

2019년 해외시장 맞춤조사



- No. : 1911-08
- 품목 : 막걸리 (Makgeolli)
- 국가 : 프랑스 (FRANCE)
- 구분 : 시장분석형

Contents

I. Market Size (시장규모)

SUMMARY	4
1. 프랑스 막걸리 시장규모	5
2. 프랑스 막걸리 수출입 시장규모	6
3. 프랑스 막걸리 소비 시장규모	7

II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	13
1. 프랑스, 주류 관련 기사 대부분이 와인 언급	19
2. 프랑스 주류 언급 기사 대부분이 와인 관련	20
3. 주류 소비량이 많은 프랑스, 건강 관련 정책도 논의돼	21
4. 프랑스 언론매체, 주류 관련 한국 언급 거의 없어	22

III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	24
1. 프랑스 막걸리 유통구조	25
2. 프랑스 막걸리 주요 유통채널	26
3. 프랑스 막걸리 B2C 소매채널	28

IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	49
1. 프랑스 막걸리 분말 인증 취득	50
2. 프랑스 막걸리 분말 사전 심사	52
3. 프랑스 막걸리 분말 업체·제품 등록	53
4. 프랑스 막걸리 라벨 심의	54
5. 프랑스 막걸리 분말 서류 준비	57
6. 프랑스 막걸리 분말 세금 납부	58
7. 프랑스 막걸리 분말 검역 심사	59

V. Expert Interview (전문가 인터뷰)

SUMMARY	62
Interview ① 비즈니스 프랑스(Business France)	64
Interview ② 이도(Yido)	65
Interview ③ 송산(Songsan)	66
Interview ④ 순그릴(Soon Grill)	67
Interview ⑤ 아카사카(Akasaka)	68

* 참고문헌	69
--------	----

I . Market Size

SUMMARY

1. 프랑스 막걸리 시장규모
2. 프랑스 막걸리 수출입 시장규모
3. 프랑스 막걸리 소비 시장규모

Market Size

(시장규모)

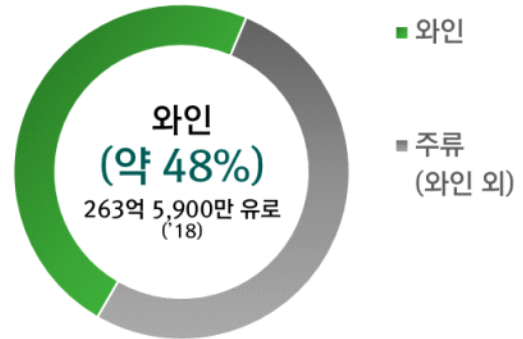
프랑스 (FRANCE)

막걸리 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(발효주 제조용 파우더)

- 프랑스 주류¹⁾ 시장규모 541억 3,800만 유로('18)
- 프랑스 와인²⁾ 시장규모 **263억 5,900만 유로('18)**

(*) Euromonitor International

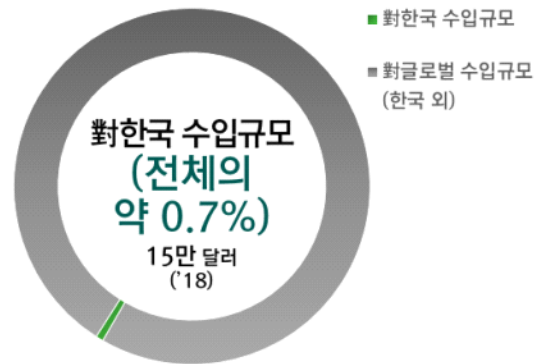


막걸리 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 유형(발효주)

- HS 2206.00³⁾ '발효주 또는 발효주의 혼합물'
프랑스 對 글로벌 수입규모 2,085만 9천 달러('18)
- HS 2206.00 '발효주 또는 발효주의 혼합물'
프랑스 對 한국 수입규모 **15만 달러('18)**

(*) International Trade Centre



막걸리 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품 '막걸리'는 발효주인 막걸리를 조제하는데 사용되는 막걸리 제조용 곡물파우더임. 이에 주류 소비층 분석을 위해 '프랑스 연령별, 지역별 주류 주요 소비층'을 분석함. 또한, '막걸리' 유사 제품 소비규모 확인을 위해 '프랑스 발효주 소비규모'를 조사하였으며, 조사제품의 B2B 잠재수요처로 프랑스 내 식당을 선정하여 식당규모 및 지역별 직원 수 분포를 확인함

- | | |
|-----------------------------|--------------------------|
| ① 프랑스 연령별, 지역별 주류 소비('17) | ② 프랑스 발효주 소비규모('18) |
| 최근 1년 간 1회 이상 주류를 소비한 인구 비율 | 소비량 44억 5천만 리터 |
| 25-34세(최저) 82.5% | 소비액 371억 6,300만 유로 |
| 65-75세(최고) 92.3% | |
| | ③ 프랑스 레스토랑 및 직원 규모('17) |
| 지역별 매일 주류를 섭취하는 인구 비율 | 레스토랑 수 약 17만 5천 개 |
| 일드프랑스(최저) 7% | 직원 수 약 67만 6,600명 |
| 옥시타니(최고) 13% | |

(*) Santé publique France, Géodes, Euromonitor, Statista, Les Echos

- 주류(Alcoholic Drinks): 맥주, 와인, 증류주, 사과주(사과를 발효시켜 만든 사과주), 페리(배즙으로 만든 사이다를 발효시켜서 만든 알코올성 음료), RTD(Ready To Drink, 알코올 음료수)를 포함함
- 와인(Wine): 비발포성 와인, 스파클링 라이트 포도 와인, 강화와인, 베르무트(포도주에 향료를 넣어 우려 만든 술. 흔히 다른 음료와 섞어 컵 테일로 마심) 및 비포도 와인을 뜻함
- HS CODE 2206.00: 조사 제품 '막걸리'는 발효주인 막걸리를 조제하는데 사용되는 막걸리 제조용 곡물파우더임. 이에 제품의 유형(발효주)을 기준으로 '발효주 또는 발효주의 혼합물'을 뜻하는 HS CODE 2206.00을 지표로 선정함

1. 프랑스 막걸리 시장규모

조사시장: 조사제품 ‘막걸리’는 막걸리 양조에 쓰이는 곡물파우더임. 이에 제품의 종류를 기준으로 ‘주류’ 시장규모를 조사함. 또한, ‘발효주(양조주)’라는 공통 특성을 보유한 ‘와인’⁴⁾을 하위 시장으로 설정하여 시장규모를 조사함

프랑스 국가 일반 정보⁸⁾

면적	67.5만km ²
인구	6,710만 명
GDP	2조 5,836억 달러
GDP (1인당)	38,504달러

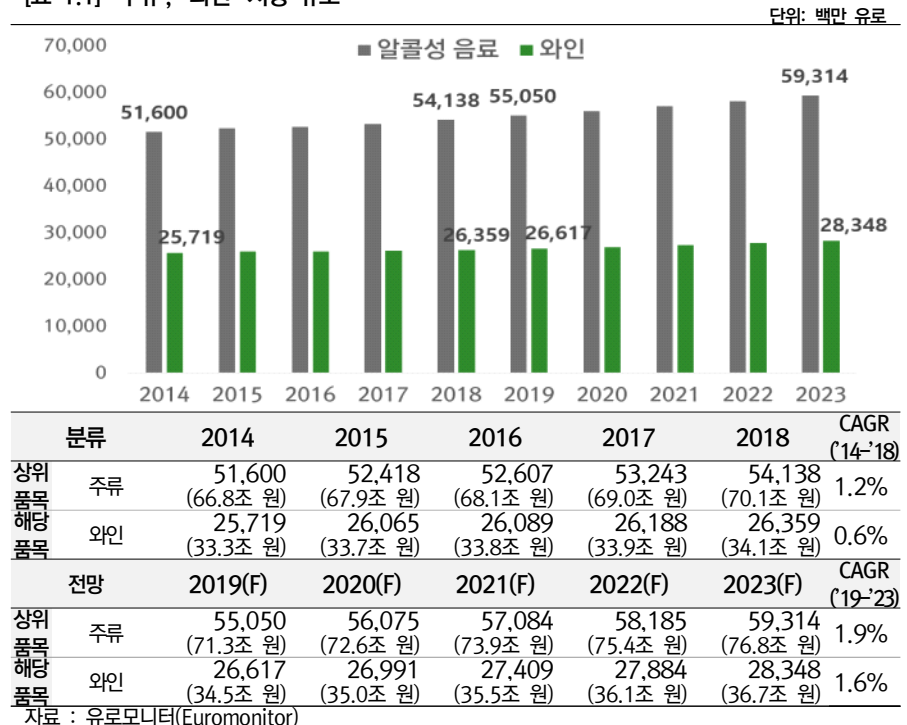
▶ 2014~2018년, 프랑스 ‘주류’ 시장, 연평균성장률 1.2%

2018년 기준, 프랑스의 ‘주류’ 시장 규모는 541억 3,800만 유로로 과거 5년 동안 매해 평균 1.2% 증가함. ‘와인’ 시장 규모는 263억 5,900만 유로로 연평균 0.6% 증가함. 유로모니터에 따르면⁵⁾, 2018년 프랑스 주류 시장은 다소 부진한 실적을 기록했으나, 수제맥주 양조장 수와 외국산 주류 제품에 대한 수요가 증가하는 특징을 보이고 있음

▶ 2019~2023년, 프랑스 ‘와인’ 시장, 연평균성장률 1.6%

‘주류’ 시장은 향후 5년(2019~2023년)간 1.9%의 연평균성장률로 증가하여 2023년 593억 1,400만 유로의 시장규모를 기록할 것으로 예상됨. ‘와인’시장은 1.6%로 성장하여 2023년 283억 4,800만 유로를 기록할 것으로 전망됨

[표 1.1] ‘주류’, ‘와인’ 시장 규모⁶⁾⁷⁾



4) 본 조사에 사용하는 ‘유로모니터(Euromonitor)’ 분류상, ‘막걸리(Takju)’는 ‘비포도 와인(Non-Grape Wine)’의 하위 카테고리이며, 비포도 와인은 ‘와인(Wine)’의 하위 카테고리임. 그러나 ‘탁주’와 ‘비포도 와인’의 프랑스 시장규모가 극소하여 집계가 불가함. 이에 ‘와인’ 시장을 ‘막걸리’ 제품의 세부시장으로 설정하여 그 규모를 조사함

5) 유로모니터(Euromonitor), 「Alcohol Drinks in France」, 2019.07

6) 1유로=1,295.30원(2019.12.19., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

7) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

8) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 프랑스 막걸리 수출입 시장규모

HS CODE 2206.00: 조사 제품 '막걸리'는 발효주인 막걸리를 조제하는데 사용되는 막걸리 제조용 곡물파우더임. 이에 제품의 유형(발효주)을 기준으로 '발효주 또는 발효주의 혼합물'을 뜻하는 HS CODE 2206.00을 지표로 선정함

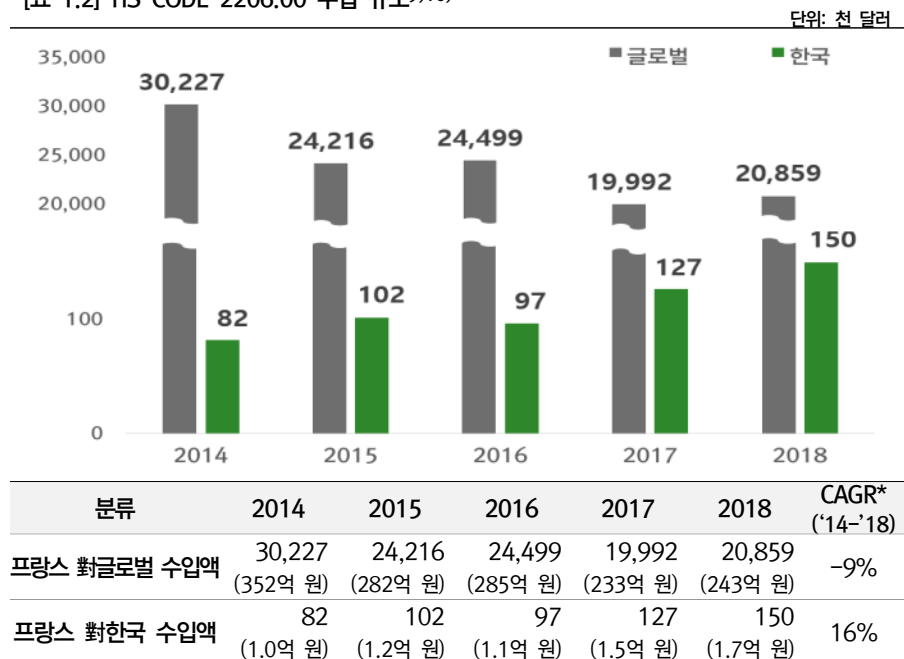
▶ 2014-2018년, 프랑스 對글로벌 수입액 연평균성장률 -9%

2018년, 프랑스 HS CODE 2206.00 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2014-2018년)간 증감을 반복하며 연평균 9%의 감소세를 보임. 2018년 기준 對글로벌 수입액은 2,085만 9천 달러로 2014년 대비 약 31% 감소한 수치임. 수입국으로는 1위 이탈리아, 2위 벨기에 3위 일본 등이 있음

▶ 2014-2018년, 프랑스 對한국 수입액 연평균성장률 16%

2018년, 프랑스 HS CODE 2206.00 품목의 對한국 수입액은 15만 달러로 지난 5년(2014-2018년)간 연평균성장률 16%를 기록함. 2018년 한국은 HS CODE 2206.00 품목의 14위 수입국이며, 對한국 수입액은 전체 수입 규모의 0.7%를 차지함

[표 1.2] HS CODE 2206.00 수입 규모⁹⁾¹⁰⁾



자료 : ITC(International Trade Centre) HS CODE 2206.00 기준

9) 1달러=1,163.90원 (2019.12.19., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

10) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 프랑스 막걸리 소비 시장규모

1) 프랑스 연령별, 지역별 주류 주요 소비층 분석

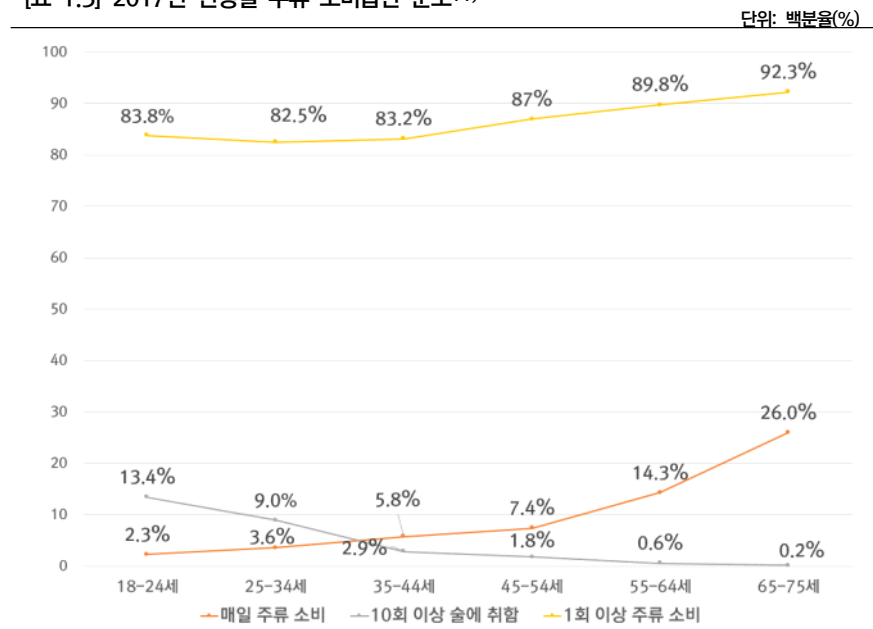
조사 제품 '막걸리'는 주류인 막걸리를 조제하는데 사용되는 막걸리 제조용 곡물파우더임. 이에 주류 소비층 분석을 위해 '프랑스 연령별, 지역별 주류 주요 소비층'을 분석함

▶ 2017년 프랑스 25-34세의 82.5%, 최근 1년 간 1회 이상 주류 소비

프랑스 공중보건국에 따르면, 주류 소비습관은 연령대에 따라 매우 다르게 나타남. 조사일 기준 최근 12개월 간 1회 이상 주류를 소비한 비율은 25-34세가 82.5%로 최저, 65-75세가 92.3%로 최대를 기록함. 또한, 매일 주류를 소비하는 인구 비율은 18-24세는 2.3%, 65-75세는 26.0%를 기록함.

주류 섭취일 기준 일평균 주류 소비량은 18-24세가 3.3잔을 기록한 반면 65-75세는 1.7잔을 기록함. 1년간 주류 소비일수는 18-24세가 67일을 기록한 반면 65-75세가 154일을 기록함. 전반적으로 연령대가 높아질수록 주류 소비 횟수는 증가하고, 1회 주류 소비 시 섭취량은 감소하는 양상을 보임

[표 1.3] 2017년 연령별 주류 소비습관 분포¹¹⁾



자료: 프랑스 공중보건국(Santé publique France), 「Alcohol consumption, behaviors and consequences on health in France」, 2019.02.

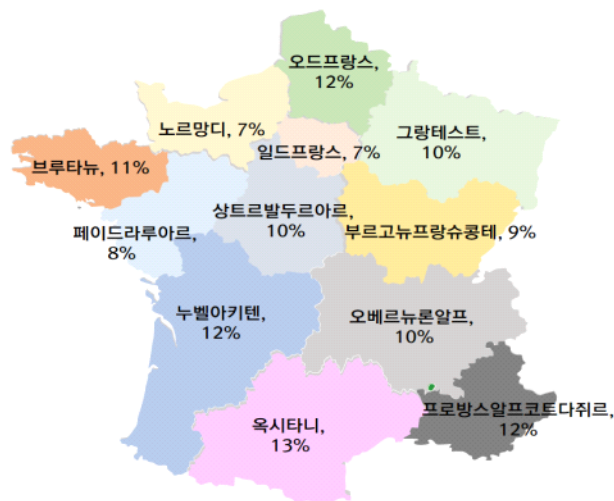
11) 조사일(2019.12.20.) 기준, 프랑스 내 연령별 주류 소비습관을 조사할 수 있는 가장 최신 자료임

▶ 2017년, 매일 주류 소비하는 18-75세 비율 가장 큰 지역 옥시타니

프랑스 공중보건국 지도 관측소에 따르면, 18-75세 인구 중 매일 주류를 소비하는 인구 비율이 가장 큰 지역은 13%를 기록한 옥시타니 지역임. 그 다음으로 오드프랑스 지역, 누벨아키텐 지역이 12%로 공동 2위를 차지함. 수도인 파리가 위치한 일드프랑스 지역이 7%로 가장 낮은 수치를 기록했으며, 노르망디 지역과 페이드라루아르 지역도 8%로 낮은 수치를 기록함. 전반적으로 프랑스 남부 지역의 인구가 높은 수치를 보임

[표 1.4] 2017년 프랑스 18-75세 중 매일 주류를 소비하는 인구 지역별 분포¹²⁾

단위: 백분율(%)



지역	비율	지역	비율
옥시타니	13	그랑테스트	10
오드프랑스	12	오베르뉴론알프	10
누벨아키텐	12	부르고뉴프랑슈콩테	9
프로방스알프코트다쥐르	12	노르망디	8
브르타뉴	11	페이드라루아르	8
상트르발드루아르	10	일드프랑스	7

자료: 프랑스 공중보건국 지도 관측소(Géodes)

12) 조사일(2019.12.20.) 기준, 프랑스 내 지역별 주류 소비 분포를 조사할 수 있는 가장 최신 자료임

2) 프랑스 발효주 소비규모

조사 제품 ‘막걸리’는 발효주인 막걸리를 조제하는데 사용되는 막걸리 제조용 곡물파우더임. 이에 ‘막걸리’ 유사 제품 소비규모 확인을 위해 ‘프랑스 발효주 소비규모’를 조사하였으며, 조사제품의 B2B 잠재수요처로 프랑스 내 식당을 선정하여 식당 규모 및 직원 수 지역별 분포를 확인함

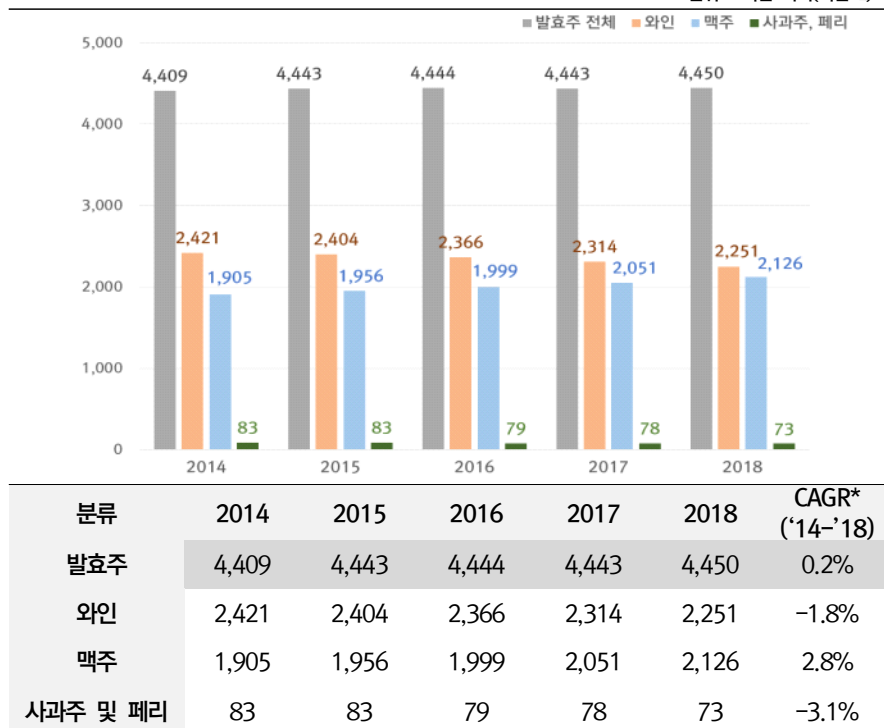
▶ 2014~2018년 프랑스 발효주 소비량 연평균성장률 0.2%

2018년 프랑스 발효주 소비량은¹³⁾ 44억 5천만 리터로, 지난 5년(2014~2018년)간 연평균 0.2%씩 성장함. 2018년 기준 프랑스 와인 소비량은 22억 5,100만 리터로 전체 발효주 소비량의 51%를 차지하며, 맥주 소비량은 21억 2,600만 리터로 48%를 차지함. 사과주 및 페리 소비량은 약 2%로 7,300만 리터임

프랑스 와인 소비량은 지난 5년간 연평균 1.8%씩 감소함. 동기간 맥주 소비량은 연평균 2.8%의 증가세를, 사과주 및 페리 소비량은 연평균 3.1%의 감소세를 보임

[표 1.5] 2014~2018년 프랑스 발효주 소비량

단위 : 백만 리터(백만 L)



자료: 유로모니터(Euromonitor)

13) 유로모니터(Euromonitor) 카테고리 분류 상 주류(Alcohol Drinks) 하위 시장 중 발효주에 해당하는 와인(Wine), 맥주(Beer), 사과주 및 페리(Cider/Perry)의 소비량을 조사하여 합산함

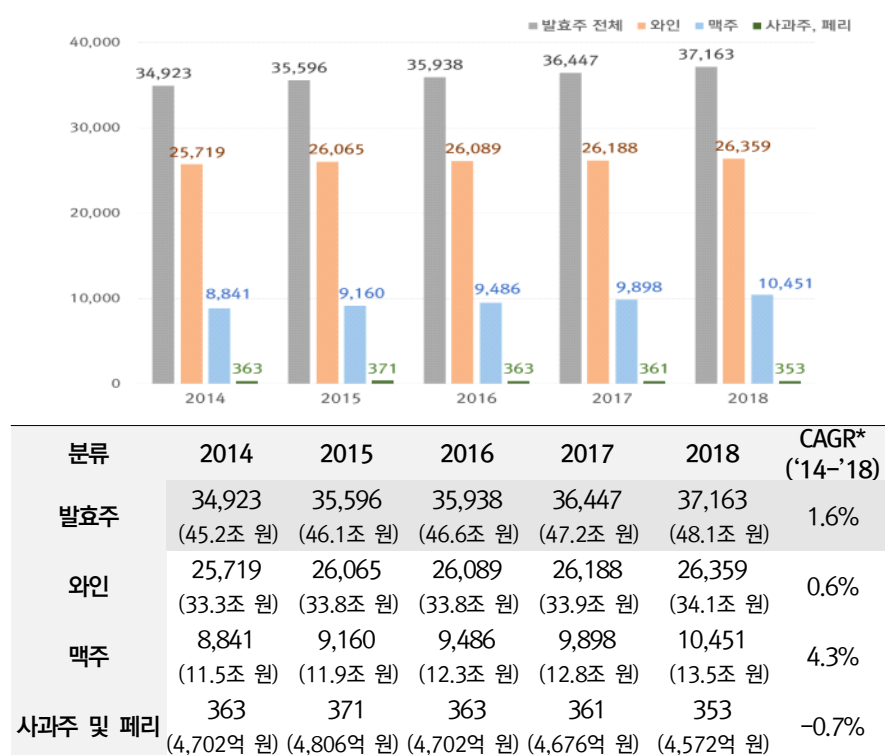
▶ 2014-2018년 프랑스 발효주 소비액 연평균성장률 1.6%

2018년 프랑스 발효주 소비액¹⁴⁾은 371억 6,300만 유로로, 지난 5년(2014-2018년)간 연평균 1.6%씩 증가함. 2018년 기준 프랑스 와인 소비액은 263억 5,900만 유로로 프랑스 전체 발효주 소비액의 71%를 차지하며, 맥주 소비액은 104억 5,100만 유로로 28%를 차지함. 사과주 및 페리 소비액은 3억 5,300만 유로(1%)임

프랑스 와인 소비액은 지난 5년간 연평균 0.6%씩 증가함. 동기간 맥주 소비액은 연평균 4.3%의 가장 높은 증가세를 기록했으며, 사과주 및 페리 소비액은 연평균 0.7%의 감소세를 보임

[표 1.6] 2014-2018년 프랑스 발효주 소비액¹⁵⁾

단위 : 백만 유로



자료: 유로모니터(Euromonitor)

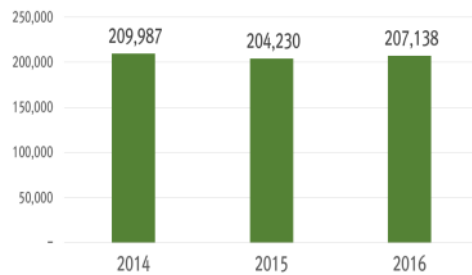
14) 유로모니터(Euromonitor) 카테고리 분류 상 주류(Alcohol Drinks) 하위 시장 중 발효주에 해당하는 와인(Wine), 맥주(Beer), 사과주 및 페리(Cider/Perry)의 소비액을 조사하여 합산함

15) 1유로=1,295.30원(2019.12.19., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

▶ 2017년 프랑스 내 레스토랑 개수 17만 5천 개¹⁶⁾

3) 현지 레스토랑 및 직원 규모

프랑스 현지 매체인 르 에코(Le Echos)에 따르면¹⁷⁾ 2017년 기준 프랑스 내 레스토랑은 약 17만 5천 개이며, 이 중 1만 8천 개가 파리와 인근 지역에 위치함. 또한, 부슈뒤론 지역과 알프마리팀 지역에도 7,500개에서 1만 개 사이의 많은 레스토랑이 위치함. 또한, 글로벌 시장조사기관 스태티스타(Statista)에 따르면,¹⁸⁾ 2016년 프랑스 레스토랑 및 카페 수는 20만 7천 개로, 이는 2015년보다 약 3천 개 늘어난 수치임



[표 1.7] 프랑스 레스토랑 및 카페 수

▶ 2017년 프랑스 레스토랑 및 바 직원 수 일드프랑스에 30% 분포

2017년 프랑스 레스토랑 및 바에서 근로하는 직원수는 총 약 67만 명으로, 이 중 30%에 해당하는 20만 3천 명이 일드프랑스에 분포함. 또한, 오베르뉴론알프 지역에 8만 4천 명(12%)이, 프로방스알프코트다쥐르 지역에 6만 5천 명(10%)이 분포함

[표 1.8] 2017년 프랑스 지역별 레스토랑 및 바 직원 수¹⁹⁾



자료: 스태티스타(Statista), 「Nombre d'employés dans le secteur de la restauration et des débits de boissons en France en 2017, par région」, 2017

16) 조사일(2019.12.23.) 기준, 프랑스 내 레스토랑 수를 확인할 수 있는 가장 최신 자료임

17) 자료: 르 에코(Le Echos), 「La restauration en France : les chiffres du secteur」, 2017.04

18) 자료: 스태티스타(Statista), 「Nombre d'entreprises de restaurants et cafés en France entre 2014 et 2016」, 2019.04

19) 조사일(2019.12.23.) 기준, 프랑스 지역별 레스토랑 직원 수를 조사할 수 있는 가장 최신 자료임

II. Market Trend

SUMMARY

1. 프랑스, 주류 관련 기사 대부분이 와인 언급
2. 프랑스 주류 언급 기사 대부분이 와인 관련
3. 주류 소비량이 많은 프랑스, 건강 관련 정책도 논의돼
4. 프랑스 언론매체, 주류 관련 한국 언급 거의 없어



Market Trend

(시장트렌드)

프랑스 (FRANCE)

막걸리 시장트렌드



프랑스 언론매체, 주류 관련 와인과 칵테일 언급이 대부분
‘프랑스 내 주류 관련해 한국 언급 거의 없어’



겨울철, 따뜻한 와인 뱅쇼 즐겨
‘홈메이드 뱅쇼용 티백 향미료나 키트를 팔기도’

■ FRANCE Issue ①

프랑스 언론매체,
주류 관련 한국 언급 거의 없어
‘와인에 대한 기사가 압도적으로 많아’

■ FRANCE Issue ②

프랑스 주류 언급 기사
대부분이 와인 관련
‘레시피에 활용하거나 뱅쇼로 즐기는 경우도 많아’



‘금지’, ‘건강/보건’, ‘알코올 중독’ 키워드 빈출
‘정부에서 1월 한 달 동안 술을 마시지 않는 캠페인 기획하기도’



프랑스 내 막걸리 검색량 적어
‘다양한 한국 음식 중 하나로 간단히 소개되는 정도’

■ FRANCE Issue ③

주류 소비량이 많은 프랑스,
건강 관련 캠페인도 논의돼
‘OECD 국가 중 주류 소비량 3위’

■ FRANCE Issue ④

프랑스 소비자,
막걸리에 대한 관심 및 인지도 낮아
‘한 달간 단 한 번도 검색되지 않는 달도 있어’

데이터 분석 프로세스

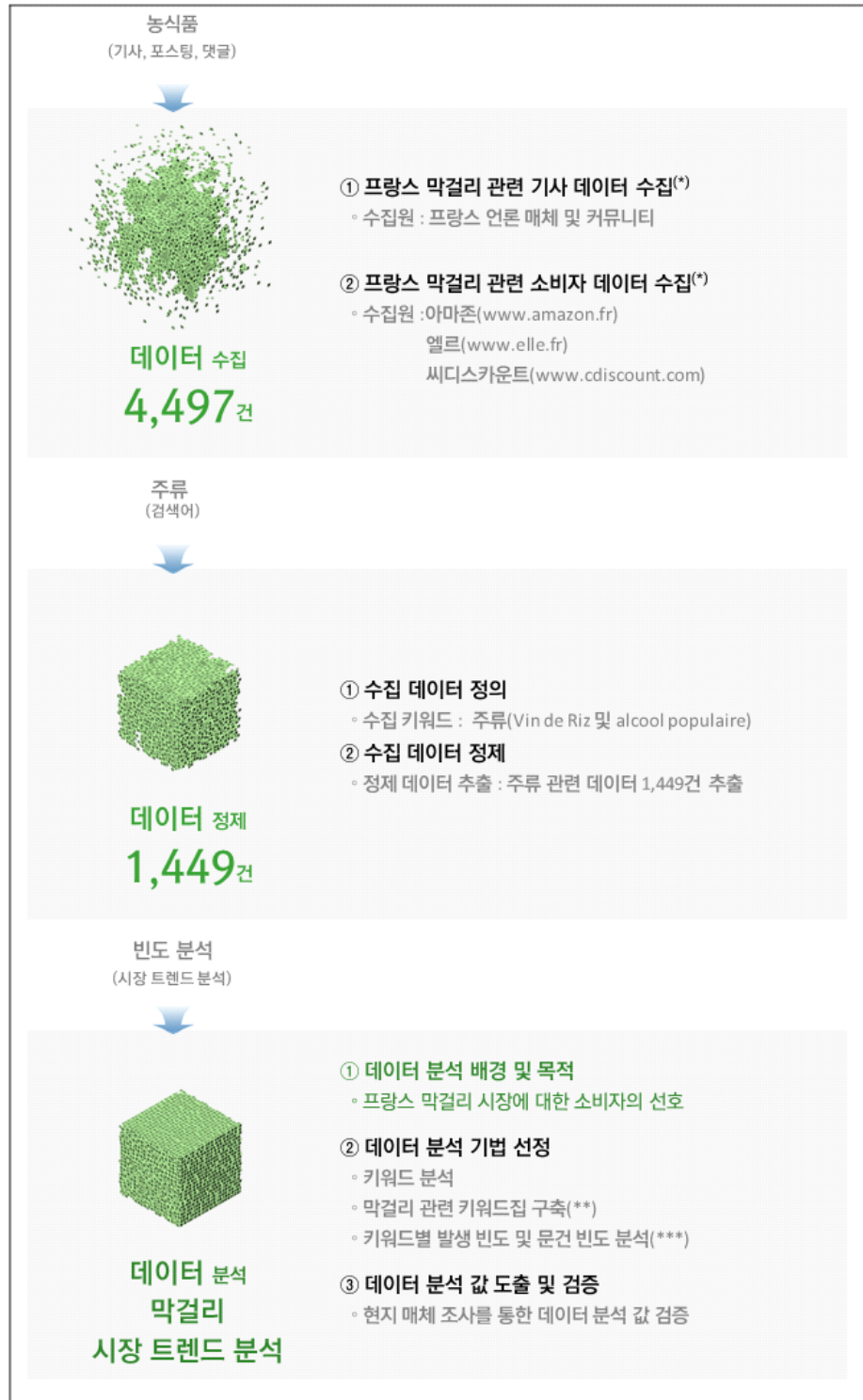
○ 데이터 분석 요약

●
데이터 수집
소스원

(프랑스 매체 9개)

●
데이터 분류
키워드집
(막걸리 연관 키워드집)


●
데이터 분석
- 연관어 분석



1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 19.12
수집 데이터	4,497건

데이터 정제

정제 키워드	주류 (Vin de Riz 및 alcool populaire)
정제 데이터	1,449건

○ 데이터 수집

- 프랑스 막걸리 관련 매체, 잡지, 포스트

[표 2.1] 프랑스 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Madame	madame.lefigaro.fr	언론매체
02	L'express	www.lexpress.fr	언론매체
03	Le Figaro	www.lefigaro.fr	언론매체
04	Elle	www.elle.fr	언론매체
05	Larvf	www.larvf.com	언론매체
06	ForumFr	www.forumfr.com	커뮤니티
07	La Passion du Vin	www.lapassionduvin.com	커뮤니티
08	Amazon	www.amazon.fr	온라인 쇼핑몰
09	C Discount	www.cdiscount.com	온라인 쇼핑몰

○ 데이터 분석 키워드집

- 프랑스 막걸리 관련 매체 사전조사

[표 2.2] 프랑스 막걸리 관련 매체 리스트

LE FIGARO · fr madame		ForumFr		Cdiscount	
현지 언론매체, 주류 관련 이슈		현지 커뮤니티, 주류 관련 소비자 인식		현지 온라인 쇼핑몰, 주류 관련 제품	
키워드 ①	삼페인	키워드 ①	와인	키워드 ①	와인
키워드 ②	와인	키워드 ②	건강	키워드 ②	쌀
키워드 ③	발효	키워드 ③	레드	키워드 ③	볼(Bowl)
키워드 ④	요리	키워드 ④	칵테일	키워드 ④	사케

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 프랑스 막걸리 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 프랑스 맥주 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 ^(*)		
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드		의미	해당국가 언어(프랑스어)	참여기업	경쟁기업	기타
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	주류 종류	와인	vin		0	
			화이트	blanc		0	
			레드	rouge		0	
			칵테일	cocktail		0	
			샴페인	champagne		0	
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	주류 연관 이슈	프랑스의	français		0	
			중국	chine		0	
			한국	corée	0		
			보르도	bordeaux			0
			금지	interdire	0		0
			가격	prix	0		0
			레시피	recette			0
			재료	ingrédients			0
			건강	santé	0		0
			유리	verre			0
			알코올 중독	l'alcool	0		0
			생명	vie			0
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	주류 연관 음식	배	poires			0
			과일	fruits			0
			고등어	maquereaux			0
			닭고기	poulet			0
			레몬	citron			0

3.1) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 프랑스 언론매체 내 '주류' 관련 기사 추출
2. 주요 키워드 추출하기 위해 TF-DF²⁰⁾*와 TF_IDF²¹⁾* 값을 기준으로 선별
3. 주요 키워드가 포함된 문건 수(DF) 산출
4. DF 값을 전체 문서 수로 나눠 비율 산출

※ DF, Document Frequency 개념

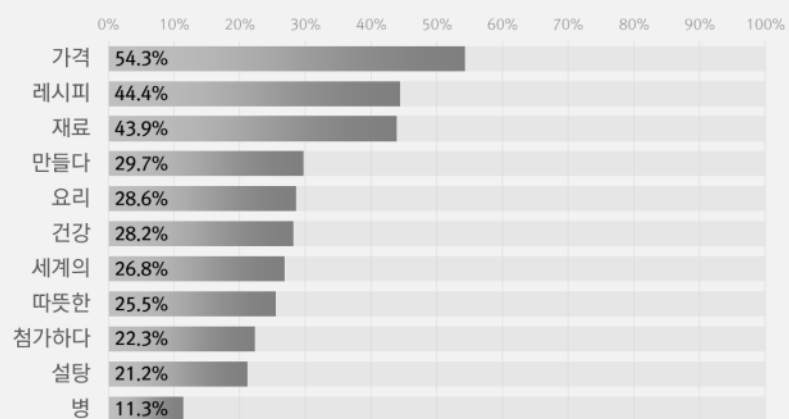
문서 1	문서 2	문서 3
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다.....	미 국무청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국무청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래?	미국 국무청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의...

키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●

연관어 분석
(Keyword Analytics)

[DF 기준 데이터 분석 결과 요약]



20) TF-DF란 '문서 내 특정 키워드 출현 비율'과 '전체 문서 중 특정 키워드를 포함한 문서 비율'을 곱한 값임. 이는 심도 있게 다뤄진 이슈 키워드를 살펴보기 위해 연구자가 산출한 값임

21) TF-IDF란 어떤 단어가 특정 문서 내에서 얼마나 중요한 것인지를 나타내는 통계적 수치임. 공식은 단어 빈도(TF)와 역문서 빈도(IDF)를 곱한 값

3.2) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 언론매체 및 커뮤니티 내 '주류' 핵심내용 분석을 목적으로 함
2. 언론매체의 제목과 커뮤니티의 게시물 제목 키워드 빈도(TF) 산출
(제목의 경우 문장이 짧고 중복 키워드가 적어 DF 값과 유사함)

※ TF, Term Frequency 개념

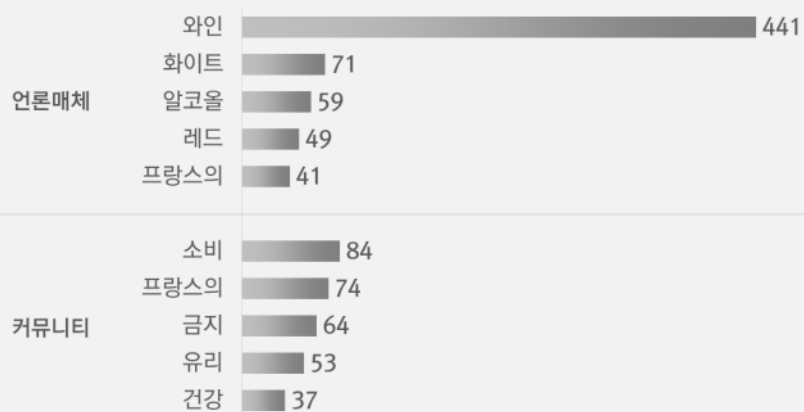
문서 1	문서 2	문서 3
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 ‘원유’에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다.....	미 국무청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국무청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래?	미국 국무청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 ‘통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템’을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의...

키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●

연관어 분석
(Keyword Analytics)

[TF 기준 데이터 분석 결과 요약]



1. 프랑스 언론매체, 주류 관련 한국 언급 거의 없어

주류 관련 키워드

키워드 (프랑스어)	의미 (한국어)
Vin	와인
Alcool	알코올
Lalcool	알코올
Dalcool	알코올
Makgeolli	막걸리
Makkolli	막걸리
Soju	소주

출처: 언론매체 키워드 분석 결과

로제 와인 핑크 칵테일

로제 와인과 로즈 시럽, 탄산수를
재료로 만든 칵테일

출처: Elle

▶ 와인에 대한 기사가 압도적으로 많아

기사 제목에 주류 관련 키워드(좌측 표 참조)가 포함된 기사만 추출하여 프랑스 언론에서는 어떤 주제로 주류가 언급되는지 살펴보고자 함. 수집한 기사 중 기사의 제목 키워드를 분석한 결과, 와인에 대한 기사가 압도적으로 많으며 칵테일 관련 기사가 그 뒤를 이음. 이밖에 특별히 주목할만한 주류 키워드는 나타나지 않아 프랑스 언론에서 소개하는 주류 다양성은 높지 않음을 알 수 있음

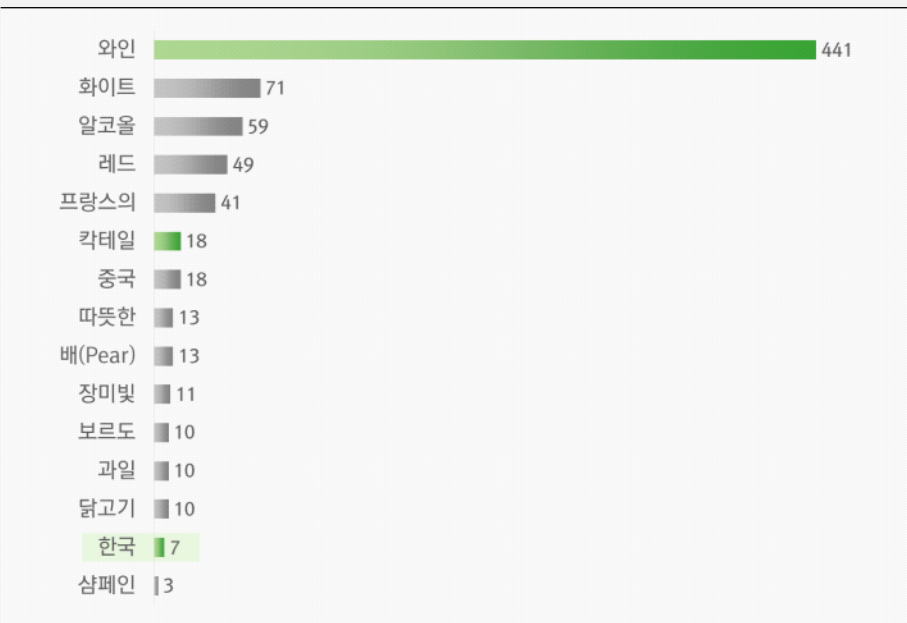
▶ 프랑스 내 주류 관련해 한국 언급 거의 없어

주류 관련 기사 529건 중 한국 주류에 대한 이야기는 7건으로 집계됨. 이는 프랑스 언론매체 일부(총 5곳)에서 최근 2개년(2018년 1월 1일 ~ 2019년 12월 24일) 기사만을 추출한 영향도 있을 것으로 보임. 그럼에도 불구하고 총 문건 수 중 상대적으로 낮은 빈도수는 프랑스 내 한국 주류에 대한 인지도는 높지 않은 것으로 해석할 수 있음

▶ 프랑스 언론매체 내 주류 관련 주요 이슈

① 와인 ② 칵테일

[표 2.4] 프랑스 언론매체 내 '주류' 주요 키워드



자료 : 프랑스 언론매체 내 '주류' 관련 기사 529건 분석 (18.01 - 19.12)
제목 값 설명: 해당 키워드 빈도 총합

2. 프랑스 주류 언급 기사 대부분이 와인 관련

‘와인’, ‘중국’, ‘레시피’ 키워드가
포함된 기사의 일부 내용



‘와인과 중국 요리:
3가지 성공적인 작품’
드라이 화이트 와인을 활용한
라비올리, 스위트 화이트 와인을
활용한 오리고기, 레드 와인을 활용한
매운 양념 돼지고기 요리를 소개

출처: lespress

화이트 와인
고등어(maquereaux) 요리



‘화이트 와인과 함께하는
간단한 고등어 요리’
고등어 조각, 양파, 당근, 와인,
식초, 파슬리, 소고기, 소금, 고추
등을 재료로 한 레시피 소개

출처: Elle

뱅쇼 향미료 티백 제품



브랜드	메스머(Meßmer)
제품명	뱅쇼 향미료 (Glühwein Gewürz)
가격	12,95유로 ²²⁾ (약 16,774원)
용량	1.5g X 20개

출처: Amazon

▶ 생선 및 육류 레시피에 화이트 와인 이용해

앞서 추출한 기사의 상세 내용을 알아보기 위해 본문을 분석함. 그 결과, ‘가격’, ‘레시피’, ‘재료’ 키워드가 다수 빈출됨. 해당 키워드의 원문을 살펴본 결과, 와인과 어울리는 요리나 생선 및 육류의 잡내를 제거하기 위해 와인을 이용한다는 내용이 다수임

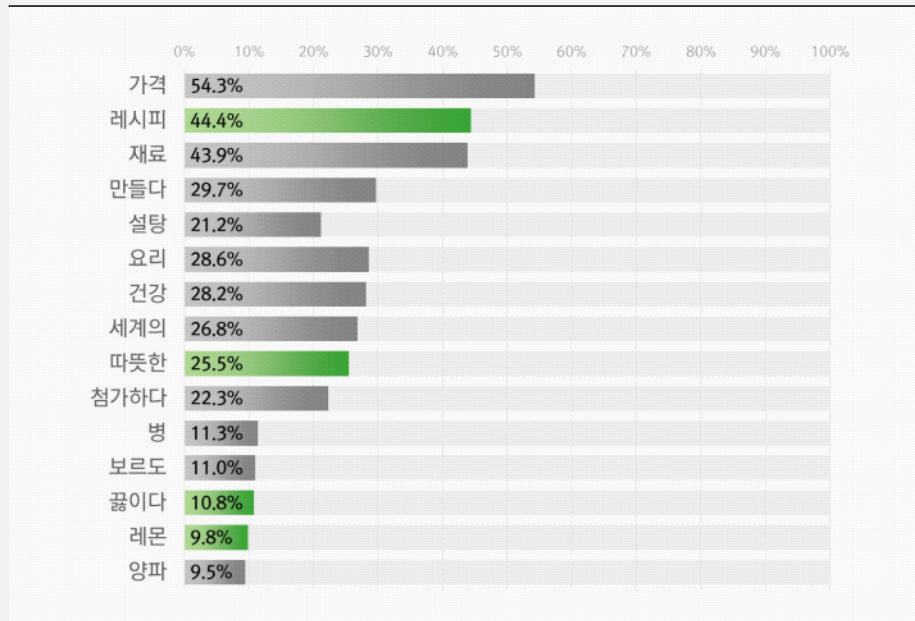
▶ 겨울철, 따뜻한 와인 뱅쇼 즐겨

‘따뜻한(chaud)’, ‘끓이다’ 키워드를 통해 프랑스의 뱅쇼(Vin chaud, 따뜻한 와인)에 대한 이야기가 언급되었음을 확인함. 영어로 멀드 와인(Mulled wine)이라고도 부르는 뱅쇼는 와인에 시나몬, 과일 등을 첨가하여 따뜻하게 끓인 음료로 겨울철 유럽 전역에서 즐겨 마심.²³⁾ 실제 프랑스 아마존에서는 집에서도 쉽게 뱅쇼를 즐길 수 있도록 티백 향미료나 키트를 팔기도 함

▶ 프랑스 언론매체 내 주류 관련 주요 이슈

① 레시피 ② 따뜻한

[표 2.5] 프랑스 언론매체 내 ‘주류’ 주요 키워드



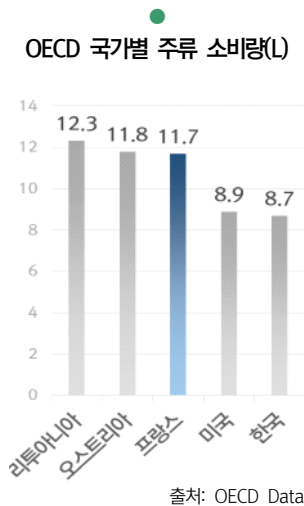
자료 : 프랑스 언론매체 내 ‘주류’ 관련 기사 529건 분석 (18.01 - 19.12)

본문 값 설명: 해당 키워드 포함 문건 수/매체 총 문건 수(%)

22) 1유로=1,295.30원 (2019.12.19, KEB 하나은행 매매기준율 기준)

23) 「5 Places to Drink Vin Chaud in Paris This Winter」, Frenchly, 2018.12.14.

3. 주류 소비량이 많은 프랑스, 건강 관련 정책도 논의돼



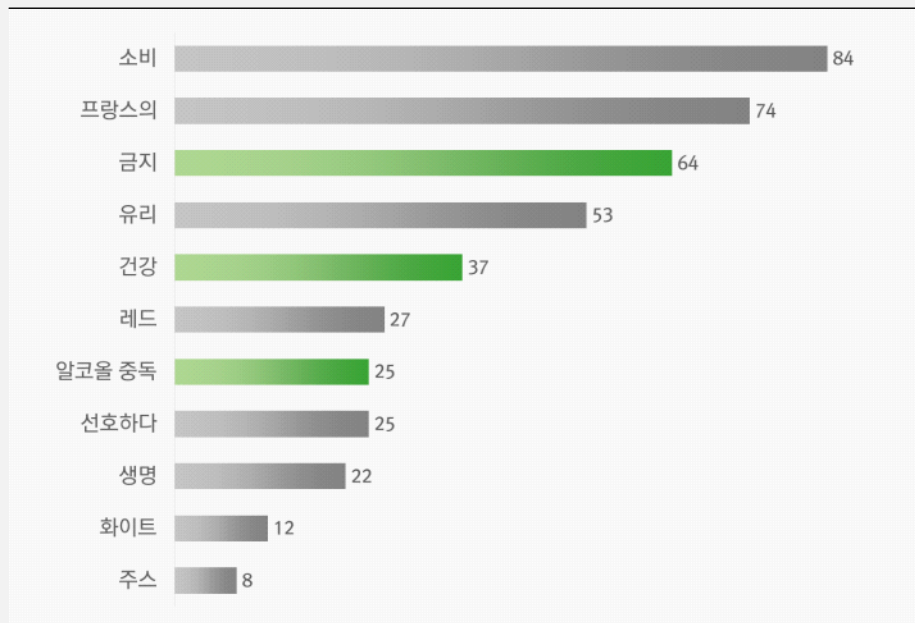
▶ OECD 국가 중 주류 소비량 3위인 프랑스, 건강 관련 캠페인 논의되기도

주류 관련해 프랑스 소비자들의 의견을 살펴보기 위해 커뮤니티에서 주류 키워드가 포함된 게시글을 수집함. 주요 관심사를 보기 위해 이들이 올린 게시글의 제목 키워드를 분석함. 그 결과 ‘금지’, ‘건강/보건’, ‘알코올 중독’ 키워드가 빈출함. 해당 키워드의 원문에서는 ‘드라이 재뉴어리(Dry January, 1월 한 달 동안 술을 마시지 않는 운동)’를 다수 언급함. 이와 관련하여 프랑스 보건복지부 장관은 프랑스 국민의 건강을 위해 2020년부터 해당 캠페인을 실시하려 했으나 사실상 철회된 것으로 보임.²⁴⁾ 드라이 재뉴어리 캠페인 진행이 무산돼 주류 소비량에 급격한 변화는 없을 것으로 예상되나, 이러한 논의가 거론 된 만큼 건강을 고려하는 소비자들은 점차 늘어날 것으로 보임

▶ 프랑스 커뮤니티 내 주류 관련 주요 이슈

① 금지 ② 건강 ③ 알코올 중독

[표 2.6] 프랑스 커뮤니티 내 ‘주류’ 주요 키워드



자료 : 프랑스 커뮤니티 내 ‘주류’ 관련 게시글 920건 분석 (18.01 - 19.12)
값 설명: 해당 키워드 빈도 총합

24) 「Alcohol Consumption」, OECD Data, 2018.

4. 프랑스 소비자, 막걸리에 대한 관심 및 인지도 낮아

한국 주류 및 술 문화 소개



한국의 맥주, 소주, 막걸리와 술 문화를 소개
출처: Holidaylink

한류 음식 소개



한류 음식(K-food)을 소개하면서
막걸리를 언급
출처: Nouvelobs

▶ 프랑스 내 막걸리 검색량 적어, 한 번도 검색되지 않은 달도 있어

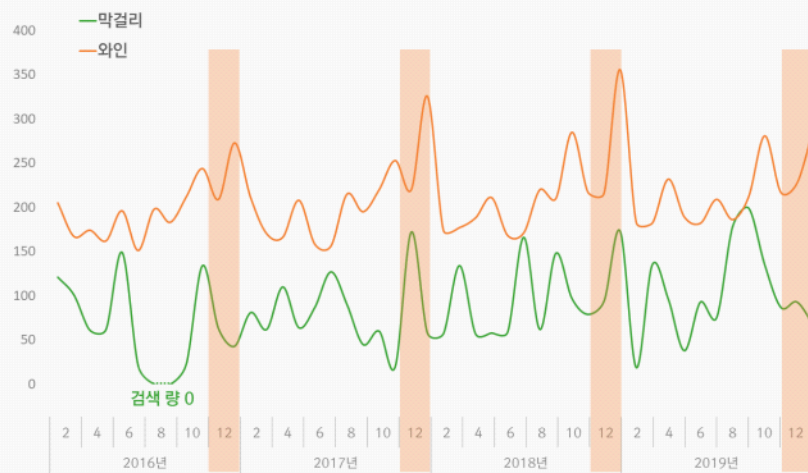
앞서 추출한 데이터에서는 막걸리 언급이 거의 없어 구글 트렌드를 활용해 막걸리에 대한 프랑스인의 관심도(검색량)를 측정함. 먼저 프랑스의 대표 주류인 와인은 12월마다 검색량이 급증하지만 막걸리의 경우 뚜렷한 패턴을 보이지 않음. 막걸리 관련 기사의 대부분은 프랑스 현지 사이트가 아닌 한국에서 운영하는 사이트인 경우가 많음. 프랑스 현지 사이트에서 언급한 막걸리는 다양한 한국 음식 중 하나로 간단히 소개되는 정도임. 더불어 한 달간 단 한 번도 검색되지 않는 경우도 있어 막걸리에 대한 관심 및 인지도가 낮다고 볼 수 있음. 이에 따라 막걸리에 대한 인지도 제고 방안이 우선적으로 요구됨

▶ 프랑스 주류 관련 주요 이슈

① 와인 ② 막걸리

[표 2.7] 프랑스 '막걸리', '와인' 관련 구글(Google) 검색량 추이선

구글 트렌드 분석 결과



자료 : 구글 트렌드(Google Trend)를 이용한 '막걸리', '와인' 검색량 추이선 (16. 01 - 19. 12)

III. Distribution Channel

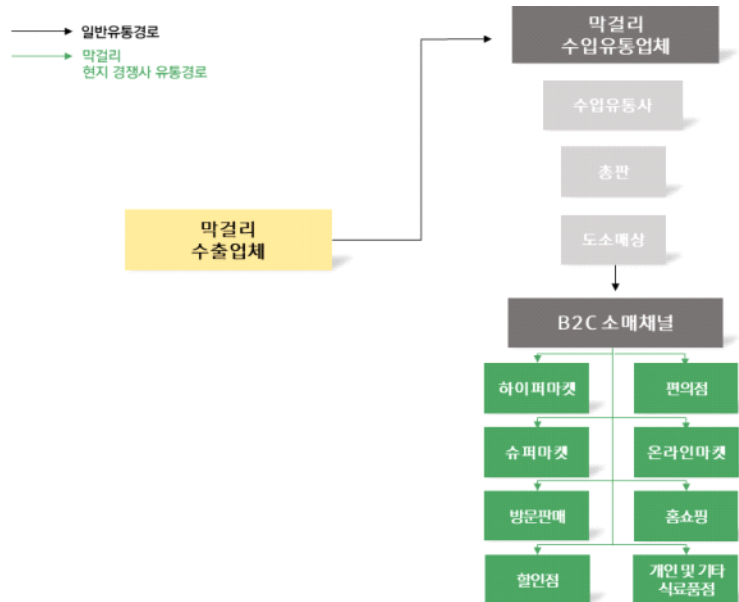
SUMMARY

1. 프랑스 막걸리 유통구조
2. 프랑스 막걸리 주요 유통업체
3. 프랑스 막걸리 B2C 소매채널



Distribution Channel

(유통채널)



프랑스 (France)

막걸리²⁵⁾ 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ²⁶⁾	주요 채널 ²⁷⁾
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	69.6%	르플레어(E. Leclerc), 까르푸(Carrefour), 오상(Auchan), 앵테르마르셰(Intermarché), 씨시스템유(Systeme U), 제앙카지노(Géant Casino), 코라(Cora), 모노프리(Monoprix)
	할인점	10.4%	리들(Lidl), 알디(Aldi), 리더프라이스(Leader Price), 네토(Netto), 노르마(Norma), 오상(Auchan)
	개인 및 기타 식료품점 ²⁸⁾²⁹⁾	8.0%	니콜라스(Nicolas), 케이마트(K-Mart)
	편의점	6.4%	까르푸(Carrefour), 인터네셔널 스파 센트럴(Internationale Spar Centrale), 카지노 그룹(Casino Guichard-Perrachon), 씨시스템유(Système U Centrale Nationale)
	온라인	4.3%	아마존(Amazon), 르플레어(E. Leclerc), 씨디스카운트(Cdiscount), 프낙(Fnac)
	홈쇼핑	0.7%	띠리에(Thiriet)
	방문판매	0.6%	허벌라이프뉴트리션(Herbalife Nutrition)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

25) '막걸리'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '주류(Alcoholic Drinks)'의 정보를 확인함

26) 2018년 기준, 프랑스 내 주류(Alcoholic Drinks)의 유통채널 점유율임

27) 채널 분류에 따른 프랑스 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계기업도 포함됨

28) 개인 및 기타 식료품점은 가족단위나 개별적으로 운영하는 채널들의 집합으로, 개인 소매점, 음식/음료/담배 전문점 등을 포함함

29) 개인 및 기타 식료품점의 경우, 와인 전문점과 아시안마트를 조사함

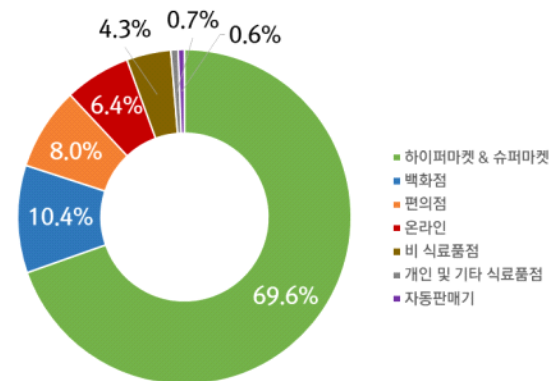
1. 프랑스 막걸리 유통구조

품목 구분 및 분류

품목	막걸리
구분	막걸리
범주	주류 (Alcoholic Drinks)

▶ 프랑스 막걸리 주요 채널
'하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(69.6%)'

[표 3.1] 프랑스 막걸리 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 프랑스 막걸리 유통채널 현황

채널 유형	막걸리 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	69.6%	르끌레어(E. Leclerc), 까르푸(Carrefour), 오상(Auchan), 앙테르마르세(Intermarché), 씨시스템유(Systeme U), 제엄카지노(Géant Casino), 코라(Cora), 모노프리(Monoprix)
	할인점	10.4%	리들(Lidl), 알디(Aldi), 리더프라이스(Leader Price), 네토(Netto), 노르마(Norma), 오상(Auchan)
	개인 및 기타 식료품점	8.0%	니콜라스(Nicolas), 케이마트(K-Mart)
	편의점	6.4%	까르푸(Carrefour), 인터네셔널 스파 센트럴(Internationale Spar Centrale), 카지노 그룹(Casino Guichard-Perrachon), 씨시스템유(Système U Centrale Nationale)
	온라인	4.3%	아마존(Amazon), 르끌레어(E. Leclerc), 씨디스카운트(Cdiscount), 프낙(Fnac)
	홈쇼핑	0.7%	띠리에(Thiriet)
	방문판매	0.6%	허벌라이프뉴트리션(Herbalife Nutrition)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

2. 프랑스 막걸리 주요 유통업체

▶ 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓이 대표적

추가로, 할인점, 온라인, 와인 전문점, 아시안마트에서 유사제품 판매가 확인되어 조사 채널에 포함

[표 3.3] 프랑스 막걸리 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ³⁰⁾)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	르끌레어 (E. Leclerc)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 378억 유로 (약 48조 9,623억 원)	자안스(JAILLANCE), 부샤드페레피스 (Bouchard Père & Fils), 샤또데라그릴 (Château de La Grille)	0
2	까르푸 (Carrefour)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 356억 유로 (약 46조 1,127억 원)	두멘쥬벨아무르 (Domaine Du Bel Amour), 레샴누아 (Les Champs Noirs), 이치다이미센 (Ichidai Misen)	0
3	오상 (Auchan)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 177억 560만 유로 (약 15조 1,623억 원)	겝케이칸(Gekkeikan), 부샤드페레피스 (Bouchard Père & Fils), 샤또뉴프뒤파프 (Château Neuf Du Pape), 프레시넷(Freixenet)	0
4	제앙카지노 (Géant Casino)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 190억 6,100만 유로 (약 24조 6,897억 원)	클럽데소몰리에 (Club Des Sommeliers), 프레시넷(Freixenet), 잔클라우드마 (Jean Claude Mas)	0
5	리들 (Lidl)	할인점	약 743억 1,544만 유로 (약 96조 2,608억 원)	비노블레콤파니 (Vignobles & Compagnie), 두맨라호슈 (Domaine la Roche), 크렘드리무 (Crémant de Limoux)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

30) 1유로=1,295.30원 (2019.12.19. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	알디 (Aldi)	할인점	약 242억 유로 (약 31조 3,3463억 원)	본엣바이오 (Bon Et Bio), 샤또푸카호스텐 (Château Fourcas Hosten), 발딕(Baldik)	0
7	아마존 (Amazon)	온라인	약 34억 유로 (약 4조 4,040억 원)	미야케혼텐 (Miyake Honten), 하나가키니고리 (Hanagaki Nigori), 겡케이칸(Gekkeikan)	0
8	씨디스카운트 (Cdiscount)	온라인	약 20억 9,409만 유로 (약 2조 7,125억 원)	호칸(Hokkan), 그란드빈드보르두 (Grand Vin De Bordeaux), 샤또데크루조 (Château de Cruzeau)	0
9	니콜라스 (Nicolas)	와인 전문점	약 135억 6,820만 유로 (약 17조 5,749억 원)	피상몽(Pécharmant), 멘투살롱 (Menetou-Salon), 그란드빈드보르두 (Grand Vin De Bordeaux),	0
10	케이마트 (K-Mart)	아시안마트	매장 수('19): 3개	하이트진로, 롯데주류, 우리술, 국순당	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

3. 프랑스 막걸리 B2C 소매채널

1) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓



① 르끌레어(E. Leclerc)

기업 기본 정보	기업명	르끌레어(E. Leclerc)	
	홈페이지	www.e-leclerc.com	
	위치	이브히 슈흐 쉐느(Ivry-sur-Seine)	
	규모	매출액('18)	약 378억 유로 (약 48조 9,623억 원)
		기타 규모	- 매장 수('18): 약 691개 - 직원 수('18): 약 130,000명
기업 요약	- 1949년 설립 - 프랑스 하이퍼마켓 시장 점유율 1위 - 해외 88개의 매장을 보유 - 프랑스에 1,924개의 전문 소매점 보유 - 온라인 몰 운영하여 르끌레어 드라이브 픽업 서비스 제공		
	 		
기업 최근 이슈	- 2020년 온라인마켓 점유율 10% 목표 - 2019년 10월 두아르네즈(Douarnenez) 지역에 매장 개장 - 2019년 여름 스포츠 이벤트 Tour de France에 공식 후원사 중 하나가 될 것이라고 발표		
유사제품 정보		제품명	몬들리 2012 (MONTHÉLIE 2012)
		종류	와인
		용량	1,500ml
		원산지	프랑스

자료: 르끌레어(E. Leclerc) 홈페이지, 우에스트프랑스(OuestFrance), 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 르끌레어(E. Leclerc) 홈페이지, 프랑스오픈푸드팩트(Fr.openfoodfacts)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 건강기능식품, 유제품, 즉석식품, 소스류, 음료류, 주류, 차류 등 - 일반: 화장품, 유아용품, 가전제품, 잡화류, 의류 등 • 선호제품 - 현지 공급업체 제품 - 유기농 제품 • 특이사항 - 각 매장마다 취급하는 제품 다를 수 있음		
	등록 유형	☒ 직접 등록 ☐ 벤더 등록	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지 통해 직접 등록 - 홈페이지 하단 메뉴 Contactez-nous 클릭 - Envoyez-nous un message 통해 문의사항 등록 - 홈페이지 가입 정보 : 담당자명, 이메일 주소, 연락처, 첨부파일 등	
	특이사항	- 문의사항 연락처: +33-09-69-32-42-52 - 각 매장마다 자체적인 판매 및 마케팅 정책 운영하므로 입점 희망하는 매장으로 직접 문의	

자료: 르끌레어(E. Leclerc) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 까르푸(Carrefour)

기업 기본 정보	기업명	까르푸(Carrefour)		
	홈페이지	www.carrefour.fr		
	위치	마씨(Massy)		
	규모	매출액('18)	약 356억 유로 (약 46조 1,127억 원)	
		기타 규모	- 온라인 판매율('16): 약 4억 유로 - 비유동 자산('18) 약 287억 유로	
	기업 요약	- 1959년 까르푸 그룹(Carrefour Group)설립 - 1963년 까르푸 첫 매장 오픈 - 세계 2위의 프랜차이즈 대형 할인매장으로, 벨기에, 스페인, 이탈리아, 중국, 대만 등 여러 국가에서 매장 운영 - 500개 이상의 브랜드 제품을 판매		
		 		
기업 최근 이슈	- 2019년 프랑스, 벨기에 3분기 실적 부진했지만, 이커머스 및 스페인, 남아메리카 시장은 빠르게 성장 중 - 최근 대규모 인원 감축을 실행하여, 까르푸 할인매장 273곳을 폐점 - 19년 5월 약 3,000여건의 일자리 손실을 가져오는 구조 조정을 발표			
유사제품 정보			제품명	사케자포네긴조미젠 (Sake Japonais Ginjo Misen)
			종류	사케
			용량	720ml
			원산지	일본

자료: 까르푸(Carrefour) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 리버레이션(Liberation)
 사진 자료: 까르푸(Carrefour) 홈페이지, 알라미이미지(Alamyimage)

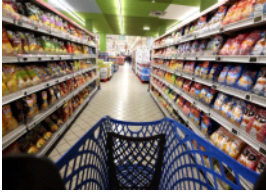
입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 육류, 해산물, 유제품, 냉동식품, 스낵류, 캔디류, 주류, 음료류, 차류 등 - 일반: 화장품, 유아용품, 위생용품, 청소용품, 의류, 잡화류 등 • 선호제품 - 신선도가 높은 제품 - 글루텐 프리, 유기농 제품 - 현지 공급업체 제품 • 특이사항 - 판매 제품의 약 75%가 현지 공급업체 제품		
	등록 유형	☒ 직접 등록 ☐ 벤더 등록	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지 또는 유선 연락 통한 문의 - 홈페이지 가입 정보 : 담당자명, 이메일 주소, 연락처, 첨부파일 등 (carrefour-service.custhelp.com/app/contact_email)	
	특이사항	- 문의사항 연락처: +33-09-69-39-70-00	

자료: 까르푸(Carrefour) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 오상(Auchan)

기업 기본 정보	기업명	오상(Auchan)	
	홈페이지	www.auchan.fr	
	위치	크뢰(Croix)	
	규모	매출액('18)	약 177억 560만 유로 (약 15조 1,623억 원)
		기타 규모	매장 수('18): 약 644개
기업 요약	- 1961년 설립된 프랑스 대표 유통업체 - 세계 11위 규모 유통기업 - 중국, 이탈리아 등 17개 국가에서 4,084개의 매장 운영 - 온라인 물 운영하여 매장 드라이브 픽업 서비스 제공 - 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 3가지 형태로 매장 운영		
	 		
기업 최근 이슈	- 2019년 11월 2022년까지 EBITA 마진율 6%를 목표로 11억 유로 비용 절감 목표 - 2019년 5월 이탈리아 오상 코나드(Conad)에 매각 - 2019년 2월부터 메트로, 제영카지노 등 기업들과 해외 공급업체 서비스 플랫폼 호라이즌인터내셔널서비스(Horizon International Services) 개시		
유사제품 정보		제품명	더파이니스트사케 (The Finest Sake)
		종류	사케
		용량	750ml
		원산지	일본

자료: 오상(Auchan) 홈페이지, 오상 2018 연간보고서(2018 Annual Report), 로이터(Reuters), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 오상(Auchan) 홈페이지, 수드인포(Sudinfo)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 육류, 유제품, 주류, 음료류, 차류, 즉석식품, 소스류, 캔디류 등 - 일반: 화장품, 애완용품, 가구용품, 위생용품, 유아용품, 주방용품, 청소용품, 의류, 잡화류 등 • 선호제품 - 프랑스 현지 공급업체 제품 - 유기농 제품 - 동물 복지 인증 제품		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	오상 Technical Direction 홈페이지를 통한 문의 - 오상 osbi.auchan.fr 홈페이지 접속하여 입점 희망하는 지점 지사 선택 - 정보 및 문의 내용 작성하여 제출 - 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 회사명, 회사 주소, 이메일 주소, 전화번호, 사업자 등록번호, 첨부파일 등	
	특이사항	- 입점 희망하는 지점 지사 선택하여 문의	

자료: 오상(Auchan) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



④ 제잉카지노(Géant Casino)

기업 기본 정보	기업명	제잉카지노(Géant Casino)	
	홈페이지	www.geantcasino.fr	
	위치	세인트 에티엔느(Saint-Étienne)	
	규모	매출액('18)	약 190억 6,100만 유로 (약 24조 6,897억 원)
		기타 규모	매장 수('18): 약 555개 ³¹⁾
기업 요약	- 카지노 기업의 자회사로 1970년 설립 - 프랑스, 카타르, 우루과이 등 다양한 국가에서 매장 운영 - 온라인 몰 운영하여 일부 매장에서 픽업 서비스 제공 - 약 13,000개의 식품 판매하며, 다양한 자체 브랜드 보유 - 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 등 다양한 형태의 매장 운영		
	 		
기업 최근 이슈	- 2019년 10월 르플레이어 기업에 약 60개 하이퍼마켓 매장을 매각 예정 - 2019년 9월 카지노 그룹 자회사 할인점 체인 리더프라이스(Leader Price) 매각 - 기업 부채 상환을 위해 자회사 유통 브랜드 중 프란프릭스(Franprix), 모노프릭스(Monoprix), 씨디스카운트(Cdiscount)에 집중 투자를 계획		
유사제품 정보		제품명	루랄파네이처루즈오가닉 (Rural Par Nature Rouge Organic)
		종류	와인
		용량	750ml
		원산지	프랑스

자료: 제잉카지노(Géant Casino) 홈페이지, 카지노(Casino) 그룹 홈페이지, 리테일디테일(RetailDetail), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 제잉카지노(Géant Casino) 홈페이지, 알라미(Alamy)

31) 하이퍼마켓 122개, 슈퍼마켓 433개

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 육류, 해산물, 유제품, 냉동식품, 캔디류, 스낵류, 음료류, 차류, 주류 등 - 일반: 유아용품, 청소용품, 애완용품, 의류, 가전제품 등 • 선호제품 - 유기농 제품 - 동물복지 인증 제품 • 특이사항 - 자체제작 차 브랜드 보유 - 식료품 위주로 매장 운영		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☒ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지 통해 직접 등록 - 홈페이지 하단 메뉴 GÉANT CASINO & VOUS의 FAQ & Contact 클릭 - 홈페이지 기입정보 : 담당자명, 이메일 주소, 전화번호 등 (geantcasino.fr/service-consommateurs)	
	특이사항	- 문의사항 연락처: +33-4-77-45-31-31 (카지노 그룹)	

자료: 제앙카지노(Géant Casino) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 할인점



① 리들(Lidl)

기업 기본 정보	기업명	리들(Lidl)	
	홈페이지	www.lidl.fr	
	위치	형지스(Rungis)	
	규모	매출액('18)	약 743억 1,544만 유로 ³²⁾ (약 96조 2,608억 원)
		기타 규모	매장 수('18): 약 1,500개 직원 수('18): 약 30,000명
기업 요약	- 1973년 독일에서 설립되어 1989년 프랑스 진출 - 슈왈츠그룹(Schwarz Gruppe)의 자회사 - 유럽국가 포함 총 29개국에 진출하여 10,800여개의 매장 운영 - 판매하는 제품의 72%가 프랑스산 제품 - 프랑스 내 25개의 물류 플랫폼 운영		
	 		
기업 최근 이슈	- 칸타(Kantar)³³⁾ 시장조사에 따르면 2019년 리들 프랑스 시장점유율 6%로 증가 - 2019년 11월 온라인 뷰티샵 런칭 - 2019년 Retailer Awards 수상 및 Top Online shop으로 선정 - 2017년 미국 성공적으로 진출하여 2020년 추가적으로 25개의 매장 오픈 계획		
유사제품 정보		제품명	베사르농 (Pessac-Léognan)
		종류	와인
		용량	750ml
		원산지	프랑스

자료: 리들(Lidl) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 리들(Lidl) 홈페이지, 알라미(Alamy)

32) 미국과 유럽 전역에 위치한 매장 포함한 수치

33) 소비자패널 전문 마케팅 리서치 기업

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 해산물, 육류, 차류, 제과류, 식료품, 주류, 음료류, 건강식품, 소스류 등 - 일반: 패션 용품, 유아용품, 가전제품, 화장품 등 • 선호제품 - 유기농 제품 선호 - 현지 공급업체 제품 • 특이사항 - 판매되는 제품 전체의 72%가 프랑스 공급업체 제품		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☒ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지 통해 직접 등록 - 홈페이지 하단 Nous contacter 클릭하여 문의 양식 작성 후 제출 - 홈페이지 가입정보 : 담당자명, 연락처, 이메일 주소 등 (service-client.lidl.fr/SelfServiceFR/s/contactsupport)	
	특이사항	- 문의사항 연락처: +33-0800-900-343	

자료: 리들(Lidl) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 알디(Aldi)

기업 기본 정보	기업명	알디(Aldi)	
	홈페이지	www.aldi.fr	
	위치	일 드 프랑스(Île-de-France)	
	규모	매출액('18)	약 242억 유로 ³⁴⁾ (약 31조 3,463억 원)
		기타 규모	매장 수('18): 약 900개
기업 요약	- 1962년 독일에서 설립되어 1988년 프랑스 진출 - 유럽 내 9개국에서 70개의 물류센터 운영 - 2018년 기준 유럽 내 2위 규모 슈퍼마켓 체인 - 온라인 몰 따로 운영하지 않으며, 홈페이지 통해 제품 카탈로그 제공		
	 		
기업 최근 이슈	- 2019년 9월 프랑스 할인점 체인 리더프라이스(Leader Price) 인수 논의 - 독일 에센(Essen) 주에 본사 추가 설립하여 유럽 내 확장 계획 발표		
유사제품 정보		제품명	보르도비오에오피 (Bordeaux Bio AOP)
		종류	와인
		용량	750ml
		원산지	프랑스

자료: 알디(Aldi) 홈페이지, 인터네셔널슈퍼마켓뉴스(International Supermarket News), 리테일디테일(RetailDetail), 엔에이치에이치(NHH), 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 알디(Aldi) 홈페이지, 핀테르스트(Pinterest), 아이에스에이콘소(ISA-conso)

34) Aldi Nord 전체 매출액

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 차류, 유제품, 주류, 음료류, 건강식품, 소스류 등 - 일반: 잡화류, 유아용품, 가전제품, 화장품, 가구용품 등 • 특이사항 - 차에 관한 구매 규정 자체적으로 보유 - 자체 유기농 브랜드 보유 - 2019년 말까지 차 제품 40%을 지속가능한 인증(Sustainable Certified) 제품으로 교체 예정		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지 통해 직접 문의 - 홈페이지 하단 À propos d'ALDI 카테고리 Contact 클릭 - 정보 기입 및 문의 내용 작성 후 제출 - 기입한 연락처로 답변 회신 - 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 이메일 주소, 연락처 등	
	등록 조건	· 평가 기준 ① International Tea Purchase Policy 준수	
	특이사항	- 문의사항 연락처: contact@aldi.fr	

자료: 알디(Aldi) 홈페이지 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 온라인



① 아마존(Amazon)

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)		
	홈페이지	www.amazon.fr		
	위치	파리(Paris)		
	규모	매출액('18)	약 34억 유로 (약 4조 4,040억 원)	
		기타 규모	직원 수('18): 약 5,000명	
기업 요약	- 1994년 7월 설립된 세계 최대의 온라인 쇼핑중개업 기업으로, 2000년 프랑스 진출 - 유럽 본사는 룩셈부르크에 위치 - 프랑스 온라인마켓 시장 점유율 2위 - 프랑스 내 5개 물류센터 운영 			
기업 최근 이슈	- 2019년 11월 프랑스에 아마존 비즈니스 프라임(Business Prime) 런칭 - 2019년 8월 프랑스 디지털세 도입에 따라 아마존 플랫폼 등록 사업자에게 수수료 3% 인상 - 2017년, 클리쉬(Clichy)에 리서치 센터를 오픈 - 내년 가을부터 브레티니쉬르오르주(Brétigny-sur-Orge)에 로봇이 물품을 관리하는 창고를 개설 예정			
유사제품 정보		제품명	셈푸쿠 준마이슈 (Sempuku Junmaishu)	
		종류	사케	
		용량	720ml	
		원산지	일본	

자료: 아마존(Amazon) 홈페이지, 오피스프로덕트인터네셔널(Office Product International),
유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 아마존(Amazon) 홈페이지

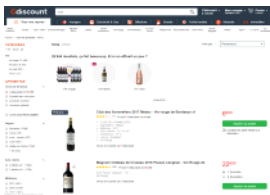
입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 냉동식품, 해산물, 육류, 건강기능식품, 차류, 스낵류, 소스류, 면류, 주류 등 - 일반: 서적류, 가전제품, 전자기기, 화장품, 의류 등 • 선호제품 - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 - 플랫폼을 통해 판매되는 한국산 주류 제품은 현재 종류가 한가지이며, 주로 판매되는 한국산 제품은 홍삼조제품, 한국 라면, 장류 및 소스류임		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	1. 홈페이지 통해 직접 등록 - 홈페이지 하단 메뉴 Gagnez de l'argent 카테고리 Vendez sur Amazon 클릭 - 필요 정보 확인 후 Mettre en vente 클릭하여 아마존 판매자 포털 Amazon Seller Central 접속 - 가입 후 입점 절차 진행 - 등록 정보 ① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) ② 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품종류, 예상매출액, 판매입고량) 2. 입점 문의 후 등록 - 정보 기입 후 입점 사항 논의 후 진행 - 홈페이지 기입 정보 : 제품군, 예상판매액, 회사정보 (services.amazon.fr/standards/contactez-nous.html)	
	등록 조건	· 평가 기준 ① 아마존 행동강령 준수 · 평가 기준 ② EU Regulation on the Provision of Food Information to Consumers 준수	
	특이사항	- 입점 가능한 카테고리 20개 중 식료품을 포함한 10개 제품군은 승인절차 거쳐야 입점 가능 - 아마존 유럽 내 국가 판매자 등록 절차는 모두 동일	

자료: 아마존(Amazon) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 씨디스카운트(Cdiscount)

기업 기본 정보	기업명	씨디스카운트(Cdiscount)		
	홈페이지	www.cdiscoutn.com		
	위치	보르도(Bordeaux)		
	규모	매출액('18)	약 20억 9,409만 유로 (약 2조 7,125억 원)	
		기타 규모	직원 수('18): 약 1,500명	
기업 요약	- 1999년 설립 - 카지노 그룹의 자회사 - 프랑스 내 2위 규모의 이커머스 기업 - 홈페이지에 등록된 판매자 약 12,000명, 판매 제품 약 6,300만 개 - 2018년 피지털(Phygital) 컨셉의 오프라인 매장 Le 4 Casino 런칭 			
기업 최근 이슈	- 2019년 12월 파리에 구매 전 시음 가능한 오프라인 와인 전문점 La Nouvelle Cave 개점 - 2018년 기준 전년대비 음식 판매량 59% 증가			
유사제품 정보		제품명	사케드리자뽀네 (Saké de Riz Japonais)	
		종류	사케	
		용량	720ml	
		원산지	일본	

자료: 씨디스카운트(Cdiscount) 홈페이지, 비에프엠티비(BFM TV), 이커머스디비(EcommerceDB), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 씨디스카운트(Cdiscount) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 스낵류, 캔디류, 면류, 주류, 음료류 등 - 일반: 화장품, 가전제품, 전자제품, 가구류, 의류, 잡화류, 애완용품 등 • 선호 제품 - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 - 한국 주류 소주 판매하나 종류가 다양하지 않음		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지에서 직접 등록 - 홈페이지 하단 메뉴 DECOUVREZ NOTRE MARKETPLACE 아래 Vendre sur Cdiscount 클릭 - 페이지 하단 Contact Us 클릭 - 홈페이지 가입 정보 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (기업명, 연매출액, 기업 홈페이지 주소, 사업자등록번호, 담당자명, 담당자 연락처) ② 공급 제품 정보 (현재 온라인 유통 채널 여부, 제품군, 제품 설명 자유 기재) (marketplace.cdiscount.com/en/contact/)	
	특이사항	- 입점 문의 없이 판매자(Seller)로 등록 가능하나, 전문 판매자(CdiscountPRO)로 입점 희망 시 승인 필요함	

자료: 씨디스카운트(Cdiscount) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 와인 전문점

NICOLAS

① 니콜라스(Nicolas)

기업 기본 정보	기업명	니콜라스(Nicolas)	
	홈페이지	www.nicolas.com	
	위치	파리(Paris)	
	규모	매출액('18)	약 135억 6,820만 유로 ³⁵⁾ (약 17조 5,749억 원)
		기타 규모	매장 수('19): 약 500개
기업 요약	- 1822년 설립 - 와인 주류 및 유통 기업 카스텔(Castel) 그룹이 운영 - 프랑스 1위 규모 주류 전문점 - 파리 8구에 고급 와인 바 운영 - 3유로 추가 지출 시 3시간 내 신속배송 서비스 제공		
	 		
기업 최근 이슈	- 2019년 12월 프랑스령 인도양 섬 레위니옹(Réunion)에 8번째 매장 개장 - 2019년 11월 로콘(Locon) 지역에 새로운 컨셉의 오가닉 주류 전문점 개점		
유사제품 정보		제품명	샤또드프리공 2015 (Château de Tiregand 2015)
		종류	와인
		용량	750ml
		원산지	프랑스

자료: 니콜라스(Nicolas) 홈페이지, 포브스(Forbes), 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 니콜라스(Nicolas) 홈페이지

35) 카스텔 그룹 전체 매출액

입점 및 협력 정보

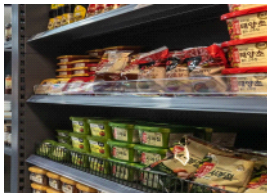
입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 와인, 위스키, 샴페인, 럼주, 보드카, 맥주, 브랜디 등 • 선호 제품 - 품질이 뛰어난 상품 • 특이사항 - 일본 위스키 카테고리 보유 - 고급 선물세트 판매		
	등록 유형	☒ 직접 등록 ☐ 벤더 등록	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지 통한 문의 - 홈페이지 언어 영어로 변경 후 진행 - 하단 메뉴 Contactez-nous 클릭 - 정보 기입하여 제출 - 홈페이지 기입 정보 : 회사명, 담당자명, 이메일 주소, 전화번호 등 - 입점 후 공급업체 포털 (nicolas.com/fournisseur/login) 이용	
	특이사항	- 문의사항 연락처: +34-0-800-80-20-20	

자료: 니콜라스(Nicolas) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

4) 아시안 마트



① 케이마트(K-Mart)

기업 기본 정보	기업명	케이마트(K-Mart)	
	홈페이지	www.k-mart.fr	
	위치	파리(Paris)	
	규모	매장 수('19): 3개	
	기업 요약	- 2006년 설립 - 오페라, 보그르넬 및 상젤리제, 3개 지역에 매장 보유 - 주로 한국 및 일본 식재료를 판매 - 매장 내 카페테리아 코너에서 도시락, 반조리 식품 판매 - 식당 및 슈퍼마켓에 식자재 등을 도매 판매 - 일드프랑스 지역에 물류창고 보유	
기업 최근 이슈			
			
유사제품 정보		제품명	바나나 막걸리 (Makgeolli Banana)
		종류	막걸리
		용량	750ml
		원산지	한국

자료: 케이마트(K-Mart) 홈페이지

사진 자료: 케이마트(K-Mart) 홈페이지

입점 및 협력 정보

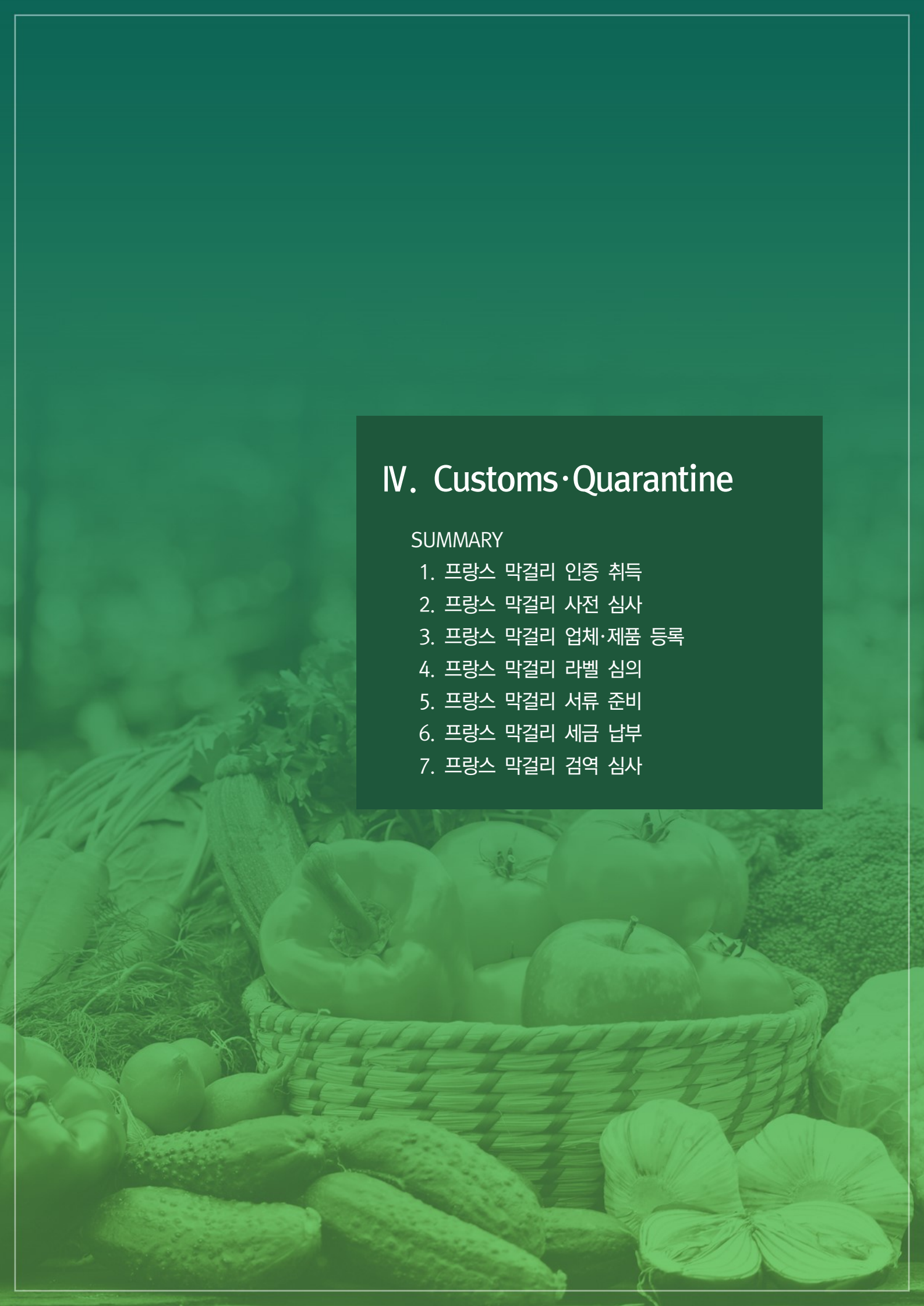
입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 신선식품, 육류, 곡류, 해산물, 김치류, 냉동식품, 건조식품, 스낵류, 캔디류 등 - 일반: 주방용품, 식기류 등 • 선호 제품 - 한국, 일본 제품 • 특이사항 - 한국, 일본 식료품 취급 - 카페테리아에서 직접 조리한 도시락, 비빔밥, 잡채 등 한국음식 판매 - 다양한 주류 취급		
입점 등록 절차	등록 유형	☒ 직접 등록	☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지 통한 문의 - 홈페이지 메뉴의 연락처 클릭하여 입점 문의 기입하여 제출 - 홈페이지 기입 정보 : 담당자명, 이메일 주소, 전화번호 등	
	특이사항	- 문의사항 연락처 (Paris Opéra 지점) 이메일: opera@k-mart.fr 전화: +33 01 58 62 49 09 팩스: +33 01 58 62 4 874	

자료: 케이마트(K-Mart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 프랑스 막걸리 인증 취득
2. 프랑스 막걸리 사전 심사
3. 프랑스 막걸리 업체·제품 등록
4. 프랑스 막걸리 라벨 심의
5. 프랑스 막걸리 서류 준비
6. 프랑스 막걸리 세금 납부
7. 프랑스 막걸리 검역 심사



Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	• 일반가공식품 강제 인증 無 - 식품 수출을 위해 인증 획득 불필요	^(*) 유럽연합 집행위원회 - Regulation (EC) 852/2004 (식품 위생에 관한 법률) - 문의처 : ec.europe.eu
Step 02. 사전 심사	• 일반가공식품 사전 심사 無 • 식품 분류 확인을 위한 BTI 신청 가능 - 수출 제품에 대한 분류 확인 절차	^(*) 유럽연합 집행위원회 - (EU) 2016/341 - 문의처 : ec.europe.eu
Step 03. 업체·제품 등록	• 수출입업자 세관 등록 - 현지에서 직접 통관을 수행하는 경우 수출업자 세관등록(EORI) 필요 • 공인경제운전자 - 해당하는 경우 통관 원활화를 위해 등록 가능	^(*) 유럽연합 집행위원회 - (EC) 648/2005 (공동체관세법 및 시행 조항) - 문의처 : ec.europe.eu
Step 04. 라벨 심의	• 일반가공식품(현지) 라벨 표기사항 - 제품명, 중량, 제조일자, 유통기한, 보관 방법, 제조자 정보, 원산지 등 - 별도 심의 사항 없음 • 알려지 유발 성분 강조 표시 필수	^(*) 프랑스 소비자 보호부 - 프랑스 소비자법 R112-1 - Regulation (EC) 1169/2011 (EU 식품 정보에 관한 법률) - 문의처 : www.economie.gouv.fr
Step 05. 서류 준비	• 일반 서류 • 원산지증명서 - 원산지 신고문안으로 작성하나, 필요에 따라 인증수출자 자격 획득 필요	^(*) 프랑스 관세청 - 문의처 : www.douane.gouv.fr ^(*) 관세청 - 문의처 : www.customs.go.kr
Step 06. 선적 및 운송	• 포워딩 업체 섭외	(-)
Step 07. 통관 신고	• 수입 신고 - 전자 또는 서면으로 신고 - 수입신고서(SAD), 상업송장 등	^(*) 프랑스 관세청 - 문의처 : www.douane.gouv.fr
Step 08. 세금 납부	• 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등 • 관세율 0% • 부가가치세 5.5 - 10.0%	^(*) 프랑스 관세청 - 문의처 : www.douane.gouv.fr
Step 09. 검역 심사	• 서류 심사 및 검사 진행	^(*) 프랑스 관세청 - 문의처 : www.douane.gouv.fr

1. 프랑스 막걸리³⁶⁾(분말) 인증 취득

인증 취득

프랑스로의 제품 수입 시,
위해 필요하거나 선택
가능한 인증 정보 제공

막걸리(분말)

막걸리 분말 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

▶ 프랑스 일반가공식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

프랑스로 수출하고자 하는 식품이 현지 진출 시 꼭 취득해야하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. EU 차원에서도 별도의 식품 인증을 강제하고 있지 않음. 다만, 수입 시 식품 생산 과정에 대한 위생 관리 계획과 관련 정보들을 제출해야 함. 이러한 위생 관리 기준은 국제적인 기준인 HACCP를 따르도록 하고 있음. HACCP 인증 취득을 필수로 부과하고 있지는 않으나 그 기준에 준하는 수준에서의 위생 요건을 요구하고 있음. ISO 22000 인증 등 기타 인증도 HACCP의 기준을 포함하는 위생 관리 인증을 부여하고 있어, 프랑스를 포함한 EU 역내로 식품 수입 시 위생 요건 충족을 위한 서류로 제출 할 수 있음

[표 4.1] 프랑스 일반가공식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRC Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRCGS 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	

자료 : 각 인증기관

36) 해당 파트에서는 조사 제품인 막걸리의 분말 형태에 대한 통관 검역에 대한 내용을 조사하여 작성함

[표 4.2] 프랑스 일반가공식품 인증 취득

	절차	기간
	서류	비용
HACCP	서류제출>서류심사>현장확인 및 심사>판정>인증	40일
	신청서, 식품안전관리인증계획서 등	20만원
ISO 22000	서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	-
IFS	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
	신청서 등	약 900~1,000만원
BRC Food Safety	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900~1,000만원
FSSC 22000	서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500~600만원

자료 : 각 인증기관

2. 프랑스 막걸리(분말) 사전 심사

사전 심사

프랑스로의 제품을 수입 시,
품목에 대한 사전 규제
심사제도 정보 제공

막걸리 분말

막걸리 분말 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 프랑스 일반가공식품 수출을 위해 사전 심사 ‘불필요’
- ▶ 프랑스 일반가공식품의 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 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. 해당 사전 심사의 경우 수입을 진행하는 과정에서 필수적으로 부과되는 심사는 아니며, 수입 시 동 품목에 대한 HS Code 분류를 명확하게 확인하여 원활한 통관을 진행 할 수 있도록 하는 사전 절차임

[표 4.3] 프랑스(EU) 사전 심사

적용 규제	(EU) No 952/2013 규정에 대한 추가 규정 'COMMISSION DELEGATED REGULATION (EU) 2016/341'
발행 기관	a. 통관을 진행하고자 하는 국가의 세관 b. 현지에 사무실 또는 법인이 설립되어 있는 경우 통관 절차가 진행되는 국가와 관계없이 해당 기업의 법인이 설립되어 있는 국가의 세관
서류	a. BTI 신청 서류 (서면 또는 트레이드 포털 통해 신청) - 여러 개의 제품인 경우 각각의 제품 타입별로 별도 신청 - 이미지, 샘플(가능한 경우)을 포함한 자세한 제품 정보 기재 - 제공되는 정보는 정확하고 완전한 정보 일 것
비용	무료(번역, 전문가 자문 등이 진행되는 경우 해당 비용은 신청자에 청구)

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC)

3. 프랑스 막걸리(분말) 업체·제품 등록

업체·제품 등록

프랑스로의 제품을 수입 시,
요구되는 업체 또는 제품
등록제도 정보 제공

막걸리(분말)

막걸리 분말 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 프랑스 일반가공식품 통관을 위해 사전 ‘수출입업자 세관 등록(EORI) 필요’
- ▶ 프랑스 일반가공식품 세관 간소화를 위한 사전 ‘AEO 등록 가능’

수출입업자 사전 세관 등록(EORI, Economic Operators Registration and Identification)이란 EU로 통관을 하고자하는 개인 또는 사업자가 통관 절차를 진행하기 위해 부여 받게 되는 번호를 의미함. 현지에서 직접 통관을 진행해야 하는 수출업체의 경우 해당 업체 등록을 통해 등록번호를 부여받아야함. 등록 번호는 EU 역내에서 공통적으로 사용되기 때문에 한 번 등록을 하면 다른 국가에서도 공통적으로 사용 가능함

공인경제운영자(AEO, Authorized Economic Operator) 제도는 인증 기업들에 대하여 통관 절차를 간소화하기 위해서 사용되는 사전 등록 절차임. AEOC, AEOS 두 가지 인증으로 구분됨. 한국 관세청에서 ‘수출입안전관리우수공인업체’라는 명칭으로 운영되고 있으나, EU와는 상호인정약정(MRA)이 체결되어 있지 않아 국내 등록은 EU에서 인정받지 못함

[표 4.4] 프랑스(EU) 수출입업자 세관 등록(EORI) 정보

적용 규제	EU 공동체관세법 및 시행 조항 ‘(EC) No 648/2005’
발행 기관	a. 통관 절차가 진행 될 국가의 세관 b. 현지에 사무실 또는 법인이 설립되어 있는 경우 통관 절차가 진행되는 국가와 관계 없이 해당 기업의 법인이 설립되어 있는 국가
절차	a. 프랑스 온라인 페이지를 통하여 EORI 신청 (pro.douane.gov.fr) b. 신청 받은 서류를 심사하여 EORI 발급

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC)

[표 4.5] 프랑스(EU) 공인경제운영자(AEO) 등록 정보

적용 규제	EU 공동체관세법 및 시행 조항 ‘(EC) No 648/2005’
세부 규정	Article 39, Union Customs Code(UCC)
발행 기관	a. EU 회원국의 통관 담당 기관 b. 한국 관세청
분류	a. 통관 원활화 b. 서류 및 샘플 검사에 대한 간소화 c. 통관 절차 수행 시 수행 내용에 대한 사전 공지

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC)

4. 프랑스 막걸리(분말) 라벨 심의

▶ 프랑스 라벨 규정

[표 4.6] 프랑스 라벨 관리 규정

라벨 심의	적용 규제	EU Regulation No.1169/2011		
프랑스로의 제품을 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	세부 규정	ibid Article 9, 프랑스 소비자법 R112-1		
● 막걸리(분말)	라벨 표기사항 (항목)	· 제품명 · 성분 (중량의 내림차순으로 기재) 알러지 유발 성분은 강조 표시 필수 · 강제 표시 사항 : 특정 성분명 및 해당 성분의 양 (ex. 제품명 또는 라벨에서 강조된 것. 딸기케이크의 딸기, 햄 피자의 햄) · 원료의 양 (순수량, 순중량으로 표기) · 섭취기한(DLC, Date Limite de Consommation) 또는 최소보존일 (DDM, Date de Durabilité Minimum) · 보관조건 및/또는 이용약관 · 제조회사명과 주소 또는 EU 내 수입업체명과 주소 · 원산지(육류의 경우, 가축의 사육지와 도축장소) · 사용방법(제품 사용이 어려울 경우 기재) · 알코올 도수(1.2% 이상의 알코올 음료에 해당) · 영양성분		
막걸리 분말 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함		세부 내용	표기 언어	프랑스어로 표기되어야 함
			글자 크기	의무사항 글자크기는 최소 1.2mm이어야 함 단, 제품 면적이 80cm ² 미만의 경우 글자크기는 최소 0.9mm이상이어야 함
			양적 표기	식품명과 동일한 곳에 표기, 단어, 그래픽, 그림 등 표기 가능
			제품명	정식 명칭으로 기재하되 필요 시 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name) 사용
			순수량	리터(l), 센티리터(cl), 밀리리터(ml), 킬로그램(kg), 그램(g)을 포함하여 적절한 단위와 함께 표기 음료는 순중량으로 표기할 것
			원료명	완제품의 5%이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재. 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기. 백분율로 표기
			기한	섭취기한: Best before(à consommer jusqu'au), Best before end(à consommer de préférence avant)와 같은 문구와 함께 '일, 월, 연도' 기재 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 '일,월,연도'기재
			원산지	원산지 국가명 또는 지역명 표기
			기타 표시	사용방법, 알코올도수(소수점 첫째자리까지), 영양성분,
라벨 표기사항 (영양성분)	성분표	열량, 지방, 탄수화물, 설탕, 단백질, 소금 등 매100그램(g)/100밀리리터(ml) 기준		
	알러지 유발 성분	글루텐 함유 곡류, 갑각류, 계란, 어류, 두류, 유제품, 견과류, 셀러리류, 겨자, 참깨, 이산화황 및 아황산염 제품, 루핀, 연체동물 (해당 성분 하위품목 중 예의 있음)		

자료 : EU법령포털 (EUR-LEX)

▶ 프랑스 혼합곡물분말 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

앞면(프랑스어)

- ① 브랜드명 : BJOTRG
- ② 제품명 : Sans Gluten et Bio Mix 3 Farines



[뒷면 라벨링]

앞면(국문)

- ① 브랜드명 : 비요그
- ② 제품명 : 글루텐 없는 유기농 3 가루 믹스

뒷면(프랑스어)

- ① 설명 :
Pour nous une sans gluten
-Un mélange de céréales bio et non transformées
-Une liste d'ingrédients courte
- Naturellement source de fibres !
- ② 사용방법 :
Succombez à la Mix 3 farines et salées ; simplicité de notre pour vos recettes sucrées
Des fibres naturellement présentes

뒷면(국문)

- ① 설명 :
글루텐 없는 좋은 밀가루란,
- 좋은 유기농이고 변형하지 않은 곡식으로 혼합하고,
- 제품성분 리스트가 짧고
- 자연적으로 식이섬유를 가져다주는 것입니다!
- ② 사용방법 :
우리의 3 믹스 밀가루로 식사용 빵이나, 타르트와 디저트를 간단히 만들 수 있습니다.



[옆면 라벨링]

옆면(프랑스어)

- ① 원료 : Farine de riz complet 60%,
farine de maïs 15%, amidon de maïs
15%, farine de pois chiche 10%
*Ingrédients biologiques
- ② 영양성분표 :
Valeurs Nutritionnelles Moyennes
Pour 100g
Energie 352 kcal
Graisse 72g
Gras saturés 0.8g
Sucre 4.9g
Protéine 8.1g
Sel 0.02g
- ③ 상품등록번호 : FR-111-014
- ④ 유통기한 : 07.09.2020

옆면(국문)

- ① 원료 : 현미 가루 60%, 옥수수가루
15%, 옥수수전분 15%, 병아리콩 가루
10% *유기농 가루
- ② 영양성분표 :
100g을 기준으로 한 영양성분
에너지 352 kcal
지방 72g
포화지방 2.4g
당 4.9g
단백질 8.1g
나트륨 0.02g
- ③ 상품등록번호 : FR-111-014
- ④ 유통기한 : 2020년 9월 7일

5. 프랑스 막걸리(분말) 서류 준비

서류 준비

프랑스로의 제품을 수입 시,
통관 과정에서 요구되는
서류 정보 제공

막걸리(분말)

막걸리 분말 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 프랑스 FTA 원산지증명서 준비 필요
- ▶ 프랑스 수입신고 전자통관시스템을 통해 진행

프랑스의 수입신고는 서면 또는 프랑스 세관의 전자행정 시스템(Pro Douane, pro.douane.gov.fr)을 통하여 진행 가능함. EU에서 공통적으로 요구하고 있는 일반 서류와 기타 수입 위생에 관하여 품목별로 요구하고 있는 필수 서류를 구비하여 제출하게 됨. EU로 수입되는 모든 물품의 경우 물품이 도착항에 도착하기 이전에 사전 물품 신고 절차인 적하목록 사전제출(ENS, Entry Summary Declaration) 서류를 제출해야 함

원산지증명의 경우 수출자가 송품장, 인도증서 또는 상업서류에 원산지신고문안을 기재함으로써 원산지 신고서를 작성할 수 있음. 그러나 EU 역내로 6,000유로(약 777만 원³⁷⁾) 이상의 물품을 수입하는 경우 원산지 인증수출자 자격을 획득하여야 원산지 증명을 통한 협정관세를 부과 받을 수 있음. 해당 자격의 경우 한국 관세청을 통해서 신청 가능함

[표 4.7] 프랑스 통관 서류

구분	서류명	발급기관
일반 서류	수입신고서(SAD)	(-)
	운임보험	(-)
	상업송장	(-)
	선적 포장 명세서	(-)
	선하증권	(-)
	원산지 증명서	수출업체 / 관세청
	관세가격신고서	(-)

자료 : 유럽연합 집행위원회(EC), 관세청

37) 1유로 = 1,295.30원(2019.12.19., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6. 프랑스 막걸리(분말) 세금 납부

세금 납부

프랑스로의 제품을 수입 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

막걸리(분말)

막걸리 분말 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 프랑스 막걸리 분말 HS-CODE 1904.10.30, 관세율 0% 적용
- ▶ 한-EU FTA 발효로 협정세율 적용

막걸리 분말의 경우 HS-CODE 1904.10(곡물이나 곡물가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품)의 1904.10.30(쌀로부터 획득된 것) 세번을 사용하여 수입되는 것으로 판단됨.³⁸⁾ 프랑스 수입 시 기본세율은 5.1% + 100kg 당 46유로(59,584원)이지만, 한국산 제품의 경우 2015년 12월 13일부로 전체 발효된 한-EU FTA 협정으로 협정 세율을 적용받아 0% 세율을 적용받음. 이 외에도 부가가치세(VAT)를 납부해야 하며 어떤 식품인지에 따라 식품에 적용 되는 세율인 5.5% 또는 10.0%의 세율을 적용 받음

- 터미널화물처리비(THC)는 200유로(한화 약 26만 원) 소요
- 수입 서류 심사비용에 4달러(한화 약 4,700원³⁹⁾) 소요
- 수입 서류 심사 기간은 1시간 소요
- 통관 비용은 60유로(한화 약 7만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 2시간 소요

[표 4.8] 한국·EU HS CODE 비교 및 EU 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	1904	곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품[예: 콘 플레이크(corn flake)]과 낱알 모양이나 플레이크(flake) 모양인 곡물(옥수수 제외한다)과 그 밖의 가공한 곡물(고운 가루·부순 알곡·거친 가루는 제외하고 사전 조리나 그 밖의 방법으로 조제한 것으로서 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)	
	1904.10	곡물이나 곡물가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품	
	1904.10.9000	기타	
EU (프랑스)	1904.10.30	쌀로부터 획득된 것	
관세	기본관세율	5.1%+ 100kg당 46유로	
	협정세율	0%	
VAT		5.5% - 10.0%	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 유럽연합 집행위원회(EC), 프랑스 경제부(Economie Gouv)

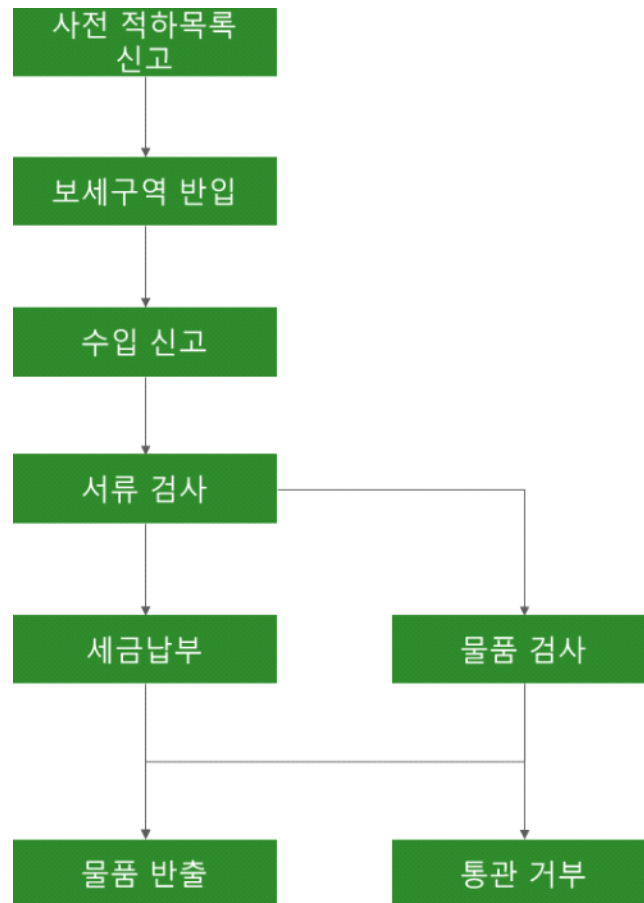
38) 프랑스 세번의 경우 HS Code 6자리에 해당하는 1904.10 중 막걸리 분말에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 유럽연합 및 프랑스의 세관당국과의 판단과는 차이가 있을 수 있으므로, 앞서 설명한 BTI 심사 절차를 통하여 HS Code 확정 절차를 진행하여야 해당하는 품목에 대한 명확한 HS Code 번호를 확정할 수 있음

39) 1달러 = 1,163.90원(2019.12.19., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

7. 프랑스 막걸리(분말) 검역 심사 절차

- ▶ 프랑스 수입 식품 위험도별 검역 심사 진행
- ▶ 수입업체를 기준으로 하여 검사 대상 선별 후 물품 검사 진행

[표 4.9] 프랑스 통관 프로세스



식품 연관 규제 첨가물 및 물질	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
	식품 첨가물	β -cyclodextrin	GMP ⁴⁰⁾
		Argon	GMP
	유해물질	Melamine	2.5

자료 : KATI농식품수출정보

40) GMP (Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

- ▶ 유럽연합 집행위원회의 첨가물, 유해물질 데이터베이스를 통해 확인 가능
- ▶ KATI 식품첨가물 및 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인 가능

식품 첨가물 규정

프랑스로의 제품을 수입 시,
요구되는 식품 첨가물에
관한 정보

막걸리(분말)

막걸리 분말 품목의 첨가물
규정은 KATI 식품 유형
분류 중 농산가공식품류의
곡물, 효소식품으로
분류하여 해당하는 정보를
제공함

[표 4.10] 프랑스 농산가공식품류 식품 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)	비고
보존료	안식향산칼슘	Calcium benzoate	1.5	
보존료	벤조산	Benzoic acid	1.5	
산도조절제, 안정제 등	인산칼슘제	Calcium phosphates	10,000	
희석제 등	규산칼슘	Calcium silicate	GMP	
보존료	소르브산	Sorbic acid	1.5	
산도조절제, 유화제 등	이인산염	Diphosphates	10,000	
충진제	헬륨	Helium	GMP	
산도조절제 등	인산마그네슘	Magnesium phosphate	10,000	
산도조절제, 산화방지제	인산	Phosphoric acid	10,000	
감미료	사카린	Saccharin	1.5	
산도조절제, 안정제 등	인산나트륨	Sodium phosphates	10,000	

자료 : KATI농식품수출정보

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 비즈니스 프랑스(Business France)

Interview ② 이도(Yido)

Interview ③ 송산(Songsan)

Interview ④ 순그릴(Soon Grill)

Interview ⑤ 아카사카(Akasaka)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Preference and Barrier



- 인터뷰 기업 : 비즈니스 프랑스
(Business France)
상공회의소
- 인터뷰 담당자 : Ms. Briket
(Business Consultant)

프랑스 내 주류 중 와인의 선호도가 가장 높음

프랑스에서 가장 선호되는 주류는 와인이며, 그 다음으로 맥주의 선호도가 높습니다. 현재 프랑스 시장에 다양한 발효주가 판매되고 있지만, 와인과 비교했을 때 수요가 상당히 낮습니다.

분말형 막걸리 판매 업체는 별도의 승인 필요

분말형 막걸리를 제조하여 판매하고자 하는 업체는 제품의 제조 과정에 대한 별도의 승인을 받아야 할 것이며, 추가적인 비용과 시간을 투자해야 합니다.

Market Barrier and Customers



- 인터뷰 기업 : 이도
(Yido)
한식당
- 인터뷰 담당자 : Ms. Mi
(Manager)

직접 제조한 주류의 판매는 별도의 허가가 필요함

식당에서 A사 제품을 구매하여 제조할 수는 있지만, 이를 판매하는 것은 불법입니다. 제품을 제조하여 판매하기 위해서는 식품 분석 자료와 별도의 허가증이 필요합니다.

막걸리는 주로 매장에 방문하는 중국인들이 구매

전반적인 막걸리의 수요는 낮으며, 주로 매장에 방문하는 중국인들이 구매합니다. 소비자들은 추가적으로 맛이 첨가된 막걸리보다 오리지널 맛의 막걸리를 더 선호합니다.

Market Barrier and Demand



- 인터뷰 기업 : 송산
(Songsan)
한식당
- 인터뷰 담당자 : Mr. Jeong
(Manager)

매장 내 주류 제조는 국가 기관의 허가가 있어야 가능함

일반 식품류나 디저트는 제조하여 판매하는 것이 자유롭지만, 주류의 경우 제조하기 위해서는 국가 기관의 허가가 필요합니다.

매장 내 막걸리의 수요는 낮은 편

저희는 밤 막걸리와 유자 막걸리를 판매하고 있으나, 전반적인 막걸리의 수요는 낮습니다. 막걸리는 주로 케이팝을 좋아하는 젊은 소비자들이 구매합니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Preference and Demand



- 인터뷰 기업 : 순그릴
(Soon Grill)
한식당
- 인터뷰 담당자 : Ms. An
(Manager)

제품의 유통기한은 길수록 선호도가 높음

제품이 완제품인지의 여부와 상관없이 유통기한은 제품의 수요를 좌우하는 가장 중요한 요인 중 하나입니다. 유통기한은 길수록 선호도가 높습니다.

한국산 주류 중 맥주와 소주의 수요가 가장 많음

한국산 주류 중에서는 소주와 맥주의 수요가 가장 많으며, 그 다음으로는 산사춘, 복분자, 설종매의 수요가 많습니다. 막걸리는 한국산 주류 중 선호도가 가장 낮습니다.

Market Preference and Trend



- 인터뷰 기업 : 아카사카
(Akasaka)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Ku
(Owner)

식당에 방문하는 프랑스인들은 도수가 낮은 가벼운 주류 선호

프랑스인들은 식당에서 주류를 과하게 섭취하지 않고, 음식과 함께 술을 가볍게 곁들여 먹습니다. 따라서 주류를 주문하더라도 대부분 한 병만 섭취하며 도수가 높지 않은 주류를 선호합니다.

프랑스 내 직접 제조하여 섭취하는 주류가 거의 없음

프랑스에는 한국처럼 주류를 직접 담가 마시는 문화가 없습니다. 프랑스에서는 주류를 직접 제조하여 섭취하는 것이 생소하며, 관련 제품을 판매하는 매장을 본 적이 없습니다.

Interview ① 비즈니스 프랑스(Business France)

41)

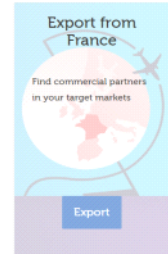
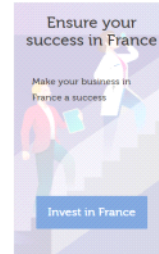
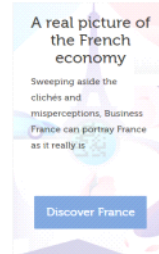
비즈니스 프랑스
(Business France)

전문가 소속

비즈니스 프랑스
(Business France)
상공회의소

전문가 정보

Ms. Briket
(Business Consultant)



비즈니스 프랑스(Business France)

Business Consultant, Ms. Briket

Q. 회사를 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

비즈니스 프랑스는 2015년에 설립된 정부 산하 기관으로, 프랑스 국제경영개발원과 국제투자기관의 합병을 통해 설립되었습니다. 프랑스 내 중소기업의 수출과 성장을 도모하고, 해외 투자 및 국제 협력 등을 담당하고 있습니다.

Q. 프랑스 내 선호도가 높은 주류는 무엇인가요?

프랑스에서 가장 선호되는 주류는 와인이며, 그 다음으로 맥주의 선호도가 높습니다. 현재 프랑스 시장에 다양한 발효주가 판매되고 있지만, 와인과 비교했을 때 수요가 상당히 낮습니다.

Q. 주류 통관 시 주의해야 할 사항이 있나요?

판매하고자 하는 주류의 알코올 함량이 18%이하일 경우, 상업적 홍보 및 마케팅이 합법적으로 이루어질 수 있으며 통관 과정이 비교적 수월하게 진행됩니다. 하지만 제품의 알코올 함량이 18% 이상일 경우에는 세금이 많이 부과될 수 있으며, 제품 홍보에 제한이 생길 수 있습니다.

Q. 프랑스에서 분말형 막걸리를 판매하는 것이 가능한가요?

유럽식품안전청의 허가를 받는다면, 제품 자체의 판매는 가능합니다. 하지만 A사의 제품은 판매 전에 제조 과정을 거쳐야 하기 때문에, 일반 주류보다 복잡한 검역이 요구될 것입니다. A사 제품을 제조하여 판매하고자 하는 업체는 제품의 제조 과정에 대한 별도의 승인을 받아야 할 것이며, 추가적인 비용과 시간을 투자해야 합니다.

41) 사진자료: 비즈니스 프랑스(Business France) 홈페이지 (www.businessfrance.fr)

Interview ② 이도(Yido)

42)

이도
(Yido)

전문가 소속

이도
(Yido)
한식당

전문가 정보

Mr. Park
(Manager)



이도(Yido)

Manager, Mr. Park

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

이도는 프랑스 파리에 위치한 한식당으로, 주 메뉴로는 생선정식, 불고기정식, 돼지불백, 닭불고기, 새우장정식, 순대국, 순대곱창볶음, 육개장, 순두부찌개, 닭발 등이 있습니다.

Q. 프랑스에서 분말형 막걸리를 제조하여 판매하는 것이 가능한가요?

식당에서 A사 제품을 구매하여 제조할 수는 있지만, 이를 판매하는 것은 불법입니다. 제품을 제조하여 판매하기 위해서는 식품 분석 자료와 별도의 허가증이 필요합니다. 직접 제조하여 섭취하도록 제작된 페 아 라 메종(fait à la maison) 식품일지라도 앞서 언급한 서류가 구비되어 있지 않는 한, 제조하여 판매하는 것은 불가능합니다.

Q. 매장 내 수요가 많은 주류는 무엇인가요?

매장에 방문하는 소비자들은 전반적으로 와인과 맥주를 주문하며, 한국 술에 대해 잘 아는 소비자들은 복분자, 백세주, 소주 등을 주문합니다. 막걸리는 주로 중국인들이 주문하며, 그 수요가 많지 않습니다.

Q. 프랑스인들이 선호하는 막걸리의 맛은 무엇인가요?

프랑스에서 술을 직접 제조하여 섭취하는 소비자들은 많지 않으며, A사 제품과 유사한 제품은 본 적이 없습니다. 막걸리 맛의 경우, 밤 막걸리나 바나나 막걸리 등 한국처럼 추가적인 맛과 향이 첨가된 제품보다는 오리지널 맛의 막걸리의 선호도가 더 높습니다. 소주의 경우에도 최근 들어 유자맛, 포도맛 등 다양한 제품이 출시되었지만 소비자들은 일반 소주를 더 선호합니다.

42) 사진자료: 구글지도 maps.google.com/maps/contrib/105549007568856174934

Interview ③ 송산(Songsan)

43)

●
송산
(Songsan)

전문가 소속

송산
(Songsan)
한식당

전문가 정보

Ms. Jeong
(Manager)



송산(Songsan)

Manager, Ms. Jeong

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

송산은 프랑스 파리에 위치한 한식당으로, 한국 음식과 중국 음식을 전문적으로 판매하고 있습니다. 주 메뉴로는 소 곱창구이, 떡볶이, 갈비, 두부김치, 족발, 육회, 만두, 치킨 등이 있습니다.

Q. 프랑스에서 분말형 막걸리를 제조하여 판매하는 것이 가능한가요?

일반 식품류나 디저트는 제조하여 판매하는 것이 자유롭지만, 주류의 경우 제조하기 위해서는 국가 기관의 허가가 필요합니다. 하지만 프랑스 내 대부분의 업체에서는 분말을 구매하여 제조하고 숙성시키는 과정이 번거롭다고 생각하여, 선호하지 않을 것 같습니다.

Q. 매장 내 수요가 많은 주류는 무엇인가요?

매장에 방문하는 프랑스인들은 와인과 맥주를 선호하며, 한국인들은 소주와 맥주를 선호합니다. 저희 매장에서는 밤 막걸리와 유자 막걸리를 판매하고 있지만, 다른 주류에 비해 수요가 적습니다. 막걸리는 주로 케이팝을 좋아하는 젊은 소비자들이 구매합니다.

Q. 김치를 플라스틱 용기로 포장하여 판매하는 것이 적절한가요?

프랑스 내 한국산 주류의 인지도는 전반적으로 낮습니다. 한국산 맥주와 일본산 맥주를 모두 판매하는 매장에서 대부분의 소비자들은 일본산 맥주를 선택합니다. 하지만 한국 음식에 대한 인지도는 지속적으로 증가하고 있는 추세여서, 한국 음식을 찾는 현지 소비자들이 많아지고 있습니다.

43) 사진자료: 엘프(Yelp) 홈페이지 (www.yelp.com/biz_photos/songsan-paris-2?select=U_NxKzXv_mHTII_L2PjuCw)

Interview ④ 순그릴(Soon Grill)

44)

순그릴
(Soon Grill))

전문가 소속

순그릴
(Soon Grill)
한식당

전문가 정보

Ms. An
(Manager)



순그릴(Soon Grill) Manager, Ms. An

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

순그릴은 2015년에 설립된 한식당으로, 파리에 위치하고 있습니다. 주 메뉴로는 불고기, 돌솥비빔밥, 소갈비, 삼겹살, 육회, 육개장 등이 있습니다.

Q. 프랑스 내 직접 제조하여 섭취하는 주류 제품이 판매되고 있나요?

현재까지 직접 제조하여 섭취하는 용도의 분말형 주류는 본 적이 없습니다. 해당 제품은 프랑스 시장에서 매우 생소합니다. 일반 마트에서도 유사 제품을 찾기가 쉽지 않으며, 이를 사용하는 식당 또한 본 적이 없습니다.

Q. 분말형 막걸리의 유통기한은 어느 정도가 적당한가요?

제품이 완제품인지의 여부와 상관없이 유통기한은 제품의 수요를 좌우하는 가장 중요한 요인 중 하나입니다. 유통기한은 짧을수록 선호도가 낮아집니다. 만약 제품의 맛이 뛰어나다면 유통기한이 짧더라도 수요가 있겠지만, 유통기한은 1년 정도가 가장 적합합니다.

Q. 프랑스 소비자들이 가장 선호하는 한국산 주류는 무엇인가요?

한국산 주류 중에서는 맥주와 소주의 인지도 및 선호도가 가장 높으며, 그 다음으로는 산사춘, 복분자, 설중매가 높습니다. 막걸리는 한국산 주류 중 선호도가 가장 낮습니다. 대부분의 소비자들은 한식당에 방문했으니 주류도 한국산을 시도해보자는 생각으로 한국산 주류를 많이 구매합니다. 맥주는 그 중에서도 도수가 낮아 섭취하기에 부담이 없어서 선호도가 높습니다.

44) 사진자료: 순그릴(Soon Grill) 홈페이지 (soon-grill.com)

Interview ⑤ 아카사카(Akasaka)

45)

아카사카
(Akasaka)

전문가 소속

아카사카
(Akasaka)
한식당

전문가 정보

Mr. Ku
(Owner)



아카사카(Akasaka) Owner, Mr. Ku

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

아카사카는 프랑스 파리에 위치한 한식당입니다. 주 메뉴로는 감자탕, 돌솥비빔밥, LA갈비, 닭갈비, 순두부찌개, 떡볶이 등이 있으며, 주류로는 와인, 인삼주, 막걸리 등을 판매하고 있습니다.

Q. 프랑스의 주류문화가 어떻게 되나요?

프랑스인들은 식당에서 주류를 과하게 섭취하는 것을 선호하지 않으며, 대부분 음식과 함께 술을 가볍게 곁들여 먹습니다. 따라서 대부분 주류를 주문하더라도 한 병만 섭취하며 도수가 높지 않은 주류를 선호합니다.

Q. 프랑스 내 한국산 주류의 인지도가 어떻게 되나요?

프랑스 내 한국산 주류의 인지도는 낮은 편입니다. 저희가 판매하는 한국산 주류 중에서는 소주, 맥주, 복분자, 백세주, 막걸리 순으로 수요가 많습니다. 저희 매장에서 막걸리를 판매한 지 5년 정도가 되었는데, 수요가 많지 않습니다.

Q. 프랑스 내 직접 제조하여 섭취하는 주류 제품이 판매되고 있나요?

프랑스에는 한국처럼 주류를 직접 담가 마시는 문화가 없습니다. 이전에 저희 매장에서 서비스 차원으로 인삼주를 담가 제공한 적이 있었는데, 현지 소비자들이 굉장히 신기해했습니다. 프랑스에서는 주류를 직접 제조하여 섭취하는 것이 생소하며, 관련 제품을 판매하는 매장을 본 적이 없습니다.

45) 사진자료: 엘프(Yelp) 홈페이지 (www.yelp.com/biz/akasaka-paris-2)

[참고문헌]

■ 참고자료

1. 「La restauration en France : les chiffres du secteur」, 르 에코(Le Echos), 2017.04
2. 「Nombre d'employés dans le secteur de la restauration et des débits de boissons en France en 2017, par région」, 스탓티스타(Statista), 2017
3. 「5 Places to Drink Vin Chaud in Paris This Winter」, Frenchly, 2018.12.14.
4. 「Alcohol consumption」, OECD Data, 2018.
5. 「Alcohol consumption, behaviors and consequences on health in France」, 프랑스 공중보건국(Santé publique France), 2019.02.
6. 「Nombre d'entreprises de restaurants et cafés en France entre 2014 et 2016」, 스탓티스타(Statista), 2019.04
7. 「French group Auchan Retail sells its Italian subsidiary to Conad」, Reuters, 2019.05.14.
8. 「Alcohol Drinks in France」, 유로모니터(Euromonitor), 2019.07
9. 「French retailer Auchan eyes 1.1 billion euros savings by 2022」, Reuters, 2019.08.30.
10. 「CDiscout wants to counter Nicolas with a concept of boutique where you can taste the wines before buying them」, BFM TV, 2019.12.12.
11. 「2018 Annual Report」, Auchan, 2019

■ 참고 사이트

1. 유럽연합 집행위원회(EC)(ec.europa.eu)
2. EU법령정보포털(EUR-LEX)(eur-lex.europa.eu)
3. 한국 관세청(www.customs.go.kr)
4. 프랑스 경제부(Economie Gouv)(www.economie.gouv.fr)
5. KATI농식품수출정보(KATI)(www.kati.net)
6. International Trade Center(www.trademap.org)
7. 외교부(www.mofa.go.kr)
8. 프랑스 공중보건국(www.santepubliquefrance.fr)
9. 프랑스 스탓티스타(fr.statista.com)
10. 르 에코(business.lesechos.fr)
11. 유로모니터(Euromonitor)(portal.euromonitor.com)
12. 르끌레어(E. Leclerc) 홈페이지 (e-leclerc.com)
13. 우에스트프랑스(OuestFrance) 홈페이지 (ouest-france.fr)
14. 까르푸(Carrefour) 홈페이지 (carrefour.fr)
15. 리버레이션(Liberation) 홈페이지 (liberation.fr)
16. 로이터(Reuters) 홈페이지 (fr.reuters.com)
17. 오상(Auchan) 홈페이지 (auchan.fr)
18. 제양카지노(Géant Casino) 홈페이지 (geantcasino.fr)
19. 카지노(Casino) 그룹 홈페이지 (group-casino.fr)
20. 리테일디테일(RetailDetail) 홈페이지 (retaildetail.eu)
21. 리들(Lidl) 홈페이지 (lidl.fr)
22. 인터네셔널슈퍼마켓뉴스(International Supermarket News) 홈페이지 (internationalsupermarketnews.com)
23. 엔에이치에이치(NHH) 홈페이지 (nhh.no)
24. 알디(Aldi) 홈페이지 (aldi.fr)
25. 아마존(Amazon) 홈페이지 (amazon.fr)
26. 오피스프로덕인터네셔널(Office Product International) 홈페이지 (opi.net)
27. 씨디스카운트(Cdiscount) 홈페이지 (cdiscout.com)

28. 비에프엠티비(BFM TV) 홈페이지 (bfmtv.com)
29. 이커머스디비(EcommerceDB) 홈페이지 (ecommercedb.com)
30. 니콜라스(Nicolas) 홈페이지 (nicolas.com)
31. 라부아뒤노르(La Voix Du Nord) 홈페이지 (lavoixdunord.fr)
32. 레젤레드리옹(Les Halles de Lyon) 홈페이지 (halles-de-lyon-paulbocuse.com)
33. 포브스(Forbes) 홈페이지 (forbes.com)
34. 옐프(Yelp) 홈페이지 (www.yelp.com)
35. .순그릴(Soon Grill) 홈페이지 (soon-grill.com)
36. 구글지도 (maps.google.com/)
37. 비즈니스 프랑스(Business France) 홈페이지 (www.businessfrance.fr)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2020.01.10.

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 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

