한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

KATI 농식품수출정보

경쟁력 분석형

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202310-15

품목 | 고추장(Red Pepper Paste)

HS CODE | 2103.90-9000

국가 | 영국(United Kingdom)

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

경쟁력 분석형

Ⅰ. 요약

1. 요약 04

Ⅱ. 경쟁제품

1. 영국 고추장 경쟁제품 선정 06
2. 영국 고추장 경쟁제품 조사지표 선정 11
3. 영국 고추장 경쟁제품 현지조사 결과 12

Ⅲ. 경쟁기업

1. 영국 고추장 경쟁기업 선정 24
2. 영국 고추장 경쟁기업 현지화 분석 기준 25
3. 영국 고추장 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 27

Ⅳ. 수입·유통업체 인터뷰

1. 수 셰프(Sous Chef) 36
2. 디 아시안 쿡 샵(The Asian Cook Shop) 39
3. 타이 푸드 온라인(Thai Food Online) 42

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

경쟁력 분석형

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증 46
2. 벤치마킹 제품 분석 51
3. 기업 마케팅 벤치마킹 53
4. 온라인 인기제품 리뷰 분석 54

VI. 시사점 57

※ 참고문헌 58

SUMMARY

HS CODE : 2103.90-9000

2023 수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

영국 고추장 경쟁력분석

온라인 판매 제품

아마존

고추장 핫 레드 페퍼 페이스트

고추장 핫 페퍼 페이스트

테스코

소수 코리안 고추장

치폴레 칠리 페이스트

아스다

고추장

고추장 페이스트

오프라인 주요 경쟁제품

덱 솜 분 타이 스윗 칠리 소스(얀 왈 윤)

가격 2.75파운드 (4,497원)

중량 800g

'유통채널 다수 입점'
'할랄/코셔 인증'

고추장 코리안 레드 핫 페퍼 페이스트(D사)

가격 2.75파운드 (4,497원)

중량 500g

'한국 전통 강조하는 홍보문구'

경쟁기업 3개사 분석

잉글리쉬 프로벤더 컴퍼니	얀 왈 윤	D사
포장 현지화 ●	포장 현지화 ●	포장 현지화 ●
홍보 현지화 ●	홍보 현지화 ◐	홍보 현지화 ◐
온/오프라인 모두 입점	온/오프라인 모두 입점	온/오프라인 모두 입점

포장 현지화

- ● 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
- ◐ 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)
- ○ 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

홍보 현지화

- ● 상 (현지 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- ◐ 중 (글로벌 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- ○ 하 (기업 국적 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)

경쟁력파악

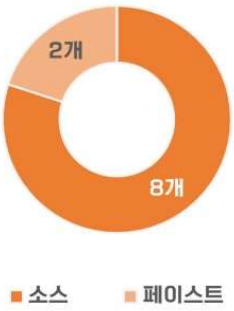
100g당 가격

단위 : 파운드

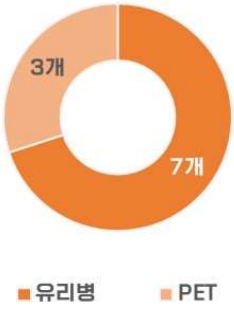
중량

단위 : g

제품 종류



포장 형태



요약

Point 01.

1) 고객사 제품의 100g당 가격은 0.91파운드(1,488원)로 경쟁제품 10개 평균 가격과 유사한 수준
2) 고객사 제품 중량(1,000g)은 경쟁제품 평균(342g)보다 큰 편으로 포장 중량 감소 고려 가능

Point 02.

1) 벤치마킹 제품 분석 결과, 한국 전통 강조하는 홍보문구 활용 및 다수의 유통채널을 확보한 제품 존재
2) 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, 인기 고추장 제품에 대해 '맛' 및 '제품 종류'에 대한 관심도 높음

II
경쟁제품

1. 영국 고추장 경쟁제품 선정
2. 영국 고추장 경쟁제품 조사지표 선정
3. 영국 고추장 경쟁제품 현지조사 결과

1. 영국 고추장 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	N사 고추장
소비자가격	9.11파운드[1] (14,900원)
제품 종류	고추장
중량	1,000g
포장 형태	유리병
특징	직접 재배한 양파로 만든 양파발효액을 베이스로 한 맵지 않은 건강한 고추장

Step 01. 제품 분석

① 사전컨설팅기록지 수령

② 고객사 제품 분석
- 제품명: N사 고추장
- 제품 종류: 고추장
- 소비자가격: 9.11파운드(14,900원)
- 중량: 1,000g
- 포장 형태: 유리병

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인

① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
1. 아마존(Amazon)
2. 테스코(Tesco)
3. 아스다(Asda)

② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
- 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 구매 순위 확인
  - 주요 온라인 쇼핑몰 중 아마존에서 확인: 3개 제품
  - 주요 온라인 쇼핑몰 중 아스다에서 확인: 1개 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: 슈퍼마켓, 편의점

② 오프라인 매장 조사 제품 선정
- 오프라인 매장 인기 제품 및 고추 소스 제품 추가 선정

③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석

① 현지 조사
- 경쟁제품 조사, 경쟁기업 조사

② 제품 분석
- (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
- 벤치마킹 제품 분석
- 온라인 인기제품 리뷰 감성분석

1) 1파운드=1,635.18원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

영국 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
amazon 아마존	가구, 전자제품, 패션, 생활용품, 식품 등
TESCO 테스코	식음료, 생활용품, 건강식품, 전자제품 등
ASDA 아스다	식음료, 화장품, 애완용품, 유아용품, 생활용품 등

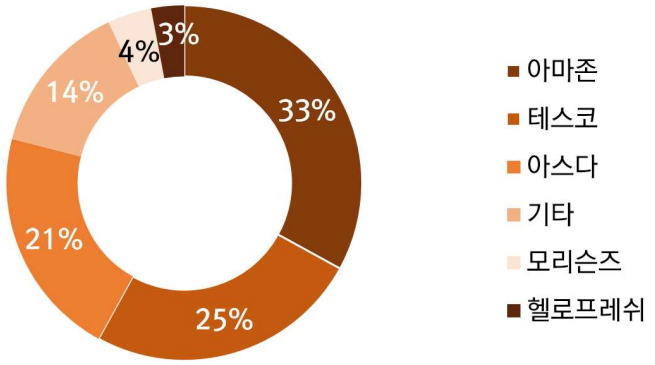
▶ 고추장 경쟁제품군 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사 지표를 바탕으로 고추장 제품의 경쟁제품군을 선정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 영국 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 한국산 고추장 제품이 많이 팔리고 있으며 상위 인기제품인 것으로 확인됨

[표 2.1] 영국 식품 온라인 유통채널 매출액 기준 점유율(2022)



자료: 스태티스타(Statista) 홈페이지

[표 2.2] 영국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

아마존 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준)[2)]

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	고추장	A사	고추장 핫 레드 페퍼 페이스트 (Gochujang Hot Red Pepper Paste)	한국	4.20파운드 (6,868원[3)])	500g	
2	고추장	B사	고추장 핫 페퍼 페이스트 (Gochujang Hot Pepper Paste)	한국	4.90파운드 (8,012원)	500g	
3	고추장	C사	미디엄 핫 칠리 페퍼 페이스트 (Medium Hot Chilli Pepper Paste)	한국	(-)	500g	

2) 조사일(2023.09.28.) 기준
3) 1파운드=1,635.18원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

[표 2.2] 영국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

테스코 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준)[4]

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	고추장	하인즈 (Heinz)	소수 코리안 고추장 (Sosu Korean Gochujang)	(-)	2.65파운드 (4,333원)	90g	
2	페이스트	그란 루치토 (Gran Luchito)	치폴레 칠리 페이스트 (Chipotle Chilli Paste)	멕시코	4.00파운드 (6,541원)	100g	
3	고추장	테스코 (Tesco)	칠리 페이스트 (Chilli Paste)	(-)	1.80파운드 (2,943원)	90g	

아스다 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준)[5]

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	고추장	D사	고추장 (Gochujang)	한국	2.50파운드 (4,088원)	500g	
2	고추장	아스다 (Asda)	고추장 페이스트 (Gochujang Paste)	영국	1.25파운드 (2,044원)	110g	
3	소스	아스다 (Asda)	핫 칠리 쿠킹 소스 (Hot Chilli Cooking Sauce)	영국	1.20파운드 (1,962원)	500g	

자료: 아마존(Amazon), 테스코(Tesco), 아스다(Asda) 홈페이지
사진 자료: 아마존(Amazon), 테스코(Tesco), 아스다(Asda) 홈페이지

4) 조사일(2023.09.28.) 기준
5) 조사일(2023.09.28.) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정

영국 서머셋주 정보[6]	
인구	9만 명
면적	4,171㎢

▸ 영국 서머셋주, 방문지역으로 선정

서머셋주는 영국 잉글랜드 남서부에 위치하며 주도는 톤턴임. 서머셋주는 유럽 기독교의 탄생지로 유명하며, 낙농업, 식음료 산업, 관광업 등이 주로 발달한 지역임. 서머셋주는 체다 치즈와 사이다의 본고장임. 고객사 제품 HS CODE인 2103.90-90호의 영국 對글로벌 수입액 순위를 조회한 결과, 네덜란드, 이탈리아, 독일이 각각 1, 2, 3위를 차지하고 있는 것으로 조사됨

▸ 현지조사 매장 선정, 슈퍼마켓 및 편의점

고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여, 슈퍼마켓과 편의점을 주요 현지 조사매장으로 선정함

[표 2.3] 영국 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓	웨이트로즈(Waitrose), 런던 디자이너 아울렛(London Designer Outlet), 아스다(Asda)
슈퍼마켓	모리슨즈(Morrisons), 세인즈버리(Sainsbury's), 알디(Aldi)
아시안/한인마트	오세요(Oseyo), 서울 플라자(Seoul Plaza), 에이치마트(H Mart)
편의점	테스코 익스프레스(Tesco Express), 막스앤스펜서(Marks&Spencer)
온라인	아마존(Amazon), 테스코(Tesco), 아스다(Asda), 이베이(eBay)

고객사 진출 선호 매장

6) 자료: 서머셋(Somerset)주 홈페이지, 유로스탯(Eurostat) 홈페이지

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정
  (*) 테스코 익스프레스(Tesco Express), 모리슨즈(Morrisons), 세인즈버리(Sainsbury's)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 고추장: 메주가루에 질게 지은 밥이나 떡가루 또는 되게 쑨 죽을 버무리고 고춧가루와 소금을 섞어서 만든 장

[표 2.4] 영국 고추장 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인	고추장
① 블루 드래곤 오리지널 스윗 칠리 소스 (에이비 월드 푸드스)	○ (테스코 익스프레스, 모리슨즈, 세인즈버리)	○ (아마존, 테스코, 아스다)	○
② 프랭크 레드핫 오리지널 카이엔 페퍼 소스 (더 프렌치스 푸드 컴퍼니)	○ (테스코 익스프레스)	○ (아마존, 테스코, 아스다)	○
③ 베리 레이지 찹드 레드 칠리즈 (잉글리쉬 프로벤더 컴퍼니)	○ (테스코 익스프레스, 세인즈버리)	○ (테스코, 아스다)	○
④ 말레이시안 엑스트라 핫 칠리 소스 (네슬레 말레이시아)	○ (모리슨즈)	○ (아마존, 테스코, 아스다)	○
⑤ 인더스 페리 페리 핫 칠리 소스 (에이아이비 푸드스)	○ (모리슨즈)	○ (아스다)	○
⑥ 덱 솜 분 타이 스윗 칠리 소스 (얀 왈 윤)	○ (테스코 익스프레스, 모리슨즈, 세인즈버리)	(-)	○
⑦ 고추장 코리안 레드 핫 페퍼 페이스트 (D사)	○ (모리슨즈)	(-)	○
⑧ 선 희 고추장 (선 희)	○ (세인즈버리)	(-)	○
⑨ 뱅뱅 오리지널 스리라차 칠리 소스 (어 코힐리코 프로덕트)	○ (세인즈버리)	(-)	○
⑩ 이금기 칠리 갈릭 소스 (이금기)	○ (세인즈버리)	○ (테스코)	○

(*) 현지 판매 고추장 경쟁제품 10개 분석

2. 영국 고추장 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 영국 고추장 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 영국 고추장 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g, ml당 가격	제품의 100g당 혹은 100ml당 가격
중량	중량(g, ml)	제품의 포장 단위
제품 종류	고추장	메주가루에 질게 지은 밥이나 떡가루 또는 되게 쑨 죽을 버무리고 고춧가루와 소금을 섞어서 만든 장
포장 형태	PET, 유리병	플라스틱 소재 혹은 유리 소재의 용기
원산지		제품의 원산지
유통기한		제품의 유통기한
인증		제품이 취득한 인증
수입자		제품의 수입상 정보
기타 표기사항		제품의 기타 표기사항
홍보문구		제품의 홍보문구
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

3. 영국 고추장 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 영국 서머셋에 위치한 편의점 및 슈퍼마켓

영국 서머셋주 바스시에 위치한 편의점인 테스코 익스프레스(Tesco Express)와 슈퍼마켓인 모리슨즈(Morrisons), 세인즈버리(Sainsbury's)를 방문함. 현지조사가 이루어진 3개의 매장 모두 바스(Bath)시 상업지구에 자리 잡고 있으며 세인즈버리는 단독으로 구성된 매장인 것으로 확인됨

[표 2.6] 영국 방문 매장 및 특징

방문 매장명	테스코 익스프레스 (Tesco Express)	모리슨즈 (Morrisons)	세인즈버리 (Sainsbury's)
방문 매장 전경			
구분	편의점	슈퍼마켓	슈퍼마켓
조사 제품 수	3	4	3
조사 매장 특징	· 글로벌 유통업체인 테스코를 모기업으로 하는 편의점 체인 · 영국에 1,740개의 매장을 운영	· 영국에서 다섯 번째로 큰 슈퍼마켓 체인 · 영국에 1,300개 이상의 매장을 운영	· 합리적인 가격에 다양한 식품을 판매하는 슈퍼마켓 체인 · 영국 내 1,400개 이상의 지점을 운영

자료: 현지조사원 자료

▶ 경쟁제품, 10개 중 2개 제품은 3개의 방문 매장에서 판매

테스코 익스프레스, 모리슨즈, 세인즈버리 총 3개 매장 방문 후 인기 경쟁제품을 조사한 결과, 경쟁제품 2개는 3개의 매장에 모두 진출했으며, 1개의 제품은 2개의 매장에 진출한 것으로 확인됨. 나머지 7개의 제품은 단 한 곳의 매장에만 진출해 있는 것으로 조사됨. 세인즈버리는 조사된 10개의 경쟁제품 중 6개의 제품을 취급하고 있어 방문한 3개의 매장 중 가장 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	테스코 익스프레스	모리슨즈	세인즈버리
① 블루 드래곤 오리지널 스윗 칠리 소스 (에이비 월드 푸드스)	○	○	○
② 프랭크 레드핫 오리지널 카이엔 페퍼 소스 (더 프렌치스 푸드 컴퍼니)	○		
③ 베리 레이지 찹드 레드 칠리즈 (잉글리쉬 프로벤더 컴퍼니)	○		○
④ 말레이시안 엑스트라 핫 칠리 소스 (네슬레 말레이시아)		○	
⑤ 인더스 페리 페리 핫 칠리 소스 (에이아이비 푸드스)		○	
⑥ 덱 솜 분 타이 스윗 칠리 소스 (얀 왈 윤)	○	○	○
⑦ 고추장 코리안 레드 핫 페퍼 페이스트 (D사)		○	
⑧ 선 희 고추장 (선 희)			○
⑨ 뱅뱅 오리지널 스리라차 칠리 소스 (어 코힐리코 프로덕트)			○
⑩ 이금기 칠리 갈릭 소스 (이금기)			○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 테스코 익스프레스(Tesco Express)

매장 정보

- **유형: 편의점**
- **판매 제품 특징:**
  신선식품, 베이커리, 음료 냉동식품, 건강식품, 생활용품, 애완용품, 유아용품 등의 다양한 제품을 판매함
- **매장 주변 특징:**
  상업 지역에 위치
- **주요 고객층:**
  현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보[7]	TESCO		테스코 익스프레스는 영국의 대형 유통업체인 테스코를 모기업으로 하는 편의점 체인으로, 영국 전역에 1,740여 개의 매장을 운영하고 있음. 전 세계적으로 직원 수가 33만 명이 넘으며, 체코, 헝가리, 슬로바키아 등 여러 국가에서 매장을 운영하고 있음
	조사 제품 수: 3개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	서머셋주 바스시
		상세주소	Tesco, 13 Stall St, Bath BA1 1QE
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
제품 판매 정보	판매 고추장 경쟁제품 정보		
	블루 드래곤 오리지널 스윗 칠리 소스 (에이비 월드 푸드스)	프랭크 레드핫 오리지널 카이엔 페퍼 소스 (더 프렌치스 푸드 컴퍼니)	베리 레이지 찹드 레드 칠리즈 (잉글리쉬 프로벤더 컴퍼니)

사진자료: 현지조사원 자료

7) 테스코 익스프레스(Tesco Express) 홈페이지

Shop ① 테스코 익스프레스(Tesco Express)

	경쟁제품 ①	경쟁제품 ②
제품 사진		
제품명 (현지어)	블루 드래곤 오리지널 스윗 칠리 소스 (Blue Dragon Original Sweet Chilli Sauce)	프랭크 레드핫 오리지널 카이엔 페퍼 소스 (Frank's Redhot Original Cayenne Pepper Sauce)
제조사 (현지어)	에이비 월드 푸드스 (AB World Foods)	더 프렌치스 푸드 컴퍼니 (The French's Food Company)
제품 종류	소스	소스
중량	190ml	160g
소비자가격	2.20파운드 (3,597원)	2.90파운드 (4,742원)
100g당 가격	1.16파운드 (1,893원)	1.81파운드 (2,964원)
원산지	태국	미국
유통기한	1년	2년
포장 형태	유리병	유리병
인증	(-)	(-)
수입자 (현지어)	에이비 월드 푸드스 (AB World Foods)	더 프렌치스 푸드 컴퍼니 (The French's Food Company)
기타 표기사항	베지테리언 및 비건, 재활용 가능	재활용 가능, 맵기 표기
홍보문구	영감이 떠오르는 맛, 연어 위에 스윗 칠리 소스를 뿌리고 오븐에 구우세요.	향과 매운맛의 완벽한 조화
원료 및 첨가물	물, 홍고추(20%), 설탕, 포도당과당물엿, 다진마늘(6%), 절인마늘(5%)(마늘, 물, 소금, 레비산), 변성타피오카전분, 아세트산, 소금	발효 홍고추(35%), 증류주, 물, 소금, 마늘 분말

Shop ① 테스코 익스프레스(Tesco Express)

	경쟁제품 ③
제품 사진	
제품명 (현지어)	베리 레이지 찹드 레드 칠리즈 (Very Lazy Chopped Red Chillies)
제조사 (현지어)	잉글리쉬 프로벤더 컴퍼니 (English Provender Company)
제품 종류	소스
중량	190g
소비자가격	2.10파운드 (3,434원)
100g당 가격	1.11파운드 (1,807원)
원산지	영국
유통기한	2년
포장 형태	유리병
인증	(-)
수입자 (현지어)	(-)
기타 표기사항	베지테리언 및 비건 친화
홍보문구	(-)
원료 및 첨가물	화이트 와인 식초(아황산염), 말린 고추

Shop ② 모리슨즈(Morrisons)

매장 정보

- **유형: 슈퍼마켓**
- **판매 제품 특징:**
  신선식품, 베이커리, 스낵, 냉동식품, 화장품, 생활용품 등의 다양한 제품을 판매함
- **매장 주변 특징:**
  상업 지역에 위치
- **주요 고객층:**
  현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보[8]	Morrisons		모리슨즈는 1899년 설립된 영국의 슈퍼마켓 체인으로, 영국 전역에 1,342개의 매장을 운영하고 있음. 설립 초기에는 잉글랜드 북부에 중점적으로 매장을 개설했으나, 현재는 잉글랜드 남부와, 웨일즈, 스코틀랜드까지 영역을 확장함
	조사 제품 수: 4개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	서머셋주 바스시
		상세주소	11 Southgate St, Bath BA1 1AQ
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
제품 판매 정보	판매 고추장 경쟁제품 정보		
	말레이시안 엑스트라 핫 칠리 소스 (네슬레 말레이시아)	인더스 페리 페리 핫 칠리 소스 (에이아이비 푸드스)	덱 솜 분 타이 스윗 칠리 소스 (얀 왈 윤)	고추장 코리안 레드 핫 페퍼 페이스트 (D사)

사진자료: 현지조사원 자료

8) 모리슨즈(Morrisons) 홈페이지

Shop ② 모리슨즈(Morrisons)

	경쟁제품 ④	경쟁제품 ⑤
제품 사진		
제품명 (현지어)	말레이시안 엑스트라 핫 칠리 소스 (Malaysian Extra Hot Chilli Suace)	인더스 페리 페리 핫 칠리 소스 (Indus Peri Peri Hot Chilli Sauce)
제조사 (현지어)	네슬레 말레이시아 (Nestle Malaysia)	에이아이비 푸드스 (AIB Foods)
제품 종류	소스	소스
중량	320g	422g
소비자가격	2.29파운드 (3,745원)	1.75파운드 (2,862원)
100g당 가격	0.72파운드 (1,170원)	0.41파운드 (678원)
원산지	말레이시아	영국
유통기한	1년	1년
포장 형태	유리병	유리병
인증	HALAL	HALAL, Vegetarian
수입자 (현지어)	네슬레 아일랜드 (Nestle Ireland)	(-)
기타 표기사항	냉장 보관	베지테리언을 위한, 인공 색소 및 향 무첨가
홍보문구	좋은 음식과 좋은 인생	세계 최고의 식품, RTU(Ready-to-use)
원료 및 첨가물	물, 설탕, 고추 페이스트(11.5%), 식초, 토마토 페이스트, 변성 옥수수 전분, 소금, 핫 칠리 파우더(2.1%)	물, 고추(9%), 설탕, 토마토 페이스트, 변성 옥수수 전분, 소금, 마늘, 구연산, 산도조절제

Shop ② 모리슨즈(Morrisons)

	경쟁제품 ⑥	경쟁제품 ⑦
제품 사진		
제품명 (현지어)	덱 솜 분 타이 스윗 칠리 소스 (Dek Som Boon Thai Sweet Chilli Sauce)	고추장 코리안 레드 핫 페퍼 페이스트 (Gochujang Korean Hot Red Pepper Paste)
제조사 (현지어)	얀 왈 윤 (Yan Wal Yun)	D사
제품 종류	소스	페이스트
중량	800g	500g
소비자가격	2.75파운드 (4,497원)	2.75파운드 (4,497원)
100g당 가격	0.34파운드 (562원)	0.55파운드 (899원)
원산지	태국	한국
유통기한	2년	2년
포장 형태	유리병	PET
인증	HALAL, Kosher	(-)
수입자 (현지어)	차다 오리엔탈 푸드스 (Chadha Oriental Foods)	에스오피인터내셔널 (SOP International)
기타 표기사항	열과 직사광선을 피해 보관	보존제/인공 색소/MSG 무첨가
홍보문구	특별한 요리에 식욕을 돋우는 훌륭한 스윗 칠리 소스, 어묵/스프링 롤과 같은 요리의 완벽한 파트너	1945년부터 이어온 한국 전통
원료 및 첨가물	설탕32%, 물21.73%, 마늘17%, 고추14%, 증류식초13%, 증점제, 변성타피오카전분2%, 나트륨, 글루타메이트(E621)0.27%	밀가루, 옥수수시럽, 혼합양념(고추분말6.12%, 물, 소금, 마늘, 양파, 고춧가루(3.88%), 알코올3.00%), 가수분해 밀단백질

Shop ③ 세인즈버리(Sainsbury's)

매장 정보

- **유형: 슈퍼마켓**
- **판매 제품 특징:**
  생활용품, 화장품, 의류, 전자제품, 식료품, 주류, 의약품, 애완용품 등의 다양한 제품을 판매함
- **매장 주변 특징:**
  상업 지역에 위치
- **주요 고객층:**
  현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보9)	Sainsbury's		세인즈버리는 영국에서 두 번째로 큰 슈퍼마켓 체인으로, 영국 내 1,400개 이상의 지점을 운영하고 있음. 세인즈버리는 합리적인 가격에 다양한 식품을 판매하며, 영국 슈퍼마켓 시장의 16% 이상을 점유하고 있음
	조사 제품 수: 3개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	서머셋주 바스시
		상세주소	Green Park Station, Green Park Rd, Bath BA1 2DR
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
제품 판매 정보	판매 고추장 경쟁제품 정보		
	선 희 고추장 (선 희)	뱅뱅 오리지널 스리라차 칠리 소스 (어 코힐리코 프로덕트)	이금기 칠리 갈릭 소스 (이금기)

사진자료: 현지조사원 자료

9) 세인즈버리(Sainsbury's) 홈페이지

Shop ③ 세인즈버리(Sainsbury's)

	경쟁제품 ⑧	경쟁제품 ⑨
제품 사진		
제품명 (현지어)	선 희 고추장 (Sun Hee Gochujang)	뱅뱅 오리지널 스리라차 칠리 소스 (Bang Bang Original Sriracha Chilli Sauce)
제조사 (현지어)	선 희 (Sun Hee)	어 코힐리코 프로덕트 (A Kohlico Product)
제품 종류	페이스트	소스
중량	170g	480g
소비자가격	2.20파운드 (3,597원)	3.40파운드 (5,560원)
100g당 가격	1.29파운드 (2,116원)	0.71파운드 (1,158원)
원산지	중국	태국
유통기한	1년	2년
포장 형태	PET	PET
인증	(-)	Vegetarian
수입자 (현지어)	수르야 푸드스 (Surya Foods)	코히코 브랜즈 유케이 (Kohico Brands UK)
기타 표기사항	조리 활용처 안내	인공 색소 무첨가, 글루텐프리, 수상 이력이 있는 제품
홍보문구	오리지널 한국의 맛	오리지널 스리라차 칠리 소스, 태국 정통 제품
원료 및 첨가물	물, 물엿, 칠리파우더 11.5%, 밀가루, 쌀, 소금, 알코올, 글루타민산나트륨	물 28.9%, 호고추 28%, 설탕 25%, 마늘 7%, 소금 5%, 잔탄검 4.4%, 변성옥수수전분 1%, 아세트산 0.55%, 보존제 0.1%, 파프리카 올레오레진 0.05%

Shop ③ 세인즈버리(Sainsbury's)

	경쟁제품 ⑩
제품 사진	
제품명 (현지어)	이금기 칠리 갈릭 소스 (Lee Kum Kee Chilli Garlic Sauce)
제조사 (현지어)	이금기 (Lee Kum Kee)
제품 종류	소스
중량	190g
소비자가격	2.10파운드 (3,434원)
100g당 가격	1,11파운드 (1,807원)
원산지	중국
유통기한	1년
포장 형태 (외부/내부)	유리병
인증	(-)
수입자 (현지어)	이금기 유럽 (Lee Kum Kee Europe)
기타 표기사항	색소/보존제/향미증진제 무첨가, 비건 적합 제품
홍보문구	정통 중국 소스의 거장 이금기, 전 세계 많은 중국 가정 및 요리사에게 사랑받는 인기 브랜드
원료 및 첨가물	소금고추 60%(고추 80%, 소금), 설탕, 물 쌀식초, 건조마늘 4%, 소금, 옥수수전분

III

경쟁기업

1. 영국 고추장 경쟁기업 선정
2. 영국 고추장 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 영국 고추장 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 영국 고추장 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 고추 페이스트 제품을 제조 및 판매하고 있는 기업 3개사 선정

영국 오프라인 유통채널에서 고객사 제품군 중 고추를 활용한 페이스트 제품을 제조 및 판매하고 있는 현지기업 1개사, 태국기업 1개사, 한국기업 1개사를 주요 경쟁기업으로 선정함. 선정된 경쟁기업 3개사는 평균 36년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 얀 왈 윤은 1947년 설립되어 3개사 중 가장 오래된 76년의 업력을 보유하고 있으며, 잉글리쉬 프로벤더 컴퍼니는 1998년 설립 이후 25년째 사업을 이어오고 있음. D사는 2016년 설립된 후 7년의 업력을 보유하고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 칠리 소스 및 칠리 페이스트 품목 종류 조사

영국에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 고추장, 칠리 소스 및 칠리 페이스트 제품 품목 수를 조사한 결과, 얀 왈 윤이 총 13개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 잉글리쉬 프로벤더 컴퍼니와 D사는 각각 4개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 고추장 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
잉글리쉬 프로벤더 컴퍼니	영국	25년	4개
얀 왈 윤	태국	76년	13개
D사	한국	7년	4개

자료: 영국 진출 고추장 경쟁기업 3개사 분석

2. 영국 고추장 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 22년도 매출액
	직원 수	기업 22년도 직원 수
	설립연도	기업의 설립연도
	동일품목	고추장 및 칠리 소스, 칠리 페이스트 제품

▶ 경쟁기업의 자사 제품 홍보 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 홍보 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 현지화 미진행	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음	○ (하)
② 홍보 글로벌화	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	◐ (중)
③ 홍보 현지화	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (상)

▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	별도 포장 없이 벌크 판매하거나 경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	◐ (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	● (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	테스코 익스프레스, 모리슨즈, 세인즈버리
온라인	아마존, 테스코, 아스다

3. 영국 고추장 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사, 영국 오프라인 매장 진출

영국에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 얀 왈 윤은 테스코 익스프레스, 모리슨즈, 세인즈버리 3곳에 모두 입점하여 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 오프라인 매장에 진출한 것으로 확인됨. 잉글리쉬 프로벤더 컴퍼니는 테스코 익스프레스 1곳에 입점하였으며, D사는 모리슨즈 1곳에 입점한 것으로 확인됨. 또한 3개사 모두 온라인 매장에 입점해 있는 것으로 조사됨

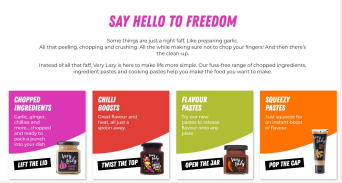
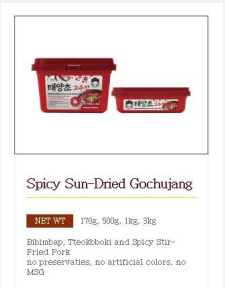
▶ 경쟁기업 3개사, 활발한 자사 홈페이지에서의 제품 홍보활동

영국 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 3개사 모두 글로벌 홈페이지를 운영하고 있으며, SNS의 경우 잉글리쉬 프로벤더 컴퍼니는 글로벌 계정의 페이스북, 트위터, 인스타그램을, 얀 왈 윤은 태국 계정의 페이스북과 유튜브를 운영하고 있는 것으로 조사됨. D사는 기업 홈페이지 외 다른 홍보 채널을 운영하지 않는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 맛, 전통 등을 강조

영국 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 맛과 사용의 편의성, 제조 국가의 정통성 등을 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 조사됨. 온라인에서는 '신선한 고추와 마늘로 만든 소스', '무방부제, 무색소, 무MSG' 등 제품 원료의 우수성을 나타내는 수식어와 '간편하게 음식을 만들 수 있습니다', '어묵, 스프링 롤과 같은 요리의 완벽한 파트너' 등 제품의 특성을 강조한 수식어가 사용되고 있음. 오프라인 제품 홍보문구에는 '1945년부터 이어온 한국 전통' 등의 수식어를 활용하여 제조 국가를 강조하여 제품을 홍보하고 있음

[표 3.7] 영국 고추장 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
잉글리쉬 프로벤더 컴퍼니	• 오프라인 매장 - 테스코 익스프레스 • 온라인 매장 - 아마존 - 테스코 익스프레스 - 아스다	• 자사 홈페이지 (글로벌) • SNS 플랫폼 (글로벌) - 페이스북 - 트위터 - 인스타그램	- 뛰어난 맛과 따뜻함, 이 모든 것이 한 스푼에 가능합니다 - 간편하게 음식을 만들 수 있습니다	
얀 왈 윤	• 오프라인 매장 - 테스코 익스프레스 - 모리슨즈 - 세인즈버리 • 온라인 매장 - 아마존 - 테스코 익스프레스	• 자사 홈페이지 (글로벌/태국) • SNS 플랫폼 (태국) - 페이스북 - 유튜브	- 특별한 요리에 식욕을 돋우는 훌륭한 스윗 칠리 소스 - 어묵/스프링 롤과 같은 요리의 완벽한 파트너 - 신선한 고추와 마늘로 만든 소스	
D사	• 오프라인 매장 - 모리슨즈 • 온라인 매장 - 아마존 - 아스다	• 자사 홈페이지 (글로벌)	- 1945년부터 이어온 한국 전통 - 무방부제, 무인공색소, 무MSG	

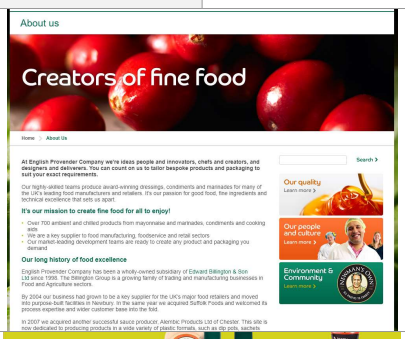
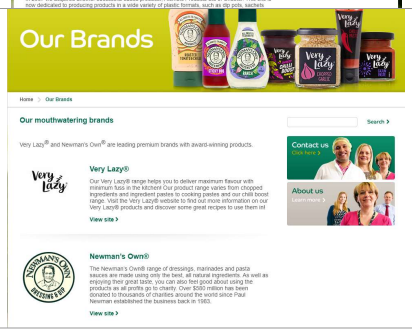
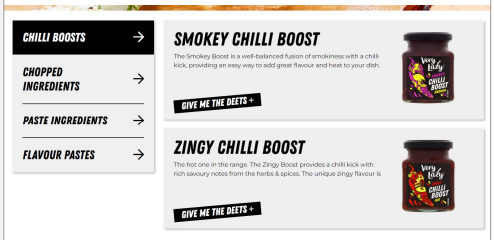
자료: 영국 진출 고추장 경쟁기업 3개사 분석

① 잉글리쉬 프로벤더 컴퍼니

기업 기본 정보	기업명	잉글리쉬 프로벤더 컴퍼니		
	기업 설명	잉글리쉬 프로벤더 컴퍼니는 영국의 식품 소매 부문의 주요 공급업체로 성장해왔으며, 각종 조미료, 보조제, 마리네이드 등 700가지 이상의 냉장 및 상온 제품을 제조하고 있음. 다진 재료와 페이스트를 판매하는 브랜드인 베리 레이지(Very Lazy)와 드레싱, 파스타 소스 등을 판매하는 브랜드인 Newman's Own을 운영하고 있음		
	위치	Greenham Business Park Thatcham Berkshire RG19 6HA		
	규모	동일 품목 수	4개	
		설립연도	1998년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 테스코 익스프레스 〈온라인 매장〉 아마존 테스코 아스다		제품명	베리 레이지 찹드 레드 칠리즈 (Very Lazy Chopped Red Chillies)
			중량	190g
			소비자가격	2.10파운드 (3,434원[10])
			제품 종류	소스
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	포장 방식 현지화	
	홍보 현지화	● (상)	영어 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	

사진자료: 현지조사원 자료

10) 1파운드=1,635.18원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

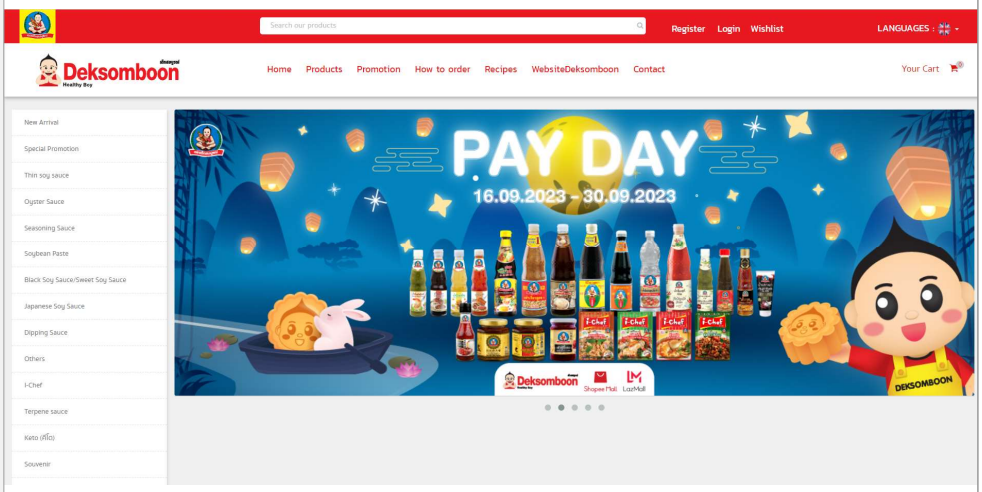
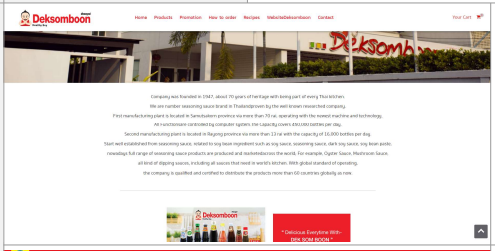
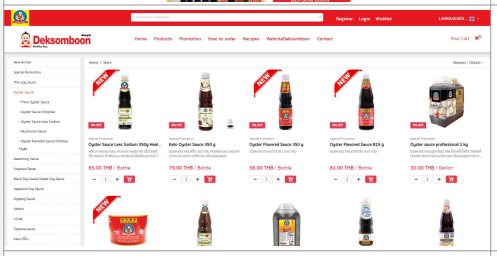
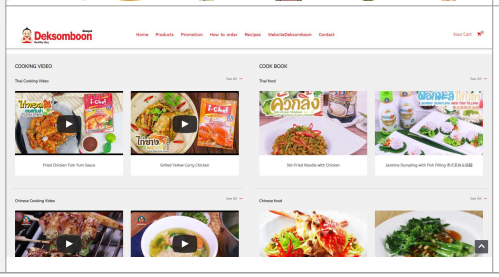
<table>
<tr><td rowspan="4">홍보 방식</td><td colspan="2">
</td></tr>
<tr><td>홍보 채널</td><td>자사 홈페이지(글로벌), 페이스북/트위터/인스타그램(글로벌)</td></tr>
<tr><td>게시 주기</td><td>평균 하루 1건</td></tr>
<tr><td>게시물 유형</td><td>기업 소개, 브랜드 소개, 제품 소개, 조리법 소개</td></tr>
<tr><td rowspan="3">게시물 유형</td><td> 
</td><td>• 회사 개요, 연혁, 사명 등 기업 정보 소개</td></tr>
<tr><td> 
</td><td>• 자사 브랜드, 관련 홈페이지 링크 안내</td></tr>
<tr><td> 
</td><td>• 제품 소개, 판매처 안내</td></tr>
</table>

사진자료: 잉글리쉬 프로벤더 컴퍼니 홈페이지

② 얀 왈 윤

기업 기본 정보	기업명	얀 왈 윤		
	기업 설명	얀 왈 윤은 태국에서 가장 큰 소스 회사 중 하나로, 태국 조미료 시장의 80% 이상을 점유하고 있음. 하루에 45만 병 이상의 조미료 제품을 생산할 수 있는 규모의 자체 공장을 운영하고 있으며, 글로벌 운영 표준과 인증을 갖추어 전 세계 60개국 이상에 제품을 유통하고 있음		
	위치	Yan Wal Yun Corporation Group Co.,Ltd. 767 Wat Phai Ngoen Rd., Sathorn, Bangkok 10120 Thailand		
	규모	동일품목 수	13개	
		설립연도	1947년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 테스코 익스프레스 모리슨즈 세인즈버리 〈온라인 매장〉 아마존 테스코		제품명	덱 솜 분 타이 스윗 칠리 소스 (Dek Som Boon Thai Sweet Chilli Sauce)
			중량	800g
			소비자가격	2.75파운드 (4,497원)
			제품 종류	소스
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	포장 방식 현지화	
	홍보 현지화	◐ (중)	자사 글로벌 홈페이지 활용	

사진자료: 현지조사원 자료

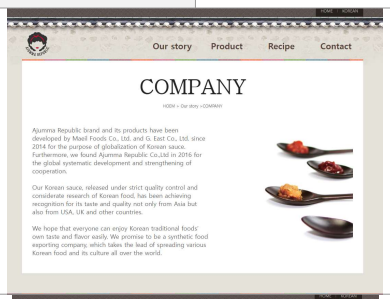
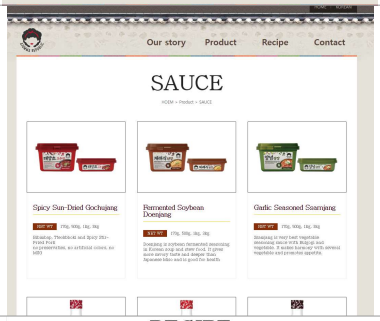
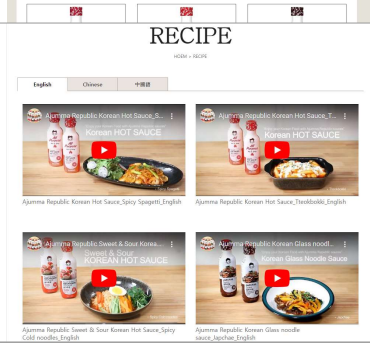
홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌/태국), 페이스북/유튜브(태국)
	게시 주기	평균 하루 1건
	게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개,
게시물 유형		• 회사 개요, 공장, 연혁 등 기업 정보 소개
		• 자사 제품 소개
		• 자사 제품 활용 레시피 안내

사진자료: 얀 왈 윤 홈페이지

③ D사

기업 기본 정보	기업명	D사		
	기업 설명	D사는 2016년 설립된 식품 유통 기업으로, 주로 한식 소스와 김치를 일본, 중국, 남미, 유럽 등에 수출하고 있음. 한식 소스의 세계화를 목표로 엄격한 품질관리와 제품 연구를 수행하고 있으며, 경쟁력 있는 가격으로 수출을 확대해나가고 있음		
	규모	동일 품목 수	4개	
		설립연도	2016년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 모리슨즈 〈온라인 매장〉 아마존 아스다		제품명	고추장 코리안 레드 핫 페퍼 페이스트 (Gochujang Korean Hot Red Pepper Paste)
			중량	500g
			소비자가격	2.75파운드 (4,497원)
			제품 종류	페이스트
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	포장 방식 현지화	
	홍보 현지화	◐ (중)	글로벌 홈페이지 활용	

사진자료: 현지조사원 자료

<table>
<tr><td rowspan="4">홍보 방식</td><td colspan="2">
</td></tr>
<tr><td>홍보 채널</td><td>자사 홈페이지(글로벌)</td></tr>
<tr><td>게시 주기</td><td>비정기적</td></tr>
<tr><td>게시물 유형</td><td>기업 소개, 제품 소개, 레시피 소개</td></tr>
<tr><td rowspan="3">게시물 유형</td><td> 
</td><td>• 회사 개요, 이념, 비전 등 기업 정보 소개</td></tr>
<tr><td> 
</td><td>• 제품 소개</td></tr>
<tr><td> 
</td><td>• 자사 제품 활용 레시피 안내</td></tr>
</table>

사진자료: D사 홈페이지

Ⅳ
수입·유통업체 인터뷰

1. 수 셰프(Sous Chef)
2. 디 아시안 쿡 샵(The Asian Cook Shop)
3. 타이푸드 온라인(Thai Food Online)

Interview ①

수 셰프(Sous Chef) Head B2B Sales[11]

수 셰프 (Sous Chef)

- **유형: 소매업체**
- **업체 특징:**
  - 2011년 설립된 온라인 전문 식료품점
  - 식재료, 테이블웨어, 조리기구 등을 주로 취급하며 배달 서비스 제공

담당자 정보

Head B2B Sales

고객사 제품 정보

소비자가격	9.11파운드[12] (14,900원)
중량	1,000g
포장 형태	PET

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 포장 형태, 원료는 영국에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

저희가 판매하는 인기 제품은 플라스틱 용기에 포장된 고추장이며, 중량은 500g이고 가격은 4.99파운드(8,150원)입니다. 주요 원료로는 고추 혼합 양념, 옥수수 시럽, 현미, 발효된 된장 등이 있습니다. 기존 제품과의 비교 결과, 고객사의 고추장은 약 9% 저렴한 가격을 가지고 있습니다. 그러나 동일 가격대에서 비슷한 제품을 판매하는 다른 브랜드도 있어, 고객사 제품의 독특한 장점이나 차별화가 필요하다고 판단됩니다. 일반적으로 고추장의 판매 중량은 500g, 1kg, 3kg 등으로 나뉩니다. 따라서 고객사의 제품이 영국 시장에서 독특한 가치를 갖기 위해서는 타 브랜드와의 경쟁은 필연적이라고 볼 수 있습니다.

Q2. 영국에서 한국 고추장에 대한 소비자들의 인식은 어떤가요?

한국의 고추장은 그 독특하고 대담한 맛 때문에 영국에서도 좋은 평가를 받고 있습니다. 시간이 지나면서 다양한 요리에 사용되는 재료로서 그 활용성과 퓨전 요리에서의 중요한 역할로 인기를 얻었습니다. 이러한 인기로 인해 영국의 대형마트, 슈퍼마켓, 아시아 마트 및 기타 식료품 소매점에서도 쉽게 구할 수 있게 되었습니다. 현재 영국에서는 한국인뿐만 아니라 다양한 소비자들이 고추장의 맛과 유용성을 인정하며 소비하고 있습니다.

11) 사진자료: 수 셰프(Sous Chef) 공식 홈페이지
12) 1파운드=1,635.18원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q3. 유통업체 입장에서 고추장 구매 시 가장 고려하는 요소는 무엇인가요?

영국의 유통업체들은 고추장의 원산지를 중요하게 여깁니다. 특히 한국산 고추장을 선호하는 경향이 있습니다. 이익 측면에서도 높은 마진을 제공하는 한국 브랜드를 선호합니다. 포장 크기에 대해서는 500g, 1kg, 3kg 등을 주로 선호하며, 브랜드의 평판과 제품 공급의 안정성을 중요하게 고려합니다.

Q4. 현지 소비자들이 고추장 구매 시 가장 고려하는 요소는 무엇인가요?

고추장의 맛과 향에 대한 정통성은 소비자들에게 중요한 요소입니다. 건강 및 웰빙 트렌드가 강조되면서 고추장의 성분에도 높은 관심을 보이고 있습니다. 많은 소비자들이 소포장 제품을 선호하는 반면, 그램당 가격이 저렴한 1kg 포장을 선호하는 소비자도 존재합니다.

Q5. 현지에서 인기 있는 고추장 제품의 주요 마케팅 방법과 채널은 무엇인가요?

영국의 고추장 브랜드들은 다양한 마케팅 전략을 펼치고 있습니다. 대다수의 제조사는 공식 웹사이트를 통해 제품 홍보를 진행하며, 페이스북과 인스타그램 같은 소셜미디어 플랫폼을 활용합니다. 유명 셰프와의 협업을 통해 제품의 품질을 강조하며 홍보하는 전략도 흔히 볼 수 있습니다. 현지 기업들은 소비자의 니즈에 잘 반응하여, 대부분의 유명 브랜드 제품이 온라인 이커머스 사이트에서도 판매됩니다. 고추장의 특성을 고려해 아시아 마트(온라인 및 오프라인)에도 주로 입점하고 있습니다.

Q6. 현지 시장에서 고추장을 판매하기 위한 효과적인 마케팅 전략은 무엇인가요?

영국 내 주요 온라인 상점, 슈퍼마켓, 그리고 아시아 마트에 고추장을 입점하는 것이 브랜드 인지도를 높이는 데 효과적입니다. 식품 관련 박람회나 전시회에 참가하여 제품 홍보는 물론 네트워킹의 기회를 얻는 것도 좋습니다. 영국 시장에 새롭게 진출하는 고추장 브랜드의 경우, 초기 고객 확보를 위해 특별한 할인 프로모션을 진행하는 것이 좋습니다. 제품 라벨에는 고추장의 독특한 맛, 향, 그리고 원산지를 강조하여 소비자의 신뢰를 얻는 것이 중요합니다.

Q7. 고추장 제품이 영국 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

아시아 식료품점은 영국의 다양한 지역에서 고추장과 같은 아시아 특산품을 찾는 소비자들의 주요 방문처입니다. 이러한 점포는 이미 아시아 음식에 관심이 있는 고객층을 대상으로 하기 때문에 고추장 제품의 입점에 적합하다고 볼 수 있습니다. 전자상거래 플랫폼은 최근 몇 년 동안 큰 성장을 보여주고 있으며, 특히 코로나19 팬데믹 이후 온라인 쇼핑의 중요성이 더욱 강조되었습니다. 따라서 영국 내 주요 온라인 마켓플레이스나 식품 전문 온라인 쇼핑몰에 제품을 진열하는 것은 큰 시장 접근성을 가질 수 있습니다.

Interview ②

13)

디 아시안 쿡 샵(The Asian Cook Shop) Director

디 아시안 쿡 샵 (The Asian Cook Shop)

- 유형: 수입·소매·도매업체
- 업체 특징:
  - 2010년 설립된 인도 식료품 온라인 판매업체
  - 인도 향신료, 식재료, 식료품, 카레 키트, 조리기구 등 판매
  - 소매 고객부터 대량 구매자, 레스토랑, 아시아 마트 등에 제품 유통

담당자 정보

Director

고객사 제품 정보

소비자가격	9.11파운드 (14,900원)
중량	1,000g
포장 형태	PET

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 포장 형태, 원료는 영국에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

저희가 판매하는 제품은 500g 포장으로 가격은 4.95파운드(8,094원)입니다. 주요 성분으로는 옥수수 시럽, 밀가루, 물, 고춧가루, 소금, 마늘, 양파, 발효 에틸알코올, 가수분해 식물성 단백질 등이 포함되어 있습니다. 기존 경쟁 브랜드의 제품들과 비교하여, 고객사의 제품은 영국 시장에서 충분한 경쟁력을 가지고 있다고 볼 수 있습니다. 일반적으로 소비자들은 500g, 1kg 같은 다양한 중량의 제품을 선호하는 경향이 있습니다.

Q2. 영국에서 한국 고추장에 대한 소비자들의 인식은 어떤가요?

한국 고추장은 영국 현지인들 사이에서도 알려져 있지만, 특히 아시아계 소비자들 사이에서 높은 인기를 누리고 있습니다. 한국 고추장에 대한 소비자 반응은 다양한데, 일부는 그 매콤한 맛을 강조하며, 다른 일부는 그 풍미의 깊이를 강조합니다. 영국에서는 한국 드라마와 세계 음식 문화의 영향을 받은 젊은 세대를 중심으로 한국 고추장에 대한 관심이 증가하고 있습니다. 많은 현지인들은 한국의 특별한 풍미를 더하기 위해 요리에 고추장을 첨가하며, 이러한 트렌드는 앞으로도 지속될 것으로 기대됩니다.

13) 사진자료: 디 아시안 쿡 샵(The Asian Cook Shop) 홈페이지

Q3. 유통업체 입장에서 고추장 구매 시 가장 고려하는 요소는 무엇인가요?

영국의 유통업체들은 다양한 소비자 요구에 부응하기 위해 제품의 품질과 진품 여부를 중점적으로 검토합니다. 믿을 수 있는 공급업체 및 제조업체와의 협력도 중요하게 여깁니다. 포장과 라벨링이 규정에 맞게 이루어졌는지, 그리고 경쟁력 있는 가격을 제공할 수 있는지도 핵심적인 고려사항입니다. 제품의 다양한 포장 크기 옵션, 지역적, 계절적 수요의 파악, 그리고 마케팅 전략의 효과성 또한 고려 대상입니다. 소비자 피드백을 지속적으로 모니터링하고, 물류 체계의 효율성, 그리고 영국 내 식품 안전 기준의 준수는 유통과정에서 필수적입니다.

Q4. 현지 소비자들이 고추장 구매 시 가장 고려하는 요소는 무엇인가요?

영국 소비자들은 고추장을 구매할 때 원산지, 제품의 맛 및 풍미, 합리적인 가격, 사용된 재료 및 품질, 맵기의 정도, 제품의 인증 및 포장, 라벨 정보 등에 주의를 기울입니다. 특히 진정한 한국 제품인지, 천연 재료가 사용되었는지를 중요하게 여깁니다.

Q5. 현지에서 인기 있는 고추장 제품의 주요 마케팅 방법과 채널은 무엇인가요?

최근 들어 기업들은 인스타그램, 유튜브, 페이스북과 같은 소셜미디어를 주요 홍보 채널로 활용하고 있습니다. 몇몇 기업들은 유명 셰프들과 협업하여 제품의 특징과 사용법을 홍보하며, 음식 인플루언서와의 협업을 통해 다양한 요리에 고추장을 어떻게 활용할 수 있는지를 시연하는 동영상을 공유하기도 합니다. 이러한 마케팅 활동의 목적은 브랜드의 독특성과 진정성을 강조하며 평판을 높이는 것입니다. 아시아계 소비자가 고추장의 주요 타겟층이므로, 아시아 마트, 아시아 테마의 식료품점, 아시아 레스토랑 등에 집중적으로 제품을 진출시키는 전략도 효과적입니다.

Q6. 현지 시장에서 고추장을 판매하기 위한 효과적인 마케팅 전략은 무엇인가요?

온라인 마케팅의 중요성이 커지고 있으므로 아시안 쿡샵, 아마존, 이베이와 같은 인기 있는 온라인 플랫폼에서의 판매 활동을 활발히 추진하는 것이 좋습니다. 블로그 게시물이나 동영상을 통해 고추장의 다양한 활용법과 특징을 소비자들에게 알림으로써 제품 인식을 확산시키는 것도 효과적입니다. 푸드 인플루언서나 유명 셰프와의 협업을 통해 제품을 널리 홍보하면 타겟 소비자층을 더욱 확장할 수 있습니다. 대형마트, 슈퍼마켓, 아시안 푸드샵과의 제휴를 통해 다양한 경로로 고추장을 소개하는 것도 중요합니다. 그리고 초기 시장 진출 단계에서는 합리적인 가격 제안을 통해 소비자들의 관심을 끌어들이는 것이 중요합니다.

Q7. 고추장 제품이 영국 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

먼저 이미 안정적인 고객 기반을 보유한 아시아계 마트에 제품을 공급하는 것이 효과적입니다. 또한, 고추장은 이미 영국 주류 소매 체인에도 입점되어 있기 때문에, 주요 소매 체인점 및 온라인 이커머스 업체와의 협업도 고려해볼 만합니다. 영국 내 한식당도 고추장의 주요 소비처 중 하나이므로 이와 같은 음식점에 진출하는 것도 좋은 전략입니다. 그러나 일부 한식당에서는 신선하고 저렴한 제품을 위해 직접 고추장을 제조하기도 하므로 그런 부분들을 잘 파악하며 시장 진출 전략을 세워야 합니다.

Interview ③

[14]

타이 푸드 온라인(Thai Food Online) Owner

thai food online

타이 푸드 온라인 (Thai Food Online)

- 유형: 수입·소매·도매업체
- 업체 특징:
  - 2007년 설립된 영국의 온라인 식료품 유통업체
  - 태국 식재료, 식품, 조리도구 등을 주로 취급
  - 3,000개 이상의 식료품 판매

담당자 정보

Owner

고객사 제품 정보

소비자가격	9.11파운드 (14,900원)
중량	1,000g
포장 형태	PET

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 포장 형태, 원료는 영국에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

저희가 판매하는 주요 제품은 500g 패키지로, 6.49파운드(10,612원)에 판매되고 있습니다. 주요 성분으로는 타피오카 시럽, 물, 현미, 고춧가루, 소금, 알코올, 대두, 마늘, 양파 등이 포함되어 있습니다. 고객사 제품은 가격 면에서 경쟁력을 갖추고 있습니다. 다양한 용량의 제품을 제공하는 것이 바람직하며, 특히 500g 용량은 매우 인기가 있을 것입니다. 또한, 1kg 및 3kg 제품도 일부 고객층에게는 적합할 것으로 보입니다. 1kg 고추장 제품의 소매 가격을 8파운드(13,081원)에서 12파운드(19,622원) 사이로 설정하는 것이 적절해 보입니다.

Q2. 영국에서 한국 고추장에 대한 소비자들의 인식은 어떤가요?

현재 영국에서 한국 고추장의 인지도는 아시아계 거주민 중심으로 형성되어 있습니다. 그러나 최근에는 한국 음식이 영국에서 인기를 끌면서, 점차 다양한 층의 영국인들도 한국 고추장에 관심을 가지기 시작하였습니다. 적절한 마케팅 전략을 통해 그 인기를 더욱 확장시킬 수 있을 것으로 기대됩니다.

14) 사진자료: 타이 푸드 온라인(Thai Food Online) 홈페이지

Q3. 유통업체 입장에서 고추장 구매 시 가장 고려하는 요소는 무엇인가요?

영국 유통업체들은 한국 고추장의 정통한 맛을 제공하는 브랜드와 안정적으로 연중 공급이 가능한 업체를 우선적으로 찾습니다. 더불어, 시각적으로 매력적인 포장, 합리적인 가격, 그리고 다양한 포장 크기 옵션을 제공하는 브랜드에 주목합니다. 유통업체는 이러한 조건을 충족하는 제품이 최종 소비자의 니즈를 가장 잘 반영할 것이라 판단하며, 그러한 제품의 선택은 곧 유통업체의 매출과 이익 증대로 연결됩니다.

Q4. 현지 소비자들이 고추장 구매 시 가장 고려하는 요소는 무엇인가요?

고추장의 선택은 주로 맛, 가격, 그리고 제품의 품질에 기반합니다. 특히, 고소득층 소비자들은 브랜드의 명성, 원료, 인증, 그리고 전반적인 품질, 원산지 등의 요소를 중요하게 생각합니다. 반면 중간소득층 소비자들은 가격과 포장 크기, 그리고 비정기적인 프로모션을 주요 구매 결정 요소로 봅니다. 그러나, 고추장의 정통성은 모든 소비자에게 중요한 선택 기준입니다. 또한, 매운 정도도 고려하는 주요 요소 중 하나입니다.

Q5. 현지에서 인기 있는 고추장 제품의 주요 마케팅 방법과 채널은 무엇인가요?

현지의 고추장 브랜드들은 경쟁력 있는 가격과 다양한 포장 사이즈 제공을 중요시하며, 제품의 정통성, 품질, 원산지 및 인증 등을 강조하여 마케팅합니다. 온라인 플랫폼에서의 할인 이벤트와 프로모션도 자주 진행됩니다. 브랜드 홍보를 위해 셰프, 푸드 블로거, 인플루언서와의 협업은 흔히 볼 수 있습니다. 주요 유통채널로는 슈퍼마켓, 체인점, 아시아 식료품점, 전자상거래 사이트 등이 있으며, 아시아 레스토랑과의 협력도 중요합니다.

Q6. 현지 시장에서 고추장을 판매하기 위한 효과적인 마케팅 전략은 무엇인가요?

영국의 시장에서 고추장은 특정한 취향을 가진 소비자들을 대상으로 판매되는 제품입니다. 여러 브랜드들이 경쟁하기 때문에 독창적인 마케팅 전략이 필요합니다. 제품 판매를 위해서는 오프라인 매장뿐만 아니라 온라인 채널을 활용하는 것이 중요합니다. 푸드 인플루언서와의 협업을 통해 제품의 특징과 장점을 홍보하며, 소셜 미디어를 통한 활동으로 브랜드의 인지도를 높이는 것이 효과적입니다. 또한, 온라인에서의 긍정적인 리뷰는 브랜드의 신뢰도를 높이는 데 큰 도움이 됩니다. 제품의 포장에는 그 특징을 잘 나타내는 라벨링이 필요하며, 원산지, 맛, 성분, 그리고 건강에 대한 정보를 강조하는 것이 좋습니다. 친환경적인 포장은 환경을 중요시하는 소비자들에게 긍정적인 이미지를 줄 수 있습니다. 브랜드와 관련된 인증 마크는 고객의 신뢰를 얻는 데에 도움이 됩니다. 또한, 제품의 가격은 합리적으로 설정되어야 하며, 다양한 크기의 제품을 제공함으로써 다양한 소비자의 니즈를 만족시키는 것이 중요합니다.

Q7. 고추장 제품이 영국 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

영국에서 새로운 고추장 브랜드를 출시할 때, 신뢰할 수 있는 수입 업체와의 협력이 필요합니다. 영국 내에서 이미 확립된 유통채널을 가진 수입업체와의 협업은 신규 브랜드가 시장에 성공적으로 진입하는 데 큰 도움이 될 것입니다. 아시아계 소비자들은 일반적인 슈퍼마켓이나 대형 체인점보다 아시아 마트에서 제품을 구매하는 경향이 있습니다. 따라서, 아시아 식품 전문점에 제품을 진열하는 것이 유리합니다. 또한, 아시아 식품 전문 온라인 스토어와의 협력 또한 고려할 수 있습니다.

V
경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹
4. 온라인 인기제품 리뷰 분석

1. 제품 경쟁력 검증

1) 100g당 가격

경쟁제품(제조사)

① 블루 드래곤 오리지널 스윗 칠리 소스 (에이비 월드 푸드스)

② 프랭크 레드핫 오리지널 카이엔 페퍼 소스 (더 프렌치스 푸드 컴퍼니)

③ 베리 레이지 찹드 레드 칠리즈 (잉글리쉬 프로벤더 컴퍼니)

④ 말레이시안 엑스트라 핫 칠리 소스 (네슬레 말레이시아)

⑤ 인더스 페리 페리 핫 칠리 소스 (에이아이비 푸드스)

⑥ 덱 솜 분 타이 스윗 칠리 소스 (얀 왈 윤)

⑦ 고추장 코리안 레드 핫페퍼 페이스트 (D사)

⑧ 선 희 고추장 (선 희)

⑨ 뱅뱅 오리지널 스리라차 칠리 소스 (어 코힐리코 프로덕트)

⑩ 이금기 칠리 갈릭 소스 (이금기)

▶ 고객사 제품 100g당 가격, 경쟁제품 평균 가격과 비슷한 수준

고객사 제품의 100g당 가격은 0.91파운드(1,488원[15])로, 조사된 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격인 0.92파운드(1,504원)와 비슷한 수준인 것으로 확인됨. 고객사 제품의 가격이 영국 현지 편의점과 슈퍼마켓에서 판매되는 10개 제품의 평균 100g당 소비자가격과 거의 동일한 것으로 보아, 고객사 제품의 가격은 비교적 경쟁력을 갖추고 있는 것으로 판단됨

[표 5.1] 영국 고추장 가격 경쟁력 분석

(단위: 100g/파운드)

15) 1파운드=1,635.18원 (2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 중량

경쟁제품(제조사)

① 블루 드래곤 오리지널 스윗 칠리 소스 (에이비 월드 푸드스)

② 프랭크 레드핫 오리지널 카이엔 페퍼 소스 (더 프렌치스 푸드 컴퍼니)

③ 베리 레이지 찹드 레드 칠리즈 (잉글리쉬 프로벤더 컴퍼니)

④ 말레이시안 엑스트라 핫 칠리 소스 (네슬레 말레이시아)

⑤ 인더스 페리 페리 핫 칠리 소스 (에이아이비 푸드스)

⑥ 덱 솜 분 타이 스윗 칠리 소스 (얀 왈 윤)

⑦ 고추장 코리안 레드 핫페퍼 페이스트 (D사)

⑧ 선 희 고추장 (선 희)

⑨ 뱅뱅 오리지널 스리라차 칠리 소스 (어 코힐리코 프로덕트)

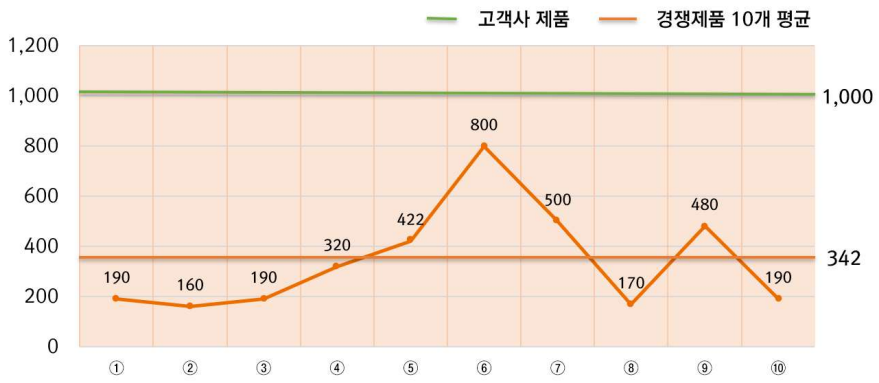
⑩ 이금기 칠리 갈릭 소스 (이금기)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 매우 큰 편

고객사 제품의 중량은 1,000g으로, 고추장 경쟁제품 10개의 평균 중량인 342g의 292% 수준으로 경쟁제품 대비 매우 큰 편으로 조사됨. 제품 현지화를 위해 영국에서 유통되는 고추장 경쟁제품의 평균 중량이 낮은 점을 참고하여 고객사는 제품의 포장 중량을 낮추어 시장에 진출하는 방안도 고려할 수 있음

[표 5.2] 영국 고추장 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

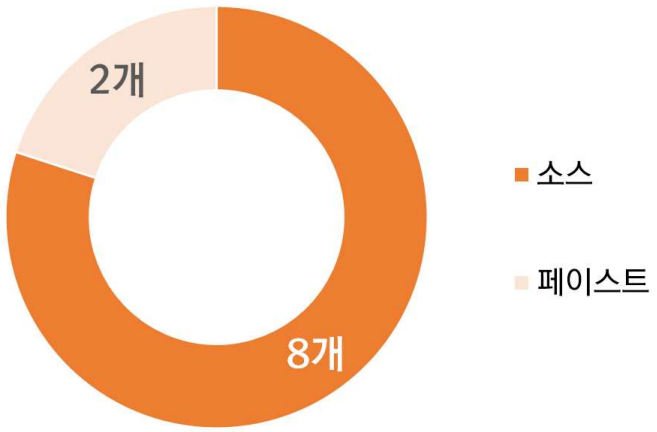


3) 제품 종류

▶ 경쟁제품 10개 중 8개 제품이 소스 형태

영국에서 판매되고 있는 고추장 경쟁제품 10개의 제품 종류를 조사한 결과, 10개의 제품 중 8개의 제품이 소스 제품인 것으로 확인됨. 나머지 2개의 제품은 페이스트 제품인 것으로 확인됨

[표 5.3] 영국 고추장 제품 종류 경쟁력 분석

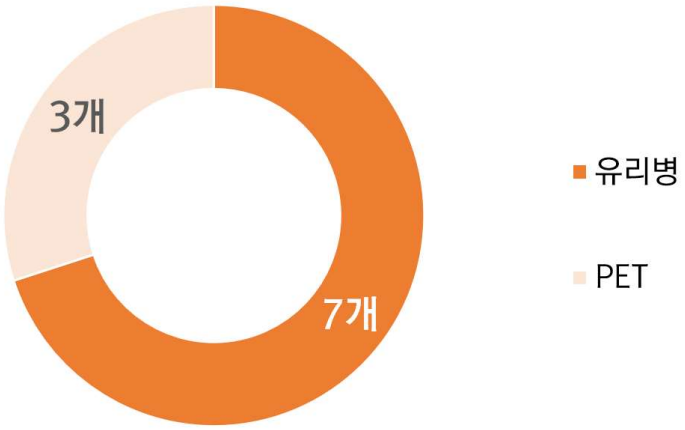


4) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 7개의 제품이 유리병으로 제품 포장

영국에서 판매 중인 고추장 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 7개의 제품이 유리병으로 제품을 포장한 것으로 확인됨. 나머지 3개의 제품은 PET로 제품을 포장하였음

[표 5.4] 영국 고추장 제품 포장 형태 경쟁력 분석

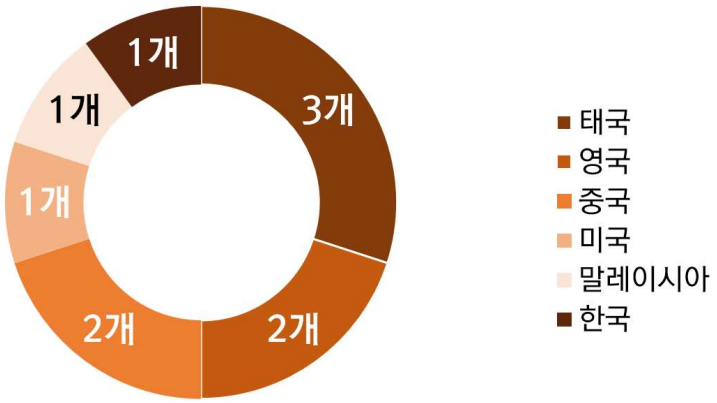


5) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 중 3개 제품의 원산지, 태국

영국에서 판매되고 있는 고추장 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개의 제품 중 3개의 제품이 태국산 제품인 것으로 확인됨. 나머지 제품 중 영국산과 중국산 제품이 각각 2개, 미국산, 말레이시아산, 한국산 제품이 각각 1개인 것으로 확인됨

[표 5.5] 영국 고추장 제품 원산지 경쟁력 분석

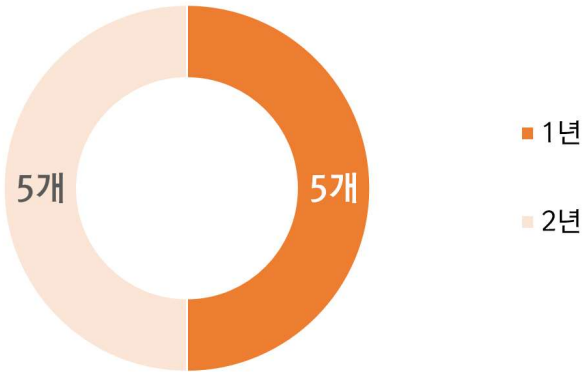


6) 유통기한

▶ 현지 경쟁제품의 유통기한 대부분 1년 및 2년

영국에서 판매 중인 고추장 경쟁제품 10개의 유통기한을 조사한 결과, 유통기한 1년인 제품이 5개, 유통기한 2년인 제품이 5개로 모든 경쟁제품의 유통기한이 1년과 2년으로 제조된 것으로 확인됨

[표 5.6] 영국 고추장 제품 유통기한 경쟁력 분석

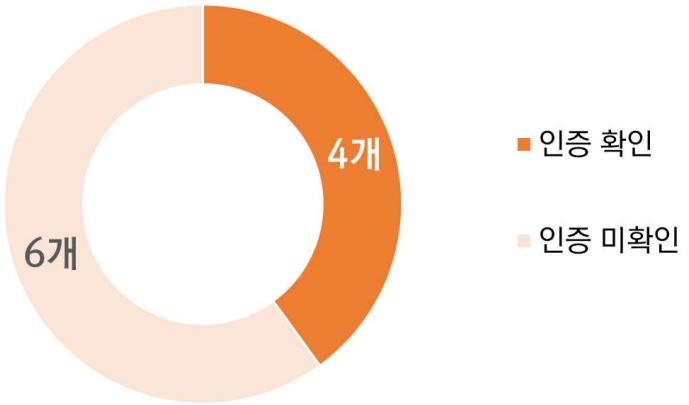


7) 인증 보유 여부

▶ 경쟁제품 10개 중 4개 제품이 인증 보유

영국에서 판매되고 있는 고추장 경쟁제품 10개의 인증 보유 여부를 조사한 결과, 10개의 제품 중 4개의 제품이 인증을 보유한 것으로 확인됨

[표 5.7] 영국 고추장 제품 인증 보유 여부 경쟁력 분석



8) 인증 종류

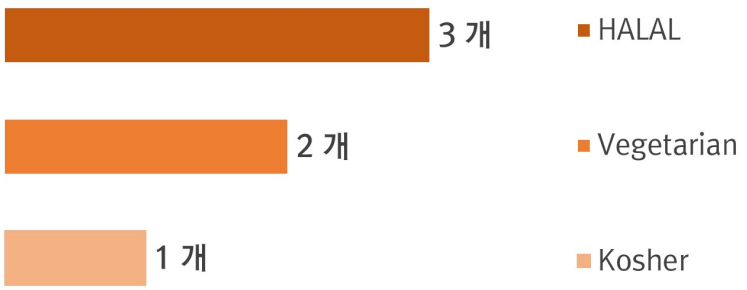
코셔
(Kosher)

- 코셔 식품은 유대교의 카슈루트(Kashrut)라고 불리는 식이제한법 규정을 준수하는 식품임
- 코셔 인증은 이러한 기준을 충족하는 식품에 부여됨

▶ 현지 경쟁제품, 10개 중 3개 제품 HALAL 인증

영국에서 판매 중인 고추장 경쟁제품 10개 중 3개의 제품이 HALAL 인증을 받은 것으로 확인됨. 그중 2개의 제품이 각각 Vegetarian 인증과 코셔(Kosher)* 인증을 받았으며, 나머지 1개의 제품은 Vegetarian 인증 1개만 받은 것으로 확인됨

[표 5.8] 영국 고추장 제품 인증 종류 경쟁력 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 요인에 대하여 분석함. 고객사가 지정한 경쟁제품군 내의 제품을 다수의 온라인 및 오프라인 매장에서 조사하였으나, 4개의 제품이 온라인에서 판매되고 있지 않은 것으로 확인되었음. 또한, 조사된 10개의 경쟁제품 중 7개의 제품이 1개의 매장에서만 판매되고 있는 것으로 조사됨. 따라서 모든 경쟁제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기제품
(*) 온라인 쇼핑몰 : 아마존, 테스코, 아스다
(*) 오프라인 매장 : 테스코 익스프레스, 모리슨즈, 세인즈버리

· 오프라인 매장에서 판매
(*) 오프라인 매장 : 조사매장 3개 중 1개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹

공통 특징 ①
큰 용량

공통 특징 ②
우수한 원료 강조

공통 특징 ①
원산지

공통 특징 ②
포장 형태

벤치마킹 제품 ①		고객사 제품		벤치마킹 제품 ②
덱 솜 분 타이 스윗 칠리 소스_얀 왈 윤	◂ 벤치마킹 유통채널 확대, 인증 2가지		벤치마킹 ▸ 홍보 문구	고추장 코리안 레드 핫 페퍼 페이스트_D사
'유통채널 다수 입점' '할랄/코셔 인증'		'직접 재배한 양파로 만든 양파발효액을 베이스로 한 맵지 않은 건강한 고추장'		'한국 전통 강조하는 홍보문구'

2) 벤치마킹 제품 분석
- 오프라인 채널 확대

▶ 벤치마킹 제품, 다수의 오프라인 유통채널 확보

현지에서 판매 중인 고추장 경쟁제품 10개의 유통채널을 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 3개의 제품이 현지 조사매장 3곳 중 2곳 이상의 매점에 입점해 있는 것으로 확인됨. 따라서 고객사 제품도 편의점, 슈퍼마켓, 아시아 마트와 같이 현지 소비자들에게 수요가 높은 오프라인 매장에 다수 입점한다면 소비자의 관심도와 구매율을 높일 수 있을 것으로 판단됨

[표 5.8] 영국 고추장 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) 대형마트, 슈퍼마켓, 아시안 푸드샵과 제휴하면 다양한 고객층에게 고추장 브랜드를 알릴 수 있습니다.

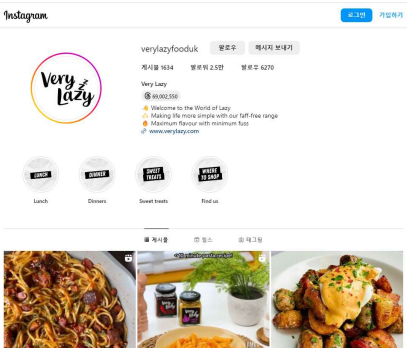
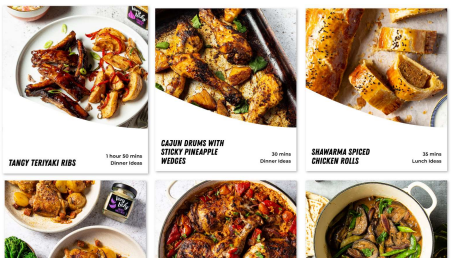
3) 벤치마킹 제품 분석
- 홍보문구

▶ 벤치마킹 제품, 제조 국가 강조하는 홍보문구 사용

현지에서 판매 중인 고추장 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 4개의 제품이 '1945년부터 이어온 한국 전통', '오리지널 한국의 맛', '태국 정통 제품', '정통 중국 소스의 거장'과 같이 각 제품의 제조 국가 고유의 맛임을 강조한 홍보문구를 사용 중인 것으로 확인됨. 따라서 고객사 제품도 한국 정통 제품이나 한국 고유의 맛임을 강조하는 홍보문구를 사용하여 다른 소스류 제품과 차별화할 것을 권장함

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.9] 고추장 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	잉글리쉬 프로벤더 컴퍼니
	기업 설명	잉글리쉬 프로벤더 컴퍼니는 영국의 식품 소매부문의 주요 공급업체로 성장해왔으며, 각종 조미료, 보조제, 마리네이드 등 700가지 이상의 냉장 및 상온 제품을 제조하고 있음. 다진 재료와 페이스트를 판매하는 브랜드인 Very Lazy와 드레싱, 파스타 소스 등을 판매하는 브랜드인 Newman's Own을 운영하고 있음
주요 마케팅 전략	사용 용이성 및 포장 현지화	
		뚜껑이 있는 작은 용량의 유리병을 사용하여 소비자가 원하는 만큼 소량 제품을 사용한 후 보관하기 쉽게 제작함. 또한, 이러한 사용 용이성을 강조한 홍보문구를 온라인에서 적극적으로 활용하고 있음
	홍보 현지화	 
		글로벌 홈페이지와 브랜드 홈페이지, 현지 페이스북/트위터/인스타그램을 구축하여 활발히 운영 중 / 자사 제품을 활용한 상세한 레시피를 다수 제공하고 SNS로 공유할 수 있게 하여 브랜드 홍보
요약	판매채널	오프라인 매장(테스코 익스프레스) 온라인 매장(아마존, 테스코, 아스다)
	홍보채널	자사 홈페이지(글로벌) 및 SNS플랫폼(글로벌 페이스북/트위터/인스타그램)
	홍보문구	제품에 특별한 홍보문구는 없으나, 온라인에서 원산지와 품질을 강조

4. 온라인 인기제품 리뷰 분석

▶ 분석 지표 선정 및 대표 키워드

온라인 인기제품 리뷰 빅데이터 감성분석 진행을 위해 고객사 조사 희망 지표에 따라 분석 대상 지표를 선정함. 선정된 지표는 가격, 중량, 제품 종류, 맛, 품질로 5가지이며, 선정 지표 및 제품 특징을 기반으로 한 키워드집을 구축하여 리뷰 데이터를 수집함

[표 5.10] 온라인 인기제품 리뷰 분석 지표 선정 및 대표 키워드

지표	지표 설명	대표 키워드
가격	판매 제품 가격에 대한 평가	Price, Cost, Cheap, Expensive 등
중량	판매 제품 중량에 대한 평가	Portions, Serving, Size, Enough 등
제품 종류	판매 제품 종류에 대한 평가	Gochujang, Chilli Paste, Paste, Sauce 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Taste, Scent, Smell, Spicy 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Quality, Package, Safety 등

▶ 아마존에서 판매되고 있는 고추장 제품 선정

[표 5.11] 온라인 인기제품 리뷰 분석 제품 정보

GOCHUJANG (RED PEPPER PASTE)
is one of the major traditional fermented condiments used in Korean cuisine.
Its savory and pungent taste is created with brown rice, fermented soybeans and red pepper powder.

WHAT MAKES OUR GOCHUJANG DIFFERENT?
Our Gochujang is produced in Sunchang, Korea. The clean water and moderate temperature in Sunchang make our high quality Gochujang tastier.
It can be used as a condiment, meat marinade, or even added to soups and stir-fry dishes for a spicy kick.

판매 사이트	아마존 (Amazon)	수집 리뷰 수	1,246건
제품명	순창 고추장 (Sunchang Gochujang)		
제품 종류	페이스트	소비자가격	4.20파운드 (6,868원[16])
중량	500g	포장	PET
특징	정통 한국식 고추 페이스트, 비빔밥과 불고기에 잘 어울리는, 양념에 담그거나 글레이즈의 일부로 먹어도 맛있습니다		

16) 1파운드=1,635.18원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

분석 제품 정보	
사이트	아마존
수집 리뷰 수	1,246개
제품명	순창 고추장
제품 종류	페이스트
소비자가격	4.20파운드 (6,868원)
중량	500g
포장	PET
특징	정통 한국식 고추 페이스트, 비빔밥과 불고기에 잘 어울리는, 양념에 담그거나 글레이즈의 일부로 먹어도 맛있습니다

▶ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, '맛'에 대한 만족도 높은 편

빅데이터 분석을 통해 영국 온라인 쇼핑몰에서 리뷰 건수가 가장 많은 고추장 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, '맛'에 대한 긍정 점수가 167점으로 가장 높게 나타나 맛에 대한 소비자의 만족도가 가장 높은 것으로 조사됨. 그다음으로는 '제품 종류'에 대한 긍정 점수가 111점으로 높은 편인 것으로 나타남

[표 5.12] 온라인 인기제품 리뷰 분석 결과

(단위: 점)

[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지 표	긍정 점수	부정 점수
가격	80	14
중량	27	3
제품 종류	111	24
맛	167	30
품질	83	22
종합	468	93

VI
시사점

Export Insights

Red Pepper Paste Price&Volume

Point. 1

- ✓ 영국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 고추장 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격은 0.91파운드(1,488원)
- ✓ 조사된 경쟁제품 10개 중 고객사 제품과 유사한 페이스트형 제품의 평균 100g당 가격은 0.92파운드(1,504원)으로 경쟁제품 10개 평균 100g당 가격과 동일한 가격대

Point. 2

- ✓ 영국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 고추장 경쟁제품 10개의 평균 중량은 342g으로 고객사 제품 중량(1,000g)보다 낮음
- ✓ 페이스트형 제품 2개의 평균 중량은 335g으로 고객사 제품에 비해 매우 낮은 중량 구성

Red Pepper Paste Country&Package

Point. 1

- ✓ 영국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 고추장 경쟁제품 10개의 원산지는 태국이 3개로 가장 많음
- ✓ 이외에 영국산, 중국산 제품 각각 2개, 미국산, 말레이시아산, 한국산 제품이 각각 1개씩 조사됨
- ✓ 영국 고추장 시장은 다양한 원산지의 제품이 경쟁하고 있음

Point. 2

- ✓ 영국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 고추장 경쟁제품 10개 중 7개 제품이 유리병 포장 제품이며, 나머지 제품은 모두 PET 포장임
- ✓ 페이스트형 제품 2개의 포장은 모두 PET 포장 제품으로 고객사 제품 스펙과 동일함

UK Market Competitor

Point. 1

- ✓ 영국 고추장 시장 경쟁기업 3개사의 오프라인 진출 채널 조사 결과, 잉글리쉬 프로벤더 컴퍼니는 테스코 익스프레스에, 얀 왈 윤은 테스코 익스프레스, 모리슨즈, 세인즈버리에, D사는 모리슨즈에 진출함
- ✓ 경쟁기업 3개사가 공통적으로 진출한 온라인 유통채널은 아마존임

Point. 2

- ✓ 영국 고추장 시장 경쟁기업 3개사 홍보 채널 조사 결과, 3개사 모두 글로벌 홈페이지를 통해 기업 및 제품을 소개하고 있음
- ✓ 글로벌 계정의 SNS를 운영하는 기업은 영국기업 잉글리쉬 프로벤더 컴퍼니 1개사이며, 한국기업 D사의 SNS 홍보 채널은 확인되지 않음

Importer·Distributor Interview

Point. 1

- ✓ 영국 고추장 수입·유통업체 인터뷰 결과, 모두 500g 제품을 취급하고 있으며, 다양한 중량 선택지를 제공하는 것이 좋을 것이라 언급
- ✓ 8파운드(13,081원)에서 12파운드(19,622원)의 가격대가 1,000g 제품 가격대로 적절할 것이라 언급

Point. 2

- ✓ 최근 한국 문화의 영향을 받은 젊은 세대를 위주로 한국 고추장에 대한 관심이 증가하는 추세
- ✓ 영국 수입·유통업체들은 정통한 한국 고추장의 맛을 내는 한국산 제품을 선호하며, 안정적으로 연중 공급이 가능한 업체를 우선적으로 고려하는 것으로 확인됨

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 스태티스타 (www.statista.com)
2. 아마존 영국 홈페이지 (www.amazon.co.uk)
3. 테스코 익스프레스 홈페이지 (www.tesco.com)
4. 아스다 홈페이지 (www.groceries.asda.com)
5. 서머셋주 홈페이지 (www.visitsomerset.co.uk)
6. 유로스태트 홈페이지 (www.ec.europa.eu)
7. 모리슨즈 홈페이지 (www.groceries.morrisons.com)
8. 세인즈버리 홈페이지 (www.sainsburys.co.uk)
9. 잉글리쉬 프로벤더 컴퍼니 홈페이지 (www.englishprovendercorporate.com)
10. 베리 레이지 브랜드 홈페이지 (www.verylazy.com)
11. 얀 왈 윤 홈페이지 (www.deksomboonshop.com)
12. 수 셰프 홈페이지 (www.souschef.co.uk)
13. 디 아시안 쿡 샵 홈페이지 (www.theasiancookshop.co.uk)
14. 타이 푸드 온라인 홈페이지 (www.thai-food-online.co.uk)

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

· 발행 겸 편집 | aT 한국농수산식품유통공사
· 발 행 일 자 | 2023.10.13

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산식품유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2023 aT 한국농수산식품유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea

농식품수출정보