



2021 해외시장 맞춤형조사

No.		202111-06
품목		핫소스(Hot Sauce)
HS CODE		2103.90-1030
국가		프랑스(France)
구분		경쟁력분석형

Contents

I. 요약	03
II. 경쟁제품	
1. 프랑스 핫소스 경쟁제품 선정	05
2. 프랑스 핫소스 경쟁제품 조사지표 선정	09
3. 프랑스 핫소스 경쟁제품 현지조사 결과	10
III. 경쟁기업	
1. 프랑스 핫소스 경쟁기업 선정	22
2. 프랑스 핫소스 경쟁기업 현지화 분석 기준	23
3. 프랑스 핫소스 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	25
IV. 수입·유통업체 인터뷰	
Interview ① 케이마트(K-Mart)	34
Interview ② 쉬뽀흐보떼(Superbeauté)	36
Interview ③ 재팬 마켓(Japan Market)	39
V. 경쟁력파악	
1. 제품 경쟁력 검증	44
2. 벤치마킹 제품 분석	49
3. 기업 마케팅 벤치마킹	51
VI. 시사점	52
※ 참고문헌	54

Summary

A사-B사: 한국 경쟁기업명 이나설 처리

■ 온라인 인기제품

제품명	제조사명
2개 채널에서 Top 10인 제품	타바스코 후추 매킬러니 컴퍼니

■ 오프라인 주요 경쟁제품

타바스코 후추 (매킬러니 컴퍼니)	스베씨알 피자 빼망떼 (까르푸)
	
가격 2.59유로	가격 2.35유로
용량 60ml	용량 25ml
프랑스어로 표기된 제품 설명 및 홍보문구	유리 병 포장

■ 경쟁기업 3개사 분석

	사클라	매킬러니 컴퍼니	노호 살스	프랑스 현지 진출 경쟁기업 현황 경쟁기업 3개사, 경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화 + 경쟁기업 3개사, 주요 SNS 플랫폼 페이스북을 활용해 기업 및 제품 홍보
국적	이탈리아	미국	이탈리아	
제품 현지화	○	○	○	
포장 현지화	●	●	●	
생산 방식	●	●	●	
입점 채널	온/오프라인 채널 모두 활용	온/오프라인 채널 모두 활용	오프라인 채널만 활용	
홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌), SNS 플랫폼(프랑스)	자사 홈페이지(글로벌), SNS 플랫폼(글로벌)	자사 홈페이지(글로벌), SNS 플랫폼(글로벌)	

제품 현지화	포장 현지화	생산 방식 현지화
● 상 (현지인 선호 신제품 개발)	● 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)	● 상 (현지에 제조시설 구비해 직접 제조)
● 중 (기존 유통 제품 성분 일부 변경해 출시)	● 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)	● 중 (제조국에서 직접 제조해 현지 수출)
○ 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)	○ 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)	○ 하 (제조국 OEM 업체에 제조 위탁)

■ 경쟁력 파악

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)			기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)			
가격(100ml(g)당) (3.12유로)	○	토마토 핫소스(3개)	핫소스 (5개)	토마토 소스(2개)	인증 (미보유)	●	보유		미보유	
		0.95유로	1.19유로	2.39유로			2개(Kosher, HALAL, ISO, OHSAS 등)		8개	
용량(중량)(ml(g)) (280.0g)	●	토마토 핫소스(3개)	핫소스 (5개)	토마토 소스(2개)	원산지 (한국)	●	프랑스	이탈리아	미국	튀니지
		298.3ml(g)	135.0ml(g)	330.0ml(g)			6개	2개	1개	1개
포장 형태 (플라스틱 병)	○	유리 병	플라스틱 병	가타	홍보문구 (중복값 有) (저렴 고추장)	○	사용법	원료	원산지	브랜드 역사
		7개	1개	2개			4개	4개	3개	2개

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 100g당 가격은 경쟁제품 100ml(g)당 가격보다 비싼 것으로 나타남 2) 경쟁제품은 주로 제품 사용법, 원료 및 원산지를 강조한 홍보문구를 사용하는 것으로 조사되었음
Point 02.	1) 경쟁기업 3개사 모두 경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구를 독일 현지화하였음 2) 경쟁기업 3개사 모두 유명 SNS 플랫폼인 페이스북을 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남

II. 경쟁제품

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

1. 프랑스 핫소스 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징



제품명	Tomato Atelier 토마토 고추장
제품 종류	핫소스
소비자가격	약 8.74유로 (12,000원) ¹⁾
중량	280g
포장	플라스틱 통
특징	매콤달콤한 고추장의 맛과 어우러지는 숙성 토마토의 풍미

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: Tomato Atelier 토마토 고추장
 - 제품 종류: 핫소스
 - 소비자가격: 약 8.74유로(12,000원)
 - 중량: 280g
 - 포장 형태: 플라스틱 통

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 10 제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰 중 2개에서 확인: 1개 제품

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장: 편의점, 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 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)

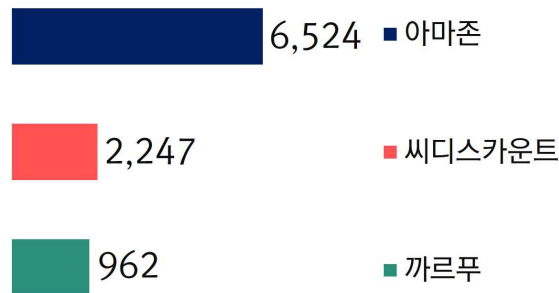
사이트명	취급 종류
amazon 아마존	식품, 음료, 주류, 즉석식품 등
cdiscout 씨디스 카운트	식품, 음료, 주류, 즉석식품 등
Carrefour 까르푸	식품, 음료, 주류, 즉석식품 등

▶ 프랑스 온라인 쇼핑몰 점유율 상위 3개, 아마존, 씨디스카운트, 까르푸

유로모니터에 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 순매출액은 총 97억 3천만 달러로 확인됨

[표 2.1] 프랑스 온라인 쇼핑몰 순매출액

(단위: 백만 달러)



자료: 스탯리스타(Statista) 홈페이지

▶ 인기 온라인 쇼핑몰 2개에 진출한 경쟁제품, 1개

프랑스 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 총 1개의 제품이 2개의 온라인 쇼핑몰에서 판매 중임

[표 2.2] 프랑스 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)

순위	아마존	씨디스카운트	까르푸
1	타이 레드 커리 페이스트 (메 플로이)	태양초 쌀고추장 (A사)	비비고 고추장 (B사)
2	칠리 빈 소스 (이금기)	빠떼 바스크 빠망 데스벨레르 (루시앙 조절랑)	또마뜨 바실리고 (바릴라)
3	빠망 앙 월 (라오 간 마)	빠뜨 빠망 (아하씨)	소스 또마뜨 아라비아따 (바릴라)
4	칠리 갈릭 핫소스 (출롤라)	빠뽀하드 바스계즈 (사카리)	소스 또마뜨 바실리고 (판자니)
5	삼발 올렉 소스 에피쎄 앙도네시엔 오 빠망 드 까엔 (코니맥스)	빠떼 오 빠망 데스벨레르 (메종 아데흐)	소스 또마뜨 바실리고 (까르푸)
6	골드 고추장 (B사)	빠망 데스벨레르 아.오.빠 (까사 보스트흐)	타바스코 후쥬 (매킬러니 컴퍼니)
7	레드 커리 페이스트 (어 테이스트 오브 타이)	또마뜨 꺾지네 (판자니)	샤르딘 소스 또마뜨 빠망 에빠쓰 (까르푸)
8	삼발 올렉 까르푸드 프레쉬 칠리 페이스트 (하이핑)	소스 또마뜨 에 바실리고 (판자니)	소스 비오 또마뜨 오 바실리고 (까르푸)
9	타바스코 후쥬 (매킬러니 컴퍼니)	두블르 콩샹트헤 드 또마뜨 (자흐당 비오)	소스 또마뜨 바실리고 에 뿌앙 다이오 (판자니)
10	빠뜨 드 쏘자 (찬 라오 휘)	소스 프호방갈 비오 (루이 마흐땅)	소스 올리브&바실리고 (판자니)

■ 3개 온라인 쇼핑몰에서 판매 ■ 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매

자료: 아마존(Amazon), 씨디스카운트(Cdiscount), 까르푸(Carrefour) 홈페이지

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, 취리히, 홍콩, 오슬로, 제네바에 이어 물가가 비싼 도시로 꼽힘. 아름다운 19세기 도시 경관으로 잘 알려져있는 파리에선 넓은 대로와 센강이 교차하고 있으며, 다양한 문화재, 카페 문화와 디자이너 부티크로도 유명함

▶ 현지조사 매장 선정, 편의점, 하이퍼마켓/슈퍼마켓

프랑스 핫소스의 유통채널별 점유율을 확인한 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 77.1%로 가장 높았으며, 다음으로 할인점 11.9%, 온라인 7.8%, 개인 및 기타 식료품점 2.0%, 편의점 0.6%, 백화점 0.6%로 확인됨. 이에 각 유통채널별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사매장을 선정함

[표 2.3] 프랑스 핫소스 주요 유통채널 현황⁶⁾

채널 분류	점유율	주요 매장
하이퍼마켓/슈퍼마켓	77.1%	오상(Auchan), 까르푸(Carrefour), 르클레어(E. Leclerc), 앙떼르마르셰(Intermarché), 시스테뮤(Systeme U), 제영 카지노(Géant Casino)
할인점	11.9%	리들(Lidl), 알디(Aldi), 리더 프라이스(Leader Price), 네토(Netto), 노르마(Norma), 오상(Auchan)
개인 및 기타 식료품점 ⁷⁾	2.0%	파리 스토어(Paris Store), 케이마트(K-Mart)
편의점	0.6%	스파(Spar), 까르푸 익스프레스(Carrefour Express)
백화점	0.6%	갤러리 라파예트(Galleries Lafayette), 프랭땅(Printemps)
온라인	7.8%	아마존(Amazon), 씨디스카운트(Cdiscount)

■ 고객사 진출 선호 매장

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

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

3) 식료품을 주로 취급하지 않는 온라인 물은 제외함

4) 자료: 유로스타트(Eurostat) 홈페이지

5) 자료: 프랑스 통계청(Insee) 홈페이지

6) 유로모니터(Euromonitor) 2020, 핫소스의 상위 카테고리인 'Sauces, Dressings and Condiments in France'의 유통채널(Distribution) 정보

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
(*) 까르푸 시티(Carrefour City), 프란프리(Franprix), 모노프리(Monoprix)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 토마토 핫소스 제품: 토마토가 함유된 매운 맛 소스
- 핫소스 제품: 토마토가 함유되지 않은 매운 맛 소스
- 토마토소스 제품: 토마토가 함유된 맵지 않은 소스

[표 2.4] 프랑스 핫소스 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류		
	오프라인	온라인	토마토 핫소스	핫소스	토마토 소스
① 이탈리아 두 잇 베러 토마토 에 빼망 (노흐 살스)	○ (까르푸 시티, 프란프리, 모노프리)	(-)	○		
② 올리브 토마토 레제르망 빼강뜨 (사클라)	○ (프란프리)	(-)	○		
③ 뽀뽀하드 바스개즈 토마토 에 듀오 드 뽀와브홍 (모노프리)	○ (모노프리)	(-)	○		
④ 타바스코 후쥬 (매킬러니 컴퍼니)	○ (까르푸 시티, 프란프리, 모노프리)	○ (아마존, 씨디스카운트, 까르푸)		○	
⑤ 스페씨알 피자 빼망떼 (까르푸)	○ (까르푸 시티)	○ (아마존, 까르푸)		○	
⑥ 르 빠흐 뒤 갭 봉 (스캅)	○ (모노프리)	○ (아마존, 까르푸)		○	
⑦ 흐쎌뜨 오 세잠 빼망 뒤 자뽕 (노예)	○ (모노프리)	(-)		○	
⑧ 바똥 후쥬 아히사 프리미엄 (까시멕스)	○ (모노프리)	○ (아마존)		○	
⑨ 토마토 케첩 에뽀쎌 (리더프라이스)	○ (프란프리)	(-)			○
⑩ 꾸호제뜨 에피스 (알베호 멘느)	○ (모노프리)	○ (아마존)			○

(*) 현지 판매 핫소스 경쟁제품 10개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑물 인기제품

2. 프랑스 핫소스 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 프랑스 핫소스 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 프랑스 핫소스 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100ml(g)당 가격	제품의 100ml(g)당 가격
용량(중량)	ml(g)	제품의 포장 단위
제품 종류	토마토 핫소스	토마토가 함유된 매운 맛 소스
	핫소스	매운 맛 소스
	토마토소스	토마토가 함유된 맵지 않은 소스
포장 형태	유리 병	유리 소재의 병에 내용물을 포장한 형태
	플라스틱 병	플라스틱 소재의 병에 내용물을 포장한 형태
	종이 박스	종이 소재의 박스에 내용물을 포장한 형태
유통기한		제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기한
원산지		제품의 원산지
홍보문구		제품의 홍보문구
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

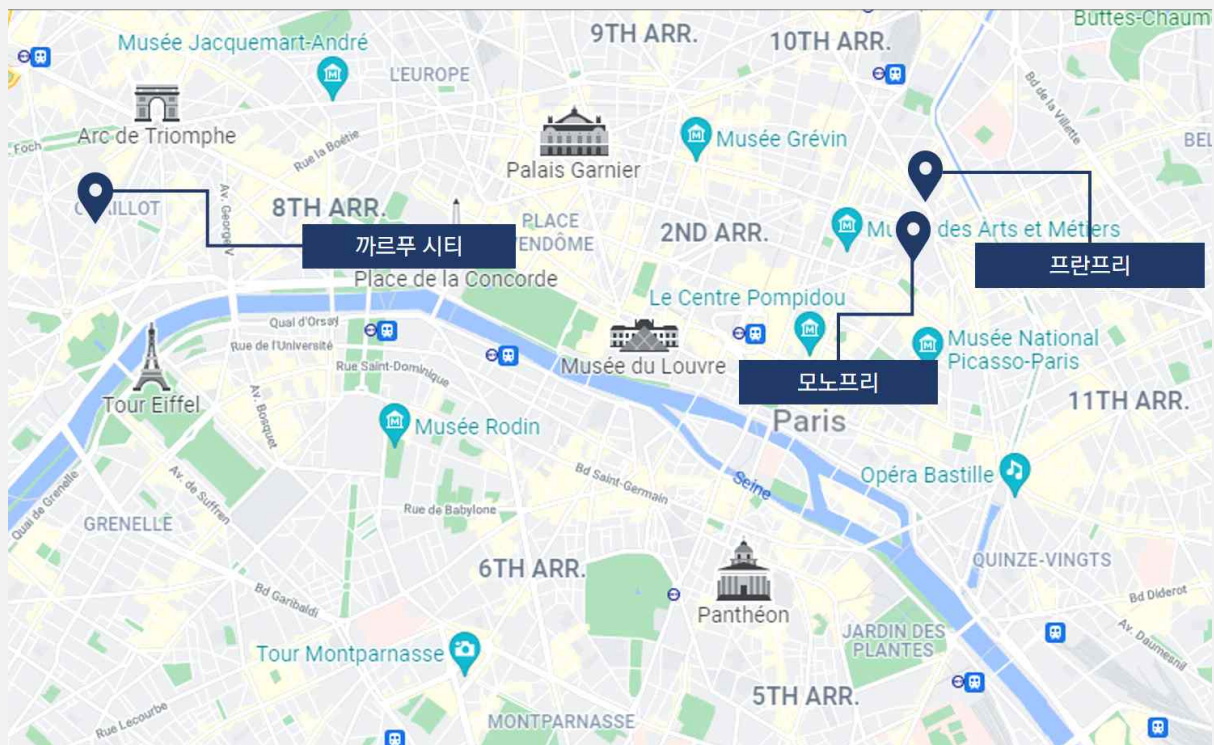
3. 프랑스 핫소스 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 프랑스 파리에 위치한 편의점, 하이퍼마켓/슈퍼마켓

프랑스 파리에 위치한 편의점 까르푸 시티(Carrefour City), 하이퍼마켓/슈퍼마켓 프란프리(Franprix), 모노프리(Monoprix)를 방문함. 이 중 프란프리는 약 900개 이상, 모노프리는 약 700개 이상의 매장을 운영하고 있는 것으로 확인됨

[표 2.6] 프랑스 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
까르푸 시티 (Carrefour City)	편의점	3	· 프랑스, 벨기에, 스페인, UAE 4개국에서 매장을 운영
프란프리 (Franprix)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	2	· 1958년 Ile-de-France에 첫 번째 매장을 오픈 · 약 900개 이상의 매장을 운영 중
모노프리 (Monoprix)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	5	· 프랑스 250개 도시에 약 700개 이상의 매장을 운영하고 있음



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품 10개 중 2개 제품이 3개 매장에서 모두 판매

까르푸 시티(Carrefour City), 프란프리(Franprix), 모노프리(Monoprix) 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 총 2개 제품이 방문 매장 3곳에서 모두 판매 중인 것으로 확인됨. 모노프리는 경쟁제품 7개를 취급하고 있는 것으로 확인되어, 조사 매장 3개 중 가장 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	까르푸 시티	프란프리	모노프리
① 이탈리아 두 잇 베러 도마뜨 에 빼망 (노흐 살스)	○	○	○
② 올리브 도마뜨 레제르망 빼깁뜨 (사클라)		○	
③ 빼빼하드 바스개즈 도마뜨 에 듀오 드 뽀와브홍 (모노프리)			○
④ 타바스코 후쥬 (매킬러니 컴퍼니)	○	○	○
⑤ 스빠씨알 피자 빼망떼 (까르푸)	○		
⑥ 르 빠흐 뒤 깡 봉 (스컵)			○
⑦ 흐쎌뜨 오 세잠 빼망 뒤 자뽕 (노에)			○
⑧ 바뽕 후쥬 아히사 프리미엄 (까시멕스)			○
⑨ 토마토 케첩 에빠쎌 (리더프라이스)		○	
⑩ 꾸흐제뜨 에피스 (알베흐 멘느)			○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 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 ⁸⁾		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: 3개

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

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 핫소스 경쟁제품 정보		
			
	이탈리안스 두 잇 베러 토마토 에 베망 (노호 살스)	타바스코 후쥬 (매길러니 컴퍼니)	스페시알 피자 베망페 (까르푸)

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/씨디스카운트/까르푸 웹사이트

8) 까르푸(Carrefour) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	이탈리안스 두잇 베러 토마뜨 에 삐망 (Italians Do It Better Tomatoes et Piment)	제조사 (현지어)	노흐 살스 (Nord Salse)
제품 종류	토마토 핫소스	용량(중량)	185g
소비자가격	5.46유로 (7,493원)	100ml(g)당 가격	2.95유로 (4,050원)
원산지	이탈리아	인증	EU 유기농 인증
포장 형태	유리 병	홍보문구	스파게티로 요리하기, 100% 천연 재료, 무설탕
수입자	Carrefour City	기타 표기사항	개봉 후 냉장 보관, 4일 이내에 섭취
원료 및 첨가물	토마토, 올리브유, 바질, 소금, 마늘, 고추, 후추		

 		 	
제품명 (현지어)	타바스코 후쥬 (Tabasco Rouge)	제조사 (현지어)	매킬러니 컴퍼니 (Mcilheny Company)
제품 종류	핫소스	용량(중량)	60ml
소비자가격	2.59유로 (3,554원)	100ml(g)당 가격	4.32유로 (5,924원)
원산지	미국	포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 유리 병
홍보문구	오리지널, 역사적 노하우, 빨간 고추, 피자에 곁들이세요	수입자	Unilever France
기타 표기사항	실온 보관, 사용 전 흔들어주세요	원료 및 첨가물	식초, 고추, 소금

			
제품명 (현지어)	스페시아알 피자 삐망떼 (Spéciale Pizza Pimentée)	제조사 (현지어)	까르푸 (Carrefour)
제품 종류	핫소스	용량(중량)	25ml
소비자가격	2.35유로 (3,225원)	100ml(g)당 가격	9.40유로 (12,899원)
원산지	프랑스	포장 형태	유리 병
홍보문구	영양 등급	기타 표기사항	서늘하고 건조한 곳에 보관하세요
원료 및 첨가물	유채씨유, 고추, 천연 고추 향료, 후추		

Shop ② 프란프리(Franprix)

매장 정보

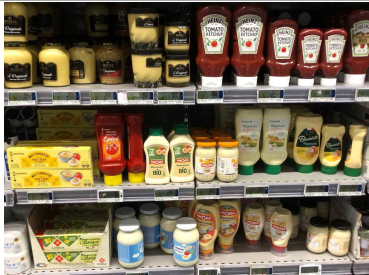
- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
식료품, 육류, 해산물,
생활용품 등 다양한 제품을
판매함

- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
주변에 레스토랑과 상점
등이 위치해 있음

- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ⁹⁾		Franprix는 1898년에 설립된 Casino 그룹에 소속된 프랑스의 슈퍼마켓 체인 매장임. 1958년 Ile-de-France에 첫 번째 매장을 открыл 이후 현재까지 약 900개 이상의 매장을 운영하고 있음
		조사 제품 수: 2개

매장 정보			
	위치	도시(지역)	파리
		상세주소	12 bd de Magenta, 75010 Paris, France

매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			

제품 판매 정보	판매 핫소스 경쟁제품 정보	
		
	올리브 토마토 레제르망 삐강뜨 (사클라)	토마토 케첩 에빠쎄 (리더프라이스)

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/씨디스카운트/까르푸 웹사이트

			
제품명 (현지어)	올리브 토마트 레제르망 삐강뜨 (Olives Tomates Légèrement Piquante)	제조사 (현지어)	사클라 (Sacla)
제품 종류	토마토 핫소스	용량(중량)	190g
소비자가격	2.90유로 (3,980원)	100ml(g)당 가격	1.53유로 (2,095원)
원산지	이탈리아	포장 형태	유리 병
홍보문구	올리브 및 토마토소스, 이탈리아, 1939년부터	수입자	Franprix
기타 표기사항	개봉 후 2주 이내에 섭취하세요	원료 및 첨가물	올리브유, 토마토 퓨레, 해바라기유, 바질, 양파, 마늘, 과당, 후추, 올리브유, 고춧가루, 바다 소금, 천연 고추 향료, 산도 조절제

			
제품명 (현지어)	토마토 케첩 에삐세 (Tomato Ketchup Épicé)	제조사 (현지어)	리더프라이스 (Leaderprice)
제품 종류	토마토소스	용량(중량)	560g
소비자가격	1.59유로 (2,182원)	100ml(g)당 가격	0.28유로 (390원)
원산지	프랑스	포장 형태	플라스틱 병
홍보문구	토마토	기타 표기사항	서늘하고 건조한 곳에 보관하세요
원료 및 첨가물	토마토 퓨레, 설탕, 식초, 변형 옥수수 전분, 감자 전분, 소금, 향신료(겨자 함유), 탈수 마늘		

Shop ③ 모노프리(Monoprix)

● 매장 정보

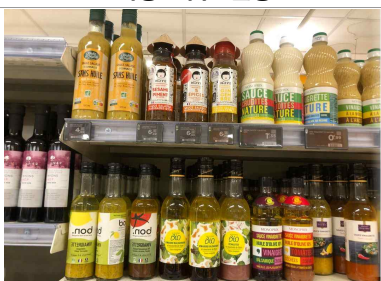
- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
식료품, 육류, 해산물,
생활용품 등 다양한 제품을
판매함

- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
레퐁블리크 광장 근처에
위치해 있음

- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ¹⁰⁾		Monoprix는 프랑스의 슈퍼마켓 체인 매장으로 1932년 Rouen에 첫 번째 매장을 오픈 한 이후 현재까지 프랑스 250개 도시에 약 700개 이상의 매장을 운영하고 있음. 2013년 Casino 그룹에 인수되었으며, 오프라인 매장 외에도 2개의 온라인 쇼핑 웹사이트를 운영하고 있음
		조사 제품 수: 5개

매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	파리 164 rue du Temple ,75003 Paris, France

매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			

제품 판매 정보	판매 핫소스 경쟁제품 정보		
			
	르 빠흐 뒤 갓 봉 (스캅)	후세프 오 세잠 빠망 뒤 자뵁 (노에)	꾸흐제프 에피스 (알베르 멘느)
			
	바똥 후쥬 아히사 프리미엄 (까시맥스)	빠빠하드 바스개즈 도마뜨 에 듀오 드 빠와브홍 (모노프리)	

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/씨디스카운트/까르푸 웹사이트

10) 모노프리(Monoprix) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	르 빠흐 뒤 갓 봉 (Le Phare du Cap Bon)	제조사 (현지어)	스캅 (Scapcb)
제품 종류	핫소스	용량(중량)	70g
소비자가격	0.65유로 (892원)	100ml(g)당 가격	0.93유로 (1,274원)
원산지	튀니지	인증	Kosher, HALAL, ISO 9001, ISO 22000, ISO 14001, OHSAS 18001, BPA Free
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 튜브	홍보문구	2019년 인터네셔널 테이스트 인스티튜트 슈퍼어 테이스트 수상, 다양한 요리에 활용
수입자	Nautilus Food	기타 표기사항	서늘하고 건조한 곳에 보관하세요, 개봉 후 냉장 보관, 냉장 보관 시 30일 보관 가능
원료 및 첨가물	고춧가루, 마늘, 고수, 소금, 구연산(E330)		

			
제품명 (현지어)	흐세프 오 세잠 삐망 뒤 자뵁 (Recette au Sesame Piment du Japon)	제조사 (현지어)	노에 (Noye)
제품 종류	핫소스	용량(중량)	330ml
소비자가격	6.99유로 (9,592원)	100ml(g)당 가격	2.12유로 (2,907원)
원산지	프랑스	포장 형태	유리 병
홍보문구	2019년 아흐 필리네흐 수상, 샬러드소스	기타 표기사항	냉장 보관, 사용 전 흔들어 드시면 좋습니다
원료 및 첨가물	올리브유, 유채씨유, 샬롯, 사과식초, 간장(물, 간장, 밀, 소금), 마늘 퓨레, 소금, 후추, 굴 껍질, 검은깨, 흰깨, 생강, 다시마, 백후추, 겨자, 땅콩		

			
제품명 (현지어)	꾸흐제프 에피스 (Courgette Épices)	제조사 (현지어)	알베흐 멘스 (Albert ménès)
제품 종류	토마토소스	용량(중량)	100g
소비자가격	4.49유로 (6,162원)	100ml(g)당 가격	4.49유로 (6,162원)
원산지	프랑스	포장 형태	유리 병
홍보문구	프랑스 제조	기타 표기사항	개봉 후 냉장 보관, 24시간 이내에 섭취하세요
원료 및 첨가물	구운 호박, 유채씨유, 구운 가지, 토마토 페이스트, 설탕, 소금, 향신료, 허브, 농축 레몬 주스		

			
제품명 (현지어)	바통 후주 아히사 프리미엄 (Baton Rouge Harissa Premium)	제조사 (현지어)	까시멕스 (Casimex)
제품 종류	핫소스	용량(중량)	190g
소비자가격	3.39유로 (4,652원)	100ml(g)당 가격	1.78유로 (2,448원)
원산지	프랑스	포장 형태	유리 병
홍보문구	2003년부터, 선택받은 제품	기타 표기사항	개봉 후 냉장 보관
원료 및 첨가물	유채씨유, 고추, 파프리카, 향신료, 물, 소금, 마늘, 올리브유, 산도조절제, 방부제, 향산화제		



제품명 (현지어)	삐빠하드 바스깨즈 토마뜨 에 듀오 드 뽀와브홍 (Piperade Basquaise Tomates et Duo de Poivron)	제조사 (현지어)	모노프리 (Monoprix)
제품 종류	토마토 핫소스	용량(중량)	520g
소비자가격	4.29유로 (5,887원)	100ml(g)당 가격	0.83유로 (1,132원)
원산지	프랑스	포장 형태	유리 병
홍보문구	태양의 맛으로 가득 채워짐, 강력한 맛, 바스크 지방	기타 표기사항	개봉 후 3일 이내에 섭취하세요
원료 및 첨가물	토마토, 양파, 피망, 고추, 해바라기유, 토마토 퓨레, 소금, 설탕, 탈수 마늘, 후추		

III. 경쟁기업

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

1. 프랑스 핫소스 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 토마토 핫소스 제품 판매 이탈리아기업 2개사 및 미국기업 1개사 총 3개사 선정

프랑스 오프라인 매장에 진출한 경쟁기업 중, 토마토 핫소스 제품을 보유한 이탈리아기업 2개사와 미국기업 1개사를 경쟁기업으로 선정함. 각 제조사는 제품의 유통 및 판매를 위탁하는 경우도 있으나, 상품을 개발하고 원료 생산을 전담하는 기업을 경쟁기업이라 정의함

▶ 경쟁기업 3개사, 평균 89년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 89년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 사클라는 1939년에 설립되어 약 82년째 사업을 이어오고 있으며, 매킬러니 컴퍼니는 153년, 노흐 살스는 33년의 업력을 보유하고 있는 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업 3개사, 핫소스 동일품목 종류 조사

프랑스에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 핫소스의 동일 품목 수를 조사한 결과 노흐 살스가 20개의 제품을 보유하고 있어 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목 수를 판매하고 있는 것으로 확인됨. 그 다음으로는 매킬러니 컴퍼니가 11개, 사클라가 10개의 제품을 판매 중인 것으로 조사됨

[표 3.1] 핫소스 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
사클라	이탈리아	82년	10개
매킬러니 컴퍼니	미국	153년	11개
노흐 살스	이탈리아	33년	20개

자료: 프랑스 진출 핫소스 경쟁기업 3개사 분석

2. 프랑스 핫소스 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
	핫소스

▶ 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	까르푸 시티, 프란프리, 모노프리
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 핫소스 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

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

프랑스에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 까르푸 시티에는 매킬러니 컴퍼니와 노흐 살스가 확인되었으며, 프란프리에는 사클라, 매킬러니 컴퍼니, 노흐 살스가 확인됨. 또한, 모노프리에는 매킬러니 컴퍼니와 노흐 살스가 확인됨. 온라인의 경우, 현지 주요 온라인 판매채널인 아마존(Amazon)에 사클라와 매킬러니 컴퍼니가 입점하였으며, 씨디스카운드(Cdiscount)에는 매킬러니 컴퍼니가, 까르푸(Carrefour)에는 사클라와 매킬러니 컴퍼니가 입점한 것으로 확인됨. 노흐 살스는 온라인 판매채널에는 입점하지 않은 것으로 확인됨

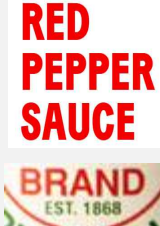
▶ 경쟁기업 SNS 플랫폼에서의 제품 홍보 활동 활발함

프랑스 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 통해 기업 정보 및 자사 제품 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 3개사 모두 글로벌 홈페이지를 운영하고 있으며, 사클라는 글로벌 홈페이지 외에도 프랑스어의 별도 홈페이지를 운영하고 있는 것으로 확인됨. 또한, 사클라는 프랑스어 계정의 SNS 플랫폼을, 매킬러니 컴퍼니와 노흐 살스는 글로벌 계정의 SNS 플랫폼을 통해 홍보 활동을 진행하고 있는 것으로 확인됨

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

프랑스 시장에 진출한 경쟁기업은 제품 홍보 시 제품의 재료를 강조하는 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품의 재료를 나타내는 문구로는 ‘올리브’, ‘토마토’, ‘빨간 고추’, ‘100% 천연 재료’, ‘무설탕’ 등을 사용함. 원산지를 강조하는 문구로는 ‘이탈리아’, ‘이탈리아산’ 등을 활용하는 것으로 확인됨. 또한 제품의 역사를 강조하는 문구로 ‘1939년부터’, ‘1868년부터’, ‘오리지널’ 등의 문구를 활용하는 것으로 확인됨. 이 외에도 사용 방법을 나타내는 ‘피자에 곁들이세요’, ‘스파게티로 요리하기’ 등의 문구도 확인됨

[표 3.8] 프랑스 핫소스 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
사클라	• 오프라인 매장 - 프란프리	• 자사 홈페이지 (글로벌/프랑스) • SNS 플랫폼 (프랑스) - 페이스북 - 유튜브	- 이탈리아 - 1939년부터 - 올리브 및 토마토 소스 - 토마토 칠리 파스타 소스	
	• 온라인 매장 - 아마존 - 까르푸			
매킬러니 컴퍼니	• 오프라인 매장 - 까르푸 시티 - 프란프리 - 모노프리	• 자사 홈페이지 (글로벌) • SNS 플랫폼 (글로벌) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터	- 오리지널 - 역사적 노하우 - 피자에 곁들이세요 - 빨간 고추 소스 - 1868년부터	
	• 온라인 매장 - 아마존 - 씨디스카운트 - 까르푸			
노호 샬스	• 오프라인 매장 - 까르푸 시티 - 프란프리 - 모노프리	• 자사 홈페이지 (글로벌) • SNS 플랫폼 (이탈리아) - 페이스북 (글로벌) - 인스타그램	- 토마토와 고추 - 100% 천연 재료 - 이탈리아산 - 무설탕 - 스파게티로 요리하기	

자료: 프랑스 진출 핫소스 경쟁기업 3개사 분석

① 사클라

기업 기본 정보	기업명	사클라	
	기업 설명	사클라는 1939년에 설립된 이탈리아 소스 전문 생산업체로 대표 제품인 사클라 올리브와 야채 피클 생산을 시작으로 현재에는 파스타 소스, 피클, 페스토 등을 생산하고 있음. 1991년 영국, 1995년 프랑스, 1999년 독일로 판매를 확대하였으며, 현재에는 전 세계 60개 이상의 시장에서 제품을 판매하고 있음	
	위치	Piazza Amendola, 2, 14100 Asti, Piedmont, Italy	
	규모	직원 수	300명 이하
		동일품목 수 ¹¹⁾	10개
		설립연도	1939년
		매출	2,615만 달러

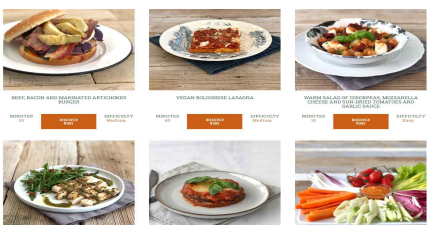
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 프란프리		제품명	올리브 토마트 레제르망 삐강뜨 (Olives Tomates Légèrement Piquante)
			용량(중량)	190g
			소비자가격	2.90유로 ¹²⁾ (3,980원)
			제품 종류	토마토 핫소스
	〈온라인 매장〉 아마존 까르푸		제품명	아라비아따 소스 후쥬 (Arrabbiata Sauce Rouge)
			용량(중량)	240g
			소비자가격	3.22유로 (4,419원)
			제품 종류	토마토 핫소스

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

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/까르푸 웹사이트

11) 매운 맛을 지닌 소스나 페이스트 제품을 동일품목으로 분류함

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌/프랑스어), 페이스북/유튜브(프랑스어)
	게시 주기	2-3일에 1건
	게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 레시피 제공

게시물 유형		기본적인 회사 소개 (연혁, 브랜드, 지속가능경영, 인증)
		제품 소개 (페스토, 파스타 소스, 피클)
		레시피 제공

사진자료: 사클라(Sacla) 홈페이지 (www.sacla.com)

12) 1유로=1,372.28원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② 매킬러니 컴퍼니

기업 기본 정보	기업명	매킬러니 컴퍼니	
	기업 설명	매킬러니 컴퍼니는 1868년에 설립된 미국의 핫소스 전문 생산업체로 루이지애나주 에이버리 아일랜드에서 상업용 후추 작물 재배로 사업을 시작함. 1870년에 ‘타바스코’ 브랜드를 만들고 특허를 확보했으며, 대표적인 제품인 타바스코 핫소스는 36개의 언어로 라벨링되어 195개 이상의 국가와 지역에서 판매되고 있음	
	위치	537 St. Ann St, New Orleans, Louisiana, 70116, United States	
	규모	직원 수	240명
		동일품목 수 ¹³⁾	11개
		설립연도	1868년
		매출	5,100만 달러

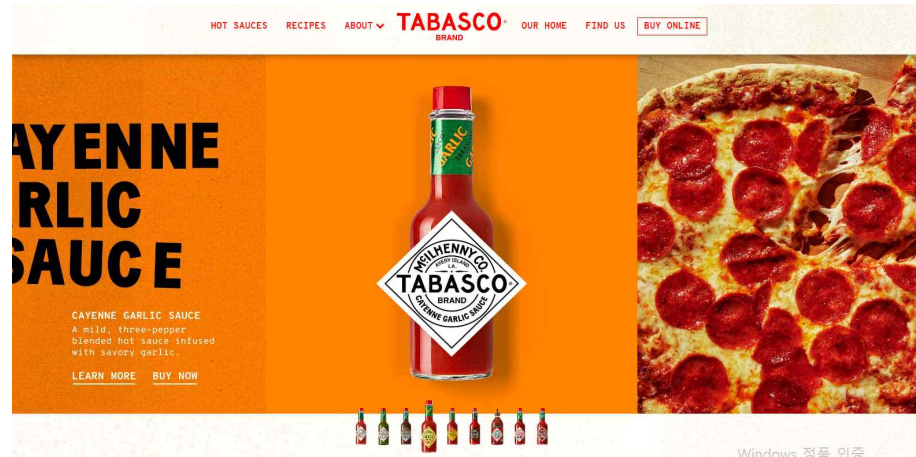
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 까르푸 시티 프란프리 모노프리		제품명	타바스코 후추 (Tabasco Rouge)
			용량(중량)	60ml
			소비자가격	2.59유로 (3,554원)
			제품 종류	핫소스
	〈온라인 매장〉 아마존 씨디스카운트 까르푸		제품명	타바스코 후추 (Tabasco Rouge)
			용량(중량)	60ml
			소비자가격	2.12유로 (2,909원)
			제품 종류	핫소스

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

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/씨디스카운트/까르푸 웹사이트

13) 핫소스 혹은 매운 맛이 나는 시즈닝 제품을 동일품목으로 분류함

홍보 방식



홍보 채널

자사 홈페이지(글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터(글로벌)

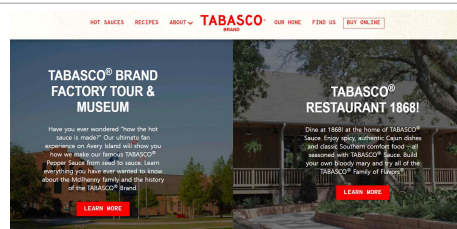
게시 주기

2~3일에 1건

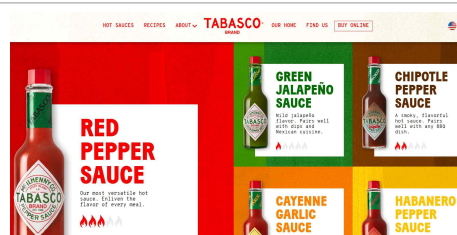
게시물 유형

기업 소개, 제품 소개, 레시피 제공

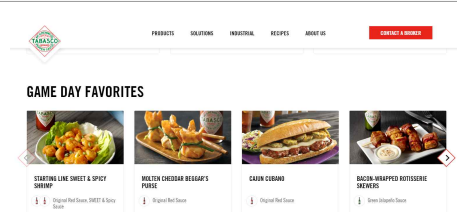
게시물 유형



- 기본적인 회사 소개
(연혁, 채용정보, 해외 웹사이트, 사업 영역)



- 제품 소개
(시그니처 소스, 비버큐 소스, 블러드 메리)



- 레시피 제공

사진자료: 매킬러니 컴퍼니(McIlhenny Company) 홈페이지 (www.tabasco.com)

③ 노호 살스

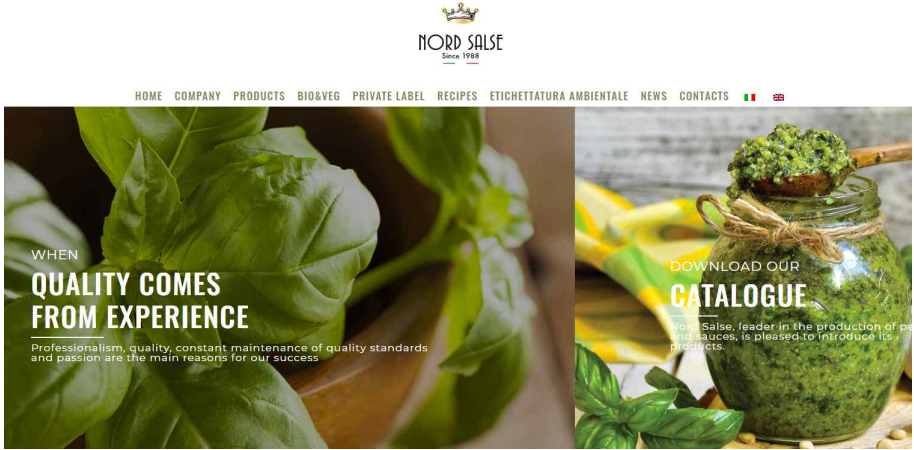
기업 기본 정보	기업명	노호 살스		
	기업 설명	노호 살스는 1988년에 설립된 이탈리아의 조미료 생산업체로 보유 브랜드로는 Sempre Freschi, MONTI, SUGO, ANIMA, ESTO BIOLOGICO, Italians Do it better이 있음. 생산하는 페스토, 토마토 소스 및 스프레드 크림 제품은 주요 이탈리아 슈퍼마켓 체인에서 판매되며, 전 세계로 수출되고 있음		
	위치	Via Rossana, 7 12026 PIASCO (CN), Italy		
	규모	동일품목 수 ¹⁴⁾	20개	
		설립연도	1988년	

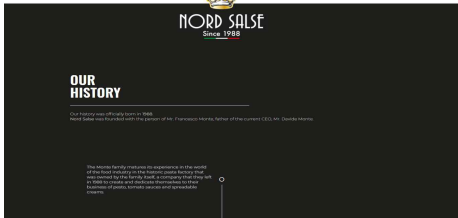
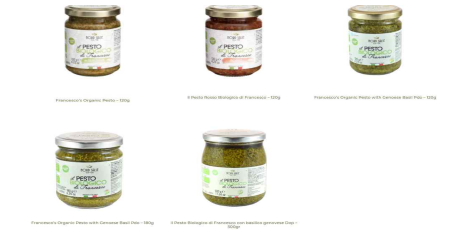
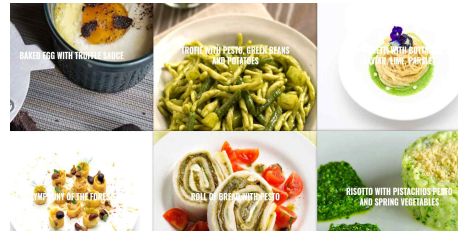
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 까르푸 시티 프란프리 모노프리		제품명	이탈리안스 두잇 베러 토마토 에 삐망 (Italians Do It Better Tomates et Piment)
			용량(중량)	185g
			소비자가격	5.46유로 (7,493원)
			제품 종류	토마토 핫소스

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

사진자료: 현지조사원 자료

14) 핫소스 혹은 매운 맛이 나는 시즈닝 제품을 동일품목으로 분류함

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌), 페이스북(이탈리아어)/인스타그램(글로벌)
	게시 주기	3-4일에 1건
	게시물 유형	회사 소개, 브랜드 및 제품 소개, 레시피 제공

게시물 유형		• 기본적인 회사 소개 (연혁, 인증, 사업소) • 지속 가능 경영, 환경 라벨링
		• 브랜드 및 제품 소개 (바이오-PESTO BIOLOGICO, ANIMA BIO, 비건-ANIMA VEG)
		• 레시피 제공

사진자료: 노흐 살스(Nord Salse) 홈페이지 (www.nordsalse.com)

IV. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 케이마트(K-Mart)

Interview ② 쉬뽀흐보떼(Superbeauté)

Interview ③ 재팬 마켓(Japan Market)

Interview ① 케이마트 (K-Mart)

케이마트
(K-Mart)

수입·유통업체

담당자 정보

Sales Manager

K
MART

15)

K
MART

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



 대왕 현미 고추장 200g €2,48 (€12.40 / kg) 장바구니에 추가	 CJ 해찬들 매운 고추장 1kg €7,44 (€7.44 / kg) 장바구니에 추가	 대왕 현미 고추장 1kg €9,18 (€9.18 / kg) 장바구니에 추가	 유키 (YOOKI) 두반장 60g €3,78 (€6.30 / kg) 장바구니에 추가	 신대제 OLBAAN Beef gochujang sauce red pepper paste 60g*3 €10,59 (€5.88 / 100g) 장바구니에 추가
---	---	--	--	---

케이마트(K-Mart) Sales Manager

케이마트는 프랑스의 수입·유통업체로 주로 한국 및 일본에서 제품을 수입하고 있음. 온라인에서는 자사 운영 사이트를 통해, 오프라인에서는 케이마트를 통해 제품을 판매하고 있음. 취급하는 제품으로는 냉장제품, 냉동제품, 음료, 제과, 장류 등이 있음



소비자가격 약 8.74유로
(12,000원)¹⁶⁾

중량 280g

포장 형태 플라스틱 통

Q1. 고객사 제품의 가격은 적당한가요?

가격은 약간 높은 편입니다. 저희가 판매하는 제품의 가격대는 4~6유로(약 5,489~8,234원) 정도입니다. 다른 브랜드 제품과 경쟁하기에는 비싸다고 판단됩니다.

Q2. 고객사 제품의 포장 형태는 적당한가요?

유럽 소비자들은 플라스틱 포장을 선호하지 않지만, 대부분의 아시안 소스가 플라스틱 통에 담겨 판매된다는 점을 감안하면 당장은 큰 문제가 되지 않을 듯합니다. 일반적으로 모든 한국 소스와 다른 아시안 소스도 플라스틱 통에 포장되어 판매되고 있기 때문입니다.

Q3. 현지에서 고객사 제품에 대한 수요가 어떨 것이라 예상하시나요?

긍정적일 것으로 예상합니다. 아시안 음식이 프랑스뿐만 아니라 유럽 전역에서 인기를 끌고 있습니다. 실제로 아시안 음식은 세계적인 한류 열풍으로 인해 점점 더 대중화되고 있습니다. 이전보다 훨씬 더 많은 아시안 레스토랑, 상점, 마트들이 유럽에 문을 열었고 유럽 고객들은 아시아 음식에 매우 개방적인 편입니다.

Q4. 고객사 제품 홍보 시 추천하는 홍보 방식은 무엇인가요?

유명한 케이팝 그룹을 통해 제품을 홍보하는 것이 가장 효과적입니다. 또한 고추장의 매운 정도를 표시하는 것도 좋은 방법입니다.

Q5. 고객사 제품에 필요한 인증은 어떤 것이 있나요?

비건 인증을 받는 것을 추천합니다. 만약 비건 식품이면서 올가닉 식품이라면, '올가닉' 인증만을 강조하는 것보다는 비건 인증을 표기하는 것이 훨씬 좋습니다. 또한 CE, HACCP, FDA 등의 기본 인증도 권장합니다.

16) 1유로=1,372.28원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ② 쉬뻬흐보떼 (Superbeauté)

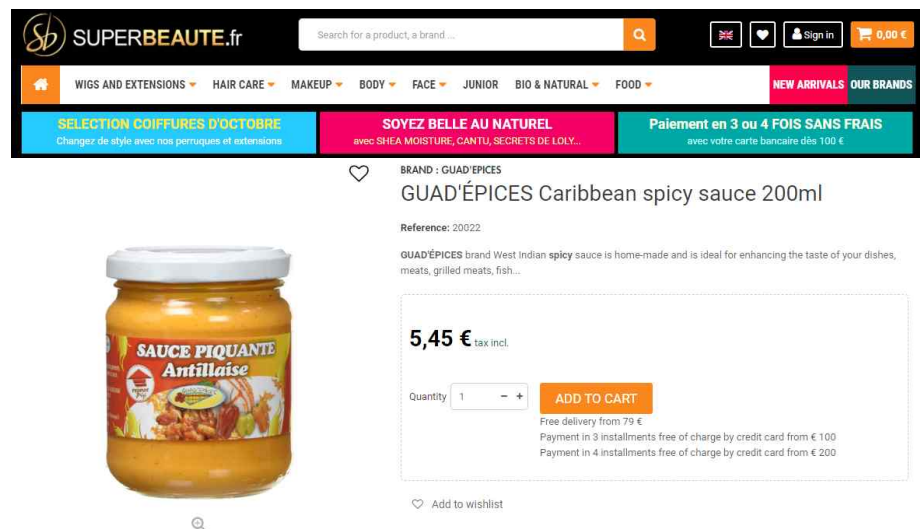
쉬뻬흐보떼
(Superbeauté)

수입·유통업체

담당자 정보

CEO

17)



쉬뻬흐보떼(Superbeauté) CEO

쉬뻬흐보떼는 프랑스의 수입·유통업체로 주로 한국 및 일본에서 제품을 수입하고 있음. 온라인에서는 자사로 주로 아프리카, 모로코, 인도에서 제품을 수입함. 자사 운영 사이트를 통하여 제품을 판매하고 있으며, 가공식품, 소스, 냉동식품, 뷰티 제품 등을 취급하고 있음



소비자가격 약 8.74유로
(12,000원)

중량 280g

포장 형태 플라스틱 통

Q1. 고객사 제품의 가격 및 중량은 적당한가요?

가격은 제품 특성에 따라 천차만별이므로 정확히 말씀드리기가 어렵습니다. 저희가 인도에서 수입하는 핫소스 제품은 소비자가격 기준 5유로(약 6,861원)이며 유리 병에 포장되어 있습니다. 프랑스 현지산 소스 제품은 5-6.5유로(약 6,861-8,920원) 정도의 가격대입니다.

Q2. 고객사 제품의 포장 형태는 적당한가요?

유리 포장으로 바꾸는 것을 적극 권장합니다. 만약 장기적으로 해당 제품을 유럽에서 판매할 계획이라면 유리나 비플라스틱 패키지로 바꾸는 것이 좋습니다. 최근 유럽은 제로 웨이스트 및 친환경 패키지로의 변화를 추구하고 있어 소비자들도 포장을 고려하여 제품을 소비합니다.

Q3. 고객사 제품에 대한 수요를 어떻게 예상하시나요?

프랑스에 거주하는 아시아인뿐만 아니라 프랑스인에게도 수요가 높을 수 있다고 생각합니다. 유럽 고객들은 새로운 요리를 시도하는 데 매우 개방적이며 매운 음식도 먹기 시작했습니다. 물론, 제품이 가격, 포장 형태, 맛 등 고려해야 할 사항이 많은 것은 사실입니다.

Q4. 취급하고 계신 핫소스 제품 중 베스트셀러 제품이 무엇인가요?

‘Dame Besson’이라는 제품이며 가격은 4-5유로(약 5,489-6,861원)입니다. 추가로, 아시아 익스프레스(Asia Express)라는 유통업체를 추천하고 싶습니다. 해당 업체는 벨기에, 프랑스, 프랑스에 아시아 식품을 유통하는 업체로, 네덜란드에 위치하고 있으며 고객사 제품에 관심을 가질 듯합니다. 회사 웹사이트는 asia.expressfood.nl입니다.



소비자가격 약 8.74유로
(12,000원)

중량 280g

포장 형태 플라스틱 통

Q5. 고객사 제품 홍보 시 추천하는 홍보 방식은 무엇인가요?

유기농과 매운 맛이라는 특징을 강조하여 홍보해야 합니다. 프랑스에 잘 알려진 브랜드라면 그 브랜드 이름을 강조하여 제품을 홍보하면 되지만, 아직 인지도가 없는 경우에는 맛을 강조하는 것이 좋습니다. 또한, 제품 라벨링이 프랑스어로 되어 있어야 하며 원재료 내용도 프랑스어로 번역되어야 합니다.

Q6. 고객사 제품에 필요한 인증은 어떤 것이 있나요?

ISO, CE, FDA 등의 기본적인 인증을 갖춰야 합니다.

Interview ③ 재팬 마켓 (Japan Market)

재팬 마켓
(Japan Market)

18)

수입업체

담당자 정보

Sales Manager



EPICERIE ALCOOL ACCESSOIRES
PRODUITS CONGELÉS (EXCLUSIVEMENT EN BOUTIQUE)

Rechercher

LES BOUTIQUES
de BORDEAUX et de PESSAC
SONT OUVERTES, Du Mardi au Samedi
DE 10:00 à 18:00

Merci de votre confiance, Take care and Thank you for all.

Aperçu rapide RACINES POUR SOUPE POULET ~... 4,90 €	Gochujang XSpicy DAESANG ~... 2,95 €	Gochujang AJUMMA REPUBLIC ~... 4,95 €
Pâte De Piment Vinaigrée... 2,90 €	Sauce Piment Vinaigrée Pour... 2,90 €	Oroshi Nama Shoga HOUSE - 40G 3,20 €

재팬 마켓(Japan Market) Sales Manager

재팬 마켓은 프랑스의 수입업체로, 주로 일본, 미국에서 제품을 수입함. 온라인에서는 자사 운영 사이트를 사용하고 있으며, 오프라인에서는 재팬 마켓을 통하여 제품을 판매하고 있음. 취급하는 제품으로는 가공식품, 소스류, 냉동 식품 등이 있음



소비자가격 약 8.74유로
(12,000원)

중량 280g

포장 형태 플라스틱 통

Q1. 고객사 제품의 가격은 적당한가요?

가격은 약간 비싼 편입니다. 저희가 취급하고 있는 오투기와 같은 유명한 한국 브랜드 고추장 가격이 훨씬 저렴합니다. 고추장 500g의 평균 가격은 5유로(약 6,861원) 정도입니다.

Q2. 고객사 제품의 포장 형태는 적당한가요?

유럽 소비자들은 친환경 패키지를 선호하는 것이 사실입니다. 하지만 아시안 제품의 경우에는 주로 플라스틱 포장을 사용한다는 것을 잘 알고 있기 때문에 소비자들이 여전히 구매하고 있습니다. 외국 브랜드는 플라스틱 포장을 사용하더라도 현지 브랜드보다는 덜 신경을 쓰는 경향이 있습니다.

Q3. 고객사 제품에 대한 수요를 어떻게 예상하시나요?

긍정적인 반응을 예상합니다. 유럽 소비자들은 식당뿐만 아니라 집에서든 매운 음식을 먹기 시작하였기 때문에 매운 소스에 대한 수요가 증가하고 있습니다.

Q4. 고객사 제품 홍보 시 추천하는 홍보 방식은 무엇인가요?

홍보문구로는 아시아 요리를 시도해보는 특별한 경험과 관련된 것이 좋습니다. 여러 외국 브랜드가 프랑스어를 사용하여 매운 정도를 나타내거나, 매운 소스로 요리할 수 있는 음식을 표기합니다.



소비자가격 약 8.74유로
(12,000원)

중량 280g

포장 형태 플라스틱 통

Q5. 고객사 제품에 필요한 인증은 어떤 것이 있나요?

제품 및 성분에 따라 필요한 인증이 달라집니다. 대부분의 경우 HACCP, GMP, CE, FDA를 취득하면 좋습니다.

Q6. 소비자들에게 인기 있는 핫소스 제품이 무엇인가요?

세계적으로 가장 흔하게 판매되는 핫소스는 라 코스테나 브랜드의 멕시코 핫소스입니다.

프랑스 핫소스 수입·유통업체 인터뷰 결과

인터뷰 대상 기업체 선정 기준

- ① 프랑스 현지 식품 수입·유통업체
- ② 핫소스 또는 유사 핫소스 제품 취급 경험 있음

유효 수입·유통업체	케이마트 (K-Mart)	쉬뻬호보떼 (Superbeauté)	재팬 마켓 (Japan Market)
업태 ▶	수입·유통업체	수입·유통업체	수입업체
취급 품목 ▶			
	고추장	핫소스	고추장

프랑스 핫소스 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	케이마트 (K-Mart)	쉬뻬호보떼 (Superbeauté)	재팬 마켓 (Japan Market)
	수입·유통업체	수입·유통업체	수입업체
고객사 제품의 가격에 대한 피드백	약간 비싼 편, 경쟁제품의 가격대는 4-6유로 정도	인도 핫소스 제품은 소비자가격 기준 5유로이며, 프랑스 현지산 소스 제품은 5-6.5유로 정도임	약간 비싼 편, 고추장 500g의 평균 가격은 5유로 정도임
고객사 제품의 포장 형태에 대한 피드백	유럽 소비자들은 플라스틱 포장을 선호하지 않지만, 아시안 소스인 점을 감안하면 플라스틱 포장도 당장은 큰 문제 없음	유리 포장으로 바꾸는 것을 적극 권장함, 장기적으로 유럽에서 판매하려면 유리나 비플라스틱 패키지를 쓰는 것이 좋음	유럽 소비자들은 친환경 패키지를 선호하지만, 아시안 제품에는 비교적 관대함
고객사 제품의 현지 수요 예상	긍정적일 것으로 예상, 한류 열풍으로 아시안 음식이 인기를 끌고 있음	프랑스에 거주하는 아시아인뿐만 아니라 프랑스인에게도 수요가 높을 수 있다고 생각함	긍정적일 것으로 예상, 매운 소스에 대한 수요가 증가하고 있음
고객사 제품에 적합한 홍보 방법	유명한 케이팝 그룹을 통한 홍보, 매운 정도 표시하기	유기농과 매운 맛이라는 특징을 강조하여 홍보, 제품 라벨링 및 원재료를 프랑스로 표기하기	아시아 요리를 시도해보는 특별한 경험과 관련된 홍보문구 사용, 매운 정도 및 매운 소스를 활용한 레시피를 프랑스로 표기
고객사 제품에게 필요한 인증	비건 인증을 추천함, CE, HACCP, FDA 등의 기본 인증도 좋음	ISO, CE, FDA 등의 기본적인 인증을 갖춰야 함	HACCP, GMP, CE, FDA를 취득하면 좋음

(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

V. 경쟁력파악

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

1. 제품 경쟁력 검증

1) 제품 가격

경쟁제품(제조사)

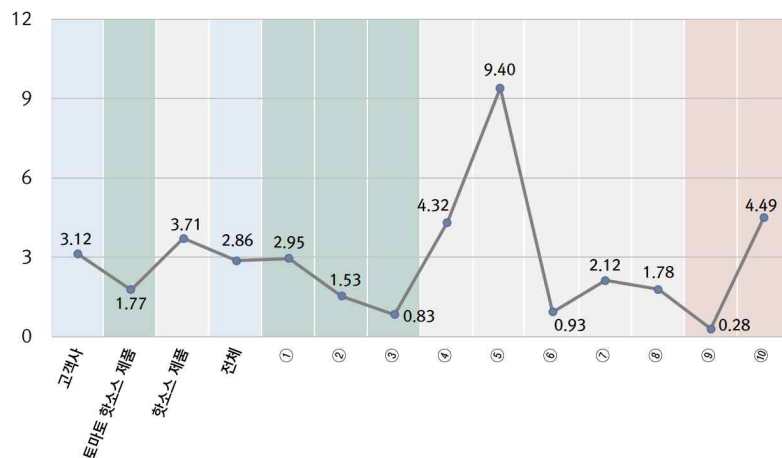
- ① 이탈리아스 두 잇 베러 토마토 에 빼망 (노호 살스)
- ② 올리브 토마토 레제르망 빼강뜨 (사클라)
- ③ 빼빼하드 바스개즈 토마토 에 듀오 드 뽀와브홍 (모노프리)
- ④ 타바스코 후쥬 (매킬러니 컴퍼니)
- ⑤ 스페씨알 피자 빼망떼 (까르푸)
- ⑥ 르 빠흐 뒤 갓 봉 (스캅)
- ⑦ 흐쎌뜨 오 세잠 빼망 뒤 자뽕 (노에)
- ⑧ 바똥 후쥬 아히사 프리미엄 (까시멕스)
- ⑨ 토마토 케첩 에빠쎌 (리더프라이스)
- ⑩ 꾸흐제뜨 에피스 (알베르 멘느)

▶ 고객사 제품 100g당 가격, 경쟁제품 평균 대비 비싼 편¹⁹⁾

고객사 제품의 100g당 가격은 3.12유로(약 4,282원)²⁰⁾로 경쟁제품 10개의 평균 100ml(g)당 가격 2.86유로(약 3,925원) 대비 약 1.1배 비싼 편임. 제품 종류별 평균 100ml(g)당 가격은 토마토 핫소스 제품 3개 평균이 1.77유로(약 2,429원)로 고객사 제품에 비하면 1.35유로(약 1,853원) 저렴한 것으로 확인됨. 핫소스 제품 5개의 평균 100ml(g)당 가격은 3.71유로(약 5,091원)로 고객사 제품에 비하면 0.59유로(약 810원) 비싼 것으로 조사됨. 나머지 2개 제품은 일반 토마토소스 제품으로 각각 0.28유로 및 4.49유로의 100ml(g)당 가격을 보임

[표 5.1] 프랑스 핫소스 100ml(g)당 가격 경쟁력 분석

(단위: 유로)



19) 본 보고서에서는 단위당 가격 비교 시 100g=100ml를 기준으로 비교하였음

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

2) 제품 용량(중량)

● 경쟁제품(제조사)

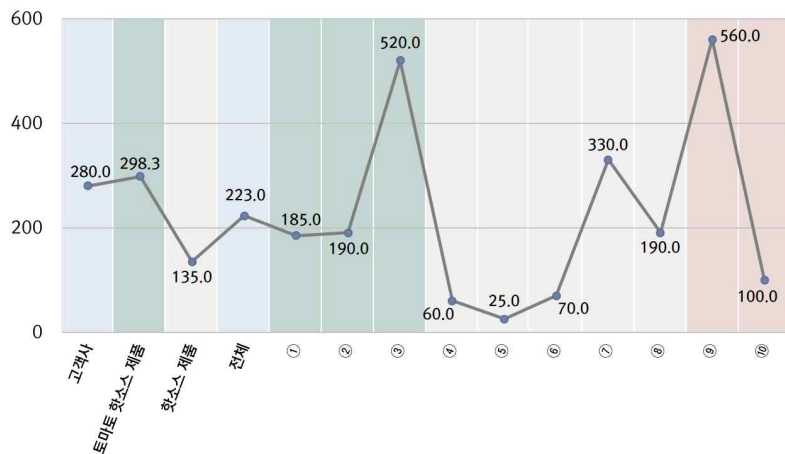
- ① 이탈리아스 두 잇 베러 토마토 에 빼망 (노호 샬스)
- ② 올리브 토마토 레제르망 빼강뜨 (사클라)
- ③ 빼빼하드 바스깨즈 토마토 에 듀오 드 뽀와브홍 (모노프리)
- ④ 타바스코 후쥬 (매킬러니 컴퍼니)
- ⑤ 스빠씨알 피자 빼망떼 (까르푸)
- ⑥ 르 빠흐 뒤 깎 봉 (스캅)
- ⑦ 흐쎌뜨 오 세잠 빼망 뒤 자뽕 (노에)
- ⑧ 바똥 후쥬 아히사 프리미엄 (까시멕스)
- ⑨ 토마토 케첩 에빠쎌 (리더프라이스)
- ⑩ 꾸흐제뜨 에피스 (알베르 멘느)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 큰 편

고객사 제품의 중량은 280.0g로 경쟁제품 10개의 평균 용량(중량) 약 223.0ml(g)에 비해 약 1.3배 큰 편임. 제품 종류별 평균 용량(중량)은 토마토 핫소스 제품 3개 평균이 298.3ml(g)로 가장 컸으며, 고객사 중량 대비 18.3ml(g) 큰 것으로 확인됨. 핫소스 제품 5개의 평균은 135.0ml(g)로, 고객사 제품보다 약 2.1배 작은 것으로 조사됨. 나머지 2개 제품은 일반 토마토소스 제품으로 각각 560.0ml(g) 및 100.0ml(g)의 용량(중량)을 보임

[표 5.2] 프랑스 핫소스 용량(중량) 경쟁력 분석

(단위: ml(g))

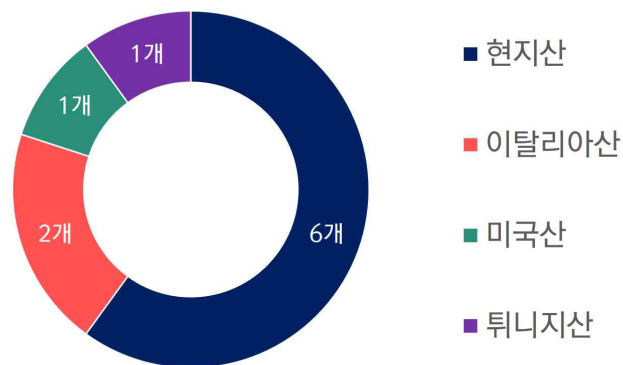


3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 중 6개, 현지산 제품

프랑스에서 판매되고 있는 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 총 6개의 제품이 프랑스 현지산 제품인 것으로 확인됨. 총 2개의 제품이 이탈리아산 제품인 것으로 조사되며, 미국산, 튀니지산 제품이 각각 1개씩 확인됨

[표 5.3] 프랑스 핫소스 원산지 경쟁력 분석

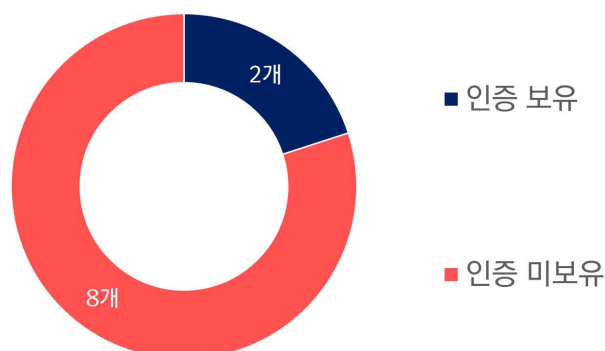


4) 인증

▶ 경쟁제품 10개 중 2개, 식품 인증 보유

프랑스에서 판매되고 있는 핫소스 경쟁제품 10개의 식품 인증 보유 여부를 조사한 결과, 2개 제품이 인증을 보유하고 있는 것으로 확인됨. 그 중 1개 제품은 EU 유기농 인증을 취득하였으며, 1개 제품은 Kosher, HALAL, ISO 9001, ISO 22000, ISO 14001, OHSAS 18001, BPA Free 인증을 보유하고 있음. 나머지 8개 제품의 경우 인증을 보유하고 있지 않은 것으로 조사됨

[표 5.4] 프랑스 핫소스 인증 경쟁력 분석

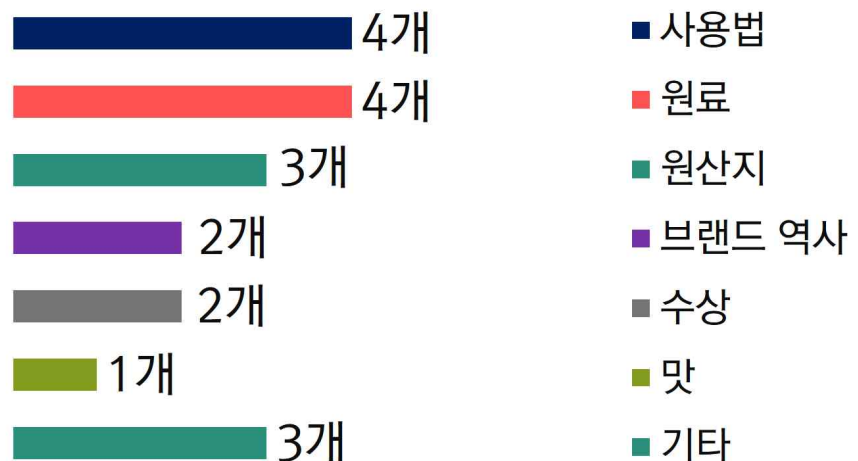


5) 홍보문구

▶ 경쟁제품 10개 중 4개, 사용법 및 원료를 중점적으로 강조

프랑스에서 판매되고 있는 핫소스 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 총 4개의 제품이 ‘스파게티 요리하기’, ‘피자에 곁들이세요’, ‘다양한 요리에 활용’, ‘샐러드소스’ 등 사용법과 관련된 홍보문구를 사용함. 원료를 강조한 제품 또한 총 4개로 조사되며, ‘천연 재료’, ‘빨간 고추’, ‘올리브 & 토마토소스’ 등과 같은 문구를 삽입함. ‘이탈리아’, ‘바스크 지방’, ‘프랑스 제조’ 등 원산지를 강조하는 홍보문구를 사용한 제품은 총 3개로 확인됨. ‘1939년부터’, ‘2003년부터’ 등 브랜드 역사와 관련된 홍보문구를 사용한 제품은 총 2개이며, 2개의 경쟁제품이 ‘2019년 인터네셔널 테이스트 인스티튜트 슈퍼리어 테이스트 수상’, ‘2019년 아흐 필리네흐 수상’ 등의 홍보문구로 수상 내역을 강조하여 경쟁력을 확보함. 맛과 관련된 홍보문구를 사용한 제품은 총 1개로, ‘태양의 맛으로 가득 채워짐, 강력한 맛’ 등의 문구를 표기함. 이외 다른 홍보문구를 삽입한 제품은 총 3개로, 영양 등급을 표시한 제품 등이 확인됨

[표 5.5] 프랑스 핫소스 홍보문구 경쟁력 분석

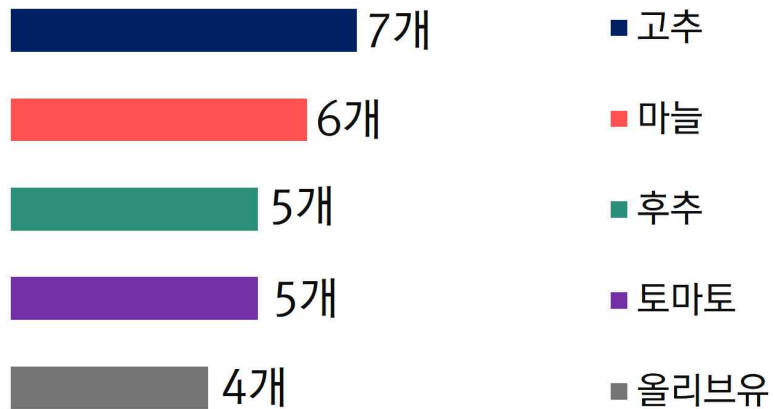


6) 원료

▶ 경쟁제품 10개 중 7개, 고추 함유

프랑스에서 판매되고 있는 핫소스 경쟁제품 10개의 원료를 조사한 결과, 7개 제품이 고추(고춧가루 포함)를 함유하고 있는 것으로 확인됨. 마늘을 함유하고 있는 제품은 총 6개로 조사되며, 후추와 토마토를 포함하고 있는 제품은 각각 5개로 확인됨. 올리브유를 넣은 제품은 4개로 조사되며, 이외에도 바질, 해바라기유, 유채씨유, 구운 가지, 농축 레몬 주스, 다시마, 겨자, 땅콩, 파프리카, 바다 소금 함유 제품이 확인되었음

[표 5.6] 프랑스 핫소스 원료 경쟁력 분석

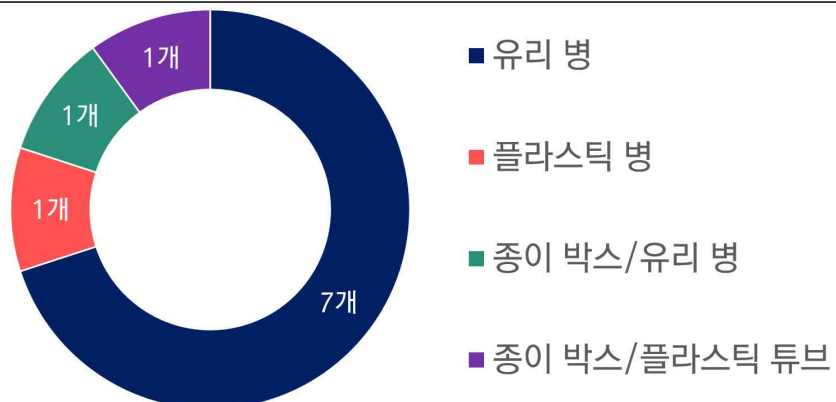


7) 포장 형태

▶ 경쟁제품 10개 중 7개, 유리 병 포장 사용

프랑스에서 판매되고 있는 핫소스 경쟁제품 10개의 제품 포장 형태를 조사한 결과, 총 7개의 제품이 유리 병 포장을 사용한 것으로 확인됨. 나머지 제품 중 1개 제품은 플라스틱 병 포장을, 1개 제품은 종이 박스 및 유리 병 이중포장을, 1개 제품은 종이 박스 및 플라스틱 튜브 이중포장을 사용하고 있음

[표 5.7] 프랑스 핫소스 포장 형태 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 있는 이유에 대하여 분석함. 2개의 온라인 매장 및 1개 이상의 오프라인 매장에서 인기제품을 벤치마킹 제품으로 선정함. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기제품

(*) 온라인 쇼핑몰: 아마존(Amazon), 씨디스카운트(Cdiscount), 까르푸(Carrefour)

(*) 오프라인 매장: 까르푸 시티(Carrefour City), 프란프리(Franprix), 모노프리(Monoprix)

· 다수의 오프라인 매장에서 판매

(*) 온라인 쇼핑몰: 조사 매장 3개 중 2개의 매장에서 판매되고 있는 제품

(*) 오프라인 매장: 조사 매장 3개 중 1개 이상의 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기제품 벤치마킹

 현지 벤치마킹 인기제품 (매일러니 컴퍼니 - 타바스코 후추)	공통 특징 ① 고추 함유 공통 특징 ② 수입산 제품	 현지 벤치마킹 인기제품 (고객사 - Tomato Atelier 토마토 고추장)	공통 특징 ① 고추 함유	 현지 벤치마킹 인기제품 (까르푸 - 스페셜 피자 피자 베망떼)
‘포장 디자인 현지화: 프랑스어로 표기된 제품 설명 및 홍보문구’	◀ 벤치마킹 포장 디자인	‘매콤달콤한 숙성 토마토 고추장’	벤치마킹 ▶ 포장 형태	‘유리 병 포장’

2) 벤치마킹 제품 분석

- 포장 디자인

▶ 벤치마킹 제품, 포장 디자인 현지화

현지에서 판매 중인 경쟁제품 10개 제품의 포장 디자인을 조사한 결과, 수입산 제품을 포함한 10개 제품 모두 포장 디자인을 현지화하여 제품 설명 및 홍보문구를 프랑스어로 표기함. 수입·유통업체 인터뷰 대상 업체는 제품 포장에 프랑스어로 문구를 작성할 것을 강조하였으므로 이 점을 고객사 제품 디자인에 반영하는 것을 권장함

[표 5.8] 프랑스 핫소스 인기제품, 포장 디자인 분석

(인터뷰 1) 제품 라벨링이 프랑스어로 되어 있어야 하며 원재료 내용도 프랑스어로 번역되어야 합니다.

- 쉬삐호보떼, CEO -

(인터뷰 2) 여러 외국 브랜드가 프랑스어를 사용하여 매우 정도를 나타내거나, 매우 소스로 요리할 수 있는 음식을 표기합니다.

- 재팬 마켓, Sales Manager -

3) 벤치마킹 제품 분석

- 포장 형태

▶ 벤치마킹 제품, 유리 병 포장 사용

현지에서 판매 중인 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 7개 제품이 유리 병 포장을 사용함. 나머지 3개 제품의 경우 플라스틱 병 혹은 종이 박스를 활용한 것으로 확인됨. 유럽의 제로 웨이스트 및 친환경 패키지 트렌드를 고려하여 수출 제품의 포장 형태를 결정하는 것이 바람직함

[표 5.9] 프랑스 핫소스 인기제품, 포장 형태 분석

(인터뷰 1) 유리 포장으로 바꾸는 것을 적극 권장합니다. 만약 장기적으로 해당 제품을 유럽에서 판매할 계획이라면 유리나 비플라스틱 패키지로 바꾸는 것이 좋습니다. 최근 유럽은 제로 웨이스트 및 친환경 패키지로의 변화를 추구하고 있어 소비자들도 포장을 고려하여 제품을 소비합니다.

- 쉬삐호보떼, CEO -

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.10] 핫소스 경쟁기업 마케팅 벤치마킹

		사클라	매킬러니 컴퍼니	노호 살스
판매채널	오프라인 매장 (총 3개 매장 조사)	프란프리	까르푸 시티 프란프리 모노프리	까르푸 시티 프란프리 모노프리
	온라인 매장 (총 3개 매장 조사)	아마존 까르푸	아마존 씨디스키운트 까르푸	(-)
홍보채널	자사 홈페이지(홍보)	글로벌 프랑스	글로벌	글로벌
	SNS 플랫폼	페이스북(프랑스) 유튜브(프랑스)	페이스북(글로벌) 인스타그램(글로벌) 유튜브(글로벌) 트위터(글로벌)	페이스북(이탈리아) 인스타그램(글로벌)
홍보문구		경쟁기업 주요 홍보문구		
	제품의 재료 제품의 원산지 제품의 역사			
요약	판매채널	2개사 오프라인 매장과 주요 온라인 쇼핑 웹사이트에 진출 1개사는 오프라인 매장에만 진출		
	홍보채널	자사 홈페이지와 다양한 SNS 플랫폼을 활용하고 있음		
	홍보문구	제품의 재료와 원산지, 역사를 강조		

VI. 시사점

Hot Sauce Price&Volume



Point. 1



고객사 제품의 100g당 가격은 3.12유로로, 핫소스 경쟁제품 10개 평균인 2.86유로 대비 약 1.1배 비싼 가격대를 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 토마토 핫소스 제품 3개의 평균은 1.77유로로 고객사 제품보다 1.35유로 가량 저렴했으며, 핫소스 제품 5개의 평균은 3.71유로로 고객사 제품보다 0.59유로 가량 비쌌음. 일반 토마토소스 2개의 평균은 2.39유로로 고객사 제품보다 0.73유로 저렴했음

Point. 2



고객사 제품의 중량은 280.0g으로, 핫소스 경쟁제품 10개 평균인 223.0ml(g) 대비 약 1.3배 큰 중량을 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 토마토 핫소스 제품 3개의 평균은 298.3ml(g)로 고객사 제품보다 18.3ml(g) 가량 컸으며, 핫소스 제품 5개의 평균은 135.0ml(g)로 고객사 제품보다 약 2.1배 작았음. 일반 토마토소스 2개의 평균은 330.0ml(g)으로 고객사 제품보다 50.0ml(g) 가량 컸음

Hot Sauce Package&Text



Point. 1



프랑스 핫소스 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 6개 제품이 프랑스 현지산 제품으로 나타났으며, 이탈리아산 제품이 2개로 뒤를 이었음. 나머지 제품은 미국산 제품 1개, 튀니지산 제품 1개로 나타남. 한편 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 7개 제품이 유리 병 포장을 사용한 것으로 나타났음. 고객사 제품과 같은 플라스틱 병 포장 형태 제품은 1개로 나타났음

Point. 2



프랑스 핫소스 경쟁제품 10개의 원료를 조사한 결과, 7개 제품이 고추를 사용했으며, 마늘 사용 제품이 6개로 뒤를 이었음. 고객사 제품과 같이 토마토를 원료로 활용한 제품은 5개 발견됨. 한편 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 제품의 사용법 및 원료를 강조한 홍보문구 사용 제품이 각각 4개씩으로 가장 많이 나타났으며, 원산지를 강조한 홍보문구 사용 제품이 3개로 뒤를 이었음

France Market Competitor



Point. 1



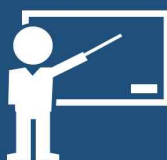
프랑스 시장 핫소스 경쟁기업 3개사의 오프라인 유통채널을 조사한 결과, 3개사 모두 프랑스의 대표 하이퍼마켓/슈퍼마켓 프란프리에 진출했으며, 이 중 2개사가 까르푸 시티 및 모노프리에 추가로 진출한 것이 확인되었음. 온라인 유통채널의 경우, 경쟁기업 3개사 중 2개사가 프랑스 대표 온라인 쇼핑몰인 아마존 및 까르푸에 진출한 것이 확인됨

Point. 2



프랑스 시장 핫소스 경쟁기업 3개사 모두 자사 글로벌 홈페이지를 통해 회사 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남. 경쟁기업 홍보문구로는 주로 제품의 재료, 원산지, 역사를 강조해 제품을 홍보하고 있었음, SNS 플랫폼 사용 여부의 경우, 3개사 모두 페이스북을 활용하는 것으로 나타남

Importer · Distributor Interview



Point. 1



프랑스 현지 핫소스 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 인터뷰에 응한 담당자 3명 모두 고객사 제품의 가격이 비싸다는 피드백을 주었음. 이 중 1명의 담당자는 취급 핫소스 가격이 5~6.5유로 사이라고 언급함. 한편, 제품 포장과 관련해 플라스틱보다 유리 및 친환경 패키지를 추천한다는 피드백을 수취하였음

Point. 2



프랑스 현지 핫소스 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 현지에서 한류 열풍으로 아시아 음식이 인기를 끌고 있으며, 매운 소스에 대한 수요가 증가하고 있어 프랑스 거주 아시아계 소비자 뿐 아니라 프랑스 소비자들에게도 고객사 제품의 수요가 충분하다는 피드백을 수취함. 고객사 제품에 필요한 인증으로는 ISO, CE, FDA 등의 기본 인증이 언급되었으며, 1명의 담당자가 비건 관련 인증을 언급하였음. 제품 홍보와 관련해서는 매운 맛 강조 문구 및 활용 레시피를 프랑스어로 표기할 것을 언급하였음

[참고문헌]

■ 참고 자료

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

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) 홈페이지 (www.statista.com)
2. 아마존(Amazon) 홈페이지 (www.amazon.fr)
3. 씨디스카운트(Cdiscount) 홈페이지 (www.cddiscount.com)
4. 까르푸(Carrefour) 홈페이지 (www.carrefour.fr)
5. 유로스타트(Eurostat) 홈페이지 (ec.europa.eu/eurostat)
6. 프랑스 통계청(Insee) 홈페이지 (www.insee.fr/en/accueil)
7. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (portal.euromonitor.com)
8. 프란프리(Franprix) 홈페이지 (www.franprix.fr)
9. 모노프리(Monoprix) 홈페이지 (www.monoprix.fr)
10. 사클라(Sacla) 홈페이지 (www.sacla.com)
11. 매킬러니 컴퍼니(McIlhenny Company) 홈페이지 (www.tabasco.com)
12. 노르 살스(Nord Salse) 홈페이지 (www.nordsalse.com)
13. 케이마트(K-Mart) 홈페이지 (online.K-Mart.fr)
14. 쉬페르보테(Superbeauté) 홈페이지 (www.superbeauté.fr/en)
15. 재팬 마켓(Japan Market) 홈페이지 (www.japanmarket.fr)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2021.11.05

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