



해양수산부



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

2022 수산물 수출기업 맞춤형 시장조사

No. | 202208-11
품목 | 해초모듬
HS CODE | 1212.21-9099
국가 | 태국(Thailand)
구분 | 경쟁력분석형





CONTENTS

I. 요약

03

II. 경쟁제품

- | | |
|-------------------------|----|
| 1. 태국 해초모듬 경쟁제품 선정 | 05 |
| 2. 태국 해초모듬 경쟁제품 조사지표 선정 | 10 |
| 3. 태국 해초모듬 경쟁제품 현지조사 결과 | 11 |

III. 경쟁기업

- | | |
|-----------------------------|----|
| 1. 태국 해초모듬 경쟁기업 선정 | 25 |
| 2. 태국 해초모듬 경쟁기업 현지화 분석 기준 | 26 |
| 3. 태국 해초모듬 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 | 28 |

IV. 수입·유통업체 인터뷰

- | | |
|------------------------------|----|
| 1. 오빠바보(OPPABABO) | 38 |
| 2. 케이제이씨 인터푸드(KJC Interfood) | 41 |
| 3. 긴간람람(GiinGaanLamLam) | 44 |

V. 경쟁력파악

- | | |
|----------------|----|
| 1. 제품 경쟁력 검증 | 48 |
| 2. 벤치마킹 제품 분석 | 53 |
| 3. 기업 마케팅 벤치마킹 | 55 |

*참고문헌

56



Summary

■ 온라인 인기제품

판매채널		제품명	제조사명
온라인몰 인기 판매제품	라자다 (Lazada)	정도미역	A사
		남해안산 청정미역	B사
	쇼피 (Shopee)	건조/압축 다시마	조지애
		슈레디드 켈프	옥양
	탑스 (Tops)	와카메 드라이드 씨워드	마이초이스
		캣토 와카메	다이슈

■ 오프라인 주요 경쟁제품

드라이드 씨워드 (골드피쉬)		씨워드 샐러드 (마이초이스)	
	가격 38.00바트 (약 1,399원)		가격 69.00바트 (약 2,540원)
	중량 25g		중량 170g
건강상의 이점을 강조하는 홍보문구		적당한 중량을 통해 확보한 가격 경쟁력	

■ 경쟁기업 3개사 분석

센트럴 푸드 리테일	케이제이씨 인터푸드	B사	태국 현지 진출 경쟁기업 현황
국적	태국	태국	한국
포장 현지화	●	●	○
홍보 현지화	●	●	○
입점 채널	온/오프라인 모두 활용	온/오프라인 모두 활용	온/오프라인 모두 활용
홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌, 태국), SNS 플랫폼(태국)	자사 홈페이지(글로벌, 태국), SNS 플랫폼(글로벌)	자사 홈페이지(글로벌, 한국), SNS 플랫폼(글로벌, 한국)

포장 현지화

- 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
- 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

홍보 현지화

- 상 (현지 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 하 (기업 국적 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)

경쟁기업 3개사 중 2개사, 포장 및 홍보문구 태국 현지화

+
경쟁기업 3개사 중 2개사, 현지 SNS 플랫폼을 활용해 기업 및 제품 홍보

■ 경쟁력파악

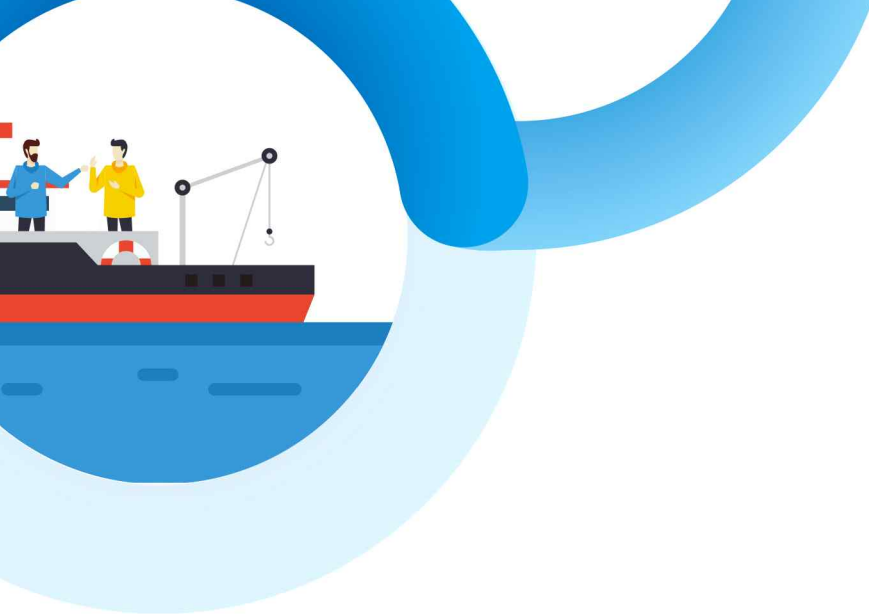
기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)	기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)
가격(10g당) (51.87바트 (약 1,909원))	○	해초모듬/단일해초제품 10개 26.09바트 (약 960원)	원산지 (한국)	○	태국산 한국산 일본산 중국산 5개 3개 1개 1개
중량(g) (평균 9g)	○	해초모듬/단일해초제품 10개 157g	홍보문구 (중복값有) 원료/품질 강조)	○	용도/조리법 원재료/성분 건강 효능 4개 3개 2개
포장 형태 (플라스틱 비닐)	●	플라스틱 비닐 단일포장 10개			

● 차별화된 경쟁력 ○ 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 10g당 가격은 경쟁제품 평균보다 매우 높은 편이며, 중량 또한 경쟁제품 평균보다 작은 것으로 나타남 2) 경쟁제품 10개 중 4개가 용도/조리법을 강조하는 홍보문구를 사용하는 것으로 나타남
Point 02.	1) 경쟁기업 3개사 중 2개사는 제품 포장 디자인 문구를 태국 현지화한 것으로 나타남 2) 경쟁기업 3개사 중 2개사는 현지 SNS 플랫폼 페이스북을 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남





II. 경쟁제품

1. 태국 해초모듬 경쟁제품 선정
2. 태국 해초모듬 경쟁제품 조사지표 선정
3. 태국 해초모듬 경쟁제품 현지 조사 결과

1. 태국 해초모듬 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	N사 (해초모듬)
제품 종류	해초모듬
소비자가격	약 70.63바트 ¹⁾ (2,600원, 해초모듬) 약 77.42바트 (2,850원, 해초샐러드)
FOB가격	약 N바트 (약 n원 해초모듬) 약 N달러 (약 n원 해초샐러드)
중량	8g/1봉 (해초모듬) 10g/1봉 (해초샐러드)
포장	플라스틱 비닐
특징	신선한 국내산 원재료 사용, 균형 잡힌 영양구성, 칼로리 대비 높은 포만감

Step 01. 제품 분석



① 사전컨설팅기록지 수령

② 고객사 제품 분석

- 제품명 : N사 (해초모듬)
- 제품 종류 : 해초모듬
- 소비자가격 : 약 70.63바트 (2,600원, 해초모듬)
약 77.42바트 (2,850원, 해초샐러드)
- 중량 : 8g/1봉(해초모듬), 10g/1봉(해초샐러드)
- 포장 형태 : 플라스틱 비닐

Step 02. 경쟁제품군 선정



① 경쟁제품군 파악 및 선정

1. 해초모듬 제품
2. 해초 단일포장 제품

Step 03. 현지 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인

1. 라자다(Lazada): 11.8%
2. 쇼피(Shopee): 5.7%
3. 탑스(Tops): 4.2%

② 주요 온라인 쇼핑몰 내 경쟁제품 조사

Step 04. 현지 오프라인 매장 조사 기획



① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정

- 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
- 참여기업 선호 매장 : 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 한인마트

② 오프라인 매장 조사 제품 선정

- 현지 인기 제품, 제품의 용도에 따라 조사 제품 선정

③ 조사 지표 선정

Step 05. 조사 및 분석



① 현지 조사

- 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사

② 제품 분석

- (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
- 벤치마킹 제품 분석

1) 1바트=36.81원 (2022.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

태국 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
 라자다	신선식품, 수산물, 식료품, 생활용품 등
 쇼피	식료품, 스낵, 유제품, 냉동식품 등
 탑스	과일, 채소, 건강식품, 수산물, 유제품 등

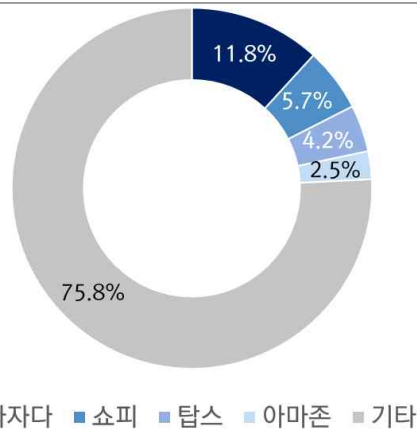
▶ 해초모듬 경쟁제품군 1-2순위 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사지표를 바탕으로 해초모듬 제품의 경쟁제품군을 1순위 해초모듬 제품, 2순위 해초 단일포장 제품으로 설정함

▶ 인기 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 태국 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 한국, 중국 및 태국산 해초 단일포장 제품이 대다수였고, 쇼핑몰에 입점한 해초모듬 제품은 적은 것으로 조사됨

[표 2.1] 태국 온라인 쇼핑몰 점유율



자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

[표 2.2] 태국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 5)

라자다 입점 제품 상위 5개 제품 리스트(평가/후기수 순위 기준)²⁾

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	해초 단일 포장	A사	정도미역	한국	89.00바트 (약 3,276원)	100g	
2	해초 단일 포장	B사	남해안산 청정미역	한국	129.00바트 (약 4,748원)	100g	
3	해초 단일 포장	비장 (Bi Jiang)	조미당채 (调味棠采)	중국	15.00바트 (약 552원)	50g	
4	해초 단일 포장	C사	건조 장미역	한국	513.00바트 (약 18,884원)	1,000g	
5	해초 모듬	니혼쇼켄 (Nihon Shokken)	드라이드 씨워드 카이소 믹스 (Dried Seaweed Kaiso Mix)	일본	1,363.00바트 (약 50,172원)	110g (55g*2봉)	

[표 2.2] 태국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 5)

쇼핑몰 입점 제품 상위 5개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	해초 단일 포장	조지애 (藻芝恋)	건조/압축 다시마 (烘干压缩海带)	중국	25.00바트 (약 920원)	22g	
2	해초 단일 포장	옥양 (玉洋)	슈레디드 켈프 (Shredded Kelp)	중국	26.00바트 (약 957원)	22g	
3	해초 단일 포장	B사	남해안산 청정미역	한국	129.00바트 (약 4,748원)	100g	
4	해초 단일 포장	매천해 (每天海)	해양채소 다시마 (海洋蔬菜海带丝)	중국	35.00바트 (약 1,288원)	22g	
5	해초 모듬	니혼쇼켄 (Nihon Shokken)	드라이드 씨위드 카이소 믹스 (Dried Seaweed Kaiso Mix)	일본	520.00바트 (약 19,141원)	55g	
탐스 입점 제품 상위 5개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	해초 단일 포장	마이초이스 (MyChoice)	와카메 드라이드 씨위드 (Wakame Dried Seaweed)	태국	75.00바트 (약 2,761원)	50g	
2	해초 단일 포장	다이슈 (DAICHU)	캇토 와카메 (カットわかめ)	중국	85.00바트 (약 3,128원)	22g	
3	해초 단일 포장	골드피쉬 (GoldFish)	드라이드 씨위드 (Dried Seaweed)	태국	45.00바트 (약 1,656원)	25g	
4	해초 모듬	탐스 (Tops)	드라이드 푸드&스파이스 (Dried Food&Spices)	태국	35.00바트 (약 1,288원)	15g	
5	해초 단일 포장	B사	남해안산 청정미역	한국	75.00바트 (약 2,761원)	50g	

자료: 라자다(Lazada), 쇼피(Shopee), 탐스(Tops) 홈페이지
 사진 자료: 라자다(Lazada), 쇼피(Shopee), 탐스(Tops) 홈페이지

3) 조사일(2022.07.05) 기준 조사

4) 조사일(2022.07.05) 기준 조사

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 태국 방콕 정보⁵⁾

인구	약 1,054만 명
면적	약 1,568km ²

▶ 태국 방콕, 방문지역으로 선정

태국 방콕(Bangkok)을 방문지역으로 선정함. 태국의 수도인 방콕은 태국 최대의 도시이자 태국 및 인도차이나반도의 경제 중심지이기도 함. 또한 방콕은 세계에서 22번째로 인구가 많은 도시로 짜오프라야 강 유역이 방콕 시내를 감싼다는 점이 지리적 특징이며, 방대한 강의 유역을 따라 생선을 포함한 다양한 해산물 판매 및 소비가 활발하게 이루어지는 것으로 조사됨

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 아시안/한인마트

유통채널별 점유율 조사 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 75.1%로 가장 높았으며, 다음으로 수산물 전문 식료품점 12.2%, 편의점 7.5%, 온라인 2.1%로 확인됨. 이에 유통경로 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사매장을 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 아시안/한인마트로 선정함

[표 2.3] 태국 김 주요 유통채널 현황

채널 분류	점유율	주요 매장
하이퍼마켓/슈퍼마켓	75.1%	고메 마켓(Gourmet Market), 빅씨(Big C), 탑스(Tops), 테스코 로터스(Tesco Lotus), 빌라 마켓(Villa Market)
수산물 전문 식료품점	12.2%	신센 피쉬 마켓(Shinsen Fish Market)
편의점	7.5%	세븐일레븐(7-eleven), 맥스밸류(MaxValu), 패밀리마트(Family Mart)
기타 (아시안/한인마트 등)	3.1%	돈 돈 돈키 몰(Don Don Donki Mall), 지두방 지마켓(JidubanG-Market)
온라인	2.1%	라자다(Lazada), 쇼피(Shopee)

■ 고객사 진출 선호 매장

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

5) 자료: 시티 포플레이션(City Population) 홈페이지

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(*) 탑스(Tops), 빅씨(Big C), 푸드랜드(Foodland),
지두방 지마켓(JidubanG -Market)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 해초모듬: 물에 불려 섭취할 수 있는 두 종류 이상의 건해초 구성 제품
- 해초 단일포장: 물에 불려 섭취할 수 있는 단일 종류의 건해초 제품

[표 2.4] 태국 해초모듬 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	해초모듬	해초 단일포장
① 마이초이스 씨워드 샐러드 (센트럴 푸드 리테일)	○ (탑스)	○ (탑스)	○	
② 킹세프 재패니스 스타일 씨워드 샐러드 (킹위시컴퍼니)	○ (탑스, 빅씨, 푸드랜드)	(-)	○	
③ 드라이드 씨워드 카이소 믹스 (니혼쇼켄)	(-)	○ (라자다, 쇼피)	○	
④ 마이초이스 와카메 드라이드 씨워드 (센트럴 푸드 리테일)	○ (탑스)	○ (탑스)		○
⑤ 타베루 와카메 드라이드 씨워드 (케이제이씨 인터푸드)	○ (탑스)	○ (라자다, 쇼피)		○
⑥ 캣토 와카메 (다이슈)	○ (푸드랜드, 지두방 지마켓)	○ (라자다, 쇼피, 탑스)		○
⑦ 골드피쉬 드라이드 씨워드 (헤리티지 스낵앤푸드)	○ (푸드랜드)	○ (쇼피, 탑스)		○
⑧ 남해안산 청정자른미역 (B사)	○ (탑스, 빅씨, 푸드랜드, 지두방 지마켓)	○ (라자다, 쇼피, 탑스)		○
⑨ 남해안산 청정미역 (B사)	○ (탑스, 빅씨, 푸드랜드, 지두방 지마켓)	○ (라자다, 쇼피, 탑스)		○
⑩ C사 건조 장미역 (티엠케이 타이랜드)	(-)	○ (라자다, 쇼피)		○

(*) 현지 판매 해초모듬 경쟁제품 10개 분석

2. 태국 해초모듬 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 태국 해초모듬 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 태국 해초모듬 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	10g당 가격	제품의 10g당 가격
중량	중량(g)	제품의 포장 단위
제품 종류	해초모듬	물에 불려 섭취할 수 있는 두 종류 이상의 건해초 구성 제품
	해초 단일포장	물에 불려 섭취할 수 있는 단일 종류의 건해초 구성 제품
포장 형태	플라스틱 비닐	플라스틱 소재의 파우치
유통기한		제품이 시중에 유통될 수 있는 기한
원산지		제품의 원산지
조사 일자		제품 조사 일자
인증		제품이 보유하고 있는 인증
홍보문구		제품의 홍보문구
보관 온도		제품의 보관 온도
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

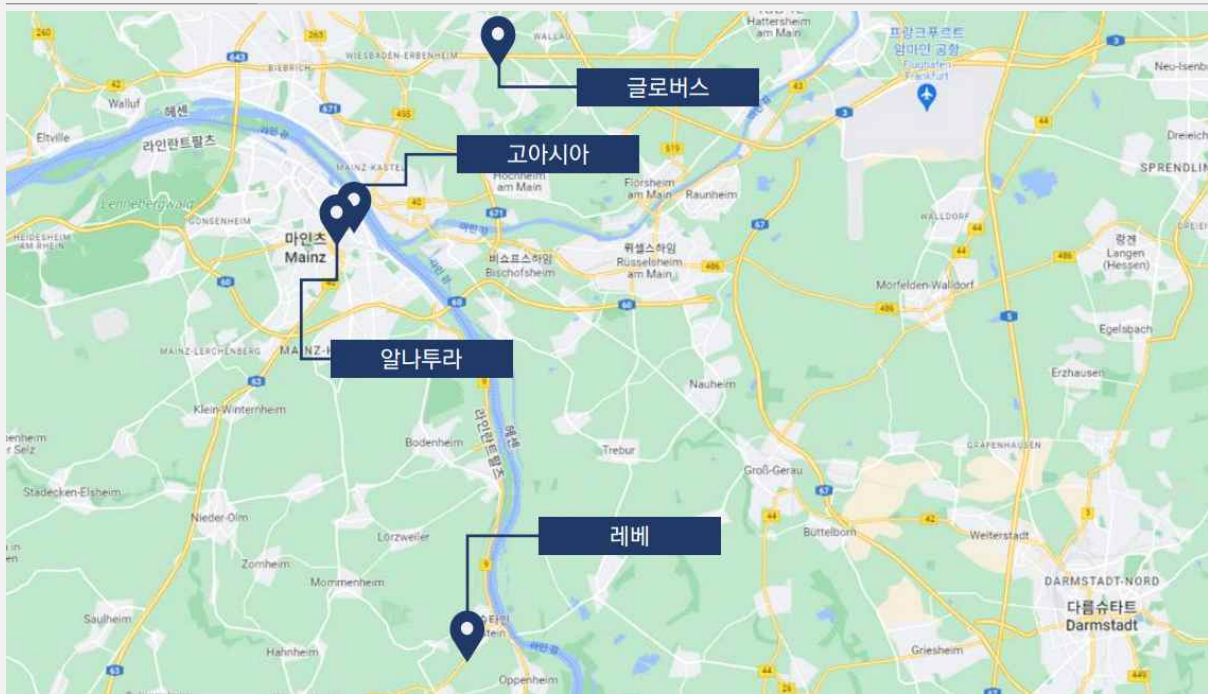
3. 태국 해초모듬 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 태국 방콕에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 아시안/한인마트

태국 방콕에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓 탑스(Tops), 빅씨(Big C), 푸드랜드(Foodland)를 방문함. 탑스는 대규모의 하이퍼마켓/슈퍼마켓 체인으로 태국에만 200여 개의 지점을 운영 중임. 빅씨는 태국뿐만 아니라 동남아시아 전역에 분포한 대형 유통업 체인이며, 푸드랜드는 비교적 고가의 브랜드로 포지셔닝 한 하이퍼마켓/슈퍼마켓임. 지두방 지마켓(JidubanG-Market)은 여러 한국산 식료품을 취급하는 태국의 대표 아시안/한인마트임

[표 2.6] 태국 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
고아시아 (Go Asia)	아시안/한인마트	7	· 한국, 중국, 일본 등의 아시아 식료품 판매업체 · 태국 내 30여 개의 지점 보유
글로버스 (Globus)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	1	· 태국 및 동유럽 지역 위주로 영업 중인 유통업체 · 태국 내 50여 개의 지점 보유
레베 (Rewe)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	1	· 태국 식료품 유통업체 점유율 2위 · 태국 내 3,700여 개의 지점 보유
알나투라 (Alnatura)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	1	· 유기농 식료품 위주의 태국 유통업체 · 태국 내 100개 이상의 지점 보유



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품, 10개 중 3개 제품은 3개 이상의 방문 매장에서 판매

앞서 선정한 탑스(Tops), 빅씨(Big C), 푸드랜드(Foodland), 지두방 지마켓(JidubanG-Market) 매장을 방문 후 인기제품을 조사한 결과, 총 3개의 제품이 방문 매장 3곳 이상에서 판매 중인 것으로 확인됨. 특히 B사의 2개 제품은 모든 방문 매장에서 판매 중으로 조사됨

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황⁶⁾

경쟁제품 현황	판매 현황			
	탑스	빅씨	푸드랜드	지두방 지마켓
① 마이초이스 씨워드 샐러드 (센트럴 푸드 리테일)	○			
② 킹셰프 재패니스 스타일 씨워드 샐러드 (킹위시컴퍼니)	○	○	○	
③ 드라이드 씨워드 카이소 믹스 ⁷⁾ (니혼쇼켄)	온라인 채널에서 판매 중인 경쟁제품			
④ 마이초이스 와카메 드라이드 씨워드 (센트럴 푸드 리테일)	○			
⑤ 타베루 와카메 드라이드 씨워드 (케이제이씨 인터푸드)	○			
⑥ 캣토 와카메 (다이슈)			○	○
⑦ 골드피쉬 드라이드 씨워드 (헤리티지 스낵앤푸드)			○	○
⑧ 남해안산 청정자른미역 (B사)	○	○	○	○
⑨ 남해안산 청정미역 (B사)	○	○	○	○
⑩ C사 건조 장미역 ⁸⁾ (티엠케이 타이랜드)	온라인 채널에서 판매 중인 경쟁제품			

자료: 현지조사원 자료

6) 태국 오프라인 채널에서 유통 중인 해초모듬/해초 단일포장 제품이 많지 않아 경쟁제품 10개 중 2개는 온라인 제품으로 대체

7) 쇼피 입점 인기제품(P.7) 중 5번째 제품, Shop ⑥(P.23) 참고

8) 라자다 입점 인기제품(P.6) 중 4번째 제품, Shop ⑤(P.22) 참고

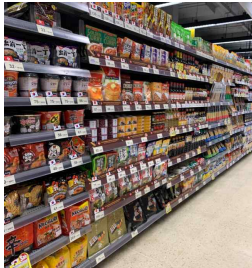
Shop ① 탑스(Tops)

● 매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
육류, 신선식품, 과일, 유제품,
건강식품, 가공식품 등 다양한
제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ⁹⁾		탑스는 1996년에 설립된 태국의 대표적인 슈퍼마켓 체인으로, Central Retail Corporation이 운영하고 있음. 태국 전역에 분포해 있는 200여 개의 지점을 운영하고 있으며, 다양한 식료품을 판매하고 있음
	조사 제품 수: 3개	

매장 정보		
	위치	도시(지역) 방콕 상세주소 101 Sukumvit Road, Bangchak, Phra Khanong, Bangkok 10260

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 해초모듬 경쟁제품 정보		
			
	마이초이스 씨워드 샐러드 (센트럴 푸드 리테일)	마이초이스 와카메 드라이드 씨워드 (센트럴 푸드 리테일)	타베루 와카메 드라이드 씨워드 (케이제이씨 인터푸드)

사진자료: 현지조사원 자료, 라자다(Lazada), 쇼피(Shopee), 탑스(Tops) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	마이초이스 씨워드 샐러드 (MyChoice Seaweed Salad)	제조사 (현지어)	센트럴 푸드 리테일 (Central Food Retail)
제품 종류	해초모듬	중량	170g
소비자가격	69.00바트 (약 2,540원)	10g당 가격	4.06바트 (약 150원)
원산지	태국	맛	오리지널
포장 형태	알루미늄 비닐 단일포장	홍보문구	(-)
수입자	(-)	원료 및 첨가물	해조류, 설탕, 식초, 참기름, 흰깨, 요오드화소금, 칠리

			
제품명 (현지어)	마이초이스 와카메 드라이드 씨워드 (MyChoice Wakame Dried Seaweed)	제조사 (현지어)	센트럴 푸드 리테일 (Central Food Retail)
제품 종류	해초 단일포장	중량	50g
소비자가격	75.00바트 (약 2,761원)	10g당 가격	15.00바트 (약 552원)
원산지	태국	맛	미역 원물
포장 형태	플라스틱 비닐 단일포장	홍보문구	제품으로 미소국 만드는 법, 100% 미역
수입자	(-)	원료 및 첨가물	미역

			
제품명 (현지어)	타베루 와카메 드라이드 싸위드 (Taberu Wakame Dried Seaweed)	제조사 (현지어)	케이제이씨 인터푸드 (KJC Interfood)
제품 종류	해초 단일포장	중량	50g
소비자가격	79.00바트 (약 2,908원)	10g당 가격	15.80바트 (약 582원)
원산지	태국	맛	미역 원물
포장 형태	플라스틱 비닐 단일포장	홍보문구	콜레스테롤 無, 저칼로리, 100% 미역, 건강에 좋은
수입자	(-)	원료 및 첨가물	미역

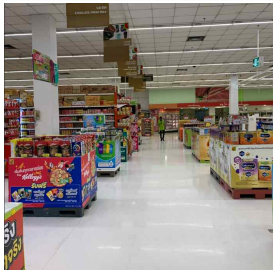
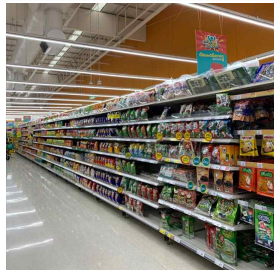
Shop ② 빅씨(Big C)

●
매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
음료, 과자, 과일, 채소,
육류, 해산물, 농산물,
생활용품 등의 다양한
제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
번화가의 중심부에 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ¹⁰⁾		빅씨는 1993년에 설립된 태국의 슈퍼마켓 체인임. 1998년부터 프랑스 유통업체인 Groupe Casino의 관리하에서 베트남, 태국, 아르헨티나, 우루과이 등의 여러 국가에서 매장을 운영하고 있으며, 베트남에는 36개의 매장을 보유함
	조사 제품 수: 1개	

매장 정보		
	위치	도시(지역) 방콕 상세주소 97/11, 6th Floor, Ratchadamri Road, Lumpini Subdistrict, Pathumwan District, Bangkok 10330

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 해초모듬 경쟁제품 정보	
	 킹셰프 재패니즈 스타일 씨워드 샐러드 (킹위시컴퍼니)	

사진자료: 현지조사원 자료, 라자다(Lazada), 쇼피(Shopee), 탑스(Tops) 홈페이지

10) 빅씨(Big C) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	킹셰프 재패니즈 스타일 씨워드 샐러드 (King Chef Japanese Style Seaweed Salad)	제조사 (현지어)	킹위시컴퍼니 (บริษัท ดิงส์ วิช จำกัด)
제품 종류	해초모듬	중량	100g
소비자가격	49.00바트 (약 1,804원)	10g당 가격	4.90바트 (약 180원)
원산지	태국	맛	오리지널
포장 형태	플라스틱 비닐 단일포장	홍보문구	오리지널 레시피
수입자	(-)	원료 및 첨가물	해조류, 설탕, 식초, 참기름, 흰깨, 고추

Shop ③ 푸드랜드(Foodland)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
주로 외국산의 음료, 과자, 과일, 채소, 육류, 해산물, 가공식품, 생활용품 등의 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ¹¹⁾			푸드랜드는 1972년 설립된 태국 중소형 슈퍼마켓 체인으로, 판매 제품의 초점이 수입 식품에 맞춰져 있는 프리미엄 브랜드에 해당함. 태국 전역에 22개 지점을 운영하고 있음
	조사 제품 수: 2개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	방콕 2675 Soi Ladprao 95, Klong Chao Khun Sing Sub-district, Wang Thong Lang District, Bangkok 10310
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 해초모듬 경쟁제품 정보		
			
	كاتت 와카메 (다이슈)	골드피쉬 드라이드 씨워드 (헤리티지 스낵앰푸드)	

사진자료: 현지조사원 자료, 라자다(Lazada), 쇼피(Shopee), 탑스(Tops) 홈페이지

11) 푸드랜드(Foodland) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	컷도 와카메 (カットわかめ)	제조사 (현지어)	다이슈 (DAICHU)
제품 종류	해초 단일포장	중량	22g
소비자가격	63.00바트 (약 2,319원)	10g당 가격	28.64바트 (약 1,054원)
원산지	중국	맛	미역 원물
포장 형태	플라스틱 비닐 단일포장	홍보문구	미소국 만드는 법, 우동 만드는 법, 샐러드 만드는 법
수입자	Connect and Gather Co.,Ltd.	원료 및 첨가물	미역

			
제품명 (현지어)	골드피쉬 드라이드 씨위드 (GoldFish Dried Seaweed)	제조사 (현지어)	헤리티지 스낵앤푸드 (Heritage Snacks&Food)
제품 종류	해초 단일포장	중량	25g
소비자가격	38.00바트 (약 1,399원)	10g당 가격	15.20바트 (약 560원)
원산지	태국	맛	미역 원물
포장 형태	플라스틱 비닐 단일포장	홍보문구	장수의 비밀, 100% 미역
수입자	(-)	원료 및 첨가물	미역

Shop ④ 지두방 지마켓(JidubanG-Market)

● 매장 정보

- 유형: 아시안/한인마트
- 판매 제품 특징:
다양한 한국산 음료, 과자, 과일, 채소, 육류, 농수산물, 생활용품 등의 제품을 판매
- 매장 주변 특징:
대형도로 인근에 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ¹²⁾		지두방 지마켓은 2018년 8월 개업한 한인마트로, 케이마켓의 폐점 이후 방콕에서 운영되는 한인마트 중 최대 규모임. 매장 내에 분식점 및 식사 가능한 장소가 비치되어 있으며, SNS를 통해 활발한 제품 홍보 및 프로모션을 진행하고 있음
		조사 제품 수: 2개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 상세주소
		방콕 99/26-28 Ratchadaphisek Rd., Dindaeng, Bangkok, Thailand 10400

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 해초모듬 경쟁제품 정보	
		
	남해안산 청정자른미역 (B사)	남해안산 청정미역 (B사)

사진자료: 현지조사원 자료, 라자다(Lazada), 쇼피(Shopee), 탑스(Tops) 홈페이지

12) 지두방 지마켓(JidubanG-Market) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	남해안산 청정자른미역	제조사 (현지어)	B사
제품 종류	해초 단일포장	중량	50g
소비자가격	83.00바트 (약 3,055원)	10g당 가격	16.60바트 (약 611원)
원산지	한국	맛	미역 원물
포장 형태	플라스틱 비닐 단일포장	홍보문구	깨끗한 남해의 부드러운 원초, 미역국 만드는 방법
수입자	Prothai Co.,Ltd.	원료 및 첨가물	미역

			
제품명 (현지어)	남해안산 청정미역	제조사 (현지어)	B사
제품 종류	해초 단일포장	중량	50g
소비자가격	72.00바트 (약 2,650원)	10g당 가격	14.40바트 (약 530원)
원산지	한국	맛	미역 원물
포장 형태	플라스틱 비닐 단일포장	홍보문구	깨끗한 남해의 부드러운 원초, 미역국 만드는 방법
수입자	Prothai Co.,Ltd.	원료 및 첨가물	미역

Shop ⑤ 라자다(Lazada)

매장 정보

- 유형: 온라인
- 판매 제품 특징:
다양한 신선식품, 수산물, 음료, 소스, 생활용품, 건강용품 등의 제품을 판매

- 온라인 매장 특징:
‘신선식품 및 수산물’ 카테고리 기준, 태국 내 점유율 1위

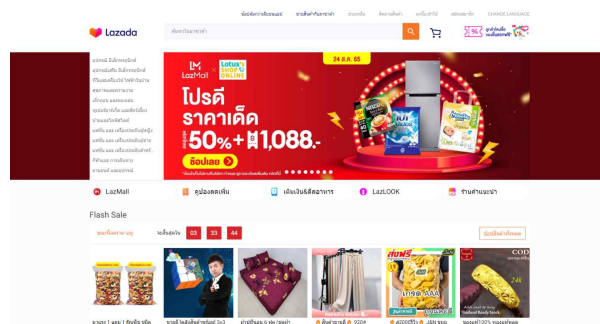
- 주요 고객층:
태국 및 전 세계 소비자

브랜드
기본 정보¹³⁾

라자다는 중국의 대형 전자상거래 기업인 Alibaba 그룹 산하의 동남아 대표 이커머스 플랫폼임. 연간 5천만 명 이상의 구매자를 보유하고 있는 라자다는 동남아시아에서 가장 많은 월평균 웹페이지 방문객 수를 보이고 있음

조사 제품 수: 1개

사이트 정보



주소

도메인

태국

URL

www.lazada.co.th

사진자료: 라자다(Lazada) 홈페이지

판매 해초모듬 경쟁제품 정보



제품명 (현지어)	C사 건조 장미역	제조사 (현지어)	티엠케이 타이랜드 (TMK Thailand)
제품 종류	해초 단일포장	중량	1,000g
소비자가격	513.00바트 (약 18,884원)	10g당 가격	5.13바트 (약 189원)
원산지	한국	맛	미역 원물
포장 형태	플라스틱 비닐 단일포장	홍보문구	(-)
수입자	TMK Thailand Co.,Ltd.	원료 및 첨가물	미역

13) 라자다(Lazada) 홈페이지

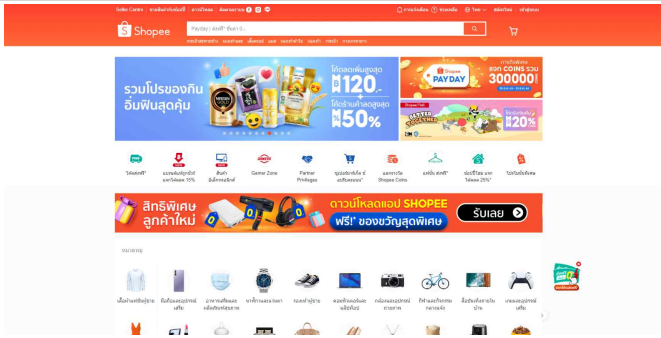
Shop ⑥ 쇼피(Shopee)

● 매장 정보

- 유형: 온라인
- 판매 제품 특징:
다양한 식료품, 스낵류, 유제품,
냉동식품, 가공식품, 건강식품
등의 제품을 판매

- 온라인 매장 특징:
‘신선식품 및 수산물’ 카테고리
기준, 태국 내 점유율 2위

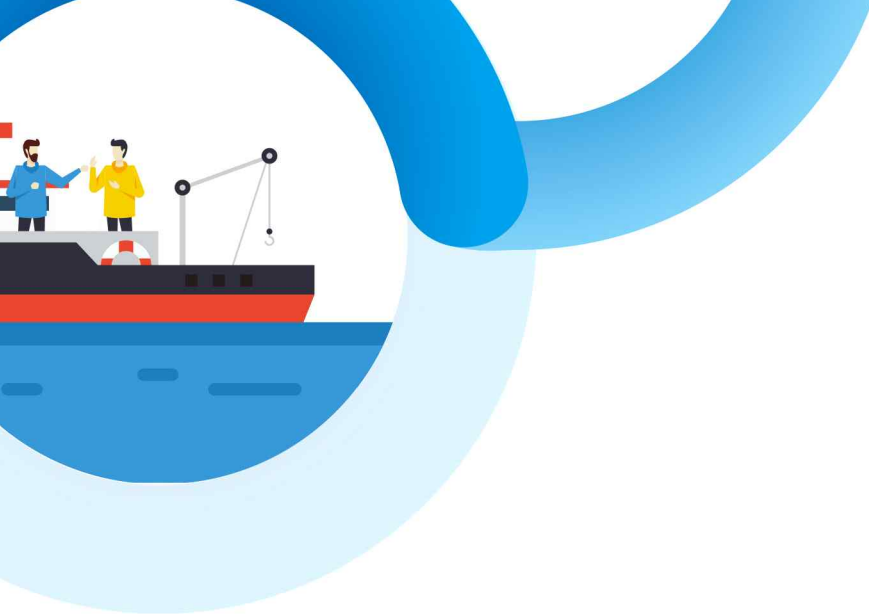
- 주요 고객층:
태국 및 전 세계 소비자

브랜드 기본 정보¹⁴⁾	 쇼피는 동남아시아 최대의 테크 대기업 Sea Ltd의 자회사로, 2015년에 싱가포르를 시작으로 아시아 전반으로 웹사이트 범위를 확장했음. 2021년 기준, 쇼피는 월평균 방문객 수가 3억 명을 넘는 동남아 최대 규모의 전자상거래 플랫폼 중 하나임		
	조사 제품 수: 1개		
사이트 정보			
	주소	도메인 URL	태국 www.shopee.co.th

사진자료: 쇼피(Shopee) 홈페이지

판매 해초모듬 경쟁제품 정보			
			
제품명 (현지어)	드라이드 씨워드 카이소 믹스 (Dried Seaweed Kaiso Mix)	제조사 (현지어)	니혼쇼켄 (Nihon Shokken)
제품 종류	해초모듬	중량	55g
소비자가격	520.00바트 (약 19,141원)	10g당 가격	94.55바트 (약 3,480원)
원산지	일본	맛	해조류 원물
포장 형태	플라스틱 비닐 단일포장	홍보문구	100% 해조류
수입자	DaiseThailand Co.,Ltd.	원료 및 첨가물	해조류

14) 쇼피(Shopee) 홈페이지



III. 경쟁기업

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

1. 태국 해초모듬 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 해초모듬 제품을 판매하는 태국기업 2개사, 한국기업 1개사 총 3개사 선정

태국 오프라인 매장에 진출하여 해초모듬 제품 및 해초 단일포장 제품을 판매하는 경쟁기업 중 현지화가 잘 되어 있는 태국기업 2개사, 한국기업 1개사 총 3개사를 경쟁기업으로 선정함

▶ 경쟁기업 3개사, 평균 24년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 24년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 센트럴 푸드 리테일은 1996년에 설립되어 약 26년째 사업을 이어오고 있으며, 케이제이씨 인터푸드는 20년의, 한국기업인 B사는 26년의 업력을 보유하고 있는 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업 3개사, 해초모듬 동일품목 종류 조사

태국에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 해초모듬 동일 품목 수를 조사한 결과, 케이제이씨 인터푸드가 3개로 경쟁기업 3개사 중에서 가장 많은 수의 동일 품목을 판매하고 있음을 확인하였음. 다음으로는 센트럴 푸드 리테일과 B사가 각각 2개의 동일 품목을 판매 중임을 확인함

[표 3.1] 해초모듬 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
센트럴 푸드 리테일	태국	26년	2개
케이제이씨 인터푸드	태국	20년	3개
B사	한국	26년	2개

자료: 태국 진출 해초모듬 경쟁기업 3개사 분석

2. 태국 해초모듬 경쟁기업 현지화 분석 기준

▶ 경쟁기업의 기본 정보

[표 3.2] 경쟁기업 기본 정보

기준	설명
① 기업명	기업의 이름
② 위치	기업 본사 위치
매출액	기업 21년도 매출액
직원 수	기업 21년도 직원 수
③ 규모	설립연도
동일품목	해초모듬 및 해초 단일포장

▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	별도 포장 없이 벌크 판매하거나 경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	● (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	● (상)

▶ 경쟁기업의 자사 제품 홍보 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 홍보 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 현지화 미진행	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음	○ (하)
② 홍보 글로벌화	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (중)
③ 홍보 현지화	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (상)

▶ 경쟁기업의 제품 제조 방식에 따른 분류

[표 3.5] 경쟁기업 제품 제조 방식 기준

기준		설명	적극성
① OEM	간접 제조	제조 전문 OEM 업체와 제휴를 맺어 제조 위탁	○ (하)
② 국내제조	직접 제조	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출	◐ (중)
③ 현지제조		현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조	● (상)

▶ 경쟁기업의 유통채널에 따른 분석 기준

[표 3.6] 경쟁기업 유통채널

기준	채널 종류
오프라인	탐스, 빅씨, 푸드랜드, 지두방 지마켓
온라인	라자다, 쇼피, 탐스

3. 태국 해초모듬 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 태국 오프라인 매장 진출

태국에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지 조사한 오프라인 매장 내에 입점해있는 것을 확인함. 태국기업 센트럴 푸드 리테일과 케이제이씨 인터푸드는 탑스에 입점해있으며, 한국기업 B사의 제품들은 조사한 모든 오프라인 매장에 입점해있음. 온라인 채널의 경우, 센트럴 푸드 리테일은 탑스에만 입점해있으며, 케이제이씨 인터푸드 제품은 라자다 및 쇼피에, B사 제품은 모든 주요 온라인몰에 입점한 것을 확인함

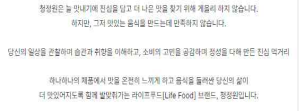
▶ 경쟁기업, SNS 플랫폼에서의 제품 홍보 활동 활발함

태국 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 센트럴 푸드 리테일과 케이제이씨 인터푸드는 태국 홈페이지와 글로벌 홈페이지를 운영하고 있으며, B사는 글로벌 및 한국 홈페이지를 운영 중임. SNS 플랫폼을 통한 홍보 활동으로는, 센트럴 푸드 리테일은 태국 계정의 페이스북, 유튜브, 인스타그램 및 트위터를 운영하고 있고, 케이제이씨 인터푸드는 글로벌 계정의 페이스북을 운영 중임. B사는 글로벌 및 한국 계정으로 페이스북, 유튜브, 인스타그램을 운영하며 활발한 홍보를 진행하고 있는 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 품질, 요리법, 효능 등을 강조

태국 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때, 제품의 품질과 요리 방법 및 건강상의 효능 등을 강조하는 문구를 사용하는 것으로 조사됨. 이외에도, 제품 홍보에 있어 제품 원료 및 영양성분과 관련된 수식어가 활용되고 있음. ‘싱싱하고 깨끗함’, ‘미소국 제조방법’, ‘미역국 만드는 법’, ‘콜레스테롤 없음’, ‘낮은 칼로리’ 등의 수식어가 사용되고 있으며, 그 외에도 ‘100% 미역’, ‘풍부한 비타민’ 등의 수식어로 제품의 효능 및 원료의 우수성을 홍보하고 있음

[표 3.7] 태국 해초모듬 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
센트럴 푸드 리테일	- 오프라인 매장 - 탑스 - 온라인 매장 - 탑스	- 자사 홈페이지 (글로벌, 태국) - SNS 플랫폼 (태국) - 페이스북 - 유튜브 - 인스타그램 - 트위터	- 100% 미역 - 미소국 제조방법 - 고품질 제품	
케이제이씨 인터푸드	- 오프라인 매장 - 탑스 - 온라인 매장 - 라자다 - 쇼피	- 자사 홈페이지 (글로벌, 태국) - SNS 플랫폼 (글로벌) - 페이스북	- 콜레스테롤 無 - 저칼로리 제품 - 100% 미역 - 건강에 좋음 - 풍부한 비타민 및 영양소	
B사	- 오프라인 매장 - 탑스 - 빅씨 - 푸드랜드 - 지두방 지마켓 - 온라인 매장 - 라자다 - 쇼피 - 탑스	- 자사 홈페이지 (글로벌, 한국) - SNS 플랫폼 (글로벌, 한국) - 페이스북 - 유튜브 - 인스타그램	- 깨끗한 남해의 원초 - 먹기 좋은 크기 - 싱싱하고 깨끗함 - 미역국 만드는 방법	

자료: 태국 진출 해초모듬 경쟁기업 3개사 분석

① 센트럴 푸드 리테일

기업 기본 정보	기업명	센트럴 푸드 리테일		
	기업 설명	센트럴 푸드 리테일(Central Food Retail)은 태국 최대의 슈퍼마켓 체인으로, 대형 유통업체인 센트럴 그룹 산하의 자회사임. 태국 내 200개 이상의 슈퍼마켓을 운영 중이며, 자체적으로 제작한 식품 및 생필품 브랜드를 보유하여 상품을 개발 및 유통함		
	위치	2, 15-18th Fl. Central Plaza Chaengwattana Office Tower 99/9 Moo 2, Chaengwattana Road, Bangtalad, Pak Kret, Nonthaburi, Thailand 11120		
	규모	동일 품목 수 ¹⁵⁾	2개	
		설립연도	1996년	
		매출	약 60억 달러	

기업 진출 채널	<오프라인 매장> 탑스 <온라인 매장> 탑스		제품명	마이초이스 와카메 드라이드 씨워드 (MyChoice Wakame Dried Seaweed)
			중량	50g
			소비자가격	75.00바트 ¹⁶⁾ (약 2,761원)
			제품 종류	해초 단일포장

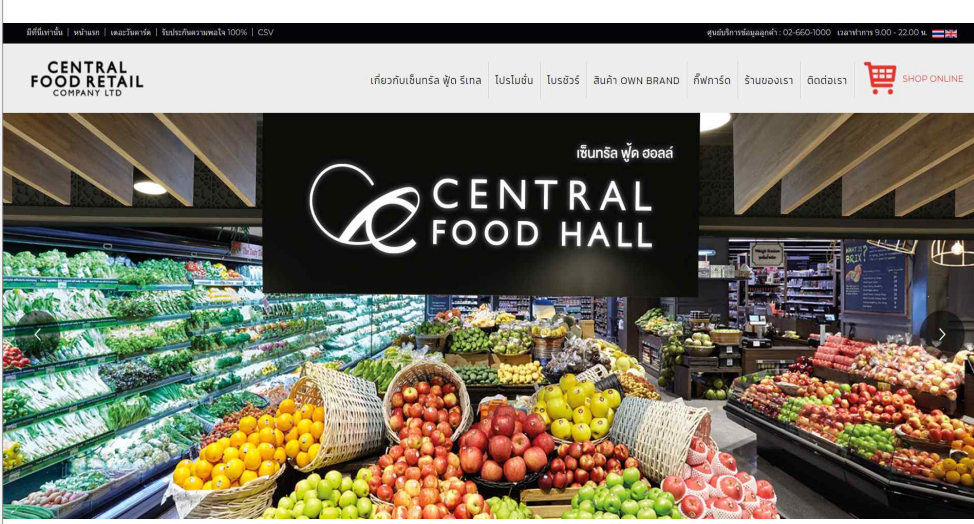
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	태국 현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용

사진자료: 현지조사원 자료, 라자다(Lazada), 쇼피(Shopee), 탑스(Tops) 홈페이지

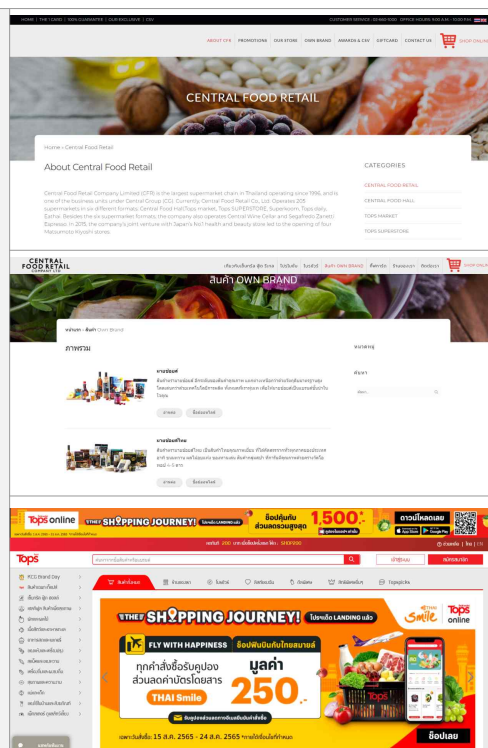
15) 해초모듬 제품과 해초 단일포장 제품을 묶어 동일 품목으로 간주함

16) 1바트=36.81원 (2022.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용), 오프라인 매장 판매가 기준

홍보 방식

	
홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌, 태국), 페이스북/유튜브/인스타그램/트위터(태국)
게시 주기	비정기적
게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개, 프로모션 소개, 요리법 제공

게시물 유형



- 기본적인 회사 소개
(개요, 연혁, 이념, 전국 매장 등)

- 자사 브랜드 및 제품 소개
(식품, 생필품 등)

- 자사 제품을 구매할 수 있는
기업 산하의 연동 쇼핑몰 소개

사진자료: 아르헤(Arche) 홈페이지 (www.arche-naturkueche.de)

② 케이제이씨 인터푸드

기업 기본 정보	기업명	케이제이씨 인터푸드	
	기업 설명	케이제이씨 인터푸드(KJC Interfood)는 각종 해초를 재배하여 태국으로 수입한 후 태국에서 가공 및 유통하는 회사임. 해조류 스낵 브랜드인 타베루와 그 외 각종 요리에 사용되는 가공 해조류를 생산 및 유통함	
	위치	118 P.S.B. TOWER 6TH FL, VIBHAVADI RD, CHOM PHON, CHATUCHAK, BANGKOK 10900	
	규모	동일 품목 수 ¹⁷⁾	3개
		설립연도	2002년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 탑스 〈온라인 매장〉 라자다 쇼피		제품명	타베루 와카메 드라이드 씨위드 (Taberu Wakame Dried Seaweed)
			중량	50g
			소비자가격	79.00바트 ¹⁸⁾ (약 2,908원)
			제품 종류	해초 단일포장

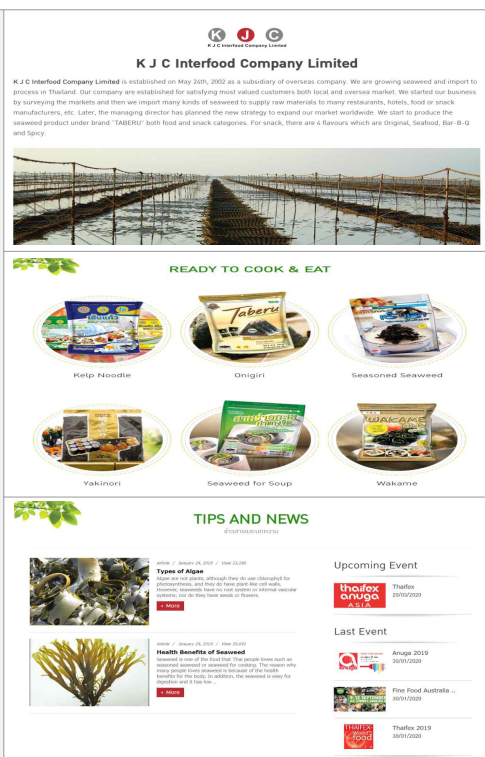
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	태국 현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용

사진자료: 현지조사원 자료, 라자다(Lazada), 쇼피(Shopee), 탑스(Tops) 홈페이지

17) 해초모듬 제품과 해초 단일포장 제품을 묶어 동일 품목으로 간주함

18) 오프라인 매장 판매가 기준

홍보 방식	 <table border="1"> <tr> <td>홍보 채널</td><td>자사 홈페이지(글로벌, 태국), 페이스북(글로벌)</td></tr> <tr> <td>게시 주기</td><td>비정기적</td></tr> <tr> <td>게시물 유형</td><td>기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개, 식품 관련 정보 안내</td></tr> </table>	홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌, 태국), 페이스북(글로벌)	게시 주기	비정기적	게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개, 식품 관련 정보 안내
홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌, 태국), 페이스북(글로벌)						
게시 주기	비정기적						
게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개, 식품 관련 정보 안내						

게시물 유형		• 기본적인 회사 소개 (개요, 연혁, 이념 등) • 자사 브랜드 및 제품 소개 (김 스낵, 해초 가공식품, 해조류 원물 등) • 해초류 식품 관련 정보 안내
---------------	---	--

사진자료: 케이제이씨 인터푸드(KJC Interfood) 홈페이지 (www.kjcinterfood.co.th)

③ B사

기업 기본 정보	기업명	B사	
	기업 설명	B사는 수많은 대형 브랜드를 보유하고 있는 대상그룹의 자회사로서, 종합 식품 전문 브랜드임. 고추장, 된장, 간장 등의 발효 장류와 더불어 파스타 소스 등의 각종 소스류와 레토르트 식품, 국수류, 요리재료 등을 생산 및 유통하고 있음	
	위치	서울시 종로구 창경궁로 120	
	규모	동일 품목 수 ¹⁹⁾	2개
		설립연도	1996년

기업 진출 채널	<오프라인 매장> 탑스 빅씨 푸드랜드 지두방 지마켓 <온라인 매장> 라자다 쇼피 탑스		제품명	남해안산 청정자른미역
			중량	50g
			소비자가격	83.00바트 ²⁰⁾ (약 3,055원)
			제품 종류	해초 단일포장

현지 진출 방법	포장 현지화	● (중)	제품 정보가 태국 현지어로 표기된 스티커를 제품 겉면에 부착하여 현지화
	홍보 현지화	● (중)	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용

사진자료: 현지조사원 자료, 라자다(Lazada), 쇼피(Shopee), 탑스(Tops) 홈페이지

19) 해초모듬 제품과 해초 단일포장 제품을 묶어 동일 품목으로 간주함

20) 오프라인 매장 판매가 기준

청정원

브랜드 제품 뉴스 고객센터

청정원

The Better

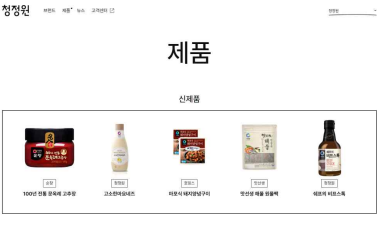
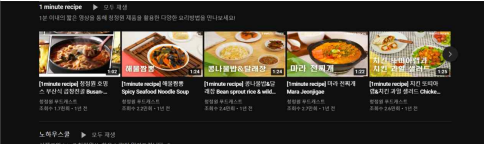
[청정원] 속종이가 불러요,
장원이~ 오늘도 부탁해

Get!

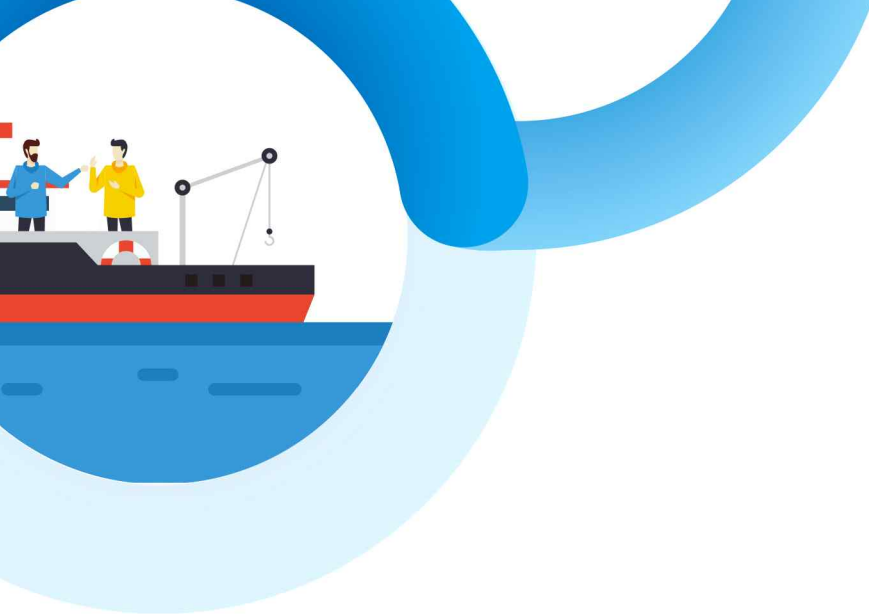
Let's eat ↓

Life

홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌, 한국), 페이스북/유튜브/인스타그램(글로벌, 한국)
게시 주기	일주일에 3건
게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개, 요리법 제공

	 생활의 기본이지만 전부이기도 한 [식(食)] 별다른 노력 없이도 맛있게 즐길 수 있는 한식을 우리 가족 모두가 더 맛있게 먹을 수 있습니다. 채워진, 그런 맛있는 한식을 통해 한식의 가치를 느껴주세요. 맛있는 한식을 경험하며 새로운 한식을 맛보세요. 그 속에서 새로운 요리법에 영감을 얻을 수 있는 것은 당연합니다. 채워진에서 제공하는 다양한 콘텐츠, 스마트 라이프를 통해 즐거운 시간을 보내고, 이것이 바로 삶에 활력을 주는 채워진푸드와 Food의 가치, 진정한 삶입니다.	기본적인 회사 소개 (개요, 연혁, 이념 등)
게시물 유형		제품 소개 (장류, 소스류, 레토르트 식품, 해조류 등)
		사이트와 연동된 유튜브를 통한 제품 요리법 제공

사진자료: B사 홈페이지



IV. 수입·유통업체 인터뷰

1. 오빠바보(OPPABABO)
2. 케이제이씨 인터푸드(KJC Interfood)
3. 긴간람람(GiinGaanLamLam)

태국 해초모듬 수입·유통업체 인터뷰 결과

인터뷰 대상 기업체 선정 기준

- ① 현지 식품 수입유통업체
- ② 해초모듬 또는 해초 제품 취급 경험 있음

업체명	오빠바보 (OPPABABO)	케이제이씨 인터푸드 (KJC Interfood)	긴간람람 (GiinGaanLamLam)
업태 ▶	수입·유통업체	수입·유통업체	수입·유통업체
취급 품목 ▶			

태국 해초모듬 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	오빠바보 (OPPABABO)	케이제이씨 인터푸드 (KJC Interfood)	긴간람람 (GiinGaanLamLam)
	수입·유통업체	수입·유통업체	수입·유통업체
고객사 제품의 가격 및 종량 에 대한 의견	태국 내 해초모듬 제품 가격대가 39~69바트라는 점을 고려하면, 고객사 제품은 해당 가격범위와 근접하기에 적당한 가격대임	취급하고 있는 해초샐러드 제품의 소비자가격과 유사하다는 점에서 고객사 제품의 가격은 적당하며 , 판매 종량도 크지 않고 적절함	태국 내에서 판매되고 있는 해초모듬 제품의 가격대와 고객사 제품의 가격이 유사하기에 적합한 가격대며, 종량도 적절함
고객사 제품의 포장 형태 에 대한 의견	플라스틱 비닐을 이용한 고객사 제품의 포장 형태는 태국 소비자들 사이에서 사용하기에 쉽고 편리하기에 적합한 방식임	플라스틱 비닐을 이용한 고객사 제품의 포장 형태는 간편하면서도 튼튼하다는 점에서 태국 소비자들에게 적합함	플라스틱 비닐을 이용한 고객사 제품의 포장 형태는 가벼우면서 사용하기 편리하기에 태국 소비자들에게 적합함
태국 시장에서 해초모듬 제품의 합리적인 가격 및 종량	39~69바트를 크게 벗어나지 않는 수준의 가격대 는 합리적이라고 볼 수 있으며, 해초모듬의 인기가 많지 않기에 작은 종량이 합리적임	태국 내 판매 중인 제품과 가격대가 유사한 수준 이라면 합리적이라고 볼 수 있으며, 태국 내 해초모듬 수요가 낮아 작은 판매 종량이 합리적임	태국 내 판매되고 있는 제품과 소비자가격이 유사하면 합리적이라고 볼 수 있으며, 제품 수요가 특정 집단에 편중되어 있기에 작은 종량이 합리적임
해초모듬 제품 구매 시, 현지 소비자 가 중요시하는 요인	제품의 맛과 가격 , 그리고 품질을 보장하는 안전한 포장 이 중요하며, 25세 이상의 집단은 건강상의 이점 을 중요시함	제품의 맛, 품질, 가격 이 중요하며, 30세 이상의 소비자 집단에서는 건강상의 이점 도 중요시하고 있음	제품의 품질과 맛 이 해초모듬 제품의 중요한 셀링포인트이며, 25~30세 집단의 경우에는 건강상의 이점 도 중요시함
태국 해초모듬 시장 내 적합한 홍보 방식 및 유통채널	가격 할인 등의 프로모션이 수월한 온라인 플랫폼 을 통한 홍보 와, 온라인 쇼핑몰 및 SNS 플랫폼을 이용한 온라인 유통 이 주로 활용됨	제품 홍보는 통상적으로 프로모션이 수월한 온라인 채널 에서 이루어지며, 이커머스 사이트와 SNS 플랫폼을 이용한 온라인 유통 이 주를 이룸	최근 SNS 인플루언서 를 활용한 홍보 방식 이 큰 관심을 끌고 있으며, 비교적 낮은 가격에 제품 구매가 가능한 온라인 유통 이 주로 활용됨

(*) 현지 경쟁제품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

Interview ① 오빠바보 (OPPABABO)

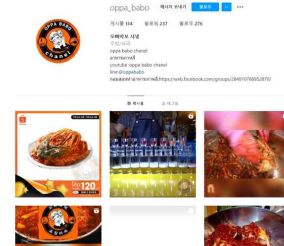
21)

오빠바보 (OPPABABO)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 태국 랏차부리에 위치한 한식당 겸 수입·유통업체
 - 한국산 냉동/가공식품을 주로 수입·유통
 - 인스타그램 등의 SNS와 쇼피에 취급 품목 입점

담당자 정보

Operations Manager



오빠바보(OPPABABO) Operations Manager

Q1. 고객사 제품의 가격 및 중량은 적당한가요?

해초모듬 제품의 소비자가격은 8g당 약 71바트(약 2,600원²²⁾)로 알고 있습니다. 태국 내 유사한 제품이 39바트(약 1,436원)에서 69바트(약 2,540원) 사이에서 판매되고 있음을 고려할 때, 고객사 제품의 가격은 이와 유사하기에 적당하다고 생각합니다. 반면에, 10g당 약 77바트(약 2,850원)에 판매 중인 해초샐러드 제품은 소비자가격이 다소 높다고 생각합니다. 이는 고객사 해초모듬 제품에 비해 태국 시장에서 통용되는 유사 제품 가격대에서 멀리 벗어나 있습니다. 중량의 경우에는 적당한 수준으로 잘 선정했다고 생각합니다.

Q2. 고객사 제품의 포장 방식과 포장 소재는 태국 소비자들에게 적합한가요?

태국 내 건조된 상태로 판매되는 해초모듬 또는 해초 단일제품은 고객사의 제품과 마찬가지로 비닐봉지를 이용하여 포장됩니다. 비닐봉지의 소재 또한 고객사 제품처럼 사용하기 쉽고 편리한 플라스틱을 이용합니다. 그렇기에, 고객사 제품의 포장 방식과 소재는 태국 소비자에게 적합하다고 생각합니다.

21) 사진자료: 오빠바보(OPPABABO) 인스타그램

22) 1바트=36.81원 (2022.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

FOB가격	약 N바트 (약 n원 해초모듬) 약 N달러 (약 n원 해초샐러드)
소비자가격	약 70.63바트 (2,600원, 해초모듬) 약 77.42바트 (2,850원, 해초샐러드)
중량	8g/1봉 (해초모듬) 10g/1봉 (해초샐러드)
포장 형태	플라스틱 비닐

Q3. 태국 내에서 해초모듬/해초 단일포장 제품을 판매할 때, 해당 제품의 합리적인 소비자가격과 중량은 무엇인가요?

정확한 가격대를 말씀드리긴 어렵지만, 태국 내에서 해초모듬 제품군은 조미김, 전장김 등의 타 해조류 제품들에 비해 가격대가 높은 편입니다. 따라서, 앞에서 말씀드린 39에서 69바트라는 범위를 벗어나지 않는다면 어느 정도 높은 소비자가격은 용인될 수 있을 것입니다. 적당한 판매 중량도 구체적인 수치로 제시할 수는 없지만, 해당 제품군이 타 해조류 제품들에 비해 다소 인기가 없다는 것을 고려했을 때 판매 중량을 지금처럼 작게 유지하는 것이 좋을 것 같습니다.

Q4. 해초모듬/해초 단일포장 제품의 구매상황에서, 현지 소비자가 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

자사가 생각했을 때, 태국 내 소비자들은 해당 제품군을 구매하는 과정에서 대개 제품의 맛과 가격을 최우선으로 고려합니다. 앞서 말했듯이, 해당 제품군의 가격이 다른 제품들에 비해 다소 높은 편이다 보니, 가격에 적합한 혹은 그 이상의 맛을 기대할 것 같습니다. 맛과 가격 이외에도, 고객들은 다소 높은 가격대의 해당 제품이 유통 과정에서 손상되지 않도록 보장하는, 안전한 포장 방식을 중요하게 생각합니다. 또한 건강관리를 위해 해당 제품군을 구매하는 소비자들도 많은데, 이와 같은 수요는 25세 이상의 소비자 집단에서 가장 두드러지는 편입니다.

Q5. 태국 내 유명한 해초모듬/해초 단일포장 제품에 대한 주요 홍보 방식과 채널은 무엇이며, 태국에서 해초모듬/해초 단일포장 제품 판매를 시작할 때 가장 효과적인 홍보 방안에는 무엇이 있을까요?

해초모듬과 해초 단일포장 제품에 대한 홍보는 주로 온라인 쇼핑몰을 통해서 이루어지는 편입니다. 자사의 제품이 유통되고 있는 쇼피를 예로 들어 설명하면, 자사는 쇼피 내에 입점한 제품에 대해 할인 쿠폰을 지급하는 등의 방식으로 홍보를 진행합니다. 온라인 채널뿐만 아니라, 오프라인 매장에서도 할인 행사를 진행하고 있습니다. 어떤 방안이 가장 효과적이라고 특정할 수는 없지만, 자사처럼 온라인과 오프라인 채널을 이용한 가격 할인도 하나의 효과적인 홍보 방안이 될 수 있을 것입니다.

Q6. 태국 소비자들이 해초모듬/해초 단일포장 제품을 구매하는 주요 유통채널은 무엇이며, 어떤 유통채널을 추천하시나요?

최근 동향을 살펴보면, 태국 소비자들은 주로 온라인 플랫폼을 통해서 해당 제품군을 구매하는 것으로 보입니다. 라자다나 쇼피와 같이 유명한 온라인 쇼핑몰을 통한 구매뿐만 아니라, 최근에는 페이스북이나 인스타그램과 같은 SNS 플랫폼 내에서의 커머스 기능을 활용한 구매도 급증하고 있습니다. 또한 하이퍼마켓과 로컬마켓 등의 오프라인 채널에서도 많은 구매가 이루어지고 있죠. 고객사에게 어느 한 유통채널을 추천해야 한다면, 자사는 당연히 온라인 플랫폼을 추천하고 싶습니다.

Interview ② 케이제이씨 인터푸드 (KJC Interfood)

23)

케이제이씨 인터푸드 (KJC Interfood)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2002년에 설립된 방콕의 수입·유통업체
 - 주로 한국과 일본으로부터 식료품 수입·유통
 - 라자다 및 쇼피에 취급 품목 입점

담당자 정보

Marketing Executive



케이제이씨 인터푸드(KJC Interfood) Marketing Executive

Q1. 고객사 제품의 가격 및 중량은 적당한가요?

자사가 현재 유통하고 있는 해초샐러드 제품의 소비자가격은 89바트(약 3,276원)로 고객사의 해초모듬 및 해초샐러드 제품에 비해 가격대가 높습니다. 그러나, 해당 제품이 판매되는 라자다와 쇼피에서 많은 할인 쿠폰과 프로모션이 적용되어 실질적인 제품가격은 10g당 약 77바트(약 2,850원)인 고객사 제품과 유사합니다. 태국에서 유통되고 있는 경쟁제품의 실질적인 소비자가격과 비슷하다는 점에서 고객사 제품의 소비자가격은 적당하다고 생각합니다. 판매 중량 또한 지나치지 않은, 적당한 수준이라고 생각합니다.

Q2. 고객사 제품의 포장 방식과 포장 소재는 태국 소비자들에게 적합한가요?

해초모듬이나 해초샐러드 제품에 대한 포장의 경우, 태국 소비자들 가장 선호하는 방식 및 소재는 플라스틱 재질의 간편하면서도 튼튼한 포장입니다. 고객사 제품의 포장은 앞서 말한 모든 선호 요건을 갖추고 있기에 태국 내 소비자들에게 적합하다고 생각합니다.

FOB가격	약 N바트 (약 n원 해초모듬) 약 N달러 (약 n원 해초샐러드)
소비자가격	약 70.63바트 (2,600원, 해초모듬) 약 77.42바트 (2,850원, 해초샐러드)
중량	8g/1봉 (해초모듬) 10g/1봉 (해초샐러드)
포장 형태	플라스틱 비닐

Q3. 태국 내에서 해초모듬/해초 단일포장 제품을 판매할 때, 해당 제품의 합리적인 소비자가격과 중량은 무엇인가요?

구체적으로 어떤 가격이 합리적인 소비자가격이라고 명확하게 말씀드리기는 어렵습니다. 다만, 태국 시장 내 유통되는 해초모듬 제품의 가격과 고객사 제품의 가격 사이에 유의미한 차이가 없다는 점에서 고객사 제품은 이미 합리적인 소비자가격을 보유하고 있다고 생각합니다. 판매 중량의 경우에는, 태국 내 해초모듬에 대한 수요가 낮기에 판매 중량을 높이는 것은 지양해야 한다고 생각합니다.

Q4. 해초모듬/해초 단일포장 제품의 구매상황에서, 현지 소비자가 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

현지 소비자가 해초모듬 제품을 구매할 때 고려하는 요소의 우선순위를 생각해보면, 첫째는 제품의 맛, 둘째는 제품의 품질, 그리고 마지막이 가격입니다. 태국 내 해초모듬 제품들의 가격대 사이에 큰 차이가 없기에 가격 요소에 대한 소비자들의 민감도가 낮다고 생각합니다. 결국, 핵심은 가격 경쟁이 아닌 맛과 품질의 차별화가 중요하다는 것입니다.

추가로, 해초모듬 제품은 건강관리 목적으로 복용하기도 하는데 이와 같은 수요는 30대 이상의 소비자 집단에서 두드러지게 나타납니다.

Q5. 태국 내 유명한 해초모듬/해초 단일포장 제품에 대한 주요 홍보 방식과 채널은 무엇이며, 태국에서 해초모듬/해초 단일포장 제품 판매를 시작할 때 가장 효과적인 홍보 방안에는 무엇이 있을까요?

자사의 경우에는 제품 홍보가 아닌 유통에 초점을 맞추고 사업을 진행하기 때문에, 어떤 홍보 방안이 가장 효과적인가에 대해서 말씀드릴만한 내용이 없습니다. 그러나 전체적인 동향을 살펴보면, 다양한 프로모션 진행이 수월한 온라인을 주채널로 이용되는 것 같습니다.

Q6. 태국 소비자들이 해초모듬/해초 단일포장 제품을 구매하는 주요 유통채널은 무엇이며, 어떤 유통채널을 추천하시나요?

FOB가격	약 N바트 (약 n원 해초모듬) 약 N달러 (약 n원 해초샐러드)
소비자가격	약 70.63바트 (2,600원, 해초모듬) 약 77.42바트 (2,850원, 해초샐러드)
중량	8g/1봉 (해초모듬) 10g/1봉 (해초샐러드)
포장 형태	플라스틱 비닐

최근에는 온라인 플랫폼을 통해서 해초모듬 제품을 구매하는 태국 소비자들이 증가하고 있습니다. 전통적인 이커머스 플랫폼뿐만 아니라 SNS 플랫폼에서 파생되는 쇼핑물 등과 같이 다양한 형태의 온라인 채널이 생겨났기 때문이라고 생각합니다. 온라인 플랫폼 다음으로는 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 등의 오프라인 채널이 뒤를 잇고 있습니다. 동향이 동향인 만큼, 자사는 온라인 쇼핑물을 통한 제품 유통을 추천합니다.

Interview ③ 기간람람 (GiinGaanLamLam)

24)

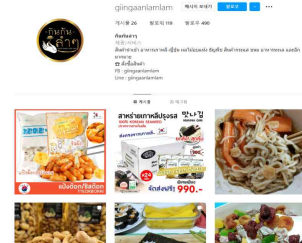
기간람람

(GiinGaanLamLam)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 냉동 및 가공식품 위주의
방콕 수입·유통업체
 - 한국산 냉동/가공식품을
주로 수입·유통
 - 인스타그램 등의 SNS와
라자다에 취급 품목 입점

담당자 정보

Sales Administrator



기간람람(GiinGaanLamLam) Sales Administrator

Q1. 고객사 제품의 가격 및 중량은 적당한가요?

고객사의 제품가격은 해초모듬이 약 71바트(약 2,600원), 해초샐러드가 약 77바트(약 2,850원)로 알고 있습니다. 자사가 알기로는, 태국에서 유통되고 있는 해초모듬 및 해초샐러드 경쟁제품의 가격도 이와 다르지 않습니다. 고객사 제품이 경쟁제품 대비 가격 경쟁력이 있다고 말하기는 어려우나, 적당한 가격을 보유하고 있다고 생각합니다. 판매 중량도 1회 섭취 시 소비자가 부담 없이 즐길 수 있는 적당한 수준으로 책정된 것 같습니다.

Q2. 고객사 제품의 포장 방식과 포장 소재는 태국 소비자들에게 적합한가요?

태국 내에서 유통되고 있는 해초모듬 제품들과 고객사 제품은 동일한 포장 방식과 소재를 사용하고 있습니다. 태국 소비자들은 일상생활에서 간편하게 사용할 수 있는 플라스틱 소재의 가벼운 포장을 선호합니다. 이를 고려했을 때, 플라스틱 소재의 가벼운 비닐 포장 방식을 택하고 있는 고객사 제품은 태국 소비자들에게 적합하다고 생각합니다.

FOB가격	약 N바트 (약 n원 해초모듬) 약 N달러 (약 n원 해초샐러드)
소비자가격	약 70.63바트 (2,600원, 해초모듬) 약 77.42바트 (2,850원, 해초샐러드)
중량	8g/1봉 (해초모듬) 10g/1봉 (해초샐러드)
포장 형태	플라스틱 비닐

Q3. 태국 내에서 해초모듬/해초 단일포장 제품을 판매할 때, 해당 제품의 합리적인 소비자가격과 중량은 무엇인가요?

앞서 말한 것처럼, 고객사 제품의 해초모듬과 해초샐러드 제품은 이미 합리적인 소비자가격을 보유하고 있습니다. 그러나 수입할 필요가 없는 태국산 해초모듬 제품과 비교하면 가격대가 높은 편입니다. 따라서 만약 현지산 제품들과 비교했을 때도 경쟁력 있는 가격대를 원한다면, 현재보다 가격을 약간은 낮추는 것이 좋다고 생각합니다.

또한 해초모듬 제품의 경우에는 모든 소비자 집단에서 수요가 있는 것이 아니라, 건강에 관심이 많은 25에서 35세 사이의 집단에 수요가 집중되어 있기에 지금처럼 중량을 작게 유지하는 것이 좋을 것 같습니다.

Q4. 해초모듬/해초 단일포장 제품의 구매상황에서, 현지 소비자가 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

해초모듬과 해초샐러드 제품은 다른 해조류 제품들에 비해 가격이 다소 높은 편이기에, 태국 소비자들은 제품의 품질과 맛을 더욱 엄격하게 고려합니다. 제품이 비싸더라도 소비자들이 그 제품을 사야만 하는 설득 요인이 있어야 하는데, 그 역할을 품질과 맛이 한다고 보면 됩니다.

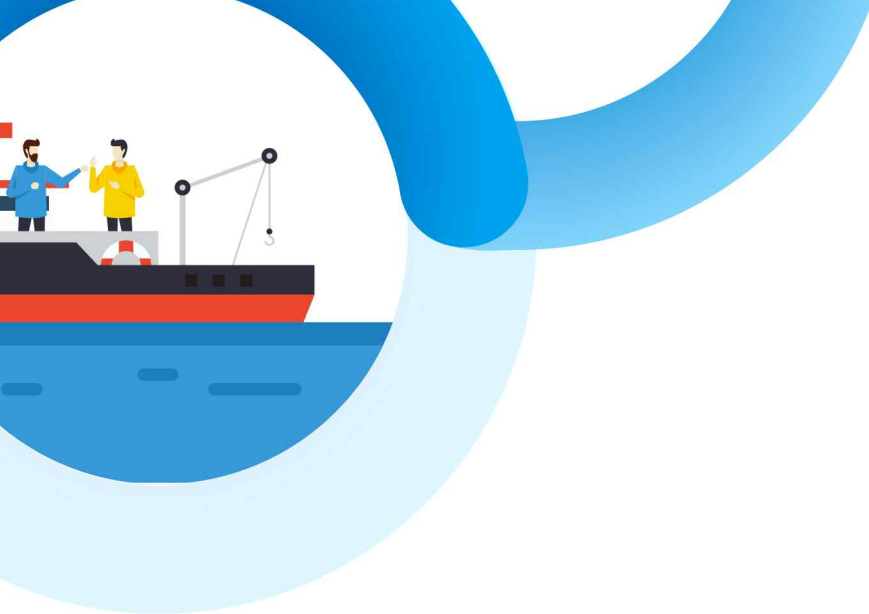
그리고 앞서 말했듯이, 특정 연령대에 집중되어 있기는 하지만 건강관리도 해초모듬과 해초샐러드 제품 구매 시 하나의 고려 요인입니다.

Q5. 태국 내 유명한 해초모듬/해초 단일포장 제품에 대한 주요 홍보 방식과 채널은 무엇이며, 태국에서 해초모듬/해초 단일포장 제품 판매를 시작할 때 가장 효과적인 홍보 방안에는 무엇이 있을까요?

요즘에는 오프라인과 온라인 채널을 이용한 전통적인 프로모션 이외에, SNS 플랫폼을 이용한 인플루언서 마케팅이 많은 주목을 받고 있습니다. 특히 전 세계적으로 틱톡이 큰 인기를 끌면서, 태국 소비자들은 틱톡 내 유명 인플루언서가 홍보하고 리뷰하는 제품을 구매하고자 합니다. 이와 같은 시장 내 동향을 고려했을 때, SNS 플랫폼 내 인플루언서를 통한 해초모듬 제품 홍보도 굉장히 효과적일 것입니다.

Q6. 태국 소비자들이 해초모듬/해초 단일포장 제품을 구매하는 주요 유통채널은 무엇이며, 어떤 유통채널을 추천하시나요?

태국 소비자들은 다양한 프로모션과 쿠폰을 통해 실질적인 소비자가격을 크게 낮출 수 있는 온라인 플랫폼에서 해초모듬 및 해초 단일포장 제품을 구매하는 편입니다. 특히 요즘에는 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓과 같은 오프라인 채널에서 진행되는 프로모션이 적기 때문에 온라인 채널을 통한 구매가 더욱 큰 관심을 받는 중인 것 같습니다. 이와 같은 이유로, 자사는 온라인 채널을 통한 제품 유통을 추천합니다. 그렇다고 오프라인 채널을 통한 유통의 중요성을 간과해서는 안됩니다.



V. 경쟁력파악

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

1. 제품 경쟁력 검증

1) 10g당 가격

● 경쟁제품(제조사)²⁶⁾

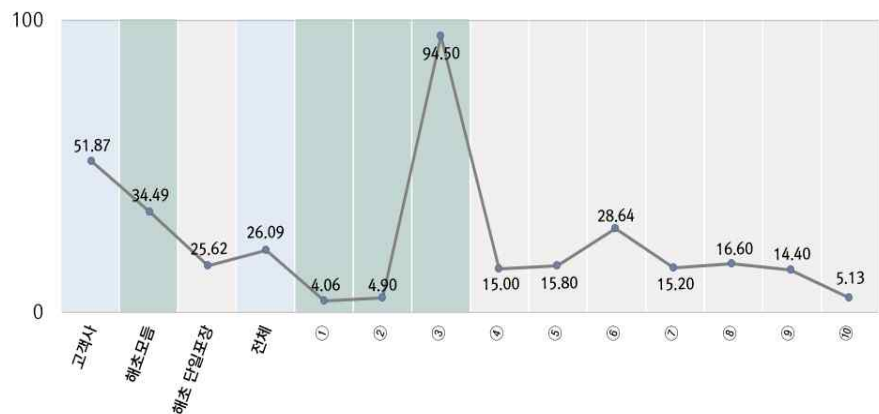
- ① 마이초이스 씨워드 셀러드
(센트럴 푸드 리테일)
- ② 킹세프 재패니스 스타일
씨워드 셀러드
(킹위사컴퍼니)
- ③ 드라이드 씨워드 카이스 믹스
(니혼쇼켄)
- ④ 마이초이스 와카메 드라이드 씨워드
(센트럴 푸드 리테일)
- ⑤ 타베루 와카메 드라이드 씨워드
(케이제이씨 인터푸드)
- ⑥ 캣토 와카메
(다이슈)
- ⑦ 골드파쉬 드라이드 씨워드
(헤리티지 스낵애프드)
- ⑧ 남해안산 청정자른미역
(B사)
- ⑨ 남해안산 청정미역
(B사)
- ⑩ C사 건조 미역무침
(티엠케이 타이랜드)

▶ 고객사 제품 10g당 가격, 경쟁제품 평균 가격 대비 높은 편

고객사 제품 10g당 가격은 약 51.87바트(약 1,909원²⁵⁾)로, 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격인 약 26.09바트(약 960원)보다 굉장히 높은 수준임. 제품 종류별 10g당 평균 가격은, 해초모듬이 약 34.49바트(약 1,270원)로 고객사 제품의 66% 수준으로 확인되어 고객사 제품보다 값싼 것으로 나타남. 해초 단일포장 제품의 경우 10g당 평균 가격이 25.62바트(약 943원)로 고객사 제품 가격의 49% 수준으로 확인되어 저렴한 것으로 조사되었음. 제품 총 중량당 소비자가 가격은 고객사 제품과 경쟁제품의 차이가 크지 않지만, 10g당 가격에서 차이가 크다는 점에서 고객사 제품의 가격 또는 판매 중량의 조정이 필요해 보임

[표 5.1] 태국 해초모듬 가격 경쟁력 분석

(단위: 10g/바트)



25) 1바트=36.81원 (2022.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용), 해초모듬 소비자가 가격과 해초셀러드 소비자가 가격의 평균

26) 경쟁제품 ③과 ⑩은 온라인 채널에서 조사한 경쟁제품

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

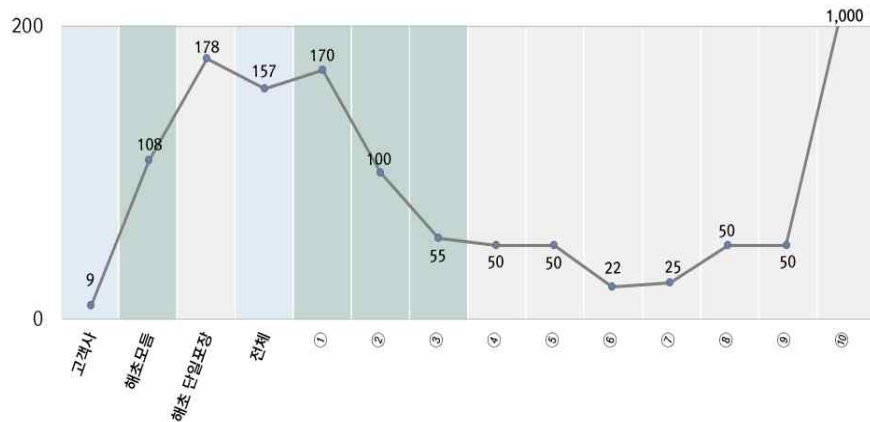
- ① 마이초이스 씨워드 샐러드
(센트럴 푸드 리테일)
- ② 킹세프 재패니스 스타일
씨워드 샐러드
(킹위스컴퍼니)
- ③ 드라이드 씨워드 카이소 막스
(니혼쇼켄)
- ④ 마이초이스 와카메 드라이드 씨워드
(센트럴 푸드 리테일)
- ⑤ 타베루 와카메 드라이드 씨워드
(케이제이씨 인터푸드)
- ⑥ 카토 와카메
(다이슈)
- ⑦ 골드피쉬 드라이드 씨워드
(헤리티지 스낵애틀푸드)
- ⑧ 남해안산 청정자른미역
(B사)
- ⑨ 남해안산 청정미역
(B사)
- ⑩ C사 건조 미역무침
(티애크이 타이랜드)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 작은 편

고객사 제품의 중량은 약 9g²⁷⁾으로 경쟁제품 10개의 평균 중량인 약 157g의 약 6% 수준으로 평균 대비 매우 작은 편으로 조사됨. 제품 종류별 평균 중량의 경우, 고객사 제품과 동일한 해초모듬 제품의 평균 중량은 약 108g으로 고객사 제품 대비 12배가량 컸음. 해초 단일포장 제품의 평균 중량도 약 178g으로 조사되어 고객사 제품보다 약 19.8배 큰 것으로 조사되었음

[표 5.2] 태국 해초모듬 중량 경쟁력 분석

(단위: g)



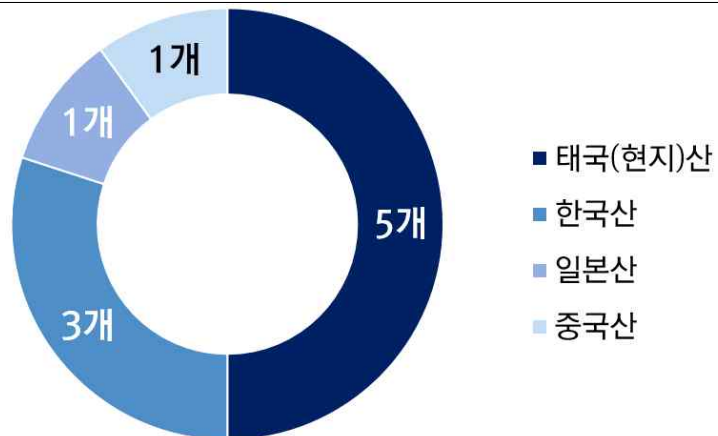
27) 해초모듬 판매 중량과 해초샐러드 판매 중량의 평균

3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 중 5개, 원산지 태국

태국에서 판매되고 있는 해초모듬 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 5개 제품의 원산지가 태국인 것으로 확인됨. 다음으로는, 한국 제품이 3개, 일본산, 중국산 제품이 각각 1개씩 조사됨

[표 5.3] 태국 해초모듬 제품 원산지 경쟁력 분석

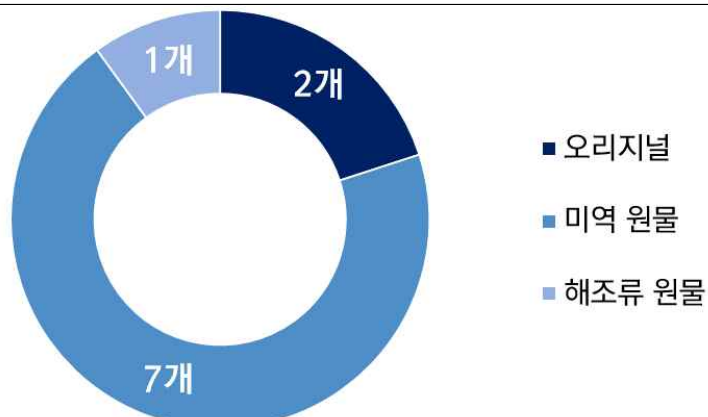


4) 맛

▶ 경쟁제품 10개 모두 맛의 차별화에 중점을 두지 않는 추세

태국에서 판매되고 있는 해초모듬 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 모든 제품이 맛의 차별화에 큰 비중을 두지 않는다는 점을 확인함. 고객사 해초샐러드 제품과 달리, 해초모듬 경쟁제품 중 해초샐러드 제품 2개는 일반적인 샐러드 드레싱을 사용하는 것으로 조사됨. 해초 단일포장 제품의 경우, 일반적인 드레싱 소스조차 동봉되어 있지 않은 것으로 확인됨

[표 5.4] 태국 해초모듬 제품 맛 경쟁력 분석

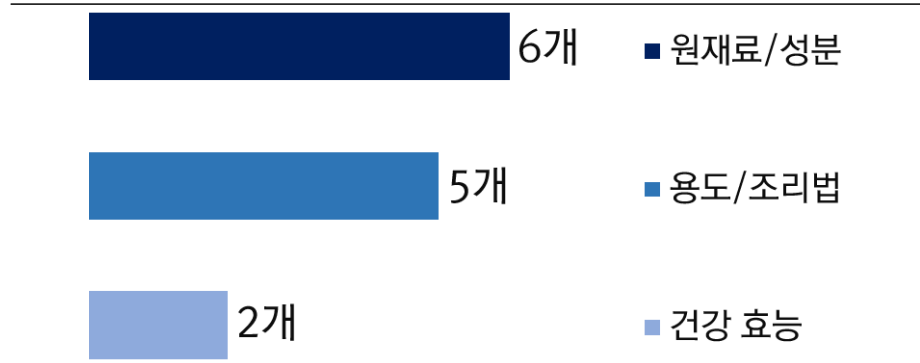


5) 홍보문구

▶ 현지 경쟁제품, 원재료, 용도 및 효능을 강조하는 홍보문구 사용

태국에서 판매되고 있는 해초모듬 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, ‘100% 미역’, ‘콜레스테롤 無’ 등의 원재료 및 제품 성분을 강조한 홍보문구가 6개 조사되었음. 또한, ‘미소국 만드는 방법’, ‘미역국 만드는 방법’ 등 용도 및 조리법을 강조한 홍보문구가 5개 확인됨. 그 외에도, ‘건강에 좋은’, ‘장수의 비밀’과 같이 건강상의 효능을 강조한 문구 2개가 확인됨

[표 5.5] 태국 해초모듬 제품 홍보문구 경쟁력 분석

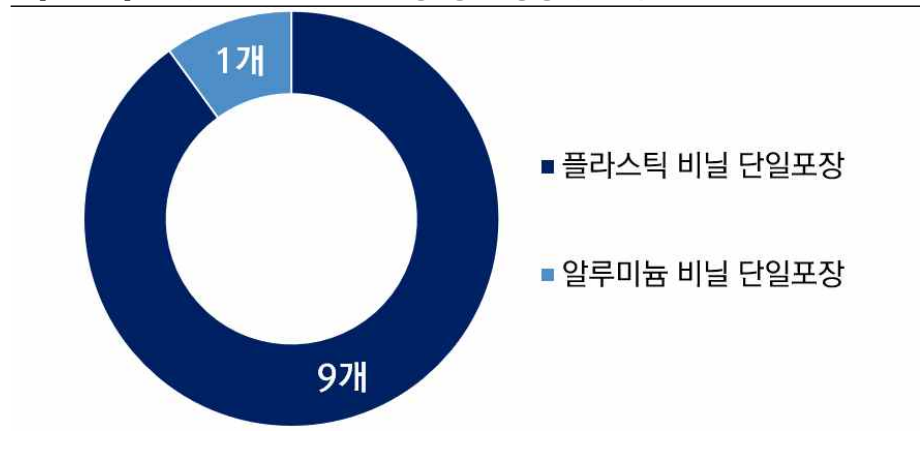


6) 포장 형태

▶ 현경쟁제품 10개 중 9개, 플라스틱 비닐 형태로 포장

태국에서 판매 중인 해초모듬 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 9개의 제품이 플라스틱 비닐을 활용해 제품을 포장함. 나머지 1개의 제품도 비닐 단일포장이라는 점은 동일하지만, 비닐의 소재가 플라스틱이 아닌 알루미늄이라는 점에서 차이가 있음

[표 5.6] 태국 해초모듬 제품 포장 형태 경쟁력 분석

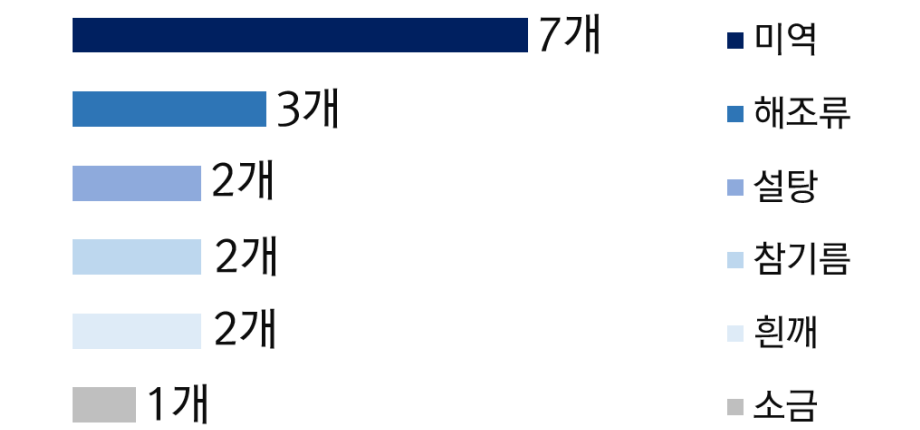


7) 원료 및 첨가물

▶ 현지 경쟁제품 10개 모두 미역 또는 해조류 함유

태국에서 판매되고 있는 해초모듬 경쟁제품 10개의 원료 및 첨가물을 조사한 결과, 10개 제품 모두 미역 또는 해조류를 함유하고 있는 것으로 확인됨. 해초모듬 경쟁제품 중 해초샐러드 제품의 경우에는 설탕, 참기름, 흰깨, 소금 등과 같은 부수적인 원료가 첨가되어 있음을 확인함

[표 5.7] 태국 해초모듬 제품 원료 및 첨가물 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 있는 이유에 대하여 분석함. 고객사가 지정한 경쟁제품군 내의 제품 중 다수의 온라인과 오프라인 매장에서 확인된 제품을 선정하였음. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기 제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 라자다, 쇼피, 탑스

(*) 오프라인 매장 : 탑스, 빅씨, 푸드랜드, 지두방 지마켓

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(*) 온라인 쇼핑몰 : 1개 이상의 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 제품

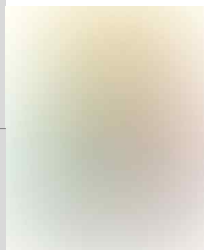
(*) 오프라인 매장 : 조사매장 4개 중 1개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



공통 특징 ①
포장 형태

공통 특징 ②
해초모듬 제품



공통 특징 ①
포장 형태

공통 특징 ②
해초모듬(구운김)



현지 벤치마킹 인기 제품
(헤리티지 스낵앰푸드 _
골드피쉬 드라이드 씨위드)

‘건강상의 이점을
강조하는 홍보문구’

◀ 벤치마킹
효능을 강조한
홍보문구

고객사 제품
(해초모듬/해초샐러드)
‘다양하고 신선한
국내산 해초모듬 제품’

벤치마킹
합리적인
가격 및 중량

현지 벤치마킹 인기 제품
(센트럴 푸드 리테일 _
마이초이스 씨위드 샐러드)
‘적당한 중량을 통해
확보한 가격 경쟁력’

2) 벤치마킹 제품 분석

- 효능을 강조한 홍보문구

▶ 벤치마킹 제품, 건강상의 효능을 강조하는 홍보문구 사용

현지에서 판매 중인 해초모듬 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함하여 총 2개의 제품이 효능을 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 확인됨. 관련 인터뷰를 진행한 결과, 태국 소비자 중 건강에 관심이 많은 소비자층이 있음을 확인했음. 따라서, 고객사 제품이 갖는 건강상의 효능과 이점을 강조하는 홍보문구를 사용할 것을 권장함

[표 5.8] 태국 해초모듬, 홍보문구 인터뷰 분석

(인터뷰) 해초모듬 제품을 구매할 때 태국 소비자들이 가장 중요시하는 고려 요인은 제품은 맛과 품질이지만, 건강관리를 목적으로 해초모듬 제품을 찾는 이들도 존재합니다. 이와 같은 수요는 30대 이상의 소비자 집단에서 두드러집니다.

3) 벤치마킹 제품 분석

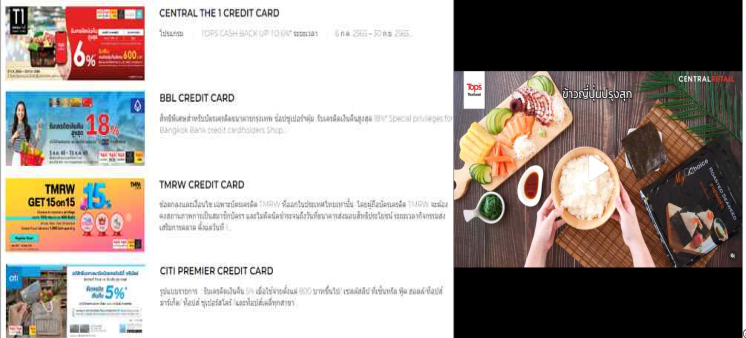
- 합리적인 가격 및 중량

▶ 벤치마킹 제품, 적당한 제품 중량을 채택하여 가격 경쟁력 확보

현지에서 판매 중인 해초모듬 경쟁제품 10개의 10g당 소비자가격을 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 총 2개의 해초모듬 (해초샐러드) 제품의 10g당 가격이 4에서 5바트 사이임을 확인함. 10g당 가격이 50바트를 초과하는 고객사 제품과 달리, 벤치마킹 제품은 높은 가격 경쟁력을 보유하고 있음을 알 수 있음. 이는 벤치마킹 제품이 적당한 제품 중량을 채택하였기 때문임. 인터뷰를 통해서 태국 내 소비자는 작은 중량으로 포장된 해초모듬 제품을 선호한다는 것을 확인했지만, 고객사 제품의 중량은 지나치게 작아서 가격 경쟁력을 낮추고 있음. 따라서, 적당한 수준으로 제품 중량을 상향 조정할 것을 권장함

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.9] 해초모듬 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	센트럴 푸드 리테일(Central Food Retail)	
	기업 설명	센트럴 푸드 리테일(Central Food Retail)은 태국 내 최대의 하이퍼마켓/슈퍼마켓 체인으로, 대형 유통업체인 센트럴 그룹 산하의 자회사임. 태국 내에 200개 이상의 슈퍼마켓을 운영하고 있으며, 대형 오프라인 판매채널인 탑스를 산하 브랜드로 두고 있음. 다양한 가공식품 및 음료 제품을 개발 및 유통함	
주요 마케팅 전략	포장 현지화		
		현지에서 일반적인 해초모듬 및 해초 단일포장 제품 포장 방식인 플라스틱 비닐에 태국 현지어로 가시성 높게 디자인된 포장지를 인쇄하여 사용	
	홍보 현지화		
		현지 전용으로 개설된 홈페이지에 다양한 현지 프로모션 및 이벤트 소개	현지 계정의 SNS를 개설하여 판매 제품을 활용한 레시피 제공
요약	판매채널	현지 오프라인, 온라인 매장 모두 진출	
	홍보채널	자사 홈페이지와 다양한 SNS 플랫폼을 활용하고 있음	
	홍보문구	제품의 품질과 원료의 우수성을 강조	

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (portal.euromonitor.com)
2. 라자다(Lazada) 홈페이지 (www.lazada.co.th)
3. 쇼피(Shopee) 홈페이지 (www.shopee.co.th)
4. 탑스(Tops) 홈페이지 (www.tops.co.th)
5. 시티 포플레이션 홈페이지 (www.citypopulation.de)
6. 빅씨(Big C) 홈페이지 (www.bigc.co.th)
7. 푸드랜드(Foodland) 홈페이지 (www.foodland.co.th)
8. 지두방 지마켓(JidubanG-Market) 홈페이지 (www.jiduangmarket.com)
9. 센트럴 푸드 리테일(Central Food Retail) 홈페이지 (www.corporate.tops.co.th)
10. 케이제이씨 인터푸드(KJC Interfood) 홈페이지 (www.kjcinterfood.co.th)
11. B사 홈페이지 (www.chungjungone.com)
12. 오빠바보(OPPABABO) 인스타그램 페이지 (www.instagram.com/oppa_babo/)
13. 긴간람람(GiinGaanLamLam) 인스타그램 페이지 (www.instagram.com/giinganlamlam/)

