



No. 2022-178
품목 떡볶이(Tteokbokki)
HS CODE 1901.90.9099
국가 독일(Germany)



C.O.N.T.E.N.T.S

I	경쟁제품	3
	1. 경쟁제품 선정 2. 조사지표 선정 3. 현지조사 결과	
II	경쟁사	21
	1. 경쟁사 선정 및 분석	
III	경쟁력 파악	24
	1. 가격 경쟁력 분석 2. 벤치마킹 제품 분석	
IV	시사점	28
	1. 수출 확대 방안 2. 참고문헌	

I

경쟁제품



01

경쟁제품 선정

지원 기업 품목 분석

지원 기업의 제품은 가공식품 떡볶이 제품으로 컵 형태의 패키지로 되어 있음. 조리방법이 간편하며 빠른 시간 내 조리가 가능한 점이 특징임

(제품 유형) 가공식품 떡볶이 HMR 제품에 속함

(맛) 일반 매운맛, 아주 매운맛, 치즈 떡볶이

(용량 및 패키지) 200g, 내포-PE, 외포-종이

(인증) 없음

제품명	떡볶이		
제품 유형	즉석조리 떡볶이	인증	-
용량	200g	포장 형태 및 재질	내포-PE, 외포-종이
주요 성분	쌀, 고춧가루	특징	김치 조미료를 별첨하여, 다양한 맛을 즐길 수 있는 떡볶이임

경쟁력 분석 프로세스



단계 1

제품 분석

- ① 신청서 내 제품 분석
- ② 지원 기업 인터뷰
- ③ 경쟁제품군 파악



단계 2

경쟁 현황 분석

- ① 경쟁 현황 분석
- ② 경쟁제품 선정 기준 마련



단계 3

현지조사 기획

- ① 조사 지역 선정
- ② 주요 유통채널 선정
 - 지원 기업 사전신청서 분석
 - 조사 대상국 유통채널별 점유율 파악
- ③ 온라인 사전 조사
- ④ 조사지표 선정



단계 4

조사 수행

- ① 온·오프라인 경쟁제품 선정 기준 전달
- ② 현지조사 수행
- ③ 제품 분석

즉석식품 시장 브랜드별 점유율

지원 업체의 떡볶이 제품은 독일의 즉석식품 시장에 속함

독일 즉석식품 시장의 브랜드별 점유율을 조사한 결과, 2022년 상위 10개 브랜드의 점유율이 전체의 58.9%를 차지함

- 시장 점유율 1위 브랜드인 Frosta가 15.7%를 기록하였으며, 이어서 Aldi가 11.2%, Rewe가 6.1%, Erasco가 5.8%, Maggi가 4.8%를 차지함



표 1

독일 즉석식품 시장 브랜드별 점유율 추이(2019-2022년)

(단위: %)

구분	브랜드명	기업명	2019	2020	2021	2022
1	Frosta	Frosta AG	14.0	15.9	16.8	15.7
2	Aldi	Aldi Einkauf GmbH & Co oHG	11.6	12.4	12.4	11.2
3	Rewe	Rewe Markt GmbH	6.4	6.7	6.7	6.1
4	Erasco	Continental Foods Germany	6.1	6.3	6.2	5.8
5	Maggi	Maggi	5.2	5.2	5.2	4.8
6	Bofrost	Dienstleistungs GmbH & Co KG	4.0	4.4	4.4	4.0
7	Lidl	Lidl Stiftung & Co KG	3.9	4.2	4.2	3.8
8	Mirácoli	Mars Deutschland	3.0	2.9	2.9	2.7
9	Iglo	Iglo Deutschland	2.6	2.8	2.9	2.7
10	Weight Watchers		2.2	2.1	2.2	2.1
11	Knorr	Unilever Deutschland	1.8	1.9	1.9	1.8
12	Sonnen Bassemann	Struik Foods Deutschland	2.0	2.0	1.9	1.7
13	Schär	Dr Schär Deutschland	1.6	1.6	1.7	1.5
14	Du Darfst	Unilever Deutschland	1.6	1.6	1.6	1.4
15	Eismann	Eismann Tiefkühl-Heimservice	1.2	1.3	1.3	1.2
16	Alberto	Freiberger Lebensmittel GmbH & Co KG	1.3	1.3	1.3	1.1
17	Pfanni	Unilever Deutschland	0.9	1.0	1.0	0.9
18	Meica	Ammerlandische Fleischwarenfabrik Fritz Meinen	0.8	0.8	0.8	0.7
19	Hilcona(Hilcona AG)	Hilcona Feinkost	1.0	0.8	0.7	0.6
	기타		28.8	24.8	23.9	30.2
	상위 10개 업체 총합		59.0	62.9	63.9	58.9
	총계		100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

오프라인 유통채널 선정

독일 즉석식품 시장 유통채널별 점유율은 2021년 기준 할인점이 전체의 53.9%로 가장 높은 비중을 차지함. 이어서 슈퍼마켓이 21.8%, 하이퍼마켓이 11.6%, 전자상거래가 5.8%, 홈쇼핑이 2.5%, 한인 마트 및 아시아 마트가 포함된 독립 소규모 식료품점이 2.2%, 기타 식료품 소매점이 1.1%를 차지함



표 2

독일 즉석식품 시장 유통채널별 점유율 추이(2017-2021년)

구분	2017	2018	2019	2020	2021
① 현대 식료품 소매점	90.9	90.5	89.9	88.7	88.3
- 편의점	0.3	0.3	0.3	0.3	0.2
- 할인점	53.7	53.6	53.6	53.4	53.9
- 포어코트 소매점	1.1	1.0	1.0	1.0	0.9
- 하이퍼마켓	14.5	14.2	13.7	12.6	11.6
- 슈퍼마켓	21.3	21.3	21.3	21.4	21.8
② 전통 식료품 소매점	4.2	4.3	4.2	3.8	3.3
- 독립 소규모 식료품점	2.9	3.0	2.9	2.6	2.2
- 기타 식료품 소매점	1.3	1.3	1.3	1.2	1.1
③ 온라인	4.9	5.2	6.0	7.5	8.3
- 홈쇼핑	3.1	3.1	3.0	2.9	2.5
- 전자상거래	1.8	2.1	2.9	4.6	5.8
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

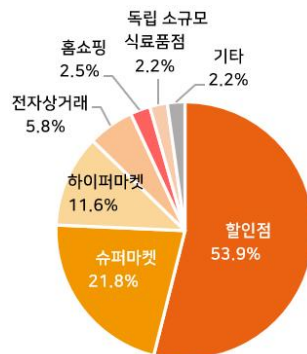
(단위: %)

자료: Euromonitor International



표 3

독일 즉석식품 시장 주요 유통채널별 점유율(2021년)



자료: Euromonitor International

현지조사 결과, 독일에서 떡볶이 제품은 일반 할인점이나 슈퍼마켓에서는 찾아볼 수 없으며, 한인 마트나 아시아 마트에서만 찾아볼 수 있었음

- 또한, 대부분의 한인 및 아시아 마트는 독립 소규모 식료품점의 형태로 운영되고 있어, 지역마다 별도의 소유자가 운영하는 별개의 사업체임
- 따라서 현지 아시아 마트를 대상으로 조사함

온라인 유통채널 선정


한국농수산물유통공사에 의하면, 2021년 보유 점포 수 기준으로 집계한 독일의 아시안/한인 마트 유통채널 현황은 다음과 같음

- 독일의 한인 및 아시아 마트 유통채널은 온라인을 중심으로 운영되고 있음. 오프라인 매장을 일부 운영하지만 베를린, 함부르크, 프랑크푸르트¹⁾만을 중심으로 이루어지고 있으며, 고아시아(Go Asia)를 제외하고 운영하는 매장 숫자도 극히 소수에 불과함

최근 독일 시장에서 아시아 식품이 간단하면서도 건강하게 한 끼 식사를 해결할 수 있는 메뉴로 인식되면서 인기가 높아지고 있음

- 이러한 트렌드에 따라 기존에는 독일 소비자들 사이에서 라면을 중심으로 유통되던 아시아 식품이 최근에는 떡볶이, 컵밥 등으로 다변화되고 있음
- 떡볶이, 컵밥, 라면 등 아시아 가정 간편식 식품은 주로 아시안/한인 마트를 통해 유통되고 있음

한국농수산물유통공사 자료에 따르면, 독일 내 한국 식품에 대한 관심이 점차 증가하고는 있으나 향후 좀 더 적극적인 홍보 활동 및 현지 맞춤 패키지 개발 등의 전략이 필요함

 표 4 독일 주요 아시안/한인 마트 유통채널 현황(2021년 기준)

(단위: 점포 수)

구분	설립 연도	보유 점포 수	거점 지역
케이숍(K-Shop)	2019년	온라인 전용	프랑크푸르트
프레시아시아(FreshAsia)	2002년	1개, 온라인몰 운영	뒤셀도르프
고아시아(Go Asia)	2009년	30개, 온라인몰 운영	독일 전역
와이마트(Y-Mart)	-	1개, 온라인몰 운영	프랑크푸르트
케이몰(K-Mall)	2015년	온라인 전용	프랑크푸르트
킴스 아시아(Kim's Asia)	1979년	1개, 온라인몰 운영	뒤셀도르프
한독마트(HanDok Kaufcenter GmbH)	1995년	2개, 온라인몰 운영	프랑크푸르트

자료: 한국농수산물유통공사(aT), 기업 홈페이지

1) 독일의 프랑크푸르트는 독일 남부 라인강에 있는 Frankfurt am Main과 독일 동쪽에 있는 Frankfurt Oder가 있으며, 일반적인 프랑크푸르트 지역은 am Main을 의미함. 따라서, 이후 프랑크푸르트는 모두 Frankfurt am Main을 지칭

경쟁제품 선정 결과

오프라인 경쟁제품 선정 기준

- 독일 현지 오프라인 매장에서 판매 중인 인스턴트 떡볶이 종류는 그 수가 제한적임. 따라서 떡볶이 소스 및 떡을 포함하여 현지 아시아 마트에서 판매 중인 모든 떡볶이 관련 제품을 조사함

온라인 경쟁제품 선정 기준

- 아마존 홈페이지에서 Tteokbokki 키워드로 검색 시 도출되는 한국산 브랜드 HMR 파우치 떡볶이 제품과 와이마트 온라인 홈페이지에서 Tteokbokki 키워드로 검색 시 도출되는 한국산 브랜드의 다양한 인스턴트 떡볶이 및 라볶이 HMR 제품을 조사함

02 조사지표 선정

조사지표 선정

제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함



표 1

오프라인 경쟁제품 조사지표 선정

조사지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
중량	g	제품의 중량
생산지	현지산 제품	현지 브랜드 제품
	수입산 제품	글로벌 브랜드 제품
포장 형태		비닐, 플라스틱, 종이
성분	원료 및 첨가물	원료 함유량 등 영양과 맛 관련한 핵심 성분

03 현지조사 결과



오프라인 경쟁제품 판매 현황



독일 솔레스비히-홀슈타인 주의 주요 도시 중 하나인 플렌스부르크에 위치한 독립 소규모 아시아 마트인 Asia Mover Foods와 Asia Markt Yuan에서 판매 중인 떡볶이 제품을 조사함
- 또한, 독일 주요 할인점과 슈퍼마켓인 Aldi, Lidl, EDEKA, Lewe, Citti Markt, Kaufland, Penny 등을 방문하였지만, 관련 제품을 찾아볼 수 없었음



경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
원산지	한국	한국
제품명	YOPOKKI Sweet&Spicy	YOPOKKI Black soybean Sauce
포장 형태	종이 트레이	종이 트레이
조사 매장	Asia Markt Yuan	Asia Markt Yuan
가격	2.89유로(약 3,850원 ²⁾)	2.89유로(약 3,850원)
중량	140g	120g
유통기한	2023년 2월 20일	2023년 2월 20일
특징	달콤하고 매운 쌀 케이크(Reiskuchen)	검정 간장(Dunkler Sojasauce)으로 만든 쌀 케이크

2) 2023년 1월 18일 하나은행 매매기준율(1유로=1,334.28원)

경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
원산지	한국	한국
제품명	YOPOKKI Hot&Spicy Cup Rapokki	Buldak Carbo
포장 형태	종이 트레이	종이 트레이
조사 매장	Asia Markt Yuan	Asia Markt Yuan
가격	3.59유로(약 4,790원)	3.49유로(약 4,650원)
중량	145g	179g
유통기한	2023년 3월 15일	2023년 6월 20일
특징 및 홍보	- 라면&쌀 케이크 믹스	- 인스턴트 쌀 케이크 떡볶이

경쟁제품 정보	제품5	제품6
제품 사진		
원산지	한국	한국
제품명	Rice Cake(Stick Type)	Rice Cake(Tubular Type)
포장 형태	파우치	파우치
조사 매장	Asia Markt Yuan	Asia Mover Food
가격	4.09유로(약 5,450원)	3.60유로(약 4,800원)
중량	600g	500g
유통기한	2023년 12월 5일	2023년 4월 25일
특징 및 홍보	<ul style="list-style-type: none"> - 쌀 케이크 조각 - 글루텐 프리 인증 쌀 파스타 - 한국 전통 떡볶이 	<ul style="list-style-type: none"> - 쌀 케이크(튜브 형태)

경쟁제품 정보	제품7	제품8
제품 사진		
원산지	한국	한국
제품명	Stick Rice Cake	Hongdae Red Chilli Topokki
포장 형태	파우치	파우치
조사 매장	Asia Mover Food	Asia Mover Food
가격	4.79유로(약 6,390원)	3.60유로(약 4,800원)
중량	600g	163g
유통기한	2024년 1월 3일	2024년 3월 28일
특징 및 홍보	<ul style="list-style-type: none"> - 글루텐 프리 인증 - 비건 제품 인증 	<ul style="list-style-type: none"> - 3분 조리 - 쌀 파스타(제품 홍보 문구)

경쟁제품 정보	제품9	제품10
제품 사진		
원산지	한국	한국
제품명	BUKCHON Soy Garlic Topokki	Topokki Sauce Sweet
포장 형태	파우치	파우치
조사 매장	Asia Mover Food	Asia Mover Food
가격	3.55유로(약 4,730원)	2.35유로(약 3,130원)
중량	163g	150g
유통기한	2024년 3월 28일	2024년 2월 7일
특징 및 홍보	<ul style="list-style-type: none"> - 3분 조리 - 쌀 파스타(제품 홍보 문구) 	<ul style="list-style-type: none"> - HACCP 인증

경쟁제품 정보	제품11	제품12
제품 사진		
원산지	한국	한국
제품명	Topokki Sauce Spicy	Buldak Hot Chicken Flavor Topokki
포장 형태	파우치	파우치
조사 매장	Asia Mover Food	Asia Mover Food
가격	2.35유로(약 3,130원)	3.20유로(약 4,260원)
중량	150g	185g
유통기한	2023년 12월 9일	2023년 7월 15일
특징 및 홍보	- HACCP 인증	- 유명 라면을 베이스로 한 떡볶이

온라인 경쟁제품 판매 현황

한식을 전문으로 취급하는 온라인 쇼핑몰과 독일에서 가장 큰 전자상거래 사이트인 Amazon.de에서 판매 중인 떡볶이 제품을 조사함

경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
제품명	로제떡볶이	3대천왕 떡볶이
포장	파우치	파우치
가격	37.00유로(약 4만 9,370원)	6.99유로(약 9,320원)
용량	350g*2	440g
원산지	한국산	한국산
경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
제품명	몬나니 국물떡볶이	3분 오리지널 마늘 떡볶이
포장	파우치	파우치
가격	6.59유로(약 8,790원)	4.39유로(약 5,850원)
용량	632.5g	260g
원산지	한국산	한국산

경쟁제품 정보	제품5	제품6
제품 사진		
제품명	국물떡볶이 밀떡	오리지널 국물 떡볶이
포장	파우치	파우치
가격	37.00유로(약 4만 9,370원)	8.79유로(약 1만 1,730원)
용량	515g	570g
원산지	한국산	한국산
경쟁제품 정보	제품7	제품8
제품 사진		
제품명	추억의 초등학교 떡볶이	보끼보끼 크림 라볶이
포장	박스 및 파우치	종이 트레이
가격	11.40유로(약 1만 5,210원)	2.39유로(약 3,180원)
용량	570g	110g
원산지	한국산	한국산

경쟁제품 정보	제품9
<p>제품 사진</p>	
<p>제품명</p>	<p>김치라볶이</p>
<p>포장</p>	<p>종이 트레이</p>
<p>가격</p>	<p>9.98유로(약 1만 3,310원)</p>
<p>용량</p>	<p>145g*2</p>
<p>원산지</p>	<p>한국산</p>

주요 유통채널 정보

1. Asia Mover Foods



- 독일 최북단 도시인 플렌스부르크 지역에 위치하며, 주변 독일 지역을 포함하여 북쪽의 덴마크로부터도 많은 아시아인 및 한인들이 방문하는 독립적 소규모 식료품 전문점
- 온라인 배송 서비스도 제공함

기업정보	방문 지점	Apenrader Str. 73 Flensburg, Schleswig-Holstein, 24939
	설립 연도	1999년
	직원 수	5명
	매출액	36만 6,170만 달러
	대표전화	+49-46143042594
	홈페이지	asiamover.de

매장 전경



자료: D&B Hoover's 및 기업 홈페이지

2. Asia Markt Yuan



- 2022년 개업한 독립 소규모 식료품 전문점으로, 플렌스부르크 지역에 위치해 있으며 주변 독일 지역을 포함하여 북쪽의 덴마크로부터도 많은 아시아인 및 한인들이 방문함
- 49유로 이상 주문 시 무료 배송 서비스를 제공함

기업정보	방문 지점	Friesische Str. 111-113, 24937 Flensburg
	설립 연도	2022년
	직원 수	3명
	매출액	-
	대표전화	+49 461 998 788 91
	홈페이지	asiamarkt-yuan.de

매장 전경



자료: D&B Hoover's 및 기업 홈페이지

II

경쟁사



01

경쟁사 선정 및 분석

경쟁사

기업 개요



- 1993년에 설립하여 2014년 농업회사법인으로 전환한 농식품 기업
- HACCP, ISO 9001, KMF 할랄 인증, MUI 할랄 인증, 미국 FDA 등록 등 글로벌 시장 진출을 위한 다양한 인증을 획득함
- 떡볶이, 부침개, 스낵류 등의 식품을 제조 및 유통함

기업정보	기업명	Young Poong	설립 연도	1993년
	기업 형태	제조 및 유통	대표번호	053-593-4788
	국가	한국	위치	대구광역시 달서구
	매출액	195억 2,228만 원	직원 수	82명
	취급 품목	식료품	홈페이지	www.ypfoods.co.kr

주요 제품

요쁘끼 매콤달콤 1인 컵 매운맛은 줄이고 달콤한 떡볶이	요쁘끼 치즈 1인 컵 치즈 풍미를 살린 떡볶이	요쁘끼 화끈하게 매운쑈 1인 컵 중독성 있는 화끈하고 매운 떡볶이	요쁘끼 짜장 1인 컵 매콤 달콤진짜 짜장 소스로 맛이 두 배
요쁘끼 골든어니언버터 1인 컵 달콤하고 고소한 어니언버터 맛	요쁘끼 명란마요 1인 컵 명란젓과 마요네즈가 어우러진 떡볶이	요쁘끼 갈릭 데리야끼 1인 컵 단란단란의 경석 갈릭 데리야끼 떡볶이	요쁘끼 김치 1인 컵 한국 전통 음식 김치와 떡볶이의 만남
요쁘끼 초코 1인 컵 초코 풍류처럼 톡톡하고 달콤한 초코맛	요쁘끼 닭갈비맛 1인 컵 닭갈비와 떡의 환상의 콤비	요쁘끼 매콤달콤 1인 파우치 매운맛은 줄이고 달콤한 매콤달콤 떡볶이	요쁘끼 치즈 1인 파우치 부드러운 치즈와 톡톡달콤한 떡의 만남

기업 개요



- 1961년 창업되었으며, 한국 최초로 라면을 생산한 기업
- HACCP, KOLAS, ISO 22000, HALAL 인증 등을 받아 글로벌 소비자의 신뢰를 얻을 수 있는 제품 생산에 주력하고 있음
- 떡볶이, 라면, 소스, 유제품 등의 제품을 제조 및 유통하고 있음

기업정보	기업명	삼양식품	설립 연도	1961년
	기업 형태	제조 및 유통	대표번호	(62-21) 4892908
	국가	한국	위치	서울시 성북구
	매출액	6,485억 원	직원 수	-
	취급 품목	식료품	홈페이지	www.samyangfoods.com

주요 제품



III

경쟁력 파악



01 가격 경쟁력 분석

플랫폼별 가격 경쟁력 비교

지원 기업 제품은 뜨거운 물을 부어 바로 섭취가 가능한 즉석 조리 식품이므로, 조사 제품 중 조리과정이 필요한 소스와 떡류는 제외하고 경쟁력을 비교함

- 오프라인에서 판매 중인 즉석조리 떡볶이 제품의 10g당 평균 가격은 0.22(약 290원³⁾유로, 온라인은 0.29(약 260원)유로로, 온라인이 다소 비싼 것으로 나타남
- 지원 기업 제품은 200g 기준 희망 소비자 가격이 1,500원이며, 이는 10g당 75원(약 0.06 유로)으로 평균을 훨씬 밑돌아 가격 경쟁력이 충분한 것으로 판단됨
- 특히, 가장 인기 있는 Y사의 제품보다 0.16유로 이상 저렴함

그림 1 온/오프라인 경쟁제품 맛별(좌) 및 10g당 평균 가격(우) 비교

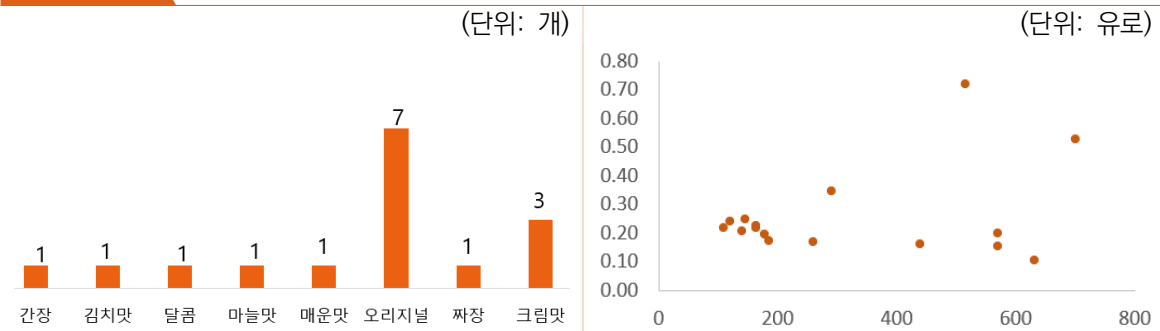


표 3 경쟁제품 특성별 분석

제품명	원산지	패키지	유통매장	맛	온/오프라인	10g당 가격
국물떡볶이 밀떡	한국	파우치	와이마트	크림맛	온라인	0.72
로제떡볶이	한국	파우치	Amazon	크림맛	온라인	0.53
김치라볶이	한국	종이 트레이	Amazon	김치맛	온라인	0.34
YOPOKKI Hot&Spicy Cup Rapokki	한국	종이 트레이	아시아 마트	오리지널	오프라인	0.25
YOPOKKI Black soybean Sauce	한국	종이 트레이	아시아 마트	짜장	오프라인	0.24
Hongdae Red Chilli Topokki	한국	파우치	아시아 마트	오리지널	오프라인	0.23
BUKCHON Soy Garlic Topokki	한국	파우치	아시아 마트	간장	오프라인	0.22
보끼보끼 크림 라보끼	한국	종이 트레이	와이마트	크림맛	온라인	0.22
YOPOKKI Sweet&Spicy	한국	종이 트레이	아시아 마트	달콤	오프라인	0.21
추억의 초등학교 떡볶이	한국	파우치	와이마트	오리지널	온라인	0.20
Buldak Carbo	한국	종이 트레이	아시아 마트	크림맛	오프라인	0.19
Buldak Hot Chicken Flavor Topokki	한국	종이 트레이	아시아 마트	매운맛	오프라인	0.17
3분 오리지널 마늘 떡볶이	한국	파우치	와이마트	마늘맛	온라인	0.17
3대천왕 떡볶이	한국	파우치	와이마트	오리지널	온라인	0.16
오리지널 국물 떡볶이	한국	파우치	와이마트	오리지널	온라인	0.15
몬나니 국물떡볶이	한국	파우치	와이마트	오리지널	온라인	0.10

3) 2023년 1월 12일 하나은행 매매기준율(1유로=1,342.02원)

02 벤치마킹 제품 분석

품목명

오프라인 경쟁제품 분석 결과, 12개 제품 중 6개 제품이 품목명을 쌀 케이크(Reiskuchen)로 표기하고 있었음. 하지만 독일 음식 Kuchen은 영어의 Cake와 비슷한 음식으로, 주로 디저트나 간식으로 섭취하는 오븐에 구운 달콤한 빵류를 의미함. 떡볶이의 영문식 표기인 Topokki로 제품을 설명한 제품도 있었지만 대다수의 독일인들은 떡볶이를 맛본 적이 없어 어떤 음식인지 잘 이해하지 못함. 또한, 3개 제품은 쌀 파스타(Reis Pasta)라고 표기함

그림 1 떡볶이 제품 품목명 예시



품목명을 Reiskuchen으로 기재한 진열대



품목명을 Rice Pasta로 기재한 제품

그림 2 독일의 Kuchen



제품 간 차별성 부족

즉석조리 떡볶이 조사 제품 16개 중 7개가 오리지널 맛, 3개가 크림 맛이었음. 매운 음식을 잘 먹지 못하는 독일인들의 특성을 고려할 때 오리지널을 제외하고 크림 맛의 인기가 가장 높은 것으로 판단됨

- 떡볶이는 제품에 변별력을 주기 힘든 제품으로, 제품 간 차별성이 매우 적음. 맛과 제품 완성 사진, 제품 패키지 형태까지 모두 유사하여, 한국인에 비해 떡볶이를 잘 모르는 독일인들에게는 모두 유사한 제품으로 느껴질 것으로 예상됨
- 유일하게 차별성이 있는 제품은 S사의 불닭 제품군으로, 해외에서 매운 음식 먹기 챌린지로 인기를 끌어 독일 내에서도 온/오프라인을 불문하고 매우 다양한 종류의 불닭 제품군이 판매되고 있음



그림 3

S사 불닭 제품군의 즉석조리 떡볶이 제품



IV

시사점



01

수출 확대 방안

가격 경쟁력

지원 기업 제품은 10g당 75원으로 책정되어, 전체 30개 제품의 평균 가격인 340원보다 훨씬 저렴한 것으로 나타남. 하지만, 독일의 아시아 및 한인 마트는 독립 소규모 식료품점으로 제품 가격을 일괄되게 책정하는 것이 어려우며, 유통 과정에 수수료가 더 붙을 수 있어 실제로 현지에서 얼마에 팔리게 될지 예측하기 힘들

벤치마킹

즉석조리 떡볶이 제품은 제품 간 차별성이 매우 적은 제품 중 하나임. 따라서 시장에 어필하기 위한 차별화 전략을 수립하기 매우 어려우나, 국내 대기업인 C사와 S사처럼 브랜드 이미지를 확고히 하는 방안이 효율적일 것으로 전망됨

마케팅 방안

독일 즉석조리 떡볶이 시장의 주요 유통채널인 아시아 및 한인 마트는 하나의 체인점이나 전국 단위의 점포 운영 업체가 존재하지 않아 각 지역의 마트에 직접 납품해야 하는 형태임. 따라서 유통이 복잡하고 운송료가 많이 들어, 직접 오프라인 유통채널 판로를 개척하기 어려움

따라서 온라인 판매에 주력하는 것을 권장함. 독일 전자상거래 시장 1위 업체인 Amazon.de를 통해 제품을 판매하고, 30일 무조건 환불 및 교환 서비스인 Amazon Prime을 통해 제품을 판매한다면 소비자들이 부담 없이 제품을 주문하여 경험해볼 수 있음

- 또한, Amazon Prime 서비스를 이용해 대용량 제품을 판매한다면, 가격을 더욱 낮출 수 있어 소비자들에게 어필할 수 있을 것으로 판단됨
- 특히, 한국인들도 배송 및 환불 정책으로 인해 한인 마트보다 Amazon을 더 선호하기 때문에 한국인 고객층 확보에도 유리할 것으로 판단됨
- 이 과정에서 제품의 섭취 방법 및 음식에 대한 설명을 더 명확히 할 필요가 있음. 떡볶이를 예로 들면, 독일의 디저트류에 속하는 Kuchen으로 표시되어 있어 식후에 디저트로 커피와 함께 먹었다는 독일인의 리뷰도 있음. 따라서 한식에 대한 독일인들의 이해도가 매우 낮음을 인식하고 이를 고려하여 마케팅 전략을 시행해야 함

한편, 독일은 유기농 및 비건 제품 등 대체 먹거리 시장이 매우 발달하고 있음. 따라서 유럽에서 인정하는 관련 인증을 획득하고 한식의 '건강한 음식'이라는 이미지를 강조한다면 웰빙 및 건강식품에 관심이 많은 소비자들에게 어필할 수 있으며, 다른 경쟁제품과 차별화할 수 있음

02 참고 문헌

□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. ITC
3. 농식품수출정보(KATI)
4. Amazon.de
5. 독일 와이마트 홈페이지
6. Statista
7. 한국농수산물유통공사(aT)
8. FDA
9. D&B Hoovers

□ 참고 자료

1. USDA, "Germany Retail Foods", 2022

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2022.12

- 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.