



2020

해외시장 맞춤조사

No. | 202011-14

품목 | 즉석 떡볶이(Instant Tteokbokki)

국가 | 캄보디아(Cambodia)

구분 | 경쟁력분석형

Contents

I. 요약(Summary)	3
II. 경쟁제품(Competitive Product)	
1. 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁제품 선정	10
2. 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁제품 조사지표 선정	14
3. 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁제품 포지셔닝	17
4. 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁제품 현지 조사 결과	18
III. 경쟁기업(Competitor)	
1. 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁기업 선정	39
2. 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁기업 현황	40
3. 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁기업 세부정보	42
IV. 바이어 인터뷰(Buyer Interview)	
Interview ① 원마트(One Mart)	47
Interview ② 씨마트(C Mart)	50
Interview ③ 이온 온라인쇼핑 프놈펜(Aeon Onlineshopping Phnom Penh)	53
Interview ④ 델리샵(Delishop)	56
V. 경쟁력파악(Competitiveness)	
1. 제품 경쟁력 검증	60
2. 기업 마케팅 벤치마킹	67
VI. 시장진출제언(Export Insights)	69
*참고문헌	72

I. 요약(Summary)

Summary

(요약)



오프라인 조사

오프라인	슈퍼마켓 (아시아 마트)	김마트(KIM Mart)
		씨마트(C Mart)
		원마트(One Mart)



조사 지역(캄보디아 프놈펜)

캄보디아 수도 프놈펜(Phnom Penh)에 있는 아시아 마트 김마트(KIM Mart), 씨마트(C Mart), 원마트(One Mart)를 방문 조사함. 김마트는 프놈펜을 중심으로 캄보디아 전역에 매장을 운영하는 아시아 마트 브랜드임. 씨마트와 원마트는 모두 한국산 식료품 및 생활소비재를 전문으로 판매하는 아시아 마트로, 원마트는 넓은 주차장을 완비하여 많은 고객이 방문하는 매장임



경쟁제품

· 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개 조사



제품 종류별 1회 섭취량 당 가격, 즉석 떡볶이 제품이 가장 비쌌음
즉석 떡볶이 제품 2.37달러(약 2,580원), 떡 제품 1.43달러(약 1,552원)
떡볶이 양념 제품 1.30달러(약 1,414원)

즉석 떡볶이 제품 종류별 1회 섭취량 당 가격, A사 제품과 유사한 기본 떡볶이 제품이 가장 비쌌음
기본 떡볶이 제품 2.50달러(약 2,720원), 어묵 추가 떡볶이 제품 2.38달러(약 2,584원), 면 추가 떡볶이 제품 2.17달러(약 2,357원)



경쟁기업

경쟁기업	국적	대표제품
B사	한국	불닭떡볶이
C사	한국	떡볶이의 신 치즈 떡볶이
D사	한국	뚜기네 분식집 국물 떡볶이
E사	한국	추억의 국민학교 떡볶이 매운맛



경쟁력파악



진출 제언

기준(A사)	경쟁력	경쟁제품	기준(A사)	경쟁력	경쟁제품
가격(1회 섭취량 당) (2.30달러)	○	즉석 떡볶이 2.37달러 떡 1.43달러 떡볶이 양념 1.30달러	유통기한 (12개월)	●	유통기한 경쟁제품 15개 모두 유통기한 12개월
총 중량(g) (120g)	●	즉석 떡볶이 449g 떡 733g 떡볶이 양념 150g	홍보문구 (다양한 맛의 편리한 즉석 컵 떡볶이)	●	맛 제품의 맛과 원료, 편리성 강조
즉석 떡볶이 중 총 중량(g) (120g)	●	기본 떡볶이 188g 어묵 추가 200g 면 추가 173g	홍보채널 (-)	○	홍보 현지 언어 SNS 플랫폼을 활용한 제품 정보 게시

● 차별화된 경쟁력 ○ 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

Point. 01

- 1) A사 제품, 1회 섭취량 당 가격 경쟁제품 15개 평균 대비 비싸지만, 유의미한 차이는 아님
- 2) A사 제품, 현지 경쟁제품보다 총 중량과 1회 섭취량이 적지만, 조리과 섭취가 쉬움

Point. 02

- 1) 경쟁사, 제품의 맛과 원료, 편리성을 강조하는 홍보문구 기재
- 2) 핵심 경쟁사인 B사의 경우, 크메르어를 활용한 SNS 플랫폼을 운영, 브랜드 인지도 향상

Competitive Product

(경쟁제품)

캄보디아(Cambodia)

즉석 떡볶이 경쟁제품

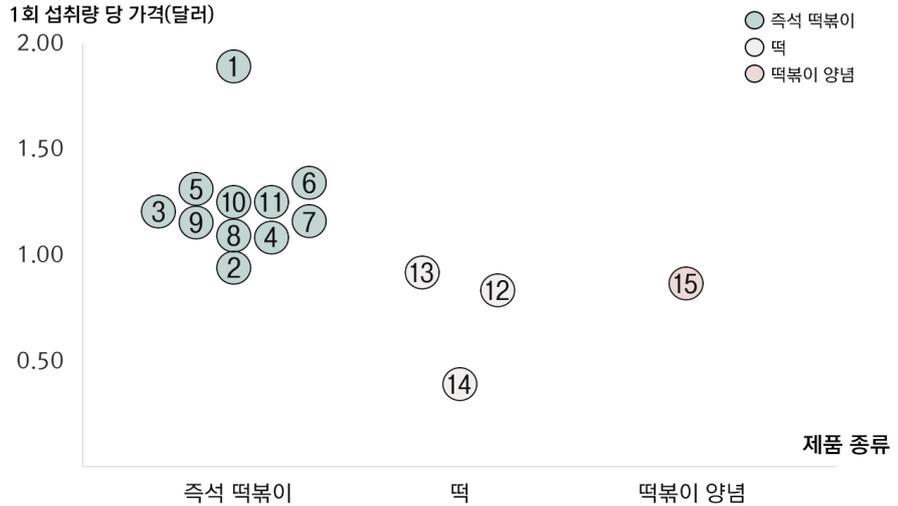
선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준

- 온라인/오프라인 인기제품

경쟁제품 포지셔닝 기준

- X축: 제품 종류
- Y축: 1회 섭취량 당 가격(달러)



캄보디아(Cambodia)

즉석 떡볶이 경쟁제품 분석

제품 종류	경쟁제품(제조사)	소비자가격 ¹⁾	1회 섭취량 당 가격	중량	포장 형태	홍보문구	유통기한
즉석 떡볶이	① 불닭떡볶이 (B사)	3.50달러 (3,808원)	3.50달러 (3,808원)	185g (185g*1인분)	종이컵	맛	12개월
	② 뚜기네 분식집 국물떡볶이 (D사)	4.00달러 (4,352원)	2.00달러 (2,176원)	426g (213g*2인분)	플라스틱 파우치	맛, 원료, 편리성	12개월
	③ 떡볶이의 신 치즈 떡볶이 (C사)	4.00달러 (4,352원)	2.00달러 (2,176원)	332g (166g*2인분)	플라스틱 파우치	맛, 원료	12개월
	④ 추억의 국민학교 떡볶이 매운맛 (E사)	6.50달러 (7,072원)	2.17달러 (2,357원)	600g (200g*3인분)	플라스틱 용기	N/A	12개월
	⑤ 추억의 국민학교 떡볶이 매콤 짜장 맛 (E사)	6.50달러 (7,072원)	2.17달러 (2,357원)	495g (165g*3인분)	플라스틱 용기	N/A	12개월
	⑥ 낭만 치즈 떡볶이 (E사)	5.50달러 (5,984원)	2.75달러 (2,992원)	410g (205g*2인분)	플라스틱 용기	맛, 원료	12개월
	⑦ 쌍팔년도 떡볶이 (F사)	6.50달러 (7,072원)	2.17달러 (2,357원)	560g (187g*3인분)	플라스틱 용기	편리성	12개월
	⑧ 어묵 떡볶이 (G사)	4.00달러 (4,352원)	2.00달러 (2,176원)	366g (183g*2인분)	플라스틱 파우치	맛, 원료	12개월
	⑨ 창화당 떡볶이 (H사)	6.00달러 (6,528원)	3.00달러 (3,264원)	520g (260g*2인분)	플라스틱 파우치	맛, 원료	12개월
	⑩ 추억의 국민학교 쫄볶이 (E사)	6.50달러 (7,072원)	2.17달러 (2,357원)	520g (173g*3인분)	플라스틱 용기	맛, 편리성	12개월
떡	⑪ 추억의 국민학교 라볶이 (E사)	6.50달러 (7,072원)	2.17달러 (2,357원)	520g (173g*3인분)	플라스틱 용기	맛, 편리성	12개월
	⑫ 낭만 밀 치즈떡 (E사)	5.00달러 (5,440원)	1.67달러 (1,813원)	600g (200g*3인분)	플라스틱 파우치	맛, 원료	12개월
	⑬ 낭만 치즈떡 (E사)	5.50달러 (5,984원)	1.83달러 (1,995원)	600g (200g*3인분)	플라스틱 파우치	맛, 원료	12개월
	⑭ 떡국떡 (I사)	3.90달러 (4,243원)	0.78달러 (849원)	1,000g (200g*5인분)	플라스틱 파우치	N/A	12개월
떡볶이 양념	⑮ 바로 매콤떡볶이 양념 (J사)	1.30달러 (1,414원)	1.30달러 (1,414원)	150g (150g*1인분)	플라스틱 파우치	맛, 편리성	12개월

(*) 현지 판매 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개 분석

1) 1달러 = 1,088원 (2021.01.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

Competitor

(경쟁기업)

캄보디아(Cambodia)

즉석 떡볶이 경쟁기업

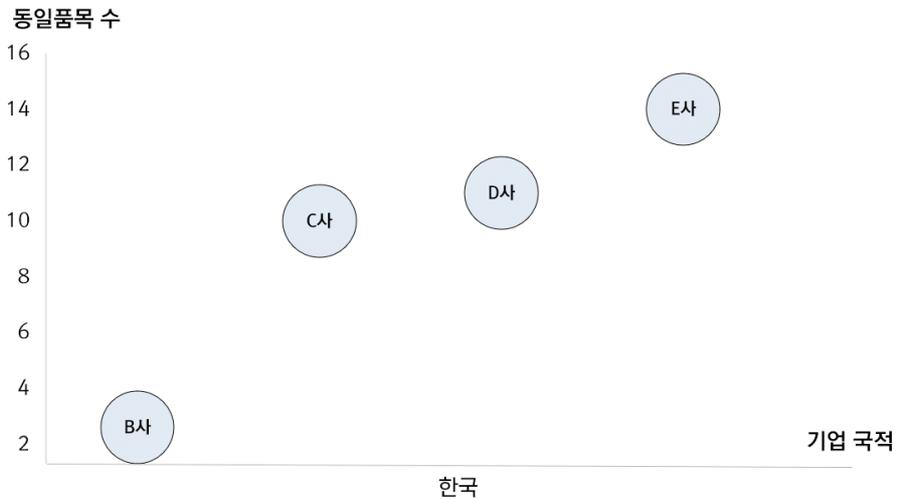
선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정

- 경쟁제품 기업체

경쟁사 포지셔닝

- X축: 기업(제조사) 국적
- Y축: 동일품목 수



캄보디아(Cambodia) 즉석 떡볶이 경쟁기업 분석

제조사	국적	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	동일품목 수
B사	한국	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 김마트 - 원마트 - 씨마트 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (한국어/영어) SNS 플랫폼 (한국어/영어/크메르어) 	<ul style="list-style-type: none"> 불닭볶음면의 맛을 그대로 살린 황금 레시피 국내산 쌀로 만든 쫄깃한 떡 화끈한 매운맛 	2개
C사	한국	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 김마트 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (한국어/영어) SNS 플랫폼(한국어) 	<ul style="list-style-type: none"> 한입에 썩 쫄깃한 쌀떡에 라면 사리로 푸짐하게 맛있게 매운 고추장 소스 간편하게 먹을 수 있는 	10개
D사	한국	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 김마트 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (한국어/영어) SNS 플랫폼 (한국어/영어) 	<ul style="list-style-type: none"> 쫄깃한 쌀떡과 매콤달콤한 소스의 조화 아이 간식으로 좋은 조리가 간편한 한입에 먹기 좋은 크기 	11개
E사	한국	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 김마트 - 원마트 - 씨마트 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(한국어) SNS 플랫폼(한국어) 	<ul style="list-style-type: none"> 꾸준히 사랑받는 추억의 떡볶이 쫄깃한 떡과 매콤달콤 소스 HACCP 인증 시설에서 제조 배고픈 밤 야식 메뉴 아이들과 함께 먹는 간식 	14개

(*) 현지 즉석 떡볶이 판매 경쟁기업 4개사 분석

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

캄보디아(Cambodia)

즉석 떡볶이 인터뷰
대상 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정
· 식품 수입 · 유통업체 ○
· 즉석식품 취급 경험 ○

	원마트 (One Mart)	씨마트 (C Mart)	이온 온라인쇼핑 프놈펜 (Aeon Onlineshopping Phnom Penh)	델리샵 (Delishop)
업체 ▶	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	온라인 쇼핑몰	온라인 쇼핑몰
즉석 떡볶이 ▶ 취급				
	즉석 떡볶이	즉석 떡볶이	한국산 즉석식품	즉석식품
사진 자료: 원마트, 씨마트, 이온 온라인쇼핑 프놈펜, 델리샵 제품 판매 페이지				

캄보디아(Cambodia) 즉석 떡볶이 바이어 인터뷰

AS	원마트 (One Mart)	씨마트 (C Mart)	이온 온라인쇼핑 프놈펜 (Aeon Onlineshopping Phnom Penh)	델리샵 (Delishop)
	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	온라인 쇼핑몰	온라인 쇼핑몰
2.30달러(2,500원) 120g ----- 제품 가격 · 중량	과거 취급하였던 즉석 떡볶이 제품보다 비싸지만, 큰 차이는 없음	과거 판매하였으나 현재는 떡 제품만 취급함, AS 가격은 무난한 수준	즉석 컵라면과 비교 시 비싼 편, 가격 조정 추천	컵라면 제품보다 가격이 높음, 하지만, 맛이 더 중요한 구매 결정요소
12개월 ----- 유통기한	12개월의 유통기한은 즉석식품 중 무난한 수준	12개월은 가공식품 중 평이한 수준	12개월은 평이함, 소비자는 제조 일자로부터 얼마나 오래되었는지를 주로 고려	캄보디아 내 회전율 고려 시, 12개월은 길지 않음
1회 섭취량 120g ----- 중량	취급하였던 제품보다 중량이 적지만 유의미한 차이는 아님	2-3인분씩 포장된 제품이 일반적, 1회 섭취량 기준 무난함	소용량 제품이 소비자들이 구매하기 용이함	처음 도전하기에 적합한 양
즉석 떡볶이의 수요 형태	주로 식사용 으로 소비, 한국 문화 에 관한 관심이 높아지며 수요 증가	매운맛보다는 덜 매운 맛 제품 수출 추천	(-)	떡볶이의 인기 상승 중, 다양한 맛 을 찾는 소비자 증가
즉석 떡볶이의 주요 유통채널	대부분 아시안마트 입점, 온라인 쇼핑몰 입점은 추천하지 않음	온라인 쇼핑몰보다는 다수의 오프라인 채널 에 입점할 것을 추천	아시안마트 외 오프라인 채널 입점 추천	(-)

(*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 4개사

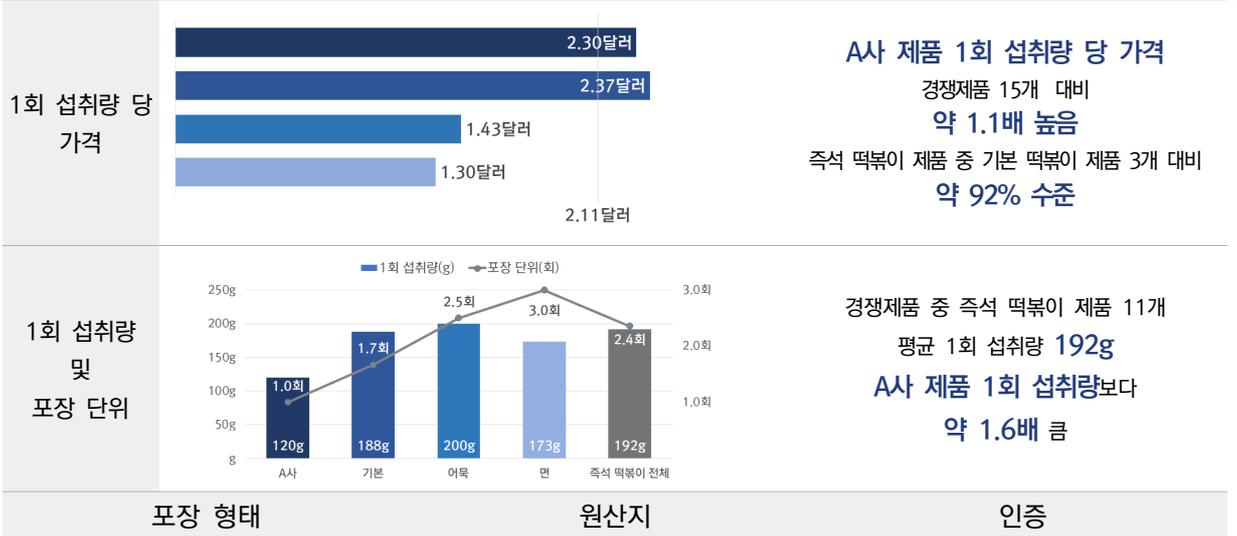
Competitiveness

(경쟁력파악)

캄보디아 (Cambodia) - 제품 경쟁력 검증

A사 제품 | 즉석 떡볶이 | 떡 | 떡볶이 양념 | 15개 경쟁제품 평균

경쟁력 평가 의견



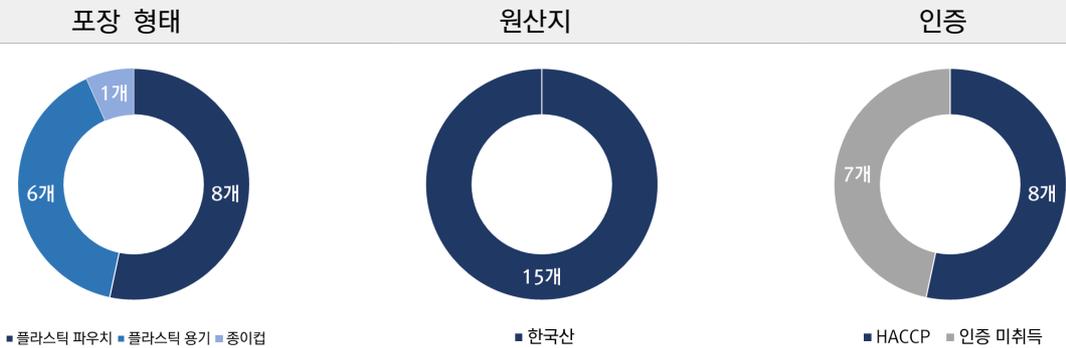
A사 제품 1회 섭취량 당 가격

경쟁제품 15개 대비
약 1.1배 높음
즉석 떡볶이 제품 중 기본 떡볶이 제품 3개 대비
약 92% 수준

경쟁제품 중 즉석 떡볶이 제품 11개

평균 1회 섭취량 **192g**
A사 제품 1회 섭취량보다
약 1.6배 큼

제품 경쟁력



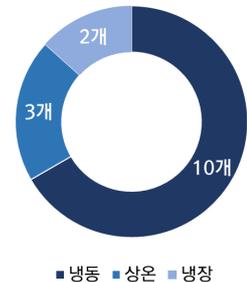
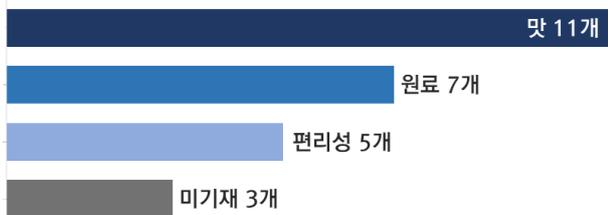
경쟁제품 중 8개 제품, 플라스틱 파우치로 포장

경쟁제품 모두 한국산 제품

경쟁제품 중 8개 제품, HACCP 취득

홍보문구

기타 표기사항 - 권장 보관방법



경쟁제품 중 12개 제품, 홍보문구 사용
그중 11개 제품, 제품의 맛을 강조하는 문구 사용

경쟁제품 중 10개 제품, 냉동 상태로 유통, 판매됨

마케팅 벤치마킹

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구
	경쟁기업 4개사 모두 캄보디아 오프라인 매장 진출 반면, 온라인 매장에는 입점하지 않음	경쟁기업 4개사의 자사 홈페이지는 제품 홍보 채널로서 활용되고 있으며, 제품의 SNS 플랫폼으로는 페이스북, 인스타그램을 주로 활용	경쟁기업 4개사는 주로 '맛', '원료', '편리성' 등을 강조한 홍보문구 활용

II. 경쟁제품(Competitive Product)

1. 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁제품 선정
2. 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁제품 조사지표 선정
3. 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁제품 포지셔닝
4. 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁제품 현지 조사 결과

1. 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

A사 제품 특징



제품명	요뽀끼
제품 종류	즉석 떡볶이
소비자 가격 ²⁾	2.30달러 (약 1,367원)
총 중량	120g
포장	종이컵
특징	상온 12개월 보관 가능, 다양한 맛의 편리한 즉석 컵 떡볶이

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② A사 제품 분석
 - 제품명 : 요뽀끼
 - 제품 품목 : 즉석 떡볶이
 - 소비자가격 : 2.30달러(2,500원)
 - 중량 : 120g
 - 주요 특징 : 상온 12개월 보관 가능,
다양한 맛의 편리한 즉석 컵 떡볶이

Step 02. 현지 온라인 쇼핑몰 현황



- ① 현지 주요 온라인 쇼핑몰(Top 3) 확인
 1. 이온 온라인쇼핑 프놈펜(AEON Onlineshopping Phnom Penh)
 2. 델리샵(Delishop)
 3. 라 뢰(La Rue)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 동일 품목 인기제품 확인
 - 현지 주요 온라인 쇼핑몰 내 즉석 떡볶이 제품 확인되지 않음
 - 오프라인 위주의 현지 유통구조
 - 일부 한국 식료품 전문점에서만 취급

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
- 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

2) 1달러 = 1,088원 (2021.01.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 현지 주요 온라인
쇼핑몰 인기제품 확인

●
캄보디아 주요
식품 취급 온라인 쇼핑몰

사이트명	판매 식품 종류
 이온몰	가공식품, 신선식품, 냉동식품 등
 델리샵	가공식품, 유제품, 신선식품, 음료, 냉동식품 등

▶ 캄보디아 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 2개, 이온몰, 델리샵

스태티스타³⁾에 따르면, 2019년 기준 캄보디아의 이커머스 시장 규모는 전년(2018년) 대비 41.7%가량 증가한 약 1억 2,970만 달러임. 또한, 이커머스 시장의 연평균 성장률은 약 16%로 예상, 2024년에는 2억 7,240만 달러에 이를 것으로 전망되어 앞으로의 성장 가능성이 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 쇼핑몰들 이온몰 온라인쇼핑 프놈펜(AEON Onlineshopping Phnom Penh), 델리샵 (Delishop) 총 2곳을 확인하였으나, 즉석 떡볶이 제품은 판매하지 않음. 상기 2개 쇼핑몰 외 타 온라인 쇼핑몰도 조사하였으나 대용량으로 묶음 판매하고 있는 것으로 확인됨. 이에 온라인 인기제품을 조사하는 대신, 상기 2개 온라인 쇼핑몰의 담당자 인터뷰를 통해 현지 판매 실정을 확인함

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

3) 조사 지역 및 오프라인 매장 선정

● 캄보디아 프놈펜 정보⁴⁾

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

● A사 진출 선호 매장

하이퍼마켓
슈퍼마켓(아시안 마트)
백화점
편의점
전문점
노점상

▶ 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 유통인구가 증가할 것으로 예상함

▶ 현지 조사매장 선정, 슈퍼마켓(아시안 마트)

스태티스타의 캄보디아 국가 보고서를 확인한 결과, 캄보디아 소비자들은 주로 하이퍼마켓, 슈퍼마켓(아시안 마트), 노점상에서 식료품을 구매하는 것으로 조사됨. 이에 유통채널별 점유율, 고객 희망 소비자층과 희망 조사매장 지표를 참고하여 조사매장을 선정함

[표 2.1] 캄보디아 즉석 떡볶이 제품 주요 유통채널 현황

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓&슈퍼마켓	럭키 슈퍼마켓(Lucky Supermarket), 베이온 마켓(Bayon Market) 등
백화점	이온몰(AEON Mall) ⁵⁾ 등
편의점	세븐일레븐(7-Eleven), 스마일(Smile) 등
노점상	(-)
온라인 쇼핑물	이온 온라인쇼핑 프놈펜(AEON Onlineshopping Phnom Penh), 델리샵(Delishop), 라 뢰(La Rue), 팡포스(Pengpos) 등

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

4) 자료: 캄보디아 국립 통계청 (www.nis.gov.kh)

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

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ① 인기제품

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정

(*) 김마트(KIM Mart), 씨마트(C Mart), 원마트(One Mart)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ② 제품 종류

- 즉석 떡볶이: 끓는 물이나 열로 간단하게 조리하여 먹을 수 있는 반조리 제품

· 기본 떡볶이: 떡과 양념 외 다른 구성품이 없는 떡볶이 제품

· 어묵 추가 떡볶이: 떡과 양념 외 어묵이 추가된 떡볶이 제품

· 면 추가 떡볶이: 떡과 양념 외 쫄면, 라면 등 면이 추가된 떡볶이 제품

- 떡: 떡볶이용, 떡국용 등 다양도로 활용할 수 있는 반조리 떡 제품

- 떡볶이 양념: 조리 시 간편하게 사용할 수 있는 떡볶이 전용 즉석 양념 제품

[표 2.2] 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류		
	오프라인		즉석 떡볶이	떡	떡볶이 양념
① 불닭떡볶이 (B사)	○ (3개 매장 숲)		○ (기본)		
② 뚜기네 분식집 국물떡볶이 (D사)	○ (김마트)		○ (기본)		
③ 떡볶이의 신 치즈 떡볶이 (C사)	○ (김마트)		○ (기본)		
④ 추억의 국민학교 떡볶이 매운맛 (E사)	○ (3개 매장 숲)		○ (어묵)		
⑤ 추억의 국민학교 떡볶이 매콤 짜장 맛 (E사)	○ (김마트)		○ (어묵)		
⑥ 낭만 치즈 떡볶이 (E사)	○ (원마트)		○ (어묵)		
⑦ 쌍팔년도 떡볶이 (F사)	○ (씨마트)		○ (어묵)		
⑧ 어묵 떡볶이 (G사)	○ (김마트)		○ (어묵)		
⑨ 창화당 떡볶이 (H사)	○ (김마트)		○ (어묵)		
⑩ 추억의 국민학교 쫄볶이 (E사)	○ (김마트)		○ (면)		
⑪ 추억의 국민학교 라볶이 (E사)	○ (김마트)		○ (면)		
⑫ 낭만 밀 치즈떡 (E사)	○ (김마트)			○	
⑬ 낭만 치즈떡 (E사)	○ (김마트)			○	
⑭ 떡국떡 (I사)	○ (김마트)			○	
⑮ 바로 매콤떡볶이 양념 (J사)	○ (원마트)				○

(*) 현지 판매 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개 분석

2. 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 조사지표 ① 가격

- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 소비자가격
- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 1회 섭취량 당 가격

▶ 조사지표 ② 중량

- 제품의 총 중량(g)
- 제품의 1회 섭취량(g)

▶ 조사지표 ③ 제품 종류

- 즉석 떡볶이: 끓는 물이나 열로 간단하게 조리하여 먹을 수 있는 반조리 제품
 - 기본 떡볶이: 떡과 양념 외 다른 구성품이 없는 떡볶이 제품
 - 어묵 추가 떡볶이: 떡과 양념 외 어묵이 추가된 떡볶이 제품
 - 면 추가 떡볶이: 떡과 양념 외 쫄면, 라면 등 면이 추가된 떡볶이 제품
- 떡: 떡볶이용, 떡국용 등 다양도로 활용할 수 있는 반조리 떡 제품
- 떡볶이 양념: 조리 시 간편하게 사용할 수 있는 떡볶이 전용 즉석 양념 제품

▶ 조사지표 ④ 포장 형태

- 제품을 포장하고 있는 용기의 형태와 소재
 - 종이컵: 종이 소재의 컵 용기
 - 플라스틱 통: 플라스틱 소재의 그릇 모양 용기
 - 플라스틱 파우치: 플라스틱 소재의 파우치에 내용물을 포장한 것

▶ 조사지표 ⑤ 맛

- 제품의 맛

▶ 조사지표 ⑥ 유통기한

- 제품의 유통기한

▶ 조사지표 ⑦ 원산지

- 제품의 원산지

▶ 조사지표 ⑧ 홍보문구

- 제품의 홍보문구

▶ 조사지표 ⑧ 제품 수입상 정보

- 제품의 수입상 정보

▶ 조사지표 ⑨ 주요 원료 및 첨가물

- 제품의 주요 원료 및 첨가물
- 제품의 주요 원료 및 첨가물 기타 표기사항

●
보유 인증 마크



HACCP⁶⁾

▶ 조사지표 ⑩ 기타 표기사항

- 제품의 권장 조리방법
- 제품의 권장 보관방법

▶ 조사지표 ⑪ 보유 인증

- 제품이 보유한 인증

[표 2.3] 주요 인증 정보

인증 종류	인증 내용
HACCP	식품의약품안전처에서 부여하는 인증으로, 식품의 원재료부터 최종소비자가 섭취하기 전까지의 전 단계에서 발생할 수 있는 위해요소를 관리하는 위생관리 시스템 인증

6) 한국식품안전관리인증원 홈페이지 (www.haccp.or.kr)

[표 2.4] 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의	
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격	
	1회 섭취량 당 가격	제품의 1회 섭취량 당 가격	
중량	총 중량	제품의 총 중량	
	1회 섭취량	제품의 1회 섭취량	
제품 종류	즉석 떡볶이	끓는 물이나 열로 간단하게 조리하여 먹을 수 있는 반조리 제품	
		기본 떡볶이	떡과 양념 외 다른 구성품이 없는 제품
		어묵 추가 떡볶이	떡과 양념 외 어묵이 추가된 제품
	면 추가 떡볶이	떡과 양념 외 면이 추가된 제품	
	떡	떡볶이용, 떡국용 등 다양도로 활용할 수 있는 반조리 떡 제품	
떡볶이 양념	조리 시 간편하게 사용할 수 있는 떡볶이 전용 즉석 양념 제품		
포장 형태	종이컵	종이 소재의 컵 용기	
	플라스틱 통	플라스틱 소재의 그릇 모양 용기	
	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치에 내용물을 포장한 것	
맛		제품의 맛	
유통기한		제품의 유통기한	
원산지		제품의 원산지	
홍보문구		제품의 홍보문구	
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보	
주요 원료 및 첨가물		제품의 주요 원료 및 첨가물	
		제품의 주요 원료 및 첨가물 기타 표기사항	
기타 표기사항		제품의 권장 조리방법	
		제품의 권장 보관방법	
보유 인증	HACCP	식품의약품안전처에서 부여하는 인증으로, 식품의 원재료부터 최종소비자가 섭취하기 전까지의 전 단계에서 발생할 수 있는 위해요소를 관리하는 위생관리 시스템 인증	

3. 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁제품 포지셔닝

● 경쟁제품(제조사)

- ① 불닭떡볶이 (B사)
- ② 뚜기네 분식집 국물떡볶이 (D사)
- ③ 떡볶이의 신 치즈 떡볶이 (C사)
- ④ 추억의 국민학교 떡볶이 매운맛 (E사)
- ⑤ 추억의 국민학교 떡볶이 매콤 짜장 맛 (E사)
- ⑥ 낭만 치즈 떡볶이 (E사)
- ⑦ 생팔년도 떡볶이 (F사)
- ⑧ 어묵 떡볶이 (G사)
- ⑨ 창화당 떡볶이 (H사)
- ⑩ 추억의 국민학교 쫄볶이 (E사)
- ⑪ 추억의 국민학교 라볶이 (E사)
- ⑫ 낭만 밀 치즈떡 (E사)
- ⑬ 낭만 치즈떡 (E사)
- ⑭ 떡국떡 (I사)
- ⑮ 바로 매콤떡볶이 양념 (J사)

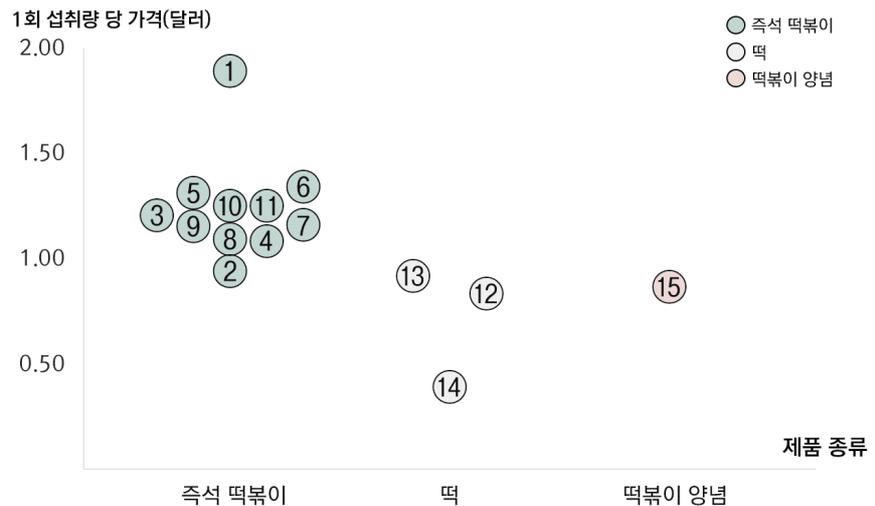
▶ 포지셔닝 : 제품 종류별 평균 1회 섭취량 당 가격,

즉석 떡볶이 제품이 가장 비싸며, 그 중에서도 기본 떡볶이 제품이 비싼 편

캄보디아 오프라인 매장에서 조사된 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개 제품은 제품 종류에 따라 즉석 떡볶이 제품 11개, 떡 제품 3개, 떡볶이 양념 제품 1개로 확인됨. 경쟁제품의 종류별 평균 1회 섭취량 당 가격을 비교한 결과, 떡볶이 양념 제품이 1.30달러(약 1,414원)로 가장 저렴하고, A사 제품과 가장 유사한 제품 종류인 즉석 떡볶이 제품은 2.37달러(약 2,580원)로 가장 비싼 것으로 확인됨. 떡 제품은 1.43달러(약 1,552원)로 중간 수준인 것으로 확인됨

또한, 즉석 떡볶이 제품 11개는 떡과 양념 외 첨가물의 여부에 따라 기본 떡볶이 3개, 어묵 추가 떡볶이 6개, 면 추가 떡볶이 2개로 분류됨. A사 제품과 같이 떡과 양념 외 첨가물이 들어있지 않은 기본 떡볶이 제품의 평균 1회 섭취량 당 가격은 2.50달러(약 2,720원)로 즉석 떡볶이 제품 중에서는 가장 비싼 것으로 확인됨. 그 외 어묵 추가 떡볶이 제품과 면 추가 떡볶이 제품은 각각 2.38달러(약 2,584원), 2.17달러(약 2,357원)로 조사됨

[표 2.5] 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁제품 포지셔닝



자료: 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁제품 중 '즉석 떡볶이 제품' 11개 분석

7) 1달러 = 1,088원 (2021.01.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

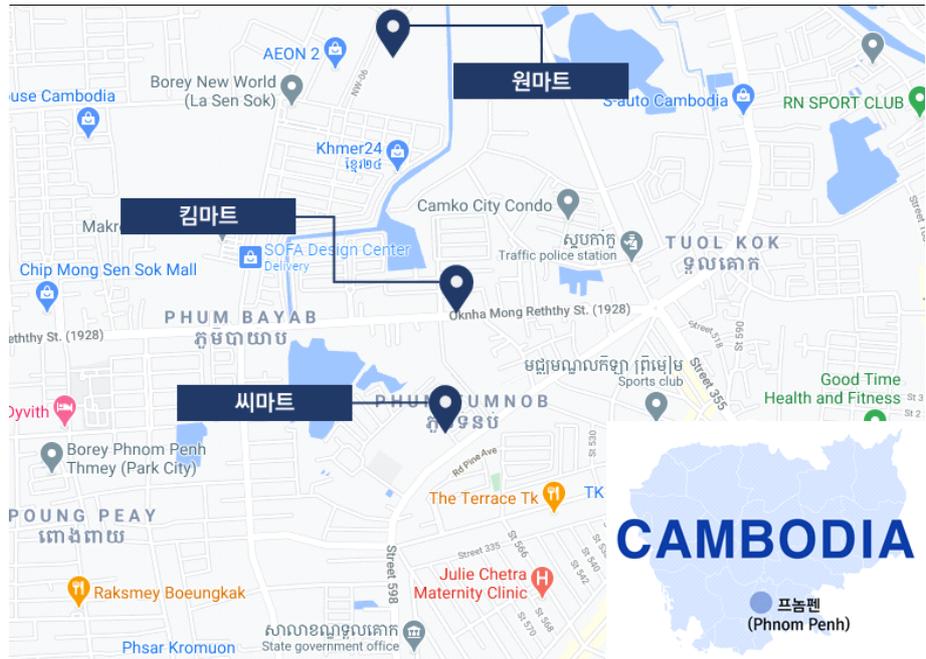
4. 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁제품 현지 조사 결과

▶ 캄보디아 프놈펜에 있는 슈퍼마켓(아시안 마트), 주류 전문점 방문

캄보디아 수도 프놈펜(Phnom Penh)에 있는 아시안 마트 김마트(KIM Mart), 씨마트(C Mart), 원마트(One Mart)를 방문 조사함. 김마트는 프놈펜을 중심으로 캄보디아 전역에 매장을 운영하는 아시안 마트 브랜드임. 씨마트와 원마트는 모두 한국산 식료품 및 생활소비재를 전문으로 판매하는 아시안 마트로, 원마트는 넓은 주차장을 완비하여 많은 고객이 방문하는 매장임

[표 2.6] 캄보디아 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사제품 수	방문 매장 특징
김마트 (KIM Mart)		11	<ul style="list-style-type: none"> • 캄보디아 프랜차이즈형 아시안 마트 • 유동인구가 많은 상업지구 인근에 위치
씨마트 (C Mart)	슈퍼마켓 (아시안 마트)	1	<ul style="list-style-type: none"> • 한국산 식료품 및 생활소비재 전문 취급 슈퍼마켓 • 매장 인근 지역에 무료 배송 서비스 제공
원마트 (One Mart)		3	<ul style="list-style-type: none"> • 한국산 식료품 및 생활소비재 전문 취급 슈퍼마켓 • 매장 전용 주차장이 완비되어 많은 고객 방문



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품 판매 현황, 15개 중 2개, 방문 매장 모두에서 확인됨

방문 매장 3개에서 판매 중인 즉석 떡볶이 제품을 조사한 결과, 3개 매장 모두에서 판매되는 제품은 B사의 불닭떡볶이와 E사의 추억의 국민학교 떡볶이 매운맛 총 2개 제품이 확인됨

[표 2.7 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	김마트	씨마트	원마트
① 불닭떡볶이 (B사)	○	○	○
② 뚜기네 분식집 국물떡볶이 (D사)	○		
③ 떡볶이의 신 치즈 떡볶이 (C사)	○		
④ 추억의 국민학교 떡볶이 매운맛 (E사)	○	○	○
⑤ 추억의 국민학교 떡볶이 매콤 짜장 맛 (E사)	○		
⑥ 낭만 치즈 떡볶이 (E사)		○	
⑦ 쌍팔년도 떡볶이 (F사)			○
⑧ 어묵 떡볶이 (G사)	○		
⑨ 창화당 떡볶이 (H사)	○		
⑩ 추억의 국민학교 쫄볶이 (E사)	○		
⑪ 추억의 국민학교 라볶이 (E사)	○		
⑫ 낭만 밀 치즈떡 (E사)	○		
⑬ 낭만 치즈떡 (E사)	○		
⑭ 떡국떡 (I사)	○		
⑮ 바로 매콤떡볶이 양념 (J사)		○	

자료: 현지 조사원 자료

Shop ① 김마트(KIM Mart)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓(아시안 마트)
- 판매 제품 특징:
음료, 과일, 채소, 육류, 해산물, 생활용품 등의 다양한 제품 판매
- 매장 주변 특징:
유동인구가 많은 주거와 상업지구 인근에 위치. 주변에 붐비는 카페와 상점이 있음
- 주요 고객층:
현지 주민, 현지 거주 교민

브랜드 기본 정보 ⁸⁾	 <p>김마트는 2007년 설립된 캄보디아의 슈퍼마켓(아시안 마트) 브랜드로, 수도 프놈펜을 중심으로 여러 매장을 운영하고 있음. 한국산 식재료를 주로 판매하며, 다른 아시안 마켓에서 찾을 수 없는 제품을 다량 취급함</p>		
	조사제품 수: 11개		
매장 정보			
	위치	<p>프놈펜</p> <p>1417 St. 1942 & 1003, Phnom Penh, Cambodia</p>	
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
취급 즉석 떡볶이 11개 중 6개 판매 정보	판매 즉석 떡볶이 제품 정보		
			
	뚜기네 분식집 국물떡볶이 (D사)	추억의 국민학교 떡볶이 매운맛 (E사)	불닭떡볶이 (B사)
			
	어묵 떡볶이 (G사)	낭만 밀 치즈떡 (E사)	떡볶이의 신 치즈 떡볶이 (C사)

사진 자료: 현지 조사원 자료

8) 김마트(KIM Mart) 홈페이지 (www.kimmart.net)



제품명 (현지어)	추억의 국민학교 떡볶이 매콤 짜장 맛 (Korean Childhood Memories Topokki Black Bean Sauce)	제조사	E사
제품 종류	즉석 떡볶이 (어묵)	중량	495g (165g*3인분)
소비자가격 ⁹⁾	6.50달러 (7,072원)	1회 섭취량 당 가격	2.17달러 (2,357원)
포장 형태	플라스틱 용기	유통기한	12개월
보관방법	한국	표기 언어	한국어
원산지	영하 18도 이하 냉동보관	수입자	Kim Mart
맛		매콤 짜장 맛	
원료 및 첨가물	냉동 찰 떡볶이(밀가루, 정제 소금), 튀김어묵(연육, 밀가루, 정제 소금, 콩기름, 백설탕, 대두단백, 당근, 대파, L-글루탐산나트륨, 산도조절제, 분말 결정 포도당), 짜장 소스(정제수, 설탕, 짜장 분말, 고춧가루, 소금, L-글루탐산나트륨, 옥수수 전분)		

9) 1달러 = 1,088원 (2021.01.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)



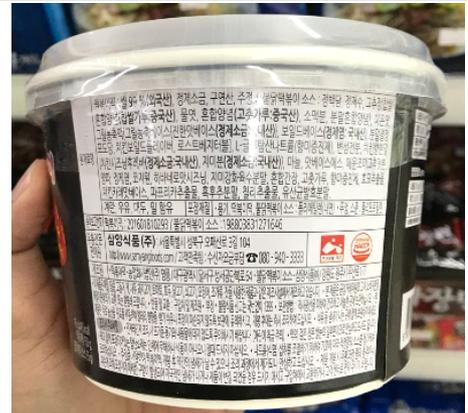
제품명 (현지어)	뚜기네 분식집 국물떡볶이 (Soup Tteokbokki)	제조사	D사
제품 종류	즉석 떡볶이 (기본)	중량	426g (213g*2인분)
소비자가격	4.00달러 (4,352원)	1회 섭취량 당 가격	2.00달러 (2,176원)
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	12개월
보관방법	한국	표기 언어	한국어
원산지	상온보관	수입자	Kim Mart
인증		HACCP	
홍보문구	즐긴한 쌀떡에 어묵이 들어있어요, 1인분씩 포장되어 있어요, 멸치육수로 우려낸 국물에 먹기 좋은 크기의 쌀떡이 썩, 떡볶이떡(쌀, 정제 소금, 주정), 소스(정제수, 설탕, 고추장, 물엿, 혼합양념, 소맥분, 설탕, 멸치육수, 무, 멸치 조미 분말, 다시마, 후추분, 기타과당, 고추분, 토마토페이스트, 마늘, 양파퓨레, 혼합간장, 정제 소금, 쇠고기다시, 번성전분), 야채고명(건강배추, 파, 대두)		
원료 및 첨가물			



제품명 (현지어)	추억의 국민학교 짬뽕이 (Korean Childhood Memories Topokki)	제조사	E사
제품 종류	즉석 떡볶이 (면)	중량	520g (173g*3인분)
소비자가격	6.50달러 (7,072원)	1회 섭취량 당 가격	2.17달러 (2,357원)
포장 형태	플라스틱 용기	유통기한	12개월
보관방법	한국	표기 언어	한국어
원산지	냉동보관	수입자	Kim Mart
홍보문구	매콤달콤~ 말랑말랑~ 자꾸만 손이 가는 국떡, 어릴 적 먹던 그 맛 그대로 집에서 간편하게 즐기세요!		
원료 및 첨가물	냉동 찰 떡볶이(밀가루, 정제 소금), 빨강 소스(정제수, 설탕, 국떡 고추 양념 보통 맛 (건고추, 고추씨앗), 기타설탕(원당, 카라멜색소), 천일염, L-글루탐산나트륨, 5'-리보뉴클레오티드이나트륨, 옥수수전분, 아스파탐), 짬면(밀가루, 밀전분, 소금, 탄산나트륨, 탄산수소나트륨)		



제품명 (현지어)	추억의 국민학교 떡볶이 매운맛 (Korean Childhood Memories Topokki Spicy)	제조사	E사
제품 종류	즉석 떡볶이 (어묵)	중량	600g (200g*3인분)
소비자가격	6.50달러 (7,072원)	1회 섭취량 당 가격	2.17달러 (2,357원)
포장 형태	플라스틱 용기	유통기한	12개월
보관방법	한국	표기 언어	한국어
원산지	영하 18도 이하 냉동보관	수입자	Kim Mart
맛		매운맛	
원료 및 첨가물	냉동찰떡볶이(밀가루, 정제 소금), 매운빨강소스(정제수, 향신료조제품(고춧가루, 혼합양념, 고추씨분말, 설탕, 소금, L-글루탐산나트륨, 포도당, 옥수수전분), 튀김어묵(연육, 밀가루, 콩기름, 백설탕, 대두단백, 당근, 대파, L-글루탐산나트륨, 산도조절제, 분말 결정 포도당), 감장소스(정제수, 설탕, 소금, L-글루탐산나트륨, 옥수수전분, 포도당)		



제품명 (현지어)	불닭떡볶이 (Buldak Topokki)	제조사	B사
제품 종류	즉석 떡볶이 (기본)	중량	185g (185g*1인분)
소비자가격	3.50달러 (3,808원)	1회 섭취량 당 가격	3.50달러 (3,808원)
포장 형태	종이컵	유통기한	12개월
원산지	한국	표기 언어	한국어
보관방법	상온보관	수입자	Kim Mart
인증	HACCP	수입자	불닭 맛
홍보문구	화끈한 매운맛		

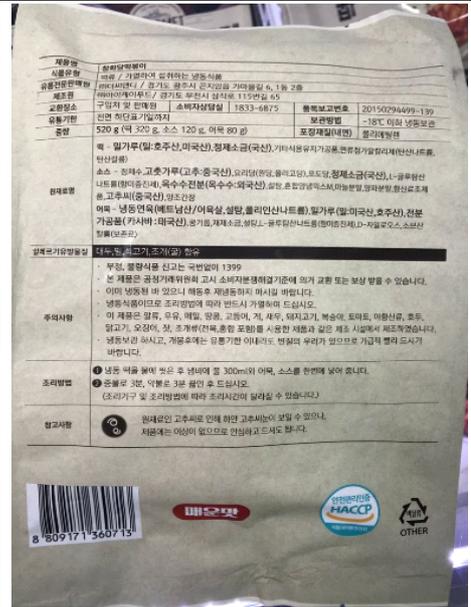
떡볶이떡(쌀, 정제 소금, 구연산, 주정), 불닭떡볶이 소스(정백당, 정제수, 고추장, 물엿, 혼합양념, 고춧가루, 소맥분, 분말혼합양념, 이온염, 그릴농축액, 정제 소금), 보일드베이스(분말 결정 포도당, 치킨보일드플레이버, 로스트베지터블), L-글루탐산나트륨, 변성전분, 치킨향분말, 마늘, 맛베이스, 매운조미고추맛분, 양파, 정제염, 코지원, 하바네로맛시즈닝, 혼합간장, 고춧가루, 향미증진제, 효모추출물, 치킨카레맛베이스, 파프리카추출물, 흑후추분말, 칠리추출물, 유산균발효분말



제품명 (현지어)	어묵 떡볶이 (Fish Cake Topokki)	제조사	G사
제품 종류	즉석 떡볶이 (어묵)	중량	366g (183g*2인분)
소비자가격	4.00달러 (4,352원)	1회 섭취량 당 가격	2.00달러 (2,176원)
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	18개월
보관방법	한국	표기 언어	한국어
원산지	영하 18도 이하 냉동보관	수입자	Kim Mart
인증		HACCP	
홍보문구	한입 쓱~ 신선한 어묵으로 맛있고 건강하게!, 신선한 어묵으로 만든 맛달안 어묵 떡볶이		
원료 및 첨가물	쌀떡볶이(쌀가루, 정제 소금, 정제주정), 어묵(생동연육, 카사바전분, 쌀가루, 대파, 당근, 마늘, 콩기름, 정제 소금, 복합조미식품, 글루코노-6-락톤, 소브산칼륨, 글리신), 양념(백설탕, 함수결정포도당, 옥수수전분, 고춧가루, 멸치다시, 멸치엑기스분말, L-글루탐산나트륨, 백설탕, 콘그릿스5호, 볶음콩가루, 간장분말, 건마늘분말, 양파분말, 변성전분, 글리신, 후추가루, 호박산이나트륨, 구아검, 5'-리보뉴클레오티드이나트륨		



제품명 (현재어)	남만 밀 치즈떡 (Korean Fusion Wheat Flour Cake Cheese)	제조사	E사
제품 종류	떡	중량	600g (200g*3인분)
소비자가격	5.00달러 (5,440원)	1회 섭취량 당 가격	1.67달러 (1,813원)
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	12개월
보관방법	한국	표기 언어	한국어, 영어, 프랑스어
원산지	영하 18도 이하 냉동보관	수입자	Kim Mart
인증		HACCP	
홍보문구	즐거웠고 부드러운 새로운 퓨전 간식, 모짜렐라 치즈가 속		
원료 및 첨가물	밀가루, 자연치즈(모짜렐라치즈), 몽블랑슈레드, 재제소금, 감미유S, 주정		



제품명 (현지어)	창화당 떡볶이 (Changhwadang Tteokbokki)	제조사	H사
제품 종류	즉석 떡볶이 (어묵)	중량	520g (260g*2인분)
소비자가격	6.00달러 (6,528원)	1회 섭취량 당 가격	3.00달러 (3,264원)
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	12개월
보관방법	한국	표기 언어	한국어
원산지	냉동보관	수입자	Kim Mart
인증		HACCP	
홍보문구	깔끔하게 매콤한 비법 소스에 졸깃한 밀떡과 어묵을 듬뿍 넣은 떡볶이		

원료 및 첨가물
떡(밀가루, 정제 소금, 기타식용유지가공품, 면류첨가알칼리제),
소스(정제수, 고춧가루, 요리당, 포도당, 정제 소금, L-글루탐산나트륨,
옥수수전분, 설탕, 혼합양념믹스M, 마늘분말, 양파분말, 향신료조제품, 고추씨,
양조간장), 어묵(냉동연육, 밀가루, 전분가공품(카사바), 콩기름, 재제소금, 설탕,
L-글루탐산나트륨, D-자일로오스, 소브산칼륨)



제품명 (한지어)	낭만 치즈떡 (Korean Fusion Rice Cake Cheese)	제조사	E사
제품 종류	떡	중량	600g (200g*3인분)
소비자가격	5.50달러 (5,984원)	1회 섭취량 당 가격	1.83달러 (1,995원)
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	12개월
보관방법	한국	표기 언어	한국어, 영어, 프랑스어
원산지	냉동보관	수입자	Kim Mart
인증		HACCP	
홍보문구	졸깃하고 부드러운 새로운 퓨전 간식, 모짜렐라+고다치즈가 썩, 대한민국 대표		
원료 및 첨가물	쌀가루, 자연치즈(고다치즈), 자연치즈(모짜렐라치즈), 몽블랑슈레드, 재제소금, 감미유S, 주정		



제품명 동원 떡볶이의 신 치즈떡볶이
식용유형 떡볶이
제조원 ㈜생조동 농업회사법인 / 경북 칠곡군 왜관읍 공단로 12길 30
유통전문판매원 ㈜동원F&B, 충북 청주시 흥덕구 공단로 40
유통기한 후면 하단 표기일까지
내용량 332g (떡 300g + 소스분말 16g x 2)
포장재질(패키지) 폴리에틸렌
품목보고번호 20030570083166
원재료명 및 함량 *동원 떡볶이떡(300g) 1개, 쌀(국산), 정제소금, 주정, 구연산, 치커리식이섬유, 곡류가공품
 *동원 치즈떡볶이 소스분말 (16g) 2개: 버터리체다씨즈닝(미국산/옥수수전분, 유청, 팜유, 텍스투린, 감성향료(제다지스톡)), 유청 분말(미국산/라트비아), 제과, 독일 등), 설탕, 크림버터 혼합분(물엿, 가공버터(호주산), 유크림(국산), 유청단백질, 제이민산칼슘), L-글루탐산나트륨(황미증진제), 고춧가루, 진다사-에스(정제소금, L-글루탐산나트륨(황미증진제), 설탕, 옥수수전분, 마늘풍미분말), 떡볶이베이스2, 변성전분, 그레이티드파마산치즈 1.5%(미국산), 제삼인산칼슘, 이산화규소, 정제소금, 파프리카추출색소
주의사항 우유, 대두, 밀, 식고기 함유
 *이 제품은 난류, 메밀, 땅콩, 고등어, 게, 돼지고기, 복숭아, 세우, 토마토, 호두, 닭고기, 오리, 조개류(굴, 전복, 홍합 포함)를 사용한 제품과 같은 제조 시설에서 제조하고 있습니다.

제품명 (현지어)	떡볶이의 신 치즈 떡볶이 (CheeseTopokki)	제조사	C사
제품 종류	즉석 떡볶이 (기본)	중량	332g (166g*2인분)
소비자가격	4.00달러 (4,352원)	1회 섭취량 당 가격	2.00달러 (2,176원)
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	12개월
보관방법	한국	표기 언어	한국어
원산지	상온보관	수입자	Kim Mart
인증	HACCP	맛	치즈 맛
홍보문구	우리 쌀 100%, 고소한 파마산치즈와 쌀떡이 쫄쫄!		
원료 및 첨가물	떡볶이떡(쌀, 정제 소금, 주정, 구연산, 치커리식이섬유, 곡류가공품), 소스분말(버터리체다씨즈닝, 유청분말, 설탕, 크림버터혼합분, L-글루탐산나트륨, 고춧가루, 진다사-에스, 떡볶이베이스2, 변성전분, 그레이티드파마산치즈, 제삼인산칼슘, 이산화규소, 정제 소금, 파프리카추출색소)		



제품명 (한지어)	추억의 국민학교 라볶이 (Korean Childhood Memories Topokki Noodle)	제조사	E사
제품 종류	즉석 떡볶이 (면)	중량	520g (173g*3인분)
소비자가격	6.50달러 (7,072원)	1회 섭취량 당 가격	2.17달러 (2,357원)
포장 형태	플라스틱 용기	유통기한	12개월
보관방법	한국	표기 언어	한국어
원산지	영하 18도 이하 냉동보관	수입자	Kim Mart
홍보문구	매콤달콤~ 말랑말랑~ 자꾸만 손이 가는 국떡, 어릴 적 먹던 그 맛 그대로 집에서 간편하게 즐기세요!		
원료 및 첨가물	찰떡볶이(밀가루, 정제 소금), 빨강소스(정제수, 고춧가루, 설탕, 소금, L-글루타민산나트륨, 포도당, 옥수수전분), 생생라면(소맥분, 변성전분, 활성글루텐, 정제 소금, 주정, 식용유지공품, 혼합제제, 심황색소)		

Shop ② 씨마트(C Mart)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓(아시안 마트)
- 판매 제품 특징:
생선, 정육, 채소 및 아시아 식재료 판매. 주로 한국 식료품을 취급
- 매장 주변 특징:
유동인구가 많은 상업지구 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 현지 거주 교민

브랜드 기본 정보¹⁰⁾



씨마트는 프놈펜에 위치한 슈퍼마켓(아시안 마트)으로 다양한 아시안 식료품 및 채식주의자를 위한 식품 등을 판매하고 있음. 한국산 식료품 위주로 취급하며 신제품을 꾸준히 수입하여 많은 소비자들로부터 방문하는 매장임

조사제품 수: 1개

매장 정보

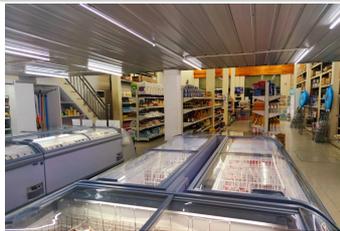


위치

프놈펜

3A Bakery, Street 598 #185, Phnom Penh, Cambodia

매장 내부 전경



매장 내부 전경

즉석 떡볶이 판매 정보

판매 즉석 떡볶이 제품 정보



쌍팔년도 떡볶이
(F사)

사진 자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지

10) 씨마트(C Mart) 페이스북 페이지 (www.facebook.com/CMartCambodia)



제품명 (현재어)	쌍팔년도 떡볶이 (88 Tokpukki)	제조사	F사
제품 종류	즉석 떡볶이 (어묵)	중량	560g (187g*3인분)
소비자가격	6.50달러 (7,072원)	1회 섭취량 당 가격	2.17달러 (2,357원)
포장 형태	플라스틱 용기	유통기한	12개월
보관방법	한국	표기 언어	한국어
원산지	냉동보관	수입자	C MART
홍보문구	너무 쉬운 3분 레쉬-피		
원료 및 첨가물	밀떡(밀가루, 정제 소금, 기타식용유지 가공품), 어묵(연육, 밀가루, 정제 소금, L-글루탐산나트륨제제, D-자일로오스, 혼합제제, 소브산칼륨, 공기름, 사카린나트륨), 소스(고춧가루, 정제수, 설탕, 정제 소금, 포도당, 옥수수전분, L-글루탐산나트륨)		

Shop ③ 원마트(One Mart)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓(아시안 마트)
- 판매 제품 특징:
한국산 식재료, 생활용품 등 판매
- 매장 주변 특징:
유동인구가 많은 상업지구 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 현지 거주 교민

브랜드 기본 정보¹¹⁾



원마트는 한국산 제품만을 취급하는 슈퍼마켓(아시안 마트)으로, 매장 주변 지역에는 무료 배송 서비스를 제공하기도 함. 다양한 할인 및 증정 행사를 진행하여 많은 고객들이 방문함

조사제품 수: 3개

매장 정보



위치

프놈펜

#75j, ST Angkor Blvd Phnom Penh, Cambodia

매장 내부 전경



매장 내부 전경

제품 판매 정보

판매 즉석 떡볶이 제품 정보



낭만 치즈 떡볶이
(E사)



바로 매콤떡볶이 양념
(J사)



떡국떡
(I사)

사진 자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지

11) 원마트(One Mart) 페이스북 페이지 (www.facebook.com/koreanfoodonemart)

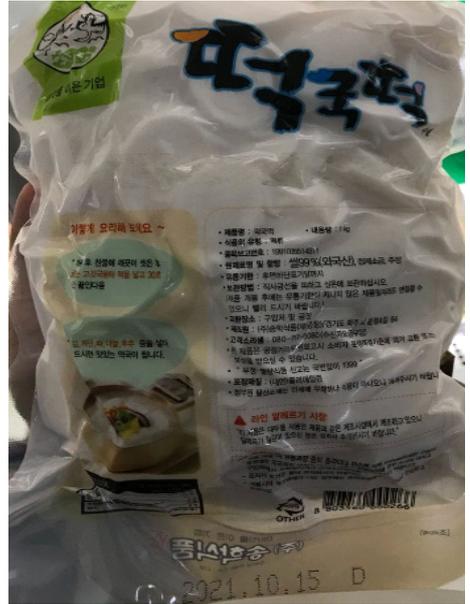


제품명 (현지어)	낭만 치즈 떡볶이 (Nangman Cheese Tteokbokki)	제조사	E사
제품 종류	즉석 떡볶이 (어묵)	중량	410g (205g*2인분)
소비자가격	5.50달러 (5,984원)	1회 섭취량 당 가격	2.75달러 (2,992원)
포장 형태	플라스틱 용기	유통기한	12개월
보관방법	한국	표기 언어	한국어
원산지	영하 18도 이하 냉동보관	수입자	One Mart
인증	HACCP	맛	치즈 맛
홍보문구	쫄깃하고 고소한 밀치즈떡과 국떡소스의 환상조합		

원료 및 첨가물
 치즈밀떡(밀가루, 모짜렐라치즈, 몽블랑슈레드, 재제소금, 감미유S),
 양념(백설탕, 고추장, 고추양념, 밀쌀, 혼합짬뽕소스-MS, 매운맛고춧가루,
 고추맛기름, L-글루타민산나트륨, 정제수, 혼합간장, 정제수, 정제 소금,
 혼합고추분), 어묵(연육, 옥수수전분, 쌀분말, 백설탕, 정제 소금, 분리대두단백,
 복합허브추출물엑프, 콩기름, 아채추출물분말, 지미혼합분말)



제품명 (현지어)	바로 매콤떡볶이 양념 (Baro Spicy Tteokbokki)	제조사	J사
제품 종류	떡볶이 양념	중량	150g (150g*1인분)
소비자가격	1.30달러 (1,414원)	1회 섭취량 당 가격	1.30달러 (1,414원)
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	12개월
보관방법	한국	표기 언어	한국어
원산지	냉장보관	수입자	One Mart
홍보문구	감칠맛을 더해 맛있게 매콤한 맛!, 5분 조리		
원료 및 첨가물	정제수, 설탕, 물엿, 고추장(소맥분, 물엿, 혼합양념, 정제 소금, 고춧가루), 멸치액기스SP(덱스트린, 멸치, 정제 소금, 다량아엑기스, 주정), 양파, 다시마추출액, 야채액기스, 기타과당, L-글루탐산나트륨, 마늘, 고춧가루, 복합조미식품, 바지락액기스, 양파농축액, 밀분해추출물, 미림, 변성전분, 파프리카추출색소, 향미증진제, 잔탄검, 흑후추분말		



제품명 (현지어)	떡국떡 (Rice Cake Soup Tteok)	제조사	사
제품 종류	떡	중량	1,000g (200g*5인분)
소비자가격	3.90달러 (4,243원)	1회 섭취량 당 가격	0.78달러 (849원)
포장 형태	플라스틱 파우치	유통기한	12개월
보관방법	한국	표기 언어	한국어
원산지	냉장보관	수입자	One Mart
원료 및 첨가물	쌀, 정제 소금, 주정		

Ⅲ. 경쟁기업(Competitor)

1. 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁기업 선정
2. 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁기업 현황
3. 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁기업 세부정보

1. 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 4개 기업 선정

캄보디아 오프라인 매장에 진출한 즉석 떡볶이 제조 경쟁기업 중, 브랜드 규모를 기준으로 한국기업 B사와 C사, D사, E사를 선정하여 조사함. 각 제조사는 제품 구성품 일부를 위탁 생산하는 경우도 있으나, 완제품 유통 및 판매를 전담하는 기업을 제조 경쟁기업으로 선정함

▶ 경쟁기업 4개사, 평균 45년 업력 보유

선정된 경쟁기업 4개사는 약 45년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. B사는 1961년 설립하여 60년의 업력을 보유하고 있으며, C사와 D사는 각각 52년, E사가 14년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 4개사, 즉석 떡볶이 동일품목 수 조사

캄보디아에 진출한 경쟁기업 4개사가 판매하고 있는 즉석 떡볶이 제품¹²⁾의 동일품목 수를 조사한 결과 E사가 14개로 경쟁기업 4개사 중 가장 많은 동일품목 수를 보유하고 있는 것으로 확인됨. 그 외 경쟁기업의 동일품목 수는 D사 11개, C사 10개, B사 2개 순으로 조사됨. D사와 E사는 즉석 떡볶이 제품과 떡 제품, 떡볶이 양념 제품을 모두 판매하고 있으며, C사와 B사는 즉석 떡볶이 제품만을 판매하는 것으로 조사됨

[표 3.1] 즉석 떡볶이 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
B사	한국	60년	2개
C사	한국	52년	10개
D사	한국	52년	11개
E사	한국	14년	14개

자료: 캄보디아 진출 즉석 떡볶이 경쟁기업 4개사 분석

12) 즉석 떡볶이 제품과 떡, 떡볶이 양념 제품을 조사함

2. 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 4개사 모두 캄보디아 오프라인 매장 진출

캄보디아에 진출한 경쟁기업 4개사 모두 조사된 오프라인 매장에 진출한 것으로 확인됨. 김마트(Kim Mart)에는 4개사 모두 진출하였으며, 원마트(One Mart)와 씨마트(C Mart)에는 B사와 E사가 진출한 것으로 조사됨. 반면, 경쟁기업 4개사 모두 캄보디아의 주요 온라인 쇼핑몰에는 입점하지 않음. 캄보디아의 주요 온라인 쇼핑몰인 이온 온라인쇼핑, 텔리샵, 라 휘 내 즉석 떡볶이 제품을 조사하고자 하였으나, 즉석 떡볶이 제품, 떡 제품, 떡볶이 양념 제품 모두 확인되지 않음

▶ 캄보디아에서의 제품 홍보활동으로 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 활용

캄보디아 시장에 진출한 경쟁기업 4개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 경쟁기업 4개사 모두 자사 홈페이지를 통해 자사 및 제품 홍보를 진행하고 있는 것으로 확인됨. E사를 제외한 3개사는 한국어와 영어를 모두 활용한 홈페이지를 운영하며, E사는 한국어만을 사용한 현지 홈페이지를 운영 중임. 또한, 경쟁기업 4개사는 SNS 플랫폼을 적극적으로 활용하여 기업과 제품을 홍보하고 있음. 주로 페이스북, 인스타그램, 유튜브가 활용되며, B사는 캄보디아 현지 인스타그램 계정을 운영하는 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업 홍보문구로 제품의 ‘맛’, ‘원료’, ‘편리성’을 강조하여 홍보

캄보디아 시장에 진출한 경쟁기업은 제품 홍보 시 주로 제품의 맛, 원료, 편리성을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품의 맛을 강조하는 문구로써 ‘불닭볶음면의 맛을 그대로 살린 황금 레시피’, ‘맛있게 매운 고추장 소스’ 등을 사용하였으며, 제품의 원료를 강조하는 문구로써 ‘국내산 쌀로 만든 쫄깃한 떡’, ‘쫄깃한 떡과 매콤달콤 소스’ 등을 사용하였음. 제품의 편리성을 강조하는 문구로는 ‘간편하게 먹을 수 있는’, ‘한입에 먹기 좋은 크기’ 등을 사용함. 또한, 제품의 특징을 강조하는 ‘아이 간식으로 좋은’ 등의 문구나, 위생을 강조하는 ‘HACCP 인증 시설에서 제조’ 등의 문구도 사용하는 것으로 조사됨

[표 3.2] 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구
B사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 김마트 - 원마트 - 씨마트 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (한국어/영어) 	<ul style="list-style-type: none"> - 불닭볶음면의 맛을 그대로 살린 황금 레시피 - 국내산 쌀로 만든 쫄깃한 떡 - 화끈한 매운맛
		<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북 (한국어/영어) - 인스타그램 (한국어/영어/크메르어) - 유튜브(한국어) 	
C사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 김마트 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (한국어/영어) 	<ul style="list-style-type: none"> - 한입에 쏙 - 쫄깃한 쌀떡에 라면 사리로 푸짐하게 - 맛있게 매운 고추장 소스 - 간편하게 먹을 수 있는
		<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북(한국어) - 인스타그램(한국어) - 유튜브(한국어) 	
D사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 김마트 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (한국어/영어) 	<ul style="list-style-type: none"> - 쫄깃한 쌀떡과 매콤달콤한 소스의 조화 - 아이 간식으로 좋은 - 조리가 간편한 - 한입에 먹기 좋은 크기
		<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북(한국어/영어) - 인스타그램(한국어/영어) - 유튜브(한국어) - 트위터(한국어) 	
E사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 김마트 - 원마트 - 씨마트 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (한국어) 	<ul style="list-style-type: none"> - 꾸준히 사랑받는 추억의 즉석 떡볶이 - 쫄깃한 떡과 매콤달콤 소스 - HACCP 인증 시설에서 제조 - 배고픈 밤 야식 메뉴 - 아이들과 함께 먹는 간식
		<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북(한국어) - 인스타그램(한국어) 	

자료: 캄보디아 진출 즉석 떡볶이 경쟁기업 4개사 분석

② C사

동일품목 종류

- ① 즉석 떡볶이의 신 치즈 떡볶이/짜장 떡볶이/국물 떡볶이/라볶이/매운 떡볶이/학교앞 국물 떡볶이/신당동 쫄볶이/홍대앞 마늘 떡볶이



② 심야식당 국물 떡볶이



자료: C사 홈페이지

기업명	C사
기업 기본 정보	<p>위치: 서울특별시 서초구</p> <p>동일품목 수¹³⁾: 10개</p> <p>규모: 설립연도 1969년</p>
기업 진출 채널	<p>제품명: 떡볶이의 신 치즈 떡볶이 (Cheese Topokki)</p> <p>중량: 332g (166g*2인분)</p> <p>가격: 4.00달러 (4,352원)</p> <p>제품 종류: 즉석 떡볶이</p>
기업 홍보 채널	<p>자사 홈페이지(한국어/영어)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 기업 소개, 사업 소개 <p>SNS 플랫폼</p> <ul style="list-style-type: none"> - 한국어: 페이스북, 인스타그램, 유튜브 - 기업 활동, 제품 홍보, 이벤트 활동
홍보문구	<p>한입에 쏙! 졸깃한 쌀떡에 라면사리로 푸짐하게 떡볶이의 신 즉석라볶이</p> <p>떡볶이의 생명은 바로 쫄깃한 떡! 떡볶이의 신 즉석라볶이는 쌀떡볶이, 라면사리와 맛있게 매운 고추장소스의 환상 콤보를 간편하게 맛보실 수 있는 제품입니다.</p>

사진 자료: C사 홈페이지

13) 즉석 떡볶이 제품 외 떡 제품 1개가 조사됨

④ E사

동일품목 종류

① 추억의 초등학교 즉석 떡볶이
오리지널/매운맛/통후추맛
매콤 짜장맛/매콤 까르보



② 추억의 초등학교
라볶이/쫄볶이



③ 치즈떡 사리



④ 국떡 빨강소스



자료: E사 홈페이지

기업명		E사	
기업 기본 정보	위치	경상북도 구미시	
	규모	동일품목 수 ¹⁵⁾	14개
		설립연도	2007년
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 김마트 원마트 씨마트	제품명	추억의 국민학교 떡볶이 매운맛 (Korean Childhood Memories Topokki Spicy)
		중량	600g (200g*3인분)
		가격	6.50달러 (7,072원)
	제품 종류	즉석 떡볶이	

기업 홍보 채널		홍보 내용
		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(한국어) 기업 소개, 제품 소개 및 판매 SNS 플랫폼 <ul style="list-style-type: none"> 한국어: 페이스북, 인스타그램 제품 홍보, 이벤트 활동

CHECK POINT

홍보문구	I 브랜드	- 온라인 판매 원조 국물떡볶이 - 꾸준히 사랑받는 추억의 국민학교 떡볶이 - 전세계로 수출되는 떡볶이	<ul style="list-style-type: none"> 꾸준히 사랑받는 추억의 즉석 떡볶이 즐거워 떡과 매콤달콤 소스 HACCP 인증 시설에서 제조 배고픈 밤 야식 메뉴 아이들과 함께 먹는 간식
	I 생산공정	- 어묵, 떡, 라면 HACCP 인증시설에서 위생적으로 제조 - 소스 ISO 22000 인증	
	I 활용도	- 배고픈 밤 야식 & 출출할 때 간식 메뉴! - 튀김, 후식 볶음밥, 라면 추가시 근사한 한 끼! - 아이들과 함께 먹는 간식!	

사진 자료: E사 제품 판매 페이지

15) 즉석 떡볶이 제품 외 떡 제품 3개와 즉석 떡볶이 양념 제품 2개가 조사됨

IV. 바이어 인터뷰(Buyer Interview)

Interview ① 원마트(One Mart)

Interview ② 씨마트(C Mart)

Interview ③ 이온 온라인쇼핑 프놈펜(Aeon Onlineshopping Phnom Penh)

Interview ④ 델리샵(Delishop)

Interview ① 원마트 (One Mart)

원마트
(One Mart)

전문가 소속

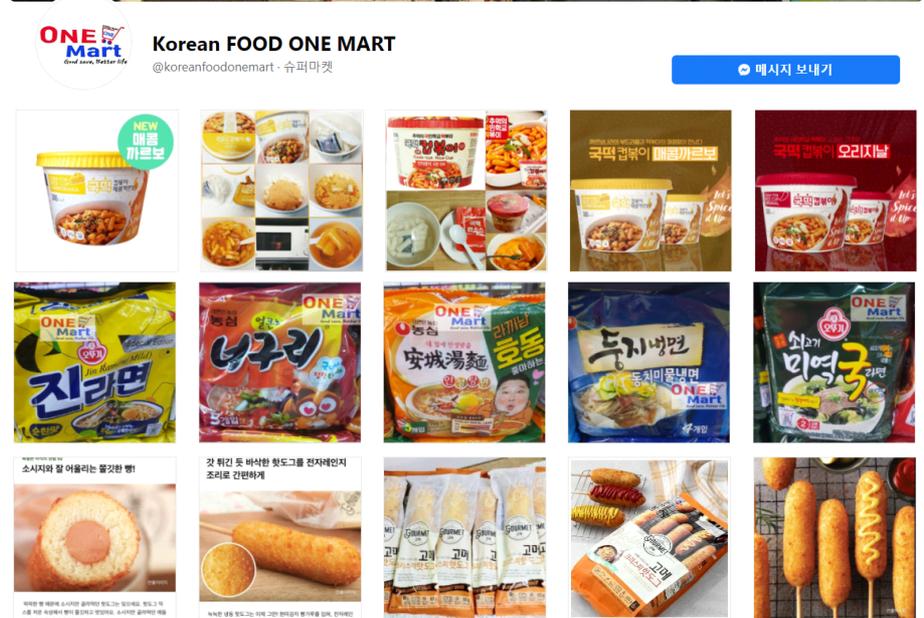
원마트
(One Mart)
아시아 식품품 전문 수입·유통업체

전문가 정보

Mr. Kang
(Sales Manager)



16)



원마트(One Mart) Sales Manager, Mr. Kang

원마트는 프놈펜의 오프라인 매장과 페이스북을 유통채널로 하는 아시아 식품품 전문 수입·유통업체임. 주로 한국계 식료품을 수입, 판매하고 있음. 1개의 오프라인 매장과 온라인 쇼핑몰을 운영하며 프놈펜 도심 위주의 배송 서비스를 제공함

16) 사진 자료: 원마트(One Mart) 페이스북 페이지 (www.facebook.com/koreanfoodonemart)



소비자가격 2.30달러
(2,500원)

중량 120g

포장 종이컵

Q1. 현지 즉석 떡볶이의 브랜드와 평균 가격은 무엇인가요?

3년 전에 한국산 즉석 떡볶이 제품을 판매한 적이 있으나 현재는 취급하지 않습니다. 저희는 2-3인분이 함께 포장된 292g의 쫄면 떡볶이를 3달러(약 3,264원), A사 제품처럼 종이컵에 포장된 1인분 즉석 떡볶이 제품은 2.5-3달러(약 2,720-3,264원)에 판매하였습니다. 중량에 따른 가격 차이가 크지 않은 것을 보니 한국산 즉석 떡볶이는 중량과 관계없이 약 3달러로 가격이 고정된 것 같습니다. A사 제품은 120g에 2.30달러(약 2,500원)로 한 번 먹기에 적합한 양이지만, 가격은 다소 비쌉니다. 하지만 가격 차이가 크지 않은 만큼 가격을 상쇄할 만한 장점이 있다면 큰 문제는 없을 것으로 보입니다.

Q2. 현지 즉석식품의 평균 유통기한은 어느 정도인가요?

일반적으로 즉석식품은 완제품 형태에 가까울수록 유통기한이 짧고, 저희가 판매하는 즉석 떡볶이 제품도 6개월에서 12개월로 길지 않습니다. 즉석식품의 경우 비상식량으로 갖추는 소비자들이 많으므로 6개월 이하로 짧은 제품들은 소비자들이 잘 구매하지 않습니다. 하지만 지나치게 길다면 오히려 가공처리가 많이 된 제품이라 생각하여 꺼립니다. 따라서 12개월이란 유통기한은 현지 판매 즉석 떡볶이 제품과 비교하였을 때 무난한 수준으로 소비자들이 크게 고민하지 않고 구매할 것 같습니다.

Q3. 현지 즉석 떡볶이의 중량은 어느 정도인가요?

A사 제품의 중량은 저희 매장에서 판매했던 즉석 떡볶이 제품 145g보다 약간 작긴 합니다. 하지만 두 제품 모두 한 사람이 한 번에 먹기에 적당한 양입니다.

Q4. 현지 소비자의 즉석 떡볶이 수요 형태는 어떤가요?

캄보디아 소비자들은 즉석 떡볶이를 식사용으로 먹는 경우가 많습니다. 매운맛의 음식이기 때문에 간식으로는 다소 부담스러워하기 때문인 것 같습니다. 하지만, 최근 한국 문화에 대해 우호적인 사람들이 늘어나면서 판매량도 꾸준히 증가하고 있습니다. 수입식품이다 보니 현지 즉석식품들보다 가격대가 높은 편이긴 하지만, 저가 전략보다는 아예 고급화하는 방향으로 마케팅하는 것도 좋겠습니다.

Q5. 현지 즉석 떡볶이의 주요 유통채널은 무엇인가요?

일부 현지 슈퍼마켓과 하이퍼마켓에서 판매되기도 하지만, 90% 이상은 한국 식료품 전문점(아시안마트)에서 판매됩니다. 아직 한국의 유행하는 음식일 뿐 현지에서 자리 잡지 못하였기 때문에 유통채널이 제한적입니다. 이런 제품들은 온라인 쇼핑몰을 통해 판매하는 것도 좋지만, 캄보디아의 온라인 쇼핑몰 시장이 크지 않기 때문에 쉽지 않아 보입니다.

Q6. 현지 즉석 떡볶이의 주 소비층은 누구인가요?

페이스북이나 인스타그램, 입소문 등을 통해 조금씩 즉석 떡볶이 시장이 커지고 있는 만큼 SNS 사용량이 많은 젊은 소비자들을 주 소비층으로 보는 것이 좋겠습니다. 일반적인 매운맛 떡볶이도 좋지만, 다양한 맛 제품을 수출한다면 넓은 소비자 집단을 확보할 수 있을 것입니다.

Interview ② 씨마트 (C Mart)

17)

씨마트 (C Mart)

전문가 소속

씨마트 (C Mart)
한국 제품 전문 수입·유통업체

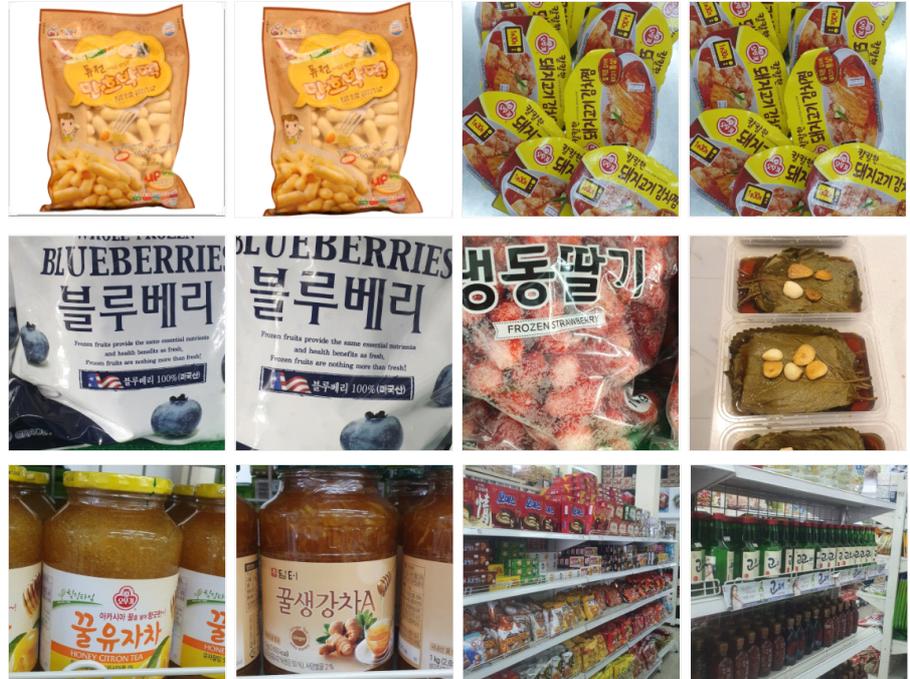
전문가 정보

Ms. Yun (Sales Manager)



CMart Cambodia
@CMartCambodia · 시장

지금 전화



씨마트(C Mart) Sales Manager, Ms. Yun

씨마트는 한국산 제품을 전문으로 수입·유통하는 업체로써 1994년에 처음 영업을 시작하였음. 프놈펜에 1개의 오프라인 매장과 페이스북을 통한 온라인 쇼핑몰을 운영하며, 다양한 한국산 식재료를 취급함

17) 사진 자료: 씨마트(C Mart) 페이스북 페이지(www.facebook.com/CMartCambodia)



소비자가격 2.30달러
(2,500원)

중량 120g

포장 종이컵

Q1. 현지 즉석 떡볶이의 브랜드와 평균 가격은 무엇인가요?

즉석 떡볶이의 경우 J사의 420g 제품을 판매한 바 있습니다. 현재는 즉석 떡볶이 제품 대신 떡볶이 조리에 사용할 수 있는 조리용 떡 제품을 600g에 2.30달러(약 2,500원)에 판매합니다. 단순히 가격만 본다면 비싸 보이지만, A사 제품은 별도로 조리할 필요 없는 완전 조리 식품이기 때문에 실제로 체감되는 가격 차이는 크지 않습니다.

Q2. 현지 즉석식품의 평균 유통기한은 어느 정도인가요?

즉석식품을 비롯한 가공식품 수입에 있어 유통기한은 양날의 검과 같습니다. 지나치게 짧아도 수입자로서는 폐기될 우려가 있어 부담스럽고 지나치게 길면 소비자들이 구매를 꺼리기 때문에 판매량, 재고 등을 고려하여 유통기한이 적당한 제품을 수입하는 것이 중요합니다. 12개월 정도면 가공식품 유통기한으로는 평이한 수준입니다.

Q3. 현지 즉석 떡볶이의 중량은 어느 정도인가요?

캄보디아 시장에 유통되는 즉석 떡볶이 제품은 A사 제품과 달리 플라스틱 파우치에 2-3인분이 함께 포장된 경우가 많습니다. 이 제품들이 약 350-400g인 것을 고려하면 1인분씩 포장된 A사 제품은 경쟁제품들과 비슷한 수준입니다.

Q4. 현지 소비자의 즉석 떡볶이 수요 형태는 어떤가요?

최근 몇 년간 케이팝, 드라마, 영화, 예능 등 한국 문화가 다양한 연령대의 캄보디아 사람들에게 크게 인기를 끌면서 한국 음식을 찾는 소비자들도 늘어났습니다. 즉석 떡볶이가 현지 소비자의 입맛에는 매운 편이지만, 트렌디한 음식이라 생각하기 때문에 한국 문화에 우호적인 젊은 소비자들을 중심으로 수요가 큰 편입니다. 만약 현재 출시된 매운맛의 떡볶이 외 다른 맛 제품을 판매할 수 있다면 현지 소비자들을 사로잡기 더 좋을 것 같습니다.

Q5. 현지 즉석 떡볶이의 주요 유통채널은 무엇인가요?

코로나 19의 영향으로 전 세계적인 유통 흐름이 온라인 시장으로 변화하였지만, 캄보디아의 실정이나 제품을 고려하였을 때 온라인보다는 오프라인 시장을 공략하는 것이 적합합니다. 소비자 후기나 입소문을 통해 홍보하는 것이 가장 효과적이지만, 떡볶이 자체가 현지에서 유명한 음식이 아니므로 다양한 오프라인 매장에 입점하는 것이 우선입니다. 아시안마켓 외 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 등 오프라인 매장에 입점해서 소비자들의 눈에 많이 띄도록 하는 게 좋겠습니다.

Q6. 현지 즉석 떡볶이 경쟁기업 및 브랜드의 홍보방법은 무엇인가요?

한국 식품은 다른 제품들에 비해 매장 내 홍보가 적극적인 편은 아닙니다. 현지 소비자들은 온라인 쇼핑몰의 후기나 페이스북, 인스타그램, 유튜브 등 SNS를 통해 한국 식품을 접합니다. 따라서 해당 매체에 제품 노출 빈도를 늘리거나 SNS 인플루언서에게 협찬하는 것도 좋을 것 같습니다.

Interview ③ 이온 온라인쇼핑 프놈펜 (Aeon Onlineshopping Phnom Penh)

이온 온라인쇼핑 프놈펜
(Aeon Onlineshopping
Phnom Penh)

전문가 소속

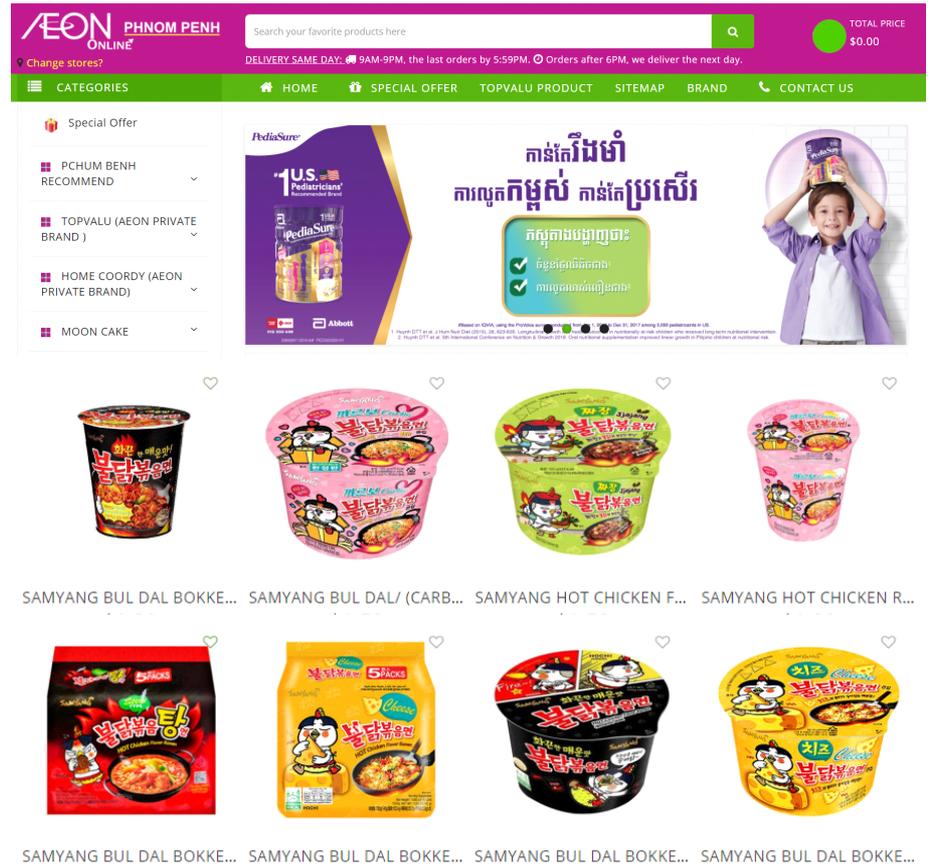
이온 온라인쇼핑 프놈펜
(AEON Onlineshopping
Phnom Penh)
수입·유통업체

전문가 정보

Mr. Bourey
(Product Manager)



18)



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, 식료품뿐만 아니라 생활용품, 전자제품 등 모든 소비재를 판매하고 있음. 현재 프놈펜에 2개 매장과 온라인 쇼핑몰을 운영 중이며 2023년 3호점 개점이 예정되어 있음

18) 사진 자료: 이온 온라인쇼핑 프놈펜(AEON Onlineshopping Phnom Penh) 홈페이지 (aeononlineshopping.com/phnompenh)



소비자가격 2.30달러
(2,500원)

중량 120g

포장 종이컵

Q1. 현지 즉석 떡볶이의 브랜드와 평균 가격은 무엇인가요?

저희 매장에는 즉석 떡볶이 제품은 없지만, 떡 제품은 현재 1.5kg을 7.5달러(약 8,160원)에 판매합니다. 떡볶이는 캄보디아에서 흔하게 먹는 음식은 아니지만, 기본 떡 제품은 중국, 일본 요리에도 활용할 수 있으므로 수요가 꽤 많습니다. 즉석 떡볶이 제품은 잘 알지 못해 정확한 비교가 가능할지 모르겠으나, 한국의 대표 즉석식품인 컵라면이 하나에 약 1.50달러(약 1,632원)인 점을 고려한다면 A사 제품의 가격은 절대 저렴하지 않습니다. 물론 맛이나 품질도 중요하지만, 대부분 가격을 가장 우선으로 생각하기 때문에 가격 조정은 불가피할 것으로 보입니다.

Q2. 현지 즉석식품의 평균 유통기한은 어느 정도인가요?

저희 매장에서 판매하는 컵라면 제품들의 유통기한은 대략 6개월에서 8개월 정도입니다. A사 제품의 유통기한은 12개월로 상대적으로 긴 편입니다. 하지만 소비자는 유통기한보다는 제품 구매 시 이 제품이 제조 일자로부터 얼마나 오래되었는가를 더 중요하게 생각합니다.

Q3. 현지 즉석 떡볶이의 중량은 어느 정도인가요?

매장에서 판매하고 있는 떡 제품은 1kg이 넘는 대용량 제품들로 소비 속도가 빠르지 않은 소비자들에게 부담스러운 양입니다. 따라서 A사가 떡 제품을 출시할 의향이 있다면 300g 이하의 소용량으로 판매할 것을 추천합니다. 즉석 떡볶이 제품을 현재 취급하지 않아 단언할 수는 없지만, 120g이면 한 번 먹기에 좋아 보입니다.

Q4. 현지 즉석 떡볶이의 주요 유통채널은 무엇인가요?

즉석 떡볶이 제품은 보통 한국 식료품 전문점에서만 판매되고 있습니다. 일반 슈퍼마켓에서 판매하기에는 수요가 크지 않아 재고 부담이 높기 때문입니다. 또한, 온라인에서도 판매되고 있으나 이온 온라인 쇼핑몰이나 라 휘 같은 종합 온라인 쇼핑몰보다는 한국 식료품 전문 쇼핑몰을 위주로 유통되고 있습니다. 새로운 유통채널을 확보하기보다는 기존 입점해있는 오프라인 매장을 위주로 판촉에 힘을 써 판매량을 늘리는 것을 추천합니다.

Q5. 현지 즉석 떡볶이의 주 소비층은 누구인가요?

캄보디아 내 즉석 떡볶이 주 소비층에 대한 통계자료는 없기에 정확하지 않지만, 저희 매장의 주 소비자는 현지에 거주하는 한국인들입니다. 일부 한국 문화에 우호적인 소비자들이 찾기도 하지만, 즉석 떡볶이의 인기는 한국식 컵라면에 못 미칩니다. 하지만, 젊은 소비자, 특히 여성들을 중심으로 수요가 많이 늘어나고 있는 만큼 이들을 공략할 것을 추천합니다.

Q7. 캄보디아 내 전자레인지 보급률은 어느 정도인가요?

제 사견이긴 하지만, 95% 이상의 캄보디아 가정에 전자레인지가 있을 것으로 생각합니다. 캄보디아의 산업화가 진행되면서 즉석식품에 대한 수요가 꾸준히 증가하고 있으므로, 자연스럽게 전자레인지 판매량도 늘어났습니다.

Interview ④ 델리샵 (Delishop)

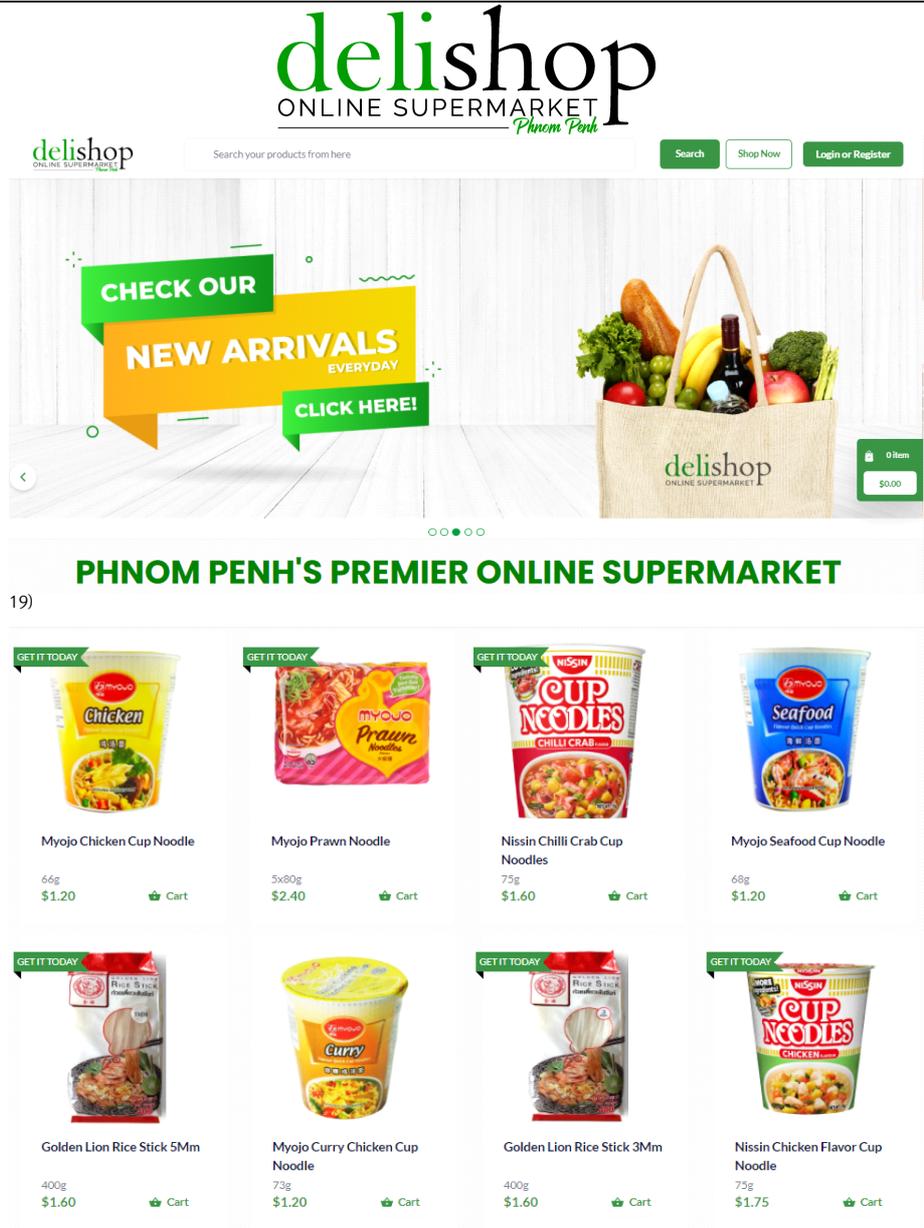
델리샵 (Delishop)

전문가 소속

델리샵 (Delishop)
온라인 쇼핑몰

전문가 정보

Mr. Kurien
(Sales Manager)



델리샵(Delishop) Sales Manager, Mr. Kurien

델리샵은 2019년에 설립된 온라인 유통업체로 수도 프놈펜을 중심으로 서비스를 제공함. 식료품을 위주로 취급하며, 주로 캄보디아산 제품 및 수입산 식료품 제품을 유통하고 있음. 델리샵은 캄보디아 온라인 유통업체에서 최초로 자택 배송 서비스와 익일배송 서비스를 제공하는 업체임

19) 사진 자료: 델리샵(Delishop) 홈페이지 (www.delishop.asia)



소비자가격 2.30달러
(2,500원)

중량 120g

포장 종이컵

Q1. 현지 즉석 떡볶이의 브랜드와 평균 가격은 무엇인가요?

저희는 즉석 떡볶이 제품은 취급하지 않지만, 컵라면 등 즉석식품은 다수 판매하고 있습니다. 컵라면은 원산지, 브랜드, 종류에 따라 가격이 결정되지만, 대부분 하나에 1.50-1.90달러(약 1,632-2,067원)에 판매됩니다. 현지 컵라면 제품은 가격 편차가 크지 않기 때문에, 가격보다는 제품의 맛에 따라 판매량이 결정됩니다. A사 제품이 물론 컵라면과는 다르지만, 가격 측면에서는 다소 비싼 것으로 보입니다.

Q2. 현지 즉석식품의 평균 유통기한은 어느 정도인가요?

저희 매장에서 판매하는 대부분의 즉석식품은 제조일 기준 유통기한이 12개월입니다. 회전율이 높은 신선식품보다 즉석식품은 판매되기 전 창고에 있는 시간이 깁니다. 특히 수입 식품 같은 경우 생산지에서 배송되는 시간도 적지 않기 때문에 유통기한이 긴 제품이 좋습니다. 따라서 A사 제품의 유통기한은 절대적으로 짧지는 않지만, 캄보디아 내 즉석 떡볶이 제품의 회전율을 고려하였을 때 길다고 할 수도 없습니다.

Q3. 현지 즉석 떡볶이의 중량은 어느 정도인가요?

최근 한국 드라마나 예능을 통해 한국의 떡볶이라는 음식이 캄보디아에 알려지기 시작했지만, 아직도 많은 현지 소비자들은 떡볶이라는 제품에 익숙하지 않습니다. 현재 시장에 판매되고 있는 대부분의 즉석 떡볶이 제품은 350g이 넘는 대용량 제품으로 소비자들이 선뜻 구매하기엔 양이 많다고 생각합니다. 따라서 A사의 120g 소용량 제품은 소비자들이 처음 도전하기에 적합해 보입니다.

Q4. 현지 소비자의 즉석 떡볶이 수요 형태는 어떤가요?

즉석 떡볶이 자체는 현지 소비자들이 쉽게 먹기에는 매운 음식입니다. A사가 이미 매운맛 떡볶이 외에도 치즈 맛이나 짜장 맛 제품을 출시하였다면 이 제품들을 중심으로 현지에 홍보하는 것도 좋을 것입니다. 또한, 최근 유튜브 등 동영상 조리법을 참고하여 떡볶이를 직접 만들어 먹는 사람들도 늘어나고 있으니, 떡볶이 양념이나 떡 제품만을 출시하는 것도 제품 다각화에 도움이 될 거 같습니다.

Q5. 현지 즉석 떡볶이의 주 소비층은 누구인가요?

한국 즉석식품을 주로 구매하는 것은 한국 음악, 드라마, 영화 등에 관심이 많은 젊은 여성들입니다. 미디어를 통해 해당 음식을 먹는 것을 보고 관심을 가지는 경우가 대부분입니다. 상대적으로 한국 문화에 대한 노출이 적고 매운 음식을 꺼리는 중장년층 소비자들의 수요는 적습니다.

Q7. 현지 즉석 떡볶이 경쟁기업 및 브랜드의 홍보방법은 무엇인가요?

새로운 식품의 가장 효과적인 홍보방법은 시식이지만, 코로나 19의 확산으로 전면 중단되었습니다. 최근에는 구두로 하는 판촉이나 증정 행사를 진행하거나 온라인 채널에 신제품 입점을 알리는 경우가 많습니다.

V. 경쟁력파악(Competitiveness)

1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹

1. 제품 경쟁력 검증

1) 1회 섭취량 당 가격

경쟁제품(제조사)

- ① 불닭떡볶이 (B사)
- ② 뚜기네 분식집 국물떡볶이 (D사)
- ③ 떡볶이의 신 치즈 떡볶이 (C사)
- ④ 추억의 국민학교 떡볶이 매운맛 (E사)
- ⑤ 추억의 국민학교 떡볶이 매콤 짜장 맛 (E사)
- ⑥ 낭만 치즈 떡볶이 (E사)
- ⑦ 쌍팔년도 떡볶이 (F사)
- ⑧ 어묵 떡볶이 (G사)
- ⑨ 창화당 떡볶이 (H사)
- ⑩ 추억의 국민학교 쫄볶이 (E사)
- ⑪ 추억의 국민학교 라볶이 (E사)
- ⑫ 낭만 밀 치즈떡 (E사)
- ⑬ 낭만 치즈떡 (E사)
- ⑭ 떡국떡 (I사)
- ⑮ 바로 매콤떡볶이 양념 (J사)

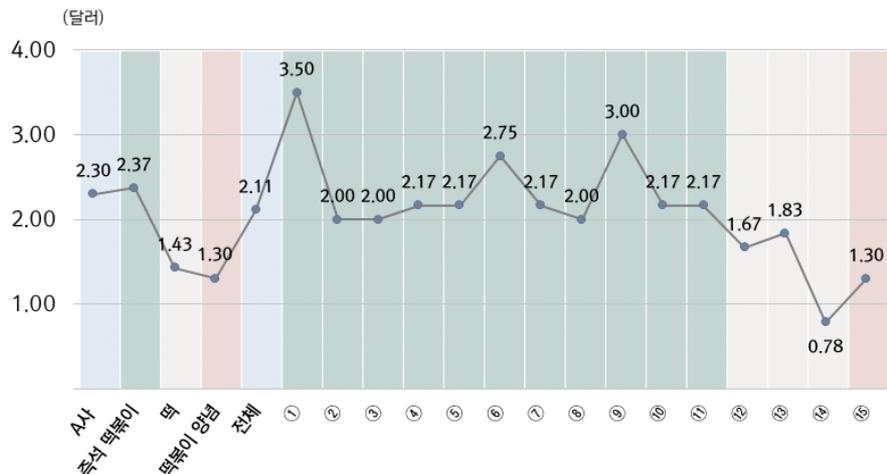
▶ A사 제품 1회 섭취량 당 가격, 경쟁제품 평균 대비 비싼 편

A사 제품의 1회 섭취량 당 가격은 2.30달러(약 2,500원)²⁰)로 경쟁제품 15개의 평균 1회 섭취량 당 가격 2.11달러(약 2,297원) 대비 약 1.1배 비싼 것으로 조사됨. 제품 종류별 평균 1회 섭취량 당 가격은 A사 제품과 가장 유사한 즉석 떡볶이 제품의 경우 2.37달러(약 2,580원)로 가장 높고, 떡볶이 양념 제품이 1.30달러(약 1,414원)로 가장 저렴함. 떡 제품은 1.43달러(약 1,552원)로 중간 수준인 것으로 확인됨

경쟁제품 15개 중 즉석 떡볶이 제품 11개는 첨가물 여부에 따라 떡과 양념만 들어있는 기본 떡볶이, 어묵이 추가된 어묵 추가 떡볶이, 라면, 쫄면 등 면이 추가된 면 추가 떡볶이로 분류됨. A사 제품은 떡과 양념 외 다른 첨가물이 들어있지 않은 기본 떡볶이 제품으로 기본 떡볶이 경쟁제품의 평균 1회 섭취량 당 가격 2.50달러(약 2,720원)의 약 92% 수준으로 저렴함. 어묵 추가 떡볶이와 면 추가 떡볶이의 평균 1회 섭취량 당 가격은 각각 2.38달러(약 2,584원), 2.17달러(약 2,357원)임. A사 제품의 1회 섭취량 당 가격은 어묵 추가 떡볶이 평균의 약 97%, 면 추가 떡볶이 평균의 약 1.1배 수준이지만 유의미한 차이는 없음

[표 5.1] 캄보디아 즉석 떡볶이 가격 경쟁력분석

(단위: 달러)



20) 1달러 = 1,088원 (2021.01.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 총 중량²¹⁾

● 경쟁제품(제조사)

- ① 불닭떡볶이 (B사)
- ② 뚜기네 분식집 국물떡볶이 (D사)
- ③ 떡볶이의 신 치즈 떡볶이 (C사)
- ④ 추억의 국민학교 떡볶이 매운맛 (E사)
- ⑤ 추억의 국민학교 떡볶이 매콤 짜장 맛 (E사)
- ⑥ 낭만 치즈 떡볶이 (E사)
- ⑦ 쌍팔년도 떡볶이 (F사)
- ⑧ 어묵 떡볶이 (G사)
- ⑨ 창화당 떡볶이 (H사)
- ⑩ 추억의 국민학교 짬뽕이 (E사)
- ⑪ 추억의 국민학교 라볶이 (E사)
- ⑫ 낭만 밀 치즈떡 (E사)
- ⑬ 낭만 치즈떡 (E사)
- ⑭ 떡국떡 (I사)
- ⑮ 바로 매콤떡볶이 양념 (J사)

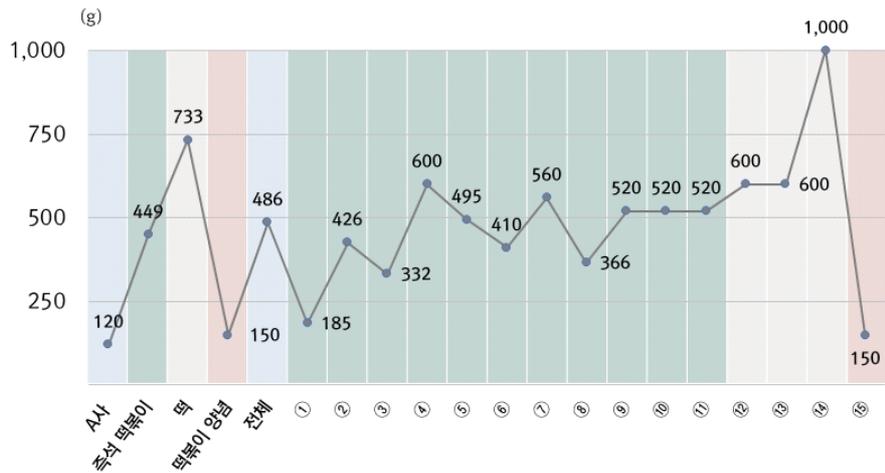
▶ A사 제품 총 중량, 경쟁제품 평균 대비 큰 편

A사 제품의 중량은 120g으로 경쟁제품 15개의 총 중량 평균 486g 대비 약 25%에 불과함. 제품 종류별 평균 총 중량을 보면 즉석 떡볶이 제품이 449g, 떡 제품이 733g, 떡볶이 양념 제품이 150g으로 확인됨

1회 섭취량 당 가격 경쟁력분석과 마찬가지로, A사 제품과 유사 품목인 즉석 떡볶이 제품을 기본, 어묵 추가, 면 추가 떡볶이 제품으로 재분류하여 총 중량 분석 또한 진행함. 즉석 떡볶이 제품 종류별 평균 총 중량은 기본 떡볶이 제품이 314g, 어묵 추가 떡볶이 제품이 492g, 면 추가 떡볶이 제품이 588g으로 확인됨. A사 제품의 총 중량은 120g으로 즉석 떡볶이 11개 제품 평균 총 중량의 약 27%로 작지만, 경쟁제품들이 1-3인분씩 포장된 반면 A사 제품은 1회 섭취량으로만 포장되었기 때문인 것으로 예상됨

[표 5.2] 캄보디아 즉석 떡볶이 총 중량 경쟁력분석

(단위: g)



21) 경쟁제품 중 일부는 실제 판매 단위의 총 중량과 1회 섭취량이 일치하지 않아 중량 관련 경쟁력파악을 두 개로 나눔

3) 1회 섭취량 및 포장 단위

경쟁제품(제조사)

- ① 불닭떡볶이 (B사)
- ② 뚜기네 분식집 국물떡볶이 (D사)
- ③ 떡볶이의 신 치즈 떡볶이 (C사)
- ④ 추억의 국민학교 떡볶이 매운맛 (E사)
- ⑤ 추억의 국민학교 떡볶이 매콤 짜장 맛 (E사)
- ⑥ 낭만 치즈 떡볶이 (E사)
- ⑦ 쌍팔년도 떡볶이 (F사)
- ⑧ 어묵 떡볶이 (G사)
- ⑨ 창화당 떡볶이 (H사)
- ⑩ 추억의 국민학교 쫄볶이 (E사)
- ⑪ 추억의 국민학교 라볶이 (E사)
- ⑫ 낭만 밀 치즈떡 (E사)
- ⑬ 낭만 치즈떡 (E사)
- ⑭ 떡국떡 (I사)
- ⑮ 바로 매콤떡볶이 양념 (J사)

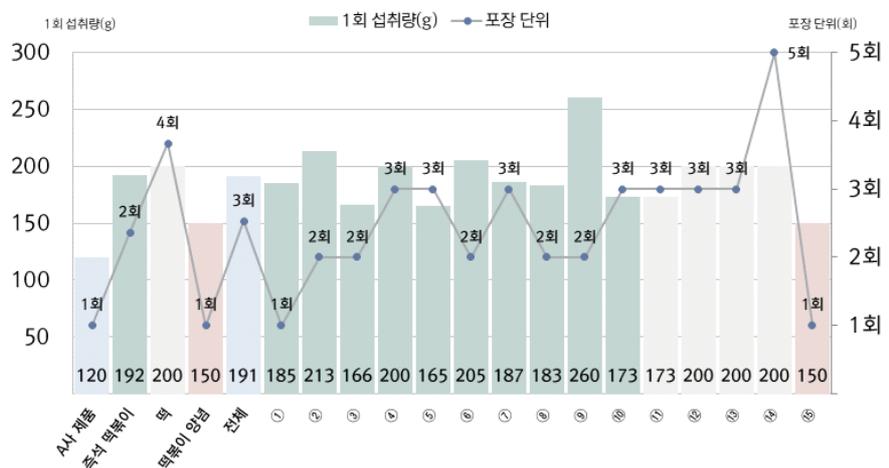
▶ A사 제품, 경쟁제품 평균 대비 1회 섭취량과 포장 단위 모두 작은 편

A사 제품의 1회 섭취량은 120g으로 총 중량(실제 판매 단위)과 일치함. 하지만 경쟁제품 15개 중 13개 제품은 모두 1회 이상 섭취할 수 있는 제품임. 그 중 즉석 떡볶이 제품은 1개를 제외한 10개 제품이 2-3회 섭취 분량이 함께 포장된 것으로 확인됨

즉석 떡볶이 제품 11개의 평균 1회 섭취량은 약 192g으로 A사 제품의 1회 섭취량보다 약 1.6배 정도 많음. 즉석 떡볶이 제품의 종류별 1회 섭취량을 보면 어묵 추가 떡볶이가 약 200g으로 A사 제품의 약 1.7배 많고, 면 추가 떡볶이가 약 173g으로 가장 적지만 A사 제품보다는 약 1.4배 많은 것으로 확인됨. A사 제품과 가장 유사한 제품인 기본 떡볶이는 약 188g으로 A사 제품보다 약 1.6배 많음 또한, A사 제품의 포장 단위는 1인분으로 즉석 떡볶이 제품의 평균 포장 단위 약 2.5인분의 약 39%에 불과함. 즉석 떡볶이 제품의 종류별 포장 단위는 면 추가 떡볶이 제품이 약 3인분으로 가장 많고, 어묵 추가 떡볶이 제품이 약 2.5인분, 기본 떡볶이 제품이 가장 적은 약 1.7인분으로 확인됨

하지만, 경쟁제품 대다수가 별도로 조리기구가 필요한 데 비해 A사 제품은 물론 추가하면 되는 제품임. 따라서, A사 제품이 경쟁제품 평균 대비 1회 섭취량과 포장 단위 모두 작은 것은 편리성과 휴대성을 높이기 위해 1인분으로 포장했기 때문으로 예상됨

[표 5.3] 캄보디아 즉석 떡볶이 1회 섭취량 및 포장 단위 경쟁력분석 (단위: g/회)

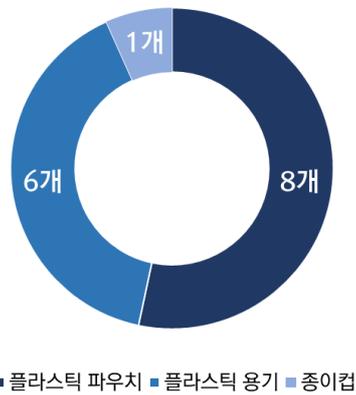


4) 포장 형태

▶ 경쟁제품 15개 중 8개 제품 플라스틱 파우치로 포장

캄보디아에서 판매되고 있는 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개의 포장 형태를 조사한 결과, 15개 중 8개 제품이 플라스틱 파우치로 포장한 것으로 확인됨. 그 외 6개 제품은 사각형의 플라스틱 용기를 사용하였으며, 1개 제품만이 A사 제품과 비슷하게 종이컵 포장재를 사용하고 있음

[표 5.4 캄보디아 즉석 떡볶이 제품 포장 형태 경쟁력분석

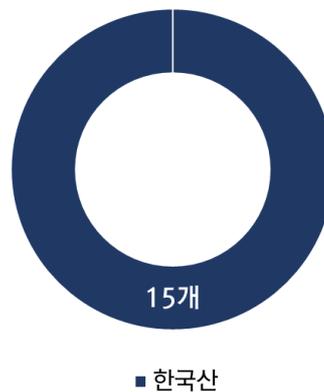


5) 원산지

▶ 경쟁제품 15개 모두 한국산 제품

캄보디아에서 판매되고 있는 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개는 모두 한국에서 생산된 제품으로 확인됨. 이는 조사제품으로 선정된 떡볶이가 한국 음식이기 때문으로 예상됨

[표 5.5] 캄보디아 즉석 떡볶이 제품 원산지 경쟁력분석

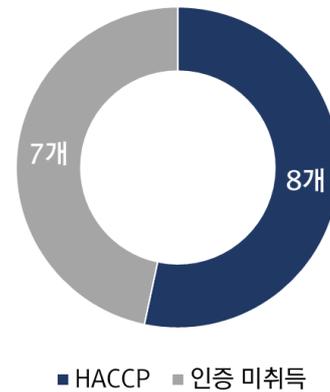


6) 인증

▶ 경쟁제품 15개 중 8개 제품, HACCP 취득

캄보디아에서 판매되고 있는 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개의 인증을 조사한 결과, 8개 제품이 HACCP 인증을 취득한 것으로 확인됨. 그 외 7개 제품은 식품 관련 인증을 취득하지 않았거나 포장에 기재하지 않음

[표 5.6] 캄보디아 즉석 떡볶이 제품 인증 경쟁력분석

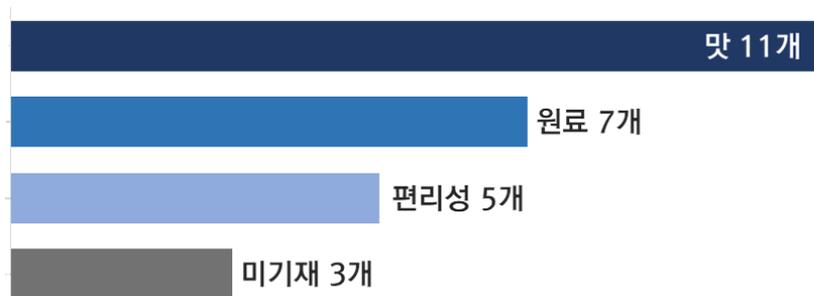


7) 홍보문구

▶ 경쟁제품 15개 중 9개, 제품의 맛을 강조하는 홍보문구 사용

캄보디아에서 판매되고 있는 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개의 홍보문구를 조사한 결과, 12개 제품이 홍보문구를 사용하고 있는 것으로 확인됨. 12개 제품 중 10개 제품은 2개 이상의 키워드를 사용하여 홍보문구를 기재함. 홍보문구의 키워드를 분석한 결과, '화끈한 매운맛', '감칠맛' 등 제품의 맛에 대한 문구를 사용하는 제품이 11개로 가장 많았음. 그 외 좋은 원료를 강조하는 제품 7개, 섭취의 편리성을 강조한 제품은 5개로 확인됨

[표 5.7] 캄보디아 즉석 떡볶이 제품 홍보문구 경쟁력분석



*홍보문구를 기재한 12개 제품 중 10개 제품은 2개 이상의 키워드를 사용하여 홍보문구를 기재함

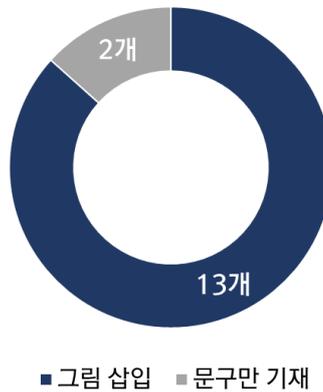
8) 기타 표기사항

- 권장 조리방법
- 권장 보관방법
- 표기 언어

▶ 경쟁제품 15개 중 13개, 그림을 사용하여 제품의 권장 조리방법 설명

캄보디아에서 판매되고 있는 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개의 기타 표기사항 중 권장 조리방법 기재 여부를 조사한 결과, 15개 제품 모두 포장에 권장 조리방법을 표기하였음. 그중 13개 제품은 그림과 문구를 동시에 사용하여 설명을 기재함. 그 외 2개 제품은 한국어로만 조리방법을 설명하고 있는 것으로 확인됨

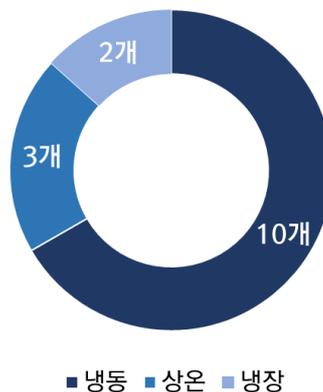
[표 5.8] 캄보디아 즉석 떡볶이 제품 권장 조리방법 경쟁력분석



▶ 경쟁제품 15개 중 10개, 냉동보관 제품

캄보디아에서 판매되고 있는 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개의 기타 표기사항 중 권장 보관방법을 조사한 결과, 15개 제품 중 10개 제품이 냉동 상태로 유통, 판매됨. 그중 6개 제품에는 구체적으로 ‘영하 18도 이하 냉동보관’이란 문구가 표기되어 있음. 그 외 상온보관을 권장하는 제품은 3개, 냉장 보관할 것을 표기한 제품은 2개로 확인됨

[표 5.9] 캄보디아 즉석 떡볶이 제품 권장 보관방법 경쟁력분석



▶ **경쟁제품 15개 중 2개 제품만이 한국어 외 다른 언어를 사용하여 제품 설명**

캄보디아에서 판매되고 있는 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개의 기타 표기사항 중 표기 언어를 조사한 결과, 15개 제품 모두 한국어로 제품을 설명하고 있는 것으로 확인됨. 한국어 외 다른 언어를 활용한 경우는 2개 제품에 불과하였으며, 이 제품들은 한국어와 영어, 프랑스어를 동시에 표기하였음

[표 5.10] 캄보디아 즉석 떡볶이 제품 표기 언어 경쟁력분석



2. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ 경쟁기업 4개사, 캄보디아 오프라인 판매 채널 진출

캄보디아에 진출한 경쟁기업 4개사 모두 캄보디아 오프라인 매장에 진출한 것으로 확인됨. 4개사 모두 김마트(Kim Mart)에 진출하였으며, 원마트(One Mart)와 씨마트(C Mart)에는 B사, E사 2개사가 진출함. 하지만, 캄보디아 주요 온라인 쇼핑몰 이온 온라인쇼핑, 델리샵, 라 휘에서는 즉석 떡볶이 관련 제품이 조사되지 않았음

[표 5.11 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁기업 판매 채널 분석]

경쟁기업	오프라인			온라인		
	김마트	원마트	씨마트	이온 온라인쇼핑	델리샵	라 휘
B사	○	○	○			
C사	○					
D사	○					
E사	○	○	○			

2) 홍보 채널

▶ 캄보디아에서의 제품 홍보활동으로 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 활용

경쟁기업 4개사 모두 자사 홈페이지를 통해 회사와 제품 홍보를 진행하고 있는 것으로 조사됨. B사와 C사, D사는 한국어와 영어를 활용한 홈페이지를 운영 중이며, E사는 한국어 홈페이지만을 운영하고 있음, 또한, 경쟁제품 4개사 모두 SNS 채널을 활용해 홍보활동을 진행함. B사만이 캄보디아 현지 인스타그램 계정을 운영하고 있으며, 그 외 3개사는 한국어 또는 영어 계정을 운영하고 있음. C사와 E사는 한국어 계정만을 운영하는 것으로 조사됨

[표 5.12 캄보디아 즉석 떡볶이 경쟁기업 홍보 채널 분석]

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS 플랫폼			
		페이스북	인스타그램	유튜브	트위터
B사	○ (한국어/영어)	○ (한국어/영어)	○ (한국어/영어/ 크메르어)	○ (한국어)	
C사	○ (한국어/영어)	○ (한국어)	○ (한국어)	○ (한국어)	
D사	○ (한국어/영어)	○ (한국어/영어)	○ (한국어/영어)	○ (한국어)	○ (한국어)
E사	○ (한국어)	○ (한국어)	○ (한국어)		

VI. 시장진출제언(Export Insights)

VI. Export Insights



가격(달러/1회 섭취량 당)

A사 2.30달러
즉석 떡볶이 2.37달러
떡 1.43달러
떡볶이 양념 1.30달러

A사 제품 1회 섭취량 당 가격
현지 경쟁제품 대비 비싸지만
유의미한 차이는 아님



캄보디아 현지에서 조사된 즉석 떡볶이 제품 15개는 크게 즉석 떡볶이 제품, 떡 제품, 떡볶이 양념 제품으로 분류됨. 15개 제품의 평균 1회 섭취량 당 가격은 2.11달러(약 2,297원)로 A사 제품의 1회 섭취량 당 가격 2.30달러(2,500원)의 약 92%에 불과함. 제품 종류별 평균 1회 섭취량 당 가격은 즉석 떡볶이 제품이 2.37달러(약 2,580원)로 가장 비싸고 떡볶이 양념 제품이 1.30달러(약 1,414원)로 가장 저렴함. 떡 제품은 중간 수준인 1.43달러(약 1,552원)로 확인됨

또한, 경쟁제품 15개 중 11개 즉석 떡볶이 제품은 첨가물 여부에 따라, 기본 떡볶이, 어묵 추가 떡볶이, 면 추가 떡볶이로 분류됨. 즉석 떡볶이 제품의 종류별 평균 1회 섭취량 당 가격을 조사한 결과, 기본 떡볶이 제품이 2.50달러(약 2,720원)로 가장 비싸고, 어묵 추가 떡볶이가 2.38달러(약 2,584원), 면 추가 떡볶이가 2.17달러(약 2,357원)로 뒤를 이었음. 1회 섭취량 당 가격 기준, A사 제품은 즉석 떡볶이 종류별 평균의 92~110% 수준으로 확인되었으나 유의미한 차이는 아님

총 중량 및 1회 섭취량(g), 포장 단위(인분)

A사 120g
즉석 떡볶이 449g
떡 733g
떡볶이 양념 150g

A사 기준 제품 중량(g)
현지 경쟁제품 대비 작지만
편리성과 휴대성 강화



A사 기준 제품의 총 용량은 120g으로 현지 경쟁제품의 평균 총 중량은 486g의 약 25%에 불과한 것으로 확인됨. 제품 종류별 평균 총 중량은 떡 제품이 733g으로 가장 크고, 즉석 떡볶이 제품이 449g, 떡볶이 양념 제품이 150g으로 뒤를 이었음

A사 제품의 1회 섭취량은 120g으로 실제 판매 단위인 총 중량과 동일한 반면, 즉석 떡볶이 제품 11개는 1개를 제외한 10개 제품이 2~3인분이 함께 포장된 제품임. 즉석 떡볶이 제품 11개의 평균 1회 섭취량은 약 192g으로 A사 제품의 1회 섭취량보다 약 1.6배 정도 많음. 즉석 떡볶이 제품의 종류별 1회 섭취량은 어묵 추가 떡볶이가 200g, 기본 떡볶이가 188g, 면 추가 떡볶이가 173g으로 A사 제품의 1회 섭취량보다 약 1.4~1.7배 큰 것으로 조사됨

또한, A사 제품은 1인분씩 포장되어 있어 즉석 떡볶이 제품의 평균 포장 단위 약 2.5인분의 약 39%에 그침. 하지만, 경쟁제품 대다수가 별도로 조리기가 필요한 데 비해 A사 제품은 뜨거운 물만 추가하면 되는 것으로 조리가 매우 간편함. 따라서, A사 제품은 편리성과 휴대성을 높이기 위해 1회 섭취량과 포장 단위를 줄인 것으로 예상함

유통기한

12개월

경쟁제품 15개 모두
A사와 동일하게 유통기한 12개월



현지 경쟁제품 15개의 유통기한은 12개월로 A사 제품의 유통기한과 동일한 것으로 확인됨. 바이어 인터뷰에 따르면 12개월이라는 유통기한은 즉석식품 중에서 평이한 수준으로 구매 결정에 크게 영향을 주지 않을 것이라고 함. 하지만, 즉석 떡볶이 제품이 캄보디아 내에서 회전율이 높지 않은 만큼, 판매자로서는 유통기한이 길수록 좋다고 함

홍보문구

제품의 맛, 원료, 편리성 강조

경쟁기업 맛과 원료, 섭취편리성을 강조하여 홍보문구를 기재함



경쟁기업은 제품의 맛, 원료, 편리성을 강조하여 제품을 홍보함. '불닭볶음면의 맛을 그대로 살린 황금 레시피', '맛있게 매운 고추장 소스' 등을 사용하여 제품의 '매운맛'을 표현하였으며, '국내산 쌀로 만든 쫄깃한 떡', '쫄깃한 떡과 매콤달콤 소스' 등을 통해 제품의 구성품과 원료를 강조함. 또한, '간편하게 먹을 수 있는', '한입에 먹기 좋은 크기' 등의 문구를 통해 제품의 편리성을 부각, 구매를 유도하고자 함. 그 외 제품의 특징을 강조하기 위해 '아이 간식으로 좋은' 등의 문구나, 위생을 강조하는 'HACCP 인증 시설에서 제조' 등의 문구도 사용함

마케팅

홍보채널: 자사 및 브랜드 홈페이지, SNS 플랫폼

경쟁기업, 자사 홈페이지 및 SNS 채널 활용하여 제품 홍보 중 B사, 크메르어 계정 운영하기도



경쟁기업 4개사는 모두 자사 홈페이지를 운영하고 있으나, 캄보디아 현지 홈페이지를 운영하는 기업은 없는 것으로 조사됨. 4개사 중 3개사는 한국어와 영어를 표기하고 있으며, 1개사는 한국어로만 홈페이지를 운영하고 있음. 또한, 선정된 경쟁기업 모두 SNS 채널을 통해 제품 및 기업, 브랜드 홍보를 진행하는 것으로 확인됨. 특히 B사는 캄보디아 현지 인스타그램을 운영하여 타 기업보다 접근성을 높임. 그 외 3개사는 한국어 또는 영어로만 계정을 운영하는 것으로 조사됨. 경쟁기업 모두 계정 운영은 활발하나, 적극적인 판촉보다는 제품 사진 게시가 주를 이룸

소비자 인식 및 시장 동향

한국산 즉석식품 시장 성장세... 오프라인 채널 입점

성장세인 한국산 즉석식품 시장, 전체 시장 규모는 크지 않음 소비자 인식 강화를 위한 다양한 오프라인 매장 입점 추천



바이어 인터뷰에 따르면, 음악, 드라마, 영화 등 한국 문화의 확산으로 자연히 한국 식품 시장이 성장하고 있으나 절대적인 규모는 크지 않다고 함. 즉석 떡볶이를 비롯한 한국 즉석식품의 주 소비층은 한국 문화에 우호적이고 관심이 높은 2-30대 젊은 여성 소비자로, 이들을 목표로 한 SNS 마케팅이나 협찬 등을 진행할 것을 추천함

반면, 즉석 떡볶이 제품 경쟁제품 15개를 조사하는 과정에서 A사 제품이 오프라인 매장 다수에 입점, 판매되고 있는 것이 확인됨. 다수의 바이어들이 인터뷰에서 캄보디아 현지 상황과 제품을 고려하였을 때 소비자들의 눈에 띄기 쉬운 오프라인 매장 입점을 추천한 바 있음. A사 제품은 이미 다양한 채널에서 판매되고 있는 만큼, 각 매장 내 판촉 행사나 주 소비층을 위한 SNS 마케팅이 수반된다면 현지 시장에 안정적으로 자리 잡을 수 있을 것으로 예상함. 또한, 매운맛에 익숙하지 않은 현지 소비자들을 위해 A사가 이미 출시한 치즈 맛, 짜장 맛 등 덜 매운 제품을 수출하는 것도 판매량 증진에 도움이 될 것으로 보임



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스타티스타 캄보디아 국가 보고서(Statista Cambodia Country Report), 2020.06
2. 캄보디아 국립 통계청 (www.nis.gov.kh)
3. 한국식품안전관리인증원 홈페이지 (www.haccp.or.kr)
4. 김마트(KIM Mart) 홈페이지 (www.kimmart.net)
5. 원마트(One Mart) 페이스북 페이지 (www.facebook.com/koreanfoodonemart)
6. 씨마트(C Mart) 페이스북 페이지(www.facebook.com/CMartCambodia)
7. 이온 온라인쇼핑 프놈펜(AEON Onlineshopping Phnom Penh) 홈페이지 (aeononlineshopping.com/phnompenh)
8. 델리샵(Delishop) 홈페이지 (www.delishop.asia)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.02.12

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