Mall), 영유아용품 전문점 베이비 케어(Baby Care)를 방문함. 럭키 슈퍼마켓은 한국과 일본 뿐만 아니라 미주, 유럽 등 전세계의 수입품을 취급함. 이온몰은 일본계 유통 체인으로 고급화 전략을 통해 캄보디아의 고소득층, 신혼 중산층을 목표로 하며, 쇼핑몰이지만 백화점으로 분류됨. 베이비 케어는 영유아용품 전문점으로, 캄보디아에 80여개의 브랜드 제품을 독점적으로 유통함

[표 1.7] 캄보디아 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사매장 특징
럭키 슈퍼마켓 (Lucky Supermarket)	하이퍼마켓&슈퍼마켓	8	· 한국, 일본뿐만 아니라 전세계 수입품 취급 · 유통인구가 많은 역세권에 위치
이온몰 (AEON Mall)	백화점	3	· 일본계 유통체인으로 일본산 제품 다수 판매 · 대형 쇼핑몰로 현지인 뿐만 아니라 관광객도 방문 · 식료품 뿐만 아니라 다양한 소비재 또한 취급
베이비 케어 (Baby Care)	전문점 (영유아용품)	4	· 캄보디아의 영유아용품 전문판매점 · 80여개의 수입품을 독점 판매함



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ **경쟁제품 판매 현황, 15개 중 12개 제품은 조사 매장 3곳에서 모두 판매**

럭키 슈퍼마켓(Lucky Supermarket)과 이온몰(AEON Mall), 베이비 케어(baby Care)을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 페디아슈어 컴플리트 앤 밸런스드, 와코도 레벤스 키즈 3, 듀맥스 슈퍼 골드 스텝 3, 임페리얼 드림 엑소 월드 클래스 4, 피지오락 그로잉 업 3, 기고즈 옵티프로 2, 시밀락 토탈 컴포트 1, 스타 그로우 2, 비플러스 팔로우-온 포물라 2, 와코도 레벤스 하이하이 1, 피지오락 릴레이 2, 헤질래 본 뉴트리션 0% 팻, 총 12개 제품이 조사 매장 3곳에서 모두 판매 중인 것으로 확인됨

[표 1.8] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	럭키 슈퍼마켓	이온몰	베이비 케어
① 페디아슈어 컴플리트 앤 밸런스드 (애보트)	○	○	○
② 와코도 레벤스 키즈 3 (아사히)	○	○	○
③ 듀맥스 슈퍼 골드 스텝 3 (다논 뉴트리시아)	○	○	○
④ 임페리얼 드림 엑소 월드 클래스 4 (B사)	○	○	○
⑤ 피지오락 그로잉 업 3 (길버트 연구소)	○	○	○
⑥ 압타밀 토들러 포물라 2 (다논 뉴트리시아)	○		○
⑦ 기고즈 옵티프로 2 (네슬레)	○	○	○
⑧ 시밀락 토탈 컴포트 1 (애보트)	○	○	○
⑨ 스타 그로우 2 (B사)	○	○	○
⑩ 비플러스 팔로우-온 포물라 2 (비플러스 데어리)	○	○	○
⑪ 이소밀 소이 팔로우-온 포물라 스테이지 2 (애보트)	○		○
⑫ 와코도 레벤스 하이하이 1 (아사히)	○	○	○
⑬ 피지오락 릴레이 2 (길버트 연구소)	○	○	○
⑭ 헤질래 본 뉴트리션 0% 팻 (소디알 인터내셔널)	○	○	○
⑮ 와코도 밀크 프리 소이 포물라 본 락 아이 (아사히)		○	○

자료: 현지 조사원 자료

Shop ① 럭키 슈퍼마켓(Lucky Supermarket)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
신선식품, 유제품, 가공식품 등을 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
교통이 편리한 관광 중심지 부근에 위치해있어 관광객이 많이 방문함
- 주요 고객층:
지역 주민, 외국인 거주자

브랜드 기본 정보 ¹⁶⁾	 <p>럭키 슈퍼마켓은 1993년에 설립된 캄보디아의 슈퍼마켓 브랜드로, 프놈펜에 8개 매장을 보유하고 있음. 캄보디아산 제품뿐만 아니라 다양한 국가에서 수입한 제품을 판매하며, 각종 판촉행사를 통해 고객을 유치함</p>			
	조사 제품 수: 8개			
매장 정보				
	도시(지역) 위치	프놈펜 상세주소 12302 Sihanouk Blvd, Sangkat Boeung Keng Kang I, Khan Chamkamon Phnom Penh, Cambodia		
매장 내부 전경	매장 내부 전경			
				
영유아 영양식 판매 정보	판매 영유아 영양식 제품 정보			
	 페디아슈어 컴플리트 앤 밸런스드 (애보트)	 임페리얼 드림 엑스오 월드클래스 4 (B사)	 피지오락 그로잉업 3시밀락 토탈 컴포트 1 (길버트 연구소)	 토탈 컴포트 1 (애보트)
	 스타 그로우 2 (B사)	 비플러스 팔로우-온 포뮬라 2 (비플러스 테어리)	 이소밀 소이 팔로우-온 포뮬라 스테이지 2 (애보트)	 와코도 레벤스 하이하이 1 (아사히)
	사진자료: 현지 조사원 자료			

16) 럭키 슈퍼마켓(Lucky Supermarket) 페이스북 페이지 (www.facebook.com/LuckySupermarketCambodia)



제품명 (영어)	페디아슈어 컴플리트 앤 밸런스드 (PediaSure Complete & Balanced)	제조사 (영어)	애보트 (Abbott)
제품 종류	영유아 영양식	제품 용량	850g
소비자가격 ¹⁷⁾	25.90달러 (30,847원)	100g 당 가격	3.05달러 (3,629원)
포장 형태	알루미늄 캔	유통기한	24개월
홍보문구	어린이 성장을 돕는 균형 잡힌 영양식, 아르기닌/천연 비타민 K2 함유	인증	HALAL
맛	딸기	수입자	디케이에스에이치 (DKSH)
원산지	미국	원료 및 첨가물	탈지분유, 아르기닌, 천연 비타민 K2, 토코페롤, DHA



제품명 (영어)	임페리얼 드림 엑소 월드클래스 4 (Imperial Dream XO World Class 4)	제조사 (영어)	B사
제품 종류	영유아 영양식	제품 용량	400g
소비자가격	12.40달러 (14,768원)	100g 당 가격	3.10달러 (3,692원)
포장 형태	알루미늄 캔	유통기한	36개월
홍보문구	모유 리서치센터의 축적된 데이터와 최신 설비로 완성한 엑소	인증	HACCP, 차세대 세계일류상품
수입자	엔씨엔씨 (NCNC)	원산지	한국
원료 및 첨가물	탈지분유, 베타글루칸, 프리바이오틱스, 식이섬유, 사이알릴올리고당, DHA		



제품명 (영어)	피지오락 그로잉업 3 (Physiolac Growing Up 3)	제조사 (영어)	길버트 연구소 (Laboratoires Gilbert)
제품 종류	영유아 영양식	제품 용량	900g
소비자가격	23.60달러 (28,108원)	100g 당 가격	2.62달러 (3,123원)
포장 형태	알루미늄 캔	유통기한	36개월
맛	바닐라	수입자	디케이에스에이치 (DKSH)
원산지	프랑스	원료 및 첨가물	탈지분유, 비타민 13종, 철분, 칼슘, 갈락토올리고당, 프락토올리고당, 식이섬유



제품명 (영어)	시밀락 토탈 컴포트 1 (Similac Total Comfort 1)	제조사 (영어)	애보트 (Abbott)
제품 종류	영아용 분유	제품 용량	820g
소비자가격	26.55달러 (31,621원)	100g 당 가격	3.24달러 (3,856원)
포장 형태	알루미늄 캔	유통기한	24개월
홍보문구	뇌 발달, 면역력 증진, 성장 촉진	인증	HALAL
기타 표기사항	당류 무첨가	수입자	엔씨엔씨 (NCNC)
원산지	미국	원료 및 첨가물	탈지분유, 프리바이오틱스, 뉴클레오타이드, 천연 비타민 D, 루테인, DHA

17) 1달러 = 1,191원 (2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)



제품명 (영어)	스타 그로우 2 (Star Grow 2)	제조사 (영어)	B사
제품 종류	영아용 분유	제품 용량	800g
소비자가격	10.80달러 (12,863원)	100g 당 가격	1.35달러 (1,608원)
포장 형태	알루미늄 캔	유통기한	24개월
홍보문구	뇌 발달, 면역력 증진, 성장 촉진, 소화, 안전성	인증	차세대 세계일류상품
수입자	엔씨엔씨 (NCNC)	원산지	한국

원료 및 첨가물 탈지분유, 갈락투올리고당, 프락토올리고당, DHA, 비타민 8종, 칼슘, 철분, 아이오딘, 배타카로틴



제품명 (영어)	비플러스 팔로우-온 포뮬라 2 (Viplus Follow-on Formula 2)	제조사 (영어)	비플러스 데어리 (Viplus Dairy)
제품 종류	영아용 분유	제품 용량	800g
소비자가격	13.10달러 (15,602원)	100g 당 가격	1.64달러 (1,950원)
포장 형태	알루미늄 캔	유통기한	24개월
홍보문구	6-12개월 영아를 위한 균형잡힌 영양식	인증	HALAL
수입자	다논 스페셜라이즈드 뉴트리션 (Danone Specialized Nutrition)	원산지	호주

원료 및 첨가물 탈지분유, 아라키돈산, DHA, 타우린, 카르티닌, 이노시톨



제품명 (영어)	이소밀 소이 팔로우-온 포뮬라 스테이지 2 (Isomil Soy Follow-on Formula Stage 2)	제조사 (영어)	애보트 (Abbott)
제품 종류	영아용 분유	제품 용량	850g
소비자가격	23.60달러 (28,108원)	100g 당 가격	2.78달러 (3,307원)
포장 형태	알루미늄 캔	유통기한	24개월
수입자	디케이에스에이치 (DKSH)	원산지	미국
인증	HALAL	원료 및 첨가물	탈지분유, 루테인, DHA, AA, 철분, 프락토올리고당, 베타카로틴



제품명 (영어)	와코도 레벤스 하이하이 1 (Wakodo Lebens HaiHai 1)	제조사 (영어)	아사히 (Asahi)
제품 종류	영아용 분유	제품 용량	300g
소비자가격	14.60달러 (17,389원)	100g 당 가격	4.87달러 (5,796원)
포장 형태	알루미늄 캔	유통기한	24개월
기타 표기사항	향료, 설탕, 수크로스 무첨가	수입자	디케이에스에이치 (DKSH)
원산지	일본	원료 및 첨가물	탈지분유, DHA, AA, 베타-락토글로불린, 락토페린, 갈락토올리고당, 뉴클레오타이드

Shop ② 이온몰(AEON Mall)

매장 정보

- 유형: 백화점
- 판매 제품 특징:
식품, 의류, 가정용품 등 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
중심가에 조금 떨어진 곳에 있지만, 주변 교통이 발달해 접근성이 좋아 유동인구가 많음
- 주요 고객층:
지역 주민, 외국인 거주자

브랜드 기본 정보 ¹⁸⁾	 <p>이온몰은 1911년 설립된 일본의 백화점 브랜드로, 캄보디아에서는 2014년 프놈펜에 첫 매장을 운영하기 시작함. 식품뿐만 아니라 의류, 가정용품 등 다양한 제품을 취급하며 온라인 쇼핑몰을 통해 제품을 판매하기도 함</p>	
	조사 제품 수: 4개	
매장 정보		
	도시(지역) 위치 상세주소	프놈펜 St. No. 1003 Village Bayab Commune, Phnom Penh, Cambodia
매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		
영유아 영양식 판매 정보	판매 영유아 영양식 제품 정보	
	 <p>피지오락 릴레이 2 (길버트 연구소)</p>	 <p>헤질레 본 뉴트리시아 0% 팻 (소디알 인터내셔널)</p>

사진자료: 현지 조사원 자료

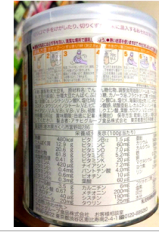
18) 이온몰 프놈펜(AEON Mall Phnom Penh) 홈페이지 (aeonmallphnompenh.com)



제품명 (영어)	피지오락 릴레이 2 (Physiolac Relay 2)	제조사 (영어)	길버트 연구소 (Laboratoires Gilbert)
제품 종류	영아용 분유	제품 용량	900g
소비자가격	23.50달러 (27,989원)	100g 당 가격	2.61달러 (3,110원)
포장 형태	알루미늄 캔	유통기한	24개월
홍보문구	처음 이유식을 시작하기 적합한 제품	수입자	엔씨엔씨 (NCNC)
원산지	프랑스	원료 및 첨가물	탈지분유, 비타민 13종, 미네랄 12종, 갈락토올리고당, 프락토올리고당, 식이섬유



제품명 (영어)	헤질래 본 뉴트리시아 0% 팻 (Regilait Bone Nutrition 0% Fat)	제조사 (영어)	소디알 인터내셔널 (Sodiaal International)
제품 종류	특수 분유	제품 용량	700g
소비자가격	21.50달러 (25,607원)	100g 당 가격	3.07달러 (3,658원)
포장 형태	알루미늄 캔	유통기한	24개월
수입자	에스와이에스유 인터내셔널 (SYSU International)	원산지	프랑스
홍보문구	고칼슘, 무지방 조제분유	원료 및 첨가물	탈지분유, 칼슘, 인, 비타민 D, 유청 단백질, DHA










제품명 (영어)	와코도 밀크 프리 소이 포물라 본 락 아이 (Wakodo Milk-Free Soy Formula Bonlact I)	제조사 (영어)	아사히 (Asahi)
제품 종류	특수 분유	제품 용량	300g
소비자가격	14.50달러 (17,270원)	100g 당 가격	4.83달러 (5,757원)
포장 형태	알루미늄 캔	유통기한	24개월
홍보문구	우유가 맞지 않는 아이들을 위한 제품	수입자	디케이에스에이치 (DKSH)
원산지	일본	원료 및 첨가물	탈지분유, 알파리놀레산, 올리고당, 베타카로틴, 비오단산

Shop ③ 베이비 케어(Baby Care)

매장 정보

- 유형: 영유아용품 전문점
- 판매 제품 특징:
영유아 영양식, 분유, 유아용품 등을 판매함
- 매장 주변 특징:
상권이 발달한 변화기에 위치해 있어 유동인구가 많음
- 주요 고객층:
지역 주민, 외국인 거주자

브랜드 기본 정보 ¹⁹⁾			베이비 케어는 2008년 설립된 캄보디아의 영유아용품 전문점 브랜드임. 캄보디아 내 7개 매장을 운영하고 있으며, 80개 이상의 영유아용품 브랜드 제품을 독점적으로 판매하고 있음	
	조사 제품 수: 4개			
매장 정보				
	위치	도시(지역) 상세주소	프놈펜 Street 315, Phnom Penh, Cambodia	
매장 내부 전경	매장 내부 전경			
				
영유아 영양식 판매 정보	판매 영유아 영양식 제품 정보			
		와코도 레벤스 키즈 3 (아사히)		듀멕스 슈퍼 골드 스텝 3 (다논 뉴트리시아)
		앵타밀 토들러 포물라 2 (다논 뉴트리시아)		기고즈 옵티프로 2 (네슬레)

사진자료: 현지 조사원 자료

19) 베이비 케어(Baby Care) 홈페이지 (www.babycare-cambodia.com)



제품명 (영어)	와코도 레벤스 키즈 3 (Wakodo Lebens Kids 3)	제조사 (영어)	아사히 (Asahi)
제품 종류	영유아 영양식	제품 용량	830g
소비자가격	25.00달러 (29,775원)	100g 당 가격	3.01달러 (3,587원)
포장 형태	알루미늄 캔	유통기한	24개월
홍보문구	어린이 성장에 도움을 주는 균형 잡힌 영양식	기타 표기사항	수크로스 무첨가
수입자	알파 트레이딩 (Alpha Trading)	원산지	일본
원료 및 첨가물	탈지분유, DHA, 베타-락토글로불린, 갈락토올리고당, 뉴클레오타이드, 칼슘, 철분		



제품명 (영어)	듀멕스 슈퍼 골드 스텝 3 (Dumex Super Gold Step 3)	제조사 (영어)	다논 뉴트리시아 (Danone Nutricia)
제품 종류	영유아 영양식	제품 용량	800g
소비자가격	16.20달러 (19,294원)	100g 당 가격	2.03달러 (2,412원)
포장 형태	알루미늄 캔	유통기한	24개월
홍보문구	면역력 증진에 도움을 줌, 과학적인 제조방식	인증	HALAL
수입자	디케이에스에이치 (DKSH)	원산지	프랑스
원료 및 첨가물	탈지분유, 프로바이오틱스, 갈락토올리고당, 프락토올리고당, DHA, 비타민 D, 칼륨, 철분, 비타민 B12, 아이오딘		



제품명 (영어)	아타밀 토들러 포뮬라 2 (Aptamil Toddler Formula 2)	제조사 (영어)	다논 뉴트리시아 (Danone Nutricia)
제품 종류	영유아 영양식	제품 용량	900g
소비자가격	25.00달러 (29,775원)	100g 당 가격	2.78달러 (3,308원)
포장 형태	알루미늄 캔	유통기한	18개월
인증	HALAL	수입자	에스와이에스유 인터내셔널 (SYSU International)
원산지	프랑스	원료 및 첨가물	탈지분유, 갈락토올리고당, 프락토올리고당, DHA



제품명 (영어)	기고즈 옵티프로 2 (Guigoz Optipro 2)	제조사 (영어)	네슬레 (Nestle)
제품 종류	영아용 분유	제품 용량	900g
소비자가격	22.40달러 (26,678원)	100g 당 가격	2.49달러 (2,964원)
포장 형태	알루미늄 캔	유통기한	24개월
수입자	타이 후왓 트레이딩 (Thai Huot Trading)	원산지	프랑스
원료 및 첨가물	탈지분유, 갈락토올리고당, 프락토올리고당, 락토스, 유청단백질, DHA,		

Ⅲ. 경쟁기업(Competitor)

1. 캄보디아 영유아 영양식 경쟁기업 선정
2. 캄보디아 영유아 영양식 경쟁기업 현황
3. 캄보디아 영유아 영양식 경쟁기업 세부정보

1. 캄보디아 영유아 영양식 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 5개사 선정

캄보디아 오프라인 매장에 진출한 영유아 영양식 제조 경쟁기업 중, 기업 규모를 기준으로 미국 기업 애보트(Abbott), 스위스 기업 네슬레(Nestle), 프랑스 기업 다논(Danone)을 선정했으며, 국적을 기준으로 일본 기업 아사히(Asahi)와 한국 기업 B사를 추가 선정하여 총 5개 경쟁기업을 선정함

▶ 경쟁기업 5개사, 평균 103년 업력 보유

선정된 경쟁기업 5개사는 약 103년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨. 애보트는 1888년 설립되어 132년의 업력을 보유하고 있으며, 아사히는 71년, 네슬레 154년, 다논 101년, B사는 56년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 5개사, 영유아 영양식 동일품목 종류 조사

캄보디아에 진출한 경쟁기업 5개사가 판매하고 있는 영유아 영양식의 동일품목 수를 조사한 결과 다논이 58개로 경쟁기업 5개사 중 가장 많은 동일품목 수를 보유하고 있는 것으로 확인됨. 그 외 경쟁기업의 동일품목 수는 애보트 20개, 아사히 6개, 네슬레 46개, B사 12개로 조사됨

[표 2.1] 영유아 영양식 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
애보트 (Abbott)	미국	132년	20개
아사히 (Asahi)	일본	71년	6개
네슬레 (Nestle)	스위스	154년	46개
다논 (Danone)	프랑스	101년	58개
B사	한국	56년	12개

자료: 캄보디아 진출 영유아 영양식 경쟁기업 5개사 분석

2. 캄보디아 영유아 영양식 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 5개사 캄보디아 온·오프라인 매장 모두 진출

경쟁기업 5개사는 캄보디아 오프라인 매장 럭키 슈퍼마켓(Lucky Supermarket)과 이온몰(AEON Mall), 베이비 케어 (Baby Care)에 모두 진출함. 또한, 경쟁기업 5개사 모두 온라인 채널에 진출하였으며, 텔레샵에 진출한 네슬레를 제외한 4개사는 이온 온라인쇼핑에 진출한 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 5개사 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 동시에 활용

캄보디아 시장에 진출한 경쟁기업 5개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 5개사 모두 자사 홈페이지를 홍보 채널로 활용함. 5개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 판매하는 제품 정보를 제공하고 있으며, 특히 애보트는 미국 기업이지만 캄보디아 현지 홈페이지를 운영하고 있음. SNS 플랫폼을 통한 홍보활동으로는 5개사 모두 SNS 플랫폼을 통해 기업과 제품 정보를 제공하는 서비스를 운영 중이며, 애보트와 아사히, 네슬레, 다논이 페이스북, 유튜브, 인스타그램, 트위터 모두를 운영하고 있음. 다만, 경쟁기업들의 SNS 활용은 미미한 수준으로 확인됨. 그 외 B사는 페이스북, 유튜브, 인스타그램을 운영하고 있지만 글로벌 계정이 아닌 한국어 계정을 운영하는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 홍보 문구로 제품의 효능과 성분을 강조하여 홍보

캄보디아 시장에 진출한 경쟁기업들은 제품 홍보 시 주로 제품의 효능과 성분을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품의 효능을 강조한 문구로는 ‘자녀의 건강한 성장과 발달’, ‘거품이 적어 아기가 마시기 쉬운’, ‘성장과 뇌 발달에 도움이 되는’ 등이 있으며, 제품의 성분을 강조한 문구로 ‘아기에게 좋은 성분’, ‘유아를 위한 풍부한 영양소’ 등의 홍보 문구를 사용하는 것으로 조사됨. 그 외 ‘연구를 통해 개발한 제품’과 같이 제품의 품질을 강조하는 문구나 ‘맛있는 맛’과 같이 제품의 맛을 강조하는 문구도 사용하는 것으로 확인됨

[표 2.2] 캄보디아 영유아 영양식 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
애보트 (Abbott)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> 럭키 슈퍼마켓 이온몰 베이비 케어 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (현지) 	<ul style="list-style-type: none"> 자녀의 건강한 성장과 발달 다양한 영양소 함유 어디서든 섭취하기 용이한
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> 이온 온라인쇼핑 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 <ul style="list-style-type: none"> 페이스북 유튜브 인스타그램 트위터 	
아사히 (Asahi)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> 럭키 슈퍼마켓 이온몰 베이비 케어 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) 	<ul style="list-style-type: none"> 잘 녹는 분말 거품이 적어 아기가 마시기 쉬운 아기에게 좋은 성분 모유에 가까운 성분
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> 이온 온라인쇼핑 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 <ul style="list-style-type: none"> 페이스북 유튜브 인스타그램 트위터 	
네슬레 (Nestle)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> 럭키 슈퍼마켓 이온몰 베이비 케어 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) 	<ul style="list-style-type: none"> 다양한 영양소 함유 성장과 뇌 발달에 도움이 되는 면역력 증진
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> 텔리샵 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 <ul style="list-style-type: none"> 페이스북 유튜브 인스타그램 트위터 	
다논 (Danone)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> 럭키 슈퍼마켓 이온몰 베이비 케어 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) 	<ul style="list-style-type: none"> 연구를 통해 개발한 제품 유아를 위한 풍부한 영양소 알레르기 없는 제품
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> 이온 온라인쇼핑 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 <ul style="list-style-type: none"> 페이스북 유튜브 인스타그램 트위터 	
B사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> 럭키 슈퍼마켓 이온몰 베이비 케어 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) 	<ul style="list-style-type: none"> 아기의 면역력 증진 유아 뇌 성장 촉진 맛있는 맛
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> 이온 온라인쇼핑 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 <ul style="list-style-type: none"> 페이스북 유튜브 인스타그램 	

자료: 캄보디아 진출 영유아 영양식 경쟁기업 5개사 분석

3. 캄보디아 영유아 영양식 경쟁기업 세부정보

동일품목 종류

① 페디아슈어 그로우 앤 게인 셰이크 믹스 (PediaSure Grow & Gain Shake Mix)



② 시밀락 프로-어드밴스 (Similac Pro-Advance)



③ 시밀락 프로-토탈 컴포트 (Similac Pro-Total Comfort)



④ 엘르케어 0-12 months (Elecare)



⑤ 엘르케어 주니어 바닐라 (Elecare Junoir Vanilla)



자료: 페디아슈어 홈페이지, 시밀락 홈페이지, 엘르케어 홈페이지

① 애보트(Abbott)

기업 기본 정보 ²⁰⁾	기업명	애보트 (Abbott)
	홈페이지	www.abbotfamily.com.kh
	위치	100 Abbott Park Rd, Abbott Park, Ill 60064, U.S.A
	규모	동일품목 수 ²¹⁾ 20개 설립년도 1888년
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 럭키 슈퍼마켓 이온몰 베이비 케어	제품명 페디아슈어 컴플리트 앤 밸런스드 (PediaSure Complete & Balanced) 용량 400g 가격 ²²⁾ 25.90달러 (30,847원) 제품 종류 영유아 영양식
	〈온라인 매장〉 이온 온라인쇼핑	제품명 페디아슈어 컴플리트 앤 밸런스드 (PediaSure Complete & Balanced) 용량 400g 가격 25.90달러 (30,847원) 제품 종류 영유아 영양식
	기업 홍보 채널	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(현지)²³⁾ - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보 SNS 플랫폼 (페이스북, 유튜브, 인스타그램, 트위터) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보
	기업 홍보 문구	<ul style="list-style-type: none"> 자녀의 건강한 성장과 발달 다양한 영양소 함유 어디서든 섭취하기 용이한

사진자료: 페디아슈어 홈페이지, 이온 온라인쇼핑 홈페이지

20) 애보트(Abbott) 홈페이지 (www.abbotfamily.com.kh)

21) 애보트 소속 브랜드 페디아슈어(PediaSure), 시밀락(Similac), 엘르케어(Elecare)의 홈페이지 정보를 기준으로 작성함

22) 1달러 = 1,191원 (2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

23) 애보트(Abbott) 본사 홈페이지 정보를 기준으로 작성했으나, 캄보디아 자사 홈페이지를 따로 보유하고 있음

●
동일품목 종류

① 레벤스 미루쿠 하이하이
(レーベンスミルクはいはい)



② 휘로오앗푸 미루쿠 군군
(フォローアップミルクぐんぐん)



③ 본라쿠토
(ボンラクト)



④ 레벤스 하이하이
(レーベンスはいはい)



⑤ 레벤스 군군
(レーベンスぐんぐん)



자료: 와코도 홈페이지

② 아사히(Asahi)

기업 기본 정보 ²⁴⁾	기업명	아사히 (Asahi)
	홈페이지	www.asahigroup-holdings.com
	위치	〒130-8602 東京都墨田区吾妻橋1-23-1, Japan
	자본금(*19) ²⁵⁾	1,825억 3,100만 엔 (2조 759억 6,157만 원)
	직원 수(*19)	29,327명
규모	동일품목 수	6개
	설립년도	1949년
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 럭키 슈퍼마켓 이온몰 베이비 케어	 제품명 와코도 레벤스 하이하이 1 (Wakodo Lebens Hai Hai 1) 용량 300g 가격 14.60달러 (17,389원) 제품 종류 영아용 분유
	〈온라인 매장〉 이온 온라인쇼핑	 제품명 와코도 레벤스 키즈 3 (Wakodo Lebens Kids 3) 용량 830g 가격 25.00달러 (29,775원) 제품 종류 영유아 영양식
	기업 홍보 채널 ²⁶⁾	 • 자사 홈페이지(글로벌) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보 • SNS 플랫폼 (페이스북, 유튜브, 인스타그램, 트위터) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보
	홍보 문구	 • 잘 녹는 분말 • 거품이 적어 아기가 마시기 쉬움 • 아기에게 좋은 성분 • 모유에 가까운 성분

사진자료: 와코도 홈페이지, 이온 온라인쇼핑 홈페이지

24) 아사히(Asahi) 홈페이지 (www.asahigroup-holdings.com)

25) 100엔 = 1,137.32원 (2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

26) 아사히 소속 영유아 제품 전문 브랜드 와코도(Wakodo)의 홈페이지 정보를 기준으로 작성함

●
동일품목 종류

① 기고즈 오메가3 1
(Guigoz Omega3 1)



② 기고즈 옵티프로 2
(Guigoz Optipro 2)



③ 베바 옵티프로 1
(Beba Optipro 1)



④ 베바 센시티브 1
(Beba Sensitive 1)



⑤ 리틀 스텝스 프리
(Little Steps Pre)



자료: 네슬레 베이비 홈페이지

③ 네슬레(Nestle)

기업 기본 정보 ²⁷⁾	기업명	네슬레 (Nestle)	
	홈페이지	www.nestle.com	
	위치	Nestle S.A, avenue Nestle 55, 1800 Vevey, Switzerland	
	규모	매출액(*19) ²⁸⁾	926억 스위스 프랑 (121조 3,282억 2,400만 원)
		직원 수(*19)	29만 1,000명
기업 진출 채널	동일품목 수 ²⁹⁾	46개	
	설립년도	1866년	
기업 홍보 채널	〈오프라인 매장〉 럭키 슈퍼마켓 이온몰 베이비 케어	 제품명 기고즈 옵티프로 2 (Guigoz Optipro 2) 용량 900g 가격 22.40달러 (26,678원) 제품 종류 영아용 분유	
	〈온라인 매장〉 텔리샵	 제품명 기고즈 오메가3 1 (Guigoz Omega3 1) 용량 900g 가격 26.80달러 (31,919원) 제품 종류 영아용 분유	
	 Sustainable packaging journey New actions, progress in shaping a better future.	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(글로벌) 기업 소개 및 홍보 제품 소개 및 홍보 SNS 플랫폼 (페이스북, 유튜브, 인스타그램, 트위터) 기업 소개 및 홍보 제품 소개 및 홍보 	
홍보 문구 ³⁰⁾	<p>Pourquoi GUIGOZ® Optipro 2 ?</p> <p>Inspirés par 60 ans de recherche sur le lait maternel, les Laboratoires Guigoz ont développé GUIGOZ® Optipro 2, le premier lait de suite avec l'oligosaccharide 2'FL, l'α-lactosylactose, une teneur en protéines réduite* et une association de vitamines et minéraux, pour répondre aux besoins nutritionnels** de votre bébé dès 6 mois jusqu'à 1 an, dans le cadre d'une alimentation diversifiée.</p> <ul style="list-style-type: none"> Des vitamines A**, C** et D**, qui contribuent au fonctionnement normal du système immunitaire. Du Fer** qui contribue au développement cognitif normal et du Zinc** pour une croissance normale. Du DHA** (acide docosahexaénoïque), de la famille des Oméga 3, issu d'huile de poisson, qui contribue au développement du cerveau. 	<ul style="list-style-type: none"> 다양한 영양소 함유 성장과 뇌 발달에 도움이 되는 면역력 증진 	

사진자료: 기고즈 홈페이지, 텔리샵 홈페이지

27) 네슬레(Nestle) 홈페이지 (nestle.com)

28) 1스위스프랑 = 1,310.24원 (2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

29) 네슬레(Nestle) 소속 영유아 제품 브랜드 게베(Gerber), 베바(Beba), 리틀 스텝스(Little Steps), 베베(Bebe), 기고즈(Guigoz) 제품을 조사함

30) 네슬레(Nestle) 소속 영유아 제품 전문 브랜드 중 경쟁제품으로 선정된 제품 브랜드인 기고즈(Guigoz)의 홈페이지 정보를 기준으로 작성함

●
동일품목 종류

① aptamil 그로잉 업 밀크
(Aptamil Growing Up Milk)



② 카우엔게이트 그로잉 업 토들러 밀크
(Cow&Gate Growing Up Toddler Milk)



③ 카리케어 쉽 밀크 스테이지 3
(Karicare Sheep Milk Stage 3)



④ 듀멕스 마밀 골드 스테이지 3
(Dumex Mamil Gold Stage 3)



⑤ 듀멕스 듀그로 스테이지 4
(Dumex Dugro Stage 4)



자료: apta클럽, 카우엔게이트, 뉴트리시아, 듀멕스 홈페이지

④ 다논(Danone)

기업 기본 정보 ³¹⁾	기업명	다논 (Danone)
	홈페이지	www.danone.com
	위치	17, boulevard Haussmann 75009 Paris, France
	매출액(*19) ³²⁾	253억 유로 (35조 7,036억 1,300만 원)
	직원 수(*19)	10만 명 이상
기업 진출 채널	규모	동일품목 수 ³³⁾ 58개
	설립년도	1919년
	〈오프라인 매장〉 럭키 슈퍼마켓 이온몰 베이비 케어	 <p>제품명 듀멕스 슈퍼 골드 스텝 3 (Dumex Super Gold Step 3)</p> <p>용량 800g</p> <p>가격 16.20달러 (19,294원)</p> <p>제품 종류 영유아 영양식</p>
〈온라인 매장〉 이온 온라인쇼핑	 <p>제품명 듀멕스 슈퍼 골드 스텝 2 (Dumex Super Gold Step 2)</p> <p>용량 800g</p> <p>가격 24.00달러 (28,584원)</p> <p>제품 종류 영유아 영양식</p>	
기업 홍보 채널	 <ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(글로벌) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보 SNS 플랫폼 (페이스북, 유튜브, 인스타그램, 트위터) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보 	
기업 홍보 문구	 <ul style="list-style-type: none"> 연구를 통해 개발한 제품 유아를 위한 풍부한 영양소 알레르기 없는 제품 	

사진자료: 다논 홈페이지, 이온 온라인쇼핑 홈페이지

31) 다논(Danone) 홈페이지 (www.danone.com)

32) 1유로 = 1,411.21원 (2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

33) 다논(Danone)은 다양한 브랜드를 보유하고 있는 다국적 기업으로, 자사 홈페이지에 다논이 판매하는 제품의 정보를 기재하지 않고 있음. 따라서 홈페이지에서 확인할 수 있는 영유아 제품 브랜드 apta클럽(Aptaclub), 카우엔게이트(Cow&Gate), 뉴트리시아(Nutricia)와, 경쟁제품으로 선정된 듀멕스(Dumex)의 브랜드 홈페이지에서 동일품목을 검색하여 기재함

●
동일품목 종류

① 임페리얼 드림 엑소
(Imperial Dream XO)



② 아이 엠 마더
(I am Mother)



③ 스타 그로우
(Star Grow)



④ 코코 크라운
(Koko Crown)



⑤ 임페리얼 맘 엑소
(Imperial Mom XO)



자료: B사 홈페이지

⑤ B사

기업명		B사	
기업 기본 정보	위치	서울특별시 강남구	
	규모	동일품목 수	12개
		설립년도	1964년
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 럭키 슈퍼마켓 이온몰 베이비 케어	제품명	임페리얼 드림 엑소 월드 클래스 4 (Imperial Dream XO World Class 4)
		용량	400g
	가격	12.40달러 (14,768원)	
	제품 종류	영유아 영양식	
기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 이온 온라인쇼핑	제품명	임페리얼 드림 엑소 월드 클래스 4 (Imperial Dream XO World Class 4)
		용량	800g
	가격	25.90달러 (30,847원)	
	제품 종류	영유아 영양식	
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(글로벌) 기업 소개 및 홍보 제품 소개 및 홍보 제품 활용 레시피 제공 SNS 플랫폼 (페이스북, 유튜브, 인스타그램) 기업 소개 및 홍보 제품 소개 및 홍보 	
		홍보 문구	
<ul style="list-style-type: none"> 아기의 면역력 증진 유아 뇌 성장 촉진 맛있는 맛 			
<p>사진자료: B사 홈페이지, 이온 온라인쇼핑 홈페이지</p>			

IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)

- Interview ① 이온 온라인쇼핑 프놈펜(AEON Onlineshopping Phnom Penh)
- Interview ② 베이비 케어(Baby Care)
- Interview ③ 베이비 월드(Baby World)
- Interview ④ 캄보 마켓(Cambo Market)

Interview ① 이온 온라인쇼핑 프놈펜 (Aeon Onlineshopping Phnom Penh)

이온 온라인쇼핑 프놈펜
(Aeon Onlineshopping
Phnom Penh)

전문가 소속

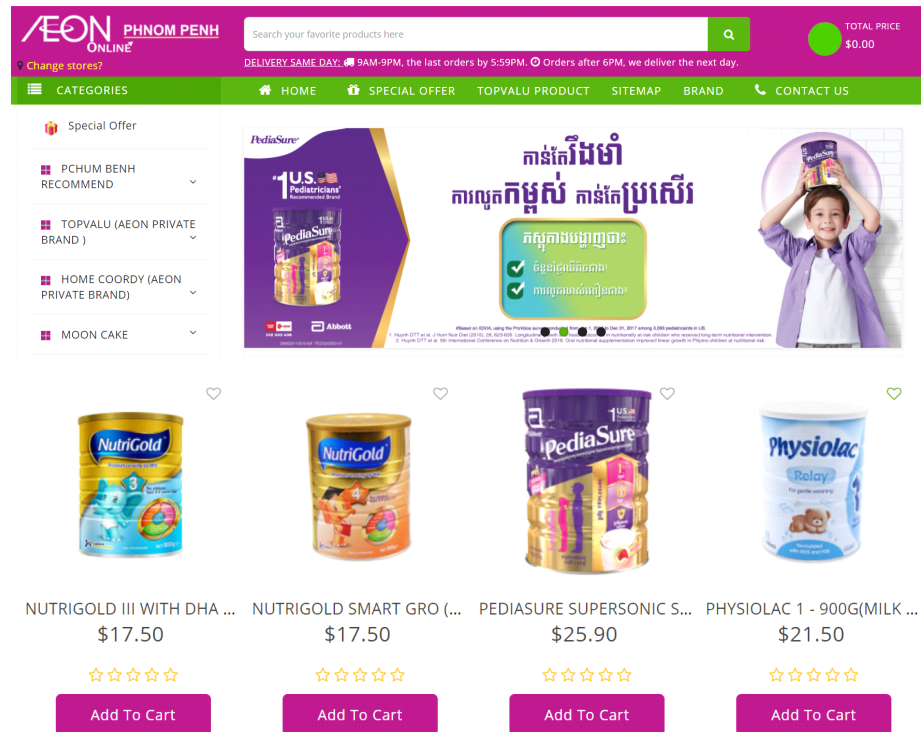
이온 온라인쇼핑 프놈펜
(Aeon Onlineshopping
Phnom Penh)
수입·유통업체

전문가 정보

Mr. Bourey
(Product Manager)



34)



이온 온라인쇼핑 프놈펜 (Aeon Onlineshopping Phnom Penh) Product Manager, Mr. Bourey

이온 온라인쇼핑 프놈펜은 일본 최대 유통그룹 중 하나인 이온몰의 캄보디아 지점으로, 2014년 캄보디아에 처음 진출하였음. 일본계 체인인 만큼 일본산 제품을 주로 취급하며, 식료품 뿐만 아니라 생활용품, 전자제품 등 모든 소비재를 판매하며 현재 프놈펜에 2개 매장과 온라인 쇼핑몰을 운영 중이며 2023년 3호점 개점이 예정되어 있음

34) 사진자료: 이온 온라인쇼핑 프놈펜(Aeon Onlineshopping Phnom Penh) 홈페이지 (aeononlineshopping.com/phnompenh)



가격 24.26달러
(28,900원)

용량 600g

포장 알루미늄 캔

Q1. 취급 제품의 평균 가격은 어느 정도인가요?

브랜드나 원산지에 따라 차이가 있지만, 저희가 판매하는 영유아 영양식 제품의 평균 가격은 약 22.5달러로, A사 제품은 평균보다 약 10% 정도 비쌌습니다. A사와 같이 한국산인 B사 제품은 400g에 약 13달러, 800g 기준으로 하면 약 26달러이니, 600g에 약 24달러인 A사 제품은 한국산 제품과 비교해도 꽤 비싼 편입니다.

Q2. 현지 소비자가 선호하는 영유아 영양식 제품 용량은 어느 정도인가요?

현재 매장에서 판매되는 유사 제품이 대부분 800-900g이므로 이것이 소비자들이 선호하는 용량이라고 볼 수 있겠습니다. 간혹 한 통에 600g 이하인 제품들도 있지만, 대다수가 식물성 조제분유, 저유당 분유 등 특수 분유 제품이고, 저용량의 영유아 영양식 제품들은 용량이 800-900g 제품들보다 판매량이 현저히 낮습니다. 따라서 A사 제품도 다른 제품들과 비슷하게 용량을 늘릴 것을 추천합니다.

Q3. 현지 소비자들이 영유아 영양식을 구입할 때 찾는 성분이 있나요?

어린 아이들이 먹는 음식인 만큼 다른 식료품보다 까다롭게 고르는 소비자들이 많습니다. 대다수 제품이 갈락토올리고당이나 프락토올리고당 등 프리바이오틱스, 각종 비타민, DHA, 칼슘 등을 포함하고 있습니다. 루테인이나 오메가 3, 철분, 베타카로틴 등이 들어있는 제품들도 인기가 많습니다.

Q4. 영유아 영양식을 구입하는 소비자가 특별히 선호하는 원산지가 있나요?

특정 원산지보다는 대형 제조사 제품을 선호하는 것 같습니다. 미국의 애보트나 일본의 아사히, 스위스의 네슬레 제품이 인기 있습니다. 세 제조사들은 사실 영유아 영양식 외 다른 식료품들도 판매하고 있고, 현지 인지도와 선호도가 매우 높아 많이 판매되는 것 같습니다.

Q5. 캄보디아 내 영유아 영양식 제품 시장 전망은 어떻게 보시나요?

캄보디아의 산업화가 진행되면서 여성들의 경제진출이 활성화되었고, 자연히 영유아 영양식이나 영아용 분유 등 모유 대체품 시장도 성장하였습니다. 경제 성장이 더욱 더 가속화될 것이므로 영유아 영양식 제품 소비도 늘어날 것으로 예상됩니다.

Q6. 현지 소비자가 선호하는 포장 형태와 디자인은 무엇인가요?

네슬레나 애보트, 아사히 같은 대형 제조사들은 지속적인 마케팅 조사를 통해 타겟 소비자나 시장에 맞추어 지속적으로 포장 디자인을 바꾸고 있습니다. 이 기업들은 제품에 대한 상세한 설명과 직관적인 이미지를 사용하며, 영유아 영양식 제품에는 특히 성분이나 안전성에 대해 강조하는 내용을 포장에 명시합니다. A사 제품의 포장은 보기는 좋지만, 효능이나 성분 등의 장점이 문자로 되어있어 한눈에 들어오진 않습니다. DHA, 프리바이오틱스 등 소비자들이 선호하는 성분과 A사가 강조하고 싶은 성분을 이미지화하여 제품 포장에 포함한다면, 현지 소비자들이 받아들이기 더 좋을 것 같습니다.

Interview ② 베이비 케어 (Baby Care)

● 베이비 케어 (Baby Care)

전문가 소속

베이비 케어 (Baby Care)
영유아용품 전문 유통업체

전문가 정보

Ms. Acharila (Sales Manager)



35)



베이비 케어(Baby Care) Sales Manager, Ms. Acharila

베이비 케어는 2008년 설립된 영유아용품을 전문적으로 유통하는 업체로, 현재 캄보디아 전역에 7개 매장과 온라인 쇼핑몰, 스마트폰 어플리케이션을 통해 제품을 판매하고 있음. 영유아 전용 식품, 생활용품 등을 판매하며, 80여개 브랜드 제품들을 독점적으로 취급함

35) 사진자료: 베이비 케어(Baby Care) 홈페이지 (www.babycare-cambodia.com)



가격 24.26달러
(28,900원)

용량 600g

포장 알루미늄 캔

Q1. 취급 제품의 평균 가격은 어느 정도인가요?

매장에서 판매하는 영유아 영양식 제품들의 평균 가격은 A사 제품 가격과 비슷한 약 25달러 정도입니다. 저희가 판매하는 영유아 영양식 제품들이 대부분 한 통에 800g 정도인 것을 고려한다면, 상대적으로 용량이 작은 A사 제품은 비싼 편입니다. A사 제품에 다른 제품들과 차별화된 성분이나 이점이 있는 것이 아니라면, 가격을 낮추는 것이 좋겠습니다.

Q2. 현지 소비자가 선호하는 영유아 영양식 제품 용량은 어느 정도인가요?

특별히 선호하는 용량이 있는지는 잘 모르겠으나, 네슬레나 애보트, 다논 등 대형 제조사의 제품들이 한 통에 800-900g 정도로 판매되고 있습니다. 이것이 일종의 표준 규격으로 자리잡아, 현재 저희가 판매하고 있는 제품들도 800-900g 제품이 많고, 적어도 700g 이상입니다. 일본산 제품들이 간혹 용량이 적은 인 경우(300-400g)도 있지만, 가격 또한 12-13달러로 절반 수준입니다. 이에 비해 A사 제품은 용량이 약 75% 수준이므로, 적어도 용량이 800g이 넘는 제품을 출시할 것을 추천합니다.

Q3. 현지 소비자들이 영유아 영양식을 구입할 때 찾는 성분이 있나요?

대부분 영유아 영양식 제품들은 프라바이오틱스(갈락토올리고당, 프락토 올리고당 등), 비타민, 칼슘, DHA 등이 들어있습니다. 이 외에도 성장이나 영양에 도움이 되는 성분이 포함된 제품이라면 인기를 끌 것 같습니다. 하지만 특정 성분이 들어간 제품보다 합성착향료나 당류가 첨가되지 않은 제품을 찾는 소비자가 훨씬 더 많습니다.

Q4. 영유아 영양식을 구입하는 소비자가 특별히 선호하는 원산지가 있나요?

아직까지 현지 소비자들은 현지 브랜드 제품보다는 많이 알려진 해외 브랜드 제품을 선호합니다. 저희 매장에서 가장 인기 있는 영유아 영양식 제품은 애보트의 페디아슈어이지만, 전체적으로 보면 프랑스 제조사 제품들이 많이 판매됩니다. 그 이유는 다논 뉴트리시아나 길버트 연구소 등 제조사가 많이 알려져있고, 프랑스산 유제품이 유명하기 때문인 것 같습니다.

Q5. 현지 소비자들이 선호하는 식품 인증이 있나요?

캄보디아에서 영유아 영양식 제품은 식품 인증을 꼭 취득해야 하는 제품군이 아닙니다. 따라서 종교적 이유로 할랄 제품을 구입하는 경우가 아니라면, 현지 소비자들은 인증보다는 제품의 품질이나 가격을 더 중요하게 생각합니다. 캄보디아에서 한국산 제품의 품질에 대한 신뢰가 높기 때문에 별도로 품질을 증명하기 위한 인증은 필요하지 않을 것 같습니다.

Interview ③ 베이비 월드 (Baby World)

●
베이비 월드
(Baby World)

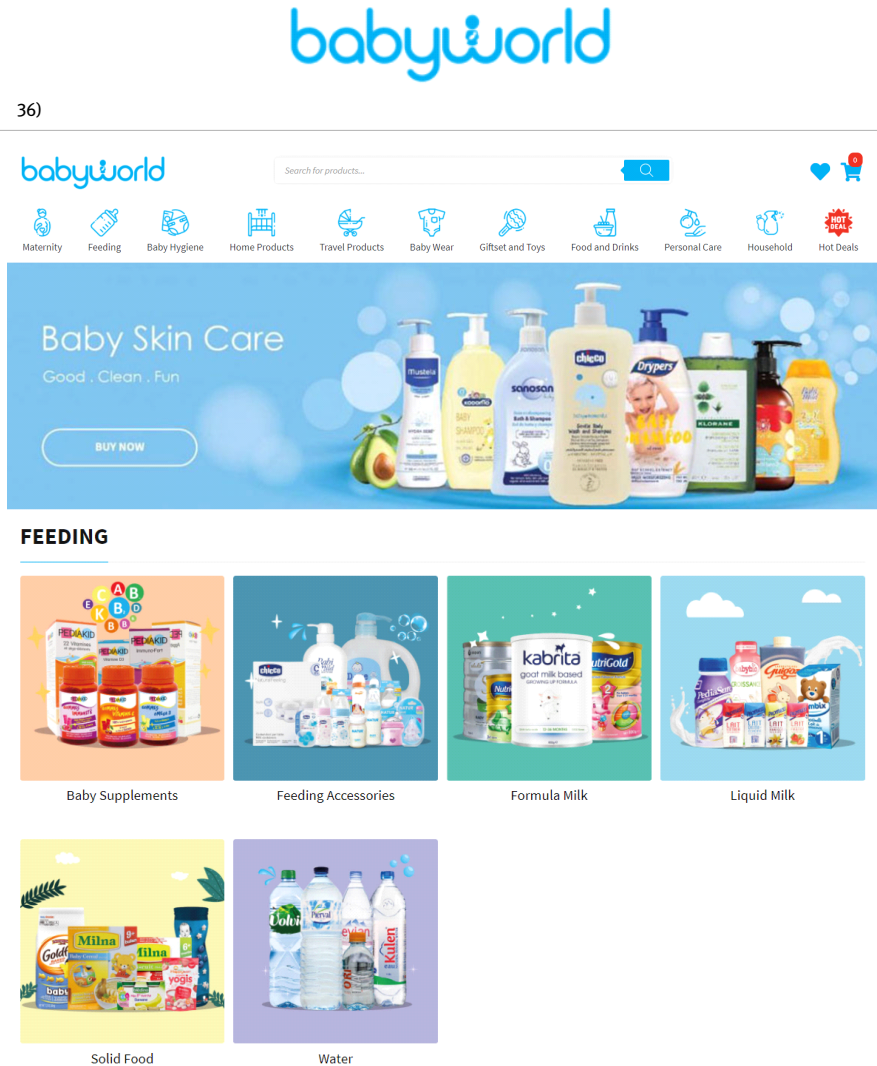
전문가 소속

베이비 월드
(Baby World)
영유아용품 전문 유통업체

전문가 정보

Mr. Vhasu
(Shop Manager)

36)



베이비 월드(Baby World) Shop Manager, Mr. Vhasu

베이비 월드는 2000년 설립된 영유아용품 전문 유통업체로, 현재 3개의 오프라인 매장과 온라인 쇼핑몰, 스마트폰 어플리케이션을 통해 제품을 유통하고 있음. 조제분유, 유아식 등 식료품과 육아용품, 의류, 장난감 등 영유아 관련 모든 제품들을 취급함

36) 사진자료: 베이비 월드(Baby World) 홈페이지 (shopbabyworld.com)



가격 24.26달러
(28,900원)

용량 600g

포장 알루미늄 캔

Q1. 취급 제품의 평균 가격은 어느 정도인가요?

저희 매장에서는 영유아 영양식 제품을 한 통에 15-25달러, 평균 20달러 정도에 판매합니다. A사 제품은 약 24달러로, 특수 분유 제품들과는 크게 차이하지 않지만, 저희가 판매하는 유사 제품들과는 가격 차이가 큼니다. 게다가 용량은 600g로 작으니, 용량 대비 굉장히 비싼 편입니다. A사가 시장에 처음 진입하고, 소비자들은 잘 모르는 브랜드에 높은 가격을 지불하기 꺼리기 때문에, 가격을 조금 낮추는 것을 추천합니다.

Q2. 현지 소비자가 선호하는 영유아 영양식 제품 용량은 어느 정도인가요?

영유아 영양식 제품 뿐만 아니라 조제 분유 제품들은 한 통 당 800g 정도가 담긴 제품이 가장 많습니다. 300-400g의 소용량 제품들이 있긴 하지만 800-850g 용량 제품의 판매량이 훨씬 높습니다. 따라서 이것이 소비자들이 가장 선호하는 용량이라고 볼 수 있겠습니다.

Q3. 현지 소비자들이 영유아 영양식을 구입할 때 찾는 성분이 있나요?

아이들의 면역력이나 성장, 뇌 발달에 도움이 되는 성분, 예를 들어 프리바이오틱스, DHA, 칼슘 등이 들어있는 제품을 찾는 소비자들이 많습니다. 또 인공적인 당류나 향, 맛 등이 들어있지 않은 제품도 많이 판매됩니다. 특히 고소득층 소비자들의 경우 성분이나 안전성을 더 까다롭게 따져 구입합니다.

Q4. 영유아 영양식을 구입하는 소비자가 특별히 선호하는 원산지가 있나요?

캄보디아의 소비자들은 모든 소비재에 있어 현지산 제품보다 수입품을 선호하는 경향이 있습니다. 특히 영유아 영양식 제품은 미국산이나 일본산, 유럽산이 인기가 많습니다. 이러한 제조사들은 업력도 길고, 전세계적으로 유명한 회사라 소비자들이 익숙하기 때문입니다. 또한 판매 제품 종류도 다양하고, 영업, 마케팅도 공격적으로 하기에 많이 판매되는 것으로 보입니다.

Q5. 현지 소비자가 선호하는 식품 관련 인증이 있나요?

캄보디아 시장에 판매하기 위해서 필수적으로 취득해야 하는 식품 인증은 없지만, 영유아를 위한 제품이라면 HACCP(해썹)과 같은 식품 안전 인증은 취득하는 것이 추천합니다. 할랄 인증을 받은 제품들도 많지만, 이는 HALAL 취득이 대중화된 프랑스산이나 미국산 제품이기 때문일 뿐, 필수 사항은 아닙니다.

Interview ④ 캄보 마켓 (Cambo Market)

37)38)

캄보 마켓 (Cambo Market)

전문가 소속

캄보 마켓
(Cambo Market)
온라인 식료품 전문
유통업체

전문가 정보

Mr. Tevy
(Customer Service
Manager)



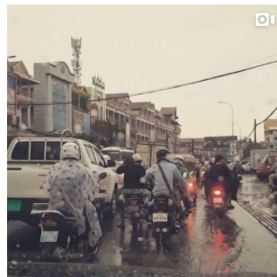
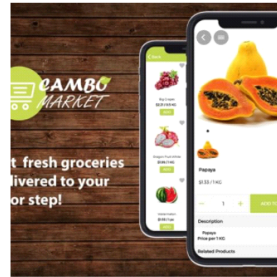
cambomarket

팔로우

게시물 39 팔로워 1,185 팔로우 4,857

Cambo Market

- Grocery Delivery Service.
- Over 1000 Products.
- Free Delivery.
- Siem Reap.
- Phnom Penh.
- Visit Our Website.
- Download our Mobile App.



캄보 마켓(Cambo Market) Customer Service Manager, Mr. Tevy

캄보 마켓은 2017년에 설립된 온라인 전문 식료품 유통업체로, 수도인 프놈펜과 시엠립에 배달 서비스를 제공함. 자사 온라인 쇼핑몰과 스마트폰 어플리케이션을 통해 제품을 판매하고 있음

37) 사진자료: 캄보 마켓(Cambo Market) 인스타그램 홍보 페이지 (www.instagram.com/cambomarket)

38) 매장 홈페이지 접속이 불가하여 인스타그램 홍보 페이지 참고



가격 24.26달러
(28,900원)

용량 600g

포장 알루미늄 캔

Q1. 취급 제품의 평균 가격은 어느 정도인가요?

제조사, 브랜드, 원산지 등에 따라 다르지만, 한 통에 평균 22달러 정도에 판매하고 있습니다. 이와 비교하면 A사 제품은 한 통에 24달러가 넘으므로 비싼 축에 속합니다. 물론 A사 제품과 비슷한 애보트의 페디아슈어 제품은 한 통에 약 26달러로 비싸지만, 용량이 850g으로 크기 때문에 용량 대비 오히려 저렴합니다. 하지만 여러 한국산 제품들이 캄보디아에서 인기를 끌고 있기 때문에, 만약 A사만의 장점이 있다면, 판매 전략과 잘 조합하여 고급 제품으로 브랜드할 수도 있겠습니다.

Q2. 취급하는 영유아 영양식 제품 용량과 포장 형태는 어떤가요?

저희 사이트에 있는 대부분의 영유아 영양식 제품은 한 통에 800-850g입니다. 예전에는 400g 제품도 취급하였지만, 수요가 적어 이제는 800g 이상 제품만 취급하고 있습니다. 너무 용량이 크면 제품이 변질될 우려가 있고, 너무 작으면 자주 구매해야하기 때문에 15-30일 정도 먹을 수 있는 800g이 제일 적당한 것 같습니다.

Q3. 현지 소비자들이 영유아 영양식을 구입할 때 찾는 성분이 있나요?

현지 소비자들은 영유아 영양식 제품을 구입할 때, 성분보다는 가격을 먼저 고려하여 구입을 결정합니다. 하지만 영유아 식품인 만큼 성분을 꼼꼼하게 따져 구입하는 소비자들도 많습니다. 프리바이오틱스, 비타민 A, B, D 등이 들어있는 제품이 많이 판매됩니다. 이외에도 뇌 발달이나 뼈 건강, 성장에 도움이 되는 성분이 들어있다면, 인기 요인이 될 것입니다.

Q4. 영유아 영양식을 구입하는 소비자가 특별히 선호하는 원산지가 있나요?

현지 소비자들은 영유아 영양식을 구입할 때, 단순히 원산지보다 어떤 성분이 들어있는지, 얼마나 안전하게 제조했는지를 더 중요하게 생각합니다. 하지만, 품질 차이가 크지 않을 땐 미국산이나 유럽산 제품을 선택하는 것 같습니다. 특히 고소득층 소비자들은 유럽산, 특히 프랑스산 제품을 선호하는 경향이 있습니다.

Q5. 현지 소비자가 선호하는 포장 형태와 디자인은 무엇인가요

제 생각에 식품 포장에 있어 가장 중요한 것은 제품의 장점을 잘 표현하는 것입니다. A사 제품은 성분이 강점으로 보이는데, 포장 용기에서는 성분에 대한 내용이 크게 눈에 띄지 않습니다. 다른 제품들의 경우, DHA, 프리바이오틱스 등을 크고 간결한 그림으로 설명합니다. A사의 포장은 그림보단 문자에 치우쳐 있어 캄보디아 소비자들이 직관적으로 이해하기 어려워 보입니다.

Q5. 영유아 영양식 제품의 성공 여부가 어떤 요소로 결정된다 보시나요?

캄보디아에서 영유아 영양식 제품의 성공 여부는 어떻게 홍보하느냐에 달려있다고 생각합니다. 광고나 홍보, 할인 행사로 고객을 끌어들이는 게 가장 효과적인 방법입니다. 저희 매장에서 가장 많이 판매되는 제품은 네슬레나 에보트, 아사히의 제품으로, 모두 TV, 라디오, 신문 등 다양한 매체를 통해 적극적으로 판매 촉진 전략을 펼치고 있습니다. 이미 시장점유율이 높고, 자본력이 강한 대형 기업들이므로, 시장 진입자인 A사는 이들과 직접 경쟁하기보다는 A사만의 강점을 살려서 틈새 시장을 공략하는 것이 좋을 것 같습니다.

V. 경쟁력파악(Competitiveness)

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

1. 제품 경쟁력 검증

1) 100g 당 가격

경쟁제품(제조사)

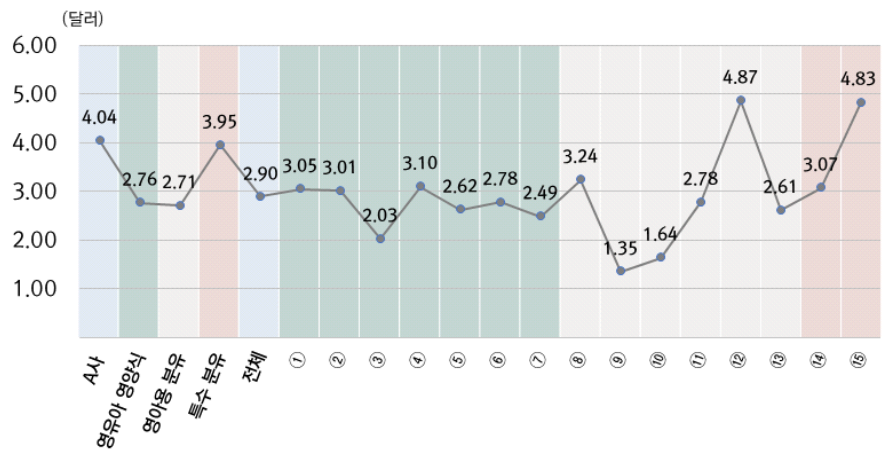
- ① 페디아슈어 컴플리트 앤 밸런스드 (애보트)
- ② 와코도 레벤스 키즈 3 (아사히)
- ③ 듀믹스 슈퍼 골드 스텝 3 (다논 뉴트리시아)
- ④ 임페리얼 드림 엑스오 월드 클래스 4 (B사)
- ⑤ 피지오락 그로잉 업 3 (길버트 연구소)
- ⑥ 압타밀 토들러 포물라 2 (다논 뉴트리시아)
- ⑦ 기고즈 옵티프로 2 (네슬레)
- ⑧ 시밀락 토탈 컴포트 1 (애보트)
- ⑨ 스타 그로우 2 (B사)
- ⑩ 비플러스 팔로우-온 포물라 2 (비플러스 데어리)
- ⑪ 이소밀 소이 팔로우-온 포물라 스테이지 2 (애보트)
- ⑫ 와코도 레벤스 하이하이 1 (아사히)
- ⑬ 피지오락 릴레이 2 (길버트 연구소)
- ⑭ 헤질래 본 뉴트리션 0% 팻 (소디알 인터내셔널)
- ⑮ 와코도 밀크 프리 소이 포물라 본 락 아이 (아사히)

▶ A사 제품 100g 당 가격, 경쟁 음료제품 평균 대비 비싼 편

A사 제품의 100g 당 가격은 4.04달러(약 4,812원)³⁹⁾로 경쟁제품 15개의 평균 100g 당 가격 2.90달러(약 3,451원) 대비 약 1.14달러(약 1,358원) 비싼 편임. A사 제품과 같은 종류인 영유아 영양식 제품의 평균 100g 당 가격은 2.76달러(약 3,292원)로 A사 제품 대비 1.28달러(약 1,524원) 저렴함. 제품 종류별 평균 100g 가격은 특수 분유 제품이 3.95달러(약 4,707원)로 A사 제품보다 0.09달러(약 107원) 저렴함. 영아용 분유 제품의 평균 100g 당 가격은 2.71달러(약 3,227원)로 A사 제품의 약 67% 수준임

[표 3.1] 캄보디아 영유아 영양식 가격 경쟁력 분석

(단위: 달러)



39) 1달러 = 1,191원 (2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2) 용량

● 경쟁제품(제조사)

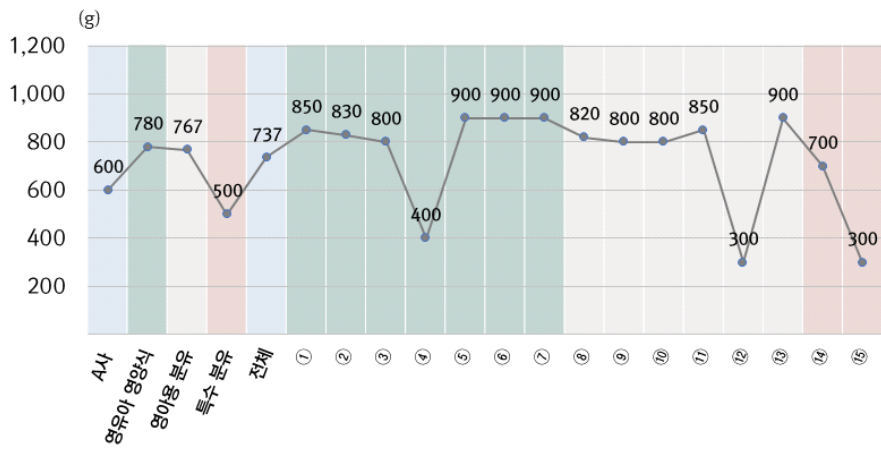
- ① 페디아슈어 컴플리트 앤 밸런스드 (애보트)
- ② 와코도 레벤스 키즈 3 (아사히)
- ③ 듀믹스 슈퍼 골드 스텝 3 (다논 뉴트리시아)
- ④ 임페리얼 드림 엑스오 월드 클래스 4 (B사)
- ⑤ 피지오락 그로잉 업 3 (길버트 연구소)
- ⑥ 압타밀 토들러 포물라 2 (다논 뉴트리시아)
- ⑦ 기고즈 옴티프로 2 (네슬레)
- ⑧ 시밀락 토탈 컴포트 1 (애보트)
- ⑨ 스타 그로우 2 (B사)
- ⑩ 비플러스 팔로우-온 포물라 2 (비플러스 데어리)
- ⑪ 이소밀 소이 팔로우-온 포물라 스테이지 2 (애보트)
- ⑫ 와코도 레벤스 하이하이 1 (아사히)
- ⑬ 피지오락 릴레이 2 (길버트 연구소)
- ⑭ 헤질래 본 뉴트리션 0% 팻 (소디알 인터내셔널)
- ⑮ 와코도 밀크 프리 소이 포물라 본 락 아이 (아사히)

▶ A사 제품 용량 경쟁제품 평균 대비 작은 편

A사 제품의 용량은 600g으로 경쟁제품 15개의 용량 평균 737g 대비 약 81%에 그침. 제품 종류별 용량 평균은 A사 제품과 같은 종류인 영유아 영양식 제품의 평균 용량은 780g으로 A사 제품 대비 약 30% 가량 큼. 제품 종류별 평균 용량을 보면 영아용 분유 제품이 767g으로 A사 제품보다 약 28% 정도 크지만, 특수 분유 제품의 평균 용량은 500g으로 A사 제품보다 100g 작음

[표 3.2] 캄보디아 영유아 영양식 용량 경쟁력 분석

(단위: g)

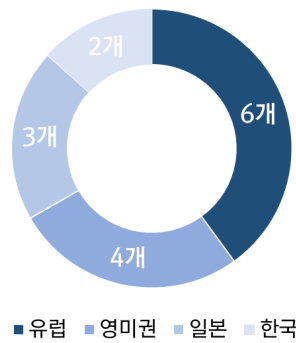


3) 원산지

▶ 경쟁제품 15개 중 6개, 유럽산 제품

캄보디아에서 판매되고 있는 영유아 영양식 경쟁제품 15개의 원산지를 조사한 결과, 6개 제품이 프랑스와 스위스를 포함하는 유럽산인 것으로 조사됨. 그 외 4개 제품은 영미권산(미국, 호주), 3개 제품은 일본산, 2개 제품은 한국산으로 확인됨

[표 3.3] 캄보디아 영유아 영양식 제품 원산지 경쟁력 분석

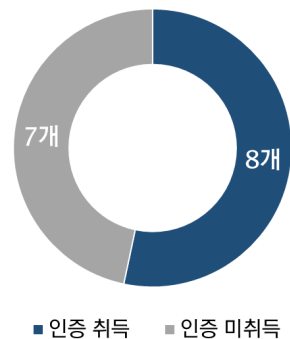


4) 인증

▶ 경쟁제품 15개 중 8개, 인증 취득

캄보디아에서 판매되고 있는 영유아 영양식 경쟁제품 15개의 인증을 조사한 결과, 8개 제품이 1개 이상의 인증⁴⁰⁾을 취득한 것으로 조사됨. 그 중 6개 제품이 HALAL을, 2개 제품이 차세대 세계일류상품 인증을, 1개 제품이 HACCP을 취득한 것으로 확인됨

[표 3.4] 캄보디아 영유아 영양식 제품 원산지 경쟁력 분석



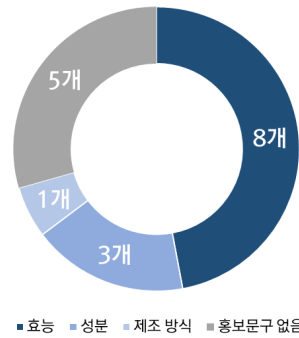
40) 8개 제품 중 1개 제품은 차세대 세계일류제품 인증과 HACCP을 동시에 취득하였음

5) 홍보문구

▶ 경쟁제품 15개 중 10개, 제품 성분 홍보문구 사용

캄보디아에서 판매되고 있는 영유아 영양식 경쟁제품 15개의 홍보문구를 조사한 결과, 10개 제품이 1개 이상의 홍보문구⁴¹⁾를 사용함. 제품의 효능을 홍보하는 제품이 7개로 가장 많았으며, 그 외 제품 성분 홍보 3개, 제조 방식 2개로 확인됨

[표 3.5] 캄보디아 영유아 영양식 제품 홍보문구 경쟁력 분석



41) 홍보문구를 사용하는 10개 제품 중 2개 제품은 2개의 홍보문구(제품 효능, 제품 성분)를 사용함

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. 제품 선정 기준은 온라인과 오프라인 매장에서 모두 확인되고, 바이어 인터뷰에서 공통적으로 언급되는 제품을 선정함. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기 제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 이온 온라인쇼핑 프놈펜, 델리샵, 라 휘

(*) 오프라인 매장 : 렉키 슈퍼마켓, 이온몰, 베이비 케어

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(*) 온라인 쇼핑몰 : 3개 온라인 쇼핑몰 중 1개 이상 쇼핑몰에서 판매되는 제품

(*) 오프라인 매장 : 조사매장 3개 모두에서 판매되고 있는 제품

· 바이어 인터뷰에서 공통적으로 언급되는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



경쟁력 분석 제품
(A사 - 하이-키드 밀크)

‘문자화된
제품 효능 위주의
포장 디자인과
소용량’

영유아 영양식	공통 특징 ① 제품 종류	영유아 영양식
알루미늄 캔	공통 특징 ② 포장 형태	알루미늄 캔
600g	벤치마킹 ▶ 대용량	850g
문자 위주	벤치마킹 ▶ 포장 디자인	그림 위주
제품 효능	벤치마킹 ▶ 홍보문구	제품 효능, 제품 성분



현지 벤치마킹 인기 제품
(에보트 -
페디아슈어 컴플리트 앤 밸런스드)

‘이미지화된
제품 효능과 성분 위주의
포장 디자인과
대용량’

2) 벤치마킹 제품 분석
- 100g 당 가격, 용량

▶ 벤치마킹 제품, 29.50달러, 850g 용량의 영유아 영양식

현지 소비자들은 용량이 800-900g이 들어있는 제품을 선호하는 것으로 확인됨. 벤치마킹 제품은 한 통에 850g이 담겨 있으며, 100g 당 3.05달러(3,629원)임. 이는 A사 제품보다는 용량이 크고, 100g 당 가격은 약 75% 수준임

[표 3.7] 캄보디아 영유아 영양식 인기제품, 100g 당 가격, 용량 인터뷰 분석

(인터뷰) *매장에서 판매하는 영유아 영양식 제품들의 평균 가격은 A사 제품 가격과 비슷한 약 25달러 정도입니다. (중략) 대부분 한 통에 800g 정도인 것을 고려한다면, 상대적으로 용량이 작은 A사 제품은 비싼 편입니다. 만약 A사 제품이 다른 제품들과 차별화된 성분이나 이점이 있는 것이 아니라면, 가격을 낮추는 것이 좋겠습니다.*

- Ms. Acharila (베이비 케어, 영업 매니저) -

3) 벤치마킹 제품 분석
- 포장 디자인, 홍보문구

▶ 벤치마킹 제품, 제품 효능과 성분을 직관적 이미지로 표기

현지 소비자들, 특히 고소득층 소비자들은 영유아 영양식 제품의 성분을 꼼꼼하게 따져 구입하는 편임. 현지 인기제품 중 일부는 제품 효능과 성분을 나타내는 홍보문구를 사용함. 벤치마킹 제품은 제품의 효능과 성분을 한눈에 알아보기 쉽도록 이미지를 활용하여 제품 포장에 표기함

[표 3.8] 캄보디아 영유아 영양식 인기제품, 포장 디자인, 홍보문구 인터뷰 분석

(인터뷰) *식품 포장에 있어 가장 중요한 것은 제품의 장점을 잘 표현하는 것입니다. A사 제품은 성분이 강점으로 보이는데, 포장 용기에서는 성분에 대한 내용이 크게 눈에 띄지 않습니다. 다른 제품들의 경우, DHA, 프리바이오틱스 등을 크고 간결한 그림으로 설명합니다. A사의 포장은 그림보단 문자에 치우쳐 있어 캄보디아 소비자들이 직관적으로 이해하기 어려워 보입니다.*

- Mr. Tevy (캄보 마켓, 고객 서비스 매니저) -

3. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ 경쟁기업 5개사 모두 캄보디아 온·오프라인 매장 진출

캄보디아에 진출한 경쟁기업 5개사는 모두 3개 오프라인 매장에 진출한 것으로 조사됨, 온라인 채널에는 5개사 모두가 진출하였고, 델리샵에 진출한 1개사를 제외한 4개사가 이온 온라인쇼핑에 진출한 것으로 확인됨

[표 3.10] 캄보디아 영유아 영양식 제조 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인			온라인	
	럭키 슈퍼마켓	이온몰	베이비케어	이온 온라인쇼핑	델리샵
애보트	○	○	○	○	
아사히	○	○	○	○	
네슬레	○	○	○		○
다논	○	○	○	○	
B사	○	○	○	○	

2) 홍보 채널

▶ 경쟁기업 5개사 자사 홈페이지, 3개사 SNS 플랫폼 홍보 채널 활용

캄보디아 시장에 진출한 경쟁기업 5개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 5개사 모두 홈페이지를 홍보 채널로 활용하며 4개사가 영어를 사용한 글로벌 홈페이지를, 1개사가 크메르어(캄보디아 공용어)를 사용한 현지 홈페이지를 운영하고 있음 또한, 5개사 모두 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용하고 있으며, 1개사를 제외한 4개사 모두 페이스북과 유튜브, 인스타그램, 트위터를 활용하는 것으로 확인됨

[표 3.11] 캄보디아 영유아 영양식 제조 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS 플랫폼			
		페이스북	유튜브	인스타그램	트위터
애보트	○	○	○	○	○
아사히	○	○	○	○	○
네슬레	○	○	○	○	○
다논	○	○	○	○	○
B사	○	○	○	○	

3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업, 제품의 '효능', '성분'을 강조하여 경쟁제품 홍보

캄보디아에 진출한 경쟁기업 5개사는 제품의 효능과 성분을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품의 효능을 강조한 문구로는 '자녀의 건강한 성장과 발달', '성장과 뇌 발달에 도움이 되는' 등이 있으며, 제품의 성분을 강조한 문구로 '아기에게 좋은 성분', '유아를 위한 풍부한 영양소' 등의 홍보 문구를 사용하는 것으로 조사됨. 그 외 '연구를 통해 개발한 제품'과 같이 제품의 품질을 강조하는 문구나 '맛있는 맛'과 같이 제품의 맛을 강조하는 문구도 사용하는 것으로 확인됨

[표 3.12] 캄보디아 영유아 영양식 경쟁기업 홍보 문구 분석



VI. 시장진출제언(Export Insights)

VI. Export Insights



포장

직관적인 이미지

효능과 성분에 대한 직관적인 이미지를 추가

바이어 인터뷰에 따르면, A사의 전체적인 포장 디자인은 준수하지만, 효능이나 성분 등이 문자로 되어 있어 경쟁제품에 비해 한눈에 들어오지 않는다고 함. 페디아슈어, 애보트와 같은 경쟁기업들은 지속적인 마케팅 조사를 통해 포장 디자인을 변경하며, 제품에 대한 충분한 설명과 직관적인 이미지를 사용한다고 함. 이에 A사 또한 강조하고 싶은 성분과 효능을 이미지화하여 제품 포장에 삽입하기를 제안함



원산지 & 인증

수입산 / HALAL

경쟁제품 전부 수입산,
일부 HALAL 인증 취득

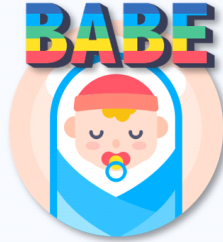


현지 제품 조사 결과 경쟁제품 15개 모두 수입산인 것으로 조사됨. 15개 중 6개는 유럽산, 4개는 영미권산, 3개는 일본산, 2개는 한국산인 것으로 확인됨. 바이어 인터뷰에 따르면, 현지인들은 국내산보다는 수입산을 더 선호하고 신뢰하는 경향이 있기 때문에 분유 또한 수입산이 대부분이라고 함. 또한, 15개 제품 중 6개 제품은 HALAL 인증을 취득한 것으로 조사됨. 그 이유는 유럽 및 영미권 제품들의 경우, 문화 특성상 HALAL 인증을 많이 취득하며, 해당 제품이 그대로 현지로 수입된 것으로 확인됨

마케팅

홍보문구: 효능 및 성분

경쟁기업, 제품의 효능과 성분을
강조하여 홍보문구를 기재함

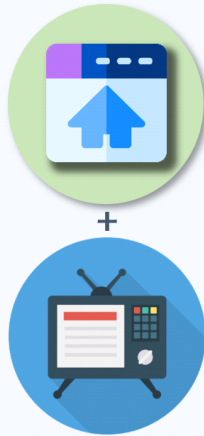


경쟁기업은 제품의 효능과 성분을 강조하여 제품 홍보 중, 효능의 경우 주로 아이의 성장에 대한 효과를 강조하기 위해 '건강한 성장', '뇌 발달에 도움이 되는' 등의 문구를 사용함. 성분의 경우 '아이에게 좋은 성분', '유아를 위한 풍부한 영양소' 등의 문구를 통해 소비자로 하여금 안전하고 아이의 성장에 효과적인 제품이라는 것을 인식시키기 위해 홍보하는 것으로 확인됨

마케팅

홍보채널: TV 광고

경쟁기업, 자사 홈페이지 및
TV 광고 활용하여 제품 홍보 중



경쟁기업 6개사는 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 그리고 TV광고로 홍보채널로 활용하는 것으로 조사됨. 하지만, 애보트만이 현지 홈페이지를 보유하고 있는 것으로 확인됨. SNS 채널의 경우 일부 기업이 현지 계정을 가지고 있지만, 대부분 비활성화 상태인 것으로 확인됨

현지에서 가장 활발하게 홍보하는 기업은 애보트이며, TV광고 제작을 통해 어린이용 제품 뿐만 아니라 어른용 유제품 또한 홍보하는 것으로 확인됨. 또한, 2018년에는 현지에서 'Abbott Kid Champion 2018' 행사를 개최하여 자사 제품에 대한 섭취 방법과 효능을 홍보할 뿐만 아니라 농구, 그림 대회 등을 개최하여 자사 제품을 상으로 수여하는 등의 판촉 행사를 진행함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스타티스타 캄보디아 국가 보고서(Statista Cambodia Country Report), 2020.06

■ 참고 사이트

1. 캄보디아 국립 통계청 (www.nis.gov.kh)
2. 세계일류상품 홈페이지 (www.wcp.or.kr/index/)
3. 한국식품안전관리인증원 홈페이지 (www.haccp.or.kr)
4. 럭키 슈퍼마켓(Lucky Supermarket) 페이스북 페이지 (www.facebook.com/LuckySupermarketCambodia)
5. 이온몰 프놈펜(AEON Mall Phnom Penh) 홈페이지 (aeonmallphnompenh.com)
6. 베이비 케어(Baby Care) 홈페이지 (www.babycare-cambodia.com)
7. 애보트(Abbott) 홈페이지 (www.abbottfamily.com.kh)
8. 아사히(Asahi) 홈페이지 (www.asahigroup-holdings.com)
9. 네슬레(Nestle) 홈페이지 (nestle.com)
10. 다논(Danone) 홈페이지 (www.danone.com)
11. 이온 온라인쇼핑 프놈펜(AEON Onlineshopping Phnom Penh) 홈페이지 (aeononlineshopping.com/phnompenh)
12. 베이비 케어(Baby Care) 홈페이지 (www.babycare-cambodia.com)
13. 베이비 월드(Baby World) 홈페이지 (shopbabyworld.com)
14. 캄보 마켓(Cambo Market) 인스타그램 홍보 페이지 (www.instagram.com/cambomarket)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.09.18

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 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved.
Printed in Korea