

# 2016 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 라면 (Instant Noodle)

Country : 프랑스 (France)

# CONTENTS

<b>I. 시장 통계</b>	4
1. 통계분석 기준 설정	6
2. 글로벌 수입통계	7
3. 프랑스 수입통계	8
4. 프랑스 건조·인스턴트 면 시장규모 및 성장률	9
<b>II. 시장 트렌드</b>	10
1. 시장 메가 트렌드	12
2. 소비 트렌드	13
3. 제품 트렌드	14
4. 정책 트렌드	15
<b>III. 경쟁사 분석</b>	16
1. 경쟁사 선정	18
2. 경쟁사별 현황 파악	19
<b>IV. 경쟁제품 현지조사</b>	23
1. 분석 제품 및 기준	25
2. 가격 정보	26
3. 포장용기 정보	28
4. 기타(성분, 원료, 열량, 규격, 상세스펙 등)	28
5. 현지조사 데이터	30
<b>V. 유통구조 현황</b>	38
1. 현지 유통구조 map	40
2. 추천 진출 경로	41
3. 유통업체 담당자 인터뷰	42

# CONTENTS

<b>VI. 유통업체 현황</b> .....	42
1. 주요 유통채널 개관 .....	44
2. 주요 유통채널 핫이슈 .....	45
3. 유통업체별 개요 .....	46
- Carrefour .....	47
- Auchan .....	48
- E.Leclerc .....	49
<b>VII. 라벨링 정보</b> .....	50
1. 라벨 표기사항 .....	52
2. 라벨링 예시 .....	53
<b>VIII. 식품첨가물 정보</b> .....	54
1. 식품첨가물 규정 .....	56
2. 잔류농약 규정 .....	57



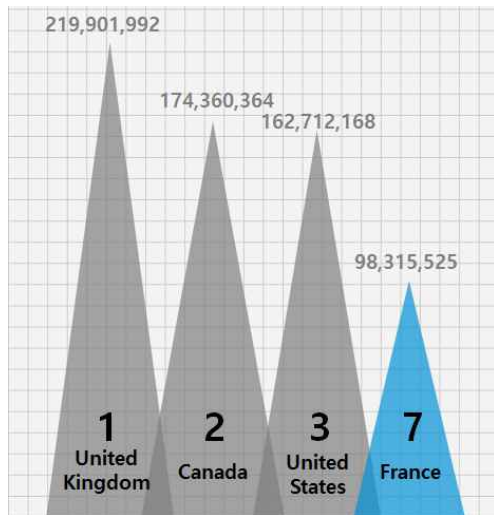
# I. 시장 통계

1. 통계분석 기준 설정
2. 글로벌 수입통계
3. 프랑스 수입통계
4. 프랑스 건조·인스턴트 면 시장규모 및 성장률

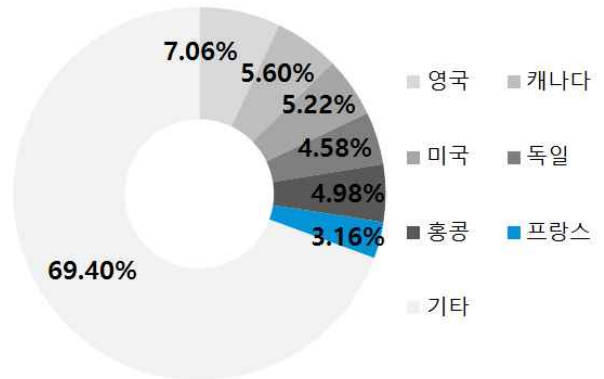
# 시장통계 OVERVIEW



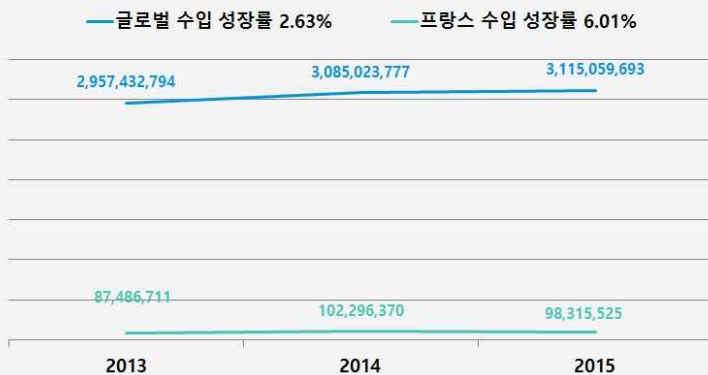
▶ 2015년 글로벌 수입규모 순위, US 달러 기준



▶ 2015년 글로벌 수입 비중



▶ 2013 ~ 2015년 연평균 성장률, US 달러 기준



글로벌 수입규모 1위, 영국  
프랑스, 글로벌 수입 7위  
프랑스 수입 상대국 한국, 9위  
2015년 건조·인스텐트 면  
시장규모 10,503,063달러

# 1. 통계분석 기준 설정 (HS CODE)

## 프랑스 HS CODE 1902.30.10

글로벌 수입통계 및 한국산 수출통계를 확인하기 위해 HS CODE 기준을 설정함

실제 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 ‘관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람’을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 ‘품목분류정보’를 검색하거나 관세청 ‘세계HS정보시스템’을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

표 1.1 통계 기준 설정

통계	기준
글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE 1902.30
프랑스 수입규모 및 성장률	HS CODE 1902.30.10
프랑스 시장규모 및 성장률	Dried & Instant Noodles

표 1.2 프랑스 내 라면 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1902	파스타(조리한 것인지, 육 또는 기타 물품으로 속을 채운 것 인지의 여부를 불문하며, 스파게티·마카로니·누들·라자니아· 뇨끼·레비오리·카넬로니등과 같이 기타의 방법으로 조제한 것을 포함함)와 쿠우스쿠우스(조제한 것인지의 여부를 불문함)
	1902.30	그 밖의 파스타
	1902.30.10	그 밖의 파스타 중 인스턴트 면류
	<b>1902.30.1010</b>	<b>라면</b>
프랑스	1902	파스타(조리한 것인지, 육 또는 기타 물품으로 속을 채운 것 인지의 여부를 불문하며, 스파게티·마카로니·누들·라자니아· 뇨끼·레비오리·카넬로니등과 같이 기타의 방법으로 조제한 것을 포함함)와 쿠우스쿠우스(조제한 것인지의 여부를 불문함)
	1902.30	기타의 파스타
	<b>1902.30.10</b>	<b>기타의 파스타 중 건조한 것</b>

출처 : 한국 관세청(www.customs.go.kr), 유럽관세동맹(ec.europa.eu/taxation\_customs), 관세법령정보포탈 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do)

표 1.3 제품 HS CODE 확인가능 사이트

분류	사이트명	URL
HS CODE	한국 관세청	www.customs.go.kr
	관세법령정보포탈 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	유럽관세동맹	ec.europa.eu/taxation_customs

## 2. 글로벌 수입통계

### 글로벌 수입규모 및 성장률, 증가세

2015년 글로벌 수입규모는 31억 1,505만 9,693달러로 2013년부터 2015년까지 3개년 연평균 성장률 2.63%를 보임. 기타의 파스타 품목 수입 1위 국가는 영국으로, 2015년 기준 2억 1,990만 1,992달러를 수입하였으며 2013 ~ 2015년 연평균 성장률<sup>1)</sup> -8.68%로 마이너스 성장세를 보임

2015년 프랑스의 수입 규모는 9,831만 5,525달러로 글로벌 수입순위 7위를 차지하였으며, 전년 대비 6.01% 증가함. 글로벌 수입시장 성장률보다 높은 6%대의 성장률을 보이고 있기 때문에 프랑스 시장의 전망을 밝을 것으로 예상됨

### 수입규모 비중 큰 국가 없어

2015년 기준, 글로벌 대비 프랑스의 HS CODE 1902.30에 속하는 품목의 수입규모의 비중은 3.16%를 차지하는 것으로 파악됨. 가장 높은 수입규모를 나타내고 있는 영국도 7.06%에 불과하여 해당 품목군의 경우 전 세계에서 고르게 수입 수요가 존재하는 것으로 파악됨

표 1.4 글로벌 기타의 파스타 수입

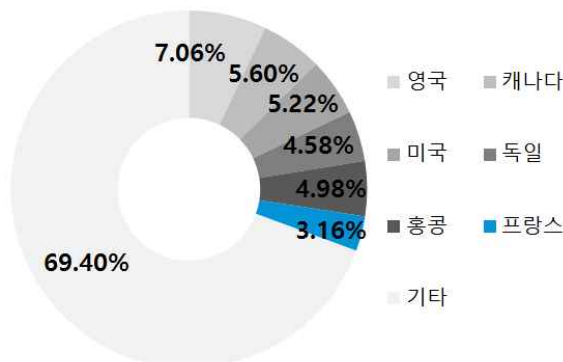
(단위: US 달러, %)

수입국가	2013	2014	2015	2013 ~ 2015 연평균성장률
글로벌	2,957,432,794	3,085,023,777	3,115,059,693	2.63%
1 영국	263,666,068	245,317,251	219,901,992	-8.68%
2 캐나다	182,996,804	181,987,191	174,360,364	-2.39%
3 미국	143,484,644	143,222,983	162,712,168	6.49%
4 독일	123,697,585	133,778,748	142,720,363	7.41%
5 홍콩	129,738,794	133,463,290	155,198,252	9.37%
7 프랑스	87,486,711	102,296,370	98,315,525	6.01%

출처 : Global Trade Atlas(www.tradestatistics.com/gta)

표 1.5 국가별 파스타 수입규모 비중 (2015년)

(단위: %)



출처 : Global Trade Atlas(www.tradestatistics.com/gta)

1) 연평균 성장률 : (최종/최초년도)^(1/년도)-1

### 3. 프랑스 수입통계

#### 프랑스, 수입비중 이탈리아가 21.95% 가장 높아

2015년 기준 이탈리아의 시장점유율이 21.95%에 달하는 것으로 나타남. 그 외 국가로는 17.99%로 룩셈부르크가 점유율이 높았고, 독일, 태국, 중국의 수입비중은 각각 12.75%, 11.11%, 9.58%로 비등하였음. 하지만 2014년에 급격히 수입규모를 늘린 룩셈부르크의 137.88% 성장률과 중국의 2.95%의 성장률을 제외하면 상위 5개국의 성장률은 마이너스임

#### 한국산 제품 점유율, 2.31%로 다소 낮아

한국은 2015년 기준 226만 9,760달러의 수입액을 보임. 하지만 2013년 ~ 2015년의 연평균 성장률은 18.74%로 꾸준히 성장해오고 있어 시장성이 있을 것으로 판단됨. 같은 아시아권인 태국과 중국에서 수입하고 있는 기타의 파스타 제품군이 어떤 제품이 있는지 파악해 볼 필요가 있을 것으로 사료됨

표 1.6 프랑스 기타의 파스타 수입

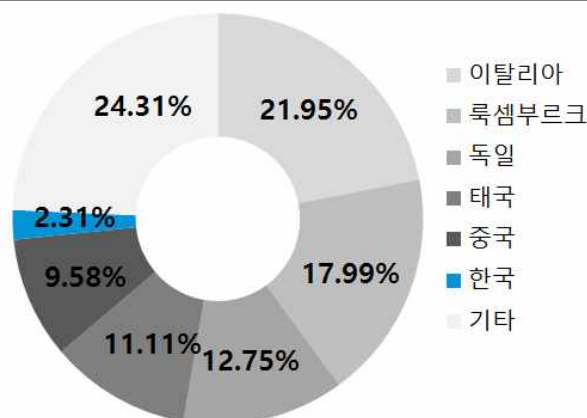
(단위: US 달러, %)

수입상대국	2013	2014	2015	2013 ~ 2015 연평균성장률
글로벌	87,486,711	102,296,370	98,315,525	6.01%
1 이탈리아	25,666,728	25,202,845	21,581,642	-8.30%
2 룩셈부르크	3,125,501	17,452,350	17,685,881	137.88%
3 독일	14,139,859	15,556,744	12,538,750	-5.83%
4 태국	11,065,667	9,591,229	10,925,955	-0.63%
5 중국	8,891,521	8,939,306	9,423,007	2.95%
9 한국	1,609,791	1,890,287	2,269,760	18.74%

출처 : Global Trade Atlas(www.tradestatistics.com/gta)

표 1.7 국가별 기타의 파스타 수입규모 비중 (2015년)

(단위: %)



출처 : Global Trade Atlas(www.tradestatistics.com/gta)



## 4. 프랑스 건조·인스턴트 면 시장규모 및 성장률

### 시장현황, 2013년 ~ 2015년 연평균 -1.44% 하락세

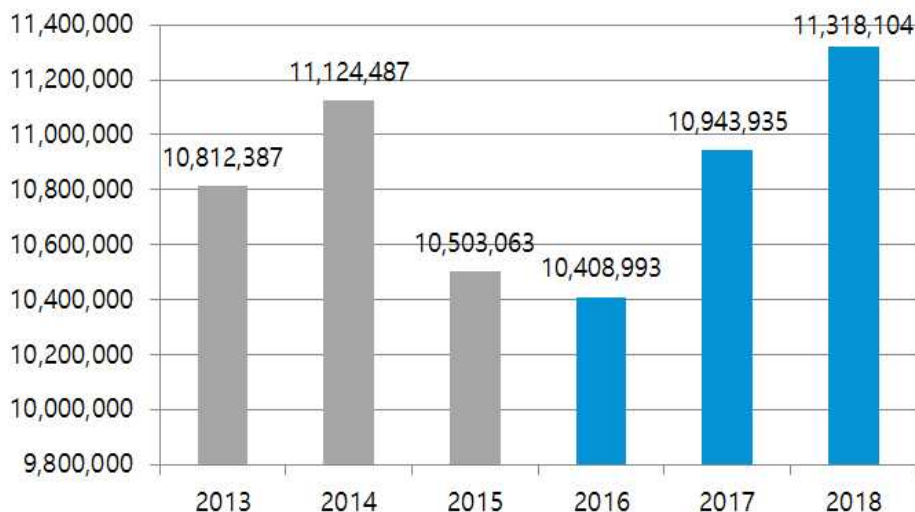
시장조사 전문 기관 Canadean Intelligence에 따르면, 프랑스 건조·인스턴트 면 시장규모의 2013년 ~ 2015년 연평균 성장률이 -1.44%의 하락세를 보이고 있음. 2014년 대비 2015년에 시장의 규모가 1,112만 4,487달러에서 1,050만 3,063달러로 62만 1,424달러 하락함. 2015년 시장규모가 축소된 이유는 현지매체에서 인스턴트면 제품이 높은 콜레스테롤과 고혈압, 당뇨병의 위험을 증가시킨다는 미국 선행 연구결과를 소개했기 때문인 것으로 보임. 특히 식사를 중요하게 여기는 프랑스 문화에서는 인스턴트 면의 위험성이 현지 언론에 의해 재조명되면서 그 시장의 규모가 축소된 것으로 파악됨

### 2016년 다시 조명 받는 인스턴트 제품 시장

Canadean Intelligence는 2015년까지 하락세를 보인 건조·인스턴트 면 시장이 2016년에도 소폭 축소될 것이라고 예상하였으나 2017년을 기준으로 상승세로 돌아서 2018년에는 1,131만 8,104달러로 성장할 것이라고 예상하였음. 이러한 전망치에 대한 근거는 최근 현지매체인 ‘Cafebabel.fr’에 게재된 기사<sup>2)</sup>를 통해서 알 수 있음. 현지 매체는 인스턴트면 제품이 일반인부터 채식주의자까지 아우를 수 있으며 단 3분만 투자하면 치킨스프, 바비큐, 토마토까지 다양한 맛을 향유할 수 있다고 소개하고 있음. 이런 소비자들의 인식변화가 인스턴트 면 시장의 성장을 불러올 것으로 예상됨

표 1.8 프랑스 건조·인스턴트 면 (Dried & Instant Noodles) 시장 규모

(단위 : US 달러)



출처 : Canadean Intelligence (intelligence.canadean.com)

※ 2016년~2018년은 전망치

2) Cafebabel.fr(www.cafebabel.pl/lifestyle/artykul/mniam-mniam-zalej-wrzatkiem.html)



## Ⅱ. 시장 트렌드

1. 시장 메가 트렌드
2. 소비 트렌드
3. 제품 트렌드
4. 정책 트렌드

## 시장트렌드 OVERVIEW



### 시장 메가 트렌드

#### “ 실속형 소비를 하는 프랑스인 ”

- 프랑스 소비자들은 저출산으로 가족 규모가 축소되면서 주말에 직접 요리를 만들어 먹는 것을 선호함
- 식품의 소비패턴이 대량구매에서 점점 1인분 ~ 2인분의 소량구매로 변화하고 있음

#### “ 유기농 식품, 간편식 증가추세 ”

- 프랑스 식품 시장에서 유기농(BIO)제품의 전문매장이 생길 정도로 유기농 식품에 대한 수요가 늘고 있으며, 간단히 조리해먹을 수 있는 간편식에 대한 수요도 늘고 있음

### 소비 트렌드

#### “ 프랑스 소비자가 선호하는 면, 파스타 ”

- 프랑스의 면 소매시장에서 점유율 상위의 기업들은 모두 파스타 면의 제조·판매회사로 나타남

#### “ 역시 간편한 것이 좋아 ”

- 프랑스 소비자들이 많이 소비하는 파스타의 경우에도 소스와 면이 함께 들어있어 간편하면서도 빠르게 조리해먹을 수 있는 간편조리식의 판매가 늘고 있음
- 이런 수요에 맞춰 기존의 파스타 제조업체들도 간편 조리식 형태의 파스타제품의 생산을 늘리고 있음

### 제품 트렌드

#### “ 다양한 아시아 라면 제품 범람 ”

- 현지조사결과, 한국, 일본, 태국, 말레이시아 등 국가의 라면이 시중에서 유통되고 있음
- 한국산 라면의 경우 아시아계마트에서만 확인이 가능했으며 신라면, 짜파게티, 육개장, 김치사발면, 너구리 등이 판매 중임

### 정책 트렌드

#### “ 보건환경 위해평가 체계의 균열 ”

- 프랑스 언론, 유럽 식품안전청의 체계 지적
- 유럽식품안전청에서 안전하다 한 비스페놀A 사용 제품, 판매금지 처리

## 1. 시장 메가 트렌드

### 실속형 소비를 하는 프랑스

영국의 시장조사기관인 칸타월드패널에 따르면 저출산에 따른 가족 규모의 축소와 함께 평일 보다는 주말에 요리를 만들어 먹는 것을 선호하는 인구가 증가하였음. 이로 인해 프랑스 소비자들의 음식 소비패턴이 대량구매에서 소량구매로 변화할 것으로 예측됨

### 식품의 성분에 민감한 프랑스 소비자들

소비자들이 건강을 중요시하면서 제품의 가격보다는 제품의 질을 따지면서 식재료의 품질과 가공식품의 성분을 우선 고려사항으로 두고 있음. 최근 건강에 좋은 자연주의적 식품 등을 선호하는 것으로 나타남

실제 프랑스 가정 중 10%는 글루텐 프리(Gluten free) 식품을 구매했다고 밝혔으며, 글루텐 알레르기가 있는 사람이 가족 구성원 중 없음에도 글루텐 프리 식품을 구매한 가정이 대부분이었음

### 유기농 식품, 프랑스 식료품 시장의 새로운 트렌드

유기농(BIO) 식료품이 인기를 끌고 있음. 식품을 구매할 때 가격이 최우선으로 고려되었던 과거와 달리 최근에는 건강과 품질에 대해 매우 높은 관심을 보이고 있음

신선도가 중요한 과일·채소류도 유기농제품을 많이 찾지만 설탕가공·염류가공 식품과 제빵·제과류에서도 유기농 식품에 대한 높은 선호도를 보이고 있음

### 간편식 증가 추세를 보임

영국의 칸타월드패널의 조사에 따르면 프랑스 인구의 59%가 요리를 즐거움으로 인식하고 있는 반면에, 실제로 매일 요리를 하는 프랑스 인들은 52%에 그치고 있는 것으로 나타남

또한, 지난 15년간 과일 및 채소시장의 규모가 각각 20%와 30% 감소한 것으로 나타났음. 이런 시장의 동향은 소비자들이 간편하게 조리해 먹을 수 있는 간편조리식을 선호하는 경향을 보이고 있음을 시사함

## 2. 소비 트렌드

### 프랑스 소비자가 선호하는 면은 파스타

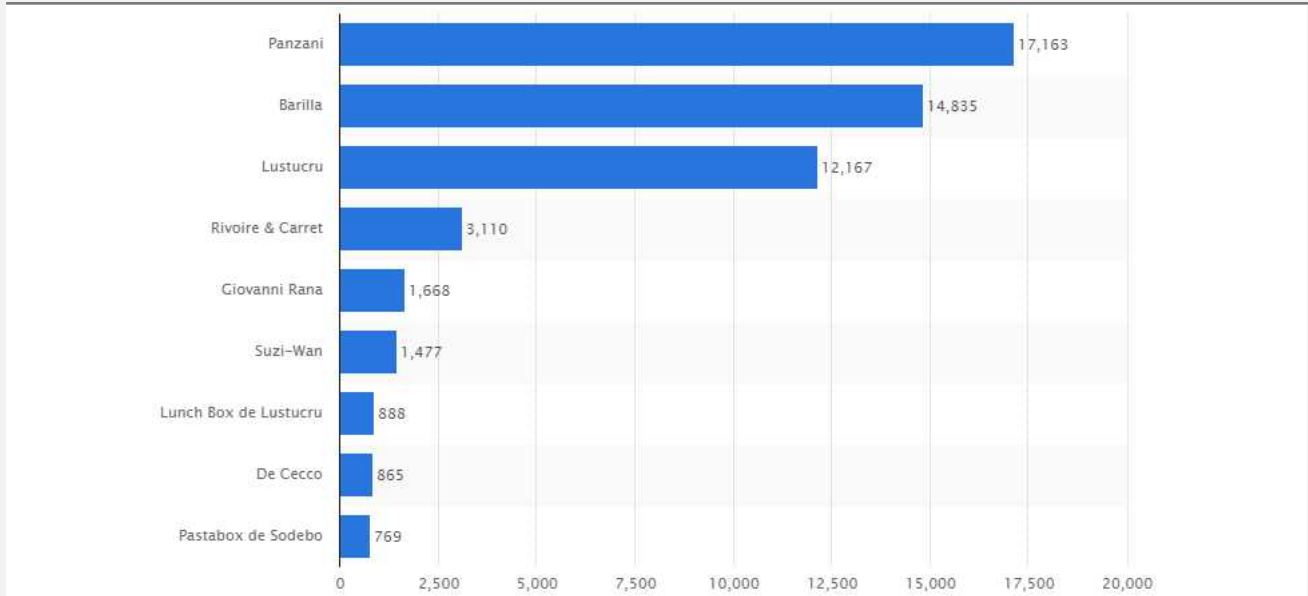
Statista의 파스타·면류(냉장 및 건조) 브랜드에 대한 조사에서 가장 높은 점유율을 보이고 있는 것은 Panzani, Barilla, Lustucru의 세 업체로 나타남. Panzani의 경우 1,716만 명의 사람들이 해당 브랜드를 구매하는 것으로 나타났고 Barilla와 Lustucru가 각각 2위, 3위로 뒤를 따름

Suzi-Wan과 Pastaboc de Sodebo, Lustucru의 세 브랜드에서는 컵 형태의 면제품을 판매하고 있으며, Suzi-Wan에서는 컵 라면부터 봉지라면까지 다양한 아시아 계열의 면제품을 판매하고 있음. Suzi-Wan의 경우 2014년 기준 147만 7천여 명의 소비자가 구매를 한 것으로 집계되었음

프랑스 시장에서는 여전히 면제품 중에서도 파스타에 대한 선호도가 높았으며, 간편 조리식 형태의 파스타 제품도 점차적으로 증가하고 있음. 특히 업계 2위인 Barilla에서는 전자레인지에 데워먹을 수 있는 파스타 면과 소스가 함께 들어있는 간편조리식 제품군을 생산함

표 2.1 소비자 선호 파스타 및 면 브랜드 (2014년도 기준)

(단위 : 천 명)



출처 : Statist (www.statista.com)

표 2.2 세계 라면 소비량 통계

(단위 : 백만 인분)

순위	소비국	2013	2014	2015
	글로벌	105,990	103,850	97,710
1	중국 / 홍콩	46,220	44,400	40,430
2	인도네시아	14,900	13,430	13,200
3	일본	5,520	5,500	5,540
4	베트남	5,200	5,000	4,800
5	미국	4,350	4,280	4,210
37	프랑스	60	60	60

출처 : World instant Noodle Association (instantnoodles.com)

### 3. 제품 트렌드

#### 다양한 아시아계 라면 제품 범람 증

현지조사결과, 일본, 태국, 말레이시아 등 다양한 아시아계 라면 제품이 현지에서 많이 유통되고 있었음. 일본의 경우 소바 제품이나 일본식 라면 제품이 거래되고 있으며 동남아 같은 경우 쌀국수나 커리를 섞은 라면 등이 판매되는 등 국가별로 특색이 강한 라면이 판매됨

한편, 한국 라면제품의 경우 대형 하이퍼마켓에서는 확인할 수 없었으며 아시아 식료품점인 Tang Frères에서 신라면, 짜파게티, 육개장, 김치사발면, 너구리 등이 유통되고 있음

표 2.3 프랑스에서 유통 중인 아시아산 라면 제품

Nissin(일본) Nouilles Japonaises		Asian Spirit(태국) Destination Japon	
			
가격	2.13 유로	가격	2.32 유로
중량	67g	중량	69g
특이사항	고기, 해산물, 야채의 입자가 큼직한 것이 제품의 구매요인이며 프랑스인들의 입맛에는 좀 짠 경향이 있음	특이사항	일본·태국·베트남·중국 등의 라면을 제조하고 있으며 본 라면은 일본식으로 기름기가 적고 고소한 맛이 특징임
MAMEE(말레이시아) Nouilles instantanées Saveur Boeuf		Nongshim(한국) Shin Ramyun	
			
가격	3.23 유로	가격	1.00 유로
중량	85g	중량	120g
특이사항	진한 쇠고기 수프가 특징인 라면으로 일반 라면 대비 면발이 굵은 것이 특징임	특이사항	100여개국에 수출되고 있는 제품으로 Auchan 등의 대형매장에서도 거래 중임

출처 : 현지방문조사(Carrefour, Auchan, E.Leclerc, Monoprix, Intermarché, Tang Frères, 2016.06 ~ 08)

## 4. 정책 트렌드

### 프랑스 언론, 유럽식품안전청의 체계 지적 '보건환경 위해평가 체계'의 균열<sup>3)</sup>

1990년대 광우병, 다이옥신 파동으로 식품안전에 대한 소비자들의 불신이 증가하였고, 이러한 불신을 해결하기 위해 EU는 2002년 2월 유럽식품안전청(EFSA : European Food Safety Authority)을 설립하였음. 유럽식품안전청의 첫 번째 목표는 '소비자들의 신뢰 회복과 유지를 통하여 식품 안전 분야에서 고차원의 소비자 건강보호에 기여하는 것' 이라고 함

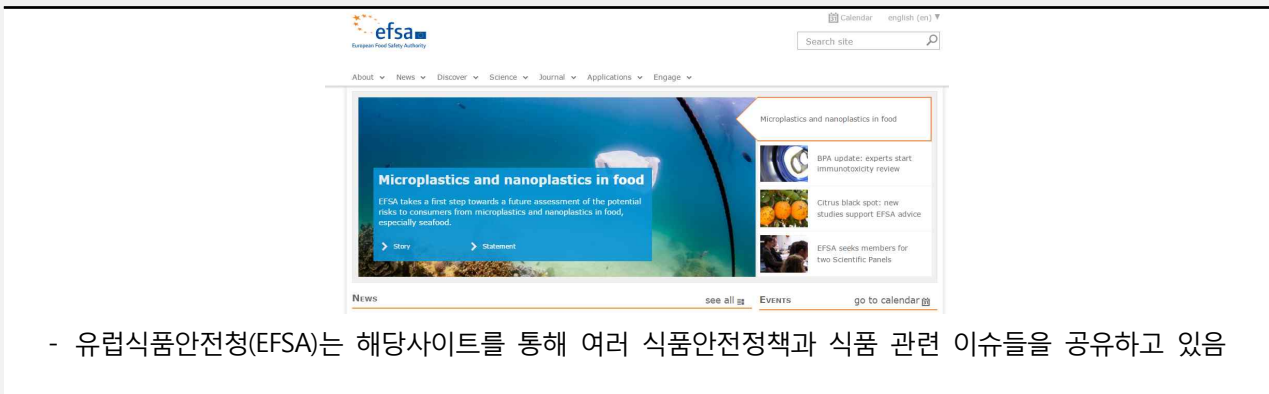
유럽식품안전청(EFSA)은 EU의 28개 회원국의 영토 내에서의 농약, 식품 첨가물, 식품접촉용기, GMO 등 식품망으로 유입되는 모든 것에 대한 위해평가와 통제를 수행하고 있음

하지만 최근 이런 유럽식품안전청의 기능에 문제가 생겼다는 것을 정면으로 제시한 언론이 있음. 프랑스 언론인 Le Monde는 최근 유럽식품안전청이 보건환경 위해평가 체계의 균열에 대해 지적하였음

이는 유럽식품안전청에서 안전하다고 결정 했던 비스페놀A를 사용한 제품을 프랑스에서 판매금지 조치를 내렸기 때문임. 해당 제품은 독일과 벨기에에서 생산된 통조림 캔으로 용기에 비스페놀A 성분이 포함되어 있음

프랑스 당국의 이러한 결정이 EU 회원국의 국민들로 하여금 유럽식품 안전청에 대한 불신을 키워준다고 볼 수 있음

#### 유럽식품안전청 사이트



The screenshot shows the EFSA website interface. At the top, there is the EFSA logo and a search bar. Below the logo, there are navigation tabs: About, News, Discover, Science, Journal, Applications, and Engage. The main content area features a large blue banner with the title "Microplastics and nanoplastics in food" and a sub-headline "EFSA takes a first step towards a future assessment of the potential risks to consumers from microplastics and nanoplastics in food, especially seafood." To the right of the banner, there are several smaller news items, including "BPA update: experts start immunotoxicity review", "Citrus black spot: new studies support EFSA advice", and "EFSA seeks members for two Scientific Panels". At the bottom of the banner, there are links for "News" and "EVENTS".

- 유럽식품안전청(EFSA)는 해당사이트를 통해 여러 식품안전정책과 식품 관련 이슈들을 공유하고 있음

출처 : 유럽식품안전청(www.efsa.europa.eu)

3) Le Monde(www.lemonde.fr),

한국소비자원 '프랑스, 유럽안전청(EFSA)의 보건환경 위해평가 체계의 균열 지적 외', 2016.04



## Ⅲ. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악



# 경쟁사 분석 OVERVIEW

점유율 상위 기업 Mars, Incorporated(Suzi-Wan)  
 온라인 스토어 확인기업 Nissin, Suzi Wan, Tanoshi  
 현지조사 기업 Nissin, Suzi Wan, Tanoshi, Maggi

## #1. Mars, Incorporated(Suzi Wan)

기업타입	제조업	설립년도	1911년	
취급 품목 유형	라면류, 면요리용 소스류 및 채소류(가공품)	홈페이지	www.suziwan.fr	
주요 제품	 <p>라면(봉지, 컵용기), 소스, 채소(숙주/죽순 등)</p>			

## #2. Nissin Foods

기업타입	제조업	설립년도	1958년	
취급 품목 유형	각종 면제품	홈페이지	www.nissinfood.fr	
주요 제품	 <p>소바, 라면(컵용기, 봉지)</p>			

## #3. Nestle S.A(Maggi)

기업타입	제조업	설립년도	1866년	
취급 품목 유형	스프, 조미료, 인스턴트 면	홈페이지	www.maggi.fr	
주요 제품	 <p>라면(컵용기, 봉지), 조미료(고형 부용), 스프</p>			

## #4. Distriborg(Tanoshi)

기업타입	제조업, 수입유통업	설립년도	-	
취급 품목 유형	일본식 면류, 초밥용 재료	홈페이지	www.tanoshi.fr	
주요 제품	 <p>라면(봉지, 컵용기), 우동, 절인생강, 간장, 와사비 등</p>			

# 1. 경쟁사 선정

## 경쟁사 선정 방법

- ① 프랑스 기타의 파스타&면 시장 점유율 상위에 랭크된 기업
- ② 프랑스 온라인 스토어 내 제품 유통 중인 기업
- ③ 현지조사 시 확인된 제조 기업

## 인스턴트 면 시장점유율 상위기업, 라면 제품 분석

프랑스 기타의 파스타&면 시장 기업별 점유율에 따라 다양한 키워드를 통해 점유율 1, 2, 3위 기업의 판매 제품을 분석함

제품 선정기준은 온라인 스토어 내 판매되고 있는 제품 및 점유율 상위 기업의 제품을 전수 조사하여 의뢰사 제품과 동일·유사한 제품만을 분석 대상 제품으로 선정하는 것임

표 3.1 프랑스 파스타&면 시장 기업별 점유율(2014년 기준)<sup>4)</sup>



출처 : Canadean Intelligence (intelligence.canadean.com)

표 3.2 프랑스 온라인스토어 내 유통제품 도출

키워드	Nouilles instantanée(인스턴트 면), Nouilles, instantanée Nouilles
온라인 스토어	Amazon(www.amazon.fr) Auchan(www.auchandrive.fr) Carrefour(www.carrefour.fr)

표 3.3 프랑스 내 경쟁제품 도출

점유율 상위 기업	Mars, Incorporated(Suzi-Wan)
온라인 스토어 확인기업	Nissin, Maggi, Tanoshi, Suzi-Wan
현지조사 기업	Nissin

4) 점유율 상위 5개 기업은 단순 파스타, 면 제품을 판매하고 있었고 라면을 판매 중인 기업은 Others에 속해있는 기업 중 Mars, Incorporated, Nissin Food Products Co.,Ltd, Nestle S.A 3개 기업이었음

## 2. 경쟁사별 현황파악

### Mars Incorporated(Suzi Wan)

파스타&면 시장 규모 내, 라면 판매사 중에서는 높은 점유율을 보이고 있음. 미국에 소재해있는 글로벌 제조기업으로 각종 식품과 애완동물용 사료를 제조하는 기업으로 2015년 기준 연간 매출액이 330억 달러에 달함. 철저한 가족 경영 기업임

식품계열의 하위브랜드로는 UNCLE BEN'S®, DOLMIO®, MASTERFOODS®, MIRACOLI®, SUZI WAN®, KAN TONG®, SEEDS OF CHANGE®, ROYCO®, EBLY®, ABU SIOUF®, RARIS®, PAMESELLO®가 있음. 이중 ROYCO와 SUZI WAN과 같은 브랜드에서 라면제품 및 아시아 지역 요리를 만들 수 있는 소스와 재료들을 판매하고 있음

표 3.4 기업개요

기업타입	제조업
취급 품목 유형	라면류, 소스류, 채소류(가공식품)
설립년도	1911년
대표전화	+33-2-3859-6161
이메일	-
주소	Boulevard des Chenats, 45550 Saint-Denis-de-l'Hôtel, France
홈페이지	www.suziwan.fr
기타 정보	- 1974년 아시아식품 전문 브랜드를 유럽에서 처음으로 시작 하였음. 1981년 Mars 에 매각되었고 그 이후로 제품군을 천천히 확장 시키고 있음 - 2014년에는 컵라면 제품을 출시하여 현재 판매중에 있음

출처 : Mars(www.mars.com/france/fr), Suzi Wan(www.suziwan.fr)

표 3.5 제품 소개

라면류		
	봉지	컵용기
기타제품 (소스/채소)		
	소스류	(면과 함께 곁들여먹는) 채소류

출처 : Suzi Wan(www.suziwan.fr)

## 2. 경쟁사별 현황파악

### Nissin Foods

1958년 세계 최초로 인스턴트 면을 개발하여, 치킨 라면을 시작으로 사업을 시작하였음. 미국을 시작으로 아시아 지역과 유럽, 남미 지역 까지 전 세계에서 제품을 판매하고 있음

라면 제조 업계의 뿌리 깊은 기업이며, 2014년 새로운 기술개발 (Research and Development)센터를 완공하여, 제품개발에 힘을 쏟고 있음. 생산 공정을 꼼꼼하게 관리하여 제품의 품질 향상과 식품안전을 지키는데 노력함

표 3.6 기업개요

기업타입	제조업
취급 품목 유형	각종 면제품(인스턴트 면, 냉장·냉동면)
설립년도	1958년
대표전화	+ 36-76-503-293
이메일	-
주소	Berner Str. 119, 60437 Frankfurt am Main, Germany
홈페이지	www.nissinfoods.fr
기타 정보	- 국가별로 상이한 디자인과 맛의 제품으로 국가의 특색이 맞는 제품을 판매하고 있음 - 유럽지사는 헝가리와 독일, 러시아에 위치 해있음

출처 : Nissin(www.nissinfoods.fr)

표 3.7 제품 소개

소바 (컵용기, 봉지)	 <p>클래식, 칠리, 커리, 데리야키, 타이 맛</p>
일본식 라면 (컵용기)	 <p>치킨 데리야키, 쇠고기 스키야키, 새우 하마야키, 고추냉이 맛 등</p>
일본식 라면 (봉지)	 <p>닭고기, 쇠고기, 새우, 참깨 맛</p>

출처 : Nissin(www.nissinfoods.fr)

## 2. 경쟁사별 현황과악

### Nestle S.A(Maggi)

네슬레는 글로벌 식품기업으로 1866년 유아식부터 시작하여 현재는 식품 전반을 제조하는 기업으로 성장함. 1947년 마기 브랜드를 합병하였고 이 계기를 통해 유제품과 초콜렛, 커피 제품에서 Maggi에서 생산 중이던 스프류와 양념으로 제품군을 확장하였음. 전 세계에 뻗어 있는 글로벌 기업으로 본사는 스위스에 있음

Maggi 또한 스위스에서 1885년부터 시작된 기업으로 첫 시작은 노동자들에게 보다 영양이 풍부하면서 저렴한 먹거리를 제공하는 것이 목표였음. 최초로 인스턴트 스프를 생산하여 판매하였으며, 현재 스프, 소스, 인스턴트 면 제품까지 다양한 제품을 판매하고 있음

표 3.8 기업개요

기업타입	제조업
취급 품목 유형	스프, 소스, 고품 부용, 인스턴트 면
설립년도	1866년
대표전화	+33-811-800-234
이메일	-
주소	7 Boulevard Pierre Carle, 77186 Noisiel, France
홈페이지	www.maggi.fr
기타 정보	- Maggi의 인스턴트 면제품은 인도와 말레이시아에서 특히 인기가 높음 - Maggi의 프랑스 사이트에서는 제품을 활용한 요리의 레시피를 공유하고, 쿠폰을 제공하는 등 다양한 프로모션을 적극적으로 진행하고 있음

출처 : Maggi(www.maggi.fr), Nestle(www.nestle.com)

표 3.9 제품 소개

인스턴트 면 (봉지, 컵용기)		
	카레, 쇠고기, 닭, 채소 맛	
조미료 (고형 부용 포함)		
	쇠고기와 닭고기를 베이스로 한 각종 육수 제품	
스프		
	다양한 소비자 층을 겨냥한 스프제품들(국가별, 재료별, 지방함유량 등)	

출처 : Maggi(www.maggi.fr)

## 2. 경쟁사별 현황파악

### Distriborg(Tanoshi)

1970년 건강식품 및 천연제품 회사로 시작하였음. 유기농 제품의 수요를 예상하여, 유기농 제품 전문 유통 업체로, 하이퍼 마트와 슈퍼마켓을 통해서 제품을 판매하고 있음

제품 라인은 3가지로 유기농(Bio) 제품군과 식이섬유 제품군, 마지막으로 지역(세계)요리의 3 카테고리로 제품을 판매하고 있음

표 3.10 기업개요

기업타입	제조업, 수입유통업
취급 품목 유형	일본식 면류 및 초밥용재료(스시키트 등)
설립년도	-
대표전화	+33-4-7267-1020
이메일	service.consommateur@distriborg.com
주소	217, Chemin du Grand Revoyet 69561 ST GENIS LAVAL CEDEX, France
홈페이지	www.tanoshi.fr
기타 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자에게 알맞은 새로운 맛을 제공하면서도 전통적인 음식에서 크게 벗어나지 않는 품질의 식품을 제공하고자 함</li> <li>- 라면과 우동 제품에서부터 초밥을 만드는 데 사용되는 각종 재료까지 다양한 일식 중심의 제품군 보유</li> </ul>

출처 : Distriborg(www.distriborg.com), Tanoshi(www.tanoshi.fr)

표 3.11 제품 소개

일본식 라면	
	봉지(대두 카라멜 맛 등)      컵용기(닭고기 데리야키 맛 등)
일본식 우동	
	쇠고기 뱃판야키 맛 등 (4분조리)      우동 기본 맛(10분조리)
기타제품	
	와사비, 절인생강, 간장소스

출처 : Tanoshi(www.tanoshi.fr)



## IV. 경쟁제품 현지조사

1. 분석 제품 및 기준
2. 가격 정보
3. 포장용기 정보
4. 기타 (성분, 원료, 열량, 규격, 상세스펙 등)
5. 현지조사 데이터

# 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW



## EU 제품(4개 기준)

- Point 1. 용량 : 61.0~360.0g(112.43g)
- Point 2. 가격(10g 기준) : 0.06~0.24유로(0.17유로)
- Point 3. 포장 : 컵 3개, 비닐봉지 1개
- Point 4. 유통기한 : 180일~300일(255일)
- Point 5. 영양 정보
  - 열량 : 330.0kcal
  - 지방 : 13.8g
  - 탄수화물 : 43.7g
  - 단백질 : 7.1g

## 아시아 제품(6개 기준)

- Point 1. 용량 : 67.0~100.0g(82.6g)
- Point 2. 가격(10g 기준) : 0.14~0.38유로(0.30유로)
- Point 3. 포장 : 컵 3개, 비닐봉지 3개
- Point 4. 유통기한 : 180일~360일(291일)
- Point 5. 영양 정보
  - 열량 : 300.3kcal
  - 지방 : 11.8g
  - 탄수화물 : 41.2g
  - 단백질 : 6.2g

## 한국 제품(5개 기준)

- Point 1. 용량 : 86.0~140.0g(110.4g)
- Point 2. 가격(10g 기준) : 0.07~0.14유로 (0.09유로)
- Point 3. 포장 : 컵 2개, 비닐봉지 3개
- Point 4. 유통기한 : 150일~180일(174일)
- Point 5. 영양 정보
  - 열량 : 476.0kcal
  - 지방 : 16.2g
  - 탄수화물 : 73.2g
  - 단백질 : 8.8g

## 분석 제품 상세

Nouilles Japonaises Teriyaki (NISSIN)	SOUPE REPAS (Maggi)	Destiny japon (Asian Spirit)	Crevette Garnaal smaak (Suzi Wan)	Cup Nouilles Japonaises saveur Porc Tonkotsu (Tanoshi)
Nouilles instantanees Saveur Boeuf (MAMEE)	Nouilles instantanees Saveur Curry (MAMEE)	Boeaf & sauce soja Rundvlees & Sojasaus (Suzi Wan)	Soba Classic classique (Nissin)	Demae Ramen (Nissin)
육개장 사발면 (Nongshim)	김치 사발면 (Nongshim)	신라면 (Nongshim)	짜파게티 (Nongshim)	너구리 (Nongshim)

분석 지표 : 가격, 포장용기, 유통기한, 원료, 열량, 중량

분석 제품 : 현지 유통매장 방문 후 확보한 15개 대표제품

(한국 5개, 말레이시아 2개, 일본 3개, 태국 1개, EU 4개)

지표별 결과 값 활용 방안 : 지표별 평균 값 및 최소·최대 값 확인으로, 현지 시장 진출 시 제품 현지화(R&D) 가능



# 1. 분석 제품 및 기준

## 경쟁 제품 15개 선정

표 4.1 방문 매장

매장명	주소	방문일시
Carrefour	30 Avenue d'italie 75013 Paris France	2016. 06
		
Intermarché	17 Boulevard Saint-Martin	2016. 06
		
Monoprix	53 Boulevard de L'Hôpital	2016. 06
		
E. Leclerc	D916 60130 Saint-Just-en-chaussée	2016. 06
		
Tang Freres	48 Avenue d'ivry 75013 Paris	2016.08
		

출처 : 현지방문조사(Carrefour, Intermarché, Monoprix, E.Leclerc, Tang Freres 2016.06 ~ 08)

표 4.2 분석 제품 및 기준

제품명(제조사)	제품명(제조사)	제품명(제조사)
Nouilles Japonaises Teriyaki (NISSIN)	Nouilles instantanées Saveur Boeuf (MAMEE)	육개장 사발면 (Nongshim)
SOUPE REPAS (Maggi)	Nouilles instantanées Saveur Curry (MAMEE)	김치 사발면 (Nongshim)
Destiny japon (Asian Spirit)	Boeaf & sauce soja Rundvlees & Sojasaus (Suzi Wan)	신라면 (Nongshim)
Nouilles saveur poulet au curry (Suzi Wan)	Soba Classic classique (Nissin)	짜파게티 (Nongshim)
Nouilles Japonaises Boeuf (Tanoshi)	Demae Ramen (Nissin)	너구리 (Nongshim)

▶ 분석기준 : 제품 상세 스펙에서 공통적으로 확인되는 용량, 10g 당 가격(유로), 포장형태, 원료, 유통기한 총 5가지 항목을 분석함

출처 : 현지방문조사(Carrefour, Intermarché, Monoprix, E.Leclerc, Tang Freres 2016.06 ~ 08)

## 2. 가격 정보

### 프랑스 현지 경쟁제품 10g당 평균 가격

**EU산 0.17유로, 아시아산 0.30유로, 한국산 0.09유로<sup>5)</sup>**

프랑스 내에 대형매장에서 유통되고 있는 라면류 제품의 경우, 62g ~ 360g까지 다양한 용량으로 판매되고 있음. 가장 저렴한 제품은 Maggi의 SOUPE REPAS 제품으로 10g당 가격은 0.06 유로이며 가장 고가인 제품은 MAMEE의 Nouilles instantanées Saveur Boeuf 제품으로 10g당 0.38 유로를 기록함

전반적으로 라면 용기 제품은 대용량 묶음 판매가 많아 가격대가 저렴한 편임. 컵 용기 제품의 경우 휴대성과 편리성(뜨거운 물만 부으면 다른 조리 도구 없이 취식가능) 때문에 가격이 높은 것으로 사료됨

표 4.3 가격 비교

제품명	제조사	국가	용량(g)	가격(유로)	10g당 가격(유로)
Nouilles Japonaises Teriyaki	Nissin	일본	67	2.13	0.32
SOUPE REPAS	Maggi	EU	360	2.22	0.06
Destiny japon	Asian Spirit	태국	69	2.32	0.34
Crevette Garnaal smaak	Suzi Wan	EU	62	1.50	0.24
Cup Nouilles Japonaises saveur Porc Tonkotsu	Tanoshi	EU	65	1.49	0.14
Nouilles instantanées Saveur Boeuf	MAMEE	말레이시아	85	3.23	0.38
Nouilles instantanées Saveur Curry	MAMEE	말레이시아	85	2.59	0.30
Boeaf & sauce soja Rundvlees & Sojasaus	Suzi Wan	EU	61	1.40	0.23
Soba Classic classique	Nissin	일본	90	3.05	0.34
Demae Ramen	Nissin	일본	100	1.35	0.14
육개장 사발면	Nongshim	한국	86	0.80	0.14
김치 사발면	Nongshim	한국	86	1.20	0.08
신라면	Nongshim	한국	120	1.00	0.07
짜파게티	Nongshim	한국	140	1.00	0.08
너구리	Nongshim	한국	120	1.00	0.07

출처 : 현지방문조사(Carrefour, Intermarché, Monoprix, E.Leclerc, Tang Freres, 2016.06 ~ 08)

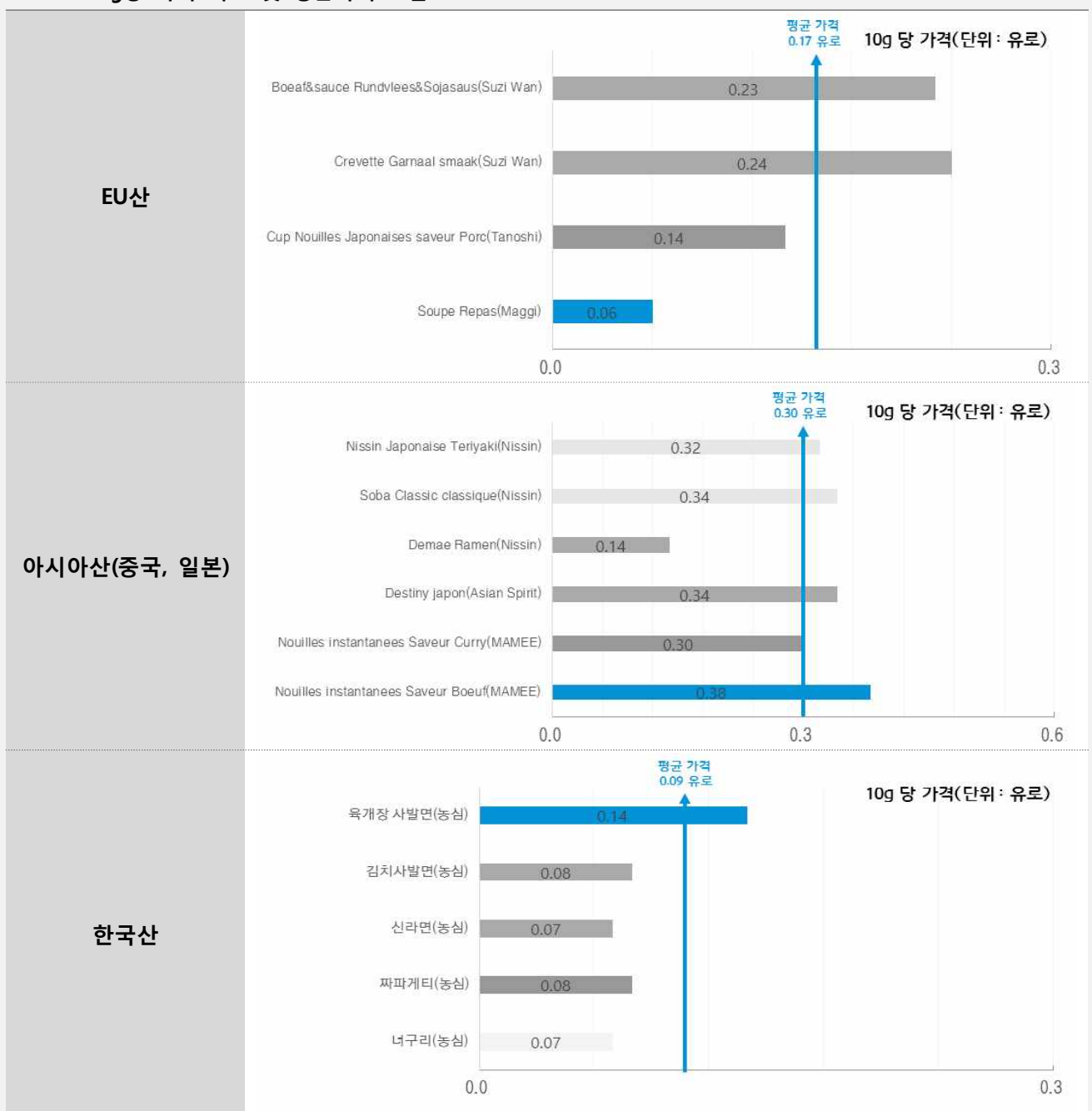
5) 1유로 = 1,277.50원 (KEB 하나은행 고시기준, 2016.07.04.)

## 2. 가격 정보

### 한국 제품 가격대가 가장 저렴한 것으로 확인

EU산 4개 제품, 아시아산 6개 제품, 한국산 5개 제품을 분석한 결과 EU산 제품의 평균 가격은 0.17유로, 아시아산 제품 평균 가격은 0.30유로, 한국산 제품은 0.09유로의 평균 가격대를 기록함. 조사 결과, 한국산 제품이 가장 저렴했으며 그 다음이 EU산 라면, 아시아산 라면인 것으로 집계됨. 특히, 말레이시아의 MAMEE 브랜드와 일본의 Nissin 브랜드 제품들은 높은 가격대를 유지하고 있음

표 4.4 10g당 가격 비교 및 평균가격 도출



출처 : 현지방문조사(Carrefour, Intermarché, Monoprix, E.Leclerc, Tang Freres 2016.06 ~ 08)

### 3. 포장용기 정보

#### 분석 제품, 컵 용기 제품 많아

현지 조사 결과, 실제 판매 중인 경쟁 제품 15개중 4개가 모두 컵용기 제품을 중심으로 판매하고 있음. 4개의 용기 중 3개는 플라스틱 용기였으며, 1개사의 경우에는 종이재질로 된 용기를 사용하였음. 컵 용기를 사용하지 않은 1개사의 경우 봉지 포장으로 제품을 판매하고 있었음.





컵 용기 포장의 경우 실제 내용물은 육안으로 확인할 수 없지만, 제품 포장 전면에 조리된 제품의 사진을 부각시켰음. 비닐봉지 제품의 경우 묶음으로 판매되는 경우가 더 많은 편임

#### 4. 기타

#### 유통기한 전 제품 2017년 상반기까지

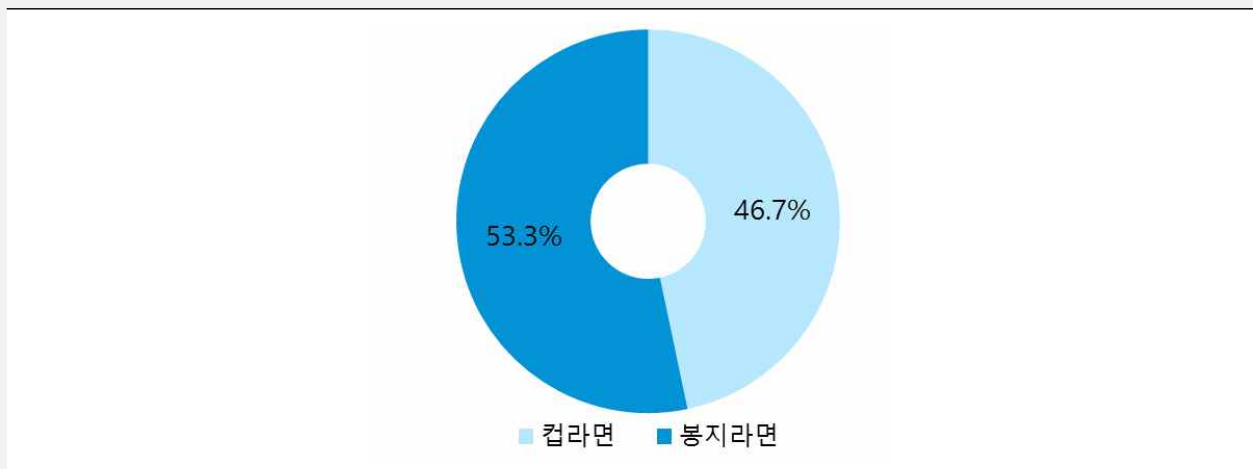
경쟁제품의 유통기한은 전제품이 2017년 상반기까지로 유통기한은 180일 ~ 360일로 다양함

표 4.5 패키지 샘플 (주요 경쟁제품 분석)

<p>컵 용기 (종이포장)</p>		<p>컵 용기 (플라스틱 포장)</p>	
<p>봉지포장</p>		<p>종이로 감싼 플라스틱 컵 용기 포장</p>	

출처 : 현지방문조사(Carrefour, Intermarché, Monoprix, E.Leclerc, Tang Freres 2016.06 ~ 08)

표 4.6 포장 유형 분석



출처 : 현지방문조사(Carrefour, Intermarché, Monoprix, E.Leclerc, Tang Freres 2016.06 ~ 08)

## 4. 기타

### 제품별로 영양성분 비율이 상이함

경쟁사 제품 15개의 1용기 기준 영양성분은 각기 상이한 것으로 나타남. 제품 마다 열량이 적게는 86kcal에서 최대 610kcal까지 크게 차이가 나는 것을 확인할 수 있음

가장 열량이 낮은 제품은 Nissin의 제품으로 나타났으며 소금의 함량 또한 비교적 낮은 것으로 나타났음. 소비자들이 민감한 소금 함량의 경우에는 100g당 평균 함량 3.20g으로 나타났으며, 평균보다 낮은 함량을 보이는 제품이 Nissin과 Suzi Wan, Maggi의 제품으로 나타남

표 4.7 제품별 영양성분 비교





제품명(제조사)	영양성분(1용기 기준)				
	열량	지방	탄수화물	단백질	소금
Nouilles Japonaises Teriyaki (Nissin)	86kcal	3.8g	10.6g	1.8g	1.2g
SOUPE REPAS (Maggi)	406kcal	20.8g	47.6g	6.7g	2.2g
Destiny japon (Asian Spirit)	337kcal	5.3g	65.4g	7.0g	7.5g
Crevette Garnaal smaak (Suzi Wan)	182kcal	6.8g	25.5g	4.1g	1.0g
Cup Nouilles Japonaises saveur Porc Tonkotsu (Tanoshi)	448kcal	16.9g	62.9g	10.6g	5.3g
Nouilles instantanées Saveur Boeuf (MAMEE)	360kcal	13.1g	44.1g	7.3g	3.4g
Nouilles instantanées Saveur Curry (MAMEE)	315kcal	14.1g	43.2g	6.8g	3.4g
Boeaf & sauce soja Rundvlees & Sojasaus (Suzi Wan)	284kcal	10.7g	38.9g	6.8g	1.6g
Soba Classic classique (Nissin)	219kcal	10.0g	26.0g	5.0g	-
Demae Ramen (Nissin)	485kcal	22.0g	58.0g	10.0g	-
육개장사발면 (농심)	375kcal	14.0g	53.0g	7.0g	-
김치사발면 (농심)	375kcal	14.0g	55.0g	7.0g	-
신라면 (농심)	505kcal	16.0g	80.0g	10.0g	-
짜파게티 (농심)	610kcal	20.0g	97.0g	11.0g	-
너구리 (농심)	515kcal	17.0g	81.0g	9.0g	-

출처 : 현지방문조사(Carrefour, Intermarché, Monoprix, E.Leclerc, Tang Freres 2016.06 ~ 08)

## 5. 현지조사 데이터

### 제품 정보



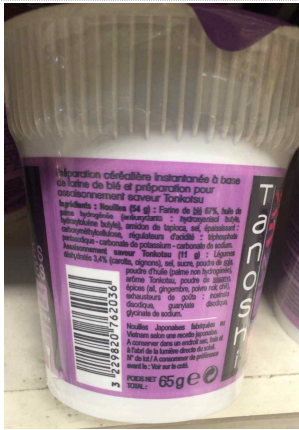

프랑스 현지 유통매장 방문을 통해 조사된 제품 기본 스펙 및 취급업자 정보를 제공함

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	업체명	Nissin	Maggi
	제품명	Nouilles Japonaises Teriyaki	SOUPE REPAS
	용량(g)	67	360
	면중량(g)	58.29	276.12
	스프중량(g)	8.71	83.88
	10g 당 가격(유로)	0.32	0.06
	포장형태	컵 용기(플라스틱)	비닐봉지
	영양 정보 (1용기 기준)	86kcal, 지방 3.8g, 탄수화물 10.6g, 단백질 1.8g, 소금 1.2g	406Kcal, 지방 20.8g, 탄수화물 47.6g, 단백질 6.7g, 소금 2.2g
	예상 유통기한(일)	270	270
취급처	원산지	Japan	EU
	판매사 정보	Nissin Foods	Maggi
	판매확인 매장	Carrefour, Monopix, Intermaché	Carrefour

## 5. 현지조사 데이터



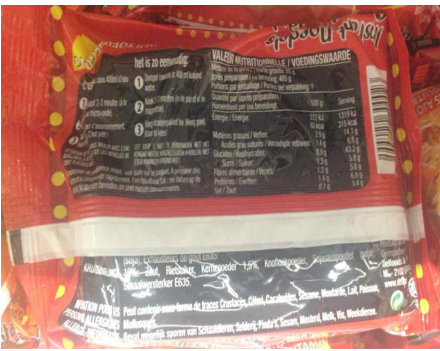

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	업체명	Asian Spirit	Suzi Wan
	제품명	Destination Japon	Crevette Garnaal smaak
	용량(g)	69	62g
	면중량(g)	51.7	55.18
	스프중량(g)	17.3	6.82
	10g 당 가격(유로)	0.34	0.24
	포장형태	컵 용기(플라스틱)	컵 용기(종이)
	영양 정보 (1용기 기준)	337Kcal, 지방 5.3g, 탄수화물 65.4g, 단백질 7.0g, 소금 7.5g	182kcal, 지방 6.8g, 탄수화물 25.5g, 단백질 4.1g, 소금 1.0g
	예상 유통기한(일)	330	270
취급처	원산지	Thailand	EU
	판매사 정보	ITM ALIMENTAIRE INTERNATIONAL	Suzi Wan
	판매확인 매장	Intermarché	E.Leclerc

## 5. 현지조사 데이터

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	업체명	Tanoshi	MAMEE
	제품명	Cup Nouilles japonaises saveur Porc Tonkotsu	Nouilles instantanées Saveur Boeuf
	용량(g)	65	85
	면중량(g)	54	73
	스프중량(g)	11	12
	10g 당 가격(유로)	0.21	0.38
	포장형태	컵 용기(플라스틱)	비닐봉지
	영양 정보 (1용기 기준)	448kcal, 지방 16.9g, 탄수화물 62.9g 단백질 10.6g, 소금 5.3g	360kcal, 지방 13.1g, 탄수화물 44.1g, 단백질 7.3g, 소금 3.4g
예상 유통기한(일)	300	310	
취급처	원산지	Japan	Malaysia
	판매사 정보	Distriborg	-
	판매확인 매장	Auchan	E. Leclerc




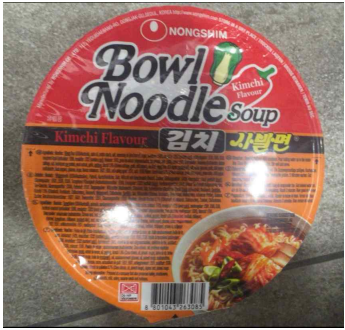

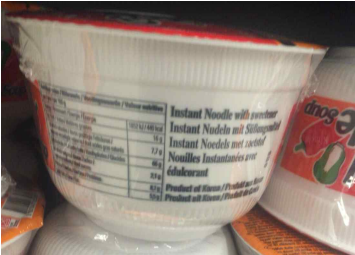
## 5. 현지조사 데이터

구분		제품 #7	제품 #8
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	업체명	MAMEE	Suzi Wan
	제품명	Nouilles instantanées Saveur Curry	Boeaf & sauce soja Rundvlees & Sojasaus
	용량(g)	85	61
	면중량(g)	81	50
	스프중량(g)	14	11
	10g 당 가격(유로)	0.30	0.23
	포장형태	비닐봉지	컵 용기(플라스틱)
	영양 정보 (1용기 기준)	315kcal, 지방 14.1g, 탄수화물 43.2g, 단백질 6.8g, 소금 3.4g	284kcal, 지방 10.7g, 탄수화물 38.9g, 단백질 6.8g, 소금 1.6g
	예상 유통기한(일)	300	180
취급처	원산지	Malyasia	EU
	판매사 정보	-	-
	판매확인 매장	E. Leclerc	E. Leclerc




## 5. 현지조사 데이터

구분		제품 #9	제품 #10
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	업체명	Nissin	Nissin
	제품명	Soba Classic classique	Demae Ramen
	용량(g)	90	100
	면중량(g)	76	85
	스프중량(g)	14	15
	10g 당 가격(유로)	0.34	0.14
	포장형태	컵 용기(플라스틱)	비닐봉지
	영양 정보 (1용기 기준)	219kcal, 지방 10.0g, 탄수화물 26.0g, 단백질 5.0g	485.0kcal, 지방 22.0g, 탄수화물 58.0g, 단백질 10.0g
취급처	예상 유통기한(일)	360	180
	원산지	Japan	Japan
	판매사 정보	-	-
	판매확인 매장	Monoprix, Carrefour	Carrefour



## 5. 현지조사 데이터

구분		제품 #11	제품 #12
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	업체명	Nongshim	Nongshim
	제품명	육개장 사발면 (Bowl Noodle Hot & Spicy Soup)	김치 사발면 (Bowl Noodle Kimchi Flavor Soup)
	용량(g)	86	86
	면중량(g)	74	74
	스프중량(g)	12	12
	10g 당 가격(유로)	0.09	0.14
	포장형태	컵 용기(플라스틱)	컵 용기(플라스틱)
	영양 정보 (1용기 기준)	375kcal, 탄수화물 53g, 당류 1g, 단백질 7g, 지방 15g, 포화지방 7g	375kcal, 탄수화물 55g, 당류 5g, 단백질 7g, 지방 14g, 포화지방 7g
예상 유통기한(일)	150	180	
취급처	원산지	Korea	Korea
	판매사 정보	-	-
	판매확인 매장	Tang Frères	Tang Frères

## 5. 현지조사 데이터

구분		제품 #13	제품 #14
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 이미지 (뒷면)		
제품 스펙	업체명	Nongshim	Nongshim
	제품명	신라면(Shin Ramyun)	짜파게티(Chapagetti)
	용량(g)	120.0	140
	면중량(g)	107	128
	스프중량(g)	13	12
	10g 당 가격(유로)	0.08	0.07
	포장형태	비닐봉지	비닐봉지
	열량 (1용기 기준)	505kcal, 탄수화물 80g, 당류 4g, 단백질 10g, 지방 16g, 포화지방 8g	610kcal, 탄수화물 97g, 당류 6g, 단백질 11g, 지방 20g, 포화지방 8g
	예상 유통기한(일)	180	180
취급처	원산지	Korea	Korea
	판매사 정보	-	-
	판매확인 매장	Tang Frères	Tang Frères

## 5. 현지조사 데이터

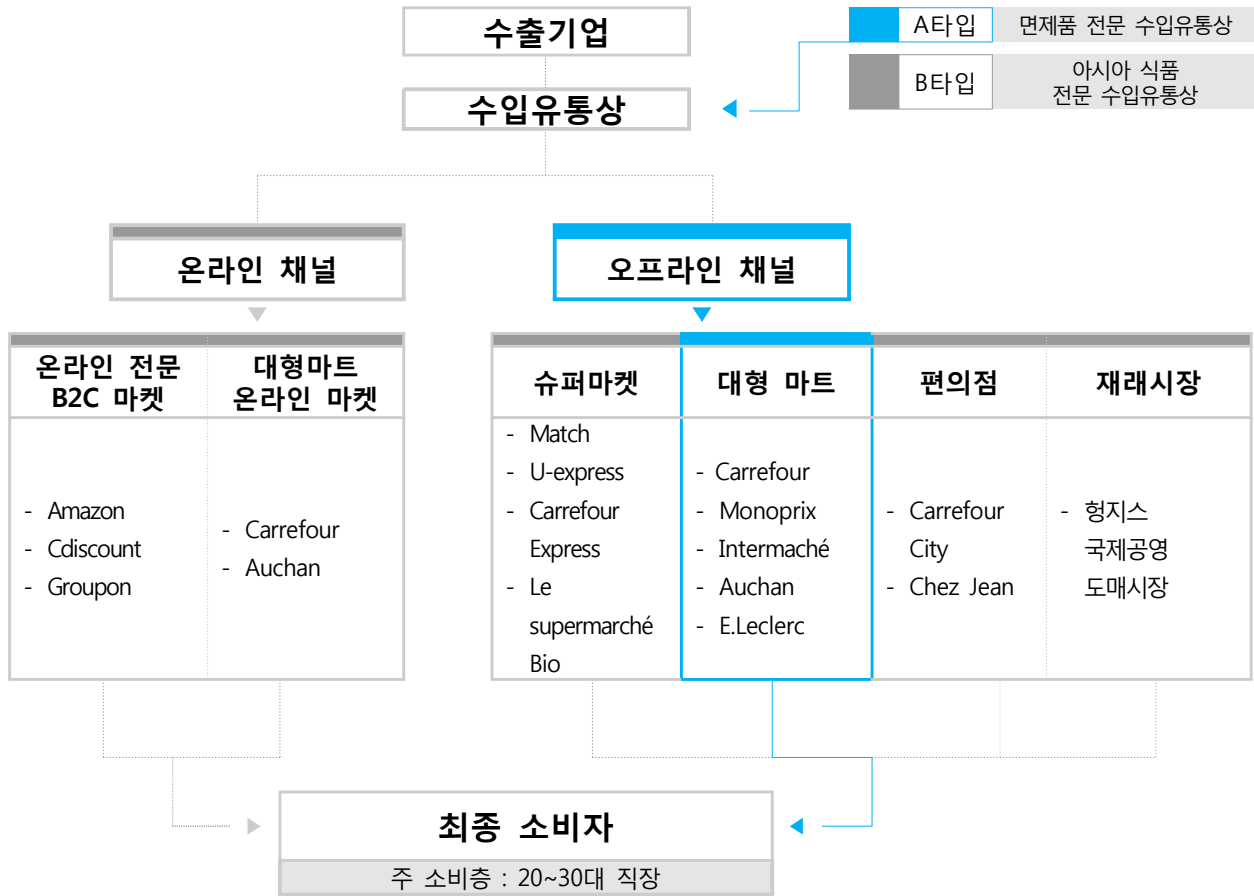
구분		제품 #15
제품 이미지	제품 이미지 (앞면)	
	제품 이미지 (뒷면)	
제품 스펙	업체명	Nongshim
	제품명	너구리(Neoguri)
	용량(g)	120
	면중량(g)	105
	스프중량(g)	15
	10g 당 가격(유로)	0.08
	포장형태	비닐봉지
	열량 (1용기 기준)	550kcal, 탄수화물 81g, 당류 4g, 단백질 9g, 지방 17g, 포화지방 8g
	예상 유통기한(일)	180일
취급처	원산지	Korea
	판매사 정보	-
	판매확인 매장	Tang Frères



## V. 유통구조 현황

1. 현지 유통구조 map
2. 추천 진출 경로
3. 유통업체 담당자 인터뷰

# 1. 현지 유통구조 map



\*출처 : 현지방문조사(Carrefour, Auchan, E.Leclerc, Monoprix, Intermaché, 20106.06)

유통구조	특징
온라인 전문 B2C 마켓	아마존과 같은 글로벌 B2C기업의 점유율이 높으며 현지 사이트로는 Cdiscount 등이 높은 판매율을 보이며, 소셜 커머스인 그루폰도 진출해있음
대형마트 온라인 마켓	까르푸와 오상과 같은 대형 소매 유통 업체는 온라인 마켓을 열어 드라이브라는 이름으로 온라인으로 주문하고 매장을 지나가면서 픽업을 할 수 있는 서비스를 제공하여 많은 소비자들이 찾고 있음
슈퍼마켓	슈퍼마켓은 식료품 중심의 매장으로 주거지와 가까운 지역에 위치하고 있음. 보통 대형 소매유통 업체의 산하에 있으며, 최근 Bio라는 유기농 및 천연 제품 전문 기업이 매장을 꾸준히 늘려가는 추세를 보임
대형 마트	글로벌 대형 유통 업체들이 대형 마트 시장을 점유하고 있으며, 식품의 판매는 대부분 이런 소매 시장을 통해 소비되고 있음. 대형마트를 기점으로 편의점 사업까지 다양한 판로를 확장함
편의점	대형 유통 업체가 진입한 시장이며, 24시간 운영되는 한중일의 편의점과는 다르게 오후 10시에 영업을 종료하는 곳이 대부분임
재래시장	프랑스는 재래시장을 잘 관리하여 국제공영도매시장으로 운영을 하고 있으며 파리에서 13km 거리에 있는 형지스 도매시장의 규모가 가장 큼

\*출처 : 현지방문조사(Carrefour, Auchan, E.Leclerc, Monoprix, Intermaché, 2016.06)

## 2. 추천 진출 경로

### 프랑스 대형 마트

#### 1. E.Leclerc



- 매장 수 : 585개 (14년)

#### 2. Carrefour



- 매장 수 : 228개 (16년)

#### 3. Auchan



- 매장 수 : 128개 (15년)

\*출처 : 각 마트 홈페이지

### ROUTE #1. 대형 마트

#### 정부의 규제에도 불구하고 지속적으로 증가한 시장 점유율<sup>6)</sup>

프랑스의 소매 시장의 대부분은 대형마트로 시작된 까르푸, 오상과 같은 대형유통업체가 프랑스 시장의 66%를 차지하고 있음. 프랑스 정부는 1970년대부터 로아에법을 시작으로, 라파랭법, SRU법 등 대형 매장에 대한 규제를 지속적으로 강화해왔음. 하지만 이런 규제에도 불구하고 대형 매장으로 시작한 4대 유통 업체가 프랑스의 소매시장을 크게 점유하고 있음

2015년 2월 17일, 프랑스 정부는 40여년동안 강화되어 왔던 대형마트에 대한 규제를 완화시키는 법안을 발표하였음. 법안의 골자는 상점의 일요일 영업제한을 완화하는 것으로 국제관광지구의 일요일 연중 영업을 허용하고, 기타 지역의 연간 12회 일요일 영업횟수를 연장한다는 내용을 담고 있음. 규제의 완화로 대형마트의 시장 점유율은 더 상승할 것으로 사료됨

### ROUTE #2. 온라인 전문 B2C마켓

#### 프랑스, 세계에서 6번째로 큰 E-commerce 시장

CA Com의 연구결과에 따르면 2013년 49%의 프랑스 소비자들이 최소한 한번은 온라인을 통해서 물건을 구매한 것으로 나타났음. 또한, 25세 ~ 34세에 이르는 소비자들은 지속적으로 인터넷을 통해 물건을 구매하는 것으로 나타남

프랑스에서 가장 많은 소비자들이 방문하는 사이트는 아마존으로 한 달간 1,500만 명에 달하는 수가 접속하는 것으로 집계되었음

### ROUTE #3. 편의점

#### 대형 유통업체, 정부규제 피해 편의점 런칭

프랑스는 정부규제로 인해 대형 마트들이 일찍 문을 닫음. 이런 규제를 우회하기 위해 까르푸와 같은 대형유통업체는 편의점 브랜드를 만들어 오후 10시까지 영업을 하고 있음. 한·중·일에는 편의점이 24시간이지만 프랑스에서는 'Arabe du coin'이라는 명사로 대표되는 소매점만이 새벽까지 영업을 하고 있어 편의점에 대한 수요가 존재함. 대형 유통업체의 편의점 시장 진입으로 소매시장에서의 대형 유통 업체 점유율이 계속해서 증가할 것으로 예상됨

6) 한종길, 한국경제연구원, '프랑스 유통업규제 변화와 정책적 시사점', 2015.12



### 3. 유통업체 담당자 인터뷰

#### 인터뷰 대상 및 일시

인스턴트 면 및 한국 식품  
취급 바이어 대상 인터뷰 진행  
(2016년 6월 13일~6월 15일)

- 인스턴트면 수입 · 유통상
- 아시아식품(한국제품 포함)  
수입 · 유통상
- 일반 식품 수입 · 유통상

#### Q1. 최근 식품 트렌드 및 인기 제품은 무엇인가?

“라면, 컵라면 등의 인스턴트 면은 프랑스에서 흔하게 판매되고 있다. 그동안 보지 못했던 신제품이라면 분명 수요가 생길 것이다.”

FOODEX Company  
Marketing manager Mattieu와의 인터뷰 中, 2016.06

#### Q2. 제품 소싱 기준은 어떻게 되는가?

“품질이 가장 중요하다. 공공기관을 통해 소비자들까지 라면이 건강에 좋지 않다는 이미지를 가지고 있어, 제품의 품질, 특히 성분이 얼마나 좋은지가 관건이다.”

FOODEX Company  
Marketing manager Mattieu와의 인터뷰 中, 2016.06

#### Q3. 한국산 제품에 대한 인식은 어떠한가?

“한국의 농심 브랜드가 가장 잘팔리는 제품으로 면의 종류에 따라 다양한 제품을 판매하는 것이 강점이라고 생각한다.”

Inter-Burgo France S.A.S  
Purchasing manager와의 인터뷰 中, 2016.03

#### Q4. 주로 어떤 유통매장으로 입점해야 유리한가?

“수입한 인스턴트면의 대부분은 대형 마트와 슈퍼마켓으로 유통하며, 까르푸의 매장이 가장 크고 오래된 대형 매장이기 때문에 여기로 입점하는 것을 추천한다.”

Inter-Burgo France S.A.S  
Purchasing manager와의 인터뷰 中, 2016.03

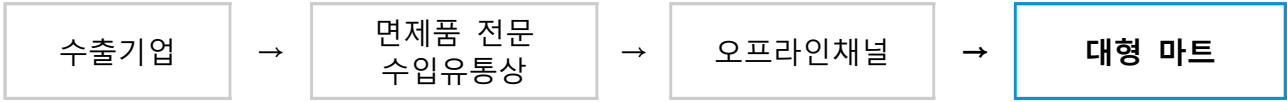


## VI. 유통업체 현황

1. 주요 유통채널 개관
2. 주요 유통업체 핫이슈
3. 유통업체별 개요
  - Carrefour
  - Auchan
  - E.Leclerc

## 유통업체 현황 OVERVIEW

### 주요 유통경로



### 주요 유통업체 리스트(대형 마트)

No.	유통업체	특징
1	Carrefour	까르푸는 프랑스 대형 유통업체 중 가장 큰 점유율을 가지고 있는 유통채널임. 환경 친화적인 제품과 독특한 제품들을 선발하여 매년 수상을 하고 있고, 중소기업 제품 박람회들을 개최함
2	Auchan	1961년에 사업을 시작해서 1981년 이후 국제화를 시도하여 스페인과 이탈리아와 같은 유럽에서 태국과 중국까지 진출하였음. 동유럽 지역인 러시아 루마니아, 우크라이나까지 진출함
3	E.lecrec	E.Lecrec는 프랑스 내에서 타 경쟁사와의 제품가격을 비교할 수 있는 사이트를 운영하고 있음. 이 사이트를 통해서 해당 지역 내의 경쟁사와 자사의 가격비교가 가능함
4	Monoprix	1932년에 설립된 무역 및 유통 전문 업체로 2013년 7월부터 Casino 그룹에 지분이 100% 인수되었음
5	Hyper U	System U 그룹의 대형 매장 체인으로 슈퍼마켓과 2013년 12월 31일 기준 시장점유율 10.2%로 프랑스에서 다섯 번째의 식품 소매업체로 꼽힘
6	Géant hypermarkets	Casino 그룹의 산하 대형 마트 매장으로, 단순히 매출을 올리는 데보다는 지역에 대한 이해를 바탕으로 고객을 먼저 생각하는 (People Oriented) 경영방침으로 저렴한 가격과 좋은 품질로 승부하고 있음

### 주요 유통업체 매장 운영현황

유통업체	유통업체	운영현황
Carrefour		까르푸는 현재 대형 마트, 슈퍼마켓에서부터 편의점까지 다양한 채널을 보유하고 있으며, 이를 통해서 소매시장에서 점유율을 점차 늘리고 있음
Auchan		오상은 전세계 16개국에서 대형 마트 매장을 운영하고 있으며, 슈퍼마켓 체인 또한, 운영하고 있음. 최근 전자상거래를 통해서 온라인으로 물품을 구매 후 근처 매장에서 픽업을 하는 서비스를 제공하고 있음
E.lecrec		E.lecrec는 유럽 지역에 매장을 운영하고 있으며, 소매시장에서부터 여행, 자동차 임대까지 다양한 사업군을 보유하고 있음. 소매시장에서는 드라이브라는 서비스를 통해 구매는 온라인으로 하고 물품은 현장에서 픽업하는 O2O시스템을 도입하였음

# 1. 주요 유통채널 개관

## 드라이브 서비스



소비자들이 온라인으로 소비를 하고 지정된 장소에서 자동차로 픽업하는 서비스를 지칭함

\* 이미지: 까르푸 드라이브 서비스

## O2O 시장에 눈 뜨고 있는 프랑스 유통시장

‘O2O(Online to Offline) 시장<sup>7)</sup>’ 진출이 최근 프랑스 유통업체들에게 화두로 떠오르고 있음. 특히 소비자들이 온라인으로 쇼핑을 하고 쇼핑물품을 지정된 장소에 픽업하는 형태의 ‘드라이브 서비스’를 제공하려는 유통업체들이 늘어남. 2000년 Auchan이 프랑스 최초로 드라이브 서비스를 도입한 이래로 여러 하이퍼마켓 브랜드들이 드라이브 서비스를 도입하기 시작했으며 2014년 기준 프랑스에는 약 2,000개가 있는 것으로 확인되고 있음<sup>8)</sup>

## 슈퍼마켓/하이퍼마켓 유통채널,

## 식품 유통점유율 1위... 프랑스 진출 시 고려 필수

프랑스에서 슈퍼마켓/하이퍼마켓 유통채널은 식품 유통의 중추적인 역할을 담당하고 있음. Carrefour, E.Leclerc, LesMousquetaries, Groupe Casino, Group Auchan, U 등의 대표적인 슈퍼마켓/하이퍼마켓 브랜드들이 전체 식품 시장의 약 80%를 점유하고 있음<sup>9)</sup>

시장조사기관 Canadean Intelligence에 따르면 ‘Prepared Meal’의 유통점유율은 71.51%에 달해 대부분의 식품 제품들이 슈퍼마켓/하이퍼마켓 채널을 통해 유통되고 있음. 프랑스 내 대부분의 냉동/냉장조리식품이 해당 채널을 통해 유통되고 있으므로 프랑스 진출 시 반드시 고려해야 할 유통채널임

표 5.1 유통업체 매장수 변화 추이

(단위 : 개)

구분	2012	2013	2014
하이퍼마켓(Hypermarket)	5,099	6,028	5,926
슈퍼마켓(Supermarket)	5,649	5,712	5,696
파격할인상점(Hard Discounter) <sup>10)</sup>	4,762	4,668	4,517
소형슈퍼마켓(Small Supermarket)	1,920	1,979	2,022
드라이브매장(Click & Drive)	542	1,251	2,031

출처: Nielsen(www.nielsen.com)

7) O2O(Online to Offline) : 온라인과 오프라인을 연결한 마케팅으로 상품이나 서비스를 주문하면 오프라인으로 제공되는 게 특징임

8) Ecommerce News Europe, ‘Click & Drive extremely popular in France’, 2014.04.03

9) 한국농수산식품유통공사, ‘한국 농식품 프랑스 진출 길라잡이’, 2014.06.12

10) 파격할인상점(Hard Discounter) : 대형마트보다 20~30% 더 저렴한 초저가 할인매장으로 유럽에서 강세를 보이고 있는 유통채널 중에 하나임. 대표 매장으로는 알디(Aldi), 리디(Lidi)가 있음

## 2. 주요 유통채널 핫이슈

### 애플페이



애플에서 제공하는 모바일 지불 및 디지털 지갑 서비스로 모바일 기기를 통해 POS 단말기나 iOS 앱에서 즉시 결제가 가능함

### CARREFOUR

#### 프랑스 까르푸, 애플페이 결제 도입

프랑스 대형유통시장에서 Auchan, E.Leclerc에 비해서 비교적 늦게 드라이브 서비스에 진출한 Carrefour는 2016년 6월을 기점으로 애플페이와 계약을 체결해 시장의 판도를 바꾸고자 하고 있음<sup>11)</sup>

이번 계약을 통해 Carrefour는 프랑스에서 애플페이가 최초로 도입한 매장이 되었음. 올해 여름부터 본격적인 서비스가 착수될 것으로 전망되며 아이폰 6 이상 및 애플워치 소유주들은 단순 지문 등록으로 현장에서 즉시 결제가 가능함.<sup>12)</sup> Carrefour는 현재 Carrefour Banquet을 통해 소비자들을 관리하고 있으며 2016년 현재 약 250만 명이 가입해 있는 것으로 알려짐

### AUCHAN

#### 미디어 마케팅을 더욱 강화할 예정

프랑스의 대표적인 유통채널 브랜드인 Auchan은 자회사인 Imedia Center를 통해 매장과 온라인에서의 홍보를 강조하겠다고 발표함.<sup>13)</sup> Imedia Center는 Auchan Hypermarket, Auchan Drive and Web Portal, Immochan 등 모든 Auchan 유통채널에서의 마케팅을 담당하고 있음

상드링 끌리옹(Sandrine Clion) Imedia Center 운영이사는 “소비자와 Auchan간의 연계를 강화시키기 위해 매장 내 키오스크 설치, 무료 와이파이 제공, 드라이브 서비스용 온라인 쿠폰 발행 등의 마케팅을 추진할 예정이다.” 라고 밝힘

### E.LECLERC

#### 장애인 사회 참여 프로그램 진행 중

레온의 E.Leclerc 매장에서는 사회봉사단체인 ALFAEM과 함께 지역 장애인들의 생활에 도움을 주기 위한 프로그램을 진행하고 있음.<sup>14)</sup> E.Leclerc 매장에서는 장애인들을 임시직으로 고용해 여러 코너에서 직장 체험을 할 수 있는 기회를 제공함. 이러한 체험 프로그램을 통해 장애인들의 삶을 개선할 수 있도록 도우려는 것이 이번 프로젝트의 목적임. 이렇듯 E.Leclerc는 다년간 사회공헌활동을 진행하고 있으며, 이러한 노력들은 프랑스 소비자에게 브랜드 인식에 긍정적인 영향을 주고 있음

11) Carrefour, 'Apple Pay arrive dans les magasins Carrefour en France', 2016.06.13

12) Apple Insider, 'Apple Pay confirmed for France, Hong Kong & Switzerland in coming months'. 2016.06.14

13) European Supermarket Magazine, 'Auchan France Rolling Out Media Promotion Technology', 2016.06.23

14) ileon.com 'E. Leclerc León, implicado en la vida laboral de personas con discapacidad', 2016.06.21

### 3. 유통업체별 개요 – Carrefour

#### 각종 프로모션 진행

까르푸 브랜드는 잡지형태의 전자 카탈로그를 자사의 홈페이지를 통해 매일 업로드 하고 있으며, 이를 통해 한정판 판매제품과 할인 제품들을 소개하고 있음. 소매 매장에서는 여러 중소기업의 혁신적이고 독특한 제품들을 매년 선정하여 판매하고 있음. 이런 제품의 경우, 한정판으로 판매하는 경우도 많아서 소비자들의 소비심리를 자극하는 것으로 나타남

표 6.2 매장 정보

기업 정보	매출액	2014년 기준 20억 달러	 <b>Carrefour</b>
	직원수	2014년 기준 6만 1천명	
	점포수	2016년 기준 228개 매장	
	컨셉	타사와의 차별을 위해 제품의 차별화를 시도하고 있음(여러 중소기업제품 판매)	
	주소	30 Avenue d'Italie 75013 Paris France	
	전화	+33-1-45-80-87-80	
주요 판매품목		식료품 전반	
한국산 취급여부		취급 안함	
매장전경		  	
인스턴트 면 판매현황		<p>Nissin cupnoodles, Maggi Soupe Repas 등 취급</p> 	

출처 : Carrefour(www.carrefour.fr)

#### Carrefour 전자 카탈로그



출처 : Carrefour(www.carrefour.fr)

### 3. 유통업체별 개요 – COSTCO


#### Mr. Min

- Auchan의 일부매장에서 한국에서 생산되는 라면 브랜드 Mr. Min을 판매하고 있음

#### 온라인 마트, Drive 서비스 제공

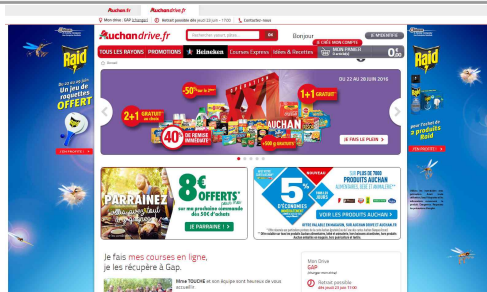
Drive 서비스를 제공하여 모바일 환경에 적응하였으며, 매장 내 멀티미디어 시설을 설치하여 온·오프라인으로 소비자들에게 양질의 서비스를 제공하고 있음

표 6.3 매장 정보

기업 정보	매출액	2013년 기준 18억 달러	
	직원수	-	
	점포수	2015년 기준 128개	
	컨셉	최근 드라이브 매장을 운영하면서 제품을 온라인으로 할인하고 있음	
	주소	200 Rue De La Recherche, Villeneuve D'Ascq, 59650, France	
	전화	+33-04-4240-3730	
주요 판매품목	식품 전반, 가전제품, 전자기기 등 다양한 제품 판매		
한국산 취급여부	Mr.Min 이라는 브랜드의 한국 라면 판매(일부매장에서만 판매)		
매장전경			
인스턴트 면 판매현황	<p>Mr.Min, Nissin Nouilles japonaises, Tanoshi cup nouilles 등</p>   		

출처 : Auchan(www.auchan.fr)

#### Auchan Drive 사이트



출처 : Auchan(www.auchan.fr)

### 3. 유통업체별 개요 -E.Leclerc

#### 가격비교 서비스 제공

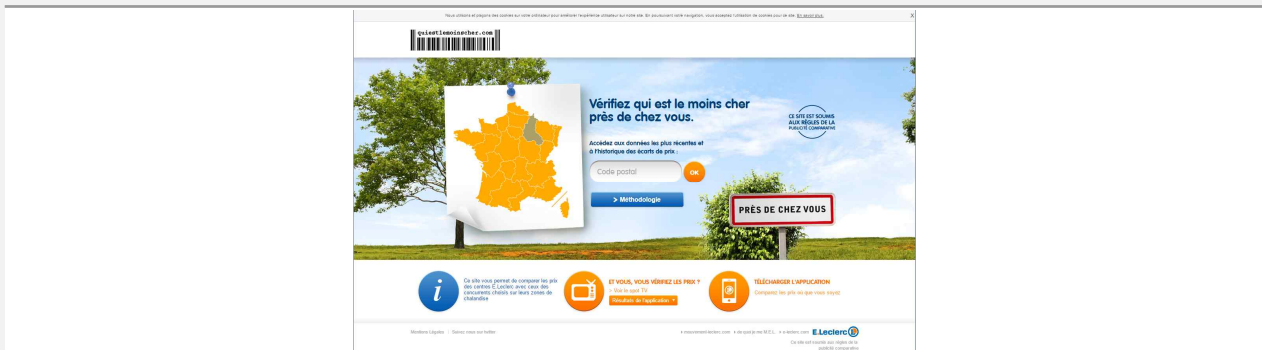
E.Leclerc는 자사의 홈페이지를 통해서 근처의 매장에 있는 제품과의 가격비교 서비스를 제공하고 있음. E.Leclerc 역시 O2O시스템을 도입하여 모바일로 구매하고 현장에서 물품을 찾아가는 Drive 서비스를 제공하고 있음

표 6.4 매장 정보

기업 정보	매출액	2014년 기준 4,575만 2천 유로	
	직원수	-	
	점포수	2014년 기준 585개	
	컨셉	매장별(경쟁사 포함) 가격비교 사이트를 운영하여 타사대비 경쟁력을 가져감	
	주소	D916 60130 Saint-Just-en-chaussée	
	전화	+33-3-44-78-7811	
주요 판매품목		식품	
한국산 취급여부		취급 안함	
매장전경		 	
기타의 파스타 판매현황		<p>Suzi Wan, Mamee 등 취급</p>   	

출처 : E.Leclerc(www.e-leclerc.com)

#### E.Leclerc 지역별 매장 가격 비교 사이트



출처 : E.Leclerc(www.queistlemoinscher.com)



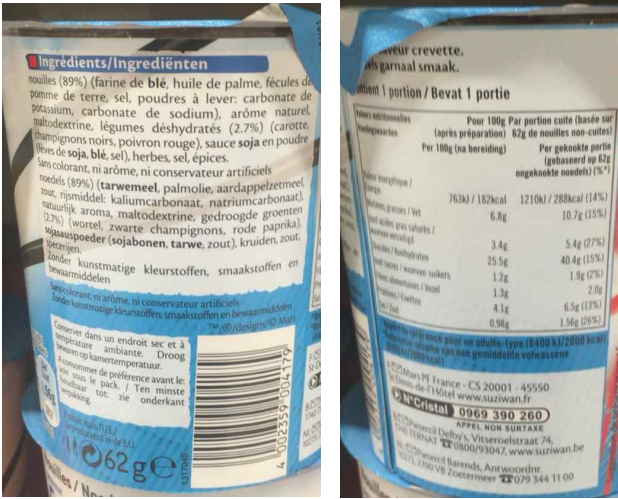


## VII. 라벨링 정보

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

# 라벨링 정보 OVERVIEW

## 라면 라벨링 필수 표기사항



- 제품명
- 영양성분
- 구성성분
- 제조회사
- ▶ 제조공장
- 유통기한
- 보관 및 섭취 방법
- 순 중량

출처 : 현지방문조사(E.Leclerc, 2016.06)

출처 : 유럽연합 집행위원회(ec.europa.eu)

## 라면 라벨링 표기사항 상세

항목	설명
표기 언어	반드시 프랑스로 명기할 것(제품의 경우, 국가에서 사용되는 제품명 가능)
제품명	법적인 제품의 공통 명칭을 기입해야 함
영양성분	필수표기항목(에너지 양, 지방, 탄수화물, 설탕, 지방, 소금)
구성성분	포함된 성분을 전부 명기할 것, 성분 함유량에 따라 큰 것부터 작은 순서로 표기해야 함
제조회사	제조회사 또는 EU 내 수입업체 이름과 주소
제조공장	생산 공장과 로트를 확인할 수 있는 정보를 표기해야 함
원산지	식품의 50% 이상을 차지하는 성분의 원산지가 다를 경우 성분의 원산지도 명기해야 함
유통기한	'Best Before'에 의거해 일/월/연도의 순으로 표기해야 함
보관방법	포장을 개봉한 이후 특별한 보관방법이 필요한 식품에만 해당
섭취법	별도의 섭취법에 대한 내용이 없을 경우 섭취가 어려운 식품에만 해당
기타	알레르기 유발 성분의 경우 이탤릭체나 색 글씨 변경을 권장함

# 1. 라벨 표기사항

## 프랑스어로 제작된 라벨 필수

프랑스의 식품 라벨링 규정은 Regulation(EU) No.1169/2011과 프랑스 소비자법 R 112-1 이하의 조항으로 구성됨. 식품 라벨링은 식품을 상업화하는 업체에게 그 의무와 책임이 있으며, EU 내 제조업체가 존재하지 않을 경우 그 책임은 수입업체에게 있음

본 규정에 따르면 프랑스에서 유통되는 식품의 라벨 표시사항은 반드시 프랑스어로 기록되어야만 함. 단, 제품 이름의 경우 국가에서 판매 시 사용되는 제품명의 허용됨

## 강화된 알레르기 유발성분 지침

새로 시행될 소비자 식품 정보 제공에 관한 규정에서는 기존의 라벨링 규정인 ‘Regulation No 2000/13/EC’ 에서 알레르기 유발성분의 범위를 가공식품에서 식당이나 카페에서 제공하는 요리까지 확대함

알레르기 유발성분에 대해서는 ‘Regulation No 1169/2011’ 의 부록 2에 기재되어 있음

표 7.1 프랑스 라벨 표기사항 상세

항목	설명
1	표기 언어 - 반드시 프랑스어로 명기할 것(제품의 경우, 국가에서 사용되는 제품명 가능)
2	제품명 - 법적인 제품의 공통 명칭을 기입해야 함
3	영양성분 - 필수표기항목(에너지 양, 지방, 탄수화물, 설탕, 지방, 소금)
4	구성성분 - 포함된 성분을 전부 명기할 것, 성분 함유량에 따라 큰 것부터 작은 순으로 표기함
5	제조회사 - 제조회사 또는 EU 내 수입업체 이름과 주소
6	생산공장 - 생산 공장과 로트를 확인할 수 있는 정보를 표기해야 함
7	원산지 - 식품의 50% 이상을 차지하는 성분의 원산지가 다를 경우 성분의 원산지도 명기해야 함
8	유통기한 - ‘Best Before’에 의거해 일/월/연도의 순으로 표기해야 함
9	보관방법 - 포장을 개봉한 이후 특별한 보관방법이 필요한 식품에만 해당
10	섭취법 - 별도의 섭취법에 대한 내용이 없을 경우 섭취가 어려운 식품에만 해당
11	기타 - 알레르기 유발 성분의 경우 이탤릭체나 색 글씨 변경을 권장함

출처 : 유럽연합 집행위원회(ec.europa.eu)

## 2. 라벨링 예시

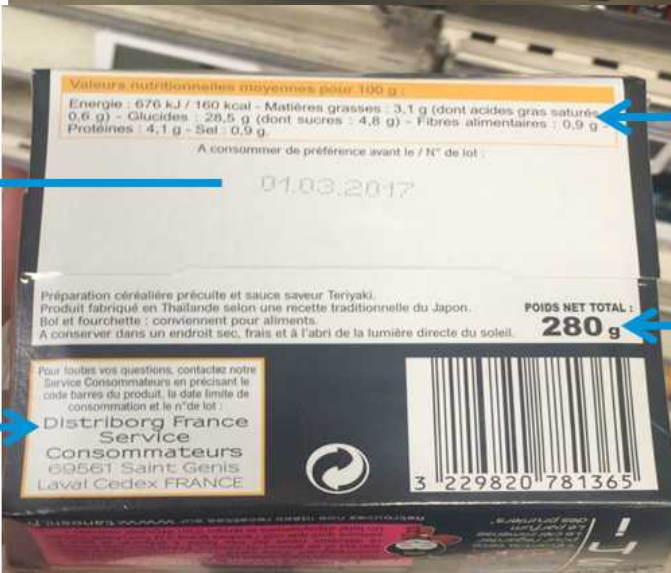


● 제품명(프랑스어)



● 제품섭취법

● 구성성분표



● 영양성분표

● 유통기한

● 순중량

● 판매사

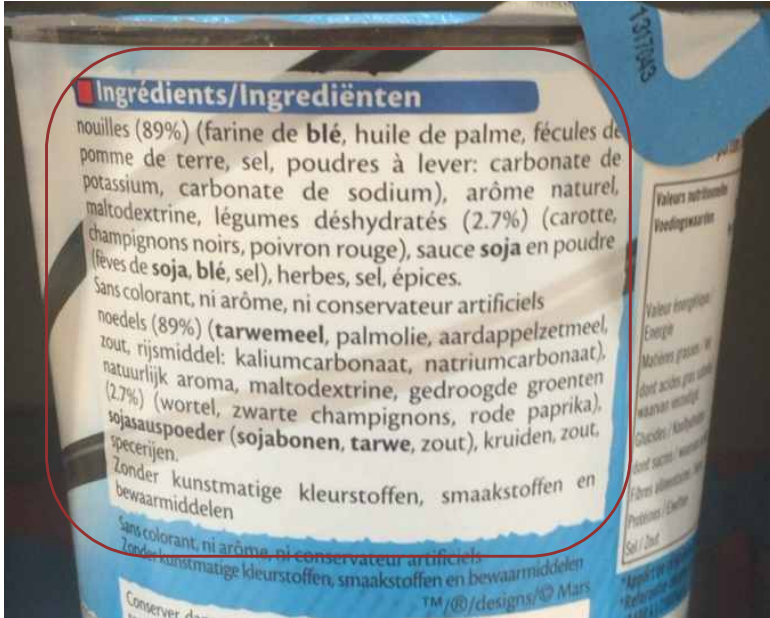
출처 : 현지방문조사(Auchan, 2016.06)



## Ⅷ. 식품첨가물 정보

1. 식품첨가물 규정
2. 잔류농약규정

# 식품첨가물 정보 OVERVIEW



## ▶ 컵라면 성분(예시)

밀가루, 팜유, 감자전분, 탄산칼륨, 탄산나트륨, 천연 풍미, 말토덱스트린 등  
 식품첨가물(Sodium Carbonates, Potassium Carbonates, Maltodextrine)

출처 : 현지방문조사(E.Leclerc, 2016.06)

## ● HSCODE 1902.30 수출 시 주의해야하는 식품첨가물 기준치

제품명	성분	기준(g/kg)
Noodles	konjac (E-425)	10000 mg/kg
	Glutamic Acid (E-620)	10000 mg/kg
	Monosodium Glutamate (E-621)	10000 mg/kg
	Monopotassium Glutamate (E-622)	10000 mg/kg
	Calcium Diglutamate (E-623)	10000 mg/kg
	Monoammonium Diglutamate (E-624)	10000 mg/kg
	Magnesium Diglutamate (E-625)	10000 mg/kg
	Guanylic Acid (E-626)	500 mg/kg
	Disodium Quanylate (E-627)	500 mg/kg
	Dipotassium Quanylate (E-628)	500 mg/kg
	Calsium Quanylate (E-629)	500 mg/kg
	Inosinic Acid (E-630)	500 mg/kg
	Disodium Inosinate (E-631)	500 mg/kg
	Dipotassium Inosinate (E-632)	500 mg/kg
	Calcium Inosinate (E-633)	500 mg/kg
	Calcium 5`-Ribonucleotides (E-634)	500 mg/kg
	Disodium 5`-Ribonucleotides (E-635)	500 mg/kg
	Phodphoric Acid	2000 mg/kg
Soybeen Hemicellulose	10000 mg/kg	
Magnesium Dihydrogen Diphosphate	2000 mg/kg	

출처 : 유럽연합 집행위원회(ec.europa.eu)

# 1. 식품첨가물 규정

## 프랑스, 유럽연합(EU) 식품위생 및 안전 관련 법규 제정

유럽연합(EU) 집행위원회 산하 보건 및 소비자보호총국(Directorate General for Health and Consumer Protection)은 식품첨가물에 대해 세부내용을 담은 새로운 규정 'Commission Regulation 1130/2011'을 제정하여 2013년 6월 1일부터 운용함

'Commission Regulation 1130/2011'에는 유럽식품과학위원회(EU/scientific Committee on Food)와 유럽식품안전성 당국(European Food Safety Authority)에 의해 승인된 식품첨가물이 기재되어 있으며, 'Commission Regulation 1130/2011'에 기재되어 있지 않은 식품첨가물은 유럽시장에서 유통·판매에 어려움이 있음

표 8.1 HS CODE 1902.30을 포함하는 Noodles식품첨가물 기준

제품명	성분	기준(mg/kg)
Noodles	konjac (E-425)	10000 mg/kg
	Glutamic Acid (E-620)	10000 mg/kg
	Monosodium Glutamate (E-621)	10000 mg/kg
	Monopotassium Glutamate (E-622)	10000 mg/kg
	Calcium Digtamate (E-623)	10000 mg/kg
	Monoammonium Digtamate (E-624)	10000 mg/kg
	Magnesium Digtamate (E-625)	10000 mg/kg
	Guanylic Acid (E-626)	500 mg/kg
	Disodium Quanylate (E-627)	500 mg/kg
	Dipotassium Quanylate (E-628)	500 mg/kg
	Calsium Quanylate (E-629)	500 mg/kg
	Inosinic Acid (E-630)	500 mg/kg
	Disodium Inosinate (E-631)	500 mg/kg
	Dipotassium Inosinate (E-632)	500 mg/kg
	Calcium Inosinate (E-633)	500 mg/kg
	Calcium 5`-Ribonucleotides (E-634)	500 mg/kg
	Disodium 5`-Ribonucleotides (E-635)	500 mg/kg
	Phodphoric Acid	2000 mg/kg
	Soybeen Hemicellulose	10000 mg/kg
Magnesium Dihydrogen Diphosphate	2000 mg/kg	

출처 : 유럽연합 집행위원회(ec.europa.eu)

## 2. 잔류농약 규정

### 프랑스 잔류농약 규정

2008년 유럽연합(EU)은 식품 및 사료에 대해 잔류농약 기준을 설정하는 Regulation 396/2005에 의해 통일됨

신선식품의 경우 378종을 설정하여 잔류농약기준을 적용하고 있으며, 가공식품의 경우 원재료인 신선식품의 잔류농약기준이 동일하게 적용됨

표 8.2 밀가루제품의 농약잔류 허용량 기준

농약	잔류량 기준치 (1일 섭취량 기준)
Carbary	0.5 mg/kg
Carfentrazone-ethyl	0.05 mg/kg
Chlormequat	20 mg/kg
Chlorpyrifos (F)	0.05 mg/kg
Deltamethrin (cis-deltamethrin) (F)	20 mg/kg
Dichlorvos	0.01 mg/kg
Diquat	0.05 mg/kg
Dithiocarbamates	1.0 mg/kg
Fenitrothion	0.05 mg/kg
Fenvalerate	0.2 mg/kg
Glyphosate	10.0 mg/kg
Imidacloprid	0.1 mg/kg
Pirimiphos-methyl	5.0 mg/kg
Paraquat	0.02 mg/kg
Methomyl	0.02 mg/kg
Permethrin	0.05 mg/kg

출처 : 유럽연합 집행위원회(ec.europa.eu)

※자세한 잔류 농약 기준은 하기에 검색 가능함

[http://ec.europa.eu/food/plant/pesticides/eu-pesticides-database-redirect/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/food/plant/pesticides/eu-pesticides-database-redirect/index_en.htm)



※ 참고 문헌

1. '프랑스, 유럽안전청(EFSA)의 보건환경 위해평가 체계의 균열 지적 외'	한국소비자원	2016
2. Regulation 2204/99	유럽연합 집행위원회	1999.
3. Regulation No 396/2005	유럽연합 집행위원회	2005.
4. Regulation No 1130/2011	유럽연합 집행위원회	2011.

※ 참고 사이트

1. 한국 관세청	<a href="http://www.customs.go.kr">www.customs.go.kr</a>
2. 유럽연합 집행위원회	<a href="http://ec.europa.eu">ec.europa.eu</a>
3. Global Trade Atlas	<a href="http://www.tradestatistics.com/gta">www.tradestatistics.com/gta</a>
4. Canadean Intelligence	<a href="http://www.intelligence.canadean.com">www.intelligence.canadean.com</a>
5. 통합무역정보서비스	<a href="http://www.tradenavi.or.kr">www.tradenavi.or.kr</a>
6. 한국 산업통상자원부-FTA	<a href="http://www.fta.go.kr">www.fta.go.kr</a>
7. 유럽식품안전처(European Food Safety Authority)	<a href="http://www.efsa.europa.eu">www.efsa.europa.eu</a>
8. Le Monde	<a href="http://www.lemonde.fr">www.lemonde.fr</a>
9. Amazon France	<a href="http://www.amazon.fr">www.amazon.fr</a>
10. Nissin Foods	<a href="http://nissinfoods.fr">nissinfoods.fr</a>
11. Suzi Wan	<a href="http://www.suziwan.fr">www.suziwan.fr</a>
12. Maggi	<a href="http://www.maggi.fr">www.maggi.fr</a>
13. Tanoshi	<a href="http://www.tanoshi.fr">www.tanoshi.fr</a>
14. Auchan	<a href="http://www.auchan.fr">www.auchan.fr</a>
15. Carrefour	<a href="http://www.carrefour.fr">www.carrefour.fr</a>
16. E.Leclerc	<a href="http://www.e-leclerc.com">www.e-leclerc.com</a>