



2021 해외시장 맞춤형조사

No.		202110-36
품목		아시안 소스(Asian Sauce)
HS CODE		2103.90-9030
국가		네덜란드(Netherlands)
구분		경쟁력분석형

Contents

I. 요약	03
II. 경쟁제품	
1. 네덜란드 아시안 소스 경쟁제품 선정	05
2. 네덜란드 아시안 소스 경쟁제품 조사지표 선정	09
3. 네덜란드 아시안 소스 경쟁제품 현지 조사 결과	10
III. 경쟁기업	
1. 네덜란드 아시안 소스 경쟁기업 선정	20
2. 네덜란드 아시안 소스 경쟁기업 현지화 분석 기준	21
3. 네덜란드 아시안 소스 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	23
IV. 수입·유통업체 인터뷰	
Interview ① 오리엔탈 웹 샵(Oriental Web Shop)	34
Interview ② 아시안 그로서리(Asian Grocery)	37
Interview ③ 아자우 마켓(Achau Market)	39
V. 경쟁력파악	
1. 제품 경쟁력 검증	43
2. 벤치마킹 제품 분석	48
3. 기업 마케팅 벤치마킹	50
VI. 시사점	51
※ 참고문헌	53

Summary

A사-D사: 한국 경쟁기업명 이니셜 처리

■ 온라인 인기제품

제품명		제조사명
2개 채널에서 Top 10인 제품	헬라 크라위던 케첩 커리	헬라
	키꼬만 간장 소스	키꼬만

■ 오프라인 주요 경쟁제품

오프드 돼지불고기양념 (A사)		오프드 소불고기양념 (A사)	
	가격 1.99유로		가격 1.99유로
	중량 280g		중량 280g
유리 병 패키지 사용		성분을 강조한 홍보문구	

■ 경쟁기업 4개사 분석

	A사	B사	C사	D사	네덜란드 현지 진출 경쟁기업 현황 경쟁기업 4개사 중 2개사, 제품 포장 문구를 현지화하여 타 경쟁기업 제품과 차별화 + 경쟁기업 4개사, 주요 SNS 플랫폼 페이스북, 인스타그램 및 유튜브를 활용해 기업 및 제품 홍보
국적	한국	한국	한국	한국	
제품 현지화	○	○	○	○	
포장 현지화	●	●	○	○	
생산 방식	●	●	●	●	
입점 채널	오프라인 채널만 활용	오프라인 채널만 활용	오프라인 채널만 활용	오프라인 채널만 활용	
홍보 채널	자사 홈페이지, SNS 플랫폼(한국)	자사 홈페이지, SNS 플랫폼(글로벌)	자사 홈페이지, SNS 플랫폼(한국)	자사 홈페이지, SNS 플랫폼(한국)	

제품 현지화

- 상 (현지인 선호 신제품 개발)
- 중 (기존 유통 제품 성분 일부 변경해 출시)
- 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

포장 현지화

- 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
- 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)
- 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

생산 방식 현지화

- 상 (현지에 제조시설 구비해 직접 제조)
- 중 (제조국에서 직접 제조해 현지 수출)
- 하 (제조국 OEM 업체에 제조 위탁)

■ 경쟁력 파악

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)		기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)				
가격(100ml(g)당) (0.70유로)	●	불고기/갈비 소스(4개)	기타 한국 소스(6개)	맛 (간장, 고추장)	●	간장	고추장	김치	기타	
		0.77유로	1.40유로			4개	3개	2개	1개	
용량(중량)(ml(g)) (355.0g)	●	불고기/갈비 소스(4개)	기타 한국 소스(6개)	원산지 (한국)	●	한국				
		332.5ml(g)	328.0ml(g)			10개				
인증 (FSSC 22000, HACCP, ISO 9001)	●	HACCP	미보유	홍보문구 (중복값 有) (간편성, 용도)	●	용도	맛	성분	원산지	
		1개	9개			5개	5개	3개	1개	

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 경쟁제품 100ml(g)당 가격 평균은 고객사 제품보다 비싼 편인 것으로 나타남 2) 경쟁제품은 주로 용도 및 맛을 강조하는 홍보문구를 사용하고 있는 것으로 나타남
Point 02.	1) 경쟁기업 4개사 중 2개사는 제품 포장 문구를 현지화하여 타 경쟁기업 제품과 차별화한 것으로 나타남 2) 경쟁기업 4개사 모두 유명 SNS 플랫폼인 페이스북, 인스타그램 및 유튜브를 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남

II. 경쟁제품

1. 네덜란드 아시안 소스 경쟁제품 선정
2. 네덜란드 아시안 소스 경쟁제품 조사지표 선정
3. 네덜란드 아시안 소스 경쟁제품 현지조사 결과

1. 네덜란드 아시안 소스 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징



제품명	아쭈마리퍼블릭 불고기 양념장
제품 종류	아시안 소스
소비자가격	2.33유로 (약 3,200원) ¹⁾
중량	335g
포장 형태	플라스틱 병
특징	한식 양념장 및 디핑 소스로 활용 가능

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: 아쭈마리퍼블릭 불고기 양념장
 - 제품 종류: 아시안 소스
 - 소비자가격: 2.33유로(약 3,200원)
 - 중량: 335g
 - 포장 형태: 플라스틱 병

Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 볼(Bol): 20억 달러
 2. 아(Ah): 10억 달러
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 Top 10 제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰 중 2개에서 확인: 2개 제품

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장: 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 아시안마트
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 현지 인기 제품, 제품의 용도에 따라 조사 제품 선정
- ③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
 - 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사
- ② 제품 분석
 - (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
 - 벤치마킹 제품 분석

1) 1유로=1,373.27원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인

네덜란드

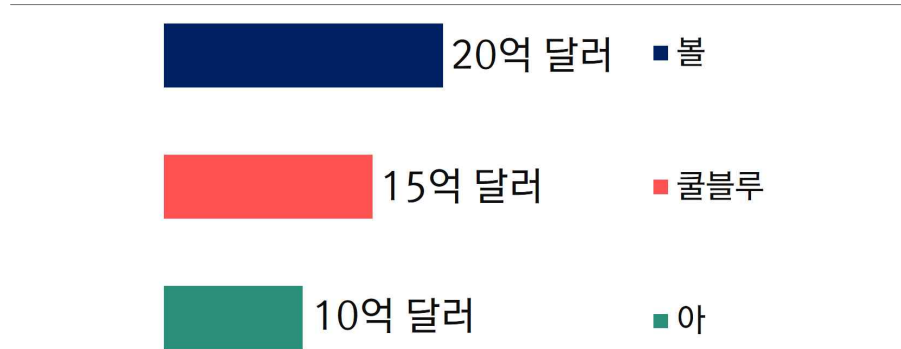
주요 온라인 쇼핑몰 (Top 2)

사이트명	취급 종류
 볼	전자제품, 뷰티제품, 음료, 식품 등
 아	식료품, 스낵, 유제품, 냉동식품 등

▶ 네덜란드 온라인 쇼핑몰 점유율 상위 2개, 볼, 아²⁾

이커머스디비에 따르면, 2020년 기준 네덜란드 현지인들이 식품 구매를 위해 이용하는 온라인 쇼핑몰 상위 2개는 볼(Bol), 아(Ah)로, 상위 2개 온라인 쇼핑몰의 2020 총수입은 각각 20억 달러, 10억 달러로 확인됨

[표 2.1] 네덜란드 온라인 쇼핑몰 2020년 총수입



자료 : 이커머스디비(ecommerceDB) 홈페이지

▶ 인기 온라인 쇼핑몰 2개에 모두 진출한 경쟁제품, 2개

네덜란드 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 총 2개의 제품이 2개의 온라인 쇼핑몰에서 모두 판매 중인 것으로 조사됨

[표 2.2] 네덜란드 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)

순위	볼	아
1	호치 삼발 파프리카 라오스 (호치 삼발)	베이코 사테 사우스 (베이코)
2	삼발 쿼말 (플라워 브랜드)	코니멕스 마리나더 사테 (코니멕스)
3	삼발 카롤리나 리퍼 바작 (코닝스보겔)	레미아 사테사우스 (레미아)
4	우치보리 라이스 비네거 (우치보리)	헬라 크라우던 케첩 커리 (헬라)
5	키꼬만 레스 솔트 간장 소스 (키꼬만)	고탄 칠리 스위트 칠리 소스 (고탄)
6	사우스 멧 핏 차이나즈 칠리 올리 (사우스 멧 핏)	일드리스 튀르크서 코노플로코사우스 (일드리즈)
7	키꼬만 간장 소스 (키꼬만)	잔서 커리 케첩 (판베잉아르던)
8	키꼬만 폰즈 레몬 (키꼬만)	코니멕스 케캡 마니스 (코니멕스)
9	헬라 크라우던 케첩 커리 (헬라)	아 커리 소스 (아)
10	올리호른 커리 사우스 (올리호른)	키꼬만 간장 소스 (키꼬만)

■ 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매

자료 : 볼(Bol), 아(Ah) 홈페이지

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 네덜란드 암스테르담 정보³⁾⁴⁾

인구	약 86만 명
면적	219.3km ²

▶ 네덜란드 암스테르담, 방문지역으로 선정

네덜란드 암스테르담(Amsterdam)을 방문지역으로 선정함. 암스테르담은 네덜란드의 수도이면서 네덜란드에서 가장 인구가 많은 도시임. 네덜란드 북부 지방에 위치하고 있는 암스테르담은 유네스코 세계 문화 유산으로 지정된 수많은 문화재가 있는 문화적 중심지임. 또한 네덜란드의 상업 수도이자 유럽 최고의 금융 중심지 중 하나로, GaWC가 지정한 알파 세계 도시임

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 아시안마트

네덜란드 아시안 소스의 유통채널의 조사한 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 개인 및 기타 식료품점, 온라인 유통채널을 통하여 제품이 판매되고 있는 것으로 확인됨

[표 2.3] 네덜란드 아시안 소스 주요 유통채널 현황

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓/슈퍼마켓	아홀드 델하이즈(Ahold Delhaize), 점보(Jumbo), 리들(Lidl), 플러스(Plus), 알디(Aldi) 둔 용(Dun Yong), 오리엔탈(Oriental),
개인 및 기타 식료품점 ⁵⁾	씨엔씨 아시안 마켓(C&C Asian Market), 홍콩 슈퍼스토어(Hong Kong Superstore), 신라 암스테르담(Shilla Amsterdam)
온라인	쿨블루(Coolblue), 볼(Bol), 아(Ah)

■ 고객사 진출 선호 매장

자료 : 스탯티스타(Statista), 옐프(Yelp), 이커머스디비(ecommerceDB) 홈페이지

2) 쿨블루(Coolblue)는 식품을 취급하지 않아 제외함

3) 자료: 스탯티스타(Statista), 「Total population of Amsterdam from 2009 to 2019」, 2019

4) 자료: 네덜란드 통계청(Centraal Bureau voor de Statistiek) 홈페이지

5) 아시안마트 및 한인마트를 포함함

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(*) 볼(Bol), 아(Ah)
- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(*) 마크로(Makro), 어메이징 오리엔탈(Amazing Oriental)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 불고기/갈비 소스 제품: 불고기/갈비 양념 시 사용하는 소스
- 기타 한국 소스 제품: 잡채 소스, 고추장 등 기타 한식 요리에 사용하는 소스

[표 2.4] 네덜란드 아시안 소스 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	불고기/갈비 소스	기타 한국 소스
① 오후드 돼지불고기양념 (A사)	○ (마크로, 어메이징 오리엔탈)	(-)	○	
② 오후드 소불고기양념 (A사)	○ (마크로, 어메이징 오리엔탈)	(-)	○	
③ 백설 매콤한 돼지불고기양념 (D사)	○ (어메이징 오리엔탈)	(-)	○	
④ 왕 코리아 갈비양념 (B사)	○ (어메이징 오리엔탈)	(-)	○	
⑤ 요리에센스 연두 청양초 (C사)	○ (어메이징 오리엔탈)	(-)		○
⑥ 수라상 김치양념 (B사)	○ (어메이징 오리엔탈)	(-)		○
⑦ 왕 코리아 잡채소스 (B사)	○ (어메이징 오리엔탈)	(-)		○
⑧ 수키나 교자만두소스 (B사)	○ (어메이징 오리엔탈)	(-)		○
⑨ 수라상 김치 핫소스 (B사)	○ (어메이징 오리엔탈)	(-)		○
⑩ 순창 초고추장 (A사)	○ (어메이징 오리엔탈)	(-)		○

(*) 현지 판매 아시안 소스 경쟁제품 10개 분석

2. 네덜란드 아시안 소스 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 네덜란드 아시안 소스 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 네덜란드 아시안 소스 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100ml(g)당 가격	제품의 100ml(g)당 가격
용량(중량)	ml(g)	제품의 포장 단위
제품 종류	불고기/갈비 소스	불고기/갈비 양념 시 사용하는 소스
	기타 한국 소스	잡채 소스, 고추장 등 기타 한식 요리에 사용하는 소스
제품 맛	고추장 맛	고추장을 베이스로 한 돼지불고기 등의 맛
	간장 맛	간장을 베이스로 한 소불고기, 갈비 등의 맛
	김치 맛	김치 맛
	기타 맛	청양초 맛 등의 기타 맛
포장 형태	유리 병	유리 소재의 병에 내용물을 포장한 형태
	플라스틱 병	플라스틱 소재의 병에 내용물을 포장한 형태
유통기한		제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기한
원산지		제품의 원산지
홍보문구		제품의 홍보문구
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

3. 네덜란드 아시안 소스 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 네덜란드 암스테르담에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓 및 아시안마트

네덜란드 암스테르담에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓 마크로(Makro) 및 아시안마트 어메이징 오리엔탈(Amazing Oriental)을 방문함. 이 중 어메이징 오리엔탈은 네덜란드 전역에 20개 이상의 지점이 있는 네덜란드 최대 규모 아시아 슈퍼마켓 체인인 것으로 확인됨

[표 2.6] 네덜란드 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
마크로(Makro)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	2	· 네덜란드 및 유럽 국가, 남아프리카, 미국, 아시아에서 매장 운영 중
어메이징 오리엔탈 (Amazing Oriental)	아시안마트	8	· 네덜란드 전역에 20개 이상의 지점 운영 · 네덜란드 최대 규모 아시아 슈퍼마켓 체인



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품 10개 중 2개 제품이 2개 매장에서 모두 판매

마크로(Makro), 어메이징 오리엔탈(Amazing Oriental) 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 총 2개 제품이 방문 매장 2곳에서 판매 중인 것으로 확인됨. 어메이징 오리엔탈은 경쟁제품 10개를 모두 취급하고 있는 것으로 확인되어, 마크로보다 더 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황	
	마크로	어메이징 오리엔탈
① 오푸드 돼지불고기양념 (A사)	○	○
② 오푸드 소불고기양념 (A사)	○	○
③ 백설 매콤한 돼지불고기양념 (D사)		○
④ 왕 코리아 갈비양념 (B사)		○
⑤ 요리에센스 연두 청양초 (C사)		○
⑥ 수라상 김치양념 (B사)		○
⑦ 왕 코리아 잡채소스 (B사)		○
⑧ 수키나 교자만두소스 (B사)		○
⑨ 수라상 김치 핫소스 (B사)		○
⑩ 순창 초고추장 (A사)		○

자료: 현지조사원 자료

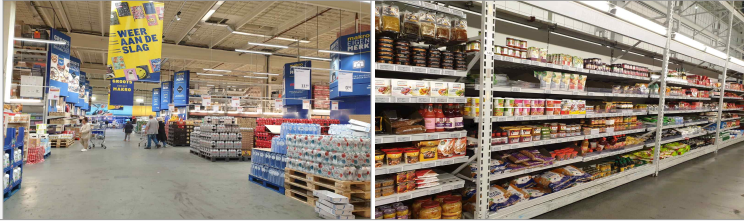
Shop ① 마크로(Makro)

● 매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
식료품, 의류, 사무용품,
생활용품 등 다양한 제품을
판매함

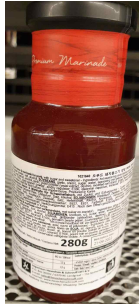
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치

- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ⁶⁾			마크로(Makro)는 캐시 앤 캐리(창고형 클럽) 체인 매장으로 1968년 암스테르담에 최초의 매장을 연 후 네덜란드 및 유럽 국가, 남아프리카, 미국, 아시아로 사업을 확장하여 매장을 운영하고 있음
	조사 제품 수: 2개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	암스테르담 De Flinesstraat 9, 1114 AL Amsterdam, Netherlands
매장 내부 전경	매장 내부 전경 		
제품 판매 정보	판매 아시안 소스 경쟁제품 정보		
			
	오푸드 돼지불고기양념 (A사)		오푸드 소불고기양념 (A사)

사진자료: 현지조사원 자료, A사 홈페이지

6) 마크로(Makro) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	오푸드 돼지불고기양념	제조사 (현지어)	A사
제품 종류	불고기/갈비 소스	중량	280g
소비자가격	1.99유로 (2,733원)	100g당 가격	0.71유로 (976원)
원산지	한국	맛	돼지불고기 맛
포장 형태	유리 병	유통기한	18개월
수입자	Heuschen & Schrouff OFT B.V.	홍보문구	MSG 무첨가, 인공향료 무첨가, 방부제 무첨가, 옥수수 시럽 무첨가, 프리미엄
원료 및 첨가물	고추장, 고추양념, 쌀, 호화쌀가루, 액상과당, 정제수, 양조간장, 탈지대두, 소맥, 과당, 주정, 배푸레, 사과푸레, 마늘, 백설탕, L-글루타민산나트륨, 정제소금, 키위푸레, 파인애플푸레, 후춧가루, 청주, 산도조절제, 혼합제제		

			
제품명 (현지어)	오푸드 소불고기양념	제조사 (현지어)	A사
제품 종류	불고기/갈비 소스	중량	280g
소비자가격	1.99유로 (2,733원)	100g당 가격	0.71유로 (976원)
원산지	한국	맛	소불고기 맛
포장 형태	유리 병	유통기한	18개월
수입자	Heuschen & Schrouff OFT B.V.	홍보문구	MSG 무첨가, 인공향료 무첨가, 방부제 무첨가, 옥수수 시럽 무첨가, 프리미엄
원료 및 첨가물	양조간장, 탈지대두, 소맥, 과당, 주정, 액상과당, 백설탕, 정제수, 배푸레, 사과푸레, 마늘, L-글루타민산나트륨, 정제소금, 키위푸레, 파인애플푸레, 후춧가루, 산도조절제, 와인, 잔탄 겼, 혼합제제, 유화제		

Shop ② 어메이징 오리엔탈(Amazing Oriental)

● 매장 정보

- 유형: 아시안마트
- 판매 제품 특징:
아시안 식료품, 육류,
해산물, 생활용품 등 다양한
제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
상업지역 내 위치
주변에 대형 마트 및
상점이 있으며, 맞은편에
마크로가 있음
- 주요 고객층:
현지 주민, 현지 거주 교민

브랜드 기본 정보7)		어메이징 오리엔탈은 1986년에 설립된 네덜란드의 아시안 전문 식품 매장임. 네덜란드 전역에 20개 이상의 지점이 있는 네덜란드 최대 규모 아시아 슈퍼마켓 체인으로 판매 제품은 아시아 각 국가에서 수입하고 있음
		조사 제품 수: 8개

매장 정보		
	도시(지역)	암스테르담
	상세주소	De Flinesstraat 6, 1114 AL Amsterdam, Netherlands

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 아시안 소스 경쟁제품 정보		
			
	백설 매콤한 돼지불고기양념 (D사)	왕 코리아 갈비양념 (B사)	요리에센스 연두 청양초 (C사)
			
	수라상 김치양념 (B사)	왕 코리아 잡채소스 (B사)	수키나 교자만두소스 (B사)
			
	수라상 김치 핫소스 (B사)	순창 초고추장 (A사)	

사진자료: 현지조사원 자료, 기업 웹사이트

			
제품명 (현지어)	백설 매콤한 돼지불고기양념	제조사 (현지어)	D사
제품 종류	불고기/갈비 소스	중량	290g
소비자가격	1.99유로 (2,733원)	100g당 가격	0.69유로 (942원)
원산지	한국	맛	매운 돼지불고기 맛
포장 형태	유리 병	유통기한	18개월
수입자	Oriental Holding Europe	홍보문구	고기 맛의 황금비율, 100% 한국산
원료 및 첨가물	고추장, 고추양념, 탈지대두분, 정제소금, 기타과당, 혼합간장, 설탕, 정제수, 고추믹스, 배푸레, 다진마늘, 청주, 청양고추엑기스, 향미증진제, 후춧가루, 산도조절제, 파프리카추출색소, 잔탄 겼		

			
제품명 (현지어)	왕 코리아 갈비양념	제조사 (현지어)	B사
제품 종류	불고기/갈비 소스	중량	480g
소비자가격	4.65유로 (6,386원)	100g당 가격	0.97유로 (1,330원)
원산지	한국	맛	갈비 맛
포장 형태	유리 병	유통기한	18개월
수입자	Oriental Holding Europe	홍보문구	갈비 양념
원료 및 첨가물	간장, 설탕, 배푸레, 소르비톨, 양파, 마늘, 에틸알코올, 소금, 참깨, 잔탄 겼, 구연산, 후추, 참기름, 물, 캐러멜		

			
제품명 (현지어)	요리에센스 연두 청양초	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	기타 한국 소스	용량	275ml
소비자가격	4.45유로 (6,111원)	100ml당 가격	1.62유로 (2,222원)
원산지	한국	맛	청양초 맛
포장 형태	유리 병	유통기한	18개월
수입자	Oriental Holding Europe	홍보문구	칼칼한 매운 맛 살리는, 청양초의 매운 맛
기타 표기사항	사용 전 반드시 흔들어주세요	원료 및 첨가물	자연콩발효액, 청양고추액, 양파농축액, 마늘농축액, 생강농축액, 대파농축액, 향신채소우린물, 발효주정, 매운고추양념

			
제품명 (현지어)	수라상 김치양념	제조사 (현지어)	B사
제품 종류	기타 한국 소스	중량	453g
소비자가격	5.35유로 (7,347원)	100g당 가격	1.18유로 (1,622원)
원산지	한국	맛	김치 맛
포장 형태	유리 병	유통기한	18개월
수입자	Oriental Holding Europe	홍보문구	다용도 핫소스, 김치 양념, 홈메이드 스타일
원료 및 첨가물	물, 설탕, 옥수수 시럽, 고춧가루, 배 피레, 소금, 고춧가루, 양파, 마늘, 호모, 생강, 글루타민산일나트륨, 구연산, 아스코르브산, 잔탄 겔, 이노이소륨이노민		

			
제품명 (현지어)	왕 코리아 잡채소스	제조사 (현지어)	B사
제품 종류	기타 한국 소스	중량	480g
소비자가격	4.99유로 (6,853원)	100g당 가격	1.04유로 (1,428원)
원산지	한국	맛	간장 맛
포장 형태	유리 병	유통기한	18개월
수입자	Oriental Holding Europe	홍보문구	홈메이드 스타일, 한국 스타일 누들 소스, 잡채 양념
원료 및 첨가물	간장, 설탕, 옥수수 시럽, 마늘, 양파, 소금, 참기름, 굴 소스, 향미증진제, 후춧가루, 구연산		

			
제품명 (현지어)	수키나 교자만두소스	제조사 (현지어)	B사
제품 종류	기타 한국 소스	용량	230ml
소비자가격	4.09유로 (5,617원)	100ml당 가격	1.78유로 (2,442원)
원산지	한국	맛	간장 맛
포장 형태	유리 병	유통기한	18개월
수입자	Oriental Holding Europe	홍보문구	만두를 위한 간장, 매운 맛
원료 및 첨가물	물, 간장, 식초, 설탕, 글루타민산일나트륨, 소금, 과당, 올레오레진 고추		

			
제품명 (현지어)	수라상 김치 핫소스	제조사 (현지어)	B사
제품 종류	기타 한국 소스	용량	230ml
소비자가격	4.54유로 (6,235원)	100ml당 가격	1.97유로 (2,711원)
원산지	한국	맛	김치 맛
포장 형태	유리 병	유통기한	18개월
수입자	Oriental Holding Europe	홍보문구	MSG 무첨가, 인공향료 무첨가, 방부제 무첨가, 맵고 신 맛, 한국산
기타 표기사항	사용 시 잘 흔들어주세요	원료 및 첨가물	김치 엑기스(배추, 소금, 무, 밀, 고춧가루, 마늘, 시럽, 양파, 설탕, 생강, 대추, 버섯, 다시마), 고춧가루, 식초, 소금, 자두, 물, 올레오레진 고추, 허브추출물

			
제품명 (현지어)	순창 초고추장	제조사 (현지어)	A사
제품 종류	기타 한국 소스	중량	300g
소비자가격	2.49유로 (3,419원)	100g당 가격	0.83유로 (1,140원)
원산지	한국	맛	초고추장 맛
포장 형태	플라스틱 병	유통기한	18개월
수입자	Oriental Holding Europe	홍보문구	라임을 넣어 더욱 상큼하게, 올리고당과 매실농축액으로 달콤하게, 매운 칵테일 소스
인증	HACCP	원료 및 첨가물	고추장(물, 포도당 시럽, 고과당 옥수수 시럽, 밀가루, 고춧가루, 소금, 쌀, 설탕, 대두, 알코올, 마늘, 젖산, 효모 추출물, 양파, 엽기름), 설탕, 식초, 구연산, 마늘, 참깨, 자두 추출물

III. 경쟁기업

1. 네덜란드 아시안 소스 경쟁기업 선정
2. 네덜란드 아시안 소스 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 네덜란드 아시안 소스 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 네덜란드 아시안 소스 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 아시안 소스 판매 한국기업 4개사 선정

네덜란드 오프라인 매장에 진출한 경쟁기업 중, 경쟁 제품을 보유한 한국기업 4개사를 경쟁기업으로 선정함. 각 제조사는 제품의 유통 및 판매를 위탁하는 경우도 있으나, 상품을 개발하고 원료 생산을 전담하는 기업을 경쟁기업이라 정의함

▶ 경쟁기업 4개사, 평균 65년 업력 보유

선정된 경쟁기업 4개사는 평균 약 65년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. A사는 1956년 설립되어 약 65년째 사업을 이어오고 있으며, B사는 51년, C사는 75년, D사는 68년의 업력을 보유하고 있는 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업 4개사, 아시안 소스 동일품목 종류 조사

네덜란드에 진출한 경쟁기업 4개사가 판매하고 있는 아시안 소스의 동일 품목 수를 조사한 결과 A사가 25개의 브랜드를 보유하고 있어 경쟁기업 4개사 중 가장 많은 동일 품목 수를 판매하고 있는 것으로 확인됨. 그 다음으로는 B사 12개, C사 9개, D사 8개의 제품을 판매 중인 것으로 조사됨

[표 3.1] 아시안 소스 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
A사	한국	65년	25개
B사	한국	51년	12개
C사	한국	75년	9개
D사	한국	68년	8개

자료: 네덜란드 진출 아시안 소스 경쟁기업 4개사 분석

2. 네덜란드 아시안 소스 경쟁기업 현지화 분석 기준

▶ 경쟁기업의 기본 정보

[표 3.2] 경쟁기업 기본 정보

기준	설명
① 기업명	기업의 이름
② 위치	기업 본사 위치
③ 규모	매출액
	기업 20년도 매출액
	직원 수
	기업 20년도 직원 수
설립연도	기업의 설립연도
	동일품목
	아시안 소스

▶ 경쟁기업의 자사 제품 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 제품 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 기존 제품 출시	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시	○ (하)
② 기존 제품 현지화	기존 유통되는 제품의 맛, 성분 등을 변경하여 출시	● (중)
③ 신제품 개발	현지인이 선호하는 맛, 첨가물, 용량 등을 조사하여 현지에서 선호될 만한 신제품을 개발	● (상)

▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 원본 포장 디자인 혹은 형태를 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	● (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 새로운 형태의 디자인을 사용함	● (상)

▶ 경쟁기업의 제품 제조 방식에 따른 분류

[표 3.5] 경쟁기업 제품 제조 방식 기준

기준		설명	적극성
① OEM	간접 제조	제조 전문 OEM 업체와 제휴를 맺어 제조 위탁	○ (하)
② 국내제조	직접 제조	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출	◐ (중)
③ 현지제조		현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조	● (상)

▶ 경쟁기업의 유통채널에 따른 분석 기준

[표 3.6] 경쟁기업 유통채널

기준	채널 종류
오프라인	마이크로, 어메이징 오리엔탈
온라인	볼, 아

▶ 경쟁기업의 홍보 채널에 따른 분석 기준

[표 3.7] 경쟁기업 홍보 채널

기준	채널 종류
자사 홈페이지	국내 홈페이지
	글로벌 홈페이지
	현지 홈페이지
SNS 플랫폼	페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터

3. 네덜란드 아시안 소스 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 4개사 모두 네덜란드 오프라인 매장과 온라인 채널 진출

네덜란드에 진출한 경쟁기업 4개사 모두 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 창고형 클럽 체인 매장인 마크로에서는 A사가 확인되었으며, 아시아 슈퍼마켓 체인 매장인 어메이징 오리엔탈에서는 경쟁기업 4개사가 모두 확인되었음. 온라인의 경우, 현지 주요 온라인 판매채널인 볼(Bol)과 아(Ah)에서 경쟁기업 4개사 모두 제품을 판매하지 않는 것으로 확인됨

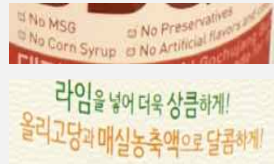
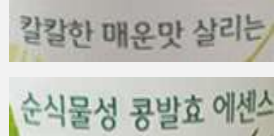
▶ 경쟁기업 SNS 플랫폼에서의 제품 홍보 활동 활발함

네덜란드 시장에 진출한 경쟁기업 4개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 4개사 모두 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 통해 기업 정보 및 자사 제품 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 4개사 모두 글로벌 공식 홈페이지를 운영하고 있으며, SNS 홍보활동으로는 B사가 글로벌 계정으로, 이 외 경쟁기업 3개사는 한국어 계정으로 홍보 활동을 진행하고 있는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 홍보문구로 제품의 맛과 재료, 용도 등을 강조하여 홍보

네덜란드 시장에 진출한 경쟁기업은 제품 홍보 시 제품의 맛을 강조하는 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품의 맛을 나타내는 문구로는 ‘매운’, ‘칼칼한 매운 맛 살리는’, ‘청양초의 매운 맛’, ‘재료의 참 맛’, ‘고기 맛’, ‘새콤달콤’, ‘진하고 풍부한 감칠 맛’ 등을 사용함. 재료를 강조하는 문구로는 ‘라임을 넣어’, ‘올리고당과 매실농축액으로’, ‘국산 청양초’, ‘순식물성 콩발효’, ‘100% 국산 배 사과’, ‘세 가지 해물’ 등을 활용하는 것으로 확인됨. 또한 제품의 용도를 강조하는 문구로 ‘갈비 양념’, ‘만두를 위한 간장’, ‘김치 양념’, ‘잡채 양념’ 등의 문구를 활용하는 것으로 확인됨

[표 3.8] 네덜란드 아시안 소스 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
A사	- 오프라인 매장 - 마크로 - 어메이징 오리엔탈	- 자사 홈페이지 (글로벌) - SNS 플랫폼 (한국) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브	- MSG/인공향료/방부제/옥수수 시럽 무 첨가 - 라임을 넣어 더욱 상큼하게 - 올리고당과 매실농축액으로 달콤하게 - 매운 칵테일 소스	
B사	- 오프라인 매장 - 어메이징 오리엔탈	- 자사 홈페이지 (글로벌) - SNS 플랫폼 (글로벌) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브	- 갈비 양념 만두를 위한 간장 - 김치 양념 잡채 양념 - 홈메이드 스타일 - 한국 스타일 누들 소스 - MSG/인공향료/방부제 무 첨가	
C사	- 오프라인 매장 - 어메이징 오리엔탈	- 자사 홈페이지 (글로벌) - SNS 플랫폼 (한국) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브	- 국산 청양초를 우려내 - 칼칼한 매운 맛 살리는 - 청양초의 매운 맛 - 순식물성 콩발효 에센스 - 재료의 참맛이 살아나야 진짜 맛있는 요리	
D사	- 오프라인 매장 - 어메이징 오리엔탈	- 자사 홈페이지 (글로벌) - SNS 플랫폼 (한국) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브	- 고기 맛의 황금비율 - 100% 국산 배 사과 사용 - 사과 등백 비빔장 - 새콤달콤 초고추장 - 진하고 풍부한 감칠 맛 - 세 가지 해물의 풍미를 더한	

자료: 네덜란드 진출 아시안 소스 경쟁기업 4개사 분석

① A사

기업 기본 정보	기업명	A사	
	기업 설명	A사는 국내 대표 식품 제조 브랜드로 1996년에 도입되었음. 이 후 대상주식회사는 ‘순창’, ‘햇살담은’ 등 전통 장류부터 ‘미원’, ‘감치미’, ‘맛선생’ 등의 조미료 류, 신선식품, 육가공식품, 냉동식품과 수출 브랜드인 ‘오푸드’를 판매하고 있음. A사는 국산 발효조미료 1호로 대상주식회사의 대표적인 브랜드임	
	위치	대한민국 서울특별시 동대문구 천호대로 26 대상빌딩	
	규모	직원 수	5,234명
		동일품목 수 ⁸⁾	25개
		설립연도	1956년
		매출	2조 9,639억 8,600만 원

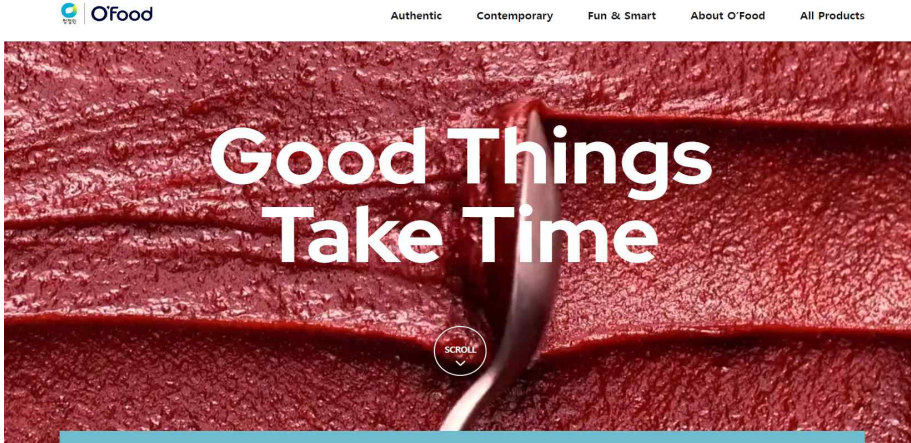
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 마크로 어메이징 오리엔탈		제품명	오푸드 돼지불고기 양념
			중량	280g
			가격	1.99유로 ⁹⁾ (2,733원)
			제품 종류	불고기/갈비 소스

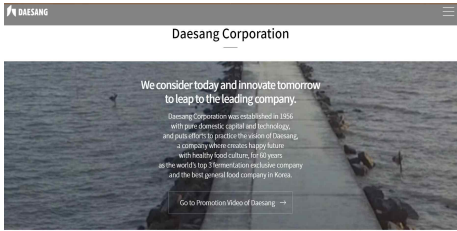
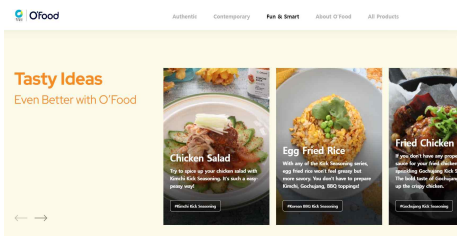
현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시
	포장 현지화	● (중)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화
	제조 방식 현지화	● (중)	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출

사진자료: 현지조사원 자료

8) 아시아인 소스 제품을 동일품목으로 분류함

9) 1유로=1,373.27원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지 (글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브 (한국어)
	게시 주기	3-4일에 1건
	게시물 유형	기업 소개, 브랜드 및 제품 소개, 레시피 제공

게시물 유형		• 기본적인 회사 소개 (역혁, 비전, 연혁, 자회사, 국내외 지사) • 주요 사업 분야 • CSR, 투자자 정보
		• 브랜드 및 제품 소개 (A사/오후드)
		• 레시피 제공

사진자료: A사 홈페이지

② B사

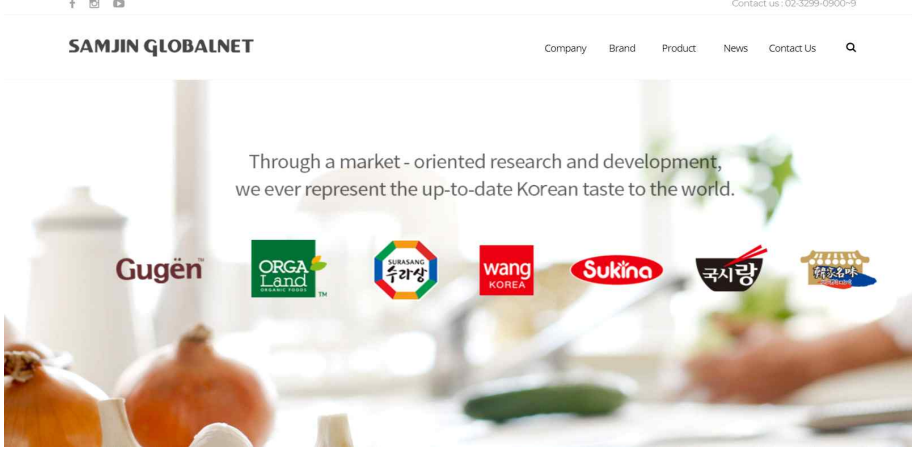
기업 기본 정보	기업명	B사	
	기업 설명	B사는 1970년 한식 수출기업으로 설립되었으며, 시카고에 첫 지사를 시작으로 현재 미국 내 10개 지사를 운영하고 있음. Wang KOREA, 수라상, Sukina, ORGA Land, Gugen, 국시랑, 만두촌 등의 브랜드 제품을 미국, 유럽, 중국 등 전 세계로 수출하고 있음	
	위치	대한민국 서울시 강남구 삼성로 562	
	규모	직원 수	265명
		동일품목 수 ¹⁰⁾	12개
		설립연도	1970년
		매출	1,803억 6,250만 원

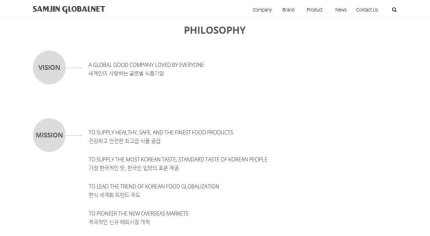
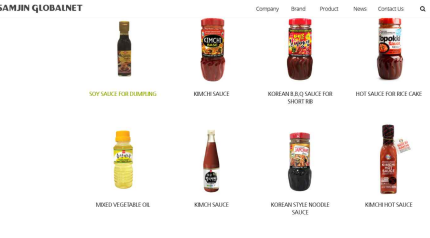
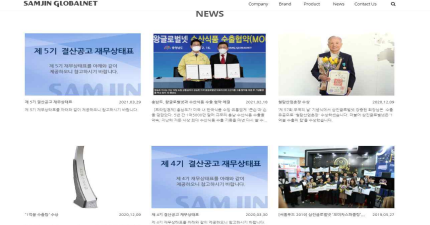
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 어메이징 오리엔탈		제품명	왕 코리아 갈비양념
			중량	480g
			가격	4.65유로 (6,386원)
			제품 종류	불고기/갈비 소스

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시
	포장 현지화	● (중)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화
	제조 방식 현지화	● (중)	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출

사진자료: 현지조사원 자료

10) 아시안 소스 제품을 동일품목으로 분류함

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지 (글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브 (글로벌)
	게시 주기	3-4일에 1건
	게시물 유형	기업 소개, 판매 브랜드 및 제품 소개, 기업 뉴스

게시물 유형		• 기본적인 회사 소개 (회사 소개, 비전, 연혁, 협력사) • 장학 프로그램
		• 브랜드 및 제품 소개 (일반식품/냉동식품/냉장식품/일본식품)
		• 기업 뉴스, 투자자 정보

사진자료: B사 홈페이지

③ C사

기업 기본 정보	기업명	C사	
	기업 설명	C사는 1946년에 설립된 식품 생산업체로, 1992년 ‘우리간장’ 출시 후 2001년 ‘맑은조선간장’을 개발함. 수출 주력제품인 ‘요리에센스 연두’는 2010년 개발하여 스페인, 미국, 중국, 영국에 수출하고 있으며, 2021년 네덜란드, 독일, 호주까지 수출 시장을 넓힘	
	위치	대한민국 서울특별시 중구 충무로2	
	규모	직원 수	740명
		동일품목 수 ¹¹⁾	9개
		설립연도	1946년
		매출	2,720억 원

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 어메이징 오리엔탈		제품명	요리에센스 연두 청양초
			용량	275ml
			가격	4.45유로 (6,111원)
			제품 종류	기타 한국 소스

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시
	포장 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 원본 포장 디자인 혹은 형태를 사용
	제조 방식 현지화	● (중)	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출

사진자료: 현지조사원 자료

11) 아시안 소스 제품을 동일품목으로 분류함

홍보 방식

NEWSLETTER

Sempio

ENGLISH ^

Products Recipes Company Contact Us

홍보 채널

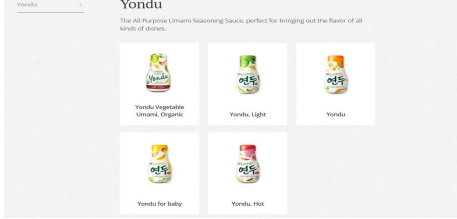
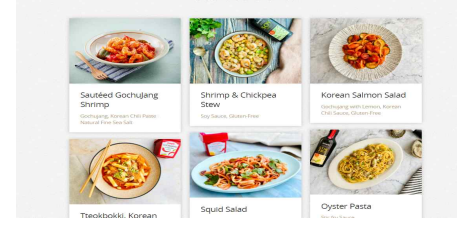
자사 홈페이지 (글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브 (한국어)

게시 주기

3-4일에 1건

게시물 유형

기업 소개, 판매 브랜드 및 제품 소개, 레시피 제공

게시물 유형		• 기본적인 회사 소개 (회사명, 역사, 공장, 기술개발, 해외 지사) • 기업 최신 뉴스
		• 브랜드 및 제품 소개 (새미네부엌/연두/장류/아시안소스/차/냉동식품/기본양념/통조림)
		• 레시피 제공 (육류/해산물/채식)

사진자료: C사 홈페이지

④ D사

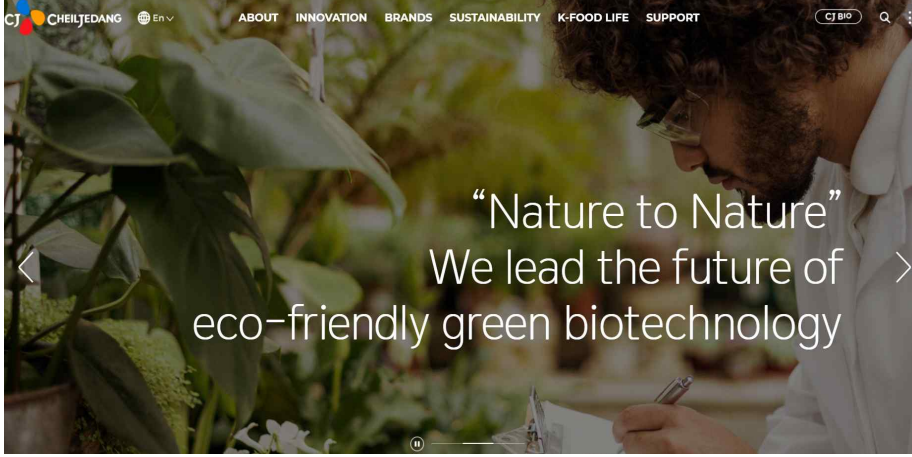
기업 기본 정보	기업명	D사	
	기업 설명	D사는 1953년 설탕 제조업으로 설립되었으며, 현재에는 바이오와 식품 분야에서 사업을 진행하고 있음. 식품 분야에서 약 25개의 브랜드를 지니고 있으며, 비비고와 핫반 등이 대표적임. 유럽에는 독일에 지사를 두고 있음	
	위치	대한민국 서울특별시 중구 동호로 330	
	규모	직원 수	6,615명
		동일품목 수 ¹²⁾	8개
		설립연도	1953년
		매출	약 22조 3525억 원

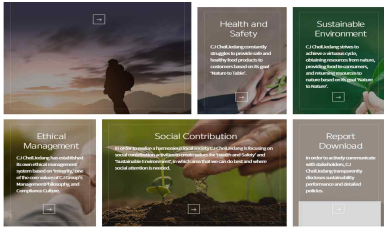
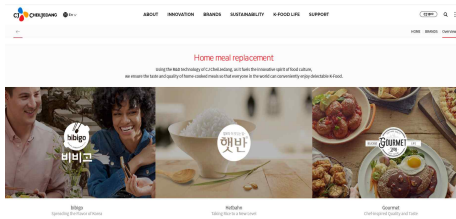
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 어메이징 오리엔탈		제품명	백설 매콤한 돼지불고기양념
			중량	290g
			가격	1.99유로 (2,733원)
			제품 종류	불고기/갈비 소스

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시
	포장 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 원본 포장 디자인 혹은 형태를 사용
	제조 방식 현지화	● (중)	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출

사진자료: 현지조사원 자료

12) 아시안 소스 제품을 동일품목으로 분류함

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지 (글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브 (한국어)
	게시 주기	2-3일에 1건
	게시물 유형	기업 소개, 판매 브랜드 및 제품 소개, 기업/제품 홍보

게시물 유형		• 기본적인 회사 소개 (역사, 이념, 비전) • 사업 영역 및 그룹 내 계열사 소개
		• 기업 최신 활동 (투자, 수상 내역 등) • 보도 자료 • CSR/CSV (농업, 문화, 교육)
		• 브랜드 및 제품 소개

사진자료: D사 홈페이지

IV. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 오리엔탈 웹 샵(Oriental Web Shop)

Interview ② 아시안 그로서리(Asian Grocery)

Interview ③ 아자우 마켓(Achau Market)

Interview ① 오리엔탈 웹 샵 (Oriental Web Shop)

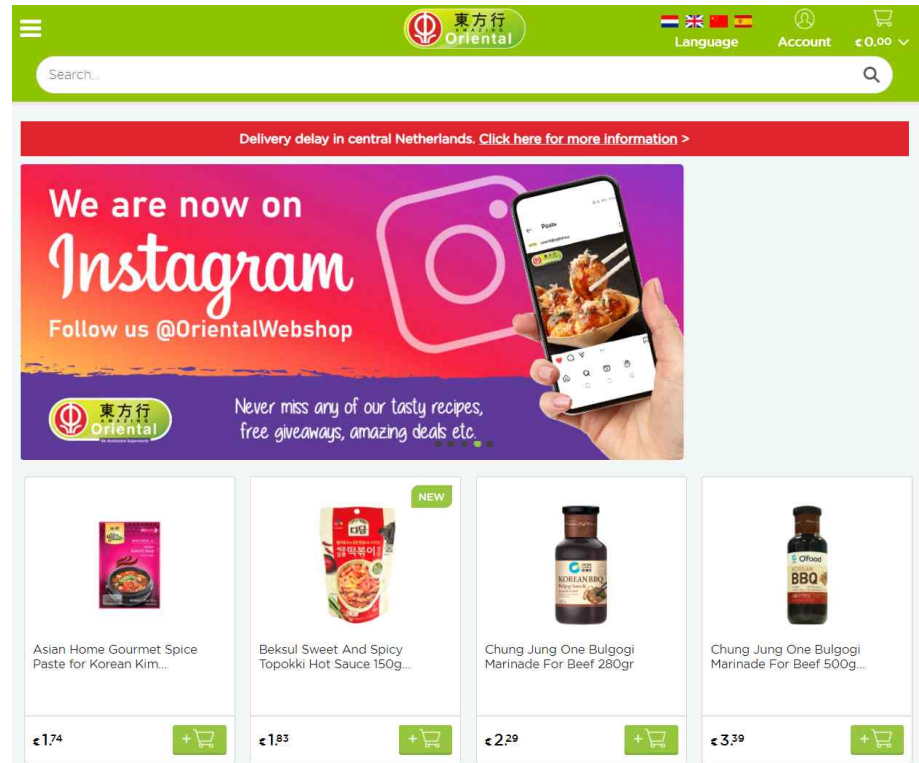
오리엔탈 웹 샵
(Oriental Web Shop)

유통업체

담당자 정보

Customer Service
Manager

13)



오리엔탈 웹 샵(Oriental Web Shop) Customer Service Manager

오리엔탈 웹 샵은 네덜란드의 유통업체로 주로 한국, 일본, 중국, 베트남, 태국에서 제품을 수입함. 주로 취급하는 제품으로는 냉동식품, 가공식품, 건조식품, 소스류, 캔식품 등이 있음



소비자가격 2.33유로
(약 3,200원)

중량 335g

포장 형태 플라스틱 병

Q1. 한식에 대한 현지 소비자들의 반응은 어떤가요?

현지인들은 전반적으로 아시아 음식에 대하여 긍정적인 인식을 갖고 있습니다. 네덜란드뿐만 아니라 유럽 전역에서 아시아 요리가 이색적이고 독특한 요리로 여겨져 인기를 끌고 있습니다. 또한 케이팝 그룹 방탄소년단의 엄청난 인기로 한식에 대한 인지도가 높아졌습니다. 유럽에 많은 아시안 마트들이 입점하여 한국산 재료들을 쉽게 구할 수 있으며, 현지인들도 집에서 아시안 음식을 요리할 수 있게 되었습니다.

Q2. 고객사 제품으로는 다음과 같은 제품들이 있습니다:

한국식 바베큐 소스(달콤한 간장), 잡채 소스, 불닭 소스(아주 매운 맛), 유자 고추장 소스(매운 맛, 단 맛, 신 맛), 김치 양념장(매운 맛), 매콤한 한국식 바베큐 소스, 떡볶이 소스(단 맛과 매운 맛), 된장국 소스(미소 된장 맛)

이 중에서 현지 소비자들이 선호하는 제품은 무엇인가요?

간장은 한식뿐 아니라 여러 아시아 요리에 쓰이기 때문에 간장 소스가 인기가 많습니다. 또한 한국 음식을 좋아하는 사람들에게 소고기용 바베큐 소스가 인기를 끌고 있습니다.

Q3. 고객사 제품의 가격 및 중량은 적당한가요?

가격 및 중량 모두 적당합니다. 저희가 취급하는 다른 바베큐 소스는 290g에 2.5유로(약 3,433원)입니다. 이와 비교하였을 때, 제품의 맛이 유사하다면 고객사 제품의 가격 및 중량은 상당히 합리적입니다.



소비자가격 2.33유로
(약 3,200원)

중량 335g

포장 형태 플라스틱 병

Q4. 고객사 제품을 어떻게 홍보하면 좋을까요?

소셜 미디어에서 한국 케이팝 문화와 관련된 태그를 하여 한식을 홍보하는 것이 가장 효과적입니다. 방탄소년단의 팬들은 한식에 대한 열정이 엄청나기 때문에 방탄소년단 이미지가 있는 패키지나 라벨을 사용하면 유럽에서 한국 제품을 홍보하는 데 확실히 도움이 될 것입니다.

Interview ② 아시안 그로서리 (Asian Grocery)

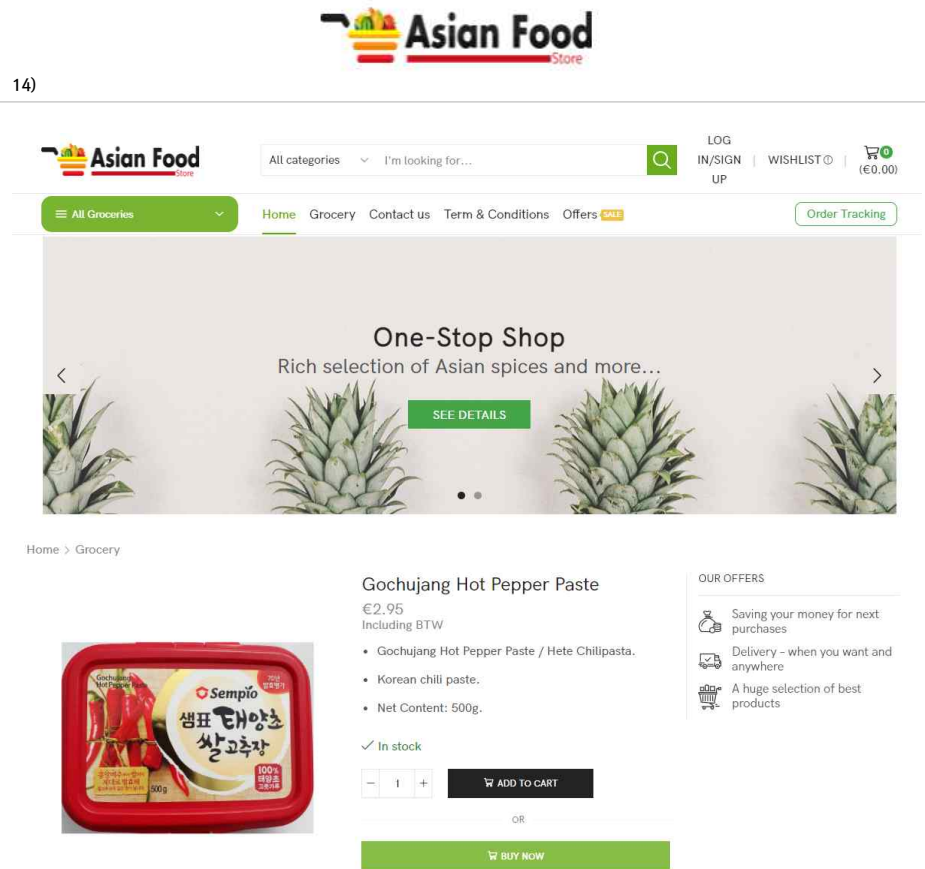
아시안 그로서리
(Asian Grocery)

수입업체

담당자 정보

Sales Manager

14)



아시안 그로서리(Asian Grocery) Sales Manager

아시안 그로서리는 네덜란드의 푸드 서비스 업체로 주로 인도, 파키스탄, 일본, 중국에서 제품을 수입함. 주로 취급하는 제품으로는 냉동식품, 가공식품, 건조식품, 소스류, 캔식품 등이 있음

14) 사진자료: 아시안 그로서리(Asian Grocery) 홈페이지



소비자가격 2.33유로
(약 3,200원)

중량 335g

포장 형태 플라스틱 병

Q1. 한식에 대한 현지 소비자들의 반응은 어떤가요?

아시아 음식은 매우 빠르게 인기를 끌고 있으며, 아시아 음식 중에서도 특히 중국 및 한국 음식이 가장 인기가 있습니다.

Q2. 현지 소비자들에게 인기 있는 아시안 소스는 무엇인가요?

한국 음식 중에서 가장 인기 있는 음식은 김치이기 때문에, 김치 소스가 가장 인지도가 높습니다. 김치에 이어 고추 소스도 판매량이 높습니다. 그러나 바베큐 소스의 경우 현지 소비자들이 한국 대신 일본 제품을 선택하는 경우가 많아 한국 바베큐 소스는 인지도가 높지 않습니다.

Q3. 고객사 제품의 가격 및 포장 형태는 적당한가요?

가격은 약간 비싼 편입니다. 저희는 중국산 바베큐 소스를 1.8유로(약 2,472원)에 판매하고 있습니다. 포장 형태의 경우, 현재 유럽에서는 친환경, 제로웨이스트 포장 판매로 변화하고 있어 플라스틱 패키지를 유리로 교체하는 것을 권장합니다.

Q4. 고객사 제품을 어떻게 홍보하면 좋을까요?

아시안 음식의 경우 소셜 미디어 및 유튜브 등을 통해 홍보하는 것이 가장 좋습니다. 일부 회사들의 경우 아시안 레스토랑에 작은 샘플 제품들을 제공하여 제품을 홍보하기도 합니다.

Interview ③ 아자우 마켓 (Achau Market)

아자우 마켓
(Achau Market)

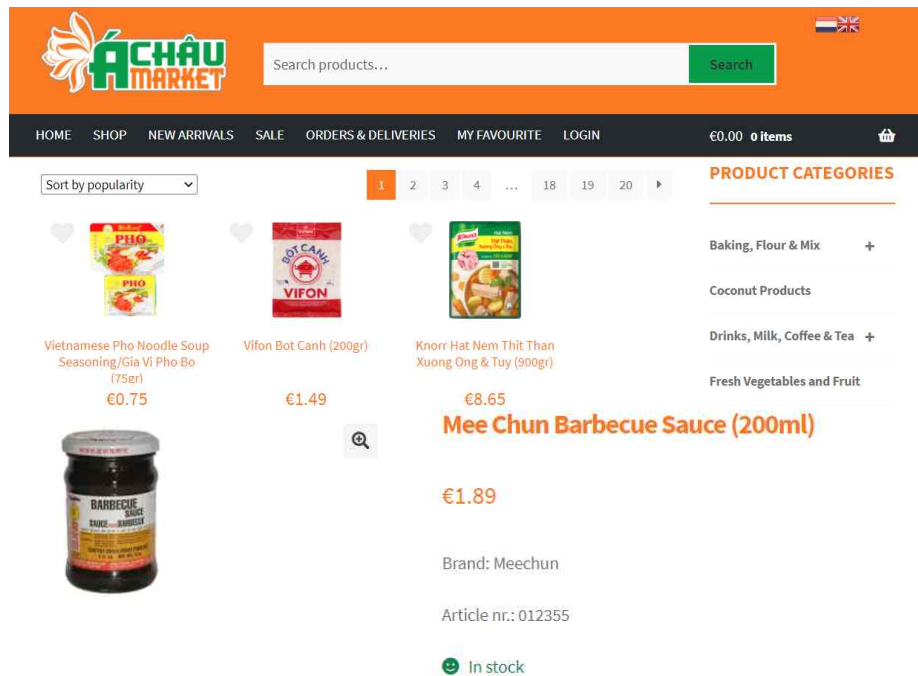
수입업체

담당자 정보

Sales Manager



15)



아자우 마켓(Achau Market) Sales Manager

아자우 마켓은 네덜란드의 수입업체로 주로 한국, 일본, 중국, 베트남, 태국에서 제품을 수입함. 주로 취급하는 제품으로는 냉동식품, 가공식품, 건조식품, 소스류, 캔식품 등이 있음



소비자가격 2.33유로
(약 3,200원)

중량 335g

포장 형태 플라스틱 병

Q1. 한식에 대한 현지 소비자들의 반응은 어떤가요?

아시아 요리는 점점 더 인기를 끌고 있으며 유럽에서 아시안마트 및 아시안 레스토랑의 수도 증가하고 있습니다. 아시안 매장들의 매출이 높아 이에 대한 수요도 증가하는 중입니다. 한식 재료에 대한 수요는 특히나 급증하고 있는데, 이는 케이팝 문화의 인기에 많은 영향을 받았습니다.

Q2. 현지 소비자들에게 인기 있는 아시안 소스는 무엇인가요?

간장 소스가 인기가 많습니다. 또 다른 인기 제품으로는 고추장이 있고, 소고기용 한국산 바베큐 소스 또한 베스트셀러 제품 중 하나입니다.

Q3. 고객사 제품의 가격 및 포장 형태는 적당한가요?

가격은 적당한 편입니다. 저희 또한 200ml에 1.89유로(약 2,595원)인 유리병 포장 바베큐 비프 소스를 판매하고 있습니다. 일반적으로는 유리병 패키지 가격이 조금 더 비싸지만 고객사 제품의 경우 335g 페트병 제품이므로 가격이 합리적이라고 봅니다.

Q4. 고객사 제품을 어떻게 홍보하면 좋을까요?

인스타그램, 스냅챗, 틱톡 등과 같은 소셜 미디어를 통해 홍보하는 것이 가장 좋은 방법입니다. 또한 케이팝 스타를 통하여 한국 제품을 홍보하는 것도 효과적입니다.

네덜란드 아시안 소스 수입·유통업체 인터뷰 결과

인터뷰 대상 기업체 선정 기준

- ① 현지 식품 수입유통업체
- ② 아시안 소스 또는 유사 아시안 소스 제품 취급 경험 있음

유효 수입·유통업체	오리엔탈 웹 샵 (Oriental Web Shop)	아시안 그로서리 (Asian Grocery)	아자우 마켓 (Achau Market)
업체 ▶	유통업체	수입업체	수입업체
취급 품목 ▶			
	아시안 소스	아시안 소스	아시안 소스

네덜란드 아시안 소스 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	오리엔탈 웹 샵 (Oriental Web Shop)	아시안 그로서리 (Asian Grocery)	아자우 마켓 (Achau Market)
	유통업체	수입업체	수입업체
한식에 대한 현지 소비자들의 반응	전반적으로 긍정적인 편, 방탄소년단의 엄청난 인기로 한식에 대한 인지도 상승	아시아 음식, 특히 중식 및 한식 이 인기임	점점 인기를 끌고 있음, 케이팝 문화의 영향으로 한식 재료의 수요가 급증함
현지 소비자들이 선호하는 아시안 소스	간장 소스 , 소고기용 바베큐 소스 가 인기 있음	김치 소스 가 가장 인지도가 높고, 고추 소스 도 인기 있으나, 한국 바베큐 소스는 일본 제품에 밀리는 경향이 있음	간장 소스 가 인기 있음, 고추장, 소고기용 한국산 바베큐 소스 도 판매율이 높음
고객사 제품에 대한 피드백	가격 및 중량 모두 적당	가격은 약간 비싼 편, 플라스틱보다는 친환경 유리 패키지를 추천함	적당한 가격임
고객사 제품 홍보 방법	소셜 미디어에서 케이팝 문화 관련 태그 활용, 방탄소년단 이미지가 있는 패키지나 라벨 활용	소셜 미디어 및 유튜브를 활용하거나, 아시안 레스토랑에 작은 샘플 제품들을 제공하기도 함	소셜 미디어 홍보를 추천함, 케이팝 스타를 통한 홍보도 도움이 됨

(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹

1. 제품 경쟁력 검증

1) 제품 가격

경쟁제품(제조사)

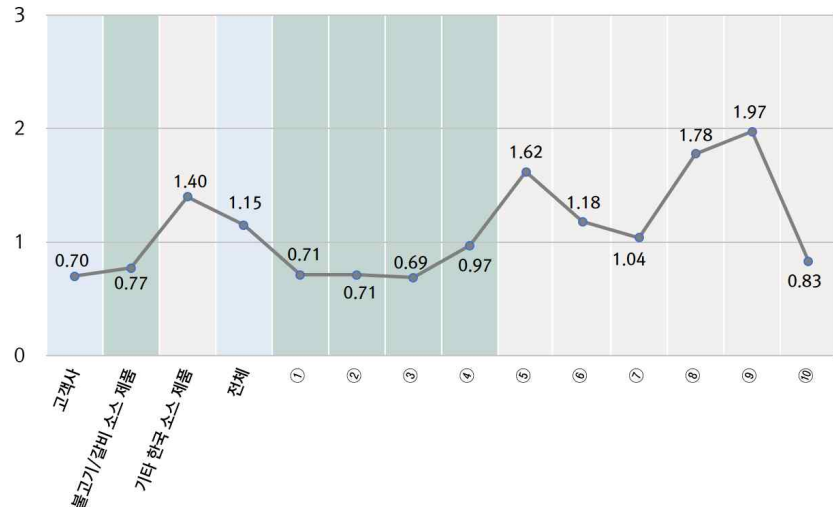
- ① 오푸드 돼지불고기양념 (A사)
- ② 오푸드 소불고기양념 (A사)
- ③ 백설 매콤한 돼지불고기양념 (D사)
- ④ 왕 코리아 갈비양념 (B사)
- ⑤ 요리에센스 연두 청양초 (C사)
- ⑥ 수라상 김치양념 (B사)
- ⑦ 왕 코리아 잡채소스 (B사)
- ⑧ 수키나 교자만두소스 (B사)
- ⑨ 수라상 김치 핫소스 (B사)
- ⑩ 순창 초고추장 (A사)

▶ 고객사 제품 100ml(g)당 가격, 경쟁제품 평균 대비 저렴한 편¹⁶⁾

고객사 제품의 100ml(g)당 가격은 0.70유로(약 961원)¹⁷⁾로 경쟁제품 10개의 평균 100ml(g)당 가격 1.15유로(약 1,579원) 대비 약 1.6배 저렴한 편임. 제품 종류별 평균 100ml(g)당 가격은 불고기/갈비 소스 제품이 0.77유로(약 1,057원)으로 고객사 제품에 비하면 0.07유로(약 96원) 비싼 것으로 확인됨. 기타 한국 소스 제품의 경우, 평균 100ml(g)당 가격이 1.40유로(약 1,923원)으로 조사됨

[표 5.1] 네덜란드 아시안 소스 100ml(g)당 가격 경쟁력 분석

(단위: 유로)



16) 본 보고서에서는 단위당 가격 비교 시 100g=100ml를 기준으로 비교하였음

17) 1유로=1,373.27원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 제품 용량(중량)

● 경쟁제품(제조사)

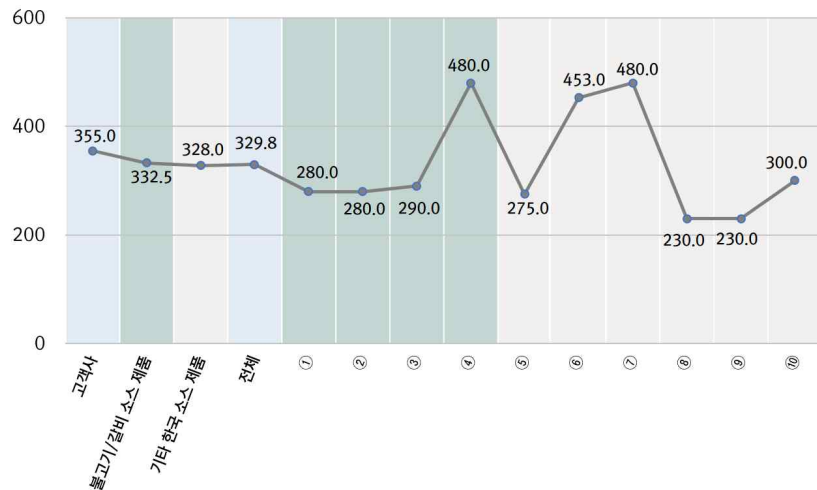
- ① 오푸드 돼지불고기양념 (A사)
- ② 오푸드 소불고기양념 (A사)
- ③ 백설 매콤한 돼지불고기양념 (D사)
- ④ 왕 코리아 갈비양념 (B사)
- ⑤ 요리에센스 연두 청양초 (C사)
- ⑥ 수라상 김치양념 (B사)
- ⑦ 왕 코리아 잡채소스 (B사)
- ⑧ 수키나 교자만두소스 (B사)
- ⑨ 수라상 김치 핫소스 (B사)
- ⑩ 순창 초고추장 (A사)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 큰 편

고객사 제품의 중량은 355.0g으로 경쟁제품 10개의 평균 용량(중량) 약 329.8ml(g)에 비해 약 1.1배 큰 편임. 제품 종류별 평균 용량(중량)은 불고기/갈비 소스 제품이 332.5ml(g)로 가장 컸으나, 고객사 제품 중량에 비해서는 22.5ml(g) 작은 것으로 확인됨. 기타 한국 소스 제품의 평균은 328.0ml(g)으로 고객사 제품보다 27.0ml(g) 작은 것으로 조사됨

[표 5.2] 네덜란드 아시안 소스 용량(중량) 경쟁력 분석

(단위: ml(g))

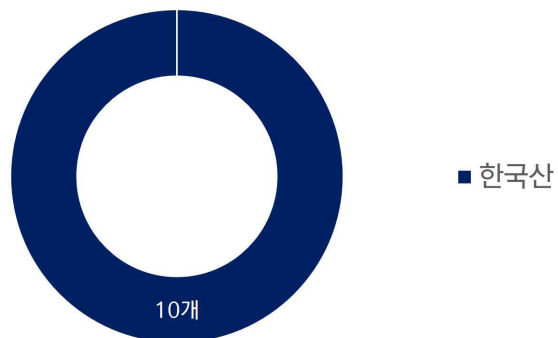


3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 모두 한국산 제품

네덜란드에서 판매되고 있는 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개의 제품이 모두 한국산 제품인 것으로 확인됨

[표 5.3] 네덜란드 아시안 소스 원산지 경쟁력 분석

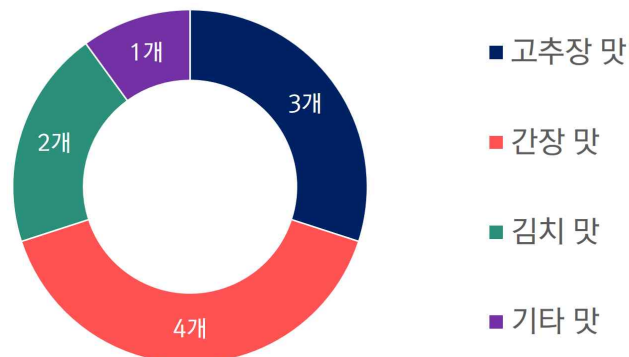


4) 맛

▶ 경쟁제품 10개 중 4개, 다양한 간장 맛 제품

네덜란드에서 판매되고 있는 아시안 소스 경쟁제품 10개의 제품 맛을 조사한 결과, 총 3개의 제품이 돼지불고기 맛, 매운 돼지불고기 맛, 초고추장 맛 등의 다양한 고추장 맛 제품인 것으로 확인됨. 간장 맛 제품은 총 4개로, 소불고기 맛, 갈비 맛, 일반 간장 맛, 매운 간장 맛 제품 등이 조사됨. 나머지 제품 중 2개는 김치 맛 제품으로 확인되며, 청양초 맛 제품 또한 1개 판매 중임

[표 5.4] 네덜란드 아시안 소스 맛 경쟁력 분석

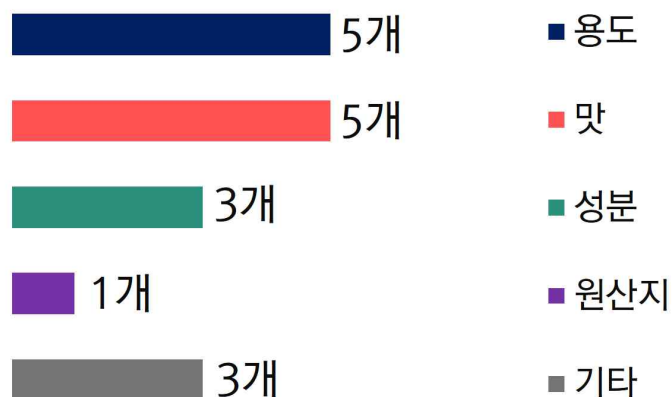


5) 홍보문구

▶ 경쟁제품, 용도 및 맛을 중점적으로 강조

네덜란드에서 판매되고 있는 아시안 소스 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 총 5개의 제품이 ‘갈비 양념’, ‘다용도 핫소스, 김치 양념’, ‘만두를 위한 간장’ 등 용도와 관련된 홍보문구를 사용함. 맛을 강조한 제품도 총 5개로 조사되며, ‘고기 맛의 황금비율’, ‘칼칼한 매운 맛 살리는’, ‘청양초의 매운 맛’, ‘맵고 신 맛’, ‘리임을 넣어 더욱 상큼하게’, ‘울리고당과 매실농축액으로 달콤하게’와 같은 문구를 삽입함. ‘MSG 무첨가’, ‘인공향료 무첨가’, ‘방부제 무첨가’, ‘옥수수 시럽 무첨가’ 등 성분을 강조하는 홍보문구를 사용한 제품은 총 3개로 확인됨. ‘100% 한국산’ 등 원산지와 관련된 홍보문구를 사용한 제품은 총 1개이며, 총 3개의 경쟁제품이 ‘프리미엄’, ‘홈메이드 스타일’ 등의 기타 홍보문구를 표기하여 경쟁력을 확보함

[표 5.5] 네덜란드 아시안 소스 홍보문구 경쟁력 분석

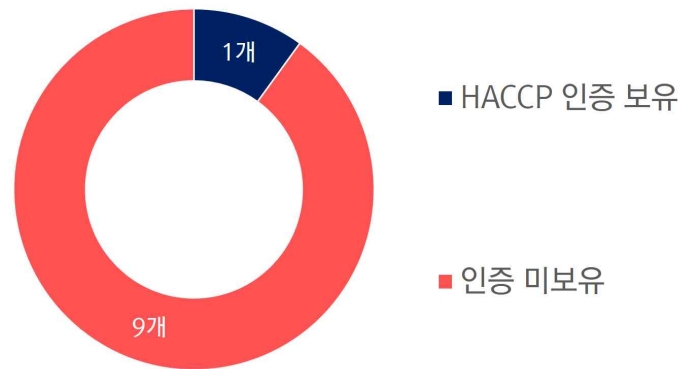


6) 인증

▶ 경쟁제품 10개 중 1개, HACCP 인증 보유

네덜란드에서 판매되고 있는 아시안 소스 경쟁제품 10개의 인증 보유 여부를 조사한 결과, 1개 제품이 HACCP 인증을 보유하고 있는 것으로 확인됨. 나머지 9개 제품의 경우 인증을 보유하고 있지 않은 것으로 조사됨

[표 5.6] 네덜란드 아시안 소스 인증 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 있는 이유에 대하여 분석함. 2개의 오프라인 매장에서 모두 판매되고 있는 인기제품을 벤치마킹 제품으로 선정함. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 다수의 오프라인 매장에서 판매

(*) 오프라인 매장 : 조사 매장 2개에서 모두 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기제품 벤치마킹

 현지 벤치마킹 인기제품 (A사 _ 오후드 돼지고기양념) ‘유리 병 패키지 사용’	공통 특징 ① 불고기 양념 공통 특징 ② 내용물 표시 ◀ 벤치마킹 포장 형태	 현지 벤치마킹 인기제품 (고객사 _ 아줄마리퍼블릭 불고기 양념장) ‘한식 양념장 및 디핑 소스’	공통 특징 ① 불고기 양념 공통 특징 ② 내용물 표시 벤치마킹 ▶ 홍보문구	 현지 벤치마킹 인기제품 (A사 _ 오후드 소불고기양념) ‘성분을 강조한 홍보문구’
--	---	--	--	---

2) 벤치마킹 제품 분석

- 포장 형태

▶ 벤치마킹 제품, 유리 병 패키지 사용

현지에서 판매 중인 경쟁제품 10개 제품의 포장 형태를 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 9개 제품이 유리 병 패키지를 사용함. 특히 오프라인 매장 2곳에서 모두 판매되는 인기 제품 2개 모두 유리 병을 사용하고 있는 것으로 확인되며, 경쟁제품 중 1개 제품만 플라스틱 병을 사용함. 인터뷰 대상인 수입·유통업체 또한 유리 병 패키지가 현재 유럽에서 트렌드인 점을 언급하였으므로, 고객사 제품의 포장 형태 개선을 권장함

[표 5.7] 네덜란드 아시안 소스 인기제품, 포장 형태 분석

(인터뷰 1) 포장 형태의 경우, 현재 유럽에서는 친환경, 제로웨이스트 포장 판매로 변화하고 있어 플라스틱 패키지를 유리로 교체하는 것을 권장합니다.

-아시안 그로서리, Sales Manager-

3) 벤치마킹 제품 분석

- 홍보문구

▶ 벤치마킹 제품, 성분을 강조하는 홍보문구 사용

현지에서 판매 중인 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 3개 제품이 성분을 강조하는 홍보문구를 사용함. 벤치마킹 제품의 경우 ‘MSG 무첨가’, ‘인공향료 무첨가’, ‘방부제 무첨가’, ‘옥수수 시럽 무첨가’ 등 건강을 생각하는 소비자에게 어필할 수 있는 홍보문구를 사용하여 경쟁력을 확보함

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.8] 아시안 소스 경쟁기업 마케팅 벤치마킹

		A사	B사	C사	D사
판매채널	오프라인 매장 (총 2개 매장 조사)	마크로 어메이징 오리엔탈	어메이징 오리엔탈	어메이징 오리엔탈	어메이징 오리엔탈
	온라인 매장 (총 2개 매장 조사)	(-)	(-)	(-)	(-)
홍보채널	자사 홈페이지(홍보)	글로벌	글로벌	글로벌	글로벌
	SNS 플랫폼	페이스북(한국어) 인스타그램(한국어) 유튜브(한국어)	페이스북(글로벌) 인스타그램(글로벌) 유튜브(글로벌)	페이스북(한국어) 인스타그램(한국어) 유튜브(한국어)	페이스북(한국어) 인스타그램(한국어) 유튜브(한국어)
홍보문구	제품의 맛 제품의 재료 제품의 용도	경쟁기업 주요 홍보문구			
					
요약	판매채널	4개사 모두 오프라인 매장에서 제품 판매하고 있으나, 온라인 쇼핑 웹사이트에는 진출하지 않음			
	홍보채널	다양한 SNS 플랫폼을 활용하고 있으나, 1개사 제외한 3개사 한국어 계정 운영			
	홍보문구	제품의 맛과 재료, 용도를 강조			

VI. 시사점

Asian Sauce Price&Volume



Point. 1



고객사 제품의 100g당 가격은 0.70유로로, 아시안 소스 경쟁제품 10개 평균인 1.15유로 대비 약 1.6배 낮은 가격대를 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 불고기/갈비 소스 제품 4개의 평균은 0.77유로로 고객사 제품보다 0.07유로 가장 비쌌으며, 기타 한국 소스 제품 6개의 평균은 1.40달러로 고객사 제품보다 2배 가장 비쌌음

Point. 2



고객사 제품의 중량은 355.0g으로, 아시안 소스 경쟁제품 10개 평균인 329.8ml(g) 대비 약 1.1배 큰 중량을 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 불고기/갈비 소스 제품 4개의 평균은 332.5ml(g)로 고객사 제품보다 22.5ml(g) 가장 작았으며, 기타 한국 소스 제품 6개의 평균은 328.0ml(g)로 고객사 제품보다 27.0ml(g) 가장 작은 것으로 나타남

Asian Sauce Package&Text



Point. 1



네덜란드 아시안 소스 경쟁제품 10개의 원산지지를 조사한 결과, 10개 제품 모두 한국산 제품인 것으로 나타남. 한편, 경쟁제품 10개의 보유 인증을 조사한 결과, 10개 제품 중 9개가 인증을 보유하고 있는 것으로 나타났으며 1개 제품만 HACCP 인증을 보유한 것으로 나타남. 이를 통해 HACCP, FSSC, ISO 인증 등 다양한 인증을 보유한 고객사 제품이 경쟁제품보다 현지 시장에서 주목받을 수 있을 것으로 예상됨

Point. 2



네덜란드 아시안 소스 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 4개 제품이 간장 맛으로 가장 많이 나타났으며, 뒤이어 고추장 맛 제품이 3개, 김치 맛 제품이 2개, 청양초 맛 제품이 1개 조사되었음. 한편 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 제품의 용도 및 맛을 강조한 홍보문구를 사용한 경쟁제품이 각각 4개씩 발견되었으며, 제품 성분을 강조한 홍보문구를 사용한 경쟁제품도 3개 발견됨

Netherlands Market Competitor



Point. 1



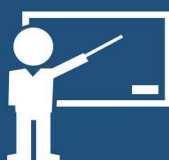
네덜란드 시장 아시안 소스 경쟁기업 4개사의 오프라인 유통채널을 조사한 결과, 4개사 모두 네덜란드의 대표 아시안마트인 어메이징 오리엔탈에 진출하였으며, 1개사는 하이퍼마켓/슈퍼마켓인 마크로에 추가로 진출한 것으로 나타남. 온라인 유통채널의 경우, 경쟁기업 4개사 모두 네덜란드 대표 온라인 쇼핑몰인 볼 및 아에 진출하지 않았음

Point. 2



네덜란드 시장 아시안 소스 경쟁기업 4개사 모두 자사 글로벌 홈페이지를 통해 회사 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남. 경쟁기업 홍보문구로는 주로 제품의 맛, 재료, 용도를 강조해 제품을 홍보하고 있었음, SNS 플랫폼 사용 여부의 경우, 4개사 모두 페이스북, 인스타그램 및 유튜브를 활용하는 것으로 나타남

Importer · Distributor Interview



Point. 1



네덜란드 현지 아시안 소스 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 인터뷰에 응한 담당자 3명 중 2명이 고객사 제품의 가격이 적당하다는 피드백을 주었음. 나머지 1명의 담당자는 고객사 제품 가격이 약간 비싼 편이라고 언급함. 한편, 제품 포장과 관련해 플라스틱보다 친환경 유리 패키지를 추천한다는 피드백을 수취하였음

Point. 2



네덜란드 현지 아시안 소스 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 현지에서 방탄소년단 등 케이팝 문화의 영향으로 한식 재료의 수요가 급증했다는 의견이 지배적이었으며 아시아 음식 중에는 중식과 함께 한식이 인기를 끌고 있는 것이 확인되었음. 구체적인 소스 종류로는 김치 소스, 고추장, 바비큐 소스의 판매율이 높은 것으로 나타났으나, 바비큐 소스의 경우 일본 제품에 밀리는 경향이 있다는 의견도 있었음. 제품의 적정 홍보 방법에 대해서는 케이팝 스타를 활용한 홍보가 추천되었음

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스탓티스타(Statista), 「Total population of Amsterdam from 2009 to 2019」, 2019

■ 참고 사이트

1. 이커머스디비(ecommerceDB) 홈페이지 (ecommercedb.com/)
2. 볼(Bol) 홈페이지 (bol.com)
3. 아(Ah) 홈페이지 (ah.nl)
4. 스탓티스타(Statista) 홈페이지 (www.statista.com)
5. 옐프(Yelp) 홈페이지 (www.yelp.com)
6. 네덜란드 통계청(Centraal Bureau voor de Statistiek) 홈페이지 (www.cbs.nl)
7. 마크로(Makro) 홈페이지 (www.makro.nl)
8. 어메이징 오리엔탈(Amazing Oriental) 홈페이지 (amazingoriental.com)
9. 오리엔탈 웹 샵(Oriental Web Shop) 홈페이지 (www.orientalwebshop.nl/en/)
10. 아시안 그로서리(Asian Grocery) 홈페이지 (asiangrocery.nl)
11. 아자우 마켓(Achau Market) 홈페이지 (achaumarket.nl/contact)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2021.10.22

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 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea