



No. 2022-25
품목 알로에음료(Aloe Drink)
HS CODE 2202.99.9000
국가 코스타리카(Costa Rica)



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

I

경쟁제품

3

1. 경쟁제품 선정
2. 조사지표 선정
3. 현지조사 결과

II

경쟁사

16

1. 경쟁사 선정 및 분석

III

경쟁력 파악

19

1. 가격 경쟁력 분석
2. 벤치마킹 제품 분석

IV

시사점

23

1. 수출 확대 방안
2. 참고문헌

I

경쟁제품



01

경쟁제품 선정

지원 기업 품목 분석

지원 기업의 제품은 가공식품에 해당하는 알로에 음료임

(제품 유형) 음료

(맛) 알로에베라 겔이 씹히는 알로에 음료

제품명	알로에 음료		
제품 유형	음료	인증	HALAL, VEGAN, NON-GMO
용량	500mL	포장 형태 및 재질	PET
주요 성분	알로에베라 주스(22%), 알로에베라 겔(8%), 물, 설탕 등	특징	알로에베라 겔이 함유되어 미용과 건강에 좋음

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

오프라인 유통채널

코스타리카 식품 유통채널별 점유율은 2022년 기준 슈퍼마켓이 전체의 34.6%로 가장 높은 비중을 차지함. 이어서 소규모 지역 식료품점이 33.6%, 할인마트가 12.2%, 식음료 및 담배 전문점이 10.1%, 하이퍼마켓이 6.2%를 차지함



표 1

코스타리카 식품 시장 유통채널별 점유율 추이(2018-2022년)

구분	2018	2019	2020	2021	2022
① 식료품 소매점	99.9	99.9	98.8	98.7	98.6
- 편의점	1.2	1.2	1.1	1.2	1.1
- 슈퍼마켓	35.1	35.1	34.3	34.5	34.6
- 하이퍼마켓	5.9	5.9	6.1	6.1	6.2
- 할인마트	11.8	11.9	12.1	12.1	12.2
- 창고형 마트	0.7	0.7	0.7	0.7	0.8
- 식음료 및 담배 전문점	11.1	11.1	10.8	10.7	10.1
- 소규모 지역 식료품점	34.1	34	33.7	33.4	33.6
② 비식료품 소매점	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
③ 온라인	-	-	1.1	1.2	1.3
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

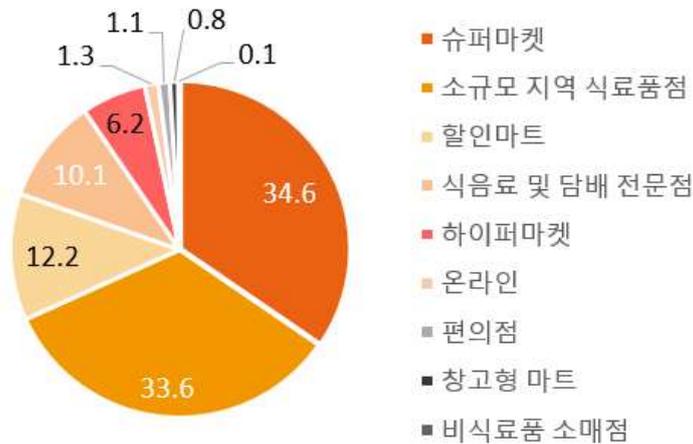
(단위: %)

자료: Euromonitor International



그림 2

코스타리카 식품 시장 주요 유통채널별 점유율(2022년)



자료: Euromonitor International

온라인 유통채널

2021년 기준, 코스타리카에서 온라인 플랫폼을 이용해 상품을 판매하는 업체들의 86%는 왓츠앱을 사용하고 있는 것으로 조사됨(중복응답 가능)

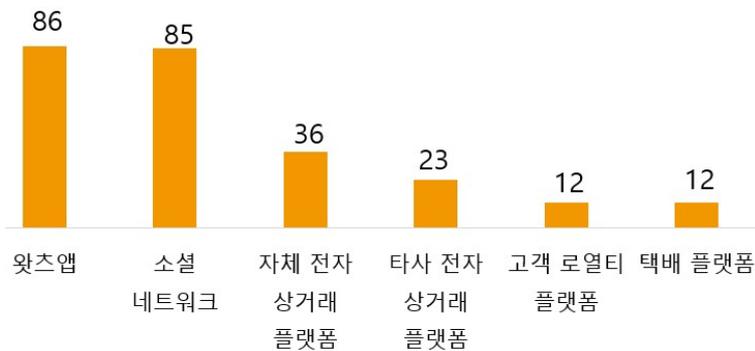
- 이어서 Facebook이나 Instagram 등의 소셜 네트워크를 이용해 상품을 판매하는 업체는 85%, 자체 전자 상거래 플랫폼을 이용하는 업체는 36%, 타사 전자 상거래 플랫폼을 이용하는 업체는 23%, 고객 로열티 플랫폼을 이용하는 업체는 12%, 택배 플랫폼을 이용하는 업체는 12%로 나타남



그림 3

코스타리카 전자상거래 판매 업체 주요 이용 유통채널(2021년)

(단위: %)



자료: Statista

또한, 2020년 기준 코스타리카의 주요 온라인 식료품 판매 플랫폼은 Uber Eats가 전체의 26.0%로 가장 높은 비중을 차지함

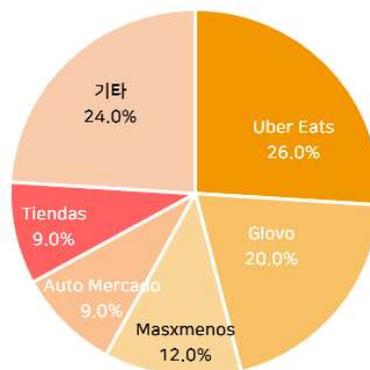
- 이어서 Glovo가 20.0%, Masxmenos가 12.0%, Auto Mercado와 Tiendas Ekono가 각각 9.0%를 차지함



그림 4

코스타리카 주요 온라인 식료품 판매 플랫폼 점유율(2020년)

(단위: %)



자료: Statista

경쟁제품 선정 결과

오프라인 경쟁제품 선정기준

- 코스타리카 현지에서 판매 중인 알로에 음료를 조사함

온라인 경쟁제품 선정기준

- 코스타리카의 전자상거래는 주요 소셜 네트워크 서비스를 통해 이루어지만, 자세한 상품 정보 확인을 위해 슈퍼마켓 사이트인 Masxmenos에서 판매 중인 알로에 음료를 조사함

02 조사지표 선정

조사지표 선정

제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함



표 1

오프라인 경쟁제품 조사지표 선정

조사지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
용량	mL	제품의 용량
포장 형태		PET

03 현지조사 결과

오프라인 경쟁제품 판매 현황

코스타리카에 판매 중인 알로에 베라 음료 제품은 종류가 종류 및 브랜드가 다소 제한적으로, 그 종류가 다양하지 않음. 또한, 조사 대상 제품은 코스타리카 최대 슈퍼마켓 브랜드 중 하나인 Masxmenos에서 조사함

경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
제품명	Vitaloe	Bebida de Aloe
포장 형태	PET	PET
제조사	Florida Drinks	Dos Pinos
가격	1,030콜론(약 2,250원 ¹⁾)	1,050콜론(약 2,290원)
용량	500mL	500ml

1) 2023년 1월 30일 블룸버그 환율 기준(1콜론=2.19원)

경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
제품명	Bebida de Aloe Light	Bebida Aloe Vera
포장 형태	PET	PET
제조사	Dos Pinos	Great Value
가격	1,050콜론(약 2,290원)	890콜론(약 1,940원)
용량	500ml	500ml

경쟁제품 정보	제품5	제품6
<p>제품 사진</p>		
<p>제품명</p>	<p>Aloe Vera King Original</p>	<p>Aloe Drink Vera</p>
<p>포장 형태</p>	<p>PET</p>	<p>PET</p>
<p>제조사</p>	<p>OKF</p>	<p>OKF</p>
<p>가격</p>	<p>1,640콜론(약 3,580원)</p>	<p>1,700콜론(약 3,710원)</p>
<p>용량</p>	<p>500ml</p>	<p>500ml</p>

온라인 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
제품명	Vitaloe	Bebida de Aloe
포장 형태	PET	PET
제조사	Florida Drinks	Dos Pinos
가격	1,100콜론(약 2,400원)	1,170콜론(약 2,550원)
용량	500mL	500ml
경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
제품명	Bebida de Aloe Light	Bebida Aloe Vera
포장 형태	PET	PET
제조사	Dos Pinos	Great Value
가격	1,345콜론(약 2,940원)	840콜론(약 1,840원)
용량	500ml	500ml

경쟁제품 정보	제품5	제품 6
제품 사진		
제품명	Aloe Vera King Original	Aloe Drink Vera
포장 형태	PET	PET
제조사	OKF	OKF
가격	1,660콜론(약 3,620원)	1,400콜론(약 3,060원)
용량	500ml	500ml

Masxmenos 외에도 Auto Mercado 등을 조사하였지만, 다른 제품을 찾아볼 수 없었음

유통채널 정보

1. Masxmenos



- 코스타리카의 슈퍼마켓 체인으로, 현재는 Wal-Mart가 소유하고 있음

기업정보	방문 지점	Av. 46, Hatillo Centro, San José, 코스타리카
	설립 연도	1986년
	대표전화	+506-57 315 5013088
	홈페이지	www.masxmenos.com.co
매장 전경		
		

자료: D&B Hoover's 및 기업 홈페이지

2. Auto Mercado



- 1917년에 창립된 코스타리카의 슈퍼마켓 체인으로, 전국에 약 20개의 매장을 운영 중임

기업정보	방문 지점	La ceiba, 712, Alajuela, 20101 코스타리카
	설립 연도	1917년
	대표전화	+506 6361 8041
	홈페이지	www.automercado.cr
매장 전경		
		

자료: D&B Hoover's 및 기업 홈페이지

II

경쟁사



01

경쟁사 선정 및 분석

경쟁사 분석

경쟁사
기본 정보



- 2021년 기준 코스타리카 주스 시장 점유율 33.8%를 차지한 Florida Bebidas SA 그룹의 자사 브랜드
- 2021년 기준 주스 브랜드 점유율 29.8%로 가장 높은 비중을 차지함
- 최근에는 코스타리카에서 자라는 구아바의 한 종류인 CAS로 만든 주스를 집중적으로 홍보하고 있으며, 별도로 홈페이지를 운영하지 않고 Facebook을 이용해 브랜딩 및 홍보하고 있음

업체명	Florida Bebidas SA
홈페이지	www.facebook.com/RefrescosTropical
연락처	+506 800-343-2627

제품 현황



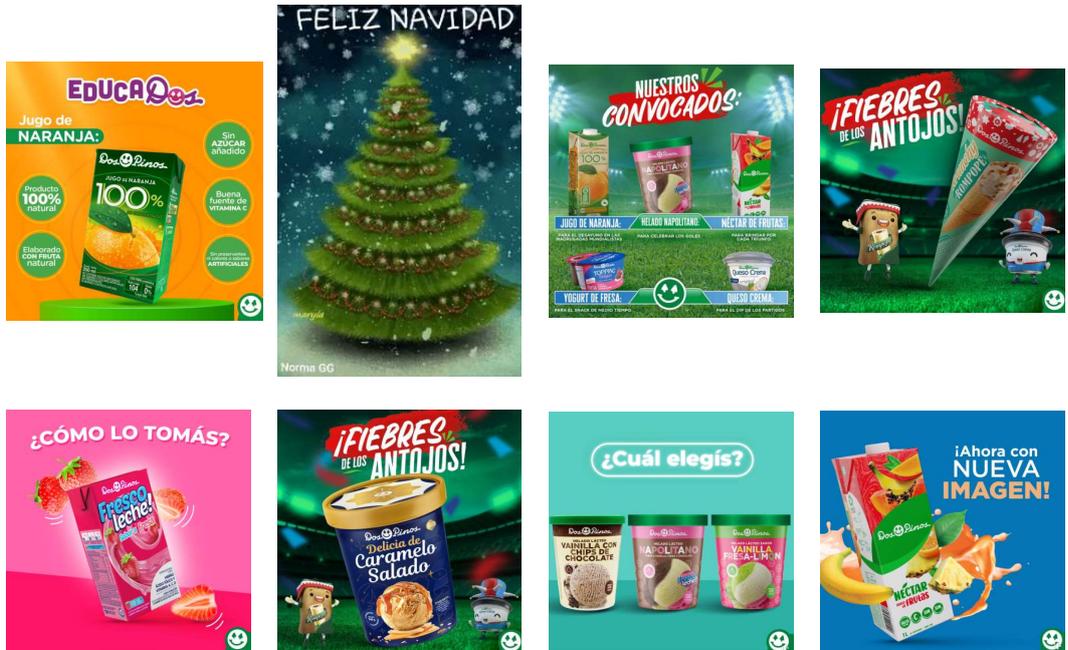
경쟁사
기본 정보



- 2021년 기준 코스타리카 주스 시장 점유율 27.5%를 차지한 Dos Pinos Cooperative 그룹의 자사 브랜드
- 2021년 기준 주스 브랜드 점유율 27.5%로 시장 점유율 2위를 차지함
- 주스뿐 아니라 아이스크림, 요거트 등 과일을 원료로 한 다양한 제품을 출시 및 판매 중임

업체명	Dos Pinos Cooperative
홈페이지	www.facebook.com/dospinos/
연락처	+506 2508 2525

브랜딩 현황



III

경쟁력 파악



01

가격 경쟁력 분석

가격 경쟁력 분석

전체 조사 제품의 평균 가격은 10mL당 24.8콜론(약 54.2원)으로 나타났으며, 온라인 평균 가격은 10mL당 25.1콜론(약 54.8원), 오프라인은 24.5콜론(약 54.6원)을 기록함



그림 1 온/오프라인 10mL당 평균 가격 비교(좌) 및 제품별 비교(우)

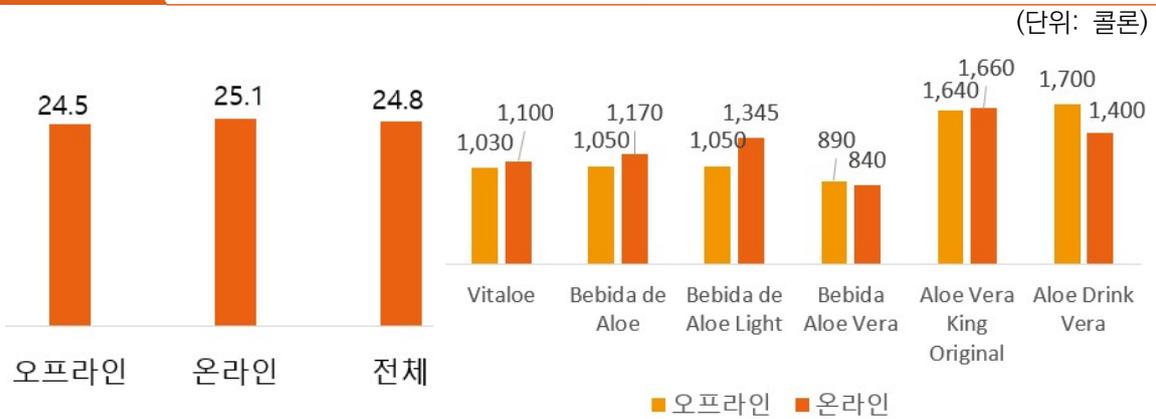


표 2 경쟁제품 특성별 분석

(단위: 콜론)

제품명	중량	가격	포장	온/오프라인	원산지	특징	10mL당 가격
Vitaloe	500	1,030	PET	오프라인	녹색	-	20.6
Bebida de Aloe	500	1,050	PET	오프라인	녹색	-	21.0
Bebida de Aloe Light	500	1,050	PET	오프라인	하늘색	저칼로리	21.0
Bebida Aloe Vera	500	890	PET	오프라인	녹색	ISO 인증	17.8
Aloe Vera King Original	500	1,640	PET	오프라인	녹색	비건	32.8
Aloe Drink Vera	500	1,700	PET	오프라인	녹색	무설탕, 무색소	34.0
Vitaloe	500	1,100	PET	온라인	녹색	-	22.0
Bebida de Aloe	500	1,170	PET	온라인	녹색	-	23.4
Bebida de Aloe Light	500	1,345	PET	온라인	하늘색	저칼로리	26.9
Bebida Aloe Vera	500	840	PET	온라인	녹색	ISO 인증	16.8
Aloe Vera King Original	500	1,660	PET	온라인	녹색	비건	33.2
Aloe Drink Vera	500	1,400	PET	온라인	녹색	무설탕, 무색소	28.0

02 벤치마킹 제품 분석

제품 다양성 및 제품 간 차별성 부족

현지 조사 결과, 코스타리카에서 알로에 음료를 판매하는 제조업체는 약 4개 업체인 것으로 파악되며, 온라인에서도 그 외의 브랜드를 찾아볼 수 없었음

- 브랜드에 따라 칼로리가 낮고 설탕을 적게 첨가한 제품 등의 차이는 있었지만, 제품 간 유의미한 차이는 없는 것으로 조사됨

제품 패키지 디자인

경쟁제품 6개 모두 패키지는 PET였으며, 5개 제품의 패키지 색상이 녹색, 한 개 제품이 하늘색이었음. 모든 제품이 녹색 바탕에 알로에 그림이 그려져 있는 디자인을 활용함. 따라서 제품 패키지의 차별성도 매우 낮은 것으로 파악됨



그림 1

알로에 음료 패키지 디자인



건강 음료 트렌드

Euromonitor에 따르면, 코로나19 이후 코스타리카 소비자들도 건강한 음료 제품을 선호하는 추세임. 이러한 트렌드에 따라 조사 제품 6개 중 무설탕, 무색소를 강조한 제품이 한 개, 비건 인증을 강조한 제품이 한 개, 저칼로리 제품이 한 개 있었음. 또한 ISO 인증을 받은 제품도 한 개 있었음

IV

시사점



01

수출 확대 방안

가격 경쟁력

경쟁제품의 10mL당 평균 가격은 24.8콜론(약 54.2원)으로 이보다 낮은 가격으로 가격을 책정하는 것이 제품 판매에 유리할 것으로 판단됨. 또한, 각 제품별 차이는 있으나 오프라인과 온라인의 가격 차이는 크지 않은 것으로 나타남

벤치마킹

경쟁제품 간 차별성은 크지 않은 것으로 나타났으며, 대부분 건강한 음료라는 특징을 부각하는 방향으로 마케팅하고 있음

- 조사 제품 6개 중 무설탕, 무색소를 강조한 제품이 한 개, 비건 인증을 강조한 제품이 한 개, 저칼로리 제품이 한개 있었음. 또한, ISO 인증을 받은 제품도 한 개 있었음
- 따라서 이러한 건강적인 요소를 더욱 부각시켜 차별화 전략을 수행하는 것이 유리함

또한, 코스타리카 경쟁사는 별도로 홈페이지를 운영하지 않고 Facebook이나 Instagram과 같은 SNS를 통해 제품 및 기업 홍보를 진행하고 있었으며, 이러한 전략을 적극 수용해야 함

마케팅 방안

코스타리카 주스 시장은 프리미엄 제품과 저렴한 제품으로 양분화되고 있음. 현재도 알로에 베라 프리미엄 제품이 존재하긴 하나, 브랜딩 및 마케팅 전략이 미흡하여 소비자들에게 효과적으로 어필하지 못하고 있는 것으로 분석됨. 따라서 현지 시장 진출 시기존 제품과 분명하게 구별되는 이미지를 새롭게 부여하여 프리미엄 제품 수요층을 공략하는 방안을 고려해볼 만함

Kepios에 따르면, 코스타리카의 소셜 네트워크 사용 인구는 2022년 1월 기준 415만 명으로 전체 인구의 80.4%에 해당함. 또한 Meta에 따르면, 코스타리카의 Facebook 사용자는 335만 명이며, 광고 도달 범위는 전체 인구의 64.9%, 13세 이상 인구의 78.8%에 달함. 따라서, 밝고 건강한 이미지의 Facebook 인플루언서를 섭외하여 제품을 홍보하는 것이 가장 효과적일 것으로 전망됨

02 참고문헌

□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. D&B Hoovers
3. Statista
4. Kepios
5. Meta

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.