

# 2024 수출기업 맞춤형 조사

- No.** | 202409-18
- 품목** | 조미김(Seasoned Seaweed)
- HS CODE** | 2008.99-5010
- 국가** | 아랍에미리트(United Arab Emirates)



# CONTENTS

## 2024 수출기업 맞춤형 조사

<b>I. 요약</b>	04
--------------	----

### II. 경쟁제품

1. UAE 조미김 경쟁제품 선정	06
2. UAE 조미김 경쟁제품 조사지표 선정	10
3. UAE 조미김 경쟁제품 현지조사 결과	11

### III. 경쟁기업

1. UAE 조미김 경쟁기업 선정	24
2. UAE 조미김 경쟁기업 현지화 분석 기준	25
3. UAE 조미김 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	27

### IV. 수입·유통업체 인터뷰

1. 루루(Lulu)	33
2. 까르푸 UAE(Carrefour UAE)	36
3. 초이트람스(Choithrams)	39



# CONTENTS

## 2024 수출기업 맞춤형 조사

### V. 경쟁력파악

---

1. 제품 경쟁력 검증	43
2. 기업 마케팅 벤치마킹	47
3. 온라인 인기제품 리뷰 분석	48

---

※ 참고문헌	51
--------	----





HS CODE : 2008.99-5010

2024 수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

# UAE 조미김 경쟁력 분석

## SUMMARY

### 온라인 인기 제품

아마존

루루하이퍼마켓

킵슨스



씨워드 오가닉 로스티드 씨워드 시트 씨 솔트



스파이시 씨워드 스낵



크리스피 씨워드 스낵 와사비



시그니처 오가닉 로스티드 씨워드 스낵 팩



시즌드 씨워드 스낵 워드 올리브 오일



로스티드 씨워드 오리지널

### 오프라인 주요 경쟁제품

스파이시 씨워드 스낵 (A사)



가격 12.30디르함 (4,472원)

중량 8g

'온/오프라인 유통채널 확보'

시즌드 코리안 씨워드 김치 (B사)



가격 12.00디르함 (4,363원)

중량 15g

'포장 방식 현지화'

### 경쟁기업 3개사 분석

A사

포장 현지화

홍보 현지화

온/오프라인 모두 입점

B사

포장 현지화

홍보 현지화

오프라인 매장 입점

C사

포장 현지화

홍보 현지화

오프라인 매장 입점

#### 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

10g당 가격

단위 : 디르함

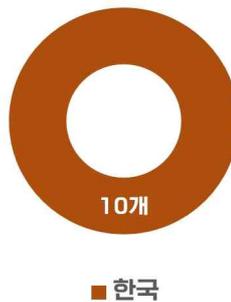


중량

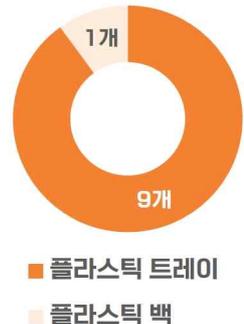
단위 : g



원산지



내부 포장



### 요약

Point 01.

- 1) 경쟁제품의 평균 10g당 가격은 8.86디르함(3,221원)으로, 고객사는 경쟁력 있는 소비자가격 책정 필요
- 2) 고객사 제품의 중량은 현지에서 유통되는 소포장 경쟁제품과 같은 수준, 고객사는 대용량 제품 출시를 고려해 볼 수 있음

Point 02.

- 1) 수입 유통업체 인터뷰 수취 결과, 고객사 제품의 차별화를 위한 추가 맛 구성 등 고려 필요
- 2) 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, '건강 스낵', '바다소금' 등 원료 및 효능에 관한 관심도와 선호도 높음

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

# II 경쟁제품



1. UAE 조미김 경쟁제품 선정
2. UAE 조미김 경쟁제품 조사지표 선정
3. UAE 조미김 경쟁제품 현지조사 결과

## 1. UAE 조미김 경쟁제품 선정

### 1) 주요 프로세스

#### 고객사 제품 특징

제품명	재래 조선김
제품 종류	조미김
소비자가격 <sup>1)</sup>	-
중량	12g (4g * 3packs)
특징	MUI Halal 인증을 받은 한국식 건강 스낵

### Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
  - 제품명: 재래 조선김
  - 제품 종류: 조미김
  - 중량: 12g(4g \* 3packs)
  - 특징: MUI Halal 인증을 받은 한국식 건강 스낵

### Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
  1. 아마존(Amazon)
  2. 루루 하이퍼마켓(Lulu Hypermarket)
  3. 킵슨스(Kibsons)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기 제품 확인
  - 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품 구매 순위 확인

### Step 03. 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
  - 오프라인 매장 인기 제품
- ③ 조사 지표 선정

### Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
  - 경쟁제품 조사, 경쟁기업 조사
- ② 제품 분석
  - (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
  - 기업 마케팅 벤치마킹
  - 온라인 인기 제품 리뷰 감성 분석

1) 고객사 요청에 따라 고객사 제품 가격은 블라인드 처리함

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

▶ 조미김 경쟁제품군 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사 지표를 바탕으로 조미김 제품의 경쟁제품군을 선정하였음

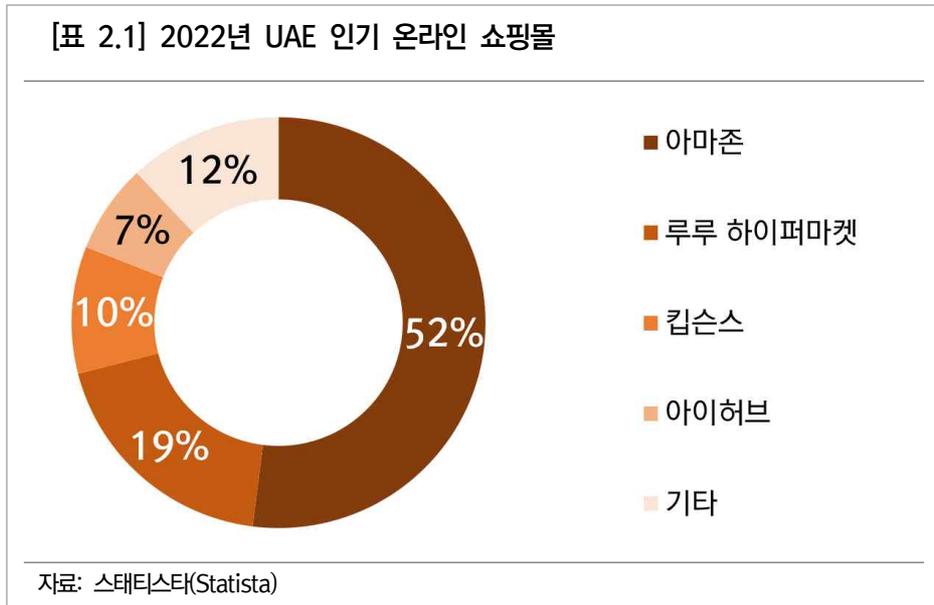
▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내 UAE 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 아마존에서는 D사, 루루 하이퍼마켓에서는 A사, 킵스에서는 E사의 제품이 주요 인기 제품인 것으로 확인됨

UAE 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
amazon	유아용품, 화장품, 건강
아마존	식품, 전자제품, 생활용품 등
LuLu	식품, 신선식품, 가전제품,
루루 하이퍼마켓	유아용품, 휴대폰 등
KIBSONS	간편조리식품, 신선식품,
킵스	식재료, 생활용품 등

[표 2.1] 2022년 UAE 인기 온라인 쇼핑몰



[표 2.2] UAE 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

아마존 입점 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) <sup>2)</sup>							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	조미김	D사	씨워드 오가닉 로스티드 씨워드 시트 씨 솔트 (Seaweed Organic Roasted Seaweed Sheets Sea Salt)	한국	93.00디르함 (33,811원 <sup>3)</sup> )	4g*18ea	
2	조미김	D사	씨워드 칠리 라임 (Seaweed - Chili Lime)	한국	64.20디르함 (23,341원)	5g*6ea	
3	조미김	커클랜드 (Kirkland)	시그니처 오가닉 로스티드 씨워드 스낵 팩 (Signature Organic Roasted Seaweed Snack Pack)	미국	164.95디르함 (59,969원)	14g*10ea	

2) 조사일(2024.10.14) 기준

3) 1디르함=363.56원(2024.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

[표 2.2] UAE 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

루루 하이퍼마켓 입점 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) <sup>4)</sup>							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	조미김	A사	스파이시 씨워드 스낵 (Spicy Seaweed Snack)	한국	7.50디르함 (2,727원)	4g*2ea	
2	조미김	A사	시즌드 씨워드 스낵 워드 올리브 오일 (Seasoned Seaweed Snack with Olive Oil)	한국	19.50디르함 (7,089원)	4.5g*3ea	
3	조미김	A사	올리브 오일 씨워드 스낵 (Olive Oil Seaweed Snack)	한국	5.95디르함 (2,163원)	4g*2ea	
킵슨스 입점 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) <sup>5)</sup>							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	조미김	E사	크리스피 씨워드 스낵 와사비 (Crispy Seaweed Snacks Wasabi)	한국	11.00디르함 (3,999원)	5g*3ea	
2	조미김	아싸잇 (Ah-ssa eat)	로스티드 씨워드 오리지널 (Roasted Seaweed Original)	태국	9.95디르함 (3,617원)	5g*3ea	
3	조미김	아싸잇 (Ah-ssa eat)	로스티드 씨워드 스파이시 (Roasted Seaweed Spicy)	태국	9.95디르함 (3,617원)	5g*3ea	

자료: 아마존(Amazon), 루루 하이퍼마켓(Lulu Hypermarket), 킵슨스(Kibsons) 홈페이지

사진 자료: 아마존(Amazon), 루루 하이퍼마켓(Lulu Hypermarket), 킵슨스(Kibsons) 홈페이지

4) 조사일(2024.10.14) 기준

5) 조사일(2024.10.14) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정

● UAE 두바이 정보<sup>6)</sup>

인구	약 289만 명
인구 밀도	14,349명/km <sup>2</sup>
면적	203km <sup>2</sup>

▶ UAE 두바이, 방문지역으로 선정

두바이는 아랍에미리트에서 가장 큰 도시이며, 인구는 289만 명이지만 북동부에 위치한 인구 140만의 샤르자(Sharjah)까지 합치면 실제 도시권 인구는 그 이상임. 중동의 막대한 오일달러를 앞세워 적극적으로 투자하면서 중동의 금융중심지로 발전하였고, 세계 각 대륙과 나라를 연결하는 허브공항으로 중요한 위치를 차지하고 있음. 세계 최고의 실내 스키장, 최대 규모의 쇼핑몰인 두바이 몰 등을 자랑하며 해마다 많은 관광객이 두바이를 찾고 있음

▶ 현지조사 매장, 백화점, 하이퍼/슈퍼마켓 및 아시안/한인마트

고객사 희망 조사매장 지표 및 현지 시장 상황을 고려하여 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 아시안/한인마트를 조사매장으로 선정함

[표 2.3] UAE 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓	루루 하이퍼마켓(Lulu Hypermarket), 까르푸(Carrefour), 유니언 콕 하이퍼마켓(Union Coop Hypermarket), 스피니즈(Spinneys)
슈퍼마켓	웨이트로즈(Waitrose), 에스엠 라구나(SM Laguna), 유니언 콕(Union Co-op)
식료품 할인점	바이 앤 세이브(Buy N Save) 등
아시안/한인마트	패밀리케이(FamilyK), 패밀리마트(Family Mart), 한아름(Hanarum)
온라인	아마존(Amazon), 루루 하이퍼마켓(Lulu Hypermarket), 킵슨스(Kibsons)

■ 고객사 진출 선호 매장

6) 자료: 대한민국 외교부(mofa.go.kr)

## 2. UAE 조미김 경쟁제품 조사지표 선정

### ▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준

- 조미김 : 김(해조류의 일종)을 기초 원료로 하여 다양한 양념을 추가해 간을 한 식품

### ▶ UAE 조미김 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.4] UAE 조미김 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
제품명		제품의 한국어, 원어 명칭
제조사		제조사의 한국어, 원어 명칭
제품 종류		조미김
중량	중량(g)	제품의 포장 단위
가격	소비자가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	10g당 가격	제품의 10g당 가격
원산지		제품의 원산지
맛		제품의 맛
포장 형태 (외부/내부)		플라스틱 백, 플라스틱 트레이
기타 표기사항		제품의 기타 표기사항
수입자		제품의 수입자
유통기한		제품의 유통기한
인증		제품의 인증사항
홍보문구		제품 포장지에 표기된 홍보문구
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

### 3. UAE 조미김 경쟁제품 현지조사 결과

#### ▶ UAE 두바이에 위치한 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 한인마트

UAE 두바이에 위치한 하이퍼마켓 까르푸, 스피니즈, 슈퍼마켓 웨이트로즈, 한인마트 한아름에 방문함. 까르푸는 프랑스계 하이퍼마켓 체인이며, 스피니즈는 영국계 하이퍼마켓 체인으로 고품질 유기농 제품을 취급함. 웨이트로즈는 영국계 식료품 판매 슈퍼마켓 체인이며, 한아름은 UAE 내 한인마트 체인임

[표 2.5] UAE 방문 매장 및 특징

방문 매장명	까르푸 (Carrefour)	스피니즈 (Spinneys)	웨이트로즈 (Waitrose)	한아름 (Hanarum)
방문 매장 전경				
구분	하이퍼마켓	하이퍼마켓	슈퍼마켓	한인마트
조사 제품 수	3개	3개	2개	2개
조사 매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 프랑스계 하이퍼마켓 체인</li> <li>· UAE 전역 71개 매장 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 영국계 하이퍼마켓 체인</li> <li>· UAE 내 51개 점포 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 영국계 슈퍼마켓 체인</li> <li>· UAE 내 14개 매장 운영 중</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 한인마트 체인</li> <li>· UAE 전역 3개 매장 보유</li> </ul>

▶ 경쟁제품, 10개 제품 중 2개 제품만 2개의 매장에서만 판매

까르푸, 스피니즈, 웨이트로즈, 한아름 총 4개 매장 방문 후 인기 제품을 조사한 결과, 조미김 경쟁제품 10개 중 3개 제품이 중복 판매되고 있는 것으로 확인됨. 1개 제품은 까르푸, 스피니즈, 웨이트로즈 3개 매장에서 중복 판매되고 있으며, 2개 제품은 까르푸, 스피니즈 2개 매장에서 중복 판매되고 있음. 이 외 7개 제품은 1개의 매장에서만 판매 중인 것으로 확인됨. 또한 경쟁제품 10개 중 2개 제품은 온라인 매장에서도 판매 중인 것으로 조사됨

[표 2.6] 경쟁제품 판매 현황

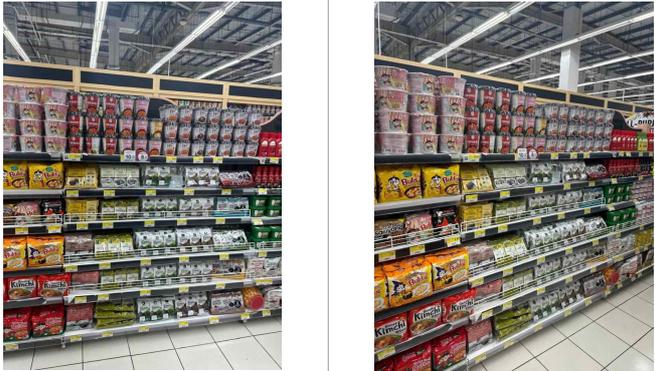
경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인	조미김
① 스파이시 씨워드 스낵 (A사)	○ (까르푸, 스피니즈, 웨이트로즈)	○ (루루 하이퍼마켓)	○
② 비비큐 씨워드 스낵 (A사)	○ (까르푸)	-	○
③ 치즈 씨워드 스낵 (A사)	○ (까르푸, 스피니즈)	-	○
④ 시즌드 씨워드 오리지널 플레이버 (F사)	○ (까르푸, 스피니즈)	-	○
⑤ 시즌드 코리안 씨워드 김치 (B사)	○ (스피니즈)	-	○
⑥ 시즌드 코리안 씨워드 씨솔트 (B사)	○ (스피니즈)	-	○
⑦ 시즌드 코리안 씨워드 테리야끼 (B사)	○ (웨이트로즈)	-	○
⑧ 씨워드 썬 토스티드 세서미 (G사)	○ (웨이트로즈)	○ (아마존, 킵슨스)	○
⑨ 시즌드 씨워드 레이버 (H사)	○ (한아름)	-	○
⑩ 로스티드 레이버 (C사)	○ (한아름)	-	○

(\*) 현지 판매 조미김 경쟁제품 10개 분석

## Shop ① 까르푸(Carrefour)

### 매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:  
즉석식품, 가공식품, 스낵, 음료 등의 식료품을 비롯하여 생활용품, 전자제품 등의 다양한 상품을 취급함
- 매장 주변 특징:  
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:  
현지 주민

브랜드 기본 정보			까르푸(Carrefour)는 프랑스계 하이퍼마켓 체인으로, 중동과 아프리카 매장은 마지드 알 후타임(Magid Al Futtaim)에 의해 운영됨. 1995년 아랍에미리트에 처음 매장을 열었으며, 현재까지 아랍에미리트 전역에 71개의 매장을 운영 중임
	조사 제품 수: 3개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	두바이 Dubai Festival City - Dubai
매장 내부			
매대 분석	매대 분류	복도식 매대	
	진열 방식	조미김 제품군 그룹 진열	
	상·하단 제품 구성	상단: 컵떡볶이 / 중·하단: 인스턴트 봉지 조미김	
	브랜드 국적 구성	한국	
	주요 브랜드	A사, E사	
제품 판매 정보			
	스파이스 씨워드 스낵 (A사)	비비큐 씨워드 스낵 (A사)	치즈 씨워드 스낵 (A사)

사진자료: 현지조사원 자료

## Shop ① 까르푸(Carrefour)

	경쟁제품 ①	경쟁제품 ②
제품 사진		
제품명 (현지어)	스파이시 씨워드 스낵 (Spicy Seaweed Snack)	비비큐 씨워드 스낵 (BBQ Seaweed Snack)
제조사 (현지어)	A사	A사
제품 종류	조미김	조미김
중량	8g	8g
소비자가격	12.30디르함 (4,472원)	10.70디르함 (3,890원)
10g당 가격	15.38디르함 (5,590원)	13.38디르함 (4,863원)
원산지	대한민국	대한민국
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 백/ 플라스틱 트레이	플라스틱 백/ 플라스틱 트레이
기타 표기사항	4g * 2packs	4g * 2packs
수입자	셋 글로벌(Sat Global)	셋 글로벌(Sat Global)
유통기한	1년	1년
인증	Halal	Halal
원료 및 첨가물	건조 전통 김, 옥수수유, 조미 소금, 매운 양념, 로즈마리 추출물	건조 전통 김, 옥수수유, 조미 소금, 매운 양념, 로즈마리 추출물

## Shop ① 까르푸(Carrefour)

	경쟁제품 ③
제품 사진	
제품명 (현지어)	치즈 씨워드 스낵 (Cheese Seaweed Snack)
제조사 (현지어)	A사
제품 종류	조미김
중량	8g
소비자가격	10.70디르함 (3,890원)
10g당 가격	13.38디르함 (4,863원)
원산지	대한민국
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 백/ 플라스틱 트레이
기타 표기사항	4g * 2packs
수입자	셋 글로벌(Sat Global)
유통기한	1년
인증	HACCP
원료 및 첨가물	건조 전통 김, 옥수수유, 체다 치즈 가루, 조미 소금, 허브 추출물(미강유, 녹차 추출물, 로즈마리 추출물), 모노 및 디글리세리드, 구연산

## Shop ② 스피니즈(Spinneys)

### 매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:  
신선식품, 즉석식품, 소스류, 주류, 건강식품과 더불어 생활용품, 뷰티용품 등을 취급함
- 매장 주변 특징:  
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:  
현지 주민

브랜드 기본 정보			스피니즈는 1961년 설립된 영국계 하이퍼마켓으로, UAE 두바이에 본사를 두고 있음. UAE 내 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓 30개, 편의점 21개, 총 51개 매장을 운영하고 있음. 고품질 유기농 제품을 취급하며, 해당 제품의 판매 비중이 높음
	조사 제품 수: 3개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	두바이
		상세주소	In line with Bur Juman Centre - 11B St - Al Mankhool - Dubai
매장 내부			
매대 분석	매대 분류	복도식 매대	
	진열 방식	조미김 제품군 그룹 진열	
	상·하단 제품 구성	상·하단: 조미김	
	브랜드 국적 구성	한국	
	주요 브랜드	F사, B사, E사	
제품 판매 정보			
	시즌드 씨워드 오리지널 플레이버 (F사)	시즌드 코리안 씨워드 김치 (B사)	시즌드 코리안 씨워드 씨솔트 (B사)

사주자료: 현지조사원 자료

## Shop ② 스피니즈(Spinneys)

	경쟁제품 ④	경쟁제품 ⑤
제품 사진		
제품명 (현지어)	시즌드 씨워드 오리지널 플레이버 (Seasoned Seaweed Original Flavor)	시즌드 코리안 씨워드 김치 (Seasoned Korean Seaweed(Kimchi))
제조사 (현지어)	F사	B사
제품 종류	조미김	조미김
중량	12g	15g
소비자가격	8.50디르함 (3,090원)	12.00디르함 (4,363원)
10g당 가격	7.08디르함 (2,575원)	8.00디르함 (2,908원)
원산지	대한민국	대한민국
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 백/ 플라스틱 트레이	플라스틱 백/ 플라스틱 트레이
기타 표기사항	4g * 3packs	5g * 3packs
수입자	알 샴스 알 사프라 제너럴 트레이딩 (Al Shams Al Safra General Trading)	알 샴스 알 사프라 제너럴 트레이딩 (Al Shams Al Safra General Trading)
유통기한	1년	1년
인증	Halal	Halal
원료 및 첨가물	구운 김, 옥수수유, 참기름, 정제염	구운 김, 옥수수유, 김치 가루, 참기름, 정제염

## Shop ② 스피니즈(Spinneys)

	경쟁제품 ⑥
제품 사진	
제품명 (현지어)	시즌드 코리안 씨워드 씨솔트 (Seasoned Korean Seaweed(Seasalt))
제조사 (현지어)	B사
제품 종류	조미김
중량	15g
소비자가격	9.50디르함 (3,454원)
10g당 가격	6.33디르함 (2,303원)
원산지	대한민국
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 백/ 플라스틱 트레이
기타 표기사항	5g * 3packs
수입자	알 샴스 알 사프라 제너럴 트레이딩 (Al Shams Al Safra General Trading)
유통기한	1년
인증	Halal
원료 및 첨가물	구운 김, 옥수수유, 참기름, 정제염

### Shop ③ 웨이트로즈(Waitrose)

**매장 정보**

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:  
신선식품, 냉동식품, 건강보조식품 등의 식품류 및 미용용품, 의약품, 유아용품 등을 판매
- 매장 주변 특징:  
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:  
현지 주민

브랜드 기본 정보			웨이트로즈는 1904년 설립된 슈퍼마켓 체인으로, 존루이스파트너십의 자회사임. 편의점 브랜드 리틀웨이트로즈앤파트너스를 보유하고 있으며, UAE 내 14개 매장을 운영 중임. 2008년까지 유기농 식품 시장의 약 18%의 점유율을 차지했으며, 2019년 영국 식료품 부문 내 5.1%의 시장 점유율을 기록함
	조사 제품 수: 2개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	두바이 LG - 144 - Financial Center Rd - Downtown Dubai - Dubai
매장 내부			
매대 분석	매대 분류	복도식 매대	
	진열 방식	아시아 식료품류	
	상·하단 제품 구성	상·중단: 조미김류 / 하단: 아시아 식료품, 국수류	
	브랜드 국적 구성	한국, 일본	
	주요 브랜드	B사, G사, F사	
제품 판매 정보			
	시즌드 코리안 씨워드 테리야끼 (B사)	씨워드 씬 토스트드 세서미 (G사)	

사진자료: 현지조사원 자료

## Shop ③ 웨이트로즈(Waitrose)

	경쟁제품 ⑦	경쟁제품 ⑧
제품 사진		
제품명 (현지어)	시즌드 코리안 씨위드 테리야끼 (Seasoned Korean Seaweed(Teriyaki))	씨위드 씬 토스티드 세서미 (Seaweed Thins Toasted Sesame)
제조사 (현지어)	B사	G사
제품 종류	조미김	조미김
중량	15g	15g
소비자가격	10.00디르함 (3,636원)	10.50디르함 (3,817원)
10g당 가격	6.67디르함 (2,424원)	7.00디르함 (2,545원)
원산지	대한민국	대한민국
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 백/ 플라스틱 트레이	플라스틱 백/ 플라스틱 트레이
기타 표기사항	5g * 3packs	5g * 3packs
수입자	알 샴스 알 사프라 제너럴 트레이딩 (Al Shams Al Safra General Trading)	G사 푸드(Pikoo Foods)
유통기한	1년	1년
인증	Halal	Halal
원료 및 첨가물	구운 김, 옥수수유, 데리야끼 가루, 참기름, 정제염	구운 김, 옥수수유, 참기름, 정제염

### Shop ④ 한아름(Hanarum)

**매장 정보**

- 유형: 한인마트
- 판매 제품 특징:  
쌀, 잡곡, 즉석식품, 한국식품, 신선식품, 해산물 등의 식료품 및 생활용품, 주방용품, 전자제품 등을 판매함
- 매장 주변 특징:  
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:  
현지 주민, 한국 교민

브랜드 기본 정보			한아름은 UAE 내 3개의 매장을 보유한 한인마트 체인임. 대량구매를 원하는 소비자 및 유통기한 임박 제품의 저렴한 구매를 원하는 소비자 층을 위한 서비스를 제공함. 신규 제품 소싱이 많은 편이며, 기존 판매 제품 중 매진된 품목의 재입고에는 다소 시간이 소요됨. 주로 SNS를 통하여 입고 제품에 대한 홍보를 진행함
	조사 제품 수: 2개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	두바이 Al Karama Dubai Hanarum - Dubai
매장 내부			
매대 분석	매대 분류	복도식 매대	
	진열 방식	조미김 및 해조류 그룹 진열	
	상·하단 제품 구성	상·중단: 조미김류 / 하단: 다시마, 해조류	
	브랜드 국적 구성	한국	
	주요 브랜드	H사, C사	
제품 판매 정보			
	시즌드 씨워드 레이버 (H사)		파래김 (C사)

사진자료: 현지조사위 자료

## Shop ④ 한아름(Hanarum)

	경쟁제품 ⑨	경쟁제품 ⑩
제품 사진		
제품명 (현지어)	시즌드 씨워드 레이버 (Seasoned Seaweed(Laver))	로스티드 레이버 (Roasted Laver)
제조사 (현지어)	H사	C사
제품 종류	조미김	조미김
중량	12g	80g
소비자가격	7.35디르함 (2,672원)	42.00디르함 (15,269원)
10g당 가격	6.13디르함 (2,227원)	5.25디르함 (1,909원)
원산지	대한민국	대한민국
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 백/ 플라스틱 트레이	플라스틱 백/ 플라스틱 백
기타 표기사항	4g * 3packs	4g * 20packs
수입자	한아름 제너럴 트레이딩 (Hanarum General Trading)	한아름 제너럴 트레이딩 (Hanarum General Trading)
유통기한	1년	1년
인증	HACCP, Vegan, Gluten Free	HACCP, Halal
원료 및 첨가물	김, 옥수수유, 참기름, 정제염	건조 녹색 해조류(김), 옥수수유, 참기름, 들기름, 천일염

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

# III 경쟁기업



1. UAE 조미김 경쟁기업 선정
2. UAE 조미김 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. UAE 조미김 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

## 1. UAE 조미김 경쟁기업 선정

### ▶ 대표 경쟁기업으로 현지화가 잘 되어있는 글로벌기업 및 한국기업 총 3개사 선정

오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 현지화가 잘 되어 있는 현지 진출 기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함. 선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 22년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. A사는 모기업에서 분리되어 1996년에 설립, 28년의 업력을 보유하고 있으며 B사 또한 1996년 설립 이후 28년째 사업을 이어오고 있음. C사는 2015년에 법인으로 전환되어 현재까지 10년의 업력을 보유함

### ▶ 경쟁기업 3개사, 조미김 동일 품목 종류 조사

UAE에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 조미김 동일 품목 수를 조사한 결과, A사가 총 10개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그다음으로는 B사가 5개, C사가 3개의 동일 품목일 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 조미김 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
A사	한국	28년 <sup>7)</sup>	10개
B사	한국	28년	5개
C사	한국	9년	3개

자료: UAE 진출 조미김 경쟁기업 3개사 분석

7) 모기업에서 분리되어 설립된 날짜 기준 업력

## 2. UAE 조미김 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	23년도 기업 매출액
	직원 수	23년도 기업 직원 수
	설립연도	기업의 설립연도
	동일품목	조미김

### ▶ 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	까르푸, 스피니즈, 웨이트로즈, 한아름
온라인	아마존, 루루 하이퍼마켓, 킵슨스

### 3. UAE 조미김 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

---

#### ▶ 경쟁기업 3개사 UAE 온/오프라인 매장 진출

UAE에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점해 있는 것으로 확인됨. A사는 까르푸, 스피니즈, 웨이트로즈 세 군데에 진출하였으며 B사는 스피니즈와 웨이트로즈, C사는 한아름 한 군데에 입점함. 또한, A사는 UAE 인기 온라인 쇼핑몰인 루루 하이퍼마켓 1곳에 입점하여 제품을 유통하고 있음

#### ▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지와 소셜 미디어를 활용한 마케팅 진행

UAE 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 또한, A사와 C사 2개사는 페이스북, 인스타그램, 유튜브 등 소셜 미디어 채널을 운영하고 있음. 특히, A사는 글로벌 홈페이지와 글로벌 계정의 SNS 채널에서 브랜드 스토리, 제품 레시피, 오프라인 이벤트 정보 등 고객의 흥미와 참여를 이끄는 콘텐츠를 수시로 업로드하며 활발한 온라인 마케팅을 진행하고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 인증 정보, 원산지 등을 강조

UAE 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 인증 정보, 원산지 등을 강조하는 문구를 주로 사용하고 있음. A사와 B사는 할랄 인증 정보를 표현하는 문구를 사용하였으며, C사는 원재료인 뉴질랜드 천일염을 강조함. 또한 B사와 C사는 한국산 제품임을 표현하는 문구를 사용함. 이외에도 A사는 매운맛을 설명하는 홍보문구를 활용하고 있는 것으로 조사됨

[표 3.7] UAE 조미김 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
A사	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 까르푸</li> <li>- 스피니즈</li> <li>- 웨이트로즈</li> </ul> </li> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 루루</li> <li>- 하이퍼마켓</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (한국/글로벌)</li> <li>SNS 플랫폼 (한국/글로벌)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> <li>- 인스타그램</li> <li>- 유튜브</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 핫 스파이시</li> <li>- 할랄</li> <li>- HACCP</li> </ul>	
B사	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 스피니즈</li> <li>- 웨이트로즈</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (한국)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 할랄</li> <li>- 코리안</li> </ul>	
C사	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 한아름</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (한국/글로벌)</li> <li>SNS 플랫폼 (한국/글로벌)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인스타그램</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 뉴질랜드 천일염 사용</li> <li>- HACCP</li> </ul>	

자료: UAE 진출 조미김 경쟁기업 3개사 분석

① A사

기업 기본 정보	기업명	A사		
	기업 설명	A사는 다수의 세분화된 자체 브랜드로 소스, 장류, 간편식품, 냉동식품, 음료 등 넓은 제품군의 상품을 유통함. 모기업은 자체 종합식품브랜드를 중심으로 음식문화를 선도하는 종합식품회사로, 종합브랜드를 통해 레토르트 식품, 조미 식품, 소스류, 조미료 등의 다양한 상품을 생산, 유통하고 있음		
	위치	서울시 종로구 창경궁로 120		
	규모	동일 품목 수	10개	
설립연도		1996년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 까르푸 스피니즈 웨이트로지		제품명	스파이시 씨워드 스낵 (Spicy Seaweed Snack)
			중량	8g
	소비자가격		12.30디르함 (4,472원 <sup>8)</sup> )	
	제품 종류		조미김	
현지 진출 방법	포장 현지화	○ (중)	글로벌로 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	
	홍보 현지화	○ (중)	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	
홍보 방식				
	홍보 채널	자사 홈페이지(한국/글로벌), 페이스북(한국)/인스타그램/유튜브(한국, 글로벌)		
	게시 주기	(인스타그램) 주 3~4건		
	게시물 유형	기업 소개, 제품 안내, 제품 활용 레시피 안내, 프로모션 안내		

사진자료: 현지조사원 자료

8) 1디르함=363.56원(2024.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② B사

기업 기본 정보	기업명	B사		
	기업 설명	B사는 자체 생산 공장에서 제품을 생산하여 유통하는 한국 기업으로, 전장김, 조미김, 김스낵, 미역 등 다양한 해조류 제품을 개발하고 유통함. 2005년부터 해외 전시회 및 박람회에 참가하며 해외 시장을 개척, 현재 미국, 중국, 두바이 등 해외 21개국에 수출하고 있음		
	위치	충남 보령시 청소면 충서로 3647-40		
	규모	동일품목 수	5개	
설립연도		1996년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 스피니즈		제품명	시즌드 코리안 씨워드 김치 (Seasoned Korean Seaweed(Kimchi))
			중량	15g
			소비자가격	12.00디르함 (4,363원)
			제품 종류	조미김
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	UAE 현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음	
홍보 방식				
	홍보 채널	자사 홈페이지 (한국)		
	게시 주기	비정기적		
	게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 자체 쇼핑몰 구매처 안내		

사진자료: 현지조사원 자료

③ C사

기업 기본 정보	기업명	C사		
	기업 설명	C사는 1981년부터 자체적으로 김 판매를 시작하여 2020년 오백만불 수출탑에 선정될 정도로 김 제품에 대한 역사와 전통이 있는 기업으로, 고객들에게 사랑받는 제품을 만들기 위하여 최선을 다하는 기업임. 최신 위생설비와 철저한 관리 시스템을 통해 우수한 품질의 제품을 국내외 여러 채널에서 공급하며 HACCP, 유기인증, FSSC 인증 등의 제품 경쟁력을 보유하고 있음		
	위치	대전광역시 대덕구 신탄진로 351, 1층		
	규모	동일 품목 수	3개	
설립연도		2015년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 한아름		제품명	로스티드 레이버 (Roasted Laver)
			중량	80g
			소비자가격	42.00디르함 (15,269원)
			제품 종류	조미김
현지 진출 방법	포장 현지화	○ (하)	기업 국적 내 유통되는 포장 동일 활용	
	홍보 현지화	● (중)	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	
홍보 방식				
	홍보 채널	자사 홈페이지(한국/글로벌), 인스타그램(한국/글로벌)		
	게시 주기	1주에 1~2건		
	게시물 유형	기업 소개, 브랜드 및 제품 소개, 소비자 참여 이벤트 등		

사진자료: 현지조사원 자료

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

# IV

## 수입·유통업체 인터뷰

1. 루루(Lulu)
2. 타겟(Target)
3. 월마트(Walmart)

## Interview ①

9)



## 루루(Lulu) Sales Executive

### 루루 (Lulu)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
  - 1995년에 설립된 소매업체로 식료품, 신선식품, 전자제품, 가정용품 등을 취급하고 있음
  - UAE 내 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓을 통해 다양한 제품을 유통하고 있음

### 담당자 정보

Sales Executive

### 고객사 제품 정보

소비자기격	미정
중량	12g(4g*3)
인증	MUI Halal
마케팅 슬로건	그대로 취식하는 건강 스낵

### Q1. 고객사 제품의 가격, 포장, 용량, 인증 등에 대해 인기 경쟁 제품과 비교하여 피드백을 부탁드립니다.

고객사 제품을 인기 제품인 A사 올리브 오일 스낵(Snack with Olive Oil)과 비교했을 때, 고객사 제품은 양이 약간 적고 더 일반적인 맛입니다. A사 올리브 오일 스낵은 얇은 김 시트에 올리브 오일로 맛을 내어 가볍고 고소하며 짭짤한 맛이며 맛있고 건강한 스낵이라는 이미지를 갖고 있습니다. 각 패키지에는 4.5g의 김 시트가 든 개별 포장 3개가 포함되어 있어 총 13.5g입니다. 또한, 포장 방식은 대부분의 제품과 유사하며, 고객사 제품이 인증받은 할랄 인증은 UAE 소비자들이 중요하게 생각하는 점입니다. 전체적으로 고객사의 제품은 현재 시중에 나와 있는 제품들과 비교했을 때 특별한 차별점이 있지 않습니다.

### Q2. 귀사에서 취급하고 있는 조미김 제품의 인기 요소와 주요 차별점은 무엇인가요?

A사는 유명 브랜드로서 소비자들에게 인기가 있습니다. 주요 판매 포인트는 올리브 오일로 맛을 낸 김 시트로, 가볍고 감칠맛 나며 짭짤한 맛을 제공한다는 점입니다. 올리브 오일 양념은 김을 가볍고 바삭하게 유지하면서도 풍미를 더해줍니다. 이는 UAE 소비자들이 기대하는 맛과 잘 맞아떨어집니다.

### Q3. 현지 조미김 시장의 소비자 수요와 향후 동향은 어떻게 되나요? 주요 소비자는 누구인가요?

해조류는 영양상 이점으로 인해 인기를 끌고 있습니다. 칼로리가 낮고 비타민과 미네랄이 풍부하여 건강한 간식을 찾는 소비자들의 수요를 충족시키며, 접하지 못했던 세계 여러 음식을 궁금해하는 소비자들도 조미김을 많이 찾고 있습니다. 주요 소비자는 해조류 제품에 대해 긍정적 인식이 있는 젊은 층에서 중년층의 고객들입니다.

### Q4. 유통업체 입장에서 조미김 제품 구매 시 우선적으로 고려하는 요소는 무엇인가요?

유통업체들은 해조류 제품의 출처와 원산지, 그리고 제품의 안전성을 주로 고려합니다. 이와 더불어, 가격과 공급 또한 주요한 고려요소입니다. 대부분의 제품은 공급량이 제한되어 있어 유통업체들이 여러 공급업체로부터 제품을 조달해야 하는 어려움이 있습니다. 또한, 제품 공급이 불규칙하여 가격이 자주 변동되기 때문에 공급 방식도 유통업체의 고려 요소입니다.

### Q5. 현지 시장에서 어떤 유통 채널이 조미김 판매에 가장 적합하다고 생각하나요?

슈퍼마켓은 현재 이러한 제품을 제공하는 가장 인기 있는 채널입니다. 슈퍼마켓은 접근이 쉽고 매주, 매월 정기적으로 방문하는 소비자들이 있기 때문에 이러한 소비자들에게 고객사 제품이 노출되기 쉽고, 소비자들이 편하게 제품을 구매할 수 있습니다. 따라서 슈퍼마켓은 가시성과 판매 측면에서 유리한 유통 채널이기 때문에 유통업체들이 선호합니다.

---

**Q6. 현지에서 조미김에 대한 인식이 어떠한가요? 또한 그러한 인식이 생긴 이유는 무엇인가요?**

UAE에서 해조류 제품은 비주류라는 인식이 강합니다. 그러나 해조류를 알고 있는 사람들은 비타민과 미네랄이 풍부한 건강식품으로 인식하고 있습니다. 하지만 맛은 대부분의 현지 소비자 입맛에 익숙하지 않으며, 주로 UAE에 거주하는 일본인과 한국인 교민들이 선호합니다. 따라서 이러한 제품이 시장에서 수용되기 위해서는 조미가 필요하며, 여전히 일부 소비자들만이 구매하고 있습니다.

**Q7. 현지 주요 조미김 인기 제품의 마케팅 방법은 무엇이며, 고객사 제품이 이들과 차별화할 수 있는 방법을 추천 부탁드립니다.**

제품을 마케팅할 때 영양가와 글로벌 건강 간식 트렌드에 부합하는 점을 강조하는 것을 추천합니다. 고객사 제품은 다른 김 제품과 차이점이 없는 매우 일반적인 제품입니다. 따라서 다른 제품과 차별화하기 위해 독특한 판매 포인트를 추가해야 고객의 관심을 끌 수 있습니다. 특히, 해조류 맛은 고객의 관심을 끌지 못하기 때문에 다른 종류의 맛을 추가하는 것을 추천드립니다.

## Interview ②



까르푸 UAE  
(Carrefour UAE)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
  - 1995년에 설립된 소매업체로 식료품, 신선식품, 과일, 채소, 음료, 가정용품, 뷰티 및 개인 관리 제품, 유아용품 등을 취급하고 있음
  - 두바이에 본사를 두고 있으며 다양한 제품을 제공하고 있음

담당자 정보

Sales Executive

고객사 제품 정보

소비자가격	미정
중량	12g(4g*3)
인증	MUI Halal
마케팅 슬로건	그대로 취식하는 건강 스낵

10)

## 까르푸 UAE(Carrefour UAE) Sales Executive

### Q1. 고객사 제품의 가격, 포장, 용량, 인증 등에 대해 인기 경쟁 제품과 비교하여 피드백을 부탁드립니다.

경쟁제품인 오가닉 라더(Organic Larder)의 로스티드 씨워드 스낵 싸솔트(Roasted Seaweed Snack Seasalt)는 5g씩 판매하고 있는 반면, 고객사 제품은 4g으로 다소 적은 양입니다. 두 제품 모두 간단한 양념이 되어있는 구운 김으로, 이 점에서는 상당히 유사합니다. 그렇지만 오가닉 라더 제품은 유기농이고 고객사 제품은 유기농 여부가 명시되어 있지 않습니다. 고객사 제품은 포장과 인증 측면에서는 시장에서 차별화 요소가 부족해 경쟁력이 약합니다. 소비자들이 선호하는 더 큰 포장 크기를 제공하는 것을 고려해보길 바랍니다.

### Q2. 귀사에서 취급하고 있는 조미김 제품의 인기 요소와 주요 차별점은 무엇인가요?

현재 판매 중인 인기 조미김 제품은 유기농이라는 점에서, 시장 내 다른 제품과 차별화됩니다. 이 제품은 필수 비타민, 미네랄, 단백질을 제공하는 건강하고 영양가 높은 스낵이며, 특히 요오드, 칼슘, 철분과 같은 중요한 영양소의 훌륭한 공급원입니다. 또한, 천연 바다 소금으로 가볍게 양념되어 있어 맛을 더하고, 바삭한 식감으로 소비자들이 선호하는 제품입니다.

### Q3. 현지 조미김 시장의 소비자 수요와 향후 동향은 어떻게 되나요? 주요 소비자는 누구인가요?

최근 소비자들은 영양과 맛이 동시에 충족되는 건강한 간식을 찾는 경향이 있습니다. 또한 한국과 일본 요리의 인기가 높아지면서, 해조류 제품이 UAE 소비자들 사이에서 인기를 얻고 있습니다. 젊은 성인층과 다양한 연령대의 건강을 중시하는 소비자들이 조미김 제품의 주요 소비자로 자리 잡고 있습니다. 이러한 경향과 인기는 긍정적 전망을 보여주지만, 여전히 주류 간식보다는 대체 간식으로 인식되는 편입니다.

### Q4. 유통업체 입장에서 조미김 제품 구매 시 우선적으로 고려하는 요소는 무엇인가요?

유통업체들이 제품을 선택할 때 우수한 품질, 적절한 가격, 안정적인 공급을 기준으로 선택합니다. 이는 다양한 제품군과 다양한 지역의 상품을 다루며 쌓아온 경험에 기반한 결정입니다.

### Q5. 현지 시장에서 어떤 유통 채널이 조미김 판매에 가장 적합하다고 생각하나요?

슈퍼마켓 체인들은 조미김 제품을 판매하기에 매우 적합합니다. 대형 슈퍼마켓 체인이 가장 넓은 유통망을 제공하며, 고객사 제품과 같은 해외 스낵과 식품 종류를 다양하게 확장하고 있습니다. 또한 소비자들이 제품을 직접 시식하고, 세부 사항을 살펴본 후 구매할 수 있습니다. 향후 판매는 제품 자체와 소비자들의 만족도에 달려 있지만, 초기에는 대형 슈퍼마켓이 제품 판매에 가장 적합한 선택입니다.

---

**Q6. 현지에서 조미김에 대한 인식이 어떠한가요? 또한 그러한 인식이 생긴 이유는 무엇인가요?**

김 관련 제품들은 여전히 대다수의 현지 소비자들에게 낯선 제품입니다. 아직은 건강에 좋은 대체 간식을 찾는 일부 소비자들이나 특정 경로를 통해 이러한 제품을 접한 소비자들만이 알고 있습니다. 대부분의 사람들은 한국과 일본 문화를 접하면서 김에 대해 알게 됩니다. 또한, 소셜 미디어는 많은 소비자에게 해조류 제품을 알리는 데 매우 중요한 역할을 하고 있으며, 소비자들은 이를 건강한 간식으로 인식하고 있습니다.

**Q7. 현지 주요 조미김 인기 제품의 마케팅 방법은 무엇이며, 고객사 제품이 이들과 차별화할 수 있는 방법을 추천 부탁드립니다.**

제품을 더욱 독창적으로 만들어 다른 브랜드와 차별화할 필요가 있습니다. 고객사는 동일한 제품을 더 낮은 가격에 제공하거나 제품에 특별한 요소를 추가하여 제품을 홍보할 수 있습니다. 고객사는 제품에 맞는 독창적인 브랜드 정체성을 구축하고, 소비자들이 자주 방문하는 소셜 미디어에서 제품을 홍보할 수 있습니다.

## Interview ③

## Choithrams

초이트람스  
(Choithrams)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
  - 1974년에 설립된 소매업체로 식료품, 음료, 냉동식품, 채소, 과일, 육류, 유제품, 유아용품, 건강 및 미용 제품 등을 취급하고 있음
  - 두바이를 중심으로 다양한 제품을 제공하고 있음

담당자 정보  
Marketing

## 고객사 제품 정보

소비자가격	미정
중량	12g(4g*3)
인증	MUI Halal
마케팅 슬로건	그대로 취식하는 건강 스낵

초이트람스(Choithrams)  
Marketing

## Q1. 고객사 제품의 가격, 포장, 용량, 인증 등에 대해 인기 경쟁 제품과 비교하여 피드백을 부탁드립니다.

조미김 제품은 상당한 수요가 있어 고객사에게 판매 기회가 있을 것입니다. 그러나 고객사 제품을 살펴보면, E사와 같은 기존 브랜드와 경쟁하기 위한 특징이 부족합니다. 성공하기 위해서는 고객사 제품이 현지 시장에 있는 다른 제품과 차별화되면서 주로 맛 측면에서 소비자의 기대를 충족해야 합니다. 또한, 고객사 제품이 E사와 같은 브랜드의 제품 대신 고객사의 제품을 선택할 수 있을 만큼 매력적이어야 합니다.

## Q2. 귀사에서 취급하고 있는 조미김 제품의 인기 요소와 주요 차별점은 무엇인가요?

E사 조미김 제품의 주요 판매 포인트는 맛, 포장, 건강 효능, 그리고 브랜드 가치입니다. 씨제이 비비고는 김의 영양 가치를 활용하여 훌륭한 제품을 만들었고, 이 제품을 시장에 효과적으로 포지셔닝했습니다.

## Q3. 현지 조미김 시장의 소비자 수요와 향후 동향은 어떻게 되나요? 주요 소비자는 누구인가요?

조미김에 대한 구체적인 수요는 많지 않으며, 선택할 수 있는 제품의 폭이 넓지 않습니다. 조미김을 구매하는 소비자들은 E사와 같은 브랜드가 최고 품질의 한국 식품을 제공한다는 사실을 알고 있습니다. 따라서 조미김 소비자들은 E사 브랜드의 제품을 선호하며, 해당 제품에 대해 긍정적인 피드백을 남기고 재구매를 하고 있습니다.

#### Q4. 유통업체 입장에서 조미김 제품 구매 시 우선적으로 고려하는 요소는 무엇인가요?

잘 알려진 브랜드의 제품을 선호합니다. 잘 알려진 브랜드의 제품은 리스크를 최소화하고 높은 수익을 올릴 수 있기 때문입니다. 대형 브랜드와의 거래는 마진이 상대적으로 낮지만, 높은 판매량과 정기적인 공급이 가능하기 때문에 유통업체들에게 꾸준한 수익을 보장합니다. 또한, 대형 브랜드는 더 신뢰할 수 있는 생산 공정과 제품 안전성을 갖추고 있어 유통업체들에게 발생할 수 있는 문제를 줄여줍니다.

#### Q5. 현지 시장에서 어떤 유통 채널이 조미김 판매에 가장 적합하다고 생각하나요?

제품 판매를 위해 소매점, 특히 슈퍼마켓 체인과 온라인 플랫폼을 모두 활용해야 합니다. 슈퍼마켓은 소비자에게 제품을 노출시킬 수 있는 최적의 장소이며, 온라인 플랫폼은 재구매를 가능하게 할 것입니다.

#### Q6. 현지에서 조미김에 대한 인식이 어떠한가요? 또한 그러한 인식이 생긴 이유는 무엇인가요?

조미김은 주로 아시아 교민과 한국 음악 및 방송 프로그램 덕분에 인기를 끌고 있습니다. 현지 주민들은 아시아 교민과 한국 프로그램을 통해 조미김 제품에 대해 알게 되었고 관심을 갖게 되었습니다. 그러나 모든 사람들이 해조류의 맛을 선호하는 것은 아니어서, 해조류 맛의 호불호가 전체적인 제품 인식에 영향을 미치고 있습니다.

---

**Q7. 현지 주요 조미김 인기 제품의 마케팅 방법은 무엇이며, 고객사 제품이 이들과 차별화할 수 있는 방법을 추천 부탁드립니다.**

고객사 제품은 시장을 사로잡기 위한 필수 요소가 부족합니다. 따라서 고객사는 UAE 시장을 겨냥하여 더욱 매력적이고 영감을 주는 제품을 개발해야 하며, 동시에 소비자를 끌어들이기 위한 매력적인 제품 배경을 만드는 작업도 필요합니다.

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

V

# 경쟁력파악



1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹
3. 온라인 인기 제품 리뷰 분석

# 1. 제품 경쟁력 검증

## 1) 10g당 가격

### ● 경쟁제품(제조사)

- ① 스파이시 씨워드 스낵 (A사)
- ② 비비큐 씨워드 스낵 (A사)
- ③ 치즈 씨워드 스낵 (A사)
- ④ 시즌드 씨워드 오리지널 플레이버 (F사)
- ⑤ 시즌드 코리안 씨워드 김치 (B사)
- ⑥ 시즌드 코리안 씨워드 씨솔트 (B사)
- ⑦ 시즌드 코리안 씨워드 테리야키 (B사)
- ⑧ 씨워드 썬 토스티드 세서미 (G사)
- ⑨ 시즌드 씨워드 레이버 (H사)
- ⑩ 로스티드 레이버 (C사)

### ▶ 경쟁제품 10개의 10g당 평균 가격, 8.86디르함

경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격은 8.86디르함(3,221원<sup>12)</sup>)으로 나타남. 경쟁제품 중 고객사 제품과 같은 소포장 조미김 경쟁제품 9개의 평균 10g당 가격은 9.26디르함(3,366원)이며, 이를 참고하여 가격 경쟁력 있는 소비자가격을 책정할 것을 추천함

[표 5.1] UAE 조미김 가격 경쟁력 분석<sup>13)</sup>

(단위: 디르함/10g)



12) 1디르함=363.56원(2024.09.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

13) 고객사 요청에 따라 고객사 제품 가격은 블라인드 처리

## 2) 중량

### ● 경쟁제품(제조사)

- ① 스파이시 씨워드 스낵 (A사)
- ② 비비큐 씨워드 스낵 (A사)
- ③ 치즈 씨워드 스낵 (A사)
- ④ 시즌드 씨워드 오리지널 플레이버 (F사)
- ⑤ 시즌드 코리안 씨워드 김치 (B사)
- ⑥ 시즌드 코리안 씨워드 씨솔트 (B사)
- ⑦ 시즌드 코리안 씨워드 테리야키 (B사)
- ⑧ 씨워드 썬 토스티드 세서미 (G사)
- ⑨ 시즌드 씨워드 레이버 (H사)
- ⑩ 로스티드 레이버 (C사)

### ▶ 경쟁제품 10개의 평균 중량, 18.8g

조미김 경쟁제품 10개의 평균 중량은 약 18.8g으로 조사됨. 이는 소포장 조미김 멀티팩의 중량과 플라스틱 백 포장 조미김의 중량을 모두 포함하여 계산한 것임. 플라스틱 백 포장 조미김을 제외한 소포장 조미김 멀티팩의 평균 중량은 12.0g으로 고객사 제품과 같은 수준임. 고객사는 제품의 현재 중량을 유지하는 방안과 함께, 가족단위 소비자를 겨냥한 대용량 제품의 출시를 고려해 볼 수 있음

[표 5.2] UAE 조미김 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

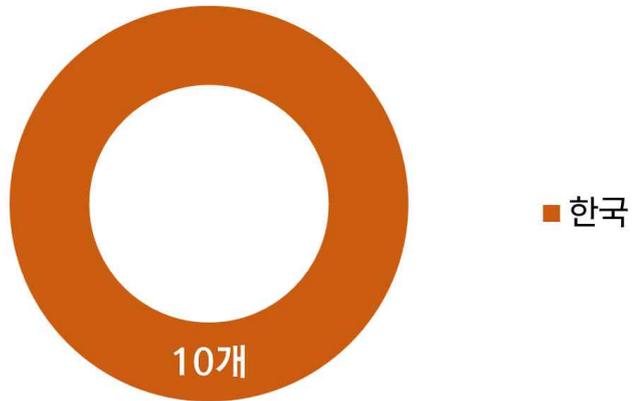


## 3) 원산지

## ▶ 경쟁제품 10개 원산지, 모두 한국

UAE에서 판매되고 있는 조미김 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 모두 한국산인 것으로 나타남. 이를 통해 현지에서는 한국산 조미김의 인지도가 높으며 한국산 제품의 수요가 많은 것으로 확인됨

[표 5.3] UAE 조미김 원산지 경쟁력 분석

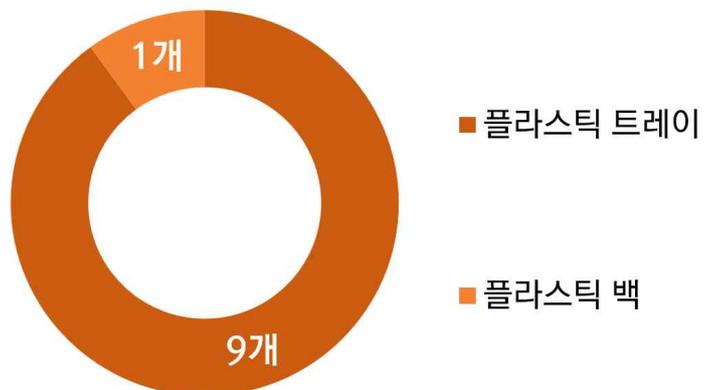


## 4) 내부 포장 형태

## ▶ 현지 경쟁제품 10개 중 9개, 플라스틱 트레이 내부 포장

UAE에서 판매 중인 조미김 경쟁제품 10개 중 9개 제품은 내부 포장 형태가 플라스틱 트레이인 것으로 확인됨. 제품의 특성을 고려하여 내용물을 플라스틱 트레이에 담는 형태의 포장이 일반적으로 사용되며, 그 외 1개 제품은 플라스틱 백으로 포장되어 유통되는 것으로 조사됨

[표 5.4] UAE 조미김 내부 포장 형태 경쟁력 분석

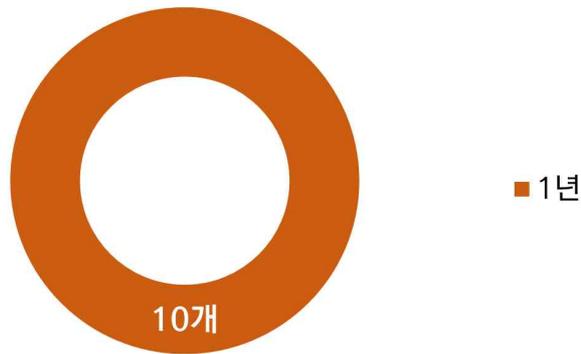


5) 유통기한

▶ 현지 경쟁제품 10개, 유통기한 1년

UAE에서 판매 중인 조미김 경쟁제품 10개의 유통기한을 조사한 결과, 10개 제품 모두 유통기한이 1년인 것으로 나타남. 고객사는 최소 1년 이상의 유통기한을 설정하는 것이 경쟁력 확보에 유리할 것으로 판단됨

[표 5.5] UAE 조미김 유통기한 형태 경쟁력 분석

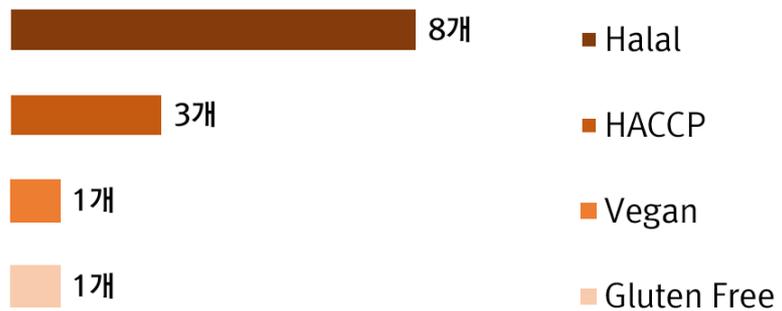


6) 인증<sup>14)</sup>

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 8개 제품, 할랄 인증

UAE에서 판매 중인 조미김 경쟁제품 10개의 인증 정보를 조사한 결과, 8개 제품이 Halal 인증을 받은 것으로 나타남. 또 다른 3개 제품은 HACCP 인증을 취득하였으며, 그 외 Vegan, Gluten Free 인증을 받은 제품도 각각 1개씩 확인됨. 이를 고려했을 때, UAE 시장에서는 Halal 인증 취득은 필수적이며 선택적으로 HACCP 및 기타 인증의 취득을 고려할 것을 제언함

[표 5.6] UAE 조미김 인증 경쟁력 분석



14) 개별제품의 복수 표기사항 포함

## 2. 기업 마케팅 벤치마킹

### 1) SNS 마케팅 분석

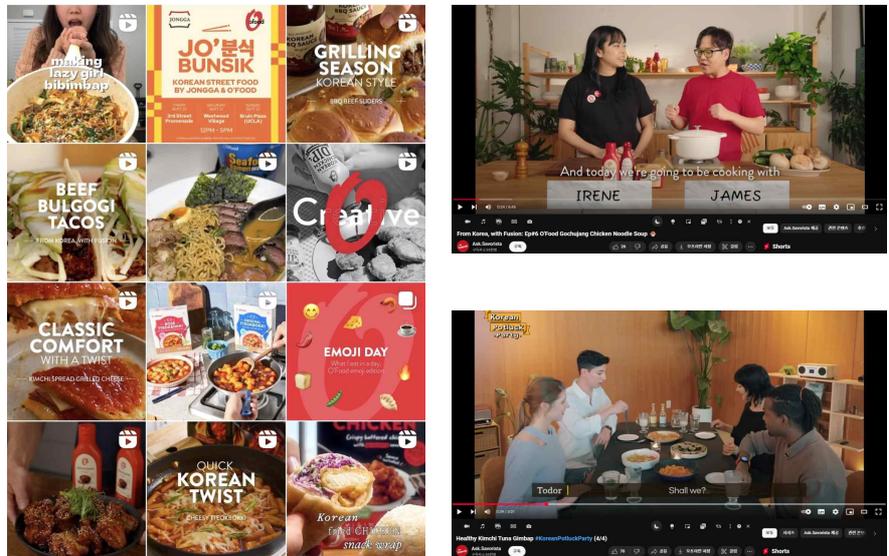
#### 인스타그램 게시물 예시



### ▶ 벤치마킹 기업, 한식 소개 및 소비자의 요리 경험에 초점

A사의 글로벌 인스타그램 채널 분석 결과, 다양한 한국 음식의 소개와 소비자의 요리 경험에 초점을 맞춘 콘텐츠가 주를 이루는 것을 확인함. 최근 자사 제품을 활용한 김치 주먹밥을 만드는 요리 영상은 88만 조회수를 기록한 바 있으며, 다양한 인종의 소비자들이 한식을 맛보고 직접 요리하는 모습을 영상으로 담은 콘텐츠로 소비자의 호기심과 친밀감을 불러일으키고 있음. 이외에도 일관된 썸네일을 사용한 시리즈 콘텐츠와 퓨전 한식 레시피를 알려주는 숏폼 형태의 영상 및 제품 안내 영상을 활용하여 소비자의 관심을 끌고 있는 것으로 나타남

[표 5.7] UAE 조미김 기업 마케팅 벤치마킹



### 2) 콘텐츠 마케팅 분석

### ▶ 벤치마킹 기업, 글로벌 홈페이지를 통한 레시피 제공 등 제품 활용 팁 제공

A사는 글로벌 홈페이지를 통해 브랜드 및 다양한 제품을 소개하는 동시에, 자사 제품을 활용한 다양한 레시피 및 활용 팁을 안내하고 있음. 3~5분 정도 소요되는 아주 간단한 요리부터 서양 요리에 한식의 맛을 가미하는 요리 방법과 전통 한식 요리 방법을 공유함. 이를 통해 새로운 한식 재료의 사용에 대한 문턱을 낮추며 자사 제품을 통해 경험할 수 있는 미식을 알리고 있음

### 3. 온라인 인기제품 리뷰 분석

#### ▶ 분석 지표 선정 및 대표 키워드

온라인 인기제품 리뷰 빅데이터 감성분석 진행을 위해 고객사 조사 희망 지표에 따라 분석 대상 지표를 선정함. 선정된 지표는 가격, 중량, 제품 선호도, 맛, 품질로 5가지이며, 선정 지표 및 제품 특징을 기반으로 한 키워드집을 구축하여 리뷰 데이터를 수집함

[표 5.8] 온라인 인기제품 리뷰 분석 지표 선정 및 대표 키워드

지표	지표 설명	대표 키워드
가격	판매 제품 가격에 대한 평가	Price, Cheap, Value, Expensive 등
중량	판매 제품 중량에 대한 평가	Weight, Portion, Size, Light 등
제품 선호도	판매 제품 선호도에 대한 평가	Satisfaction, Favorite, Recommend 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Taste, Flavor, Yummy, Crispy 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Quality, Consistent, Premium, Excellent 등

#### ▶ 아마존에서 판매되고 있는 조미김 제품 선정

[표 5.9] 온라인 인기제품 리뷰 분석 제품 정보



판매 사이트	아마존 (Amazon)	리뷰 수	430건
제품명	D사 스낵 오가닉 로스티드 씨워드 (Gimme Snacks Organic Roasted Seaweed)		
제품 종류	조미김	소비자가격	149.50달러 (54,352원)
중량	100g (5g * 20ea)	포장	플라스틱 백 / 플라스틱 트레이
특징	한 봉지당 30칼로리의 유기농 김으로, 케토, 비건, 베지테리언, 글루텐 프리, 저탄수화물 식이에 적합한 건강한 간식입니다.		

● 조사 제품

사이트	아마존
분석 건수	430건
제품명	D사 스낵 오가닉 로스티드 씨워드
제품 종류	조미김
소비자가격	149.50디르함 (54,352원)
중량	100g (5g * 20EA)
포장	플라스틱 백 / 플라스틱 트레이
특징	한 봉지당 30칼로리의 유기농 김으로, 케토, 비건, 베지테리언, 글루텐 프리, 저탄수화물 식이에 적합한 건강한 간식입니다.

▶ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, '맛'에 대한 만족도 가장 높아

빅데이터 분석을 통해 UAE 온라인 쇼핑몰 아마존에서 판매되고 있는 조미김 인기 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, '맛'에 대한 긍정 점수가 820점으로 가장 높게 나타나 맛에 대한 소비자의 만족도가 가장 높은 것으로 확인됨. 그다음으로는 '중량'에 대한 긍정 점수가 567점으로 높은 편인 것으로 조사되어, UAE 소비자들은 온라인에서 판매되고 있는 조미김 제품에 대하여 맛과 중량에 대한 관심도가 높은 편임을 확인함

[표 5.10] 온라인 인기제품 리뷰 분석

(단위: 점)



[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지표	긍정 점수	부정 점수
가격	272	96
맛	820	383
제품 선호도	291	80
중량	567	261
품질	306	140
종합	2,256	960

▶ **건강한 간식과 맛 등 건강상 효능과 좋은 풍미 선호**

UAE 조미김 인기 제품의 리뷰 키워드 분석 결과, ‘바다 소금’, ‘김 스낵’, ‘건강 스낵’, ‘구운 김’ 등의 키워드가 빈출되어, 건강한 재료로 만든 스낵에 대한 관심도 및 선호도가 높은 것을 확인함

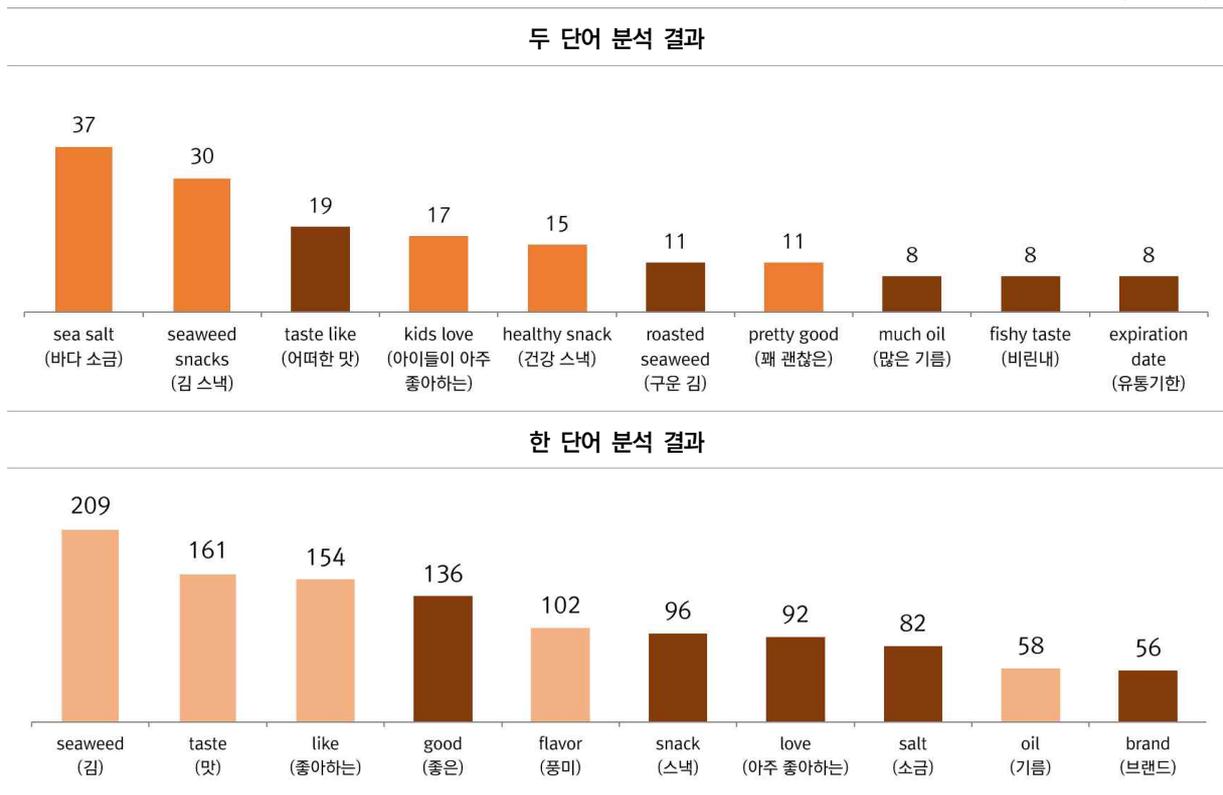
이 외, ‘맛’, ‘풍미’ 등의 키워드를 통해 좋은 풍미의 맛에 대한 선호 요인도 확인함. ‘아이들이 좋아하는’, ‘브랜드’ 등의 키워드도 순위권에 든 것으로 확인됨

“I enjoy snacking and when I do I like healthy snacks and gimMe sea salt Seaweed Snacks have been my go to for many years. Eating them to me is kind of like having potato chips, but healthy.”

“저는 간식 먹는 것을 즐기며 간식을 먹을 때마다 건강한 스낵을 먹는 것을 좋아합니다. D사 씨슬트 씨워드 스낵은 몇 년 내내 제가 즐겨먹는 간식입니다. 포테이토 칩을 먹는 것과 비슷한 느낌이지만 이걸 먹는 것은 건강에도 좋습니다.”

[표 5.11] UAE 조미김 온라인 인기제품 리뷰 다빈출 키워드 분석<sup>15)</sup>

(단위: 개)



15) UAE 조미김 인기제품의 리뷰에서 발생한 키워드의 빈도 수를 분석함

## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

1. 대한민국 외교부 (mofa.go.kr)
2. 스탓티스타 (www.statista.com)
3. 아마존 홈페이지 (www.amazon.ae)
4. 루루 하이퍼마켓 홈페이지 (www.luluhypermarket.com/en-ae)
5. 킵슨스 홈페이지 (www.kibsons.com)
6. 까르푸 홈페이지 (www.carrefouruae.com)
7. 스피니즈 홈페이지 (www.spinneys.com/en-ae)
8. 웨이트로즈 홈페이지 (www.waitrose.ae/en)
9. 한아름 홈페이지 (hmart-uae.com)
10. A사 홈페이지
11. B사 홈페이지
12. C사 홈페이지
13. 초이트람스 홈페이지 (www.choithrams.com/en)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2024.10.18

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

Copyright 2024 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.  
Printed in Korea