



해양수산부



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

2022 수산물 수출기업 맞춤형 시장조사

No. | 202210-15
품목 | 김 (김부각)
HS CODE | 2008.99-5010
국가 | 미국 (United States of America)
구분 | 경쟁력분석형





CONTENTS

I. 요약

03

II. 경쟁제품

1. 미국 김부각 경쟁제품 선정	05
2. 미국 김부각 경쟁제품 조사지표 선정	10
3. 미국 김부각 경쟁제품 현지조사 결과	11

III. 경쟁기업

1. 미국 김부각 경쟁기업 선정	23
2. 미국 김부각 경쟁기업 현지화 분석 기준	24
3. 미국 김부각 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	26

IV. 수입·유통업체 인터뷰

1. 에이치마트(H Mart)	36
2. 메가마트(Mega Mart)	38
3. 오모나(Omona)	40

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증	43
2. 벤치마킹 제품 분석	48
3. 기업 마케팅 벤치마킹	50

*참고문헌

51



Summary

■ 온라인 인기제품

판매채널	제품명	제조사명
온라인몰 인기 판매제품	아마존 (Amazon)	하이 텐뿌라-오리지널
		타오케노이
	월마트 (Walmart)	씨워드 크리스프스-아몬드 세서미
		시포인트팜스
	크로거 (Kroger)	무산김으로 만든 김부각
		B사
		텐뿌라-스파이시 플레이버
		노라시위드스넥스
		참퍼즈 크런치 시워드 칩스-오리지널
		시스넥스
		참퍼즈 크런치 시워드 칩스-바베큐
		시스넥스

■ 오프라인 주요 경쟁제품

a브랜드 김부각 (A사)	c브랜드 김스낵 바베큐 맛 (C사)
	
가격 2.99달러 (약 4,022원)	가격 2.49달러 (약 3,349원)
중량 50g	중량 20g
현지어로 표기된 제품 포장	색다른 시즈닝이 첨가된 제품

■ 경쟁기업 3개사 분석

	C사	D사	우드릿지스넥스	미국 현지 진출 경쟁기업 현황
국적	한국	한국	미국	
포장 현지화	●	●	●	경쟁기업 3개사 중 3개사, 포장 및 홍보문구 미국 현지화
홍보 현지화	●	●	●	+
입점 채널	온/오프라인 모두 활용	온/오프라인 모두 활용	온/오프라인 모두 활용	경쟁기업 3개사 중 3개사, 글로벌/현지 자사홈페이지 및 SNS를 활용해 기업 및 제품 홍보
홍보 채널	자사 홈페이지(미국/글로벌), SNS 플랫폼(글로벌)	자사 홈페이지(한국/글로벌), SNS 플랫폼(글로벌)	자사 홈페이지(미국), SNS 플랫폼(미국)	

포장 현지화

- 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
- 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)
- 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

홍보 현지화

- 상 (현지 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 중 (글로벌 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 하 (기업 국적 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)

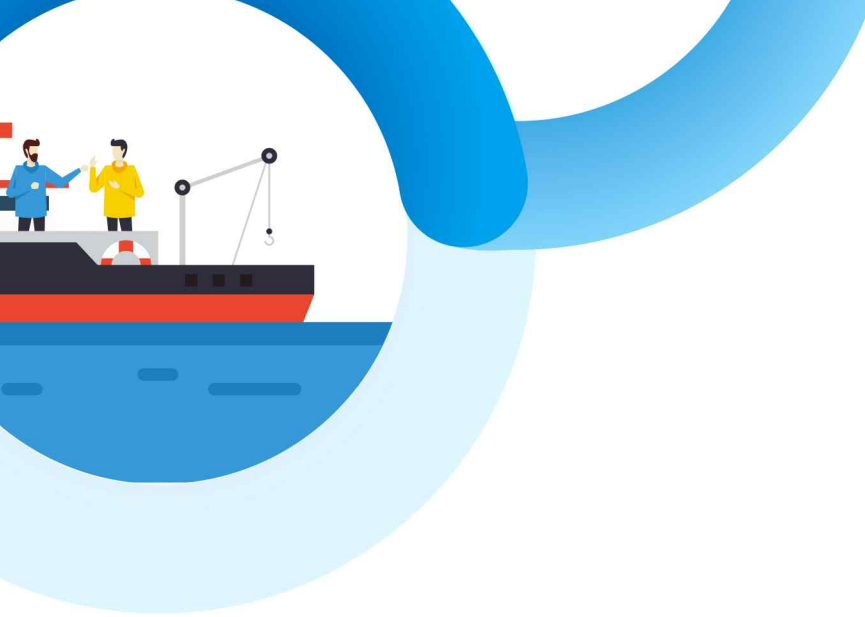
■ 경쟁력파악

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)			기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)						
가격(10g당) (0.93달러 (약 1,251원))	●	김부각 6개 (0.98달러 (약 1,318원))	다시마부각 1개 (0.54달러 (약 726원))	김자반 3개 (0.59달러 (약 794원))	원산지 (한국)	●	한국산 9개			태국산 1개			
중량(g) (80g)	●	김부각 6개 38g	다시마부각 1개 56g	김자반 3개 45g	맛 (오리지널)	●	오리지널	명란	버섯	간장	감자	바비큐	스파라미
							4개	1개	1개	1개	1개	1개	1개
포장 형태 (플라스틱파우치)	●	플라스틱 지퍼백		플라스틱 파우치	홍보문구 (중복값) 원료/품질 강조	●	식감	맛	원재료	원산지	제조 과정		
		5개		5개			7개	7개	7개	4개	4개		

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 10g당 가격은 경쟁제품 평균보다 높은 편이며, 중량은 경쟁제품 평균보다 큰 것으로 나타남 2) 경쟁제품 10개 중 7개가 식감과 맛, 원재료를 강조한 포장디자인을 사용하여 제품을 홍보하는 것으로 나타남
Point 02.	1) 경쟁기업 3개사 모두 제품 포장 디자인 문구를 미국 현지화한 것으로 나타남 2) 경쟁기업 3개사 모두 현지 및 글로벌 자사홈페이지와 SNS를 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남



II. 경쟁제품

1. 미국 김부각 경쟁제품 선정
2. 미국 김부각 경쟁제품 조사지표 선정
3. 미국 김부각 경쟁제품 현지 조사 결과

1. 미국 김부각 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징



제품명	울피참살 김부각
제품 종류	김부각
소비자가격	약 7.43달러 ¹⁾ (10,000원: 80g) 약 1.67달러 (2,250원: 22.5g) ²⁾
FOB가격	약 N1달러 (n1원: 80g) 약 N2달러 (n2원: 22.5g)
중량	80g 22.5g(소포장)
포장	플라스틱 파우치
특징	100% 국내산 농수산물 사용, 단 1%의 첨가물도 넣지 않아 원재료의 품미가 살아있는 고소하고 담백한 울피참살 김부각

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명 : 울피참살 김부각
 - 제품 종류 : 김부각
 - 소비자가격 : 약 7.43달러 (10,000원)
약 1.67달러 (2,250원)
 - 중량 : 80g, 22.5g(소포장)
 - 포장 형태: 플라스틱 파우치

Step 02. 경쟁제품군 선정



- ① 경쟁제품군 파악 및 선정
 1. 김부각 제품
 2. 다시마부각 제품
 3. 김자반 제품

Step 03. 현지 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 월마트: 27.2%
 2. 아마존: 20.8%
 3. 타겟: 3.7%
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 경쟁제품 조사

Step 04. 현지 오프라인 매장 조사 계획



- ① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 : 하이퍼/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) 1달러=1345.10원 (2022.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 개발 완료 단계인 소포장 제품의 예상 가격과 예상 중량의 평균치로 산정

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

미국 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
 아마존	신선식품, 가공식품, 음료, 냉동식품 등
 월마트	신선식품, 가공식품, 음료, 냉동식품 등
 크로거	가공식품, 의약품, 건강식품, 과일, 식가구 등

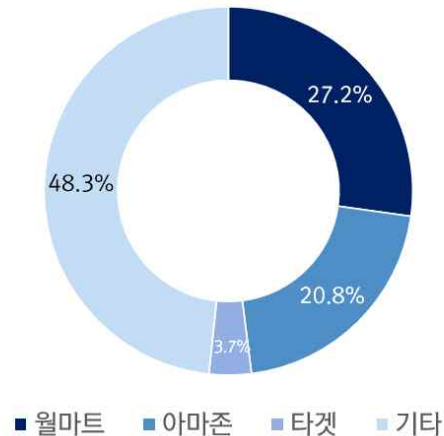
▶ 김부각 경쟁제품군 1-3 순위 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사지표를 바탕으로 김부각 제품의 경쟁제품군으로 1순위 김부각 제품, 2순위 다시마부각 제품, 3순위 김자반 제품을 설정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 미국 주요 온라인 쇼핑몰 3곳이 판매하는 인기 제품을 조사함. 크로거에는 한국산 김부각 제품만 입점되어있는 반면, 아마존과 월마트에서는 태국, 미국, 영국, 한국산 제품을 골고루 상위 인기 품목으로 확인할 수 있었음

[표 2.1] 미국 온라인 쇼핑몰 점유율



자료 : 스탯티스타(Statista) 홈페이지

[표 2.2] 미국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 5)

아마존 입점 제품 상위 5개 제품 리스트(고객리뷰 순위 기준)³⁾

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	김부각	타오 케 노이 (Tao Kae Noi)	하이 텐뿌라-오리지널 (Hi Tempura-Original)	태국	23.87달러 (약 32,108원)	40g*6봉	
2	김부각	시포인트 팜스 (Seapoint farms)	씨워드 크리스프스-아몬드 세서미 (Seaweed Crisps-Almond sesame)	미국	47.56달러 (약 63,973원)	35g*12봉	
3	김부각	노라 시워드 스낵스 (Nora Seaweed Snacks)	텐뿌라-스파이시 플레이버 (Tempura Spicy Flavor)	태국	11.99달러 (약 16,128원)	15g*3봉	
4	김부각	아바쿠스 푸드 (Abakus Foods)	시워드 크리스프스 시 솔티드 (Seaweed crisps sea salted)	영국	36.16달러 (약 48,639원)	18g*12봉	
5	김부각	아바쿠스 푸드 (Abakus Foods)	시워드 크리스프스 시 솔티드 (Seaweed crisps sea salted)	영국	8.43달러 (약 11,339원)	18g	

3) 조사일(2022.10.12) 기준 조사

[표 2.2] 미국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 5)

월마트 입점 제품 상위 5개 제품 리스트(인기 순위 기준) ⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	김부각	B사	무산김으로 만든 김부각	한국	4.49달러 (약 6,039원)	45g	
2	김부각	노라 시워드 스낵스 (Nora Seaweed Snacks)	텐뿌라-스파이시 플레이버 (Tempura Spicy Flavor)	태국	50.96달러 (약 68,546원)	45g*12봉	
3	김부각	시포인트 팜스 (Seapoint farms)	시워드 크리스프스-아몬드 세서미 (Seaweed Crisps-Almond sesame)	미국	72달러 (약 96,847원)	35g*12봉	
4	김부각	c브랜드	김스낵 (Seaweed crisps)	한국	11.49달러 (약 15,455원)	20g	
5	김부각	시포인트 팜스 (Seapoint farms)	시워드 크리스프스-아몬드 세서미 (Seaweed Crisps-Almond sesame)	미국	15달러 (약 20,177원)	35g	
크로거 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(추천 순위 기준)							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	김부각	시스넥스 (Seasnax)	참퍼즈 크런치 시워드 칩스-오리지널 (Choperz Crunchy Seaweed chips-Original)	한국	39.19달러 (약 52,714원)	30g*8봉	
2	김부각	시스넥스 (Seasnax)	참퍼즈 크런치 시워드 칩스-바베큐 (Choperz Crunchy Seaweed chips-Barbecue)	한국	40.19달러 (약 54,060원)	30g*8봉	
3	김부각	시스넥스 (Seasnax)	참퍼즈 크런치 시워드 칩스-어니언 (Choperz Crunchy Seaweed chips-Onion)	한국	45.99달러 (약 61,861원)	30g*8봉	
	김부각	시스넥스 (Seasnax)	참퍼즈 크런치 시워드 칩스-오리지널 (Choperz Crunchy Seaweed chips-Original)	한국	3.79달러 (약 5,098원)	30g	
	김부각	시스넥스 (Seasnax)	참퍼즈 크런치 시워드 칩스-어니언 (Choperz Crunchy Seaweed chips-Onion)	한국	3.49달러 (약 4,694원)	30g	

자료: 아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 크로거(Kroger) 홈페이지
 사진 자료: 아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 크로거(Kroger) 홈페이지

4) 조사일(2022.10.12) 기준 조사

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 미국 캘리포니아 정보⁵⁾

인구	약 3,937만 명
면적	약 403,466.3km ²

▶ 미국 캘리포니아, 방문지역으로 선정

미국 서부에 위치한 캘리포니아 주(California States)는 경제 규모가 세계 5-7위 수준 국가에 상당하는 지역으로, 약 3,900만 명 이상의 인구를 보유한 미국 최대 주임. 특히 방문지역 인근에 위치한 로스앤젤레스는 캘리포니아에서 가장 인구가 많은 지역이자 미국 전체에서는 뉴욕에 이어 두 번째로 큰 도시로 세계에서 가장 다양한 인종이 모여드는 도시 중 하나라고 알려져 있음. 2018년 기준 캘리포니아의 가구별 평균 소득은 75,277달러로 미국 전체 평균인 61,937달러에 비해 약 21.5% 높은 수준임

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 아시안/한인마트

미국 김부각의 주요 유통채널을 확인한 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 64.3%로 가장 높았으며, 다음으로 수산물 전문 식료품점 14.6%, 온라인 5.6%, 편의점 3.9%, 그리고 아시안/한인마트를 포함한 기타가 11.6%로 조사됨. 이에 각 주요 유통채널과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사매장을 선정함

[표 2.3] 미국 김부각 주요 유통채널 현황

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓/슈퍼마켓	월마트(Walmart), 크로거(Kroger), 타겟(Target), 에이치이비(H.E.B) 코스트코(Costco)
수산물 전문 식료품점	새터데이 모닝(Saturday Morning), 시 오션(Sea Ocean), 샌 패드로(San Pedro), 시푸드 패러다이스(Seafood Paradise)
기타 (아시안/한인마트)	에이치마트(H-Mart), 아리랑마켓(Arirang Market), 에이에스 마켓(A/S Market)
온라인	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 크로거(Kroger), 타겟(Target)
편의점	세븐일레븐(Seven-Eleven), 써클케이(Circle K), 와와(Wawa), 퀵чек(Quickchek)

■ 고객사 진출 선호 매장

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

5) 자료: 캘리포니아(ca.gov) 홈페이지

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(*) 아리랑마켓(Arirang Market), 에이치마트(H Mart), 월마트(Walmart)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 김부각: 김에 찹쌀 등을 바르고 말린 후에 튀기거나 구운 제품
- 다시마부각: 다시마에 찹쌀 등을 바르고 말린 후에 튀기거나 구운 제품
- 김자반: 김에 양념을 발라 말린 것을 튀기거나 볶아 작게 조각낸 제품

[표 2.4] 미국 김부각 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류		
	오프라인	온라인	김부각	다시마부각	김자반
① a브랜드 김부각 (A사)	○ (아리랑마켓)	(-)	○		
② 생다시마 부각 (D사)	○ (아리랑마켓)	(-)		○	
③ e브랜드 명란 돌자반 (E사)	○ (아리랑마켓)	(-)			○
④ 버섯가루 돌김자반 (F사)	○ (아리랑마켓, 에이치마트)	(-)			○
⑤ c브랜드 김자반-한식간장 (C사)	○ (아리랑마켓, 에이치마트)	(-)			○
⑥ 김부각 (G사)	○ (에이치마트)	(-)	○		
⑦ c브랜드 시워드 칩 포테이토 (C사)	○ (아리랑마켓, 에이치마트)	(-)	○		
⑧ c브랜드 김스낵 오리지널 (C사)	○ (아리랑마켓, 에이치마트)	(-)	○		
⑨ c브랜드 김스낵 바비큐 맛 (C사)	○ (아리랑마켓, 에이치마트)	(-)	○		
⑩ 덴뿌라 시워드 칩스 (우드릿지 스낵스)	○ (월마트)	○ (월마트)	○		

(*) 현지 판매 김부각 경쟁제품 10개 분석

2. 미국 김부각 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 미국 김부각 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 미국 김부각 경쟁제품 조사지표 선정

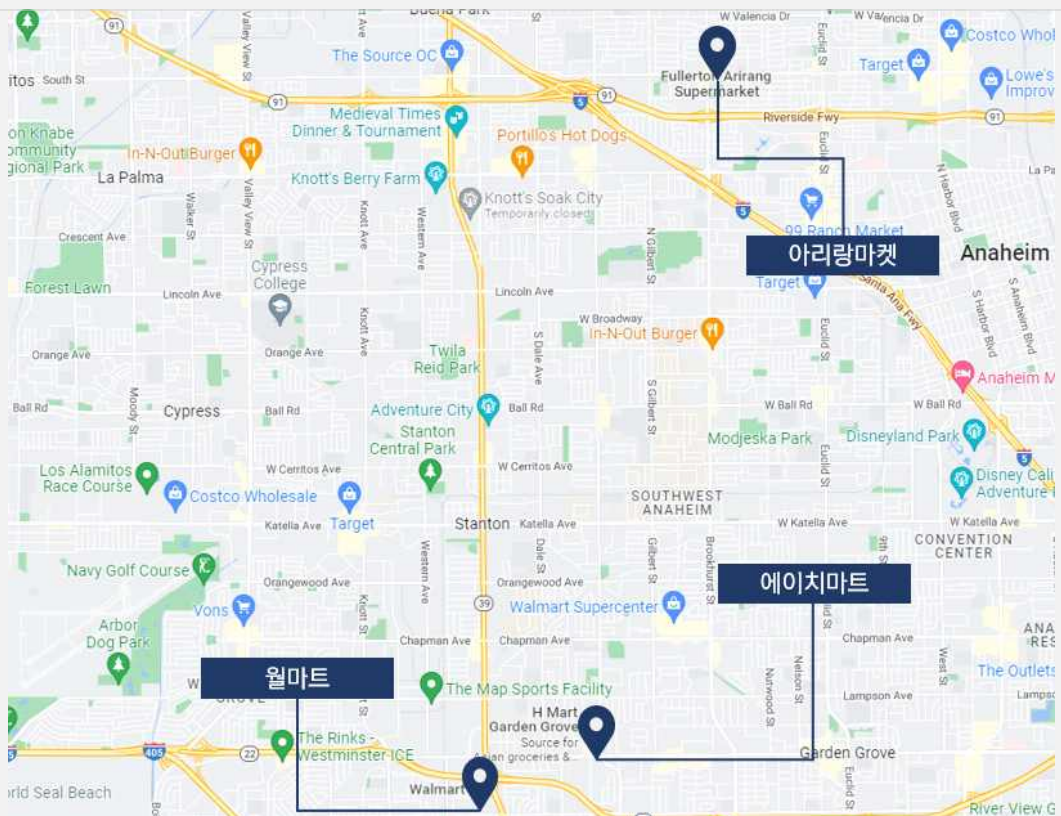
조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	10g당 가격	제품의 10g당 가격
중량	중량(g)	제품의 포장 단위
제품 종류	김부각	김에 찹쌀 등을 바르고 말린 후에 튀기거나 구운 제품
	다시마부각	다시마에 찹쌀 등을 바르고 말린 후에 튀기거나 구운 제품
	김자반	김에 양념을 발라 말린 것을 튀기거나 볶아 작게 조각낸 제품
포장 형태	플라스틱 지퍼백 플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 지퍼백 또는 파우치
유통기한		제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기간
원산지		제품의 원산지
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. 미국 김부각 경쟁제품 현지조사 결과

- ▶ 미국 캘리포니아 주에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 아시안/한인마트
- 미국 캘리포니아 주에 위치한 아시안/한인마트인 아리랑마켓, 에이치마트와 하이퍼마켓/슈퍼마켓인 월마트를 방문함. 아리랑마켓과 에이치마트는 주로 한국산 가공식품, 즉석식품, 기타 식료품 등을 판매하는 아시안/한인마트임. 월마트는 1962년에 설립된 후 전 세계에 11,400개가 넘는 매장을 보유하고 있는 대형 슈퍼마켓 체인임

[표 2.5] 미국 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
아리랑마켓 (Arirang Market)	아시안/한인마트	5	· 가공식품, 즉석식품 등 다양한 한국 식료품 판매 · 캘리포니아 주 내에서 배달 서비스 제공
에이치마트 (H Mart)	아시안/한인마트	4	· 1980년에 설립된 미국 내의 한인마트 체인 · 한국산 과자, 식기구, 즉석식품, 가공식품 등 판매
월마트 (Walmart)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	1	· 전 세계의 11,400개 이상의 매장 보유 · Everyday Low Pricing(EDLP) 가격 전략 시행



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품, 10개 중 5개 제품은 2개 이상의 방문 매장에서 판매

아리랑마켓(Arirang Market), 에이치마트(H Mart), 월마트(Walmart) 총 3개 매장 방문 후 인기제품을 조사한 결과, 총 5개의 제품이 1개의 매장에서만 판매 중인 것을 확인함. 그러나, C사의 경쟁제품을 포함한 5개의 제품은 2개 이상의 방문 매장에서 판매 중인 것으로 확인됨. 아리랑마켓은 총 경쟁제품 10개 중 8개의 제품을 취급하고 있어, 방문한 매장 3개 중 가장 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 2.6] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	아리랑마켓	에이치마트	월마트
① a브랜드 김부각 (A사)	○		
② 생다시마 부각 (D사)	○		
③ e브랜드 명란 돌자반 (E사)	○		
④ 버섯가루 돌김자반 (F사)	○	○	
⑤ c브랜드 김자반-한식간장 (C사)	○	○	
⑥ 김부각 (G사)		○	
⑦ c브랜드 시워드 칩 포테이토 (C사)	○	○	
⑧ c브랜드 김스낵 오리지널 (C사)	○	○	
⑨ c브랜드 김스낵 바비큐 맛 (C사)	○	○	
⑩ 덴뿌라 시워드 칩스 (우드릿지 스낵스)			○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 아리랑마켓(Arirang Market)

매장 정보

· 유형: 아시안/한인마트

· 판매 제품 특징:

음료, 과자, 과일, 채소, 육류, 해산물, 농산물, 생활용품 등의 다양한 한국 제품을 판매함

· 매장 주변 특징:

주거 지역 내 위치

· 주요 고객층:

현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보6)		아리랑마켓은 캘리포니아의 가든그로브와 플러튼 두 도시에 지점을 두고 있으며 한국산 활어, 육류, 과일, 야채, 채소, 가공식품 등을 판매하는 대형 한인마트임
		조사 제품 수: 5개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 상세주소 플러튼 1701 Orangethorpe Ave, Fullerton, CA 92833

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 김부각 경쟁제품 정보		
			
	a브랜드 김부각 (A사)	생다시마 부각 (D사)	e브랜드 명란 돌자반 (E사)
			
	버섯가루 돌김자반 (F사)	c브랜드 김자반-한식간장 (C사)	

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 크로거(Kroger) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	a브랜드 김부각 (Korean Traditional Bugak Seaweed Chips)	제조사 (현지어)	A사
제품 종류	김부각	중량	50g
소비자가격	2.99달러 (약 4,022원)	10g당 가격	0.60달러 (약 805원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 지퍼백	홍보문구	한국 전통, 좋은재료, SINCE1986, 바삭, 제조과정
수입자	DW GLOBAL, INC.	원료 및 첨가물	김, 라이스페이퍼, 찹쌀가루, 해바라기유, 소금, 허브추출물

			
제품명 (현지어)	생다시마 부각 (Seasoned Kelp Varech de saison)	제조사 (현지어)	D사
제품 종류	다시마부각	중량	56g
소비자가격	2.99달러 (약 4,022원)	10g당 가격	0.54달러 (약 719원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 지퍼백	홍보문구	한국산, 성장기에 좋은, 간식, 술안주, 깨끗한 바다, 위생적인 시설
수입자	WANG GLOBALNET	원료 및 첨가물	다시마, 찹쌀가루, 밀가루, 감자전분, 타피오카 전분, 옥수수유, 양파, 올리고당, 설탕, 소금

			
제품명 (현재어)	e브랜드 명란 돌자반 (Seasoned Seaweed with Pollack Roe)	제조사 (현재어)	E사
제품 종류	김자반	중량	35g
소비자가격	1.99달러 (약 2,677원)	10g당 가격	0.57달러 (약 765원)
원산지	한국	맛	명란 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 지퍼백	홍보문구	신선한 명란젓, 트롯여신(광고모델)
수입자	Jayone Foods, Inc	원료 및 첨가물	김, 대두유, 참기름, 명란가루, 깨, 설탕, 소금

			
제품명 (현재어)	즐거찾김 버섯가루 돌김자반 (Mushroom Roasted Seaweed Snack)	제조사 (현재어)	그린벨트의친구들
제품 종류	김자반	중량	50g
소비자가격	1.99달러 (약 2,677원)	10g당 가격	0.40달러 (약 536원)
원산지	한국	맛	버섯 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 지퍼백	홍보문구	향긋, 고소, 바삭, 버섯가루, 담백, 한국산, 청정지역, 친환경
수입자	(-)	원료 및 첨가물	김, 옥수수유, 참기름, 표고버섯분말, 볶은참깨

			
제품명 (현지어)	c브랜드 한식간장 김자반 (Seaweed Flakes with Korean-style Soy Sauce Powder)	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	김자반	중량	50g
소비자가격	3.99달러 (약 5,367원)	10g당 가격	0.80달러 (약 1,074원)
원산지	한국	맛	간장 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 지퍼백	홍보문구	한식간장, 감칠맛, 고소함, c브랜드소개, 바삭바삭한식감, 달콤짭조름한 맛, 깊고 풍부한 풍미, 참기름과 간장의 조화
수입자	CJ Foods USA Inc.	원료 및 첨가물	김, 파래김, 옥수수유, 참기름, 볶음참깨, 한식간장분말, 설탕, 소금

Shop ② 에이치마트 (H Mart)

매장 정보

- 유형: 아시안/한인마트
- 판매 제품 특징:

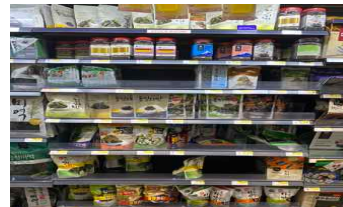
음료, 과자, 과일, 채소, 육류, 해산물, 농산물, 생활용품 등의 다양한 제품을 판매함

- 매장 주변 특징:
대형 도로 인근에 위치

- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ⁷⁾		에이치마트는 미국 전역에 위치한 아시안/한인마트로, 한국 가공식품과 식료품, 즉석식품 등 다양한 상품을 취급하고 있음. 그 밖에도 뷰티 제품이나 식기구 같은 제품 등을 함께 취급하여 현지 소비자에게 한국의 전반적인 제품을 소개함
		조사 제품 수: 4개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 가든 그로브 상세주소 8911 Garden Grove Blvd, Garden Grove, CA 92844

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 김부각 경쟁제품 정보	
		
	김부각 (G사)	c브랜드 씨워드 칩 포테이토 (C사)
		
	c브랜드 김스낵 오리지널 (C사)	c브랜드 김스낵 바베큐 맛 (C사)

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 크로거(Kroger) 홈페이지



제품명 (현지어)	김부각 (Dried Laver Bugak)	제조사 (현지어)	G사
제품 종류	김부각	중량	60g
소비자가격	6.99달러 (약 9,402원)	10g당 가격	1.17달러 (약 1,568원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	전통음식, 식품명인, 바삭하게먹는법
수입자	GRAND SUPER CENTER	원료 및 첨가물	김, 찹쌀, 참깨, 마늘, 설탕, 소금



제품명 (현지어)	c브랜드 칩 포테이토 (Seaweed Chip Potato)	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	김부각	중량	40g
소비자가격	3.49달러 (약 4,694원)	10g당 가격	0.88달러 (약 1,174원)
원산지	한국	맛	감자 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	짭짤, 감자, 바삭, 전통, 담백, 조화, c브랜드소개
수입자	CJ Foods USA Inc.	원료 및 첨가물	김, 감자시트, 팜올레인유, 포테이토시즈닝, 향신료

			
제품명 (현지어)	c브랜드 김스낵 오리지널 (Seaweed Crisps Original)	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	김부각	중량	20g
소비자가격	2.49달러 (약 3,349원)	10g당 가격	1.25달러 (약 1,675원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	튀기지 않고 오븐에 구운, 바삭바삭, 현미, 깨끗한 바다, 건강하게 자란 김, 한국 전통 김, 고소
수입자	CJ Foods USA Inc.	원료 및 첨가물	김, 라이스칩, 카놀라유, 참기름, 시즈닝, 향신료

			
제품명 (현지어)	c브랜드 김스낵 바베크맛 (Seaweed Crisps BBQ)	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	김부각	중량	20g
소비자가격	2.49달러 (약 3,349원)	10g당 가격	1.25달러 (약 1,675원)
원산지	한국	맛	바베크 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	튀기지 않고 오븐에 구운, 바삭바삭, 현미, 깨끗한 바다, 건강하게 자란 김, 한국 전통 김, 고소, BBQ
수입자	CJ Foods USA Inc.	원료 및 첨가물	김, 라이스칩, 카놀라유, 참기름, 바베크맛시즈닝, 향신료

Shop ③ 월마트 (Walmart)

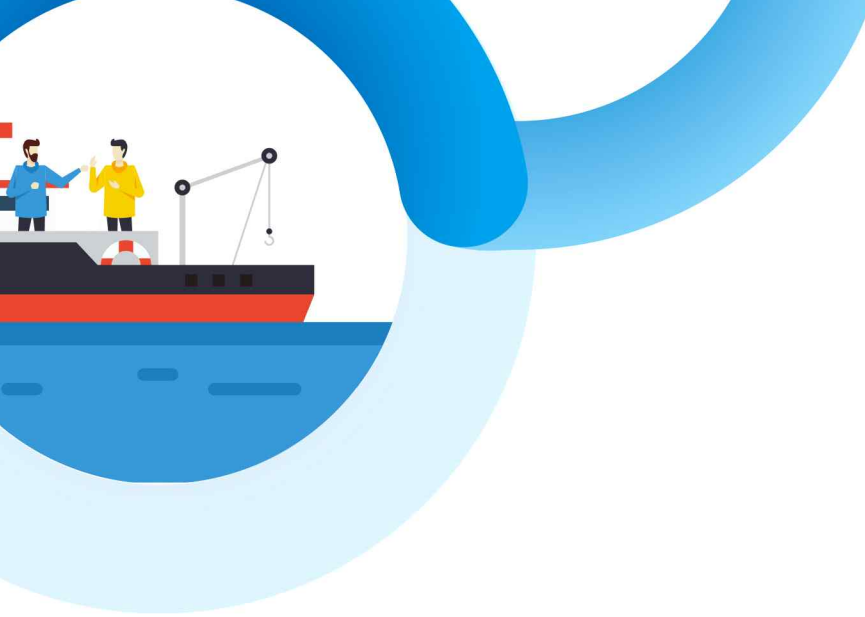
● 매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
다양한 과일, 채소, 육류,
농수산물, 생활용품 등의
제품을 판매
- 매장 주변 특징:
대형 도로 인근에 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보8)			월마트는 1962년에 설립된 미국의 슈퍼마켓 체인 매장으로 미국 50개 주와 전 세계 24개국에 약 11,700여 개 이상의 매장을 보유하고 있음. 언제 어디서나 다양한 제품을 매일 저렴한 가격으로 제공한다는 전략을 내세우며 고객을 확보하고 있음
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	웨스트민스터 13331 Beach Blvd, Westminster, CA 92683
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
	 		
제품 판매 정보	판매 김부각 경쟁제품 정보		
			
	우드릿지 스낵스 덴뿌라 씨워드 칩스 스리라차 (우드릿지 스낵스)		

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존(amazon), 월마트(walmart), 크로거(kroger) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	우드릿지 스낵스 덴뿌라 씨워드 칩스 스리라차 (Woodridge Snacks Tempura Seaweed Chips Sriracha)	제조사 (현지어)	우드릿지 스낵스
제품 종류	김부각	중량	40g
소비자가격	2.88달러 (약 3,874원)	10g당 가격	0.72달러 (약 969원)
원산지	태국	맛	스리라차 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 지퍼백	홍보문구	스리라차, 바삭바삭
수입자	SPI West Port, Inc. USA	원료 및 첨가물	김, 밀가루, 쌀가루, 전분, 미강유, 스리라차 시즈닝, 백참깨, 소금



Ⅲ. 경쟁기업

1. 미국 김부각 경쟁기업 선정
2. 미국 김부각 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 미국 김부각 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 미국 김부각 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 김부각/김자반 제품을 판매하는 한국기업 2개사와 현지기업 1개사 총 3개사 선정

미국 오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 다른 경쟁기업보다 현지화가 잘 되어 있는 한국기업 2개사와 미국 현지기업 1개사를 경쟁기업으로 선정함

▶ 경쟁기업 3개사, 평균 23년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 23년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. D사는 1970년에 설립되어 가장 오래된 52년의 업력을 보유하고 있으며, C사는 15년째, 우드릿지스넥스는 미국 시장에서 3년째 사업을 이어오고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 김부각 동일 품목 종류 조사

미국에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 김부각 동일 품목 수를 조사한 결과, D사가 32개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매중인 것으로 조사됨. 그 뒤를 이어 C사가 16개, 우드릿지스넥스가 3개 제품을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 김부각 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
C사	한국	15년	16개
D사	한국	52년	32개
우드릿지스넥스	미국	3년	3개

자료: 미국 진출 김부각 경쟁기업 3개사 분석

2. 미국 김부각 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
	김부각 및 김류

▶ 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	아리랑마켓, 에이치마트, 월마트
온라인	아마존, 월마트, 크로거

3. 미국 김부각 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 미국 오프라인 매장 진출

미국에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. C사는 아리랑(Arirang), 에이치마트(H Mart)에 입점해있는 것으로 확인되었고, D사 또한 아리랑(Arirang)에 입점한 것으로 확인됨. 우드릿지스넥스는 월마트(Walmart)에 입점해있는 것으로 확인됨. 3개사 모두 온라인 채널 월마트(Walmart), 아마존(Amazon)에 입점하였으나, 현재 우드릿지스넥스는 아마존에서 제품 판매를 중단한 것으로 보임. 3개사 중 C사만 크로거(Kroger)에도 입점한 것으로 조사됨

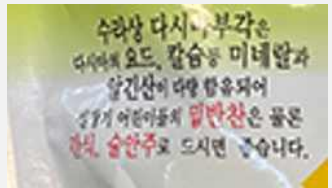
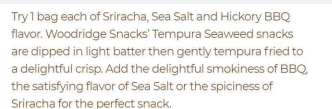
▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지에서의 제품 홍보 활동 활발함

미국 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. C사는 글로벌 홈페이지를 운영하고 있으며 자사 브랜드 c브랜드(Brand'C')의 미국 홈페이지를 별도로 운영중임. D사는 한국과 글로벌 홈페이지를, 우드릿지스넥스는 미국 현지 홈페이지를 운영하고 있음. 3개사 모두 SNS 채널인 페이스북과 인스타그램을 활용하고 있으며, C사는 글로벌 계정 이외에 c브랜드USA의 페이스북, 인스타그램, 틱톡 계정을 별도로 운영함. C사와 D사는 글로벌 유튜브채널 또한 운영하고 있음.

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 품질, 맛, 원료 등을 강조

미국 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 식감과 맛, 한국 전통식품 등을 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 조사됨. ‘바삭바삭한 식감’, ‘감칠맛’, ‘고소함’, ‘깊고 풍부한 풍미’ 등의 수식어가 사용되고 있으며 ‘한국 전통 김’, ‘한식간장’ 등의 제품의 원산지와 관련된 키워드가 사용됨. 그 외에도 ‘건강하게 자란 김’, ‘튀기지 않고 오븐에 구운’ 등의 수식어를 사용하여 제조방법에 대해 홍보하고 있음

[표 3.7] 미국 김부각 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
C사	- 오프라인 매장 - 아리랑 - 에이치마트 - 온라인 매장 - 아마존 - 월마트 - 크로거	- 자사 홈페이지 (미국/글로벌) - SNS 플랫폼 (글로벌) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브	- 한식 간장 - 고소함 - 바삭바삭한 식감 - 달콤짭조름한 맛 - 깊고 풍부한 풍미 - 튀기지 않고 오븐에 구운	✔ 우리바다에서 건강하게 자란김 ✔ 바삭한 스낵과 김의 만남 ✔ 입맛을 돋우는 고소한 맛 ✔ 고소한 현미로 만든 원물스낵
D사	- 오프라인 매장 - 아리랑 - 온라인 매장 - 아마존 - 월마트	- 자사 홈페이지 (한국/글로벌) - SNS 플랫폼 (글로벌) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브	- 한국산 - 성장기에 좋은 간식 - 술안주 - 깨끗한 바다 - 위생적인 시설	
우드리지스낵스	- 오프라인 매장 - 월마트 - 온라인 매장 - 월마트	- 자사 홈페이지 (미국) - SNS 플랫폼 (미국) - 페이스북 - 인스타그램	- 바삭바삭 - 스리라차	

자료: 미국 진출 김부각 경쟁기업 3개사 분석

① C사

기업 기본 정보	기업명	C사	
	기업 설명	C사는 대한민국 C그룹의 계열사로, 식품사업 및 생명공학사업을 주력으로 하는 기업임. 설탕, 밀가루, 식용유, 조미료, 장류, 가공식품, 신선식품 등을 생산하고 판매함	
	위치	서울특별시 중구 동호로 330 CJ 제일제당센터	
	규모	매출액	15조 7444억 원
		직원 수	8,252명 (2022.06 기준)
		설립연도	2007년
		동일품목 수 ⁹⁾	16개

기업 진출 채널	<오프라인 매장> 아리랑 에이치마트 <온라인 매장> 아마존 월마트 크로거		제품명	c브랜드 칩 포테이토 (Seaweed Chip Potato)
			중량	40g
			소비자가격	3.49달러 (약 4,694원)
			제품 종류	김부각

현지 진출 방법	개선사항 無	○ (하)	경쟁기업 국적(한국) 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용

사진자료: 현지조사원 자료

9) 김부각을 포함한 가공김 품목을 동일품목으로 분류함

홍보 방식



홍보 채널

자사 홈페이지 (미국/글로벌)
페이스북/인스타그램/유튜브 (미국/글로벌)

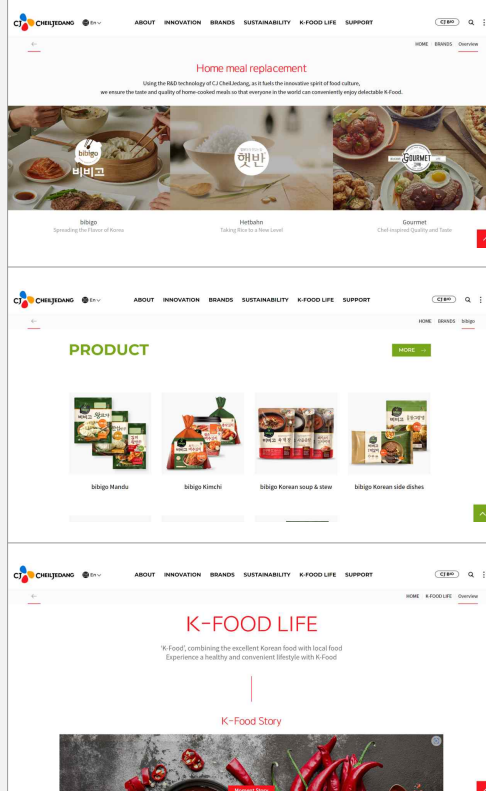
게시 주기

비정기적

게시물 유형

기업 소개, 브랜드 소개, 제품 소개, 한식 관련 콘텐츠, 레시피 안내

게시물 유형



- 브랜드 소개
(브랜드 상세소개 페이지로 연결)

- 제품 소개
(김, 만두, 면류, 조미료 등)

- K-푸드 관련 콘텐츠

사진자료: C사 홈페이지, c브랜드 홈페이지

② D사

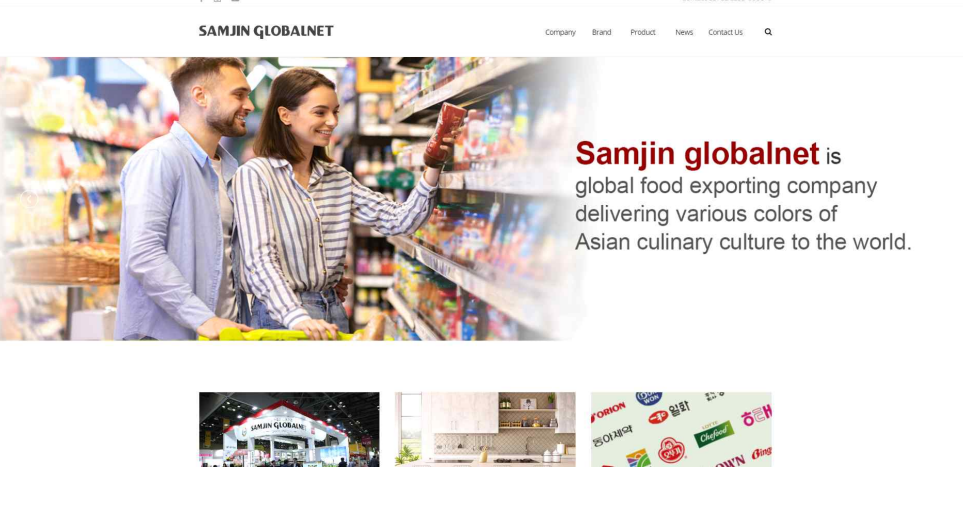
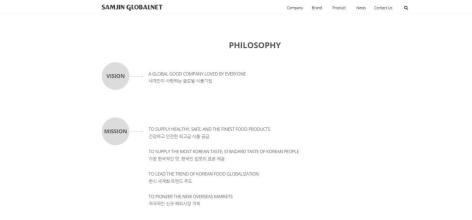
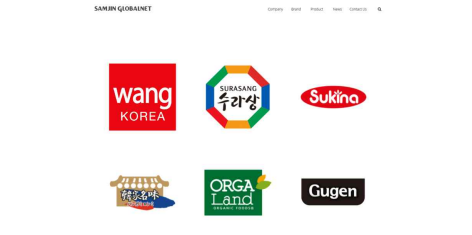
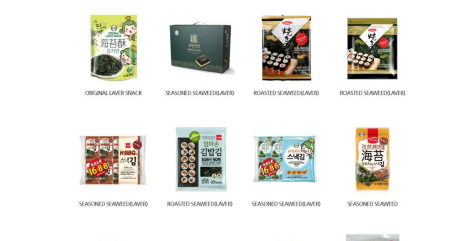
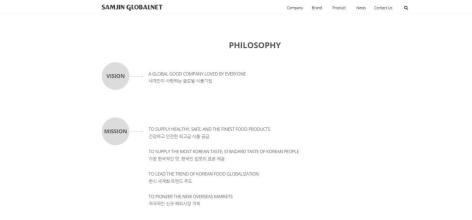
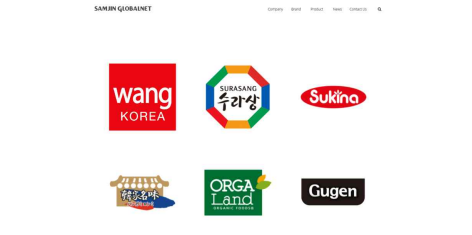
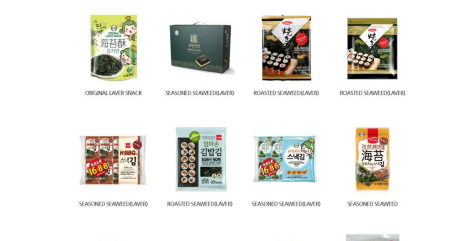
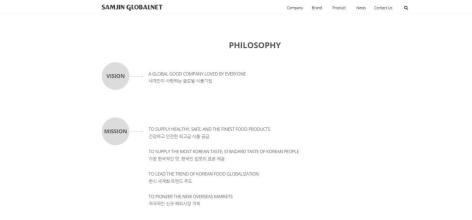
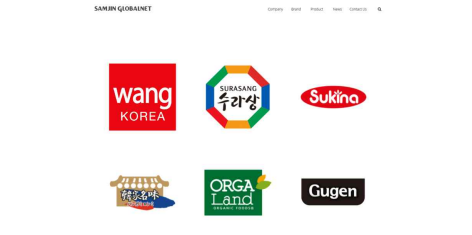
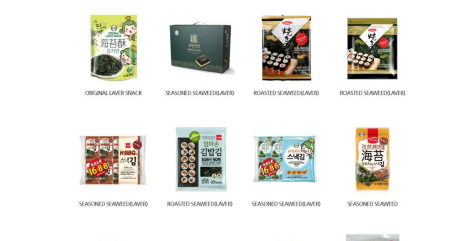
기업 기본 정보	기업명	D사	
	기업 설명	D사는 한국의 전통 식품을 해외 교민들에게 공급하는 것을 시작으로 식품 수출사업을 이어가고 있는 한국의 기업임. 음료, 즉석식품, 소스류, 해산물 가공식품 등 다양한 식품군의 제품을 생산, 유통함. 미국, 중국 등에 지사를 보유하고 있으며 미국, 캐나다, 일본, 홍콩, 호주, 뉴질랜드, 유럽, 동남아시아, 대만, 중동 등 세계 각국으로 식품을 수출하고 있음	
	위치	서울특별시 강남구 삼성로 562	
	규모	매출액	2,179억 5,333만 원
		직원 수	262명 (2021.12 기준)
		설립연도	1970년
		동일품목 수 ¹⁰⁾	17개

기업 진출 채널	<오프라인 매장> 에이치마트 <온라인 매장> 아마존 월마트		제품명	수라상 생다시마 부각 (Surasang Seasoned Kelp Varech de saison)
			중량	56g
			소비자가격	2.99달러 (약 4,022원)
			제품 종류	다시마부각

현지 진출 방법	포장 개선	● (중)	포장 디자인 문구 미국에 맞게 현지화
	홍보 글로벌화	● (중)	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용

사진자료: 현지조사원 자료

10) 김부각을 포함한 가공김 품목을 동일품목으로 분류함

홍보 방식	 <table border="1"> <tr> <td>홍보 채널</td><td>자사 홈페이지(한국/글로벌) 페이스북/인스타그램/유튜브(글로벌)</td></tr> <tr> <td>게시 주기</td><td>일주일에 1~2건</td></tr> <tr> <td>게시물 유형</td><td>기업 소개, 브랜드 소개, 제품 소개</td></tr> </table>	홍보 채널	자사 홈페이지(한국/글로벌) 페이스북/인스타그램/유튜브(글로벌)	게시 주기	일주일에 1~2건	게시물 유형	기업 소개, 브랜드 소개, 제품 소개
홍보 채널	자사 홈페이지(한국/글로벌) 페이스북/인스타그램/유튜브(글로벌)						
게시 주기	일주일에 1~2건						
게시물 유형	기업 소개, 브랜드 소개, 제품 소개						
게시물 유형	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="427 1151 911 1384">  </td><td data-bbox="911 1151 1394 1384"> - 기본적인 회사 소개 (회사 개요, 연혁, 이념, 유통 국가 등) </td></tr> <tr> <td data-bbox="427 1384 911 1630">  </td><td data-bbox="911 1384 1394 1630"> - 자사 브랜드 소개 </td></tr> <tr> <td data-bbox="427 1630 911 1883">  </td><td data-bbox="911 1630 1394 1883"> - 자사 제품군 안내 </td></tr> </table>		기본적인 회사 소개 (회사 개요, 연혁, 이념, 유통 국가 등)		자사 브랜드 소개		자사 제품군 안내
	기본적인 회사 소개 (회사 개요, 연혁, 이념, 유통 국가 등)						
	자사 브랜드 소개						
	자사 제품군 안내						

사진자료: D사 홈페이지

③ 우드릿지스낵스

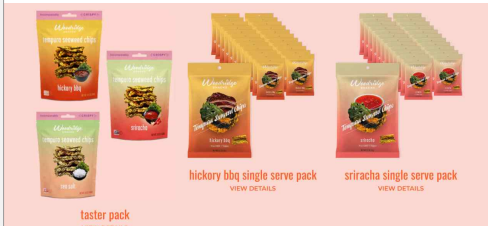
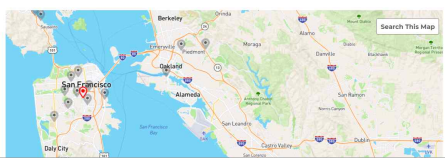
기업 기본 정보	기업명	우드릿지스낵스	
	기업 설명	우드릿지스낵스(Woodridge Snacks)는 미국의 과자 제조업체로 아시아 음식에서 영감을 받은 퓨전 스낵을 제조, 유통함.	
	위치	South San Francisco, CA, 94080, USA (SPI WEST PORT, INC.)	
	규모	동일 품목 수	2개
		설립연도	2019년

기업 진출 채널	<오프라인 매장> 월마트 <온라인 매장> 월마트		제품명	우드릿지 스낵스 덴뿌라 씨워드 칩스 스리라차 (Woodridge Snacks Tempura Seaweed Chips Sriracha)
			중량	40g
			소비자가격	2.88달러 (약 3,874원)
			제품 종류	해조부각

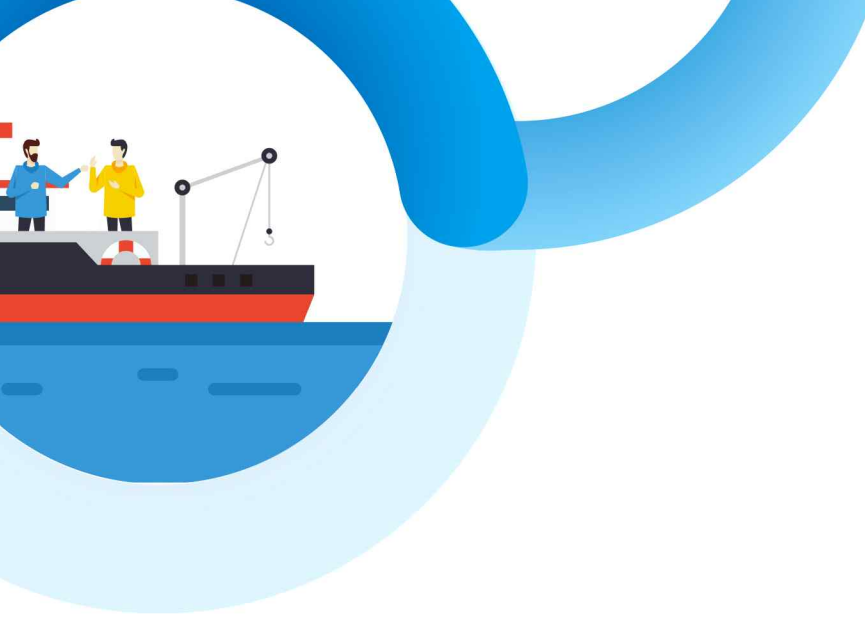
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 문구 사용
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지(미국), 페이스북/인스타그램(미국)
	게시 주기	비정기적
	게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 오프라인 매장 안내

게시물 유형	 About Us Taste the Flavors and Cultures From Around the World Inspired by the globalization of regional cuisines and the fusion cuisines that have united different cultures with flavor, Woodridge Snacks searches the world for the very best ingredients and techniques. Our discoveries become guiltless delicacies for you to enjoy every day.	기업 정보 소개
	 taster pack VIEW DETAILS hickory bbq single serve pack VIEW DETAILS sriracha single serve pack VIEW DETAILS	판매 제품 소개
	 Store Locator 	오프라인 매장 안내

사진자료: 우드릿지스낱스 홈페이지(<https://woodridgesnacks.com/>)



IV. 수입·유통업체 인터뷰

1. 에이치마트(H Mart)
2. 메가마트(Mega Mart)
3. 오모나(Omona)

미국 김부각 수입·유통업체 인터뷰 결과

인터뷰 대상 기업체 선정 기준

- ① 현지 식품 수입·유통업체
- ② 김부각 취급 경험 있음

업체명	에이치마트 (H Mart)	메가마트 (Mega Mart)	오모나 (Omona)
업태 ▶	수입·유통업체	수입·유통업체	수입·유통업체
취급 품목 ▶			

미국 김부각 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	에이치마트 (H Mart)	메가마트 (Mega Mart)	오모나 (Omona)
	수입·유통업체	수입·유통업체	수입·유통업체
고객사 제품의 가격, 중량, 포장에 대한 의견	고객사 제품은 다른 한국산 제품에 비해 가격이 비교적 저렴함. 중량은 개발완료단계의 제품이 더 인기가 많을 것으로 예상함	고객사 제품의 가격은 자사가 판매 중인 다른 김부각 제품과 유사함. FOB 가격은 매력적임. 포장은 플라스틱이지만 문제 없음	고객사 제품은 현재 자사가 취급하는 제품의 가격 및 중량과 비슷함. 개발완료단계의 제품의 중량은 비교적 작은편임. 포장은 현지에서 문제 없음
김부각 제품 구매 시, 현지 소비자 가 중요시하는 요인	현지에서 인기 있는 다른 경쟁사 제품들을 봤을 때, 제품의 맛과 품질에 초점 을 두는 것을 권장함	현지 소비자들은 주로 작은 중량과 포장의 김부각 제품을 선호 함. 제품의 맛과 품질은 당연히 보장되어야 함	현지 소비자가 가장 중요하게 고려하는 요소는 제품의 맛임. 지나치게 짠 맛은 선호하지 않음. 원산지는 한국산을 선호 함.
미국 김부각 시장 내 유통채널 및 효과적인 판촉 방식	온라인, 오프라인 모두 고객 기반을 넓히고 효과적인 판촉을 위해 필요함. 현지 광고를 통해 제품의 가시성을 높이는 방식을 추천 함	제품의 홍보는 주로 온라인 광고에 매우 의존함. 한식/아시안 식당과의 제휴와, 먹거리 이벤트 등의 오프라인 프로모션이 효과적일 것으로 예상함	김부각류 제품의 판촉은 주로 신문 광고와 빌보드 광고 로 이루어짐. 효과적인 온라인 마케팅은 한식 프로모터들을 통해서 하는 것을 추천 함
현지에서 선호하는 김부각 스낵의 맛	최근에 현지에서 가장 활발하게 팔리는 김부각 제품의 맛은 아몬드와 오리지널 플레이버(flavor) 임	와사비 맛의 제품이 가장 인기 있음. 현지 소비자들은 전통적으로 치즈를 좋아하기 때문에 치즈 맛 제품도 많이 구매함. 이국적인 맛의 시도가 긍정적으로 보임	최근 현지 소비자들은 동양적인 맛과 같이 색다르고 다양한 맛의 음식을 시도 함. 와사비 맛 제품과 같이 독특한 맛에 대한 선호도가 높아짐
현지 소비자들에게 적합한 김부각 제품 포장	제품 포장의 스타일보다는 제품과 원료에 대한 명확한 메시지 를 담고 있는 것이 중요함	제품의 맛을 연상시킬 수 있는 그림을 포함 하는 것이 좋아보임. 라벨 표시 지침에 나와 있는 필수 표기 세부 사항 을 포장에 적는 것을 권장함	한제품의 포장은 각 특정 제품의 선명한 이미지를 포함 하여 효율적으로 포장되어야 함. 색다른 맛을 포함하고 있다면 강조 하는 것이 좋음
수입·유통업체로서 선호하는 제품의 인증	현지 소비자들은 유기농과 Non-GMO 인증 을 중요시함. 소비자들에게 식품 안전 기준을 보장하기 위해서 중요함	점점 더 많은 소비자들은 글루텐 프리 및 비건 보장 제품 을 선호 함. 소비자들의 인식과 함께 수입·유통 업체의 건강과 환경에 대한 인식도 증가 함	고객사가 언급한 인증은 매우 신뢰성이 높으며 유익 하고, 현지 소비자들의 신뢰를 얻을 수 있음. 트렌드를 고려해서 유기농 제품 및 인증에 각별히 집중해야함

(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

Interview ① 에이치마트 (H Mart)

11)

에이치마트 (H Mart)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 1982년에 뉴욕에서 설립된 수입·유통업체
 - 한국의 김, 라면, 수프, 가공식품 등을 수입·유통
 - 온라인 배달 서비스도 함께 제공

담당자 정보

Grocery Manager



에이치마트(H Mart) Grocery Manager



Q1. 고객사의 판매중제품(80g)과 개발중인 소포장제품(22.5g)의 가격, 중량 및 포장은 적절한가요?

판매중인 고객사 제품의 소비자가격은 80g에 약 7.43달러¹²⁾ (10,000원), FOB가격은 약 N1달러(n1원)이며, 개발 완료 단계 제품의 소비자가격과 FOB 가격은 대략 22.5g에 1.67달러와 N2달러라고 알고 있습니다. 고객사 제품의 가격은 자사가 유통 중인 다른 김부각 제품에 비해 상대적으로 저렴하기에 가격 경쟁력이 있을 것이라고 생각합니다. 하지만, 현재 미국에서 더 높은 판매량을 보이는 제품의 중량이 20g인 것을 보았을 때, 고객사의 개발완료단계 제품이 현지 시장에서는 더 인기가 많을 것입니다. 제품의 포장은 다른 제품들과 유사해서 문제가 없을 것이라고 판단합니다.

Q2. 김부각 제품의 구매상황에서, 현지 소비자가 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

현지 소비자들은 이제 김부각 제품을 판매하는 브랜드 중에서 인기 있는 브랜드를 알고 있습니다. 동원, CJ, 비비고와 같은 한국 브랜드들은 제품의 품질과 맛에 집중하여 현지 시장에서 큰 매출을 달성할 수 있었습니다. 따라서, 고객사 제품이 현지 시장에서 성공하길 바란다면, 제품의 맛과 품질에 초점을 두는 것을 권장합니다.

11) 사진자료: 에이치마트(H-Mart) 홈페이지

12) 1달러=1345.10원 (2022.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)



FOB가격

약 N1달러
(n1원: 80g)
약 N2달러
(n2원: 22.5g)

소비자가격

약 7.43달러
(10,000원: 80g)
약 1.67달러
(2,250원: 22.5g)

중량

80g
22.5g(소포장)

포장 형태 플라스틱 파우치

Q3. 미국에서 유통되는 유명 김부각 제품의 주요 홍보 방법 및 채널에는 무엇이 있으며, 효과적인 판촉 방식에는 무엇이 있을까요?

자사는 미국 시장에서 약 40년 동안 오프라인과 온라인 채널을 모두 활용하여 제품을 판매해왔습니다. 자사는 오프라인 매장 네트워크를 통해서 고객 기반을 넓히는 데 도움이 되는 양질의 제품을 보장해 왔고, 온라인 채널로는 짧은 광고를 활용하여 고객에게 더 많은 정보를 전달하고 제품에 대한 홍보를 간편하게 할 수 있었습니다. 경험을 토대로, 자사가 생각하는 가장 효과적인 판촉 방식은 오프라인 마케팅을 하면서 현지 광고를 통해 제품의 가시성을 높이는 것입니다. 현지 시장에서 한국 제품에 대한 신뢰도가 높기 때문에 현지 소비자들에게 일단 알려지는 것이 중요합니다.

Q4. 현지에서는 어떤 맛의 김부각이나 김스낵 제품을 선호하나요?

자사는 매우 인기 있는 두 가지 제품을 판매하고 있습니다. 하나는 동원의 바삭바삭 김 스낵 아몬드이고 다른 하나는 비비고 오븐 구운 현미밥 김 바삭바삭한 오리지널 플레이버입니다. 두 제품 모두 현지 소비자들의 입맛에 맞습니다.

Q5. 어떤 스타일의 김부각 제품 포장에 현지 소비자들에게 적합할까요?

제품의 포장은 형태보다 제품과 그 원료에 대한 명확한 메시지를 담고 있는 것이 더 중요합니다. 현지 소비자들을 끌어 모으고, 제품을 시도해보도록 설득할 수 있는 제품의 특별함에 대한 언급이 있어야 합니다. 주로, 제품의 맛과 품질 수준에 관한 내용이 포장에 담겨있습니다.

Q6. 수입·유통업체로서 ISO 4001, ISO 14001, ISO 22000, ISO 45001 이 네 가지 인증에 대해 어떻게 생각하며, 선호하는 인증이 있을까요?

이제 현지 소비자들은 유기농과 Non-GMO 인증을 찾습니다. 고객사가 언급한 인증은 실제로 고객에게 식품 안전 기준을 보장하기 위해서 중요하다고 생각합니다. 특히 ISO 14001은 환경 관리에 초점을 맞추는 주목할 만한 단계입니다.

Interview ② 메가마트 (Mega Mart)

13)

메가마트 (Mega Mart)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2009년 설립된 조지아의 수입·유통업체
 - 수산물, 식음료, 가공식품 등을 수입·유통
 - 자사 온라인 홈페이지 운영

담당자 정보

Purchasing Agent

MEGA MART

메가마트(Mega Mart) Purchasing Agent



Q1. 고객사의 판매중제품(80g)과 개발중인 소포장제품(22.5g)의 가격, 중량 및 포장은 적절한가요?

김부각 제품의 가격은 품질과 맛에 따라서 크게 달라지는 특성을 가지고 있지만, 고객사 제품의 소비자가격은 자사가 판매 중인 다른 김부각 제품의 가격과 비교적 유사한 편입니다. 그러나 고객사 제품의 FOB 가격은 다른 제품들에 비해 상당히 매력적이라고 생각합니다. 고객사 제품의 포장은 다른 제품들의 포장과 동일합니다. 플라스틱 사용을 줄여한다는 인식이 커지고 있지만 소비자들에게는 크게 문제되지 않으며, 제품의 보존과 수명을 보장하기 위해서 플라스틱 포장을 사용하는 것은 중요하고 적절하다고 생각합니다.

Q2. 김부각 제품의 구매상황에서, 현지 소비자가 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

자사가 생각하기에 현지 소비자들은 가격에 크게 민감하지 않습니다. 하지만, 현지 소비자들은 주로 작은 중량과 포장의 김부각 제품을 더 선호하는 편입니다. 따라서, 고객사의 개발 완료 단계 제품이 현지에서 조금 더 인기가 있을 것입니다. 제품의 맛은 소비자들에게 늘 중요한 요소이며, 한국산 제품은 특히 맛과 제품의 품질이 좋다고 여겨집니다.



FOB가격

약 N1달러
(n1원: 80g)
약 N2달러
(n2원: 22.5g)

소비자가격

약 7.43달러
(10,000원: 80g)
약 1.67달러
(2,250원: 22.5g)

중량

80g
22.5g(소포장)

포장 형태

플라스틱 파우치

Q3. 미국에서 유통되는 유명 김부각 제품의 주요 홍보 방법 및 채널에는 무엇이 있으며, 효과적인 판촉 방식에는 무엇이 있을까요?

자사는 제품의 홍보를 온라인 광고에 매우 의존하고 있으며, 소비자들에게 해조류 제품의 건강상의 이점을 보여주기 위해서 꾸준히 콘텐츠를 제작해오고 있습니다. 특히, 해조류의 독특한 맛과 다이어트와 같은 효과에 초점을 맞추고 있습니다. 자사가 생각하는 또다른 효과적인 판촉 방식은 오프라인 마케팅이 가능하도록 한식/아시안식당과의 제휴입니다. 오프라인 채널은 소비자들의 현장 경험을 보장하며, 회사의 매출 전환 전망도 클 것입니다. 코로나 시대 이후에 다시 진행되기 시작한 다양한 먹거리 이벤트들도 오프라인 프로모션으로 효과가 있을 것이라 생각합니다.

Q4. 현지에서는 어떤 맛의 김부각이나 김스낵 제품을 선호하나요?

현지에서는 치즈 맛이 더 많이 팔릴 것이라고 예상했었지만, 예상과는 다르게 와사비 맛이 현지 소비자들에게 가장 인기가 있습니다. 치즈 맛은 전통적으로 늘 인기가 있었지만, 와사비의 톡 쏘고 매운 맛은 현지 소비자들에게는 새로운 경험이었고 소비자들은 와사비 맛에 만족했습니다. 해당 맛들뿐만 아니라 다른 이국적인 맛들을 사용해서 미국 시장에 진출하는 것도 좋은 방법이라고 생각합니다.

Q5. 어떤 스타일의 김부각 제품 포장에 현지 소비자들에게 적합할까요?

한국 제품의 포장에 포함된 그림들은 늘 항상 제품의 맛을 연상시켜 왔으며, 해외 시장에서 소비자들을 끌어들이는 데 성공했습니다. 따라서, 제품의 맛을 쉽게 연상시킬 수 있는 그림이 포함되어 있으면 좋을 것 같습니다. 제품 포장의 스타일도 중요하지만, 미국 시장에 대한 라벨 표시 지침에 나열되어 있는 모든 필수 세부 사항을 포장에 적는 것을 권고드립니다.

Q6. 수입·유통업체로서 ISO 4001, ISO 14001, ISO 22000, ISO 45001 이 네 가지 인증에 대해 어떻게 생각하며, 선호하는 인증이 있을까요?

소비자들의 건강과 환경에 대한 인식이 증가하면서 수입·유통업체들의 인식도 함께 증가했습니다. 고객사가 언급한 네 가지 인증은 제품의 판매에 있어서 확실한 강점이 될 것입니다. 점점 더 많은 소비자들은 글루텐 프리 및 비건 보장의 제품을 선호하고 있으며, 이러한 사실을 증명하는 것이 가장 중요하다고 생각합니다.

Interview ③ 오모나 (Omona)

14)

오모나
(Omona)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 수입·유통업체
 - 한국식품, KBBQ, 김치, 냉동식품, 수산물 등 다양한 제품 취급
 - 온라인과 오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Wholesale Manager



오모나(Omona) Wholesale Manager

Q1. 고객사의 판매중제품(80g)과 개발중인 소포장제품(22.5g)의 가격, 중량 및 포장은 적절한가요?

소비자가격이 80g에 약 7.43달러(10,000원)인 고객사 제품은 현재 자사가 취급하는 제품의 가격 및 중량과 비슷한 수준입니다. 반면에 고객사의 개발완료단계 제품의 가격 및 중량은 비교적 작은 편이라고 생각합니다. 그러나 현지 소비자들의 특성을 고려했을 때, 크게 문제가 되지 않을 것입니다. 고객사 제품과 같은 플라스틱백 포장은 미국 소비자들에게 잘 어필이되었고, 지금도 계속해서 사용되고 있습니다.

Q2. 김부각 제품의 구매상황에서, 현지 소비자가 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

현지 소비자가 김부각 제품을 구매할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 맛입니다. 현지 소비자들은 주로 높은 짭 맛을 선호하지 않으며, 종종 김부각류의 제품들이 너무 짭 것에 대해 이야기합니다. 현지 소비자들은 맛 이외에도 제품의 원산지를 고려하며, 보통 한국 브랜드의 제품들을 요청하는 경우가 많습니다.



FOB가격

약 N1달러
(n1원: 80g)
약 N2달러
(n2원: 22.5g)

소비자가격

약 7.43달러
(10,000원: 80g)
약 1.67달러
(2,250원: 22.5g)

중량

80g
22.5g(소포장)

포장 형태 플라스틱 파우치

Q3. 미국에서 유통되는 유명 김부각 제품의 주요 홍보 방법 및 채널에는 무엇이 있으며, 효과적인 판촉 방식에는 무엇이 있을까요?

김부각류 제품의 판촉은 주로 신문 광고를 통해 이루어지며, 간혹 빌보드 광고를 사용하는 브랜드들도 있습니다. 온라인 채널 또한 김부각의 독특한 맛을 개발하고, 건강한 식단의 트렌드에 초점을 맞추는 브랜드들에게 매우 중요한 채널입니다. 자사 관계자의 말에 따르면 효과적인 온라인 마케팅은 한식 프로모터를 통해 할 수 있다고 합니다. 그들은 현지 소비자들에게 효과적인 방법으로 다양한 한식 제품의 경험과 가치를 전달해줄 수 있습니다. 오프라인 채널에서는 소매점과의 전략적 제휴를 통해 소비자들에게 접근하는 방법을 추천드립니다.

Q4. 현지에서는 어떤 맛의 김부각이나 김스낵 제품을 선호하나요?

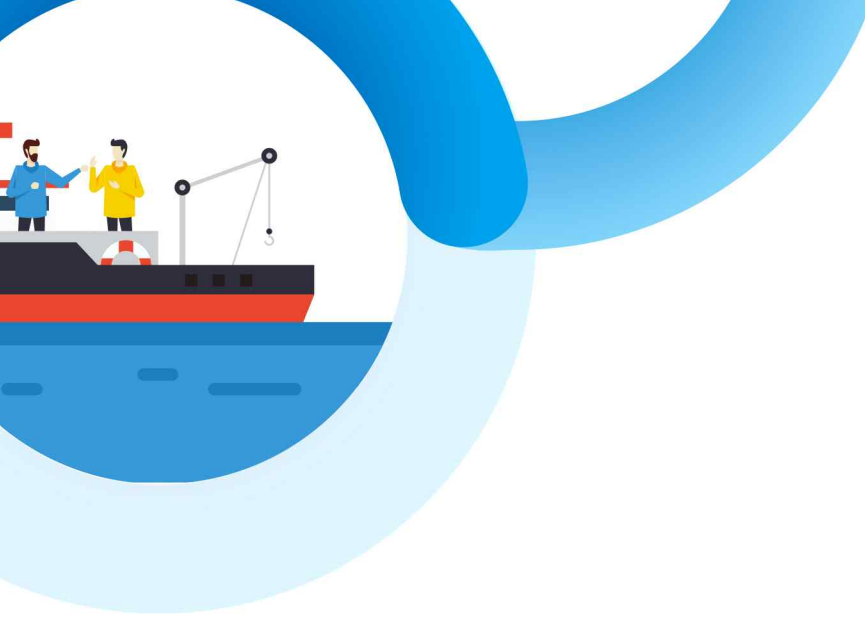
유기농 해조류의 인기는 소비자들의 건강과 식물성 위주의 식단에 대한 관심이 높아지면서 자연스레 증가했습니다. 과거의 현지 소비자들은 색다른 맛에 대해 선호도가 높지 않았지만, 최근 소비자들은 동양적인 맛처럼 색다르고 다양한 맛의 음식을 시도하는 것으로 알려져 있습니다. 따라서, 와사비 맛 제품과 같이 독특한 맛을 가지고 있는 제품들의 선호도가 많이 높아진 것으로 보입니다.

Q5. 어떤 스타일의 김부각 제품 포장에 현지 소비자들에게 적합할까요?

제품의 포장은 각 특정 제품의 선명한 이미지를 포함하여 효율적으로 포장되어야 합니다. 또한, 와사비 맛, 치즈 맛 같이 색다른 맛을 포함하고 있다면 이미지를 사용하여 선명하게 강조해야 합니다. 그리고, 현지 소비자들의 건강에 대한 관심이 점점 높아지고 있기 때문에, 포장 스타일에 집중하는 동시에 “비건”, “글루텐 프리”와 같은 핵심 기능들을 포장에 강조해야 합니다.

Q6. 수입·유통업체로서 ISO 4001, ISO 14001, ISO 22000, ISO 45001 이 네 가지 인증에 대해 어떻게 생각하며, 선호하는 인증이 있을까요?

자사는 이러한 인증이 매우 신뢰성이 높으며 유익하고, 특히 식품 안전에 대해 알고 있는 현지 소비자들의 신뢰를 얻는 데 확실히 도움이 될 것이라고 생각합니다. 최근 유기농 선호 트렌드를 고려할 때, 유기농 제품 및 인증에 각별히 집중하는 것이 바람직합니다. Non-GMO와 글루텐 프리 인증은 브랜드에 추가 이점을 제공할 것입니다.



V. 경쟁력파악

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

1. 제품 경쟁력 검증

1) 10g당 가격

● 경쟁제품(제조사)

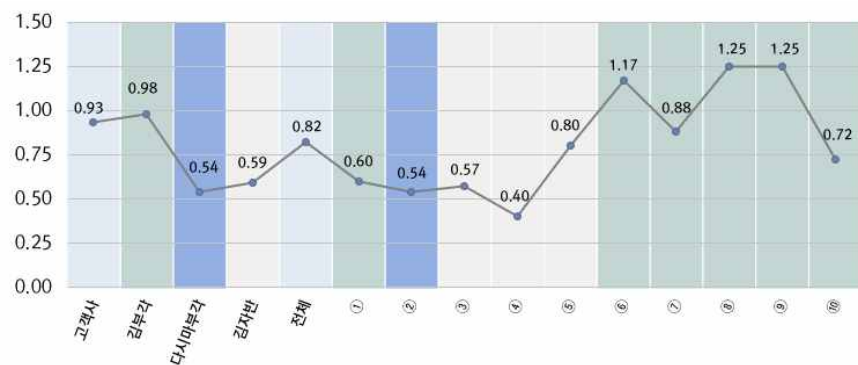
- ① a브랜드 김부각 (A사)
- ② 생다시마 부각 (D사)
- ③ e브랜드 명란 돌자반 (E사)
- ④ 버섯가루 돌김자반 (F사)
- ⑤ c브랜드 김자반-한식간장 (C사)
- ⑥ 김부각 (G사)
- ⑦ c브랜드 시워드 칩 포테이토 (C사)
- ⑧ c브랜드 김스낵 오리자널 (C사)
- ⑨ c브랜드 김스낵 바비큐 맛 (C사)
- ⑩ 덴뿌라 시워드 칩스 (우드릿지 스낵스)

▶ 고객사 제품 10g당 가격, 경쟁제품 평균 가격 대비 높은 편

고객사 제품의 10g당 가격은 약 0.93달러(약 1,251원¹⁵⁾)으로, 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격인 약 0.82달러(약 1,103원)과 유사한 수준임. 비율로 살펴보면, 고객사 제품의 소비자가격은 김부각 경쟁제품 10개의 평균 소비자가격의 약 113% 수준으로 조사되어 고객사 제품이 경쟁제품 대비 가격 경쟁력이 조금 부족하다고 볼 수 있음. 그러나, 다시마부각과 김자반 제품을 제외한 경쟁제품의 평균 10g당 가격이 약 0.98달러(약 1,318원)인 것을 보았을 때, 고객사의 제품이 동종 제품 내에서는 가격 경쟁력이 있다는 것을 알 수 있음. 추가적으로 고객사의 개발완료단계 제품의 10g당 소비자가격은 약 0.74달러(약 1,000원)로 고객사가 현재 판매 중인 제품보다 더욱 가격 경쟁력이 있을 것으로 판단됨

[표 5.1] 미국 김부각 가격 경쟁력 분석

(단위: 10g/달러)



15) 1달러=1345.10원 (2022.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

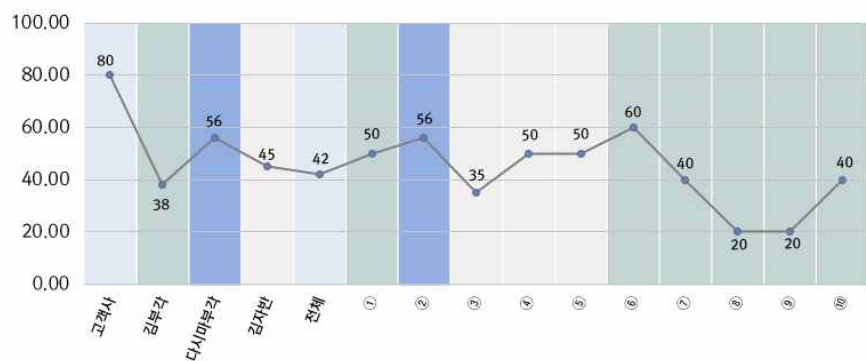
- ① a브랜드 김부각 (A사)
- ② 생다시마 부각 (D사)
- ③ e브랜드 명란 돌자반 (E사)
- ④ 버섯가루 돌김자반 (F사)
- ⑤ c브랜드 김자반-한식간장 (C사)
- ⑥ 김부각 (G사)
- ⑦ c브랜드 씨워드 칩 포테이토 (C사)
- ⑧ c브랜드 김스낵 오리제널 (C사)
- ⑨ c브랜드 김스낵 바비큐 맛 (C사)
- ⑩ 덴뿌라 씨워드 칩스 (우드라잇지 스낵스)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 큰 편

고객사 제품의 중량은 80g으로 경쟁제품 10개의 평균 중량인 약 42g의 190% 수준으로 경쟁제품 대비 매우 큰 편으로 조사됨. 또한, 김부각 경쟁제품 6개의 평균 중량이 약 38g 인 사실을 보았을 때, 동종 경쟁제품과의 편차가 더욱 극심해짐을 알 수 있음. 미국에서 유통되는 김부각 경쟁제품의 평균 중량이 낮은 점을 보면, 고객사는 제품의 포장 중량을 낮추어 시장에 진출하는 방안을 고려해볼 필요가 있음. 반면에, 고객사의 개발완료단계 제품의 중량은 22.5g으로 김부각 경쟁제품의 평균 중량에 비해 비교적 낮은 편임. 그러나 인터뷰를 통해서 미국 소비자들이 작은 중량의 제품을 선호한다는 사실이 확인됨에 따라 개발완료단계 소포장 제품의 시장 진입에는 문제가 없을 것으로 판단됨

[표 5.2] 미국 김부각 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

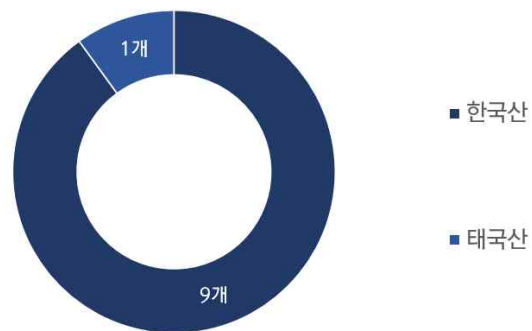


3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 중 9개 제품의 원산지가 한국인 김부각 제품

미국에서 판매되고 있는 김부각 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개의 제품 중 9개의 제품이 한국산 제품임을 확인함. 미국에서 다양한 한국산 김부각 제품이 판매되고 있다는 사실을 통해, 미국의 다양한 김부각 제품 속에서도 한국산 제품에 대한 현지 소비자들의 수요가 높음을 알 수 있음

[표 5.3] 미국 김부각 제품 원산지 경쟁력 분석

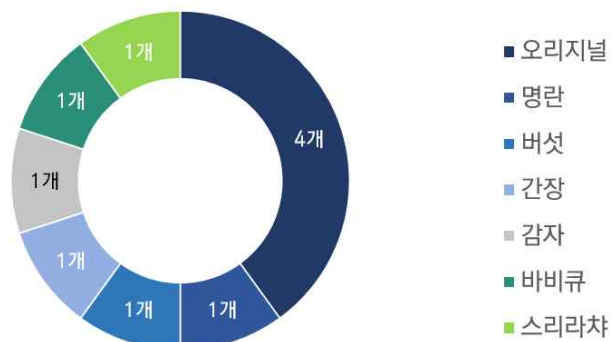


4) 맛

▶ 경쟁제품 10개, 맛의 차별화에 중점을 두는 추세

미국에서 판매 중인 김부각 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 10개의 김부각 경쟁제품이 맛의 차별화에 중점을 두는 편이라는 사실을 확인함. 김부각 제품의 특성상 반찬, 간식, 술안주 등 다양한 소비 형태가 존재하기 때문에 시즈닝이 첨가된 제품에 대한 소비자들의 수요가 높은 것으로 예상됨

[표 5.4] 미국 김부각 제품 맛 경쟁력 분석

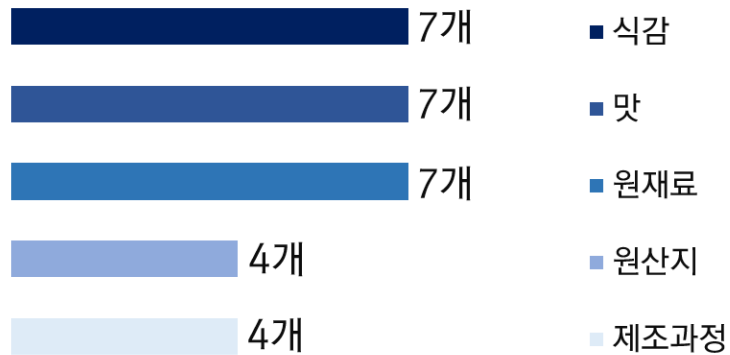


5) 홍보문구

▶ 현지 경쟁제품, 제품의 식감과 맛을 강조하는 홍보문구 사용

미국에서 판매 중인 김부각 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, ‘크런치함’, ‘바삭바삭함’ 등 제품의 식감을 강조하는 홍보문구 7개가 조사되었음. 또한, ‘달콤짭조름한 맛’, ‘고소한 맛’ 등의 맛을 강조한 홍보문구가 7개 확인됨. 그 외에도, ‘신선한 명란젓’ 등의 원재료를 강조한 문구가 7개, ‘100% 한국산’ 등의 원산지를 강조한 문구가 4개, ‘튀기지 않고 오븐에 구운’ 등의 제조과정을 강조한 문구가 4개 확인됨

[표 5.5] 미국 김부각 제품 홍보문구 경쟁력 분석

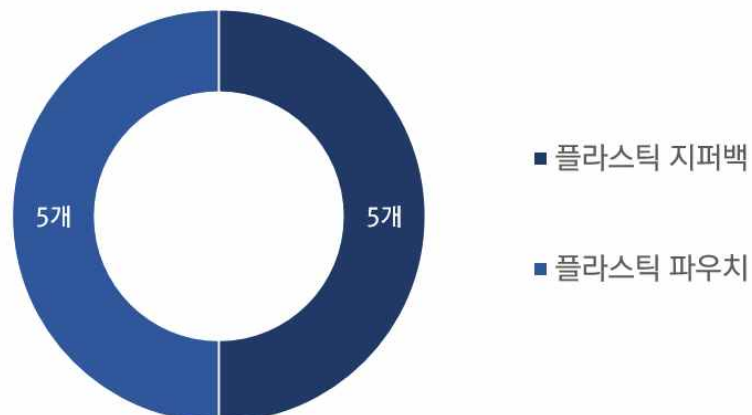


6) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 5개 제품 플라스틱 지퍼백으로 제품 포장

미국에서 판매 중인 김부각 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 5개의 제품은 플라스틱 지퍼백으로 제품을 포장하였으며, 나머지 5개의 경쟁제품은 고객사 제품과 마찬가지로 플라스틱 파우치를 활용한 제품 외부포장을 함.

[표 5.6] 미국 김부각 제품 포장 형태 경쟁력 분석

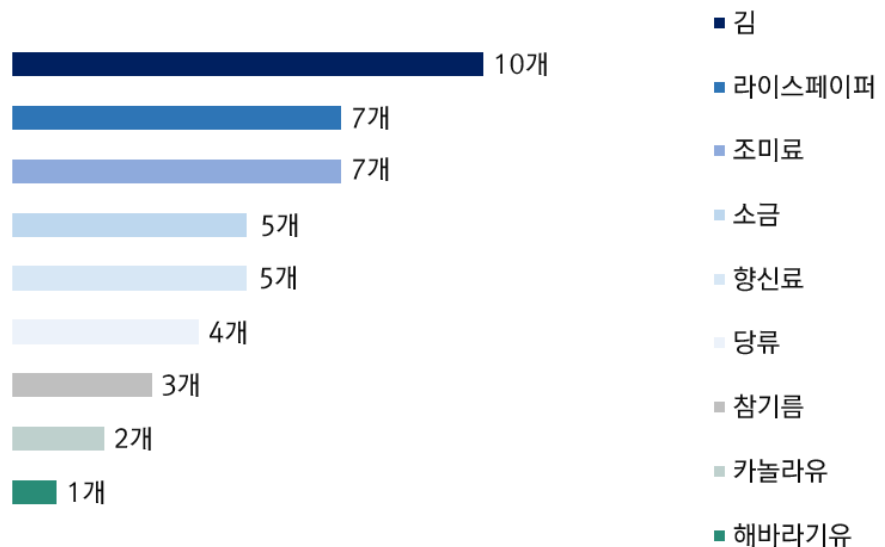


7) 원료 및 첨가물

▶ 현지 경쟁제품, 김, 라이스페이퍼, 조미료를 주원료로 사용

미국에서 판매되고 있는 김부각 경쟁제품 10개의 원료 및 첨가물을 조사한 결과, 9개의 제품이 김을 주원료로 하여 생산되고 있으며, 다양한 맛을 내기 위해서 조미료가 많이 사용된 사실이 확인됨. 또한, 고소한 맛을 내기 위해서 참기름, 카놀라유를 포함한 여러 종류의 기름이 사용된 사실이 조사됨

[표 5.7] 미국 김부각 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 내의 제품 중 다수의 온라인과 오프라인 매장에서 확인된 제품을 선정하였음. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서 인기 제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 아마존, 월마트, 크로거

(*) 오프라인 매장 : 아리랑마켓, 에이치마트, 월마트

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

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

(*) 오프라인 매장 : 조사매장 3개 중 1개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



공통 특징 ①
원산지

공통 특징 ②
김부각



공통 특징 ①
원산지

공통 특징 ②
김부각



현지 벤치마킹 인기 제품
(A사 _ a브랜드 김부각)

‘현지어로 표기된
제품 포장’

◀ 벤치마킹
현지화된
포장 디자인

고객사 제품
(울파참쌀 김부각)

‘첨가물을 넣지 않아
고소하고 담백한 맛’

벤치마킹
소비자 선호에
따른 시즈닝 첨가

현지 벤치마킹 인기 제품
(C사 _ c브랜드 김스낵 바베큐 맛)

‘색다른 시즈닝이
첨가된 김부각 제품’

2) 벤치마킹 제품 분석

- 시즈닝이 첨가된 김부각

▶ 벤치마킹 제품, 시즈닝을 첨가한 김부각 제품 제공

현지에서 판매 중인 전장김 경쟁제품 10개의 원재료를 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함하여 총 7개의 제품이 ‘바베큐 맛’, ‘명란 맛’ 등 다양한 맛을 내는 조미료를 첨가한 사실이 확인됨. 이에 관련한 인터뷰를 진행한 결과, 미국 소비자들은 다양한 맛의 음식을 시도하는 경향을 띄며, 독특한 맛을 가진 제품들에 대한 선호도가 높아졌다는 사실이 조사됨. 따라서, 고객사도 판매하고자 하는 제품에 시즈닝을 첨가하는 방식을 고려해볼만 함

[표 5.8] 미국 김부각, 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) 최근 소비자들은 동양적인 맛과 같이 색다르고 다양한 맛의 음식을 시도하는 것으로 알려져 있습니다. 따라서, 와사비 맛 제품과 같이 독특한 맛을 가지고 있는 제품들의 선호도가 많이 높아진 것으로 보입니다.

3) 벤치마킹 제품 분석

- 현지화된 포장 디자인

▶ 벤치마킹 제품, 현지어로 표기한 제품 포장

현지에서 판매 중인 김부각 경쟁제품 10개의 포장 디자인을 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 총 8개의 김부각 경쟁제품이 완전히 또는 부분적으로 현지화된 포장 디자인을 사용하고 있음을 확인함. 특히 벤치마킹 제품의 경우, 단순히 제품명만 현지어로 표기한 것이 아니라 제품의 상세정보와 제조과정 모두 현지어로 표기하고 있음. 따라서, 고객사도 제품 상세정보를 포함한 제품의 포장을 현지어로 표기한다면 제품 설명의 가시성 및 효과성을 강화할 수 있을 것으로 보임

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.9] 김부각 기업 마케팅 벤치마킹

선택 기업 기본 정보	기업명	D사	
	기업 설명	D사는 한국의 전통 식품을 해외 교민들에게 공급하는 것을 시작으로 식품 수출사업을 이어가고 있는 한국의 기업임. 음료, 즉석식품, 소스류, 해산물 가공식품 등 다양한 식품군의 제품을 생산, 유통함. 미국, 중국 등에 지사를 보유하고 있으며 미국, 캐나다, 일본, 홍콩, 호주, 뉴질랜드, 유럽, 동남아시아, 대만, 중동 등 세계 각국으로 식품을 수출하고 있음	
주요 마케팅 전략	포장 현지화		
		제품 설명을 현지어로 표기하여 제품 포장의 일부를 현지화하고 현지 소비자에게 편리성을 제공함	
	홍보 현지화		
		현지어를 활용하여 현지에 맞춤형 홈페이지 인터페이스를 구축 및 운영	페이스북, 인스타그램, 유튜브 채널을 개설하여 제품 정보 제공 및 프로모션 진행
요약	판매채널	현지 오프라인, 온라인 매장 모두 진출	
	홍보채널	자사 홈페이지를 활용하고 있음	
	홍보문구	제품의 원료의 효능과 위생을 강조	

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 스탯티스타 홈페이지 (<https://www.statista.com>)
2. 아마존 홈페이지 (<https://www.amazon.com>)
3. 월마트 홈페이지 (<https://www.walmart.com>)
4. 크로거 홈페이지 (<https://www.kroger.com>)
5. 캘리포니아 정부 홈페이지 (<https://www.ca.gov>)
6. 유로모니터 홈페이지 (<https://www.euromonitor.com>)
7. 구글 지도 홈페이지 (<https://www.google.co.kr/maps>)
8. 아리랑마켓 페이스북 홈페이지 (<https://www.facebook.com/arirangsupermarket/>)
9. 에이치마트 홈페이지 (<https://www.hmart.com>)
10. 월마트 홈페이지 (<https://www.walmart.com>)
11. 씨제이제일제당 홈페이지(<https://www.cj.co.kr/en>)
12. 비비고 홈페이지 (<https://www.bibigousa.com/>)
13. 삼진글로벌넷 홈페이지(<https://www.wangfood.com>)
14. 에이치마트 홈페이지(<https://www.hmart.com>)
15. 메가마트 홈페이지(<https://megakfood.com>)
16. 오모나 홈페이지(<https://omonausa.com>)

