



2021 해외시장 맞춤형조사

No.		202112-09
품목		콜라겐(Collagen)
HS CODE		2106.90-9099
국가		칠레(Chile)
구분		경쟁력분석형

Contents

I. 요약	03
II. 경쟁제품	
1. 칠레 콜라겐 경쟁제품 선정	05
2. 칠레 콜라겐 경쟁제품 조사지표 선정	09
3. 칠레 콜라겐 경쟁제품 현지조사 결과	10
III. 경쟁기업	
1. 칠레 콜라겐 경쟁기업 선정	22
2. 칠레 콜라겐 경쟁기업 현지화 분석 기준	23
3. 칠레 콜라겐 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	25
IV. 수입·유통업체 인터뷰	
Interview ① 슈플 스토어(Suple Store)	35
Interview ② 뉴트리션고(NutritionGO)	37
V. 경쟁력파악	
1. 제품 경쟁력 검증	40
2. 벤치마킹 제품 분석	45
3. 기업 마케팅 벤치마킹	47
VI. 시사점	48
※ 참고문헌	50

Summary

■ 온라인 인기제품

제품명	제조사명
3개 채널에서 Top 10인 제품	스벨티 콘 콜라헤노 무브 플러스
2개 채널에서 Top 10인 제품	엑스레이 콜라헤노
	네슬레
	엑스레이

■ 오프라인 주요 경쟁제품

젤리카르트 100% 콜라헤노 이드롤리사도(사노피)		모비헨 (나투를란드)	
	가격 26,895.0 칠레페소		가격 16,790.0 칠레페소
	섭취 횟수 30.0회		섭취 횟수 30.0회
기존 패키지 문구를 현지 언어인 스페인어로 바꿔 현지화함		저렴한 가격대, 개별 포장 형태를 강조하는 홍보문구 및 이미지	

■ 경쟁기업 3개사 분석

	사노피	나투를란드	민트랩	칠레 현지 진출 경쟁기업 현황
국적	프랑스	칠레	칠레	
제품 현지화	○	●	●	
포장 현지화	●	●	●	
생산 방식	●	●	●	
입점 채널	온/오프라인 채널 모두 활용	오프라인 채널만 활용	온/오프라인 채널 모두 활용	
홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌), SNS 플랫폼(글로벌)	자사 홈페이지(칠레), SNS 플랫폼(칠레)	자사 홈페이지(칠레)	프랑스기업 1개사, 기존 패키지 문구를 현지 언어인 스페인어로 바꿔 표기해 포장 디자인을 현지화함 + 경쟁기업 2개사, 주요 SNS 플랫폼 인스타그램을 활용해 기업 및 제품 홍보

제품 현지화

● 상 (현지인 선호 신제품 개발)

● 중 (기존 유통 제품 성분 일부 변경해 출시)

○ 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

포장 현지화

● 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)

● 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)

○ 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

생산 방식 현지화

● 상 (현지에 제조시설 구비해 직접 제조)

● 중 (제조국에서 직접 제조해 현지 수출)

○ 하 (제조국 OEM 업체에 제조 위탁)

■ 경쟁력 파악

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)		기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)			
가격(1회 섭취량당) (578.5칠레페소)	○	분말 콜라겐(6개)	캡슐 콜라겐(4개)	맛 (오렌지 맛)	●	기본 맛	과일 맛		
		775.8칠레페소	195.0칠레페소			6개	4개		
섭취 횟수(회) (30.0회)	○	분말 콜라겐(6개)	캡슐 콜라겐(4개)	원산지 (한국)	●	칠레	독일		
		30.0회	112.5회			9개	1개		
포장 형태 (금속 통/ 플라스틱 파우치)	○	종이 박스/ 플라스틱 파우치	플라스틱 병	홍보문구(중복값 有) (성분 강조)	●	성분	효능	맛	기타
		6개	4개			10개	2개	1개	2개

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 1회 섭취량당 가격은 경쟁제품 평균보다 약간 비싼 편이며, 섭취 횟수는 경쟁제품 평균보다 적음 2) 경쟁제품 10개 모두 제품 성분을 강조하는 홍보문구를 사용하는 것으로 나타남
Point 02.	1) 경쟁기업 3개사 중 프랑스기업 1개사는 패키지 문구를 현지 언어로 바꿔 포장 디자인을 현지화함 2) 경쟁기업 3개사 중 2개사는 주요 SNS 플랫폼인 인스타그램을 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있음

II. 경쟁제품

1. 칠레 콜라겐 경쟁제품 선정
2. 칠레 콜라겐 경쟁제품 조사지표 선정
3. 칠레 콜라겐 경쟁제품 현지조사 결과

1. 칠레 콜라겐 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징



제품명	스키누아 콜라겐P
제품 종류	콜라겐
소비자 가격	약 17,361 칠레페소 (25,000원 ¹⁾)
중량	120g (4g*30개입)
포장	종이 박스/ 플라스틱 파우치
특징	분말형 콜라겐, 피부 건강 회복 및 노화 방지, 오렌지 맛

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: 스킨우아 콜라겐P
 - 제품 종류: 콜라겐
 - 소비자가격: 약 17,361칠레페소(25,000원)
 - 중량: 120g(4g*30개입)
 - 포장 형태: 종이 박스/플라스틱 파우치

Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 파라벨라(Falabella): 252만 명
 2. 메르카도 리브레(Mercado Libre): 238만 명
 3. 리플리(Ripley): 158만 명
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 Top 10 제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰 중 3개에서 확인: 1개 제품
 - 주요 온라인 쇼핑몰 중 2개에서 확인: 1개 제품

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, 드럭스토어
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 현지 인기 제품, 제품의 용도에 따라 조사 제품 선정
- ③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석



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

1) 1칠레페소=1.44원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

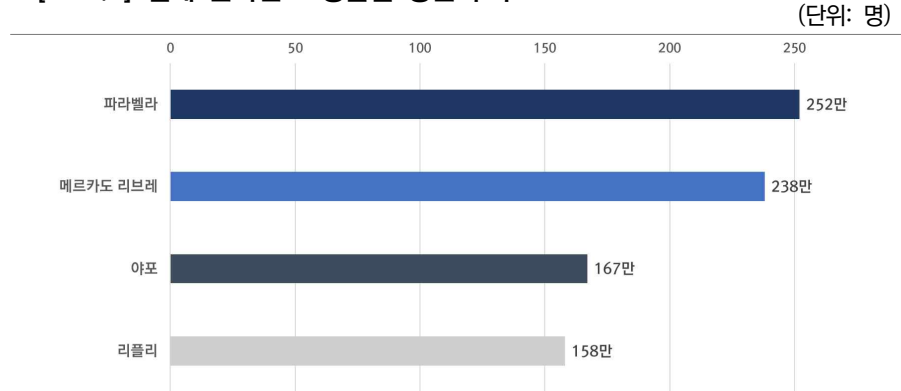
2) 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인

칠레 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
 파라벨라	뷰티 및 건강 관리 제품, 인테리어 제품 등
 메르카도 리브레	뷰티 및 건강 관리 제품, 식품, 가구, 주방용품 등
 리플리	뷰티 및 건강 관리 제품, 주류, 가구, 주방용품 등

▶ **칠레 온라인 쇼핑몰 점유율 상위 3개, 파라벨라, 메르카도 리브레, 리플리**
 유로모니터에 따르면, 2020년 기준 칠레 현지인들이 식품 구매를 위해 이용하는 온라인 쇼핑몰 상위 3개는 파라벨라, 메르카도 리브레, 리플리로, 한 달간 상위 3개 온라인 쇼핑몰별 방문자 수는 다음과 같음

[표 2.1] 칠레 온라인 쇼핑몰별 방문자 수²⁾³⁾



자료: 스탯스타(Statista) 홈페이지

▶ 인기 온라인 쇼핑몰 3개에 모두 진출한 경쟁제품, 1개

칠레 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 총 1개의 제품이 주요 온라인 쇼핑몰에서 모두 판매 중이며, 2개의 온라인 쇼핑몰에서만 판매 중인 제품은 1개로 확인됨

[표 2.2] 칠레 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)

순위	파라벨라	메르카도 리브레	리플리
1	콜라헤노 에스페시알 무헤레스 폴보 (차크라 우르바나)	스벨티 콘 콜라헤노 무브 플러스 (네슬레)	엑스레이 콜라헤노 (엑스레이)
2	콜라헤노 세니오르 엔 폴보 (차크라 우르바나)	콜라헤노 이드롤리사도+C+MG (콜라헤노 이드롤리사도)	콜라헤노 이드롤리사도 네우트로 (퍼펙트 베어 내추럴 헬스)
3	엑스레이 콜라헤노 (엑스레이)	콜라헤노 이드롤리사도 (폴 모어 바르셀로나)	콜라헤노 이드롤리사도 마라쿠야 (퍼펙트 베어 내추럴 헬스)
4	콜라겐 펩타이드 헤어, 스킨, 네일즈 (파이핑락닷컴)	콜라헤노 이드롤리사도 엔 폴보 (그리노바)	콜라헤노 이드롤리사도 엔 폴보 (푸엔테 비탈)
5	스벨티 콘 콜라헤노 무브 플러스 (네슬레)	스킨 텐 (레비타)	콜라헤노+비오틴아 (뉴트리바이탈)
6	사인트-마리에 데 로스 안데스 100% 퓨어 하이드로라이즈드 마린 콜라겐 (마리노 코세르)	오리지널 콜라겐 펩타이드 (바이탈 프로틴스)	스벨톨로히 콜라헤노 이드롤리사도 (파르마나비타)
7	비오틴아 큐10 (폴 콜라헤노)	나라 스킨 케어 드링크 (나라)	마카+콜라헤노 (마카핏)
8	콜라헤노 안티옥스 (카스카라)	콜라헤노 이드롤리사도 콘 비타미나 C 이 마그네시오 (콜라헤노 이드롤리사도)	헤나콜 안티옥스 (헤나콜)
9	마키 (폴 콜라헤노)	콜라겐 프리미엄 (테오마)	스벨티 콘 콜라헤노 무브 플러스 (네슬레)
10	콜라겐 플러스 (비탈리자외이즈)	젤리카르트 액션 (사노피)	아보콜라겐 (RSP 클린 액티브 뉴트리션)

■ 3개 온라인 쇼핑몰에서 판매 ■ 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매

자료: 파라벨라(Falabella), 메르카도 리브레(Mercado Libre), 리플리(Ripley) 홈페이지

2) 자료: 스탯스타(Statista), 「Most popular e-commerce websites in Chile as of July 2020, based on number of monthly visits」, 2021

3) 아포는 중고거래 전문 사이트이므로 제외함

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 칠레 산티아고 정보⁴⁾

인구	약 681만 명
인구밀도	약 10,624명/km ²
면적	641km ²

▶ 칠레 산티아고, 방문지역으로 선정

칠레 산티아고(Santiago)를 방문지역으로 선정함. 산티아고는 칠레의 수도이자 최대 도시이며, 아메리카 대륙에서 가장 큰 도시 중 하나임. 또한 칠레에서 가장 인구 밀도가 높은 지역으로 국가의 중앙 계곡에 위치하고 있음. 산티아고는 칠레의 문화적, 정치적 중심지이며 많은 다국적 기업의 지역 본부가 이곳에 위치해 있음. 동시에 칠레의 산업 및 금융 중심지이기도 하며, 총 국가 GDP의 45%를 생성함. 현재 ECLAC(라틴 아메리카 및 카리브해 경제 위원회)와 같은 국제 기관 또한 산티아고에 사무실을 두고 있음

▶ 현지조사 매장 선정, 드럭스토어/약국

칠레 콜라겐의 유통채널별 점유율을 확인한 결과, 드럭스토어/약국이 62.8%로 가장 높았으며, 다음으로 온라인 22.6%, 건강기능식품 전문점 8.4%, 하이퍼마켓/슈퍼마켓 6.2%로 확인됨. 이에 각 유통채널별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사매장을 선정함

[표 2.3] 칠레 콜라겐 주요 유통채널 현황⁵⁾

채널 분류	점유율	주요 매장
드럭스토어/약국	62.8%	크루스 베르데(Cruz Verde), 살코브랜드(SalcoBrand), 아우마다(Ahumada)
온라인	22.6%	파라벨라(Falabella), 메르카도 리브레(Mercado Libre), 리플리(Ripley)
건강기능식품 전문점	8.4%	올뉴트리션(Allnutrition), 원뉴트리션(Onenutrition)
하이퍼마켓/ 슈퍼마켓	6.2%	점보(Jumbo), 리더(Leader), 산타 이사벨(Santa Isabel), 토투스(Tottus)

■ 고객사 진출 선호 매장

자료: 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

4) 자료: 마크로트렌드(MacroTrends) 홈페이지

5) 유로모니터(Euromonitor) 2020, 콜라겐의 상위 카테고리인 'Vitamins and Dietary Supplements in Chile'의 유통채널(Distribution) 정보

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(*) 파라벨라(Falabella), 메르카도 리브레(Mercado Libre), 리플리(Ripley)
- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(*) 크루스 베르데(Cruz Verde), 나투를란드(Naturland), 파르마시아스 아우마다(Farmacias Ahumada)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 분말 콜라겐: 농축한 유효성분을 분말로 제조한 콜라겐 제품
- 캡슐 콜라겐: 농축한 유효성분의 분말을 캡슐 형태로 제조한 콜라겐 제품

[표 2.4] 칠레 콜라겐 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	분말 콜라겐	캡슐 콜라겐
① 헤나솔 플루스 나랑하 (민트랩)	○ (크루스 베르데)	(-)	○	
② 헤나솔 플루스 나랑하 아체에메베 (민트랩)	○ (크루스 베르데)	(-)	○	
③ 헤나솔 큐10 뷰티 (민트랩)	○ (크루스 베르데)	(-)	○	
④ 헤나솔 나랑하 (민트랩)	○ (크루스 베르데)	(-)	○	
⑤ 모비헨 (나투를란드)	○ (나투를란드)	(-)	○	
⑥ 젤리카르트 100% 콜라헤노 이드롤리사도 (사노피)	○ (크루스 베르데, 파르마시아스 아우마다)	○ (메르카도 리브레)	○	
⑦ 콜라헤노 (나투를란드)	○ (나투를란드)	(-)		○
⑧ 비타 키스 콜라헤노 비트 에 플루스 (나투를란드)	○ (나투를란드)	(-)		○
⑨ 나투르 플렉스 플루스 (나투를란드)	○ (나투를란드)	(-)		○
⑩ 피토헤놀라 (나투를란드)	○ (나투를란드)	(-)		○

(*) 현지 판매 콜라겐 경쟁제품 10개 분석

2. 칠레 콜라겐 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 칠레 콜라겐 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 칠레 콜라겐 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	1회 섭취량당 가격	제품의 1회 섭취량당 가격
섭취 가능 횟수	회	제품의 섭취 가능 횟수
제품 종류	분말 콜라겐	농축한 유효성분을 분말로 제조한 콜라겐 제품
	캡슐 콜라겐	농축한 유효성분의 분말을 캡슐 형태로 제조한 콜라겐 제품
제품 맛	기본 맛	다른 맛이 첨가되지 않은 기본 맛
	과일 맛	오렌지 맛, 마퀴베리 맛, 블루베리 맛 등의 과일 맛
포장 형태	종이 박스	종이 소재의 박스에 내용물을 포장한 형태
	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치에 내용물을 포장한 형태
	플라스틱 병	플라스틱 소재의 병에 내용물을 포장한 형태
유통기한		제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기한
원산지		제품의 원산지
홍보문구		제품의 홍보문구
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

3. 칠레 콜라겐 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 칠레 산티아고에 위치한 드럭스토어/약국

칠레 산티아고에 위치한 드럭스토어/약국 크루스 베르데(Cruz Verde), 나투를란드(Naturland), 파르마시아스 아우마다(Farmacias Ahumada)를 방문함. 이 중 크루스 베르데는 칠레 전역에 700개 이상의 매장을 운영하고 있는 대형 드럭스토어/약국 체인인 것으로 확인됨

[표 2.6] 칠레 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
크루스 베르데 (Cruz Verde)	드럭스토어/약국	4	·칠레 전역에 700개 이상의 매장 운영 중
나투를란드 (Naturland)	드럭스토어/약국	5	·칠레 산티아고에 12개의 매장 운영 중
파르마시아스 아우마다 (Farmacias Ahumada)	드럭스토어/약국	1	·칠레 전국에 350개 이상의 매장과 유통 센터 운영 중



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품 10개 중 1개 제품이 2개 매장에서 판매

크루스 베르데(Cruz Verde), 나투를란드(Naturland), 파르마시아스 아우마다(Farmacias Ahumada) 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 총 1개 제품이 방문 매장 2곳에서 판매 중인 것으로 확인됨. 크루스 베르데 및 나투를란드는 경쟁제품 5개를 취급하고 있는 것으로 확인되어, 파르마시아스 아우마다보다 더 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	크루스 베르데	나투를란드	파르마시아스 아우마다
① 헤나솔 플루스 나랑하 (민트랩)	○		
② 헤나솔 플루스 나랑하 아체에메베 (민트랩)	○		
③ 헤나솔 큐10 뷰티 (민트랩)	○		
④ 헤나솔 나랑하 (민트랩)	○		
⑤ 모비헨 (나투를란드)		○	
⑥ 겔라카르트 100% 콜라헤노 이드롤리사도 (사노피)	○		○
⑦ 콜라헤노 (나투를란드)		○	
⑧ 비타 키스 콜라헤노 비트 에 플루스 (나투를란드)		○	
⑨ 나투르 플렉스 플루스 (나투를란드)		○	
⑩ 피토헤놀라 (나투를란드)		○	

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 크루스 베르데(Cruz Verde)

매장 정보

- 유형: 드럭스토어/약국
- 판매 제품 특징:
천연건강식품, 미용 제품
등을 판매함

- 매장 주변 특징:
상업지역 내에 위치해 있음
근처에 슈퍼마켓, 레스토랑,
종합병원 등이 있음

- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ⁶⁾		크루스 베르데(Cruz Verde)는 30년 이상의 역사를 지닌 칠레의 드럭스토어 체인임. 칠레 전역에 700개 이상의 매장과 6,300명의 직원이 있으며, 칠레 내 고립된 지역에 의약품 보급을 위해 이동 약국을 운영하고 있음
		조사 제품 수: 4개

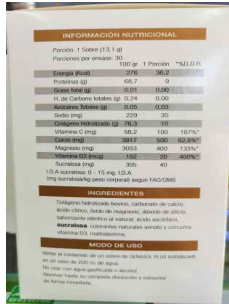
매장 정보		
	위치	도시(지역) 산티아고 상세주소 Av. Apoquindo # 4343, Las Condes, Región Metropolitana

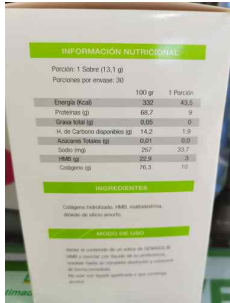
매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

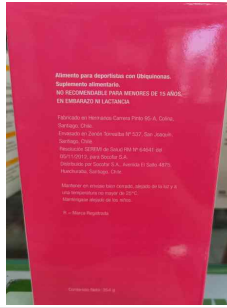
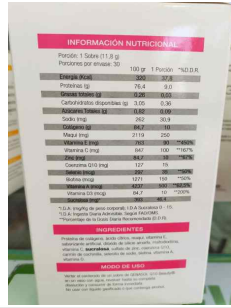
제품 판매 정보	판매 콜라겐 경쟁제품 정보	
		
	헤나솔 플러스 나랑하 (민트랩)	헤나솔 플러스 나랑하 아체에메베 (민트랩)
		
	헤나솔 큐10 뷰티 (민트랩)	헤나솔 나랑하 (민트랩)

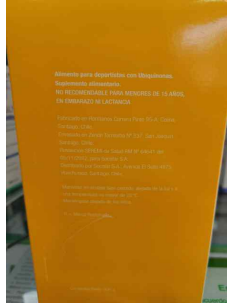
사진자료: 현지조사원 자료, 파라벨라/메르카도 리브레/리플리 웹사이트

6) 크루스 베르데(Cruz Verde) 홈페이지

					
제품명 (현재어)	헤나솔 플러스 나랑하 (Genasol Plus Naranja)	제조사 (현재어)	민트랩 (Mintlab)		
제품 종류	분말 콜라겐	용량(중량)	393.0g		
소비자가격	23,990.0칠레페소 (34,546원)	1회 섭취량당 가격	799.7칠레페소 (1,152원)		
1회 섭취량	13.1g	섭취 가능 횟수	30회		
섭취방법	1일 1회 섭취	원산지/브랜드 국적	칠레/칠레		
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치	기타 표기사항	30개입, 개당 13.1g		
홍보문구	100% 가수분해 콜라겐, 다양한 성분 함유(칼슘, 오렌지즙, 마그네슘, 비타민 C, 비타민 D3)	원료 및 첨가물	가수분해 콜라겐, 탄산칼슘, 구연산, 산화마그네슘, 이산화규소, 천연 향료, 아스코르브산, 수크랄로스, 천연 착색제, 아나토, 강황, 비타민 D3, 말토덱스트린		

					
제품명 (현재어)	헤나솔 플러스 나랑하 아체에메베 (Genasol HMB)	제조사 (현재어)	민트랩 (Mintlab)		
제품 종류	분말 콜라겐	용량(중량)	393.0g		
소비자가격	23,990.0칠레페소 (34,546원)	1회 섭취량당 가격	799.7칠레페소 (1,152원)		
1회 섭취량	13.1g	섭취 가능 횟수	30회		
섭취방법	1일 1회 섭취	원산지/브랜드 국적	칠레/칠레		
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치	기타 표기사항	30개입, 개당 13.1g		
홍보문구	100% 가수분해 콜라겐, 근육 건강 유지에 도움이 됨	원료 및 첨가물	가수분해 콜라겐, 말토덱스트린, 아산화규소		

					
제품명 (한지어)	헤나솔 큐10 뷰티 (Genasol Q10 Beauty)	제조사 (한지어)	민트랩 (Mintlab)		
제품 종류	분말 콜라겐	용량(중량)	354.0g		
소비자가격	23,990.0칠레페소 (34,546원)	1회 섭취량당 가격	799.7칠레페소 (1,152원)		
1회 섭취량	11.8g	섭취 가능 횟수	30회		
섭취방법	1일 1회 섭취	원산지/브랜드 국적	칠레/칠레		
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치	기타 표기사항	30개입, 개당 11.8g		
홍보문구	100% 가수분해 콜라겐, 다양한 성분 함유 (코엔자임 Q10, 비타민 A/C/D/E, 항산화제, 바이오틴, 베리)	원료 및 첨가물	콜라겐, 구연산, 마퀴베리, 인공 향료, 무정형 이산화규소, 말토덱스트린, 바이오틴비타민 A/C/D/E, 수크랄로스, 아연, 코엔자임 Q10, 아셀렌산나트륨		

					
제품명 (한지어)	헤나솔 나랑하 (Genasol Naranja)	제조사 (한지어)	민트랩 (Mintlab)		
제품 종류	분말 콜라겐	용량(중량)	330.0g		
소비자가격	23,990.0칠레페소 (34,546원)	1회 섭취량당 가격	799.7칠레페소 (1,152원)		
1회 섭취량	11.0g	섭취 가능 횟수	30회		
섭취방법	1일 1회 섭취	원산지/브랜드 국적	칠레/칠레		
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치	기타 표기사항	30개입, 개당 11.0g		
홍보문구	100% 가수분해 콜라겐, 오렌지즙 함유	원료 및 첨가물	콜라겐, 구연산, 말토덱스트린, 천연 향료, 천연 착색제, 수크랄로스, 이산화규소, 구연산나트륨		

Shop ② 나투를란드(Naturland)

매장 정보

- 유형: 드럭스토어/약국
- 판매 제품 특징:
천연 건강식품, 미용 제품
등을 판매함

- 매장 주변 특징:
상업지역 내에 위치해 있음
근처에 슈퍼마켓, 레스토랑,
종합병원 등이 있음

- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ⁷⁾		나투를란드(Naturland)는 칠레의 드럭스토어 체인 매장으로 2000년 설립된 산티아고에 본사를 두고 있는 대체의학업체 나투를란드가 운영하고 있음
		조사 제품 수: 5개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 산티아고 상세주소 Av. Apoquindo 4411, local 121-123, Las Condes, Santiago, RM

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 콜라겐 경쟁제품 정보		
			
	콜라헤노 (나투를란드)	비타 키스 콜라헤노 비트 에 플루스 (나투를란드)	
			
	나투르 플렉스 플루스 (나투를란드)	피토헤놀라 (나투를란드)	모비헨 (나투를란드)

사진자료: 현지조사원 자료, 파라벨라/메르카도 리브레/리플리 웹사이트

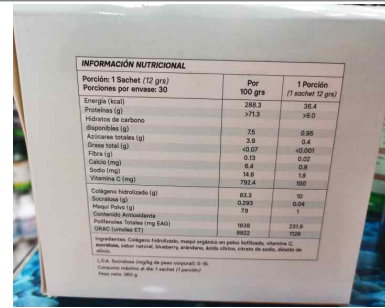
7) 나투를란드(Naturland) 홈페이지

					
제품명 (현지어)	콜라헤노 (Cólageno)	제조사 (현지어)	나투를란드 (Naturland)		
제품 종류	캡슐 콜라겐	용량(중량)	180.0정		
소비자가격	12,990.0칠레페소 (18,706원)	1회 섭취량당 가격	144.3칠레페소 (208원)		
1회 섭취량	2.0정	섭취 가능 횟수	90회		
섭취방법	1일 1회 2정 섭취	원산지/브랜드 국적	칠레/칠레		
포장 형태	플라스틱 병	기타 표기사항	180개입, 개당 0.5g		
홍보문구	새로운 방식, 천연 성분, 500mg 콜라겐	원료 및 첨가물	가수분해 콜라겐		

					
제품명 (현지어)	비타 키스 콜라헤노 비트 에 플러스 (Vita Kiss Cólageno Vit E Plus)	제조사 (현지어)	나투를란드 (Naturland)		
제품 종류	캡슐 콜라겐	용량(중량)	120.0정		
소비자가격	17,990.0칠레페소 (25,906원)	1회 섭취량당 가격	299.8칠레페소 (432원)		
1회 섭취량	2.0정	섭취 가능 횟수	60회		
섭취방법	1일 1회 2정 섭취	원산지/브랜드 국적	칠레/칠레		
포장 형태	플라스틱 병	기타 표기사항	120개입, 개당 0.5g		
홍보문구	천연 성분, 500mg 콜라겐, 비타민 E 함유	원료 및 첨가물	콜라겐, 비타민 E		

					
제품명 (현지어)	나투르 플렉스 플러스 (Natur Flex Plus)	제조사 (현지어)	나투를란드 (Naturland)		
제품 종류	캡슐 콜라겐	용량(중량)	240.0정		
소비자가격	26,990.0칠레페소 (38,866원)	1회 섭취량당 가격	224.9칠레페소 (324원)		
1회 섭취량	2.0정	섭취 가능 횟수	120회		
섭취방법	1일 2회 2정 섭취	원산지/브랜드 국적	칠레/칠레		
포장 형태	플라스틱 병	기타 표기사항	240개입		
홍보문구	아미노산이 함유된 운동선수를 위한 보조제, 100% 천연 성분	원료 및 첨가물	대마 종자, 가수분해 콜라겐, 프롤린, 마그네슘, 시스테인		

					
제품명 (현지어)	피토헤놀라 (Fitogenola)	제조사 (현지어)	나투를란드 (Naturland)		
제품 종류	캡슐 콜라겐	용량(중량)	180.0정		
소비자가격	19,990.0칠레페소 (28,786원)	1회 섭취량당 가격	111.1칠레페소 (160원)		
1회 섭취량	1.0정	섭취 가능 횟수	180회		
섭취방법	1일 1정 섭취	원산지/브랜드 국적	칠레/칠레		
포장 형태	플라스틱 병	기타 표기사항	180개입		
홍보문구	생명의 캡슐, 아미노블록 함유	원료 및 첨가물	가수분해 콜라겐, 칼슘, 비타민 E		



제품명 (현지어)	모비헨 (Movigen)	제조사 (현지어)	나투를란드 (Naturland)
제품 종류	분말 콜라겐	용량(중량)	360.0g
소비자가격	16,790.0칠레페소 (24,178원)	1회 섭취량당 가격	559.7칠레페소 (806원)
1회 섭취량	12.0g	섭취 가능 횟수	30회
섭취방법	1일 1회 섭취	원산지/브랜드 국적	칠레/칠레
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치	기타 표기사항	30개입, 개당 12.0g
홍보문구	베리 맛의 가수분해 콜라겐, 마퀴베리 및 비타민 C 함유	원료 및 첨가물	가수분해 콜라겐, 동결건조 분말 유기농 마퀴베리, 비타민 C, 수크랄로스, 천연 향료, 블루베리, 구연산, 구연산나트륨, 이산화규소

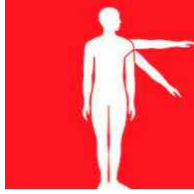
Shop ③ 파르마시아스 아우마다(Farmacias Ahumada)

● 매장 정보

- 유형: 드럭스토어/약국
- 판매 제품 특징:
천연건강식품, 미용 제품
등을 판매함

- 매장 주변 특징:
상업지역 내에 위치해 있음
근처에 슈퍼마켓, 레스토랑,
종합병원 등이 있음

- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ⁸⁾		파르마시아스 아우마다(Farmacias Ahumada)는 칠레의 주요 드럭스토어 체인 매장 중 하나로 칠레 전국에 350개 이상의 매장과 유통 센터를 운영하고 있음. 2015년부터 Walgreens Boots Alliance Inc.(Nasdaq: WBA)에 소속됨
		조사 제품 수: 1개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 산티아고
		상세주소 Av. Apoquindo 4411, local 171-174, Las Condes, Santiago, RM

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 콜라겐 경쟁제품 정보
	
	젤리카르트 100% 콜라헤노 이드롤리사도 (사노피)

사진자료: 현지조사원 자료, 파라벨라/메르카도 리브레/리플리 웹사이트

8) 파르마시아스 아우마다(Farmacias Ahumada) 홈페이지

			
제품명 (한지어)	겔리카르트 100% 콜라헤노 이드롤리사도 (Gelicart 100% Cólageno Hidrolizado)	제조사 (한지어)	사노피 (Sanofi)
제품 종류	분말 콜라겐	용량(중량)	300.0g
소비자가격	26,895.0칠레페소 (38,729원)	1회 섭취량당 가격	896.5칠레페소 (1,291원)
1회 섭취량	10.0g	섭취 가능 횟수	30회
섭취방법	1일 1회 섭취	원산지/브랜드 국적	독일/프랑스
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치	기타 표기사항	30개입, 개당 10.0g
홍보문구	영양분 증진, 100% 가수분해 콜라겐	수입자	Sanofi-aventis de Chile S.A.
원료 및 첨가물	가수분해 콜라겐		

III. 경쟁기업

1. 칠레 콜라겐 경쟁기업 선정
2. 칠레 콜라겐 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 칠레 콜라겐 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 칠레 콜라겐 경쟁기업 선정

- ▶ 대표 경쟁기업으로 콜라겐 제품 판매 칠레기업 2개사, 프랑스기업 1개사, 총 3개사 선정

칠레 오프라인 매장에 진출한 경쟁기업 중, 콜라겐 제품을 판매하고 있는 칠레기업 2개사 및 프랑스기업 1개사, 총 3개사를 경쟁기업으로 선정함. 각 제조사는 제품 구성품 일부를 위탁 생산하는 경우도 있으나, 완제품 유통 및 판매를 전담하는 기업을 경쟁기업이라 정의함

- ▶ 경쟁기업 3개사, 평균 33년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 33년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 사노피는 1973년 설립되어 약 48년째 사업을 이어오고 있으며, 나투를란드는 21년, 민트랩은 31년의 업력을 보유하고 있는 것으로 조사됨

- ▶ 경쟁기업 3개사, 콜라겐 제품 동일품목 종류 조사

칠레에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 콜라겐 제품의 동일 품목 수를 조사한 결과 민트랩이 9개로 가장 많은 제품 수를 보유하고 있으며, 그다음으로는 나투를란드가 5개, 사노피가 2개의 제품을 판매 중인 것으로 조사됨

[표 3.1] 콜라겐 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
사노피	프랑스	48년	2개
나투를란드	칠레	21년	5개
민트랩	칠레	31년	9개

자료: 칠레 진출 콜라겐 경쟁기업 3개사 분석

2. 칠레 콜라겐 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 20년도 매출액
	직원 수
	기업 20년도 직원 수
설립연도	기업의 설립연도
	동일품목
콜라겐 제품	

▶ 경쟁기업의 자사 제품 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 제품 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 기존 제품 출시	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시	○ (하)
② 기존 제품 현지화	기존 유통되는 제품의 맛, 성분 등을 변경하여 출시	● (중)
③ 신제품 개발	현지인이 선호하는 맛, 첨가물, 용량 등을 조사하여 현지에서 선호될 만한 신제품을 개발	● (상)

▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 원본 포장 디자인 혹은 형태를 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	● (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 새로운 형태의 디자인을 사용함	● (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	크루스 베르데, 나투를란드, 파르마시아스 아우마다
온라인	파라벨라, 메르카도 리브레, 리플리

▶ 경쟁기업의 홍보 채널에 따른 분석 기준

[표 3.7] 경쟁기업 홍보 채널

기준	채널 종류
자사 홈페이지	국내 홈페이지
	글로벌 홈페이지
	현지 홈페이지
SNS 플랫폼	페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터

3. 칠레 콜라겐 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 2개사 칠레 오프라인 매장과 온라인 채널 진출, 1개사는 오프라인 매장에만 진출

칠레에 진출한 경쟁기업 3개 중 사노피와 민트랩이 드럭스토어 크루스 베르데에서 제품을 판매하고 있으며, 나투를란드는 자사 드럭스토어 매장인 나투를란드에서 제품을 판매하는 것으로 확인됨. 온라인의 경우, 사노피와 민트랩이 칠레 주요 온라인 매장인 메르카도 리브레에 진출한 것으로 확인됨

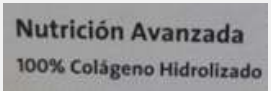
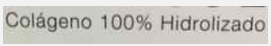
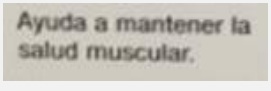
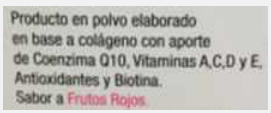
▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 통한 제품 홍보 진행

칠레 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개 모두 자사 홈페이지를 통해 제품 홍보를 진행하고 있는 것으로 확인됨. SNS 플랫폼 홍보 활동으로는, 사노피가 글로벌 계정의 SNS 플랫폼을, 나투를란드가 칠레 계정의 SNS 플랫폼을 활용하여 칠레 소비자에게 제품을 홍보하고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 성분과 효능 등을 강조하여 홍보

칠레 시장에 진출한 경쟁기업은 제품 홍보 시 제품의 성분을 강조하는 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 성분을 나타내는 문구로는 ‘100% 가수분해 콜라겐’, ‘0% 설탕, 지방, 콜레스테롤, 식이섬유’, ‘100% 천연 성분’, ‘500mg 콜라겐’, ‘비타민 E 함유’, ‘아미노산이 함유된’, ‘아미노블록 함유’, ‘베리 맛의 가수분해 콜라겐’, ‘마퀴베리 및 비타민 C 함유’, ‘다양한 성분 함유’, ‘오렌지즙 함유’ 등을 사용함. 효능을 강조하는 문구로는 ‘영양분 증진’, ‘운동선수를 위한 보조제’, ‘근육 건강 유지에 도움이 됨’ 등을 활용하는 것으로 확인됨

[표 3.8] 칠레 콜라겐 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
사노피	- 오프라인 매장 - 크루스 베르데 - 온라인 매장 - 메르카도 리브레	- 자사 홈페이지 (글로벌) - SNS 플랫폼 (글로벌) - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터	- 영양분 증진 100% 가수분해 콜라겐 0% 설탕, 지방, 콜레스테롤, 식이섬유	 
나투를란드	오프라인 매장 - 나투를란드	- 자사 홈페이지 (칠레) - SNS 플랫폼 (칠레) - 페이스북 - 인스타그램	100% 천연 성분 500mg 콜라겐 - 비타민 E 함유 - 아미노산이 함유된 운동선수를 위한 보조제 - 아미노블록 함유 - 베리 맛의 가수분해 콜라겐 - 마퀴베리 및 비타민 C 함유	  
민트랩	- 오프라인 매장 - 크루스 베르데 - 온라인 매장 - 메르카도 리브레	자사 홈페이지 (칠레)	100% 가수분해 콜라겐 - 다양한 성분 함유 (코엔자임 Q10, 칼슘, 마그네슘, 비타민 A/C/D/E, 항산화제, 바이오틴) - 근육 건강 유지에 도움이 됨 - 오렌지즙 함유	  

자료: 칠레 진출 콜라겐 경쟁기업 3개사 분석

① 사노피

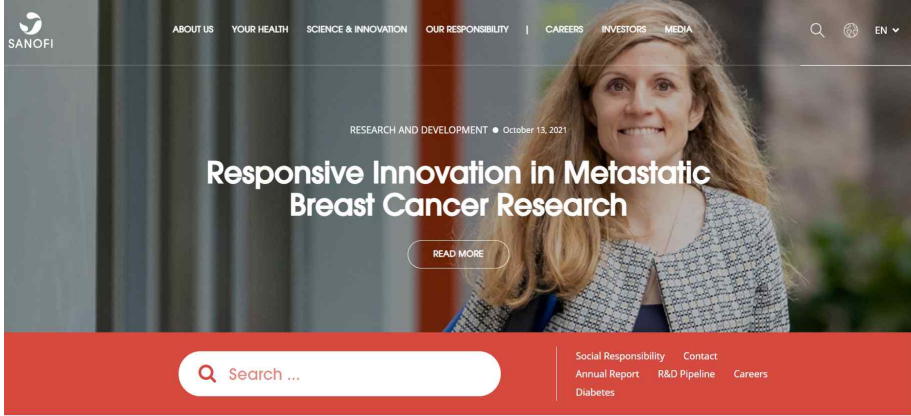
기업 기본 정보	기업명	사노피	
	기업 설명	사노피(Sanofi)는 1973년에 설립된 프랑스의 대형 제약 기업으로 프랑스 파리에 본사가 위치해 있음. 전 세계 77개국에 사무소를 운영 하면서 제품을 수출하고 있음. Gelicart는 독일을 베이스로 하는 콜라겐 제품 브랜드로, 남미 여러 국가에서 판매되고 있음	
	위치	54, rue La Boétie, 75008 Paris, France	
	규모	직원 수	104,226명
		동일품목 수 ⁹⁾	2개
		설립연도	1973년
		매출	3,612만 6000유로

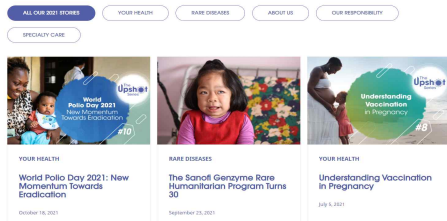
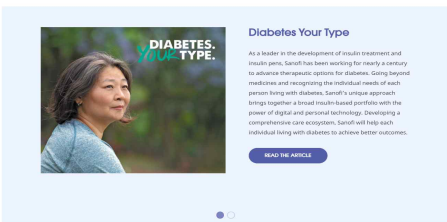
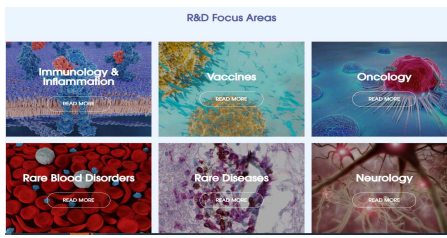
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 크루스 베르데		제품명	겔리카르트 100% 콜라헤노 이드롤리사도 (Gelicart 100% Colágeno Hidrolizado)
			용량(중량)	300.0g
			소비자가격	26.895.0칠레페소 ¹⁰⁾ (38,729원)
			제품 종류	분말 콜라겐
	〈온라인 매장〉 메르카도 리브레		제품명	겔리카르트 100% 콜라헤노 이드롤리사도 (Gelicart 100% Colágeno Hidrolizado)
			용량(중량)	300.0g
			소비자가격	25.000.0칠레페소 (36,000원)
			제품 종류	분말 콜라겐

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	원산지에서 출시된 제품을 그대로 현지 수출함
	포장 현지화	● (중)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화(스페인어 표기)
	제조 방식 현지화	● (중)	원산지 현지 생산 후 수출, 유통

사진자료: 현지조사원 자료, 메르카도 리브레 웹사이트

9) 콜라겐 제품을 동일품목으로 분류함

홍보 방식	
	홍보 채널 자사 홈페이지(글로벌), 인스타그램/유튜브/트위터(글로벌)
	게시 주기 일주일에 1-2건
	게시물 유형 회사 소개, 의학 연구 개발, 건강 정보 제공

게시물 유형		• 기본적인 회사 소개 (역사, 연구 및 개발, 지속가능경영) • 채용 정보, 투자자 정보 • 기업 뉴스
		• 건강 정보 • 당뇨병 및 심혈관 질환 • 스페셜티 케어 • 백신
		• 연구 개발 • 임상 시험 및 결과

사진자료: 사노피(Sanofi) 홈페이지 (www.sanofi.com)

② 나투를란드

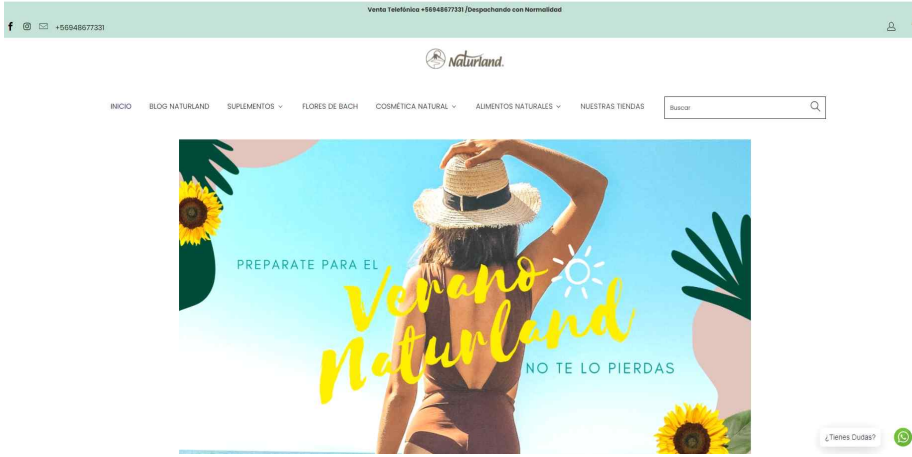
기업 기본 정보	기업명	나투를란드	
	기업 설명	나투를란드(Naturland)는 2000년에 설립된 칠레의 제약 업체로, 칠레 산티아고에 본사가 위치해 있음. 산티아고 중심으로 12개의 자체 드럭스토어 매장을 운영하고 있으며, 보충제, 천연 화장품, 천연 식품 등을 판매하고 있음	
	위치	Strip Center Montserrat, La Florida, Av Americo Vespucio 7500, Chile	
	규모	직원 수	50명 이하
		동일품목 수 ¹¹⁾	5개
		설립연도	2000년

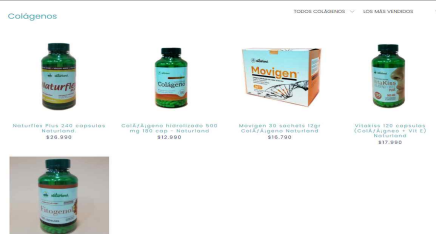
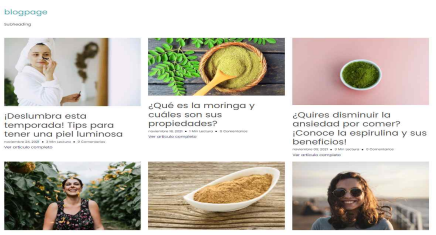
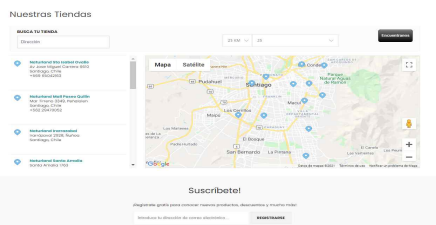
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 나투를란드		제품명	콜라헤노 (Colágeno)
			용량(중량)	180.0정
			소비자가격	12,990.0칠레페소 (18,706원)
			제품 종류	캡슐 콜라겐

현지 진출 방법	제품 현지화	● (상)	현지인이 선호하는 맛, 첨가물, 용량 등을 조사하여 현지에서 선호될 만한 신제품을 개발
	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 새로운 형태의 디자인을 사용함
	제조 방식 현지화	● (상)	현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조

사진자료: 현지조사원 자료

11) 콜라겐 제품을 동일품목으로 분류함

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지(칠레), 페이스북/인스타그램(스페인어)
	게시 주기	2-3일에 1건
	게시물 유형	회사 소개, 브랜드 소개, 제품 소개, 기술 소개

게시물 유형		제품 소개 (보충제, 바흐플라워, 천연 화장품, 천연 식품)
		건강 정보 제공
		오프라인 매장 안내

사진자료: 나투를란드(Naturland) 홈페이지 (www.naturland.cl)

③ 민트랩

기업 기본 정보	기업명	민트랩	
	기업 설명	민트랩(Mintlab)은 1990년에 설립된 칠레의 제약회사로 435개 이상의 다양하고 경쟁력 있는 가격의 건강 제품 및 의약품을 판매하고 있음. 라틴 아메리카 10개국에 제품을 수출하고 있으며, Cenabast(Central Nacional de Abastecimiento)의 3개 주요 공급 업체 중 하나임	
	위치	Nueva Andrés Bello 1940, Independencia, Santiago, Chile	
	규모	직원 수	500~1,000명
		동일품목 수 ¹²⁾	9개
		설립연도	1990년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 크루스 베르데		제품명	헤나솔 나랑하 (Genasol Naranja)
			용량(중량)	330.0g
			소비자가격	23,990.0칠레페소 (34,546원)
			제품 종류	분말 콜라겐
	〈온라인 매장〉 메르카도 리브레		제품명	헤나솔 나랑하 (Genasol Naranja)
			용량(중량)	330.0g
			소비자가격	20,990.0칠레페소 (30,226원)
			제품 종류	분말 콜라겐

현지 진출 방법	제품 현지화	● (상)	현지인이 선호하는 맛, 첨가물, 용량 등을 조사하여 현지에서 선호될 만한 신제품을 개발
	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 새로운 형태의 디자인을 사용함
	제조 방식 현지화	● (상)	현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조

사진자료: 현지조사원 자료, 메르카도 리브레 웹사이트

12) 콜라겐 제품을 동일품목으로 분류함

홍보 방식	
	홍보 채널 자사 홈페이지(칠레), 칠레 약사 대학 협의회 홈페이지
	게시 주기 간헐적으로 게시
	게시물 유형 회사 소개, 제품 소개

게시물 유형		• 회사 주소 • 제품 소개
		• 제품 홍보 및 판매

사진자료: 민트랩(Mintlab) 홈페이지 (www.colegiofarmaceutico.cl), 크루스 베르데 판매 페이지

IV. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 슈플 스토어(Suple Store)

Interview ② 뉴트리션고(NutritionGO)

칠레 콜라겐 수입·유통업체 인터뷰 결과

인터뷰 대상 기업체 선정 기준

- ① 현지 식품 수입유통업체
- ② 콜라겐 또는 유사 콜라겐 제품 취급 경험 있음

업체명	슈플 스토어 (Suple Store)	뉴트리션고 (NutritionGO)
업체 ▶	수입·유통업체	수입·유통업체

취급 품목 ▶



콜라겐



콜라겐

칠레 콜라겐 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	슈플 스토어 (Suple Store)	뉴트리션고 (NutritionGO)
	수입·유통업체	수입·유통업체
칠레에서 한국산 뉴트리코스메틱 제품의 인지도	칠레에서 한국산 제품은 인지도가 낮음	칠레의 뉴트리코스메틱 숍에서 한국산 제품이 판매되는 것을 보지 못함, 대부분 미국 수입산 제품임
베스트셀러 콜라겐 제품	판매 중인 대표적인 콜라겐 제품은 아틀레티카 콜라겐 임	현재 콜라겐 취급 안 함 , 콜라겐 제조업체를 찾을 수 없어 제품 공급을 중단 중임
고객사 제품의 가격 및 종량 에 대한 피드백	판매 중인 콜라겐 제품보다 종량이 작고, 가격도 비쌈	경쟁제품 가격보다 약간 비싼 편임
추천하는 제품 홍보 방법	개별 포장 이 되어있다는 점을 집중적으로 홍보 하는 것이 좋음	본 업체 홈페이지와 같은 건강기능식품 온라인 쇼핑몰 에서 제품을 홍보할 것을 추천함
추천하는 유통채널	산티아고 에 위치한 비타민 숍 에서 제품을 판매하는 것을 권장함	산티아고 전역의 건강보조식품 매장 에서 판매하는 것이 좋음

(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 2개사

Interview ① 슈플 스토어 (Suple Store)

13)

슈플 스토어 (Suple Store)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 칠레 산티아고에 위치한 수입·유통업체
 - 주로 미국, 유럽, 남아메리카에서 제품을 수입함
 - 취급하는 주요 제품은 건강보조식품임

담당자 정보

Sales Manager



슈플 스토어(Suple Store) Sales Manager

Q1. 칠레에서 한국산 뉴트리코스메틱 제품의 인지도는 어떤가요?

칠레에서는 한국산 제품이 잘 알려져 있지 않습니다. 저희가 취급하는 대표 콜라겐 제품인 아틀레티카 콜라겐은 브라질산 제품입니다.

Q2. 베스트셀러 콜라겐 제품이 무엇인가요?

현재 판매 중인 대표적인 콜라겐 제품은 아틀레티카 콜라겐으로, 가격은 200g에 13,990칠레페소(약 20,146원¹⁴⁾)입니다. 해당 제품은 글루텐 및 슈가프리 제품이며, 물, 우유, 주스 등에 타먹을 수 있는 파우더 형태입니다. 저희 사이트에서는 패션프루트 맛 및 크랜베리 맛 두 가지가 제공되고 있습니다.

Q3. 고객사 제품의 가격 및 중량은 적당한가요?

저희 업체의 콜라겐 제품보다 중량이 작고, 가격도 비쌉니다. 아틀레티카 콜라겐 이외에도 자사가 판매 중인 내추럴 헬스 콜라겐+마그네슘 제품 또한 400g에 14,990칠레페소(약 21,586원)로 고객사 제품보다 저렴합니다.

Q4. 칠레에서 유통되고 있는 콜라겐 제품들은 주로 어떤 식품 인증을 취득하나요? 소비자들에게 선호되는 인증이 있을까요?

특히 콜라겐 제품에 필요한 식품 인증은 없으며, 경쟁제품들 역시 공통으로 취득하는 인증은 없는 것으로 알고 있습니다. 또한 소비자들은 제품의 보유 인증보다는 가격 및 중량에 따라 제품을 선택하기 때문에 특별히 선호되는 인증 역시 없습니다.

13) 사진자료: 슈플 스토어(Suple Store) 홈페이지

14) 1칠레페소=1.44원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)



소비자가격	약 17,361 칠레페소 (25,000원)
중량	120g (4g*30개입)
포장 형태	종이 박스/ 플라스틱 파우치

Q5. 콜라겐 제품을 홍보하는데 주로 사용되는 홍보문구/키워드는 무엇인가요?

주로 제품의 건강상의 이점을 강조하는 홍보문구를 사용합니다. 아틀레티카 콜라겐 제품은 하이드롤라이즈드 콜라겐을 기반으로 하고 있어 비타민 A, C, E 및 아연이 풍부하고, 피부 탄력 개선, 노화 방지, 관절 강화 등의 효능이 있다고 홍보하고 있습니다. 내추럴 헬스 콜라겐+마그네슘 제품의 경우, 관절의 유연성 유지하고 연골을 보호하는 효능이 있으며, 특히 스포츠 활동을 하거나 관절통, 골관절염, 인대 파열 등이 있는 사람 등에게 추천한다고 광고하고 있습니다.

Q6. 고객사 제품에 추천하는 홍보방법이 무엇인가요?

고객사 제품은 개별 포장되어 있다는 점이 특징적입니다. 칠레에서 판매되고 있는 제품은 대부분 하나의 용기에 내용물이 포함된 형태이므로 고객사 제품의 포장 형태를 집중적으로 홍보하는 것을 추천합니다. 실제로 자사 사이트에서 판매되고 있는 콜라겐 제품은 모두 하나의 플라스틱 통에 내용물을 포장한 형태입니다.

Q7. 고객사 제품과 같은 콜라겐 제품에 가장 적절한 유통채널은 무엇인가요?

칠레의 수도인 산티아고에 있는 비타민 숍에서 제품을 판매하는 것을 권장합니다. 이는 콜라겐 제품들이 대부분 다양한 비타민을 함유하는 경우가 많기 때문입니다. 비타민 숍에서 일반적인 비타민 영양제와의 차별점으로 콜라겐 제품만이 내세울 수 있는 피부 개선, 노화 방지 등의 기능을 셀링포인트로 판매한다면 제품 매출을 효과적으로 올릴 수 있을 것이라고 생각합니다.

Interview ① 뉴트리션고 (NutritionGO)

15)

뉴트리션고 (NutritionGO)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 칠레 산티아고에 위치한 수입·유통업체
 - 주로 미국에서 제품을 수입함
 - 취급하는 제품으로는 건강보조식품, 비타민, 운동기구 등이 있음

담당자 정보

Sales Manager



뉴트리션고(NutritionGO) Sales Manager

Q1. 칠레에서 한국산 뉴트리코스메틱 제품의 인지도는 어떤가요?

칠레의 뉴트리코스메틱 숍에서 한국산 제품이 판매되는 것을 본 적은 없습니다. 소매점에서 판매되는 제품들은 대부분 미국 수입품입니다.

Q2. 베스트셀러 콜라겐 제품이 무엇인가요?

저희 업체가 판매하던 콜라겐 제품은 현재 두 달째 품절 상태입니다. 새로운 콜라겐 제조업체를 찾을 수 없어 제품 공급에 어려움이 있었습니다. 따라서 제품 가격, 수량, 브랜드 등과 관련한 정보를 제공하기는 어렵습니다.

Q3. 고객사 제품의 가격 및 중량은 적당한가요?

이전에 저희가 취급했던 콜라겐 경쟁제품의 평균 가격과 비교하였을 때, 가격대는 약간 높은 편입니다. 저희가 취급한 콜라겐 제품의 가격대는 200g에 17,000칠레페소(약 24,480원) 정도입니다.

Q4. 칠레에서 콜라겐 제품을 유통하기 위해 필수로 취득해야 하는 식품 인 증은 무엇이 있을까요?

칠레에서는 콜라겐 등의 뉴트리코스메틱 제품이 유통되기 위해 강제로 필요한 식품 인 증이 없습니다. 콜라겐 제품은 식품 규정/위생 허가(Sanitary registry) 대상 품목이 아니기 때문입니다.



소비자가격	약 17,361 칠레페소 (25,000원)
중량	120g (4g*30개입)
포장 형태	종이 박스/ 플라스틱 파우치

Q5. 콜라겐 제품을 홍보하는데 주로 사용되는 홍보문구/키워드는 무엇인가요?

콜라겐 제품은 주로 제품의 건강상의 이점을 강조합니다. 콜라겐이 탈모 등의 문제를 해결하고 동맥을 강화하며 노화를 방지한다고 광고된 이후로, 현지에서 콜라겐 제품에 대한 수요가 꽤 있었습니다.

Q6. 고객사 제품에 추천하는 홍보방법이 무엇인가요?

저희 업체 홈페이지와 같은 건강기능식품 온라인 쇼핑몰에 제품을 홍보할 것을 추천합니다. 소비자들은 건강상의 이점을 목적으로 제품을 찾아보는데, 다른 홍보채널보다 건강기능식품 온라인 쇼핑몰로 먼저 접근하려고 할 것이기 때문입니다.

Q7. 고객사 제품과 같은 콜라겐 제품에 가장 적절한 유통채널은 무엇인가요?

칠레 수도 산티아고 전역의 건강보조식품 매장에서 판매하는 것이 좋습니다. 우선 칠레 현지에서 한국산 콜라겐 제품에 호감을 가질 수 있는 소비자는 K-POP 소비층일 것으로 생각되는데, 이들이 가장 많이 분포하고 있는 지역이 산티아고 지역이기 때문에 다른 지역보다 산티아고 지역을 중심으로 유통하는 것이 유리합니다. 또한 콜라겐 제품은 건강상의 이점을 위해 구매하는 사람들이 많으므로, 일반적인 하이퍼마켓/슈퍼마켓 채널보다는 건강보조식품 전문 매장에서 판매하는 것이 더 좋습니다.

V. 경쟁력파악

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

1. 제품 경쟁력 검증

1) 1회 섭취량당 가격

● 경쟁제품(제조사)

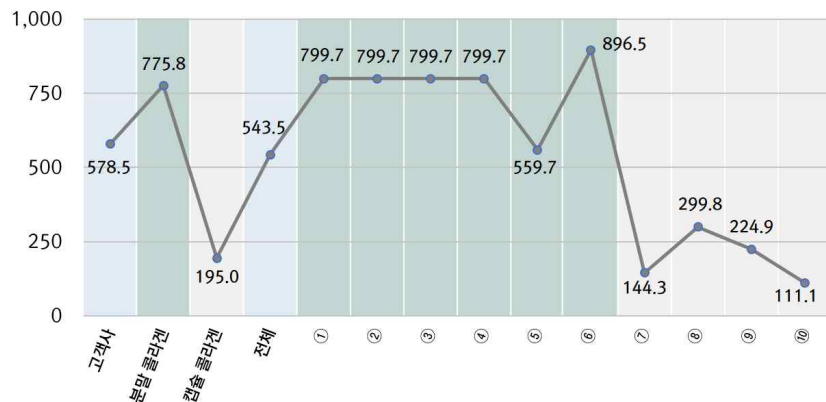
- ① 헤나솔 플러스 나랑하 (민트랩)
- ② 헤나솔 플러스 나랑하 아체에메베 (민트랩)
- ③ 헤나솔 큐10 뷰티 (민트랩)
- ④ 헤나솔 나랑하 (민트랩)
- ⑤ 모비헨 (나투를란드)
- ⑥ 겔리카르트 100% 콜라헤노 이드롤리사도 (사노피)
- ⑦ 콜라헤노 (나투를란드)
- ⑧ 비타 키스 콜라헤노 비트 에 플루스 (나투를란드)
- ⑨ 나투르 플렉스 플루스 (나투를란드)
- ⑩ 피토헤놀라 (나투를란드)

▶ 고객사 제품 1회 섭취량당 가격, 경쟁제품 평균 대비 약간 비싼 편

고객사 제품의 1회 섭취량당 가격은 578.5칠레페소(약 833원¹⁶⁾)로 경쟁제품 10개의 평균 1회 섭취량당 가격 543.5칠레페소(약 783원) 대비 약간 비싼 편임. 제품 종류별 평균 1회 섭취량당 가격은 분말 콜라겐 제품이 775.8칠레페소(약 1,117원)로 고객사 제품에 비해 197.3칠레페소(약 284원) 비싼 것으로 확인됨. 캡슐 콜라겐 제품의 평균 1회 섭취량당 가격은 195.0칠레페소(약 281원)로 고객사 제품에 비해 383.5칠레페소(약 552원) 저렴한 것으로 확인됨

[표 5.1] 칠레 콜라겐 1회 섭취량당 가격 경쟁력 분석

(단위: 칠레페소)



16) 1칠레페소=1.440원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2) 섭취 가능 횟수

● 경쟁제품(제조사)

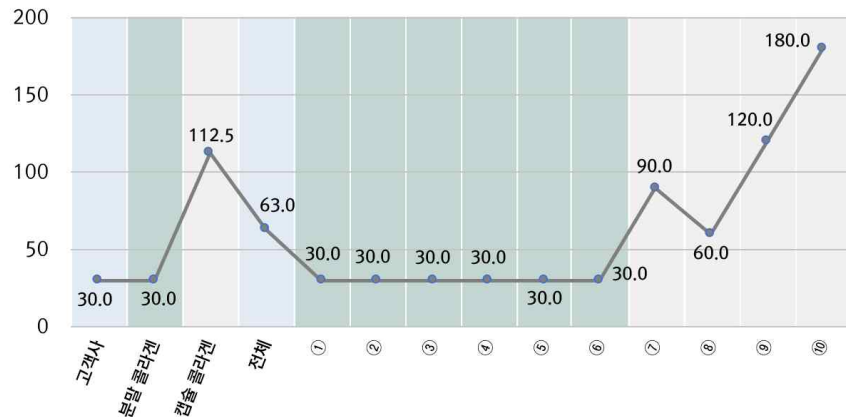
- ① 헤나솔 플러스 나랑하 (민트랩)
- ② 헤나솔 플러스 나랑하 아체에메베 (민트랩)
- ③ 헤나솔 큐10 뷰티 (민트랩)
- ④ 헤나솔 나랑하 (민트랩)
- ⑤ 모비헨 (나투를란드)
- ⑥ 겔리카르트 100% 콜라헤노 이드롤리사도 (사노피)
- ⑦ 콜라헤노 (나투를란드)
- ⑧ 비타 키스 콜라헤노 비트 에 플루스 (나투를란드)
- ⑨ 나투르 플렉스 플루스 (나투를란드)
- ⑩ 피토해놀라 (나투를란드)

▶ 고객사 제품 섭취 가능 횟수, 경쟁제품 평균 대비 적은 편

고객사 제품의 섭취 가능 횟수는 30.0회로 경쟁제품 10개의 평균 섭취 가능 횟수 63.0회의 약 48% 수준임. 제품 종류별 평균 섭취 가능 횟수는 분말 콜라겐 제품이 30.0회로 고객사와 동일한 것으로 확인됨. 캡슐 콜라겐 제품의 평균은 112.5회로, 고객사 제품보다 3.8배 많은 것으로 조사됨

[표 5.2] 칠레 콜라겐 섭취 가능 횟수 경쟁력 분석

(단위: 회)

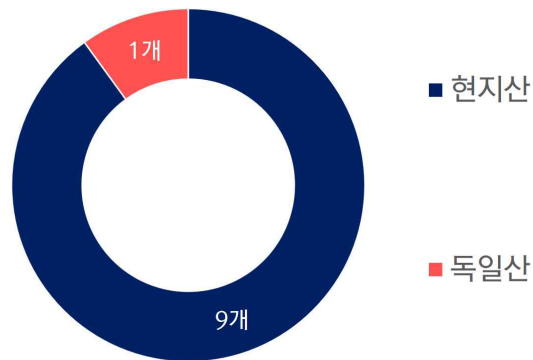


3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 중 9개, 현지산 제품

칠레에서 판매되고 있는 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 총 9개의 제품이 칠레 현지산 제품인 것으로 확인됨. 나머지 1개 제품의 경우 독일에서 수입한 것으로 조사됨

[표 5.3] 칠레 콜라겐 원산지 경쟁력 분석

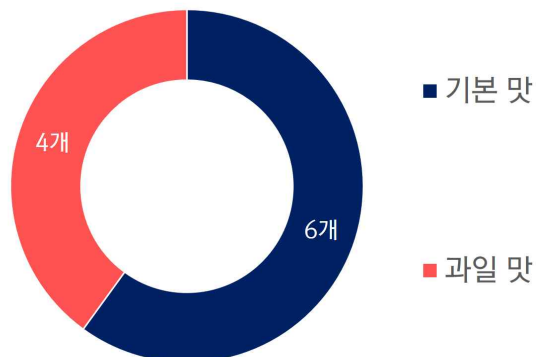


4) 맛

▶ 경쟁제품 10개 중 6개, 기본 콜라겐 맛

칠레에서 판매되고 있는 콜라겐 경쟁제품 10개의 제품 맛을 조사한 결과, 총 6개의 제품이 별다른 맛을 첨가하지 않은 기본 맛 제품인 것으로 확인됨. 나머지 4개 제품은 오렌지 맛, 마퀴베리 맛, 블루베리 맛 등의 과일 맛 제품으로 확인됨

[표 5.4] 칠레 콜라겐 맛 경쟁력 분석

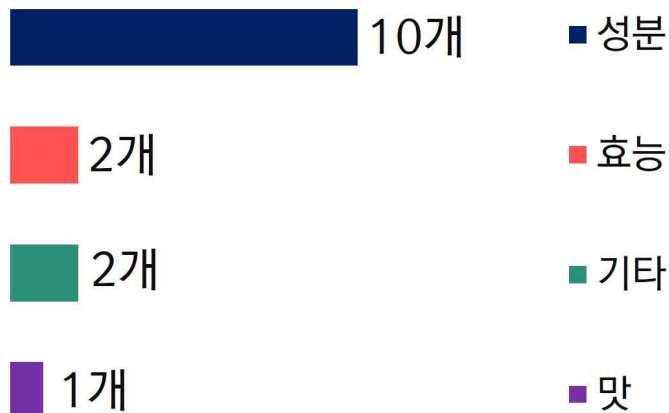


5) 홍보문구

▶ 경쟁제품 10개 모두 성분을 강조하는 홍보문구 사용

칠레에서 판매되고 있는 콜라겐 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 성분을 강조한 제품은 총 10개로 조사되며, ‘100% 가수분해 콜라겐, 다양한 성분 함유(칼슘, 오렌지즙, 마그네슘, 비타민C, 비타민D3)’, ‘다양한 성분 함유(코엔자임Q10, 비타민A, 비타민C, 비타민D, 비타민E, 항산화제, 바이오틴, 베리)’, ‘마퀴베리 및 비타민C 함유’, ‘천연 성분, 500mg 콜라겐’, ‘아미노블록 함유’와 같은 문구를 삽입함. 효능을 강조한 제품은 총 2개로, ‘근육 건강 유지에 도움이 됨’, ‘영양분 증진’ 등의 홍보문구를 사용함. ‘새로운 방식’, ‘생명의 캡슐’ 등 기타 홍보문구를 사용한 제품은 총 2개로 확인되며, ‘베리 맛의 가수분해 콜라겐’ 등 맛을 강조한 제품도 1개 조사됨

[표 5.5] 칠레 콜라겐 홍보문구 경쟁력 분석

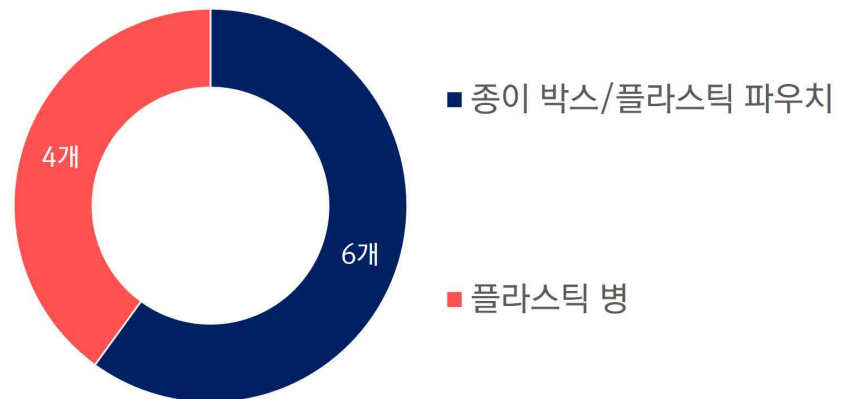


6) 포장 형태

▶ 경쟁제품 10개 중 6개, 종이 박스/플라스틱 파우치 이중 포장 사용

칠레에서 판매되고 있는 콜라겐 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 6개 제품이 종이 박스/플라스틱 파우치 이중 포장을 사용한 것으로 확인됨. 나머지 4개 제품의 경우 플라스틱 병에 제품을 포장한 것으로 조사됨

[표 5.6] 칠레 콜라겐 포장 형태 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

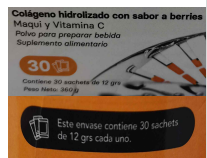
현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 있는 이유에 대하여 분석함.
오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품을 벤치마킹 제품으로 선정함.
해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 오프라인 매장에서의 인기제품

(*) 오프라인 매장: 조사 매장 1개 이상에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기제품 벤치마킹

	공통 특징 ① 개별 포장된 분말 콜라겐		공통 특징 ② 총 30회 섭취 가능	
현지 벤치마킹 인기제품 (나투를란드 _ 모비헨) ‘개별 포장 형태를 강조하는 홍보문구 및 이미지’	◀ 벤치마킹 홍보문구 및 이미지	현지 벤치마킹 인기제품 (고객사 _ 스킨우아 콜라겐P) ‘피부 건강 회복 및 노화 방지에 효과적인 분말 콜라겐’	벤치마킹 ▶ 적정 가격대	현지 벤치마킹 인기제품 (나투를란드 _ 모비헨) ‘저렴한 가격대’

2) 벤치마킹 제품 분석

- 홍보문구 및 이미지

▶ 벤치마킹 제품, 개별 포장 형태를 강조하는 홍보문구 및 이미지

수입·유통업체 인터뷰 대상 업체에 따르면, 고객사 제품의 개별 포장 형태는 현지에서 흔히 쓰이지 않아 차별성이 있음. 따라서 개별 포장 형태를 집중적으로 홍보할 수 있는 문구 혹은 이미지를 삽입하는 것이 좋음. 벤치마킹 제품의 경우 ‘개별 포장 30포’라는 홍보문구를 기입하고, 개별 포장 이미지를 삽입하여 한눈에 포장 형태를 알 수 있게 하였음. 고객사 제품도 이러한 점을 반영하여 제품 홍보문구 및 이미지를 개선하는 것을 권장함

[표 5.7] 칠레 콜라겐 인기제품, 홍보문구 및 이미지 분석

(인터뷰 1) 고객사 제품은 개별 포장이 되어있다는 점이 특징적입니다. 칠레에서 판매되고 있는 제품은 대부분 하나의 용기에 내용물이 포함된 형태이므로 고객사 제품의 포장 형태를 집중적으로 홍보하는 것을 추천합니다.

- 슈플스토어, Sales Manager -

3) 벤치마킹 제품 분석

- 가격

▶ 벤치마킹 제품, 적정 가격대

수입·유통업체 인터뷰 대상 업체 2곳 모두 고객사 제품 가격이 경쟁제품에 비해 비싸다고 언급함. 벤치마킹 제품의 경우, 분말 콜라겐 제품 중 가장 저렴한 가격인 1회 섭취량당 559.7칠레페소로 판매되고 있음. 반면 고객사 제품은 분말 콜라겐 제품의 1회 섭취량당 평균 가격보다 197.3칠레페소 비싸 가격 경쟁력이 다소 떨어짐. 고객사 제품의 가격대를 조정하면 더 좋은 소비자 반응을 얻을 수 있을 것으로 예상됨

[표 5.8] 칠레 콜라겐 인기제품, 가격 분석

(인터뷰 1) 저희 업체의 콜라겐 제품보다 중량이 작고, 가격도 비쌉니다.

- 슈플 스토어, Sales Manager -

(인터뷰 2) 다른 업체에서 판매 중인 콜라겐 제품의 가격과 비교하였을 때, 가격대는 약간 높은 편입니다.

- 뉴트리션고, Sales Manager -

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.9] 콜라겐 경쟁기업 마케팅 벤치마킹

		사노피	나투를란드	민트랩
판매채널	오프라인 매장 (총 3개 매장 조사)	크루스 베르데	나투를란드	크루스 베르데
	온라인 쇼핑몰 (총 3개 매장 조사)	메르카도 리브레	(-)	메르카도 리브레
홍보채널	자사 홈페이지(홍보)	글로벌	칠레	칠레
	SNS 플랫폼	인스타그램(글로벌) 유튜브(글로벌) 트위터(글로벌)	페이스북(칠레) 인스타그램(칠레)	(-)
홍보문구	제품의 성분 제품의 효능	경쟁기업 주요 홍보문구		
요약	판매채널	2개사 오프라인 매장과 주요 온라인 쇼핑 웹사이트에서 제품 판매 1개사는 오프라인 매장에만 진출		
	홍보채널	3개사 자사 홈페이지를 활용하여 제품 홍보 2개사는 SNS 플랫폼을 활용하여 제품 홍보		
	홍보문구	제품의 성분과 효능을 강조		

VI. 시사점

Collagen Price&Volume



Point. 1



고객사 제품의 1회 섭취량당 가격은 약 578.5칠레페소로, 콜라겐 경쟁제품 10개 평균인 543.5칠레페소보다 약간 비싼 편인 것으로 나타남. 제품 종류별로 살펴보면, 분말 콜라겐 6개의 1회 섭취량당 가격 평균은 775.8칠레페소로 고객사 제품보다 197.3칠레페소 가량 비쌌으며, 캡슐 콜라겐 4개의 평균은 195.0칠레페소로 고객사 제품보다 383.5칠레페소 가량 저렴했음

Point. 2



고객사 제품의 섭취 가능 횟수는 30.0회로, 콜라겐 경쟁제품 10개 평균인 63.0회의 약 48% 수준임. 제품 종류별로 살펴보면, 분말 콜라겐 제품 6개의 평균이 30.0회로 고객사 제품과 같은 섭취 가능 횟수를 보였으며, 캡슐 콜라겐 4개의 평균은 112.5회로 고객사 제품보다 3.8배 많은 섭취 가능 횟수를 지닌 것으로 나타남

Collagen Package&Text



Point. 1



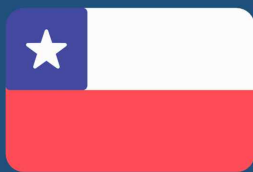
칠레 콜라겐 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 9개 제품이 칠레 현지산 제품인 것으로 나타남. 나머지 1개 제품은 독일산 제품인 것이 확인되었음. 한편, 경쟁제품 10개의 포장 형태를 살펴본 결과, 6개 제품이 고객사 제품과 같은 종이 박스/플라스틱 파우치 이중 포장 형태였으며 4개 제품은 플라스틱 병 단일 포장 형태를 보였음

Point. 2



칠레 콜라겐 경쟁제품 10개의 맛을 살펴본 결과, 6개 제품이 별다른 맛을 첨가하지 않은 기본 맛 제품인 것으로 나타났으며, 나머지 4개 제품은 오렌지, 마퀴베리, 블루베리 등 과일 맛을 보이는 것으로 확인되었음. 한편 칠레 콜라겐 경쟁제품이 강조하는 홍보문구를 살펴본 결과, 10개 제품 모두 성분을 강조한 홍보문구를 사용하고 있는 것으로 나타났으며 효능을 강조한 홍보문구를 사용한 제품은 2개로 비교적 적게 확인되었음

Chile Market Competitor



Point. 1



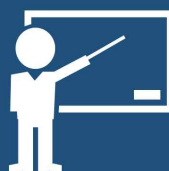
칠레 시장 콜라겐 경쟁기업 3개사의 오프라인 유통채널을 조사한 결과, 2개사가 칠레 주요 트렉스토어/약국인 크루스 베르데에 진출한 것이 확인되었음. 온라인 유통채널의 경우 3개사 중 2개사가 칠레 주요 온라인 쇼핑몰인 메르카도 리브레에 진출하였으며, 나머지 1개사는 주요 온라인 쇼핑몰에 진출하지 않은 것으로 나타남

Point. 2



칠레 시장 콜라겐 경쟁기업 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 회사 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남. 경쟁기업 홍보문구로는 주로 제품의 성분 및 효능을 강조하는 홍보문구를 사용하고 있었음. SNS 플랫폼 사용 여부의 경우, 3개사 중 2개사가 인스타그램을 활용하고 있는 것으로 나타남

Importer · Distributor Interview



Point. 1



칠레 현지 콜라겐 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 담당자 2명 모두 고객사 제품 가격에 대해 현지에서 판매되는 경쟁제품보다 비싼 편이라는 피드백을 주었으며, 이 중 1명의 담당자는 고객사 제품 중량 역시 작은 편이라고 답변하였음. 담당자들이 취급하는 콜라겐 제품 중량은 200~400g으로, 고객사 제품 중량 120g보다 약 1.7~3.3배 큰 중량을 보였음

Point. 2



칠레 현지 콜라겐 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 현지 소비자들 사이에서 콜라겐 등의 한국산 뉴트리코스메틱 제품 인지도가 낮은 것으로 나타남. 현지 소비자들은 주로 미국산 제품을 사용하고 있는 것으로 나타났으며, 담당자들이 취급하는 콜라겐 제품 중 베스트셀러 제품으로는 아틀레티카 콜라겐이 언급되었음. 한편, 고객사 제품 홍보 방법과 관련해 1명의 담당자는 개별 포장 여부를 집중적으로 홍보하는 것이 좋다고 답변했으며, 다른 1명의 담당자는 건강기능식품 온라인 쇼핑몰에서 제품을 홍보할 것을 추천하였음

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스탓티스타(Statista), 「Most popular e-commerce websites in Chile as of July 2020, based on number of monthly visits」, 2021

■ 참고 사이트

1. 스탓티스타(Statista) 홈페이지 (www.statista.com)
2. 파라벨라(Falabella) 홈페이지 (www.falabella.com)
3. 메르카도 리브레(Mercado Libre) 홈페이지 (www.mercadolibre.cl)
4. 리플리(Ripley) 홈페이지 (simple.ripley.cl)
5. 마크로트렌드(Macrotrends) 홈페이지 (www.macrotrends.net)
6. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (portal.euromonitor.com)
7. 크루스 베르데(Cruz Verde) 홈페이지 (www.cruzverde.cl)
8. 나투를란드(Naturland) 홈페이지 (www.naturland.cl)
9. 파르마시아스 아우마다(Farmacias Ahumada) 홈페이지 (www.farmaciasahumada.cl)
10. 사노피(Sanofi) 홈페이지 (www.sanofi.com)
11. 민트랩(Mintlab) 홈페이지 (www.colegiofarmaceutico.cl)
12. 슈플 스토어(Suple Store) 홈페이지 (www.suplestore.cl)
13. 뉴트리션고(NutritionGO) 홈페이지 (www.nutritiongo.sg)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2021.12.03

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 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea