



2020

# 해외시장 맞춤조사

No. | 202011-32

품목 | 냉동떡(Frozen Rice Cake)

국가 | 아랍에미리트(U.A.E)

구분 | 경쟁력분석형

# Contents

I. 요약(Summary)	3
II. 경쟁제품(Competitive Product)	
1. 아랍에미리트 냉동떡 경쟁제품 선정	10
2. 아랍에미리트 냉동떡 경쟁제품 조사지표 선정	14
3. 아랍에미리트 냉동떡 경쟁제품 포지셔닝	16
4. 아랍에미리트 냉동떡 경쟁제품 현지 조사 결과	17
III. 경쟁기업(Competitor)	
1. 아랍에미리트 냉동떡 경쟁기업 선정	34
2. 아랍에미리트 냉동떡 경쟁기업 현황	35
3. 아랍에미리트 냉동떡 경쟁기업 세부정보	37
IV. 바이어 인터뷰(Buyer Interview)	
Interview ① 1004 마트(1004 Mart)	42
Interview ② 모이시(M'OISHI)	45
Interview ③ 딘스 후지야 슈퍼마켓(Deans Fujiya Supermarket)	48
Interview ④ 큐케이오(QKO)	51
Interview ⑤ 루루 하이퍼마켓(LuLu Hypermarket)	54
V. 경쟁력파악(Competitiveness)	
1. 제품 경쟁력 검증	57
2. 벤치마킹 제품 분석	62
3. 기업 마케팅 벤치마킹	62
VI. 시장진출제언(Export Insights)	66
*참고문헌	69

# I. 요약(Summary)

# Summary

(요약)



## 오프라인 조사

오프라인	하이퍼마켓&슈퍼마켓	루루 하이퍼마켓(Lulu Hypermarket)
		까르푸 U.A.E(Carrefour U.A.E)
		에스엠 라구나(SM Laguna)
		차이니즈 시티 마트(Chinese City Mart)
		쿵(Coop)



## 조사 지역(아랍에미리트 두바이)

아랍에미리트의 대표 하이퍼마켓 루루 하이퍼마켓(Lulu Hypermarket), 까르푸 U.A.E(Carrefour U.A.E)와 슈퍼마켓 에스엠 라구나(SM Laguna), 차이니즈 시티 마트(Chinese City Mart), 쿵(Coop)을 방문 조사함. 루루 하이퍼마켓은 아랍에미리트 현지 주요 하이퍼마켓 체인 중 하나임. 까르푸는 아랍에미리트 전역에 31개의 하이퍼마켓과 73개의 슈퍼마켓을 운영함. 에스엠 라구나는 중동 지역 식품회사 바가손 그룹(Bagason Group)이 운영하는 슈퍼마켓 체인임. 차이니즈 시티 마트는 두바이의 중국 및 아시아 식품 전문 판매 마트임. 쿵은 두바이 소비자 협동조합(Abu Dhabi Co-operative Society)이 운영하는 슈퍼마켓 체인으로 현지인이 주로 이용함



## 경쟁제품

· 아랍에미리트 냉동떡 경쟁제품 15개 조사



**제품 종류별 100g당 가격, 모찌 아이스크림이 가장 비싸고, 쌀가루 제품이 가장 저렴함**  
 쌀가루 제품 1.02디르함(약 309원), 떡 제품 7.68디르함(약 2,336원), 모찌 아이스크림 10.06디르함(약 3,059원)

**원산지별 100g당 가격, 미국산 제품이 가장 비싸고 인도산 제품이 가장 저렴함**  
 인도산 제품 0.77디르함(약 235원), 아랍에미리트산 제품 0.84디르함(약 256원), 한국산 제품 2.10디르함(약 639원), 동남아산 제품 5.24디르함(약 1,593원), 미국산 제품 10.06디르함(약 3,059원)



## 경쟁기업

경쟁기업	국적	대표제품
마이모	미국	마이모 모찌 아이스크림 쿠키앤크림
지마 푸드 인더스트리	아랍에미리트	바야라 라이스 파우더
몬티 앤 토티	태국	타이 초이스 라이스 플라워
리젠트 푸드	필리핀	재패니즈 스타일 클루티너스 라이스케이크



## 경쟁력파악



## 진출 제언

기준(A사)	경쟁력	경쟁제품1)	기준(A사)	경쟁력	경쟁제품
가격(100g당) (7.97디르함)	●	떡 7.68디르함	포장형태 (플라스틱 파우치)	●	플라스틱 파우치 15개
중량(g) (320g)	●	떡 494g	홍보문구 (쌀로 만들어 건강하고 달콤한 디저트)	○	편리성과 맛 언제든지 원하는 시간에, 군침 도는 풍미, 부드러운 등
맛 (쌀, 딸기, 녹차, 초콜릿)	●	떡 기본맛 녹차/참깨맛	홍보채널 (無)	○	홍보 SNS 플랫폼을 활용한 제품 정보 게시

● 차별화된 경쟁력 ○ 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

### Point. 01

- 1) A사 제품, 100g당 가격 유사 경쟁제품 평균 대비 저렴한 편
- 2) A사 제품, 1팩당 중량도 유사 경쟁제품 대비 큰 편으로 경쟁력 있음

### Point. 02

- 1) 경쟁사, 제품의 편리성과 맛을 강조하는 홍보문구 기재
- 2) 경쟁사 모두 자사 홈페이지와 여러 SNS 플랫폼을 활용해 제품 홍보 중

1) 모찌 아이스크림은 편의상 아이스크림과 혼용 표기

# Competitive Product

(경쟁제품)

## 아랍에미리트(U.A.E)

냉동떡 경쟁제품

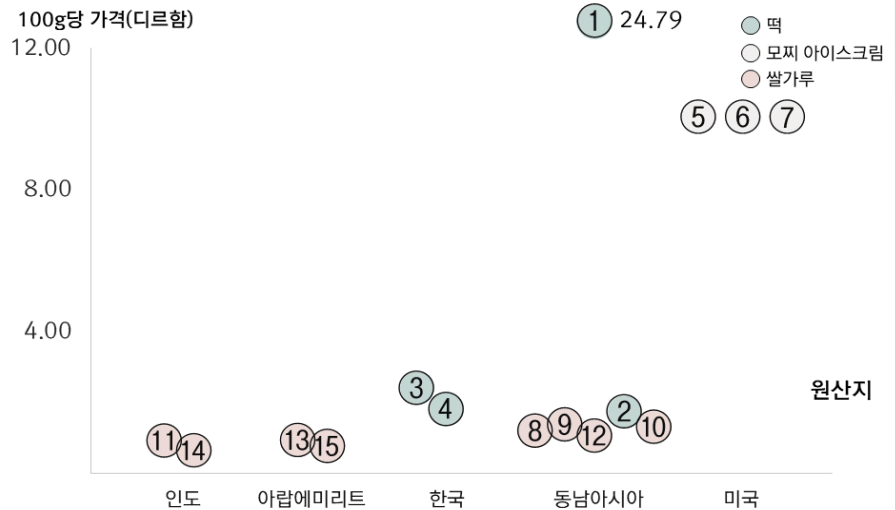
선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준

- 온라인/오프라인 인기제품

경쟁제품 포지셔닝 기준

- X축: 제품 종류
- Y축: 100g당 가격(디르함)



## 아랍에미리트 (U.A.E)

냉동떡 경쟁제품 분석

제품종류	경쟁제품(제조사)	소비자가격 <sup>2)</sup>	100g당 가격	중량	유통기한	맛 <sup>3)</sup>	인증
떡	① 재패니즈 스타일 글루티너스 라이스 케이크 (리젠트 푸드)	5.95디르함 (1,810원)	24.79디르함 (7,540원)	24g (2.4g*10개)	4개월	녹두, 참깨	HALAL
	② 프로즌 라이스 케이크 리히아 (루시아)	7.88디르함 (2,397원)	1.74디르함 (528원)	454g (75.7g*6개)	12개월	기본 맛	HALAL
	③ 쌀로 만들어 탱탱하고 쫄깃한 떡볶이떡 (품)	12.00디르함 (3,650원)	2.40디르함 (730원)	500g	12개월	기본 맛	HALAL
	④ 쌀로 만들어 탱탱하고 쫄깃한 떡국떡 (품)	18.00디르함 (5,475원)	1.80디르함 (547원)	1,000g	12개월	기본 맛	HALAL
모찌 아이스크림	⑤ 마이모 모찌 아이스크림 쿠키앤크림 (마이모)	25.95디르함 (7,893원)	10.06디르함 (3,059원)	258g (43g*6개)	12개월	쿠키앤크림	FCS, HALAL
	⑥ 마이모 모찌 아이스크림 그린티 (마이모)	25.95디르함 (7,893원)	10.06디르함 (3,059원)	258g (43g*6개)	12개월	녹차	FCS, HALAL
	⑦ 마이모 모찌 아이스크림 스위트 망고 (마이모)	25.95디르함 (7,893원)	10.06디르함 (3,059원)	258g (43g*6개)	12개월	망고	FCS, HALAL
쌀가루	⑧ 타이 초이스 라이스 플라워 (몬티 앤 토크)	5.95디르함 (1,810원)	1.19디르함 (362원)	500g	24개월	(-)	HALAL
	⑨ 글루티너스 라이스 플라워 (몬티 앤 토크)	6.83디르함 (2,077원)	1.37디르함 (415원)	500g	18개월	(-)	HALAL
	⑩ 글루티너스 라이스 플라워 (로투스 라이스)	6.50디르함 (1,977원)	1.30디르함 (395원)	500g	24개월	(-)	HALAL, UKAS
	⑪ 키친 트레저 화이트 라이스 파우더 (조스코 푸드 인더스트리)	9.10디르함 (2,768원)	0.91디르함 (277원)	1,000g	12개월	(-)	HALAL
	⑫ 루루 글루티너스 라이스 플라워 (루루 그룹 인터내셔널)	10.50디르함 (3,194원)	1.05디르함 (319원)	1,000g	24개월	(-)	HALAL
	⑬ 바야라 라이스 파우더 (지마 푸드 인더스트리)	3.70디르함 (1,125원)	0.93디르함 (281원)	400g	24개월	(-)	HALAL
	⑭ 그린 밸리 라이스 파우더 (알 라비아 푸드 프로세싱 인더스트리)	4.75디르함 (1,445원)	0.63디르함 (193원)	750g	12개월	(-)	HALAL
⑮ 라이스 파우더 (아랍 걸프 플라워 밀)	7.58디르함 (2,305원)	0.76디르함 (231원)	1,000g	12개월	(-)	HALAL, ISO 9001: 2015	

(\*) 현지 판매 냉동떡 경쟁제품 15개 분석

2) 1디르함 = 304.15원 (2021.02.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)  
3) 별도로 맛이 더해지지 않은 기본 쌀 맛 제품을 '기본 맛'으로 분류

# Competitor

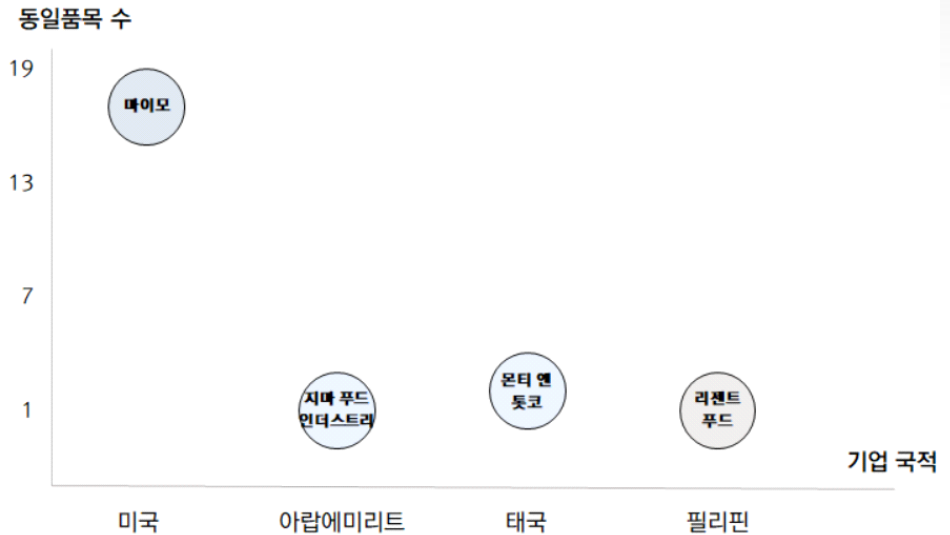
(경쟁기업)

## 아랍에미리트(U.A.E)

냉동떡 경쟁기업 선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정  
· 경쟁제품 기업체

경쟁사 포지셔닝  
· X축: 기업(제조사) 국적  
· Y축: 동일품목 수



## 아랍에미리트(U.A.E) 냉동떡 경쟁기업 분석

제조사	국적	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	동일품목 수
마이모 (My/Mo)	미국	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>- 루루 하이퍼마켓</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>SNS 플랫폼</li> <li>- 페이스북</li> <li>- 인스타그램</li> <li>- 유튜브</li> <li>- 트위터</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>당신이 가장 좋아하는</li> <li>균침 도는 풍미</li> <li>톡 쓰는 달콤한 맛과 한입 가득한 떡 반죽</li> <li>부드러운 모찌로 감싼 프리미엄 아이스크림</li> <li>쿠키 조각이 들어간</li> </ul>	17개
지마 푸드 인터스트리 (Gyma Food Industries LLC)	아랍에미리트	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>- 까르푸</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>SNS 플랫폼</li> <li>- 페이스북</li> <li>- 인스타그램</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>쌀가루를 밀가루의 완벽한 대체물로 사용하십시오</li> <li>영양으로 가득 찬 더 건강하고 맛있는 요리법을 위해 '요리하기 쉬운 필수품'을 제공합니다</li> </ul>	1개
몬티 앤 토티 (Monty & Totco Co. Ltd)	태국	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>- 에스엠 라구나</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>SNS 플랫폼</li> <li>- 페이스북</li> <li>- 인스타그램</li> <li>- 유튜브</li> <li>- 트위터</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>쌀가루는 소스를 걸쭉하게 만들거나, 고기 혼합물을 몽치는 데 사용됩니다</li> <li>글루텐이 없는 디저트의 밀가루를 대체하는 데 사용됩니다</li> </ul>	2개
리젠트 푸드 (Regent Foods Corp.)	필리핀	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>- 에스엠 라구나</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>SNS 플랫폼</li> <li>- 유튜브</li> <li>- 트위터</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>단 것을 좋아하는 사람들과 맛있는 디저트를 좋아하는 사람들을 위한</li> <li>개별 포장된 떡</li> <li>연중 언제든지 원하는 시간에 달콤한 간식을 즐길 수 있습니다</li> </ul>	1개

(\*) 현지 냉동떡 판매 경쟁기업 4개사 분석

# Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

## 아랍에미리트 (U.A.E)

### 냉동떡 인터뷰

### 대상 바이어 업체 선정

### 인터뷰 대상 기업체 선정

- 식품 수입 · 유통업체 ○
- 냉동떡 유사품 취급 경험 ○

	1004 마트 (1004 Mart)	모이시 (M'OISHI)	딘스 후지야 슈퍼마켓 (Deans Fujiya Supermarket)	큐케이오 (QKO)	루루 하이퍼마켓 (LuLu Hypermarket)
업체 ▶	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	슈퍼마켓	수입 · 유통업체	하이퍼마켓
냉동떡 취급 ▶					
	한국산 찹쌀떡	모찌 아이스크림	일본산 모찌	일본산 모찌	모찌 아이스크림

사진 자료: 1004 마트, 모이시, 딘스 후지야 슈퍼마켓, QKO, 루루 하이퍼마켓 제품 판매 페이지

## 아랍에미리트(U.A.E)

### 냉동떡 바이어 인터뷰

AS	1004 마트 (1004 Mart)	모이시 (M'OISHI)	딘스 후지야 슈퍼마켓 (Deans Fujiya Supermarket)	큐케이오 (QKO)	루루 하이퍼마켓 (LuLu Hypermarket)
	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	슈퍼마켓	수입 · 유통업체	하이퍼마켓
<b>25.50디르함 (7,756원)</b> ----- 제품 가격	6개 포장 제품 기준 <b>30-35디르함</b> A사 제품 <b>저렴</b>	8개 포장 제품 기준 <b>30-70디르함</b> A사 제품 <b>저렴</b>	4개 포장 제품 기준 <b>15-20디르함</b> A사 제품 <b>저렴</b>	60g 기준 <b>8디르함</b> A사 제품 가격 <b>매우 합리적</b>	6개 포장 제품 기준 <b>25.95디르함</b> A사 제품 <b>저렴</b>
<b>팥, 딸기, 녹차, 초콜릿</b> ----- 맛	<b>망고, 딸기 등 과일 맛 선호</b>	<b>블루베리, 딸기, 망고, 바닐라, 초콜릿 선호</b>	<b>치즈케이크 맛 모찌 아이스크림 인기</b>	<b>망고, 딸기 등 과일 맛 선호, 부드러운 식감 선호</b>	<b>망고, 딸기 맛 선호, 끈적이는 식감은 그리 선호하지 않음</b>
<b>8개</b> ----- 포장 규격	<b>1팩에 5-10개</b> 포장 제품 선호	소매용으로는 <b>1팩에 8-10개</b> 포장 적합	새로운 브랜드의 경우 시험 삼아 구입할 수 있는 <b>작은 포장</b> 이 좋을 것	주로 <b>날개 포장</b> 또는 <b>1팩에 6-8개</b> 제품 다수	<b>작은 포장</b> 이 개인 및 가족 규모 소비자에게 적절
냉동떡에 대한 현지 인식	<b>모찌 아이스크림</b> 제품 형태로 주로 접해	<b>모찌 아이스크림</b> 수요는 높지만 <b>일반 냉동떡</b> 수요 불확실	냉동떡 현지 수요는 <b>매우 제한적</b>	냉동떡 수요 <b>그리 높지 않으나</b> <b>성장 낙관</b>	일반 냉동떡보다 <b>모찌 아이스크림</b> <b>더 선호</b>
주요 유통채널과 홍보 방안	<b>제과점, 슈퍼마켓, 아이스크림 가게</b> 와 제휴 추천	<b>각종 행사</b> 기간 동안 <b>홍보 가판대</b> 설치	<b>HALAL</b> 취득 및 <b>슈퍼마켓 무료 시식</b> 제공 효과적일 것	<b>SNS</b> 및 <b>전시회</b> 활용한 홍보 추천	주로 유통업체 거쳐 <b>슈퍼마켓</b> 등에 유통 <b>SNS, 음식 매거진, TV 광고</b> 활용

(\*) 현지 경쟁제품 취급 바이어 인터뷰 5개사

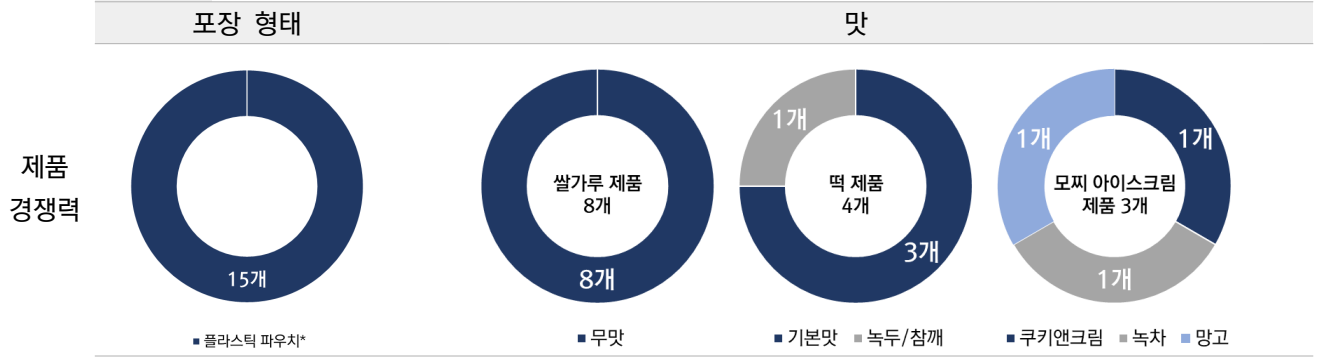
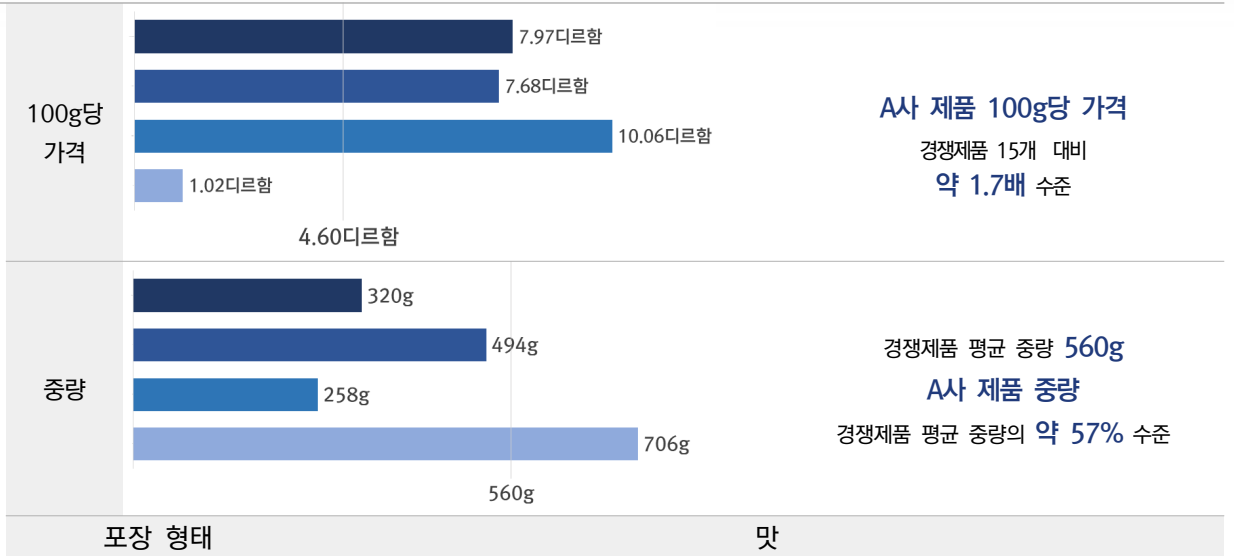
# Competitiveness

(경쟁력파악)

## 아랍에미리트 (U.A.E) - 제품 경쟁력 검증

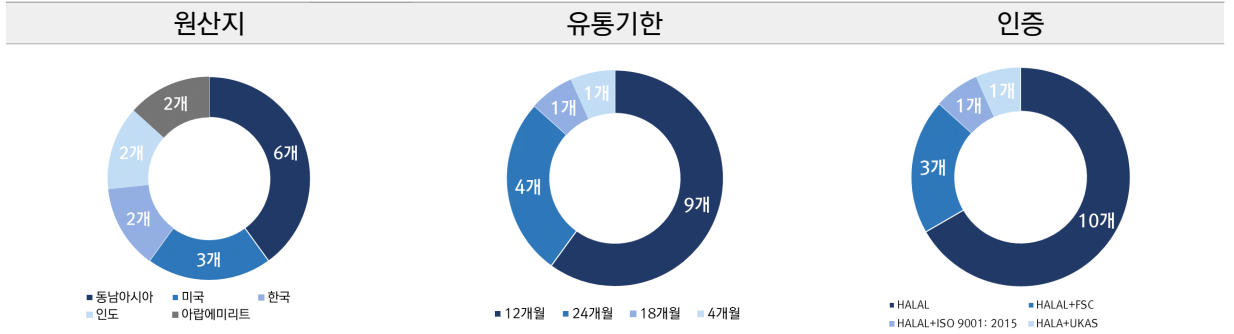
■ A사 제품 ■ 떡 ■ 모찌 아이스크림 ■ 쌀가루 | 15개 경쟁제품 평균

경쟁력 평가 의견



모든 경쟁제품, 플라스틱 파우치로 포장  
\*3개 제품은 종이 상자로 별도 외부포장됨

경쟁제품 대부분, 별도로 맛이 첨가되지 않은 무 맛 제품



경쟁제품 중 2개 한국산 제품

경쟁제품 중 9개 제품, 유통기한 12개월 이내

경쟁제품 15개 제품 모두, HALAL 인증 취득

마케팅 벤치마킹	경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구
		경쟁기업 4개사 모두 아랍에미리트 오프라인 매장 진출	경쟁기업 4개사의 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼은 제품 홍보 채널로서 활용되고 있음	경쟁기업 4개사는 주로 제품의 '편리성', '맛' 등을 강조한 홍보문구 활용



## II. 경쟁제품(Competitive Product)

1. 아랍에미리트 냉동떡 경쟁제품 선정
2. 아랍에미리트 냉동떡 경쟁제품 조사지표 선정
3. 아랍에미리트 냉동떡 경쟁제품 포지셔닝
4. 아랍에미리트 냉동떡 경쟁제품 현지 조사 결과

## 1. 아랍에미리트 냉동떡 경쟁제품 선정

### 1) 주요 프로세스

#### A사 제품 특징



제품명	크림찰떡
제품 종류	냉동떡
소비자 가격 <sup>4)</sup>	25.50디르함 (약 7,756원)
100g당 가격	7.97디르함 (약 2,424원)
중량	320g
포장 (외부/내부)	플라스틱 받침/ 플라스틱 파우치
특징	쌀로 만든 건강하고 달콤한 디저트

### Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② A사 제품 분석
  - 제품명 : 크림찰떡
  - 제품 품목 : 냉동떡
  - 중량 : 320g(40g\*8개)
  - 포장 형태 : 플라스틱 받침, 플라스틱 파우치
  - 주요 특징 : 쌀로 만든 건강하고 달콤한 디저트

### Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



- ① 현지 주요 온라인 쇼핑몰 확인
  1. 아마존(Amazon.ae)
  2. 까르푸(Carrefouruae.com)
  3. 웨이트로즈(Wairose.ae)
  4. 스피니스(Spinneys)
  5. 루루 하이퍼마켓(Lulu Hypermarket)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 동일 품목 인기제품 확인
  - 주요 온라인 쇼핑몰별 Top 10 제품 확인
  - 상기 온라인 쇼핑몰들에서 '냉동떡'은 판매하지 않음

### Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
  - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
  - 참여기업 선호 매장 : 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
  - 현지 인기 제품, 제품의 용도에 따라 조사 제품 선정
- ③ 조사 지표 선정

### Step 04. 조사 및 분석



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

4) 1디르함 = 304.15원 (2021.02.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2) 현지 주요 온라인  
쇼핑몰 현황

●  
아랍에미리트 주요 온라인 쇼핑몰

사이트명	판매 제품 종류
 아마존 U.A.E	가공식품, 유제품, 도서, 생활용품, 의류, 화장품 등
 까르푸 U.A.E	식료품, 생활용품, 영유아용품 등
 루루 하이퍼마켓	식료품, 생활용품, 영유아용품 등
 웨이트로즈 U.A.E	가공식품, 유제품, 신선식품, 음료, 냉동식품 등
 스피니스	가공식품, 신선식품, 냉동식품 등

▶ 아랍에미리트 이커머스 시장 및 냉동떡 판매 현황

스태티스타<sup>5)</sup>에 따르면, 2020년 기준 아랍에미리트의 이커머스 시장 규모는 전년(2019년) 대비 약 22.8%가량 증가한 약 41억 8410만 달러임. 또한, 2019-2024년 이커머스 시장의 연평균 성장률은 약 18.3%로 예상, 2024년에는 약 97억 4200만 달러에 이를 것으로 전망되어 앞으로의 성장 가능성이 주목됨. 하지만 2020년 기준 식료품이 아랍에미리트 이커머스 시장에서 차지하는 비율은 약 14.9%에 불과하여, 여전히 식료품 유통은 오프라인 매장 위주로 이루어짐을 알 수 있음. 이는 더운 날씨와 미비한 전자상거래 시스템, 온라인 결제에 대한 낮은 신뢰도 등 환경적 요인과 인프라 부족에 의한 것으로 분석됨. 특히 A사 제품과 같은 냉동떡 제품은 온도 변화에 민감하여 온라인 배송을 선호하지 않는 것으로 예상함

아랍에미리트의 주요 온라인 쇼핑몰들<sup>6)</sup> 아마존 U.A.E(Amazon.ae), 까르푸 U.A.E(Carrefouruae.com), 웨이트로즈 U.A.E(Waitrose.ae), 스피니스(Spinneys), 루루 하이퍼마켓(Lulu Hypermarket)<sup>7)</sup> 등을 조사하였으나, A사 제품과 유사한 냉동떡 제품은 판매되지 않음. 다만, 현지 식료품 온라인 쇼핑몰 외 아시안 식료품 전문 온라인 쇼핑몰<sup>8)</sup> 일부에서 한국식 떡을 판매하고 있는 것으로 확인됨. 이에 온라인 인기제품을 조사하는 대신, 현지 온라인 쇼핑몰과 아시안 식료품 전문 온라인 쇼핑몰의 담당자 인터뷰를 통해 현지 판매 실정을 확인하고자 함

5) 스태티스타 아랍에미리트 국가 보고서(Statista United Arab Emirates Country Report), 2020.11

6) 아마존 U.A.E(amazon.ae), 까르푸 U.A.E(carrefourU.A.E.com), 웨이트로즈 U.A.E(www.waitrose.ae), 스피니스(www.spinneys.com), 루루 하이퍼마켓(luluhypermarket.com/en-ae),

7) 루루 하이퍼마켓은 루루 그룹 인터내셔널(Lulu Group International)의 하이퍼마켓 유통채널임

8) 1004 마트(1004gourmet.com) 등

3) 조사 지역 및 오프라인 매장 선정

● 조사 지역 정보

아랍에미리트 두바이<sup>9)</sup>

인구('20)	289만 명
인구 밀도('20)	14,237명/km <sup>2</sup>
면적	203km <sup>2</sup>

● A사 진출 선호 매장

하이퍼마켓
슈퍼마켓(아시안 마트 포함)
백화점
편의점
전문점
할인점

▶ 아랍에미리트 두바이, 방문지역으로 선정

아랍에미리트의 주요 상업 및 문화의 중심지이자 최대 도시인 두바이(Dubai)를 방문지역으로 선정함. 두바이는 아랍에미리트에서 가장 큰 도시이며, 인구는 약 300만 명이지만 동북쪽에 위치한 인구 140만의 샤르자(Sharjah)까지 합치면 실제 도시권 인구는 그 이상임. 중동의 막대한 오일달러를 앞세워 적극적으로 투자하면서 중동의 금융중심지로 발전하였고, 세계 각 대륙과 나라를 연결하는 허브공항으로 중요한 위치를 차지하고 있음. 세계최고의 실내 스키장, 최대규모의 쇼핑몰(두바이 몰) 등을 자랑하며 해마다 많은 관광객이 두바이를 찾고 있음

▶ 현지 조사매장 선정, 하이퍼마켓, 슈퍼마켓

스테티스타에 따르면 아랍에미리트의 소비자들은 주로 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 개인 소매 식료품점에서 식품을 구매하는 것으로 확인됨. 이에 유통채널별 점유율, 고객 희망 소비자층과 희망 조사매장 지표를 참고하여 조사매장을 선정함

[표 2.2] 아랍에미리트 냉동떡 주요 유통채널 현황

채널 분류	주요 매장 및 조사매장
개인 소매 식료품점	-
하이퍼마켓	루루 하이퍼마켓(Lulu Hypermarket), 까르푸 U.A.E(Carrefour U.A.E) 등
슈퍼마켓 (아시안 마트 포함)	에스엠 라구나(SM Laguna), 쿵(Coop), 차이니스 시티 마트(Chinese City Mart) 등
온라인 쇼핑몰	아마존(Amazon), 까르푸(Carrefour), 루루 하이퍼마켓(Lulu Hypermarket) 등

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

9) 브리타니카(Britannica), 두바이(Dubai), 2020.11

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ① 인기제품

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정

(\*) 루루 하이퍼마켓(Lulu Hypermarket), 까르푸 U.A.E(Carrefour U.A.E),  
에스엠 라구나(SM Laguna), 차이니즈 시티 마트(Chinese City Mart), 쿵(Coop)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ② 제품 종류

- 떡: 쌀가루를 찌거나 익힌 뒤 모양을 빚어 만든 음식
- 모찌 아이스크림: 찹쌀떡으로 아이스크림을 감싸 만든 디저트
- 쌀가루: 쌀을 빻아 만든 가루

[표 2.3] 아랍에미리트 냉동떡 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	떡	모찌 아이스크림	쌀가루
① 재패니즈 스타일 글루티너스 라이스 케이크 (리젠트 푸드)	○ (에스엠 라구나)	○		
② 프로즌 라이스 케이크 리하아 (루시아)	○ (에스엠 라구나)	○		
③ 쌀로 만들어 탱탱하고 쫄깃한 떡볶이떡 (품)	○ (차이니즈 시티 마트)	○		
④ 쌀로 만들어 탱탱하고 쫄깃한 떡국떡 (품)	○ (차이니즈 시티 마트)	○		
⑤ 마이모 모찌 아이스크림 쿠키앤크림 (마이모)	○ (루루 하이퍼마켓, 쿵)		○	
⑥ 마이모 모찌 아이스크림 그린티 (마이모)	○ (루루 하이퍼마켓, 쿵)		○	
⑦ 마이모 모찌 아이스크림 스위트 망고 (마이모)	○ (루루 하이퍼마켓, 쿵)		○	
⑧ 타이 초이스 라이스 플라워 (몬티 앤 톡코)	○ (에스엠 라구나)			○
⑨ 글루티너스 라이스 플라워 (몬티 앤 톡코)	○ (에스엠 라구나)			○
⑩ 글루티너스 라이스 플라워 (로투스 라이스)	○ (에스엠 라구나)			○
⑪ 키친 트레저 화이트 라이스 파우더 (조스코 푸드 인더스트리)	○ (루루 하이퍼마켓)			○
⑫ 루루 글루티너스 라이스 플라워 (루루 그룹 인터내셔널)	○ (루루 하이퍼마켓)			○
⑬ 바야라 라이스 파우더 (지마 푸드 인더스트리)	○ (까르푸)			○
⑭ 그린 벨리 라이스 파우더 (알 라비아 푸드 프로세싱 인더스트리)	○ (까르푸)			○
⑮ 라이스 파우더 (아랍 걸프 플라워 밀)	○ (쿵)			○

(\*) 현지 판매 냉동떡 경쟁제품 15개 분석

## 2. 아랍에미리트 냉동떡 경쟁제품 조사지표 선정

### ▶ 조사지표 ① 가격

- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 소비자가격
- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 100g당 가격

### ▶ 조사지표 ② 중량

- 제품의 중량(g)

### ▶ 조사지표 ③ 제품 종류

- 떡: 쌀가루를 찌거나 익힌 뒤 모양을 빚어 만든 음식
- 모찌 아이스크림: 찹쌀떡으로 아이스크림을 감싸 만든 디저트
- 쌀가루: 쌀을 빻아 만든 가루

### ▶ 조사지표 ④ 포장 형태

- 제품을 포장하고 있는 용기의 형태와 소재

※ 경쟁제품의 포장 형태는 외부포장 형태와 내부포장 형태로 나누어 조사함

- 포장 형태(외부포장)
  - 종이 상자: 종이 소재의 상자
- 포장 형태(내부포장)
  - 플라스틱 파우치: 플라스틱 소재의 파우치

※ 경쟁제품 중 3개 제품만이 별도로 종이 상자로 외부포장되어 있음

### ▶ 조사지표 ⑤ 원산지

- 제품의 원산지

### ▶ 조사지표 ⑥ 맛

- 제품의 맛

### ▶ 조사지표 ⑦ 유통기한

- 제품의 유통기한

### ▶ 조사지표 ⑧ 홍보문구

- 제품의 홍보문구

### ▶ 조사지표 ⑨ 보유 인증

- 제품이 보유한 인증

보유 인증 마크



HALAL 인증<sup>10)</sup>

[표 2.4] 주요 인증 정보

인증 종류	인증 내용
HALAL	무슬림이 먹거나 사용할 수 있도록 이슬람 율법에 따라 도살, 처리, 가공된 식품에 부여되는 인증
FSC 인증	국제삼림협의회(Forest Stewardship Council)에서 부여하는 인증으로, 목재 및 목재제품이 수확되는 시점부터 소비자에게 전달되기까지 지속가능한 산림경영을 위한 기준에 부합하는 것을 증명하는 인증

10) U.A.E 표준측량청(ESMA) 홈페이지 (www.esma.gov.ae)

[표 2.5] 아랍에미리트 냉동떡 경쟁제품 조사지표 선정

조사지표	지표 값		지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격		매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격		제품의 100g당 가격
중량	중량		제품의 중량
제품 종류	떡		쌀가루를 찌거나 익힌 뒤 모양을 빚어 만든 음식
	모찌 아이스크림		찰쌀떡으로 아이스크림을 감싸 만든 디저트
	쌀가루		쌀을 빻아 만든 가루
포장 형태	외부포장	종이 상자	종이 소재의 상자
	내부포장	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치
원산지			제품의 원산지
맛			제품의 맛
유통기한			제품의 유통기한
홍보문구			제품의 홍보문구
보유 인증	HALAL		무슬림이 먹거나 사용할 수 있도록 이슬람 율법에 따라 도살, 처리, 가공된 식품에 부여되는 인증
	FSC 인증		국제삼림협의회(Forest Stewardship Council) 에서 부여하는 인증으로, 목재 및 목재제품이 수확되는 시점부터 소비자에게 전달되기까지 지속가능한 산림경영을 위한 기준에 부합하는 것을 증명하는 인증

### 3. 아랍에미리트 냉동떡 경쟁제품 포지셔닝

#### ● 경쟁제품(제조사)

- ① 재패니즈 스타일  
글루티너스 라이스 케이크  
(리젠트 푸드)
- ② 프로즌 라이스 케이크 리히아  
(루시아)
- ③ 쌀로 만들어 탱탱하고 쫄깃한 떡볶이떡  
(품)
- ④ 쌀로 만들어 탱탱하고 쫄깃한 떡국떡  
(품)
- ⑤ 마이모 모찌 아이스크림 쿠키앤크림  
(마이모)
- ⑥ 마이모 모찌 아이스크림 그린티  
(마이모)
- ⑦ 마이모 모찌 아이스크림 스위트 망고  
(마이모)
- ⑧ 타이 초이스 라이스 플라워  
(몬티 앤 토크)
- ⑨ 글루티너스 라이스 플라워  
(몬티 앤 토크)
- ⑩ 글루티너스 라이스 플라워  
(로투스 라이스)
- ⑪ 키친 트레저 화이트 라이스 파우더  
(조스코 푸드 인더스트리)
- ⑫ 루루 글루티너스 라이스 플라워  
(루루 그룹 인터내셔널)
- ⑬ 바야라 라이스 파우더  
(지마 푸드 인더스트리)
- ⑭ 그린 밸리 라이스 파우더  
(알 라비아 푸드 프로세싱  
인더스트리)
- ⑮ 라이스 파우더  
(아랍 걸프 플라워 밀)

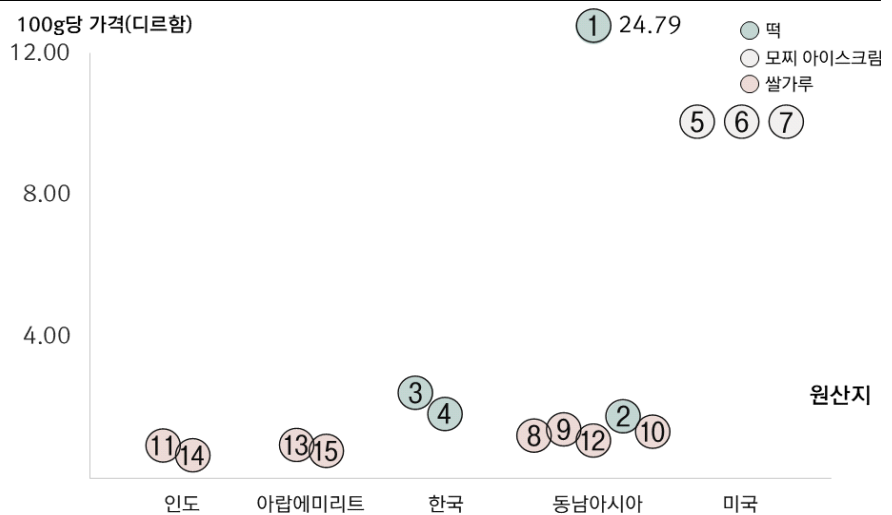
#### ▶ 포지셔닝 ① : 제품 종류별 평균 100g당 가격, 모찌 아이스크림이 가장 비싸고 쌀가루가 가장 저렴

아랍에미리트 오프라인 매장에서 조사된 냉동떡 경쟁제품 15개 제품은 제품 종류에 따라 떡 제품 4개, 모찌 아이스크림 제품 3개, 쌀가루 제품 8개로 확인됨. 경쟁제품의 종류별 평균 100g당 가격을 비교한 결과, 모찌 아이스크림 제품이 10.06디르함(약 3,059원)<sup>11)</sup>으로 가장 비싸며 쌀가루 제품이 1.02디르함(약 309원)으로 가장 저렴한 것으로 확인됨. A사 제품과 가장 유사한 제품 종류인 떡 제품은 7.68디르함(약 2,336원)으로 조사됨

#### ▶ 포지셔닝 ② : 원산지별 평균 100g당 가격, 미국산 제품이 가장 비쌌

아랍에미리트 오프라인 매장에서 조사된 냉동떡 경쟁제품 15개 제품의 원산지는 필리핀, 태국, 베트남을 포함하는 동남아시아와 한국, 미국, 인도, 아랍에미리트 총 5개로 분류됨. 각 원산지 분류별 조사제품 수는 동남아시아 6개, 한국 2개, 미국 3개, 인도 2개, 아랍에미리트 2개로 확인됨. 원산지별 평균 100g당 가격은 미국산 제품이 10.06디르함(약 3,059원)으로 가장 비싸고, 인도산 제품이 0.77디르함(약 235원)으로 가장 저렴함. 그 외 한국산 제품은 2.10디르함(약 639원), 동남아시아산 제품은 5.24디르함(약 1,593원), 아랍에미리트산 제품은 0.84디르함(약 256원)으로 확인됨

[표 2.6] 아랍에미리트 냉동떡 경쟁제품 포지셔닝



자료: 아랍에미리트 냉동떡 경쟁제품 15개 분석

11) 1디르함 = 304.15원 (2021.02.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)



#### 4. 아랍에미리트 냉동떡 경쟁제품 현지 조사 결과

##### ▶ 아랍에미리트 두바이에 있는 슈퍼마켓, 주류 전문점 방문

아랍에미리트의 대표 하이퍼마켓 루루 하이퍼마켓(Lulu Hypermarket), 까르푸 U.A.E(Carrefour U.A.E)와 슈퍼마켓 에스엠 라구나(SM Laguna), 차이니즈 시티 마트(Chinese City Mart), 쿵(Coop)을 방문 조사함. 루루 하이퍼마켓은 아랍에미리트 현지 주요 하이퍼마켓 체인 중 하나로, 적당한 가격대의 제품을 중산층을 타겟으로 판매함. 까르푸는 U.A.E 전역에 31개의 하이퍼마켓과 73개의 슈퍼마켓을 운영 중이며, 프랑스를 비롯한 유럽연합의 식품 및 공산품을 많이 취급함. 에스엠 라구나는 중동 지역 식품회사 바가손 그룹(Bagason Group)이 운영하는 슈퍼마켓 체인임. 차이니즈 시티 마트는 두바이의 도심 속 식당가이자 엔터테인먼트 복합지구인 알라파(Al Raffa)에 위치한 중국 및 아시아 식품 전문 판매 마트임. 쿵은 두바이 소비자 협동조합(Abu Dhabi Co-operative Society)이 운영하는 슈퍼마켓 체인으로 현지인이 주로 이용함

[표 2.7] 아랍에미리트 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사제품 수	방문 매장 특징
루루 하이퍼마켓 (Lulu Hypermarket)	하이퍼마켓	5	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품 및 공산품, 전자제품 등 다양한 제품 취급</li> <li>주로 현지인이 이용</li> </ul>
까르푸 (Carrefour)		2	<ul style="list-style-type: none"> <li>U.A.E에 31개 하이퍼마켓과 73개 슈퍼마켓 운영</li> <li>유럽산 식품 및 공산품을 많이 취급</li> </ul>
에스엠 라구나 (SM Laguna)	슈퍼마켓	5	<ul style="list-style-type: none"> <li>중동 지역 식품회사 바가손 그룹 슈퍼마켓 체인</li> <li>신선식품, 생활용품 등 취급</li> </ul>
차이니즈 시티 마트 (Chinese city mart)		2	<ul style="list-style-type: none"> <li>중국 및 아시아 식품 전문 판매 마트</li> <li>두바이 도심 식당가에 위치</li> </ul>
쿵 (Coop)		1	<ul style="list-style-type: none"> <li>두바이 소비자 협동조합 운영 슈퍼마켓 체인</li> <li>주로 현지인이 이용</li> </ul>



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ **경쟁제품 판매 현황, 15개 제품 중 6개 제품이 2개 이상 매장에서 유통 중**

방문 매장 5개에서 판매되는 경쟁제품을 조사한 결과, 5개 매장 모두에서 판매되는 제품은 없었음. 대신 2개 이상의 방문 매장에서 동시에 판매 중인 제품은 6개가 확인됨. 6개 제품은 각각 마이모의 모찌 아이스크림 3종과 지마 푸드 인터스트리의 비야라 라이스 파우더, 알 라비아 푸드 프로세싱 인터스트리의 그린 벨리 라이스 파우더, 아랍 걸프 플라워 밀의 라이스 파우더로 조사됨

[표 2.8] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황				
	에스엠 라구나	루루 하이퍼마켓	까르푸	쿵	차이니즈 시티 마트
① 재패니즈 스타일 글루티너스 라이스 케이크 (리젠트 푸드)	○				
② 프로즌 라이스 케이크 리히아 (루시아)	○				
③ 쌀로 만들어 탱탱하고 쫄깃한 떡볶이떡 (품)					○
④ 쌀로 만들어 탱탱하고 쫄깃한 떡국떡 (품)					○
⑤ 마이모 모찌 아이스크림 쿠키앤크림 (마이모)		○		○	
⑥ 마이모 모찌 아이스크림 그린티 (마이모)		○		○	
⑦ 마이모 모찌 아이스크림 스위트 망고 (마이모)		○		○	
⑧ 타이 초이스 라이스 플라워 (몬티 앤 톡코)	○				
⑨ 글루티너스 라이스 플라워 (몬티 앤 톡코)	○				
⑩ 글루티너스 라이스 플라워 (로투스 라이스)	○				
⑪ 키친 트레저 화이트 라이스 파우더 (조스코 푸드 인터스트리)			○		
⑫ 루루 글루티너스 라이스 플라워 (루루 그룹 인터내셔널)					
⑬ 비야라 라이스 파우더 (지마 푸드 인터스트리)		○	○		
⑭ 그린 벨리 라이스 파우더 (알 라비아 푸드 프로세싱 인터스트리)		○	○		
⑮ 라이스 파우더 (아랍 걸프 플라워 밀)		○			○

자료: 현지 조사원 자료

### Shop ① 루루 하이퍼마켓(Lulu Hypermarket)

●  
**매장 정보**

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:  
신선식품, 의류, 가정용품,  
전자제품 등 다양한 종류의  
제품을 판매함
- 주요 고객층:  
현지인

브랜드 기본 정보 <sup>12)</sup>	 <p>루루 하이퍼마켓(Lulu Hypermarket)은 2000년에 설립된 인도계 하이퍼마켓 체인으로, 두바이에 본사를 두고 있음. U.A.E에는 2000년에 처음 개장했으며, 현재 22개국에 191개의 매장을 운영하고 있음. 전세계의 식품 및 공산품, 전자제품 등 다양한 제품을 취급함</p>	
	조사 제품 수: 5개	
매장 정보		
	위치	<p>두바이 Sheikh Zayed Rd, World Trade Center, Dubai, United Arab Emirates</p>
매장 내부 전경	<p>매장 내부 전경</p> 	
	<p>판매 냉동떡 제품 정보</p>	
냉동떡 판매 정보		
	<p>키친 트레저 화이트 라이스 파우더 (조스코 푸드 인더스트리)</p>	<p>루루 글루티너스 라이스 플라워 (루루 그룹 인터내셔널)</p>
		<p>마이모 모찌 아이스크림 쿠기앤크림 (마이모)</p> <p>마이모 모찌 아이스크림 그린티 (마이모)</p> <p>마이모 모찌 아이스크림 스위트 망고 (마이모)</p>

사진 자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지/온라인 쇼핑몰(Amazon)

12) 루루(Lulu) 홈페이지 (www.luluhypermarket.com)



제품명 (현지어)	키친 트레저 화이트 라이스 파우더 (Kitchen Treasures White Rice Powder)	제조사 (현지어)	조스코 푸드 인더스트리 (Josco Food Industries)
제품 종류	쌀가루	중량	1,000g
소비자가격 <sup>13)</sup>	9.10디르함 (2,768원)	100g당 가격	0.91디르함 (277원)
원산지	인도	유통기한	12개월
포장 형태	플라스틱 파우치	인증	HALAL
수입자	LuLu Group International	원료 및 첨가물	쌀 100%



제품명 (현지어)	루루 글루티너스 라이스 플라워 (Lulu Glutinous Rice Flour)	제조사 (현지어)	루루 그룹 인터내셔널 (Lulu Group International Co.)
제품 종류	쌀가루	중량	1,000g
소비자가격	10.50디르함 (3,194원)	100g당 가격	1.05디르함 (319원)
원산지	동남아시아 (태국)	유통기한	24개월
포장 형태	플라스틱 파우치	인증	HALAL
수입자	LuLu Group International	홍보문구	높은 품질 (Super Quality)
원료 및 첨가물		쌀 100%	

13) 1디르함 = 304.15원 (2021.01.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)



제품명 (현지어)	마이모 모찌 아이스크림 쿠키앤크림 (My/Mo Mochi Ice Cream Cookies&Cream)	제조사 (현지어)	마이모 (My/MO)
제품 종류	모찌 아이스크림	중량	258g (43g*6개)
소비자가격	25.95디르함 (7,893원)	100g당 가격	10.06디르함 (3,059원)
원산지	미국	유통기한	12개월
맛	쿠키앤크림	포장 형태	종이 상자
인증	FCS, HALAL, Kosher-D	기타 표기사항	Gluten Free, No Soy Ingredient
수입자	LuLu Group International	홍보문구	부드러운 모찌로 감싼 프리미엄 아이스크림, 개당 110칼로리, 쿠키 조각이 들어간
원료 및 첨가물	아이스크림(우유, 크림, 설탕, 글루코스, 초콜릿 크림 쿠키, 유청, 무지방 탈지분유, 천연향료, 안정제), 모찌(설탕, 물, 가당 쌀가루, 계란흰자, 옥수수전분)		



제품명 (현지어)	마이모 모찌 아이스크림 그린티 (My/Mo Mochi Ice Cream Green Tea)	제조사 (현지어)	마이모 (My/MO)
제품 종류	모찌 아이스크림	중량	258g (43g*6개)
소비자가격	25.95디르함 (7,893원)	100g당 가격	10.06디르함 (3,059원)
원산지	미국	유통기한	12개월
맛	녹차	포장 형태	종이 상자
인증	FCS, HALAL	기타 표기사항	Gluten Free, No Soy Ingredient, Kosher-D
수입자	LuLu Group International	홍보문구	부드러운 모찌로 감싼 프리미엄 아이스크림, 개당 100칼로리
원료 및 첨가물	아이스크림(우유, 크림, 설탕, 글루코스, 유청, 말차 그린티, 무지방 탈지분유, 양배추추출물, 강황추출물), 모찌(설탕, 물, 가당 쌀가루, 계란흰자, 옥수수전분)		



제품명 (현지어)	마이모 모찌 아이스크림 스위트 망고 (My/Mo Mochi Ice Cream Sweet Mango)	제조사 (현지어)	마이모 (My/MO)
제품 종류	모찌 아이스크림	중량	258g (43g*6개)
소비자가격	25.95디르함 (7,893원)	100g당 가격	10.06디르함 (3,059원)
원산지	미국	유통기한	12개월
맛	망고	포장 형태	종이 상자
인증	FCS, HALAL	기타 표기사항	Gluten Free, No Soy Ingredient, Kosher-D
수입자	LuLu Group International	홍보문구	부드러운 모찌로 감싼 프리미엄 아이스크림, 개당 100칼로리
원료 및 첨가물	아이스크림(우유, 크림, 설탕, 글루코스, 망고 퓨레, 유청, 무지방 탈지분유, 시트르산, 천연향료, 안정제, 아나토추출물, 강황추출물), 모찌(설탕, 물, 가당 쌀가루, 계란흰자, 옥수수전분, 아나토추출물)		

## Shop ② 까르푸(Carrefour)

### 매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:  
신선식품, 의류, 가정용품,  
전자제품 등 다양한 종류의  
제품을 판매함
- 주요 고객층:  
현지인

브랜드 기본 정보 <sup>14)</sup>			까르푸(Carrefour)는 프랑스계 대형 할인매장 체인으로, 중동과 아프리카 매장은 마지드 알 후테임(Magid Al Futtain)에 운영됨. 1995년 U.A.E에 처음 매장을 열었으며, 지금까지 U.A.E 전역에 31개의 하이퍼마켓과 73개의 슈퍼마켓을 운영 중이며, 프랑스를 비롯한 유럽연합의 식품 및 공산품을 많이 취급함
			조사 제품 수: 2개
매장 정보			
	위치	두바이 Sheikh Zayed Rd, Dubai Marina, Dubai, United Arab Emirates	
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
냉동떡 판매 정보	판매 냉동떡 제품 정보		
			
	바야라 라이스 파우더 (지마 푸드 인더스트리)	그린 밸리 라이스 파우더 (알 라비아 푸드 프로세싱 인더스트리)	

사진 자료: 현지 조사원 자료

14) 까르푸 아랍에미리트(Carrefour U.A.E) 홈페이지 (www.carrefourU.A.E.com)



제품명 (현지어)	바야라 라이스 파우더 (Bayara Rice Powder)	제조사 (현지어)	지마 푸드 인더스트리 (Gyma Food IndustriesLlc)
제품 종류	쌀가루	중량	400g
소비자가격	3.70디르함 (1,125원)	100g당 가격	0.93디르함 (281원)
원산지	아랍에미리트	유통기한	24개월
포장 형태	플라스틱 파우치	인증	HALAL
원료 및 첨가물	쌀 100%		



제품명 (현지어)	그린 밸리 라이스 파우더 (Green Valley Rice Powder)	제조사 (현지어)	알 라비아 푸드 프로세싱 인더스트리 (Al Rabiah Food Processing Industries Llc)
제품 종류	쌀가루	중량	750g
소비자가격	4.75디르함 (1,445원)	100g당 가격	0.63디르함 (193원)
원산지	인도	유통기한	12개월
포장 형태	플라스틱 파우치	인증	HALAL
수입자	CarreFour Middle East	원료 및 첨가물	쌀 100%



### Shop ③ 에스엠 라구나(SM Laguna)

<p><b>매장 정보</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 유형: 슈퍼마켓</li> <li>· 판매 제품 특징: 신선식품, 생활용품 등 다양한 종류의 제품을 판매함</li> <li>· 주요 고객층: 현지인</li> </ul>	<p><b>브랜드 기본 정보<sup>15)</sup></b></p>  <p>에스엠 라구나(SM Laguna)는 중동 지역의 식품 서비스를 제공하는 식품회사인 바가손 그룹(Bagason Group)이 운영하는 슈퍼마켓 체인임. 바가손은 주로 대규모 도매업자 및 지역 협동 조합에 이르는 다양한 식품 매장을 대상으로 판매 및 영업을 진행하고 있음</p>	
	<p>조사 제품 수: 5개</p>	
<p><b>매장 정보</b></p>		
<p><b>위치</b></p>	<p>두바이 Opposite Iranian Hospital, Al Bada'a, Dubai, United Arab Emirates</p>	
<p><b>매장 내부 전경</b></p>		
<p><b>냉동떡 판매 정보</b></p>	<p><b>판매 냉동떡 제품 정보</b></p>	
	 <p>타이 초이스 라이스 플라워 (몬티 앤 톡코)</p>	 <p>글루티너스 라이스 플라워 (몬티 앤 톡코)</p>
	 <p>글루티너스 라이스 플라워 (로투스 라이스)</p>	 <p>재패니즈 스타일 글루티너스 라이스 케이크 (리젠트 푸드)</p>

사진 자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지

15) 바가손 그룹(Bagason Group) 홈페이지 (www.bagason.com)



제품명 (현지어)	타이 초이스 라이스 플라워 (Thai Choice Rice Flour)	제조사 (현지어)	몬티 앤 토티 (Monty & Totco Co.,Ltd.)
제품 종류	쌀가루	중량	500g
소비자가격	5.95디르함 (1,810원)	100g당 가격	1.19디르함 (362원)
원산지	동남아시아 (태국)	유통기한	24개월
포장 형태	플라스틱 파우치	인증	HALAL
기타 표기사항	Gluten Free, Nut Free	수입자	SM Laguna
원료 및 첨가물	쌀 100%		



제품명 (현지어)	글루티너스 라이스 플라워 (Glutinous Rice Flour)	제조사 (현지어)	몬티 앤 토티 (Monty & Totco Co.,Ltd.)
제품 종류	쌀가루	중량	500g
소비자가격	6.83디르함 (2,077원)	100g당 가격	1.37디르함 (415원)
원산지	동남아시아 (태국)	유통기한	18개월
포장 형태	플라스틱 파우치	인증	HALAL
수입자	SM Laguna	원료 및 첨가물	쌀 100%



제품명 (현지어)	글루티너스 라이스 플라워 (Glutinous Rice Flour)	제조사 (현지어)	로투스 라이스 (Lotus Rice)
제품 종류	쌀가루	중량	500g
소비자가격	6.50디르함 (1,977원)	100g당 가격	1.30디르함 (395원)
원산지	동남아시아 (베트남)	유통기한	24개월
포장 형태	플라스틱 파우치	인증	HALAL, UKAS
기타 표기사항	Gluten Free	수입자	SM Laguna
홍보문구	베트남의 맛, 우수한 품질	원료 및 첨가물	쌀 100%



제품명 (현지어)	재패니즈 스타일 글루티너스 라이스 케이크 (Japanese Style Glutinous Rice Cake Assorted Flavored)	제조사 (현지어)	리젠트 푸드 (Regent Foods Corp.)
제품 종류	떡	중량	24g (2.4g*10개)
소비자가격	5.95디르함 (1,810원)	100g당 가격	24.79디르함 (7,540원)
원산지	동남아시아 (필리핀)	유통기한	4개월
맛	녹두, 참깨	포장 형태	플라스틱 파우치
인증	HALAL	수입자	SM Laguna
홍보문구	냉장보관 권장, 다이후쿠모치	원료 및 첨가물	글루코스, 쌀가루, 녹두, 설탕, 식물성 유지(코코넛유 및/또는 팜유), 참깨, 유화제, 인공색소(황색, 적색, 녹색), 소금



<b>제품명 (현지어)</b>	프로즌 라이스 케이크 리히아 (Frozen Rice Cake Lihia)	<b>제조사 (현지어)</b>	루시아 (Lucia)
<b>제품 종류</b>	떡	<b>중량</b>	454g (75.7g*6개)
<b>소비자가격</b>	7.88디르함 (2,397원)	<b>100g당 가격</b>	1.74디르함 (528원)
<b>원산지</b>	동남아시아 (필리핀)	<b>유통기한</b>	12개월
<b>맛</b>	기본 맛	<b>포장 형태</b>	플라스틱 파우치
<b>인증</b>	HALAL	<b>수입자</b>	SM Laguna
<b>원료 및 첨가물</b>	쌀가루, 물		

### Shop ④ 차이니즈 시티 마트(Chinese city mart)

●  
매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:  
신선식품, 가정용품 등을 판매함
- 주요 고객층:  
현지인, 중국인, 한국인 등


브랜드 기본 정보	차이니즈 시티 마트(Chinese city mart)는 두바이의 도심 속 식당가이자 엔터테인먼트 복합지구인 알라파(Al Raffa)에 위치한 중국 및 아시아 식품 전문 판매 마트임	
	조사 제품 수: 2개	
매장 정보		
	위치	두바이 Al Rolla Road, Al Raffa, Dubai, United Arab Emirates
매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		
냉동떡 판매 정보	판매 냉동떡 제품 정보	
		
	쌀로 만들어 탱탱하고 쫄깃한 떡볶이떡 (품)	쌀로 만들어 탱탱하고 쫄깃한 떡국떡 (품)

사진 자료: 현지 조사원 자료



<b>제품명</b> (현지어)	쌀로 만들어 탱탱하고 쫄깃한 떡볶이떡 (Rice Cake/Tteokbokki)	<b>제조사</b> (현지어)	품 (POOM)
<b>제품 종류</b>	떡	<b>중량</b>	500g
<b>소비자가격</b>	12.00디르함 (3,650원)	<b>100g당 가격</b>	2.40디르함 (730원)
<b>원산지</b>	한국	<b>유통기한</b>	12개월
<b>맛</b>	기본 맛	<b>포장 형태</b>	플라스틱 파우치
<b>인증</b>	HALAL	<b>수입자</b>	1004 Gourmet
<b>원료 및 첨가물</b>	쌀가루, 산도조절제, 소금, 유화제		



<b>제품명</b> (현지어)	쌀로 만들어 탱탱하고 쫄깃한 떡국떡 (Rice Cake/Tteokbokki)	<b>제조사</b> (현지어)	품 (POOM)
<b>제품 종류</b>	떡	<b>중량</b>	1,000g
<b>소비자가격</b>	18.00디르함 (5,475원)	<b>100g당 가격</b>	1.80디르함 (547원)
<b>원산지</b>	한국	<b>유통기한</b>	12개월
<b>맛</b>	기본 맛	<b>포장 형태</b>	플라스틱 파우치
<b>인증</b>	HALAL	<b>수입자</b>	1004 Gourmet
<b>원료 및 첨가물</b>	쌀가루, 산도조절제, 소금, 유화제		

## Shop ⑤ 쿵(Coop)

### 매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:  
신선식품, 가정용품 등을 판매함
- 주요 고객층:  
현지인



브랜드 기본 정보 <sup>16)</sup>	 <p>쿵(Coop)은 1980년 창립된 두바이 소비자 협동조합(Abu Dhabi Co-operative Society)이 운영하는 슈퍼마켓 체인임. 두바이 소비자 협동조합은 쿵 외에도 슈퍼마켓 브랜드인 SPAR와 편의점 브랜드인 Megamart를 운영하고 있음. 두바이 소비자 협동조합은 노동 사회부가 관리 하에 운영되고 있음</p>	
	조사 제품 수: 1개	
매장 정보		
	위치	<p>두바이</p> <p>G Floor ,Nakheel pavilion Building, Manama St, Dubai, United Arab Emirates</p>
매장 내부 전경	<p>매장 내부 전경</p> 	
	냉동떡 판매 정보	<p>판매 냉동떡 제품 정보</p> 
<p>라이스파우더 (아랍 걸프 플라워 밀)</p>		

사진 자료: 현지 조사원 자료

16) 쿵(Coop) 홈페이지 (abudhabicoop.com)



<b>제품명 (현지어)</b>	라이스 파우더 (Rice Power)	<b>제조사 (현지어)</b>	아랍 걸프 플라워 밀 (Arab Gulf Flour Mill Llc)
<b>제품 종류</b>	쌀가루	<b>중량</b>	1,000g
<b>소비자가격</b>	7.58디르함 (2,305원)	<b>100g당 가격</b>	0.76디르함 (231원)
<b>원산지</b>	아랍에미리트	<b>유통기한</b>	12개월
<b>포장 형태</b>	플라스틱 파우치	<b>인증</b>	HALAL, ISO 9001: 2015
<b>원료 및 첨가물</b>	쌀 100%		



## Ⅲ. 경쟁기업(Competitor)

1. 아랍에미리트 냉동떡 경쟁기업 선정
2. 아랍에미리트 냉동떡 경쟁기업 현황
3. 아랍에미리트 냉동떡 경쟁기업 세부정보

## 1. 아랍에미리트 냉동떡 경쟁기업 선정

### ▶ 대표 경쟁기업으로 4개 기업 선정

아랍에미리트 오프라인 채널에 진출한 냉동떡 제조 경쟁기업 중, 미국 기업 마이모, 아랍에미리트의 지마 푸드 인터스트리, 태국 기업 몬티 앤 톡코, 필리핀 기업 리젠트 푸드를 선정하여 조사함. 지마 푸드 인터스트리는 프랑스 기업 지마 그룹의 자회사로 아랍에미리트에 본사를 두고 중동, 북아프리카 지역을 담당하는 기업임

### ▶ 경쟁기업 4개사, 평균 36년 사업경력 보유

선정된 경쟁기업 4개사는 약 36년의 사업경력을 보유하고 있는 것으로 확인됨. 마이모는 2015년에 설립되어 6년의 사업경력을 보유하고 있으며, 지마 푸드 인터스트리 29년, 몬티 앤 톡코 33년, 리젠트 푸드는 75년의 사업경력을 보유하고 있는 것으로 확인됨

### ▶ 경쟁기업 4개사, 냉동떡 동일품목 종류 조사

아랍에미리트에 진출한 경쟁기업 4개사가 판매하고 있는 냉동떡의 동일품목 수를 조사한 결과 마이모가 17개로 경쟁기업 4개사 중 가장 많은 동일품목 수를 보유하고 있는 것으로 확인됨. 그 외 경쟁기업의 동일품목 수는 몬티 앤 톡코 2개, 지마 푸드 인터스트리와 리젠트 푸드가 1개 순으로 조사됨

[표 3.1] 냉동떡 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	사업경력	동일품목 수
마이모	미국	6년	17개
지마 푸드 인터스트리	아랍에미리트	29년	1개
몬티 앤 톡코	태국	33년	2개
리젠트 푸드	필리핀	75년	1개

자료: 아랍에미리트 진출 냉동떡 경쟁기업 4개사 분석

## 2. 아랍에미리트 냉동떡 경쟁기업 현황

### ▶ 경쟁기업 4개사 모두 아랍에미리트 오프라인 채널 진출

아랍에미리트에 진출한 경쟁기업 4개사 모두 조사된 오프라인 채널에 진출하였음. 마이모는 루루 하이퍼마켓(Lulu Hypermarket), 지마 푸드 인터스트리는 까르푸(Carrefour), 몬티 앤 톡코와 리젠트 푸드는 에스엠 라구나(SM Laguna)에 진출함

### ▶ 제품 홍보 활동으로 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 활용

아랍에미리트 시장에 진출한 경쟁기업 4개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 경쟁기업 4개사 모두 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 통해 자사 및 제품 홍보를 진행하고 있음. 경쟁기업 4개사는 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 영어로 운영하는 것으로 확인됨. 마이모와 몬티 앤 톡코는 주요 SNS 플랫폼인 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터 모두 운영하고 있으며, 지마 푸드 인터스트리는 페이스북과 인스타그램을, 리젠트 푸드는 유튜브와 트위터를 운영하고 있음

### ▶ 경쟁기업 홍보문구로 ‘편리성’, ‘맛’을 강조하여 홍보

아랍에미리트에 진출한 경쟁기업은 제품 홍보 시 주로 제품의 편리성과 맛을 강조한 문구를 활용함. 제품의 편리성을 강조하는 문구로써 ‘완벽한 휴대용’, ‘요리하기 쉬운 필수품’, ‘개별 포장된 떡’, ‘언제든지 원하는 시간에’ 등을 사용하였으며, 제품의 맛을 강조하는 문구로 ‘균침 도는 풍미’, ‘톡 쏘는 달콤한 맛’, ‘한입 가득한 떡 반죽’, ‘부드러운’, ‘쫄깃한’ 등의 문구를 사용함. 또한, 쌀가루 제품의 경우 사용법을 강조하는 ‘밀가루의 완벽한 대체물’, ‘소스를 걸쭉하게 만들거나’, ‘고기 혼합물을 뭉치는 데 사용’, ‘다양한 조리법에서 사용’ 등의 문구도 사용하는 것으로 조사됨

[표 3.2] 아랍에미리트 냉동떡 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구
마이모	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>- 루루 하이퍼마켓</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (영어)</li> <li>SNS 플랫폼(영어)</li> <li>- 페이스북</li> <li>- 인스타그램</li> <li>- 유튜브</li> <li>- 트위터</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 당신이 가장 좋아하는</li> <li>- 군침 도는 풍미</li> <li>- 완벽한 휴대용 휴양지</li> <li>- 톡 쓰는 달콤한 맛과 한입 가득한 떡 반죽</li> <li>- 부드러운 모찌로 감싼 프리미엄 아이스크림</li> <li>- 쿠키 조각이 들어간</li> <li>- 아국적인</li> </ul>
지마 푸드 인더스트리	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>- 까르푸</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (영어)</li> <li>SNS 플랫폼(영어)</li> <li>- 페이스북</li> <li>- 인스타그램</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 쌀가루를 밀가루의 완벽한 대체물로 사용하십시오</li> <li>- 쌀가루는 다양한 조리법에서 농축제로 사용됩니다</li> <li>- 영양으로 가득 찬 더 건강하고 맛있는 요리법을 위해 '요리하기 쉬운 필수품'을 제공합니다</li> </ul>
몬티 앤 톡코	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>- 에스엠 라구나</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (영어)</li> <li>SNS 플랫폼(영어)</li> <li>- 페이스북</li> <li>- 인스타그램</li> <li>- 유튜브</li> <li>- 트위터</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 쌀가루는 소스를 걸쭉하게 만들거나 고기 혼합물을 뭉치는 데 사용됩니다</li> <li>- 글루텐이 없는 디저트의 밀가루를 대체하는 데 사용됩니다</li> </ul>
리젠트 푸드	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>- 에스엠 라구나</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (영어)</li> <li>SNS 플랫폼(영어)</li> <li>- 유튜브</li> <li>- 트위터</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 단 것을 좋아하는 사람들과 즐거운 디저트를 좋아하는 사람들을 위한</li> <li>- 떡을 더 저렴하게 즐길 수 있는</li> <li>- 개별 포장된 떡</li> <li>- 연중 언제든지 원하는 시간에 달콤한 간식을 즐길 수 있습니다</li> </ul>

자료: 아랍에미리트 진출 냉동떡 경쟁기업 4개사 분석

### 3. 아랍에미리트 냉동떡 경쟁기업 세부정보


동일품목 종류		① 마이모(My/Mo)	
<p>① 마이모 모찌 아이스크림 쿠키앤크림/그린티/스위트 망고 (My/Mo Mochi Ice Cream Cookies&amp;Cream/ Green Tea/Sweet Mango)</p> 	기업명	마이모 (My/Mo)	
	기업 기본 정보 <sup>17)</sup>	위치	Los Angeles, California, United States
<p>② 마이모 모찌 아이스크림 딸기/더블 초콜릿/스모어 (My/Mo Mochi Ice Cream Strawberry/Double Chocolate/S'mores)</p> 	기업 진출 채널	동일품목 수	17개
		규모	설립연도
<p>③ 마이모 모찌 아이스크림 초콜릿 선데/바닐라 블루베리/ 민트 초콜릿 칩 (My/Mo Mochi Ice Cream Chocolate Sundae /Vanilla Blueberry/ Mint Chocolate Chip)</p> 	<p>기업 홍보 채널</p> 	제품명	마이모 모찌 아이스크림 쿠키앤크림 (My/Mo Mochi Ice Cream Cookies&Cream)
		중량	258g (43g*6개)
<p>⑤ 마이모 모찌 비건 아이스크림 나폴리/딸기/캐러멜/ 바닐라/초콜릿 (My/Mo Mochi Ice Cream Neapolitan/Strawberry/Salted Caramel/Vanilla/Chocolate)</p>  	<p>홍보문구</p> 	가격	25.95디르함 (7,893원)
		제품 종류	모찌 아이스크림
<p>자료: 마이모 홈페이지</p>		<p>• 자사 홈페이지(영어) - 기업 소개, 제품 소개 및 광고 - 기업 활동 • SNS 플랫폼(영어) (페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터) - 기업 및 제품 홍보</p> <p>• 당신이 가장 좋아하는 • 군침 도는 풍미 • 특 쓰는 달콤한 맛과 한입 가득한 떡 반죽 • 부드러운 모찌로 감싼 프리미엄 아이스크림 • 쿠키 조각이 들어간</p>	

사진 자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지

17) 마이모(My/Mo) 홈페이지 (www.mymochi.com)

동일품목 종류

① 바야라 라이스 파우더 (Bayara Rice Powder)



자료: 온라인 쇼핑몰 (까르푸)

② 지마 푸드 인더스트리(Gyma Food Industries Llc)

기업 기본 정보 <sup>18)</sup>	기업명	지마 푸드 인더스트리 (Gyma Food Industries Llc)	
	위치	Dubai Investments Park, Dubai, United Arab Emirates	
	규모	동일품목 수	1개
설립연도		1992년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 까르푸	제품명	바야라 라이스 파우더 (Bayara Rice Powder)
		중량	400g
		가격	3.70디르함 (1,125원)
		제품 종류	쌀가루

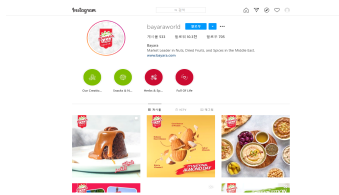


기업  
홍보 채널



- 자사 홈페이지(영어)
- 기업 소개, 제품 소개
- CSR, 레시피 제공
- SNS 플랫폼(영어) (페이스북, 인스타그램)
- 기업 및 제품 홍보

홍보문구



- 쌀가루를 밀가루의 완벽한 대체물로 사용하십시오
- 쌀가루는 다양한 조리법에서 농축제로 사용됩니다
- 영양으로 가득 찬 더 건강하고 맛있는 요리법을 위해 '요리하기 쉬운 필수품'을 제공합니다

사진 자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지

18) 지마 푸드 인더스트리(Gyma Food Industries Llc) 홈페이지 (www.gyma.eu)

③ 몬티 앤 톡코(Monty & Totco Co. Ltd)

동일품목 종류

① 타이 초이스 라이스 플라워  
(Thai Choice Rice Flour)



② 글루티너스 라이스 플라워  
(Glutinous Rice Flour)



자료: 온라인 쇼핑몰  
(아마존, 루루 하이퍼마켓)

기업 기본 정보 <sup>19)</sup>	기업명	몬티 앤 톡코 (Monty & Totco Co. Ltd)	
	위치	15 Soi Kanchanakom, Paholyothin Rd. Samsen Nai, Payathai, Bangkok, Thailand	
	규모	동일품목 수	2개
기업 진출 채널	설립연도	1988년	
	제품명	타이 초이스 라이스 플라워 (Thai Choice Rice Flour)	
	중량	500g	
	가격	5.95디르함 (1,810원)	
	제품 종류	쌀가루	

기업  
홍보 채널



- 자사 홈페이지(영어)
- 기업 소개, 제품 소개
- 기업 활동, 레시피 제공
- SNS 플랫폼(영어)  
(페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터)
- 기업 및 제품 홍보

홍보문구



- 쌀가루는 소스를 걸쭉하게 만들거나, 고기 혼합물을 뭉치는 데 사용됩니다
- 글루텐이 없는 디저트의 밀가루를 대체하는데 사용됩니다

사진 자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지

19) 몬티 앤 톡코(Monty & Totco Co. Ltd) 홈페이지 (www.thai-choice.com)

④ 리젠트 푸드(Regent Foods Corp.)

동일품목 종류

① 재패니즈 스타일  
글루티너스 라이스케이크  
(Japanese Style Glutinous  
Rice Cake Assorted Flavored)



자료: 리젠트 푸드 홈페이지

기업 기본 정보 <sup>20)</sup>	기업명	리젠트 푸드 (Regent Foods Corp.)	
	위치	80 Elisco Road, BO. Kalawaan Sur Pasig City, Metro Manila Philippines	
	규모	동일품목 수	1개
설립연도		1946년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 에스엠 라구나	제품명	재패니즈 스타일 글루티너스 라이스케이크 (Japanese Style Glutinous Rice Cake Assorted Flavored)
		중량	24g (2.4g*10개)
		가격	5.95디르함 (1,810원)
		제품 종류	떡

기업  
홍보 채널



- 자사 홈페이지(영어)
- 기업 소개, 제품 소개
- SNS 플랫폼(영어)  
(유튜브, 트위터)
- 기업 및 제품 홍보

홍보문구



- 단 것을 좋아하는 사람들과 쫄깃한  
디저트를 좋아하는 사람들을 위한
- 떡을 더 저렴하게 즐길 수 있는  
방법을 제공
- 개별 포장된 떡
- 연중 언제든지 원하는 시간에 달콤한  
간식을 즐길 수 있습니다

사진 자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지

20) 리젠트 푸드(Regent Foods Corp.) 홈페이지 (www.regentfoods.com.ph)



## IV. 바이어 인터뷰(Buyer Interview)

Interview ① 1004 마트(1004 Mart)

Interview ② 모이시(M'OISHI)

Interview ③ 딘스 후지야 슈퍼마켓(Deans Fujiya Supermarket)

Interview ④ 큐케이오(QKO)

Interview ⑤ 루루 하이퍼마켓(LuLu Hypermarket)

# Interview ① 1004 마트 (1004 Mart)

1004 마트  
(1004 Mart)

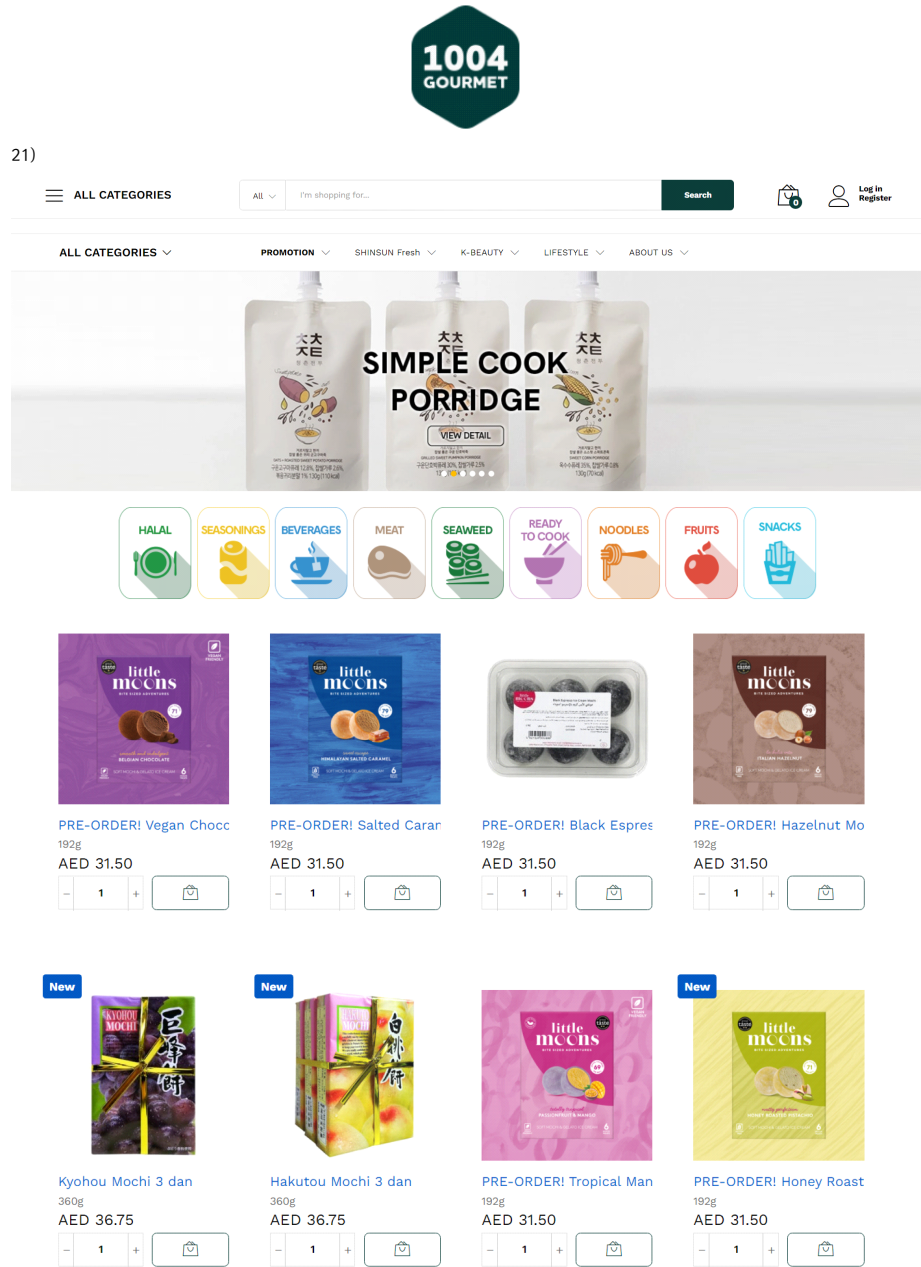
전문가 소속

1004 마트  
(1004 Mart)  
아시아 식품품 전문 수입·유통업체

전문가 정보

Ms. Maryana  
(Sales Manager)

21)



## 1004 마트(1004 Mart) Sales Manager, Ms. Maryana

1004 마트는 2008년 두바이에서 영업을 시작한 아시안 식품품 전문 수입·유통업체임. 온라인 및 오프라인 매장을 운영하고 있으며, 주로 한국, 일본, 영국에서 제품을 수입, 판매하고 있음. 주요 취급 제품은 과일, 채소, 면, 피클, 양념 및 소스, 냉동 및 냉장식품, 과자, 음료, 화장품 등임

21) 사진 자료: 1004 마트(1004 Mart) 홈페이지 (www.1004gourmet.com)



가격	25.50디르함 (7,756원)
중량	320g
포장	플라스틱 받침 플라스틱 파우치

### Q1. 취급하고 있는 냉동떡 제품의 가격은 어느 정도인가요?

모찌 6개가 들어 있는 작은 상자의 가격은 보통 30-35디르함(약 9,124-1,645원)<sup>22)</sup>이며, 중량은 200g 정도입니다. 제 경험에 따르면, 소비자들은 너무 많이 들어있는 것보다는 5-10개가 들어있어 한두 번에 걸쳐 먹을 수 있는 제품을 선호합니다. 가격은 30-40디르함(약 9,125-12,166원) 정도면 매우 적당한 수준으로, A사 제품은 현지 판매 제품들보다 저렴한 편입니다.

### Q2. 아랍에미리트 현지 소비자들이 선호하는 냉동떡은 어떤 제품인가요?

선호하는 맛은 개인의 입맛에 따라 좌우됩니다. 하지만 보편적으로 망고, 딸기 등 과일맛이 가장 인기가 있고 초콜릿, 헤이즐넛, 솔티드 카라멜 등의 맛이 그 뒤를 따릅니다. 일반적으로 현지인들은 끈적거리는 식감의 식품을 선호하지 않지만, 모찌는 안에 부드러운 앙금이나 크림이 들어 있어 찾는 소비자가 많은 편입니다. 모찌 포장으로는 보통 플라스틱 받침에 제품을 얹고 상자나 파우치로 감싸는게 일반적입니다. 플라스틱 상자 하나에 모찌 6개 한 세트가 포장되어 냉동 식품으로 판매됩니다. 소비자들이 너무 큰 팩을 선호하지 않기 때문에 6개가 들어간 작은 상자로 판매하고 있는 것으로 생각합니다. 대부분의 재료, 특히 쌀은 일본에서 수입되며, 현재 일본에서 수입한 아이스크림 모찌도 판매하고 있습니다. 영국산 아이스크림 모찌도 있습니다.

### Q3. 아랍에미리트 내 냉동떡에 대한 수요는 어느 정도인가요?

냉동떡, 특히 '모찌 아이스크림' 제품의 형태는 두바이, 아부다비, 샤르자 같은 대도시에서 인기가 많습니다. 모찌 아이스크림은 모든 연령대에서 많이 구매하며, 성별은 큰 영향이 없습니다. 아이스크림 형태가 아닌 모찌 제품이라면 현지에 거주하는 일본인, 한국인, 베트남인 소비자들에게 더 인기가 높습니다. 하지만 저의 경우 모찌 아이스크림이 아닌 모찌는 먹어본 적이 없습니다.

### Q4. 냉동떡 현지 경쟁기업들의 유통채널은 어디인가요?

현지에서는 모찌가 제과점, 슈퍼마켓, 아이스크림 가게 등 다양한 채널에서 판매되고 있습니다. 현지 시장에 진출하는 신규 업체의 경우, 세 유통채널 외에도 다양한 판매처에 입점하여 시장 입지를 다지고 평판을 다지는 것이 적합합니다.

22) 1디르함 = 304.15원 (2021.02.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

## Q5. 냉동떡 제품을 홍보하는 방법으로는 어떤 것이 있나요?

제조업체들은 여러 차례 식품 전시회에 참가하여 고객들에게 모찌에 대해 홍보합니다. 또한, 유튜브, 인스타그램, 페이스북 등에서 현지 인플루언서를 활용하기도 합니다. 레스토랑, 제과점, 아이스크림 가게, 슈퍼마켓은 홍보를 위한 최고의 채널입니다. 일부 회사들은 소비자들을 끌어들이기 위해 슈퍼마켓에 아이스크림 판매대를 열고 대폭 할인 행사를 진행하기도 합니다. 특히 아이스크림 모찌는 현지에 거주하는 외국인은 물론 현지인들도 많이 구매하는 편입니다. 현지에서 냉동떡 제품을 홍보하는 가장 좋은 방법은 다양한 식품 판매처에 제품을 납품하여 슈퍼마켓, 제과점, 아이스크림 가게 등과 제휴를 맺는 것입니다. 이를 통해 소비자들은 제품에 자주 노출되고 자연스럽게 구매로 이어질 것입니다.

## Interview ② 모이시 (M'OISHI)

모이시 (M'OISHI)

### 전문가 소속

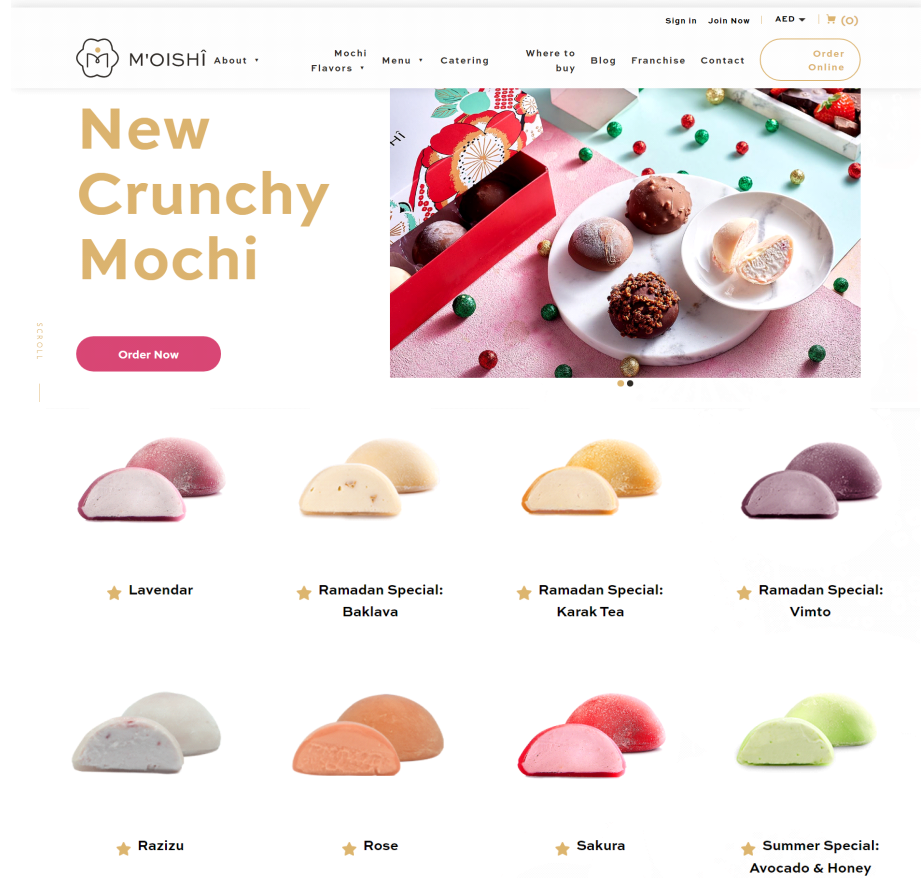
모이시 (M'OISHI)  
케이터링 및 프랜차이즈 업체

### 전문가 정보

Ms. Sara  
(Sales Manager)



23)



## 모이시(M'OISHI) Sales Manager, Ms. Sara

모이시는 중동 걸프 지역의 아이스크림 유통 및 케이터링 업체로, U.A.E의 두바이, 아부다비, 사우디아라비아의 리야드에서 프랜차이즈 매장도 운영하고 있음. 주요 취급 품목으로는 모찌, 아이스크림, 음료 등이 있음

23) 사진 자료: 모이시(M'OISHI) 홈페이지 (www.moishi.com)



가격 25.50디르함  
(7,756원)

중량 320g

포장 플라스틱 받침  
플라스틱 파우치

### Q1. 취급하고 있는 냉동떡 제품의 가격은 어느 정도인가요?

저희 매장에서 판매하는 모찌 아이스크림의 가격은 맛과 내용물에 따라 다르지만 보통 8개 한 상자에 30-70디르함(약 9,125-21,291원)입니다. 개인이 구매하는 경우엔 8-10개 한 상자가 가장 많이 판매되며, 케이터링이나 가족 행사용으로 30-36개 제품을 구매하기도 합니다.

### Q2. 현지 소비자가 선호하는 냉동떡의 맛과 포장 형태는 무엇인가요?

저희는 매우 다양한 맛의 모찌 아이스크림 제품을 판매하고 있습니다. 그중에서는 블루베리, 딸기, 망고, 바닐라, 초콜릿이 가장 인기 있습니다. 아랍에미리트 소비자들이 끈적끈적한 식감에 대한 선호도가 높지 않은 것은 사실입니다. 하지만 저희 제품의 경우 맛이 좋아서 많은 소비자가 찾는다고 생각합니다. 제품은 종이 상자에 담아 판매하며, 한 상자에 8개가 들어간 제품이 가장 많이 팔립니다. 대량 포장 제품은 행사나 결혼식용으로 인기가 있습니다. 소용량으로 구매하는 소비자들은 개봉 후 오래 냉동 보관하는 것을 좋아하지 않기 때문에 적게 구매합니다.

### Q3. 아랍에미리트 내 냉동떡에 대한 수요는 어느 정도인가요?

모찌 아이스크림에 대한 수요는 아랍에미리트뿐만 아니라 다른 중동 걸프 국가에서도 상당히 높습니다. 저희 제품은 인쪽은 아이스크림으로 채워져 있고 겉은 일본 쌀로 만든 떡으로 덮어 만든 모찌 아이스크림입니다. 저희 고객 대부분은 현지 젊은 소비자들입니다. 저희 제품들은 본인이 먹기 위해 구매하는 고객들도 많지만, 독특한 선물용으로 구매하는 때도 많습니다. A사의 냉동떡 제품은 모찌 아이스크림과는 비슷해 보이지만, 정확한 종류는 다릅니다. 아직 모찌 아이스크림도 현지에서 유명하지 않은데 더 생소한 디저트용 떡이 현지에서 충분한 수요가 있을지 확신하기는 어려워 보입니다.

### Q4. 냉동떡 현지 경쟁기업들의 유통채널은 어디인가요?

아랍에미리트는 다른 걸프 국가들과 비슷한 방법으로 제품을 수입하고 있습니다. 일반적으로 일본에서 모찌 아이스크림을 수입한 다음 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓 등의 소매점, 제과점 혹은 저희 같은 전문 케이터링 업체 등에 납품하는 식입니다. 하지만, 다른 식료품들에 비해 모찌 아이스크림의 유통채널은 다양하지 않은 것이 현실입니다.

---

### Q5. 냉동떡 제품을 홍보하는 방법으로는 어떤 것이 있나요?

최근 홍보 트렌드는 TV나 신문보다는 SNS 채널을 활용하는 것입니다. 특히 젊은 소비자들을 목표로 한다면 페이스북, 인스타그램에 제품을 홍보하는 것이 효과적입니다. 또한, 새로운 식품에 대한 수요가 점점 커지고 있는 만큼 ‘신선함’을 강조하는 것이 현지 시장에 진출하는 데 도움이 될 것으로 생각합니다.

## Interview ③ 딘스 후지야 슈퍼마켓 (Deans Fujiya Supermarket)

딘스 후지야 슈퍼마켓  
(Deans Fujiya Supermarket)

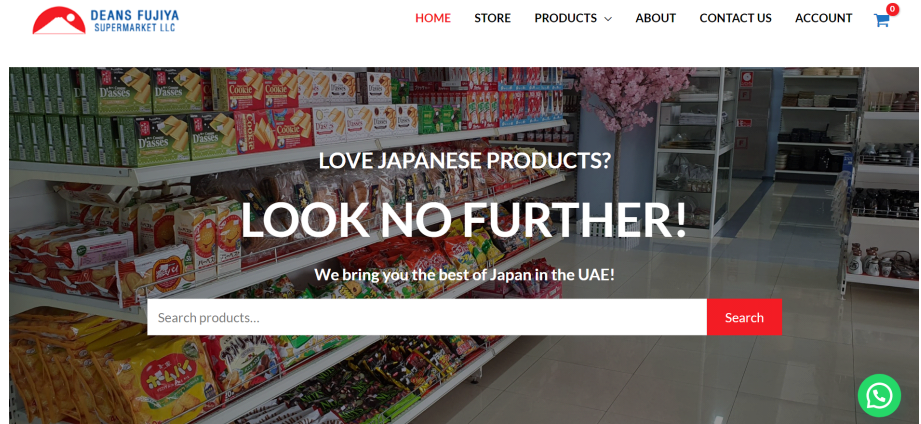
24)

### 전문가 소속

딘스 후지야 슈퍼마켓  
(Deans Fujiya Supermarket)  
일본 식료품 전문 슈퍼마켓

### 전문가 정보

Ms. Emilyn  
(Sales Assistant)



Rice Cake - Kirimochi  
Sukitake (14p) - 700g

Dry Foods  
44.50|.₹

Add to cart



Rice Cake - Sato  
Kirimochi (8P) - 400g

Dry Foods  
25.00|.₹

Add to cart



Rice Cake - Yaite  
Taberu Ankomochi  
Krogoma An 4pcs

Dry Foods  
15.00|.₹

Read more



Rice Cake - Yaite  
Taberu Ankomochi  
Ogura An 4pcs - 120g

Dry Foods  
15.00|.₹

Read more

## 딘스 후지야 슈퍼마켓(Deans Fujiya Supermarket) Sales Assistant, Ms. Emilyn

딘스 후지야 슈퍼마켓은 2005년 아랍에미리트 두바이에 처음 문을 연 일본 식료품 전문 슈퍼마켓입니다. 오프라인 매장과 온라인 쇼핑몰을 운영하며, 주로 일본산 건조·냉장·냉동 식품, 주방용품, 식당용 주방 설비 등을 취급하고 있습니다.

24) 사진 자료: 딘스 후지야 슈퍼마켓(Deans Fujiya Supermarket) 홈페이지 (deansfujiya.com)





가격	25.50디르함 (7,756원)
중량	320g
포장	플라스틱 받침 플라스틱 파우치

### Q1. 취급하고 있는 냉동떡 제품의 가격은 어느 정도인가요?

저희가 판매하는 제품은 4개씩 포장된 한 상자가 약 120-135g으로 보통 15-20디르함(약 4,562-6,083원)에 판매됩니다. A사 제품과 비슷한 중량의 제품을 판매하였지만, 현재는 취급하지 않습니다. 다양한 중량의 제품을 판매하는 것은 좋지만, 냉동떡이나 모찌처럼 수요가 많지 않은 제품은 소포장 제품이 훨씬 인기 있습니다. 특히 새로운 브랜드의 경우 호기심에 구매할 수 있을 만한 소포장으로 출시하는 것이 좋습니다.

### Q2. 아랍에미리트 현지 소비자들이 선호하는 냉동떡은 어떤 제품인가요?

현지 소비자들 사이에서는 치즈케이크 맛 모찌 아이스크림이 인기가 있습니다. 바깥 부분이 떡으로 되어 있어 식감이 독특한 편이라 소비자들 사이에서 호불호가 갈립니다. 주로 구매하는 건 현지 거주 일본인인데 이들은 해당 제품에 익숙하므로 많이 찾습니다. 하지만 그 외에는 새로운 제품을 도전한다는 느낌으로 구매하는 경우가 많습니다. 저희 매장에 판매 중인 제품들은 4-14개로 포장되어 있습니다. 대부분 유통상의 편의를 위해 냉동 상태로 판매되지만, 일부 제품은 상온에서 판매되기도 합니다.

### Q3. 아랍에미리트 내 냉동떡에 대한 수요는 어느 정도인가요?

현지 소비자들 사이에서 모찌를 비롯한 냉동떡의 수요는 매우 적습니다. 해당 제품을 잘 알고 있는 현지 소비자들도 적을뿐더러 판매 채널 또한 다양하지 않아 접하기 어렵기 때문으로 보입니다. 하지만 적절한 마케팅 전략을 통해 적극적으로 홍보한다면 판매량은 많이 늘어날 것입니다. 추가로, 현지 소비자들은 모찌가 일본의 디저트라는 인식하고 있어 한국산 제품이 단기간에 인기를 끌기엔 어려운 상황입니다. 하지만, 앞서 언급한 것처럼 시장이 성장세이므로 적극적인 홍보가 수반된다면 충분히 가능성 있을 것으로 보입니다.

### Q4. 냉동떡 현지 경쟁기업들의 유통채널은 어디인가요?

냉동떡 제품은 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓보다는 일본, 한국, 중국 등 아시안 식료품 전문점에 주로 유통됩니다. A사 제품처럼 현지 인식이 높지 않은 제품은 무리해서 채널을 늘리는 것보다 소수 매장에 입점하여 현지 반응을 살피는 것이 선행되어야 합니다. 추후 반응에 따라 다양한 판매 채널에 입점하는 것이 좋을 것입니다.

## Q5. 냉동떡 제품을 홍보하는 방법으로는 어떤 것이 있나요?

제조업체들이 홍보에 적극적으로 임하거나 투자하지 않아 시장수요가 늘지 않는 것이 아쉽습니다. 우선 홍보를 위해서는 제품에 HALAL 인증 마크를 부착하는 것이 가장 우선될 것입니다. 두 번째로, 슈퍼마켓에서 제품을 시식할 수 있어야 합니다. 맛을 잘 알지 못하는 신제품을 구매할 때 이를 유도할 수 있는 가장 효과적인 방법은 시식입니다. 다만 코로나 19로 인해 현재는 잠정 중단되어 있습니다. 또한, 제품을 홍보하기에 가장 좋은 방법은 판매 매장 내 홍보입니다. 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓에 무료 시식 매대나 홍보물을 설치하면 새로운 고객을 유인하는 데 도움이 될 것입니다. 또한, 저희가 취급하는 제품 일부는 HALAL 인증을 받지 않았는데, 현지인 대다수는 HALAL 인증을 받지 않은 제품에 관심이 없습니다. A사 제품 또한 HALAL 인증을 받지 않았다면 반드시 취득하기를 바랍니다.

## Interview ④ 큐케이오 (QKO)

### 큐케이오 (QKO)

#### 전문가 소속

큐케이오  
(QKO)  
아시아 식료품 전문  
수입·유통업체

#### 전문가 정보

Ms. Young Joo  
(Owner)

25)



Daifuku Cream Strawberry 60g  
AED8.00

Daifuku Cream Mango 60g  
AED8.00

Daifuku Cream Macha 60g  
AED8.00

## 큐케이오(QKO) Owner, Ms. Young Joo

QKO는 식료품, 화장품, 팬시 상품 등 아시아 상품을 취급하는 수입·유통업체임. 아랍에미리트 두바이, 샤르자, 라스알카이마에 오프라인 매장이 있으며 온라인 쇼핑몰도 운영하고 있음. 주로 한국 및 일본 제품을 취급하며, 냉장 및 냉동식품, 조미료, 음료, 스낵, 아이스크림 등 다양한 식품을 판매함



가격 25.50디르함  
(7,756원)

중량 320g

포장 플라스틱 받침  
플라스틱 파우치

### Q1. 취급하고 있는 냉동떡 제품의 가격은 어느 정도인가요?

저희가 판매하는 일본산 모찌의 가격은 60g 기준 8디르함(약 2,433원)입니다. 아랍에미리트에서 잘 알려진 브랜드 제품이고, 날개 포장되어 있어 다소 가격대가 높은 편입니다. 품질과 맛을 잘 알지 못해 단언할 수는 없지만, 기존 제품의 가격과 비교해 볼 때 A사 제품은 가격경쟁력이 우수합니다.

### Q2. 아랍에미리트 현지 소비자들이 선호하는 냉동떡은 어떤 제품인가요?

저희는 망고, 블루베리, 딸기, 녹차 등 네 가지 맛의 모찌를 판매하고 있습니다. 이 가운데 망고와 딸기 맛에 대한 수요가 상대적으로 많습니다. 일반적으로 아랍 소비자들은 과일 맛을 선호합니다. 모찌 역시 초콜릿 같은 맛보다는 과일 위주의 맛이 더 인기가 있을 것입니다. 모찌의 끈적한 식감은 현지인들 사이에서도 점차 인기를 얻는 추세라고 봅니다. 하지만 제 경험에 비추어 볼 때, 현지 소비자들은 너무 끈적거리지 않는 식감을 훨씬 더 선호할 것으로 생각합니다. 저희가 취급하는 모찌는 날개 포장된 제품이지만, 소비자들은 여러 개를 포장하여 더 저렴한 제품을 선호할 수도 있을 것입니다. 다른 업체에서는 6-8개 포장 제품도 판매하고 있습니다. 이와 별개로, ‘라이스 케이크(Rice Cake)’라는 용어가 모호하게 들린다는 점은 중요한 문제입니다. ‘라이스 케이크’는 ‘뽕튀기’일 수도 있고 ‘떡’일 수도 있습니다. 이는 아랍에미리트에서 한국의 떡보다 일본의 모찌가 더 잘 알려지게 된 이유라고 생각합니다.

### Q3. 아랍에미리트 내 냉동떡에 대한 수요는 어느 정도인가요?

현재 아랍에미리트 시장에서 냉동떡 수요는 그리 많지 않습니다. 하지만 시장은 성장세로 점점 더 많은 현지인이 냉동떡 제품을 찾고 있습니다. 제품 성공 여부는 현지인들의 제품 인식 확대에 따라 달라질 것으로 보며, 조만간 현지 소비자들이 제품에 익숙해질 것으로 생각합니다. 저희 매장을 기준으로 현지 거주 한국인과 일본인의 수요보다 현지 소비자들의 수요가 더 크기 때문에 충분히 개척할만한 시장이라고 생각합니다.

### Q4. 냉동떡 현지 경쟁기업들의 유통채널은 어디인가요?

아랍에미리트 시장에서 입지를 다진 한국 또는 일본 기업과 제휴하여 진출하는 것이 좋다고 봅니다. 그 외에 유명 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓, 특히 전국에 가맹점을 보유하고 있는 루루 하이퍼마켓(Lulu Hypermarket) 같은 기업과 협력하는 방안도 좋을 것입니다.

---

### Q5. 냉동떡 제품을 홍보하는 방법으로는 어떤 것이 있나요?

지난 5-7년간 현지 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓에서도 모찌를 판매하기 시작했으나 해당 제품에 대한 홍보활동을 진행한 제조업체나 유통업체는 거의 없었습니다. 새로운 식품의 가장 효과적인 홍보방법은 시식이지만, 코로나 19의 확산으로 전면 중단되었습니다. 따라서 SNS 홍보가 현재로는 가장 적합해 보입니다. 또는 영향력이 높은 인플루언서들에게 제품을 협찬하는 것도 좋습니다.

## Interview ⑤ 루루 하이퍼마켓 (LuLu Hypermarket)

루루 하이퍼마켓  
(LuLu Hypermarket)

전문가 소속

루루 하이퍼마켓  
(LuLu Hypermarket)  
하이퍼마켓

전문가 정보

Mr. Jayan  
(Purchase Manager)

26)

The screenshot shows the LuLu Hypermarket website interface. At the top, the LuLu logo is displayed with the tagline 'Where the world comes to shop, safely!'. Below the logo is a navigation menu with categories: GROCERY, FRESH FOOD, MOBILES-GADGETS, ELECTRONICS, HOME-LIVING, FASHION, GOODLIFE, and RAFFLE REGISTRATION. A search bar and utility icons (login/register, find stores) are also visible. The main banner features a 'WIN 10 TICKETS TO CAIRO' promotion for 'Taste of EGYPT' by EGYPTAIR, running from 14-20 FEB 2021. Below the banner, four My Mo Mochi Ice Cream products are listed:

- My Mo Mochi Ice Cream Ripe Strawberry Flavour 258g
- My Mo Mochi Green Tea Ice Cream 258g
- My Mo Mochi Ice Cream Sweet Mango 258g
- My Mo Mochi Ice Cream Double Chocolate 258g

## 루루 하이퍼마켓(LuLu Hypermarket) Purchase Manager, Mr. Jayan

루루 하이퍼마켓은 1995년 설립된 하이퍼마켓으로, 오프라인 매장과 온라인 쇼핑몰을 운영하고 있음. 보유 매장은 걸프 지역 전역에 걸쳐 200여 개에 달함. 식료품, 신선식품, 전자제품, 모바일 기기, 가정용품, 의류 등 매우 다양한 품목을 취급함

26) 사진 자료: 루루 하이퍼마켓(LuLu Hypermarket) 홈페이지 (www.luluhypermarket.com)



가격	25.50디르함 (7,756원)
중량	320g
포장	플라스틱 받침 플라스틱 파우치

### Q1. 취급하고 있는 냉동떡 제품의 가격은 어느 정도인가요?

저희가 취급하는 제품은 6개 포장으로 약 258g이며, 가격은 25.95디르함(약 7,893원)입니다. 기존 제품을 기준으로 비교해 볼 때, A사의 제품은 더 저렴할 뿐만 아니라 포장 단위당 개수도 많습니다.

### Q2. 아랍에미리트 현지 소비자들이 선호하는 냉동떡은 어떤 제품인가요?

저희는 딸기, 녹차, 초콜릿, 망고 맛의 모찌 아이스크림을 판매하고 있는데, 판매량을 보면 딸기와 망고 맛이 약간 더 높습니다. 현지의 많은 소비자는 끈적이는 식감을 그리 선호하지 않으며, 바깥 부분보다는 안쪽의 아이스크림에서 나는 맛을 더 좋아합니다. 저희가 판매하는 브랜드의 모찌 아이스크림은 6개가 한 팩에 포장되어 있습니다. 고객 대다수는 소매로 구매하며, 6개 포장 제품은 개인이나 3-4인 가정에 적절합니다. 식사 후 디저트로 한 개씩 먹기에 좋습니다. 건강을 신경 쓰는 소비자들이 늘면서, 단 것을 너무 많이 섭취하는 것을 꺼리는 사람도 많습니다. 또한, 소비자들은 보통의 모찌보다 모찌 아이스크림을 더 선호합니다. 현지 소비자들은 원산지에 대한 선호는 별로 없는 편입니다. 소비자들은 원산지보다는 제품의 맛과 건강 관련 정보를 알고 싶어합니다. 저희가 판매하는 모찌 아이스크림은 미국 브랜드이지만, 식품 전문가들 사이에서는 모찌가 기본적으로 일본 음식이라는 인식이 있습니다. 하지만 대다수의 소비자는 그 역사와 기원에 대해 잘 알지 못합니다.

### Q3. 아랍에미리트 내 냉동떡에 대한 수요는 어느 정도인가요?

냉동떡 같은 모찌 제품은 아랍에미리트 시장에서 이제서야 막 인기를 끌기 시작했습니다. 현재 시장에서는 15가지 이상의 다양한 맛의 제품이 판매되고 있으며, 보편적으로 인기 있는 맛으로 판매량에 큰 편차가 없습니다. 주 소비층은 확실히 말하기는 어렵지만, 제 생각으로는 20-30대 젊은 소비자들이 많은 것 같습니다.

### Q4. 냉동떡 제품을 홍보하는 방법으로는 어떤 것이 있나요?

우리 회사는 특정 브랜드를 홍보하지는 않습니다. 제품 홍보는 제조업체의 역할입니다. 주요 홍보 채널로는 SNS, 음식 잡지, TV 광고 등이 있을 것입니다. 모찌를 구매하는 고객의 50%는 현지인, 나머지 50%는 한국인, 일본인, 중국인 등 현지에 거주하는 외국인으로 보입니다.

## V. 경쟁력파악(Competitiveness)

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



## 1. 제품 경쟁력 검증

### 1) 100g당 가격

#### 경쟁제품(제조사)

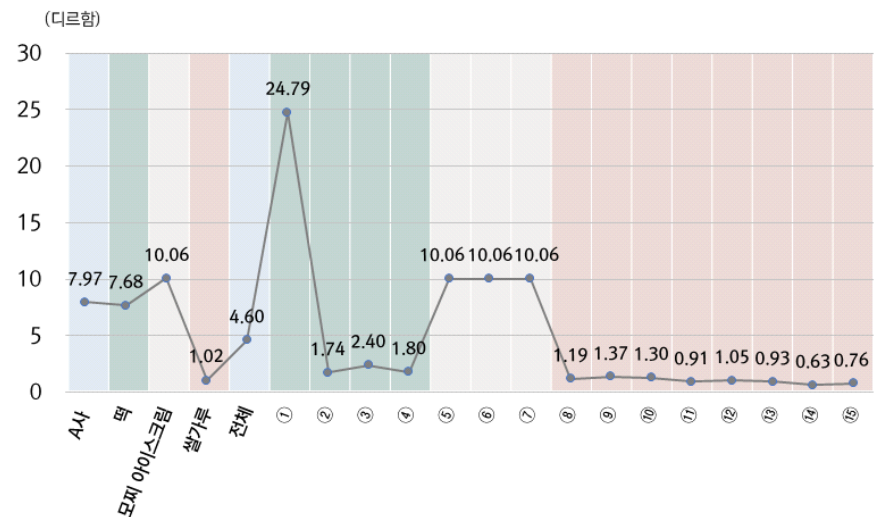
- ① 재패니즈 스타일 글루티너스 라이스 케이크 (리젠트 푸드)
- ② 프로즌 라이스 케이크 리히아 (루시아)
- ③ 쌀로 만들어 탱탱하고 쫄깃한 떡볶이떡 (품)
- ④ 쌀로 만들어 탱탱하고 쫄깃한 떡국떡 (품)
- ⑤ 마이모 모찌 아이스크림 쿠키앤크림 (마이모)
- ⑥ 마이모 모찌 아이스크림 그린티 (마이모)
- ⑦ 마이모 모찌 아이스크림 스위트 망고 (마이모)
- ⑧ 타이 초이스 라이스 플라워 (몬티 앤 토크)
- ⑨ 글루티너스 라이스 플라워 (몬티 앤 토크)
- ⑩ 글루티너스 라이스 플라워 (로투스 라이스)
- ⑪ 키친 트레저 화이트 라이스 파우더 (조스코 푸드 인더스트리)
- ⑫ 루루 글루티너스 라이스 플라워 (루루 그룹 인터내셔널)
- ⑬ 바야라 라이스 파우더 (지마 푸드 인더스트리)
- ⑭ 그린 밸리 라이스 파우더 (알 라비아 푸드 프로세싱 인더스트리)
- ⑮ 라이스 파우더 (아랍 걸프 플라워 밀)

### ▶ A사 제품 100g당 가격, 유사 경쟁제품 평균 대비 적정 수준

A사 제품의 100g당 가격은 7.97디르함(약 2,424원<sup>27)</sup>으로 경쟁제품 15개의 평균 100g당 가격 4.60디르함(약 1,400원) 대비 약 1.7배 더 비쌌다. 제품 종류별 평균 100g당 가격은 모찌 아이스크림 제품이 10.06디르함(약 3,059원)으로 가장 비싸고, 쌀가루 제품이 1.02디르함(약 309원)으로 가장 저렴한 것으로 확인됨. A사 제품과 가장 유사한 떡 제품의 경우 7.68디르함(약 2,336원)으로 가격도 비슷한 수준으로 조사됨. A사 제품보다 모찌 아이스크림 제품은 약 1.3배 비싸지만, 쌀가루 제품은 A사 제품의 약 10% 수준으로 저렴한 것으로 확인됨

[표 5.1] 아랍에미리트 냉동떡 가격 경쟁력분석

(단위: 디르함)



27) 1디르함 = 304.15원 (2021.02.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

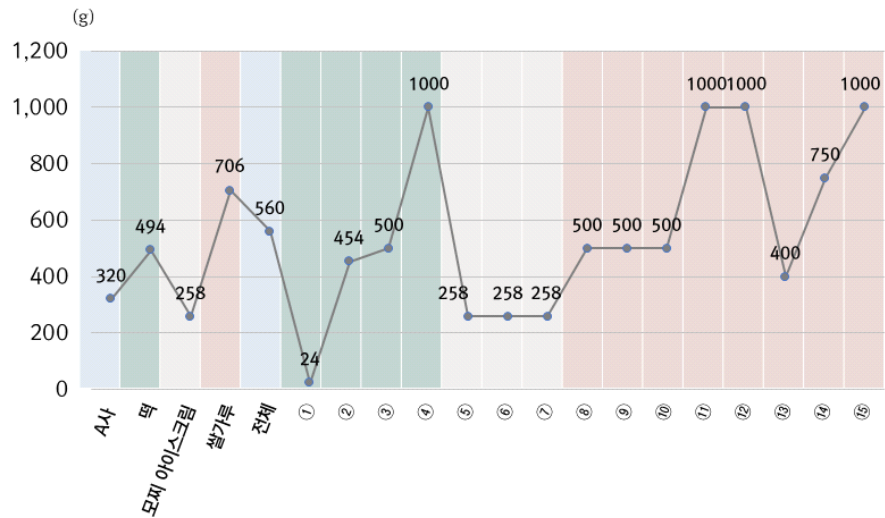
- ① 재패니즈 스타일  
글루티너스 라이스 케이크  
(리젠트 푸드)
- ② 프로즌 라이스 케이크 리히아  
(루시아)
- ③ 쌀로 만들어 탱탱하고 쫄깃한 떡볶이떡  
(품)
- ④ 쌀로 만들어 탱탱하고 쫄깃한 떡국떡  
(품)
- ⑤ 마이모 모찌 아이스크림 쿠키앤크림  
(마이모)
- ⑥ 마이모 모찌 아이스크림 그린티  
(마이모)
- ⑦ 마이모 모찌 아이스크림 스위트 망고  
(마이모)
- ⑧ 타이 초이스 라이스 플라워  
(몬티 앤 토크)
- ⑨ 글루티너스 라이스 플라워  
(몬티 앤 토크)
- ⑩ 글루티너스 라이스 플라워  
(로투스 라이스)
- ⑪ 키친 트레저 화이트 라이스 파우더  
(조스코 푸드 인더스트리)
- ⑫ 루루 글루티너스 라이스 플라워  
(루루 그룹 인터내셔널)
- ⑬ 바야라 라이스 파우더  
(지마 푸드 인더스트리)
- ⑭ 그린 밸리 라이스 파우더  
(알 라비아 푸드 프로세싱  
인더스트리)
- ⑮ 라이스 파우더  
(아랍 걸프 플라워 밀)

▶ A사 제품 중량, 모찌 아이스크림 평균 대비 큰 편

A사 제품의 중량은 320g으로 경쟁제품 15개의 중량 평균 560g 대비 약 57% 수준으로 작음. 제품 종류별 평균 중량을 보면 쌀가루 제품이 706g으로 가장 크고, 떡 제품 494g, 모찌 아이스크림 제품 258g으로 확인됨. 모찌 아이스크림 제품과 비교할 경우, A사 제품의 중량은 약 24% 더 커 경쟁력이 있음

[표 5.2] 아랍에미리트 냉동떡 중량 경쟁력분석

(단위: g)

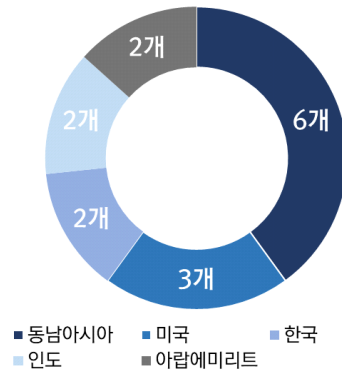


3) 원산지

▶ 경쟁제품 15개 중 2개, 한국산 제품

아랍에미리트에서 판매되고 있는 냉동떡 경쟁제품 15개의 원산지를 조사한 결과, 2개 제품이 한국산 제품으로 확인됨. 그 외 13개 제품은 태국, 베트남, 필리핀을 포함하는 동남아시아산 6개, 미국산 제품이 3개, 인도산, 아랍에미리트산 제품이 각각 2개로 조사됨. 동남아시아산 제품이 많이 조사된 것은 쌀가루 제품이 조사제품으로 선정되었기 때문으로 예상함

[표 5.3] 아랍에미리트 냉동떡 제품 원산지 경쟁력분석



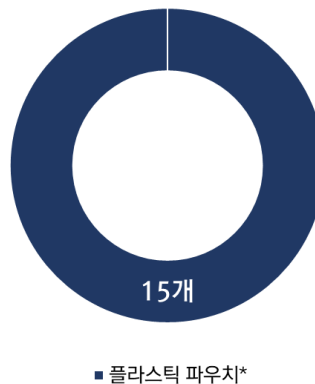
\*원산지가 '동남아시아'로 기재된 6개 제품은 각각 태국산 3개, 필리핀산 2개, 베트남산 1개로 확인됨

4) 포장 형태

▶ 경쟁제품 15개 모두 플라스틱 파우치로 포장

아랍에미리트에서 판매되고 있는 냉동떡 경쟁제품 15개의 포장 형태를 조사한 결과, 떡 제품과 모찌 아이스크림 제품은 플라스틱 파우치로 내부 포장하는 것으로 확인됨. 상기 7개 제품 중 4개 제품은 플라스틱 파우치로, 3개 제품은 종이 상자로 외부 포장함. 그 외 쌀가루 제품 8개는 플라스틱 파우치로만 제품을 포장함

[표 5.4] 아랍에미리트 냉동떡 제품 포장 형태 경쟁력분석



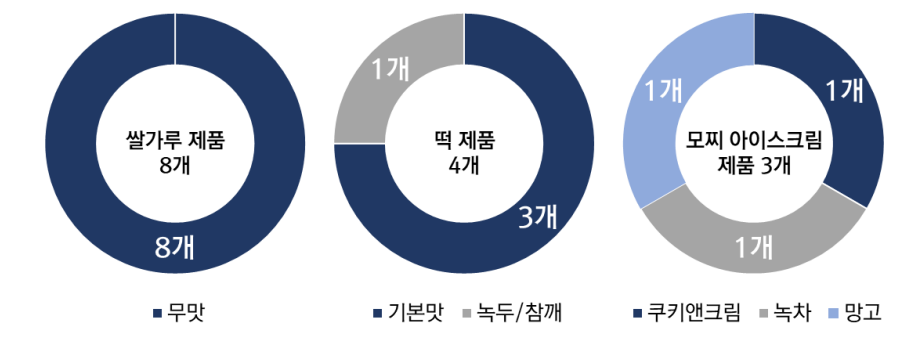
\*3개 제품은 종이 상자로 별도 외부포장됨

5) 맛

▶ 경쟁제품 15개 중 4개, 맛 첨가 제품

아랍에미리트에서 판매되고 있는 냉동떡 경쟁제품 15개 중 쌀가루 제품 8개는 별도로 맛이 더해지지 않은 제품임. 떡 제품의 경우, 기본맛이 3개 녹두/참깨맛이 1개로 구성되며, 이외 모찌 아이스크림의 경우, 쿠키앤크림, 녹차, 망고 등 다양한 맛을 첨가한 제품을 유통시키는 것으로 조사됨

[표 5.5] 아랍에미리트 냉동떡 제품 맛 경쟁력분석

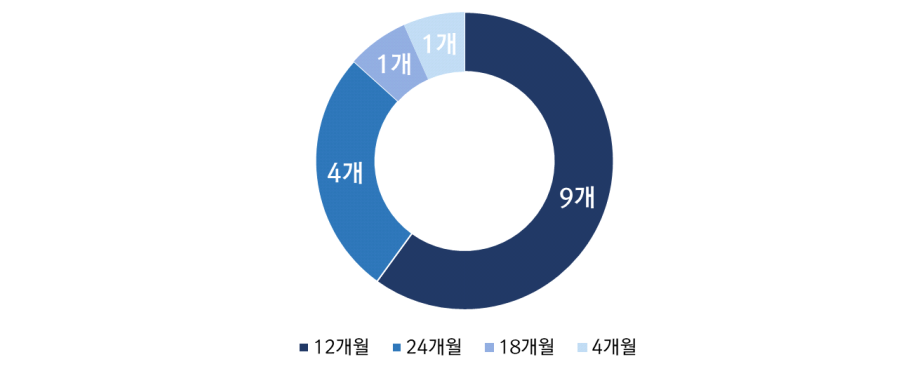


6) 유통기한

▶ 경쟁제품 15개 중 9개, 12개월 이내 섭취 권장

아랍에미리트에서 판매되고 있는 냉동떡 경쟁제품 15개 중 9개는 12개월 이내 섭취할 것을 권장함. 또한, 4개 제품은 24개월을 권장 섭취기한으로 기재한 것으로 조사됨. 그 외 2개 제품은 각각 4개월과 18개월을 유통기한으로 기재함

[표 5.6] 아랍에미리트 냉동떡 제품 맛 경쟁력분석

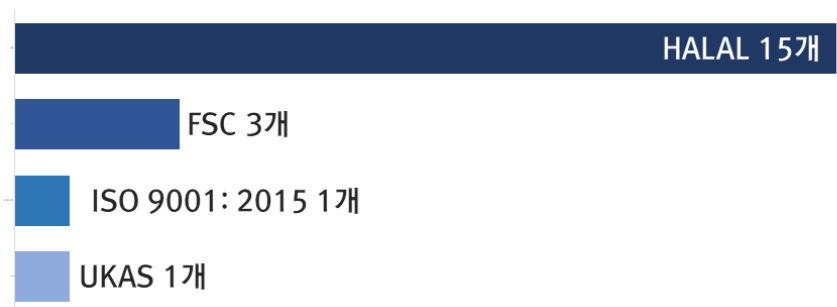


7) 인증

▶ 경쟁제품 15개 모두 HALAL 인증 취득

아랍에미리트에서 판매되고 있는 냉동떡 경쟁제품 15개는 모두 HALAL 인증을 취득함. 또한, 15개 중 5개 제품은 HALAL 인증 외 1개 이상의 식품 관련 인증을 추가로 취득하였음. 5개 제품 중 3개 제품이 FSC 인증, 1개 제품이 ISO 9001 : 2015, 1개 제품이 UKAS 인증을 취득한 것으로 확인됨

[표 5.7] 아랍에미리트 냉동떡 제품 인증 경쟁력분석



\*HALAL 인증을 취득한 15개 제품 중 3개 제품은 FSC 인증, 1개 제품은 ISO 9001 : 2015 인증, 1개 제품은 UKAS 인증을 동시에 취득함

## 2. 벤치마킹 제품 분석

### 1) 벤치마킹 제품 선정

#### ▶ 현지 오프라인 조사제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 요인에 대하여 분석함. 제품 선정 기준은 2개 이상의 오프라인 매장에서 모두 확인되고, 바이어 인터뷰에서 공통으로 언급되는 요소가 있는 제품을 선정함. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

#### 1) 벤치마킹 대상 선정

##### · 오프라인 매장에서 인기제품

(\*) 오프라인 매장 : 루루 하이퍼마켓, 까르푸 U.A.E, 에스엠 라구나, 차이니즈 시티 마트, 쿵

##### · 다수의 오프라인 매장에서 판매

(\*) 오프라인 매장 : 조사매장 5개 중 2개 이상에서 판매되고 있는 제품

##### · 바이어 인터뷰에서 공통으로 언급되는 요소가 있는 제품

(\*) 인지도, 홍보방법

#### ▶ 유사 인기제품 벤치마킹



쌀	공통 특징 ① 원료	쌀
디저트	공통 특징 ② 제품 특징	디저트



경쟁력분석 제품  
(A사 \_ 크림찰떡)

(-)

벤치마킹 ▶  
인지도

현지 대표  
모찌 아이스크림

현지 벤치마킹 인기제품  
(마이모 \_  
마이모 모찌 아이스크림 스위트 망고)

‘쌀로 만든  
건강하고 달콤한 디저트’

(-)

벤치마킹 ▶  
홍보방법

온라인 매체 홍보

‘부드러운 모찌로 감싼  
프리미엄 아이스크림’

## 2) 벤치마킹 제품 분석

### - 인지도

#### ▶ 벤치마킹 제품, 현지 대표 모찌 아이스크림

현지 시장에서는 단순한 냉동떡 제품보다는 모찌 아이스크림 형태의 제품에 대한 인지도가 더 높은 것으로 파악됨. 특히 마이모의 경우 조사 매장 5곳 중 2곳에 입점해 있는 것으로 나타났으며, 다양한 맛의 제품 17종을 출시하여 소비자들에게 많은 선택지를 제공함. 또한, 저열량·비건을 강조한 프리미엄 디저트라는 이미지를 내세우며 고급 제품으로 포지셔닝 하고 있음

#### [표 5.8] 아랍에미리트 냉동떡 인기제품, 인지도 인터뷰 분석

(인터뷰) 냉동떡에 대한 수요는 특히 '모찌 아이스크림' 제품의 형태로 두바이, 아부다비, 샤르자 같은 도시에서 좀 더 인기가 있는 편입니다. 모찌 아이스크림은 모든 연령대에서 소비되지만 성별과 관계없이 18-54세 연령층에서 더 인기가 있습니다. 아이스크림 형태가 아닌 모찌 제품이라면 U.A.E에 거주하는 일본인, 한국인, 베트남인 소비자들에게 더 인기가 높습니다.

- Ms. Maryana (1004 마트, 세일즈 매니저) -

## 3) 벤치마킹 제품 분석

### - 홍보방법

#### ▶ 벤치마킹 제품, 온라인 매체 홍보와 다양한 맛으로 인기

마이모의 벤치마킹 제품은 현지에서 대표적인 모찌 아이스크림 제품으로 도시 소비자를 중심으로 인기를 끌고 있음. 마이모는 유튜브, 인스타그램, 페이스북, 트위터 등 여러 SNS 계정을 개설하여 현지화된 홍보전략을 시행하고 있음. A사 제품은 기존 모찌 아이스크림보다 100g당 가격이 저렴하고 같은 디저트 제품이기에 현지 소비자의 입맛에 맞는 제품으로 충분한 현지 판촉을 한다면 기존 제품 소비자들의 눈길을 끌 수 있을 것으로 예상함

#### [표 5.9] 아랍에미리트 냉동떡 인기제품, 홍보방법 인터뷰 분석

(인터뷰) (중략) 현재 U.A.E에서 가장 좋은 식품 홍보 방안은 사람들에게 영향을 미칠 수 있는 SNS를 활용하거나, 식품 전시회에 참가해 제품을 소개하는 것입니다. 이러한 행사는 많은 블로거가 방문하고, 이들은 자신의 블로그에 행사에서 맛본 음식에 대한 후기를 남기기도 합니다.

- Ms. Young Joo (큐케이오, 사장) -

### 3. 기업 마케팅 벤치마킹

#### 1) 판매 채널

##### ▶ 경쟁기업 4개사, 주요 오프라인 판매 채널 진출

아랍에미리트에 진출한 경쟁기업 4개사는 주요 오프라인 매장에 진출한 것으로 조사됨. 루루 하이퍼마켓에는 마이모가 진출하였으며, 까르푸에는 지마 푸드 인터스트리가, 에스엠 라구나에는 몬티 앤 톡코와 리젠트 푸드가 진출함. 마이모를 제외한 3개사의 자사 홈페이지는 판매 채널로써 활용되고 있지 않은 것으로 확인됨. 하단 3개 매장 외 2개 매장에서도 경쟁제품을 조사하였으나 선정한 경쟁기업의 제품은 판매하지 않아 기재하지 않음

[표 5.10] 아랍에미리트 냉동떡 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인			온라인
	루루 하이퍼마켓	까르푸	에스엠 라구나	자사 홈페이지
마이모	○			○
지마 푸드 인터스트리		○		
몬티 앤 톡코			○	
리젠트 푸드			○	

#### 2) 홍보 채널

##### ▶ 4개사 모두 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 활용해 홍보 활동 진행

경쟁기업 4개사 모두 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 통해 회사와 제품 홍보를 진행하고 있는 것으로 조사됨. 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼은 모두 영어로 운영되고 있음. SNS 플랫폼 활용에서는 주요 SNS 플랫폼인 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터 모두 많이 사용되고 있는 것으로 확인됨. 하지만 대부분 경쟁기업이 적극적인 홍보활동은 하고 있지 않음

[표 5.11] 아랍에미리트 냉동떡 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지		SNS 플랫폼			
	영어	아랍어	페이스북	인스타그램	유튜브	트위터
마이모	○		○	○	○	○
지마 푸드 인터스트리	○		○	○		
몬티 앤 톡코	○		○	○	○	○
리젠트 푸드	○				○	○



3) 홍보문구

▶ 경쟁기업, 제품의 '편리성', '맛'을 강조하여 경쟁제품 홍보

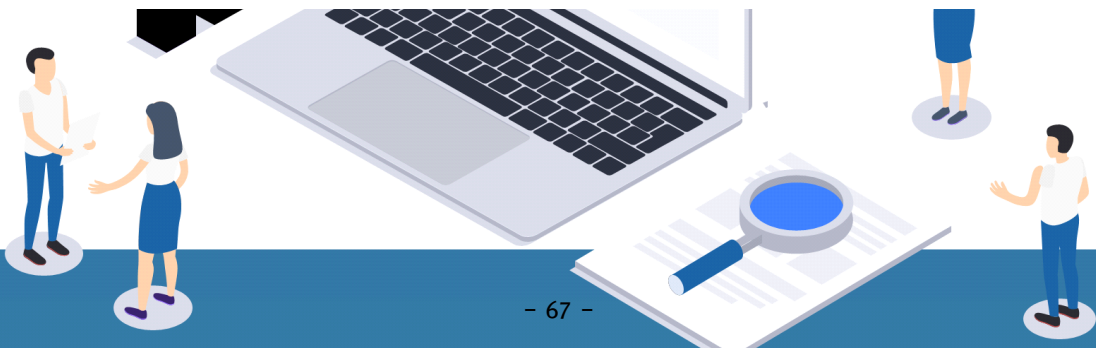
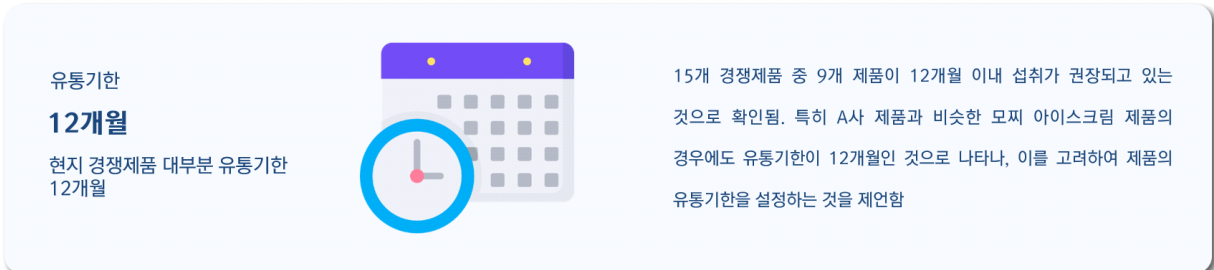
아랍에미리트 시장에 진출한 경쟁기업은 제품의 편리성과 맛을 강조한 문구를 활용하여 제품을 홍보하는 것으로 조사됨. 제품의 편리성을 강조하는 문구로써 '완벽한 휴대용', '요리하기 쉬운 필수품', '개별 포장된 떡', '언제든지 원하는 시간에' 등을 사용하였으며, 제품의 맛을 강조하는 문구로 '군침 도는 풍미', '톡 쏘는 달콤한 맛', '한입 가득한 떡 반죽', '부드러운', '쫄깃한' 등의 문구를 사용함. 또한, 쌀가루 제품의 경우 사용법을 강조하는 '밀가루의 완벽한 대체물', '소스를 걸쭉하게 만들거나', '고기 혼합물을 뭉치는 데 사용', '다양한 조리법에서 사용' 등의 문구도 사용하는 것으로 조사됨

[표 5.12] 아랍에미리트 냉동떡 경쟁기업 홍보문구 분석



## VI. 시장진출제언(Export Insights)

# VI. Export Insights



포장 형태

### 플라스틱 파우치 종이박스

현지 경쟁제품 대부분 플라스틱 파우치 사용, 일부 종이박스 외부 포장



15개 경쟁제품 전부 플라스틱 파우치 포장을 사용하고 있었으며, 모피 아이스크림 제품의 경우 종이박스 외부 포장을 추가로 하고 있는 것으로 조사됨. 프리미엄 제품을 표방하는 홍보 전략을 취할 경우, 종이박스 외부 포장을 추가하는 것도 방법일 것으로 예상됨

마케팅

### 홍보문구: 편리성과 맛 강조

제품의 섭취 편의성과 맛 강조



아랍에미리트 시장에 진출한 경쟁기업은 제품의 편리성과 맛을 강조한 문구를 활용하여 제품을 홍보하는 것으로 조사됨. 또한 바이어 인터뷰에 따르면, 아랍에미리트 소비자들은 과일 맛과 부드러운 식감을 선호하는 것으로 알려짐. 따라서 현지 시장 진출 시 이러한 점을 고려한 제품 개발 및 홍보가 이루어져야 할 것으로 예상됨

마케팅

### 홍보채널: 홈페이지 + SNS

자사 홈페이지 제작 및 4개 SNS 채널 활용하여 제품 홍보



경쟁기업 4개사는 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼(인스타그램, 페이스북, 트위터, 유튜브)을 홍보채널로 활용하고 있는 것으로 조사됨. 또한 바이어 인터뷰에 따르면, 식품 전시회에 제품을 선보여 바이어를 대상으로 제품을 홍보하거나 현지 인플루언서들과 제휴를 통해 SNS 플랫폼에 제품 후기를 업로드하여 바이럴 마케팅을 유도하는 방안도 추천됨



## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 스타티스타 아랍에미리트 국가 보고서(Statista United Arab Emirates Country Report), 2020.11
2. U.A.E 표준측량청(ESMA) 홈페이지 ([www.esma.gov.ae](http://www.esma.gov.ae))
3. 까르푸 아랍에미리트(Carrefour U.A.E) 홈페이지 ([www.carrefourU.A.E.com](http://www.carrefourU.A.E.com))
4. 바가손 그룹(Bagason Group) 홈페이지 ([www.bagason.com](http://www.bagason.com))
5. 쿵(Coop) 홈페이지 ([abudhabicoop.com](http://abudhabicoop.com))
6. 마이모(My/Mo) 홈페이지 ([www.mymochi.com](http://www.mymochi.com))
7. 지마 푸드 인터스트리(Gyma Food Industries Llc) 홈페이지 ([www.gyma.eu](http://www.gyma.eu))
8. 몬티 앤 토티코(Monty & Totco Co. Ltd) 홈페이지 ([www.thai-choice.com](http://www.thai-choice.com))
9. 리젠트 푸드(Regent Foods Corp.) 홈페이지 ([www.regentfoods.com.ph](http://www.regentfoods.com.ph))
10. 1004 마트(1004 Mart) 홈페이지 ([www.1004gourmet.com](http://www.1004gourmet.com))
11. 모이시(M'OISHI) 홈페이지 ([www.moishi.com](http://www.moishi.com))
12. 딘스 후지야 슈퍼마켓(Deans Fujiya Supermarket) 홈페이지 ([deansfujiya.com](http://deansfujiya.com))
13. 큐케이오(QKO) 홈페이지 ([www.qkoasianmarket.com](http://www.qkoasianmarket.com))
14. 루루 하이퍼마켓(LuLu Hypermarket) 홈페이지 ([www.luluhypermarket.com](http://www.luluhypermarket.com))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.02.19

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 Rights Reserved.  
Printed in Korea