



No. 2022-84
품목 김부각(Crispy Seaweed Snack)
HS CODE 2008.99.5010
국가 미국(USA)



C.O.N.T.E.N.T.S

I

경쟁제품

3

1. 경쟁제품 선정
2. 조사지표 선정
3. 현지조사 결과

II

경쟁사

15

1. 경쟁사 선정 및 분석

III

경쟁력 파악

19

1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석

IV

시사점

23

1. 수출 확대 방안
2. 참고문헌

I

경쟁제품



01

경쟁제품 선정

지원기업 품목 분석

지원 기업의 제품은 찹쌀 김부각으로, 국내산 재료에 전통적인 제조 방법을 통해 생산된 제품임

(제품 유형) 짹짹한 스낵류

(특징) 신선한 국내산 재료에 잔유를 최소화한 방법으로 제조하여 변질 및 산패가 잘 일어나지 않음. 밥반찬과 간식으로 섭취할 수 있으며, 따뜻한 차와 함께 먹거나 나들이 간식으로 먹기에 적합

제품명	찹쌀 김부각		
제품 유형	찹쌀 김부각	희망 소비자가격	3,000원
용량	30g	포장 형태 및 재질	파우치
주요 성분	김, 찹쌀, 멥쌀, 현미유 등	특징	간식용, 안주용으로 전 연령의 소비자가 즐길 수 있는 스낵

경쟁력 분석 프로세스



단계 1 제품 분석

- ① 신청서 내 제품 분석
- ② 지원 기업 인터뷰
- ③ 경쟁 제품군 파악



단계 2 경쟁 현황 분석

- ① 경쟁 현황 분석
- ② 경쟁제품 선정 기준 마련



단계 3 현지조사 기획

- ① 조사 지역 선정
- ② 주요 유통채널 선정
 - 지원 기업 사전신청서 분석
 - 조사 대상국 유통채널별 점유율 파악
- ③ 온라인 사전 조사
- ④ 조사지표 선정



단계 4 조사 수행

- ① 온·오프라인 경쟁제품 선정 기준 전달
- ② 현지조사 수행
- ③ 제품 분석

미국 짹짹한 스낵 시장 브랜드별 점유율

지원 기업의 김부각 제품은 미국의 짹짹한 스낵 제품군에 속함

미국 짹짹한 스낵 시장의 브랜드별 점유율을 조사한 결과, 2022년 상위 10개 브랜드의 점유율이 모두 10.0% 미만으로 매우 세분화돼 있는 시장임

- 시장 점유율 1위 브랜드인 Lay's가 7.7%를 기록하였으며, 이어서 Doritos가 7.3%, Frito-Lay가 4.8%, Cheetos가 4.8%, Jack Link's가 4.0%를 차지함



표 1

미국 짹짹한 스낵 시장 브랜드별 점유율 추이(2018-2022년)

(단위: %)

구분	브랜드명	기업명	2018	2019	2020	2021	2022
1	Lay's	Frito-Lay Co	8.4	8.2	8.2	7.9	7.7
2	Doritos	Frito-Lay Co	6.8	7.1	7.2	7.3	7.3
3	Frito-Lay	Frito-Lay Co	3.6	4.0	4.3	4.8	4.8
4	Cheetos	Frito-Lay Co	4.6	4.8	4.9	4.8	4.8
5	Jack Link's	Link Snacks Inc	3.3	3.3	3.4	4.0	4.0
6	Ruffles	Frito-Lay Co	3.5	3.3	3.4	3.5	3.6
7	Pringles	Kellogg Co	2.4	2.4	2.5	2.7	2.8
8	Tostitos	Frito-Lay Co	2.8	2.8	2.9	2.7	2.6
9	Cheez-It	Kellogg Co	2.4	2.4	2.4	2.4	2.5
10	Fritos	Frito-Lay Co	2.5	2.5	2.4	2.4	2.3
11	Planters	Kraft Heinz Co	-	-	-	2.2	2.1
12	Wonderful	Wonderful Co LLC, The	1.7	1.7	1.7	2.0	2.1
13	Pepperidge Farm	Campbell Soup Co	2.0	2.0	1.9	2.0	2.0
14	Ritz	Mondelez International Inc	2.0	1.9	2.0	1.9	1.9
15	Slim Jim	ConAgra Brands Inc	1.3	1.3	1.3	1.4	1.4
16	Takis	Barcel USA	0.9	1.0	1.1	1.2	1.4
17	Utz	Utz Quality Foods Inc	1.3	1.3	1.4	1.4	1.4
18	Smartfood	Frito-Lay Co	1.1	1.1	1.0	1.2	1.3
19	Blue Diamond	Blue Diamond Growers	1.4	1.5	1.3	1.2	1.2
	기타		48.0	47.4	46.7	43.0	42.8
	상위 10개 업체 총합		40.3	40.8	41.6	42.5	42.4
	총계		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

오프라인 유통채널 선정

Euromonitor에 따르면, 미국 짹짹한 스낵 유통채널별 비율은 2022년 기준 슈퍼마켓 36.2%, 하이퍼마켓 21.6%임

- 2021년 미국의 하이퍼마켓 브랜드 점유율은 Walmart Supercenter가 전체의 85.0%를 차지하고 있으며, 이어서 Meijer가 5.7%, Super Target이 3.6%, Kroger Marketplace가

- 2.7%, Fred Meyer Stores가 2.6%, H-E-B Plus(HE Butt Grocery Co)가 1.2%를 차지함
- 2021년 슈퍼마켓 브랜드 점유율은 Publix가 1위로 전체의 8.0%를 기록함. 이어서 Kroger가 7.7%, Safeway가 6.0%, H-E-B(HE Butt Grocery Co)가 4.4%, Walmart Neighbourhood Market이 3.5%를 차지함. 상위 10위권 기업의 점유율은 43.5%, 기타가 56.5%를 차지하여 브랜드 간 경쟁이 치열한 것으로 파악됨

한식 볶음고추장이라는 지원 기업의 제품 특성상 Walmart 및 Publix 등에서 경쟁제품을 찾아보기 어려움. 따라서 미국 내 한식 제품을 전문으로 취급하는 한인 마트인 H마트와 시온마켓을 조사 대상으로 선정하였으며, H마트에서만 경쟁제품을 찾을 수 있었음

온라인 유통채널 선정

Statista에 따르면, 2022년 기준 미국의 전자상거래 시장 기업별 점유율은 Amazon이 전체의 37.8%를 차지하였으며, 이어서 Walmart가 6.3%를 차지함

 표 2 미국 주요 전자상거래 시장 기업별 점유율(2022년)

기업명	점유율
Amazon	37.8%
Walmart	6.3%
Apple	3.9%
eBay	3.5%
Target	2.1%
The Home Depot	2.1%
Best Buy	1.6%
Costco	1.6%
Carvana	1.5%
Kroger	1.4%
Wayfair	1.1%
Chewy	1.0%
Macy's	0.9%
기타	35.2%
전체	100.0%

자료: Statista

특히, Walmart는 Amazon 대비 온라인 식료품의 구매율이 확연히 높은 것으로 나타남. 2021년 온라인 마켓플레이스 마케팅 업체인 Junglescout의 보고서에 따르면, Walmart의 식료품 구매 비중이 41%로 모든 카테고리 가장 높게 나타났으며, Amazon(20%) 대비 2배 이상 높은 것으로 나타남

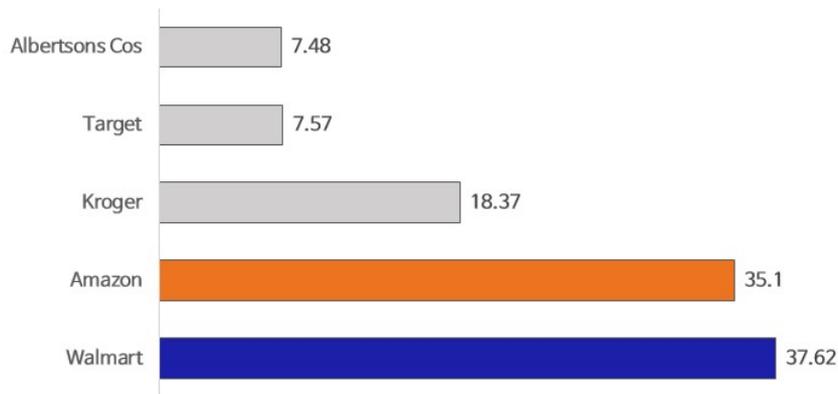
Forrester Research의 2022년 2분기 보고서에 따르면, 미국 전체 식용 부패성 제품(Edible perishable) 온라인 판매액의 35%가 Walmart를 통해 거래됨

- 반면, 식용 비부패성(Edible nonperishable) 제품 비중의 경우 Amazon(36%)이 Walmart(25%) 대비 높게 나타남. 즉, 신선 및 냉장·냉동 식품은 Walmart 구매 비중이 압도적으로 높게 나타났으며, 그 외 음료 등을 포함한 일반적인 가공식품 구매 비중은 Amazon이 높게 나타남

그 외, 2022년 매출액 순위는 Kroger(183억 7,000만 달러), Target(75억 7,000만 달러), Albertsons Cos(74억 8,000만 달러) 순으로 예상됨

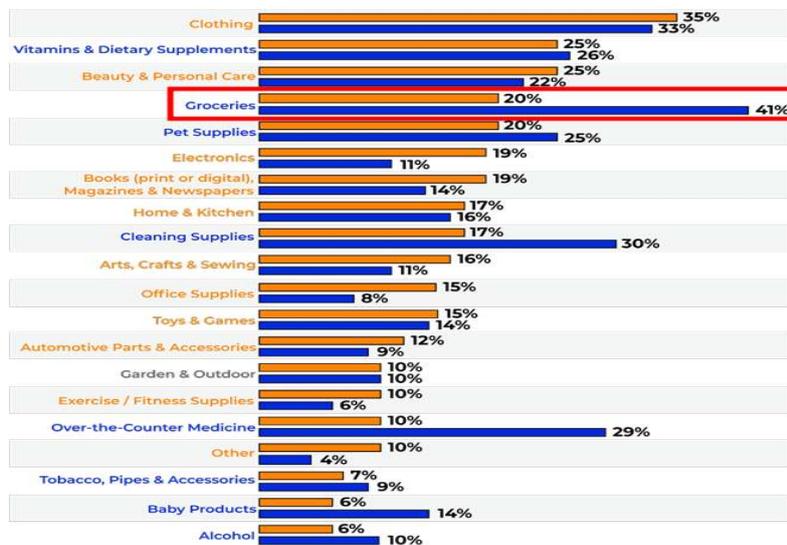
그림 3 2022년 2분기 기준 미국 온라인 식품 매출액 현황

(단위: 십억 달러)



자료: eMarketer, OBERLO

그림 4 2021년 온라인 카테고리별 Amazon과 Walmart 매출 비율 비교



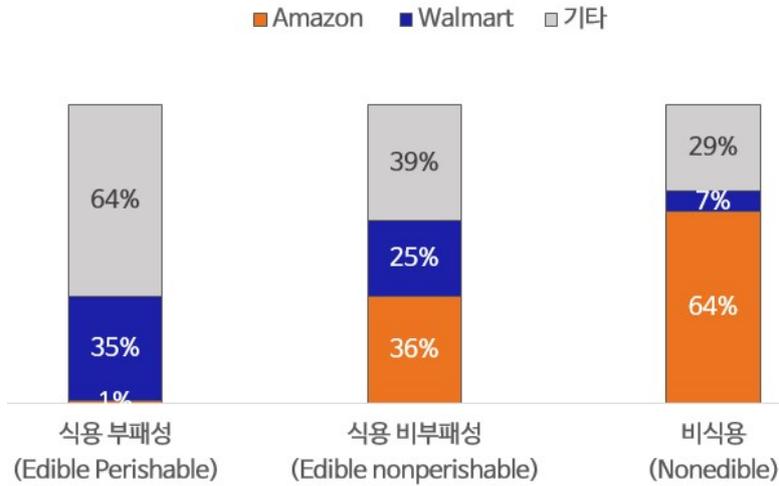
*주: 주황색은 Amazon, 파란색은 Walmart 관련 수치임

자료: JungleScout, "Amazon vs. Walmart: the Growth&Future of Ecommerce



그림 5

Amazon과 Walmart의 식용/비식용 구매 비율 비교



자료: Forrester, US Online Grocery Snapshot: Q2 2022

경쟁제품 선정 결과

오프라인 경쟁제품 선정 기준

- 지원 기업의 제품을 대체할 수 있거나 직접적인 경쟁 대상에 속하는 김부각 식품

온라인 경쟁제품 선정 기준

- 현지인들의 식습관 및 김 섭취 트렌드를 파악하기 위해 조사 범위를 김부각이 포함된 김스낵 전체 시장으로 확장함
- 짭짤한 스낵은 비부패성 제품으로 분류될 수 있으며, 이 부문에서 가장 판매량이 높은 Amazon의 온라인 홈페이지(www.amazon.com)에서 가장 인기 있는 김스낵 제품을 조사 대상으로 선정함

02 조사지표 선정

조사지표 선정

제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함



표 1

오프라인 경쟁제품 조사지표 선정

조사지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
중량	g	제품의 중량
선정 사유	인기 제품, 신제품 등	해당 제품을 경쟁제품으로 선정한 사유
생산지	현지산 제품	미국 현지 브랜드 제품
	수입산 제품	글로벌 브랜드 제품
포장 형태		유리병
성분	원료 및 첨가물	원유 함유량 등 영양과 맛 관련한 핵심 성분
마케팅 포인트		제품의 홍보 문구 및 주요 효과

03 현지조사 결과

오프라인 경쟁제품 판매 현황

현지 조사원의 H마트와 시온마켓 방문 결과, 시온마켓에서만 김부각 제품을 판매 중임

경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
원산지	한국	한국
제품명	양반 새우김부각	칩 오리지널
제조사	D사	C사
포장 형태	파우치	파우치
조사매장	시온마켓	시온마켓
가격	3.99달러(약 5,090원 ¹⁾)	4.29달러(약 5,360원)
중량	50g	40g
성분	새우쌀베이스, 고올레산해바라기유, 김, 새우시즈닝, 찹쌀가루, 허브추출물, 정제소금	라이스칩, 팜올레인유, 김, 향신료올레오레진류
인증	-	-
마케팅 포인트	새우를 통째로 갈아 넣음, 100% 국내산 찹쌀과 고급 재료	현미와 김을 이용해 만든 전통 김부각 스낵
선정사유	인기제품	인기제품

1) 2022년 12월 26일 기준 하나은행 매매기준율(1달러=1.277원)

경쟁제품 정보	제품3
제품 사진	
원산지	한국
제품명	칩 포테이토
제조사	C사
포장 형태	파우치
조사매장	시온마켓
가격	4.29달러(약 5,360원)
중량	40g
성분	감자시트, 팜올레인유, 김, 포테이토 조미료, 향신료 올레오레진류
인증	-
마케팅 포인트	감자칩 맛을 낸 전통 김부각 스낵
선정사유	한국제품

온라인 경쟁제품 판매 현황

미국 최대 온라인 쇼핑몰인 amazon.com을 통한 조사 결과, 김부각(Crispy Seaweed)이라는 제품명으로 판매 중인 품목들은 반죽을 묻혀 튀긴 한국식 김부각 제품보다 더 큰 범주의 다양한 '바삭한 김' 제품을 모두 포함함. 또한, 한국식의 반죽을 묻혀 튀긴 김부각 제품(Tempura Seaweed)은 그 수가 적고 판매량도 많지 않음. 따라서 amazon.com에서 판매 중인 김부각 제품을 포함한 김스낵을 조사함

경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
제품명	gimMe - Sea Salt - 20 Count - Organic Roasted Seaweed Sheets	Tao Kae Noi Crispy Seaweed Tom Yum Goong
브랜드	gimMe	Tao Kae Noi
가격	16.99달러(약 2만 1,690원 ²⁾)	20.00달러(약 2만 5,540원)
용량	100g	36g x 6개입
특징	<ul style="list-style-type: none"> - USDA 유기농 인증 획득 - 프리미엄 유기농 김을 유기농 해바라기 기름으로 바삭하게 구워 소금을 더함 	<ul style="list-style-type: none"> - 바삭한 김스낵 - 퐁얌콩 맛
경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
제품명	Annie Chun's - Crispy Organic Seaweed Snacks	Daechun(Choi's1) Seaweed Snacks
브랜드	Annie Chun's	Choi's1
가격	8.72달러(약 1만 200원)	15.29달러(약 1만 9,520원)
용량	4.5g X 12개입	4g X 20개입
특징	- 저칼로리, 글루텐 프리 김스낵	- 슈퍼푸드인 해조류로 만든 영양 간식

2) 2022년 12월 26일 기준 하나은행 매매기준율(1달러=1.277원)

경쟁제품 정보	제품5	제품6
제품 사진		
제품명	gimMe Snacks, Organic Roasted Seaweed	DAECHUN(Choi's1) Organic Seaweed Snack
브랜드	gimMe	Choi's1
가격	1.99달러(약 1만 6,653원)	14.99달러(약 2만 7,896원)
용량	10g	4g X 20개입
특징	<ul style="list-style-type: none"> - USDA 유기농 인증 획득 - 프리미엄 유기농 김을 유기농 해바라기 기름으로 바삭하게 구워 소금을 더함 - 데리야끼 맛 	<ul style="list-style-type: none"> - USDA 유기농 인증 획득 - 슈퍼푸드인 해조류로 만든 영양 간식
경쟁제품 정보	제품7	제품8
제품 사진		
제품명	KIMNORI Seasoned Seaweed Snacks Sheets	Crispy Seaweed Snacks by Nora
브랜드	KIMNORI	Nora
가격	9.99달러(약 1만 2,750원)	27.99달러(약 3만 5,740원)
용량	4g X 12개입	45g X 6개입
특징	<ul style="list-style-type: none"> - USDA 유기농 인증 - 밥과 함께 먹거나 간식 및 샐러드로 섭취 가능 	<ul style="list-style-type: none"> - 바삭한 김 튀김

경쟁제품 정보	제품9	제품10
<p>제품 사진</p>		
<p>제품명</p>	<p>Gimgo On the Go Vegan Seaweed Crunchy Snacks</p>	<p>Hi Tempura (Tempura Seaweed Original)</p>
<p>브랜드</p>	<p>Gimgo</p>	<p>Tao Kae Noi</p>
<p>가격</p>	<p>29.99달러(약 3만 7,030원)</p>	<p>20.85달러(약 2만 6,620원)</p>
<p>용량</p>	<p>20g x 12개입</p>	<p>40g X 6개입</p>
<p>특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 저당, 저탄수화물, 단백질 함유 - 와사비맛 	<ul style="list-style-type: none"> - 바삭하고 맛있는 김 튀김 - 오리지널 스타일
경쟁제품 정보	제품11	제품12
<p>제품 사진</p>		
<p>제품명</p>	<p>Hi Tempura (Tempura Seaweed Spicy Flavor)</p>	<p>The Golden Duck Salted Egg Crab Seaweed Tempura</p>
<p>브랜드</p>	<p>Tao Kae Noi</p>	<p>The Golden Duck</p>
<p>가격</p>	<p>28.99달러(약 3만 7,000원)</p>	<p>11.00달러(약 1만 4,040원)</p>
<p>용량</p>	<p>40g X 6개입</p>	<p>102g</p>
<p>특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 바삭하고 맛있는 김 튀김 - 매운맛 - 수프, 식사, 샌드위치와 함께 먹거나 간식으로 섭취 가능함 	<ul style="list-style-type: none"> - 중독석 강한 김스낵 - 게살, 고춧가루, 말린 고수 포함 - 싱가포르 제품

주요 유통채널 정보

1. 시온마켓(Zion Market)



간략 소개
및 주요
이슈

- 1981년 설립되었으며, 캘리포니아, 텍사스, 조지아에 7개의 매장 보유
- 포인트 적립 및 프로모션 정보 받아볼 수 있는 시온마켓리워드 애플리케이션 보유

유통채널명	시온마켓(Zion Market)	본사 소재지	7655 Clairemont Mesa Blvd San Diego, California, 92111-1512 USA
홈페이지	www.zionmarket.com		

입점 방법 및 절차

1. 유선 연락 또는 이메일을 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, 소비자가격 등)
 - ③ 참고자료
(회사소개서, 카탈로그 등)
2. 입점 관련 문의사항 연락처
 - 이메일: hr@zionmarket.com
 - 전화: +1-858-268-3300

방문 매장 정보



방문 매장 주소: 2405 S Stemmons Fwy, Lewisville, TX 75067

II

경쟁사



01

경쟁사 선정 및 분석

경쟁사 선정 기준

김스낵 및 김부각(Tempura Seaweed)을 판매하는 제조업체를 조사함

기업 개요



- 미국에 한국 전통 간식인 김을 판매하는 업체로, 세계 최초로 USDA 인증을 받은 유기농 김을 유통함

기업정보	기업명	Gimme Health Foods, Inc.	설립 연도	2012년
	기업 형태	제조 및 유통	대표번호	+1-415-479-8272
	국가	미국	위치	2173 Francisco Blvd E Ste A San Rafael, California, 94901-5523
	매출액 취급 품목	258만 달러 식료품	직원 수 홈페이지	8명 www.gimmesnacks.com

주요 제품



화이트 체다맛



와사비맛



구운 참깨맛



테리야끼맛



바다소금맛



바다 소금&아보카도 오일맛

기업 개요



- USDA 유기농 인증, HALAL, HACCP, 친환경 수산 가공품 인증서 등을 받은 한국의 김 전문 제조업체

기업정보	기업명	KWANGCHEONKIM CO.LTD	설립 연도	2001년
	기업 형태	제조 및 유통	대표번호	+82-416414686
	국가	한국	위치	77 Chungseo-ro, Eunha-myeon Hongseong, Chungnam, 32210
	매출액 취급 품목	1억 3,042만 달러 식료품	직원 수 홈페이지	432명 www.kckim.com

주요 제품



광천김 라인프렌즈
파래도시락



김노리 불닭맛김



키즈 김자반



크리스피크런치 오리지날



크리스피크런치 스위트버터



크리스피크런치 와사비

기업 개요



- 50여 년 동안 소재식품에서 가공식품으로 끊임없이 사업영역을 넓히며 국내 최고의 종합식품회사로 성장함
- 미국에서 김스낵 전문 브랜드인 Annie Chun's, Inc를 운영 중임

기업정보	기업명	CJ CheilJedang Corporation	설립 연도	1953년
	기업 형태	제조 및 유통	대표번호	+82-267401114
	국가	한국	위치	330 Dongho-ro, Jung-gu Seoul, Seoul, 04560
	매출액	229억 7,000만 달러	직원 수	8,528명
	취급 품목	식료품	홈페이지	www.cj.co.kr
주요 브랜드				

기업 개요



NORA

- 아시아에서 가장 유명한 스낵 식품 회사 중 하나인 태국의 Taokaenoi와 파트너 관계를 맺고 미국에 김을 판매하는 제조 업체 임

기업정보	기업명	Nora Snacks	설립 연도	2018년
	기업 형태	제조 및 유통	대표번호	+1-562-293-7189
	국가	미국	위치	18173 Pioneer Blvd Ste R Artesia, California
	매출액 취급 품목	36만 3,980달러 식료품	직원 수 홈페이지	8명 www.norasnacks.com

주요 제품



오리지널 크리스피



오리지널 덴푸라



매운 덴푸라



버라이어티팩

기업 개요



- 2004년 태국에서 설립된 김스낵 제품 전문 제조업체임
- 한국의 전통 김스낵을 벤치마킹하여 제품을 출시함

기업정보	기업명	TAO KAE NOI NETWORK LIMITED	설립 연도	2004년
	기업 형태	PARTNERSHIP 제조 및 유통	대표번호	+66-562-402-0005 366/6 Moo 7
	국가	태국	위치	Mueang Phitsanulok, Phitsanulok, 65000
	매출액 취급 품목	7만 5,000달러 식료품	직원 수 홈페이지	3명 www.taokaenoiusa.com

주요 제품



크리스피 김 오리지널



매운맛 김 튀김



김 튀김 오리지널



김 튀김 바베크맛



크리스피 김 핫 앤 스파이시



크리스피 김 스리라차

III

경쟁력 파악



01 제품 가격 경쟁력 분석

김부각이 가장 저렴

제품 유형별로 분류하면, 구운김이 100g당 평균 1.73달러로 가장 높은 가격을 기록하였으며, 이어서 퓨전이 1.25달러, 김부각이 1.02달러를 기록함

그림 1 김스낵 유형별 100g당 가격 비교

(단위: 달러)



그림 2 경쟁제품 유형별 분석

(단위: 달러)

제품명	유형	온오프라인	맛	유통매장	100g당 가격
Daechun(Choi's1) Seaweed Snacks	구운김	온라인	녹차	amazon	1.91
gimMe Snacks, Organic Roasted	구운김	온라인	데리야끼	amazon	1.99
Crispy Seaweed Tom Yum Goong	구운김	온라인	뽕암꿍	amazon	0.93
Seasoned Seaweed Snacks Sheets	구운김	온라인	바다소금	amazon	2.08
DAECHUN(Choi's1) Organic Seaweed Snack	구운김	온라인	올리브&녹차	amazon	1.87
Annie Chun's - Crispy Organic	구운김	온라인	참깨	amazon	1.61
칩 포테이토	김부각	오프라인	감자	한인마트	1.07
Salted Egg Crab Seaweed Tempura	김부각	온라인	게맛	amazon	1.08
Hi Tempura Seaweed Spicy Flavor	김부각	온라인	매운맛	amazon	1.21
칩 오리지널	김부각	오프라인	오리지널	한인마트	1.07
새우김부각	김부각	오프라인	오리지널	한인마트	0.80
Hi Tempura Seaweed Original	김부각	온라인	오리지널	amazon	0.87
Crispy Seaweed Snacks by Nora	김부각	온라인	훈합	amazon	1.04
On the Go Vegan Seaweed Crunchy Snacks	퓨전	온라인	견과류	amazon	1.25

02 벤치마킹 제품 분석

한국산 제품임을 강조

현지 조사결과, 한인 마트에서 판매 중인 김부각 3개 제품은 모두 한국산 전통 조리법 및 원산지를 강조하고 있음. 이는 제품의 타깃층이 한국인으로 제한되어 있기 때문인 것으로 분석됨

웰빙 트렌드

경쟁 제품 14개 중 3개 제품이 유기농임을 강조하고, 2개 제품이 저칼로리, 저당, 저탄수화물 등 성분을 강조한 마케팅 전략을 운영하고 있음. 이는, 코로나19로 인해 미국에 건강 및 웰빙에 대한 관심이 트렌드로 자리잡게 되었고, 김이 저칼로리 천연식품으로 인기를 끌면서 소비자들에게 어필하기 위한 전략임

 그림 1 경쟁제품 분석

제품명	마케팅 포인트
Daechun(Choi's1) Seaweed Snacks	영양 간식
gimMe Snacks, Organic Roasted	유기농, USDA 인증
Crispy Seaweed Tom Yum Goong	바삭한 김스낵
Seasoned Seaweed Snacks Sheets	유기농, USDA 인증, 다양하게 섭취 가능
DAECHUN(Choi's1) Organic Seaweed Snack	USDA 유기농 인증 획득
Annie Chun's - Crispy Organic	저칼로리, 글루텐 프리
칩 포테이토	전통 김부각 스낵
Salted Egg Crab Seaweed Tempura	중독성 강한 김스낵, 게살 포함
Hi Tempura Seaweed Spicy Flavor	매운맛, 다양하게 섭취 가능
칩 오리지널	전통 김부각 스낵
새우김부각	100% 국내산 재료
Hi Tempura Seaweed Original	바삭하고 맛있는 김 튀김
Crispy Seaweed Snacks by Nora	바삭한 김 튀김
On the Go Vegan Seaweed Crunchy Snacks	저당, 저탄수화물, 단백질 함유

다양한 맛의 제품

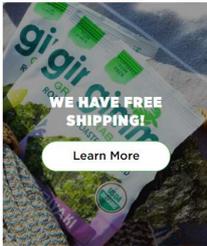
미국에서 판매되고 있는 주요 김스낵 경쟁제품들은 다양한 맛을 제공하고 있음

- 경쟁제품 조사 결과, 전체 14개 김스낵 제품 중 오리지널 3개를 제외하고 모두 다른 맛의 제품으로, 전체 12종류의 맛이 판매되고 있었음
- 특히, amazon.com에서 가장 많이 팔리는 김스낵 제품 제조업체 중 하나인 gimMe는 다양한 맛과 형태의 제품을 제조하여 소비자들에게 어필하고 있음



그림 2

gimMe에서 판매 중인 다양한 맛의 김스낵 제품군

 <p>☆☆☆☆☆ \$6.59 White Cheddar - .35oz (4Pack) Add to Cart</p>	 <p>★★★★★ \$6.59 Wasabi - .17oz (6 Pack) Add to Cart</p>	 <p>★★★★★ \$14.99 Variety Pack - .17oz (12 Pack) Add to Cart</p>	 <p>★★★★★ \$6.59 Toasted Sesame - .17oz (6 Pack) Add to Cart</p>
 <p>WE HAVE FREE SHIPPING! Learn More</p>	 <p>★★★★★ \$6.59 Teriyaki - .17oz (6 Pack) Add to Cart</p>	 <p>★★★★★ \$6.59 Sea Salt - .17oz (6 Pack) Add to Cart</p>	 <p>★★★★★ \$6.59 Sea Salt & Avocado Oil - .16oz (6 Pack) Add to Cart</p>
 <p>★★★★★ \$9.99 Organic Sushi Nori - .81oz (2 Pack)  Add to Cart</p>	 <p>NEW ☆☆☆☆☆ \$4.99 Grab & Go Teriyaki .14oz (5 Pack) Add to Cart</p>		

IV

시사점



01 수출 확대 방안

가격 경쟁력

신청 기업의 제품은 30g에 3,000원으로 달러로 환산할 시 10g당 약 0.78달러임. 이는 전체 제품 평균 가격인 1.34달러에 비해 0.56달러 낮고 전체 14개 경쟁제품보다 저렴함

벤치마킹

미국 소비자들은 밥 없이 김을 스낵으로서 섭취하기 때문에, 다양한 소비자들의 취향에 맞추어 제품을 출시하는 것이 효율적일 것으로 전망됨

- 이를 위해, 미국의 김스낵 시장 트렌드에 맞추어 다양한 제품의 맛을 출시하면 더욱 많은 소비자들에게 어필할 수 있을 것으로 판단됨

마케팅 방안

미국 김스낵 시장은 한국 업체를 중심으로 다양한 업체가 경쟁하고 있으며, 대부분 한국산 김을 원재료로 한 제품을 판매하고 있음

- 경쟁제품 간 차별력이 크지 않은 편으로, 시장 후발주자의 경우 시장 진입 초기에 소비자들의 관심을 끌기 쉽지 않을 것으로 전망됨

미국 시장에 진출하기 전 가장 먼저 해야 할 일은 상품의 타깃 소비자층을 설정하는 것으로, 김스낵의 경우 크게 두 가지로 나눌 수 있음

- 한국인만을 대상으로 할 경우 가장 중요한 영업 전략은 한인 마트에 입점하는 일이며, 이 경우 제품의 특성과 섭취 방법을 소비자가 모두 알고 있기 때문에 특별한 설명 또는 홍보 전략은 필요 없을 것으로 판단됨
- 반면, 미국인 전체를 타깃으로 할 경우 식습관에 맞춘 다양한 맛 개발과 홍보가 반드시 병행되어야 하며, 이 경우 SNS를 활용한 마케팅이 가장 효과적일 것으로 전망됨

02 참고 문헌

□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. amazon.com
3. www.walmart.com
4. D&B Hoover's
5. Statista
6. eMarketer
7. OBERLO

□ 참고 자료

1. JungleScout, "Amazon vs. Walmart: the Growth&Future of Ecommerce"
2. Forrester, "US Online Grocery Snapshot: Q2 2022"

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2022. 12

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