페루 안테나숍 K-Food Shop

마켓테스트 결과

페루 안테나숍 K-Food Shop 개요

- ❖ 운영국가(도시) : 페루(리마)
- ❖ 운영제품 : 농심 라면 외 200여종 제품
- ❖ 운영기간 : 2015. 4.25~11.30일
- ❖ 운영장소 : JR. PARURO 709, CERCADO DE LIMA, PERU

마켓테스트 추진 개요

❖ 설문조사 방법 : ① Facebook 온라인

② 홍보행사 방문객 대상 시식반응 조사

❖ 설문내용 : ① 한국식품에 대한 이미지, 안테나숍 방문 동기 등

② 시식제품의 맛 평가

❖ 설문기간 : 2015. 10~11월

❖ 설문응답자 : ① 온라인채널 응답자 440명 / ②시식응답자 580명 (품목당 100~120명, 5품목)

❖ 온라인 설문 채널 : https://docs.google.com/forms/d/1IlXUmtKS8QFDzKz7KT5g8AoOzLwNd-47sXggq93kdPA/viewform?c=0&w=1

마켓테스트 설문지 - 온라인

1. 당신이 속한 연령대는?
① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50이상

2. 성별은? ① 남 ② 여

3. 한국'에 대해 가장 많이 아는 것은 무엇입니까?
① K-POP ② 한국식품 ③ 스포츠(축구, 스케이팅 등) ④ 관광지 ⑤ 기타

4. K-Food Shop은 어떻게 알고 방문하게 되었습니까?
① Central Lima 방문으로 ② SNS(K-Food Facebook) 를 통해 ③ 주변권유로
④ 시식・시음 이후 관심이 생겨서 ⑤ 기타

5. 한국식품 구매 경험이 있습니까?
① 예(5-1, 5-2로) ② 아니오(6 으로)

5-1. 한국식품 구매빈도(월단위)는?
① 거의없다 ② 1~2회 ③ 3~5회 ④ 매주 1회 이상 ⑤ 매주 2회 이상

5-2. 한국식품 중 가장 많이 구매하는 제품군은?
① 음료류 ② 제과류 ③ 라면류 ④ 소스류 ⑤ 냉동식품(아이스크림포함)

마켓테스트 설문지 - 온라인

6. 한국식품에 대한 정보는 어디서 얻습니까?
① TV 또는 드라마 ② 주변 친구 ③ SNS ④ 인터넷매체 ⑤ 기타

7. 한국식품의 장점은 무엇입니까?
① 맛이 자극적이지 않다 ② 몸에 좋을 것 같다 ③ 포장디자인이 좋다
④ 페루에서 볼 수 없는 새로운 제품이다 ⑤ 기타

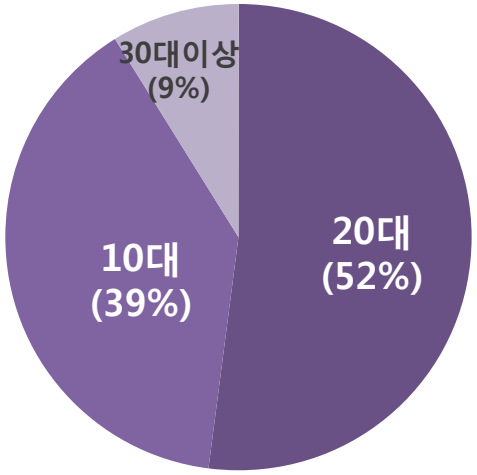
8. 한국식품의 단점은 무엇입니까?
① 비싸다 ② 맛이 생소하다 ③ 판매처가 많지 않다
④ 포장표기가 Spanish로 되어 있지 않다 ⑤ 기타_____

9. 한국식품을 구매하는데 K-POP의 영향을 받았습니까?
① 예 ② 아니오

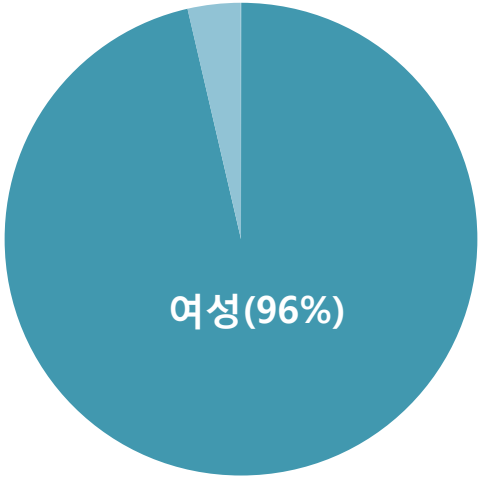
10. 한국식품을 다시 구매할 의향이 있습니까?
① 예 ② 아니오

온라인설문결과

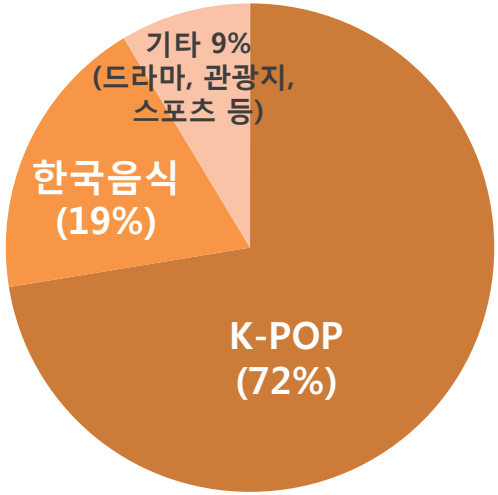
- ❖ 설문 응답자(K-Food Shop 페이스북페이지 방문자)는 **20대, 여성**이 가장 많음
- ❖ **한국에 대한 가장 인지도가 높은 것은 K-POP(72.4%)** 이며 **한국식품 구매에 K-POP이 영향을 미친다고 생각하는 소비자가 66.8%**임
- ❖ 설문 응답자 중 94%가 한국식품 구매 경험이 있다고 응답



< 연령대 >



< 성별 >

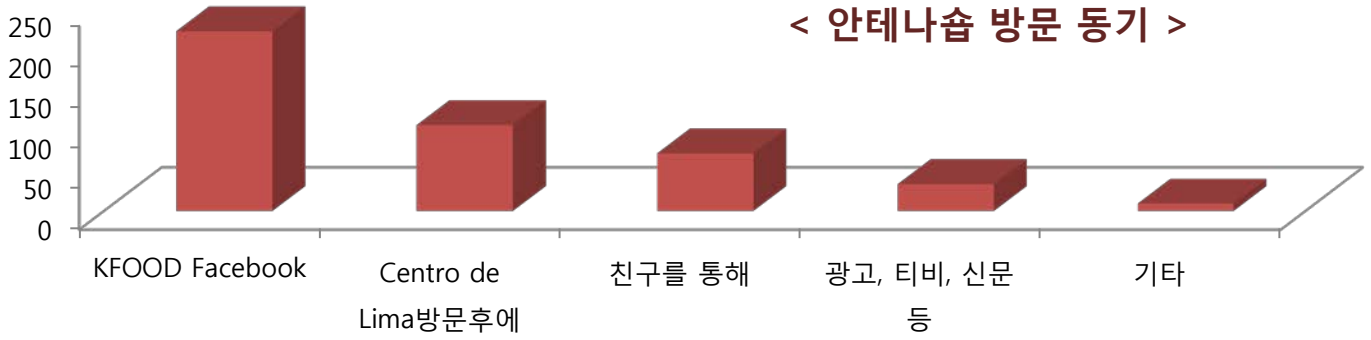


< 한국관련 관심정보 >

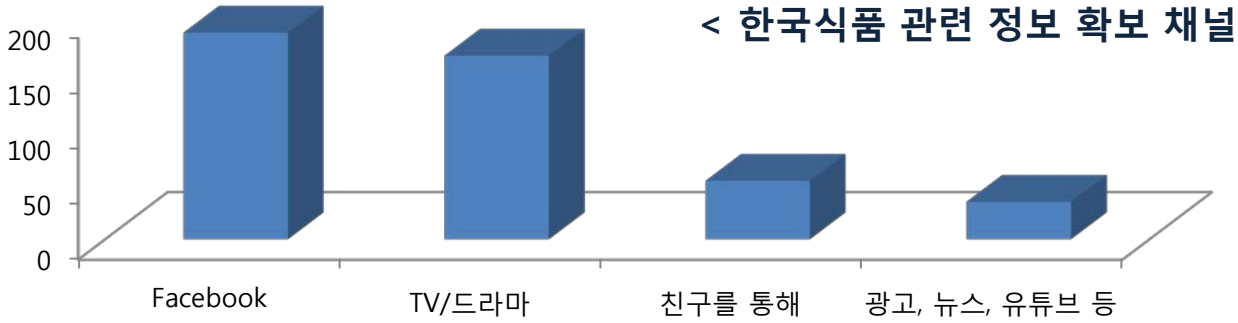
온라인설문결과

- 설문 K-Food Shop(안테나숍) 방문동기는 **Facebook 페이지를 통해서가 50.2%, 센트로 리마 방문을 통해서가 24%임**
- 한국식품에 대한 정보 습득 채널로 **Facebook이 43%, TV 또는 드라마가 38%**로 나타나 **페이스북 페이지 홍보가 가장 효과 있는 것으로 나타남**

< 안테나숍 방문 동기 >



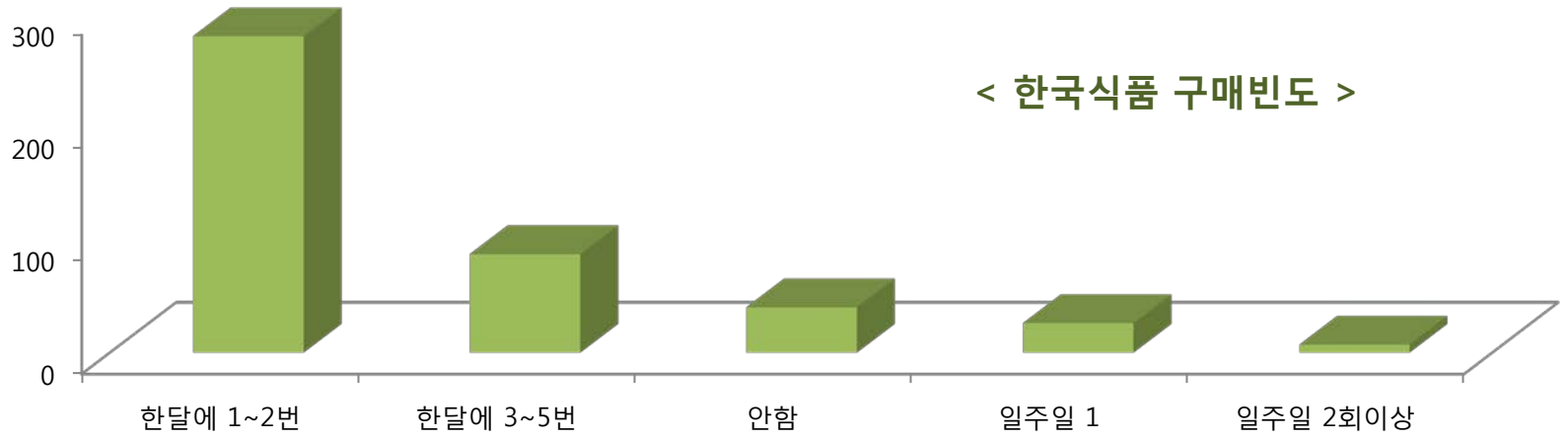
< 한국식품 관련 정보 확보 채널 >



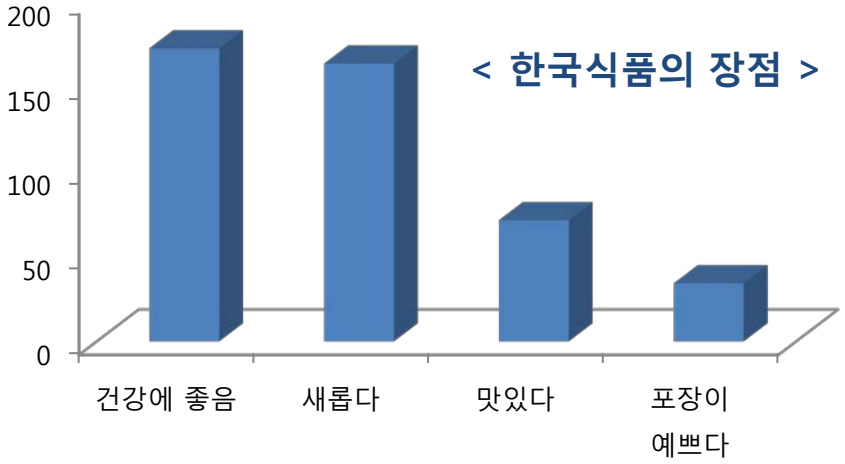
온라인설문결과

- **한국식품 구매빈도는 한달에 1~2회(64%)**가 가장 많으며 구매경험이 없는 소비자도 9%가 있었음
- 구매 제품은 스낵(38%), 라면류(32%)가 가장 많음
- 한국식품의 **가장 큰 장점으로 건강에 좋다라고 응답한 소비자가 가장 많았으며(39%), 맛이 새롭고(37%) 좋다(16%)** 고 응답함
- 반면, 한국식품의 **단점으로는 주변에서 찾기 힘들다(45%)고 응답한 소비자가 가장 많았으며 비싸고(29%), 스패니쉬 표기가 안되어 있는 점(19%)** 등을 꼽음
- 다시 한국식품을 구매할 의향 여부로서, 99.8%가 구매하고 싶다고 응답하여 한국식품이 페루 시장에서 맛과 품질로 시장확대 가능성을 보여줌

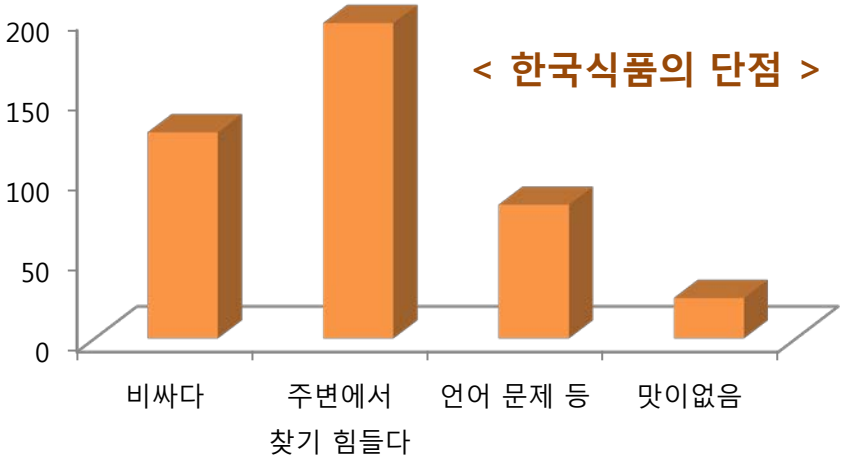
온라인설문결과



< 한국식품 구매빈도 >



< 한국식품의 장점 >



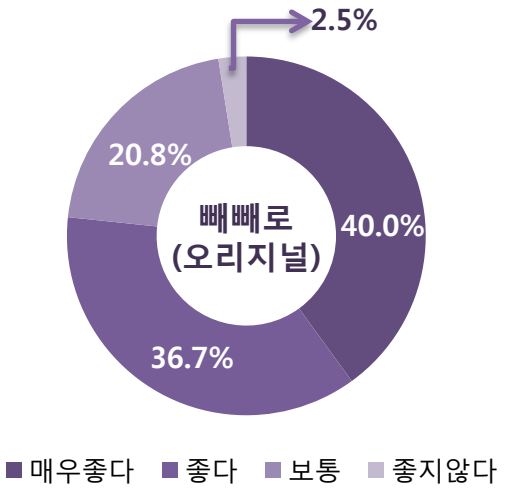
< 한국식품의 단점 >

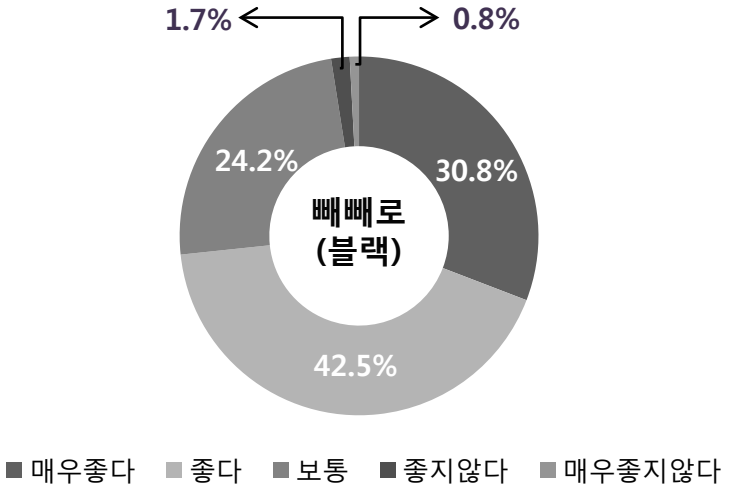
제품별 시식결과

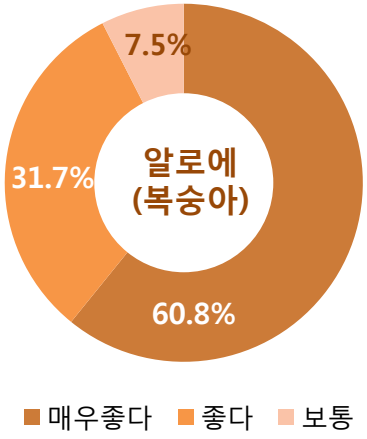
- Hola, Corea 2(11/21) 행사 참석자 대상 음료(알로에음료 2종), 제과(빼빼로 2종), 면류(신라면) 시식을 통해 제품 선호도 조사
- 제품별 100~120명 시식후 맛 선호도 조사 결과, 전반적으로 한국제품 맛에 대해 좋다는 의견이 가장 많으나 그중에서도 알로에음료가 가장 맛이 좋아하는 것으로 조사됨
- 매운맛이 강한 신라면은 너무 맵거나 자극적이라는 의견이 있었으며, 제과류는 초콜렛이 부족하다는 의견이 있었음

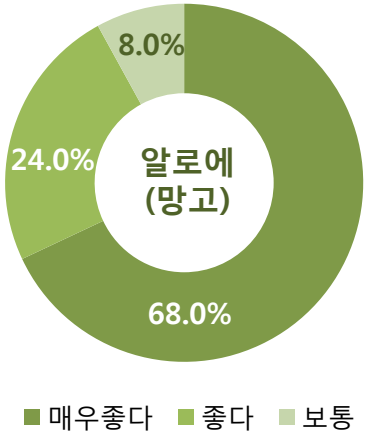
시식제품	응답자
알로에음료(복숭아맛)	120명
알로에음료(망고맛)	100명
빼빼로(오리지널)	120명
빼빼로(블랙)	120명
신라면(	120명

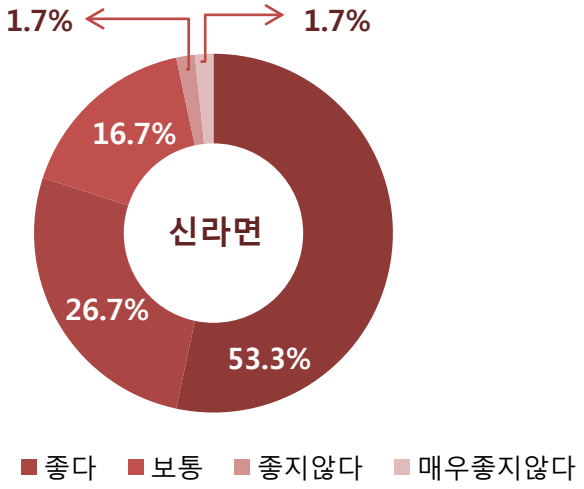
제품별 시식결과


2.5%
20.8%
빼빼로
(오리지널)
40.0%
36.7%
매우좋다
좋다
보통
좋지않다


1.7%
0.8%
24.2%
빼빼로
(블랙)
30.8%
42.5%
매우좋다
좋다
보통
좋지않다
매우좋지않다


7.5%
31.7%
알로에
(복숭아)
60.8%
매우좋다
좋다
보통


8.0%
24.0%
알로에
(망고)
68.0%
매우좋다
좋다
보통


1.7%
1.7%
16.7%
신라면
26.7%
53.3%
매우좋다
좋다
보통
좋지않다
매우좋지않다