

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202408-15
품목 | 딸기(Strawberry)
HS CODE | 0810.10-0000
국가 | 필리핀(Philippines)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

04

II. 경쟁제품

- | | |
|------------------------|----|
| 1. 필리핀 쌀기 경쟁제품 선정 | 06 |
| 2. 필리핀 쌀기 경쟁제품 조사지표 선정 | 10 |
| 3. 필리핀 쌀기 경쟁제품 현지조사 결과 | 11 |

III. 경쟁기업

- | | |
|----------------------------|----|
| 1. 필리핀 쌀기 경쟁기업 선정 | 29 |
| 2. 필리핀 쌀기 경쟁기업 현지화 분석 기준 | 30 |
| 3. 필리핀 쌀기 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 | 32 |

IV. 수입·유통업체 인터뷰

- | | |
|----------------------------|----|
| 1. 로빈슨(Robinsons) | 38 |
| 2. 마켓플레이스(The Marketplace) | 41 |
| 3. 숍와이즈(Shopwise) | 44 |



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증	48
2. 기업 마케팅 벤치마킹	51

※ 참고문헌	52
--------	----





HS CODE : 0810.10-0000

2024 수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

필리핀 딸기 경쟁력분석

온라인 인기 제품

쇼피



프레시 바기오
스트로베리 프룻

라자다



스트로베리 프레쉬 프룻

랜더스



USA 스트로베리



바기오 스트로베리



프레시 캘리포니아
스트로베리



USA 스트로베리

오프라인 주요 경쟁제품

스위트 달링
(컬처드 그린 트레이딩)



가격 599페소
(14,172원)

용량 454g

'슈퍼마켓, 백화점, 온라인 등
여러 유통채널 확보'

제트 프레시
(헤리티지 프로듀스)



가격 550페소
(13,013원)

중량 250g

'글로벌 홈페이지
및 SNS 홍보 계정 활용'

경쟁기업 3개사 분석

컬처드 그린 트레이딩

포장 현지화 ①

홍보 현지화 ①

온/오프라인 모두 입점

헤리티지 프로듀스

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ①

오프라인 입점

엘리트 프루츠

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ①

오프라인 입점

포장 현지화

- 상(현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
- ① 중(기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)
- 하(기존 유통 제품 그대로 출시)

홍보 현지화

- 상(현지 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- ① 중(글로벌 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 하(기업 국적 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)

경쟁력파악

100g당 가격

단위 : 원

3,028

고객사
제품 경쟁제품(10개)
평균

중량

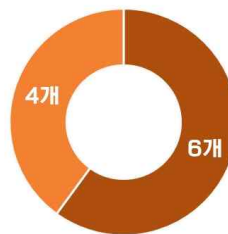
단위 : g

330

374

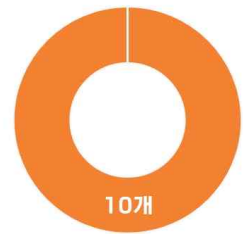
고객사
제품 경쟁제품(10개)
평균

원산지



■ 미국 ■ 필리핀

포장 형태



■ 플라스틱 트레이

요약

Point
01.

- 1) 경쟁제품 10개의 100g당 평균 가격은 3,028원이며, 프리미엄 제품과 기성 제품 간 가격 격차 존재
- 2) 경쟁제품 10개 중 6개 제품의 원산지는 미국이며, 나머지 4개의 제품은 필리핀 현지산으로 조사됨

Point
02.

- 1) 기업 마케팅 벤치마킹 분석 결과, 고급 가공 기술 및 자동화 공정을 통해 제품의 신선도를 유지해 신뢰를 쌓음
- 2) 기업 마케팅 벤치마킹 분석 결과, 글로벌 홈페이지를 운영하며 제품의 상세 정보 및 기업 소식을 제공함

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

II 경쟁제품



1. 필리핀 딸기 경쟁제품 선정
2. 필리핀 딸기 경쟁제품 조사지표 선정
3. 필리핀 딸기 경쟁제품 현지조사 결과

1. 필리핀 딸기 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징	
제품명	수출딸기
제품 종류	딸기 (품종: 금실)
소비자가격	수출 시기별로 상이
중량	250g*8Pack 330g*4Pack
포장	박스/플라스틱 팩
맛	육질이 단단하고 단맛이 강한 수출용 딸기 품종
인증	딸기 수출 농단 GAP 인증서 보유
특징	딸기 수출통합조직 K-berry에 등록된 생산자에게 제공받는 안전한 고품질의 제품

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: 수출딸기
 - 제품 종류: 딸기(품종: 금실)
 - 중량: 250g*8Pack / 330g*4Pack
 - 포장 형태: 박스/플라스틱 팩
 - 맛: 육질이 단단하고 단맛이 강한수출용 딸기 품종

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 쇼피(Shopee)
 2. 라자다(Lazada)
 3. 랜더스(Landers)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 구매 순위 확인

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



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

Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
 - 경쟁제품 조사, 경쟁기업 조사
- ② 제품 분석
 - (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
 - 기업 마케팅 벤치마킹

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

▶ 딸기 경쟁제품군 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사 지표를 바탕으로 딸기 제품의 경쟁제품군을 선정하였음

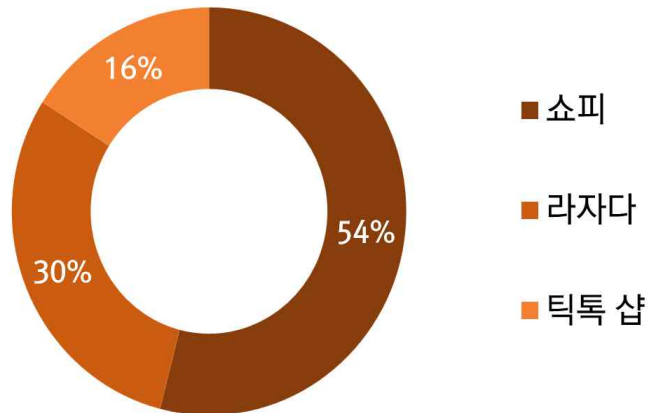
필리핀 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
 쇼피	패션, 전자제품, 미용, 식품, 음료, 유아용품, 생활용품 등
 라자다	건강, 미용, 패션, 생활용품, 유아용품, 식품, 전자제품 등
 랜더스	식품, 주류, 생활용품, 애완용품, 패션, 베이커리, 건강, 유아용품 등

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

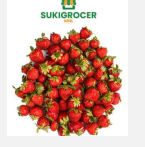
앞서 선정한 경쟁제품군 내 필리핀 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 초코 프루티(Choco Fruity), 프레시 프룻&베지(Fresh Fruits&Veggies), 화이트 홀스(White Horse) 등 각 쇼핑몰마다 다양한 브랜드의 제품이 인기를 끌고 있는 것으로 조사됨

[표 2.1] 2023년 필리핀 주요 온라인 쇼핑몰 점유율(총 상품 가치 기준)



자료: 스태티스타(Statista)

[표 2.2] 필리핀 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

쇼피 입점 상위 3개 제품 리스트(판매량 기준) ¹⁾						
순번	구분	브랜드명	제품명	가격	중량	이미지
1	딸기	초코 프루티 (Choco Fruity)	프레시 바기오 스트로베리 프룻 (Fresh Baguio Strawberry Fruit)	195페소 (4,614원 ²⁾)	250g	
2	딸기	수키그로서 (SukiGrocer)	바기오 스트로베리 (Baguio Strawberry)	689페소 (16,302원)	900g-1kg	
3	딸기	에코스프라우트 (Ecosprout)	프레시 스트로베리 (Fresh Strawberry)	185페소 (4,377원)	250g	

[표 2.2] 필리핀 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 2)

라자다 입점 상위 3개 제품 리스트(연관성 기준) ³⁾						
순번	구분	브랜드명	제품명	가격	중량	이미지
1	딸기	프레시 프룻&베지 (Fresh Fruits&Veggies)	스트로베리 프레시 프룻 (Strawberry Fresh Fruit)	450페소 (10,647원)	250g	
2	딸기	스윗 달링 (Sweet Darling)	프레시 캘리포니아 스트로베리 (Fresh California Strawberries)	640페소 (15,142원)	400-420g	
랜더스 입점 상위 3개 제품 리스트(연관성 기준) ⁴⁾⁵⁾						
순번	구분	브랜드명	제품명	가격	중량	이미지
1	딸기	화이트 홀스 (White Horse)	US 스트로베리 (US Strawberry)	589페소 (13,936원)	454g	
2	딸기	폭시 (Foxy)	USA 스트로베리 (USA Strawberry)	849페소 (20,087원)	454g	
3	딸기	루이지 (Luigi)	바기오 스트로베리 (Baguio Strawberry)	269.70페소 (6,381원)	300g	
자료: 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada), 랜더스(Landers) 홈페이지 사진 자료: 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada), 랜더스(Landers) 홈페이지						

1) 조사일(2024.09.02) 기준

2) 1페소=23.66원(2024.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

3) 조사일(2024.09.02) 기준

4) 조사일(2024.09.02) 기준

5) 틱톡샵에서 제품 확인이 불가하여 온/오프라인 유통채널을 모두 보유한 랜더스의 온라인 인기제품 추가 조사를 진행

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 필리핀 마닐라 정보⁶⁾

인구	184만 6,513명
인구 밀도	22,485명/km ²
면적	613,94km ²

▶ 필리핀 마닐라, 방문지역으로 선정

필리핀 마닐라를 방문지역으로 선정함. 마닐라는 필리핀의 수도이자 필리핀에서 두 번째로 인구가 많은 도시로, 동남아시아에서 규모가 가장 빠르게 성장하는 도시 중 하나임. 또한 고도로 도시화되어 있으며, 2019년 기준으로 세계에서 가장 인구 밀도가 높은 도시로 꼽힘. 필리핀 경제는 최근 5년간 6%의 성장률을 기록하며 높은 성장세를 보이고 있으며, 그중 마닐라가 속한 메트로마닐라 권역의 2022년 지역내총생산(GRDP)은 6조 8천억 페소에 달하는 것으로 조사됨⁷⁾

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 백화점

고객사 희망 조사매장 지표 및 현지 시장 상황을 고려하여 하이퍼마켓과 슈퍼마켓, 백화점을 조사매장으로 선정함

[표 2.3] 필리핀 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓/슈퍼마켓	에스앤알(S&R), 랜더스(Landers), 에스엠 아우라(SM Aura), 에스엠 슈퍼마켓(SM Supermarket), 로빈슨(Robinsons), 마켓플레이스(Marketplace), 랜드마크(Landmark)
백화점	미츠코시(Mitsukoshi), 에스엠(SM), 랜드마크(Landmark)
아시안/한인마트	선한마트(Sunhan Mart), 진마트(Jin Mart), 편한마트(Funhan Mart), 보니마트(Boni Mart)
온라인	쇼피(Shopee), 라자다(Lazada)

고객사 진출 선호 매장

6) 자료: 필리핀 통계청 홈페이지

7) 출처: 대한민국 외교부

2. 필리핀 딸기 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준

- 딸기 : 장미과 딸기속에 속하는 과채류

▶ 필리핀 딸기 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.4] 필리핀 딸기 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
제품명		제품의 한국어, 원어 명칭
제조사		제조사의 한국어, 원어 명칭
제품 종류		딸기
중량	중량(g)	제품의 포장 단위
가격	소비자 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격	제품의 100g당 가격
포장 형태	종이상자	종이 소재의 상자
	플라스틱 팩	플라스틱 소재의 팩
원산지		제품의 원산지

3. 필리핀 딸기 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 필리핀 마닐라에 위치한 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 백화점

필리핀 마닐라에 위치한 하이퍼마켓 에스엠 슈퍼마켓, 에스앤알, 랜더스와 백화점인 미츠크시, 슈퍼마켓인 로빈슨, 랜드마크, 마켓플레이스에 방문함. 에스엠 슈퍼마켓과 로빈슨, 랜드마크는 대형 쇼핑몰에 입점해 있는 마켓 체인이며, 에스앤알은 회원제 창고형 매장임. 랜더스와 마켓플레이스는 필리핀의 프리미엄 마켓 체인임

[표 2.5] 필리핀 방문 매장 및 특징

방문 매장명	에스엠 슈퍼마켓 (SM Supermarket)		에스앤알 (S&R)		랜더스 (Landers)	
방문 매장 전경						
구분	하이퍼마켓		하이퍼마켓		하이퍼마켓	
조사 제품 수	3개		2개		1개	
조사 매장 특징	· 대형 쇼핑몰 체인 에스엠 슈퍼몰에 위치한 슈퍼마켓 · 필리핀에 88개 매장 운영		· 필리핀의 회원제 창고형 매장 체인 · 필리핀에 26개 매장 운영		· 필리핀의 프리미엄 마켓 체인 · 필리핀에 13개 매장 운영	

방문 매장명	미츠크시 (Mitsukoshi)		로빈슨 (Robinsons)		랜드마크 (Landmark)		마켓플레이스 (Marketplace)	
방문 매장 전경								
구분	백화점		슈퍼마켓		슈퍼마켓		슈퍼마켓	
조사 제품 수	1개		1개		1개		1개	
조사 매장 특징	· 일본 소매 체인 미츠크시의 첫 번째 필리핀 매장 · 필리핀에 1개 매장 운영		· 쇼핑몰 체인 로빈슨몰에 위치한 슈퍼마켓 · 필리핀에 59개 매장 운영		· 필리핀의 백화점 및 슈퍼마켓 체인 · 필리핀 내 5개 매장 운영		· 필리핀의 프리미엄 슈퍼마켓 · 필리핀에 37개 지점 운영	

▶ 경쟁제품, 10개 중 4개 제품은 다양한 매장에서 판매

에스엠 슈퍼마켓, 에스앤알, 랜더스, 미츠코시, 로빈슨, 랜드마크, 마켓플레이스 총 7개 매장 방문 후 인기 제품을 조사한 결과, 딸기 경쟁제품 10개 중 4개 제품은 에스엠 슈퍼마켓, 에스앤알, 랜더스, 미츠코시 4곳의 매장에서 동시에 판매 중인 것으로 확인됨. 2개의 제품은 에스엠 슈퍼마켓과 로빈슨에서 동시에 판매되고 있으며, 나머지 4개의 제품은 1곳의 매장에서만 판매되고 있음. 에스엠 슈퍼마켓은 10개의 경쟁제품 중 7개의 제품을 취급하고 있어, 방문한 매장 중 가장 많은 경쟁제품을 판매하고 있는 것으로 나타남. 또한 4개의 제품은 온라인 매장에서 판매 중인 것으로 확인됨

[표 2.6] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품(제조사) ⁸⁾	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인	딸기
① 스위트 달링 (컬처드 그린 트레이딩)	○ (에스엠, 에스앤알, 랜더스, 미츠코시)	○ (랜더스)	○
② 제트 프레스 (헤리티지 프로듀스)	○ (에스엠, 에스앤알, 랜더스, 미츠코시)	○ (랜더스)	○
③ 엔엘에프제이 스톱베리 (에스엠 슈퍼마켓)	○ (에스엠, 에스앤알, 랜더스, 미츠코시)	○ (랜더스)	○
④ 스위트 달링 (컬처드 그린 트레이딩)	○ (에스엠, 에스앤알, 랜더스, 미츠코시)	○ (랜더스)	○
⑤ 스톱베리 바기오 (에스앤알 멤버십 쇼핑)	○ (에스엠, 로빈슨)	(-)	○
⑥ 스위트 달링 (컬처드 그린 트레이딩)	○ (에스엠, 로빈슨)	(-)	○
⑦ 스위트 달링 (컬처드 그린 트레이딩)	○ (에스엠)	(-)	○
⑧ 제트 프레스 (헤리티지 프로듀스)	○ (랜드마크)	(-)	○
⑨ 디에프피아이 스톱베리 (엘리트 프루츠)	○ (마켓플레이스)	(-)	○
⑩ 에스피 스톱베리 (마켓플레이스)	○ (에스앤알)	(-)	○

(*) 현지 판매 딸기 경쟁제품 10개 분석

8) 일부 제품이 동일한 제품명을 가지고 있으나, 유통채널에 따라 중량, 가격 등 차이를 보여 별도 제품으로 취급

Shop ① 에스엠 슈퍼마켓(SM Supermarket)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:
신선식품, 육류, 가공식품,
수입식품, 화장품 등의 제품을
판매
- 매장 주변 특징:
대형 쇼핑몰 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보	 SUPERMALLS		에스엠 슈퍼마켓은 대형 쇼핑몰 체인인 에스엠 슈퍼몰 내부에 입점해 있는 마켓 체인임. 에스엠 슈퍼몰은 필리핀에 88개의 매장을 운영하고 있으며, 매장 유형에 따라 백화점과 라이프스타일몰로 나뉨. 쇼핑몰 내부에는 보통 에스엠 계열의 마켓과 영화관, 볼링장 등이 있음
	조사 제품 수: 3개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	마닐라
		상세주소	Courtyard Dr, Makati, Metro Manila
매장 내부	 		
매대 분석	매대 분류	복도식 매대	
	진열 방식	과일 제품군 그룹 진열	
	상·하단 제품 구성	상·하단: 포도, 배, 사과, 딸기, 오렌지 등	
제품 판매 정보			
	스위트 달링 (컬처드 그린 트레이딩)	제트 프레시 (헤리티지 프로듀스)	엔엘에프제이 스트로베리 (에스엠 슈퍼마켓)

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ① 에스엠 슈퍼마켓(SM Supermarket)

	경쟁제품 ①	경쟁제품 ②
제품 사진		
제품명 (현지어)	스위트 달링 (Sweet Darling)	제트 프레시 (Jet Fresh)
제조사 (현지어)	컬처드 그린 트레이딩 (Cultured Green Trading)	헤리티지 프로듀스 (Heritage Produce)
제품 종류	딸기	딸기
중량	454g	454g
소비자가격	589페소 (13,936원)	699페소 (16,538원)
100g당 가격	130페소 (3,070원)	154페소 (3,643원)
원산지	미국	미국
포장 형태	플라스틱 트레이	플라스틱 트레이

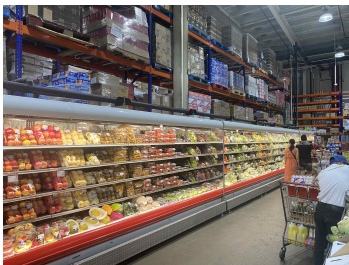
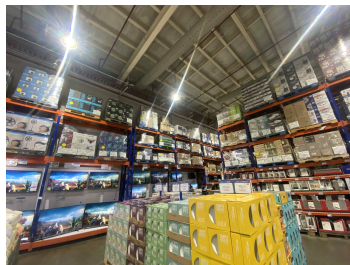
Shop ① 에스엠 슈퍼마켓(SM Supermarket)

	경쟁제품 ③
제품 사진	
제품명 (현지어)	엔엘에프제이 스트로베리 (NLFJ Strawberry)
제조사 (현지어)	에스엠 슈퍼마켓 (SM Supermarket)
제품 종류	딸기
중량	265g
소비자가격	129페소 (3,047원)
100g당 가격	49페소 (1,150원)
원산지	필리핀
포장 형태	플라스틱 트레이

Shop ② 에스앤알(S&R)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:
농산물, 육류, 해산물, 유제품,
생활용품, 주류, 건강용품,
전자제품 등을 취급
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보			에스앤알은 필리핀의 창고형 매장 체인으로 회원제로 운영됨. 필리핀 전역에 26개의 창고형 매장과 59개의 퀵서비스 레스토랑(QSR)을 운영하고 있음. 프리미엄 수입 제품을 주로 취급하며, 매장별로 푸드코트나 타이어센터를 운영하기도 함	
	조사 제품 수: 2개			
매장 정보				
	위치	도시(지역) 상세주소	마닐라 32nd Street, 5th Ave, Taguig, 1634 Metro Manila	
매장 내부				
	매대 분류		복도식 매대	
매대 분석	진열 방식		과일 제품군 그룹 진열	
	상·하단 제품 구성		상·하단: 포도, 딸기, 사과, 키위 등	
제품 판매 정보				
	스위트 달링 (컬처드 그린 트레이딩)		스트로베리 바기오 (에스앤알)	

사진자료: 현지조사원 자료

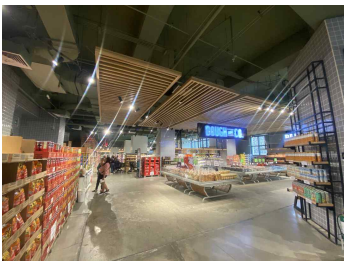
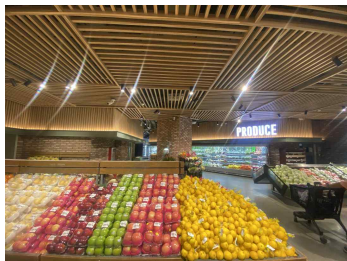
Shop ② 에스앤알(S&R)

	경쟁제품 ④	경쟁제품 ⑤
제품 사진		
제품명 (현지어)	스위트 달링 (Sweet Darling)	스트로베리 바기오 (Strawberry Baguio)
제조사 (현지어)	컬처드 그린 트레이딩 (Cultured Green Trading)	에스앤알 (S&R)
제품 종류	딸기	딸기
중량	454g	530g
소비자가격	599페소 (14,172원)	477페소 (11,285원)
100g당 가격	132페소 (3,122원)	90페소 (2,129원)
원산지	미국	필리핀
포장 형태	플라스틱 트레이	플라스틱 트레이

Shop ③ 랜더스(Landers)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:
농산물, 육류, 해산물,
전자제품, 장난감, 화장품 등의
제품을 판매
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보	 LANDERS SUPERSTORE		랜더스는 회원제로 운영되는 고급 상품 취급 마켓 체인으로, 필리핀에 13개의 매장을 운영하고 있음. 랜더스 독점 상품과 고품질 수입브랜드를 판매하여 다른 매장과 차별화를 두고 있음. 매장 내에 자체 운영 레스토랑 및 카페, 베이커리가 있음
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	마닐라
		상세주소	36 9th Ave, Taguig, Metro Manila
매장 내부			
	매대 분석	매대 분류	복도식 매대
진열 방식		과일 제품군 그룹 진열	
상·하단 제품 구성		상·하단: 포도, 오렌지, 딸기, 귤, 메론 등	
제품 판매 정보			
	스위트 달링 (컬처드 그린 트레이딩)		

사진자료: 현지조사원 자료

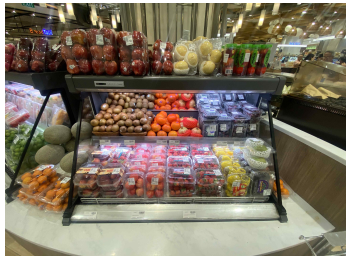
Shop ③ 랜더스(Landers)

	경쟁제품 ⑥
제품 사진	
제품명 (현지어)	스위트 달링 (Sweet Darling)
제조사 (현지어)	컬처드 그린 트레이딩 (Cultured Green Trading)
제품 종류	딸기
중량	454g
소비자가격	599페소 (14,172원)
100g당 가격	132페소 (3,122원)
원산지	미국
포장 형태	플라스틱 트레이

Shop ④ 미츠크시(Mitsukoshi)

매장 정보

- 유형: 백화점
- 판매 제품 특징:
식료품, 주류, 화장품,
신선식품, 생활용품 등의
제품을 판매
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보			미츠크시는 일본 백화점그룹 미츠크시의 첫 번째 필리핀 매장으로, 2022년 메트로 마닐라에 오픈함. 일본의 미츠크시 백화점과 달리 라이프스타일 몰의 형태로 운영하고 있으며, 주로 일본 브랜드의 매장이 입점해 있으며, 일본식 푸드코트가 있음
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	마닐라 8th Avenue, Taguig, Metro Manila
매장 내부			
매대 분석	매대 분류	복도식 매대	
	진열 방식	과일 제품군 그룹 진열	
	상·하단 제품 구성	상·하단: 키위, 석류, 포도, 딸기, 메론 등	
제품 판매 정보			
	스위트 달링 (컬처드 그린 트레이딩)		

사진자료: 현지조사원 자료

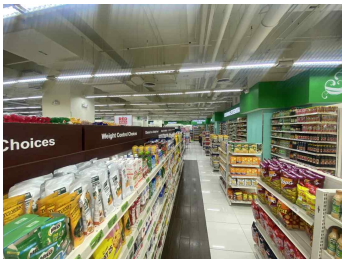
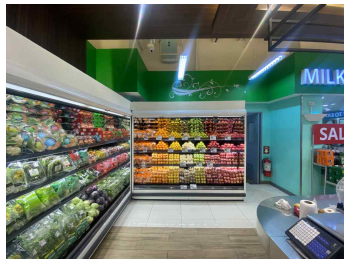
Shop ④ 미츠클시(Mitsukoshi)

	경쟁제품 ⑦
제품 사진	
제품명 (현지어)	스위트 달링 (Sweet Darling)
제조사 (현지어)	컬처드 그린 트레이딩 (Cultured Green Trading)
제품 종류	딸기
중량	470g
소비자가격	987페소 (23,352원)
100g당 가격	210페소 (4,969원)
원산지	미국
포장 형태	플라스틱 트레이

Shop ⑤ 로빈슨(Robinsons)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
농산품, 육류, 해산물,
전자제품, 장난감, 화장품 등의
제품을 판매
- 매장 주변 특징:
대형 쇼핑몰 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보	 Robinsons Supermarket		로빈슨은 필리핀에서 두 번째로 큰 멀티채널 리테일러인 로빈슨 랜드 코퍼레이션(Robinsons Land Corporation)이 소유하고 운영하는 필리핀의 쇼핑몰 로빈슨몰 내에 입점한 마켓으로, 1985년에 설립되어 현재 필리핀에 59개의 매장을 보유하고 있음. 로빈슨 슈퍼마켓은 영양가와 건강 기능에 따라 4색 태그 시스템을 도입하여 쇼핑의 질을 높이고 있음
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	마닐라
		상세주소	Lower Ground Level, One Ayala, 1 Ayala Ave, Makati, Metro Manila
매장 내부			
	매대 분석	매대 분류	복도식 매대
진열 방식		과일 제품군 그룹 진열	
상·하단 제품 구성		상·하단: 레몬, 오렌지, 사과, 키위 등	
제품 판매 정보			
	제트 프레스시 (헤리티지 프로듀스)		

사진자료: 현지조사원 자료

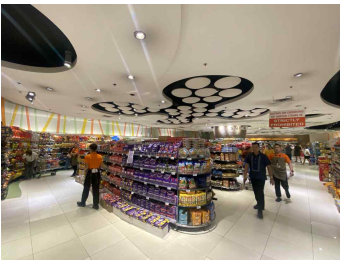
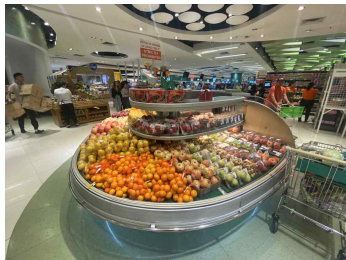
Shop ⑤ 로빈슨(Robinsons)

	경쟁제품 ⑧
제품 사진	
제품명 (현지어)	제트 프레시 (Jet Fresh)
제조사 (현지어)	헤리티지 프로듀스 (Heritage Produce)
제품 종류	딸기
중량	250g
소비자가격	550페소 (13,013원)
100g당 가격	220페소 (5,205원)
원산지	미국
포장 형태	플라스틱 트레이

Shop ⑥ 랜드마크(Landmark)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
패션, 식품, 생활용품, 건강, 화장품, 유아용품 등의 제품을 판매
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보			랜드마크 슈퍼마켓은 필리핀의 백화점 및 슈퍼마켓 체인으로 1988년에 첫매장을 오픈함. 랜드마크는 마닐라에 있는 대부분의 백화점보다 저렴한 품목을 취급한다는 특징이 있음. 현재 필리핀에 5개 매장을 운영하고 있음
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	마닐라 Lower Ground Floor The Landmark 6751, Makati Ave, Makati, Metro Manila
매장 내부			
	매대 분석	매대 분류	복도식 매대
진열 방식		과일 제품군 그룹 진열	
상·하단 제품 구성		상·하단: 굴, 석류, 사과, 레몬, 딸기 등	
제품 판매 정보			
	디에프피아이 스트로베리 (엘리트 프루츠)		

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ⑥ 랜드마크(Landmark)

	경쟁제품 ⑨
제품 사진	
제품명 (현지어)	디에프피아이 스트로베리 (DFPI Strawberry)
제조사 (현지어)	엘리트 프루츠 (Elite Fruits)
제품 종류	딸기
중량	196g
소비자가격	178페소 (4,217원)
100g당 가격	91페소 (2,152원)
원산지	필리핀
포장 형태	플라스틱 트레이

Shop ⑦ 마켓플레이스(Marketplace)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
신선식품, 생활용품, 화장품, 주류, 수입제품, 기타 잡화 등의 제품을 판매
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보			마켓플레이스는 필리핀의 프리미엄 슈퍼마켓 체인으로, 필리핀에서 두 번째로 규모가 큰 리테일러 로빈슨 리테일 홀딩스(Robinsons Retail Holdings)가 소유한 마켓 체인임. 필리핀 내 37개의 지점을 운영 중이며, 매달 다양한 프로모션 및 배달 서비스를 제공함	
	조사 제품 수: 1개			
매장 정보				
	위치	도시(지역)	마닐라	
		상세주소	G/F, Rustan's, Courtyard Dr, Makati, Kalakhang Maynila	
매장 내부				
	매대 분류		복도식 매대	
매대 분석	진열 방식		과일 제품군 그룹 진열	
	상·하단 제품 구성		상·하단: 리치, 딸기, 파인애플 등	
제품 판매 정보				
	에스피 스트로베리 (마켓플레이스)			

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ⑦ 마켓플레이스(Marketplace)

	경쟁제품 ⑩
제품 사진	
제품명 (현지어)	에스피 스트로베리 (SP Strawberry)
제조사 (현지어)	마켓플레이스 (Marketplace)
제품 종류	딸기
중량	220g
소비자가격	155페소 (3,662원)
100g당 가격	70페소 (1,665원)
원산지	필리핀
포장 형태	플라스틱 트레이

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

III 경쟁기업



1. 필리핀 딸기 경쟁기업 선정
2. 필리핀 딸기 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 필리핀 딸기 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 필리핀 딸기 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 현지화가 잘 되어있는 기업 3개사 선정

오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 다른 경쟁기업보다 현지화가 잘 되어있는 기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함. 선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 25년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 컬처드 그린 트레이딩은 2008년에 설립되어 16년의 업력을 보유하고 있으며 헤리티지 프로듀스는 1998년 설립 이후 26년째 사업을 이어오고 있음. 엘리트 프루츠는 1990년 설립되어 가장 오래된 34년의 업력을 보유하고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 딸기 동일 품목 종류 조사

필리핀에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 딸기 동일 품목 수를 조사한 결과, 3개사 모두 1개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인함

[표 3.1] 딸기 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
컬처드 그린 트레이딩	싱가포르	16년	1개
헤리티지 프로듀스	미국	26년	1개
엘리트 프루츠	프랑스	34년	1개

자료: 필리핀 진출 딸기 경쟁기업 3개사 분석

2. 필리핀 딸기 경쟁기업 현지화 분석 기준

▶ 경쟁기업의 기본 정보

[표 3.2] 경쟁기업 기본 정보

기준	설명
① 기업명	기업의 이름
② 위치	기업 본사 위치
③ 규모	매출액
	기업 23년도 매출액
	직원 수
	기업 23년도 직원 수
설립연도	기업의 설립연도
	동일품목
	딸기

▶ 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 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 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	에스엠 슈퍼마켓, 에스앤알, 랜더스, 미츠코시, 로빈슨, 랜드마크, 마켓플레이스
온라인	쇼피, 라자다, 랜더스

3. 필리핀 딸기 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 필리핀 오프라인 매장 진출

필리핀에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점해 있는 것으로 확인됨. 컬쳐드 그린 트레이딩은 에스엠 슈퍼마켓, 에스앤알, 랜더스, 미츠클리 4곳에 입점해 있으며, 헤리티지 프로듀스는 에스엠 슈퍼마켓, 로빈슨 2곳에 입점해 있음. 엘리트 프루츠는 랜드마크 슈퍼마켓 1곳에 진출함. 특히, 컬쳐드 그린 트레이딩은 랜더스 온라인 쇼핑몰에도 입점하여 제품을 유통하고 있음

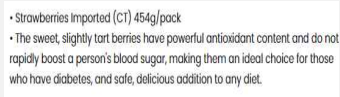
▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지와 소셜 미디어를 활용한 마케팅 진행

필리핀 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 헤리티지 프로듀스와 엘리트 프루츠는 글로벌 계정의 인스타그램을 통해서도 기업과 제품을 홍보하고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 원료를 강조

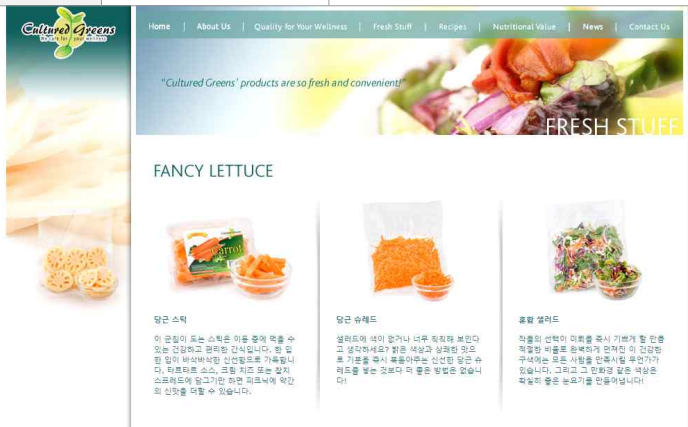
필리핀 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 원료를 강조하는 문구를 주로 사용하고 있음. ‘강력한 항산화 성분 함유’, ‘섬유질, 칼슘, 비타민C 함유’ 등의 수식어가 사용되고 있음. 또한 ‘달콤하고 상큼한 맛’과 같이 제품의 맛을 강조하는 수식어와 ‘캘리포니아 딸기’와 같이 제품의 원산지를 강조하는 문구를 활용하여 제품을 홍보하고 있음

[표 3.7] 필리핀 딸기 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
컬처드 그린 트레이딩	- 오프라인 매장 - 에스엠 슈퍼마켓 - 에스앤알 - 랜더스 - 미츠코시 - 온라인 매장 - 랜더스	자사 홈페이지 (글로벌)	- 달콤하고 상큼한 맛 - 강력한 항산화 성분 함유	
헤리티지 프로듀스	- 오프라인 매장 - 에스엠 슈퍼마켓 - 로빈슨	- 자사 홈페이지 (글로벌) - SNS 플랫폼 (미국) - 인스타그램	- 캘리포니아 딸기 - 미국산	
엘리트 프루츠	- 오프라인 매장 - 랜드마크	- 자사 홈페이지 (글로벌/프랑스/스페인) - SNS 플랫폼 (글로벌) - 인스타그램	- 섬유질, 칼슘, 비타민C 함유	

자료: 필리핀 진출 딸기 경쟁기업 3개사 분석

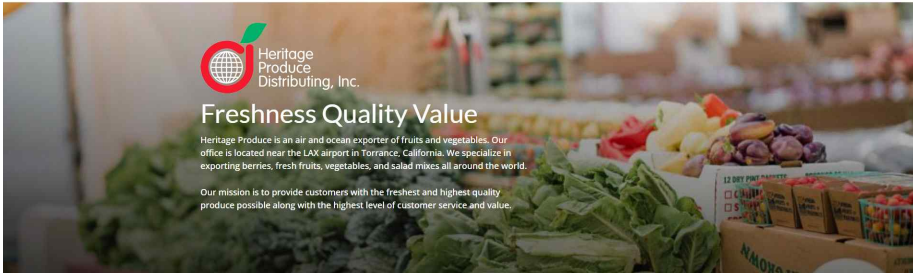
① 컬쳐드 그린 트레이딩(Cultured Green Trading)

기업 기본 정보	기업명	컬쳐드 그린 트레이딩		
	기업 설명	컬쳐드 그린 트레이딩은 싱가포르의 과일 및 채소 유통업체로, 신선한 농산물에 대한 전문 지식과 최첨단 가공 기술을 결합하여 제품을 공급하고 있음. 유통하는 모든 제품을 위생적인 진공 밀봉 포장을 통해 좋은 성분을 유지하고 있음		
	위치	16A Chin Bee Avenue, Singapore 619945		
	규모	동일 품목 수	1개	
설립연도		2008년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 에스엠 슈퍼마켓 에스앤알 랜더스 미츠코시 〈온라인 매장〉 랜더스		제품명	스위트 달링 (Sweet Darling)
			중량	454g
			소비자가격	589페소 (13,936원 ⁹⁾)
			제품 종류	딸기
현지 진출 방법	포장 현지화	● (중)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	
	홍보 현지화	● (중)	글로벌 홈페이지 활용	
홍보 방식				
	홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌)		
	게시 주기	비정기적		
	게시물 유형	기업 소개, 제품 안내, 제품 유통 과정, 제품 활용 레시피, 제품 영양 정보 소개		

사진자료: 현지조사원 자료

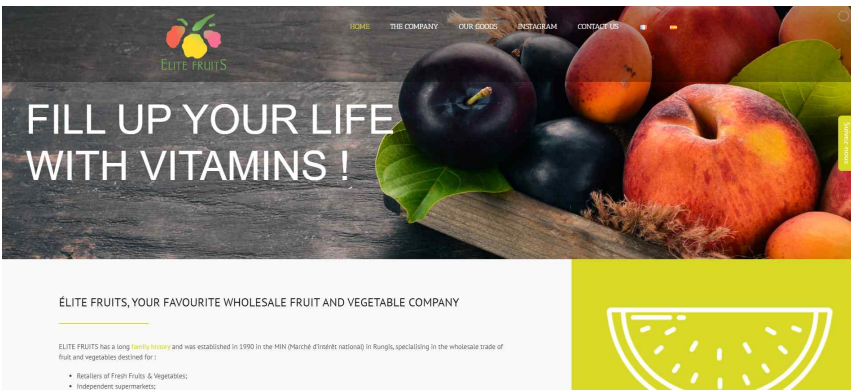
9) 1페소=23.66원(2024.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

② 헤리티지 프로듀스(Heritage Produce)

기업 기본 정보	기업명	헤리티지 프로듀스			
	기업 설명	헤리티지 프로듀스는 미국 캘리포니아의 과일 및 채소 수출업체로, 항공 및 해상을 통해 제품을 신선하게 유통하고 있음. 과일, 채소, 샐러드 믹스 등을 소매 식료품점, 도매업체, 호텔 등에 유통하며, 홍콩, 필리핀, 두바이, 유럽 등 세계 각국에 수출하고 있음			
	위치	2161 W 182nd Street, #208, Torrance, CA 90504 미국			
	규모	동일품목 수	1개		
		설립연도	1998년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 에스엠 슈퍼마켓 로빈슨		제품명	제트 프레시 (Jet Fresh)	
			중량	454g	
			소비자가격	699페소 (16,538원)	
			제품 종류	딸기	
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용		
	홍보 현지화	● (중)	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용		
홍보 방식					
					
	홍보 채널	자사 홈페이지 (글로벌), 인스타그램(글로벌)			
	게시 주기	월 3-4건			
	게시물 유형	기업 소개, 브랜드 및 제품 소개, 수출국 안내 등			

사진자료: 현지조사원 자료

③ 엘리트 프루츠(Elite Fruits)

기업 기본 정보	기업명	엘리트 프루츠		
	기업 설명	엘리트 프루츠는 프랑스의 페레르 가족이 파리에서부터 경영해 온 도매 야채 과일 유통 업체로, 소규모 과일 및 야채 생산 업체에서 고품질의 과일 및 야채 공급 업체로 성장함. 생산부터 유통까지 모든 단계에서 품질 관리에 철저함		
	위치	54 avenue de Lorraine, 94150 Rungis 프랑스		
	규모	동일 품목 수	1개	
설립연도		1990년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 랜드마크		제품명	디에프피아이 스트로베리 (DFPI Strawberry)
			중량	196g
			소비자가격	178페소 (4,217원)
			제품 종류	딸기
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	● (중)	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	
홍보 방식				
	홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌), 인스타그램(글로벌)		
	게시 주기	비정기적		
	게시물 유형	기업 소개, 브랜드 및 제품 소개, 과일 재배 시기 안내 등		

사진자료: 현지조사원 자료

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

IV



수입·유통업체 인터뷰

1. 로빈슨(Robinsons)
2. 마켓플레이스(The Marketplace)
3. 솅와이즈(Shopwise)

Interview ①

10)



로빈슨 (Robinsons)

- 유형: 슈퍼마켓
- 업체 특징:
 - 1985년 설립된 슈퍼마켓으로 신선식품, 가공식품, 가전제품, 화장품, 음료 등 다양한 소비재 취급
 - 주로 동남아시아, 미국, 유럽 등 여러 국가에서 수입된 제품을 판매함

담당자 정보

Sale Executive

고객사 제품 정보

소비자가격 수출 시기별로 상이

중량 250g*8Pack
330g*4Pack

인증 GAP

마케팅 수출통합조직
슬로건 K-berry에 등록된
고품질 제품

로빈슨(Robinsons) Sale Executive

Q1. 고객사 제품에 대한 전문가 피드백을 부탁드립니다(포장, 중량 등 현지 인기제품과 비교)

고객사 제품은 GAP 인증을 통해 엄격한 안전과 품질 기준을 보장하고 있어 이러한 식품 안전에 관심이 많은 소비자들에게 더욱 효과적으로 제품의 우수성을 알릴 수 있습니다. 또한 일반적인 현지산 딸기 품종보다 크기가 크고 단단하여 필리핀 내 프리미엄 시장에도 매우 잘 어울리는 제품입니다. 다만, 프리미엄 제품을 주로 찾는 소비자에게는 제품의 이점과 특징 등을 잘 설명할 수 있는 포장에 더욱 좋습니다. 그러나 일반적인 현지 유통채널에서 판매하고자 하는 경우, 화려한 포장보다 오히려 250g 정도의 플라스틱 팩 또는 트레이와 같은 간단한 포장에 소비자들에게 인기가 있으며 더욱 쉽게 판매됩니다.

Q2. 현지 인기 딸기 제품과 한국산, 일본산 딸기의 가격대는 어떻게 형성되어 있나요?

필리핀에서 인기 있는 딸기 제품은 원산지(지역)에 따라 가격이 결정되며, 킬로그램당 250페소(5,915원¹¹⁾)에서 400페소(9,464원) 수준의 가격대를 형성하고 있습니다. 한국산 딸기는 특유의 단맛과 과형의 단단함이 필리핀 시장에서도 유명하며, 킬로그램당 600페소(14,196원)에서 1,200페소(28,392원) 수준의 비교적 높은 가격대를 형성하고 있습니다. 마지막으로 일본산 딸기, 특히 아마오와와 같은 프리미엄 품종은 필리핀 시장에서 최고급 제품으로 간주되며, 가격은 킬로그램당 약 2,500페소(59,150원) 수준입니다.

Q3. 현지의 한국 및 일본산 딸기의 가격대는 계절별 혹은 월별로 어떻게 형성되어 있나요?

한국산 딸기는 12월부터 3월까지의 성수기 동안 가격이 저렴해지는 경향이 있습니다. 이 시기에는 킬로그램당 500페소(11,830원)에서 600페소(14,196원) 정도로, 비성수기보다 저렴합니다.

10) 사진자료: 로빈슨(Robinsons) 공식 홈페이지

11) 1페소=23.66원(2024.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

Q4. 현지 한국 및 일본산 딸기 시장의 소비 트렌드와 소비자들의 구매 고려요인은 무엇인가요?

한국산 및 일본산 딸기는 높은 품질과 당도로 인해 프리미엄 제품으로 인식됩니다. 이러한 특징은 한국 드라마와 영화, 광고 등을 통해서도 소비자들에게 충분히 알려졌습니다. 다만 일부 고소득층 소비자들만이 이러한 프리미엄 제품의 높은 가격을 지불할 의향이 있습니다. 이에 따라, 품질과 신뢰성을 갖춘 브랜드가 높은 가격에도 불구하고 소비자의 충성도를 얻을 수 있을 것입니다. 고소득층 소비자를 위한 적절한 포지셔닝이 중요한데, 이러한 소비자들은 주로 품질과 맛에 중점을 둡니다.

Q5. 수입산 딸기 제품을 인도네시아에서 판매 시 현지 납품 절차 및 유통 과정은 어떻게 되나요?(수출입 과정, 통관 절차, 주의사항 등)

필리핀으로 딸기 제품을 수입하기 위해서는 몇 가지 단계를 거쳐야 합니다. 먼저, 제품은 수입 전에 필리핀 식품의약품안전처(PFDA)에 등록 및 승인을 받아야 합니다. 이는 해당 제품이 현지 식품 안전 기준을 준수하는지 확인하는 과정으로서 제품명과 성분, 중량, 유통기한 등의 라벨링 요구 사항을 충족해야 합니다. 다음으로, 라이선스가 있는 수입 파트너와 협력하지 않을 경우에 한해 수입 허가를 받아야 하며, 딸기 제품의 종류에 따라 수입 상품 인증서(ICC)를 받아야 합니다. 또한 송장, 포장 목록, 선하 증권, 원산지 증명서 등 서류를 제출하고 관세와 부가가치세(VAT), 수수료를 지불해야 합니다. 세관에서는 선적 검사를 진행할 수 있으며, 신선한 딸기의 경우 식물검역 인증이 필요할 수 있습니다. 세금과 관세가 지불되고 세관 검사를 통과하면 상품은 반출될 수 있으며, 수입된 딸기 제품은 현지 시장에서 유통되기 전에 냉장창고에 보관해야 할 것입니다.

Q6. 한국 및 일본산 등 수입산 딸기 구매 시 유통업체 입장에서의 주요 구매 고려요인은 무엇인가요?

한국산 및 일본산 고품질 딸기는 달콤하고 풍부한 맛을 지니며, 현지 딸기보다 과형이 큼니다. 유통업체는 이러한 점을 확인하기 위하여 샘플을 요청할 수 있습니다. 유통업체의 입장에서는 딸기의 신선도와 예상 유통기한이 중요하기 때문에, 제품이 운송 중에도 신선함을 유지한다는 점을 충분히 설명할 수 있어야 합니다.

Q7. 고객사 딸기 제품을 현지에 수출할 시 협력가능성이 있는 파트너를 찾을 수 있는 방법은 무엇이 있나요?

필리핀 현지의 협력 파트너를 탐색하는 데 있어 효과적인 접근 방안은 잠재적 유통업체 및 소매업체에 각 기업의 요구와 특성에 맞춘 맞춤형 제안서와 함께 제품 정보를 직접 제공하는 것입니다. 각 기업의 비즈니스 모델, 고객층, 시장 전략 등을 고려한 제안서를 작성한다면 관심을 끌 수 있을 것입니다. 또한, 초기 연락 후에는 지속적으로 관계를 구축하며 신뢰를 쌓는 것이 중요합니다. 이를 위해 정기적인 미팅, 샘플 제공, 시제품 테스트 등 상호 협력의 기회를 모색하는 것이 좋습니다.

Interview ②

12)



마켓플레이스 (The Marketplace)

- 유형: 슈퍼마켓
- 업체 특징:
 - 2003년에 설립된 슈퍼마켓으로 본사는 필리핀 퀘존 시티에 위치함
 - 다양한 국가에서 수입한 신선식품, 가공식품, 가전제품, 화장품, 음료 등 소비재를 취급하고 있음

담당자 정보 Manager

고객사 제품 정보

소비자가격 수출 시기별로 상이

중량 250g*8Pack
330g*4Pack

인증 GAP

마케팅 수출권 수출통합조직 K-berry에 등록된 고품질 제품

마켓플레이스(The Marketplace) Manager

Q1. 고객사 제품의 중량과 패키징에 관한 전문가 피드백을 부탁드립니다.

자사는 딸기 제품 취급 시, 보통 250g과 500g 플라스틱 팩을 사용하며, 종종 1kg 이상의 큰 사이즈 팩을 사용합니다. 이러한 관점에서, 330g*4팩 제품은 인기가 많지 않을 것 같습니다. 일반적으로 제품을 수입할 때는 250g 플라스틱 팩 제품 10개를 한 상자에 넣습니다. 고객사와 같이 4개 제품을 포장하기 위한 외부 종이상자는 아무래도 자사의 입장에서는 크게 필요하다고 생각되지는 않습니다.

Q2. 현지 인기 딸기 제품과 한국산, 일본산 딸기의 가격대는 어떻게 형성되어 있나요?

필리핀 시장에서 딸기의 가격은 변동 폭이 매우 큼니다. 한국산 딸기는 단맛과 신맛의 조화로 일부 소비자들 사이에서는 인기가 있으며, 보통 800페소(18,928원)에서 1,500페소(35,490원)까지의 가격대를 형성합니다. 반면 일본산 딸기 중 흰색 딸기와 같은 프리미엄 제품의 경우, 가격이 3,000페소(70,980원)에서 4,000페소(94,640원)까지 올라갈 수 있습니다. 하지만 한국과 일본 딸기는 필리핀에서 수요가 많지 않으며, 필리핀 시장에서 유통되는 딸기의 95%가 현지에서 생산된 제품입니다.

Q3. 현지의 한국 및 일본산 딸기의 가격대는 계절별 혹은 월별로 어떻게 형성되어 있나요?

한국산 딸기는 보통 11월 말부터 5월까지 제철이며, 1월에 최대 수확량을 기록하는 것으로 알고 있습니다. 이에 따라 해당 기간 동안 공급이 많아져 가격이 약간 낮아지는 경향이 있습니다. 반면 6월부터 10월까지는 신선한 한국산 딸기의 공급이 크게 줄어들어 제품 가격이 상승하는 편입니다. 제철인 시기에는 250g에서 400g 수준의 제품이 팩당 600페소(14,196원)에서 800페소(18,928원)의 가격대를 형성하며, 공급이 줄어드는 시기에는 1팩당 900페소(21,294원)에서 1,000페소(23,660원) 이상을 기록합니다.

Q4. 현지 한국 및 일본산 딸기 시장의 소비 트렌드와 소비자들의 구매 고려요인은 무엇인가요?

소비자들은 딸기의 높은 비타민 함량과 항산화 특성 등 건강상의 이점을 지속적으로 인식하고 있으며, 이러한 인식은 신선한 고품질 제품에 대한 수요를 증가시키고 있습니다. 수입산 딸기는 가족, 친구, 또는 비즈니스 관계를 위한 선물로도 자주 고려되는 편입니다. 한국산 및 일본산 딸기는 필리핀 시장의 자국산 제품보다 가격이 높지만, 소비자들은 우수한 맛과 제품의 외관까지 고려하여 더 많은 비용을 기꺼이 지불합니다. 따라서 필리핀 소비자들에게 딸기 제품 구매 시 가장 중요한 고려 사항은 품질과 외관이라고 할 수 있습니다.

Q5. 수입산 딸기 제품을 인도네시아에서 판매 시 현지 납품 절차 및 유통 과정은 어떻게 되나요?(수출입 과정, 통관 절차, 주의사항 등)

영어가 아닌 경우 현지 라벨을 등록하고, 포장 요건을 충족해야 하며, 이는 국제 규격 및 필리핀 표준 규격을 모두 충족해야 합니다. 더 빠르고 신선한 운송을 위해서는 항공 화물을 선택할 수 있으며, 비용 효율성을 위해서는 해상 화물을 선택할 수 있습니다. 가능하다면 이러한 운송 및 통관 시간을 절약하고 관련 문제를 방지하기 위해 신뢰할 수 있는 운송업체와 협력하는 것을 추천 드립니다. 이러한 전문업체와의 협력을 통해 통관 서류 처리 및 선사와의 조정을 맡기는 것이 안전하고 효과적인 방법입니다.

Q6. 한국 및 일본산 등 수입산 딸기 구매 시 유통업체 입장에서의 주요 구매 고려요인은 무엇인가요?

유통업체의 입장에서는 제품의 단위당 가격이 주요 관심사입니다. 가격은 제품의 품질을 반영하면서도 타 제품과 비교하여 가격 경쟁력이 있어야 합니다. 일반적으로 수입산 딸기는 운송료, 관세 등의 추가 비용이 발생하여 현지산 딸기보다 가격이 높지만, 품질과 신뢰성 등을 통해 이러한 약점을 극복할 수 있습니다.

Q7. 고객사 딸기 제품을 현지에 수출할 시 협력가능성이 있는 파트너를 찾을 수 있는 방법은 무엇이 있나요?

필리핀의 시장 조사 보고서를 활용하면 잠재 파트너사를 효과적으로 검토할 수 있습니다. 이러한 보고서는 주요 유통업체, 소매업체, 시장 동향에 대한 심도 있는 통찰력을 제공하기 때문에 협력 가능성이 높은 기업들을 파악할 수 있습니다. 또한, 딸기 제품을 성공적으로 수입하는 기존 업체들의 사례를 연구하고 분석하는 것도 중요한 전략입니다. 이를 통해 현지 시장에서 어떤 전략이 효과적인지 파악할 수 있으며, 기존 유통업체의 강점과 약점을 분석함으로써 차별화된 접근 방안을 마련할 수 있습니다.

Interview ③

13)



숍와이즈(Shopwise) Category Buyer

숍와이즈 (Shopwise)

- 유형: 하이퍼마켓
- 업체 특징:
 - 1995년에 설립된 하이퍼마켓
 - 동남아시아, 미국, 유럽 등 여러 국가에서 신선식품, 가공식품, 음료 등 제품을 수입 및 유통하고 있음

담당자 정보

Category Buyer

고객사 제품 정보

소비자가격 수출 시기별로 상이

중량 250g*8Pack
330g*4Pack

인증 GAP

마케팅 수출통합조직
슬로건 K-berry에 등록된
고품질 제품

Q1. 고객사 제품에 대한 전문가 피드백을 부탁드립니다(포장, 중량 등 현지 인기 제품과 비교)

고객사의 딸기 제품은 플라스틱과 종이상자 형태로 제공되어 실용적이라 생각합니다. 그러나 유통기한에 대한 정보는 유통업자와 소매업자에게 중요한 요소이므로 제품 포장에 반드시 포함시킬 것을 권장합니다. 수입산 딸기 제품의 경우 250g 플라스틱 팩 포장이 일반적이지만, 현지산 딸기는 가격이 저렴하여 보통 1kg 또는 500g 단위로 판매됩니다. 대부분의 매장에서는 종이상자를 사용하지 않고 제품을 진열하여 고객이 직접 제품 외관을 보고 선택할 수 있도록 하고 있습니다. 플라스틱 팩 포장 제품의 경우, 일반적으로 250g 단위로 포장됩니다. 이는 현지 소비자들에게 매우 편리화된 사이즈이며 여기에는 포장 외부에 로고 정도만 간단하게 디자인하는 것이 일반적입니다.

Q2. 현지 인기 딸기 제품과 한국산, 일본산 딸기의 가격대는 어떻게 형성되어 있나요?

현지 시장에서 딸기의 가격대는 제품의 원산지에 따라 다릅니다. 한국산 및 일본산 딸기는 현지산 제품보다 훨씬 비싸며, 일반적으로 킬로그램당 700페소(16,562원)에서 1,300페소(30,758원) 수준으로 가격이 형성됩니다. 또한 일부 일본산 제품은 프리미엄 제품으로 여겨져 이보다 더욱 비싼 가격에 거래되기도 합니다.

Q3. 현지의 한국 및 일본산 딸기의 가격대는 계절별 혹은 월별로 어떻게 형성되어 있나요?

일본산 딸기는 주로 12월 말부터 4월까지 수입이 가능합니다. 특히 1월에서 3월 사이에 가장 많이 수확되는 Amaou와 Tochiotome 품종이 일반적으로 수입되는 품종이며, 이 시기에는 가격이 비교적 안정적입니다. 일본산 딸기가 제철인 시기에는 단위당 가격이 1,000페소(23,660원)에서 2,000페소(47,320원) 사이로 형성되지만, 공급이 불안정한 5월부터 11월 사이에는 제품 수입이 어려워지면서 단위당 가격이 2,500페소(59,150원) 이상으로 상승할 수 있습니다.

Q4. 현지 한국 및 일본산 딸기 시장의 소비 트렌드와 소비자들의 구매 고려요인은 무엇인가요?

현지 소비자들은 신선하고 고급스러운 제품에 대한 관심이 높습니다. 한국산 및 일본산 딸기는 특별한 디저트, 프리미엄 선물, 고급 레스토랑에서 자주 사용됩니다. 이를 위한 차별성 있는 포장과 제품 정보는 소비자들의 관심도를 높이는 데 중요한 역할을 합니다. 신선도를 유지할 수 있는 독특하고 기능적인 포장이 중요합니다.

Q5. 수입산 딸기 제품을 인도네시아에서 판매 시 현지 납품 절차 및 유통 과정은 어떻게 되나요?(수출입 과정, 통관 절차, 주의사항 등)

필리핀 시장에 딸기 제품을 수출하기 위해서는 우선적으로 필리핀 시장을 잘 파악하고 있는 현지 수입 및 유통업체와 파트너십을 형성할 것을 추천드립니다. 이러한 업체들은 시장 내 규제요인을 파악하고 시장에 진입하는 데 많은 도움을 줄 수 있습니다. 두 번째로, 소비자 선호도, 가격 전략 등을 위한 철저한 조사를 수행해야 합니다. 이를 통해 딸기를 효과적으로 시장에 포지셔닝할 수 있습니다. 세 번째로, 딸기의 품질과 신선도를 강조하는 마케팅 계획을 개발해야 합니다. 현지 광고 채널, 소셜 미디어, 매장 내 프로모션 등을 통해 브랜드 인지도를 구축해야 합니다. 이러한 사전 준비를 마친 뒤, 식품 안전 규정과 통관/검역 기준에 따라 주요 유통업체의 창고로 제품을 수출할 수 있습니다. 이러한 과정을 거친 뒤에는 하이퍼마켓/슈퍼마켓 등 소매점에 제품이 유통될 수 있습니다.

Q6. 한국 및 일본산 등 수입산 딸기 구매 시 유통업체 입장에서의 주요 구매 고려요인은 무엇인가요?

딸기는 운송 중 손상되지 않도록 포장되어야 합니다. 좋은 포장은 신선도를 유지하는 데 도움을 주며, 부적절한 포장으로 인해 많은 딸기가 손상된 여러 사례가 있습니다. 그리고 자사의 경우, 수요가 급증하는 시기에도 안정적인 공급이 가능한지에 대한 여부를 매우 중시합니다.

Q7. 고객사 딸기 제품을 현지에 수출할 시 협력가능성이 있는 파트너를 찾을 수 있는 방법은 무엇이 있나요?

정부 기관이나 산업체에서 주최하는 박람회 및 시장조사단에 참여하는 방법을 추천 드립니다. 이러한 방법을 통해 잠재적인 협력 파트너를 만나고 시장에 진입할 기회를 탐색할 수 있습니다. 또한 필리핀 시장의 파트너를 국내로 초대하여 고객사의 생산 시설을 견학할 수 있는 기회를 제공하거나 화상 회의 등을 통해 지속적으로 협력방안을 논의하는 것도 중요합니다.

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

V

경쟁력파악



1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹

1. 제품 경쟁력 검증

1) 100g당 가격

● 경쟁제품(제조사)¹⁶⁾

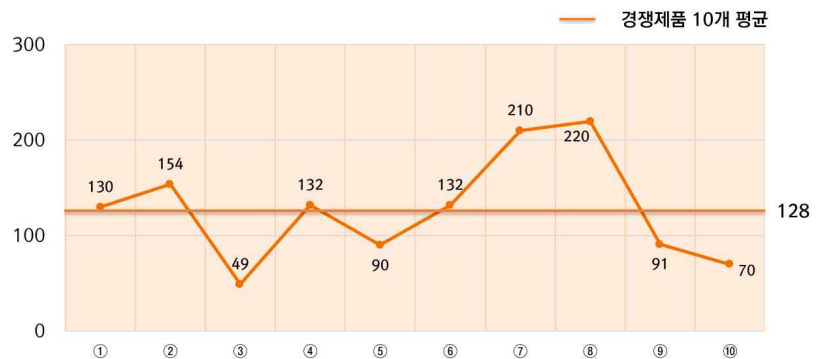
- ① 스위트 달링
(컬처드 그린 트레이딩)
- ② 제트 프레스
(헤리티지 프로듀스)
- ③ 엔엘에프제이 스트로베리
(에스엠 슈퍼마켓)
- ④ 스위트 달링
(컬처드 그린 트레이딩)
- ⑤ 스트로베리 바기오
(에스앤알 멤버십 쇼핑)
- ⑥ 스위트 달링
(컬처드 그린 트레이딩)
- ⑦ 스위트 달링
(컬처드 그린 트레이딩)
- ⑧ 제트 프레스
(헤리티지 프로듀스)
- ⑨ 디에프피아이 스트로베리
(엘리트 프루츠)
- ⑩ 에스피 스트로베리
(마켓플레이스)

▶ 경쟁제품 10개의 100g당 평균 가격, 128페소

현지 조사된 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격은 128페소(3,028원¹⁴⁾)로 나타남. 개별 제품별로 살펴보면, 미국산 제품의 100g당 가격이 대체로 높은 편이며, 특히 7번 제품은 100g당 가격이 210페소(4,969원)로 가장 높은 가격을 기록함. 필리핀산 제품은 100g당 가격이 대체로 낮은 편이며, 3번 제품은 100g당 가격이 49페소(1,150원)로 가장 저렴함. 고객사는 이러한 가격 차이를 고려하여 경쟁력 있는 가격 전략을 수립할 필요가 있음

[표 5.1] 필리핀 딸기 가격 경쟁력 분석¹⁵⁾

(단위: 페소/100g)



14) 1페소=23.66원(2024.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

15) 고객사 제품은 수출 시기별 가격이 달라 블라인드 처리

16) 일부 제품이 동일한 제품명을 가지고 있으나, 유통채널에 따라 중량, 가격 등 차이를 보여 별도 제품으로 취급

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

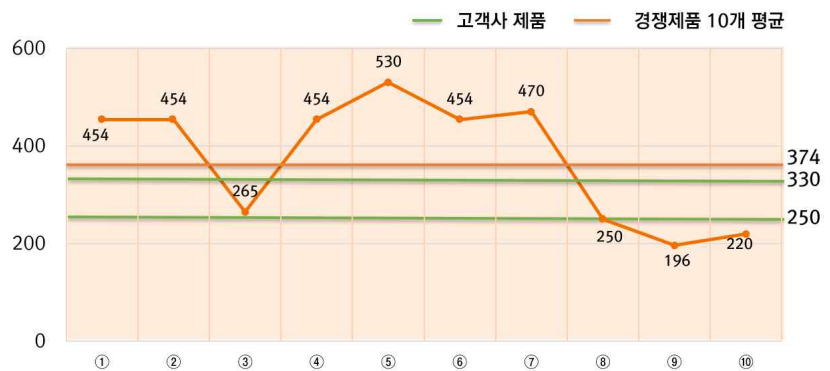
- ① 스위트 달링
(컬처드 그린 트레이딩)
- ② 제트 프레시
(헤리티지 프로듀스)
- ③ 엔엘에프제이 스토로베리
(에스엠 슈퍼마켓)
- ④ 스위트 달링
(컬처드 그린 트레이딩)
- ⑤ 스토로베리 바기오
(에스앤알 멤버십 쇼핑)
- ⑥ 스위트 달링
(컬처드 그린 트레이딩)
- ⑦ 스위트 달링
(컬처드 그린 트레이딩)
- ⑧ 제트 프레시
(헤리티지 프로듀스)
- ⑨ 디에프피아이 스토로베리
(엘리트 프루츠)
- ⑩ 에스피 스토로베리
(마켓플레이스)

▶ 경쟁제품 10개의 평균 중량, 374.7g

고객사 제품의 중량은 250g*8팩 또는 330g*4팩으로 구성되어 있음. 경쟁제품 중 가장 많이 판매되는 중량은 454g으로 나타났으며 이는 고객사 제품의 250g 또는 330g보다 큰 편임. 그러나 고객사 제품이 바이어 및 소비자들에게 두 가지 중량 옵션을 제공함으로써 선택의 폭을 넓힐 수 있는 장점이 있음. 고객사는 이러한 옵션을 통해 시장에서의 경쟁력을 높일 수 있을 것으로 판단됨

[표 5.2] 필리핀 딸기 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

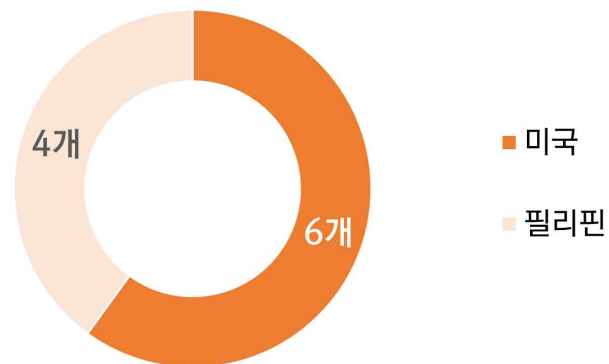


3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 중 6개 원산지, 미국

필리핀에서 판매되고 있는 딸기 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개의 제품 중 6개의 제품이 미국산 제품임을 확인함. 나머지 4개의 제품은 필리핀산 제품인 것으로 나타남. 이에 따라 고객사 제품이 필리핀 시장에 진출할 경우, 미국산 제품과의 경쟁이 예상됨

[표 5.3] 필리핀 딸기 원산지 경쟁력 분석

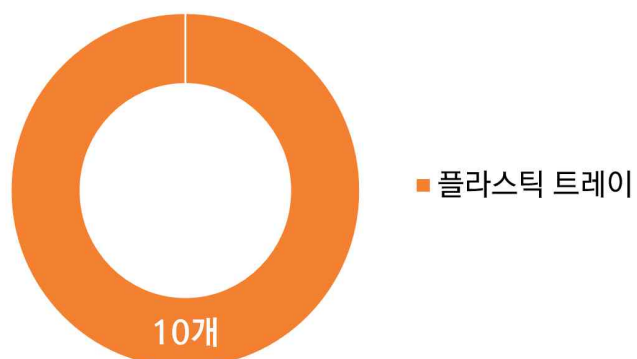


4) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 포장 형태, 모두 플라스틱 트레이 사용

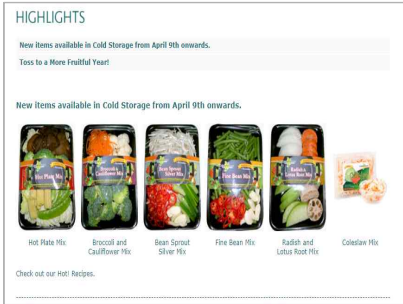
필리핀에서 판매 중인 딸기 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 모든 제품이 플라스틱 트레이로 포장된 것으로 확인되었음. 고객사 제품은 종이상자와 플라스틱 팩을 함께 사용하고 있어, 현지 시장의 포장 형태와는 차이가 있음. 고객사는 현지 시장의 포장 트렌드를 고려하여 포장 형태를 조정할 필요가 있음

[표 5.4] 필리핀 딸기 포장 형태 경쟁력 분석



2. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.5] 딸기 유통기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	컬처드 그린 트레이딩	
	기업 설명	컬처드 그린 트레이딩은 신선한 과일과 채소를 소비자에게 제공하려는 목표로 시작된 회사로, 건강과 지속 가능성을 중시하는 글로벌 트렌드에 맞춰 신선한 농산물을 더욱 완벽한 상태로 제공하는 데 주력하고 있음. LOHAS(건강과 지속 가능성을 중시하는 라이프스타일) 트렌드와 현대인들의 건강한 식단 요구에 맞춰 발전해 왔으며, 고급 가공 기술을 도입하여 신선한 농산물을 편리하게 섭취할 수 있도록 제공함	
주요 마케팅 전략	제품 품질관리 기준 소개	SOUNDS ALL TOO FAMILIAR? Cultured Greens takes the danger out of the picture by locking in the wholesome freshness through an uninterrupted one-way flow. Starting from the point where the raw fruits and vegetables arrive, your concerns for hygiene, nutrition, quality and wellness have been satiated. The raw fresh produce is immediately sent for weight and quality check and a round of semi-automated sorting, peeling and trimming. A chilling out session follows next with the greens sent to different production lines in the processing room which is always maintained at a cool temperature. After a round of washing up, the fruits and vegetables undergo slicing, dicing, shredding and cutting by manual labour or automated machinery according to customer requirements. Entry into the clean room marks the next stage where the greens are sent for final processing and packaging. Here, there is zero tolerance for the slightest speck of dirt. Staff has to be properly attired in a hygiene suit and take an air shower to blow away any remaining dirt particles before proceeding to sanitise the fruits and vegetables with food-graded sanitisers. Excess moisture contents are extracted through a spin dry or air dry process. To seal in all the ensuing freshness and cleanliness, the greens are packed in full-vacuum or semi-vacuum conditions and finally stored away in the cold room at 1°C - 4°C, waiting to refresh the palate and tastebuds of the next Cultured Greens consumer.  It is a meticulous process flow directed by state-of-the-art machinery imported from Europe and Japan and driven by exacting standards of excellence but well worth our efforts if the convenience and cost savings brought to those who desire easy and healthy cooking are anything to go by.	
		철저한 위생 관리와 자동화 공정을 통해 신선도와 영양을 유지, 진공 포장 후 저온 보관으로 품질을 보장하여 소비자 신뢰도 형성	
	홍보 현지화		
		글로벌 홈페이지를 구축하여 자사 취급 제품 정보 제공	뉴스 게시판 운영을 통해 기업에서 발생하는 소식을 소비자에게 전달
요약	판매채널	오프라인 매장(에스엠 슈퍼마켓, 에스앤알, 랜더스, 미츠코시) 온라인 매장(랜더스)	
	홍보채널	자사 홈페이지(글로벌)	
	홍보문구	위생관리 및 저온 진공 포장을 통한 신선도 유지	

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 스탯티스타 (www.statista.com)
2. 쇼피 (www.shopee.ph/mall)
3. 라자다 (www.lazada.com.ph)
4. 랜더스 (www.landars.ph)
5. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
6. 필리핀 통계청 홈페이지 (psa.gov.ph)
7. 대한민국 외교부 (www.mofa.go.kr)
8. 에스엠 슈퍼마켓 홈페이지 (www.smsupermall.com)
9. 에스앤알 홈페이지 (www.snrshopping.com)
10. 랜더스 홈페이지 (www.landars.ph)
11. 미츠코시 BGC 홈페이지 (www.mitsukoshi.ph)
12. 로빈슨 홈페이지 (www.robinsonsmalls.com)
13. 랜드마크 홈페이지 (www.landmarkstore.com.ph)
14. 마켓플레이스 홈페이지 (www.themarketplace.com.ph)
15. 컬처드 그린 트레이딩 홈페이지 (www.culturedgreens.com)
16. 헤리티지 프로듀스 홈페이지 (www.heritageproduce.com)
17. 엘리트 프루츠 홈페이지 (www.elitefruits.com)
18. 숍와이즈 홈페이지 (www.shopwise.com.ph)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2024.09.06

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 2024 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea