

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202309-30
품목 | 라면(Instant Noodle)
HS CODE | 1902.30-1010
국가 | 스웨덴(Sweden)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 스웨덴 파스타 시장규모	06
2. 스웨덴 라면 시장규모	07
3. 스웨덴 라면 수입규모	08
4. 스웨덴 라면 단위당 수입단가	09

III. 시장트렌드

1. 스웨덴 온라인 주요 라면 제품	11
---------------------	----

IV. 유통채널

1. 스웨덴 라면 유통채널 점유율	25
2. 스웨덴 라면 주요 유통채널	26

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 스웨덴 라면 통관 및 검역 절차	39
2. 스웨덴 라면 품질 인증	43
3. 스웨덴 라면 라벨링	46
4. 스웨덴 라면 성분 및 유해물질	52

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 오리엔탈슈퍼마켓(Oriental Supermarket)	55
2. 마템(Mathem)	59
3. 아시엔리브스(Asienlivs)	63

VII. 시사점

1. 시사점	67
--------	----

※ 참고문헌	69
--------	----



HS CODE : 1902.30-1010

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

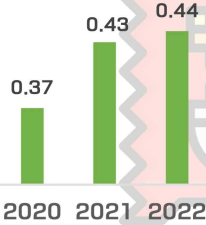
SUMMARY

스웨덴 라면 시장

시장 현황

파스타 시장규모

단위 : 십억 달러



라면 시장규모

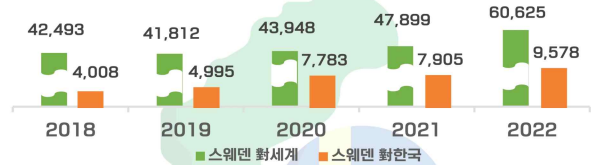
단위 : 백만 인분



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 1902.30 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입 규모



시장 트렌드

빅데이터 분석



온라인 쇼핑몰 판매 라면 제품

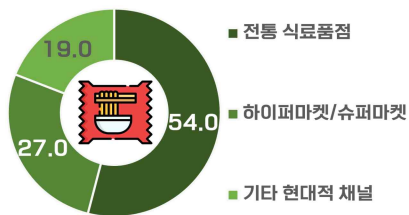


비닐 또는 일회용기 제품 다수

* 스웨덴 온라인 쇼핑몰 라면 제품 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
협정관세율 0%

사전 준비
수출업자세관등록(EORI)
품목분류 사전심사(BTI)
공인경제사업자(AEO) 취득

품질 인증



라벨링 유의사항

필수 표기사항
스웨덴어 표기 必, 제품명, 원재료명, 첨가물, 순종량, 보관방법, 원산지, 조리방법, 사업자 정보, 영양 정보, 유통기한 등

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

라면 구매 요소 스웨덴 내 소비자들은 라면을 구매할 때 정통성, 맛, 품미, 재료, 포장 크기와 유형, 가격, 조리 편의성 등 다양한 요소 고려
주요 트렌드 K-pop과 K-드라마가 인기를 끌면서 한국 라면의 인기가 높아지는 추세이며, 비건 라면의 수요가 높아지고 있음
주요 타겟층 젊은 세대나 빠른 식사를 원하는 바쁜 직장인이 라면 주요 타겟층이 될 수 있음

Point 02.

고객사 제품 피드백 건강한 재료를 사용한 건강한 제품을 만드는 것을 고려해야하며, 스웨덴 현지 식재료를 활용하는 것을 추천
추천 홍보방법 음식 관련 행사 참여, 할인 행사, 소셜 미디어에서 대회나 경품 행사 개최, 유명 셰프나 음식점과의 협력 등의 홍보방법 추천
추천 유통채널 크고 작은 슈퍼마켓, 대형마트, 전자 상거래 플랫폼, 아시아 식료품점, 편의점 등의 유통채널 추천

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 스웨덴 파스타 시장규모
2. 스웨덴 라면 시장규모
3. 스웨덴 라면 수입규모
4. 스웨덴 라면 단위당 수입단가

1. 스웨덴 파스타 시장규모

스웨덴 국가 일반 정보¹⁾

면적	44만 9,964km ²
인구	1,040만 명
GDP	6,274억 달러
GDP (1인당)	6만 28달러

▶ 스웨덴 파스타 시장규모 5,605억 원, 연평균 4.4% 성장

2022년 기준 스웨덴 파스타의 시장규모는 5,605억 원이며, 최근 5년(2018-22년)간 평균 4,993억 원의 시장규모를 기록함. 2022년 기준 한국 파스타 시장규모는 2.8조 원이며 같은 기간 연평균성장률은 4.5%로 유사함. 특히, 2021년에는 전년 대비 16%로 비교적 높은 성장세를 보임

▶ 스웨덴 파스타 시장규모, 향후 5년간 5.1%씩 성장 예상

스웨덴 파스타 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 5.1%씩 성장하여 2027년 7,006억 원을 기록할 것으로 예상됨²⁾

[표 2.1] 스웨덴 파스타 시장규모³⁾⁴⁾⁵⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

- 1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2021
- 2) 조사제품 '라면'은 매운 맛의 액상소스를 첨가한 인스턴트 가공 식품임. 이에 고객사 제품의 특징을 기준으로 '라면'의 시장규모와 상위품목인 '파스타'의 시장규모를 조사함
- 3) 자료: 스태티스타(Statista), 「Pasta_Sweden」, 2023
- 4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 5) 1달러=1,273.80원 (2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
- 6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 스웨덴 라면 시장규모

▶ 2022년 스웨덴 라면 시장 6,000만 인분, 연평균 10.7% 성장

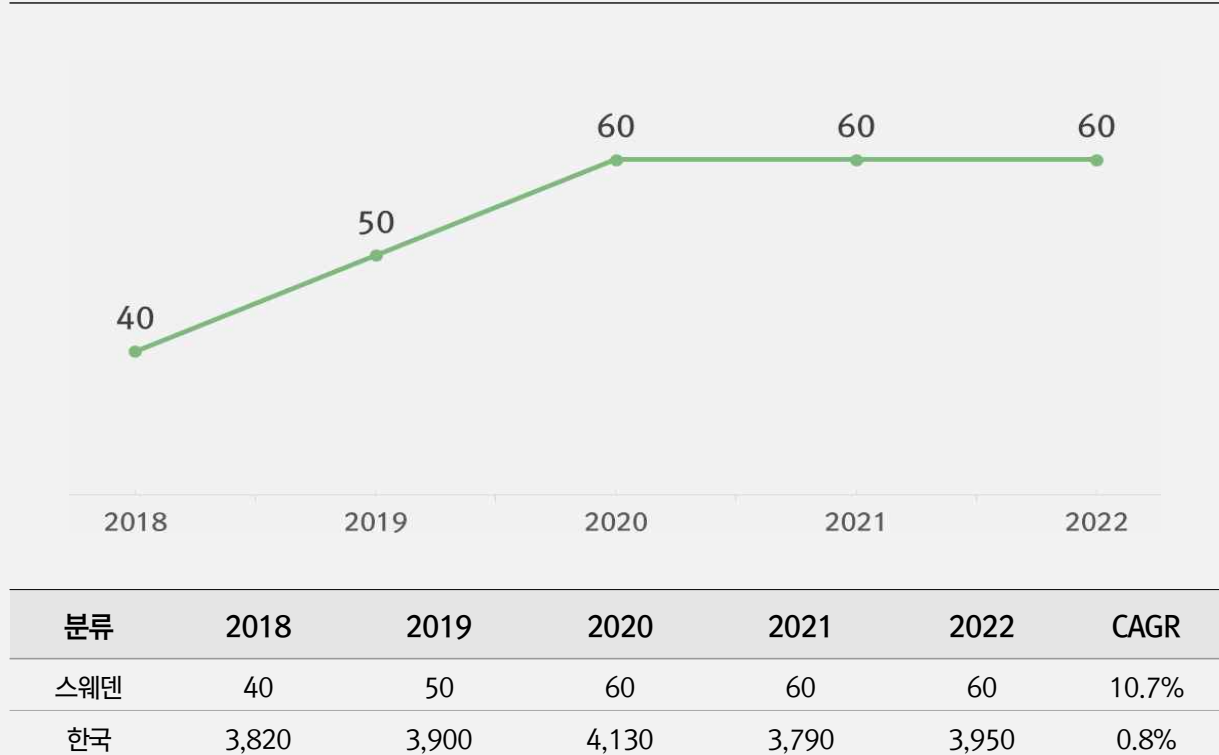
2022년 기준 스웨덴 라면 시장은 6,000만 인분 규모로 연평균 10.7% 성장함. 최근 5년(2018~22년)간 연평균성장률이 10.7%인데 비해 2019년과 2020년에는 전년 대비 각각 25%, 20%로 높은 성장을 기록했고, 2021년과 2022년은 모두 전년과 동일한 성장률을 기록함. 2022년 스웨덴 즉석식품의 총수입 시장규모가 소폭 감소한데 비해, 파스타와 라면 등 면류 수입은 전년 대비 27% 이상 증가함⁷⁾

▶ 2022년 한국 라면 시장 39.5억 인분 규모, 연평균 0.8% 성장

2022년 기준 한국의 라면 시장규모는 39.5억 인분 규모이며 향후 5년(2023~27년)간 연평균 0.8%씩 성장함. 최근 5년간 연평균성장률이 0.8%인데 비해 2020년에는 전년 대비 6% 성장하였고, 2021년에는 전년 대비 8% 하락하는 등 연도에 따른 성장률 차이가 큰 편임

[표 2.2] 스웨덴 및 한국 라면 시장규모⁸⁾⁹⁾

단위 : 백만 인분



자료: WINA(World Instant Noodles Association)

7) 자료: 해외경제 정보 Dream, 「스웨덴 즉석식품 시장동향」, 2023.07

8) 자료: WINA(World Instant Noodles Association), 「Demand Rankings」, 2023.05

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 스웨덴 라면 수입규모

라면 HS CODE

해당 장에서 라면은 HS CODE 1902.30으로 분류. HS CODE 제1902호의 품명은 파스타와 쿠스쿠스, HS CODE 1902.30-1010의 품명은 라면으로 확인

▶ 2018-22년 스웨덴 HS CODE 1902.30 對글로벌 연평균성장률 9.3%

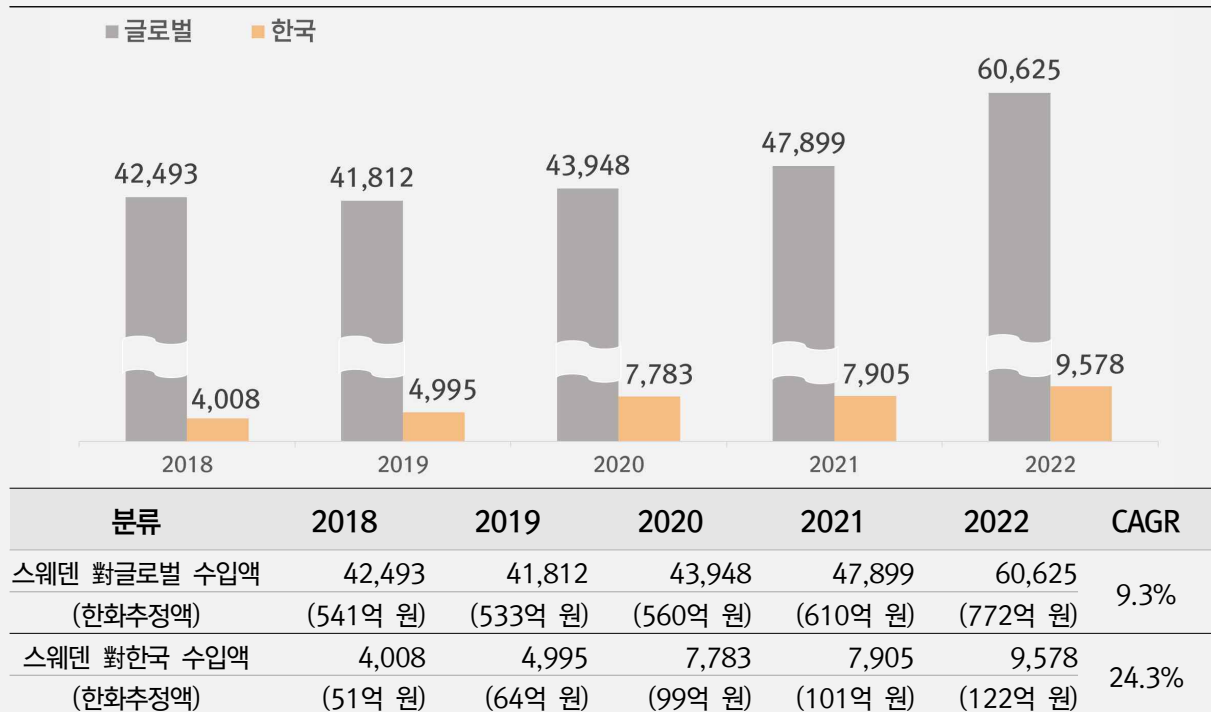
스웨덴 HS CODE 1902.30 품목인 라면의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2018-22년)간 연평균성장률 9.3%를 보이면서 2022년도에는 772억 원의 수입액을 기록함. 특히, 2022년에는 전년 대비 27%로 비교적 높은 성장을 기록함

▶ 스웨덴 내 HS CODE 1902.30 품목 수입, 한국산 상위 2위

스웨덴 내 라면의 對한국 2022년 수입액은 122억 원이며 16%의 점유율을 차지하여 수입국 상위 2위를 차지함. 2022년 기준 1위국 독일(209억 원, 27%)은 연평균성장률 4.9%를 기록했고, 3위국인 중국(91억 원, 12%)은 연평균 18.0% 증가함. 4위국은 태국(70억 원, 9%)으로 확인됨

[표 2.3] 스웨덴 HS CODE 1902.30 수입규모¹⁰⁾¹¹⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre)

10) 자료 : ITC(International Trade Centre)

11) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

4. 스웨덴 라면 단위당 수입단가

▶ 2018-22년 스웨덴 HS CODE 1902.30 對글로벌 연평균성장률 2.3%

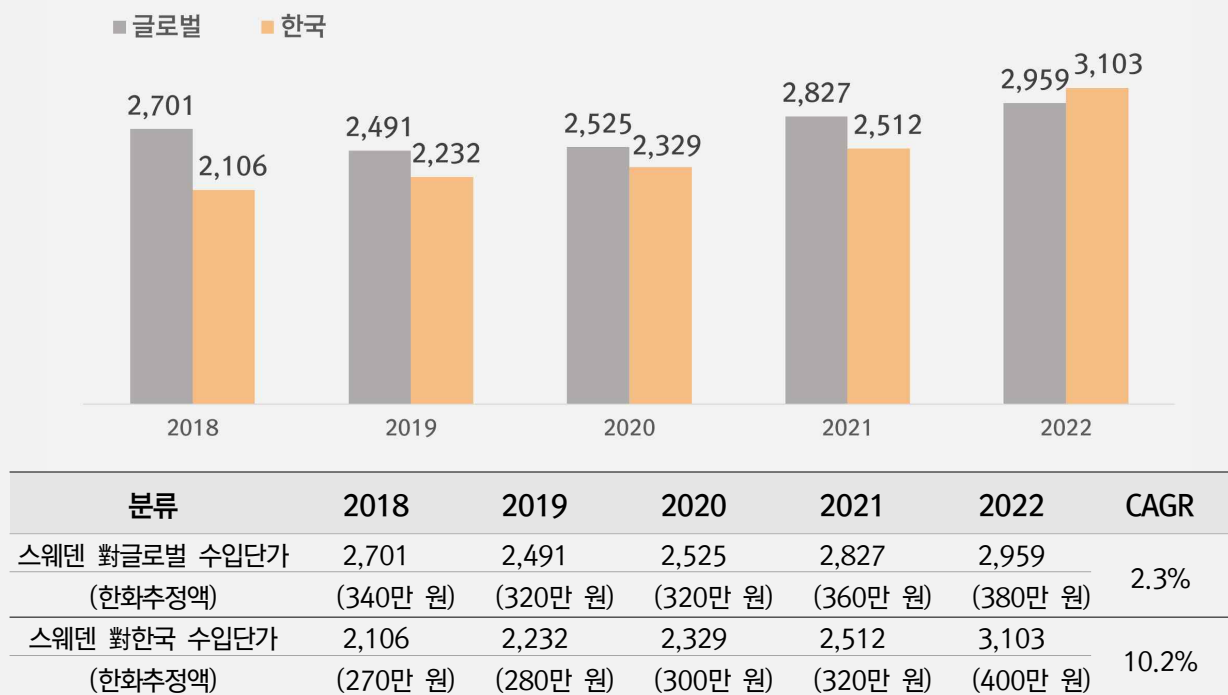
스웨덴 HS CODE 1902.30 품목의 對글로벌 단위당 수입단가는 지난 5년(2018-22년)간 연평균성장률 2.3%를 보이면서 2022년도에는 1톤당 380만 원의 수입단가를 기록함. 최근 5년간 연평균성장률이 2.3%인데 비해 2021년에는 전년 대비 12%의 비교적 높은 성장세를 기록함

▶ 스웨덴 내 HS CODE 1902.30 품목 단가, 한국산 상위 19위

최근 5년(2018-22년)간 스웨덴 내 라면의 對한국 단위당 수입단가 평균은 400만 원이며 수입국 상위 19위를 차지함. 2022년 단가 기준 1위국 노르웨이(5,230만 원)는 연평균 3.0% 하락했고, 2위국 말레이시아(1,040만 원)는 전년 대비 18% 하락한데 비해, 3위국 프랑스(1,010만 원)는 연평균 10.6% 증가함

[표 2.4] 스웨덴 HS CODE 1902.30 단위당 수입단가¹²⁾¹³⁾

단위 : 달러 / 톤



자료 : ITC(International Trade Centre)

12) 자료 : ITC(International Trade Centre)

13) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 스웨덴 온라인 주요 라면 제품

1. 스웨덴 온라인 주요 라면 제품

▶ 스웨덴 온라인매장 입점 라면 정보 수집

- 수집 키워드 : 라면(snabbnudlar, ramen 등)
- 데이터 수집원 : 스웨덴 라면 판매 온라인매장

▶ 스웨덴 온라인매장 입점 라면 특징 분석

- 제품 분석 항목 요약

No.	제품명	브랜드	원산지	종류	포장 형태	가격	중량	100g당 가격	맛
1	불닭볶음면 (Stekt ramen Nudel kryddig kyckling)	삼양 (Samyang)	한국	봉지라면	비닐 (묵음포장)	190.00크로나 (23,003원 ¹⁴⁾)	140g * 6봉	27.00크로나 (3,300원)	불닭
2	핵불닭볶음면 (Varm kyckling 2 x kryddig smak Ramen-nudlar)	삼양 (Samyang)	한국	봉지라면	비닐 (묵음포장)	214.64크로나 (25,986원)	140g * 5봉	30.66크로나 (3,712원)	핵불닭
3	치즈불닭볶음면 (Ostvariation het kyckling ramennudlar)	삼양 (Samyang)	한국	봉지라면	비닐 (묵음포장)	231.88크로나 (28,074원)	140g * 5봉	33.12크로나 (4,010원)	치즈불닭
4	크림까르보 불닭볶음면 (Cream Carbo Bulldark)	삼양 (Samyang)	한국	봉지라면	비닐 (묵음포장)	348.00크로나 (42,131원)	140g * 4봉	62.14크로나 (7,523원)	크림까르보
5	순라면 (Soppa nudel grönsak snart Veggj Ramyun)	농심 (Nongshim)	한국	봉지라면	비닐, 종이박스	447.91크로나 (54,228원)	112g * 20봉	19.96크로나 (2,417원)	채소
6	하카타 돈코츠 아카마루 신미 (Hakata Tonkotsu Akamaru Shinmi)	닛신 (Nissin)	일본	컵라면	일화용기	507.00크로나 (61,382원)	470ml * 4개	99.8크로나 (12,083원)	돈코츠
7	쇠고기맛 삼양라면 (Samyang Ramen, 4 oz enheter)	삼양 (Samyang)	한국	봉지라면	비닐	282.65크로나 (34,220원)	4oz * 20봉	12.46크로나 (1,509원)	쇠고기
8	앵그리 짜파구리 (Jjapaguri kopp ramen nudelsoppa)	농심 (Nongshim)	한국	컵라면	일화용기	344.67크로나 (41,729원)	108g * 3개	106.38크로나 (12,879원)	매운 짜장

14) 1크로나=121.07원 (2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

No.	제품명	브랜드	원산지	종류	포장 형태	가격	중량	100g당 가격	맛
9	참기름 라면 (Nissin Sesamolja snabbnudlar)	닛신 (Nissin)	싱가포르 (일본 브랜드)	봉지라면	비닐 (묵음포장)	121.00코로나 (14,649원)	100g * 10봉	12.10코로나 (1,465원)	참기름
10	팔도비빔면 (Paldo Orientalisk stil nudel - Bibim Män)	팔도 (Paldo)	한국	봉지라면	비닐 (묵음포장)	217.76코로나 (26,364원)	130g * 5봉	33.50코로나 (4,056원)	고추장 양념
11	코카 오리지널 커리 (Koka original currysmak orientalisk stil snabbnudlar)	코카 (Koka)	싱가포르	봉지라면	비닐 (묵음포장)	399.75코로나 (48,398원)	85g * 30봉	15.68코로나 (1,897원)	커리
12	신라면 김치 (Kimchi Korean Ramen Ramyum Noodles)	농심 (Nongshi m)	한국	봉지라면	비닐 (묵음포장)	140.50코로나 (17,010원)	120g * 5봉	23.42코로나 (2,835원)	김치
13	삼양라면 닭고기 맛 (Nudlar Kycklingsmak)	삼양 (Samyang)	한국	봉지라면	비닐	6.50코로나 (787원)	85g	7.65코로나 (926원)	닭고기
14	삼양라면 쇠고기 맛 (Nudlar Biff)	삼양 (Samyang)	한국	봉지라면	비닐	6.50코로나 (787원)	85g	7.65코로나 (926원)	쇠고기
15	삼양라면 매운 맛 (Nudlar Kryddstark)	삼양 (Samyang)	한국	봉지라면	비닐	6.50코로나 (787원)	85g	7.65코로나 (926원)	매운맛
16	삼양라면 오리엔탈 (Nudlar Oriental)	삼양 (Samyang)	한국	봉지라면	비닐	6.50코로나 (787원)	85g	7.65코로나 (926원)	오리엔탈
17	삼양라면 버섯 맛 (Nudlar Champinjonsmak)	삼양 (Samyang)	한국	봉지라면	비닐	6.50코로나 (787원)	85g	7.65코로나 (926원)	버섯

No.	제품명	브랜드	원산지	종류	포장 형태	가격	중량	100g당 가격	맛
18	썬얀 핫앤스파이시 (Snabbnudlar hot spicy flavour)	썬얀 (SUNYAN)	리투아니아	봉지라면	비닐	4.90코로나 (593원)	85g	7.54코로나 (913원)	매운 맛
19	썬얀 로스티드 비프 (Snabbnudlar roasted beef flavour)	썬얀 (SUNYAN)	리투아니아	봉지라면	비닐	4.90코로나 (593원)	85g	7.54코로나 (913원)	로스티드비프
20	썬얀 아시안 스타일 치킨 (Snabbnudlar chicken flavour)	썬얀 (SUNYAN)	리투아니아	봉지라면	비닐	4.90코로나 (593원)	85g	7.54코로나 (913원)	동양식 닭고기
21	썬얀 갈릭 슈림프 (Snabbnudlar garlic shrimp flavour)	썬얀 (SUNYAN)	리투아니아	봉지라면	비닐	4.90코로나 (593원)	85g	7.54코로나 (913원)	마늘 새우
22	채소 맛 라면 (Snabbnudlar Grönsakssmak)	인도미 (Indomie)	인도네시아	봉지라면	비닐 (묶음포장)	24.90코로나 (3,015원)	75g * 5봉	6.64코로나 (804원)	채소
23	쇠고기 맛 라면 (Snabbnudlar Biff)	인도미 (Indomie)	인도네시아	봉지라면	비닐 (묶음포장)	24.90코로나 (3,015원)	75g * 5봉	6.64코로나 (804원)	쇠고기
24	닭고기 맛 라면 (Snabbnudlar Kyckling)	인도미 (Indomie)	인도네시아	봉지라면	비닐 (묶음포장)	24.90코로나 (3,015원)	75g * 5봉	6.64코로나 (804원)	닭고기
25	소바 야키토리 치킨 (Soba Bag Yakitori Chicken)	닛신 (Nissin)	일본	봉지라면	비닐	15.50코로나 (1,877원)	110g	6.46코로나 (782원)	닭꼬치
26	소바 칠리 (Soba Bag Chili)	닛신 (Nissin)	일본	봉지라면	비닐	15.50코로나 (1,877원)	110g	6.46코로나 (782원)	매운 맛

No.	제품명	브랜드	원산지	종류	포장 형태	가격	중량	100g당 가격	맛
27	컵누들 워스타일 소바 야키토리 치킨 (Soba Cup Yakitori Chicken)	닛신 (Nissin)	일본	컵라면	일회용기	27.90코로나 (3,378원)	89g	31.35코로나 (3,796원)	달걀치
28	컵누들 소바 데리야끼 (Nudlar i kopp Soba Teriyaki)	닛신 (Nissin)	일본	컵라면	일회용기	27.90코로나 (3,378원)	90g	31.00코로나 (3,753원)	데리야끼
29	컵누들 소바 칠리 (Nudlar i kopp Soba med Yakisobasås Chili)	닛신 (Nissin)	일본	컵라면	일회용기	27.90코로나 (3,378원)	92g	30.33코로나 (3,672원)	매운 맛
30	컵누들 소바 클래식 (Nudlar i kopp Soba med Yakisobasås Klassisk)	닛신 (Nissin)	일본	컵라면	일회용기	27.90코로나 (3,378원)	90g	31.00코로나 (3,753원)	클래식
31	비건 라멘 미소 2입 (Vegan Ramen Miso 2-p)	구라타 (Kurata)	일본	봉지라면	비닐	54.95코로나 (6,653원)	260g	21.13코로나 (2,558원)	미소 된장
32	비건 라멘 유즈 시오 2입 (Vegan Ramen Yuzu Shio 2-p)	구라타 (Kurata)	일본	봉지라면	비닐	54.95코로나 (6,653원)	238g	23.09코로나 (2,795원)	유자 소금
33	비건 라멘 소이 2입 (Vegan Ramen Soy 2-p)	구라타 (Kurata)	일본	봉지라면	비닐	54.95코로나 (6,653원)	236g	23.28코로나 (2,818원)	간장
34	데마에 라멘 세서미 (Demae Ramen Sesame)	닛신 (Nissin)	일본	봉지라면	비닐	11.95코로나 (1,447원)	100g	11.95코로나 (1,447원)	참깨
35	데마에 라멘 스파이시 (Demae Ramen Spicy)	닛신 (Nissin)	일본	봉지라면	비닐	11.95코로나 (1,447원)	100g	11.95코로나 (1,447원)	매운 맛

구분	경쟁제품 ①	경쟁제품 ②
제품 사진		
제품명	불닭볶음면 (Stekt ramen Nudel kryddig kyckling)	핵불닭볶음면 (Varm kyckling 2 x kryddig smak Ramen-nudlar)
판매 쇼핑몰	아마존(Amazon)	아마존(Amazon)
브랜드	삼양(Samyang)	삼양(Samyang)
패키징 단위	g	g
패키징 포장형태	비닐(묶음포장)	비닐(묶음포장)
중량	140g * 6봉	140g * 5봉
맛	불닭	핵불닭

구분	경쟁제품 ③	경쟁제품 ④
제품 사진		
제품명	치즈불닭볶음면(Ostvariation het kyckling ramennudlar)	크림까르보 불닭볶음면(Cream Carbo Bulldark kryddig kyckling rostad nudelsoppa)
판매 쇼핑몰	아마존(Amazon)	아마존(Amazon)
브랜드	삼양(Samyang)	삼양(Samyang)
패키징 단위	g	g
패키징 포장형태	비닐(묶음포장)	비닐(묶음포장)
중량	140g * 5봉	140g * 4봉
맛	치즈불닭	크림까르보

구분	경쟁제품 ⑤	경쟁제품 ⑥
제품 사진		
제품명	순라면 (Soppa nudel grönsak snart Veggi Ramyun)	하카타 돈코츠 아카마루 신미 (Smaka på Hakata Tonkotsu Akamaru Shinmi)
판매 쇼핑물	아마존(Amazon)	아마존(Amazon)
브랜드	농심(Nongshim)	닛신(Nissin)
패키징 단위	g	ml
패키징 포장형태	비닐, 종이박스	일회용기
중량	112g * 20봉	470ml(127g) * 4개
맛	채소	돈코츠

구분	경쟁제품 ⑦	경쟁제품 ⑧
제품 사진		
제품명	쇠고기맛 삼양라면 (Samyang Ramen, 4 oz enheter)	앵그리 짜파구리 (Jjapaguri kopp ramen nudelsoppa)
판매 쇼핑물	아마존(Amazon)	아마존(Amazon)
브랜드	삼양(Samyang)	농심(Nongshim)
패키징 단위	oz	g
패키징 포장형태	비닐	일회용기
중량	4oz * 20봉	108g * 3개
맛	쇠고기	매운 짜장

구분	경쟁제품 ⑨	경쟁제품 ⑩
제품 사진		
제품명	참기름 라면 (Nissin Sesamolja snabbnudlar)	팔도비빔면 (Paldo Orientalisk stil nudel – Bibim Män)
판매 쇼핑몰	아마존(Amazon)	아마존(Amazon)
브랜드	닛신(Nissin)	팔도(Paldo)
패키징 단위	g	g
패키징 포장형태	비닐(묶음포장)	비닐(묶음포장)
중량	100g * 10봉	130g * 5봉
맛	참기름	고추장 양념

구분	경쟁제품 ⑪	경쟁제품 ⑫
제품 사진		
제품명	코카 오리지널 커리 (Koka original currysamak orientalisk stil snabbnudlar)	신라면 김치 (Kimchi Korean Ramen Ramyum Noodles)
판매 쇼핑몰	아마존(Amazon)	아마존(Amazon)
브랜드	코카(KoKa)	농심(Nongshim)
패키징 단위	g	g
패키징 포장형태	비닐(묶음포장)	비닐(묶음포장)
중량	85g * 30봉	120g * 5봉
맛	커리	김치

구분	경쟁제품 ⑬	경쟁제품 ⑭
제품 사진		
제품명	삼양라면 닭고기맛 (Nudlar Kycklingsmak)	삼양라면 쇠고기맛 (Nudlar Biff)
판매 쇼핑몰	ICA 한들라(ICA Handla)	ICA 한들라(ICA Handla)
브랜드	삼양(Samyang)	삼양(Samyang)
패키징 단위	g	g
패키징 포장형태	비닐	비닐
중량	85g	85g
맛	닭고기	쇠고기

구분	경쟁제품 ⑮	경쟁제품 ⑯
제품 사진		
제품명	삼양라면 매운 맛 (Nudlar Kryddstark)	삼양라면 오리엔탈 (Nudlar Oriental)
판매 쇼핑몰	ICA 한들라(ICA Handla)	ICA 한들라(ICA Handla)
브랜드	삼양(Samyang)	삼양(Samyang)
패키징 단위	g	g
패키징 포장형태	비닐	비닐
중량	85g	85g
맛	매운맛	오리엔탈

구분	경쟁제품 ⑰	경쟁제품 ⑱
제품 사진		
제품명	삼양라면 버섯 맛 (Nudlar Champinjonsmak)	쑀얀 핫앤스파이시 (Snabbnudlar hot spicy flavour)
판매 쇼핑몰	ICA 한들라(ICA Handla)	ICA 한들라(ICA Handla)
브랜드	삼양(Samyang)	쑀얀(SUNYAN)
패키징 단위	g	g
패키징 포장형태	비닐	비닐
중량	85g	65g
맛	버섯	핫앤스파이시

구분	경쟁제품 ⑲	경쟁제품 ⑳
제품 사진		
제품명	쑀얀 로스티드 비프 (Snabbnudlar roasted beef flavour)	쑀얀 아시안 스타일 치킨 (Snabbnudlar chicken flavour)
판매 쇼핑몰	ICA 한들라(ICA Handla)	ICA 한들라(ICA Handla)
브랜드	쑀얀(SUNYAN)	쑀얀(SUNYAN)
패키징 단위	g	g
패키징 포장형태	비닐	비닐
중량	65g	65g
맛	로스트 비프	동양식 닭고기

구분	경쟁제품 ②①	경쟁제품 ②②
제품 사진		
제품명	썬얀 갈릭 슈림프 (Snabbnudlar garlic shrimp flavour)	채소 맛 라면 (Snabbnudlar Grönsakssmak)
판매 쇼핑물	ICA 한들라(ICA Handla)	ICA 한들라(ICA Handla)
브랜드	썬얀(SUNYAN)	인도미(Indomie)
패키징 단위	g	g
패키징 포장형태	비닐	비닐(묶음포장)
중량	65g	75g * 5봉
맛	마늘 새우	채소

구분	경쟁제품 ②③	경쟁제품 ②④
제품 사진		
제품명	쇠고기 맛 라면 (Snabbnudlar Biff)	닭고기 맛 라면 (Snabbnudlar Kyckling)
판매 쇼핑물	ICA 한들라(ICA Handla)	ICA 한들라(ICA Handla)
브랜드	인도미(Indomie)	인도미(Indomie)
패키징 단위	g	g
패키징 포장형태	비닐(묶음포장)	비닐(묶음포장)
중량	75g * 5봉	75g * 5봉
맛	쇠고기	닭고기

구분	경쟁제품 ②⑤	경쟁제품 ②⑥
제품 사진		
제품명	소바 야키토리 치킨 (Soba Bag Yakitori Chicken)	소바 칠리 (Soba Bag Chili)
판매 쇼핑몰	ICA 한들라(ICA Handla)	ICA 한들라(ICA Handla)
브랜드	닛신(Nissin)	닛신(Nissin)
패키징 단위	g	g
패키징 포장형태	비닐	비닐
중량	110g	110g
맛	닭꼬치	매운 맛

구분	경쟁제품 ②⑦	경쟁제품 ②⑧
제품 사진		
제품명	컵누들 소바 야키토리 치킨 (Soba Cup Yakitori Chicken)	컵누들 소바 데리야끼 (Nudlar i kopp Soba Teriyaki)
판매 쇼핑몰	ICA 한들라(ICA Handla)	ICA 한들라(ICA Handla)
브랜드	닛신(Nissin)	닛신(Nissin)
패키징 단위	g	g
패키징 포장형태	일회용기	일회용기
중량	89g	90g
맛	닭꼬치	데리야끼

구분	경쟁제품 ②⑨	경쟁제품 ③⑩
제품 사진		
제품명	컵누들 소바 칠리 (Nudlar i kopp Soba med Yakisobasås Chili)	컵누들 소바 클래식 (Nudlar i kopp Soba med Yakisobasås Klassisk)
판매 쇼핑몰	ICA 한들라(ICA Handla)	ICA 한들라(ICA Handla)
브랜드	닛신(Nissin)	닛신(Nissin)
패키징 단위	g	g
패키징 포장형태	일회용기	일회용기
중량	92g	90g
맛	매운 맛	클래식

구분	경쟁제품 ③⑪	경쟁제품 ③⑫
제품 사진		
제품명	비건 라멘 미소 2입 (Vegan Ramen Miso 2-p)	비건 라멘 유즈 시오 2입 (Vegan Ramen Yuzu Shio 2-p)
판매 쇼핑몰	마템(Mathem)	마템(Mathem)
브랜드	구라타(Kurata)	구라타(Kurata)
패키징 단위	g	g
패키징 포장형태	비닐	비닐
중량	260g	238g
맛	미소 된장	유자 소금

구분	경쟁제품 ㉓	경쟁제품 ㉔
제품 사진		
제품명	비건 라멘 소이 2입 (Vegan Ramen Soy 2-p)	데마에 라멘 세서미 (Demae Ramen Sesame)
판매 쇼핑몰	마템(Mathem)	ICA 한들라(ICA Handla)
브랜드	구라타(Kurata)	닛신(Nissin)
패키징 단위	g	g
패키징 포장형태	비닐	비닐
중량	236g	100g
맛	간장	참깨

구분	경쟁제품 ㉕
제품 사진	
제품명	데마에 라멘 스파이시 (Demae Ramen Spicy)
판매 쇼핑몰	ICA 한들라(ICA Handla)
브랜드	닛신(Nissin)
패키징 단위	g
패키징 포장형태	비닐
중량	100g
맛	매운 맛

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



1. 스웨덴 라면 유통채널 점유율
2. 스웨덴 라면 주요 유통채널

1. 스웨덴 라면 유통채널 점유율

▶ 스웨덴 라면 유통채널, ‘전통 식료품점’이 우세

2021년 기준 스웨덴 내에서 라면을 비롯한 식품 유통채널 중 ‘전통 식료품점’이 54%의 점유율로 1위를 차지함. 반면, 2023년 기준 한국은 해당 채널을 통해 6%의 매우 적은 비중을 차지함. 이어서 스웨덴에서 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’은 27%의 점유율로 2위를 기록했으며, 한국은 해당 채널을 통해 48%의 비중으로 유통이 이루어짐을 확인함. 이외에도 스웨덴 내 ‘기타 현대적 채널’은 19%의 점유율로 라면을 비롯한 식품 유통채널 3위를 기록하였으며, 한국은 12%의 비중을 차지함. 스웨덴 내에서는 ‘전통 식료품점’, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’과 같이 오프라인 매장을 통한 유통이 활발하게 이루어진다는 점에서, 온라인보다는 오프라인 매장을 통한 진출 전략이 필요함

[표 4.1] 스웨덴 및 한국 식품 소매유통채널 점유율 비교



스웨덴 및 한국 식품 소매유통채널 점유율 비교¹⁵⁾¹⁶⁾¹⁷⁾

스웨덴 점유율	유형	한국 점유율
54%	전통 식료품점	6%
27%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	48%
19%	기타 현대적 채널	12%
(-)	기타 ¹⁸⁾	34%

자료: 악스푸드(Axfood), 칸타(Kantar)

15) '라면'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '식품(Food)', '일용소비재(FMCG)'의 정보를 확인함

16) 자료: 악스푸드(Axfood), 「The Swedish food retail market」

17) 자료: 칸타(Kantar), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023.07

18) 온라인(Internet), 무점포 소매(Non-Store) 등을 포함함

2. 스웨덴 라면 주요 유통채널 ① 아이씨에이

기업 기본 정보	기업명	아이씨에이(ICA)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.ica.se	
	위치	스웨덴 전역	
	규모	매출액('22) • 1,360억 크로나(16조 4,655억 원 ¹⁹⁾ 기타 규모 • 매장 수('23): 1,283개	
기업 요약		• 북유럽 국가의 소매체인 중 2위 규모의 소매 체인 브랜드 • 다양한 종류의 식료품을 취급하는 대형 슈퍼마켓으로, 매장 내 약국, 우체국 서비스 이용 가능함 • 모기업 아이씨에이그룹(ICA Gruppen)이 자체 은행 아이씨에이뱅크(ICA Banken)를 소유하고 있어 매장 내 금융 서비스 이용 가능함 • 일부 매장에서는 온라인으로 구매 후 매장 내 픽업 서비스 이용 가능	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 즉석식품, 건면류, 향신료, 생활용품 등	
	선호 제품	• 국제표준 및 영국 소매 컨소시엄 식품 인증을 취득한 제품, 품질이 보증된 식품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 하단의 'Kontakta oss' 클릭 - 해당 페이지 하단 'MEJLA' 항목 아래에 'Skicka mejl' 클릭 - 자체 문의 양식 작성 (www.ica.se/kundservice/fraga-ica) - 페이지 하단 'Jag vill ställa en fråga eller lämna synpunkter om' 카테고리에서 'Övriga frågor' 선택 - 필수 입력 정보 ① 담당자 정보 (담당자명, 이메일 주소, 주소, 전화번호) ② 문의 내용 • 유선 전화를 통한 입점 문의 - 전화번호: +46-8-56-15-00-00	

자료: 아이씨에이(ICA)

사진자료: 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News), 아이씨에이(ICA)

19) 1크로나=121.07원 (2023.08.01., KEB하나은행 매매기준율 기준)

2. 스웨덴 라면 주요 유통채널 ② 스나브그로스

기업 기본 정보	기업명	스나브그로스(Snabbgross)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.snabbgross.se		
	위치	스웨덴 전역		
	규모	매출액('23)	• 47억 2,700만 크로나(5,723억 원) ²⁰⁾	
		기타 규모	• 매장 수('22): 29개 • 직원 수('22): 524명	
기업 요약	• 1897년 창립되어, 2018년 스나브그로스(Snabbgross)는 모기업인 악스푸드(AxFood) 내에서 독립 회사로 운영 중 • 그룹에 속한 매장들은 2022년 스웨덴 식품 소매 시장의 약 21%를 점유함 • 약 12,000개의 다양한 품목을 보유한 스웨덴 최고의 레스토랑 도매업체 • 식품 서비스 운영자, 피자 가게, 패스트푸드 판매점 등 비즈니스 고객을 위한 하이퍼마켓/슈퍼마켓임 • 오프라인 매장과 온라인 매장에서도 물품 구매 가능			



매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 즉석식품, 베이커리, 면류, 향신료, 소스류, 생활용품 등	
	선호 제품	• 지속 가능성, 기업 윤리, 품질을 갖춘 기업의 제품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 그룹 홈페이지를 통한 입점 문의 - 그룹 홈페이지 상단의 ‘Contact’ 클릭 (www.axfood.com/contact/suppliers/become-a-supplier) - 입력 내용 ① 입점 희망 기업 정보 (회사명, 기업 식별 번호, 홈페이지 주소, 주소, 도시, 국가) ② 담당자 정보 (담당자명, 이메일 주소, 전화번호) ③ 기업 및 제품에 대한 정보 (기업 분류, 제품 종류 등) ④ 배송 및 식품 인증 정보 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +46-8-553-99-000 (Axfood)
-------------	---------------------	--

자료: 스나브그로스(Snabbgross)

사진 자료: 구글맵(GoogleMaps)

2. 스웨덴 라면 주요 유통채널 ③ 쿵

기업 기본 정보	기업명	쿵(Coop)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.coop.se		
	위치	스웨덴 전역		
	규모	매출액('20)	• 326억 크로나(3조 9,469억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('23): 약 800개	
기업 요약	• 2002년 설립되었으며, 스웨덴, 노르웨이, 덴마크의 소비자 협동조합이 소유했던 스웨덴 유한회사 • 쿵 마스터카드(Coop Mastercard), 쿵 مات콘토(Coop Matkonto) 등의 신용카드 서비스를 제공하여 쿵 매장 및 온라인 쇼핑몰에서 포인트 적립 및 이용내역 추적이 가능하도록 함 • 오프라인 시장 및 추가 비용 없이 도매할 수 있는 온라인 매장도 운영 • 졸업식, 저녁식사 등의 특별한 날 케이터링 서비스 신청 가능			

매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 즉석식품, 베이커리, 면류, 향신료, 소스류, 생활용품 등	
	선호 제품	• 지속 가능성, 기업 윤리, 품질을 갖춘 기업의 제품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 – 페이지 하단 ‘Kontakta oss’ 클릭 – 해당 페이지 하단의 ‘Skicka e-post’ 클릭 (www.coop.se/coop-kundservice) – 담당자 정보(담당자명, 이메일 주소) – 문의 내용(문의 카테고리, 문의 상세 내용) • 문의사항 연락처 – 전화번호: +46-10-742-00-00
-------------	---------------------	--

자료: 쿵(Coop)

사진자료: 아이티서플라이체인(IT Supply Chain), 리테일인사이트네트워크(Retail Insight Network)

20) 2023년 1분기 악스푸드(Axfood) 그룹 소매 매출액

2. 스웨덴 라면 주요 유통채널 ④ 리들

기업 기본 정보	기업명	리들(Lidl)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.lidl.se	
	위치	스웨덴 전역	
	규모	매출액('21) • 142억 크로나(1조 7,192억 원) 기타 규모 • 매장 수('23): 205개 • 직원 수('23): 5,600명	
기업 요약		1973년 독일에서 첫 매장을 설립함 - 독일 넥카줄름(Neckarsulm)에 본사를 둔 식료품 체인 기업으로, 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓과는 다른 포맷의 '하드 할인점(Hard Discounters)' 형태의 소매 체인 브랜드를 운영하고 있음 - 자체 브랜드 SILVERCREST, lupilu, CRIVIT, LIVARNO home, Playtive, PARKSIDE를 취급하고 있음	
매장정보	입점 가능 품목	• 수입식품, 향신료, 면류, 가공식품, 스낵류, 음료류 등	
	선호 제품	• 유기농 제품, 식품 인증을 취득한 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 입점 신청 - 홈페이지 상단 우측 'Kontakta oss' 클릭 - 해당 페이지의 'Hjälp teman' 카테고리에 'Leverantörer/Sponsring' 클릭 - 자체 공급업체 신청 양식 작성 (kundportal.lidl.se/SelfServiceSE/s/suppliercontactsupport) - 입력 정보 ① 담당자 정보 (담당자명, 전화번호, 직책, 이메일 주소) ② 기업 정보 (업체명, 소재지, 소재 국가, 홈페이지 주소, 제품 생산지, 식품 인증 등) ③ 제품 정보 (제품명, 제품 카테고리, 배송 국가, 참고 자료 등) - 문의사항 연락처 - 전화번호: +46-20-19-08-070	

자료: 리들(Lidl)

사진자료: 테크에이치큐(TechHQ), 비알이그룹(BRE Group)

2. 스웨덴 라면 주요 유통채널 ⑤ 시티그로스

기업 기본 정보	기업명	시티그로스(City Gross)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.citygross.se		
	위치	스웨덴 전역		
	규모	순매출액('22)	• 99억 2,438만 크로나(1조 2,015억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('23): 41개	
기업 요약	• 베리엔달스(Bergendahls) 그룹의 자회사로, 1993년 설립된 식품 체인 브랜드 • 오프라인 매장 및 온라인 쇼핑몰을 함께 운영하고 있음 • 브랜드 파워가 높은 상품부터 저가 상품까지 다양한 가격대의 품목을 취급하고 있음 • 사전 주문을 통해 케이터링 서비스 제공 • 신청 시, 매주 또는 격주로 '식료품 가방(Våra matkassar)'을 통한 장보기 서비스 제공			

매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 소스류, 향신료, 면류, 가공식품, 스낵류, 음료류 등	
	선호 제품	• 유기농 제품, 식품 인증을 취득한 제품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 하단 메뉴에서 'Frågor & svar'클릭 - 해당 페이지에서 'KONTAKTA OSS' 클릭하여 양식 작성 (www.citygross.se/kundservice) - 입력 정보 ① 담당자 정보 (담당자 이름, 전화번호, 이메일 주소) ② 문의 내용 (입점 문의 내용) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +46-42-16-89-00 - 이메일: kundservice@citygross.se
-------------	---------------------	--

자료: 시티그로스(City Gross)

사진자료: 시티그로스(City Gross), 블링크더디자인에이전시(Blink the Design Agency)

2. 스웨덴 라면 주요 유통채널 ⑥ 세븐일레븐 스웨덴

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐 스웨덴(7-Eleven Sweden)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	7-eleven.se		
	위치	스웨덴 전역		
	규모	매출액('22)	• 860억 8,300만 달러(109조 6,525억 원 ²¹⁾) ²²⁾	
		기타 규모	• 매장 수('23): 약 90개	
기업 요약	- 전 세계 약 56,000개의 매장을 보유한 세계 최대 규모의 편의점 체인 브랜드 2005년부터 세븐앤아이홀딩스(Seven & I Holdings Co.)의 소유가 되어 일본 도쿄에 본사를 두고 있음 1984년 스웨덴 스톡홀름(Stockholm)에서 첫 매장을 설립함 - 기차와 버스 티켓 예약 및 구매, 현금카드 충전, 택배 서비스 등을 제공 - 일부 매장에서 피카델리(Picadeli)의 건강한 샐러드를 직접 제조 가능 - 커피류는 머그잔을 가져오거나 학생 또는 육아 휴직자를 대상으로 할인 제공			
매장정보	입점 가능 품목	• 커피, 음료류, 스낵류, 가공식품, 식사대용식품, 면류, 즉석식품 등		
	선호 제품	• 식사대용식품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 유선연락 및 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그) - 문의사항 연락처 - 전화번호: +46-86-49-00-18 - 이메일(음식/커피류 공급 담당자): lorance.ljungqvist@reitanconvenience.se		

자료: 세븐일레븐 스웨덴(7-Eleven Sweden)

사진자료: 스웨다비아(Swedavia), 세븐일레븐 스웨덴(7-Eleven Sweden)

2. 스웨덴 라면 주요 유통채널 ⑦ 다이렉텐

기업 기본 정보	기업명	다이렉텐(Direkten)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	direkten.se	
	위치	스웨덴 전역	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 174개	
	기업 요약	• 1997년 설립된 스웨덴의 편의점 체인 • 개별 점주가 소비자 수요 및 필요에 따라 매장에서 취급하는 제품의 구색을 결정할 수 있는 시스템 • 극장 티켓, 결제 서비스 등 현지 기반 서비스 제공 • 각 지점의 주인이 지역의 특색에 맞도록 상품을 선택할 수 있어, 지역별로 상품이 상이함 • 스웨덴 전역에 174개의 다이렉텐(Direkten)매장이 있으며, 141개의 지역 상점과 체인 연결되어 있음	

Direkten

매장정보	입점 가능 품목	• 커피, 음료류, 스낵류, 가공식품, 식사대용식품, 면류, 즉석식품 등	
	선호 제품	• 편리성을 갖춘 식품, 식사대용식품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선연락 및 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +48-8-531-713-20 - 이메일: info@direkten.se
-------------	---------------------	---

자료: 다이렉텐(Direkten)

사진자료: 포스퀘어(Foursquare), 컨비니언스스토어스웨덴(Convenience Stores Sweden)

21) 1달러=1,273.80원 (2023.08.01., KEB하나은행 매매기준율 기준)

22) 전세계 매출액

2. 스웨덴 라면 주요 유통채널 ⑧ 씨클케이

기업 기본 정보	기업명	씨클케이(Circle K)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.circlek.se	
	위치	스웨덴 전역	
	규모	총이익('22) • 39억 9,600만 크로나(4,838억 원) 기타 규모 • 매장 수('23): 760개	
기업 요약	• 캐나다의 기업 알리멘테이션 카우치타드(Alimentation Couche-Tard)에 소속된 편의점 및 주유소 브랜드 • 북미와 여러 아시아, 유럽 국가 9개국에 걸쳐 진출한 글로벌 기업 • 2016년에 스웨덴에 진출함 • 주유, 렌터카 및 트레일러 대여, 세탁 등 다양한 서비스를 제공하고 있음 • 씨클케이 마스터카드 사용 시 적립금 및 주유비 할인 혜택을 제공함 • 당일 판매되지 않은 식품을 1/3 가격에 판매하는 투굿투고(Too Good To Go)와 파트너십을 맺어 샐러드, 샌드위치 등의 제품을 한 상자에 39크로나에 판매함		
매장정보	입점 가능 품목	• 즉석식품, 가공식품, 스낵류, 간편식, 패스트푸드, 커피, 비건 식품 등	
	선호 제품	• 이동 시에 섭취하기 편리한 식품 및 즉석음식	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 상단 우측 메뉴 'KUNDSERVICE' 클릭 - 해당 페이지 하단 'SKRIV TILL OSS' 클릭 후 'ÖVRIGA ÄRENDET' 선택 - 입력 정보 ① 담당자 정보(담당자명, 이메일 주소, 전화번호) ② 문의 내용 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +46-8-429-63-00	

자료: 씨클케이(Circle K)

사진자료: 씨에스피데일리뉴스(CSP Daily News), 컨비니언스스토어스웨덴(Convenience Stores Sweden)

2. 스웨덴 라면 주요 유통채널 ⑨ 마템

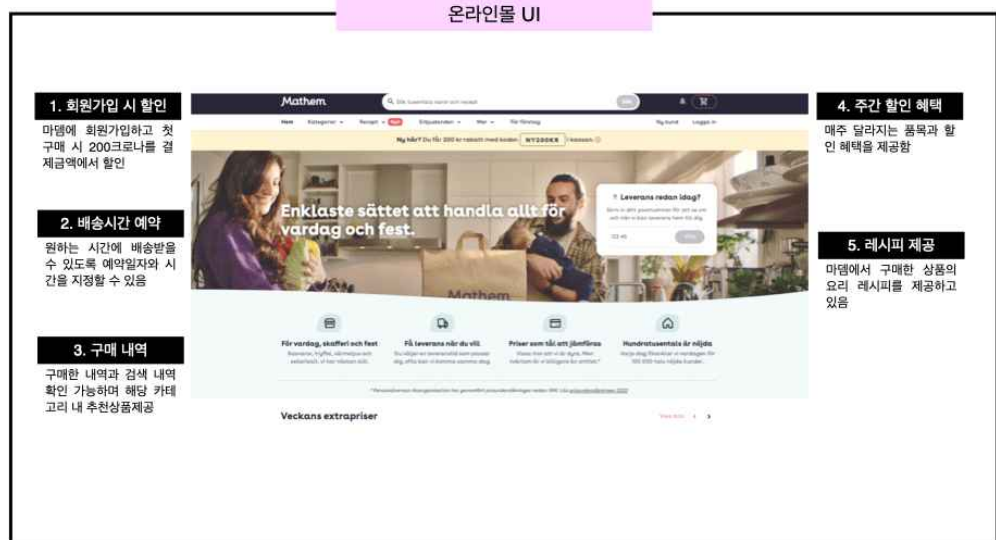
기업 기본 정보	기업명	마템(Mathem)	
	기업구분	인터넷 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.mathem.se	
	규모	매출액('19)	
		기타 규모	
기업 기본 정보	기업 요약	• 2억 3,270만 달러(2,964억 원)	
		• 방문횟수(최근 1개월): 190만 회	
		• 2006년 설립되어 현재 스웨덴 스톡홀름(Stockholm)에 본사가 위치한 전자 상거래 기업	
		• 스톡홀름(Stockholm), 예테보리(Göteborg), 말뫼(Malmö)에 자체 물류 창고 마련	
		• 기본적인 식료품 품목부터 희소한 품목까지 다양한 품목 구색을 구비하고 있음	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드 ²³⁾	삼양, 쿠라타(Kurata), 닛신(Nissin)
		해외 판매	일부 국가로의 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	신규 가입 시 할인 쿠폰 제공, 위클리 세일, 신상품 프로모션 등 다양한 상시 프로모션 시행		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 이메일을 통한 입점 문의 - 홈페이지 하단 우측 'För leverantör' 클릭 (www.mathem.se/om-mathem/leverantorsinformation) 'Avisering till Mathem' 하단 'Ladda ner aviseringsmall' 클릭하여 신청 양식 다운로드 - 이메일을 통해 작성된 양식 전송 - 문의사항 연락처 - 이메일: sortiment@mathem.se	

자료: 마템(Mathem), 볼락스팩타(Bolagsfakta)

사진 자료: 마템(Mathem)

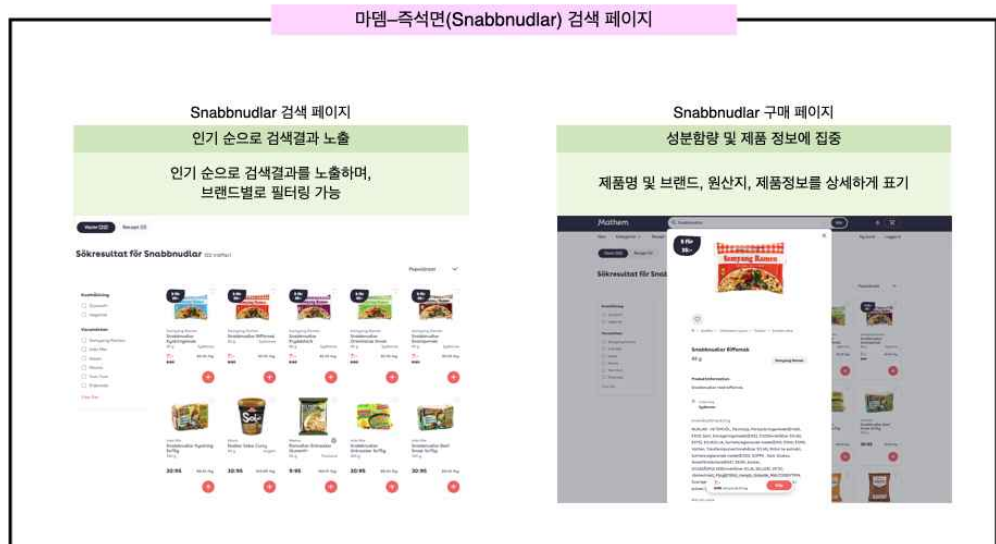
23) 라면(Ramen)의 검색 시 관련성이 적은 품목이 많아 즉석면(bbnudlar)으로 검색함

온라인몰 UI ①



위클리 세일, 테마별 기획 상품, 인기상품, 상품을 활용한 레시피 안내

온라인몰 UI ②



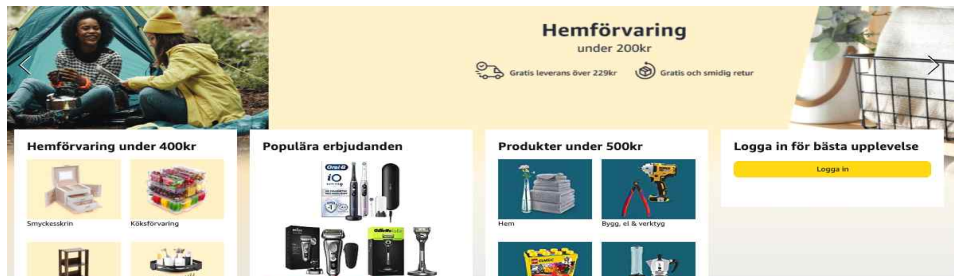
인기순으로 상품을 기본 정렬하고 있으며,
검색 결과에서 바로 확인 가능하도록 브랜드 및 원산지를 우선적으로 표기

자료: 마템(Mathem)
사진 자료: 마템(Mathem)

2. 스웨덴 라면 주요 유통채널 ⑩ 아마존 스웨덴

기업 기본 정보	기업명	아마존 스웨덴(Amazon Sweden)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰		
	홈페이지	www.amazon.se		
	규모	매출액('21)	4억 2,950만 달러(547억 원)	
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 1,800만 회	
기업 요약	• 1994년 미국 워싱턴에 설립된 전 세계적인 이커머스 기업 • 2020년 스웨덴으로 서비스 진출 • 30개 이상의 카테고리에 걸쳐 1억 5,000만 개의 제품 판매 중 • 229코로나 이상 주문 시, 무료 배송 가능			

매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	코카(Koka), 닛신(Nissin), 삼양 등
		해외 판매	해외 판매 일부 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보			
	플래시 딜, 아마존 스마트홈 특별관, 후불제 등의 다양한 프로모션 상시 제공		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 및 문의 - 홈페이지 하단 ‘Sälj på Amazon’ 클릭 후 ‘Registrera dig’ 클릭 - 아마존 스웨덴 웹사이트 회원가입 혹은 로그인 - 등록 시 필요한 정보 ① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일 등) ② 결제 정보 (신용카드 정보) ③ 공급 제품 정보 (제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량 등) • 평가 기준 - 아마존 행동 강령 준수 - 아마존 PB 브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증
-------------	---------------------	--

자료: 아마존 스웨덴(Amazon Sweden), 스탯ISTA(Statista)

사진 자료: 아마존 스웨덴(Amazon Sweden)

온라인몰 UI ①



인기상품을 홈페이지 상단에 게시하며, 상시 프로모션 홈페이지 상단 게시
스웨덴어, 영어 2개 언어 지원

온라인몰 UI ②



카테고리별, 평점별, 브랜드별로 필터링하여 검색 가능
원하는 가격대를 지정하여 검색할 수 있음

자료: 아마존 스웨덴(Amazon Sweden)
사진 자료: 아마존 스웨덴(Amazon Sweden)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



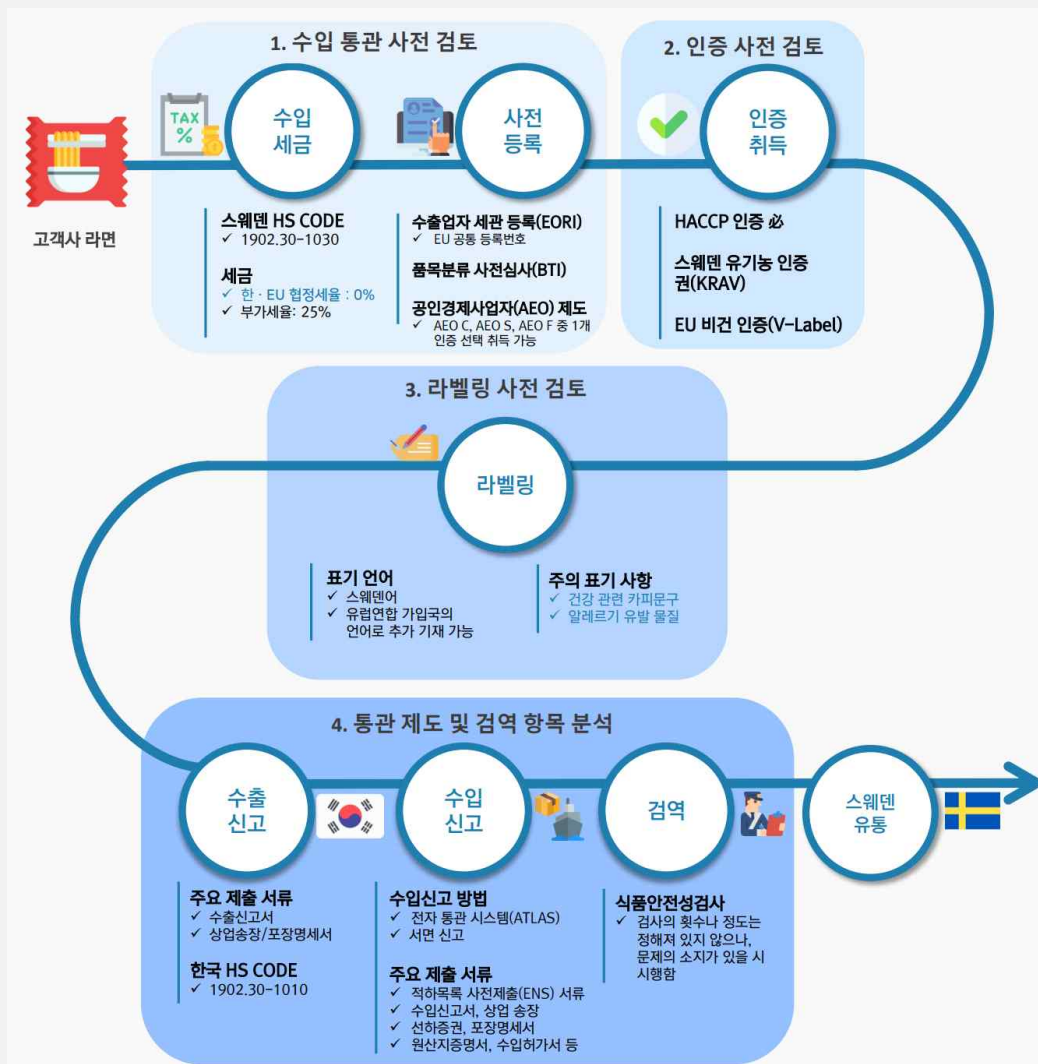
1. 스웨덴 라면 통관 및 검역 절차
2. 스웨덴 라면 품질 인증
3. 스웨덴 라면 라벨링
4. 스웨덴 라면 성분 및 유해물질

1. 스웨덴 라면 통관 및 검역 절차²⁴⁾

▶ 스웨덴 라면 수출 시 통관 및 검역 주요사항

스웨덴은 한국과 한·EU(EU: European Union) FTA를 맺고 있음. 스웨덴으로 라면 수출 시, HS CODE는 1902.30-1030으로 FTA 협정세율인 0%가 적용됨. 또한, EU 회원국마다 부과되는 부가세 세율이 모두 상이하며, 스웨덴은 규정에 따라 대부분 품목에 25%의 표준 세율을 부과함. 한편, EU 식품 위생 규정, 라벨링, 통관 검역 등에 관한 규정이 강화 추세이므로 현지 긴급 검역, 통관 지연 등을 방지하기 위해 수출 전 철저한 규정 숙지와 준비가 필요함

[표 5.1] 스웨덴 라면 통관 검역 절차



자료: 관세청, EU 법령포털(EUR-LEX)

24) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

▶ 스웨덴 라면, 직접 통관 진행 시 EORI 번호 발급 必

일반 가공식품 수출 시, 수출입업자, 운송업체 또는 세관 대리인은 모두 EU 공동의 세관등록번호(EORI Number: Economic Operators Registration and Identification Number)를 취득하여 사용해야 함. 한 EU 국가에서 발급된 등록번호는 EU 공통 등록번호로 다른 EU 국가에서도 사용 가능함. 고객사가 스웨덴으로 라면 수출 시 직접 통관을 하려는 경우, 한국이 비EU 회원국이기 때문에 스웨덴의 세관 당국에 EORI 번호 할당을 요청해야 함²⁵⁾

[표 5.2] 유럽연합 경제사업자 등록 및 식별번호(EORI)

번호명	EORI	발급 성격	EU 내 수출입업체 식별번호
양식	국가코드 2자리 + SIRET 번호	발급 기관	해당 국가 관세 당국 또는 유럽연합 관세 당국
신청 절차	- 스웨덴 관세청 사이트(www.tullverket.se)에서 web form을 통해 온라인으로 신청 가능 - 신청 받은 서류를 심사하여 EORI 발급		
소요기간	- 신청 완료 시점으로부터 최대 30일 - EORI 번호는 EU 회원국 통합이기 때문에 EU 국가 중 어느 한 국가에서 발급받은 경우 그 번호가 계속 유효하며 중복신청이 불가함		

자료: 유럽연합 집행위원회, 스웨덴 관세청

25) 유럽연합 집행위원회, 경제사업자 등록 및 식별번호(EORI)

▶ 스웨덴 라면, 품목분류 사전심사 신청 가능

스웨덴으로 라면 수출 시, 해당 제품의 정확한 품목분류를 위해 품목분류 사전심사(BTI: Binding Tariff Information)를 진행할 수 있음. 해당 사전심사의 경우, 수입을 진행하는 과정에서 필수적으로 부과되는 심사는 아니며, 적정 관세부과, 기타 수입 관련 규제 파악 등을 위해 수입 물품의 정확한 관세율표상 분류를 세관 당국에 사전 신청하여 그 결정을 받는 제도임. 또한, 해당 결정은 EU 역내국에서 3년간 유효한 것으로 통용됨

[표 5.3] 스페인 BTI 품목분류 사전심사

적용 규제	(EU) No 952/2013 규정에 대한 추가 규정 'COMMISSION DELEGATED REGULATION (EU) 2016/341'
심사 기관	- 통관을 진행하고자 하는 국가의 세관 - 현지에 사무실 또는 법인이 설립되어 있는 경우, 통관 절차가 진행되는 국가와 관계없이 해당 기업의 법인이 설립되어 있는 국가의 세관
신청 서류	- BTI 신청 서류(서면 또는 트레이드 포털 통해 신청) - 여러 개의 제품인 경우, 각각의 제품 타입별로 별도 신청 - 이미지, 샘플(가능한 경우)을 포함한 자세한 제품 정보 기재 - 제공되는 정보는 정확하고 완전한 정보일 것
비용	무료 (단, 번역, 전문가 자문 등이 진행되는 경우, 해당 비용은 신청자에게 청구)

자료: 유럽연합 집행위원회, 스웨덴 관세청

▶ 스웨덴 라면, 국내 수출업체 AEO 등록 시 통관 혜택 多

공인경제사업자(AEO: Authorized Economic Operator)란 ‘수출입안전관리 우수공인업체’라는 뜻으로, 수출입기업, 운송인, 창고업자 등 무역과 관련된 기업 중에서 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등을 심사하여 공인한 기업을 의미함. AEO 기업에 대해서는 신속통관, 세관검사 면제 등 통관 절차상의 다양한 혜택을 부여하는 동시에, 사회 안전과 국민건강을 위협할 수 있는 물품의 반입을 차단하려는 것이 제도의 핵심임. AEO 기업에는 물품 검사비율이 축소되고, 서류 제출이 생략되어 물류 흐름이 원활해짐. 또한, 각종 관세조사의 원칙적 면제, 수입 신고 시 담보 생략으로 인한 자금부담 완화 등 다양한 혜택이 있음. 스웨덴의 경우 AEO 제도 시행국가로 우리 수출 물품이 상대국 수입통관 시 검사 생략, 검사 선별 시 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음

[표 5.4] 수출입안전관리 우수공인업체(AEO) 제도 정보

정의	수출입기업, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 기업 중에서 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등을 심사하여 공인한 기업	
적용 대상	수출업체, 수입업체, 관세사, 보세구역운영인, 보세운송업자, 화물운송주선업자, 하역업자, 선박회사, 항공사	
AEO 혜택	세관 혜택	- 수입검사율 축소, 서류 심사 간소화, 세관 연락관 활용 등 신속통관 혜택 - AEO 제도 시행국가들과 상호인정약정(MRA)을 체결하게 되면 검사 생략, 검사 선별 시 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음
	경쟁력 강화	- 타국의 세관 당국에서도 천재지변, 국경폐쇄 등 비상시 AEO 화물을 우선 조치·통관해 줌 - 통관 애로 사항, 무역장벽을 해소하여 수출경쟁력을 높일 수 있음 - AEO를 통해 법규준수, 안전관리 역량 등이 우수한 기업으로 인정받게 되어 거래선 유지 확보 등에서 이점이 있음
	비용 절감	- 수출입 시 신속통관 편의 등의 각종 혜택을 부여받게 되어 국제 무역 거래 진행의 리드 타임과 각종 비용을 절감할 수 있음 - 내부 관리 능력이 제고되어 물품의 정기운송률이 높아지고, 손실 방지와 재고 화물 감소 등을 통해 물류비용 절감이 가능함
신청방법	1단계(공인신청): 신청업체가 관세청 유니패스를 통해 신청서 제출	
	2단계(공인심사): 서류 심사(60일 이내), 현장심사(60일 이내)	
	3단계(AEO 공인심의위원회): 공인 여부, 등급조정, 공인취소 및 유보 결정	
	4단계(종합심사): 5년 주기, 서류+현장심사, 기준유지 점검(통관 적법성 포함)	

자료: 스웨덴 정부 홈페이지, 관세청, 공인경제운영자(TW AEO)

2. 스웨덴 라면 품질 인증

▶ 스웨덴 라면, HACCP 인증 취득 必

스웨덴으로 라면 수출 시, 식품 안전 보장을 최우선으로 하는 유럽연합 규정의 Regulation (EC) No 852/2004에 따라 HACCP 인증 취득이 필수임. 스웨덴 수출 시 활용할 수 있는 식품 인증은 하기 표와 같으며, HACCP을 비롯해 FSSC 22000, ISO 22000 인증을 활용할 수 있음. 또한, 유기농과 비건에 대한 소비자들의 선호도가 높기 때문에, 스웨덴 내 KRAV²⁶⁾ 인증 또는 EVU(European Vegetarian Union) 비건 로고를 취득하여 활용할 수 있음. 한편, 유럽의 식품업체는 여러 민간인증기관을 통해 비건과 유기농 로고를 부여받고 부착하는 상황이므로 글로벌 인증을 받아 활용하는 것을 권장함

[표 5.5] 스웨덴 라면 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	한국식품안전관리인증원	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	
KRAV	유기농 인증	스웨덴 내 민간 인증	KRAV 공식 인증기관 (KRAV ekonomisk förening)	
브이라벨 (V-Label)	비건 식품 생산 인증	글로벌 공통 인증	유럽 채식주의 협회(EVU) 브이라벨 공식 홈페이지	

자료: 각 인증기관

26) KRAV 표준은 EU 유기농 생산 기준을 포괄하며, 도축, 레스토랑, 어업과 같은 더 많은 분야를 포함하는 엄격한 기준으로 통용됨

▶ 스웨덴 라면, 포장재 안정성 확인 권장

EU는 플라스틱 쓰레기 문제를 해결하기 위해 대체 가능한 소재가 있는 일회용 플라스틱의 시판을 금지하고 있음. 2019년 6월, Directive (EC) 2019/904 「환경을 위한 특정 플라스틱 제품 영향 저감에 관한 지침(이하 플라스틱 지침)」을 제정해 유럽 해변에서 가장 많이 발견되는 일회용 플라스틱 제품 상위 10개와 어구를 제한함. 각 규정은 순차적으로 적용되고 있으며, 유럽 내 식품유통업계는 단계적으로 대체 포장재를 개발해 사용하고 있음. 앞으로도 플라스틱 사용 규제가 강화될 것으로 보임에 따라, 스웨덴으로 식품 수출 시, 환경문제 소지가 있는 제품의 일회용 플라스틱 용기에 대한 사용 제한 규정을 숙지해 대비할 필요가 있음

[표 5.6] 식품 포장재와 관련된 유럽 플라스틱 지침

규정	Directive (EU) 2019/904
정의	- 플라스틱: 천연 폴리머를 제외한 첨가제나 Regulation (EC) No 1907/2006의 3조 5항에 정의된 폴리머로 구성된 재료 - 일회용 플라스틱 제품: 전체 또는 일부가 플라스틱으로 만들어지고 재활용을 위해 생산자에게 반품되어 수명이 다할 때까지 여러 차례 순환하도록 고안 또는 설계되지 않은 제품 - 어구: 어업 또는 양식업에 사용되어 해양 생물 자원을 포획하거나 그와 관련된 모든 장비 - 산화분해성 플라스틱: 산화를 통해 플라스틱 재료를 미세 조각으로 분해하거나 화학적 분해를 일으키는 첨가제를 포함하는 플라스틱 재료 - 생분해 플라스틱: 물리적, 생물학적 분해를 거쳐 최종적으로 이산화탄소, 바이오매스 및 물로 분해될 수 있는 플라스틱. 유럽 포장 표준에 따라 퇴비화 또는 혐기성 소화를 통해 회수될 수 있음
지침 지정품목	- 면봉 막대 - 식품 용기 - 음료 컵 (뚜껑 포함) - 식기 도구, 접시, 빨대, 음료 젓는 막대 - 풍선, 풍선 막대 - 판매용 음료 용기 (겉 포장지와 뚜껑 포함) - 담배꽂초 - 비닐봉지 - 포장물 및 포장지 - 물티슈, 위생용품

자료: EU 법령포털(EUR-LEX), 「Directive (EU) 2019/904」

[표 5.7] 유럽 플라스틱 포장재 규제 사항

규정 목록	• 제4조 일회용 플라스틱 소비 저감 • 제5조 시판(시장 출시) 제한 • 제6조 제품 요구사항 • 제7조 제품 표시 요건 • 제8조 생산자 책임확대 • 제9조 분리수거 강화 • 제10조 소비자 인식 제고 조치
주요사항	• 회원국은 일회용 플라스틱, 산화분해성 플라스틱 소재의 제품을 시판하는 것이 금지됨 • 시장에 대체품이 나와 있는 제품들을 선별하여 시장 출시를 금지하고 있음 • 플라스틱 쓰레기를 줄이기 위해 소비자에게 정보를 제공하고 책임 있는 소비자 행동을 장려하도록 지정품목에 대한 조치를 취해야 함 • 일회용 플라스틱 제품의 적절한 폐기물 관리 방법, 그 제품이 피해야 하는 폐기물 처리방법, 제품의 플라스틱 함유 여부, 해당 제품을 쓰레기로 버리거나 다른 부적합한 폐기물 처리방법을 사용하는 경우 자연환경에 미치는 부정적인 영향에 대해 소비자가 알 수 있도록 눈에 띄고 편하게 읽을 수 있으며 지워지지 않도록 표시해야 함

자료: EU 법령포털(EUR-LEX), 「Directive (EU) 2019/904」

3. 스웨덴 라면 라벨링²⁷⁾²⁸⁾

[표 5.8] 스웨덴 라면 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 제품명	- 상표와 브랜드는 표기할 수 있으나 상품명으로 사용 불가함 - 정식 명칭으로 기재하되, 필요한 경우 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name)을 사용해야 함
	2. 원재료명	- 원재료에서 차지하는 중량 비율이 높은 순서대로 백분율과 함께 표시 - 면의 경우, ‘면’ 문자 다음에 괄호를 붙여 ‘밀가루’, ‘메밀’, ‘달걀가루’, ‘소금’ 등 가장 일반적인 이름으로 표시 - 스프 및 조미료의 경우, ‘닭고기 추출물’, ‘간장’, ‘향신료’, ‘파’ 등 가장 일반적인 이름으로 표시 - 완제품의 5% 이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재할 것 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기 - 알레르기 유발 성분은 강조해서 표기
	3. 첨가물	- 가공보조제, 캐리-오버(원료에서 이행된 식품첨가물)에 해당하는 첨가물은 표시 생략 가능함 - 중량 비율이 높은 순서대로 표시
	4. 순중량	- 무게 단위로 kg(킬로그램) 또는 g(그램)으로 표시 - 부피 단위는 ml(밀리리터), cl(센티리터), l(리터) 중 하나로 표시
	5. 보관방법	- 제품이 특별한 보관 상태 또는 사용 상태를 요구할 때는 이러한 상태를 명시 - 필요한 경우 개봉 후 적절한 보관방법과 소비를 위한 제한 시간을 함께 기재
	6. 원산지	- 최종 제품의 원산지와 최종 제품에 포함된 주요 성분의 원산지가 다른 경우에는 해당 주원료의 원산지를 기재하거나 ‘(주원료)는 (최종 제품의 원산지)에서 유래하지 않음’을 기재 - 위원회 실시 규칙(EU) 2018/775에 따라서 최종 제품의 원산지가 표기되어 있지 않고 원산지 국기 등이 패키지에 표시되어 있는 경우에는 규제 대상임
	7. 조리방법	조리 예시가 없어서 적절한 식품의 사용이 어려운 경우에는 사용법을 명시하여 소비자가 제품을 적절히 사용하도록 해야 함
	8. 사업자 정보	- 식품 정보 제공에 책임이 있는 회사명을 기재하는 것이 원칙 - 만일 그 회사가 유럽연합 내에 설립된 것이 아니라면, 유럽연합 영내로 수입하는 수입업체 또는 판매업체를 기재

출처: EU 법령포털(EUR-LEX)

27) EU 전체의 지침 및 규정을 기반으로 하며, 모든 EU 회원국에게 적용됨.

28) EU 법령포털(EUR-LEX), 「소비자에 대한 식품 정보 제공에 관한 규정」(EU) No 1169/2011

[표 5.8] 스웨덴 라면 라벨링

라벨 필수 표시사항 및 기준	9. 영양 정보	- 의무 기재사항: 열량, 지방 함량, 포화지방 함량, 탄수화물 함량, 설탕 함량, 단백질 함량, 소금 함량 - 의무 기재사항은 포장지 겉면에 눈에 띄게 표로 만들어 한눈에 다 들어오도록 표시해야 함. 포장지 겉면에 충분한 공간이 없을 경우, 단순한 일직선의 형태로 영양 정보를 기재. 영양 정보는 제품 100g 또는 100ml를 기준으로 표시(예: 100g당 나트륨 1g). 영양 정보는 비율(%)로 표시할 수 있으며, 성인 일일 영양 권장량과 함께 표시 가능(권장 영양소 함량은 100g 또는 100ml 당, 또는 비율(%)로 표시) - 선택 기재사항: 불포화지방 함량, 폴리올 함량, 전분 함량, 식이섬유 함량, 비타민 또는 미네랄 함량 - 영양 정보는 100g 또는 100ml 기준으로 표기할 것
	10. 유통기한	- 섭취기한: Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도'를 기재 - 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도'를 기재
	11. 알레르기 유발물질	- 명시된 성분 또는 가공보조제 또는 이들 성분에서 유래한 물질로, 식품 제조 또는 손질 과정에서 사용되고 어떠한 변형된 형태로든 완제품에 남아있다면 반드시 제품 성분 리스트에 포함 - 다른 성분들과 구분하여 강조할 때는 'Contains'라는 표현 다음에 알레르기 항원 인자 성분을 표기 - 유럽연합 표시대상 알레르기 유발물질: ① 글루텐 함유 곡물, ② 갑각류, ③ 난류, ④ 어류, ⑤ 땅콩, ⑥ 대두, ⑦ 견과류, ⑧ 셀러리, ⑨ 겨자, ⑩ 참깨, ⑪ 이산화황 및 아황산염(10mg/kg 이상), ⑫ 루핀, ⑬ 연체동물
	12. 제조 번호 (Lot 번호)	- 동일한 조건에서 생산, 제조, 포장된 동일 식품군에 속한 판매 개체들의 총체로, 소비자가 사전포장 식품 원산지를 추적 가능 - 다른 라벨 문구들과 분명하게 구분되는 경우를 제외하고 L로 시작 - 단, 유통기한이 라벨에 표시된 경우 제조 번호는 의무 기재사항이 아님
	13. 표기 언어	- 스웨덴어로 표기되어야 하며, 여러 언어의 병기도 가능함 - 스티커 형태의 라벨 부착이 가능함 - 유럽 연합 가입국의 언어로도 추가 기재가 가능함
	14. 글자 크기	- 글자 크기는 최소 1.2mm 이상이어야 함 - 단, 제품 면적이 80cm² 미만의 경우 글자 크기는 최소 0.9mm 이상이어야 함

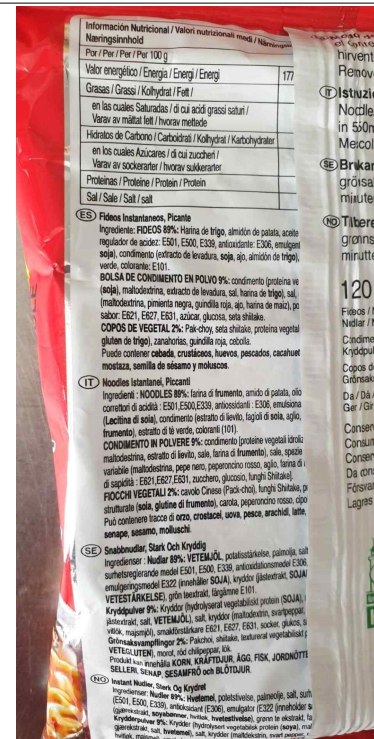
출처: EU 법령포털(EUR-LEX)

▶ 스웨덴 라면 라벨 샘플



[앞면]

[옆면]



[뒷면]



[앞면 - 영어, 국문]

- ① NONGSHIM
- ② 후라면
- ③ SHIN RAMYUN NOODLE
- ④ GOURMET SPICY
- ⑤ 120g

[앞면 - 국문]

- ① (상표 이름) 농심
- ② 신라면
- ③ 신라면 누들
- ④ 고급 매운맛
- ⑤ 120g

[옆면 - 스웨덴어]

- ① IMPORTER : SAIGON FOOD AB
- ② TEL: +46 31 3378400
- ③ HJALLBOVAGEN 103, 424 69
ANGERED, SWEDEN
- ④ ARTICLE: 12300
- ⑤ BAST FORE: 22. MAR. 2024

[옆면 - 국문]

- ① 수입업체: 사이공 푸드 AB
- ② 전화: +46 31 3378400
- ③ (주소) 헤알보바겐 103, 424 69
안게레드, 스웨덴
- ④ 품목: 12300
- ⑤ 유통기한: 2024년 3월 22일

[뒷면 좌측 - 스웨덴어]

①

Näringsinformation	
Per 100g:	
Energi	1776kj / 422kcal
Fett	13g
varav mättade	6,1g
Kolhydrater	68g
varav sockerarter	3g
Protein	8,2g
Salt	3,8g

[뒷면 좌측 - 국문]

①

영양소	
100g 당:	
에너지	1776kj / 422kcal
지방	13g
그 중 포화지방	6,1g
탄수화물	68g
그 중 설탕 유형	3g
단백질	8,2g
소금	3,8g

② SE: Snabbnudar, Stark Och Kryddig

Ingredienser: Nudlar 89%:
 VETEMJÖL, potatisstärkelse, palmolja, salt, surhetsreglerande medel E501, E500, E339, antioxidationsmedel E306, emulgeringsmedel E322 (inneholder SOJA), kryddor (jästextrakt, SOJABÖNOR, vitlök, VETESTÄRKELSE,) grön teextrakt, färgämne E101.

Kryddpulver 9%:
 Kryddor(hydrolyserat vegetabiliskt protein (SOJA), maltodextrin, jästextrakt, salt, VETEMJÖL), salt, kryddor (maltodextrin, svartpeppar, röd chilipeppar, vitlök, majs mjöl), smaksförstärkare E621, E627, E631, socker, glukos, shittake.

Grönsaksvampflingor 2%: Pakchoi, shiitake, texturerat vegetabiliskt protein (SOJA, VETEGUTEN), morot, röd chilipeppar, lök.
 Produkt kan innehålla KORN, KRÄFTDJUR, ÄGG, FISK, JORDNÖTTER, MJÖLK, SELLERI, SENAP, SESAMFRÖ och BLÖTDJUR.

② 스웨덴어: 인스턴트 국수, 매운맛

성분: 국수 89%:
 밀가루, 감자 전분, 팜유, 소금, 산도 조절제 E501, E500, E339, 향산화제 E306, 유화제 E322(대두 함유), 향신료(효모 추출물, 대두, 마늘, 밀 전분), 녹차 추출물, 착색제 E101.

향신료 분말 9%:
 향신료(가수분해식물성단백질(대두), 말토덱스트린, 효모 추출물, 소금, 밀가루), 소금, 향신료 (말토 덱스트린, 후추, 붉은 고추, 마늘, 옥수수 가루), 향미 증진제 E621, E627, E631, 설탕, 포도당, 시타케.

야채 버섯 플레이크 2 %: 청경채, 표고버섯, 질감 식물성 단백질(대두, 밀 글루텐), 당근, 붉은 고추, 양파.
 제품에는 옥수수, 조개 및 갑각류, 계란, 생선, 땅콩, 우유가 포함될 수 있습니다, 셀러리, 겨자, 참깨 및 콩류.

[뒷면 우측 - 스웨덴어]

①

Bruksanvisning: Lagg nudlar, kryddpåse,
 grönsakspåse i 550ml kokande vatten, koka 4 1/2 minuter. Blanda väl och servera.

② 120 g

nudlar	107,5 g
kryddblanding	10,5 g
grönsaksvampflin gor	2 g
Ger:	550ml

Förvaras torrt. Bäst före: se stämpel på sidan

[뒷면 우측 - 국문]

①

만드는 방법: 국수, 양념 봉지를 넣습니다,
 야채 봉지를 550ml 끓는 물에 넣고 4분 30초간 조리합니다.
 잘 섞어 제공합니다.

② 120 g

면	107.5g
시즈닝	10.5g
야채 버섯 플레이크	2g
준다:	550ml

건조 보관. 최상의 보관: 측면의 스탬프 참조

- ③ Manufactured by
- ④ NONGSHIM CO LTD.
- ⑤ 112 Yeouidaebang-ro,
Dongjak-gu, Seoul, Korea
- ⑥ www.nongshim.com
- ⑦ Nongshim Worldwide
- ⑧ Product of Korea

- ③ 제조 업체
- ④ NONGSHIM CO LTD.
- ⑤ (주소) 대한민국, 서울, 동작구,
여의대방로 112
- ⑥ (홈페이지) www.nongshim.com
- ⑦ (페이스북) Nongshim Worldwide
- ⑧ 대한민국 제품

4. 스웨덴 라면 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

EU는 (EC) No. 1333/2008에 따라 식품첨가물 기준치를 규정하고 있음. 'EUR-LEX'는 EU의 기존 조약, 현행 법령 및 유럽법원의 판례를 검색할 수 있는 사이트로, 식품별 첨가물 규정을 상세하게 공시함. 고객사 제품에 적용될 수 있는 식품첨가물 목록은 하기 표와 같음. 이는 EU의 '전분류' 및 '밀가루류'에 적용되는 식품첨가물 목록의 일부이며, 더욱 자세한 사항은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 (EC) No. 1333/2008 규정에서 확인 가능함

[표 5.9] 전분류 및 밀가루류 에 적용되는 스웨덴 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품유형	사용기준
1	아르곤	Argon	밀가루 및 기타 제분 제품 및 전분	GMP
2	규산칼슘	Calcium Silicate		
3	질소	Nitrogen		
4	벤조산	Benzoic acid		단일물 또는 복합물을 유리 지방산으로 환산하여 1.5mg/kg
5	안식향산칼슘	Calcium Benzoate		
6	소르빈산	Sorbic Acid		
7	이산화탄소	Carbon Dioxide		GMP / 영·유아 식품에 사용 가능
8	아스코르빈산	Ascorbic Acid	밀가루	GMP
9	아산화질소	Nitrous Oxide		
10	포타슘 벤조에이트	Potassium Benzoate		단일물 또는 복합물을 유리 지방산으로 환산하여 1.5mg/kg
11	인산	Phosphoric Acid		20000mg/L or mg/kg (팽창제 혼합 밀가루에만)
12	아세트산	Acetic Acid	전분	GMP
13	암모니아 수소	Ammonium Hydroxide		
14	황산칼슘	Calcium Sulphate		

자료: KATI농식품수출정보

▶ 유해물질

스웨덴을 포함한 EU 회원국은 (EC) No. 2073/2005에 의하여 식품 중 미생물에 관하여 규정함. 또한, (EC) No. 1881/2006에 의해 식품 중 오염에 관하여 규정하고 있음. 이 규정들을 준수한 식품만이 EU의 식품 시장에서 유통 가능함. 고객사 제품에 적용될 수 있는 ‘전분류’ 및 ‘밀가루류’에 해당하는 EU 유해물질 규정은 없는 것으로 보이며, 하기 표를 참고하여 해당여부를 추가로 확인할 필요가 있음. 더욱 자세한 사항은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 (EC) No. 1333/2008 규정에서 확인 가능함

[표 5.10] 전분류 및 밀가루류에 적용되는 스웨덴 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품유형	허용기준	기준이 적용되는 단계
1	리스테리아 모노사이토제네스	Listeria monocytogenes	리스테리아균의 성장을 돕는 즉석섭취식품 (영아식, 특수의료용도식품은 제외)	25g 이내 불검출	식품을 생산하고 운영하는 사업가의 즉각적인 통제에 놓여지기 전
				100 cfu/g	유통기한 동안 시장에서 출시되는 제품
			리스테리아균의 성장을 도울 수 없는 즉석섭취식품 (영아식, 특수의료용도식품은 제외)	100 cfu/g	
2	살모넬라	Salmonella	익혀서 먹는 다짐육과 제조용 고기 (가금류로 만든 것은 제외)	10g 이내 불검출	유통기한 동안 시장에서 출시되는 제품
			절단 과일 및 절단 채소 (즉석섭취용)	25g 이내 불검출	

출처: 유럽연합법률(EUR-LEX), KATI농식품수출정보, Publications Office of the European Union

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 오리엔탈슈퍼마켓
(Oriental Supermarket)
2. 마템(Mathem)
3. 아시엔리브스(Asienlivs)

Interview ①

29)


**오리엔탈슈퍼마켓
(Oriental Supermarket)**

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 스톡홀름에 위치한 슈퍼마켓 및 수입업체
 - 주요 수입국: 한국, 중국, 일본, 태국 등
 - 취급 품목: 양념류, 쌀, 음료, 면류 등
 - 온라인 및 오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Co-Founder

**오리엔탈슈퍼마켓(Oriental Supermarket)
Co-Founder**
Q. 스웨덴에서 가장 인기 있는 라면 제품은 무엇인가요?

스웨덴 시장에서 인기 있는 라면 브랜드는 S사, O사, J사, N사, Y사, I사 등이 있습니다. 이 외에도 M사, A사 등의 브랜드도 시장에서 인기를 누리고 있습니다. 제품의 맛과 재료, 맵기, 가격 등이 브랜드 인기를 결정하는 주요 요인입니다.

Q. 스웨덴 소비자들이 라면을 구매할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

스웨덴 소비자들은 라면 구매할 때 맛과 향, 사용된 재료, 맵기, 가격, 조리 과정, 포장 등 다양한 요소를 꼼꼼하게 고려합니다. 일부 소비자는 건강을 중요시하기에 성분, 열량, 인증 사항 등을 포함한 영양 측면을 고려합니다. 맛과 풍미를 중요하게 고려하는 소비자는 브랜드 원산지과 같은 라면의 정통성을 중요하게 생각합니다. 스웨덴 라면 시장에서 한국, 일본, 중국, 태국 등의 원산지가 시장을 장악하고 있습니다.

Q. 스웨덴 라면 시장 동향은 어떠한가요?

라면이 스웨덴 시장에 유통되기 시작한 것은 대략 10년 전쯤이며, 최근 5~6년 사이에 스웨덴 소비자들 사이에서 엄청난 인기를 얻고 있습니다. 스웨덴에서 라면의 인기가 증가한 데에는 여러 이유가 있겠지만 가장 큰 이유는 스웨덴에 거주하는 아시아인 인구가 증가하였기 때문입니다. 또한, 세계화 덕분에 세계 각국의 요리에 관심이 생긴 소비자들이 현지에서 있는 외국 음식점과 마트를 이용하기 시작하면서 라면의 인기에 이바지했습니다. 라면의 맛, 풍미, 쉬운 요리 과정과 디지털 마케팅, K-pop, K-드라마도 스웨덴 시장에서 라면의 입지를 굳히는 데 큰 역할을 하였습니다.

Q. 스웨덴 소비자들 사이에서 한국산 라면에 대한 인식은 어떠한가요?

한국산 라면이 다양한 재료와 맛 옵션을 제공하기 때문에 스웨덴 시장에서 한국산 라면은 좋은 평가를 받고 있습니다. 또한, 소비자들은 한국산 라면이 다양한 맵기를 제공하는 것도 알고 있습니다. K-드라마와 K-pop을 통해 많은 스웨덴 소비자가 한국산 라면이 다른 나라 라면보다 맛있다고 인식하게 되었습니다.

Q. 스웨덴 시장에서 한국산 라면의 주요 경쟁사는 어디인가요?

스웨덴 시장에서 한국산 라면의 주요 경쟁사는 일본의 N사와 M사, 태국의 M사, 중국의 J사 등이 있습니다. 해당 브랜드들은 다양한 맛과 재료를 갖춘 라면을 판매하고 있습니다.

Q. 고객사 제품이 스웨덴 시장에서 성공하기 위해서는 어떤 점이 개선되어야 할까요?

제품을 더욱 매력적으로 만들기 위해서는 인삼, 참깨와 같은 건강한 재료를 사용한 건강한 제품을 만드는 것을 고려해야 합니다. 또한, 매운 맛의 균형을 잘 맞춰야 합니다.

Q. 스웨덴 소비자들은 주로 어디에서 라면을 구매하나요?

스웨덴 소비자들은 일반적으로 아시안 마트, 현지 슈퍼마켓, 온라인 플랫폼에서 라면을 구매합니다. 현지 소비자들 사이에서 가장 선호하는 곳은 슈퍼마켓이나 '오리엔탈슈퍼마켓(Oriental Supermarket)', '아이씨에이(ICA)', '윌리스(Willys)', '쿵(Coop)'과 같은 온라인 플랫폼입니다. 또한, 아시안 마트에서 더 정통성 있는 라면을 판매한다고 생각하기에 소비자의 집과 가까운 아시안 마트에서 라면을 구매하는 것을 선호하기도 합니다. 온라인으로 라면을 구매하는 경우, '마them(Mathem)'이나 '아시안푸드온라인(Asian Food Online)'과 같은 플랫폼이 신뢰도가 높으며 더 저렴합니다. 편의점에서도 라면을 쉽게 구매할 수 있습니다.

Q. 스웨덴에서 라면을 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요?

스웨덴 라면 소비자의 대다수는 스웨덴에 거주하는 아시아인 소비자이므로 대부분의 한국, 일본, 중국, 태국 제품을 판매하는 아시안 매장에서 제품을 판매하는 것이 좋습니다. 또한, 현지 소비자를 유치하기 위해서는 '마them(Mathem)', '아이씨에이(ICA)', '윌리스(Willys)'와 같은 슈퍼마켓과 온라인 플랫폼에서 제품을 유통해야 합니다. '마them'은 한국의 S사, 일본의 K사 등 이미 다양한 브랜드의 라면 제품을 판매하고 있어 기존 고객층을 보유하고 있기에 더 생산적인 플랫폼입니다. 현재 라면 브랜드들이 마케팅과 광고에 크게 진행하고 있지 않기에, 고객사가 소셜 미디어나 푸드 인플루언서 등을 활용한 마케팅을 한다면 스웨덴 내 라면 시장 확대에 큰 도움이 될 수 있을 것입니다.

Q. 스웨덴 시장에서 라면의 입지를 확대하기 위해서는 어떤 전략을 사용해야 할까요?

스웨덴에서 라면의 입지를 확대하기 위해서는 크고 작은 슈퍼마켓, 전자상거래 플랫폼, 아시아 식료품점을 선점하는 것이 중요합니다. 또한, 도시와 농촌 지역에 도달하는 강력한 공급망을 구축하는 것이 필수적이며, 다양한 재료와 맛으로 다양성과 제품 개선에 대한 소비자의 요구에 대응해야 합니다. 대다수의 스웨덴 소비자는 극도로 매운 라면을 선호하지 않기 때문에 현지 소비자의 취향 선호도를 이해하는 것이 중요합니다. 다양한 맵기의 양념을 제공함으로써 브랜드는 더 넓은 범위의 고객층을 유치할 수 있을 것입니다.

Q. 스웨덴에서 라면 제품의 가격 전략은 어떠한가요?

스웨덴에서 라면의 가격은 다양한 요소 때문에 결정됩니다. 한국의 S사, 일본의 N사, 한국의 O사 등 유명 브랜드는 품질이 좋기로 유명하며, 해당 라면 제품은 현지 브랜드나 덜 알려진 브랜드보다 가격이 비쌉니다. 또한, 성분이 다양할수록 가격에 영향을 미칠 수 있습니다. 양념에 닭고기 플레이크가 들어있는 S사의 라면 제품은 해당 첨가물로 인해 가격이 더 비싼 경향이 있습니다. 일반적으로 라면은 플라스틱 봉지나 컵과 같은 유형의 포장으로 제공되며, 컵은 일반적으로 플라스틱 봉지보다 비쌉니다. 또한, 1인용 봉지는 다인용 봉지보다 가격이 더 비쌉니다. 닭, 김치, 돼지고기 맛과 같은 라면은 프리미엄 라면으로 가격이 더 높을 수 있습니다.

Q. 스웨덴에서 소비자들이 선호하는 맛이나 재료는 무엇인가요?

스웨덴 소비자들이 선호하는 라면의 맛과 재료는 다양합니다. 그러나 일반적으로 매운 맛, 쇠고기 맛, 돼지고기 맛, 김치 맛, 콩이나 간장 맛, 해산물 맛 등과 같은 정통 아시아 맛을 좋아합니다. 인기 있는 재료로는 새우, 조개 등의 해산물, 돼지고기, 쇠고기, 닭고기 등 다양한 고기, 버섯, 해초 등의 채소가 있습니다.

Q. 스웨덴에서 인기 있는 라면의 특징은 무엇인가요?

스웨덴 소비자들은 매콤하고 아시아 풍미가 있는 정통의 라면 맛을 선호합니다. 모든 소비자가 마음에 드는 제품을 찾을 수 있도록 다양한 맛을 제공하는 것이 중요하며, 채식주의자를 위한 옵션도 빼놓아서는 안 됩니다. 또한, 쉽게 조리할 수 있으면서 포장에 매력적인 제품이 인기 있으며, 고기, 채소 등 다양한 재료로 만들어진 라면이 선호됩니다. 스웨덴 시장은 경쟁이 매우 치열하므로 가격 경쟁력에 유의해야 합니다.

Q. 스웨덴 소비자들을 겨냥한 신제품을 개발한다면, 어떤 형태나 맛 옵션으로 시장에 출시되어야 할까요?

최근 들어 스웨덴에서 비건 음식이 떠오르는 만큼 비건 라면을 출시한다면 좋을 것으로 보입니다. 또한, 스웨덴 현지 식재료를 활용하여 라면에 퓨전의 맛을 더하는 것도 스웨덴 소비자들 입맛을 사로잡는 훌륭한 방법이 될 수 있습니다.

Q. 스웨덴 소비자들에게 한국산 라면을 홍보하기 위한 효과적인 방법이 있나요?

스웨덴에서 라면은 자연스럽게 인기를 얻었는데, 이는 K-pop과 K-드라마가 젊은이들에게 영향을 주었기 때문입니다. 스톡홀름 ‘푸드앤와인페어’나 말뫼 ‘푸드페스티벌’ 등 음식 관련 행사에 참여하는 것을 추천합니다. 또한, 고객 유치를 위해 5-10% 할인 등 할인 혜택 행사나 라면 팩 세트를 구매하면 라면 소스 팩을 무료로 주는 등의 행사를 진행하는 것도 효과적인 방법입니다. 라면 브랜드가 더 많은 팔로워를 확보하고 브랜드 평판을 구축하기 위해 브랜드의 소셜 미디어에서 대회나 경품 행사를 여는 것도 효과적일 것입니다. 스웨덴에서 라면을 대중화하기 위한 다양한 전략이 있지만, 브랜드들이 아직 라면을 제대로 홍보하고 있지 않은 것 같습니다.

Q. 한국 라면 제품이 스웨덴 시장에 진출하기 위해서 고려해야 할 사항이 있나요?

한국 라면 제품의 스웨덴 시장 진출 시, 스웨덴 국립식품청(SNFA: Swedish National Food Agency)이 정한 식품 안전과 라벨링 기준을 준수해야 합니다. 위생, 품질, 안전한 식품 취급 관행을 유지하여 식품 안전을 보장해야 하며, 식품첨가물과 방부제에 관한 스웨덴 정부 규정을 준수해야 합니다. 이를 위해 관련 기관의 홈페이지를 확인하거나 문의하여 안내를 받는 것이 좋습니다. 또한, 성분 세부 정보, 영양 정보, 알레르기 유발 물질 표시 및 특정 지침을 라면 포장에 명확하게 기재한 라벨을 제공해야 합니다.

Interview ②

30)

Mathem

마템
(Mathem)

- 유형: 소매유통업체
- 업체 특징:
 - 2009년 설립
 - 스톡홀름에 위치한 슈퍼마켓 및 온라인 마켓
 - 스웨덴 공급업체 및 유통업체와 거래 진행하고 있음
 - 취급 품목: 즉석식품, 음료, 양념 등
 - 온라인 및 오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Marketing In-charge

마템(Mathem)
Marketing In-charge

Q. 스웨덴에서 가장 인기 있는 라면 제품은 무엇인가요?

스웨덴 시장에서 인기 있는 라면 브랜드로는 S사, C사, H사, N사, M사 등이 있습니다.

Q. 스웨덴 소비자들이 라면을 구매할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

스웨덴 소비자들은 라면을 구매할 때 정통성, 맛, 풍미, 재료, 포장 크기와 유형, 가격, 조리 편의성 등 다양한 요소를 고려합니다. 스웨덴 소비자들 사이에서 아시아산 라면, 특히 한국과 일본산 라면에 대한 선호도가 높으며, 많은 소비자가 가장 정통적인 라면은 한국과 일본에서 만들어진다고 생각합니다.

Q. 스웨덴 라면 시장 동향은 어떠한가요?

최근 들어 스웨덴 소비자들의 식습관은 더 건강한 음식을 선호하는 것으로 바뀌고 있습니다. 현재 스웨덴 인구의 약 10%가 비건이나 채식주의 식단을 하며, 보통 여성들이 채식주의 식단을 하고 있습니다. 식물성 식단에 관한 관심은 2015년부터 2018년까지 약 27-35% 증가했으며, 이는 기존 음식보다 더 건강한 옵션으로 소비자의 선호도가 변화했음을 보여주고 있습니다. 소비자들 사이에서 채식에 대한 열의가 높아짐에 따라 고기 라면의 수요가 감소할 것으로 보입니다. 현재 C사에서는 간장 라면, 된장 라면, 비건 카레 우동 등 비건 라면을 판매하고 있습니다. 고기 라면의 수요가 시장에서 완전히 사라지는 것은 아니지만, 앞으로 감소할 것으로 보입니다. 또한, 비닐봉지에 담긴 식품의 소비를 지양하는 추세도 늘어나고 있습니다. 환경에 관심이 있는 소비자의 수는 상대적으로 적지만, 건강과 환경 문제에 대한 인식은 앞으로 더욱 대두될 것입니다. 스웨덴 소비자들 사이에서 열량이 낮고 신선하고 품질이 좋은 재료를 사용한 라면에 대한 선호도가 높아지고 있으며, 젊은 세대, 특히 바쁜 직장인들은 빠른 식사를 원하기에 라면을 많이 소비합니다.

Q. 스웨덴 소비자들 사이에서 한국산 라면에 대한 인식은 어떠한가요?

한국산 라면은 스웨덴 시장에서 높은 평가와 소비자 신뢰를 받으며 확고한 입지를 다지고 있습니다. 스웨덴 소비자들은 한국 제품을 신뢰하고 있으며, 정확한 라벨링을 제공한다고 믿습니다.

Q. 스웨덴 시장에서 한국산 라면의 주요 경쟁사는 어디인가요?

한국산 라면의 주요 경쟁사는 일본의 N사와 I사, 싱가포르의 K사, 홍콩의 S사, 태국의 M사 등이 있으며, 스웨덴 현지 브랜드인 C사와 H사도 있습니다.

Q. 스웨덴 소비자들은 주로 어디에서 라면을 구매하나요?

스웨덴 소비자들은 라면을 ‘마템(Mathem)’, ‘아이씨에이(ICA)’, ‘쿵(Coop)’, ‘윌리스(Willys)’ 등 대형마트에서 구매하는 경우가 많으며 온라인 플랫폼도 선호합니다. 특히 온라인은 편리함과 다양한 할인행사로 인해 많은 소비자에게 비용적으로 효율적인 옵션이 되었습니다. 스웨덴의 편의점에서도 라면을 판매하기에 소비자가 원할 때마다 쉽게 구매할 수 있으며, 아시안 마트에서는 다양한 라면 옵션을 제공하고 있습니다.

Q. 스웨덴에서 라면을 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요?

‘아이씨에이(ICA)’, ‘쿵(Coop)’, ‘윌리스(Willys)’와 같은 대형 슈퍼마켓과 ‘헴코프네라(Hemköp Nära)’, ‘세븐일레븐(7-Eleven)’과 ‘비슈퍼마켓(Vi Supermarket)’과 같은 소규모 슈퍼마켓 양쪽에 제품을 유통해야 합니다. 편리성과 접근성을 위해 스웨덴의 크고 작은 온라인 플랫폼에서 제품을 판매하는 것도 중요합니다. 주로 소비자들은 오프라인 채널보다 온라인이 가격 경쟁력이 있을 때 제품을 구매합니다. 또한, 라면 또는 국수 음식점과 파트너십을 구축하여 제품을 업체 내에서 소개하는 것도 추천합니다. 이러한 파트너십은 스웨덴 시장에서 브랜드의 영향력과 가시성을 확대하는 데 도움이 될 수 있습니다.

Q. 스웨덴 시장에서 라면의 입지를 확대하기 위해서는 어떤 전략을 사용해야 할까요?

한국 라면은 이미 스웨덴 시장에서 강력한 입지를 갖고 있지만, 입지를 더욱 확대하기 위해서는 몇 가지 중요한 사항을 고려해야 합니다. 우선, 스웨덴 소비자의 입맛을 사로잡기 위한 맛과 풍미의 균형을 제공해야 합니다. 브랜드가 균형 잡힌 재료를 제공한다면 더 넓은 소비자층을 겨냥할 수 있을 것입니다. 또한, 음식 관련 행사에 참여하여 제품을 선보이고 준비가 얼마나 쉬운지, 맛은 어떤지, 재료는 무엇인지 등 주요 특징을 알려야 합니다. 스웨덴의 현지 맛을 제품에 첨가하고 브랜드 인지도를 위해 소셜 미디어를 활용하는 것도 도움이 될 것입니다. 또한, 모든 연령대의 소비자를 유치하기 위해 라면에 건강에 좋은 재료를 첨가해야 합니다. 아시안 마트뿐만 아니라 현지 슈퍼마켓, 온라인 플랫폼에도 유통해야 합니다. 라면의 수요를 더욱 확대하려면 셰프나 음식점과 협력하는 것도 좋은 전략입니다.

Q. 스웨덴에서 라면 제품의 가격 전략은 어떠한가요?

스웨덴에서는 라면 가격은 주로 원산지, 사용된 재료, 포장과 인증이라는 세 가지 주요 요소에 따라 결정됩니다. 특히 원산지가 동아시아 국가이면 맛의 정통성을 고려해 가격에 영향을 미치는 경우가 많습니다. 프리미엄 제품이나 건강 관련 성분을 포함 여부도 가격을 상승시킬 수 있습니다. 컵이나 종이와 같은 포장 유형과 인증도 가격에 영향을 미치며, 인증이 많고 특정 포장 유형일수록 가격이 높아집니다.

Q. 스웨덴에서 라면 신제품을 개발할 때, 현지 소비자들은 어떤 변화를 기대할까요?

스웨덴 사람들 사이에서 건강에 대한 관심이 높아지고 있으며, 이로 인해 라면과 같은 패스트푸드에 건강을 위한 최고의 선택이 아닐 수도 있다는 인식이 생기고 있습니다. 이를 해결하기 위해서 라면 브랜드는 제품에 더 건강한 재료를 첨가하는 것을 고려해야 합니다. 그렇게 되면 소비자는 건강을 걱정하지 않고 라면을 즐길 수 있게 될 것입니다. 또한, 소비자들은 다양한 선택의 폭을 원하기에 고기 기반 라면을 취급하는 브랜드는 다양한 소비자 요구를 충족하기 위해 비건이나 채소 기반 라면도 출시해야 합니다. 최근 스웨덴 내 비건 제품에 관한 관심이 높아졌기에 버섯이나 두부와 같은 비건 재료로 제품을 만드는 것을 추천합니다.

Q. 스웨덴에서 소비자들이 선호하는 맛이나 재료는 무엇인가요?

선호하는 맛은 주관적이며 소비자마다 다릅니다. 스웨덴 시장에서 인기 있는 라면 맛은 스테이크 맛, 치킨 맛, 매운 맛, 버섯 맛, 오리엔탈 맛, 카레 맛 등입니다. 언급된 맛 옵션들은 순한 맛부터 매콤한 맛까지 다양한 맛을 혼합하여 다양한 취향에 맞게 제공되고 있습니다.

Q. 스웨덴에서 인기 있는 라면의 특징은 무엇인가요?

스웨덴 라면 시장은 한국, 일본, 중국, 태국산 브랜드가 소비자의 관심을 끌기 위해 경쟁하면서 경쟁이 매우 치열합니다. 장기적으로 성공하려면 브랜드는 다양한 소비자 선호도를 충족할 수 있는 다양한 라면 옵션을 제공해야 합니다. 또한, 건강에 관한 관심이 높아지는 만큼 건강한 재료를 활용한 브랜드가 유리할 것입니다.

Q. 스웨덴 소비자들에게 한국산 라면을 홍보하기 위한 효과적인 방법이 있나요?

스웨덴에서는 한국산 라면 홍보를 위해 다양한 전략을 사용할 수 있습니다. 우선, 현지 라면이나 국수 음식점과 제휴하여 더 많은 소비자에게 제품을 알릴 수 있습니다. 또한, 시장 진출 초기에 경쟁력 있는 가격을 제시하면 신뢰 구축에 도움이 될 것입니다. 일 년 내내 오프라인 매장과 온라인에서 제품을 판매하는 것이 중요하며, 건강을 중요시하는 소비자를 유치하기 위해 더 건강한 재료를 사용하는 것을 추천합니다. 그리고 조리하기 쉽다는 점을 강조해 바쁜 직장인 소비자들에게 어필하는 것도 방법입니다. 유기농, 할랄이나 코셔와 같은 인증을 받은 것을 부각하여 브랜드 인지도를 높일 수 있을 것입니다.

Interview ③

31)


**아시엔리브스
(Asienlivs)**

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 1992년 설립
 - 스톡홀름에 위치한
아시안 마트 및 수입업체
 - 주요 수입국: 한국, 일본,
필리핀, 중국, 태국
 - 취급 품목: 주방 공산품,
면류, 양념 등
 - 온라인 및 오프라인
유통채널 보유

담당자 정보

Importing In-Charge

**아시엔리브스(Asienlivs)
Importing In-Charge**
Q. 스웨덴에서 가장 인기 있는 라면 제품은 무엇인가요?

스웨덴 소비자들이 가장 쉽게 접할 수 있고 선호하는 브랜드인 한국의 N사, S사, P사에서 만드는 라면 제품 종류가 가장 인기가 많습니다.

Q. 스웨덴 소비자들이 라면을 구매할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

스웨덴 소비자들은 맛을 가장 중요하게 생각합니다. 매운 걸 좋아하면 매운 맛을 구매하고, 새롭고 흥미로운 맛을 원한다면 해당하는 맛을 구매합니다. 다른 중요한 요소는 영양성분입니다. 다이어트 보조식품으로 먹거나 특정 성분에 알레르기가 있어서 라면을 먹는 소비자들이 있습니다. 알레르기가 있거나 식단 관리를 하는 소비자들도 종종 라면을 구매합니다. 또한, 스웨덴의 많은 소비자가 채식주의자이기에 채식주의 옵션도 중요한 고려 사항입니다.

Q. 스웨덴 라면 시장 동향은 어떠한가요?

K-pop과 K-드라마가 인기를 끌면서 라면 시장에 변화가 생겼습니다. 지난 4-5년 동안 늘 인기가 높았던 일본 제품이나 태국 제품보다 한국 제품을 구매하는 소비자가 점점 더 많아지고 있습니다. 팬데믹 기간 동안 전 세계 사람들이 집에서 먹방과 기타 한국 콘텐츠를 많이 보았으며, 한국의 매운 라면이 유행 제품 중 하나였는데 챌린지 형식으로도 많은 인기가 있었습니다.

Q. 스웨덴 소비자들 사이에서 한국산 라면에 대한 인식은 어떠한가요?

현지 소비자들은 한국산 라면을 매우 긍정적으로 보고 있습니다. 라면의 가격이 계속 오르면 소비자들의 소비 의지에 변화가 생길 수 있다고 생각하지만, 그 외에는 한국이나 한국 라면에 대한 인식이 바뀌지 않을 것입니다.

Q. 스웨덴 소비자들은 주로 어디에서 라면을 구매하나요?

스웨덴 소비자들은 주로 자신이 좋아하는 브랜드가 있는 곳에서 사거나, 더 저렴한 국수를 원하면 슈퍼마켓에서 구매합니다. ‘헴코프(Hemköp)’, ‘아이씨에이(ICA)’, ‘쿵(Coop)’과 같은 슈퍼마켓에는 일반적으로 덜 매운 S사 라면을 판매하고 있습니다. 소비자들은 해당 제품을 아이들을 위한 간식으로 사주기도 합니다. 아시아 문화에 좀 더 친숙하거나 아시아 문화를 좋아하는 다른 소비자들은 아시안 마트에서 라면을 사는 것을 좋아합니다. 소비자들은 원하는 라면 제품을 온라인 플랫폼에서 구매하기도 합니다.

Q. 스웨덴 시장에서 라면의 입지를 확대하기 위해서는 어떤 전략을 사용해야 할까요?

라면은 스웨덴 소비자들에게 매우 인기가 높습니다. 라면의 입지를 스웨덴 시장에서 확대하기 위해서는 시장과 수요를 매우 신중하게 충족시키고 추세를 따르기 위해 노력해야 합니다. 또한, 소비자가 어떤 제품을 사고자 하는지 알아보기 위해 노력하고, 가격도 적당하게 책정해야 합니다.

Q. 스웨덴에서 라면 신제품을 개발할 때, 현지 소비자들은 어떤 변화를 기대할까요?

소비자들은 항상 시도해 보고 싶은 새로운 맛 옵션을 좋아합니다. 그래서 업체에서는 가능한 한 많은 종류의 맛 옵션을 취급하려고 노력합니다. 짭짤한 달걀이나 카르보나라와 같은 스웨덴 현지 맛이 인기가 많으며, 카레 맛도 수요가 있습니다. 기본적으로 평범하지 않고 어디서도 볼 수 없는 제품들이 인기가 있습니다.

Q. 스웨덴에서 소비자들이 선호하는 맛이나 재료는 무엇인가요?

채식주의자들 사이에서 잘 팔리는 썬 베지 컵라면 제품이 있습니다. S사의 채식주의자를 위한 채소 라면도 선호하며, 다이어트에 좋은 카레 라면도 인기가 있습니다.

Q. 스웨덴에서 인기 있는 라면의 특징은 무엇인가요?

스웨덴 소비자들은 감자를 좋아하기 때문에 감자면이 매우 인기 있습니다. 또한, 칠리와 허브가 곁들여진 면 제품도 인기가 있습니다.

Q. 스웨덴 소비자들에게 한국산 라면을 홍보하기 위한 효과적인 방법이 있나요?

스웨덴 소비자들에게 한국산 라면을 홍보하기 위해서는 우선 고객이 요구하는 사항들을 제품에 반영하는 것이 중요합니다. 또한, 10개 이상 구매하면 하나를 무료로 받거나 15% 할인을 받을 수 있는 할인 행사를 진행하는 것도 추천합니다.

Q. 한국 라면 제품이 스웨덴 시장에 진출하기 위해서 고려해야 할 사항이 있나요?

스웨덴에서는 식품에 많은 종류의 첨가물이 허용되지 않습니다. 저희 업체에서 수입하는 허가를 받은 라면 제품은 약 40개 정도입니다. 가끔 수입을 원해도 첨가물 때문에 원하는 제품을 수입할 수 없기도 합니다. EU와 스웨덴은 다른 국가에 비해 첨가물에 대한 규제가 더 엄격합니다. 또한, 다른 나라에 비해 세금 규제가 높고, 수입 가격도 높다는 점을 유의해야 합니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VII 시사점



시장수요



스웨덴 파스타 시장규모는 향후 5년간 5.1%씩 증가할 것으로 전망됨. HS CODE 1902.30의 스웨덴 對글로벌 수입액은 지난 5년간 연평균 9.3%씩 증가했으며, 2022년도에는 전년 대비 27%로 비교적 높은 성장을 기록함. 2022년 기준 스웨덴 對한국 라면 수입액은 122억 원으로 수입 국가들 중 2위를 차지함. 수입규모 1위국인 독일의 연평균성장률은 4.9%를 기록하였으며, 3위국인 중국은 연평균성장률 18.0%를 기록함

수입유통업체 인터뷰 결과, 라면이 스웨덴 시장에 유통되기 시작한 것은 대략 10년 전 쯤이며, 최근 5~6년 사이에 스웨덴 소비자들 사이에서 큰 인기를 얻고 있다고 답변함. 스웨덴에서 라면의 인기가 증가한 이유 중 하나로 스웨덴에 거주하는 아시아인 인구 증가를 언급함. 또한, 세계화 추세와 K-pop, K-드라마도 스웨덴 시장에서 라면의 입지를 굳히는 데 큰 역할을 하였다고 답변함

소비 특징 ①

- ▶ Point 1) 다양한 맛의 라면 수요
- ▶ Point 2) 제품 포장 형태
- ▶ Point 3) 주요 라면 경쟁브랜드

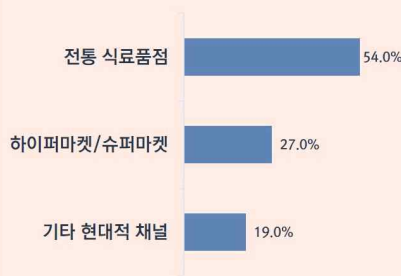
스웨덴 라면 시장 내
다양한 맛의 라면 유통



스웨덴 온라인 쇼핑물 판매 경쟁제품 키워드 분석 결과, 다양한 맛의 라면이 인기가 있는 것으로 확인됨. 닭고기 맛이나 쇠고기 맛뿐만 아니라, 채소, 참기름, 커리, 김치, 버섯, 된장, 간장, 참깨 맛 등의 다양한 제품들이 수요가 있는 것으로 파악됨. 또한, 제품의 포장 형태는 일회용기에 포장된 컵라면 또는 비닐에 포장된 봉지라면이 대부분이었음

스웨덴 라면 시장 내 주요 브랜드로는 닛신, 코카, 쉐안, 인도미, 구라타 등이 있었음. 또한, 삼양, 농심, 팔도 등의 한국 브랜드도 확인됨

스웨덴 라면 유통 비중



유통채널



스웨덴 라면 유통채널 점유율 조사 결과 전통 식료품점(54.0%)이 압도적으로 높은 점유율을 차지하였음. 뒤를 이어 하이퍼마켓/슈퍼마켓(27.0%), 기타 현대적 채널(19.0%)이 스웨덴 내 라면의 주요 유통채널로 확인됨

한편, 전문가 인터뷰 결과 라면의 주요 유통채널은 대형마트, 슈퍼마켓, 온라인 플랫폼, 아시아/한인마트, 편의점 등이라고 답변함. 또한, 세프나 음식점과 협력하여 유통하는 방법도 추천함. 온라인 플랫폼에서 제품을 판매할 때는 오프라인 채널보다 가격 경쟁력을 유념해야 할 것이라고 언급함



진입장벽

- ▶ Point 1) 수출업자 세관 등록(EORI)
- ▶ Point 2) 품목분류 사전심사(BTI)
- ▶ Point 3) HACCP 인증 必



스웨덴으로 라면 수출 시, FTA 협정세율에 따라 0%가 적용됨. 또한, 스웨덴으로 라면 수출 시, 해당 제품의 정확한 품목분류를 위해 품목분류 사전심사를 진행할 수 있음. 품질 인증의 경우, HACCP 인증 취득이 필수이며, ISO 22000, IFS 인증 등이 권장됨. 스웨덴 내 소비자들의 유기농과 비건에 대한 선호도가 높기 때문에 KRAV 유기농 인증 등을 취득하여 활용할 수 있음. 라벨의 경우, 반드시 스웨덴어로 표기해야 하고, 유럽 연합 가입국의 언어로도 추가 기재가 가능함

수출 확대 전략

셀링 포인트
&
제품 경쟁력 피드백



Point 01 주요 구매 요인 수입유통업체 인터뷰 결과, 스웨덴 소비자들은 라면을 구매할 때 맛과 향, 사용된 재료, 맵기, 가격, 조리 과정, 포장 등 다양한 요소를 꼼꼼하게 고려한다고 확인됨. 또한, 대다수의 스웨덴 소비자는 극도로 매운 라면을 선호하지 않기 때문에 현지 소비자의 취향 선호도를 이해하는 것이 중요함. 따라서, 고객사 제품이 다양한 맵기의 정도를 제공하는 것이 더 넓은 범위의 고객층을 유치할 수 있을 것으로 보임

Point 02 제품 피드백 수입유통업체 인터뷰 결과, 고객사 제품은 다른 경쟁제품에 비해 가격이 다소 높은 편이라고 답변함. 스웨덴 내 라면 시장의 경쟁이 매우 치열하므로 가격 경쟁력에 유의해야 한다고 답변함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2021
2. 해외경제 정보 Dream, 「스웨덴 즉석식품 시장동향」, 2023.07
3. 스탓티스타(Statista), 「Pasta_Sweden」, 2023
4. WINA(World Instant Noodles Association), 「Demand Rankings」, 2023.05
5. 칸타(Kantar), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023.07
6. 악스푸드(Axfood), 「The Swedish food retail market」
7. EU 법령포털(EUR-LEX), 「REGULATION (EU) No 1169/2011 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL」, 2011
8. 한국농수산물유통공사, 「2020년 EU 식품 라벨링 제도」, 2020.11
9. 식품안전정보원 글로벌식품법령·기준규격정보시스템, 「글로벌 식품안전 브리프 제3호」, 2021.08
10. Publications Office of the European Union, 「REGULATION (EU) No 1169/2011 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL」, 2011.11
11. 한국농수산물유통공사, 「주요 수출대상국의 식품첨가물 및 유해물질 조사 유럽연합편」, 2017.12

■ 참고 사이트

1. 스탓티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. WINA(World Instant Noodles Association) (www.instantnoodles.org)
4. 아이씨에이(ICA) (www.ica.se)
5. 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News) (www.supermarketnews.com)
6. 악스푸드(Axfood) (www.axfood.com)
7. 스나브그로스(Snabbgross) (www.snabbgross.se)
8. 쿵(Coop) (www.coop.se)
9. 아이티서플라이체인(IT Supply Chain) (itsupplychain.com)
10. 리테일인사이트네트워크(Retail Insight Network) (www.retail-insight-network.com)
11. 리들(Lidl) (www.lidl.se)
12. 테크에이치큐(TechHQ) (techhq.com)
13. 비알이그룹(BRE Group) (bregroup.com)
14. 시티그로스(City Gross) (www.citygross.se)
15. 블링크더디자인에이전시(Blink the Design Agency) (www.blinkthedesignagency.com)
16. 세븐일레븐 스웨덴(7-Eleven Sweden) (7-eleven.se)
17. 스웨다비아(Swedavia) (www.swedavia.com)
18. 다이렉텐(Direkten) (direkten.se)
19. 포스퀘어(Foursquare) (www.google.com)
20. 컨비니언스스토어스웨덴(Convenience Stores Sweden) (conveniencestores.se)
21. 써클케이(Circle K) (www.circlek.se)
22. 씨에스피데일리뉴스(CSP Daily News) (www.cspdailynews.com)
23. 식품안전정보원 글로벌식품법령·기준규격정보시스템 (foodlaw.foodinfo.or.kr)
24. 볼락스팩타(Bolagsfakta) (www.bolagsfakta.se)
25. 아마존 스웨덴(Amazon Sweden) (www.amazon.se)
26. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
27. 관세청 (www.customs.go.kr)
28. EU 법령포털(EUR-LEX) (www.eur-lex.europa.eu)
29. 유럽연합 집행위원회(European Commission) (ec.europa.eu)
30. 영국 비건 소사이어티(Vegan Society) (www.vegansociety.com)
31. 농림축산식품부 (www.mafra.go.kr)
32. 스웨덴 연방 식품 농업부(BMEL) (www.bmel.de)
33. 관세법령정보포털 (unipass.customs.go.kr)

34. 플래티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)
35. 오리엔탈슈퍼마켓(Oriental Supermarket) (www.orientalshop.se)
36. 마템(Mathem) (www.mathem.se)
37. 아시엔리브스(Asienlivs) (www.asienlivs.se)

· 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사

· 발 행 일 자 | 2023.09.22

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 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea