

2020년 (칠레) 해외 안테나숍 운영 최종 결과 보고서

1. 운영개요

- 운영국가(도시) : 칠레(산티아고)
- 운영 주체 개요

업체명	주소
Lotte Mart	Eusebio Lillo #440 Local 35

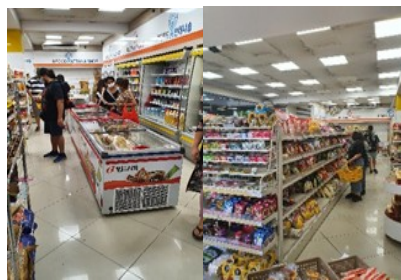
- 운영형태 : 오프라인(로드숍)
- 운영장소 :

점포명	소재지
Lotte Mart Antena Shop	Eusebio Lillo #440 Local 35

- 안테나숍 운영사진



외부



내부



시음시식

2. 주요 운영현황

■ 안테나숍 주요 인기품목 및 사유

- 주요 인기품목 현황 : 스낵류, 음료류
- 현지에서 익숙한 품목들로 선호도가 높으며 한국산이 다소 가격이 높지만 한류, K-POP 등의 영향으로 한국식품에 대한 이미지가 좋아 판매가 잘됨
 - 인기품목 위주의 시식, 샘플 제공 등 홍보행사 추진으로 재구매율도 높음

■ 안테나숍 마켓테스트 실시 결과

- 주요 품목 마켓테스트 소비자 반응
 - (빠*로) 스킨 카카오는 기존 빠*로보다 얇아 식감이 재미있으며, 과자 자체도 초코과자로 되어 있어 좋다는 반응임
 - (새*깡) 맛과 가격에 대한 소비자 만족은 높은 편, 새우 맛에 대한 관심이 높아 판매도 좋음(매운 새*깡, 일반 새*깡에 대한 특별한 선호는 없음)
 - (포*) 중국에서 수입되고 있는 제품과 경쟁하고 있으나 한국제품이 중국제품에 비해 가격은 높지만 맛, 품질 등의 평가가 높아, 꾸준히 중산층 이상의 소비자들에게 판매가 이루어짐
 - (허*버터칩) 전국망인 온라인 소비자를 대상으로 한 반응조사 결과, 포장 및 디자인이 좋고 가격은 비싸지만 칠레에서 맛볼 수 없는 새로운 맛이라는 평가임
 - (칸*) 어린이부터 어른까지 선호하는 초콜릿이 들어있는 과자로 한입에 먹기 편하고 부드럽다는 반응임
 - (카*타드) 고객 호응도가 좋았고 시식 후 바로 구매하는 고객이 많았음. 식감이 부드러워 아이들 간식용으로 홍보하면 주효할 것으로 판단됨
 - (트*피카나/코*팜) 맛과 품질에 대한 반응이 좋았으며 시음 후 바로 구매하거나 재구매 의사를 표현한 고객이 많음. 두 가지 음료 시식 결과 트*피카나보다 코*팜에 더 많은 호응이 있었음
- 신규 품목 마켓테스트 소비자 반응
 - (알*에베라) 기존 판매 제품(O*F) 소싱 애로에 따라 새로운 업체의 제품(L&*)을 수입하여 소비자 반응을 체크. 다양한 맛(오리지널, 망고, 코코넛, 무설탕)의 알로에 음료를 시음할 수 있어서 좋다는 의견임
 - (비*고 물만두) 중남미에는 Empanada라고 하는 만두와 같은 음식이 있고 중국 제품에도 익숙하여 한국 만두에 대한 현지 소비자의 친밀감은 높음. 주로 기름에 튀기는 Empanada에 비해 건강할 것 같다는 반응임

- (곤*젤리) 칠레에서 다이어트 식품으로 곤약이 유행했던 점에서 착안하여 신규 수입 추진한 제품으로 맛과 식감면에서 소비자 반응이 좋음. 시식 후 제품에 만족하여 바로 구매하거나 추후 재방문 시 구매고객이 증가할 듯 함
- (가*초코바) 칠레인들이 선호하는 초콜릿 제품으로 호응도가 좋았고 시식 후 바로 구매하는 고객이 많았음

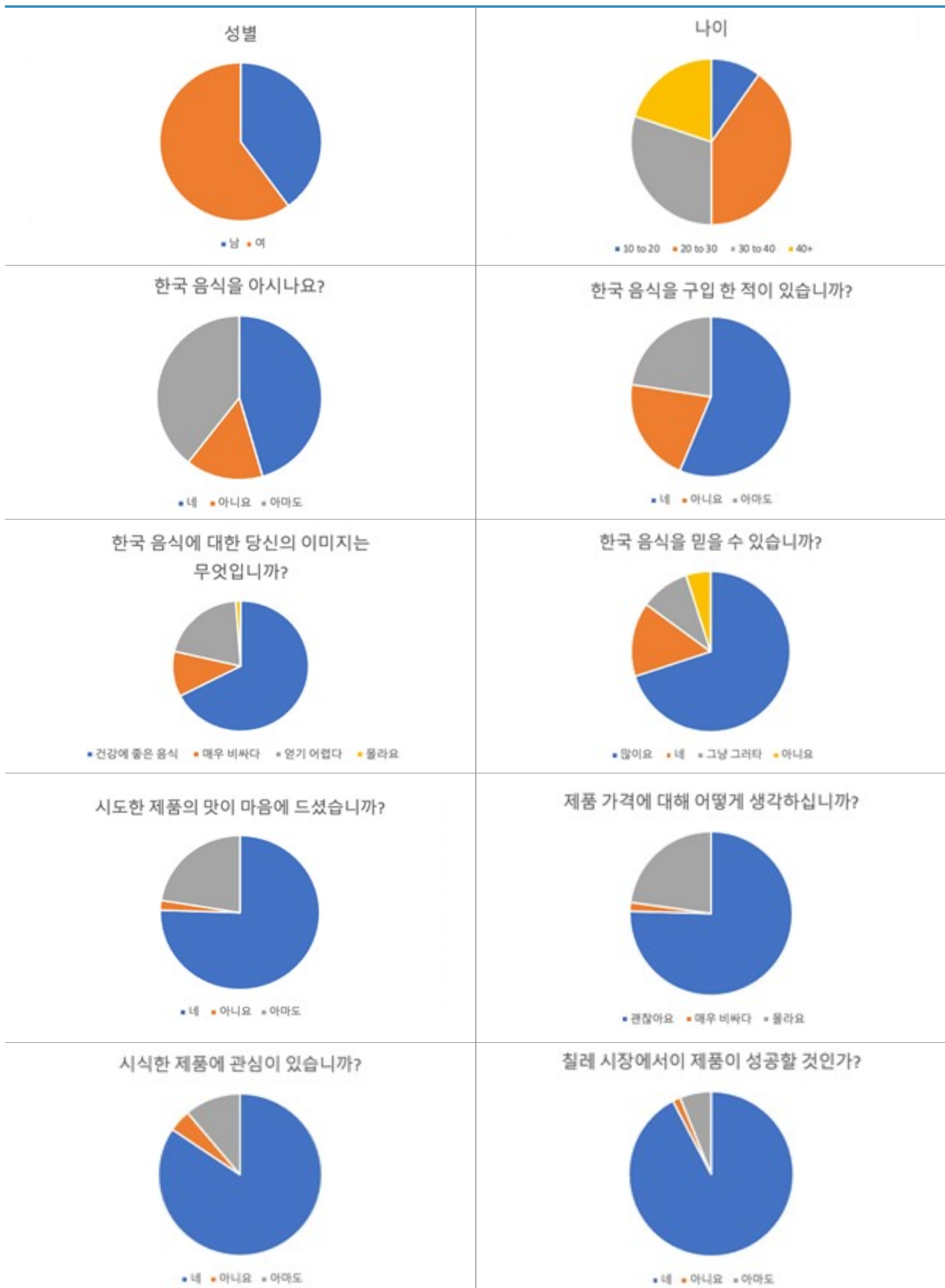
해외 안테나숍 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

■ 수출업체(제조사) : 롯데칠*음료, 해*

■ 제 품 명 : 트*피카나, 코*팜

구 분	현지소비자 반응	
검역, 통관	○ 검역 및 통관 문제 없음	
소비자 반응	○ 칠레인들이 여름에 많이 소비하는 음료제품으로 시식 후 좋은 반응을 보였으며 구매율이 높았음	
가격경쟁력 비교	○ 칠레 생산 제품 및 타국산(대만, 태국) 제품보다 비싸지만 품질이 좋아 가격경쟁력에 따른 판매에는 문제 없을 것으로 판단됨	
맛, 품질 등	○ 맛과 품질은 타 음료보다 월등히 좋다는 평이며, 칠레산에 비해 단맛이 덜하나 최근 건강에 관심이 높아지고 있어 오히려 유리하게 작용할 것 ○ 트로피카나보다는 코코팜의 맛을 더 선호함	
포장(디자인)	○ 대부분의 한국 식품과 마찬가지로 포장과 디자인은 우수하다는 평가	
시장진출 전략	○ 현지 문화가 외식 시 와인 또는 음료를 기본적으로 주문하는 문화인만큼 음료제품이 경쟁력을 가지며, 향후 한식당, 일식당까지 판매처를 확대할 계획	
제품사진	<트*피카나/코*팜> 	<현지 유사제품> 

■ 설문조사 분석 결과(응답자 : 200명)



해외 안테나숍 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

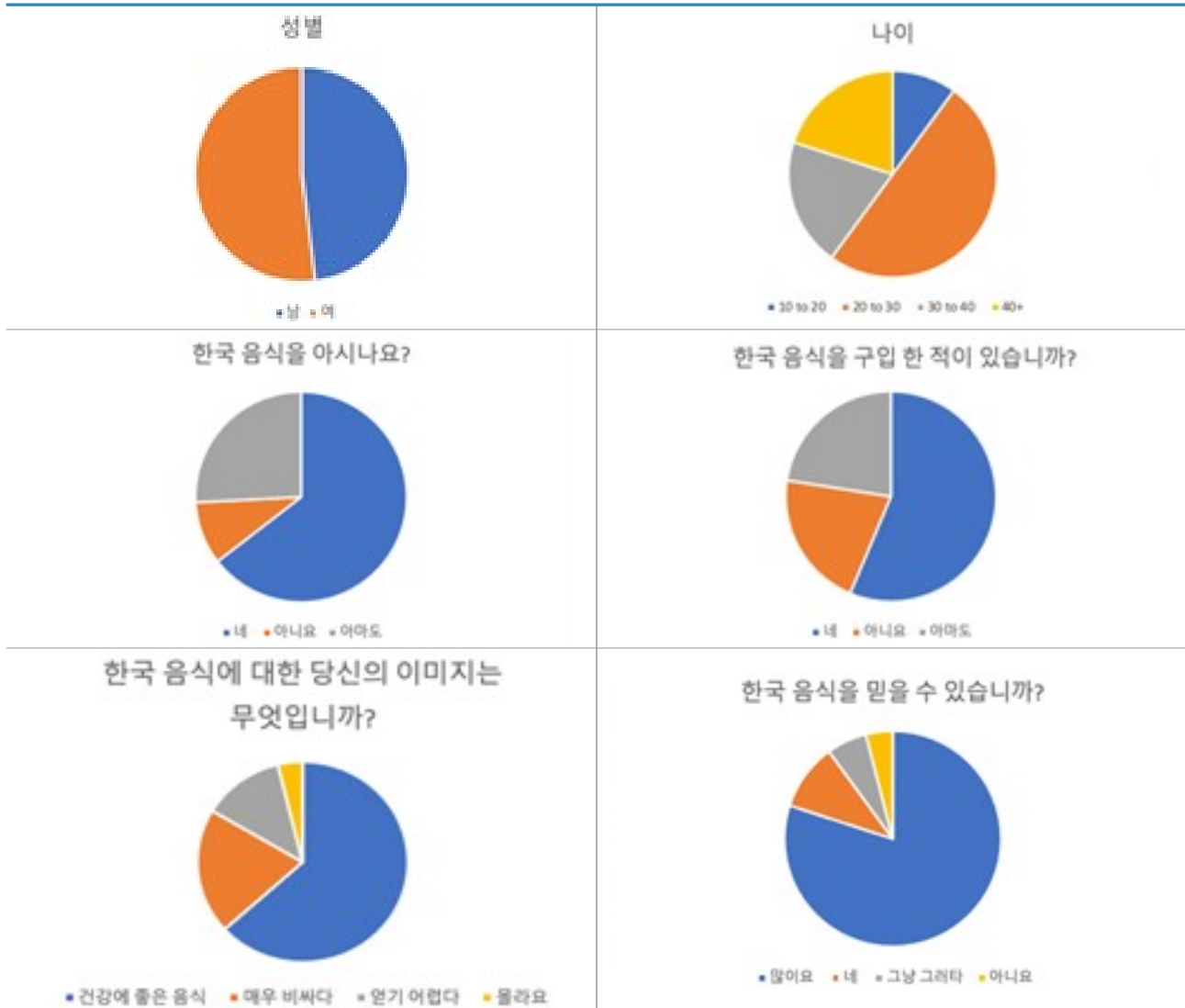
■ 수출업체(제조사) : 롯데제과

■ 제품명 : 롯데 가* 초코바, 롯데 카스*드

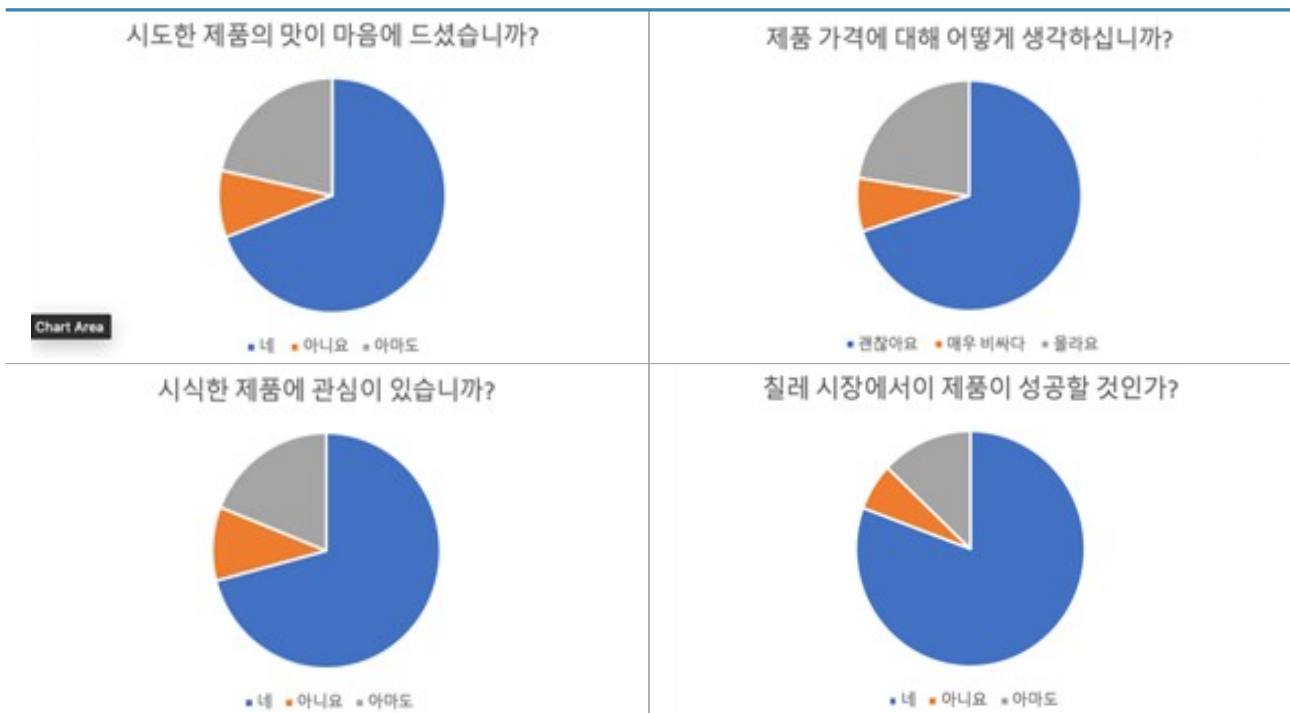
구 분	현지소비자 반응	
검역, 통관	○ 검역 및 통관 문제 없음	
소비자 반응	○ 칠레인들이 많이 선호하는 두 제품으로 시식 후 좋은 반응을 보였으며 재구매 의사가 높은 제품	
가격경쟁력 비교	○ 현지 제품에 비해 가격이 비싸지만 칠레 시장 내 한국제품이 타 동양제품에 비해 가격이 높다는 인식이 형성되어 있어 큰 장애요소는 아니지만 카스타드의 경우에는 비싸다는 의견이 많았음	
맛, 품질 등	○ 맛과 품질면에서는 현지 제품에 비해 월등하다는 의견이며 카스타드는 부드러운 식감이 돋보인다는 평가로 남녀노소 모두 즐기기 좋음	
포장(디자인)	○ 대부분의 한국 식품과 마찬가지로 포장과 디자인은 우수하다는 평가	
시장진출 전략	○ 카스타드의 경우에는 부드러운 식감 및 뛰어난 맛을 중점 홍보하여 어린이 간식용으로 공략하면 시장 확장성이 클 것으로 판단	
제품사진	〈가* 초코바/카스*드〉 	〈현지 유사제품〉 

■ 설문조사 분석 결과

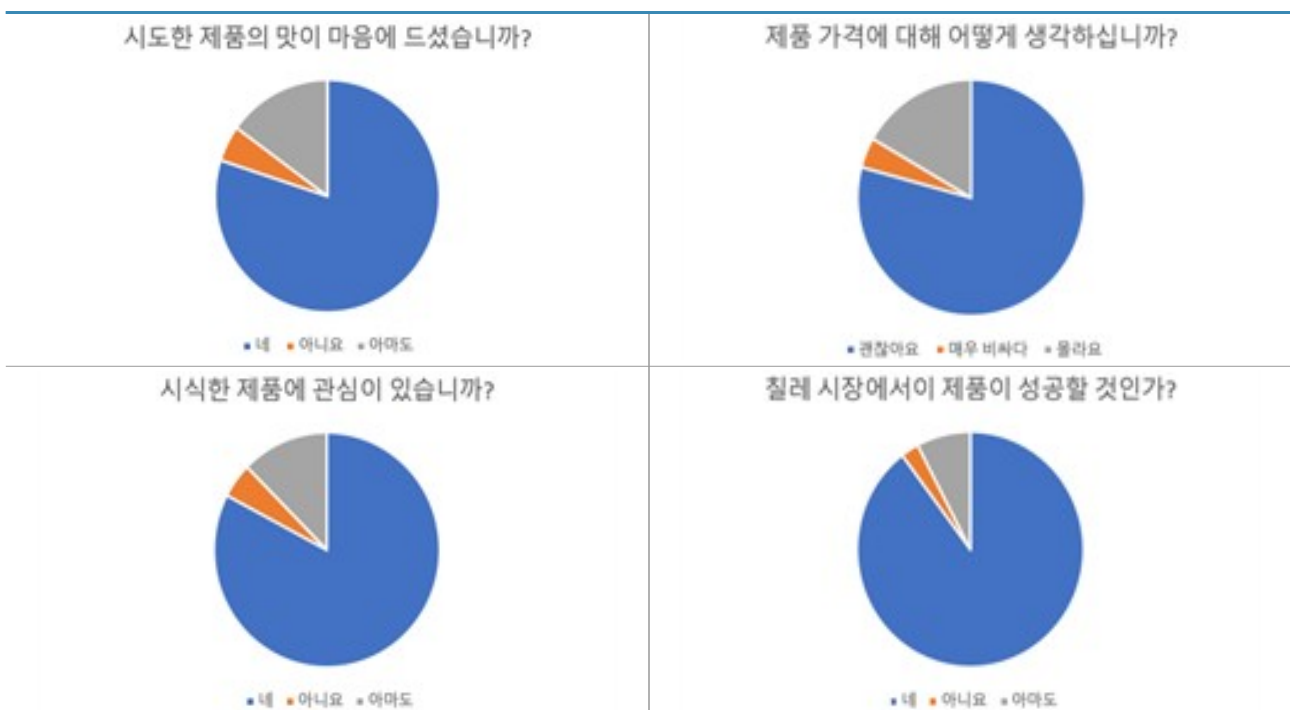
● 공통질문(응답자 300명)



• 롯데 가* 초코바(응답자 : 150명)



• 롯데 카스*드(응답자 : 150명)



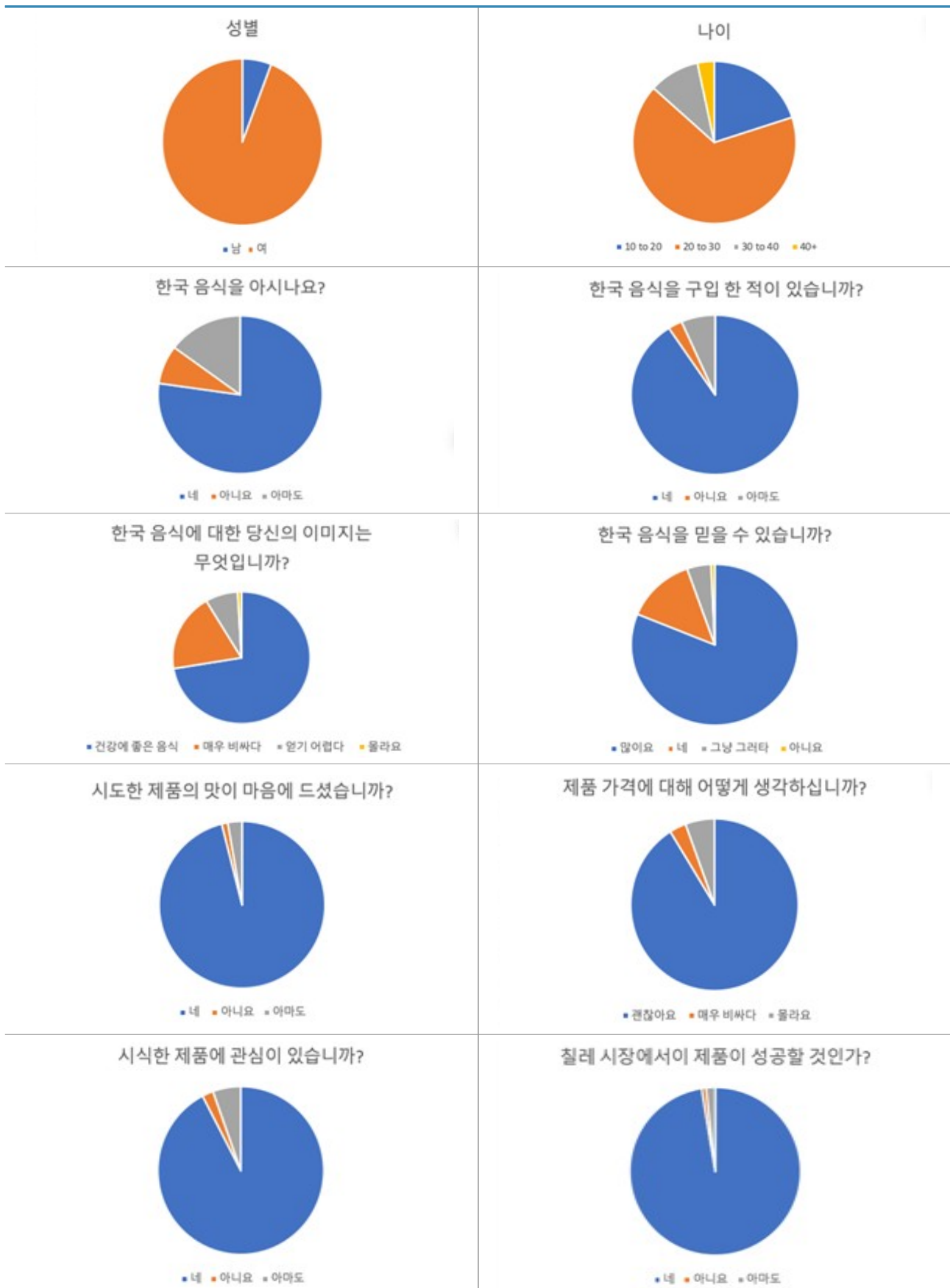
해외 안테나숍 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

■ 수출업체(제조사) : 롯데제과, 도*락

■ 제품명 : 롯데 칸*, 더 좋* 한끼 곤*젤리

구 분	현지소비자 반응	
검역, 통관	○ 검역 및 통관 문제 없음	
소비자 반응	○ (칸*) 구매고객층이 넓으며 어린이 간식으로 선호, 노년층에서도 좋아하는 부드러운 식감에 초콜렛이 함유되어 있어 남녀노소 누구에게나 어필 가능 ○ (곤*젤리) 다이어트에 관심있는 젊은 여성들의 관심이 가장 높으며 시식 후 바로 구매가 많음	
가격경쟁력 비교	○ K-POP 등의 인기에 힘입어 다소 높은 가격에도 판매에 문제 없으며, 곤*젤리는 아직 경쟁제품이 없어 가격적인 이슈는 없음	
맛, 품질 등	○ 전반적으로 한국식품에 대한 맛과 품질에 만족하고 있으며 금월 테스트한 제품도 맛이 좋고 고품질 이라는 평가	
포장(디자인)	○ (칸*) 핑크색에 귀여운 캐릭터가 인상적 ○ (곤*젤리) 파우치 제품으로 먹기 편리한 포장	
시장진출 전략	○ 최근 온라인 판매 문의가 많아 온라인 판매 전문 인력을 보강하여 적극적인 마케팅 추진	
제품사진	〈칸*/곤약*리〉 	〈현지 유사제품〉 —

■ 설문조사 분석 결과(응답자 : 1차 140명, 2차 170명)



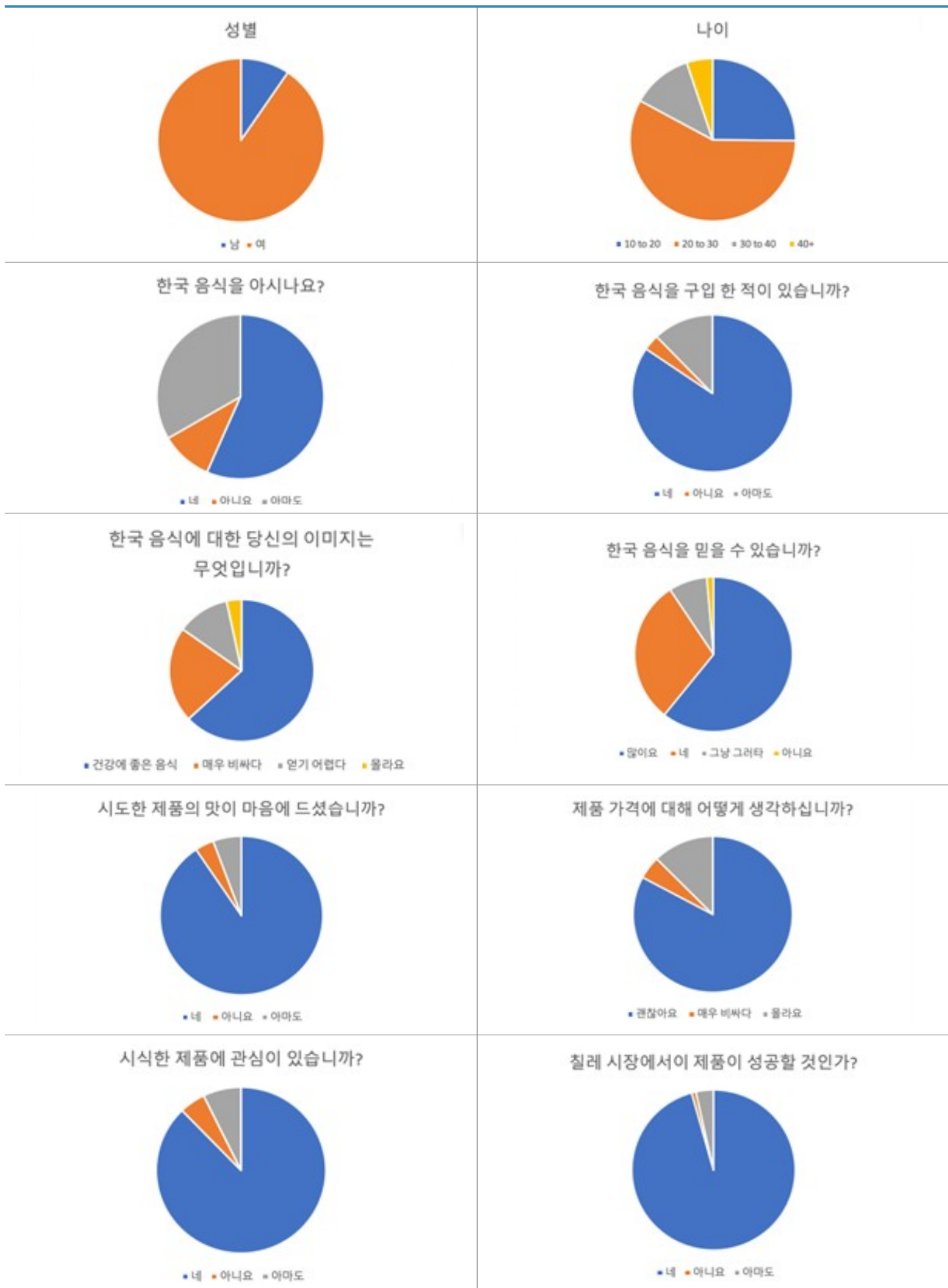
해외 안테나숍 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

■ 수출업체(제조사) : 해*제과

■ 제 품 명 : 허니*터칩

구 분	현지소비자 반응	
검역, 통관	○ 검역 및 통관 문제 없음	
소비자 반응	○ 수도권 오프라인 소비자에게 인기가 많고 스낵 중 판매 상위권으로 온라인 소비자들에게도 인기가 높음	
가격경쟁력 비교	○ 타 감자칩에 비해 가격이 비싼 편이나 뚜렷한 경쟁제품이 없어 가격면에서 문제는 없음	
맛, 품질 등	○ 온라인 구매자 대상 조사 시 맛과 품질은 만족 ○ 칠레 현지에서는 맛볼 수 없는 새로운 맛으로 허니 버터칩의 우수성 인정	
포장(디자인)	○ 노랑색이 산뜻하며 타국산 제품보다 세련되고 눈에 띄는 포장이라는 의견	
시장진출 전략	○ 최근 젊은 층이 선호하는 인스타그램을 통한 홍보 강화 및 판매를 통해 전국적으로 판매를 확대	
제품사진	<해태 허니버터칩> 	<현지 유사제품> 

설문조사 분석 결과



해외 안테나숍 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

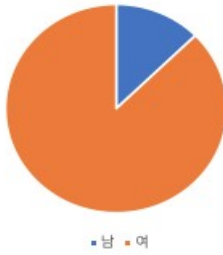
■ 수출업체(제조사) : 해*제과

■ 제 품 명 : 포*

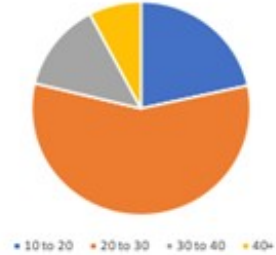
구 분	현지소비자 반응	
검역, 통관	○ 검역 및 통관 문제 없음	
소비자 반응	○ 현지 소비자들이 선호하는 제품으로 타국산 제품이 있지만 전반적으로 한국산에 대한 선호도가 높아 재구매율도 높음	
가격경쟁력 비교	○ 중국에서 수입되고 있는 포* 제품에 비해 가격이 비싸지만 설문조사 결과 괜찮다는 응답이 많음	
맛, 품질 등	○ 구매자 대상 조사 시 맛과 품질은 만족하고 있으며 중국산보다 뛰어나다는 평가 ○ 한국산이 더 다양한 맛 보유(딸기, 블루베리 등)	
포장(디자인)	○ 포장, 디자인, 라벨링은 깔끔하고 좋다는 의견 ○ 포장단위도 판매에 적당한 크기	
시장진출 전략	○ 중국산에 비해 가격이 다소 높으나, 월등한 맛과 품질을 중점 홍보하여 중산층 이상을 공략하고, 젊은 세대 대상 온라인 홍보를 강화하면 매출이 증가할 것으로 전망	
제품사진	〈해* 포*〉 	〈중국산 유사제품〉 

설문조사 분석 결과

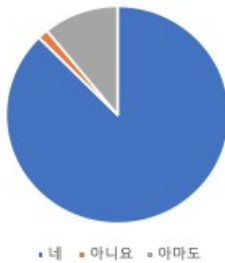
성별



나이



한국 음식을 구입 한 적이 있습니까?



한국 음식을 아시나요?



한국 음식에 대한 당신의 이미지는 무엇입니까?



한국 음식을 믿을 수 있습니까?



제품 가격에 대해 어떻게 생각하십니까?



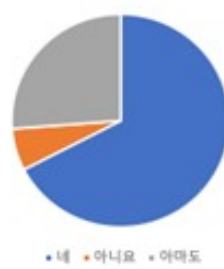
시도한 제품의 맛이 마음에 드셨습니까?



시도한 제품에 관심이 있습니까?



칠레 시장에서 이 제품이 성공할 것인가?



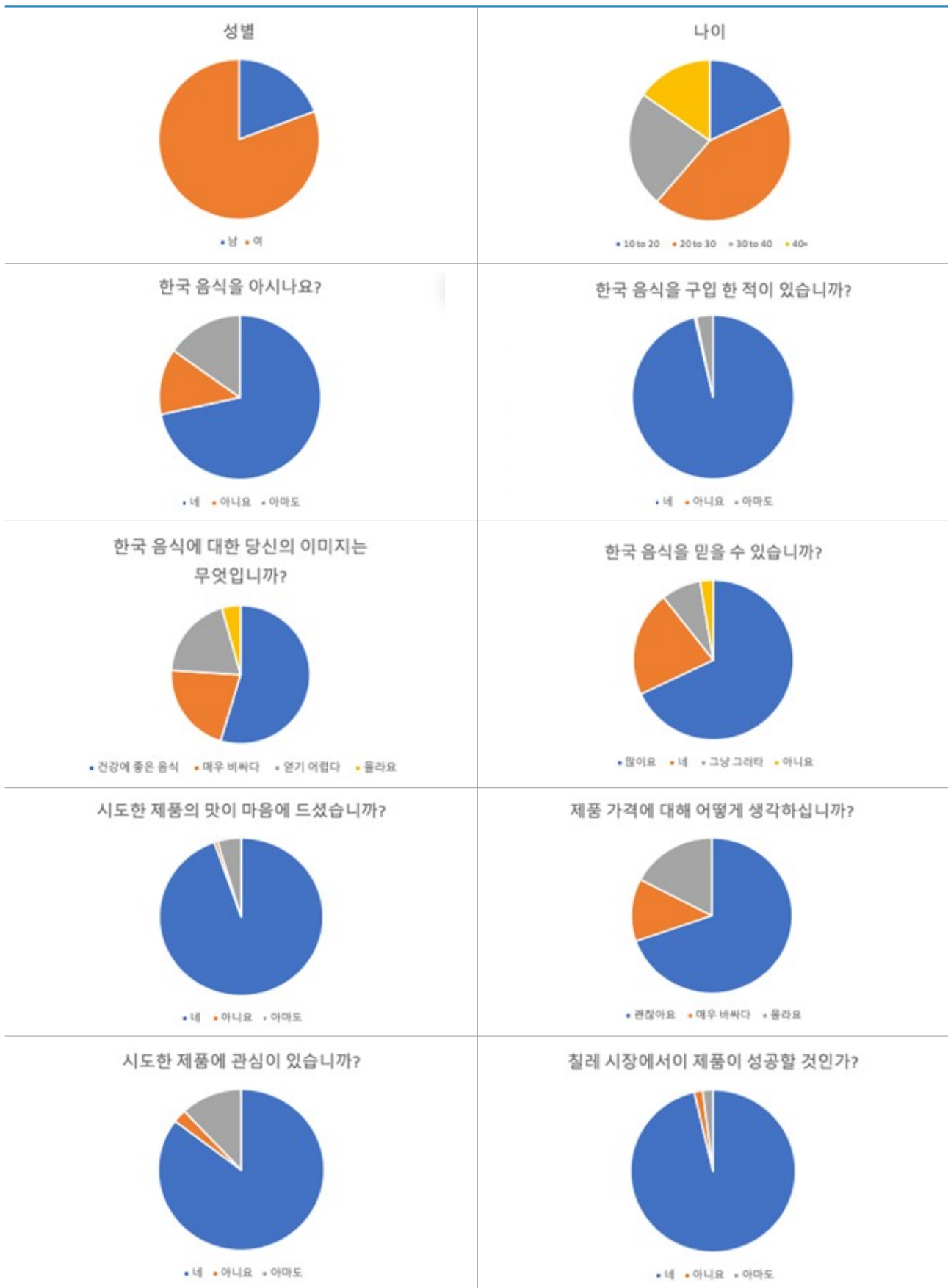
해외 안테나숍 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

■ 수출업체(제조사) : C*제*제*

■ 제 품 명 : 비*고 물만두

구 분	현지소비자 반응	
검역, 통관	○ 고기가 함유된 만두류 통관 시 문제 발생 가능하여 현지 통관사와 협의 중	
소비자 반응	○ Empanada라는 칠레 고유 만두가 있어 한국 만두에 대한 친밀도가 높으며, 현지에서 중국인들이 만들어 판매하는 유사 제품보다 식감과 맛이 좋다는 반응	
가격경쟁력 비교	○ 다소 높은 가격을 형성	
맛, 품질 등	○ 맛을 본 현지인들은 맛이 월등하고 타 만두류에 비해 품질이 높다고 평가	
포장(디자인)	○ 포장, 디자인, 라벨링은 깔끔하고 좋다는 의견 ○ 포장단위도 판매에 적당한 크기	
시장진출 전략	○ 코로나19로 인해 소비자 및 식당 테스트가 어려운 상황이고 가격이 다소 높으나, 월등한 맛과 품질을 중점 홍보하여 상류층을 공략할 예정	
제품사진	〈비*고 물만두〉 	〈현지유사제품〉 

설문조사 분석 결과



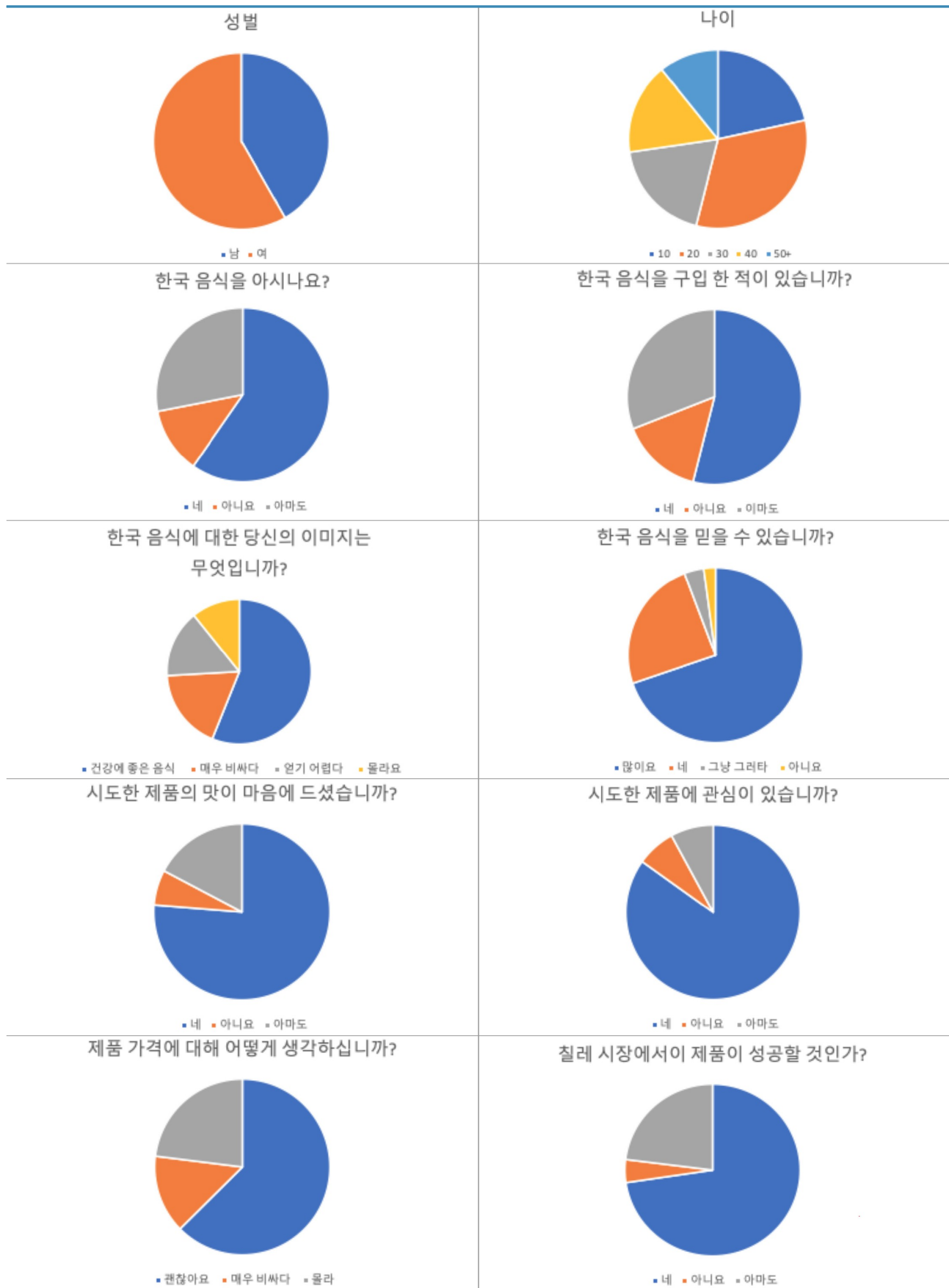
해외 안테나숍 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

■ 수출업체(제조사) : 농*

■ 제 품 명 : 새*깡 2종

구 분	현지소비자 반응	
검역, 통관	○ 해당 없음	
소비자 반응	○ 전반적으로 제품에 대한 관심 및 만족도가 높음 ○ 매운 음식에 대한 거부감이 없어 매운 새*깡 제품도 일반 새*깡 소비와 유사한 패턴을 보임	
가격경쟁력 비교	○ 가격에 대해서는 60%이상이 적당하다는 의견	
맛, 품질 등	○ 맛과 품질은 소비자 반응 좋음 ○ 맛이 좋아 재구매 의사가 있다고 답함	
포장(디자인)	○ 현지인도 선호하는 포장임 ○ 새우가 그려져 있어 고급스럽다는 의견	
시장진출 전략	○ 한국 스낵에 대한 관심도가 높고, 새*깡의 가격 및 맛에 대한 소비자 만족도가 높아 향후 지속적인 판매 기대	
제품사진	〈농* 새*깡〉 	〈현지유사제품〉 -

설문조사 분석 결과



해외 안테나숍 운영 주요 제품 마켓테스트 결과

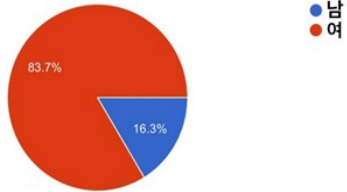
■ 수출업체(제조사) : L&* Corporation / 롯데제과

■ 제품명 : 알로* 베* 음료 / 빼*로 2종

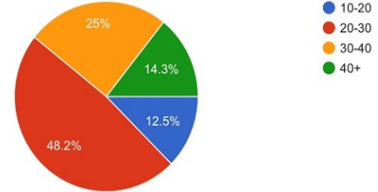
구분	현지소비자 반응		
검역, 통관	○ 현재 모든 수입음료 중 설탕이 들어가 있는 제품에는 관세를 38%로 지정		
소비자 반응	○ 알로에 음료는 익숙하지만 본 제품은 맛이 다양하여 좋다는 반응(오리지널, 망고, 코코넛, 무설탕 등) ○ 빼빼로 스키니 카카오는 기존 빼빼로보다 얇아 식감이 재미있으며 과자 자체도 초코과자로 되어 있어 맛있음		
가격경쟁력 비교	○ 가격에 대해서는 40%이상이 비싸다는 의견이었으나 맛이 좋아 구매의사는 있다고 답함		
맛, 품질 등	○ 맛과 품질은 소비자 반응 좋음		
포장(디자인)	○ 현지인도 선호하는 포장임 ○ 특히, 빼빼로 스키니 제품은 핑크색에 귀여운 토끼 캐릭터가 있어 선물로도 좋을 것 같음		
시장진출 전략	○ 기존 알로에 음료에 비해 설탕함량이 조금 높아 제조사와 설탕을 줄이기 위해 협의 중 ○ 일반인이 누구나 편하게 접할 수 있는 가격대를 형성하여 판매한다면 확대 가능성 높음		
제품사진	〈L&* 알로*음료〉 	〈빼*로 스키니〉 	〈현지유사제품〉 -

■ 설문조사 분석 결과(응답자 수 : 100명)

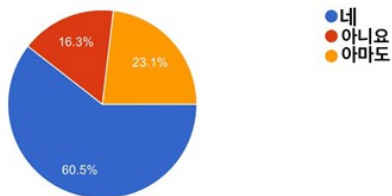
성별



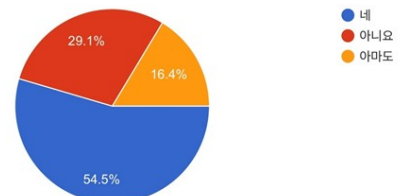
나이



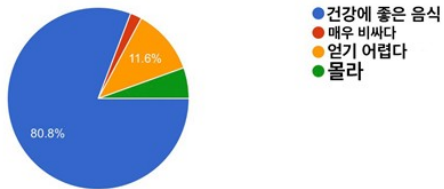
한국 음식을 아시나요?



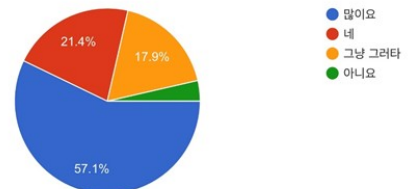
한국 음식을 구입 한 적이 있습니까?



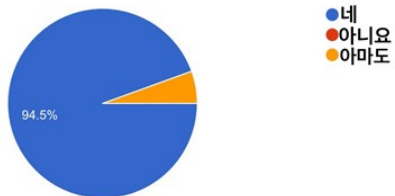
한국 음식에 대한 당신의 이미지는 무엇입니까?



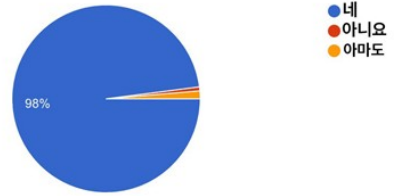
한국 음식을 믿을 수 있습니까?



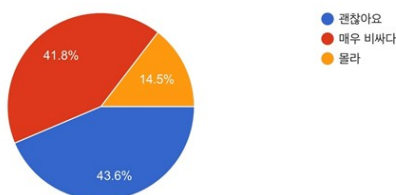
시도한 제품에 관심이 있습니까?



시도한 제품의 맛이 마음에 드셨습니까?



제품 가격에 대해 어떻게 생각하십니까?



칠레 시장에서이 제품이 성공할 것인가?

