

양식 3

해외 안테나숍 제품 마켓테스트 결과

마켓테스트 제품 정보
Product information

제품명 Product Name	직화숯불 불고기 (100% 식물성 불고기)	
제조사(수출업체) manufacturer	이노하스	
시중 유사제품 Similar products on the market	• 제품명 Product name : Flame Grilled Tender Fillet	
	• 제조사 manufacturer : Wildsprout	
	• 해당국가 판매가격 Selling price in the country : R77.00 / USD \$4.14	

마켓테스트 추진 날짜 및 응답자 수
Date of consumer's survey and numbers of respondents

추진 날짜 Date of survey	2023년 5월 27일
설문 응답자 수 Number of respondents	21명

분석 결과
Analysis result

소비자 유형 / Consumer type

성별 Gender	연령 Age	거주지역 Residence	직업 Job
남성 / 여성	20s / 30s / 40s +	요하네스버그	Unemployed (Incl. Housewife & Pensioner) / Employed
21% / 79%	32% / 26% / 37%		11% / 89%

제품 평가 (1) / Product evaluation

		전혀 그렇지 않다 Strongly disagree	그렇지 않다 Disagree	보통이다 Natural	그렇다 Agree	매우 그렇다 Strongly agree
패키지 선호도 Package preference	① 포장 컬러	0/0%	0/0%	2/11%	10/53%	7/37%
	② 포장 재질	0/0%	0/0%	2/11%	6/32%	11/58%
	③ 포장 디자인	0/0%	1/5%	3/16%	9/47%	6/32%
	④ 편의성	0/0%	1/5%	0/0%	9/47%	9/47%
	⑤ 가시성	0/0%	0/0%	4/21%	10/53%	5/26%
	⑥ 포장 규격/용량	0/0%	2/11%	1/5%	9/47%	7/37%
	⑦ 현지 트렌드	0/0%	0/0%	3/16%	10/53%	6/32%
시식 전 인상 Impression before eating	① 시각적 인상	0/0%	1/5%	5/26%	8/42%	5/26%
	② 후각적 인상	0/0%	1/5%	3/16%	7/37%	8/42%
	③ 호감도	0/0%	0/0%	1/5%	5/26%	13/68%
시식 후 평가 Evaluation after eating	① 식감	0/0%	0/0%	1/5%	5/26%	13/68%
	② 시음 중 흥미	0/0%	0/0%	0/0%	3/16%	16/84%
	③ 시음 후 흥미	0/0%	0/0%	0/0%	5/21%	15/79%
	④ 전반적 흥미	0/0%	0/0%	0/0%	5/21%	15/79%
	⑤ 만족감	0/0%	0/0%	0/0%	5/21%	15/79%
	⑥ 신 맛 정도	0/0%	1/5%	8/42%	2/11%	8/42%
네이밍 평가 Naming evaluation	① 발음	0/0%	2/11%	6/32%	6/32%	5/26%
	② 기억	0/0%	1/5%	3/16%	6/32%	9/47%
	③ 연결성	0/0%	0/0%	4/21%	9/47%	6/32%
	④ 선호도	0/0%	0/0%	4/21%	8/42%	7/37%
상품성 평가 Productivity evaluation	① 호감도	0/0%	0/0%	1/5%	2/11%	16/84%
	② 신뢰도	0/0%	0/0%	1/5%	5/26%	13/68%
	③ 만족도	0/0%	0/0%	1/5%	4/21%	14/74%
	④ 구매 의향	0/0%	0/0%	1/5%	4/21%	14/74%
	⑤ 자국민 선호도	0/0%	0/0%	4/21%	8/42%	7/37%
	⑥ 히트성	0/0%	0/0%	5/26%	5/26%	9/47%
	⑦ 인지도	1/5%	4/21%	10/53%	1/5%	3/16%
	⑧ 연령대별 선호도	0/0%	0/0%	2/11%	6/32%	11/58%
가격 평가 Price evaluation		0/0%	1/5%	4/21%	7/37%	7/37%

제품 평가 (2) / Product evaluation

	패키지 디자인 (Package design)	향/냄새 (Flavor/Scent)	식감 (Food texture)	맛 (Taste)	네이밍 (Naming)	가격 (Price)	그 외 (Other)
만족 요인 Satisfying factor	1/5%	6/32%	5/26%	7/37%	0/0%	0/0%	0/0%
불만족 요인 Unsatisfying factor	3/16%	0/0%	0/0%	1/5%	4/21%	6/32%	5/26%

선호 연령대 / Preferred age range

연령대 Age range	20대					30대					40대 이상				
	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
	0/0%	0/0%	0/0%	3/16%	4/21%	0/0%	0/0%	0/0%	0/0%	5/26%	0/0%	0/0%	1/5%	0/0%	6/32%
이유 및 분석 reason & analysis	많은 20대가 사회적, 건강, 종교적 등의 이유로 비건으로 변하는 현 추세에 맛과 영양을 모두 갖춘 제품					가격, 맛, 식감, 양 모두 견비할 제품. 무엇보다 맛과 간편한 조리 가 가장 큰 장점					비건이 아니더라도 가족 모두 함께 즐길 수 있는 식품. 고기의 킴이 살아있어 거부감 없이 즐길 수 있음				

선호 가격대 / Preferred price range

가격대 Price range	\$2(3명/16%)	\$4(6명/32%)	\$6(10명/53%)
이유 및 분석 reason & analysis	고기보다 비싼 고기. 좀 더 저렴한 가격으로 시장에 소개되기 원함.	건강식품으로 현지에서 접할 수 없는 맛과 식감을 고려했을 때 \$4는 부담 없는 가격	현지 건강식 판매 가격 기준으로 비교 시 현재 판매가 적정 수준임.

보완사항 및 업체 종합분석 / Supplement and comprehensive analysis

포장	포장 재질(58%), 고급스러운 포장 (32%), 디자인 (37%), 트렌드 (32%)의 “매우 그렇다” 를 인정했지만 영문 표기의 부족함 점을 과반수 이상 지적. 이름 “불고기” 역시 한국음식을 처음 접하는 참가자에게는 의미 없는 제품명으로 인식. 불고기 밑에 불고기의 뜻이나 이해하기 쉬운 제품 설명을 기재했으면 함
맛	100% 식물성 제품이라는 설명이 없었으면 소고기라고 믿을 뻔 했다는 대다수 의견. 식감이 특별히 뛰어나며 (84%) 전반적인 풍미 역시 모두 79%를 넘어 이미 채식주위자인 경우에도 현지 타제품보다 맛, 식감, 향 모두 월등하다고 평가.
가격	“고기보다 비싼 고기” 라는 의견이 있었지만 (5%), 현지 건강식 가격 및 Vegan 식품 대비 현재 판매가 (\$6,45) 역시 적정가임.

향후 계획 / Future plan

제품 홍보방안 Product promotion plan	한국 불고기 조리법을 응용해서 마켓테스트를 준비했으며 신청자의 호응 또한 최고였음. 한국 문화를 체험한다고 느꼈던 부분이 큰 점으로 미루어 제품의 시식행사 역시 불고기판을 이용한다면 시각적인 간접 경험을 고객에게 선사할 수 있을 것 기대. Vegan 마켓과 소셜미디어를 통한 Vegan community를 타겟한 홍보방안
레시피 활용방안 recipe application plan	불고기에 곁들여 밥이나 국수를 볶는 등의 한끼 식사 대응 레시피 활용