



2021

해외시장 맞춤형조사

No. | 202109-04
품목 | 비건김치(Vegan Kimchi)
HS CODE | 2005.99.1000
국가 | 독일(Germany)
구분 | 시장분석형

Contents

| | |
|---|----|
| I. 요약 | 04 |
| II. 시장규모 | |
| 1. 독일 절인 식품 시장규모 | 06 |
| 2. 독일 소스, 드레싱 및 조미료 시장점유율 | 07 |
| 3. 독일 비건김치 수입규모 | 08 |
| 4. 한국 비건김치 수출규모 | 09 |
| III. 소비 제품 특징 및 이슈 | |
| 1. 독일 판매 김치, 종류 다양성 적은 편 | 12 |
| 2. 독일 김치 경쟁 브랜드, 빈출 키워드 기준 국산 브랜드 1위, 3위 | 13 |
| 3. 독일 김치 패키징, ‘캔’ 빈출 키워드 1위, ‘플라스틱’ 0건 | 14 |
| 4. 독일 김치 홍보문구, ‘비건’ 1위, ‘매운’ 2위, ‘할랄’도 주목 | 15 |
| 5. 독일 비건김치 진출 컨셉 | 16 |
| IV. 유통채널 특징 | |
| 1. 독일 비건김치 유통채널 비교 | 18 |
| 2. 독일 비건김치 유통채널 특징 | 19 |

Contents

V. 온라인 유통채널

- | | |
|--------------------------|----|
| 1. 독일 비건김치 온라인 유통채널 종합분석 | 24 |
| 2. 독일 비건김치 주요 온라인 유통채널 | 25 |

VI. 오프라인 유통채널

- | | |
|---------------------------|----|
| 1. 독일 비건김치 오프라인 유통채널 종합분석 | 35 |
| 2. 독일 비건김치 주요 오프라인 유통채널 | 36 |

VII. 진입장벽

- | | |
|-----------------------|----|
| 1. 독일 비건김치 통관 및 검역 절차 | 42 |
| 2. 독일 비건김치 품질 인증 | 43 |
| 3. 독일 비건김치 라벨링 | 44 |
| 4. 독일 비건김치 성분 및 유해물질 | 48 |

VIII. 수입·유통업체 인터뷰

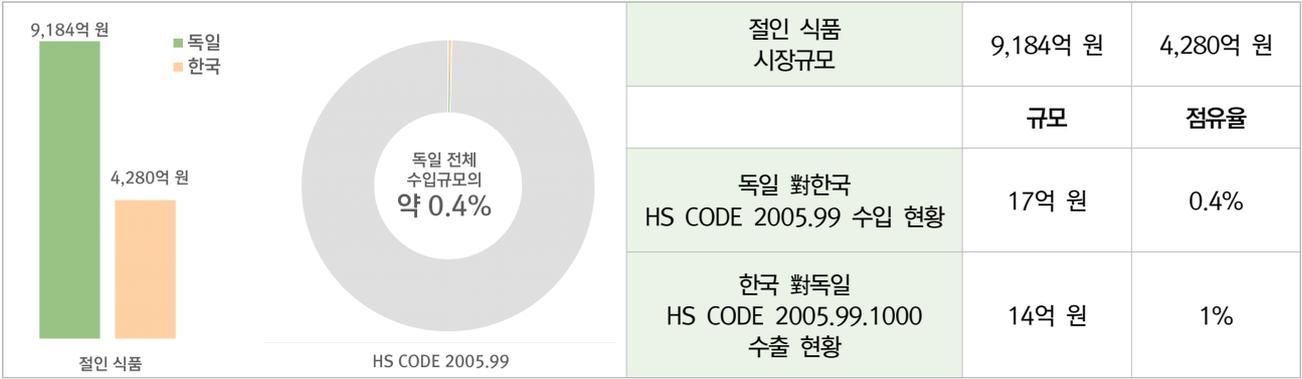
- | | |
|---------------------------------|----|
| Interview ① 니칸키친(Nikan Kitchen) | 53 |
| Interview ② 나누코(Nanuko) | 55 |
| Interview ③ 신세계(Shinsege) | 57 |

IX. 시사점

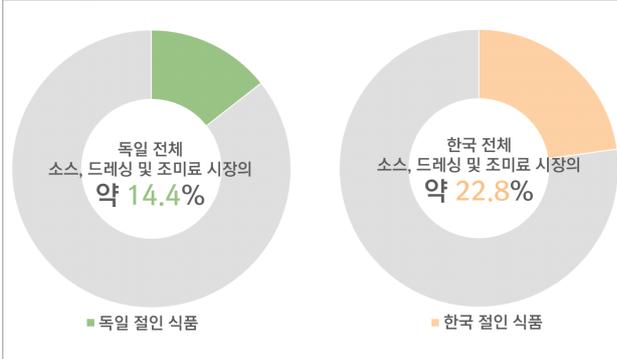
- | | |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 63 |
|--------|----|

Summary

■ 수요 분석



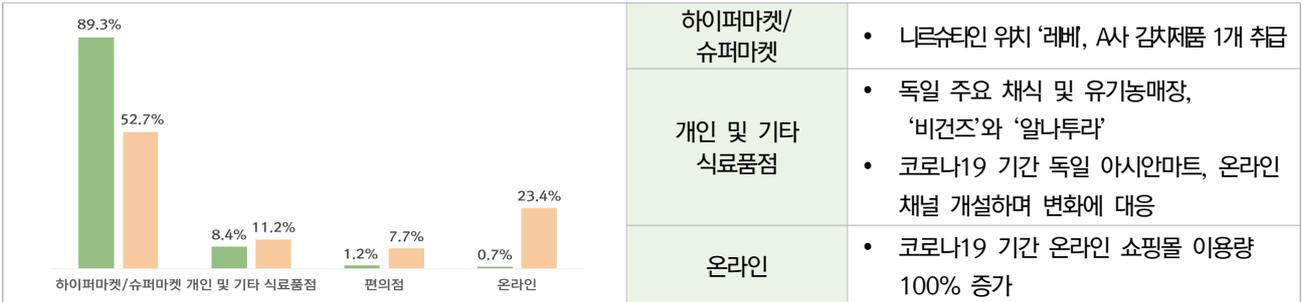
■ 시장점유율



■ 소비 특징1)



■ 유통채널



■ 진입장벽

| | |
|---------|--------------------------|
| 인증 | 필수인증은 없으나 V-Label 선호도 높음 |
| 라벨링 | 독일어 표기 필수, 기타 언어 병기 가능 |
| 성분/유해물질 | 식품첨가물/유해물질/알레르겐 |

■ 수입·유통업체 평가

| | |
|--------|--|
| 김치 수요 | <ul style="list-style-type: none"> 김치 수요 상승 추세이며, 맵지 않은 김치의 수요 특히 높음 |
| 소비 특징 | <ul style="list-style-type: none"> 비건 식품 구매 시 V-Label 중요시 주요 소비자인 현지 아시아인도 고려 필요 |
| 제품 피드백 | <ul style="list-style-type: none"> 가격은 적절하나 유통기한과 포장 개선 필요 답변 확인 |

■ 요약

| | |
|-----------|---|
| Point 01. | <ul style="list-style-type: none"> 최근 독일 내 김치에 대한 수요 증가하며 한국 對독일 김치 수출액 2016-20년 연평균 60% 증가 현지 생산 김치는 매운맛이 거의 없는 형태 |
| Point 02. | <ul style="list-style-type: none"> 고객사 제품 가격은 적정선, PET 포장과 유통기한에 대한 개선의견 확인 |
| Point 03. | <ul style="list-style-type: none"> 독일 현지 소비자와 독일 거주 아시안 구분하여 타깃 제품과 유통채널 진입 전략 이원화 필요 |

1) 본 보고서의 A사-C사는 독일 김치 시장에 진출한 국내 경쟁기업을 의미하며, 조사 대상 기업은 '고객사'로 명칭함

II. 시장규모

1. 독일 절인 식품 시장규모
2. 독일 소스, 드레싱 및 조미료 시장점유율
3. 독일 비건김치 수입규모
4. 한국 비건김치 수출규모

1. 독일 절인 식품 시장규모

독일 국가 일반 정보²⁾

| | |
|-----------|------------------------|
| 면적 | 약 35.8만km ² |
| 인구 | 8,316만 명 |
| GDP | 3.8조 달러 |
| GDP (1인당) | 4만 5,781달러 |

▶ 독일 절인 식품 시장규모, 한국 대비 2배 큰 약 9,184억 원³⁾

2020년 기준 독일 절인 식품 시장규모는 약 9,184억 원으로, 약 4,280억 원을 기록한 한국 절인 식품 시장의 약 2배에 해당함. 2020년 독일 절인 식품 시장은 전년 대비 12% 성장했으며, 건강식품에 대한 관심이 높아지면서 발효 절인 식품의 대표주자인 김치가 주목을 받고 있음

▶ 독일 절인 식품 시장규모, 향후 5년간 감소세 예상

독일 절인 식품 시장은 향후 5년(2021-25년)간 0.4% 감소세를 보이며 횡보할 것으로 전망됨. 반면, 독일 내 김치는 채식·건강 식품을 찾는 독일 소비자에게 비건식품을 표방한 현지화 전략을 내세우며, 매운맛 조절, 원료 다양화 등 새로운 형태의 제품 출시가 이루어질 것으로 예상됨⁴⁾

[표 2.1] 독일 '절인 식품' 시장규모⁵⁾⁶⁾

단위 : 백만 유로



자료: 유로모니터(Euromonitor)

2) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

3) 조사제품 '비건김치'는 절인 배추를 채소수 베이스의 양념으로 조미하여 바로 섭취할 수 있도록 저장한 제품으로, 제품의 제조 방식과 재료를 기준으로 '절인 식품(Pickled Products)' 시장규모를 조사함

4) KATI농식품수출정보, 「유럽, 김치에 부는 현지화 바람」, 2020.07

5) 환산된 데이터(단위: 유로, 원)는 모두 반올림됨

6) 1유로=1,364.60원(2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

7) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 독일 소스, 드레싱 및 조미료 시장점유율

▶ 독일 ‘절인 식품’ 시장, ‘소스, 드레싱 및 조미료’ 시장의 14.4% 차지

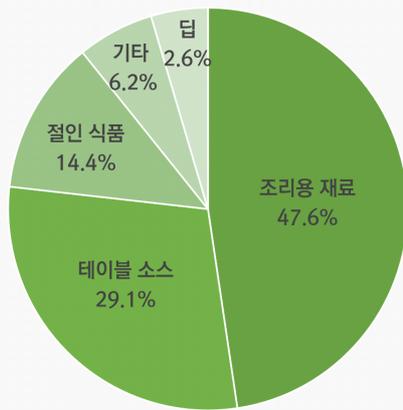
독일과 한국의 소스, 드레싱 및 조미료 세부 시장⁸⁾을 비교하면, 절인 식품의 시장점유율이 독일은 14.4%(6억 7,300만 유로, 약 9,184억 원), 한국은 22.8%(약 4,280억 원)이나, 독일 시장의 절대적인 규모가 더 큰 것으로 확인됨

반면, 허브 및 향신료, 파스타 소스, 조미료 등을 포함하는 ‘조리용 재료’의 점유율이 한국 대비 약 17%포인트(p) 높으며, 한국과 달리 빵이나 칩 종류를 찍어먹는 ‘딤(Dips)’ 시장이 존재하는 것으로 확인됨

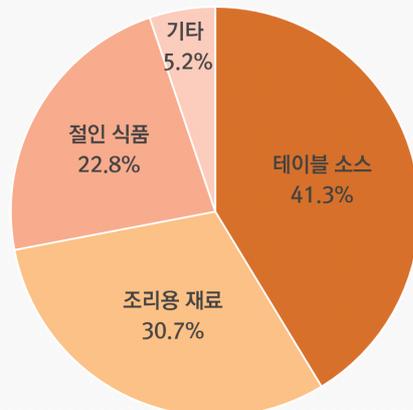
[표 2.2] 2020년 독일, 한국 ‘소스, 드레싱 및 조미료’ 시장점유율⁹⁾

단위 : 백분율(%)

독일 소스, 드레싱 및 조미료 세부 시장



한국 소스, 드레싱 및 조미료 세부 시장



| 분류 | 소스, 드레싱 및 조미료 | | | | |
|----|---------------|-----|-------|--------|-------------------|
| | 조리용 재료 | 딤 | 절인 식품 | 테이블 소스 | 기타 ¹⁰⁾ |
| 독일 | 47.6 | 2.6 | 14.4 | 29.1 | 6.2 |
| 한국 | 30.7 | - | 22.8 | 41.3 | 5.2 |

자료: 유로모니터(Euromonitor)

8) 유로모니터상 독일 소스, 드레싱 및 조미료 시장규모(46억 6,900만 유로, 약 6.4조 원)와 한국 소스, 드레싱 및 조미료 시장규모 (약 1.9조 원)의 시장점유율을 나타냄

9) 환산된 데이터(단위: 백분율)는 모두 반올림됨

10) 기타에는 토마토 소스와 퓨레(Tomato Pastes and Purées), 이스트 베이스 스프레드(Yeast-based Spreads), 기타 소스(Other Sauces, Dressings and Condiments)가 포함됨

3. 독일 비건김치 수입규모

HS CODE 2005.99

조식제품 '비건김치'는 절인 배추에 젓갈류 및 육류를 넣지 않고 채소수를 베이스로 양념하여 바로 먹을 수 있게 저장한 제품임 이에 조제하거나 보존처리한 그 밖의 채소·기타(식초나 초산으로 처리한 것 또는 냉동한 것 제외)에 해당하는 HS CODE 2005.99를 지표로 선정함

▶ 독일 비건김치 수입액, 최근 5년간 연평균 7% 증가

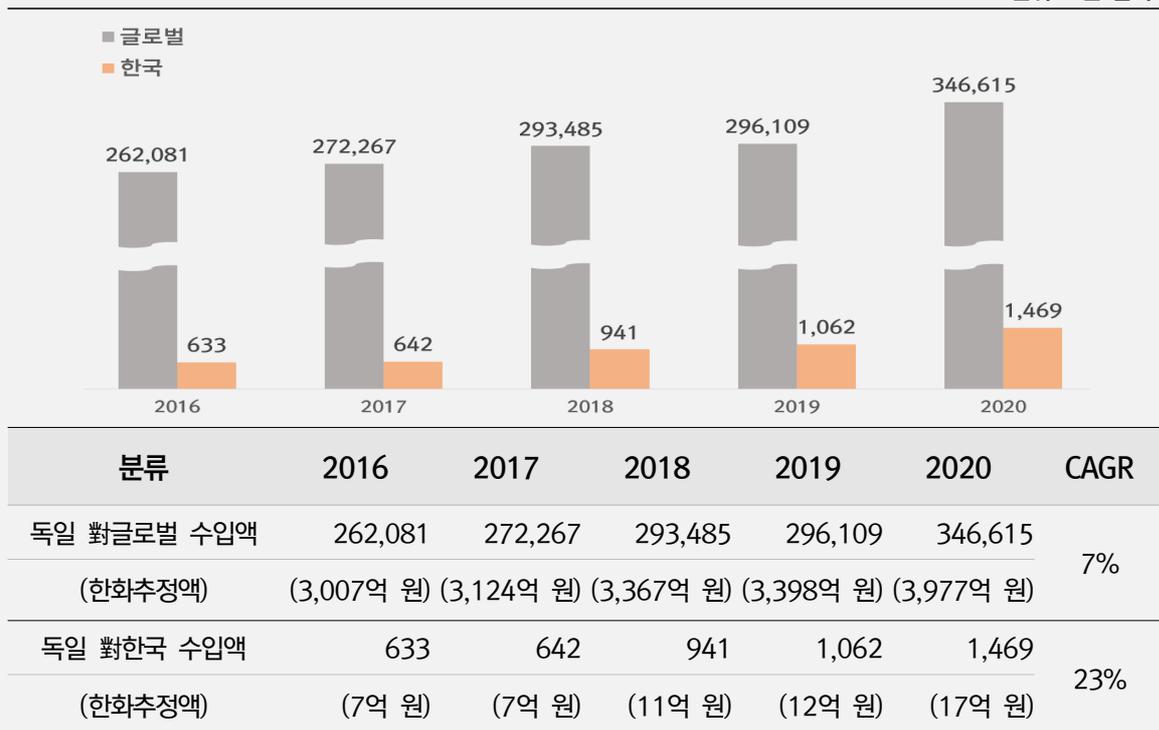
독일 HS CODE 2005.99 품목의 對글로벌 수입규모는 2020년 기준 약 3,977억 원을 기록함. 글로벌 수입액은 2016-19년 동안 한 자릿수 대의 원만한 증가세를 보이다가, 2020년 전년 대비 17% 급증하여, 최근 5년(2016-20년)간 연평균 7% 증가함. 네덜란드(약 863억 원, 22%)로부터의 수입액이 가장 컸으며, 다음으로 프랑스(약 665억 원, 17%), 이탈리아(약 377억 원, 9%) 순으로 집계됨

▶ 독일 HS CODE 2005.99 수입액 중 한국 점유율 0.4% 차지

독일 HS CODE 2005.99 수입액 중 한국 점유율은 0.4%로 글로벌 수입액 중 22위를 차지함. 현재 對한국 수입액 점유율은 낮은 편이지만, 최근 5년간 연평균 23% 증가세를 기록하며 독일 對글로벌 수입액 증가세인 7%를 큰 폭으로 상회함

[표 2.3] 독일 HS CODE 2005.99 수입규모¹⁾¹²⁾¹³⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2005.99 기준

11) 자료 : ITC(International Trade Centre)

12) 1달러=1,147.40원 (2021.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

13) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

4. 한국 비건김치 수출규모

HS CODE 2005.99.1000

조사제품 '비건김치'에 해당하는 HS CODE 2005.99.1000(김치(냉동하지 않은 것))의 한국 對글로벌, 對독일 수출규모를 통해 수출 수요를 확인함

▶ 한국 對독일 수출액 약 14억 원, 수출액 기준 12위 차지

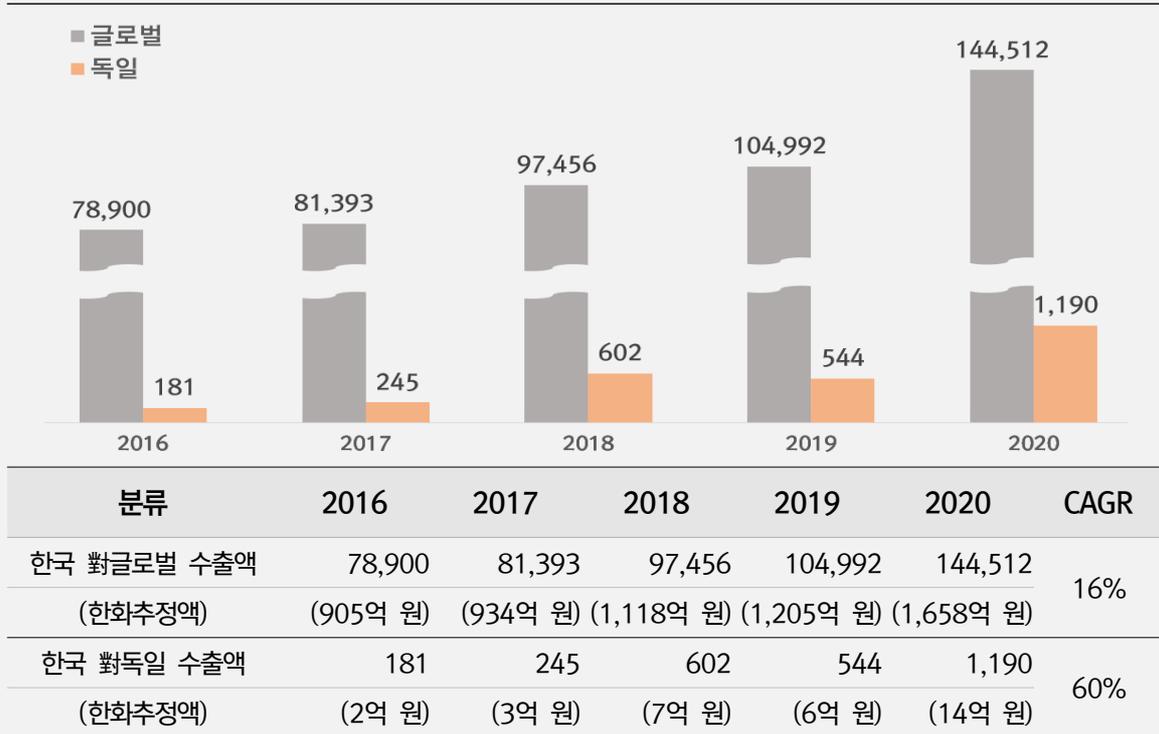
한국 HS CODE 2005.99.1000 품목의 對글로벌 수출규모는 2020년 기준 약 1,658억 원으로 확인됨. 對독일 수출액은 전년 대비 119% 성장한 약 14억 원으로, 전체 수출액의 약 1%를 차지하며 수출액 기준 12위를 기록함. 수출액 기준 1위는 일본(약 816억 원, 49%), 2위는 미국(약 265억 원, 16%), 3위는 홍콩(약 89억 원, 5%)으로 확인됨

▶ 한국 對독일 수출액, 최근 5년간 연평균 60% 성장

한국 HS CODE 2005.99.1000 품목의 對독일 수출규모는 지난 5년(2016-20년)간 60%의 연평균성장률을 기록하며, 같은 기간 對글로벌 수출액 성장세인 16%를 큰 폭으로 상회함

[표 2.4] 한국 HS CODE 2005.99.1000 수출규모¹⁴⁾¹⁵⁾

단위 : 천 달러



자료 : KATI, HS CODE 2005.99.1000 기준

14) 자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

15) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

III. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 독일 판매 김치, 종류 다양성 적은 편
2. 독일 김치 경쟁 브랜드, 빈출 키워드 기준 국산 브랜드 1위, 3위
3. 독일 김치 패키징, '캔' 빈출 키워드 1위, '플라스틱' 0건
4. 독일 김치 홍보문구, '비건' 1위, '매운' 2위, '할랄'도 주목
5. 독일 비건김치 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 독일 온라인매장 입점 비건김치 정보 수집

- 데이터 수집 키워드: 김치(kimchi), 비건김치(veganes kimchi)
- 데이터 수집량 : 51건
- 데이터 수집원 : 독일 온라인쇼핑몰

▶ 독일 온라인매장 입점 비건김치 특징 분석

- 데이터 분석 항목
- ① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 패키징 ④ 홍보문구

| 항목 | 키워드 (국문/현지어) | | 빈도 | 키워드 (국문/현지어) | | 빈도 |
|-------|--------------|----------------|----|--------------|-----------------------|-----|
| 경쟁제품 | 김치 | kimchi | 70 | (-) | (-) | (-) |
| | 백김치 | weiß kohl | 5 | (-) | (-) | (-) |
| | 폴란드 김치 | polish kimchi | 1 | (-) | (-) | (-) |
| | 총각김치 | rettich kimchi | 0 | (-) | (-) | (-) |
| 홍보문구 | 비건 | vegan | 83 | 건강한 | gesund | 21 |
| | 매운 | scharf | 75 | 마일드 | mild | 12 |
| | 신선한 | frisch | 41 | 홈메이드 | selbstgemacht | 6 |
| | 글루텐 프리 | glutenfrei | 36 | GMO 프리 | non_GMO | 4 |
| | 할랄 | halal | 23 | 자연 발효 | natürlich fermentiert | 3 |
| | 오리지널 | original | 21 | (-) | (-) | (-) |
| 경쟁브랜드 | A사 | (-) | 10 | 직접 만들 | hausge macht | 5 |
| | 나나스 김치 | nana's_kimchi | 7 | 호산 | hosan | 4 |
| | B사 | (-) | 6 | 오리엔탈 | oriental | 3 |
| 패키징 | 캔 | kann | 35 | 160g | 160g | 20 |
| | 유리 | Glas | 11 | 120g | 120g | 8 |
| | 플라스틱 | Plastik | 0 | 250g | 250g | 8 |
| | 300g | 300g | 24 | 215g | 215g | 3 |

1. 독일 판매 김치, 종류 다양성 적은 편

▶ 전체 ‘김치’ 키워드 70건, ‘백김치’ 5건

- 이베이(Ebay), 아마존(Amazon) 독일에 국산 브랜드 제조 ‘백김치’ 없음
- 이베이에 판매 중인 ‘백김치’, ‘한국 스타일 김치’로 제품 홍보

▶ ‘폴란드 김치’ 키워드 1건

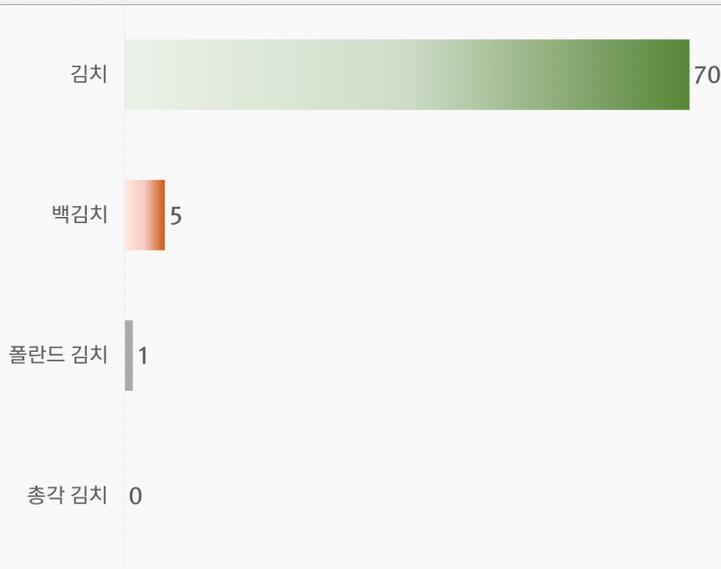
- 제품명 표기는 ‘김치(kimchi)’이나 판매 페이지 상 ‘한국’ 언급 없음
- ‘개봉 후 7일 이내 섭취’해야 하는 제품으로 한국 김치와 다름
- 제조국은 슬로베니아

▶ 국산 브랜드, 일반 김치와 볶음 김치 주로 판매

- 이베이와 아마존 내 판매되는 총각 김치 없음

| 1위 김치 | | 2위 백김치 | | 3위 폴란드 김치 | |
|--|--------------------------------------|--|---------------------|--|---------------------|
|  | |  | |  | |
| 브랜드 | 유타카(Yutaka) | 브랜드 | 모자셈자(Moja Semja) | 브랜드 | 바이오고(Biogo) |
| 패키징 | 유리병 | 패키징 | 플라스틱 병 | 패키징 | 유리 |
| 가격 | 215g/32.99유로(45,018원) ¹⁶⁾ | 가격 | 600g/5.99유로(8,174원) | 가격 | 290g/5.19유로(7,082원) |

[표 3.1] 독일 비건김치 경쟁제품 관련 키워드



자료: 독일 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘비건김치’ 관련 게시물 51건 분석

16) 1유로=1,364.60원(2021.08.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 독일 김치 경쟁 브랜드, 빈출 키워드 기준 국산 브랜드 1위, 3위

▶ ‘A사’, ‘B사’, 독일 김치 경쟁 브랜드 추출 키워드 기준 1위, 3위

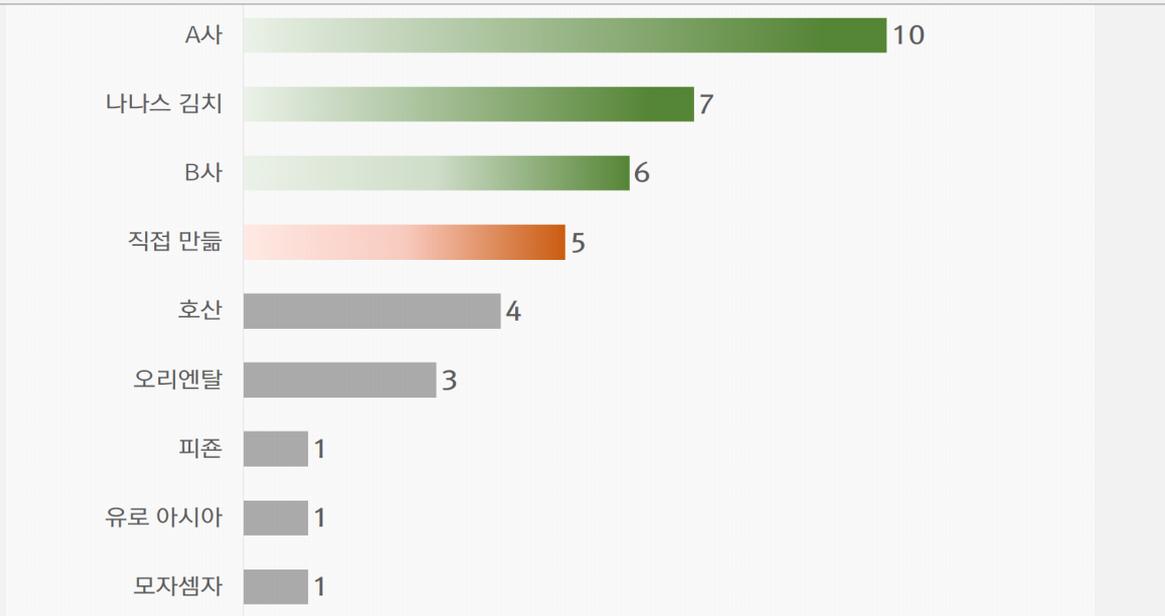
- ‘A사’ 양반김치는 이베이 독일, ‘B사’ 김치는 아마존 독일 판매 중
- ‘A사’, ‘B사’, 판매페이지 상 ‘비건’, ‘할랄’ 관련 내용 없음
- ‘A사’, 볶음김치와 썰은김치, 갓김치, ‘B사’, 맛김치와 볶음김치 판매 중

▶ ‘나나스 김치’, 추출 키워드 기준 2위

- ‘나나스 김치’, 키워드 7건
- 김치 판매페이지에 ‘지방, 탄수화물 줄임’, ‘할랄’, ‘당뇨 환자에 좋음’ 표기

| 1위 A사 | | 2위 나나스 김치 | | 3위 B사 | |
|--|-----------------------|--|---------------------|--|--------------------------|
|  | |  | |  | |
| 패키징 | 캔 | 패키징 | 유리병 | 패키징 | 캔 |
| 가격 | 160g/12.99유로(17,726원) | 가격 | 300g/4.60유로(6,277원) | 가격 | 160g*12/24.69유로(33,692원) |

[표 3.2] 독일 비건김치 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 독일 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘비건김치’ 관련 게시물 51건 분석

3. 독일 김치 패키징, ‘캔’ 빈출 키워드 1위, ‘플라스틱’ 0건

▶ ‘캔, 패키징 관련 키워드 1위, ‘유리’ 2위

- ‘캔’ 키워드 35건으로 1위, ‘유리’ 11건으로 2위

▶ 독일, 플라스틱 사용 자제

- 독일, 올해 7월부터 플라스틱 제품 판매 금지¹⁷⁾로 환경 보호 움직임

- 판매 제품 중 ‘플라스틱’에 포장된 김치 2개, ‘플라스틱’ 키워드는 0건

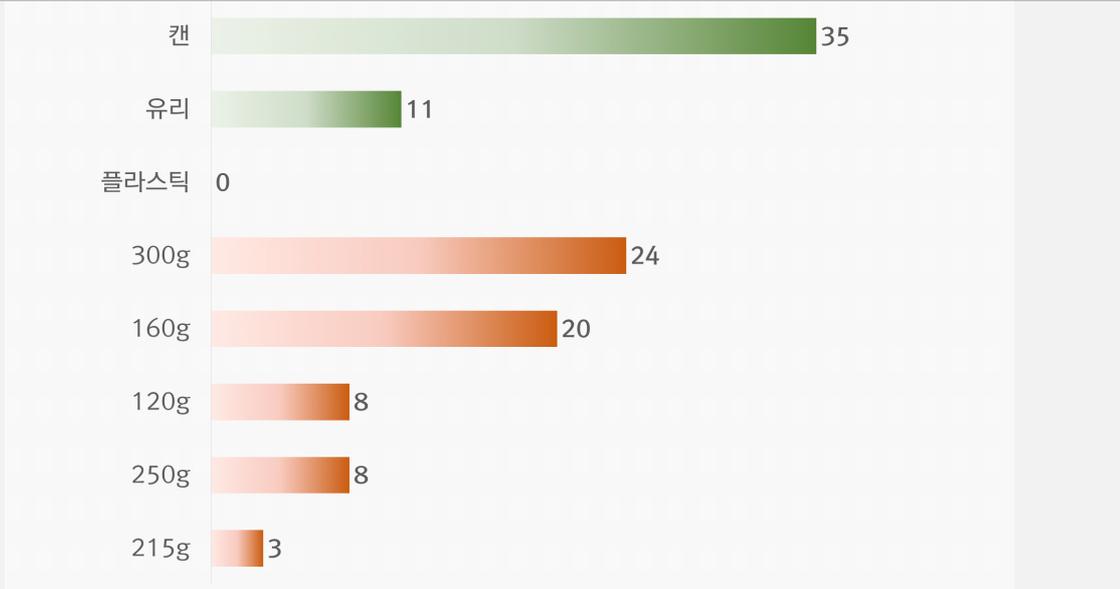
- 독일 최대 슈퍼마켓 체인 중 하나인 ‘에데카(Edeka)’, ‘지속가능성’을 모토로 재활용 가능한 포장으로 포장 폐기물 줄이는 노력 중¹⁸⁾

▶ 포장 용량 관련, ‘300g’ 빈출

- 기타 ‘160g’, ‘120g’, ‘250g’ 등 소포장 단위의 키워드

| 1위 캔 | | 2위 유리 | | 중량 1위 300g | |
|--|---------------------|--|-----------------------|--|-----------------------|
|  | |  | |  | |
| 브랜드 | 피죤(Pigeon) | 브랜드 | 하나 김치(HANA Kimchi) | 브랜드 | 나나스 김치(Nana's Kimchi) |
| 가격 | 140g/1.99유로(2,715원) | 가격 | 300g/21.08유로(28,766원) | 가격 | 300g/4.60유로(6,277원) |

[표 3.3] 독일 비건김치 패키징 관련 키워드



자료: 독일 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘비건김치’ 관련 게시물 51건 분석

17) KATI, 「유럽의 일회용 플라스틱 폐기물 감축 정책 동향」, 2021.08

18) KATI, 「유럽 온라인 플랫폼 현황 및 진출 전략 조사」, 2021.07

4. 독일 김치 홍보문구, ‘비건’ 1위, ‘매운’ 2위, ‘할랄’도 주목

▶ ‘비건’, 김치 홍보문구 관련 빈출 키워드 1위

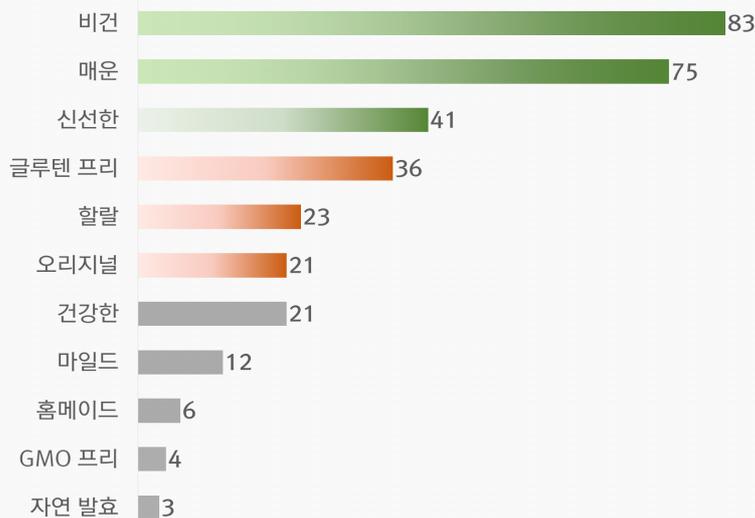
- 제품명이 ‘비건김치’가 아닌 제품도 상세설명에 ‘비건’용이라는 문구 활용
- 독일 가구의 약 75%, 대형마트에서 채식주의 상품 구매 희망¹⁹⁾
- 독일 소비자의 약 75%, 채식 제품 소비한다고 응답²⁰⁾

▶ ‘비건’김치 홍보문구, ‘할랄’도 주목

- ‘할랄’, 키워드 23건으로 비건김치 홍보문구 관련 빈출 키워드 5위
- ‘육류’ 성분이 없는 비건김치, 할랄푸드로도 홍보 가능
- 비건, 베지테리언, 할랄 등 다양한 소비자 니즈 반영 가능

| 1위 비건 | | 2위 매운 | | 5위 할랄 | |
|--|----------------------|--|-----------------------|--|----------------------|
|  | |  | |  | |
| 브랜드 | 유로이스트(Euro-East) | 브랜드 | A사 양반김치 | 브랜드 | 정보 없음(직접 만들) |
| 패키징 | 캔 | 패키징 | 캔 | 패키징 | 정보 없음 |
| 가격 | 3kg/26.51유로(36,176원) | 가격 | 160g/12.99유로(17,726원) | 가격 | 500g/8.98유로(12,254원) |

[표 3.4] 독일 비건김치 홍보문구 관련 키워드



자료: 독일 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘비건김치’ 관련 게시물 51건 분석

19) 스테티스타(Statista), 「Number of People Who Classify Themselves as Vegetarian in Germany 2014–2020」, 2021.06

20) 스테티스타(Statista), 「Number of People Who Classify Themselves as Vegetarian in Germany 2014–2020」, 2021.06

5. 독일 비건김치 진출 컨셉

- ▶ **컨셉 ① _ 캔에 진공 포장하여 신선함 김치 맛 보장**
 - 김치 패키징 관련, 빈출 키워드 1위인 ‘캔’의 장점 활용
 - ‘신선함’ 배추 맛 보장 강조
- ▶ **컨셉 ② _ GMO를 포함하지 않아 안심할 수 있는 비건김치**
 - 78% 독일 소비자, 식료품 구매 시 성분표 본다고 응답²¹⁾
 - 제품의 식품 안전성 강조
- ▶ **컨셉 ③ _ 마일드한 김치를 찾는 비건을 위한 백김치**
 - 한국만큼 매운 음식이 일반적이지 않은 독일
 - 마일드한 김치를 찾는 비건 소비자에 어필

| 경쟁제품 | 패키징 | 홍보문구 | 결합 키워드 발생량 | 제품 컨셉 |
|------|--------|----------|------------|--|
| (-) | (캔) | (신선함) | 4건 | [캔]에 진공 포장하여 [신선함] 김치 맛 보장 |
| 김치 | (-) | (GMO 프리) | 3건 | [GMO]를 포함하지 않아 누구나 안심하고 먹을 수 있는 [비건김치] |
| 김치 | (300g) | (할랄) | 3건 | [300g] 소포장으로 맛이 변하지 않는 [할랄푸드], [비건김치] |
| 김치 | (-) | (오리지널) | 2건 | 재료는 달라도 [오리지널] 김치 맛은 유지한 [비건김치] |
| 백김치 | (-) | (마일드) | 1건 | [마일드] 한 김치를 찾는 비건을 위한 [백김치] |

★ 결합 키워드 발생량 : 경쟁제품/패키징/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

21) 스테티스타(Statista), 「Reading the Information about Ingredients on Product Packaging Germany 2017」, 2019.04

IV. 유통채널 특징

1. 독일 비건김치 유통채널 비교
2. 독일 비건김치 유통채널 특징

1. 독일 비건김치 유통채널 비교

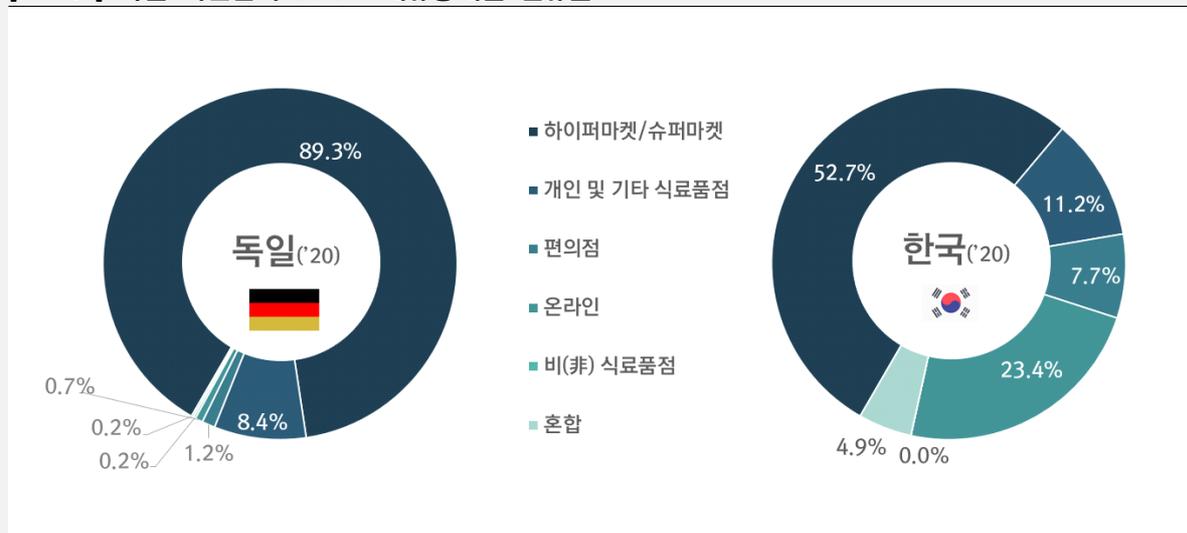
▶ 독일 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 유통채널, 한국보다 점유율 높아

2020년 독일 비건김치 유통채널 중 한국 대비 점유율이 높은 유통채널은 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’임. 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율은 비건김치의 유통 점유율 중 89.3%를 차지하며 ‘대형 할인매장’과 ‘슈퍼마켓형 유기농매장’을 포함함. 한편, 독일의 비건김치 유통채널 중 ‘개인 및 기타 식료품점’은 8.4%로 두 번째로 높은 매출액 점유율을 차지하고 있으며 ‘아시안마트’와 ‘유기농매장’을 포함함

▶ 독일 비건김치 온라인 소비시장, 아직 발전단계

독일 비건김치 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 0.7%로 한국 온라인 채널 점유율인 23.4% 대비 월등히 낮아 아직 온라인 소비시장이 발전단계인 것으로 나타남

[표 4.1] 독일 비건김치 B2C 소매유통채널 점유율²²⁾



소스, 드레싱 및 조미료 B2C 소매유통채널 점유율²³⁾²⁴⁾ 비교

| 독일 점유율 | 유형 | 한국 점유율 |
|--------|-----------------------------|--------|
| 89.3% | 하이퍼마켓/슈퍼마켓 ²⁵⁾ | 52.7% |
| 8.4% | 개인 및 기타 식료품점 ²⁶⁾ | 11.2% |
| 1.2% | 편의점 | 7.7% |
| 0.7% | 온라인 | 23.4% |
| 0.2% | 비(非) 식료품점 | 0.0% |
| 0.2% | 혼합 소매업체 | 4.9% |

자료: 유로모니터(Euromonitor)

22) 환산된 데이터(단위: 백분율)은 모두 반올림됨

23) 2020년 기준, 독일 및 한국 ‘소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)’의 B2C 소매유통채널 점유율임

24) ‘비건김치’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)’의 정보를 확인함

25) 본 보고서에서 하이퍼마켓/슈퍼마켓은 대형 할인매장을 포괄함

26) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 유기농매장과 아시안마트를 포함함

2. 독일 비건김치 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓



▶ 독일 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 레베 및 에데카

독일 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓은 레베(Rewe), 에데카(Edeka), 커프랜드(Kaufland) 등이 있음. 레베는 2020년 독일 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액 110억 880만 유로(약 15조 226억 원²⁷⁾)의 28.5%를 점유했으며, 산하에 동명의 1개 브랜드와 레베시티(Rewe City), 레베네카프(Rewe Nahkauf) 등의 브랜드를 보유함. 에데카는 2020년 전체 매출액의 26.2%를 점유했으며 동명의 1개 브랜드와 리얼(Real)을 두고 있음. 커프랜드는 2020년 전체 매출액의 16.7%를 점유했으며, 산하에 동명의 브랜드 1개를 보유함

▶ 독일 슈퍼마켓 레베, ‘옴니채널형’ 운영 통해 매출 증대²⁸⁾

독일 주요 슈퍼마켓인 레베는 코로나19 기간 변화한 소비자행동에 대해 ‘옴니채널형’ 매장으로 발빠르게 대응함. 레베의 온라인 채널에는 레베 로열티 프로그램과 더불어, 할인 및 매장 서비스를 장려하는 기능이 포함됨. 또한, 집에서 요리하는 시간이 늘어난 소비자들에게 레시피와 영양 조연을 제공하는 등 타 경쟁기업과의 차별화를 꾀한 것으로 나타남

[표 4.2] 독일 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓

| 순번 | 기업명 | 하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20) | 산하 주요 브랜드 |
|----|----------------|---------------------------|---|
| 1 | 레베(Rewe) | 28.5% | 레베(Rewe), 레베시티(Rewe City), 레베네카프(Rewe Nahkauf) |
| 2 | 에데카(Edeka) | 26.2% | 에데카(Edeka), 리얼(Real) |
| 3 | 커프랜드(Kaufland) | 16.7% | 커프랜드(Kaufland) |
| 4 | 알나투라(Alnatura) | 0.7% | 알나투라(Alnatura) |
| 5 | 클라스(Klaas) | 0.7% | 케이+케이마트(K+K Markt) |

자료: 유로모니터(Euromonitor)

27) 1유로=1,364.60원(2021.08.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

28) 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Germany Country Report」, 2021.03

2) 유기농·비건 매장

유기농·채식전문 체인 슈퍼마켓 비건즈



사진자료: 비건즈

▶ 독일 주요 유기농·비건 매장, 비건즈 및 알나투라

독일 내 주요 유기농·비건 매장으로는 비건즈(Veganz)와 알나투라(Alnatura) 등이 있음. 비건즈는 오직 채식 제품만 판매하는 상점으로, 유럽 최초의 채식 슈퍼마켓 체인임. 알나투라는 독일과 스위스에서 매장을 운영하며, 기존의 일반 슈퍼마켓 형태에서 유기농 제품들을 추가한 형태의 유기농 매장임. 현재 약 1,200개의 유기농제품들을 제조하여 자사 매장에 판매 중인 것으로 나타남

▶ 독일 채식주의자 수 최근 5년 간 100% 증가, 유기농·채식 전문점 탄생에 일조²⁹⁾

채식 슈퍼마켓 체인점 비건즈의 연구 결과에 따르면 독일 거주 채식주의자들의 수가 2016년 이후 100% 증가한 것으로 나타남. 성장세의 배경에는 최근 채식에 대한 사회적 인식 변화가 있으며, 채식주의는 더 이상 틈새시장이 아닌 사회적 현상이라고 밝힘. 또한, 독일 뿐만 아니라 덴마크, 스위스, 오스트리아 등 기타 유럽 국가에서도 채식주의의 경향이 증가했음을 전함

[표 4.3] 독일 주요 유기농·비건 매장

| 순번 | 기업명 | 보유 점포 수(‘21) | 주요 거점 |
|----|----------------|--------------|-------|
| 1 | 비건즈(Veganz) | 3개 | 베를린 |
| 2 | 알나투라(Alnatura) | 130개 | 독일 전국 |

자료: 유로모니터(Euromonitor)

29) 베지뉴스(Vegnews), 「Germany's Vegan population doubled since 2016」, 2020.11

3) 독일 온라인 아시안마트

독일 한독마트 매장 전경



사진자료: 한독마트

▶ 독일 주요 온라인 아시안마트, 케이숍 및 프레스아시아³⁰⁾

독일의 한국식품 판매점은 함부르크와 베를린에 주요 포진되어 있으며, 독일 내 배송이 가능한 온라인 아시안마트는 비건김치의 주요 유통채널임. 독일 주요 온라인 아시안마트 업체로는 케이숍(K-Shop) 및 프레스아시아(FreshAsia) 등이 있음. 케이숍은 한국식품 온라인 전문 판매점으로 독일 및 유럽에 배송 서비스를 제공하고 있으며, 중국계 마트 프레스아시아 또한 독일 전역에 배송 서비스를 제공하고 있음

▶ 독일 내 한국 식품점, 코로나19로 온라인 전성기 도래

코로나19 이후 온라인 한인 쇼핑몰의 수가 늘어나고 있는 것으로 나타남. 독일 내 코로나19 여파로 인한 거리두기 문화는 소비 형태에 큰 변화를 가져왔으며, 한인마트를 포함한 오프라인 매장들은 온라인 채널을 개설하며 변화에 대응함. 최근에 확대된 온라인 한인 식품점으로는 케이제이푸드(KJ Foods), 한독마트(Handokmart), 다와요(Dawayo) 등이 있음. 독일에서 운영되는 한국 식품몰은 대부분 유럽 전역으로 배송되며, 적극적인 SNS 마케팅, 다국어 서비스를 제공하며 시장을 확대하고 있는 것으로 나타남

[표 4.4] 독일 주요 온라인 아시안마트

| 순번 | 기업명 | 형태 | 주요 배송지역 |
|----|-------------------|-----------|---------------|
| 1 | 케이숍(K-Shop) | 온라인 한인마트 | 독일 및 유럽 전역 배송 |
| 2 | 프레스아시아(FreshAsia) | 온라인 아시안마트 | 독일 및 유럽 전역 배송 |
| 3 | 한독마트(Handokmart) | 온라인 한인마트 | 독일 전역 배송 |

자료: 유로모니터(Euromonitor)

30) 농식품수출정보(KATI) 「유럽 온라인 플랫폼 현황 및 진출전략」, 2021.07

4) 온라인

독일 온라인 식품쇼핑몰
아마존프레시



사진자료: 콘폴리시

▶ 독일 주요 온라인 식품 유통채널, 아마존프레시와 레베

독일 주요 온라인 유통채널은 아마존(Amazon), 레베(Rewe), 오토(Otto) 등이 있음. 아마존은 2020년 온라인 유통채널 전체 매출액 745억 7,100만 유로(약 101조 7,596억 원)의 13.8%를 점유했으며, 산하에 동명의 1개 브랜드와 신선식품 전용 온라인 매장 아마존프레시(Amazon Fresh)를 보유하고 있음. 레베는 전체 매출액의 10.7%를 점유했으며 기존 오프라인 하이퍼마켓 매장의 온라인 몰 형태를 띄고 있음. 오토는 2020년 전체 매출액의 3.5%를 점유했으며, 산하에 동명의 1개 브랜드를 두고 있음

▶ 독일 소비자의 온라인 쇼핑물 이용량, 코로나19 이후 100% 이상 증가³¹⁾

독일 설문조사 전문업체 비트콤(Bitkom)에 의하면, 독일 소비자들의 온라인 식료품 주문은 코로나19 확산 이후 100% 이상 증가함. 설문조사에 따르면 코로나19 확산 이후 레베와 아마존프레시 등 온라인 슈퍼마켓에서 식료품을 주문하는 소비자 비율이 기존의 7%에서 19%로 증가했음. 또한, 응답자들은 오프라인 식료품점에서의 구매를 지양하는 원인으로 오프라인 식료품점의 사회적 거리두기와 위생기준 소홀을 손꼽은 것으로 나타남

[표 4.5] 독일 주요 온라인 유통채널

| 순번 | 기업명 | 온라인 유통채널 매출액 점유('20) | 산하 주요 브랜드 |
|----|-------------|-------------------------|----------------------|
| 1 | 아마존(Amazon) | 13.8% | 아마존프레시(Amazon Fresh) |
| 2 | 레베(Rewe) | 10.7% | 레베(Rewe) |
| 3 | 오토(Otto) | 3.5% | 오토(Otto) |

자료: 유로모니터(Euromonitor)

31) 콘폴리시(Conpolicij), 「German consumers increasingly order groceries online and use online services since the outbreak of the corona crisis」, 2020.05

V. 온라인 유통채널

1. 독일 비건김치 온라인 유통채널 종합분석
2. 독일 비건김치 주요 온라인 유통채널

1. 독일 비건김치 온라인 유통채널 종합분석

▶ 독일 온라인 채널별 김치 제품, ‘한국산’과 ‘대만산’

독일 온라인 쇼핑몰 레베(Rewe), 프레시아시아(Fresh Asia), 케이숍(K-shop)을 조사한 결과, ‘김치’ 키워드로 검색 시 모두 한국산 제품인 것으로 나타남

▶ 온라인 쇼핑몰 김치, 절인 식품 주요 원산지, 독일, 한국, 대만으로 확인

독일 온라인 유통매장 레베(Rewe)는 하나의 김치 제품을 취급하고 있으며, 절인 제품의 경우 모두 독일산 제품으로 나타남. 또한 영어 번역을 지원해주어 해외 소비자들의 사용이 용이함. 아시안식품을 전문적으로 다루는 프레시아시아와 케이숍을 비교한 결과, 중국계 아시안마트인 프레시아시아는 한국 제품 외 대만 제품 또한 취급하고 있었으며 두 사이트 모두 영어 번역을 지원함. 이용자가 많은 레베, 한국 식품을 전문적으로 취급하는 프레시아시아와 케이숍 모두 진출이 용이한 유통매장으로 예상됨

[표 5.1] 독일 비건김치 온라인 유통매장 종합분석

| 매장명 | 입점 품목(검색어 연관 제품) | | | 입점 제품 특징 |
|---------------------|------------------|-------|--------|--|
| | 김치 | 절인 식품 | 원산지 | |
| 레베 (Rewe) | 1 | 6 | 한국, 독일 | <ul style="list-style-type: none"> 김치 제품 존재 다수의 절인 식품 존재 오프라인 매장에 입점되어 있는 제품들 |
| 프레시아시아 (Fresh Asia) | 3 | 0 | 한국, 대만 | <ul style="list-style-type: none"> 김치 제품 존재 대만산 김치 존재 |
| 케이숍 (K-shop) | 4 | 0 | 한국 | <ul style="list-style-type: none"> 김치 제품 존재 총각김치, 백김치 등 다양한 제품 취급 |

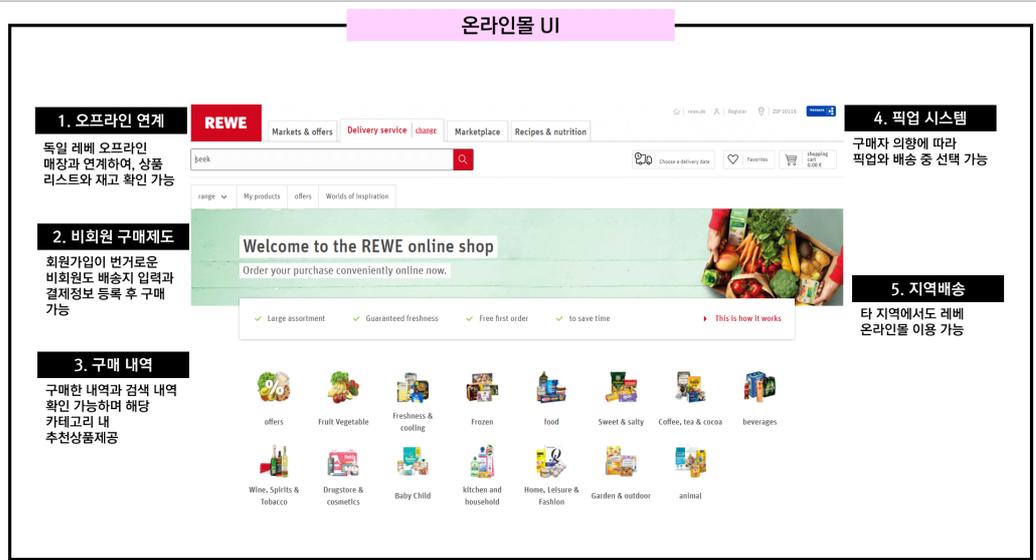
자료: 온라인 유통매장 조사 결과

2. 독일 주요 온라인 유통채널 ① 레베

| | | | | | |
|-------------|---|--|------------------------|---|--|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 레베(Rewe) | |  | |
| | 홈페이지 | www.shop.rewe.de | | | |
| | 업태 | 온라인 종합 식품쇼핑몰 | | | |
| | 개요 | 방문자수(최근 1개월) | 569만 회 | | |
| | | 앱다운로드수('20) | 4만 회 | | |
| 매출('20) | | 약 79억 7,900만 유로(약 10조 8,881억 원) | | | |
| 운영방식 | 온라인 마켓 | | | | |
| 매장 운영정보 | 홈페이지 정보 | 취급 브랜드 | A사, 야!(ja!), 허비(Herby) | | |
| | | 해외 판매 | 해외배송 불가능 | | |
| | | 검색 방식 | 제품, 카테고리 및 브랜드 검색 | | |
| 주요 프로모션 정보 |   | | | | |
| |    <p>품목별 할인, 배송비 무료 등 다양한 프로모션 상시 진행</p> | | | | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> 유선 연락 또는 이메일을 통한 오프라인 매장 입점 문의 <ol style="list-style-type: none"> 공급자 정보 (회사 비즈니스 유형, 회사명, 회사고유번호, 회사 홈페이지 주소, 국가) 공급 담당자 정보 (담당자명, 연락처, 이메일, 출생일, 출생국가, 국적, 신분증) 제품정보 (제품 카테고리, 브랜드명, 제품명, 키타로그, 이미지, UP 인증 여부 등) 이후 온라인 매장 자동입점 문의사항 연락처 이메일: support@supplier.rewe-group.com 전화: +49-(0)221-149-0 | | | |

자료: 레베(Rewe), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)
사진 자료: 레베(Rewe)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
번역 검색 가능하여 접근성 용이

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

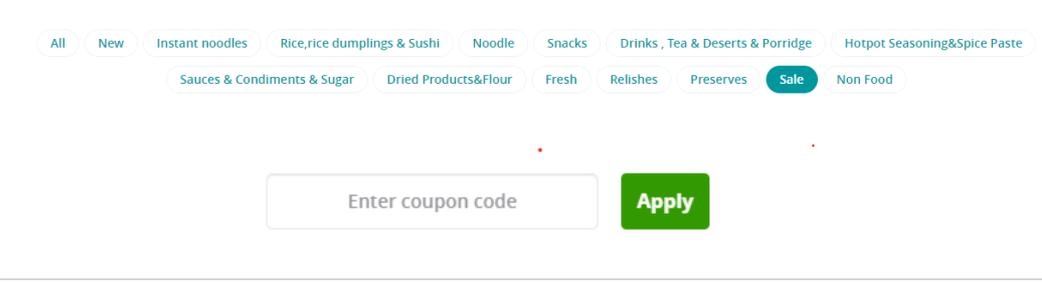
자료: 레베(Rewe)
사진 자료: 레베(Rewe)

| 입점 제품 상위 7개 제품 리스트(연관성 기준) ³²⁾ | | | | | | | |
|---|---------|---------------|---|-----|----------------------|------|---|
| 순번 | 구분 | 브랜드명 | 제품명 | 원산지 | 가격 | 용량 | 이미지 |
| 1 | 김치 | A사 | 양반 맛김치 (Yangban Kimchi) | 한국 | 2.59유로 (약 3,534원) | 160g |  |
| 2 | 절인 오이 | 야! (ja!) | 야! 구르켄슈틱스 (ja! Gurkensticks) | 독일 | 0.99유로 (약 1,351원) | 360g |  |
| 3 | 절인 오이 | 야! (ja!) | 야! 구르켄토프 (ja! Gurkentopf) | 독일 | 1.19유로 (약 1,624원) | 530g |  |
| 4 | 절인 적양배추 | 야! (ja!) | 야! 로트콜 미트 아펠슈튀켄 (ja! Rotkohl mit Apfelstücken) | 독일 | 0.59유로 (약 805원) | 720g |  |
| 5 | 블랙 올리브 | 야! (ja!) | 야! 올리펜 게슈베르츠허트 오네 슈타인 (Ja! Oliven geschwärzt ohne Stein) | 독일 | 0.79유로 (약 1,078원) | 320g |  |
| 6 | 올리브 | 야! (ja!) | 야! 올리펜 그린 오네 슈타인 (Ja! Oliven grün ohne Stein) | 독일 | 0.79유로 (약 1,078원) | 320g |  |
| 7 | 절인 양배추 | 허비 (Herby) | 허비 게브라테너 로트콜 (Herby Gebratener Rotkohl) | 독일 | 2.38유로 (약 3,248원) | 500g |  |

자료: 레베(Rewe)
사진 자료: 레베(Rewe)

32) 조사일(2021.08.23) 기준 레베 절인 식품 검색 관련 제품 7개 리스트

② 프레시아시아

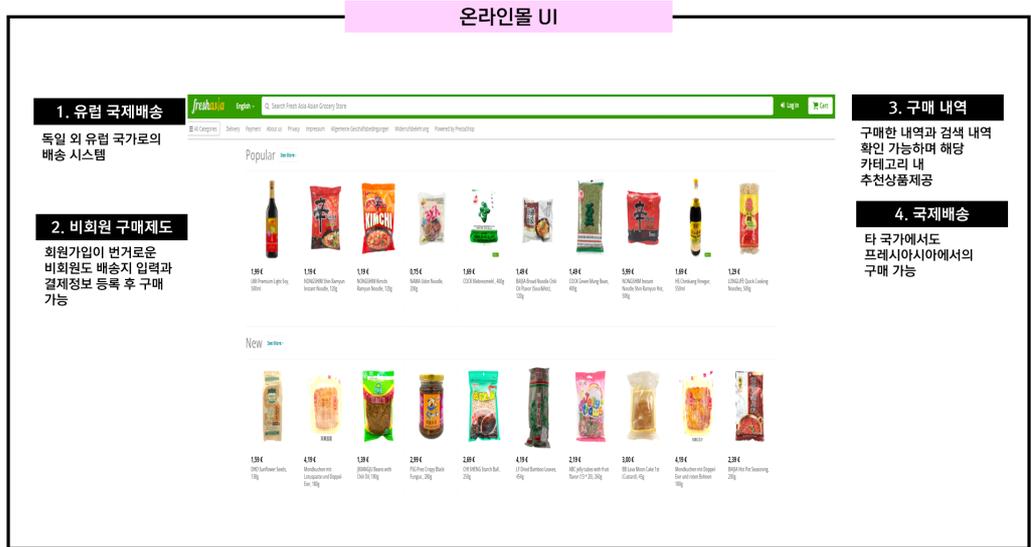
| | | | |
|-------------|---|---|---|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 프레시아시아(Fresh Asia) |  |
| | 홈페이지 | www.freshasia.de | |
| | 업태 | 온라인 아시안식품 쇼핑몰 | |
| | 개요 | 매출('20) | |
| 운영방식 | | 온라인 마켓 | |
| 매장 운영정보 | 홈페이지 정보 | 취급 브랜드 | A사, B사, 화난남중국(Hua Nan South China) |
| | | 해외 판매 | 해외배송 가능 |
| | | 검색 방식 | 제품, 카테고리 및 브랜드 검색 |
| 주요 프로모션 정보 |  | | |
| | <p>품목별 할인, 할인 코드 발급 등 프로모션 상시 진행</p> | | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사 비즈니스 유형, 회사명, 회사고유번호, 회사 홈페이지 주소, 국가) ② 공급 담당자 정보 (담당자명, 연락처, 이메일, 출생일, 출생국가, 국적, 신분증) ③ 제품정보 (제품 카테고리, 브랜드명, 제품명, 카탈로그, 이미지, UP 인증 여부 등) 문의사항 연락처 전화: +02-117-306-4496 이메일: service@freshasia.de | |

자료: 프레시아시아(Fresh Asia)

사진 자료: 프레시아시아(Fresh Asia)

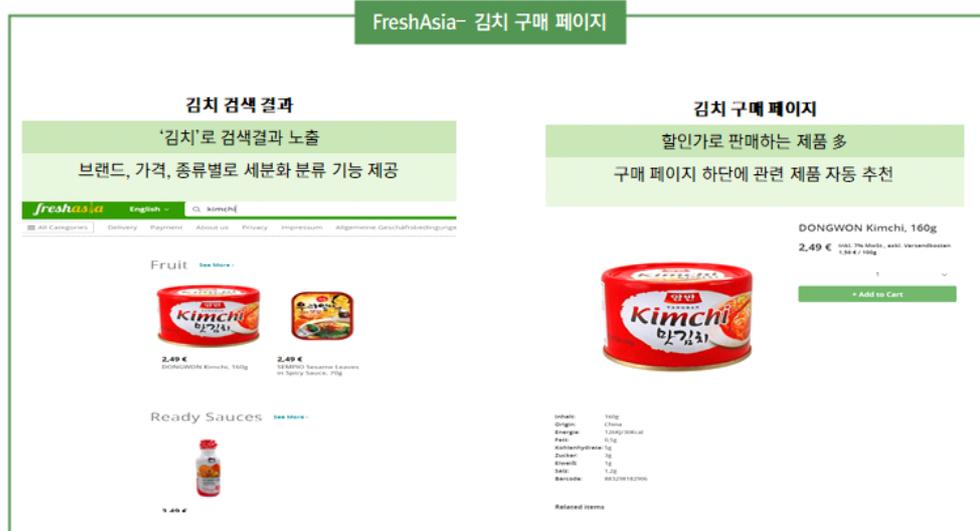
33) 1달러=1,147.40원(2021.08.01. KEB 하나은행 매매기준을 적용)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
번역 검색 가능하여 접근성 용이

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 프레시아시아(Fresh Asia)
사진 자료: 프레시아시아(Fresh Asia)

| 입점 제품 리스트(연관성 기준) ³⁴⁾ | | | | | | | |
|----------------------------------|----|--------------------------------|---------------------------------------|-----|--------------------------|------|--|
| 순번 | 구분 | 브랜드명 | 제품명 | 원산지 | 가격 | 용량 | 이미지 |
| 1 | 김치 | B사 | 맛김치 (Mat Kimchi) | 한국 | 10.99유로 (약 1만 4,997원) | 1kg |  |
| 2 | 김치 | A사 | 양반 맛김치 | 한국 | 2.49유로 (약 3,398원) | 160g |  |
| 3 | 김치 | 화난남중국 (Hua Nan South China) | 화난 베지터리언 김치 (HN Vegetarian Kimchi) | 대만 | 4.19유로 (약 5,718원) | 369g |  |

자료: 프레시아시아(Fresh Asia)

사진 자료: 프레시아시아(Fresh Asia)

34) 조사일(2021.08.23) 기준 프레시아시아 김치 검색 관련 제품 리스트

③ 케이숍

| | | | | |
|-------------|---|---|-------------------|---|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 케이숍(K-shop) | |  |
| | 홈페이지 | www.k-shop.eu | | |
| | 업태 | 온라인 한인식품 쇼핑몰 | | |
| | 개요 | 운영방식 | 온라인 마켓 | |
| 매장 운영정보 | 홈페이지 정보 | 취급 브랜드 | B사, C사 | |
| | | 해외 판매 | 해외배송 가능 | |
| | | 검색 방식 | 제품, 카테고리 및 브랜드 검색 | |
| 주요 프로모션 정보 |  | | | |
| | 품목별 할인, 신제품 할인 등 다양한 프로모션 상시 진행 | | | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사 비즈니스 유형, 회사명, 회사고유번호, 회사 홈페이지 주소, 국가) ② 공급 담당자 정보 (담당자명, 연락처, 이메일, 출생일, 출생국가, 국적, 신분증) ③ 제품정보 (제품 카테고리, 브랜드명, 제품명, 카탈로그, 이미지, UP 인증 여부 등) 문의사항 연락처 이메일: info@k-shop.eu | | |

자료: 케이숍(K-Shop)

사진 자료: 케이숍(K-Shop)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 유럽 국제배송

독일 외 유럽 국가로의
배송 시스템



3. 구매 내역

구매한 내역과 검색 내역
확인 가능하며 해당
카테고리 내
추천상품제공

2. 비회원 구매제도

회원가입이 번거로운
비회원도 배송지 입력과
결제정보 등록 후 구매
가능



4. 다언어 지원

사이트 내 영어, 한국어,
독일어 지원

세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
번역 검색 가능하여 접근성 용이

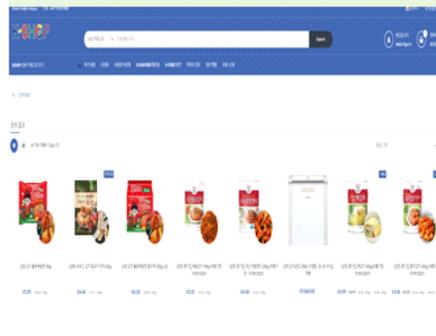
온라인몰 UI ②

Kshop-김치 구매 페이지

김치 검색 결과

'김치'로 검색결과 노출

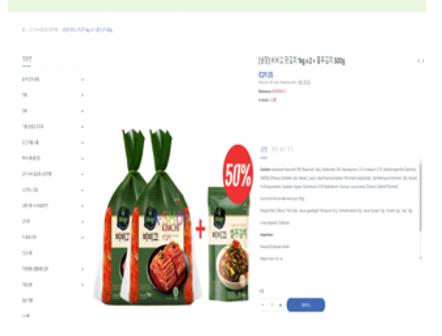
브랜드, 가격, 종류별로 세분화 분류 기능 제공



김치 구매 페이지

할인가로 판매하는 제품 다

구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천



품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 케이숍(K-Shop)
사진 자료: 케이숍(K-Shop)

| 입점 제품 리스트(연관성 기준) ³⁵⁾ | | | | | | | |
|----------------------------------|-----|------|---|-----|--------------------------|-------|-----|
| 순번 | 구분 | 브랜드명 | 제품명 | 원산지 | 가격 | 용량 | 이미지 |
| 1 | 김치 | B사 | 포기김치 (kimchi whole) | 한국 | 7.57유로 (약 1만 330원) | 1kg | |
| 2 | 김치 | C사 | 맛김치 + 총각김치 (kimchi cut + Radish kimchi) | 한국 | 29.20유로 (약 3만 9,846원) | 2.5kg | |
| 3 | 김치 | C사 | 포기김치 + 열무김치 (kimchi whole + Young Radish leaves kimchi) | 한국 | 29.10유로 (약 3만 9,710원) | 2.5kg | |
| 4 | 백김치 | B사 | 백김치 (white Kimchi) | 한국 | 3.99유로 (약 5,449원) | 500g | |

자료: 케이숍(K-Shop)

사진 자료: 케이숍(K-Shop)

35) 조사일(2021.08.23) 기준 케이숍 김치 검색 관련 제품 리스트

VI. 오프라인 유통채널

1. 독일 비건김치 오프라인 유통채널 종합분석
2. 독일 비건김치 주요 오프라인 유통채널

1. 독일 비건김치 오프라인 유통채널 종합분석

▶ 독일 비건김치 유통채널 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’, ‘유기농매장’ 조사

독일 비건김치 유통채널 점유율과 참여기업의 조사 희망 유통채널 유형을 고려하여 독일 비건김치 유통채널 유형으로 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’, ‘유기농매장’을 조사함

▶ 독일 오프라인 매장 중 ‘레베’ 방문 조사

독일 오프라인 유통매장 중 니르슈타인(Nierstein) 중심가에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓 레베를 방문함. 니르슈타인은 타 지역보다 경제·정치적으로 발달되어 있어 높은 소득수준을 보유한 소비자들이 많이 거주함. 또한, 외국인 거주자들이 유입되는 추세에 따라, 지역 매장에서는 아시안식품을 비중 있게 다루기 시작함. 그 밖에 슈퍼마켓 에데카와 유럽 첫 채식 체인 슈퍼마켓인 비건즈, 유기농매장 알나투라를 선정하여 기본정보를 조사함

[표 6.1] 독일 비건김치 주요 오프라인 유통채널

| 순번 | 기업명 | 기업구분 | 규모 ³⁶⁾³⁷⁾ | 유사제품 취급경험 |
|----|--------------------|------------|--------------------------------------|-----------|
| 1 | 레베 (Rewe) | 하이퍼마켓/슈퍼마켓 | 약 483억 7,275만 달러 (약 55조 5,029억 원) | 0 |
| 2 | 에데카 (Edeka) | 하이퍼마켓/슈퍼마켓 | 97억 9,000만 유로 (약 13조 3,594억 원) | 0 |
| 3 | 비건즈 (Veganz) | 유기농매장 | 2,584만 유로 (약 352억 6,100만 원) | 0 |
| 6 | 알나투라 (Alnatura) | 유기농매장 | 약 10억 770만 유로 (약 1조 3,751억 원) | 0 |

자료: 오프라인 유통매장 현지조사 결과

36) 1유로=1,364.60원(2021.08.01. KEB 하나은행 매매기준을 적용)

37) 1달러=1,147.40원(2021.08.01. KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2. 독일 비건김치 주요 오프라인 유통채널 ① 레베

| | | | | | |
|----------|--|---|----------------------------------|------|---|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 레베 | | |  |
| | 기업구분 | 하이퍼마켓/슈퍼마켓 | | | |
| | 홈페이지 | www.rewe.de | | | |
| | 위치 | 베를린(Berlin) | | | |
| | 규모 | 매출액('20) | 약 483억 7,275만 달러(약 55조 5,029억 원) | | |
| | | 기타 규모 | • 매장 수('20): 약 3,300개 | | |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 1926년 설립 • 레베, 레베시티(Rewe City), 레베센터(Rewe Center) 등 3가지 매장 운영 • 자사 유기농 브랜드 보유 • 상하이, 방콕 등 지역 구매 관리 본부를 통해 다양한 아시아 식품 수입 | | | | |
| 소비자 정보 | 타겟 소비자 | 성별 | 남성·여성 | 직업 | 직장인·주부 |
| | | 연령대 | 20대~50대 | 소득수준 | 중산층 |
| 매장정보 | 영업시간 | 8:00 ~ 20:00 | | | |
| | 주소 | Spiegelbergstraße 71, 55283 Nierstein | | | |
| | 상권 | 니르슈타인(Nierstein) 중심가에 위치 | | | |
| | VMD | 취급 브랜드 | A사 | | |
| | | 진열 방식 | 카테고리별 진열 | | |
| | 매장 전경 |   | | | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사 비즈니스 유형, 회사명, 회사 고유번호, 회사 홈페이지 주소, 국가) ② 공급 담당자 정보 (담당자명, 연락처, 이메일, 출생일, 출생국가, 국적, 신분증) ③ 제품정보 (제품 카테고리, 브랜드명, 제품명, 카탈로그, 이미지, UP 인증 여부 등) • 문의사항 연락처 이메일: support@supplier.rewe-group.com 전화: +49-(0)221-149-0 | | | |

자료: 레베(Rewe)

사진 자료: 레베(Rewe) 현지매장 방문조사

매대 제품 배치 현황

주력 입점 제품



레베(Rewe)는 아시안 식품류들을 한 카테고리 모아 진열하고 있음. 중국, 일본 및 한국 제품들을 한 곳에 배치하고 있으며 포장 제품이 주를 이룸. 소스류, 통조림류, 분말류가 존재하며 유일한 김치류 제품은 통조림 형태로 진열되어 있음

입점 제품

| 구분 | 브랜드명 | 제품명 | 원산지 | 가격 | 이미지 |
|----|------|--------------------------|-----|----------------------|---|
| 김치 | A사 | 양반김치 (Yangban Kimchi) | 한국 | 2.59유로 (약 3,534원) |  |

판매 직원 인터뷰

| | |
|------------------------|--|
| Q1. 가장 잘 팔리는 제품은? | 우리 매장에서 판매 중인 김치 종류는 한 가지밖에 없다. 현지인 보다는 아시안들이 주로 구매하는 것으로 안다 |
| Q2. 주요 소비 고객은? | 앞서 말했듯이, 아시안들이 주로 구매한다. 현지인이 구매하는 경우에는 한국을 방문해본 경험이 있거나, 채식주의자인 경우이다. 그리고 현지인이 구매하거나 관심을 보이면, 대다수가 20대를 비롯한 젊은 연령대이다 |
| Q3. 제품 할인행사나 프로모션은 있나? | 현재 김치 제품에 대한 프로모션은 따로 진행하고 있지 않다 |

자료: 레베(Rewe) 현지매장 방문조사

사진 자료: 레베(Rewe) 현지매장 방문조사

② 에데카

| | | | | |
|-------------|---|--|-------------------------------|---|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 에데카(Edeka) | |  |
| | 기업구분 | 하이퍼마켓/슈퍼마켓 | | |
| | 홈페이지 | www.edeka.de | | |
| | 위치 | 베를린(Berlin) | | |
| | 규모 | 매출액('20) | 97억 9,000만 유로(약 13조 3,594억 원) | |
| | 기타 규모 | <ul style="list-style-type: none"> 매장 수('20): 약 2,083개 직원 수('20): 약 7만 4,000명 | | |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> 에데카 마켓(Market), 센터(Center), 익스프레스(Express) 매장 형태로 운영 약 3,700개의 공급업체 보유, 각 매장별 현지 공급업체와 계약 체결 에데카24(EDEKA 24) 홈페이지를 통해 온라인 서비스 제공 독일 내 7개의 지역별 회사로 나누어 운영 | | | |
| 매장정보 | 입점가능품목 | <ul style="list-style-type: none"> 곡물류, 캔디류, 음료류, 신선식품, 주류, 즉석식품, 소스류, 유제품, 냉동식품, 등 | | |
| | 선호제품 | <ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 생활용품 | | |
| | 매장 전경 |   | | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 입점 문의 (www.edeka.de) <ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 왼쪽 하단에 'Kontakt' 클릭 홈페이지 기입 정보: 담당자명, 이메일 주소, 연락처 등 유선연락 또는 이메일을 통한 문의 문의사항 연락처 이메일: info@edeka.de 전화: +49-(0)49-40-63-77-0 | | |

자료: 에데카(Edeka)

사진 자료: 드림스타임(Dreamstime), 에데카(Edeka), 오키라이트(Okalite)

③ 비건즈

| | | | | | |
|-------------|--|--------------|----------------------------|---|--|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 비건즈(Veganz) | |  | |
| | 기업구분 | 유기농매장 | | | |
| | 홈페이지 | www.vegan.de | | | |
| | 위치 | 베를린(Berlin) | | | |
| | 규모 | 매출액('20) | 2,584만 유로(약 352억 6,100만 원) | | |
| | | 기타 규모 | • 매장 수('20): 3개 매장 | | |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 2011년 설립 • 400여개의 비건 식품 자체개발 • 유럽 첫 비건 슈퍼마켓 체인점 • 제품의 75% 유기농 인증 제품 | | | | |

| | | | |
|------|--------|--|--|
| 매장정보 | 입점가능품목 | 신선식품, 과일, 비건류 제품, 소스류 등 | |
| | 선호제품 | 유기농 제품, 비건 제품 | |
| | 매장 전경 |   | |

| | | |
|-------------|---------------------|--|
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 이메일을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 이메일: info@vegan.de |
|-------------|---------------------|--|

자료: 비건즈(Veganz), 오가닉마켓(Organicmarket)

사진 자료: 비건즈(Veganz), 위키워드(Wikiwand), 내추럴프로덕트글로벌(Naturalproductsglobal)

④ 알나투라

| | | | | |
|-------------|--|---|------------------------------|---|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 알나투나(Alnatura) | |  |
| | 기업구분 | 유기농매장 | | |
| | 홈페이지 | www.alnatura.de | | |
| | 위치 | 베를린(Berlin) | | |
| | 규모 | 매출액('20) | 약 10억 770만 유로(약 1조 3,751억 원) | |
| | 기타 규모 | <ul style="list-style-type: none"> 매장 수('20): 약 130개 직원 수('20): 약 3,000명 | | |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> 1987년 설립 독일과 스위스에서 매장 운영 약 1,200개의 유기농 제품 제조, 자사 슈퍼마켓과 타 유통채널을 통해 판매 | | | |
| 매장정보 | 입점가능품목 | 신선식품, 유제품, 소스류, 빵류, 냉동식품, 견과류, 스낵류, 이유식류 등 | | |
| | 선호제품 | 유기농식품 | | |
| | 매장 전경 |   | | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 직접 등록 (www.alnatura.de) <ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 상단 메뉴에 'KONTAKT' 클릭 홈페이지 기입 정보: 문의내용, 이름, 이메일, 연락처, 국가, 주소 등 유선연락 또는 이메일을 통한 입점 문의 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> 전화: +49-(0)6151-3566000 이메일: info@alnatura.de | | |

자료: 알나투라(Alnatura)

사진 자료: 오가닉마켓(Organicmarket), 레미라(Remira), 알나투라(Alnatura)

Ⅶ. 진입장벽

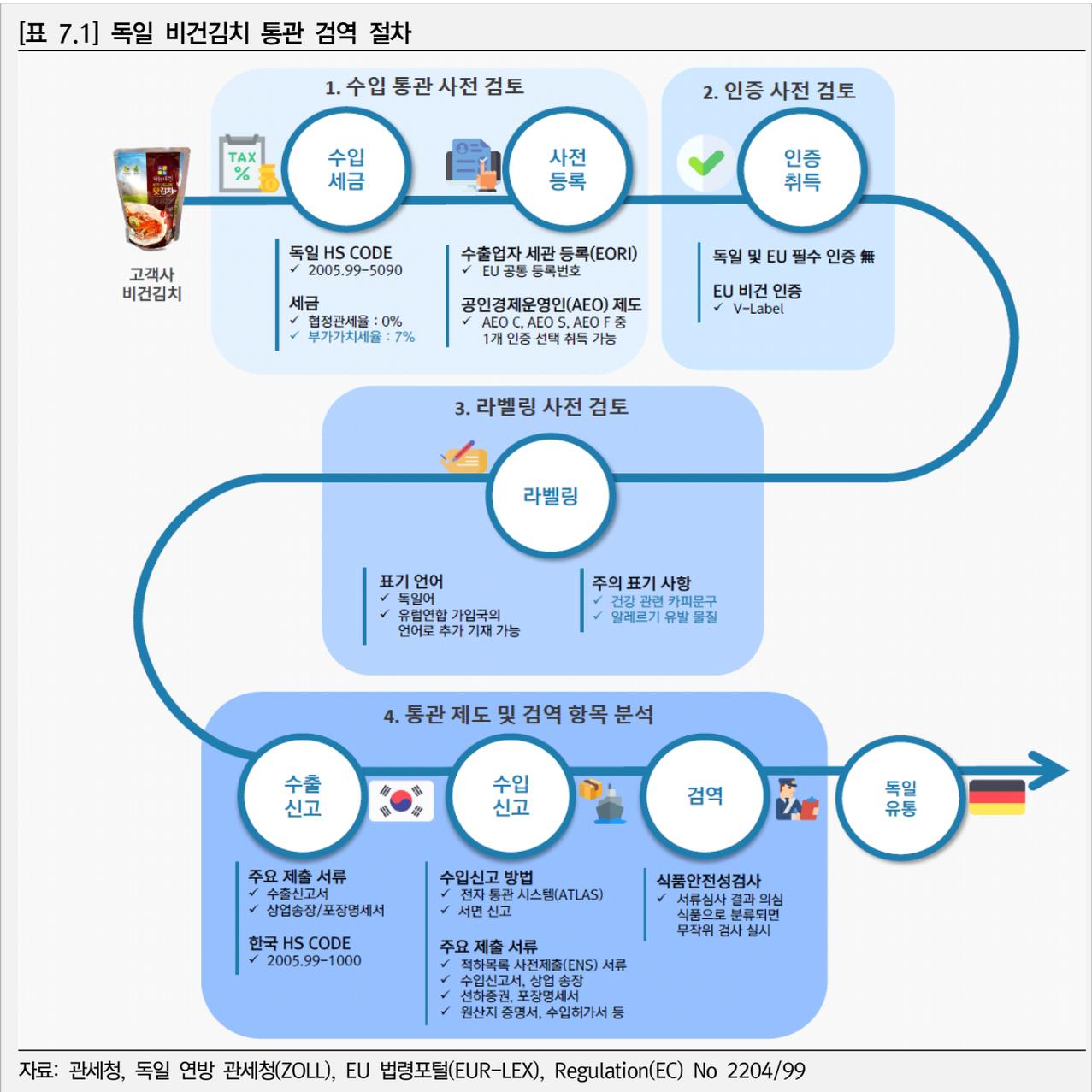
1. 독일 비건김치 통관 및 검역 절차
2. 독일 비건김치 품질 인증
3. 독일 비건김치 라벨링
4. 독일 비건김치 성분 및 유해물질

1. 독일 비건김치 통관 및 검역 절차³⁸⁾

▶ 독일 비건김치 수출 시, 수출업자 세관 등록 필수

독일에 식품 수출 시 수출업자 세관등록(EORI)을 실시해야 함. 이는 EU 공통 등록번호로 독일 외 다른 EU 국가에서도 사용 가능함. 비건 식품의 경우 선택적으로 EU 비건 인증을 취득할 수 있으며, 서류 심사 결과가 의심되는 경우 무작위 검사를 실시하므로 이에 대비를 할 필요가 있음

[표 7.1] 독일 비건김치 통관 검역 절차



자료: 관세청, 독일 연방 관세청(ZOLL), EU 법령포털(EUR-LEX), Regulation(EC) No 2204/99

38) 본 보고서에서 제공되는 정보가 반드시 일치하는 것은 아니오니 참고자료로 활용하시기 바랍니다.

2. 독일 비건김치 품질 인증

▶ 독일 비건김치, 필수 인증 無

독일로 비건김치 수출 시 필수적으로 받아야 하는 인증은 없음. 독일의 비건 공식 인증은 존재하지 않으며, 과학적인 정보에 기반해 오해를 불러일으키지 않는 한도 내에서 자율적으로 표기가 가능함. 유럽의 식품업체는 여러 민간인증기관을 통해 로고를 부여받고 부착하는 상황이며, 브이라벨(V-Label), 비건소사이어티(Vegan Society)와 같은 인지도 높은 기관들이 존재함

[표 7.2] 독일 비건김치 인증 취득 정보

| 인증명 | 취득 정보 | |
|--|---|--|
| 브이라벨 (V-Label)  | 도입취지 | <ul style="list-style-type: none"> • 동물성 성분을 함유하지 않은 식품에 대해 채식식품 인증을 부여함으로써 소비자들이 안전하고 신뢰할 수 있는 채식 식품을 소비할 수 있도록 하기 위함임 |
| | 주요 내용 | <ul style="list-style-type: none"> • 채식 식품 및 채식 외식 서비스에 대해 동물성 성분을 함유하지 않았음을 증명함 • 사용된 재료 및 함유 성분에 따라 완전 채식식품과 일반 채식식품을 구분함 • 일반적인 인증 기준에 더해 유전자변형식품(GMO) 사용을 금함 |
| | 인증 절차 | <ul style="list-style-type: none"> • 서면심사 후 자체 원료 검사 |
| | 참고사항 | <ul style="list-style-type: none"> • 소요기간: 2-8주 • 소요비용: 최초 취득 시 약 250유로, 연간 라이선스 비용 약 300유로 • 유럽 27개국에서 통용 가능함 |
| | 거부제품 | <ul style="list-style-type: none"> • 도살된 제품 • 생선, 생선 부위 또는 기타 해산물에서 유래한 지방 • 동물성 향미료(유제품 기반 제외) • 캐비아 등 가금류의 달걀 이외의 알 • 동물성 레닛(응고제)이 사용되는 유제품 • 로열젤리 • 코치닐 등 동물성 색소 • 동물 뼈를 연료로 정제한 설탕 • 동물성 운반체 물질 및 첨가제 • 젤라틴, 부레 풀 등 동물성 물질을 이용한 청징 |
| 완전채식(Vegan) 식품 포함 금지성분 | <ul style="list-style-type: none"> • 달걀, 꿀, 유제품, 동물성 왁스, 동물성 색소, 동물성 운반체 물질 및 첨가제, 난백 등 동물성 물질을 이용한 청징 | |

출처: 농림축산식품부, 해외식품인증 정보포털

3. 독일 비건김치 라벨링

[표 7.3] 독일 비건김치 라벨링

| | | |
|---------------------------------|----------|--|
| 라벨 필수 표시 사항 및 기준 | 1. 제품명 | <ul style="list-style-type: none"> • 상표와 브랜드는 표기할 수 있으나 상품명으로 사용 불가함 • 정식 명칭으로 기재하되 필요 시 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name)을 사용할 것 |
| | 2. 원재료명 | <ul style="list-style-type: none"> • 원재료에서 차지하는 중량 비율이 높은 순서대로 표시할 것 • 면의 경우, ‘면’ 문자 다음에 괄호를 붙여 ‘밀가루’, ‘메밀’, ‘달걀가루’, ‘소금’ 등 가장 일반적인 명칭으로 표시할 것 • 스프 및 후레이크의 경우, ‘닭고기 추출물’, ‘간장’, ‘향신료’, ‘파’ 등 가장 일반적인 명칭으로 표시할 것 • 완제품의 5%이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재할 것 • 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기할 것 • 백분율로 표기할 것 |
| | 3. 첨가물 | <ul style="list-style-type: none"> • 가공보조제, 캐리오버에 해당하는 첨가물은 표시 생략 가능함 • 중량 비율이 높은 순서대로 표시할 것 |
| | 4. 내용량 | <ul style="list-style-type: none"> • 무게 단위로 ‘킬로그램’ 또는 ‘프로그램’으로 표시할 것 • 부피 단위는 ml(밀리리터), cl(센티리터), l(리터) 중 하나를 표시할 것 |
| | 5. 저장 방법 | <ul style="list-style-type: none"> • 제품이 특별한 보관 상태 또는 사용 상태를 요할 때는 이러한 상태를 명시할 것 • 필요시 개봉 후 적절한 보관방법과 소비를 위한 제한 시간을 함께 기재할 것 |
| | 6. 원산지 | <ul style="list-style-type: none"> • 최종 제품의 원산지와 최종 제품에 포함된 주요 성분의 원산지가 다른 경우에는 해당 주원료의 원산지를 기재 하거나 ‘(주원료)는 (최종 제품의 원산지)에서 유래하지 않음’을 기재해야할 것 • 최종 제품의 원산지가 표기되어 있지 않고 원산지 국기 등이 패키지에 표시되어있는 경우에는 규제의 대상이 됨(위원회 실시 규칙 (EU) 2018/775) |
| | 7. 조리방법 | <ul style="list-style-type: none"> • 조리예시가 없을 경우, 적절한 식품의 사용이 불가능할 경우에는 사용법을 명시하여 소비자들이 제품을 적절히 사용하도록 할 것 |

출처: EU 법령포털(EUX-LEX), EU 라벨링 규정 Regulation No. 1169/2011

[표 7.3] 독일 비건김치 라벨링

| | | |
|------------------------|-----------------|--|
| 라벨 필수 표시 사항 및 기준 | 8. 사업자 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 식품정보 제공에 책임이 있는 회사명을 기재하는 것을 원칙으로할 것 • 만일 그 회사가 유럽연합 내에 설립된 것이 아니라면 유럽연합 영내로 수입하는 수입업체를 기재할 것 |
| | 9. 표기 언어 | <ul style="list-style-type: none"> • 독일어로 표기되어야 하며, 여러 언어의 병기도 가능함 • 스티커 형태의 라벨 부착이 가능함 • 유럽 연합 가입국의 언어로도 추가 기재가 가능함 |
| | 10. 글자 크기 | <ul style="list-style-type: none"> • 글자크기는 최소 1.2mm이어야 할 것 • 단, 제품 면적이 80cm² 미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm이상 이어야 할 것 |
| | 11. 성분표 및 영양정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 의무 기재사항: 열량, 지방 함량, 포화지방 함량, 탄수화물 함량, 설탕 함량, 단백질 함량, 소금 함량 • 선택 기재사항: 불포화지방 함량, 폴리올 함량, 전분 함량, 식이섬유 함량, 비타민 또는 미네랄 함량 • 매100그램(g)/100밀리리터(ml) 기준으로 표기할 것 • 중량의 내림차순으로 기재할 것 |
| | 12. 유효기한 | <ul style="list-style-type: none"> • 섭취기한: ‘Best before’, ‘Best before end’와 같은 문구와 함께 ‘일, 월, 연도’ 기재할 것 • 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 ‘일, 월, 연도’를 기재할 것 |
| | 13. 건강 관련 카피 문구 | <ul style="list-style-type: none"> • 정확성이 결여되고 애매모호하며 소비자에게 잘못 인식하도록 만들거나 허위 내용이나 의학적 효과를 준다는 내용의 카피문구의 사용은 금지됨 |
| | 14. 알레르기 유발 물질 | <ul style="list-style-type: none"> • 명시된 성분 또는 가공 보조제 또는 이들 성분에서 유래한 물질로, 식품 제조 또는 손질 과정에서 사용되고 어떠한 변형된 형태로든 완제품에 남아있다면 반드시 제품성분 리스트에 포함할 것 • 다른 성분들과 구분하여 강조할 때는 ‘Contains’라는 표현 다음에 알레르기 항원 인자 성분을 표기할 것 |

출처: EU 법령포털(EUX-LEX), EU 라벨링 규정 Regulation No. 1169/2011

▶ 독일 비건김치 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[옆면 라벨링]

[앞면 - 독문]

[앞면 - 국문]

① 상품명 : Kimchi Yangban

① 제품명 : 양반 김치

[뒷면 - 독문]

[뒷면 - 국문]

- ① Zutaten :
- Chinakohl 75%
 - Wasser
 - Frühlingszwiebeln
 - scharfe Peperoni
 - Zucker
 - Salz
 - Knoblauch
 - Ingwer
 - Geschmacksverstärker:
 - Mononatriumglutamat
- ② Speichermethode : Nachdem Öffnen kühl aufbewahren
- ③ Importeur : Kneynhop & Kluge GmbH & Co. KG
Industriestraße 40-42, 28876 Oyten, Germany
- ④ Mindestens haltbar bis : 03.06.2023
- ⑤ Produkt aus : Korea

- ① 원료 정보 :
- 배추 75%
 - 물
 - 파
 - 고추
 - 설탕
 - 소금
 - 마늘
 - 생강
 - 향미료: 글루타민산일나트륨
- ② 보관방법 : 개봉 후에는 서늘한 곳에 보관하십시오.
- ③ 수입 업체 : 크라이엔호프 & 클루게 GmbH & Co. KG 산업거리 40-42, 28876 오이텐, 독일
- ④ 유통기한 : 2023.06.03
- ⑤ 원산지 : 한국

⑥ Nährstoff : Nährwerte pro: 100g

- Brennwert: 126kj/ 30kcal
- Fett: <0.5g
- davon gesättigte Fettsäuren: <0.1g
- Kohlenhydrate: 5.0g
- davon Zucker: 3.0g
- Eiweiß: 1.0g
- Salz: 1.2g

[옆면 - 영문]

① Product information :

- Come and check out the taste and quality of Yangban Kimchi, the best healthy food for helping your immune system and ensuring balanced body.
- Yangban Kimchi is made in the traditional way and brings out the original taste. It symbolizes the highest quality of Korean Kimchi

⑥ 영양성분 : 100g 당 영양성분

- 열량: 126kj/ 30kcal
- 지방: <0.5g
- 포화지방: <0.1g
- 탄수화물: 5.0g
- 당류: 3.0g
- 단백질: 1.0g
- 소금: 1.2g

[옆면 - 국문]

① 제품설명 :

- 균형잡힌 영양분과 면역력에 도움이 되는 최고의 건강식품인 양반김치의 맛과 품질을 직접 확인해보십시오.
- 양반김치는 전통방식으로 만들어 본연의 맛을 살렸습니다. 한국 김치의 최고 품질을 상징합니다.

4. 독일 비건김치 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물 규정

EU는 (EC) No. 1333/2008에 의해 식품첨가물 기준치를 규정하고 있음. ‘EUR-LEX’는 EU의 기존 조약, 현행 법령 및 유럽법원의 판례를 검색할 수 있는 사이트로, 식품별 첨가물 규정을 상세하게 공시함. 독일을 포함한 EU 국가로 김치류 수출 시 주의해야 할 식품첨가물 목록은 다음과 같음

[표 7.4] 고객사 비건김치에 적용되는 식품첨가물 기준 분석³⁹⁾

| 순번 | 물질명(한글) | 물질명(영문) | 최대허용량 | 한국식품유형 |
|----|--------------------|--|--------------------|--------|
| 1 | 탈피한 포니오: 곡물의 일종 | Decorticated grains of Digitaria exilis (Kippist) Stapf | 모든식품에 이용 가능 | 김치류 |
| 2 | 댕댕이나무 | Lonicera caerulea L. berries (haskap) | | |
| 3 | 수수 시럽 | Syrup from Sorghum bicolor (L.) Moench | | |
| 4 | 아르곤 | Argon | GMP ⁴⁰⁾ | |
| 5 | 질소 | Nitrogen | | |
| 6 | 이산화질소 | Nitrous oxide | | |
| 7 | 헬륨 | Helium | | |
| 8 | 수소 | Hydrogen | | |
| 9 | 산소 | Oxygen | | |
| 10 | 이산화탄소 | Carbon dioxide | | |
| 11 | 대두헤미셀룰로스 | Soybean hemicellulose | | |
| 12 | 베타사이클로덱스트린 | β -Cyclodextrin | | |
| 13 | 규산칼슘 | Calcium silicate | | |
| 14 | 이산화규소 | Silicon dioxide | | |
| 15 | 규산마그네슘 | Magnesium silicate | | |

출처: EU 법령포털(EUR-LEX), (EC) No 1333/2008, KATI농식품수출정보

39) 고객사 제품에 적용되는 독일의 식품첨가물 기준을 분석한 결과임. 더 자세한 기준 및 정보는 EUR-LEX 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

40) GMP(Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품 유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당 식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

4. 독일 비건김치 성분 및 유해물질

[표 7.4] 고객사 비건김치에 적용되는 식품첨가물 기준 분석

| 순번 | 물질명(한글) | 물질명(영문) | 최대허용량 | 한국식품유형 |
|----|----------|----------------------|---------------------------|--------|
| 16 | 인산화칼슘 | Calcium phosphates | 10,000 (mg/l or mg/kg) | 김치류 |
| 17 | 인산 나트륨 | Sodium phosphates | | |
| 18 | 인산마그네슘 | Magnesium phosphate | | |
| 19 | 인산 칼륨 | Potassium phosphates | | |
| 20 | 인산 | Phosphoric acid | | |
| 21 | 삼인산염 | Triphosphates | | |
| 22 | 피로인산 | Diphosphates | | |
| 23 | 활석 | Talc | | |
| 24 | 폴리포스페이트 | Polyphosphates | | |
| 25 | 벤조산 | Benzoic acid | | |
| 26 | 사카린 | Saccharin | 1.5mg/kg | |
| 27 | 벤조산나트륨 | Sodium benzoate | 1.5mg/kg | |
| 28 | 안식향산칼슘 | Calcium benzoate | 1.5mg/kg | |
| 29 | 소르빈산 | Sorbic acid | 1.5mg/kg | |
| 30 | 포타슘벤조에이트 | Potassium benzoate | 1.5mg/kg | |
| 31 | 소르빈산칼륨 | Potassium sorbate | 1.5mg/kg | |

출처: EU 법령포털(EUR-LEX), (EC) No 1333/2008, KATI농식품수출정보

41) 단일물 또는 복합물을 유리 지방산으로 환산한 값

▶ **유해물질**

독일을 포함한 EU 회원국들은 (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. 하기 표는 김치류와 고객사 비건 배추김치의 주원료인 배추에 적용되는 기준을 분석한 결과임

[표 7.5] 고객사 비건김치 주원료인 배추에 대해 별도로 설정된 잔류농약 기준

| 순번 | 유해물질명 | 영문명 | 최대허용수치 | 식품유형 |
|----|----------|--------------------------------|------------|-------------------------------|
| 1 | 글리시딜에스테르 | Glycidyl fatty acid ester (GE) | 1,000µg/kg | 식물성 유지 첨가 식품 |
| 2 | 멜라민 | Melamine | 2.5mg/kg | 영아용 조제식 및 성장기용 조제식을 제외한 모든 식품 |
| 3 | 납 | Lead | 0.3mg/kg | 배추속 식물 |
| 4 | 카드뮴 | Cadmium | 0.2mg/kg | 배추속 식물 |

출처: EU 법령포털(EUR-LEX), KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

독일은 인체에 해로운 영향을 끼칠 수 있는 특정 알레르기 유발 물질을 함유한 식품에 대해 철저한 표기를 규정함. 특정 알레르기 유발 물질을 함유한 식품은 반드시 라벨에 표기해야 함. 또한, 성분을 차지하는 비율 순서로 포장 라벨에 기록되어야 하며 소량이라도 반드시 표기해야 함. 알레르기 유발물질 보유 사실을 누락한 식품에 대해서는 경고 및 리콜 조치가 적용됨

[표 7.6] 고객사 비건김치 알레르겐 성분 분석

| 순번 | 표시 의무 여부 | 대상 | 고객사 비건김치 포함 여부 | 순번 | 표시 의무 여부 | 대상 | 고객사 비건김치 포함 여부 |
|----|----------|------|----------------|----|----------|----------|----------------|
| 1 | 의무 | 밀 | √ (밀분해추출물) | 14 | 의무 | 호두 | - |
| 2 | 의무 | 호밀 | - | 15 | 의무 | 캐슈 | - |
| 3 | 의무 | 보리 | - | 16 | 의무 | 피칸 너트 | - |
| 4 | 의무 | 귀리 | - | 17 | 의무 | 브라질너트 | - |
| 5 | 의무 | 스펠트밀 | - | 18 | 의무 | 피스타치오 너트 | - |
| 6 | 의무 | 카뭇트 | - | 19 | 의무 | 마카다미아 | - |
| 7 | 의무 | 갑각류 | - | 20 | 의무 | 샐러리 | - |
| 8 | 의무 | 계란 | - | 21 | 의무 | 겨자 | - |
| 9 | 의무 | 어류 | - | 22 | 의무 | 참깨 | - |
| 10 | 의무 | 땅콩 | - | 23 | 의무 | 루핀 | - |
| 11 | 의무 | 대두 | - | 24 | 의무 | 연체동물 | - |
| 12 | 의무 | 우유 | - | 25 | 의무 | 헤이즐너트 | - |
| 13 | 의무 | 아몬드 | - | | | | |

출처: EU 법령포털(EUR-LEX)

VIII. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 니칸키친(Nikan Kitchen)

Interview ② 나누코(Nanuko)

Interview ③ 신세계(Shinsege)

Interview ① 니칸키친(Nikan Kitchen)

42)

니칸키친
(Nikan Kitchen)

수입유통업체

담당자 정보

Manager



니칸키친(Nikan Kitchen) Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

니칸키친은 2016년에 설립된 수입유통업체로, 주로 한국과 일본 식품을 취급하고 있습니다. 자사 온라인 홈페이지를 통하여 스낵류, 소스류, 조미료, 반찬, 라면, 냉동식품, 음료류 등을 판매합니다.

Q. 독일 내 김치의 수요는 어떤가요?

유럽 내에서 아시안 문화가 알려지기 시작하고 K-POP이 인기를 끌기 시작하면서 김치에 대한 관심이 점점 높아지고 있습니다. 그러나 독일 현지인보다는 아시안 소비자들의 수요가 더욱 높습니다. 또한, 대부분의 독일인들은 김치의 효능 및 건강효과에 대해서 잘 모르고 있습니다.

Q. 독일 내 김치의 주요 소비자는 누구인가요?

독일 내 비건 인구는 약 10% 정도로, 전 세계에서 비건 인구가 가장 많은 나라 중 하나입니다. 현지 사정을 고려하여 비건김치를 수출하는 것은 좋은 선택이지만, 김치의 주요 소비자는 논비건 아시아인이라는 점 또한 고려해야 합니다.

Q. 독일로 맵지 않은 백김치 수출 시, 수요가 있을까요?

아시안 소비자들은 김치 구매 시, 아시안 마트나 온라인 아시안몰을 이용하고 있으며 주로 한국식 전통 매운 김치를 구매합니다. 비건김치의 경우 현지 대형마트의 아시안 식품 코너에서 판매될 수 있는데, 비건김치를 찾는 현지 소비자들의 경우 매운맛이 덜하거나 아예 맵지 않은 김치를 선호합니다.

Q. 고객사 비건김치 제품의 가격이 독일에서 판매되기에 적절한가요?

저희 업체에서 판매하고 있는 C사 김치의 경우, 150g에 소매가 2.5유로(한화 약 3,412원⁴³⁾)이며 500g은 7.0유로(한화 약 9,552원)에 판매되고 있습니다. 고객사 제품의 FOB가 450g에 2,600원임을 고려하였을 때, 고객사 제품의 소매가도 적절할 것으로 예상됩니다.

Q. 고객사 제품의 용량은 어떤가요?

김치의 주요 소비자들의 경우, 1인 가구가 많기 때문에 150g이나 200g 정도의 소용량 제품을 선호합니다. 물론, 가정에서는 500g 제품을 구매하기도 합니다. 고객사 제품과 같이 450g 용량으로 판매하는 것도 좋지만, 소용량 제품도 함께 수출하는 것을 추천합니다. 한편, B2B로 유통할 경우 마트나 레스토랑에서는 1-10kg 제품을 구매하는 편입니다.

Q. 고객사 제품의 패키지는 어떤가요?

독일에서 판매되고 있는 대부분의 수입 김치 제품은 플라스틱 파우치에 판매되고 있습니다. 플라스틱 파우치는 냉장고에 간편하게 보관할 수 있기 때문에 소비자들도 선호하고 있습니다. 비건김치는 대개 플라스틱/유리병 패키지를 사용하고 있는데 이와 비교하여 고객사의 PET 패키지는 보관 및 섭취에 다소 불편할 것으로 보입니다.

Q. 고객사 제품의 유통기한은 어떤가요?

유통기한만 놓고 본다면, 6개월은 적절한 유통기한이지만, 수입업체의 입장에서는 그리 긴 기간은 아닙니다. 현재는 코로나19로 인해 대체로 수출하는데 한 달 정도 소요됩니다. 또한 김치는 수요가 높은 제품이 아니기 때문에 2-3개월 안에 판매되기에 어려울 것으로 예상됩니다.

Q. 독일 소비자들의 경우 비건 제품 구매 시, V-Label을 중요하게 생각하나요?

독일은 식품 인증에 대해서 매우 엄격하게 관리하고 있습니다. 독일 내 대표 대형마트인 메트로(Metro), 테스코(Tesco), 까르푸(Carrefour)의 비건 식품 코너에서 제품을 판매하려 한다면 V-Label은 필수로 취득해야 합니다.

43) 1유로=1,364.60원(2021.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ② 나누코(Nanuko)

44)

나누코
(Nanuko)

수입유통업체

담당자 정보

Sales Manager

나 NANUKO.de

나누코(Nanuko)
Sales Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

나누코는 2011년에 설립된 수입유통업체로, 한국과 일본 식품을 전문으로 취급하고 있으며 이 외에도 중국, 베트남, 태국 등 다양한 아시안 식품도 판매하고 있습니다. 자사 온라인 홈페이지를 운영하고 있으며 저희 업체의 판매량 순위 Top10 중 김치 제품이 포함되어 있습니다.

Q. 독일 내 김치의 수요는 어떤가요?

독일에서 김치의 수요는 나날이 상승하고 있습니다. 유럽 현지에서 생산된 김치는 현지인의 입맛에 맞게 제조되어 한국 김치와 맛이 완전히 다르며 매운맛이 거의 없습니다. 또한 유럽 김치는 대부분 물김치와 같이 김치 국물이 더 많은 제품들이기 때문에 다른 음식의 추가 재료로 사용되기도 하며 건강 음료처럼 마시는 소비자들도 있습니다.

Q. 독일 내에서 김치의 소비 동향은 어떤가요?

독일 내 김치의 수요가 상승 추세이긴 하지만, 독일인들이 일상적으로 먹는 음식은 아닙니다. 김치는 아시안 마트나 현지 식품점에서 판매되고 있으며 대부분 요리할 때 사용되거나 아시안 레스토랑에서 반찬으로 제공되고 있습니다. 한편, 독일에는 비건 인구가 많습니다. 비건 소비자들은 비건 제품 구매 시 매우 까다롭게 제품을 확인하며 V-Label 취득 여부를 중요시합니다.

Q. 독일 내 인기 있는 김치 제품은 무엇인가요?

한국 김치 중에서는 C사 제품이 가장 판매량이 높으며, 소비자들과 도매업체 모두 C사 제품을 선호하고 있습니다. 유럽에서 만든 김치의 경우, 러빙푸드(Loving Food) 제품이 현지인의 입맛에 맞게 만들어져 인기가 있습니다.

Q. 독일로 맵지 않은 백김치 수출 시, 수요가 있을까요?

현지인들 사이에서는 맵지 않은 김치의 수요가 높습니다. 비건김치 업체에서는 유럽인의 입맛에 맞게 매운맛을 상당히 낮춘 김치를 생산하고 있습니다. 아시아 마트를 제외한 현지 대형 식료품점이나 편의점에서는 아예 맵지 않은 비건김치도 판매하고 있습니다.

Q. 고객사 비건김치 제품의 가격이 독일에서 판매되기에 적절한가요?

FOB 가격으로 미루어 볼 때 가격 경쟁력이 있을 것 같습니다. 그러나 소매가는 패키지, 원산지, 유통기한에 따라 매우 달라집니다. 저희가 판매하고 있는 한국 김치는 40g에 소매가 2유로(한화 약 2,729원), 500g은 7유로(한화 약 9,552원)입니다.

Q. 고객사 제품의 용량은 어떤가요?

450g의 용량은 좋습니다. 500g을 선호하는 소비자들이 많은데, 왜냐하면 보관하기도 좋고 100g 제품보다 용량 대비 가격도 더 저렴하기 때문입니다. 한편, 레스토랑이나 마트에서는 5kg 정도의 대용량 제품을 선호하고 있습니다.

Q. 고객사 제품의 패키지는 어떤가요?

독일에서 판매되고 있는 절임 제품은 대부분 PET 패키지를 사용하고 있습니다. 그러나, 가정에서 김치를 먹는 소비자들은 보관하기가 불편하기 때문에 해당 용기를 별로 선호하지 않습니다. 포장 용기 중 캔도 하나의 선택지가 될 수 있는데, 캔은 PET보다 유통기한도 비교적 더 길다는 장점이 있습니다.

Q. 고객사 제품의 유통기한은 어떤가요?

6개월의 유통기한은 수입유통업체의 입장에서 길지 않습니다. 많은 양을 수입했을 경우, 해당 기간 안에 제품을 판매하지 못하는 일이 생길 수도 있기 때문에 6개월 안에 제품을 판매하기 위해서는 수입량이 크지 않아야 합니다. 그렇지 않다면, 독일 정부 및 소비자들은 유통기한에 매우 엄격하여 문제가 발생할 우려가 있습니다.

Interview ③ 신세계(Shinsege)

45)

● 신세계
(Shinsege)

수입유통업체

담당자 정보

CEO

SHINSEGE

신세계(Shinsege)
CEO

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

신세계는 1990년에 설립된 아시안 식품 전문 수입유통업체로, 주로 한국, 일본, 중국, 베트남, 태국 제품을 취급하고 있습니다. 프랑크푸르트에서 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 판매를 진행하고 있습니다.

Q. 독일 내 김치의 수요는 어떤가요?

독일로 이주한 한국인들이 늘어나고 있고 아시안 마트와 레스토랑이 점점 더 많이 생겨나면서 김치의 인기도 높아지고 있습니다. 특히 장노년층 독일 소비자들이 김치의 효능에 관심을 갖게 되면서 수요가 늘어나고 있습니다.

Q. 독일 내 인기 있는 김치 제품은 무엇인가요?

김치 중에서는 한국산 전통 김치의 판매량이 가장 높습니다. 특히 B사의 김치가 가장 인기 있는데, 맛이 너무 맵지 않기 때문입니다. 또한, 동일 브랜드의 깍두기의 수요도 상승하고 있습니다. 베트남 브랜드의 김치가 더 저렴하지만, 한국 김치에 비해 수요는 낮은 편입니다.

Q. 독일로 맵지 않은 백김치 수출 시, 수요가 있을까요?

독일에는 비건 인구가 많기 때문에 비건김치도 몇 가지 판매되고 있습니다. 현지 대형 식료품점에서 판매되고 있는 비건 제품은 대부분 고춧가루가 없는 백김치이며 일반 김치보다 더 김치 국물이 많습니다. 그러나, 한국식 전통 김치에 비하여 수요는 그리 높지 않은데, 왜냐하면 김치의 주요 소비자인 아시안, 특히 한국인 소비자들은 매운 전통 김치를 선호하기 때문입니다.

45) 사진자료: 신세계(Shinsege) 홈페이지

Q. 업체에서 비건 제품을 판매하고 있나요?

저희 업체는 태국, 베트남, 일본, 중국 식품과 주로 한국 음식을 판매하고 있으며 현지인보다 아시안 소비자들을 타겟으로 하고 있기 때문에 비건 식품은 거의 판매하고 있지 않습니다.

Q. 고객사 비건김치 제품의 용량이 독일에서 판매되기에 적절한가요?

저희 업체에서는 250g 용량의 플라스틱 파우치에 담긴 김치를 주로 판매하고 있습니다. 500g의 용량도 좋지만, 그 이상의 제품은 판매하지 않는 것을 추천합니다. 김치를 일상적으로 먹는 소비자의 수는 많지 않으며, 대다수의 소비자들은 소용량 제품을 선호하기 때문입니다.

Q. 고객사 제품의 패키지는 어떤가요?

저희 업체에서는 대부분 PET 패키지 김치를 판매하고 있는데, 이에 대해 소비자 평가가 좋지 않은 적은 아직 없습니다. 소용량 김치의 경우, 플라스틱 병에 판매되고 있는데 해당 용기가 더 보관이 쉽다는 장점이 있습니다. 일부 편의점에서는 소용량 김치를 플라스틱 용기에 담아 판매하며, 이는 한 끼에 간편하게 먹기에 좋습니다.

Q. 고객사 제품의 유통기한은 어떤가요?

김치를 6개월 동안 신선하게 유지 및 판매하는 것은 어렵습니다. 수입 과정에서도 시간이 다소 소요되며, 독일 소비자의 경우 제품의 신선도에 매우 엄격하기 때문에 수입 기간까지를 포함한 6개월은 길지 않은 시간입니다. 그러나 만약 수입량이 크지 않다면 괜찮습니다.

Q. 독일 소비자들의 경우 비건 제품 구매 시, V-Label을 중요하게 생각하나요?

독일에서 판매되고 있는 거의 모든 비건 제품은 V-Label을 취득한 제품입니다. V-Label이나 기타 인증이 없다면 수요는 높지 않을 것이며, 많은 업체들이 판매를 꺼려할 것입니다.

| | | | |
|---|---|--|---|
| 독일(Germany) 비건김치 인터뷰 대상 선정 인터뷰 대상 기업체 선정 · 김치 수입 · 유통업체 ○ | 니칸키친 (Nikan Kitchen) | 나누코 (Nanuko) | 신세계 (Shinsege) |
| | 업태 ▶ 수입유통업체 | 수입유통업체 | 수입유통업체 |
| 김치 취급 ▶ |  김치 |  김치 |  김치 |
| 사진 자료: 니칸키친, 나누코, 신세계 제품 판매 페이지 | | | |

| 독일(Germany) 비건김치 수입 · 유통업체 인터뷰 요약 | | | |
|---|---|---|--|
| 고객사 | 최근 트렌드 | 김치 수요 | 제품 피드백 |
| 니칸키친 (Nikan Kitchen) 수입유통업체 | <ul style="list-style-type: none"> • 현지 비건 인구 多 • 김치 효능에 대한 인지도 낮음 | <ul style="list-style-type: none"> • 김치 인기 상승 추세 • 김치의 주요 소비자는 논비건 아시아인 • 현지 소비자들은 맵지 않은 김치 선호 | <ul style="list-style-type: none"> • 가격 적절함 • 450g 제품 & 소용량 제품 모두 수출 추천 • PET 패키지는 다소 불편 • 6개월 유통기한은 수출/판매에 짧은 편 • V-Label 필수 |
| 나누코 (Nanuko) 수입유통업체 | <ul style="list-style-type: none"> • 현지 생산 김치는 매운맛이 거의 없음 • 일상적으로 김치를 먹지 않음 • 비건 식품 구매 시, V-Label 중요시함 | <ul style="list-style-type: none"> • 김치 수요 상승 추세 • 맵지 않은 김치의 수요 높음 | <ul style="list-style-type: none"> • 가격 경쟁력 있음 • 500g 용량 선호 • 캔 패키지 추천 • 6개월 유통기한은 수출/판매에 짧은 편 |
| 신세계 (Shinsege) 수입유통업체 | <ul style="list-style-type: none"> • 독일 장노년층 소비자들은 김치의 효능에 관심 | <ul style="list-style-type: none"> • 김치 中 한국산 전통 김치의 판매량이 높음 • 김치의 주요 소비자 아시아인, 매운 김치 선호 | <ul style="list-style-type: none"> • 250-500g 용량 추천 • 6개월 유통기한은 수출/판매에 짧은 편이나, 수입량이 적다면 괜찮음 • V-Label 필수 |
| (*) 현지 경쟁품 취급 수입 · 유통업체 인터뷰 3개사 | | | |

IX. 시사점

Export Insights

시장수요

2020년 한국 對독일
김치 수출액,
전년 대비 119% 증가



2020년 기준 한국 對독일 김치(HS CODE 2005.99.1000) 수출액은 전년대비 약 119% 증가했음. 코로나19 기간 독일 소비자들의 면역력에 대한 관심이 증가하고 K-Food의 영향을 받은 것이 주요 요인으로 예상됨. 또한, 독일은 유럽에서 가장 큰 비건식품 시장으로, 실제 온라인 쇼핑물 내 김치의 홍보 키워드로 '비건'이 가장 많이 사용되었으며, 이미 비건김치가 시중에 유통되고 있음

독일 현지 거대 슈퍼마켓인 레베(Rewe)의 온라인, 오프라인 매장에도 그 수가 많지는 않으나 이미 국내 대기업 A사의 김치 제품이 판매되고 있으며, 한국 스타일의 백김치도 판매 중임. 이 외에도 러빙푸드(Loving Food), 나나스김치(Nana's Kimchi) 등 현지화된 독일 생산 김치 제품과 수제 김치도 판매되고 있는 것을 보아, 현지인 소비 습관에 따른 제품 다변화가 이루어진 것을 확인함

소비 특징



독일 김치 주요
홍보문구
'비건', '글루텐 프리'



독일 온라인 김치·비건김치 홍보문구 키워드

독일 주요 온라인 쇼핑물 내 '김치'와 '비건김치' 주요 홍보문구로 '비건'이 최다 출현함. 비건 제품의 인증에 매우 엄격한 독일 소비자들을 고려했을 때, 브이라벨(V-Label) 등 비건 인증을 활용해 제품 신뢰성을 입증한다면 제품 판매에 활용할 수 있을 것으로 예상됨. 이 외에도 '글루텐 프리', '할랄' 등의 키워드가 도출되어 타깃층 확대 가능성을 확인함

패키징 관련, '캔'과 '유리'가 빈출하였으며 '플라스틱'은 확인되지 않았음. 환경 인식이 높은 독일 소비자들의 특징과 독일 정부의 플라스틱 사용 자제 규제를 엿볼 수 있음



유통채널



독일 소스, 드레싱 및 조미료
유통채널 점유율

김치의 상위 카테고리인 독일 소스, 드레싱 및 조미료 제품의 유통채널 확인 결과 오프라인 구매가 압도적이며 온라인 시장은 상대적으로 발전단계인 것으로 확인됨

반면 실제 온라인 쇼핑물 내 김치 입점 현황 확인 결과, 이베이 독일, 아마존 독일, 레베 온라인 쇼핑물 등에서 일부 김치 제품이 판매되고 있었음. 특히 독일 아시아마트들은 코로나19 기간 빠르게 온라인화되며 소비 행태 변화에 대응했고, 실제 국내 경쟁제품들의 맛김치, 백김치 등이 판매되고 있음

이 외에도 유럽 최대 비건시장인 만큼 비건 제품만을 취급하는 '비건즈(Veganz)'와 이 외 비건 레스토랑 등이 진입 가능 유통채널로 예상됨



Export Insights

수출 확대 전략

타깃층에 따라
주요 제품 이원화 필요



Point 01 타깃팅 독일 내 비건김치 주요 소비자는 독일에 거주하는 한인 및 아시아인, 채식주의자이거나 건강에 관심이 많은 독일 현지인으로 구분할 수 있음. 또한, 해당 소비자들이 선호하는 김치 유형은 다른 형태를 보이며 이에 따라 진입 가능 유통채널도 달라짐. 현지 한인 및 아시아인들은 주로 아시안 마트나 온라인 아시안몰을 이용하며 주로 이미 독일 시장에 진입한 국내 대기업의 한국식 전통 매운 김치 제품을 선호함

반면 독일 현지 소비자들은 비건김치를 찾는 경우 매운맛이 덜하거나 아예 맵지 않은 채소 절임에 가까운 제품을 선호하며 현지 대형마켓이나 온라인 쇼핑몰, 비건전용 식료품점에서 구매함

고객사는 다양한 맛의 제품 라인을 보유한 만큼, 현지 한인 및 아시아인 소비자층 대상 판매를 놓치지 않기 위해서는 타깃층에 따른 주력 제품 운영이 필요할 것으로 보임

수출 확대 전략

제품 피드백,
포장 현지화 및 트렌디한
디자인 개발 추천



독일 인기 러빙푸드
비건김치 제품

Point 02 제품 피드백 수입유통업체 인터뷰 결과, 고객사 제품의 FOB는 현지 경쟁제품 고려 시 적절한 가격대인 것으로 확인됨. 반면, PET/폴리에틸렌 패키징에 대하여 보관 및 섭취에 불편하다는 답변을 확인함. 실제로 현지 생산 김치 제품들은 주로 캔이나 유리병 형태로, 유기농과 비건식품을 내세워 트렌디한 패키징으로 젊은 소비층을 겨냥하고 있어 참고할 필요가 있음

이 외에도 유통기한 개선 의견이 확인되었으며, 현지 대형마트 유통 시 V-Label을 취득해 비건제품의 신뢰성을 입증할 것을 추천함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. KATI농식품수출정보, 「유럽, 김치에 부는 현지화 바람」, 2020.07
2. 베지뉴스(Vegnews), 「Germany's Vegan population doubled since 2016」, 2020.11
3. 농식품수출정보(KATI) 「유럽 온라인 플랫폼 현황 및 진출전략」, 21.07
4. 콘폴리시(Conpoliciy), 「German consumers increasingly order groceries online and use online services since the outbreak of the corona crisis」, 2020.05
5. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Germany Country Report」, 2021.03
6. The European Parliament, 「(EC) No 1333/2008」, 2008
7. The European Parliament, 「Regulation No. 1169/2011」, 2011
8. The European Parliament, 「Regulation(EC) No 2204/99」, 1999

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보(www.kati.net)
4. 스테티스타 (Statista) (statista.com)
5. 아마존 독일 (Amazon) (amazon.de)
6. 이베이 독일 (Ebay) (ebay.de)
7. 오가닉마켓(Organicmarket) (www.organicmarket.info)
8. 한독마트(Handok-mart) (www.handokfrankfurt.business.site)
9. 슬라이드쉐어(Slideshare) (www.slideshare.net)
10. 아마존독일(Amazon Deutche) (www.amazon.de)
11. 레베(Rewe) (www.rewe.de)
12. 프레시아시아(FreshAsia) (www.freshasia.de)
13. 케이숍(K-shop) (www.k-shop.eu)
14. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
15. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
16. 에데카(Edeka) (www.edeka.de)
17. 드림스타임(Dreamstime) (www.dreamstime.com)
18. 오키라이트(Okalite) (www.okalite.com)
19. 위키완드(Wikiwand) (www.wikiwand.com)
20. 내추럴프로덕트글로벌(Naturalproductsglobal) (www.naturalproductsglobal.com)
21. 알나투라(Alnatura) (www.alnatura.de)
22. 비건즈(Veganz) (www.vegan.de)
23. 레미라(Remira) (www.remira.com)
24. 관세청(www.customs.go.kr)
25. 독일 연방 관세청(ZOLL)(www.zoll.de)
26. EU 법령포털(EUR-LEX) (www.eur-lex.europa.eu)
27. 농림축산식품부(www.mafra.go.kr)
28. 해외 식품인증 정보포털 (www.foodcerti.or.kr)
29. 니칸키친(Nikan Kitchen) (www.nikankitchen.com)
30. 나누코(Nanuko) (www.nanuko.de)
31. 신세계(Shinsege) (shinsege.de)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.09.03

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