

Contents

I. Competitive Product (경쟁제품)

SUMMARY	4
1. 독일 간장 경쟁제품 선정	6
2. 독일 간장 경쟁제품 조사지표 선정	7
3. 독일 간장 경쟁제품 포지셔닝	9
4. 독일 간장 입점 매장 및 경쟁제품 정보	10

II. Competitor (경쟁기업)

SUMMARY	23
1. 독일 간장 경쟁기업 포지셔닝	24
2. 독일 간장 경쟁기업 현황	25
3. 독일 간장 경쟁기업 분석	27

III. Buyer Interview (바이어 인터뷰)

SUMMARY	34
Interview ① 하나로 마켓 (Hanaro Markt)	35
Interview ② 아티 아시아 마켓 (Atti Asia Markt)	37
Interview ③ 아시아-센터 김 (Asia-Center Kim)	39
Interview ④ 하나 코리아 샵 (Hana Korea Shop)	41
Interview ⑤ 아시아티슈 레벤스미텔 김 (Asiatische Lebensmittel Kim)	43

IV. Competitiveness (경쟁력 파악)

SUMMARY	46
1. 제품 경쟁력 검증	47
2. 기업 마케팅 벤치마킹	51

*참고문헌	53
-------	----

I. Competitive Product

SUMMARY

1. 독일 간장 경쟁제품 선정
2. 독일 간장 경쟁제품 조사지표 선정
3. 독일 간장 경쟁제품 포지셔닝
4. 독일 간장 입점 매장 및 경쟁제품 정보

Competitive Product

(경쟁제품)

독일 (GERMANY) 간장 방문 매장 선정

방문 매장 선정

- 후보 : 품목별 방문 매장
- 선택 : 조사 희망 매장

구분	음료/주류	신선식품	기능성	전통식품	가공식품	식자재
공통	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓
	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓
	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점
	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점
선택 (품목)	편의점	유기농 매장	드럭스토어	한인마트	한인마트	창고형 매장
	달러스토어	재래시장	유기농식품매장	아시안마트	유기농식품매장	
	리퀴드샵				아시안마트	

독일 (GERMANY) 간장 매장 조사

	레베(Rewe) (슈퍼마켓)	킴 하(Kim Ha) (아시안마트)	알나투라(Alnatura) (유기농 식품매장)
전경			
조사 제품	5개	8개	2개
매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 2006년에 설립된 독일 슈퍼마켓 체인점 • 독일 내 4,014개 매장을 보유하고 있으며, 그 외 19개국에서 매장 운영 • 제품 가격대별 자체 브랜드 보유 • 레베씨티, 레베센터, 레베투고 등 다양한 형태로 매장 운영 	<ul style="list-style-type: none"> • 아시아 식료품점 • 베트남인이 운영하는 식료품점으로, 다양한 아시아 국가에서 수입한 식재료 및 식료품 판매 • 접근성이 뛰어난 곳에 매장 위치 	<ul style="list-style-type: none"> • 1987년 만하임에 설립된 유기농 슈퍼마켓 체인점 • 독일 내 61개 도시에 139개 매장 보유 • 약 1,200종의 제품 판매 • 일반 슈퍼마켓에 비해 높은 가격대

Competitive Product

(경쟁제품)

독일 (GERMANY)

간장 경쟁제품

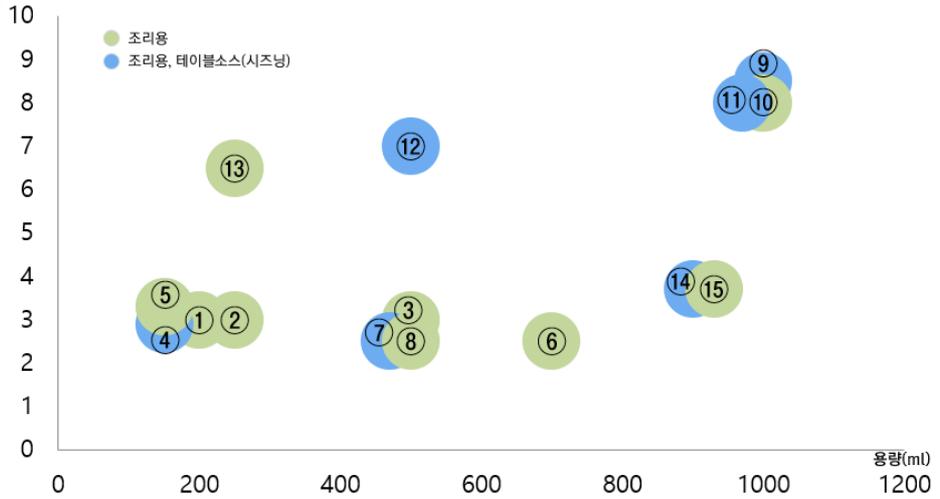
선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준
· 오프라인 매장 입점 제품

경쟁제품 분류 기준
· 경쟁제품 소비자가격
· 경쟁제품 종류

경쟁제품 포지셔닝 기준
· X축 : 용량(ml)
· Y축 : 소비자가격(유로)

소비자가격(유로)



독일 (GERMANY)

간장 경쟁제품 분석

경쟁제품(경쟁기업)	원산지	용도	가격 (총합) ¹⁾	가격 (100ml당)	용량 (ml)	포장 형태	감미료 포함 여부
① 오가닉 소이소스 (페어트레이드 오리지널)	태국	조리용	2.99유로 (3,872원)	1.50유로 (1,942원)	200	유리병	불포함
② 레베 오가닉 소이소스 (헨리 라모트 푸드)	중국	조리용	2.99유로 (3,872원)	1.20유로 (1,554원)	250	유리병	불포함
③ 다크 소이소스 프리미엄 (이금기)	중국	조리용	2.99유로 (3,872원)	0.60유로 (777원)	500	유리병	포함
④ 내츄럴리 브루 소이소스 (키코만)	네덜란드	조리용, 테이블소스(시즈닝)	2.89유로 (3,742원)	1.93유로 (2,499원)	150	유리병	불포함
⑤ 오가닉 소이소스 (밤부가든)	중국	조리용	3.29유로 (4,260원)	2.19유로 (2,836원)	150	유리병	불포함
⑥ 헬시보이브랜드 스위트 소이소스 (안알윤)	태국	조리용	2.50유로 (3,237원)	0.36유로 (466원)	700	유리병	포함
⑦ 프리미엄 라이트 소이소스 (이금기)	중국	조리용, 테이블소스(시즈닝)	2.50유로 (3,237원)	0.50유로 (647원)	500	유리병	포함
⑧ 펄리버 브릿지 슈퍼리어 다크 소이소스 (펄리버 브릿지)	중국	조리용	2.50유로 (3,237원)	0.50유로 (647원)	500	유리병	포함
⑨ 내츄럴리 브루 레스솔트 소이소스 (키코만)	네덜란드	조리용, 테이블소스(시즈닝)	8.50유로 (11,007원)	0.85유로 (1,101원)	1,000	플라스틱병	포함
⑩ 야마사 소이소스 다크 (야마사)	일본	조리용	8.00유로 (10,360원)	0.80유로 (1,036원)	1,000	플라스틱병	포함
⑪ 재팬 소이소스 (골든 터블 브랜드)	태국	조리용, 테이블소스(시즈닝)	8.00유로 (10,360원)	0.80유로 (1,036원)	1,000	플라스틱병	포함
⑫ 쇼유 오리지널 야파니시 소야소스 (아치)	일본	조리용, 테이블소스(시즈닝)	6.99유로 (9,052원)	1.40유로 (1,813원)	500	유리병	포함
⑬ 시다우드 타마리 (아치)	일본	조리용	6.49유로 (8,404원)	2.60유로 (3,367원)	250	유리병	불포함
⑭ 양조간장501 소이소스 (B사)	한국	조리용, 테이블소스(시즈닝)	3.70유로 (4,791원)	0.40유로 (518원)	930	플라스틱병	포함
⑮ 진간장 에스 소이소스 (B사)	한국	조리용	3.70유로 (4,791원)	0.40유로 (518원)	930	플라스틱병	포함

(*) 현지 판매 간장 경쟁제품 15개 분석

1) 1유로=1,294.95원(2020.01.30.,KEB 하나은행 매매기준을 적용)

1. 독일 간장 경쟁제품 선정

▶ 선정 기준 ① 용도에 따라 선정한 제품

- 조리용 : 조리 용도로 판매되는 경쟁제품 선정
- 테이블 소스(시즈닝) : 음식과 곁들여 먹거나 찍어 먹는 용도로 판매되는 경쟁제품 선정

▶ 선정 기준 ② 온라인 및 오프라인 매장 입점 확인 제품

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 제품 선정
 (*) 3개 채널 : 레베(Rewe), 김 하(Kim Ha), 알나투라(Alnatura)
- 온라인 매장에서 판매되고 있는 제품 선정
 (*) 4개 채널: 아마존(Amazon), 아시아푸드랜드(Asiafoodland), 이베이(Ebay)

[표 1.1] 독일 간장 경쟁제품 선정

경쟁제품(경쟁기업)	제품 종류		유형별 매장 입점 여부	
	조리용	테이블소스(시즈닝)	오프라인	온라인
① 오가닉 소이소스 (페어트레이드 오리지널)	○		○ (레베)	○ (자사온라인몰)
② 레베 오가닉 소이소스 (헨리 라모트 푸드)	○		○ (레베)	○ (자사온라인몰)
③ 다크 소이소스 프리미엄 (이금기)	○		○ (레베)	○ (아마존(독일), 이베이(독일))
④ 내츄럴리 브루 소이소스 (키코만)	○	○	○ (레베)	○ (아마존(독일), 이베이(독일))
⑤ 오가닉 소이소스 (밤부가든)	○		○ (레베)	○ (자사온라인몰)
⑥ 헬시보이브랜드 스위트 소이소스 (안왈윤)	○		○ (김 하)	○ (아마존(독일))
⑦ 프리미엄 라이트 소이소스 (이금기)	○	○	○ (김 하)	○ (아마존(독일), 이베이(독일))
⑧ 펄리버 브릿지 슈퍼리어 다크 소이소스 (펠리버 브릿지)	○		○ (김 하)	○ (아마존(독일), 이베이(독일))
⑨ 내츄럴리 브루 레스솔트 소이소스 (키코만)	○	○	○ (김 하)	○ (아마존(독일), 이베이(독일))
⑩ 아마사 소이소스 다크 (아마사)	○		○ (김 하)	○ (아마존(독일))
⑪ 재팬 소이소스 (골든 터블 브랜드)	○	○	○ (김 하)	○ (아시아푸드랜드)
⑫ 소유 오리지널 야파니시 소야소스 (아치)	○	○	○ (알나투라)	○ (아마존(독일))
⑬ 시다우드 타마리 (아치)	○		○ (알나투라)	○ (아마존(독일))
⑭ 양조간장501 소이소스 (B사)	○	○	○ (김 하)	○ (아마존(독일), 이베이(독일))
⑮ 진간장 에스 소이소스 (B사)	○		○ (김 하)	○ (아마존(독일), 이베이(독일))

(*) 현지 판매 간장 경쟁제품 15개 분석

2. 독일 간장 경쟁제품 조사지표 선정

유기농 인증



독일 유기농 인증마크
(Bio nach EG-Öko-Verordnung)

독일 고유의 유기농 인증마크로,
독일 바이오랜드 유기농 인증
기관인 바이오시겔(Bio-Siegel)를
통해 발급됨



유럽연합 유기농 인증마크

유럽연합의 유기농 인증마크로,
유럽연합을 통해 발급됨

기타 인증



공정무역

공정무역 기준을 준수한 제품에
부여되는 공정무역 인증 마크로,
국제공정무역기구를 통해 발급됨



비건인증(V-Label)

유럽 비건 인증마크로,
유럽채식협회(European
Vegetarian Union)을 통해 발급됨



SGS인증

식품안전 및 품질인증 마크, 국제
식품안전협회(GSFI)를 통해 발급됨



태국 할랄 인증(CICT.HL.)

태국 이슬람중앙회(The Central
Islamic Council of Thailand)를
통해 발급됨

▶ 조사 지표 ① 소비자 판매 가격

- 오프라인 채널에서 판매되는 경쟁제품 가격
 - 오프라인 채널에서 판매되고 있는 소비자 판매 가격
 - 오프라인 채널에서 판매되고 있는 경쟁제품 100ml당 판매 가격

▶ 조사 지표 ② 용량(ml)

- 오프라인 채널에서 판매되는 경쟁제품 용량
 - ※ 250ml 이하 용량의 제품은 소용량, 500ml 이상 용량의 제품은 대용량으로 구분

▶ 조사 지표 ③ 용도

- 경쟁제품의 제품명 및 제품 홍보 문구에 근거하여,
조리용과 테이블소스(시즈닝)로 분류
 - 조리용: 음식을 조리하는 과정(가열, 소스 제조, 샐러드 드레싱 소스, 조리용 양념 등)에 사용되는 경우가 이에 해당함
 - 테이블소스(시즈닝): 조리 과정이 아닌, 음식을 먹을 때 곁들여 먹는 경우를 의미하며 만두나 초밥을 찍어먹는 디핑 소스로 사용될 때도 이에 해당함

▶ 조사 지표 ④ 포장 형태

- 경쟁제품을 포장하고 있는 용기의 형태와 재질을 조사
 - 플라스틱병: 플라스틱소재의 병 용기에 내용물이 들어있는 포장
 - 유리병: 유리소재의 병 용기에 내용물이 들어있는 포장

▶ 조사 지표 ⑤ 주요 인증사항

- 경쟁제품이 획득한 주요 인증을 조사
 - 유기농인증: 독일 유기농 인증마크, 유럽연합 유기농 인증마크
 - 기타인증: 공정무역인증, 비건인증, 태국 할랄 인증, SGS인증

▶ 조사 지표 ⑥ 원산지

- 경쟁제품의 원산지를 조사

▶ 조사 지표 ⑦ 첨가물(감미료)

- 경쟁제품 성분 중 간장 제조에 사용되는 기본적인 원료(물, 콩, 밀, 소금)를 제외한 첨가물(감미료²⁾)의 포함 여부 조사

2) 감미료: 음식에 단맛을 내기 위해 사용하는 당류로, 설탕, 과당, 올리고당, 수크랄로스(설탕에 비해 600배의 단맛을 가진 무열량 감미료), 감초추출물 등 단맛을 느끼게 하는 첨가물

[표 1.2] 독일 간장 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100ml당 가격	제품의 100ml당 가격
용량(ml)		제품의 용량
용도	조리용	조리 용도로 판매되는 제품
	테이블소스(시즈닝)	음식과 곁들여 먹거나 찍어 먹는 용도로 판매되는 제품
포장 형태	플라스틱병	플라스틱병 용기
	유리병	유리병 용기
주요 인증사항	유기농인증	독일 유기농 인증마크, 유럽연합 유기농 인증마크
	기타인증	공정무역인증, 비건인증, 태국 할랄 인증, SGS인증
원산지		제품의 원산지
첨가물(감미료)		설탕, 과당, 올리고당, 수크랄로스, 감초추출물 등 단맛을 내는 첨가물 포함 여부

3. 독일 간장 경쟁제품 포지셔닝

경쟁제품(경쟁기업)

- ① 오가닉 소이소스 (페어트레이드 오리지널)
- ② 레베 오가닉 소이소스 (헨리 라모트 푸드)
- ③ 다크 소이소스 프리미엄 (이금기)
- ④ 내츄럴리 브루 소이소스 (키코만)
- ⑤ 오가닉 소이소스 (밤부가든)
- ⑥ 헬시보이브랜드 스위트 소이소스 (안왈윤)
- ⑦ 프리미엄 라이트 소이소스 (이금기)
- ⑧ 펄리버 브릿지 슈퍼리어 다크 소이소스 (펄리버 브릿지)
- ⑨ 내츄럴리 브루 레스쉴트 소이소스 (키코만)
- ⑩ 야마사 소이소스 다크 (야마사)
- ⑪ 재팬 소이소스 (골든 터틀 브랜드)
- ⑫ 쇼유 오리지널 아파니시 소야소스 (아치)
- ⑬ 시다우드 타마리 (아치)
- ⑭ 양조간장501 소이소스 (B사)
- ⑮ 진간장 에스 소이소스 (B사)

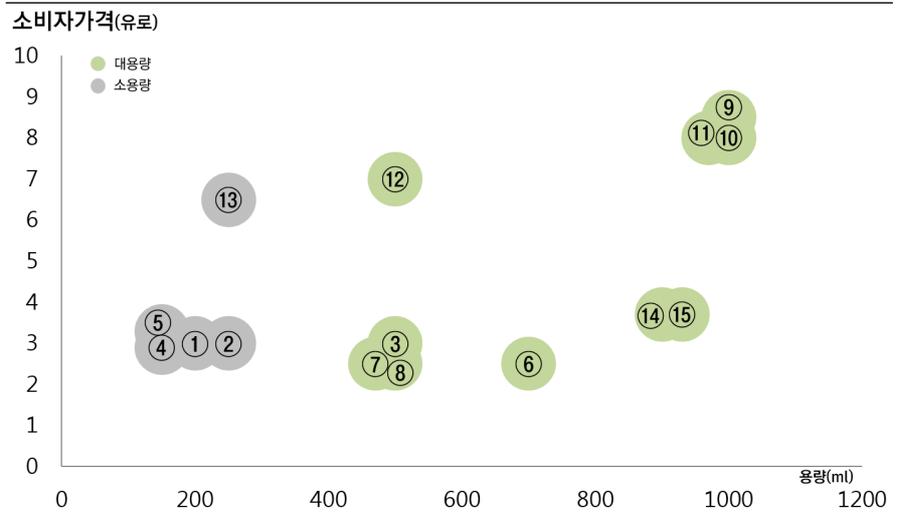
▶ 포지셔닝 ①: 다용도 간장, 조리용 간장보다 평균가격 1.94유로 높음

독일 오프라인 매장에서 조사된 간장 경쟁제품 15개는 음식을 조리할 때 사용하는 조리용 간장과 테이블소스(시즈닝)로도 사용할 수 있는 간장으로 구분됨. 경쟁제품 중 조리용 간장은 총 9개로, 평균 가격은 3.94유로(5,102원)임. 조리용 및 테이블소스(시즈닝)로 사용가능한 간장 제품은 총 6개이며, 평균 가격은 5.43유로(7,032원)로 조리용 간장보다 개당 평균 1.94유로(2,512원)가 높은 것으로 확인됨

▶ 포지셔닝 ②: 대용량 간장, 소용량 간장보다 평균가격 1.21유로 높음

독일 오프라인 매장에서 조사된 간장 경쟁제품 15개는 용량을 기준으로 소용량 제품(250ml 이하), 대용량 제품(500ml 이상)으로 구분됨. 대용량 간장 제품은 총 10개가 조사되었으며, 개당 평균 가격은 4.94유로(6,397원)임. 소용량 제품은 총 5개가 조사되었으며, 개당 평균 가격은 3.73유로(4,830원)으로 대용량 제품과 개당 평균 가격이 1.21유로(1,567원) 차이 나는 것으로 확인됨

[표 1.3] 독일 간장 경쟁제품 포지셔닝



자료 : 독일 간장 경쟁제품 15개 분석

4. 독일 간장 입점 매장 및 경쟁제품 정보

만하임(Mannheim)³⁾

인구 (2018)	30만 9,370 명
남성인구수 (2018)	15만 4,273 명 (50.1%)
여성인구수 (2010)	15만 5,097 명 (49.9% ⁴⁾)

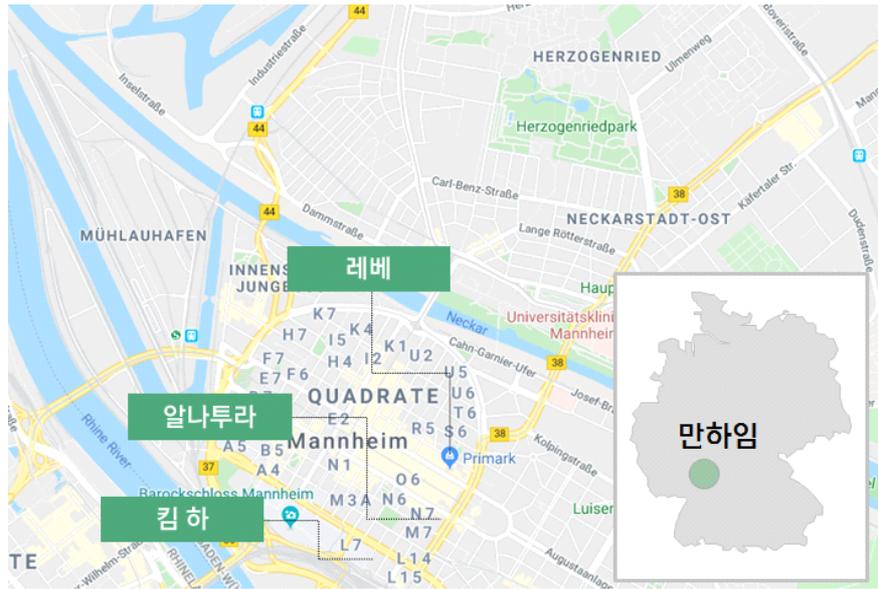
▶ 독일 만하임(Mannheim)을 방문 지역으로 선정

독일의 남서부에 위치한 바덴뷔르템베르크(Baden-Württemberg)주의 도시 만하임(Mannheim)을 방문지역으로 선정함. 만하임은 바덴뷔르템베르크주에서 슈투트가르트에 이어 두 번째로 큰 도시로 경제, 문화의 중심 역할을 하고 있음. 특히 만하임에는 독일에서 두 번째로 많은 열차가 편성된 역이 위치하여 독일의 산업, 상업, 교통의 중심지의 역할을 하고 있음. 도시 내에는 만하임 대학교, 만하임 음대 등 많은 대학이 위치하고 있어 인구 중 청년층 비율이 높은 편임⁴⁾

▶ 독일 만하임에 위치한 슈퍼마켓, 아시안마트, 유기농 식품매장 방문

독일 바덴뷔르템베르크주 만하임에 위치한 슈퍼마켓 레베, 아시안마트 킴 하, 유기농 식품매장 알나투라를 방문함. 레베는 독일 식료품 유통시장 점유율 3위 기업으로⁵⁾, 간장 경쟁제품 5개가 조사됨. 만하임 중앙역 가까이 위치하고 있는 아시안마트 킴 하에서는 경쟁 제품 8개가 조사됨. 유기농 식자재 및 식료품을 주로 판매하는 유기농 식품매장 알나투라에서는 2개의 간장 경쟁제품이 조사됨

[표 1.4] 방문 매장 및 지역 특징



자료 : Google Maps

3) 자료: 독일 도시통계청 (City Population, Germany) (www.citypopulation.de)

4) 자료: 독일 통계청 (Statistisches Bundesamt, Germany) (www.destatis.de)

5) 자료: 스탯티스타(Statista) (www.statista.com)

Shop ① 레베(Rewe)

매장 정보

- 유형 : 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징 : 자체제작 브랜드를 보유하고 있으며, 다양한 생활용품 및 식료품 판매
- 매장 주변 특징 : 다스 슈타트퀴티에라 백화점에 입점해 있으며, 지하철역과도 가까워 유동인구가 많음
- 주요 고객층 : 외국인, 관광객, 현지인

브랜드
기본 정보⁶⁾



2006년에 설립되었으며, 독일 내 규모가 가장 큰 슈퍼마켓 체인 중 하나임. 유럽 전역에서 매장을 운영하며, 2018년 기준 매출액 612억을 달성함

조사 제품 수 : 5개

매장 정보



위치
도시(지역) : 바덴뷔르템베르크 주 만하임
상세주소 : Q7 23, 68161 Mannheim

매장 내부 전경



판매 간장 제품 정보

간장
판매 정보



오가닉 소이소스
(페어트레이드 오리지널)



레베 베스트잘 소이소스
(헨리 라모트 푸드)



다크 소이소스 프리미엄
(이금기)



내츄럴리 브루 소이소스
(키코만)



오가닉 소이소스
(밤부가든)

사진자료: 현지 조사원 자료

6) 자료: 레베 홈페이지(www.rewe.de)



제품명 (영어)	오가닉 소이소스 (Organic Soy Sauce)	제조사	페어트레이드 오리지널 (Fairtrade Original)
용량(ml)	200	제품 용도	조리용
가격	2.99유로 (3,872원)	포장 형태	유리병
원산지	태국	성분	물, 콩, 쌀, 소금
인증 정보	공정무역인증, 유럽연합 유기농인증		



제품명 (영어)	레베 오가닉 소이소스 (Rewe Organic Soy Sauce)	제조사	헨리 라모트 푸드 (Henry Lamotte Food)
용량(ml)	250	제품 용도	조리용
가격	2.99유로 (3,872원)	포장 형태	유리병
원산지	중국	성분	물, 콩, 밀가루, 소금
인증 정보	비건인증, 독일 유기농인증		



제품명 (영어)	다크 소이소스 프리미엄 (Dark Soy Sauce Premium)	제조사	이금기 (Lee Kum Kee)
용량(ml)	500	제품 용도	조리용
가격	2.99유로 (3,872원)	포장 형태	유리병
원산지	중국	성분	물, 소금, 카라멜, 설탕, 콩, 밀



제품명 (영어)	내추럴리 브루 소이소스 (Naturally Brewed Soy Sauce)	제조사	키코만 (Kikkoman)
용량(ml)	150	제품 용도	조리용, 테이블소스(시즈닝)
가격	2.89유로 (3,742원)	포장 형태	유리병
원산지	네덜란드	성분	물, 콩, 밀, 소금



제품명 (영어)	오가닉 소이소스 (Organic Soy Sauce)	제조사	밤부가든 (Bamboo Garden)
용량(ml)	150	제품 용도	조리용
가격	3.29유로 (4,260원)	포장 형태	유리병
원산지	중국	성분	물, 콩, 밀, 소금
인증 정보	독일 유기농 인증, 유럽연합 유기농 인증, 비건 인증		

Shop ② 김 하(Kim Ha)

- 매장 정보**
- 유형 : 아시아마트
 - 판매 제품 특징 : 다양한 수입산 아시아 식품 판매
 - 매장 주변 특징 : 만하임 중심역 근처에 위치하여 유동인구가 많음
 - 주요 고객층 : 현지인, 관광객

브랜드 기본 정보	김 하는 수입산 아시아 식품을 판매하는 아시아마트임. 베트남, 중국, 한국 등의 국가 제품이 있으며, 다양한 향신료 및 식품을 판매함. 독일 만하임에서 매장을 1개 보유하고 있으며, 만하임 중심역 인근에 위치하여 접근성이 매우 좋음			
	조사 제품 수 : 8개			
매장 정보				
	위치	도시(지역)	바덴뷔르템베르크 주 만하임	
	상세주소	Kaiserring 10, 68161 Mannheim		
매장 내부 전경	매장 내부 전경			
				
간장 판매 정보	판매 간장 제품 정보			
				
	헬시보이브랜드 스위트 소이소스 (안알윤)	프리미엄 라이트 소이소스 (이금기)	펠리버 브릿지 슈페리어 다크 소이소스 (펠리버 브릿지)	내추럴리 브루 레스꼴트 소이소스 (키코만)
				
아마사 소이소스 다크 (아마사)	재팬 소이소스 (골든 터틀 브랜드)	양조간장501 소이소스 (B사)	진간장 에스 소이소스 (B사)	

사진자료: 현지 조사원 자료



제품명 (영어)	헬시보이브랜드 스위트 소이소스 (Healthy Boy Brand Sweet Soy Sauce)	제조사	안알윤 (Yan Wal Yun)
용량(ml)	700	제품 용도	조리용
가격	2.50유로 (3,237원)	포장 형태	유리병
원산지	태국	성분	설탕, 갈색설탕, 포도당 시럽, 간장(물, 콩, 밀가루, 소금)
인증 정보	태국 할랄 인증		



제품명 (영어)	프리미엄 라이트 소이소스 (Premium Light Soy Sauce)	제조사	이금기 (Lee Kum Kee)
용량(ml)	500	제품 용도	조리용, 테이블소스(시즈닝)
가격	2.50유로 (3,237원)	포장 형태	유리병
원산지	중국	성분	물, 소금, 콩, 설탕, 밀가루, 보존제: 벤조산 나트륨 (E211), 향미 증강제 : 이소나이트 산 나트륨 (E631), 구아닐산 나트륨 (E627)



제품명 (영어)	펄리버 브릿지 슈페리어 다크 소이소스 (Pearl River Bridge Superior Dark Soy Sauce)	제조사	펄리버 브릿지 (Pearl River Bridge)
용량(ml)	500	제품 용도	조리용
가격	2.50유로 (3,237원)	포장 형태	유리병
원산지	중국	성분	물, 콩, 소금, 설탕, 밀가루



제품명 (영어)	내츄럴리 브루 레스솔트 소이소스 (Naturally Brewed Less Salt Soy Sauce)	제조사	키코만 (Kikkoman)
용량(ml)	1,000	제품 용도	조리용, 테이블소스(시즈닝)
가격	8.50유로 (11,007원)	포장 형태	플라스틱병
원산지	네덜란드	성분	물, 콩, 밀, 소금, 브랜디식초, 알코올, 설탕



제품명 (영어)	야마사 소이소스 다크 (Yamasa Soy Sauce Dark)	제조사	야마사 (Yamasa)
용량(ml)	1,000	제품 용도	조리용
가격	8.00유로 (10,360원)	포장 형태	플라스틱병
원산지	일본	성분	물, 콩, 밀, 소금, 알코올, 설탕



제품명 (영어)	재팬 소이소스 (Japan Soy Sauce)	제조사	골든 터틀 브랜드 (Golden Turtle Brand)
용량(ml)	1,000	제품 용도	조리용, 테이블소스(시즈닝)
가격	8.00유로 (10,360원)	포장 형태	플라스틱병
원산지	태국	성분	물, 간장(콩, 쌀, 물, 소금), 소금, 아로마



제품명 (영어)	양조간장501 소이소스 (양조간장501 Soy Sauce)	제조사	B사
용량(ml)	930	제품 용도	조리용, 테이블소스(시즈닝)
가격	3.70유로 (4,791원)	포장 형태	플라스틱병
원산지	한국	성분	물, 콩, 소금, 밀, 옥수수시럽, 알코올, 효소 추출물, 감초추출물, 당류(E955)
인증 정보	SGS 인증		



제품명 (영어)	진간장 에스 소이소스 (진간장 S Soy Sauce)	제조사	B사
용량(ml)	930	제품 용도	조리용
가격	3.70유로 (4,791원)	포장 형태	플라스틱병
원산지	한국	성분	물, 탈지 대두 16 %, 포도당-과당 시럽 (옥수수), 소금, 와인 스피릿, 밀, 효모 추출물, 방부제 : E211, 감미료 : E955
인증 정보	SGS 인증		

Shop ③ 알나투라(Alnatura)

- 매장 정보**
- 유형 : 유기농 식품매장
 - 판매 제품 특징 : 약 1,200개의 유기농 식품 판매
 - 매장 주변 특징 : 주변에 슈퍼마켓, 할인매장 등이 위치하여 유동인구가 많은지역임
 - 주요 고객층 : 현지인

브랜드 기본 정보			1984년에 설립된 유기농 식품 제조사인 알나투라 프로덕션 (Alnatura Productions)의 슈퍼마켓 체인임. 1987년 만하임에 매장이 처음 설립되었으며, 다양한 현지 제품 및 수입 제품 공급 업체와 협력하여 고품질의 제품을 납품함. 최근 스위스에 추가 매장을 개장할 계획임
	조사 제품 수 : 2개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	바덴뷔르템베르크 주 만하임
		상세주소	N7, 12 68161 Mannheim
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
간장 판매 정보	판매 간장 제품 정보		
			
	쇼유 오리지널 아파니시 소야소스 (야치)		시다우드 타마리 (야치)

사진자료: 현지 조사원 자료



제품명 (영어)	쇼유 오리지널 아파니시 쇼야소스 (Shoyu Original Japanische Sojasauce)	제조사	아치 (Arche)
용량(ml)	500	제품 용도	조리용, 테이블소스(시즈닝)
가격	6.99유로 (9,052원)	포장 형태	유리병
원산지	일본	성분	물, 콩, 밀, 바다 소금, 누룩곰팡이
인증 정보	독일 유기농인증, 유럽연합 유기농 인증		



제품명 (영어)	시다우드 타마리 (Cedarwood Tamari)	제조사	아치 (Arche)
용량(ml)	250	제품 용도	조리용
가격	6.49유로 (8,404원)	포장 형태	유리병
원산지	일본	성분	콩, 물, 바다소금, 미카와 미린(알코올 함유 쌀 시즈닝 소스: 쌀, 물, 누룩곰팡이), 구운 보리 가루, 누룩곰팡이
인증 정보	독일 유기농인증, 유럽연합 유기농 인증		

II. Competitor

SUMMARY

1. 독일 간장 경쟁기업 포지셔닝
2. 독일 간장 경쟁기업 현황
3. 독일 간장 경쟁기업 분석

Competitor

(경쟁기업)

독일(GERMANY)

간장 경쟁기업 선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정
· 경쟁제품 선정 기업체

경쟁사 분류
· 제조사 국적 및 생산지

경쟁사 포지셔닝
· X축 : 국적
· Y축 : 동일품목 수



독일 (GERMANY)

간장 경쟁기업 분석

제조사 국적	제조사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	동일 품목 수
한국	B사	오프라인 온라인	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 감칠맛을 더해주는 건강한 맛 한국 70년 전통의 맛 110번의 품질 검사 	27개
중국	이금기 (Lee Kum Kee)	오프라인 온라인	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 130년의 전통 진짜 중국의 맛 MSG 미첨가 Non GMO 	5개
중국	펄리버 브릿지 (Pearl River Bridge)	오프라인 온라인	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 음식과 곁들여 먹는 수프 시즈닝 소스 다양한 요리에 사용가능 자연발효 	17개
일본	키코만 (Kikkoman)	오프라인 온라인	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 글루텐프리 달콤한 100% 자연 재료로 만든 첨가제를 사용하지 않은 	15개
독일	아치 (Arche)	오프라인 온라인	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 유기농 비건식품 자연발효 자연 재료로 만든 	13개
네덜란드	골든 터틀 브랜드 (Golden Turtle Brand)	오프라인 온라인	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 	<ul style="list-style-type: none"> 유기농 방부제 무첨가 인공조미료 무첨가 초밥에 찍어먹는 	3개

(*) 현지 판매 간장 제조기업 6개사 분석

1. 독일 간장 경쟁기업 포지셔닝

▶ 대표 경쟁기업으로 아시아 국적 기업 4개, 유럽 국적 기업 2개 선정

독일 오프라인 매장에 진출한 경쟁기업 11개사 중, 오프라인 매장에서 2개 이상의 경쟁제품이 조사된 기업을 기준으로 한국기업 B사, 중국기업 이금기, 일본기업 키코만, 독일기업 아치를 경쟁기업으로 선정함. 또한, 기업의 국적 및 규모를 고려하여 중국기업 펄리버 브릿지와 네덜란드기업 골든 터틀 브랜드를 추가 선정하여 총 6개의 경쟁기업을 선정함. 선정된 경쟁기업 6개사는 독일 내에서 조리용 간장과 다용도 간장 제품 2가지를 모두 판매하는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 6개사 중 3개사, 2018년 매출액 조사

독일에 진출한 경쟁기업의 매출액을 조사한 결과, 6개사 중 3개사의 매출액을 확인함. 그 중 일본기업인 키코만의 매출액이 4,535억 6,500만 엔(4조 9,508억 원)으로 가장 높았으며, 다음으로는 중국기업인 이금기가 약 30억 달러(3조 5,670억 원)으로 높은 매출액을 보임. 한국기업 B사의 경우 2,756억 4,300만 원인 것으로 조사되었으며, 나머지 3개 기업의 매출액은 확인되지 않음

▶ 경쟁기업 6개사 중 한국기업의 간장 동일품목 수가 가장 많음

독일에 진출한 경쟁기업 6개사가 판매하고 있는 간장의 동일품목의 수를 조사한 결과, 한국기업인 B사가 취급하고 있는 간장 동일품목 제품의 수가 27개로 가장 많았으며, 그 다음으로는 중국기업인 펄리버 브릿지가 17개로 두 번째로 많은 수의 품목을 취급하고 있는 것으로 확인됨. 네덜란드기업 골든 터틀 브랜드가 동일품목 수 3개로 가장 적은 수의 동일품목을 보유하고 있음

[표 2.1] 독일 간장 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	기업 국적	동일품목 수	매출액
B사 (Sempio)	한국	27개	2,756억 4,300만 원
이금기 (Lee Kum Kee)	중국	5개	약 30억 달러 (3조 5,670억 원)
펄리버 브릿지 (Pearl River Bridge)	중국	17개	(-)
키코만 (Kikkoman)	일본	15개	4,535억 6,500만 엔 (4조 9,508억 원)
아치 (Arche)	독일	13개	(-)
골든 터틀 브랜드 (Golden Turtle Brand)	네덜란드	3개	(-)

자료 : 독일 진출 간장 제조기업 6개사 분석

7) 100엔= 1,091.53원(2020.01.30.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

8) 1달러= 1,189.00원(2020.01.30.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

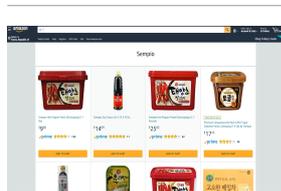
2. 독일 간장 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 6개사 모두 독일 오프라인 및 온라인 매장 진출

오프라인 매장에서 조사된 경쟁기업 6개사는 슈퍼마켓, 아시안마트, 유기농 식품매장에 진출함. 슈퍼마켓 레베에 진출한 경쟁기업은 중국기업 이금기, 일본기업 키코만 2개사이며, 아시안마트 킴 하에 진출한 경쟁기업은 한국기업 B사, 중국기업 이금기와 펠리버 브릿지, 일본기업 키코만, 네덜란드기업 골든 터틀 브랜드 5개사임. 유기농 식품매장 알나투라에 진출한 경쟁기업은 독일기업 아치로 확인됨. 온라인 매장의 경우, 아마존(독일)(Amazon), 이베이(독일)(Ebay)에 6개사가 가장 많이 진출했으며, 일본기업 아치와 네덜란드기업 골든 터틀 브랜드를 제외한 4개사는 모두 2개 이상의 온라인 매장에 진출함

▶ 경쟁기업 6개사 모두, 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용

독일 시장에 진출한 경쟁기업 6개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 6개사 중 골든 터틀 브랜드를 제외한 5개사 모두 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용함. 5개사는 공통적으로 페이스북을 홍보 채널로 활용하고 있음. 중국기업 펠리버 브릿지, 일본기업 키코만, 독일기업 아치는 자국 홈페이지를 운영하여 독일어로 제품에 대한 정보를 제공함. 그 외 3개 기업은 글로벌 홈페이지를 운영하고 있으며, 그 중 중국기업 이금기는 유럽 홈페이지를 별도로 운영하여 유럽 내 판매제품에 대한 정보 제공 및 홍보를 진행하고 있음. 경쟁기업 6개사 중 4개사는 아마존(독일)내에 자사 제품 판매 페이지를 보유한 것으로 확인됨



▲ 아마존(독일) 내에 자사 제품 판매 페이지를 운영하는 예시 (B사 온라인 플래그십 스토어)

자료: 아마존(독일) 홈페이지

▶ 경쟁기업 홍보문구로 ‘자연 발효’ 또는 ‘전통의 맛’을 강조하여 홍보

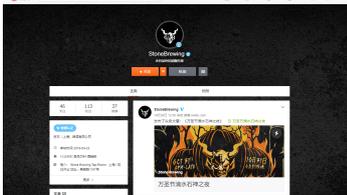
독일 시장에 진출한 경쟁기업들은 주로 제품의 ‘자연 발효’와 ‘전통의 맛’을 강조한 홍보문구를 사용하는 것으로 조사됨. 또한, 홍보문구에 제품 생산지를 포함시켜 고유의 맛을 강조하여 홍보함. ‘한국 70년 전통의 맛’, ‘130년의 전통’, ‘일본 고유의 맛’ 등의 문구를 활용한 기업들이 확인됨. 경쟁기업들은 ‘자연 발효’, ‘인공조미료 무첨가’ 등의 문구를 사용하여 자연의 맛을 강조하는 홍보문구를 사용하고 있음. 이외 ‘모든 요리에 사용 가능한’, ‘음식과 곁들여 먹는’ 등의 문구를 사용하는 것으로 확인됨

[표 2.2] 독일 간장 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
B사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 김 하 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) 	<ul style="list-style-type: none"> 감칠맛을 더해주는 건강한 맛 한국 70년 전통의 맛 110번의 품질 검사 더 적은 나트륨으로 건강하고 맛있는 한 끼
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 아마존(독일) - 이베이(독일) - 아시아푸드랜드 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼(글로벌) - 페이스북 	
이금기 (Lee Kum Kee)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 레베 - 김 하 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(유럽) 	<ul style="list-style-type: none"> 130년의 전통 진짜 중국의 맛 MSG 미첨가 Non GMO 자연발효 채식주의자들을 위한
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 아마존(독일) - 이베이(독일) - 아시아푸드랜드 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼(글로벌) - 페이스북 - 인스타그램 - 트위터 - 유튜브 	
펠리버 브릿지 (Pearl River Bridge)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 김 하 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(현지) 	<ul style="list-style-type: none"> 음식과 곁들여 먹는 수프 시즈닝 소스 다양한 요리에 사용가능 자연발효 중국 전통의 맛 100일 이상의 발효 독특한 맛
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 아마존(독일) - 이베이(독일) - 아시아푸드랜드 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼(현지) - 페이스북 - 트위터 - 핀터레스트 	
키코만 (Kikkoman)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 레베 - 김 하 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(현지) 	<ul style="list-style-type: none"> 글루텐프리 달콤한 100% 자연 재료로 만든 첨가제를 사용하지 않은 Non GMO 모든 요리에 사용가능한
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 아마존(독일) - 이베이(독일) - 아시아푸드랜드 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼(현지) - 페이스북 - 인스타그램 	
아치 (Arche)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 알나투라 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(현지) 	<ul style="list-style-type: none"> 유기농 비건식품 자연발효 자연 재료로 만든 일본 전통의 맛 모든 요리에 사용 가능한
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 아마존(독일) 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼(현지) - 페이스북 - 인스타그램 	
골든 터틀 브랜드 (Golden Turtle Brand)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 김 하 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) 	<ul style="list-style-type: none"> 유기농 방부제 무첨가 인공조미료 무첨가 초밥에 찍어먹는 일본 고유의 맛
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 아시아푸드랜드 		

자료 : 독일 진출 간장 제조기업 6개사 분석

3. 독일 간장 제조 경쟁기업 분석

동일품목 종류	① B사			
	기업명	B사		
① 양조간장 501 	기업 기본 정보	위치	서울특별시 중구	
② 다시마간장 		동일품목 수	27개	
③ 진간장 S 	기업 진출 채널	규모	설립년도	1975년
④ 조림간장 		매출액('18) ⁹⁾	2,756억 4,300만 원	
⑤ 양조간장 701 	기업 홍보 채널	<오프라인 매장> 김 하 <온라인 매장> 아마존(독일) 이베이(독일) 아시아푸드랜드	 제품명 양조간장501 소이소스 (양조간장501 Soy Sauce)	
⑥ 진간장 금F3 			 제품명 진에스 소이소스 (Jin S Soy Sauce)	
⑦ 맛간장 국·찌개용 	기업 홍보 문구	 <ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(글로벌) 기업 소개 및 홍보 제품 소개 및 홍보 SNS 플랫폼(페이스북) 경쟁제품 홍보 		
		 <ul style="list-style-type: none"> 감칠맛을 더해주는 건강한 맛 한국 70년 전통의 맛 110번의 품질 검사 더 적은 나트륨으로 건강하고 맛있는 한 끼 		
자료: B사 홈페이지	사진자료: B사 홈페이지, 아마존(독일) 홈페이지			

9) 자료: 비즈니스포스트(Businesspost) (www.businesspost.co.kr)

●
동일품목 종류

① 프리미엄 라이트 소이소스



② 더블 디럭스 소이소스



③ 허니앤소이 스타-프라이 소스



④ 프리미엄 다크 소이소스



⑤ 스위트 소이소스



⑥ 레드 브레이징 소스



자료: 이금기 홈페이지

② 이금기(Lee Kum Kee)

기업 기본 정보	기업명	이금기(Lee Kum Kee)	
	홈페이지	www.lkksauce.com	
	위치	No,8, Jalan Halba 16/6 40200 Shah Alam, Selangor Darul Ehsan, 말레이시아 약 30억 달러 (3조 5,670억 원)	
	매출액('18) ¹⁰⁾		
규모	동일품목 수	5개	
	설립년도	1888년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 레베 킴 하	제품명	프리미엄 라이트 소이소스 (Premium Light Soy Sauce)
		용량	500ml
	가격	2.50유로 (3,237원)	
	제품 종류	조리용, 테이블소스(시즈닝)	
기업 홍보 채널	〈온라인 매장〉 아마존(독일) 이베이(독일) 아시아푸드랜드	제품명	프리미엄 라이트 소이소스 150ml (Premium Light Soy Sauce 150ml)
		용량	150ml
	가격	3.15유로 (4,079원)	
	제품 종류	조리용, 테이블소스(시즈닝)	
홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(유럽) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보 SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 트위터, 유튜브) - 경쟁제품 홍보 미디어 공유 	
		<ul style="list-style-type: none"> 130년의 전통 진짜 중국의 맛 MSG 미첨가 Non GMO 자연발효 채식주의자들을 위한 	
<p>사진자료: 이금기 홈페이지, 아마존(독일) 홈페이지</p>			

10) 자료: 포브스(Forbes) (www.forbes.com)

동일품목 종류

① 펄리버 브릿지 골든라벨 슈퍼리어 라이트 소이소스



② 펄리버 브릿지 슈퍼리어 라이트 소이소스



③ 펄리버 브릿지 슈퍼리어 다크 소이소스



④ 펄리버 브릿지 딜리셔스 라이트 소이소스



⑤ 펄리버 브릿지 머쉬룸 플레이버 슈퍼리어 다크 소이소스



⑥ 펄리버 브릿지 딜리셔스 다크 소이소스



자료: 펄리버 브릿지 홈페이지

③ 펄리버 브릿지(Pearl River Bridge)

기업명	펄리버 브릿지(Pearl River Bridge)
홈페이지	www.pearlriverbridge.com
기업 기본 정보	Room 1101, 11F, Golden Lake Building, No.2 Dong Hu Xi Road, YueXiu District, Guangzhou, 중국
동일품목 수	17개
규모	설립년도 1958년

기업 진출 채널

<오프라인 매장>
김 하



제품명	펄리버 브릿지 슈퍼리어 다크 소이소스 (Pearl River Bridge Superior Dark Soy Sauce)
용량	500ml
가격	2.50유로 (3,237원)

제품 종류 조리용

<온라인 매장>
아마존(독일)
이베이(독일)
아시아푸드랜드



제품명	펄리버 브릿지 골든라벨 슈퍼리어 라이트 소이소스 (Pearl River Bridge Superior Light Soy Sauce)
용량	500ml
가격	2.69유로 (3,483원)

제품 종류 (도수) 조리용, 테이블소스(시즈닝)

기업 홍보 채널



- 자사 홈페이지(현지)
- 기업 소개 및 홍보
- 제품 소개 및 홍보
- 자사 제품 활용한 레시피 제공
- SNS 플랫폼 (페이스북, 트위터, 핀터레스트 등)
- 경쟁제품 홍보 미디어 공유

홍보 문구

successfully maintains the distinctive fragrance, aroma, unique flavour and rich nutrition of every soybean. We have been using the same ancient recipes and methods for hundreds of years, only selecting soybeans from Northeast China and fermenting with clean air, freshest water and purest sunshine from Southern China to ensure the very best quality. We take the greatest care in our manufacturing process to perfect the flavour profile of every sauce we produce, with over 100 days fermentation and the strictest quality control. Golden Label

- Usage of Soy Sauce
1. Soy Sauce can be used as condiment in cooking for various foods.
 1. To be diluted for cooked meat, poultry and seafood.
 2. For rice, noodle and rice noodle eating.
 2. For soup seasoning.
 4. To be mixed with other seasonings.
 5. For various dishes in cooking.
 6. For corned-beef or ham sauce on the dish surface.
 7. For boiling meat.

- 음식과 곁들여 먹는
- 수프 시즈닝 소스
- 다양한 요리에 사용가능
- 자연발효
- 중국 전통의 맛
- 100일 이상의 발효
- 독특한 맛

사진자료: 펄리버 브릿지 홈페이지, 아마존(독일) 홈페이지

●
동일품목 종류

① 내추럴리 브루 스위트 소이소스



② 오가닉 소이소스



③ 내추럴리 브루 소이소스



④ 내추럴리 브루 소이소스 워드 43% 레스 솔트 150ml



⑤ 타마리 글루텐프리 소이소스



⑥ 내추럴리 브루 레스솔트 소이소스 1L



자료: 키코만 홈페이지

④ 키코만(Kikkoman)

기업 기본 정보	기업명	키코만(Kikkoman)
	홈페이지	www.kikkoman.de www.kikkoman.com
	위치	250 Noda, Noda-shi, Chiba 278-8601, 일본
	매출액('18)11)	4,535억 6,500만 엔 (4조 9,508억 원)
기업 진출 채널	규모	동일품목 수 15개 설립년도 1917년
	제품명	내추럴리 브루 레스솔트 소이소스 (Naturally Brewed Less Salt Soy Sauce)
기업 홍보 채널	〈오프라인 매장〉 레베 킴 하	
	〈온라인 매장〉 아마존(독일) 이베이(독일) 아시아푸드랜드	
	기업 홍보 채널	
	홍보 문구	 Kikkoman Soy Sauce: Guaranteed GMO Free! Kikkoman soybeans: completely without genetic engineering
	제품 종류	조리용, 테이블소스(시즈닝) 조리용, 테이블소스(시즈닝)
	용량	1,000ml
	가격	8.50유로 (11,007원)
	가격	6.79유로 (8,793원)
	제품 종류	조리용, 테이블소스(시즈닝)
	홍보 채널	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(현지) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보 SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램) - 자사 제품 활용한 레시피 제공
	홍보 문구	<ul style="list-style-type: none"> 글루텐프리 달콤한 100% 자연 재료로 만든 첨가제를 사용하지 않은 Non GMO 모든 요리에 사용가능한

사진자료: 키코만 홈페이지, 아마존(독일) 홈페이지

11) 자료: 키코만 홈페이지

⑤ 아치(Arche)

동일품목 종류

① 스모크 쇼유



② 쇼유 리듀스드 솔트



③ 세다우드 타마리



④ 타마리 250ml



⑤ 타마리 리듀스드 솔트



⑥ 쇼유 오리지널 야파니시 쇼이소스



자료: 아치 홈페이지

기업 기본 정보	기업명	아치(Arche)	
	홈페이지	www.arche-naturkueche.de	
기업 진출 채널	위치	Arche Naturprodukte GmbH Liebigstr. 5a, D-40721 Hilden, 독일	
	규모	동일품목 수	13개
기업 홍보 채널	설립년도	1985년	
	제품명	쇼유 오리지널 야파니시 쇼이소스 (Shoyu Original Japanische Sojasauce)	
기업 홍보 채널	용량	500ml	
	가격	6.99유로 (9,052원)	
기업 홍보 채널	제품 종류	조리용, 테이블소스(시즈닝)	
	제품명	쇼유 오리지널 야파니시 쇼이소스 (Shoyu Original Japanische Sojasauce)	
기업 홍보 채널	용량	750ml	
	가격	13.62유로 (17,637원)	
기업 홍보 채널	제품 종류	조리용, 테이블소스(시즈닝)	
	기업 홍보 채널	자사 홈페이지(현지) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보 - 온라인 판매 페이지 연결 • SNS 플랫폼(인스타그램 등) - 경쟁제품 홍보 미디어 공유	
기업 홍보 채널	홍보 문구	<ul style="list-style-type: none"> • 유기농 • 비건식품 • 자연발효 • 자연 재료로 만든 • 일본 전통의 맛 • 모든 요리에 사용 가능한 	
	사진자료: 아치 홈페이지, 아마존(독일)		

●
동일품목 종류

① 재팬 소이소스



② 글루텐 프리 소이소스



③ 스위트 소이소스



자료: 골든 터틀 브랜드 홈페이지

⑥ 골든 터틀 브랜드(Golden Turtle Brand)

기업 기본 정보	기업명	골든 터틀 브랜드(Golden Turtle Brand)	
	홈페이지	www.goldenturtlechef.com	
	위치	Golden Turtle for Chefs P.O Box 30202 6370 KE Landgraaf, 네덜란드	
	규모	동일품목 수	3개
		설립년도	1963년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 킴 하		제품명	재팬 소이소스 (Japan Soy Sauce)
			용량	1,000ml
			가격	8.00유로 (10,360원)
	〈온라인 매장〉 아시아푸드랜드		제품명	글루텐 프리 소이소스 (Gluten Free Soy Sauce)
			용량	1,000ml
			가격	9.95유로 (12,885원)
		제품 종류	조리용, 테이블소스(시즈닝)	

기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(글로벌) 기업 소개 및 홍보 제품 소개 및 홍보 자사 제품 활용한 레시피 제공
-------------	--	--

홍보 문구	<p>Core Values</p> <ul style="list-style-type: none"> An extensive range of Asian products for the foodservice and professional kitchen. A traditional and authentic Asian range made in Asia, created by Chefs for Chefs. All natural: no preservatives, no taste enhancers, no artificial colouring. 	<ul style="list-style-type: none"> 유기농 방부제 무첨가 인공조미료 무첨가 초밥에 찍어먹는 일본 고유의 맛
-------	--	---

사진자료: 골든 터틀 브랜드 홈페이지, 아시아푸드랜드

III. Buyer Interview

SUMMARY

Interview ① 하나로 마켓

(Hanaro Markt)

Interview ② 아티 아시아 마켓

(Atti Asia Markt)

Interview ③ 아시아-센터 김

(Asia-Center Kim)

Interview ④ 하나 코리아 샵

(Hana Korea Shop)

Interview ⑤ 아시아티슈 레벤스미텔 김

(Asiatische Lebensmittel Kim)

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

독일 (GERMANY)

간장 인터뷰
대상 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

- 식품 수입유통업체 ○
- 간장 취급 경험 ○

	하나로 마켓 (Hanaro Markt)	아티 아시아 마켓 (Atti Asia Markt)	아시아-센터 김 (Asia-Center Kim)	하나 코리아 샵 (Hana Korea Shop)	아시아티슈 레벤스미텔 김 (Asiatische Lebensmittel Kim)
업체 ▶	도매업체	소매업체	소매업체	소매업체	소매업체
간장 취급 ▶					
	양조간장	국간장	진간장	진간장	국간장

사진자료: 하나로 마켓, 아티 아시아 마켓, 아시아-센터 김, 하나 코리아 샵, 아시아티슈 레벤스미텔 김 엘프 홈페이지

독일(GERMANY) 간장 바이어 인터뷰

A사	하나로 마켓 (Hanaro Markt) 도매업체	아티아시아마켓 (Atti Asia Markt) 소매업체	아시아-센터 김 (Asia-Center Kim) 소매업체	하나코리아샵 (Hana Korea Shop) 소매업체	아시아티슈 레벤스미텔 김 (Asiatische Lebensmittel Kim) 소매업체
제품 가격	2,950원 유사 제품이랑 비교했을 때 저렴한 가격	유사 제품이랑 비교했을 때 저렴한 가격	현지 시장에서 굉장히 저렴한 가격대	용량대비 저렴한 가격	유사제품이랑 비교했을 때 저렴한 편
제품 용량	900ml 900ml를 선호	250ml가 적당	900ml, 1.6L, 1.8L의 수요가 많은 편	한인 소비자들은 1.8L, 현지 소비자들은 150ml 선호	한인 소비자들은 1L, 현지 소비자들은 작은 용량 선호
제품 포장	친환경 포장방식을 선호하나, 제품 대부분이 플라스틱 형태	친환경 포장방식을 선호하나, 제품 대부분이 플라스틱 형태	제품 대부분이 플라스틱병 에 포장되어 있음	친환경 포장방식을 선호하나, 제품 대부분이 플라스틱 형태	유리병을 선호하나, 제품 대부분이 플라스틱 형태

(*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 5개사

Interview ① 하나로 마켓(Hanaro Markt)



12)

하나로 마켓
(Hanaro Markt)

전문가 소속

하나로마켓
(Hanaro Markt)
도매업체

전문가 정보

Mr. Kim
(Owner)



하나로 마켓(Hanaro Markt)

Owner, Mr. Kim

하나로 마켓은 1979년에 설립된 도매업체로, 2013년에 김스 아시아 센터(Kim's Asia Center)에서 하나로 마켓으로 기업명을 변경함. 소스류, 스낵류, 곡물, 냉동식품, 즉석식품 등을 취급하고 있으며, 독일 내 여러 지역에 제품을 납품하고 있음. 다양한 한국 브랜드 제품을 취급하고 있으며 총 4,000여 종의 제품을 판매하고 있음

12) 사진자료: 하나로마트(Hanaro Markt) 홈페이지 (www.kimsasia.de)



가격 2,950원

용량 900ml

포장 페트병

Q1. 최근 독일 내 간장의 인지도 및 수요가 어떻게 되나요?

독일에서 간장의 인지도와 수요는 증가하고 있습니다. 과거에는 한국, 일본 등 아시아 사람들 사이에서만 수요가 많았습니다. 하지만 최근 독일 내 아시아 음식의 인지도가 높아 지며 간장을 활용한 음식을 접해본 현지인들이 간장을 구매하는 비율이 많아졌습니다.

Q2. 현지 소비자들은 주로 어떤 음식에 간장을 활용하나요?

독일 소비자들은 아시아 음식중에서 중국 음식을 요리할 때 간장을 사용합니다. 또한, 고기 양념이나 샐러드 드레싱으로도 간장을 활용합니다.

Q3. 소비자들이 선호하는 간장은 무엇인가요?

일반적으로 한국산 간장보다 중국과 일본산 간장의 수요가 많습니다. 아시아인들은 주로 제품 브랜드와 원산지를 고려하는 반면, 독일 사람들은 별다른 고민 없이 자신에게 친숙한 제품인 중국산 간장을 구매합니다. 최근에는 독일 현지인들도 제품 성분에 대해 고려하기 시작했으며, 주로 독일의 식품 안전 테스트 절차를 거친 건강에 무해한 제품을 선호합니다. 유명 브랜드로는 키코만이 있으며, 이미 유럽 내 대형 상점에 모두 입점한 것으로 알고 있습니다.

Q4. 취급 제품의 가격, 용량은 어떻게 되나요?

현재 취급 중인 제품은 한국 B사 브랜드 제품으로 930ml에 3.79유로(4,907원)¹⁴⁾입니다. 일반적으로 현지 소비자들은 900ml를 중간 사이즈로 인식하며, 900ml 용량의 간장을 선호합니다. 저희가 취급하는 제품과 비교했을 때, A사의 용량은 적당하며 가격 또한 저렴하다고 생각합니다.

Q5. 취급 제품의 포장 형태는 어떤 것이 적절한가요?

독일 소비자들은 친환경적인 포장 제품을 선호하며 정부에서도 환경에 해로운 플라스틱 제품에 더 높은 세금을 부과한다고 들은 바 있습니다. 하지만 아직까지 독일에서 판매되는 제품은 한국 B사 브랜드 제품을 포함하여 대부분 플라스틱병 형태로 판매되고 있습니다.

14) 1유로=1,294.95원(2020.01.30.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ② 아티 아시아 마켓(Atii Asia Markt)



15)

아티 아시아 마켓
(Atti Asia Markt)

전문가 소속

아티 아시아 마켓
(Atti Asia Markt)
소매업체

전문가 정보

Ms. Kim
(Manager)



아티 아시아 마켓(Atti Asia Markt) Manager, Ms. Kim

아티 아시아 마켓은 아시아 식료품 전문 소매업체임. 취급 품목으로는 소스류, 김치, 스낵류, 음료류, 생활용품, 즉석식품 등이 있음. 김치는 한국에서 수입한 제품 외에도 가게 주인이 직접 만든 것을 판매함. 제품 대부분이 한국산이며, 이외에도 중국, 일본, 태국산 제품을 취급하고 있음. 베를린에 오프라인 매장을 운영하고 있으며, 온라인 판매는 하지 않음

15) 사진자료: 아티 아시아 마켓(Atii Asia Markt) 홈페이지 (www.atti-asia-markt.de)



가격 2,950원

용량 900ml

포장 페트병

Q1. 최근 독일 내 간장 수요가 어떻게 되나요?

간장은 현지에 거주하는 아시아인들에게 수요가 많으나, 독일 음식 중에는 간장을 활용한 요리가 없어 현지 소비자들 사이에서는 수요가 많지 않은 편입니다. 하지만 독일 내 최근 퓨전 음식이 유행함에 따라, 현지인들 사이에서 간장을 고기에 채우거나 샐러드 드레싱으로 활용하는 사례가 점차 늘고 있습니다.

Q2. 현지 소비자들은 간장 구매 시 무엇을 고려하나요?

현지 소비자들은 간장 구매 시 주로 제품의 성분을 고려합니다. MSG프리와 글루텐프리 등 건강에 해롭지 않은 제품을 구매합니다. 해당 제품들은 일반 제품보다 가격대가 높게 형성되어 있으나, 현지 사람들은 가격과 상관없이 제품 성분이 좋은 것을 구매하는 경향이 있습니다.

Q3. 현지 소비자들에게 수요가 많은 간장은 무엇인가요?

간장 중에서는 일본 브랜드인 키코만 제품의 수요가 많은 편입니다. 해당 제품은 오래된 역사가 있으며, 독일뿐만 아니라 유럽 전 지역에서 유명합니다. 최근에는 한국 음식이 친환경적이고 몸에 좋다는 인식이 생겨남에 따라, 현지인들 사이에서 한국 B사 브랜드 제품이 좋은 평판을 받고 있습니다.

Q4. 취급 제품의 용량과 가격은 어느 정도가 적당한가요?

저희 매장의 주 소비자층은 학생이며, 학생을 대상으로 간장을 판매한다면 250ml의 용량이 적당합니다. 실제 취급 중인 키코만 제품은 150ml에서부터 1L 등 다양한 용량을 갖추고 있으며, 수요가 가장 많은 용량은 250ml입니다. 해당 제품은 1L에 8.50유로(11,007원)로, 이에 비해 A사의 제품은 훨씬 저렴합니다.

Q5. 취급 제품의 포장 형태는 어떠한가요?

최근 친환경 포장 형태를 선호하는 소비자들이 늘고 있으나 많은 브랜드의 간장 제품들은 플라스틱 형태로 포장되어 판매되고 있습니다. 특히 키코만 제품은 최근 유리병에서 플라스틱으로 포장방식을 바꿨으며 이는 단가를 고려한 선택이었다고 생각합니다.

Q6. 간장의 주요 판매처는 어떻게 되나요?

제품 대부분이 아시아 마트에서 판매되고 있습니다. 일반 마트에서는 대부분 키코만 간장만을 취급합니다.

Interview ③ 아시아-센터 김(Asia-Center Kim)



16)

아시아-센터 김
(Asia-Center Kim)

전문가 소속

아시아-센터김
(Asia-Center Kim)
소매업체

전문가 정보

Ms. Kim
(Owner)



아시아-센터 김(Asia-Center Kim) Owner, Ms. Kim

아시아-센터 김은 아시아 식품 전문 소매업체로, 취급 품목으로는 소스류, 라면, 스낵류, 통조림 등이 있음. 주로 한국산 제품을 취급하고 있으며, 이외에도 일본, 싱가포르, 호주, 태국산 식료품을 판매함. 독일의 남쪽 도시인 본(Bonn) 지역에 위치하고 있으며, 매장 앞에는 한식당을 함께 운영하고 있음. 자사 홈페이지를 통해 매장 정보를 게시하고 있으며, 다양한 언어로 홈페이지를 운영하고 있음

16) 사진자료: 아시아-센터 김(Asia-Center Kim) 홈페이지 (www.asiacenter-kim.metro.biz/?lang=en)



가격 2,950원

용량 900ml

포장 페트병

Q1. 최근 독일 내 간장의 인지도 및 수요는 어떠한가요?

간장은 아시아 사람들에게 수요가 많은 편입니다. 최근 들어 독일 내 한국과 한식이 유행함에 따라, 현지 소비자들 사이에서도 한국식 간장에 대한 인지도가 높아지고 있으며 수요가 점차 증가하고 있습니다. 저희는 매장 앞에 한식당도 운영하고 있으며, 해당 매장에서 간장을 활용한 음식을 맛본 현지인들이 간장을 구매하는 경우도 있습니다.

Q2. 현지 소비자들은 간장 구매 시 무엇을 고려하나요?

현지 소비자들은 간장 구매 시, 브랜드 인지도를 가장 중요시합니다. 여러 브랜드의 간장을 권장해도, 독일 사람들은 자신들에게 익숙한 브랜드인 키코만 제품을 주로 구매합니다. 해당 브랜드는 독일에서 판매된 지 오래되었으며, 인지도가 높습니다. 이외에도 현지 소비자들은 제품의 질을 고려하는 경향이 있습니다. 방부제, 조미료 등의 유해성분을 포함하고 있는지를 확인하고, 제품 품질이 보장된다면 가격이 다소 비싸더라도 구매하는 편입니다.

Q3. 취급 제품의 용량, 포장 형태 및 가격은 어떻게 되나요?

수요가 가장 많은 용량은 900ml이며, 이외에도 1.6L, 1.8L 제품의 수요가 많은 편입니다. 별도로 선호하는 포장은 없으나 대부분의 간장 제품은 플라스틱병에 포장되어 있습니다. 따라서, A사의 페트병 포장 형태 역시 문제가 없을 것으로 생각합니다. 또한 A사 제품을 900ml에 2,950원으로 판매한다면 현지 시장에서 굉장히 저렴한 가격대입니다.

Q4. 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 하나요?

브랜드 인지도를 높이는 것이 중요합니다. 앞서 말씀드렸듯이, 독일 사람들은 간장 구매 시 브랜드 인지도를 고려합니다. 아직 A사의 인지도가 독일 내에서는 낮은 편이라, 적극적인 홍보와 마케팅 전략을 활용해 인지도를 높이는 것이 필요하다고 생각합니다. 또한 현지의 일반 마트에서는 브랜드 인지도가 높은 간장 제품을 선호하기 때문에, 독일에서 A사 브랜드의 인지도를 높인 후, 현지의 일반 마트로 진출하는 것이 좋을 것 같습니다.

Interview ④ 하나코리아샵(Hana Korea Shop)



17)

하나코리아샵
(Hana Korea Shop)

전문가 소속

하나코리아샵
(Hana Korea Shop)
소매업체

전문가 정보

Ms. Park
(Owner)



하나코리아샵(Hana Korea Shop)

Owner, Ms. Park

하나코리아샵은 아시아 식품 전문 소매업체로, 소스류, 스낵류, 주류, 간편 식품, 라면, 곡물류 등의 식료품 외에도 화장품, 한국 전통 베개 등 일상용품을 취급하고 있음. 본(Bonn) 지역에서 2015년 쾰른(Koln) 지역으로 옮겨 오프라인 매장 한 곳을 운영하고 있음. 자사 홈페이지와 페이스북 등의 다양한 SNS 플랫폼을 통해 제품을 홍보함

17) 사진자료: 하나코리아샵(Hana Korea Shop) 홈페이지 (www.hanakoreashop.de)



가격 2,950원

용량 900ml

포장 페트병

Q1. 최근 독일 내 간장의 수요 및 인지도는 어떻게 되나요?

최근 아시아 음식에 대한 인지도가 높아짐에 따라, 한국, 중국, 일본산 간장의 인지도와 수요 또한 많아지고 있습니다. 독일 사람들은 주로 간장을 샐러드 드레싱에 활용하고 있으며, 다른 국가 브랜드보다 한국산 간장을 선호하는 경향이 있습니다. 현지인들은 한국 간장의 품질이 좋고 몸에 해로운 성분이 포함되지 않은 제품이라고 생각해 선호합니다.

Q2. 취급 제품의 용량은 어느 정도가 적당할까요?

소비자 유형에 따라 선호하는 용량이 상이합니다. 한국 소비자를 고려한다면, 1.8L의 용량이 적당할 것으로 생각됩니다. 하지만 현지인들을 타깃 소비자층으로 생각한다면, 150ml 용량이 적당합니다. 현재 취급 중인 제품 중 한국 제품은 최소 500ml에서 최대 1.8L이며, 일본산 제품의 용량은 150ml부터 시작합니다. 큰 용량은 한국인, 아시아인들에게 수요가 많은 편이며, 적은 용량의 제품은 현지 소비자들에게 인기가 높습니다.

Q3. 취급 제품의 가격 및 포장 형태는 어떠한가요?

현재 취급 중인 한국 브랜드로는 B사가 있으며, 930ml에 3.6유로(4,661원)로 판매하고 있습니다. 이와 비교했을 때, A사의 제품은 가격 측면에서 비교우위를 갖추고 있으며, 용량 대비 매우 저렴한 가격이라고 생각합니다. 포장방식에 있어 독일 사람들은 주로 유리 병 형태의 친환경적인 제품을 선호하지만 판매 중인 제품 대부분이 플라스틱 형태로 되어있습니다. 따라서 A사 제품의 플라스틱 용기는 판매 시 문제가 없을 것으로 생각합니다.

Q4. 취급 제품의 유통은 어떻게 이루어지고 있나요?

저희는 일반 식료품, 화장품 등의 제품은 직접 수입해 판매하고 있으나, 간장은 현지 유통업체를 통해 공급받고 있습니다. 현지 유통업체는 간장을 주로 독일 내 아시안마트와 한인마트로 납품하며, 독일 외에도 프랑스와 벨기에 등 주변지역으로 유통합니다.

Interview ⑤ 아시아티슈 레벤스미텔김 (Asiatische Lebensmittel Kim)

Asiatische Lebensmittel Kim

18)

●
아시아티슈 레벤스미텔김
(Asiatische
Lebensmittel Kim)

전문가 소속

아시아티슈 레벤스미텔김
(Asiatische
Lebensmittel Kim)
소매업체

전문가 정보

Mr. Kim
(Owner)



아시아티슈 레벤스미텔김(Asiatische Lebensmittel Kim) Owner, Mr. Kim

아시아티슈 레벤스미텔김은 아시아 식품 전문 소매업체임. 주로 한국산 식료품을 판매하고 있으며, 이외에도 태국, 일본 등 여러 아시아 국가의 제품을 취급함. 취급 품목으로는 소스류, 스낵류, 라면류, 냉동식품, 즉석식품, 라면, 생활용품 등이 있음. 함부르크 지역에 한 개의 오프라인 매장을 보유하고 있으며, 별도의 소셜미디어 플랫폼 및 온라인 홈페이지는 존재하지 않음

18) 사진자료: 아시아티슈 레벤스미텔김(Asiatische Lebensmittel Kim) 엘프 홈페이지 (en.yelp.ch/biz/asiatische-lebensmittel-kim-hamburg)



가격 2,950원

용량 900ml

포장 페트병

Q1. 최근 독일 내 간장의 수요가 어떻게 되나요?

최근 독일을 포함한 여러 유럽국가에서 아시아 식료품이 유행하고 있습니다. 그 결과, 아시아 식료품의 인지도가 높아지고 있으며 간장의 수요 또한 증가하고 있습니다.

Q2. 당사 제품 중 인기가 높은 간장은 무엇인가요?

당사에서는 한국의 B사와 일본산 키코만 간장을 판매하고 있으며, 이 중 일본산 제품의 수요가 더 많습니다. 키코만 간장의 인기가 더 높은 이유는 맛 때문이라고 생각합니다. 해당 제품은 한국 간장보다 더 짜며 독일 사람들은 짠 맛이 강한 간장을 선호하기에, 인기가 더 높습니다. 또한 키코만 제품은 아시아 마트뿐만 아니라 현지 마트에서도 판매할 정도로, 독일에서 오랫동안 판매되어 왔으며 인지도가 높습니다. 해당 제품은 150ml에서 1L까지 다양한 용량으로 출시되어, 현지 소비자들이 각자의 니즈에 맞춰 제품을 구매할 수 있다는 장점이 있습니다.

Q3. 용량과 가격은 어느 정도가 적당한가요?

선호 용량은 타깃 고객에 따라 다릅니다. 아시아 사람들을 주요 고객으로 삼는다면 1L가 적당하겠지만, 현지 소비자들을 타깃 고객으로 생각한다면 작은 사이즈의 용량이 적합합니다. 가격은 방부제와 화학조미료 등의 포함 여부와 제품의 질에 따라 다르겠지만, 유사 제품과 비교했을 때 A사의 제품은 저렴한 편입니다.

Q4. 선호하는 포장방식은 어떻게 되나요?

당사와 현지 소비자들은 유리병 형태의 포장방식을 선호하지만, 판매 중인 제품 대부분이 플라스틱 형태로 되어 있습니다.

Q5. 취급 제품의 유통 과정은 어떻게 되나요?

당사에서는 한국산 제품을 직접 수입하고 있으나, 간장은 현지 유통업체를 통해 공급받고 있습니다. 독일 내 많은 한인식품점이 한국에서 제품을 직접 수입해, 오프라인과 온라인 매장에서 판매하거나, 다른 유럽 지역으로 유통하는 것으로 알고 있습니다.

IV. Competitiveness

SUMMARY

1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹

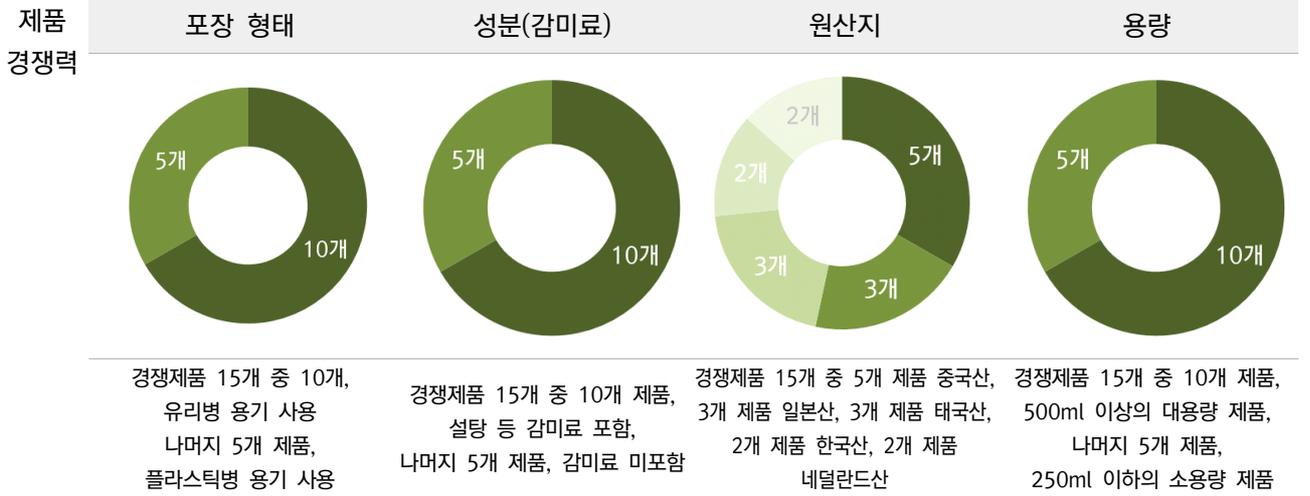
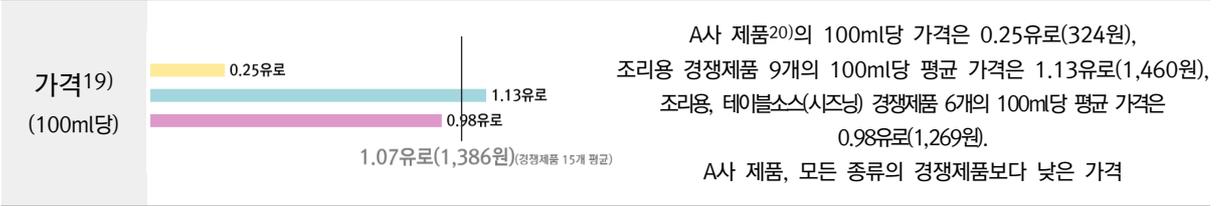
Competitiveness

(자사 제품 경쟁력 파악)

독일 (GERMANY) - 제품 경쟁력 검증

■ A사 제품 ■ 조리용 ■ 조리용, 테이블소스(시즈닝) | 15개 경쟁제품 평균

경쟁력 평가 의견



독일 (GERMANY) - 마케팅 벤치마킹

		진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
마케팅 벤치마킹	경쟁사	경쟁기업 6개사 모두 독일 오프라인 매장 및 온라인 매장 모두 진출	경쟁기업 6개사 중 5개사 자사 홈페이지 와 SNS 플랫폼 모두 홍보 채널로 활용	경쟁기업 6개사는 주로 ‘전통의 맛’, ‘자연 발효’ 등을 강조한 홍보문구 활용

19) 1유로= 1,294.95원(2020.01.30.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

20) A사 제품 유로화 가격: 2.28유로(2,950원을 1,294.95원으로 나눈 후 소수 셋째자리에서 반올림한 값)

1. 제품 경쟁력 검증

1) 가격

경쟁제품(경쟁기업)

<조리용 간장>

- ① 오가닉 소이소스 (페어트레이드 오리지널)
- ② 레베 오가닉 소이소스 (헨리 라모트 푸드)
- ③ 다크 소이소스 프리미엄 (이금기)
- ⑤ 오가닉 소이소스 (밤부가든)
- ⑥ 헬시보이브랜드 스위트 소이소스 (안알윤)
- ⑧ 펠리버 브릿지 슈퍼리어 다크 소이소스 (펠리버 브릿지)
- ⑩ 야마사 소이소스 다크 (야마사)
- ⑬ 시다우드 타마리 (아차)
- ⑮ 진간장 에스 소이소스 (B사)

<조리용 및 테이블소스(시즈닝)>

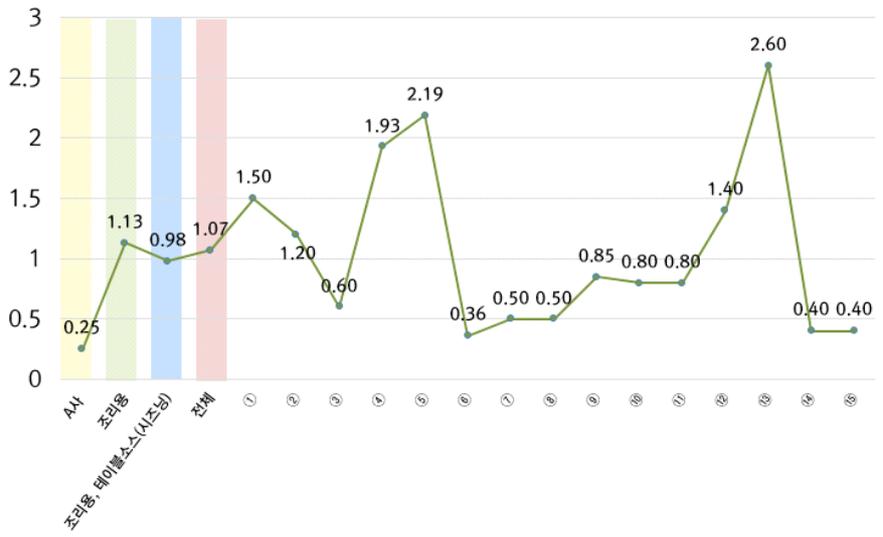
- ④ 내추럴리 브루 소이소스 (키코만)
- ⑦ 프리미엄 라이트 소이소스 (이금기)
- ⑨ 내추럴리 브루 레스솔트 소이소스 (키코만)
- ⑪ 재팬 소이소스 (골든 터틀 브랜드)
- ⑫ 쇼유 오리지널 아파니시 소야소스 (아차)
- ⑭ 양조간장501 소이소스 (B사)

▶ A사 제품 100ml당 가격, 모든 간장 제품의 100ml당 평균 가격보다 낮은 가격

A사 제품의 100ml당 가격은 0.25유로(324원) 임. 독일 오프라인 매장에서 확인 경쟁제품 중 조리용 간장 제품 9개의 100ml당 평균 1.13유로(1,463원)이며, 조리용 및 테이블소스(시즈닝) 제품 6개의 100ml당 평균 가격은 0.98유로(1,269원), 경쟁제품 전체의 100ml당 평균 가격은 1.07유로(1,386원)임. 100ml당 가격이 A사보다 낮은 제품은 없으며, 전체 경쟁제품의 100ml당 평균 가격도 A사의 100ml당 가격보다 4배 높은 것으로 확인됨

[표 3.1] 독일 간장 가격 경쟁력 분석

(단위: 유로/100ml)



2) 용량

● 경쟁제품(경쟁기업)

〈조리용 간장〉

- ① 오가닉 소이소스 (페어트레이드 오리지널)
- ② 레베 오가닉 소이소스 (헨리 라모트 푸드)
- ③ 다크 소이소스 프리미엄 (이금기)
- ⑤ 오가닉 소이소스 (밤부가든)
- ⑥ 헬시보이브랜드 스위트 소이소스 (안알윤)
- ⑧ 펠리버 브릿지 슈퍼리어 다크 소이소스 (펠리버 브릿지)
- ⑩ 아마사 소이소스 다크 (아마사)
- ⑬ 시다우드 타마리 (아치)
- ⑮ 진간장 에스 소이소스 (B사)

〈조리용 및 테이블소스(시즈닝)〉

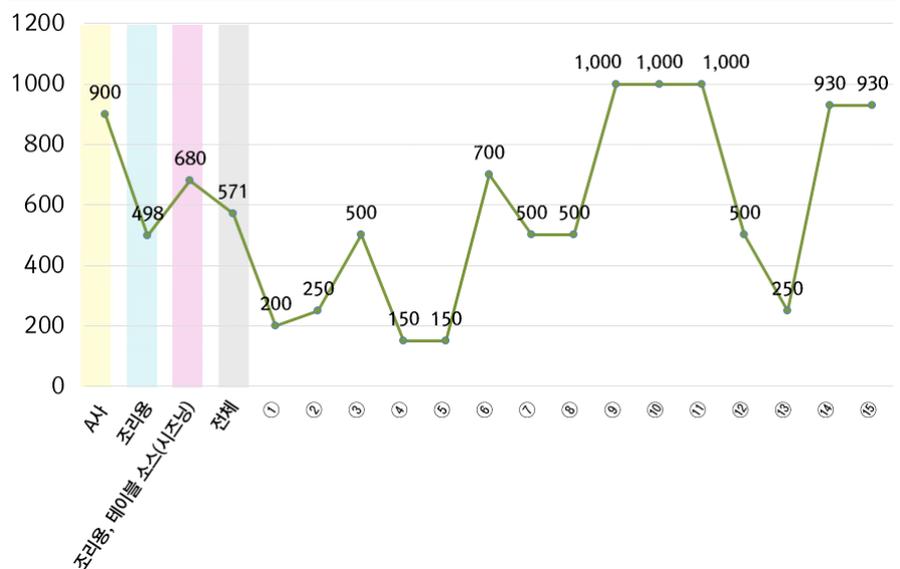
- ④ 내추럴리 브루 소이소스 (키코만)
- ⑦ 프리미엄 라이트 소이소스 (이금기)
- ⑨ 내추럴리 브루 레스쉴트 소이소스 (키코만)
- ⑪ 재팬 소이소스 (골든 터틀 브랜드)
- ⑫ 쇼유 오리지널 야파니시 소야소스 (아치)
- ⑭ 양조간장501 소이소스 (B사)

▶ A사 제품 100ml당 가격, 모든 간장 제품 종류의 평균 용량보다 높은 용량

A사 제품의 용량은 900ml임. 독일 오프라인 매장에서 판매되고 있는 경쟁제품 중 조리용 간장 9개의 평균 용량은 498ml, 조리용 및 테이블소스(시즈닝) 간장 경쟁제품 6개의 평균 용량은 680ml이며, 전체 제품의 평균 용량은 571ml임. A사 제품의 간장 제품은 조리용 간장 제품, 조리용 및 테이블소스(시즈닝) 간장 제품의 평균 용량보다 높은 것으로 조사됨. 조리용 간장 중 가장 용량이 높은 제품은 아마사 소이소스 다크 (아마사)로, A사 제품보다 용량이 높음. 조리용 및 테이블소스(시즈닝) 간장 제품 중 가장 용량이 많은 제품은 내추럴리 브루 레스쉴트(키코만)과 재팬 소이소스(골든 터틀 브랜드)로, 두 제품 모두 1,000ml 제품임

〈표 3.2〉 독일 간장 용량 경쟁력 분석

(단위: ml)

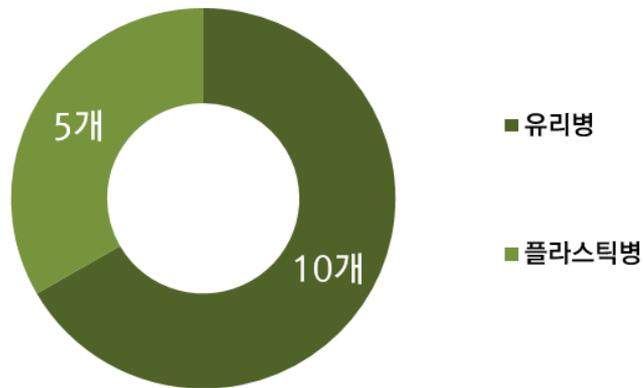


3) 포장 형태

▶ 경쟁제품 15개 중 10개, 플라스틱병 포장

경쟁제품 15개의 포장 형태를 조사한 결과, 경쟁제품 15개 중 8개의 포장 형태는 플라스틱병인 것으로 조사됨. 나머지 5개의 포장 형태는 유리병 포장이며, 모두 500ml 이상의 대용량 제품인 것으로 확인됨

[표 3.3] 독일 간장 포장 형태 경쟁력 분석

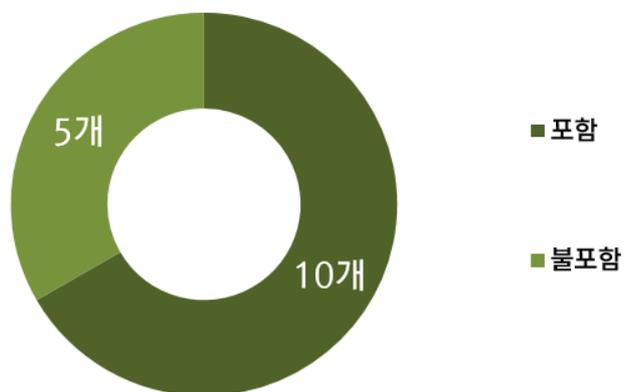


4) 성분(감미료)

▶ 경쟁제품 15개 중 10개, 설탕, 포도당 시럽 등 감미료 포함

독일에서 판매되고 있는 간장 경쟁제품 15개는 감미료를 포함한 제품과 미포함한 제품으로 구분됨. 경쟁제품 15개 중 10개 제품은 감미료를 포함하고 있는 것으로 확인됨. 제품 제조에 첨가된 감미료로는 옥수수시럽, 설탕, 누룩곰팡이, 포도당 시럽, 감초추출물, 당류(E955) 등이 있음. 나머지 5개 제품은 감미료가 포함되지 않은 것으로 확인됨

[표 3.4] 독일 간장 감미료 경쟁력 분석

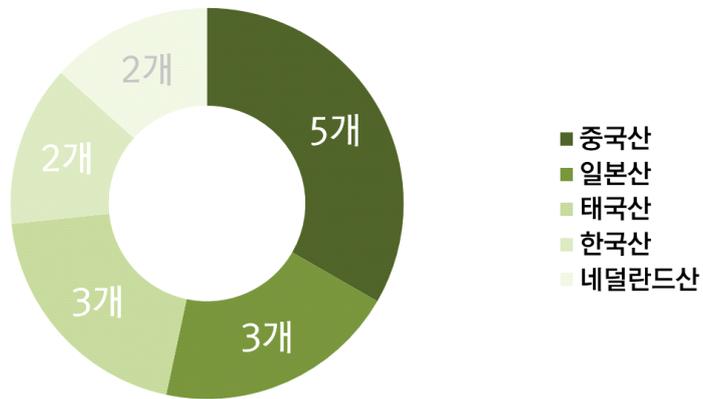


5) 원산지

▶ 경쟁제품 15개 중 13개, 아시아산(중국, 일본, 태국, 한국) 제품

독일에서 판매되고 있는 간장 경쟁제품 15개는 중국, 일본, 태국, 한국, 네덜란드를 원산지로 하는 제품인 것으로 조사됨. 경쟁제품 15개 중 13개는 아시아가 원산지로 중국 5개, 일본 3개, 태국 3개, 한국 2개 제품임. 나머지 경쟁제품 2개는 네덜란드가 원산지임

[표 3.5] 독일 간장 원산지 경쟁력 분석

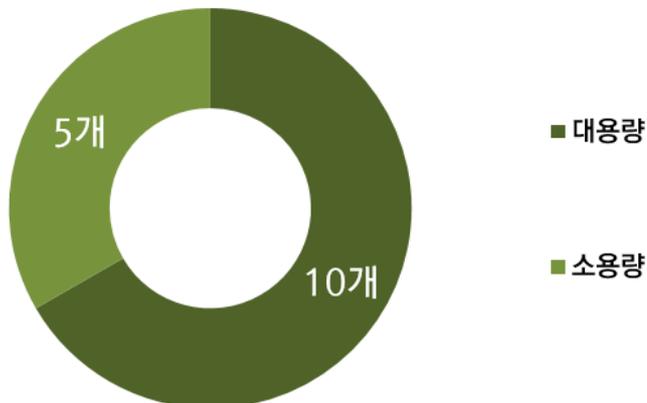


7) 제품 유형(용량 기준)

▶ 경쟁제품 15개 중 10개, 500ml이상의 대용량 제품

독일에서 판매되고 있는 경쟁제품을 250ml 이하 소용량 제품과 500ml 이상 대용량 간장 제품으로 분류함. 소용량 제품 5개의 평균 용량은 200ml, 대용량 제품 10개의 평균 용량은 756ml인 것으로 조사됨. 소용량 제품 5개 중에는 250ml, 150ml 제품이 각각 2개로 가장 많았으며, 대용량 제품 10개 중에는 1,000ml 용량 제품이 3개로 가장 많았음

[표 3.6] 독일 간장 제품 유형(용량 기준) 경쟁력 분석



2. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ 경쟁기업 6개사 모두 독일 오프라인 및 온라인 채널 진출

독일에 진출한 경쟁기업 6개사는 모두 오프라인 및 온라인 채널에 진출한 것으로 확인됨. 6개사 중 5개사는 아시안마트 김 하(Kim Ha)에서 조사되었으며, 2개사는 슈퍼마켓 레베(Rewe), 1개사는 유기농 식품매장 알나투라(Alnatura)에서 조사됨. 이금기, 키코만 제품의 경우 2개의 오프라인 채널에서 조사됨. 온라인으로는 아마존(독일), 이베이(독일), 아시아푸드랜드에 각각 진출해 있으며, 아치와 골든 터틀 브랜드를 제외한 4개사는 3개 이상의 온라인 채널에 진출하였음

[표 3.7] 독일 간장 제조 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인			온라인		
	레베	김 하	알나투라	아마존(독일)	이베이(독일)	아시아푸드랜드
B사	○			○	○	○
이금기	○	○		○	○	○
펠리버 브릿지		○		○	○	○
키코만	○	○		○	○	○
아치			○	○		
골든 터틀 브랜드		○				○

2) 홍보 채널

▶ 경쟁기업 6개사 중 5개사 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 홍보 채널로 활용

경쟁기업 6개사 모두는 자사 홈페이지를 홍보 채널로 활용하고 있음. 경쟁기업은 자사 홈페이지를 통해 주로 대표 경쟁제품의 특징, 원료 등을 소개하고, B사, 이금기, 펠리버 브릿지, 키코만의 경우 아마존(독일)내에 플래그쉽 스토어를 운영하는 것으로 조사됨. 자사 홈페이지 외 SNS 플랫폼을 대표 홍보 채널로 함께 활용하고 있는 기업은 골든 터틀 브랜드를 제외한 5개사로, 모두 페이스북을 적극적으로 활용하고 있음. 그 외에도 이금기, 펠리버 브릿지 기업은 트위터를 활용하며, 이금기 기업은 추가적으로 유튜브 채널을 개설하여 홍보 채널을 운영함

[표 3.8] 독일 간장 제조 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	플래그쉽 스토어	SNS 플랫폼			
			페이스북	인스타그램	트위터	유튜브
B사	○	○	○			
이금기	○	○	○	○	○	○
펠리버 브릿지	○	○	○		○	
키코만	○	○	○	○		
아치	○		○	○		
골든 터틀 브랜드	○					

3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업, ‘전통의 맛’, ‘자연 발효’ 강조하여 경쟁제품 홍보

독일에 진출한 경쟁기업 6개사는 주로 경쟁제품의 ‘전통의 맛’과 ‘자연 발효’를 강조한 키워드를 사용하여 경쟁제품을 홍보하고 있음. 간장 경쟁제품의 고유의 맛과 전통을 강조하는 ‘진짜 중국의 맛’, ‘개성있는 간장’, ‘독일 스타일 간장’ 등의 문구를 사용함. 또한, ‘건강한 맛’, ‘자연 발효’, ‘인공 조미료 무첨가’, ‘Non GMO’ 등의 문구를 사용하여 경쟁제품이 첨가제를 사용하지 않았으며, 자연 재료를 사용하였음을 강조함. 이외, ‘다양한 요리에 사용가능’, ‘음식과 곁들여 먹는다’ 등의 문구를 사용하여 경쟁제품이 여러 가지 요리와 잘 어울리는 점을 강조한 홍보문구들을 활용하고 있음

[표 3.9] 독일 간장 제조 경쟁기업 홍보문구 분석



[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 독일 도시통계청(City Population, Germany) 홈페이지 (www.citypopulation.de)
2. 비즈니스포스트(Businesspost) 홈페이지 (businesspost.co.kr)
3. 포브스(Forbes) 홈페이지 (www.forbes.com)
4. 이금기(Lee Kum Kee) 홈페이지(www.lkksauce.com)
5. 펄리버 브릿지(Pearlriverbridge) 홈페이지 (www.pearlriverbridge.com)
6. 키코만(Kikkoman) 홈페이지 (www.kikkoman.com)
7. 아치(Arche) 홈페이지 (www.arche-naturkueche.de)
8. 골든 터틀 브랜드(Goldturtle) 홈페이지 (www.goldenturtlechef.com)
9. 아마존(독일)(Amazon) 홈페이지 (www.amazon.de)
10. 이베이(독일)(Ebay) 홈페이지 (www.ebay.de)
11. 아시아푸드랜드(Asiafoodland) 홈페이지 (www.asiafoodland.de)
12. 레베(Rewe) 홈페이지 (www.rewe.de)
13. 독일 통계청(Statistisches Bundesamt, Germany) 홈페이지 (www.destatis.de)
14. 스탯티스타(Statista) 홈페이지 (www.statista.com)
15. 엘프(Yelp) 홈페이지 (www.yelp.de)
16. 아티 아시아 마켓(Atii Asia Markt) 홈페이지 (www.atti-asia-markt.de)
17. 하나 코리아 샵(Hana Korea Shop) 홈페이지 (www.hanakoreashop.de)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2020.02.07.

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

