



2020

# 해외시장 맞춤조사

No. | 202007-02

품목 | 낫또(Natto)

국가 | 독일(Germany)

구분 | 경쟁력분석형

사업명 : 2020 해외시장 맞춤조사

주관기관 : 한국농수산물유통공사

# Contents

I. 요약(Summary)	3
II. 경쟁제품(Competitive Product)	
1. 독일 낫또 경쟁제품 선정	10
2. 독일 낫또 경쟁제품 조사지표 선정	14
3. 독일 낫또 경쟁제품 포지셔닝	17
4. 독일 낫또 경쟁제품 현지 조사 결과	18
III. 경쟁기업(Competitor)	
1. 독일 낫또 경쟁기업 선정	35
2. 독일 낫또 경쟁기업 현황	36
3. 독일 낫또 경쟁기업 세부정보	38
IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)	
Interview ① 프레쉬아시아(Fresh Asia)	45
Interview ② 미카도재패니스파인코스트(Mikado Japanische Feinkost)	47
Interview ③ 대양(Daeyang)	49
V. 경쟁력파악(Competitiveness)	
1. 제품 경쟁력 검증	52
2. 벤치마킹 제품 분석	56
3. 기업 마케팅 벤치마킹	58
VI. 시장진출제언(Export Insights)	60
*참고문헌	63

# I. 요약(Summary)



# Competitive Product

(경쟁제품)

## 독일(GERMANY)

낫또 경쟁제품

선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준

- 온라인/오프라인 인기제품

경쟁제품 포지셔닝 기준

- X축: 원산지
- Y축: 100g 당 가격(유로)



## 독일 (GERMANY)

낫또 경쟁제품 분석

제품 종류	경쟁제품(제조사)	소비자가격 <sup>1)</sup>	100g 당 가격	용량	원산지	포장 형태	
						외부 포장	내부 포장
낫또	① 오카메낫또 코츠부낫또 (타카노 푸드)	4.99유로 (7,042원)	2.77유로 (3,909원)	180g (45g*4개입)	일본	비닐 포장	스티로폼 접시
	② 이치반고쿠쇼우 (아즈마 식품)	3.20유로 (4,516원)	2.37유로 (3,345원)	135g (45g*3개입)	일본	비닐 포장	스티로폼 접시
	③ 히키와리 낫또 (니시모토 위스메탁 그룹)	3.50유로 (4,939원)	2.33유로 (3,288원)	150g (50g*3개입)	일본	비닐 포장	스티로폼 접시
	④ 유키소다치 고쿠코츠부 (아즈마 식품)	3.50유로 (4,939원)	2.92유로 (4,121원)	120g (40g*3개입)	일본	비닐 포장	스티로폼 접시
	⑤ 시라키쿠 코츠부낫또 (니시모토 위스메탁 그룹)	2.99유로 (4,220원)	2.19유로 (3,091원)	136.5g (45.5g*3개입)	일본	비닐 포장	스티로폼 접시
	⑥ 고쿠코츠부 삼마이 (타이헤이 낫또)	2.99유로 (4,220원)	1.78유로 (2,512원)	168g (56g*3개입)	일본	비닐 포장	스티로폼 접시
	⑦ 우마이가이치방 (오사토)	4.00유로 (5,645원)	2.22유로 (3,133원)	180g (45g*4개입)	일본	비닐 포장	스티로폼 접시
	⑧ 오이시이 미토낫또 (토쿠요)	5.99유로 (8,453원)	1.78유로 (2,512원)	336g (56g*6개입)	일본	비닐 포장	스티로폼 접시
	⑨ 아지와이 코츠부 (타카노 푸드)	3.99유로 (5,631원)	2.96유로 (4,177원)	135g (45g*3개입)	일본	비닐 포장	스티로폼 접시
템페	⑩ 알버츠 템페 펄먼티어트 소자보넨 (푸르비겐)	3.49유로 (4,925원)	1.75유로 (2,470원)	200g	독일	(-)	플라스틱 파우치
	⑪ 소자 템페 미트 기로스 게빌츠 (슈내핑거)	3.49유로 (4,925원)	1.75유로 (2,470원)	200g	독일	(-)	플라스틱 파우치
	⑫ 소자 템페 나투어 (슈내핑거)	3.49유로 (4,925원)	1.75유로 (2,470원)	200g	독일	(-)	플라스틱 파우치
	⑬ 템페 (소이빈 컴퍼니)	1.80유로 (2,540원)	0.46유로 (649원)	395g	네덜란드	(-)	플라스틱 파우치
인삼캡슐 <sup>2)</sup>	⑭ 바이오 진생 캡슐 (호이어)	12.99유로 (18,332원)	96.94유로 <sup>3)</sup> (136,803원)	13.4g	독일	종이상자	블리스터
	⑮ 지르쿨린 아슈와간다 진생 (디스트리콘)	6.95유로 (9,808원)	36.58유로 (51,622원)	19g	독일	종이상자	블리스터

(\*) 현지 판매 낫또 경쟁제품 15개 분석

1) 1유로= 1,411.21원(2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 인삼캡슐 2개 제품은 낫또, 템페 제품과 동일품목이 아니기 때문에 정확한 가격 비교가 불가능하여 비교대상에서 제외함

# Competitor

(경쟁기업)

## 독일(GERMANY)

낮또 경쟁기업

선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정

- 경쟁제품 기업체

경쟁사 포지셔닝

- X축: 기업(제조사) 국적
- Y축: 동일품목 수



## 독일 (GERMANY)

낮또 경쟁기업 분석

제조사	국적	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	동일 품목 수
타카노 푸드 (タカノフーズ)	일본	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>가장 사랑받고, 누구나 먹기 쉬운</li> <li>전용 품종 재배 계약을 통한 원료</li> <li>엄격한 품질관리</li> <li>씹는 맛이 있는</li> <li>특제 소스로 맛을 돋보이게</li> </ul>	12개
아즈마 식품 (あづま食品)	일본	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>식감, 콩의 맛과 풍미가 느껴지는</li> <li>지금까지는 없었던 낮또</li> <li>풍부한 영양분과 간장의 맛</li> <li>유기 비료로 재배한</li> <li>화학 농약, 비료를 사용하지 않은</li> </ul>	24개
니시모토 위스메탁 그룹 (Nishimoto Wismettac Group)	일본	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>매운맛, 풍미 가득한</li> <li>끈적이는</li> <li>따뜻한 백미 위에 얹어 먹는</li> <li>훌륭한 단백질 공급원</li> </ul>	1개
오사토 (Osato)	일본	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>공장에서 매일 40만 개씩 출하되는</li> <li>크기, 식감, 향기의 취향에 맞게</li> <li>깊은 맛이 느껴지는</li> <li>유전자 조작 콩을 사용하지 않은</li> <li>깨끗하고 안전한 생산 환경</li> </ul>	2개
푸르비건 (Purvegan)	독일	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> <li>온라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>SNS 플랫폼</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>발효된 콩으로 만든 천연 비건 제품</li> <li>소화가 잘되는</li> <li>고품질의 순수 식물성 단백질</li> <li>미네랄과 비타민이 풍부한</li> <li>풍미가 있고 고소한</li> </ul>	2개
슈내핑거 (Schnappinger)	독일	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>콩과 채소로만 만든</li> <li>독특하고 고소한 향</li> <li>전통적으로 선택된 균으로 발효한</li> <li>비건 식품</li> <li>건강에 좋고 소화가 잘되는</li> </ul>	12개

(\*) 현지 낮또 판매 경쟁기업 6개사 분석

# Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

**독일(GERMANY)**  
 닛또 인터뷰  
 대상 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정  
 · 식품 소매업체 ○  
 · 닛또 취급 경험 ○

	프레쉬아시아 (Fresh Asia)	미카도재패니스파인코스트 (Mikado Japanische Feinkost)	대양 (Daeyang)
업체 ▶	소매업체	소매업체	소매업체
닛또 취급 ▶			
	닛또	닛또	닛또

사진자료: 타카노 푸드 홈페이지

## 독일 (GERMANY) 닛또 바이어 인터뷰

A사	프레쉬아시아 (Fresh Asia) 소매업체	미카도재패니스파인코스트 (Mikado Japanische Feinkost) 소매업체	대양 (Daeyang) 소매업체
<b>7.09유로 (10,005원)</b> 제품 가격	유사 제품과 비교했을 때 <b>비싼 가격</b>	취급 제품 가격 3유로와 비교했을 때 <b>비싼 편</b>	취급 제품보다 <b>약 3배 비싼 가격</b>
<b>200g</b> 제품 용량	100-300g 용량이 <b>적당</b>	대부분 40-60g제품 <b>묶음포장</b> 이며, 200g 용량은 <b>적당</b>	200g 용량은 <b>적당</b> 하지만, 45g 묶음판매 <b>권장</b>
<b>면역력 증진 혈액 순환</b> 제품 효능	높은 <b>영양가</b> , 풍부한 <b>단백질</b>	풍부한 <b>단백질, 식이섬유</b> , <b>혈액순환</b> , <b>면역력 증진</b>	<b>소화능력 향상</b> , <b>뇌졸중, 심근경색</b>

(\*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 3개사

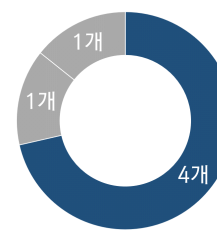
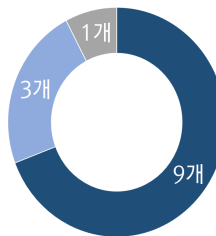
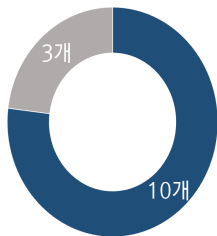
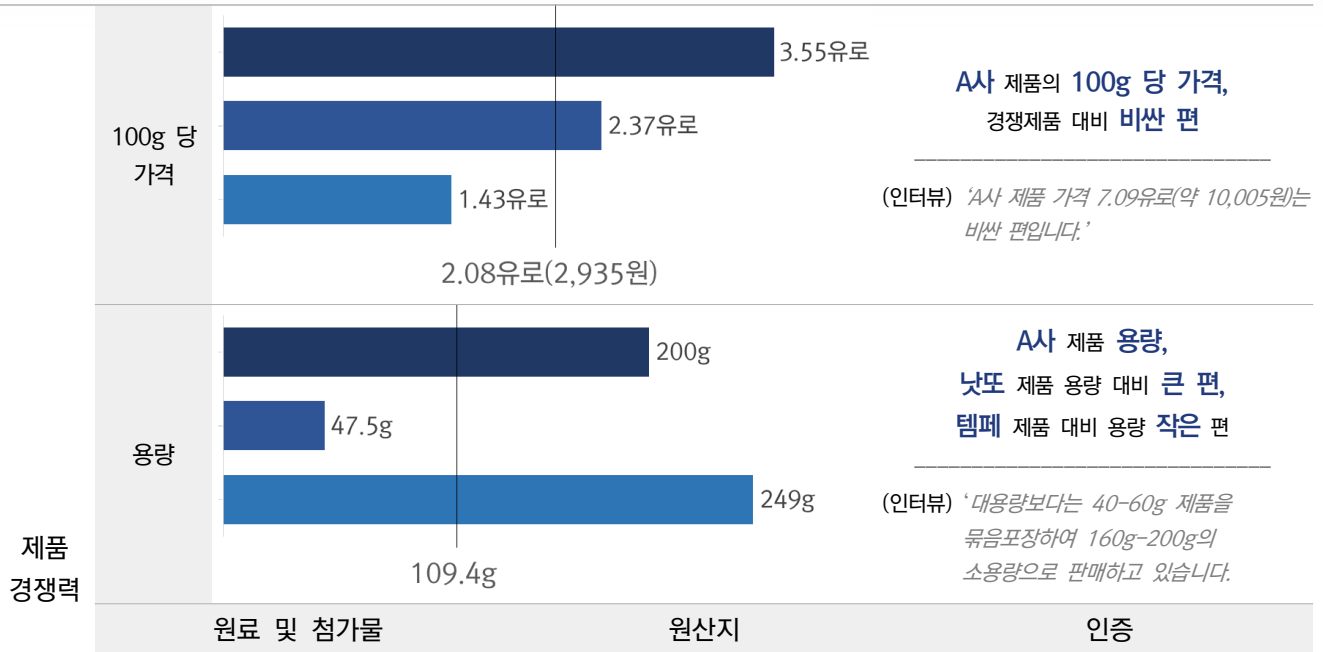
# Competitiveness

(경쟁력 파악)

## 독일 (GERMANY) - 제품 경쟁력 검증

■ A사 제품 ■ 닛또 ■ 템페 | 13개 경쟁제품 평균<sup>4)</sup>

경쟁력 평가 의견



경쟁제품 원료 및 첨가물, 대부분 **향신료 미함유**

경쟁제품 원산지, 대부분 **일본산**

경쟁제품 중 **6개** 제품이 인증 보유, 대부분 **유기농 인증**

		진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
마케팅 벤치마킹	경쟁사	경쟁기업 6개사 모두 독일 <b>오프라인 매장</b> 진출, 그중 5개사 <b>현지 온라인 매장</b> 진출	경쟁기업 5개사는 홍보 채널로 <b>자사 홈페이지</b> 와 <b>현지 SNS 플랫폼</b> 활용	경쟁기업 6개사는 주로 <b>원료와 맛</b> 을 강조한 홍보 문구 활용

4) 안삼캡슐 2개 제품은 닛또, 템페 제품과 동일품목이 아니기 때문에 정확한 가격 비교가 불가능하여 비교대상에서 제외함



# I. 경쟁제품(Competitive Product)

1. 독일 낫또 경쟁제품 선정
2. 독일 낫또 경쟁제품 조사지표 선정
3. 독일 낫또 경쟁제품 포지셔닝
4. 독일 낫또 경쟁제품 현지 조사 결과

## 1. 독일 낫또 경쟁제품 선정

### 1) 주요 프로세스

#### A사 제품 특징



제품명	낫또
종류	발효식품
용량	200g
포장	플라스틱 통
특징	면역력 증진, 혈액순환

### Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② A사 제품 분석
  - 제품명 : 홍삼 낫또
  - 제품 품목 : 발효식품
  - 용량 : 200g
  - 포장 : 플라스틱 통
  - 주요 특징 : 면역력 증진, 혈액순환

### Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



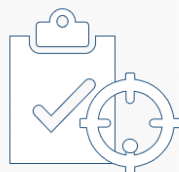
- ① 현지 주요 온라인 쇼핑몰(Top 3) 확인
  1. 아마존(Amazon) : 28.8%
  2. 이베이(eBay) : 9.0%
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 동일 품목 인기제품 확인
  - 주요 온라인 쇼핑몰별 Top 10 제품 확인
  - 주요 온라인 쇼핑몰에서 모두 확인 : 3개 제품

### Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
  - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
  - 참여기업 선호 매장 : 하이퍼마켓, 아시아마트, 일본 식품 마트
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
  - 현지 인기 제품, 제품의 용도에 따라 조사 제품 선정
- ③ 조사 지표 선정

### Step 04. 조사 및 분석



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

2) 현지 주요 온라인  
쇼핑몰 인기제품 확인

독일 주요 온라인 쇼핑몰  
(Top 2)

사이트명	판매 식품종류
 아마존	가공식품, 건강기능식품, 유제품 등
 이베이	신선식품, 유제품, 음료, 즉석식품 등

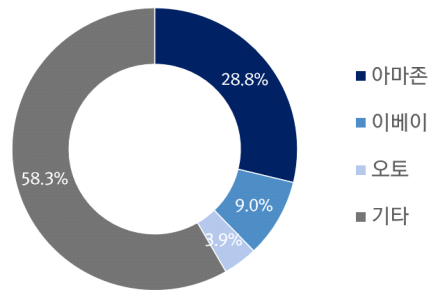
독일 주요 온라인 쇼핑몰에서  
모두 판매 중인 인기 경쟁제품

제품명	제조사
나토	프리쉬 나토
나토키나제	넷제반드
나토키나제	레드푸드 네이처

▶ 독일 온라인 쇼핑몰 점유율 상위 2개, 아마존, 이베이

유로모니터에 따르면, 2019년 기준 독일 현지인들이 식품 구매를 위해 이용하는 온라인 쇼핑몰 상위 2개는 아마존(Amazon)과 이베이(eBay)로, 상위 2개 온라인 쇼핑몰의 점유율은 약 37.8%임

[표 1.1] 독일 온라인 쇼핑몰 점유율



자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

▶ 인기 온라인 쇼핑몰에 모두 진출한 경쟁제품, 3개

독일 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 총 3개의 제품이 주요 온라인 쇼핑몰에서 모두 판매 중인 것으로 확인됨

[표 1.2] 독일 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)

순위	아마존	이베이
1	나토 (프리쉬 나토)	우루쑤안지위친나또우파차오편 (추안시)
2	퍼멘티에테 소이아보넨 간즈 (나투아 크레프트 베르케)	나토 (프리쉬 나토)
3	나토키나제 파우더 (레드푸드네이처)	나또우쁜 (보성요우)
4	나토 킨 (켄쇼)	나토키나제 (레드푸드 네이처)
5	엔헌더트 즈완지그비가네 캡스 (프리쉬 나토)	나토키나제 캡스 (스포츠 헬스)
6	나토키나제 (넷제반드)	나토키나제 (비트포에버)
7	나토키나제 나토맥스 투싸우즌 에프유 (자로우 포물러스)	나토키나제 (로버트 프란츠)
8	나토키나제 (바이오 티콘)	나토키나제 (넷제반드)
9	나토 및 나토 펄버 (나투아 크레프트 베르케)	나토키나제 (페어바이탈)
10	나토키나제 (레드푸드 네이처)	나토키네즈 (닥터스 베스트)

2개 온라인 쇼핑몰에서 판매

자료 : 아마존(Amazon) 홈페이지, 이베이(eBay) 홈페이지

3) 조사 지역 및 오프라인 매장 선정

● 독일 마인츠 정보<sup>5)</sup>

인구('18)	21만 7,118명
인구 밀도('18)	2,200명/km <sup>2</sup>
면적	98km <sup>2</sup>

● 독일 보름스 정보<sup>6)</sup>

인구('18)	8만 3,330명
인구 밀도('18)	770명/km <sup>2</sup>
면적	109km <sup>2</sup>

● A사 진출 선호 매장

하이퍼마켓
슈퍼마켓
백화점
편의점
아시안마트
일본 식품 마트

▶ 독일 마인츠와 보름스, 방문지역으로 선정

독일의 남서부에 위치한 라인란트팔츠주의 주도 마인츠(Mainz)와 인근도시 보름스(Worms)를 방문지역으로 선정함. 마인츠는 라인란트팔츠주의 주도로서 라인란트팔츠주의 정치, 경제, 문화의 중심지로 현지인뿐만 아니라 관광객도 많이 방문하는 도시임. 보름스는 유럽에서 가장 오래된 도시 중 하나로, 종교와 관련된 장소가 많아 관광객의 방문이 잦은 도시임

▶ 현지 조사 매장 선정, 유기농 식품매장, 아시안마트, 드럭스토어

독일 자연 건강 가공식품<sup>7)</sup>의 유통채널 별 점유율을 확인한 결과, 할인점이 42.2%로 가장 높았으며, 슈퍼마켓 22.1%, 하이퍼마켓 16.1%, 음식/음료/담배 전문점 5.5%, 온라인몰 1.4%로 확인됨. 다만, 현지조사 결과 낫또 제품은 할인점, 슈퍼마켓 등에서 거의 판매되지 않는 것으로 확인됨. 이에 고객 희망 조사매장 지표와 현지 상황을 고려하여 조사 매장을 선정함

[표 1.3] 독일 낫또 주요 유통채널 현황

채널 분류	점유율	주요 매장
할인점	42.2%	알디(Aldi), 리디(Lidi), 네토 마르켄 디스카운트(Netto Marken-Discount) 등
슈퍼마켓	22.1%	레베(Rewe), 에데카(Edeka), 레베 시티(Rewe City) 등
하이퍼마켓	16.1%	카우플란트(Kaufland), 레알(Real), 마르크트카우프(Marktkauf) 등
음식/음료/담배 전문점	5.5%	-
온라인몰	1.4%	아마존(Amazon), 이베이(eBay), 오토(Otto) 등

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

5) 자료: 라인란트팔츠주 통계청(Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz) 홈페이지 (www.statistik.rlp.de)

6) 자료: 라인란트팔츠주 통계청(Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz) 홈페이지 (www.statistik.rlp.de)

7) '낫또'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 자연 건강 가공식품(Naturally Healthy Packaged Food)의 정보를 확인함

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ① 인기 제품

- 온라인 매장 조사 결과 인기제품 선정

(\*) 아마존(Amazon), 이베이(eBay)

- 현지 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(\*) 덴스(Denn's), 알나투라(Alnatura), 황안응웬(Hoang Anh Nguyen), 유안파(Yuanfa), 뮐러(Müller)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ② 제품 종류

- 닛또: 삶은 콩을 발효시켜 만든 일본 전통음식

- 템페: 콩을 찌서 발효시켜 만든 인도네시아 음식

- 인삼캡슐: 인삼 성분을 캡슐에 충입하여 제조한 것

[표 1.4] 독일 닛또 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류		
	오프라인	온라인 <sup>8)</sup>	닛또	템페	인삼캡슐
① 오키메닛또 코츠부닛또 (타카노 푸드)	○ (황안응웬, 유안파)	○ (나누코)	○		
② 이치반고쿠쇼우 (아즈마)	○ (황안응웬)	○ (다와요)	○		
③ 히키와리 닛또 (시라키쿠)	○ (황안응웬)	(-)	○		
④ 유키소다치 고쿠코츠부 (아즈마)	○ (황안응웬)	○ (다와요)	○		
⑤ 시라키쿠 코츠부닛또 (시라키쿠)	○ (황안응웬)	(-)	○		
⑥ 고쿠코츠부 삼마이 (타이헤이 닛또)	○ (유안파)	(-)	○		
⑦ 우마이가이치방 (오사토)	○ (유안파)	○ (나누코)	○		
⑧ 오이시이 미토닛또 (토쿠요)	○ (유안파)	(-)	○		
⑨ 아지와이 코츠부 (아지와이)	○ (유안파)	(-)	○		
⑩ 알버트 템페 펄먼티어트 소자보년 (푸르비건)	○ (알나투라)	○ (아마존 반타스틱 푸드)		○	
⑪ 소자 템페 미트 기로스 게빌츠 (슈내핑거)	○ (알나투라)	(-)		○	
⑫ 소자 템페 나투어 (슈내핑거)	○ (덴스)	○ (바이오비건)		○	
⑬ 템페 (소이빈 컴퍼니)	○ (유안파)	(-)		○	
⑭ 바이오 진생 캡슐 (호이어)	○ (덴스)	(-)			○
⑮ 지르클린 아슈와간다 진생 (디스트리콘)	○ (뮐러)	(-)			○

(\*) 현지 판매 닛또 경쟁제품 15개 분석

8) 온라인 쇼핑물 인기제품 조사를 진행한 이베이(eBay)에서 경쟁기업의 제품이 판매되고 있지 않아, 기존 조사를 진행했던 아마존과 추가로 독일 온라인 쇼핑몰 나누코(Nanuko), 다와요(Dawayo), 반타스틱 푸드(Vantastic Foods), 바이오비건(Biovegan)에서 추가조사를 진행하였음

## 2. 독일 낫또 경쟁제품 조사지표 선정

### ▶ 조사 지표 ① 가격

- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 소비자가격
- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 100g 당 가격

### ▶ 조사 지표 ② 용량

- 제품의 형태에 따른 용량(g)

### ▶ 조사 지표 ③ 제품 종류

- 낫또: 삶은 콩을 발효시켜 만든 일본 전통음식
- 템페: 콩을 찌서 발효시켜 만든 인도네시아 음식
- 인삼캡슐: 인삼 성분을 캡슐에 충입하여 제조한 것

### ▶ 조사 지표 ④ 포장 형태

- 제품을 포장하고 있는 용기의 형태와 소재
  - ※ 경쟁제품의 포장 형태는 외부포장 형태와 내부포장 형태로 나누어 조사함
- 포장 형태(외부포장)
  - 비닐 포장: 제품 외부를 비닐로 감싸 포장한 형태
  - 종이상자: 종이 소재의 상자 용기
- 포장 형태(내부포장)
  - 스티로폼 접시: 스티로폼 소재의 접시 용기
  - 플라스틱 파우치: 플라스틱 소재의 파우치에 내용물을 포장한 것
  - 블리스터: 플라스틱을 가열 성형하여 공간을 만든 후, 종이 또는 플라스틱 필름 등으로 덮고 접착한 포장공법

### ▶ 조사 지표 ⑤ 유통기한

- 제품의 유통기한

### ▶ 조사 지표 ⑥ 원산지

- 제품의 원산지

### ▶ 조사 지표 ⑦ 홍보문구

- 제품의 홍보문구

### ▶ 조사 지표 ⑧ 제품 수입상 정보

- 제품의 수입상 정보

### ▶ 조사 지표 ⑨ 원료 및 첨가물

- 제품의 원료 및 첨가물

● 보유 인증 마크



유기 JAS 인증<sup>9)</sup>



해설파 인증<sup>10)</sup>



EU 유기농 인증<sup>11)</sup>



독일 유기농 인증<sup>12)</sup>



V-라벨 인증<sup>13)</sup>



에코베지 인증<sup>14)</sup>

▶ 조사 지표 ⑩ 보유 인증

- 제품이 보유한 인증

[표 1.5] 주요 인증 정보

종류		내용
유기농 인증	유기 JAS 인증	일본 농림수산업성(農林水産省)에서 부여하는 인증으로, '농림 수산물의 표준화 등에 관한 법률'에 의거하여 유기재배한 농산물 등 유기 JAS(Japanese Agricultural Standard) 기준에 적합한 식품임을 증명하는 인증
	EU 유기농 인증	유럽연합(EU)에서 부여하는 인증으로, 유기농 원료 95%이상 사용, 유전자 재조합(GMO) 성분 미함유 등 유기농 식품임을 증명하는 인증
	독일 유기농 인증	독일 유기농 인증 기관인 바이오시겔(Bio-Siegel)에서 유기농 제품임을 증명하는 인증으로, 식품에 방사선 처리를 했거나 GMO 또는 화학비료 등을 사용한 유기농 제품에는 발급되지 않음
비건 인증	V-라벨 인증	유럽채식협회(European Vegetarian Union)에서 부여하는 인증으로, 비건 식품임을 증명하는 인증
	에코베지 인증	비영리단체 베지오가닉(Vegorganic)에서 부여하는 인증으로, 국제연합 (UN)에서 선정한 17대 지속가능성 관련 목표를 위한 기준에 적합한 유기농 식품임을 증명하는 인증
해설파 인증		식품의 원재료부터 최종소비자가 섭취하기 전까지의 전 단계에서 발생할 수 있는 위해요소를 관리하는 위생관리 시스템 인증

▶ 조사 지표 ⑪ 기타 표기 사항

- 제품 라벨에 표기된 사항

● 기타 표기 사항 마크



비건 라벨

[표 1.6] 기타 표기 사항 정보

종류	내용
비건 라벨	비건 식품임을 보여주는 표식

9) 일본 농림수산업성(農林水産省) 홈페이지 (www.maff.go.jp)  
 10) 이바라키현 식품안전정보 홈페이지 (www.shoku.pref.ibaraki.jp)  
 11) EU 집행위원회(European Commission) 홈페이지 (ec.europa.eu)  
 12) 바이오시겔(Bio-Siegel) 홈페이지 (www.oekolandbau.de)  
 13) V-라벨(V-Label) 홈페이지 (www.v-label.eu)  
 14) 베지오가닉(Vegorganic) 홈페이지 (www.vegorganic.de)

[표 1.7] 독일 닛또 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값		지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격		매장에서 판매되고 있는 제품의 소비자가격
	100g 당 가격		제품의 100g 당 가격
용량	g		제품의 형태에 따른 용량
제품 종류	닛또		삶은 콩을 발효시켜 만든 일본 전통음식
	템페		콩을 찌서 발효시켜 만든 인도네시아 음식
	인삼캡슐		인삼 성분을 캡슐에 충입하여 제조한 것
포장 형태	외부포장	비닐 포장	제품 외부를 비닐로 감싸 포장한 형태
		종이상자	종이 소재의 상자 용기
	내부포장	스티로폼 접시	스티로폼 소재의 접시 용기
		플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치에 내용물을 포장한 것
		블리스터	플라스틱을 가열 성형하여 공간을 만든 후, 종이 또는 플라스틱 필름 등으로 덮고 접착한 포장공법
유통기한		제품의 유통기한	
원산지		제품의 원산지	
홍보문구		제품의 홍보문구	
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보	
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물	
보유 인증	유기 JAS 인증		유기 JAS기준에 적합한 유기농 식품임을 증명하는 인증
	해썹 인증		식품의 원재료부터 최종소비자가 섭취하기 전까지의 전 단계에서 발생할 수 있는 위해요소를 관리하는 위생관리 시스템 인증
	EU 유기농 인증		유기농 식품임을 증명하는 인증
	독일 유기농 인증		유기농 식품임을 증명하는 인증
	V-라벨 인증		비건 식품임을 증명하는 인증
	에코베지 인증		유기농 식품임을 증명하는 인증
기타 표기 사항	비건 라벨		비건 식품임을 보여주는 표식



### 3. 독일 낫또 경쟁제품 포지셔닝

#### 경쟁제품(제조사)

- ① 오카메낫또 코츠부낫또 (타카노 푸드)
- ② 이치반고쿠쇼우 (아즈마)
- ③ 히키와리 낫또 (시라키쿠)
- ④ 유키소다치 고쿠코츠부 (아즈마)
- ⑤ 시라키쿠 코츠부낫또 (시라키쿠)
- ⑥ 고쿠코츠부 삼마이 (타이헤이 낫또)
- ⑦ 우마이가이치방 (오사토)
- ⑧ 오이시이 미토낫또 (토쿠요)
- ⑨ 아지와이 코츠부 (아지와이)
- ⑩ 알버츠 템페 필먼티어트 소자보년 (푸르비건)
- ⑪ 소자 템페 미트 기로스 게빌츠 (슈내핑거)
- ⑫ 소자 템페 나투어 (슈내핑거)
- ⑬ 템페 (소이빈 컴퍼니)
- ⑭ 바이오 진생 캡손 (호이어)
- ⑮ 지르쿨린 아슈와간다 진생 (디스트리쿰)

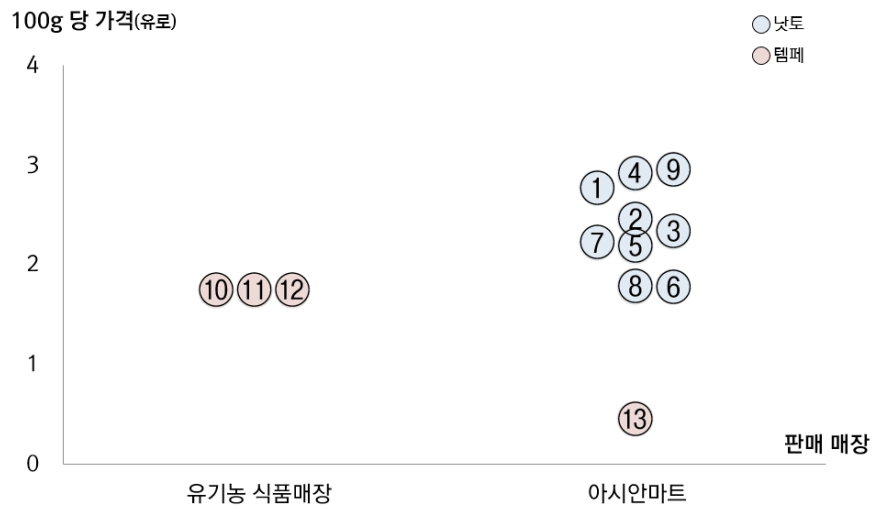
#### ▶ 포지셔닝 ① : 제품 종류별 평균 100g 당 가격, 낫또 제품이 템페 제품보다 비싸

독일 오프라인 매장에서 조사된 낫또 경쟁제품 13개 제품은<sup>15)</sup> 제품 종류에 따라 낫또 제품 9개, 템페 제품 4개로 확인됨. 경쟁제품의 종류별 평균 100g 당 가격을 비교한 결과, 낫또 제품이 2.37유로(약 3,345원)<sup>16)</sup>으로, 평균 100g 당 가격이 1.43유로(약 2,018원)인 템페 제품보다 약 1.6배 비싼 것으로 조사됨

#### ▶ 포지셔닝 ② : 판매매장별 평균 100g 당 가격, 아시안마트가 더 비싸

독일 오프라인 매장에서 조사된 낫또 경쟁제품 13개 제품의 판매매장은 유기농 식품매장 2곳, 아시안마트 2곳으로 확인됨. 판매매장별 평균 100g 당 가격은 아시안마트가 2.18유로(약 3,076원)로, 유기농 식품매장 1.75유로(약 2,470원)보다 비싼 것으로 조사됨

[표 1.8] 독일 낫또 경쟁제품 포지셔닝



자료: 독일 낫또 경쟁제품 13개 분석

15) 인삼캡슐 2개 제품은 낫또, 템페 제품과 동일품목이 아니기 때문에 정확한 가격 비교가 불가능하여 비교대상에서 제외함

16) 1유로= 1,411.21원(2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

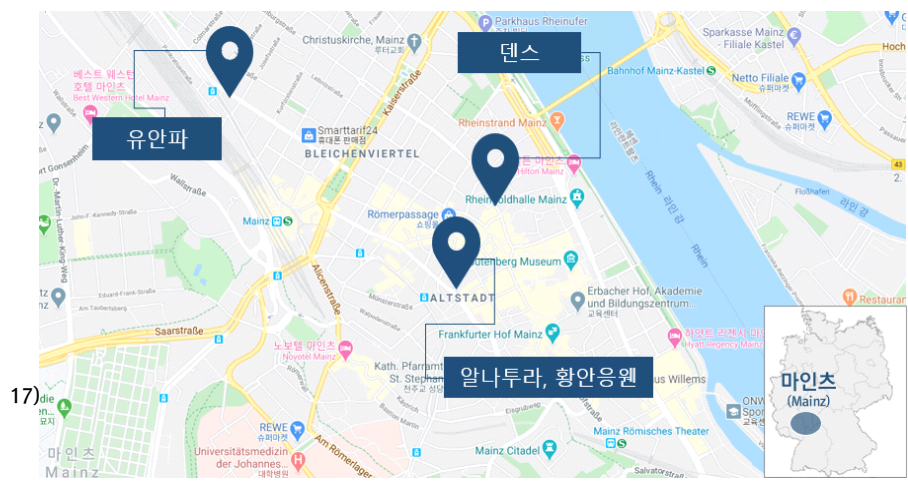
#### 4. 독일 낮또 경쟁제품 현지 조사 결과

##### ▶ 독일 마인츠와 보름스 위치한 백화점, 슈퍼마켓, 드럭스토어 방문

독일 마인츠에 위치한 아시안마트 황안응웬(Hoang Anh Nguyen)과 유안파(Yuanfa), 유기농 식품매장 덴스(Denn's)와 알나투라(Alnatura)와 보름스에 위치한 드럭스토어 뮐러(Müller)를 방문함. 황안응웬과 유안파는 상권이 발달한 지역에 위치해 매장 방문객이 많으며, 덴스와 알나투라는 현지에서 높은 인지도를 보유한 유기농 식품매장 브랜드임. 또한, 뮐러는 독일에서 가장 큰 드럭스토어 브랜드로 다양한 유럽 국가에 매장을 운영하고 있음

[표 1.9] 독일 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
황안응웬 (Hoang Anh Nguyen)	아시안마트	5	· 상권이 발달한 지역에 위치 · 현지인, 외국인들이 많이 방문함 · 한국산 수입제품 판매
유안파 (Yuanfa)	아시안마트	5	· 유동인구가 많은 지역에 위치 · 가격이 비싸지만 고품질 제품을 판매
알나투라 (Alnatura)	유기농 식품매장	2	· 상권이 발달한 지역에 위치 · 현지인, 외국인들이 많이 방문함 · 아시아 국가에서 수입한 제품 판매
덴스 (Denn's)	유기농 식품매장	2	· 마인츠 중심부에 위치 · 현지인들이 많이 방문함 · EU 유기농 지침을 준수한 제품 판매
뮐러 (Müller)	드럭스토어	1	· 보름스 중심부에 위치 · 아시아인 거주 지역에 위치 · 의약품 외에도 식품, 화장품 등 판매



지도자료: 구글맵(Google Maps)

17) 인삼캡슐 1개 제품이 조사된 뮐러(Müller) 매장은 마인츠가 아닌 보름스에 위치하여 지도에 표기하지 않음

▶ **경쟁제품 판매 현황, 15개 중 1개 제품 2개 매장에서 판매**

황안응웬(Hoang Anh Nguyen)과 유안파(Yuanfa), 알나투라(Alnatura), 덴스(Denn's), 밀러(Müller) 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 오카메넛또 코츠부넛또 제품이 황안응웬, 유안파 두 매장에서 모두 판매 중인 것으로 확인됨

[표 1.10] 경쟁제품 판매 현황









경쟁제품 현황	판매 현황				
	황안응웬	유안파	알나투라	덴스	밀러
① 오카메넛또 코츠부넛또 (타카노 푸드)	○	○			
② 이치반고쿠쇼우 (아즈마)	○				
③ 히키와리 닛또 (시라키쿠)	○				
④ 유키소다치 고쿠코츠부 (아즈마)	○				
⑤ 시라키쿠 코츠부넛또 (시라키쿠)	○				
⑥ 고쿠코츠부 삼마이 (타이헤이 닛또)		○			
⑦ 우마이가이치방 (오사토)		○			
⑧ 오이시이 미토넛또 (토쿠요)		○			
⑨ 아지와이 코츠부 (아지와이)		○			
⑩ 알버츠 템페 펄먼티어트 소자보넨 (푸르비건)			○		
⑪ 소자 템페 미트 기로스 게빌츠 (슈내핑거)			○		
⑫ 소자 템페 나투어 (슈내핑거)				○	
⑬ 템페 (소이빈 컴퍼니)		○			
⑭ 바이오 진생 캡슨 (호이어)				○	
⑮ 지르쿨린 아슈와간다 진생 (디스트리콘)					○

자료: 현지 조사원 자료

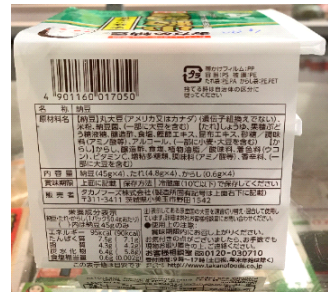
## Shop ① 황안응웬(Hoang Anh Nguyen)

### 매장 정보

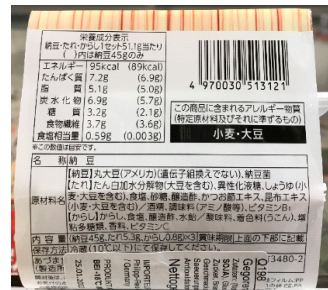
- 유형: 아시안마트
- 판매 제품 특징:  
다양한 종류의 베트남, 중국, 태국, 한국산 제품을 판매하며 월요일마다 배달되는 신선한 식료품들을 취급함
- 매장 주변 특징:  
마인츠의 중심부에 위치해 있으며 극장가 근처에 있어 매일 많은 방문객들이 찾는 매장임
- 주요 고객층:  
지역 주민

브랜드 기본 정보	 <p>황안응웬은 2004년에 오픈한 독일의 아시안 마트임. 마인츠에서 가장 유명한 아시안마트 중 하나이며, 베트남인 가족에 의해서 운영되고 있음. 주로 독일에 사는 아시아인들이 주요 고객이며, 다양한 종류의 아시아산 제품들, 특히 신선한 채소들을 저렴한 가격에 판매함</p>		
	조사 제품 수: 5개		
매장 정보			
	도시(지역) 위치	독일 라인란트팔츠주 마인츠 상세주소 Dominikanerstraße 5A, 55116 Mainz, Germany	
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
넛또 판매 정보	판매 넛또 제품 정보		
	 <p>오카메넛또 코츠부넛또 (타카노 푸드)</p>	 <p>이치반고쿠쇼우 (아즈마 식품)</p>	
	 <p>히키와리 넛또 (니시모토 위스메탁 그룹)</p>	 <p>유키소다치 고쿠코츠부 (아즈마 식품)</p>	 <p>시라키쿠 코츠부넛또 (니시모토 위스메탁 그룹)</p>

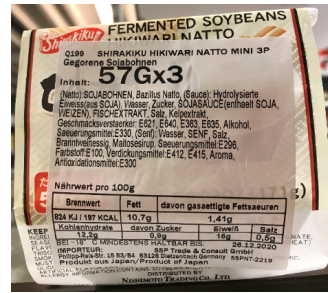
사진자료: 현지 조사원 자료



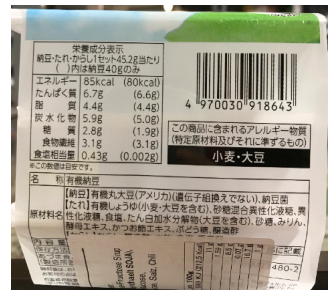
제품명 (현지어)	오카메나토 코츠부나토 (おかめ納豆 小粒納豆)	제조사	타카노 푸드 (タカノフーズ)
가격	4.99유로 (7,042원)	100g 당 가격	2.77유로 (3,909원)
용량	180g (45g*4개입)	제품 종류	나토
포장 형태	외부: 비닐 포장 내부: 스티로폼 접시	원산지	일본
수입상	에스에스피 컨슈머 트레이드 (SSP Konsumgueter Trade GmbH)	홍보 문구	가족의 필수품
원료 및 첨가물	발효콩, 쌀가루, 바실러스, 간장, 물, 시럽, 브랜드 식초, 소금, 겨자, 유채 기름, 효모 추출물, 고추 추출물		



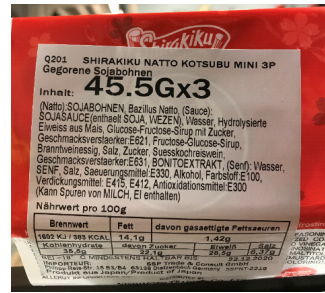
제품명 (현지어)	이치반고쿠쇼우 (いちばん ごくしょう)	제조사	아즈마 식품 (あづま食品)
가격	3.20유로 (4,516원)	100g 당 가격	2.37유로 (3,345원)
용량	135g (45g*3개입)	제품 종류	나토
포장 형태	외부: 비닐 포장 내부: 스티로폼 접시	원산지	일본
수입상	에스에스피 컨슈머 트레이드 (SSP Konsumgueter Trade GmbH)	원료 및 첨가물	대두, 바실러스 나토, 물, 가수분해 단백질, 시럽, 간장, 소금, 브랜드 식초



제품명 (현지어)	히키와리 낫또 (ひきわり 納豆)	제조사	니시모토 위스메탁 그룹 (Nishimoto Wismettac Group)
가격	3.50유로 (4,939원)	100g 당 가격	2.33유로 (3,288원)
용량	150g (50g*3개입)	제품 종류	낫또
포장 형태	외부 내부	비닐 포장 스티로폼 접시	원산지 일본
수입상	에스에스피 컨슈머 트레이드 (SSP Konsumgueter Trade GmbH)		원료 및 첨가물 대두, 바실러스 낫또, 물, 다시마 추출물, 소금



제품명 (현지어)	유키소다치 고쿠코츠부 (有機そだち 極小粒納豆)	제조사	아즈마 식품 (あづま食品)
가격	3.50유로 (4,939원)	100g 당 가격	2.92유로 (4,121원)
용량	120g (40g*3개입)	제품 종류	낫또
포장 형태	외부 내부	비닐 포장 스티로폼 접시	원산지 일본
수입상	에스에스피 컨슈머 트레이드 (SSP Konsumgueter Trade GmbH)		홍보 문구 유기농 제품
인증	유기 JAS 인증	원료 및 첨가물	대두, 바실러스 낫또, 물, 간장, 시럽, 소금, 겨자, 고추



제품명 (현지어)	시라키쿠 코츠부낫또 (Shirakiku 小粒納豆)	제조사	니시모토 위스메탁 그룹 (Nishimoto Wismettac Group)
가격	2.99유로 (4,220원)	100g 당 가격	2.19유로 (3,091원)
용량	136.5g (45.5g*3개입)	제품 종류	낫또
포장 형태	외부 비닐 포장 내부 스티로폼 접시	원산지	일본
수입상	에스에스피 컨슈머 트레이드 (SSP Konsumgueter Trade GmbH)	원료 및 첨가물	대두, 바실러스 낫또, 간장, 물, 가수분해 단백질, 시럽, 향미증진제

## Shop ② 유안파(Yuanfa)

### 매장 정보

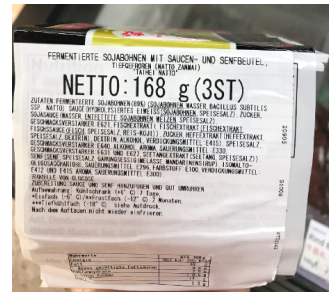
- 유형: 아시안마트
- 판매 제품 특징:  
다양한 종류의 아시안 식품과 기념품, 책 등을 판매함. 신선한 과일과 채소들을 판매하며 중국산 허브, 태국산 망고, 일본산 국수 등 다양한 수입제품을 판매함
- 매장 주변 특징:  
경제적으로 부유한 지역에 위치해 있으며, 마인츠의 주요 기차역과 마인츠 대학, 버스 정류장이 근처에 있어 고객들의 방문이 잦은 매장임
- 주요 고객층:  
지역 주민

브랜드 기본 정보 <sup>18)</sup>	 <p>유안파는 1997년에 오픈한 독일의 아시안마트 체인임. 4개의 매장을 운영하고 있으며, 2개는 프랑크푸르트에, 1개는 비스바덴에 위치해 있음. 오프라인 매장 판매 제품들의 가격대가 조금 높은 편이나, 구매자들의 평가와 만족도가 높음. 또한, 온라인 매장을 운영하여 더욱 저렴한 가격에 제품을 판매함</p>		
	조사 제품 수: 5개		
매장 정보			
	도시(지역) 위치	독일 라인란트팔츠주 마인츠 상세주소 Kaiser-Wilhelm-Ring 54, 55118 Mainz, Germany	
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
낫또 판매 정보	판매 낫또 제품 정보		
	 <p>고쿠코츠부 삼마이 (타이헤이 낫또)</p>	 <p>우마이가이치방 (오사토)</p>	
	 <p>오이시이 미토낫또 (토쿠요)</p>	 <p>아지와이 코츠부 (타카노 푸드)</p>	 <p>템페 (소이빈 컴퍼니)</p>

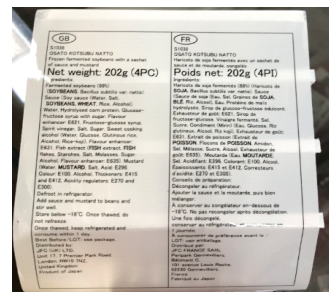
사진자료: 현지 조사원 자료

18) 유안파(Yuanfa) 홈페이지 (www.yuanfa.de)

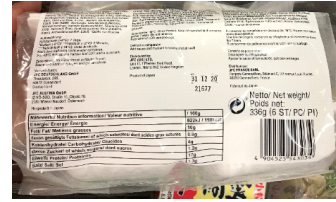




제품명 (현지어)	고쿠코츠부 삼마이 (極小粒納豆 三味)	제조사	타이헤이 닛토 (Taihei Natto Co., Ltd)
가격	2.99유로 (4,220원)	100g 당 가격	1.78유로 (2,512원)
용량	168g (56g*3개입)	제품 종류	닛토
포장 형태	외부: 비닐 포장 내부: 스티로폼 접시	유통 기한	2개월
원산지	일본	홍보 문구	유기농 재배 콩
수입상	제이에프씨 인터내셔널 (JFC International Inc.)	원료 및 첨가물	발효콩, 바실러스, 항미증진제, 피쉬 소스

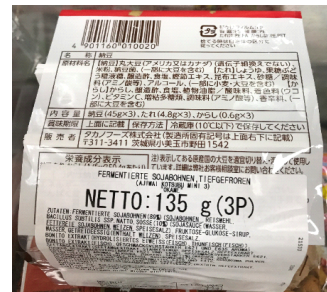


제품명 (현지어)	우마이가이치방 (うまいが 一番)	제조사	오사토 (Osato)
가격	4.00유로 (5,645원)	100g 당 가격	2.22유로 (3,133원)
용량	180g (45g*4개입)	제품 종류	닛토
포장 형태	외부: 비닐 포장 내부: 스티로폼 접시	원산지	일본
수입상	제이에프씨 인터내셔널 (JFC International Inc.)	인증	해협 인증
원료 및 첨가물	발효콩, 바실러스 닛토, 물, 가수분해 단백질, 항미증진제		



제품명 (현지어)	오이시이 미토нат또 (おいしい 水戸納豆)	제조사	토쿠요 (Tokuyo)	
가격	5.99유로 (8,453원)	100g 당 가격	1.78유로 (2,512원)	
용량	336g (56g*6개입)	제품 종류	нат또	
포장 형태	외부 내부	비닐 포장 스티로폼 접시	유통 기한	2개월
원산지	일본	수입상	제이에프씨 인터내셔널 (JFC International Inc.)	

원료 및 첨가물                      발효콩, 바실러스 нат또, 물, 가수분해 단백질, 향미증진제



제품명 (현지어)	아지와이 코츠부 (味の小粒)	제조사	타카노 푸드 (タカノフーズ)	
가격	3.99유로 (5,631원)	100g 당 가격	2.96유로 (4,177원)	
용량	135g (45g*3개입)	제품 종류	нат또	
포장 형태	외부 내부	비닐 포장 스티로폼 접시	원산지	일본
수입상	제이아이케이 (JIK GmbH)	홍보 문구	다시마로 맛을 낸 양념	

원료 및 첨가물                      발효콩, 바실러스, 쌀가루, 글루코스, 간장, 식초, 향미증진제



제품명 (현지어)	템페 (Tempeh)	제조사	소이빈 컴퍼니 (Soybean Company)
가격	1.80유로 (2,540원)	100g 당 가격	0.46유로 (649원)
용량	395g	제품 종류	템페
포장 형태	플라스틱 파우치	원산지	네덜란드
홍보 문구	100% 야채	인증	V-라벨 인증
원료 및 첨가물	익힌 콩, 쌀가루, 배양균		

### Shop ③ 알나투라(Alnatura)

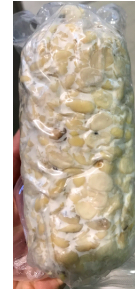
#### 매장 정보

- 유형: 유기농 식품매장
- 판매 제품 특징:  
과일, 야채, 건강식품, 미용용품, 유제품, 냉동식품 등을 판매함. 타사 소매체인에 진출해있는 자사 브랜드 제품을 보유하고 있으며, 주로 유기농 설탕, 과자, 밀가루 등을 판매함
- 매장 주변 특징:  
마인츠의 중심부에 위치해 있으며, 카페와 식당이 많은 지역에 위치해 있음
- 주요 고객층:  
지역 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 <sup>19)</sup>			알나투라는 1984년에 설립된 독일의 유기농 식품매장 체인임. 독일 전역에 46개의 매장을 운영 중이며, 현지인들뿐만 아니라 외국인에게도 유명한 유기농 식품매장임. 마인츠에서 가장 유명한 두 개의 유기농 식품매장 브랜드 중 하나이며, 규모로는 최대임. 고객들을 위해 1시간 무료 주차 서비스를 제공함
	조사 제품 수: 2개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	독일 라인란트팔츠주 마인츠
	상세주소	Große Langgasse 8, 55116 Mainz, Germany	
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
낮도 판매 정보	판매 낮도 제품 정보		
			
	알버츠 템페 펄먼티어트 소자보넨 (푸르비건)		소자 템페 미트 기로스 게빌츠 (슈내핑거)

사진자료: 현지 조사원 자료

19) 알나투라(Alnatura) 홈페이지 (www.alnatura.de)



<b>제품명 (현지어)</b>	알버츠 템페 필먼티어트 소자보넨 (Alberts Tempeh Fermentierte Sojabohnen)	<b>제조사</b>	푸르비건 (Purvegan GmbH)
<b>가격</b>	3.49유로 (4,925원)	<b>100g 당 가격</b>	1.75유로 (2,470원)
<b>용량</b>	200g	<b>제품 종류</b>	템페
<b>포장 형태</b>	플라스틱 파우치	<b>원산지</b>	독일
<b>홍보 문구</b>	엄격하게 재배된 유기농 콩	<b>인증</b>	에코베지, EU 유기농, 독일 유기농
<b>원료 및 첨가물</b>	대두, 물, 사과 식초, 배양 리조푸스균, 섬유질		



<b>제품명 (현지어)</b>	소자 템페 미트 기로스 게일츠 (Soja Tempeh Mit Gyros-Gewürz)	<b>제조사</b>	슈넵핑거 (Schnappinger GmbH)
<b>가격</b>	3.49유로 (4,925원)	<b>100g 당 가격</b>	1.75유로 (2,470원)
<b>용량</b>	200g	<b>제품 종류</b>	템페
<b>포장 형태</b>	플라스틱 파우치	<b>원산지</b>	독일
<b>홍보 문구</b>	풍부한 단백질	<b>인증</b>	EU 유기농, 독일 유기농
<b>원료 및 첨가물</b>	익힌 콩, 물, 사과 식초, 소금, 리조푸스균, 마조람, 로즈마리, 마늘, 후추, 양파		

## Shop ④ 덴스(Denn's)

### 매장 정보

- 유형: 유기농 식품매장
- 판매 제품 특징:  
과일, 채소, 빵, 냉동식품, 유제품, 육류 등 유기농 제품을 주로 판매하며, 비건 제품 또한 취급함
- 매장 주변 특징:  
마인츠의 중심부에 위치해 있으며, 주변에 상권이 고도로 발달해 있고 학교나 버스 정류장이 많이 있어 소비자들의 유입이 많은 지역임
- 주요 고객층:  
지역 주민, 관광객

### 브랜드 기본 정보<sup>20)</sup>



덴스는 2003년에 설립된 독일의 유기농 식품매장 체인이며, 독일 내에 300개의 매장을 운영함. 지역 주민들에게는 매우 친숙한 브랜드이며, EU의 유기농 식품 기준을 준수하고 있는 제품만을 판매함. 또한, 유기농 재배 기준을 엄격하게 지키는 농장과의 거래를 통해 지역의 신선한 과일, 채소를 소비자들에게 공급함

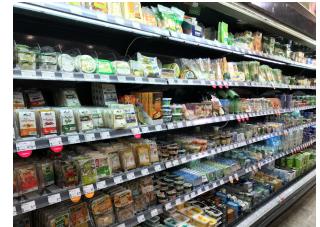
조사 제품 수: 2개

### 매장 정보



도시(지역) 독일 라인란트팔츠주 마인츠  
위치 상세주소 Schusterstraße 41, 55116 Mainz, Germany

### 매장 내부 전경



### 매장 내부 전경

### нат 판매 정보

### 판매 нат 제품 정보



소자 템페 나투어 (슈내핑거)



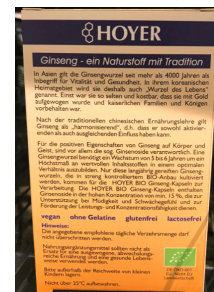
바이오 진생 캡스 (호이어)

사진자료: 현지 조사원 자료

20) 덴스(Denn's) 홈페이지 (www.denns-biomarkt.de)





<b>제품명 (현지어)</b>	소자 템페 나투어 (Soja Tempeh Natur)	<b>제조사</b>	슈네펙거 (Schnappinger GmbH)
<b>가격</b>	3.49유로 (4,925원)	<b>100g 당 가격</b>	1.75유로 (2,470원)
<b>용량</b>	200g	<b>제품 종류</b>	템페
<b>포장 형태</b>	플라스틱 파우치	<b>원산지</b>	독일
<b>홍보 문구</b>	풍부한 단백질	<b>인증</b>	EU 유기농, 독일 유기농
<b>원료 및 첨가물</b>	익힌 콩, 사과 식초, 리조푸스균		



<b>제품명 (현지어)</b>	바이오 진생 캡스 (Bio-Ginseng Kapseln)	<b>제조사</b>	호이어 (Hoyer GmbH)
<b>가격</b>	12.99유로 (18,332원)	<b>100g 당 가격</b>	96.94유로 (136,803원)
<b>용량</b>	13.4g	<b>제품 종류</b>	인삼캡슐
<b>포장 형태</b>	외부 종이상자 내부 블리스터	<b>원산지</b>	독일
<b>홍보 문구</b>	피곤을 해소하는	<b>인증</b>	EU 유기농, 독일 유기농
<b>원료 및 첨가물</b>	인삼 뿌리 추출물, 말토덱스트린, 셀룰로오스		

## Shop ⑤ 뮐러(Müller)

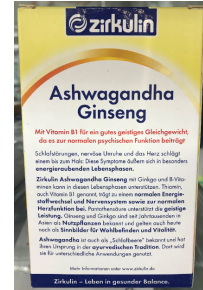
- 매장 정보**
- 유형: 드럭스토어
  - 판매 제품 특징:  
다양한 종류의 미용용품,  
향수, 장난감, 문구, 식료품,  
가정용품, 전자제품,  
건강식품 등을 판매함
  - 매장 주변 특징:  
대형 쇼핑몰인 카이저  
파사주(Kaiser Passage)  
내에 위치해있어 소비자들의  
방문이 잦은 매장임
  - 주요 고객층:  
지역 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 <sup>21)</sup>		뮐러는 1990년에 설립된 독일의 드럭스토어 체인이며, 독일 내에 553개의 매장을 운영중임. 독일에서 가장 큰 드럭스토어 체인 중 하나이며, 지난 10년간 가장 빠른 성장을 이룬 드럭스토어 체인임. 일반적인 뮐러 매장은 평균적으로 3층 이상의 매장 규모를 가지며, 내부가 잘 꾸며져 있음
	조사 제품 수: 1개	
매장 정보		
	도시(지역) 위치	독일 라인란트팔츠주 보름스 상세주소 Am Römischen Kaiser 9, 67547 Worms, Germany
매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		
낮도 판매 정보	판매 낮도 제품 정보	
		
지르쿨린 아슈와간다 진생 (디스트리콘)		

사진자료: 현지 조사원 자료

21) 뮐러(Müller) 홈페이지 (www.mueller.de)





제품명 (현지어)	지르쿨린 아슈와간다 진생 (Zirkulin Ashwagandha Ginseng)	제조사	디스트리콘 (Districon GmbH)
가격	6.95유로 (9,808원)	100g 당 가격	36.58유로 (51,622원)
용량	19g	제품 종류	인삼캡슐
포장 형태	외부 종이상자 내부 블리스터	원산지	독일
홍보 문구	몸의 균형, 스트레스 해소	원료 및 첨가물	옥수수전분, 인삼 뿌리 분말, 젤라틴, 칼슘, 비타민

## Ⅲ. 경쟁기업(Competitor)

1. 독일 낫또 경쟁기업 선정
2. 독일 낫또 경쟁기업 현황
3. 독일 낫또 경쟁기업 세부정보

## 1. 독일 낫또 경쟁기업 선정

### ▶ 대표 경쟁기업으로 해외 기업 4개사, 현지 기업 2개사 선정

독일 오프라인 매장에 진출한 경쟁기업 중, 규모를 기준으로 일본기업 타카노 푸드(タカノフーズ)와 니시모토 위스메탁 그룹(Nishimoto Wismettac Group)을 선정함. 또한, 낫또를 제조하는 일본기업 아즈마 식품(あづま食品)과 오사토(Osato)를 선정했으며, 탐페를 제조하는 독일기업 푸르비건(Purvegan)과 슈내핑거(Schnappinger)를 선정하여, 총 6개 경쟁기업을 선정함

### ▶ 경쟁기업 6개사, 평균 55년 업력 보유 보유

선정된 경쟁기업 6개사의 평균 업력은 약 55년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨. 니시모토 위스메탁 그룹은 1912년에 설립되어 약 108년의 업력을 보유하고 있으며, 오사토는 93년, 타카노 푸드는 63년, 아즈마 식품은 47년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨. 독일 기업인 슈내핑거는 10년, 푸르비건은 8년의 업력을 보유하고 있는 것으로 조사됨

### ▶ 경쟁기업 6개사, 낫또 동일품목 종류 조사

독일에 진출한 경쟁기업 6개사가 판매하고 있는 낫또의 동일품목 수를 조사한 결과 아즈마 식품이 24개로 경쟁기업 6개사 중 가장 많은 동일품목 수를 보유하고 있는 것으로 확인됨. 이외에 타카노 푸드와 슈내핑거가 12개, 오사토와 푸르비건이 2개, 니시모토 위스메탁 그룹이 1개의 동일품목을 보유한 것으로 조사됨

[표 2.1] 낫또 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
타카노 푸드 (タカノフーズ)	일본	63년	12개
아즈마 식품 (あづま食品)	일본	47년	24개
니시모토 위스메탁 그룹 (Nishimoto Wismettac Group)	일본	108년	1개
오사토 (Osato)	일본	93년	2개
푸르비건 (Purvegan)	독일	8년	2개
슈내핑거 (Schnappinger)	독일	10년	12개

자료: 독일 진출 낫또 제조기업 6개사 분석

## 2. 독일 낫또 경쟁기업 현황

### ▶ 경쟁기업 6개사 모두 독일 오프라인 매장 진출, 5개사 현지 온라인 채널 활용

오프라인 매장에서 조사된 경쟁기업 6개사는 아시안 마트 황안응웬(Hoang Anh Nguyen), 유안파(Yuanfa)와 유기농 식품매장 알나투라(Alnatura), 덴스(Denn's)에 진출함. 황안응웬에 진출한 경쟁기업은 타카노 푸드, 아즈마 식품, 니시모토 위스메탁 그룹으로 3개사이며, 유안파에는 타카노 푸드, 오사토 2개사가 진출함. 알나투라에는 푸르비건과 슈내핑거가, 덴스에는 슈내핑거가 진출하였음. 경쟁기업 중 니시모토 위스메탁 그룹을 제외한 모든 경쟁기업은 온라인 채널<sup>22)</sup>에 진출하였고, 그 중 슈내핑거는 자사 온라인몰을 통해 제품 판매 중인 것으로 확인됨. 그 외 일본 기업 3개사는 아시안 제품을 전문적으로 판매하는 온라인 채널에 진출하였으며, 푸르비건의 경우 아마존에 진출한 것으로 조사됨

### ▶ 경쟁기업 5개사 자사 홈페이지와 현지 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용

독일 시장에 진출한 경쟁기업 6개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 6개사 모두 자사 홈페이지를 홍보 채널로 활용함. 모든 기업이 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 취급하는 제품 정보와 효능, 레시피 정보를 제공하고 있음. 니시모토 위스메탁 그룹의 경우 일본 홈페이지 외에도 글로벌 홈페이지를 보유하고 있음. 오사토를 제외한 5개사는 SNS 플랫폼인 페이스북, 인스타그램, 유튜브를 통해 자사 제품을 홍보함

### ▶ 경쟁기업 홍보 문구로 제품의 원료와 맛을 강조하여 홍보

독일 시장에 진출한 경쟁기업들은 제품 홍보 시 주로 제품의 원료와 맛을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품의 원료를 강조한 문구로는 '전용 품종 재배 계약을 통한 원료 수급', '유기 비료로 재배한', '단백질 공급원', '천연 비건 제품', '콩으로만 만든' 등을 많이 사용함. 제품의 맛을 강조한 문구로는 '씹는 맛이 있는', '특제 소스로 맛을 더욱 돋보이게', '풍미가 느껴지는', '고소한' 등의 문구를 사용함. 이 외에도 경쟁기업들은 제품의 안전성을 강조하기 위해 '엄격한 품질관리', '깨끗하고 안전한 생산 환경' 등의 문구를 사용함

22) 온라인 쇼핑몰 인기제품 조사를 진행한 이베이(eBay)에서 경쟁기업의 제품이 판매되고 있지 않아, 기존 조사를 진행했던 아마존과, 추가로 독일 온라인 쇼핑몰 나누코(Nanuko), 다와요(Dawayo), 반타스틱 푸드(Vantastic Foods), 바이오비건(Biovegan)에서 추가조사를 진행하였음

[표 2.2] 독일 낫또 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
타카노 푸드 (タカノフーズ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장               <ul style="list-style-type: none"> <li>황안응웬</li> <li>유안파</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>가장 사랑받고, 누구나 먹기 쉬운</li> <li>전용 품종 재배 계약을 통한 원료</li> <li>엄격한 품질관리</li> <li>씹는 맛이 있는</li> <li>특제 소스로 맛을 돋보이게</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장               <ul style="list-style-type: none"> <li>나누코</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼               <ul style="list-style-type: none"> <li>페이스북</li> <li>인스타그램</li> </ul> </li> </ul>	
아즈마 식품 (あづま食品)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장               <ul style="list-style-type: none"> <li>황안응웬</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>식감, 콩의 맛과 풍미가 느껴지는</li> <li>지금까지는 없었던 낫또</li> <li>풍부한 영양분과 간장의 맛</li> <li>유기 비료로 재배한</li> <li>화학 농약, 비료를 사용하지 않은</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장               <ul style="list-style-type: none"> <li>다와요</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼               <ul style="list-style-type: none"> <li>페이스북</li> <li>인스타그램</li> <li>유튜브</li> </ul> </li> </ul>	
니시모토 위스메탁 그룹 (Nishimoto Wismettac Group)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장               <ul style="list-style-type: none"> <li>황안응웬</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (글로벌)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>매운맛, 풍미 가득한</li> <li>끈적이는</li> <li>따뜻한 백미 위에 얹어 먹는</li> <li>훌륭한 단백질 공급원</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장               <ul style="list-style-type: none"> <li>나누코</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼               <ul style="list-style-type: none"> <li>페이스북</li> </ul> </li> </ul>	
오사토 (Osato)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장               <ul style="list-style-type: none"> <li>유안파</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>공장에서 매일 40만 개씩 출하되는</li> <li>크기, 식감, 향기의 취향에 맞게</li> <li>깊은 맛이 느껴지는</li> <li>유전자 조작 콩을 사용하지 않은</li> <li>깨끗하고 안전한 생산 환경</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장               <ul style="list-style-type: none"> <li>나누코</li> </ul> </li> </ul>		
푸르비건 (Purvegan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장               <ul style="list-style-type: none"> <li>알나투라</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (현지)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>발효된 콩으로 만든 천연 비건 제품</li> <li>소화가 잘되는</li> <li>고품질의 순수 식물성 단백질</li> <li>미네랄과 비타민이 풍부한</li> <li>풍미가 있고 고소한</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장               <ul style="list-style-type: none"> <li>반타스틱 푸드</li> <li>아마존</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼               <ul style="list-style-type: none"> <li>페이스북</li> <li>인스타그램</li> <li>유튜브</li> </ul> </li> </ul>	
슈네펡거 (Schnappinger)	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장               <ul style="list-style-type: none"> <li>알나투라</li> <li>덴스</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (현지)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>콩과 채소로만 만든</li> <li>독특하고 고소한 향</li> <li>전통적으로 선택된 균으로 발효한</li> <li>비건 식품</li> <li>건강에 좋고 소화가 잘되는</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 매장               <ul style="list-style-type: none"> <li>바이오비건</li> <li>자사 온라인몰</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNS 플랫폼               <ul style="list-style-type: none"> <li>페이스북</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 독일 진출 낫또 제조기업 6개사 분석

### 3. 독일 낫또 경쟁기업 세부정보

동일품목 종류		① 타카노 푸드(タカノフーズ)	
<p>① 고쿠 코츠부 (極小粒)</p>  <p>② 마로야카 우마미 (まろやか旨味)</p>  <p>③ 코쿠산 다이진낫또 (国産大豆納豆)</p>  <p>④ 후와링 아와라카 낫또 (ふわりんやわらか納豆)</p>  <p>⑤ 하코 코라겐 낫또 (発酵コラーゲン納豆)</p> 	<p>기업 기본 정보<sup>23)</sup></p>	기업명	타카노 푸드(タカノフーズ)
		홈페이지	www.takanofoods.co.jp
		위치	茨城県小美玉市野田1542 Japan
		직원 수	1,985명
		규모	동일품목 수 12개
<p>기업 진출 채널</p>	<p>〈오프라인 매장〉 황안응원 유안파</p> 	제품명	오카메낫또 코츠부낫또 (おかめ納豆 小粒納豆)
		용량	180g (45g*4개입)
		가격 <sup>24)</sup>	4.99유로 (7,042원)
		제품 종류	낫또
		제품명	고쿠 코츠부 (極小粒)
<p>기업 홍보 채널</p>	<p>〈온라인 매장〉 나누코</p> 	용량	150g (50g*3개입)
		가격	3.83유로 (5,405원)
		제품 종류	낫또
		자사 홈페이지	-
		기업 홈페이지	-
<p>기업 홍보 문구</p>		자사 홈페이지	-
		기업, 제품 소개 및 홍보	-
		제품 활용 레시피 제공	-
		자사 제품의 원료/효능 홍보	-
		SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램)	-
자사 제품 홍보 및 광고	-		
<p>기업 홍보 문구</p>		가장 사랑받고, 누구나 먹기 쉬운	-
		전용 품종 재배 계약을 통한 원료	-
		엄격한 품질관리	-
		씹는 맛이 있는	-
		특제 소스로 맛을 돋보이게	-
포장을 벗기기 쉬운 디자인	-		

자료: 타카노 푸드 홈페이지

사진자료: 현지 조사원 자료, 타카노 푸드 홈페이지, 나누코 홈페이지

23) 타카노 푸드(タカノフーズ) 홈페이지 (www.takanofoods.co.jp)  
24) 1유로= 1,411.21원(2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

●  
동일품목 종류

- ① 코쿠산 오키나 히키와리  
(国産大きなひきわり)



- ② 유기 소다치 고쿠 코츠부 낫또  
(有機そだち 極小粒納豆)



- ③ 유기 소다치 히키와리 낫또  
(有機そだち ひきわり納豆)



- ④ 시타츠즈미  
(舌鼓)



- ⑤ 코쿠산 주류 낫또  
(国産中粒納豆)



자료: 아즈마 식품 홈페이지

② 아즈마 식품(あづま食品)

기업명	아즈마 식품(あづま食品)	
홈페이지	www.adumas.co.jp	
기업 기본 정보 <sup>25)</sup>	위치	〒329-1115 栃木県宇都宮市下田原町3480-2, Japan
	직원 수	500명
	규모	동일품목 수 24개
	설립년도	1973년
〈오프라인 매장〉 황안응원	제품명	이치반고쿠소우 (いちばん ごくしょう)
	용량	135g (45g*3개입)
	가격	3.20유로 (4,516원)
기업 진출 채널	제품 종류	낫또
	제품명	이치반고쿠소우 (いちばん ごくしょう)
	용량	135g (45g*3개입)
〈온라인 매장〉 다와요	가격	2.52유로 (3,556원)
	제품 종류	낫또
	기업 홍보 채널	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지</li> <li>기업, 제품 소개 및 홍보</li> <li>제품 활용 레시피 제공</li> <li>자사 제품의 원료/효능 홍보</li> <li>SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 유튜브)</li> <li>자사 제품 홍보 및 광고</li> </ul>
홍보 문구	<p><b>旨さ太鼓判！国産大豆を使用した大きなひきわり納豆</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●使用大豆：国産大きなひきわり大豆</li> <li>●国産の大粒大豆を4分割にした、あrawり大豆を使用。一般ひきわりに比べると約2倍。</li> <li>●しっかりした食べごたえと食感、大豆の旨みや風味が感じられる、今までにないひきわり納豆。</li> <li>●旨さ閉じ込め製法で栄養分の流出を抑え大豆の旨味を閉じ込めます。</li> </ul>	

사진자료: 현지 조사원 자료, 아즈마 식품 홈페이지, 다와요 홈페이지

25) 아즈마 식품(あづま食品) 홈페이지 (www.adumas.co.jp)

●  
동일품목 종류

① 시라키쿠 코츠부 낫토  
(Shirakiku 小粒納豆)



자료: 니시모토 위스메탁 그룹  
홈페이지

③ 니시모토 위스메탁 그룹(Nishimoto Wismettac Group)

기업 기본 정보 <sup>26)</sup>	기업명	니시모토 위스메탁 그룹(Nishimoto Wismettac Group)		
	홈페이지	www.wismettac.com		
	위치	東京都中央区日本橋室町三丁目2番1号 日本橋室町三井タワー15階 Japan		
	직원 수	1,671명		
	규모	동일품목 수	1개	
	설립년도	1912년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 황안응원		제품명	히키와리 낫토 (ひきわり 納豆)
			용량	150g (50g*3개입)
			가격	3.50유로 (4,939원)
			제품 종류	낫토
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지(글로벌)</li> <li>- 기업, 제품 소개 및 홍보</li> <li>- 제품 활용 레시피 제공</li> <li>- 자사 제품의 원료/효능 홍보</li> <li>SNS 플랫폼 (페이스북)</li> <li>- 자사 제품 홍보 및 광고</li> </ul>		
		홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> <li>매운맛, 풍미 가득한</li> <li>끈적이는</li> <li>따뜻한 백미 위에 얹어 먹는</li> <li>훌륭한 단백질 공급원</li> </ul>

사진자료: 현지 조사원 자료, 니시모토 위스메탁 그룹 홈페이지

26) 니시모토 위스메탁 그룹(Nishimoto Wismettac Group) 홈페이지 (www.wismettac.com)





●  
동일품목 종류

① 루피넨 템페  
(Lupinen Tempeh)



② 알버츠 템페 펄먼티어트  
소자보년  
(Alberts Tempeh Fermentierte  
Sojabohnen)



자료: 푸르비건 홈페이지

⑤ 푸르비건(Purvegan)

기업 기본 정보 <sup>28)</sup>	기업명	푸르비건(Purvegan)
	홈페이지	www.purvegan.de
	위치	Bahnhofstr. 29 67305 Ramsen Germany
	직원 수	50명
기업 진출 채널	규모	동일품목 수 2개
	설립년도	2012년
〈오프라인 매장〉 알나투라	제품명	알버츠 템페 펄먼티어트 소자보년 (Alberts Tempeh Fermentierte Sojabohnen)
	용량	200g
〈온라인 매장〉 반타스틱 푸드 아마존	가격	3.49유로 (4,925원)
	제품 종류	템페
기업 홍보 채널	제품명	루피넨 템페 (Lupinen Tempeh)
	용량	170g
기업 홍보 문구	가격	3.92유로 (5,532원)
	제품 종류	템페
<p>자사 홈페이지(현지)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기업, 제품 소개 및 홍보</li> <li>- 제품 활용 레시피 제공</li> <li>- 온라인 쇼핑몰 링크 제공</li> </ul> <p>SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 유튜브)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 자사 제품 홍보 및 광고</li> </ul>		
<p>발효된 콩으로 만든 천연 비건 제품</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 소화가 잘되는</li> <li>• 고품질의 순수 식물성 단백질</li> <li>• 미네랄과 비타민이 풍부한</li> <li>• 풍미가 있고 고소한</li> <li>• 독특한 향을 가진</li> </ul>		

사진자료: 현지 조사원 자료, 푸르비건 홈페이지, 아마존 홈페이지

28) 푸르비건(Purvegan) 홈페이지 (www.purvegan.de)

●  
동일품목 종류

① 템페 나투어 프리쉬  
(Tempeh Natur frisch)



② 템페 메디테란  
(Tempeh Mediterran)



③ 템페 크노블라흐 코리앤더  
(Tempeh Knoblauch-Koriander)



④ 템페 기로스  
(Tempeh Gyros)



⑤ 템페 나투어 할바  
(Tempeh Natur haltbar)



자료: 슈내핑거 홈페이지

⑥ 슈내핑거(Schnappinger)

	기업명	슈내핑거(Schnappinger)		
	홈페이지	www.tempehmanufaktur.net		
기업 기본 정보 <sup>29)</sup>	위치	Ottobeurer Str. 35, 87733 Markt Rettenbach Germany		
	규모	동일품목 수	12개	
		설립년도	2010년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 덴스		제품명	소자 템페 나투어 (Soja Tempeh Natur)
			용량	200g
			가격	3.49유로 (4,925원)
			제품 종류	템페
기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 바이오비건 자사 온라인몰		제품명	템페 메디테란 (Tempeh Mediterran)
			용량	200g
			가격	3.99유로 (5,631원)
			제품 종류	템페
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자사 홈페이지(현지)</li> <li>- 기업, 제품 소개 및 홍보</li> <li>- 제품 활용 레시피 제공</li> <li>- 자사 제품의 원료/효능 홍보</li> <li>- 자사 온라인 쇼핑몰 링크 제공</li> <li>• SNS 플랫폼 (페이스북)</li> <li>- 자사 제품 홍보 및 광고</li> </ul>		
		홍보 문구	<p><b>Tempeh</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ist eine seit Jahrhunderten geschätzte Spezialität aus Hülsenfrüchten, meist Soja</li> <li>- reift mit der ganzen Bohne und entwickelt dabei sein einmaliges, fein-nussiges Aroma</li> <li>- wird traditionell fermentiert mit einem ausgewählten Edelschimmelpilz</li> <li>- ist vegan, vollwertig, leicht bekömmlich und lecker</li> </ul>	
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• 콩과 채소로만 만든</li> <li>• 독특하고 고소한 향</li> <li>• 전통적으로 선택된 균으로 발효한</li> <li>• 비건 식품</li> <li>• 건강에 좋고 소화가 잘되는</li> <li>• 비타민, 미네랄, 항산화 성분이 풍부한</li> </ul>	

사진자료: 현지 조사원 자료, 슈내핑거 홈페이지, 바이오비건 홈페이지

29) 슈내핑거(Schnappinger) 홈페이지 (www.tempehmanufaktur.net)

## IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)

Interview ① 프레쉬아시아(Fresh Asia)

Interview ② 미카도파인코스트(Mikado Japanische Feinkost)

Interview ③ 대양(Daeyang)

# Interview ① 프레쉬아시아 (Fresh Asia)



●  
프레쉬아시아  
(Fresh Asia)

전문가 소속

프레쉬아시아  
(Fresh Asia)  
소매업체

전문가 정보

Ms. Liu  
(Online Sales Incharge)

30)

The screenshot shows the Fresh Asia website interface. At the top, there is a search bar with the text 'Suche Fresh Asia Supermarkt' and navigation links for 'Anmelden' and 'Einkaufswagen'. Below the search bar, there are three main sections: 'Empfehlungen' (Recommendations), 'Neu' (New), and 'Konserven' (Canned goods). Each section displays a grid of product images with their respective prices and descriptions. For example, in the 'Empfehlungen' section, products include 'LXX Premium Helle Sojasauce, 500ml' for 1.85 €, 'NONGSHIM Shin Ramyun Instant Nudeln, 120g' for 1.03 €, and 'KSF Instant Nudeln Gebratenes Rindfleisch Aroma, 100g' for 0.97 €. The 'Neu' section features items like 'NONGSHIM Shin Ramyun Instant Nudeln, 120g' for 1.03 € and 'YESHU Kokosmilch, 245ml' for 1.35 €. The 'Konserven' section includes 'DÄHNER Getrocknete Tofu, 400g' for 3.42 €, 'WZH Fermentierte Tofu mit Rotensauce, 340g' for 2.74 €, and 'DONGWON Kimchi, 160g' for 2.44 €. There is also a 'Frisches' (Fresh) section at the bottom, showing products like 'UNICURD Silken Tofu, 300g' for 1.95 € and 'UNICURD Pressed Tofu, 300g' for 1.95 €.

## 프레쉬 아시아(Fresh Asia) Online Sales Incharge, Ms. Liu

프레쉬아시아는 2002년에 설립된 소매업체로, 한국, 중국, 일본 등에서 신선식품과 음료, 가공식품 등을 수입해 판매하고 있음. 주로 중국산 제품을 취급하고 있으며, 한국산 제품으로는 김치, 라면, 과자 등을 판매함. 오프라인 매장과 온라인 쇼핑몰을 모두 운영하고 있음

30) 사진자료: 프레쉬아시아(Fresh Asia) 홈페이지 (freshasia.de)



가격	10,000원
용량	200g
포장	플라스틱 통

### Q1. 취급 제품의 가격과 용량은 어떻게 되나요?

저희는 냉동 낫또 제품을 취급하고 있으며 202g에 2.99유로<sup>31)</sup>(약 4,220원)입니다. 100-300g 정도의 소용량 제품은 500g-1kg 제품에 비해 가격이 비싼 편입니다. 대용량 제품은 낫또를 자주 섭취하는 일본인 소비자들만 구매하며, 그 외 소비자들은 소용량 제품을 선호합니다. 대부분의 낫또 제품의 용량과 가격은 200g에 3-4유로(약 4,234-5,645원)인데, A사 제품은 7.09유로(약 10,005원)로 용량은 적당하지만 가격은 비싼 편입니다.

### Q2. 현지 소비자들은 낫또를 섭취한 후 어떤 효능을 기대하나요?

낫또는 영양가가 높고 단백질이 풍부한 일본의 전통 식품입니다. 낫또는 비타민과 유산균 등이 풍부해 대장, 효소성분인 나토키나제가 뇌졸중, 심장마비 등을 예방하는데 도움을 주기 때문에 독일에서는 낫또를 일반 식품이 아닌 건강식품으로 생각하는 경향이 있습니다. 이러한 효능 때문에 제품 홍보를 할 때 낫또의 효능을 주로 강조하는 편입니다.

### Q3. 독일 소비자들은 발효식품에 익숙한 편인가요?

독일 소비자들은 맥주나 사우어크라우트를 포함한 발효식품에 익숙한 편입니다. 하지만, 낫또는 냄새가 심하고 끈적끈적한 식감이 거부감을 불러일으키기 때문에 선호하지 않습니다. 독일 소비자들 대부분은 단순히 호기심 때문에 낫또를 접해보지만, 맛과 냄새, 식감 때문에 다시 구매하는 편은 아닙니다.

### Q4. 낫또의 주 소비층은 어떠한가요?

독일에 거주하는 일본인 중에서도 주로 노년층이 낫또의 건강상 이점 때문에 낫또를 구매합니다. 젊은 층의 경우 낫또의 냄새와 식감 때문에 선호하지 않지만, 일본인의 경우 어렸을 때부터 가정에서 낫또를 접하면서 자랐기 때문에 종종 구매하는 편입니다. 독일 소비자들 사이에서는 인기가 없으며 낫또가 무엇인지 모르는 사람들도 대다수입니다. 제가 취급하는 낫또 제품을 독일 소비자들 구매한 적은 없습니다.

31) 1유로= 1,411.21원(2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## Interview ② 미카도재패니스파인코스트 (Mikado Japanische Feinkost)

미카도재패니스파인코스트  
(Mikado Japanische Feinkost)

### 전문가 소속

미카도재패니스파인코스트  
(Mikado Japanische Feinkost)  
소매업체

### 전문가 정보

Ms. Watanabe (Owner)



32)

Baslerstraße 12 | Boston, München Mo. - Sa. 10 - 19 Uhr ☎ 089 - 260 246 24

Deutsch 🇩🇪 | 🇯🇵 Japanisch



Die japanische Küche ist nicht nur eine der gesündesten der Welt, sondern schmückt sich auch mit Attributen wie **saisonal**, **abwechslungsreich**, **ausgewogen** und natürlich: **lecker!** Sie müssen nicht extra die Inselnation besuchen, um sich davon zu überzeugen. Wir von Mikado Feinkost bringen die japanischen Lebensmittel mit unserem **Lieferservice in und um München** persönlich zu Ihnen nach Hause!

MÖCHTEN SIE LEBENSMITTEL  
BESTELLEN? WIR FREUEN UNS  
AUF IHRE E-MAIL!  
[mikadofeinkost@gmail.com](mailto:mikadofeinkost@gmail.com)

### UNSER SERVICE:

...



Verkauf von japanischen  
Lebensmitteln



Persönlicher Lieferservice in  
München



Postservice für ganz  
Deutschland



Original-Produkte aus Japan

## 미카도재패니스파인코스트 (Mikado Japanische Feinkost) Owner, Ms. Watanabe

미카도재패니스파인코스트는 2011년에 설립된 소매업체로 뮌헨에 식당과 함께 운영하는 슈퍼마켓을 통해 제품을 판매하고 있음. 주로 일본에서 수입한 식료품을 취급하며, 일본 외에도 한국, 중국, 베트남 등 다양한 아시아 국가에서 식료품을 수입해 판매하고 있음. 뮌헨 전역에 구매한 물품을 배달하는 서비스를 제공하며, 이메일을 통해 취급하지 않는 물품을 주문 받기도 함



가격	10,000원
----	---------

용량	200g
----	------

포장	플라스틱 통
----	--------

### Q1. 취급 중인 낫또 제품의 가격과 용량은 어떻게 되나요??

저희는 타카노푸드(Takano Food)의 오카메낫또 코츠부낫또(おかめ納豆 小粒納豆)를 취급하고 있는데 160g 제품을 약 3유로(약 4,234원)에 판매하고 있습니다. 낫또를 구매하는 사람 대부분 단순히 낫또를 맛보기 위해서 구매하기 때문에 대용량보다는 40-60g 제품을 묶음포장하여 160g-200g의 소용량으로 판매하고 있습니다. A사 제품은 200g으로 용량은 적당하지만 7.09유로(약 10,005원)의 가격은 비싼 편입니다.

### Q2. 현지 소비자들은 낫또의 효능 중 어떤 점을 선호하나요?

낫또를 일상생활에서 섭취하는 일반 식품이라고 생각하는 일본인들과 달리, 독일 현지 소비자들은 낫또를 건강식품이라고 생각하는 편입니다. 풍부한 단백질과 식이섬유, 혈액순환 및 면역력 증진에 효과가 있다는 이점 때문에 낫또를 구매합니다. 하지만, 주기적으로 낫또를 섭취하지 않는 편이며 이러한 효능을 위해서라면 차라리 낫또 대신 영양제나 건강기능식품을 섭취하는 편입니다.

### Q3. 독일 내 낫또의 인지도는 어떤 편인가요?

그다지 유명하지 않습니다. 독일에서 거주하는 일본인들을 제외하면 낫또를 좋아하지 않거나 아예 모르는 사람이 대부분이며, 호기심으로 구매했다가 냄새와 식감 때문에 다시 구매하지 않는 사람들도 많습니다.

### Q4. 독일 내 한국 식품에 대한 인지도와 선호도는 어떻게 되나요?

한국 드라마에 자주 등장하는 삼겹살 바비큐나 김치가 유명합니다. 김치는 맵고 톡 쏘는 맛이 독일인들에게는 익숙하지 않아 선호하는 사람이 많지는 않지만, 바비큐는 익숙하며 인기 있는 편입니다.



## Interview ③ 대양 (Daeyang)

● 대양 (Daeyang)

전문가 소속

대양 (Daeyang) 소매업체

전문가 정보

Mr. Shinzo (Sales Manager)



33)



### Beliebte Produkte / 人気商品



Itasan Udong Nudel...



Morinaga Mori-Nu T...



Itasan Ramen Nudel...



Satono Yuki 300g ...



KIKKOMAN Shoyu 1...



Morinaga Mori-Nu T...



Yumenishiki Koshihi...



Minori Reis 10KG ...

## 대양(Daeyang) Sales Manager, Mr. Shinzo

대양은 1984년에 설립된 한국산, 일본산 식품 전문 소매업체로, 라면, 즉석식품, 음료, 가정용품 등을 취급하고 있음. 뒤셀도르프에 슈퍼마켓을 운영하고 있으며 자사 온라인 쇼핑몰을 통해 소비자들에게 배송 서비스를 제공하고 있음

33) 사진자료: 대양(Daeyang) 홈페이지 (www.dae-yang.de)



가격	10,000원
----	---------

용량	200g
----	------

포장	플라스틱 통
----	--------

### Q1. 판매 중인 낫또 제품의 가격과 용량은 어떻게 되나요?

저희는 타카노푸드(Takano Food)의 오카메낫또 코츠부낫또(おかめ納豆 小粒納豆)를 판매 중이며 가격은 2.50유로(약 3,528원)입니다. 독일 현지 소비자들은 음식을 처음 접해본다는 호기심으로 낫또를 구매하기 때문에 대용량 제품보다 소용량 제품을 구매합니다. 또한, 대용량 제품은 한 번 섭취한 후 냉장고에 보관해야 하는데, 낫또의 냄새 때문에 대용량 제품을 꺼리는 편입니다. A사 제품은 200g으로 총 용량은 적당하지만, 45g 정도로 나눈 후 묽음포장 형태로 판매한다면 더 좋을 것입니다. 가격은 저희가 취급 중인 제품보다 약 3배 비싼 편입니다.

### Q2. 낫또의 효능이 잘 알려져 있나요??

독일 내에서 낫또는 소화기 쪽에 좋은 것으로 알려져 있습니다. 또한, 나토키나제 성분으로 만든 캡슐 제품의 경우 뇌졸중이나 심근경색 등에 좋다고 알려져 있고, 낫또에 비해 냄새가 나지 않기 때문에, 낫또보다는 나토키나제 제품을 더 찾는 편입니다. 다만, 독일에서는 정부법에 따라 과학적으로 증명되지 않은 건강상 효능으로는 제품을 홍보할 수 없습니다. 따라서, 독일에서 제품을 홍보할 때는, 정확한 과학적 증거를 제시해야 합니다.

### Q3. 독일 내에서 발효식품의 인지도는 어떤 편인가요?

사우어크라우트와 같이 발효식품이 있긴 하지만, 한국이나 일본만큼은 아닙니다. 독일 내에서 발효콩 제품이 판매되고 있지만, 대부분 일본 회사의 제품이기 때문에 독일 음식은 아닙니다. 독일 사람들은 보통 냄새 때문에 낫또나 다른 발효식품을 선호하지 않지만, 독일에 거주하는 일본인에게는 익숙합니다. 한국의 김치는 많이 소비되지는 않지만 대부분의 독일 사람들이 김치에 대해 들어보거나, 김치가 어떤 음식인지 알고 있습니다.

### Q4. 낫또의 주 소비층은 어떠한가요?

젊은 소비자들은 냄새나 식감 때문에 낫또를 선호하지 않습니다. 주로 40대 이상 연령층 중에서도 일본인이 많이 찾는데 건강상의 이점도 있는데다가 낫또에 익숙하기 때문에 자주 찾습니다. 어렸을 때부터 가정에서 낫또를 접해온 젊은 일본인들도 구매하는 편입니다.

## V. 경쟁력파악(Competitiveness)

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

## 1. 제품 경쟁력 검증

### 1) 100g 당 가격

#### 경쟁제품(제조사)

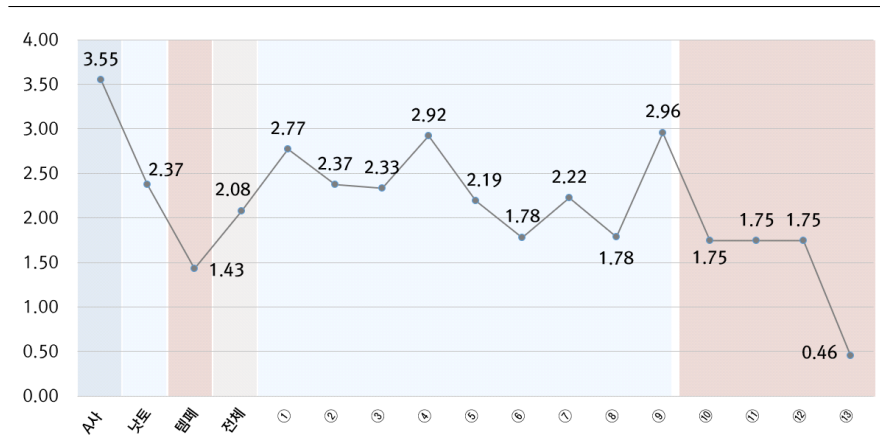
- ① 오카메넛또 코츠부넛또 (타카노 푸드)
- ② 이치반고쿠쇼우 (아즈마)
- ③ 히키와리 닛또 (시라키쿠)
- ④ 유키소다치 고쿠코츠부 (아즈마)
- ⑤ 시라키쿠 코츠부넛또 (시라키쿠)
- ⑥ 고쿠코츠부 삼마이 (타이헤이 닛또)
- ⑦ 우마이가이치방 (오사토)
- ⑧ 오이시이 미토넛또 (토쿠요)
- ⑨ 아지와이 코츠부 (아지와이)
- ⑩ 알버츠 템페 펄먼티어트 소자보넨 (푸르비건)
- ⑪ 소자 템페 미트 기로스 게빌츠 (슈내핑거)
- ⑫ 소자 템페 나투어 (슈내핑거)
- ⑬ 템페 (소이빈 컴퍼니)
- ⑭ 바이오 진생 캡슨 (호이어)
- ⑮ 지르쿨린 아슈와간다 진생 (디스트리콘)

### ▶ A사 제품 100g 당 가격, 경쟁제품 대비 비싼 편

A사 제품의 100g 당 가격은 3.55유로(약 5,010원)<sup>34)35)</sup>로 경쟁제품 13개<sup>36)</sup>의 평균 100g 당 가격 2.08유로(약 2,935원) 대비 약 1.47유로(약 2,074원) 비싼 편임. 제품 종류별 평균 100g 당 가격은 닛또 제품이 2.37유로(약 3,345원)로 A사 제품 대비 약 1.18유로(약 1,665원) 저렴함. 템페 제품의 100g 당 가격은 1.43유로(약 2,018원)로 A사 제품 대비 약 2.12유로(약 2,992원) 저렴함

[표 3.1] 독일 닛또 가격 경쟁력 분석

(단위: 유로)



34) 1,411.21원(2020.08.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

35) A사 제품 유로 100g 당 가격: 3.55유로(A사 제품 유로 가격 7.09유로를 200으로 나눈 후 100을 곱해 소수점을 반올림한 값(약 5,010원))

36) 인삼캡슐 2개 제품은 닛또, 템페 제품과 제품 형태, 종류 등이 상이하여 정확한 가격 비교가 불가능하여 비교대상에서 제외함

2) 용량

● 경쟁제품(제조사)

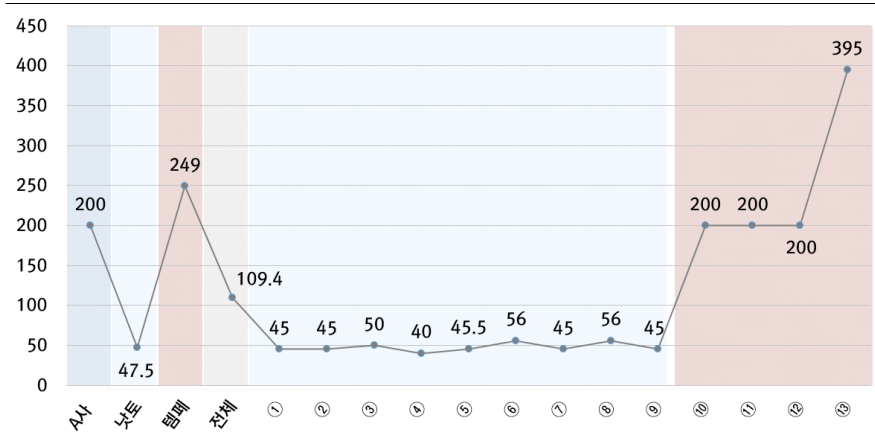
- ① 오카메넛또 코츠부넛또 (타카노 푸드)
- ② 이치반고쿠쇼우 (아즈마)
- ③ 히키와리 닛또 (시라키쿠)
- ④ 유키소다치 고쿠코츠부 (아즈마)
- ⑤ 시라키쿠 코츠부넛또 (시라키쿠)
- ⑥ 고쿠코츠부 삼마이 (타이헤이 닛또)
- ⑦ 우마이가이치방 (오사토)
- ⑧ 오이시이 미토넛또 (토쿠요)
- ⑨ 아지와이 코츠부 (아지와이)
- ⑩ 알버츠 템페 펄먼티어트 소자보년 (푸르비건)
- ⑪ 소자 템페 미트 기로스 게빌츠 (슈내핑거)
- ⑫ 소자 템페 나투어 (슈내핑거)
- ⑬ 템페 (소이빈 컴퍼니)
- ⑭ 바이오 진생 캡슨 (호이어)
- ⑮ 지르쿨린 아슈와간다 진생 (디스트리콘)

▶ A사 제품 용량, 경쟁제품 평균 대비 많은 편

A사 제품의 용량은 200g으로 경쟁제품 13개<sup>37)</sup>의 평균 용량<sup>38)</sup> 109.4g에 비해 90.6g 큰 편임. 제품 종류별 평균 용량은 템페 제품이 249g으로 가장 크며 A사 제품 대비 49g 큼. 닛또 제품의 평균 용량은 47.5g으로 제품 종류 대비 가장 용량이 작으며 A사 제품 대비 약 152.5g 작음

[표 3.2] 독일 닛또 용량 경쟁력 분석

(단위: g)



37) 인삼캡슐 2개 제품은 닛또, 템페 제품과 제품 형태, 종류 등이 상이하여 정확한 용량 비교가 불가능하여 비교대상에서 제외함

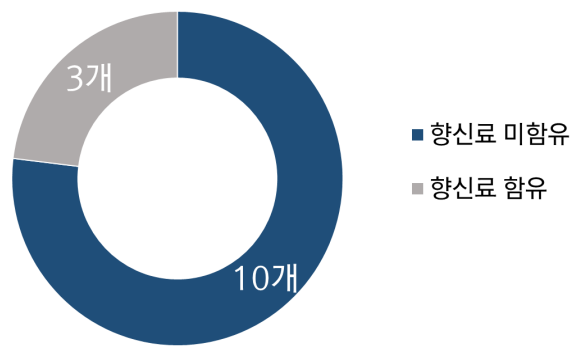
38) 닛또 제품 9개는 모두 묶음포장 형태로 판매되기 때문에, 단품 용량을 기준으로 비교하였음

3) 원료 및 첨가물

▶ 경쟁제품 13개 중 12개, 향신료 미함유

독일에서 판매되고 있는 낫또 경쟁제품 13개의 원료 및 첨가물을 조사한 결과, 10개 제품에 향신료가 함유되지 않은 것으로 조사됨. 그 외 3개 제품은 향신료가 함유된 것으로 확인됨

[표 3.3] 독일 낫또 원료 및 첨가물 경쟁력 분석

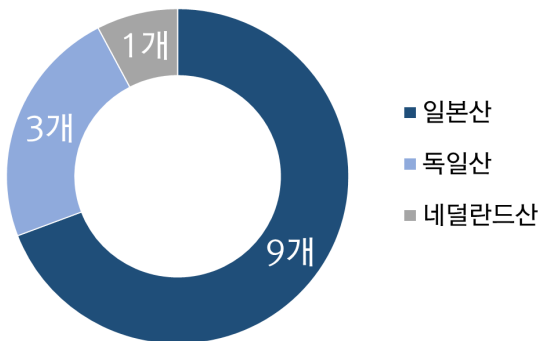


4) 원산지

▶ 경쟁제품 13개 중 9개, 일본산 제품

독일에서 판매되고 있는 낫또 경쟁제품 13개의 원산지를 조사한 결과, 9개 제품이 일본산인 것으로 조사됨. 그 외 3개 제품 독일산, 1개 제품 네덜란드산인 것으로 확인됨

[표 3.4] 독일 낫또 원산지 경쟁력 분석

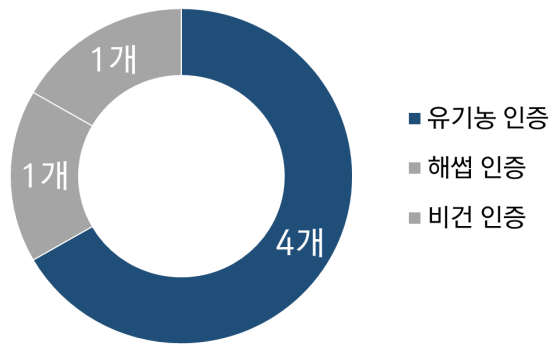


## 5) 인증

### ▶ 경쟁제품 13개 중 6개, 인증 보유

독일에서 판매되고 있는 낫또 경쟁제품 13개의 인증을 조사한 결과, 6개 제품이 인증을 보유한 것으로 조사됨. 6개 제품이 보유한 인증 중 EU 유기농 인증, 독일 유기농 인증, JAS 유기 인증, 에코베지 인증과 같은 유기농 인증을 보유한 제품이 4개로 가장 많았으며, 그 외 2개 제품은 각각 해썹 인증과 비건 인증을 보유한 것으로 확인됨

[표 3.5] 독일 낫또 인증 경쟁력 분석



## 2. 벤치마킹 제품 분석

### 1) 벤치마킹 제품 선정

#### ▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 있는 이유에 대하여 분석함. 제품 선정 기준은 온라인과 오프라인 매장에서 모두 확인되고, 바이어 인터뷰에서 공통적으로 언급되는 제품을 선정함. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

#### 1) 벤치마킹 대상 선정

- 오프라인 매장에서의 인기 제품  
(\* 오프라인 매장 : 덴스, 알나투라, 황안응웬, 유안파, 뮐러)
- 다수의 오프라인 매장에서 판매  
(\* 오프라인 매장 : 조사매장 5개 중 2개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품)
- 바이어 인터뷰에서 공통적으로 언급되는 제품

#### ▶ 유사 인기 제품 벤치마킹

	낮도	공통 특징 ① 원료	낮도	
	3.55유로	벤치마킹 ▶ 100g 당 가격	2.77유로	
경쟁력 분석 제품 (A사 _ 낮도석류)	대용량 & 단일포장	벤치마킹 ▶ 포장	소용량 & 묶음포장	현지 벤치마킹 인기 제품 (타카노 푸드 _ 오카메낮도 코츠부낮도)
'홍삼 성분이 첨가된 낮도'	(-)	벤치마킹 ▶ 홍보문구	콩으로만 만든 비건 식품	'소용량 & 묶음 포장 형태로 고객이 편리하게 섭취 가능'



## 2) 벤치마킹 제품 분석

## - 가격

## ▶ 벤치마킹 제품 100g 당 가격, 2.77유로로 A사의 78% 수준

벤치마킹 제품의 100g 당 가격은 2.77유로(약 3,909원)로 A사의 78% 수준으로 확인됨. 또한 독일에서 판매되는 낫또 제품의 평균 100g 당 가격은 2.37유로(약 3,345원)로 A사 대비 67% 수준임

## [표 3.6] 독일 낫또 인기제품, 가격 및 용량 인터뷰 분석

(인터뷰) 대부분의 낫또 제품의 용량과 가격은 200g에 3-4유로(약 4,234-5,645원)인데, A사 제품은 200g에 7.09유로(약 10,005원)로 용량은 적당하지만 가격은 비싼 편입니다.

- Ms. Liu (프레쉬아시아, 온라인 세일즈 담당) -

## 3) 벤치마킹 제품 분석

## - 포장

## ▶ 벤치마킹 제품, 소용량 &amp; 묶음포장 형태로 제품 판매 중

현지 소비자들은 간편하게 한끼 섭취를 위해 소용량으로 묶음포장된 낫또 제품을 선호하는 것으로 확인됨. 경쟁제품 대부분 45g 소용량 제품을 플라스틱 용기에 담아 묶음포장하여 판매하는 것으로 조사됨

## [표 3.7] 독일 낫또 인기제품, 맛 분석

(인터뷰) 독일 현지 소비자들은 음식을 처음 접해본다는 호기심으로 낫또를 구매하기 때문에 대용량 제품보단 소용량 제품을 구매합니다. (중략) A사 제품은 200g으로 총 용량은 적당하지만, 45g 정도로 나눈 후 묶음포장 형태로 판매한다면 더 좋을 것입니다.

- Mr. Shinzo (대양, 세일즈 매니저) -

## 4) 벤치마킹 제품 분석

## - 홍보문구

## ▶ 벤치마킹 제품, '콩으로 만든', '순수 식물성 단백질'의 홍보문구 기입해 건강한 제품임을 강조

현지 경쟁기업의 경우 건강한 재료 및 비건 원재료로 제품을 만들었다는 것을 강조하기 위해 '콩으로만 만든', '순수 식물성 단백질 사용' 등의 홍보문구를 사용하는 것으로 확인됨

## [표 3.8] 독일 낫또 인기제품, 홍보문구 분석

(인터뷰) 낫또를 일상생활에서 섭취하는 일반 식품이라고 생각하는 일본인들과 달리, 독일 현지 소비자들은 낫또를 건강식품이라고 생각하는 편입니다.

- Ms. Watanabe (미카도재패니스파인코스트, 사장) -

### 3. 기업 마케팅 벤치마킹

#### 1) 판매 채널

- ▶ **경쟁기업 6개사 모두 독일 오프라인 매장 진출, 5개사 현지 온라인 채널 진출**  
독일에 진출한 경쟁기업 6개사는 모두 오프라인 매장에 진출한 것으로 확인됨. 6개사 중 3개사는 황안응웬에, 2개사는 유인파와 알나투라에 진출한 것으로 조사되었으며 나머지 1개사는 텐스에 진출한 것으로 확인됨. 온라인 채널로는 5개사가 진출하였고, 그중 2개사가 나누코에 진출한 것으로 확인됨. 독일기업 푸르비건은 2개의 온라인 채널을 활용하여 제품을 판매하고 있는 것으로 조사됨

[표 3.9] 독일 닛또 제조 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인				온라인				
	황안응웬	유인파	알나투라	텐스	아마존	나누코	다와요	반타스틱 푸드	바이오 비건
타카노 푸드	○	○				○			
아즈마 식품	○						○		
니시모토 위스메탁 그룹	○								
오사토		○				○			
푸르비건			○		○			○	
슈내핑거			○	○					○

#### 2) 홍보 채널

- ▶ **경쟁기업 5개사 자사 홈페이지와 현지 SNS 플랫폼 홍보 채널 활용**

독일 시장에 진출한 경쟁기업 6개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 6개사 모두 자사 홈페이지를 홍보 채널로 활용함. 경쟁업체 중에서도 해외업체인 4개사 중 1개사만이 글로벌 홈페이지를 운영하고 있음. 또한, 1개사를 제외한 5개사는 SNS 플랫폼을 이용해 홍보를 진행하며, 5개사 모두 SNS 플랫폼 페이스북을 활용하는 것으로 조사됨

[표 3.10] 독일 닛또 제조 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS 플랫폼		
		페이스북	인스타그램	유튜브
타카노 푸드	○	○	○	
아즈마 식품	○	○	○	○
니시모토 위스메탁 그룹	○	○		
오사토	○			
푸르비건	○	○	○	○
슈내핑거	○	○		

3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업, 제품의 ‘원료’, ‘맛’ 강조하여 경쟁제품 홍보

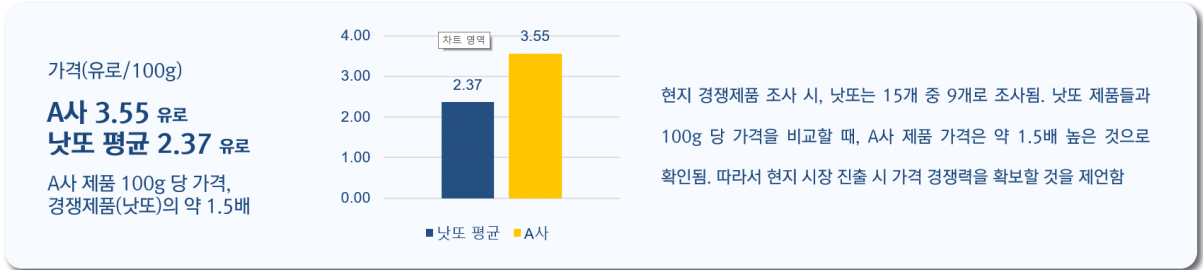
독일에 진출한 경쟁기업 6개사는 주로 경쟁제품의 ‘원료’와 ‘맛’을 강조한 키워드를 사용하여 경쟁제품을 홍보하고 있음. 낫또 경쟁제품의 원료를 강조하는 문구로는 대부분 ‘순수한 식물성 단백질’, ‘콩으로만 만든’, ‘비건 식품’, ‘전통적으로 선택된 균으로 발효된’ 등의 문구를 사용하거나, ‘맛’을 강조한 ‘풍미가 깊은’, ‘독특한 맛이 나는’ 점 등을 홍보함. 이 밖에, 낫또의 안전성을 강조한 문구로 ‘엄격한 품질관리’, ‘깨끗한 제조 환경’ 등의 문구를 주로 사용함

[표 3.11] 독일 낫또 경쟁기업 홍보 문구 분석



## VI. 시장진출제언(Export Insights)

# VI. Export Insights



원료 및 첨가물

### 향신료 미함유

경쟁제품 대다수가 향신료를 미함유한 콩 본연의 맛을 강조

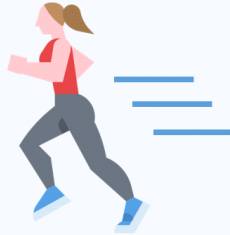


현지 제품 조사 결과 닛또 제품 9개중 7개가 향신료를 미함유 하여 콩 본연의 맛을 강조하는 것으로 확인됨. 이외 2개 제품의 경우 칠리의 열매를 이용하여 만든 강한 향신료를 사용하여 맛 및 향을 첨가함

마케팅

### 홍보문구: 효능 및 원료 강조

제품의 효능과 원료를 강조



홍보문구의 경우 경쟁기업은 제품의 원료를 강조하여 제품 홍보 중. 특히 '순수 식물성 단백질', '콩으로만 만든' 등의 문구를 기재하여 제품이 순수 콩으로 만든 비건 음식이라는 것을 강조함. 또한 바이어 인터뷰에 따르면 현지인들은 닛또를 일반 식품이 아닌 건강 식품으로 생각하는 경향이 있음. 따라서 제품 홍보 시 닛또의 효능 위주로 제품을 홍보할 것을 제안함

마케팅

### 홍보채널: 홈페이지 + SNS

자사 홈페이지 제작 및 4개 SNS 채널 활용하여 제품 홍보



경쟁기업 6개사는 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼(인스타그램, 페이스북, 유튜브)을 홍보채널로 활용하는 것으로 조사됨. 특히 경쟁기업 타카노 푸드의 경우 가장 활발하게 SNS 플랫폼(페이스북)을 활용하여 제품 홍보 중. 대표적으로 닛또 식품에 익숙하지 않은 소비자들을 위해 1) 닛또 섭취 방법, 2) 닛또의 효능, 3) 취향에 따른 닛또 종류 추천 등 자사 제품에 대한 소개를 위주로 SNS 채널을 사용하는 것으로 확인됨



## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

1. 아마존(Amazon) 독일 홈페이지([www.amazon.de](http://www.amazon.de))
2. 이베이(eBay) 독일 홈페이지 ([ebay.de](http://ebay.de))
3. 라인란트팔트주 통계청(Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz) 홈페이지 ([www.statistik.rlp.de](http://www.statistik.rlp.de))
4. 일본 농림수산업성(農林水産省) 홈페이지 ([www.maff.go.jp](http://www.maff.go.jp))
5. 이바라키현 식품안전정보 홈페이지 ([www.shoku.pref.ibaraki.jp](http://www.shoku.pref.ibaraki.jp))
6. EU 집행위원회(European Commission) 홈페이지 ([ec.europa.eu](http://ec.europa.eu))
7. 바이오시겔(Bio-Siegel) 홈페이지 ([www.oekolandbau.de](http://www.oekolandbau.de))
8. V-라벨(V-Label) 홈페이지 ([www.v-label.eu](http://www.v-label.eu))
9. 베지오가닉(Vegorganic) 홈페이지 ([www.vegorganic.de](http://www.vegorganic.de))
10. 유안파(Yuanfa) 홈페이지 ([www.yuanfa.de](http://www.yuanfa.de))
11. 알나투라(Alnatura) 홈페이지 ([www.alnatura.de](http://www.alnatura.de))
12. 덴스(Denn's) 홈페이지 ([www.denns-biomarkt.de](http://www.denns-biomarkt.de))
13. 뮐러(Müller) 홈페이지 ([www.mueller.de](http://www.mueller.de))
14. 타카노 푸드(タカノフーズ) 홈페이지 ([www.takanofoods.co.jp](http://www.takanofoods.co.jp))
15. 나누코(Nanuko) 홈페이지 ([www.nanuko.de](http://www.nanuko.de))
16. 아즈마 식품(あづま食品) 홈페이지([www.adumas.co.jp](http://www.adumas.co.jp))
17. 다와요(Dawayo) 홈페이지 ([dawayo.de](http://dawayo.de))
18. 니시모토 위스메탁 그룹(Nishimoto Wismettac Group) 홈페이지([www.wismettac.com](http://www.wismettac.com))
19. 오사토(Osato) 홈페이지([www.osato.co.jp](http://www.osato.co.jp))
20. 푸르비건(Purvegan) 홈페이지 ([www.purvegan.de](http://www.purvegan.de))
21. 반타스틱 푸드(Vantastic Foods) 홈페이지 ([www.vantastic-foods.com](http://www.vantastic-foods.com))
22. 슈내핑거(Schnappinger) 홈페이지 ([www.tempehmanufaktur.net](http://www.tempehmanufaktur.net))
23. 프레쉬아시아(Fresh Asia) 홈페이지 ([freshasia.de](http://freshasia.de))
24. 미카도재패니스파인코스트(Mikado Japanische Feinkost) 홈페이지 ([www.mikadofeinkost.com](http://www.mikadofeinkost.com))
25. 대양(Daeyang) 홈페이지 ([www.dae-yang.de](http://www.dae-yang.de))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.08.28

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 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved.  
Printed in Korea