

2022 수산물 수출기업 맞춤형 시장조사

No. | 202209-15
품목 | 전장김
HS CODE | 2008.99-5010
국가 | 인도(India)
구분 | 경쟁력분석형



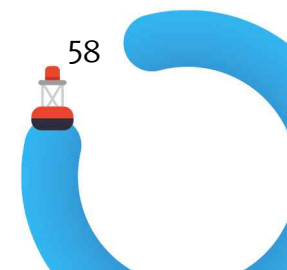


CONTENTS

I. 요약	03
II. 경쟁제품	
1. 인도 전장김 경쟁제품 선정	05
2. 인도 전장김 경쟁제품 조사지표 선정	10
3. 인도 전장김 경쟁제품 현지조사 결과	11
III. 경쟁기업	
1. 인도 전장김 경쟁기업 선정	27
2. 인도 전장김 경쟁기업 현지화 분석 기준	28
3. 인도 전장김 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	30
IV. 수입·유통업체 인터뷰	
1. 신라푸드마트(Seela Food Mart)	40
2. 케이에스푸드(KS Foods)	43
3. 코리카트(Korikart)	46
V. 경쟁력파악	
1. 제품 경쟁력 검증	50
2. 벤치마킹 제품 분석	55
3. 기업 마케팅 벤치마킹	57

*참고문헌

58



Summary

■ 온라인 인기제품

판매채널		제품명	제조사명
온라인몰 인기 판매제품	아마존 (Amazon)	야키 스시노리 로스티드 씨워드	하이예
		스시 노리	어반플래터
	플립카트 (Flipkart)	스시 노리 로스티드 씨워드(28g)	너서리
		스시 노리 로스티드 씨워드(56g)	너서리
	지오마트 (Jiomart)	야키스시노리 그린켈리티	제이에이치푸드
		야키스시노리 골드켈리티	제이에이치푸드

■ 오프라인 주요 경쟁제품

a브랜드 로스티드 씨워드 (A사)		야키 스시노리 김밥김 (B사)	
	가격 180.00루피 (약 2,947원)		가격 225.00루피 (약 3,683원)
	중량 20g		중량 20g
글로벌 한국 식품 브랜드, 20g의 가벼운 제품 패키지		현지어로 표기된 레시피, 현지화 된 포장 디자인	

■ 경쟁기업 3개사 분석

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

- | | |
|--|--|
| <p>포장 현지화</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용) ● 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화) ○ 하 (기존 유통 제품 그대로 출시) | <p>홍보 현지화</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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) |
|--|--|

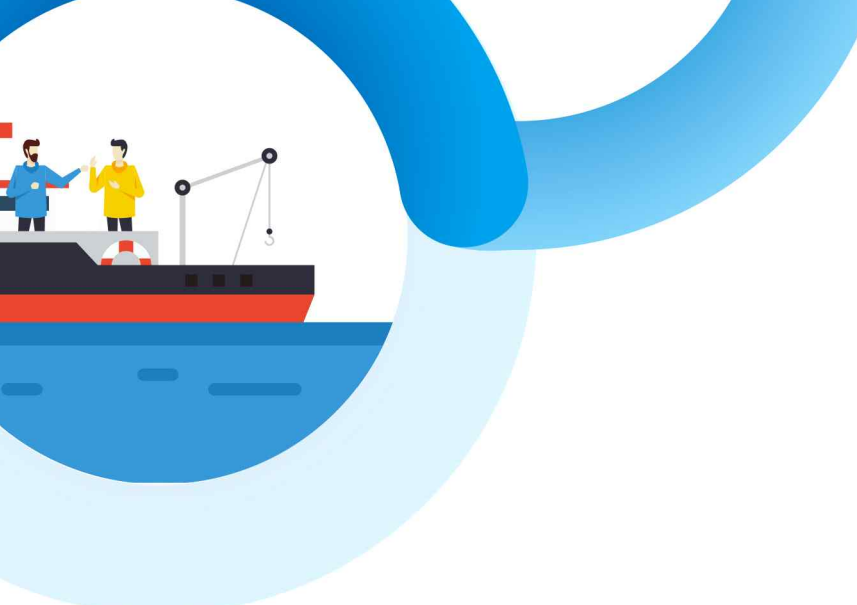
■ 경쟁력파악

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(11개)			기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(11개)				
가격(10g당) (37.22루피 (약 609원))	●	전장김(구운김) 11개			원산지 (한국)	●	한국산	중국산	태국산		
		99.45루피 (약 1,628원)					8개	2개	1개		
중량(g) (115g (50매기준))	●	전장김(구운김) 11개			브랜드 국적 (한국)	●	한국	인도	중국	태국	
		약 58.9g					6개	2개	2개	1개	
포장 형태 (플라스틱파우치)	●	플라스틱 파우치	플라스틱 지퍼백	플라스틱파우치 / 플라스틱트레이	홍보문구 (중복값) 원료/품질 강조)	○	사용법 설명	맛	레시피	원료	식감
		7개	3개	1개			5개	2개	2개	2개	1개

● 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 사용법설명을 기재한 포장디자인을 사용하여 제품을 홍보하는 것으로 나타남
Point 02.	1) 경쟁기업 3개사 중 3개사는 제품 포장 디자인 문구를 인도 현지화한 것으로 나타남 2) 경쟁기업 3개사 중 3개사는 한국 및 글로벌 자사홈페이지를 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남



II. 경쟁제품

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

1. 인도 전장김 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	N사 전장김
제품 종류	전장김
소비자가격	약 427.61루피 ¹⁾ (7,000원: 50매) 약 763.59루피 (12,500원: 100매)
FOB가격	약 N1루피 (약 n1원: 50매) 약 N2루피 (약 n2원: 100매)
중량	115g: 50매 230g: 100매
포장	플라스틱 지퍼백
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 427.61루피 (7,000원: 50매 기준)
 - 중량 : 115g (50매 기준)
 - 포장 형태: 플라스틱 지퍼백

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): 15%
 2. 플립카트(Flipkart): 11%
 3. 지오마트(Jiomart): 4%
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 경쟁제품 조사

Step 04. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
 - 참여기업 선호매장 유형별 매장 선정
 - 참여기업 선호매장 : 하이퍼/슈퍼마켓, 아시안/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) 1루피=16.37원 (2022.08.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

인도 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
 아마존	신선식품, 가공식품, 음료, 냉동식품 등
 플립카트	식품, 가구, 유아용품, 전자제품 등
 지오마트	과일, 미용제품, 전자제품, 식품, 식기구 등

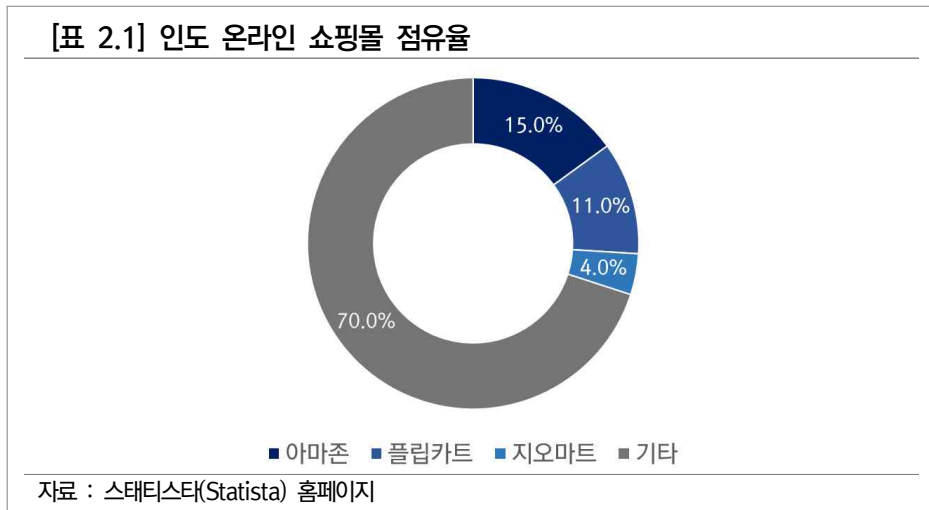
▶ 전장김 경쟁제품군 선정

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

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 인도 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 중국산 전장김 제품이 압도적인 상위 인기 제품으로 확인됨. 반면, 소량의 전장김 브랜드만 입점되어있는 지오마트에서는 인도와 한국산 만 찾을 수 있었음

[표 2.1] 인도 온라인 쇼핑몰 점유율



[표 2.2] 인도 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 5)

아마존 입점 제품 상위 5개 제품 리스트(고객리뷰 순위 기준) ²⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	전장김	하이예 (Haiye)	야키 스시노리 로스티드 씨워드 (Yaki sushi nori roasted seaweed)	중국	869루피 (약 14,226원)	140g	
2	전장김	어반플래터 (Urban platter)	스시 김 시트(구운김) (Sushi nori)	중국	345루피 (약 5,648원)	30g	
3	전장김	사쿠라 (Sakura)	토스티드 야키 스시노리 (Toasted yaki sushinori)	중국	265루피 (약 4,338원)	28g	
4	전장김	우마이 (Umai)	우마이 골드 프리미엄 김 (Umai gold premium nori seaweed)	중국	249루피 (약 4,076원)	40g	
5	전장김	요카 (Yoka)	요카 스시노리 (Yoka sushinori)	중국	259루피 (약 4,240원)	28g	

2) 조사일(2022.09.14) 기준 조사

[표 2.2] 인도 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 5)

플립카트 입점 제품 상위 5개 제품 리스트(인기 순위 기준) ³⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	전장김	너서리 (Nourcery)	스시 노리 로스티드 씨워드 (Sushi nori roasted seaweed)	중국	315루피 (약 5,157원)	28g	
2	전장김	너서리 (Nourcery)	스시 노리 로스티드 씨워드 (Sushi nori roasted seaweed)	중국	489루피 (약 8,005원)	56g	
3	전장김	사쿠라 (Sakura)	토스티드 야키 스시노리 (Toasted yaki sushinori)	중국	265루피 (약 4,338원)	28g	
4	전장김	우마이 (Umai)	우마이 골드 프리미엄 김 (Umai gold premium nori seaweed)	중국	249루피 (약 4,076원)	200g	
5	전장김	하이예 (Haiye)	야키 스시노리 로스티드 씨워드 (Yaki sushi nori roasted seaweed)	중국	284루피 (약 4,649원)	28g	
지오마트 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(인기 순위 기준) ⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	전장김	푸드 에센셜 (Food essential)	스시 노리 (Sushi nori)	인도	599루피 (약 9,806원)	60g (30g*2팩)	
2	전장김	D사	구이 김밥용김 (Yaki sushi nori sheets)	한국	270루피 (약 4,420원)	22g	
3	전장김	D사	초이스원 야키 스시노리 (Choi's 1 yaki sushinori)	한국	1,260루피 (약 20,626원)	125g	

자료: 아마존(Amazon), 플립카트(Flipkart), 지오마트(Jiomart) 홈페이지
 사진 자료: 아마존(Amazon), 플립카트(Flipkart), 지오마트(Jiomart) 홈페이지

3) 조사일(2022.09.14) 기준 조사

4) 지오마트에서는 3개의 전장김 제품만 입점/판매중임

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 인도 뉴델리 정보⁵⁾

인구	약 2,175만 명
면적	약 42.7km ²

▶ 인도 뉴델리, 방문지역으로 선정

인도의 델리 연방 수도구역에 위치한 도시 뉴델리(New Delhi)는 인도의 수도이며 델리 수도권을 중심으로 뻗은 넓은 도로망을 토대로 하는 인도 교통의 중심지임. 국회의사당을 비롯한 정부 기관들이 밀집해있으며 대통령궁, 인디아 게이트, 인도 국립 박물관도 모여 있어 관광객을 포함한 수많은 사람들이 경유하는 도시임. 타임즈오브인디아에 따르면 뉴델리, 구르가온, 노이다 등 주변 도시를 합한 델리 도시권의 경제 규모가 2030년에는 인도의 경제수도 뭄바이를 넘어 세계 11위로 성장할 것이라고 예측됨

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 아시안/한인마트

인도 전장김의 주요 유통채널을 확인한 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 주요 유통채널로 확인되었으며⁶⁾, 주요 소비층 중 하나인 현지 한국교민들은 한인마트를 선호하는 것으로 확인됨. 이에 각 주요 유통채널과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사매장을 선정함

[표 2.3] 인도 김 주요 유통채널 현황

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓/슈퍼마켓	릴라이언스(Reliance), 에프알엘(FRL), 월마트(Walmart), 메트로(Metro), 빅 바자알(Big Bazaar)
기타 (아시안/한인마트 등)	신라푸드마트(Seela Food Mart), 김스 마트(Kim's Mart), 코리안 마트(Korean Mart)
편의점	세븐일레븐(Seven Eleven), 투애니포 세븐(24 Seven), 더 뉴 샵(The New Shop)
온라인	아마존(Amazon), 플립카트(Flipkart), 지오마트(Jio Mart)
재래시장	인디안 내셔널 에어웨이 마켓(Indian National Airways Market), 찬드니 차웁(Chandni Chowk)

■ 고객사 진출 선호 매장

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

5) 자료: 인도 정부 홈페이지

6) 자료: 스탯이스타(Statista) 홈페이지

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(*) 신라푸드마트(Seela Food Mart), 네이처스 바스켓(Nature's Basket), 네이처스 소울 (Nature's Soul), 에피큐어 고멧(Epicure Gourmet), 김스 마트(Kim's Mart), 인디안 내셔널 에어웨이 마켓(Indian National Airways Market)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

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

[표 2.4] 인도 전장김 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인	전장김 (구운김)
① a브랜드 로스티드 씨워드 포 랩&롤 (A사)	○ (신라푸드마트, 인디안 내셔널 에어웨이 마켓)	(-)	○
② 상이 야키노리 스시 시트 (C사)	○ (네이처스 바스켓, 신라푸드마트, 인디안 내셔널 에어웨이 마켓)	(-)	○
③ 상이 구운 김밥용김 (C사)	○ (에피큐어 고멧)	(-)	○
④ 로스티드 씨워드 야키스시 노리(골드) (노스티모 씨워드)	○ (네이처스 바스켓, 네이처스 소울, 에피큐어 고멧)	○ (아마존)	○
⑤ 케이김 김밥김 포 스시&롤 (F사)	○ (에피큐어 고멧)	(-)	○
⑥ 재패니스 초이스 로스티드 노리 씨워드 (몬티 앤 톡코)	○ (네이처스 바스켓, 김스 마트)	○ (아마존, 디저트카트)	○
⑦ 로스티드 씨워드 야키스시 노리(골드) (난통 라이스 씨워드 푸드)	○ (네이처스 바스켓, 네이처스 소울)	○ (아마존)	○
⑧ 초이스원 D사 스시 노리 (D사)	○ (네이처스 바스켓, 네이처스 소울, 김스 마트)	○ (아마존, 디저트카트)	○
⑨ 구이 김밥용김 (D사)	○ (인디안 내셔널 에어웨이 마켓)	○ (유바이)	○
⑩ e브랜드 구운 김밥용김 (E사)	○ (인디안 내셔널 에어웨이 마켓)	(-)	○
⑪ 야키 스시노리 김밥김 (B사)	○ (에피큐어 고멧)	(-)	○

(*) 현지 판매 전장김 경쟁제품 11개 분석

2. 인도 전장김 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 인도 전장김 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 인도 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 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

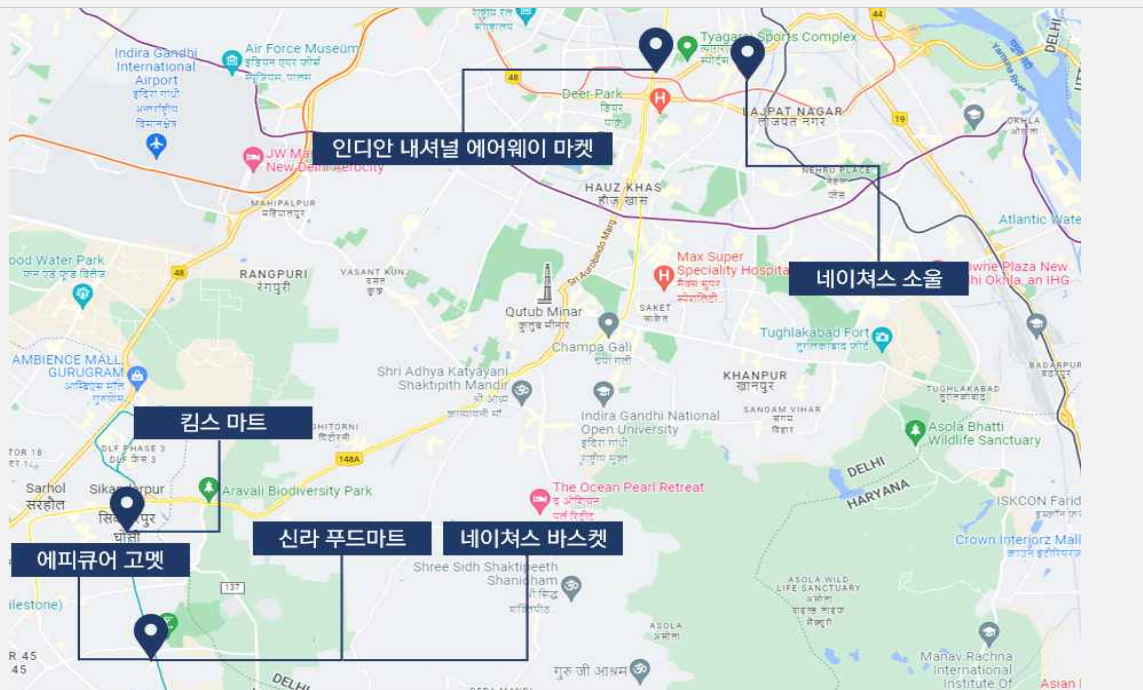
3. 인도 전장김 경쟁제품 현지조사 결과

▶ **인도 하리아나 주에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 아시안/한인마트**

인도 뉴델리가 있는 하리아나 주에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓인 네이처스 바스켓, 네이처스 소울, 에피큐어 고멧을 방문함. 네이처스 바스켓은 인도에 약 35개의 점포 수를 가지고 있는 대형 슈퍼마켓 체인이며, 네이처스 소울과 에피큐어 고멧은 생필품과 다양한 종류의 식재료를 판매함 인도의 대표 슈퍼마켓임. 신라푸드마트와 김스마트는 여러 한국 식료품을 취급하는 하리아나 주 내 최대 규모의 아시안/한인마트임

[표 2.5] 인도 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
신라푸드마트 (Seela foodmart)	아시안/한인마트	2	· 가공식품, 냉동식품 등 다양한 한국 식료품 판매 · 인도 내 3개의 지점 보유
김스마트 (Kim's mart)	아시안/한인마트	1	· 한국, 일본 등 아시아 식료품 판매업체 · 인도 하리아나 주에 1개의 지점 보유
인디안 내셔널 에어웨이마켓 (Indian national airways market)	재래시장	2	· 1953년에 설립된 인도의 대형 재래시장 · 다양한 국가의 수입물품 판매
네이처스 바스켓 (Nature's basket)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	1	· 인도의 대형 프리미엄 슈퍼마켓 브랜드 · 인도 내 35개의 점포 수 보유
네이처스 소울 (Nature's soul)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	2	· 유기농, 친환경 식품을 주로 취급하는 슈퍼마켓 · 당일 배송 신선식품 배달 서비스 제공
에피큐어 고멧 (Epicure gourmet)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	3	· 2010년에 설립된 인도의 하이퍼마켓 · 고기, 생선 등의 신선식품을 주로 취급



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품, 11개 중 6개 제품은 2개 이상의 방문 매장에서 판매

신라푸드마트(Seela Food Mart), 김스 마트(Kim's Mart), 인디안 내셔널 에어웨이 마켓(Indian National Airways Market), 네이처스 바스켓(Nature's Basket), 네이처스 소울(Nature's Soul), 에피큐어 고멧(Epicure Gourmet) 총 6개 매장 방문 후 인기제품을 조사한 결과, 총 5개의 제품이 1개의 매장에서만 판매 중인 것을 확인함. 그러나, a사 경쟁제품을 포함한 6개의 제품은 2개 이상의 방문 매장에서 판매 중인 것으로 확인됨. 네이처스 바스켓은 총 경쟁제품 11개 중 5개의 제품을 취급하고 있어, 방문한 매장 6개 중 가장 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 2.6] 경쟁제품 판매 현황


경쟁제품 현황	판매 현황					
	신라 푸드마트	김스 마트	인디안 내셔널 에어웨이 마켓	네이처스 바스켓	네이처스 소울	에피큐어 고멧
① a브랜드 로스티드 씨워드 포 랩&롤 (A사)	○		○			
② 상이 야키노리 스시 시트 (C사)	○		○	○		
③ 상이 구운 김밥용김 (C사)						○
④ 로스티드 씨워드 야키스시 노리(골드) (노스티모 씨워드)				○	○	○
⑤ 케이김 김밥김 포 스시&롤 (F사)						○
⑥ 재패니스 초이스 로스티드 노리 씨워드 (몬티 앤 토크)		○		○		
⑦ 로스티드 씨워드 야키스시 노리(골드) (난통 라이스 씨워드 푸드)				○	○	
⑧ 초이스원 D사 스시 노리 (D사)		○		○	○	
⑨ 구이 김밥용김 (D사)			○			
⑩ e브랜드 구운 김밥용김 (E사)			○			
⑪ 야키 스시노리 김밥김 (B사)						○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 신라푸드마트(Seela foodmart)

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 정보 ⁷⁾		신라푸드마트는 2013년에 설립된 인도의 아시안/한인마트로 다양한 한국의 식료품을 판매함. 인도 내 3개의 지점을 운영 중이며, 온라인 배송 서비스도 함께 제공하고 있음
	조사 제품 수: 2개	

매장 정보		
	위치	구르가온
	상세주소	Lower Ground, Shop No.14, South Point Mall, Golf Course Rd, PHASE-V, Gurugram, Haryana 122002

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 전장김 경쟁제품 정보	
		
	a브랜드 로스티드 씨워드 포 랩&롤 (A사)	상이 야키노리 스시 시트 (C사)

사진자료: 현지조사원 자료, 신라푸드마트 제공 사진, 아마존(Amazon) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	a브랜드 로스티드 씨워드 포 랩&롤	제조사 (현지어)	A사
제품 종류	전장김	중량	20g
소비자가격	180.00루피 (약 2,947원)	10g당 가격	90.00루피 (약 1,474원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	높은 품질 원초 사용, 바삭한 식감, 다양한 활용법
수입자	Seela Food Mart	원료 및 첨가물	김 100%

			
제품명 (현지어)	상이 야키노리 스시 시트 (Shangi Yakinori Sushi Sheets)	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	전장김	중량	140g
소비자가격	1,050.00루피 (약 17,189원)	10g당 가격	75.00루피 (약 1,228원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 지퍼백	홍보문구	100% 순수 김 사용, 100% 채식주의자 식품, 첨가물 및 방부제 무첨가
수입자	Shangi Food Product	원료 및 첨가물	김 100%

Shop ② 김스마트 (Kim's mart)


매장 정보

- 유형: 아시안/한인마트
- 판매 제품 특징:


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

- 매장 주변 특징: 주거 지역 내 위치

- 주요 고객층: 현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보		김스마트는 구르가온에 위치한 인도의 아시안/한인마트로, 한국 가공식품과 식료품, 케미칼 상품 등 다양한 상품을 취급하고 있음. 그 밖에도 말키트나 즉석조리식품과 같은 제품 등을 함께 취급하여 현지 소비자에게 편리함을 제공함
		조사 제품 수: 1개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 구르가온 상세주소 F3GV+76C, Golf CoursevRD, A Block, DLF Phase 1, Sector 28, Gurugram, Haryana 122002

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 전장김 경쟁제품 정보	
		
	상이 구운 김밥용김 (C사)	

사진자료: 현지조사원 자료

제품명 (현지어)	상하이 구운 김밥용김 (Shangi Roasted Seaweed (Sushi Nori))	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	전장김	중량	25g
소비자가격	220.00루피 (약 3,601원)	10g당 가격	88.00루피 (약 1,441원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	살균처리된 깔끔한 맛
수입자	Shangi Food Product	원료 및 첨가물	김 100%

Shop ③ 인디안 내셔널 에어웨이 마켓 (Indian national airways market)

- **매장 정보**
- 유형: 재래시장
- 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⁾	INA마켓으로도 알려져 있는 인디안 내셔널 에어웨이 마켓은 1953년부터 시작한 뉴델리의 대형 재래시장이며, 신선한 수산물, 육류, 향신료, 야채, 과일을 취급함. 희귀한 와인과 술을 구매할 수 있으며, 다양한 수입 식품을 판매하기 때문에 한국산 수입품 등 다양한 종류의 제품을 접할 수 있음
	조사 제품 수: 2개

매장 정보		
위치	도시(지역)	뉴델리
	상세주소	INA Market, Aviation Colony, INA Colony, New Delhi, Delhi 110023

매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			

제품 판매 정보	판매 전장김 경쟁제품 정보	
		
	로스티드 씨워드 야키시시 노리(골드) (노스티모 씨워드)	케이김 김밥김 포 스시&롤 (F사)

사진자료: 현지조사원 자료

제품명 (현지어)	로스티드 씨워드 야키스시 노리 (골드) (Roasted Seaweed Yakisushi (Gold))	제조사 (현지어)	노스티모 씨워드 (Nostimo Seaweeds Co.)
제품 종류	전장김	중량	28g
소비자가격	275.00루피 (약 4,502원)	10g당 가격	98.22루피 (약 1,608원)
원산지	중국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	(-)
수입자	Kiara Foods	원료 및 첨가물	김 100%




제품명 (현지어)	케이 김 김밥김 포 스시&롤 (K-gim For Sushi&Roll)	제조사 (현지어)	F사
제품 종류	전장김	중량	60g
소비자가격	400.00루피 (약 6,548원)	10g당 가격	66.67루피 (약 1,092원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	100% 한국산 김, 초밥과 롤에 사용
수입자	Brics india Trade Pvt. Ltd	원료 및 첨가물	김 100%

Shop ④ 네이처스 바스켓(Nature's basket)

- 매장 정보**
 - 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
 - 판매 제품 특징:
 - 다양한 과일, 채소, 육류, 농수산물, 생활용품 등의 제품을 판매
 - 매장 주변 특징:
 - 주거 지역 내 위치
 - 주요 고객층:
 - 현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보⁹⁾		네이처스 바스켓은 2005년에 설립된 인도의 대형 슈퍼마켓 체인임. 다양한 생활용품, 과일, 식료품, 가공식품 등의 제품들을 판매하며, 인도 내 약 35개의 지점을 보유하고 있음
	조사 제품 수: 1개	

매장 정보		
	위치	도시(지역) 구르가온 상세주소 South point Mall, LFG, 18A, Golf Course Rd, DLF Phase 2, Gurugram, Haryana 122003

매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			

제품 판매 정보	판매 전장김 경쟁제품 정보	
		
재패니스 초이스 로스티드 노리 씨워드 (몬티 앤 토크)		

사진자료: 현지조사원 자료

9) 네이처스 바스켓(Nature's basket) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	재패니스 초이스 로스티드 노리 씨워드 (Japanese Choice Roasted Nori Seaweed)	제조사 (현지어)	몬티 앤 토티 (Monty & Totco)
제품 종류	전장김	중량	28g
소비자가격	475.00루피 (약 7,776원)	10g당 가격	169.65루피 (약 2,778원)
원산지	태국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	먹는 방법, 결들일 음식 추천
수입자	Mapleleaf Epicure Pvt. Ltd	원료 및 첨가물	김 100%

.....

Shop ⑤ 네이처스 소울(Nature's soul)

- 매장 정보**
 - 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
 - 판매 제품 특징:
 - 다양한 유기농, 친환경 식품, 농수산물, 생활용품 등의 제품을 판매
 - 매장 주변 특징:
 - 대형 도로 인근에 위치
 - 주요 고객층:
 - 현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보¹⁰⁾		네이처스 소울은 2017년에 설립된 뉴델리에 위치한 슈퍼마켓임. 주로 유기농, 친환경의 신선 식품을 판매하며 건강에 관련된 미용 제품들도 함께 취급함. Whatsapp을 활용한 소비자 지원 활동도 하고있음
	조사 제품 수: 2개	

매장 정보		
	위치	도시(지역) 뉴델리 상세주소 Shop No. 27, Ground Floor, Defence Colony Main Market, Delhi, India, 110024

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 전장김 경쟁제품 정보	
		
	로스티드 씨워드 야키시시 노리(골드) (난통 라이스 씨워드 푸드)	초이스원 D사 스시 노리 (D사)

사진자료: 현지조사원 자료


10) 네이처스 소울(Nature's soul) 홈페이지

제품명 (현지어)	로스티드 씨워드 야키스시 노리 (골드) (Roasted Seaweed Yakisushi (Gold))	제조사 (현지어)	난통 라이스 씨워드 푸드 (Nantong Rice Seaweed Food)
제품 종류	전장김	중량	140g
소비자가격	865.00루피 (약 14,160원)	10g당 가격	61.79루피 (약 1,012원)
원산지	중국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 지퍼백	홍보문구	스시나 사시미와 함께 섭취
수입자	Best Products & Solutions	원료 및 첨가물	김 100%



제품명 (현지어)	초이스원 D사 스시 노리 (Choi's1 Dsa SuShi Nori Gold)	제조사 (현지어)	D사
제품 종류	전장김	중량	125g
소비자가격	790.00루피 (약 12,932원)	10g당 가격	63.20루피 (약 1,035원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 지퍼백	홍보문구	Roti Algues, Best Choice, GOLD, 레시피/활용법(요리사진)
수입자	Supreme Enterprises	원료 및 첨가물	김 100%

Shop ⑥ 에피큐어 고멧(Epicure gourmet)

- 매장 정보**
 - 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
 - 판매 제품 특징: 신선한 농수산물, 육류, 수입식품 등의 제품을 판매
 - 매장 주변 특징: 주거 지역 내 위치
 - 주요 고객층: 현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ¹¹⁾		에피큐어 고멧은 2010년에 설립된 하이퍼마켓임. 주로 취급하는 제품은 신선한 돼지고기, 닭고기 생선이며, 패키징된 음식이나 통조림 등 가공식품도 함께 판매함. 인도 내에 5개의 지점을 보유하고 있음
	조사 제품 수: 3개	

매장 정보		
	위치	도시(지역) 구르가온 상세주소 DLF Phase 5, Sector 53, gurugram, Haryana 122022


매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 전장김 경쟁제품 정보		
			
	구이 김밥용김 (D사)	e브랜드 구운 김밥용김 (E사)	야키 스시노리 김밥김 (B사)

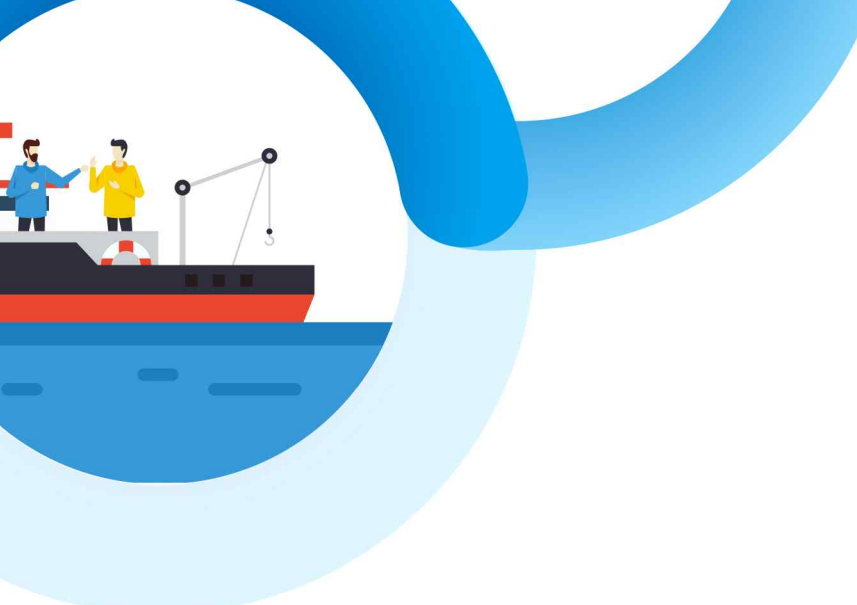
사진자료: 현지조사원 자료, 아마존(Amazon), 유바이(Ubuy), 디저트카트(Desertcart) 홈페이지

11) 에피큐어 고멧(Epicure gourmet) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	구이 김밥용김	제조사 (현지어)	D사
제품 종류	전장김	중량	22g
소비자가격	300.00루피 (약 4,911원)	10g당 가격	136.37루피 (약 2,233원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	Korean Premium Seaweed, 고급 원초 사용, 특유의 감칠맛
수입자	Best Products & SoluSupreme Enterprisestions	원료 및 첨가물	김 100%

			
제품명 (현지어)	e브랜드 구운 김밥용김	제조사 (현지어)	E사
제품 종류	전장김	중량	40g
소비자가격	530.00루피 (약 8,676원)	10g당 가격	132.50루피 (약 2,170원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	이력 추적 관리시스템, 신선 원초, 김 파손 방지, 안심포장, 고소하고 잘 찢어지지 않는 김밥김, 레시피
수입자	Supreme Enterprises	원료 및 첨가물	김 100%

<p>제품명 (현지어)</p>	<p>야키 스시 노리 김밥김 (Yaki Sushi Nori)</p>	<p>제조사 (현지어)</p>	<p>B사</p>
<p>제품 종류</p>	<p>전장김</p>	<p>중량</p>	<p>20g</p>
<p>소비자가격</p>	<p>225.00루피 (약 3,683원)</p>	<p>10g당 가격</p>	<p>112.50루피 (약 1,842원)</p>
<p>원산지</p>	<p>한국</p>	<p>맛</p>	<p>오리지널</p>
<p>포장 형태 (외부/내부)</p>	<p>플라스틱 파우치</p>	<p>홍보문구</p>	<p>김밥 만드는 방법</p>
<p>수입자</p>	<p>(-)</p>	<p>원료 및 첨가물</p>	<p>김 100%</p>



III. 경쟁기업

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

1. 인도 전장김 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 전장김 제품을 판매하는 한국기업 3개사 선정

인도 오프라인 유통채널에서 경쟁 전장김 제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 다른 경쟁기업보다 현지화가 잘 되어 있는 한국기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함

▶ 경쟁기업 3개사, 평균 48년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 48년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. C사는 1996년에 설립되어 26년의 업력을 보유하고 있으며, D사는 1969년 설립된 이후 약 53년째 사업을 이어오고 있음. E사는 가장 오래된 66년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 3개사, 전장김 동일 품목 종류 조사

인도에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 전장김 동일 품목 수를 조사한 결과, D사가 총 59개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그 다음으로는 E사가 14개, C사가 11개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 전장김 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
C사	한국	26년	11개
D사	한국	53년	59개
E사	한국	66년	14개

자료: 인도 진출 전장김 경쟁기업 3개사 분석

2. 인도 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 도시락 김 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	신라푸드마트, 킴스 마트, 인디안 내셔널 에어웨이마켓, 네이처스 바스켓, 네이처스 소울, 에피큐어 고멧
온라인	아마존, 유바이, 디저트카트

3. 인도 전장김 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 인도 오프라인 매장 진출

인도에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. C사는 신라푸드마트(Seela Food Mart)와 김스 마트(Kim's Mart) 2곳, D사는 네이처스 소울(Nature's Soul)과 에피큐어 고멧(Epicure Gourmet) 2곳, E사는 에피큐어 고멧 1곳에 입점한 것으로 확인됨. 3개사 중 D사만 온라인 매장이인 아마존(Amazon)과 유바이(Ubuy)에 입점한 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지에서의 제품 홍보 활동 활발함

인도 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 3개사 모두 한국과 글로벌 홈페이지를 운영하고 있으며, 그 중 E사는 한국 계정의 페이스북, 인스타그램, 유튜브를 운영하고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 품질, 맛, 원료 등을 강조

인도 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 맛, 원재료 등을 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 조사됨. 이외에도 레시피 키워드 및 첨가제와 관련된 수식어가 활용되고 있음. ‘살균처리된 깔끔한 맛’, ‘특유의 감칠맛’, ‘고소하고 잘 찢어지지 않는 김밥김’ 등의 수식어가 사용되고 있으며 ‘100% 순수 김 사용’, ‘Korean Premium Seaweed’, ‘고급 원초 사용’, ‘신선 원초’ 등의 원재료 관련 수식어가 사용됨. 그 외에도 ‘첨가물 및 방부제 하나도 안들어감’, ‘색다른 김 레시피’ 등의 여러 수식어로 제품의 품질 및 활용 방법에 대해 홍보하고 있음

[표 3.7] 인도 전장김 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
C사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> 신라푸드마트 킴스 마트 	<ul style="list-style-type: none"> 자사홈페이지 (한국/글로벌) 	<ul style="list-style-type: none"> 100% 순수 김 사용 100% 비건식품 첨가물 및 방부제 하나도 안들어감 살균처리된 깔끔한 맛 	
D사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> 네이처스 소울 에피큐어 고멧 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> 아마존 유바이 	<ul style="list-style-type: none"> 자사홈페이지 (한국/글로벌) SNS 플랫폼 (한국) <ul style="list-style-type: none"> 페이스북 인스타그램 유튜브 	<ul style="list-style-type: none"> Roti Algues Best Choice GOLD 레시피/활용법(요리사진) Korean Premium Seaweed 고급 원초 사용 특유의 감칠맛 	
E사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> 에피큐어 고멧 	<ul style="list-style-type: none"> 자사홈페이지 (한국/글로벌) SNS 플랫폼 (글로벌) <ul style="list-style-type: none"> 페이스북 인스타그램 유튜브 	<ul style="list-style-type: none"> 이력 추적 관리시스템 신선 원초 김 파손 방지 안심포장 고소하고 잘 찢어지지 않는 김밥김 색다른 김 레시피 	

자료: 인도 진출 전장김 경쟁기업 3개사 분석

① C사

기업 기본 정보	기업명	C사	
	기업 설명	C사는 김 및 해조류를 가공, 판매, 수출하는 기업으로 김밥용김, 재래맛김, 조미돌김 등 다양한 김 상품을 개발하여 유통하고 있음	
	위치	충남 서천군 서면 신월길 131-22	
	규모	동일 품목 수 ¹²⁾	11개
설립연도		1996년	

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 신라푸드마트 킴스 마트		제품명	상이 구운 김밥용김 (Shangi Roasted Seaweed (Sushi Nori))
			중량	25g
			소비자가격	220.00루피 ¹³⁾ (약 3,601원)
			제품 종류	전장김

현지 진출 방법	포장 현지화	● (중)	포장 디자인 문구 현지화
	홍보 현지화	● (중)	자사 홈페이지 활용

사진자료: 현지조사원 자료

12) 조미 도시락 김과 기타 전장김을 묶어 동일 품목으로 간주함

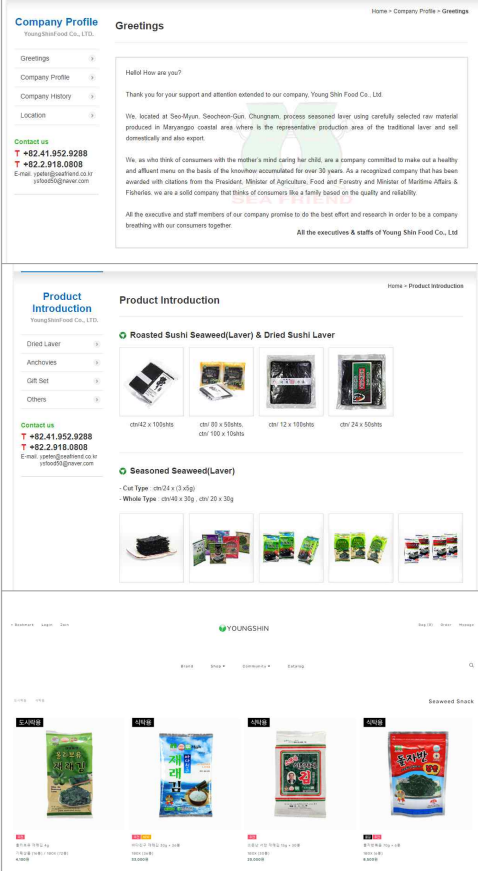
13) 1루피=16.37원 (2022.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

홍보 방식



홍보 채널	자사 홈페이지(한국/글로벌)
게시 주기	비정기적
게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 쇼핑물 안내 등

게시물 유형



- 기본적인 회사 소개 (회사 개요, 연혁, 이념, 위치 등)

- 자사 상품군 소개

- 쇼핑물로 링크 연결

사진자료: C사 홈페이지 (www.seafriend.co.kr)

② D사

기업 기본 정보	기업명	D사	
	기업 설명	D사는 대한민국 전통 재래 방식으로 김을 가공하고 생산하여 판매하는 기업으로 아시아, 오세아니아, 북아메리카, 남아메리카, 유럽의 국가에 김 상품을 유통하고 있음	
	위치	충청남도 보령시 대해로 425-9(요암동)	
	규모	동일품목 수 ¹⁴⁾	59개
설립연도		1969년	

기업 진출 채널	<오프라인 매장> 네이처스 소울 에피큐어 고멧 <온라인 매장> 아마존 유바이		제품명	초이스원 D사 스시 노리 (Choi's1 Dsa SuShi Nori Gold)
			중량	125g
			소비자가격	790.00루피 (약 12,932원)
			제품 종류	전장김

현지 진출 방법	포장 현지화	● (중)	포장 디자인 문구 인도에 맞게 현지화
	홍보 현지화	● (중)	자사 홈페이지 활용

사진자료: 현지조사원 자료

14) 전장김을 포함한 김 품목을 동일품목으로 분류함

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(한국/글로벌)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>비정기적</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개, 쇼핑몰 안내</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> • 기본적인 회사 소개 (회사 개요, 연혁, 이념, 유통 국가 등)
		<ul style="list-style-type: none"> • 자사 제품군 소개
		<ul style="list-style-type: none"> • 쇼핑몰로 연결 및 안내

사진자료: D사 홈페이지 (www.daechungim.com)

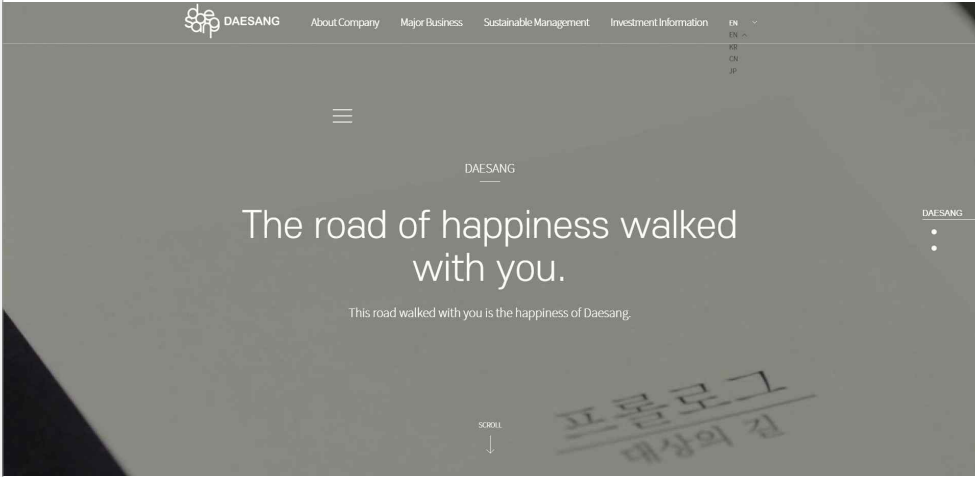
③ E사

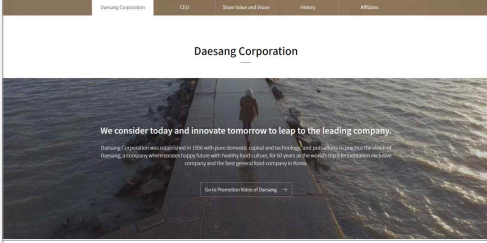


기업 기본 정보	기업명	E사	
	기업 설명	E사는 자체 종합식품브랜드를 중심으로 음식문화를 선도하는 종합식품회사임. 자체 종합식품브랜드를 통해 레토르트 식품, 조미 식품, 소스류, 조미료 등의 다양한 상품을 생산, 유통하고 있음	
	위치	서울시 종로구 창경궁로 120 종로플레이스	
	규모	동일 품목 수	14개
설립연도		1956년	

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 에피큐어 고멧		제품명	e브랜드 구운 김밥용김
			중량	40g
			소비자가격	530.00루피 (약 8,676원)
			제품 종류	전장김

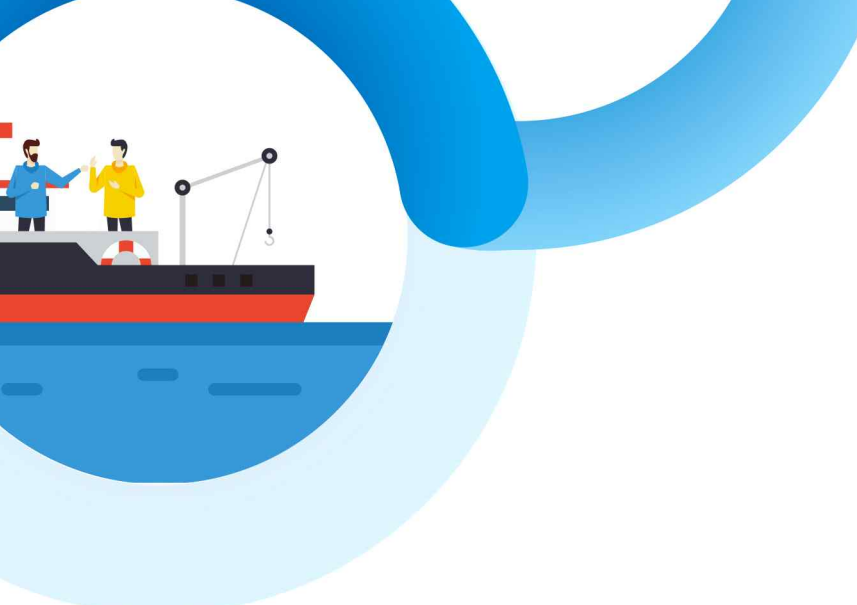
현지 진출 방법	포장 현지화	● (중)	제품의 포장 디자인 문구 현지화
	홍보 현지화	● (중)	자사 글로벌 홈페이지 활용

사진자료: 현지조사원 자료

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(한국/글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브(한국)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>비정기적</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>기업 소개, 브랜드 소개, 제품 소개, 제품 활용 레시피 제공</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> • 기업 연혁, 미션 등 기업 정보 소개
		<ul style="list-style-type: none"> • 사업 분야 안내 (식품 사업과 소재 사업)
		<ul style="list-style-type: none"> • 자체 브랜드 안내 (브랜드 홈페이지로 연결)

사진자료: E사 홈페이지(www.daesang.com)





IV. 수입·유통업체 인터뷰

1. 신라푸드마트(Seela Food Mart)
2. 케이에스푸드(KS Foods)
3. 코리카트(Korikart)

인도 전장김 수입·유통업체 인터뷰 결과

- 인터뷰 대상 기업체 선정 기준
- ① 현지 식품 수입·유통업체
 - ② 김 또는 유사 김 제품 취급 경험 있음

업체명	신라푸드마트 (Seela Food Mart)	케이에스푸드 (KS Foods)	코리카트 (Korikart)
업태	수입·유통업체	수입·유통업체	수입·유통업체
취급 품목			

인도 전장김 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	신라푸드마트 (Seela Food Mart)	케이에스푸드 (KS Foods)	코리카트 (Korikart)
	수입·유통업체	수입·유통업체	수입·유통업체
고객사 제품의 가격, 중량, 원료, 포장에 대한 의견	고객사 제품은 다른 한국산 제품에 비해 가격이 훨씬 저렴함 . 포장도 기존 제품과 유사하여 문제되지 않음	고객사 제품의 가격은 인도에서 판매되는 일반적인 김 제품의 가격보다 훨씬 낮은편임 . 포장또한 타제품들과 유사하여 판매에 지장 없을 듯 함	고객사 제품은 인가제품의 절반가격 정도로 저렴함 . 다만, 낮은 중량 구성, 친환경 포장재를 권함
전장김 판매 시, 수입·유통업체와 협력하는 방식	홍보비를 포함한 광고 및 마케팅 비용을 지원해주는 방법을 선호함	현지 소비자들이 제품에 대해 명확하게 이해하고 흥미를 느낄 수 있도록 유통업체 지원을 통해 마케팅 비용을 높이면 더 광범위한 프로모션 진행 가능	인도 김 시장에서 마케팅의 필요성은 높지만 매출 관점에서는 투자하기 어려움. 유통업체의 인도 시장에서의 전략과 경험을 공유해주는 것이 중요함
전장김 제품 구매 시, 현지 소비자가 중요시하는 요인	인도의 소비자 시장은 제품의 가격과 맛에 의해 주도됨 . 고객사의 제품은 가격 경쟁력 측면에서 우위를 점하기 쉬움	제품의 맛과 가격, 원산지 가 현지 소비자들이 고려하는 가장 중요한 요소임. 한국산 제품에 대한 현지 소비자들의 인식 긍정적임	일반적으로 현지 소비자들은 제품의 맛을 가장 중요한 요인으로 여김 . 관점의 차이가 있지만 품질, 원산지는 늘 중요함
인도 전장김 시장 내 적합한 홍보 방법 및 판촉 방식	김 제품의 홍보는 주로 SNS와 같은 온라인 채널 을 통해 이루어짐. 유명 인플루언서와의 파트너 관계를 통한 바이럴 마케팅 이 효과적임	대다수 현지 소비자들은 지인을 통해 김 제품을 접함 . 입소문을 타도록 시식 코너 등 소비자에게 직접적으로 접근하는 방법 이 좋아보임	쇼핑몰이나 음식 행사장 등에 노점 을 설치했던 경험이 신규 고객에게 다가가는 데 도움이 되었다고 보여짐. 코로나 기간동안엔 온라인 판촉활동 이 활성화됨
인도 전장김 시장 내 적합한 유통채널	최근 한국 마트가 인도 전역에 점점 생겨나고 있음. 그러나 현재 추세를 고려했을 때, 더 큰 시장에 진입하기 위해선 온라인 판매채널을 공략하는 방법이 효과적임	오프라인, 온라인 결합을 통한 옴니채널 구성 방법을 가장 추천함. 고객 경험과 제품의 접근성을 모두 높일 수 있을 것으로 예상함	한국 특화 온라인 플랫폼 시장이 확대되기 시작함. 인기 있는 전자 상거래 플랫폼, 혹은 김제품 전용 전자 상거래 웹사이트 를 적극적으로 이용하는 것을 권장함

(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

Interview ① 신라푸드마트 (Seela Food Mart)

15)

신라푸드마트 (Seela Food Mart)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2013년 설립된 하리아나의 수입·유통업체
 - 한국의 김, 라면, 수프, 가공식품 등을 수입·유통
 - 주로 소매점, 식당에 제품 유통

담당자 정보

CEO



신라푸드마트(Seela Food Mart) CEO

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 원료 및 포장은 적절한가요?

고객사 제품의 소비자가격은 115g(50매)에 약 427.61루피¹⁶⁾ (7,000원)이며, FOB가격은 약 N1루피(약 n1원)라고 알고 있습니다. 자사는 '아사 김밥김'을 20g에 180루피로 판매하고 있는데, 고객사 제품의 가격은 자사가 유통 중인 다른 어떤 한국산 전장김 제품과 비교해도 가장 저렴합니다. 포장은 인도 상점에서 판매되는 다른 김 제품들과 유사하기 때문에, 문제가 없을 것이라고 생각합니다.

Q2. 고객사 제품의 원산지과 제조과정은 소비자들에게 강점을 가질 수 있을까요?

김이 유네스코 생물권 보전 청정지역에서 재배된다는 사실은 확실히 소비자들에게 인정받을만한 부분이며 판매에 큰 강점을 더할 수 있습니다. 왜냐하면 환경에 대한 소비자들의 인식이 점점 증가하고 있기 때문입니다. 하지만 이를 바탕으로 한 경쟁력을 갖추기 위해서는 효과적인 마케팅이 필요할 것입니다. 또한, 예비 고객들을 단골 고객으로 만들기 위해서는 맛과 가격 등 다른 요소도 함께 고려해야 합니다.

15) 사진자료: 신라푸드마트(Seela Food Mart) 공식 홈페이지

16) 1루피=16.37원 (2022.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

FOB가격	약 N1루피 (약 n1원: 50매) 약 N2루피 (약 n2원:100매)
소비자가격	약 427.61루피 (7,000원: 50매) 약 763.59루피 (12,500원: 100매)
중량	115g: 50매 230g: 100매
포장 형태	플라스틱 지퍼백

Q3. 전장김 제품의 판매상황에서, 현지 수입·유통업체가 판매업체와 협력하는 방법은 무엇인가요?

홍보비를 포함한 광고 및 마케팅 비용을 지원하는 방법이 판매업체가 더 많은 소비자들에게 다가갈 수 있도록 도와준다고 생각합니다. 무엇보다 중요한 것은 소비자와의 연결입니다. 판매업체에게는 어떻게 현지 소비자들에게 더 다가갈 수 있는지에 대한 명확한 통찰력이 필요합니다. 유통업체는 소비자들에게 다가가는 방법을 모색하고, 판매업체에게 현지 판매전략에 대한 심층적인 통찰력을 제공해줌으로써 인도 시장 공략을 효과적으로 도울 수 있을 것입니다.

Q4. 전장김 제품의 구매상황에서, 현지 소비자가 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

인도의 소비자 시장은 주로 가격과 맛에 의해 주도됩니다. 제품의 품질이나 포장도 중요하지 않은 것은 아니지만, ‘가격과 맛’, 이 두 가지 요소가 현지 소비자가 가장 중요하게 여기는 제품의 특성입니다. 현지에서 소비되고 있는 다른 전장김 제품들과 비교했을 때, 고객사의 제품은 가격 경쟁력에서 우위를 가져가기 쉬울 것이라고 생각합니다.

Q5. 인도에서 유통되는 유명 전장김 제품의 주요 홍보 방법 및 채널에는 무엇이 있으며, 가장 효과적인 판촉 방식에는 무엇이 있을까요?

인도 시장에서 김 제품을 판매한다는 것은 틈새 시장을 공략하는 일이라는 사실을 먼저 이해해야 합니다. 이러한 점에서 제품의 홍보 방식은 굉장히 한정되어 있었습니다. 지인이나 알려진 사람의 추천이 시장 성장의 원동력이었다고 볼 수 있습니다. 이 과정 속에서 제품의 홍보는 주로 소셜미디어 마케팅과 같은 온라인 채널을 통해 이루어졌습니다. 따라서, 어떠한 방식으로든 활발하게 활동중인 소셜미디어 인플루언서와 파트너 관계를 맺고 바이럴 마케팅을 진행하는 것이 가장 효과적인 방식이라고 생각합니다.

Q6. 전장김 제품을 인도 시장에 진출시키는 것에 있어서 적합한 유통채널은 무엇이 있을까요?

현재 판매는 온라인과 오프라인 채널을 통해 이루어지고 있습니다. 온·오프라인 모두에서 김 제품을 판매하는 한국 소매업체들이 존재합니다. 최근 아시아 또는 한국 마트가 인도 전역에 점점 생겨나고 있지만, 현재 추세를 고려했을 때 더 큰 시장에 진입하는 데에는 온라인 판매 채널을 공략하는 방법이 바람직하다고 생각합니다.

Interview ② 케이에스푸드 (KS Foods)

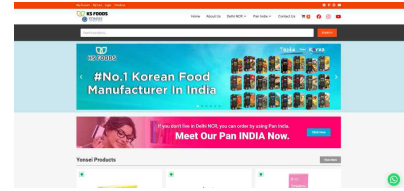
17)

케이에스푸드 (KS Foods)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2008년 설립된
하리아나의 수입·유통업체
 - 수산물, 식음료, 가공식품
등을 수입·유통
 - PAN India Network
보유

담당자 정보

CEO



케이에스푸드(KS Foods) CEO

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 원료 및 포장은 적절한가요?

고객사 제품의 소비자가격은 115g(50매)에 약 427.61루피 (7,000원)으로, 인도에서 판매되는 일반적인 김 제품의 가격보다 믿을 수 없을 정도로 낮다고 보여집니다. 자사는 영신 구운김을 25g에 220루피로 유통하고 있는데, 고객사 제품은 현재 인도에서 판매되고있는 김 제품들의 평균 가격보다 2-3배 정도 저렴합니다. 또한, 제품의 포장은 자사가 유통하는 다른 김 제품과 유사하기 때문에 판매에는 지장이 없을 것이라고 생각합니다.

Q2. 고객사 제품의 원산지과 제조과정은 소비자들에게 강점을 가질 수 있을까요?

제품의 원산지는 많은 고객들에게 중요하며, 고객사 제품의 원산지는 확실히 인도 시장의 잠재고객들을 끌어들이고 어필할 수 있을 것이라고 보여집니다. 또한, 김 제품 시장의 소비자들은 대부분 교육받은, 전문적이고 비교적 부유한 가정으로 구성되어 있기 때문에, 고객사 제품의 친환경적인 제조과정은 높게 평가될 것이라고 생각합니다.

FOB가격	약 N1루피 (약 n1원: 50매) 약 N2루피 (약 n2원:100매)
소비자가격	약 427.61루피 (7,000원: 50매) 약 763.59루피 (12,500원: 100매)
중량	115g: 50매 230g: 100매
포장 형태	플라스틱 지퍼백

Q3. 전장김 제품의 판매상황에서, 현지 수입·유통업체가 판매업체와 협력하는 방법은 무엇인가요?

광고와 판촉을 통한 유통업자의 지원은 판매업체가 인도 시장의 더 많은 소비자들에게 다가가는 데 도움이 될 것입니다. 김 제품과 같은 제품들을 마케팅하기 위해서는 소비자들이 제품에 대해 명확하게 이해하고, 새로운 제품을 경험하는 것에 흥미를 느낄 수 있도록 해야합니다. 왜냐하면, 김 제품들은 아직 인도에서는 제한된 일부 소비자들에게만 알려져있고 구매되기 때문입니다. 따라서, 유통업체의 지원을 통해 마케팅 비용을 높이는 일은 판매업체가 더 광범위하게 프로모션을 진행하는 데 큰 역할을 할 것입니다.

Q4. 전장김 제품의 구매상황에서, 현지 소비자가 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

제품의 맛과 가격, 원산지가 현지 소비자들이 고려하는 가장 중요한 요소라고 할 수 있습니다. 김 제품들을 구매해본 경험이 있는 소비자들은 이미 다양한 맛을 알고 있기 때문에, 제품의 품질과 맛에 대해서 쉽게 타협하지 않을 것입니다. 하지만, 한국산 김 제품은 현지에서 매우 좋은 평판을 가지고 있고, 좋은 제품 품질과 맛으로 널리 알려져 있습니다. 현지 소비자들은 현재 판매되고 있는 값싼 중국 제품에 속는 것을 원하지 않습니다. 비록, 인도 소비자들은 가격에 대해 매우 까다롭지만, 제품의 맛과 품질이 보장된다면 가격과 타협할 수 있습니다.

Q5. 인도에서 유통되는 유명 전장김 제품의 주요 홍보 방법 및 채널에는 무엇이 있으며, 가장 효과적인 판촉 방식에는 무엇이 있을까요?

인도에서는 김 제품에 대한 대대적인 홍보가 이루어지지 않고 있습니다. 간혹 신문 광고와 온라인 홍보채널을 통해 프로모션이 이루어지기도 합니다. 하지만 대부분의 김 제품 소비자들은 주로 그들의 한국인 친구나 김 제품에 대해 긍정적인 반응을 보이는 다른 지인들을 통해 제품을 접하게 됩니다. 따라서, 제품이 입소문을 타도록 현지 한인마트 등의 장소에서 시식 코너와 같은 프로모션을 진행하여 현지 소비자들에게 직접적으로 접근하는 방법이 좋아보입니다.

Q6. 전장김 제품을 인도 시장에 진출시키는 것에 있어서 적합한 유통채널은 무엇이 있을까요?

오프라인과 온라인 유통 채널을 결합하여 옴니채널을 구성하는 방법을 가장 추천드립니다. 인도에는 김 제품 시장이 아직 크게 활성화되지 않았기 때문에, 고객이 제품을 직접 경험하고 품질을 확인하기 위해서는 오프라인으로 활동하는 것이 중요합니다. 또한, 온라인 채널의 존재는 고객의 재방문율을 높이고, 제품에 좀더 쉽게 접할 수 있도록 도와줄 것입니다.

Interview ③ 코리카트 (Korikart)

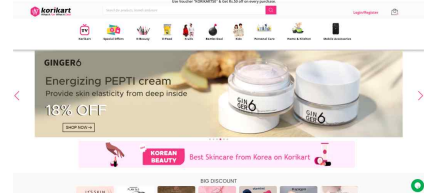
18)

코리카트 (Korikart)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 수입·유통업체
 - 한국식품, 미용용품, 유아용품, 식기구 등 다양한 제품 취급
 - 온라인 유통채널만 보유

담당자 정보

CEO



코리카트(Korikart) CEO

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 원료 및 포장은 적절한가요?

소비자가격이 115g(50매)에 약 427.61루피(7,000원)인 고객사 제품은 현재 인도에서 가장 인기 있는 한국 구운김 제품 가격의 거의 절반입니다. 따라서, 가격적인 측면에서는 확실히 경쟁력이 있을 것이라고 생각합니다. 하지만, 현지에서 주로 판매되고 있는 경쟁제품들의 중량은 대체로 낮은 편이기 때문에, 제품의 중량과 같은 경우는 10장 또는 20장으로 구성된 적절한 중량을 권장드립니다. 포장은 다른 브랜드 김 제품들의 포장과 유사하기 때문에 크게 차별점은 없다고 생각합니다. 당사의 개인적인 의견으로는 제품 포장을 친환경적으로 만든다면, 소비자들을 더 끌어들이 수 있을 것입니다.

Q2. 고객사 제품의 원산지과 양식과정은 소비자들에게 강점을 가질 수 있을까요?

고객사가 설명한 고객사 김 제품의 양식 과정은 확실히 제품에 진정성을 더하고, 제품 판매에 강점이 될 것입니다. 인도 시장의 소비자들은 점점 친환경에 관심을 기울이고 있기 때문입니다.

FOB가격	약 N1루피 (약 n1원: 50매) 약 N2루피 (약 n2원:100매)
소비자가격	약 427.61루피 (7,000원: 50매) 약 763.59루피 (12,500원: 100매)
중량	115g: 50매 230g: 100매
포장 형태	플라스틱 지퍼백

Q3. 전장김 제품의 판매상황에서, 현지 수입·유통업체가 판매업체와 협력하는 방법은 무엇인가요?

인도 시장에서 김 제품에 대한 마케팅과 광고의 필요성은 굉장히 높습니다. 하지만 매출 관점에서 바라봤을 때, 마케팅에 투자하는 것은 굉장히 어렵습니다. 유통업체로서, 회사의 전략과 경험, 그리고 다른 시장에서 소비자를 늘린 방식을 공유해주고, 인도 시장에서 고객층을 넓히기 위해서 유사한 전략이 채택되도록 판매업체에게 안내해주어야 합니다.

Q4. 전장김 제품의 구매상황에서, 현지 소비자가 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

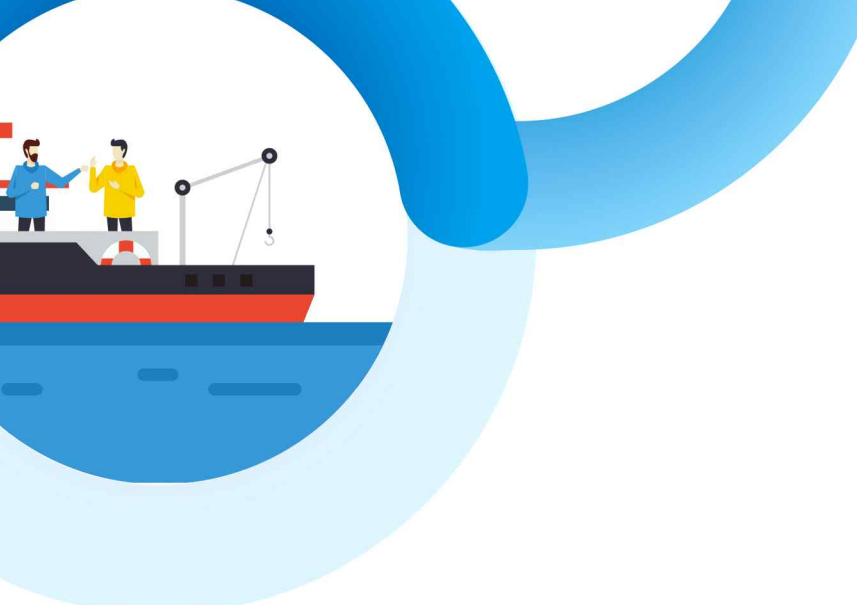
일반적으로 인도 시장의 소비자들이 다른 소비자 식품을 구매할 때 고려하는 가장 중요한 요소는 맛입니다. 일부의 소비자 집단은 가격을 우선시하고, 일부는 원산지를 확인합니다. 하지만 신규 소비자들에게는 원산지, 맛, 품질에 비해 가격은 큰 문제가 되지 않습니다. 즉, 소비자들의 관점에 따라 현지 소비자들이 제품을 구매할 때 고려하는 요소는 달라지지만, 제품의 품질, 원산지는 항상 중요한 것 같습니다.

Q5. 인도에서 유통되는 유명 전장김 제품의 주요 홍보 방법 및 채널에는 무엇이 있으며, 가장 효과적인 판촉 방식에는 무엇이 있을까요?

인도 현지에서 제품의 홍보와 마케팅은 매우 저조했으며, 만족스럽지 못했습니다. 자사도 쇼핑몰이나 음식 행사장 등에 노점을 설치했던 경험이 가끔 있었지만, 꾸준히 이루어지지 않았습니다. 하지만, 이러한 이벤트는 신규 고객에게 다가가는 데 도움이 되었다고 보여줍니다. 하지만, 코로나 기간동안은 오프라인 행사가 잠시 중단되었고, 그대신 온라인 판촉활동이 인기를 얻었습니다.

Q6. 전장김 제품을 인도 시장에 진출시키는 것에 있어서 적합한 유통채널은 무엇이 있을까요?

인도 소비자들은 주로 소매점에서 김 제품들을 구매했다는 사실에 주목해야 합니다. 김 제품들은 반드시 아시안마트나 한인마트가 아니어도 소수의 엄선된 매장에서 구입할 수 있습니다. 그러나 온라인 소매 시장의 확대에 따라, 한국 특화 온라인 플랫폼들이 김 제품들을 판매하기 시작했으며, 고객들을 끌어들이기 시작했습니다. 따라서, 인기 있는 전자상거래 플랫폼이나 김 제품 전용 전자상거래 웹사이트를 적극적으로 이용하는 것이 좋은 출발이 될 것이라고 생각합니다. 그러기 위해서는, 웹사이트에 대한 적극적인 홍보와 마케팅이 필요할 것입니다. 또한, 소비자들을 설득하기 위해서 김 제품의 식생활 경험과 다른 부가적인 속성들을 현지 소비자들에게 알려줘야 합니다.



V. 경쟁력파악

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

1. 제품 경쟁력 검증

1) 10g당 가격

● 경쟁제품(제조사)

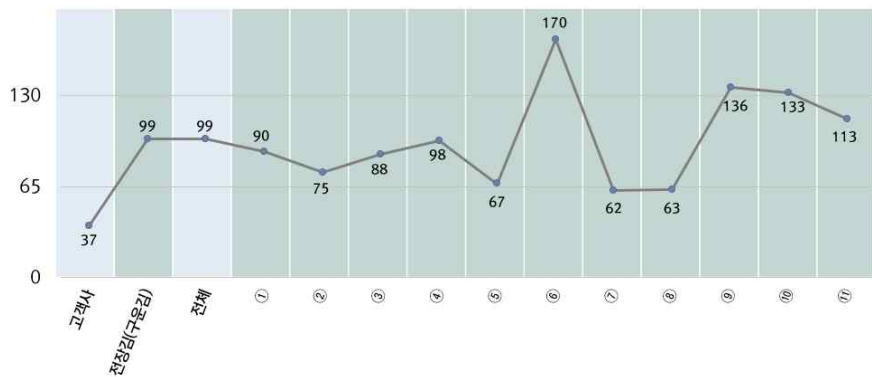
- ① a브랜드 로스티드 씨워드 포 랩&롤 (A사)
- ② 상이 야키노리 스시 시트 (C사)
- ③ 상이 구운 김밥용김 (C사)
- ④ 로스티드 씨워드 야키스시 노리(골드) (노스티모 씨워드)
- ⑤ 케이김 김밥김 포 스시&롤 (F사)
- ⑥ 재패니즈 초이스 로스티드 노리 씨워드 (몬티 앤드 토크)
- ⑦ 로스티드 씨워드 야키스시 노리(골드) (난통 라이스 씨워드 푸드)
- ⑧ 초이스원 야키 스시노리 (D사)
- ⑨ 구이 김밥용김 (D사)
- ⑩ e브랜드 구운 김밥용김 (E사)
- ⑪ 야키 스시노리 김밥김 (B사)

▶ 고객사 제품 10g당 가격, 경쟁제품 평균 가격 대비 낮은 편

고객사 제품의 10g당 가격은 약 37.22루피(약 609원¹⁹⁾)으로, 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격인 약 99.45루피(약 1,628원)보다 굉장히 낮은 수준임. 비율로 살펴보면, 고객사 제품의 소비자가격은 전장김 경쟁제품 10개의 평균 소비자가격의 약 37% 수준으로 조사되어 고객사 제품이 경쟁제품 대비 가격 경쟁력이 있다는 것을 확인함

[표 5.1] 인도 전장김 가격 경쟁력 분석

(단위: 10g/루피)



19) 1루피=16.37원 (2022.08.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

- ① a브랜드 로스티드 씨워드 포 램&롤 (A사)
- ② 상이 야키노리 스시 시트 (C사)
- ③ 상이 구운 김밥용김 (C사)
- ④ 로스티드 씨워드 야키스시 노리(골드) (노스티모 씨워드)
- ⑤ 케이김 김밥김 포 스시&롤 (F사)
- ⑥ 재패니즈 초이스 로스티드 노리 씨워드 (몬티 앤드 토크)
- ⑦ 로스티드 씨워드 야키스시 노리(골드) (난통 라이스 씨워드 푸드)
- ⑧ 초이스원 야키 스시노리 (D사)
- ⑨ 구이 김밥용김 (D사)
- ⑩ e브랜드 구운 김밥용김 (E사)
- ⑪ 야키 스시노리 김밥김 (B사)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 큰 편

고객사 제품의 중량은 가장 작은 단위가 50매 기준 115g으로 전장김 경쟁제품 11개의 평균 중량인 약 58.9g의 198% 수준으로 경쟁제품 대비 매우 큰 편으로 조사됨. 또한, 고객사의 또 다른 단위인 100매 제품의 경우에 무게가 230g으로 경쟁제품 11개의 평균 중량과의 편차가 더욱 극심해짐을 알 수 있음. 인도에서 유통되는 전장김 경쟁제품의 평균 중량이 낮은 점을 보면, 고객사는 제품의 포장 중량을 낮추어 시장에 진출하는 방안을 고려해볼 필요가 있음

[표 5.2] 인도 전장김 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

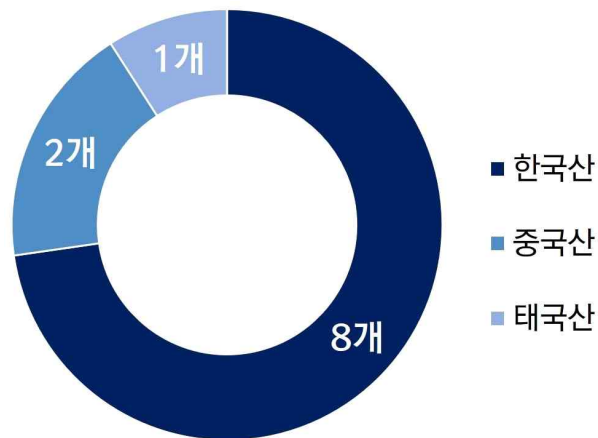


3) 원산지

▶ 경쟁제품 11개 중 8개 제품의 원산지가 한국인 전장김 제품

인도에서 판매되고 있는 전장김 경쟁제품 11개의 원산지를 조사한 결과, 11개의 제품 중 8개의 제품이 한국산 제품임을 확인함. 인도에서 다양한 한국산 전장김 제품이 판매되고 있다는 사실을 통해, 인도의 다양한 전장김 제품 속에서도 한국산 제품에 대한 현지 소비자들의 수요가 높음을 알 수 있음

[표 5.3] 인도 전장김 제품 원산지 경쟁력 분석

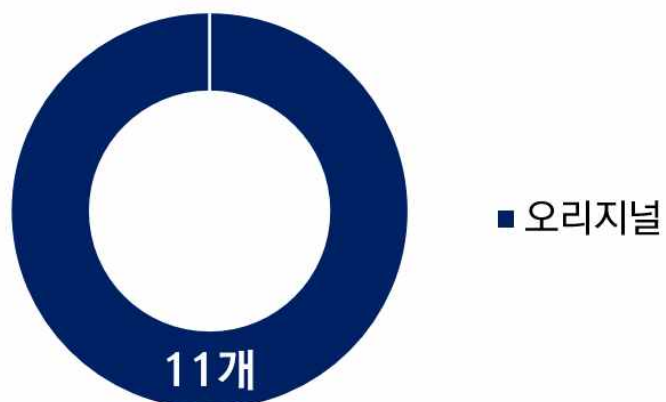


4) 맛

▶ 경쟁제품 11개 모두, 맛의 차별화에 중점을 두지 않는 추세

인도에서 판매 중인 전장김 경쟁제품 11개의 맛을 조사한 결과, 11개의 모든 전장김 제품이 맛의 차별화에 중점을 두지 않는다는 점을 확인함. 전장김 제품이 주로 김밥 또는 스시를 제조하는 데에 사용되기 때문에, 강한 시즈닝이 첨가된 전장김은 공급과 수요 모두 적은 것으로 예상됨

[표 5.4] 인도 전장김 제품 맛 경쟁력 분석

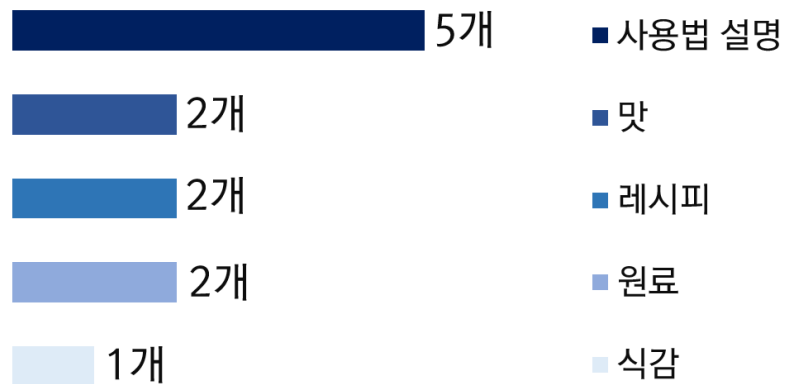


5) 홍보문구

▶ 현지 경쟁제품, 제품의 맛과 원료를 강조하는 홍보문구 사용

인도에서 판매 중인 전장김 경쟁제품 11개의 홍보문구를 조사한 결과, ‘스시와 함께 섭취’, ‘먹는 방법’ 등 제품의 용도를 강조하는 홍보문구 5개가 조사되었음. 또한, ‘특유의 감칠맛’, ‘깔끔한 맛’ 등의 맛을 강조한 홍보문구가 2개 확인됨. 그 외에도, ‘색다른 김 레시피’ 등의 레시피를 강조한 문구가 2개, ‘고급 원초 사용’ 등의 원료를 강조한 문구가 2개 확인됨

[표 5.5] 인도 전장김 제품 홍보문구 경쟁력 분석

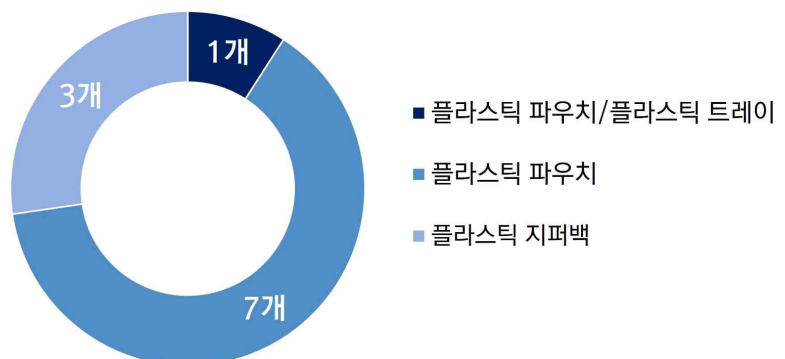


6) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 11개 중 8개 제품 플라스틱 파우치로 제품 포장

인도에서 판매 중인 전장김 경쟁제품 11개의 포장 형태를 조사한 결과, 8개의 제품은 플라스틱 파우치로 제품을 포장하였으며, 그 중 1개의 제품은 플라스틱 트레이로 내부 포장을 추가하여 김 손상을 방지함. 고객사 제품과 마찬가지로 플라스틱 지퍼백을 활용해 제품 포장을 한 경쟁제품은 3개가 확인됨.

[표 5.6] 인도 전장김 제품 포장 형태 경쟁력 분석



7) 원료 및 첨가물

▶ 현지 경쟁제품, 김을 단일/주원료로 사용

인도에서 판매되고 있는 전장김 경쟁제품 11개의 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] 인도 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 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 쇼핑물 : 아마존, 유바이, 디저트카트

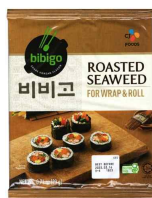
(* 오프라인 매장 : 네이처스 바스켓, 네이처스 소울, 신라푸드마트, 에피큐어 고멤, 인디안 내셔널 에어웨이마켓, 킴스마트

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(* 온라인 쇼핑물 : 1개 이상의 온라인 쇼핑물에서 판매되는 제품

(* 오프라인 매장 : 조사매장 3개 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
(A사 _
a브랜드 로스티드 씨워드)
**'20g의 가벼운 제품
패키지'**

◀ 벤치마킹
가벼운 제품 중량

고객사 제품
**'유네스코가 지정한
청정지역의 원초 사용'**

벤치마킹 ▶
현지화된
포장 디자인

현지 벤치마킹 인기 제품
(B사 _
야키 스시노리 김밥김)
**'현지어로 표기된 김
사용법 설명'**

2) 벤치마킹 제품 분석
- 원료를 강조한 홍보문구

▶ **벤치마킹 제품, 제품의 중량을 낮춰 가벼운 패키지 제공**

현지에서 판매 중인 전장김 경쟁제품 11개의 홍보문구를 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함하여 총 7개의 제품이 10에서 40g 사이의 가벼운 중량으로 패키지가 구성된 사실을 확인함. 이에 관련한 인터뷰를 진행한 결과, 인도 소비자들은 김 제품을 대량으로 구매하지 않는 경향을 보이는 사실을 확인함. 따라서, 고객사 제품도 판매하고자 하는 패키지의 총중량을 낮출 것을 권장함

[표 5.8] 인도 전장김, 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) 현지에서 주로 판매되고 있는 경쟁제품들의 중량은 대체로 낮은 편이기 때문에, 제품의 중량과 같은 경우는 10장 또는 20장으로 구성된 적절한 중량을 권장드립니다.





3) 벤치마킹 제품 분석
- 현지화된 포장 디자인

▶ **벤치마킹 제품, 현지어로 표기한 김 사용법 설명**

현지에서 판매 중인 전장김 경쟁제품 11개의 포장 디자인을 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 총 5개의 전장김 경쟁제품이 김 제품의 사용법을 현지화된 언어로 설명하는 사실이 확인됨. 특히 벤치마킹 제품의 경우, 단순히 문구로 김밥 만드는법을 설명하는 것뿐만 아니라 보기 쉬운 그림을 추가하여 김제품에 대해 낯선 현지 소비자들에게 김 제품에 대한 이해를 도와줌. 따라서, 고객사도 김 제품의 사용법에 대한 설명 문구를 현지어로 표기한다면 제품 설명의 가시성 및 효과성을 강화할 수 있을 것으로 보임

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.9] 전장김 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	D사	
	기업 설명	D사는 대한민국 전통 재래 방식으로 김을 가공하고 생산하여 판매하는 기업으로 아시아, 오세아니아, 북아메리카, 남아메리카, 유럽의 국가에 김 상품을 유통하고 있음	
주요 마케팅 전략	포장 현지화	 <p>인도 소비자들에게 이미 인지도가 있는 브랜드와 제조사로 협력하는 방식으로 마케팅 및 포장 디자인 현지화를 이룸</p>	
	홍보 현지화	 	
		4개국에 대하여 국가별로 맞춤형 홈페이지 인터페이스를 구축 및 운영	페이스북, 인스타그램, 유튜브 채널 개설하여 제품 정보 제공 및 프로모션 진행
요약	판매채널	현지 오프라인, 온라인 매장 모두 진출	
	홍보채널	자사 홈페이지를 활용하고 있음	
	홍보문구	제품의 원료의 우수성과 맛을 강조	

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 유로모니터 홈페이지 (<https://www.euromonitor.com>)
2. 아마존 인도 홈페이지 (<https://www.amazon.in>)
3. 플립카트 홈페이지 (<https://www.flipkart.com>)
4. 지오마트 홈페이지 (<https://www.jiomart.com>)
5. 인도 정부 홈페이지 (<https://www.india.gov.in>)
6. 스태티스타 홈페이지 (<https://www.statista.com>)
7. 구글 지도 홈페이지 (<https://www.google.co.kr/maps>)
8. 신라푸드마트 홈페이지 (<https://seelamart.in>)
9. Delhi Tourism 인도 정부 공식 홈페이지 (<https://www.delhitourism.gov.in>)
10. 네이처스바스켓 홈페이지 (<https://www.naturesbasket.co.in>)
11. 네이처스소울 홈페이지 (<https://naturesoulshop.com>)
12. 에피큐어고멧 홈페이지 (<https://epicuregourmet.in>)
13. 유바이 인도 홈페이지 (<https://www.ubuy.co.in>)
14. 디저트카트 인도 홈페이지 (<https://www.desertcart.in>)
15. C사 홈페이지 (<https://www.seafriend.co.kr>)
16. D사 홈페이지 (<https://www.daechungim.com>)
17. E사 홈페이지 (<https://www.daesang.com>)
18. 케이에스푸드 공식 홈페이지 (<https://ksfoods.co.in>)
19. 코리카트 공식 홈페이지 (<https://korikart.com>)

