



2021

해외시장 맞춤형조사

No. | 202201-04
품목 | 건조과일칩(Dried Fruit Chip)
HS CODE | 0712.90-2099
국가 | 독일(Germany)
구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 독일 건조과일 시장규모	06
2. 독일 달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵 시장점유율	07
3. 독일 건조과일칩 수입규모	08
4. 한국 건조과일칩 수출규모	09
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 독일 건조과일칩 브랜드, 윤리적 경영 & 친환경 강조	12
2. 건조과일칩 성분으로 딸기 1위, 사과 중상위권, 토마토 하위권	13
3. 건조과일칩 패키징, 환경 보호 관련 키워드 다수 발견	14
4. ‘천연유래의’ 홍보문구 1위, 건조 방식 중 ‘동결건조’ 빈출	15
5. 독일 건조과일칩 진출 컨셉	16
IV. 유통채널 특징	
1. 독일 건조과일칩 유통채널 비교	18
2. 독일 건조과일칩 유통채널 특징	19

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

- | | |
|--------------------------|----|
| 1. 독일 건조과일칩 주요 온라인 유통채널 | 24 |
| 2. 독일 건조과일칩 주요 오프라인 유통채널 | 26 |

VI. 진입장벽

- | | |
|------------------------|----|
| 1. 독일 건조과일칩 통관 및 검역 절차 | 39 |
| 2. 독일 건조과일칩 품질 인증 | 40 |
| 3. 독일 건조과일칩 라벨링 | 43 |
| 4. 독일 건조과일칩 성분 및 유해물질 | 47 |

VII. 수입·유통업체 인터뷰

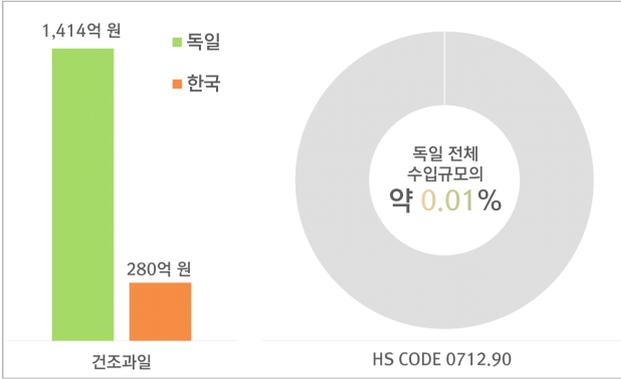
- | | |
|--|----|
| Interview ① 케어 나투르코스트(CARE Naturkost GmbH & Co) | 52 |
| Interview ② 아구스트 토퍼(August Töpfer & Co. (GmbH & Co.) KG) | 54 |
| Interview ③ 코로(Koro) | 56 |

VIII. 시사점

- | | |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 61 |
|--------|----|

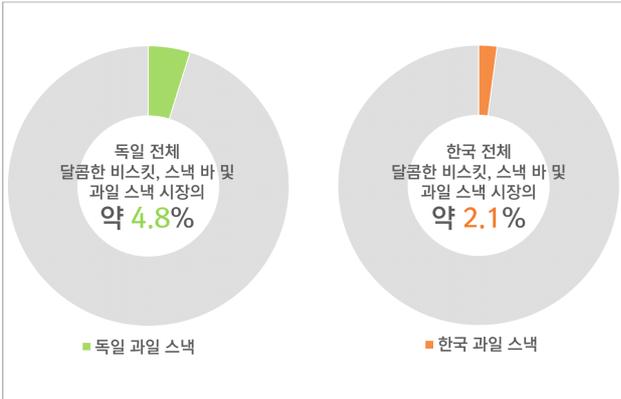
Summary

■ 수요 분석



	독일	한국
달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일스낵 시장규모	3조 원	1조 원
건조과일 시장규모	1,414억 원	280억 원
	수입액	점유율
독일 對한국 HS CODE 0712.90 수입 현황	0.1억 원	0.01%

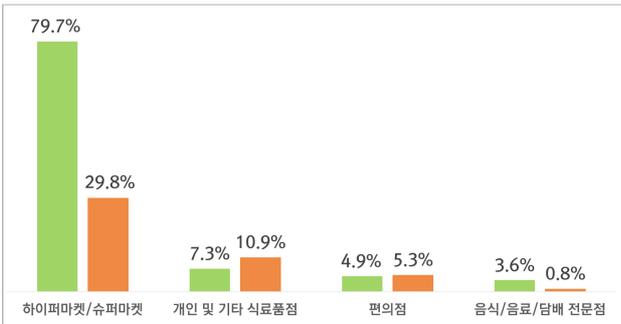
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



하이퍼마켓/슈퍼마켓	<ul style="list-style-type: none"> 독일 소비자, 식료품 구매 시 하이퍼마켓/슈퍼마켓 의존도 높은 편
드럭스토어	<ul style="list-style-type: none"> 주요 드럭스토어, 데엠과 로스만 드럭스토어의 옴니채널 도입 가속화
유기농매장	<ul style="list-style-type: none"> 주요 유기농 매장, 덴스비오마트와 알나투라 독일 내 가치소비와 지속가능성 보편적 현상으로 자리 잡음

■ 진입장벽

인증/사전등록	수출입차 세관 등록(EORI) 필수
라벨링	독일어 표기 필수, EU 가입국 언어 추가 기재 가능
성분/유해물질	식품첨가물/잔류농약/유해물질

■ 수입·유통업체 평가

수요	<ul style="list-style-type: none"> 말린과일칩 수요 높으며 증가세 지속
제품 피드백	<ul style="list-style-type: none"> 고객사 제품 중 배칩 > 사과칩 > 토마토칩 순으로 인기 예상되며 가격 높은 편
패키징	<ul style="list-style-type: none"> 대용량 선호하는 독일 시장에 맞지 않음

■ 요약

Point 01.	<ul style="list-style-type: none"> 독일 건조과일 시장규모 1,414억 원으로 한국 대비 약 5배. 인구 수 고려 시 매우 큰 시장임 건조과일 100% 제품이 대부분이며 프로폴리스 및 유산균 첨가된 건조과일은 확인되지 않음
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> 고객사 제품, 독일 시중에 판매중인 제품 대비 가격 높은 편이며 대용량으로 현지화 필요함 배칩 > 사과칩 > 토마토칩 순으로 인기 예상. 토마토칩 수요 상대적으로 낮은 편임

II. 시장규모

1. 독일 건조과일 시장규모
2. 독일 달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵 시장점유율
3. 독일 건조과일칩 수입규모
4. 한국 건조과일칩 수출규모

1. 독일 건조과일 시장규모

독일 국가 일반 정보¹⁾

면적	35.6만km ²
인구	8,316만 명
GDP	3.8조 달러
1인당 GDP	45,781달러

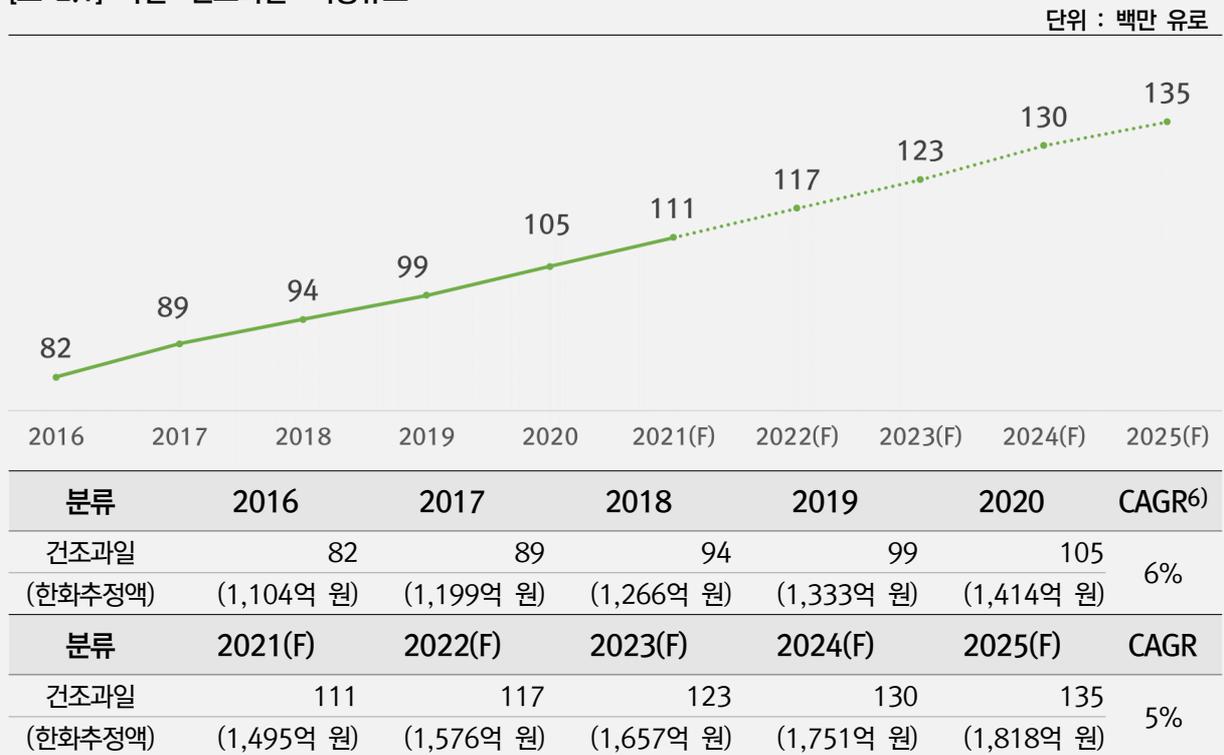
▶ 독일 건조과일 시장규모 약 1,414억 원, 한국의 약 5배 규모

2020년 기준 독일 건조과일 시장규모는 전년 대비 6% 성장한 약 1,414억 원으로, 약 280억 원을 기록한 한국 시장의 5배에 달하는 것으로 집계됨. 독일 건조과일 시장은 지난 5년(2016-20년)간 연평균성장률 6%를 기록함

▶ 독일 건조과일 시장, 향후 5년간 연평균성장률 5% 전망

독일 건조과일 시장규모는 향후 5년(2021-25년)간 연평균 5%씩 성장해 2025년에 약 1,818억 원 규모에 이를 것으로 보임. 베지테리안 혹은 비건으로 전환하는 독일 소비자가 증가함과 더불어 섭취하는 음식에 대한 전반적인 의식 수준이 향상됨에 따라 이들의 수요를 충족하기 위한 제품 출시가 증가할 것으로 전망됨²⁾³⁾

[표 2.1] 독일 '건조과일' 시장규모⁴⁾⁵⁾



자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 조사제품 '건조과일칩'은 과일을 그대로 건조시켜 과일 원래의 맛과 당도가 느껴지는 제품임. 이에 제품의 특징에 따라 '건조과일'의 시장규모를 조사함

3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in Germany」, 2021.07

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 1유로=1,346.79원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 독일 달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵 시장점유율

▶ 독일, ‘과일 스낵’⁷⁾ 시장점유율 4.8%로 한국 시장 대비 고

독일 ‘달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵’(약 3조 원) 세부 시장과 한국 ‘달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵’(약 1조 원) 세부 시장을 비교했을 때, ‘과일 스낵’의 점유율은 독일(4.8%)과 한국(2.1%) 모두에서 한 자릿수 초반으로 확인됨⁸⁾

독일 사회 및 정치권에서는 과도한 설탕 소비 문제가 빈번히 다뤄지고 있으며, 설탕 함량에 따른 설탕세 등 설탕을 타깃팅한 규제 도입 가능성도 점쳐짐. 한편 베지테리안 혹은 비건, 플렉시테리안 소비자들의 증가로 비건 및 유기농 제품을 최근에는 슈퍼마켓이나 할인점에서도 쉽게 찾아볼 수 있음. 독일 소비자들 사이에서 건강에 도움이 되는 식품으로 전향하려는 추세가 관찰되고 있는 만큼 저당, 무설탕, 유기농, 천연 식품 등에 대한 소비자들의 수요를 겨냥하는 전략이 유효할 것으로 전망됨⁹⁾¹⁰⁾

[표 2.2] 2020년 독일, 한국 ‘달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵’ 시장점유율

단위 : 백분율(%)

독일 달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵 세부 시장 한국 달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵 세부 시장



분류	달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵		
	과일 스낵	스낵 바	달콤한 비스킷
독일	4.8	11.6	83.6
한국	2.1	8.3	89.5

자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 유로모니터 카테고리 분류상 ‘과일 스낵’은 ‘건조과일’과 ‘가공 과일 스낵’을 포함하며, 2020년 기준 독일 ‘건조과일’은 독일 ‘과일 스낵’ 시장의 99.8%를, ‘가공 과일 스낵’은 0.2%를 차지함

8) 유로모니터상 독일 달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵 시장(약 3조 원)과 한국 달콤한 비스킷, 스낵 바 및 과일 스낵 시장(약 1조 원)의 시장점유율을 나타냄

9) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in Germany」, 2021.07

10) 자료: KATI농식품수출정보, 「유럽 온라인 식품시장 현황과 한국식품 진출 확대를 위한 시사점」, 2020.06

3. 독일 건조과일칩 수입규모

HS CODE 0712.90

조사제품 '건조과일칩'은 '건조한 채소(원래 모양인 것, 잘라낸 것, 얇게 썬 것, 부순 것, 가루 모양인 것으로 한정하며, 더 이상 조제한 것은 제외한다)'로 규정된 제 0712호에 속하며, 이에 '그 밖의 채소와 채소류의 혼합물에 해당'하는 HS CODE 0712.90을 지표로 선정함

▶ 독일 HS CODE 0712.90 對글로벌 수입액, 약 2,139억 원

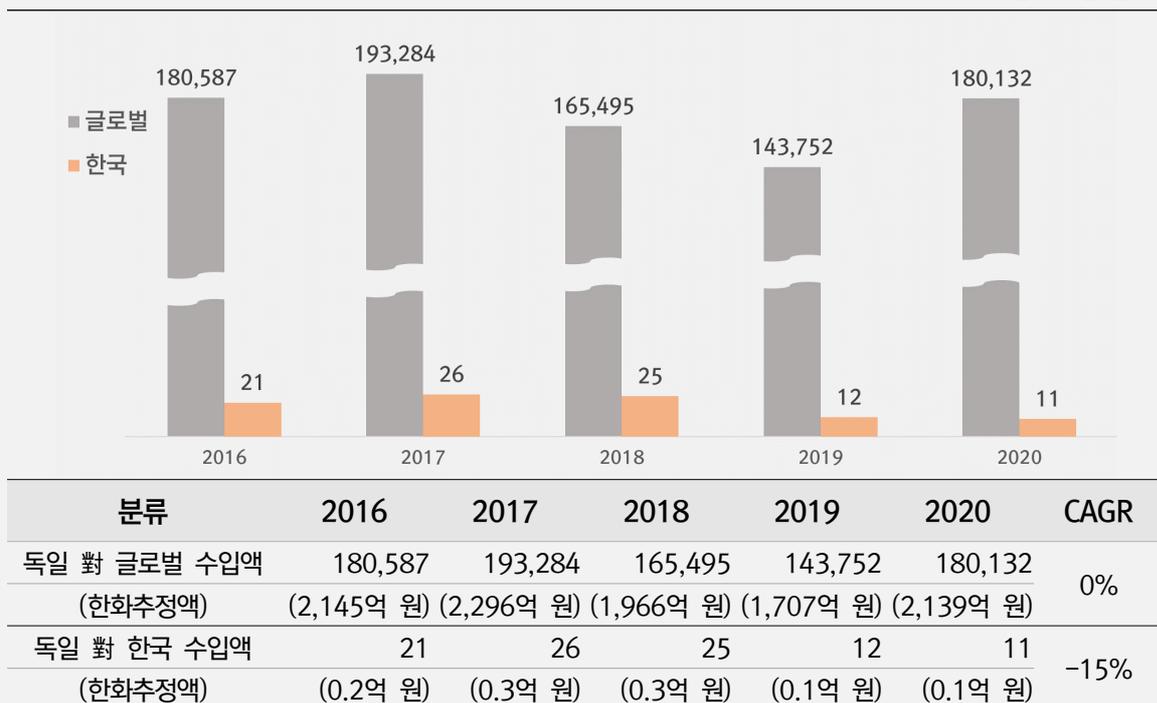
2020년 기준 독일 HS CODE 0712.90 품목의 對글로벌 수입액은 약 2,139억 원으로 확인됨. 對글로벌 수입액은 2017년에 전년 대비 증가한 이후 줄곧 두 자릿수의 감소세를 보였으나, 2020년에 전년 대비 25% 반등하면서 2016년 수준을 회복한 것으로 확인됨. 지난 5년(2016-20년)간 연평균성장률은 0%로 집계됨

▶ 독일 HS CODE 0712.90 수입액 중 한국산 점유율 미미

2020년 기준 독일 HS CODE 0712.90 품목의 對한국 수입액은 전년 대비 8% 감소한 약 0.1억 원으로, 점유율 0.01%에 그쳐 54위를 기록함. 對한국 수입액은 2017년에 전년 대비 24% 증가한 이후 감소세로 돌아섰으며, 2019년에는 전년 대비 52% 급감함. 글로벌 수입액 점유율 기준 1위 중국(약 510억 원, 24%), 2위 스페인(약 505억 원, 24%), 3위 폴란드(약 241억 원, 11%) 순으로 확인됨

[표 2.3] 독일 HS CODE 0712.90 수입규모¹¹⁾¹²⁾¹³⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 0712.90 기준

11) 자료: ITC(International Trade Centre)

12) 1달러=1,187.70원(2021.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

13) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

4. 한국 건조과일칩 수출규모

HS CODE 0712.90-2099

조사제품 '건조과일칩에 해당하는 HS CODE 0712.90-2099 (기타)의 한국 對글로벌, 對독일 수출규모를 통해 수출 수요를 확인함

▶ **한국 HS CODE 0712.90-2099 수출액, 지난 5년간 연평균성장률 7%**

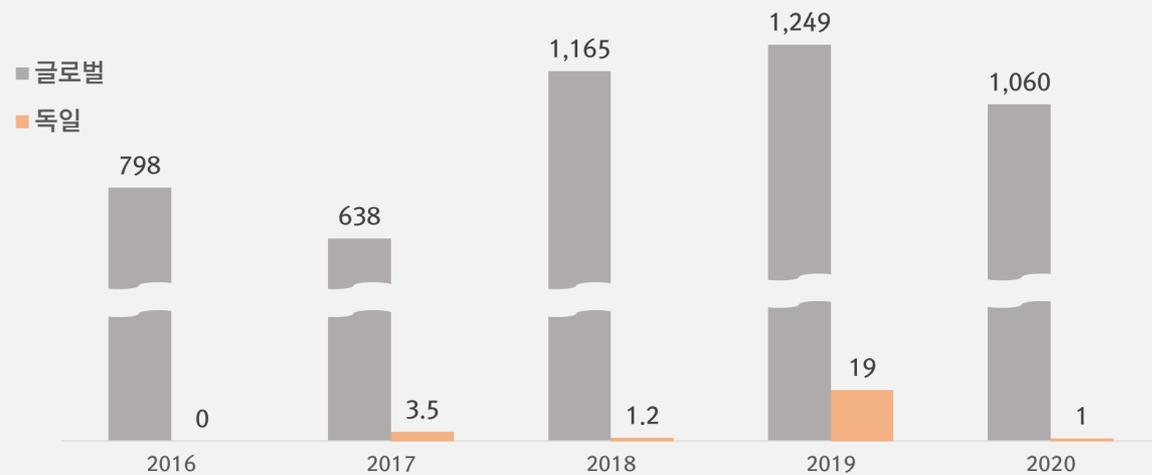
2020년 기준 한국 HS CODE 0712.90-2099 품목의 對글로벌 수출액은 약 13억 원으로 집계됨. 對글로벌 수출액은 2017년에 전년 대비 감소한 이후 증가세로 전환되었으나 2020년에 전년 대비 15% 감소한 것으로 집계됨. 지난 5년(2016-20년)간 연평균성장률은 7%로 확인됨

▶ **한국 HS CODE 0712.90-2099 수출액, 對독일 점유율 미미**

2020년 기준 한국 HS CODE 0712.90-2099 품목의 對독일 수출액은 약 0.01억 원으로, 점유율 0.05%로 22위를 기록함. 지난 5년(2016-20년)간 對독일 수출액은 연평균 35%의 감소세를 보임. 점유율 기준 1위 미국(약 8.2억 원, 65%), 2위 호주(약 1.4억 원, 11%), 3위 일본(약 0.9억 원, 7%) 순으로 확인됨

[표 2.4] 한국 HS CODE 0712.90-2099 수출규모¹⁴⁾¹⁵⁾

단위 : 천 달러



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
한국 對 글로벌 수출액 (한화추정액)	798 (9억 원)	638 (8억 원)	1,165 (14억 원)	1,249 (15억 원)	1,060 (13억 원)	7%
한국 對 독일 수출액 (한화추정액)	- (-)	3.5 (0.04억 원)	1.2 (0.01억 원)	19 (0.11억 원)	1 (0.01억 원)	-35%

자료 : KATI농식품수출정보, HS CODE 0712.90-2099 기준

14) 자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

15) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

III. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 독일 건조과일칩 브랜드, 윤리적 경영 & 친환경 강조
2. 건조과일칩 성분으로 딸기 1위, 사과 중상위권, 토마토 하위권
3. 건조과일칩 패키징, 환경 보호 관련 키워드 다수 발견
4. '천연유래의' 홍보문구 1위, 건조 방식 중 '동결건조' 빈출
5. 독일 건조과일칩 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 독일 온라인매장 입점 건조과일칩 정보 수집

- 데이터 수집 키워드: 건조과일(Trockenobst)
- 데이터 수집량 : 1,738건
- 데이터 수집원 : 독일 온라인쇼핑몰

▶ 독일 온라인매장 입점 건조과일칩 특징 분석

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

항목	키워드 (국문/독일어)		빈도	키워드 (국문/독일어)		빈도
경쟁제품	시버거	seeberger	48	바이오조이	biojoy	24
	코로	koro	43	해피벨리	happy belly	21
	뉴트리푸르	nutripur	38	마이프루트	myfruits	21
	카멜루어	kamelur	36	알나투라	alnatura	18
성분	딸기	erdbeer	228	크랜베리	preiselbeeren	95
	바나나	banane	165	사과	apfel	89
	살구	aprikose	127	블루베리	heidelbeeren	86
	데이츠	datteln	112	토마토	tomaten	8
	파인애플	ananas	97	프로바이오틱스	probiotika	0
	망고	mango	96	프로폴리스	propolis	0
패키징	재밀봉가능한	wiederverschließbar	351	퇴비로 만들 수 있는	kompostierbar	42
	향을 밀봉하는 봉지	aromaschutzbeutel	70	스탠드업 파우치	standbodenbeutel	42
	대량 팩	großpackung	50	플라스틱이 쓰이지 않은	plastikfrei	41
홍보문구	천연유래의	natürlich	670	동결건조	gefriergetrocknet	353
	비건	vegan	532	무설탕	ungezuckert	305
	달콤한	süß	464	글루텐 프리	glutenfrei	238
	프리미엄	hochwertig	444	건강한	gesund	224

1. 독일 건조과일칩 브랜드, 윤리적 경영 & 친환경 강조

▶ 독일 브랜드 시버거(Seeberger), 빈출 1위

- 13가지 건조과일칩을 판매 중이며 이 중 11가지 제품은 설탕 무첨가
- 사과칩은 있으나 토마토칩은 판매하지 않음
- 비건, 글루텐 프리 표방한 제품 판매 중이며 재활용가능한 포장재 사용

▶ 또 다른 독일 브랜드인 코로(Koro), 2위

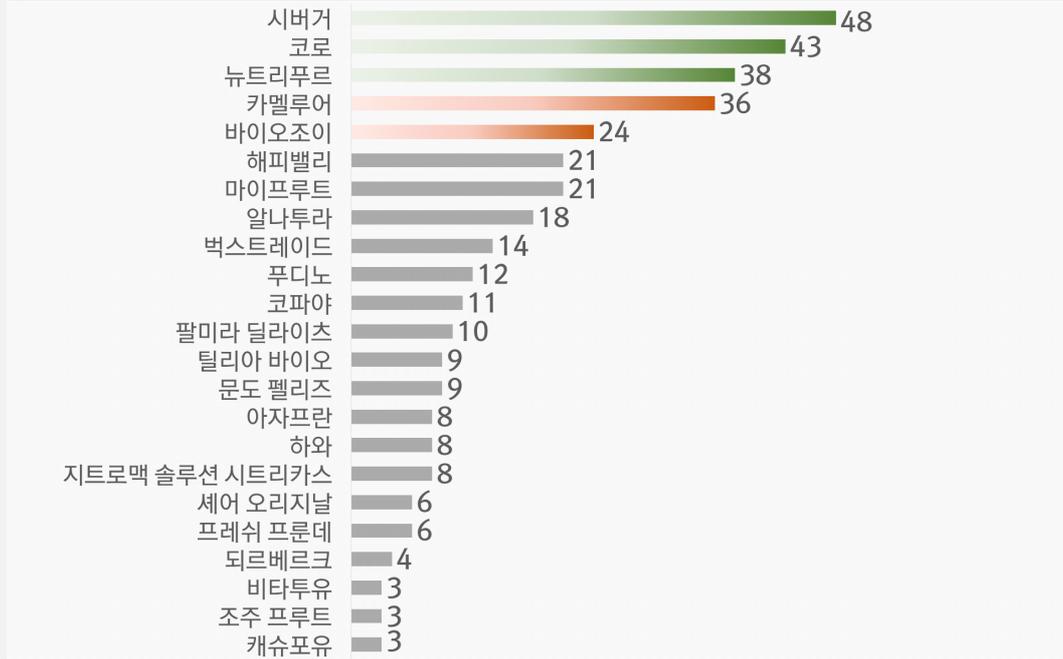
- 홈페이지 내 동결건조과일칩 카테고리가 별도로 있음
- 시버거와 마찬가지로 사과칩은 있으나 토마토칩은 없음

▶ 유기농 제품 판매하는 독일 기업 바이오조이(Biojoy), 5위

- 유기농, 친환경, 공정 무역을 핵심 가치로 하는 기업

1위 시버거		2위 코로		5위 바이오조이	
					
제품명	망고칩	제품명	바나나칩	제품명	유기농 체리칩
용량	100gX13팩	용량	1kg	용량	500g
가격	€ 49,27(66,356원) ¹⁶⁾	가격	€ 13,40(18,046원)	가격	€ 14,99(20,188원)

[표 3.1] 독일 판매 건조과일칩 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 독일 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '건조과일칩' 관련 게시물 1,738건 분석

16) 1유로=1,346.79원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 건조과일칩 성분으로 딸기 1위, 사과 중상위권, 토마토 하위권

▶ 딸기 1위, 이 외에도 베리류 다양

- 딸기 키워드 228건으로 2위 키워드와 큰 격차로 1위
- 그 외 크랜베리, 블루베리, 라즈베리, 오디 등의 베리류가 있음

▶ 사과 키워드 89건으로 8위

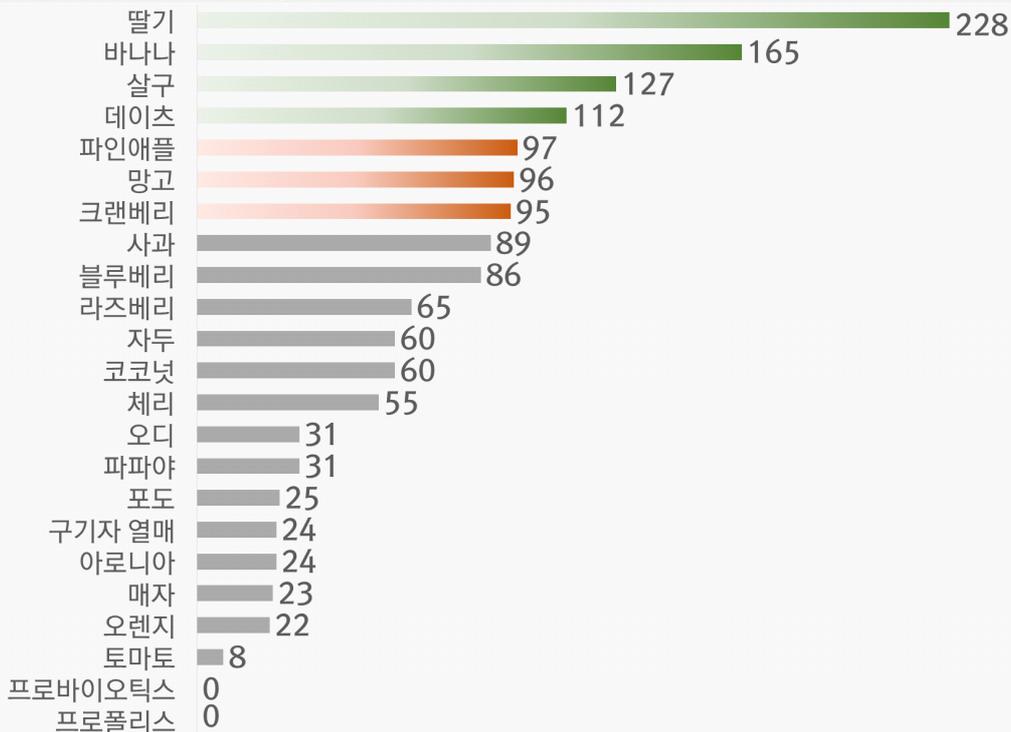
- 지면의 한계상 제외한 키워드 포함 29가지 성분 중 8위로 중상위권
- 상위권은 아니나 사과칩 출시한 건조과일칩 브랜드는 다수

▶ 과일 중 토마토 하위권, 기타 성분은 거의 발견되지 않음

- 과일칩은 대부분 무설탕, 100% 과일칩으로 기타 성분은 거의 없음

1위 딸기		8위 사과		21위 토마토	
					
브랜드	프레쉬 프룬데 (FRECHE FREUNDE)	브랜드	시버거(Seeberger)	브랜드	푸드노(Foodino)
용량	12gX12팩	용량	60X6팩	용량	1kg
가격	€ 29,35(39,528원)	가격	€ 11,91(16,040원)	가격	€ 10,90(14,680원)

[표 3.2] 독일 판매 건조과일칩 성분 관련 키워드



자료: 독일 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '건조과일칩' 관련 게시물 1,738건 분석

3. 건조과일칩 패키징, 환경 보호 관련 키워드 다수 발견

▶ ‘재밀봉가능한’ 키워드 351건으로 압도적 1위

- 온라인매장 검색 결과, 대부분의 과일칩이 지퍼가 달린 파우치에 포장됨
- ‘향을 밀봉하는 봉지’도 70건으로 빈출

▶ 환경 보호 관련 키워드 다수 발견

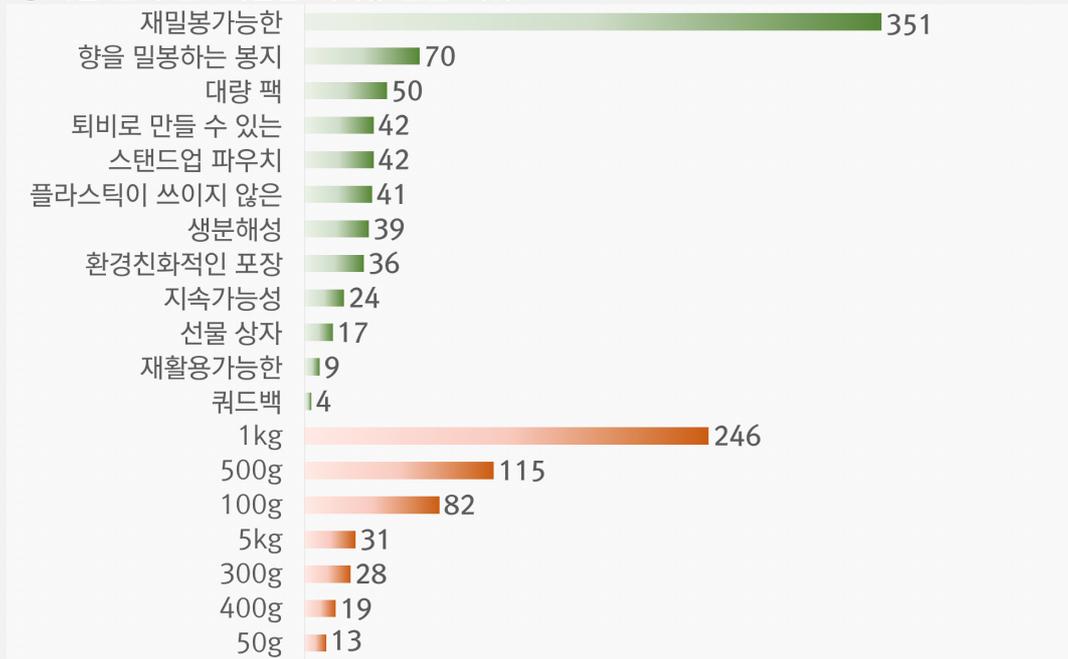
- 독일, 2021년 7월부터 플라스틱 제품 판매 금지¹⁷⁾로 환경 보호 움직임
- 환경 관련 키워드 중 ‘퇴비로 만들 수 있는’이 최다 빈출
- 그래프 상의 12가지 키워드 중 환경 보호 관련 키워드가 6개

▶ 포장 용량 관련, 1kg > 500g > 100g 순

- 5kg은 4위이며 지면의 한계상 포함하지 않은 20g 이하 용량도 발견

1위 재밀봉가능한		3위 대량 팩		4위 퇴비로 만들 수 있는	
					
제품명	딸기칩	제품명	말린 토마토	제품명	바나나칩
브랜드	아울네이처프로덕트 (EWL Naturprodukte)	브랜드	마이냐투라(Mynatura)	브랜드	서선드클레버 (süssundclever.de)
가격	300g/€ 15,95(21,481원)	가격	5kg/€ 39,90(53,736원)	가격	1kg/일시 품질

[표 3.3] 독일 판매 건조과일칩 패키징 관련 키워드



자료: 독일 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘건조과일칩’ 관련 게시글 1,738건 분석

4. ‘천연유래의’ 홍보문구 1위, 건조 방식 중 ‘동결건조’ 빈출

▶ ‘천연유래의’, ‘비건’, 건조과일칩 홍보문구 빈출 1, 2위

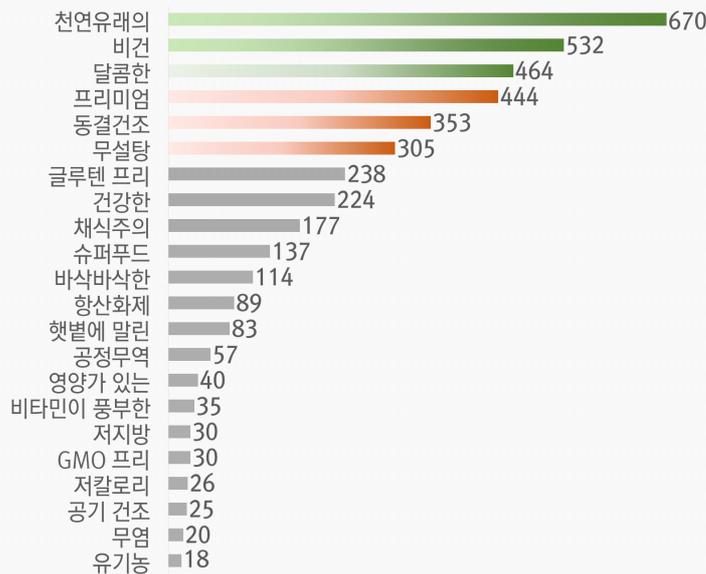
- 대부분의 건조과일칩, 100% 과일이며 추가 성분이 없는 제품이 대다수
- ‘달콤한’ 원문 추적 결과, 자연적으로 달콤하다는 문구가 대부분
- 비건을 주요 홍보문구로 한 건조과일칩도 다수
- 독일 가구의 약 75%, 대형마트에서 채식주의 상품 구매 희망¹⁸⁾
- 2/3에 육박하는 독일 소비자, 채식 제품 소비한다고 응답¹⁹⁾

▶ 건조 방식 중 ‘동결건조’ 최다 빈출

- 뉴트리푸르(Nutripur)처럼 제품명에 동결건조가 포함된 상품도 다수
- 그 외 건조 방식 관련 키워드로 ‘햇볕에 말린’, ‘공기 건조’ 등 발견

1위 천연유래의		2위 비건		5위 동결건조	
					
제품명	동결건조 딸기	제품명	말린 드래곤과일칩	제품명	동결건조 바나나칩
브랜드	아자프란(Azafran)	브랜드	스낵베리스(Snackberries)	브랜드	뉴트리푸르(NUTRIPUR)
가격	250g/€ 18,90(25,454원)	가격	250g/€ 7,50(10,101원)	가격	100g/€ 9,95(13,400원)

[표 3.4] 독일 판매 건조과일칩 홍보문구 관련 키워드



자료: 독일 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘건조과일칩’ 관련 게시물 1,738건 분석

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

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

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

5. 독일 건조과일칩 진출 컨셉

▶ 컨셉 ① _ 지퍼백에 포장해 신선한 근적외선 건조과일칩

- 홍보문구 중 5위인 '동결건조'와의 비교로 근적외선 건조법의 장점 강조
- 패키징 관련 빈출 1위인 '재밀봉가능한'을 포함한 홍보문구

▶ 컨셉 ② _ 바삭바삭한 맛을 유지해주는 지퍼백에 포장한 토마토칩

- 홍보문구 중 114건 검출된 '바삭바삭한'을 활용한 홍보
- 생소한 방울토마토칩의 외양과 맛 강조

▶ 컨셉 ③ _ 100% 사과만으로 만든 비건 스낵용 사과칩

- 다른 첨가물이 없으며, 100% 사과로만 만든 우수한 성분 강조
- 78% 독일 소비자, 식료품 구매 시 성분표 본다고 응답²⁰⁾

성분	패키징	홍보문구	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
(-)	재밀봉가능한	동결건조	30건	[동결건조]보다 최신 기술인 근적외선 건조 가공 방식으로 원물의 영양소 파괴를 최소화하고 [재밀봉가능한] 봉지에 밀봉 가능해 여러 번 나누어 먹을 수 있는 슬림모어 방울토마토칩
(-)	재밀봉가능한	바삭바삭한	15건	[재밀봉가능한] 백에 포장해 개봉 뒤 밀봉해두면 [바삭바삭한] 맛이 유지되는 슬림모어 방울토마토칩
사과	(-)	비건	13건	다른 첨가물 없이 100% 사과만으로 만들어 [비건] 스낵용으로도 적합한 슬림모어 [사과칩]
사과	(-)	글루텐 프리	12건	신선 과일 본연의 풍미와 식감, 맛을 담은 [글루텐 프리], 비건 스낵 [사과] 건조과일칩
(-)	스탠드업 파우치	무설탕	11건	[설탕을 첨가하지 않고] 오로지 과일 본연의 단 맛만 담은 재밀봉가능한 [스탠드업 파우치]에 포장한 건조과일칩

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

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

IV. 유통채널 특징

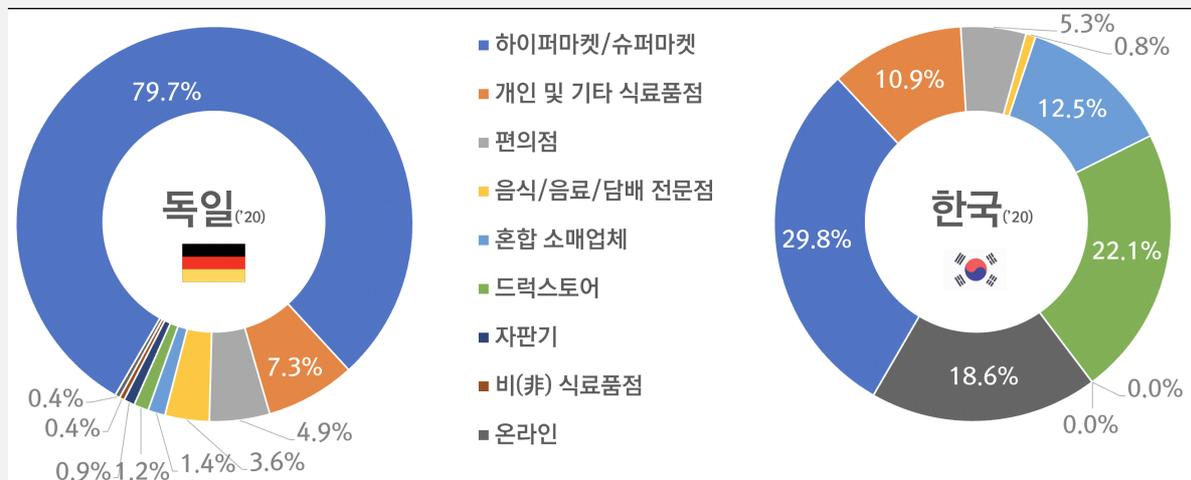
1. 독일 건조과일칩 유통채널 비교
2. 독일 건조과일칩 유통채널 특징

1. 독일 건조과일칩 유통채널 비교

▶ 독일 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 점유율, 약 80%의 압도적 비율 차지해

2020년 독일에서 ‘과일스낵’은 할인점을 포함한 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 채널을 통해 79.7%가 유통된 반면, 한국은 29.8%만이 해당 채널을 통해 유통되어 약 50%p의 점유율 차이가 나는 것으로 나타남. 그다음으로 전통적 유통채널 중 하나인 ‘개인 및 기타 식료품점’은 독일에서 7.3%를 점유했으며, 이는 한국(10.9%)과 비슷한 수준이었음. 독일의 점유율 기준 3위인 ‘편의점’(4.9%)의 경우에도 마찬가지로 한국(5.3%)과 비슷한 수준의 점유율을 차지함. ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 외에 독일 및 한국 간 두드러지는 차이를 나타내는 채널은 ‘드럭스토어’와 ‘온라인’이었으며, 두 채널 모두 한국(각각 22.1%, 18.6%)이 독일(각각 1.2%, 0.4%) 대비 약 20%p 더 높은 점유율을 차지한 것으로 나타남

[표 4.1] 독일 건조과일칩 소매유통채널 점유율



독일 및 한국 소매유통채널 점유율²¹⁾²²⁾ 비교

독일	유형	한국
79.7%	하이퍼마켓/슈퍼마켓 ²³⁾	29.8%
7.3%	개인 및 기타 식료품점	10.9%
4.9%	편의점	5.3%
3.6%	음식/음료/담배 전문점	0.8%
1.4%	혼합 소매업체 ²⁴⁾	12.5%
1.2%	드럭스토어	22.1%
0.9%	자판기	0.0%
0.4%	비(非) 식료품점	0.0%
0.4%	온라인	18.6%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

21) 2020년 기준, 독일 및 한국 ‘과일스낵(Fruit Snacks)’의 소매유통채널 점유율임

22) ‘건조과일칩’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘과일스낵(Fruit Snacks)’의 정보를 확인함

23) 본 보고서에서 하이퍼마켓/슈퍼마켓은 할인점(Discouters)을 포괄함

24) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

2. 독일 건조과일칩 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓



사진자료: 슬라이드웨어

▶ 독일 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 레베 및 에데카

독일 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 기업 레베(REWE)는 2020년 독일 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액 110억 880만 유로(약 14조 8,256억 원²⁵⁾)의 28.5%를 점유함. 에데카(Edeka)는 2020년 전체 매출액의 26.2%를 점유함

▶ 지속가능한 소비 트렌드에 발맞추는 독일 하이퍼마켓/슈퍼마켓²⁶⁾²⁷⁾²⁸⁾

코로나19로 이동 및 외출이 제한되면서 하이퍼마켓/슈퍼마켓에서의 객단가가 크게 증가하였으며, 이는 과일스낵 소비량에도 영향을 미침. 특히 이전과는 달리 계산대 근처에서의 충동구매는 줄어들었고 온라인 구매, 대용량 및 멀티팩 제품의 수요가 증가했으며, 유기농/비건/프리미엄화가 눈에 띄게 나타남. 특히 유기농 및 비건 제품의 경우 지속가능성을 필두로 하는 가치 소비나 신념 소비가 주요 구매 요인으로 자리 잡게 되면서 유기농 및 비건 식품 전문 매장뿐만 아니라 할인점 알디(Aldi)나 레베, 에데카와 같은 대형 유통업체에서도 유기농 및 비건 자체상표 상품군을 출시 및 확대하고 있음. 이에 일반 식품과 유기농 식품의 가격차가 줄어드는 한편, 프리미엄 자체상표 상품의 출시 또한 주요 트렌드임

[표 4.2] 독일 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20) ²⁹⁾	산하 주요 브랜드
1	레베 (REWE)	28.5%	레베(REWE), 레베시티(REWE City), 레베나카우프(REWE Nahkauf)
2	에데카 (Edeka)	26.2%	에데카(Edeka), 레알(Real)
3	카우프란트 (Kaufland)	16.7%	카우프란트 (Kaufland)
4	알나투라 (Alnatura)	0.7%	알나투라 (Alnatura)
5	클라스 (Klaas)	0.7%	케이+케이마트 (K+K Markt)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

25) 1유로=1,346.79원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

27) 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in Germany Country Report」, 2021.07

28) 한국농수산물유통공사(at), 「유럽의 식품시장 트렌드」, 2020.09

29) 독일 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 드럭스토어

▶ 독일 주요 드럭스토어, 데엠드로게리마켓 및 더크로스만

독일 주요 드럭스토어 기업 데엠드로게리마켓은 2020년 독일 드럭스토어 전체 매출액 750억 3,100만 유로(약 101조 510억 원)의 9.8%를 점유했으며, 더크로스만(Dirk Rossmann)은 전체 매출액의 8.0%를 점유함

▶ 변화된 소비자 행동에 적극적으로 대응하는 독일 기업들³⁰⁾

코로나19 감염 우려로 독일 내 대다수 소비자들이 온라인 소비를 시작했으며, 원스톱 쇼핑 트렌드가 확산됨. 이중 건강보조식품이나 비타민, 일반의약품의 경우 드럭스토어가 아닌 하이퍼마켓/슈퍼마켓에서 다른 식료품과 함께 구입하는 경우가 많아져 드럭스토어 업계 매출 하락에 큰 영향을 미침. 이에 드럭스토어 업계는 자신들의 온라인 매장 편의성 보강 및 온오프라인 연계 전략 등 옴니채널형 운영에 뛰어들며 변화한 소비자 행동에 대응하며 매출 손실을 다소 보전할 수 있었음. 옴니채널형 운영은 추후 드럭스토어 업계의 필수적인 운영 전략으로 자리잡을 것으로 전망되며, 이외에도 가격 민감도가 높아진 상황을 고려하여 다양한 프로모션 및 할인 행사가 이어질 것으로 보임

[표 4.3] 독일 주요 드럭스토어 업체

순번	기업명	드럭스토어 매출액 점유('20) ³¹⁾	산하 주요 브랜드
1	데엠드로게리마켓 (dm-Drogerie Markt)	9.8%	데엠 (Dm)
2	더크로스만 (Dirk Rossmann)	8.0%	로스만 (Rossmann)
3	뮐러한델스 (Müller Handels)	4.0%	뮐러 (Müller)
4	파퓌메리더글라스 (Parfümerie Douglas)	1.3%	더글라스 (Douglas)
5	필만 (Fielmann)	1.0%	필만 (Fielmann)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

30) 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Germany Country Report」, 2021.03

31) 독일 드럭스토어 점유율 부문 상위 5개 기업

3) 유기농매장

유기농 채식 전문 슈퍼마켓 비건즈



사진자료: 비건즈

▶ 독일 주요 유기농매장, 덴스비오마트와 알나투라

독일 유기농 식품 유통은 일반 하이퍼마켓/슈퍼마켓과 유기농매장으로 분할됨. 주요 유기농 식품 전문매장에는 덴스비오마트(Denn's Biomarkt)와 알나투라(Alnatura) 등이 있음

▶ 일상으로 자리 잡은 지속가능성과 독일 유기농 식품 시장의 성장³²⁾³³⁾³⁴⁾

가치 소비의 대표적 키워드인 지속가능성과 채식주의는 독일의 보편적 사회 현상으로 자리를 잡았음. 독일 소비자들은 일상 속 소비 시 지속가능성을 주요 구매요인으로 고려하고 있으며, 이는 유기농 식품 구매 시에도 동일하게 적용됨. 또한 독일은 유럽에서 가장 큰 유기농 시장을 소유한 국가로, 채식주의자의 수는 2016년 이후 100% 증가했으며, 2020년 유기농 식품 매출액은 149억 9,000만 유로(약 20조 1,884억 원) 규모를 달성함. 특히나 이러한 높은 수요를 내수로 충당하기 어려운 유기농 식품에 대해서는 수입에 의존하고 있다는 점, 그리고 공공기관 내 유기농 식품 비율 증진 계획 등을 독일 정부 차원에서 추진하고 있는 점은 주목할 만함

[표 4.4] 독일 주요 유기농매장

순번	기업명	설립 연도	매장 수('20)
1	덴스비오마트(Denn's Biomarkt)	1996년	400개
2	알나투라(Alnatura)	1984년	135개
3	비오컴파니(Bio Company)	1999년	63개
4	레폼하우스(Reformhaus)	1887년	약 800개
5	비건즈(Veganz)	2011년	3개
6	나투어코스트(Naturkost)	1981년	(-)

자료: 기업 홈페이지, 스탯티스타(Statista)

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

33) 식품음료신문, 「독일, 유기농 식품 및 대체육 소비 급증」, 2021.11

34) 스탯티스타(Statista), 「Revenues from organic foods in Germany from 2000 to 2020」, 2021.02

4) 온라인

▶ 독일 주요 온라인 유통채널, 아마존과 레베

독일 주요 온라인 유통채널은 아마존(Amazon)은 2020년 온라인 유통채널 전체 매출액 745억 7,100만 유로(약 100조 4,315억 원)의 13.8%를 점유했으며, 레베(REWE)는 전체 매출액의 10.7%를 점유함

▶ 독일 온라인 쇼핑몰 이용량, 코로나19 이후 100% 이상 증가³⁵⁾³⁶⁾³⁷⁾

독일 이커머스 시장규모는 2020년 31.4% 증가했으며, 독일 소비자들의 온라인 식료품 주문 또한 코로나19 확산 이후 100% 이상 증가함. 다만 유럽 소비자 대다수는 본인이 구매할 식품을 직접 확인하는 것을 원하는 경향이 강하므로 코로나19 종식 이후 이전의 소비패턴으로 돌아갈 가능성이 비교적 높고, 더 나아가 독일의 경우 이커머스 시장이 타 서유럽 국가 대비 초기 단계라는 점과 한정된 배송 가능 지역 등이 성장 방해 요인으로 꼽히고 있음

독일 온라인 식품 시장은 비건, 유기농, 밀키트, 주류 등 특화된 업체 위주로 발달한 것이 특징이며, 최근 지역 기반 온라인 식료품 배송 스타트업 출범이 이어지고 있음. 코로나19로 비대면 생활이 이어지며 독일을 비롯한 유럽 이커머스 시장의 성장세가 두드러지고 있으나, 유럽 시장 진출 시 고려해야 하는 통관 및 배송 관련 규정이 다수 존재하므로 이에 대한 철저한 대비가 필요함

[표 4.5] 독일 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유(*20) ³⁸⁾	산하 주요 브랜드
1	아마존 (Amazon)	13.8%	아마존 (Amazon)
2	레베 (REWE)	10.7%	레베 (REWE)
3	오토 (Otto)	3.5%	오토 (Otto)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

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

36) 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-Commerce in Germany」, 2021.03

37) 한국농수산물유통공사(at), 「유럽 식품유통 온라인 플랫폼 운영현황 및 시사점」, 2021.07

38) 독일 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

1. 독일 건조과일칩 주요 온라인 유통채널
2. 독일 건조과일칩 주요 오프라인 유통채널

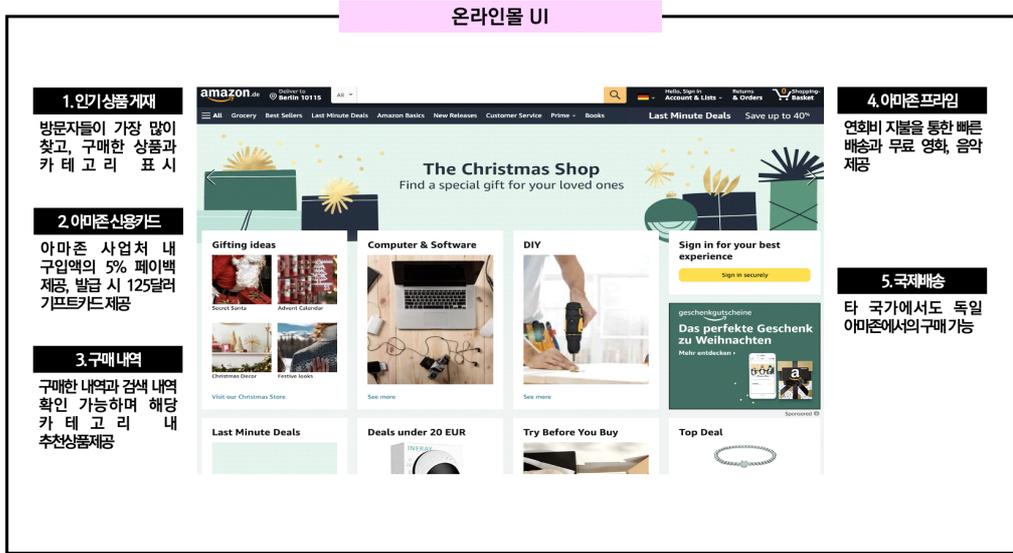
1. 독일 건조과일칩 주요 온라인 유통채널 ① 아마존

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)		
	홈페이지	www.amazon.de		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)		4억 9,130만 회
		앱다운로드수('20)		(-)
순매출('20)		179억 8,200만 달러(약 21조 317억 원 ³⁹⁾)		
운영방식	온라인마켓			
매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	라알푸하라(La Alpujarra), 비오조이(Biojoy)	
		해외 판매	해외판매 가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	시즌별 할인, 한정 기간 할인, 카테고리별 할인, 기프트 카드 제공 등 다양한 프로모션 상시 진행			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 통해 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 'Geld verdienen mit Amazon' 카테고리 'jetzt verkaufen' 클릭 - 아마존 판매자 포털 Amazon Seller Central 접속 - 포털 가입 후 입점 절차 진행 (services.amazon.com/services/soa-approval-category) - 등록 정보 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) 공급 제품 정보(UPC/EAN 보유 여부, 제품종류, 예상 매출액, 판매 입고량) • 입점 문의 후 등록 (services.amazon.de/service/kontaktieren-sie-uns.html) <ul style="list-style-type: none"> - 정보 기입 후 입점 사항 논의 후 진행 - 홈페이지 기입 정보 (제품군, 예상판매액, 회사정보 등) • 기타 주의사항 <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 행동강령 및 소비자에 대한 식품 관련 정보 제공에 관한 EU 규정 준수 - 식료품을 포함한 10개 카테고리에 대한 제품은 승인절차를 거쳐야 입점 가능 		

자료: 아마존(Amazon) 독일, 시밀러웹(Similarweb), 이커머스디비(ecommerceDB)

사진 자료: 아마존(Amazon) 독일

온라인몰 UI ①



- 1. 인기 상품 개제**
방문자들이 가장 많이 찾고, 구매한 상품과 카테고리 표시
- 2. 아마존 신용카드**
아마존 사입처 내 구입액의 5% 페이백 제공, 발급 시 125달러 기프트카드 제공
- 3. 구매 내역**
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리 내 추천상품 제공

- 4. 아마존 프라이م**
연회비 지불을 통한 빠른 배송과 무료 영화, 음악 제공
- 5. 국제 배송**
타 국가에서도 독일 아마존에서의 구매 가능

세부 검색 중 배송국가나 옵션을 특정하여 검색 가능

온라인몰 UI ②



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

자료: 아마존(Amazon) 독일
사진 자료: 아마존(Amazon) 독일

39) 1달러=1,169.60원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁴⁰⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격 ⁴¹⁾	용량	이미지
1	건조과일	라알푸하라 (La Alpujarra)	게트로크네테파이겐 (Getrocknete Feigen) *무화과, 설탕무첨가	스페인	16.99유로 (약 2만 2,882원)	500g * 4개입	
2	건조과일 칩	비오조이 (Biojoy)	비오코코스칩스 (Bio Kokos chips) *코코넛, 유기농 인증, 설탕무첨가	독일	16.99유로 (약 2만 2,881원)	1kg	
3	건조과일	해피벨리 (Happy Belly)	트로켄프루흐트믹스 (Trockenfrucht Mix) *배, 파인애플, 자두, 살구, 사과	독일	15.39유로 (약 2만 727원)	200g * 7개입	
4	멀티팩	게누스포르트라이트 (Genussportrait)	비오뉘세트트로켄프루히테젤렉션 (Bio Nüsse Trockenfrüchte Selection) *망고, 파인애플, 크랜베리, 사과, 바나나 *그 외: 캐슈넛, 아몬드	오스트리아	19.9유로 (약 2만 6,801원)	285g	
5	멀티팩	쥘스운트클레버.데 (süssundclever.de)	비오세트:트로켄프루히테 -엑소틱 (Bio Set: Trockenfrüchte-Exotic) *바나나, 파파야, 골든베리, 파인애플, 용과, 잭푸르트, 유기농	독일	23.9유로 (약 3만 2,188원)	100g * 6개입	
6	멀티팩	말라튀아 파차리팔란치 (Malatya Pazarı Palanci)	게트로크네테프루히테믹스 (Getrocknete Früchte Mix) *살구, 자두, 사과, 골든베리, 멀베리, 복숭아, 건포도, 설탕무첨가	터키	11.95유로 (약 1만 6,094원)	275g	
7	건조과일 칩	메어바흐&로제 (MeerBach& Rose)	에르트베렌 게프리르게트로크넛 (Erdbeeren gefriergetrocknet) *딸기, 동결건조, 설탕무첨가	독일	21.9유로 (약 2만 9,494원)	300g	

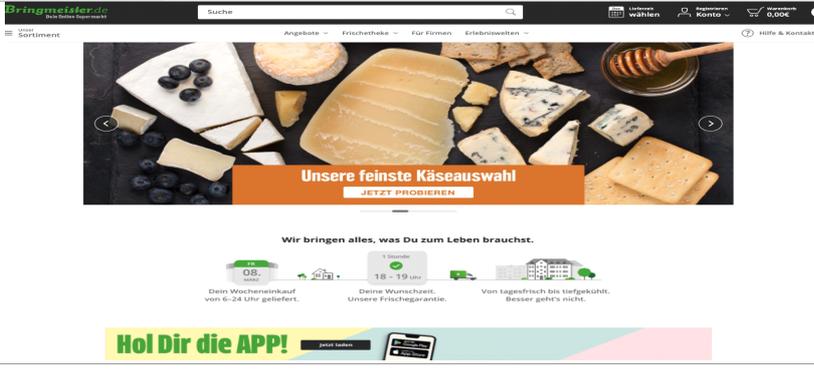
자료: 아마존(Amazon) 독일

사진 자료: 아마존(Amazon) 독일

40) 조사일(2021.12.26.) 기준 아마존(Amazon) 독일 건조과일칩 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

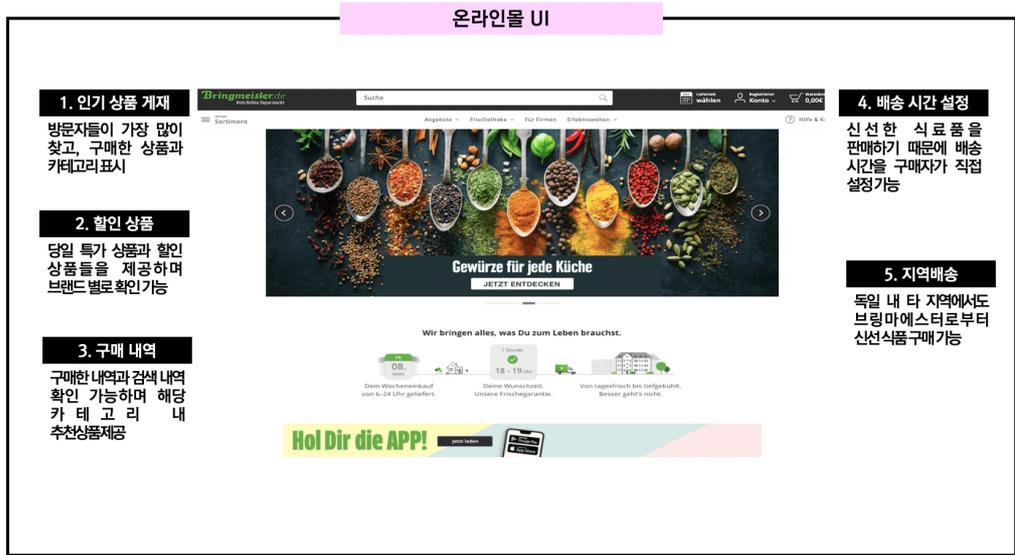
41) 1유로=1,352.12원(2021.11.01.), KEB 하나은행 매매기준율 적용

② 브링마이스터

기업 기본 정보	기업명	브링마이스터(Bringmeister)		
	홈페이지	www.bringmeister.de 		
	업태	온라인 식품 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	36만 회	
		앱다운로드수('20)	1만 회 미만	
판매액('20)		6,620만 달러(약 774억 원)		
	운영방식	온라인몰		
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	알나투라(Al Natura), 파머스스낵(Farmer's Snack)	
		해외 판매	해외 배송 불가	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	<p>시즌별 할인 행사, 배송 어플 및 자사 어플 관련 할인 행사 등 다양한 프로모션 상시 진행</p>			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol 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, 소비자 가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: kundenservice@bringmeister.de - 전화: +49-30-8093-25410 		

자료: 브링마이스터(Bringmeister), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower), 이커머스디비(ecommerceDB)
사진 자료: 브링마이스터(Bringmeister)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 옵션 (유기농, 채식)을 선택하여 주문 가능
신선 식품 및 피크닉용 큐레이션 서비스 제공

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송 시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 브링마이스터(Bringmeister)
사진 자료: 브링마이스터(Bringmeister)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁴²⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	건조과일 칩	엑스오엑스 (XOX)	크누슈프리게애플칩스 (knusprige Apfel Chips)	(-)	2.75유로 (약 3,704원)	100g	
2	건조과일 칩	제베르거 (Seeberger)	다텔른엔트슈타인트 (Datteln entsteint) *대추야자	독일	2.55유로 (약 3,434원)	200g	
3	건조과일 칩	알나투라 (Alnatura)	비오망고슈튀케 (Bio Mango Stücke) *망고, 유기농	부키나파소	2.55유로 (약 3,434원)	100g	
4	건조과일 칩	파머스스낵 (Farmer's Snack)	코코스-칩스 (Kokos-Chips) *코코넛 우유에 끓인 후 말린 제품	서아프리카	2.19유로 (약 2,949원)	100g	
5	건조과일 칩	제베르거 (Seeberger)	조프트다텔른엔트슈타인트 (Soft Datteln entsteint) *대추야자	독일	2.55유로 (약 3,434원)	200g	
6	건조과일 칩	에데카 (EDEKA)	비오줄타니넨 (Bio Sultaninen) *건포도, 유기농	독일	1.39유로 (약 1,872원)	200g	
7	건조과일 칩	알나투라 (Alnatura)	비오바나넨칩스 (Bio Bananen Chips) *바나나, 유기농	필리핀	1.35유로 (1,818원)	150g	

자료: 브링마이스터(Bringmeister)

사진 자료: 브링마이스터(Bringmeister)

42) 조사일(2021.12.26.) 기준 브링마이스터(Bringmeister) 건조과일칩 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

2. 독일 건조과일칩 주요 오프라인 유통채널 ① 레베

기업 기본 정보	기업명	레베(REWE)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.rewe.de			
	위치	콜론(Cologne)			
	규모	매출액('20)	753억 유로(약 101조 4,133억 원)		
기타 규모		<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('20): 약 3,600개 직원 수('20): 약 38만 3,900명⁴³⁾ 			
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 1926년 설립됨 레베(REWE) 그룹의 자회사로, 레베, 레베시티(REWE City), 레베센터(REWE Center) 등 3가지 종류의 매장 운영 자사 유기농 브랜드 레베비오(REWE Bio) 보유 상하이, 방콕, 홍콩 등 지역 구매 관리 본부를 통해 다양한 아시아 식품 수입 				
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성·남성	직업	직장인·주부
		연령대	30~50대	소득수준	중산층



방문매장 정보	영업시간	07:00~22:00		
	주소	Spiegelbergstraße 71, 55283 Nierstein		
	상권	라인-마인 지역인 니르슈타인에 위치해있어 대다수 소비자들의 경제적 여건이 평균 이상이며, 해당 매장 주 이용객은 독일 로컬 소비자임		
	VMD	취급 브랜드	레베베슈테발(Rewe Beste Wahl), 파머스스낵(Farmer's Snack)	
		진열 방식	카테고리별 진열	
매장 전경				

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 이메일 또는 유선 연락을 통한 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 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: support@supplier.rewe-group.com - 전화번호: +49-221-149-0
-------------	---------------------	---

자료: 레베(REWE)

사진 자료: 레베(REWE) 현지 매장 방문조사

매대 제품 배치 현황



주력 입점 제품



독일 레베 현지 매장에서는 방문 당시 아시아 소스류 제품은 취급 중이었으나, 건조과일 품목에서는 한국 및 아시아산 제품을 취급하고 있지는 않았음. 건조과일 및 건조과일칩 제품은 견과류 제품과 함께 비치되어 있었으며, 파우치에 포장된 제품이 대다수였고, 유기농 인증을 받은 제품도 다수 존재함. 건조과일의 재료는 살구, 대추야자, 자두 등 다양했음. 과일을 통으로 건조한 제품 외에도 건조과일이 포함된 단백질 초콜릿 볼이라든가 건조과일과 견과류 제품이 믹스된 제품 등 건조과일을 활용한 다양한 제품이 판매되고 있었음

자료: 레베(REWE) 현지 매장 방문조사
사진 자료: 레베(REWE) 현지 매장 방문조사

43) 레베그룹(REWE Group) 리테일 부문 전체 직원 수로, 레베 외에 나카우프(Nahkauf), 페니(Penny) 등의 직원이 포함됨

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	건조과일 칩	레베베슈테발 (Rewe Beste Wahl)	프루흐티게망고 슈트라이펜게트로크넛 (Fruchtige Mangostreifen Getrocknet)	독일	2.29유로 (약 3,084원)	100g	
2	건조과일	파머스스낵 (Farmer's Snack)	아프리카제 (Aprikose) *살구, 유기농 인증	터키	2.99유로 (약 4,027원)	200g	
3	건조과일	파머스스낵 (Farmer's Snack)	파이게나투어베라센 (Feige Naturbelassen) *무화과	터키	2.99유로 (약 4,027원)	200g	
4	건조과일	파머스스낵 (Farmer's Snack)	다타이나투어베라센 (Dattei Naturbelassen) *유기농 인증, 대추야자, 패밀리팩	튀니지	5.29유로 (약 7,125원)	500g	
5	건조과일	파머스스낵 (Farmer's Snack)	카나디셰크랜베리간제베렌 (Kanadische Cranberry Ganze Beeren) *유기농 인증	캐나다	3.49유로 (약 4,700원)	200g	
6	건조과일	파머스스낵 (Farmer's Snack)	아나나스간제링게 (Ananas Ganze Ringe) *유기농 인증, 파인애플	독일	2.99유로 (약 4,027원)	120g	
7	건조과일 칩	클라젠비오 (Clasen Bio)	망고게트로크넛 (Mango Getrocknet) *유기농 인증	독일	3.79유로 (약 5,104원)	150g	
8	건조과일 칩	레베비오 (Rewe Bio)	바나넨칩스 (Bananenchips) *유기농 인증	독일	1.99유로 (약 2,680원)	300g	

자료: 레베(REWE) 현지 매장 방문조사

사진 자료: 레베(REWE) 현지 매장 방문조사

② 에데카

기업 기본 정보	기업명	에데카(Edeka)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.edeka.de			
	위치	베를린(Berlin)			
	규모	매출액('20)	610억 유로(약 82조 1,542억 원)		
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('20): 약 1만 1,110개 직원 수('20): 약 40만 2,000명 		
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 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> 이메일: info@edeka.de 전화: +49-49-40-63-77-0 			

자료: 에데카(Edeka)

사진 자료: 드림스타임(Dreamstime), 에데카(Edeka), 옥타라이트(Oktalite)

③ 데엠

기업 기본 정보	기업명	데엠(Dm)		
	기업구분	드럭스토어		
	홈페이지	www.dm.de		
	위치	칼스루에(Karlsruhe)		
	규모	매출액('20)	123억 유로(약 16조 5,655억 원) ⁴⁴⁾	
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 직원 수('21): 4만 2,663명 매장 수('21): 2,096개 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 1973년 설립되었으며 현재 유럽 내 13개국에서 운영 중 2020년 기준 전년 대비 매출이 약 6.5% 증가 레베(REWE) 그룹에서 운영하는 포인트 시스템인 페이백(Payback) 제휴사 유기농 브랜드인 데엠비오(Dm Bio)를 포함하여 28가지의 자체 브랜드를 통해 약 3,000여 가지의 상품 제공 중 			
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> 일반 의약품, 건강보조식품, 유아용 식품 및 의류, 스낵류, 식사대용식, 화장품 등 		
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> 가격 경쟁력이 있는 제품, 유기농/채식/친환경 제품, 브랜드 제품 		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 문의 (cs.dm.de/csp?id=dm_contact_formular) - 홈페이지 기입 정보 (이름, 이메일 주소, 연락처, 문의 내용 등) 이메일 또는 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: ServiceCenter@dm.de - 전화: +49-721-55-92-0 		

자료: 데엠(Dm)

사진 자료: 데엠(Dm), 데엠(Dm) 페이스북 페이지

44) 2020년 유럽 지역 통합 매출액임

④ 로스만

기업 기본 정보	기업명	로스만(Rossmann)	
	기업구분	드럭스토어	
	홈페이지	www.rossmann.de	
	위치	베를린(Berlin)	
	규모	매출액('20)	103억 5,000만 유로(약 13조 9,393억 원) ⁴⁵⁾
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 직원 수('20): 약 5만 6,300명 매장 수('20): 약 4,244개 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 1972년 설립되었으며 현재 유럽 내 8개국에서 운영 중 로스만가(Rossmann family)가 운영하는 오너경영회사이며, 글로벌 드럭스토어 기업인 에이에스왓슨그룹(AS Watson Group)이 약 40%의 주식을 소유하고 있음 유기농 브랜드인 에네르비오(EnerBio)를 포함하여 29가지의 자사 브랜드를 통해 약 4,600여 가지의 제품 제공 중 		
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> 건강보조식품, 스낵류, 주류, 일반의약품, 신선 식품, 위생용품, 애완용품, 화장품 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> 가격 경쟁력이 있는 제품, 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 왼쪽 상단 'Company' 클릭 후 'Kontakt' 클릭하여 아래 주소 접속 (unternehmen.rossmann.de/kontakt) 'Herstellernfragen/producer requests' 클릭하여 전체 연락 정보 확인 가능 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> 이메일(로스만 PB 제품 희망 시): privatelabel@rossmann.de 이메일(로스만 매장 내 입점 희망 시): kauf@rossmann.de 	

자료: 로스만(Rossmann)

사진 자료: 로스만(Rossmann), 아르노(Arno)

⑤ 알나투라

기업 기본 정보	기업명	알나투라(Alnatura)		
	기업구분	유기농매장		
	홈페이지	www.alnatura.de		
	위치	베를린(Berlin)		
	규모	매출액('20)	약 10억 770만 유로(약 1조 3,572억 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 2019년 기준 독일 내 유기농 식품 유통의 약 7%를 점유함 		
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 유제품, 소스류, 빵류, 냉동식품, 견과류, 스낵류, 이유식류 등 		
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> 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: +49-6151-356-6000 이메일: info@alnatura.de 		

자료: 알나투라(Alnatura), 한국농수산물유통공사(aT)

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

⑥ 비건즈

기업 기본 정보	기업명	비건즈(Veganz)		
	기업구분	유기농매장		
	홈페이지	www.vegan.de		
	위치	베를린(Berlin)		
	규모	매출액('20)	2,584만 유로(약 348억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('20): 3개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2011년 설립된 유럽의 첫 비건 슈퍼마켓 체인점임 • 400여개의 비건 식품 자체개발 • 유럽 내 냉동 비건 즉석 식품의 수요 증가로 비건즈(Veganz)사의 '베어두라(Verdura)' 야채 피자는 2020년 150만 장이 판매되기도 함 • 제품의 75%가 유기농 인증 제품임 			

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 <ol 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), 리얼푸드(REAL FOODS)

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

VI. 진입장벽

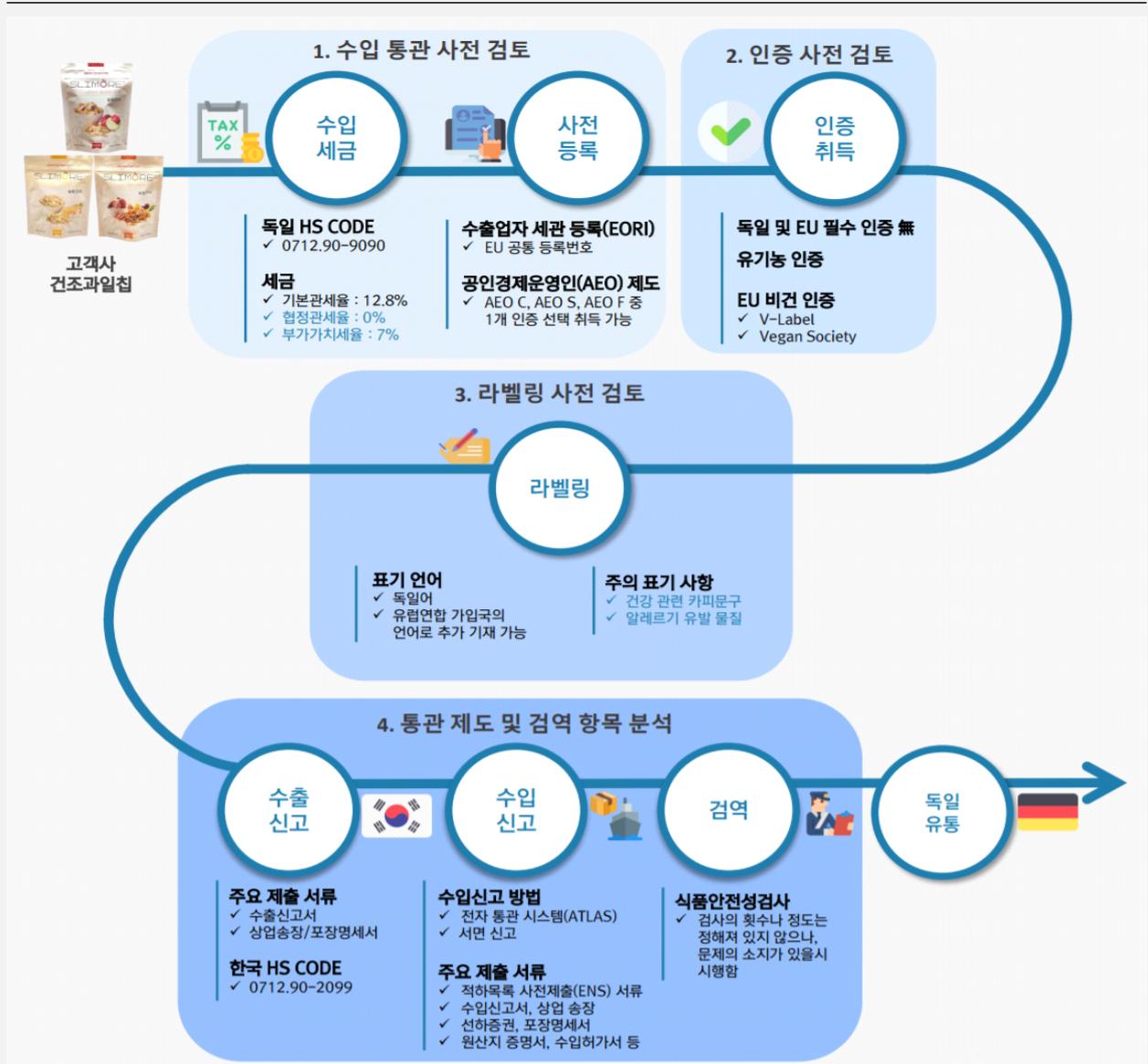
1. 독일 건조과일칩 통관 및 검역 절차
2. 독일 건조과일칩 품질 인증
3. 독일 건조과일칩 라벨링
4. 독일 건조과일칩 성분 및 유해물질

1. 독일 건조과일칩 통관 및 검역 절차⁴⁶⁾

▶ 독일 건조과일칩 수출 시, 수출업자 세관등록 필수

독일에 식품 수출 시 수출업자 세관등록이 필요하며, 발급된 등록번호는 EU 공통 등록번호로 다른 EU 국가에서도 사용 가능함. EU 식품 위생 규정, 라벨링, 통관 검역 등에 관한 규정이 강화추세이므로 현지 긴급 검역, 검사 강화, 통관지연을 방지하기 위해 수출 전 철저한 규정 숙지와 준비가 필요함

[표 6.1] 독일 건조과일칩 통관 검역 절차



자료: 관세청, EU 법령포털(EUR-LEX), 「Regulation(EC) No 2204/99」

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

2. 독일 건조과일칩 품질 인증

▶ 독일 건조과일칩, 필수 인증 無

독일로 건조과일칩 수출 시 필수적으로 받아야 하는 인증은 없음. 다만, EU의 유기농 인증과 독일 환경청의 유기농 인증을 받을 수 있음. 독일의 비건 공식 인증은 존재하지 않으나 과학적인 정보를 기반으로 오해를 불러일으키지 않는 한도 내에서 자율적으로 이에 관한 표기가 가능함. 독일 식품 농업부는 2025년까지 공공시설의 유기농 점유율을 20%까지 증가하는 등 친환경 장려 정책을 추진 중임. 또한 유럽의 식품업체는 여러 민간인증기관을 통해 비건과 유기농 로고를 부여받고 부착하는 상황이므로 글로벌 인증을 받아 활용하는 것을 권장함

[표 6.2] 독일 건조과일칩 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	영국 소매업 협회 (BRC, British Retail Consortium Standard) 지정 인증기관	
비건 소사이어티 (The Vegan Society Trademark)	비건 식품 생산 인증	글로벌 공통 인증	영국 비건 협회 (The Vegan Society) 또는 영국 비건 협회 한국 에이전트	
브이라벨 (V-Level)	비건 식품 생산 인증	글로벌 공통 인증	유럽 채식주의 협회 브이라벨 공식 홈페이지	

자료: 각 인증기관

▶ 독일 건조과일칩, 포장재 안정성 확인

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

[표 6.3] 식품 포장재와 관련된 유럽 플라스틱 지침

규정	<ul style="list-style-type: none"> Directive (EU) 2019/904
정의	<ul style="list-style-type: none"> 플라스틱 : 천연 폴리머를 제외한 첨가제나 Regulation (EC) No 1907/2006의 3조 5항에 정의된 폴리머로 구성된 재료 일회용 플라스틱 제품 : 전체 또는 일부가 플라스틱으로 만들어지고 재활용을 위해 생산자에게 반납되어 수명이 다할 때까지 여러 차례 순환하도록 고안 또는 설계되지 않은 제품 어구 : 어업 또는 양식업에 사용되어 해양 생물 자원을 포획하거나 그와 관련된 모든 장비 산화분해성 플라스틱 : 산화를 통해 플라스틱 재료를 미세 조각으로 분해하거나 화학적 분해를 일으키는 첨가제를 포함하는 플라스틱 재료 생분해 플라스틱 : 물리적, 생물학적 분해를 거쳐 최종적으로 이산화탄소, 바이오매스 및 물로 분해될 수 있는 플라스틱. 유럽 포장 표준에 따라 퇴비화 또는 혐기성 소화를 통해 회수될 수 있음
지침 지정품목	<ul style="list-style-type: none"> 면봉 막대 식품 용기 음료 컵 (뚜껑 포함) 식기 도구, 접시, 빨대, 음료 젓는 막대 풍선, 풍선 막대 판매용 음료 용기 (겉 포장지와 뚜껑 포함) 담배꽂초 비닐봉지 포장물 및 포장지 물티슈, 위생용품

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

[표 6.3] 유럽 플라스틱 포장재 규제 사항

규정 목록	<ul style="list-style-type: none"> • 제4조 일회용 플라스틱 소비 저감 • 제5조 시판(시장 출시) 제한 • 제6조 제품 요구사항 • 제7조 제품 표시 요건 • 제8조 생산자 책임확대 • 제9조 분리수거 강화 • 제10조 소비자 인식 제고 조치
주요사항	<ul style="list-style-type: none"> • 회원국은 일회용 플라스틱, 산화분해성 플라스틱 소재의 제품을 시판하는 것이 금지됨 • 시장에 대체품이 나와 있는 제품들을 선별하여 시장 출시를 금지하고 있음 • 플라스틱 쓰레기를 줄이기 위해 소비자에게 정보를 제공하고 책임 있는 소비자 행동을 장려하도록 지정품목에 대한 조치를 취해야 함 • 일회용 플라스틱 제품의 적절한 폐기물 관리 방법, 그 제품이 피해야 하는 폐기물 처리방법, 제품의 플라스틱 함유 여부, 해당 제품을 쓰레기로 버리거나 다른 부적합한 폐기물 처리방법을 사용하는 경우 자연환경에 미치는 부정적인 영향에 대해 소비자가 알 수 있도록 눈에 띄고, 자연스럽게 읽을 수 있으며, 지워지지 않도록 표시해야 함

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

3. 독일 건조과일칩 라벨링

[표 6.4] 독일 건조과일칩 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 필요할 때, 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name)을 사용해야 함
	2. 원재료명	<ul style="list-style-type: none"> • 원재료에서 차지하는 중량 비율이 높은 순서대로 백분율과 함께 표시할 것 • 면의 경우, ‘면’ 문자 다음에 괄호를 붙여 ‘밀가루’, ‘메밀’, ‘달걀가루’, ‘소금’ 등 가장 일반적인 이름으로 표시할 것 • 스프 및 조미료의 경우, ‘닭고기 추출물’, ‘간장’, ‘향신료’, ‘파’ 등 가장 일반적인 이름으로 표시해야 함 • 완제품의 5% 이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재할 것 • 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기해야 함 • 알레르기 유발 성분은 강조해서 표기해야 함
	3. 첨가물	<ul style="list-style-type: none"> • 가공 보조제, 캐리-오버(원료에서 이행된 식품첨가물)에 해당하는 첨가물은 표시 생략 가능함 • 중량 비율이 높은 순서대로 표시할 것
	4. 내용량	<ul style="list-style-type: none"> • 무게 단위로 ‘킬로그램’ 또는 ‘그램’으로 표시해야 함 • 부피 단위는 ml(밀리리터), cl(센티리터), l(리터) 중 하나를 표시할 것
	5. 보관방법	<ul style="list-style-type: none"> • 제품이 특별한 보관 상태 또는 사용 상태를 요구할 때는 이러한 상태를 명시해야 함 • 필요한 경우, 개봉 후 적절한 보관방법과 소비를 위한 제한 시간을 함께 기재해야 함
	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 기재해야 함 • 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 없어 적절한 식품의 사용이 불가능한 경우에는 사용법을 명시하여 소비자들이 제품을 적절히 사용하도록 할 것

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

[표 6.4] 독일 건조과일칩 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	8. 사업자 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 정보 제공에 책임이 있는 회사명을 기재하는 것을 원칙으로 해야 함 • 만일 그 회사가 유럽연합 내에 설립된 것이 아니라면 유럽연합 영내로 수입하는 수입업체를 기재할 것
	9. 영양 정보	<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 • 영양 정보는 100g 또는 100ml 기준으로 표기할 것
	10. 유통기한	<ul style="list-style-type: none"> • 섭취기한 : Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 ‘일, 월, 연도’ 기재할 것 • 최소보존일 : Use by와 같은 문구와 함께 ‘일, 월, 연도’를 기재할 것
	11. 알레르기 유발물질	<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 제품 성분 리스트에 포함할 것 • 다른 성분들과 구분하여 강조할 때는 ‘Contains’라는 표현 다음에 알레르기 항원 인자 성분을 표기할 것
	12. 제조 번호 (Lot 번호)	<ul style="list-style-type: none"> • 동일한 조건에서 생산, 제조, 포장된 동일 식품군에 속한 판매 개체들의 총체로, 소비자가 사전포장 식품 원산지를 추적할 수 있게 함 • 다른 라벨 문구들과 분명하게 구분되는 경우를 제외하고 L로 시작되어야 함 • 단, 유통기한이 라벨에 표시된 경우 제조 번호는 의무 기재사항이 아님
	13. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> • 독일어로 표기되어야 하며, 여러 언어의 병기도 가능함 • 스티커 형태의 라벨 부착이 가능함 • 유럽연합 가입국의 언어로도 추가 기재가 가능함
	14. 글자 크기	<ul style="list-style-type: none"> • 글자 크기는 최소 1.2mm 이상이어야 함 • 단, 제품 면적이 80cm² 미만의 경우 글자 크기는 최소 0.9mm 이상이어야 함

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

▶ 독일 건조과일칩 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 독문]

- ① Rewe Beste Wahl
- ② fruchtige Mangostreifen
- ③ getrocknet
- ④ Exotischer Fruchtgenuss
- ⑤ Serviertvorschlag
- ⑥ Nutri-score : C
- ⑦ rewe.de/nutri-score
- ⑧ 100g

[앞면 - 국문]

- ① 레베 베스테 발
- ② 과일 망고 스트립
- ③ 건조
- ④ 이국적인 과일 즐기
- ⑤ 조리예시
- ⑥ 영양-점수 : C
- ⑦ rewe.de/nutri-score
- ⑧ 100g

[뒷면 - 독문]

- ① Rewe Beste Wahl
- ② getrocknete Mangostreifen
- ③ Mangostreifen, getrocknet

[뒷면 - 국문]

- ① 레베 베스테 발
- ② 말린 망고 스트립
- ③ 망고, 건조

④ Genießen Sie die fruchtigen REWE Beste Wahl Mangostreifen als Snack für zwischendurch, zum Kochen und backen oder zum Verfeinern von Müsli und Joghurt.

⑤ Zutaten :
- Mango getrocknet
- Antioxidationsmittel (Natriummetabisulfit)

⑥ Kann Spuren von Schalenfrüchten und Erdnüssen enthalten

⑦

Durchschnittliche Nährwerte	pro 100g
Energie	1,324kJ 313kcal
Fett	0.8g
davon gesättigte Fettsäuren	0.5g
Kohlenhydrate	68.9g
davon Zucker	63.2g
Eiweiß	2.0g
Salz	0.3g

⑧ Trocken lagern- Vor Wärme schützen.

⑨ Mindestens haltbar bis :
11-06-2022

⑩ L-36-06-0002479 10:51

⑪ Eurogroup Deutschland Gmbh
- Katzbergstr. 3 40764
Langenfeld, Deutschland

⑫ Fragen zum Produkt :
- qualitaetssicherung@rewe.de
- www.rewe.de/kontakt

⑬ 100g

⑭ 7
2325024-E4711

④ 레베 베스테 발의 과일이 풍부한 망고 스트립을 식사 사이 간식으로, 요리나 베이킹 시, 뮤슬리와 요거트에 더해 즐기세요.

⑤ 원재료명 :
- 건조 망고
- 항산화제 (메타중아황산나트륨)

⑥ 견과류와 땅콩이 함유되어 있을 수 있음

⑦

평균 영양 수치	100g당
열량	1,324kJ 313kcal
지방	0.8g
포화지방	0.5g
탄수화물	68.9g
설탕	63.2g
단백질	2.0g
소금	0.3g

⑧ 서늘하고 건조한 곳에 보관하세요.

⑨ 유통기한 :
2022년 11월 6일

⑩ L-36-06-0002479 10:51

⑪ 유로그룹 독일 유한회사
- 카츠버그스트. 3 40764
랑엔펠트 독일

⑫ 제품문의 :
- qualitaetssicherung@rewe.de
- www.rewe.de/kontakt

⑬ 100g

⑭ 플라스틱 분리배출 코드 7번
2325024-E4711

4. 독일 건조과일칩 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물 규정

EU는 (EC) No. 1333/2008 유럽 식품첨가물 규정을 통해 식품첨가물 기준치를 규정하고 상세하게 공시함. 고객사 건조과일칩에 적용되는 독일을 포함한 EU 국가의 식품첨가물 목록은 다음과 같음. 더욱 자세한 식품첨가물 목록은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 EUR-LEX 유럽 법제정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.5] 건조과일칩에 적용되는 독일 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품 유형
1	레시틴	Lecithin	GMP	말린 과일 및 채소
2	젤란검	Gellan Gum		
3	수산화칼륨	Potassium Hydroxide		
4	트리암모늄 시트레이트	Triammonium citrate		
5	자일리톨	Xylitol		
6	알파-토코페놀	α -Tocopherol		
7	메타중아황산나트륨	Sodium metabisulphite	200mg/l 또는 mg/kg ⁴⁷⁾	
8	메타중아황산칼륨	Potassium metabisulphite	600mg/l 또는 mg/kg ⁴⁸⁾	
9	이산화황	Sulfur dioxide	200mg/l 또는 mg/kg ⁴⁹⁾	
10	아황산수소나트륨	Sodium hydrogen sulfite	600mg/l 또는 mg/kg ⁵⁰⁾	

출처: 유럽연합법률(EUR-LEX), KATI농식품수출정보

47) 말린 토마토에서만 사용 가능

48) 말린 사과 및 배에서만 사용 가능

49) 말린 토마토에서만 사용 가능

50) 말린 사과 및 배에서만 사용 가능

▶ **유해물질**

독일을 포함한 EU 회원국들은 (EC) No. 2073/2005 식품의 미생물 규정과 (EC) No. 1881/2006 식품의 오염물질 규정에 따라 식품 내 존재하는 유해물질을 제한하고 관리하고 있음. 이 규정들을 준수한 식품만이 EU의 식품 시장에서 유통 가능하며, 하기 표는 고객사 제품에 적용되는 유해물질 규정임. 더욱 자세한 독일 유해물질 규정은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 유럽 식품첨가물 규정에서 확인 가능함

[표 6.6] 고객사 건조과일칩에 적용되는 독일 유해물질 기준

순번	유해물질명	영문명	최대허용수치	식품 유형
1	살모넬라	Salmonella	25.0g ⁵¹⁾	과일
2	대장균	E. coli	1,000.0cfu/g	
3	아플라톡신	Aflatoxins	10.0µg/kg	
4	오크라톡신 에이	Ochratoxin A	10.0µg/kg	
5	납	Lead	0.1µg/kg	

출처: 유럽연합법률(EUR-LEX), KATI농식품수출정보

51) 'Absence 25g'으로 표기되어 있음

▶ 알레르겐

독일은 인체에 해로운 영향을 끼칠 수 있는 특정 알레르기 유발물질을 함유한 식품에 대해 철저한 표기를 규정함. 특정 알레르기 유발물질을 함유한 식품은 반드시 라벨에 표기해야 함. 또한, 성분 대부분을 차지하는 비율 순서로 포장 라벨에 기록되어야 하며 소량이라도 반드시 표기해야 함. 알레르기 유발물질 보유 사실을 누락한 식품에 대해서는 경고 및 리콜 조치가 적용됨. 고객사 건조과일칩에 포함된 필수 표기 의무가 있는 알레르겐 물질은 없는 것으로 확인됨

[표 6.7] 독일 알레르겐 표시 기준

순번	표시 의무 여부	대상	건조과일칩 해당 여부
1	의무	글루텐을 포함한 곡물	-
2	의무	갑각류	-
3	의무	계란	-
4	의무	어류	-
5	의무	땅콩	-
6	의무	대두	-
7	의무	우유(유당포함)	-
8	의무	견과류	-
9	의무	셀러리	-
10	의무	겨자	-
11	의무	참깨	-
12	의무	이산화황	-
13	의무	루핀	-
14	의무	연체동물	-

출처: 유럽연합법률(EUR-LEX)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 케어 나뚜르코스트(CARE Naturkost GmbH & Co)

Interview ② 아구스트 토퍼(August Töpfer & Co. (GmbH & Co.) KG)

Interview ③ 코로(Koro)

독일(Japan) 인터뷰 대상 선정 인터뷰 대상 기업체 선정 · 수입 · 유통업체 ○	케어 나투르코스트 (CARE Naturkost GmbH & Co)	아구스트 토퍼 (August Töpfer & Co. (GmbH & Co.) KG)	코로(Koro)
	업태 ▶ 수입유통업체	수입유통업체	수입유통업체
취급 ▶			
	바나나칩	바나나칩	말린 사과 링
사진 자료: 각사 제품 판매 페이지			

독일(Japan) 수입·유통업체 인터뷰 요약			
고객사	독일 내 말린 과일칩 수요 및 시장 현황	고객사 제품 피드백	유통채널 및 홍보 전략
케어 나투르코스트 (CARE Naturkost GmbH & Co) ----- 수입·유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 말린 과일칩이 건강에 좋다는 인식으로 수요가 점점 증가하는 추세 대부분 독일 현지 브랜드 	<ul style="list-style-type: none"> 사과칩 선호 예상 15g 용량이 너무 작고 가격이 높은 편 플라스틱 파우치 적절 	<ul style="list-style-type: none"> 온라인: 15g용량을 묶음 상품, 또는 대용량(최대 1kg) 상품 추천 대형마트: 200g-1kg 용량 프리미엄 매장: 50g 가능
아구스트 토퍼 (August Töpfer & Co. (GmbH & Co.) KG) ----- 수입·유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 지난 5년간 말린 과일칩 총 매출이 연평균 10% 증가하며 계속 수요가 증가하는 중 원재료를 수입해 독일에서 패키징 후 독일 현지 브랜드로 판매됨 	<ul style="list-style-type: none"> 배칩 선호 예상 15g 용량이 너무 작고 가격이 높은 편 플라스틱 파우치 적절 	<ul style="list-style-type: none"> 온라인: 150-200g 상품 슈퍼마켓: 포장없이 벌크 현지 유통업체나 슈퍼마켓 채널과 파트너십 추천
코로(Koro) ----- 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> 말린 과일칩 수요는 높으며 계속 증가하는 추세 원재료를 수입해 독일에서 가공하는 방식이 대부분 	<ul style="list-style-type: none"> 배칩이나 사과칩 선호 예상 15g 용량 대비 높은 가격에 제품 차별성 느끼기 어려워 플라스틱 파우치 적절 건조 방식에 대한 상세 설명 필요 	<ul style="list-style-type: none"> 독일시장에 맞는 패키징 용량으로 고객사 브랜드 직접 판매 추천 SNS를 통한 홍보 전략
(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사			

Interview ① 케어 나뚜르코스트 (CARE Naturkost GmbH & Co)

52)

케어 나뚜르코스트 (CARE Naturkost GmbH & Co)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 1991년에 설립되어, 시텐센에 위치한 수입유통업체
 - B2B 형태로 수입하여 B2C 형태로 유통
 - 전세계 각국에서 오일, 코코넛 제품, 말린 과일, 기름종자, 감미료 등을 수입

담당자 정보

Sales Manager



케어 나뚜르코스트(CARE Naturkost GmbH & Co)

Sales Manager

Q. 독일 내 말린 과일칩의 수요와 시장 현황은 어떤가요?

독일에서 말린 과일칩이 수요는 점점 높아지고 있는 추세인데, 일반 칩 제품보다 건강에 좋은 것으로 인식되고 있기 때문입니다. 한국 말린 과일칩 브랜드에 대해서는 들어본 적은 없고, 대부분은 독일 현지 브랜드입니다.

Q. 100% 말린 과일 외에 프로폴리스나 유산균 등이 첨가된 과일칩도 있나요?

말씀하신 프로폴리스, 유산균과 같은 기능성분이 첨가된 과일칩은 시중에 없으며, 100% 과일로 된 제품입니다.

Q. 고객사 제품의 3가지 맛 중 어떤 맛이 가장 수요가 높을까요?

배칩, 사과칩, 방울토마토칩 순입니다. 사과가 독일 소비자들이 좋아하는 과일류이기 때문에 사과칩이 인기가 있을 것으로 생각합니다. 토마토는 칩 형태로는 인기가 있을 것 같지 않습니다.

Q. 고객사 제품은 1봉 15g으로, FOB가격은 1.47달러, 소비자 가격은 3,000원입니다. 포장 단위나 패키징은 독일에서 판매하기 적절한가요?

독일 소비자들은 집에서 과일칩을 많이 소비하기 때문에 포장 단위가 큰 용량(최대 1kg)을 선호합니다. 고객사 제품의 포장 단위(15g)는 너무 작고 용량에 비해 가격도 비싼 편입니다. 독일에서는 과일칩이 플라스틱 파우치나 종이 박스 패키징 형태로 많이 판매되고 있어 고객사의 지퍼백 타입의 플라스틱 파우치는 독일 시장에 적합합니다.

Q. 고객사 제품의 패키지 디자인은 독일 시장에서 경쟁력이 있을까요?

제품 디자인은 좋습니다만 원물 상태를 확인할 수 있도록 패키징이 투명해야 하며 독일어 라벨링이 필요합니다.

Q. 고객사 제품은 HACCP 인증을 보유하고 있는데 말린 과일칩 제품을 판매할 때 어떤 인증을 보유하면 좋을까요?

HACCP 인증은 독일 소비자들에게 친숙하지 않을뿐더러, 이 인증만으로는 충분하지 않습니다. 유기농 마크(Bio nach eg-öko-verordnung), 공정거래 인증, 바이오 EU 인증 등을 추천합니다.

Q. 고객사 제품(근적외선 NIR 건조 공법으로 만든 무색소, 무방부제, 무설탕 한국 천연식품)이 독일에서 수요가 있을까요?

말린 과일칩은 독일에서 건강에 좋은 식품이라는 인식이 있는데, 고객사 제품은 소비자들이 찾는 건강에 좋은 요소들을 갖추고 있어 소비자들의 수요가 있을 것이라고 생각합니다.

Q. 유통채널에 따라 제품 용량이나 패키징, 디자인을 다르게 하고 싶은데 현지화 전략을 어떻게 구상하면 좋을까요?

온라인에서는 15g짜리를 묶음 상품으로 여러 봉 판매하거나 대용량 제품(최대 1kg)을 판매하는 것을 추천합니다. 대형마트에서 판매한다면 200g-1kg 사이가 적합합니다. 프리미엄 매장이라면 최소 50g 용량도 가능할 것 같습니다.

Interview ② 아구스트 토퍼

(August Töpfer & Co. (GmbH & Co.) KG)

53)

아구스트 토퍼
(August Töpfer & Co.
(GmbH & Co.) KG

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 1912년에 설립된 함부르크 소재 수입 유통업체
 - B2B 형태로 수입하여 B2C 형태로 유통
 - 전세계 각국에서 유기농 제품, 말린 과일, 견과류, 당밀, 감자 제품, 사료 등을 수입

담당자 정보

Retail Director



아구스트 토퍼(August Töpfer & Co. (GmbH & Co.) KG)

Retail Director

Q. 독일 내 말린 과일칩의 수요와 시장 현황은 어떤가요?

지난 5년(2016-2021년) 동안 독일 말린 과일칩의 총 매출은 연평균성장률 10%를 기록했고, 2021년 말린 과일 판매량이 1억 1,100만 달러 규모에 이를 것으로 추정되는데 이중 거의 절반이 말린 과일칩일 정도로 수요가 많습니다. 과일칩의 수요는 계속해서 더 늘어나고 있습니다. 과일칩은 보통 원재료를 수입해 독일에서 패키징한 뒤 독일 현지 브랜드로 판매되고 있습니다.

Q. 100% 말린 과일 외에 프로폴리스나 유산균 등이 첨가된 과일칩도 있나요?

일반적으로 100% 말린 과일 칩이거나 견과류와 믹스된 형태만 있습니다.

Q. 고객사 제품의 3가지 맛 중 어떤 맛이 가장 수요가 높을까요?

배칩, 사과칩, 방울토마토칩 순입니다. 일반적으로 말린 바나나칩이 인기가 가장 많은데, 고객사 제품 중에서는 배칩이 건강에도 좋고 소화에도 도움이 되기 때문에 인기가 있을 것으로 예상됩니다. 토마토칩은 가장 인기있는 제품은 아니지만 어느 정도 수요는 있을 것으로 예상됩니다.

Q. 고객사 제품은 1봉 15g으로, FOB가격은 1.47달러, 소비자 가격은 3,000원입니다. 포장 단위나 패키징은 독일에서 판매하기 적절한가요?

독일 소비자들은 중간 사이즈(35g)에서 큰 사이즈(1kg) 용량을 선호하는데 고객사 제품의 용량은 너무 작은 편이며 용량 대비 가격도 비싼 편입니다. 독일에서 과일칩은 플라스틱 지퍼백 형태이기 때문에 고객사 제품의 패키징도 적절한 편입니다.

Q. 고객사 제품의 패키지 디자인은 독일 시장에서 경쟁력이 있을까요?

패키징 디자인은 괜찮습니다. 다만 패키지에 보유한 인증을 기재해야 합니다. 또한 독일어로 라벨링이 필요합니다.

Q. 고객사 제품은 HACCP 인증을 보유하고 있는데 말린 과일칩 제품을 판매할 때 어떤 인증을 보유하면 좋을까요?

해당 인증만으로는 충분하지 않습니다. EU 유기농 인증(EU Organic)과 데메테르 인증을 취득하는 것을 추천합니다.

Q. 고객사 제품(근적외선 NIR 건조 공법으로 만든 무색소, 무방부제, 무설탕 한국 천연식품)이 독일에서 수요가 있을까요?

고객사 제품에 대해서 독일에서 수요가 있을 것으로 예상합니다. 다만 가격과 포장 단위가 독일 상황에 맞게 바뀌어야 합니다.

Q. 유통채널에 따라 제품 용량이나 패키징, 디자인을 다르게 하고 싶은데 현지화 전략을 어떻게 구상하면 좋을까요?

온라인에서는 150-200g으로 판매하고 슈퍼마켓에서는 벌크로 판매하는 것을 추천합니다. 독일 소비자들은 친환경과 지속가능성에 관심이 높아 슈퍼마켓 디스펜서에서 벌크로 건조과일을 구매하는 것을 선호하기 때문입니다.

Q. 자사 제품이 독일 진출하기에 효과적인 전략은 무엇인가요?

현지 유통업체나 리들(Lidl), 알디(Aldi)와 같은 슈퍼마켓 채널과 파트너십을 맺는 것을 추천합니다.

Interview ③ 코로(Koro)

54)

코로(Koro)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2014년에 설립되어 베를린에 소재한 수입유통업체
 - B2B 형태로 수입하여 B2B 형태로 유통하며, 온라인 채널로 B2C 판매 중
 - 전세계 각국에서 말린 과일, 견과류, 슈퍼푸드, 스낵, 아침식사, 베이킹재료, 영양제, 음료 등을 수입

담당자 정보

Junior Sourcing Manager



코로(Koro) Junior Sourcing Manager

Q. 독일 내 말린 과일칩의 수요와 시장 현황은 어떤가요?

독일 내 과일칩의 수요는 높은 편이며 계속 증가하는 추세입니다. 일반적으로 과일칩은 원재료를 수입해 독일에서 가공합니다. 한국 말린 과일칩 브랜드는 경험이 없어서 잘 모르겠습니다.

Q. 100% 말린 과일 외에 프로폴리스나 유산균 등이 첨가된 과일칩도 있나요?

영양성분이 첨가된 과일칩에 대한 수요는 낮은 편입니다.

Q. 고객사 제품의 3가지 맛 중 어떤 맛이 가장 수요가 높을까요?

배칩, 사과칩, 방울토마토칩 순입니다. 독일 소비자들은 아침 식사로 사과나 배를 즐겨 먹기 때문에 배칩이나 사과칩이 인기가 있을 것으로 예상됩니다. 토마토칩은 인기가 있는 편은 아닙니다.

Q. 고객사 제품은 1봉 15g으로, FOB가격은 1.47달러, 소비자 가격은 3,000원입니다. 포장 단위나 패키징은 독일에서 판매하기 적절한가요?

독일에서 판매하기 좋은 말린 과일칩의 용량은 50g, 100g, 200g, 1kg입니다. 고객사 제품을 프리미엄 제품으로 판매할 것이 아니라면 가격대가 높은 편입니다. 하지만, 시장 경쟁이 매우 치열하기 때문에 최종 소비자가 다른 합리적인 가격의 제품들에 비해 고객사 제품을 확연히 차별화된 제품으로 느끼지 못할 수도 있습니다. 패키징의 경우, 독일 소비자들에게 적합한 형태의 포장입니다.

Q. 고객사 제품의 패키지 디자인은 독일 시장에서 경쟁력이 있을까요?

패키징 디자인은 괜찮습니다. 다만 패키지에 독일어로 제품에 대한 상세 설명이 필요합니다. 재활용 가능한 포장 재질을 사용하는 것도 고려해 볼만합니다.

Q. 고객사 제품은 HACCP 인증을 보유하고 있는데 말린 과일칩 제품을 판매할 때 어떤 인증을 보유하면 좋을까요?

해당 인증만으로는 충분하지 않습니다. EU 유기농 인증(EU Organic)과 네이처랜드(Naturland) 유기농 마크, 공정무역(Fair trade) 인증을 취득하는 것을 추천합니다.

Q. 고객사 제품(근적외선 NIR 건조 공법으로 만든 무색소, 무방부제, 무설탕 한국 천연식품)이 독일에서 수요가 있을까요?

건조 과정에 대해서 상세히 설명해주면 좋을 것 같습니다. 독일 소비자들은 자연 상태 그대로, 원료 수급부터 가공까지 전통적인 방식으로 생산된 식품을 소비하는 경향이 있어 이 부분에 대한 설명이 필요합니다.

Q. 자사 제품이 독일 진출하기에 효과적인 전략은 무엇인가요?

패키징을 독일 시장에 맞게 바꿔서 고객사 브랜드를 직접 판매하는 것이 더 나을 것입니다. 소매업체들과 유통업체들 대부분이 벌크로 과일을 구입해 건조시킨 후 자체 브랜드로 판매하고 있기 때문입니다. 다만 고객사 제품은 대형마트나 슈퍼마켓에 입점하기에 가격대가 높아서 조정이 필요해 보입니다. 홍보채널로는 SNS가 효과적이며 페이스북 광고와 구글 애즈에서 전체 공급과정이 공정무역으로 이루어졌으며 제품의 이점을 강조하는 디지털 콘텐츠를 게시하는 것이 좋습니다.

VIII. 시사점

시장수요



유럽에서 가장 큰 견·건과류 시장을 보유한 국가는 네덜란드, 독일, 프랑스, 영국으로 이 중 독일은 유럽 최대의 견과일 수입국임. 특히 코로나19 기간 이동성이 감소함에 따라 슈퍼마켓, 하이퍼마켓에서의 건조과일 소비가 대폭 증가한 것으로 나타났으며, 대용량, 멀티팩 제품의 수요가 증가함. 독일 건조과일 시장규모는 약 1,414억 원으로, 한국 시장규모인 280억 원의 5배 규모임. 인구수 기준 한국 대비 큰 소비 시장임을 알 수 있음

반면 조사제품에 해당하는 HS CODE 0712.90의 독일 대한민국 수입액은 약 0.1억 원으로, 글로벌별 수입액의 0.01%에 불과하여, 아직 건조과일의 한국 독일 수출이 거의 이루어지지 않고 있어 주의해야 함

제품 트렌드



독일 인기 건조과일칩 제품

독일 주요 온라인 쇼핑몰에 판매되는 건조과일칩 확인 결과, 주요 브랜드는 대부분 독일 현지산인 것으로 확인됨. 빈출 1위 브랜드인 시버거와 5위 브랜드인 바이오조이의 핵심 가치를 살펴보면, 재활용 가능한 포장재를 사용하고, 유기농·친환경·공정무역을 핵심가치로 삼는 등 윤리적 경영을 내세움. 건조과일칩 원재료 순위는 딸기, 바나나 살구, 데이트 순이었으며 고객사 제품에 해당하는 제품 중 '사과'가 중위권, '토마토'는 하위권, '배' 키워드는 확인되지 않았음. 수입유통업체 결과, 토마토와 배 모두 현지에서 흔하지 않음에도 불구하고 토마토에 비해 배에 대한 반응이 긍정적임

패키징 관련 매우 다양한 키워드가 도출되었는데, 환경보호에 대한 관심이 큰 만큼 '재밀봉 가능한', '퇴비로 만들 수 있는', '플라스틱이 쓰이지 않은' 등 환경 보호 관련 키워드가 대다수를 차지함. 또한 1kg과 500g 등 대용량 제품이 소용량 제품 대비 다수임

홍보문구로 '천연 유래'가 빈출함. 독일 판매 제품 대부분이 기타 성분이 첨가되지 않은 100% 과일 제품으로 확인됨. 다음으로 유럽에서도 비건 인구가 많은 국가인 만큼 '비건'이 빈출함. 건조 방식 중 '동결건조'가 최다 빈출하였으며 키워드 빈도도 높은 편으로, 고객사의 NIR 건조 공법에 대해 홍보가 이루어진다면 긍정적으로 작용할 것으로 보임



유통채널



독일의 경우 한국이나 타 서유럽 국가 대비 온라인 커머스 시장이 초기 단계이며, 배송 가능 지역이 한정됨. 과일스낵의 유통채널 점유율을 살펴보았을 때 온라인 점유율은 0.4%에 불과했으며, 오프라인에서 식료품을 직접 눈으로 확인 후 구매하는 경향이 강한 만큼 '하이퍼마켓/슈퍼마켓' 점유율이 약 80%로 압도적으로 높았음. 니르슈타인 라인-마인 지역에 위치한 레베 매장 방문 결과 다양한 건조과일 제품이 확인되었는데, 아시아산 제품은 없었음. 또한 고객사 제품과 같은 50g 이하의 소용량 제품은 없었으며 대부분이 100g-500g의 파우치 포장 대용량 제품임. 수입유통업체 인터뷰 결과 대형마트, 프리미엄 매장, 온라인을 통한 유통을 추천하였음. 온라인에서는 15g을 여러 개 묶은 멀티팩 제품이나 150-200g, 프리미엄 샵에서는 최소 50g, 대형마트에서는 200-1kg으로 용량 현지화를 추천하였음

고객사 건조과일칩 진출전략



독일은 건조과일칩 시장이 큰 만큼, 이미 다양한 현지 및 글로벌 브랜드 제품들이 판매 중임. 따라서, 원물 및 건조 방식에서의 차별화 포인트가 있지 않다면 시장 진입이 쉽지 않을 것으로 예상됨. 원재료는 현지에서 많이 발견되지 않은 '배', 다음으로 '토마토'를 집중적으로 홍보할 것을 추천함. 또한 프로폴리스나 프로바이오틱스 등의 기타 성분을 첨가하기보다는 '천연', '100% 원물'로 포지셔닝하는 것을 추천함. 이 외에도 독일 소비자들은 자연 상태 그대로, 원료 수급부터 가공까지 전통적인 방식으로 생산된 식품을 소비하는 경향이 있는 만큼, 천연 그대로의 식감과 맛을 보존할 수 있는 NIR 건조방식을 중점적으로 홍보할 필요가 있음

가격, 용량 및 패키징, 디자인, 인증 측면에서도 현지화가 필요함. 15g 소용량 제품이 아닌 최대 1kg의 대용량 제품으로의 현지화가 필요하며 이에 따라 가격 하향 조정을 고려해야 함. 유통채널에 따른 용량 현지화도 가능하나 프리미엄 샵, 온라인, 대형마켓 모두 최소 50g의 용량이 적절할 것임. 이 외에도 플라스틱이나 비닐 포장기 아닌 퇴비로 만들거나 생분해성, 재활용이 가능하여 환경 보존에 적합한 패키징으로 현지화해야 함. 인증 또한 HACCP 인증 외에 유기농 인증, 공정거래 인증, 바이오 인증 등의 취득을 고려할 필요가 있음



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in Germany」, 2021.07
2. KATI농식품수출정보, 「유럽 온라인 식품시장 현황과 한국식품 진출 확대를 위한 시사점」, 2020.06
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in Germany Country Report」, 2021.03
4. 한국농수산식품유통공사(aT), 「유럽의 식품시장 트렌드」, 2020.09
5. 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in Germany Country Report」, 2021.03
6. 베지뉴스(Vegnews), 「Germany's Vegan population doubled since 2016」, 2020.11
7. 식품음료신문, 「독일, 유기농 식품 및 대체육 소비 급증」, 2021.11
8. 스태티스타(Statista), 「Revenues from organic foods in Germany from 2000 to 2020」, 2021.02
9. 콘폴리시(Conpoliciy), 「German consumers increasingly order groceries online and use online services since the outbreak of the corona crisis」, 2020.05
10. 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-Commerce in Germany」, 2021.03
11. 한국농수산식품유통공사(aT), 「유럽 식품유통 온라인 플랫폼 운영현황 및 시사점」, 2021.07

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. 스태티스타(Statista) (statista.com)
5. 아마존 독일(Amazon) (amazon.de)
6. 이베이 독일(Ebay) (ebay.de)
7. 시버거(Seeberger) (www.seeberger.de)
8. 브링마이스터(Bringmeister) (www.bringmeister.de)
9. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
10. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
11. 이커머스데이터베이스(ecommerceDB) (www.ecommercedb.com)
12. 레베(REWE) (www.rewe.de)
13. 에데카(Edeka) (www.edeka.de)
14. 드림스타임(Dreamstime) (www.dreamstime.com)
15. 옥타라이트(Oktalite) (www.oktalite.com)
16. 리테일디테일이유(RetailDetail EU) (www.retaildetail.eu)
17. 알나투라(Alnatura) (www.alnatura.de)
18. 오가닉마켓(Organicmarket) (www.organicmarket.info)
19. 레미라(Remira) (www.remira.com)
20. 내추럴프로덕트글로벌(Naturalproductsglobal) (www.naturalproductsglobal.com)
21. 비건즈(Veganz) (www.vegan.de)
22. 위키완드(Wikiwand) (www.wikiwand.com)
23. 데엠(Dm) (www.dm.de)
24. 데엠(Dm) 페이스북 페이지 (facebook.com/dm.Deutschland)
25. 로스만(Rossmann) (www.rossmann.de)
26. 아르노(Arno) (www.arno-online.com)
27. 한국농수산식품유통공사(aT) (www.at.org)
28. 리얼푸드(REAL FOODS) (www.realfoods.co.kr)
29. 오가닉웰니스뉴스(Organic Wellness News) (www.organicwellnessnews.com)

■ 참고 사이트

30. 관세청 홈페이지 (www.customs.go.kr)
31. EU 법령포털(EUR-LEX) 홈페이지 (www.eur-lex.europa.eu)
32. 유럽연합 집행위원회(European Commission) (ec.europa.eu)
33. 브이라벨(V-Label) (www.vlabel.org)
34. 영국 비건 소사이어티(Vegan Society) 홈페이지 (www.vegansociety.com)
35. 프랑스 이브 비건(Eve Vegan) 홈페이지 (www.certification-vegan.org)
36. 영국소매업협회(BRCGS Food Safety Global Standard) (www.brcgs.com)
37. 농림축산식품부 홈페이지 (www.mafra.go.kr)
38. 관세법령정보 포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
39. 독일 연방 소비자 보호 및 식품 안전국(Federal Office of Consumer Protection and Food Safety, BVL) (www.bvl.bund.de)
40. 독일 연방 식품 농업부(Federal Ministry of Food and Agriculture) (www.bmel.de)
41. 케어 나투르크스트(CARE Naturkost GmbH & Co) (www.care-natur.de)
42. 아구스트 토퍼(August Töpfer & Co. (GmbH & Co.) KG) (www.atco.de)
43. 코로(Koro) (www.korodrogerie.de)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2022.01.07

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