

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202409-33
품목 | 유아용 쌀과자(Baby Rice Snacks)
HS CODE | 1904.10-9000
국가 | 필리핀(Philippines)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약 04

II. 경쟁제품

- 1. 필리핀 유아용 쌀과자 경쟁제품 선정 06
- 2. 필리핀 유아용 쌀과자 경쟁제품 조사지표 선정 10
- 3. 필리핀 유아용 쌀과자 경쟁제품 현지조사 결과 11

III. 경쟁기업

- 1. 필리핀 유아용 쌀과자 경쟁기업 선정 23
- 2. 필리핀 유아용 쌀과자 경쟁기업 현지화 분석 기준 24
- 3. 필리핀 유아용 쌀과자 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 26

IV. 수입·유통업체 인터뷰

- 1. 왓슨스(Watsons) 32
- 2. 더 마켓플레이스(The Marketplace) 35
- 3. SM 마켓(SM Markets) 38



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증	42
2. 기업 마케팅 벤치마킹	48
3. 온라인 인기 제품 리뷰 분석	49

※ 참고문헌	52
--------	----





HS CODE : 1904.10-9000

2024 수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

SUMMARY

필리핀 유아용 쌀과자 경쟁력분석

온라인 인기 제품

쇼피



올 내추럴 라이스 비스킷 포키즈

라자다



올 내추럴 라이스 비스킷 포키즈

이베이



팝 라이스 스낵



팝 라이스 스낵



팝 라이스 스낵



오가닉 라즈베리 라이스 케이크

오프라인 주요 경쟁제품

애플 라이스 케이크 클라우드 (올가닉스)



가격 225.00페소 (5,344원)

중량 40g

'더 가볍고, 더 폭신하고, 더 부드럽게 녹는 제형'

티터스 스트로베리 (그리니)



가격 87.00페소 (2,066원)

중량 40g

'9개월 이상 유아용, 잡기 쉽고, 쉽게 녹아요.'

경쟁기업 3개사 분석

올가닉스

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ○

온/오프라인 모두 입점

원원그룹

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ○

온/오프라인 모두 입점

나투 푸디즈

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ○

온/오프라인 모두 입점

포장 현지화

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

홍보 현지화

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

경쟁력파악

10g당 가격

단위 : 페소/10g



고객사 제품 경쟁제품(10개) 평균

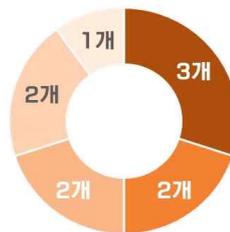
중량

단위 : g



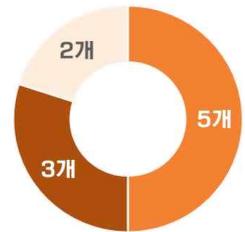
고객사 제품 경쟁제품(10개) 평균

원산지



태국, 중국, 독일, 말레이시아, 한국

포장 형태



비닐, 종이 박스, 플라스틱 통

요약

Point 01.

- 1) 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격은 37.92페소(901원)이며, 평균 중량은 46.2g으로 조사됨
- 2) 경쟁제품 10개 중 3개 제품이 태국산이며, 5개 제품이 비닐 포장 형태를 사용하고 있는 것으로 조사됨

Point 02.

- 1) 기업 마케팅 벤치마킹 분석 결과, SNS 글로벌 계정을 통해 영유아의 제품 시식 콘텐츠를 제공하고 있음
- 2) 온라인 인기 제품 리뷰 감성분석 결과, 유아용 쌀과자 구매 시 영양, 맛, 간편한 섭취에 대한 선호도가 나타남

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

II 경쟁제품



1. 필리핀 유아용 쌀과자 경쟁제품 선정
2. 필리핀 유아용 쌀과자 경쟁제품 조사지표 선정
3. 필리핀 유아용 쌀과자 경쟁제품 현지조사 결과

1. 필리핀 유아용 쌀과자 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징	
제품명	A사 현미스틱
제품 종류	유아용 쌀과자(퍼프)
소비자가격	164.21페소 (3,900원 ¹⁾)
중량	30g
특징	100% 국내산 유기농 쌀을 원료로 하여, 기름에 튀기지 않고 구워낸 후 퍼핑공법으로 조직감과 고소함을 살린 유아용 쌀과자

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: A사 현미스틱
 - 제품 종류: 유아용 쌀과자(퍼프)
 - 중량: 80g
 - 소비자가격: 164.21페소(3,900원)

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 쇼피(Shopee)
 2. 라자다(Lazada)
 3. 이베이(Ebay)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기 제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품 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: 슈퍼마켓, 백화점, 한인마트
- 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
 - 온라인 인기 제품 리뷰 감성 분석

1) 1페소=23.75원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준을 적용)

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

▶ 유아용 쌀과자 경쟁제품군 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사 지표를 바탕으로 유아용 쌀과자 제품의 경쟁제품군을 선정하였음

필리핀 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

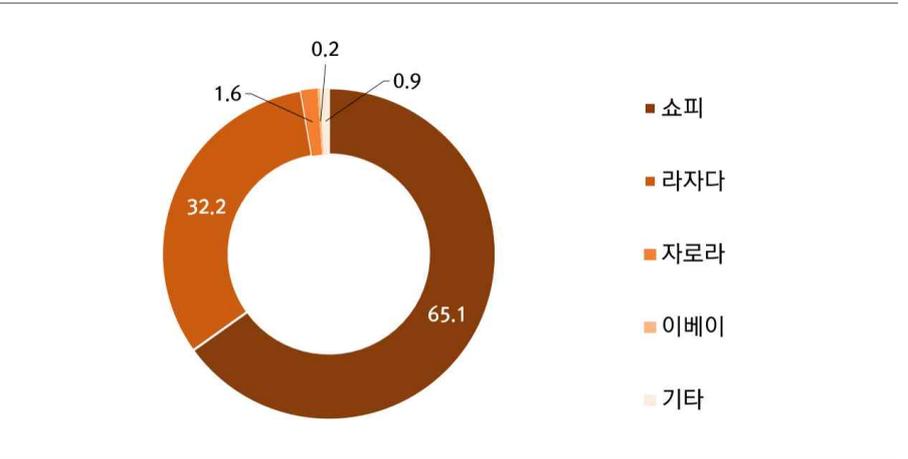
사이트명	취급 종류
 Shopee 쇼피	패션, 전자제품, 미용, 식품, 음료, 유아용품, 생활용품 등
 Lazada 라자다	패션, 생활용품, 유아용품, 식품, 전자제품 등
 ebay 이베이	유아용품, 화장품, 건강, 식품, 전자제품, 생활용품 등

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내 필리핀 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 쇼피와 라자다에서는 베이비 맘뎀의 퍼프 제품이 주요 인기 제품으로, 이베이에서는 B사의 러스크 제품이 주요 인기 제품인 것으로 확인됨

[표 2.1] 2022년 필리핀 인기 온라인 쇼핑몰(방문자 수 기준)²⁾

(단위: %)



자료: 스탯스타(Statista)

[표 2.2] 필리핀 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

쇼피 입점 상위 3개 제품 리스트(판매 순위 기준)³⁾

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	퍼프	베이비 맘뎀 (Baby Mum-Mum)	올 내추럴 라이스 비스킷 포 키즈 (All Natural Rice Biscuits for Kids)	캐나다	170.00페소 (4,038원)	50g	
2	러스크	B사	팝 라이스 스낵 (Pop Rice Snacks)	한국	139.00페소 (3,301원)	30g	
3	퍼프	C사	오가닉 라이스 퍼프 레인보우 볼 (Organic Rice Puffs Rainbow Ball)	한국	275.00페소 (6,531원)	50g	

2) 3위를 차지한 자로라는 의류 및 라이프스타일 전문 쇼핑몰로 선정 쇼핑몰에서 제외함

3) 조사일(2024.10.10) 기준

[표 2.2] 필리핀 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

라자다 입점 상위 3개 제품 리스트(관련성 기준) ⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	퍼프	베이비 맘멈 (Baby Mum-Mum)	올 내츄럴 라이스 비스킷 포 키즈 (All Natural Rice Biscuits for Kids)	캐나다	164.45페소 (3,906원)	50g	
2	러스크	B사	팝 라이스 스낵 (Pop Rice Snacks)	한국	139.00페소 (3,301원)	30g	
3	퍼프	A사	브라운 라이스 팝 치즈 (Brown Rice Pop-Cheese)	한국	85.00페소 (2,019원)	20g	
이베이 입점 상위 3개 제품 리스트(관련성 기준) ⁵⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	러스크	B사	팝 라이스 스낵 (Pop Rice Snacks)	한국	3,179.44페소 (75,512원)	50g *6팩	
2	러스크	힙 (Hipp)	오가닉 라즈베리 라이스 케이크 (Organic Raspberry Rice Cakes)	독일	2,708.12페소 (64,318원)	30g *6팩	
3	러스크	힙 (Hipp)	블루베리 라이스 케이크 (Blueberry Rice Cakes)	독일	1,021.58페소 (24,263원)	33g	

자료: 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada), 이베이(Ebay) 홈페이지
 사진 자료: 쇼피(Shopee), 라자다(Lazada), 이베이(Ebay) 홈페이지

4) 조사일(2024.10.10) 기준

5) 조사일(2024.10.10) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 필리핀 마닐라 정보⁶⁾

인구	184만 6,513명
인구 밀도	3,006.92명/km ²
면적	613.94km ²

▶ 필리핀 마닐라, 방문지역으로 선정

필리핀 마닐라를 방문지역으로 선정함. 마닐라는 필리핀의 수도이자 필리핀에서 두 번째로 인구가 많은 도시임. 동남아시아에서 규모가 가장 빠르게 성장하는 도시 중 하나로 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 메트로 마닐라 권역은 2022년 약 6조 8천억 페소(161조 5,000억 원)의 지역내총생산(GRDP) 규모를 가진 지역임

▶ 현지조사 매장 선정, 슈퍼마켓, 백화점, 한인마트

고객사 희망 조사매장 지표 및 현지 시장 상황을 고려하여 슈퍼마켓, 백화점, 한인마트를 조사매장으로 선정함

[표 2.3] 필리핀 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
백화점	로빈슨(Robinsons), 이세탄(Isetann), 더 랜드마크(The Landmark)
하이퍼/슈퍼마켓	에스엠 슈퍼마켓(SM Supermarket), 로빈슨 슈퍼마켓(Robinsons Supermarket), 랜드마크 슈퍼마켓(Landmark Supermarket), 더 마켓플레이스(The Markterplace)
아시안/한인마트	선한마트(Sunhan Mart), 진마트(Jin Mart), 펀한마트(Funhan Mart), 강남마트(Gangnam Mart)
편의점	세븐일레븐(7-Eleven), 알파마트(Alfamart), 미니스톱(Ministop)
온라인	라자다(Lazada), 쇼피(Shopee), 이베이(eBay)

■ 고객사 진출 선호 매장

6) 자료: 필리핀 통계청 홈페이지

2. 필리핀 유아용 쌀과자 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(*)더 마켓플레이스, 더 랜드마크, 강남마트

- 유아용 쌀과자 : 쌀을 주원료로 하여, 유아들이 쉽게 소화하고 먹을 수 있도록 만든 건강하고 부드러운 과자

- 유아용 과자: 유아들이 안전하게 먹을 수 있도록 성분과 영양을 고려해 제조된 과자. 일반적으로 설탕과 첨가물이 적고 영양소가 강화된 제품으로 본 보고서에서는 쌀이 포함되지 않은 유아용 과자를 의미함

▶ 필리핀 유아용 쌀과자 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.4] 필리핀 유아용 쌀과자 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
제품명	제품명	제품의 한국어, 원어 명칭
제조사	제조사	제조사의 한국어, 원어 명칭
제품 종류	제품 종류	퍼프, 러스크, 비스킷
중량	중량(g)	제품의 포장 단위
가격	소비자가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	10g당 가격	제품의 10g당 가격
원산지	원산지	제품의 원산지
맛	맛	제품의 맛
포장 형태	포장 형태	제품의 포장
수입자	수입자	제품의 수입자
유통기한	유통기한	제품의 유통기한
인증	인증	제품이 보유하고 있는 인증
기타 표기사항	기타 표기사항	제품의 기타 표기사항
홍보문구	홍보문구	제품 포장지에 표기된 홍보문구
원료 및 첨가물	원료 및 첨가물	제품의 원료 및 첨가물

3. 필리핀 유아용 쌀과자 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 필리핀 마닐라에 위치한 슈퍼마켓, 백화점, 한인마트

필리핀 마닐라에 위치한 슈퍼마켓인 더 마켓플레이스와 백화점 더 랜드마크, 한인마트인 강남마트에 방문함. 더 마켓플레이스는 필리핀의 프리미엄 슈퍼마켓 체인, 더 랜드마크는 백화점 체인이며, 강남마트는 마닐라에 위치한 한인마트임

[표 2.5] 필리핀 방문 매장 및 특징

방문 매장명	더 마켓플레이스 (The Marketplace)	더 랜드마크 (The Landmark)	강남마트 (Gangnam Mart)
방문 매장 전경			
구분	슈퍼마켓	백화점	한인마트
조사 제품 수	4개	5개	1개
조사 매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> · 필리핀의 프리미엄 슈퍼마켓 · 필리핀에 37개 지점 운영 	<ul style="list-style-type: none"> · 필리핀의 백화점 · 필리핀 내 5개 지점 운영 	<ul style="list-style-type: none"> · 필리핀의 한인마트 · 마닐라에 1개 지점 운영

▶ 경쟁제품, 10개 제품 중 4개 제품, 2개의 매장에서 판매

더 마켓플레이스, 더 랜드마크, 강남마트 총 3개 매장을 방문하여 인기 제품을 조사한 결과, 유아용 쌀과자 경쟁제품 10개 중 4개 제품은 더 마켓플레이스와 더 랜드마크에서 중복 판매되고 있으며, 나머지 6개 제품은 1개의 매장에서만 판매되고 있는 것으로 확인됨. 또한, 10개 제품 모두 온라인 매장에서 판매하고 있는 것으로 확인됨

[표 2.6] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류		
	오프라인	온라인	퍼프	러스크	비스킷
① 애플 라이스 케이크 클라우즈 (올가닉스)	○ (더 마켓플레이스, 더 랜드마크)	○ (쇼피, 이베이)	○		
② 서머 프루츠 라이스 케이크 클라우드 (올가닉스)	○ (더 마켓플레이스, 더 랜드마크)	○ (쇼피, 이베이)	○		
③ 맘맘 바나나 라이스 러스크 (원원그룹)	○ (더 마켓플레이스, 더 랜드마크)	○ (쇼피, 라자다, 이베이)		○	
④ 맘맘 애플 앤 펌킨 라이스 러스크 (원원그룹)	○ (더 마켓플레이스, 더 랜드마크)	○ (쇼피, 라자다, 이베이)		○	
⑤ 퍼프 리얼 그레이н 펌킨 (그리니)	○ (더 랜드마크)	○ (쇼피, 라자다)	○		
⑥ 티터스 스트로베리 (그리니)	○ (더 랜드마크)	○ (쇼피)	○		
⑦ 올가닉 라이스 퍼프-위 베어베어 아보카도 (나투 푸디즈)	○ (더 랜드마크)	○ (쇼피, 라자다)	○		
⑧ 라이스 퍼프 바나나 스트로베리 (나투 푸디즈)	○ (더 랜드마크)	○ (쇼피)	○		
⑨ 올가닉 내추럴 퍼프 (밀나)	○ (더 랜드마크)	○ (쇼피, 라자다)	○		
⑩ 뽀로로와 친구들 플레인 (D사)	○ (강남마트)	○ (쇼피)			○

(*) 현지 판매 유아용 쌀과자 경쟁제품 10개 분석

Shop ① 더 마켓플레이스(The 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 큰 리테일러 로빈슨 리테일 홀딩스(Robinsons Retail Holdings)가 운영하고 있음. 필리핀에 37개 지점이 있으며, 매달 다양한 프로모션을 진행하며 배달 서비스를 제공함	
	조사 제품 수: 4개			
매장 정보				
	위치	도시(지역)	마닐라	
		상세주소	G/F, Rustan's, Courtyard Dr, Makati, Kalakhang Maynila	
매장 내부				
매대 분석	매대 분류	복도식 매대		
	진열 방식	유아용 스낵 제품군 그룹 진열		
	상하단 제품 구성	상·하단: 유아용 쌀과자		
	브랜드 국적 구성	독일, 중국 등		
	주요 브랜드	올가닉스, 밀나, 맘맘		
제품 판매 정보				
	애플 라이스 케이크 클라우즈 (올가닉스)	서머 프루츠 라이스 케이크 클라우즈 (올가닉스)	맘맘 바나나 라이스 러스크 (원원그룹)	맘맘 애플 앤 펌킨 라이스 러스크 (원원그룹)

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ① 더 마켓플레이스(The Marketplace)

	경쟁제품 ①	경쟁제품 ②
제품 사진		
제품명 (현재어)	애플 라이스 케이크 클라우즈 (Apple Rice Cake Clouds)	서머 프루츠 라이스 케이크 클라우즈 (Summer Fruits Rice Cake Clouds)
제조사 (현재어)	올가닉스 (Organix)	올가닉스 (Organix)
제품 종류	퍼프	퍼프
중량	40g	40g
소비자가격	225.00페소 (5,344원)	225.00페소 (5,344원)
10g당 가격	56.25페소 (1,336원)	56.23페소 (1,336원)
원산지	독일	독일
맛	사과	푸르츠믹스
포장 형태	비닐	비닐
수입자	야미 올가닉스 푸드 프로덕츠	야미 올가닉스 푸드 프로덕츠
유통기한	(-)	(-)
인증	Organic Soil Association	Organic Soil Association
기타 표기사항	유기농 재료 사용, 불필요한 첨가물 없는 약속	유기농 재료 사용, 불필요한 첨가물 없는 약속
홍보문구	더 가볍고, 더 폭신하고, 더 부드럽게 녹는 제형. 7개월 이상에게 이상적인 핑거푸드	더 가볍고, 더 폭신하고, 더 부드럽게 녹는 제형. 7개월 이상에게 이상적인 핑거푸드
원료 및 첨가물	쌀 76.7%, 사과주스 농축액 13%, 시나몬가루 0.2%, 비타민 B 10.1%	쌀 84.2%, 사과주스 농축액 10%, 블루베리주스 농축액 2%, 딸기주스 농축액 2%, 체리주스 농축액 1.5%

Shop ① 더 마켓플레이스(The Marketplace)

	경쟁제품 ③	경쟁제품 ④
제품 사진		
제품명 (현지어)	맘맘 바나나 라이스 러스크 (Mum-Mum Banana Rice Rusks)	맘맘 애플 앤 펌킨 라이스 러스크 (Mum-Mum Apple & Pumpkin Rice Rusks)
제조사 (현지어)	원원그룹 (Want-Want Group)	원원그룹 (Want-Want Group)
제품 종류	러스크	러스크
중량	50g	50g
소비자가격	130.00페소 (3,088원)	130.00페소 (3,088원)
10g당 가격	26.00페소 (618원)	26.00페소 (618원)
원산지	중국	중국
맛	바나나	바나나
포장 형태	종이 박스	종이 박스
수입자	다피드 인더스트리즈 인코포레이티드	몰리나 & 손스
유통기한	(-)	(-)
인증	(-)	(-)
기타 표기사항	인공 재료 및 방부제 무첨가. 땅콩이 없는 시설에서 생산되었습니다.	인공 재료 및 방부제 무첨가. 땅콩이 없는 시설에서 생산되었습니다.
홍보문구	6개월 이상 유아를 위한 쌀과자	6개월 이상 유아를 위한 쌀과자
원료 및 첨가물	쌀가루, 감자전분, 설탕, 바나나가루, 천연바나나향, 비타민 A, 비타민 D, 비타민 B1	쌀가루, 감자전분, 사과주스, 사과가루, 호박가루, 비타민 A, 비타민 D, 비타민 B1

Shop ② 더 랜드마크(The Landmark)

매장 정보

- 유형: 백화점
- 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			더 랜드마크는 필리핀의 백화점 체인으로 1988년에 첫 매장을 오픈함. 더 랜드마크는 백화점과 함께 슈퍼마켓 체인도 운영하고 있으며, 백화점의 경우 마닐라에 있는 대부분의 백화점들보다 저렴한 품목을 취급한다는 특징이 있음. 현재 필리핀에 5개 매장을 운영하고 있음
	조사 제품 수: 5개		
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	스낵 제품군 그룹 진열	
	상·하단 제품 구성	상·하단: 쌀과자, 초코 과자 등	
	브랜드 국적 구성	태국, 말레이시아 등	
	주요 브랜드	그리니, 나투 푸디즈, 밀나 등	
제품 판매 정보			
	퍼프 리얼 그레이н 핼킨 (그리니)		티터스 스트로베리 (그리니)
			
	울가닉 라이스 퍼프 (나투 푸디즈)	라이스 퍼프 바나나 스트로베리 (나투 푸디즈)	울가닉 내추럴 퍼프 (밀나)

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ② 더 랜드마크(The Landmark)

	경쟁제품 ⑤	경쟁제품 ⑥
제품 사진		
제품명 (현지어)	퍼프 리얼 그레인 펌킨 (Puffs Real Grain Pumpkin)	티터스 스트로베리 (Teethers Strawberry)
제조사 (현지어)	그리니 (Grinny)	그리니 (Grinny)
제품 종류	퍼프	퍼프
중량	60g	40g
소비자가격	88.50페소 (2,102원)	87.00페소 (2,066원)
10g당 가격	14.75페소 (350원)	21.75페소 (517원)
원산지	태국	태국
맛	호박	딸기
포장 형태	재밀봉 가능한 비닐	재밀봉 가능한 비닐
수입자	몰리나 & 손스	몰리나 & 손스
유통기한	1년	2년
인증	(-)	HALAL
기타 표기사항	글루텐 프리, 무방부제	인공 향료 무첨가
홍보문구	엄선된 현미 자스민 쌀로 만들어졌습니다.	9개월 이상 유아 및 어린이용. 잡기 쉽고, 쉽게 녹아요.
원료 및 첨가물	브라운 자스민 라이스, 옥수수가루, 딸기가루, 쌀겨 오일, 식품첨가물	브라운 자스민 라이스 45%, 옥수수곡물 40%, 딸기가루 15%, 식품첨가물 0.01%

Shop ② 더 랜드마크(The Landmark)

	경쟁제품 ⑦	경쟁제품 ⑧
제품 사진		
제품명 (현지어)	올가닉 라이스 퍼프 - 위 베어베어 아보카도 (Organic Rice Puff - We Bear Bear Avocado)	라이스 퍼프 바나나 스트로베리 (Rice Puff Banana Strawberry)
제조사 (현지어)	나투 푸디즈 (Natu Foodies)	나투 푸디즈 (Natu Foodies)
제품 종류	퍼프	퍼프
중량	42g	60g
소비자가격	310.00페소 (7,363원)	288.00페소 (6,840원)
10g당 가격	73.81페소 (1,753원)	48.00페소 (1,140원)
원산지	말레이시아	말레이시아
맛	아보카도	바나나, 딸기
포장 형태	플라스틱 통	플라스틱 통
수입자	라 페니카 코퍼레이션	라 페니카 코퍼레이션
유통기한	(-)	(-)
인증	IFOAM, Organic Malaysia, GMP, HACCP, MeSTI, HALAL	IFOAM, Organic Malaysia, GMP, HACCP, MeSTI, HALAL
기타 표기사항	글루텐 프리, 유기농, 계란 무첨가, 설탕 무첨가, 소금 무첨가, 우유 무첨가, 견과류 무첨가	글루텐 프리, 설탕과 소금 무첨가
홍보문구	유아 및 어린이를 위한 비스킷	유아 및 어린이를 위한 비스킷
원료 및 첨가물	유기농 백미, 유기농 현미, 유기농 사과주스 농축액, 시금치가루, 아보카도가루, 비타민 B1	칼로스쌀, 현미, 바나나퓨레, 설탕, 사과주스 농축액, 딸기가루, 자연산 미역, 갈슘, 비타민, 미네랄

Shop ② 더 랜드마크(The Landmark)

경쟁제품 ⑨	
제품 사진	
제품명 (현지어)	올가닉 내추럴 퍼프 (Organic Nature Puff)
제조사 (현지어)	밀나 (Milna)
제품 종류	퍼프
중량	15g
소비자가격	65.00페소 (1,544원)
10g당 가격	43.33페소 (1,029원)
원산지	태국
맛	사과, 믹스베리
포장 형태	재밀봉 가능한 비닐
수입자	에코센셜 푸즈 코프
유통기한	(-)
인증	HALAL, USDA Organic
기타 표기사항	글루텐 프리
홍보문구	6개월 이상 유아 및 어린이를 위한 고칼슘 시리얼 스낵. 입에서 쉽게 녹아요.
원료 및 첨가물	유기농 자스민 라이스, 유기농 흑설탕, 유기농 발아현미, 유기농 사과, 믹스베리 가루, 미네랄(탄산칼슘), 향산화제(혼합토코페놀 농축액)

Shop ③ 강남마트(Gangnam Mart)

매장 정보

- 유형: 한인마트
- 판매 제품 특징:
과자, 음료, 주류, 라면, 간편식 등 다양한 한국 식료품 판매
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 한국 교민

브랜드 기본 정보			강남마트는 필리핀 마닐라에 위치한 한인마트로, 스낵, 음료, 주류, 라면, 레토르트 음식 등 다양한 한국 식료품과 초밥 등을 판매하고 있음. 마닐라에 1개 지점만 운영하고 있으며, 24시간 영업하며 배달 서비스를 제공함
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	마닐라
	상세주소	28th Street, Corner 7th Ave, Taguig, 1634 Metro	
매장 내부			
매대 분석	매대 분류	복도식 매대	
	진열 방식	스낵 제품군 그룹 진열	
	상·하단 제품 구성	상·하단: 한국 과자 제품군 그룹 진열	
	브랜드 국적 구성	한국	
	주요 브랜드	D사, E사, F사, G사 등	
제품 판매 정보			
	뽀로로와 친구들 플레인 (D사)		

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ③ 강남마트(Gangnam Mart)

경쟁제품 ⑩	
제품 사진	
제품명 (현재어)	뽀로로와 친구들 플레인
제조사 (현재어)	D사
제품 종류	비스킷
중량	65g
소비자가격	85.00페소 (2,019원)
10g당 가격	13.08페소 (311원)
원산지	한국
맛	플레인
포장 형태	종이 박스
수입자	에코센셜 푸즈 코프
유통기한	(-)
인증	(-)
기타 표기사항	색소, 향료 무첨가
홍보문구	칼슘, 철분, 7가지 비타민 함유.
원료 및 첨가물	밀가루, 설탕, 유함유가공품, 팜유류, D-토코페놀(혼합형), 쇼트닝, 탈지분유, 당류가공품, 산도조절제1, 산도조절제2, 정제소금, 기타가공품(식용난각분), 레시틴, 혼합제제(비타민C, 드라이비타민 E 50% Type CWS/S, 니코틴산아미드, 드라이비타민 A 아세테이트 Type 325CWS/A, 비타민 B6염산염, 비타민 B1염산염, 비타민 B2, 엽산), 아밀라아제, 프로테아제1, 프로테아제2, 영양강화제(밀,우유,달걀,대두 함유)

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

III 경쟁기업



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

1. 필리핀 유아용 쌀과자 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 34년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 올가닉스는 1992년에 설립되어 32년의 업력을 보유하고 있으며 원원그룹은 1962년에 설립되어 가장 오래된 62년의 업력을 보유하고 있음. 나투 푸디즈는 2016년 설립 이후 8년째 사업을 이어오고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 유아용 쌀과자 동일 품목 종류 조사

필리핀에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 유아용 쌀과자 동일 품목 수를 조사한 결과, 올가닉스가 총 43개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그다음으로는 나투 푸디즈가 24개, 원원그룹이 10개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 유아용 쌀과자 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
올가닉스	영국	32년	43개
원원그룹	중국	62년	10개
나투 푸디즈	말레이시아	8년	24개

자료: 필리핀 진출 유아용 쌀과자 경쟁기업 3개사 분석

2. 필리핀 유아용 쌀과자 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	23년도 기업 매출액
	직원 수	23년도 기업 직원 수
	설립연도	기업의 설립연도
	동일품목	유아용 쌀과자 제품군

▶ 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	더 마켓플레이스, 더 랜드마크, 강남마트
온라인	쇼피, 라자다, 이베이

3. 필리핀 유아용 쌀과자 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 필리핀 온/오프라인 매장 진출

필리핀에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점해 있는 것으로 확인됨. 올가닉스와 원원그룹은 더마켓플레이스와 더랜드마크 2곳에 입점해 있으며, 나투 푸디즈는 더랜드마크 한 곳에 입점해 있음. 또한, 올가닉스는 온라인 쇼핑몰인 쇼피와 이베이 2곳에 입점하였으며, 원원그룹은 쇼피와 라자다, 이베이 3곳에, 나투 푸디즈는 쇼피와 라자다 2곳에 입점하여 제품을 유통하고 있음

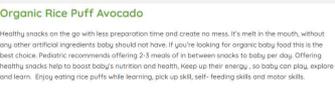
▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지와 소셜 미디어를 활용한 마케팅 진행

필리핀 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 또한, 페이스북, 인스타그램, 유튜브 등 소셜 미디어 채널을 운영하고 있음. 3사 모두 글로벌 계정의 페이스북 채널에 제품의 레시피, 신제품 홍보, 소비자 후기 등 고객의 흥미를 끄는 콘텐츠를 자주 업로드하여 활발하게 온라인 마케팅을 이어가고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 섭취 연령, 원료 등을 강조

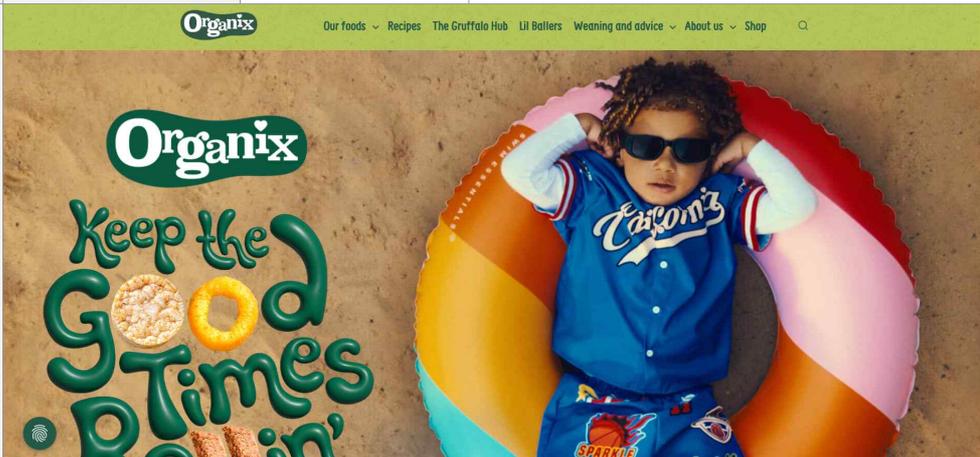
필리핀 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 섭취 가능 연령과 원료 등을 강조하는 문구를 주로 사용하고 있음. ‘7개월 이상에게 이상적인 핑거푸드’, ‘6개월 이상의 유아를 위한’, ‘유기농 재료 사용’, ‘계란, 설탕, 소금 무첨가’와 같은 수식어를 사용하고 있음. 또한, ‘가볍고, 폭신하고, 부드럽게 녹는 제형’과 같이 제품의 식감과 ‘이동 중에 먹을 수 있는’과 같이 제품의 간편성을 강조하는 문구를 통해 제품을 홍보하고 있음

[표 3.7] 필리핀 유아용 쌀과자 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
올가닉스 (Organix)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 더 마켓플레이스 - 더 랜드마크 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 쇼피 - 이베이 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) SNS 플랫폼 (글로벌) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 	<ul style="list-style-type: none"> - 가볍고, 폭신하고, 부드럽게 녹는 제형 - 7개월 이상에게 이상적인 핑거푸드 - 유기농 재료 사용 - 첨가물 없는 - 글루텐 프리 	
원원그룹 (Want-Want Group)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 더 마켓플레이스 - 더 랜드마크 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 쇼피 - 라자다 - 이베이 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) SNS 플랫폼 (글로벌) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 - 트위터 	<ul style="list-style-type: none"> - 6개월 이상의 유아를 위한 쌀과자 - 인공 재료, 방부제 무첨가 - 논 GMO, 글루텐 프리 인증 - 쉽게 녹아서 아이에게 완벽한 첫 번째 고형 식품 	<p>Baby Mum-Mum is the original rice teething biscuit in North America, parent trusted for over 25 years. All Baby Mum-Mum teething biscuits are allergen-free, gluten-free and non-GMO Verified. Baby Mum-Mum is made from premium japonica rice – the same rice species that is used for sushi. This provides the best flavor and quality. We believe a short ingredient list, as well as minimizing the use of fat, sugar, and sodium in all our products. Baby Mum-Mum products are baked with no added fats or oils. They dissolve easily, making it a perfect no-mess first solid food choice for your child.</p> <p>1 box, 50g (1.76oz) per box</p> <p>Ingredients: japonica Rice Flour, Potato Starch, Sugar, Banana Powder, Natural Banana Flavor.</p>
나투 푸디즈 (Natu Foodies)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 더 랜드마크 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 쇼피 - 라자다 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) SNS 플랫폼 (글로벌) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 	<ul style="list-style-type: none"> - 유아 및 어린이를 위한 비스킷 - 글루텐 프리 - 계란, 설탕, 소금 무첨가 - 유기농 - 이동 중에 먹을 수 있는 건강한 간식 	

자료: 필리핀 진출 유아용 쌀과자 경쟁기업 3개사 분석

① 올가닉스(Organix)

기업 기본 정보	기업명	올가닉스		
	기업 설명	올가닉스는 영양가 있는 이유식과 간식을 만들어 온 영국의 어린이 식품 브랜드이며, 영국에서 유기농 이유식, 유아 간식, 핑거푸드 판매 1위 브랜드로 성장함. 모든 제품에 소금, 정제 설탕, 인공 색소나 향료를 첨가하지 않으며 유기농 재료를 사용하여 최상의 품질을 추구함		
	위치	120-122 Commercial Road Bournemouth Dorset BH2 5LT, England		
	규모	동일 품목 수	43개	
설립연도		1992년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 더 마켓플레이스 더 랜드마크		제품명	애플 라이스 케이크 클라우드즈 (Apple Rice Cake Clouds)
			중량	40g
	소비자가격		225.00페소 (5,344원 ⁷⁾)	
	제품 종류		퍼프	
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), 페이스북/인스타그램/유튜브(글로벌)		
	게시 주기	(페이스북) 월 10건		
	게시물 유형	기업 소개, 제품 안내, 육아 상식, 제품 활용 레시피 안내 등		

사진자료: 현지조사원 자료

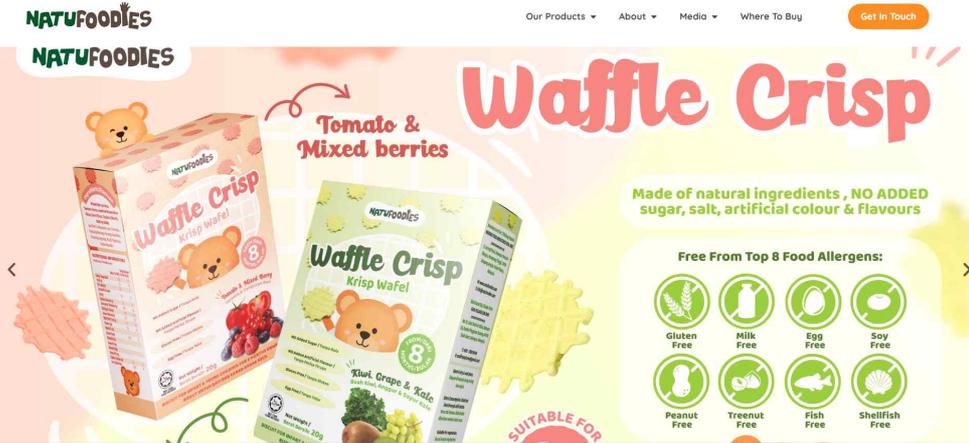
7) 1페소=23.75원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준을 적용)

② 원원그룹(Want-Want Group)

기업 기본 정보	기업명	원원그룹		
	기업 설명	원원그룹은 중국의 식품기업으로, 원원그룹이 운영하는 브랜드 베이비 맘맘의 제품은 25년 이상 캐나다 및 미국에서 판매되어 왔음. 현재 아시아 이외에 아프리카, 북미, 유럽 등 6개 국가에 제품을 수출하고 있음		
	위치	No. 1088 Hongsong East Road, Shanghai, China		
	규모	동일 품목 수	10개	
설립연도		1962년		
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 더 마켓플레이스 더 랜드마크 <온라인 매장> 쇼피 라자다 이베이		제품명	맘맘 바나나 라이스 러스크 (Mum-Mum Banana Rice Rusks)
			중량	50g
			소비자가격	130.00페소 (3,088원)
			제품 종류	러스크
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), 페이스북/인스타그램/트위터(글로벌)		
	게시 주기	(페이스북) 월 10건		
	게시물 유형	기업 소개, 브랜드 및 제품 소개, 구매처 안내		

사진자료: 현지조사원 자료

③ 나투 푸디즈(Natu Foodies)

기업 기본 정보	기업명	나투 푸디즈		
	기업 설명	나투 푸디즈는 말레이시아의 천연 유아식 제조업체로, 아기의 성장을 돕기 위해 식품 품질에 대한 걱정 없이 맛있고 영양가 있는 식품을 제공하고 있음. 할랄, ISO 등 여러 국제 인증을 받아, 식품 안전 및 위생의 엄격한 관리를 통해 전문성을 갖추고 있음		
	위치	1 Lorong pala, 3, Kawasan industri ringan, Permatang Tinggi, 14100 Simpang Ampat, Penang, Malaysia		
	규모	동일 품목 수	24개	
설립연도		2016년		
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 더 랜드마크 <온라인 매장> 쇼피 라자다		제품명	올가닉 라이스 퍼프 (Organic Rice Puff)
			중량	42g
			소비자가격	310.00페소 (7,363원)
			제품 종류	퍼프
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), 페이스북/인스타그램(글로벌)		
	게시 주기	(페이스북) 월 10건		
	게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 기업 소식, 구매처 안내		

사진자료: 현지조사원 자료

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

IV

수입·유통업체 인터뷰

1. 왓슨스(Watsons)
2. 더 마켓플레이스(The Marketplace)
3. SM 마켓(SM Markets)

Interview ①


**왓슨스
(Watsons)**

- 유형: 드럭스토어
- 업체 특징:
 - 2002년에 설립된 드럭스토어로 화장품, 개인 위생용품, 미용 제품, 유아용품, 식품, 비타민 보충제를 취급하고 있음
 - 아시아 및 유럽에서 수입한 다양한 제품을 필리핀의 하이퍼/슈퍼마켓과 아시안/한인마트에 공급하고 있음

담당자 정보

Sales

고객사 제품 정보

소비자가격	164.21페소 (3,900원)
중량	30g
인증	HACCP, FSSC 2200, 유기농식품
마케팅 슬로건	유당 처리하지 않은 한국산 유기농 원료

8)

**왓슨스(Watsons)
Sales**
Q1. 고객사 제품을 현지 인기 제품과 가격, 포장, 원료 등에 대해 비교 분석하여 피드백을 부탁드립니다.

고객사 제품은 유기농 재료와 편리한 파우치형 포장으로 경쟁력을 갖추고 있습니다. 현지에서 인기 있는 유아용 식품 대비 가격이 약간 높지만, 포장이 더 작고 휴대성이 좋아 부모들에게 편리함을 제공할 수 있습니다. 주요 경쟁 제품은 각각 69페소(1,638원⁹⁾인 세레락(Cerelac)의 라이스 앤 소아(Rice and Soya)와 세레락의 위트 바나나 앤 밀크(Wheat Banana and Milk), 그리고 73.25페소(1,740원)인 밀나(Milna)의 베이비 시리얼 브라운 라이스 앤드 바나나(Baby Cereal Brown Rice and Banana)입니다. 부모들은 아기 건강을 위해 재료에 높은 관심을 가지기 때문에 고객사 제품의 유기농 재료들이 이에 부합해 경쟁 우위를 확보할 수 있습니다.

Q2. 현지에서 판매 중인 유아용 과자 중 가장 인기 있는 제품은 무엇이며, 과자 유형 중 쌀과자의 인지도와 인식은 어떠한가요?

앞서 언급한 3가지 제품이 현지에서 가장 인기 있는 유아용 과자 제품이며, 모두 120그램으로 구성되어 있습니다. 필리핀 소비자들은 쌀을 주원료로 한 유아용 제품을 선호하는데, 이는 쌀이 필리핀 문화에서 주요 탄수화물 공급원일 뿐만 아니라 소화가 용이하고 쌀의 철분과 아연이 아기의 발달에 도움이 되는 유익한 영양소를 다량 함유하고 있기 때문입니다.

8) 사진 자료: 왓슨스(Watsons) 공식 홈페이지

9) 1페소=23.75원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

Q3. 경쟁제품과 비교했을 때 고객사 제품만의 차별화되는 부분을 구체적으로 설명해주세요.

쌀을 재료로 한 대부분의 유아용 제품은 우유와 바나나 같은 과일과 혼합되어 주로 단맛이 강한 편입니다. 그러나 고객사 제품은 채소를 기반으로 하여 단맛을 원치 않거나 새로운 맛을 원하는 소비자에게 대안이 될 수 있습니다. 이를 통해 유아들이 다양한 맛을 경험할 수 있으며, 고체로 된 식품에 익숙해지는 데 도움을 줍니다.

Q4. 고객사 제품이 필리핀에 진출 시 어떤 현지화 전략을 사용해야 하나요?

제품 정보를 자국어로 제공하면 제품 구매 가능성을 높일 수 있습니다. 제품명을 영어 또는 타갈로그어로 표기하여 소비자가 번역된 제품 정보를 찾기 위해 포장을 뒤적일 필요 없이 즉시 제품을 이해할 수 있게 하는 전략을 추천드립니다.

Q5. 현지에서 적절한 유아용 식품 홍보 방안은 어떤 것이 있을까요?

디지털 마케팅은 유아식 제품 홍보에 매우 효과적인 전략입니다. 특히 뉴스레터를 활용하면 주 타겟층인 부모들에게 직접적으로 제품을 소개할 수 있습니다. 온라인 광고에서는 감성적인 메시지와 건강 및 영양 관련 내용을 강조해 소비자의 구매를 유도할 수 있습니다. 또한, 건강 분야 전문가나 의료 종사자의 의견을 광고에 포함하면 제품의 신뢰도를 높일 수 있으며, 이는 부모들의 아기 건강에 대한 관심을 반영해 제품 구매 가능성을 더욱 높이는 데 기여합니다.

Q6. 현지에서 인기 있는 경쟁제품들은 어떤 방식으로 프로모션을 진행하고 있나요? 그 방식을 벤치마킹했을 때 고객사 제품도 효과가 있을까요?

현재 왓슨스에서 유아식 제품의 주요 프로모션 중 하나는 제품 구매 시 유아와 관련된 무료 선물을 제공하는 것입니다. 이러한 프로모션은 소비자에게 적은 비용으로 더 큰 혜택을 받는 느낌을 주어 고객을 유치하는데 효과적입니다. 또한, 왓슨스는 구매 고객을 대상으로 추첨을 통해 큰 경품을 제공하는 행사도 가끔 진행합니다. 소비자들은 경품 당첨에 대한 기대감으로 제품을 정기적으로 구매하게 되며, 이를 통해 브랜드는 충성도 높은 고객층을 확보할 수 있습니다.

Q7. 고객사 제품이 현지 시장에서 판매를 확대하기 위해 어떤 유통 채널에 진출하는 것이 효과적일까요?

슈퍼마켓은 방문 고객 수가 많아 유통 채널로서 최적의 선택입니다. 그러나 유아식처럼 특화된 제품의 경우, 아기용품 전문 매장이거나 드럭스토어가 더 효과적일 수 있습니다. 전문 매장에서는 임상 테스트를 거친 비유전자변형(Non-GMO) 및 유기농 제품 등 유아에게 적합한 제품을 주로 판매하기 때문에 소비자에게 더 나은 품질과 제품 안전성을 제공한다는 신뢰감을 줍니다.

Interview ②

THE
MARKETPLACE더 마켓플레이스
(The Marketplace)

- 유형: 슈퍼마켓
- 업체 특징:
 - 필리핀의 슈퍼마켓으로 다양한 식료품, 다이어트 보조제, 화장품 등을 취급하고 있음
 - 아시아, 아메리카, 유럽에서 수입한 제품을 필리핀 내 하이퍼/슈퍼마켓 및 아시안/한국 마트에 공급하고 있음

담당자 정보

Retail Supervisor

고객사 제품 정보

소비자가격 164.21페소
(3,900원)

중량 30g

인증 HACCP, FSSC
2200, 유기농식품마케팅 슬로건 유탄 처리하지 않은
한국산 유기농 원료

10)

더 마켓플레이스(The Marketplace)
Retail Supervisor

Q1. 고객사 제품을 현지 인기 제품과 가격, 포장, 원료 등에 대해 비교 분석하여 피드백을 부탁드립니다.

필리핀에서 가장 인기 있는 유아식 브랜드인 세레락(Cerelac)은 120그램에 77페소(1,828원)와 150그램에 151페소(3,586원) 두 가지 패키지로 제공됩니다. 고객사 제품의 가격은 이에 비해 다소 비싸면서 용량이 30그램에 불과해 일부 고객이 가성비를 고려해 구매를 망설일 가능성이 있습니다. 따라서 고객사 제품을 홍보할 때는 좋은 품질의 재료와 인증을 강조하는 것이 가장 효과적입니다. 이를 위해 눈에 띄는 라벨링과 적극적인 마케팅을 활용하는 것이 좋습니다.

Q2. 현지에서 판매 중인 유아용 과자 중 가장 인기 있는 제품은 무엇이며, 과자 유형 중 쌀과자의 인지도와 인식은 어떠한가요?

현지 시장에서 가장 인기 있는 제품은 앞서 언급한 세레락의 위트 바나나 앤 밀크(Wheat Banana And Milk)와 위트 라이스 믹스드 베지(Wheat Rice Mixed Veg)입니다. 두 제품 모두 120그램에 77페소(1,829원), 150그램에 151페소(3,586원)로 제공됩니다. 또 다른 인기 제품은 밀나(Milna)의 베이비 비스킷(Baby Biscuits)으로, 130그램 중량에 73페소(1,733원)에 판매되고 있습니다. 필리핀 시장에서는 쌀을 기반으로 한 유아용 식품이 자주 소비되지만, 시리얼이나 밀 등 다양한 탄수화물 제품도 소비자의 취향에 따라 선호되고 있습니다.

Q3. 경쟁제품과 비교했을 때 고객사 제품만의 차별화되는 부분을 구체적으로 설명해주세요.

고객사 제품이 다양한 맛을 제공하는 점은 소비자들에게 더 넓은 선택의 폭을 주어 차별화된 강점으로 작용할 것입니다. 현지의 다른 유아용 쌀과자와 비슷해 보일 수 있지만, 다른 유아식 브랜드들은 맛의 선택지가 제한적이거나 없는 경우가 많기 때문에, 고객사 제품이 현지 소비자들의 관심을 끌 요소가 될 수 있습니다.

Q4. 고객사 제품이 필리핀에 진출 시 어떤 현지화 전략을 사용해야 하나요?

현지 시장에 성공적으로 진입하려면 필리핀 소비자들의 요구와 선호를 정확히 이해하는 것이 중요합니다. 많은 필리핀 소비자들은 가격에 민감하기 때문에, 할인 프로모션을 자주 열거나 대량 구매 시 할부 결제 옵션을 제공하는 것이 판매를 촉진하는 효과적인 전략이 될 수 있습니다. 또한, 우베¹¹⁾나 코코넛과 같은 필리핀에서 인기가 높은 맛을 활용한 제품을 제공하는 것도 유리합니다. 이러한 독특한 맛을 가진 유아식은 아기들이 현지 음식에 더 쉽게 익숙해지도록 돕는 역할을 할 수 있습니다. 이처럼 현지 문화와 소비자의 취향에 맞춘 맛과 가격 전략은 브랜드의 경쟁력을 높이고, 현지 시장에서의 성공 가능성을 크게 증대시킬 수 있습니다.

Q5. 현지에서 적절한 유아용 식품 홍보 방안은 어떤 것이 있을까요?

세레락은 다양한 프로모션을 통해 유아식 시장에서 성공적으로 자리 잡고 있으며, 특히 TV 광고를 효과적으로 활용합니다. 이는 영유아 자녀를 둔 어머니들이 집에서 머무는 시간이 많아 TV 시청 빈도가 높은 점을 고려한 전략입니다. 광고에서는 아기와 어머니가 함께 등장하는 장면을 통해 감성적인 메시지를 전달하고, 제품의 장점을 캐치프레이즈와 슬로건으로 명확하게 표현해 브랜드 인지도를 높입니다. 이러한 접근은 소비자에게 재미와 신뢰를 동시에 제공하며, 타겟층의 생활 패턴과 미디어 사용 습관을 반영한 성공적인 마케팅 사례로 평가받고 있습니다. 이와 같은 전략은 고객사 제품의 마케팅에도 유용하게 적용될 수 있습니다.

Q6. 현지에서 인기 있는 경쟁제품들은 어떤 방식으로 프로모션을 진행하고 있나요? 그 방식을 벤치마킹했을 때 고객사 제품도 효과가 있을까요?

현지의 유아용 제품들은 다소 높은 가격대를 유지하지만, 명절과 같은 특별한 시기에 할인 및 특별 프로모션을 진행합니다. 이러한 할인은 소비자를 유인하는 효과적인 전략으로 작용합니다. 소비자들은 할인 기간이 한정적이라는 인식 때문에 즉각적인 구매를 결정하는 경향이 있으며, 이는 제품 수요를 증가시키는 데 큰 역할을 합니다.

Q7. 고객사 제품이 현지 시장에서 판매를 확대하기 위해 어떤 유통 채널에 진출하는 것이 효과적일까요?

로빈슨 슈퍼마켓(Robinsons Supermarket)과 SM 슈퍼마켓(SM Supermarket)은 필리핀 시장에서 최적의 유통 채널로 평가됩니다. 두 슈퍼마켓 모두 높은 인지도를 자랑하며, 일일 방문 고객 수가 많아 제품 노출을 극대화하기 좋습니다. 또한, 이러한 대형 슈퍼마켓은 다양한 제품군을 한 매장에서 제공하기 때문에, 소비자들이 필요한 물품을 한 곳에서 편리하게 구매할 수 있습니다.

Interview ③

12)

SM MARKETS



SM 마켓(SM Markets) Sales

SM 마켓 (SM Markets)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 1985년에 설립된 유통업체로 다양한 식료품, 다이어트 보조제, 장난감, 전자제품, 가정용품, 화장품 등을 취급하고 있음
 - 아시아, 아메리카, 유럽 등지에서 수입하여 판매하고 있음

담당자 정보

Sales

고객사 제품 정보

소비자가격 164.21페소
(3,900원)

중량 30g

인증 HACCP, FSSC
2200, 유기농식품

마케팅 슬로건 유당 처리하지 않은
한국산 유기농 원료

Q1. 고객사 제품을 현지 인기 제품과 가격, 포장, 원료 등에 대해 비교 분석하여 피드백을 부탁드립니다.

현재 필리핀에서 인기 있는 유아용 제품으로는 세레락(Cerelac)의 위트 바나나 앤 밀크(Wheat Banana and Milk)와 거버(Gerber)의 베이비 푸드 퓨레(Baby Food Puree)가 있습니다. 세레락의 제품은 120그램에 77.5페소(1,841원)에 판매되며, 거버 제품은 80그램에 84.5페소(2,007원)로 제공됩니다. 두 제품은 종류가 다르기 때문에 가격 차이가 발생할 수 있으며, 소비자들은 그 차이를 제품의 형태와 성분에 따라 인식합니다. 고객사 제품은 이들보다 양이 현저히 적지만, 필리핀 소비자들 중에는 소량의 이유식을 선호하는 경향도 있습니다. 또한, 유기농 재료로 만든 유아용 제품은 아기의 건강한 발달과 웰빙을 보장하기 때문에 현지 소비자들 사이에서 꾸준히 높은 수요를 보입니다.

Q2. 현지에서 판매 중인 유아용 과자 중 가장 인기 있는 제품은 무엇이며, 과자 유형 중 쌀과자의 인지도와 인식은 어떠한가요?

앞서 소개된 세레락과 거버는 SM 마켓에서 가장 많이 판매되는 인기 유아식 브랜드로 필리핀 시장에서 높은 인지도를 자랑합니다. 두 브랜드 모두 다양한 맛을 제공하며, 영유아 성장에 필수적인 비타민과 영양소를 공급하는 것으로 유명합니다. 이외에도 쌀로 만든 유아식 제품도 꾸준한 인기를 끌고 있습니다. 예를 들어, 세레락의 브라운 라이스(Brown Rice)는 120그램당 64.5페소(1,532원)에 판매되며, 철분과 비타민이 풍부하게 함유되어 있어 일정한 수요를 유지하고 있습니다. 이러한 쌀로 만든 제품은 영양이 풍부할 뿐만 아니라 소화가 잘 되어 아기들에게 적합한 선택지로 여겨집니다.

Q3. 경쟁제품과 비교했을 때 고객사 제품만의 차별화되는 부분을 구체적으로 설명해주세요.

고객사 제품은 가벼운 포장 덕분에 휴대가 간편하고 섭취가 용이하여 어디서든 쉽게 사용할 수 있는 편리함을 제공합니다. 대부분의 유아용 제품은 분말이나 병 형태로 제공되어 부피가 크고 보관과 사용이 불편한 경우가 많습니다. 반면, 고객사 제품은 이러한 불편을 최소화한 간편한 포장으로 부모들에게 더 나은 사용 경험을 제공합니다.

Q4. 고객사 제품이 필리핀에 진출 시 어떤 현지화 전략을 사용해야 하나요?

소비자들은 구매하는 제품의 종류와 성분에 대해 명확히 이해하고 싶어하기 때문에, 포장지에 사용되는 언어가 매우 중요합니다. 외국어로 작성된 성분표나 사용 설명서는 소비자에게 혼란을 줄 수 있으며, 이는 제품 구매를 꺼리게 만드는 요인이 됩니다. 따라서 소비자가 이해할 수 있는 명확한 라벨링과 메시지 전달이 필수적입니다. 또한, 영양소와 성분 관련 라벨링은 국가마다 규제와 요구사항이 다를 수 있으므로, 해당 정보가 혼동을 일으키지 않도록 주의해야 합니다. 잘못된 정보로 인한 사고를 방지하는 것은 소비자와 기업 모두를 보호하는 중요한 조치입니다.

Q5. 현지에서 적절한 유아용 식품 홍보 방안은 어떤 것이 있을까요?

유아용 식품을 성공적으로 마케팅하는 방법은 브랜드마다 다르지만, 디지털 및 소셜 미디어 활용이 가장 효과적인 전략 중 하나로 꼽힙니다. 많은 소비자들은 소셜 미디어를 통해 제품 리뷰를 확인하고 이를 바탕으로 구매 결정을 내립니다. 특히 인플루언서와의 협업이나 스토리텔링 형식의 영상 프로모션은 소비자들의 관심을 끌고 구매 욕구를 증대시키는 데 큰 역할을 합니다.

Q6. 현지에서 인기 있는 경쟁제품들은 어떤 방식으로 프로모션을 진행하고 있나요? 그 방식을 벤치마킹했을 때 고객사 제품도 효과가 있을까요?

SM 슈퍼마켓은 신제품 홍보 시 매장 내 시식 행사를 적극적으로 활용합니다. 시식 행사는 소비자들에게 제품을 직접 체험할 기회를 제공하여 흥미로운 쇼핑 경험을 선사하며, 대부분이 구매로 이어지는 효과를 기대할 수 있습니다. 영유아용 제품의 경우, 부모들 사이에서 수요가 높아 선물 세트가 마케팅 도구로 자주 활용됩니다. 아이용 선물 세트는 가족과 친구들이 아이가 있는 가족을 위한 선물을 쉽게 선택할 수 있게 도와주는 유용한 제품입니다.

Q7. 고객사 제품이 현지 시장에서 판매를 확대하기 위해 어떤 유통 채널에 진출하는 것이 효과적일까요?

온라인 스토어 웹사이트는 많은 소비자에게 빠르고 쉽게 다가갈 수 있는 효과적인 방법입니다. SM 슈퍼마켓은 자사 웹사이트를 통해 식료품을 구매할 수 있으며, 소비자는 오프라인 매장에서도 동일한 제품을 구매할 수도 있습니다. 오프라인 매장에서는 직접 쇼핑하면서 시식을 하거나 직원의 도움을 받을 수 있는 장점이 있지만, 온라인 쇼핑은 매장을 방문할 시간이 없는 소비자들에게 큰 편리함을 제공합니다.

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

V

경쟁력파악



1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹
3. 온라인 인기 제품 리뷰 분석

1. 제품 경쟁력 검증

1) 10g당 가격

● 경쟁제품(제조사)

- ① 애플 라이스 케이크 클라우드 (올가닉스)
- ② 서머 프루츠 라이스 케이크 클라우드 (올가닉스)
- ③ 맘맘 바나나 라이스 러스크 (원원그룹)
- ④ 맘맘 애플 앤 펌킨 라이스 러스크 (원원그룹)
- ⑤ 퍼프 리얼 그레이н 펌킨 (그리니)
- ⑥ 티터스 스트로베리 (그리니)
- ⑦ 올가닉 라이스 퍼프-위 베어 베어 아보카도 (나투 푸디즈)
- ⑧ 라이스 퍼프 바나나 스트로베리 (나투 푸디즈)
- ⑨ 올가닉 내추럴 퍼프 (밀나)
- ⑩ 뽀로로와 친구들 플레인 (D사)

▶ 경쟁제품 10개의 10g당 평균 가격, 37.9페소

고객사 제품의 10g당 가격은 54.74페소(1,300원¹³⁾)로, 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격인 37.92페소(901원)보다 약 144% 더 높은 수준임. 이를 참고하여 고객사는 가격을 조정하거나 유기농 재료와 품질 인증 등 고객사 제품만의 강점을 홍보할 필요가 있음

[표 5.1] 필리핀 유아용 쌀과자 가격 경쟁력 분석

(단위: 페소/10g)



13) 1페소=23.75원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

- ① 애플 라이스 케이크 클라우즈 (올가닉스)
- ② 서머 프루츠 라이스 케이크 클라우즈 (올가닉스)
- ③ 맘맘 바나나 라이스 러스크 (원원그룹)
- ④ 맘맘 애플 앤 펌킨 라이스 러스크 (원원그룹)
- ⑤ 퍼프 리얼 그레이н 펌킨 (그리니)
- ⑥ 티터스 스트로베리 (그리니)
- ⑦ 올가닉 라이스 퍼프-위 베어 베어 아보카도 (나투 푸디즈)
- ⑧ 라이스 퍼프 바나나 스트로베리 (나투 푸디즈)
- ⑨ 올가닉 내추럴 퍼프 (밀나)
- ⑩ 뽀로로와 친구들 플레인 (D사)

▶ 경쟁제품 10개의 평균 중량, 46.2g

고객사 제품의 중량은 30g으로, 유아용 쌀과자 경쟁제품 10개의 평균 중량인 46.2g보다 적은 편임. 특히, 고객사 제품과 같은 퍼프 형태의 유아식 7개 제품의 평균 중량이 42.4g인 점을 고려하면, 고객사 제품의 중량은 경쟁제품들에 비해 낮게 설정되어 있다는 점이 두드러짐. 이를 참고하여 고객사는 제품의 중량을 늘리는 방안을 고려할 필요가 있음. 이는 가성비에 민감한 소비자들의 부담을 줄이며 긍정적 평가를 받을 수 있음. 중량 증가가 어려울 경우, 소형 포장의 휴대성과 편리성을 차별화 전략으로 활용하여 제품의 프리미엄 이미지를 전달하는 것을 추천함

[표 5.2] 필리핀 유아용 쌀과자 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

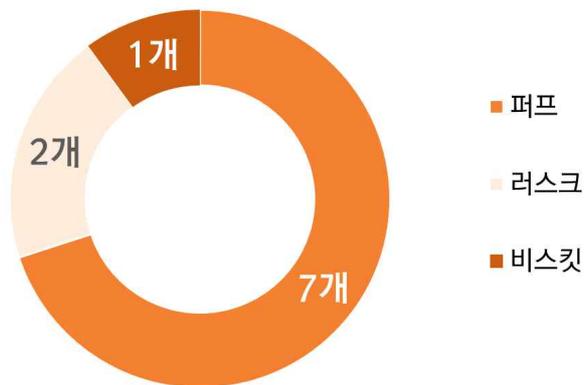


3) 제품 종류

▶ 경쟁제품 10개 중 7개 제품, 퍼프 형태

필리핀에서 판매되는 유아용 쌀과자 경쟁제품 10개 중, 7개 제품은 퍼프 형태, 2개는 러스크, 1개는 비스킷으로 확인됨. 이로 인해 퍼프 형태의 제품이 현지 소비자들에게 익숙한 유형으로 자리 잡고 있음을 확인함

[표 5.3] 필리핀 유아용 쌀과자 제품 종류 경쟁력 분석

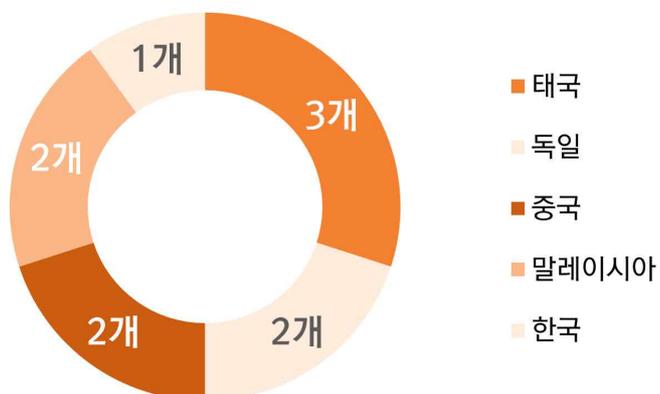


4) 원산지

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 3개 제품, 태국산

필리핀에서 판매 중인 유아용 쌀과자 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 태국산 제품이 3개로 가장 많은 것으로 나타남. 그다음으로 독일산, 중국산, 말레이시아산 제품이 각각 2개씩 확인되었으며, 한국산 제품은 1개로 조사됨. 이와 같은 결과는 태국을 포함한 여러 국가들이 필리핀 유아용 식품 시장에 적극적으로 진출하고 있음을 보여줌

[표 5.4] 필리핀 유아용 쌀과자 원산지 경쟁력 분석

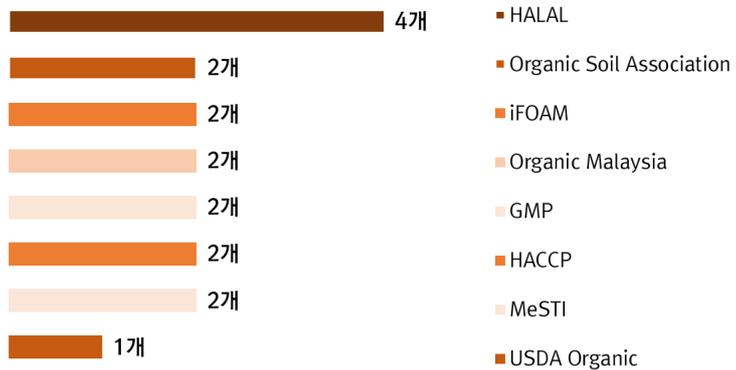


5) 인증

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 4개 제품, 할랄 인증

필리핀에서 판매 중인 유아용 쌀과자 경쟁제품 10개의 인증을 조사한 결과, HALAL 인증을 받은 제품이 4개로 가장 많았음. 또한, 영국 토양협회(Organic Soil Association) 인증과 국제 유기농업운동연맹(iFOAM) 인증, Organic Malaysia, GMP, HACCP, MeSTI 인증을 받은 제품이 각각 2개씩인 것으로 나타남

[표 5.5] 필리핀 유아용 쌀과자 인증 경쟁력 분석¹⁴⁾

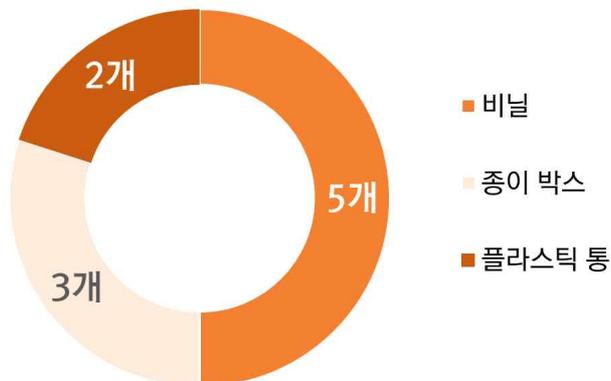


6) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 5개 제품, 비닐 포장

현지 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 5개의 제품이 비닐 포장을 사용하였으며, 그중 3개 제품은 재밀봉이 가능한 파우치 형태의 비닐을 사용한 것으로 확인됨. 그 외에 종이 박스를 사용한 제품이 3개, 플라스틱 통을 사용한 제품이 2개인 것으로 확인됨

[표 5.6] 필리핀 유아용 쌀과자 포장 형태 경쟁력 분석

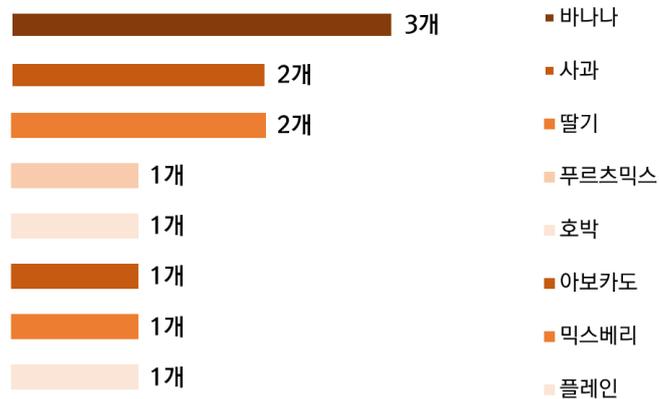


14) 여러 인증을 함께 표기한 제품이 있음

7) 맛

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 3개 제품, 바나나 맛 포함

필리핀에서 판매 중인 유아용 쌀과자 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 바나나 맛이 3개로 가장 많이 등장했으며, 사과, 딸기 맛이 각각 2개 제품에 포함된 것으로 확인됨. 그 외에도 푸르츠믹스 맛, 호박 맛, 아보카도 맛 등 다양한 맛의 제품이 있는 것으로 나타남

[표 5.7] 필리핀 유아용 쌀과자 맛 경쟁력 분석¹⁵⁾

15) 여러 맛을 가진 제품이 있음

8) 원산지에 따른 제품 비교

[표 5.8] 필리핀 유아용 쌀과자 원산지별 제품 비교

	독일산	말레이시아산
제품 사진		
제조사	올가닉스	나투 푸디즈
제조사 국적	영국	말레이시아
제품 종류	퍼프	퍼프
평균 10g당 가격	56.25페소 (1,336원)	60.91페소 (1,446원)
평균 중량	40g	51g
맛	과일 - 사과(1), 푸르츠믹스(1)	열대과일 - 아보카도(1), 바나나/딸기(1)
포장 형태	비닐(2)	플라스틱 통(2)
인증	Organic Soil Association(2)	iFOAM(2), Organic Malaysia(2), GMP(2), HACCP(2), MeSTI(2), HALAL(2)
수입자	필리핀 기업(2)	필리핀 기업(2)

2. 기업 마케팅 벤치마킹

1) SNS 마케팅 분석

▶ 벤치마킹 기업, 영유아의 제품 시식 영상 콘텐츠 공개

원원그룹의 글로벌 인스타그램 채널 분석 결과, 자사 제품을 시식하는 여러 영유아의 모습을 보여주는 콘텐츠가 돋보임. 원원그룹은 영유아들이 제품을 먹는 장면을 부모들의 SNS를 통해 공유받아 기업의 공식 채널에 주기적으로 업로드함. 이러한 콘텐츠는 소비자들에게 실제 사용 사례를 보여주어 제품의 신뢰도와 호감도를 높이고, 자사 제품이 영유아들이 좋아하는 간식 브랜드임을 자연스럽게 부각하고 있음

인스타그램 게시물 예시



[표 5.9] 필리핀 유아용 쌀과자 기업 마케팅 벤치마킹



2) 이벤트 마케팅 분석

▶ 벤치마킹 기업, 제품 증정 이벤트 진행

원원그룹은 자사 공식 인스타그램 채널에서 정기적인 이벤트를 통해 고객 참여를 유도하고 있음. 이들은 팔로우와 게시물 공유를 조건으로 추첨을 통해 자사 제품을 증정하는 이벤트를 진행했음. 이러한 이벤트는 SNS 채널 팔로워 수와 게시물 노출 빈도를 증가시키며, 잠재 고객의 관심을 유도하는 효과적인 마케팅 방법으로 활용됨

3. 온라인 인기 제품 리뷰 분석

▶ 분석 지표 선정 및 대표 키워드

온라인 인기 제품 리뷰 빅데이터 감성분석 진행을 위해 고객사 조사 희망 지표에 따라 분석 대상 지표를 선정함. 선정된 지표는 가격, 중량, 제품 선호도, 맛, 품질로 5가지이며, 선정 지표 및 제품 특징을 기반으로 한 키워드집을 구축하여 리뷰 데이터를 수집함

[표 5.10] 온라인 인기 제품 리뷰 분석 지표 선정 및 대표 키워드

지표	지표 설명	대표 키워드
가격	판매 제품 가격에 대한 평가	Affordable, Cost, Value, Expensive 등
중량	판매 제품 중량에 대한 평가	Heavy, Weight, Size 등
제품 선호도	판매 제품 선호도에 대한 평가	Option, Prefer, Best 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Delicious, Tasty, Savory 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Quality, Superior, Reliable 등

▶ 라자다에서 판매되고 있는 유아용 쌀과자 제품 선정

[표 5.11] 온라인 인기 제품 리뷰 분석 제품 정보



판매 사이트	라자다 (Lazada)	리뷰 수	4,898건
제품명	맘맘 라이스 러스크 (Mum-Mum Rice Rusks)		
제품 종류	유아용 쌀과자	소비자가격	169페소 (4,014원)
중량	50g	포장	종이 박스
특징	글루텐 프리, Non-GMO 인증 표기를 보유한 인공 첨가물, 방부제 무첨가 제품. 입에서 쉽게 녹아 아기에게 좋은 첫 번째 고형 간식.		

▶ 온라인 인기 제품 리뷰 감성분석 결과, ‘맛’에 대한 만족도 가장 높아

● 조사 제품

사이트	라자다
분석 건수	4,898건
제품명	맘맘 라이스 러스크
제품 종류	유아용 쌀과자
소비자가격	169페소 (4,014원)
중량	50g
포장	종이 상자
특징	글루텐 프리, Non-GMO 인증 표기를 보유한 인공 첨가물, 방부제 무첨가 제품. 입에서 쉽게 녹아 아기에게 좋은 첫 번째 고형 간식

빅데이터 분석을 통해 필리핀 온라인 쇼핑몰 라자다에서 판매되고 있는 유아용 쌀과자 인기 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, ‘맛’에 대한 긍정 점수가 1,597점으로 가장 높게 나타나 맛에 대한 소비자의 만족도가 가장 높은 것으로 조사됨. 그다음으로는 ‘제품 선호도’에 대한 긍정 점수가 1,163점으로 높은 편인 것으로 조사되어, 필리핀 소비자들은 온라인에서 판매되고 있는 유아용 쌀과자 제품에 대하여 ‘맛’과 ‘제품 선호도’에 대한 관심도가 높은 편임을 확인함

[표 5.12] 온라인 인기 제품 리뷰 분석

(단위: 점)



[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지표	긍정 점수	부정 점수
가격	756	84
맛	1,597	202
제품 선호도	1,163	194
중량	73	8
품질	82	6
종합	3,671	494

▶ **영양과 맛, 그리고 다양한 맛 선택지와 편리한 섭취 방식 선호**

필리핀 유아용 쌀과자 인기 제품의 리뷰 키워드 분석 결과, ‘영양가 높고 맛있는 간식’, ‘맛있는 건강 간식’, ‘다양한 맛’ 등의 키워드가 빈출되어, 건강하면서도 아이들이 좋아할 만한 맛에 대한 소비자의 관심도 및 선호도가 높은 것을 확인함

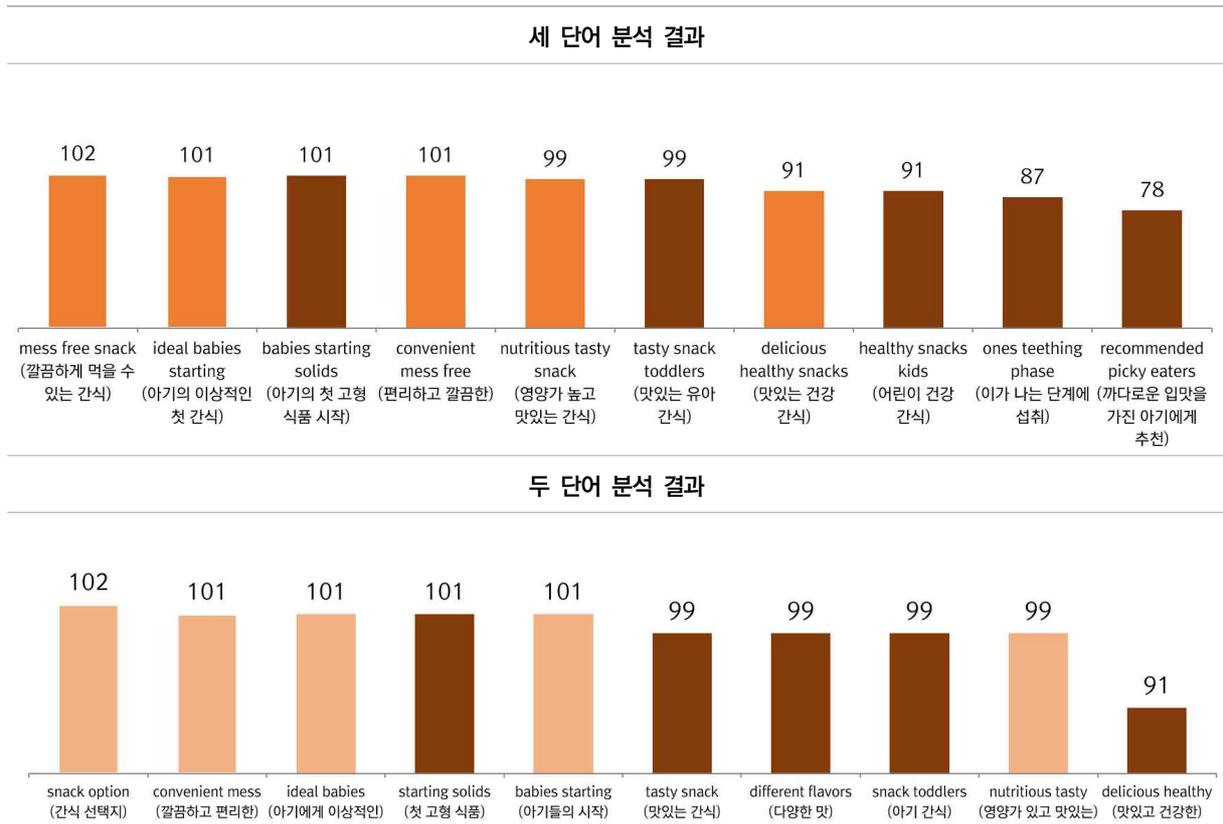
이 외에도, ‘깔끔하게 먹을 수 있는’, ‘깔끔하고 편리한’ 등의 키워드를 통해 위생적이고 편리한 섭취 방식에 대한 선호 요인도 확인함. 또한, 제품의 홍보문구로 사용된 ‘아이의 처음 간식’, ‘고형 식사’ 키워드도 순위권에 든 것으로 확인됨

“Convenient and mess free snack option, Delicious and healthy snacks for kids!, Perfect for my little one’s teething phase.”

“편리하고 깔끔한 간식 옵션이에요. 아이들을 위한 맛있고 건강한 간식이며, 아이가 나는 시기에 딱이에요.”

[표 5.13] 필리핀 유아용 쌀과자 온라인 인기 제품 리뷰 다빈출 키워드 분석¹⁶⁾

(단위: 개)



16) 필리핀 유아용 쌀과자 인기 제품의 리뷰에서 발생한 키워드의 빈도 수를 분석함

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 스타티스타 (www.statista.com)
2. 쇼피 (shopee.ph)
3. 라자다 (www.lazada.com.ph)
4. 이베이 (www.ebay.ph)
5. 필리핀 통계청 홈페이지 (psa.gov.ph)
6. 더 마켓플레이스 홈페이지 (themarketplace.com.ph)
7. 더 랜드마크 홈페이지 (landmarkstore.com.ph)
8. 올가닉스 홈페이지 (www.organix.com)
9. 원원그룹 홈페이지 (www.want-want.com)
10. 베이비 머멈 홈페이지 (mummums.com)
11. 나투 푸디즈 홈페이지 (natufoodies.com)
12. 왓슨스 홈페이지 (www.watsons.com.ph)
13. SM 마켓 홈페이지 (www.smmarkets.ph)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2024.10.25

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