

2020년 (파라과이) 해외 안테나숍 운영 최종 결과 보고서

1. 운영개요

- 운영국가(도시) : 파라과이(CIUDAD DEL ESTE)
- 운영 주체 개요

업체명	주소
Morning Mart S.R.L.	Consejal Vargas 1231 Asunción Paraguay

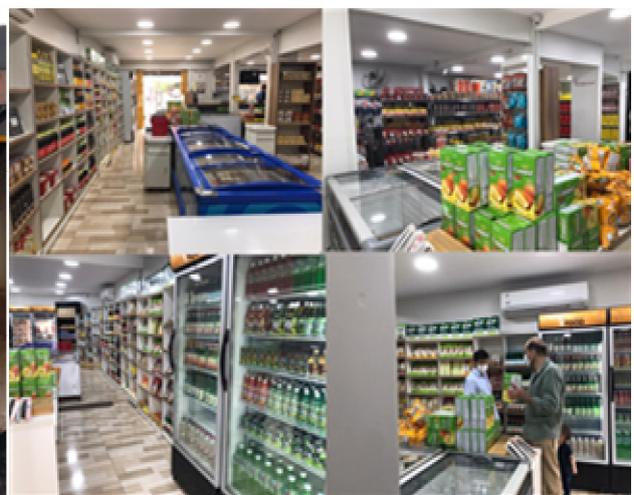
- 운영형태 : 오프라인(단독매장 운영)
- 운영장소 :

점포명	소재지
KFOOD PARAGUAY	Boqueron No151 e/ Adrian Ajara y Pai Perez

- 안테나숍 운영사진



외부



내부



시음시식

2. 주요 운영현황

■ 안테나숍 운영 관련

- 안테나숍 동향 분석
- 2020년 판매 및 수입 실적은 코로나 사태로 예상 불가하였음
- 전국적인 외출 금지로 인해 매장 방문 고객이 현저히 낮아져 신제품을 알릴 수 있는 기회가 많이 없었음
- 외출 금지로 인해 모든 식당이 문을 닫아 식자재 제품들 판매는 줄어들었으나 라면, 캔제품 등 인스턴트 제품 판매는 늘어남
- 파라과이는 내륙 지역이라 기본적인 운송 기간이 60일이나 1년 동안 가뭄으로 인해 기간이 더 지연되고 있음. 팬데믹 사태로 고객들이 필요로 하는 제품을 빠르게 대응하지 못함
- 2020년 10월부터 식당 운영이 재개됨에 따라 다시 식자재가 판매가 되고 있음

■ 안테나숍 주요 인기품목 및 사유

- 주요 인기품목 현황(사유 포함) / 수출확대 가능성 등
 - 프*마 :
 - 유당 불내성인을 갖고 있는 고객들의 구매가 높아짐
 - 버블티가 유행을 하면서 버블티 매장에서 구매가 높아짐
 - 오*기 진*면 외 모든 라면 :
 - 팬데믹 초반에 외출 금지령이 내려지면서 라면 판매가 상승하였음
 - 진*면 외에 모든 라면 판매가 상승하였고, 특히 짜장라면 판매가 급증하였음
 - 샴* 고추장
 - 식당 운영 중지로 인해 많은 고객이 집에서 요리를 하면서 가정용 식자재 판매가 늘었음
 - 보통 1kg대 제품들이 많이 판매되고 있음
 - 샴* 쌀소면
 - 복강병은 음식 내의 영양소가 모두 흡수되지 못하게 하는 소장의 질병임
 - 밀, 보리, 호밀과 그러한 곡류로 만들어진 음식에 있는 단백질인 글루텐이 포함된 음식을 섭취하는 데 문제를 유발하는 병으로 현재 파라과이에 같은 질환을 앓는 환자들이 많음
 - 가족 중 복강병을 앓는 사람이 있으면 그 가족은 모두 글루텐 프리 제품을 섭취해야 하므로

글루텐 프리 제품 판매가 급증하고 있음

- 샘* 쌀소면은 기존에 중국 쌀 소면과는 다르게 소분하기가 좋아 사용하기 매우 편리함

- 오*온 오*자

- 현지인들은 단맛 스낵보다는 짠맛 스낵을 좋아함
- 오*자는 현지에 판매되고 있는 감자칩과 비교했을 때 부드럽고 치즈맛이 고소해 고객들이 좋아함
- 오*자 외에 대부분의 한국 과자들이 판매가 높아지고 있음
- 한국 봉지 과자들은 유통기한이 6개월 이내이므로 꾸준한 현지마켓 유통은 매우 어려움

- 냉동 만두

- 만두는 현지인과 동양계 고객들 모두에게 인기가 있는 제품임
- 현지 중국인이 만든 제품과 가격 차이는 있지만 다양성으로 인해 고객들의 구매가 이어지고 있음
- 냉동 제품은 보관 및 배달 시에 특별한 신경을 써야 하여 매우 까다로운 제품이긴 하지만 고객의 꾸준한 구매로 인해 판매 상승이 예상됨

● 주요 품목별 소비자 반응조사 추가

- 수*상 빵가루

- 기존에 현지에서 사용하던 빵가루는 딱딱한 빵을 곱게 빻아서 만든 제품으로 한국 제품과는 다르게 바삭한 식감이 없음
- 특히 현지에서 자주 먹는 비프까스 요리를 할 때 현지 제품을 사용하는 것보다 한국 빵가루 제품을 사용하는 것이 더 바삭한 식감을 낼 수 있어 사용해본 고객들의 재구매가 이루어짐
- 동양계 식당에서 주로 사용을 하였으나 현재는 일반 고객들도 애용하고 있음

- 동* 프*마

- 유당 알레르기 있는 고객들이 커피에 크림을 넣을 때 사용하던 제품이 현재는 커피 외에 음식(빵)에도 활용하고 있음
- 식물성 우유인 프리마는 현지 마켓에 입점하기 전부터 현지 고객들에게 꾸준히 사랑을 받던 제품이었으나 현지 고객들이 쉽게 구매하지 못하여 제일 많은 구매 문의를 받은 제품임
- 한국에서는 높은 칼로리로 섭취를 꺼리는 추세지만 현지에서는 의사들이 우유를 섭취 못 하는 환자에게 이 제품을 권하고 있음

- 오*기 진*면

- 편리성으로 판매가 늘고 있음
- 현지 고객들은 매운 라면은 스프를 50%만 넣고 싱거운 맛은 소금을 추가해서 먹기 때문에

매운맛이 판매에 큰 걸림돌이 되지는 않음

- 현지 제품 NISSIN과 비교를 했을 때 가격은 더 높으나 NISSIN은 80g인 것에 비해 한국 제품은 120g으로 50%가량 용량이 더 높은 것을 감안하면 가격이 높지 않음
- 현지 시장에서는 진*면 매운맛보다는 순한맛 반응이 더 좋음
- 기타 라면보다 오*기 라면 면발이 더 쫄깃하다고 하여 반응이 좋음

- 맥* 커피믹스

- 현지 제품과 가격 비교했을 경우 한국 제품이 경쟁력이 있음
- 고객 중에는 우유를 섭취할 수 없는 혹은 싫어하는 고객들이 늘어남에 따라 동물성 우유를 대체할 수 있는 식물성 우유를 찾는 고객들이 많아짐
- 오리지널맛과 모카맛 중 모카맛을 더 선호함
- 현지인들은 진한 커피를 마시는 경향이 있어 한국 제품은 다소 싱거워함
- 개별 가격은 처음 보는 제품을 20개입으로 된 제품을 구매하기에는 현지인들에게 다소 무리가 있음

- 파*주스 배도라지

- 현지 고객들에게는 한국 배와 도라지가 너무 생소하여 제품 설명이 어려움
- 현지 비슷한 사과 제품 가격에 비해 배도라지 가격 경쟁력이 매우 떨어짐
- 도라지 특유의 맛에 섭취를 거부하는 아이들이 많음
- 동양계 엄마들은 배 도라지의 성능을 알기 때문에 아이들의 건강을 위해 구매를 하고 있음

- 샘* 부침가루

- 한국 파전과 김치전을 시연하여 사용 방법을 안내함
- 여러 가루를 믹스할 필요가 없어 간편함
- 현지에서도 한국 전과 같은 음식이 있어 한국 부침가루로 현지식을 요리할 수 있음
- 현지 밀가루에 비해 높은 가격과 부침가루에 대한 인지도 부족함

- 수*나 스시*리

- 중국제품은 너무 두꺼워 식감이 떨어짐
- 한국 제품 중에 굵지 않고 220g짜리 저렴한 제품은 일식당에서 사용하기에 적당하지 않아 수*나 제품을 선호함
- 현지 시장에서 판매하고 있는 중국제품과 가격 차이가 있음

- 음*리 와사비

- 기존에 사용하던 중국제품보다는 가격이 다소 높지만 고객들에게 맛을 인정을 받음
- 현지에서 정식으로 수입되는 유일한 제품이어서 일식당에서 사용하고 있음

- 파우더 형식으로 된 제품은 일식당 고객들만 사용하고 있어 작은 사이즈의 튜브형으로 소매 판매하고 있음

- 왕 재래김

- 도시락용 제품으로 잘려있어 고객들이 스낵으로 먹기 편함
- 조미가 되어 있기는 하지만 현지인들 입맛에는 다소 싱거움
- 초밥을 알지 못하는 고객들에게 김의 맛이 강하게 느껴짐

■ 안테나숍 신규품목 도입 사유

● 신규품목 현황 및 수출확대 가능성

- 사* 냉동만두 :

- 현지 고객들도 중식(만두)과 일식(교자)을 접하게 되면서 만두 구매가 잦아졌음
- 동양계(일본/중국) 마트에 입점 가능해짐

- 사* 맛살

- 일식당이 많아짐에 따라 수요도 높아짐
- 현지 대형마켓은 칠레산 제품이 판매되고 있으나 저품질 제품/고가격이라 경쟁력 있음
- 일본/대만 마트에서 요청 들어옴

- 맥* 커피믹스

- 프*마 고객들이 점점 늘어남과 같이 커피믹스도 판매 증가됨
- 현지 커피믹스 가격에 비해 저렴함
- 프*마 고유의 고소한 맛이 있음

- 롯* 바다코*нат

- 유럽 유사 제품에 비해 저렴한 가격임
- 현지 시장에서 유일한 코코넛 맛 과자임
- 긴 유통기한 장점임

- 샘* 찰당면

- 글루텐 프리 식품임
- 현지 고객들이 제일 좋아하는 한식은 잡채임
- 긴 유통기한이 장점임

- 샘* 저염 간장

- 건강을 걱정하는 고객층 확보할 수 있음
- 경쟁 제품들은 저염 간장이 꼭 있음
- 오*기 돈까스 소스
 - 현지인과 동양계 고객들 입맛에 맞춤
 - 긴 유통기한이 장점임
- 오*기 미*
 - 일식 고객들이 늘어나면서 일식 재료들 요청 상승됨
 - 미*은 일식, 중식, 한식에 사용되는 제품임
- 수*상 인삼드링크
 - 한국 인삼의 효력은 현지인들도 잘 알고 있음
 - 바로 마실 수 있어 기존에 가루형 인삼차보다 편리함
 - 인삼이 들어있어 제품의 신뢰성 상승함
- 왕 콩치 통조림
 - 바다가 없는 파라과이는 생선 가격이 매우 높음
 - 콩치 통조림은 비린내가 덜해 쉽게 섭취 가능함
 - 긴 유통기한으로 프로모션하기 매우 편리함
- 왕 까망두유
 - 일반 우유를 섭취할 수 없는 고객들이 대상임
 - 검은콩과 검은깨 효력이 매우 좋음
 - 저렴한 가격이 장점임
- 팜* 보*로 주스
 - 아이들이 모두 좋아하는 음료임
 - 캐릭터가 있어 아이들의 눈길을 끌 수 있음
 - 일반 음료에 비해 가격이 높으나 아이들 제품은 가격보다는 아이들의 선택이 더 중요함
 - 천연과일 음료는 아니지만 인위적인 맛이 나지 않음
- 롯데 카스*드
 - 현지 시장에는 유사 제품 없음
 - 초콜릿 제품이 아니라 유통이 편리함
 - 너무 달지 않아 평상시에도 섭취 가능함

- 롯데 마켓
 - 고급 쿠키
 - 현지 커피숍에서는 에스프레소와 같이 작은 쿠키가 제공. 그 쿠키를 대체할 수 있음
 - 고급스러운 포장(영문 라벨 필요)
 - 유럽 고급 쿠키보다 저렴한 가격임
- 오기 스파면
 - 오기 라면 중 제일 순한맛임
 - 면이 얇아 빠른 취사가 가능함
- 품목별 소비자 반응조사 추가
 - 맥 커피믹스
 - 부드러운 커피맛을 매우 좋아함
 - 저렴한 가격임
 - 뜯기 좋아 편리함
 - 맛이 부드럽긴 하나 현지인들에게는 매우 적은 용량임
 - 고급스러운 포장(한글이라 현지 라벨 부착 필요)
 - 롯데 카타드
 - 카타드 크림을 처음 접해보는 고객들은 부드러운 식감에 매우 만족함
 - 포장을 뜯기가 편리함
 - 현지에는 케이크 타입의 제품이 없음
 - 롯데 마켓
 - 고품질 제품임
 - 너무 과하지 않은 달콤함
 - 개별 포장이라 한 번에 다 섭취하지 않아도 되는 편리함
 - 현지에서 판매되고 있는 기존 고급 쿠키에 비해 저렴한 가격임
 - 고급스러운 포장(한글이라 현지 라벨 부착 필요)
 - 롯데 바다코냑
 - 현지에는 없는 단짠 비스킷임
 - 저렴한 가격이 장점임

- 고급스러운 포장(한글이라 현지 라벨 부착 필요)
- 팜* 보*로 주스
 - 현지 아이들 입맛에도 좋음
 - 고가 가격 : 내용에 비해 가격이 높음
 - “보*로”라는 캐릭터를 알지는 못하지만 귀여운 캐릭터가 있어 아이들이 좋아함

■ 안테나숍 마켓테스트 실시 결과

- 주요 품목 마켓테스트 및 횟수

주요품목	마켓테스트 추진기간	마켓테스트 횟수
맘* 알로에	7월~11월	2,600
롯* 빼*로	10월	1,000
*서 프리마	9월~11월	1,800
처*처럼 소주	7월	800
합 계		6,200

- 주요 품목 마켓테스트 소비자 반응

- 맘* 알로에
 - 저가 알로에 제품. 현재 판매되고 있는 알로에 상품 중 제일 저렴함
 - 저칼로리 제품이라 다이어트를 하는 여성과 운동을 하는 고객들에 적합함
- 롯* 빼*로
 - 일본 망가 매니아들이 일본 제품과 유사해 좋아함
 - 적당히 달달하여 여성 고객들도 좋아함
 - 현지인들은 보통 식사 전에는 달달한 제품을 섭취하지 않으나 빼*로는 현지 초콜릿 제품과는 다르게 많이 달지 않으므로 문제없음
- 동* 프*마
 - 고객들에게 제일 인기가 좋음
 - 영양사도 추천하는 제품임
 - 주로 유당 불내성인 고객이 찾고 있지만 일반 고객들도 프리마의 고소한 맛에 반해 판매가 증가됨
- 처*처럼 소주
 - 현지에서는 소주를 주로 칵테일로 만들어 마심
 - Caipirinha라는 브라질 음료는 보드카, 레몬, 설탕, 탄산수를 섞어서 제조하지만 Caipisoju는

소주, 레몬, 설탕만을 넣어 제조함

- 창고형 마트에서 판매되면서 저렴한 가격으로 판매가 증가함

● 신규품목 마켓테스트 및 횟수

신규품목	마켓테스트 추진기간	마켓테스트 횟수
샘* 불고기소스	10월	1
맥* 커피믹스	9월~11월	1,800
샘* 부침가루	10월	1
파*주스 배도라지	9월~10월	1,400
롯데* 카스타드	11월	20
오*기 북경짜장	7월	20
오*기 북경짬뽕	7월	20
왕 까*두유	7월	20
해* 봉봉	10월~11월	1,400
샘* 고추장	10월	4
샘* 간장	10월	4
샘* 당면	10월	1
합 계		4,691

● 신규품목 마켓테스트 소비자 반응

- 샘* 불고기소스

- 대표적인 한식인 불고기를 쉽게 만들 수 있어 편리함
- 일반적인 방법으로는 현지인이 불고기를 만들기가 쉽지 않음
- 불고기소스의 달달한 맛이 현지인들에는 친근하지 않음. 현지 음식은 설탕을 많이 사용하지 않음

- 맥* 커피믹스

- 일반 우유가 아닌 프리마가 들어있어 유당 불내성이 있는 고객들에게 인기를 얻음
- 개별 포장되어 있고 개봉이 쉬워 편리함
- 포장당 내용량이 적어 일반 고객들은 2봉을 사용해야 함
- 현지에서는 설탕보다는 사카린을 사용하는 고객들이 많아 커피믹스에 들어있는 설탕을 부담스러워하기도 함
- 현지에서 사용하던 우유나 크림보다는 프*마가 더 고소함

- 샘* 부침가루

- 파라과이는 밀 생산국으로서 밀가루 가격이 매우 저렴함
- 중상층 고객들과 동양계 고객들은 가격에 크게 문제가 없지만 일반 현지 고객들에게는 가격에 부담이 있음
- 현지 제품은 가공법이 다르고 한국 부침가루는 다른 재료들과 배합되어있어 맛의 차이가 커 고객들이 선호함
- 파전이나 김치전을 시식했을 때 현지 고객들의 반응이 매우 좋음

- 파*주스 배도라지

- 아이들이 도라지 및 한약재 냄새에 거부반응
- 오랫동안 마셔야 효능을 느낄 수 있음
- 현지 유사 제품과 가격 차이가 많음
- 포장지가 한글화되어 현지 고객들이 알아보기 어려움
- 동양계 고객들만 구매하고 있음

- 롯* 카스*드

- 부드러운 소프트 케이크라 고객들 반응이 좋음
- 카스*드 크림을 처음 접하는 고객들이 많음
- 개별 포장되어 박스를 열어도 한 번에 먹지 않아도 됨
- 너무 달지 않아 단 식품을 싫어하는 남자 고객들도 반응이 좋음

- 오*기 북*짜장

- 한국 라면은 대체로 매운맛이 강해 쉽게 접하지 못하는 고객들이 짜장라면을 찾고 있음
- 일반 라면과 끓이는 방법이 달라 국물을 많이 넣어서 끓이는 고객들은 짜장 라면의 맛을 제대로 느끼지 못할 수 있음. 따로 조리 방법을 알려줘야 함

- 오*기 북*짬뽕

- 진*면을 좋아하던 고객들이 새로운 맛을 찾고 있음
- 북*짬뽕은 진라면 매운맛에 비해 덜 매우면서 해물맛을 강하게 느낄 수 있어서 고객들이 좋아함
- 해물맛을 강하게 느낄 수 있는 라면에 비해 가격이 저렴함

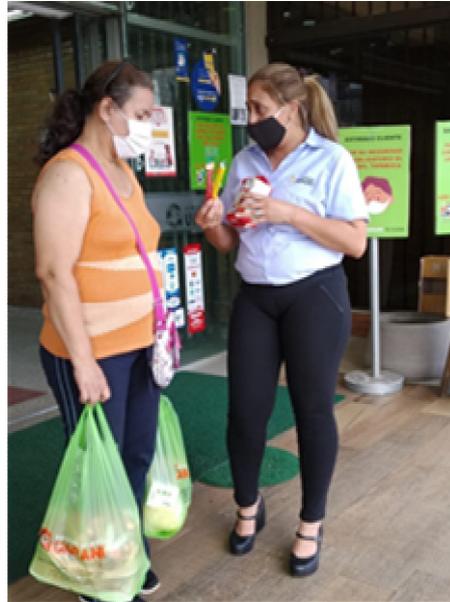
- 왕 까*두유

- 현지 시장에는 일반 두유, 과일맛 두유는 있지만 검은콩 두유는 아직까지 없었음
- 현재까지는 동양계 고객들 반응이 더 좋음. 중국 고객들은 두유 제품이 친근함
- 일반 우유를 섭취하지 못하는 현지 고객들의 반응이 올라가고 있음

3. 주요 운영성과



SUPERMERCADO GUARANI 판촉



SUPERMERCADO GUARANI 판촉



SUPERMERCADO GUARANI 판촉



SUPERMERCADO GUARANI 판촉



SUPERMERCADO VILLA SOFIA 판촉



SUPERMERCADO VILLA SOFIA 판촉



SUPERMERCADO VILLA SOFIA 판촉



SUPERMERCADO VILLA SOFIA 판촉



판촉 MONET



판촉 MONET



판촉 GRANVIA SAN JOSE



판촉 GRANVIA SAN JOSE



판촉 GRANVIA REMANCITO



판촉 GRANVIA REMANCITO



판촉 Fortis Eusebio Ayala



판촉 Fortis Eusebio Ayala



판촉 Miniso(Shopping Paris)



판촉 Miniso(Shopping Paris)



판촉 GRANVIA CENTRO



판촉 GRANVIA CENTRO



판촉 CAFE BONJOUR



판촉 CAFE BONJOUR

- 쿠킹북 제작

- 현지인들에게 인기 있는 한식 조리 방법을 알려주는 쿠킹북 제작



쿠킹북

- 요리 시연

- 한국 요리에 관심이 있는 소규모 고객들에게 매주 토요일에 식자재 사용 방법을 시연함
- 매장에 판매하고 있는 제품을 사용함으로 자연스럽게 구매 유도함
- 단순히 요리 과정을 보는 것만이 아닌 고객도 함께 요리는 하면서 한국 요리에 관심도를 높였음



김밥 요리 시연



김밥 요리 시연



김밥 요리 시연



김밥 요리 시연



요리 시연 (당면)



요리 시연 (당면)



요리 시연 (떡볶이)



요리 시연 (떡볶이)



요리 시연 (불고기)



요리 시연 (불고기)



요리 시연(소면 국수)



요리 시연(소면 국수)



요리 시연 (제육볶음)



요리 시연 (제육볶음)

- 홈페이지 제작



KFOOD 온라인 페이지

● 요리 동영상 제작

- 현지 요리학원 강사를 섭외해 한국 식자재로 현지 음식을 만드는 과정을 보여줌
- 강사 인스타그램과 K-FOOD 인스타그램 / 페이스북에 함께 게시



IGA 요리 동영상 제작



IGA 요리 동영상 제작

● 라면 끓이기 콘테스트 진행

- 고객들의 관심을 높이기 위해 고객들이 참여할 수 있는 이벤트 진행함
- 현지 식자재를 이용한 한국 라면을 끓이는 장면을 동영상으로 제작함
- 3명의 참가자에게 선물 증정함



라면 동영상 제작



라면 동영상 제작