



No. 2022-260
품목 유아용 쌀과자(Rice Snack)
HS CODE 1904.10.9000
국가 몽골(Mongolia)



C.O.N.T.E.N.T.S

I

경쟁제품

3

1. 경쟁제품 선정
2. 조사지표 선정
3. 현지조사 결과

II

경쟁사

15

1. 경쟁사 분석

III

경쟁력 파악

18

1. 가격 경쟁력 분석
2. 벤치마킹 분석

IV

시사점

25

1. 수출 확대 방안
2. 참고문헌

I

경쟁제품



01

경쟁제품 선정

지원 기업 품목 분석

지원 기업 제품은 영유아용 유기농 스낵임

(제품 유형) 유기농 영유아 스낵

(맛) 야채, 바나나, 쌀, 단호박, 자색고구마 맛

제품명	유기농 아기 과자		
제품 유형	영유아용 스낵	인증	HACCP, 유기가공식품 인증
용량	22g	포장 형태 및 재질	종이박스 및 파우치
주요 성분	쌀	특징	기름 처리를 하지 않아 건강하고, 씹는 자극으로 뇌를 발달시키며, 잡는 운동으로 소근육을 발달시킴

경쟁력 분석 프로세스



단계 1 제품 분석

- ① 신청서 내 제품 분석
- ② 지원 기업 인터뷰
- ③ 경쟁 제품군 파악



단계 2 경쟁 현황 분석

- ① 경쟁 현황 분석
- ② 경쟁제품 선정 기준 마련



단계 3 현지조사 기획

- ① 조사 지역 선정
- ② 주요 유통채널 선정
 - 지원 기업 사전신청서 분석
 - 조사 대상국 유통채널별 점유율 파악
- ③ 온라인 사전 조사
- ④ 조사지표 선정



단계 4 조사 수행

- ① 온·오프라인 경쟁제품 선정 기준 전달
- ② 현지조사 수행
- ③ 제품 분석

경쟁제품 선정 결과

오프라인 경쟁제품 선정기준

- 몽골 수도 울란바토르에 위치해 있으며 많은 현지인과 한국인이 찾는 주요 슈퍼마켓 체인인 Nomin과 한국 슈퍼마켓 체인인 E 슈퍼마켓을 방문하여 지원 기업 제품과 경쟁관계에 놓일 가능성이 있는 프리미엄 유아 간식 제품을 조사함

온라인 경쟁제품 선정기준

- 몽골 최대 전자상거래 사이트인 Shopyy.mn와 유아용품 전문 판매 사이트에서 건강한 간식 과 유아용 스낵류를 조사함

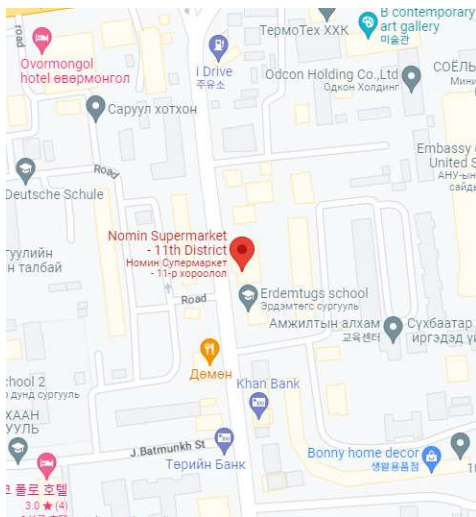


표 1

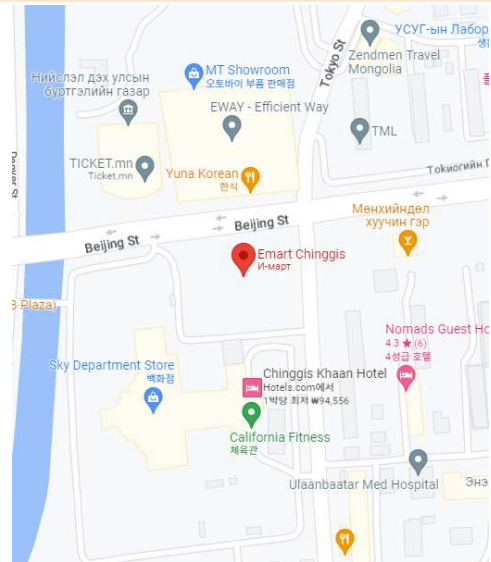
방문 매장 특징

방문 매장	구분	조사 매장 특징
Nomin Holding	슈퍼마켓/ 하이퍼마켓	- 울란바토르의 은행, 백화점, 병원 등이 밀집한 변화가에 위치함
E 슈퍼마켓	한인 마트	

매장 위치



Nomin Hypermarket, Sukhbaatar district



bayangol district, Emart Chinggis

주요 유통채널

1. Nomin Holding Co. Ltd



- 몽골 8대 기업 중 하나로 무역 부문, 특히 소매업을 선도하고 있음
- 몽골 내에 백화점, 전자제품 판매점, 슈퍼마켓 등 다양한 소매점을 운영 중임
- 몽골 브랜드 제품을 많이 판매하며 가격이 저렴하여 소비자들이 많이 찾음

기업정보	방문 지점	Sukhbaatar disrict, Ikh Mongol State street, VWX2+9GC, Ulaanbaatar, Mongolia
	설립 연도	1992년
	직원 수	5,336명
	매출액	-
	대표전화	+976-1800-2888
	홈페이지	www.nomin.co



매장 전경



자료: D&B Hoover's 및 기업 홈페이지

2. Sky Hypermarket LLC(Emart Mongolia)



- 한국 최대의 슈퍼마켓 체인의 몽골 법인으로, 몽골 알타이그룹 유통 계열사인 스카이트레이딩의 합작 법인임
- 현재 울란바토르에 3호점까지 개점하여 현지인 및 한국인을 상대로 영업 중임

기업정보	방문 지점	WVF8+5V8, Ард Аюушийн өргөн чөлөө, Ulaanbaatar 16091 몽골
	설립 연도	2014년
	직원 수	-
	매출액	약 1,400억 원(2020년)
	대표전화	+976-976-7611-0101
	홈페이지	e-mart.mn

매장 전경



자료: D&B Hoover's 및 기업 홈페이지

02 조사지표 선정

조사지표 선정

제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함



표 2



경쟁제품 조사지표 선정

조사지표	지표 값	조사 내용
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
중량	g	제품의 중량
생산지	현지산 제품	현지 브랜드 제품
	수입산 제품	글로벌 브랜드 제품
포장 형태	PVC 파우치	
성분	원료 및 첨가물	원료 및 함량 등 영양과 관련한 핵심 성분

03

현지조사 결과

오프라인 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 정보	제품 1	제품 2
제품 사진		
원산지	한국	러시아
제품명	쌀과자 녹황	Holy corn
제조사	B사	Unicorn
포장형태	파우치	파우치
조사매장	E 슈퍼마켓	Nomin
가격	7,380투그리크(약 2,730원 ¹⁾)	3,799투그리크(약 1,400원)
중량	25g	50g
성분	백미 93.5%, 시금치 분말 0.8%, 당근 분말 0.6%, 케일 분말 0.1%	콘, 올리브오일, 설탕, 말린 라즈베리
특징	무설탕, 무소금	건강한 스넥으로 알려져 인기가 많음

1) 2023년 3월 2일 하나은행 매매기준율(1투그리크=0.37원)

경쟁제품 정보	제품 3	제품 4
제품 사진		
원산지	한국	일본
제품명	쌀쿵	Rice Crackers Potapota Yaki
제조사	B사	KAMEDA SEIKA CO.,LTD
포장형태	파우치	파우치
조사매장	E 슈퍼마켓	E 슈퍼마켓
가격	5,950투그리크(약 2,200원)	8,100투그리크(약 2,990원)
중량	15g	121.7g
성분	쌀 98.3%, 자색고구마 가루 0.5%, 단호박 가루 0.5%	쌀, 설탕, 옥수수전분, 감자전분, 카놀라유
특징	-	-

경쟁제품 정보	제품 5	제품 6
제품 사진		
원산지	한국	프랑스
제품명	딸기 곡물바	Petits Boudoirs
제조사	B사	Babybio
포장형태	종이팩, 파우치	파우치
조사매장	E 슈퍼마켓	E 슈퍼마켓
가격	1만 3,199투그리크(약 4,880원)	1만 3,480투그리크(약 4,980원)
중량	40g	120g
성분	백미, 현미, 발아 퀴노아, 바나나 분말	-
특징	무설탕, 무소금, HACCP 인증	유기농

온라인 경쟁제품 판매 현황

몽골 최대 전자상거래 사이트인 Shopyy.mn와 유아용품 전문 판매 사이트인 jivh-hurgelt.mn에서 건강한 간식류를 조사함

- 몽골은 프리미엄 유아용 간식 시장이 아직 형성단계에 있어 제품 종류가 다양하지 않음

경쟁제품 정보	제품 1	제품 2
제품 사진		
제품명	Gullon 글루텐 프리 쿠키	Gullon 요거트 크림 비스킷
제조사	Gullon	Gullon
가격	8,500투그리크(약 3,140원)	9,500투그리크(약 3,510원)
용량	200g	220g
원산지	스페인	스페인
포장	종이	종이
특징	무설탕, 글루텐 프리, 소형 포장	요거트 크림 쿠키 8개입
경쟁제품 정보	제품 3	제품 4
제품 사진		
제품명	Gullon 오트밀 쿠키	통곡물 비스킷
제조사	Gullon	McVITIE's
가격	1만 1,000투그리크(약 4,070원)	1만 2,650투그리크(약 4,680원)
용량	270g	500g
원산지	스페인	영국
포장	종이	종이
특징	유기농 제품	글루텐 프리, MSG 프리

경쟁제품 정보	제품 5	제품 6
제품 사진		
제품명	칼슘스틱	mama 비스킷
제조사	B사	EDISONMAMA
가격	1만 1,900투그리크(약 4,400원)	9,500투그리크(약 3,510원)
용량	40g	86g
원산지	한국	일본
포장	파우치	파우치
특징	칼슘 강화, HACCP 인증	턱과 무는 힘 발달에 도움, 토마토 향
경쟁제품 정보	제품 7	제품 8
제품 사진		
제품명	떡병	야채스틱
제조사	BB사	N사
가격	1만 투그리크(약 3,700원)	1만 500투그리크(약 3,880원)
용량	30g	30g
원산지	한국	한국
포장	파우치	파우치
특징	유기농 쌀, 유기농 고구마 사용	글루텐 프리, MSG 프리

II

경쟁사



01

경쟁사 분석

경쟁사

오프라인 및 온라인 유통채널에서 가장 많은 제품이 검색된 한국 B사와 shoppymn에서 가장 많은 프리미엄 스낵을 판매하고 있는 gullon을 조사함

경쟁사 기본 정보			- 홈메이드 영유아용 이유식, 영양식, 건강기능식품 등을 제조하는 한국의 식품 전문 제조기업
	업체명	BB사	
	홈페이지	-	
	연락처	+82-7082503200	
	연 매출	5,595만 달러(2021년)	
	직원 수	179명(2021년)	
	주소	118 Toegyeononggong-ro Chuncheon, Gangwon, 24427 Korea, Republic of	
	제품 현황		
			

자료: 기업 홈페이지 및 D&B Hoover's

경쟁사 기본 정보			- 다양한 비스킷 제품 라인을 보유한 스페인의 식품 전문 제조기업으로, 최근에는 유기농, 비건 등 웰빙 비스킷 제품을 전문적으로 생산하고 있음
	업체명	GALLETAS GULLON, SA	
	홈페이지	www.gullon.es	
	연락처	+34-979122100	
	연 매출	4억 5,159만 달러(2021년)	
	직원 수	425명(2021년)	
	주소	Carretera Nacional 627((Ant.Av Burgos)), Km 1,500 Aguilar De Campoo, Palencia, 34800 Spain	
	제품 현황		
			
			
			

자료: 기업 홈페이지 및 D&B Hoover's

III

경쟁력 파악



01

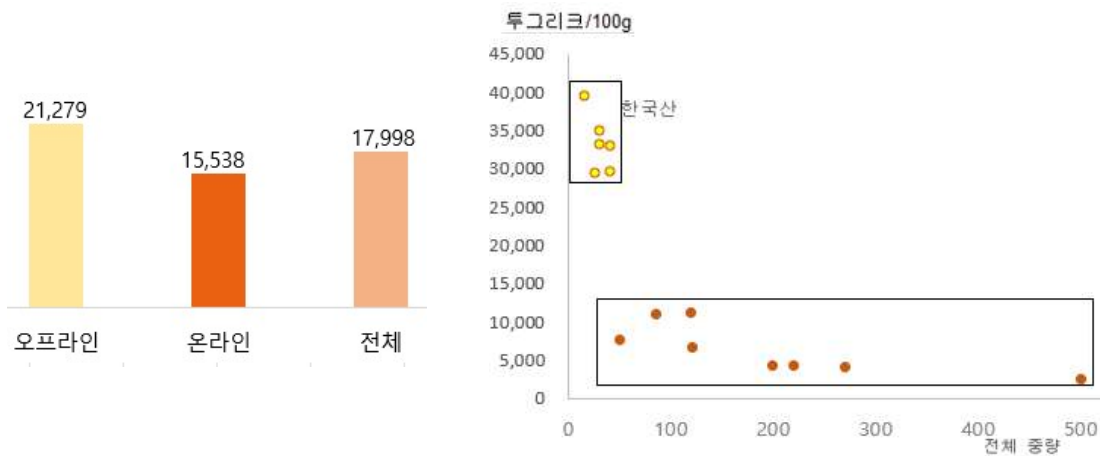
가격 경쟁력 분석

가격 경쟁력 비교 분석

전체 조사 제품의 평균 가격은 100g당 1만 7,998투그리크(약 6,650원)로 나타났으며, 온라인 평균 가격은 100g당 1만 5,538투그리크(약 5,740원), 오프라인은 2만 1,279투그리크(약 7,970원)로 오프라인이 온라인보다 100g당 5,741투그리크 비싼 것으로 조사됨
 - 또한, 조사 제품 중 8개 제품이 1만 2,000투그리크 이하, 6개 제품이 2만 9,000투그리크 이상을 기록함

그림 3 유통매장 및 유형별(좌) 및 100g당(우) 가격 비교

(단위: 투그리크)



원산지별로 살펴보면, 한국 제품은 100g당 3만 3,378투그리크로 가장 높은 평균 가격을 기록함

- 이어서 스페인 제품이 4,214투그리크, 일본 제품이 8,851투그리크를 기록함

그림 4 원산지별 100g당 가격 비교

(단위: 투그리크)





표 5

경쟁제품 특성별 분석

(단위:g, 투그리크)

제품명	중량	가격	100g당 가격	포장	판매매장	온/오프라인	원산지
쌀과자 녹황	25	7,380	29,520.0	파우치	E슈퍼마켓	오프라인	한국
Holy corn	50	3,799	7,598.0	파우치	Nomin	오프라인	러시아
쌀쿵	15	5,950	39,666.7	파우치	E슈퍼마켓	오프라인	한국
Rice Crackers Potaota Yaki	122	8,100	6,655.7	파우치	E슈퍼마켓	오프라인	일본
딸기 곡물바	40	13,199	32,997.5	파우치	E슈퍼마켓	오프라인	한국
Petits Boudoirs	120	13,480	11,233.3	파우치	E슈퍼마켓	오프라인	프랑스
Gullon 글루텐 프리 쿠키	200	8,500	4,250.0	파우치	ShoppY	온라인	스페인
Gullon 요거트 크림 비스킷	220	9,500	4,318.2	파우치	ShoppY	온라인	스페인
Gullon 오트밀 쿠키	270	11,000	4,074.1	파우치	ShoppY	온라인	스페인
통곡물 비스킷	500	12,650	2,530.0	파우치	jivh-hurgelt	온라인	영국
칼슘스틱	40	11,900	29,750.0	파우치	jivh-hurgelt	온라인	한국
mama 비스킷	86	9,500	11,046.5	파우치	jivh-hurgelt	온라인	일본
떡병	30	10,000	33,333.3	파우치	jivh-hurgelt	온라인	한국
야채스틱	30	10,500	35,000.0	파우치	jivh-hurgelt	온라인	한국

02 벤치마킹 분석

주요 원산지

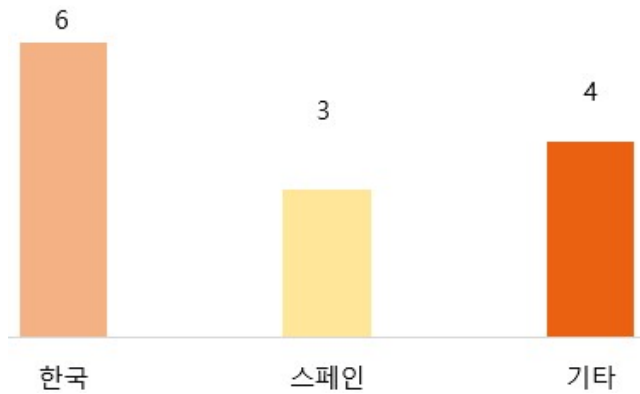
현지 조사 결과, 한국산 제품이 6개, 스페인산 제품이 3개로 나타남. 또한, 일본, 러시아, 영국, 프랑스 제품이 각각 1개씩 조사됨



그림 6

주요 원산지

(단위: 개)



포장 용량

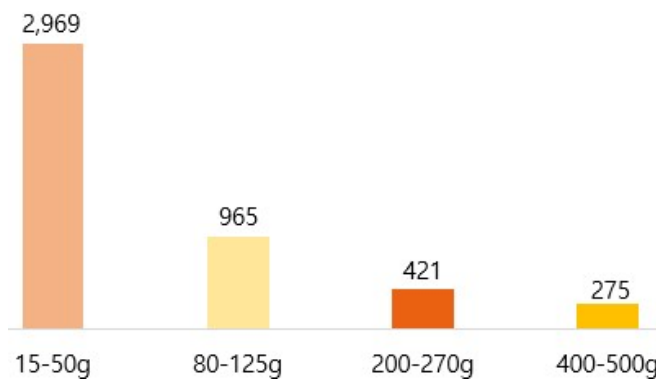
포장 용량별 10g당 가격은 15-50g이 2,969투그리크로 가장 높은 가격을 기록함. 이어서 80-125g이 965투그리크, 200-270g가 421투그리크, 400-500g이 275투그리크를 기록하여 용량이 커질수록 가격이 낮아지는 경향을 보임



그림 7

포장 용량별 10g당 가격

(단위: 투그리크)



주요 인기 제품

현지 조사 결과, 몽골의 유아용 스낵 시장의 제품 종류와 브랜드는 매우 제한적이며, 현재는 한국 브랜드 제품이 가장 인기가 많고 종류가 다양한 것으로 조사됨

- 유아용품 전문 전자상거래 사이트에서 판매 중인 유아용 스낵 제품 대부분이 한국 제품이었으며, 몽골 현지 슈퍼마켓에서는 관련 제품을 거의 찾아볼 수 없었음. 그러나 한국의 E 슈퍼마켓 체인점에서 다수의 한국 제품을 판매 중이었으며, 울란바토르의 소비자들은 대부분 이곳에서 유아용 스낵을 구매하고 있었음
- 현재는 제품 성분이나 인증 등의 정보를 살피기보다는 한국 제품 자체를 선호하는 경향을 보임



그림 8

유아용품 전문 사이트에서 판매 중인 유아용 스낵 제품들

11,900₮	15,900₮	8,100₮	8,100₮
9,500₮	9,500₮	8,100₮	10,000₮

자료: jivh-hurgelt

패키지 레터링

현지 조사 결과, 브랜드 및 원산지에 따라 한글, 영어, 일본어 등 다양하게 적혀 있으나, 몽골어는 없는 것으로 조사됨

- 이는 몽골에서 직접 제조하는 제품이 없어 모든 제품이 한국, 일본, 유럽 등에서 직접 수입하기 때문임
- 또한, 수입 상대국의 제품 패키지를 그대로 사용하여 수입 제품이라는 특징을 극대화하는 마케팅 효과도 있는 것으로 분석됨



그림 9

다양한 제품 패키지 레터링



한국산 제품



일본산 제품



영국산 제품



스페인산 제품



한국산 제품



프랑스산 제품

주요 포장 형태

스페인, 영국, 프랑스 등 유럽에서 수입된 제품은 종이박스에 포장된 형태가 대부분이며, 한국 및 일본 제품은 비닐 파우치에 포장되어 있음

- 또한, 이는 제품의 형태와도 관련이 있는데, 주로 비스킷이나 쿠키와 같이 무겁고 깨지기 쉬운 제품이 종이박스에 포장되어 있었으며, 떡병이나 야채스틱과 같이 가벼운 유아용 제품들은 비닐 파우치에 포장된 것으로 조사됨
- 비닐 파우치의 경우, 아이들이 직접 들고 먹기에도 편한 형태이나, 종이박스는 들고 먹기 어렵다는 특징이 있으며, 대부분 성인을 대상으로 제조된 제품임



그림 10 다양한 제품 포장 형태



한국산 유아용 과자 제품



일본산 유아용 과자 제품



스페인산 쿠키 제품



스페인산 비스킷 제품

IV

시사점



01 수출 확대 방안

가격 경쟁력

전체 조사 제품의 100g당 평균 가격은 1만 7,998투그리크(약 6,650원)이었으며, 오프라인 평균 가격은 2만 1,279투그리크(약 7,970원)로, 온라인은 1만 5,538투그리크(약 5,740원)로 조사됨. 한국 제품의 평균 가격은 3만 3,378투그리크로, 이보다 낮게 제품 가격을 책정할 경우 가격 경쟁력을 확보할 수 있을 것으로 전망됨

벤치마킹

일반적인 유아용 스낵 시장은 제품의 유기농 여부, 알레르기 정보, 설탕 및 소금 함량, 글루텐 함량 등의 성분이 중요하지만, 현재 몽골은 한류가 큰 영향력을 끼치고 있어 한국 마트에서 판매하는 한국 제품에 대한 선호도가 매우 큰 특징이 있음

- 현지 마트에서는 관련 제품을 찾아보기 어려우며, 몽골 최대의 전자상거래 사이트인 shoppo에서도 유아용 스낵 제품을 찾아보기 매우 어려움
- 유아용품 전문 사이트에서 한국 유아용 스낵 제품을 주로 판매하고 있음

마케팅 방안

한국 제품에 대한 선호도가 높고 한국 제품 이외에 적절한 대체품이 없는 몽골 유아용 스낵 시장은 한국 브랜드 간의 경쟁이 심화되고 있음. 따라서 다른 한국 제품과의 차별성을 보여주는 것이 중요할 것으로 판단됨

- 각 브랜드는 제품 특성보다는 세련된 디자인과 각 국가의 신뢰도를 바탕으로 판매를 증가시키고 있음. 이와 경쟁하기 위해 주요 성분 및 영양 성분 등의 제품 품질을 홍보하는 것도 중요하지만, 세련된 제품 이미지를 확립하고 적절한 유통채널을 확보해야 할 필요가 있음

또한, 제품의 주요 구매자가 부모들이기 때문에 몽골의 육아 정보 카페나 기관 등을 통해 제품 할인 및 홍보 행사 등을 진행한다면 효과적으로 소비자들에게 접근할 수 있을 것으로 예상됨

02 참고문헌

□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. D&B Hoovers
3. Shopyy.mn
4. jivh-hurgelt.mn

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2022.12

- 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.