



2021

해외시장 맞춤형조사

No. | 202110-05
품목 | 김(Laver)
HS CODE | 2008.99-5010
국가 | 프랑스(France)
구분 | 경쟁력분석형

Contents

I. 요약	03
II. 경쟁제품	
1. 프랑스 김 경쟁제품 선정	05
2. 프랑스 김 경쟁제품 조사지표 선정	09
3. 프랑스 김 경쟁제품 현지조사 결과	10
III. 경쟁기업	
1. 프랑스 김 경쟁기업 선정	23
2. 프랑스 김 경쟁기업 현지화 분석 기준	24
3. 프랑스 김 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	26
IV. 수입·유통업체 인터뷰	
Interview ① 김치 패션(Kimchi Passion)	37
Interview ② 케이 마트 프랑스(K-Mart France)	40
Interview ③ 사츠키(Satsuki)	43
V. 경쟁력파악	
1. 제품 경쟁력 검증	48
2. 벤치마킹 제품 분석	53
3. 기업 마케팅 벤치마킹	55
VI. 시사점	56
※ 참고문헌	58

Summary

A사-C사: 한국 경쟁기업명 이나설 처리

■ 온라인 인기제품

	제품명	제조사명
1개 채널에서 1위인 제품	스시 노리	사이타쿠
	알그 노리 피유 달그 그릴레	타노시 자풍

■ 오프라인 주요 경쟁제품

섬마을 돌김 (B사)		칩스 달그 셀 드 메흐 (메종 드 꼬헤)	
	가격 1.78유로		가격 3.79유로
	중량 15.0g		중량 15.0g
비건 & 글루텐프리		현지어로 표기된 제품 설명	

■ 경쟁기업 4개사 분석

	A사	B사	타노시 자풍	메종 드 꼬헤	프랑스 현지 진출 경쟁기업 현황 한국기업 1개사, 경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화 + 경쟁기업 4개사, 주요 SNS 플랫폼 페이스북 및 인스타그램을 활용해 기업 및 제품 홍보
국적	한국	한국	프랑스	프랑스	
제품 현지화	○	○	●	●	
포장 현지화	○	●	●	●	
생산 방식	●	●	●	●	
입점 채널	오프라인 채널만 활용	오프라인 채널만 활용	온/오프라인 채널 모두 활용	오프라인 채널만 활용	
홍보 채널	자사 홈페이지, SNS 플랫폼(글로벌)	자사 홈페이지, SNS 플랫폼(한국)	자사 홈페이지, SNS 플랫폼(프랑스)	자사 홈페이지, SNS 플랫폼(프랑스)	

제품 현지화

- 상 (현지인 선호 신제품 개발)
- 중 (기존 유통 제품 성분 일부 변경해 출시)
- 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

포장 현지화

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

생산 방식 현지화

- 상 (현지 제조시설 구비해 직접 제조)
- 중 (제조국에서 직접 제조해 현지 수출)
- 하 (제조국 OEM 업체에 제조 위탁)

■ 경쟁력 파악

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)				기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)			
가격(10g당) (1.46유로)	●	도시락김(3개)		전장김(7개)		맛 (찰리 맛)	●	일반김 맛		시즈닝김 맛	
		2.20유로		1.23유로				7개		3개	
중량(g) (12.0g)	○	도시락김(3개)		전장김(7개)		원산지 (한국)	●	한국	프랑스	스위스	
		15.0g		18.1g				6개	3개	1개	
원료(중복값 有) (김, 찰리 파우더)	○	참기름	카놀리유	옥수수유	올리브유	홍보문구 (중복값 有) (맛 강조)	○	원산지	성분	베지/ 비건	용도
		6개	3개	3개	2개			7개	4개	4개	4개

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 100g당 가격은 경쟁제품 평균과 비슷했으며, 중량은 경쟁제품 평균보다 작은 것으로 나타남 2) 경쟁제품은 주로 원산지, 성분 등을 강조한 홍보문구를 사용하는 것으로 조사되었음
Point 02.	1) 경쟁기업 중 한국기업 1개사는 경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구를 프랑스 현지화하였음 2) 경쟁기업 4개사 모두 주요 SNS 플랫폼인 페이스북 및 인스타그램을 활용하고 있는 것으로 나타남

II. 경쟁제품

1. 프랑스 김 경쟁제품 선정
2. 프랑스 김 경쟁제품 조사지표 선정
3. 프랑스 김 경쟁제품 현지조사 결과

1. 프랑스 김 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징



제품명	죽염재래김, 칠리맛김
제품 종류	도시락김
소비자가격	약 0.58유로 (800원) ¹⁾
중량	4g*3봉
포장	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이
특징	국산 죽염 함유, 매콤하고 화끈한 맛

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: 죽염재래김, 칠리맛김
 - 제품 종류: 도시락김
 - 소비자가격: 약 0.58유로(800원)
 - 중량: 4g*3봉
 - 포장 형태: 플라스틱 파우치/플라스틱 트레이

Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 아마존(Amazon)
 2. 씨디스카운트(Cdiscount)
 3. 까르푸(Carrefour)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 Top 5 제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰 중 2개에서 확인: 0개 제품

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장: 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 편의점
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 현지 인기 제품, 제품의 용도에 따라 조사 제품 선정
- ③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석



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

1) 1유로=1,372.28원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 현지 주요 온라인
쇼핑몰 인기제품 확인

프랑스 주요 온라인 쇼핑몰
(Top 3)

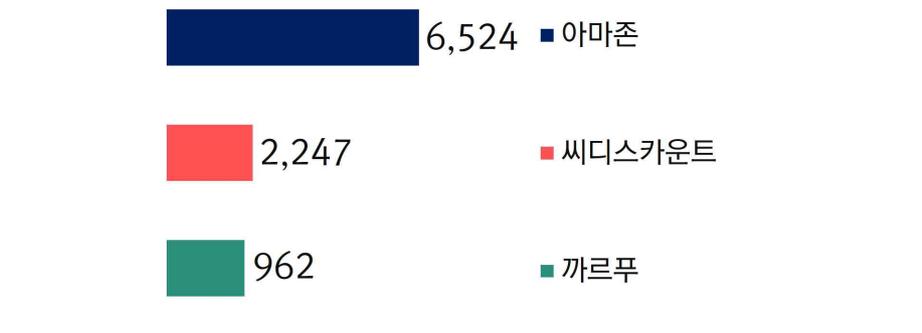
사이트명	취급 종류
 amazon 아마존	식품, 음료, 주류, 즉석식품 등
 Cdiscount 씨디스 카운트	식품, 음료, 주류, 즉석식품 등
 Carrefour 까르푸	식품, 음료, 주류, 즉석식품 등

▶ 프랑스 온라인 쇼핑몰 상위 3개, 아마존, 씨디스카운트, 까르푸

스태티스타에 따르면, 2020년 기준 프랑스 현지인들이 식품 구매를 위해 이용하는 온라인 쇼핑몰 상위 3개는 아마존(Amazon), 씨디스카운트(Cdiscount), 까르푸(Carrefour)²⁾³⁾로, 상위 3개 온라인 쇼핑몰의 총 순 매출액은 약 97억 3,300만 달러로 확인됨

[표 2.1] 프랑스 온라인 쇼핑몰 순매출액

(단위: 백만 달러)



자료: 스태티스타(Statista) 홈페이지

▶ 인기 온라인 쇼핑몰에 모두 진출한 경쟁제품 없음

프랑스 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 2개 이상의 온라인 쇼핑몰에 진출한 경쟁제품은 없는 것으로 나타남. 또한, 온라인 쇼핑몰 중 씨디스카운트에 진출한 경쟁제품이 없는 것으로 확인됨

[표 2.2] 프랑스 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 5)

순위	아마존	까르푸
1	스시 노리 (사이타쿠)	알그 노리 피유 달그 그릴레 (타노시 자풍)
2	칩스 달그 나뭇르 (타노시 자풍)	스시 노리 (갈리떼 셰프)
3	알게 노리 페르 수시 (비요리)	스시 노리 알그 그릴레 (오아시아)
4	야키 스시 노리 (우마미)	야키 스시 노리 (제이에이치푸드)
5	칩스 달그 와사비 (타노시 자풍)	크리스피 싸위드 스텍스 와사비 (ASA)

■ 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매

자료: 아마존(Amazon), 까르푸(Carrefour) 홈페이지

2) 자료: 스태티스타(Statista), 「Top online stores in France in 2020, by e-commerce net sales」, 2020

3) 김을 취급하지 않는 온라인 쇼핑몰은 제외함

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 프랑스 파리 정보⁴⁾⁵⁾

인구	약 216만 명
면적	약 105 km ²

▶ 프랑스 파리, 방문지역으로 선정

프랑스 파리(Paris)를 방문지역으로 선정함. 파리는 프랑스의 수도이자 프랑스에서 가장 인구가 많은 도시임. 17세기부터 파리는 유럽의 금융, 외교, 상업, 패션, 요리법, 과학 및 예술의 주요 중심지였으며, 싱가포르 다음으로, 취리히, 홍콩, 오슬로, 제네바에 이어 물가가 비싼 도시로 꼽힘. 아름다운 19세기 도시 경관으로 잘 알려진 파리에선 넓은 대로와 센스강이 교차하고 있으며, 다양한 문화재, 카페 문화와 디자이너 부티크로도 유명함

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 편의점, 한인마트

프랑스 스낵류의 유통채널별 점유율을 확인한 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 68.9%로 가장 높았으며, 다음으로 할인점 13.6%, 개인 및 기타 식료품점 8.6%, 편의점 4.7%, 온라인 4.0%로 확인됨. 이에 각 유통채널별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사매장을 선정함

[표 2.3] 프랑스 김 주요 유통채널 현황⁶⁾

채널 분류	점유율	주요 매장
하이퍼마켓/슈퍼마켓	68.9%	오상(Auchan), 까르푸(Carrefour), 르클레어(E. Leclerc), 앙테르마르셰(Intermarché), 시스테뮤(Systeme U), 제앙 카지노(Géant Casino)
할인점	13.6%	리들(Lidl), 알디(Aldi), 리더 프라이스(Leader Price), 네토(Netto), 노르마(Norma), 오상(Auchan)
개인 및 기타 식료품점 ⁷⁾	8.6%	파리 스토어(Paris Store), 케이 마트(K-Mart)
편의점	4.7%	스파(Spar), 까르푸 익스프레스(Carrefour Express)
온라인	4.0%	아마존(Amazon), 씨디스카운트(Cdiscount)

■ 고객사 진출 선호 매장

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

4) 자료: 유로스타트(Eurostat) 홈페이지

5) 자료: 프랑스 통계청(Insee) 홈페이지

6) 유로모니터(Euromonitor) 2019, 김의 상위 카테고리인 'Savory snack in France'의 유통채널(Distribution) 정보

7) 아시아마트 및 한인마트를 포함함

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(*) 아마존(Amazon), 씨디스카운트(Cdiscount), 까르푸(Carrefour)
- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(*) 모노프리(Monoprix), 쉐방(G20), 까르푸 시티(Carrefour City), 케이 마트(K-Mart)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 도시락김 제품: 일정한 크기로 잘라 포장한 김 제품
- 전장김 제품: A4용지 크기 그대로 포장한 김 제품

[표 2.4] 프랑스 김 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	도시락김	전장김
① 칩스 달그 와사비 (메종 드 꼬헤)	○ (모노프리)	(-)	○	
② 칩스 달그 셸 드 메흐 (메종 드 꼬헤)	○ (모노프리)	(-)	○	
③ 올리브유 녹차 광천김 3단 도시락 (C사)	○ (케이 마트)	(-)	○	
④ 알그 노리 피유 달그 그릴레 (타노시 자풍)	○ (쉐방)	○ (아마존, 까르푸)		○
⑤ 스시 노리 (사이타쿠)	○ (까르푸 시티)	○ (아마존)		○
⑥ 섬마을 저영 파래김 (B사)	○ (케이 마트)	(-)		○
⑦ 섬마을 돌김 (B사)	○ (케이 마트)	(-)		○
⑧ 소문난 광천김 파래 (C사)	○ (케이 마트)	(-)		○
⑨ 비비고 햇바삭김 재래김 (A사)	○ (케이 마트)	(-)		○
⑩ 소문난 광천김 재래 (C사)	○ (케이 마트)	(-)		○

(*) 현지 판매 김 경쟁제품 10개 분석

2. 프랑스 김 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 프랑스 김 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 프랑스 김 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격	제품의 100g당 가격
중량	g	제품의 포장 단위
제품 종류	도시락김	일정한 크기로 잘라 포장한 김 제품
	전장김	A4용지 크기 그대로 포장한 김 제품
제품 맛	시즈닝김 맛	와사비, 바다소금, 녹차 등의 시즈닝을 입힌 김 맛
	일반김 맛	재래김, 파래김, 돌김 등의 일반김 맛
포장 형태	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이	외부 포장: 플라스틱 소재의 파우치 내부 포장: 플라스틱 소재의 트레이
유통기한		제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기한
원산지		제품의 원산지
홍보문구		제품의 홍보문구
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

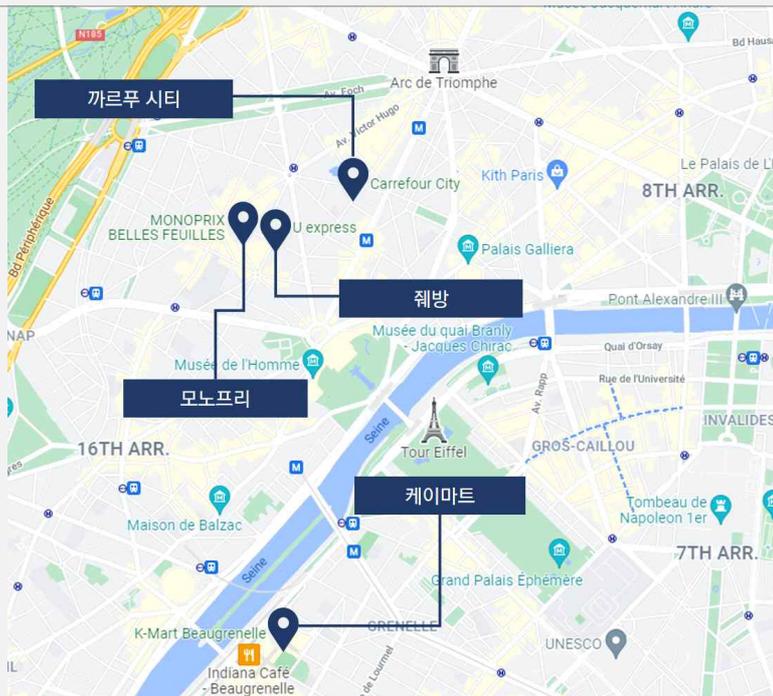
3. 프랑스 김 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 프랑스 파리에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 편의점, 한인마트

프랑스 파리에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓 모노프리(Monoprix), 쥘방(G20), 편의점 까르푸 시티(Carrefour City), 한인마트 케이마트(K-Mart)를 방문함. 이 중 모노프리는 프랑스에 약 700개 이상의 매장을 운영하고 있는 대형 슈퍼마켓 체인인 것으로 확인됨

[표 2.6] 프랑스 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
모노프리 (Monoprix)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	2	· 현재까지 프랑스 250개 도시에 약 700개 이상의 매장을 운영하고 있음
쥘방 (G20)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	1	· 현재까지 파리 및 근교에 약 130개의 매장을 운영하고 있음
까르푸 시티 (Carrefour City)	편의점	1	· 프랑스, 벨기에, 스페인, UAE 4개국에서 매장을 운영하고 있음
케이마트 (K-Mart)	한인마트	6	· 파리에 3개의 매장(상젤리제, 오페라 파리, 보그르넬)을 운영하고 있음



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품 10개 모두 1개의 매장에서 판매 중

모노프리(Monoprix), 줘방(G20), 까르푸 시티(Carrefour City), 케이 마트(K-Mart) 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 조사매장에서 모두 판매되는 제품은 없는 것으로 확인됨. 케이 마트는 경쟁제품 6개를 취급하고 있는 것으로 확인되어, 조사 매장 4개 중 가장 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황			
	모노프리	줘방	까르푸 시티	케이 마트
① 칩스 달그 와사비 (메종 드 꼬헤)	○			
② 칩스 달그 셀 드 메흐 (메종 드 꼬헤)	○			
③ 올리브유 녹차 광천김 3단 도사락 (C사)				○
④ 알그 노리 피유 달그 그릴레 (타노시 자풍)		○		
⑤ 스시 노리 (사이타쿠)			○	
⑥ 섬마을 저영 파래김 (B사)				○
⑦ 섬마을 돌김 (B사)				○
⑧ 소문난 광천김 파래 (C사)				○
⑨ 비비고 햇바삭김 재래김 (A사)				○
⑩ 소문난 광천김 재래 (C사)				○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 모노프리(Monoprix)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
식료품, 육류, 해산물,
생활용품 등 다양한 제품을
판매함
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
주변에 레스토랑과 상점
등이 위치해 있으며,
지하철 역과 인접해 있음
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ⁸⁾		모노프리는 프랑스의 슈퍼마켓 체인 매장으로 1932년 Rouen에 첫 번째 매장을 오픈한 이후 현재까지 프랑스 250개 도시에 약 700개 이상의 매장을 운영하고 있음. 2013년 Casino 그룹에 인수되었으며, 2개의 온라인 쇼핑 웹사이트를 운영하고 있음
		조사 제품 수: 2개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 파리 상세주소 24 Rue des Belles Feuilles, 75116 Paris, France

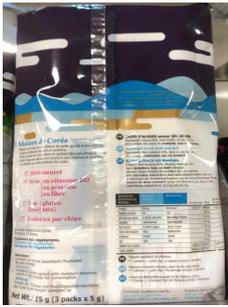
매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 김 경쟁제품 정보	
		
	칩스 달그 와사비 (매종 드 꼬헤)	칩스 달그 셀 드 메흐 (매종 드 꼬헤)

사진자료: 현지조사원 자료, 기업 홈페이지

8) 모노프리(Monoprix) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	칩스 달그 와사비 (Chips D'algues Wasabi)	제조사 (현지어)	메종 드 꼬헤 (Maison de Corée)
제품 종류	도시락김	중량	15.0g
소비자가격	3.79유로 (5,205원)	10g당 가격	2.53유로 (3,470원)
원산지	프랑스	맛	와사비 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 파우치	홍보문구	1팩당 29칼로리, 와사비, 베지테리언, 파리, 풍부한 비타민 B12, 단백질 및 화이버, MSG 무첨가, 글루텐프리
원료 및 첨가물	김, 옥수수유, 참기름, 바다소금, 와사비 조미료(소금, 포도당, 향신료 추출물(머스타드 함유), 효모추출물 분말, 시금치 분말, 와사비 줄기 분말)		

			
제품명 (현지어)	칩스 달그 셀 드 메흐 (Chips D'algues Sel de Mer)	제조사 (현지어)	메종 드 꼬헤 (Maison de Corée)
제품 종류	도시락김	중량	15.0g
소비자가격	3.79유로 (5,205원)	10g당 가격	2.53유로 (3,470원)
원산지	프랑스	맛	바다소금 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 파우치	홍보문구	1팩당 27칼로리, 바다소금, 베지테리언, 파리, 풍부한 비타민 B12, 단백질 및 화이버, MSG 무첨가, 글루텐프리, 100% 천연
원료 및 첨가물	김, 올리브유, 바다소금		

Shop ② 쥬방(G20)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징: 식료품, 육류, 해산물, 생활용품 등 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징: 상업 지역 내 위치 주변에 레스토랑과 마트 등이 위치해 있으며, 지하철 역과 인접해 있음
- 주요 고객층: 현지 주민

브랜드 기본 정보 ⁹⁾		쥬방(G20)은 1975년에 설립된 프랑스 슈퍼마켓 체인으로 20개의 독립매장의 조합으로 시작하였음. 현재까지 파리 및 근교에 약 130개의 매장을 운영하고 있으며, 온라인 쇼핑 서비스를 제공하고 있음
	조사 제품 수: 1개	

매장 정보		
	위치	도시(지역) 파리 상세주소 46 BIS Rue Saint-Didier, 75016 Paris, France

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 김 경쟁제품 정보	
		
알그 노리 피유 달그 그릴레 (타노시 자풍)		

사진자료: 현지조사원 자료, 기업 홈페이지

9) 쥬방(G20) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	알그 노리 피유 달그 그릴레 (Algues Nori Feuilles D'algues Grillées)	제조사 (현지어)	타노시 자풍 (Tanoshi Japon)
제품 종류	전장김	중량	17.5g
소비자가격	3.51유로 (4,820원)	10g당 가격	2.01유로 (2,754원)
원산지	프랑스	맛	구운김 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	홍보문구	스시 및 노리마키 용도, 7매, 일본의 환상적인 맛
원료 및 첨가물	김, 참깨		

Shop ③ 까르푸 시티(Carrefour City)

매장 정보

- 유형: 편의점
- 판매 제품 특징:
음료, 스낵, 과일, 채소, 육류, 해산물, 생활용품 등 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
거주 지역 내 위치 주변에 레스토랑과 학교 등이 위치해 있음
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ¹⁰⁾		Carrefour City는 도심 속 효율적인 쇼핑을 위한 Carrefour의 편의점 체인 매장으로 모든 매장은 주 6일 운영됨 2009년에 설립되었으며, 프랑스, 벨기에, 스페인, UAE 4개국에서 매장을 운영하고 있음
		조사 제품 수: 1개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 파리 상세주소 75 Rue Lauriston, 75116 Paris, France

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 김 경쟁제품 정보	
		
		스시 노리 (사이타쿠)

사진자료: 현지조사원 자료, 기업 홈페이지

10) 까르푸(Carrefour) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	스시노리 (Sushi Nori)	제조사 (현지어)	사이타쿠 (Saitaku)
제품 종류	전장김	중량	14.0g
소비자가격	2.55유로 (3,502원)	10g당 가격	1.82유로 (2,501원)
원산지	스위스	맛	김밥김 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	홍보문구	5매, 간단한 일본식, 사용법
수입자	Ethnic Distribution	원료 및 첨가물	김

Shop ④ 케이 마트(K-Mart)

매장 정보

- 유형: 한인마트
- 판매 제품 특징:
식료품, 육류, 해산물, 생활용품 등 다양한 한국 및 일본 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
주변에 호텔과 레스토랑, 상점 등이 위치해 있음
- 주요 고객층:
현지 주민, 현지 교민, 관광객

브랜드 기본 정보 ¹¹⁾		케이 마트(K-Mart)는 2006년 설립된 프랑스의 한인마트로, 파리에서 한식과 일식의 대표적인 식품 매장임. 현재 파리에 3개의 매장(상젤리제, 오페라 파리, 보그르넬)을 운영하고 있음
		조사 제품 수: 6개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 파리 상세주소 9-11 Rue Robert de Flers, 75015 Paris, France

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 김 경쟁제품 정보		
			
	섬마을 저염 파래김 (B사)	섬마을 돌김 (B사)	소문난 광천김 파래 (C사)
			
비비고 햏바삭김 재래김 (A사)	올리브유 녹차 광천김 3단 도시락 (C사)	소문난 광천김 재래 (C사)	

사진자료: 현지조사원 자료, 기업 홈페이지

11) 케이 마트(K-Mart) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	섬마을 저염 파래김	제조사 (현지어)	B사
제품 종류	전장김	중량	20.0g
소비자가격	1.63유로 (2,238원)	10g당 가격	0.82유로 (1,119원)
원산지	한국	맛	파래김 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	홍보문구	비건, 글루텐프리, 무방부제, 유제품 무첨가, 바삭하고 고소함, 저염, 청정해역, 한국산, 5매
수입자	K-Commerce	원료 및 첨가물	김, 옥수수유, 참기름, 소금

			
제품명 (현지어)	섬마을 돌김	제조사 (현지어)	B사
제품 종류	전장김	중량	15.0g
소비자가격	1.78유로 (2,444원)	10g당 가격	1.19유로 (1,630원)
원산지	한국	맛	돌김 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	홍보문구	비건, 글루텐프리, 무방부제, 유제품 무첨가, 바삭하고 고소함, 저염, 청정해역, 한국산, 5매
수입자	K-Commerce	원료 및 첨가물	김, 옥수수유, 참기름, 소금

			
제품명 (현지어)	소문난 광천김 파래	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	전장김	중량	25.0g
소비자가격	1.93유로 (2,650원)	10g당 가격	0.77유로 (1,060원)
원산지	한국	맛	파래김 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	홍보문구	한국산, 사용법
수입자	K-Commerce	원료 및 첨가물	파래김, 카놀라유, 들기름, 맛소금, 향미증진제, 참기름

			
제품명 (현지어)	비비고 햇바삭김 재래김	제조사 (현지어)	A사
제품 종류	전장김	중량	20.0g
소비자가격	1.75유로 (2,403원)	10g당 가격	0.88유로 (1,202원)
원산지	한국	맛	재래김 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	홍보문구	바삭함과 고소함, 정통, 한국의 맛을 나눕니다, 한국 스타일, 비비고의 특별한 맛을 나눕니다
수입자	K-Commerce	원료 및 첨가물	김, 카놀라유, 참기름, 소금



제품명 (현지어)	올리브유 녹차 광천김 3단 도시락	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	도시락김	중량	15.0g
소비자가격	2.34유로 (3,213원)	10g당 가격	1.56유로 (2,142원)
원산지	한국	맛	녹차 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이	홍보문구	올리브유 바르고 녹차가 첨가된
수입자	K-Commerce	원료 및 첨가물	김, 카놀라유, 올리브유, 참기름, 차조기 기름, 정제 소금, 녹차 분말



제품명 (현지어)	소문난 광천김 재래	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	전장김	중량	15.0g
소비자가격	1.69유로 (2,321원)	10g당 가격	1.13유로 (1,547원)
원산지	한국	맛	재래김 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	홍보문구	한국산, 사용법
수입자	K-Commerce	원료 및 첨가물	재래김

III. 경쟁기업

1. 프랑스 김 경쟁기업 선정
2. 프랑스 김 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 프랑스 김 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 프랑스 김 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 프랑스기업 2개사 및 한국기업 2개사, 총 4개사 선정

프랑스 오프라인 매장에 진출한 경쟁기업 중, 김 제품을 보유한 프랑스기업 2개사와 한국기업 2개사를 경쟁기업으로 선정함. 각 제조사는 제품의 유통 및 판매를 위탁하는 경우도 있으나, 상품을 개발하고 원료 생산을 전담하는 기업을 경쟁기업이라 정의함

▶ 경쟁기업 4개사, 평균 33년 업력 보유

선정된 경쟁기업 4개사는 평균 약 33년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. A사는 1978년에 설립되어 약 43년째 사업을 이어오고 있으며, B사는 75년, 타노시 자풍은 13년, 메종 드 꼬헤는 3년의 업력을 보유하고 있는 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업 4개사, 김 동일품목 종류 조사

프랑스에 진출한 경쟁기업 4개사가 판매하고 있는 김의 동일 품목 수를 조사한 결과 B사가 8개의 제품을 보유하고 있어 경쟁기업 4개사 중 가장 많은 동일 품목 수를 판매하고 있는 것으로 확인됨. 그 다음으로는 A사가 7개, 메종 드 꼬헤가 3개, 타노시 자풍이 1개의 제품을 판매 중인 것으로 조사됨

[표 3.1] 김 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
A사	한국	43년	7개
B사	한국	75년	8개
타노시 자풍	프랑스	13년	1개
메종 드 꼬헤	프랑스	3년	3개

자료: 프랑스 진출 김 경쟁기업 4개사 분석

2. 프랑스 김 경쟁기업 현지화 분석 기준

▶ 경쟁기업의 기본 정보

[표 3.2] 경쟁기업 기본 정보

기준	설명	
① 기업명	기업의 이름	
② 위치	기업 본사 위치	
③ 규모	매출액	기업 20년도 매출액
	직원 수	기업 20년도 직원 수
	설립연도	기업의 설립연도
	동일품목	김

▶ 경쟁기업의 자사 제품 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 제품 현지화 정도

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

▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 원본 포장 디자인 혹은 형태를 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	◐ (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 새로운 형태의 디자인을 사용함	● (상)

▶ 경쟁기업의 제품 제조 방식에 따른 분류

[표 3.5] 경쟁기업 제품 제조 방식 기준

기준		설명	적극성
① OEM	간접 제조	제조 전문 OEM 업체와 제휴를 맺어 제조 위탁	○ (하)
② 국내제조	직접 제조	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출	◐ (중)
③ 현지제조		현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조	● (상)

▶ 경쟁기업의 유통채널에 따른 분석 기준

[표 3.6] 경쟁기업 유통채널

기준	채널 종류
오프라인	모노프리, 줌방, 까르푸 시티, 케이 마트
온라인	아마존, 씨디스카운트, 까르푸

▶ 경쟁기업의 홍보 채널에 따른 분석 기준

[표 3.7] 경쟁기업 홍보 채널

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

3. 프랑스 김 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 1개사 프랑스 오프라인 매장과 온라인 채널 진출, 3개사는 오프라인 매장에만 진출

프랑스에 진출한 경쟁기업 4개사 모두 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 케이 마트에는 A사와 B사가 확인되었으며, 쉐방에는 타노시 자풍이 확인됨. 또한, 모노프리에는 메종 드 꼬헤가 확인됨. 온라인의 경우, 현지 주요 온라인 판매채널인 까르푸(Carrefour)에 타노시 자풍이 입점한 것으로 확인되었으며, A사, B사, 메종 드 꼬헤는 온라인 판매채널에는 입점하지 않은 것으로 확인됨

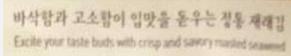
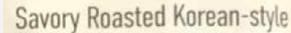
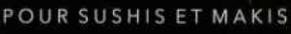
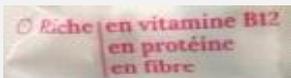
▶ 경쟁기업 SNS 플랫폼에서의 제품 홍보 활동 활발함

프랑스 시장에 진출한 경쟁기업 4개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 4개사 모두 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 통해 기업 정보 및 자사 제품 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. A사와 B사는 글로벌 홈페이지를 운영하고 있으며, 프랑스기업 타노시 자풍과 메종 드 꼬헤는 프랑스 홈페이지를 운영하고 있는 것으로 확인됨. SNS 플랫폼을 통한 홍보 활동으로, 한국 계정을 활용한 A사와 글로벌 계정을 활용한 B사의 홍보 활동이 확인되었으며, 프랑스 기업 타노시 자풍과 메종 드 꼬헤는 프랑스 계정을 통한 홍보 활동을 진행하고 있는 것으로 확인됨

▶ **경쟁기업 홍보문구로 제품의 재료와 원산지, 맛 등을 강조하여 홍보**

프랑스 시장에 진출한 경쟁기업은 제품 홍보 시 제품의 재료를 강조하는 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품의 재료를 나타내는 문구로는 ‘비건’, ‘글루텐프리’, ‘저염’, ‘무방부제’, ‘유제품 무첨가’, ‘청정해역’, ‘바다소금’, ‘와사비’, ‘100% 천연’, ‘풍부한 비타민 B12’, ‘단백질 및 화이버’, ‘MSG 무첨가’ 등을 사용함. 원산지를 강조하는 문구로는 ‘한국 스타일’, ‘한국산’, ‘정통, 한국의 맛을 나눕니다.’, ‘일본의 환상적인 맛’ 등을 활용하는 것으로 확인됨. 또한 제품의 맛을 강조하는 문구로 ‘바삭함과 고소함’, ‘특별한 맛’ 등의 문구를 활용하는 것으로 확인됨

[표 3.8] 프랑스 김 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
A사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 케이 마트 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) SNS 플랫폼 (글로벌) - 페이스북 - 인스타그램 - 트위터 	<ul style="list-style-type: none"> - 바삭함과 고소함 - 정통, 한국의 맛을 나눕니다. - 한국 스타일 - 비비고의 특별한 맛을 나눕니다. 	  
B사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 케이 마트 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) SNS 플랫폼 (한국) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 	<ul style="list-style-type: none"> - 비건, 글루텐프리 - 저염 - 무방부제, 유제품 무첨가 - 바삭하고 고소함 - 청정해역 - 한국산 	 
타노시 자품	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 쥐방 온라인 매장 - 까르푸 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (프랑스) SNS 플랫폼 (프랑스) - 페이스북 - 인스타그램 	<ul style="list-style-type: none"> - 스시 및 노리마키 용도 - 일본의 환상적인 맛 - 7매 	  
메종 드 꼬헤	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 모노프리 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (프랑스) SNS 플랫폼 (프랑스) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 	<ul style="list-style-type: none"> - 바다소금, 와사비 - 100% 천연 - 베지테리언, 글루텐프리 - 풍부한 비타민 B12 - 단백질 및 화이버 - MSG 무첨가 	 

자료: 프랑스 진출 김 경쟁기업 4개사 분석

① A사

기업 기본 정보	기업명	A사		
	기업 설명	A사는 국내 식품 대기업의 미국 식품사업본부로 1978년 남가주에서 첫 미국 식품 사업을 시작함. 한식을 중심으로 아시아 식품의 주요 제조 및 유통업체로 빠르게 성장하였으며, 주요 브랜드인 Bibigo와 Annie Chun's를 통해 만두, 국수, 소스 등의 제품을 판매하고 있음		
	위치	4 Centerpointe Drive Ste. 100, La Palma, CA 90623, USA		
	규모	직원 수	112명	
		동일품목 수 ¹²⁾	7개	
설립연도		1978년		
매출		2,300만 달러		

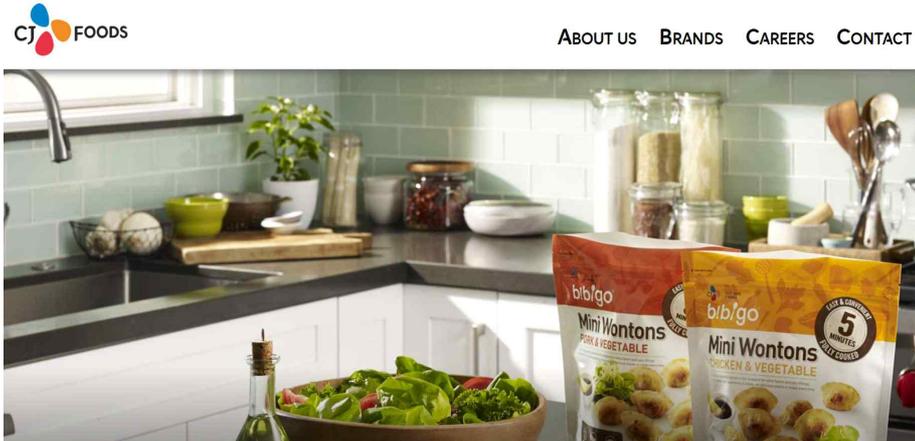
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 케이 마트		제품명	비비고 햇바삭김 재래김
			중량	20.0g
			소비자가격	1.75유로 ¹³⁾ (2,403원)
			제품 종류	전장김

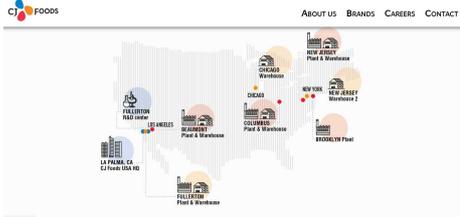
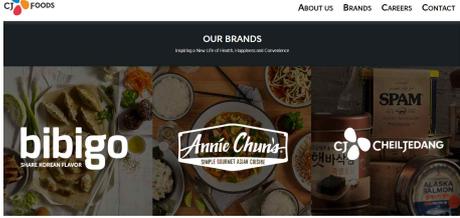
현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시
	포장 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 원본 포장 디자인 혹은 형태를 사용
	제조 방식 현지화	● (중)	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출

사진자료: 현지조사원 자료

12) 김 제품을 동일품목으로 분류함

13) 1유로=1,373.27원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(글로벌) 페이스북/인스타그램/트위터(글로벌)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>2-3일에 1건</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>기업 소개, 브랜드 소개, 제품 홍보, 기업 홍보</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> • 기본적인 회사 소개 (연혁, 미션, 비전, 시설)
		<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 및 제품 소개 (Bibigo, Annie Chun's)
		<ul style="list-style-type: none"> • 기업 행사 • 제품 홍보

사진자료: A사 홈페이지, 페이스북 웹사이트

② B사

기업 기본 정보	기업명	B사		
	기업 설명	B사는 1946년에 설립된 한국의 식품 업체로, 한국에서 가장 오래된 등록 상표임. 대표적인 제품으로 1992년 '우리간장' 출시 후 2001년 '맑은조선간장'을 개발함. 현재 전 세계 76개국 이상에 제품을 수출하고 있으며, 미국, 중국, 스페인 등 요리 분야에서 가장 영향력 있는 국가에 지사를 두고 있음		
	위치	대한민국 서울특별시 중구 충무로2		
	규모	직원 수	740명	
		동일품목 수 ¹⁴⁾	8개	
설립연도		1946년		
매출		2,720억 원		

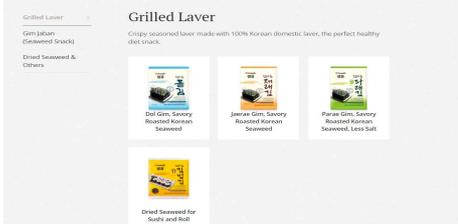
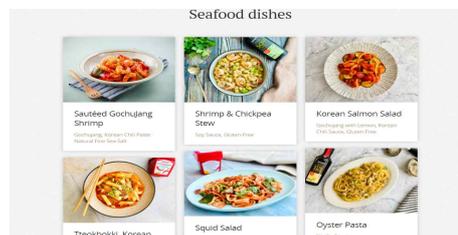
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 케이 마트		제품명	섬마을 저염 파래김
			중량	20.0g
			소비자가격	1.63유로 (2,238원)
			제품 종류	전장김

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시
	포장 현지화	● (중)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화(영어 표기)
	제조 방식 현지화	● (중)	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출

사진자료: 현지조사원 자료

14) 김 제품을 동일품목으로 분류함

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브(한국)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>3-4일에 1건</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>기업 소개, 판매 브랜드 및 제품 소개, 레시피 제공</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> • 기본적인 회사 소개 (회사명, 역사, 공장, 기술개발, 해외 지사) • 기업 최신 뉴스
		<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 및 제품 소개 (새미네부엌/연두/장류/아시안소스/차/김/냉동식품/기본양념/통조림)
		<ul style="list-style-type: none"> • 레시피 제공 (육류/해산물/채식)

사진자료: B사 홈페이지

③ 타노시 자품

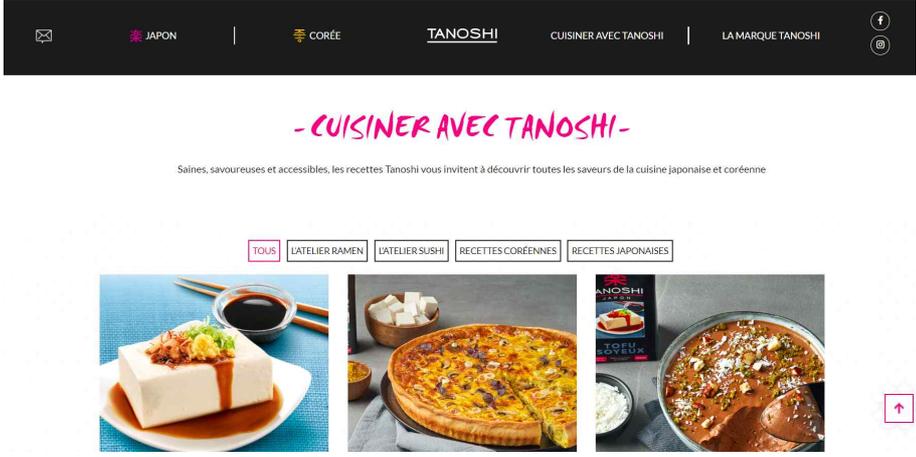
기업 기본 정보	기업명	타노시 자품	
	기업 설명	타노시 자품(Tanoshi Japon)은 2008년 설립된 프랑스 식품업체로 일본 식재료 생산을 시작으로 2021년에는 한국 식재료 또한 생산하고 있음. 일본 식재료는 분홍색 포장의 자품(Japon) 브랜드를 사용, 한국 식재료는 노란색 포장의 꼬헤(Corée) 브랜드를 사용하여 판매하고 있음	
	위치	217 Chem. du Grand Revoyet, 69230 Saint-Genis-Laval, France	
	규모	동일품목 수 ¹⁵⁾	1개
설립연도		2008년	

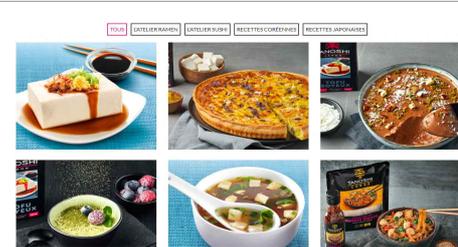
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 쥬방		제품명	알그 노리 피유 달그 그릴레 (타노시 자품)
			중량	17.5g
			소비자가격	3.51유로 (4,820원)
			제품 종류	전장김
	〈온라인 매장〉 까르푸		제품명	알그 노리 피유 달그 그릴레 (타노시 자품)
			중량	17.5g
			소비자가격	2.20유로 (3,021원)
			제품 종류	전장김

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

사진자료: 현지조사원 자료, 까르푸 웹사이트

15) 김 제품을 동일품목으로 분류함

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(프랑스), 페이스북/인스타그램(프랑스)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>일주일에 1건</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>회사 소개, 제품 소개, 레시피 제공</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> • 기본적인 회사 소개 (연혁, 브랜드, 제조비법)
		<ul style="list-style-type: none"> • 제품 소개 (한식재료, 일식재료)
		<ul style="list-style-type: none"> • 레시피 제공 (라면, 스시, 한국요리, 일본요리)

사진자료: 타노시 자품 홈페이지 (www.tanoshi.fr)

④ 메종 드 꼬헤

기업 기본 정보	기업명	메종 드 꼬헤		
	기업 설명	메종 드 꼬헤(Maison de Corée)는 프랑스의 한국식품 전문 생산업체로 라면, 김 스낵, 만두, 음료와 미용제품인 마스크 팩을 판매하고 있음. 주요 프로젝트로 삼양과의 콜라보레이션으로 프랑스 전역의 260여개 모노프리(Monoprix) 매장에 제품을 출시함		
	위치	91 Rue du Faubourg Saint-Honoré, 75008 Paris, France		
	규모	직원 수	25명 이하	
		동일품목 수 ¹⁶⁾	3개	
설립연도		2018년		
매출		약 500만 달러		

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 모노프리		제품명	칩스 달그 와사비
			중량	15.0g
			소비자가격	3.79유로 (5,205원)
			제품 종류	도시락김

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

사진자료: 현지조사원 자료

16) 김 제품을 동일품목으로 분류함

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(프랑스), 페이스북/인스타그램/유튜브(프랑스)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>한 달에 1건 이하</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>회사 소개, 브랜드 및 제품 소개, 레시피 제공</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> • 기본적인 회사 소개 (기업 이벤트, 지속가능경영, 파트너)
		<ul style="list-style-type: none"> • 제품 소개 (라면, 만두, 김 스낵, 알로에 베라, 우동, 마스크 팩)
		<ul style="list-style-type: none"> • 주요 프로젝트 소개

사진자료: 메종 드 코헤 홈페이지 (www.maisondecree.fr)

IV. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 김치 패션(Kimchi Passion)

Interview ② 케이 마트 프랑스(K-Mart France)

Interview ③ 사츠키(Satsuki)

Interview ① 김치 패션 (Kimchi Passion)

김치 패션 (Kimchi Passion)

수입유통업체

담당자 정보

CEO

김치 패션(Kimchi Passion) CEO

김치 패션은 프랑스의 수입유통업체로 주로 한국 및 프랑스에서 제품을 수입하고 있음. 온라인에서는 자사 운영 사이트를 통해, 오프라인에서는 김치 패션 매장을 통해 제품을 판매하고 있음

17) 사진자료: 김치 패션(Kimchi Passion) 홈페이지



Q1. 프랑스 현지에서 김에 대한 수요는 어떤가요?

아시안 음식 중에 김과 라면이 가장 수요가 많습니다. 요즘에는 프랑스에 거주하는 아시아인들은 물론 프랑스 현지 고객들도 김을 구매해 간식으로 먹거나 요리하여 먹습니다.

소비자가격	약 0.58유로 (800원)
중량	4g*3봉
포장 형태	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이

Q2. 프랑스 내에서 김은 어떤 과정으로 유통되나요?

대부분 큰 규모의 유럽 수입업체를 통해 수입됩니다. 해당 업체들은 프랑스뿐만 아니라 다른 EU 국가에서도 큰 규모의 업체입니다. 저희 회사의 경우에는 한국에서 직접 식품을 수입하지 않고 프랑스에서 수입합니다. 동대문에 위치한 수출업체로부터 고려홍삼만을 수입하고, 프랑스 유통업체에서 기타 제품을 수입하고 있습니다.

Q3. 고객사 제품의 가격은 적당한가요?

네, 가격이 충분히 경쟁력이 있습니다. 현재 취급하고 있는 유사 제품들의 가격과 비슷한 가격대라고 생각합니다.

Q4. 고객사 제품의 중량 및 포장 형태는 적당한가요?

고객사 제품의 중량보다는 가장 일반적인 16g 제품에 대한 수요가 더 높을 것 같습니다. 경험상 김이 6-8개 들어있는 20g 제품이 수요가 가장 높았습니다. 현재 비비고 제조사의 한국산 김을 2.9유로(약 3,980원)에 판매하고 있는데, 합리적인 가격과 품질로 좋은 판매율을 기록하고 있습니다.



소비자가격	약 0.58유로 (800원)
중량	4g*3봉
포장 형태	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이

Q5. 한국 김 수출업체에 권장하는 수출 방식이 무엇인가요?

주문량이 많을 수 있으므로 한국 제조업체로부터 직접 수입하는 유통업체에 문의하는 것이 좋습니다. 저희 업체의 경우에는 그러한 유통업체를 통해 알하지만 저희는 프랑스에 있으며 다른 EU 국가에도 제품을 유통을 하고 있습니다.

Q6. 고객사 제품에 권장하는 홍보 방식이 무엇인가요?

디지털 채널을 통한 마케팅, 특히 유럽에 거주하는 아시아 인플루언서/블로거를 통해 제품을 홍보하는 것을 추천합니다. 또 박람회에도 참가해 유통업체를 찾는 것도 효과적인 홍보 방법이 될 수 있습니다.

Interview ② 케이 마트 프랑스 (K-Mart France)

케이 마트 프랑스
(K-Mart France)

수입유통업체

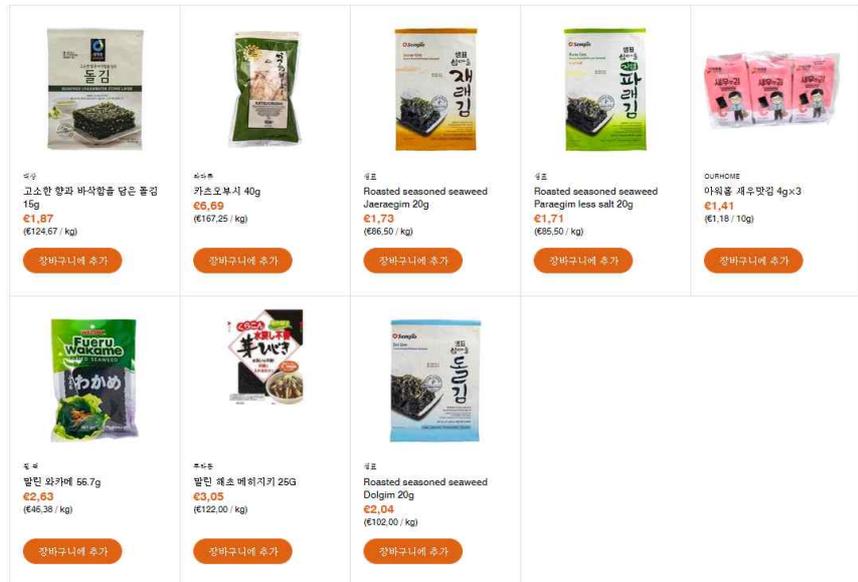
담당자 정보

Sales Manager

18)



홈 SPECIAL K PARIS LIFE K-HEALTH 상온제품 냉장제품 냉동제품 음료를 BY K-MART 정육집 빵 NON-FOOD 배송



케이 마트 프랑스(K-Mart France) Sales Manager

케이 마트는 프랑스의 수입유통업체로 주로 한국 및 일본에서 제품을 수입하고 있음. 온라인에서는 자사 운영 사이트를 통해, 오프라인에서는 케이 마트 오페라, 보그르넬, 상젤리제를 통하여 제품을 판매하고 있음

18) 사진자료: 케이 마트 프랑스(K-Mart France) 홈페이지



소비자가격 약 0.58유로
(800원)

중량 4g*3봉

포장 형태 플라스틱 파우치/
플라스틱 트레이

Q1. 프랑스 현지에서 김에 대한 수요는 어떤가요?

아시아 음식, 식료품 및 음료에 대한 수요가 상당히 높습니다. 저희 업체도 한국산 제품을 매달 3-4 컨테이너 정도 수입해 판매하고 있습니다. 아시아 제품, 특히 라면, 김, 김치는 아시아인뿐만 아니라 프랑스인에게도 인기를 얻었습니다. 다만 프랑스 소비자들은 쌀을 먹지 않아 아시아인보다는 소비량이 적습니다.

Q2. 프랑스 내에서 김은 어떤 과정으로 유통되나요?

다른 수입품과 마찬가지로 김도 수입업체 및 유통업체를 통해 수입됩니다. 보통 한국 제품을 유통하는 유통업체가 일본, 중국, 베트남 등 다른 아시아 제품도 수입합니다.

Q3. 고객사 제품의 가격은 적당한가요?

네, 합리적인 가격입니다. 보통 4g의 작은 패키지를 그 정도의 가격대로 판매합니다. 그러나 가장 일반적인 형태는 3개의 작은 팩으로 구성된 하나의 패키지 형태이며 특히 C사 제품의 경우 온라인 스토어에서 2유로 (약 2,745원)에 판매되고 있습니다.

Q4. 고객사 제품의 중량 및 포장 형태는 적당한가요?

프랑스 고객들은 주로 초밥을 만들거나 다른 아시아 음식을 요리하기 위해 김을 구입하며, 일상적으로 먹기 위해서 김을 구입하는 매우 드뭅니다. 하지만 프랑스 사람들은 음식에 대해 매우 개방적이고 끊임없이 새로운 시도를 하고 싶어 하므로 4g의 작은 중량 제품을 간식으로 먹기 위해 구입하는 소비자도 있습니다.



소비자가격 약 0.58유로
(800원)

중량 4g*3봉

포장 형태 플라스틱 파우치/
플라스틱 트레이

Q5. 한국 김 수출업체에 권장하는 수출 방식이 무엇인가요?

가장 좋은 방법은 아시아 음식을 주로 수입하는 수입업체를 통해 수출하는 것입니다. 이러한 수입업체들은 이미 유통 경로를 알고 있어 편리하고, 분명 고객사 제품에 관심을 가질 것입니다. 또 일반 유통업체보다 아시안 푸드 트렌드를 잘 알고 있다는 장점도 있습니다.

Q6. 고객사 제품에 권장하는 홍보 방식이 무엇인가요?

프랑스를 비롯한 유럽 국가에서 아시아 음식을 홍보하는 가장 좋은 방법은 레스토랑을 통해 홍보하는 것입니다. 아시아 음식이나 문화에 관심이 많은 사람들은 아시안 레스토랑을 방문해보고, 이후에 집에서도 요리를 직접 해보면서 아시아 음식에 익숙해집니다. 그 이후에, 소매점이나 온라인 상점에서 아시아 음식을 구매하게 됩니다. 따라서 현지 소비자들이 새로운 아시아 음식을 접해볼 수 있도록 레스토랑을 통해서 제품을 홍보하는 방식을 추천합니다.

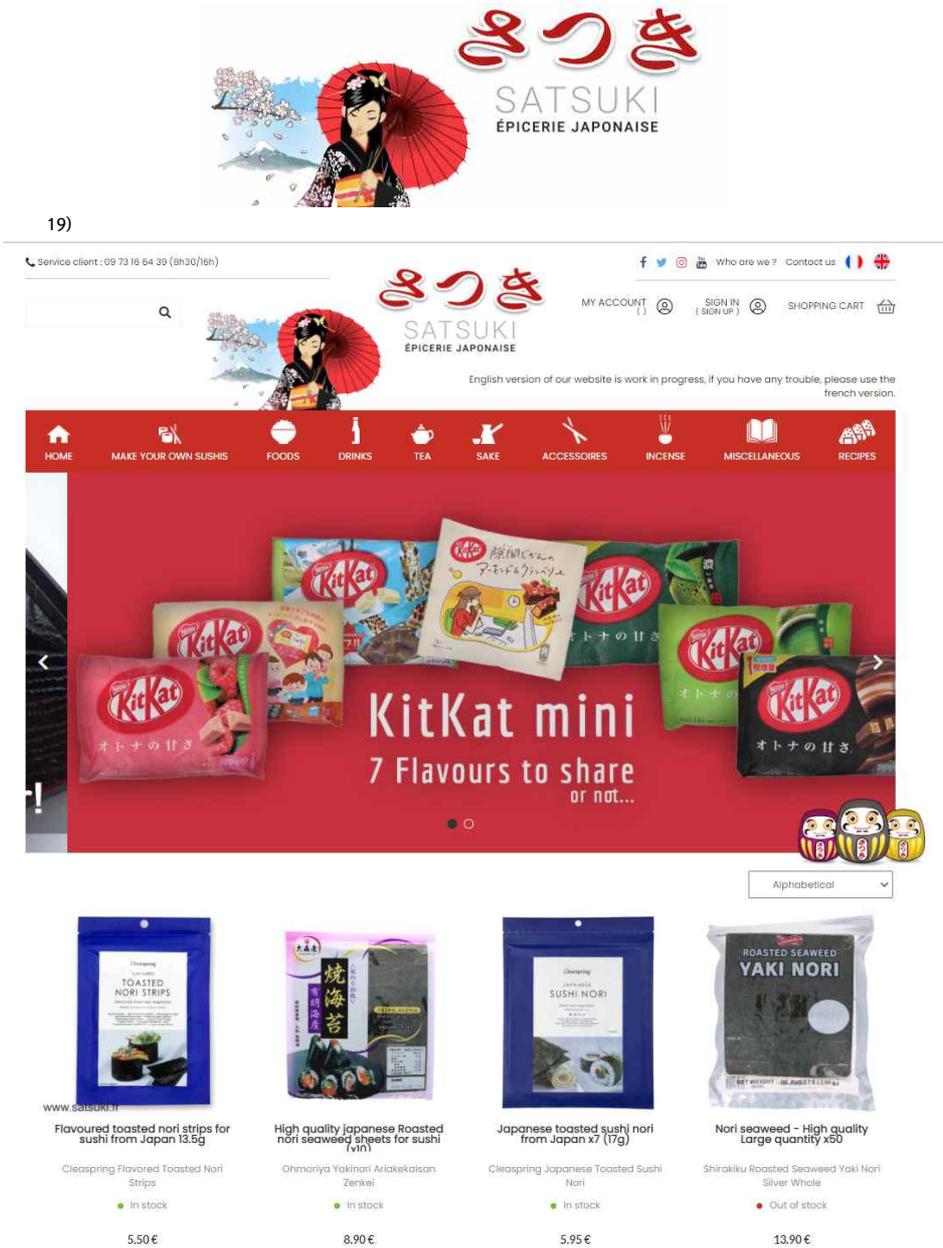
Interview ③ 사츠키 (Satsuki)

사츠키 (Satsuki)

수입유통업체

담당자 정보

CEO



사츠키(Satsuki) CEO

사츠키는 프랑스의 수입유통업체로, 주로 일본에서 제품을 수입함. 온라인에서는 자사 운영 사이트를 사용하고 있으며, 오프라인에서는 사츠키 매장을 통하여 제품을 판매하고 있음

19) 사진자료: 사츠키(Satsuki) 홈페이지



소비자가격	약 0.58유로 (800원)
중량	4g*3봉
포장 형태	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이

Q1. 프랑스 내에서 김은 어떤 과정으로 유통되나요?

일반적으로 주로 모든 아시아 및 기타 수입 제품은 유럽의 대형 수입업체를 통해 수입됩니다. 저희 회사도 규모가 크지는 않지만 프랑스뿐만 아니라 프랑스, 벨기에, 네덜란드 등 다른 유럽 국가에도 아시아(주로 일본) 제품을 유통하고 있습니다.

Q2. 프랑스 소비자들의 김에 대한 인식은 어떤가요?

프랑스 소비자의 경우, 보통 초밥을 만들 때만 김을 사용합니다. 그러나 다양한 유기농 김 및 비건, 글루텐프리 김이 시중에 유통되고 있습니다.

Q3. 고객사 제품의 가격은 적당한가요?

가격은 원산지와 중량에 따라 다르지만, 김의 품질과 맛이 좋다면 합리적인 가격입니다. 저희가 판매하고 있는 글루텐프리 유기농 김 제품은 6장 한 팩에 2.2유로(약 3,019원)입니다. 또한 3팩에 8.9유로(약 12,213원)인 다른 김 제품도 판매 중입니다.

Q4. 고객사 제품의 중량 및 포장 형태는 적당한가요?

저희가 판매하는 제품의 중량은 100g, 4g 및 8g입니다. 중량별 수요는 동일하지만 목표로 하는 소비자 타겟층을 고려해야 합니다. 프랑스 소비자는 아시아 음식을 요리할 때만 김을 구매하므로 더 큰 중량의 제품을 선택하는 반면, 프랑스에 거주하는 아시아인들은 간식으로 먹기 위한 작은 중량의 김 제품과 요리용 큰 중량 제품을 모두 구매하기 때문입니다.



소비자가격

약 0.58유로
(800원)

중량

4g*3봉

포장 형태

플라스틱 파우치/
플라스틱 트레이

Q5. 한국 김 수출업체에 권장하는 수출 방식이 무엇인가요?

아시아 제품을 중점적으로 수입하고 여러 개의 유통채널을 보유하고 있는 유통업체를 찾는 것이 좋습니다. 제품 수요를 늘리기 위해서는 프랑스뿐만 아니라 다른 유럽 국가에도 제품을 유통하는 회사를 찾는 것이 좋습니다. 물론, 가격이 합리적이고 품질이 좋다면 제품 수요가 더 높아질 것입니다.

Q6. 고객사 제품에 권장하는 홍보 방식이 무엇인가요?

SNS 및 다른 디지털 채널을 통한 온라인 마케팅도 좋지만 가장 효과적인 방법은 국제상업회의소에 직접 연락하는 것입니다. 그들과 직접적으로 연락하기는 어려울 수 있지만 국제상업회의소의 지원을 받는 것이 가장 효과적인 홍보 방법입니다.

프랑스 김 수입·유통업체 인터뷰 결과

- 인터뷰 대상 기업체 선정 기준
- ① 현지 식품 수입유통업체
 - ② 김 또는 유사 김 제품 취급 경험 있음

업체명	김치 패션 (Kimchi Passion)	케이 마트 프랑스 (K-Mart France)	사츠키 (Satsuki)
업태	▶ 수입유통업체	수입유통업체	수입유통업체

취급 품목



프랑스 김 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	김치 패션 (Kimchi Passion)	케이 마트 프랑스 (K-Mart France)	사츠키 (Satsuki)
	수입유통업체	수입유통업체	수입유통업체
김에 대한 현지 수요	수요 많음, 프랑스에 거주하는 아시아인들은 물론 프랑스 현지 고객들도 김을 소비함	수요 많음, 프랑스 소비자들은 쌀을 먹지 않아 아시아인들보다는 소비량이 적지만 프랑스인들에게도 인기 얻음	김은 보통 초밥을 만들 때만 사용함
프랑스 내 김의 유통 과정	대부분 큰 규모의 유럽 수입업체를 통해 수입됨	한국 제품 및 다른 아시아 제품을 수입하는 수입업체 및 유통업체를 통해 수입됨	유럽의 대형 수입업체를 통해 수입됨
고객사 제품 가격, 중량 및 포장 형태에 대한 의견	가격이 충분히 경쟁력이 있음	합리적인 가격임, 가장 일반적인 포장 형태는 3개의 작은 팩으로 구성된 하나의 패키지로, 4g의 작은 중량 제품을 간식으로 먹기 위해 구입하는 사람도 있음	김의 품질과 맛이 좋다면 합리적인 가격임, 소비자 타겟층을 고려하여 중량을 정하는 것이 중요함
고객사 제품에 적합한 수출 방식	한국 제조업체로부터 직접 수입하는 유통업체에 문의하는 것이 좋음	아시아 음식을 주로 수입하는 수입업체를 통해 수출하는 것이 좋음	아시아 제품을 중점적으로 수입하고 여러 개의 유통채널을 가진 유통업체를 찾는 것을 추천함
고객사 제품에 적합한 홍보 방법	디지털 채널을 통한 마케팅, 특히 유럽에 거주하는 아시아 인플루언서/블로거를 통해 제품을 홍보, 박람회 등에 참가해 유통업체 탐색	레스토랑을 통해 홍보하는 것이 가장 효과적임	국제상업회의소에 직접 연락하여 지원을 받는 것이 가장 효과적인 홍보 방법임

(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

1. 제품 경쟁력 검증

1) 제품 가격

● 경쟁제품(제조사)

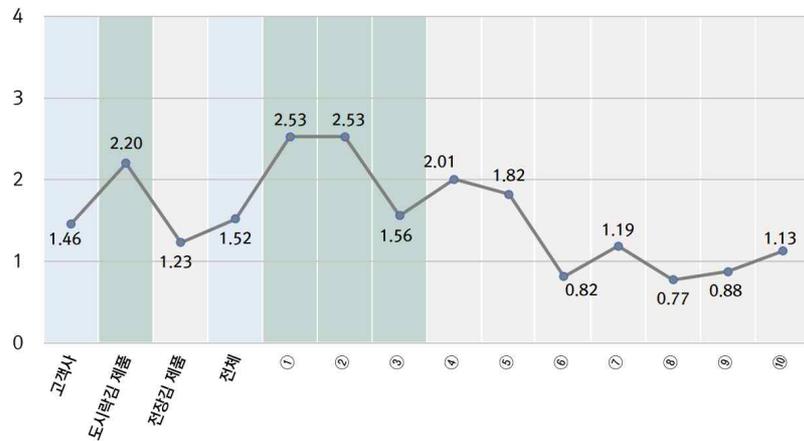
- ① 칩스 달그 와사비 (메종 드 꼬헤)
- ② 칩스 달그 쉐 드 메흐 (메종 드 꼬헤)
- ③ 올리브유 녹차 광천김 3단 도시락 (C사)
- ④ 알그 노리 피유 달그 그릴레 (타노시 자풍)
- ⑤ 스시 노리 (사이타쿠)
- ⑥ 삼마을 저염 파래김 (B사)
- ⑦ 삼마을 돌김 (B사)
- ⑧ 소문난 광천김 파래 (C사)
- ⑨ 비비고 햇바삭김 재래김 (A사)
- ⑩ 소문난 광천김 재래 (C사)

▶ 고객사 제품 10g당 가격, 경쟁제품 평균과 유사

고객사 제품의 10g당 가격은 1.46유로(약 2,000원)²⁰⁾로 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격 1.52유로(약 2,086원)와 비슷한 가격대임. 제품 종류별 평균 10g당 가격은 도시락김 제품이 2.20유로(약 3,019원)으로 고객사 제품에 비해 0.74유로(약 1,015원) 비싼 것으로 확인됨. 전장김 제품의 평균 10g당 가격은 1.23유로(약 1,688원)로 고객사 제품 대비 0.23유로(약 316원) 저렴한 것으로 조사됨

[표 5.1] 프랑스 김 10g당 가격 경쟁력 분석

(단위: 유로)



20) 1유로=1,372.28원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2) 제품 중량

● 경쟁제품(제조사)

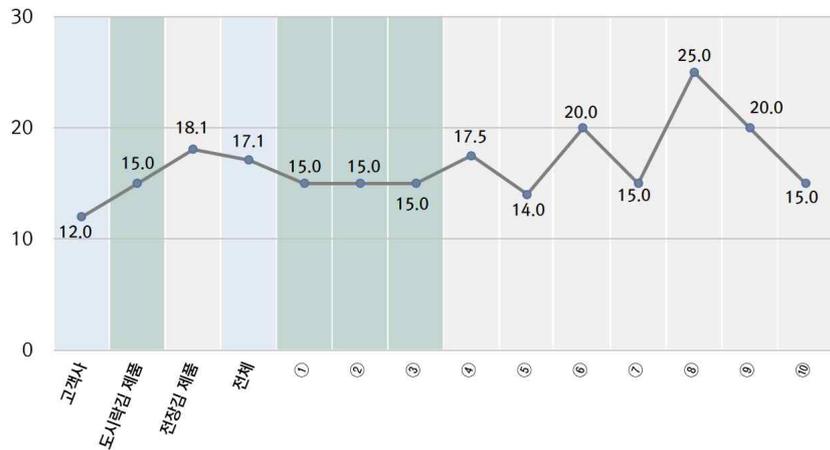
- ① 칩스 달그 와사비 (메종 드 꼬헤)
- ② 칩스 달그 셀 드 메흐 (메종 드 꼬헤)
- ③ 올리브유 녹차 광천김 3단 도시락 (C사)
- ④ 알그 노리 피유 달그 그릴레 (타노시 자풍)
- ⑤ 스시 노리 (사이타쿠)
- ⑥ 삼마을 저영 파래김 (B사)
- ⑦ 삼마을 돌김 (B사)
- ⑧ 소문난 광천김 파래 (C사)
- ⑨ 비비고 햇바삭김 재래김 (A사)
- ⑩ 소문난 광천김 재래 (C사)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 작은 편

고객사 제품의 중량은 12.0g으로 경쟁제품 10개의 평균 중량 약 17.1g에 비해 약 1.4배 작은 편임. 제품 종류별 평균 중량은 도시락김 제품이 15.0g으로 고객사 대비 3.0g 큰 것으로 확인됨. 전장김 제품의 평균은 18.1g으로 고객사 제품보다 6.1g 큰 것으로 조사됨

[표 5.2] 프랑스 김 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

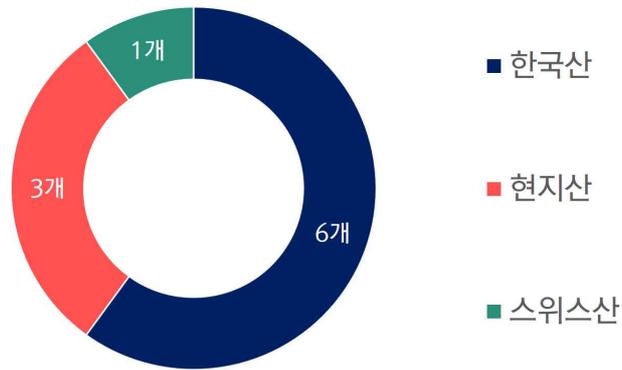


3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 중 6개, 한국산 제품

프랑스에서 판매되고 있는 김 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 총 6개의 제품이 한국산 제품인 것으로 확인됨. 총 3개의 제품이 프랑스 현지산인 것으로 조사되며, 나머지 1개 제품의 경우 스위스산인 것으로 확인됨

[표 5.3] 프랑스 김 원산지 경쟁력 분석

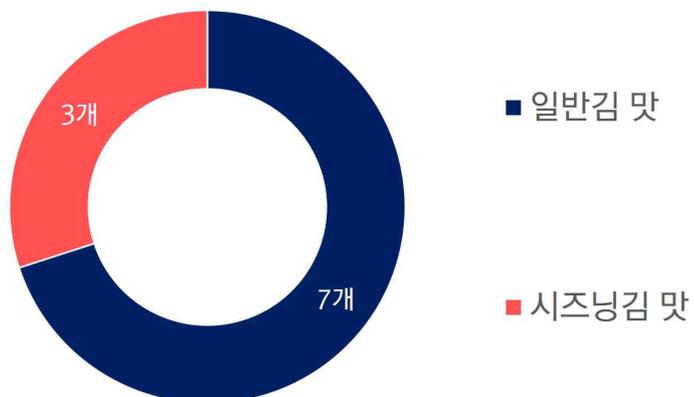


4) 맛

▶ 경쟁제품 10개 중 3개, 와사비 맛 등으로 제품 맛 다각화

프랑스에서 판매되고 있는 김 경쟁제품 10개의 제품 맛을 조사한 결과, 총 7개의 제품이 구운김 맛, 김밥김 맛, 파래김 맛, 돌김 맛, 재래김 맛 등의 일반김 맛인 것으로 확인됨. 나머지 3개 제품은 시즈닝김 맛 제품으로, 와사비 맛, 바다소금 맛, 녹차 맛 등을 추가하여 맛을 다각화함으로써 경쟁력을 높임

[표 5.4] 프랑스 김 맛 경쟁력 분석

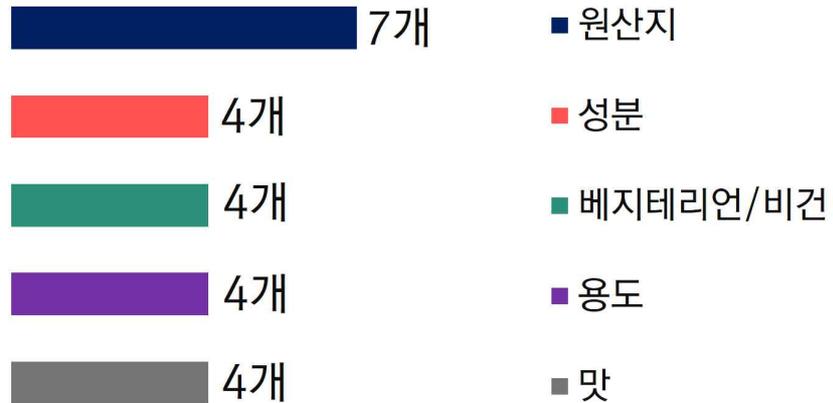


5) 홍보문구

▶ 경쟁제품 10개 중 7개, 원산지 관련 홍보문구 사용

프랑스에서 판매되고 있는 김 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 총 7개의 제품이 ‘파리’, ‘한국산’, ‘한국의 맛을 나눕니다, 한국 스타일’ 등 원산지와 관련된 홍보문구를 사용함. 성분을 강조한 제품은 총 4개로 조사되며, ‘비타민 B12, 단백질 및 화이버, MSG 무첨가, 글루텐프리’, ‘무방부제, 유제품 무첨가’와 같은 문구를 삽입함. ‘베지테리언’, ‘비건’ 등 베지테리언/비건 식품임을 강조하는 홍보문구를 사용한 제품 또한 4개로 확인됨. 4개의 제품이 ‘스시 및 노리마키 용도’, ‘간단한 일본식, 사용법’ 등 용도와 관련된 홍보문구를 사용하였으며, 4개의 경쟁제품이 ‘일본의 환상적인 맛’, ‘바삭하고 고소함’ 등 맛을 강조하는 홍보문구를 표기하여 경쟁력을 확보함

[표 5.5] 프랑스 김 홍보문구 경쟁력 분석

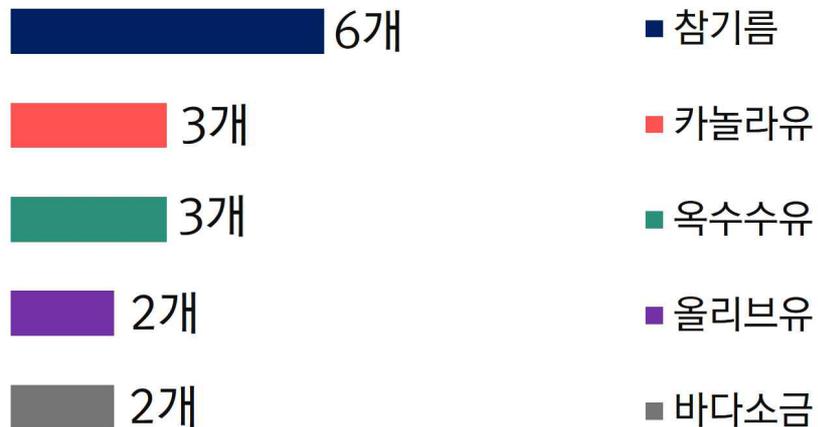


6) 원료

▶ 경쟁제품 10개 중 6개, 참기름 함유

프랑스에서 판매되고 있는 김 경쟁제품 10개의 원료를 조사한 결과, 6개 제품이 참기름을 함유하고 있는 것으로 확인됨. 다음으로 카놀라유 및 옥수수유를 함유하고 있는 제품이 총 3개 확인되었으며, 올리브유 및 바다소금을 첨가한 제품은 총 2개 조사됨

[표 5.6] 프랑스 김 원료 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

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

1) 벤치마킹 대상 선정

· 오프라인 매장에서 판매

(*) 오프라인 매장: 조사 매장 4개 중 1개 이상의 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기제품 벤치마킹

	<p>공통 특징 ① 한국산</p>		<p>공통 특징 ① 도시락김</p>	
<p>현지 벤치마킹 인기제품 (B사 _ 섬마을 돌김)</p>	<p>공통 특징 ② 제품 이미지 삽입</p>	<p>현지 벤치마킹 인기제품 (고객사 _ 죽염재래김, 칠리맛김)</p>	<p>공통 특징 ② 제품 이미지 삽입</p>	<p>현지 벤치마킹 인기제품 (메종 드 꼬헤 _ 칩스 달그 셀 드 메호)</p>
<p>‘비건 & 글루텐프리’</p>	<p>◀ 벤치마킹 홍보문구</p>	<p>‘국산 죽염 함유, 매콤하고 화끈한 맛’</p>	<p>벤치마킹 ▶ 포장 디자인</p>	<p>‘현지어로 표기된 제품 설명’</p>

2) 벤치마킹 제품 분석
- 홍보문구

▶ 벤치마킹 제품, 비건 & 글루텐프리를 강조한 홍보문구 사용

현지에서 판매 중인 경쟁제품 10개 제품의 홍보문구를 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 4개 제품이 비건/베지테리언 & 글루텐프리 제품인 것으로 확인됨. 수입·유통업체 인터뷰 대상 업체에 따르면 현재 다양한 유기농 김 및 비건, 글루텐프리 김이 현지 시장에서 판매되고 있으므로 이 점을 참고하여 홍보문구를 작성해야 할 것으로 보임

[표 5.7] 프랑스 김 인기제품, 홍보문구 분석

(인터뷰 1) 다양한 유기농 김 및 비건, 글루텐프리 김이 시중에 유통되고 있습니다.

- CEO, 사츠키 -

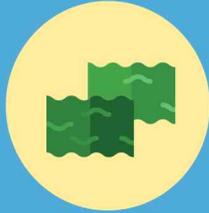
3) 벤치마킹 제품 분석
- 포장 디자인

▶ 벤치마킹 제품, 현지어로 제품 설명 표기

현지에서 판매 중인 경쟁제품 10개의 포장 디자인을 조사한 결과, 총 4개의 제품이 현지어로 제품을 디자인함. 그 중 벤치마킹 제품을 포함한 2개의 메종 드 꼬헤 제품은 한국식 김 제품에 대한 설명을 현지어로 표기함. 제품명, 맛, 성분, 로고, 제품 설명을 프랑스어로 표기하고 '바다소금 김' 등의 문구에만 한국어를 사용함. 한국산 제품 중에는 현지어로 설명을 삽입한 제품이 발견되지 않았으며, 메종 드 꼬헤 제품만 현지어와 한국어를 모두 표기하였음. 따라서 고객사 제품의 포장 디자인을 현지화할 경우 제품의 현지 경쟁력을 강화할 수 있을 것으로 보임

VI. 시사점

Laver Price&Volume



Point. 1



고객사 제품의 10g당 가격은 1.46유로로, 김 경쟁제품 10개 평균인 1.52유로와 비슷한 가격대를 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 도시락김 제품 3개의 평균은 2.20유로로 고객사 제품보다 0.74유로 가량 비쌌으며, 전장김 제품 7개의 평균은 1.23유로로 고객사 제품보다 0.23유로 가량 저렴했음

Point. 2



고객사 제품의 중량은 12.0g으로, 김 경쟁제품 10개 평균인 17.1g 대비 약 1.4배 작은 중량을 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 도시락김 제품 3개의 평균은 15.0g으로 고객사 제품보다 3.0g 가량 컸으며, 전장김 제품 7개의 평균은 18.1g으로 고객사 제품보다 6.1g 가량 큰 것으로 나타남

Laver Package&Text



Point. 1



프랑스 김 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 6개 제품이 한국산 제품으로 나타났으며, 프랑스 현지산 제품이 3개, 스위스산 제품이 1개 발견되었음. 한편 경쟁제품 10개의 사용 원료를 조사한 결과, 참기름 사용 제품이 6개로 가장 많이 발견되었으며 카놀라유 및 옥수수유 사용 제품이 각각 3개, 올리브유 사용 제품이 2개, 바다소금 사용 제품이 2개 조사되었음

Point. 2



프랑스 김 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 7개 제품은 일반김 맛이었으며 나머지 3개 제품이 와사비 맛, 바다소금 맛, 녹차 맛 등 시즈닝김 맛 제품인 것으로 나타남. 한편 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 원산지를 강조한 홍보문구를 사용한 제품이 7개로 가장 많이 나타났으며, 성분, 배지테리언/비건, 용도, 맛을 강조한 홍보문구를 사용한 제품이 각각 4개씩 발견되었음

France Market Competitor



Point. 1



프랑스 시장 김 경쟁기업 4개사의 오프라인 유통채널을 조사한 결과, 4개사 중 2개사가 프랑스 주요 한인마트인 케이 마트에, 1개사는 프랑스 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓인 제방에, 1개사는 하이퍼마켓/슈퍼마켓 모노프리에 진출한 것이 확인됨. 온라인 유통채널의 경우, 경쟁기업 4개사 중 1개사가 프랑스 대표 온라인 쇼핑몰인 까르푸에 진출한 것이 확인됨

Point. 2



프랑스 시장 김 경쟁기업 4개사 모두 자사 글로벌 홈페이지를 통해 회사 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남. 경쟁기업 홍보문구로는 주로 제품의 재료, 원산지, 맛을 강조해 제품을 홍보하고 있었음, SNS 플랫폼 사용 여부의 경우, 4개사 모두 페이스북 및 인스타그램을 활용하는 것으로 나타남

Importer · Distributor Interview



Point. 1



프랑스 현지 김 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 인터뷰에 응한 담당자 3명 모두 고객사 제품의 가격이 합리적이라는 피드백을 주었음. 제품 포장 단위와 관련해서는 4g 정도의 작은 중량 제품을 3개의 작은 팩으로 구성하는 포장을 언급하였으며, 소비자 타겟층을 고려하여 중량을 조절하는 것이 좋다는 의견도 나왔음

Point. 2



프랑스 현지 김 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 인터뷰에 응한 담당자 3명 중 2명은 프랑스 현지 김 수요에 대해 높은 편이라고 답변했으며, 아시아인 뿐 아니라 프랑스 현지 소비자들에게도 어느정도 수요가 있다는 의견을 보였음. 반면 다른 1명의 담당자는 초밥을 만들 때만 김을 사용한다는 답변을 주었음. 한편 고객사 제품의 적합 홍보 방법과 관련해, 담당자들은 인플루언서 및 블로거 활용 홍보, 박람회 참여, 레스토랑 유통을 통한 홍보, 국제상업회의소 지원 등 다양한 방법을 언급하였음

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스탓티스타(Statista), 「Top online stores in France in 2020, by e-commerce net sales」, 2020

■ 참고 사이트

1. 스탓티스타(Statista) 홈페이지 (www.statista.com)
2. 아마존(Amazon) 홈페이지 (www.amazon.fr)
3. 까르푸(Carrefour) 홈페이지 (www.carrefour.fr)
4. 유로스태트(Eurostat) 홈페이지 (ec.europa.eu/eurostat)
5. 프랑스 통계청(Insee) 홈페이지 (www.insee.fr/en/accueil)
6. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (Portal.euromonitor.com)
7. 모노프리(Monoprix) 홈페이지 (www.monoprix.fr)
8. 쥘방(G20) 홈페이지 (www.supermarchesg20.com)
9. 케이 마트(K-Mart) 홈페이지 (www.K-Mart.fr)
10. 타노시 자풍(Tanoshi Japon) 홈페이지 (www.tanoshi.fr)
11. 메종 드 꼬헤(Maison de Corée) 홈페이지 (www.maisondecoree.fr)
12. 김치 패션(Kimchi Passion) 홈페이지 (www.kimchi-passion.fr)
13. 케이 마트 프랑스(K-Mart France) 홈페이지 (online.K-Mart.fr)
14. 사츠키(Satsuki) 홈페이지 (www.satsuki.fr)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.11.12

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea