

2020년 (아일랜드) 해외 안테나숍 운영 최종 결과 보고서

1. 운영개요

- 운영국가(도시) : 아일랜드 / 더블린
- 운영 주체 개요

업체명	주소
주식회사 아시안 푸드 서비스	(우14047) 경기도 안양시 동안구 평촌대로 239, 신안메트로칸 433호

- 운영형태 : 오프라인 (독립부스)
- 운영장소 :

점포명	소재지
Asia Market Drury Street Branch	18 Drury Street, Dublin 2, D02 W017, Ireland
Asia Market Ballymount Branch	Merrywell Business Park, Ballymount Rd Lower, Dublin 12, D12 W327

- 안테나숍 운영사진



외부



내부



시음시식

※ Drury street Branch



독립매대



K-FRESH ZONE



포스터

※ Ballymount Branch



독립매대



End-aisle



포스터

2. 주요 운영현황

■ 안테나숍 주요 인기품목 및 사유

● 주요 인기품목 현황

인기품목	사유	수출확대가능성
라면	1. 고객의 대부분이 좋아하는 제품임 2. 다양한 라면 제품 중 독특한 이미지 구축함 3. 제조사 및 유통업체의 다양한 마케팅 활동함 4. 한류 영향에 따른 고객 관심 증가됨 5. 한국을 대표하는 제품 중 하나임 6. 신*면이 가장 선호하는 제품이었으나, 불*볶음면 / 진*면 등 다양한 제품이 시장에서 고객의 선택받고 있음	제품 품목 확대 → 수출 확대 가능성 高
주류	1. 한국 맥주의 맛 선호함 2. 한국 소주의 독특한 맛 선호함 3. 다양한 플레이버의 소주 관심 있음 4. 막걸리는 처음에는 생소하지만, 익숙해지면 좋다고 느낌 5. 막걸리와 비슷한 제품이 없음	제품 인지도 확대 필요 ex) 진*의 경우, 미국 TV 광고 시작) → 수출 확대 가능성 有
장류	1. 한류의 영향으로 제품 인지도 높음 2. 한국을 대표하는 품목임(떡볶이 등) 3. 매운맛(고추장), 단맛(갈비소스) 등 고객의 입맛에 맞는 다양한 제품이 존재함 4. 쌈장은 한국식 Dipping sauce로 소개함	제품 인지도 확대 필요 → 수출 확대 가능성 有

■ 안테나숍 마켓테스트 실시 결과

● 주요 품목 마켓테스트 소비자 반응

1) 떡볶이 스낵(57g)

- 한국 식품에 대한 인지도가 낮고 구매 경험이 적음
- 완전 동일한 경쟁 제품은 없지만 타 스낵 제품 대비 가격과 품질 모두 우위임
- 제품은 맛이 좋고(응답자의 80% 이상), 가격이 적정(응답자의 70% 이상)하다고 생각하는 소비자가 다수임
- 떡볶이 특유의 매운맛에 대한 호불호 있음
 - 똑같은 경쟁 제품은 없지만 대비 가격과 품질이 우수하므로 다양한 마케팅 활동을 통하여 제품의 인지도를 높여 지속적인 구매가 가능하게 하는 활동이 필요함

2) 통조림 반찬류(깻잎, 콩자반, 명이나물)

- 한국을 방문한 적이 있거나 한국 음식을 접해 본 경험이 있는 경우, 제품에 대해 호의적인 반응을 보임
- 통조림 제품에 대한 거부감 있는 경우가 많음
- 시식 후 제품의 품질과 맛에 대한 평가는 좋음(70% 이상)
 - 한국 식품에 대한 인지도가 있는 경우 호의적이나 통조림 제품의 특성상 기본적으로 거부감을 가지고 있음. 시식 후 평가는 좋으므로 지속적인 시식 행사가 필요함

● 신규 품목 마켓테스트 소비자 반응

1) 오미자음료

A) 소비자 의견

- 대부분의 소비자가 오미자에 대한 정보가 없고, 심지어 들어본 적도 없음
- 건강에 좋은 음료라고 생각함
- 구매 의향 높음

B) 유통매장 의견

- 아일랜드 고객들이 건강에 대한 관심이 높아지고 있는 상황에서 시장에 적합한 제품이라고 생각됨
- 대부분의 소비자가 오미자에 대한 정보가 부족하므로 제품 포장 개선이 필요함
- 오미자에 대한 정보가 제품 포장에 영어로 쓰여 고객에게 더 많은 정보를 제공할 수만 있다면,

성장 가능성이 높은 제품이라고 생각됨

- 전면 디자인이 유럽인들의 취향에 맞는 디자인이었으면 좋겠음

2) 대추칩

A) 소비자 의견

- 많은 소비자가 해당 제품이 무엇인지 모름
- 맛은 좋으며 스낵으로서 괜찮다고 생각됨
- 최초 스낵이라는 인식 아래에서는 가격이 너무 높아서 구매를 꺼림
- 다만, 맛을 보고 어떤 제품인지 인지한 후에는 기꺼이 가격을 지불하고자 하는 고객들도 있음
- 가격이 낮아진다면 구매 의향이 있다는 고객이 많음

B) 유통매장 의견

- 아일랜드 고객들이 건강에 대한 관심이 높아지고 있는 상황에서 시장에 적합한 제품이라고 생각됨
- 제품 디자인 개선 필요함
- 진열된 제품을 봤을 때 이 제품이 바로 먹을 수 있는 제품인지, 스낵인지 알 수 있는 방법이 없음
- 전면에 알아보기 쉽도록 영문 제품명 또는 설명이 필요함
- 영문 포장과 가격이 낮아진다면 취급 의향 있음

3) 마시는 죽(고구마)

A) 소비자 의견

- 대부분의 고객이 죽 제품에 익숙함
- 다만, 아일랜드에서는 귀리죽이 쌀죽보다 더 익숙함. 죽에 고구마를 첨가한 것은 건강 측면에서 봤을 때 좋은 선택이라고 생각함
- 제품 포장 형태가 휴대에 용이하고 섭취가 편해 매우 만족함
- 구매 의향 높음

B) 유통매장 의견

- 기존 죽 제품과는 다른 새로운 제품으로 현지 로컬 마켓에도 비슷한 제품이 없으므로 판매가 가능한 제품이라고 생각함

- 고객들의 구매를 유도하기 위해서 포장지 개선이 필요함 → 영문 정보 제공
- 해당 제품에 대한 정보 확인이 매우 어려움. 인터넷이나 SNS 등을 통해 해당 제품의 장점 및 섭취방법 등을 홍보할 수 있다면 좋을 것으로 생각함

4) 마시는 죽(귀리)

A) 소비자 의견

- 마시는 죽 제품 중 아일랜드에서 가장 익숙한 제품임(귀리죽)
- 그 외 마시는 죽(고구마)과 동일함

5) 마시는 죽(검은콩)

A) 소비자 의견

- 검은콩으로 만든 죽은 생소한 제품임
- 다만, 건강에 좋다는 생각에 기꺼이 시식 또는 구매해보고자 함
- 그 외 마시는 죽(고구마)과 동일함

6) 쌈장(500g)

A) 소비자 의견

- 한국 쌈장에 대한 인지도는 전무하나 Dipping sauce라고 설명을 하자 관심을 보임
- 조금 짜지만 단맛이 있어 맛을 좋다고 생각함(재구매 고객)

B) 유통매장 의견

- 대부분의 소비자가 쌈장에 대한 정보가 부족함
- 아일랜드 현지인들이 쌈장에 대한 인식이 높아질 수 있도록 더욱 많은 마케팅 활동이 필요함

7) 참기름(80mL)

A) 소비자 의견

- 아시안 제외 현지인들은 참기름에 대한 정보 없음
- 일부 현지인들은 참기름 냄새에 거부감을 보이기도 함
- 판매 가격이 높다고 생각하며 구매 의향이 적음

B) 유통매장 의견

- 제품 특성상 다수의 현지인보다는 아시안 고객들과 일부 현지인을 대상으로 하여 판매하는 제품임
- 제품을 구매하는 고객은 이미 해당 제품에 대한 정보를 알고 있는 경우가 많음
- 점점 중국산 제품과 경쟁이 심해지고 있음
 - 한국 제품은 다소 비싼 편이므로 한국 제품만의 강점이 필요함

8) 막걸리

A) 소비자 의견

- 대부분의 고객이 막걸리에 대한 인지도가 없음
- 다만, 한국에 방문했거나 한국인 친구가 있는 고객은 막걸리를 알고 있음
- 처음에는 생소한 맛이지만 점차 익숙해지면 맛이 좋다고 느낌(막걸리를 먹어본 고객들의 의견)

B) 유통매장 의견

- 현지에 비슷한 제품이 없기에 독특한 한국 제품으로 홍보가 가능함
- 제품의 정보를 쉽게 알 수 있는 영문 포장지의 개선이 필요함
- 유통기한이 짧으므로 판매에 어려움 있음(유통기한 6개월)

■ 한국식품 판매 페이지

Kimchi Udon Noodle Stir Fry Ingredients

SKU: kimchi-udon-noodle-stir-fry-ingredients [add your review](#)

Grouped product items

Product Name	Qty
Kikkoman Soy Sauce 1L €3.90	1
CJ-Bibigo Red Pepper Paste (Gochujang) 500g €2.95	1

Subject to Availability

[ADD TO CART](#) [Add to Wish List](#)

김치우동 레서피 안내 및 관련 제품 판매

Korean Kimchi Pancake Ingredients

SKU: korean-kimchi-pancake-ingredients [add your review](#)

Grouped product items

Product Name	Qty
FRESH Chongga Mat Kimchi 500g (Bag) €4.25	1
FRESH Onions 1 Pack €2.20	1
Slucra Sugar 1kg €1.55	1
FRESH Thai Green Chilli Pepper (Bird Eye Chilli) 100g €2.95	1

[Back To Top](#)

김치전 레서피 안내 및 관련 제품 판매

Tteokbokki Ingredients

SKU: tteokbokki-ingredients [add your review](#)

Grouped product items

Product Name	Qty
CJ Haecheon Red Pepper Paste 1kg €5.95	1
FRESH JONGGA Korean Rice Cake Tubular (Sticks) 500g €2.95	1
Lee Kum Kee Minced Garlic 326g €2.95	1
FRESH Spring Onions/Scallion €0.95	1

[Back To Top](#)

떡볶이 레서피 안내 및 관련 제품 판매

Cheese Volcano Kimchi Fried Rice Ingredients

SKU: cheese-volcano-kimchi-fried-rice-ingredients [add your review](#)

Grouped product items

Product Name	Qty
FRESH Chongga Mat Kimchi 500g (Bag) €4.25	1
East End Ground White Pepper 100g €2.90	1
YUTAKA White Roasted Sesame Seeds 100g €2.25	1
CJ Bibigo Cooked White Rice €1.65	1
FRESH Spring Onions/Scallion	

[Back To Top](#)

김치볶음밥 레서피 안내 및 관련 제품 판매

Flavour Soup Stock Bouillon
DASIDA [add your review](#)
€4.55

Sempio Soke Noodle Soup Base 350ml
Sempio [add your review](#)
€0.95

Sempio Soy Sauce For Soup 920ml
Sempio [add your review](#)
€2.95

Barbecued Noodles (Coba) 350ml
Barbecued Noodles (Coba) [add your review](#)
€4.55

Sempio Soy Sauce For Soup 920ml
Sempio [add your review](#)
€2.95

ME Korean Dried Mixed Rice Soup Ingredients 100g
ME [add your review](#)
€3.10

CJ Hetaheon Cupbaho Cooked White Rice with Beansprout Soup 270g
CJ Hetaheon [add your review](#)
€3.55

CJ Hetaheon Cupbaho Cooked White Rice with Seaweed Soup 165g
CJ Hetaheon [add your review](#)
€3.55

한국식품 판매 페이지

Yeolmu Naengmyeon (Cold noodle with Young Radish Kimchi) Ingredients

SKU: yeolmu-naengmyeon-cold-noodle-young-radish-kimchi [add your review](#)

Grouped product items

Product Name	Qty
CJ-Bibigo Red Pepper Paste (Gochujang) 500g €2.95	1
YUTAKA White Roasted Sesame Seeds 100g €2.25	1
Wang Buckwheat Noodle 624g €3.55	1

[Back To Top](#)

열무냉면 레서피 안내 및 관련 제품 판매

해외 안테나숍 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

■ 수출업체(제조사) : 아시안푸드서비스 (샘*)

■ 제 품 명 : 우리엄마 깻잎 깨끗한 맛, 콩자반, 명이나물

구 분	현지소비자 반응	
검역, 통관	○ 통조림 상온 제품으로 운송, 통관 및 검역시 어려운 점은 없음	
소비자 반응	○ 통조림 제품에 대한 근본적인 거부감 있음 ○ 한국에 대한 이미지가 좋거나, 방문 경험이 있는 경우 제품에 호감을 보임	
가격경쟁력 비교	○ 한국 식품의 경우, 가격이 높고 구매가 어렵다는 인식도 있으나, 해당 제품 가격은 적정하다고 생각 (82%)	
맛, 품질 등	○ 반찬류 제품에 대한 시식 만족도는 높음. 다만, 시식 후 제품 구매의사는 낮음 (41%)	
포장(디자인)	○ 취급이 용이한 캔 제품 ○ 영문 정보 표기가 적어, 제품에 대한 이해도 낮음	
시장진출 전략	○ 한국에 대한 호감이 있는 경우, 제품에 대해 호의적이나, 통조림 제품의 특성상 기본적인 거부감을 가지고 있음 시식 후, 평가는 좋으므로 지속적인 시식 행사 필요	
제품사진	〈취급제품 운영사진〉 	〈현지유사제품〉 

설문조사 분석 결과

* 전체 응답자수 : 100 명

한국 식품에 대한 인지도		
알고있다	25	
조금 알고 있다	47	
전혀 모른다	28	

한국식품 구매경험		
있다	59	
없다	28	
관심없다	13	

한국 식품에 대한 이미지		
건강한 음식	40	
높은 가격	5	
구매하기 힘들	19	
모름	17	
기타	19	

시식 제품은 어떠한가		
매우 좋다	21	
좋다	59	
그저 그렇다	18	
나쁘다	2	
매우 나쁘다	0	

시식 제품의 가격은 어떠한가		
매우 합리적이다	35	
합리적이다	47	
그저그렇다	12	
합리적이지 않다	6	
매우 합리적이지 않다	0	

시식 제품 구매 의사		
그렇다	41	
그렇지않다	39	
모르겠다	20	

응답자 성별		
남성	50	
여성	50	

응답자 연령대		
10대	25	
20대	20	
30대	19	
40대	28	
50대	8	
60대	0	

응답자 직업군		
근로자	50	
주부	8	
학생	30	
개인사업자	8	
기타	4	

■ 제품에서 가장 마음에 드는 점 : 가격이 적당하며, 포장이 작고 취급이 용이

■ 개선해야 될 부분 : 통조림 제품에대한 거부감 및 10대, 20대 비선호

■ 건의사항 : 제품에 대한 명확한 정보를 제공할 수 있도록 영문 포장 개발이 필요

해외 안테나숍 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

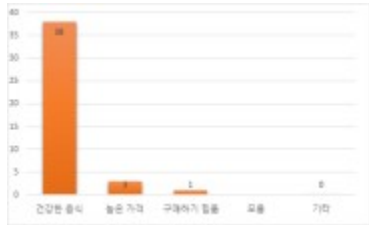
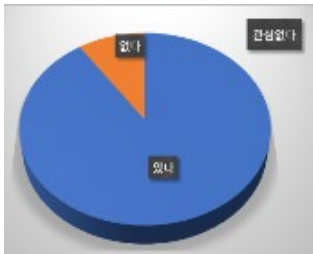
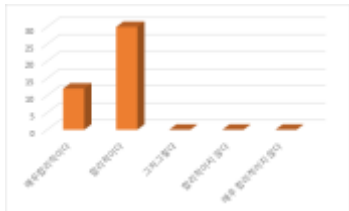
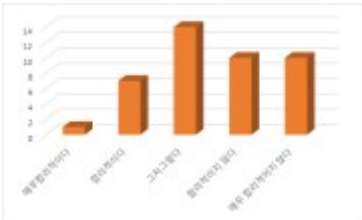
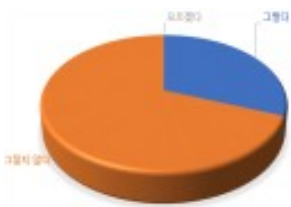
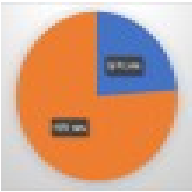
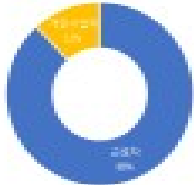
■ 수출업체(제조사) : 아시안푸드서비스 (C*)

■ 제 품 명 : 참기름 (80ML)

구 분	현지소비자 반응	
검역, 통관	○ 상온 참기름 제품으로 수입, 검역, 통관상 어려움 없음	
소비자 반응	○ 아시안 제외, 현지인 참기름에 대한 인지도 낮음 ○ 일부 현지 고객들은 참기름 냄새에 거부감 느낌	
가격경쟁력 비교	○ 해당 제품의 판매 가격은 높다고 생각 (81%) ○ 구매의향이 적음 (31%)	
맛, 품질 등	○ 아시안 고객은 제품에 만족하지만, 현지 고객들은 제품 선호 하지 않음	
포장(디자인)	○ 영문 표기 사항이 없어, 제품 정보 획득이 어려움	
시장진출 전략	○ 제품 특성상, 모든 고객이 아닌 아시안 고객 위주로 제품 판매 ○ 한국에 대해 알고 있는 고객을 대상으로 홍보 필요 ○ 중국산 제품이 점점 저렴해지므로, 판매 가격 조정 필요	
제품사진	〈취급제품 운영사진〉 	〈현지유사제품〉 

설문조사 분석 결과

* 전체 응답자수 : 42 명

한국 식품에 대한 인지도		
알고있다	25	
조금알고 있다	15	
전혀 모른다	2	
한국 식품에 대한 이미지		
건강한 음식	38	
높은 가격	3	
구매하기 힘들	1	
모름		
기타		
한국식품 구매경험		
있다	48	
없다	4	
관심없다		
해당 제품은 어떠한가		
매우 좋다	5	
좋다	13	
그저 그렇다	20	
나쁘다	4	
매우 나쁘다		
해당 제품의 가격은 어떠한가		
매우 합리적이다	1	
합리적이다	7	
그저그렇다	14	
합리적이지 않다	10	
매우 합리적이지 않다	10	
해당 제품 구매 의사		
그렇다	13	
그렇지 않다	29	
모르겠다		
응답자 성별		
남성	10	
여성	32	
응답자 연령대		
10대		
20대		
30대	37	
40대	5	
50대		
60대		
응답자 직업군		
근로자	37	
주부		
학생		
개인 사업자	5	
기타		

■ 제품에서 가장 마음에 드는 점 : 한국산 제품이기 때문에 좋아함

■ 개선해야 될 부분 : 아시아인 고객 제외, 현지인들의 제품 인지도가 낮으며, 일부 현지인들은 냄새에 거부감을 보이기도 함. 판매 가격은 높다고 생각

■ 건의사항 : 제품 특성상, 일부 아시아인고객만을 대상으로 판매 진행하고, 경쟁 제품 대비 판매 가격 조정이 필요함

해외 안테나숍 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

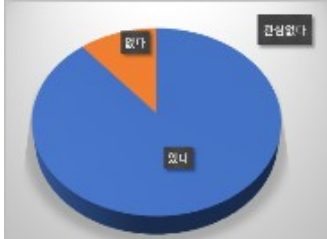
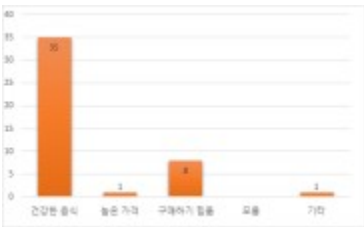
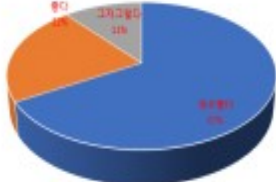
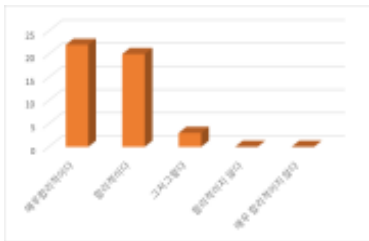
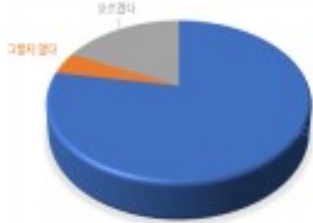
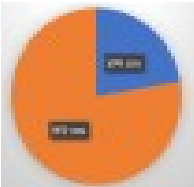
■ 수출업체(제조사) : 아시안푸드서비스 (문*오미*밸리)

■ 제 품 명 : 웰*이드 오미자 파우치 (120ML)

구 분	현지소비자 반응	
검역, 통관	○ 상온, 음료 제품으로 수입, 검역, 통관상 어려움 없음	
소비자 반응	○ 대부분의 소비자가 오미자에 대한 정보가 없음	
가격경쟁력 비교	○ 해당 제품의 판매 가격이 적정하다고 생각 (83%)	
맛, 품질 등	○ 건강에 좋은 음료라고 생각하며, 구매 의향 높음	
포장(디자인)	○ 디자인이 깔끔하나, 영문 정보가 없어 제품에 대한 정보 획득이 어려움	
시장진출 전략	○ 현지 시장에 적합한 제품 (건강에 대한 관심 높음) ○ 대부분의 소비자가 오미자에 대한 정보가 부족하므로, 제품 포장 개선이 필요 ○ 성장 가능성은 높은 제품	
제품사진	<취급제품 운영사진> 	<현지유사제품> 

설문조사 분석 결과

* 전체 응답자수 : 45 명

한국 식품에 대한 인지도		
알고있다	21	
조금알고 있다	22	
전혀 모른다	2	
한국식품 구매경험		
있다	40	
없다	5	
관심없다		
한국 식품에 대한 이미지		
건강한 음식	35	
높은 가격	1	
구매하기 힘들	8	
모름		
기타	1	
해당 제품은 어떠한가		
매우 좋다	30	
좋다	10	
그저 그렇다	5	
나쁘다		
매우 나쁘다		
해당 제품의 가격은 어떠한가		
매우 합리적이다	22	
합리적이다	20	
그저그렇다	3	
합리적이지 않다		
매우 합리적이지 않다		
해당 제품 구매 의사		
그렇다	35	
그렇지않다	2	
모르겠다	8	
응답자 성별		
남성	10	
여성	35	
응답자 연령대		
10대		
20대		
30대	40	
40대	5	
50대		
60대		
응답자 직업군		
근로자	40	
주부		
학생		
개인 사업자	5	
기타		

■ 제품에서 가장 마음에 드는 점 : 건강에 좋은 제품이며, 가격이 적당

■ 개선해야 될 부분 : 오미자가 무엇인지 모르는 고객이 대분이나, 제품 포장에 영문 정보가 없어 해당 제품이 무슨 제품인지 정보 획득이 전혀 안됨

■ 건의사항 : 현지 고객들의 건강에 대한 관심이 높아지고 있는 상황에서, 오미자 음료는 현지 시장에 적합한 제품으로 생각됨. 영문 포장이 가능하고, 전면 디자인이 너무 한국적이지 않고, 약간의 유럽 스타일이 적용된 디자인으로 변경 가능하다면, 성장 가능성이 높은 제품이라고 생각됨

해외 안테나숍 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

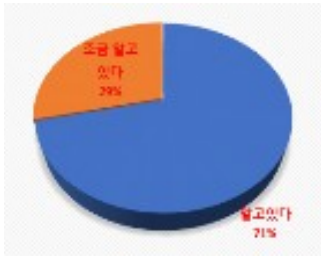
■ 수출업체(제조사) : 아시안푸드서비스 (롯데주류)

■ 제 품 명 : 월* 막*리(750ML)

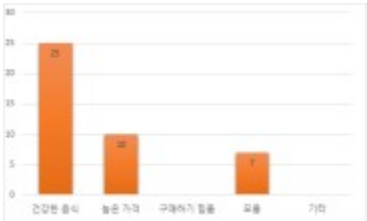
구 분	현지소비자 반응	
검역, 통관	○ 주류 특성상, 수입관세가 높고 허가된 업체만이 수입 할 수 있음 ○ 해당업체는 허가된 업체로서 다년간의 경험을 바탕으로 검역, 통관에 어려움이 없음	
소비자 반응	○ 한국 방문 경험이 있거나, 한국인 친구가 있는 경우 제외, 막걸리 제품 인지도 낮음	
가격경쟁력 비교	○ 해당 제품의 가격이 적정하다고 생각 (92%)	
맛, 품질 등	○ 동일한 제품이 없는 만큼, 처음엔 다소 생소한 맛이지만 먹어본 고객들은 맛이 좋다고 생각	
포장(디자인)	○ 한국적이기는 하나, 영문 정보 없음	
시장진출 전략	○ 현지에 비슷한 제품이 없기에, 독특한 한국 제품으로 홍보 가능	
제품사진	〈취급제품 운영사진〉 	〈현지유사제품〉

설문조사 분석 결과

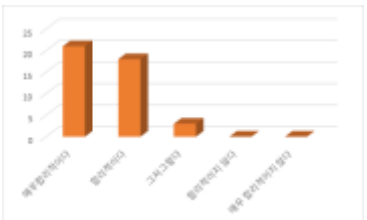
* 전체 응답자수 : 42 명

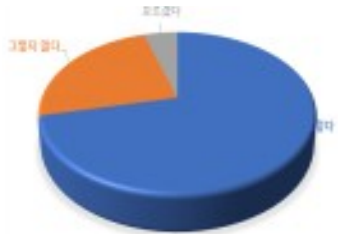
한국 식품에 대한 인지도		
알고있다	30	
조금알고 있다	12	
전혀 모른다		

한국식품 구매경험		
있다	35	
없다	7	
관심없다		

한국 식품에 대한 이미지		
건강한 음식	25	
높은 가격	10	
구매하기 힘들		
모름	7	
기타		

제품은 어떠한가		
매우 좋다	22	
좋다	17	
그저 그렇다	3	
나쁘다		
매우 나쁘다		

제품의 가격은 어떠한가		
매우 합리적이다	21	
합리적이다	18	
그저그렇다	3	
합리적이지 않다		
매우 합리적이지 않다		

제품 구매 의사		
그렇다	30	
그렇지않다	10	
모르겠다	2	

응답자 성별		
남성	10	
여성	32	

응답자 연령대		
10대		
20대		
30대	35	
40대	7	
50대		
60대		

응답자 직업군		
근로자	42	
주부		
학생		
개인 사업자		
기타		

■ 제품에서 가장 마음에 드는 점 : 현지에 동일한 제품이 없음

■ 개선해야 될 부분 : 유통기한이 짧고, 영문 정보 획득이 어려움

■ 건의사항 : 코로나의 영향으로 시식행사를 해보지 못하고, 구매고객 또는 현지 고객을 대상으로 서면 조사만 시행했음. 향후, 시식행사를 병행 한다면 더욱 구체적인 응답을 이끌어 낼 수 있을 것으로 생각함

해외 안테나숍 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

■ 수출업체(제조사) : 아시안푸드서비스 (C*)

■ 제 품 명 : 쌈장 (500G)

구 분	현지소비자 반응	
검역, 통관	○ 상온 장류 제품으로 수입, 검역, 통관상 어려움 없음	
소비자 반응	○ 쌈장에 대한 인지도는 낮으나, DIPPING SAUCE로는 관심 보임	
가격경쟁력 비교	○ 해당 제품의 판매 가격은 적당하다고 생각	
맛, 품질 등	○ 짭맛이 강하지만, 단맛이 섞여있어 맛이 좋다고 느낌 (95%)	
포장(디자인)	○ 영문 표기 사항이 제대로 되어 있어, 제품 정보를 얻는것에 문제는 없음	
시장진출 전략	○ Dipping Sauce 로서 판매 가능성 높음 ○ 영문 표기 사항이 제대로 되어 있음 ○ 현지 소비자들이 쌈장에 대한 인식이 부족 ○ 인지도를 높일 수 있도록 다양한 마케팅 활동을 병행할 수 있다면, 판매 가능성 높음	
제품사진	<취급제품 운영사진> 	<현지유사제품> 

설문조사 분석 결과

* 전체 응답자수 : 42 명

한국 식품에 대한 인지도		
알고있다	25	
조금알고 있다	15	
전혀 모른다	2	

한국식품 구매경험		
있다	48	
없다	4	
관심없다		

한국 식품에 대한 이미지		
건강한 음식	38	
높은 가격	3	
구매하기 힘들	1	
모름		
기타		

해당 제품은 어떠한가		
매우 좋다	12	
좋다	28	
그저 그렇다	2	
나쁘다		
매우 나쁘다		

해당 제품의 가격은 어떠한가		
매우 합리적이다	12	
합리적이다	30	
그저그렇다		
합리적이지 않다		
매우 합리적이지 않다		

해당 제품 구매 의사		
그렇다	40	
그렇지않다	5	
모르겠다		

응답자 성별		
남성	10	
여성	32	

응답자 연령대		
10대		
20대		
30대	37	
40대	5	
50대		
60대		

응답자 직업군		
근로자	37	
주부		
학생		
개인 사업자	5	
기타		

■ 제품에서 가장 마음에 드는 점 : 짭맛과 단맛이 적절하게 배합되어 Dipping sauce로서 적당
영문 정보가 잘 표기되어 있음

■ 개선해야 될 부분 : 제품에 대한 인지도가 부족하여, 판매로 이어지지 않음

■ 건의사항 : 제품에 대한 맛 평가가 좋으므로, 현지 고객들의 인지도가 높아 질 수 있도록 지속적인 마케팅 활동이
필요. 코로나로 인해 시식행사를 하지 못한 것이 아쉬움

해외 안테나숍 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

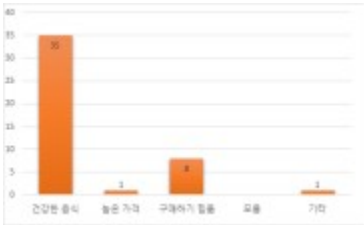
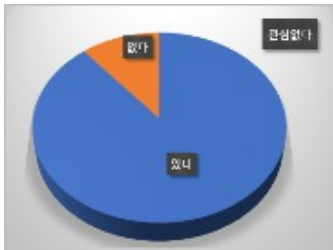
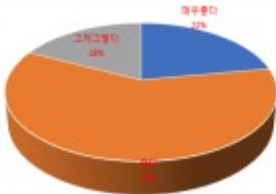
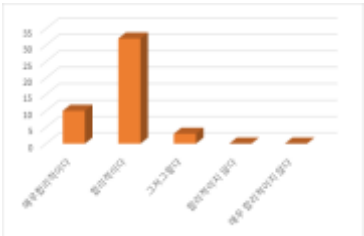
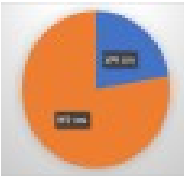
■ 수출업체(제조사) : 아시안푸드서비스 (두*푸드)

■ 제 품 명 : 마시는죽 귀리 (130G)

구 분	현지소비자 반응	
검역, 통관	○ 상온 죽 제품으로 수입, 검역, 통관상 어려움 없음	
소비자 반응	○ 대부분의 소비자가 죽 제품에 익숙함 ○ 귀리죽은 전통적으로 제일 익숙한 제품	
가격경쟁력 비교	○ 해당 제품의 판매 가격은 적당하다고 생각 ○ 구매 의향이 높음	
맛, 품질 등	○ 맛이 좋음 (82%)	
포장(디자인)	○ 제품이 휴대가 간편하고 섭취가 편해 매우 만족함 ○ 영문 표기 사항이 없어, 제품 정보 획득이 어려움	
시장진출 전략	○ 독특한 제품으로 현지에 판매가 가능함 (기존 죽 제품하고는 다른 새로운 제품) ○ 제품에 대한 정보가 부족하므로, 알아보기 쉽도록 전면 영문 제품명 또는 설명 필요 ○ 해당 제품에 대한 정보 획득이 매우 어려움 인터넷이나, SNS 등을 통하여 해당 제품의 장점을 홍보 할 수 있다면 좋을 것	
제품사진	〈취급제품 운영사진〉 	〈현지유사제품〉 

■ 설문조사 분석 결과

* 전체 응답자수 : 45 명

한국 식품에 대한 인지도		
알고있다	21	
조금 알고 있다	22	
전혀 모른다	2	
한국 식품에 대한 이미지		
건강한 음식	35	
높은 가격	1	
구매하기 힘들	8	
모름		
기타	1	
한국식품 구매경험		
있다	40	
없다	5	
관심없다		
해당 제품은 어떠한가		
매우 좋다	10	
좋다	27	
그저 그렇다	8	
나쁘다		
매우 나쁘다		
해당 제품의 가격은 어떠한가		
매우 합리적이다	10	
합리적이다	32	
그저 그렇다	3	
합리적이지 않다		
매우 합리적이지 않다		
해당 제품 구매 의사		
그렇다	40	
그렇지 않다	5	
모르겠다		
응답자 성별		
남성	10	
여성	35	
응답자 연령대		
10대		
20대		
30대	40	
40대	5	
50대		
60대		
응답자 직업군		
근로자	40	
주부		
학생		
개인 사업자	5	
기타		

■ 제품에서 가장 마음에 드는 점 : 죽 제품 중, 귀리죽 제품이 가장 익숙한 제품
포장형태가 좋음 (휴대가 편리하고, 섭취가 간편함)

■ 개선해야 될 부분 : 제품 포장에 영문 정보가 없어 해당 제품이 무슨 제품인지 정보 획득이 불가능

■ 건의사항 : 기존 죽제품과는 다른 제품으로 판매가 가능하나, 제품에 대한 정보 획득이 어려움
영문 포장지 개선이 필요하며, 인터넷이나 SNS 등을 통한 제품 홍보가 필요

해외 안테나숍 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

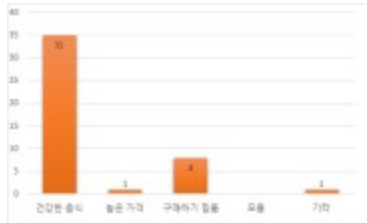
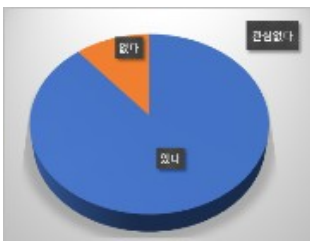
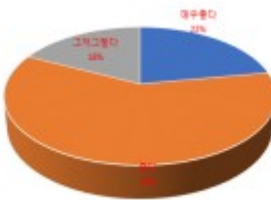
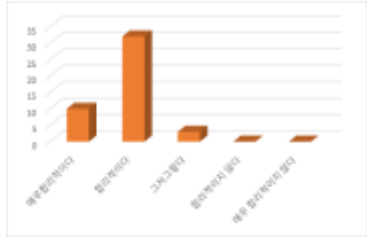
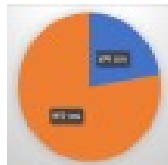
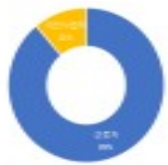
■ 수출업체(제조사) : 아시안푸드서비스 (두*푸드)

■ 제 품 명 : 마시는죽 고구마 (130G)

구 분	현지소비자 반응	
검역, 통관	○ 상온 죽 제품으로 수입, 검역, 통관상 어려움 없음	
소비자 반응	○ 대부분의 소비자가 죽 제품에 익숙함 ○ 귀리죽이 제일 익숙한 편이나, 고구마를 첨가한 것은, 건강 측면에서 봤을 때, 좋은 선택이라고 생각	
가격경쟁력 비교	○ 해당 제품의 판매 가격은 적당하다고 생각 ○ 구매 의향이 높음	
맛, 품질 등	○ 맛이 좋음 (82%)	
포장(디자인)	○ 제품이 휴대가 간편하고 섭취가 편해 매우 만족함 ○ 영문 표기 사항이 없어, 제품 정보 획득이 어려움	
시장진출 전략	○ 독특한 제품으로 현지에 판매가 가능함 (기존 죽 제품하고는 다른 새로운 제품) ○ 제품에 대한 정보가 부족하므로, 알아보기 쉽도록 전면 영문 제품명 또는 설명 필요 ○ 해당 제품에 대한 정보 획득이 매우 어려움 인터넷이나, SNS 등을 통하여 해당 제품의 장점을 홍보 할 수 있다면 좋을 것	
제품사진	〈취급제품 운영사진〉 	〈현지유사제품〉 

설문조사 분석 결과

* 전체 응답자수 : 45 명

한국 식품에 대한 인지도		
알고있다	21	
조금 알고 있다	22	
전혀 모른다	2	
한국 식품에 대한 이미지		
건강한 음식	35	
높은 가격	1	
구매하기 힘들	8	
모름		
기타	1	
한국식품 구매경험		
있다	40	
없다	5	
관심없다		
해당 제품은 어떠한가		
매우 좋다	10	
좋다	27	
그저 그렇다	8	
나쁘다		
매우 나쁘다		
해당 제품의 가격은 어떠한가		
매우 합리적이다	10	
합리적이다	32	
그저 그렇다	3	
합리적이지 않다		
매우 합리적이지 않다		
해당 제품 구매 의사		
그렇다	40	
그렇지 않다	5	
응답자 성별		
남성	10	
여성	35	
응답자 연령대		
10대		
20대		
30대	40	
40대	5	
50대		
60대		
응답자 직업군		
근로자	40	
주부		
학생		
개인 사업자	5	
기타		

■ 제품에서 가장 마음에 드는 점 : 검은콩죽은 가장 생소한 제품 다만, 건강에 좋다는 생각에 기꺼이 구매하고자하는 소비자 많음

포장형태가 좋음 (휴대가 편리하고, 섭취가 간편함)

■ 개선해야 될 부분 : 제품 포장에 영문 정보가 없어 해당 제품이 무슨 제품인지 정보 획득이 불가능

■ 건의사항 : 기존 죽제품과는 다른 제품으로 판매가 가능하나, 제품에 대한 정보 획득이 어려움
영문 포장지 개선이 필요하며, 인터넷이나 SNS 등을 통한 제품 홍보가 필요

해외 안테나숍 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

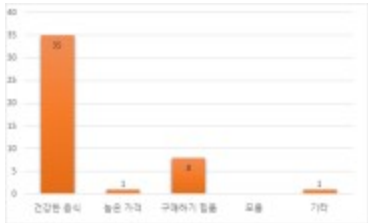
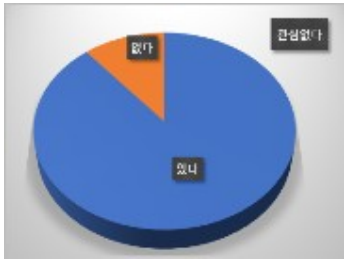
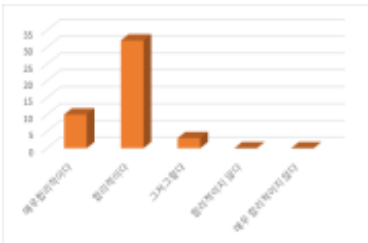
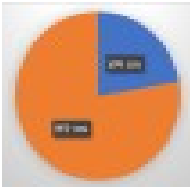
■ 수출업체(제조사) : 아시안푸드서비스 (두*푸드)

■ 제 품 명 : 마시는죽 검은콩 (130G)

구 분	현지소비자 반응	
검역, 통관	○ 상온 죽 제품으로 수입, 검역, 통관상 어려움 없음	
소비자 반응	○ 대부분의 소비자가 죽 제품에 익숙함 ○ 검은콩죽은 죽 제품중에서도 가장 생소한 제품 다만, 건강에 좋다는 생각에 기꺼이 구매하고자 함	
가격경쟁력 비교	○ 해당 제품의 판매 가격은 적당하다고 생각 ○ 구매 의향이 높음	
맛, 품질 등	○ 맛이 좋음 (82%)	
포장(디자인)	○ 제품이 휴대가 간편하고 섭취가 편해 매우 만족함 ○ 영문 표기 사항이 없어, 제품 정보 획득이 어려움	
시장진출 전략	○ 독특한 제품으로 현지에 판매가 가능함 (기존 죽 제품하고는 다른 새로운 제품) ○ 제품에 대한 정보가 부족하므로, 알아보기 쉽도록 전면 영문 제품명 또는 설명 필요 ○ 해당 제품에 대한 정보 획득이 매우 어려움 인터넷이나, SNS 등을 통하여 해당 제품의 장점을 홍보 할 수 있다면 좋을 것	
제품사진	〈취급제품 운영사진〉 	〈현지유사제품〉 

설문조사 분석 결과

* 전체 응답자수 : 45 명

한국 식품에 대한 인지도		
알고있다	21	
조금알고 있다	22	
전혀 모른다	2	
한국 식품에 대한 이미지		
건강한 음식	35	
높은 가격	1	
구매하기 힘들	8	
모름		
기타	1	
한국식품 구매경험		
있다	40	
없다	5	
관심없다		
시식 제품은 어떠한가		
매우 좋다	10	
좋다	27	
그저 그렇다	8	
나쁘다		
매우 나쁘다		
시식 제품의 가격은 어떠한가		
매우 합리적이다	10	
합리적이다	32	
그저그렇다	3	
합리적이지 않다		
매우 합리적이지 않다		
해당 제품 구매 의사		
그렇다	40	
그렇지않다	5	
모르겠다		
응답자 성별		
남성	10	
여성	35	
응답자 연령대		
10대		
20대		
30대	40	
40대	5	
50대		
60대		
응답자 직업군		
근로자	40	
주부		
학생		
개인 사업자	5	
기타		

■ 제품에서 가장 마음에 드는 점 : 검은콩죽은 가장 생소한 제품 다만, 건강에 좋다는 생각에 기꺼이 구매하고자하는 소비자 많음

포장형태가 좋음 (휴대가 편리하고, 섭취가 간편함)

■ 개선해야 될 부분 : 제품 포장에 영문 정보가 없어 해당 제품이 무슨 제품인지 정보 획득이 불가능

■ 건의사항 : 기존 죽제품과는 다른 제품으로 판매가 가능하나, 제품에 대한 정보 획득이 어려움
영문 포장지 개선이 필요하며, 인터넷이나 SNS 등을 통한 제품 홍보가 필요

해외 안테나숍 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

■ 수출업체(제조사) : 아시안푸드서비스 (맘*스제과)

■ 제 품 명 : 떡볶이 스낵 57g

구 분	현지소비자 반응	
검역, 통관	○ 스낵류의 상온 제품으로 운송, 통관 및 검역시 어려운 점은 없음	
소비자 반응	○ 한국 식품에 대한 인지도가 낮고, 구매 경험이 많지 않음 ○ 완전 동일한 경쟁 제품은 없음	
가격경쟁력 비교	○ 해당 제품의 가격이 적정하다고 생각 (71%) ○ 타 스낵 제품 대비 가격과 품질 모두 우위	
맛, 품질 등	○ 맛이 좋고, 품질도 괜찮다고 생각 ○ 떡볶이 특유의 매운맛에 대한 호불호 있음	
포장(디자인)	○ 스낵 제품으로 취급이 용이 ○ 영문 스티커 사이즈가 작아, 정보 획득이 어려움 ※ 최소주문 수량 문제로 영문 PACKAGE 제작 어려움	
시장진출 전략	○ 동일한 경쟁 제품이 없으므로, 다양한 마케팅 활동을 통하여 제품 인지도를 향상시켜 지속적인 구매가 가능하도록 유도	
제품사진	〈취급제품 운영사진〉 	〈현지유사제품〉

설문조사 분석 결과

* 전체 응답자수 : 100 명

한국 식품에 대한 인지도		
알고있다	25	
조금알고 있다	30	
전혀 모른다	45	

한국식품 구매경험		
있다	50	
없다	45	
관심없다	5	

한국 식품에 대한 이미지		
건강한 음식	31	
높은 가격	9	
구매하기 힘들	19	
모름	24	
기타	17	

시식 제품은 어떠한가		
매우 좋다	21	
좋다	59	
그저 그렇다	13	
나쁘다	7	
매우 나쁘다	0	

시식 제품의 가격은 어떠한가		
매우 합리적이다	20	
합리적이다	51	
그저그렇다	19	
합리적이지 않다	7	
매우 합리적이지 않다	3	

시식 제품 구매 의사		
그렇다	69	
그렇지않다	9	
모르겠다	22	

응답자 성별		
남성	49	
여성	51	

응답자 연령대		
10대	5	
20대	27	
30대	32	
40대	24	
50대	8	
60대	4	

응답자 직업군		
근로자	60	
주부	15	
학생	10	
개인사업자	5	
기타	10	

■ 제품에서 가장 마음에 드는 점 : 동일한 제품 없음, 가격이 적당

■ 개선해야 될 부분 : 영문 포장 미비에 따른 제품 시인성 부족

■ 건의사항 : 제조업체의 영문 포장지 개발 투자 필요

해외 안테나숍 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

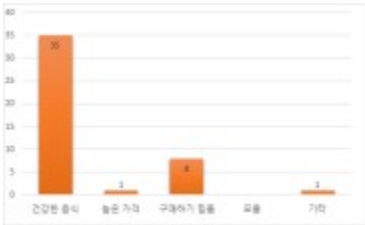
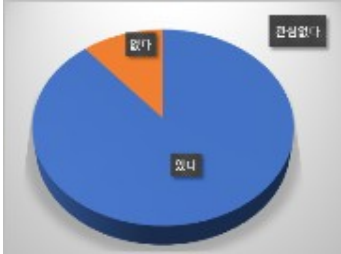
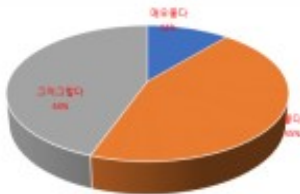
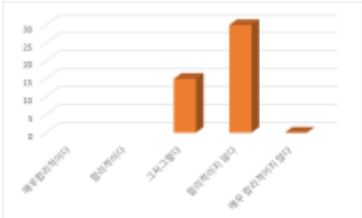
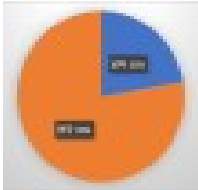
■ 수출업체(제조사) : 아시안푸드서비스 (군*농협)

■ 제 품 명 : 대추칩 (50G)

구 분	현지소비자 반응	
검역, 통관	○ 상온, 단일성분 제품으로 수입, 검역, 통관상 어려움 없음	
소비자 반응	○ 대부분의 소비자가 해당 제품이 무엇인지 모름 ○ 구매했던 소비자의 경우, 스낵으로서 괜찮다고 생각	
가격경쟁력 비교	○ 해당 제품의 판매 가격은 높다고 생각 (100%) ○ 가격이 낮아진다면, 구매 할 수 있다는 고객 많음	
맛, 품질 등	○ 최초 스낵이라는 인식하에서는 제품 가격이 높다고 생각하나, 재구매시에는 기꺼이 가격을 지불하고자 하는 경우도 있었음 ○ 맛이 좋음 (55%)	
포장(디자인)	○ 디자인이 깔끔하나, 진열되어 있는 제품만으로는, 이제품이 바로 먹을 수 있는 제품인지, 스낵인지 구별 할 수 있는 방법이 없음	
시장진출 전략	○ 현지 시장에 적합한 제품 (건강에 대한 관심 높음) ○ 제품에 대한 정보가 부족하므로, 알아보기 쉽도록 전면 영문 제품명 또는 설명 필요 ○ 판매가격이 너무 높음. 가격 재조정 필요	
제품사진	〈취급제품 운영사진〉 	〈현지유사제품〉 

설문조사 분석 결과

* 전체 응답자수 : 45 명

한국 식품에 대한 인지도		
알고있다	21	
조금알고 있다	22	
전혀 모른다	2	
한국 식품에 대한 이미지		
건강한 음식	35	
높은 가격	1	
구매하기 힘들	8	
모름		
기타	1	
한국식품 구매경험		
있다	40	
없다	5	
관심없다		
해당 제품은 어떠한가		
매우 좋다	5	
좋다	20	
그저 그렇다	20	
나쁘다		
매우 나쁘다		
해당 제품의 가격은 어떠한가		
매우 합리적이다		
합리적이다		
그저그렇다	15	
합리적이지 않다	30	
매우 합리적이지 않다		
해당 제품 구매 의사		
그렇다	10	
그렇지않다	25	
모르겠다	10	
응답자 성별		
남성	10	
여성	35	
응답자 연령대		
10대		
20대		
30대	40	
40대	5	
50대		
60대		
응답자 직업군		
근로자	40	
주부		
학생		
개인 사업자	5	
기타		

■ 제품에서 가장 마음에 드는 점 : 건강에 좋은 제품이며, 가격은 비쌌

■ 개선해야 될 부분 : 제품 포장에 영문 정보가 없어 해당 제품이 무슨 제품인지 정보 획득이 불가능

■ 건의사항 : 현지 고객들의 건강에 대한 관심이 높아지고 있는 상황에서, 대추칩은 현지 시장에 적합한 제품으로 생각됨. 다만, 가격이 너무 높고, 포장지 영문 정보가 부족한 것은 단점