

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202312-07
품목 | 유자차(Citron Tea)
HS CODE | 2008.30-1000
국가 | 독일(Germany)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

경쟁력 분석형

I. 요약

04

II. 경쟁제품

- | | |
|------------------------|----|
| 1. 독일 유자차 경쟁제품 선정 | 06 |
| 2. 독일 유자차 경쟁제품 조사지표 선정 | 11 |
| 3. 독일 유자차 경쟁제품 현지조사 결과 | 12 |

III. 경쟁기업

- | | |
|----------------------------|----|
| 1. 독일 유자차 경쟁기업 선정 | 24 |
| 2. 독일 유자차 경쟁기업 현지화 분석 기준 | 25 |
| 3. 독일 유자차 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 | 27 |

IV. 수입·유통업체 인터뷰

- | | |
|-------------------------|----|
| 1. 니칸 키친(Nikan Kitchen) | 36 |
| 2. 다와요(Dawayo) | 39 |
| 3. 나누코(Nanuko) | 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

※ 참고문헌	57
--------	----



HS CODE : 2008.30-1000

2023 수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

SUMMARY

독일 유자차 경쟁력분석

온라인 인기 제품

플라센포스트

아마존

레베



치트로네 하이스케트링크

이탈리에네세 리모네테

슈파니세 오랑게



이탈리에네세 리모네

민체-치트로네

비오 홀룬데르블뤼테 미트 치트로네

오프라인 주요 경쟁제품

위우추 마르멜라데 테 (A사)

치트로네데 미트 호니히 (B사)



가격 6.99유로 (9,938원)

중량 580g

새콤달콤한 한국산 유자차

가격 5.99유로 (8,516원)

중량 500g

아카시아 꿀을 넣은 한국산 유자차

경쟁기업 3개사 분석

보인 밸리 그룹

B사

본 마망

포장 현지화 ○

포장 현지화 ○

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ○

홍보 현지화 ○

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 입점

오프라인 입점

온/오프라인 모두 입점

포장 현지화

- 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
- 중 (기존유통 제품 디자인 문구 현지화)
- 하 (기존유통 제품 그대로 출시)

홍보 현지화

- 상 (현지 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 중 (글로벌 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 하 (기업국적 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)

경쟁력파악

100g당 가격

단위 : 유로

1.15

0.32

고객사 제품

경쟁제품(10개) 평균

중량

단위 : g

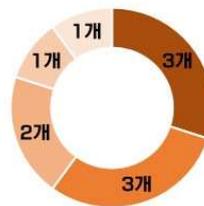
1,000

367

고객사 제품

경쟁제품(10개) 평균

원산지



맛



요약

Point 01.

- 1) 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격은 1.15유로(1,635원)로 고객사 제품의 가격대보다 낮은 편
- 2) 경쟁제품 10개의 평균 중량은 367g으로 고객사 제품 중량인 1,000g보다 작은 것으로 조사됨

Point 02.

- 1) 벤치마킹 제품 분석 결과, 공통적으로 '한국산 유자차' 라는 원산지의 차별점을 강조함
- 2) 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, 인기 유자차 제품에 대해 '맛' 과 '제품 종류'에 대한 만족도 높음

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

II

경쟁제품



1. 독일 유자차 경쟁제품 선정
2. 독일 유자차 경쟁제품 조사지표 선정
3. 독일 유자차 경쟁제품 현지조사 결과

1. 독일 유자차 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	N사 ¹⁾ 유자차
제품 종류	유자차
소비자가격	4,500원 (3.17유로 ²⁾)
중량	1kg
포장 형태	유리병
맛	고흥 유자 사용, 다량의 비타민 C, 유기산, 헤스페리딘 함유로 피로 회복, 면역력 증가 기능
인증	코셔, 할랄, SQF, ISO 22000, FSSC 22000

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: N사
 - 제품 종류: 유자차
 - 포장 형태: 유리병
 - 중량: 1kg
 - 인증: 코셔, 할랄, SQF, ISO 22000, FSSC 22000

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 - 1. 아마존(Amazon)
 - 2. 플라센포스트(Flaschenpost)
 - 3. 레베(Rewe)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 구매 순위 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰 중 아마존, 플라센포스트, 레베에서 확인: 각 3개 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: 주요 슈퍼마켓 외 2곳
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 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) 고객사를 N사로 칭함

2) 1유로=1,421.72원(2023.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

독일 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
	식품, 생활용품, 건강식품 등
	건강, 뷰티, 생활용품, 식품, 전자제품 등
	가전제품, 식품, 유아용품, 사무용품 등

▶ 유자차 경쟁제품군 선정

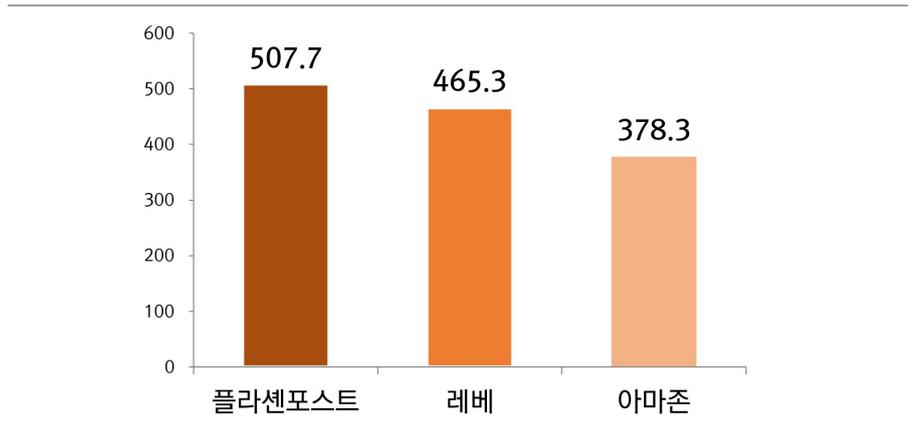
경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사 지표를 바탕으로 유자차 제품을 경쟁제품군으로 선정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 독일 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 플라센포스트에서는 크루거와 테카네 브랜드의 제품이 인기 제품으로 조사되었으며, 아마존에서는 메스머와 슈바르타우의 제품이, 레베에서는 테카네, 빈팅 테, 메스머 브랜드 제품이 상위 인기 제품인 것으로 확인됨

[표 2.1] 2022년 독일 식음료 부문 온라인 매출액 순위

(단위: 백만 달러)



자료: 스탯스타(Statista) 홈페이지

[표 2.2] 독일 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

플라센포스트 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준)³⁾

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	침출차	크루거 (Krüger)	치트로네 하이스게트랭크 (Zitrone Heissgetränk)	독일	2.39유로 (3,398원 ⁴⁾)	160g	
2	침출차	테카네 (Teekanne)	이탈리에니세 리모네 (Italienische Limone)	독일	2.19유로 (3,114원)	50g	
3	침출차	테카네 (Teekanne)	잉버 레몬 (Ingwer Lemon)	독일	1.99유로 (2,829원)	35g	

3) 조사일(2023.11.23.) 기준

4) 1유로=1,421.72원(2023.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

[표 2.2] 독일 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

아마존 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁵⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	침출차	메스머 (Meßmer)	이탈리에니세 리모네 테 (Italienische Limone Tee)	독일	1.85유로 (2,630원)	50g	
2	침출차	메스머 (Meßmer)	민체-치트로네 (Minze-Zitrone)	독일	1.95유로 (2,772원)	80g	
3	마멀레이드	슈바르타우 (Schwartau)	엑스트라 비테레 오랑게 (Extra Bittere Orange)	독일	2.59유로 (3,682원)	340g	
레베 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁶⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	침출차	테카네 (Teekanne)	슈파니세 오랑게 (Spanische Orange)	독일	2.19유로 (3,114원)	50g	
2	침출차	뵤팅 테 (Bünting Tee)	비오 홀룬데르블뤼테 미트 치트로네 (Bio Holunderblüte mit Zitrone)	독일	2.99유로 (4,251원)	50g	
3	침출차	메스머 (Meßmer)	콜트 테아 아이스테 치트로네 (Cold Tea Eistee Zitrone)	독일	2.99유로 (4,251원)	38.5g	

자료: 플라센포스트(Flaschenpost), 아마존(Amazon), 레베(Rewe) 홈페이지
 사진 자료: 플라센포스트(Flaschenpost), 아마존(Amazon), 레베(Rewe) 홈페이지

5) 조사일(2023.11.23.) 기준

6) 조사일(2023.11.23.) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정

독일 베를린 정보⁷⁾

인구	357만 명
인구 밀도	4,049명/km ²
면적	891km ²

▶ 독일 베를린을 방문지역으로 선정

독일의 수도이자 인구와 면적이 유럽연합에서 가장 큰 도시인 베를린을 방문지역으로 선정함. 전 세계 주요 도시 평균보다 더 큰 규모의 1인당 GDP(45,245달러)를 기록한 베를린은 독일 경제 발전의 주요 지역임. 독일의 디지털 경제는 연평균 9%의 성장률을 보이고 있으며, 수출입 비중이 높은 독일 경제의 중추적인 역할을 함. 2020년 코로나 팬데믹 이후 독일의 수출 규모는 약보합을 이어가는 가운데, 수입은 계속해서 늘고 있어 흑자인 무역수지가 지속되고 있으나 그 정도가 감소하는 추세임. 고객사 제품의 HS CODE인 2008.30호의 2022년 독일 對글로벌 수입규모 확인 결과⁸⁾, 튀르키예(40.9%), 스페인(30.6%), 중국(16.8%) 순으로 확인되며 對한국 수입액은 3만 2천 달러의 규모를 갖고 있음

▶ 현지조사 매장 선정, 슈퍼마켓, 아시안마트, 하이퍼마켓

고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여 슈퍼마켓, 아시안마트, 하이퍼마켓을 조사 매장으로 선정함

[표 2.3] 독일 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
백화점	갤러리아(Galeria), 카우프하우스 데스 베스텐스(KaDeWe)
유기농 식료품점	바이오 컴퍼니(Bio Company), 알나투라 주퍼 나투어 마르크트(Alnatura Super Natur Markt)
하이퍼마켓	카우플란트(Kaufland), 알디(Aldi)
슈퍼마켓	에데카(Edeka), 레베(Rewe), 히트 주페르마르크트(HIT Supermarkt)
아시안마트	고 아시아(Go Asia), 빈 로이(Vinh-Loi), 아시아 마켓(Asia Market)
온라인	플라센포스트(Flaschenpost), 아마존(Amazon), 레베(Rewe)

고객사 진출 선호 매장

7) 자료: 스탯스타 홈페이지 (www.statista.com)

8) 자료: 독일 연방 통계청 홈페이지 (www.destatis.de)

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(* 에데카(Edeka), 고 아시아(Go Asia), 카우플란트(Kaufland)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 유자차: 유자를 설탕이나 꿀에 절여서 만든 유자청을 따뜻한 물이나 시원한 물에 희석하여 마시는 차 제품
- 현지 시장 상황에 따라 액상차 및 마멀레이드 제품을 경쟁제품으로 추가 선정함

[표 2.4] 독일 유자차 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인	
① 치트로넨-겔레-마르멜라데 (보인 밸리 그룹)	○ (에데카, 카우플란트)	○ (아마존, 레베)	마멀레이드
② 위우추 마르멜라데 테 (A사)	○ (고 아시아)	(-)	유자차
③ 칸디르테 파시온스프뤼히테 (후아퀴아오)	○ (고 아시아)	(-)	마멀레이드
④ 호니히 그라페프루이트 테 (후아퀴아오)	○ (고 아시아)	(-)	유자차
⑤ 치트로넨테 미트 호니히 (B사)	○ (고 아시아)	(-)	유자차
⑥ 잉버 테 (C사)	○ (고 아시아, 카우플란트)	(-)	액상차
⑦ 고우르메트-프뤼스튀크 힘바-파시온스프루흐트 (외펜픽 파인 푸드)	○ (카우플란트)	○ (아마존)	마멀레이드
⑧ 본 마망 비테레 오랑겐 마르멜라데 (본 마망)	○ (에데카, 카우플란트)	○ (아마존, 레베)	마멀레이드
⑨ 본 마망 레몬 쿠르트 (본 마망)	○ (에데카, 카우플란트)	○ (아마존, 레베)	마멀레이드
⑩ 본 마망 에르트버-콘피튀레 엑스트라 (본 마망)	○ (에데카, 카우플란트)	○ (아마존, 플라센포스트, 레베)	마멀레이드

(* 현지 판매 유자차 경쟁제품 10개 분석

2. 독일 유자차 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 독일 유자차 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 독일 유자차 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격	100g당 가격
중량	중량(g)	제품의 포장 단위
제품 종류		유자차, 액상차, 마멀레이드
포장 형태		유리병의 제품 포장
유통기한		제품의 유통기한
원산지		제품의 원산지
맛		제품의 맛
수입자		제품의 현지 수입자 한글(원어)명
홍보문구		제품 포장 라벨의 홍보문구
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

3. 독일 유자차 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 독일에 위치한 슈퍼마켓, 아시안마트, 하이퍼마켓

독일에 위치한 슈퍼마켓인 에데카(Edeka), 아시안마트인 고 아시아(Go Asia), 하이퍼마켓인 카우플란트(Kaufland)를 방문함. 에데카와 고 아시아는 상업 지역에 위치하고 있으며, 카우플란트는 주거 지역 내 위치하고 있음

[표 2.6] 독일 방문 매장 및 특징

방문 매장명	에데카 (Edeka)	고 아시아 (Go Asia)	카우플란트 (Kaufland)
방문 매장 전경			
구분	슈퍼마켓	아시안마트	하이퍼마켓
조사 제품 수	4개	5개	6개
조사 매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> · 1907년 설립 · 온-오프라인 프리미엄 슈퍼마켓 체인 	<ul style="list-style-type: none"> · 2009년 설립 · 독일 전역에 44개 매장 운영 중 	<ul style="list-style-type: none"> · 198년 설립 · 독일 전역에 770여 개 매장 운영 중

자료: 현지조사원 자료

▶ 경쟁제품 5개, 2개 이상의 매장에서 판매

에데카, 고 아시아, 카우플란트 총 3개 매장 방문 후 인기 경쟁제품을 조사한 결과, 조사된 10개의 경쟁제품 중 5개가 2개 이상의 매장에서 중복으로 판매되고 있음을 확인함. 1개 매장에서만 판매 중인 5개 제품은 고 아시아에서 4개, 카우플란트에서 1개를 판매 중인 것으로 조사됨. 한편, 본 마방 브랜드의 제품이 총 3개로 가장 많은 경쟁제품을 취급하고 있음

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	에데카 (Edeka)	고 아시아 (Go Asia)	카우플란트 (Kaufland)
① 치트로넨-젤레-마르멜라데 (보인 밸리 그룹)	○		○
② 위우추 마르멜라데 테 (A사)		○	
③ 칸디르테 파시온스프뤼히테 (후아퀴아오)		○	
④ 호니히 그라페프루이트 테 (후아퀴아오)		○	
⑤ 치트로넨테 미트 호니히 (B사)		○	
⑥ 잉버 테 (C사)		○	○
⑦ 고 우 르 메 트 - 프 뤼 스 튀 크 힘버-파시온스프루흐트 (뫼펜픽 파인 푸드)			○
⑧ 본 마방 비테레 오랑겐 마르멜라데 (본 마방)	○		○
⑨ 본 마방 레몬 쿠르트 (본 마방)	○		○
⑩ 본 마방 에르트버-콘피튀레 엑스트라 (본 마방)	○		○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 에데카(Edeka)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징: 냉동식품, 신선식품, 음료, 스낵, 생활용품, 가정용품 등을 판매함
- 매장 주변 특징: 상업 지역 내 위치
- 주요 고객층: 현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ⁹⁾			에데카는 1907년 설립된 프리미엄 슈퍼마켓 체인점임. 자체 브랜드 및 독일 전역에서 운영되는 오프라인 매장과 온라인 몰을 통해 저렴한 제품, 유기농 제품, 높은 품질의 제품 등 다양한 제품군을 공급하고 있으며, 영양 서비스를 제공하고 있음
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	독일 Friedrichstraße 142, 10117 Berlin, 독일
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 유자차 경쟁제품 정보		
			
치트로넨-젤레-마르멜라데 (보인 밸리 그룹)			

사진자료: 현지조사원 자료

9) 에데카(Edeka) 홈페이지

Shop ① 에데카(Edeka)

	경쟁제품 ①
제품 사진	
제품명 (현지어)	치트로넨-젤레-마르멜라데 (Zitronen-Gelee-Marmelade)
제조사 (현지어)	보인 밸리 그룹 (Boyne Valley Group)
제품 종류	마말레이드
중량	340g
소비자가격	3.79유로 (5,388원)
100g당 가격	1.11유로 (1,578원)
원산지	영국
맛	레몬
포장 형태	유리병
수입자	(-)
홍보문구	품질 보증된
원료 및 첨가물	포도당(과당) 시럽, 물, 농축추출 레몬즙, 설탕, 레몬 껍질, 겔화제(펙틴), 산성화제(구연산), 산도 조절제(구연산나트륨), 레몬 및 라임 오일

Shop ② 고 아시아(Go Asia)

	경쟁제품 ②	경쟁제품 ③
제품 사진		
제품명 (현지어)	위우추 마르멜라데 테 (Yuzu Marmelade Tee)	칸디르테 파시온스프뤼히테 (Kandierte Passionsfrüchte)
제조사 (현지어)	A사	후아콰이오 (Huaqiao)
제품 종류	유자차	마멀레이드
중량	580g	250g
소비자가격	6.99유로 (9,938원)	2.99유로 (4,251원)
100g당 가격	1.21유로 (1,720원)	1.20유로 (1,706원)
원산지	한국	중국
맛	유자	패션프루트
포장 형태	유리병	유리병
수입자	오리엔탈 홀딩 유럽 (Oriental Holding Europe)	오리엔트 마스터 (Orient Master)
홍보문구	이국적인, 새콤&달콤 맛있는 유자	고형물 40% 이상
원료 및 첨가물	과당유자, 설탕, 산도조절제(구연산), 향산화제(E300), 유화제(E466), 물	물, 설탕, 과당물엿, 패션프루트, 펙틴, 산도조절제(E330), 방부제(E211, E266)

Shop ② 고 아시아(Go Asia)

	경쟁제품 ④	경쟁제품 ⑤
제품 사진		
제품명 (현지어)	호니히 그라페프루이트 테 (Honig Grapefruit Tee)	치트로넨테 미트 호니히 (Zitronentee mit Honig)
제조사 (현지어)	후아quia오 (Huaqiao)	B사
제품 종류	액상차	유자차
중량	250g	500g
소비자가격	2.99유로 (4,251원)	5.99유로 (8,516원)
100g당 가격	1.20유로 (1,706원)	1.20유로 (1,703원)
원산지	중국	한국
맛	자몽	유자
포장 형태	유리병	유리병
수입자	오리엔트 마스터 (Orient Master)	파나지아 데 한델스 (Panasia DE Handels)
홍보문구	고형물 20% 이상	아카시아 꿀을 넣어 향긋한
원료 및 첨가물	물, 설탕, 과당시럽, 자몽, 꿀, 펙틴, 산도조절제(E330), 방부제(E211, E266).	레몬, 설탕, 물, 꿀, 증점제(E466), 산도조절제(구연산), 향산화제(E300), 증점제(E407)

Shop ② 고 아시아(Go Asia)

경쟁제품 ⑥	
제품 사진	
제품명 (현지어)	잉버 테 (Ingwer Tee)
제조사 (현지어)	C사
제품 종류	액상차
중량	400g
소비자가격	5.99유로 (8,516원)
100g당 가격	1.50유로 (2,133원)
원산지	한국
맛	생강
포장 형태	유리병
수입자	크라이엔호프 & 클루게 (Kreyenhop & Kluge)
홍보문구	한국 가정식 레시피
원료 및 첨가물	설탕, 생강 20%, 과당, 생강즙, 생강추출물, 물, 안정제(카라기난), 산도조절제(구연산)

Shop ③ 카우플란트(Kaufland)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징: 간편식품, 냉동식품, 차, 생활용품, 전자제품 등을 판매함
- 매장 주변 특징: 주거 지역 내 위치
- 주요 고객층: 현지 주민

브랜드 기본 정보 ¹¹⁾			카우플란트는 1968년 설립된 이후, 현재 유럽 8개국에서 1,500개 이상의 지점을 운영하는 대형 소매업체로 성장함. 카우플란트는 독일 전역에 770여개 매장을 운영하고 있으며, 평균 30,000개 이상의 식료품과 생활 제품을 취급함
	조사 제품 수: 4개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	독일
		상세주소	Romain-Rolland-Straße 13, 13089 Berlin, 독일
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 유사차 경쟁제품 정보		
			
	고우르메트-프뤼스튀크 힌버-파시온스프루흐트 (되펜픽 파인 푸드)	본 마망 비테레 오랑겐 마르멜라데 (본 마망)	
			
	본 마망 레몬 쿠르트 (본 마망)	본 마망 에르트버-콘피튀레 엑스트라 (본 마망)	

사진자료: 현지조사원 자료

11) 카우플란트(Kaufland) 홈페이지

Shop ③ 카우플란트(Kaufland)

	경쟁제품 ⑦	경쟁제품 ⑧
제품 사진		
제품명 (현지어)	고우르메트-프뤼스튀크 힘버-파시온스프루흐트 (Gourmet-Frühstück Himbeer-Passionsfrucht)	본 마망 비테레 오랑겐 마르멜라데 (Bonne Maman Bittere Orangen Marmelade)
제조사 (현지어)	뮌픽 파인 푸드 (Mövenpick Fine Foods)	본 마망 (Bonne Maman)
제품 종류	마말레이드	마말레이드
중량	250g	370g
소비자가격	3.19유로 (4,535원)	3.29유로 (4,677원)
100g당 가격	1.28유로 (1,814원)	0.89유로 (1,264원)
원산지	독일	프랑스
맛	라즈베리, 패션프루트	오렌지
포장 형태	유리병	유리병
수입자	(-)	(-)
홍보문구	엄선된 과일, 뮌픽 최고의 맛	엄선된 과일
원료 및 첨가물	라즈베리 45%, 설탕, 패션프루트 주스 농축액 10%, 증점제(펙틴), 산도조절제(구연산)	설탕, 오렌지, 물, 흑설탕, 레몬즙 농축액, 젤화제(펙틴)

Shop ③ 카우플란트(Kaufland)

	경쟁제품 ⑨	경쟁제품 ⑩
제품 사진		
제품명 (현지어)	본 마망 레몬 쿠르트 (Bonne Maman Lemon Curd)	본 마망 에르트버-콘피투레 엑스트라 (Bonne Maman Erdbeer-Konfitüre Extra)
제조사 (현지어)	본 마망 (Bonne Maman)	본 마망 (Bonne Maman)
제품 종류	마말레이드	마말레이드
중량	360g	370g
소비자가격	3.49유로 (4,962원)	3.29유로 (4,677원)
100g당 가격	0.97유로 (1,378원)	0.89유로 (1,265원)
원산지	프랑스	프랑스
맛	레몬	딸기
포장 형태	유리병	유리병
수입자	(-)	(-)
홍보문구	(-)	엄선된 과일
원료 및 첨가물	설탕, 레몬즙, 전란, 버터, 전분, 레몬오일	딸기, 설탕, 흑설탕, 레몬즙 농축액, 겔화제(펙틴)

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

III

경쟁기업



1. 독일 유자차 경쟁기업 선정
2. 독일 유자차 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 독일 유자차 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 독일 유자차 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 판매량을 고려하여 3개사 선정

독일 오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 다른 경쟁기업보다 현지화가 잘 되어있는 글로벌기업 2개사 및 한국기업 1개사를 경쟁기업으로 선정함. 선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 66년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 보인 밸리 그룹(Boyne Valley Group)은 1977년에 설립되어 가장 오래된 91년의 업력을 보유하고 있으며, B사는 1952년 설립 이후 54년째 사업을 이어오고 있음. 본 마망(Bonne Maman)은 1954년 설립된 후 52년의 업력을 보유하고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 유자차 품목 종류 조사

독일에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 유자차 품목 수를 조사한 결과, B사가 총 12개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 품목을 판매 중임. 그다음으로 보인 밸리 그룹이 5개, 본 마망이 3개의 유자차 및 액상차 제품을 취급하는 것으로 확인됨

[표 3.1] 유자차 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 및 유사 품목 수
보인 밸리 그룹 (Boyne Valley Group)	아일랜드	91년	5개
B사	한국	54년	12개
본 마망 (Bonne Maman)	프랑스	52년	3개

자료: 독일 진출 유자차 경쟁기업 3개사 분석

2. 독일 유사차 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	유사차(액상차) 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	에deka, 고 아시아, 카우플란트
온라인	아마존, 플라센포스트, 레베

3. 독일 유사차 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 독일 온, 오프라인 매장 진출

독일에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점해 있는 것으로 확인됨. 경쟁기업으로 선정된 보인 벨리 그룹과 본 마당은 에데카와 카우플란트에 입점해 있으며, B사는 고 아시아에만 입점한 것으로 조사됨. 또한, 3개사 중 보인 벨리 그룹은 아마존과 레베에 입점해 있었으며, 본 마당은 아마존, 플라센포스트, 레베에 입점한 것으로 조사됨. 반면, B사는 온라인 채널에 입점해 있지 않은 것으로 나타남

▶ 경쟁기업 3개사, 자사 홈페이지 및 SNS 통해 제품 정보 제공

독일 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 이외에도 3개사 모두 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터 계정을 운영 중인 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 유사차 맛과 품질 강조

독일 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 유사차의 맛과 품질을 강조하는 문장을 사용하고 있는 것으로 조사됨. 경쟁기업 중 B사는 ‘꿀의 달콤함과 유자의 신맛이 어우러진 차를 선사합니다.’, ‘꿀 유사차는 유자의 질감을 그대로 유지한 제품입니다’와 같은 문구를 활용하여 유사차 제품의 맛과 품질을 강조하여 홍보하고 있음. 본 마망은 ‘달콤함과 약간의 쓴맛이 결합된 상쾌하고 균형 잡힌 본 마망 레몬 마멀레이드는 주방에 빛을 가져다 줍니다’ 같은 문구를 활용하여 제품의 맛과 품질을 홍보하고 있음. 한편, 보인 벨리 그룹은 ‘잠시 시간을 내어 추억을 만들어 보세요’와 같은 문구를 활용하여, 제품을 통해 그 시간을 즐길 수 있는 점을 강조하여 홍보함

[표 3.7] 독일 유사차 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
보인 벨리 그룹	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 에데카 - 카우플란트 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 - 레베 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) SNS 플랫폼 (글로벌) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터 	<ul style="list-style-type: none"> 잠시 시간을 내어 추억을 만들어 보세요 	<p>Take A Moment To Make A Moment</p> <p><small>Loved through generations, Chivers has been bringing families together since 1932.</small></p> <p><small>From our classic range of delicious preserves and condiments, to our mouth-watering and market leading jelly, Chivers proudly enjoys a special place with family's home and abroad.</small></p> <p><small>Today our range includes delicious jams (Standard & No Added Sugar), Seasonal products such as Cranberry Sauce and Mincemeat, traditional jelly Cakes, No Added Sugar Jelly Crystals, as well as Ireland's favourite Standard and 9 Cal Jelly Pots! The perfect snack our Chivers jelly pots are quick, convenient and bursting with flavour.</small></p>
B사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 고 아시아 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌, 한국) SNS 플랫폼 (글로벌, 한국) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터 	<ul style="list-style-type: none"> 엄선된 유자를 엄격한 품질관리 하에 가공하여 꿀의 달콤함과 유자의 신맛이 어우러진 차를 선사합니다 꿀 유사차는 유자의 질감을 그대로 유지한 제품입니다 	<p><small>Carefully selected citron, processed in hygienic facilities under strict quality control provides a tea with the sweetness of honey and sourness of citron. Honey Citron Tea-7 preserves the texture of citron by colloidal and homogenizing citron.</small></p>
본 마망	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 에데카 - 카우플란트 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 - 플라센포스트 - 레베 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (프랑스, 독일 등) SNS 플랫폼 (프랑스, 독일 등) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터 	<ul style="list-style-type: none"> 달콤함과 약간의 쓴맛이 결합된 상쾌하고 균형 잡힌 본 마망 레몬 마멀레이드는 주방에 빛을 가져다 줍니다. 아침이나 간식으로 모든 마식가를 기쁘게 할 것입니다! 	<p><small>Délicieusement rafraîchissante et équilibrée, associant doux et une pointe d'ânerume, la Marmelade de Citron Bonne Maman fera entrer le soleil dans votre cuisine. Au petit-déjeuner comme au goûter, elle ravira tous les gourmets!</small></p>

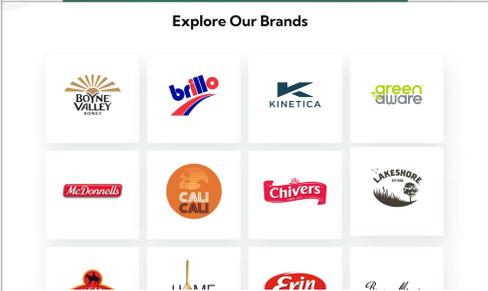
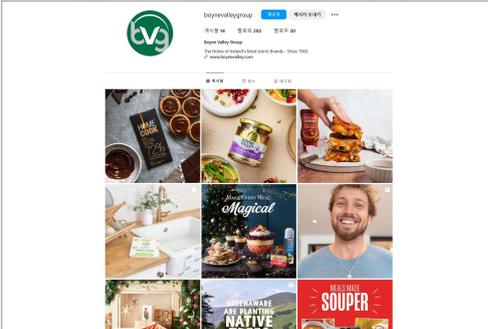
자료: 독일 진출 유사차 경쟁기업 3개사 분석

① 보인 밸리 그룹

기업 기본 정보	기업명	보인 밸리 그룹		
	기업 설명	보인 밸리 그룹 그룹은 1960년 설립된 아일랜드의 소비재 기업으로, 60년 경험을 통해 글로벌 기업으로 성장함. 보인 밸리 그룹의 브랜드 중 치버스(Chivers)는 1932년부터 제조된 보존 식품 브랜드임. 치버스는 잼과 마멀레이드, 젤리, 유제품 등을 생산하고 있으며, 낮은 칼로리와 인공색소를 사용하지 않는 점으로 인기를 얻음		
	위치	Boyne Valley Group, Platin Road, Drogheda, Co.Meath,A92YC85,Ireland.		
	규모	동일 품목 수	5개	
설립연도		1932년		
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 에데카 카우플란트 <온라인 매장> 아마존 레베		제품명	치트로넨-젤레-마르멜라데 (Zitronen-Gelee-Marmelade)
			중량	340g
			소비자가격	3.79유로 (5,388원 ¹²⁾)
			제품 종류	마멀레이드
현지 진출 방법	포장 현지화	● (중)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	
	홍보 현지화	● (중)	자사 권역 홈페이지 및 권역 SNS 활용	

사진자료: 현지조사원 자료

12) 1유로=1,421.72원(2023.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

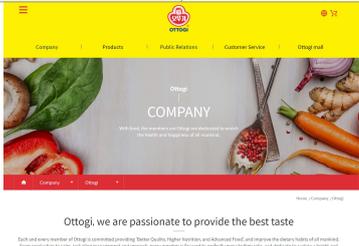
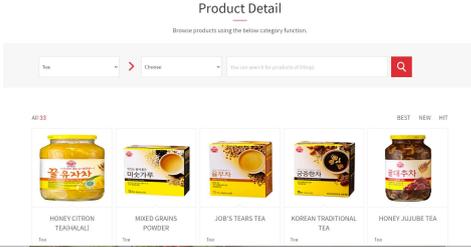
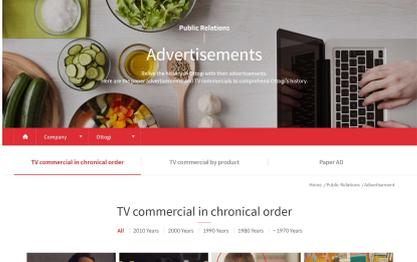
<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터(글로벌)</p>
<p>게시 주기</p>	<p>비정기적</p>	
<p>게시물 유형</p>	<p>기업 소개, 브랜드 소개, 소셜 미디어 콘텐츠 소개</p>	
<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> 기업 연혁, 이념 등 기업 정보 소개
<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> 자사 취급 브랜드 소개
<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> 자사 제품 및 홍보 활동 정보 게시

사진자료: 보인 밸리 그룹 홈페이지

② B사

기업 기본 정보	기업명	B사		
	기업 설명	B사는 1969년 설립된 이후, 좋은 품질과 높은 영양의 식품을 제공하는 것을 주요 가치로 삼고 있음. 카레, 스프, 마요네즈 등 인기 제품을 생산하고 있으며, 한국 외 중국, 베트남, 뉴질랜드, 미국 등에 생산 공장을 운영 중임		
	위치	서울 강남구 영동대로 308		
	규모	동일 품목 수	12개	
설립연도		1969년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 고 아시아		제품명	치트로넨테 미트 호니히 (Zitronentee mit Honig)
			중량	500g
			소비자가격	5.99유로 (8,516원)
			제품 종류	유자차
현지 진출 방법	포장 현지화	● (중)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	● (중)	자사 권역/글로벌 홈페이지 및 SNS 활용	

사진자료: 현지조사원 자료

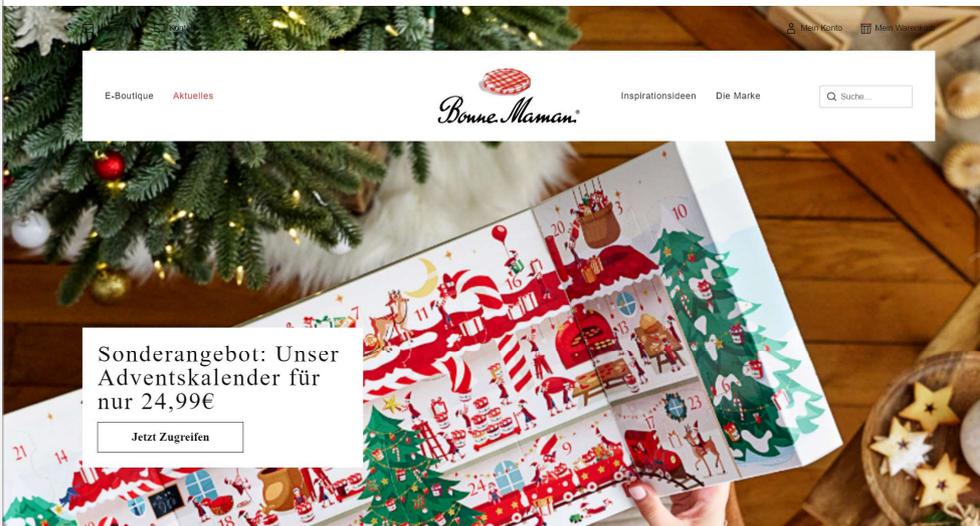
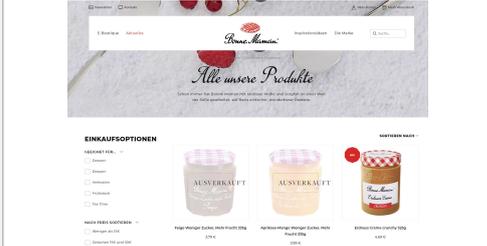
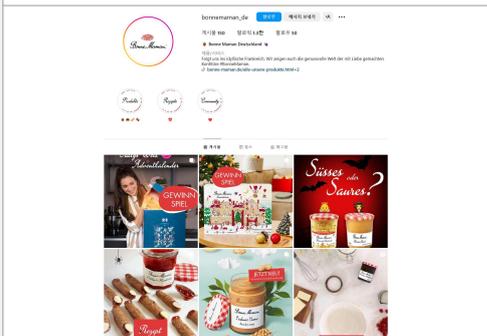
<p>홍보 방식</p>	 <p>Event New Releases</p> <p>2022.02 ver. NEW NEW</p> <p>홍보 채널 자사 홈페이지(글로벌, 한국), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터(글로벌, 한국)</p> <p>게시 주기 비정기적</p> <p>게시물 유형 기업 소개, 제품 소개, 제품 광고 콘텐츠 등</p>
<p>게시물 유형</p>	 <ul style="list-style-type: none"> • 회사 연혁, 주요 가치 등 기업 기본 정보 소개  <ul style="list-style-type: none"> • 취급 제품 소개  <ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 광고 콘텐츠 및 기업 최신 소식 게시

사진자료: B사 홈페이지

③ 본 마망

기업 기본 정보	기업명	본 마망		
	기업 설명	본 마망은 1971년 프랑스에 설립된 잼 전문 브랜드로, 맛있는 과일과 고운 설탕을 사용하여 제품을 생산하는 것에 주력함. 2017년부터는 덜 달고 과일 맛이 강한 '더 적은 설탕, 더 많은 과일(Less Sugar, More Fruit)' 슬로건을 내세워 새로운 잼 및 스프레드 라인을 선보이고 있으며, 유럽과 미국, 중국, 일본 등 25개국에 진출해 있음		
	위치	Zone Industrielle - 46130 Biars sur Cère		
	규모	동일 품목 수	3개	
설립연도		1971년		
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 에데카 카우플란트 <온라인 매장> 아마존 플라센포스트 레베		제품명	본 마망 비테레 오랑겐 마르멜라데 (Bonne Maman Bittere Orangen Marmelade)
			중량	370g
			소비자가격	3.29유로 (4,677원)
			제품 종류	마멀레이드
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	포장 현지화 현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	● (상)	자사 권역/현지 홈페이지 및 SNS 활용	

사진자료: 현지조사원 자료

<p>홍보 방식</p>	 <p>Sonderangebot: Unser Adventskalender für nur 24,99€ Jetzt Zugreifen</p>	
<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(프랑스, 독일 등), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터(프랑스, 독일 등)</p>	
<p>게시 주기</p>	<p>비정기적</p>	
<p>게시물 유형</p>	<p>기업 소개, 제품 소개, 기업 홍보, 사회 기여 활동 홍보 등</p>	
<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> 기업 이념 등 기업 정보 소개
<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> 자사 취급 제품 소개
<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> 제품 홍보 및 기업 소식 게시

사진자료: 본 마방 홈페이지

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

IV

수입·유통업체 인터뷰



1. 니칸 키친(Nikan Kitchen)
2. 다와요(Dawayo)
3. 나누코(Nanuko)

Interview ①

13)



니칸 키친(Nikan Kitchen) Owner

니칸 키친 (Nikan Kitchen)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 독일에 설립된 아시안 식품 유통업체
 - 식품, 스낵, 음료 등 다양한 수입 제품을 취급
 - 주로 일본과 한국에서 수입

담당자 정보

Owner

고객사 제품 정보

풍미 껍질이 두꺼운
 한국산 유자로
 향이 진하고 맛이
 풍부

중량 1kg

포장 유리병

인증 코셔, 할랄, SQF,
 ISO 22000,
 FSSC 22000

Q1. 고객사 제품의 풍미, 중량, 원료, 포장, 인증은 독일에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

고객사 제품은 한국적인 맛을 살린 매력적인 유자차 제품이라고 생각합니다. 껍질이 두꺼운 유자를 사용하면 진한 향과 풍부한 맛을 보장할 수 있으므로 재료로서 좋은 선택으로 보입니다. 유리병으로 유자차를 포장하여 판매하면 제품 유통기한 동안 향과 신선도를 유지하는 데에 좋다고 생각합니다. 또한, 고객사 제품이 보유하고 있는 코셔, 할랄, ISO 22000, SQF, FSSC 22000 등의 인증은 기업이 생산 시설과 제품에 대해 국제적인 식품 안전 기준을 이행하고 있으며, 식품 안전을 최우선으로 하는 것으로 보입니다. 전반적으로 고객사의 유자차 제품은 한국 고유의 맛을 경험하고 싶은 소비자들에게 이색적인 제품으로 다가갈 수 있을 것으로 판단됩니다. 고품질의 재료를 사용하고 엄격한 식품 안전 인증을 강조하여 브랜드와 제품에 신뢰도를 높일 수 있습니다.

Q2. 유통업체가 유자차 제품 구매 시, 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

독일에서 유통할 유자차 제품을 구매하는 경우, 유통업체로서 잠재 수요, 시장 내 가격 경쟁력, 독일 내 유통에 필요한 포장 및 인증 사항 준수 여부, 충분한 마진 가능성을 보장하는 유통 거래 조건 등을 고려합니다.

Q3. 독일 소비자의 유자차 제품 구매 시, 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

독일 내 유자차 제품의 주요 타깃층은 천연 및 유기농 식음료를 우선으로 하는 건강에 관심이 많은 성인입니다. 유자차 소비자들 관점에서 유자차 제품 구매 시에 중요한 요소는 건강상의 이점뿐만 아니라 생생한 풍미를 제공하고 유기농 시장에서 경쟁력 있는 가격을 제공하는 것입니다.

Q4. 유자차 제품은 샐러드드레싱, 잼 등 다양한 용도로 활용할 수 있는데, 현지 소비자들도 이러한 방식으로 소비하나요? 그 외에 유자차 제품 용도가 있나요?

유자차는 샐러드드레싱, 잼, 시럽으로 사용할 수도 있지만, 독일에서는 주로 따뜻한 차나 아이스티 음료로 소비하는 것이 일반적입니다. 독일은 차 문화가 발달한 나라로, 유자차를 단독으로 마시거나 다른 차와 섞어서 마시며 풍부한 풍미를 즐길 수 있습니다. 꿀로 자연적인 단 맛을 내어 마실 수도 있습니다.

Q5. 유자차 제품 외에 현지 시장에서 일반적으로 물이나 탄산수와 함께 소비되는 시럽, 마멀레이드 중 가장 인기 있는 맛은 무엇인가요?

현지에서 물이나 칵테일과 함께 즐기는 시럽과 스프레드로 가장 인기 있는 맛으로는 와일드베리, 엘더플라워, 허브 등 토종 재료를 강조한 맛이 있습니다. 다용도 시럽과 마멀레이드는 단순히 달콤한 스프레드를 넘어 다양한 맛을 내는 조미료로 활용도가 높으며, 편리하면서 자연적인 제품을 원하는 소비자들의 니즈를 만족시키고 있습니다.

Q6. 현지 유자차 판매를 위한 효과적인 마케팅 전략과 채널로는 무엇이 있나요?

독일의 유자차 및 꿀차 브랜드들은 건강 및 웰빙 매장과 대형 유기농 식료품점에서 집중적으로 마케팅을 진행하고 있습니다. 이러한 유통채널을 통해 천연 제품에 관심이 많은 소비자들을 공략할 수 있습니다. 또한, 온라인 채널도 중요하며 브랜드들은 차의 건강상의 효과를 홍보하는 사이트를 운영할 수 있습니다. 일부 브랜드들은 인스타그램과 같은 소셜 미디어를 활용하여 차 제품을 소개하고 구매를 유도하는 마케팅을 진행하고 있습니다.

Q7. 수입 유자차 제품이 독일 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

건강 및 웰니스 소매업체와 제휴를 맺고 있는 수입업체나 유통업체와 협력하면 유기농 및 천연 제품 소비자를 타겟으로 하는 매장의 진열 공간을 확보할 수 있습니다. 동시에 대형 유기농 슈퍼마켓 체인의 전자상거래 웹사이트를 통해 유통하는 것도 브랜드와 제품을 노출시켜 효과적입니다.

Q8. 현지 유자차 판매를 위한 효과적인 현지 프로모션 방법으로는 무엇이 있나요?

독일로 새롭게 진출하는 유자차 브랜드는 초기에 무료 샘플 팩을 번들로 제공하는 등 단기 프로모션을 고려할 수 있습니다. 또한, 1+1 또는 멀티팩 할인도 소비자들에 제품을 구매하도록 유도하는 데 도움이 될 수 있습니다.

Interview ②

14)



다와요(Dawayo) Wholesale Manager

다와요 (Dawayo)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 독일의 유통업체
 - 인스턴트 식품, 냉동식품, 조미료, 음료 등 다양한 제품을 취급
 - 한국에서 주로 수입

담당자 정보

Wholesale Manager

고객사 제품 정보

풍미 껍질이 두꺼운
 한국산 유자로
 향이 진하고 맛이
 풍부

중량 1kg

포장 유리병

인증 코셔, 할랄, SQF,
 ISO 22000,
 FSSC 22000

Q1. 고객사 제품의 풍미, 중량, 원료, 포장, 인증은 독일에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

껍질이 두꺼운 한국산 유자를 사용하여 강한 향과 풍부한 맛을 낸다는 점은 독특하면서도 흥미로워 경쟁제품과 비교할 때 고객사 제품만의 장점이 될 것으로 예상합니다. 유리병에 담은 포장도 좋은 선택이며, 그것은 차 제품의 일반적인 포장 방식이기도 합니다. 또한, 고객사 제품이 보유한 다양한 인증은 품질과 식품 안전에 대한 고객과의 약속이 가장 중요한 독일 시장에서 인상적으로 다가옵니다. 고객사 유자차 제품의 여러 요소를 고려했을 때 전반적으로 현지에서의 긍정적인 시장성이 예상됩니다.

Q2. 유통업체가 유자차 제품 구매 시, 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

유통업체는 유자차 제품에 대한 독일 시장의 수요를 평가하고 제품이 높은 품질 기준을 충족하는지 확인해야 합니다. 또한, 소비자들에게 제때 효율적으로 배송할 수 있도록 가격 및 물류 전략을 고려해야 합니다. 품질과 경쟁력 있는 가격, 고객 만족도를 유지하기 위해 공급업체와 긴밀한 관계를 구축하는 것도 중요합니다.

Q3. 독일 소비자의 유자차 제품 구매 시, 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

현지 유자차 제품의 타깃 고객층은 천연 및 무설탕, 저칼로리 제품을 높이 평가하는 건강에 민감한 개인 소비자입니다. 또한, 독특하고 이국적인 맛을 경험하고자 하는 소비자도 관심을 가질 수 있습니다. 현지 소비자 입장에서는 유자차 제품 구매 시에 제품의 품질과 맛, 가격 등의 요소를 주로 고려할 것입니다.

Q4. 유자차 제품은 샐러드드레싱, 잼 등 다양한 용도로 활용할 수 있는데, 현지 소비자들도 이러한 방식으로 소비하나요? 그 외에 유자차 제품 용도가 있나요?

언급하신 것처럼 유자차 제품은 샐러드드레싱, 잼 등 다양한 용도로 사용할 수 있지만, 독일 소비자들은 주로 음식에 향을 내는 시럽이나 마멀레이드로 섭취하거나 물, 탄산수나 칵테일에 희석해서 음용하는 편입니다.

Q5. 유자차 제품 외에 현지 시장에서 일반적으로 물이나 탄산수와 함께 소비되는 시럽, 마멀레이드 중 가장 인기 있는 맛은 무엇인가요?

물이나 탄산수와 함께 소비되는 시럽, 마멀레이드 중 인기 있는 맛으로는, 오렌지, 레몬, 체리와 같은 과일 맛입니다. 일부 소비자들 사이에서는 로즈힙이나 엘더플라워와 같은 허브 및 꽃 향을 선호하기도 합니다. 하지만 유자, 말차, 생강과 같은 독특하고 이국적인 맛에 대한 수요도 상당한 편입니다.

Q6. 현지 유자차 판매를 위한 효과적인 마케팅 전략과 채널로는 무엇이 있나요?

독일의 인기 유자차나 꿀차, 생강차 제품의 주요 마케팅 전략으로는 온라인 광고, 소셜 미디어 마케팅, 인플루언서 파트너십 등이 있습니다. 현지 차 브랜드는 온라인 광고와 소셜 미디어 캠페인을 통해 건강에 관심이 많은 소비자와 독특한 맛에 관심도가 높은 소비자들을 타겟으로 합니다. 인플루언서 파트너십은 브랜드 인지도를 높이고 더 많은 잠재 고객에게 다가가는 것에 도움이 될 수 있습니다.

Q7. 수입 유자차 제품이 독일 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

수입 유자차 제품의 적절한 유통채널로는 건강식품 전문점, 차 전문점, 고급 슈퍼마켓 등이 있으며, 현지 소매업체와의 파트너십을 맺을 수 있습니다. 이러한 소매업체는 건강하고 기존에 보지 못한 새로운 음료에 관심이 있는 소비자들을 타겟으로 유자차 제품을 홍보하는데 효과적일 것입니다. 이외에도 온라인 마켓 플레이스나 식품 전문 웹사이트를 통해서 더 많은 고객에게 도달할 수 있습니다. 회사 웹사이트나 소셜 미디어를 활용하여 소비자에게 직접 판매하는 방법도 고객 충성도를 높이고 매출을 늘리는 데 효과적일 수 있습니다.

Q8. 현지 유자차 판매를 위한 효과적인 현지 프로모션 방법으로는 무엇이 있나요?

웹사이트나 소셜 미디어 플랫폼에서 할인을 제공하여 신규 고객을 유치하고 재구매를 장려할 수 있습니다. 예를 들어, 첫 주문 시 10% 할인을 제공하거나 일부 제품에 대해 1+1 프로모션을 제공할 수 있습니다. 또한, 건강 및 웰니스 분야의 인플루언서나 블로거와 협업하여 팔로워에게 독점 할인을 제공하는 프로모션을 제공할 수도 있습니다.

Interview ③

15)



나누코(Nanuko) Owner

나누코 (Nanuko)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 독일의 식품 유통업체
 - 인스턴트 음식, 통조림, 스낵, 냉동식품, 스시, 음료 등을 취급
 - 주로 한국과 일본에서 수입

담당자 정보

Owner

고객사 제품 정보

풍미 껍질이 두꺼운
 한국산 유자로
 향이 진하고 맛이
 풍부

중량 1kg

포장 유리병

인증 코셔, 할랄, SQF,
 ISO 22000,
 FSSC 22000

Q1. 고객사 제품의 풍미, 중량, 원료, 포장, 인증은 독일에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

고객사의 유자차 제품은 진한 향과 풍부한 맛으로 시중에 나와 있는 다른 유자차 제품과 비교했을 때 단연 돋보입니다. 특히, 껍질이 두꺼운 한국산 유자를 사용해 유자의 풍미를 제대로 느낄 수 있는 점은 큰 차별적인 특징이라고 생각합니다. 또한, 1kg 유리병 포장은 신선도 유지에 이상적이라고 생각합니다. 동시에 코셔, 할랄, ISO와 같은 인증은 품질 기준을 충족했다는 확신을 줍니다. 종합적으로 고려했을 때, 진한 시트러스 맛을 찾는 소비자들이 시도해 볼 만한 가치가 있는 프리미엄 차 제품이라고 생각됩니다.

Q2. 유통업체가 유자차 제품 구매 시, 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

유통업체 입장에서 차 제품이 독일 소비자들의 입맛을 사로잡을 수 있는지가 중요합니다. 동시에 관련 인증을 획득해 신뢰를 구축하는 것도 중요합니다. 이외에 수입차 제품 시장에서 가격 경쟁력이 있어야 합니다. 전반적으로 건강에 도움이 되는 독특한 차 경험을 제공하는 등 다른 제품과 차별화하는 적절한 마케팅을 통해 유통업체를 끌어들이 수 있습니다.

Q3. 독일 소비자의 유자차 제품 구매 시, 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

현지 유자차 제품의 주요 타깃층은 유기농 또는 천연 제품에 관심이 있는 건강에 민감한 소비자일 가능성이 높습니다. 이들은 인공색소, 향료, 방부제가 들어 있지 않는 차 제품인지 고려합니다. 제품 원료의 조달 및 생산에 관한 공정성과 투명성도 중요하게 고려합니다. 독일인들은 감귤류를 선호하므로, 선명하고 향긋한 차로 어필할 수도 있을 것입니다.

Q4. 유자차 제품은 샐러드드레싱, 잼 등 다양한 용도로 활용할 수 있는데, 현지 소비자들도 이러한 방식으로 소비하나요? 그 외에 유자차 제품 용도가 있나요?

유자차 제품을 샐러드드레싱이나 잼 등에 사용할 수 있는 점으로 활용성을 강조할 수 있지만 독일 소비자들 사이에서는 유자차를 단독으로 물과 함께 마시는 경우가 더 일반적입니다. 차갑게 마시거나 탄산수와 함께 희석해 마시는 것이 현지 기후와 라이프 스타일에 잘 어울립니다. 유자차의 풍미와 항산화 성분은 식사나 간식의 자연스러운 보충제 역할을 합니다.

Q5. 유자차 제품 외에 현지 시장에서 일반적으로 물이나 탄산수와 함께 소비되는 시럽, 마멀레이드 중 가장 인기 있는 맛은 무엇인가요?

독일에서 음료로 즐기는 가장 인기 있는 시럽과 마멀레이드의 맛으로는 사과, 배, 체리 등이 있습니다. 레몬, 라임, 오렌지와 같은 시트러스 맛도 꾸준히 사랑받고 있습니다. 석류나 블러드 오렌지와 같은 지중해 지역에서 수입하는 이국적인 맛은 경쟁이 치열한 시장에서 유자차 제품을 차별화하는데 효과적일 수 있습니다.

Q6. 현지 유자차 판매를 위한 효과적인 마케팅 전략과 채널로는 무엇이 있나요?

장인 정신과 건강상의 이점을 강조하는 소셜 미디어 마케팅은 브랜드와 제품의 인지도를 높이는 데 효과적이며, 팟캐스트와 블로거를 후원하여 온라인 도달 범위를 넓힐 수 있습니다. 유통업체는 카페와 레스토랑을 통해 여유롭게 차를 마시는 소비자들이 손쉽게 구매할 수 있도록 하는 등 다양한 일상에서 제품을 발견할 수 있는 기회를 만드는 전략을 취합니다.

Q7. 수입 유자차 제품이 독일 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

수입 유자차 제품이 독일 시장에 성공적으로 진출하기 위해서는 천연 제품 분야에 정통한 유통업체와 파트너십을 맺는 것을 추천합니다. 건강 전문점 및 유기농 식료품 소매업체와의 협업을 통해 유자차 제품을 소개할 수 있으며, 제품에 대한 수요가 증가한다면 웰빙 판매 구역이 많은 대형 슈퍼마켓 체인도 중요한 유통채널입니다.

Q8. 현지 유자차 판매를 위한 효과적인 현지 프로모션 방법으로는 무엇이 있나요?

고객사는 독일 시장에서 신규 브랜드이므로 호기심 많은 소비자를 끌어들이기 위해 여러 할인 프로모션을 활용해 시장 테스트를 하는 것이 좋습니다. 다양한 사이즈의 제품을 번들로 할인된 가격에 판매하는 것이 일반적이며, 구매를 시도하는 소비자들의 부담을 줄여줍니다. 프로모션을 코드를 활용하여 온라인 또는 매장에서 한시적인 할인 마케팅을 진행하는 것도 초기 판매를 촉진할 수 있습니다. 계절에 따라 적절한 할인 프로모션을 진행하는 것도 제품 판매를 촉진하기 위해 중요합니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

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 치트로넨-겔레-마르멜라데 (보인 밸리 그룹)
- ② 위유추 마르멜라데 테 (A사)
- ③ 칸디르테 파시온스프뤼히테 (후이큐아오)
- ④ 호니히 그라페프루이트 테 (후이큐아오)
- ⑤ 치트로넨테 미트 호니히 (B사)
- ⑥ 잉버 테 (C사)
- ⑦ 고우르메트-프뤼스튀크 힘바-파시온스프루흐트 (뫼펜딕 파인 푸드)
- ⑧ 본 마방 비테레 오랑젠 마르멜라데 (본 마방)
- ⑨ 본 마방 레몬 쿠르트 (본 마방)
- ⑩ 본 마방 에르트바-콘피투레 엑스트라 (본 마방)

▶ 경쟁제품 100g당 평균 가격 1.15유로

경쟁제품의 100g당 평균 가격은 약 1.15유로(1,635원¹⁶⁾)로 조사됨. 경쟁제품 중 대부분의 제품은 100g당 가격이 1유로(1,422원)대로 판매되고 있으며, 그 외에 8번, 9번, 10번 경쟁제품은 1유로(1,422원) 미만으로 판매되고 있음. 이에 고객사 제품의 경우 100g당 가격이 0.32유로(455원)이기에 기존 가격으로 독일 진출 시, 가격 경쟁력을 가질 수 있을 것으로 예상함

[표 5.1] 독일 유자차 가격 경쟁력 분석

(단위: 100g/유로)



16) 1유로=1,421.72원(2023.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

- ① 치트로넨-젤레-마르멜라데 (보인 밸리 그룹)
- ② 위우추 마르멜라데 테 (A사)
- ③ 칸디르테 파시온스프뤼히테 (후아쿠아오)
- ④ 호니히 그라페프루이트 테 (후아쿠아오)
- ⑤ 치트로넨테 미트 호니히 (B사)
- ⑥ 잉버 테 (C사)
- ⑦ 고우르메트-프뤼스튀크 힘바 파시온스프루흐트 (와펜픽 파인 푸드)
- ⑧ 본 마방 비테레 오랑겐 마르멜라데 (본 마방)
- ⑨ 본 마방 레몬 쿠르트 (본 마방)
- ⑩ 본 마방 에르트바-콘피투레 엑스트라 (본 마방)

▶ 경쟁제품 평균 중량 367g

독일에서 판매 중인 경쟁제품의 중량을 조사한 결과, 10개의 경쟁제품 평균 중량은 367g으로 조사됨. 경쟁제품 중 3개 제품(3번, 4번, 7번)은 250g 중량으로 판매되고 있었음. 2개 제품(2번, 5번)은 500g대 중량으로, 1개 제품(6번)은 400g으로 판매되고 있었음. 이외 제품은 300g대 중량으로 판매되고 있어, 이에 고객사 제품도 소중량 포장의 패키지를 출시하여 여러 중량 옵션을 구성하고 판매하는 것을 권함

[표 5.2] 독일 유자차 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

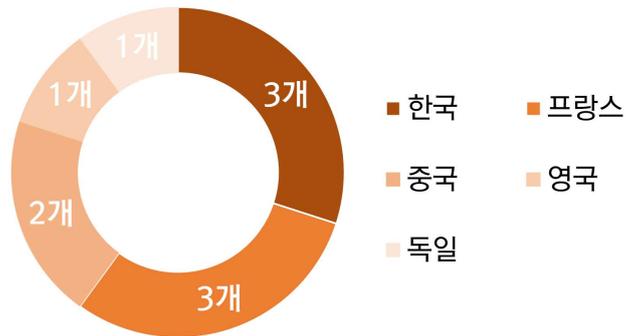


3) 원산지

▶ 현지 경쟁제품 중 한국산 및 프랑스산 각 3개

독일에서 판매되고 있는 유자차 경쟁제품 10개의 원산지 조사한 결과, 한국산과 프랑스산 제품이 각각 3개씩 조사됨. 이에 고객사 제품도 독일로 진출 시, 한국산임을 강조하여 진출할 수 있음

[표 5.3] 독일 유자차 원산지 경쟁력 분석

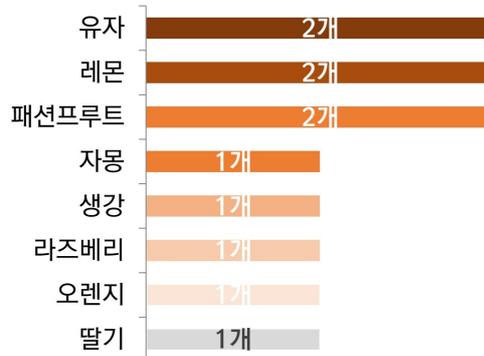


4) 맛

▶ 현지 경쟁제품 중 3개, 유자 맛

독일에서 판매 중인 유자차 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 2개 제품이 유자 맛으로 나타남. 이어, 레몬과 패션프루트 맛이 각각 2개씩으로 조사됨. 이외에도 자몽, 생강, 라즈베리, 오렌지, 딸기로 다양한 맛의 제품이 판매되고 있었음. 이에 고객사 유자차 제품은 소비자들에게 친근한 맛으로 다가갈 수 있을 것을 예상함

[표 5.4] 독일 유자차 맛 경쟁력 분석

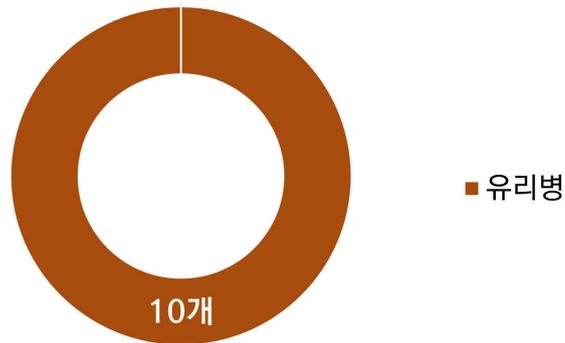


5) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 모두 유리병 포장

독일에서 판매되고 있는 유자차 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 10개 모두 유리병으로 포장됨. 이에 고객사 제품도 유리병으로 포장되어 있어 그대로 현지 진출을 해도 무방할 것으로 예상함

[표 5.5] 독일 유자차 포장 형태 경쟁력 분석

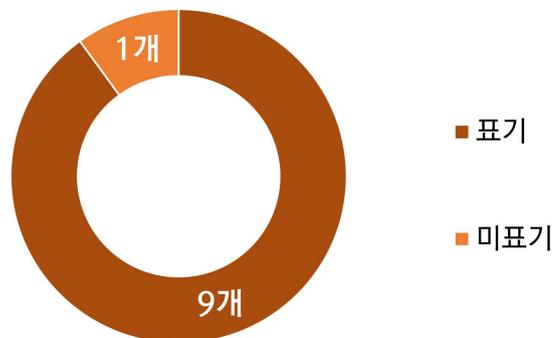


6) 홍보문구 표기 여부

▶ 현지 경쟁제품 대부분 홍보문구 표기

독일에서 판매 중인 유자차 경쟁제품 10개의 홍보문구 표기 여부를 조사한 결과, 그중 9개 제품이 홍보문구를 표기하였음을 확인함. 이에 고객사 제품도 홍보문구를 적극적으로 활용하는 것을 권장함

[표 5.6] 독일 유자차 홍보문구 표기 여부 경쟁력 분석

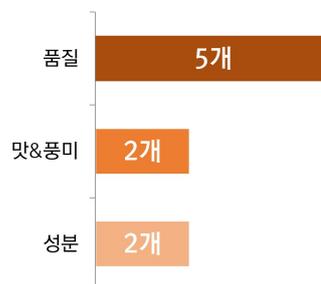


7) 상세 홍보문구

▶ 현지 경쟁제품 중 5개 제품, 품질에 관한 홍보문구 활용

독일에서 판매되고 있는 유자차 경쟁제품 10개의 상세 홍보문구를 조사한 결과, 5개 제품이 품질에 관한 홍보문구를 표기한 것으로 확인됨. 홍보문구가 따로 표시되지 않은 제품도 있었으며, 두 가지 이상의 홍보문구를 표기한 제품도 있었음. 경쟁제품들은 ‘품질 보증된’, ‘엄선된 과일’, ‘외펜픽 최고의 맛’, ‘한국 가정식 레시피’와 같은 품질과 관련된 문구를 주로 제품에 표기하고 있었음. 이외에도 맛과 관련된 ‘새콤&달콤 맛있는 유자’, ‘아카시아 꿀을 넣어 향긋한’과 같은 문구와 성분과 관련된 ‘고형물 40% 이상’, ‘고형물 20% 이상’과 같은 문구를 활용하고 있는 것으로 조사됨. 이에, 고객사 제품이 독일 진출 시에 품질을 강조하는 문구와 맛, 풍미, 성분을 강조하는 문구를 더하는 것을 권장함

[표 5.7] 독일 유자차 상세 홍보문구 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 제품 중 다수의 온라인과 오프라인 매장에서 확인된 제품을 선정하였음. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요인을 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서 인기 제품

- (*) 온라인 쇼핑몰 : 아마존, 플라센포스트, 레베
- (*) 오프라인 매장 : 에데카, 고 아시아, 카우플란트

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

- (*) 온라인 쇼핑몰 : 1개 이상의 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 제품
- (*) 오프라인 매장 : 1개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



공통 특징 ①
원산지

공통 특징 ②
홍보문구



공통 특징 ①
원산지

공통 특징 ②
홍보문구



벤치마킹 제품 ①

A사_ 위우추 마르멜라데 테
'이국적이고 새콤달콤한 맛있는 한국산 유자차'

◀ 벤치마킹
한국산 원산지와
제품의 맛을 강조한
홍보문구

고객사 제품

'한국산 유자를 활용한
깊은 향과 맛의 유자차'

▶ 벤치마킹
한국산 원산지와
제품의 맛을
강조한 홍보문구

벤치마킹 제품 ②

B사_ 치트로넨테 미트 호니히

'아카시아 꿀을 넣어
향긋한 한국산 유자차'

2) 벤치마킹 제품 분석 ▶ 벤치마킹 제품, 한국산 유자 활용

- 원산지

현지에서 판매 중인 유자차 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 한국산과 프랑스산이 각각 3개씩 판매되고 있는 것으로 나타남. 이에 고객사 제품도 한국산 유자를 활용한 한국산 제품임을 강조하여 진출하여도 무방할 것으로 확인됨

3) 벤치마킹 제품 분석 ▶ 벤치마킹 제품, 품질과 맛, 풍미 등 강조

- 홍보문구

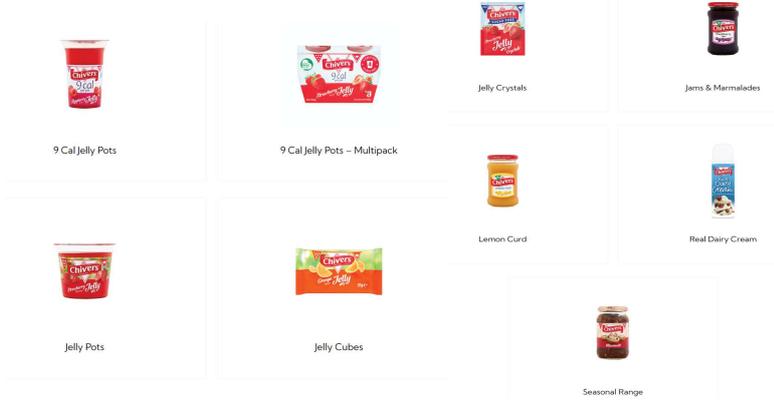
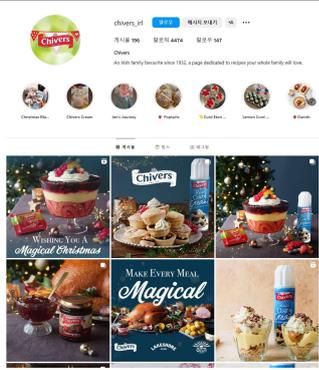
현지에서 판매 중인 유자차 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 품질과 맛, 풍미, 성분과 관련된 홍보문구를 활용하고 있는 것으로 조사됨. 경쟁제품 중 5개 제품은 품질과 관련된 홍보문구를 표기하고 있음을 확인함. 한국산 유자차 제품의 경우, ‘이국적인’, ‘새콤&달콤 맛있는 유자’, ‘아카시아 꿀을 넣어 향긋한’, ‘한국 가정식 레시피’와 같은 문구를 활용하고 있는 것으로 나타남. 현지 인터뷰 결과에서도 건강에 민감하거나 독특하고 이국적인 맛을 추구하는 사람이 주요 소비자며, 제품 구매 시에는 품질과 맛, 가격 등을 고려하는 점을 확인함. 이에 고객사 제품도 독일로 진출 시, 품질과 맛을 강조하는 홍보문구를 활용할 것을 권장함

[표 5.8] 독일 유자차 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) 현지 유자차 제품의 타깃 고객층은 천연 및 무설탕, 저칼로리 제품을 높이 평가하는 건강에 민감한 개인 소비자입니다. 또한, 독특하고 이국적인 맛을 경험하는 소비자도 관심을 가질 수 있습니다. 현지 소비자 입장에서는 유자차 제품 구매 시, 제품의 품질과 맛, 가격 등의 요소를 주로 고려할 것입니다.

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.9] 유사차 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	보인 벨리 그룹	
	기업 설명	보인 벨리 그룹 그룹은 1960년 설립된 아일랜드의 소비재 기업으로, 60년 경험을 통해 글로벌 기업으로 성장함. 보인 벨리 그룹의 브랜드 중 치버스(Chivers)는 1932년부터 제조된 보존 식품 브랜드임. 치버스는 잼과 마멀레이드, 젤리, 유제품 등을 생산하고 있으며, 낮은 칼로리와 인공색소를 사용하지 않는 점으로 인기를 얻음	
주요 마케팅 전략	품질을 강조하고 다양한 맛을 제공하여 광범위한 소비자 취향과 선호도 만족		
	활발한 SNS 홍보		
		페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터를 활발히 운영	SNS를 통한 제품 홍보, 디저트 레시피 콘텐츠 등 다양한 콘텐츠 게시
요약	판매채널	현지 온라인 및 오프라인 매장 진출	
	홍보채널	현지 홈페이지와 현지 계정 SNS를 활용하고 있음	
	홍보문구	제품의 품질 등 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	Servings, Portions, Enough 등
제품 종류	판매 제품 종류에 대한 평가	Citron, Lime, Syrup 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Taste, Scent, Smell, Fruity 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Quality, Package, Recommend 등

▶ 플라센포스트에서 판매되고 있는 유사차 제품 선정

[표 5.11] 온라인 인기제품 리뷰 분석 제품 정보



판매 사이트	플라센포스트 (Flaschenpost)	리뷰 수	206건
제품명	치트로네-리메테 프루흐트-지루프 콘첸트라트 Zitrone-Limette Frucht-sirup Konzentrat		
제품 종류	시럽 농축액	소비자가격	4.99유로 (7,094원)
중량	710g	포장	플라스틱병
특징	과일함량 60%의 과일시럽, 최대 12리터의 음료 제조 가능		

▶ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, ‘맛’ 만족도 높은 편

빅데이터 분석을 통해 독일 온라인 쇼핑몰에서 평가 수가 약 206건으로 가장 많은 유자차 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, ‘맛’에 대한 긍정 점수가 230점으로 가장 높게 나타남. 부정 점수는 80점으로 긍정 점수에 비해 상당히 낮은 편임. 이어, ‘제품 종류’에 대한 긍정 점수 역시 194점으로 높은 편이며, 부정 점수가 69점으로 다소 격차를 보임. 이로써 소비자들은 온라인 채널에서 판매되는 유자차 제품에 대해 ‘맛’과 ‘제품 종류’에 대한 관심도가 높은 편임을 알 수 있음

● 분석 제품 정보

사이트	플라센포스트
수집 리뷰 수	206건
제품명	치트로나-리메테 프루흐트-지루프 프 콘첸트라트
제품 종류	시럽 농축액
소비자가격	4.99유로 (7,094원)
중량	710g
포장	플라스틱병
특징	과일함량 60%의 과일시럽, 최대 12리터의 음료 제조 가능

[표 5.12] 온라인 인기제품 리뷰 분석 결과

(단위: 점)



[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지표	긍정 점수	부정 점수
가격	102	51
중량	50	22
제품 종류	194	69
맛	230	80
품질	163	54
종합	739	276

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

VI 시사점



Export Insights

Citron Tea Price&Volume



Point. 1



- ✓ 독일 오프라인 매장에서 판매되고 있는 유자차 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격은 1.15유로(1,635원)으로 고객사 제품에 비해 다소 높은 편
- ✓ 고객사 유자차 제품의 100g당 가격은 0.32유로(455원)로 가격 경쟁력 우위에 있음

Point. 2



- ✓ 독일 오프라인 매장에서 판매되고 있는 유자차 경쟁제품 10개의 평균 중량은 367g으로 고객사 제품 중량(1,000g)보다 낮음
- ✓ 중량이 가장 큰 제품의 경우 580g의 액상차 제품이며, 가장 적은 제품은 250g의 마멀레이드 제품으로 제품별로 중량 다양한 편이나 고객사 제품 대비 가벼움

Citron Tea Country & Flavor



Point. 1



- ✓ 독일 오프라인 매장에서 판매되고 있는 유자차 경쟁제품 10개의 원산지는 한국산과 프랑스산이 각각 3개씩으로 가장 많음
- ✓ 이외에 중국산, 영국산, 독일산 제품이 각각 2개, 1개, 1개로 조사되어 다양한 국가의 유자차 경쟁제품이 시장에 존재함

Point. 2



- ✓ 독일 오프라인 매장에서 판매되고 있는 유자차 경쟁제품 10개 중 유자 맛, 레몬 맛, 패션프루트 맛을 가진 제품이 2개로 가장 많음
- ✓ 이외에도 자몽 맛, 생강 맛, 라즈베리 맛, 오렌지 맛, 딸기 맛도 확인되어 현지 소비자들이 선호하는 맛을 알 수 있음

Germany Market Competitor



Point. 1



- ✓ 독일 유자차 시장 경쟁기업 3개사 조사 결과, 3개사 모두 조사된 오프라인 채널 1곳 이상에 진출
- ✓ 경쟁기업 3개사 중 보인 밸리 그룹과 본 마망은 에데카와 카우프란트 2개 매장에 입점하여 제품 판매증임을 확인함
- ✓ 보인 밸리 그룹과 본 마망은 온라인 채널에도 진출하여 2곳 이상의 온라인 매장에 입점함

Point. 2



- ✓ 독일 유자차 시장 경쟁기업 3개사 조사 결과, 3개사 모두 글로벌 자사 홈페이지를 통해 영어 및 자국 언어로 기업 및 제품을 소개하고 있음
- ✓ 경쟁기업 3개사 모두 글로벌 계정의 SNS 플랫폼을 운영 중
- ✓ 본 마망은 독일 전용 홈페이지와 SNS 플랫폼을 추가로 활용 중

Importer-Distributor Interview



Point. 1



- ✓ 독일 유자차 수입-유통업체 인터뷰 결과, 고객사 제품에 대해 다양한 인증을 취득한 점에 대해 긍정적으로 평가
- ✓ 현지에서 인기 있는 액상차는 와일드베리, 엘더플라워, 허브 등 꽃 향의 차가 있으며, 유자, 말차, 생강 등의 이국적인 맛에 대한 수요도 상당한 편
- ✓ 건강에 민감한 소비자, 이국적인 맛을 원하는 소비자가 주요 타깃층

Point. 2



- ✓ 한국산 원료 사용을 강조하여 마케팅 및 현지 홍보활동 제안
- ✓ 건강식품 분야의 인플루언서를 통한 마케팅으로 구매자 확보 가능
- ✓ 브랜드 인지도가 낮은 진출 초기에는 1+1 프로모션, 작은 샘플 증정 또는 첫 주문시 10%할인과 같은 다양한 프로모션을 통해 고객 유치 가능

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 스타티스타 (www.statista.com)
2. 아마존 홈페이지 (www.amazon.de)
3. 플라센포스트 홈페이지 (www.flaschenpost.de)
4. 레베 홈페이지 (shop.rewe.de)
5. 독일 연방 통계청 홈페이지 (www.destatis.de)
6. 에데카 홈페이지 (www.edeka.de)
7. 고 아시아 홈페이지 (goasia.net/de)
8. 카우플란트 홈페이지 (unternehmen.kaufland.de)
9. 보인 밸리 그룹 홈페이지 (www.boynevalley.com)
10. B사 홈페이지
11. 본 마망 홈페이지 (bonne-maman.de)
12. 니칸 키친 홈페이지 (www.nikankitchen.com/en)
13. 다와요 홈페이지 (dawayo.de/en)
14. 나누코 홈페이지 (www.nanuko.de/en)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.12.01

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

Copyright 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea