

2023

수산물 수출기업 맞춤형 시장조사



No. 202309-10

품목 모듬해초(Assorted Seaweed)

HS CODE 1212.21-3090

국가 대만(Taiwan)

구분 소비자조사형



해양수산부



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

CONTENTS

2023 수산식품 수출기업 맞춤형 시장조사

I. 요약	03
II. 조사개요	
1. 조사 설계 및 응답자 특성	05
III. 설문결과	
1. 소비자 인식	07
2. 구매의 동기	09
3. 정보의 탐색	10
4. 대안의 평가	11
5. 구매의 경로	15
6. 가격의 평가	16



응답자 조건

대만 내 30, 40대 여성 소비자

30대

49.2%

40대

50.8%

중간소득

53.8%

고소득

46.2%

미혼

27.7%

기혼

72.3%



대만 모듬해초 소비자 설문조사 결과

소비자 인식

1. 모듬해초는 건강에 좋은 식품이다 Y: 63.1%
2. 모듬해초는 고급 식재료이다 Y: 52.3%
3. 나는 모듬해초를 먹는 것을 좋아한다 Y: 40.0%

모듬해초 섭취 빈도

36.9% 63.1%

주 1회 이상 주 1회 미만

모듬해초 섭취 이유

1. 건강을 위해 (70.0%)
2. 맛있어서 (37.5%)
3. 요리하기 편리해서 (35.0%)

선호 가공 형태

1. 조미 (49.2%)
2. 스낵형 (40.0%)
3. 원물 (35.4%)

정보 탐색 경로

1. 매장 내 판촉행사 (33.8%)
2. 가족이나 지인 (32.3%)
3. 대중매체 (29.2%)



제품 인지 경로

1. 대중매체 (35.4%)
2. 매장 내 판촉행사 (32.3%)
3. 가족이나 지인 (29.2%)

선호 원산지

1. 일본산 (49.2%)
2. 미국산 (47.7%)
3. 한국산 (27.7%)

선호 포장 형태

1. 플라스틱 파우치 (66.2%)
2. 유리병 (41.5%)
3. 플라스틱 통 (21.5%)

구매 고려 요소

가격	60.0%
섭취 편의성	53.8%
맛	52.3%
성분	38.5%
유통기한	33.8%

모듬해초 구매 경로

1. 대형마트 (72.3%)
2. 온라인 쇼핑몰 (47.7%)
3. 시장 (30.8%)



모듬해초 가격민감도

1. 최적가격(OPP) : NT\$300
2. 무관심가격(IPP) : NT\$310
3. 최저 한계 가격(PMC) : NT\$290
4. 최고 한계 가격(PME) : NT\$350

가격 지불 의향

1. NT\$200 미만 (27.7%)
2. NT\$200~299 (41.5%)
3. NT\$300~399 (15.4%)

고객사 제품 구매 의향

73.8% 26.2%

있다 없다

▶ Survey Analysis

① 모듬해초 섭취 이유,
건강을 위해 '70.0%'

그 다음으로 '맛있어서', '요리하기 편리해서'로 응답해

② 모듬해초 선호 가공 형태
조미 '49.2%'

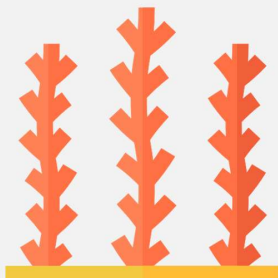
그 다음으로 '스낵형', '원물'로 응답해

③ 제품 구매 의향 있음 '73.8%'

가격 지불 의향은 'NT\$200~299'이 41.5%로 가장 많아

④ PMC 기법에 의한 모듬해초
최적 가격대는 'NT\$300~310'

최적 가격(OPP)은 'NT\$300'
무관심 가격(IPP)은 'NT\$310'



2023

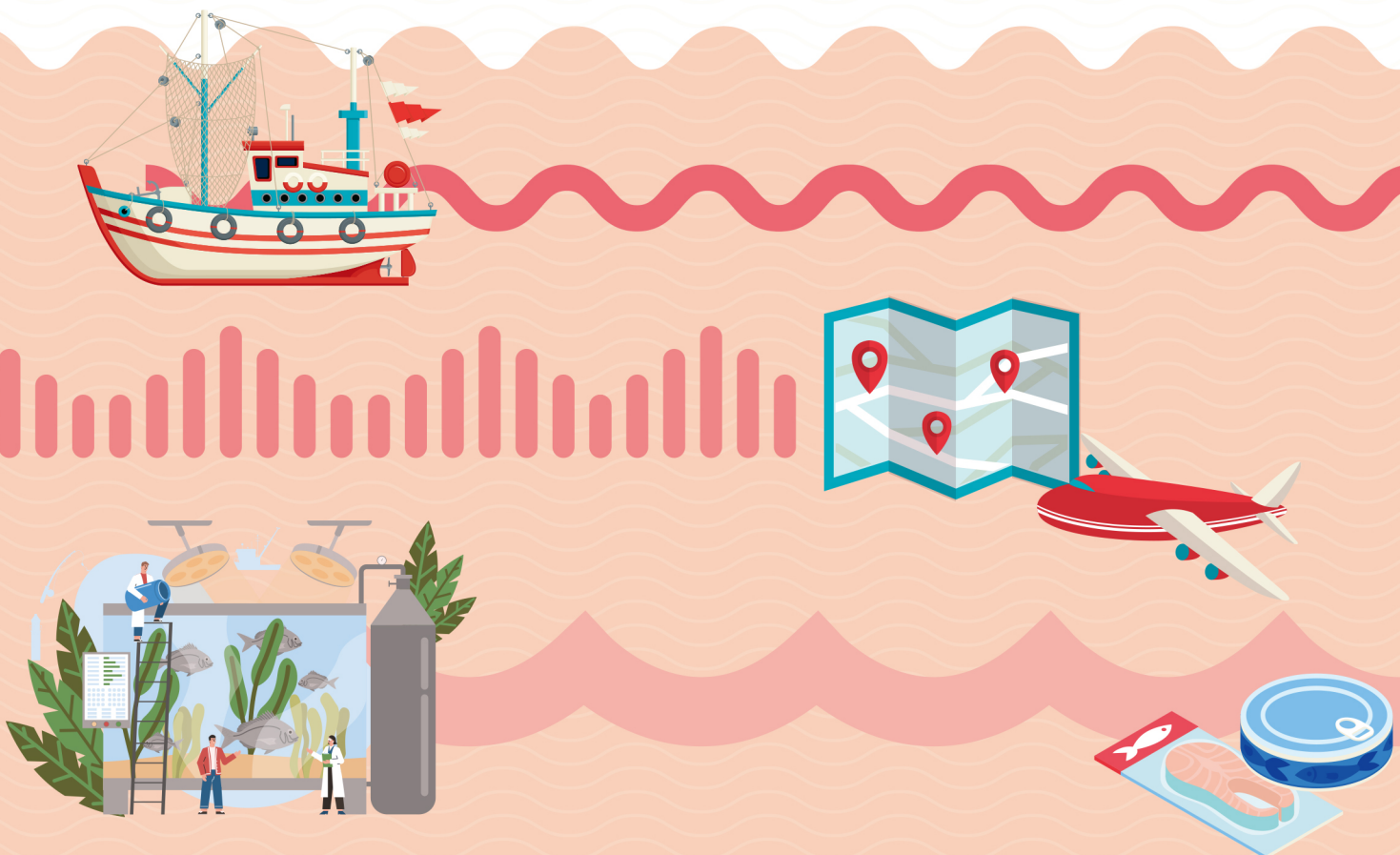
수산물 수출기업
맞춤형 시장조사



at 한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

II 조사개요

1. 조사 설계 및 응답자 특성



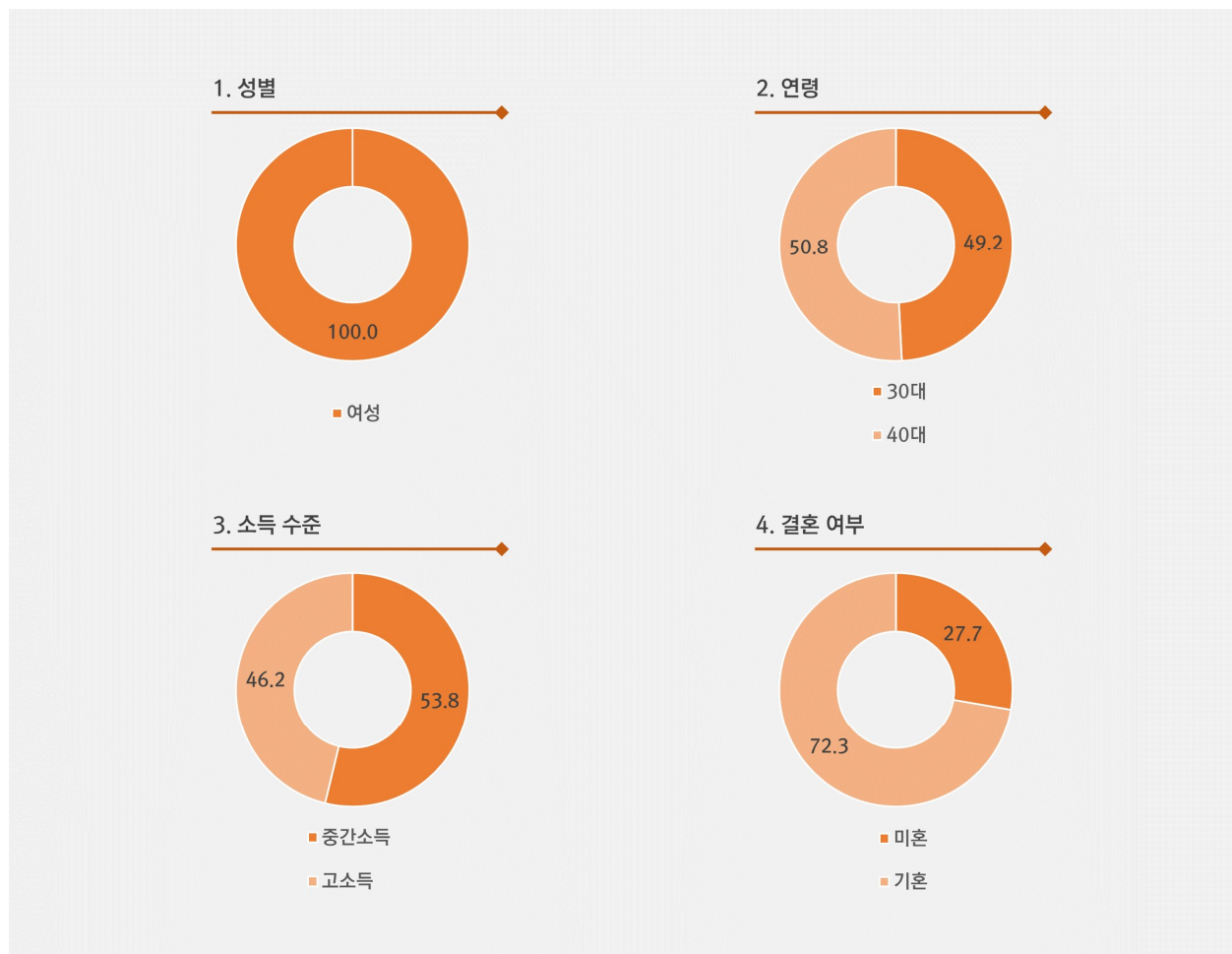
1. 조사 설계 및 응답자 특성

1) 조사 설계

조사 방법	온라인 조사(Online Survey)					
조사 지역	대만					
조사 대상	성별	□ 남성 ■ 여성				
	연령대	□ 10대 □ 20대 ■ 30대 ■ 40대 □ 50대				
	선정이유	대만 모뎀해초 구매 결정 요소 파악을 위해 30대와 40대 여성을 조사 대상으로 선정함				
표본 구성	총 65명 단위: 명					
		30-34세	35-39세	40-44세	45-49세	합계
	남성	0	0	0	0	0
	여성	16	16	16	17	65
	계	16	16	16	17	65
조사 기간	2023.08.07. - 2023.09.15.					

2) 응답자 특성

단위: %



2023

수산물 수출기업

맞춤형 시장조사



해양수산부



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation



설문결과

1. 소비자 인식
2. 구매의 동기
3. 정보의 탐색
4. 대안의 평가
5. 구매의 경로
6. 가격의 평가



1. 소비자 인식

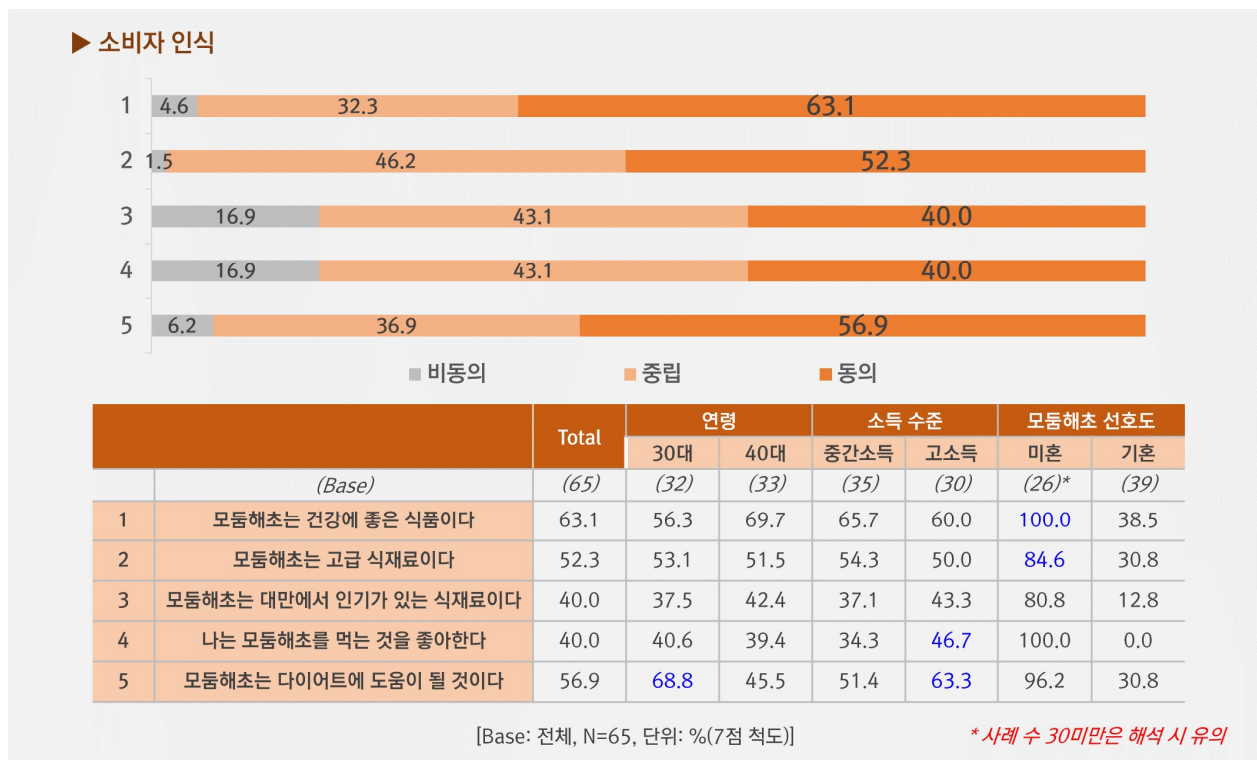
▶ 대만 소비자, 모듬해초에 대한 인식 긍정적인 편

대만 소비자들의 모듬해초에 대한 인식을 파악하는 설문을 진행한 결과, ‘모듬해초는 건강에 좋은 식품이다’의 동의율이 63.1%로 높게 나타남. 이를 통해, 대만 소비자들의 모듬해초에 대한 인식은 긍정적인 편임을 확인함. ‘모듬해초는 고급 식재료이다’의 동의율도 52.3%로 과반을 차지함. 한편, ‘모듬해초는 대만에서 인기가 있는 식재료이다’의 동의율은 40.0%로 비교적 낮아 대만 내 모듬해초에 대한 인식은 긍정적이나 이에 비해 선호도는 비교적 낮은 것으로 조사됨

▶ 대만 내 모듬해초 효능에 대한 인지도 높은 편

이어서, ‘나는 모듬해초를 먹는 것을 좋아한다’의 동의율이 40.0%로, 앞서 대만 내 모듬해초의 인기와 동일한 동의율을 기록함. 다음으로 ‘모듬해초는 다이어트에 도움이 될 것이다’의 동의율이 56.9%로 과반을 차지함. 이를 통해 대만 내 모듬해초의 효능에 대해 인지하고 있는 소비자가 많을 것으로 유추할 수 있음

[표1] 모듬해초에 대한 소비자 인식¹⁾



1) 1, 2, 3점은 ‘비동의’, 4점은 ‘중립’, 5, 6, 7점은 ‘동의’인 것으로 표기함

1. 소비자 인식

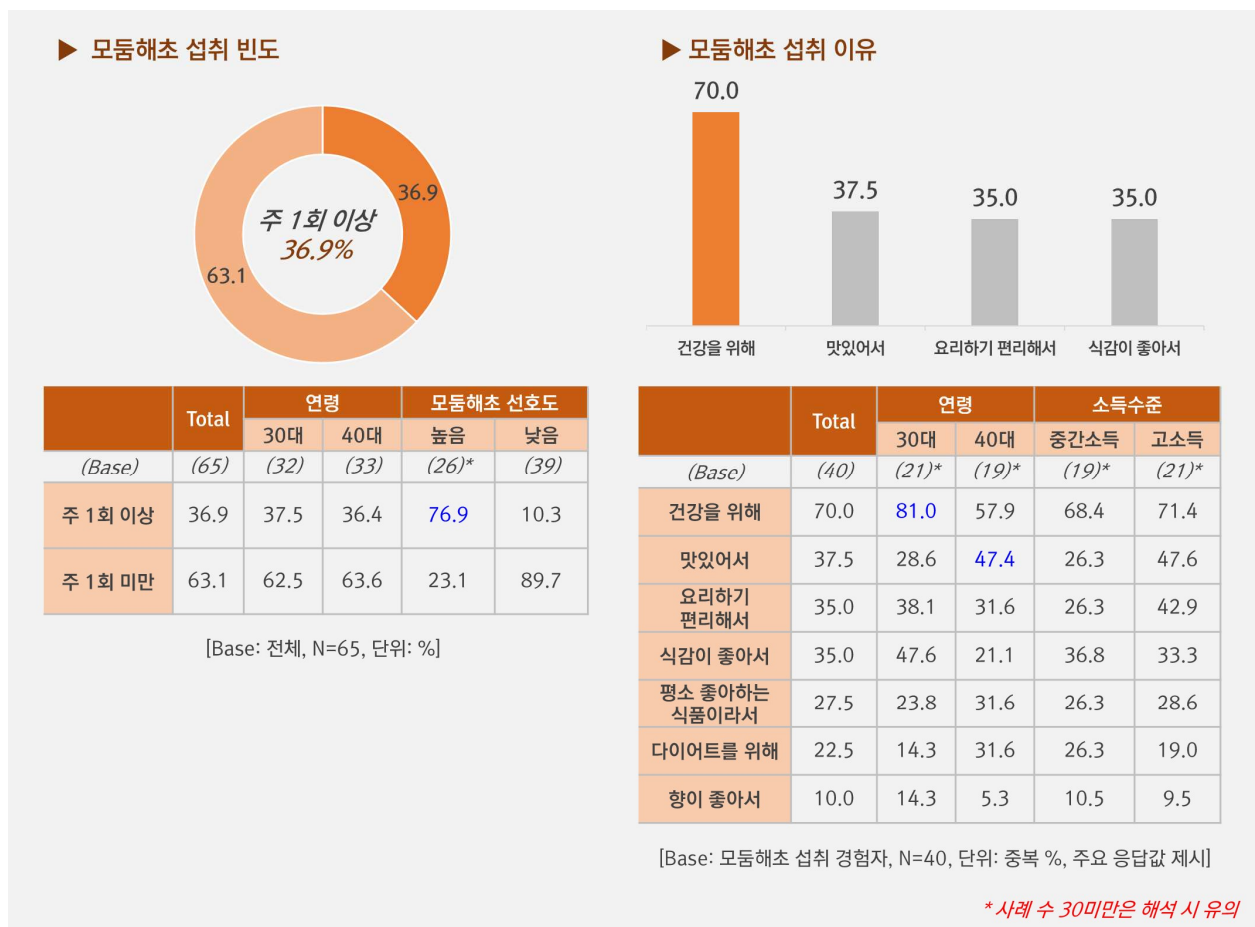
▶ 모듬해초를 주 1회 이상 섭취하는 소비자, 36.9%

대만 소비자들의 모듬해초 섭취 빈도를 묻는 설문을 진행함. 그 결과, ‘주 1회 이상’의 응답률이 36.9%, ‘주 1회 미만’의 응답률이 63.1%로 높은 비중을 차지함. 연령대별로는 응답률의 차이가 크지 않으나, 모듬해초 선호도가 높은 집단의 경우 ‘주 1회 이상’의 응답률이 76.9%로 매우 높음

▶ 대만 소비자, 모듬해초 섭취하는 이유는 ‘건강을 위해’

모듬해초 섭취 경험자를 대상으로 섭취하는 이유에 대해 설문함. 그 결과, ‘건강을 위해’가 70.0%로 압도적으로 높은 응답률을 기록함. 뒤이어 ‘맛있어서’가 37.5%, ‘요리하기 편리해서’와 ‘식감이 좋아서’가 35.0%를 차지함. 응답자 특성별로 살펴보면, 30대(81.0%)가 40대(57.9%)보다 건강을 위해 섭취하는 경우가 많았으며, 40대(47.4%)는 30대(28.6%)보다 맛있어서 섭취하는 경우가 많은 것으로 나타남

[표2] 모듬해초 섭취 빈도 및 섭취 이유



2. 구매의 동기

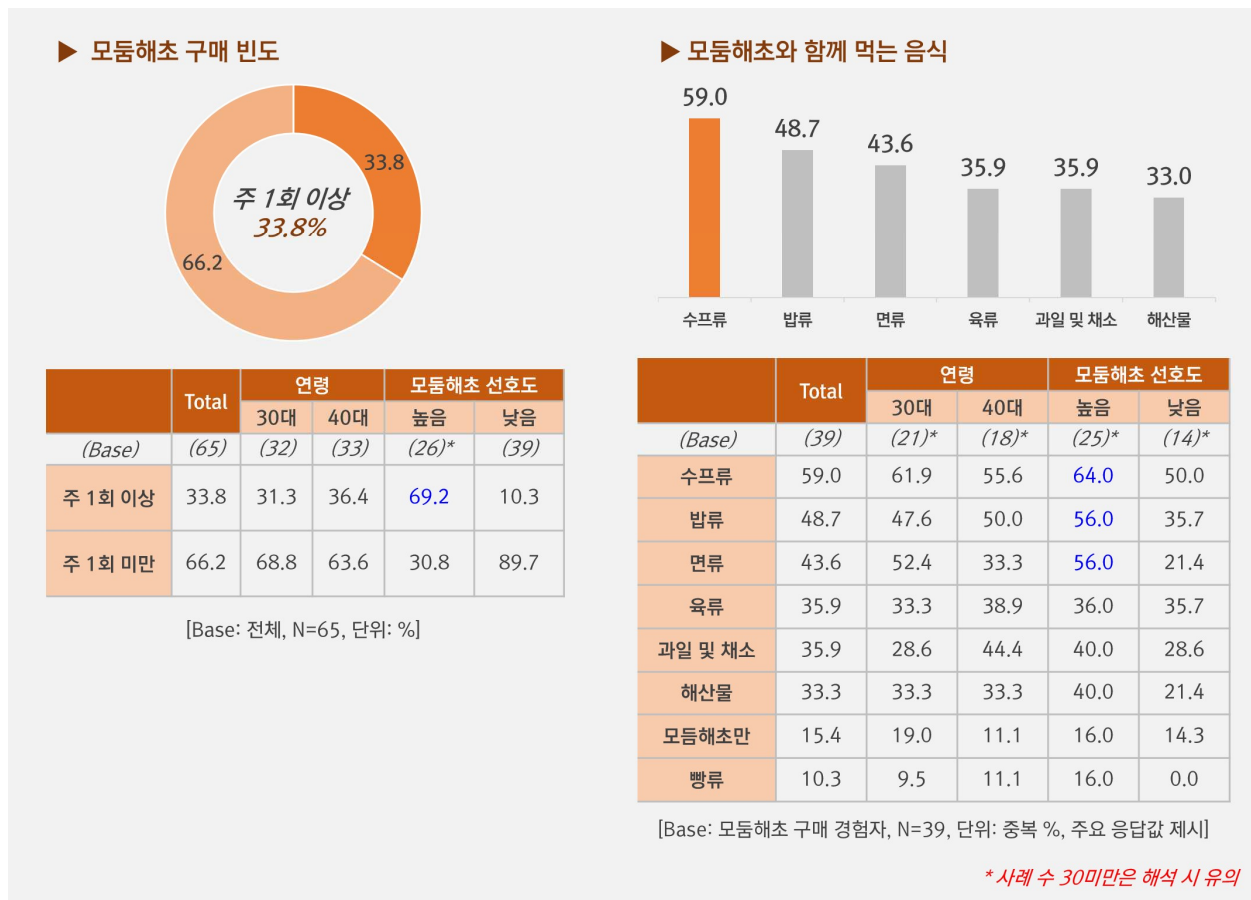
▶ 모듬해초를 주 1회 이상 구매하는 소비자, 33.8%

다음으로 대만 소비자들의 모듬해초 구매 빈도를 알아보는 설문을 진행함. 그 결과, '주 1회 이상'의 응답률이 33.8%, '주 1회 미만'의 응답률이 66.2%인 것으로 나타남. 대체적으로 대만 소비자들의 모듬해초 구매 빈도가 높지 않으나, 앞서 모듬해초의 섭취 빈도와 마찬가지로 모듬해초 선호도가 높은 집단의 구매 빈도만 69.2%로 압도적으로 높게 나타남

▶ 대만 소비자, 평소 수프류와 함께 모듬해초 섭취해

이어서 모듬해초 구매 경험자에게 모듬해초와 함께 먹는 음식에 대해 설문함. 그 결과, '수프류'의 응답률이 59.0%로 유일하게 과반을 차지했으며, 뒤이어 '밥류'와 '면류'가 각각 48.7%와 43.6%를 기록함. 모듬해초 선호도가 높은 집단의 '수프류(64.0%)', '밥류(56.0%)', '면류(56.0%)'에 대한 응답률이 모듬해초 선호도가 낮은 집단보다 상대적으로 높은 것으로 확인됨

[표3] 모듬해초 구매 빈도 및 구매 이유



3. 정보의 탐색

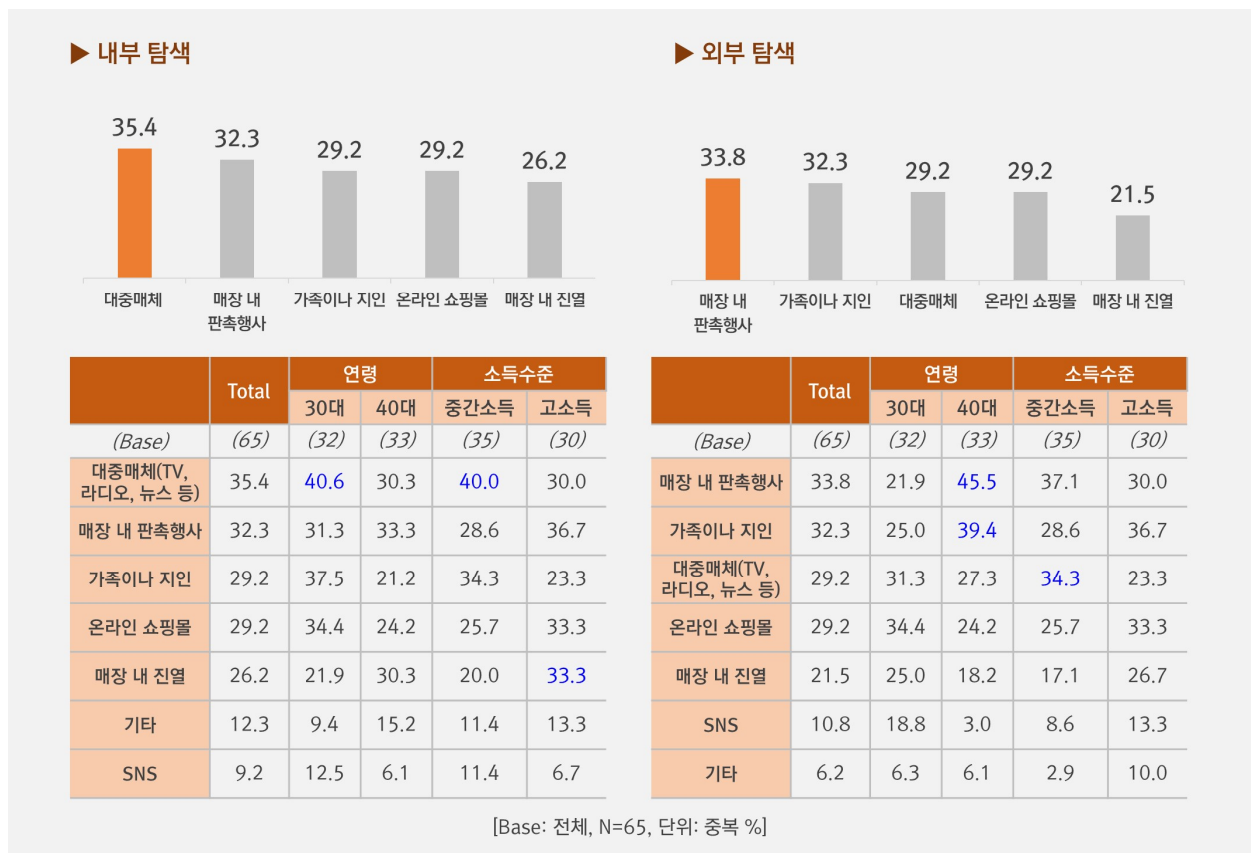
▶ 대만 소비자, 대중매체를 통해 제품 인지

대만 소비자들에게 제품을 처음으로 인지하게 되는 경로에 대해 설문한 결과, ‘대중매체’가 35.4%로 가장 높은 응답률을 기록함. 특히, 30대(40.6%)가 40대(30.3%)보다, 중간소득자(40.0%)가 고소득자(30.0%)보다 ‘대중매체’의 응답률이 더 높게 나타남. 다음으로 ‘매장 내 판촉행사’의 응답률이 32.3%, ‘가족이나 지인’과 ‘온라인 쇼핑물’의 응답률이 29.2%를 차지했으며, 대체적으로 그 어느 보기도 과반을 차지 않고 고르게 분포되어 있는 것으로 확인됨

▶ 대만 소비자, 주로 매장 내 판촉행사를 통해 제품 정보 탐색해

다음으로 제품 인지 후 정보를 탐색하는 경로에 대해 조사함. 그 결과, ‘매장 내 판촉행사’의 응답률이 33.8%로 1위를, ‘가족이나 지인’이 32.3%로 2위를 차지함. 특히, 40대가 30대보다 ‘매장 내 판촉행사’와 ‘가족이나 지인’의 응답률이 높게 나타났으며, 중간소득자는 고소득자보다 ‘대중매체’의 응답률이 높게 나타남

[표4] 정보의 탐색²⁾



2) 정보의 탐색은 처음 제품을 인지하게 되는 과정인 ‘내부 탐색’과 제품 인지 후 정보를 탐색하는 과정인 ‘외부 탐색’으로 구분됨

4. 대안의 평가

▶ 대만 소비자, 모듬해초 종류 중 미역 가장 선호

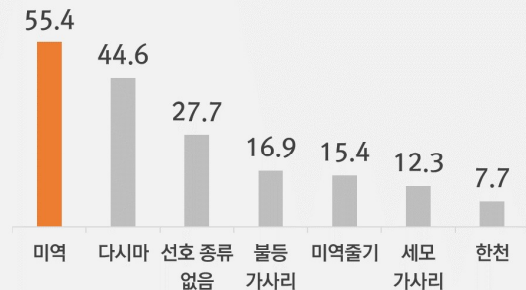
다음으로 대만 소비자들이 선호하는 모듬해초 종류를 알아보는 설문을 진행함. 그 결과, '미역'의 응답률이 55.4%로 유일하게 과반을 차지함. 뒤이어 '다시마'가 44.6%, '선호 종류 없음'이 27.7%를 차지함. '미역'과 '다시마'는 모듬해초 선호도가 높은 집단의 응답률이 특히 높았으며, '선호 종류 없음'은 고소득자(20.0%)보다 중간소득자(34.3%)의 응답률이 상대적으로 높게 나타남

▶ 한국산 모듬해초 선호하는 소비자, 27.7%

이어서 대만 소비자들에게 선호하는 모듬해초 원산지에 대해 설문함. 그 결과, '일본산'의 응답률이 49.2%로 가장 높았으며, 뒤이어 '미국산'이 47.7%를 차지함. 한편, 한국산 모듬해초의 선호도는 27.7%를 기록했으며, 고소득자(33.3%)가 중간소득자(22.9%)보다, 모듬해초 선호도가 높은 집단(38.5%)이 낮은 집단(20.5%)보다 상대적으로 선호도가 높게 나타남

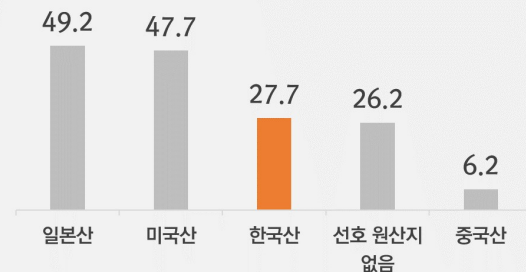
[표5] 선호 모듬해초 종류 및 원산지

▶ 선호 모듬해초 종류



	Total	소득수준		모듬해초 선호도	
		중간소득	고소득	높음	낮음
(Base)	(65)	(35)	(30)	(26)*	(39)
미역	55.4	51.4	60.0	69.2	46.2
다시마	44.6	40.0	50.0	69.2	28.2
선호 종류 없음	27.7	34.3	20.0	23.1	30.8
불등가사리	16.9	17.1	16.7	23.1	12.8
미역줄기	15.4	11.4	20.0	15.4	15.4
세모가사리	12.3	17.1	6.7	26.9	2.6
한천	7.7	5.7	10.0	15.4	2.6

▶ 선호 모듬해초 원산지



	Total	소득수준		모듬해초 선호도	
		중간소득	고소득	높음	낮음
(Base)	(65)	(35)	(30)	(26)*	(39)
일본산	49.2	45.7	53.3	61.5	41.0
미국산	47.7	51.4	43.3	57.7	41.0
한국산	27.7	22.9	33.3	38.5	20.5
선호 원산지 없음	26.2	28.6	23.3	23.1	28.2
중국산	6.2	2.9	10.0	7.7	5.1

* 사례 수 30미만은 해석 시 유의

[Base: 전체, N=65, 단위: 중복 %, 주요 응답값 제시]

4. 대안의 평가

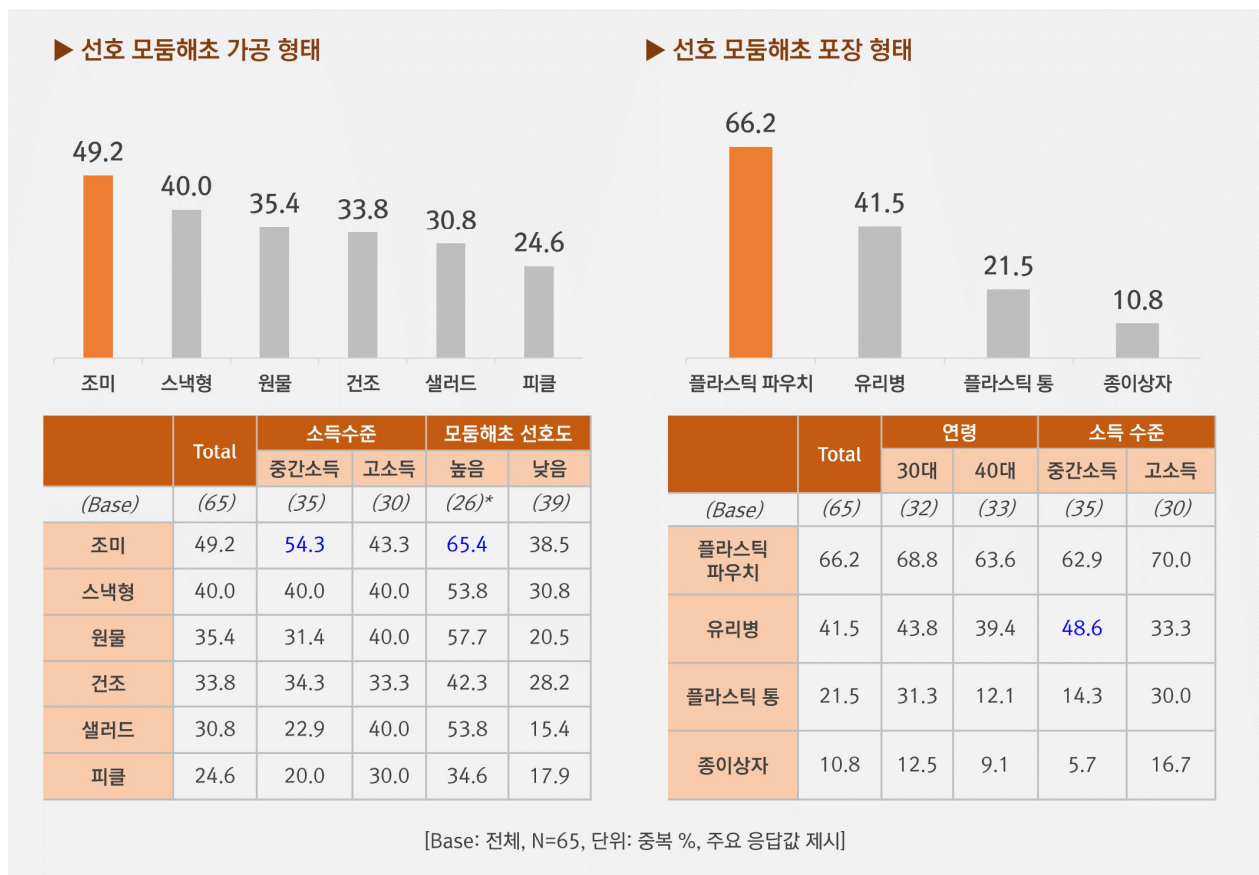
▶ 대만 소비자, 모듬해초 가공 형태로 ‘조미’ 가장 선호

대만 소비자들이 선호하는 모듬해초 가공 형태에 대해 조사함. 그 결과, ‘조미’가 49.2%로 가장 높은 응답률을 기록하였으며, 뒤이어 ‘스낵형’과 ‘원물’이 각각 40.0%와 35.4%를 기록함. 응답자 특성별로 살펴보면, 모듬해초 선호도가 높은 집단은 선호도가 낮은 집단보다 상대적으로 모든 가공 형태의 선호도가 높게 나타났으며, ‘조미’는 중간소득자(54.3%)와 모듬해초 선호도가 높은 집단(65.4%)의 응답률이 상대적으로 높게 나타남

▶ 대만 소비자 선호 모듬해초 포장 형태, ‘플라스틱 파우치’

대만 소비자들의 선호 모듬해초 포장 형태에 대해 조사한 결과, ‘플라스틱 파우치’가 66.2%로 유일하게 과반을 차지하며 1위를, ‘유리병’이 41.5%로 2위를 차지함. 응답자 특성별로 살펴보면, 1위인 ‘플라스틱 파우치’의 응답률은 큰 차이가 없으나, ‘유리병’은 중간소득자(48.6%)의 선호도가 고소득자(33.3%)보다 상대적으로 높은 것으로 조사됨

[표6] 선호 모듬해초 가공 형태 및 포장 형태



4. 대안의 평가

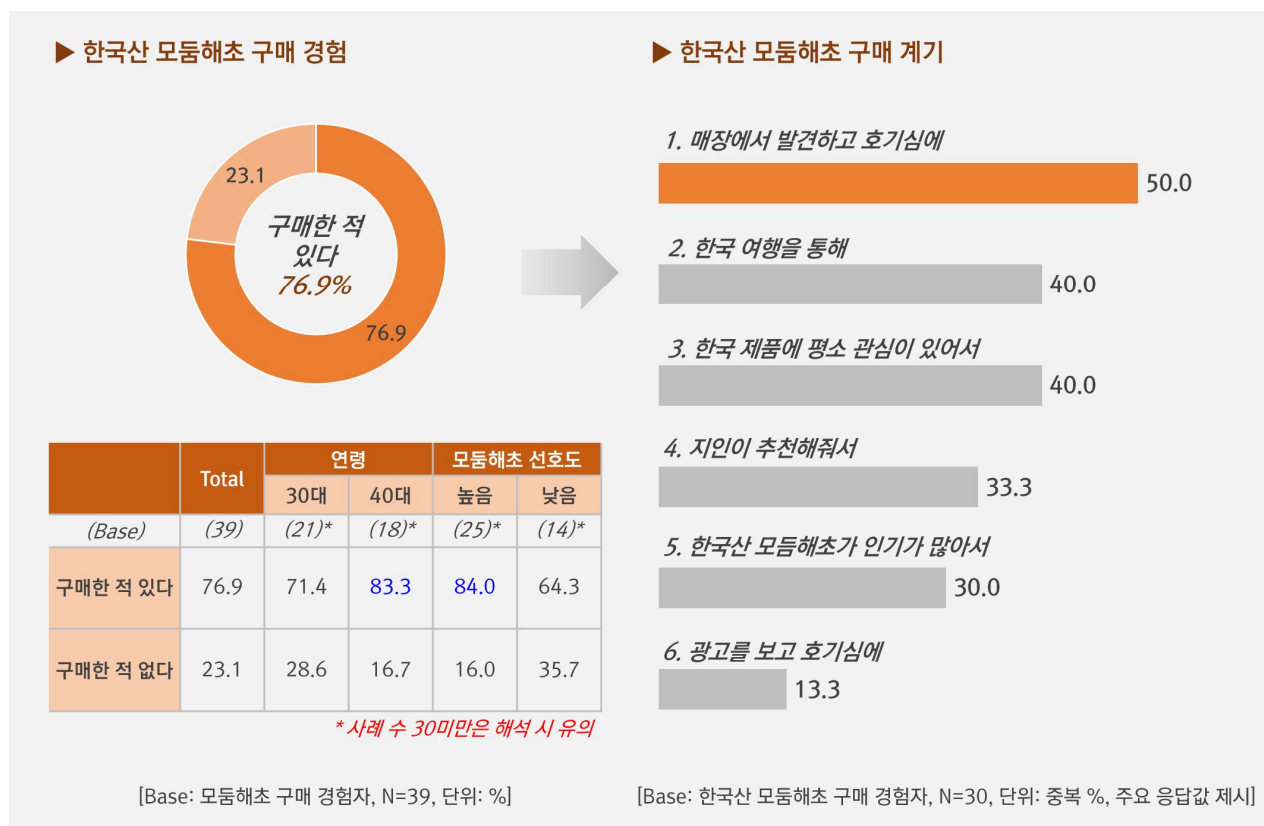
▶ 대만 소비자의 54.5%, 한국산 모듬해초 구매 경험 있어

한국산 모듬해초의 구매 계기를 알아보기 위해 먼저, 한국산 모듬해초를 구매해본 경험이 있는지에 대해 설문함. 그 결과, 모듬해초 구매 경험자의 상당수인 76.9%가 한국산 모듬해초를 구매해본 경험이 있는 것으로 조사됨. 응답자 특성별로 살펴보면, 40대와 모듬해초 선호도가 높은 그룹의 응답률이 상대적으로 높게 나타남. 40대 중 83.3%, 모듬해초 선호도가 높은 응답자 중 84.0%가 한국산 모듬해초를 구매해 본 것으로 조사됨

▶ 한국산 모듬해초 구매 계기로 ‘매장에서 발견하고 호기심에’

한국산 모듬해초를 구매한 경험이 있는 소비자들을 대상으로 구매 계기를 조사한 결과, ‘매장에서 발견하고 호기심에’가 50.0%로 가장 높은 응답률을 보임. 뒤이어 ‘한국 여행을 통해’와 ‘한국 제품에 평소 관심이 있어서’의 응답률이 동일하게 40.0%를 차지함

[표기] 한국산 모듬해초 구매 경험 및 계기



4. 대안의 평가

▶ 대만 소비자, 모듬해초 구매 시 ‘가격’을 주로 고려해

대만 소비자들에게 모듬해초를 구매할 때, 어떠한 요소를 고려하는지에 대해 설문함. 그 결과, ‘가격’이 60.0%로 1위를 차지함. 뒤이어 ‘섭취 편의성’과 ‘맛’이 각각 53.8%와 52.3%로 과반을 차지함

▶ 응답자 특성별 1순위 구매 고려 요소 상이

응답자 특성별로 모듬해초를 구매할 때, 어떠한 요소를 고려하는지에 대해 조사한 결과, 응답자 특성별로 1순위 요소가 상이한 것으로 나타남. 30대는 ‘가격’과 ‘맛’, 40대와 고소득자는 ‘가격’, 중간소득자는 ‘섭취 편의성’을 1순위로 선택함. 한편, 30대(43.8%)는 40대(33.3%)보다 ‘성분’의 응답률이 높았으며, 중간소득자는 유일하게 ‘섭취 편의성(60.0%)’을 1순위로 선정함

[표8] 구매 고려 요소



5. 구매의 경로

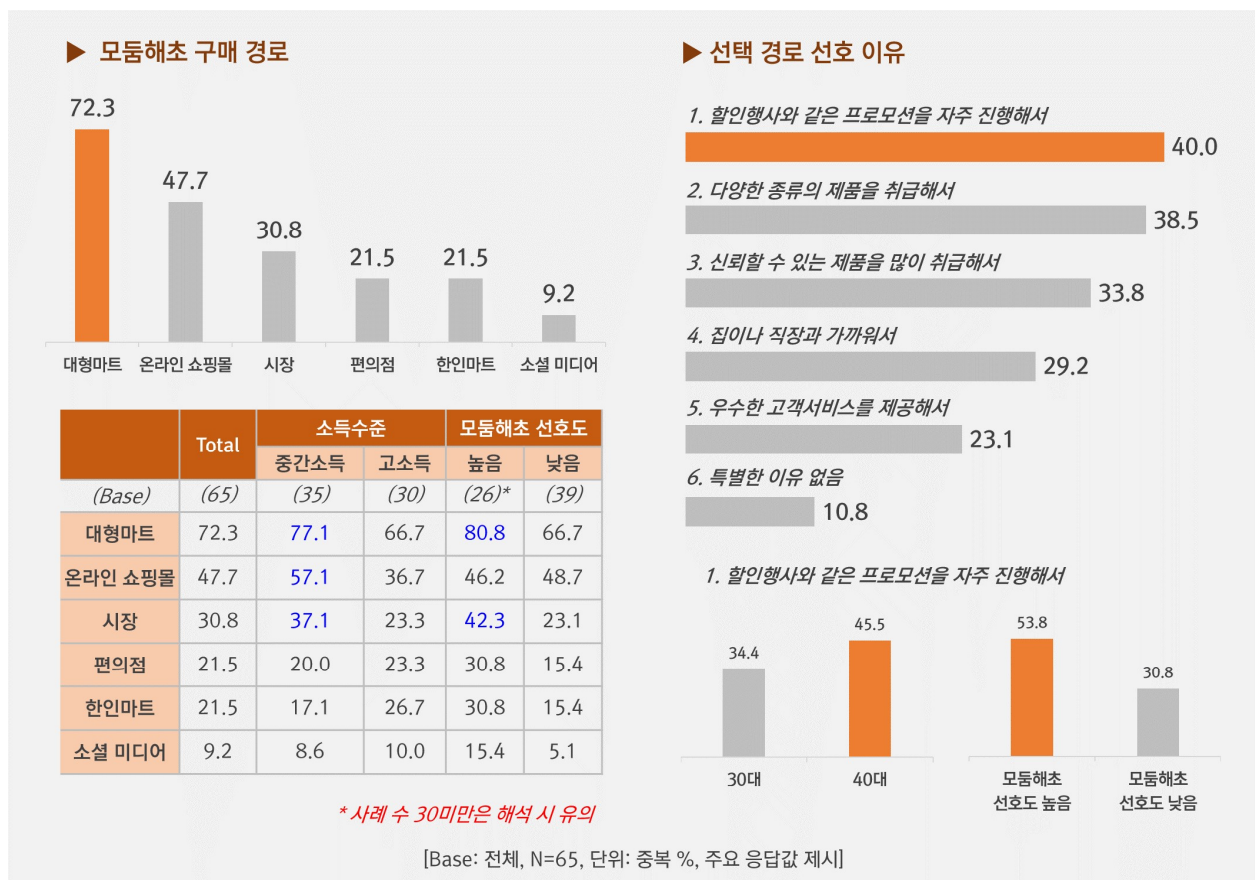
▶ 대만 소비자, '대형마트'에서 모듬해초 구매할 것

대만 소비자를 대상으로 모듬해초 구매 시 어떠한 경로를 이용할 것인지에 대해 설문함. 그 결과, '대형마트'가 72.3%로 1위를 차지했으며, 유일하게 과반을 차지함. 특히, 중간소득자(77.1%)와 모듬해초 선호도가 높은 집단(80.8%)의 '대형마트' 응답률이 비교적 높게 나타남. 뒤이어 '온라인 쇼핑물'이 47.7%, '시장'이 30.8%로 1위인 대형마트에 비해 낮은 응답률을 기록함

▶ 선택 경로 선호 이유, '할인행사와 같은 프로모션을 자주 진행해서'

앞서 설문한 구매 경로와 관련하여 선택한 경로를 선호하는 이유에 대해 조사함. 그 결과, '할인행사와 같은 프로모션을 자주 진행해서'가 40.0%로 가장 높았으며, 뒤이어 '다양한 종류의 제품을 취급해서'가 38.5%로 2위를 차지함. 응답자 특성별로 살펴보면, 40대와 모듬해초 선호도가 높은 집단이 할인행사 등의 프로모션을 이유로 선택 구매 경로를 선호하는 것으로 조사됨

[표9] 구매의 경로



6. 가격의 평가

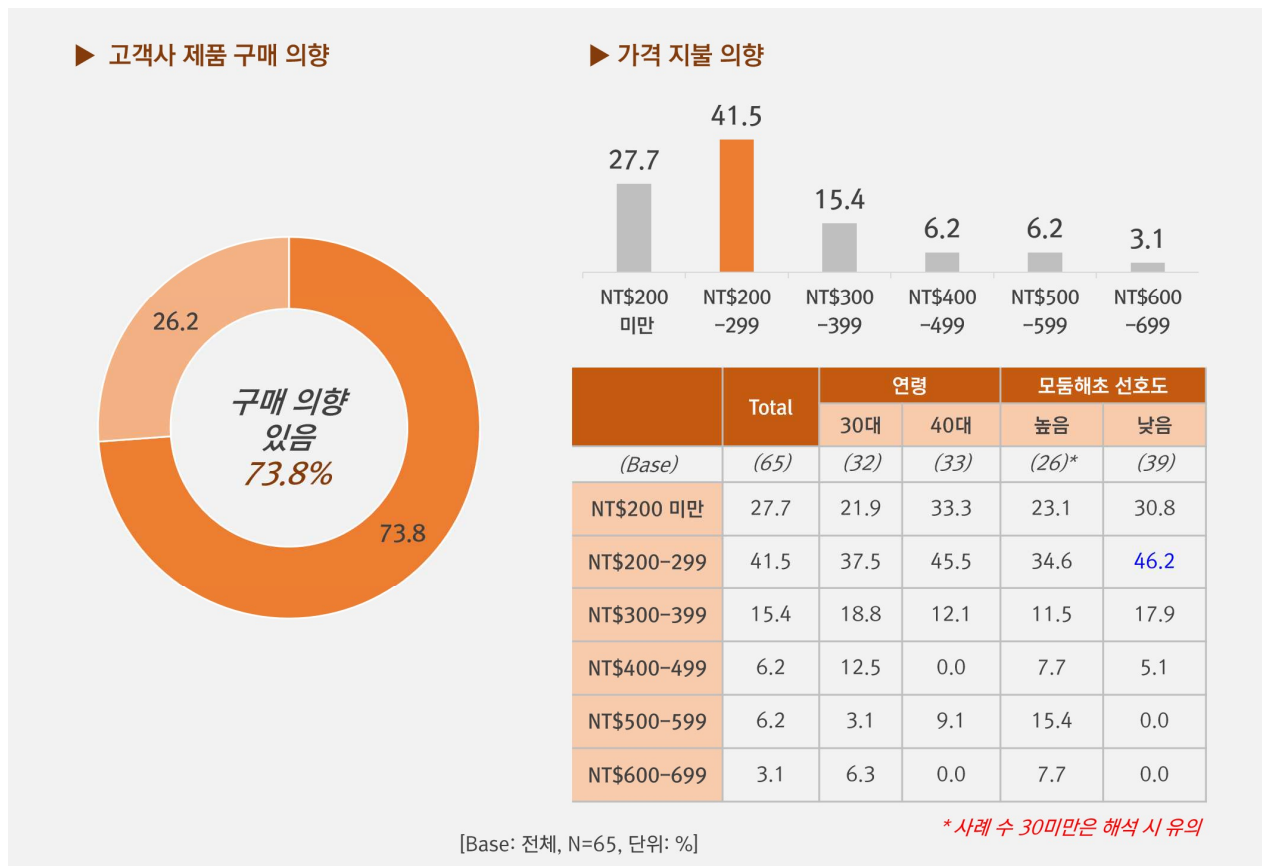
▶ 제품 구매 의향, 73.8%로 높은 편

대만 소비자들에게 고객사 제품의 정보(용량, 가격, 포장 형태, 원료, 원산지, 특징)를 제공한 후 제품을 구매할 의향이 있는지에 대해 설문함. 그 결과, '구매 의향 있음'의 응답률은 73.8%로 높게 나타남

▶ 고객사 제품, 'NT\$200-299'일 경우, 구매 의향 가장 높아

다음으로 대만 소비자들에게 제품에 대해 얼마까지 지불할 의향이 있는지에 대해 설문한 결과, 'NT\$200-299'의 응답률이 41.5%로 가장 높음. 모든 응답자 그룹에서 'NT\$200-299'의 응답률이 1위를 차지했으며, 특히 모뎀해초 선호도가 낮은 집단(46.2%)의 응답률이 상대적으로 높은 것으로 확인됨

[표10] 제품 구매 의향



6. 가격의 평가

▶ PSM 기법

PSM(Price Sensitivity Meter)은 특정 제품에 대한 소비자의 가격 민감도를 측정하여 수용 가격 범위를 파악하는 조사이며, 수용 가격 범위란 소비자가 해당 제품에 대해 얼마까지 지불할 의향이 있는지를 나타낸 구간임

구체적인 문항 질문지는 다음과 같으며, 80g의 모듬해초를 기준으로 함

- Q1. 너무 저렴해서 품질이 의심되기 시작하는 가격은 얼마입니까?(Too Cheap)
- Q2. 합리적이라고 생각하는 가격은 얼마입니까?(Cheap)
- Q3. 비싸다고 생각하는 가격은 얼마입니까?(Expensive)
- Q4. 너무 비싸서 구매할 수 없다고 생각하는 가격은 얼마입니까?(Too expensive)

▶ PSM 가격 수요 곡선의 이해

PSM 가격 수요 곡선에는 각 그래프가 교차하는 총 4개의 교차점이 생성됨

PSM에서는 해당 교차점을 기준으로 소비자의 수용 가격 범위를 파악함

- PMC(Point of Marginal Cheapness, 최저 한계 가격):

‘너무 싸다’와 ‘비싸다’ 그래프가 교차하는 지점으로, 해당 지점보다 낮은 가격에서는 오히려 너무 저렴하여 구매하지 않는 소비자의 수가 많아져 PMC보다 높은 가격을 책정하는 것이 바람직함

- PME(Point of Marginal Expensiveness, 최고 한계 가격):

‘너무 비싸다’와 ‘싸다’ 그래프가 교차하는 지점으로, 해당 지점보다 높은 가격에서는 너무 비싸 구매하지 않는 소비자가 많아져 PME보다 낮은 가격을 책정하는 것이 바람직함

- OPP(Optimal Price Point):

‘너무 싸다’와 ‘너무 비싸다’ 그래프가 교차하는 지점으로, 해당 가격에 제품을 구매하고자 하는 소비자가 가장 많아 판매량을 극대화할 수 있는 지점임

- IPP(Indifference Price Point):

‘싸다’와 ‘비싸다’ 그래프가 교차하는 지점으로, 가장 균형 잡힌 가격대를 가질 수 있는 지점으로 해석됨

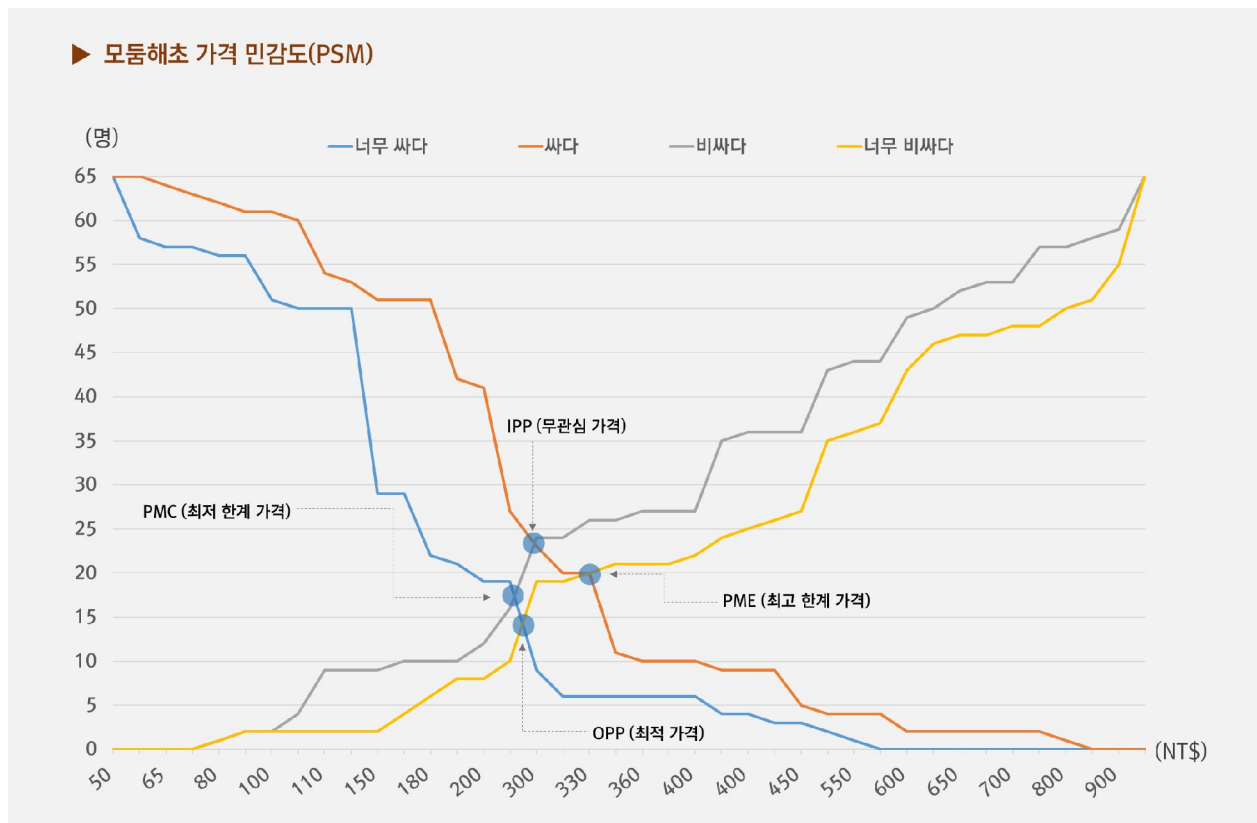
6. 가격의 평가

▶ 고객사 제품 최적 가격, 'NT\$300'

한국산 모듬해초의 가격 민감도 그래프에 따르면, 무관심 가격(IPP)은 NT\$310이며, 최적 가격(OPP)은 NT\$300인 것으로 확인됨. 또한, 최저 한계 가격(PMC)은 NT\$290, 최고 한계 가격(PME)은 NT\$350으로 나타남. 따라서, PSM 기법에 의한 모듬해초 구매 의사 가격은 NT\$300(OPP)-NT\$310(IPP)이고, 구매 수용 가능한 가격 범위의 하한 가격은 NT\$290(PMC), 상한 가격은 NT\$350(PME)으로 분석됨

이는 앞서 대만 소비자를 대상으로 가격 지불 의향을 설문한 결과에서 'NT\$200-299' 구간의 응답률이 가장 높았던 것과 유사한 수준임. 최적 가격이 NT\$300이고, 'NT\$200-299'에서 지불 의향이 가장 높았던 것을 고려했을 때, 모듬해초 제품의 대만 시장 진출 시 가격 민감도 분석 및 설문 결과를 고려하여 NT\$290-300 내외의 가격을 설정하는 것이 시장에 적합할 것으로 판단됨

[표11] 모듬해초 제품 적정 가격 조사 결과



발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2023.09.15

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.