



2021

해외시장 맞춤형조사

No.		202112-25
품목		인스턴트 국수(Instant Noodles)
HS CODE		1902.19-1000
국가		네덜란드(Netherlands)
구분		경쟁력분석형

Contents

I. 요약	03
II. 경쟁제품	
1. 네덜란드 인스턴트 국수 경쟁제품 선정	05
2. 네덜란드 인스턴트 국수 경쟁제품 조사지표 선정	09
3. 네덜란드 인스턴트 국수 경쟁제품 현지조사 결과	10
III. 경쟁기업	
1. 네덜란드 인스턴트 국수 경쟁기업 선정	22
2. 네덜란드 인스턴트 국수 경쟁기업 현지화 분석 기준	23
3. 네덜란드 인스턴트 국수 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	25
IV. 수입·유통업체 인터뷰	
Interview ① 비글리 코퍼만(Beagley Copperman)	35
Interview ② 타이 마스(Thai Mas)	37
Interview ③ 아시아 익스프레스 푸드(Asia Express Food)	39
V. 경쟁력파악	
1. 제품 경쟁력 검증	42
2. 벤치마킹 제품 분석	48
3. 기업 마케팅 벤치마킹	51
VI. 시사점	52
※ 참고문헌	54

Summary

ASA-D사: 한국 경쟁기업명 이니셜 처리

■ 온라인 인기제품

제품명		제조사명
2개 채널에서 Top 10인 제품	암암 치킨 플레이버 인스턴트 누들	암암
	우녹스 굿 누들스	우녹스
	인도미 인스턴트 누들 수프 치킨 플레이버	인도미
	암암 쉬림프 플레이버 인스턴트 누들	암암
	닛신 데마에 라멘 치킨	닛신
	순라면 बे지	B사

■ 오프라인 주요 경쟁제품

수라상 김치말이 잔치국수 (ASA)		이츠 카츠 라이스 누들스 (이츠)	
	가격 3.50유로		가격 1.99유로
	중량 168.0g		중량 63.0g
한국산 표기 및 태극기 삽입		한 손에 들고 먹을 수 있는 제품 형태	

■ 경쟁기업 3개사 분석

비엠티즌 푸드 인더스트리스 조인트 스톡 컴퍼니		A사	닛신	네덜란드 현지 진출 경쟁기업 현황 경쟁기업 3개사 중 일본기업 1개사, 제품, 포장, 생산 방식 측면에서 모두 네덜란드 현지화 + 경쟁기업 3개사, 주요 SNS 플랫폼 페이스북, 인스타그램 및 유튜브를 활용해 기업 및 제품 홍보
국적	베트남	한국	일본	
제품 현지화	○	○	●	
포장 현지화	●	●	●	
생산 방식	●	●	●	
입점 채널	온/오프라인 채널 모두 활용	오프라인 채널에서만 판매	온/오프라인 채널 모두 활용	
홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌), SNS 플랫폼(베트남)	자사 홈페이지(글로벌), SNS 플랫폼(글로벌)	자사 홈페이지(글로벌), SNS 플랫폼(글로벌)	

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 (현지에서 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(100g당) (1.21유로)	●	인스턴트 쌀국수(2개)	기타 인스턴트 국수(8개)		맛 (얼큰한 해물 맛, 담백한 멸치 맛)	●	닭고기 맛		기타 맛(6개)	
		2.48유로	2.37유로				4개		쇠고기, 가다랑어, 참깨, 김치 등	
중량(g) (92.0g)	●	인스턴트 쌀국수(2개)	기타 인스턴트 국수(8개)		브랜드 국적 (한국)	●	일본	영국	기타(3개)	
		66.5g	86.9g				5개	2개	한국, 베트남 등	
포장 형태 (플라스틱 컵)	●	플라스틱 컵	스티로폼 컵	종이 컵	홍보문구(중복값 有) (미정)	○	간편함	맛	원산지	성분
		6개	3개	1개			5개	4개	4개	2개

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 100g당 가격은 경쟁제품 평균보다 저렴하며, 중량은 경쟁제품 평균보다 큰 것으로 나타남 2) 경쟁제품은 주로 제품의 간편함, 맛, 원산지, 성분을 홍보문구로 활용하고 있는 것으로 나타남
Point 02.	1) 경쟁기업 3개사 중 일본기업 1개사는 제품, 포장, 생산 방식 측면에서 모두 네덜란드 현지화가 진행됨 2) 경쟁기업 3개사 모두 유명 SNS 플랫폼인 페이스북, 인스타그램 및 유튜브를 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있음

II. 경쟁제품

1. 네덜란드 인스턴트 국수 경쟁제품 선정
2. 네덜란드 인스턴트 국수 경쟁제품 조사지표 선정
3. 네덜란드 인스턴트 국수 경쟁제품 현지조사 결과

1. 네덜란드 인스턴트 국수 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징



제품명	구아바 쌀국수
제품 종류	인스턴트 국수
소비자가격)	약 11.09유로 (15,000원)
중량	920g (92g*10개입)
포장 형태	종이 박스/ 플라스틱 컵
특징	구아바 잎 가루로 더욱 쫄깃하고 기름에 튀기지 않아 깔끔한 면발

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: 구아바 쌀국수
 - 제품 종류: 인스턴트 국수
 - 소비자가격: 약 13.09유로(15,000원)
 - 중량: 920g(92g*10개입)
 - 포장 형태: 종이 박스/플라스틱 컵

Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 볼(Bol): 15억 5,500만 달러
 2. 쿨블루(Coolblue): 15억 600만 달러
 3. 알베르트 헤인(Albert Heijn): 14억 7,600만 달러
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 Top 10 제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰 중 2개에서 확인: 6개 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
- 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=1,352.12원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 현지 주요 온라인
쇼핑몰 인기제품 확인

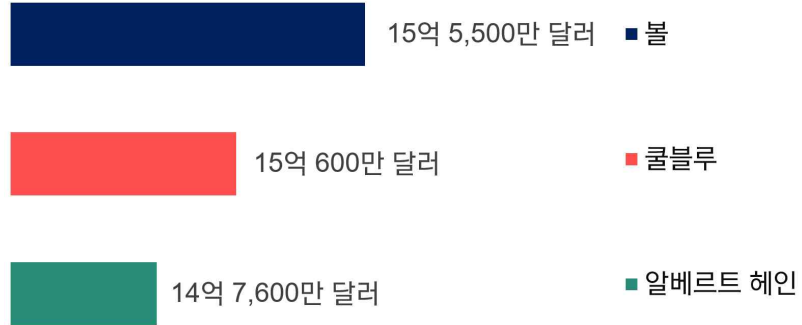
● 네덜란드
주요 온라인 쇼핑몰
(Top 2)

사이트명	취급 종류
 볼	전자제품, 뷰티제품, 음료, 식품 등
 알베르트 헤인	신선식품, 스낵, 유제품, 냉동식품 등

▶ 네덜란드 온라인 쇼핑몰 점유율 상위 2개, 볼, 알베르트 헤인²⁾

스태티스타에 따르면, 2020년 기준 네덜란드 현지인들이 식품 구매를 위해 이용하는 온라인 쇼핑몰 상위 2개는 볼(Bol), 알베르트 헤인(Albert Heijn)으로, 상위 2개 온라인 쇼핑몰의 2020년 총 매출액은 각각 15억 5,500만 달러, 14억 7,600만 달러로 확인됨

[표 2.1] 네덜란드 온라인 쇼핑몰 2020년 총 매출



자료 : 스태티스타(Statista) 홈페이지

▶ 인기 온라인 쇼핑몰 2개에 모두 진출한 경쟁제품, 6개

네덜란드 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 총 6개 제품이 2개의 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 것으로 조사됨

[표 2.2] 네덜란드 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)

순위	볼	알베르트 헤인	점보
1	신라면 김치 (B사)	인도미 인스턴트 누들 미 고랭 (인도미)	점보 오리지널 미 내슈스 (점보)
2	너구리 (B사)	암암 재패니즈 치킨 컵 인스턴트 누들 (암암)	암암 치킨 플레이버 인스턴트 누들 (암암)
3	불닭볶음면 커리 (C사)	암암 치킨 플레이버 인스턴트 누들 (암암)	점보 파이네 미 내슈스 (점보)
4	신라면 (B사)	암암 쉬림프 플레이버 인스턴트 누들 (암암)	호니그 미 내슈스 오리지널 (호니그)
5	똥양공 인스턴트 누들 (마마)	닛신 데마에 라멘 치킨 (닛신)	우녹스 굿 누들스 (우녹스)
6	우녹스 굿 누들스 (우녹스)	암암 베지터블 플레이버 인스턴트 누들 (암암)	마지 누들 소이 갈릭 (네슬레)
7	인도미 인스턴트 누들 베지터블 플레이버 (인도미)	순라면 베지 (B사)	인도미 인스턴트 누들 수프 치킨 플레이버 (인도미)
8	인도미 인스턴트 누들 치킨 플레이버 (인도미)	닛신 데마에 라멘 소이 소스 (닛신)	점보 볼코렌 미 내슈스 (점보)
9	불닭볶음면 치즈 (C사)	종가집 김치 라면 (D사)	암암 쉬림프 플레이버 인스턴트 누들 (암암)
10	순라면 베지 (B사)	닛신 데마에 라멘 미소 (닛신)	닛신 데마에 라멘 치킨 (닛신)

■ 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매

자료 : 볼(Bol), 알베르트 헤인(Albert Heijn), 점보(Jumbo) 홈페이지

2) 쿨블루(Coolblue)는 식품을 취급하지 않아 제외했으며, 네덜란드 2위 슈퍼마켓 체인 점보(Jumbo) 온라인숍으로 대체함

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 가장 인구가 많은 도시임. 네덜란드 북부 지방에 위치하고 있는 암스테르담은 유네스코 세계 문화유산으로 지정된 수많은 문화재가 있는 문화적 중심지임. 또한 유럽 최고의 금융 중심지 중 하나로, 세계 도시 리서치 네트워크(GaWC)가 지정한 알파 세계 도시임

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 아시안마트

네덜란드 인스턴트 국수(Instant Noodle)의 유통채널의 조사한 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 개인 및 기타 식료품점, 온라인 유통채널을 통하여 제품이 판매되고 있는 것으로 확인됨

[표 2.3] 네덜란드 인스턴트 국수 주요 유통채널 현황

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓/슈퍼마켓	알베르트 헤인(Albert Heijn), 점보(Jumbo), 디르크(Dirk), 마르코(Makro), 알디(Aldi),
개인 및 기타 식료품점 ⁵⁾	둔 용(Dun Yong), 어메이징 오리엔탈(Amazing Oriental), 씨엔씨 아시안 마켓(C&C Asian Market), 신라 암스테르담(Shilla Amsterdam)
온라인	볼(Bol), 알베르트 헤인(Albert Heijn), 점보(Jumbo)

■ 고객사 진출 선호 매장

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

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

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

5) 개인 및 기타 식료품점은 아시안마트 및 한인마트를 포함함

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정
(*) 볼(Bol), 알베르트 헤인(Albert Heijn), 점보(Jumbo)
- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정
(*) 점보(Jumbo), 알베르트 헤인(Albert Heijn), 어메이징 오리엔탈 (Amazing Oriental)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 인스턴트 쌀국수: 면의 주재료로 쌀을 사용한 인스턴트 국수
- 기타 인스턴트 국수: 면의 주재료로 쌀 이외의 재료를 사용한 인스턴트 국수

[표 2.4] 네덜란드 인스턴트 국수 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	인스턴트 쌀국수	기타 인스턴트 쌀국수
① 이츠 카츠 라이스 누들스 (이츠)	○ (알베르트 헤인)	○ (알베르트 헤인)	○	
② 비폰 비엠티 스타일 인스턴트 라이스 누들스 비프 플레이버 포 (비엠티푸드 인터스트리스 조인트 스톡 컴퍼니)	○ (어메이징 오리엔탈)	(-)	○	
③ 컵 누들스 소바 워 스타일 테리야끼 (닛신)	○ (점보)	○ (알베르트 헤인, 점보)		○
④ 컵 누들스 소바 워 스타일 재패니스 커리 (닛신)	○ (점보)	○ (알베르트 헤인, 점보)		○
⑤ 컵 누들스 소바 워 스타일 야키토리 치킨 (닛신)	○ (점보)	○ (알베르트 헤인, 점보)		○
⑥ 컵 누들스 테이스티 치킨 아시안 스타일 수프 (닛신)	○ (점보)	○ (알베르트 헤인)		○
⑦ 우눅스 굿 누들스 (유니레버)	○ (알베르트 헤인, 점보)	○ (볼, 알베르트 헤인, 점보)		○
⑧ 이츠 프로틴 누들 수퍼 세서미 (이츠)	○ (알베르트 헤인)	○ (알베르트 헤인)		○
⑨ 컵 누들스 핫 칠리 스파이시 로스티드 세서미 수프 (닛신)	○ (알베르트 헤인)	○ (알베르트 헤인)		○
⑩ 수라상 김치말이 잔치국수 (A사)	○ (어메이징 오리엔탈)	(-)		○

(*) 현지 판매 인스턴트 국수 경쟁제품 10개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑몰 인기제품

2. 네덜란드 인스턴트 국수 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 네덜란드 인스턴트 국수 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 네덜란드 인스턴트 국수 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격	제품의 100g당 가격
중량	g	제품의 포장 단위
제품 종류	인스턴트 쌀국수	면의 주재료로 쌀을 사용한 인스턴트 국수
	기타 인스턴트 국수	면의 주재료로 쌀 이외의 재료를 사용한 인스턴트 국수
제품 맛	맛	해물 맛, 쇠고기 맛, 닭고기 맛 등
포장 형태	플라스틱 컵	플라스틱 소재의 컵으로 내용물을 포장한 형태
	스티로폼 컵	스티로폼 소재의 컵으로 내용물을 포장한 형태
	종이 컵	종이 소재의 컵으로 내용물을 포장한 형태
유통기한		제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기한
원산지		제품의 원산지
브랜드 국적		제품 브랜드의 국적
홍보문구		제품의 홍보문구
인증		제품 보유 인증
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

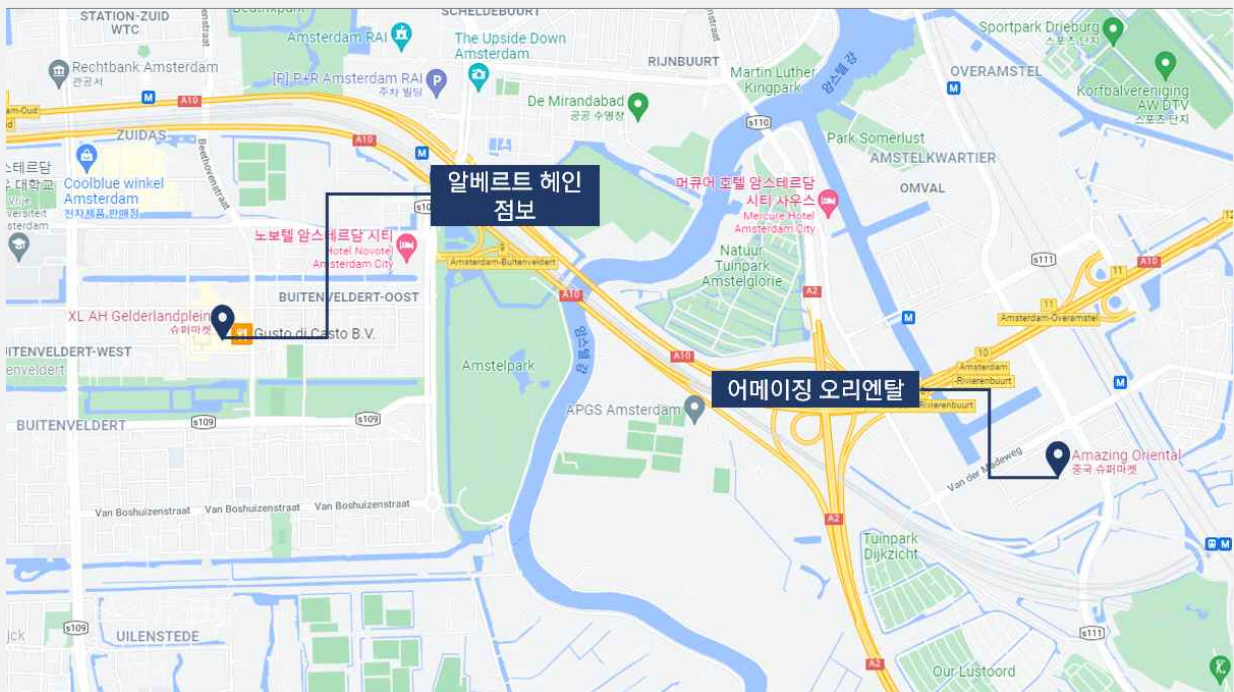
3. 네덜란드 인스턴트 국수 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 네덜란드 암스테르담에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓 및 아시안마트

네덜란드 암스테르담에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점보(Jumbo), 알베르트 헤인(Albert Heijn)과 아시안마트 어메이징 오리엔탈(Amazing Oriental)을 방문함. 이 중 알베르트 헤인과 점보는 네덜란드 슈퍼마켓 체인 중 1,2위를 다투는 기업이며, 어메이징 오리엔탈은 네덜란드 최대 규모 아시아 슈퍼마켓 체인임

[표 2.6] 네덜란드 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
점보 (Jumbo)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	5	<ul style="list-style-type: none"> · 1921년 설립된 네덜란드 2위 규모 슈퍼마켓 체인 · 네덜란드 내에 667개 매장 운영 중이며 온라인 서비스도 제공 중
알베르트 헤인 (Albert Heijn)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	3	<ul style="list-style-type: none"> · 1887년 설립된 네덜란드 최대 슈퍼마켓 체인 · 네덜란드 내 996개 매장, 벨기에 내 60개 매장 운영 중이며 2개국 모두 온라인 배송 서비스 제공
어메이징 오리엔탈 (Amazing Oriental)	아시안마트	2	<ul style="list-style-type: none"> · 네덜란드 전역에 20개 이상의 지점 운영 · 네덜란드 최대 규모 아시아 슈퍼마켓 체인



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품 10개 중 1개 제품, 2개 매장에서 판매

점보(Jumbo), 알베르트 헤인(Albert Heijn), 어메이징 오리엔탈(Amazing Oriental) 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 점보는 경쟁제품 5개를 취급하고 있으며, 알베르트 헤인은 4개, 어메이징 오리엔탈은 2개 제품을 취급하는 것으로 나타나 점보가 조사매장 중 가장 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황


경쟁제품 현황	판매 현황		
	점보	알베르트 헤인	어메이징 오리엔탈
① 이츠 카츠 라이스 누들스 (이츠)		○	
② 비폰 비엨남 스타일 인스턴트 라이스 누들스 비프 플레이버 포 (비엨나미즈 푸드 인터스트리스 조인트 스톡 컴퍼니)			○
③ 컵 누들스 소바 워 스타일 테리야끼 (닛신)	○		
④ 컵 누들스 소바 워 스타일 재패니스 커리 (닛신)	○		
⑤ 컵 누들스 소바 워 스타일 야키토리 치킨 (닛신)	○		
⑥ 컵 누들스 테이스티 치킨 아시안 스타일 수프 (닛신)	○		
⑦ 우녹스 굿 누들스 (유니레버)	○	○	
⑧ 이츠 프로틴 누들 수퍼 세서미 (이츠)		○	
⑨ 컵 누들스 핫 칠리 스파이시 로스티드 세서미 수프 (닛신)		○	
⑩ 수라상 김치말이 잔치국수 (A사)			○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 점보(Jumbo)

● 매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
식료품, 육류, 농산물 등 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
주거지역 내 위치해 있음
근처에 학교, 종합병원, 주택 단지 등이 있음
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ⁶⁾		점보(Jumbo)는 네덜란드 내 2위 규모의 슈퍼마켓 체인으로 Van Eerd Group이 1921년 설립 하였음. 첫 번째 매장은 1960년대에 오픈했으며, 현재에는 네덜란드 내에 667개 이상의 매장이 운영되고 있음
		조사 제품 수: 5개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 암스테르담 상세주소 Gelderlandplein 118, 1082 LB Amsterdam, Netherlands

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 인스턴트 국수 경쟁제품 정보		
			
	컵 누들스 소바 워 스타일 테리야끼 (닛신)	컵 누들스 소바 워 스타일 재패니스 커리 (닛신)	
			
컵 누들스 소바 워 스타일 야키토리 치킨 (닛신)	컵 누들스 타이스티 치킨 야산 스타일 수프 (닛신)	우녹스 굿 누들스 (유니레버)	

사진자료: 현지조사원 자료, 볼/알베르트 헤인/점보 웹사이트

6) 자료: 점보(Jumbo) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	컵 누들스 소바 워크 스타일 테리야끼 (Cup Noodles Soba Wok Style Teriyaki)	제조사 (현지어)	닛신 (日清)
제품 종류	기타 인스턴트 국수	중량	90.0g
소비자가격	1.81유로 (2,447원)	100g당 가격	2.01유로 (2,719원)
원산지	헝가리	브랜드 국적	일본
맛	닭고기 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 컵
유통기한	2개월	홍보문구	3분 내로 조리, 데리야끼
원료 및 첨가물	밀가루, 팜유, 소금, 향미증진제, 밀가루처리제, 산화방지제, 산도조절제(구연산), 간장, 설탕, 유채씨유, 포도당, 가수분해 옥수수 단백질, 향신료, 색소(플레인 캐러멜), 닭고기 분말, 변성 전분, 향료(셀러리 함유), 양배추, 당근, 표고버섯, 대파		

			
제품명 (현지어)	컵 누들스 소바 워크 스타일 재패니스 커리 (Cup Noodles Soba Wok Style Japanese Curry)	제조사 (현지어)	닛신 (日清)
제품 종류	기타 인스턴트 국수	중량	90.0g
소비자가격	1.93유로 (2,610원)	100g당 가격	2.14유로 (2,900원)
원산지	헝가리	브랜드 국적	일본
맛	카레 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 컵
인증	V-Label	유통기한	1개월
홍보문구	3분 내로 조리, 일본식 카레		
원료 및 첨가물	밀가루, 아자유, 소금, 향미증진제, 밀가루처리제, 항산화제, 설탕, 산도조절제(구연산), 간장, 포도당, 가수분해 옥수수 단백질, 향료, 유채씨유, 카레가루, 마늘, 계피, 정향, 토마토가루, 변성전분, 식초, 색소, 당근, 양배추, 구운 양파		

			
제품명 (현지어)	컵 누들스 소바 워크 스타일 야키토리 치킨 (Cup Noodles Soba Wok Style Yakitori Chicken)	제조사 (현지어)	닛신 (日清)
제품 종류	기타 인스턴트 국수	중량	90.0g
소비자가격	1.81유로 (2,447원)	100g당 가격	2.01유로 (2,719원)
원산지	헝가리	브랜드 국적	일본
맛	닭고기 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 컵
유통기한	2개월	홍보문구	3분 내로 조리, 야키토리 치킨
원료 및 첨가물	밀가루, 아자유, 소금, 향미증진제, 밀가루처리제, 항산화제, 산도조절제(구연산), 간장, 유채씨유, 설탕, 포도당, 닭고기 지방, 양파 분말, 가수분해 옥수수 단백질, 향료, 색소(플레인 캐러멜, 파프리카 추출물), 변성 전분, 양파, 닭고기, 붉은 피망, 대파		

			
제품명 (현지어)	컵 누들스 테이스티 치킨 아시아 스타일 수프 (Cup Noodles Tasty Chicken Asian Style Soup)	제조사 (현지어)	닛신 (日清)
제품 종류	기타 인스턴트 국수	중량	350.0g
소비자가격	1.66유로 (2,245원)	100g당 가격	0.47유로 (641원)
원산지	헝가리	브랜드 국적	일본
맛	닭고기 맛	포장 형태 (외부/내부)	스티로폼 컵
유통기한	1개월	홍보문구	아시아 열풍
원료 및 첨가물	밀가루, 팜유, 소금, 향미증진제, 밀가루처리제, 항산화제, 산도조절제(구연산), 설탕, 물엿, 고추, 닭고기분말, 표고버섯, 파, 향료, 마늘 분말, 가수분해 옥수수 단백질, 생강 분말, 효모 추출물, 양파, 후추, 간장분말		

			
<p>제품명 (현지어)</p>	<p>우녹스 굿 누들스 (Unox Good Noodles)</p>	<p>제조사 (현지어)</p>	<p>유니레버 (Unilever)</p>
<p>제품 종류</p>	<p>기타 인스턴트 국수</p>	<p>중량</p>	<p>65.0g</p>
<p>소비자가격</p>	<p>1.16유로 (1,568원)</p>	<p>100g당 가격</p>	<p>1.78유로 (2,413원)</p>
<p>원산지</p>	<p>네덜란드</p>	<p>브랜드 국적</p>	<p>네덜란드</p>
<p>맛</p>	<p>닭고기 맛</p>	<p>포장 형태 (외부/내부)</p>	<p>플라스틱 컵</p>
<p>유통기한</p>	<p>1개월</p>	<p>홍보문구</p>	<p>많은 국수량, 개선된 조리법, 새로운 조리법</p>
<p>원료 및 첨가물</p>	<p>밀가루, 탄산칼슘, 팜유, 소금, 변성감자전분, 강황추출물, 부용분말, 설탕, 양파, 해바라기유, 향료, 당근, 셀러리, 마늘, 해바라기유, 옥수수 전분, 향산화제, 후추, 옥수수, 효모추출물, 향신료, 부추, 간장, 파슬리, 산미료, 강황추출물</p>		


Shop ② 알베르트 헤인(Albert Heijn)

● 매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
식료품, 육류, 농산물 등 다양한 제품을 판매함

- 매장 주변 특징:
쇼핑몰 내에 위치해 있음
근처에 상점, 레스토랑, 호텔 등이 있음

- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ⁷⁾		알베르트 헤인(Albert Heijn)은 1887년에 설립된 네덜란드에서 가장 큰 슈퍼마켓 체인임. 1955년에 첫 번째 슈퍼마켓을 오픈하였으며, 현재까지 네덜란드에 996개 매장, 벨기에에 60개 매장을 운영하고 있음
	조사 제품 수: 3개	

매장 정보		
	위치	도시(지역) 암스테르담 상세주소 Gelderlandplein 47, 1082 KZ Amsterdam, Netherlands

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		


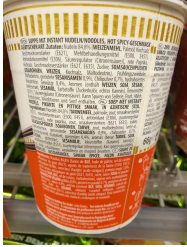
제품 판매 정보	판매 인스턴트 국수 경쟁제품 정보		
			
	이츠 카츠 라이스 누들스 (이츠)	이츠 프로틴 누들 수퍼 세서미 (이츠)	컵 누들스 핫 칠리 스파이시 로스티드 세서미 수프 (닛신)

사진자료: 현지조사원 자료, 볼/알베르트 헤인/정보 웹사이트

7) 자료: 알베르트 헤인(Albert Heijn) 홈페이지


			
제품명 (현지어)	이츠 카츠 라이스 누들스 (Itsu Katsu Rice Noodles)	제조사 (현지어)	이츠 (Itsu)
제품 종류	인스턴트 쌀국수	중량	63.0g
소비자가격	1.99유로 (2,691원)	100g당 가격	3.16유로 (4,271원)
원산지	영국	브랜드 국적	영국
맛	가다랑어 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 컵
수입자	Brand M	유통기한	2개월
홍보문구	아름다움을 드세요, 글루텐프리, 수제 육수로 만들, 191kcal		
원료 및 첨가물	쌀, 변성타피오카전분, 소금, 설탕, 안정제(구아검), 된장, 가다랑어 엑기스, 타마리 간장, 쌀겨유, 주정, 효모 엑기스 분말, 카레 분말, 혼합 향신료, 파프리카 분말, 마늘 분말, 생강 분말, 고수, 말린 대파		

			
제품명 (현지어)	이츠 프로틴 누들 슈퍼 세서미 (Itsu Protein Noodles Super Sesame)	제조사 (현지어)	이츠 (Itsu)
제품 종류	기타 인스턴트 국수	중량	64.0g
소비자가격	2.29유로 (3,096원)	100g당 가격	3.58유로 (4,838원)
원산지	영국	브랜드 국적	영국
맛	참깨 맛	포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 컵
수입자	Brand M	유통기한	2개월
홍보문구	20g 이상의 비건 단백질 함유		
원료 및 첨가물	콩, 콩 단백질, 물, 된장, 참깨장, 타마리 간장, 설탕, 참기름, 주정, 효모추출물분말, 소금, 마늘분말, 파프리카분말, 양파분말, 고수, 고추, 생강분말, 산후추		

			
<p>제품명 (현지어)</p>	<p>컵 누들스 핫 칠리 스파이시 로스티드 세서미 수프 (Cup Noodles Hot Chili Spicy Roasted Sesame Soup)</p>	<p>제조사 (현지어)</p>	<p>닛신 (日清)</p>
<p>제품 종류</p>	<p>기타 인스턴트 국수</p>	<p>중량</p>	<p>350.0g</p>
<p>소비자가격</p>	<p>1.79유로 (2,420원)</p>	<p>100g당 가격</p>	<p>0.51유로 (692원)</p>
<p>원산지</p>	<p>헝가리</p>	<p>브랜드 국적</p>	<p>일본</p>
<p>맛</p>	<p>매운 참깨 맛</p>	<p>포장 형태 (외부/내부)</p>	<p>스티로폼 컵</p>
<p>유통기한</p>	<p>2개월</p>	<p>홍보문구</p>	<p>아시안 열풍</p>
<p>원료 및 첨가물</p>	<p>밀가루, 팜유, 소금, 향미증진제, 밀가루향상제, 항산화제, 산도조절제(구연산), 고추, 간장 분말, 파, 말도덱스트린, 볶은 참깨, 고춧가루, 가수분해 옥수수 단백질, 향료, 대두, 참깨 추출물, 참기름, 착색제</p>		

Shop ③ 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 있음
- 주요 고객층:
현지 주민, 현지 거주 교민

브랜드 기본 정보8)		어메이징 오리엔탈은 1986년에 설립된 아시안 식료품 전문 매장임. 네덜란드 전역에 20개 이상의 지점이 있는 네덜란드 최대 규모 아시아 슈퍼마켓 체인으로 판매 중인 제품은 아시아 각 국가에서 수입하고 있음
		조사 제품 수: 8개


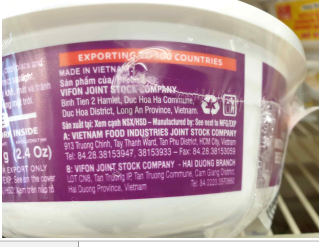
매장 정보		
	위치	도시(지역) 암스테르담 상세주소 De Flinesstraat 6, 1114 AL Amsterdam, Netherlands

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 인스턴트 국수 경쟁제품 정보	
		
	수리상 김치말이 잔치국수 (A사)	비폰 비엠티 스타일 인스턴트 라이스 누들스 비프 플레이버 포 (비엠티푸드 인터스트리스 조인트 스톡 컴퍼니)

사진자료: 현지조사원 자료, 기업 웹사이트

			
제품명 (현지어)	수라상 김치말이 잔치국수	제조사 (현지어)	A사
제품 종류	기타 인스턴트 국수	중량	168.0g
소비자가격	3.50유로 (4,732원)	100g당 가격	2.08유로 (2,817원)
원산지	한국	브랜드 국적	한국
맛	김치 맛	포장 형태 (외부/내부)	종이 컵
수입자	Wang Globalnet	유통기한	3개월
홍보문구	깔끔하고 시원한 국물이 일품, 1000W 전자레인지에 2분 조리, 한국산		
원료 및 첨가물	밀가루, 변성 타피오카 전분, 산도조절제(아세트산, 젖산), 물, 소금, 포도당, 설탕, 간장 가루, 고춧가루, 멸치, 마른 김, 가쓰오부시가루, 마늘가루, 당근, 색소(캐러멜), 건조 플레이크(배추, 무, 고춧가루, 파, 마늘), 텍스처인		

			
제품명 (현지어)	비폰 비열남 스타일 인스턴트 라이스 누들스 비프 플레이버 포 (Vifon Vietnam Style Instant Rice Noodles Beef Flavour Pho)	제조사 (현지어)	비열나미즈 푸드 인더스트리스 조인트 스톡 컴퍼니 (Vietnamese Food Industries Joint Stock Company)
제품 종류	인스턴트 쌀국수	중량	70.0g
소비자가격	1.25유로 (1,690원)	100g당 가격	1.79유로 (2,420원)
원산지	베트남	브랜드 국적	베트남
맛	쇠고기 맛	포장 형태 (외부/내부)	스티로폼 컵
인증	HALAL	수입자	Oriental Holding Europe
유통기한	4개월	홍보문구	1963년부터, 3분 내로 즐기세요
원료 및 첨가물	쌀, 변성전분, 소금, 향미증진제(글루타민산나트륨), 안정제(구아검), 수프 베이스, 설탕, 향료, 말토덱스트린, 레드 샬롯, 후추, 계피, 정향, 아니스, 색소(플레인 캐러멜, 카로틴), 칠리소스, 팜유, 고추, 밀 글루텐, 파, 긴 고수풀		

III. 경쟁기업

1. 네덜란드 인스턴트 국수 경쟁기업 선정
2. 네덜란드 인스턴트 국수 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 네덜란드 인스턴트 국수 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 네덜란드 인스턴트 국수 경쟁기업 선정

- ▶ 대표 경쟁기업으로 인스턴트 국수 판매 베트남기업 1개사, 일본기업 1개사, 한국기업 1개사 총 3개사 선정

오프라인 유통채널에서 고객사 제품과 유사한 인스턴트 쌀국수 제품을 판매하고 있는 베트남기업 1개사와, 인스턴트 국수 제품을 판매하고 있는 일본기업 1개사 및 한국기업 1개사 총 3개사를 경쟁기업으로 선정함

- ▶ 경쟁기업 3개사, 평균 61년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 61년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 비엠티미즈 푸드 인더스트리스 조인트 스톡 컴퍼니는 1963년 설립되어 58년의 업력을 보유하고 있으며, A사는 1970년 설립되어 51년째, 닛신은 1948년 설립되어 73년째 업력을 이어오고 있음

- ▶ 경쟁기업 3개사, 인스턴트 국수 동일품목 종류 조사

네덜란드에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 인스턴트 국수의 동일 품목 수를 조사한 결과 A사가 11개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목 수를 판매하고 있는 것으로 확인됨. 그 다음으로는 비엠티미즈 푸드 인더스트리스 조인트 스톡 컴퍼니와 닛신이 9개의 동일 품목을 판매하고 있는 것으로 확인됨

[표 3.1] 인스턴트 국수 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
비엠티미즈 푸드 인더스트리스 조인트 스톡 컴퍼니	베트남	58년	9개
A사	한국	51년	11개
닛신	일본	73년	9개

자료: 네덜란드 진출 인스턴트 국수 경쟁기업 3개사 분석

2. 네덜란드 인스턴트 국수 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	인스턴트 라면, 인스턴트 쌀국수 등의 인스턴트 국수

▶ 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, 중량 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	점보, 알베르트 헤인, 어메이징 오리엔탈
온라인	볼, 알베르트 헤인, 점보

▶ 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 인스턴트 국수 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 모두 네덜란드 오프라인 매장 진출

네덜란드에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 대형 슈퍼마켓 점보에서는 닛신이 확인되었으며, 아시안 마트인 어메이징 오리엔탈에서는 비엠티푸드 인더스트리스 조인트 스톡 컴퍼니와 A사가 확인됨. 온라인의 경우, 비엠티푸드 인더스트리스 조인트 스톡 컴퍼니와 닛신은 알베르트 헤인과 점보에 진출했으며 A사는 온라인 유통채널에서 인스턴트 국수 제품을 판매하지 않는 것으로 확인됨

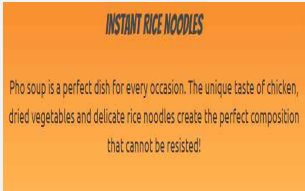


▶ 경쟁기업, SNS 플랫폼에서의 제품 홍보 활동 활발함

네덜란드 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 브랜드와 제품 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 3개사 모두 공식 홈페이지를 운영하고 있으며, 3개사 모두 글로벌 홈페이지를 운영하고 있음. 또한 3개사 모두 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용하고 있는 것으로 조사됨

▶ **경쟁기업, 홍보문구로 조리의 간편함, 제품의 맛과 조리법 등을 강조**

네덜란드 시장에 진출한 경쟁기업은 제품 홍보 시 주로 조리의 간편함과 제품의 맛, 제품의 조리법을 강조한 문구를 활용함. 조리의 간편함을 강조한 문구로는 ‘3분 내로 즐기세요’, ‘1000W 전자레인지에 2분 조리’, ‘3분 내로 조리’ 등이 있음. 제품의 맛을 강조하는 문구로는 ‘깔끔하고 시원한 국물이 일품’, ‘일본식 카레’ 등이 확인됨. 제품의 조리법으로는 ‘1000W 전자레인지에 2분 조리’ 문구가 사용됨. 그 외에도 ‘1963년부터’ 등의 역사 관련 홍보문구나, ‘한국산’ 등의 원산지 관련 홍보문구도 사용하는 것으로 조사됨

[표 3.8] 네덜란드 인스턴트 국수 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
비엠티미즈 푸드 인더스트리츠 조인트 스톡 컴퍼니	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 어메이징 오리엔탈 온라인 매장 - 알베르트 헤인 - 점보 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) SNS 플랫폼 (베트남) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터 	<ul style="list-style-type: none"> 1963년부터 3분 내로 즐기세요 	
A사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 어메이징 오리엔탈 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) SNS 플랫폼 (글로벌) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 	<ul style="list-style-type: none"> 깔끔하고 시원한 국물이 일품 1000W 전자레인지에 2분 조리 한국산 	
넛신	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 점보 온라인 매장 - 알베르트 헤인 - 점보 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) SNS 플랫폼 (글로벌) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터 	<ul style="list-style-type: none"> 3분 내로 조리 일본식 카레 	

자료: 네덜란드 진출 인스턴트 국수 경쟁기업 3개사 분석

① 비엠티미즈 푸드 인더스트리스 조인트 스톡 컴퍼니

기업 기본 정보	기업명	비엠티미즈 푸드 인더스트리스 조인트 스톡 컴퍼니	
	기업 설명	비엠티미즈 푸드 인더스트리스 조인트 스톡 컴퍼니는 인스턴트 식품을 생산한 최초의 회사 중 하나로, Vifon이라는 브랜드로 다양한 맛과 맵기 정도의 제품군을 보유하고 있으며, 인스턴트 국수, 죽 등의 식품 외에도 간장, 스프 분말 등의 향신료를 전 세계 80개국에 수출하고 있음. 영국에 유통회사를 보유하고 있음	
	위치	913 Truong Chinh, Tay Thanh Ward, Tan Phu District, HCMC, Viet Nam	
	규모	직원 수	1,000명 이상
동일품목 수 ⁹⁾		9개	
설립연도		1963년	

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 어메이징 오리엔탈		제품명	비폰 비엠티미즈 스타일 인스턴트 라이스 누들스 비프 플레이버 포 (Vifon Vietnam Style Instant Rice Noodles Beef Flavour Pho)
			중량	70g
			가격	1.25유로 (1,690원 ¹⁰⁾)
			제품 종류	인스턴트 쌀국수
	〈온라인 매장〉 알베르트 헤인 점보		제품명	포 짜이 라우 남 (Pho Chay Rau Nam)
			중량	65g
			가격	0.59유로 (798원)
			제품 종류	인스턴트 쌀국수

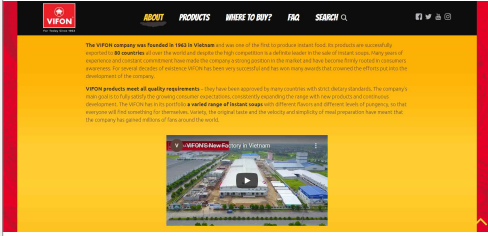
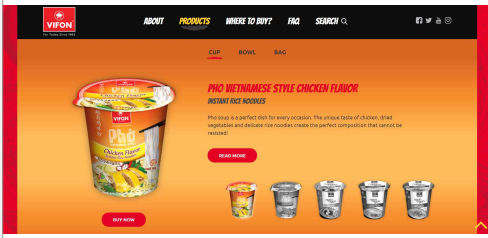
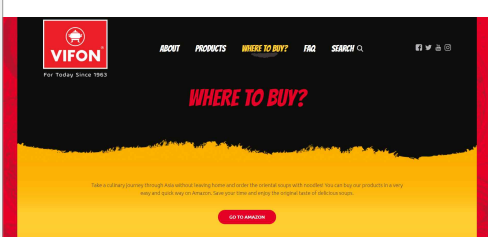
현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	기존 유통되는 제품을 현지에 출시
	포장 현지화	● (중)	네덜란드 시장을 위한 포장 디자인 문구 현지화
	제조 방식 현지화	● (중)	경쟁기업 본국에서 제조하여 현지 수출

사진자료: 현지조사원 자료

9) 인스턴트 국수 제품을 동일품목으로 분류함

10) 1유로=1,352.12원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터(베트남)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>일주일에 2건</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>기업 정보 소개, 브랜드 및 제품 소개, 구매처 안내</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> • 기업 연혁, 제조 공장 등 소개
		<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 및 제품군 소개
		<ul style="list-style-type: none"> • 구매처 안내

사진자료: 비엠티미즈 푸드 인더스트리스 조인트 스톡 컴퍼니(Vietnamese Food Industries Joint Stock Company) 홈페이지 (vifon.co.uk)

② A사

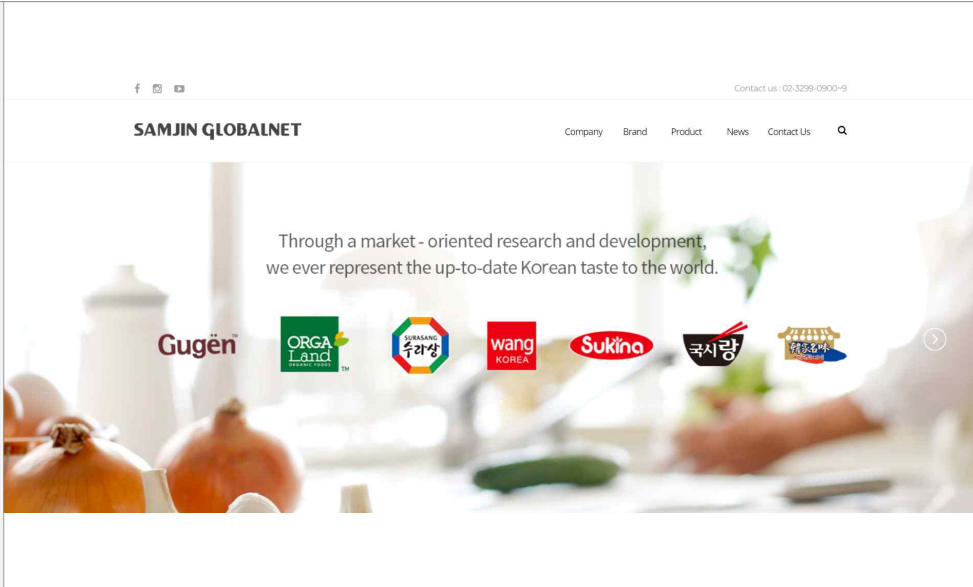
기업 기본 정보	기업명	A사		
	기업 설명	A사는 한국 전통 식품을 해외 교민들에게 공급하면서 식품 수출사업을 시작하였으며, 미국 내 10개 지사를 비롯 국제적인 네트워크를 통해 미국, 캐나다, 일본, 홍콩, 호주, 뉴질랜드, 유럽, 동남아, 중동 등 전 세계에 식품을 수출하고 있음		
	위치	대한민국 서울특별시 강남구 삼성로 562		
	규모	직원 수	200명 이상	
		동일품목 수 ¹¹⁾	11개	
설립연도		1970년		
매출		1,996억 7,672만 원		

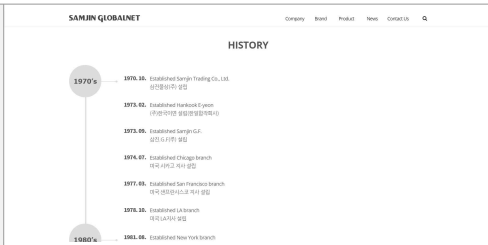
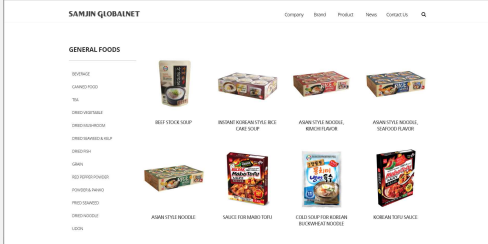
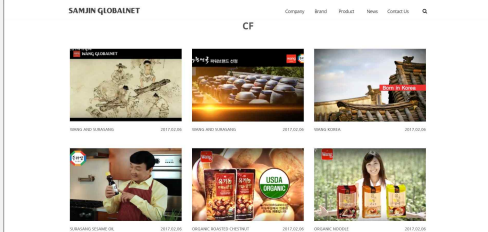
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 어메이징 오리엔탈		제품명	수리상 김치말이 잔치국수
			중량	168.0g
			가격	3.50유로 (4,732원)
			제품 종류	기타 인스턴트 국수

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	기존에 수출용으로 유통되는 제품을 현지에 출시
	포장 현지화	● (중)	제품의 포장 디자인 일부 현지화
	제조 방식 현지화	● (중)	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출

사진자료: 현지조사원 자료

11) 인스턴트 국수 제품을 동일품목으로 분류함

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브(글로벌)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>일주일에 1번</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>기업 개요, 판매 제품 소개, 역대 CF 게시</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> • 기업 비전, 미션, 연혁 등 안내
		<ul style="list-style-type: none"> • 판매 제품 소개
		<ul style="list-style-type: none"> • 기업 CF 게시

사진자료: A사 홈페이지

③ 닛신

기업 기본 정보	기업명	닛신		
	기업 설명	닛신(日清)은 일본 도쿄에 본사를 두고 인스턴트 식품 및 인스턴트 면 제품을 생산하고 유통하는 기업임. 닛신 설립자인 안도 모모후쿠는 최초의 인스턴트 라면 제품인 치킨 라멘 및 컵라면을 발명하였으며, 1970년 미국 자회사를 설립하고 전 세계에 진출하며 전체 매출의 70%가 일본 이외의 지역에서 발생함		
	위치	28-1, 6-chome, Shinjuku, Shinjuku-ku Tokyo 160-8524, Japan		
	규모	직원 수	14,467명	
		동일품목 수 ¹²⁾	9개	
설립연도		1948년		
매출		4,688억 7,900만 엔		

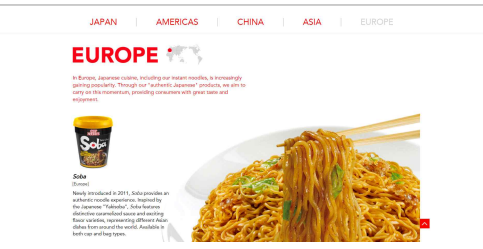

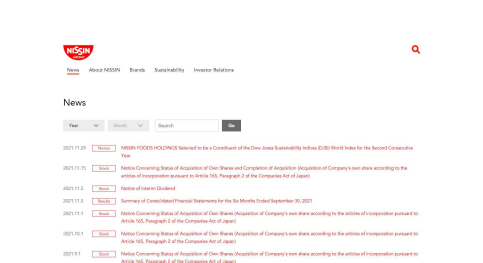
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 점보		제품명	컵 누들스 소바 wok 스타일 재패니스 커리 (Cup Noodles Soba Wok Style Japanese Curry)
			중량	90.0g
			가격	1.93유로 (2,610원)
			제품 종류	기타 인스턴트 국수
	〈온라인 매장〉 알베르트 헤인 점보		제품명	컵 누들스 소바 wok 스타일 재패니스 커리 (Cup Noodles Soba Wok Style Japanese Curry)
			중량	90.0g
			가격	1.77유로 (2,393원)
			제품 종류	기타 인스턴트 국수

현지 진출 방법	제품 현지화	● (상)	유럽 제품으로 유럽 소비자의 수요를 충족시킬 수 있는 신제품 개발
	포장 현지화	● (상)	네덜란드 시장에 맞는 포장 디자인 개발
	제조 방식 현지화	● (상)	EU 국가 중 하나인 헝가리에 제조시설을 구비하여 직접 제조

사진자료: 현지조사원 자료, 알베르트 헤인/점보 웹사이트

12) 인스턴트 국수 제품을 동일품목으로 분류함

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터(글로벌)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>한 달에 3번 이상</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>기업 소개, 브랜드 및 제품 홍보, 사회공헌 프로젝트 안내</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> • 전 세계 지역별 브랜드 및 제품 소개
		<ul style="list-style-type: none"> • 지속가능한 발전을 위해 진행하는 기업의 프로젝트 안내
		<ul style="list-style-type: none"> • 기업 관련 뉴스 업데이트

사진자료: 닛신(日清) 홈페이지 (www.nissin.com)

IV. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 비글리 코퍼만(Beagley Copperman)

Interview ② 타이 마스(Thai Mas)

Interview ③ 아시아 익스프레스 푸드(Asia Express Food)

네덜란드 인스턴트 국수 수입·유통업체 인터뷰 결과

- 인터뷰 대상 기업체 선정 기준
- ① 현지 식품 수입유통업체
 - ② 한국산 인스턴트 국수 취급 경험 있음

업체명	비글리 코퍼만 (Beagley Copperman)	타이 마스 (Thai Mas)	아시아 익스프레스 푸드 (Asia Express Food)
업태	▶ 수입·유통업체	▶ 수입·유통업체	▶ 수입·유통업체
취급 품목	▶  인스턴트 국수	▶  인스턴트 국수	▶  인스턴트 국수

네덜란드 인스턴트 국수 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	비글리 코퍼만 (Beagley Copperman) 수입·유통업체	타이 마스 (Thai Mas) 수입·유통업체	아시아 익스프레스 푸드 (Asia Express Food) 수입·유통업체
현지 시장에서 인스턴트 국수 수요	대도시에선 수요 있음 이국적인 음식을 시도하는 사람, 간단한 요기를 원하는 학생, 직장인	수요 적은 편 패스트푸드로 인식되며 식사가 아닌 간식으로 받아들임 대중적이기보다 마니아층 있음	전반적인 수요는 낮은 편 보통은 식사가 아닌 간식으로 생각 학생 및 직장인은 식사로도 사용
고객사 제품 가격 및 중량 피드백	도매가가 아닌 소매가라면 적당 중량은 큰 편이지만 문제없음 일반적으로 40-70g	고객사 제품 가격 비싼 편 중량도 큰 편 일반적으로 50-70g	가격은 합리적 중량은 조금 크나 괜찮음 경쟁제품 중량 50-100g
고객사 제품 포장 형태 피드백	현지에서 찾기 힘든 형태 뜨거운 물을 부었을 때 모양이 변하거나 뜨거워져서 소비자가 들고 먹기 힘들다면 문제될 것	플라스틱 컵 형태 흔치 않음 EU가입국은 환경 정책 일환으로 일회용 플라스틱 용품 감소 중 생분해 플라스틱 또는 종이 추천	얇고 네모난 형태는 국물 없이 비벼 먹는 파스타, 볶음면 뿐 국물 있는 국수는 대부분 컵 형태 고객사 제품 들고 먹기 불편해 보임
고객사 제품 맛 피드백	닭고기 맛, 돼지고기 맛 인기 해물 맛은 소수의 충성고객층 보유 멸치 맛은 현지에서 통할지 의문	닭고기 맛, 돼지고기 맛, 쇠고기 맛 인기 해물 맛은 톰양공 라면만 인기 현지인들은 매운 맛 잘 안먹는 편	닭고기 맛, 야채 맛, 쇠고기 맛 인기 한류 영향, 신라면, 새우탕면 인기 해물 맛 국수는 수요 매우 적음
고객사 제품 추천 홍보 방법	맛, 한국산, 간편함 강조 인지도가 전혀 없으므로 인터넷, SNS 광고로 인지도 높이는게 우선 시식 프로모션도 추천	한국에 대한 이미지가 좋으므로 원산지 강조 홍보 추천 가격 대비 양이 많은 점 강조 인스타그램 또는 페이스북 등 SNS 활용 추천	원산지 및 맛 강조 비건, 글루텐 프리 등 인증 또는 수상 내역 있으면 강조 SNS와 전단지 광고 추천
고객사 제품 추천 유통 경로	자사 웹사이트 또는 SNS 판매 아마존 입점을 통한 판매 오프라인은 도매상 또는 아시아마트 추천	아시아 식품료 유통업체에 납품 브랜드 인지도 낮을 경우 대형 하이퍼마켓/슈퍼마켓 납품 힘들	하이퍼마켓/슈퍼마켓, 체인형 할인점 납품 힘들 것 전문 수입업체 통해 아시아 마트 납품하는 것 추천
가장 많이 판매되는 경쟁제품	닛신 컵 누들스 미니 치킨 플레이버	마마 인스턴트 컵 누들 치킨 플레이버	마마 인스턴트 컵 누들 치킨 플레이버

(*) 현지 경쟁제품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

Interview ① 비글리 코퍼만 (Beagley Copperman)

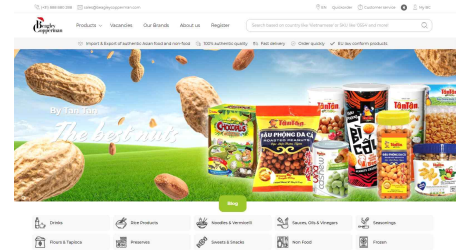
13)

비글리 코퍼만 (Beagley Copperman)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2008년 설립된 아시안 식료품 수입업체
 - 2,300여 종 제품 취급
 - 아시안마트, 아시안 식당 등에 납품

담당자 정보

Purchaser

비글리 코퍼만(Beagley Copperman) Purchaser

Q1. 현지 시장에서 인스턴트 국수에 대한 수요는 어떤가요?

암스테르담, 헤이그, 로테르담 등 대도시에선 수요가 있는 편이지만 소도시에선 수요가 적습니다. 인스턴트 국수 주요 소비자는 이국적인 음식을 경험해보려는 소비자, 빠르고 간단하게 요기를 해야 하는 학생과 직장인입니다. 이들에게 가장 중요한 구매 요소는 합리적인 가격과 간편함입니다.

Q2. 가장 많이 판매되는 경쟁제품은 어떤 것인가요?

닛신 컵 누들스 미니 치킨 플레이버가 가장 많이 팔립니다. 가격은 1개당 1.7유로(약 2,299원¹⁴⁾)이며 1개당 중량은 40g으로 작은 편입니다.

Q3. 고객사 제품의 가격 및 중량은 적당한가요?

도매가가 아닌 소비자 가격이라면 좋은 가격입니다. 중량은 조금 큰 편이지만 문제는 없을 것으로 보입니다. 당사가 취급하는 인스턴트 국수 제품들의 일반적인 중량은 40-70g입니다.

13) 사진자료: 비글리 코퍼만(Beagley Copperman) 홈페이지

14) 1유로=1,352.12원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)



소비자가격	약 11.09유로 (15,000원)
중량	920g (92g*10개입)
포장 형태	종이 박스/ 플라스틱 컵

Q4. 고객사 제품의 포장 형태는 적당한가요?

고객사 제품의 포장 형태는 현지에서 찾아보기 힘든 형태입니다. 하지만 포장 형태 자체는 문제없어 보입니다. 만일 뜨거운 물을 부었을 때 용기의 모양이 변하거나, 용기가 뜨거워져서 소비자가 들고 먹기 힘들다면 문제가 될 수 있습니다.

Q5. 고객사 제품의 맛은 현지에서 인기 있을 맛인가요?

가장 인기 있는 맛은 닭고기 맛, 돼지고기 맛, 해물 맛 등입니다. 해물 맛 국수를 찾는 소비자는 많지 않지만, 충성도가 높아 꾸준히 먹는 편입니다. 매운 해산물 맛은 괜찮아 보이지만 멸치 맛은 현지에서 통하기 어려울 수도 있습니다.

Q6. 인스턴트 국수 제품이 현지 시장에 진출할 때 추천 홍보문구 또는 홍보 채널은 무엇인가요?

매운 해산물 맛, 한국산 음식, 한국의 맛, 점심 대응, 간단한 식사 등의 키워드를 사용하면 효과적일 것입니다. 고객사 제품의 인지도가 전혀 없기 때문에 시작은 인터넷 광고를 통해 소비자들에게 인지도를 높여야 합니다. 또한 고객사 인스턴트 국수 제품의 맛이 현지에선 생소하기 때문에 소비자들이 맛을 시도해 볼 수 있도록 유통사 등의 파트너와 협업하여 시식 가능한 프로모션을 진행하는 것이 좋습니다.

Q7. 인스턴트 국수 제품이 현지 시장에 진출할 때 적절한 유통 경로는 무엇인가요?

자사 웹사이트 또는 SNS를 통한 판매나 아마존을 통한 온라인 판매를 추천합니다. 오프라인의 경우 'Engel Foreign Food' 라는 도매업체와 기타 아시안 식료품 전문점을 추천합니다.

Interview ② 타이 마스 (Thai Mas)

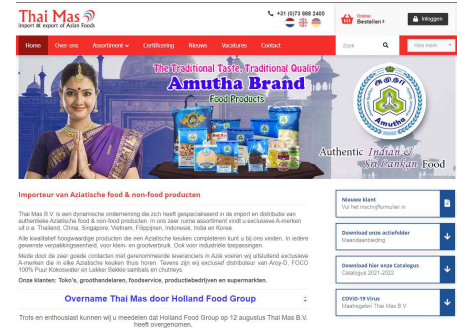
15)

타이 마스 (Thai Mas)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 아시아 식료품을 포함한 다양한 제품을 수입·유통하는 업체
 - 네덜란드 Oss시의 물류 센터를 두고 유럽 전역의 식당, 소매상 등에 납품

담당자 정보

Commercial Manager



타이 마스(Thai Mas) Commercial Manager

Q1. 현지 시장에서 인스턴트 국수에 대한 수요는 어떤가요?

네덜란드는 컵라면과 인스턴트 국수의 수요가 적은 편입니다. 현지에서는 인스턴트 국수 제품들이 패스트푸드로 인식되며 식사 대응보다는 간식으로 여기는 사람이 더 많습니다. 많은 사람들이 소비하는 음식이 아니며, 소수의 소비자가 자주, 많이 먹는 편입니다.

Q2. 가장 많이 판매되는 경쟁제품은 어떤 것인가요?

마마 인스턴트 컵 누들 치킨 플레이버가 가장 많이 판매됩니다. 가격은 6개입 1박스당 17유로(약 22,986원)이며 1개당 중량은 70g입니다. 해당 브랜드가 현지에 마케팅을 잘하기 때문에 인지도가 높아서 잘 판매된다고 생각합니다.

Q3. 고객사 제품의 가격 및 중량은 적당한가요?

고객사 제품의 가격은 당사가 취급하는 경쟁제품들에 비해서 비싼 편입니다. 중량은 당사가 취급하는 인스턴트 국수 제품들과 비교했을 때 큰 편입니다. 식사가 아닌 간식으로 소비되기 때문에 일반적인 인스턴트 국수 제품의 중량은 50-70g입니다.



소비자가격 약 11.09유로
(15,000원)

중량 920g
(92g*10개입)

포장 형태 종이 박스/
플라스틱 컵

Q4. 고객사 제품의 포장 형태는 적당한가요?

플라스틱 컵 형태는 현지에서 흔치 않습니다. 21세기 들어 네덜란드를 포함한 EU 가입국들은 환경문제로 일회용 플라스틱 용기를 줄이고 있습니다. 고객사 제품도 생분해되는 플라스틱이 아니라면 재활용이 쉬운 종이 컵 사용을 추천합니다.

Q5. 고객사 제품의 맛은 현지에서 인기 있을 맛인가요?

가장 인기 있는 맛은 닭고기 맛, 돼지고기 및 쇠고기 맛입니다. 해물 맛의 경우 퐁양퐁 맛이 가장 인기 있으며, 그 외 제품들은 인기가 없습니다. 현지인들은 매운맛을 잘 안 먹는 편입니다.

Q6. 인스턴트 국수 제품이 현지 시장에 진출할 때 추천 홍보문구 또는 홍보 채널은 무엇인가요?

네덜란드에서 한국에 대한 이미지가 좋으므로 원산지를 강조한 홍보를 추천합니다. 또한 가격 대비 양이 많은 점을 홍보에 내세워도 좋습니다. 경쟁제품들은 맛을 강조하는 홍보를 많이 합니다. 현지에서 생소한 제품들의 경우 인스타그램 또는 페이스북 등을 활용한 SNS 광고가 좋습니다.

Q7. 인스턴트 국수 제품이 현지 시장에 진출할 때 적절한 유통 경로는 무엇인가요?

아시아 식료품 유통업체에 납품하는 것이 최우선입니다. 브랜드 인지도가 낮은 제품이 시장 검증 없이 바로 대형 슈퍼마켓 또는 하이퍼마켓에 납품되는 것은 매우 어렵습니다.

Interview ③ 아시아 익스프레스 푸드 (Asia Express Food)

16)

아시아 익스프레스 푸드 (Asia Express Food)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 아시안 식료품을 수입해 네덜란드 내 아시안 식당에 납품하는 도매업체
 - 3,500여 개 제품을 취급 중이며 거래처에 상품을 주 1-2회 배송함

담당자 정보

Sales Executive



아시아 익스프레스 푸드(Asia Express Food) Sales Executive

Q1. 현지 시장에서 인스턴트 국수에 대한 수요는 어떤가요?

전반적으로 수요는 낮은 편입니다. 현지에서 인스턴트 국수는 식사보다는 간식으로 생각하는 사람이 많습니다. 학생이나 직장인 중에서는 빨리 먹을 수 있다는 장점 때문에 식사 대용으로 사용하는 소비자도 있습니다.

Q2. 가장 많이 판매되는 경쟁제품은 어떤 것인가요?

마마 인스턴트 컵 누들 치킨 플레이버가 가장 많이 판매됩니다. 가격은 6개입 1박스당 14-16유로(약 18,930-21,634원)로 판매되며 1개당 중량은 70g입니다.

Q3. 고객사 제품의 가격 및 중량은 적당한가요?

고객사 제품의 가격은 타 제품과 비교했을 때 비싼 편이지만 중량을 감안하면 합리적으로 보입니다. 당사가 취급하는 인스턴트 국수 제품의 중량은 70-100g입니다.

16) 사진자료: 아시아 익스프레스 푸드(Asia Express Food) 홈페이지



소비자 가격	약 11.09유로 (15,000원)
중량	920g (92g*10개입)
포장 형태	종이 박스/ 플라스틱 컵

Q4. 고객사 제품의 포장 형태는 적당한가요?

현지에서 유통되는 인스턴트 국수 제품 중 고객사 제품처럼 알고 네모난 형태는 국물 없이 비벼서 먹는 파스타 또는 볶음면 종류를 제외하면 없습니다. 국물이 있는 국수는 대부분 컵 형태입니다. 재질은 플라스틱, 종이, 스티로폼 모두 상관없지만, 고객사 제품을 한 손에 들고 먹기에는 불편해 보입니다.

Q5. 고객사 제품의 맛은 현지에서 인기 있을 맛인가요?

일반적으로 닭고기 맛, 야채 육수 맛, 쇠고기 맛이 인기 있으며 최근엔 K-Pop 팬, 한국 드라마 및 영화 팬 등 한국을 좋아하는 사람들이 늘어나며 한국의 신라면과 새우탕면 등 한국산 식품의 판매가 증가하는 추세입니다. 해물 맛 국수는 수요가 매우 적은 편입니다.

Q6. 인스턴트 국수 제품이 현지 시장에 진출할 때 추천 홍보문구 또는 홍보 채널은 무엇인가요?

원산지과 맛을 강조하는 것이 일반적입니다. 비건 인증 또는 글루텐 프리 인증 등의 인증 보유 현황, 수상 내역 등을 강조하는 것도 효과적입니다. 추천 홍보 채널은 인스타그램이나 페이스북 등의 SNS, 우편함 전단지, 온라인 플랫폼 광고 등이 있습니다.

Q7. 인스턴트 국수 제품이 현지 시장에 진출할 때 적절한 유통 경로는 무엇인가요?

슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 체인형 할인점에 바로 납품하기는 힘들 것입니다. 전문 수입업체를 통해 아시안마트에 납품하는 것이 가장 바람직한 유통 경로일 것입니다.

1. 제품 경쟁력 검증

1) 100g당 가격

● 경쟁제품(제조사)

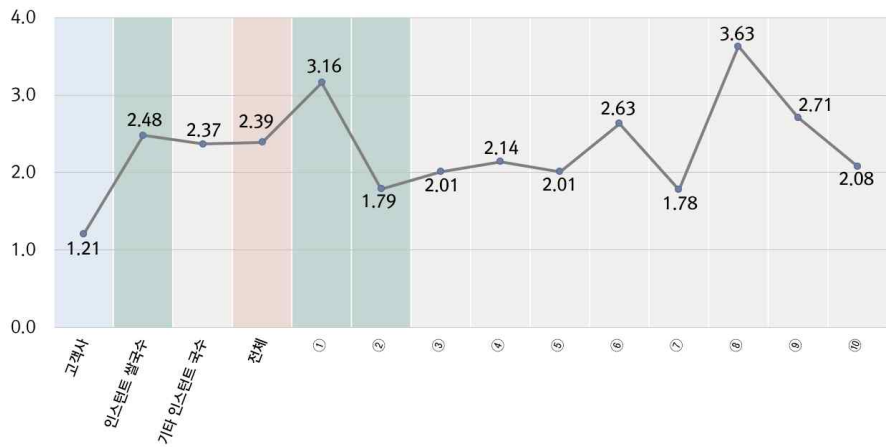
- ① 이츠 카츠 라이스 누들스 (이츠)
- ② 비폰 비엠티 스타일 인스턴트 라이스 누들스 비프 플레이버 포 (비엠티푸드 인더스트리스 조인트 스톡 컴퍼니)
- ③ 컵 누들스 소바 워 스타일 테리아끼 (닛신)
- ④ 컵 누들스 소바 워 스타일 재패니스 커리 (닛신)
- ⑤ 컵 누들스 소바 워 스타일 야키토리 치킨 (닛신)
- ⑥ 컵 누들스 테이스티 치킨 아시아인 스타일 수프 (닛신)
- ⑦ 우녹스 굿 누들스 (유니레버)
- ⑧ 이츠 프로틴 누들 수퍼 세서미 (이츠)
- ⑨ 컵 누들스 핫 칠리 스파이시 로스티드 세서미 수프 (닛신)
- ⑩ 수라상 김치말이 잔치국수 (A사)

▶ 고객사 제품 100g당 가격, 경쟁제품 평균 대비 저렴한 편

고객사 제품의 100g당 가격은 1.21유로(약 1,631원¹⁷⁾)로 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격 2.39유로(약 3,232원)의 약 51% 수준임. 제품 종류별 평균 100g당 가격은 인스턴트 쌀국수가 2.48유로(약 3,353원)로 고객사 제품 가격보다 1.27유로(약 1,717원) 비쌌으며, 기타 인스턴트 국수의 평균 가격은 2.37유로(약 3,205원)로 고객사 제품 가격보다 1.16유로(약 1,568원) 비싼 것으로 나타남

[표 5.1] 네덜란드 인스턴트 국수 100g당 가격 경쟁력 분석

(단위: 유로)



17) 1유로=1,352.12원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2) 제품 중량

● 경쟁제품(제조사)

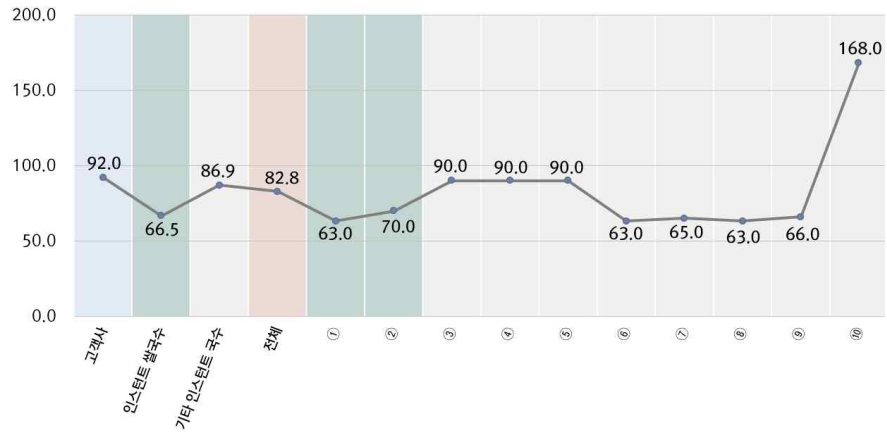
- ① 이츠 카츠 라이스 누들스 (이츠)
- ② 비폰 비엠티남 스타일 인스턴트 라이스 누들스 비프 플레이버 포 (비엠티남즈 푸드 인더스트리스 조인트 스톡 컴퍼니)
- ③ 컵 누들스 소바 워크 스타일 테리아끼 (닛신)
- ④ 컵 누들스 소바 워크 스타일 재패니스 커리 (닛신)
- ⑤ 컵 누들스 소바 워크 스타일 야키토리 치킨 (닛신)
- ⑥ 컵 누들스 테이스티 치킨 아시아안 스타일 수프 (닛신)
- ⑦ 우녹스 굿 누들스 (유니레버)
- ⑧ 이츠 프로틴 누들 수퍼 세서미 (이츠)
- ⑨ 컵 누들스 핫 칠리 스파이시 로스티드 세서미 수프 (닛신)
- ⑩ 수라상 김치말이 잔치국수 (A사)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 큰 편

고객사 제품의 1개당 중량은 92.0g으로 경쟁제품 10개의 평균 중량 약 82.8g의 약 1.1배 수준임. 제품 종류별 평균 중량은 인스턴트 쌀국수가 66.5g으로 고객사 제품의 약 72% 수준인 것으로 나타났으며 기타 인스턴트 국수의 평균 중량은 86.9g으로 고객사 제품의 약 94% 수준인 것으로 나타남

[표 5.2] 네덜란드 인스턴트 국수 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

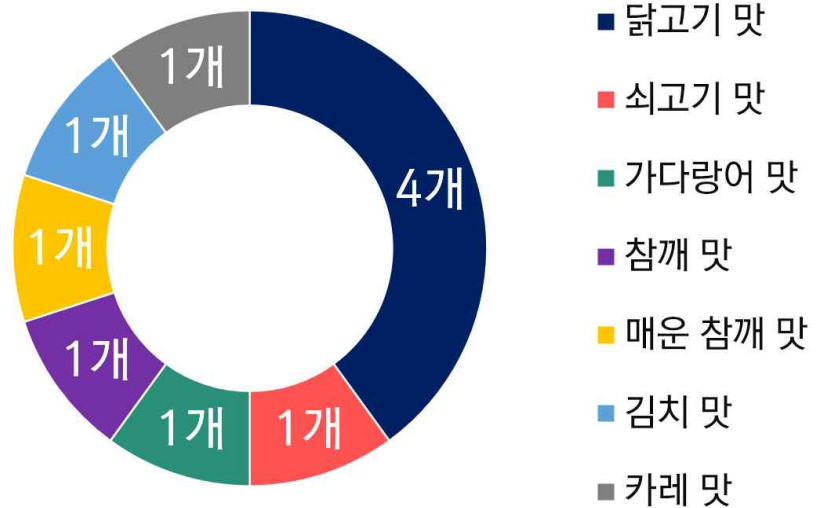


3) 맛

▶ 경쟁제품 10개 중 4개, 닭고기 맛 제품

네덜란드에서 판매되고 있는 인스턴트 국수 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 4개 제품이 닭고기 맛인 것으로 확인됨. 다음으로 쇠고기 맛, 가다랑어 맛, 참깨 맛, 매운 참깨 맛, 김치 맛, 카레 맛이 각각 1개씩 확인됨. 현지에서 유통 중인 고객사 제품과 같은 해물 맛은 가다랑어 맛 1개만 조사되었으며, 매운맛은 매운 참깨 맛, 김치 맛 2개가 조사되었음

[표 5.3] 네덜란드 인스턴트 국수 맛 분석

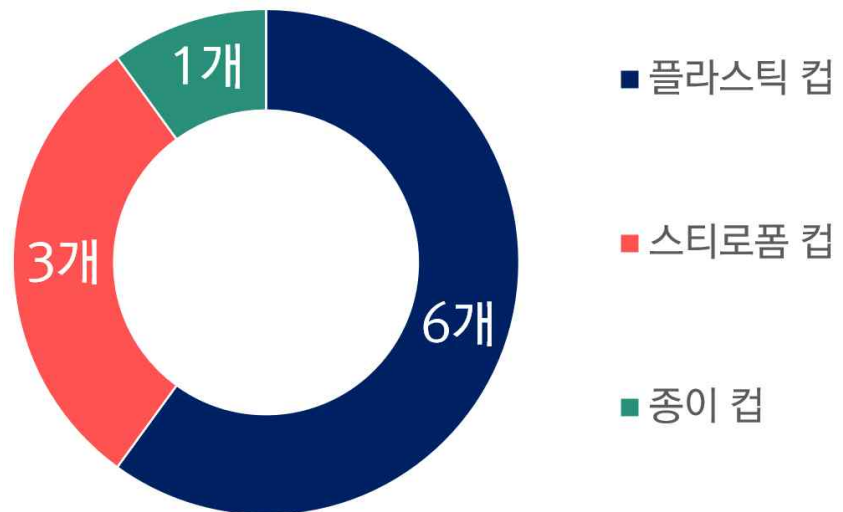


4) 포장 형태

▶ 경쟁제품 10개 중 6개, 플라스틱 컵 사용

네덜란드에서 판매되고 있는 인스턴트 국수 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 6개 제품이 고객사 제품과 같이 플라스틱 컵을 사용한 것으로 나타남. 다음으로 스티로폼 컵이 3개, 종이 컵이 1개 확인되었음. 그러나 대부분의 제품은 한 손에 들고 먹기 편하게 디자인된 위아래로 긴 원통형 컵 형태였으며, 2개 제품만이 고객사 제품과 비슷한 그릇 형태인 것을 확인함. 전문가 인터뷰에서도 고객사 제품은 들고 먹기 불편할 것이라는 답변을 수취하였음

[표 5.4] 네덜란드 인스턴트 국수 포장 형태 분석

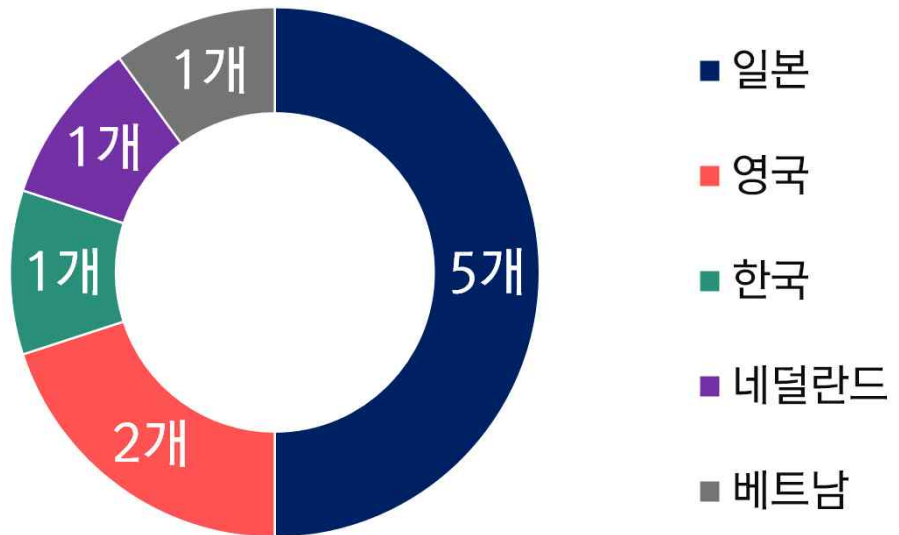


5) 브랜드 국적

▶ 경쟁제품 10개 중 5개, 일본 브랜드 제품

네덜란드에서 판매되고 있는 인스턴트 국수 경쟁제품 10개의 브랜드를 조사한 결과, 5개 제품이 일본 브랜드 제품으로 나타남. 다음으로 영국 브랜드 제품이 2개 확인되었으며, 한국, 네덜란드, 베트남 브랜드가 각각 1개씩 확인되었음

[표 5.5] 네덜란드 인스턴트 국수 브랜드 국적 분석

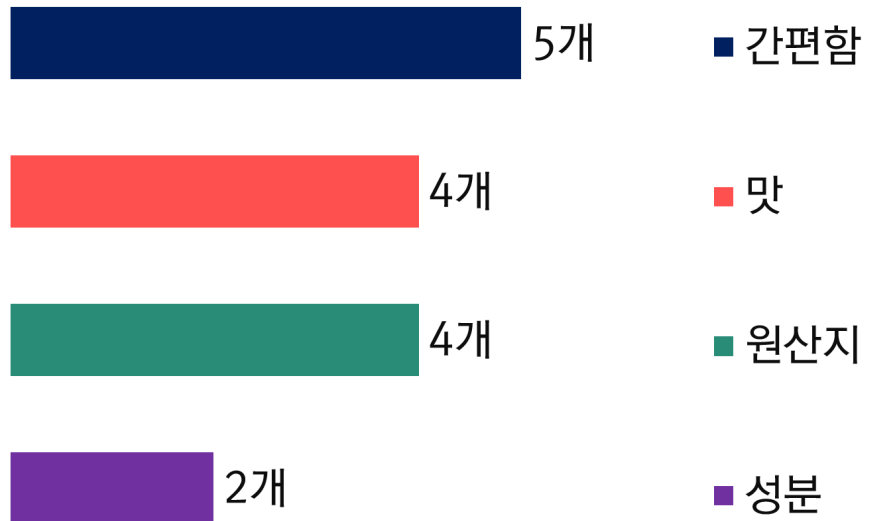


6) 홍보문구

▶ 경쟁제품 10개 중 5개, 간편함을 강조한 홍보문구 사용

네덜란드에서 판매되고 있는 인스턴트 국수 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, ‘3분 내로 즐기세요’, ‘3분 내로 조리’, ‘1000W 전자레인지에 2분 조리’ 등 간편함을 강조한 홍보문구가 5개 확인되었음. 다음으로 ‘데리야끼’, ‘야키토리 치킨’, ‘깔끔하고 시원한 국물이 일품’ 등 맛을 강조한 홍보문구와 ‘일본식 카레’, ‘한국산’ 등 원산지를 강조한 홍보문구가 각각 4개씩 확인되었음. 다음으로 ‘글루텐프리’, ‘20g 이상의 비건 단백질 함유’ 등 성분을 강조한 홍보문구가 2개 확인되었음

[표 5.6] 네덜란드 인스턴트 국수 홍보문구 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 요인을 분석함. 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 제품 혹은 오프라인 조사 매장에서 판매되고 있는 인기 제품을 벤치마킹 제품으로 선정함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기 제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 볼(Bol), 알베르트 헤인(Albert Heijn), 점보(Jumbo)




(*) 오프라인 매장 : 점보(Jumbo), 알베르트 헤인(Albert Heijn), 어메이징 오리엔탈 (Amazing Oriental)

· 제품 종류별 벤치마킹 제품 선정

(*) 온라인 쇼핑몰 : 온라인 쇼핑몰에서 판매되고 있는 제품

(*) 오프라인 매장 : 조사 매장 3개 중 1개 이상의 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기제품 벤치마킹

	<p>공통 특징 ① 한국산 제품</p> <hr/> <p>공통 특징 ② 멸치 육수</p>		<p>공통 특징 ① 쌀국수</p> <hr/> <p>공통 특징 ② 플라스틱 컵</p>	
<p>현지 벤치마킹 인기제품 (A사 _ 수라상 김치말이 잔치국수)</p>	<p>▶ 벤치마킹 한국산 강조</p>	<p>현지 벤치마킹 인기 제품 (고객사 _ 구아바 쌀국수)</p>	<p>벤치마킹 ▶ 중량 및 포장 형태 현지화</p>	<p>현지 벤치마킹 인기제품 (이츠 _ 이츠 카츠 라이스 누들스)</p>
<p>‘한국산 표기 및 태극기 삽입’</p>		<p>‘구아바 잎 가루로 더욱 즐거워지고 기름에 튀기지 않아 깔끔한 면발’</p>		<p>‘한 손에 들고 먹을 수 있는 제품 형태’</p>

2) 벤치마킹 제품 분석

- 원산지 강조

▶ 벤치마킹 제품, 한국산 강조 홍보문구 및 디자인

현지에서 판매 중인 경쟁제품 10개 제품의 라벨 및 홍보문구를 조사한 결과 4개 제품이 원산지를 강조한 홍보문구를 사용한 것으로 나타남. 특히 벤치마킹 제품의 경우 ‘한국산’ 문구를 사용했으며, 풍속화와 태극기를 제품 디자인에 사용해 현지 한인 및 한류 팬들에게 해당 제품이 한국산임을 어필함

[표 5.7] 네덜란드 인스턴트 국수 인기제품, 홍보문구 분석

(인터뷰 1) 네덜란드에서 한국에 대한 이미지가 좋으므로 원산지를 강조한 홍보를 추천합니다.
-타이 마스, Sales Manager-

(인터뷰 2) 최근엔 K-Pop 팬, 한국 드라마 및 영화 팬 등 한국을 좋아하는 사람들이 늘어나며 신라면과 새우탕면 등 한국산 식품의 판매가 증가하는 추세입니다.
-아시아 익스프레스 푸드, Sales Executive-

3) 벤치마킹 제품 분석

- 포장 형태

▶ 벤치마킹 제품, 한 손에 들고 먹을 수 있는 형태

현지에서 판매 중인 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 8개 제품이 한 손에 들고 먹기 편한 포장 형태를 채택한 것으로 나타남. 인터뷰 결과 현지에서 인스턴트 국수는 장소에 구애받지 않게 한 손으로 들고 먹을 수 있도록 디자인된 것으로 확인됨

[표 5.8] 네덜란드 인스턴트 국수 인기제품, 포장 형태 분석

(인터뷰 1) 만일 뜨거운 물을 부었을 때 용기의 모양이 변하거나, 용기가 뜨거워져서 소비자가 들고 먹기 힘들다면 문제가 될 수 있습니다.
-비글리 코퍼만, Purchaser-

(인터뷰 2) 현지에서 유통되는 제품 중 고객사 제품처럼 알고 네모난 형태는 국물 없이 비벼서 먹는 파스타 또는 볶음면 종류를 제외하면 없습니다. 국물이 있는 국수는 대부분 컵 형태입니다. 고객사 제품을 한 손에 들고 먹기에는 불편해 보입니다.
-아시아 익스프레스 푸드, Sales Executive-

4) 벤치마킹 제품 분석 - 중량

▶ 벤치마킹 제품, 간식으로 적당한 중량

현지에서 판매 중인 경쟁제품 10개의 제품 중량을 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 9개 제품이 고객사 제품보다 중량이 작은 것으로 나타남. 고객사 제품보다 중량이 큰 유일한 제품은 한국산 제품으로 확인되었음. 현지에서 인스턴트 국수는 식사 대응보다는 간식으로 인식되어 1개당 중량이 작은 편임.

[표 5.9] 네덜란드 인스턴트 국수 인기제품, 중량 분석

(인터뷰 1) 당사가 취급하는 인스턴트 국수 제품들의 일반적인 중량은 40~70g입니다.

-비글리 코퍼만, Purchaser-

(인터뷰 2) 인스턴트 국수 제품들이 패스트푸드로 인식되며 식사 대응보다는 간식으로 여기는 사람이 더 많습니다. 중량은 당사가 취급하는 인스턴트 국수 제품들과 비교했을 때 큰 편입니다.

-타이 마스, Sales Manager-

(인터뷰 3) 현지에서 인스턴트 국수는 식사보다는 간식으로 생각하는 사람이 많습니다.

-아시아 익스프레스 푸드, Sales Executive-

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.10] 인스턴트 국수 경쟁기업 마케팅 벤치마킹

		비엠티미즈 푸드 인더스트리스 조인트 스톡 컴퍼니	A사	닛신
판매채널	오프라인 매장 (총 3개 매장 조사)	어메이징 오리엔탈	어메이징 오리엔탈	점보
	온라인 쇼핑몰 (총 3개 매장 조사)	알베르트 헤인 점보	(-)	알베르트 헤인 점보
홍보 채널	자사 홈페이지(홍보)	글로벌	글로벌	글로벌
	SNS 플랫폼	페이스북(베트남) 인스타그램(베트남) 유튜브(베트남) 트위터(베트남)	페이스북(글로벌) 인스타그램(글로벌) 유튜브(글로벌)	페이스북(글로벌) 인스타그램(글로벌) 유튜브(글로벌) 트위터(글로벌)
홍보문구	조리의 간편함 제품의 맛 제품의 조리법	경쟁기업 주요 홍보문구		
요약	판매채널	대형 슈퍼마켓 체인, 아시아마트와 주요 온라인 쇼핑 웹사이트에 입점		
	홍보 채널	기업 홈페이지와 다양한 SNS 플랫폼을 활용함		
	홍보문구	조리의 간편함, 제품의 맛, 제품의 조리법 등을 강조		

VI. 시사점

Instant Noodles Price&Volume



Point. 1 고객사 제품의 100g당 가격은 1.21유로로, 인스턴트 국수 경쟁제품 10개 평균인 2.39유로의 약 51% 수준인 것으로 나타남. 제품 종류별로 살펴보면, 인스턴트 쌀국수 제품 2개의 100g당 가격 평균은 2.48유로로 고객사 제품보다 1.27유로 가량 비쌌으며, 기타 인스턴트 국수 제품 8개의 평균은 2.37유로로 고객사 제품보다 1.16유로 가량 비싼 것으로 나타남

Point. 2 고객사 제품의 중량은 92.0g으로, 인스턴트 국수 경쟁제품 10개 평균인 82.8g의 약 1.1배 수준인 것으로 나타남. 제품 종류별로 살펴보면, 인스턴트 쌀국수 제품 2개의 중량 평균이 66.5g으로 고객사 제품의 약 72% 수준이었으며, 기타 인스턴트 국수 제품 8개의 평균은 86.9g으로 고객사 제품의 약 94% 수준으로 나타남

Instant Noodles Package&Text



Point. 1 네덜란드 인스턴트 국수 경쟁제품 10개의 브랜드 국적을 조사한 결과, 5개 제품이 일본 브랜드 제품인 것으로 나타났으며, 영국 브랜드 제품이 2개, 한국, 네덜란드 및 베트남 브랜드 제품이 각각 1개씩 조사되었음. 한편 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 6개 제품이 플라스틱 컵 포장 형태를 보였으며, 이 외 스티로폼 컵 포장 제품이 3개, 종이컵 포장 제품이 1개 조사되었음

Point. 2 네덜란드 인스턴트 국수 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 닭고기 맛 제품이 4개로 가장 많이 조사되었으며, 고객사 제품과 같이 해산물 맛을 나타내는 제품은 가다랑어 맛 제품 1개 뿐인 것으로 나타남. 한편 네덜란드 인스턴트 국수 경쟁제품이 강조하는 홍보문구를 살펴본 결과, 10개 제품 중 5개 제품이 간편함을 강조하는 홍보문구를 사용하고 있었으며, 뒤이어 맛 및 원산지를 강조하는 홍보문구를 사용하고 있는 제품이 각각 4개씩 조사되었음

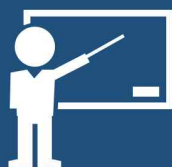
Netherlands Market Competitor



Point. 1 네덜란드 시장 인스턴트 국수 경쟁기업 3개사의 오프라인 유통채널을 조사한 결과, 2개사가 네덜란드 주요 아시아마트인 에메징 오리엔탈에 진출한 것이 확인되었음. 나머지 1개사는 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓인 점보에 진출하였음. 온라인 유통채널의 경우 경쟁기업 3개사 중 2개사가 네덜란드 주요 온라인 쇼핑몰인 알베르트 헤인 및 점보에 진출하였음

Point. 2 네덜란드 시장 인스턴트 국수 경쟁기업 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 회사 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남. 경쟁기업 홍보문구로는 주로 제품의 간편함, 맛 및 조리법을 강조해 홍보하고 있었음. SNS 플랫폼 사용 여부의 경우, 3개사 모두 주요 SNS 플랫폼인 페이스북, 인스타그램 및 유튜브를 활용하고 있는 것으로 나타났으며, 2개사가 트위터를 추가로 활용하고 있는 것으로 나타남

Importer · Distributor Interview



Point. 1 네덜란드 현지에서 한국산 인스턴트 국수 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 인터뷰에 응한 담당자 3명 중 2명이 고객사 제품 가격에 대해 합리적인 가격이라는 피드백을 주었으며 나머지 1명은 비싼 가격이라고 답변함. 제품 중량과 관련해서는 담당자 3명 모두 경쟁제품에 비해 큰 편이라는 피드백을 주었으며, 담당자들이 취급하고 있는 경쟁제품 중량은 40~100g 사이인 것으로 나타남

Point. 2 네덜란드 현지에서 한국산 인스턴트 국수 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 네덜란드 현지에서 인스턴트 국수의 수요는 전반적으로 낮은 편이며, 대도시에서 수요가 있는 편인 것으로 나타남. 또한 현지 소비자들은 인스턴트 국수를 식사가 아닌 간식으로 받아들이는 경향이 있으며, 미국적인 음식을 시도하는 소비자나 학생, 직장인 등 바쁜 일상에서 간단한 요기를 위해 구매하는 소비자가 주 소비층인 것으로 나타남. 이에 따라 담당자들은 인스턴트 국수 제품 포장 형태로 들고 먹기 편한 컵 형태를 추천하였으며, 원산지와 간편함을 강조하는 홍보문구를 사용하는 것을 추천하였음

[참고문헌]

■ 참고 자료

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

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) 홈페이지 (www.statista.com)
2. 볼(Bol) 홈페이지 (bol.com)
3. 알베르트 헤인(Albert Heijn) 홈페이지 (ah.nl)
4. 짐보(Jumbo) 홈페이지 (www.jumbo.com)
5. 네덜란드 통계청(Centraal Bureau voor de Statistiek) 홈페이지 (www.cbs.nl)
6. 옐프(Yelp) 홈페이지 (www.yelp.com)
7. 이커머스디비(ecommerceDB) 홈페이지 (ecommercedb.com)
8. 어메이징 오리엔탈(Amazing Oriental) 홈페이지 (amazingoriental.com)
9. 비엠티아미즈 푸드 인터스트리스 조인트 스톡 컴퍼니(Vietnamese Food Industries Joint Stock Company) 홈페이지 (vifon.co.uk)
10. 닛신(日清) 홈페이지 (www.nissin.com)
11. 비글리 코퍼만(Beagley Copperman) 홈페이지 (www.beagleycopperman.com)
12. 타이 마스(Thai Mas) 홈페이지 (www.thaimas.eu/nl)
13. 아시아 익스프레스 푸드(Asia Express Food) 홈페이지 (www.asiaexpressfood.nl)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.12.17

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