

프랑스 만두 시장조사



Product : Dumpling

Content

I. 시장통계	2
II. 시장트렌드	9
III. 경쟁제품 현황	14
IV. 유통구조	22
V. 라벨링 및 식품첨가물	27

I

시장통계

1. 글로벌 HS CODE 1902.20 품목 수입추이
2. 프랑스 HS CODE 1902.20.99 품목 수입추이
3. 프랑스 냉동즉석식품 시장규모
5. 프랑스 냉동즉석식품 시장전망
6. 프랑스 냉동즉석식품 기업별 점유율
7. 프랑스 냉동즉석식품 소비연령대

1. STATISTIC ANALYSIS - 글로벌 HS CODE 1902.20 품목 수입추이

“2014년 프랑스 냉동즉석식품 수입 세계 2위 규모”

- 유럽연합 가입국인 프랑스는 유럽연합의 HS CODE 분류체계를 따르며, 만두는 따로 분류 되어 있지 않아 가장 근접한 「1902.20.99」로 선정하였음

< 만두 HS CODE 정보 >

한국	1902	파스타(조리한 것인지 고기나 그 밖의 물품으로 속을 채운 것인지에 대해 상관없으며 스파게티, 라자니아, 마카로니, 라비올리, 카넬로니 등과 같이 그밖의 방법으로 조제한 것을 포함한다)와 쿠스쿠스(조제한 것인지에 상관없다) 속을 채운 파스타(조리한 것인지 또는 그밖의 방법으로 조제한 것인지에 상관없다)
	1902.20.0000	속을 채운 파스타(조리한 것인지 또는 그밖의 방법으로 조제한 것인지에 상관없다)
유럽연합 (프랑스)	1902.20.99	기타

출처 : 한국 관세청(www.customs.go.kr), 유럽연합 관세동맹(ec.europa.eu)

- 2014년 글로벌 HS CODE 1902.20 품목¹⁾의 총 수입액은 16억 3,436만 8,157 달러로 전년 대비 4.83% 증가하였으며, 주요 수입에는 독일, 프랑스, 영국, 벨기에, 미국 등이 있음
 - 최대 수입국은 독일로, 2014년 1억 9,151만 5,500 달러를 수입하였으며 이는 전년 대비 7.81% 증가한 수치임
 - 프랑스는 전년 대비 1.65% 감소한 2014년 1억 5,722만 6,695 달러를 수입하였으며 글로벌 수입 추이 2위를 기록하였음

< HS CODE 1902.20 수입추이 >

(단위 : 달러, %)

국가	2012	2013	2014	2014/2013 증감률
글로벌	1,500,390,657	1,559,064,027	1,634,368,157	4.83
1 독일	188,704,387	177,642,898	191,515,500	7.81
2 프랑스	158,900,378	159,857,853	157,226,695	-1.65
3 영국	117,905,402	137,706,745	149,186,058	8.34
4 벨기에	75,451,739	74,519,193	76,369,002	2.48
5 미국	75,974,497	70,672,533	59,105,863	-16.37

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

KEY INFO

주요 수입국 별 핵심지표
HS CODE 1902.20 적용

수입규모가 가장 큰 국가
- 독일(191,515,500 달러)

성장률이 가장 높은 국가
- 영국(8.34%)

성장률이 가장 저조한 국가
- 미국(-16.37%)

1) 국가별로 HS CODE가 일곱 번째 자리부터 상이하기 때문에, 글로벌 수입 통계는 같은 품목의 상위 범주인 HS CODE 2202.90으로 조사함

2. STATISTIC ANALYSIS – 프랑스 HS CODE 1902.20.99 품목 수입추이

“프랑스 HS CODE 1902.20.99 수입시장, 한국은 8위”

KEY INFO

주요 수입국 별 핵심지표
HS CODE 1902.20.99 적용

수입규모가 가장 큰 국가
- 이탈리아(40,610,370 달러)

성장률이 가장 높은 국가
- 독일(146.47%)

성장률이 가장 저조한 국가
- 오스트리아(-4.69%)

□ 2014년 프랑스의 HS CODE 1902.20.99의 총 수입액은 5,019만 4,812 달러로 전년 대비 11.49% 증가하였으며, 주요 수입국에는 이탈리아, 벨기에, 독일, 스위스, 오스트리아 등이 있음

- 프랑스의 최대 수입상대국은 이탈리아로, 2014년 4,061만 370 달러를 수입하였으며 이는 전년 대비 11.46% 증가한 수치임

- 한국은 8위로, 2014년 프랑스는 15만 2,607 달러의 HS CODE 1902.20.99 품목을 수입하였으며 이는 전년대비 6.75% 감소한 수치임

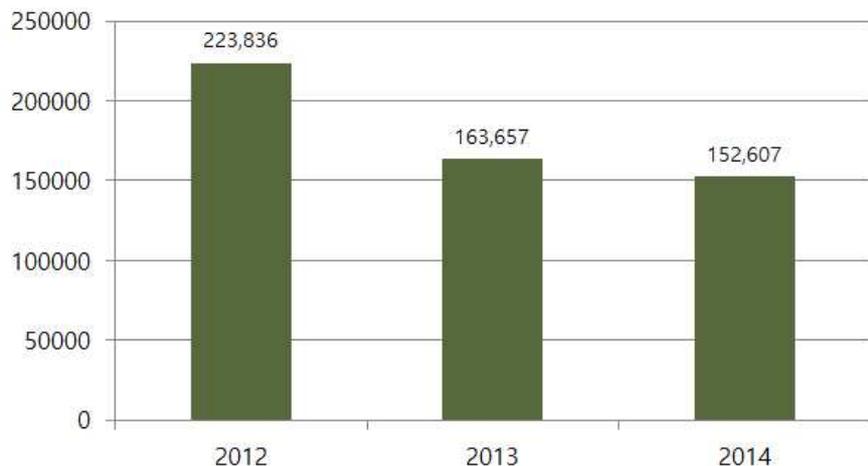
< 프랑스 HS CODE 1902.20.99 수입추이 >

(단위 : 달러, %)

국가	2012	2013	2014	2014/2013 증감률
글로벌	39,130,287	45,022,019	50,194,812	11.49
1 이탈리아	33,391,031	36,435,164	40,610,370	11.46
2 벨기에	2,513,847	4,236,491	4,244,972	0.20
3 독일	457,812	565,564	1,393,939	146.47
4 스위스	926,141	1,197,500	1,248,051	4.22
5 오스트리아	89,793	995,550	948,898	- 4.69
8 한국	223,836	163,657	152,607	- 6.75

< 프랑스 HS CODE 1902.20.99 한국산 수입 추이 >

(단위 : 달러)



3. STATISTICS ANALYSIS – 프랑스 냉동즉석식품 시장규모

“안정적인 성장세를 보이는 프랑스 냉동즉석식품 시장”

- 글로벌 리서치 기관 데이터모니터에 따르면, 2014년 프랑스의 냉동 즉석식품 시장규모는 15억 2,473만 달러로 4년 전에 비해 15.52% 증가한 수치를 기록함
- 프랑스의 냉동만두를 포함한 전체 냉동즉석식품 시장규모는 꾸준한 성장세를 보이고 있으며, 연평균 성장률은 4.93%로 나타남
- 전년 대비 가장 높은 성장률을 보인 해는 2013년이며, 2012년 대비 5.47% 성장한 양상을 띠

KEY INFO

2014년 유럽 4개국 냉동즉석식품 시장규모

(단위 : 백만 달러)

	국가	규모
1	러시아	2,965.74
2	독일	1,941.78
3	프랑스	1,524.73
4	영국	704.63

출처 : Data Monitor

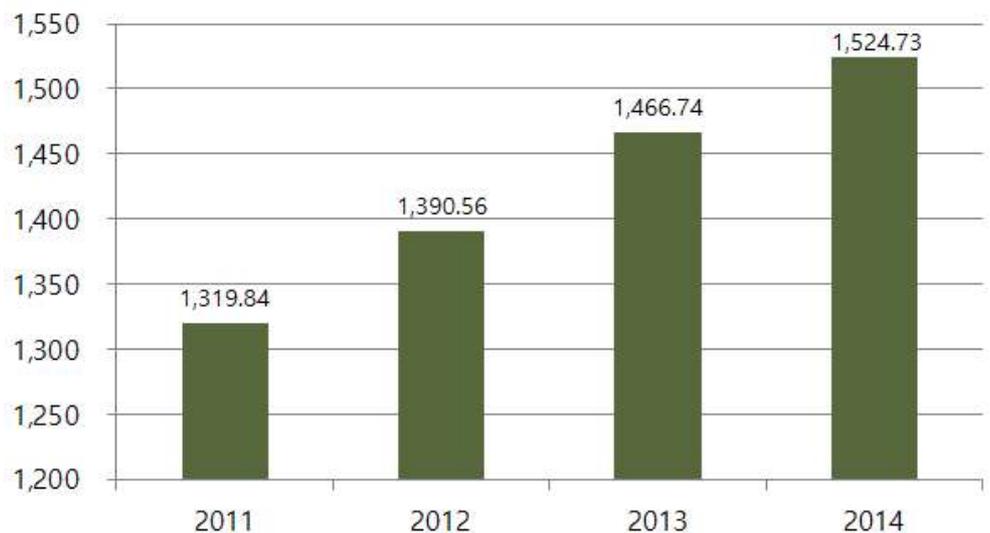
- 2014년 기준 프랑스는 유럽 국가 중 냉동즉석식품 시장규모 3위임

< 프랑스 냉동즉석식품 시장규모 및 성장률 >

(단위 : 백만 달러, %)

	2011	2012	2013	2014	전체 성장률	연평균 성장률
시장규모	1,319.84	1,390.56	1,466.74	1,524.73	15.52	4.93

(단위 : 백만 달러)



출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

4. STATISTICS ANALYSIS – 프랑스 냉동즉석식품 시장전망

“프랑스 냉동즉석식품 시장, 2019년까지 성장세 이어갈 것”

- 데이터모니터에 따르면, 2015년 프랑스의 냉동즉석식품 시장규모는 15억 9,237만 달러에 이를 것으로 전망됨²⁾
 - 프랑스의 냉동즉석식품 시장규모는 4년 후인 2019년에는 2015년도 보다 19.12% 증가한 18억 9,681만 달러에 달할 것으로 보임
- 프랑스의 냉동즉석식품 시장규모는 지속적인 성장세가 예상되고, 향후 4.47%의 연평균 성장률을 보일 것으로 전망됨
 - 프랑스의 연평균 성장률 전망치는 유럽 국가들 중 3위임
 - 유럽 4개국 중 가장 낮은 연평균 성장률 전망치를 기록한 국가는 -0.84%를 나타낸 영국으로 집계됨

KEY INFO

2015년~2019년 유럽 4개국
냉동즉석식품 시장규모
연평균 성장률 전망

(단위 : %)

	국가	성장률
1	러시아	5.18
2	독일	1.93
3	프랑스	4.47
4	영국	-0.84

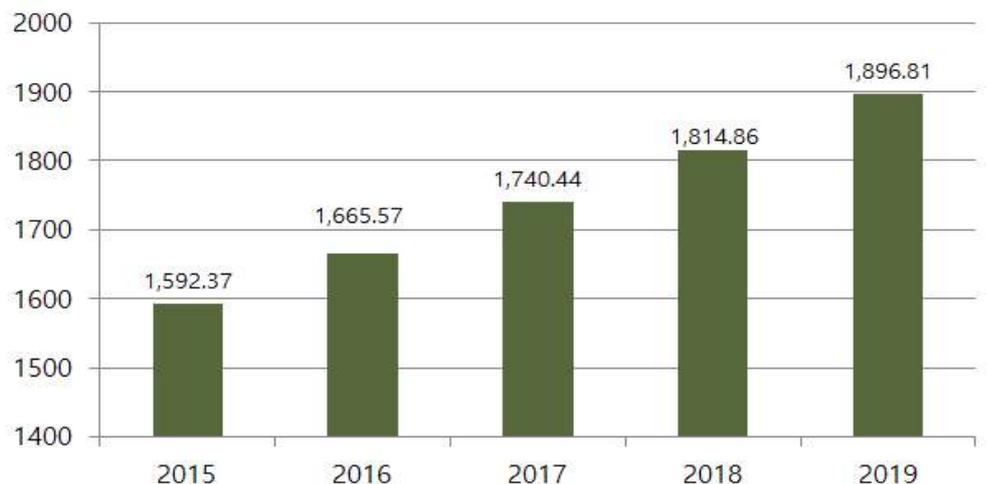
출처 : Data Monitor

< 프랑스 냉동즉석식품 시장전망 및 성장률 >

(단위 : 백만 달러, %)

	2015	2016	2017	2018	2019	전체 성장률	연평균 성장률
시장규모	1,592.37	1,665.57	1,740.44	1,814.86	1,896.81	19.12	4.47

(단위 : 백만 달러)



출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

2) 2015년의 수치부터 전망치임

5. STATISTICS ANALYSIS – 프랑스 냉동즉석식품 기업별 점유율

“Private Label 프랑스 냉동즉석식품 시장 점유율 1위”

KEY INFO

냉동 즉석 식품 (Frozen ready meals)

냉동만두, 냉동피자, 냉동 쌀 가공품, 냉동 밀가루 가공품 포함

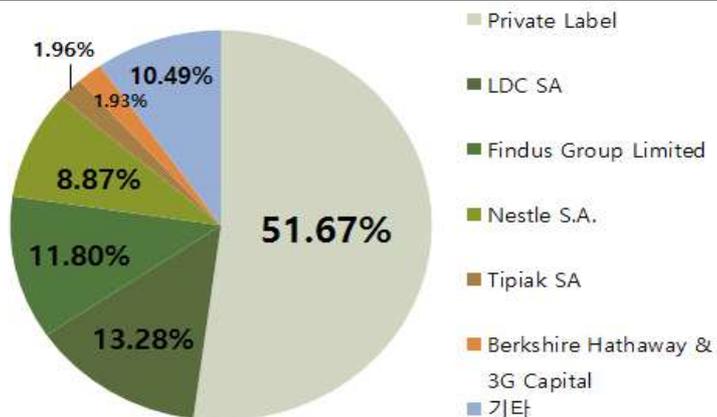
- 데이터모니터에 따르면, 2014년 프랑스 냉동즉석식품(Frozen ready meals) 시장에서 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 기업은 Private Label로 집계됨
 - Private Label은 유통업체가 제조업체에 주문하여 생산한 상품에 자사의 상표를 붙여 판매하는 자체개발상품을 뜻하는 말로, PB(Private Brand)상품이라고도 함. 복잡한 유통과정을 단순화 함으로써 마케팅이나 유통비용이 절감되기 때문에 가격이 저렴함
 - 2014년 기준 프랑스 냉동즉석식품 시장 점유율 2위는 13.28%를 차지한 LDC SA社제품, 3위 기업은 11.80%를 차지한 Findus Group Limited社로 파악됨

< 프랑스 냉동즉석식품 시장 기업별 점유율 >

(단위 : %)

기업명	2011	2012	2013	2014
총계	100	100	100	100
Private Label	43.10	43.20	47.43	51.67
LDC SA	13.50	13.74	13.51	13.28
Findus Group Limited	10.09	10.44	11.12	11.80
Nestle S.A.	12.47	12.36	10.61	8.87
Tipiak SA	3.23	3.27	2.62	1.96
Berkshire Hathaway & 3G Capital	0.00	0.00	2.55	1.93
기타	17.60	17.00	12.15	10.49

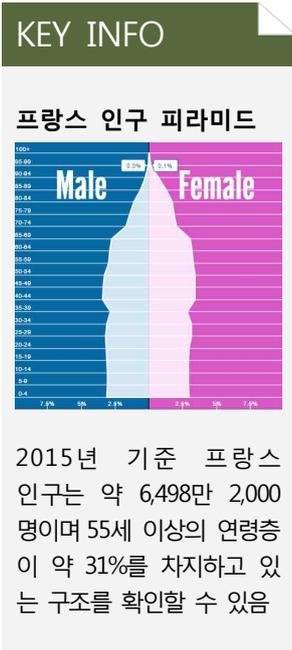
< 2014년 프랑스 냉동즉석식품 시장 기업별 점유율 그래프 >



출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

6. STATISTICS ANALYSIS – 프랑스 냉동즉석식품 소비연령대

“노년층을 중심으로 냉동즉석식품 섭취”



출처 : Population Pyramid

□ 데이터모니터에 따르면, 2012년 프랑스의 냉동즉석식품 소비시장에서 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 연령대는 55세 이상으로 파악됨

- 프랑스 냉동즉석식품 소비시장에서 2위의 점유율을 보이는 연령대는 35세 ~ 44세로 나타났으며, 가장 낮은 점유율을 보이는 연령대는 14세 이하의 연령층으로 나타남

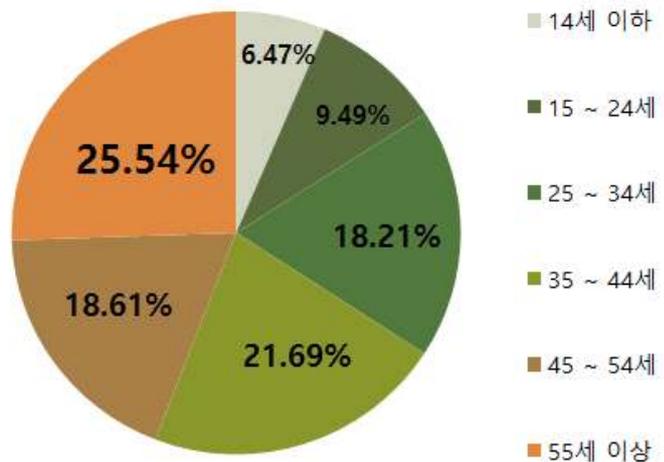
- 55세 이상의 연령대가 전체의 25%이상을 차지하고 있음

< 프랑스 냉동즉석식품 시장 연령별 소비 점유율 >

(단위 : %)

소비 연령대	2011	2012
14세 이하	6.51	6.47
15세 ~ 24세	9.50	9.49
25세 ~ 34세	18.18	18.21
35세 ~ 44세	21.70	21.69
45세 ~ 54세	18.59	18.61
55세 이상	25.52	25.54

< 2012년 프랑스 냉동즉석식품 시장 연령별 소비 점유율 그래프 >



출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

II

시장트렌드

1. 한눈에 보는 프랑스 냉동식품 시장트렌드
2. 프랑스 냉동식품 시장 이슈

1. MARKET TREND - 한눈에 보는 프랑스 냉동식품 시장트렌드

KEY NEWS 1	<ul style="list-style-type: none">✓ 가구원수의 감소와 바쁜 라이프스타일, 노령화, 여성근로자의 증가 등의 이유로 간편하게 섭취 가능한 냉동식품 및 즉석식품의 선호도가 증가
KEY NEWS 2	<ul style="list-style-type: none">✓ 2013년 냉동 말고기 파동으로 인한 냉동식품의 안정성과 신뢰가 무너지면서 냉동식품 소비 잠시 주춤✓ 하지만, 제조업체의 꾸준한 노력으로 신제품 출시, 질 향상 등을 통해 냉동식품 시장은 확대 전망
KEY NEWS 3	<ul style="list-style-type: none">✓ 최근 10년 간 프랑스 냉동식품 소비량은 17% 증가함✓ 2013년 기준 냉동식품을 소비한 경험이 있는 프랑스인은 95%로 집계됨
KEY NEWS 4	<ul style="list-style-type: none">✓ 프랑스의 즉석식품 시장은 매출액 기준으로 유럽 국가 중 2위✓ 2014년 기준 전자레인지용 인스턴트식품의 전년대비 판매 수량 상승률은 4.70%
KEY NEWS 5	<ul style="list-style-type: none">✓ 아직 한국 냉동식품의 인지도는 비교적 미미한 것으로 조사되었음✓ 프랑스인 중 71%가 한국 요리에 대해 잘 알지 못한다고 답함
Marketing Point 1	<ul style="list-style-type: none">✓ 냉동식품에 대한 안정성의 신뢰를 얻기 위해, 안전한 정보를 제공하고 영양성분이 풍부하게 포함된 제품을 출시하여 차별화 된 시장 전략을 꾀할 것을 추천함
Marketing Point 2	<ul style="list-style-type: none">✓ 한국산 제품이 친숙하지 않은 현지 소비자들에게 유명한 대형 유통망 연결을 통해 인지도 확보가 필요할 것으로 보임

2. MARKET TREND - 프랑스 냉동식품 시장 이슈

“프랑스 냉동 냉장 가공식품 시장, 확대”

- 최근 프랑스의 식품 시장이 냉동냉장 가공식품을 중심으로 확대되고 있음
 - 가구원수의 감소와 바쁜 라이프스타일, 노령화, 여성근로자의 증가 등의 이유로 쉽게 조리할 수 있는 간편한 음식인 냉동식품 및 즉석식품의 선호도가 증가 추세임
 - 가공식품시장 확대의 주요인은 냉동가공식품, 냉장가공식품 소비의 증가 때문임

KEY INFO

프랑스 식품시장 주요 특징

- 가공식품 시장의 확대
- 냉동식품 소비의 증가
- 말고기 파동으로 인한 2013년 소폭하락

- 프랑스 내 냉동식품 소비는 잠시 주춤했지만 향후 증가할 전망이다
 - 2013년 냉동 말고기 파동으로 인한 식품위생 안전문제로 냉동가공식품의 안정성과 신뢰가 무너지면서 냉동식품 시장이 잠시 주춤한바 있음
 - 프랑스 냉동식품 전문매체 Revues에 따르면, 전년대비 2013년 냉동식품 시장 성장률은 -1.2%를 기록함
 - 그럼에도 제조업체의 꾸준한 노력으로 인해 신제품 출시, 질 향상 등을 통해 냉동식품 시장은 확대되고 있는 추세임
 - 무역 서비스 Tebah 뉴스에 따르면, 최근 10년 간 프랑스 냉동식품 소비량은 17% 증가함

< 프랑스 냉동식품 시장규모 및 성장률 >

(단위 : US 천 달러, %)

구분	2011		2012		2013	
시장규모 및 성장률	9,107,470	1.8	11,491,000	2.1	11,353,150	-1.2

출처 : Revues – Le monde du surgelé(www.lemondedusurgele.fr)

“프랑스 즉석식품 시장, 지속적인 확대 전망”

KEY INFO

프랑스 즉석식품 시장은 꾸준히 확대되고 있음

- 프랑스 즉석식품 시장이 눈에 띄게 성장을 이루고 있음
 - 글로벌 정보 사이트 giikorea에 따르면, 프랑스의 즉석식품 시장은 매출액 기준으로 유럽 국가 중 2위이며, 판매량 기준으로 세계 주요국가중 4위임
 - 프랑스의 경제소비전문지 LSA에 따르면, 전년대비 2014년 기준 전자레인지용 인스턴트 식품의 매점점유율은 6.70% 증가했으며, 판매 수량은 4.70% 증가함
 - 프랑스 내 즉석식품은 신선 식품에 비해 평균적으로 가격이 저렴하고 보관이 용이하기 때문에 판매량은 계속 증가 추세임
 - 먹거리에 관련해 타국가보다 민감한 프랑스 소비자를 위해 현재 유기농 냉동식품이 출시되고 있으며, 즉석식품 제조업체들은 부정적 이미지를 바꾸고자 노력하고 있음
- 즉석식품 시장은 연령이나 라이프스타일에 따라 다른 소비동향을 보임
 - 프랑스 내에서 여성보다 남성의 즉석식품 소비가 높고, 다른 연령대 보다 고령 인구 층의 즉석식품 소비량이 높음
 - 즉석식품이 많은 시간을 들이지 않고 간편하게 조리해 먹을 수 있다는 장점 덕분에 노동자들의 즉석식품의 소비량이 상당히 크게 나타남

“한국 음식의 인지도 아직 미미한 수준”

KEY INFO

프랑스 인들에게 아직 한국 음식은 널리 알려지지 않았음. 대형 유통매장 채널을 이용한 홍보가 필요함

- 프랑스에서 아직 한국 냉동식품에 대한 현지 인지도는 미미함
 - 프랑스인 중 71%가 한국 요리에 대해 잘 알지 못함
 - 한국 냉동식품은 주로 한국 식품점에서만 유통해 프랑스인에게는 생소한 편임. 하지만 한국 식품에 대한 이미지는 건강식이라는 이미지가 강해 좋다는 인식이 대부분임
 - 무역 서비스 Tebah 뉴스에 따르면, 현재 프랑스 대형 유통매장이 한국 냉동제품에 관심을 보이고 있음
 - 현재 Mr. MIN이라는 한국 브랜드가 E Leclerc라는 대형마트에 한국 냉동만두를 유통하고 있음. 해당 브랜드는 100% 야채 냉동만두로 프랑스 내에서 인지도를 높이고 있음.
- 프랑스 소비자가 가장 선호하는 냉동식품 브랜드는 Picard, Findus, Bonduelle 등임
 - Picard는 프랑스 내에 900여 개의 매장을 가지고 있으며, 냉동식품에 대한 소비자의 인식을 바꾸어 놓은 대표적인 브랜드로 소비자의 높은 신뢰를 받고 있음
 - Findus는 현재 가장 주목받으며 급성장 중인 브랜드로 천연 재료와 신선함을 어필하며 생선, 감자 관련 냉동제품에서 독보적으로 성장하고 있음
 - 프랑스 내에서 냉동 만두는 아시아마켓에서 주로 팔리고 있으며, 주요 하이퍼마켓에는 냉동만두 제품은 거의 없음

시장트렌드 출처

- 프랑스 냉동식품 전문 매체 Lemonedusurgele(www.lemonedusurgele.fr)
- 프랑스 경제 소비전문지 LSA
- 한국 농수산 식품 유통공사 - 프랑스의 아시아 식품 시장동향 (2014. 07)
- 글로벌 정보 사이트 giikorea(www.giikorea.co.kr)
- 유럽 데이터 정보 Euromonitor International
- Food and Agriculture Organisation of The United Nations
- 무역서비스 사이트 Tebah (<http://tebah153.com/>)

III

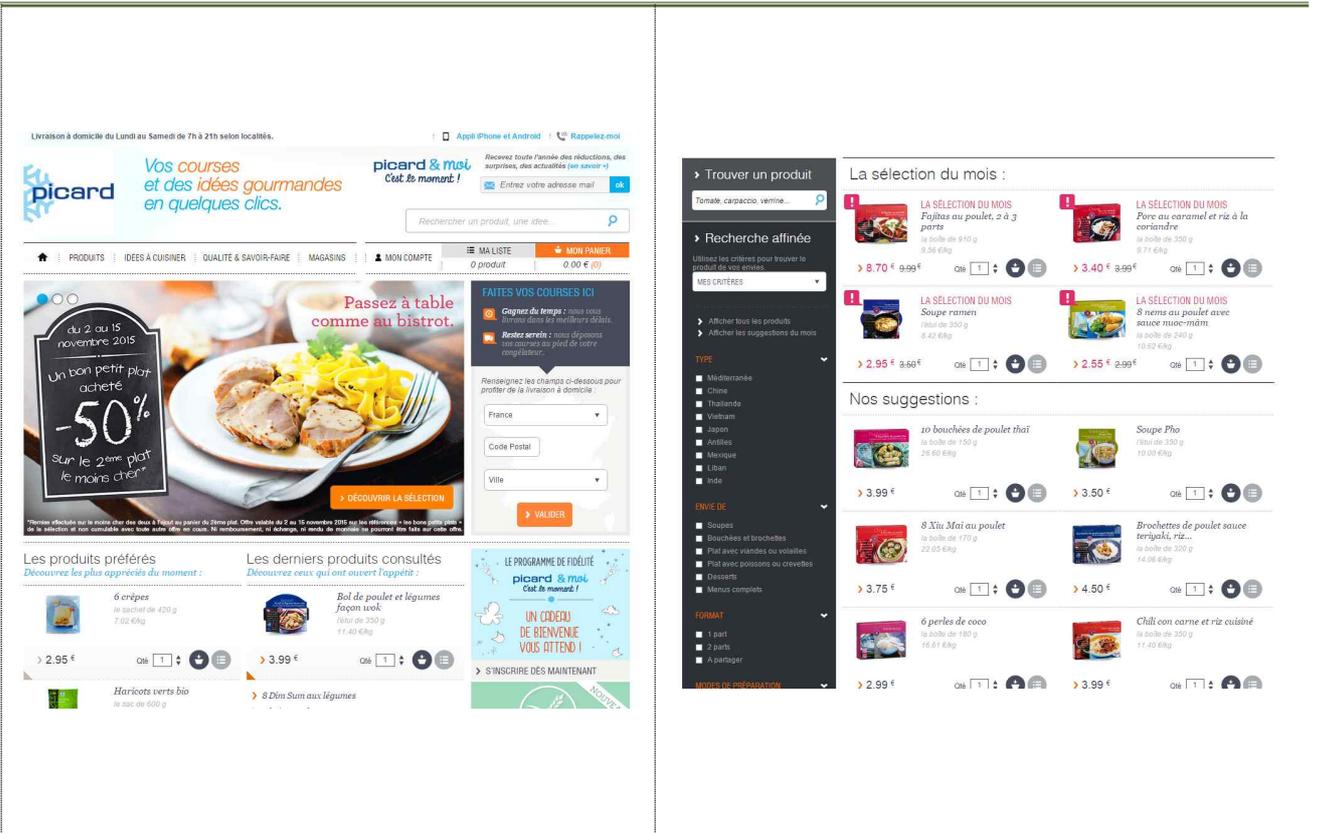
경쟁제품 현황

1. 프랑스 온라인 매장 정보
2. 프랑스 만두 경쟁제품 가격현황
3. 프랑스 온라인 매장 조사 결과

1. PRODUCT INFORMATION - 프랑스 온라인 매장 정보

SHOP #1. Picard

이미지



< Picard online 매장 >

주소

<http://www.picard.fr/>

규모

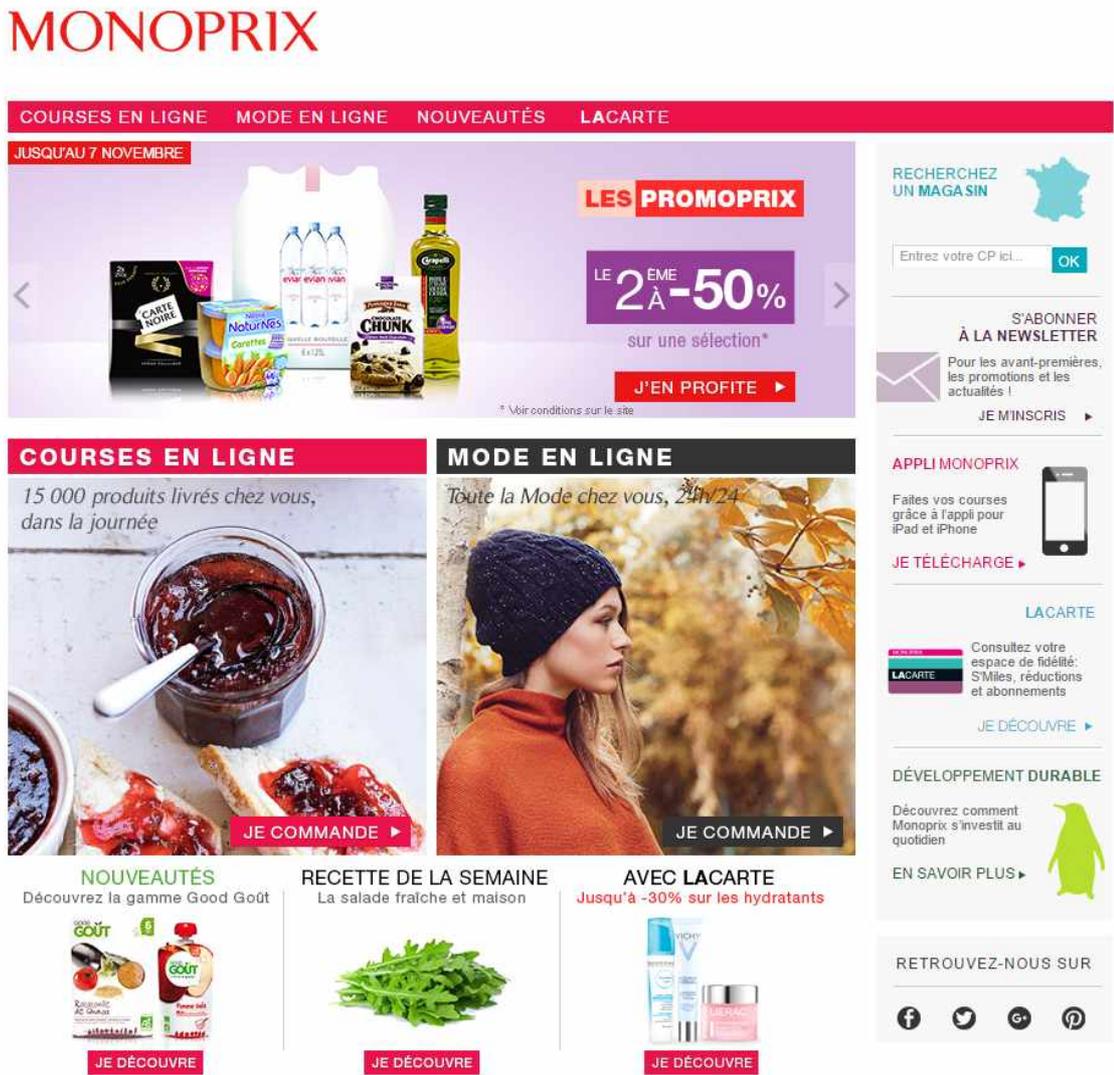
- 전 세계적으로 900여개의 매장을 보유함
- 약 700개의 다양한 제품을 판매하고 있음

기업 정보

- Picard社는 프랑스 냉동식품 시장의 30%를 차지하고 있으며 지속적인 증가추세에 있음. 냉동식품 전문 1위업체임
- www.picard.fr는 Picard社가 운영하는 온라인 매장임
- 식품류는 야채, 과일, 육류, 생선, 파이 류, 아이스크림 등 다양한 냉동 제품군을 판매하고 있음
- 요리법을 알려주는 페이지도 만들어놓아 소비자들에게 요리 정보를 제공하고 있음
- 냉동식품 중 만두와 가장 비슷한 제품은 중국의 딤섬제품으로 4개의 제품이 판매되고 있음

SHOP #2. Monoprix

이미지



< Monoprix online 매장 >

주소

http://www.monoprix.fr/

규모

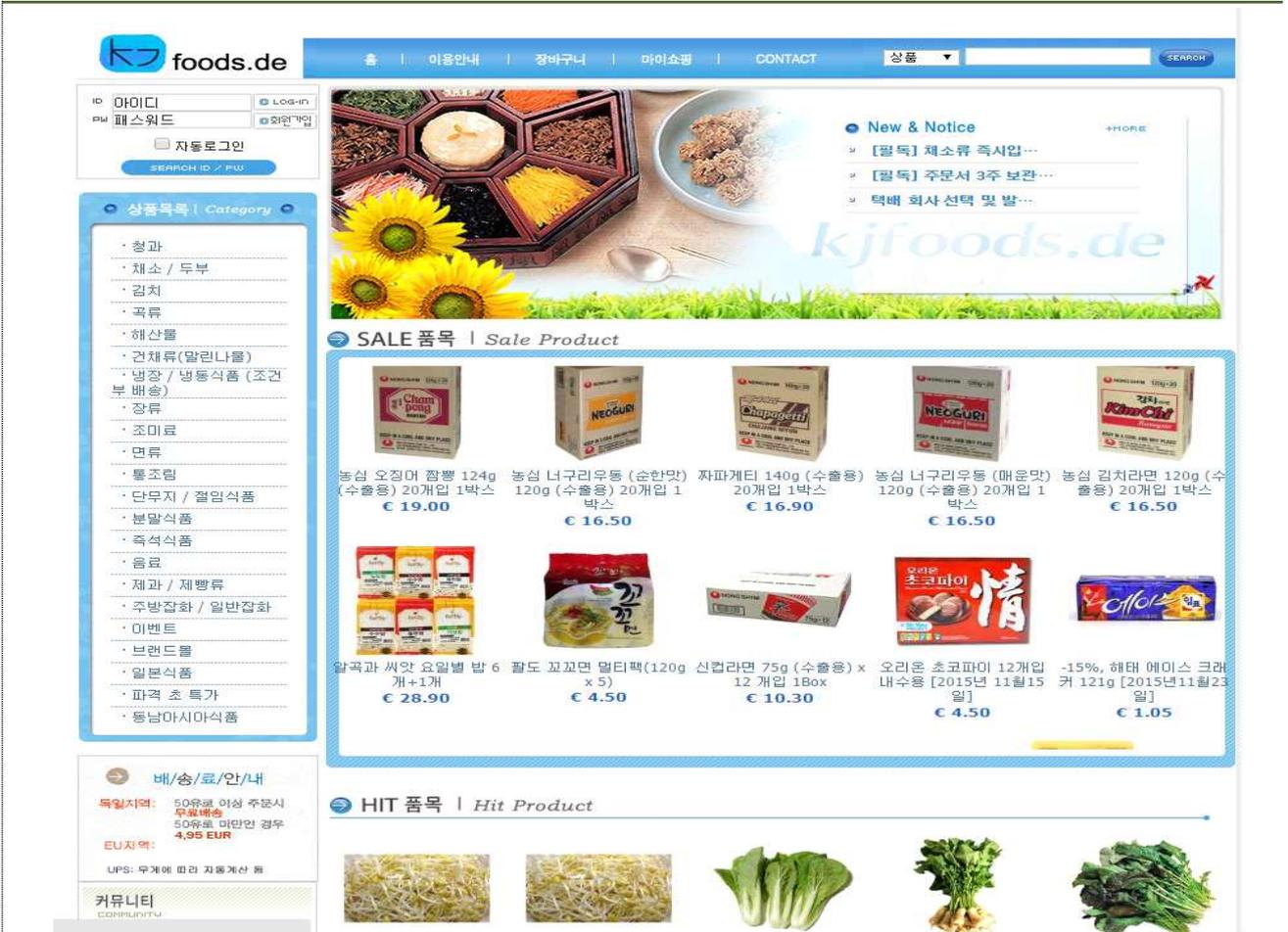
- 프랑스 현지 내 300여개의 지점을 보유 중임
- 20,000여명의 종사자 보유

기업
정보

- Casino와 Galeries Lafayette Group에 소속되어 있으며, Monoprix Group社의 Online 사이트임
- 식품류가 가장 많고 식품류 외에도 건강 및 미용 용품, 주택 생활용품, 패션용품 등 다양한 제품군을 판매하고 있음
- 식품류는 제과, 냉동식품, 신선 식품, 기능성 식품, 건조식품, 음료 등을 판매하고 있음
- 냉동식품 군에는 피자나 아이스크림, 즉석요리식품 등을 판매하고 있음
- 냉동 만두와 가장 비슷한 식품으로는 새우 살로 속을 채운 중국식 딤섬과 같은 라비올리 제품이 있음

SHOP #3. Kjfoods

이미지



< kjfoods online 매장 >

주소

http://www.kjfoods.de/

규모

- 1,300개 이상의 품목을 판매중임

기업
정보

- 대표자는 한국인이며 2008년 설립됨
- 독일 뮌헨지역에 식품창고가 있는 유럽 내 한국식품 쇼핑몰임. 유럽 전 지역으로 배송 가능함
- 한국 식품 외에도 일본식품이나 동남아 식품을 판매하고 있으며, 일반잡화류도 취급함
- 냉동식품에는 만두, 반찬, 해산물, 젓갈, 즉석 면 요리, 채소, 과일, 어묵 류 등을 판매하고 있음
- 50유로 이상 주문 시 무료배송을 제공하며, 50유로 미만인 경우는 배송비 4.95유로가 추가됨
- 냉동식품 발송 시 문 수량에 따라 아이스박스, 아이스 팩 등의 포장 서비스를 지원함. 냉동포장에 대한 추가비용은 없음

2. PRODUCT INFORMATION – 프랑스 만두 경쟁제품 가격현황

프랑스 Picard 가격 현황 (2015년 10월 29일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (kg당 가격)	이미지
Dumpling					
8 Hsia Long Pao	CUSINE EVASION	네덜란드	150g	€ 3.99 (€ 26.60)	
8 Dim Sum aux légumes			170g	€ 3.20 (€ 18.82)	
8 Xiu Mai au poulet		태국	170g	€ 3.75 (€ 22.05)	
8 Hacao			170g	€ 3.99 (€ 23.47)	

2015년 10월 29일 기준 1 유로(EUR) = 1,252.31원

프랑스 Monoprix 가격 현황 (2015년 10월 29일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (kg당 가격)	이미지
Dumpling					
Raviolis vapeur aux crevettes et au crabe	Tradition d'Asie	프랑스	240g	€5.80 (€24.27)	
Tortellini à pôler Jambon-Emmen- tal	Lustucru		300g	€ 3.25 (€10.83)	
Plateau dégustation	Tradition d'Asie		300g	€ 6.41 (€21.37)	

프랑스 Kjfoods 가격 현황 (2015년 10월 29일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (kg당 가격)	이미지
Dumpling					
복만두	엄지식품	한국	500g	€4.89 (€9.78)	
물만두	미소리		450g	€3.48 (€7.73)	
부추잡채 군만두	생가득		700g	€7.79 (€11.13)	
야채가득물만두	풀무원		700g	€9.54 (€13.62)	
백설군만두	CJ		500g	€5.97 (€11.94)	

3. ONLINE RESEARCH RESULTS - 프랑스 온라인 매장 조사 결과

※ Summary

- 프랑스의 주요 하이퍼마켓인 Auchan, Carrefour, E.Leclerc, intermarche의 Online 매장을 조사한 결과, 냉동 만두는 판매하지 않는 것으로 조사되었음
- 프랑스에서 냉동 만두 제품은 대부분 아시안 마켓이나, 한인마트에서 유통되고 있는 경우가 많음
- Picard에서는 대부분 중국, 일본 등의 아시아 면 요리 제품을 판매하는데, 냉동만두제품은 판매하지 않았고 중국의 딤섬제품을 판매하고 있음
- 딤섬제품은 150g, 170g으로 판매되고 있었고, 종이 상자에 포장됨
- 유럽 내에서 이용 할 수 있는 온라인 한인마켓에는 많은 종류의 냉동만두가 있음
- Kjfoods에서 판매하는 냉동만두는 450g ~ 700g로 대부분 700g으로 판매되고 있음
- kg당 가격은 €7.73 ~ 26.60으로 다양한 가격대로 판매되고 있음

IV

유통구조

1. 프랑스 수입식품 유통구조 및 현황
2. 프랑스 냉동즉석식품 유통채널별 점유율

1. DISTRIBUTION INFORMATION - 프랑스 수입식품 유통구조 및 현황

“대형식품유통업체가 발달한 프랑스 식품 유통구조”

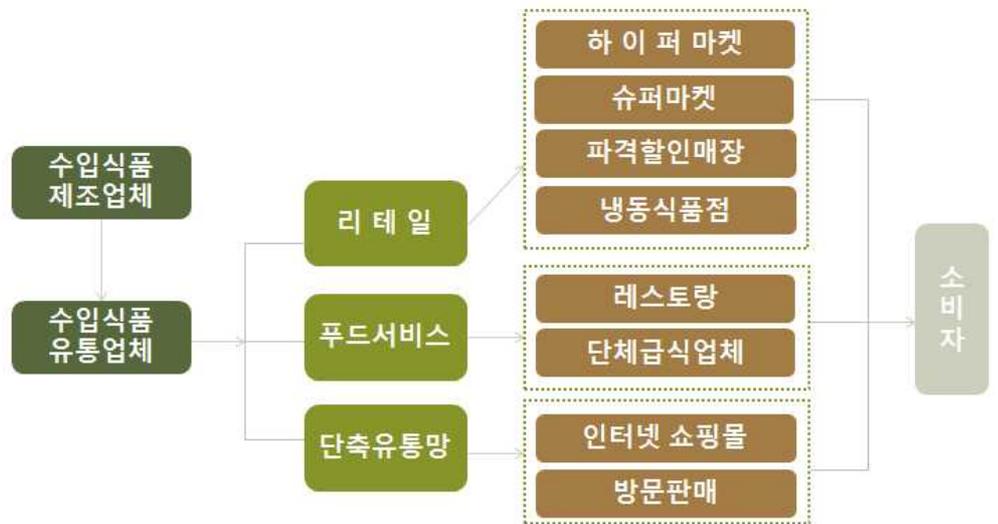
□ 프랑스의 식품 유통 구조는 크게 리테일과 푸드서비스로 나누어져 있음

- 리테일은 슈퍼마켓, 대형마켓, 소형매장등과 같은 유통업체를 말함. 프랑스 식품 소매 유통 채널 중 가장 많은 점포수를 지닌 유통채널은 슈퍼마켓임. 주로 도심에 퍼져있고, 2007년 이후 점포수가 증가추세임
- 리테일 유통은 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 파격할인매장이 주를 이루는 대형 식품매장이 지배적임. 특히, 하이퍼마켓과 슈퍼마켓 형태는 6개의 주요 그룹의 점유율이 80%이며 중대형마트가 주를 이룸
- 푸드서비스는 레스토랑이나 단체급식을 말함. 2012년 외식산업시장은 지난 10년 동안 증가하여 매출량이 690억 유로로 집계됨
- 이외에도 단축유통망인 인터넷 쇼핑물, 방문판매 등 다양한 유통매장이 발전하고 있음. 인터넷 쇼핑물의 식품시장 점유율은 약 6%로 집계됨
- 특히, 식품 소매유통 중 냉동식품점이 따로 존재하는데, 소형 슈퍼마켓과 냉동식품점의 식품 시장 점유율이 약 7.4%로 집계됨

KEY INFO

프랑스는 대규모 소매유통이 발달한 나라로, 식품의 70% 이상이 리테일로 유통되고 있으며 나머지는 푸드 서비스 업체 (레스토랑, 단체급식업체 등)로 유통되고 있음

< 프랑스 수입 냉동식품 유통구조 >



출처 : 자체조사 종합

KEY INFO

프랑스 슈퍼마켓 특징

- 현지기업이 외자계기업보다 높은 시장 점유율을 보임
- 기존 매장의 브랜드 통합 작업을 통해 소형 매장의 경쟁력을 높임
- 이동형 매장개발을 진행중임
- 접근성 증대를 위해 철도역사(SNCF)에 입점하는 사례가 생기고 있음

< 프랑스 업종별 주요 소매기업 (소매체인 브랜드명) >

구분	현지기업	외자계 기업
하이퍼마켓	· Auchan · Leclerc · Carrefour · Casino	· Tesco
슈퍼마켓	· Super U · Carrefour Market · Intermarche · Monoprix	· Atac · Docks de France · Sainsbury's Calais · Tesco Vin Plus
파격 할인매장 (Hard Discounter)	· Leader Price · ED	· Lidl

출처: 프랑스 상공회의소, Chambre de Commerce, France, 2013

□ 프랑스 현지기업인 Carrefour社와 Casino社는 다양한 유통체인 계열사를 운영하고 있음

- Carrefour社의 경우 국제적인 하이퍼마켓 체인을 보유하고 있으며, 업계 최대의 기업으로, 전세계 매출액 기준 Wal Mart, Tesco에 이어 3위임
- Casino社 역시 대규모 소매 유통업체로 슈퍼마켓인 Monoprix, Francprix를 보유하여 신선식품 유통에 집중하고 있음

< 프랑스 슈퍼마켓 전경 >



출처 : 매장별 홈페이지

□ 프랑스 5대 유통그룹에는 Carrefour, Leclerc, System U, ITM Entreprise, Groupe Casino가 있음

- Carrefour社와 Leclerc社는 프랑스 식품 유통 시장을 장악하고 있으며, 대형 식품유통업체 전체 매출액의 40%를 차지하고 있음. Carrefour社는 프랑스 내 1위 유통업체로 전체 약 21%, Leclerc社는 약 17% 시장점유율을 차지함
- 프랑스 대형마트인 Carrefour나 E Leclerc 등 대형 유통망을 연결해 제품을 소비자에게 선보이면 인지도를 올릴 수 있음

< 프랑스 대형 유통업체 식품 계열사 현황 >

업체명	납품 업체
Carrefour	Carrefour Market, Shoop
Leclerc	Leclerc, Coup
ITM Entreprise	InterMarche, Netto
Groupe Casino	Casino, Francprix, Leader-Price, Monoprix
System U	Super U
Auchan	Auchan, Simply Market, Atac

□ 프랑스 내 냉동식품 전문 유통업체는 아래와 같음

<프랑스 냉동식품 전문 유통업체 >

업체명	개요
냉동식품 전문점	냉동식품 시장의 유통점유율 30%를 차지하고 있으며 지속적인 증가추세임. 냉동식품 전문 1 위 업체는 피카르(Picard)임. 프랑스에 850개의 매장을 소유하고 있으며, 현재 시장점유율은 19%임. 아시아, 멕시코 등 다양한 제품을 취급함
냉동식품 배달점	냉동식품 시장의 20%를 차지함. 해당업체로는 투파젤(Toupargel)과 막시모(Maximo)가 있음. 막시모는 식료품과 냉동식품을 집까지 배달해 주는 업체이며, 50개의 매장을 소유하고 있음. 투파젤 그룹은 냉동식품 원거리 주문·배달 전문 업체임
대형마트	냉동식품 시장의 50%를 점유하고 있으며 대형마트의 냉동식품 판매 동향은 대형마트별로 각기 다름

- 한국 냉동식품은 주로 한국 식품점을 통해서만 유통되고 있음

2. DISTRIBUTION INFORMATION - 프랑스 냉동즉석식품 유통채널별 점유율

“프랑스 유통매장 내 슈퍼/하이퍼마켓 강세”

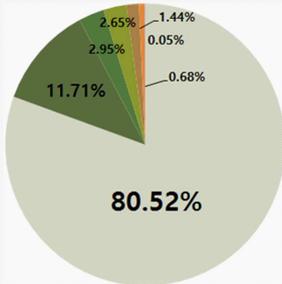
□ 데이터모니터에 따르면, 2014년 프랑스 냉동즉석식품(Frozen ready meals)시장에서 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 유통채널은 80.52%를 차지한 슈퍼마켓/하이퍼마켓으로 집계됨

- 2011년~2014년 유통채널별 점유율은 4년 모두 같은 수치를 보이며 슈퍼마켓/하이퍼마켓의 비율이 그만큼 크다는 것을 보여줌

- 개인 소매점의 2014년 점유율은 11.71%를 차지하며 2위에 랭크되었으며, 편의점의 경우 2.95%를 차지하며 미미한 점유율을 차지하고 있는 것으로 파악됨

KEY INFO

2014년 프랑스 냉동 즉석식품 유통채널별 점유율 그래프



- 슈퍼마켓/하이퍼마켓
- 개인 소매점
- 편의점
- 전문 판매점
- 서비스 스테이션
- 백화점(면세점 포함)
- 창고형 할인 매장

출처 : Data Monitor

< 프랑스 냉동즉석식품 유통채널별 점유율 >

(단위 : %)

유통채널 ²⁾	2011	2012	2013	2014
슈퍼마켓/하이퍼마켓	79.20	79.65	80.09	80.52
개인 소매점	12.19	12.03	11.87	11.71
편의점	2.66	2.76	2.85	2.95
전문 판매점	3.77	3.40	3.02	2.65
서비스 스테이션	1.32	1.36	1.40	1.44
백화점(면세점 포함)	0.80	0.76	0.72	0.68
창고형 할인 매장	0.05	0.05	0.05	0.05

1) 유통채널

- 슈퍼마켓/하이퍼마켓(Supermarkets / Hypermarkets) : 식료품, 일용 잡화, 의료품, 화장품 등의 가정용품을 모두 갖추어 놓고 판매하는 매장으로 E-Mart를 예로 들 수 있음
- 개인소매점(Independent Retailers) : 개인 소유의 소매점으로 대개 가족사업으로 이루어짐. 체인은 10개 미만이어야 함
- 편의점(Convenience Stores) : 고객 편의를 위하여 24시간 문을 여는 잡화점으로 7-ELEVEN을 예로 들 수 있음
- 전문 판매점(Specialist Retailers) : 한 가지 특정 제품만 판매하는 매장으로 서점을 예로 들 수 있음
- 서비스 스테이션(Service Stations) : 주유소 옆에 있는 작은 편의점
- 백화점(Department Stores) : 여러 가지 상품을 부문별로 나누어 진열 및 판매하는 대규모의 현대식 종합 소매점으로 MARKS & SPENCER를 예로 들 수 있음
- 창고형 할인매장(Cash & Carry and Warehouse clubs) : 매장을 단순화해 창고 형으로 꾸미고 식품, 생활용품 등 각종 상품들을 시중가보다 파격적으로 싼값에 묶음 형으로 판매하는 매장으로 Costco를 예로 들 수 있음

V

라벨링 및 식품첨가물

1. 프랑스 냉동식품 라벨링 정보
2. 프랑스 냉동식품 첨가물 정보

1. LABELING & FOOD ADDITIVE INFORMATION - 프랑스 냉동식품 라벨링 정보

□ 프랑스 라벨링 규정

- EU 회원국의 라벨링 규정은 European Commission의 책임아래 식품 위원회의 보조로 실행되고 있음
- 현재 EU내에서 유통되는 모든 제품은 소비자들의 건강, 안전 및 이득을 보호해야하며, 정해진 제품정보(내용물, 성분, 안전설명서, 특별 주의등)를 제공해야함
- 라벨링 표시사항은 모든 식품에 공통적으로 적용되는 의무 표시 사항과 제조사가 자발적으로 표기하는 선택적 표시 사항으로 구분할 수 있으며, 이 선택적 표기사항은 품목별로 상이함
- 시중 판매되는 식료품은 소비자들에게 정확한 정보를 제공하기 위해 의무적으로 라벨을 붙여야 하며 포장 방법에 따라 라벨 표기 의무가 다름
- 식품의 라벨 및 전시 그리고 광고와 관련한 유럽연합 국가별 규정들의 통합규정 : Directive N° 97/1 2/EEC

< 프랑스 라벨링 의무 표시사항 >

- 제품명
- 성분(list of ingredients) 및 성분함량 또는 성분 카테고리 : 함량이 높은 순으로 표기, 성분 카테고리 및 특정 성분 순으로 표기
- 알레르기 유발 성분
- 유효기간
- 보관방법
- 제조회사 이름 및 주소 또는 EC 내 수입 / 판매 업자
- 사용방법(사용방법 부재 시 식품의 이용이 어려울 경우)
- Net Quantity
- 영양성분
- 알코올 도수(1.2% 이상의 알코올 음료에만 해당)
- 원산지
(원료의 일부가 제품의 원산지와 달라 잘못된 정보를 줄 수 있을 경우)

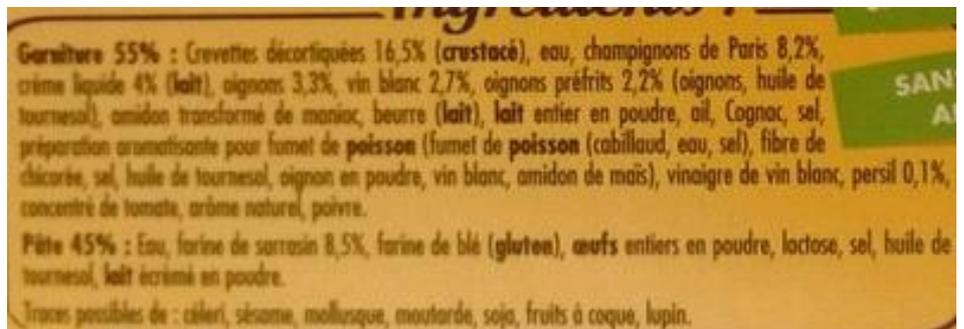
출처 : European Commission (유럽 식품위원회)

< 프랑스 라벨링 표시사항 상세 >

	항목	설명
1	표기 언어	프랑스어
2	글자 크기	글자크기 : 1.2mm ~ 0.9mm 의무표기
3	제품명 또는 설명	냉동식품일 경우 "냉동"을 반드시 언급해야하고, "해동시킨 제품을 재 냉동 시키지 마시오"라는 문구를 반드시 표기해야함
4	구성 성분	영양성분표시 필요. 중요 성분부터 표기 돼야함. (향료와 첨가물 포함). 식품성분의 25% 이상을 차지하는 모든 성분을 기록해야함. 라벨에 강조된 성분량을 반드시 표기해야함. 알레르기 유발 성분 목록도 필수 표기해야 함
5	순 중량	정확한 용량을 표기해야 함
6	제조사, 수입자, 포장자 또는 유통자의 상호 및 주소	이름, 주소 등. 하청 포장인 경우 EMB(포장규정코드) 작성 후 포장센터의 연락처를 표기해야함
7	원산지	국가, 지역, 도시를 표기할 수 있음. 대표적으로 소, 양, 염소, 그리고 돼지고기 및 유제품과 같은 가공품에 대하여 국가코드, 도시 및 행정구역 코드, 사육에 관한 고유번호를 기재함
8	포장일자, 유통기한	냉동식품은 «DLUO» 또는 «A consommer de préférence avant le: "되도록이면 ~ 전 소비"» 로 최소보존기한을 표시함

출처 : KATI (www.kati.net)

< 냉동식품 라벨 예시 >



출처 : 전세계라벨링정보(fr-en.openfoodfacts.org)

KEY INFO

알레르기 유발 성분
총 14가지

- 글루텐
- 감각류
- 달걀
- 물고기 (물고기 젤라틴 제외)
- 땅콩
- 콩
- 우유
- 견과류
- 셀러리
- 겨자
- 깨
- 이산화황
- 루핀
- 연체류

2015년 7월 1일부터
식품포장시 알레르기
유발성분 표시 의무화

2. LABELING & FOOD ADDITIVE INFORMATION - 프랑스 냉동식품 첨가물 정보

KEY INFO

식품 첨가물 규제

첨가제의 종류는 특정 이름 또는 EEC 번호에 맞게 그 카테고리 분류에 따라 나타나야 함

EEC(European Economic Community)
유럽경제공동체

□ 첨가제 종류는 특정 이름 또는 EEC 번호에 맞게 그 카테고리에 따라 분류하여 작성해야 함

- 카테고리 : 색소, 방부제, 산화 방지제, 유화제, 안정제, 맛 강화제, 산도 조절제, 변성 전분, 감미료, 습윤제 등

- 새로운 식품 첨가물 규정은 Reglement N° 258/97/EEC이며, 프랑스 냉동식품 내 허가된 식품 첨가제 리스트는 다음과 같음

< 프랑스 냉동식품 내 허가된 식품첨가제 리스트 >

항목	내용	최대 용량
냉동식품	E452 Polyphosphates	5g/kg
	E621 Glutamate monosodique	QS
	E426 Hémicellulose de soja	10g/kg
	E954 Saccharine et sels de Na, K et Ca	100mg/kg
	E322 Lécithines	QS
	E315 Acide érythorbique	500mg/kg
	E420 Sirop de sorbitol	QS
	E522 Sulfate d'aluminium potassique	200mg/kg

출처 : 프랑스 헌법 정보사이트 Legifrance(www.legifrance.gouv.fr)

- 자세한 식품 첨가물 검색은 하기에 프랑스어로 검색 가능함

http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do%3Bjsessionid=DB38A4996122419ED4EC649263CEFEAA.tpdjo17v_3?cidTexte=LEGITEXT000022192579&dateTexte=20130215

