

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202308-02
품목 | 석류 콜라겐 젤리(Pomegranate Collagen Jelly)
HS CODE | 2106.90-9099
국가 | 독일(Germany)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 독일 일반의약품 시장규모	06
2. 독일 식품보조제 시장규모	07
3. 독일 석류 콜라겐 젤리 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 파우더와 드링크, 캡슐 타입의 콜라겐 제품 빈출	11
2. '비타민C'와 '히알루론산' 등 영양성분 확인	12
3. 뷰티 효과와 건강 개선 효과 강조한 홍보문구 빈출	13
4. 인공첨가물 없는 콜라겐 제품에 대한 선호도 높아	14

IV. 유통채널

1. 독일 석류 콜라겐 젤리 유통채널 점유율	16
2. 독일 석류 콜라겐 젤리 주요 유통채널	17

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 독일 석류 콜라겐 젤리 통관 및 검역 절차	26
2. 독일 석류 콜라겐 젤리 품질 인증	28
3. 독일 석류 콜라겐 젤리 라벨링	30
4. 독일 석류 콜라겐 젤리 성분 및 유해물질	36

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 예스스타일(YESSTYLE)	39
2. 더글라스(Douglas)	42
3. 니케 뷰티(Niche Beauty)	45

VII. 시사점

1. 시사점	49
--------	----

※ 참고문헌	51
--------	----



HS CODE : 2106.90-9099

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

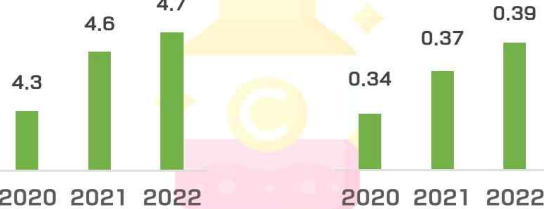
SUMMARY

독일 석류 콜라겐 젤리 시장

시장 현황

일반 의약품 시장규모

단위 : 십억 달러



식품보조제 시장규모

단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2106.90 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입 규모



시장 트렌드

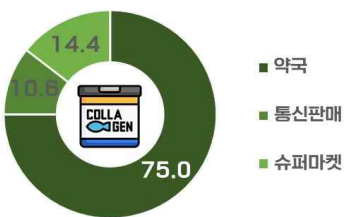
빅데이터 분석



* 독일 온라인쇼핑몰 콜라겐 제품 486건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
협정관세율 0%
사전 준비
수출업자 세관 등록

권장 사항



라벨링 유의사항

필수 표기사항
제품명, 원재료명, 첨가물, 순종량, 보관방법, 원산지, 조리방법, 사업자 정보, 영양 정보, 유통기한, 알레르기 유발물질, 독일어 표기 등

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 : YESSTYLE DOUGLAS NICHE-BEAUTY

Point 01.

콜라겐에 대한 수요 증가 독일 내 소비자들의 건강 및 미용에 대한 관심 증가로 콜라겐 보충제를 포함한 콜라겐 제품 수요 증가

주요 트렌드 알약, 캡슐, 음료에 타먹을 수 있는 파우더 등 다양한 형태의 콜라겐 제품과 맛이 첨가된 제품이 독일 내 여성 소비자들에게 인기

주요 홍보/마케팅 전략 TV광고, 인플루언서 마케팅, 콘텐츠 마케팅 등을 활용해 피부 및 웰빙 개선과 같은 콜라겐의 이점 강조

Point 02.

추천 유통채널 아시아 화장품을 전문으로 취급하는 온라인 채널이나 오프라인의 약국 및 드럭스토어, 슈퍼마켓 등으로 유통망 강화 추천

추천 셀링포인트 '일반 콜라겐 제품보다 뛰어난 흡수율로 더욱 효과적인 제품' 등 건강이나 피부 미용에 관련된 측면을 강조하여 판매

추천 인증 FDA, IS22000, HACCP, IFS, 유럽식품안전청 인증, 유기농 인증, 알레르기 관리 인증 등으로 제품의 안전성 및 신뢰성 제공

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 독일 일반의약품 시장규모
2. 독일 식품보조제 시장규모
3. 독일 석류 콜라겐 젤리 수입규모

1. 독일 일반의약품 시장규모

독일 국가 일반 정보¹⁾

면적	35만 7,580km ²
인구	8,323만 명
GDP	4조 1,000억 달러
GDP (1인당)	4만 9,084달러

▶ 독일 일반의약품 시장규모 6.1조 원, 연평균 1.8% 성장

2022년 기준 독일 일반의약품 시장규모는 6.1조 원에 달함. 최근 5년(2018-22년)간 평균 5.8조 원 규모이며, 해당 기간 연평균 1.8% 성장하였음. 2023년의 전년 대비 성장률은 약 3%로 다른 해보다 높은 편으로 확인됨

▶ 독일 일반의약품 시장규모, 향후 5년 3.5%씩 성장 전망

독일 일반의약품 시장은 2027년까지 연평균 3.5%씩 성장하여 2027년 7.3조 원 규모를 기록할 것으로 예상됨. 2021년 우리나라가 완제 의약품의 가장 많이 수출하는 국가는 독일인 것으로 나타남. 독일 시장 성장은 독일 수출을 목표로 하는 국내 기업에도 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상됨²⁾

[표 2.1] 독일 일반의약품 시장규모³⁾⁴⁾⁵⁾⁶⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022

2) 자료: 메디포뉴스(medifonews), 「작년 의약품 시장 규모 25조 이상... 전년 대비 9.6% 증가」

3) 조사제품 「석류 콜라겐 젤리」는 종합 비타민 제제, 미네랄, 비타민, 강장제 및 대구 간유와 같은 일반 판매용 천연 및 합성 식품 보충제임. 이에 제품의 종류와 원재료를 기준으로 「일반의약품」과 하위품목인 「식품보조제」 시장규모를 조사함

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 1달러=1,312.80원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 자료: 스태티스타(Statista), 「OTC Pharmaceuticals_Germany」, 2023.05

7) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 독일 식품보조제 시장규모

▶ 독일 식품보조제 시장규모 2022년 기준 5,119억 원, 성장세

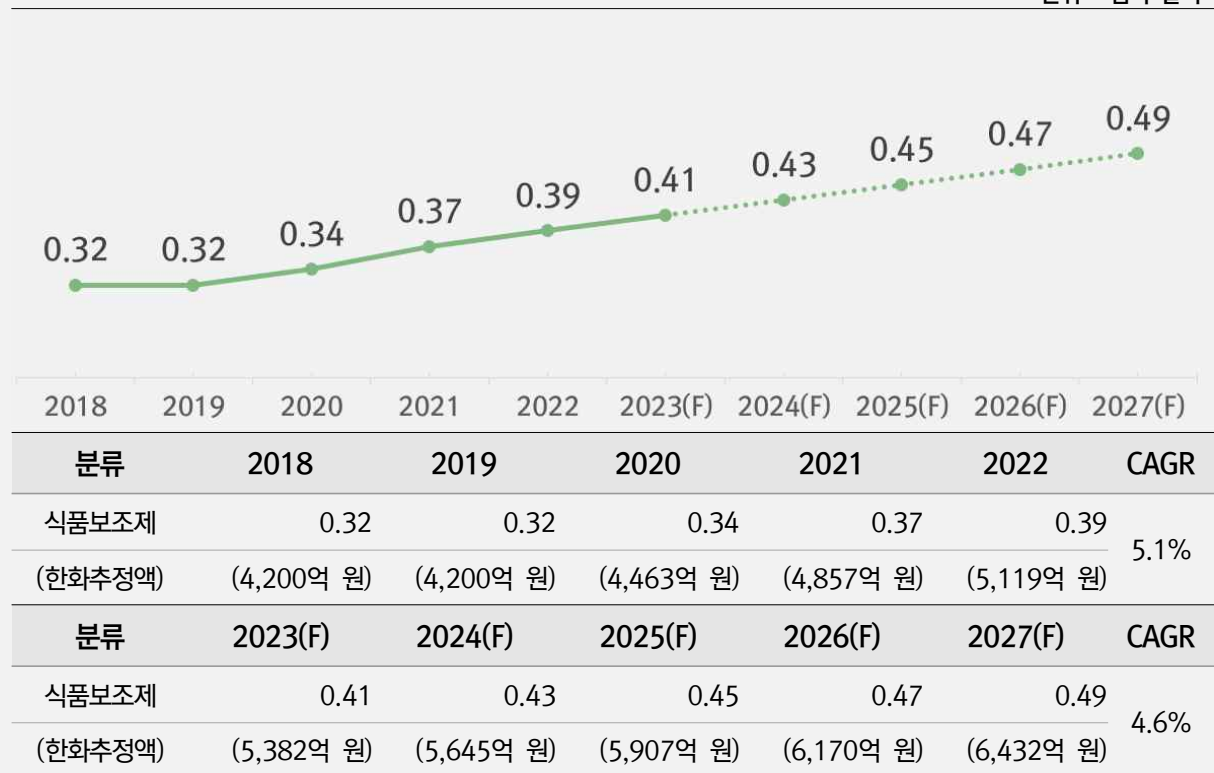
독일 식품보조제 최근 5년(2018-22년)간 연평균 5.1%씩 성장함. 2018년에서 2019년은 동일한 시장규모를 보였으며, 2020년부터 점차 성장세를 보임. 2022년 독일 식품보조제 시장은 5,119억 원의 규모로 확인되었음

▶ 독일 식품보조제 시장규모, 향후 5년간 4.6%씩 성장 전망

독일 식품보조제 시장은 2023년 5,382억 원 규모에서 시작하여, 향후 5년간(2023-27년) 연평균 4.6%씩 성장하여 2027년에는 6,432억 원 규모에 이를 것으로 예상됨

[표 2.2] 독일 식품보조제 시장규모⁸⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스탯ISTA(Statista)

8) 자료: 스탯ISTA(Statista), 「Vitamins & Minerals_Germany」, 2022.07

3. 독일 석류 콜라겐 젤리 수입규모

석류 콜라겐 젤리 HS CODE

해당 장에서 석류 콜라겐 젤리는 'HS CODE 2106.90'으로 분류. HS CODE 제2106호의 품명은 '따로 분류되지 않은 조제 식료품', HS CODE 2106.90-9099의 품명은 조제품 기타로 확인

▶ 독일 HS CODE 2106.90 수입액, 연평균성장률 6.2%

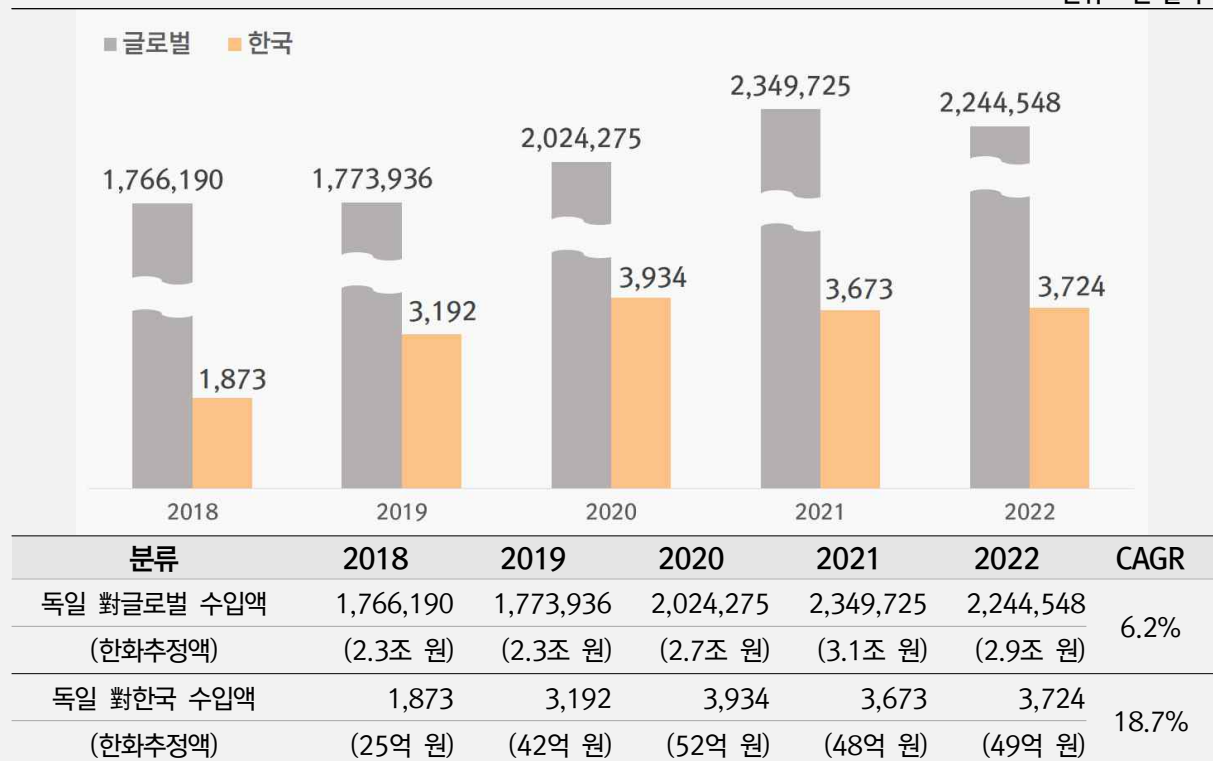
독일 HS CODE 2106.90의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2018-22년)간 연평균 6.2% 성장함. 독일에서는 콜라겐 펩타이드를 비롯한 단백질 성분을 함유한 기능성 음료에 대한 인식이 높아지는 추세이며, 젤리뿐만 아니라 다양한 분야에서 다양한 형태의 제품으로 시장을 주도하고 있음⁹⁾

▶ 독일 HS CODE 2106.90 한국산 점유율 하위권

독일 HS CODE 2106.90의 최근 5년간 對한국 수입액 평균은 43억 원이며 지난 5년(2018-22년)간 연평균성장률 18.7%를 보이면서 2022년에는 49억 원의 수입액을 기록함. 수입액 점유율 1위 국가는 네덜란드(4,121억 원, 약 15%), 2위 국가는 폴란드(3,058억 원, 약 10%)임. 두 국가의 연평균성장률은 네덜란드 5.5%, 폴란드 5.2%로 글로벌 품목 연평균성장률보다 적은 수치이며, 34위 한국의 경우 연평균 18.7%로 성장하면서 점유율을 높여가는 추세임

[표 2.3] 독일 HS CODE 2106.90 수입규모¹⁰⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre)

9) 자료: 모르도르 인텔리전스(Mordor Intelligence), 「독일 콜라겐 시장 규모 및 점유율 분석 - 성장 동향 및 예측(2023-2028)」

10) 자료: ITC(International Trade Centre)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 파우더와 드링크, 캡슐 타입의 콜라겐 제품 빈출
2. '비타민C'와 '히알루론산' 등 영양성분 확인
3. 뷰티 효과와 건강 개선 효과 강조한 홍보문구 빈출
4. 인공첨가물 없는 콜라겐 제품에 대한 선호도 높아

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 독일 온라인매장 입점 석류 콜라겐 젤리

- 데이터 수집 키워드 : Kollagen(콜라겐)
- 데이터 수집량 : 486건
- 데이터 수집원 : 독일 온라인쇼핑몰 아마존(Amazon)

▶ 독일 온라인매장 입점 석류 콜라겐 젤리 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 경쟁제품 ② 성분 ③ 홍보문구

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
경쟁제품	콜라겐 파우더	Powder	163	콜라겐 단백질 파우더	Protein powder	34
	건강보조식품	Supplement	148	콜라겐 셰이크	Shake	27
	콜라겐 드링크	Drink	133	콜라겐 보습 크림	Cream	20
	콜라겐 캡슐	Capsule	84	콜라겐 함유 커피	Coffee	13
	액체류	Liquid	55	비타민 젤리	Gummy	5
	콜라겐 알약	Tablet	49	젤리	Jelly	2
성분	비타민C	Vitamin C	159	비타민D	Vitamin D	18
	히알루론산	Hyaluronic acid	108	파인애플	Pineapple	10
	콜라겐 파우더	Collagen powder	85	코코넛	Coconut	8
	비오틴	Biotin	71	포도	Grape	7
	아미노산	Amino acid	54	석류	Pomegranate	6
	글루코사민	Glucosamine	34	라즈베리	Raspberry	5
	오렌지	Orange	27	유기농 소고기	Organic beef	3
	사과	Apple	21	소뼈	Cattle bone	2
홍보문구	피부관리	Skin	203	근육	Muscle	53
	뼈 건강	Bone	114	노화방지	Anti aging	40
	천연	Natural	111	촉촉함	Moisture	33
	단백질 풍부	Protein	108	무첨가	No additives	29
	관절 건강	Joint	102	높은 생체이용률	Bioavailability	24
	머릿결	Hair	101	전문가 제조	Experts	16
	뷰티	Beauty	86	환경친화적	Environmentally friendly	11
	글루텐 함량 낮거나, 없음	Gluten	82	보습	Moisturising	10
	손톱을 위한	Nail	74	GM free	GM free	8
	과일 맛	Fruit	62	유제품 프리	Dairy free	2

1. 파우더와 드링크, 캡슐 타입의 콜라겐 제품 빈출

▶ 독일 콜라겐, 파우더 타입의 제품 판매 다수

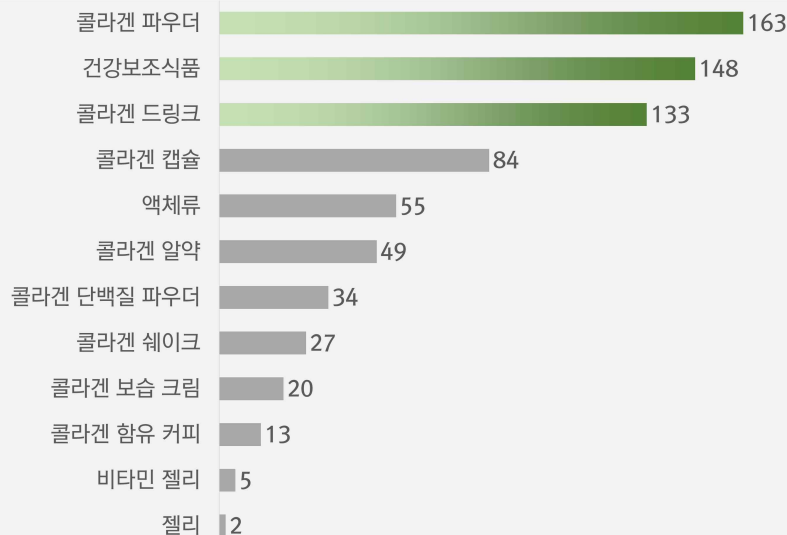
- ‘파우더’ 관련 키워드 163건 도출되며 가장 인기 있는 제형의 콜라겐 제품으로 분석
- ‘오렌지’와 ‘사과’ 등 다양한 과일 향이 첨가된 파우더 타입의 제품도 빈출

▶ ‘드링크’와 ‘캡슐’ 형태의 제품 키워드도 빈출

- ‘콜라겐 드링크’와 ‘콜라겐 캡슐’ 관련 키워드 각각 133, 84건 도출
- 실제 데이터 확인 결과 ‘콜라겐 드링크’는 작은 앰플 형태의 제품이 대부분
- ‘젤리’와 ‘콜라겐 함유 커피’ 등 가공식품 형태의 제품 키워드도 확인

경쟁제품 ①		경쟁제품 ②		경쟁제품 ③	
					
제품명	콜라겐 펩타이드 (Collagen Peptides)	제품명	뷰티 콜라겐 인텐시브 5000 (Beauty Collagen Intensive 5000)	제품명	콜라겐 750mg 120캡슐 (COLLAGEN 750mg 120 Capsules)
브랜드	이에스엔(ESN)	브랜드	압테이(Abtei)	브랜드	바이오베아(BIOVEA)
중량	300g	중량	25mlx10개입	중량	120캡슐
가격	27.90유로(39,586원 ¹¹⁾)	가격	18.69유로(26,522원)	가격	19.48유로(27,648원)

[표 3.1] 독일 판매 석류 콜라겐 젤리 경쟁제품 관련 키워드



자료: 독일 아마존 판매 제품 내 ‘콜라겐’ 관련 게시물 486건 분석

11) 1유로=1426.55원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. ‘비타민C’와 ‘히알루론산’ 등 영양성분 확인

▶ 독일 콜라겐 함유 성분, ‘비타민C’와 ‘히알루론산’ 확인

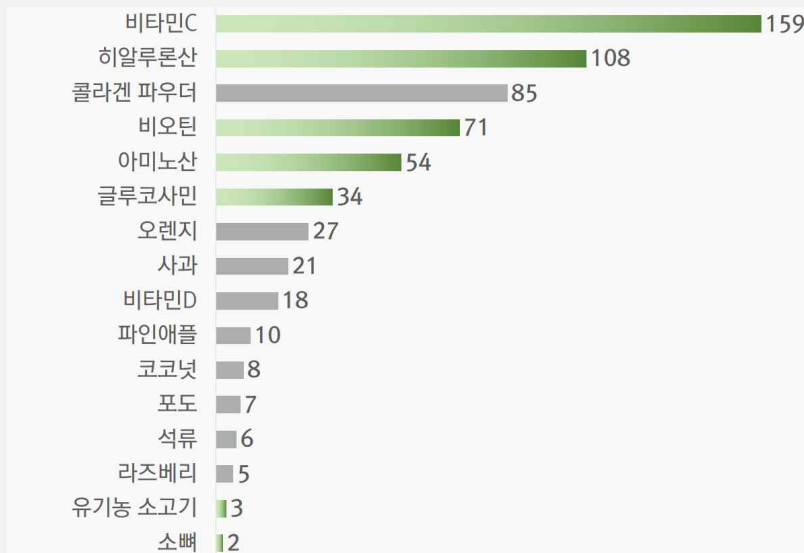
- 독일 현지 콜라겐 함유 성분 키워드 1위와 2위는 ‘비타민C’와 ‘히알루론산’으로 각각 159, 108건 도출
- ‘비오틴’과 ‘아미노산’, ‘글루코사민’ 등의 영양성분 키워드도 빈출
- 현지 제품 확인 결과, 각각의 영양성분이 함께 함유된 제품이 다수

▶ 소고기 성분도 다수 확인

- 성분 키워드로 소고기와 관련한 ‘유기농 소고기’와 ‘소뼈’ 키워드도 도출
- 한국에서는 생선 콜라겐 섭취가 일반적인데, 독일에서는 소고기의 연골이나 뼈 등에서 채취한 콜라겐에 대한 수요도 있는 것으로 확인

비타민C, 히알루론산		비오틴		아미노산	
					
제품명	웨이더 콜라겐 파우더 (Weider Collagen Powder)	제품명	콜라겐 엑스트라 위드 비오틴 (Collagen Extra With Biotin)	제품명	하이드로라이즈 콜라겐 드링크 (Hydrolysed Collagen Drink)
브랜드	웨이더(Weider)	브랜드	도펠헤르츠(Doppelherz)	브랜드	브록스(BROX)
중량	300g	중량	25mlx30개입	중량	250g
가격	15.9유로(22,571원)	가격	41.37유로(58,768원)	가격	29.90유로(42,488원)

[표 3.2] 독일 판매 석류 콜라겐 젤리 성분 관련 키워드



자료: 독일 아마존 판매 제품 내 ‘콜라겐’ 관련 게시물 486건 분석

3. 뷰티 효과와 건강 개선 효과 강조한 홍보문구 빈출

▶ ‘피부관리’와 ‘머릿결’ 등 뷰티 효과 강조, ‘뼈 건강’과 ‘관절 건강’ 등 건강 관련 키워드도 확인

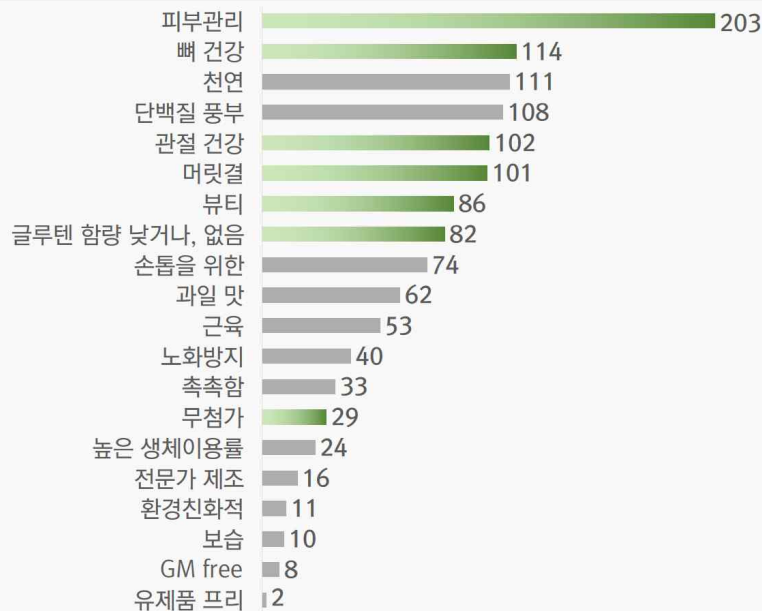
- ‘피부관리’와 ‘머릿결’ 등 뷰티 효과와 관련된 홍보문구 키워드가 각각 203, 101건 도출
- ‘뼈 건강’과 ‘관절 건강’ 등 신체 건강과 관련된 홍보 키워드도 빈출

▶ ‘무첨가’ 등 건강한 성분에 대한 홍보문구도 다수 확인

- 일부 콜라겐 제품들은 건강한 성분을 강조하는 홍보문구를 사용
- 주요 홍보 키워드 ‘글루텐 함량 낮거나 없음’, ‘무첨가’ 등의 키워드 확인

피부관리, 머릿결, 뷰티		관절 건강		무첨가	
					
제품명	콜라겐 스킨케어+헤어 비타민 (Collagen SkinCare+Hair Vitamins)	제품명	콜라겐 시스템 (Collagen System)	제품명	프리미엄 콜라겐 파우더 (Premium Collagen Powder)
브랜드	네이처스 화이니스트 (Nature's Finest)	브랜드	암미타민(Amitamin)	브랜드	산헬리오스(Sanhelios)
중량	1kg	중량	360g	중량	450g
가격	34.99유로(49,700원)	가격	30.95유로(43,959원)	가격	23.90유로(33,952원)

[표 3.3] 독일 판매 석류 콜라겐 젤리 홍보문구 관련 키워드



자료: 독일 아마존 판매 제품 내 ‘콜라겐’ 관련 게시물 486건 분석

4. 인공첨가물 없는 콜라겐 제품에 대한 선호도 높아

▶ 콜라겐, 나이가 들수록 체내 분비 적어져…탄력 있는 피부와 면역체계 개선을 위해 콜라겐 섭취 증가

- 콜라겐은 우리 몸의 단백질 중 30%를 구성하고 있음. 하지만 25세가 되면 콜라겐의 생산이 감소하기 시작하며, 50세가 중반이 되면 체내 콜라겐 생성량이 50% 감소함. 따라서 독일에서는 부족한 영양분을 채우기 위해서 콜라겐을 직접 섭취하는 것이 효과적인 것으로 알려져 있음
- 콜라겐에는 피부와 뼈, 힘줄을 강화하는 1유형과 연골과 관절에 효과적인 2유형이 있음. 최근 독일 시장에는 비타민이나 히알루론산을 결합하여 노화 방지에 효과가 있는 제품도 출시되는 추세임

▶ 인공첨가물 없는 콜라겐에 대한 선호도 높아…항산화 성분인 펩타이드 포함된 제품도 인기

- 독일 소비자들 사이에서는 첨가물 없는 콜라겐에 대한 선호도가 높음. 프리마라이프(Primalife)의 ‘100% 콜라겐 방목소(100% Collagen Weidehaltung)’는 방목 농장에서 자란 소로부터 채취한 것으로 설탕과 유당, 글루텐, 감미료 등의 인공첨가제가 포함되지 않음. 2위 제품인 글로우25(Glow25)의 ‘콜라겐 파우더’ 역시 인공첨가물을 함유하고 있지 않아 인기가 높은 것으로 나타남. 3위인 바이탈프로틴(Vital Proteins)의 ‘말차 콜라겐 라테(Matcha Collagen Latte)’는 콜라겐 펩타이드를 함유하고 있어 항산화 효과가 뛰어난 것이 특징임¹²⁾

TOP ①		TOP ②		TOP ③	
					
제품명	100% 콜라겐 방목소 (100% Collagen Weidehaltung)	제품명	콜라겐 파우더 (Collagen Powder)	제품명	말차 콜라겐 라테 (Matcha Collagen Latte)
브랜드	프리마라이프(Primalife)	브랜드	글로우25(Glow25)	브랜드	바이탈프로틴(Vital Proteins)
중량	500g	중량	500g	중량	265g
가격	19.70유로(27,990원)	가격	2.99유로(46,882원)	가격	32.00유로(45,492원)

12) 자료: 보그 독일(VOGUE Germany)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



1. 독일 석류 콜라겐 젤리 유통채널 점유율
2. 독일 석류 콜라겐 젤리 주요 유통채널

1. 독일 석류 콜라겐 젤리 유통채널 점유율

▶ 독일 오프라인 매장 점유율 ‘약국’이 압도적

독일 내 석류 콜라겐 젤리를 비롯한 식품보조제 및 의약품은 약국, 슈퍼마켓, 통신판매를 통해 유통된 것으로 조사됨. 한국의 경우 온라인, 드럭스토어, 약국, 슈퍼마켓, 통신판매 등의 다양한 채널로 유통되고 있음. 독일은 ‘약국’의 점유율이 75%로 압도적으로 높은 비중을 차지하고 있으며, 한국의 경우 ‘온라인’의 점유율이 53.7%로 상당 부분을 차지함. 독일에서 두 번째로 점유율이 높은 채널은 ‘통신판매’로 14.4%를 차지하였지만, 한국에서는 5.3%에 그치며 전체 5위를 차지함. 한국은 ‘드럭스토어’와 ‘약국’이 각각 9.4%, 9.2%의 점유율을 보이며 2, 3위를 차지하였지만, 독일은 ‘슈퍼마켓’ 채널이 10.6%로 3위를 차지하며 양국 간 상이한 유통채널 구조가 확인됨

[표 4.1] 독일 및 한국 콜라겐 소매유통채널 점유율¹³⁾¹⁴⁾¹⁵⁾



독일 및 한국 콜라겐 소매유통채널 점유율¹⁶⁾

독일	유형	한국
(-)	온라인	53.7%
(-)	드럭스토어	9.4%
75.0%	약국	9.2%
14.4%	통신판매	5.3%
10.6%	슈퍼마켓	2.4%
(-)	기타	20.0%

자료: GTAI(Germany Trade & Investment), 스탯ISTA(Statista)

13) 자료: GTAI(Germany Trade & Investment), 「The Pharmaceutical Industry Germany」, 2022

14) ‘콜라겐’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 상위 카테고리인 ‘식품보조제 및 의약품’ 정보를 확인함

15) 자료: 스탯ISTA(Statista), 「Purchase channels for dietary supplement South Korea」, 2022.03

16) 점유율은 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

2. 독일 석류 콜라겐 젤리 주요 유통채널 ① 에데카

기업 기본 정보	기업명	에데카(Edeka)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.edeka.de	
	위치	베를린(Berlin)	
	규모	매출액('22) • 662억 유로(94조 4,376억 원) ¹⁷⁾ 기타 규모 • 매장 수('23): 6,051개 • 직원 수('23): 35만명	
	기업 요약	• 에데카 마켓(Market), 센터(Center), 익스프레스(Express) 등 다양한 형태의 매장 운영 • 3,700개의 공급업체 보유, 매장별 현지 공급업체와 계약 체결 • 에데카24(Edeka24) 홈페이지를 통해 온라인 서비스 제공 • 독일 내 7개의 지역별 회사로 나누어 운영	
매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 즉석식품, 냉동식품, 음료류, 주류, 소스류, 스낵류, 생활용품 등	
	선호제품	• 신선식품, 즉석식품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 (www.edeka.de) - 홈페이지 왼쪽 하단의 'Kontakt' 클릭 - 홈페이지 기입 정보 담당자명, 이메일 주소, 연락처 등 • 문의사항 연락처 - 이메일: info@edeka.de - 전화: +49-49-40-63-77-0	

자료: 에데카(Edeka)

사진 자료: 드림스타임(Dreamstime), 에데카(Edeka), 옥타라이트(Oktalite)

17) 1유로=1,426.55원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 독일 석류 콜라겐 젤리 주요 유통채널 ② 레베

기업 기본 정보	기업명	레베(Rewe)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.rewe.de	
	위치	베를린(Berlin)	
	규모	매출액('22)	• 848억 유로(120조 9,714억 원)
	기업 요약	기타 규모	• 매장 수('23): 3,700개 • 직원 수('23): 38만 4,000명 ¹⁸⁾
		• 1926년 설립됨 • 레베(Rewe) 그룹의 자회사로, 이외에 레베시티(Rewe City), 레베센터(Rewe Center) 등 다양한 형태의 매장 운영 중 • 자사 유기농 브랜드 레베비오(Rewe Bio) 보유 • 상하이, 방콕, 홍콩 등 지역 구매 관리 본부를 통해 다양한 아시아 식품 수입	
매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 유제품, 면류, 차(茶)류, 음료류, 소스류, 유아용품, 주방용품 등	
	선호제품	• 유기농 식품, 신선식품, 패키징 형태의 상품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일 또는 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 - 이메일: support@supplier.rewe-group.com - 전화번호: +49-221-149-0	

자료: 레베(Rewe)

사진 자료: 리테일디테일이유(RetailDetail EU), 레베(Rewe)

18) 레베그룹(Rewe Group) 리테일 부문 전체 직원 수

2. 독일 석류 콜라겐 젤리 주요 유통채널 ③ 고아시아

기업 기본 정보	기업명	고아시아(Go Asia)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.goasia.net	
	위치	베를린(Berlin)	
	규모	기타 규모	- 직원 수('22): 150명 - 매장 수('23): 31개
	기업 요약	2009년 설립된 아시아 식료품 전문점으로, 한국/일본/중국산 제품 판매 중 - 온라인몰을 통해 50유로 이상 구매 시 무료 배송 서비스 제공 중 - 다양한 아시아산 수산물 관련 제품 및 스낵 판매 중	
매장정보	입점가능품목	신선식품, 즉석식품, 스낵류, 음료류, 건강식품, 주방용품, 전자제품 등	
	선호제품	아시아산 제품, 건강한 제품, 즉석식품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 이메일 또는 유선 연락을 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 이메일: service@goasia.net - 전화번호: +49-6173-60-888-99	

자료: 고아시아(Go Asia)

사진 자료: 고아시아(Go Asia)

2. 독일 석류 콜라겐 젤리 주요 유통채널 ④ 와이마트

기업 기본 정보	기업명	와이마트(Y-mart)		
	기업구분	아시안마트/한인마트		
	홈페이지	www.Y-mart.de		
	위치	프랑크푸르트암마인(Frankfurt a.M.)		
	규모	기타 규모	• 매장 수('23): 1개	
	기업 요약	- 독일 내 대형 한인마트로, 매장이 깔끔하고 다량의 물건이 구비되어 있음 - 제품의 90% 이상이 한국 제품으로 이뤄진 한인마트이며, 한국 신제품도 다수 구비되어 있음 2021년 11월부터 70유로 이상 온라인몰 주문 시 배송/배달/픽업 서비스 제공		
매장정보	입점가능품목	신선식품, 즉석식품, 가공식품, 육류, 냉동식품, 스낵류, 반찬류, 식기, 서적 등		
	선호제품	한국 식품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 이메일 또는 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) - 이메일: info@Y-mart.de - 전화번호: +49-69-3003-899-0 - 팩스: +49-69-3003-899-29		

자료: 와이마트(Y-mart)

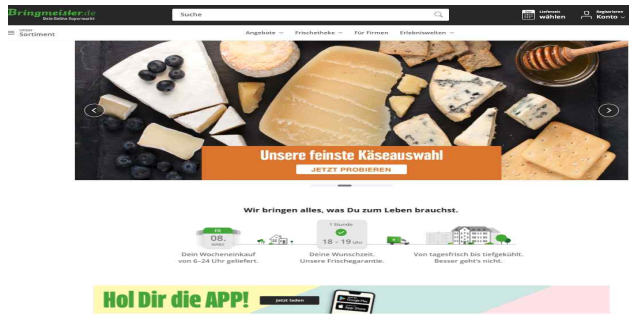
사진 자료: 와이마트(Y-mart), 구글맵(Google Maps)

2. 독일 석류 콜라겐 젤리 주요 유통채널 ⑤ 브링마이스터

기업 기본 정보	기업명	브링마이스터(Bringmeister)	
	기업구분	온라인 식품 쇼핑몰	
	홈페이지	www.bringmeister.de	
	규모	매출액('22)	• 1억 1,620만 달러(1,478억 원 ¹⁹⁾)
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 382만 회
	기업 요약	- 독일 내 EDEKA, Elkos의 식료품 원하는 시간을 선택하여 주문 가능 - 최소 주문금액은 40유로이며, 85유로 이상 구매 시 배송비 무료 2023년 Stiftung Warentest 테스트에서 우승함	



매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	로레알(LORÉAL)
		해외판매	해외 배송 불가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보			
	시즌별 할인 행사, 배송 어플 및 자사 어플 관련 할인 행사 등 다양한 프로모션 상시 진행		

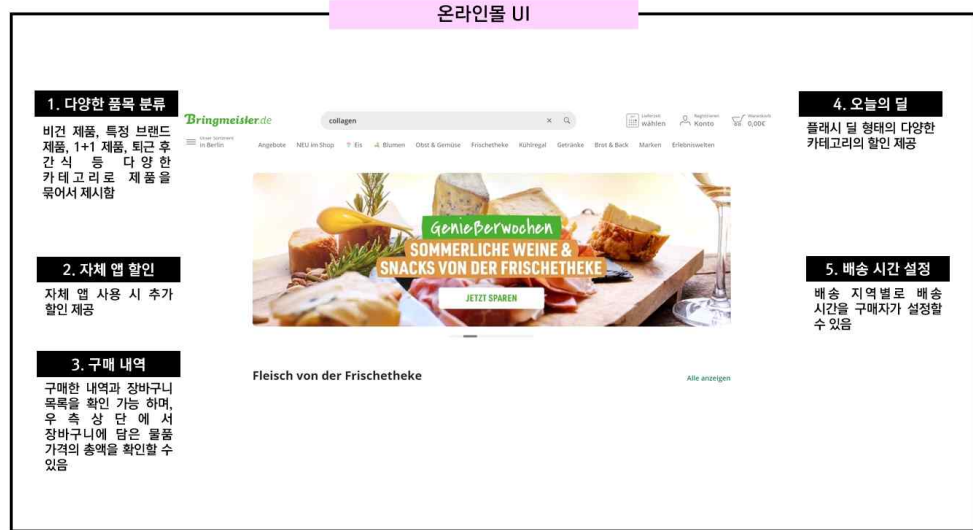
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 유선 연락 또는 이메일 통한 입점 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 및 기타 정보 - 이메일: kundenservice@bringmeister.de - 전화: +49-30-8093-25410 - 비건 및 유기농 옵션별로 선택하여 상품 정렬 가능	
-------------	---------------------	---	--

자료: 브링마이스터(Bringmeister), 시밀러웹(Similarweb), 이커머스디비(eCommerceDB)

사진 자료: 브링마이스터(Bringmeister)

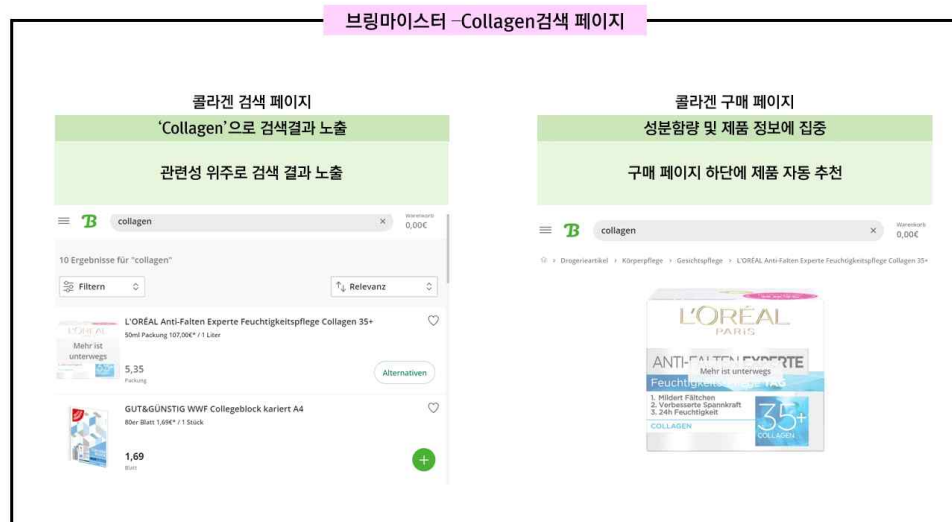
19) 1달러=1,312.80원(2023.07.01.), KEB 하나은행 매매기준율 적용

온라인몰 UI ①



다양한 카테고리별로 제품을 묶어서 소비자 접근성을 용이하게 한
예상 제품 사용 시나리오를 설정해서 제공한다라는 점이 주목할 만함

온라인몰 UI ②

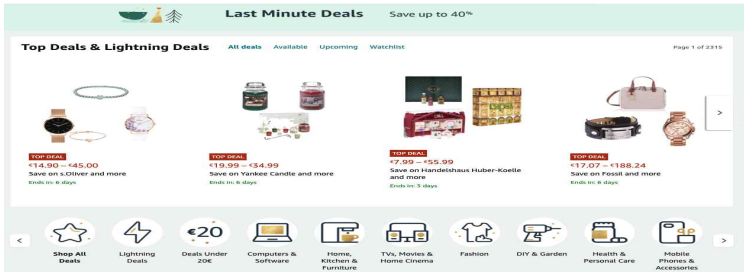


카테고리, 브랜드, 지속가능성 인증 뱃지 여부별로 검색 가능
관련성, 알파벳, 가격별로 제품 정렬 가능

자료: 브링마이스터(bringmeister.de)

사진 자료: 브링마이스터(bringmeister.de)

2. 독일 석류 콜라겐 젤리 주요 유통채널 ⑥ 아마존

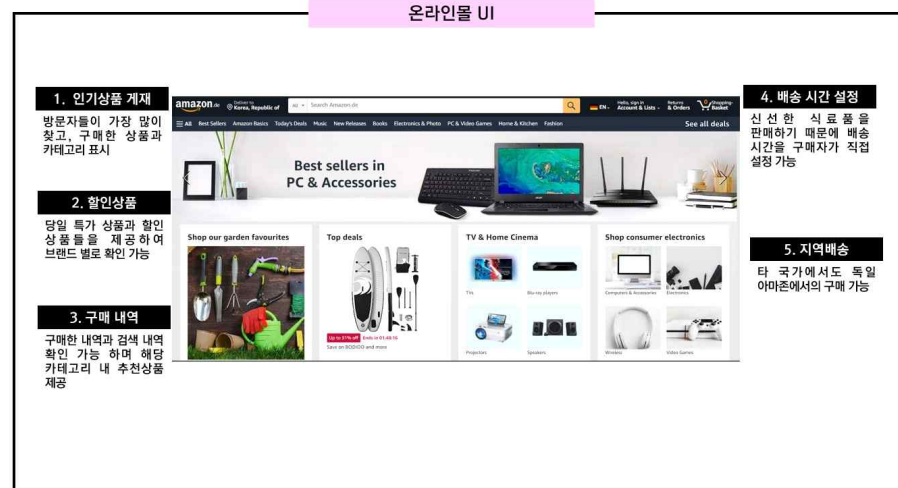
기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)			
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰			
	홈페이지	www.amazon.de			
	규모	매출액('22)	• 5,139억 달러(674조 6,479억 원) ²⁰⁾		
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 4억 3,490만 회		
기업 요약	• 1994년 미국에서 설립된 전 세계적인 이커머스 기업 • 1998년부터 독일에 진출하여 현재까지 운영 중				
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	Solgar, Abtei 등		
		해외판매	해외판매 가능		
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색		
주요 프로모션 정보					
	시즌별 할인, 한정 기간 할인, 카테고리별 할인, 기프트 카드 제공 등 다양한 프로모션 상시 진행				
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지 통해 직접 등록 - 홈페이지 하단 메뉴 'Geld verdienen mit Amazon' 카테고리 'Jetzt verkaufen' 클릭 - 아마존 판매자 포털 Amazon Seller Central 접속 - 포털 가입 후 입점 절차 진행 (services.amazon.com/services/soa-approval-category) - 등록 정보 ① 공급자 정보(회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) ② 공급 제품 정보(UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량) • 입점 문의 후 등록 (services.amazon.de/service/kontaktieren-sie-uns.html) - 정보 기입 후 입점 사항 논의 후 진행 - 홈페이지 기입 정보(제품군, 예상 판매액, 회사정보 등) • 기타 주의사항 - 아마존 행동강령 및 소비자에 대한 식품 관련 정보 제공에 관한 EU 규정 준수 - 식료품을 포함한 10개 카테고리에 대한 제품은 승인 절차를 거쳐야 입점 가능			

자료: 아마존 독일(Amazon Germany), 시밀러웹(Similarweb), 이커머스뉴스(Ecommerce News)

사진 자료: 아마존 독일(Amazon Germany)

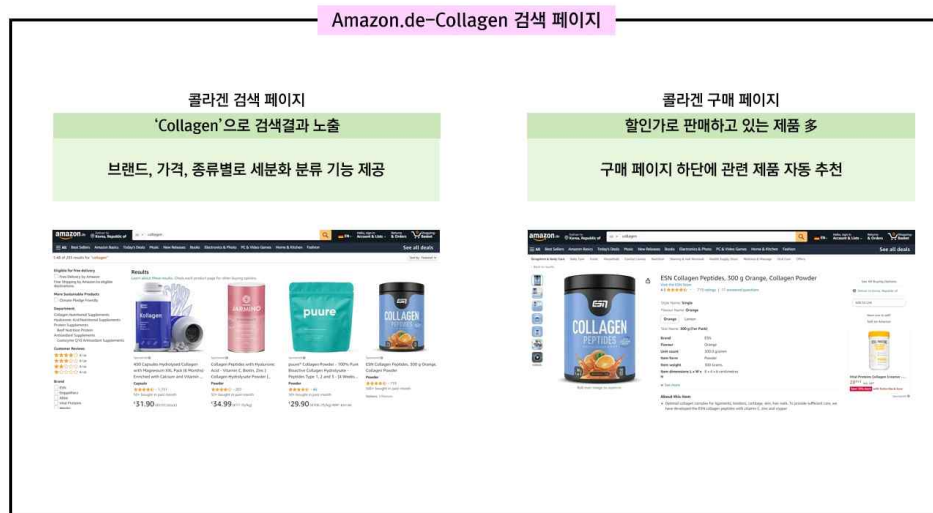
20) 전 세계 아마존 매출액임

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
번역 검색 가능하여 접근성 용이

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 아마존 독일(Amazon Germany)
사진 자료: 아마존 독일(Amazon Germany)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



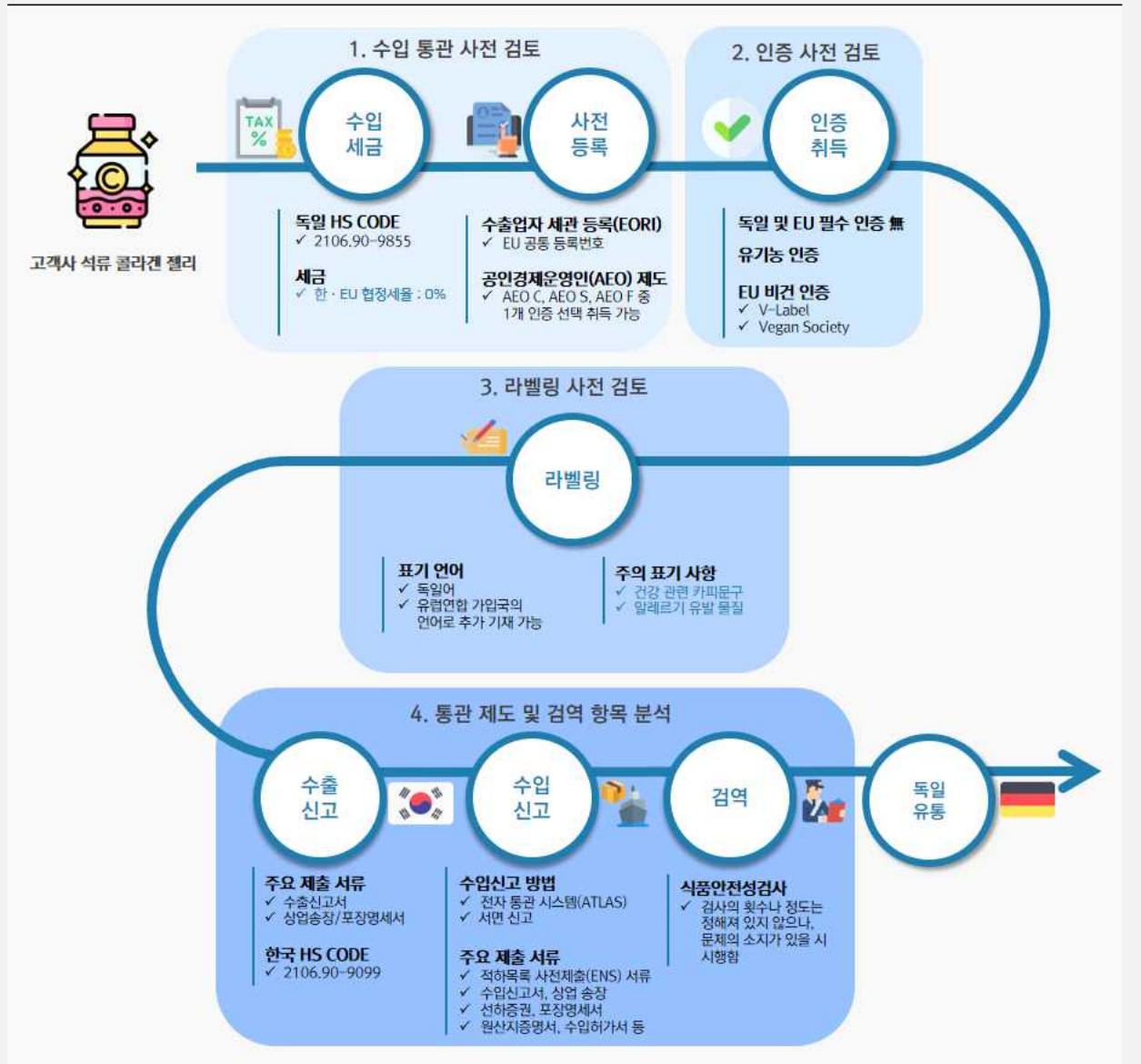
1. 독일 석류 콜라겐 젤리 통관 및 검역 절차
2. 독일 석류 콜라겐 젤리 품질 인증
3. 독일 석류 콜라겐 젤리 라벨링
4. 독일 석류 콜라겐 젤리 성분 및 유해물질

1. 독일 석류 콜라겐 젤리 통관 및 검역 절차²¹⁾

▶ 독일 석류 콜라겐 젤리 수출 시, 수출업자 세관등록 필수

독일에 식품 수출 시 수출업자 세관등록이 필요하며, 발급된 등록번호는 EU 공통 등록번호로 다른 EU 국가에서도 사용 가능함. EU 식품위생 규정, 라벨링, 통관 검역 등에 관한 규정이 강화추세이므로 현지 긴급 검역, 검사 강화, 통관지연을 방지하기 위해 수출 전 철저한 규정 숙지와 준비가 필요함

[표 5.1] 독일 석류 콜라겐 젤리 통관 검역 절차



자료: 관세청, EU 법령포털(EUR-LEX)

21) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

▶ 유럽연합(EU) 복합식품 수입 규정 개정(2021. 04. 21 시행)

복합식품(Composite Products)은 식물성 재료와 가공된 동물성 원료가 결합된 식품으로, EU 수입식품(복합식품 포함) 중 동물유래 가공식품은 EU 회원국이나 EU 승인국에 소재하는 EU 승인시설에서 제조된 것이어야 함. 고객사의 석류 콜라겐 젤리에 함유된 ‘초저분자 피쉬콜라겐 펩타이드’가 동물성 원료로 구분되는 경우, 해당 규정을 면밀히 살펴보아야 함

[표 5.2] 유럽연합(EU) 복합식품 수입 규정 개정 사항

핵심 개정 내용	동물성 원료 함량 비중과 상관없이 위생상태 및 공중 보건 위험성에 따라 통관 여부 결정 (기존: 함량 기준 통관 여부 결정)
세부 구성	- 상온 보관 육류 불포함 복합식품 - 상온 보관 육류 포함 복합식품 - 비상온 보관 복합식품

자료: KATI농식품수출정보

[표 5.3] 유럽연합(EU) 복합식품 수입 규정 적용 품목

HS코드	품목분류	주요품목	HS코드	품목분류	주요품목
1601	소시지류	-	1905	빵 및 과자류	빵, 과자
1602	기타 육가공식품	-	2004	초절임가공 이외 냉동 채소가공품	채소혼합물
1603	육즙 및 어류 추출물/즙	어류 엑기스, 젓갈	2005	초절임가공 이외 비냉동 채소가공품	김치
1604	어류가공품 및 어란류	생선묵	2103	소스 및 양념류	간장, 고추장
1605	조제, 보존 처리한 조개류/갑각류	대게살, 굴 등	2104	스프 및 육수류	스프, 브로드
1901	맥아 추출물, 곡물가루	밀가루	2105	아이스크림류	아이스크림, 빙과류
1902	면류	라면, 국수	2106	기타 식품가공품	두부, 김, 인삼차류
1517	동,식물성 지방	마가린	1518	동/식물성지방과 이들의 분획물	동식물성 기름
1702	꿀 등 감미료	당시럽, 인조꿀	1704	코코아 함유제품 제외 설탕과자	껌, 캐러멜
1806	초콜릿, 코코아 함유 조제식품	초콜릿	1904	곡물 조제식품	곡물가공품 팽창·볶은 제품
2001	채소 및 과일 초절임	초산처리 채소, 과일	2101	커피 및 차류	커피, 차, 마테 등
2202	음료류	주스, 탄산음료	2208	변성하지 않은 에틸알코올	소주
2008	견과류	견과류 가공식품	(-)	(-)	(-)

자료: KATI농식품수출정보

2. 독일 석류 콜라겐 젤리 품질 인증

▶ 독일 석류 콜라겐 젤리, 필수 인증 無

독일로 석류 콜라겐 젤리 수출 시 필수적으로 받아야 하는 인증은 없음. 다만, EU의 유기농 인증과 독일 환경청의 유기농 인증을 받을 수 있음. 독일의 비건 공식 인증은 존재하지 않으나 과학적인 정보를 기반으로 오해를 불러일으키지 않는 한도 내에서 자율적으로 이에 관한 표기가 가능함. 독일 식품농업부(BMEL: Federal Ministry of Food and Agriculture)는 2025년까지 공공시설의 유기농 점유율을 20%까지 증가하는 등 친환경 장려 정책을 추진 중임. 또한, 유럽의 식품업체는 여러 민간인증기관을 통해 비건과 유기농 로고를 부여받고 부착하는 상황이므로 글로벌 인증을 받아 활용하는 것을 권장함

[표 5.4] 독일 석류 콜라겐 젤리 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	영국 소매업 협회(BRC: British Retail Consortium) 지정 인증기관	
비건 소사이어티 (The Vegan Society Trademark)	비건 식품 생산 인증	글로벌 공통 인증	영국 비건 협회 (The Vegan Society) 또는 영국 비건 협회 한국 에이전트	
브이라벨 (V-Label)	비건 식품 생산 인증	글로벌 공통 인증	유럽 채식주의 협회 브이라벨 공식 홈페이지	

자료: 각 인증기관

[표 5.5] 유럽연합(EU) 복합식품 수입 규정

	규정 내용	한국 식품 적용 내용
상온 보관 육류 불포함 복합식품	- EU 회원국 혹은 EU가 승인한 제3국의 동물 유래 성분(동물성 가공품)을 이용해 복합식품을 제조한 경우 EU로 수출할 수 있음. 이 경우 다음 세 가지 조건을 충족시켜야 함 - 해당 동물성 가공품을 EU 회원국 또는 EU 승인 제3국의 승인시설에서 제조 - 검역 관련 서류로 수입자의 사설인증서 제출 - 제품에 사용된 유제품 또는 달걀이 위험 완화 처리를 거쳤음을 증명하는 신고서 제출	- 수산물류 포함 복합식품: 한국의 수산물류는 EU의 수입 승인을 받은 품목으로, 이를 원료로 사용한 복합식품 수출 가능 - 유제품, 달걀, 벌꿀 가공품 포함 복합식품: EU 회원국 또는 EU 승인국(잔류물질 승인목록 2011/163/EU에 등재된 제3국)에서 생산된 원료만을 사용하는 경우 해당 복합식품 수출 가능
상온 보관 육류 포함 복합식품 및 비 상온보관 복합식품	- 복합식품에 포함된 동물 유래 성분(동물성 가공품)의 EU 수입이 허용된 국가의 경우에만 복합식품의 EU 수출이 가능함. 이 경우 다음 두 가지 조건을 충족시켜야 함 - 해당 동물성 가공품을 EU 회원국 또는 EU 승인 제3국의 승인시설에서 제조 - 검역 관련 서류로 정부증명서 제출	- 육류 가공품 포함 복합식품: 육류와 관련해 한국은 EU의 수입 승인을 받지 못했기 때문에 1) 한국산 육류 가공품을 포함해 제조한 한국산 복합식품, 2) EU의 육류 수출 허가를 받은 국가의 육류 가공품을 사용해 한국에서 제조한 복합식품 모두 수출 불가 - 수산물류 포함 복합식품: 한국의 수산물류는 EU의 수입 승인을 받은 품목이므로 이를 원료로 포함한 복합식품 수출 가능 - 유제품, 달걀, 벌꿀 가공품 포함 복합식품: 상온보관 대비 위험도가 높은 비 상온보관 제품군의 경우는 해당 국가 동물성 원료의 EU 승인이 수출의 전제조건임. 한국은 유제품, 달걀, 벌꿀을 EU에 수출할 수 있는 승인을 받지 못했기 때문에, EU 회원국 또는 EU 승인국에서 생산된 원료를 사용한 경우에도 수출 불가

자료: KATI농식품수출정보

3. 독일 석류 콜라겐 젤리 라벨링

[표 5.6] 독일 석류 콜라겐 젤리 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	1. 제품명	- 상표와 브랜드는 표기할 수 있으나 상품명으로 사용 불가함 - 정식 명칭으로 기재하되, 필요한 경우 식품의 속성을 설명하는 명칭(descriptive name)을 사용해야 함
	2. 원재료명	- 원재료에서 차지하는 중량 비율이 높은 순서대로 백분율과 함께 표시 - 면의 경우, ‘면’ 문자 다음에 괄호를 붙여 ‘밀가루’, ‘메밀’, ‘달걀가루’, ‘소금’ 등 가장 일반적인 이름으로 표시 - 스프 및 조미료의 경우, ‘닭고기 추출물’, ‘간장’, ‘향신료’, ‘피’ 등 가장 일반적인 이름으로 표시 - 완제품의 5% 이상의 원료에 한해 순중량 순으로 기재할 것 2% 넘지 않는 성분은 뒤쪽에 표기 - 알레르기 유발 성분은 강조해서 표기
	3. 첨가물	- 가공보조제, 캐리-오버(원료에서 이행된 식품첨가물)에 해당하는 첨가물은 표시 생략 가능함 - 중량 비율이 높은 순서대로 표시
	4. 순중량	- 무게 단위로 kg(킬로그램) 또는 g(그램)으로 표시 - 부피 단위는 ml(밀리리터), cl(센티리터), l(리터) 중 하나를 표시
	5. 보관방법	- 제품이 특별한 보관 상태 또는 사용 상태를 요구할 때는 이러한 상태를 명시 - 필요한 경우 개봉 후 적절한 보관방법과 소비를 위한 제한 시간을 함께 기재
	6. 원산지	- 최종 제품의 원산지와 최종 제품에 포함된 주요 성분의 원산지가 다른 경우에는 해당 주원료의 원산지를 기재하거나 ‘(주원료)는 (최종 제품의 원산지)에서 유래하지 않음’을 기재 - 위원회 실시 규칙(EU) 2018/775에 따라서 최종 제품의 원산지가 표기되어 있지 않고 원산지 국기 등이 패키지에 표시되어 있는 경우에는 규제 대상임
	7. 조리방법	조리 예시가 없어서 적절한 식품의 사용이 불가능한 경우, 사용법을 명시하여 소비자들이 제품을 적절히 사용
	8. 사업자 정보	- 식품 정보 제공에 책임이 있는 회사명을 기재하는 것이 원칙 - 만일 그 회사가 유럽연합 내에 설립된 것이 아니라면, 유럽연합 영내로 수입하는 수입업체를 기재

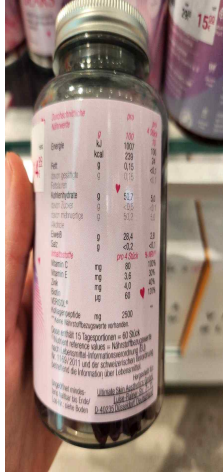
출처: EU 법령포털(EUX-LEX)

[표 5.6] 독일 석류 콜라겐 젤리 라벨링

라벨 필수 표시사항 및 기준	9. 영양 정보	• 의무 기재사항: 열량, 지방 함량, 포화지방 함량, 탄수화물 함량, 설탕 함량, 단백질 함량, 소금 함량 • 의무 기재사항은 포장지 겉면에 눈에 띄게 표로 만들어 한눈에 다 들어오도록 표시해야 함. 포장지 겉면에 충분한 공간이 없을 경우, 단순한 일직선의 형태로 영양 정보를 기재. 영양 정보는 제품 100g 또는 100ml를 기준으로 표시(예: 100g당 나트륨 1g). 영양 정보는 비율(%)로 표시할 수 있으며, 성인 일일 영양 권장량과 함께 표시 가능(권장 영양소 함량은 100g 또는 100ml 당, 또는 비율(%)로 표시) • 선택 기재사항: 불포화지방 함량, 폴리올 함량, 전분 함량, 식이섬유 함량, 비타민 또는 미네랄 함량 • 영양 정보는 100g 또는 100ml 기준으로 표기할 것
	10. 유통기한	• 섭취기한: Best before, Best before end와 같은 문구와 함께 ‘일, 월, 연도’를 기재 • 최소보존일: Use by와 같은 문구와 함께 ‘일, 월, 연도’를 기재
	11. 알레르기 유발물질	• 명시된 성분 또는 가공보조제 또는 이들 성분에서 유래한 물질로, 식품 제조 또는 손질 과정에서 사용되고 어떠한 변형된 형태로든 완제품에 남아있다면 반드시 제품 성분 리스트에 포함 • 다른 성분들과 구분하여 강조할 때는 ‘Contains’라는 표현 다음에 알레르기 항원 인자 성분을 표기 • 유럽연합 표시대상 알레르기 유발물질: ①글루텐 함유 곡물, ②갑각류, ③난류, ④어류, ⑤땅콩, ⑥대두, ⑦대두, ⑧견과류, ⑨셀러리, ⑩겨자, ⑪참깨, ⑫이산화황 및 아황산염(10mg/kg 이상) ⑬루핀, ⑭연체동물
	12. 제조 번호 (Lot 번호)	• 동일한 조건에서 생산, 제조, 포장된 동일 식품군에 속한 판매 개체들의 총체로, 소비자가 사전포장 식품 원산지를 추적 가능 • 다른 라벨 문구들과 분명하게 구분되는 경우를 제외하고 L로 시작 • 단, 유통기한이 라벨에 표시된 경우 제조 번호는 의무 기재사항이 아님
	13. 표기 언어	• 독일어로 표기되어야 하며, 여러 언어의 병기도 가능함 • 스티커 형태의 라벨 부착이 가능함 • 유럽연합 가입국의 언어로도 추가 기재가 가능함
	14. 글자 크기	• 글자 크기는 최소 1.2mm 이상이어야 함 • 단, 제품 면적이 80cm² 미만의 경우 글자 크기는 최소 0.9mm 이상이어야 함

출처: EU 법령포털(EUX-LEX)

▶ 독일 석류 콜라겐 젤리 라벨 샘플

		
[앞면 라벨링 1]	[앞면 라벨링 2]	[뒷면 라벨링 1]
		
[뒷면 라벨링 2]	[아랫면 라벨링]	

[앞면1 - 독일어]

- ① #INNERBEAUTY
- ② COLLAGEN BEARS
- ③ VERISOL® Kollagenpeptide, Vitamin-und Mineralkomplex, Zuckerfrei
- ④ 60 Stück

[앞면1- 국문]

- ① #내적 아름다움
- ② 콜라겐 베어스
- ③ 베리솔 콜라겐 펩타이드, 비타민, 미네랄 복합체, 무설탕
- ④ 60개

[앞면2 - 독일에]

- ① SKIN BEAUTY
- ② #INNERBEAUTY
- ③ COLLAGEN BEARS
- ④ 99.93€ / 1KG
- ④ UVP 17.99€
- ⑤ 150G 14.99€

[앞면2 - 국문]

- ① 스킨 뷰티
- ② #내적 아름다움
- ③ 콜라겐 베어
- ④ 99.93€ / 1KG
- ④ 권장소비자가격 17.99€
- ⑤ 150G 14.99€

[뒷면1 - 독일에]

Durchschnittliche Nährwerte	pro	pro 4 Stück	
Energie	g 100	10	
	kj 1007	100	
	kcal 239	24	
Fett	g 0,15	<0,1	
davon gesättigte Fettsäuren	g 0,15	<0,1	
Kohlenhydrate	g 50,7	5,0	
davon Zucker	g <0,5	<0,1	
davon mehrwertige Kohlenhydrate	g 50,2	5,0	
Alkohole			
Eiweiß	g 28,4	2,8	
Salz	g <0,2	<0,1	
Inhaltsstoffe		pro 4 Stück	%NRV(1)
Vitamin C	mg 80	100%	
Vitamin E	mg 3,6	30%	
Zink	mg 4,0	40%	
Biotin	µg 60	120%	
VERISOL®			
Kollagenpeptide	mg 2500	**	
**Keine Nährstoffbezugswerte vorhanden.			

[뒷면1 - 국문]

평균 영양성분	~당	~당 4개	
	g 100	10	
에너지	kj 1007	100	
	kcal 239	24	
지방	g 0,15	<0,1	
포화지방산	g 0,15	<0,1	
지방산			
탄수화물	g 50,7	5,0	
당	g <0,5	<0,1	
폴리하이드릭	g 50,2	5,0	
알코올			
단백질	g 28,4	2,8	
소금	g <0,2	<0,1	
성분		4개당	%NRV(1)
비타민 C	mg 80	100%	
비타민 E	mg 3,6	30%	
아연	mg 4,0	40%	
비오틴	µg 60	120%	
베리솔			
콜라겐 펩타이드	mg 2500	**	
**영양소 기준치 없음			

① Dose enthält 15 Tagesportionen = 60 Stück ② (1) Nutrient reference values = Nährstoffbezugswerte nach Lebensmittel-Informationsverordnung (EU) Nr. 1169/ 2011 und der schweizerischen verordnung betreffend die Information über Lebensmittel. ③ Hergestellt für: ④ Ungeöffnet mindes - Ultimate Skin Aesthetics GmbH ⑤ tens haltbar bis Ende/ Luise-Rainer-Str. 7 - 11 ⑥ Los-Nr.: siehe Boden D-40235 Düsseldorf, Deutschland	① 제품 한 병당 15일치 포함 = 60개 ② 영양소 기준치 = 식품 정보 규정(EU) 제1169/ 2011호 및 스위스 식품 정보에 관한 규정에 따른 영양소 기준치입니다. ③ 사용 대상: ④ 미개봉 시 - Ultimate Skin Aesthetics 유한회사 ⑤ 유통기한/루이스 라이너로 7 - 11 ⑥ 일련번호: 바닥 참조 D-40235 뒤셀도르프, 독일
[뒷면2 - 독일에] ① COLLAGEN BEARS ② Nahrungsergänzungsmittel: mit Kollagenpeptiden, Vitaminen und Zink, mit Süßungsmitteln. Mit Kirschgeschmack. Das zuckerfreie und fruchtig leckere Nahrungsergänzungsmittel in Form eines Gummibäarchens enthält hochkonzentrierte Kollagenpeptide, Biotin, sowie Zink und Vitamin C und E im Wirkstoff-Komplex.	[뒷면2 - 국문] ① 콜라겐 베어스 ② 건강보조식품: 콜라겐 펩타이드, 비타민, 아연, 감미료, 체리향이 함유되어 있습니다. 곰돌이 젤리 형태의 무설탕, 과일 맛의 본 건강보조식품은 고농축 콜라겐 펩타이드, 비오틴, 아연, 비타민 C, E 유효성분을 포함한 복합체입니다.

③ Verzehrhinweis: Erwachsene: 4 Stück pro Tag kauen. Kühl (<25°), trocken und lichtgeschützt sowie außerhalb der Reichweite von kleinen Kindern aufbewahren. Die angegebene empfohlene tägliche Verzehrsmenge darf nicht überschritten werden. Nicht geeignet für Kinder unter 18 Jahren. Frei von Gluten und Laktose. Übermäßiger Verzehr kann abführend wirken. Nahrungsergänzungsmittel sind kein Ersatz für eine ausgewogene und abwechslungsreiche Ernährung. ④ Zutaten: Süßungsmittel (Maltitsirup), Kollagenpeptide 25%, Gelatine (Schwein), L-Ascorbinsäure, Säuerungsmittel, Citronensäure, natürliches Kirscharoma mit anderen natürlichen Aromen, färbendes Lebensmittel (Konzentrat aus Karotte und schwarze Johannisbeere), natürliches Aroma, pflanzliches Öl (Kokosnuss, Rapsöl), Süßungsmittel (Stevioglycoside), DI-alphaTocopherylacetat, Zinkgluconat, Überzugsmittel Carnaubawachs, D-Biotin. ⑤ Nettofüllmenge: 60 Stück = 150g	③ 섭취 권장: 성인: 매일 4개 씹어서 섭취하세요. 서늘하고(25도 미만), 건조하며 직사광선이 안 드는 곳 및 유아의 손에 닿지 않는 곳에 보관하세요. 하루 권장 섭취량을 초과하여 섭취하지 마세요. 8세 미만 어린이들에게는 적합하지 않습니다. 글루텐 및 락토스 미포함. 과도 섭취는 설사를 유발할 수 있습니다. 건강보조식품은 다양하고 균형 잡힌 식단의 대체재가 아닙니다. ④ 성분: 감미료(말티트 시럽), 콜라겐 펩타이드 25%, 젤라틴(돼지), L-아스코르빈산, 산미제, 구연산, 천연 체리 향료 및 기타 천연 향료, 식품 색소(당근, 블랙구스베리 농축액), 천연 향료, 식물성 오일(코코넛, 랩스 오일), 감미료 (스테비오글리코사이드), D-알파 토코페릴 아세테이트, 글루콘산아연, 코팅제 카르나우바 왁스, D-비오틴. ⑤ 총 용량: 60개 = 150g
[아랫면 - 독일어] ① Los-Nr. : 23403 MHD: 06/2024	[아랫면 - 국문] ① 일련번호: 23403 유통기한: 2024년 6월

4. 독일 석류 콜라겐 젤리 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

석류 콜라겐 젤리를 기타 잼(젤리도 이에 포함)으로 분류하여 식품첨가물 검색 시 총 567건이 검색되었으며, 하기 표는 기타 잼에 적용되는 유럽연합의 식품첨가물 기준 중 일부임. 1~4번까지의 식품첨가물은 고객사 석류 콜라겐 젤리에 포함되어, 사용 기준을 면밀히 살펴봐야 함. 더욱 자세한 정보는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.7] 독일 석류 콜라겐 젤리 식품첨가물 분석²²⁾

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품유형	사용기준
1	한천	Agar	04.2.5.2 잼, 젤리, 마말레이드 및 지침 2001/113/EC에서 정의한 당화 밤 푸레	1000mg/L or mg/kg (저열량 잼, 젤리, 마말레이드에만)
2	잔탄검	Xanthan gum		10000mg/L or mg/kg
3	카라기난	Carrageenan		
4	로커스트콩검	Carob bean gum		
5	아스코르브산	Ascorbic acid	04.2.5.2 잼, 젤리, 마말레이드 및 지침 2001/113/EC에서 정의한 당화 밤 푸레	GMP
6	아르곤	Argon		
7	염화칼슘	Calcium chloride		
8	젖산칼슘	Calcium lactate		
9	아나토 박신	Annatto bixin		20 mg/L or mg/kg (참고 94 / 밤 푸레 제외)
10	아나토 노르박신	Annatto norbixin		
11	루테인	Lutein		100mg/L or mg/kg (참고 31 / 밤 푸레 제외)
12	리코펜	Lycopene		
13	만니톨	Mannitol		GMP (저열량이나 무가당에만)
14	말티톨	Maltitols		

자료: KATI농식품수출정보

22) 순번 1~4번은 고객사 석류 콜라겐 젤리에 포함되는 식품첨가물

▶ 알레르겐

독일은 인체에 해로운 영향을 끼칠 수 있는 특정 알레르기 유발물질을 함유한 식품에 대해 철저한 표기를 규정함. 특정 알레르기 유발물질은 반드시 라벨을 표기해야 함. 또한, 성분 대부분을 차지하는 비율 순서로 포장 라벨에 기록돼야 하며 소량이라도 반드시 표기해야 함. 알레르기 유발물질 보유 사실을 누락한 식품에 대해서는 경고 및 리콜 조치가 적용됨. 고객사 석류 콜라겐 젤리 제품 중 필수 표기 의무가 있는 알레르겐 물질은 없는 것으로 확인됨

[표 5.8] 독일 알레르겐 표시 기준

순번	표시 의무 여부	대상	석류 콜라겐 젤리 해당 여부
1	의무	글루텐을 포함한 곡물	(-)
2	의무	갑각류	(-)
3	의무	계란	(-)
4	의무	어류	(-)
5	의무	땅콩	(-)
6	의무	대두	(-)
7	의무	우유(유당 포함)	(-)
8	의무	견과류	(-)
9	의무	셀러리	(-)
10	의무	겨자	(-)
11	의무	참깨	(-)
12	의무	이산화황	(-)
13	의무	루핀	(-)
14	의무	연체동물	(-)

출처: 유럽연합법률(EUR-LEX)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 예스스타일(YESSTYLE)
2. 더글라스(Douglas)
3. 니케 뷰티(Niche Beauty)

Interview ①

23)

YESSTYLE

예스스타일
(YESSTYLE)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - KC100, 5/F, 100 Kwai Cheong Rd, 콰이청(Kwai Cheong), 홍콩에 위치한 이커머스 업체
 - 2006년 설립
 - 옷, 화장품, 스킨케어, 건강제품 취급
 - 주요 수입국은 한국, 일본, 아시아 국가들

담당자 정보

Customer Service Agent

예스스타일(YESSTYLE)
Customer Service Agent

Q. 독일에서 콜라겐 관련 제품에 대한 수요는 어느 정도인가요?

비타민 C와 마그네슘은 최근 몇 년 동안 판매량이 줄긴 했지만, 여전히 가장 인기 있는 보충제입니다. 반면에 콜라겐 보충제에 대한 수요는 최근 몇 년 동안 크게 증가했습니다. 콜라겐은 독일에서 기능성으로 인해 다양한 용도로 인정받고 있습니다. 2020년에는 식음료 부문에서 주로 사용되었으며, 주로 음료 및 베이커리 제품 부문에 의해 주도되고 있습니다. 독일에서는 콜라겐 펩타이드를 포함한 단백질 성분이 함유된 기능성 음료에 대한 인지도가 높아지고 있습니다. 특히, 편의성 제품이 소비자들의 새로운 니즈로 떠오르면서 RTD 음료에 대한 수요가 증가하고 있습니다.

Q. 독일 내 콜라겐 제품의 트렌드는 어떤가요?

독일에는 콜라겐 제품이 많지 않은 편입니다.

Q. 현지에서 인기 있는 콜라겐 관련 제품은 무엇인가요?

인기 있는 제품으로는 생선 콜라겐, 니코틴 아미드 및 글루타치온 효모가 포함된 A사의 제품과 비타민 C, 블루베리가 함유된 B사의 제품이 있습니다.

Q. 독일에서 콜라겐 제품의 주요 소비자는 누구인가요?

콜라겐 젤리 제품은 모든 연령대의 소비자를 위한 제품입니다.

Q. 한국산 콜라겐 제품은 독일에서 얼마나 잘 알려져 있나요?

콜라겐 젤리 제품은 독일 시장에 비교적 새로운 제품입니다.

Q. 현재 독일에서 고객사와 유사한 제품 중 인기 있는 제품이 있나요?

유사한 제품으로는 생선 콜라겐, 니코틴 아미드 및 글루타치온 효모가 포함된 A사의 제품과 비타민 C, 블루베리가 함유된 B사의 제품이 있습니다.

Q. 시장 내 경쟁제품과 비교했을 때 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇인가요?

고객사의 제품은 독일에서 판매되는 유사한 콜라겐 젤리 제품보다 가격에 저렴하기에 경쟁력이 있는 것 같습니다. 그리고 고객사의 제품은 일반적으로 스틱당 콜라겐 함량이 더 많은 것 같으며 저분자 콜라겐을 함유하고 있다는 점도 강점일 수 있습니다.

Q. 경쟁제품은 어떤 종류의 홍보와 마케팅 전략을 사용합니까?

TV 광고, 인플루언서 마케팅이 독일에서 콜라겐 제품에 대한 인기 있는 마케팅 방법입니다.

Q. 경쟁제품은 어떤 채널을 통해 가장 많이 판매되나요?

아시아 화장품을 전문으로 취급하는 온라인 상점(리틀 원더랜드, 예스스타일)에서 판매되기도 합니다. 젤리 제품의 경우 아마존을 통해 판매되기도 하며 다른 형태의 콜라겐 제품은 유명 약국 및 드렉스토어(DM, Müller, Rossmann)에서 판매되고 있습니다.

Q. 고객사 제품은 젤리 형태의 석류 콜라겐으로 스틱 1개당 20ml 용량이며 스틱 14개가 1박스로 구성되어 있습니다. 박스 1개당 가격은 19.99달러(한화 약 2만 6,243원)²⁴⁾입니다. 고객사 제품에 대한 피드백을 부탁드립니다.

독일에는 이미 인기 있는 콜라겐 젤리 제품이 있기에 젤리 형태의 제형은 독일 소비자들에게 좋은 반응을 얻을 수 있을 것 같습니다. 사이즈는 독일 시장에서 판매되는 제품과 비슷하기 때문에 괜찮아 보입니다. 소매 가격은 시장에서 판매되는 유사 제품보다 훨씬 저렴하기에 경쟁력이 있어 보입니다. (A사 콜라겐 젤리: 25.99유로(한화 약 3만 7,076원²⁵⁾), B사 콜라겐 젤리: 37.13유로(한화 약 5만 2,968원))

Q. 고객사 제품은 석류 맛이며, 300DA 저분자 콜라겐 함유 및 흑삼 농축액 함유로 일반 콜라겐 젤리보다 흡수율이 높습니다. 현지인들의 입맛을 사로잡기 위한 조언을 해주세요.

경쟁사 제품에도 자몽, 블루베리, 베리 등 과일 향이 있으므로 석류 맛도 괜찮아 보입니다. 제품 형태에 대한 소비자들의 선호도는 없으며, 젤리 형태든 파우더 형태든 선호도는 동일합니다.

24) 1달러=1,312.80원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

25) 1유로=1,426.55원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 고객사 제품은 FDA, ISO22000, HACCP 인증을 받았습니다. 독일에서 석류 콜라겐 젤리 제품을 판매할 때 어떤 인증을 받아야 하나요?

A사 제품은 화장품에 필요한 유럽 화장품등록(EU CPNP: Cosmetic Product Notification Portal) 인증을 받았습니다. 식이 보충제는 EU 식품법을 준수해야 합니다. 특정 성분(1997년 이전에는 EU에서 전통적으로 소비되지 않았던 성분)에 따라 EU 신규 식품 허가를 받아야 할 수도 있습니다. 식이 보조제의 경우 EU 안전성 평가가 필요합니다. 또한, 위생 및 품질과 관련하여 우수 제조 관행(GMP: Good Manufacturing Practice)을 준수해야 합니다. 포장 관련 부분은, EU 라벨링 법규를 준수해야 하며, 사전의 유럽식품안전청(EFSA: European Food Safety Authority) 인증 없이는 제품에 건강상의 이점이나 효과를 주장할 수 없습니다. 마지막으로, 건강보조식품에 포함된 특정 성분의 양에 대한 제한이 있습니다

**Q. 독일 시장에서 고객사 제품을 홍보할 때 강조해야 할 포인트는 무엇인가요?
(셀링포인트 : 섭취를 통해 피부 건강과 관절 혈관 건강을 쉽게 관리할 수 있다.)**

고객사의 셀링포인트는 괜찮아 보입니다. 또한, 제품 홍보를 위해 ‘피부를 팽팽하게 하고 수분을 공급함’, ‘근육, 손톱, 모발에 도움이 됨’, ‘더 젊어 보이도록 도와주며 비타민 C도 함유함’ 등의 문구를 추가할 수 있습니다.

Q. 수출을 위해 어떤 유통채널을 추천하시나요?

아마존, 약국, 화장품 매장 등을 추천합니다.

Q. 해당 제품으로 유럽 아마존 시장에 진출하고자 합니다. 현지 시장에서 콜라겐 관련 제품을 많이 판매하고 있는 온라인몰이 있나요?

콜라겐 관련 제품에 대해 잘 알려진 온라인 쇼핑몰은 없습니다.

Q. 고객사 제품을 현지 소비자들에게 어필할 수 있는 홍보전략은 무엇인가요?

한국의 미용 및 스킨케어 제품은 현지 고객들에게 높은 평가를 받고 있습니다. 피부 관리 팁으로 유명한 인플루언서를 통해 제품을 홍보하는 것은 쉽고 좋은 전략이 될 것입니다.

Interview ②

26)

DOUGLAS

더글라스(Douglas)
Junior Manager Global CRM더글라스
(Douglas)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 뒤셀도르프(Düsseldorf), 독일에 있는 소매업체
 - 1901년 설립
 - 향수, 화장품, 얼굴/몸/머리 제품, 의약품, 건강제품 취급
 - 온/오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Junior Manager Global
CRM

Q. 독일에서 콜라겐 관련 제품에 대한 수요는 어느 정도인가요?

독일에서 콜라겐 관련 제품, 특히 콜라겐 보충제에 대한 수요가 크게 증가하고 있습니다. 이러한 현상은 스킨케어 및 노화 방지에 대한 잠재적인 이점으로 콜라겐을 보는 소비자들 사이에서 건강 의식이 높아짐에 따라 주도되고 있습니다.

Q. 독일 내 콜라겐 제품의 트렌드는 어떤가요?

독일 내 콜라겐은 보충제 및 기능성 식품 원료로 사용되며 체내 흡수가 더 용이한 가수분해 콜라겐 펩타이드에 대한 관심이 높아지고 있습니다. 독일에서는 안티-에이징 분야의 대표적인 두 가지 활성 성분을 함유한 ‘히알루론 음료’와 ‘콜라겐 음료’에 대한 논의가 주로 이루어지고 있습니다.

Q. 현지에서 인기 있는 콜라겐 관련 제품은 무엇인가요?

독일에서 가장 인기 있는 콜라겐 제품으로는 ‘콜라겐 보충제’, ‘콜라겐 미용 음료’, ‘콜라겐 크림과 세럼’이 있습니다.

Q. 독일에서 콜라겐 제품의 주요 소비자는 누구인가요?

독일에서 콜라겐 제품의 주요 소비자는 노화 방지 및 건강에 관심이 많은 30세 이상의 여성입니다. 이러한 수요는 주로 건강, 미용 및 노화의 영향을 늦추려는 욕구에 의해 형성됩니다.

Q. 한국산 콜라겐 제품은 독일에서 얼마나 잘 알려져 있나요?

한국산 콜라겐 및 식품보조제품은 독일 시장에서 어느 정도 인지도와 인기를 얻고 있지만, 아직 인지도가 높지는 않은 편입니다.

Q. 현재 독일에서 고객사와 유사한 제품 중 인기 있는 제품이 있나요?

고객사의 제품과 유사한 제품이 없습니다. 다만, 관련 회사는 체리 맛 미용 음료인 ‘콜라겐 유스 드링크 바이 #이너뷰티’를 판매하고 있으며, 해당 제품은 피부의 미용 잠재력을 최대한 발휘할 수 있도록 도와주는 것으로 고객들 사이에서 잘 알려져 있습니다.

Q. 시장 내 경쟁제품과 비교했을 때 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇인가요?

이 제품의 주요 강점은 콜라겐 가수분해물, 비타민 C, 비오틴, 아연 및 구리로 구성된 영양소 함량입니다. 이 체리 맛 미용 음료는 콜라겐과 함께 작용하여 피부 속부터 아름다움을 향상하는 영양소를 엄선하여 만들어져 제품의 강점을 더합니다. 하지만, 높은 가격대는 종종 많은 고객에게 장애물이 됩니다.

Q. 경쟁제품은 어떤 종류의 홍보와 마케팅 전략을 사용합니까?

경쟁제품들은 피부 및 웰빙 개선과 같은 콜라겐의 건강상의 이점을 강조합니다. 이와 관련하여 광고와 제품 설명에서 젊은 외모와 전반적인 건강을 유지하기 위한 콜라겐의 중요성에 대해 자주 언급합니다.

Q. 경쟁제품은 어떤 채널을 통해 가장 많이 판매되나요?

독일에서 경쟁제품은 주로 온라인 채널을 통해 판매되는 것으로 나타났습니다. 그러나 일부 건강 및 화장품 매장과 슈퍼마켓에서도 이러한 제품을 판매하는 것으로 알려져 있습니다. 이 카테고리에 속하는 대부분의 제조업체는 판매 채널을 통해 소비자에게 직접 판매하는 것으로 알려져 있습니다.

Q. 고객사 제품은 젤리 형태의 석류 콜라겐으로 스틱 1개당 20ml 용량이며 스틱 14개가 1박스로 구성되어 있습니다. 박스 1개당 가격은 19.99달러 (한화 약 2만 6,243원)입니다. 고객사 제품에 대한 피드백을 부탁드립니다.

체리 맛 음료는 고객들의 선호도가 높으며, 이들 중 다수가 정기적으로 구매한다고 합니다. 석류가 이러한 유형의 제품 카테고리에서 어떻게 작용할지 확실하게 말할 수 있는 것은 없습니다.

Q. 고객사 제품은 FDA, ISO22000, HACCP 인증을 받았습니다. 독일에서 석류 콜라겐 젤리 제품을 판매할 때 어떤 인증을 받아야 하나요?

석류 콜라겐 젤리 제품은 EU의 라벨링 규정을 준수하여 제품에 존재하는 성분, 영양가 및 알레르기 유발물질에 대한 정확하고 완전한 정보를 제공해야 합니다. 이미 획득한 인증 외에도 제품의 안전성과 신뢰성을 확실히 추가해야 합니다.

Q. 독일 시장에서 고객사 제품을 홍보할 때 강조해야 할 포인트는 무엇인가요? (셀링포인트 : 섭취를 통해 피부 건강과 관절 혈관 건강을 쉽게 관리할 수 있다.)

독일 시장에서 'RG+ 석류 콜라겐 젤리'의 주요 판매 포인트는 피부 건강과 관절 및 혈관 건강을 개선하는 기능일 것입니다. 또한, 일반 콜라겐 젤리보다 흡수율이 뛰어나 더욱 효과적인 제품이라는 점도 강조해야 합니다.

Q. 수출을 위해 어떤 유통채널을 추천하시나요?

전문점과의 제휴를 추천합니다. 또한, 효율적인 대량 판매와 여러 소매점을 커버할 수 있는 도매 유통업체와의 제휴도 추천합니다.

Q. 해당 제품으로 유럽 아마존 시장에 진출하고자 합니다. 현지 시장에서 콜라겐 관련 제품을 많이 판매하고 있는 온라인몰이 있나요?

콜라겐 관련 제품을 판매하는 것으로 잘 알려진 온라인 쇼핑몰이나 이커머스 플랫폼은 없습니다. 대부분 제조업체가 자체 웹사이트를 통해 직접 판매하고 있습니다.

Q. 고객사 제품을 현지 소비자들에게 어필할 수 있는 홍보전략은 무엇인가요?

해당 유형의 제품은 시간이 지남에 따라 인기가 높아지고 있지만, 아직 상대적으로 덜 알려져 있기에 블로그 게시물과 콘텐츠를 통해 제품을 소비자들에게 더 잘 알릴 수 있는 홍보가 중요하다고 합니다. 제품의 장점과 다양한 측면을 강조하여 제품 인지도를 높이는 것이 중요합니다. 결국, 고객이 제품을 알고 사용하기 시작하면 판매량이 증가하게 됩니다.

Interview ③

27)

NICHE-BEAUTY

니케 뷰티
(Niche Beauty)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 함부르크(Hamburg), 독일에 있는 소매업체
 - 온라인 유통채널 보유
 - 스킨케어, 메이크업, 바디/머리 제품, 향수, 보충제 등을 취급함

담당자 정보

Category Lead Buying

니케 뷰티(Niche Beauty)
Category Lead Buying

Q. 독일에서 콜라겐 관련 제품에 대한 수요는 어느 정도인가요?

콜라겐 관련 제품은 건강과 미용에 도움이 된다는 이유로 독일에서 인기를 얻고 있습니다. 코로나19로 인해 소비자들이 건강과 웰빙 유지에 더욱 관심을 갖게 되면서 콜라겐 시장 또한 성장하였습니다. 그 결과, 많은 회사에서 고객 수요를 충족하기 위해 새로운 콜라겐 제품을 출시하고 있습니다.

Q. 독일 내 콜라겐 제품의 트렌드는 어떤가요?

독일에서는 알약, 캡슐, 음료에 섞어 먹을 수 있는 분말 등의 형태의 콜라겐이 인기가 많습니다. 맛이 첨가된 콜라겐 보충제도 인기를 얻고 있습니다. 독일의 콜라겐 보충제는 일반적으로 고가이지만 다양한 가격대의 옵션이 있습니다. 전반적으로 더욱 편리하고 맛있게 섭취할 수 있는 형태와 지속 가능한 방식으로 공급되는 해양 콜라겐에 대한 관심이 증가하는 추세입니다.

Q. 현지에서 인기 있는 콜라겐 관련 제품은 무엇인가요?

독일에서는 분말 형태의 콜라겐 보충제가 인기가 있습니다. C사 및 D사 브랜드는 다양한 피부 및 건강상의 이점을 제공하는 콜라겐 파우더 기반 제품으로 잘 알려져 있습니다.

Q. 독일에서 콜라겐 제품의 주요 소비자는 누구인가요?

독일의 콜라겐 제품 시장은 남성과 여성을 모두 포함하여 매우 다양하지만, 피부, 모발 및 손톱의 외관을 개선할 수 있는 미용 보조제로 판매되는 경우가 많기에 여성을 대상으로 한 콜라겐 제품 시장이 더 큰 경향이 있습니다. 또한, 나이가 들면 자연적으로 콜라겐 생성이 감소하여 피부 탄력과 관절 건강이 떨어지기 때문에 콜라겐 보충제는 노년층에게도 인기가 있습니다. 최근 몇 년 동안 코로나19로 인해 사람들이 면역체계와 전반적인 건강을 지원하는 방법을 찾고 있기 때문에 독일 소비자들 사이에서 콜라겐 제품에 대한 관심이 높아졌습니다.

Q. 경쟁제품은 어떤 종류의 홍보와 마케팅 전략을 사용하니까?

해당 제품에 대한 홍보/마케팅은 소셜미디어 마케팅, 콘텐츠 마케팅 및 소매 파트너십을 통해 이루어집니다. 또한, 브랜드는 제품과 다양한 사용 혜택을 홍보하기 위해 정기적으로 교육 콘텐츠를 공유합니다.

Q. 경쟁제품은 어떤 채널을 통해 가장 많이 판매되나요?

독일의 콜라겐 제품은 아마존과 같은 온라인 소매업체와 건강식품 매장을 통해 판매됩니다. 약국과 슈퍼마켓에서도 콜라겐 보충제를 판매합니다.

Q. 고객사 제품은 젤리 형태의 석류 콜라겐으로 스틱 1개당 20ml 용량이며 스틱 14개가 1박스로 구성되어 있습니다. 박스 1개당 가격은 19.99달러 (한화 약 2만 6,243원)입니다. 고객사 제품에 대한 피드백을 부탁드립니다.

해당 콜라겐 젤리 제품은 독일에서 많이 알려지지 않았으며, 해당 제품의 판매 경험이 많지 않습니다.

Q. 고객사 제품은 석류 맛이며, 300DA 저분자 콜라겐 함유 및 흑삼 농축액 함유로 일반 콜라겐 젤리보다 흡수율이 높습니다. 현지인들의 입맛을 사로잡기 위한 조언을 해주세요.

독일에서는 콜라겐 제품에 함유된 석류 향이 특 쓰는 상쾌한 맛으로 인해 웰빙 및 에너지와 관련이 있는 것으로 알려져 있습니다. 또한, 제품의 흡수율이 향상되어 소비자가 더 빠르고 편리하게 콜라겐의 효능을 경험할 수 있다는 점도 큰 장점입니다.

Q. 고객사 제품은 FDA, ISO22000, HACCP 인증을 받았습니다. 독일에서 석류 콜라겐 젤리 제품을 판매할 때 어떤 인증을 받아야 하나요?

독일에서 석류 콜라겐 젤리를 판매하기 위해서는 기존의 FDA, ISO22000, HACCP 인증 외에도 IFS(International Featured Standards) Food, 유기농(해당하는 경우) 인증, 알러지 관리 인증 등을 추가로 취득하는 것이 바람직합니다.

Q. 독일 시장에서 고객사 제품을 홍보할 때 강조해야 할 포인트는 무엇인가요? (셀링포인트 : 섭취를 통해 피부 건강과 관절 혈관 건강을 쉽게 관리할 수 있다.)

독일 고객이 주목하는 주요 측면은 ‘품질’, ‘자연성’, ‘사용 편의성’, ‘건강 효능’ 및 ‘규제 준수’입니다. 독일 시장용 마케팅 자료에서 이러한 측면을 강조하면 독일 소비자에게 더 매력적인 제품이라는 것을 강조할 수 있습니다.

Q. 수출을 위해 어떤 유통채널을 추천하시나요?

유통채널의 선택은 매우 주관적이며 목표 시장과 매출에 따라 달라집니다. 그러나 시장에 처음 진입하는 회사라면 현지 유통업체를 통하는 것이 가장 좋습니다. 이를 통해 회사는 독일로 쉽게 수출할 수 있으며 비교적 쉬운 방법으로 판매할 수 있습니다.

Q. 해당 제품으로 유럽 아마존 시장에 진출하고자 합니다. 현지 시장에서 콜라겐 관련 제품을 많이 판매하는 온라인몰이 있나요?

아마존은 콜라겐 관련 제품을 판매하는 것으로 알려진 주요 온라인 플랫폼 중 하나입니다. 콜라겐과 관련하여 잘 알려진 유명 온라인 플랫폼은 많지 않습니다. 이러한 제품은 독일에서 매우 엄선된 플랫폼에서 판매되며, 특히 건강보조 식품 및 미용 관련 제품 판매를 다루는 플랫폼을 통해 판매됩니다.

Q. 고객사 제품을 현지 소비자들에게 어필할 수 있는 홍보전략은 무엇인가요?

콜라겐 제품이 독일 현지 소비자들에게 어필하기 위해서는 건강 효과에 초점을 맞추고, 지속가능성을 강조하며, 프로모션과 할인을 제공하고, 교육 콘텐츠를 제공하는 등의 홍보전략이 요구됩니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VII 시사점



시장수요

독일 對 한국 석류 콜라겐 젤리 수입,
꾸준한 성장세



독일 일반의약품 시장규모는 향후 5년간 3.5%씩 증가, 식품보조제 시장규모 또한 향후 5년간 4.6%씩 성장할 것으로 전망됨. HS CODE 2106.09(석류 콜라겐 젤리)의 독일 對글로벌 수입액은 지난 5년간 연평균 6.2%씩 증가했으며, 對한국 수입액은 이를 월등히 추월하는 연평균 18.7%의 높은 성장률을 보여, 한국산 석류 콜라겐 젤리에 대한 수요 증가세를 확인함

수입유통업체 인터뷰 결과, 세 수입유통업체 모두 독일 내 석류 콜라겐 젤리에 대한 수요가 증가하고 있으며, 특히 건강과 미용에 대한 관심 증가로 콜라겐 보충제를 포함한 콜라겐 제품이 독일 내 여성 소비자들에게 인기가 있다고 답변함. 한국산 석류 콜라겐 젤리를 포함하여 알약, 캡슐, 음료에 타먹을 수 있는 파우더 등 다양한 형태와 맛을 제공하는 콜라겐 제품에 대한 관심이 커지고 있음



소비 특징 ①

최근 독일 콜라겐 트렌드
파우더, 드링크, 캡슐 형태의
제품 인기



온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석 결과를 통해 현지 제품 및 시장 특징을 도출함

독일 콜라겐 시장 내 '콜라겐 파우더'가 가장 인기 있는 제형의 콜라겐 제품으로 보이며, '드링크'나 '캡슐' 형태의 제품도 선호도가 높은 것으로 보임. 또한, '오렌지'나 '사과' 등의 키워드를 통해 독일 현지 소비자들은 다양한 과일 향이 첨가된 콜라겐 제품을 선호하기 때문에 제품의 맛을 강조한 홍보가 필요할 것으로 보임



소비 특징 ②

뷰티 및 건강 개선 효과
강조한 제품 다수



독일 콜라겐 시장 내 '뷰티 효과' 및 '건강 개선' 등의 기능을 가진 콜라겐 제품에 대한 선호도가 높음. 특히, '피부관리'뿐 아니라 '뼈'나 '관절' 등 신체를 고려하는 키워드를 통해 건강을 관리하는 트렌드가 확산되는 것을 확인할 수 있음

독일 소비자들 사이에서는 인공 첨가물이 없는 콜라겐 제품에 대한 선호도가 높으며, 향산화 성분인 '펩타이드'가 포함된 제품도 판매 제품 중 상위권에 위치함



Export Insights

독일 석류 콜라겐 젤리 유통 비중



유통채널



독일 석류 콜라겐 젤리 유통채널 점유율 조사 결과 약국(75.0%)이 압도적으로 높은 점유율을 차지하였음. 뒤를 이어 통신판매(14.4%)와 슈퍼마켓(10.6%)이 독일 내 석류 콜라겐 젤리의 주요 유통채널로 확인됨

한편, 전문가 인터뷰 결과 소셜미디어, 인플루언서 마케팅 등 온라인을 활용한 홍보 및 유통이 최근 부상하는 것으로 확인됨. 실제 온라인 판매 제품 확인 결과 독일 내 식품품 배달 서비스를 운영하는 플랫폼인 아마존과 브링마이스터에서 다수의 콜라겐 제품이 판매되는 것을 확인함

진입장벽

- ▶ Point 1) 수출업자 세관 등록 必
- ▶ Point 2) 비건 및 유기농 인증 권장
- ▶ Point 3) 라벨 독일어 표기 必



독일로 식품 수출 시, 수출업자 세관 등록이 필요하며, 발급된 등록번호는 다른 EU 국가에서도 사용이 가능함. 독일로 식품 수출 시 필수적으로 취득해야 하는 인증은 없음. 다만, 유럽연합 및 독일 내 친환경 장려 정책을 고려하여 비건이나 유기농 인증을 받는 것을 권장함. 라벨의 경우, 반드시 독일어로 표기해야 하며, 여러 언어의 병기가 가능해 유럽연합 가입국의 언어로도 추가 기재 할 수 있음

수출 확대 전략

셀링 포인트
&
제품 경쟁력 피드백



Point 01 주요 구매 요인 수입유통업체 인터뷰 결과, 콜라겐 제품의 주요 구매 요인은 저렴한 가격, 높은 품질, 제품 형태, 편리한 포장, 독특한 풍미, 규제 준수 등으로 확인됨. 따라서, 고객사 제품의 셀링포인트인 '섭취를 통해 피부건강과 관절/혈관 건강을 쉽게 관리할 수 있다'는 독일 시장에 적합한 것으로 확인됨

Point 02 제품 경쟁력 피드백 수입유통업체 인터뷰 결과, 고객사 석류 콜라겐 젤리 제품의 강점은 콜라겐 함량과 저렴한 가격임. 따라서, 고객사 제품의 셀링포인트로 일반 콜라겐 젤리보다 흡수율이 뛰어나고 콜라겐 함량이 높아 더욱 효과적인 제품임을 강조하는 것이 좋음



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 「Vitamins & Minerals, Germany」, 2022.07
2. 스태티스타(Statista), 「OTC Pharmaceuticals, Germany」, 2022.12
3. 모르도르 인텔리전스(Mordor Intelligence), 「독일 콜라겐 시장 규모 및 점유율 분석 - 성장 동향 및 예측(2023-2028)」
4. 메디포뉴스(medifonews), 「작년 의약품 시장 규모 25조 이상... 전년 대비 9.6% 증가」
5. GTAI(Germany Trade & Investment), 「The Pharmaceutical Industry Germany」, 2022
6. 스태티스타(Statista), 「Purchase channels for dietary supplement South Korea」, 2022.03
7. EU 법령포털(EUR-LEX), 「REGULATION (EU) No 1169/2011 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL」, 2011
8. KATI농식품수출정보, 「EU 복합식품 수입 규정 적용에 따른 통관 현황 및 대응 방안 안내」, 2023

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
2. International Trade Centre (www.intracen.org)
3. 아마존(Amazon) (www.amazon.de)
4. 보그 독일(VOGUE Germany) (www.vogue.de)
5. 이커머스뉴스(Ecommerce News) (ecommerce.news)
6. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
7. 브링마이스터(Bringmeister) (www.bringmeister.de)
8. 이커머스데이터베이스(ecommerceDB) (www.ecommercedb.com)
9. 레베(REWE) (www.rewe.de)
10. 에데카(Edeka) (www.edeka.de)
11. 드림스타임(Dreamstime) (www.dreamstime.com)
12. 옥타라이트(Oktalite) (www.oktalite.com)
13. 리테일디테일이유(RetailDetail EU) (www.retaildetail.eu)
14. 한국농수산식품유통공사(aT) (www.at.org)
15. 고아시아(Go Asia) (www.goasia.net)
16. 와이마트(y-mart) (www.y-mart.de)
17. 레베투고(REWE to go) (togo.rewe.de)
18. 슈퍼마켓블로그(SUPERMARKTblog) (www.supermarktblog.com)
19. 관세청 (www.customs.go.kr)
20. EU 법령포털(EUR-LEX) (www.eur-lex.europa.eu)
21. 유럽연합 집행위원회(European Commission) (ec.europa.eu)
22. 영국 비건 소사이어티(Vegan Society) (www.vegansociety.com)
23. 프랑스 이브 비건(Eve Vegan) (www.certification-vegan.org)
24. 영국소매업협회(British Retail Consortium) (www.brcgs.com)
25. 농림축산식품부 홈페이지 (www.mafra.go.kr)
26. KATI농식품수출정보 홈페이지 (www.kati.net)
27. 관세법령정보 포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
28. 독일 연방 소비자 보호 및 식품 안전국(BVL: Federal Office of Consumer Protection and Food Safety) (www.bvl.bund.de)
29. 독일 연방 식품 농업부(BMEL: Federal Ministry of Food and Agriculture) (www.bmel.de)
30. 예스스타일(YESSTYLE) (www.yesstyle.com)
31. 더글라스(Douglas) (www.douglas.de)
32. 니케뷰티(Niche Beauty) (www.niche-beauty.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.08.04

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