

2016 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 라면

Country : 폴란드(Poland)

CONTENTS

I. 시장 통계	3
1. 통계분석 기준 설정	5
2. 글로벌 수입통계	6
3. 폴란드 수입통계	7
4. 폴란드 건조·인스턴트 면 시장규모 및 성장률	8
II. 시장 트렌드	9
1. 시장 메가 트렌드	11
2. 소비 트렌드	12
3. 제품 트렌드	13
4. 정책 트렌드	14
III. 경쟁사 분석	15
1. 경쟁사 선정	18
2. 경쟁사별 현황 파악	19
IV. 경쟁제품 현지조사	24
1. 분석 제품 및 기준	26
2. 중량 및 가격 정보	27
3. 포장용기 정보	28
4. 현지조사 및 온라인조사 데이터	29
V. 유통구조 현황	31
1. 현지 유통구조 map	32
2. 추천 진출 경로	33
VI. 유통 업체 현황	34
1. 주요 유통 채널 개관	36
2. 주요 유통 채널 이슈	37
3. 유통 업체별 개요	38
- Biedronka	
- Lidl	
- Auchan	



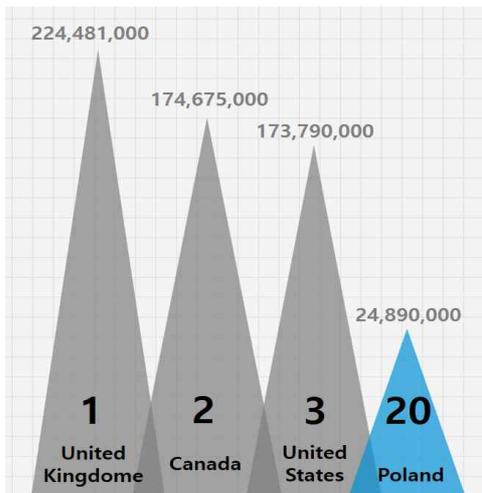
I. 시장 통계

1. 통계분석 기준 설정
2. 글로벌 수입통계
3. 폴란드 수입통계
4. 폴란드 건조·인스턴트 면 시장규모 및 성장률

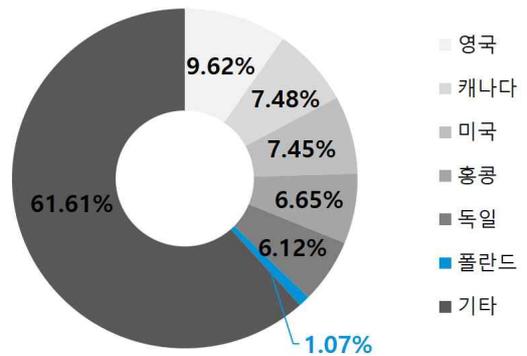
시장통계 OVERVIEW



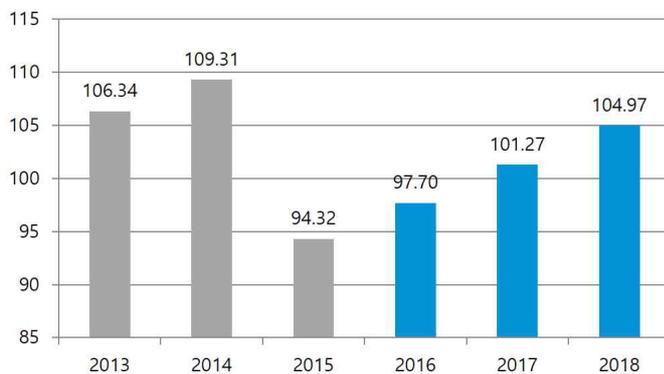
▶ 2015년 글로벌 수입 규모 순위, US 달러 기준



▶ 2015년 글로벌 수입 비중



▶ 폴란드 Dried/Instant Noodle 시장규모, 백만 US 달러 기준



글로벌 수입 규모 1위, 영국
폴란드, 글로벌 수입 20위
폴란드 수입 상대국, 한국 4위
2015년 폴란드 건조·인스턴트
면 시장규모 9,432만 달러

1. 통계분석 기준 설정(HS CODE)

라면, HS CODE 1902.30.1010에 해당

글로벌 수입 통계 및 한국산 수출 통계를 확인하기 위해 HS CODE 기준을 설정함

실제 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 ‘관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람’을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 ‘품목분류정보’를 검색하거나 관세청 ‘관세법령정보포털 3.0’을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

표 1.1 통계 기준 설정

통계	기준
글로벌 수입 규모 및 성장률	HS CODE 1902.30
폴란드 수입 규모 및 성장률	HS CODE 1902.30.10
폴란드 시장 규모 및 성장률	Dried · Instant Noodle

표 1.2 폴란드 내 라면 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1902	라면[조리한 것인지 또는 육(肉)이나 그 밖의 물품으로 속을 채운 것인지에 상관없으며 스파게티·마카로니·누들·라자니아(lasagne)·뇨키(gnocchi)·라비올리(ravioli)·카넬로니(cannelloni) 등과 같이 그 밖의 방법으로 조제한 것을 포함한다]와 쿠스쿠스(couscous)
	1902.30	기타의 파스타
	1902.30.10	기타의 파스타 중 인스턴트 면류
	1902.30.1010	라면
폴란드	1902	라면(조리한 것인지, 육 또는 기타 물품으로 속을 채운 것인지의 여부를 불문하며, 스파게티·마카로니·누들·라자니아·뇨끼·레비올리·카넬로니등과 같이 기타의 방법으로 조제한 것을 포함한다)와 쿠우스쿠우스 조리하지 아니한 라면(속을 채우지 아니하였거나 기타의 방법으로 조제하지 아니한 것에 한한다)
	1902.30	기타의 파스타
	1902.30.10	기타의 파스타 중 건조한 것
	1902.30.1010	콩 (비그나 라디에이타 (엘) 윌크잭), 소매용이 아닌에서 얻은 조각에서 중단된 투명한 면

출처 : 한국 관세청(www.customs.go.kr), EU관세동맹(www.ec.europa.eu)

표 1.3 제품 HS CODE 확인가능 사이트

분류	사이트명	URL
HS CODE	한국 관세청	www.customs.go.kr
	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	EU관세동맹	www.ec.europa.eu

2. 글로벌 수입통계

글로벌 수입 규모 1위 국가, 영국

2015년 글로벌 HS CODE 1902.30 수입 규모는 23억 3,420만 8,000 달러로 2013년 ~ 2015년 연평균 성장률은 0.90%를 기록함

라면 수입 1위 국가는 영국으로, 2015년 기준 약 2억 2,448만 달러를 수입해 글로벌 수입액의 9.62%의 점유율을 보였으며, 2013년~2015년 동안 연평균 성장률¹⁾은 -7.72%를 기록하였음

폴란드, 글로벌 수입비중에서 약 1.07% 차지

폴란드의 HS CODE 1902.30 수입 규모는 2013년 기준 1,359만 1,000 달러의 수입액을 기록하였음. 이 후 그 규모가 꾸준히 증가하여 2015년 2,489만 달러로 증가하였으며 2013~2015년 연평균 성장률은 35.33%를 기록함. 2015년 기준 폴란드는 글로벌 수입액 규모에서 20위를 기록했으며, 전체 중 1.07%를 차지하는 것으로 파악됨

표 1.4 글로벌 라면 (HS CODE 1902.30) 수입 규모

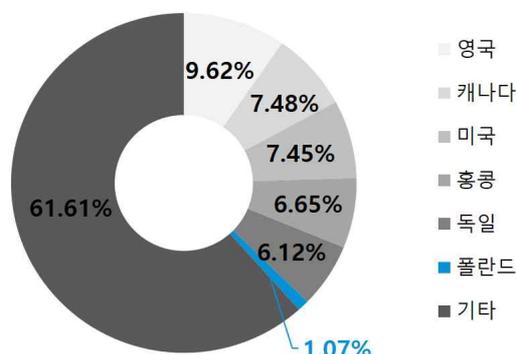
(단위: US달러, %)

수입 국가	2013	2014	2015	2013~2015 연평균성장률
글로벌	2,292,673,000	2,436,201,000	2,334,208,000	0.90%
1 영국	263,631,000	250,813,000	224,481,000	-7.72%
2 캐나다	183,523,000	181,928,000	174,675,000	-2.44%
3 미국	153,935,000	153,873,000	173,790,000	6.25%
4 홍콩	129,673,000	133,469,000	155,204,000	9.40%
5 독일	123,700,000	134,879,000	142,918,000	7.49%
20 폴란드	13,591,000	13,764,000	24,890,000	35.33%

출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

그래프 1.1 국가별 라면 (HS CODE 1902.30) 수입 비중 (2015년)

(단위: %)



출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

1) 2013년 ~ 2015년 연평균 성장률 = (최신/최초연도)^{1/(n-1개년)}-1

3. 폴란드 수입통계

폴란드 HS CODE 1902.30.10 시장, 독일산 제품의 비중 높아

라면은 HS CODE 1902.30.10, ‘기타의 파스타 中 건조한 것’에 해당하는 품목임. 폴란드는 2015년 기준 총 1,086만 8,000만 달러의 HS CODE 1902.30.10 품목을 수입함. 해당 품목의 2013~2015년 연평균 성장률은 45.25%로 꾸준히 성장하고 있음. 국가별 수입 규모를 살펴보면, 독일로부터 가장 많은 HS CODE 1902.30.10 품목을 수입했으며 그 규모는 약 763만 달러임. 해당 품목의 2015년 독일의 시장점유율은 전체의 70.24%로 절반 이상을 차지하는 것으로 확인됨

한국산 제품, 폴란드 수입 규모 4위 기록

한국산 제품의 수입액은 2015년 기준 46만 6,000 달러로 폴란드의 국가별 수입액 규모에서 4위를 기록함. 하지만 수입액 규모 1위인 독일에 비해 많이 낮은 수치이며, 2013~2015년 한국산 제품의 연평균 성장률은 1.67%로 감소함

표 1.5 HS CODE 1902.30.10 수입 규모

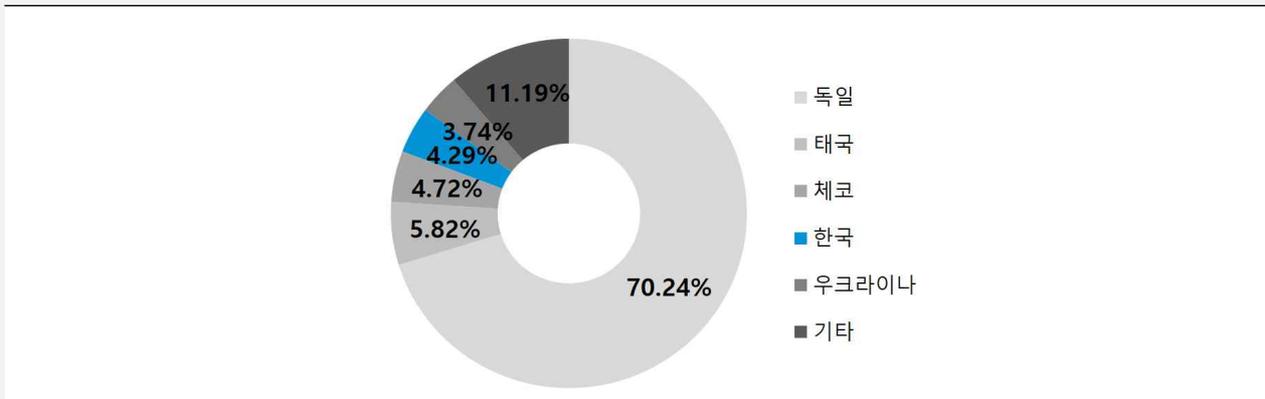
(단위: US달러, %)

수입상대국	2013	2014	2015	2013~2015 연평균성장률
글로벌	5,151,000	5,366,000	10,868,000	45.25%
1 독일	2,317,000	1,923,000	7,634,000	81.52%
2 태국	25,000	737,000	632,000	402.79%
3 체코	298,000	248,000	513,000	31.2%
4 한국	482,000	464,000	466,000	-1.67%
5 우크라이나	1,323,000	989,000	406,000	-44.60%

출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

그래프 1.2 폴란드 국가별 HS CODE 1902.30.10 수입 비중 (2015년)

(단위: %)



출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

4. 폴란드 건조·인스턴트 면 시장규모 및 성장률

시장현황, 2013~2015년 연평균 -5.82% 하락세

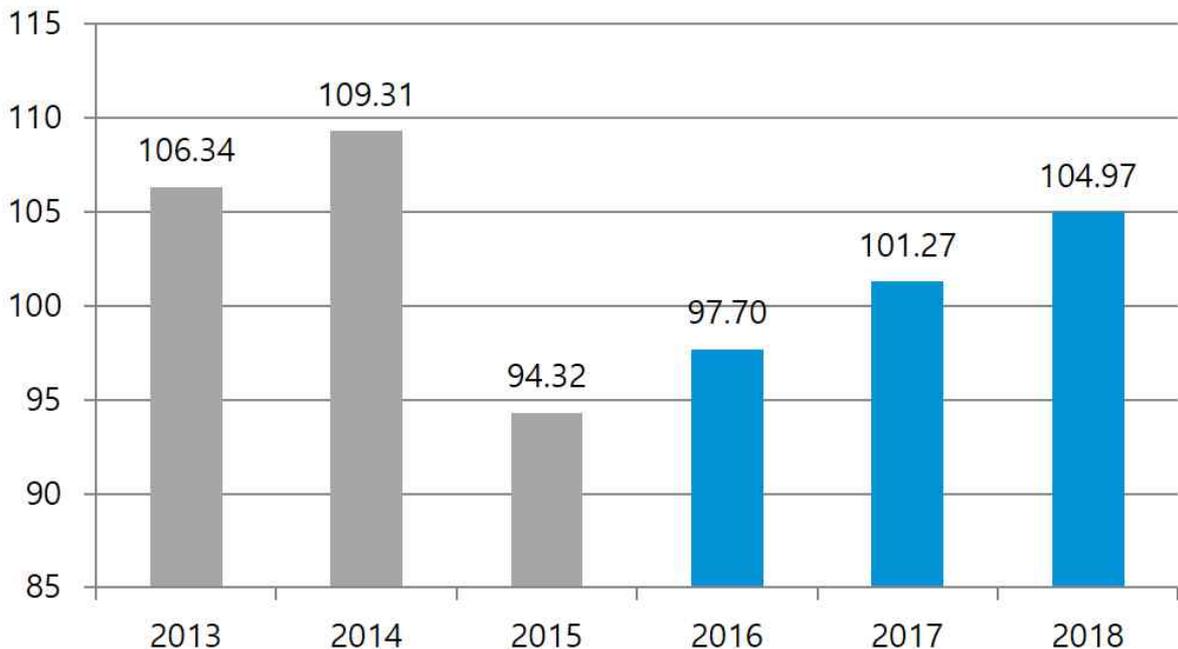
시장조사 전문기관인 Canadean Intelligence에 따르면, 폴란드의 건조·인스턴트 면 시장규모는 2013년 1억 634만 달러에서 2015년 9,432만 달러로 감소함. 2013~2015년 연평균 성장률은 -5.82%를 기록함

하지만, 2015년 이후 폴란드의 20~30대의 젊은 소비층과 1인 가구 소비층을 중심으로 폴란드의 즉석라면을 포함한 인스턴트식품 소비의 성장세가 예상됨

2016년 시장규모는 9,770만 달러로 회복세를 보일 것으로 예측되며, 2018년에는 1억 497만 달러까지 시장규모가 증가할 전망이다. 2016 ~ 2018년 연평균 성장률은 3.65%를 기록할 것으로 예상됨

그래프 1.3 폴란드 건조·인스턴트 면 시장규모

(단위 : US 백만 달러)



※ 2016 ~ 2018년은 전망치

출처 : Canadean Intelligence(intelligence.canadean.com)



Ⅱ. 시장 트렌드

1. 시장 메가 트렌드
2. 소비 트렌드
3. 제품 트렌드
4. 정책 트렌드

시장트렌드 OVERVIEW



시장 메가 트렌드

“폴란드 유기농 식품 성장세”

- 최근 폴란드의 경제가 급성장함에 따라 식습관의 변화로 인해 건강에 대한 관심이 늘어남. 이에 따라 유기농 제품에 대한 수요가 늘어남
- 폴란드의 유기농 식품 시장은 꾸준히 늘고 있으며 2017년에는 약 2억 3,173만 유로를 달성할 것으로 전망됨

소비 트렌드

“폴란드, 글루텐 프리 식품 소비 증가”

- 폴란드의 글루텐 프리 식품 소비의 규모는 2010년 기준 2,200만 달러에서 2015년 2,950만 달러로 꾸준히 증가함
- 폴란드의 주요 유통업체인 Tesco, Biedronka는 늘어나는 글루텐 프리 제품의 수요에 맞춰 글루텐 프리 제품을 추가함

제품 트렌드

“폴란드 매운맛 선호하지 않아”

- 폴란드 현지 방문조사 결과 소비자들은 매운맛을 선호하지 않는 것으로 확인됨

“다양한 국가의 제품 존재”

- 폴란드 현지 방문조사 결과 현재 유통되고 있는 제품의 원산지는 폴란드, 베트남, 독일 등 다양한 것으로 확인됨

정책 트렌드

“폴란드, 새로운 소비세 도입”

- 업체별 월수입 금액에 따른 차별화된 소비세를 도입함. 해당 소비세로 인해 글로벌 유통업체는 지점 확대 계획을 취소하고 있는 추세임

1. 시장 메가 트렌드

폴란드 유기농 식품 시장 성장세

최근 폴란드의 경제가 급성장함과 동시에 식습관의 변화가 생김. 과거 가격을 중시했던 소비문화에서 품질과 브랜드에 대한 관심이 증가함. 또한, 빨라지는 생활속도와 제한적인 신체활동 등으로 인해 비만 문제가 발생함. 이에 따라 점차 건강에 관심을 가지게 되었으며 유기농 식품의 수요가 늘어나 유기농 산업이 빠르게 성장하고 있음. 폴란드 현지 뉴스매체인 WBJ에 따르면, 폴란드의 유기농 식품 시장은 전년대비 20% 성장하여 2015년 약 1억 8,459만 유로를 기록할 것으로 전망함.²⁾ 이 후, 폴란드의 유기농 식품 시장은 꾸준히 성장하여 2017년에는 약 2억 3,173만 유로를 달성할 것으로 예상됨

폴란드 Lodz 대학의 marketing and retailing 부서의 설문조사에 따르면, 응답자 중 68.6%가 유기농 식품을 산다고 대답함.³⁾ 그 중 23.8%는 유기농 식품을 매우 자주 산다고 응답함. 폴란드 내 일반 슈퍼마켓, 대형마트에 유기농 식품 코너를 운영하는 경우가 늘고 있으며 그 규모는 점차 늘어가는 추세임

한편 유기농 식품의 경우 폴란드 농업농촌개발부(Ministry of agriculture and rural development)에서 발행한 에코 마크가 있어야 함. 해당 마크는 농업농촌개발부 장관에게 위임받은 시험인증기관으로부터 인증을 받을 수 있으며 유럽연합의 로고와 동일함

표 2.1 유럽 인증 마크

마크	비고
 Euro Leaf	<ul style="list-style-type: none">- EU에서 관리하는 유기농 인증 마크- 원재료의 95% 이상이 유기농일 때 발행 가능

출처 : Euroleaf (www.euroleaf.org)

2) WBJ, 'Organic food market to grow by PLN 130 million in 2015', 2015.02

3) FOOD navigator, 'Spotlight on Poland's organic food market', 2016.07

2. 소비 트렌드

폴란드, 글루텐 프리 식품 소비 증가⁴⁾

글루텐 프리 제품은 이미 이탈리아, 독일, 영국과 같은 서부 유럽의 국가에서 활성화를 띠고 있으며 점차 동부 유럽으로 유통되고 있음

폴란드의 경우 만성 소화 장애 및 진단을 받은 환자가 늘어남에 따라 식습관의 변화로 매년 글루텐 프리 제품 소비가 증가하고 있음. 식품시장 전문 조사기관인 Just-food에 따르면, 폴란드의 글루텐 프리 식품 소비의 규모가 2010년 기준 2,200만 달러였으나 2015년 2,950만 달러로 증가함

폴란드의 주요 전문 유통업체 중 하나인 Tesco는 최근 늘어나는 글루텐 프리 제품의 수요에 맞춰 글루텐 프리 제품 코너를 확장함과 동시에 글루텐 프리 제품 1,000개를 추가함. Tesco의 대변인은 “글루텐 제품 코너를 추가 확장함으로써 소비자들은 관련 제품을 더 쉽게 찾을 수 있게 되었다.” 고 언급함

한편, 폴란드의 가장 큰 유통업체인 Biedronka도 떡, 소세지와 같은 아이들을 위한 글루텐 프리 제품을 추가함

표 2.2 폴란드 글루텐 프리 제품



Tesco社의 글루텐 프리 파스타



Biedronka社 글루텐 프리 소세지

출처 : 각 기업 사이트

4) Just-food, 'What are the next major markets for gluten-free? Poland touted as one to watch in Europe', 2016.10

3. 제품 트렌드

폴란드, 매운맛 라면 선호하지 않아

폴란드 현지 방문 조사에 따르면, 폴란드의 소비자들은 매운맛은 선호하지 않으며 주로 야채, 치킨, 토마토 소스의 라면을 먹는다고 함. 그 중 토마토 소스 라면이 인기가 제일 높다고 함

폴란드를 포함한 다양한 국가의 제품 존재

현지 방문조사 결과, 라면은 폴란드의 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓에서 구입할 수 있음. 해당 제품은 폴란드산을 포함한 베트남, 독일, 한국 등 다양한 국가의 제품이 존재함

한국 제품의 경우 Auchan에서 구매할 수 있으며 용기형 제품이 많음. 가격이 타사 제품 대비 높은 것으로 확인됨

표 2.3 폴란드에서 유통 중인 라면 제품

Knorr pomidore amore		Kurczak Curry	
			
맛	토마토 소스	맛	치킨 카레
원산지	폴란드	원산지	베트남
가격	1.19즈워티	가격	1.49즈워티
BONASIA CHICKEN FLAVOUR		KIMCHI BOWL SOUP	
			
맛	치킨	맛	김치
원산지	독일	원산지	한국
가격	1.99즈워티	가격	3.28즈워티

출처 : 현지방문조사(Biedronka, Lidl, Auchan), 2016.10

폴란드, 소비세 증가 도입⁵⁾

폴란드 현지 뉴스 매체인 Radio Poland에 따르면, 폴란드 정부는 지난 9월 소비세 관련 차별화된 세금 정책을 도입함. 해당 정책은 2016년 9월 1일부터 시행되며 각 업체별 월수입 금액에 따라 나뉨

해당 조세 정책을 살펴보면, 월수입이 1,700만 즈워티(약 385만 유로) 이하의 유통업체일 경우 소비세를 납부하지 않음. 하지만 1,700만 즈워티 이상 1억 7,000만 즈워티(약 3,855만 유로) 이하의 유통업체의 경우 0.8%의 소비세를 납부하며, 월수입이 1억 7,000만 즈워티를 넘을 경우 1.4%의 소비세를 납부해야 함. 폴란드 정부는 새로운 소비세 정책으로 2017년 약 16억 즈워티를 거둘 것으로 전망함

한편 일부 언론에선 해당 조세 정책이 폴란드 내 글로벌 유통업체에 한정되며 해당 업체들에게만 경제적 타격을 주는 차별적인 정책이라고 언급함. 이에 폴란드 국무총리인 Beata Szydlo는 이러한 사실을 인정함. 그는 흔히 “슈퍼마켓 세금”이라 불리는 해당 조세 정책은 현재 폴란드 내 글로벌 유통업체와 경쟁하는 폴란드 소규모 유통업체에 동등한 권리와 기회를 보장하기 위한 것이라고 언급함⁶⁾

글로벌 경제 매체인 Financial times에 따르면, 폴란드의 새로운 소비세 조세 정책으로 인해 폴란드 내 Jeronimo Martins, Carrefour, Auchan과 같은 글로벌 유통업체는 지점을 확대할 계획을 취소하며 자산규모를 축소할 예정임⁷⁾

5) Radio Poland, 'New retail tax comes into force in Poland' 2016.09

6) Radio Poland, 'International distributors attack new Polish retail tax law', 2016.06

7) Financial times, 'Retailers brace for higher sales tax in Poland' 2016.05



Ⅲ. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW

#1. Unileve Polska SP.zoo

기업타입	제조업	설립년도	1991년	
취급 품목 유형	인스턴트식품	홈페이지	www.unileve.pl	
라면 제품				

#2. VIFON

기업타입	제조업	설립년도	1963년	
취급 품목 유형	인스턴트식품	홈페이지	vifon.com.vn	
라면 제품				

#3. Jeronimo Martins Polska S.A.

기업타입	제조업 및 유통업	설립년도	1792년	
취급 품목 유형	소스류, 인스턴트식품	홈페이지	www.jeronimomartins.pt	
라면 제품				

경쟁사 분석 OVERVIEW

#4. Lidl Polska

기업타입	제조업 및 유통업	설립년도	2001년	
취급 품목 유형	인스턴트식품	홈페이지	www.lidl.pl	
라면 제품				

#5. Auchan Polska

기업타입	제조업 및 유통업	설립년도	1996년	
취급 품목 유형	인스턴트식품	홈페이지	www.auchan.pl	
라면 제품				

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 방법

폴란드 현지 대형 마트에서 판매 중인 라면 제품 제조사 5개사를 경쟁사로 선정함

표 3.1 경쟁사 선정 결과

				
Unilever Polska SP.zoo	VIFON	Jerónimo Martins Polska S.A.	Lidl Polska	Auchan Polska

출처 : 현지방문조사(Biedronka, Lidl, Auchan), 2016.10

표 3.2 방문 매장별 라면 매대

Biedronka		
Lidl		
Auchan		

출처 : 현지방문조사(Biedronka, Lidl, Auchan), 2016.10

2. 경쟁사별 현황 파악



Unilever Polska SP.zoo

Unilever는 1930년에 네덜란드 마가린 회사인 마가린유니와 영국의 레버브라더스 비누 제조업체가 합병해 설립함. 이 후 글로벌 제조업체로 성장하였으며 주로 식품, 화장품, 위생 제품 등을 취급함

현재 네덜란드를 포함한 폴란드, 미국, 중국, 인도 등 다양한 국가에 공장을 두고 있음

표 3.3 기업 개요

기업 유형	제조업
취급 품목 유형	식품, 화장품, 청소 제품 등
국가	폴란드
설립년도	1991
주소	Al. Jerozolimskie 134 Warszawa, 02-305, Poland
전화	+48-22-5706000
직원수	약 3,500명
홈페이지	www.unileve.pl
기타 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 폴란드에 4개의 제조 공장이 있음 - Knoss, Amino Lipotn 등을 포함한 다양한 브랜드를 취급함

출처 : One-source(vention.com), Unilever Polska SP. zoo(www.unileve.pl)

표 3.4 제품 소개

라면			
	Knorr pomidore amore	Amino Faselowa z boczkem	Amino kuchina oilska Pomidorow

출처 : Unilever Polska SP. zoo(www.unileve.pl)

2. 경쟁사별 현황 파악



VIFON

Vifon은 1963년에 베트남에 설립되었으며 주로 인스턴트 라면, 쌀국수 등의 제품을 취급함. 베트남 인스턴트 식품 시장의 20%이상을 점유하고 있으며 베트남 내 500개 이상의 유통망을 보유함

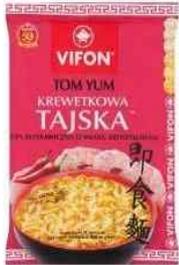
폴란드, 러시아, 미국 등 해외 40개국에 인스턴트 제품을 수출하고 있음

표 3.5 기업 개요

기업 유형	제조업
취급 품목 유형	라면, 쌀국수, 소스 등
국가	베트남
설립년도	1963
주소	913 Truong Chinh Street, Tan Thanh Ward Ho Chi Minh, Viet Nam
전화	+84-08-3815-3933
직원수	약 450명
홈페이지	vifon.com.vn
기타정보	- 1975년부터 베트남 국가 소유의 회사였으나 2005년부터 민영화 됨

출처 : Vifon(vifon.com.vn)

표 3.6 제품 소개

라면				
	KURCZAK ZLOTY	KIM CHI ZUPA BLYSKAWICZNA Z KLUSKAMI	Kurczak Curry	VIFON TOM YUM KREWETKOWA TAJSKA

출처 : Vifon(vifon.com.vn)

2. 경쟁사별 현황 파악

Jerónimo Martins Polska S.A.

Jerónimo Martins는 1792년 설립된 기업으로, 포르투갈을 중심으로 폴란드, 콜롬비아의 제품 유통을 함.



Jerónimo Martins는 폴란드의 가장 큰 유통업체인 Biedronka를 인수함. Biedronka는 폴란드 내 2,673개의 매장이 있으며 500개가 넘는 파트너사를 보유하고 있음. Jerónimo Martins는 그 외에도 폴란드의 드럭스 스토어 Hebe와 Apteka Na Zdrowie라는 약국 매장을 보유함

표 3.7 기업 개요

기업 유형	제조업 및 유통업
취급 품목 유형	육류, 유제품류, 가공식품 등 다양한 제품
국가	포르투갈
설립년도	1792
주소	Rua Actor António Silva nº 7 Lisboa, 1649-033 Portugal
전화	+351-21-7532000
직원수	89,027명
홈페이지	www.jeronimomartins.pt
기타정보	- 보유 유통업체 : 포르투갈 - Pingo Doce, Recheio 폴란드 - Biedronka, Hebe, Apteka Na Zdrowie 콜롬비아 - Ara

출처 : Jerónimo martins(www.jeronimomartins.pt)

표 3.8 폴란드 Jerónimo Martins Polska S.A. 보유 유통업체

Biedronka	Hebe	Apteka Na Zdrowie

출처 : Jerónimo martins(www.jeronimomartins.pt)

2. 경쟁사별 현황 파악

Lidl Polska



Lidl은 1930년 독일에 설립되었으며 이 후, 프랑스를 시작으로 폴란드, 그리스, 스페인 등 유럽 전역으로 지점을 확대함

Lidl Polska는 페이스북, 인스타그램, 유튜브 등 SNS를 이용한 제품 홍보 및 커뮤니케이션에 힘쓰고 있음. 최근 Lidl Polska의 페이스북 정식 페이지는 팔로우 수 100만 명을 달성함

표 3.9 기업 개요

기업 유형	제조업 및 유통업
취급 품목 유형	식품, 의류, 기계 등 다양한 품목
국가	폴란드
설립년도	2001
주소	Jankowice , Ul. Poznanska 135 Tarnowo Podgórne, 62-080, Poland
전화	+48-61-8967647
직원수	약 15,000명
홈페이지	www.lidl.pl
기타 정보	- 페이스북, 인스타그램, 유튜브를 통해 제품을 홍보하고 있음 - 홈페이지를 통해 자사 제품을 활용한 레시피를 소개하고 있음

출처 : One-source(vention.com), Lidl polska(www.lidl.pl)

표 3.10 제품 소개

라면			
	sunpei Zupa dnia o smaku kurczaka	Mikado QBEK puree ziemniaczane z warzywami I mieso mielonym	Mikado QBEK makaron z sosem bolonskim

출처 : 현지방문조사(Lidl) 2016.10

2. 경쟁사별 현황 파악

Auchan Polska



Auchan은 1961년 프랑스에서 설립된 기업으로 이탈리아, 스페인, 포르투갈, 폴란드, 중국 등 15개국에 지점이 있음. 15개국 지점의 총 직원수는 2011년 기준 약 269,000명이며 점포수는 3,051개임

Auchan Polska는 60,000개가 넘는 제품을 취급하고 있음. 이 중 약 630개의 제품은 Auchan의 고유 브랜드 제품이며 절반이상이 The Raised thumb임

표 3.11 기업 개요

기업 유형	제조업 및 유통업
취급 품목 유형	식품, 생활용품, 가전제품 등 다양한 품목
국가	폴란드
설립년도	1996
주소	Ul Pulawska 46 Piaseczno Warsaw, 05-500, Poland
전화	+48-22-7038200
직원수	N/A
홈페이지	www.auchan.pl
기타 정보	- 보유 브랜드 제품 : Raised thumb, Auchan, Lazer

출처 : One-source(vention.com), Auchan Polska(www.auchan.pl)

표 3.12 Auchan Polska 보유 브랜드

Raised thumb	Auchan	Lazer

출처 : Auchan Polska(www.auchan.pl)



IV. 경쟁제품 현지조사

1. 분석 제품 및 기준
2. 중량 및 가격 정보
3. 포장용기 정보
4. 현지조사 및 온라인조사 데이터

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW



출처 : 현지방문조사(Biedronk, Lidl, Auchan), 2016.10

분석 제품 상세

제품 이미지					
제품명	Knorr pomidore amore	KURCZAK ZŁOTY	Culineo Gmaczna Porcja Rosol	Mikado QBEK makaron z sosem bolonskim	kurczaka I curry
원산지	폴란드	베트남	폴란드	폴란드	프랑스
제조사	Unilever Polska Sp.zoo	VIFON	Jeronimo Martins Polska S.A.	Lidl Polska	Auchan
포장 형태	파우치형	파우치형	파우치형	용기형	파우치형
포장 용기	비닐	비닐	비닐	플라스틱	비닐
진공 포장	○	○	○	○	○

분석 지표 : 가격, 중량, 포장형태, 원산지

분석 제품 : 현지 유통매장 방문 후 확보한 5개사 5개 제품

지표별 결과 값 활용 방안 : 지표별 평균 값 및 최소·최대 값 확인으로, 현지 시장 진출 시 제품 현지화(R&D) 가능

1. 분석 제품 및 기준

현지 매장 3곳 방문을 통해 5개 선정

경쟁 제품



Knorr pomidore amore



KURCZAK ZŁOTY



Culineo Gmaczna Porcja Rosol



Mikado QBEK makaron z sosem bolonskim



kurczaka I curry

표 4.1 방문 매장

매장명	주소	방문일시
Biedronka	Ul. Przemyslowa 6, Skawina, Poland	2016.10.13
Lidl	Mogilska 116, 31-445, Poland	2016.10.13
Auchan	Kamieńskiego 11, Kraków, Poland	2016.10.13

출처 : 현지방문조사(Biedronka, Lidl, Auchan), 2016.10

표 4.2 분석 제품 및 기준

제품명	제조사
Knorr pomidore amore	Unilever Polska Sp.zoo
KURCZAK ZŁOTY	VIFON
Culineo Gmaczna Porcja Rosol	Jeronimo Martins Polska S.A.
Mikado QBEK makaron z sosem bolonskim	Lidl Polska
kurczaka I curry	Auchan

▶ 분석기준 : 제품 상세 스펙에서 공통적으로 확인되는 100g 당 가격(유로), 중량, 포장형태, 원산지 등 총 4가지 항목을 분석함

출처 : 현지방문조사(Biedronka, Lidl, Auchan), 2016.10

2. 중량 및 가격 정보

5개 경쟁제품의 평균중량 62.4g, 10g 당 평균가격 0.19즈워티⁸⁾

5개 경쟁제품의 평균중량은 62.4g으로 나타났으며, 10g 당 평균 가격은 0.19즈워티임

조사된 5개 경쟁제품의 가격은 0.67 ~ 1.69즈워티 범위이며, 중량은 56g부터 70g까지 다양한 형태로 판매되고 있었음

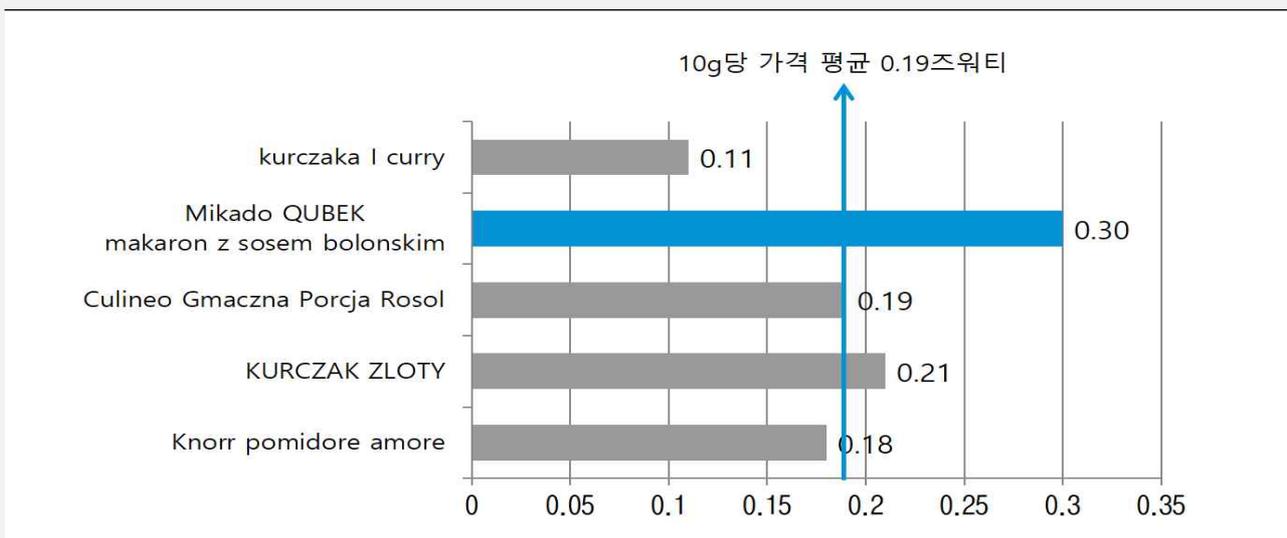
Mikado QUBEK makaron z sosem bolonskim 제품의 10g 당 가격이 0.30즈워티로 가장 높으며, Auchan社의 보유 브랜드인 Raised thumb의 kurczaka I curry 제품이 10g 당 0.11즈워티로 가장 저렴함

표 4.3 가격 비교

제품명	중량(g)	가격(즈워티)	10g 당 가격(즈워티)
Knorr pomidore amore	65	1.19	0.18
KURCZAK ZLOTY	70	1.49	0.21
Culineo Gmaczna Porcja Rosol	61	1.19	0.19
Mikado QUBEK makaron z sosem bolonskim	56	1.69	0.30
kurczaka I curry	60	0.67	0.11

출처 : 현지방문조사(Biedronka, Lidl, Auchan), 2016.10

표 4.4 10g당 가격 비교 및 평균 가격 도출



출처 : 현지방문조사(Biedronka, Lidl, Auchan), 2016.10

8) 1즈워티 = 285.61원(KEB 하나은행 고시기준, 2016.10.19)

3. 포장용기 정보

봉지라면 제품의 비율이 더 많아

실제 판매 중인 경쟁 제품 5개중 4개가 봉지형태의 포장이 되어 있으며 1개가 컵라면 형태로 되어있음. 현지조사원 방문 결과, 평균적으로 컵라면 제품의 가격이 봉지라면 제품의 가격보다 더 비싼 것으로 확인됨

유통기한 만기일자 최장 2018년 7월까지

경쟁제품은 유통기한이 만기일자 형태로 기재되어 있음. 현지조사원 방문일자⁹⁾를 고려하여 추정이 가능하나, 정확한 제조일자를 파악할 수 없어 정확한 유통기한 비교가 어려움

유통기한 만기일자가 제일 짧은 것은 2017년 8월까지였으며 kurczaka I curry 제품과 Mikado QUBEK makaron z sosem bolonskim 제품임. 만기일자가 제일 긴 제품은 KURCZAK ZLOTY였으며 2018년 7월까지임

표 4.5 패키지 샘플 (경쟁제품 분석)

봉지라면 제품		컵라면 제품	
---------	---	--------	---

출처 : 현지방문조사(Biedronka, Lidl, Auchan), 2016.10

표 4.6 유통기한 비교

제품명	유통기한
Knorr pomidore amore	2017. 09
KURCZAK ZLOTY	2018. 07
Culineo Gmaczna Porcja Rosol	2017. 09
Mikado QUBEK makaron z sosem bolonskim	2017. 08
kurczaka I curry	2017. 08

출처 : 현지방문조사(Biedronka, Lidl, Auchan), 2016.10

9) 현지조사원 방문일자 : 2016년 10월 13일

4. 현지조사 및 온라인조사 데이터

현지 조사 및 온라인 조사 정보

폴란드 현지 유통매장 방문을 통해 조사된 제품의 기본 스펙 및 취급업체 정보를 다음과 같이 제공함

구분	제품 #1	제품 #2	
제품 이미지			
			
제품스펙	제조사명	Unilever Polska Sp.zoo	VIFON
	제품명	Knorr pomidore amore	KURCZAK ZLOTY
	중량(g)	65	70
	10g당 가격 (즈위티)	0.18	0.21
	포장용기	비닐	비닐
	원산지	폴란드	베트남
	원료	밀가루, 밀, 토마토 즙, 액상포도당	밀가루, 야자유, 마늘, 닭고기 지방, 레드살롯, 마늘
	유통기한	2017. 09	2018. 07
취급처	판매확인매장	Biedronka	Biedronka

출처 : 현지방문조사(Biedronka, Lidl, Auchan), 2016.10

4. 현지조사 및 온라인조사 데이터

구분		제품 #3	제품 #4	제품 #5
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)			
	제품 이미지 (뒷면)			
제품 스펙	제조사명	Jeronimo Martins Polska S.A.	Lidl Polska	Auchan
	제품명	Culineo Gmaczna Porcja Rosol	Mikado QBEK makaron z sosem bolonskim	kurczaka I curry
	중량(g)	61	56	60
	10g당 가격(즈위티)	0.19	0.30	0.11
	포장용기	비닐	플라스틱	비닐
	원산지	폴란드	폴란드	프랑스
	원료	밀가루, 야자유, 전분, 파슬리, 양파, 리크, 닭고기 지방	밀, 토마토 가루, 옥수수 가루, 양파, 파슬리, 효모추출액	밀가루, 야자유, 마늘, 당근, 양파, 리크, 감자전분, 후추
	유통기한	2017. 09	2017. 08	2017. 08
취급처	판매확인매장	Biedronka	Lidl	Auchan

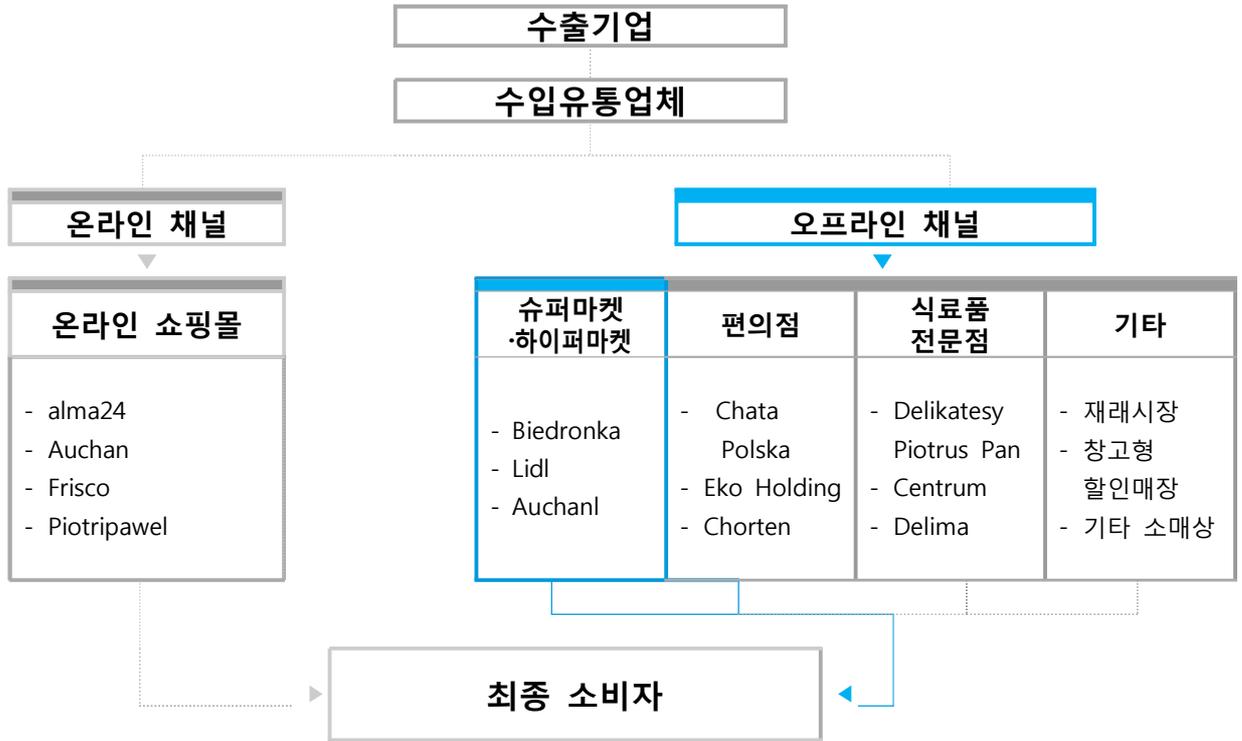
출처 : 현지방문조사(Biedronka, Lidl, Auchan), 2016.10



V. 유통구조 현황

1. 현지 유통구조 map
2. 추천 진출 경로

1. 현지 유통구조 map



출처 : ECommerce News(www.ecommercenews.eu)

유통구조	특징
슈퍼마켓 ¹⁰⁾ ·하이퍼마켓 ¹¹⁾ (Supermarket·Hypermarket)	- 식료품 유통은 소비자들의 가정과 인접성이 우수한 슈퍼마켓의 비율이 가장 높음
할인점 ¹²⁾	- 2014년 기준 27%로 슈퍼마켓·하이퍼마켓에 이어 시장규모 2위를 차지함
식료품 전문점	- 2015년 기준 2억 9,733만 달러로 편의점에 이어 라면 시장규모 3위를 차지함
온라인 쇼핑몰	- 폴란드 전자상거래 시장은 2009년부터 2014년 까지 안정적으로 증가해 2009년 25억 유로에서 2014년 62억 유로로 증가함
기타 ¹³⁾	- 재래시장, 창고형 할인매장, 기타 소매상 등이 포함됨

출처 : 캐나다 농업농산식품부 (<http://www.agr.gc.ca>)

10) 슈퍼마켓(Supermarket) : 일용잡화류를 판매하는 소매점으로 보통 면적은 280 ~ 2,300㎡임

11) 하이퍼마켓(Hypermarket) : 일용잡화류외의 가전제품 등의 공산품도 판매하며 가격이 저렴한 것이 특징임. 보통 면적은 2,300㎡ 이상임

12) 할인점(Discount Store) : 셀프서비스에 의한 대량판매방식을 이용하여 시중보다 낮은 가격으로 판매함

13) 기타(Other) : 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 온라인 쇼핑몰, 식료품 전문점을 제외한 유통채널

2. 추천 진출 경로

폴란드 유통구조 현황

폴란드 유통구조에서는 가격경쟁력이 가장 중요한 요인임. 소비자들은 가격에 예민하여 식료품을 선택할 때 가격을 우선적으로 판단하는 모습을 보임.

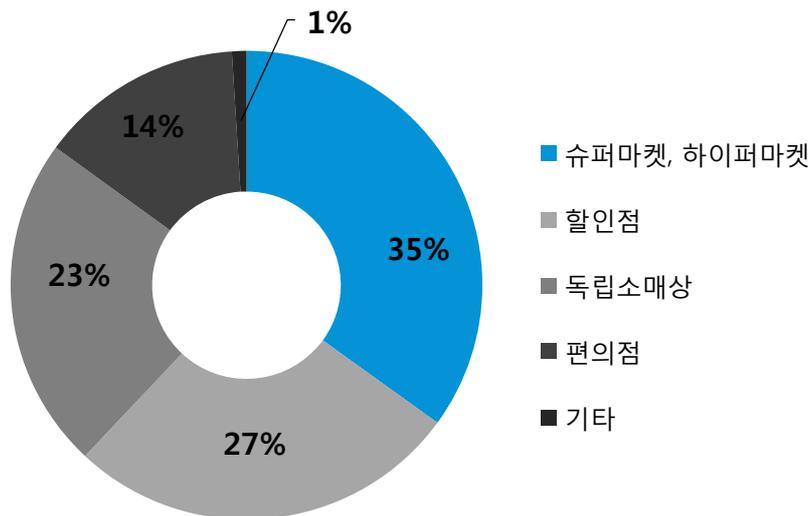
글로벌 유통기업 및 전국적 체인망을 가진 상위 3대 유통기업의 매출이 전체 60%를 차지하여 대형 유통기업 위주의 유통구조를 보임. 또한 유통기업 간 경쟁이 치열하여 업체별로 가격마진을 줄여 합리적인 가격을 제시하고 할인 프로모션을 진행하는 상황임. 특화된 품목에 집중하여 판매하는 Specialized shop 보다는 다량, 다종을 판매하는 Super Market이나 Hyper Market이 우위를 점하고 있는 유통 구조임

추천 진출루트 : 슈퍼마켓·하이퍼마켓

식료품의 주요 유통경로는 소매상, 식품 전문 슈퍼마켓, 대형할인매장 등이 있으며 소비자들의 가정과의 인접성이 우수한 슈퍼마켓을 통한 유통이 비율이 가장 높음

그래프 5.1 폴란드 유통채널 별 식품시장 점유율 (2014년)

(단위: %)



출처 : 캐나다 농업농산식품부 (<http://www.agr.gc.ca>)



VI. 유통업체 현황

1. 주요 유통채널 개관
2. 주요 유통채널 이슈
3. 유통업체별 개요
 - Biedronka
 - Lidl
 - Auchan

유통업체 현황 OVERVIEW

주요 유통경로



주요 유통업체 리스트(슈퍼마켓 · 하이퍼마켓)

No.	유형	이름	특징
1	슈퍼마켓 · 하이퍼마켓	Biedronka	Biedronka는 폴란드에서 1955년 설립되었으며 폴란드 내 가장 많은 점포를 가지고 있음. 자체 유통시스템을 통해 고객에게 신선한 제품을 제공함
2		Lidl	1930년 독일에서 설립된 이후 유럽 전역으로 점포를 확장한 식료품 유통체인임. 제품 디스플레이를 최소화해 낮은 가격으로 최고의 품질을 제공함
3		Auchan	1961년 프랑스에서 설립된 이후 1996년 폴란드 바르샤바에 첫 매장을 열었음. 건강하고 균형잡힌 식사를 통해 고객들의 삶의 질을 개선하고자 함

출처 : Biedronka(www.biedronka.pl), Lidl(www.lidl.pl), Auchan(www.auchan.pl)

주요 유통업체 매장 특징

유통업체	운영현황
Biedronka 	2015년 기준 92억 유로의 매출을 기록했으며 현재 2673개의 매장을 운영 중임
Lidl 	28개국에 14,000개 매장을 운영 중이며 폴란드에서는 2014년 기준 1,100만 유로의 매출액을 기록했음
Auchan 	폴란드 내에 109개 매장을 운영하고 있음

출처 : Biedronka(www.biedronka.pl), Lidl(www.lidl.pl), Auchan(www.auchan.pl)

1. 주요 유통채널 개관

슈퍼마켓이 주요 유통채널

식료품의 주요 유통경로는 소매상, 식품 전문 슈퍼마켓, 대형할인매장 등이 있으며 소비자들의 가정과 인접성이 우수한 슈퍼마켓을 통한 유통 비율이 가장 높음

폴란드의 주요 유통체인들은 직접 제품을 수입하지 않고 현지 수입상과 도매상에게 제품을 공급받고 있는 것으로 나타남, Auchan의 경우 독립적인 수입 부서를 운영하고 있지만 대부분 유통업자의 경우 수입상에게 의존하고 있음. 수입상들은 복합적인 제품을 취급하기 보다 개별 제품군으로 분리되어 있음

슈퍼마켓·하이퍼마켓에 이어 활성화되어 있는 식료품 유통채널은 할인점, 독립소매상이 있음. 할인점의 점유율은 27%로 대량판매를 통해 가격이 저렴한 점이 유통채널로써 선호되는 주요 요인인 것으로 판단됨

표 6.1 폴란드 주요 유통채널 현황(2013년)

(단위 : 개)

구분	진출년도	매장 수
Biedronka	1995	2,673
Lidl	N/A	590
Auchan	1996	109

출처 : Biedronka(www.biedronka.pl), Lidl(www.lidl.pl), Auchan(www.auchan.pl)

2. 주요 유통채널 이슈

Biedronka, 식료품 자판기 개발¹⁴⁾

Biedronka는 식료품 자판기 개발 중에 있음. 우유, 치즈, 달걀이나 사료와 같은 필수적인 식료품을 제공하며 24시간 사용 가능하도록 만들 계획임. 가게와 거리가 있는 곳의 고객이 편히 이용할 수 있도록 여행지나 캠퍼스, 주유소와 같은 장소에 비치할 예정이며 현재 Wroclaw의 한 가게에서 시범운영 중임. 이러한 서비스 개발은 Lidl와 같은 경쟁업체와의 가격할인 경쟁에서 벗어나 새로운 유통채널을 구축하기 위한 시도로 보여짐

Lidl, 새로운 자사 브랜드 출시¹⁵⁾

Lidl은 새로운 제품 라벨 ‘Polska smakuje’ (Poland tastes good)을 출시했음. 이 라벨을 부착한 제품은 플럼 브랜드, 송아지고기 만두, 소시지와 같은 폴란드 전통 음식 등임. 저렴한 가격과 뛰어난 맛을 토대로 애국심을 강조해 소비자들에게 선보일 계획임

Auchan, 자사전용 물류센터 설립으로 물류시스템 개선¹⁶⁾

Auchan은 자사전용 물류유통센터를 설립함. 과거 식품과 비식품으로 나누어 두 개의 창고에 물품을 보관했으나 이번에 설립된 물류유통센터로 이를 통합하게 됨. 이로써 북부지역에 물류를 원활하게 공급할 수 있게 되었으며, 라벨링 작업을 개선하고 크로스도킹 (Cross-Docking) 작업을 시작함으로써 효율적인 물류관리가 가능해짐

14) Fact24, ‘Biedronka zaskakuje! Automatyczne zakupy całą dobę!’, 2016.04.22

15) Dlahandlu, ‘Lidl z nową marką "Polska Smakuje w Lidlu’’, 2016.05.04

16) Portal Spozywczy, ‘Auchan wybiera dedykowane usługi logistyczne’, 2016.03.31

3. 유통업체별 개요 – Biedronka

Biedronk, 로컬 매장으로 폴란드 식료품시장 석권

Biedronka는 폴란드에서 가장 큰 소매 네트워크임. 폴란드 서민층이 주로 이용하는 저가 중소형 마트로, 타 중소형 마트보다 인스턴트, 가공류 제품들의 비중이 크며 제품의 90%가 폴란드산임

표 6.2 매장 정보

기업 정보	매출액	2015년 기준 92억 유로	
	직원수	2016년 기준 55,000명	
	점포수	2016년 기준 2,673개 매장	
	주소	Skr. Pocz. nr 1838, Wrocław, 50-385, Poland	
	전화	+48-22-2053300	
주요 판매품목		식료품 전반	
한국산 취급여부		취급 안 함	
매장 전경			
			
라면 판매현황			

출처 : Biedronka(www.biedronka.pl)

표 6.3 Biedronka 전자 카탈로그



출처 : Biedronka(www.biedronka.pl)

3. 유통업체별 개요 – Lidl

Lidl, 강력한 프로모션으로 가격경쟁력 확보

Lidl은 Lidl Stiftung & Co. KG의 자회사로 유럽 최대 식품 소매 체인임. 제품 디스플레이에 소요되는 인력과 비용을 절감함으로써 마진을 최소화한 것이 특징이며 다양한 제품을 신선하게 공급함. 매주 목요일, 월요일마다 프로모션을 제공해 가격경쟁력을 높임

표 6.4 매장 정보

기업 정보	매출액	2014년 기준 1,100만 유로	
	직원수	2016년 기준 14,000명	
	점포수	2016년 기준 590개 매장	
	주소	UL. Poznańska 48, Jankowice, 62-080 Tarnowo Podgórne	
	전화	+48-800-500777	
주요 판매품목		식료품 전반	
한국산 취급여부		취급 안 함	
매장전경		 	
라면 판매현황		 	

출처 : Lidl(www.lidl.pl)

표 6.5 Lidl 전자 카탈로그



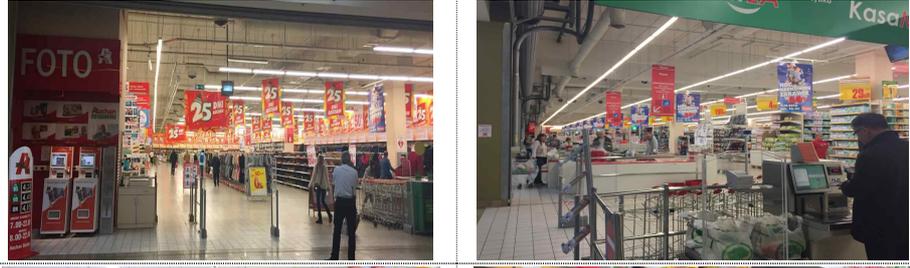
출처 : Lidl(www.lidl.pl)

3. 유통업체별 개요 – Auchan

Auchan, 폴란드 주요 식료품 대형체인

Auchan의 모기업은 Groupe Auchan S.A.으로, 폴란드에는 1996년 첫 매장이 설립됨. 현재 폴란드의 주요 대형체인 중 하나로, 하이퍼마켓인 Auchan과 온라인 쇼핑몰인 Auchan Direct, 슈퍼마켓으로는 Simply Mart를 운영하고 있음

표 6.6 매장 정보

기업 정보	매출액	2015년 기준 261억 유로	
	직원수	N/A	
	점포수	2016년 기준 109개 매장	
	주소	Ul Pulawska 46 Piaseczno, Warsaw, 05-500, Poland	
	전화	+48-22-7038200	
주요 판매품목	식료품 전반		
한국산 취급여부	취급함		
매장전경			
라면 판매현황			

출처 : Auchan(www.auchan.pl)

표 6.7 Auchan 전자 카탈로그



출처 : Auchan(www.auchan.pl)

※ 참고 사이트

1. 한국 관세청	www.customs.go.kr
2. EU관세동맹	www.ec.europa.eu
3. 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
4. International Trade Centre	www.trademap.org
5. Biedronka	www.biedronka.pl
6. Lidl	www.lidl.pl
7. Auchan	www.auchan.pl
8. Ecommerce News	www.ecommercenews.eu
9. 캐나다 농업농산식품부	www.agr.gc.ca

※ 참고 문헌

1. Poland Retail Food Sector	USDA Foreign Agricultural Service	2016
------------------------------	-----------------------------------	------
