



No. 2022-120
품목 과채주스(Fruit and vegetable juice)
HS CODE 2202.99
국가 프랑스(France)



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

I	경쟁제품	3
	1. 경쟁제품 선정 2. 유통 현황	
II	경쟁사	25
	1. 경쟁사 선정	
III	경쟁력 파악	29
	1. 가격 경쟁력 분석 2. 벤치마킹 제품 분석	
IV	업체 인터뷰	34
	1. 판매 업체 인터뷰	
V	시사점	37
	1. 수출 확대 방안 2. 참고 문헌	

I

경쟁제품



01

경쟁제품 선정

지원 기업 품목 분석

지원 기업의 제품은 주스 드링크 제품으로, 비건 제품임

(제품 유형) 종이상자에 포장된 파우치형 주스 드링크

(맛) 당근+감귤

(용량) 100ml*10개

(패키지) 종이상자/폴리에틸렌 파우치, 인박스 규격 170*100*180mm

(인증) FDA 등록 승인, EU V-Label 마크, FSC 인증

제품명	비건 비타민 주스		
이미지			
제품 유형	주스 드링크	인증	FDA, EU V-Lable, FSC
용량	100ml	포장 형태 및 재질	종이상자/폴리에틸렌 파우치
주요 성분	당근 착즙액, 감귤 착즙액, 백포도 시럽, 프락토올리고당 등	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 설탕과 정제수를 첨가하지 않아 원액에 가까운 진한 맛이 남 - NFC 방식으로 착즙 - 한 팩당 1800IU의 비타민D 첨가

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

주요 유통채널

Euromonitor에 따르면, 2021년 프랑스 전체 식품 유통채널 매출액은 2,920억 390만 유로(약 395조 9,962억 원)를 기록함

- 그 중 '하이퍼마켓/슈퍼마켓' 채널이 약 53.8%의 점유율로 1위 자리를 차지했으며, 이어서 온라인(19.0%), 전통식 유통채널(16.6%)이 2, 3위를 차지함

표 1 프랑스 식품 소매유통채널 점유율(2021년)

(단위: %)



자료: Euromonitor International, 농수산식품유통공사

1. 하이퍼마켓/슈퍼마켓

하이퍼마켓/슈퍼마켓은 현지 소비자들이 가장 많이 이용하는 소매유통채널임. 각 브랜드는 오프라인 매장뿐 아니라 온라인 매장을 함께 운영하고 있으며, 특히 코로나19 이후 오프라인 매장 이용률이 감소하면서 온라인 매장 이용이 크게 활성화됨

- 최근에는 지속 가능한 소비 트렌드를 반영하기 위해 유기농 전문 브랜드를 인수하거나 공정무역 거래 제품을 취급하는 등의 전략을 채택함

Statista에 따르면, 2021년 프랑스 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액은 1,571억 7,380만 유로(약 213조 1,870억 원)를 기록함

- 르클레어(Leclerc)가 2021년 4월 기준 22.1%의 시장점유율로 1위를 차지했고, 까르푸(Carrefour)가 20.0%, 르무스케떼어(Les Mousquetaires)가 15.8%로 뒤를 이음



표 2

프랑스 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 상점

순위	기업명	시장점유율(2021년 4월)
1	르플레어(Leclerc)	22.1%
2	까르푸(Carrefour)	20.0%
3	르무스께떼어 (Les Mousquetaires)	15.8%
4	시스템므위(Systeme U)	11.2%

자료: Statista

2. 편의점

프랑스 유통업계는 소비자 접근성을 높이기 위해 도심 및 주거 지역 인근에 편의점 형태의 소규모 매장을 열고 그 수를 점차 늘려가고 있음. 코로나19 이후로는 비대면 서비스를 제공하는 무인편의점과 클릭앤컬렉트 서비스를 도입하는 등 다양한 기술을 활용해 업계 점유율을 높이기 위해 노력 중임

Euromonitor에 따르면, 프랑스 편의점 매출액은 2020년에 88억 2,580만 유로(약 11조 9,874억 원)를 기록했으며, 2021년에는 87억 450만 유로(약 11조 8,108억 원)를 기록함
 - 까르푸가 2020년 전체 매출액의 50.0%를 차지하며 점유율 1위 자리를 차지했으며, 2위는 48.2%를 차지한 카지노귀샤드페라송임

3. 온라인

프랑스 온라인 전자상거래는 코로나19 이후 노년층 인구의 유입으로 크게 활성화됨. 커브사이드픽업¹⁾ 서비스나 기타 배송 서비스가 인기를 끌면서 성장세가 지속 유지될 것으로 전망됨

Statista에 따르면, 2022년 9월 프랑스 소비자의 1/3이 오프라인보다 온라인에서 제품을 구매한다고 응답함. 2021년 프랑스 전자상거래 매출액은 1,290억 유로(약 175조 1,300억 원)를 기록했으며, 이는 전년 대비 15% 증가한 규모임
 - 2021년 프랑스 이커머스(e-commerce) 웹사이트별 수익 규모 1위는 아마존으로, 59억 300만 달러를 기록함
 - 이어서 cdiscount가 20억 6,600만 달러, veepee가 19억 9,700만 달러를 기록함

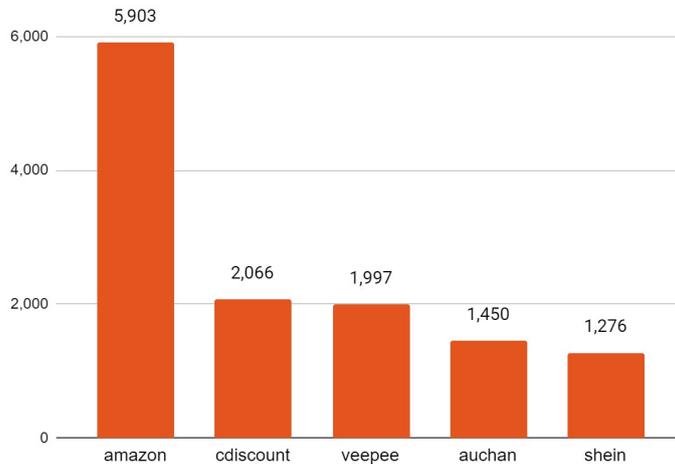
1) 차량이나 오토바이, 자전거를 잠시 댈 수 있는 공간에서 판매자와 고객이 만나 상품을 주고 받는 것을 뜻함. 고객은 차에서 내릴 필요 없이 지정된 장소에서 상품을 받을 수 있음



그림 1

프랑스 전자상거래 웹사이트별 수익 규모(2021년)

(단위: 백만 달러)



자료: Statista

Statista에 따르면, 2022년 5월 프랑스 온라인 식료품 사이트 가운데 가장 많은 방문자 수를 기록한 사이트는 carrfour(까르푸)로, 방문 비율 23.9%를 기록함. 이어서 lidl과 leclercdrive가 각각 15.3%, 14.0%로 2, 3위를 차지함



표 3

프랑스 주요 온라인 식료품 상점 방문 비율

순위	기업명	온라인 유통채널 방문 비율(2022년 5월)
1	carrfour.fr	23.9%
2	lidl.fr	15.3%
3	leclercdrive.fr	14.0%

자료: Statista

유통채널 선정

지원 기업의 제품 특성을 고려해 프랑스 시장 내 비건 전문 유통채널을 포함해 슈퍼마켓, 백화점 식품관 등 오프라인 매장 현지조사를 진행함

온라인 유통채널의 경우 Naturalia, 까르푸 등 비건 유기농 제품을 취급하는 주요 사이트를 조사함

02 유통 현황

오프라인 유통채널 조사 결과

지원 기업 제품이 비건 디저트 타입의 비타민 주스이므로 비건 혹은 친환경 소비를 지향하는 유통 매장을 조사함

- 파리 시내에서 쉽게 찾아볼 수 있는 비건 및 친환경 제품 전문 마트 체인 Naturalia, 친환경 식품 전문 코너를 꾸리고 있고 친환경 PB 식품을 판매하고 있는 마트 체인 Monoprix, 질 좋은 식재료와 고급 식품, 향신료 등을 판매하는 Galeries Lafayette의 식품관을 조사 매장으로 선정함



표 4

프랑스 비건 비타민 주스 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	Monoprix	Naturalia	Galeries Lafayette
Innocent 비타민 & 면역 보강 과일 주스	○		
Innocent 무가당 과일 스무디	○		
Monoprix 비타민 A&C 주스	○		
Monoprix 비타민 C&E 디톡스 주스	○		
Voelkel Multi Nature 주스		○	
Innocent 무가당 과일 스무디			○
Be Green! Organic 주스			○

자료: 현지조사원

오프라인 유통 매장



표 5

Monoprix

<p>개요</p>	 <p>- 모노프릭스는 700개 이상의 브랜드가 입점한 슈퍼마켓 채널로, 프랑스 전역에서 쉽게 찾아볼 수 있음</p> <p>조사 제품 현황: Innocent Zest Défense 비타민 & 면역 시스템 보강 과일 주스, Innocent 무가당 과일 스무디, Monoprix 비타민 A&C 주스, Monoprix 비타민 C&E 디톡스 주스</p>
<p>매장 정보</p>	 <p>101 Rue Berger, 75001 Paris</p>
<p>매장 내부 전경</p>	



표 6

Naturalia

I

경쟁제품

개요

NATURALIA

- Naturalia는 비건과 친환경 제품을 전문으로 취급하는 마트 체인점으로 파리 시내에서 쉽게 찾아볼 수 있음

조사 제품 현황: Voelkel Multi Nature 주스

매장 정보



11/13 Rue Montorgueil, 75001 Paris

매장 내부 전경





표 7

Galleries Lafayette Le Gourmet

I

경쟁제품

<p>개요</p>	 <ul style="list-style-type: none"> - 프랑스의 가장 큰 백화점인 갤러리 라파예트의 식품 전문 브랜드로, 지하 1층에 위치해 있음 - 특히 베이킹 디저트 종류가 유명함 <p>조사 제품 현황: Innocent 무가당 과일 스무디, Be Green! Organic 주스</p>
<p>매장 정보</p>	 <p>35 Bd Haussmann, 75009 Paris</p>
<p>매장 내부 전경</p>	

오프라인 경쟁제품 판매 현황

비건 및 친환경 제품 전문 마트 체인 Naturalia, 친환경 식품 전문 코너를 꾸리고 있고 친환경 PB 식품을 판매하고 있는 마트 체인 Monoprix, 질 좋은 식재료와 고급 식품, 향신료 등을 판매하는 Galeries Lafayette 백화점의 식품관 Galeries Lafayette Le Gourmet을 조사함

구분	제품 1	제품 2
이미지 앞면		
이미지 뒷면		
원산지	영국	영국
제품명	Innocent Zest Défense 비타민 & 면역 시스템 보강 과일 주스	Innocent 무가당 과일 스무디
제조사	Innocent	Innocent
포장형태	플라스틱 병	플라스틱 병
조사매장	Monoprix	Monoprix
가격	3.59유로(약 4,800원)	3.59유로(약 4,800원)
중량	750ml	750ml
성분	오렌지, 당근, 굴, 레몬, 생강	망고, 패션후르츠, 사과

자료: 현지조사원(2022.09)

구분	제품 3	제품 4
이미지 앞면		
원산지	프랑스	프랑스
제품명	Monoprix 비타민 A&C 주스	Monoprix 비타민 C&E 디톡스 주스
제조사	Monoprix	Monoprix
포장형태	플라스틱 병	플라스틱 병
조사매장	Monoprix	Monoprix
가격	1.99유로(약 2,700원)	2.29유로(약 3,000원)
중량	1ℓ	1ℓ
성분	오렌지, 사과, 당근, 망고	사과, 석류, 비트, 크랜베리

자료: 현지조사원(2022.09)

구분	제품 5	제품 6
이미지 앞면		
원산지	영국	스페인
제품명	Innocent 무가당 과일 스무디	Be Green! Organic 주스
제조사	Innocent	Be Green!
포장형태	플라스틱 병	플라스틱 병
조사매장	Galleries Lafayette Le Gourmet	Galleries Lafayette Le Gourmet
가격	2.47유로(약 3,300원)	3.60유로(약 4,800원)
중량	250ml	330ml
성분	키위, 사과, 파인애플	당근, 오렌지, 레몬, 생강, 사과

자료: 현지조사원(2022.09)

구분	제품 7
이미지 앞면	
이미지 뒷면	
원산지	독일
제품명	Voelkel Multi Nature 주스
제조사	Voelkel
포장형태	플라스틱 병
조사매장	Naturalia
가격	4.20유로(약 5,600원)
중량	700ml
성분	사과, 포도, 망고, 패션후르츠, 멜론 등 각종 과일

자료: 현지조사원(2022.09)

온라인 경쟁제품 판매 현황

까르푸 등 대표적인 온라인 쇼핑몰과 친환경 제품을 전문으로 취급하는 Naturalia의 온라인 쇼핑몰에서 'Jus de vitamin' 키워드 검색 시 상위에 노출되는 제품을 주요 경쟁제품으로 선정함

경쟁제품 정보	제품 1	제품 2
제품 사진		
제품명	Jus multifruit Bio	Jus De Canneberge
제조사	Vitamont	Elite naturel
원산지	프랑스	터키
가격	3.72유로(약 5,000원)	10.61유로(약 1만 4,000원)
용량	750ml	1ℓ
포장 형태	유리병	유리병
주요 성분	사과주스, 복숭아 퓨레, 살구 퓨레	크랜베리, 소금 등
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 유기농 제품 - 개봉 후 4일 이내에 섭취할 것 - 영양 정보 명시(탄수화물 10.7g, 섬유질 0.5g, 44kcal) 	<ul style="list-style-type: none"> - 비타민C, 폴리페놀, 프로안토시아니딘이 풍부한 크랜베리 주스 - 영양 정보 명시(탄수화물 7.86g, 소금 52mg, 128kcal)
링크	https://www.naturalia.fr/jus-3-fruits-des-vergers-franc	https://www.naturalia.fr/jus-de-canneberge-1l

경쟁제품 정보	제품 3	제품 4
제품 사진		
제품명	Jus De Carotte Lactofermenté	Jus De Betteraves Rouge
제조사	Nutriform	Voelkel
원산지	프랑스	독일
가격	3.05유로(약 4,000원)	4.03유로(약 5,400원)
용량	250ml	700ml
포장 형태	유리병	플라스틱 병
주요 성분	당근	레드 비트 주스, 아세롤라 푸레
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 비타민D, E, B가 풍부하게 포함되어 있음 - 주스를 사용해 스무디를 만들어 먹을 수 있음 - 설탕과 첨가물 무첨가 	<ul style="list-style-type: none"> - 영양 정보 명시(38kcal, 단백질 1g, 당류 8.3g) - 락토 발효로 비타민을 더욱 풍부하게 하고 감칠맛을 더함
링크	https://www.naturalia.fr/jus-de-carotte-lf-25cl	https://www.naturalia.fr/jus-betterave-l-f-70cl

경쟁제품 정보	제품 5	제품 6
제품 사진		
제품명	Jus Fruits Rouges	Pur Jus D'orange
제조사	Voelkel	Meneau
원산지	독일	프랑스
가격	3.11유로(약 4,200원)	2.04유로(약 2,700원)
용량	750ml	250ml
포장 형태	종이팩	유리병
주요 성분	블랙포도주스, 딸기주스, 블루베리주스, 에글란틴주스, 오디주스 등 100% 과일즙	오렌지 주스 100%
특징	<ul style="list-style-type: none"> - L(+)-아스코르브산이 함유되어 있어 영양소 흡수를 원활하게 함 - 비타민과 미네랄을 보존하고 단백질 소화를 개선시킴 	<ul style="list-style-type: none"> - 영양 정보 명시(47kcal, 당류 10g) - 유기농 오렌지 주스
링크	https://www.naturalia.fr/jus-fruits-rouges-75cl-elopack	https://www.naturalia.fr/jus-orange-25cl

경쟁제품 정보	제품 7	제품 8
제품 사진		
제품명	Jus D'argoussier	Jus de tomate bio
제조사	Weleda	Carrefour
원산지	스위스	프랑스
가격	15.81유로(약 2만 원)	1.75유로(약 2,300원)
용량	250mℓ	750mℓ
포장 형태	종이팩	유리병
주요 성분	탱자열매 주스	토마토, 유기농 소금
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 천연 비타민C와 베타카로틴 함유 - 영양 정보 명시(73kcal, 당류 8.4g, 지방 3.9g, 섬유 0.7g, 단백질 0.5g, 비타민C 160mg) 	<ul style="list-style-type: none"> - 유기농 소금을 넣은 비건 주스
링크	https://www.naturalia.fr/jus-d-argoussier-250ml	https://www.carrefour.fr/p/jus-de-tomate-bio-carrefour-bio-3560071083670

경쟁제품 정보	제품 9	제품 10
제품 사진		
제품명	Jus de pomme bio	Jus de pomme
제조사	Carrefour	Carrefour
원산지	프랑스	프랑스
가격	2.55유로(약 3,400원)	1.75유로(약 2,300원)
용량	1ℓ	1ℓ
포장 형태	유리병	종이팩
주요 성분	사과즙	사과즙
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 무가당 유기농 비건 주스 - 영양 정보 명시(44kcal/100mℓ) 	<ul style="list-style-type: none"> - 유기농 비건 주스 - 영양 정보 명시(43kcal/100mℓ)
링크	https://www.carrefour.fr/p/jus-de-pomme-bio-100-pur-jus-carrefour-bio-3560071190149	https://www.carrefour.fr/p/jus-de-pomme-bio-100-pur-jus-carrefour-bio-3560070820597

주요 유통채널 정보: (1) Naturalia

<h1>NATURALIA</h1>		간략 소개	<ul style="list-style-type: none"> - 1973년 파리 마젠타 대로에 1호점을 열었으며, 현재 프랑스 전역에 120여 개 매장을 운영 중 - 유기농 라벨이 붙은 스낵, 음료 등 식품뿐 아니라 화장품도 판매하기 시작하였으며, 판매 제품의 범위를 확장 중 - 2001년부터 온라인 사이트를 통해 다양한 제품을 판매하기 시작함 - 2017년 100% 비건 매장을 열며 프랑스의 비건 열풍에 합류함
유통채널명	Naturalia		
본사 소재지	NATURALIA FRANCE 14-16 rue Marc Bloch 92110 Clichy la garenne	입점 가능 품목	신선식품, 음료류, 의약품, 위생용품, 스낵류, 반려동물용품, 홈데코용품 등
연락처	0 800 034 035	매장 수	약 120개
홈페이지	www.naturalia.fr		

매장 전경 및 매대 모습



주요 유통채널 정보: (2) 모노프릭스

		간략 소개 <ul style="list-style-type: none"> - 1932년 루앙에 설립 - 라파에트 갤러리가 가장 큰 주주였으나, 카지노 그룹과 라파에트 갤러리의 거래로 현재 카지노 그룹의 자회사가 됨 - 700개 이상의 상점이 입점해 있으며, 데일리, 스테이션, 뷰티 등 다양한 카테고리 분류되어 있음 - 프랑스 250개 이상의 도시에 진출, 약 2만 1,000명 이상의 직원을 고용 중
유통채널명	Monoprix	
본사 소재지	Clichy, Hauts-de-Seine, France	입점 가능 품목 생활용품, 신선식품, 냉동식품, 가구류, 음료, 건과류, 밀키트 제품 등
연락처	0 969 39 90 10	
홈페이지	www.monoprix.fr	매장 수 16개

매장 전경 및 매대 모습



주요 유통채널 정보: (3) 갤러리 라파예트

		간략 소개 <ul style="list-style-type: none"> - 1894년 파리에 패션 상점으로 설립 - 1912년 파리9구 오페라 가르니에 인근에 유리와 철골로 만들어진 갤러리 라파예트 오스만 건물 완공 - 현재 전체 규모 7만㎡의 매장으로, 고급 백화점 체인으로 운영 중 - 지하에 식품관 'Galeries Lafayette Le Gourmet'을 운영하며 프랑스 및 세계 각국의 농산물, 식품 판매 중 - 독일, 아랍에미리트, 인도네시아, 중국, 터키, 카타르 등 해외 지점 운영 중 - 식품관 온라인 쇼핑몰: gourmet.galerieslafayette.com
본사 소재지	35 Bd Haussmann, 75009 Paris	입점 가능 품목 <p>신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 스낵류, 소스류, 음료류, 생활용품 등</p>
연락처	acemartmall@gmail.com	
홈페이지	galerieslafayette.com	매장 수 <p>50개 이상(보조점포 포함)</p>

매장 전경 및 매대 모습



주요 유통채널 정보: (4) 아마존

		간략 소개	<ul style="list-style-type: none"> - 프랑스 내 온라인 유통채널 중 점유율 및 매출액 모두 1위를 차지하고 있음 - 1994년 미국에서 설립됨, 2000년 프랑스에 진출함 - 2021년 아마존프라임나우 서비스를 통해 오프라인 매장들과 파트너십을 맺고 제품군을 확대하고 있음
유통채널명	Amazon		
본사 소재지	미국 워싱턴 주 시애틀	입점 가능 품목	신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 스낵류, 소스류, 음료류, 생활용품 등
연락처	acemartmall@gmail.com		
홈페이지	https://www.amazon.fr/		
입점 등록 절차			
홈페이지 통해 직접 등록			
1) 홈페이지 하단 메뉴 'Gagnez de l'argent' 카테고리 'Cendez sur Amazon' 클릭			
2) 아마존 셀러 계정 생성			
3) 홈페이지 등록정보			
<ul style="list-style-type: none"> - 공급자 정보(회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명 등) - 제품 정보(UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 판매 입고량 등) 			
4) 아마존 행동강령 준수 및 EU regulation on the Provision of Food information to Consumers 준수			
5) 식음료를 포함한 10개 부문은 승인 절차 거친 후 등록 가능			

주요 유통채널 정보: (5) 까르푸 익스프레스

		간략 소개 <ul style="list-style-type: none"> - 2007년 까르푸그룹에서 런칭해 운영하기 시작함 - 2010년 마르쉐와 챔피언 인수 - 까르푸그룹이 소유한 모든 편의점(프록시, 까르푸비오, 까르푸컨택트, 까르푸시티 등) 브랜드를 하나의 이름으로 통합하기 위해 설립됨 - 벨기에, 프랑스, 루마니아, 터키 등 다양한 나라에 거점을 두고 운영 중 - 홈페이지를 통해 다양한 할인 쿠폰을 증정함
유통채널명	Carrfour Express	
본사 소재지	9 Av. du Lac, 91080 Évry-Courcouronnes	입점 가능 품목 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 간편식품, 유제품, 음료류, 주류, 스낵류 등
연락처	become_vendeur@carrfour.com	
홈페이지	www.carrfour.fr	
입점 등록 절차		
1) 이메일을 통한 문의 2) 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소) - 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름 및 사진, 할인가, 소비자가격 등) - 제품 경쟁력 보고서(제품이 까르푸에 이익이 되는지에 대한 내용, 카탈로그 등) 		

II

경쟁사



01 경쟁사 선정

경쟁사 선정 기준

프랑스 주요 온라인 쇼핑몰 및 현지조사원이 방문한 프랑스 현지 오프라인 유통채널에서 판매 중인 비타민 과채주스 제품의 주요 제조사를 경쟁사로 선정함

① Innocent

기업 정보		<ul style="list-style-type: none"> - 1999년에 설립된 스무디 브랜드로, 2000년부터 영국의 슈퍼마켓 매장에 입점해 본격적으로 판매를 시작함 - 현재 코카콜라 컴퍼니가 90%를 소유함 - 과일을 통째로 으깨 만드는 스무디 종류가 대표적인 상품으로, 현재는 농축 주스와 코코넛 워터, 비타민과 아마씨를 첨가한 슈퍼 스무디 제품을 판매 중
	본사 소재지: 영국 런던	
	설립연도: 1999년	
	매출액: 약 9억 5,000만 파운드(약 5,400억 원)	
	대표전화: 020 7993 3311	
	홈페이지: www.innocentdrinks.co.uk	
	제품 판매 현황: 스무디, 비타민 주스, 코코넛 워터, 탄산주스 등	
	홍보 방식: 홈페이지에 생산하는 제품군의 원재료와 영양 정보에 대해 자세히 설명하고 있음	

제품 정보	
-------	--

자료: 기업 홈페이지

② Voelkel

기업 정보	 <ul style="list-style-type: none"> - 1936년 독일에서 설립 - 2011년 재단을 설립해 지속 가능한 유기농 생산을 위한 글로벌 협력 관계를 구축함 - 현재 독일에서 가장 큰 유기농 주스 공장으로, 현지에서 재배된 과일부터 열대과일까지 다양한 과일과 채소를 가공한 과채주스를 생산 중
	본사 소재지: 독일 니더작센
	설립연도: 1936년
	직원 수: 약 200명
	대표전화: 0800 950 950 5
	홈페이지: https://voelkeljuice.de/
제품 판매 현황: 야채주스, 과일주스, 해독주스, 무알콜 칵테일, 스무디 등	
홍보 방식: 기업 홈페이지에서 브랜드 및 제품에 대한 자세한 소개를 제공하고 있으며 블로그, 페이스북, 인스타그램, 유튜브 등 다양한 SNS 채널을 활용 중	

제품 정보	
	과일주스 라인

자료: 기업 홈페이지

③ Maison Meneau

기업 정보		<ul style="list-style-type: none"> - 1879년 보르도 항구에서 설립 - 아키텐 지역의 과일을 이용해 퓨레, 과일시럽과 주스를 생산 중 - 페이스북과 인스타그램 페이지 운영 중 - 비타민, 향산화제, 섬유질, 미네랄이 함유된 100% 유기농 과일 주스가 대표 상품 - 유기농 주스에는 특별히 'BIO'를 붙여 판매 중
	본사 소재지: 프랑스 생루베	
	설립연도: 1879년	
	대표전화: +33 (0)5 57 97 14 60	
	홈페이지: www.meneau.com	
	주요 생산 제품: 유기농 주스, 유기농 공정무역 시럽, 아가베 시럽, 탄산 과일주스, 액상 당, 주방용품 등	
홍보 방식: 기업 홈페이지에서 브랜드 및 제품에 대한 자세한 소개를 제공함		

제품 정보	
	유기농 과일주스 라인

자료: 기업 홈페이지

III

경쟁력 파악



01 가격 경쟁력 분석

외국산 제품보다 프랑스산 제품이 저렴한 편

- 비타민 과일주스 경쟁제품 17개 품목의 1ℓ 당 평균 가격은 9.21유로(약 3,000원)로 조사됨
- 경쟁제품 중 1ℓ 당 가격이 가장 높은 제품은 Weleda의 Jus D'argoussier(63.24유로)로 조사됐으며, 가장 낮은 제품은 Carrefour의 Jus de pomme(1.75유로)로 조사됨
 - 제품 원산지는 스위스, 프랑스, 영국, 독일 등 다양하며, 용량은 250ml부터 1ℓ 사이에서 다양하게 판매되고 있음

 표 8 경쟁제품 1ℓ당 가격 비교

(단위: 유로)

제조사	제품명	원산지	온/오프라인	1ℓ 당 가격
Weleda	Jus D'argoussier	스위스	온라인	63.24
Nutriform	Jus De Carotte Lactofermenté	프랑스	온라인	12.2
Be Green!	Be Green! Organic 주스	스페인	오프라인	11.0
Elite naturel	Jus De Canneberge	터키	온라인	10.61
Innocent	Innocent 무가당 과일 스무디	영국	오프라인	9.9
Meneau	Pur Jus D'orange	프랑스	온라인	8.2
Voelkel	Voelkel Multi Nature 주스	독일	오프라인	6
Voelkel	Jus De Betteraves Rouge	독일	온라인	5.76
Vitamont	Jus multifruit Bio	프랑스	온라인	4.96
Innocent	Innocent 비타민 & 면역 보강 과일 주스	영국	오프라인	4.79
Innocent	Innocent 무가당 과일 스무디	영국	오프라인	4.79
Voelkel	Jus Fruits Rouges	독일	온라인	4.15
Carrefour	Jus de pomme bio	프랑스	온라인	2.55
Carrefour	Jus de tomate bio	프랑스	온라인	2.33
Monoprix	Monoprix 비타민 A&C 주스	프랑스	오프라인	2.29
Monoprix	Monoprix 비타민 C&E 디톡스 주스	프랑스	오프라인	2.29
Carrefour	Jus de pomme	프랑스	온라인	1.75

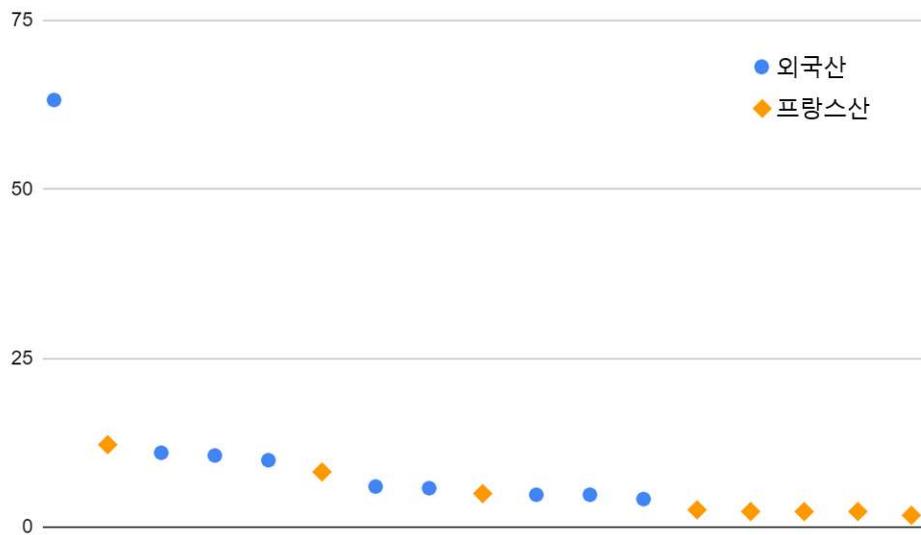
비타민 과일주스 경쟁제품 17개 품목의 1ℓ당 평균 가격을 살폈을 때 하위 5개 제품은 모두 프랑스산 제품으로 조사됨

- 가격이 가장 높은 제품은 스위스산(Jus D'argoussier)으로 조사됨
- 독보적으로 높은 1위 제품 외 프랑스, 스페인, 영국, 독일 등 다양한 원산지의 나머지 16개 품목은 1ℓ당 평균 가격 5.9유로로 조사됨



표 9

경쟁제품 1ℓ당 가격 비교(원산지별)



02 벤치마킹 제품 분석

과채 이미지와 제품 색깔을 드러내는 투명한 패키지

주요 경쟁제품들은 주스의 원재료인 과채의 이미지를 적극적으로 패키징에 활용하고 있으며, 색소 등 다른 첨가물을 함유하지 않았다는 점을 강조하기 위해 제품의 색깔을 그대로 보여주는 투명한 플라스틱·유리병 패키지를 주로 이용하고 있음. 투명한 패키지는 제품에 대한 소비자의 신뢰감 형성에 도움을 주며, 과채 이미지를 사용해 직관적으로 정보를 전달하고 신선한 이미지를 통해 긍정적 이미지를 형성할 수 있음



그림 2

원재료(과채) 이미지를 패키지에 삽입한 제품들



그림 3

투명한 병 패키지를 이용한 제품들



유기농과 지속 가능한 식품 강조

경쟁제품을 생산하는 브랜드들은 제품이 친환경 유기농 제품임을 특히 강조하며, 각종 인증 마크를 제품 패키지에 삽입해 소비자들에게 신뢰감을 주기 위해 노력함. 유기농 제품을 전문으로 취급하는 Naturalia의 경우, 제품 판매 페이지에 친환경·유기농·비건 제품을 인증하는 마크를 달아 직관적으로 알려줌



그림 4

Naturalia의 제품 소개란에 기재된 인증마크

Weleda

Meneau

Soin du corps à l'Argousier

Pur jus d'orange Bio



자료: Naturalia

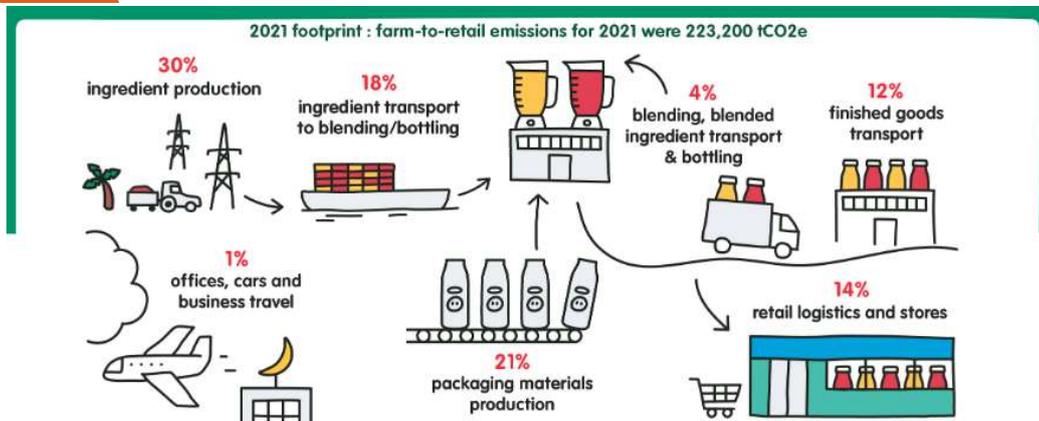
또한, 많은 브랜드들이 지속 가능한 식품에 기여하고자 하는 움직임을 보이고 있음. 경쟁제품의 생산 기업들은 홈페이지를 통해 제품의 생산 과정을 자세히 공개하고, 생산과정 혹은 제품의 유통 과정에서 환경오염 물질이 발생하지 않도록 하고 있음을 강조함

Innocent는 2025년까지 탄소 중립, 2040년까지 탄소 배출 제로를 달성할 것을 선언함. 이를 달성하기 위해 패키지로 재활용 플라스틱과 식물 플라스틱을 사용하고, 탄소 배출을 최소화하기 위해 유통 과정에서 비행기가 아닌 배를 이용하고 있음



그림 5

Innocent가 시행하고 있는 '탄소 중립' 프로젝트



자료: Innocent

IV

업체 인터뷰



01

판매 업체 인터뷰

Naturalia Paris Montorgueil 매장 담당자

Q. 소개를 부탁드립니다.

비건과 Bio 식품을 전문으로 하는 Naturalia의 Paris Montorgueil 지점에서 1년 전부터 일하고 있는 Botty Michele이라고 합니다.

Q. 다양한 형태의 조사 제품 중 인기가 가장 높은 제품과 이유는 무엇인가요?

액체로 되어 있는 주스류가 가장 인기가 있습니다. 특히 콤부차가 인기가 있는데, 콤부차는 Naturalia를 제외한 일반 마트 체인에서는 필수적으로 다루는 품목이 아니기 때문입니다. 이 매장에 오는 고객들 중에는 친환경(Bio) 콤부차 제품을 찾아 일부러 오는 분들도 많은 편입니다.

Q. 조사 제품의 가격, 용량, 패키징 등을 고려하여 본 제품의 판매 가능성이 있을까요?

이와 같은 형태로 된 아시아 제품들을 본 적이 있는데, 이 제품이 프랑스에서 판매가 잘 될지는 모르겠습니다. 왜냐하면 프랑스 사람들은 팩 형태로 된 주스에 더 익숙하기 때문입니다. 한편, 가격은 비싸게 느껴지지 않습니다. 패키지도 색깔이 예쁘고 잘 디자인되어 있습니다.

Q. 해당 제품에서 소비자들이 제일 중시하는 구매 요인은 무엇인가요?

생산지가 가장 중요합니다. 그것을 소비자들이 가장 많이 물어봅니다. 또한, 생산지와 더불어 이 제품이 친환경(Bio) 제품인지도 중요하게 고려합니다.

Q. 한국 기업이 수출 시 주의해야 하는 사항은 무엇인가요?

이 부분에 대해서는 안타깝지만 아는 바가 많이 없어 대답하기가 어렵습니다. 죄송합니다.

Q. 추천하는 홍보 방법은 무엇인가요?

제품을 부각시키기 위해서는 매장 내에 잘 디자인된 홍보 포스터를 게시하는 것이 중요하다고 생각합니다. 소비자들이 마트에 들어설 때 가장 먼저 보는 것이 포스터고, 포스터를 통해 신제품을 바로 알아차리기 때문입니다. 따라서 마트 내 적절한 위치에 포스터를 붙이는 게 좋다고 생각합니다. 그리고 할인 또한 도움이 될 것이라 생각합니다.

Galleries Lafayette Paris 지점의 담당자

Q. 소개를 부탁드립니다.

현재 Galerie Lafayette 백화점의 식품관 Galerie Lafayette Le Gourmet에서 근무하고 있는 Paola Forte와 Lou-Andrea Forte입니다. 특히 향신료 파트를 중점적으로 다루고 있습니다.

Q. 다양한 형태의 조사 제품 중 인기가 가장 높은 제품과 이유는 무엇인가요?

주로 액체로 된 주스들이 가장 잘 판매되고 있습니다. 그리고 친환경(Bio) 제품도 판매율이 높은 편입니다.

Q. 조사 제품의 가격, 용량, 패키징 등을 고려했을 때 본 제품의 판매 가능성이 있을까요?

패키지의 컬러감이 돋보여서 사람들의 눈에 잘 들어올 것 같고, 프랑스에서도 잘 판매될 수 있을 것 같습니다. 이런 스틱 형태의 과일 퓨레나 과일 주스 제품을 프랑스에서 본 적은 한 번도 없습니다. 하지만 고객들은 외국 제품을 좋아하고, 특히 한국 제품은 최근 들어 인기가 높아지고 있는 추세이기 때문에 패키지에 특별히 한국어가 적혀있지 않아도 충분히 잘 판매될 수 있다고 생각합니다. 가격도 합리적입니다.

Q. 해당 제품에서 소비자들이 제일 중시하는 구매 요인은 무엇인가요?

제품 원료와 생산지를 가장 중요하게 생각합니다. 보통 프랑스산을 선호합니다.

Q. 한국 기업이 수출 시 주의해야 하는 사항은 무엇인가요?

수출에 대해서는 잘 알지 못합니다. 죄송합니다.

Q. 추천하는 홍보 방법은 무엇인가요?

이러한 제품의 경우, 틱톡과 같은 SNS 상에서 많이 비춰지는 것이 중요하다고 생각합니다. 버블티나 모찌도 SNS로 인해 굉장히 큰 인기를 얻었고 사람들이 즐겨 찾게 되었습니다. 만약 유통 매장 차원의 홍보를 생각한다면, 매장 내에 공간을 마련해 시음 기회를 선보이는 것도 좋을 것 같습니다.

V

시사점



01

수출 확대 방안

가격 경쟁력

지원 기업의 희망 소비자가격은 100ml*10파우치(1ℓ)에 1만 8,000원이며, 이는 조사 대상국 경쟁제품 17개 품목의 1ℓ 당 평균 가격인 9.21유로(약 1만 2,000원)보다 살짝 높은 편에 해당함. 독보적으로 가격이 높은 1위 제품(스위스산)을 제외한 나머지 16개 품목의 평균 가격인 5.9유로(약 8,000원)에 비하면 지원 기업의 희망 소비자가격은 상당히 비싼 수준으로 파악됨. 따라서 제품 가격을 경쟁제품과 대동소이한 수준으로 하향 설정하거나, 수입산 고급 기능성 주스로 포지셔닝하는 방안 중 하나를 선택해야 할 것으로 분석됨

벤치마킹 및 마케팅 방안

지원 기업 제품의 패키지는 글씨만으로 이루어져 원재료가 무엇인지 소비자가 직관적으로 알기 어려움. 경쟁제품들은 대부분 원재료인 과채 이미지를 이용해 직관적으로 맛을 알리고 상큼한 이미지를 형성하고 있음

- 개별 파우치 디자인을 수정하기 어렵다면 박스 포장 디자인에 원재료인 당근과 감귤의 이미지를 추가하는 방안을 고려해볼 만함

지원 기업 제품은 제주산 과일과 야채를 NFC(압착) 방식으로 착즙해 영양소 파괴를 최소화하고 정제당, 정제수를 일체 첨가하지 않았다는 점이 특징임. 홍보 시 이를 강조해 프리미엄 고급 제품으로 포지셔닝하는 것도 고려해볼 필요가 있음. 또한, 현재 운영하고 있는 인스타그램뿐 아니라 유튜브, 페이스북, 최근 유럽 젊은 층의 사용률이 높은 틱톡과 같은 SNS를 활용해 제품 노출도를 높이는 방식으로 홍보하는 것도 효과적일 것으로 판단됨

02 참고 문헌

□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. Statista
3. Amazon france
4. Carrefour
5. Naturalia
6. Innocent
7. Maison Meneau
8. Voelkel
9. KATI

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.