

2019 년 해외시장 맞춤형조사



- No. 1905-46
- 품목 : 즉석간편잡채 (RTE Japchae)
- 국가 : 프랑스 (FRANCE)
- 구분 : 경쟁력분석형

Contents

I. Competitive Product (경쟁제품)

SUMMARY	4
1. 프랑스 즉석간편잡채 경쟁제품 선정	6
2. 프랑스 즉석간편잡채 경쟁제품 조사지표 선정	8
3. 프랑스 즉석간편잡채 경쟁제품 포지셔닝	9
4. 프랑스 즉석간편잡채 입점 매장 및 경쟁제품 정보	11

II. Competitor (경쟁기업)

SUMMARY	33
1. 프랑스 즉석간편잡채 경쟁기업 포지셔닝	34
2. 프랑스 즉석간편잡채 경쟁기업 현황	36
3. 프랑스 즉석간편잡채 경쟁기업 분석	38

III. Buyer Interview (바이어 인터뷰)

SUMMARY	45
Interview ① 케이마트(K-Mart)	46
Interview ② 아시아나 슈퍼마켓(Asiana Supermarket)	48
Interview ③ 에피세히 코헤엔드 바이 한국 에스에이에스 (Epicerie Coréenne by Hanguk SAS)	50
Interview ④ 마켓 아마시아(Market Amasia)	52
Interview ⑤ 김치 파씨옹(Kimchi Passion)	54

IV. Competitiveness (경쟁력 파악)

SUMMARY	57
1. 제품 경쟁력 검증	58
2. 기업 마케팅 벤치마킹	61
* 참고문헌	63

I . Competitive Product

SUMMARY

1. 프랑스 즉석간편잡채 경쟁제품 선정
2. 프랑스 즉석간편잡채 경쟁제품 조사지표 선정
3. 프랑스 즉석간편잡채 경쟁제품 포지셔닝
4. 프랑스 즉석간편잡채 입점 매장 및 경쟁제품 정보



Competitive Product

(경쟁제품)

프랑스 (FRANCE)

즉석간편집채¹⁾

방문 매장 선정

방문 매장 선정

- 후보 : 품목별 방문 매장
- 선택 : 조사 희망 매장

구분	가공식품	신선식품	기능성	음료/주류	전통식품	유아식품	식자재
공통	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓
	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓
	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점
	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점
선택 (품목)	편의점	유기농매장	드럭스토어	편의점	한인마트	유기농 매장	창고형 매장
	달러스토어	재래시장	OTC	달러스토어	아시안마트	영유아 매장	
	한인마트		MLM	자판기			
	아시안마트			리퀴드샵			

프랑스(FRANCE)

즉석간편집채 매장 조사

갤러리즈 라파예뜨 고메 파리 (Galeries Lafayette Gourmet Paris) (백화점)	하이마트 (Hi Mart) (슈퍼마켓)	인터마르쉐 (Intermarché) (슈퍼마켓)	피카드 (PICARD) (슈퍼마켓)	지안떼카지노 (Géant Casino) (하이퍼마켓)
--	-----------------------------	----------------------------------	---------------------------	-------------------------------------

매장 일반 정보



조사 제품

3개

3개

4개

4개

1개

매장 특징

- 1896년 설립된 고급 프랑스 백화점 체인
- 파리 9구역에 위치한 약 7만 평방미터 매장
- 패션제품으로 유명하나, 식품점 개설 후 고급 식품 판매점의 이미지를 구축함
- 주로 프랑스산 상품을 판매함
- 주 고객층은 현지에 방문하는 관광객임

- 한국 식품 및 아시아 상품을 취급하는 한인마트
- 김치, 소주 등 다양한 품목의 레트로트 식품을 판매함
- 홍삼, 인삼과 같은 건강기능 식품도 취급함

- 프랑스의 대형 유통그룹 Les Mousquetaires'의 슈퍼마켓 브랜드임
- 한인이 많이 거주하는 구역에 위치하였으며, 중형규모의 슈퍼마켓 매장임
- 주변 지역에 한인들이 많이 거주함에 따라 한국 식품을 다수 취급함

- 프랑스내에서 냉동식품 슈퍼마켓으로 잘 알려져 있음
- 최근 아시아 음식의 PB 상품을 만들어서 홍보하고 있음
- 이탈리아를 테마로 상품 홍보 활동을 진행하기도 함
- 주 고객층은 인근 지역에 거주하는 현지인 들임

- 1970년 최초의 대형 슈퍼마켓 오픈
- 세계에서 5번째로 큰 하이퍼마켓임
- 차이나타운 근처에 위치해있으며, 아시아 제품들을 취급함
- 위층에는 세계 식품 코너가 있음

1) 프랑스 내 즉석간편집채 제품에 대한 시장이 형성되어 있지 않아 즉석간편집채의 유사 경쟁제품인 즉석아시안누들 제품에 대한 정보로 경쟁제품 및 경쟁기업 조사를 진행함

Competitive Product

(경쟁제품)

프랑스 (FRANCE) 즉석간편잡채 경쟁제품

선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준

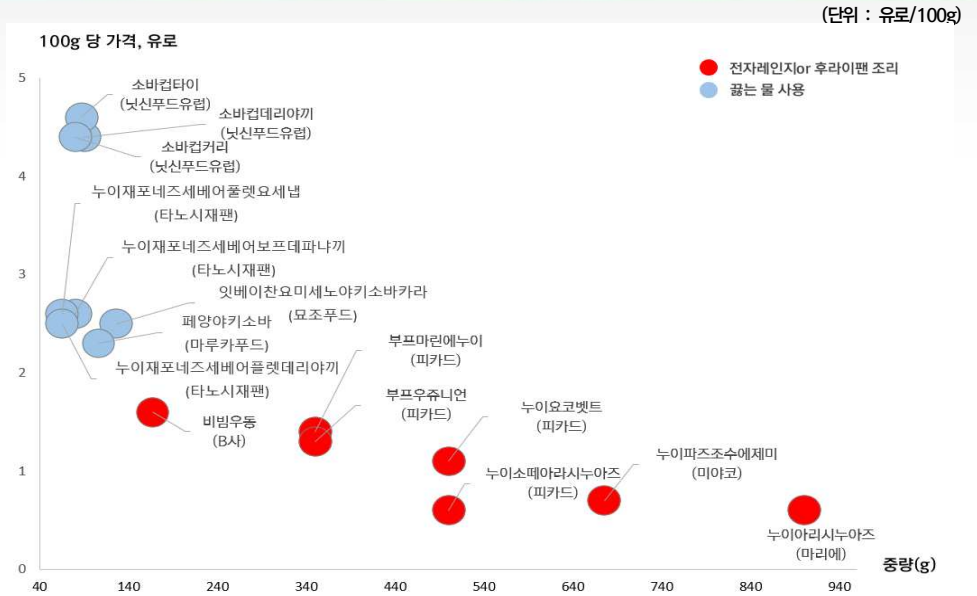
- 오프라인 매장 입점 제품
- 온라인 매장 입점 제품

경쟁제품 분류 기준

- 생산업체 국적
- 생산지 위치
- 판매처 유형

경쟁제품 포지셔닝 기준

- X축 : 날개 중량(g)
- Y축 : 100g당 가격(유로)



프랑스 (FRANCE) 즉석간편잡채 경쟁제품 분석

구분	경쟁제품 (생산업체)	소비자가격 ²⁾ (개당)	중량(g)	100g당 가격	포장형태	조리방법
프랑스 브랜드 프랑스 생산	누이요코벳트 (피카드)	5.5유로 (7,233원)	500g	1.1유로 (1,447원)	플라스틱 파우치	전자레인지 조리 후라이팬 조리
	누이아라시누아즈 (마리에)	5.5유로 (7,233원)	900g	0.6유로 (789원)	플라스틱 파우치	전자레인지 조리 후라이팬 조리
	부프마린에누이 (피카드)	5유로 (6,575원)	350g	1.4유로 (1,841원)	종이 상자 플라스틱 파우치	전자레인지 조리 후라이팬 조리
	부프우쥬니언 (피카드)	4.5유로 (5,918원)	350g	1.3유로 (1,710원)	종이 상자 플라스틱 파우치	전자레인지 조리 후라이팬 조리
	누이소페이라시누아즈 (피카드)	3.2유로 (4,208원)	500g	0.6유로 (789원)	플라스틱 파우치	전자레인지 조리 후라이팬 조리
	비빔우동 (B사)	2.6유로 (3,419원)	167g	1.6유로 (2,104원)	종이 컵	전자레인지 조리
글로벌 브랜드 글로벌 생산	누이파즈조수에제미 (미야코)	4.9유로 (6,444원)	675g	0.7유로 (921원)	플라스틱 파우치	전자레인지 조리 후라이팬 조리
	소바컵데리아키 (닛신푸드)	4유로 (5,260원)	90g	4.4유로 (5,786원)	플라스틱 컵	끓는 물 사용
	소바컵타이 (닛신푸드)	4유로 (5,260원)	87g	4.6유로 (6,049원)	플라스틱 컵	끓는 물 사용
	소바컵커리 (닛신푸드)	3.9유로 (5,129원)	88g	4.4유로 (5,786원)	플라스틱 컵	끓는 물 사용
	잇베이찬요미세노야키소바카라 (묘조푸드)	3.1유로 (4,077원)	126g	2.5유로 (3,288원)	플라스틱 상자	끓는 물 사용
	페양야키소바 (마루카푸드)	2.4유로 (3,156원)	106g	2.3유로 (3,025원)	플라스틱 상자	끓는 물 사용
	누이재포네즈세베어보프데파냐끼 (타노시)	1.7유로 (2,236원)	65g	2.6유로 (3,419원)	플라스틱 컵	끓는 물 사용
	누이재포네즈세베어플렛요세넵 (타노시)	1.7유로 (2,236원)	65g	2.6유로 (3,419원)	플라스틱 컵	끓는 물 사용
	누이재포네즈세베어플렛데리아끼 (타노시)	1.6유로 (2,104원)	65g	2.5유로 (3,288원)	플라스틱 컵	끓는 물 사용

(*) 현지 판매 즉석간편잡채 15개 제품 분석

2) 1유로=1,315원(2019.07.25., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

1. 프랑스 즉석간편잡채 경쟁제품 선정

▶ 선정 기준 ① 수입산 혹은 프랑스 현지산 즉석간편잡채 경쟁제품

- 수입산 제품 : 프랑스 외 국가에서 수입되는 즉석간편잡채 경쟁제품 선정
- 현지산 제품 : 프랑스 현지에서 제조되는 즉석간편잡채 경쟁제품 선정

▶ 선정 기준 ② 온라인 및 오프라인 매장 입점 확인 제품

- 온라인 채널 입점 확인 제품 : 3개 채널
 (*) 아마존(Amazon.fr), 이베이(ebay.fr), 피카드 온라인몰(picard.fr)
- 오프라인 채널 입점 확인 제품 : 5개 채널
 (*) 갤러리즈 라파예뜨 고메 파리(Galleries Lafayette Gourmet Paris), 하이마트(HI Mart), 인터마르쉐(Intermarché), 피카드(PICARD), 지안떼카지노(Géant Casino)

▶ 선정 기준 ③ 대기업 및 중견기업 생산 제품

- 대기업 제품 : 자산 5조원 이상
- 중견기업 제품 : 직원 1,000명 또는 자산 5,000억 원
또는 자본금 1,000억 원 또는 매출액 1,000억 원 이상 기업
- 중소기업 제품 : 매출액 1,000억 원 이하

[표 1.1] 프랑스 즉석간편잡채 경쟁제품 선정

경쟁제품 (경쟁기업)	제품 특징		매장 입점 여부		기업규모		
	수입산	현지산	온라인	오프라인	대기업	중견기업	중소기업
누이요코벳트 (피카드)		○ (프랑스)	○ (피카드 온라인몰)	○ (피카드)			○ (자본금 기준)
누이소페아라시누아즈 (피카드)		○ (프랑스)	○ (피카드 온라인몰)	○ (피카드)			○ (자본금 기준)
부프마린에누이 (피카드)		○ (프랑스)	○ (피카드 온라인몰)	○ (피카드)			○ (자본금 기준)
부프우쥬니언 (피카드)		○ (프랑스)	○ (피카드 온라인몰)	○ (피카드)			○ (자본금 기준)
누이아라시누아즈 (마리에)		○ (프랑스)	○ (아마존등)	○ (자연짜까지 노)			○ (자본금 기준)
비빔우동 (B사)	○ (한국)		-	○ (인터마르쉐)			○ (자본금 기준)
누이파조조수에제미 (미야코)	○ (일본)		-	○ (하이마트)			○ (자본금 기준)
소바컵테리야키 (닛신푸드3)	○ (헝가리)		○ (아마존)	○ (갤러리즈 라파예뜨 고메 파리)			○ (자본금 기준)
소바컵타이 (닛신푸드)	○ (헝가리)		○ (아마존)	○ (갤러리즈 라파예뜨 고메 파리)			○ (자본금 기준)
소바컵커리 (닛신푸드)	○ (헝가리)		○ (아마존 등)	○ (갤러리즈 라파예뜨 고메 파리)			○ (자본금 기준)
잇베이찬요미세노야키소바카라 (묘조푸드)	○ (일본)		○ (이베이)	○ (하이마트)			○ (자본금 기준)
페양 야키소바 (마루카푸드)	○ (일본)		○ (이베이)	○ (하이마트)			○ (자본금 기준)
누이재포네즈세베어보프데파냐끼 (타노시)	○ (베트남)		○ (아마존, 이베이 등)	○ (인터마르쉐)			○ (자본금 기준)
누이재포네즈세베어플렛요세넵 (타노시)	○ (베트남)		○ (아마존, 이베이 등)	○ (인터마르쉐)			○ (자본금 기준)
누이재포네즈세베어플렛테리야끼 (타노시)	○ (베트남)		○ (아마존, 이베이 등)	○ (인터마르쉐)			○ (자본금 기준)

3) 닛신푸드 유럽의 자본금을 기준으로 기업 규모를 구분함

2. 프랑스 즉석간편잡채 경쟁제품 조사 지표 선정

▶ 선정 기준 ① 원산지

- 프랑스에서 판매되고 있는 경쟁제품은 원산지 국적을 기준으로 헝가리, 프랑스, 일본, 베트남, 한국으로 나뉨

▶ 조사 지표 ② 소비자 판매 가격

- 오프라인 채널에서 판매되는 개당 판매 가격
- 오프라인 채널에서 판매되는 100g당 소비자 판매 가격

▶ 조사 지표 ③ 제품 1개당 중량

- 오프라인 채널에서 판매되는 개당 중량

▶ 조사 지표 ④ 조리방식

- 조리방식 1. 전자레인지 또는 후라이팬 사용
- 조리방식 2. 끓는 물 사용

▶ 조사 지표 ⑤ 포장 형태 및 재질

- 제품의 포장 유형은 형태를 기준으로 다음과 같이 분류함
- 파우치 형태 : 플라스틱 파우치
- 컵 형태 : 플라스틱 컵, 종이 컵
- 상자 형태 : 플라스틱 상자, 종이 상자

[표 1.2] 프랑스 즉석간편잡채 경쟁제품 조사 지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
원산지	프랑스	프랑스에서 제조된 제품을 의미함
	헝가리	헝가리에서 제조된 제품을 의미함
	일본	일본에서 제조된 제품을 의미함
	베트남	베트남에서 제조된 제품을 의미함
	한국	한국에서 제조된 제품을 의미함
가격	개당 소비자 판매 가격	즉석간편잡채 제품 한 개당 소비자 판매 가격
	g당 소비자 판매 가격	즉석간편잡채 제품 100g당 소비자 판매 가격
중량	제품 1개당 중량	판매 제품의 1개당 중량
조리방식	전자레인지 또는 후라이팬 사용	전자레인지 또는 후라이팬을 사용하여 익혀 먹는 조리방식
	끓는 물 사용	끓는 물을 부어서 익혀 먹는 조리방식
포장 재질 및 형태	플라스틱 파우치	플라스틱 재질의 주머니(파우치)에 포장된 제품
	종이 컵	종이 재질의 컵 용기에 포장된 제품
	플라스틱 컵	종이 재질의 컵 용기에 포장된 제품
	종이 상자	종이 재질의 상자 용기에 포장된 제품
	플라스틱 상자	플라스틱 재질의 상자 용기에 포장된 제품

자료 : 프랑스 현지 조사원 인터뷰 진행 결과

3. 프랑스 즉석간편잡채 경쟁제품 포지셔닝

▶ 포지셔닝 ① 원산지별 경쟁제품 100g당 평균 가격 비교

프랑스 오프라인 매장에서 판매되고 있는 즉석간편잡채 경쟁제품 15개의 원산지는 프랑스, 헝가리, 일본, 베트남, 한국으로 총 5개 국가임. 프랑스산 제품 5개를 제외한 10개 제품은 글로벌 생산 제품으로, 헝가리, 일본, 베트남에서 각 3개씩 생산되었고 나머지 1개 제품은 한국에서 생산된 것으로 확인됨. 경쟁제품의 원산지 국적 별로 100g당 가격을 비교해 본 결과, 헝가리산 경쟁제품 3개의 100g당 평균가격이 4.5유로(5,918원)으로 가장 높고, 프랑스산 경쟁제품 5개의 100g당 평균가격이 1유로(1,315원)으로 가장 낮은 것을 확인함

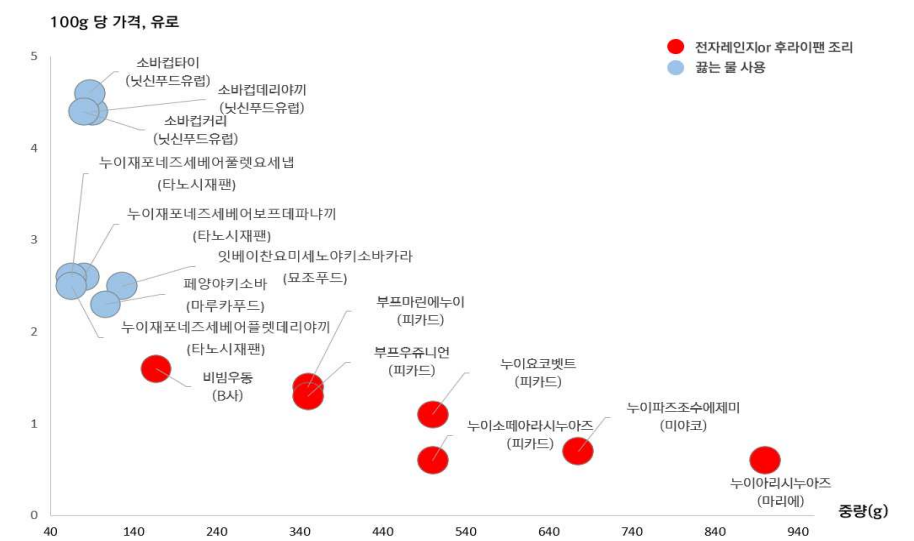
▶ 포지셔닝 ② 원산지별 경쟁제품 평균 중량 비교

경쟁제품 15개의 1개당 평균 중량은 276g임. 원산지 별로 경쟁제품의 평균 중량을 비교해 본 결과, 프랑스산 경쟁제품 5개의 평균 중량이 520g으로 가장 크고, 베트남산 경쟁제품 3개의 평균 중량이 65g으로 가장 작음. 그 외 일본산 경쟁제품 3개는 평균 중량이 302g, 한국산 경쟁제품 1개의 평균 중량은 167g, 헝가리산 경쟁제품 3개의 평균 중량은 88g으로 확인됨

▶ 포지셔닝 ③ 조리방식 경쟁제품 평균 가격 비교

경쟁제품 15개의 조리방식에 따라 100g당 평균 가격을 비교해 본 결과, 끓는 물을 사용하여 조리하는 제품의 100g당 평균가격은 3.2유로(4,208원)로, 전자레인지 또는 후라이팬을 사용하여 조리하는 제품의 평균가격(1유로(1,315원)보다 2.2유로(2,972원) 더 높은 것으로 확인됨

[표 1.3] 프랑스 즉석간편잡채 경쟁제품 시장 포지셔닝



[표 1.4] 프랑스 즉석간편잡채 경쟁제품 조사 정보

경쟁제품 (생산업체)	총량 (g)	가격 (100g)	가격 ⁴⁾ (개당)	조리방식	포장 형태
▶ 조사 매장 ① 갤러리즈 라파예트 고메 파리(Galeries Lafayette Gourmet Paris)					
소바컵데리야키 (닛신푸드)	90g	4.4유로 (5,786원)	4유로 (5,260원)	끓는 물 사용	플라스틱 컵
소바컵타이 (닛신푸드)	87g	4.6유로 (6,049원)	4유로 (5,260원)	끓는 물 사용	플라스틱 컵
소바컵커리 (닛신푸드)	88g	4.4유로 (5,786원)	3.9유로 (5,129원)	끓는 물 사용	플라스틱 컵
▶ 조사 매장 ② 하이마트(HI Mart)					
누이파즈조수에제미 (미야코)	675g	0.7유로 (921원)	4.9유로 (6,444원)	전자레인지 조리 후라이팬 조리	플라스틱 파우치
잇베이찬요미세노야키소바카라 (묘조푸드)	126g	2.5유로 (3,288원)	3.1유로 (4,077원)	끓는 물 사용	플라스틱 상자
페양 야키소바 (마루카푸드)	106g	2.3유로 (3,025원)	2.4유로 (3,156원)	끓는 물 사용	플라스틱 상자
▶ 조사 매장 ③ 인터마르쉐(Intermarché)					
비빔우동 (B사)	167g	1.6유로 (2,104원)	2.6유로 (3,419원)	전자레인지 조리 후라이팬 조리	종이 컵
누이재포네즈세베어보프 데파냐끼 (타노시)	65g	2.6유로 (3,419원)	1.7유로 (2,236원)	끓는 물 사용	플라스틱 컵
누이재포네즈세베어플렛 요세넵 (타노시)	65g	2.6유로 (3,419원)	1.7유로 (2,236원)	끓는 물 사용	플라스틱 컵
누이재포네즈세베어플렛 데리야끼 (타노시)	65g	2.5유로 (3,288원)	1.6유로 (2,104원)	끓는 물 사용	플라스틱 컵
▶ 조사 매장 ④ 피카드(PICARD)					
누이요코벳트 (피카드)	500g	1.1유로 (1,447원)	5.5유로 (7,233원)	전자레인지 조리 후라이팬 조리	플라스틱 파우치
부프마린에누이 (피카드)	350g	1.4유로 (1,841원)	5유로 (6,575원)	전자레인지 조리 후라이팬 조리	종이상자, 플라스틱 파우치
부프우주니언 (피카드)	350g	1.3유로 (1,710원)	4.5유로 (5,918원)	전자레인지 조리 후라이팬 조리	종이상자, 플라스틱 파우치
누이소떼아라시누아즈 (피카드)	500g	0.6유로 (789원)	3.2유로 (4,208원)	전자레인지 조리 후라이팬 조리	플라스틱 파우치
▶ 조사 매장 ⑤ 지안떼카지노(Géant Casino)					
누이아라시누아즈 (마리에)	900g	0.6유로 (789원)	5.5유로 (7,233원)	전자레인지 조리 후라이팬 조리	플라스틱 파우치

자료 : 프랑스 현지 조사원 조사 결과

4) 1유로=1,315원(2019.07.25., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

4. 프랑스 즉석간편잡채 입점 매장 및 경쟁제품 정보

파리⁷⁾

인구 (점유율)	약 220만 명
인구 밀도 (명/Km ²)	20,000명 이상
정년 비율 (20-39세)	34% (프랑스 전체 25%)
외국인 비율	15% (프랑스 전체 6%)

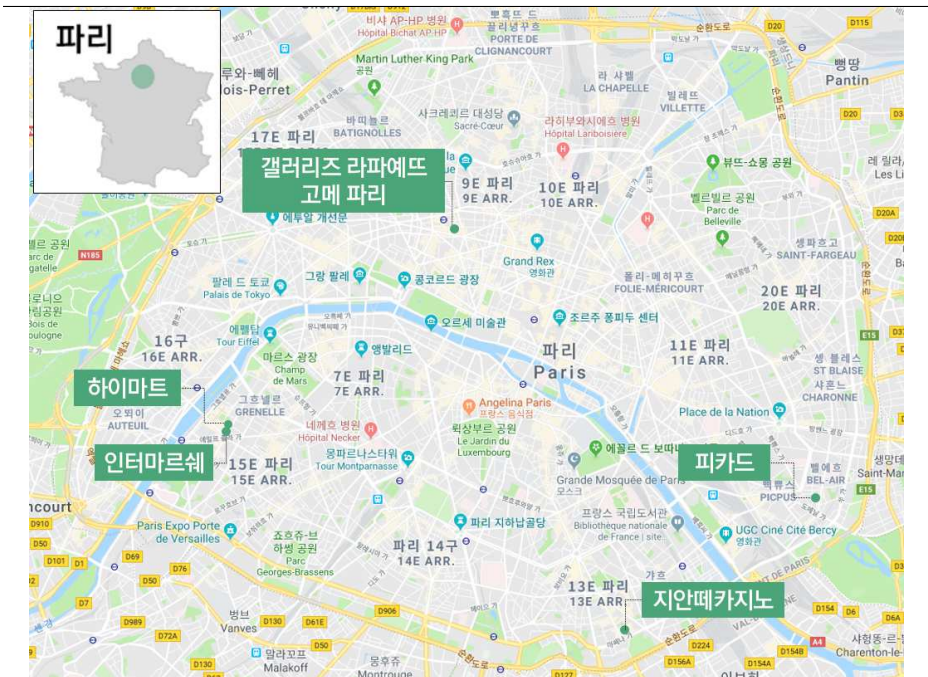
▶ 프랑스의 수도 파리(Paris)시, 방문지역으로 선정

프랑스의 수도 파리는 프랑스 정치, 경제의 수도임. 파리는 유럽 전체 GDP의 약 5%를 차지하는 경제 도시로, 프랑스 대기업 31개 중 29개, 글로벌 기업 500개의 약 33%가 파리에 본사를 두고 있음. 파리는 문화, 예술의 도시로도 유명하며, 2016년에는 1,800만명의 관광객이 방문한 세계 3위 관광지로 선정됨⁵⁾

▶ 프랑스 유통시장 점유율 상위권 매장 방문, 경쟁제품 15개 조사

2018년 프랑스 백화점 시장 점유율 1위인 갤러리즈 라파예뜨의 식품관, 하이퍼마켓 시장 점유율 4위에 해당하는 인터마르쉐(Intermarché)와 6위에 해당하는 지안떼카지노(Géant Casino)를 포함하여⁶⁾, 프랑스 파리에 위치한 슈퍼마켓 매장 피카드(Picard), 하이마트(Hi Mart)를 방문함. 총 5곳의 오프라인 유통채널에서 즉석간편잡채의 유사 제품군으로 선정한 즉석아시아누들 제품을 조사하였고, 총 15개를 경쟁제품으로 조사함

[표 1.5] 방문 매장 선정이유 및 특징



자료 : Google Map

5) 르 그랜드 파리스(Le Grand Paris) (www.grand-paris.jll.fr)

6) 출처: 유로모니터(Euromonitor)

7) 르 그랜드 파리스(Le Grand Paris) (www.grand-paris.jll.fr)

Shop ① 갤러리즈 라파예뜨 고메 파리 (Galeries Lafayette Gourmet Paris)

백화점

매장 정보

- 유형 : 대형 백화점
- 주요 소비층 :
 - ① 관광객
- 판매 제품 특징 :
 - ① 고급 식품 판매점

브랜드 기본 정보

1896년 설립된 고급 프랑스 백화점 체인으로 파리 9구역에 위치한 약 7만 평방미터 매장임. 패션제품으로 유명하나, 식료품점 개설 후 고급 식품 판매점의 이미지를 구축함. 주로 프랑스산 상품을 판매하며 주 고객층은 현지에 방문하는 관광객임. 한국 식품은 취급하지 않음

매장 보유 즉석간편집채 제품 수 : 3개

매장 정보



도시(지역)

파리(Paris)

위치

상세주소

35 Boulevard Haussmann, 75009 Paris

즉석간편집채 매대 모습



즉석간편집채 판매 매대 전경

즉석간편집채 판매 정보

판매 제품 정보



소바컵커리
(Soba cup curry)



소바컵데리야키
(Soba cup teriyaki)



소바컵타이
(Soba cup thai)

사진자료: 현지조사원



제품명	소바컵커리 (Soba cup curry)	포장 재질	플라스틱
제조사	닛신푸드 (Nissin Food)	포장 용기 형태	컵
원산지	헝가리	조리방법	끓는 물 사용
가격	3.9유로 (5,129원)	알레르기 정보	설탕류, 감각류, 생선, 우유, 어패류, 겨자, 참깨
용량	88g		
원료	면	밀가루, 야자기름, 소금, 조미료(E621, 밀가루식품첨가제(E500, E451), 산화방지제, E306, 산성조절도; 구연산	
	조미수프	설탕, 유채기름, 물, 가수분해식물성단백질, 소금, 커리가루, 토마토가루, 식품첨가제(E621, E635), 향(식품첨가제 E627, E631; 밀, 대두), 향신료, 식초, 색소: 카라멜, 산성조절도: 구연산, 마늘, 타임	
	기타수프	양배추, 당근, 붉은양파, 초록강낭콩	



제품명	소바컵테리야키 (Soba cup teriyaki)	포장 재질	플라스틱
제조사	닛신푸드 (Nissin Food)	포장 용기 형태	컵
원산지	헝가리	조리방법	끓는 물 사용
가격	4유로 (5,260원)	알레르기 정보	생선, 우유, 어패류, 겨자, 참깨
용량	90g		
원료	면	밀가루, 아자기름, 소금, 식품첨가제(E621,식품첨가제(E500,E451), 산화방지제,E306,산성조절도;구연산)	
	조미수프	물, 대두, 소금, 밀, 설탕, 유채기름, 포도당, 식품첨가제(E621,E635), 가수분해식물성단백질, 소금, 향신료, 샐러리향	
	기타수프	카라멜, 닭고기수프, 전분, 양배추, 당근, 표고버섯, 초록양파	



제품명	소바컵타이 (Soba cup thai)	포장 재질	플라스틱
제조사	닛신푸드 (Nissin Food)	포장 용기 형태	컵
원산지	헝가리	조리방법	끓는 물 사용
가격	4유로 (5,260원)	알레르기 정보	셀러리, 갑각류, 생선, 우유, 어패류, 겨자, 참깨
용량	87g		
원료	면	밀가루, 아자기름, 소금, 식품첨가제(E621,식품첨가제(E500,E451), 산화방지제,E306,산성조절제:구연산)	
	조미수프	설탕, 물, 유채기름, 가수분해식물성단백질, 소금, 커리가루, 토마토가루, 향(식품첨가제(E627,E631:blé,soja), 식품첨가제(E621,E635), 향신료, 식초, 색조(카라멜, 강황), 산화방지제(구연산, 마늘기름)	
	기타수프	양배추, 초록양파, 홍고추, 초록완두콩	

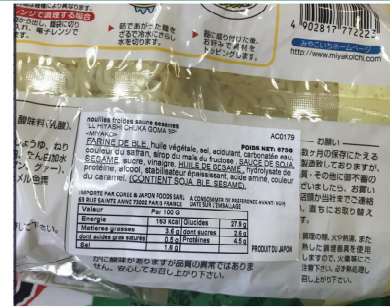
Shop ② 하이마트(HI Mart)

슈퍼마켓

매장 정보

- 유형 : 슈퍼마켓
- 주요 소비층 :
 - ① 지역 주민
 - ② 관광객
- 판매 제품 특징 :
 - ① 의류, 잡화, 주방용품, 전자제품, 식품, 청과류, 냉동식품 등 다양한 품목 취급
 - ② 한국 식품 취급

브랜드 기본 정보	파리에서 다양한 한국식품 및 아시아 상품을 취급하는 한인마트로서, KMart, Ace Mart와 더불어 인기를 얻고 있는 상점임. 김치, 소주, 다양한 레트로트 식품 등 넓은 범위에 걸쳐 상품을 판매하고 있으며, 홍삼, 인삼과 같은 건강기능식품도 취급함		
	매장 보유 즉석간편잡채 제품 수 : 3개		
매장 정보			
	도시(지역)	파리(Paris)	
위치	상세주소	71bis Rue Saint-Charles, 75015 Paris	
	즉석간편잡채 판매 매대 전경		
즉석간편잡채 매대 모습			
즉석간편잡채 판매 정보	판매 제품 정보		
			
	누이파즈쥬수에제미 (Nouilles froides sauce sesames)	잇베이찬요미세노야키소바 카라시멘타이코 (IPPEICHAN YOMISE NO YAKISOBA KARASHI MENTAIKO)	페용야키소바 (peyong yakisoba/peyong)
사진자료: 현지조사원			



제품명	누이파즈조수에제미 (Nouilles froides sauce sesames)	포장 재질	플라스틱
제조사	미야코 (Miyako)	포장 용기 형태	파우치
원산지	일본	조리방법	전자레인지 또는 후라이팬 사용
가격	4.9유로 (6,444원)	알레르기 정보	콩, 밀, 참깨
용량	675g	라벨정보	전자레인지 사용가능
원료	밀가루, 식물성 기름, 소금, 산성, 탄산수, 사프란 색소, 옥수수 시럽, 간장, 참깨, 설탕, 식초, 참기름, 가수분해성단백질, 알코올, 농도조절도, 산성, 카라멜색소		



잇베이찬요미세노야키소바 카라시			
제품명	멘타이코 (IPPEICHAN YOMISE NO YAKISOBA KARASHI MENTAICO)	포장 재질	플라스틱
제조사	묘조푸드 (Myojo Foods)	포장 용기 형태	상자
가격	3.1유로 (4,077원)	조리방법	끓는 물 사용
용량	126g	알레르기 정보	콩, 밀, 계란, 유제품
원산지	일본	라벨정보	전자레인지 사용불가 화상주의 보관주의
면	소금, 식물성 기름, 붕대, 다당류		
원료	조미수프	간장, 기름향, 수원, 양조식초, 가수분해성단백질, 향신료, 양배추, 조미료, 김, 대구알, 산성, 카라멜색소, 탄산수, 칼슘소다, 알코올, 향신료	
	기타수프	카로틴색소, 전분, 크산틴산고무, 리코펜색소, a-토코페롤, 마그네슘, 산성, 리보플라빈, 비타민B, 돼지고기향, 닭고기향	



제품명	페양야키소바 (peyong yakisoba/peyong)	포장 재질	플라스틱
제조사	마루카푸드 (Maruka Foods Co., Ltd.)	포장 용기 형태	상자
가격	2.4유로 (3,156원)	조리방법	끓는 물 사용
용량	106g	알레르기 정보	콩, 밀, 참깨
원산지	일본	라벨정보	전자레인지 사용불가 화상주의 보관주의
원료	면 조미수프	밀가루, 소금, 식물성기름	간장소스, 향신료, 우스터소스, 다당류, 가수분해성단백질, 기름, 양배추, 참깨, 미역, 저린 빨간생강, 카라멜색소, 산성, 구아검, 산성, 탄산수, a-토코페롤, 리보플라빈, 쇠고기향

Shop ③ 인터마르쉐(Intermarché)

슈퍼마켓

매장 정보

- 유형 : 중형 슈퍼마켓
- 주요 소비층 :
 - ① 지역 주민
 - ② 관광객
- 판매 제품 특징 :
 - ① 냉동식품, 수입 면류 등 다양한 품목 취급
 - ② 한국산 제품 판매

브랜드 기본 정보

프랑스의 대형 유통그룹 ‘Les Mousquetaires’의 슈퍼마켓 브랜드로, 냉동식품 및 정육식품, 신선 식품 등 다양한 품목의 제품을 취급함. 한인들이 많이 사는 구역에 위치하고 있으며, 한국 제품을 포함한 수입제품도 판매함. 가전기기, 애완용품 등 다양한 품목을 취급하는 자체 온라인 쇼핑 물을 운영하고 있으며, 배달 서비스도 제공함

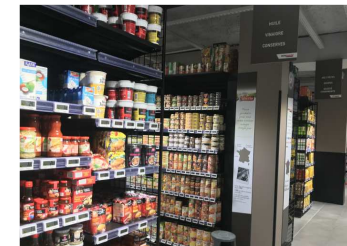
매장 보유 즉석간편잡채 제품 수 : 4개

매장 정보



도시(지역) 위치	파리(Paris)
상세주소	81 83 Rue Saint-Charles, 75015 Paris

즉석간편잡채 매대 모습



즉석간편잡채 판매 매대 전경

즉석간편잡채 판매 정보



누이재포네즈세베어보프데파냐끼
(Nouilles japonaises saveur Bœuf Teppanyak)



누이재포네즈세베어폴렛데리아끼
(Nouilles japonaises saveur poulet teriyaki)

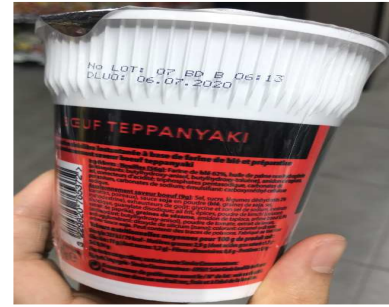


누이재포네즈세베어폴렛요세넵
(Nouilles japonaises saveur poulet yosenabe)



비빔우동
(bibim udon)

사진자료: 현지조사원



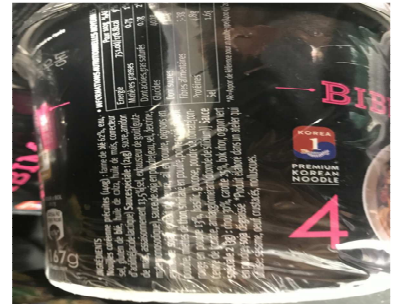
제품명	누이재포네즈세베어보프데파냐끼 (Nouilles japonaises saveur Bœuf Teppanyak)	포장 재질	플라스틱
제조사	타노시 (Tanoshi)	포장 용기 형태	컵
원산지	베트남	조리방법	끓는 물 사용
가격	1.7유로 (2,236원)	알레르기 정보	어류 성분 포함 가능
용량	65g	라벨 정보	포크포함
원료	면	밀가루, 수소무첨가 야자기름(산화방지제:부틸히드록시아니솔, 부틸히드록시톨루엔), 타피오카전분,소금, 산성조절도: 3인삼염, 칼륨, 소다, 유화제(카르복실셀룰로오스소다)	
	조미수프	글리신, 소다소금, 이노지나트나트륨, 구아닐라트, 튀긴마늘, 향신료, 김치수프(색:파프리카추출물), 참깨, 타피오카 전분, 쇠고기향(산화방지제:부틸드록시아니솔), 토마토가루, 효모추출물, 응고방지제,이산화규소(나노), 색첨가(카라멜,간장향)	
	기타수프	소금, 설탕,말린야채 2%(당근,파), 간장가루(밀,대두,소금, 말토덱스타린)	



제품명	누이재포네즈세베어플렛데리야끼 (Nouilles japonaises saveur poulet teriyaki)	포장 재질	플라스틱
제조사	타노시 (Tanoshi)	포장 용기 형태	컵
원산지	베트남	조리방법	끓는 물 사용
가격	1.6유로 (2,104원)	알레르기 정보	어류 성분 포함 가능
용량	65g	라벨 정보	포크포함
원료	<p>면 밀가루, 수소무첨가, 아자기름(산화방지제:부틸히드록시아니솔, 부틸히드록시톨루엔), 타피오카전분, 소금, 산성조절도: 3인삼염, 칼륨, 소다; 유허제: 카복실셀룰로오스소다</p> <p>조미수프 말린 야채(당근, 파, ,설탕,소금, 간장가루(밀, 대두,소금, 말토덱스트린,응고방지제, 이산화규소), 타피오카전분, 닭고기향(보리,우유,산화방지제: 부틸히드록시아니솔),튀김마늘, 향신료,조미료:이노지나트나트륨, 구아닐라트 나트륨;응고방지제: 이산화규소; 간장향, 색첨가:강황</p>		



제품명	누이재포네즈세베어폴렛요세넵 (Nouilles japonaises saveur poulet yosenabe)	포장 재질	플라스틱
제조사	타노시 (Tanoshi)	포장 용기 형태	컵
원산지	베트남	조리방법	끓는 물 사용
가격	1.7유로 (2,236원)	알레르기 정보	어류 성분 포함 가능
용량	65g	라벨 정보	포크포함
원료	<p>면 밀가루, 수소무첨가 야자기름 (산화방지제: 부틸히드록시아니솔, 부틸히드록시톨루엔), 타피오카 전분, 소금, 산성조절도(3인삼염), 칼륨, 소다(유화제(카르복실셀룰로오스소다))</p> <p>조미수프 새우가루(말린야채 (당근, 파), 설탕, 소금, 간장가루(밀, 대두, 소금, 말토덱스트린, 응고방지제: 이산화규소), 새우가루(갑각)(색소:파프리카추출물), 튀김마늘, 생선가루, 타피오카전분), 조미료(이노지나트나트륨, 구아닐라트나트륨(향신료, 오징어가루), 응고방지제(이산화규소), 간장향, 야자기름(산화방지제: 부틸히드록시아니솔, 부틸히드록시톨루엔), 숯불향)</p>		



제품명	비빔우동 (bibim udon)	포장 재질	종이
제조사	B사	포장 용기 형태	컵
원산지	한국	조리방법	전자레인지 또는 후라이팬 사용
가격	2.6유로 (3,419원)	알레르기 정보	참깨, 계란, 갑각류, 어패류
용량	167g	라벨 정보	전자레인지 사용 매움
원료	면	밀가루, 물, 소금, 밀 글루텐, 유채 기름, 옥수수 기름, 산도 보정기 (유산), 특수 소스 1 개, 설탕, 옥수수 전분	
	조미수프	소금, 맛 강화제(글루타민산 나트륨), 간장 분말(물, 소금, 덱스트린, 콩, 효모 추출물, 마늘 분말, 양파 분말, 참치 바스라기, 표고 버섯 파우더, 후추 가루), 바질, 포도당, 토마토 분말 (토마토 농축액, 고결 방지제 (이산화 규소))	
	기타수프	양배추, 당근, 파파스, 탈지 대두	

Shop ④ 피카드(PICARD)

슈퍼마켓

매장 정보

- 유형 : 중형 슈퍼마켓
- 주요 소비층 :
 - ① 지역 주민
- 판매 제품 특징 :
 - ① 냉동식품을 주로 판매
 - ② 한국 제품 취급
 - ③ 아시안 푸드 PB상품 생산 및 판매

브랜드 기본 정보

파리 시내의 주거 지역에 위치한 슈퍼마켓으로, 냉동식품 판매 매장으로 잘 알려져 있음. 주 고객층은 인근 거주자이며, 할인 혜택을 받을 수 있는 회원제 카드를 운영함. 최근 자체 생산한 아시아 음식을 홍보하고 있으며, 이탈리아를 테마로 한 상품 홍보 전략을 펼치기도 함. 계산대에 구비된 매장 카탈로그에는 매장 식품을 활용한 레시피도 소개되어 있음

매장 보유 즉석간편잡채 제품 수 : 4개

매장 정보



도시(지역)

파리(Paris)

위치

89-93avenue du général Michel bizot,75012 Paris

상세주소

즉석간편잡채 매대 모습



즉석간편잡채 판매 매대 전경

판매 제품 정보

즉석간편잡채 판매 정보



부프마린에누이 (Bœuf mariné, nouilles)



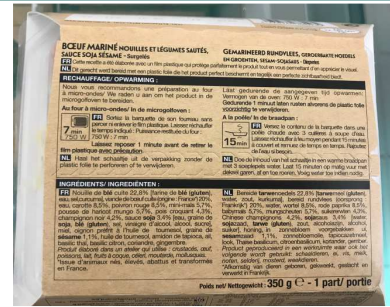
누이요코벳트 (Nouilles aux crevettes)



누이소떼아라시누아즈 (Nouilles sautées à la chinoise)



부프우쥬니언 (Bœuf aux oignons)



제품명	부프마린에누이 (Bœuf mariné, nouilles)	포장 재질	외포장: 종이 내포장: 플라스틱
제조사	피카드 (Picard)	포장 용기 형태	외포장: 상자 내포장: 파우치
원산지	프랑스	조리방법	전자레인지 또는 후라이팬 사용
가격	5유로 (6,575원)	알레르기 정보	갑각류, 생선, 우유, 계란, 어패류, 견과류, 셀러리, 머스타드
용량	350g	라벨 정보	전자레인지 사용

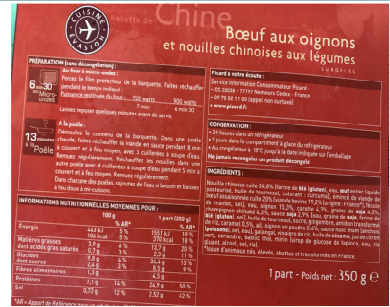
면	익힌 밀면 (밀가루(글루텐 함유), 소금, 강황포함)
원료	구운 프랑스산 소고기, 물, 당근, 홍고추, 옥수수, 숙주나물, 완두콩, 목이버섯, 간장(물, 대두, 밀 글루텐 함유, 소금, 알코올함유 식초, 알코올, 설탕), 꿀, 해바라기유로 튀긴 양파, 깨소금, 해바라기유, 미늘, 태국식 바질, 레몬 바질, 고수, 생강



제품명	누이요코벳트 (Nouilles aux crevettes)	포장 재질	플라스틱
제조사	피카드 (Picard)	포장 용기 형태	파우치
원산지	프랑스	조리방법	전자레인지 또는 후라이팬 사용
가격	5.5유로 (7,233원)	알레르기 정보	조개, 생선
용량	500g	라벨 정보	전자레인지 또는 후라이팬 사용
원료	면	삶은 중국식 국수면(물, 강력분(글루텐), 계란가루, 소금, 해바라기유, 맥아, 색소제(강황추출물)), 익힌 껍질 벗긴 새우(갑각새우, 물, 소금), 코코넛우유, 브로콜리, 표고버섯, 초록 강낭콩, 바삭한 완두콩, 해바라기유로 튀긴 양파, 홍고추, 당근, 목이버섯, nuocmam소스(안초비생선), 소금, 물, 고추베이스 (식초, 청고추, 물, 소금, 옥수수 전분, 농도 첨가물(gommexanthane), 음식첨가제codeE415, 산화방지제(아스코빈산), 물, 생강, 천연레몬향, 생강과 다른 천연향, 해바라기유, 천연향, 꿀, 강황	



제품명	누이소떼아라시누아즈 (Nouilles sautées à la chinoise)	포장 재질	플라스틱
제조사	피카드 (Picard)	포장 용기 형태	파우치
원산지	프랑스	조리방법	전자레인지 또는 후라이팬 사용
가격	3.2유로 (4,208원)	알레르기 정보	콩, 참깨, 생선
용량	500g	라벨 정보	전자레인지 또는 후라이팬 사용
원료	면 조미수프	익힌국수(물, 밀가루(글루텐), 해바라기유, sel, 산성(소다탄산염, 칼륨탄산염), 안정제: 구아검), 물, 간장소스(물, 대두, 밀(글루텐), 소금), 해바라기유, 설탕, 쌀식초, 마늘, 생강, 참기름, 고추, 생선액젓(안초비(생선), 소금, 물, 설탕, 카사바전분, 농도첨가물(gommexanthane(음식첨가제codeE415, 회향, 아니스)), 숙주나물, 목이버섯, 양배추, 대두, 해바라기유로 튀긴 양파	








제품명	보프우주니언 (Bœuf aux oignons)	포장 재질	외포장: 종이 내포장: 플라스틱
제조사	피카드 (Picard)	포장 용기 형태	외포장: 상자 내포장: 파우치
원산지	프랑스	조리방법	전자레인지 6분 30초 조리 후라이팬에 13분 조리
가격	4.5유로 (5,918원)	알레르기 정보	계란, 콩, 생선
용량	350g	라벨 정보	전자레인지 또는 후라이팬 사용
면	중국식 면(밀가루(글루텐), 물, 파스퇴르 살균 처리된 계란, 해바라기유, 색첨가제: 강황)		
원료	절인 다진 쇠고기 (쇠고기(프랑스산), 카사바 전분, 소금), 물, 양파, 당근, 대두, 표고버섯, 간장(물, 대두, 밀가루(글루텐), 소금), 해바라기유, 설탕, 생강, 쌀전분, 카라멜, 미늘, 양파가루, nuocmam소스(안초비(생선), 소금, 물), 생강, 쌀식초, 참기름, 라임주스, 고수, 타이바질, 미림(타피오카 글루코스시럽, 물, 등근쌀, 알코올, 소금, 쌀)		

Shop ⑤ 지안떼카지노(Géant Casino)

하이퍼마켓

매장 정보

- 유형 : 중형 슈퍼마켓
- 주요 소비층 :
 - ① 지역 주민
- 판매 제품 특징 :
 - ① 한국 제품 및 아시아 제품 취급
 - ② 세계 식품 코너 있음

<p>브랜드 기본 정보</p>	<p>차이나타운 근처에 위치한 하이퍼마켓으로, 대규모 매장을 가지고 있음. 아시아 제품을 취급하며, 위층에는 세계 식품 코너가 있음</p>					
<p>매장 정보</p>	<p>매장 보유 즉석간편잡채 제품 수 : 1개</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p>위치</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%;">도시(지역)</td> <td style="width: 50%;">파리(Paris)</td> </tr> <tr> <td>상세주소</td> <td>Boulevard Masséna, Place de Vénétie, 75013 Paris</td> </tr> </table>		도시(지역)	파리(Paris)	상세주소	Boulevard Masséna, Place de Vénétie, 75013 Paris
도시(지역)	파리(Paris)					
상세주소	Boulevard Masséna, Place de Vénétie, 75013 Paris					
<p>즉석간편잡채 매대 모습</p>	<p>즉석간편잡채 판매 매대 전경</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>					
<p>즉석간편잡채 판매 정보</p>	<p>판매 제품 정보</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>누이아라시누아즈 (Nouilles à la chinois)</p>					



제품명	누이아라시누아즈 (Nouilles à la chinoise)	포장 재질	플라스틱
제조사	마리에 (Marie)	포장 용기 형태	파우치
원산지	프랑스	조리방법	전자레인지 또는 후라이팬 사용
가격	5.5유로 (7,233원)	알레르기 정보	어패류, 계란, 샐러리, 갑각류, 참깨, 머스타드, 생선, 콩
용량	900g	라벨 정보	(-)
면	삶은 링귀니(물,강력분, 해바라기유, 소금),물		
원료	조미수프 구운닭볶음 (닭고기, 소금, 설탕, 레몬주스), 작은 완두콩, 당근, 홍고추, 목이버섯, 완두콩, 양파, 간장 (물,대두,밀가루,소금), 설탕, 유채기름, 옥수수전분, 생선액젓(생선,소금,물), 쌀식초, 소금, 마늘, 닭고기육수(닭고기 지방과 살, 감자전분, 소금, 탈지유분유, 향신료, 당근추출물, 향신료), 생강, 타이바질, 카라멜향(설탕,물), 인도산 자두, 고수, 후추		

II. Competitor

SUMMARY

1. 프랑스 즉석간편잡채 경쟁 기업 포지셔닝
2. 프랑스 즉석간편잡채 경쟁 기업 현황
3. 프랑스 즉석간편잡채 경쟁 기업 분석

Competitor

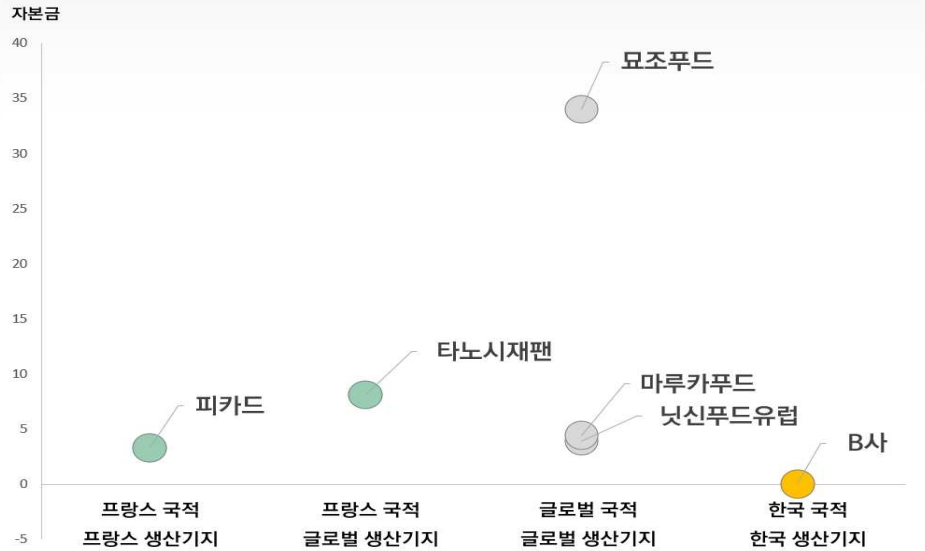
(경쟁기업)

프랑스 (FRANCE) 즉석간편잡채 경쟁기업 선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정
· 경쟁제품 선정 기업체

경쟁사 분류
· 제조사 국적
· 제조기지 설립 지역

경쟁사 포지셔닝
· X축 : 국적 및 생산지
· Y축 : 자본금



프랑스 (FRANCE) 즉석간편잡채 경쟁기업 분석

■ 글로벌 경쟁기업
■ 한국 경쟁기업
■ 프랑스 경쟁기업

구분	판매채널	제조사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	자본금
프랑스 국적 프랑스 생산	슈퍼마켓	피카드(Picard)	① 오프라인 ② 온라인	① 자사 홈페이지 ② SNS 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> 중국 제조법 요리 탈출 (CUISINE EVASION) 이국적인 영감을 주는 독창적인 식사 	248만 5,858유로 ⁸⁾ (32억 6,890만 원)
프랑스 국적 글로벌 생산	슈퍼마켓	타노시재팬 (Tanoshi Japon)	① 오프라인 ② 온라인	① 자사 홈페이지 ② SNS 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> 일본식 국수 일본식 레시피 철판구이 고기 야끼소바 	613만 2,610유로 (80억 6,438만 원)
글로벌 국적 글로벌 생산	백화점	닛신푸드유럽 (NISSIN Foods EUROPE)	① 오프라인 ② 온라인	① 자사 홈페이지	<ul style="list-style-type: none"> 야끼소바 소스와 야채를 곁들인 거부할 수 없는 국수 사무실이나 집에서 쉽게 준비하여 섭취할 수 있는 	10억 포린츠 (40억 2천만원) ⁹⁾
	슈퍼마켓	묘조푸드 (Myojo Foods)	① 오프라인 ② 온라인	① 자사 홈페이지	<ul style="list-style-type: none"> 야시장의 야끼소바 진한 잇베이찬이 좋다 	31억 4,362만 엔 ¹⁰⁾ (342억 6,169만 원)
글로벌 국적 글로벌 생산	슈퍼마켓	마루카푸드 (Maruka Foods Co., Ltd.)	① 오프라인 ② 온라인	① 자사 홈페이지 ② SNS 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> 큰!(Big!) 철판 야끼소바의 이미지 쫄깃한 국수 감미로운 맛의 소스 즉석누들 	4억 엔 (43억 5,952만원)
	슈퍼마켓	B사	① 오프라인	① 자사 홈페이지 ② SNS 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> 3분 안에 즐기는 6가지 맛있는 조리법 매콤달콤한 	10,000 유로 (1,315만원)

(*) 현지 판매 즉석간편잡채 제조기업 6개사 분석

8) 1유로=1,315원(2019.07.25., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
9) 1포린츠=4.02원(2019.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
10) 100엔=1,089.88원(2019.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

1. 프랑스 즉석간편잡채 경쟁기업 포지셔닝

▶ 대표 경쟁기업, 프랑스 기업 2개사, 일본 기업 3개사, 한국 기업 1개사 선정

프랑스에 진출한 즉석간편잡채 경쟁기업 분석을 위해 오프라인 매장 5곳을 조사한 결과, 프랑스 기업 2개와 한국 기업 1개, 글로벌 기업 3개를 경쟁기업으로 선정함. 조사된 제품수가 2개 이상인 기업(피카드, 닛신푸드유럽, 타노시재팬)를 우선 선정한 뒤, 자본 규모를 파악할 수 있는 일본 기업 2개사와 한국 기업 1개사가 선정됨

▶ 경쟁기업 6개사 중 4개사, 제조사 국적과 생산지 위치 동일

경쟁기업 6개사 중 프랑스 기업 피카드(Picard), 일본 기업 묘조푸드(Myjo Foods)와 마루카푸드(Maruka Foods Co.,Ltd.), 한국 기업 B사는 브랜드 국적과 생산지 위치가 동일한 것을 확인함. 프랑스 기업 타노시재팬(Tanoshi Japon)의 경우 생산지는 베트남이었으며, 일본 기업 닛신푸드(Nissin Foods)의 유럽 지사인 닛신푸드유럽(NISSIN Foods Europe)은 유럽 생산지가 헝가리로 확인됨

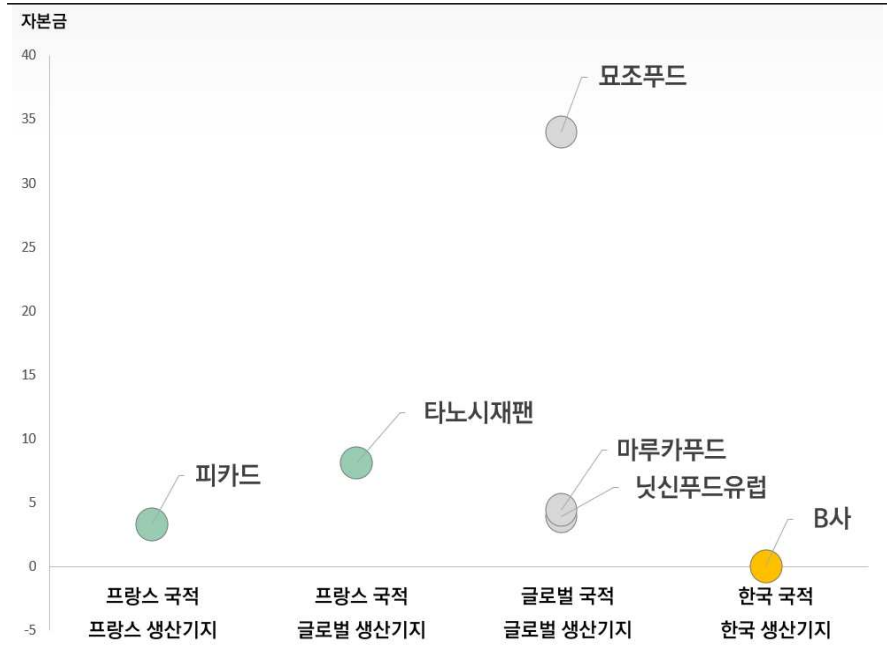
▶ 경쟁기업 6개사 중 일본 기업 묘조푸드(Myjo Foods)의 자본금이 가장 큼

경쟁기업 6개사의 18년도 기준 자본금 규모를 분석해 본 결과, 일본 기업 묘조푸드(Myjo Foods)의 자본금이 31억 4,362만 엔(342억 6,169만원)으로 가장 큰 것을 확인함. 반면, 한국 기업 B사의 자본금이 10,000유로(1,315만원)으로 경쟁기업 6개사 중 자본금 규모가 가장 작음

1. 프랑스 즉석간편잡채 경쟁기업 포지셔닝

[표 2.1] 프랑스 즉석간편잡채 경쟁기업 시장 포지셔닝

단위 : 십억 원



경쟁사	제조사 국적			생산지 위치			매출액
	프랑스	글로벌	한국	프랑스	글로벌	한국	
피카드	0			0			248만 5,858유로 (32억 6,890만원)
타노시재팬	0			0	0		613만 2,610유로 (80억 6,438만원)
닛신푸드유럽		0		0			10억 포린츠 (40억 2천만원)
묘조푸드		0		0			31억 4,362만 엔 (342억 6,169만원)
마루카푸드		0		0			4억 엔 (43억 5,952만원)
B사			0			0	10,000 유로 (1,315만원)

(*) 현지 판매 즉석간편잡채 제조기업 6개사 분석

2. 프랑스 즉석간편잡채 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 6개사 중 5개사, 오프라인과 온라인 채널 모두 진출

경쟁기업 6개사 중 한국 기업 B사는 오프라인 유통 채널에만 진출했으며, 그 외 5개사는 프랑스 내 오프라인 판매 채널과 온라인 판매 채널에 모두 진출한 것을 확인함. 프랑스 기업 피카드(Picard)의 경우 조사된 경쟁제품이 PB(자체생산)제품으로, 확인된 오프라인 채널과 온라인 채널은 모두 자사 소유의 유통 채널임

▶ 경쟁기업 6개사, 자사 홈페이지를 대표 홍보 채널로 활용

경쟁기업 6개사는 자사 홈페이지를 대표 홍보 채널로 활용함. 자사 홈페이지는 주로 제품 정보와 기업 이슈를 알리는 홍보 채널로 이용되고 있으며, SNS 플랫폼을 이용하지 않는 닛신푸드유럽(NISSIN Foods EUROPE)와 묘조푸드(Myjo Foods)는 자사 홈페이지를 통해 제품의 레시피나 품질 정보도 제공함. 그 외 4개사는 SNS 플랫폼을 활용하여 제품 정보, 프로모션 정보, 제품 레시피 등을 공유하는 것을 확인함

▶ 경쟁기업 6개사, 홍보 문구로 주로 ‘맛’을 강조

경쟁기업 6개사의 홍보 문구를 분석해 본 결과, 주로 제품의 맛을 강조하는 것으로 확인됨. 또한 ‘중국 제조 방식’, ‘일본식 국수’, ‘야끼소바’를 홍보 문구로 사용하였으며, 아시아 스타일의 제품이라는 점을 홍보함. 일본 기업 닛신푸드유럽과 한국 기업 B사의 경우, 간편하게 섭취할 수 있다는 점도 홍보 문구로 활용하는 것으로 나타남

2. 프랑스 즉석간편잡채 경쟁기업 현황

[표 2.2] 프랑스 즉석간편잡채 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	자본금
피카드	① 오프라인 ② 온라인	① 자사 홈페이지 ② SNS 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> 중국 제조법 요리 탈출 이국적인 영감을 주는 독창적인 식사 	248만 5,858유로 (32억 6,890만 원)
타노시재팬	① 오프라인 ② 온라인	① 자사 홈페이지 ② SNS 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> 일본식 국수 일본식 레시피 철판구이 고기 	613만 2,610유로 (80억 6,438만원)
넛신푸드 유럽	① 오프라인 ② 온라인	① 자사 홈페이지	<ul style="list-style-type: none"> 야끼소바 야끼소바 소스와 야채를 곁들인 거부할 수 없는 국수 사무실이나 집에서 쉽게 준비하여 섭취할 수 있는 	10억 포린츠 (40억 2천만원)
묘조푸드	① 오프라인 ② 온라인	① 자사 홈페이지	<ul style="list-style-type: none"> 아시아의 야끼소바 진한 맛에이찬이 좋다 	31억 4,362만 엔 (342억 6,169만원)
마루카푸드	① 오프라인 ② 온라인	① 자사 홈페이지 ② SNS 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> 큰!(Big!) 철판 야끼소바의 이미지 쫄깃한 국수 감미로운 맛의 소스 	4억 엔 (43억 5,952만원)
B사	① 오프라인	① 자사 홈페이지 ② SNS 플랫폼	<ul style="list-style-type: none"> 즉석누들 3분안에 즐기는 6가지 맛있는 조리법 매콤달콤한 	10,000 유로 (1,315만원)

자료 : 프랑스 즉석간편잡채 판매기업 6개사 분석 결과

3. 프랑스 즉석간편잡채 경쟁기업 분석

① 닛신푸드유럽(NISSIN Foods EUROPE)

	기업명	닛신푸드유럽(NISSIN FOODS EUROPE)		
기업 기본 정보	홈페이지	www.nissinfoods.fr		
	위치	Momofuku u. 4., H-6000 Kecskemét, Hungary		
	규모	자본금(*18)**12)	10억 포린츠 (40억 2천만원) ¹³⁾	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 갤러리즈 라파예뜨 고메 파리		제품명	소바컵타이 (Soba cup thai)
			가격	4유로 ¹⁴⁾ (5,260원)
			용량	87g
	〈온라인 매장〉 아마존 프랑스, 이베이 프랑스, 까르푸 프랑스		제품명	닛신 소바 컵 누들 (Nissin Soba Cup Noodles 87G)
			가격	3.5유로 (원)
			용량	87g
포장형태	플라스틱 컵			
기업 홍보 채널			<ul style="list-style-type: none"> 자사홈페이지(닛신푸드유럽) <ul style="list-style-type: none"> 제품 소개 및 품질 정보 제공 기업 정보 제공 	
	홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> 야끼소바(焼そば) 야끼소바 소스와 야채를 곁들인 거부할 수 없는 국수 (irresistible noodles with yakisoba sauce and vegetable) 사무실이나 집에서 쉽게 준비하여 섭취할 수 있는 (easy to prepare and serve in the office or at home) 	

사진자료: 이베이 프랑스

11) 프랑스 현지 유통매장에서 조사된 닛신 브랜드의 경쟁제품은 헝가리에서 제조된 상품으로, 닛신그룹 헝가리 지사(Nissin Foods Ktr.)의 기업 규모를 조사함

12) 모기업인 닛신그룹의 회계연도 결산 기준에 따라, 2018.03.31.에 파악된 자본금 규모임 (출처: NISSIN FOODS HOLDINGS Annual Report 2018,201803)

13) 1포린츠=4.02원(2019.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

14) 1유로=1,315원(2019.07.25., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② 묘조푸드(Myojo Foods)

	기업명	묘조푸드(Myojo Foods)		
기업 기본 정보	홈페이지	www.myojofoods.co.jp		
	위치	Sendagaya 3-chome 50-11, Shibuya-ku, Tokyo 151-8507, Tokyo		
	규모	자본금('19) ¹⁵⁾	31억 4,362만 엔 ¹⁶⁾ (342억 6,169만원)	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 하이마트		제품명	잇베이찬 요미세 노 야키소바 카라시 멘타이코 (IPPEICHAN YOMISE NO YAKISOBA KARASHI MENTAIKO)
			가격	3.1유로 (4,077원)
	용량	126g		
	원산지	플라스틱 상자		
	〈온라인 매장〉 이베이 프랑스		제품명	묘조 잇베이찬 야키소바 위드 피쉬 로 마요네즈 (Myojo ippeichan Yakisoba with Fish Roe mayonnaise 126 g)
가격			6.3유로 (8,285원)	
용량			126g	
원산지			플라스틱 상자	
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사홈페이지(영문) - 제품 정보 및 기업 최신 이슈 제공 - 자사 제품을 활용한 레시피 제공 - TV 광고영상 제공 		
		홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> 야시장의 야끼소바 (夜店の焼そば) 진한 잇베이찬이 좋다 (こってりな一平ちゃんが好きだ)

자료: 자사 홈페이지
사진자료: 이베이 프랑스

15) 모기업인 닛신그룹의 회계연도 결산 기준에 따라, 2018.03.31. 기준으로 파악된 자본금 규모임
(출처: NISSIN FOODS HOLDINGS Annual Report 2018,201803)

16) 100엔=1,089.88원(2019.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

③ 타노시재팬(TANOSHI JAPON)

기업명		타노시재팬(TANOSHI JAPON)		
홈페이지		www.tanoshi.fr		
기업 기본 정보	위치	BJORG ET COMPAGNIE 217, chemin du Grand Revoyet 69561 Saint Genis Laval		
	규모 ¹⁷⁾	자본금 ⁽¹⁸⁾	613만 2,610유로 (80억 6,438만원)	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 인터마르쉐		제품명	누이재포네즈세베어보프 데파냐끼 (Nouilles japonaises saveur Bœuf Teppanyak)
			가격	1.7유로 (2,236원)
			용량	65g
	〈온라인 매장〉 아마존 프랑스, 까르푸 프랑스		제품명	누야스탄파니보프 데파냐끼 (Nouilles instantanée bœuf Teppanyaki TANOSHI)
			가격	1.4유로 (1,841원)
			용량	65g
포장형태		플라스틱 컵		
기업 홍보 채널			<ul style="list-style-type: none"> 자사홈페이지 -제품 정보 및 판매점 위치 정보 제공 -자사 제품을 활용한 레시피 제공 SNS플랫폼 -페이스북 (기업 이슈 및 제품정보, 프로모션 정보 공유) -인스타그램 (기업 이슈, 제품정보, 제품 레시피 공유) 	
	홍보 문구			<ul style="list-style-type: none"> 일본식 국수 (JAPANESE NOODLES) 일본식 레시피 (Japanese recipes) 철판구이 고기 (Grilling meat on an iron plate)

사진자료: 자사 홈페이지, 아마존 프랑스

17) 타노시(Tanoshi)의 기업규모 파악이 불가능하여 모기업인 보르그 본에트르 앤드 컴퍼니(BJORG BONNETERRE AND COMPANY)의 기업 규모를 조사함 (출처: 소사이어티(societe) (www.societe.com))

④ 마루카푸드(Maruka Foods Co., Ltd.)

기업 기본 정보	기업명	마루카푸드(Maruka Foods Co., Ltd.)	
	홈페이지	www.peyoung.co.jp	
	위치	Yubinbango372-8505 Isesaki, Gunma Prefecture Toyazuka-cho 49-1	
	규모	자본금('18)	4억 엔(18) (43억 5,952만 원)
		직원 수	135명
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 하이마트	제품명	페양 야키소바 (peyong yakisoba/peyong)
		가격	2.4유로 (3,156원)
		용량	106g
		포장형태	플라스틱 상자
	〈온라인 매장〉 이베이 프랑스	제품명	페양 야키소바 라멘 재팬 재패니즈 컵 누들 (Peyong YAKISOBA 106g Ramen Japan Japanese Cup Noodle)
		가격	1.8유로 (2,367원)
용량		106g	
	포장형태	플라스틱 상자	
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사홈페이지 제품 정보 제공 품질 인증 정보 제품 별 홍보 영상 제공 	
		<ul style="list-style-type: none"> SNS플랫폼 트위터(제품정보 실시간 공유) 유튜브(제품 홍보 영상 공유) 	
홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> 큰(Big!) 철판 야키소바의 이미지 즐거워 국수 감미로운 맛의 소스 	

사진자료: 자사 홈페이지, 이베이 프랑스

⑤ 피카드(Picard)

기업 기본 정보	기업명	피카드(Picard)		
	홈페이지	www.picard.fr		
	위치	fontaineblea, france		
	규모 ¹⁹⁾	자본금 ⁽¹⁸⁾	248만 5,858유로 ²⁰⁾ (32억 6,890만 원)	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 피카드		제품명	보프우쥬니언 (Bœuf aux oignons)
			가격	4.5유로 (5,918원)
			용량	350g
	〈온라인 매장〉 자사홈페이지 (온라인몰)		제품명	보프우쥬니언누이시노아즈 우리곰 (Bœuf aux oignons et nouilles chinoises aux légumes)
			가격	4.6유로 (6,049원)
			용량	350g
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사홈페이지 - 제품 정보 및 레시피 제공 - 기업 이슈 및 냉동식품 트렌드 정보 제공 SNS플랫폼 - 페이스북(제품홍보) - 트위터 (제품 홍보 및 프로모션 정보 공유) - 유튜브(제품 조리방법 정보 제공) - 핀터레스트 (제품 조리방법 및 제품 사진 공유) - 인스타그램(제품 홍보) 		
		홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> 중국 제조법 (Recette de Chine) 요리 탈출 (CUISINE EVASION) 이국적인 영감을 주는 독창적인 식사 (Pour une pause repas en solo d'inspiration exotique.)
<p>Que de saveurs et de parfums exotiques dans ce plat de bœuf aux oignons, accompagné de nouilles chinoises aux légumes. Des émincés de bœuf dans une sauce caramélisée, agrémentés de nouilles, de lanières de carottes et de champignons noirs. Pour une pause repas en solo d'inspiration exotique.</p>				

사진자료: 자사 홈페이지

18) 100엔=1,089.88원(2019.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

19) 소사이어티(societe) (www.societe.com)

20) 1유로=1,315원(2019.07.25., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

⑥ B사

기업 기본 정보	기업명	B사		
	위치	파리		
	규모 ²¹⁾	자본금(‘18)	10,000 유로 (1,315만 원)	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 인터마르쉐		제품명	비빔우동 (bibim udon)
			가격	2.6유로 (3,419원)
			용량	167g
			포장형태	종이 컵
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> • 자사홈페이지 - 제품 정보 제공 • SNS플랫폼 - 페이스북 (제품홍보, 기업 이슈&프로모션 공유) - 인스타그램 (홍보 영상&프로모션 공유) 		
		홍보 문구	<ul style="list-style-type: none"> • 즉석누들 (À LA FOIS NOUILLE) • 3분안에 즐기는 6가지 맛있는 조리법 (6 recettes délicieuses prêtes) • 매콤달콤한 (épicé et sucre) 	

사진자료: 자사 홈페이지, 자사 인스타그램

21) 소사이어티(societe) (www.societe.com)

III. Buyer Interview

SUMMARY

Interview ① 케이마트(K-Mart)

Interview ② 아시아나 슈퍼마켓
(Asiana Supermarket)

Interview ③ 에피세히 코헤엔드 바이 한국 에스에이에스
(Epicerie Coréenne by Hanguk SAS)

Interview ④ 마켓 아마시아(Market Amasia)

Interview ⑤ 김치 파씨옹(Kimchi Passion)

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

프랑스 (FRANCE)
 즉석간편잡채 인터뷰
 대상 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정
 · 식품 수입업체 ○
 · 한국식품 취급 경험 ○

		에피세히 코헤엔드				
		케이마트 (K-Mart)	아시아나 슈퍼마켓 (Asiana Supermarket)	바이 한국 에스에이에스 (Epicerie Coréenne by Hanguk SAS)	마켓 아마시아 (Market Amasia)	김치 패션 (Kimchi Passion)
업체	▶	식품유통업체	소매업체	소매업체	소매업체	소매업체
한국 식품 취급	▶					
		잡채	인스턴트 라면	국떡 컵볶이	불닭볶음면	요뽕기

사진자료: 케이마트(K-Mart), 아시아나 슈퍼마켓(Asiana Supermarket)페이스북, 에피세히 코헤엔드 바이 한국 에스에이에스(Epicerie Coréenne by Hanguk SAS, 마켓 아마시아(Market Amasia), 김치 패션(Kimchi Passion) 홈페이지

프랑스(FRANCE)
 즉석간편잡채 바이어 인터뷰

A사	에피세히 코헤엔드 바이				
	케이마트 K-Mart (식품유통업체)	아시아나 슈퍼마켓 Asiana Supermarket (소매업체)	한국 에스에이에스 (Epicerie Coréenne by Hanguk SAS) (소매업체)	마켓 아마시아 (Market Amasia) (소매업체)	김치 파시옹 (Kimchi Passion) (소매업체)
22) 3,800원 제품 가격	제품 용량대비 적당한 가격대	비교 제품대비 저렴한 편 의 가격	제품 용량 대비 적당한 가격대	다른 가공식품의 용량대비 합리적인 가격대	용량 대비 저렴한 가격대
전통잡채, 매운해물잡채 제품 맛	기본적인 맛의 전통 잡채 를 더 선호할 것	맵지 않은 전통 맛 잡채 추천	젊은 현지인들 매운 맛 음식 도 인기 높아지고 있어	현지인 타겟 시 전통 맛 잡채 를 추천	프랑스인 매운 맛에 거부감이 있어 전통 맛 잡채 를 선호할 것
210g 제품 용량	잡채는 큰 용량을 선호, 210g은 적당	210g은 소비자들이 먹기에 충분한 양	다른 즉석아시아인 누들보다 많은 용량	다른 즉석아시아인 누들보다 많은 용량	다른 즉석식품 대비 많은 용량

(*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 5개사

22) 1유로=1,315원(2019.07.25., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ① 케이마트 (K-Mart)

케이마트 (K-Mart)

전문가 소속

케이마트 (K-Mart)
식품유통업체

전문가 정보

Ms. Pe
(Import Manager)



23)



케이마트(K-Mart)

Import Manager, Ms. Pe

케이마트는 2006년 설립된 식품유통업체로, 다양한 한국식품과 일본 식품을 판매하고 있음. 야채, 과일, 육류, 해산물 등의 신선 식품과 가공 식품을 판매하며, 조리된 비빔밥, 잡채, 한식 도시락을 판매함. 파리에 총 3개의 매장을 보유하고 있으며, 매장을 통해 개별 소비자들을 상대로 제품을 판매하고 일부 음식점으로 대량 납품도 진행하고 있음. 자사 홈페이지를 통해 매장 정보와 더불어 충무 김밥, 떡국, 호떡, 떡볶이, 두부조림 등 여러 한국 음식의 레시피를 제공하며, 프랑스 내 한국 음식문화를 알리기 위해 노력함. 그 외 페이스북, 트위터, 인스타그램 등 여러 SNS 채널을 통해 자사를 홍보함

23) 사진자료: 케이마트(K-Mart) 홈페이지 (www.k-mart.fr)



가격	3,800원
종류	전통잡채, 매운해물잡채
용량	210g

Q1. 동종 및 유사제품의 소비자 가격대는 어떻게 되나요?

저희는 현재 즉석간편잡채를 판매 중이지 않으나, 유사 제품으로 당면과 인스턴트 라면 등을 판매하고 있습니다. 당면의 경우, 1kg 기준 7유로(9,205원)로 판매하고 있으며, 인스턴트 라면 제품의 가격은 75g에 1-1.5유로(1,315-1,973원)입니다. A사 제품은 당면이나 다른 유사 제품들과 가격을 비교했을 때 조금 비싼 편이지만, 다른 즉석누들 제품보다 용량이 큰 점과 패키징 등을 고려했을 때 적당한 가격대라고 판단이 됩니다.

Q2. 그렇다면, 프랑스 내 즉석식품의 수요는 어떻게 되나요?

프랑스 현지 소비자들은 즉석식품에 대해 알고 있으나, 아직까지 직접 조리해 먹는 음식을 더 선호합니다. 특히 프랑스에서는 전자레인지에 즉석으로 조리해 먹는 음식이 많이 없기에 현지인들에게 이러한 조리방식은 조금 생소할 수 있습니다. 프랑스 내 즉석식품의 수요는 대부분 아시아인들에게 높은 편입니다.

Q3. 프랑스 내 잡채의 인지도는 어떻게 되나요?

프랑스에서 잡채는 생소한 음식에 속합니다. 프랑스에 거주하는 아시아인들에게만 인지도가 있으며, 대부분 당면을 구해 한꺼번에 대량으로 만들어 먹습니다. 제품 맛의 경우, 프랑스인들은 매운 음식을 즐겨먹지 않기 때문에 기본적인 맛의 전통 잡채를 더 선호할 것 같습니다.

Q4. 제품의 주 소비자층은 어떻게 되나요?

매장에는 현지인보다 프랑스에 거주하는 아시아인들이 더 많이 방문하며, 한국산을 포함한 즉석아시아인누들 제품은 연령을 불문하고 많은 소비자들이 즐겨 먹습니다. 당면의 경우 한국인, 중국인, 동남아시아인들이 주로 구매하며, 가족 단위로 자주 먹는 편입니다.

Q5. 제품의 유통구조가 어떻게 되나요?

즉석아시아인누들을 포함하여 대부분의 제품은 직수입하지 않고 네덜란드의 도매업체를 통해 제품을 대량 구매하고 있습니다. 주로 개별소비자들에게 판매하고 있으며, 프랑스 내 일부 한국 음식점에 식재료를 납품하고 있습니다.

Interview ② 아시아나 슈퍼마켓 (Asiana Supermarket)

●
아시아나 슈퍼마켓
(Asiana Supermarket)

전문가 소속

아시아나 슈퍼마켓
(Asiana Supermarket)
소매업체

전문가 정보

Ms. Ung
(Owner)



24)



아시아나 슈퍼마켓(Asiana Supermarket) Owner, Ms. Ung

아시아나 슈퍼마켓은 프랑스 니스에 위치한 아시아 식료품점으로, 중국, 일본, 한국, 인도, 베트남 제품을 취급하고 있음. 한국 음식으로는 라면, 김치, 떡볶이, 고추장 등 여러 종류를 판매하고 있음. 즉석간편잡채는 판매하고 있지 않으며, 떡볶이만 조리된 형태와 가공된 형태 두 가지로 판매하고 있음. 한국식품은 한국으로부터 직수입하는 것이 아닌 네덜란드와 프랑스의 수입업체를 통해 공급받고 있음. 매장을 통해 개별 소비자들을 상대로 판매하고 있으며, 주 소비자층은 프랑스에 거주하는 아시아인임. 자사 홈페이지와 페이스북을 통해 매장을 홍보를 하고 있음

24) 사진자료: 아시아나 슈퍼마켓(Asiana Supermarket) 홈페이지 (www.asiana-supermarche.fr)



가격	3,800원
종류	전통잡채, 매운해물잡채
용량	210g

Q1. 동종 및 유사제품의 소비자 가격은 어떻게 되나요?

즉석아시아누들 제품은 보통 100-150g 기준 1-2유로(1,315-2,630원)이며, 즉석 떡볶이는 165g에 3유로(3,945원)입니다. 즉석간편잡채는 취급하고 있지 않지만, 당면을 판매하고 있으며 가격은 1kg에 7.5유로(9,863원)입니다. 한국식품 외에 A사 제품과 유사한 제품으로 베트남의 즉석 쌀국수이며, 가격은 75g 기준 1.2유로(1,578원)입니다. 이러한 유사제품과 비교했을 때 A사 제품의 경우 용량대비 매우 저렴한 편입니다. 또한 210g의 용량도 일반 소비자들이 먹기에 충분한 양입니다. 대부분의 즉석식품은 150g정도인 것에 비해 A사의 제품은 용량은 큰 편이기에 소비자들의 반응도 긍정적일 것으로 예상됩니다.

Q2. 그렇다면, 프랑스 내 즉석식품의 수요는 어떻게 되나요?

프랑스 소비자들은 즉석아시아누들과 같은 즉석식품이 몸에 해롭다라고 생각하는 경향이 있습니다. 또한 프랑스인들은 건강에 관심이 많아 화학 첨가물이나 방부제가 들어있는 즉석식품은 크게 선호하지 않습니다. 하지만 대도시에 거주하는 직장인들 사이에서는 간편하게 먹을 수 있는 즉석식품의 수요가 꽤 높은 것으로 알고 있습니다.

Q3. 프랑스 내 잡채의 인지도는 어떻게 되나요?

프랑스 내 여러 한국식당에서 잡채를 판매하고 있기에, 한국 음식을 즐겨먹거나 평소에 관심이 있는 현지인들 사이에서는 잡채의 인지도가 어느 정도 있는 편입니다. 하지만 프랑스인들은 매운 음식을 먹지 못하기 때문에, 매운 맛의 잡채보다는 오리지널 맛의 잡채로 주력하시는 것이 좋을 듯합니다.

Q4. 제품의 주 소비자층은 어떻게 되나요?

한국산 즉석식품과 인스턴트 라면의 주 소비자층은 대부분 프랑스에 거주하거나 프랑스를 방문하는 아시아인들입니다. 그 외 아시아나 한국 문화에 관심이 많은 일부 현지인들도 구매하며, 주로 케이팝(K-POP)을 좋아하는 어린 연령대의 학생들이 많습니다.

Q5. 제품의 유통구조는 어떻게 되나요?

저희는 아시아 여러 국가의 제품을 판매하고 있으며, 직수입하지 않고 네덜란드와 프랑스의 수입업체를 통해 제품을 공급받고 있습니다. 온라인 판매는 하지 않고 오직 오프라인 매장을 통해서만 판매하고 있습니다.

Interview ③ 에피세히 코헤엔느 바이 한국 에스에이एस (Epicerie Coréenne by Hanguk SAS)

에피세히 코헤엔느
바이 한국 에스에이एस
(Epicerie Coréenne
by Hanguk SAS)

전문가 소속

에피세히 코헤엔느
바이 한국 에스에이एस
(Epicerie Coréenne by
Hanguk SAS)

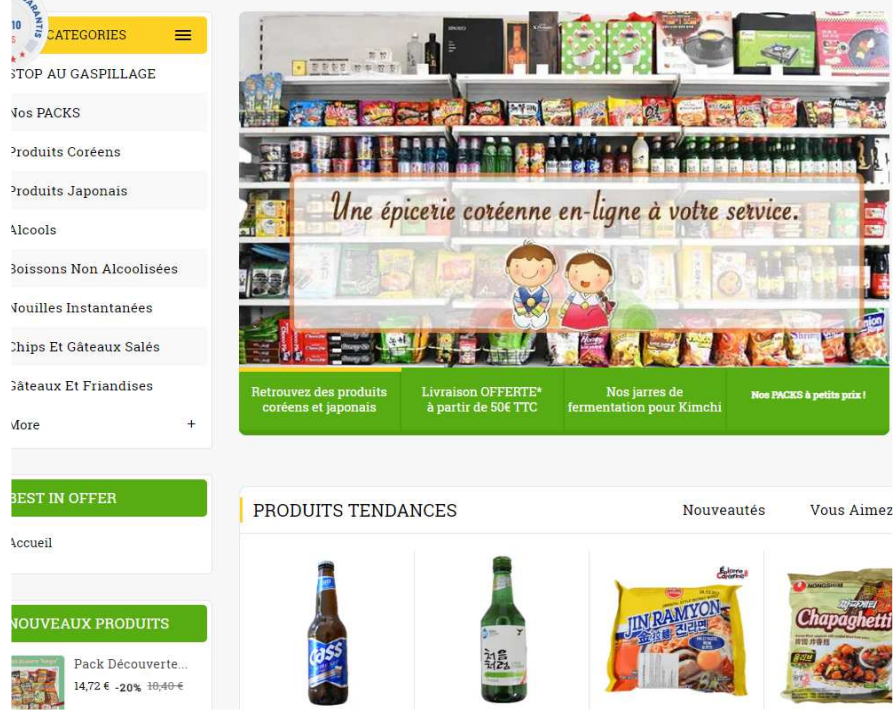
소매업체

전문가 정보

Ms. Caroline Jackie
(Owner)



25)



에피세히 코헤엔느 바이 한국 에스에이एस (Epicerie Coréenne by Hanguk SAS) Owner, Ms. Caroline

에피세히 코헤엔느 바이 한국 에스에이एस는 프랑스 아비뇽에 위치한 한국 식료품점임. 한국식품을 주로 판매하고 있으나, 몇몇 일본식품도 판매하고 있음. 다수의 한국 브랜드 제품을 취급하고 있으며, 라면, 과자, 주류, 음료, 조미료, 양념류 등을 판매하고 있음. 오프라인 판매뿐만 아니라, 자사 홈페이지를 통해 온라인 판매 및 배송 서비스를 제공하고 있음. 주 소비자층은 프랑스에 거주하는 아시아인이며, 나이는 20~60대로 다양함. 즉석식품은 떡볶이만 판매하고 있으며 주로 젊은 층의 사람들이 구매하고 있음. 자사 홈페이지와 페이스북을 통해 매장을 홍보하고 있음

25) 사진자료: 에피세히 코헤엔느 바이 한국 에스에이एस(Epicerie Coréenne by Hanguk SAS) 홈페이지 (www.epicerie-coreenne.com)



가격 3,800원

종류 전통잡채,
매운해물잡채

용량 210g

Q1. 동종 및 유사제품의 소비자 가격은 어떻게 되나요?

저희가 취급 중인 즉석볶음국수 제품 가격은 100-150g 기준 1-2유로(1,315-2,630원)이며, 인스턴트 떡볶이의 가격은 163g에 4.26유로(5,602원)입니다. 당면 제품은 340g 기준 3.9유로(5,129원)와 100g 기준 1.95유로(2,564원)에 판매 중입니다. A사의 제품은 210g이라는 용량 대비 적절한 가격대로 보입니다. 또한 일반적인 즉석 아시아인 누들이라면 다소 양이 많을 수 있지만, 잡채는 여러 명이 함께 먹는 음식이기 때문에 용량도 적당한 것 같습니다.

Q2. 그렇다면, 프랑스 내 즉석식품의 수요는 어떻게 되나요?

저희가 취급하는 제품은 대부분 인스턴트 식품입니다. 즉석 아시아인 누들의 경우 한국산과 일본산만 판매하고 있으며, 한국산 라면의 수요는 꽤 높은 편입니다. 프랑스인들은 대체적으로 건강에 관심이 높기에 가공된 음식보다 직접 조리해 먹는 음식을 선호합니다. 하지만 최근 프랑스 내 전자레인지용 즉석 식품이 많이 출시되는 등 직장인들과 학생들 사이에서 즉석식품의 수요가 점점 증가하는 추세입니다.

Q3. 프랑스 내 잡채의 인지도가 어떻게 되나요?

한국식품의 경우 라면이 가장 유명하고, 잡채는 상대적으로 인지도가 낮은 편입니다. 하지만 최근 젊은 층의 프랑스인들 사이에서 '매운 음식 도전하기'가 유행처럼 퍼지면서 한국 음식의 수요가 증가했습니다. 유튜브나 인스타그램 등의 SNS 채널에서 매운 한국 음식에 관한 콘텐츠가 많이 올라오고 있으며, 매운 한국 음식을 시도해보려는 현지인들이 늘어났습니다. 이러한 트렌드를 고려했을 때 현지 소비자들에게 매운 맛 잡채도 인기가 있을 것으로 생각됩니다.

Q4. 제품의 유통구조가 어떻게 되나요?

인스턴트 라면과 떡볶이를 포함한 모든 한국식품은 현지 수입업체를 통해 제품을 공급받아 판매하고 있습니다. 저희 매장은 규모가 작은 편이어서 한국으로부터 직수입하는 것보다 현지 수입업체를 통해 제품을 납품받는 것이 더욱 효율적입니다. 저희는 아비뇽에 위치한 오프라인 매장을 통해 제품을 판매하고 있으며, 온라인 매장을 통해서도 판매와 배송서비스를 제공하고 있습니다.

Interview ④ 마켓 아마시아 (Market Amasia)

마켓 아마시아
(Market Amasia)

전문가 소속

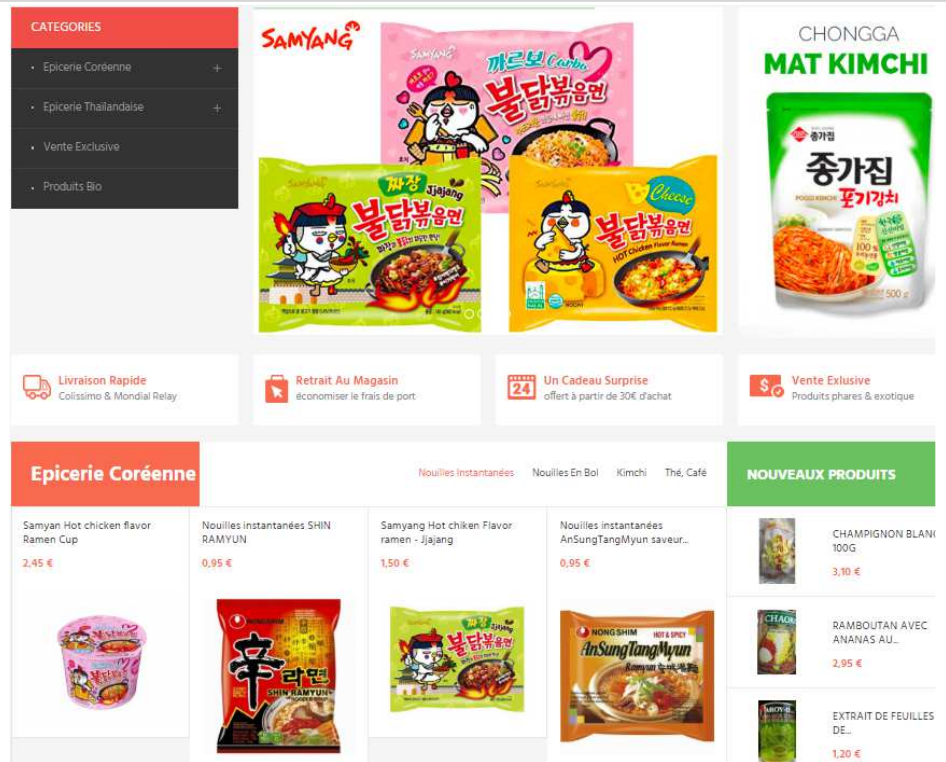
마켓 아마시아
(Market Amasia)
소매업체

전문가 정보

Ms. Nana
(Owner)



26)



마켓 아마시아(Market Amasia) Owner, Ms. Nana

마켓 아마시아는 파리의 차이나타운에 위치한 소매업체로, 주로 한국식품과, 중국식품, 유기농식품 판매하고 있음. 과일, 야채, 쌀, 라면, 과자, 조미료 등 여러 종류의 식품을 판매 중에 있으며, 취급하는 한국식품 브랜드로는 롯데, 삼양, 팔도, 농심 등이 있음. 오프라인 매장을 통해 개별소비자들을 상대로 제품을 판매하고 있으며, 2010년부터는 자사 홈페이지를 개설하여 온라인 판매와 배송서비스도 제공하고 있음. 매장 위치의 특성상, 주 소비자층은 한국인과 중국인임. 판매하는 제품은 프랑스의 유통업체를 통해 공급받고 있음

26) 사진자료: 마켓 아마시아(Market Amasia) 홈페이지 (www.amasia.fr)



가격 3,800원

종류 전통잡채,
매운해물잡채

용량 210g

Q1. 동종 및 유사제품의 소비자 가격은 어떻게 되나요?

현재 저희는 즉석간편잡채는 판매하고 있지 않으나, 당면 제품은 500g에 3.6유로(4,734원)로 판매하고 있습니다. 또한 즉석 아시안 누들의 경우, 70g에 1-1.5유로(1,314-1,973원)이며, 한국식품 외에 태국 누들제품도 비슷한 가격대에 판매 중입니다. A사 제품의 가격은 다른 가공식품에 비해 비싼 편이지만, 양이 많고 즉석식품이라는 점에서 합리적인 가격대라고 생각합니다.

Q2. 그렇다면, 프랑스 내 즉석식품의 수요는 어떻게 되나요?

프랑스 현지인들은 즉석식품을 포함한 대부분의 가공식품은 즐겨 먹지 않으며, 직접 조리해서 먹는 것을 선호하는 편입니다. 하지만 저희 매장은 아시아인들이 많은 지역에 위치하고 있어서 다른 매장에 비해 즉석식품의 판매율이 높습니다.

Q3. 프랑스 내 잡채의 인지도가 어떻게 되나요?

저희 매장을 방문하는 아시아인들에게 잡채의 인지도는 높은 편이지만, 전반적인 프랑스 소비자들에게는 낯선 음식입니다. 잡채의 주재료인 당면은 프랑스에서 흔한 식재료가 아니기 때문에 현지인들은 잡채의 식감을 생소해합니다. 아마 프랑스인들 사이에서 잡채는 당면 특유의 식감으로 인해 호불호가 갈리는 것 같습니다. 또한 기본적으로 프랑스인들은 매운 음식을 잘 먹지 못합니다. 이에 현지인들을 타겟으로 한다면 매운 맛보다 오리지널 맛의 잡채가 더욱 인기를 끌 것으로 생각합니다.

Q4. 제품의 주 소비자층은 어떻게 되나요?

즉석식품은 대부분 매장을 방문하는 한국인 소비자들이 구매하는 편입니다. 특히 즉석아시안누들 제품은 10대부터 60대까지 전 연령층의 아시아인들이 구매하며, 당면은 한국이나 중국 등의 아시아 가정에서 주로 구매하는 편입니다.

Q5. 제품의 유통구조는 어떻게 되나요?

저희는 현지의 유통업체를 통해 제품을 공급받고 있습니다. 공급받은 제품은 오프라인 매장과 온라인 매장을 통해 판매하고 있습니다. 저희는 제품을 직수입하지 않지만, 즉석간편잡채와 같은 제품도 수입허가증만 있다면 판매해볼 의향도 있습니다.

Interview ⑤ 김치 파씨옹 (Kimchi Passion)

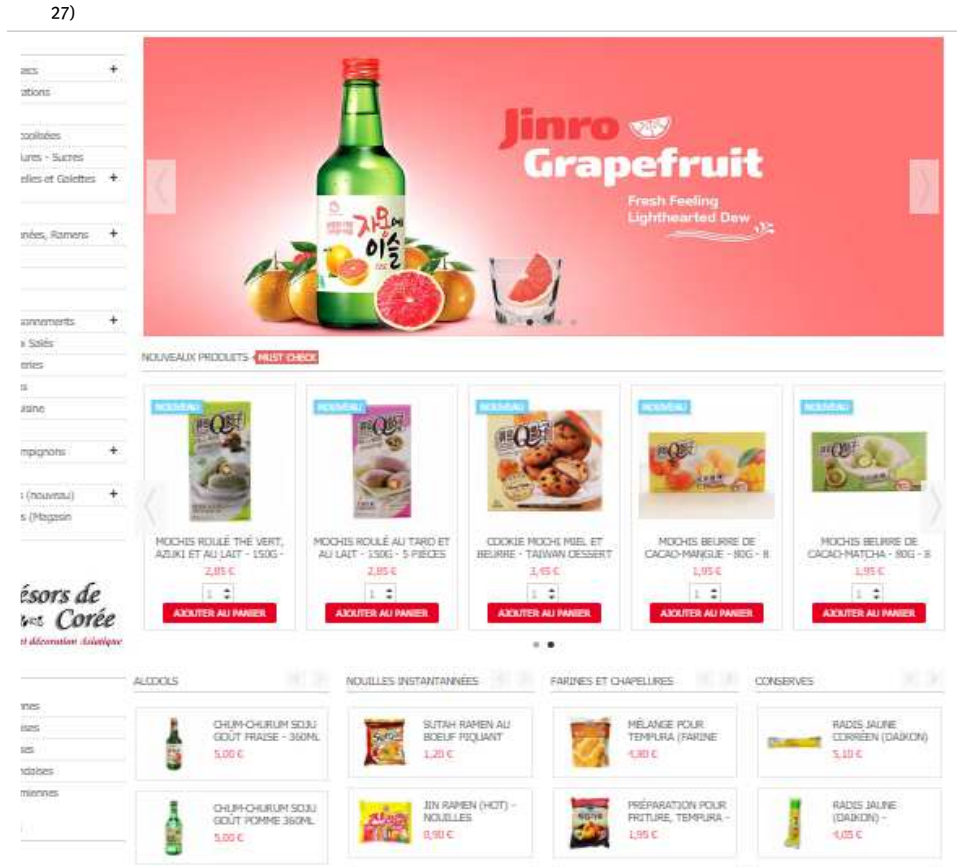
김치 파씨옹
(Kimchi Passion)

전문가 소속

김치 파씨옹
(Kimchi Passion)
소매업체

전문가 정보

Mr. Bachman
(Owner)



김치 파씨옹 (Kimchi Passion)

Owner. Mr. Bachman

김치 파씨옹은 프랑스 알자스에 위치한 한국 식료품점으로, 한국식품을 주로 판매하지만 태국, 베트남, 중국, 일본 등의 아시아 식품도 취급 중에 있음. 과일, 야채, 김치, 라면, 두부, 과자, 떡볶이 등을 판매하고 있으며, 매장 블로그를 통해 유부초밥, 오코노미야끼, 퐁양꿍 등 여러 아시아 국가 음식의 레시피를 제공하고 있음. 주 소비자층은 프랑스에 거주하는 아시아인이며, 판매하는 제품은 수입업체를 통해서 공급받고 있음. 오프라인 판매와 자사 홈페이지를 통한 온라인 판매를 병행하고 있으며, 페이스북, 트위터, 유튜브 등의 여러 SNS채널을 통해 매장을 홍보함

27) 사진자료: 김치 파씨옹(Kimchi Passion) 홈페이지 (www.kimchi-passion.fr)



가격 3,800원

종류 전통잡채,
매운해물잡채

용량 210g

Q1. 동종 및 유사제품의 소비자 가격은 어떻게 되나요?

즉석식품은 떡볶이만 판매하고 있으며, 가격은 500g 기준 2.7유로(3,551원)입니다. 즉석간편잡채는 취급 중이지 않으며, 당면만 판매하고 있습니다. 당면의 가격은 1kg에 7.95유로(10,454원)입니다. 그 외 한국 컵 떡볶이 제품은 163g 기준 3.3유로(4,340원)이며, 태국 누들 제품은 70g에 1유로(1,315원)입니다. A사의 잡채 제품이 210g 기준 3,800원 수준이라면 용량적인 면에서 비교적 저렴한 가격대라고 생각합니다.

Q2. 그렇다면, 프랑스 내 즉석식품의 수요는 어떻게 되나요?

대부분의 사람들이 즉석식품이나 냉동식품보다는 직접 조리한 음식을 더 선호하는 경향이 있습니다. 즉석식품의 경우 주로 젊은 10-20대의 학생들과 30-40대의 직장인들에게 인기를 끌고 있습니다.

Q3. 프랑스 내 잡채의 인지도가 어떻게 되나요?

프랑스 내 잡채의 인지도는 낮은 편입니다. 한국식품을 취급하는 대부분의 마트에서 즉석간편잡채는 판매하지 않으며, 조리용 당면을 판매하는 경우가 더 많습니다. 만약 즉석 잡채를 프랑스에 수출할 계획이라면 프랑스인들은 기본적으로 매운 음식에 대한 거부감이 있기 때문에 오리지널 맛의 잡채를 판매하는 것이 나올 것 같습니다.

Q4. 제품의 주 소비자층은 어떻게 되나요?

대부분의 소비자는 프랑스에 거주하는 한국인입니다. 특히 즉석식품의 경우, 한국인 소비자층이 주로 구매하고 있으며, 학생과 30-40대 직장 등 다양한 편입니다. 당면의 경우 프랑스 현지의 한국 음식점에서 대량으로 구매하는 경우가 많습니다.

Q5. 제품 유통과 관련된 유의사항이 있으시나요?

저희는 즉석 떡볶이를 포함한 대부분의 한국식품을 유럽 내 수입업체로부터 공급받아 온라인과 오프라인 매장을 통해 판매하고 있습니다. 프랑스로 수출하는 제품들은 프랑스 식약청의 허가를 받아야하며, 품목에 따라 5.5-20%의 부가세를 지불해야하는 것으로 알고 있습니다. 그리고 프랑스에는 최소보존기간이라는 규정이 있어서, 유통기한이 6개월 이상인 제품부터는 소매가가 50% 낮은 가격으로 측정됩니다.

IV. Competitiveness

SUMMARY

1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹

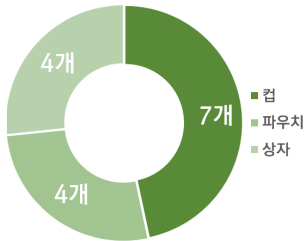
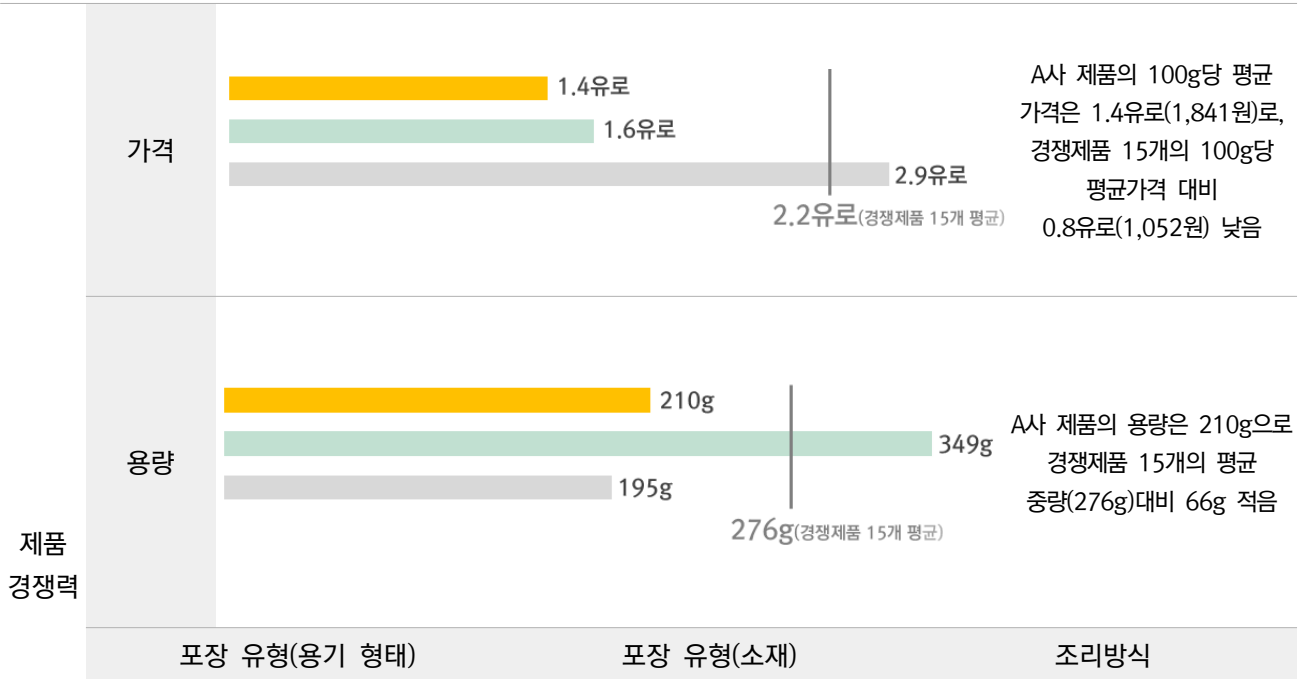


Competitiveness

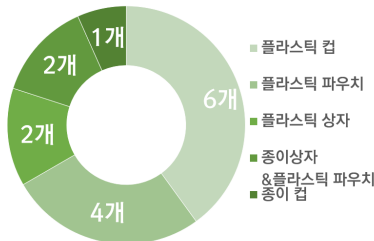
(자사 제품 경쟁력 파악)

프랑스 (FRANCE) - 제품 경쟁력 검증

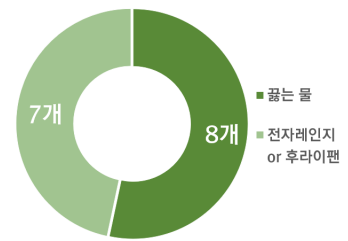
■ A사
 ■ 프랑스 기업
 ■ 글로벌 기업
 |
 경쟁제품 평균
 경쟁력 평가 의견



경쟁제품 15개 중 7개 컵 용기 제품, 그 외 8개 제품 중 파우치 용기 제품과 상자 용기 제품 각 4개



경쟁제품 15개 중 12개, 플라스틱 소재 포장 사용
경쟁제품 15개 중 3개, 종이 소재 포장 사용



경쟁제품 15개 중 8개, 끓는 물 사용
경쟁제품 15개 중 7개, 전자레인지 또는 후라이팬 사용

프랑스 (FRANCE) - 마케팅 벤치마킹

		진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
마케팅 벤치마킹	경쟁사	경쟁기업 6개사 중 5개사 오프라인 채널과 온라인 채널 모두 진출 주요 온라인 채널은 아마존, 이베이, 까르푸	주로 자사 홈페이지 홍보 채널로 활용, 경쟁기업 6개사 중 4개사 SNS플랫폼 홍보채널로 활용	‘이국적인 맛’, ‘중국식’, ‘일본식’ 등 아시안 스타일의 맛을 강조하는 홍보 문구 사용

1. 제품 경쟁력 검증

1) 가격

경쟁제품명

- ① 누이재포네즈세베어보프 데파냐끼
- ② 누이재포네즈세베어플렛 요세넵
- ③ 누이재포네즈세베어플렛 데리야끼
- ④ 누이요코벳트
- ⑤ 부프마린에누이
- ⑥ 부프우쥬니언
- ⑦ 누이소페아라시누아즈
- ⑧ 누이아라시누아즈
- ⑨ 소바컵데리야끼
- ⑩ 소바컵타이
- ⑪ 소바컵커리
- ⑫ 누이파즈조수예제미
- ⑬ 잇베이찬요미세노야키소바 카라
- ⑭ 페양야키소바
- ⑮ 비빔우동

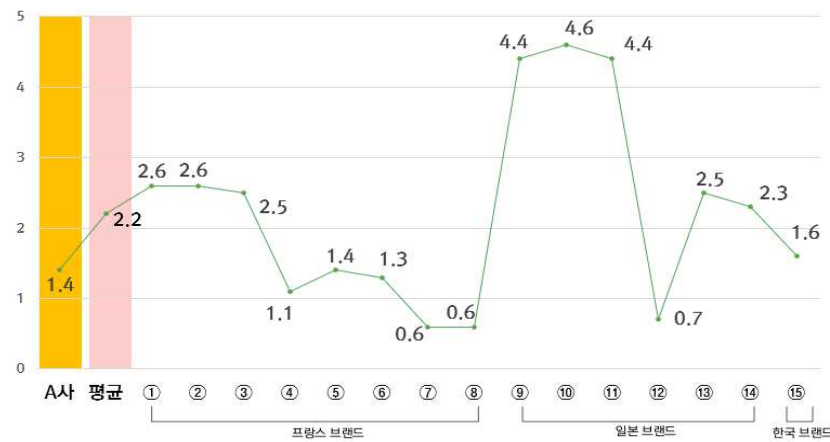
▶ 경쟁제품 15개 100g당 평균가격, 2.2유로(2,893원)

일본 브랜드 제품 100g당 평균가격, 3.2유로(4,208원)로 가장 높게 책정

프랑스에 진출해 있는 즉석간편잡채 경쟁제품 15개의 가격을 분석한 결과, 평균 100g당 2.2유로(2,893원)에 판매되고 있음. 이는 A사 제품의 100g당 평균가격 1.4유로(1,841원)보다 0.8유로(1,052원) 높은 금액임. 경쟁제품 브랜드의 국가별 가격과 비교해 보면, 100g당 평균가격이 가장 높은 제품은 일본 브랜드 제품(3.2유로(4,208원))으로, A사 제품의 100g당 평균 가격대비 1.8유로(2,367원) 높음

[표 3.1] 프랑스 즉석간편잡채 가격 경쟁력 분석

단위 : 유로/100g



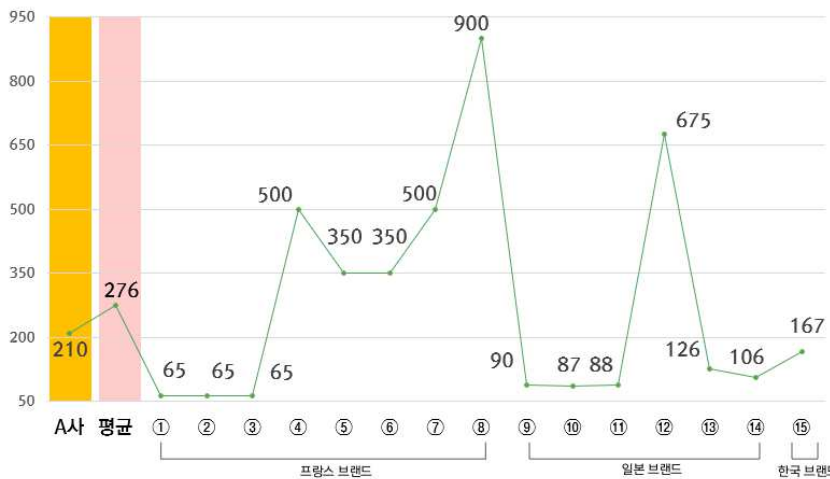
2) 용량

▶ 경쟁제품 15개, 평균 용량 276g

프랑스에 진출한 경쟁제품의 평균용량은 276g임. 경쟁제품 브랜드의 국가별 용량을 비교해보면, A사 제품의 용량(210g)은 일본 브랜드 제품의 평균 용량 (195g)과 한국 브랜드 제품의 평균 용량(167g)대비 큼. 한편, 프랑스 브랜드 제품의 평균 용량은 349g으로, A사 제품대비 139g 많은 것으로 나타남

[표 3.2] 프랑스 즉석간편잡채 용량 경쟁력 분석

단위 : g

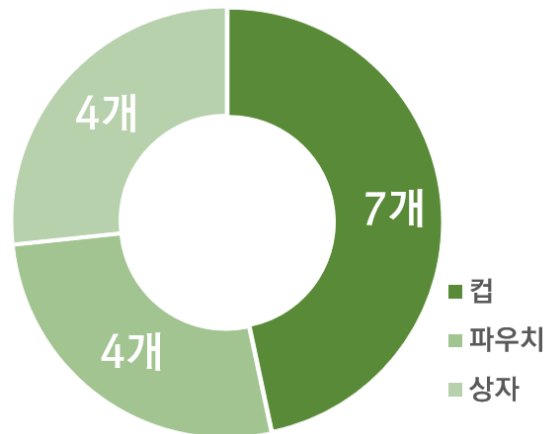


3) 포장 유형
(용기 형태)

- ▶ 경쟁제품 15개 중 7개, 컵 형태의 포장 용기 사용
- 경쟁제품 15개 중 4개, 파우치 형태의 포장 용기 사용
- 경쟁제품 15개 중 4개, 상자 형태의 포장 용기 사용

경쟁제품 15개의 포장 용기 형태를 분석해 본 결과, 컵, 파우치, 상자 형태의 포장 용기를 사용하는 것을 확인함. 총 15개의 제품 중 7개 제품이 컵 형태의 포장 용기를 사용하였으며, 그 외 파우치 형태의 포장 용기가 4개, 상자 형태의 포장 용기가 4개로 확인됨

[표 3.3] 프랑스 즉석간편집채 포장 경쟁력(용기 형태) 분석

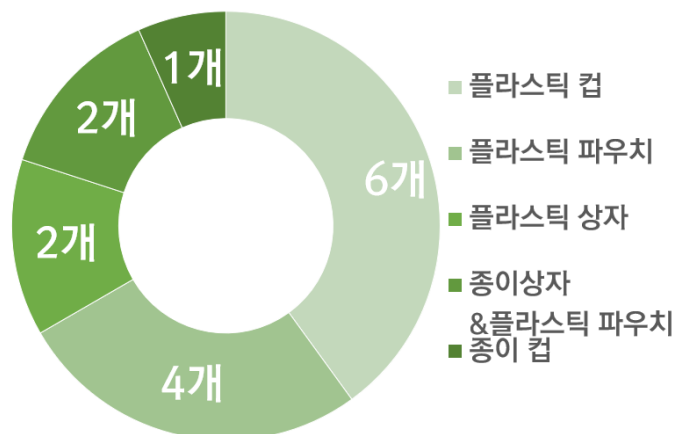


4) 포장 유형
(포장 소재)

- ▶ 경쟁제품 15개 중 12개, 플라스틱 포장 소재 사용
- 경쟁제품 15개 중 3개, 종이 포장 소재 사용

경쟁제품 15개의 포장 소재를 분석해 본 결과, 내포장재와 외포장재를 포함하여 총 3개 제품이 종이 소재의 포장 용기를 사용한 것으로 나타남. 비빔우동(B사) 제품이 종이 컵 용기를 사용했으며, 부프마린에누이(피카드)와 부프우즈니언(피카드)가 외포장재로 종이 상자를 사용함. 나머지 제품은 플라스틱 소재의 컵, 플라스틱 소재의 파우치, 플라스틱 소재의 상자를 외포장 및 내포장에 사용함

[표 3.4] 프랑스 즉석간편집채 포장 경쟁력(포장 소재) 분석

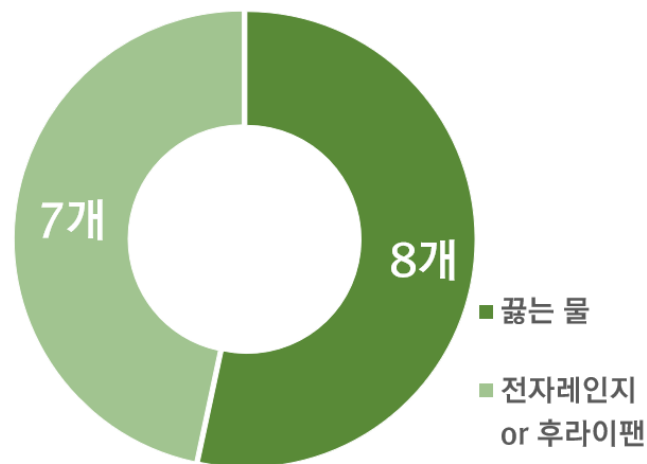


5) 조리방식

- ▶ 경쟁제품 15개 중 8개, 끓는 물로 조리하는 방식
- ▶ 경쟁제품 15개 중 7개, 전자레인지 또는 후라이팬으로 조리하는 방식

경쟁제품 15개의 조리방식을 분석해 본 결과, 끓는 물을 사용하는 방식과 전자레인지 또는 후라이팬으로 조리하는 방식으로 구분됨. 총 15개의 경쟁제품 중 8개 제품이 끓는 물을 부어서 면을 익히는 방식이었으며, 나머지 7개 제품은 전자레인지 또는 후라이팬으로 면을 익히는 방식인 것으로 확인됨

[표 3.5] 프랑스 즉석간편잡채 조리방식 경쟁력 분석



2. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ 경쟁기업 6개사 중 5개사, 오프라인 및 온라인 채널 모두 진출

대표 경쟁기업 6개사는 모두 프랑스 오프라인 채널에 진출하였으며, 오프라인 채널의 유형은 닛신푸드유럽이 진출한 갤러리즈 라파예뜨 고메 파리(백화점)를 제외하고 모두 슈퍼마켓으로 확인됨. 한국 기업 B사를 제외한 5개사는 온라인 채널에도 진출함. 주로 아마존 프랑스, 이베이 프랑스, 까르푸 프랑스에 진출한 것을 확인했으며, PB제품을 판매하는 피카드는 자사 온라인 몰에서만 판매함

[표 3.6] 프랑스 즉석간편잡채 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인		온라인			
	백화점	슈퍼마켓	아마존 프랑스	이베이 프랑스	까르푸 프랑스	자사 온라인몰
피카드	0					0
타노시재팬		0	0		0	
닛신푸드유럽		0	0	0	0	
묘조푸드		0		0		
마루카푸드		0		0		
B사		0				

2) 홍보 채널

▶ 경쟁기업 6개사, 자사 홈페이지가 대표 홍보 채널

경쟁기업 6개사는 주로 자사 홈페이지를 대표적인 홍보 채널로 활용하고 있으며, 닛신푸드유럽과 묘조푸드를 제외한 4개사는 SNS플랫폼도 운영함. SNS 플랫폼을 가장 많이 활용하는 기업은 프랑스 기업 피카드로, 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터, 핀터레스트까지 총 5개의 SNS플랫폼을 홍보 채널로 활용하고 있음. 그 외 타노시재팬, 마루카푸드, B사는 2개의 SNS 플랫폼을 활용하는 것으로 확인됨

[표 3.7] 프랑스 즉석간편잡채 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS 플랫폼				
		페이스북	인스타그램	유튜브	트위터	핀터레스트
피카드	0	0	0	0	0	0
타노시재팬	0	0	0			
닛신푸드유럽	0					
묘조푸드	0					
마루카푸드	0			0	0	
B사	0	0	0			

3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업 ‘맛’, ‘간편함’ 등을 강조하여 홍보

경쟁기업은 주로 ‘이국적인 맛’ ‘중국식’, ‘일본식’ 등의 문구를 사용하여 아시아 스타일의 제품이라는 점을 강조하고, ‘감미로운 소스’, ‘진한 맛’, ‘매콤 달콤한 맛’ 등의 홍보 문구로 제품의 맛을 강조함. 이외 ‘3분 안에 즐기는’, ‘사무실이나 집에서 쉽게 섭취할 수 있는’ 등의 문구로 간편하고 빠르게 즐길 수 있는 제품이라는 점을 홍보하는 것으로 나타남

[표 3.8] 프랑스 즉석간편잡채 경쟁기업 홍보 문구 분석



[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. NISSIN FOODS HOLDINGS Annual Report 2018, NISSIN FOODS HOLDINGS, 2018.03.

■ 참고 사이트

1. 유로모니터 홈페이지 (www.euromonitor.com)
2. 르 그랜드 파리(Le Grand Paris) (www.grand-paris.jll.fr)
3. 닛신푸드유럽 (www.nissinfoods.fr)
4. 묘조푸드 (www.myojofoods.co.jp)
5. 타노시재팬 (www.tanoshi.fr)
6. 소사이어티 (www.societe.com)
7. 마루카푸드(www.peyoung.co.jp)
8. 피카드(www.picard.fr)
9. 이베이프랑스 (www.ebay.fr)
10. 아마존프랑스 (www.amazon.fr)
11. 까르푸프랑스 (www.carrefour.fr)

발행 겸 편집 : aT 한국농수산물유통공사
발행일자 : 2019.08.02.

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

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved. Printed in Korea

