

양식 3

해외 안테나숍 제품 마켓테스트 결과

마켓테스트 제품 정보
Product information

제품명 Product Name	만두가 맛있어지는 간장소스 (Soy Sauce for dumpling)	
제조사(수출업체) manufacturer	샘표	
시중 유사제품 Similar products on the market	• 제품명 Product name : Soy Sauce	
	• 제조사 manufacturer :Vital	
	• 해당국가 판매가격 Selling price in the country : R49.90 USD \$ 2.65	

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

추진 날짜 Date of survey	2023년 8월 26일
설문 응답자 수 Number of respondents	20명

분석 결과
Analysis result

소비자 유형 / Consumer type

성별 Gender	연령 Age	거주지역 Residence	직업 Job
male / female	20s / 30s / 40s +	요하네스버그	Unemployed (Incl. Housewife & Pensioner) 15%
30% / 70%	40%/25%/35%		Employed 85%

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	1/5%	0/0%	1/5%	4/20%	14/70%
	② 포장 재질	1/5%	0/0%	1/5%	5/25%	13/65%
	③ 포장 디자인	0/0%	1/5%	5/25%	8/40%	6/30%
	④ 편의성	1/5%	0/0%	0/0%	4/20%	15/75%
	⑤ 가시성	0/0%	1/5%	2/10%	7/35%	10/50%
	⑥ 포장 규격/용량	1/5%	0/0%	1/5%	8/40%	10/50%
	⑦ 현지 트렌드	1/5%	0/0%	1/5%	6/30%	12/60%
시식 전 인상 Impression before eating	① 시각적 인상	0/0%	0/0%	3/15%	6/30%	5/55%
	② 후각적 인상	0/0%	0/0%	3/15%	3/15%	14/70%
	③ 호감도	0/0%	0/0%	0/0%	8/40%	12/60%
시식 후 평가 Evaluation after eating	① 식감	0/0%	0/0%	0/0%	8/40%	12/60%
	② 시음 중 흥미	0/0%	0/0%	0/0%	5/25%	15/75%
	③ 시음 후 흥미	0/0%	0/0%	2/10%	5/25%	13/65%
	④ 전반적 흥미	0/0%	0/0%	0/0%	8/40%	12/60%
	⑤ 목넘김	0/0%	0/0%	0/0%	6/30%	14/70%
	⑥ 신 맛 정도	0/0%	1/5%	1/5%	6/30%	12/60%
네이밍 평가 Naming evaluation	① 발음	0/0%	0/0%	3/15%	11/55%	6/30%
	② 기억	0/0%	0/0%	0/0%	10/50%	10/50%
	③ 연결성	0/0%	0/0%	1/5%	8/40%	11/55%
	④ 선호도	0/0%	0/0%	2/10%	7/35%	11/55%
상품성 평가 Productivity evaluation	① 호감도	0/0%	0/0%	0/0%	7/35%	13/65%
	② 신뢰도	0/0%	1/5%	3/15%	5/25%	11/55%
	③ 만족도	0/0%	0/0%	1/5%	9/45%	10/50%
	④ 구매 의향	0/0%	0/0%	1/5%	6/30%	13/65%
	⑤ 자국민 선호도	0/0%	1/5%	3/15%	6/30%	10/50%
	⑥ 히트성	0/0%	1/5%	4/20%	7/35%	8/40%
	⑦ 인지도	1/5%	5/25%	4/20%	7/35%	3/15%
	⑧ 연령대별 선호도	0/0%	0/0%	0/0%	8/40%	12/60%
가격 평가 Price evaluation		0/0%	1/5%	3/15%	9/45%	7/35%

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%	7/35%	1/5%	11/55%	0/0%	0/0%	0/0%
불만족 요인 Unsatisfying factor	5/25%	0/0%	1/5%	1/5%	0/10%	5/25%	6/30%

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%	1/5%	2/10%	5/25%	0/0%	0/0%	0/0%	2/10%	3/15%	0/0%	0/0%	0/0%	2/10%	5/25%
이유 및 분석 reason & analysis	젊은 세대로서 한국의 맛에 관심이 많으며 현지에서 접하는 진한 간장이 아닌 풍미 가득한 순한 간장이 맛에 매료됨					시큼함이 과하지 않으며 간장에 포함된 여러 재료의 조화가 잘 어우러져 만두뿐만 아니라 여러 음식에 어울리는 소스					처음 접하는 간장. 음식을 씹을수록 소스의 풍미가 진하게 전해지며 맛에 부담없이 편하게 누구든지 즐기기에 쉬운 맛있는 소스				

선호 가격대 / Preferred price range

가격대 Price range	\$2(13명/65%)	\$3(4명/20%)	\$4(3명/15%)
이유 및 분석 reason & analysis	현지 시장 간장 가격 대비 손쉽게 구매하기 어려운 가격. 만두가 맛있어지는 간장이라는 표현 또한 애매함. 하지만 저렴한 가격에 시도해 볼수 있는 가격 책정이 중요	맛을 모르는 상태에서 구매하기 힘든 제품. 타 간장에 비해 작은 포장에 가격이 월등히 비쌌음. 현지 가격보다 비싸더라도 \$3 정도가 적정선	시장에 판매되고 있는 간장보다 가격은 월등히 비싼 편이지만 맛이 좋아 충분히 구매할 의향이 있음 (30,40대). 하지만 손쉽게 구매하기는 비싸다고 판단

보완사항 및 업체 종합분석 / Supplement and comprehensive analysis

포장	제품 자체의 포장색감 (90%), 포장 재질(80%), 고급스러운 포장 (70%), 제품 의뢰의성 (95%)의 우수한 평가를 받았지만, 전반적인 제품의 불만족 원인 역시 25%의 참가자가 제품의 포장/디자인을 선택. 제품명 ‘Soy sauce for dumpling’ 을 제외한 포장이 한글로 되어 있으며, 제품명만으로는 어떠한 맛도 상상할 수 없기 때문에 구매로는 이어지기 힘든 제품으로 판단됨. 어떤 재료들이 가미되었는지, 맛에는 무엇을 기대할 수 있는지의 문구가 포장에 표기되었으면 함
-----------	--

맛	전반적인 풍미, 시감등 전반적인 맛 부분에서 평균 90%이상의 만족도를 보였으며, 제품의 만족도 역시 맛 55%, 냄새 35%로 높은 호응도를 보였음. 특히 만두와 함께 맛을 보았을때 씹을수록 간장소스의 깊은 맛이 더 강하게 전달된다는 의견과 현지 간장과 같이 진한 짠맛이 아닌 풍미가 가득한 순한 간장소스라는 점을 장점으로 뽑음. 만두뿐만이 아닌 셀러드나 각종 요리에 어울릴 것 같다는 의견
가격	제품의 맛을 모르는 상태에서 단지 “만두가 맛있어지는 간장 (Soy sauce for dumpling)’ 이라는 제품명으로는 구매하기 힘든 제품. 가격대가 다른 간장 제품에 비해 월등히 높고 작은 용량으로 쉽게 접근하기 어려운 가격대임

향후 계획 / Future plan

제품 홍보방안 Product promotion plan	안테나숍에서도 판촉행사를 통해 큰 판매 차이를 볼 수 있었던 제품만큼 무엇보다 맛을 선보이는 판촉행사가 중요.
레시피 활용방안 recipe application plan	만두뿐만이 아닌 현지 튀김, 요리, 샐러드 등에 접목하여 레시피 개발 및 시식행사 필요