



2021

해외시장 맞춤형조사

| | | |
|---------|--|---------------------|
| No. | | 202202-12 |
| 품목 | | 딸기잼(Strawberry Jam) |
| HS CODE | | 2007.99-1000 |
| 국가 | | 영국(United Kingdom) |
| 구분 | | 시장분석형 |

Contents

| | |
|---|----|
| I. 요약 | 04 |
| II. 시장규모 | |
| 1. 영국 스위트 스프레드 시장규모 | 06 |
| 2. 영국 잼 및 과일 절임류 시장규모 | 07 |
| 3. 영국 스위트 스프레드 시장점유율 | 08 |
| 4. 영국 딸기잼 수입규모 | 09 |
| III. 소비 제품 특징 및 이슈 | |
| 1. 딸기잼 경쟁제품 맛, 딸기 1위 & 제형은 잼 제외 프리저브 1위 | 12 |
| 2. 오랜 전통의 영국 브랜드가 영국 잼 시장 점유 | 13 |
| 3. 잼 패키징, 대부분 (입구가 넓은) 유리병 | 14 |
| 4. 홍보문구로 유기농 1위, '꿀이 들어간' 키워드는 0건 | 15 |
| 5. 영국 딸기잼 진출 컨셉 | 16 |
| IV. 유통채널 특징 | |
| 1. 영국 딸기잼 유통채널 비교 | 18 |
| 2. 영국 딸기잼 유통채널 특징 | 19 |

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

- | | |
|------------------------|----|
| 1. 영국 딸기잼 주요 온라인 유통채널 | 24 |
| 2. 영국 딸기잼 주요 오프라인 유통채널 | 30 |

VI. 진입장벽

- | | |
|----------------------|----|
| 1. 영국 딸기잼 통관 및 검역 절차 | 39 |
| 2. 영국 딸기잼 세관 신고 | 40 |
| 3. 영국 딸기잼 품질 인증 | 43 |
| 4. 영국 딸기잼 라벨링 | 44 |
| 5. 영국 딸기잼 성분 및 유해물질 | 50 |

VII. 수입·유통업체 인터뷰

- | | |
|---|----|
| Interview ① 선마크(Sun Mark) | 55 |
| Interview ② 프렌치클릭(French Click) | 57 |
| Interview ③ 베스트웨이홀세일(Bestway Wholesale) | 59 |

VIII. 시사점

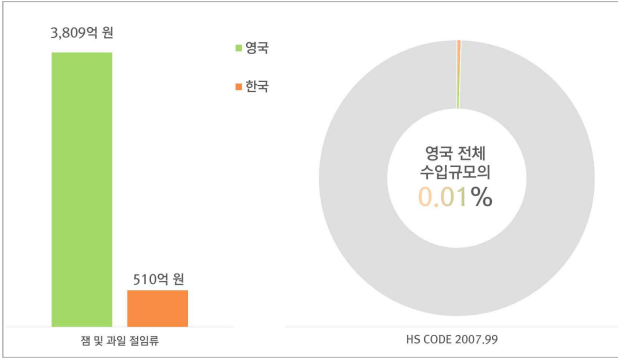
61

※ 참고문헌

63

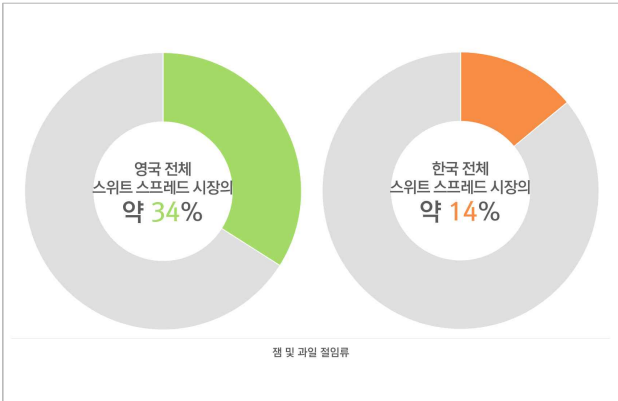
Summary

■ 수요 분석



| | 영국 | 한국 |
|------------------|----------|----------|
| 스위트 스프레드 시장규모 | 1.3조 원 | 3,550억 원 |
| 잼 및 과일 절임류 시장규모 | 3,809억 원 | 510억 원 |
| | 수입(출)액 | 점유율 |
| 영국 對한국 딸기잼 수입 현황 | 800만 원 | 0.01% |

■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널

| | |
|------------|---|
| 하이퍼마켓/슈퍼마켓 | <ul style="list-style-type: none"> 주요 유통채널 테스코 및 제이세인즈버리 코로나19로 인해 온라인 채널 진출을 강화하고 있으며, 다양한 배송 옵션을 전략으로 내세움 |
| 아시아마트/한인마트 | <ul style="list-style-type: none"> 주요 유통채널 에이치마트 및 서울플라자 현지에서 아시아 식품에 대한 수요가 증가함에 따라 대형 유통업체와의 파트너십을 구축 중 |
| 온라인 | <ul style="list-style-type: none"> 주요 유통채널 아마존 및 이베이 코로나19로 인한 물량 급증을 효율적으로 처리하기 위해 풀필먼트 물류센터를 운영하고 있음 |

■ 진입장벽

| | |
|------------|--|
| 통관 및 검역/인증 | 세관등록번호(EORI) 필수 발급 강제 인증 없으며, HACCP, BRCGS 등 선택 취득 가능 |
| 라벨링 | 영국 식품기준청(FSA) 기준에 따른 라벨링 규정 준수 |
| 성분/유해물질 | 식품첨가물/유해물질/알레르겐 |

■ 수입·유통업체 평가

| | |
|------------|---|
| 현지 시장 트렌드 | <ul style="list-style-type: none"> 저당 및 높은 과일 함량 제품이 인기 영양성분 및 합리적인 가격대가 중요함 코로나19 이후 아침식사 대용으로의 수요 증가 |
| 고객사 제품 피드백 | <ul style="list-style-type: none"> 가격 매우 비싸 가격경쟁력이 낮음 무설탕 및 사용 원료는 매우 긍정적임 FDA 인증이 가장 중요하며, 유기농 인증 추천 |
| 추천 유통채널 | <ul style="list-style-type: none"> 프리미엄 매장, 건강식품 판매점 및 온라인 채널로의 진출 추천 프리미엄 매장에서는 고객사 제품 가격대의 경쟁제품이 판매되고 있음 |

■ 요약

| | |
|-----------|--|
| Point 01. | <ul style="list-style-type: none"> 영국 잼 및 과일 절임류 시장규모는 한국의 약 7.4배, 딸기잼이 포함된 HS CODE 2007.99 기준 영국 수입액 중 對한국 수입 비중은 0.01%인 것으로 나타남 딸기잼 제품의 주요 유통채널로 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 편의점, 온라인이 도출됨 |
| Point 02. | <ul style="list-style-type: none"> 영국 딸기잼 진출을 위해 세관등록번호 필수 발급이 필수이며, 강제 인증은 없는 것으로 나타남 현지에서는 저당 및 높은 과일 함량 잼 제품이 인기이며, 코로나19 이후 수요가 증가함 고객사 제품은 FDA 및 유기농 인증 취득을 권장하며, 프리미엄 매장에서의 진출을 추천함 |

II. 시장규모

1. 영국 스위트 스프레드 시장규모
2. 영국 잼 및 과일 절임류 시장규모
3. 영국 스위트 스프레드 시장점유율
4. 영국 딸기잼 수입규모

1. 영국 스위트 스프레드 시장규모

● 영국 국가 일반 정보¹⁾

| | |
|---------|-----------------------|
| 면적 | 24.4만 km ² |
| 인구 | 6,511만 명 |
| GDP | 2조 7,077억 달러 |
| 1인당 GDP | 4만 285달러 |

▶ 영국 스위트 스프레드 시장, 연평균 7% 성장

2020년 기준 영국 스위트 스프레드 시장규모는 약 1조 1,298억 원으로, 약 3,550억 원 규모인 한국 시장의 3배가 넘는 규모임. 코로나19로 인해 재택 근무 및 아침 식사 기회가 늘면서 건강에 좋은 꿀과 견과류 기반 스프레드를 찾는 소비자가 일시적으로 늘어남. 그 결과 2020년에는 시장규모가 전년 대비 19% 폭으로 증가하며 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률 7%로 집계됨²⁾

▶ 영국 스위트 스프레드 시장, 향후 연평균성장률 1% 성장 전망

영국 스위트 스프레드 시장규모는 2021년에는 성장속도가 둔화되면서 향후 5년간 연평균 1%씩 성장해 2025년에 약 1조 2,098억 원 규모에 이를 것으로 전망됨³⁾

[표 2.1] 영국 '스위트 스프레드' 시장규모 4)5)

단위 : 백만 파운드



| 분류 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | CAGR ⁶⁾ |
|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|--------------------|
| 스위트 스프레드 (한화추정액) | 531 (8,497억 원) | 558 (8,929억 원) | 578 (9,249억 원) | 595 (9,521억 원) | 706 (1조 1,298억 원) | 7% |
| 분류 | 2021(F) | 2022(F) | 2023(F) | 2024(F) | 2025(F) | CAGR |
| 스위트 스프레드 (한화추정액) | 714 (1조 1,426억 원) | 722 (1조 1,554억 원) | 727 (1조 1,634억 원) | 729 (1조 1,666억 원) | 756 (1조 2,098억 원) | 1% |

자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Spreads in the United Kingdom」, 2021.12

3) 조사제품 '딸기잼은 인공첨가물을 첨가하지 않은 제품으로, 딸기, 꿀, 찹쌀 및 레몬을 이용하여 만든 제품임. 이에 제품의 용도를 기준으로 '잼 및 스프레드'의 시장규모와 상위품목인 '스위트 스프레드'의 시장규모를 조사함

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 1파운드=1,600.25원 (2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

2. 영국 잼 및 과일 절임류 시장규모

▶ 영국 잼 및 과일 절임류 시장, 연평균 4% 성장

2020년 기준 영국 잼 및 과일 절임류 시장규모는 약 3,809억 원으로, 약 510억 원을 기록한 한국 시장의 약 7.4배 규모임. 정체되어 있던 잼 및 과일 절임류 시장은 2020년에 스위트 스프레드 시장의 전체적인 성장세를 따라 전년 대비 17% 증가함. 지난 5년(2016-20년)간 연평균성장률 4%로 집계됨

▶ 영국 잼 및 과일 절임류 시장, 향후 시장 규모 유지 전망

영국 잼 및 과일 절임류 시장은 이후 원래의 시장 성장 속도로 돌아오며 성장세가 둔화될 것으로 보임. 이는 설탕에 대한 소비자들의 부정적인 인식 때문인데, 이에 영국 잼 브랜드 메리디안은 설탕 대신 사과 농축액을 사용하는 등 획기적인 조리법과 혁신으로 이러한 트렌드에 부응하려는 노력을 하고 있음. 향후 5년(2021-25년)간 연평균성장률은 1%를 유지하며 2025년 시장규모는 약 4,081억 원에 이를 것으로 예측됨⁷⁾

[표 2.2] 영국 ‘잼 및 과일 절임류’ 시장규모⁸⁾

단위 : 백만 파운드



자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Spreads in the United Kingdom」, 2021.12

8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 영국 스위트 스프레드 시장점유율

▶ 영국, '잼 및 과일 절임류' 점유율 33.7% 차지

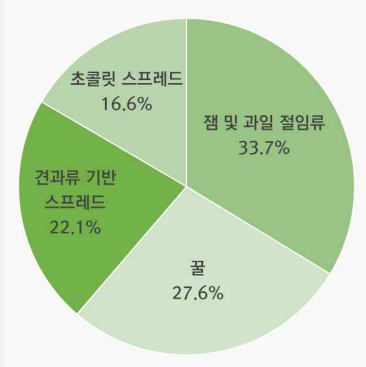
영국 '스위트 스프레드'(약 11조 1,298억 원) 세부 시장과 한국 '스위트 스프레드'(약 3,550억 원) 세부 시장을 비교했을 때, 영국에서 '잼 및 과일 절임류'의 비중이 33.7%를 차지하며 점유율 1위로 집계됨. 한편 한국은 '꿀'의 비중이 80.8%로 가장 높았으며 '잼 및 과일 절임류'의 비중은 2번째로 높은 14.3%로 확인됨⁹⁾

영국 소비자들 사이에서 고품량 설탕에 대한 경각심이 높아지면서 설탕 함량이 높은 잼 및 과일 절임류의 성장 전망은 밝지 않음. 하지만 제철 과일로 설탕 없이 만든 잼류는 건강에는 유익하나 탄소 발생량이 많아 환경적으로 부담이 되는 견과류 기반 제품들보다 소비자들에게 매력적인 대안이 될 것으로 전망됨¹⁰⁾

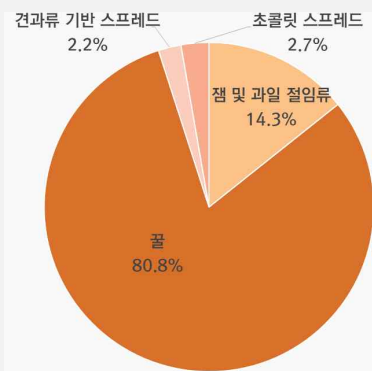
[표 2.3] 2020년 영국, 한국 '스위트 스프레드' 시장점유율¹¹⁾

단위 : 백분율(%)

영국 스위트 스프레드 세부 시장



한국 스위트 스프레드 세부 시장



| 분류 | 스위트 스프레드 | | | |
|----|------------|------|-------------|----------|
| | 잼 및 과일 절임류 | 꿀 | 견과류 기반 스프레드 | 초콜릿 스프레드 |
| 영국 | 33.7 | 27.6 | 22.1 | 16.6 |
| 한국 | 14.3 | 80.8 | 2.2 | 2.7 |

자료: 유로모니터(Euromonitor)

9) 유로모니터상 영국 스위트 스프레드 시장(약 1조 1,298억 원)과 한국 스위트 스프레드 시장(약 3,550억 원)의 시장점유율을 나타냄

10) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Spreads in the United Kingdom」, 2021.12

11) 각 점유율은 유로모니터 카테고리 변경 및 통합으로 인해 총합 100.0% 기준 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

4. 영국 딸기잼 수입규모

HS CODE 2007.99

조사제품 '딸기잼은 잼·과실젤리·마멀레이드(marmalade)·과실건과류의 퓨레(purée)·과실이나 건과류의 페이스트(paste)(조리해서 얻은 것으로 한정하며, 설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가한 자에 상관없이)으로 규정된 제 2007호에 속하며, 이에 HS CODE 2007.99 (기타)를 자원으로 선정함

▶ 영국 HS CODE 2007.99 수입액, 최근 5년 연평균 1% 역성장

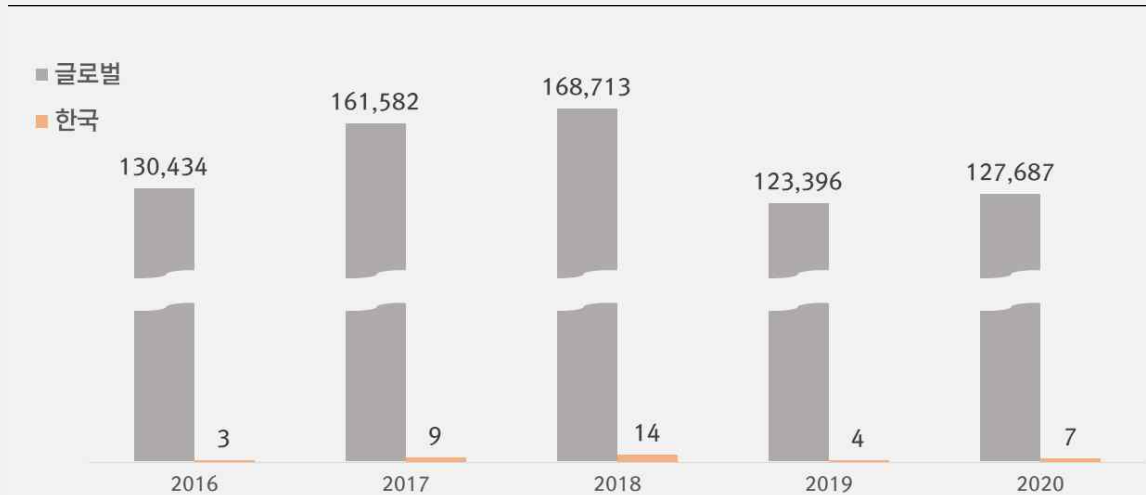
2020년 기준 영국 HS CODE 2007.99 품목의 對글로벌 수입액은 전년 대비 3% 증가한 약 1,514억 원을 기록함. 최근 3년(2016-18년) 간 對글로벌 수입액은 증가세였으나 2019년 전년 대비 27% 하락하며 연평균성장률은 1% 감소세로 확인됨

▶ 영국 HS CODE 2007.99 對한국 수입액, 점유율 미미

2020년 기준 영국 HS CODE 2007.99 품목의 對한국 수입액은 약 800만 원으로 전년 대비 75% 증가했으나, 글로벌 수입액 가운데 점유율 0.01%로 47위에 그침. 對글로벌 수입액 점유율 1위 국가는 프랑스로, 약 586억 원의 수입액으로 전체 수입액 가운데 39%를 차지함. 이어서 독일(약 305억 원, 20%), 벨기에(약 207억 원, 14%) 순으로 집계됨

[표 2.4] 영국 HS CODE 2007.99 수입규모 12)13)14)

단위 : 천 달러



| 분류 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | CAGR |
|------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------|
| 영국 對글로벌 수입액 (한화추정액) | 130,434 (1,546억 원) | 161,582 (1,916억 원) | 168,713 (2,000억 원) | 123,396 (1,463억 원) | 127,687 (1,514억 원) | -1% |
| 영국 對한국 수입액 (한화추정액) | 3 (300만 원) | 9 (1,100만 원) | 14 (1,700만 원) | 4 (500만 원) | 7 (800만 원) | 24% |

자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2007.99 기준

12) 자료: ITC(International Trade Centre)

13) 1달러=1,185.50원 (2022.01.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

14) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

III. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 딸기잼 경쟁제품 맛, 딸기 1위 & 제형은 잼 제외 프리저브 1위
2. 오랜 전통의 영국 브랜드가 영국 잼 시장 점유
3. 잼 패키징, 대부분 (입구가 넓은) 유리병
4. 홍보문구로 유기농 1위, '꿀이 들어간' 키워드는 0건
5. 영국 딸기잼 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 영국 온라인매장 입점 딸기잼 정보 수집

- 데이터 수집 키워드 : 잼(Jam)
- 데이터 수집량 : 3,407건
- 데이터 수집원 : 아마존(Amazon)

▶ 영국 온라인매장 입점 딸기잼 특징 분석

- 데이터 분석 항목
① 맛 ② 경쟁브랜드 ③ 패키징 ④ 홍보문구

| 항목 | 키워드 (국문/영어) | | 빈도 | 키워드 (국문/영어) | | 빈도 |
|-------|--------------|-------------|-------|-------------|----------------|------|
| 맛 | 딸기 | Strawberry | 489 | 살구 | Apricot | 278 |
| | 사과 | Apple | 442 | 블랙커런트 | Blackcurrant | 224 |
| | 라즈베리 | Raspberry | 314 | 체리 | Cherry | 158 |
| | 오렌지 | Orange | 312 | 블루베리 | Blueberry | 152 |
| 경쟁브랜드 | 본마망 | Bonne Maman | 16.5% | 스트림라인 | Streamline | 1.9% |
| | 하틀리 | Hartley's | 11.5% | 프랭크쿠퍼 | Frank Cooper's | 1.8% |
| | 로버트슨 | Robertson's | 7.3% | 로즈 | Rose's | 1.8% |
| | 상달프 | St Dalfour | 3.3% | 듀레 | Duerr's | 1.6% |
| | 팁트리 | Tiptree | 3.0% | 벡스터 | Baxters | 0.5% |
| 패키징 | (입구가 넓은) 유리병 | Jar | 440 | 눌러짜는 플라스틱병 | Squeezy | 4 |
| | 일회용 플라스틱 용기 | Tray | 15 | (-) | (-) | (-) |
| 홍보문구 | 유기농 | Organic | 553 | 100% 천연의 | All Natural | 170 |
| | 비건 | Vegan | 484 | 무설탕 | No Sugar | 127 |
| | 채식주의 | Vegetarian | 399 | 당뇨 환자용 | Diabetic | 121 |
| | 글루텐 프리 | Gluten Free | 361 | 꿀이 들어간 | Contains Honey | 0 |

1. 딸기잼 경쟁제품 맛, 딸기 1위 & 제형은 잼 제외 프리저브 1위

▶ 딸기 키워드 489건으로 최다 빈출

- 영국 잼 시장 순위권 브랜드 대부분, 딸기잼을 대표 상품으로 함

▶ 대부분이 과일 맛이지만 과일이 아닌 맛도 있어

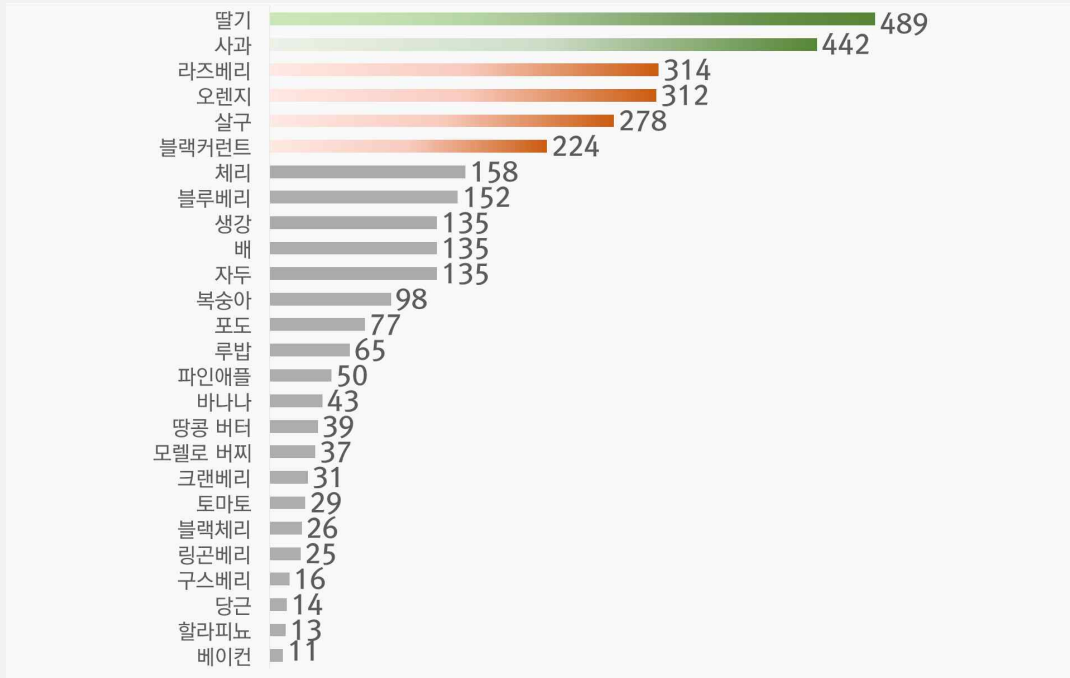
- 지면의 한계상 제외한 10건 이하 키워드 제외 26가지 중 20가지가 과일
- 생강, 루밥, 당근 등의 채소잼과 땅콩 버터, 할라피뇨, 베이컨 잼도 있음

▶ 제형 중 잼 제외 프리저브(과일을 덩어리째 졸인 것, 587건) 1위

- 이하 마멀레이드(감귤류 과일로 만든 것, 313건), 퓨레(오래 졸이지 않아 가벼운 것, 272건), 캔저브(말린 과일을 덩어리째 졸인 것, 246건), 과일 스프레드(과일 100%, 213건), 콩포트(만들어 바로 먹는 잼, 64건) 순

| 1위 딸기 | | 2위 사과 | | 4위 오렌지 | |
|--|-------------------------------------|--|--------------------|--|-----------------------------|
|  | |  | |  | |
| 브랜드 | 팁트리(Tiptree) | 브랜드 | 바이오나(Biona) | 브랜드 | 써스데이 코티지 (Thursday Cottage) |
| 용량 | 340g*6병 | 용량 | 350g | 용량 | 315g |
| 가격 | 30.89파운드(약 49,431원 ¹⁵⁾) | 가격 | 7.72파운드(약 12,353원) | 가격 | 5.79파운드(약 9,265원) |

[표 3.1] 영국 판매 잼 맛 관련 키워드



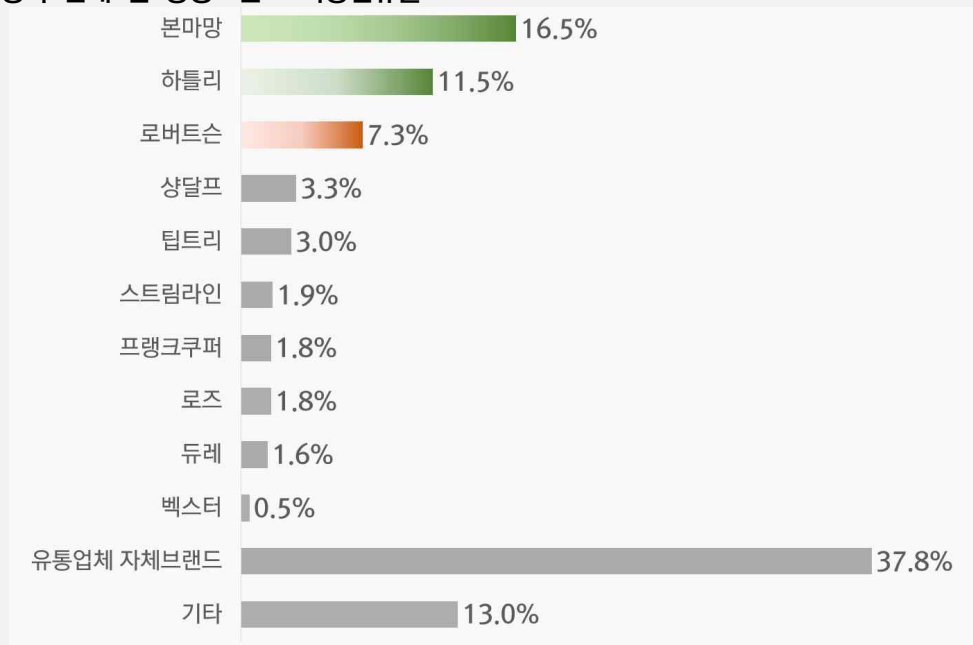
자료: 영국 온라인매장 판매 제품 내 '잼' 관련 게시물 3,407건 분석

2. 오랜 전통의 영국 브랜드가 영국 잼 시장 점유

- ▶ 프랑스 브랜드 본마망(Bonne Maman), 영국 잼 시장점유율 1위
 - 캔저브, 마멀레이드, 콩포트 등 다양한 제품 라인업
 - 아마존(Amazon) 리뷰 순 정렬 시, 본마망 중 스트로베리 캔저브가 1위
- ▶ 140년 전통의 영국 브랜드 하틀리(Hartley's) 2위
 - 모든 제품이 비건이며, 100g당 과일 함유량 40g & 설탕 함유량 61g
 - 유리병 포장 제품 및 눌러 짜는 플라스틱병 포장 제품 2종 판매
- ▶ 160년 전통의 영국 브랜드 로버트슨(Robertson's) 3위
 - 마멀레이드 전문 브랜드이며 모든 마멀레이드 제품이 비건임
 - 대표 제품인 오렌지 마멀레이드, 100g당 과일 20g & 설탕 63g

| 1위 본마망 | | 2위 하틀리 | | 3위 로버트슨 | |
|--|-------------------|--|---------------------|--|--------------------|
|  | |  | |  | |
| 제품명 | 스트로베리 캔저브 | 제품명 | 베스트 스트로베리 잼 | 제품명 | 오렌지 마멀레이드 |
| 용량 | 750g | 용량 | 340g*6병 | 용량 | 454g |
| 가격 | 5.50파운드(약 8,801원) | 가격 | 17.35파운드(약 27,764원) | 가격 | 9.45파운드(약 15,122원) |

[표 3.2] 영국 판매 잼 경쟁브랜드 시장점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

15) 1파운드=1,600.25원 (2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3. 잼 패키징, 대부분 (입구가 넓은) 유리병

▶ (입구가 넓은) 유리병 440건으로 압도적 1위

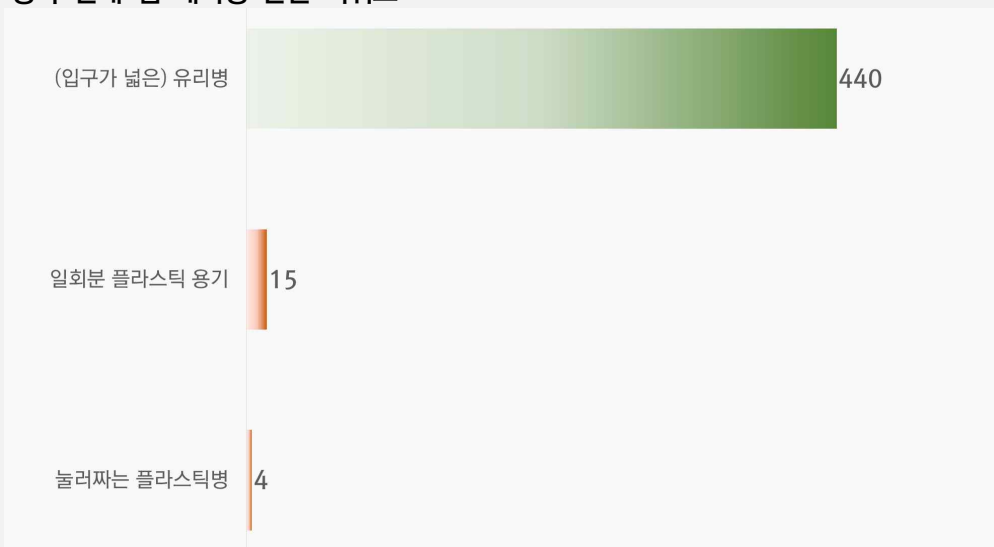
- 2위 키워드 건수보다 29배 이상 많음
- 유리병과 관련이 높은 '재활용가능한' 키워드는 70건, '친환경적인'은 5건

▶ 유리병 외의 패키징 종류 많지 않아

- 일회분 플라스틱 용기가 2위로 키워드 15건
- 일회분 플라스틱 용기에 잼을 출시한 브랜드는 컨츄리레인지(Country Range), 듀레(Duerr's), 하틀리(Hartley's) 등
- 눌러짜는 플라스틱병에 잼을 출시한 브랜드는 난도스(Nando's)와 하틀리
- 아마존에서 기타 형태의 용기는 발견되지 않음

| 1위 (입구가 넓은) 유리병 | | 2위 일회분 플라스틱 용기 | | 3위 눌러짜는 플라스틱병 | |
|--|--------------------|--|----------------------|--|-------------------|
|  | |  | |  | |
| 제품명 | 삼페인이 들어간 딸기잼 | 제품명 | 딸기잼 | 제품명 | 칠리잼 |
| 브랜드 | 팁트리(Tiptree) | 브랜드 | 컨츄리레인지(CountryRange) | 브랜드 | 난도스(Nando's) |
| 용량 | 340g | 용량 | 20g*100개입 | 용량 | 285g |
| 가격 | 6.94파운드(약 11,105원) | 가격 | 12.99파운드(약 20,787원) | 가격 | 5.68파운드(약 9,089원) |

[표 3.3] 영국 판매 잼 패키징 관련 키워드



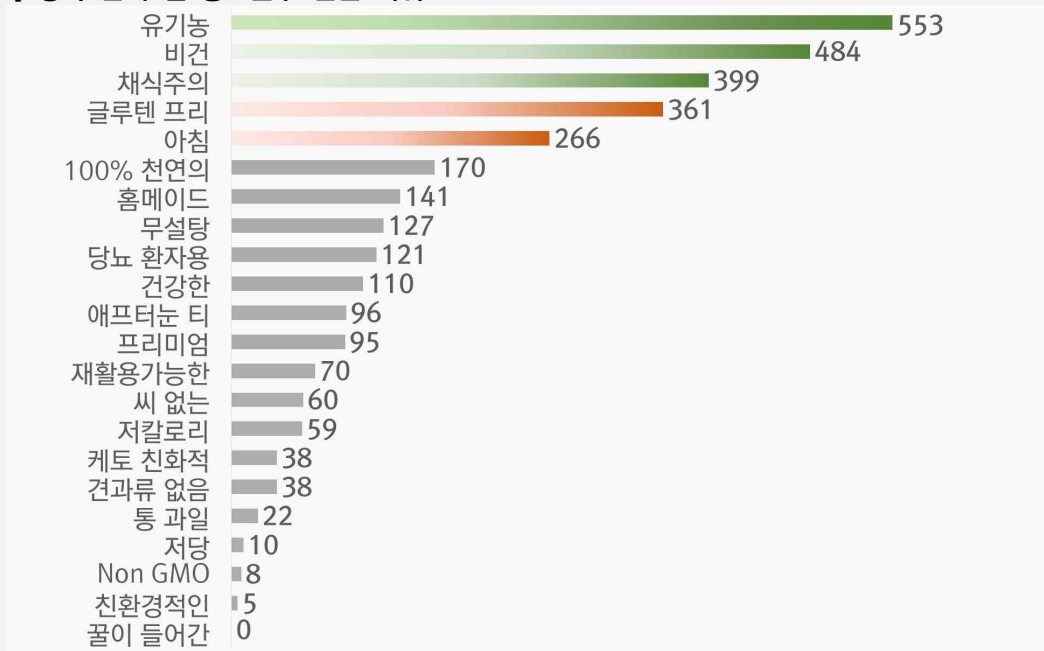
자료: 영국 온라인매장 판매 제품 내 '잼' 관련 게시물 3,407건 분석

4. 홍보문구로 유기농 1위, ‘꿀이 들어간’ 키워드는 0건

- ▶ **유기농 키워드 553건으로 1위**
 - 제품명에 ‘유기농’이 들어간 상품 다수 발견
- ▶ **꿀을 소비하지 않는 ‘비건’, 키워드 484건으로 홍보문구 2위**
 - 그 외에도 채식주의(399건), 글루텐 프리(361건), 당뇨 환자용(121건), 케토 친화적(38건) 등 특정 소비자층을 대상으로 한 문구가 다양함
 - 당뇨 환자용은 무설탕이나 저당 키워드와 같이 발견되는 경우 많음
- ▶ **고객사 셀링포인트인 ‘무설탕’ 중위권, ‘꿀이 들어간’ 0건**
 - 무설탕(127건)은 8위이며 제품명에 ‘무설탕’이 포함된 제품도 많음
 - 설탕 대신 꿀을 넣은 제품은 발견되지 않음

| 1위 유기농 | | 2위 비건 | | 8위 무설탕 | |
|--|---------------------|--|----------------------|--|-------------------|
|  | |  | |  | |
| 제품명 | 유기농 딸기 스프레드 | 제품명 | 샴페인 딸기 프리저브 | 제품명 | 무설탕 딸기잼 |
| 브랜드 | 클리어스프링(Clearspring) | 브랜드 | 미세스 브릿지(Mrs Bridges) | 브랜드 | 스튜트(Stute) |
| 용량 | 420g | 용량 | 340g | 용량 | 430g |
| 가격 | 3.82파운드(약 6,112원) | 가격 | 9.99파운드(약 15,986원) | 가격 | 3.75파운드(약 6,000원) |

[표 3.4] 영국 판매 잼 홍보문구 관련 키워드



자료: 영국 온라인매장 판매 제품 내 ‘잼’ 관련 게시물 3,407건 분석

5. 영국 딸기잼 진출 컨셉

▶ 컨셉 ① _ 딸기, 꿀, 찹쌀, 레몬만으로 만든 건강한 채식 딸기꿀잼

- 채식주의가 홍보문구 3위인 점 활용, 채식주의자에 어필
- 인공 첨가물이 전혀 들어가지 않아 건강한 잼인 점 강조

▶ 컨셉 ② _ 설탕 대신 꿀로 담백하게 단맛을 낸 저당 딸기꿀잼

- 무설탕이 홍보문구 8위, 과일과 당 함량 표시로 저당인 점 강조
- ‘당뇨 환자용’ 등 특정 소비자 대상 홍보문구 다수 발견, 제품의 타겟을 구체화해 홍보

▶ 컨셉 ③ _ 설탕 대신 꿀을 넣어 건강한 천연 딸기잼

- ‘딸기+꿀’ 조합은 발견되지 않는 것으로 보아 잼으로는 생소한 듯함
- 면역력 강화에 효과적인 꿀의 효능 위주로 홍보

| 맛 | 경쟁브랜드 | 홍보문구 | 결합 키워드 발생량 | 제품 컨셉 |
|-------|-------|--------|------------|---|
| 딸기 | (-) | 채식주의 | 53건 | → [딸기, 꿀, 찹쌀, 레몬만으로 만들어 [채식주의자들]에게도 적합한 건강한 딸기꿀잼 |
| 딸기 | (-) | 애프터눈 티 | 37건 | → 설탕 대신 꿀을 넣어 토스트나 [스콘]에 발라먹으면 딸기와 꿀의 조화로운 단 맛을 느낄 수 있는 건강한 [딸기꿀잼] |
| 땅콩 버터 | (-) | 아침 | 31건 | → 인공 첨가물을 전혀 넣지 않고 딸기와 꿀로 만들어 [땅콩 버터잼]보다 가볍고 [아침]에 토스트에 발라 먹으면 속이 편한 딸기꿀잼 |
| 딸기 | (-) | 당뇨 환자용 | 27건 | → 설탕 대신 딸기와 꿀로 담백하게 단 맛을 낸 프리미엄 [저당] 딸기꿀잼 |
| 딸기 | 하틀리 | (-) | 14건 | → 설탕 대신 꿀을 넣어 100g당 [설탕 함량이 60g이 넘는 딸기잼]보다 건강한 천연 [딸기꿀잼] |

★ 결합 키워드 발생량 : 경쟁제품/맛/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

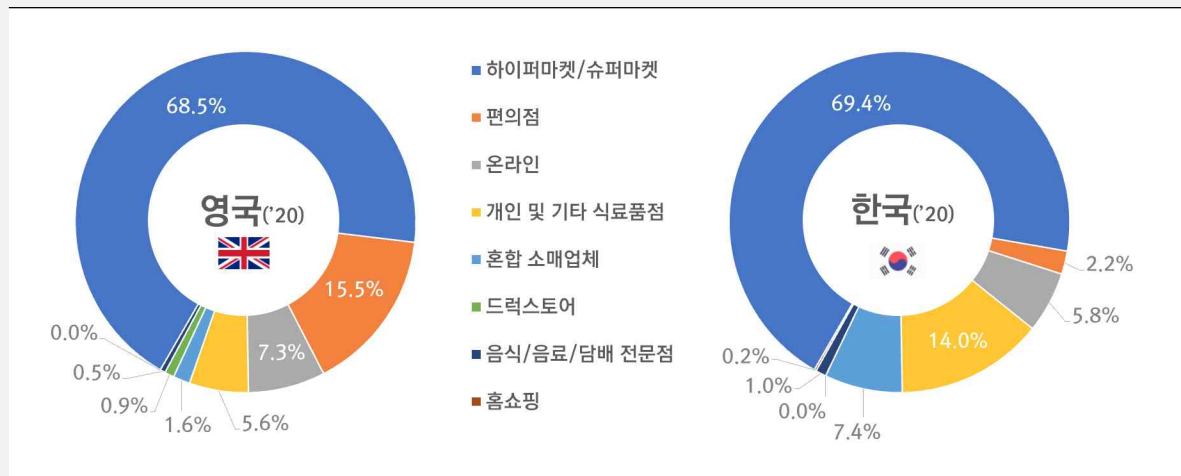
1. 영국 딸기잼 유통채널 비교
2. 영국 딸기잼 유통채널 특징

1. 영국 딸기잼 유통채널 비교

▶ 영국 딸기잼 유통, 하이퍼마켓/슈퍼마켓 및 온라인 한국과 비슷… 편의점 점유율 상이

2020년 영국 ‘스위트 스프레드’ 유통의 68.5%는 하이퍼마켓/슈퍼마켓을 통해 이뤄졌으며, 한국(69.4%)의 사정도 비슷했음. 다만 ‘편의점’은 영국(15.5%)이 한국(2.2%) 대비 약 7배 정도의 차이를 보임. ‘온라인’ 또한 영국(7.3%)과 한국(5.8%)이 약 1.5%p 차이를 보이며 비슷한 수준인 것으로 나타남. ‘아시아마트/한인마트’를 포괄하는 ‘개인 및 기타 식료품점’의 유통 점유율은 한국(14.0%)에서 영국(5.6%)의 2.5배 수준이었고, ‘혼합 소매업체’를 통한 유통 또한 한국(7.4%)에서 영국(1.6%) 대비 약 4.6배 정도 더 많이 진행된 것으로 나타남. ‘드럭스토어’를 통한 유통은 영국(0.9%)에서만, ‘홈쇼핑’을 통한 유통은 한국(0.2%)에서만 존재했으며, ‘음식/음료/담배 전문점’을 통한 유통은 양국(영국 0.5%, 한국 1.0%)에서 모두 존재했음. 다만 해당 세 개 채널을 통한 유통은 모두 1.0% 이하의 유통 점유율을 차지하며 ‘스위트 스프레드’ 유통에서 크게 활약하지 못한 것으로 나타남

[표 4.1] 영국 딸기잼 소매유통채널 점유율



영국 및 한국 소매유통채널 점유율¹⁶⁾¹⁷⁾ 비교¹⁸⁾

| 영국 | 유형 | 한국 |
|-------|-----------------------------|-------|
| 68.5% | 하이퍼마켓/슈퍼마켓 | 69.4% |
| 15.5% | 편의점 | 2.2% |
| 7.3% | 온라인 | 5.8% |
| 5.6% | 개인 및 기타 식료품점 ¹⁹⁾ | 14.0% |
| 1.6% | 혼합 소매업체 ²⁰⁾ | 7.4% |
| 0.9% | 드럭스토어 | 0.0% |
| 0.5% | 음식/음료/담배 전문점 | 1.0% |
| 0.0% | 홈쇼핑 | 0.2% |

자료: 유로모니터(Euromonitor)

16) 2020년 기준, 영국 및 한국 ‘스위트 스프레드(Sweet Spreads)’의 소매유통채널 점유율임

17) ‘딸기잼’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘스위트 스프레드(Sweet Spreads)’의 정보를 확인함

18) 각 점유율은 유로모니터 카테고리 변경 및 통합으로 인해 총합 100.0% 기준 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

19) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 아시아마트/한인마트를 포괄함

20) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

2. 영국 딸기잼 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

▶ 영국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 테스코 및 제이세인즈버리

영국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체인 테스코(Tesco)는 2020년 영국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액 1,038억 5,400만 파운드(약 166조 1,924억 원²¹⁾)의 30.8%를 점유했으며, 제이세인즈버리(J Sainsbury)는 17.8%를 점유함

▶ 영국 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 가격 경쟁력과 편리함이 관건²²⁾²³⁾

코로나19로 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업계는 ‘온니채널’, ‘원-스탑’, ‘가격’ 키워드에 집중함. 우선 사회적 거리두기 방침 강화로 기존 하이퍼마켓/슈퍼마켓 기업들은 온라인 채널 진출 및 강화, 다양한 배송 옵션 등을 전략으로 내세워 매출 구조를 다양화함. 이때 얼마나 더 편리하면서도 친환경적인 배송 옵션을 제공하는지가 주요 관건임. 또한 점포 구비 품목 다양화를 통해 소비자들이 한 번의 방문으로도 다양한 물품을 구매할 수 있도록 함. 마지막으로 경기침체로 인해 소비자의 가격 민감도가 상승하자 경쟁업체와 가격 경쟁 캠페인을 벌이는가 하면, 여러 자체상표 상품을 보완 및 출시함

[표 4.2] 영국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

| 순번 | 기업명 | 하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20) ²⁴⁾ | 산하 주요 브랜드 |
|----|---------------------------------|---------------------------------------|---|
| 1 | 테스코 (Tesco) | 30.8% | 테스코메트로(Tesco Metro), 테스코슈퍼스토어(Tesco Superstore) |
| 2 | 제이세인즈버리 (J Sainsbury) | 17.8% | 세인즈버리스슈퍼마켓 (Sainsbury's Supermarkets) |
| 3 | 아스다스토어즈 (Asda Stores) | 17.0% | 아스다 (Asda) |
| 4 | 모리슨슈퍼마켓 (Morrison Supermarkets) | 13.5% | 모리슨즈 (Morrisons) |
| 5 | 웨이트로즈 (Waitrose) | 6.2% | 웨이트로즈&파트너스 (Waitrose & Partners) |

자료: 유로모니터(Euromonitor)

21) 1파운드=1,600.25원 (2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

22) 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in the United Kingdom Country Report」, 2021.02

23) 유로모니터(Euromonitor), 「Hypermarkets in the United Kingdom Country Report」, 2021.02

24) 영국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 드럭스토어

▶ 영국 주요 드럭스토어, 부츠유키 및 로이즈파머시

영국 주요 드럭스토어 업체인 부츠유키(Boots UK)는 2020년 영국 드럭스토어 전체 매출액 159억 6,400만 파운드(약 25조 5,464억 원)의 40.4%를 점유했으며 로이즈파머시(Lloyds Pharmacy)는 전체 매출액의 7.9%를 점유함

▶ 영국 드럭스토어, 타 채널과의 경쟁에서 밀려 매출 하락 경험²⁵⁾

2020년 코로나19로 드럭스토어의 매출이 전년대비 7.3% 감소하였음. 특히 동기간 하이퍼마켓/슈퍼마켓과 같은 대형 식료품점 및 이커머스의 발달로 소비자들이 기존에 드럭스토어에서 구매했을 법한 제품들을 타 채널에서 구매하면서 이러한 매출 하락세가 심화됨. 이때 영국 드럭스토어 업계 선두 기업인 부츠는 필수 업종 매장으로 지정되어 운영 제한을 받지 않았으나 뷰티 코너를 일시적으로 폐쇄한 후 의약품 및 위생용품과 같이 팬데믹 시기 필수품을 구비하고 배송하는 데 집중하며 업계 선두 자리를 지킴. 코로나19 이후에는 이커머스의 성장과는 별개로 오프라인에서의 매출이 기존 수준으로 회복될 것으로 예상됨. 이외에뷰티 제품 컨셉으로 지속가능성이 가장 큰 화두로 떠오를 가능성이 유력하며, 뷰티 제품 구매 전 가상으로 체험해볼 수 있게 하는 각종 기술들이 오프라인 매장에 적용될 것으로 보임

[표 4.3] 영국 주요 드럭스토어 업체

| 순번 | 기업명 | 드럭스토어 매출액 점유('20) ²⁶⁾ | 산하 주요 브랜드 |
|----|---|-------------------------------------|---------------------------------|
| 1 | 부츠유키 (Boots UK) | 40.4% | 부츠 (Boots) |
| 2 | 로이즈파머시 (Lloyds Pharmacy) | 7.9% | 로이즈파머시 (LloydsPharmacy) |
| 3 | 수퍼드럭스토어즈 (Superdrug Stores) | 7.4% | 수퍼드러그 (Superdrug) |
| 4 | 누마크 (Numark) | 7.0% | 누마크파마시스트 (Numark Pharmacist) |
| 5 | 스펙세이버즈옵티컬그룹 (Specsavers Optical Group) | 6.7% | 스펙세이버즈 (Specsavers) |

자료: 유로모니터(Euromonitor)

25) 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in the United Kingdom Country Report」, 2021.02

26) 영국 드럭스토어 점유율 부문 상위 5개 기업

3) 아시안마트/한인마트

● 영국 주요 한인마트 업체 오세요



사진자료: 오세요

▶ 영국 주요 아시안마트/한인마트, 에이치마트 및 서울플라자

영국 주요 아시안마트 및 한인마트 업체인 에이치마트(H-Mart)는 미국 최대 규모의 한인마트 체인으로, 현재 미국에서는 약 102개의 점포를 운영 중이며 영국에서는 자사 현지 브랜드인 오세요(Oseyo) 매장을 포함하여 총 12개의 매장을 보유하고 있음. 이외에도 코리아푸드(Korea Foods)는 현재 영국에서 12개 점포를 보유하고 있으며, 코로나19 이후 등장한 온라인 전용 소매업체인 슈퍼맨런던(Superman London) 등이 있음

▶ 아시안마트/한인마트 업체, 코로나19로 디지털화 가속²⁷⁾

코로나19 이후 아시안마트/한인마트도 온라인 채널을 통한 식품 유통을 확대하고 있는 것으로 드러남. 또한 최근 아시안 식품에 대한 수요가 증가함에 따라 영국 내 현지 대형 유통업체들이 아시안 식품 전문 플랫폼과 파트너십을 구축하고 있다고 전해짐. 이에 따라 국내 업체들은 영국 진출이 상대적으로 용이한 아시아계 유통업체의 온오프라인 채널 모두를 활용함과 동시에 높아진 현지 수요를 기반으로 유통업체와의 접촉을 증가시키는 등의 방식을 구사할 수 있을 것으로 기대됨

[표 4.4] 영국 주요 아시안마트/한인마트

| 순번 | 기업명 | 설립연도 | 매장 수('20) |
|----|----------------------------|-------|-----------|
| 1 | 에이치마트 (H-Mart) | 1982년 | 4개 |
| 2 | 오세요 (Oseyo) | 1982년 | 8개 |
| 3 | 코리아푸드 (Korea Foods) | 1999년 | 12개 |
| 4 | 스타리마트 (Starrymart) | 2009년 | 2개 |
| 5 | 슈퍼맨런던 (Superman London) | 2020년 | (온라인 전용) |

자료: 기업 홈페이지

27) 농수산식품유통공사(at), 「유럽 식품유통 온라인 플랫폼 운영현황 및 시사점」, 2021.07

4) 온라인

▶ 영국 주요 온라인 유통채널, 아마존 및 이베이

영국 주요 온라인 유통채널 아마존(Amazon)은 2020년 온라인 유통채널 전체 매출액 918억 5,800만 파운드(약 146조 9,958억 원)의 25.0%를 점유했으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 보유함. 이베이(eBay)는 8.3%를 점유했고, 산하에 동명의 1개 브랜드를 보유함

▶ 영국 온라인 채널, 첨단기술 기반의 편리함으로 성장 지속²⁸⁾²⁹⁾

2020년 코로나19 이후 기존 대형 유통업체의 온라인 채널 진출 및 보강이 이어짐. 대다수 업체는 급증한 물량을 효율적으로 처리하기 위해 첨단기술이 적용된 풀필먼트³⁰⁾ 물류센터를 운영 중이며, 클릭앤컬렉트 서비스 제공 및 음식 배송 플랫폼과의 협업 등을 통해 배송 역량을 강화함. 또한 온라인 채널 매출액 점유율 1위 기업인 아마존은 우수한 물류 관리 시스템과 다양한 배송 옵션 외에도 대형 유통업체와의 협업, 온라인 채널 확장이 필수가 된 현재 상황에서 가장 쉽고 효과적인 해결 방법 등을 기반으로 큰 성공을 거둠. 마지막으로 건강과 환경 측면에서의 지속가능성에 대한 소비자 의식 향상이 코로나19로 가속화되었고, 이에 지역 기반 및 친환경 소비 트렌드가 확산되며 더 친환경적인 배송, 물류, 패키징, 그리고 영양이 업계 주요 화두로 자리매김하고 있음

[표 4.5] 영국 주요 온라인 유통채널

| 순번 | 기업명 | 온라인 유통채널 매출액 점유('20) ³¹⁾ | 산하 주요 브랜드 |
|----|-----------------|--|-----------------|
| 1 | 아마존 (Amazon) | 25.0% | 아마존 (Amazon) |
| 2 | 이베이 (eBay) | 8.3% | 이베이 (eBay) |
| 3 | 테스코 (Tesco) | 6.2% | 테스코 (Tesco) |

자료: 유로모니터(Euromonitor)

28) 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in the United Kingdom Country Report」, 2021.02

29) 농수산물유통공사(aT), 「유럽 식품유통 온라인 플랫폼 운영현황 및 시사점」, 2021.07

30) 상품의 보관, 포장, 출하, 배송 등 제조사로부터 소비자에게까지 이르는 전 과정을 한 곳의 대형 물류센터에서 처리하는 것이 특징임. 주문 이후 바로 상품을 배송할 수 있으며, 인공지능을 활용해 다양한 상품을 효과적으로 관리할 수 있는 특징을 지님

31) 영국 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

1. 영국 딸기잼 주요 온라인 유통채널
2. 영국 딸기잼 주요 오프라인 유통채널

1. 영국 딸기잼 주요 온라인 유통채널 ① 아마존

| | | | | |
|------------|---|--|---------------------------------------|--|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 아마존(Amazon) | | |
| | 홈페이지 | www.amazon.co.uk | | |
| | 업태 | 온라인 종합 쇼핑몰 | | |
| | 개요 | 방문횟수(최근 1개월) | 4억 3,900만 회 | |
| | | 앱다운로드수('20) | 500만 회 | |
| 매출('20) | | 약 2,805억 달러 (약 332조 5,328억 원 ³²⁾) ³³⁾ | | |
| 운영방식 | | 온라인마켓 | | |
| 매장 운영 정보 | 홈페이지 정보 | 취급 브랜드 | 굿굿(Good Good), 프랭크쿠퍼스(Frank Cooper's) | |
| | | 해외 판매 | 해외배송 가능 | |
| | | 검색 방식 | 제품, 카테고리, 브랜드 검색 | |
| 주요 프로모션 정보 |  | | | |
| | 구매 금액 기준 할인, 생일 기프트카드 증정, 시즌별 할인 이벤트 등 다양한 프로모션 상시 진행 | | | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단의 'Sell on Amazon' 클릭 - 아마존 홈페이지 계정 생성 후 필요사항 기입 - 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> 공급자 정보 (회사 유형, 회사명, 회사고유번호, 회사 홈페이지 주소, 국가) 공급 담당자 정보 (담당자명, 연락처, 이메일, 출생일, 출생국가, 국적, 신분증) 지불방식 (신용카드 번호 확인 절차) 제품정보 (제품 카테고리, 브랜드명, 제품명, 카탈로그, 이미지, UP 인증 여부 등) • 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 행동강령 준수 - EU Regulation on the Provision of Food Information to Consumers 준수 | | |

자료: 아마존(Amazon) 영국, 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 아마존(Amazon) 영국

32) 1달러=1,185.50원 (2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

33) 아마존(Amazon) 글로벌 통합 매출액임

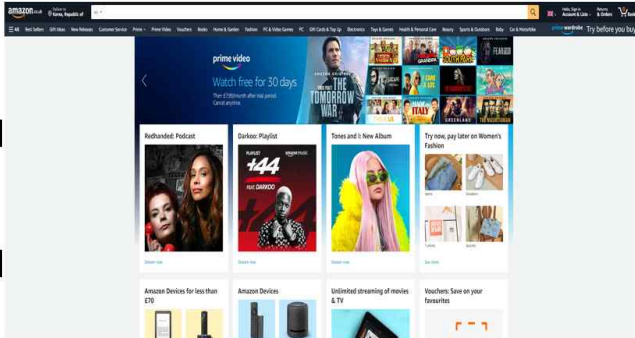
온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 인기 상품 게재
방문자들이 가장 많이 찾고, 구매한 상품과 카테고리 표시

2. 아마존 신용카드
아마존 사립치 내 구입액의 5% 페이백 제공, 발급 시 125달러 기프트카드 제공

3. 구매 내역
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리 내 추천상품 제공



4. 아마존 프라임
연회비 지불을 통한 빠른 배송과 무료 영화, 음악 제공

5. 국제배송
타 국가에서도 영국 아마존에서의 구매 가능

어플을 이용한 사진, 음성 검색 가능
나이대별, 성별, 국가별 세분된 카테고리 검색 가능

온라인몰 UI ②

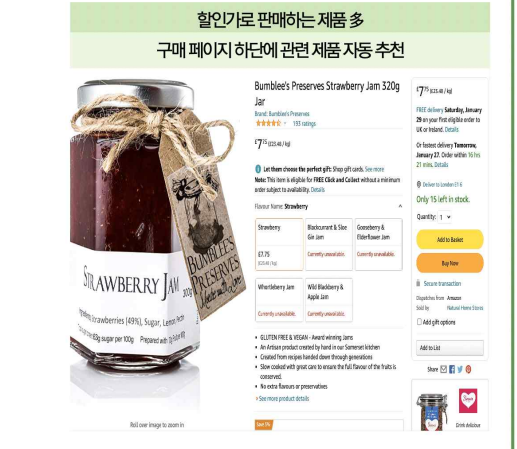
Amazon - 제품 구매 페이지

'딸기잼' 제품 검색 결과

'딸기잼' 제품 관련 검색결과 노출
브랜드, 가격, 종류(글루텐 프리등)별로 세분화 분류 기능 제공



'딸기잼' 제품 구매 페이지
할인가로 판매하는 제품 다
구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천



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

자료: 아마존(Amazon) 영국
사진 자료: 아마존(Amazon) 영국

| 입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁴⁾ | | | | | | | |
|---|-----|----------------------------------|--|------|--------------------------|--------------|---|
| 순번 | 구분 | 브랜드명 | 제품명 | 원산지 | 가격 ³⁵⁾ | 용량 | 이미지 |
| 1 | 딸기잼 | 굿굿 (Good Good) | 굿굿스트로베리잼 (Good Good Strawberry Jam) *비건, 글루텐프리 | 네덜란드 | 4.99파운드 (약 7,985원) | 330g |  |
| 2 | 딸기잼 | 프랭크쿠퍼스 (Frank Cooper's) | 프랭크쿠퍼스스트로베리 (Frank Cooper's Strawberry) *딸기, 설탕, 글루코즈-프룩토오시럽 | 영국 | 9.99파운드 (약 1만 5,987원) | 26g * 6개입 |  |
| 3 | 딸기잼 | 햄튼 (Hampton) | 햄튼프리저브스파이니스트셀렉션 (Hampton Preserves Finest Selection) *알코올프리, 카페인프리 | 영국 | 7.99파운드 (약 1만 2,786원) | 42g * 6개입 |  |
| 4 | 딸기잼 | 클레어스핸드메이드 (Claire's Handmade) | 스트로베리위드샴페인컨져브 (Strawberry with Champagne Conserve) *글루텐프리, GMO프리 | 영국 | 3.99파운드 (약 6,385원) | 227g |  |
| 5 | 딸기잼 | 봉마망 (Bonne Maman) | 봉마망스트로베리컨져브 (Bonne Maman Strawberry Conserve) *딸기, 설탕, 시트르산 | 영국 | 2.80파운드 (약 4,481원) | 100g |  |
| 6 | 딸기잼 | 팁트리 (Tiptree) | 팁트리스트로베리컨져브 (Tiptree Strawberry Conserve) *유기농 딸기 | 영국 | 3.10파운드 (약 4,961원) | 340g |  |
| 7 | 딸기잼 | 슈퍼잼 (SuperJam) | 슈퍼잼스트로베리 (SuperJam Strawberry) *사과추출물, 딸기, 레몬주스추출물 | 영국 | 2.69파운드 (약 4,305원) | 212g |  |

자료: 아마존(Amazon) 영국

사진 자료: 아마존(Amazon) 영국

34) 조사일(2022.01.20.) 기준 아마존(Amazon) 영국 딸기잼 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

35) 1파운드=1,600.25원 (2022.01.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② 이베이

| | | | | |
|-------------|------|--|-------------|--|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 이베이(eBay) | | |
| | 홈페이지 | www.ebay.co.uk | | |
| | 업태 | 온라인 종합 쇼핑몰 | | |
| | 개요 | 방문횟수(최근 1개월) | 3억 1,300만 회 | |
| | | 앱다운로드수('20) | 200만 회 | |
| 매출('20) | | 약 108억 달러(약 12조 8,034억 원) ³⁶⁾ | | |
| | 운영방식 | 온라인마켓 | | |



| | | | |
|---------|---------|--------|------------------------------------|
| 매장 운영정보 | 홈페이지 정보 | 취급 브랜드 | 슈퍼잼(SuperJam), 봉마망(Bonne Maman) |
| | | 해외 판매 | 해외배송 가능 |
| | | 검색 방식 | 제품, 카테고리, 브랜드 검색 |

| | |
|------------|--|
| 주요 프로모션 정보 | |
| | 시간대별/시즌별/카테고리별 할인 이벤트, 무료 배송 이벤트 등 다양한 프로모션 진행 |

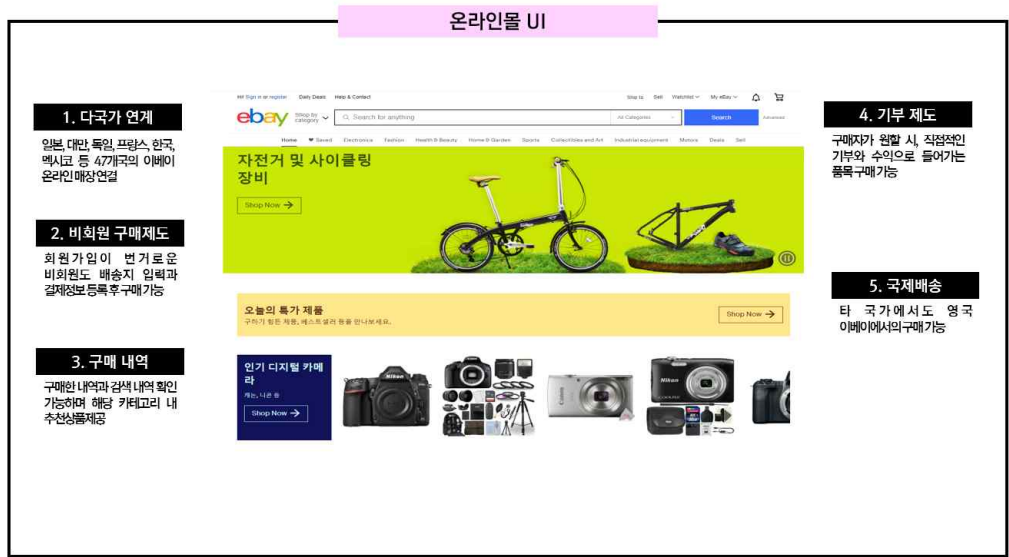
| | | |
|-------------|---------------------|--|
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 'Sell' 메뉴 클릭 - 홈페이지 계정 생성 후 등록 정보 기입 - 홈페이지 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급 제품 정보 (제품 카테고리, EAN, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 유통기한, 제품 형태, 성분 등) ② 배송 상세 정보 (배송정보, 패키징, 주소 등) • 기타 유의사항 <ul style="list-style-type: none"> - 품이 홈페이지 내 제품 설명과 부합하지 않는 경우 상의 없이 플랫폼에서 판매 중단시킬 수 있음 |
|-------------|---------------------|--|

자료: 이베이(eBay) 영국, 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 이베이(eBay) 영국

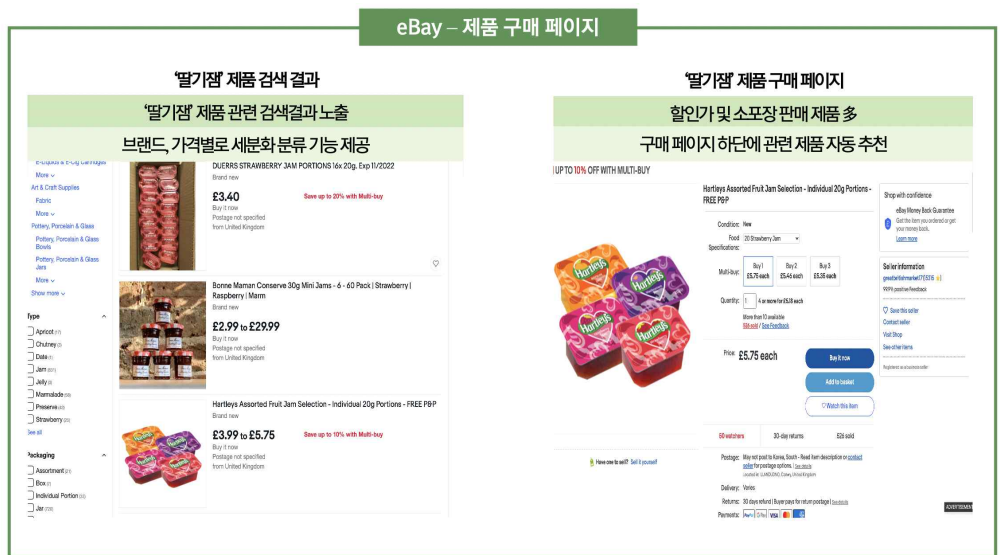
36) 이베이(eBay) 글로벌 통합 매출액임

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 배송국가를 특정해서 검색 가능
홈페이지 입장 시, 컴퓨터 언어팩 감지하여 사이트 자동번역

온라인몰 UI ②



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



자료: 이베이(eBay) 영국
사진 자료: 이베이(eBay) 영국

| 입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁷⁾ | | | | | | | |
|---|-----|---------------------------------------|--|-----|--------------------------|---------------|---|
| 순번 | 구분 | 브랜드명 | 제품명 | 원산지 | 가격 | 용량 | 이미지 |
| 1 | 딸기잼 | 홈메이드다이어비틱잼 (Homemade Diabetic Jam) | 홈메이드다이어비틱잼 (Homemade Diabetic Jam) *딸기, 솔비톨, 감미료 | 영국 | 2.00파운드 (약 3,201원) | 227g |  |
| 2 | 딸기잼 | 슈퍼잼 (SuperJam) | 슈퍼잼스트로베리 (SuperJam Strawberry) *사과추출물, 딸기, 레몬즙추출물 | 영국 | 2.69파운드 (약 4,305원) | 212g |  |
| 3 | 딸기잼 | 봉마망 (Bonne Maman) | 봉마망스트로베리미니자 (Bonne Maman Strawberry Mini Jar) *딸기, 설탕, 시트르산 | 영국 | 6.99파운드 (약 1만 1,186원) | 30g * 6개입 |  |
| 4 | 딸기잼 | 팁트리 (Tiptree) | 팁트리스트로베리컨져브 (Tiptree Strawberry Conserve) *유기농 딸기 | 영국 | 8.50파운드 (약 1만 3,602원) | 340g |  |
| 5 | 딸기잼 | 마크&스펜서 (Marks & Spencer) | 스트로베리컨져브 (Strawberry Conserve) *공정거래설탕, 딸기 | 영국 | 5.39파운드 (약 8,625원) | 340g |  |
| 6 | 딸기잼 | 프랭크쿠퍼스 (Frank Cooper's) | 프랭크쿠퍼스스트로베리 (Frank Cooper's Strawberry) *딸기, 설탕, 글루코즈-프룩토오시럽 | 영국 | 9.50파운드 (약 1만 5,202원) | 28g * 10개입 |  |
| 7 | 딸기잼 | 머서스 (Mercer's) | 스크럽셔스스트로베리컨져브 (Scumptious Strawberry Conserve) *딸기, 설탕, 시트르산, 펙틴 | 영국 | 9.99파운드 (약 1만 5,987원) | 340g * 2개입 |  |

자료: 이베이(eBay) 영국
사진 자료: 이베이(eBay) 영국

37) 조사일(2022.01.20.) 기준 이베이(eBay) 영국 딸기잼 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

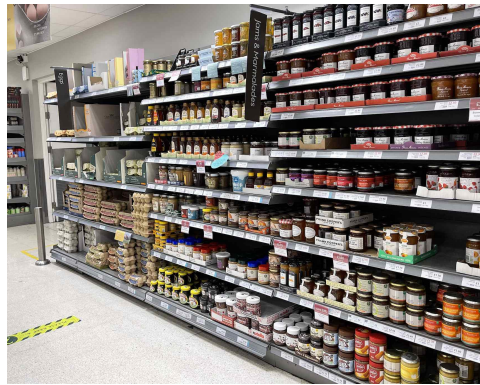
2. 영국 딸기잼 주요 오프라인 유통채널 ① 웨이트로즈&파트너스

| | | | | | |
|----------|---|---|---|---|--------|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 웨이트로즈&파트너스 (Waitrose & Partners) | |  | |
| | 기업구분 | 하이퍼마켓/슈퍼마켓 | | | |
| | 홈페이지 | www.waitrose.com | | | |
| | 위치 | 브랙넬(Bracknell) | | | |
| | 규모 | 매출액('20) | 약 68억 3,500만 파운드(약 10조 9,377억 원) | | |
| | 기타 규모 | <ul style="list-style-type: none"> 매장 수('20): 약 330개 직원 수('19): 약 5만 2,000명 | | | |
| | 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> 1904년 설립되었으며 존루이스파트너십(John Lewis Partnership)의 자회사임 2016년 유기농 식품 시장의 약 23%를 점유하는 등 유기농 식품 유통에 전력을 기울이고 있으며, 자체 유기농 브랜드 두슈(Duchy)를 보유함 | | | |
| 소비자 정보 | 타겟 소비자 | 성별 | 여성·남성 | 직업 | 직장인·주부 |
| | | 연령대 | 전연령층 | 소득수준 | 중산층 |
| 방문매장 정보 | 영업시간 | 07:00 ~ 22:00 | | | |
| | 주소 | Cherry Tree Walk Centre, Whitecross St, London EC1Y 8NX | | | |
| | 상권 | 주택가에 위치하여 주변 지역 주민들이 자주 이용함 | | | |
| | VMD | 취급 브랜드 | 상달프(St. Dalfour), 팁트리(TipTree) | | |
| | | 진열 방식 | 카테고리별 진열 | | |
| 매장 전경 |  | |  | | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 등록 (waitrose.engage-systems.net) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 계정 생성 (최소 1일 승인 기간 소요) - 왼쪽 상단에 'Become a supplier' 클릭 후 입점 절차 진행 - 홈페이지 기업 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자이름, 주소, 연락담당자, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: product.supplier.queries@johnlewis.co.uk - 전화: +44-13-4482-5232 | | | |

자료: 웨이트로즈&파트너스(Waitrose & Partners)

사진 자료: 웨이트로즈&파트너스(Waitrose & Partners) 현지매장 방문조사

매대 제품 배치 현황



주력 입점 제품



영국 웨이트로즈&파트너스 현지 매장에서는 다양한 종류의 잼/마멀레이드/스프레드 제품을 취급 중이었음. 스프레드에는 잼/마멀레이드 외에도 땅콩이나 커피 과자, 초콜릿 등을 주재료로 하는 제품이 구비되어 있었음. 딸기잼 종류는 총 5가지였고, 이외에도 포도나 블루베리, 망고, 살구, 오렌지 등 각종 과일을 활용한 잼/마멀레이드 제품을 취급 중이었음. 한국에서도 수입하여 판매되고 있는 잼 브랜드의 제품도 있었고, 웨이트로즈&파트너스의 자체상표 상품 또한 다양했음. 유기농 잼 제품 또한 자체상표 상품 라인 중 하나로 구비됨

자료: 웨이트로즈&파트너스(Waitrose & Partners) 현지매장 방문조사
 사진 자료: 웨이트로즈&파트너스(Waitrose & Partners) 현지매장 방문조사

| 입점 제품 리스트 | | | | | | | |
|-----------|-----|---|---|-----|-----------------------|------|---|
| 순번 | 구분 | 브랜드명 | 제품명 | 원산지 | 가격 | 용량 | 이미지 |
| 1 | 딸기잼 | 상달프 (St. Dalfour) | 스트로베리프루트스프레드 (Strawberry Fruit Spread) | 프랑스 | 2.30파운드 (약 3,681원) | 284g |  |
| 2 | 딸기잼 | 팁트리 (TipTree) | 스트로베리엑스트라잼 (Strawberry Extra Jam) | 영국 | 2.50파운드 (약 4,001원) | 340g |  |
| 3 | 딸기잼 | 봉마망 (Bonne Maman) | 스트로베리컨저브 (Strawberry Conserve) | 프랑스 | 2.80파운드 (약 4,481원) | 370g |  |
| 4 | 딸기잼 | 웨이트로즈&파트너스 (WAITROSE & PARTNERS) | 스트로베리프리저브 (Strawberry Preserve) | 영국 | 1.90파운드 (약 3,040원) | 340g |  |
| 5 | 딸기잼 | 에센셜 웨이트로즈&파트너스 (ESSENTIAL WAITROSE & PARTNERS) | 스트로베리잼 (Strawberry Jam) | 영국 | 1.00파운드 (약 1,600원) | 454g |  |

자료: 웨이트로즈&파트너스(Waitrose & Partners) 현지매장 방문조사

사진 자료: 웨이트로즈&파트너스(Waitrose & Partners) 현지매장 방문조사

② 테스코

| | | | | |
|-------------|--|--|---|--|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 테스코(Tesco) |  | |
| | 기업구분 | 하이퍼마켓/슈퍼마켓 | | |
| | 홈페이지 | www.tesco.co.uk | | |
| | 위치 | 웰링가든시티(Welwyn Garden City) | | |
| | 규모 | 매출액('20) 약 639억 1,100만 파운드(약 102조 2,736억 원) 기타 규모 • 매장 수('19): 약 4,000개 • 직원 수('19): 약 34만 명 | | |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 1919년 설립되었으며 영국 대표 하이퍼마켓/슈퍼마켓 기업임 • 테스코(Tesco), 테스코메트로(Tesco Metro), 테스코익스프레스(Tesco Express) 등 다양한 형태로 매장 운영 • 2020년 소비자서비스협회(The Institute of Customer Service)에서 영국 소비자만족상(UK Customer Satisfaction Awards) 수상 | | | |
| 매장정보 | 입점 가능 품목 | <ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 건강보조식품, 화장품, 가전제품, 의류 등 | | |
| | 선호 제품 | <ul style="list-style-type: none"> • 유럽 내 유명 브랜드, 제품 성분이 명확히 표기된 제품 | | |
| | 매장 전경 |   | | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 등록 (tescoplc.com/contacts/suppliers) - 홈페이지 메뉴 'Contact'의 'Suppliers' 클릭 - 양식에 맞춰 정보 기입 후 제출 - 홈페이지 등록 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (기업명, 이름, 연락처, 기업 주소, 이메일) ② 공급 제품 내용 (브랜드명, 생산지, 영국 내 판매 희망 지역, 제품군, 제품 포장 등) ③ 상세내용 (제조업체 여부, 제조업체가 아닐 시 포지션, 기업규모(매출액, 직원 수, 수출경험 등), 현재 판매되고 있는 채널(국내/국외 포함), 회사소개, 제품소개, 보유 특허 및 인증, 핵심 기술력) - 테스코 공정 무역 정책 준수 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +44-800-505555 | | |

자료: 테스코(Tesco), 스타티스타(Statista)

사진 자료: 테스코(Tesco), 더그로서(The Grocer)


③ 부츠

| | | | |
|-------------|--|--|---|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 부츠(Boots) |  |
| | 기업구분 | 드럭스토어 | |
| | 홈페이지 | www.boots-uk.com | |
| | 위치 | 비스턴(Beeston) | |
| | 규모 | 매출액('20) 60억 파운드(약 9조 6,015억 원) 기타 규모 • 매장 수('21): 약 2,200개 • 직원 수('21): 약 5만 1,000명 | |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 2014년 미국의 헬스케어 및 드럭스토어 기업 월그린스(Walgreens)가 부츠의 지분 100%를 인수함 • 안경판매점인 부츠옵티션(Boots Optician)을 보유하고 있으며, 거주지 주위에는 헬스케어 및 일반의약품 위주의 매장을, 도시 중심에는 뷰티 및 퍼스널케어 위주의 플래그십 매장을 주로 운영함 • 영국인 약 85%가 부츠 매장 10분 내 거리에 거주 중임 | | |
| 매장정보 | 입점 가능 품목 | • 건강보조식품, 화장품, 의약품, 전자제품 등 | |
| | 선호 제품 | • 의약품, 건강보조식품, 건강 관련 전자제품 | |
| | 매장 전경 |   | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 메뉴 상단 'Suppliers' 클릭 - 회원가입 필요 등록 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (기업명, 기업 규모, 담당자명, 연락처, 이메일 주소, 기업 주소 등) ② 공급 제품 내용 (제품명, 제조 시설 정보, 영국 내 판매 희망 지역, 주요 성분, 유사 제품, 보유 특허 및 인증, 핵심 기술력 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +44-345-070-8090 | |

자료: 부츠(Boots), 파마수티컬저널(Pharmaceutical Journal)

사진 자료: 부츠(Boots), 리테일인아시아(Retail in Asia)

④ 슈퍼드러그

| | | | |
|-------------|---|---|-------------------------------|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 슈퍼드러그(Superdrug) | |
| | 기업구분 | 드럭스토어 | |
| | 홈페이지 | www.superdrug.com | |
| | 위치 | 런던(London) | |
| | 규모 | 매출액('20) | 11억 1,000만 파운드(약 1조 7,763억 원) |
| | 기타 규모 | • 매장 수('21): 약 830개 | |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 1964년 설립됨 • 2002년 홍콩의 씨케이허치슨홀딩스가 인수함 • 덴마크, 핀란드, 스웨덴에도 온라인 몰 운영 중 • 자사 홈페이지를 통한 온라인 진료 서비스 및 오프라인 매장 내 진료 서비스 제공 중 • 자체 비건 상품 라인 출시 | | |
| 매장정보 | 입점 가능 품목 | • 건강보조식품, 다이어트보조식품, 의약품, 화장품, 위생용품 등 | |
| | 선호 제품 | • 가격 경쟁력이 있는 제품, 용도가 다양한 제품 | |
| | 매장 전경 |   | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 좌측 하단의 'Customer Service' 메뉴에서 'Contact Us' 클릭 - 등록 시 필요한 일반 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자이름, 주소, 연락담당자, 전화번호 및 이메일주소) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화: +44-3456-710-709 - 이메일: help@superdrug.com | |

자료: 슈퍼드러그(Superdrug)

사진 자료: 슈퍼드러그(Superdrug), 파마수티컬저널(Pharmaceutical Journal), 에이에스왓슨그룹(A.S. Watson Group)

⑤ 에이치마트

| | | | |
|-------------|---------------------|---|--|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 에이치마트(H-Mart) | |
| | 기업구분 | 아시안마트/한인마트 | |
| | 홈페이지 | www.hmart.co.uk | |
| | 위치 | 뉴저지(New Jersey) | |
| | 규모 | 매출액('20) | 약 15억 달러(약 1조 7,783억 원) ³⁸⁾ |
| | 기타 규모 | <ul style="list-style-type: none"> 매장 수('20): 약 102개 직원 수('20): 약 3,000명 | |
| | 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> 1982년 미국 뉴저지(New Jersey)에서 설립되었으며 영국 첫 매장은 2011년 썬리(Surrey)에서 개점함 도소매 유통 함께 진행 중이며, 기타 한국 문화 관련 코너도 함께 배치해둠 현재 에이치마트(H-Mart) 산하 브랜드인 오세요(Oseyo) 매장 운영 중 | |
| 매장정보 | 입점 가능 품목 | <ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 음료류, 주류, 생활용품 등 | |
| | 선호 제품 | <ul style="list-style-type: none"> 기존 플랫폼에 없는 신제품, 한국 식료품 | |
| | 매장 전경 |  | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> 이메일을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 상단 APPLICATION FORM 클릭 후 다운로드 양식 작성 <ul style="list-style-type: none"> ① 회사명, 사업정보, 기업구분, 매출액, 담당자 연락처 등 기입 양식 작성 후 이메일로 전송 문의사항 연락처 및 기타 정보 <ul style="list-style-type: none"> 전화번호: +44-208-336-1499 이메일(도매): wholesale@hmart.co.uk 이메일(온라인몰): eshop@hmart.co.uk 오세요(Oseyo) 홈페이지: www.oseyo.co.uk | |

자료: 에이치마트(H-Mart)

사진 자료: 에이치마트(H-Mart), 오세요(Oseyo)

38) 에이치마트(H-Mart) 글로벌 통합 매출액임

⑥ 코리아푸드

| | | | |
|-------------|-------|--|---|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 코리아푸드(Korea Foods) |  |
| | 기업구분 | 아시안마트/한인마트 | |
| | 홈페이지 | www.koreafoods.co.uk | |
| | 위치 | 뉴말덴(New Malden) | |
| | 규모 | 기타 규모 <ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('21): 약 12개 • 직원 수('21): 250명 | |
| | 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 1999년 설립되었으며, 도소매 유통 함께 진행 중임 • 2015년부터 현지 대형 유통업체인 모리슨즈(Morrisons)와 테스코(Tesco)에 납품 시작함 • 매달 약 100만 파운드 규모의 한국 식품을 수입하며, 매주 약 10만 명의 고객이 방문하고 있음 • 소매 채널은 대표적으로 서울플라자(Seoul Plaza)라는 이름으로 매장 운영 | |

| | | |
|------|----------|---|
| 매장정보 | 입점 가능 품목 | <ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 주류, 화장품, 생활용품 등 |
| | 선호 제품 | <ul style="list-style-type: none"> • 기존 플랫폼에 없는 신제품, 한국/일본/중국/태국 제품 |
| | 매장 전경 |   |

| | | |
|-------------|---------------------|--|
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 문의 (www.koreafoods.co.uk/contact/) <ul style="list-style-type: none"> - retail enquiry 또는 wholesale enquiry 탭 중 해당 항목을 선택하고 문의 사항 작성 • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 및 기타 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +44-208-949-2238 - 이메일: info@koreafoods.co.uk / online@koreafoods.co.uk |
|-------------|---------------------|--|

자료: 코리아푸드(Korea Foods)

사진 자료: 코리아푸드(Korea Foods)

VI. 진입장벽

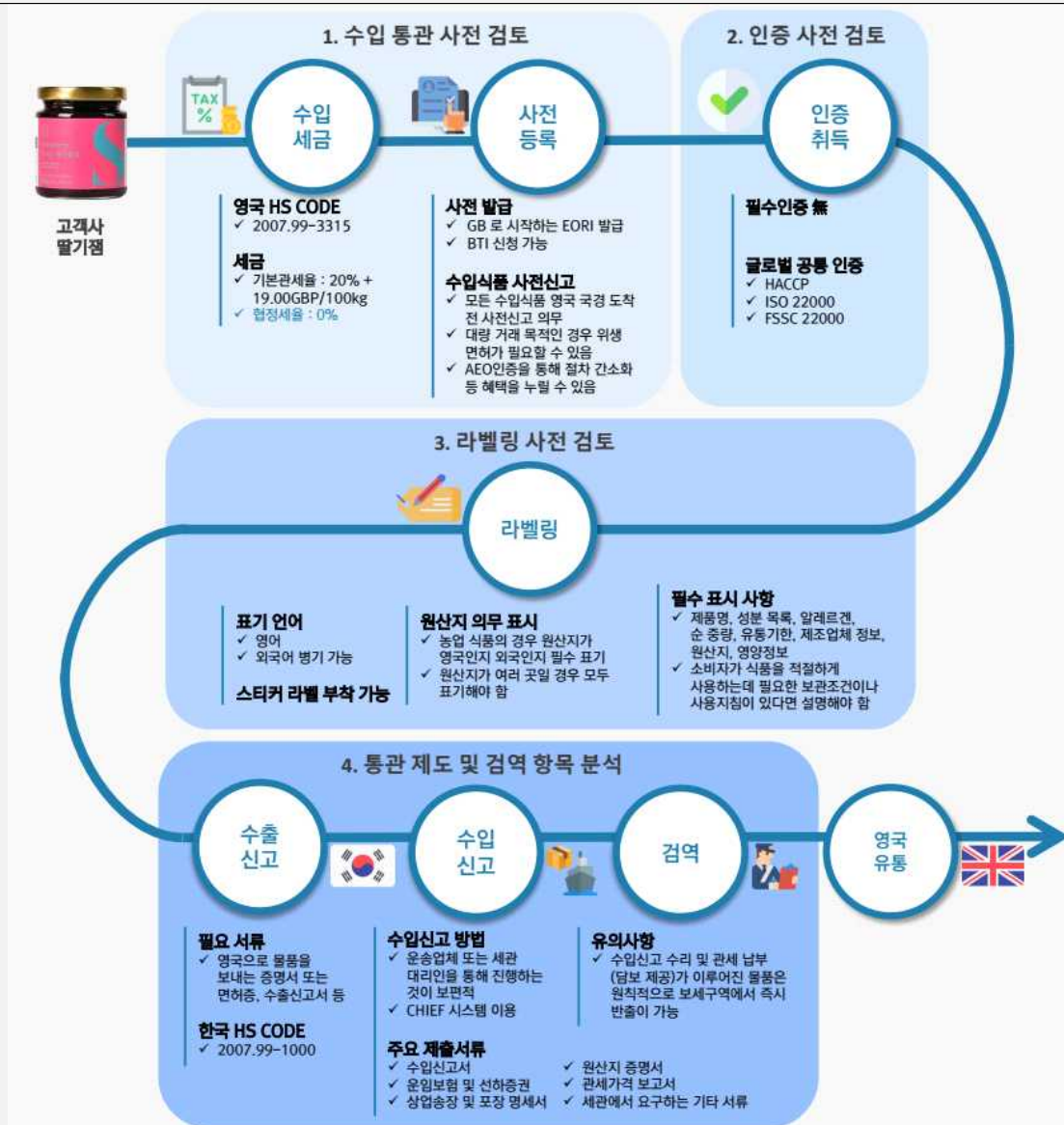
1. 영국 딸기잼 통관 및 검역 절차
2. 영국 딸기잼 세관 신고
3. 영국 딸기잼 품질 인증
4. 영국 딸기잼 라벨링
5. 영국 딸기잼 성분 및 유해물질

1. 영국 딸기잼 통관 및 검역 절차³⁹⁾

▶ 영국 딸기잼 수출 시 통관 및 검역 주요사항

영국의 EU 탈퇴와 한영 FTA 타결로 영국으로 직수출 시, 관세는 현재 EU 수출 시와 동일하고(한-EU FTA 10년 차 양허 일정 적용), 수입신고 수리 및 관세 납부가 이루어진 물품은 원칙적으로 보세구역에서 즉시 반출할 수 있음. 2021년 1월 1일부터 영국은 EU 규정을 바탕으로 한 자체 식품 규정을 적용하고 있으며 계속해서 변동되고 있으므로 수출 전 규정 확인이 필요함

[표 6.1] 영국 딸기잼 통관 검역 절차



자료: 관세청, 영국 관세청, 영국 정부 통합 홈페이지

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

2. 영국 딸기잼 세관 신고

▶ 영국 식품 분류 확인을 위해 사전 ‘BTI 신청’ 가능

BTI(Binding Tariff Information)란 EU로 제품을 수입하기 전 제품이 어떤 HS CODE 품목 분류에 해당하고 관세율은 어떻게 되는지, 또 필요한 인증이나 요구사항은 어떤 것이 있는지 등을 사전에 확인하기 위한 절차임. EU 국가 중 수입을 진행하고자 하는 국가 또는 현지에 사무실을 두고 있는 경우 해당 지역을 담당하고 있는 세관을 통해 신청할 수 있음

[표 6.2] 영국 BTI 신청

| | |
|------|--|
| 발행기관 | 통관을 진행하고자 하는 국가의 세관 |
| 서류 | <ul style="list-style-type: none"> 수출/수입 거래를 계획하고 있을 때만 신청 여러 개의 제품일 때 각각의 제품 타입 별로 별도 신청 이미지, 표본(가능한 경우)을 포함한 자세한 제품 정보 기재 해당 제품의 전 정보를 정확하게 제공해야 함 |
| 비용 | <p>무료</p> <p>(번역, 전문가 자문 등이 진행되는 경우 해당 비용은 신청자에 청구)</p> |

자료: 영국 정부 통합 홈페이지

▶ 영국 식품 통관을 위해 사전 ‘EORI 필수 발급’

일반 가공식품 수출 시 사전에 수출입업자, 운송업체 또는 세관 대리인 모두 세관등록번호(EORI Number, Economic Operators Registration and Identification Number) 취득이 필요함. EU 연합을 탈퇴함에 따라 2021년 1월 1일부터 이미 EORI 번호가 있는 경우에도 GB로 시작하지 않는 경우 GB로 시작되는 새로운 EORI 번호를 신청해야 함. 신청서를 처리하는 데 일반적으로 영업일 기준 3~5일이 걸리며 발급 다음 날 번호가 활성화됨

[표 6.3] 영국 EORI 신청

| | |
|------|--|
| 내용 | GB로 시작하는 EORI 번호 발급 |
| 발행기관 | HM Revenue & Customs 온라인 발급 사이트 |
| 서류 | <ul style="list-style-type: none"> • VAT 번호 및 등록 유효 날짜 • NI 번호(개인 사업자의 경우) • 영국 정부 게이트웨이 아이디 및 비밀번호 |
| 소요기간 | 최대 5일 소요 |

자료: 영국 정부 통합 홈페이지

▶ **영국 세관 신고**

복잡한 세관 절차로 영국은 통관 전문 업체를 이용할 것을 권고. 기업이 직접 세관 절차를 진행하는 경우 수입신고를 위한 CHIEF(Customs Handling of Import and Export Freight) 시스템과 신고를 위한 소프트웨어가 필요함. 상품이 영국에 도착하기 전에는 안전 및 보안에 대한 요약 신고를 작성하고 영국 국경에 도착한 시점에는 완전한 신고가 완료되어야 함. 이때 세관 절차를 진행하는 기업은 반드시 영국 내 위치해야 함. 따라서 2021년 1월 1일부터는 관세를 처리하는 업체가 영국에 설립되어 있는지 반드시 확인해야 함

[표 6.4] 영국 딸기잼 세관 신고

| | |
|------------------------|---|
| 개요 | <ul style="list-style-type: none"> 수입신고 및 관세 납부를 통해 세관 절차를 준수해야 함 세관 신고는 통관 후 90일 이내에 완료해야 하며 도착 30일 이전에 미리 신고할 수는 있지만 실제로 상품이 도착하였음이 확인된 경우에 절차가 공식적으로 완료됨 세관 신고는 화물 운송업체, 세관 대리인/중개인, 특별수송업체 등을 통해 진행하는 것이 보편적 수입 및 수출 화물의 세관 처리 (CHIEF) 시스템을 이용하여 신고 |
| CHIEF 시스템 | <ul style="list-style-type: none"> CHIEF 시스템 접근 신청과 CHIEF를 통해 신고서를 제출할 수 있는 상용 소프트웨어 구매 필요 단순화된 신고 절차 및 공인 경제 운영자 상태 신청 가능 정기적으로 상품을 수입하는 기업에 적합 |
| CHIEF 시스템 제출 항목 | <ul style="list-style-type: none"> 세관 절차 코드(EORI 번호) 상품 코드(HS CODE) 수입신고서 DUCR(Declaration Unique Consignment Reference) 출발지/목적지, 수탁자, 상품 종류, 수량, 운송방법, 비용, 인증서, 라이선스 등 |
| 납부 후 물품 반출 | <ul style="list-style-type: none"> 수입신고 수리 및 관세 납부가 이루어진 물품은 원칙적으로 보세구역에서 즉시 반출이 가능함. 다만 다음과 같은 경우 상품이 국경에 보관됨(정확한 금액의 관세 또는 부가가치세를 내지 않은 경우, 상품 또는 사업에 대한 수입면허가 없는 경우, 물품 검사를 통과하지 못한 경우, 보류된 발송물과 결합한 경우) |

자료: 영국 정부 통합 홈페이지

3. 영국 딸기잼 품질 인증

▶ 영국수입 딸기잼, 적용받는 강제인증 無

영국으로 딸기잼 수출 시에 필수적으로 받아야 하는 인증은 없는 것으로 확인됨. 다만, 수출 시 식품 생산 과정의 위생관리 계획과 관련 정보들을 제출해야 할 수 있음. 이러한 위생관리 기준은 국제적인 기준인 HACCP를 따르도록 하고 있으나, 고객사의 기인증인 HACCP, ISO 22000, FSSC 22000 인증으로 큰 부담이 없을 것을 예상되며 추가적인 국제 인증을 받아 활용할 수 있음. 또한, 고객사 제품 중 재료에 동물성 원료가 포함되지 않은 딸기잼의 경우, 비건이 영국 비건 협회에서 시작된 만큼 비건 인증을 받아 활용하는 것을 권장함

한편, 영국은 EU 일회용 플라스틱 지침 (EU) 2019/904의 제 5조에 따라 환경문제 소지가 있는 일회용 플라스틱(SUP) 품목에 대한 판매 제한을 2022년 6월부터 도입하려고 함. 특히, 일회용 플라스틱 발포폴리스티렌 음료 용기나 식품 용기의 사용을 엄격하게 제한할 움직임을 보여 이에 대해 영국으로 수출 시 포장재 성분에 대한 규제 확인과 대비가 필요함

[표 6.5] 영국 딸기잼 인증 취득

| 인증명 | 인증 성격 | 인증 구분 | 인증 및 발급 기관 | 인증 Mark |
|-----------------------------|-------------|-----------|---|---|
| IFS | 식품 생산 안전 인증 | 글로벌 공통 인증 | IFS 지정 인증기관 |  |
| BRCGS Food Safety | 식품 생산 안전 인증 | 글로벌 공통 인증 | 영국 소매업 협회 (BRC, British Retail Consortium Standard) 지정 인증기관 |  |
| The Vegan Society Trademark | 비건 식품 생산 인증 | 글로벌 공통 인증 | 영국 비건 협회 (The Vegan Society) 또는 영국 비건 협회 한국 에이전트 |  |
| EVE VEGAN | 비건 식품 생산 인증 | 글로벌 공통 인증 | 프랑스 이브 비건 |  |

자료: 각 인증기관

4. 영국 딸기잼 라벨링

[표 6.6] 영국 딸기잼 라벨링

| | | |
|------------------------|-------------------------|--|
| 라벨링 필수 표시사항 및 기준 | 1. 제품명 | <ul style="list-style-type: none"> • 제품명은 제품 포장에 정확히 기재해야 하며 오해의 여지를 주지 않아야 함 • 법률로 규정된 이름이 있다면 해당 명칭을 사용해야 함 • 법적 이름이 없는 경우에는 관습적인 이름을 사용할 수 있음 • 관습적인 이름이 없는 경우에는 식품을 설명하는 이름을 사용해야 함. 소비자에게 식품의 진정한 특성을 알리고 다른 제품과 구별될 수 있도록 충분한 설명을 포함해야 함 |
| | 2. 성분 목록 | <ul style="list-style-type: none"> • 음식이나 음료가 2가지 이상의 재료(첨가물 포함)가 들어갔다면, 주요 성분을 먼저 표기하고 모든 구성성분을 무게에 따라 나열하여야 함 • 포장에서 그림이나 라벨링으로 강조 표시한 경우, 재료의 이름을 언급한 경우. 일반적으로 소비자에게 이름과 연결하는 경우 구성 성분의 비율을 표기해야 함 • 식품이 특정 구성성분(알루라 레드 E129, 아스파탐, 리터당 150mg 넘는 카페인, 카아르모이신 E122, 감초, 폴리올, 감미료와 설탕 등)을 포함한다면, 라벨에 적절한 경고표시를 해야 함 • 제품에 감미료 및 설탕, 아스파탐 및 색소, 감초, 카페인, 폴리올이 포함되어 있다면 해당 사실을 표기해야 함 |
| | 3. 특정 성분의 정량적 정보 (Quid) | <ul style="list-style-type: none"> • 특정 성분이 제품명에 포함된 경우, 특정한 제품과 연관이 되는 경우, 라벨에 단어나 그림에 의해 강조되는 경우, 식품을 특성화하고 유사한 이름이나 모양을 가진 제품과 구별되는 경우에는 성분의 정량적 강조를 반드시 포함해야 함 • 성분의 양은 반드시 그 중량 또는 사용되는 시점에서 중량의 비율로 표기해야 하며, 제품명이나 성분 목록의 바로 옆에 위치해야 함 |
| | 4. 알레르겐 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 식품 알레르기 유발 물질(Major food allergen)이 포함된 경우, 성분 목록에 기재하고 강조해야 함 • 2021년 10월 1일부터 사전포장 식품에는 알레르기 유발성분이 강조된 전체 성분 목록을 표시하는 라벨이 있어야 함 • 주요 알레르기 유발물질은 셀러리, 글루텐을 함유한 곡류(보리, 귀리 등), 갑각류(새우, 게, 가재), 달걀, 생선, 루핀, 우유, 연체동물(홍합, 굴), 겨자, 땅콩, 참깨, 대두, 이산화황 및 아황산염(10ppm 이상의 농도) 및 견과류 총 14가지임 • 견과류의 경우에는 정확한 종류가 표기되어야 하며, 생선 또는 갑각류 동물의 경우 정확한 종에 대한 표기가 있어야 함 |

자료 : 영국 식품기준청(FSA), EU 법령 포털(EUR-LEX)

[표 6.6] 영국 딸기잼 라벨링

| | | |
|------------------------|------------|---|
| 라벨링 필수 표시사항 및 기준 | 5. 순 중량 | <ul style="list-style-type: none"> • 5g 또는 5mL를 초과하는 모든 포장 식품은 식품 정보 규정을 준수하기 위해 라벨에 순 중량을 반드시 표기해야 함 • 액체 또는 얼음 글레이즈로 포장된 식품은 배출된 순 중량을 표기해야 함 • 부피나 질량에 상당한 손실이 있거나, 허브나 향신료가 아니면서 순 중량이 5g 또는 5mL 미만이거나, 개수 단위로 판매되며 제품 외관을 통해 개수를 쉽게 파악할 수 있는 제품은 순 중량 표기가 필수가 아님 |
| | 6. 유통기한 | <ul style="list-style-type: none"> • 소비자가 식품의 보관 기간을 명확하게 알 수 있도록 ‘유통기한(Best before)’ 또는 ‘사용기한(Use by)’ 날짜를 표기해야 함 • 특정 기간 후에 식품을 섭취할 시 안전상의 문제가 발생한 경우, ‘사용기한(Use by)’만을 표기해야 하며, ‘사용기한(Use by)’ 날짜 이후에 식품을 파는 것은 범죄적 행위에 해당함 |
| | 7. 제조업체 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 식품 사업체는 제품의 포장 또는 라벨에 식품 판매업체의 이름 또는 수입업체의 주소를 표기해야 함 • 북아일랜드(NI, Northern Ireland)에서 판매되는 제품에는 반드시 사업체의 NI 또는 EU 주소를 표기해야 하며 북아일랜드 또는 EU를 기반으로 하는 수입업체의 주소를 포함해야 함 • 영국 내에서 식품을 판매하는 식품사업운영자(FBO)는 2022년 9월 30일까지 EU, GB, NI 주소를 사용할 수 있으나, 2022년 10월 1일부터는 영국(UK), 채널 제도(Channel Islands), 맨섬(Isle of Man) 주소 또는 이 지역을 기반으로 하는 수입업체의 주소를 포함해야 함 • 소비자에게 불편 사항이나 문의가 있을 때 사업체와 접촉할 수 있도록 주소는 우편을 통해 접촉할 수 있는 주소여야 하며, 이메일 주소 또는 휴대전화 번호는 사용할 수 없음 |
| | 8. 원산지 | <ul style="list-style-type: none"> • 원산지 정보가 없을 때 소비자의 오해를 불러일으킬 수 있는 경우에는 제품 라벨에 원산지 표기가 필수임 • 식품의 원산지(국가 또는 지역 The country of origin / The place of provenance)와 주원료의 원산지(Origin of primary ingredient)가 다를 경우 반드시 둘 다 표시해야 함 • 주원료 원산지가 여러 곳일 경우 공동 표기함 • 글자는 높이가 1.2 mm 이하여서는 안되고, 주원료의 원산지는 제품 원산지를 나타낸 글자 높이의 75% 이상이 되어야 함 |

자료 : 영국 식품기준청(FSA), EU 법령 포털(EUR-LEX)

[표 6.6] 영국 딸기잼 라벨링

| | | |
|------------------------|-------------|---|
| 라벨링 필수 표시사항 및 기준 | 9. 보관 조건 | <ul style="list-style-type: none"> • 소비자가 식품을 적절하게 사용하는 데 필요하다면 라벨에 보관 조건이나 지침을 설명해야 함 |
| | 10. 사용 지침 | <ul style="list-style-type: none"> • 필요한 경우에 식품을 적절하게 준비하고 조리할 수 있도록 사용 지침을 라벨에 포함해야 함 • 식품을 반드시 가열해야 하는 경우, 오븐 온도와 조리 시간을 명시할 수 있음 |
| | 11. 영양 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 영양 정보는 열량, 지방, 포화 지방, 탄수화물, 설탕, 단백질 및 소금의 양을 반드시 포함해야 함 • 영양 정보는 100g/mL당 단위(열량의 경우 kJ, kcal 포함)로 표기해야 함 • 숫자가 정렬된 표 형식으로 표기해야 하며, 공백이 없는 경우에는 선형 형식으로 표기할 수 있음 |
| | 12. 표기언어 | <ul style="list-style-type: none"> • 영어로 표기해야 하며, 여러 언어의 병기도 가능함 |
| | 13. 표시사항 기준 | <ul style="list-style-type: none"> • 라벨의 내용을 명확하게 읽을 수 있고 읽기 쉬워야 함 • 라벨은 스티커 부착이 가능하나, 제거하기 어렵게 단단히 부착되어야 함 • 어떤 방식으로든 다른 글 또는 그림에 의해 숨겨지거나 가려지거나 손상되어서는 안 됨 • 소비자가 정보를 얻기 위해 제품을 개봉하도록 요구해서는 안 됨 • 제품명, 제품의 중량, 양의 따른 알코올 농도(1.2% 이상의 알코올을 함유한 음료의 경우)를 한 번에 볼 수 있어야 함 • 식품의 라벨이나 광고를 통해 잠재적인 건강상의 이점에 대해 표시할 수 있는 범위는 법으로 규율되어 있으며, 특히 암 치료와 관련된 문구를 적는 것은 불법에 해당함 • 균형 잡힌 식단이 충분한 영양을 제공할 수 없다고 진술하거나 암시하는 것은 불법임 • 특정 성분의 정략적 정보(Quid)는 잉글랜드와 웨일스 지역에서만 적용됨 |

자료 : 영국 식품기준청(FSA), EU 법령 포털(EUR-LEX)

▶ 영국 딸기잼 라벨 표본



[앞면 라벨링]

[뒷면 1 라벨링]

[뒷면 2 라벨링]

[앞면 - 영문]

[뒷면 - 국문]

- ① ST DALFOUR
- ② FRANCE
- ③ Strawberry
- ④ FRUIT SPREAD
- ⑤ 100% from FRUIT
- ⑥ Sweetened only with vineyard ripened grape and fruit juices
- ⑦ NET WT. 10 OZ - 284G

- ① 상 달프
- ② 프랑스
- ③ 딸기
- ④ 과일 스프레드
- ⑤ 천연 과일 100%
- ⑥ 포도원의 포도와 과일즙으로만 낸 단맛입니다.
- ⑦ 중량 10 온즈 - 284g

[뒷면 1 - 영문]

- ① Nutrition Typical Value
- Per 100g (3.5 oz)

| | |
|--------------------|-------------------|
| Energy | 910kj/ 214kcal |
| Fat | 0.4g |
| Of which saturates | 0.1g |
| Carbohydrates | 52g |
| of which sugars | 47g |
| Fibre | 1.4g |
| Protein | 0g |
| Salt | 0.04g |

- ② ALL NATURAL INGREDIENTS
- ③ INGREDIENTS :
- STRAWBERRIES 51%
- UNSWEETENED FRUIT JUICE CONCENTRATES (GRAPE, DATE)
- GELLING AGENT
- FRUIT PECTIN
- LEMON JUICE
- ④ Refrigerate after opening & consume within 3 months best before date on lid

[뒷면 1 - 국문]

- ⑤ 영양 정보
- 100g 당 (3.5 온즈)

| | |
|-------|-------------------|
| 열량 | 910kj/ 214kcal |
| 지방 | 0.4g |
| 포화 지방 | 0.1g |
| 탄수화물 | 52g |
| 설탕 | 47g |
| 식이섬유 | 1.4g |
| 단백질 | 0g |
| 소금 | 0.04g |

- ② 전체 천연 재료
- ③ 성분 :
- 딸기 51%
- 무가당 과일 주스 농축액 (포도, 대출)
- 겔화제
- 과일 펙틴
- 레몬 주스
- ④ 개봉 후에는 냉장 보관하고 뚜껑에 적힌 유통기한 3개월 이내에 드세요

[뒷면 2 - 영문]

- ① ST DALFOUR
- ② Strawberry
- ③ TRADITIONAL FRENCH RECIPE
- ④ Gently cooked to preserve the fruit's natural flavour
- ⑤ GLUTEN-FREE
- ⑥ 100% FROM FRUIT
- ⑦ NO CANE SUGARS

[뒷면 2 - 국문]

- ① 상달프
- ② 딸기
- ③ 전통 프랑스 조리법
- ④ 천연 과일 본연의 맛을 살리기 위해 천천히 가공되었습니다.
- ⑤ 글루텐 프리
- ⑥ 100% 과일
- ⑦ 사탕수수 무첨가

- | | |
|--|--|
| ⑧ NO CORN SYRUPS | ⑧ 콘시럽 무첨가 |
| ⑨ NO ARTIFICIAL SWEETENERS | ⑨ 인공 감미료 무첨가 |
| ⑩ ONLY NATURALLY OCCURRING SUGARS | ⑩ 자연 유래 설탕만 첨가 |
| ⑪ NON-GENETICALLY MODIFIED INGREDIENTS | ⑪ 유전자 변형 성분 무첨가 |
| ⑫ NO ARTIFICIAL COLOURS | ⑫ 인공 색소 무첨가 |
| ⑬ NO ARTIFICIAL FLAVOURS | ⑬ 인공 향료 무첨가 |
| ⑭ NO ARTIFICIAL PRESERVATIVES | ⑭ 인공 보존제 무첨가 |
| ⑮ DISTRIBUTED IN THE UK BY CANNERS & PACKERS 37 LONDON ROAD, ST ALBANS, HERTS AL1 1LJ | ⑮ 영국 내 유통 캐너스 앤 팩커스 런던 길 37, 세일트 올번스, 허츠 에이엘 1 1엘제이 |
| ⑯ MADE UNDER THE DIRECTION OF ST DALFOUR SAS CHEMIN DE CAZEAUX 47200 MARMANDE - FRANCE WWW.STDALFOUR.CO.UK | ⑯ 상 달프의 감독하에 제작됩니다 슈망 드 카조 47200 마흐맹드 - 프랑스 WWW.STDALFOUR.CO.UK |
| ⑰ PRODUCT OF FRANCE | ⑰ 프랑스산 |

5. 영국 딸기잼 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

영국은 식품첨가물이 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당 식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 한다고 규정하고 있음. EU를 탈퇴했으나 EU 식품첨가물 기준규격을 인정하며, ‘식품첨가물, 향미료, 효소 및 추출 용제(잉글랜드)’ 규정을 기반으로 영국 기준을 지속해서 변경하여 공지하고 있음. 고객사 딸기잼에 적용될 것으로 식품첨가물 기준은 하기 표와 같으며, 더욱 자세한 규정은 상기 규정 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.7] 딸기잼에 적용되는 식품첨가물 기준

| 순번 | 물질명(한글) | 물질명(영문) | 최대허용량 | 식품 유형 |
|----|----------|-----------------------------|------------------------|---------------|
| 1 | 아스코르브 산 | Ascorbic acid | GMP | 잼, 젤리, 마멀레이드류 |
| 2 | 젖산칼슘 | Calcium lactate | | |
| 3 | 펙틴 | Pectin | | |
| 4 | 타타르산 | Tartaric acid | | |
| 5 | 폴리디메틸실록산 | Dimethyl polysiloxane | 10mg/kg | |
| 6 | 아황산칼슘 | Calcium sulphite | 50mg/kg | |
| 7 | 아드밴탐 | Advantame | 10mg/kg | |
| 8 | 네오타م | Neotame | 32mg/kg ⁴⁰⁾ | |
| 9 | 아황산수소칼륨 | Potassium hydrogen sulphite | 50mg/kg | |
| 10 | 라이코펜 | Lycopene | 10mg/kg | |

자료: 영국 식품기준청(FSA), KATI농식품수출정보

40) 향미증진제로서는 2mg/kg이며, 총량 32mg/kg을 말함

▶ **유해물질**

영국은 수입 식품에 대하여 ‘The Contaminants in Food (England) Regulations 2013’ 규제와 그 기준을 기반으로 오염물질을 관리하고 있음. 오염물질에는 화학 오염물질, 진균, 식물 독소, 잔류성 유기오염물질, 아크릴아미드, 식품 접촉 물질, 다환 방향족 탄화수소 등으로 나누어 정의하고 있음. 하기 표는 잼에 해당하는 유해물질과 그 최대허용량 기준임. 이 규정은 영국 식품기준청 홈페이지 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.8] 딸기잼에 적용되는 유해물질 기준

| 순번 | 물질명(한글) | 물질명(영문) | 최대허용량 | 식품 유형 |
|----|---------------|--------------------------------|------------|-------|
| 1 | 글리시딜 지방산 에스테르 | Glycidyl fatty acid ester (GE) | 1,000µg/kg | 모든 식품 |
| 2 | 멜라민 | Melamine | 2.5mg/kg | |

자료: 영국 식품기준청(FSA), KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

영국에서 유통되는 식품의 알레르기 유발물질은 2021년 10월 1일부터 총 14가지로 규정됨. 알레르기 유발물질이 포함되는 식품은 라벨에 해당 성분명을 볼드체, 이탤릭체 또는 유색체를 사용하여 식별하기 쉽도록 표기해야 함. 또한, 영국 식품 연맹(Food and Drink Federation)에서는 제품 생산 시에도 알레르겐이 포함될 수 있다면 그를 표기해야 한다고 규정하고 있음. 고객사 딸기잼에는 영국에서 유통 시 반드시 표기해야 하는 알레르기 유발성분이 포함되지 않는 것으로 확인됨

[표 6.9] 고객사 딸기잼 알레르겐 성분 분석

| 순번 | 표시 의무 여부 | 대상 | 고객사 딸기잼 포함 여부 |
|----|----------|-------------|---------------|
| 1 | 의무 | 셀러리 | - |
| 2 | 의무 | 글루텐을 포함한 곡물 | - |
| 3 | 의무 | 갑각류 | - |
| 4 | 의무 | 계란 | - |
| 5 | 의무 | 생선 | - |
| 6 | 의무 | 루핀 | - |
| 7 | 의무 | 우유 | - |
| 8 | 의무 | 연체동물 | - |
| 9 | 의무 | 겨자 | - |
| 10 | 의무 | 땅콩 | - |
| 11 | 의무 | 참깨 | - |
| 12 | 의무 | 대두 | - |
| 13 | 의무 | 이산화황 및 아황산염 | - |
| 14 | 의무 | 견과류 | - |

자료: 영국 식품기준청(FSA), 영국 식품 연맹(FDF)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 선마크(Sun Mark)

Interview ② 프렌치클릭(French Click)

Interview ③ 베스트웨이홀세일(Bestway Wholesale)

| 영국(United Kingdom) | 선마크 (Sun Mark) | 프렌치클릭 (French Click) | 베스트웨이홀세일 (Bestway Wholesale) |
|---|--|--|---|
| 인터뷰 대상 선정 | 업체 ▶ B2B수입업체 | 수입유통업체 | 식료품도매업체 |
| 인터뷰 대상 기업체 선정 · B2B수입업체 ○ · 수입유통업체 ○ · 식료품도매업체 ○ | 잼 제품 취급 ▶  |  |  |
| | 딸기잼 제품 | 딸기잼 제품 | 딸기잼 제품 |
| 사진 자료: 해당 업체 판매 페이지 | | | |

| 영국(United Kingdom) | | | |
|---|--|---|---|
| 유통업체 인터뷰 요약 | | | |
| 고객사 | 현지 시장 트렌드 | 제품 피드백 | 추천 유통채널 |
| 선마크 (Sun Mark) ----- B2B수입업체 | <ul style="list-style-type: none"> 저당, 높은 과일 함량 제품 인기 자연 원료 활용 잼 수요 증가 영양성분 중요, 합리적인 가격대 필요 코로나19 이후 가정 내 딸기잼에 대한 수요 증가했지만 전체적인 수요 큰 변화 없음 | <ul style="list-style-type: none"> 가격 매우 비쌌, 가격 경쟁력 낮음 용량 300g-400g 주로 사용됨 유리병 가장 보편적 원료 부분 긍정적 FDA 인증 중요, 유기농 인증 필요 | <ul style="list-style-type: none"> 프리미엄 매장, 온라인 채널 추천 -온라인 채널은 제품 설명 용이함 -프리미엄 매장은 유사한 가격대의 제품 판매 중 전통적인 유통채널 판매 어려움 |
| 프렌치클릭 (French Click) ----- 수입유통업체 | <ul style="list-style-type: none"> 딸기잼 구입 고려 요소 가격과 영양성분 자연 원료 사용 여부 중요함 건강한 라이프스타일 추구 소비자 타겟 추천 코로나19 이후 판매량 증가 -아침식사 가정 내 해결 | <ul style="list-style-type: none"> 가격 매우 비쌌 항아리류 병, 230g-270g 가장 흔함 홍보문구는 좋음 유기농 관련 인증 획득 추천 | <ul style="list-style-type: none"> 건강식품 판매점 -건강한 원료를 구매하려는 소비자들 방문 -유기농 인증 필수 온라인 -진입 용이하며 유통비용 최소화로 가격 인하 가능성 프리미엄 매장 -다양한 수입품 존재, 높은 가격 단점으로 작용 안함 |
| 베스트웨이홀세일 (Bestway Wholesale) ----- 식료품도매업체 | <ul style="list-style-type: none"> 딸기잼 구입 고려 요소 가격과 품질 건강에 관심이 많은 소비자는 영양성분 고려 잼은 필수 제품이기 때문에 자연 원료 사용 긍정적 코로나19 이후 가정 내 식료품 판매량 증가 | <ul style="list-style-type: none"> 가격 매우 비쌌 유리병 형태의 320g-430g 제품 가장 흔함 무설탕 매우 긍정적 FDA 인증 외 크게 중요하지 않음 | <ul style="list-style-type: none"> 대형식료품점, 온라인 쇼핑몰, 건강식품 판매점 추천 대형식료품점은 입점 매우 어려움 -제품 인지도 혹은 현지 유통업체 협력 필요 |

(*) 현지 경쟁품 취급 업체 인터뷰 3개사

Interview ① 선마크(Sun Mark)

41)

선마크 (Sun Mark)

- 유형: B2B수입업체
- 업체 특징:
 - 1995년 설립된 수입업체로 전세계에서 물품들을 수입하여 판매 중임
 - 자사 온라인 몰 및 타사 소매점을 통해 각종 소비재 및 식품을 판매 중임

담당자 정보

Head of UK and Key Regional Accounts



선마크(Sun Mark) Head of UK and Key Regional Accounts

Q. 영국 내 딸기잼의 트렌드는 어떠하며, 코로나19에 영향을 받았나요?

현재 영국에서는 저당, 높은 과일 함량의 잼이 인기가 많으며, 특히 천연 원료를 사용한 잼에 대한 수요가 증가 중입니다. 소비자들은 딸기잼 구입 시 가격보다는 성분과 건강적인 요소를 더욱 중요시 하지만, 합리적인 가격대를 제시해야 합니다. 영국에서 잼은 아이부터 노인까지 전 연령층이 소비하는 전통적인 음식으로, 주로 아침에 버터와 곁들이거나 커피나 차를 마실 때 같이 섭취합니다. 코로나19 이후 집에서 요리를 하는 경우가 많아지며 가정 내 딸기잼에 대한 수요는 증가했지만, 식당 및 호텔에서의 소비가 감소하며 전체적인 수요는 큰 변화가 없습니다.

Q. 고객사의 경쟁제품으로 고려할만한 딸기잼 제품은 무엇인가요?

수입 딸기잼의 경우, 프랑스산, 이탈리아산, 그리고 스페인산 잼 브랜드들이 경쟁을 하고 있으며 그중 가장 인기가 많은 제품은 프랑스의 본마망(Bonne Maman) 딸기잼입니다. 370g 제품이 현재 3.1파운드(한화 약 4,961원⁴²⁾에 판매되고 있으며 보존제 무첨가, 높은 딸기 함량을 세일즈 포인트로 삼고 있습니다. 합리적인 가격에 맛이 좋고 건강에도 나쁘지 않아 소비자들로부터 많은 인기를 얻고 있습니다.

Q. 고객사 제품에 대한 피드백이 있다면 무엇인가요?

고객사 제품의 소비자가는 200g에 약 12파운드(한화 약 1만 9,203원)인데, 이는 매우 비싸다고 생각합니다. 5파운드(한화 약 8,001원)가 동일한 용량대의 최대가격이라고 생각하며, 특히나 잼은 매일 소비하는 식품이기 때문에 고객사 제품은 타 수입산 제품 대비 가격 경쟁력이 매우 낮습니다. 용량은 주로 300g에서 400g이 적당하며, 포장 또한 유리병이 가장 보편적입니다. 꿀을 설탕 대신 사용했다는 점과 무당이라는 요소는 셀링포인트로 활용할 수 있으며 인증의 경우 FDA 외에는 영국 소비자들이 크게 고려하지 않습니다. 다만, 유기농 프리미엄 제품의 경우 유기농 인증이 소비자들의 가격 부담감을 낮춰주는 역할을 할 수 있습니다.

41) 사진자료: 선마크(Sun Mark)

42) 1파운드=1,600.25원 (2022.01.01., KEB 하나은행 최초 매매기준율 적용)

Q. 고객사 제품에게 추천하는 홍보 전략은 무엇인가요?

고객사의 홍보문구를 ‘보존제 무첨가’, ‘무설탕’, ‘꿀 함유’, ‘과일만 사용’으로 사용하면 좋을 것 같으며, 가격대가 있기 때문에 프리미엄 매장이나 온라인 매장을 통해 홍보하는 것을 추천합니다. 또한, 오프라인 시음 행사나 비주얼 마케팅을 통해 소비자들에게 제품을 알리는 수순이 필요합니다.

Q. 자연산 원료만을 사용하는 고객사 제품에게 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

프리미엄 매장과 온라인 채널을 추천합니다. 해당 제품은 가격이 높기 때문에 저희 매장과 같은 전통적인 유통채널에서 판매하기는 매우 어렵습니다. 온라인 채널의 경우 소비자들에게 높은 가격대에 대한 설명을 비교적 쉽게 할 수 있으며 프리미엄 매장은 고객사 제품과 유사한 제품 라인을 판매하기 때문에 적합합니다.

Q. 고객사의 딸기잼 제품을 수입할 의향이 있나요?

저희는 가격대가 낮은 딸기잼을 수입 판매하기 때문에 고객사 제품 수입을 희망하지 않습니다.

Interview ② 프렌치클릭(French Click)

43)



프렌치클릭 (French Click)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2008년에 설립된 수입유통업체로 프랑스에서 제품을 수입하여 판매 중임
 - 자사 온라인 마켓을 통해 프랑스산 소비재를 판매 중임

담당자 정보

Digital Marketing

프렌치클릭(French Click) Digital Marketing

Q. 영국 내 딸기잼의 트렌드는 어떠하며, 코로나19에 영향을 받았나요?

딸기잼 구입 시 주요 고려요소로는 가격과 영양성분이 있으며, 천연 원료 사용 여부는 판매에 영향을 주는 요소 중 하나입니다. 잼은 영국 전 소비자층이 소비하는 제품이며, 고객사 제품의 경우 건강한 라이프스타일을 추구하는 영국인을 대상으로 하는 것을 추천합니다. 저희 매장의 경우 코로나19 이후 판매량이 증가했습니다. 씨리얼이나 밖에서 아침식사를 해결하던 소비자들이 집에서 아침식사를 하는 횟수가 증가하며 잼에 대한 수요 또한 증가했습니다.

Q. 고객사의 경쟁제품으로 고려할만한 딸기잼 제품은 무엇인가요?

프랑스의 본마망(Bonne Maman) 딸기잼이 저희 매장에서 가장 인기가 많은 제품입니다. 370g 제품이 현재 3.1파운드(한화 약 4,961원)에 판매되고 있으며 가격, 내용물, 접근성이 인기 요인입니다. 주로 사용되는 홍보문구로는 ‘채식주의에 적합한’, ‘(글루텐 알러지 있는) 셀리악 환자에 적합한’, ‘무보존제’, ‘화학 조미료 미사용’, ‘인공 색소 미사용’ 등이 있습니다.

Q. 고객사 제품에 대한 피드백이 있다면 무엇인가요?

고객사 제품의 소비자가는 200g에 약 12파운드(한화 약 1만 9,203원)인데, 이는 매우 비싸다고 생각합니다. 저든바이오(Jarden Bio)와 같은 유기농 수입 브랜드조차 자사의 제품을 5.2파운드(한화 약 8,321원)에 판매하고 있습니다. 잼 종류에 가장 많이 쓰이는 용기는 재사용이 가능한 단지 형태이며, 230-270g 사이의 제품이 가장 흔한 편입니다. 건강을 중요하게 여기는 소비자들이 많이 있기 때문에 유기농 관련 인증을 획득하는 것을 추천합니다.

Q. 고객사 제품에게 추천하는 홍보 전략은 무엇인가요?

고객사 제품에게 추천하는 홍보문구로는 ‘인공 색소 무첨가’, ‘화학 물질 무첨가’ 등 원료에 대해 설명하는 홍보문구를 추천하며 건강식품점 및 온라인 채널에서 마케팅을 펼치는 것이 좋을 것 같습니다. 식품 이벤트나 시음 행사, 매장 진열 등을 통해 소비자들에게 제품을 알리는 것이 우선입니다.

Q. 자연산 원료만을 사용하는 고객사 제품에게 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

건강식품 판매점, 온라인, 프리미엄 매장을 추천합니다. 건강식품 판매점의 경우 기존 성분을 대체하는 건강한 원료를 포함한 제품을 찾는 소비자들이 방문하기 때문에 유기농 인증은 필수입니다. 프리미엄 매장은 요리사와 같이 새로운 식료품을 찾는 소비자들이 많으며 다양한 수입품들이 존재하기 때문에 고객사 제품의 높은 가격이 크게 단점으로 작용하지 않습니다. 온라인 유통채널은 진입이 용이하며 유통비용이 최소화되기 때문에 가격을 인하할 수 있다는 장점이 있습니다.

Q. 고객사의 딸기잼 제품을 수입할 의향이 있나요?

저희는 프랑스산 제품만을 수입하기 때문에 고객사 제품 수입을 희망하지 않습니다.

Interview ③ 베스트웨이홀세일(Bestway Wholesale)

44)

베스트웨이홀세일
(Bestway Wholesale)

- 유형: 식료품도매업체
- 업체 특징:
 - 1976년에 설립된 도매업체로 여러 도매업자들이 자사 마켓플레이스를 통해 제품을 판매 중임

담당자 정보

Director of Trading



베스트웨이홀세일(Bestway Wholesale)

Director of Trading

Q. 영국 내 딸기잼의 트렌드는 어떠하며, 코로나19에 영향을 받았나요?

일반 소비자의 경우 딸기잼 구입 시 가격과 품질을 주로 고려하지만, 건강에 관심이 많은 소비자는 영양성분을 고려하는 편입니다. 잼은 대다수의 영국인이 아침식사에 섭취하고 있는 필수재이기 때문에 고객사 제품이 천연 원료 사용은 셀링 포인트로 작용할 수 있다고 생각합니다. 코로나19 이후 가정 내 식료품, 특히 아침식사 관련 식품들의 판매량이 증가했습니다.

Q. 고객사의 경쟁제품으로 고려할만한 딸기잼 제품은 무엇인가요?

영국의 하틀리(Hartley's) 딸기잼이 저희 매장에서 가장 인기가 많은 제품입니다. 340g 제품이 현재 1.69파운드(한화 약 2,704원)에 판매되고 있으며 제품의 저렴한 가격과 높은 품질이 인기 요인입니다. 주로 사용되는 홍보문구로는 '실제 과일 사용', '채식협회 인증' 등이 있습니다.

Q. 고객사 제품에 대한 피드백이 있다면 무엇인가요?

고객사 제품의 소비자가는 200g에 약 12파운드(한화 약 1만 9,203원)인데, 이는 매우 비싸다고 생각합니다. 고객사 제품과 유사한 스투트(Stute)의 무당 잼 제품의 경우 430g에 1.99파운드(한화 약 3,184원)에 판매되고 있습니다. 잼 제품은 320-430g 용량과, 유리병 형태가 가장 많으며, 고객사 제품이 설탕을 사용하지 않았다는 측면은 매우 긍정적입니다. 인증의 경우, FDA를 제외하고는 소비자들이 크게 고려하지 않습니다.

Q. 고객사 제품에게 추천하는 홍보 전략은 무엇인가요?

고객사 제품에게 추천하는 홍보문구로는 '100% 자연 제품', 'Non GMO', '보존제 및 화학물질 미첨가' 등 원료와 건강적인 측면을 부각하는 것을 추천합니다. 온라인 마케팅 활동과 아마존과 같은 온라인 쇼핑몰과의 협업 등 온라인 채널을 주력으로 삼는 것을 추천하며, 오프라인의 경우 매장 내 홍보배너 및 매장 외 마케팅 병행이 잼 제품에 주로 사용되는 홍보 전략입니다.

Q. 자연산 원료만을 사용하는 고객사 제품에게 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

대형식료품점, 온라인 쇼핑몰, 건강식품 판매점, 전문점을 추천하지만, 대형식료품점과 편의점의 경우 입점이 매우 어려운 편에 속합니다. 해당 유통채널에 진입하기 위해서는 제품이 어느정도 인지도를 가지고 있거나 경험이 많은 현지 유통업체와 협력해야하기 때문입니다.

VIII. 시사점



영국 온라인매장 딸기잼 경쟁브랜드 시장점유율

소비 특징 ① 딸기잼 경쟁브랜드 주요 키워드, 본마망 및 하틀리



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 딸기잼의 경쟁제품 및 주요 키워드로 딸기(489건) 및 사과(442건) 관련 키워드가 빈출되는 것으로 나타남. 반면 고객사 제품 주요 맛 하나인 꿀 관련 키워드는 도출되지 않았음. 유로모니터에 따른 영국 딸기잼 주요 경쟁브랜드 점유율로는 프랑스의 본마망 브랜드가 16.5%로 1위를 차지하였음. 본마망 브랜드는 캔저브, 마멀레이드, 콩포트 등 다양한 제품 라인업을 가지고 있으며, 온라인매장 리뷰 순 정렬 시 본마망 제품 중 스트로베리 캔저브 제품이 1위를 차지하였음. 본마망 브랜드에 이어 영국 브랜드인 하틀리(11.5%), 로버트슨(7.3%) 순으로 점유율이 높게 집계되었음

한편 영국 현지 딸기잼 수입·유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과 고객사 제품의 주요 경쟁브랜드로 본마망 브랜드가 가장 많이 언급하였으며, 유기농 브랜드인 저든바이오가 고객사 제품과 가장 유사한 것으로 확인되었음



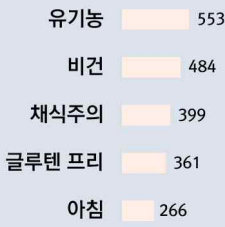
영국 온라인매장 딸기잼 패키징 관련 키워드

소비 특징 ② 딸기잼 패키징 주요 키워드, 유리병



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 인기 제품의 주요 패키징 키워드로 유리병 패키징 관련 키워드가 압도적으로 빈출한 것으로 나타남. 이 외 일회용 플라스틱 용기 및 놀러짜는 플라스틱병 패키징 관련 키워드가 소수 도출되었음. 유리병 패키징 키워드의 연관 키워드로는 '재활용가능한', '친환경적인' 등 환경과 관련된 키워드가 빈출되는 것이 확인되었음

한편 영국 현지 딸기잼 수입·유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 현지 판매 딸기잼 경쟁제품 패키징으로 유리병 패키징이 가장 흔한 것으로 조사되었음. 제품 용량의 경우 담당자들이 취급하고 있는 딸기잼 경쟁제품 용량은 230-430g 사이로, 고객사 제품 용량 200g보다 큰 용량대를 보였음. 담당자들 또한 현지 판매 시 개당 적정 용량으로 300-400g 사이를 언급하였음



영국 온라인매장 딸기잼 홍보문구 관련 키워드

소비 특징 ③ 딸기잼 홍보문구 주요 키워드, 건강 관련 다



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 인기 제품의 주요 홍보문구 키워드로 유기농, 비건, 채식주의의 등 건강과 관련된 키워드가 빈출되는 것이 확인됨. 이와 관련해 무첨가 성분을 강조한 글루텐 프리, 무설탕, 씨 없는, 견과류 없음 등의 키워드 역시 다수 도출되었음. 반면 꿀 함유 사실을 홍보문구 키워드로 강조한 제품은 도출되지 않았음

한편, 영국 현지 딸기잼 수입·유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 현지 딸기잼 제품 판매 시 적절한 홍보문구로 보존제 무첨가, 무설탕, 꿀 함유, 과일만 사용 등 제품 원료를 강조해 건강한 제품임을 알리는 홍보문구가 추천되었음. 또한 담당자들은 고객사 제품의 홍보를 위해 시음 행사와 같은 오프라인 마케팅이 진행되어야 한다고 언급함



영국 '스위트 스프레드' 유통채널 점유율

주요 유통채널 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 편의점



딸기잼을 포함하는 '스위트 스프레드' 카테고리의 영국 현지 유통채널 점유율을 조사한 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 68.5%로 가장 많은 점유율을 차지했으며, 편의점이 15.5%, 온라인이 7.3%, 개인 및 기타 식료품점이 5.6%, 혼합 소매업체가 1.6%의 점유율로 뒤를 이었음. 드럭스토어 등 기타 유통채널은 1.0% 미만의 낮은 점유율을 차지했음

한편 영국 현지 딸기잼 수입·유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 현지 진출 추천 유통채널로 프리미엄 매장, 건강식품 판매점 및 온라인 채널이 추천되었음. 이와 관련해 담당자 1명은, 현재 고객사 제품 가격이 시중 제품 가격보다 비싼 편이지만 프리미엄 매장에서 판매되고 있는 제품 가격대와는 비슷하기 때문에 해당 채널로의 진출을 추천한다고 언급함

▶ Point 01. 영국 수출 위해 세관등록번호 (EORI) 발급 필수

▶ Point 02. 영국 수출 제품 라벨링, 영국 식품기준청 기준 준수

진입장벽



딸기잼 제품을 영국에 수출 시, 사전에 수출입업자, 운송업체 또는 세관 대리인 모두 세관등록번호(EORI) 취득이 필요한 것으로 나타남. 인증의 경우 필수 취득 인증은 없으나, HACCP 등 글로벌 공통 인증 및 BRCGS, Red Tractor 등과 같은 영국 민간 인증을 선택적으로 취득하여 활용할 수 있음. 영국 수출 제품은 식품기준청(FSA)에서 규정한 라벨링 기준을 준수해야 하며, 딸기잼에 들어가는 식품첨가물 최대허용량 역시 우수제조관리기준에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 하는 것으로 나타남

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Spreads in the United Kingdom」, 2021.12
2. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in the United Kingdom Country Report」, 2021.02
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Hypermarkets in the United Kingdom Country Report」, 2021.02
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in the United Kingdom Country Report」, 2021.02
5. 농수산식품유통공사(aT), 「유럽 식품유통 온라인 플랫폼 운영현황 및 시사점」, 2021.07
6. 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in the United Kingdom Country Report」, 2021.02
7. KATI농식품수출정보, 「2021년 달라지는 주요국 농식품 수입제도」, 2021

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. 아마존(Amazon) (amazon.co.uk)
5. 본마망(Bonnamaman) (www.bonnamaman.co.uk)
6. 하틀리(Hartley's) (www.hartleysfruit.co.uk)
7. 로버트슨(Robertson's) (www.robertsons.co.uk)
8. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
9. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
10. 이베이(eBay) (www.ebay.co.uk)
11. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
12. 에이치마트(H Mart) (www.hmart.co.uk)
13. 오세요(Oseyo) (www.oseyo.co.uk)
14. 코리아푸드(Korea Foods) (www.koreafoods.co.uk)
15. 스타리마트(Starry Mart) (www.starrymart.co.uk)
16. 슈퍼맨런던(Superman London) (www.supermanlondon.com)
17. 웨이트로즈&파트너스(Waitrose & Partners) (www.waitrose.com)
18. 테스코(Tesco) (www.tesco.co.uk)
19. 더그로서(The Grocer) (www.thegrocer.co.uk)
20. 던앤브래드스트리트(dun&bradstreet) (www.dnb.com)
21. 이커머스뉴스(Ecommerce News) (www.ecommercenews.eu)
22. 부츠(Boots) (www.boots-uk.com)
23. 슈퍼드러그(Superdrug) (www.superdrug.com)
24. 파마수터컬저널(Pharmaceutical Journal) (www.pharmaceutical-journal.com)
25. 리테일인아시아(Retail in Asia) (retail.asia)
26. 에이에스왓슨그룹(A.S. Watson Group) (aswatson.com)
27. 국가 관세종합정보망 서비스 (unipass.customs.go.kr)
28. 통합무역정보서비스 (tradenavi.or.kr)
29. 영국 정부 (www.gov.uk)
30. 영국 식품기준청(FSA) (www.food.gov.uk)
31. 세계법제정보센터 (world.moleg.go.kr)
32. 영국 식품 연맹 (www.fdf.org.uk)
33. 식품안전표준 인증 (www.fssc22000.com)
34. 비건 소사이어티 (www.vegansociety.com)
35. 이브 비건 (www.certification-vegan.org)
36. 선마크(Sun Mark) (www.sunmark.co.uk)
37. 프렌치클릭(French Click) (www.frenchclick.co.uk)
38. 베스트웨이홀세일(Bestway Wholesale) (www.bestwaygroup.co.uk)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2022.02.04

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

Copyright 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea