

2023

수산물 수출기업 맞춤형 시장조사



No. 202309-04

품목 동태알탕(Pollack Soup)

HS CODE 1604.20-9000

국가 미국(USA)

구분 경쟁력분석형



CONTENTS

2023 수산식품 수출기업 맞춤형 시장조사

I. 요약	03
II. 경쟁제품	
1. 미국 동태알탕 경쟁제품 선정	05
2. 미국 동태알탕 경쟁제품 조사지표 선정	10
3. 미국 동태알탕 경쟁제품 현지조사 결과	11
III. 경쟁기업	
1. 미국 동태알탕 경쟁기업 선정	23
2. 미국 동태알탕 경쟁기업 현지화 분석 기준	24
3. 미국 동태알탕 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	26
IV. 수입·유통업체 인터뷰	
1. 울타리몰(Wooltari)	35
2. 서울 밀즈(Seoul Mills)	37
3. 메가 마트(Mega Mart)	39
V. 경쟁력파악	
1. 제품 경쟁력 검증	42
2. 벤치마킹 제품 분석	46
3. 기업 마케팅 벤치마킹	48

*참고문헌

49



■ 온라인 인기제품

판매채널		제품명	제조사명
온라인몰 인기 판매제품	울타리몰 (Wooltari)	설래담 해물알탕	A사
		설래담 모듬해물탕	A사
	서울 밀즈 (Seoul Mills)	제주 김녕 알탕	C사
		제주 김녕 동태탕	C사
	메가 마트 (Mega Mart)	얼큰한 대구탕	D사
		더 기운센 장어탕	E사

■ 오프라인 주요 경쟁제품

푸짐한 알탕 (H사)		시원하고 칼칼한 동태찌개 (H사)	
	가격 11.99달러 (15,740원)		가격 12.99달러 (17,053원)
	중량 1,000g		중량 1,000g
신뢰도를 높이는 포장 형태		경쟁제품 중 가장 빈도수가 많은 중량, 1,000g	

■ 경쟁기업 3개사 분석

	G사	I사	J사	미국 현지 진출 경쟁기업 현황
국적	한국	한국	한국	경쟁기업 3개사 중 1개사, 포장 미국 현지화 + 경쟁기업 3개사 중 2개사, 글로벌 자사 홈페이지를 활용해 기업 및 제품 홍보
포장 현지화	○	○	●	
홍보 현지화	○	●	●	
입점 채널	오프라인만 활용	오프라인만 활용	오프라인만 활용	
홍보 채널	자사 홈페이지(한국) SNS 플랫폼(한국)	자사 홈페이지(한국/글로벌), SNS 플랫폼(한국)	자사 홈페이지(한국/글로벌)	

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(100g당) (2.42달러 (3,177원))	○	동태알탕(해물탕) 10개	포장 형태(내포장) (플라스틱 용기)	●	플라스틱 용기
		1.55달러 (2,035원)			플라스틱 파우치
중량(g) (990g)	●	동태알탕(해물탕) 10개	포장 형태(외포장) (종이 락)	●	6개
		약 786g			4개
원산지 (한국)	●	한국산	기타 표기 형태 (3~4인분)	●	종이 락, 비닐
		10개			단일포장
					종이 박스
					플라스틱 파우치
					5개
					3개
					1개
					1개
					3~4인분
					2인분
					표기 없음
					4개
					2개
					4개

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 100g당 가격이 경쟁제품 평균보다 높은 편으로, 가격을 낮추어 경쟁력을 높이는 것을 고려해볼 수 있음 2) 고객사 제품 중량은 경쟁제품 평균보다 큰 편이나 경쟁제품 5개가 1,000g 이상이므로 중량을 조금 더 높이는 방법이 있음
Point 02.	1) 인터뷰와 경쟁제품 제품 분석 결과, 제품 외포장에 브랜드와 제품의 강점을 조금 더 강조하는 문구 기입을 권장함 2) 기업 마케팅 벤치마킹 분석 결과, 종이 락, 비닐, 플라스틱 용기 포장으로 밀폐력 향상 및 신선도 강조를 권장함

2023

수산물 수출기업
맞춤형 시장조사



at 한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

II 경쟁제품

1. 미국 동태알탕 경쟁제품 선정
2. 미국 동태알탕 경쟁제품 조사지표 선정
3. 미국 동태알탕 경쟁제품 현지조사 결과



1. 미국 동태알탕 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	이것이 동태알탕
제품 종류	동태알탕 밀키트
소비자 가격	31,600원 (23.96달러 ¹⁾)
중량	990g
포장	플라스틱 용기
특징	최상품의 곤이를 꾸집하게 넣어 조식감, 밀도감이 우수하며, 가정에서 손쉽게 조리할 수 있는 제품

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명 : 이것이 동태알탕
 - 제품 종류 : 동태알탕
 - 중량 : 990g
 - 포장 형태 : 플라스틱 용기, 냉동포장

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 울타리물(Wooltari)
 2. 서울 밀즈(Seoul Mills)
 3. 메가 마트(Mega Mart)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 Top 3 제품 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 : 한인마트
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정
- ③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
 - 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사
- ② 제품 분석
 - (온·오프라인) 인기제품 요인 분석
 - 벤치마킹 제품 분석

1) 1달러=1,312.80원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

미국 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
 WOOLTARI 울타리몰	정육, 수산물, 간편식품, 반찬, 간식, 음료, 김치, 양념 등 양념, 면
 Seoul Mills 서울 밀즈	간편식품, 스낵, 곡류, 수산물, 반찬, 채소 등
 MEGA MART 메가 마트	산식품, 가공식품, 스낵, 음료 등

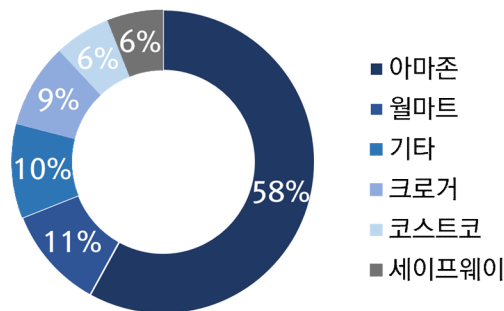
▶ 동태알탕 경쟁제품군 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사지표를 바탕으로 동태알탕 제품의 경쟁제품군으로 동태알탕 및 해물탕 밀키트 제품을 설정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 미국 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 국산 알탕 및 해물탕 제품이 많이 팔리고 있으며 상위 인기제품인 것으로 확인됨. 한편, 미국 온라인 쇼핑몰 점유율 상위권을 차지하고 있는 아마존, 월마트, 크로거에서는 동태알탕 및 해물탕 제품을 판매하지 않아 기타 온라인 쇼핑몰에서 조사를 진행함

[표 2.1] 미국 온라인 쇼핑몰 점유율



자료 : 스탯ISTA(Statista) 홈페이지

[표 2.2] 미국 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

울타리몰 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준)²⁾

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	알탕	A사	설래담 해물알탕 (Seafood Spicy Fish Egg Soup)	한국	24.95달러 (32,754원)	660g	
2	해물탕	A사	설래담 모듬해물탕 (Seafood Soup)	한국	22.95달러 (30,129원)	750g	
3	해물탕	A사	민물새우 매운탕 (Freshwater Shrimp Soup (Spicy))	한국	6.95달러 (9,124원)	350g	

[표 2.2] 미국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

서울 밀즈 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	알탕	C사	제주 김녕 알탕 (Jeju Gimnyeong Frozen Seafood Mix with Roe)	한국	21.99달러 (28,868원)	1,000g	
2	매운탕	C사	제주 김녕 동태탕 (Jeju Gimnyeong Frozen Seafood Mix with Pollack)	한국	21.99달러 (28,868원)	1,000g	
3	매운탕	C사	제주 김녕 대구탕 (Jeju Gimnyeong Frozen Seafood Mix with Hake)	한국	21.99달러 (28,868원)	1,000g	
메가 마트 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	매운탕	D사	얼큰한 대구탕 (Spicy Codfish)	(-)	14.99달러 (19,679원)	1,000g	
2	매운탕	E사	더 기운센 장어탕 (Strong Eel Tang)	한국	6.99달러 (9,176원)	400g	
3	매운탕	F사	전통 남원 추어탕 (Namwon Chueotang)	한국	4.99달러 (6,551원)	300g	

자료: 울타리몰(Wooltari), 서울 밀즈(Seoul Mills), 메가 마트(Mega Mart) 홈페이지

사진 자료: 울타리몰(Wooltari), 서울 밀즈(Seoul Mills), 메가 마트(Mega Mart) 홈페이지

3) 조사일(2023.08.11.) 기준

4) 조사일(2023.08.11.) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정

미국 로스앤젤레스 정보⁵⁾

인구	382만 2,238명
면적	약 1,207km ²

▶ 미국 로스앤젤레스, 방문지역으로 선정

미국 로스앤젤레스를 방문지역으로 선정함. 캘리포니아주는 경제 규모가 세계 5~7위 국가에 해당하는 수준으로, 약 3,900만 명 이상의 인구를 보유한 미국 최대 주임. 특히 캘리포니아에서 가장 인구가 많은 지역인 로스앤젤레스는 미국 전체에서 뉴욕에 이어 두 번째로 큰 도시로, 세계에서 가장 다양한 인종이 모여드는 도시 중 하나임. 연간 생산량이 8,070억 달러인 로스앤젤레스 카운티는 세계 19위의 국내총생산(GDP) 규모에 달하는 지역임

▶ 현지조사 매장 선정, 한인마트

고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여, 한인마트를 주요 조사매장으로 선정함

[표 2.3] 미국 주요 유통채널 현황

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓/슈퍼마켓	코스트코(Costco), 월마트(Walmart)
슈퍼마켓	타겟(Target), 홀푸드마켓(Whole Food Market), 트레이더 조(Trader Joe's), 크로거(Kroger)
아시안/한인마트	아리랑 슈퍼마켓(Arirang Supermarket), 에이치마트(H Mart), 시온 마켓(Zion Market), 도쿄 센트럴(Tokyo Central)
편의점	세븐일레븐(7-Eleven), 케이스스 제네럴 스토어(Casey's General Stores), 엑스트라 마일(ExtraMile)
온라인	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 크로거(Kroger), 울타리몰(Wooltari), 서울 밀즈(Seoul Mills), 메가 마트(Mega Mart)

■ 고객사 진출 선호 매장

5) 자료: 미국 인구조사국 홈페이지

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정

(*) 아리랑 슈퍼마켓(Arirang Supermarket), 에이치마트(H Mart), 시온마켓(Sion Market)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 동태알탕: 명태를 열린 동태와 명태알, 대구 곤이 등이 들어가며 해산물 소스를 넣고 끓여서 먹을 수 있게 만든 밀키트 제품. 고객사 요청에 따라 해물탕 제품을 경쟁제품으로 추가 선정함

[표 2.4] 미국 동태알탕 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인	동태알탕, 해물탕
① 욕심담은 놀부 암사동알탕 (G사)	○ (아리랑 슈퍼마켓)	(-)	○
② 푸짐한 알탕 (H사)	○ (아리랑 슈퍼마켓, 에이치마트, 시온마켓)	(-)	○
③ 얼큰하고 칼칼한 알탕 (I사)	○ (에이치마트)	(-)	○
④ 해물알탕 (J사)	○ (시온마켓)	(-)	○
⑤ 알찬동태탕 (K사)	○ (시온마켓)	(-)	○
⑥ 제주 김녕 해물탕 (L사)	○ (아리랑 슈퍼마켓, 에이치마트, 시온마켓)	○ (서울 밀즈)	○
⑦ 얼큰한 대구탕 (H사)	○ (아리랑 슈퍼마켓, 에이치마트, 시온마켓)	(-)	○
⑧ 시원하고 칼칼한 동태찌개 (H사)	○ (아리랑 슈퍼마켓, 에이치마트, 시온마켓)	(-)	○
⑨ 군산 통오징어 해물탕 (M사)	○ (아리랑 슈퍼마켓, 에이치마트)	(-)	○
⑩ 동태탕 (J사)	○ (시온마켓)	(-)	○

(*) 현지 판매 동태알탕 경쟁제품 10개 분석

2. 미국 동태알탕 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 미국 동태알탕 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 미국 동태알탕 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격	제품의 100g당 가격
중량	중량(g)	제품의 포장 단위
제품 종류	동태알탕	명태를 얼린 동태와 명태알, 대구 곤이 등이 들어가며 해산물 소스를 넣고 끓여서 먹을 수 있게 만든 밀키트 제품
포장 형태	종이 띠, 종이 박스, 비닐, 플라스틱 용기 및 파우치	종이 소재로 제품을 감싼 띠, 종이 소재의 박스, 비닐, 플라스틱 소재의 용기 또는 파우치
유통기한		제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기간
원산지		제품의 원산지
기타 표기사항		기타 제품의 표기사항
홍보문구		제품의 홍보문구
제품 수입상 정보		제품의 수입자 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

3. 미국 동태알탕 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 미국 로스앤젤레스에 위치한 한인마트 3곳

미국 로스앤젤레스에 위치한 한인마트인 아리랑 슈퍼마켓(Arirang Supermarket), 에이치마트(H Mart)와 시온 마켓(Zion Market)을 방문함. 아리랑 슈퍼마켓은 캘리포니아에 위치한 대표적인 한인마트임. 에이치마트는 미국 전역에 80개의 매장을 운영하는 한인마트 체인으로, 한국 음식을 포함한 아시아 식품뿐만 아니라 서양 식료품까지 판매하고 있음. 시온 마켓은 캘리포니아를 중심으로 총 7개의 매장을 운영하고 있음

[표 2.6] 미국 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
아리랑 슈퍼마켓 (Arirang Supermarket)	한인마트	2	· 캘리포니아에 위치한 대표적인 한인마트 · 다양한 한국산 식품과 소비재를 저렴하게 판매
에이치마트 (H Mart)	한인마트	5	· 미국 전역 80개 매장을 운영하는 슈퍼마켓 체인 · 한국, 아시아, 서양 등 다양한 식료품 판매
시온 마켓 (Zion Market)	한인마트	3	· 캘리포니아 주를 중심으로 7개 매장 운영 · 온라인 어플리케이션 운영으로 추가 경쟁력 확보



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품, 10개 중 4개 제품 3개의 방문 매장에서 판매

아리랑 슈퍼마켓, 에이치마트, 시온 마켓 총 3개 매장 방문 후 인기 경쟁제품을 조사한 결과, 10개 중 4개 제품이 모든 3개의 매장에서 판매 중인 것을 확인함. 4개 제품은 1개의 매장에서, 나머지 2개 제품은 2개의 매장에서 판매 중인 것으로 조사됨. 시온 마켓은 10개의 경쟁제품 중 7개의 제품을 취급하고 있어, 방문한 3개 매장 중 비교적 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	아리랑 슈퍼마켓	에이치마트	시온 마켓
① 욕심담은 놀부 암사동알탕 (G사)	○		
② 푸짐한 알탕 (H사)	○	○	○
③ 얼큰하고 칼칼한 알탕 (I사)		○	
④ 해물알탕 (J사)			○
⑤ 알찬동태탕 (K사)			○
⑥ 제주 김녕 해물탕 (L사)	○	○	○
⑦ 얼큰한 대구탕 (H사)	○	○	○
⑧ 시원하고 칼칼한 동태찌개 (H사)	○	○	○
⑨ 군산 통오징어 해물탕 (M사)	○	○	
⑩ 동태탕 (J사)			○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 아리랑 슈퍼마켓(Arirang Supermarket)

매장 정보

- 유형: 한인마트
- 판매 제품 특징:
한국 음식, 한국산 식료품 및
신선식품 등 다양한 한국 관련
제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 한인

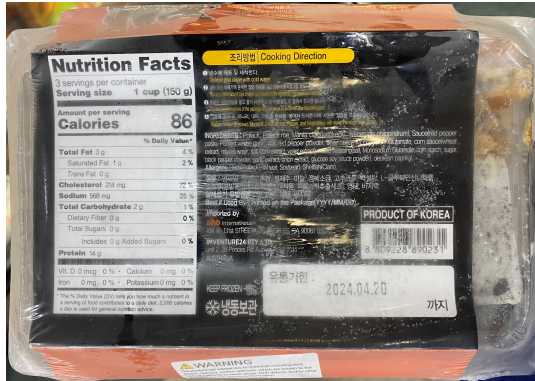
브랜드 기본 정보6)		아리랑 슈퍼마켓은 캘리포니아에 위치한 대표적인 한인 슈퍼마켓으로, 다양한 한국산 식품과 소비재를 저렴한 가격에 판매하고 있음. 한국 음식 및 한국산 식료품뿐만 아니라, 고구마 등 한국산 신선식품 및 한국산 화장품 등 한국에서 제조된 다양한 공산품을 판매하여 한인 소비자의 방문이 잦은 슈퍼마켓임
		조사 제품 수: 2개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 로스앤젤레스
	상세주소	9580 Garden Grove Blvd, Garden Grove, CA92844

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 동태알탕 경쟁제품 정보	
		
	육심담은 놀부 암시동알탕 (G사)	제주 감녕 해물탕 (L사)

사진자료: 현지조사원 자료

			
제품명 (현지어)	육심담은 놀부 암사동알탕 (Fish Roe Stew-Nolboo)	제조사 (현지어)	G사
제품 종류	알탕	중량	450g
소비자가격	8.99달러 (11,802원)	100g당 가격	2.00달러 (2,623원)
원산지	한국	기타 표기사항	보관방법: 냉동보관, 조리방법
포장 형태 (외부/내부)	종이 띠, 비닐/플라스틱 용기	홍보문구	좋은 육심을 담다
수입자 (현지어)	쇼 인터내셔널 (Sho International)	원료 및 첨가물	명태알, 양념 고추장, 정제수, 마늘, 정제소금, 고춧가루, 백설탕 등

			
제품명 (현지어)	제주 김녕 해물탕 (Jeju Gimnyeong Frozen Seafood Mix)	제조사 (현지어)	L사
제품 종류	해물탕	중량	1,000g
소비자가격	9.99달러 (13,115원)	100g당 가격	1.00달러 (1,311원)
원산지	한국	기타 표기사항	보관방법, 3~4인분, 유네스코 3관왕 청정 제주
포장 형태 (외부/내부)	종이 띠, 비닐/플라스틱 용기	홍보문구	제주산 ‘뽕소리’가 들어 있어 더욱 맛있습니다.
수입자 (현지어)	케이제이씨 아메리카 (KJC America)	원료 및 첨가물	오징어, 흰다리조개, 키조개, 멍게, 버터조개, 주꾸미, 새우 등

Shop ② 에이치마트(H Mart)

매장 정보

- 유형: 한인마트
- 판매 제품 특징:
한국 식품, 아시아 식품, 서양 식품 등 식료품을 전문으로 취급함
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 한인

브랜드 기본 정보7)		에이치마트는 한아름 그룹에 속한 미국의 슈퍼마켓 체인으로 1982년에 설립되었으며, 현재까지 미국 전역에 80개의 매장이 운영되고 있음. 한국 음식을 전문으로 판매하는 매장으로 시작하여 현재에는 아시아 식품과 광범위한 서양 식료품을 판매하고 있음
	조사 제품 수: 5개	

매장 정보		
	위치	도시(지역) 로스앤젤레스
	상세주소	8911 Garden Grove Blvd, Garden Grove, CA 92841

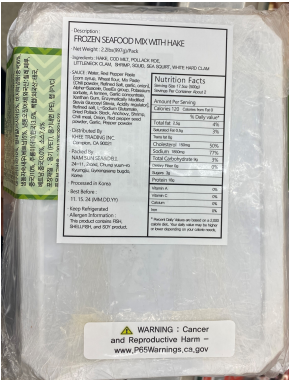
매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

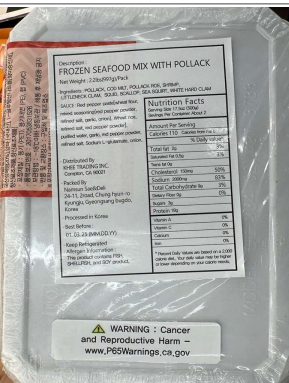
제품 판매 정보	판매 동태알탕 경쟁제품 정보		
			
	푸짐한 알탕 (H사)	얼큰하고 칼칼한 알탕 (I사)	
			
	얼큰한 대구탕 (H사)	시원하고 칼칼한 동태찌개 (H사)	군산 통오징어 해물탕 (M사)

사진자료: 현지조사원 자료

			
제품명 (현지어)	부침한 알탕 (Spicy Fish Roe Soup)	제조사 (현지어)	H사
제품 종류	알탕	중량	1,000g
소비자가격	11.99달러 (15,740원)	100g당 가격	1.20달러 (1,574원)
원산지	한국	기타 표기사항	보관방법: 냉동보관, 조리방법, 3~4인분
포장 형태 (외부/내부)	종이 띠, 비닐/플라스틱 용기	홍보문구	(-)
수입자 (현지어)	키 트레이딩 (KHEE Trading)	원료 및 첨가물	가리비, 명태알, 대구 곤이, 냉동바 지락, 냉동오징어채, 얼린 명태 등

			
제품명 (현지어)	얼큰하고 칼칼한 알탕 (Spicy Fish Roe Stew)	제조사 (현지어)	I사
제품 종류	알탕	중량	530g
소비자가격	14.99달러 (19,679원)	100g당 가격	2.83달러 (3,173원)
원산지	한국	기타 표기사항	보관방법: 냉동보관, 조리방법
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/플라스틱 용기	홍보문구	신선하고 맛있는, 매콤하고 맛있는 양념장이 들어있어요.
수입자 (현지어)	그랜드 비케이 (Grand BK)	원료 및 첨가물	명태알, 새꼬리민태알, 대구 곤이, 고추장, 물, 소금 등

			
제품명 (현지어)	얼큰한 대구탕 (Spicy Hake Soup)	제조사 (현지어)	H사
제품 종류	알탕	중량	1,000g
소비자가격	14.99달러 (19,679원)	100g당 가격	1.50달러 (1,968원)
원산지	한국	기타 표기사항	보관방법: 냉동보관, 조리방법, 3~4인분
포장 형태 (외부/내부)	종이 띠, 비닐/플라스틱 용기	홍보문구	(-)
수입자 (현지어)	키 트레이딩 (KHEE Trading)	원료 및 첨가물	민대구, 곤이, 명태알, 바지락냉동, 냉동자숙새우, 냉동오징어채 등

			
제품명 (현지어)	시원하고 칼칼한 동태찌개 (Frozen Pollack Soup)	제조사 (현지어)	H사
제품 종류	알탕	중량	1,000g
소비자가격	12.99달러 (17,053원)	100g당 가격	1.30달러 (1,705원)
원산지	한국	기타 표기사항	보관방법: 냉동보관, 조리방법, 3~4인분
포장 형태 (외부/내부)	종이 띠, 비닐/플라스틱 용기	홍보문구	(-)
수입자 (현지어)	키 트레이딩 (KHEE Trading)	원료 및 첨가물	명태, 대구 곤이, 명태알, 새우, 키 조개, 가리비, 멍게, 소스 등

			
제품명 (현지어)	군산 통오징어 해물탕 (Gunsan Squid Seafood Stew)	제조사 (현지어)	M사
제품 종류	해물탕	중량	1,230g
소비자가격	19.99달러 (26,243원)	100g당 가격	1.63달러 (2,134원)
원산지	한국	기타 표기사항	보관방법: 냉동보관, 조리방법
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/플라스틱 용기	홍보문구	원조, MADE IN S. KOREA, 군산 바다를 그대로 담은 화우당, 서울어워드 2019 혁신상품 선정
수입자 (현지어)	그랜드 비케이 (Grand BK)	원료 및 첨가물	물, 오징어, 꽃게, 마늘, 명태 곤이, 무, 대파, 홍합, 민물 새우 등

Shop ③ 시온 마켓 (Zion Market)

매장 정보

- 유형: 한인마트
- 판매 제품 특징:
다양한 신선식품, 가공식품,
식료품 및 냉장/냉동식품 등의
제품을 판매
- 매장 주변 특징:
맥컴버(McComber) 쇼핑센터
내에 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 한인

브랜드 기본 정보 ⁸⁾		시온 마켓은 1981년 설립된 한인마트 체인으로, 캘리포니아주를 중심으로 총 7개의 매장을 운영하고 있음. 포인트 적립과 프로모션 정보 제공 기능이 있는 시온 마켓 리워드 어플리케이션을 운영하여 온라인 경쟁력을 갖추고 있음
		조사 제품 수: 3개

매장 정보		
	도시(지역)	로스앤젤레스
	상세주소	5400 Beach Blvd, Buena park, CA 90621

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 동태알탕 경쟁제품 정보		
			
	해물알탕 (J사)	알찬동태탕 (K사)	동태탕 (J사)

사진자료: 현지조사원 자료

			
제품명 (현지어)	해물알탕 (Spicy Seafood & Fish Roe Soup)	제조사 (현지어)	J사
제품 종류	알탕	중량	530g
소비자가격	6.49달러 (8,520원)	100g당 가격	1.18달러 (1,549원)
원산지	한국	기타 표기사항	보관방법, 조리방법(끓이기, 중탕), 무방부제, 완전 조리식품, 2인분
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	어머니의 손맛을 그대로
수입자 (현지어)	J사	원료 및 첨가물	물, 어란(호키), 콩나물, 무, 명란 곤이, 조개, 고춧가루 등

			
제품명 (현지어)	알찬동태탕 (Frozen Pollack Soup)	제조사 (현지어)	K사
제품 종류	알탕	중량	500g
소비자가격	8.99달러 (11,802원)	100g당 가격	1.80달러 (2,360원)
원산지	한국	기타 표기사항	보관방법: 냉동보관
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	밥은 먹고 다니냐?, 명태 22% 함유
수입자 (현지어)	창투 Chang-Thu(USA)	원료 및 첨가물	물, 명태, 명태알, 무, 호박, 멧게, 파, 후춧가루, 고추장, 소금 등

			
제품명 (현지어)	동태탕 (Spicy Pollack Soup)	제조사 (현지어)	J사
제품 종류	해물탕	중량	600g
소비자가격	6.49달러 (8,520원)	100g당 가격	1.08달러 (1,420원)
원산지	한국	기타 표기사항	보관방법, 조리방법(끓이기, 중탕), 무방부제, 완전 조리식품, 2인분
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	어머니의 손맛을 그대로
수입자 (현지어)	J사	원료 및 첨가물	물, 명태, 무, 콩나물, 파, 다시마 국물, 해산물 조미료, 마늘 등

III

경쟁기업

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



1. 미국 동태알탕 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 동태알탕 및 해물탕 제품을 판매하는 한국기업 3개사 선정

미국 오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 업력 및 규모를 고려하여 다른 경쟁기업보다 현지화가 잘 되어있는 한국기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함

▶ 경쟁기업 3개사, 평균 37년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 37년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. G사는 1990년에 설립되어 33년의 업력을 보유하고 있으며, I사는 1986년 설립 이후 37년째 사업을 이어오고 있음. J사는 1981년 설립되어 가장 오래된 42년의 업력을 보유하고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 동태알탕 품목 종류 조사

미국에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 동태알탕 동일 품목 수를 조사한 결과, G사와 I사, J사 모두 각각 1개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 동태알탕 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
G사	한국	33년	1개
I사	한국	37년	1개
J사	한국	42년	1개

자료: 미국 진출 동태알탕 경쟁기업 3개사 분석

2. 미국 동태알탕 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 22년도 매출액
	직원 수
	기업 22년도 직원 수
	설립연도
	기업의 설립연도
	동일품목
	동태알탕 제품

▶ 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	아리랑 슈퍼마켓, 에이치마트, 시온 마켓
온라인	울타리몰, 서울 밀즈, 메가 마트

3. 미국 동태알탕 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 미국 오프라인 매장 진출

미국에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점한 것으로 확인됨. G사는 아리랑 슈퍼마켓 1곳, I사는 에이치마트 1곳, J사는 시온 마켓 1곳에 입점한 것으로 확인됨. 3개사 모두 온라인 매장에는 입점하지 않은 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지에서의 제품 홍보활동 활발하지 않음

미국 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보를 제공하고 있으나, 자사 제품의 정보는 일부만 품목만 제공하고 있는 것으로 확인됨. 3개사 중 I사와 J사만 글로벌 홈페이지를 운영 중이며, G사는 한국 홈페이지만 운영하고 있음. G사는 제품 정보를 홈페이지에서 제공하고 있지 않으며, I사와 J사는 제품 정보를 제공하고 있으나 동태알탕 제품에 대한 정보는 없음. SNS의 경우, G사는 국내 페이스북과 인스타그램 계정만 운영 중이며, I사는 인스타그램과 유튜브 계정을 보유하고 있으나 최근 내 업데이트가 이루어지지 않았음. J사는 홈페이지에 페이스북, 인스타그램, 트위터 마크를 삽입하였으나 타사 계정으로 연결되는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 맛, 편의성 등을 강조

미국 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 맛과 편의성 등을 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 조사됨. ‘얼큰한 양념’, ‘얼큰한 국물’, ‘매콤한 양념장’ 등의 매운맛을 표현하는 수식어가 사용되고 있음. 또한, ‘양념도 바로 준비되어 있어요’, ‘생각날 때 간편하게 드실 수 있는 알탕세트입니다’, ‘별도의 양념이 필요 없고’, ‘재료가 깨끗하게 손질되어 있어 간편하게 즐길 수 있습니다’ 등 재료 손질이나 양념을 준비하지 않고 해당 제품만으로도 간편하게 한 끼 식사 준비가 가능한 점을 안내함. 한편, 자사 홈페이지에는 경쟁제품에 대한 별도의 정보 또는 홍보물을 게시하지 않아, 온라인 마켓에서 홍보 중인 정보를 바탕으로 조사됨

[표 3.7] 미국 동태알탕 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
G사	- 오프라인 매장 - 아리랑 슈퍼마켓	- 자사 홈페이지 (한국) - SNS 플랫폼 (한국) - 페이스북 - 인스타그램	- 영양만점 신선한 생선알이 아낌없이 가득! - 얼큰한 양념도 바로 준비되어 있어요!	
I사	- 오프라인 매장 - 에이치마트	- 자사 홈페이지 (한국/글로벌) - SNS 플랫폼 (한국) - 인스타그램 - 유튜브	- 얼큰한 국물이 생각날 때 간편하게 드실 수 있는 알탕세트입니다. - 매콤한 양념장이 들어있어 별도의 양념이 필요 없고 알과 곤이 등 재료가 깨끗하게 손질되어 있어 간편하게 즐길 수 있습니다.	
J사	- 오프라인 매장 - 시온 마켓	자사 홈페이지 (한국/글로벌)	(-)	(-)

자료: 미국 진출 동태알탕 경쟁기업 3개사 분석

① G사

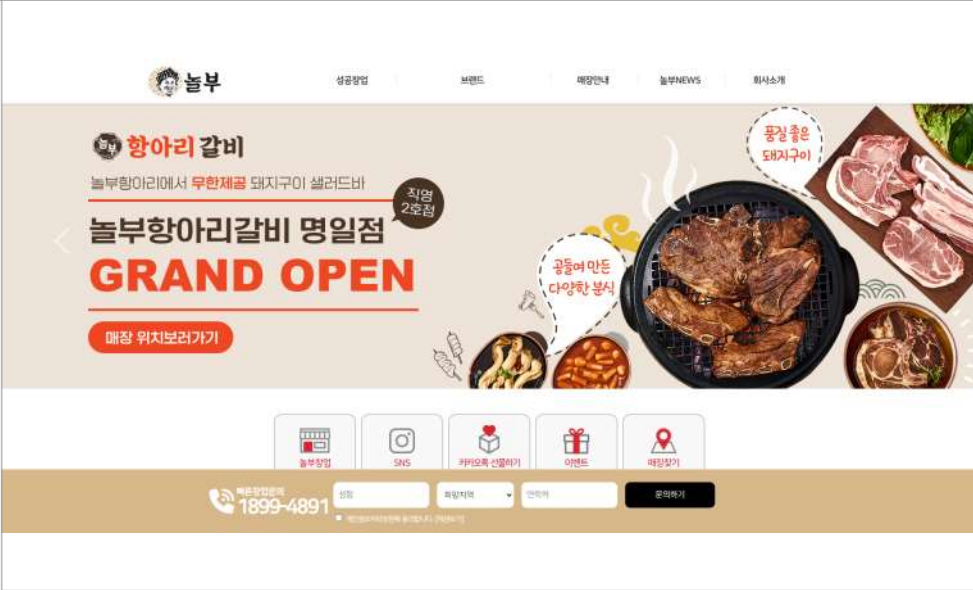
기업 기본 정보	기업명	G사	
	기업 설명	G사는 20년 이상 외식 프랜차이즈를 운영해 온 요식 전문기업으로, 국내 900여 개 이상의 매장과 12개의 다양한 브랜드를 운영하고 있음. 매장 및 브랜드 운영 노하우를 바탕으로 냉장식품, 냉동식품, 가공식품 시장에도 진출하였음	
	위치	서울특별시 강남구 영동대로 701	
	규모	동일 품목 수	1개
		설립연도	1990년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 아리랑 슈퍼마켓		제품명	육심담은 놀부 암사동 알탕 (Fish Roe Stew)
			중량	450g
			소비자가격	8.99달러 (11,802원 ¹⁰⁾)
			제품 종류	알탕

현지 진출 방법	포장 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용
	홍보 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음

사진자료: 현지조사원 자료

10) 1달러=1,312.80원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

홍보 방식	 <table border="1" data-bbox="424 958 1401 1124"> <tr> <td>홍보 채널</td><td>자사 홈페이지(한국), 페이스북/인스타그램(한국)</td></tr> <tr> <td>게시 주기</td><td>비정기적</td></tr> <tr> <td>게시물 유형</td><td>기업 소개, 브랜드 소개, 이벤트, 매장 정보, 창업 정보, 뉴스 등</td></tr> </table>	홍보 채널	자사 홈페이지(한국), 페이스북/인스타그램(한국)	게시 주기	비정기적	게시물 유형	기업 소개, 브랜드 소개, 이벤트, 매장 정보, 창업 정보, 뉴스 등
홍보 채널	자사 홈페이지(한국), 페이스북/인스타그램(한국)						
게시 주기	비정기적						
게시물 유형	기업 소개, 브랜드 소개, 이벤트, 매장 정보, 창업 정보, 뉴스 등						

게시물 유형	 놀부 보쌈족발 Since 1987 놀부보쌈족발 놀부보쌈김치를 기본으로 찜든 수육과 200°C치위로 굽는 족발매장	• 회사 개요, 브랜드, 매장 위치 등 기업 정보 소개 • 자사 브랜드 소개 • 자사 보도자료 공유
---------------	--	---

사진자료: G사 홈페이지

② I사

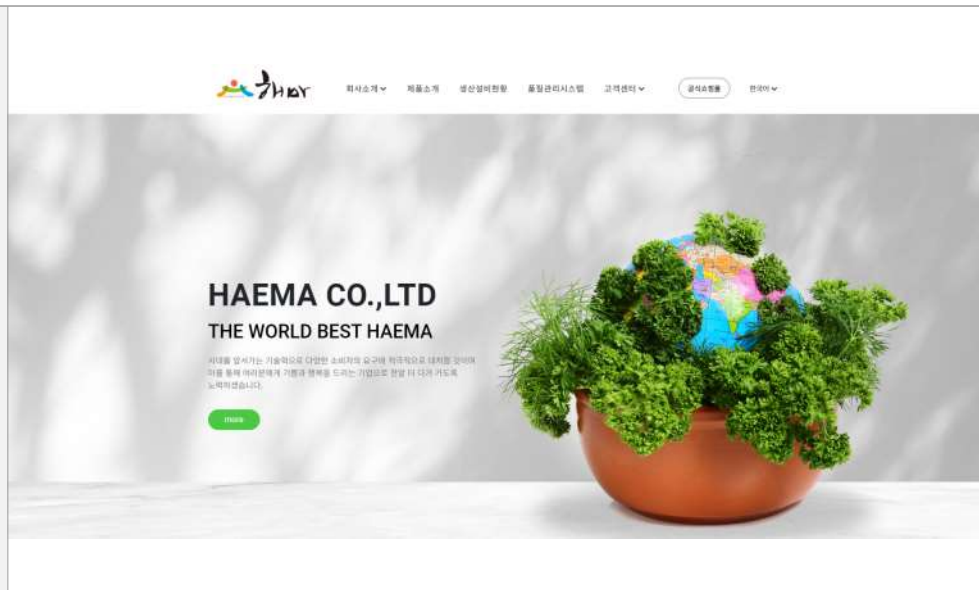
기업 기본 정보	기업명	I사	
	기업 설명	I사는 1986년 설립된 식품 소재 전문 제조 회사로, 농·축·수산물 추출물, 복합 시즈닝, 각종 소스와 스프류 등을 제조 및 공급하고 있음. 최근에는 알탕 제품을 포함해 스프, 즉석국, 믹스, 청 제품 등 제품 포트폴리오를 확장하고 있음	
	위치	강원도 태백시 계산 11길 35	
	규모	동일 품목 수	1개
		설립연도	1986년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 에이치마트		제품명	얼큰하고 칼칼한 알탕 (Spicy Fish Roe Stew)
			중량	530g
			소비자가격	14.99달러 (19,679원)
			제품 종류	알탕

현지 진출 방법	포장 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용
	홍보 현지화	● (중)	글로벌 홈페이지 및 경쟁제품 국적 SNS 홍보 계정 활용

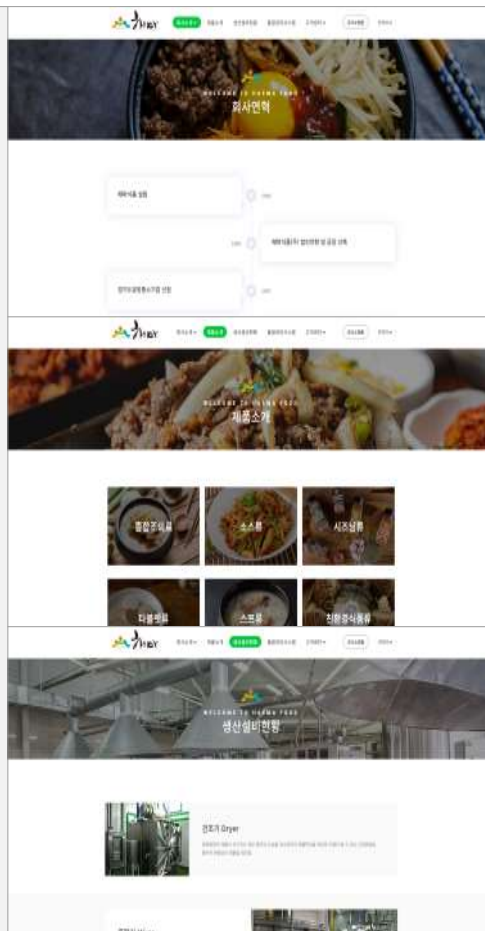
사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식



홍보 채널	자사 홈페이지(한국/글로벌), 인스타그램/유튜브(한국)
게시 주기	비정기적
게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 생산설비 현황, 품질관리 시스템 등

게시물 유형



- 회사 개요, 연혁 등 기업 정보 소개

- 자사 제품 소개

- 자사 생산설비 현황 소개

사진자료: I사 홈페이지

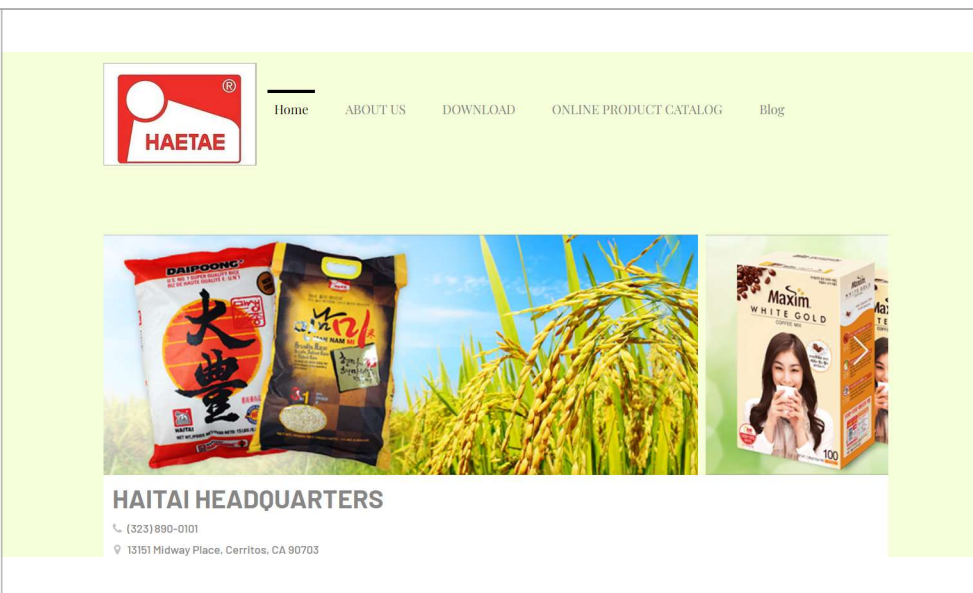
③ J사

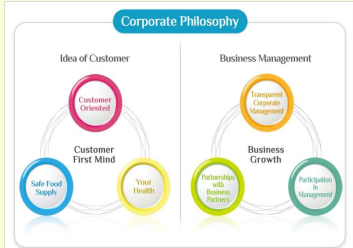
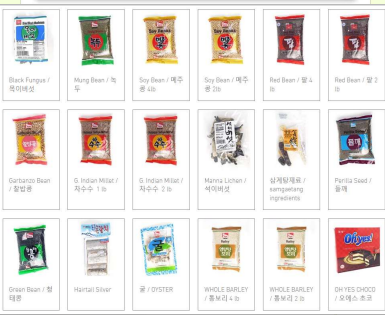
기업 기본 정보	기업명	J사	
	기업 설명	J사는 국내 식품기업의 미국 지사로, 북미 소비자에 아시아 식품을 유통하고 있으며, 국내 타 기업의 제품 수출도 담당하고 있음. 제품 종류별로 보았을 때 알탕을 포함한 냉동식품과 음료, 스낵, 간편식, 건어물, 면류, 곡물, 파우더 등 다양한 카테고리를 유통하고 있음	
	위치	13151 Midway Place, Cerritos, CA	
	규모	동일 품목 수	1개
		설립연도	1981년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 시온 마켓		제품명	해물알탕 (Spicy Seafood & Fish Roe Soup)
			중량	550g
			소비자가격	6.49달러 (8,520원)
			제품 종류	알탕

현지 진출 방법	포장 현지화	● (중)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화
	홍보 현지화	● (중)	글로벌 홈페이지 활용

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식	 <table border="1" data-bbox="424 952 1401 1122"> <tr> <td>홍보 채널</td><td>자사 홈페이지(글로벌)</td></tr> <tr> <td>게시 주기</td><td>비정기적</td></tr> <tr> <td>게시물 유형</td><td>기업 소개, 제품 소개, 블로그</td></tr> </table>	홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌)	게시 주기	비정기적	게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 블로그
홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌)						
게시 주기	비정기적						
게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 블로그						

게시물 유형	Corporate Philosophy <i>"Haitai is the first general Asian food wholesale company providing the best products through out America faster than anyone else. In addition, Haitai always put customers first by operating under the company's philosophy of health responsibility."</i>  주요 제품 소개  홈페이지 내 블로그 글을 통한 홍보 
--------	---

사진자료: J사 홈페이지

2023

수산물 수출기업

맞춤형 시장조사



해양수산부



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

IV

수입·유통업체 인터뷰

1. 울타리(Wooltari)
2. 서울 밀즈(Seoul Mills)
3. 메가 마트(Mega Mart)



Interview ①

울타리몰
(Wooltari)

11)

울타리몰
(Wooltari)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2006년 설립된 미국의 한국식품 수입·유통업체
 - 육류, 해산물, 간편식품, 반찬, 스낵, 김치, 양념, 곡류, 건강식품 등 온오프라인 판매

담당자 정보

Sales Marketing Head

울타리몰(Wooltari)
Sale Marketing Head

Q1. 고객사 제품의 가격, 브랜드 국적, 맛 등 전반적으로 미국에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

미국 현지 업체에서 제조하는 동태알탕 밀키트 제품을 판매하는 곳은 없는 것으로 알고 있습니다. 설령 그러한 제품이 있다고 하더라도 재료 자체가 한국식 동태알탕과는 다를 것입니다. 그래서 고객사 제품을 단독으로 평가하자면 조리가 간단하고, 취향에 따라 파나 무를 추가로 넣어서 맛을 더 좋게 할 수 있다는 점이 좋아 보입니다. 전반적으로 보았을 때 고객사 제품은 매우 독특한데, 현지 소비자들은 가격보다 품질과 브랜드 평판, 쉬운 구입 경로 등을 더 중요하게 생각합니다. 물론 경쟁사보다 저렴한 가격으로 제품을 제공하는 것 또한 좋은 전략으로 볼 수 있습니다.

Q2. 유통업체의 입장에서 동태알탕 제품 수입 시, 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

수입 동태알탕 키트를 취급할 때 필수적인 요소는 다음과 같습니다. 무엇보다도 동태알탕의 맛과 식감, 풍미가 중요합니다. 제품이 소비자를 공략하려면 기분 좋고, 즐거운 경험을 제공해야 하기 때문입니다. 그리고 브랜드 평판은 구입을 결정하는 것에 중요한 역할을 합니다. 평판이 좋은 브랜드는 잘 알려지지 않은 브랜드에 비해 가격이 약간 높더라도 우위를 점할 수 있는 경향이 있습니다. 또한 일관된 공급 가능성도 중요합니다. 이는 소비자를 위해 상시 제품을 제공할 수 있도록 보장할 수 있어야 하기 때문입니다. 마지막으로 HACCP과 같은 인증은 제품의 안전 및 품질에 대한 신뢰를 구축하고, 구매에 대한 확신을 심어주는 데 중요한 역할을 합니다.

Q3. 한국 동태알탕 제품이 미국 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

중량	990g
포장 형태	플라스틱 용기
원산지	한국

물류의 흐름을 살펴보면, 먼저 수입업체를 통해 제품을 유통하면, 수입업체가 지역 유통업체에 제품을 공급합니다. 이러한 지역 유통업체는 한인 커뮤니티의 수요를 공략할 수 있는 한인마트, 한인 식료품점, 한식당에 등을 추천합니다. 그리고 윌타리, 에이치마트 등 인기 온라인 채널을 통해 판매되는 경우도 많으므로 온라인 쇼핑을 선호하는 고객들의 접근성을 높여야 합니다.

Q4. 현지 경쟁업체들은 주로 어떤 유통채널을 통해 제품을 공급하나요?

일반적으로 슈퍼마켓, 대형마트, 레스토랑, 온라인 소매점, 전문 식품점, 재래식 상점 등을 통해 제품을 공급합니다.

Q5. 미국에서 동태알탕 밀키트 제품 판매 시, 가장 효과적인 판촉 방식은 무엇인가요?

각 브랜드의 고유한 전략에 따라 다양한 홍보 방식을 채택해야 합니다. 특히 미국에서 판매 중인 유사 제품의 판매 성공 전략은 다음과 같습니다. 첫째, 인플루언서와 협업을 통해 더 많은 잠재 고객에게 도달합니다. 둘째, 할인을 통해 매력적인 가격을 제시해 고객을 공략합니다. 셋째, 제품에 만족한 고객이 온라인에서 리뷰를 공유하도록 장려하며 입소문 마케팅을 활용해야 합니다. 마지막으로, 제품의 장점에 대해 잠재 소비자를 교육하고, 참여를 유도하는 콘텐츠 마케팅이 중요합니다.

Interview ② 서울 밀즈 (Seoul Mills)

12)

서울 밀즈 (Seoul Mills)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2005년 설립된 미국의 한국 농·수·축산물 유통업체
 - 한국의 프리미엄 식품 브랜드와 잘 알려진 브랜드 모두 취급

담당자 정보

Purchase In Charge



서울 밀즈(Seoul Mills) Purchase In Charge

Q1. 고객사 제품의 가격, 브랜드 국적, 맛 등 전반적으로 미국에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

정확히 비슷한 인기 경쟁제품은 없지만, 비슷한 제품으로는 L사 제품 1kg이 있고, 이 제품은 21.99달러(28,868원¹³⁾)에 판매되고 있습니다. 다른 경쟁제품은 지역에 따라 차이가 있는데, 20~35달러(26,256~45,948원) 사이의 가격대를 형성하고 있습니다. 따라서 고객사의 제품은 미국 시장에 적당한 가격입니다. 또한, 플라스틱 용기에 포장되어 편리해 보이며, 다양하고 질 좋은 재료를 사용해 국물의 깊이와 감칠맛을 높여주는 특제 소스가 셀링포인트가 될 것으로 보입니다. 전반적으로 만족스러운 식사 경험을 제공해 밀키트 제품을 찾는 소비자에게 좋은 선택지가 될 것으로 보입니다.

Q2. 유통업체의 입장에서 동태알탕 제품 수입 시, 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

저희는 제품의 진품 여부와 맛, 재료, 가격, 인증 여부 등 제품에 대한 세세한 부분까지 다 고려하는 편입니다. 또한, 브랜드의 평판과 현지 소비자 수요도 신중하게 고려합니다.

12) 사진자료: 서울 밀즈(Seoul Mills) 공식 홈페이지

13) 1달러=1,312.80원 (2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q3. 한국 동태알탕 제품이 미국 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

중량	990g
포장 형태	플라스틱 용기
원산지	한국

동태알탕이나 유사 제품을 제조하는 현지 경쟁업체는 없는 것으로 알고 있습니다. 직접적인 비교는 어렵지만, 미국 시장에서는 수입업체가 제품을 수입해 유통업체에 공급하는 것이 가장 일반적입니다. 그러나 수입업체가 미국 전역에서 네트워크를 잘 구축해 온라인 및 오프라인 마켓, 도매, 소매업체에 직접 공급하는 경우도 있습니다. 소매업체의 관점에서 본다면 주요 유통채널은 한인마트, 식료품점, 온라인 및 오프라인 소매점입니다. 반면에 식당은 일반적으로 유통업체를 통한 대량 구매 주문을 선호합니다. 하지만 제품에 대한 수요가 제한적일 경우, 도매상이나 소매점을 통한 소량 구매를 선택할 수도 있습니다.

Q4. 현지 경쟁업체들은 주로 어떤 유통채널을 통해 제품을 공급하나요?

앞서 말씀드렸듯이 현지 제조업체는 모르며, 한국산 제품만 알고 있습니다. 미국 시장에서 명태나 동태와 관련된 제품은 대부분의 유통에서 쉽게 구할 수 있는데, 고객사의 제품처럼 밀키트 형태는 아닙니다.

Q5. 미국에서 동태알탕 밀키트 제품 판매 시, 가장 효과적인 판촉 방식은 무엇인가요?

온라인 소매점의 경우 웹사이트와 페이스북, 인스타그램, 트위터와 같은 소셜 네트워크 서비스에서 제품을 홍보합니다. 그리고 식품의 경우 때로는 식품 블로거나 유명 셰프의 추천을 받을 때 판매량이 크게 증가하기도 합니다. 오프라인 소매점에서는 영양가, 맛, 풍미를 강조하면서 샘플을 제공하거나 요리를 시연하는 것이 좋습니다. 그리고 온라인과 오프라인 매장 모두, 기존 고객과 신규 고객을 유치하기 위해 일반적으로 약 10~20%의 프로모션 할인을 제공하여 매출 증대에 도움을 받습니다. 일부 브랜드는 식품 관련 이벤트에 참여해 잠재적인 도소매 고객에 인지도를 높이고, 제품을 홍보하기도 합니다.

Interview ③ 메가 마트 (Mega Mart)

14)

메가 마트
(Mega Mart)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 국내 식품 기업

계열사이며, 1981년 설립
후 미국에는 2009년에
첫 매장 오픈

 - 신선식품, 가공식품, 스낵,
음료, 냉동식품 등 취급

담당자 정보

Manager



메가 마트(Mega Mart) Manager

Q1. 고객사 제품의 가격, 브랜드 국적, 맛 등 전반적으로 미국에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

맛과 풍미, 인증과 원산지를 포함한 전체적인 브랜드 평판, 현지 시장에서의 수요가 가격을 결정하는 데 가장 중요한 역할을 합니다. 아직은 고객사와 해당 제품에 대해 자세히 알고 있지 않아서, 가격이 적절한지 판단하기 어렵습니다. 개인적으로는 가격이 아주 약간 높게 책정된 것 같지만, 현지 시장에서 수용 가능한 수준이며 소비자들은 앞서 언급한 세 가지를 만족한다면 가격과 상관없이 제품을 구매하리라 생각합니다. 한편, 외포장에 브랜드와 관련된 인증, 브랜드의 역사, 맛과 풍미 및 원산지 등 제품의 독창성 조금 더 강조하는 것을 추천합니다. 맛과 풍미 측면에서 고객의 구매 의사 결정 과정에 도움이 될 수 있도록 라벨에 조리방법을 기재한 것은 좋습니다.

Q2. 유통업체의 입장에서 동태알탕 제품 수입 시, 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

유통업체의 관점에서 가장 중요한 요소는, 미국 내의 제품 수요입니다. 예를 들어 동태알탕의 경우 미국 내 수요를 조사한 후, 시장에서 가장 수요가 많은 브랜드와 그 이유를 조사합니다. 맛과 풍미, 가격, 제품 특징과 같은 요소가 시장 수요와 어떻게 일치하는지 철저히 연구합니다. 수요 분석에서 수요가 많은 것으로 판단되면 직수입을 할 수 있습니다. 그러나 수요가 제한적이라면 현지 유통업체를 통한 구매를 선호할 것입니다. 이러한 과정에서 일반적으로 가격, 무게, 맛, 향, 식감, 유통기한, 성분, 라벨링, 인증, 포장 등이 주요 요인으로 작용합니다.

중량	990g
포장 형태	플라스틱 용기
원산지	한국

Q3. 한국 동태알탕 제품이 미국 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

한국 동태알탕 제품에 적합한 유통채널로는, 다양한 한국 식품을 취급하는 한국 식료품점과 아시안마트가 있습니다. 온라인에서는 에이치마트, 시온마켓, 갤러리아 마켓 등 한인마트들이 있습니다. 여기에 아마존, 크로거, 월마트, 인스타카트 등 미국계 기업들도 이 제품과 유사하지는 않지만, 생선 수프 같은 제품을 취급하고 있습니다.

Q4. 현지 경쟁업체들은 주로 어떤 유통채널을 통해 제품을 공급하나요?

브랜드들은 유통채널을 결정하기 전에 타겟 고객에 대해 철저한 조사를 합니다. 예를 들어, 타겟 고객이 아시아인이라면 아시아 식품을 취급하는 슈퍼마켓, 대형마트, 식품 전문점을 중시합니다. 그리고 미국 고객들은 온라인과 오프라인을 모두 중요하게 생각하고 있지만, 초기에는 소매 체인점, 슈퍼마켓, 대형마트, 식품 전문점 등 오프라인 시장을 더 중요하게 생각합니다.

Q5. 미국에서 동태알탕 밀키트 제품 판매 시, 가장 효과적인 판촉 방식은 무엇인가요?

미국 내 유사 제품들의 주요 홍보 방식으로는 소셜 미디어 마케팅, 블로거 또는 셰프의 보증, 샘플 제공, 무료 요리 교실, 온라인 및 오프라인 매장에서의 할인 및 혜택 제공 등이 있습니다.

2023

수산물 수출기업
맞춤형 시장조사



aT 한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

V

경쟁력파악

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



1. 제품 경쟁력 검증

1) 100g당 가격

● 경쟁제품(제조사)

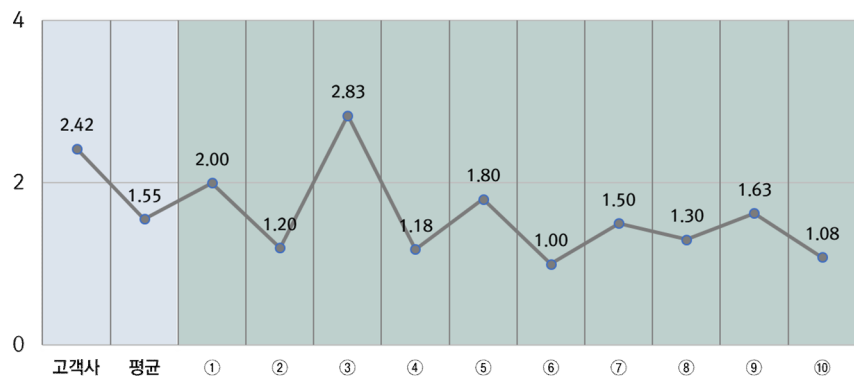
- ① 육심담은 놀부 암사동알탕 (G사)
- ② 푸짐한 알탕 (H사)
- ③ 얼큰하고 칼칼한 알탕 (I사)
- ④ 해물알탕 (J사)
- ⑤ 알찬동태탕 (K사)
- ⑥ 제주 감녕 해물탕 (L사)
- ⑦ 얼큰한 대구탕 (H사)
- ⑧ 시원하고 칼칼한 동태찌개 (H사)
- ⑨ 군산 통오징어 해물탕 (M사)
- ⑩ 동태탕 (J사)

▶ 고객사 제품 100g당 가격, 경쟁제품 평균 가격 대비 높은 편

고객사 제품의 100g당 가격은 약 2.42달러(3,177원¹⁵⁾¹⁶⁾)으로, 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격인 약 1.55달러(2,035원)보다 높은 수준으로 확인됨. 1개의 경쟁제품을 제외한 나머지 9개 제품의 100g당 가격이 1달러에서 2달러 사이로 조사되어 고객사 제품이 경쟁제품 대비 가격 면에서 경쟁력이 낮음

[표 5.1] 미국 동태알탕 가격 경쟁력 분석

(단위: 100g/달러)



15) 고객사 제품은 FOB 가격을 기준으로 작성됨

16) 1달러=1,312.80원 (2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 중량

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 큰 편

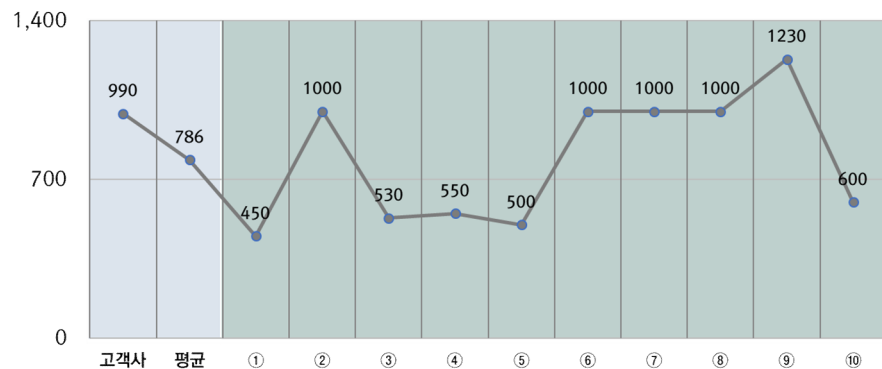
고객사 제품의 중량은 990g으로, 동태알탕 및 해물탕 경쟁제품 10개의 평균 중량인 약 786g의 약 126% 수준으로 경쟁제품 대비 큰 편으로 조사됨. 그러나 5개 제품이 평균 이하 수준이며, 5개의 제품은 평균 이상으로 고객사 제품과 비슷한 중량임. 또한, 현지 한인마트에서 유통되는 동태알탕 경쟁제품 10개 중 4개 제품의 중량이 1,000g인 점을 참고하여 중량을 조금 더 늘려 시장에 진출하는 방안을 고려해볼 필요가 있음

경쟁제품(제조사)

- ① 옥심담은 놀부 암사동알탕 (G사)
- ② 푸짐한 알탕 (H사)
- ③ 열큰하고 칼칼한 알탕 (I사)
- ④ 해물알탕 (J사)
- ⑤ 알찬동태탕 (K사)
- ⑥ 제주 감녕 해물탕 (L사)
- ⑦ 열큰한 대구탕 (H사)
- ⑧ 시원하고 칼칼한 동태짜개 (H사)
- ⑨ 군산 통오징어 해물탕 (M사)
- ⑩ 동태탕 (J사)

[표 5.2] 미국 동태알탕 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

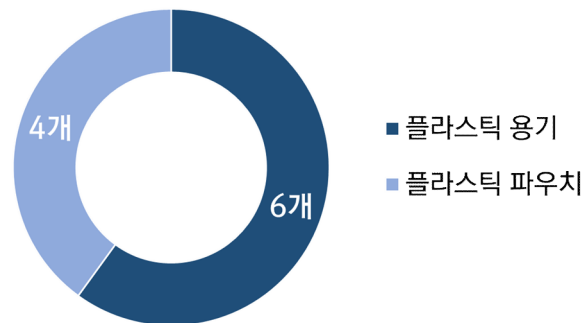


3) 포장 형태(내포장)

▶ 경쟁제품 10개 중 6개 제품의 내포장, 플라스틱 용기

미국에서 판매되고 있는 동태알탕 경쟁제품 10개의 내포장을 조사한 결과, 10개의 제품 중 6개의 제품이 플라스틱 용기임을 확인함. 뒤이어 4개 제품이 플라스틱 파우치인 것으로 확인됨. 미국에서 플라스틱 용기와 플라스틱 파우치 제품이 주로 판매되고 있다는 사실을 통해, 고객사의 플라스틱 용기 내포장에 대한 현지 소비자들의 수요가 확인됨

[표 5.3] 미국 동태알탕 내포장 형태 경쟁력 분석

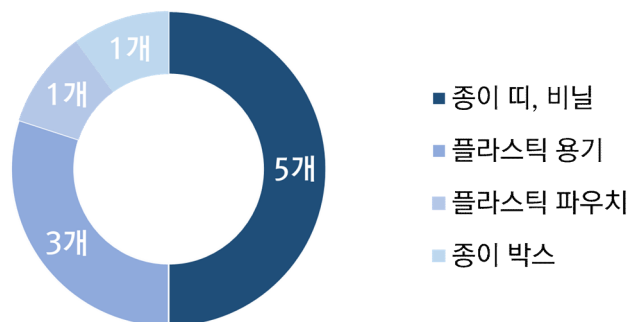


4) 포장 형태(외포장)

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 5개 제품, 종이 띠와 랩으로 제품 포장

미국에서 판매 중인 동태알탕 경쟁제품 10개의 외포장 형태를 조사한 결과, 5개의 제품은 종이 띠와 비닐을 사용해 내포장을 감싼 형태로 제품을 포장하였음. 뒤이어 3개는 플라스틱 용기 단일포장, 1개는 플라스틱 파우치, 나머지 1개는 종이 박스 형태임. 종이 띠로 외포장이 되어있는 제품들은 모두 비닐로 씌워 파손을 방지하고, 밀폐력을 높임

[표 5.4] 미국 동태알탕 외포장 형태 경쟁력 분석

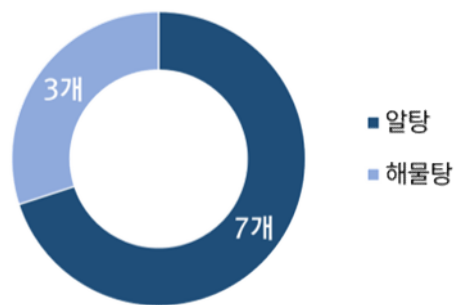


5) 제품 종류

▶ 경쟁제품 10개 중 7개 제품, 알탕

미국에서 판매되고 있는 동태알탕 경쟁제품 10개의 제품 종류를 조사한 결과, 10개의 제품 중 7개의 제품이 알탕인 것을 확인함. 뒤이어 3개 제품이 해물탕인 것으로 조사됨. 해물탕의 경우, 곤이와 이리 등 알이 없는 제품으로 분류함

[표 5.5] 미국 동태알탕 제품 종류 경쟁력 분석

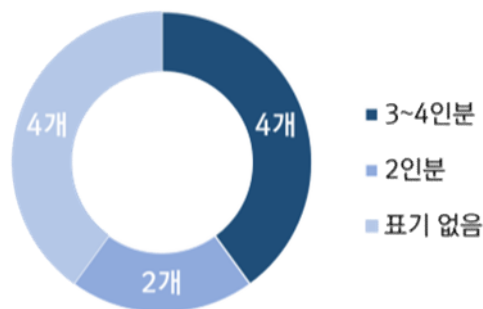


6) 기타 표기사항

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 6개 제품, 내용량 정보 제공

미국에서 판매 중인 동태알탕 경쟁제품 10개의 기타 표기사항을 조사한 결과, 6개의 제품이 내용량 정보를 몇 인분인지 표기하였음. 6개의 제품 중 4개는 3~4인분, 2개는 2인분이며, 나머지 4개의 제품은 중량 외 별도의 표기가 없었음. 대부분의 제품이 권장 섭취 기준량을 기재하여 고객사 제품 또한 외포장에 내용량 정보를 표기하는 것을 고려할 필요가 있음

[표 5.6] 미국 동태알탕 외포장 형태 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ 현지 오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기요인에 대하여 분석함. 한편, 고객사가 지정한 경쟁제품군 내의 제품을 다수의 온라인과 오프라인 매장에서 조사하였으나, 9개의 제품이 온라인에서 판매되고 있지 않은 것으로 확인되었음. 따라서 오프라인 현지조사에서 확인된 제품 중 3개의 매장 모두에서 판매되고 있는 2개의 제품을 선정하였음. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기제품

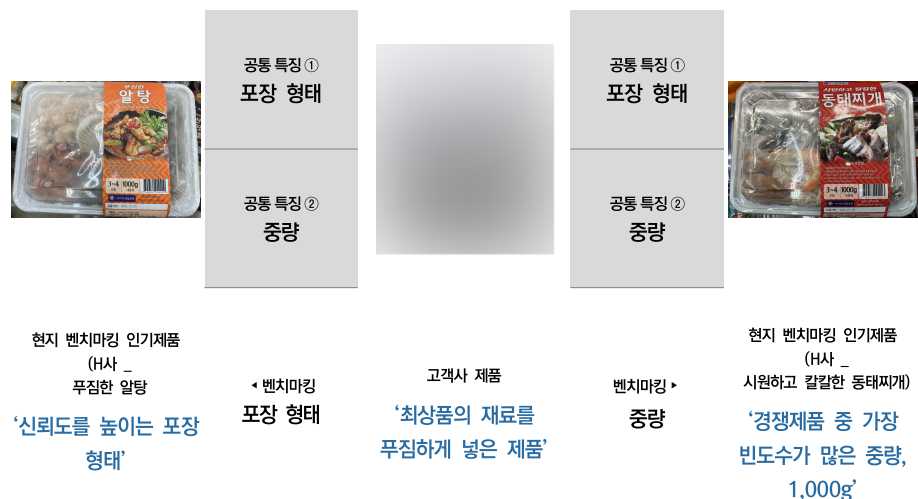
(*) 온라인 쇼핑몰 : 율타리몰, 서울 밀즈, 메가 마트

(*) 오프라인 매장 : 아리랑 슈퍼마켓, 에이치마트, 시온 마켓

· 온/오프라인 매장에서 판매

(*) 오프라인 매장 : 조사매장 3개 매장 모두에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기제품 벤치마킹



2) 벤치마킹 제품 분석

- 신뢰도를 높이는 포장 형태

▶ 벤치마킹 제품, 신뢰도를 높일 수 있는 포장 형태

현지에서 판매 중인 동태알탕 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함하여 총 4개의 제품이 종이 띠, 랩 외포장에 플라스틱 용기를 사용하고 있음을 확인함. 이러한 포장 형태는 단일 플라스틱 용기 포장에 비해 밀폐력을 향상시킬 수 있음. 또한, 소비자가 내용물의 신선도를 바로 확인할 수 있다는 점에서 신뢰도를 높일 수 있으며, 제조사 입장에서 원재료의 품질을 자신감 있게 보여주는 것이 가능함. 이에 관련 인터뷰를 진행한 결과, 현지 수입·유통업체에서는 제품의 맛과 식감, 풍미를 강조해 소비자에게 기분 좋고, 즐거운 취식 경험을 제공해야 한다고 권유하였으며, 이를 위해 구매 단계에서부터 이러한 경험을 제공할 수 있는 포장 형태를 갖추는 것을 권장함

[표 5.7] 미국 동태알탕, 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) 무엇보다도 동태탕의 맛과 식감, 풍미가 중요합니다. 제품이 소비자를 공략하려면 기분 좋고, 즐거운 경험을 제공해야 하기 때문입니다.

3) 벤치마킹 제품 분석

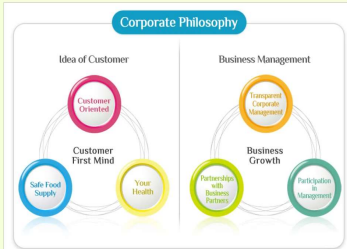
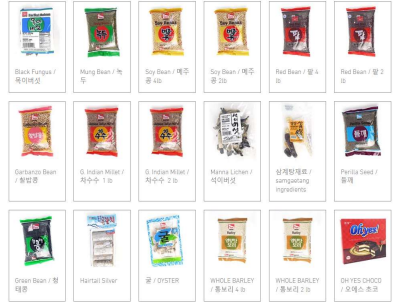
- 중량

▶ 벤치마킹 제품, 1,000g의 무집한 중량

현지에서 판매 중인 동태알탕 경쟁제품 10개의 중량을 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 총 5개의 경쟁제품이 1,000g 이상인 것으로 확인됨. 또한 경쟁제품 10개 중 4개의 기타 표기사항에서 3~4인분으로 표기한 것을 확인함에 따라, 1,000g 이상의 무집한 제품이 시장의 반응을 얻고 있다는 것을 알 수 있음. 따라서, 고객사가 동태알탕 제품의 중량을 990g에서 최소 10g 이상 늘려 4자리 숫자의 중량으로 표기할 수 있다면, 무집한 중량을 선호하는 현지 소비자들의 구매를 더 유도할 수 있을 것으로 예상됨

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.7] 알탕 및 해물탕 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	사
	기업 설명	사는 국내 식품기업의 미국 지사로, 북미 소비자에 아시아 식품을 유통하고 있으며, 국내 타 기업의 제품 수출도 담당하고 있음. 제품 종류별로 보았을 때 알탕을 포함한 냉동식품과 음료, 스낵, 간편식, 건어물, 면류, 곡물, 파우더 등 다양한 카테고리를 유통하고 있음
주요 마케팅 전략	포장 현지화	 한인 소비자들이 주 고객인 만큼 한글을 그대로 사용하였으며, 현지 소비자들을 위한 영문 표기를 함께 적어 제품에 대해 쉽게 알 수 있도록 디자인함
	홍보 현지화	Corporate Philosophy "HaTai is the first general Asian food wholesale company providing the best products through out America faster than anyone else. In addition, HaTai always put customers first by operating under the company's philosophy of health responsibility."   글로벌 홈페이지를 구축하여 기업 및 브랜드 정보, 제품 카탈로그 등을 영어로 확인 가능 제품의 상세 정보를 별도 제공하여 일반 소비자뿐 아니라 수입 및 유통업체에도 유용한 정보 제공
	판매 채널	현지 오프라인 매장 진출
요약	홍보 채널	글로벌 자사 홈페이지 활용
	홍보 문구	현지 한인의 감성을 자극할 수 있는 문구 적극 활용

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 스타티스타 (www.statista.com)
2. 미국 인구조사국 홈페이지 (www.census.gov)
3. 구글맵 (www.google.co.kr/maps)
4. 아리랑 슈퍼마켓 페이스북 (www.facebook.com/arirangsupermarket)
5. 에이치마트 홈페이지 (www.hmart.com)
6. 시온 마켓 홈페이지 (zionmarket.com)
7. G사 홈페이지
8. I사 홈페이지
9. J사 홈페이지
10. 울타리몰 홈페이지 (www.wooltariusa.com)
11. 서울 밀즈 홈페이지 (www.seoulmills.com)
12. 메가 마트 홈페이지 (www.megakfood.com)

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2023.09.01

2023 수산물 수출기업 맞춤형 시장조사

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.