



해양수산부



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

2022 수산물 수출기업 맞춤형 시장조사

No. | 202208-07
품목 | 전장김
HS CODE | 2008.99-5010
국가 | 독일(Germany)
구분 | 경쟁력분석형





CONTENTS

I. 요약

03

II. 경쟁제품

1. 독일 전장김 경쟁제품 선정	05
2. 독일 전장김 경쟁제품 조사지표 선정	10
3. 독일 전장김 경쟁제품 현지조사 결과	11

III. 경쟁기업

1. 독일 전장김 경쟁기업 선정	25
2. 독일 전장김 경쟁기업 현지화 분석 기준	26
3. 독일 전장김 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	28

IV. 수입·유통업체 인터뷰

1. 파나시아 헨데스(Panasia Handels)	38
2. 다와요(Dawayo)	41
3. 허우셴&슈로프(Heushen&Schrouff)	44

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증	48
2. 벤치마킹 제품 분석	53
3. 기업 마케팅 벤치마킹	55

*참고문헌

56

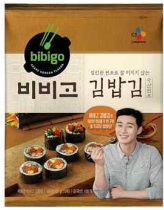


Summary

■ 온라인 인기제품

	판매채널	제품명	제조사명
온라인몰 인기 판매제품	아마존 (Amazon)	야키스시노리 골드	C사
		오가닉 로스티드 씨워드	원오가닉
	이베이 (Ebay)	야키스시노리 그린퀄리티	제이에이치푸드
		야키스시노리 골드퀄리티	제이에이치푸드

■ 오프라인 주요 경쟁제품

유타카 스시노리 (타자키푸드)	a브랜드 김밥김 (A사)
	
가격 2.29유로 (약 3,119원)	가격 2.49유로 (약 3,391원)
중량 11g	중량 20g
5매의 가벼운 제품 패키지, 김을 이용한 레시피 기재	글로벌 한국 식품 브랜드, 원산지를 강조하는 제품 홍보문구

■ 경쟁기업 3개사 분석

아르헤	타자키푸드	B사	독일 현지 진출 경쟁기업 현황
국적	독일	영국	한국
포장 현지화	●	○	○
홍보 현지화	●	○	○
입점 채널	온/오프라인 모두 활용	온/오프라인 모두 활용	온/오프라인 모두 활용
홍보 채널	자사 홈페이지(독일), SNS 플랫폼(독일)	자사 홈페이지(글로벌), SNS 플랫폼(글로벌)	자사 홈페이지(글로벌), SNS 플랫폼(글로벌)

- 포장 현지화 홍보 현지화
- 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
 - 상 (현지 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
 - 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)
 - 중 (글로벌 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
 - 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)
 - 하 (기업 국적 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)

■ 경쟁력파악

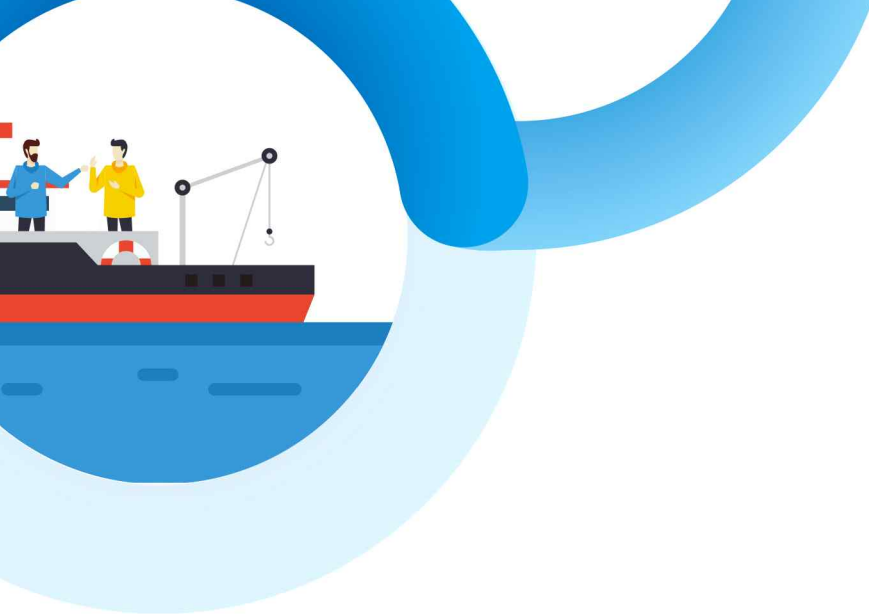
기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)	기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)
가격(10g당) (0.45유로 (약 613원))	●	전장김(구운김) 10개 1.56유로 (약 2,125원)	원산지 (한국)	○	한국산 8개 중국산 2개
중량(g) (50매기준 115g)	●	전장김(구운김) 10개 약 20g대 (10-20매 기준)	브랜드 국적 (한국)	○	한국 8개 유럽 2개
포장 형태 (플라스틱 비닐)	○	플라스틱 비닐 단일 포장 10개	홍보문구 (중복값) 원료/품질 강조	○	원산지 2개 맛 4개 원료/품질 5개 용도 1개 콜라보 레이션 1개 사용법 설명 6개

● 차별화된 경쟁력 ○ 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 10g당 가격은 경쟁제품 평균보다 낮은 편이며, 중량 또한 경쟁제품 평균보다 큰 것으로 나타남 2) 경쟁제품 10개 중 5개가 원료, 제품 품질을 강조하는 홍보문구를 사용하는 것으로 나타남
Point 02.	1) 경쟁기업 3개사 중 1개사는 제품 포장 디자인 문구를 독일 현지화한 것으로 나타남 2) 경쟁기업 3개사 중 3개사는 현지 SNS 플랫폼 페이스북을 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남





II. 경쟁제품

1. 독일 전장김 경쟁제품 선정
2. 독일 전장김 경쟁제품 조사지표 선정
3. 독일 전장김 경쟁제품 현지 조사 결과

1. 독일 전장김 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	N사 (전장김)
제품 종류	전장김
소비자가격	약 5.14유로 (7,000원: 50매) 약 9.18유로 ¹⁾ (12,500원: 100매)
FOB가격	약 N1유로 (n1원: 50매) 약 N2유로 (n2원: 100매)
중량	115g: 50매 230g: 100매
포장	플라스틱 바닐
특징	유네스코 지정 청정지역인 전남 신안의 원초 활용, 풍부한 단백질 및 비타민 함유

Step 01. 제품 분석



① 사전컨설팅기록지 수령

② 고객사 제품 분석

- 제품명 : N사 (전장김)
- 제품 종류 : 전장김
- 소비자가격 : 약 2.31유로 (3,150원: 20매 기준)
- 중량 : 115g (20매 기준)
- 포장 형태 : 비닐 포장

Step 02. 경쟁제품군 선정



① 경쟁제품군 파악 및 선정

1. 전장김(구운김) 제품

Step 03. 현지 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인

1. 아마존(Amazon): 33.8%
2. 이베이(eBay): 10.6%

② 주요 온라인 쇼핑몰 내 경쟁제품 조사

Step 04. 현지 오프라인 매장 조사 기획



① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정

- 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
- 참여기업 선호 매장 : 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 한인마트

② 오프라인 매장 조사 제품 선정

- 현지 인기 제품, 제품의 용도에 따라 조사 제품 선정

③ 조사 지표 선정

Step 05. 조사 및 분석



① 현지 조사

- 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사

② 제품 분석

- (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
- 벤치마킹 제품 분석

1) 1유로=1,361.87원 (2022.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

독일 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 2)

사이트명	취급 종류
amazon 아마존	건강 제품, 유제품, 음료, 신선식품 등
ebay 이베이	건강 제품, 스낵, 식료품, 냉동식품 등

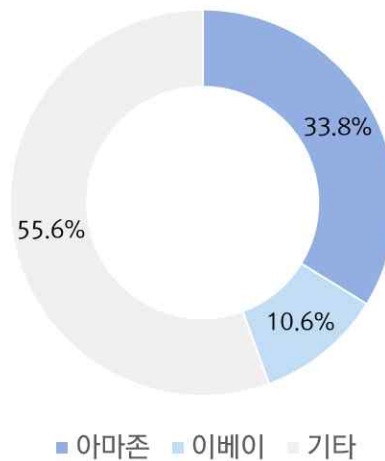
▶ 전장김 경쟁제품군 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사의 희망 조사지표를 바탕으로 전장김 제품의 경쟁제품군으로 전장김(구운김) 제품을 설정하였음

▶ 인기 온라인 쇼핑몰 2곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 독일 주요 온라인 쇼핑몰 2곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 공통적으로 한국산과 중국산 전장김이 상위 인기 제품으로 확인됨.

[표 2.1] 독일 온라인 쇼핑몰 점유율



자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

[표 2.2] 독일 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 5)

아마존 입점 제품 상위 5개 제품 리스트(구매 순위 기준) ²⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	전장김	C사	야키스시노리 골드 (Yaki Sushi Nori Gold)	한국	13.35유로 (약 18,184원)	125g (50매)	
2	전장김	원오가닉 (ONE Organic)	오가닉 로스티드 씨워드 (Organic Roasted Seaweed)	중국	13.31유로 (약 18,126원)	130g (50매)	
3	전장김	D사	스시노리 (Sushi Nori)	한국	3.52유로 (약 4,796원)	25g (10매)	
4	전장김	E사	두 번 구운 김밥김	한국	12.36유로 (약 16,832원)	200g (100매)	
5	전장김	C사	야키스시노리 (Yaki Sushi Nori)	한국	14.31유로 (약 19,484원)	125g (50매)	

[표 2.2] 독일 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 5)

이베이 입점 제품 상위 5개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	전장김	제이에이치푸드 (JH Foods)	야키스시노리 그린퀄리티 (Yaki Sushi Nori Green Quality)	중국	2.99유로 (약 4,072원)	25g (10매)	
2	전장김	제이에이치푸드 (JH Foods)	야키스시노리 골드퀄리티 (Yaki Sushi Nori Gold Quality)	중국	3.69유로 (약 5,025원)	25g (10매)	
3	전장김	제이에이치푸드 (JH Foods)	야키스시노리 실버퀄리티 (Yaki Sushi Nori Silver Quality)	중국	3.19유로 (약 4,344원)	25g (10매)	
4	전장김	C사	야키스시노리 골드 (Yaki Sushi Nori Gold)	한국	8.97유로 (약 12,216원)	125g (50매)	
5	전장김	D사	잘 말리는 김밥용 구운김	한국	6.99유로 (약 9,519원)	72g (30매)	

자료: 아마존(Amazon), 이베이(eBay) 홈페이지

사진 자료: 아마존(Amazon), 이베이(eBay) 홈페이지

3) 조사일(2022.07.05) 기준 조사

3) 조사 지역 및 매장 선정

독일 라인란트팔츠 정보⁴⁾

인구	약 409만 명
면적	약 19,858km ²

▶ 독일 라인란트팔츠 주 동부, 방문지역으로 선정

독일 라인란트팔츠(Rheinland-Pfalz) 동부의 도시들을 방문지역으로 선정함. 라인란트팔츠는 독일 내의 16개 연방주 중 하나이며, 독일의 수출 제품 중 약 50%가 해당 지역에서 생산될 정도로 지역산업이 발달해있음. 주의 동부를 감싸고 있는 라인강을 따라 여러 대도시가 발달해있으며, 라인강 건너편의 수도 프랑크푸르트와도 인접해있음. 라인란트팔츠의 주도인 마인츠를 포함하여 세 도시를 방문 조사함

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 아시안/한인마트

주요 유통채널별 점유율 조사 결과, 아시안/한인마트를 포함하는 기타 채널이 54.2%로 가장 높고, 다음으로 하이퍼마켓/슈퍼마켓 35.6%, 수산물 전문 식료품점 6.3%, 온라인 3.5%, 편의점 0.4%로 확인됨. 이에 유통경로별 점유율과 고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사매장을 선정함

[표 2.3] 독일 김 주요 유통채널 현황

채널 분류	점유율	주요 매장
기타 (아시안/한인마트 등)	54.2%	와이마트(Y-mart), 유안파(Yuanfa), 황안응웬(Hoang Anh Nguyen), 고아시아(Go Asia)
하이퍼마켓/슈퍼마켓	35.6%	글로버스(Globus), 레베(Rewe), 알나투라(Alnatura), 카우플란트(Kaufland), 레알(Real), 알디(Aldi)
수산물 전문 식료품점	6.3%	베노스(Venos), 피쉬마르크트(Fischmarkt)
온라인	3.5%	아마존(Amazon), 이베이(eBay)
편의점	0.4%	레베투고(Rewe To Go)

■ 고객사 진출 선호 매장

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

4) 자료: 유로스타트(Eurostat) 홈페이지

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(*) 고아시아(Go Asia), 글로버스(Globus), 레베(Rewe), 알나투라(Alnatura)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 전장김(구운김): A4용지 크기의 김을 구운 뒤, 자르지 않고 그대로 포장한 제품

[표 2.4] 독일 전장김 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인	전장김(구운김)
① a브랜드 김밥김 (A사)	○ (고아시아)	○ (이베이)	○
② 야키스시노리 실버컬리티 (제이에이치푸드)	○ (고아시아)	○ (이베이)	○
③ 카카오프렌즈 E사 무지 김밥김 (E사)	○ (고아시아)	(-)	○
④ b브랜드 노리시탕 (F사)	○ (고아시아)	○ (아마존, 이베이)	○
⑤ 오벤또 야키노리포스시 (오벤또)	○ (고아시아, 레베)	○ (아마존, 이베이)	○
⑥ 스시노리 로스티드 씨워드 하프시트 (B사)	○ (고아시아)	○ (아마존)	○
⑦ 스시노리 로스티드 씨워드 홀시트 (B사)	○ (고아시아, 레베)	○ (아마존)	○
⑧ 로스티드 씨워드 스시노리 (미야코재팬)	○ (글로버스, 레베)	○ (아마존)	○
⑨ 유타카 스시노리 (타자키푸드)	○ (레베)	○ (이베이)	○
⑩ 스시노리 (아르헤)	○ (알나투라)	○ (아마존)	○

(*) 현지 판매 전장김 경쟁제품 10개 분석

2. 독일 전장김 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 독일 전장김 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 독일 전장김 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	10g당 가격	제품의 10g당 가격
중량	중량(g)	제품의 포장 단위
제품 종류	전장김(구운김)	A4용지 크기의 김을 구운 뒤, 자르지 않고 그대로 포장한 제품
포장 형태	플라스틱 비닐	외부 포장: 플라스틱 소재의 파우치 내부 포장: 플라스틱 소재의 파우치와 트레이
유통기한		제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기간
원산지		제품의 원산지
조사 일자		제품 조사 일자
인증		제품이 보유하고 있는 인증
홍보문구		제품의 홍보문구
보관 온도		제품의 보관 온도
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

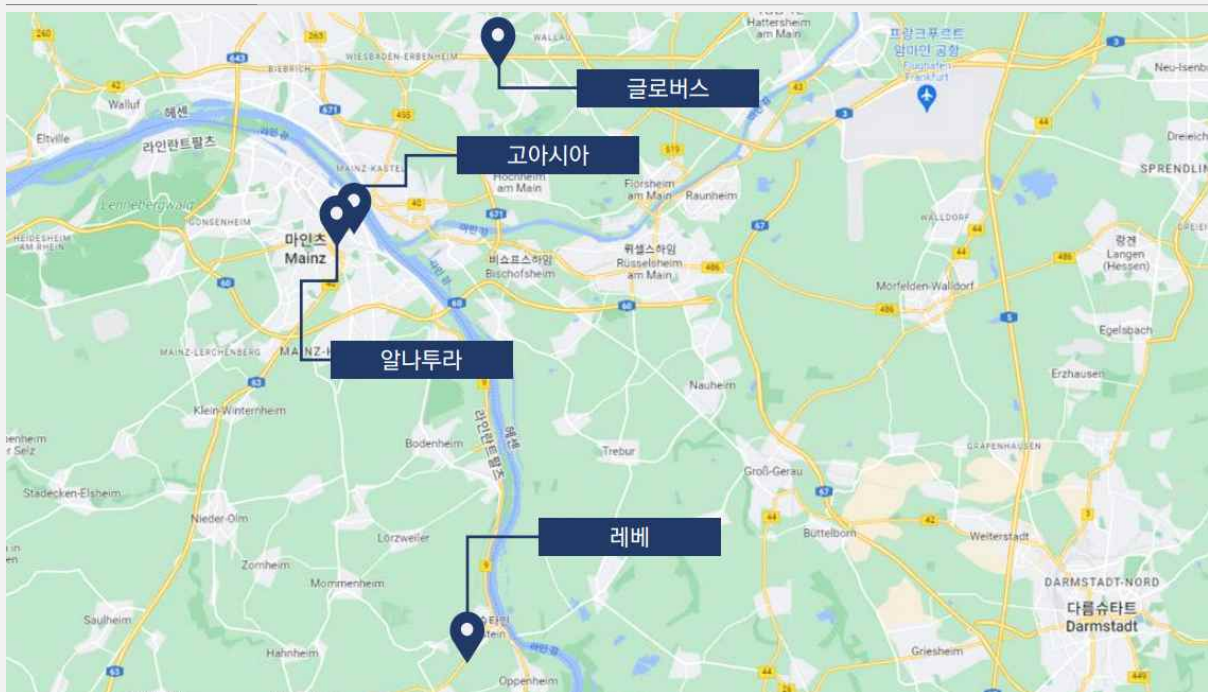
3. 독일 전장김 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 독일 라인란트팔츠 주의 아시안/한인마트, 하이퍼마켓/슈퍼마켓

독일 라인란트팔츠 주 동부의 아시안/한인마트 고아시아(Go Asia)와 하이퍼마켓/슈퍼마켓 체인 글로버스(Globus), 레베(Rewe), 알나투라(Alnatura)를 방문함. 고아시아(Go Asia)는 2009년에 설립된 독일의 아시안/한인마트임. 글로버스는 1828년에 설립된 독일 대형 슈퍼마켓 체인이며, 레베는 독일 최대 규모의 슈퍼마켓 체인 중 하나로 독일 내 3,700여 개의 점포를 보유하고 있음. 알나투라는 유기농 식품을 주로 취급하는 슈퍼마켓 체인임

[표 2.6] 독일 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
고아시아 (Go Asia)	아시안/한인마트	7	· 한국, 중국, 일본 등의 아시아 식료품 판매업체 · 독일 내 30여 개의 지점 보유
글로버스 (Globus)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	1	· 독일 및 동유럽 지역 위주로 영업 중인 유통업체 · 독일 내 50여 개의 지점 보유
레베 (Rewe)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	1	· 독일 식료품 유통업체 점유율 2위 · 독일 내 3,700여 개의 지점 보유
알나투라 (Alnatura)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	1	· 유기농 식료품 위주의 독일 유통업체 · 독일 내 100개 이상의 지점 보유



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품, 10개 중 3개 제품은 2개 매장에서 판매

라인란트팔츠의 고아시아(Go Asia), 글로버스(Globus), 레베(Rewe), 알나투라(Alnatura) 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 총 3개 제품이 매장 2곳에서 판매 중인 것으로 확인됨. 고아시아는 총 7개의 경쟁제품을 취급하고 있어, 방문한 매장 4개 중 가장 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황			
	고아시아	글로버스	레베	알나투라
① a브랜드 김밥김 (A사)	○			
② 야키스시노리 실버퀄리티 (제이에이치푸드)	○			
③ 카카오프렌즈 E사 무지 김밥김 (E사)	○			
④ b브랜드 노리시탕 (F사)	○			
⑤ 오벤또 야키노리포스시 (오벤또)	○		○	
⑥ 스시노리 로스티드 씨위드 하프시트 (B사)	○			
⑦ 스시노리 로스티드 씨위드 홀시트 (B사)	○		○	
⑧ 로스티드 씨위드 스시노리 (미야코재팬)		○	○	
⑨ 유타카 스시노리 (타자키푸드)			○	
⑩ 스시노리 (아르헤)				○

자료: 현지조사원 자료

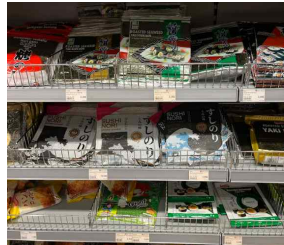
Shop ① 고아시아(Go Asia)

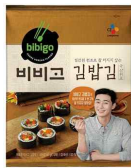
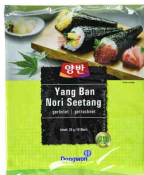
매장 정보

- 유형: 아시안/한인마트
- 판매 제품 특징:
여러 아시아 국가의 가공식품,
음료, 농수산물, 신선식품 및
생활용품 등의 제품을 판매
- 매장 주변 특징:
교통이 편리한 중심부에 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

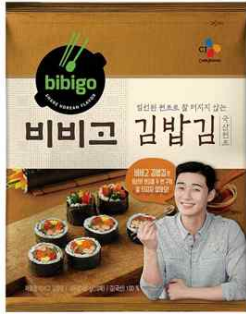
브랜드 기본 정보 ⁵⁾		고아시아는 2009년에 설립된 독일의 아시안마트로, 본사는 베를린에 위치함. 한국, 중국, 일본, 베트남을 포함한 여러 아시아 국가의 식료품을 유통/판매하고 있으며, 독일 내 지점을 빠르게 확장하고 있음
		조사 제품 수: 7개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 마인츠 상세주소 Schusterstraße 41-45, 55116 Mainz

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

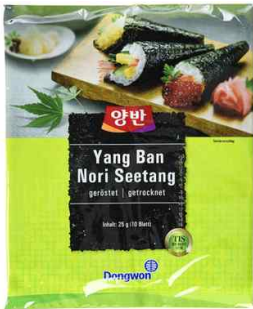
제품 판매 정보	판매 전장김 경쟁제품 정보		
			
	a브랜드 김밥김 (A사)	야키스시노리 실버컬리티 (제이에이치푸드)	카카오프렌즈 E사 무지 김밥김 (E사)
			
	b브랜드 노리시탕 (F사)	오벤도 야키노리포시 (오벤도)	스시노리 로스티드 싸워드 홀시트 (B사)

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존(Amazon), 이베이(eBay) 홈페이지

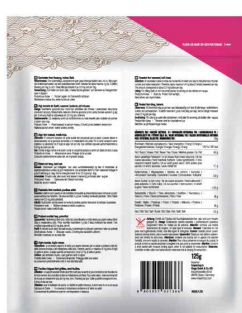
			
제품명 (현지어)	a브랜드 김밥김	제조사 (현지어)	A사
제품 종류	전장김(구운김)	중량	20g
소비자가격	2.49유로 (약 3,391원)	10g당 가격	1.25유로 (약 1,696원)
원산지	한국	맛	오리지널맛
포장 형태	플라스틱 비닐	홍보문구	엄선된 100% 국산 원초, 잘 터지지 않는, 더욱 고소한
수입자	Panasia Handels	원료 및 첨가물	김

			
제품명 (현지어)	야키스시노리 실버퀄리티 (Yaki Sushi Nori Silver Quality)	제조사 (현지어)	제이에이치푸드 (JH Foods)
제품 종류	전장김(구운김)	중량	25g
소비자가격	2.99유로 (약 4,072원)	10g당 가격	1.20유로 (약 1,629원)
원산지	중국	맛	오리지널맛
포장 형태	플라스틱 비닐	홍보문구	(-)
수입자	Heuschen&Schrouff	원료 및 첨가물	김

			
제품명 (현지어)	카카오프렌즈 E사 무지 김밥김	제조사 (현지어)	E사
제품 종류	전장김(구운김)	중량	20g
소비자가격	4.59유로 (약 6,251원)	10g당 가격	2.30유로 (약 3,125원)
원산지	한국	맛	오리지널맛
포장 형태	플라스틱 비닐	홍보문구	카카오프렌즈와의 콜라보레이션
수입자	Panasia Handels	원료 및 첨가물	김

			
제품명 (현지어)	b브랜드 노리시탕 (Yang Ban Nori Seetang)	제조사 (현지어)	F사
제품 종류	전장김(구운김)	중량	25g
소비자가격	2.99유로 (약 4,072원)	10g당 가격	1.20유로 (약 1,629원)
원산지	한국	맛	오리지널맛
포장 형태	플라스틱 비닐	홍보문구	두 번 구워 바삭한, 원초 3중 관리 시스템
수입자	Kreyenhop&Kluge	원료 및 첨가물	김

			
제품명 (현지어)	오벤또 야키노리포스시 (Obento Yaki Nori for Sushi)	제조사 (현지어)	오벤또 (Obento)
제품 종류	전장김(구운김)	중량	25g
소비자가격	3.99유로 (약 5,434원)	10g당 가격	1.60유로 (약 2,174원)
원산지	중국	맛	오리지널맛
포장 형태	플라스틱 비닐	홍보문구	(-)
수입자	Oriental Merchant Pty	원료 및 첨가물	김

			
제품명 (현지어)	스시노리 로스티드 씨워드 하프시트 (Sushi Nori Roasted Seaweed Half Sheet)	제조사 (현지어)	B사
제품 종류	전장김(구운김)	중량	125g
소비자가격	10.99유로 (약 14,967원)	10g당 가격	0.88유로 (약 1,197원)
원산지	한국	맛	오리지널맛
포장 형태	플라스틱 비닐	홍보문구	골드라벨
수입자	Kreyenhop&Kluge	원료 및 첨가물	김

			
제품명 (현지어)	스시노리 로스티드 싸워드 홀시트 (Sushi Nori Roasted Seaweed Whole Sheet)	제조사 (현지어)	B사
제품 종류	전장김(구운김)	중량	25g
소비자가격	2.99유로 (약 4,072원)	10g당 가격	1.20유로 (약 1,629원)
원산지	한국	맛	오리지널맛
포장 형태	플라스틱 비닐	홍보문구	골드라벨
수입자	Kreyenhop&Kluge	원료 및 첨가물	김

Shop ② 글로버스(Globus)

● 매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
음료, 과자, 과일, 채소,
육류, 해산물, 농산물,
생활용품 등의 다양한
제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
교통이 편리한 대형도로
인근에 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보)		글로버스는 1828년 설립된 독일의 슈퍼마켓 체인임. 독일뿐만 아니라 러시아와 체코 등 동유럽 지역에서 활발히 영업 중이며, 유럽 전역에 약 170개 점포를 두고 있으며, 본사는 산트 웬델 지구에 위치함
		조사 제품 수: 1개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 비스바덴
		상세주소 Ostring 2, 65205 Wiesbaden

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 전장김 경쟁제품 정보	
		
	로스티드 씨워드 스시노리 (미야코재팬)	

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존(Amazon), 이베이(eBay) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	로스티드 씨워드 스시노리 (Roasted Seaweed Sushi Nori)	제조사 (현지어)	미야코재팬 (Miyako Japan)
제품 종류	전장김(구운김)	중량	26g
소비자가격	4.29유로 (약 5,842원)	10g당 가격	1.65유로 (약 2,247원)
원산지	한국	맛	오리지널맛
포장 형태	플라스틱 비닐	홍보문구	미래를 맛볼 수 있는
수입자	(-)	원료 및 첨가물	김

Shop ③ 레베(Rewe)

● 매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
음료, 주류, 가공식품, 육류, 수산물, 농산물, 가전제품 등의 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
도시 외곽의 대로변에 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

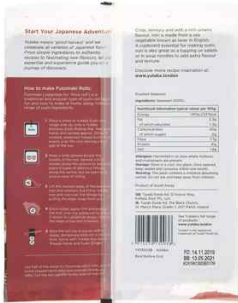
브랜드 기본 정보)		레베는 1927년 설립된 독일의 슈퍼마켓 체인으로, 6,000여 개의 소매업체로 구성된 협동조합인 레베 그룹의 주요 브랜드임. 레베 그룹은 전 세계적으로 3,500개 이상의 매장을 운영하고 있음
		조사 제품 수: 1개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 니르슈타인 상세주소 Spiegelbergstraße 71, 55283 Nierstein

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 전장김 경쟁제품 정보	
		
	유타카 스시노리 (타자키푸드)	

사진자료: 현지조사원 자료, 모모샵/야후 바이/쇼피 웹사이트

			
제품명 (현지어)	유타카 스시노리 (Yutaka Sushi Nori)	제조사 (현지어)	타자키푸드 (Tazaki Foods)
제품 종류	전장김(구운김)	중량	11g
소비자가격	2.29유로 (약 3,119원)	10g당 가격	2.08유로 (약 2,835원)
원산지	한국	맛	오리지널맛
포장 형태	플라스틱 비닐	홍보문구	바삭한, 짭짤하며 풍부한 감칠맛, 스시롤과 토핑으로 사용할 수 있는
수입자	(-)	원료 및 첨가물	김

Shop ④ 알나투라(Alnatura)

●
매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
유기농 원재료로 만든 과자, 유제품, 축산물, 농수산물, 견과류, 건강 제품, 유아용 조제품 등의 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
교통이 편리한 도심의 중심부에 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ⁸⁾		알나투라는 1984년 설립된 독일의 유기농 식품매장 체인임. 독일 내에 46개의 매장을 운영하고 있으며, 마인츠에서 가장 유명한 유기농 식품매장 브랜드 중 하나임. 독일 내 최대 규모의 유기농 식품매장임
		조사 제품 수: 1개

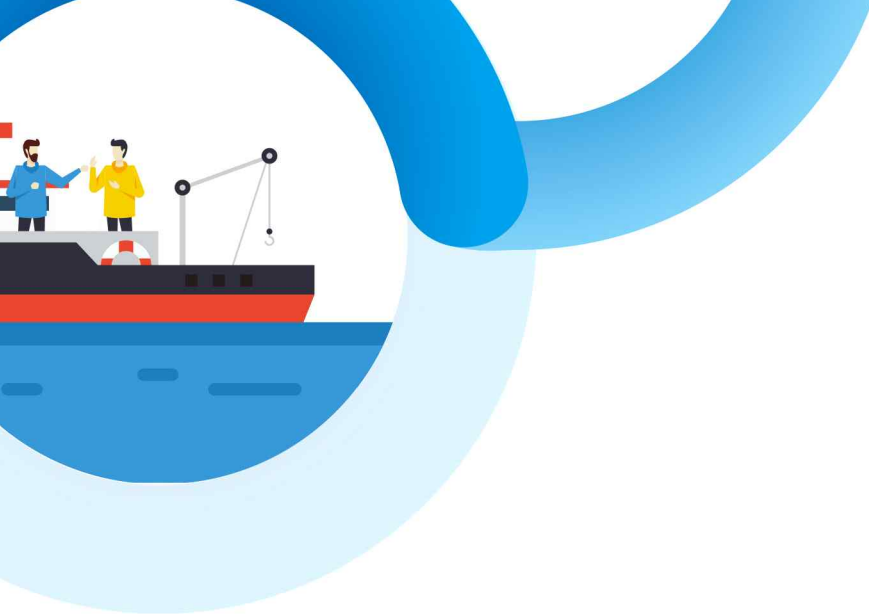
매장 정보		
	위치	도시(지역) 마인츠
	상세주소	Große Langgasse 8, 55116 Mainz

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 전장김 경쟁제품 정보	
		
	스시노리 (아르헤)	

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존(Amazon), 이베이(eBay) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	스시노리 (Sushi Nori)	제조사 (현지어)	아르헤 (Arche)
제품 종류	전장김(구운김)	중량	25g
소비자가격	5.49유로 (약 7,477원)	10g당 가격	2.20유로 (약 2,991원)
원산지	한국	맛	오리지널맛
포장 형태	플라스틱 비닐	홍보문구	유기농 바이오 인증, 비건식품
수입자	(-)	원료 및 첨가물	김



Ⅲ. 경쟁기업

1. 독일 전장김 경쟁기업 선정
2. 독일 전장김 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 독일 전장김 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 독일 전장김 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 전장김을 판매하는 유럽기업 2개사, 한국기업 1개사 총 3개사 선정

독일 오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중에서 다른 경쟁기업보다 현지화가 잘 되어 있는 유럽기업 2개사와 한국기업 1개사 총 3개사를 경쟁기업으로 선정함

▶ 경쟁기업 3개사, 평균 32년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 32년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 아르헤는 1985년에 설립되어 37년의 업력을 보유하고 있으며, 타자키푸드는 1978년 설립된 이후에 약 44년째 사업을 이어오고 있음. B사는 14년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 3개사, 전장김 동일 품목 종류 조사

독일에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 전장김 동일 품목 수를 조사한 결과, 타자키푸드가 14개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그 다음으로는 아르헤가 5개 제품을, B사가 3개 제품을 판매 중인 것으로 조사됨

[표 3.1] 전장김 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
아르헤	독일	37년	5개
타자키푸드	영국	44년	14개
B사	한국	14년	3개

자료: 독일 진출 전장김 경쟁기업 3개사 분석

2. 독일 전장김 경쟁기업 현지화 분석 기준

▶ 경쟁기업의 기본 정보

[표 3.2] 경쟁기업 기본 정보

기준	설명
① 기업명	기업의 이름
② 위치	기업 본사 위치
③ 규모	매출액
	기업 21년도 매출액
	직원 수
	기업 21년도 직원 수
설립연도	기업의 설립연도
	동일품목
	조미 도시락김 및 기타 전장김

▶ 경쟁기업의 자사 제품 홍보 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 홍보 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 현지화 미진행	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음	○ (하)
② 홍보 글로벌화	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (중)
③ 홍보 현지화	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (상)

▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	별도 포장 없이 벌크 판매하거나 경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	● (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	● (상)

▶ 경쟁기업의 제품 제조 방식에 따른 분류

[표 3.5] 경쟁기업 제품 제조 방식 기준

기준		설명	적극성
① OEM	간접 제조	제조 전문 OEM 업체와 제휴를 맺어 제조 위탁	○ (하)
② 국내제조	직접 제조	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출	◐ (중)
③ 현지제조		현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조	● (상)

▶ 경쟁기업의 유통채널에 따른 분석 기준

[표 3.6] 경쟁기업 유통채널

기준	채널 종류
오프라인	고아시아, 글로버스, 레베, 알나투라
온라인	아마존, 이베이

3. 독일 전장김 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 독일 오프라인 매장 진출

독일에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 특히 F사는 로터스(Lotus's), 빅 씨(Big C), 지두방 지마켓(JidubanG-Market) 3곳 모두에 입점해있는 것이 확인되었고, 3개사 모두 온라인 채널인 라자다(Lazada), 쇼피(Shopee), 탑스(Tops)에 입점한 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업, SNS 플랫폼에서의 제품 홍보 활동 활발함

독일 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. F사는 글로벌 홈페이지를 운영하고 있으며, 싱하와 타오카에노이는 글로벌 홈페이지 및 독일 홈페이지를 운영하고 있음. SNS 플랫폼을 통한 홍보 활동으로는, F사는 한국 계정의 SNS 플랫폼을 운영하고 있으며 싱하는 독일 계정의 페이스북과 유튜브를 운영하고 있음. 타오카에노이는 독일 계정의 페이스북, 유튜브, 인스타그램, 트위터를 개설하여 활발한 홍보를 진행하고 있는 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 맛, 용도/사용법, 품질 등을 강조

독일 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 맛, 용도 및 활용법을 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 조사됨. 이외에도 제품 홍보에 있어 품질 키워드 및 가공 방법과 관련된 수식어가 활용되고 있음. ‘바삭하고 고소함’, ‘풍부한 감칠맛’, ‘맛있는 초밥 준비에 사용’, ‘스시를 말거나 토핑으로’ 등의 수식어가 사용되고 있으며, 그 외에도 ‘얇고 섬세함’, ‘가볍게 구움’, ‘유기농 바이오’, ‘골드라벨’ 등의 여러 수식어로 제품의 가공 방법 및 우수한 품질에 대해 홍보하고 있음

[표 3.7] 독일 전장김 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
아르헤	- 오프라인 매장 - 알나투라 - 온라인 매장 - 아마존	- 자사 홈페이지 (독일) - SNS 플랫폼 (독일) - 인스타그램	- 얇고 섬세함 - 가볍게 구움 - 맛있는 초밥 준비에 사용 - 유기농 바이오	 Meeresmagie! Meeresalgen – raffiniert Vorwies aus dem Meer
타자키푸드	- 오프라인 매장 - 레베 - 온라인 매장 - 이베이	- 자사 홈페이지 (글로벌) - SNS 플랫폼 (글로벌) - 페이스북 - 유튜브 - 인스타그램 - 트위터	- 바삭하고 고소함 - 풍부한 감칠맛 - 스시를 말거나 토핑으로	 ROASTED SEAWEED Crisp, savoury and with a rich umami flavour, used to wrap sushi rolls or as toppings.
B사	- 오프라인 매장 - 고아시아, 레베 - 온라인 매장 - 아마존	- 자사 홈페이지 (글로벌) - SNS 플랫폼 (글로벌) - 유튜브 - 인스타그램	- 골드라벨 - 대중적인 일본 주방 음식	 We Connect and introduce Korea, also Asia. Everyday food and cultures of daily life as Korean. Today's us, better than yesterday's or tomorrow's. Memorable outlook without pretending. Table is Kitchen and to the restaurants. Open to fusion and mix in creativeness, we are allgrove!

자료: 독일 진출 전장김 경쟁기업 3개사 분석

① 아르헤

기업 기본 정보	기업명	아르헤		
	기업 설명	아르헤(Arche)는 유럽의 유기농 제빵재료, 디저트, 과일 및 아시아 특산품과 매크로바이오틱 요리 분야의 천연 제품 수입, 가공, 제조 및 판매를 담당하는 비건 식료품 위주의 유통업체임		
	위치	Liebigstr. 5a, D-40721 Hilden		
	규모	직원 수	약 20명 이상	
		동일 품목 수	5개	
		설립연도	1985년	

기업 진출 채널	<오프라인 매장> 알나투라 <온라인 매장> 아마존		제품명	스시노리 (Sushi Nori)
			중량	25g
			소비자가격	5.49유로 ⁹⁾ (약 7,477원)
			제품 종류	전장김(구운김)

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용

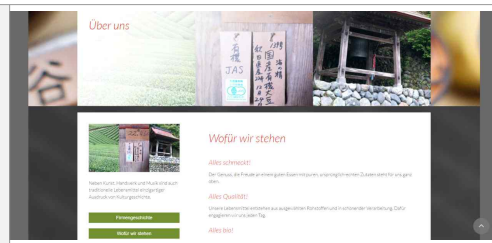
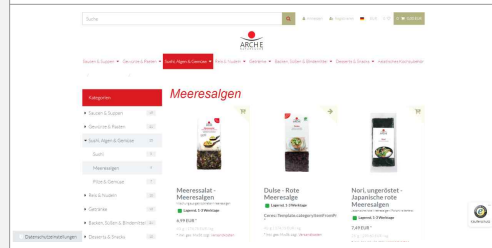
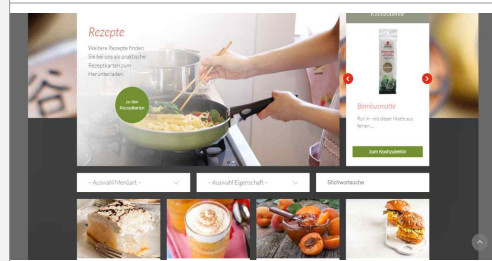
사진자료: 현지조사원 자료

9) 1유로=1,361.87원 (2022.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

홍보 방식

	<table border="1"> <tr> <td>홍보 채널</td><td>자사 홈페이지(독일), 인스타그램(독일)</td></tr> <tr> <td>게시 주기</td><td>비정기적</td></tr> <tr> <td>게시물 유형</td><td>기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개, 요리법 제공</td></tr> </table>	홍보 채널	자사 홈페이지(독일), 인스타그램(독일)	게시 주기	비정기적	게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개, 요리법 제공
홍보 채널	자사 홈페이지(독일), 인스타그램(독일)						
게시 주기	비정기적						
게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개, 요리법 제공						

게시물 유형

	• 기본적인 회사 소개 (개요, 연혁, 이념)
	• 자체 쇼핑몰과 연동된 제품 소개 (김, 간장, 향신료, 쌀, 국수, 음료, 제빵재료, 요리 도구 등)
	• 제품을 활용한 다양한 요리법

사진자료: 아르헤(Arche) 홈페이지 (www.arche-naturkueche.de)

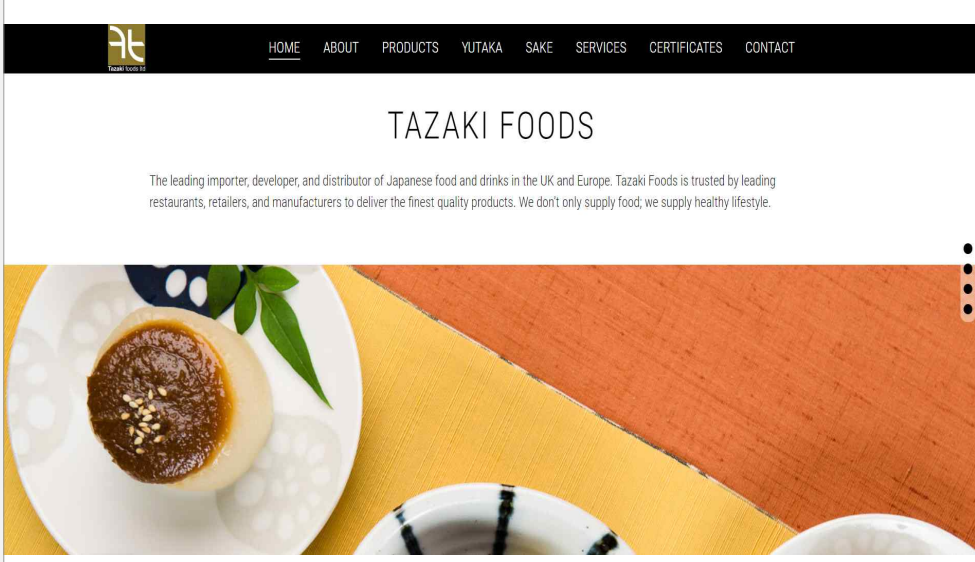
② 타자키푸드

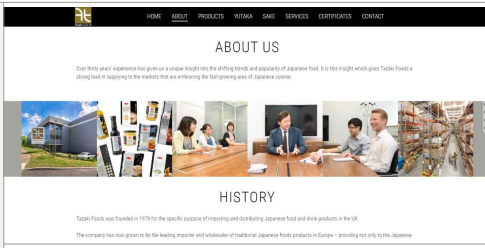
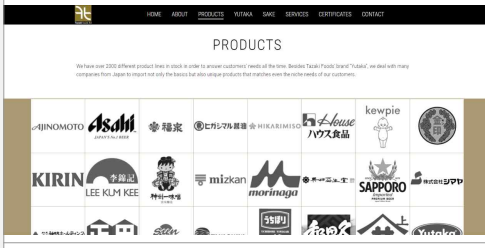
기업 기본 정보	기업명	타자키푸드	
	기업 설명	타자키푸드(Tazaki Foods)는 영국의 일본 식품/식자재 수입 및 도매 전문기업으로, 레스토랑과 소매부문을 넘어 슈퍼마켓 체인에도 식자재를 공급하고 있음. 자체 브랜드 유타카(Yutaka)는 유럽 전역의 슈퍼마켓에 입점해 판매되고 있음	
	위치	12 Innova Way, Enfield, Middlesex, EN3 7FL, United Kingdom	
	규모	동일 품목 수	14개
		설립연도	1978년
		매출	약 1,300만 달러

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 레베 〈온라인 매장〉 이베이		제품명	유타카 스시노리 (Yutaka Sushi Nori)
			중량	11g
			소비자가격	2.29유로 (약 3,119원)
			제품 종류	전장김(구운김)

현지 진출 방법	포장 현지화	● (중)	독일 현지에 맞춘 포장 디자인 문구 사용
	홍보 현지화	● (중)	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌), 페이스북/유튜브/인스타그램/트위터(글로벌)
	게시 주기	일주일에 2-3건
	게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개, 프로모션 안내

게시물 유형		• 기본적인 회사 소개 (개요, 연혁, 이념)
		• 수입 취급 제품 소개 (맥주, 사케, 음료, 조미료, 가공식품 등)
		• 자체 식품 브랜드 유타가 제품 소개 • 온라인 쇼핑몰과 연동하여 프로모션 안내

사진자료: 타자키푸트(Tazaki Foods) 홈페이지 (www.tazakifoods.com)

③ B사

기업 기본 정보	기업명	B사		
	기업 설명	B사는 한국의 식품 기업으로, 한국 및 일본의 식자재를 생산하고 수출함. 주요 생산 및 유통 제품으로는 만두, 어묵, 면류, 김, 음료, 조미료 등이 있으며, 유럽 주요국에 공급망을 구축해놓음		
	위치	#1306 aT Center, 27 Gangnam-daero, Seocho-gu, Seoul, KOREA 06774		
	규모	동일 품목 수	3개	
		설립연도	2006년	

기업 진출 채널	<오프라인 매장> 고아시아, 레베 <온라인 매장> 아마존		제품명	스시노리 로스티드 씨워드 홀시트 (Sushi Nori Roasted Seaweed Whole Sheet)
			중량	25g
			소비자가격	2.99유로 (약 4,072원)
			제품 종류	전장김(구운김)

현지 진출 방법	포장 현지화	● (중)	독일 현지에 맞춘 포장 디자인 문구 사용
	홍보 현지화	● (중)	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식



홍보 채널

자사 홈페이지(글로벌), 유튜브/인스타그램(글로벌)

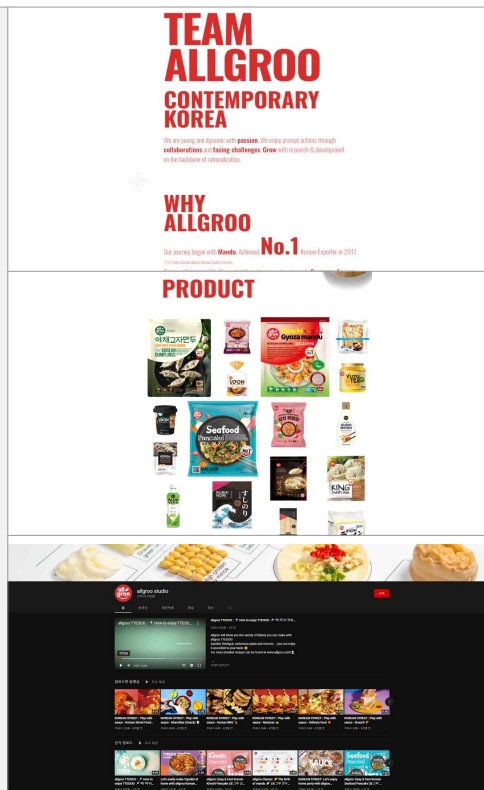
게시 주기

비정기적

게시물 유형

기업 소개, 제품 소개, 요리법 제공

게시물 유형

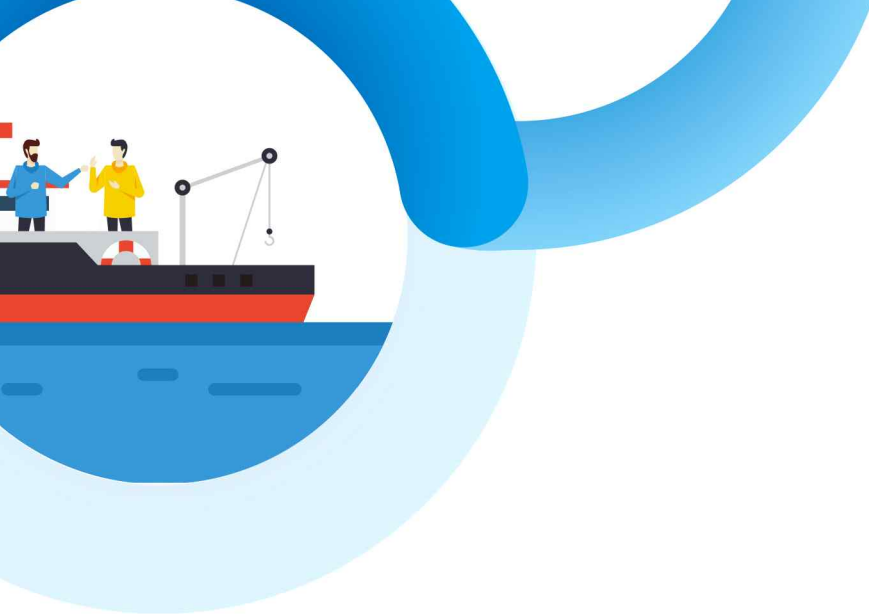


- 기본적인 회사 소개
(개요, 연혁)

- 제품 소개
(김, 만두, 떡, 면류, 조미료, 음료 등)

- 홈페이지와 연동된 SNS를 통한
제품 활용 요리법 공유

사진자료: B사 홈페이지(www.allgroo.com)



IV. 수입·유통업체 인터뷰

1. 파나시아 헨데스(Panasia Handels)
2. 다와요(Dawayo)
3. 허우센&슈로프(Heushen&Schrouff)

독일 전장김 수입·유통업체 인터뷰 결과

인터뷰 대상 기업체 선정 기준

- ① 현지 식품 수입유통업체
- ② 김 또는 유사 김 제품 취급 경험 있음

업체명	파나시아 헨데스 (Panasia Handels)	다와요 (Dawayo)	허우센&슈로프 (Heushen&Schrouff)
업태	수입·유통업체	수입·유통업체	수입·유통업체
취급 품목			

독일 전장김 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	파나시아 헨데스 (Panasia Handels)	다와요 (Dawayo)	허우센&슈로프 (Heushen&Schrouff)
	수입·유통업체	수입·유통업체	수입·유통업체
고객사 제품의 가격 및 중량에 대한 의견	독일 내에서 유통되는 전장김의 평균 중량에 비해 고객사 제품은 중량이 비교적 과하기 때문에 중량을 줄여 가격을 낮추는 것이 필요함	독일 내 전장김 수요가 많지 않음을 고려했을 때 제품 중량을 줄일 필요가 있으며 , 중량을 줄이면 소비자가격을 낮출 수 있을 것임	수입/유통 과정에서의 비용과 마진을 고려했을 때 제품의 가격은 더욱 높아질 것이며, 현지 경쟁제품 가격 대비 경쟁력이 낮음
고객사 제품의 포장 형태에 대한 의견	현재 유통되고 있는 타 브랜드의 전장김 제품 또한 플라스틱 비닐 포장의 형태를 취하고 있기에 별다른 문제가 없어 보임	고객사 제품뿐만 아니라 독일 내 대부분의 전장김이 플라스틱 비닐 형태로 포장되어 판매되기 때문에 적합한 형태임	고객사의 제품 포장 방식은 특별한 것이 아니라 이미 독일 내에서 통용되고 있기에, 독일 소비자가 친숙함을 느낄 수 있는 포장 형태임
전장김 제품 구매 시, 현지 소비자가 중요시하는 요인	제품의 가격과 제품의 크기, 제품의 원산지 가 중요함	제품의 가격과 품질 이 매우 중요하며, 제품의 원산지 도 현지 소비자가 중요시하는 요소 중 하나임	최종 소비자에게는 제품의 가격, 품질, 원산지 가 중요하며, 중간 소비자인 수입·유통업체에게는 판매 마진 이 중요한 요인임
전장김 제품 구매 시, 수입·유통업체가 협력을 원하는 부분	제품 포장의 현지화와, 오프라인/온라인 마케팅 전략 에 있어 협력하고 싶음	제품이 유통될 오프라인 채널에서의 마케팅과, 온라인 채널에서의 마케팅 및 홍보 에 있어 협력하고 싶음	제품의 마케팅 전략 수립 과 효율적인 제품 유통을 위한 물류 시스템 개선 에 있어 협력하고 싶음
독일 전장김 시장 내 적합한 홍보 방식 및 유통채널	독일 내 트렌드를 반영한 키워드 기반 홍보 방식 이 효과적이며, 최근 급증하고 있는 온라인 채널 을 통한 유통 및 판매가 적합함	소수집단에 초점을 맞춰 진행하는 온라인 홍보 방식 이 효과적일 것이며, 독일 현지 시장에 최적화된 온라인 유통채널 을 통한 판매가 가장 적합함	온라인과 오프라인 채널 모두 에서 전장김 판매가 활발하게 이루어지며, 온라인 유통업체와 장기적인 관계를 구축한 뒤 진행하는 홍보 가 효과적임
(*) 현지 경쟁제품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사			

Interview ① 파나시아 헨데스 (Panasia Handels)

10)

파나시아 헨데스 (Panasia Handels)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 프랑크푸르트에 위치한 수입·유통업체
 - 한국, 중국 등의 아시아 국가로부터 다양한 식료품 수입·유통
 - 유고우, 나누코 등의 아시아 제품 쇼핑몰에 취급 품목 입점

담당자 정보

Operations Manager



파나시아 헨데스(Panasia Handels) Operations Manager

Q1. 고객사 제품의 가격 및 중량은 적당한가요?

고객사 제품의 소비자가격은 50매 기준 약 5.14유로, 100매 기준 약 9.18유로¹¹⁾로 알고 있습니다. 이는 판매 중량 대비 적절한 가격이라고 생각합니다. 하지만 전장김을 구매하는 최종 소비자, 즉, B2C 소비자를 고려했을 때 김 제품 판매가는 5.00유로를 초과하지 않는 편이 좋습니다. 독일에서는 대개 비슷한 제품군의 판매 중량이 50g을 초과하지 않으며, 가격 또한 앞서 말했듯 5.00유로를 초과하지 않기 때문입니다. 이런 점을 고려했을 때, 고객사는 판매 중량을 낮춰 가격을 인하하는 것이 좋을 것 같습니다.

Q2. 고객사 제품의 포장 방식과 포장 소재는 독일 소비자들에게 적합한가요?

고객사 제품의 현재 포장 방식인 플라스틱 비닐 포장은 적합한 방식이라고 생각합니다. 독일에서 유통되고 있는 기타 전장김 제품들도 고객사와 같은 포장 방식을 택하고 있기에 큰 문제가 없어 보입니다.

10) 사진자료: 파나시아 헨데스(Panasia Handels) 홈페이지

11) 1유로=1,361.87원 (2022.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

FOB가격	약 N1유로 (n1원: 50매) 약 N2유로 (n2원: 100매)
소비자가격	약 5.14유로 (7,000원: 50매) 약 9.18유로 (12,500원: 100매)
중량	115g: 50매 230g: 100매
포장 형태	플라스틱 바닐

Q3. 전장김 제품의 구매상황에서, 현지 소비자가 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

자사가 생각했을 때, 독일 소비자가 가장 중요하게 고려하는 요소는 제품의 가격과 크기라고 생각합니다. 주로 스시나 김밥을 만드는데 전장김을 사용하기 때문에 비교적 큰 크기의 제품을 선호하며, 이런 제품을 저렴하게 구할 수 있다면 소비자에게는 더욱 좋겠죠. 다음으로는 제품의 원산지를 중요하게 고려하는 것 같습니다. 고객사가 강조하는 UNESCO 인증마크도 소비자들에게 하나의 셀링포인트가 될 수 있겠지만, 한국에서 인증하는 마크보다는 독일 소비자들에게 친숙한 인증마크가 독일 시장에서는 더 효과적일 것입니다.

Q4. 전장김 제품 판매상황에서, 현지 수입·유통업체가 전장김 제품 수출업체로부터 도움을 받거나 이들과 협력하고자 하는 부분이 있다면 무엇일까요?

자사의 입장에서, 전장김 생산 및 수출업체가 독일 시장에서 판매하기 적합하게 제품의 디자인과 포장 방식을 현지화하는 과정에서 협력하면 좋을 것 같습니다. 자사가 유통 및 판매하기에는 현지화된 제품이 더욱 편리하기 때문입니다. 또한 온라인과 오프라인 양측에서 자사가 고객사 제품을 보다 효과적으로 독일 시장에 침투시킬 수 있도록 판매 및 마케팅 전략을 세우는 과정에서 협력하고 싶습니다.

Q5. 독일 내 유명한 전장김 제품에 대한 주요 홍보 방식과 채널은 무엇이며, 독일에서 전장김 제품 판매를 시작할 때 가장 효과적인 홍보 방안에는 무엇이 있을까요?

독일에서 판매되고 있는 유명 전장김 제품들의 주요 홍보 방식은 키워드를 사용하는 것입니다. 이들은 포장지에 기재되는 제품명에 ‘스시’라는 키워드를 넣는데, 해당 키워드가 소비자들의 관심을 끄는 것에 있어 효과적으로 보입니다. 또한 전장김 제품의 주된 홍보는 온라인 판매채널을 통해서 이뤄지고 있습니다. 독일에서 전장김 제품 판매를 시작할 때 가장 효과적인 홍보 방안으로는 시장의 트렌드를 반영하는 것입니다. 예를 들어, 건강을 중요시하는 현재의 트렌드를 반영하여 전장김과 웰빙을 연관지어 판매한다면 현지 소비자들에게 효과적으로 어필할 수 있겠죠.

Q6. 독일 소비자들이 전장김 제품을 구매하는 주요 유통채널에는 무엇이 있을까요?

FOB가격	약 N1유로 (n1원: 50매) 약 N2유로 (n2원: 100매)
소비자가격	약 5.14유로 (7,000원: 50매) 약 9.18유로 (12,500원: 100매)
중량	115g: 50매 230g: 100매
포장 형태	플라스틱 비닐

최근 코로나 등의 상황으로 온라인 판매가 급증하다 보니까 독일 소비자들도 온라인 채널을 통해 전장김을 구매하는 것을 선호하는 편입니다. 전장김 제품은 나누코 등과 같은 아시아 제품 전문 쇼핑몰에서 많이 판매되고 있으나, 아마존 등의 일반적인 쇼핑몰에서 전장김을 구매하는 소비자들도 적지 않습니다. 온라인뿐만 아니라 아시안/한인마트 등의 오프라인 채널에서도 전장김 제품 구매가 활발하게 이루어지고 있습니다.

Interview ② 다와요 (Dawayo)

12)

다와요 (Dawayo)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 뒤셀도르프에 위치한 수입·유통업체
 - 한국, 중국 등의 아시아 국가로부터 다양한 식료품 수입·유통
 - 자체 개설한 온라인 쇼핑몰을 통해 유통 진행

담당자 정보

Operations Manager



다와요(Dawayo) Operations Manager



Q1. 고객사 제품의 가격 및 중량은 적당한가요?

고객사 제품의 소비자가격은 판매 중량이 50매 또는 100매로 비교적 크다는 점을 고려했을 때, 각각 5.14유로와 9.18유로는 판매 중량 대비 적당한 수준의 가격이라고 생각합니다. 그러나 독일 내에서 김의 수요가 일반적으로 높지 않음을 고려하면, 제품의 중량을 약 10매에서 20매 정도로 제한하고 가격대를 3.00유로에서 4.00유로까지 낮추는 것이 경쟁력 강화에 있어 효과적일 것입니다. 개인 소비자들에게는 앞서 말했듯이 소규모의 패키지를 구성해서 제공하고, 기존의 대규모 패키지는 식당과 호텔처럼 한 번에 많은 중량을 구매하는 소비자를 대상으로 판매하는 것이 좋을 것 같습니다.

Q2. 고객사 제품의 포장 방식과 포장 소재는 독일 소비자들에게 적합한가요?

플라스틱 비닐을 활용한 고객사 제품의 포장 방식은 적합하다고 생각합니다. 고객사 제품뿐만 아니라 독일에서 유통되는 수많은 브랜드의 전장김이 현재 플라스틱 비닐로 포장되어 유통되는 중입니다.

FOB가격	약 N1유로 (n1원: 50매) 약 N2유로 (n2원: 100매)
소비자가격	약 5.14유로 (7,000원: 50매) 약 9.18유로 (12,500원: 100매)
중량	115g: 50매 230g: 100매
포장 형태	플라스틱 비닐

Q3. 전장김 제품의 구매상황에서, 현지 소비자가 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

독일 소비자가 가장 중요하게 고려하는 요소는 제품의 가격과 품질이라고 생각합니다. 고품질의 전장김을 적절하거나 저렴한 가격에 구매할 수 있다면 소비자들에게 더욱 좋을 것입니다. 가격과 품질뿐만 아니라 제품의 포장 디자인과 원산지도 굉장히 중요한 요소입니다. 특히 독일 소비자들 사이에서는, 한국산과 일본산 전장김 제품에 대한 선호가 가장 높게 나타나고 있습니다.

Q4. 전장김 제품 판매상황에서, 현지 수입·유통업체가 전장김 제품 수출업체로부터 도움을 받거나 이들과 협력하고자 하는 부분이 있다면 무엇일까요?

자사가 생각했을 때, 고객사 제품이 유통되어 판매될 채널, 특히 아시아 제품을 주로 다루는 가게에서 해당 제품에 대한 마케팅에 도움을 받을 수 있으면 좋을 것 같습니다. 또한 온라인 채널을 통한 판매와 홍보가 증가하고 있기에, 정해진 예산으로 독일 내에서 효과적인 디지털 마케팅 및 홍보를 진행할 수 있도록 협력하고 싶습니다.

Q5. 독일 내 유명한 전장김 제품에 대한 주요 홍보 방식과 채널은 무엇이며, 독일에서 전장김 제품 판매를 시작할 때 가장 효과적인 홍보 방안에는 무엇이 있을까요?

독일 내에서 유통되는 유명 전장김 제품들은 주로 온라인 채널을 여러 프로모션을 활용하여 홍보되고 있습니다. 따라서 독일에서 전장김 판매를 시작한다면 온라인 채널을 활용한 홍보가 가장 효과적일 것입니다. 그러나 홍보의 효과성을 강화하기 위해서는 소수의 특정 타겟을 정해서 홍보와 광고를 진행하는 것이 좋다고 생각합니다. 예를 들어, 아시아 제품에 친숙한 ‘독일 내 아시안’과 새로운 음식 문화를 접하는 것에 거리낌 없는 ‘호기심 많은 독일인’에게 집중하는 것처럼 말이죠.

Q6. 독일 소비자들이 전장김 제품을 구매하는 주요 유통채널에는 무엇이 있을까요?

FOB가격	약 N1유로 (n1원: 50매) 약 N2유로 (n2원: 100매)
소비자가격	약 5.14유로 (7,000원: 50매) 약 9.18유로 (12,500원: 100매)
중량	115g: 50매 230g: 100매
포장 형태	플라스틱 비닐

독일 소비자들은 주로 온라인 채널을 통해 전장김 제품을 구매하고 있습니다. 하지만 아마존 등과 같이 글로벌 규모의 일반적인 쇼핑몰보다는 독일 현지에 초점이 맞춰진 온라인 쇼핑몰을 통해 비교적 많은 구매가 이루어지는 편입니다. 또한, 아시안/한인마트에게 고객사 제품을 전면에 진열하여 소비자들에게 더 많이 노출될 수 있도록 하는 인센티브를 제공할 수 있다면, 이와 같은 오프라인 채널도 효과적인 유통채널이 될 수 있을 것입니다.

Interview ③ 허우센&슈로프 (Heuschen&Schrouff)

13)

허우센&슈로프 (Heuschen&Schrouff)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 베를린에 위치한 수입·유통업체
 - 한국, 중국 등의 아시아 국가로부터 다양한 식료품 수입·유통
 - 자체 개설한 온라인 쇼핑몰을 통해 유통 진행

담당자 정보

Sales Manager



허우센&슈로프(Heuschen&Schrouff) Sales Manager

Q1. 고객사 제품의 가격 및 중량은 적당한가요?

고객사 제품의 소비자가 가격은 50매 기준 약 5.14유로, 100매 기준 약 9.18유로로 알고 있는데, 이 금액 자체는 적당할 수 있지만 자사를 포함한 수입·유통업체들이 판매하는 과정에서 수입/유통 비용과 최소 마진을 반영한다면 지금보다 가격이 높아질 것입니다. 그렇게 된다면 고객사 제품의 가격이 적절하다고 보기 어렵겠죠. 이와 같은 상황에서는 고객사 제품을 대체할 수 있는 좋은 품질의 저렴한 제품들이 많습니다.

Q2. 고객사 제품의 포장 방식과 포장 소재는 독일 소비자들에게 적합한가요?

고객사 제품의 포장 방식과 소재는 별다른 장점도, 문제점도 없습니다. 모든 전장김 제조업체들이 그들의 제품을 고객사와 똑같은 방식으로 포장하여 유통하기 때문입니다. 따라서, 플라스틱 비닐봉지를 이용한 전형적인 전장김 포장 방식은 독일 소비자들에게 친숙하며 적합한 방식입니다.

FOB가격	약 N1유로 (n1원: 50매) 약 N2유로 (n2원: 100매)
소비자가격	약 5.14유로 (7,000원: 50매) 약 9.18유로 (12,500원: 100매)
중량	115g: 50매 230g: 100매
포장 형태	플라스틱 바닐

Q3. 전장김 제품의 구매상황에서, 현지 소비자가 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

독일 소비자가 가장 중요시하는 고려 요인은 제품의 가격과 품질, 원산지입니다. 대개 원산지와 품질은 함께 고려되는 경향이 있는데, 독일 소비자들은 자신들이 선호하는 원산지의 제품을 비교적 높은 품질의 제품이라고 인식하는 경향이 있습니다. 또한 전장김 생산업체와 최종 소비자 사이에 위치하는 수입·유통업체들도 소비자로 간주한다면, 이들에게 있어 가장 중요한 고려 요인은 품질보다는 해당 제품 판매를 통해 얻을 수 있는 마진일 것입니다.

Q4. 전장김 제품 판매상황에서, 현지 수입·유통업체가 전장김 제품 수출업체로부터 도움을 받거나 이들과 협력하고자 하는 부분이 있다면 무엇일까요?

고객사 제품을 유통 및 판매하는 과정에서 독일 소비자들을 효과적으로 끌어올 수 있는 마케팅 전략 수립에 있어 도움을 받고 싶습니다. 또한, 고객사 제품의 효과적인 유통이 이루어질 수 있도록 전체적인 물류 시스템의 효율성을 증대하는 방향으로 비즈니스를 개선하는 것에 있어 협력할 수 있으면 좋을 것 같습니다.

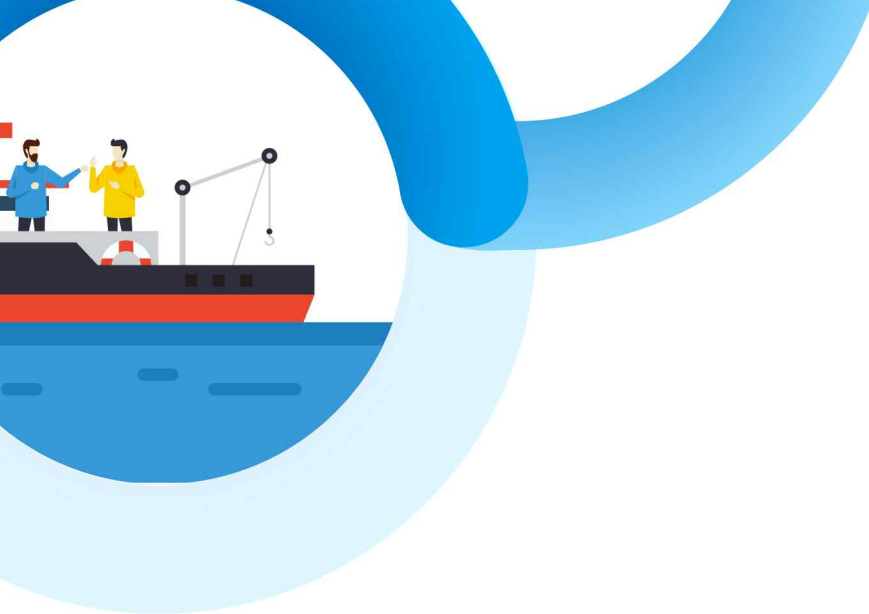
Q5. 독일 내 유명한 전장김 제품에 대한 주요 홍보 방식과 채널은 무엇이며, 독일에서 전장김 제품 판매를 시작할 때 가장 효과적인 홍보 방안에는 무엇이 있을까요?

유명한 전장김 제품들은 독일 내에서 주로 다양한 이커머스 사이트, 즉, 온라인 채널을 통해서 홍보 및 판매되고 있습니다. 그리고 이와 같은 제품 중에서도 판매 실적이 높은 제품을 살펴보면, 특정 아시아 제품 온라인 유통업체와 장기적인 관계를 맺고 있는 경우가 많았습니다. 따라서, 독일에서 전장김 제품을 효과적으로 판매하고 싶다면 특정 온라인 유통업체와 장기적인 신뢰 관계를 구축하고 이를 바탕으로 안정적으로 온라인 채널에서 제품을 판매하는 것이 필요합니다.

Q6. 독일 소비자들이 전장김 제품을 구매하는 주요 유통채널에는 무엇이 있을까요?

FOB가격	약 N1유로 (n1원: 50매) 약 N2유로 (n2원: 100매)
소비자가격	약 5.14유로 (7,000원: 50매) 약 9.18유로 (12,500원: 100매)
중량	115g: 50매 230g: 100매
포장 형태	플라스틱 비닐

독일 소비자들은 전장김 제품 구매에 있어 온라인과 오프라인 채널 양측을 모두 활발하게 사용하고 있습니다. 오프라인 채널 내에서도 독일의 하이퍼마켓/슈퍼마켓과 아시안/한인마트 양측에서 많은 김 제품이 판매되고 있죠. 따라서 어느 한 채널에 치중하기보다는, 양쪽 채널에 동시에 집중하면서 명확하며 측정가능한 목표를 세우고 이를 지속적으로 관리하는 것이 독일 시장 내 경쟁력 강화에 효과적일 것입니다.



V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹

1. 제품 경쟁력 검증

1) 10g당 가격

경쟁제품(제조사)

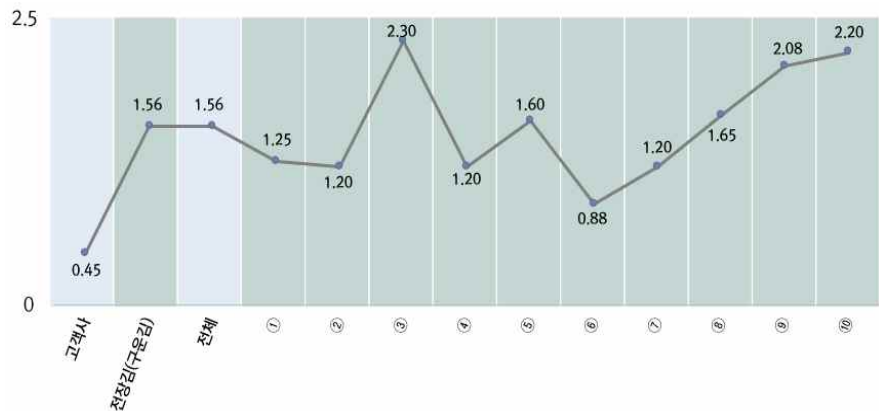
- ① a브랜드 김밥김 (A사)
- ② 야카스노리 실버퀄리티 (제이에이치푸드)
- ③ 카카오프렌즈 E사 무지 김밥김 (E사)
- ④ b브랜드 노리시탕 (F사)
- ⑤ 오벤또 야카노리포스시 (오벤또)
- ⑥ 스시노리 로스티드 싸위드 하프시트 (B사)
- ⑦ 스시노리 로스티드 싸위드 홀시트 (B사)
- ⑧ 로스티드 싸위드 스시노리 (미야코재팬)
- ⑨ 유타카 스시노리 (타지키푸드)
- ⑩ 스시노리 (아르헨)

▶ 고객사 제품 10g당 가격, 경쟁제품 평균 가격 대비 낮은 편

고객사 제품의 10g당 소비자가격은 약 0.45유로(약 613원¹⁴⁾)이며, 이는 전장김 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격인 약 1.56유로(약 2,125원)보다 현저하게 낮은 수준임. 해당 소비자가격을 수치로 바꾸어 계산해보았을 때, 고객사 제품의 10g당 소비자가격은 전장김 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격의 30%에도 미치지 못하는 수치로, 경쟁제품 대비 고객사 제품은 가격 경쟁력이 높은 편으로 조사되었음

[표 5.1] 독일 전장김 제품 가격 경쟁력 분석

(단위: 10g/유로)



14) 1유로=1,361.87원 (2022.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 중량

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 큰 편

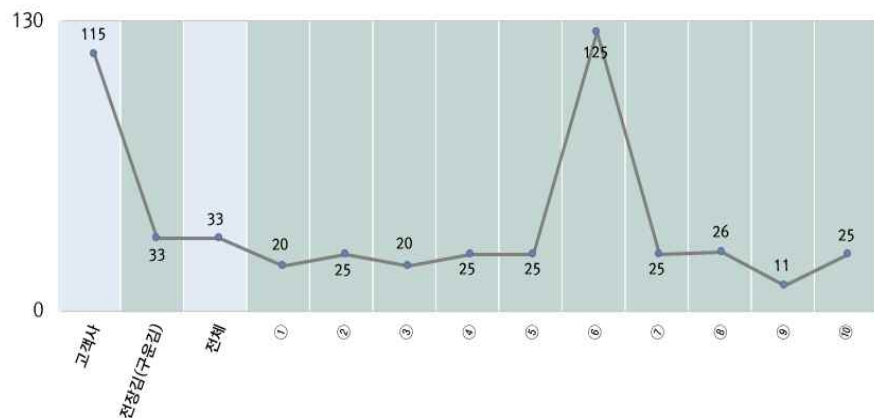
고객사 제품의 중량은 가장 작은 단위가 50매 기준 115g으로 경쟁제품 10개의 평균 중량 약 33g의 약 350% 수준으로 경쟁제품 대비 매우 큰 편으로 조사됨. 고객사 제품의 또 다른 단위인 100매 제품의 경우에 무게가 230g이기에 경쟁제품 10개의 평균 중량과의 편차가 극심해짐을 알 수 있음. 독일에서 유통되는 전장김 경쟁제품의 평균 중량이 10에서 20매 기준 약 20g대라는 사실을 고려하면, 고객사 제품의 중량을 낮출 필요가 있음

경쟁제품(제조사)

- ① a브랜드 김밥김 (A사)
- ② 야키스노리 실버컬리티 (제이에이치푸드)
- ③ 카카오프렌즈 E사 무지 김밥김 (E사)
- ④ b브랜드 노리시탕 (F사)
- ⑤ 오벤도 야키노리포스시 (오벤도)
- ⑥ 스시노리 로스티드 싸위드 하프시트 (B사)
- ⑦ 스시노리 로스티드 싸위드 홀시트 (B사)
- ⑧ 로스티드 싸위드 스시노리 (미야코자판)
- ⑨ 유타카 스시노리 (타지키푸드)
- ⑩ 스시노리 (아르헤)

[표 5.2] 독일 전장김 제품 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

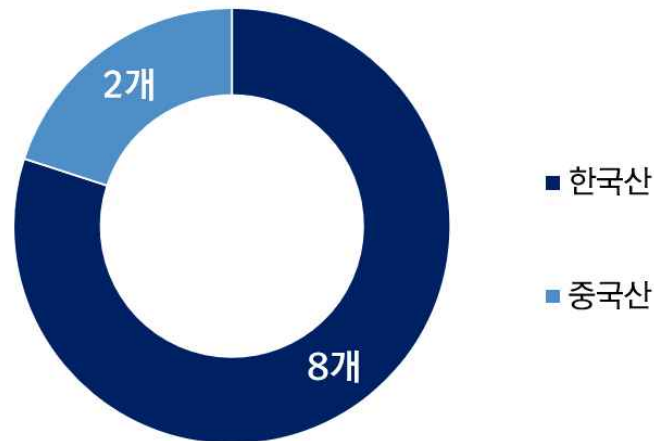


3) 원산지

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 8개, 한국산 제품

독일에서 판매되고 있는 전장김 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 총 8개의 제품이 한국산 제품인 것으로 확인됨. 그 외에 2개의 제품은 중국산 전장김 제품인 것으로 조사됨

[표 5.3] 독일 전장김 제품 원산지 경쟁력 분석

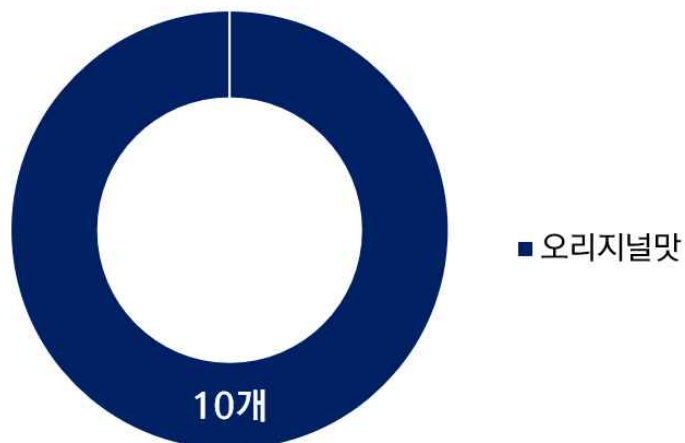


4) 맛

▶ 현지 경쟁제품 10개 전부 별도의 양념이 되지 않은 오리지널맛

독일에서 판매되고 있는 전장김 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 모든 경쟁제품이 별도의 양념이 첨가되지 않은 오리지널맛으로 확인됨. 전장김 제품의 주 사용법이 김밥 또는 스시를 제조하는 것이기에, 강한 시즈닝이 첨가된 전장김은 현지에서 소비자들의 수요를 끌지 못하는 것으로 예상됨

[표 5.4] 독일 전장김 제품 맛 경쟁력 분석

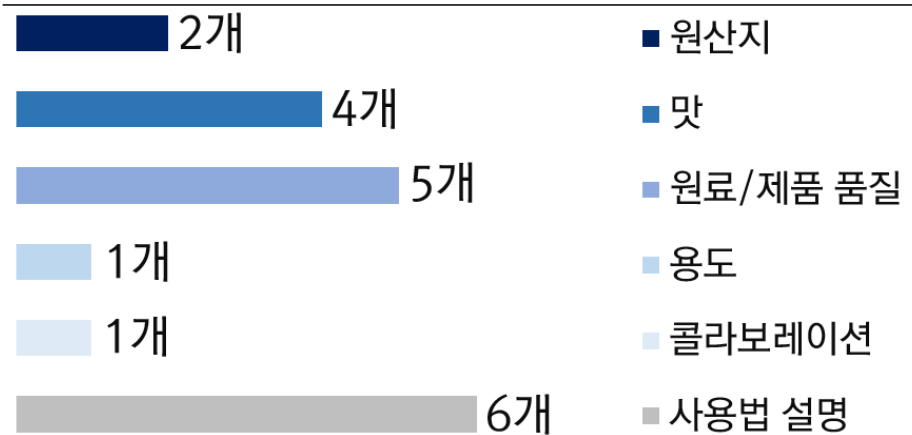


5) 홍보문구

▶ 현지 경쟁제품, 원료와 제품의 품질 및 맛을 강조하는 홍보문구 사용

독일에서 판매 중인 전장김 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, ‘엄격하게 선별한 100% 국내산 원초’, ‘골드라벨’, ‘유기농 바이오 인증’ 등 원료와 제품의 품질을 강조한 홍보문구 5개가 조사됨. 그 외, ‘고소한’, ‘감칠맛’ 등 맛을 강조한 문구가 4개 확인되었고, 홍보문구에 해당하지는 않으나 김밥/스시를 만드는 사용법/그림을 표기한 제품이 6개 조사되었음

[표 5.5] 독일 전장김 제품 홍보문구 경쟁력 분석

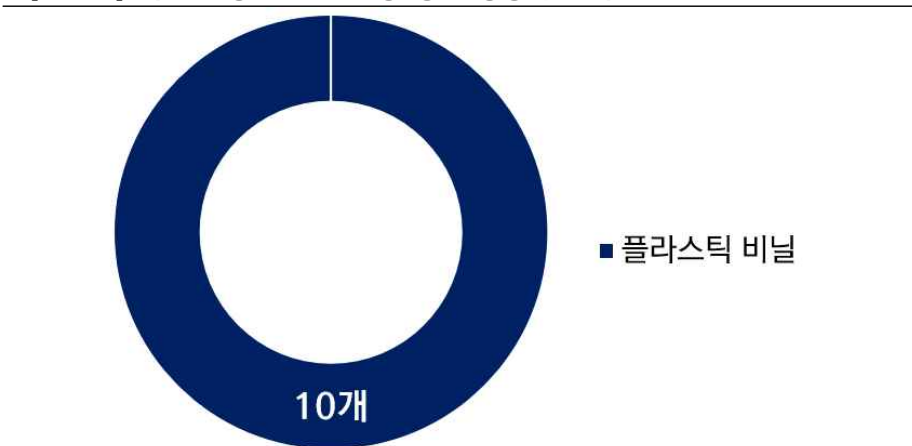


6) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 10개 전부 플라스틱 비닐을 활용하여 제품 포장

독일에서 판매 중인 전장김 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 10개의 경쟁제품 모두 플라스틱 비닐을 활용한 포장 형태를 띠고 있음. 이는 플라스틱 비닐을 이용하여 제품을 포장하는 방식이 독일 전장김 시장 내에서 통용되는 일반적 방식임을 보여줌

[표 5.6] 독일 전장김 제품 포장 형태 경쟁력 분석



7) 원료 및 첨가물

▶ 현지 경쟁제품, 김을 단일/주원료로 사용

독일에서 판매되고 있는 전장김 경쟁제품 10개의 원료 및 첨가물을 조사한 결과, 모든 제품이 김을 단일한 주원료로 하여 생산되고 있다는 것이 확인됨. 이는 다양한 맛을 내기 위해 설탕, 소금, 시즈닝 등 다양한 원료들이 첨가되는 조미김과 다르게, 전장김은 원물을 굽기만 할 뿐 어떤 조미원료도 첨가하지 않기 때문임

[표 5.7] 독일 전장김 제품 원료 및 첨가물 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 있는 이유에 대하여 분석함. 고객사가 지정한 경쟁제품군 내에서 다수의 온라인과 오프라인 매장에서 확인된 제품을 선정하였음. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기 제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 아마존, 이베이

(*) 오프라인 매장 : 고아시아, 글로버스, 레베, 알나투라

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(*) 온라인 쇼핑몰 : 1개 이상의 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 제품

(*) 오프라인 매장 : 조사매장 4개 중 1개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



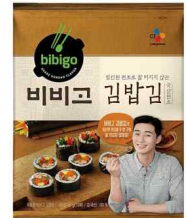
공통 특징 ①
원산지

공통 특징 ②
전장김(구운김)



공통 특징 ①
원산지

공통 특징 ②
전장김(구운김)



현지 벤치마킹 인기 제품
(타자키푸드 _
유타카 스시노리)

‘5매의 가벼운
제품 패키지’

◀ 벤치마킹
가벼운 제품 중량

(고객사)

‘유네스코가 지정한
청정지역의 원초 사용’

벤치마킹 ▶
원산지 강조

현지 벤치마킹 인기 제품
(A사 _ a브랜드 김밥김)

‘원산지를 강조하는
제품 홍보문구’

2) 벤치마킹 제품 분석

- 가벼운 제품 중량

▶ 벤치마킹 제품, 제품 중량을 낮춰 가벼운 패키지 제공

현지에서 판매 중인 전장김 경쟁제품 10개의 제품 중량을 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 총 9개의 제품이 10에서 30g 사이의 가벼운 중량으로 패키지가 구성된 것을 확인함. 이에 대한 인터뷰를 진행한 결과, 독일 소비자는 한 번에 김 제품을 대량으로 구매하지 않기에 가벼운 제품 패키지를 선호하는 것으로 나타남. 따라서 현재 판매하고자 하는 패키지의 제품 중량을 줄일 것을 권장함

[표 5.8] 독일 전장김, 제품 중량 인터뷰 분석

(인터뷰) 독일 현지 시장 내에서 김의 수요가 일반적으로 높지 않다는 점을 고려하면, 제품 포장 패키지를 약 10매에서 20매 정도로 제한하여 제품 중량을 줄이고 제품 패키지의 가격대를 인하하는 방안이 경쟁력 강화에 효과적일 것입니다.

3) 벤치마킹 제품 분석

- 원산지 강조

▶ 벤치마킹 제품, 원산지 강조 홍보문구 사용

현지에서 판매하고 있는 전장김 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 총 2개의 제품이 원산지를 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 확인됨. 특히 고객사 제품과 원산지가 같은 벤치마킹 제품은 ‘엄선된 100% 한국산 원초’라는, 원산지를 강력히 어필하는 문구를 사용하고 있음. 구매 시 고려 요인에 대한 인터뷰를 진행한 결과, 독일 소비자는 1순위 또는 2순위로 제품의 원산지를 고려하며 한국산 김 제품을 가장 선호하는 것으로 나타남. 그렇기에 제품 포장 겉면에 원산지를 강조하는 홍보문구를 사용한다면 제품의 현지 경쟁력을 강화할 수 있을 것임

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.8] 전장김 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	아르헤(Arche)	
	기업 설명	아르헤(Arche)는 유럽의 유기농 제빵재료 및 도구, 각종 디저트, 과일뿐만 아니라 아시아 국가의 특산품인 김, 소스/장류, 조미료, 회, 쌀, 주류 등을 판매 중이며, 매크로바이오틱 요리 분야의 천연 제품을 수입, 가공, 제조 및 판매하는 유통업체임. 주요 취급 제품군이 비건 식료품에 맞춰져 있다는 특징을 가지고 있음	
주요 마케팅 전략	포장 현지화		
	홍보 현지화	현지에서 일반적인 전장김 제품 포장 방식인 플라스틱 비닐을 사용하고 있으며, 포장지 겉면에 제품 이미지와 현지어로 표기된 가시성 높은 설명 문구를 삽입	현지 전용으로 개설된 홈페이지에 판매 제품을 활용한 다양한 요리법 제공
	판매채널	현지 오프라인, 온라인 매장 모두 진출	
요약	홍보채널	자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 활용하고 있음	
	홍보문구	제품의 가공 방법 및 품질의 우수성을 강조	

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (portal.euromonitor.com)
2. 라자다(Lazada) 홈페이지 (www.lazada.co.th)
3. 쇼피(Shopee) 홈페이지 (shopee.co.th)
4. 탑스(Tops) 홈페이지 (www.tops.co.th)
5. 시티 포플레이션 홈페이지 (www.citypopulation.de)
6. 로터스(Lotus's) 홈페이지 (www.lotuss.com)
7. 빅 씨(Big C) 홈페이지 (www.bigg.co.th)
8. 지두방 지마켓(JidubanG-Market) 홈페이지 (jidubangmarket.com)
9. F사 홈페이지 (www.dongwonfnb.com)
10. 싱하(Singha) 홈페이지 (www.singhacorporation.com)
11. 타오카에노이(Taokaenoi) 홈페이지 (th.taokaenoiglobal.com)
12. 글로벌선(GlobalSun) 홈페이지 (www.globalsun.co.th)
13. 난다 트레이드(Nanda Trade) 홈페이지 (www.nandatrade.com)
14. 푸드 프로모마트(Food Promart) 홈페이지 (www.foodpromarts.com)

