

2023

수산물 수출기업 맞춤형 시장조사



No. 202310-14
품목 김(Laver)
HS CODE 2008.99-5010
국가 독일(Germany)
구분 경쟁력분석형

CONTENTS

2023 수산식품 수출기업 맞춤형 시장조사

I. 요약	03
II. 경쟁제품	
1. 독일 김 경쟁제품 선정	05
2. 독일 김 경쟁제품 조사지표 선정	10
3. 독일 김 경쟁제품 현지조사 결과	11
III. 경쟁기업	
1. 독일 김 경쟁기업 선정	26
2. 독일 김 경쟁기업 현지화 분석 기준	27
3. 독일 김 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	29
IV. 수입·유통업체 인터뷰	
1. 코로 드로게리(KoRo Drogerie)	38
2. 선데이 내추럴(Sunday Natural)	41
3. 알가마르(Algamar)	44
V. 경쟁력파악	
1. 제품 경쟁력 검증	48
2. 벤치마킹 제품 분석	52
3. 기업 마케팅 벤치마킹	54
4. 온라인 인기제품 리뷰 분석	55

*참고문헌



■ 온라인 인기제품

판매채널		제품명	제조사명
온라인몰 인기 판매제품	아마존 (Amazon)	게뷔르스터 제탕	A사
		페간 게준데 제탕 스낵스	F사
		제탕 스낵	G사
	이베이 (eBay)	노리 알겐 게뷔르츠허트	A사
		알겐스나크 제탕	B사
		알겐스나크 게뷔르츠허트	H사

■ 오프라인 주요 경쟁제품

게뷔르스터 노리-제탕 (A사)		제알겐 게트르코네트 게뤼스테트 (C사)	
	가격 2.39유로 (3,427원)		가격 5.99유로 (8,588원)
	중량 20g		중량 48g (4g*12ea)
글로벌 한국 식품 브랜드, “명장이 엄선한 돌김을 정성껏 구운”		한국산 김 전문 브랜드, “한국산 오리지널 햇바삭김, 재래김”	

■ 경쟁기업 3개사 분석

	A사	B사	C사	독일 현지 진출 경쟁기업 현황
국적	한국	한국	한국	경쟁기업 3개사 중 1개사, 포장 현지화 경쟁기업 3개사 모두 홍보문구 현지화 +
포장 현지화	○	○	●	
홍보 현지화	●	●	●	
입점 채널	온/오프라인 모두 활용	온/오프라인 모두 활용	온/오프라인 모두 활용	경쟁기업 3개사 중 3개사, 한국 및 글로벌 자사홈페이지를 활용 해 기업 및 제품 홍보
홍보 채널	자사 홈페이지(한국/글로벌) SNS 플랫폼(한국)	자사 홈페이지(한국/글로벌), SNS 플랫폼(한국)	자사 홈페이지(한국/글로벌) SNS 플랫폼(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(10g당) (2.18유로 (3,126원))	○	10개		포장 형태 (플라스틱 파우치)	●	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치 / 플라스틱 트레이	
		1.46유로 (2,093원)				7개	3개	
중량(g) (64g (4g*16ea))	○	10개		맛 (4가지 맛)	●	오리지널	올리브유 & 녹차	녹차
		31g				8개	1개	1개
원산지 (한국)	●	한국산						
		10개						

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 10g당 가격은 경쟁제품 평균보다 높은 편이며, 중량 또한 경쟁제품 평균보다 큰 것으로 나타남 2) 경쟁제품 10개 중 7개가 플라스틱 파우치 활용하여 제품을 포장한 것으로 확인되며 오리지널 맛이 다수로 나타남
Point 02.	1) 벤치마킹 제품 분석 결과, 패키지에 한국산 제품임을 강조하여 원산지 및 품질을 보증하고 홍보함 2) 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, 인기 김 제품에 대해 ‘맛’과 ‘제품 종류(조미김)’, ‘품질’에 대한 전반적인 만족도와 관심이 높음

II 경쟁제품

1. 독일 김 경쟁제품 선정
2. 독일 김 경쟁제품 조사지표 선정
3. 독일 김 경쟁제품 현지 조사 결과



1. 독일 김 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

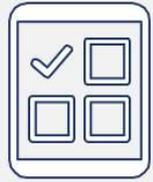
제품명	N사 ¹⁾
제품 종류	조미김
소비자 가격	20,000원 (13.95유로 ²⁾)
중량	64g (4g*16ea)
포장 형태	플라스틱 트레이
특징	신선한 해조류에 정직한 재료를 사용해 다양한 맛 (고소한 맛, 매운 맛, 신 맛, 와사비 맛)을 냄

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: N사
 - 제품 종류: 조미김
 - 소비자가격: 13,95유로(20,000원)
 - 중량: 64g(4g*16ea)
 - 포장 형태: 플라스틱 트레이

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 - 1. 아마존(Amazon)
 - 2. 이베이(Ebay)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 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: 주요 백화점, 아시안 마트 외 2곳
- 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, 경쟁기업 조사
- ② 제품 분석
 - (온·오프라인) 인기제품 요인 분석
 - 벤치마킹 제품 분석
 - 온라인 인기제품 리뷰 감성분석

1) 고객사를 N사로 칭함

2) 1유로=1,433.77원(2023.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2) 경쟁제품군 선정 및
온라인 판매 제품 확인

독일 주요 온라인 쇼핑몰
(Top 2)

사이트명	취급 종류
 아마존	신선식품, 가공식품, 음료, 냉동식품 등
 이베이	식품, 가구, 유아용품, 전자제품 등

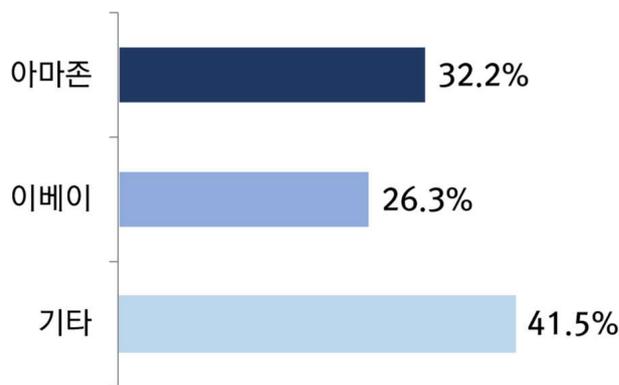
▶ 김 경쟁제품군 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사지표를 바탕으로 김 제품의 경쟁제품군으로 김 및 조미김, 전장김 제품을 설정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 독일 주요 온라인 쇼핑몰 2곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 아마존에서는 한국산 전장김과 조미김 제품이 상위 인기 제품으로 확인됨. 이베이에서는 조미김 제품이 가장 인기로 나타남

[표 2.1] 2022년 독일 온라인 쇼핑몰 방문자수 점유율



자료: 스탯스타(Statista) 홈페이지

[표 2.2] 독일 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

아마존 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	전장김	A사	게뷔르스터 제탕 (Gewürzter Seetang)	한국	1.93유로 (2,767원 ⁴⁾)	20g	
2	전장김	F사	폐간 게준데 제탕 스낵스 (Vegan Gesunde Seetang Snacks)	한국	1.93유로 (2,767원)	60g (4g*15ea)	
3	조미김	G사	제탕 스낵 (Seetang Snack)	한국	16.39유로 (23,499원)	80g (4g*20ea)	

3) 조사일(2023.10.18.) 기준 조사

4) 1유로=1,433.77원(2023.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

[표 2.2] 독일 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

이베이 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(인기 순위 기준) ⁵⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	조미김	A사	노리 알겐 게뷔르츠티 (Nori Algen Gewürzter)	한국	2.99유로 (4,287원)	21.6g (2.7g*8ea)	
2	조미김	B사	알겐스나크 제탕 (Algensnack Seetang)	한국	1.89유로 (2,710원)	10g (5g*2ea)	
3	조미김	H사	알겐스나크 게뷔르츠티 (Algensnack Gewürzter)	한국	3.99유로 (5,721원)	21.6g (2.7g*8ea)	

자료: 아마존(Amazon), 이베이(Ebay) 홈페이지
사진 자료: 아마존(Amazon), 이베이(Ebay) 홈페이지

5) 조사일(2023.10.18.) 기준 조사

3) 조사 지역 및 매장 선정

독일 베를린 정보⁶⁾

인구	357만 명
인구 밀도	4,049명/km ²
면적	891km ²

▶ 독일, 베를린 방문지역으로 선정

독일의 수도이자 인구와 면적이 유럽연합에서 가장 큰 도시인 베를린을 방문지역으로 선정함. 전 세계 주요 도시 평균보다 더 큰 규모의 1인당 GDP(45,245달러)를 기록한 베를린은 독일 경제 발전의 주요 지역임⁷⁾. 독일의 디지털 경제는 연평균 9%의 성장률을 보이고 있으며, 수출입 비중이 높은 독일 경제의 중추적인 역할을 함. 2020년 코로나 팬데믹 이후 독일의 수출 규모는 약보합을 이어가는 가운데, 수입은 계속해서 늘고 있어 흑자인 무역수지가 지속되고 있으나 그 정도가 감소하는 추세임. 고객사 제품의 HS CODE인 2008.99호의 2022년 독일 對글로벌 수입규모 확인 결과⁸⁾, 네덜란드(13.7%), 오스트리아(9.2%), 이탈리아(8.7%) 순으로 확인되며 한국은 5.3%의 규모(1,279만 달러)를 차지함

▶ 현지조사 매장 선정, 백화점, 유기농 식료품점 외 2곳

고객사 희망 조사매장 지표 및 경쟁제품 시장 현황을 고려하여 백화점, 유기농 식료품점, 슈퍼마켓, 아시안 마트를 조사매장으로 선정함

[표 2.3] 독일 김 주요 유통채널 현황

채널 분류	주요 매장
백화점	갤러리아(Galeria), 카테베(KaDeWe)
유기농 식료품점	바이오 컴퍼니(Bio Company), 알나투라 주퍼 나투어 마르크트(Alnatura Super Natur Markt)
슈퍼마켓	에데카(Edeka), 레베(Rewe), 히트 주페르마르크트(HIT Supermarkt)
아시안 마트	고 아시아(Go Asia), 빈 로이(Vinh-Loi), 아시아 마켓(Asia Market)
온라인	아마존(Amazon), 이베이(eBay)

■ 고객사 진출 선호 매장

6) 자료: 독일 연방 통계청 (www.destatis.de)

7) 자료: 스태티스타 (www.statista.com)

8) 자료: ITC Trade Map (www.trademap.org)

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(*) 고 아시아(Go Asia), 바이오 컴퍼니(Bio Company), 카데베(KaDeWe), 빈 로이(Vinh-Loi), 에데카(Edeka)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 김: 김(해조류)을 종이 형태로 넓게 펴서 건조시켜 포장한 제품

(*) 고객사 요청에 따라 인기 김 제품 및 전장김 제품을 경쟁제품으로 추가 선정함

[표 2.4] 독일 김 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인	경쟁제품
① 게뷔르스터 노리-제탕 (A사)	○ (고 아시아)	○ (아마존, 이베이)	○
② 게뷔르스터 노리-제탕 미트 올리페일 운트 그뤼넨 테 (B사)	○ (고 아시아)	(-)	○
③ 게뢰스테터 노리 제탕 (B사)	○ (고 아시아)	(-)	○
④ 게뷔르스트 노리 핑크 풍 키즈 (B사)	○ (고 아시아)	(-)	○
⑤ 잘출거 제탕 인 클라인엔 슈튀크헨 (B사)	○ (고 아시아)	(-)	○
⑥ 제알겐 게트로크네트, 게뢰스테트 (C사)	○ (고 아시아)	○ (아마존, 이베이)	○
⑦ 스시 노리 (아르헤 나투르프로덕테)	○ (바이오 컴퍼니)	○ (아마존)	○
⑧ 게뢰스테터 노리-제탕, 간체스 블라트 (D사)	○ (카데베)	○ (아마존)	○
⑨ 알겐블레터 미트 그뤼 (E사)	○ (빈 로이)	(-)	○
⑩ 제알겐 게뢰스테트 (미야코재팬)	○ (에데카)	(-)	○

(*) 현지 판매 김 경쟁제품 10개 분석

2. 독일 김 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 독일 김 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 독일 김 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	김	김(해조류)을 종이 형태로 넓게 펴서 건조시켜 포장한 제품
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치 또는 플라스틱 트레이	플라스틱 소재의 트레이 또는 파우치
제품명		제품의 한글 및 원어명
제조사명		제조사 한글 및 원어명
원산지		제품의 원산지
맛		제품이 보유한 맛
홍보문구		제품 포장지에 기재된 홍보문구
수입자		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

3. 독일 김 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 독일 베를린에 위치한 아시안 마트, 유기농 식료품점, 백화점, 슈퍼마켓 방문

독일 베를린에 위치한 아시안 마트 고 아시아(Go Asia)와 빈 로이(Vinh-Loi), 유기농 식료품점인 바이오 컴퍼니(Bio Company), 백화점 카데베(KaDeWe), 슈퍼마켓 에데카(Edeka)를 방문함. 고 아시아와 카데베, 에데카는 역 근처에 위치하고 있으며, 빈 로이와 바이오 컴퍼니는 다른 세 곳보다 역에서 조금 떨어진 곳에 위치함

[표 2.6] 독일 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
고 아시아 (Go Asia)	아시안 마트	6	· 2009년 설립 · 베를린 8개 매장, 독일 전역에 44개 매장 운영
바이오 컴퍼니 (Bio Company)	유기농 식료품점	1	· 1999년 설립 · 독일 전역 62개 매장 운영
카데베 (KaDeWe)	백화점	1	· 1907년 설립 · 유럽 내 가장 큰 규모의 백화점
빈 로이 (Vinh-Loi)	아시안 마트	1	· 1988년 설립 · 아시안 전문 식료품과 요리 취급
에데카 (Edeka)	슈퍼마켓	1	· 1907년 설립 · 프리미엄 온, 오프라인 슈퍼마켓



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품 10개, 1개 방문 매장에서 판매

고 아시아, 바이오 컴퍼니, 카데베, 빈 로이, 에데카 총 5개 매장 방문 후 인기제품을 조사한 결과, 모든 경쟁제품은 각 1개의 매장에서 판매 중인 것을 확인함

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황				
	고 아시아	바이오 컴퍼니	카데베	빈 로이	에데카
① 게뷔르츠타 노리-제탕 (A사)	○				
② 게뷔르츠타 노리-제탕 미트 올리페일 운트 그뤼넬 테 (B사)	○				
③ 게뤼스테터 노리 제탕 (B사)	○				
④ 게뷔르츠타 노리 핑크 폼 키즈 (B사)	○				
⑤ 잘출거 제탕 인 클라이넨 슈튀크헨 (B사)	○				
⑥ 제알겐 게트로크네트, 게뤼스테트 (C사)	○				
⑦ 스시 노리 (아르헤 나투르프로덕테)		○			
⑧ 게뤼스테터 노리-제탕, 간체스 블라트 (D사)			○		
⑨ 알겐블레터 미트 그륀 (E사)				○	
⑩ 제알겐 게뤼스테트 (미야코재팬)					○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 고 아시아 (Go Asia)

매장 정보

- 유형: 아시안마트
- 판매 제품 특징:
음료, 과자, 과일, 채소, 육류, 해산물, 농산물, 생활용품 등의 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
역 근처 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보		고 아시아는 2009년 베를린에 처음 문을 연 아시안 마트임. 현재 베를린에 8개, 독일 전역에 44개 지점을 운영하고 있음. 온, 오프라인 매장을 통해 7,000개 이상의 품목을 취급하고 있으며, 소셜미디어를 통해 아시안 식품을 소개하며 홍보하고 있음
	조사 제품 수: 6개	

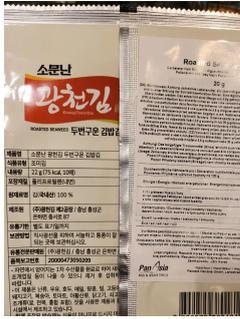
매장 정보		
	위치	독일 Kurfürstendamm 231, 10719 Berlin

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 김 경쟁제품 정보		
			
	게뷔르스터 노리-제당 (A사)	게뷔르스터 노리-제당 미트 올리페일 운트 그뤼넬 테 (B사)	게뢰스테터 노리 제당 (B사)
			
게뷔르스트 노리 핑크 폼 키즈 (B사)	잘출거 제당 인 클라이넨 슈튀크헨 (B사)	제알겐 게트로크네트, 게뢰스테터 (C사)	

사진자료: 현지조사원 자료

			
제품명 (현지어)	게뷔르츠티어 노리-제탕 (Gewürzter Nori-Seetang)	제조사 (현지어)	A사
제품 종류	조미김	중량	20g (4g*5ea)
소비자가격	2.39유로 (3,427원)	10g당 가격	1.20유로 (1,721원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태	플라스틱 파우치	홍보문구	명장이 엄선한 고급 돌김을 정성껏 구운, 대한민국 No.1 양반김
수입자	크라이엔호프 앤 클루게 (Kreyenhop & Kluge)	원료 및 첨가물	돌김(국산) 48.5%, 유채씨유, 참기름, 소금
			
제품명 (현지어)	게뷔르츠티어 노리-제탕 미트 올리페일 운트 그뤼넴 테 (Gewürzter Nori-Seetang mit Oliveölund Grünem Tee)	제조사 (현지어)	B사
제품 종류	조미김	중량	25g
소비자가격	2.99유로 (4,287원)	10g당 가격	1.20유로 (1,721원)
원산지	한국	맛	올리브유 & 녹차
포장 형태	플라스틱 파우치	홍보문구	올리브유를 바르고 녹차가 첨가된
수입자	파나지아 한델스 (Panasia Handels)	원료 및 첨가물	김 47%, 카놀라유 42%, 올리브유 5%, 녹차분말 2%, 참기름 2%, 맛소금 2%

			
제품명 (현지어)	게뤼스테터 노리 제탕 (Gerösteter Nori Seetang)	제조사 (현지어)	B사
제품 종류	김밥김	중량	20g (2g*10ea)
소비자가격	2.59유로 (3,713원)	10g당 가격	1.30유로 (1,864원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태	플라스틱 파우치	홍보문구	두 번 구운 김밥김
수입자	파나지아 한델스 (Panasia Handels)	원료 및 첨가물	김(국내산) 100%

			
제품명 (현지어)	게뷔르츠티 노리 핑크 풍 키즈 (Gewürzt Nori Pinkfong Kids)	제조사 (현지어)	B사
제품 종류	조미김	중량	36g (4g*9ea)
소비자가격	5.99유로 (8,588원)	10g당 가격	1.66유로 (2,380원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이	홍보문구	유기농, 아기사머 키즈 김
수입자	파나지아 한델스 (Panasia Handels)	원료 및 첨가물	김 66%, USDA 유채씨유 32%, 가공소금 1.7%, 아쿠아민 F 0.2%, 정제 생선오일 분말 0.1%

			
제품명 (현지어)	짚줄거 제탕 인 클라이넨 슈튀크헨 (Salzlder Seetang in Kleinen Stückchen)	제조사 (현지어)	B사
제품 종류	김가루	중량	70g
소비자가격	3.99유로 (5,721원)	10g당 가격	0.57유로 (817원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태	플라스틱 파우치	홍보문구	좋은 원초만 선별하여 더욱 맛있습니다
수입자	파나시아 한델스 (Panasia Handels)	원료 및 첨가물	김 54%, 유채씨유 44%, 참기름 0.5%, 소금 1.5%, 조미료
			
제품명 (현지어)	제알겐 게트로크네트, 게뢰스테트 (Seealgen Getrocknet, Geröstet)	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	조미김	중량	48g (4g*12ea)
소비자가격	5.99유로 (8,588원)	10g당 가격	1.25유로 (1,792원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이	홍보문구	해바삭김, 재래김
수입자	크라이엔호프 앤 클루게 (Kreyenhop & Kluge)	원료 및 첨가물	김 53%, 식물성 오일(유채씨, 참깨, 볶은깨), 소금

Shop ② 바이오 컴퍼니 (Bio Company)

매장 정보

- 유형: 유기농 식료품점
- 판매 제품 특징:
음료, 과자, 과일, 채소, 육류, 해산물, 농산물 등 다양한 유기농 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보		바이오 컴퍼니는 199년 베를린에 설립된 유기농 식료품점임. 현재 베를린, 브란덴부르크 및 작센에 62개 이상의 매장을 운영 중임. 바이오 컴퍼니는 100% 유기농 과일, 야채, 베이커리, 고기, 치즈 등 500개 이상의 식품을 취급함
	조사 제품 수: 1개	

매장 정보		
	위치	독일
	도시(지역)	독일
	상세주소	Tauentzienstraße 21-24, 10789 Berlin

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 김 경쟁제품 정보	
		
	스시 노리 (아르헤 나투르프로덕테)	

사진자료: 현지조사원 자료

			
제품명 (현지어)	스시 노리 (Sushi Nori)	제조사 (현지어)	아르헤 나투르프로덕테 (Arche Naturprodukte)
제품 종류	김밥김	중량	25g (2.27g*11ea)
소비자가격	7.99유로 (11,456원)	10g당 가격	3.20유로 (4,588원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	홍보문구	(-)
수입자	(-)	원료 및 첨가물	영양성분표만 확인 가능

Shop ③ 카데베 (KaDeWe)

- **매장 정보**
- 유형: 백화점
- 판매 제품 특징:
다양한 신선식품, 냉동식품, 농수산물, 의류, 미용, 생활용품 등을 제공함
- 매장 주변 특징:
역 근처 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

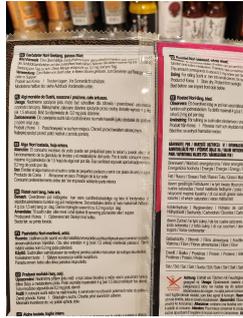
브랜드 기본 정보		카데베는 1907년 베를린 서부에 처음 설립된 럭셔리 백화점임. 100년 이상의 역사를 지닌 카데베는 유럽에 존재하는 백화점 중 가장 큰 규모로 운영되고 있으며, 다양한 브랜드의 의류, 미용, 식품, 생활용품을 제공하고 있음
		조사 제품 수: 1개

매장 정보		
	위치	독일 도시(지역) 상세주소 Tauentzienstraße 21-24, 10789 Berlin

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 김 경쟁제품 정보
	 <p>게뢰스테터 노리-제탕, 간체스 블라트 (D사)</p>

사진자료: 현지조사원 자료

			
<p>제품명 (현지어)</p>	<p>게뤼스테터 노라-제탕, 간채스 블라트 (Gerösteter Nori-Seetang, ganzes Blatt)</p>	<p>제조사 (현지어)</p>	<p>Dsa</p>
<p>제품 종류</p>	<p>김밥김</p>	<p>중량</p>	<p>25g (2.5g*10ea)</p>
<p>소비자가격</p>	<p>2.95유로 (4,230원)</p>	<p>10g당 가격</p>	<p>1.18유로 (1,692원)</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>구운 김</p>
<p>수입자</p>	<p>Kreyenhop & Kluge</p>	<p>원료 및 첨가물</p>	<p>영양성분표만 확인 가능</p>

Shop ④ 빈 로이 (Vinh-Loi)

- **매장 정보**
- 유형: 아시안 마트
- 판매 제품 특징: 신선식품, 육류, 농수산물 등 다양한 아시안 식료품을 제공
- 매장 주변 특징: 주거 지역 내 위치
- 주요 고객층: 현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보		빈 로이는 1988년 설립된 아시안 슈퍼마켓임. 냉동 식품, 향신료, 소스, 과일 등 다양한 아시안 식품을 취급함. 또한, 아시안 요리를 조리하여 제공하고 있음
	조사 제품 수: 1개	

매장 정보		
	위치	도시(지역) 상세주소
		독일 Ansbacher Str. 16, 10787 Berlin

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 김 경쟁제품 정보	
		
		알겐블레터 미트 그린 (E사)

사진자료: 현지조사원 자료



제품명 (현지어)	알겐블레터 미트 그린 (Algenblätter mit Grün)	제조사 (현지어)	에사
제품 종류	조미김	중량	12g (4g*3ea)
소비자가격	1.99유로 (2,853원)	10g당 가격	1.66유로 (2,380원)
원산지	한국	맛	녹차
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 트레이	홍보문구	녹차로 구운 김, 홍성군 농특산물 공동브랜드
수입자	AsRopa Food	원료 및 첨가물	김(국산) 48%, 녹차분말(국산) 0.5%, 옥수수유, 참기름, 소금, 설탕

Shop ⑤ 에데카 (Edeka)

- **매장 정보**
- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
프리미엄 식재료, 유기농 식료품 등을 제공
- 매장 주변 특징:
역 인근에 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보		에데카는 1907년 설립된 프리미엄 슈퍼마켓 체인점임. 자체 브랜드와 독일 전역에서 운영되는 오프라인 매장 및 온라인 몰을 통해 저렴한 제품, 유기농 제품, 높은 품질의 제품 등 다양한 제품군을 공급하고 있음
	조사 제품 수: 1개	

매장 정보		
	도시(지역)	독일
위치	상세주소	Nollendorfpl. 8-9, 10777 Berlin

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 김 경쟁제품 정보	
		
		제알겐 게뢰스테트 (미야코재팬)

사진자료: 현지조사원 자료

			
제품명 (현지어)	제알겐 게뢰스테트 (Seealgen Geröstet)	제조사 (현지어)	미야코 재팬 (Miyako Japan)
제품 종류	김밥김	중량	26g (2.6g*10ea)
소비자가격	3.59유로 (5,147원)	10g당 가격	1.38유로 (1,979원)
원산지	한국	맛	오리지널
포장 형태	플라스틱 파우치	홍보문구	구운 김
수입자	Kreyenhop & Kluge	원료 및 첨가물	영양성분표만 확인 가능

III 경쟁기업

1. 독일 김 경쟁기업 선정
2. 독일 김 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 독일 김 경쟁기업 현황 및 현지화 정보



1. 독일 김 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 김 제품을 판매하는 한국 기업 3개사 선정

독일 오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 다른 경쟁기업보다 현지화가 잘 되어 있는 한국기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함

▶ 경쟁기업 3개사, 평균 59년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 59년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. C사는 1953년에 설립되어 가장 오래된 70년의 업력을 보유하고 있음. A사는 1969년 설립된 이후 54년째 사업을 이어오고 있으며, B사는 1970년 설립되어 53년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 3개사, 김 동일 품목⁹⁾ 종류 조사

독일에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 김 동일 품목 수를 조사한 결과, C사가 총 32개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그다음으로는 B사가 22개의 동일 품목을 판매하고 있었으며, A사가 15개의 동일품목 제품을 취급하여 판매 중임을 확인함

[표 3.1] 김 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
A사	한국	54년	15개
B사	한국	53년	22개
C사	한국	70년	32개

자료: 독일 진출 김 경쟁기업 3개사 분석

9) 조미김, 전장김을 포함한 김을 동일 품목으로 분류

2. 독일 김 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	조미 도시락 김 및 기타 김

▶ 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	고 아시아, 바이오 컴퍼니, 카테베, 빈 로이, 에테카
온라인	아마존, 이베이

3. 독일 김 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 독일 온, 오프라인 매장 진출

독일에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 3개사 모두 오프라인 매장 중 고 아시아에 입점한 것으로 확인됨. B사의 경우, 4개의 제품이 판매 중임을 확인함. 또한, 3개사 제품은 독일의 온라인 유통채널 아마존과 이베이에서 판매되고 있음

▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지에서의 제품 홍보 활동 활발함

독일 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것을 확인함. 또한, 3개사는 페이스북과 인스타그램, 유튜브, 트위터에서 공식 채널을 개설하여 소비자들과 소통하고 있는 것으로 나타남. 특히 C사는 국가별로 소셜미디어 채널을 개설하여 제품 홍보를 진행하고 있음을 확인함

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 품질, 맛, 원료 등을 강조

독일 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 맛과 향, 품질 등을 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 조사됨. ‘좋은 원초에 들기름 향이 가득한’, ‘바삭하고 향긋한’ 등의 수식어가 사용되고 있으며 ‘높은 퀄리티’, ‘한국인의 열정’ 등의 품질 관련 수식어가 사용됨. 이외에도 한국산이나 김밥용 전장김 등 원산지나 쓰임새를 강조하는 문구를 활용하여 홍보하고 있음을 확인함

[표 3.7] 독일 김 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
A사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 고 아시아 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 - 이베이 	<ul style="list-style-type: none"> 자사홈페이지 (한국/글로벌) SNS 플랫폼 (한국) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터 	<ul style="list-style-type: none"> - 좋은 원초에 들기름향이 가득한 들기름김 - 좋은 원초가 바삭하고 향긋한 양반김 	<p>좋은 원초에 들기름향이 그득한</p> 
B사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 고 아시아 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 - 이베이 	<ul style="list-style-type: none"> 자사홈페이지 (한국/중국/일본/영국) SNS 플랫폼 (한국) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터 	<ul style="list-style-type: none"> - 수십수백만 장을 만들어도 고객은 김 한 장으로 평가한다 	<p>'수십수백만 장을 만들어도 고객은 김 한 장으로 평가한다'</p> <p><small>김에 가장 '열정'하는 한국인이 만든 김을, 최고의 원산 재료, 최상의 고기만 넣은, 저가 경쟁사보다 훌륭한 노력이 담겨 있어 모든 대한민국인이 맛있게 먹고 있습니다. 국내 1등 및 세계 10여 개국에 수출할 수 있었던 원천기술이 이만큼 담겨 있습니다.</small></p>
C사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 고 아시아 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 - 이베이 	<ul style="list-style-type: none"> 자사홈페이지 (글로벌) SNS 플랫폼 (한국/미국/독일 등) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터 	<ul style="list-style-type: none"> - 높은 퀄리티에 한국인의 열정이 담긴 맛있는 음식 	<p>High quality & delicious food with Korean passion</p>

자료: 독일 진출 김 경쟁기업 3개사 분석

① A사

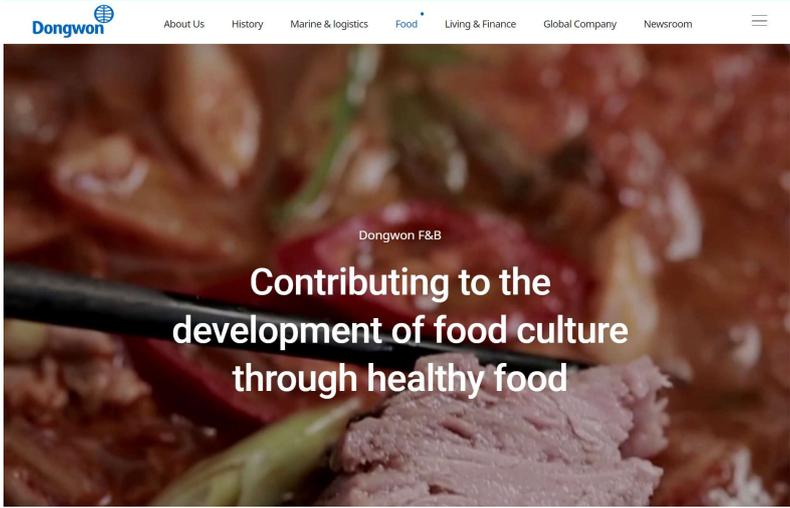
기업 기본 정보	기업명	A사	
	기업 설명	A사는 1969년 한국에 설립된 종합 식품 제조 기업임. 대표적인 참치 가공품을 포함한 다양한 수산 식품 제조를 시작으로, 공장 및 냉동창고, 물류센터를 운영하고 있으며 식료품 전반을 생산함	
	위치	서울시 서초구 마방로 68(양재동 275)	
	규모	동일 품목 수	15개
설립연도		1969년	

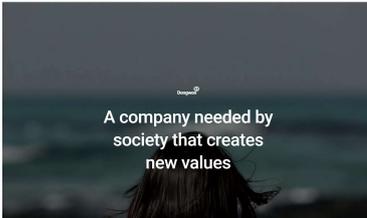
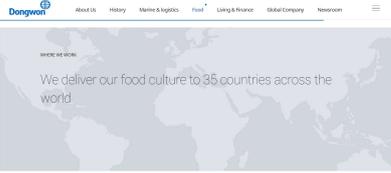
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 고 아시아 <온라인 매장> 아마존 이베이		제품명	게뷔르츠타 노리-제탕 (Gewürzter Nori-Seetang)
			중량	20g
			소비자가격	2.39유로 (3,427원 ¹⁰⁾)
			제품 종류	조미김

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

사진자료: 현지조사원 자료

10) 1유로=1,433.77원(2023.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지(한국/글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터
	게시 주기	비정기적
	게시물 유형	기업 소개, 계열사 소개, 제품 홍보 등

게시물 유형		<ul style="list-style-type: none"> • 기본적인 회사 소개 (회사 개요, 연혁 등)
		<ul style="list-style-type: none"> • 자사 계열사 소개
		<ul style="list-style-type: none"> • 소셜미디어 홍보 (제품 홍보, 제조 공정, 레시피, 사회공헌 활동 등)

사진자료: A사 홈페이지

② B사

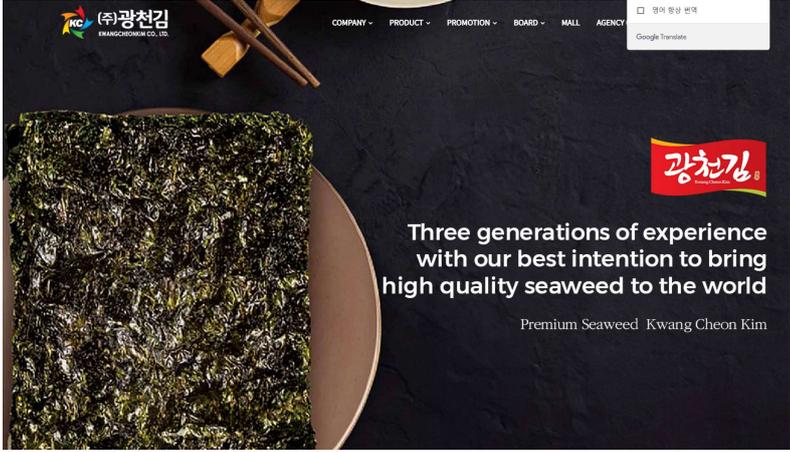
기업 기본 정보	기업명	B사	
	기업 설명	B사는 1970년 개업한 뒤로 12개의 공장, 48개의 제조라인을 통해 김밥김, 도시락김, 김자반 등 각종 김 제품을 생산하고 있음. USDA, HALAL, HACCP 등 글로벌 인증을 획득하였으며, 30개 이상의 국가로 수출 중임	
	위치	충청남도 홍성군 광천읍 광천로 155-9	
	규모	동일품목 수 ¹¹⁾	22개
설립연도		1970년	

기업 진출 채널	<오프라인 매장> 고 아시아 <온라인 매장> 아마존 이베이		제품명	게워르츠티터 노리-제탕 미트 올리페일 운트 그뤼넴 테 (Gewürzter Nori-Seetang mit Oliveöl und Grünem Tee)
			중량	20g
			소비자가격	2.99유로 (4,287원)
			제품 종류	조미김

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

사진자료: 현지조사원 자료

11) 조미김, 전장김 포함한 김을 동일 품목으로 분류함

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지(한국, 중국, 일본, 영국), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터
	게시 주기	비정기적
	게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 쇼핑몰 안내 등

게시물 유형		<ul style="list-style-type: none"> • 기본적인 회사 소개 (회사 개요, 연혁, 제조 시설 등)
		<ul style="list-style-type: none"> • 미디어 콘텐츠 소개
		<ul style="list-style-type: none"> • 소셜미디어 홍보 (제품 홍보 등)

사진자료: B사 홈페이지

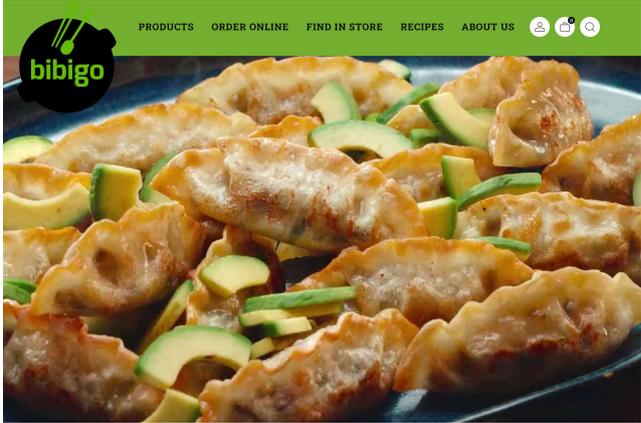
③ C사

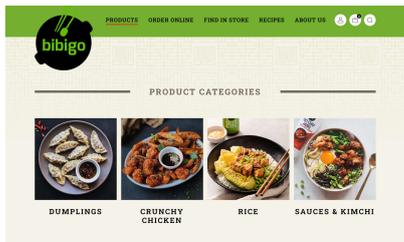
기업 기본 정보	기업명	C사	
	기업 설명	C 브랜드는 C사의 식품 브랜드로, 대표 한식 '비빔밥'에서 유래된 브랜드명을 사용하고 있음. C사 제품들은 디지털 자동화 솔루션이 결합된 정보통신기술을 활용하고 높은 품질과 혁신적인 포장기술 등을 적용하여 냉동식품, 육가공, 즉석밥 제품 등을 생산하고 있음. 현재 글로벌 50개국에 100여 개의 제품을 수출하고 있음	
	위치	서울특별시 중구 동호로 330	
	규모	동일 품목 수	32개
설립연도		1953년	

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 고 아시아 〈온라인 매장〉 아마존 이베이		제품명	제알겐 게트로크네트, 게뢰스테트 (Seealgen Getrocknet, Geröstet)
			중량	48g (4g*12ea)
			소비자가격	5.99유로 (8,588원)
			제품 종류	조미김

현지 진출 방법	포장 현지화	● (중)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지(미국), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터
	게시 주기	비정기적
	게시물 유형	브랜드 소개, 제품 소개, 제품 활용 레시피 제공

게시물 유형		<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 소개
		<ul style="list-style-type: none"> • 한식 레시피 제공
		<ul style="list-style-type: none"> • 취급 제품 소개

사진자료: C사 홈페이지

2023

수산물 수출기업
맞춤형 시장조사



AT 한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

IV

수입·유통업체 인터뷰

1. 코로 드로게리(KoRo Drogerie)
2. 선데이 내추럴(Sunday Natural)
3. 알가마르(Algamar)



Interview ①



12)

코로 드로게리(KoRo Drogerie) Customer support manager

코로 드로게리 (KoRo Drogerie)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2012년 설립된 독일의 수입·유통업체
 - 주로 중국, 태국의 수산물 및 수산물 가공식품을 포함한 다양한 식료품을 수입·유통
 - 자사몰을 통해 제품 유통

담당자 정보

Customer support
manager

소비자 가격 14유로
(20,000원)

인증 HACCP, FDA,
FSSC 22000

맛 김치 맛

포장 형태 4g * 16ea

Q1. 현지에서 인기 있는 경쟁제품과 비교했을 때, 고객사 제품의 가격, 인증, 맛, 포장 형태는 어떠한가요?

독일 김 시장에서 인기 있는 제품은 참깨와 아몬드를 첨가한 중국의 김 스낵입니다. 해당 제품은 현지에서 500g당 21.5유로(30,826원¹³⁾)에 판매되고 있으며, 참깨와 아몬드 맛으로 고단백질과 식이섬유를 함유하고 있음을 강조하여 홍보하고 있습니다. 반면, 고객사의 제품은 경쟁제품에 비해 가격이 상대적으로 높습니다. 김치맛은 현지에서 참깨와 아몬드 맛만큼의 대중적인 인지도를 가지지 못하므로, 인기를 끌기는 쉽지 않을 것입니다. 특히 독일 음식 문화에서 김치와 같은 매운맛은 낯설기 때문에, 좀 더 순한 맛으로 제공되어야 할 것으로 보입니다. 그러나 고객사의 제품 포장은 크기가 작아, 소비자들이 새로운 제품을 시도하기에 적합하므로 이는 큰 강점으로 작용할 수 있습니다.

Q2. 유통업체로서 조미김 제품을 수입할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

독일의 소비자들은 일반적으로 한 번에 많은 양을 섭취하지 않는 특성을 갖고 있습니다. 따라서 제품이 장기간 신선하게 보관될 수 있는지, 그리고 밀봉 포장이 잘 되어 있는지가 중요한 요소로 고려됩니다. 김 제품을 해외에서 수입할 때, '식물이나 그 부분으로 구성되거나 분리, 생산된 식품'에 관한 규정을 따라야 합니다. 단, 해당 식품이 유럽연합에서 안전하게 사용된 이력이 있고, 같은 종의 식물로부터 얻은 품종으로 구성되었다면 제외됩니다. '새로운 식품'은 1997년 5월 15일 이전에 유럽 연합 내에서 주요하게 식용으로 활용되지 않았던 식품을 의미합니다. 또한, 1997년 5월 15일 이전에 유럽 연합 내에서 식품 생산에 활용되지 않았던 생산 과정, '미생물, 곰팡이, 조류로 구성되거나 분리, 생산된 식품' 등에 관한 EU 신식품 규정을 포함한 모든 EU 법률 및 규정을 준수해야 합니다.

12) 사진자료: 코로 드로게리(KoRo Drogerie) 공식 홈페이지

13) 1유로=1,433.77원(2023.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

Q3. 새로운 상품을 발굴하고 해외 업체와 협업을 통해 독일 시장에 제품을 유통하는 과정에서 어떤 점을 중요하게 여기나요?

저희와 같은 바이어들은 고객들에게 가장 뛰어난 품질의 조미김을 제공하고자 합니다. 신제품 발굴 과정을 구체적으로 공개하는 것은 부적절하나, 김 제품의 품질과 생산 과정이 독일의 표준 및 법적 요건을 만족하는지에 중점을 둔 상에서 공급 업체를 선별하고 있습니다. 특히, 현지에서 생산된 제품이나 짧은 공급망을 선호하는 경향이 있습니다. 추가로, 김의 맛과 품질, 그리고 포장에 독일 시장의 소비자 기호와 트렌드에 부합하는지를 지속적으로 검토하며, 이를 기반으로 해외 공급 업체와의 협상 및 계약을 진행합니다. 제품의 안정성, 품질, 가격, 그리고 공급 업체의 유연성 등을 평가하여 최적의 파트너를 선정하고, 그 후 독일 시장에 유통하는 과정을 관리하고 있습니다.

Q4. 현지 소비자들이 조미김 제품 구매 시, 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

현지 소비자들은 천연 재료로 만들어진 고품질의 조미김을 선호합니다. 단백질이나 요오드와 같은 특별한 영양소가 포함된 제품을 선호하며, 요리의 토핑이나 간식처럼 다양하게 활용할 수 있는 제품을 특히 좋아합니다. 더불어서, 제품이 자연스러운 맛을 그대로 간직하고 있는 것을 선호하며, 이를 중요한 구매 기준으로 삼습니다.

Q5. 독일에서 인기 있는 조미김 제품이 주로 사용하는 마케팅 전략이나 채널은 무엇인가요?

조미김 제품의 마케팅에서는 피트니스 전문가와 같은 인플루언서를 활용하는 전략이 주를 이룹니다. 인플루언서 마케팅이 유행하기 시작할 때부터 이를 활용하였고, 그 효과를 통해 어떻게 소비자들이 온라인 쇼핑물에 접근하는지도 분석하였습니다. 그 결과로, 인플루언서와의 협업을 통한 마케팅에서 약 70~80%의 높은 효과를 확인하였습니다. 특히, 초기에는 유튜브를 주요 채널로 활용하여 좋은 반응을 얻었지만, 현재는 인스타그램이 더 주요한 마케팅 채널로 부상하였습니다. 건강한 식품에 대한 관심이 높은 소비자들은 피트니스와 관련된 인플루언서를 주로 팔로우하며, 이러한 인플루언서들은 조미김 제품 소개와 함께 특별한 할인 코드를 제공하는 방식으로 홍보하고 있습니다.

Q6. 한국 조미김 제품이 독일 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

한국의 조미김 제품은 독일에서 주로 '고 아시아(GoAsia)', '니칸키친(Nikankitchen)', '아시안 푸드 러버스(Asianfoodlovers)'와 같은 아시안 마트에서 판매되고 있습니다. 또한, '레베(Rewe)'와 같은 대형 슈퍼마켓에서도 쉽게 찾을 수 있습니다. 특히 '고 아시아'는 독일의 주요 대도시에 점포를 두고 있어 접근성이 좋습니다. 그 외에도 건강 및 유기농 제품을 전문으로 판매하는 매장에서도 조미김 제품을 찾아볼 수 있습니다.

Interview ②



14)

선데이 내추럴 (Sunday Natural)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2013년 설립된 독일의 수입·유통업체
 - 주로 일본과 아일랜드에서 해조류 제품을 수입
 - 자사 온라인 몰과 아마존을 통해 유통

담당자 정보

Senior Product Specialist

소비자 가격 14유로
 (20,000원)

인증 HACCP, FDA,
 FSSC 22000

맛 김치 맛

포장 형태 4g * 16ea

선데이 내추럴(Sunday Natural) Senior Product Specialist

Q1. 현지에서 인기 있는 경쟁제품과 비교했을 때, 고객사 제품의 가격, 인증, 맛, 포장형태는 어떠한가요?

고객사 제품의 가격은 현지에서 판매되고 있는 경쟁제품보다 상대적으로 비싼 편입니다. 현지에서 인기 있는 경쟁제품 중 하나는 아일랜드산 바이오 노리 플록켄(Bio Nori Flocken) 제품으로, 75g당 12.9유로(18,496원)에 판매되고 있습니다. 해당 제품은 후추 맛으로, 바이오(BIO) 인증을 보유하고 있습니다. 특히, 이 제품은 가족 기업에서 유기농으로 생산되는 점과 프리미엄 품질을 강조하는 마케팅 전략으로 현지 시장에서 큰 인기를 얻고 있습니다. 후추 맛이 독특한 특징인데, 이는 독일 전통 요리에 흔히 사용되는 향신료이기 때문에 현지 소비자들에게 친숙합니다. 가격적인 측면에서 고객사의 제품은 이와 같은 경쟁제품보다 상대적으로 비싼 편입니다. 그러나, 현지 소비자들의 입맛에 맞게 제품의 맛을 조절하고 BIO 인증과 같은 인증을 획득할 경우, 시장에서 높은 경쟁력을 확보할 수 있을 것으로 생각합니다.

Q2. 유통업체로서 조미김 제품을 수입할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

독일 시장에 제품을 수입할 때, 가장 큰 고려 사항 중 하나는 제품의 신선도를 유지하는 것입니다. 해조류 특성상 영양분이 쉽게 파괴될 수 있으므로 저온에서의 적절한 건조 방법이 필요합니다. 또한, 해조류가 1년에 2~3개월 동안만 수확 가능하다는 점을 감안할 때, 제조 공정에서 제품의 유통기한이 충분히 확보되는지 확인하는 것이 중요합니다. 다만, 유럽 시장에서 제품을 판매하기 위해서는 EU의 다양한 법률과 규정, 특히 신식품 규정을 정확히 준수해야 합니다. 이러한 규정 준수는 소비자들의 신뢰를 얻는 데 있어서도 중요한 요소이므로, 고객사의 제품이 이러한 기준을 모두 충족하는지 검토하는 것이 필요합니다.

Q3. 새로운 상품을 발굴하고 해외 업체와 협업을 통해 독일 시장에 제품을 유통하는 과정에서 어떤 점을 중요하게 여기나요?

자사에서는 공급 업체의 배경과 가치를 중요하게 생각합니다. 특히, 여러 세대에 걸쳐 전수되고 발전된 지식을 보유한 정통한 생산자가 해초를 양식하고, 이를 수확하는 공급 업체와의 협력을 선호합니다. 이렇게 하면 고객들에게 자사가 지속 가능하고 윤리적인 제품을 제공한다는 메시지를 전달할 수 있습니다. 그리고 수입 제품의 경우, 유해 화학물질 여부를 철저히 검사하는 자체적인 테스트 프로세스를 거치고 있어, 안전성에 대한 확신이 존재해야 비로소 유통 및 판매에 이를 수 있습니다.

Q4. 현지 소비자들이 조미김 제품 구매 시, 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

현지 소비자들은 산(acids)이나 유해 물질을 포함하지 않는 자연 친화적인 제품을 특히 선호하는 경향이 있습니다. 특별히 현지 제품에 관심을 보이며, 공정하게 생산된 제품과 책임감 있는 생산 과정을 중시하는 소비자들이 증가하고 있습니다. 따라서 공급 업체가 제공하는 제품 정보 중, 김의 섭취 방법, 권장 섭취량, 그리고 조리법 등의 정보를 포함하는 것도 중요하게 판단하고 있습니다.

Q5. 독일에서 인기 있는 조미김 제품이 주로 사용하는 마케팅 전략이나 채널은 무엇인가요?

자사와 협업하는 유통채널들 중에서도, 특히 소셜 미디어를 활용한 홍보 전략이 눈에 띕니다. 예를 들어, 우리와 협력하는 한 업체는 11만 8,000명의 팔로워를 보유한 인스타그램 채널을 운영하고 있습니다. 이러한 소셜미디어 채널은 제품 홍보뿐만 아니라, 다양한 레시피나 사용법을 고객과 공유하는 플랫폼으로 활용되어 큰 관심을 받고 있습니다. 자사와 협력 중인 다른 제조업체들의 마케팅 전략을 관찰해보면, 가격 할인이나 다른 제품과의 번들 패키징 전략을 주로 사용하는 것을 확인할 수 있습니다. 이런 전략은 소비자들의 구매 의사를 높이는 데 큰 효과를 보이곤 합니다. 추가로, 현재의 환경 의식이 높아진 시장 상황에서 친환경적이며 지속 가능한 제품 특성을 강조하여 홍보하는 전략도 많은 효과를 보이고 있습니다. 이런 방향의 마케팅은 특히 독일 시장에서 큰 호응을 얻을 수 있을 것으로 생각됩니다.

Q6. 한국 조미김 제품이 독일 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

조미김 제품은 주로 아시안 마트를 통한 유통이 활발하며, 이런 채널을 통해 큰 매출을 기록하고 있습니다. 그 외에도 건강식품 전문점이나 유기농 식품 전문점 등에서도 수요가 지속적으로 늘어나는 추세입니다. 따라서 이러한 유통채널을 중점적으로 고려하여 협력을 진행하는 것을 고려해 볼 수 있을 것입니다.

Interview ③



15)

알가마르
(Algamar)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 1996년에 설립된 독일의 수입·유통업체
 - 스페인에서 해조류 수입
 - 자사 온라인몰을 통해 유통

담당자 정보

Customer support

소비자 가격	14유로 (20,000원)
--------	-------------------

인증	HACCP, FDA, FSSC 22000
----	---------------------------

맛	김치 맛
---	------

포장 형태	4g * 16ea
-------	-----------

알가마르(Algamar)

Customer support

Q1. 현지에서 인기 있는 경쟁제품과 비교했을 때, 고객사 제품의 가격, 인증, 맛, 포장형태는 어떠한가요?

고객사의 조미김 제품이 독일 시장에서 경쟁력을 가지려면 몇 가지 고려 사항이 존재합니다. 먼저, 김치 맛은 현지에서 아직 널리 알려지지 않았으므로, 소비자들에게 새로운 경험을 제공하는 차별화된 포인트로 홍보할 필요가 있습니다. 독일의 소비자들은 건강과 환경에 대한 관심이 높아, 제품의 BIO 인증이나 유기농, 글루텐 프리, 비건 등의 라벨을 가진 제품을 선호합니다. 현재 독일에서 인기 있는 스페인 조미김 제품은 여러 성분과 인증으로 소비자들의 신뢰와 관심을 얻고 있습니다. 이를 참고로, 고객사 제품도 비슷한 전략으로 소비자들에게 제품이 건강하고 지속 가능하다는 점을 강조하는 것이 효과적일 것입니다. 또한, 독일 소비자들은 현지 제품을 선호하는 경향이 있으므로, 제품의 원산지나 생산 과정을 홍보하며 신뢰감을 높이는 방향도 고려할 수 있습니다. 마지막으로, 독일 시장에서의 가격 경쟁력도 중요합니다. 스페인 제품과 비교하여 가격대가 현저히 높다면, 그만큼의 가치나 특별함을 소비자들에게 전달할 수 있는 마케팅 전략이 필요합니다.

Q2. 유통업체로서 조미김 제품을 수입할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

지속 가능성은 현대 소비자들에게 중요한 가치로 여겨지고 있으며, 특히 독일과 같은 유럽 국가에서는 환경 보호 및 지속 가능한 생산 방식에 대한 관심이 매우 높습니다. 고객사의 조미김 제품은 지속 가능한 방식으로 생산되며, 해조류의 재성장과 번식을 위한 신중한 수확과정, 그리고 해양 보존 프로젝트 지원 등의 환경 친화적인 방향으로의 노력은 매우 긍정적인 포인트입니다. 이러한 점들을 중점적으로 홍보하면, 독일 시장에서의 경쟁력을 높일 수 있을 것입니다. 따라서, 제품의 특성과 가치를 명확하게 전달하고, 이를 통해 독일 시장에서 차별화된 포지셔닝을 구축하는 전략을 추천합니다.

Q3. 새로운 상품을 발굴하고 해외 업체와 협업을 통해 독일 시장에 제품을 유통하는 과정에서 어떤 점을 중요하게 여기나요?

저희는 새로운 상품의 발굴 및 해외 업체와의 협업을 통한 제품 유통에 있어서 지역성과 현지 공급 업체에 대한 선호도가 큼니다. 이는 지역의 경제적 발전과 일자리 창출에 기여하려는 저희의 의지와도 관련됩니다. 저희는 현재 특정 지역의 공급 업체와 이미 깊은 협력 관계를 맺고 있기 때문에, 새로운 상품 발굴의 필요성을 크게 느끼지 않고 있습니다. 또한, 자연 해조류에 대한 자사의 품질 기준은 매우 엄격합니다. 깨끗한 갈리시아 해안의 아가마르 해조류를 예로 들면, 지속 가능한 접근 방식으로 어부들이 줄기를 손상시키지 않고 손으로 직접 수확하는 방식을 선호합니다. 이러한 접근은 제품의 품질 뿐만 아니라 지속 가능한 환경 보존에도 기여하고 있기 때문입니다.

Q4. 현지 소비자들이 조미김 제품 구매 시, 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

독일에서는 조미김 제품에 대한 수요가 증가하고 있습니다. 이러한 수요의 원인 중 하나로는 다양한 소비 방식이 있습니다. 조미김을 간단한 간식으로 직접 먹는 것뿐만 아니라, 다양한 요리의 소스에 찍어 먹는 방식, 샐러드의 토핑으로 활용하는 등의 방식으로 조미김 제품을 즐기는 소비자들이 많습니다. 또한, 최근에는 친환경적인 제품에 대한 소비자들의 인식이 높아지면서 제품의 생산 과정이나 원재료에 대한 관심도 증가하고 있습니다. 이에 따라, 친환경적인 생산 방법을 사용하는 제품은 소비자들에게 높은 선호도를 보이고 있습니다. BIO 인증은 유기농 제품에 대한 인증으로, 이 인증을 받은 제품은 화학 비료나 합성 농약을 사용하지 않고 친환경적인 방법으로 생산되었다는 것을 의미합니다. 독일의 소비자들은 이러한 BIO 인증을 매우 중요하게 여기며, 제품 구매 시 해당 인증 유무를 체크하는 경우가 많습니다. 뿐만 아니라, 글로벌 트렌드로 떠오르고 있는 비건 문화도 독일에서 높은 관심을 받고 있습니다. 조미김 제품이 동물성 원재료를 포함하지 않는 비건 제품인지 여부도 구매 결정에 큰 영향을 미칩니다.

Q5. 독일에서 인기 있는 조미김 제품이 주로 사용하는 마케팅 전략이나 채널은 무엇인가요?

독일의 소비자들은 정보를 얻기 위해 온라인을 주로 활용하기 때문에 디지털 마케팅은 필수적입니다. 소셜미디어 플랫폼인 인스타그램과 페이스북에서의 활동, 그리고 검색 엔진 최적화 (SEO)와 온라인 광고를 통해 자사 제품을 홍보하고 타겟 고객에게 제품 정보를 전달하는 것이 중요하다고 생각합니다. 또한, 자체적인 온라인몰을 통해 제품에 대한 상세한 정보 제공은 물론 사용자 리뷰나 질문/답변 섹션을 활용하여 고객과의 소통을 강화하며 신뢰를 얻을 수 있습니다. 그리고 독일에서는 유기농 및 건강식품 전문점의 수요가 높아, 이러한 매장과의 협력을 통해 친환경적이고 지속 가능한 제품을 찾는 고객들에게 접근하는 것도 효과적입니다.

Q7. 한국 조미김 제품이 독일 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

한국산 조미김 제품이 독일 시장에 진출하기 위해서는 아시안 또는 한인마트를 시작으로 고려할 수 있습니다. 독일의 주요 도시들에는 이미 아시아나 한국 음식에 익숙한 소비자들이 이런 상점을 찾아 방문하기 때문입니다. 그리고 독일에서는 친환경적이고 건강한 제품에 대한 수요가 높아, 유기농 및 건강식품 전문점에서 조미김 제품을 판매하는 것도 효과적일 것입니다. 이 외에도 온라인 시장의 성장을 고려하여 아마존(Amazon)이나 이베이(eBay)와 같은 큰 온라인 쇼핑몰을 통해 제품을 소개하는 것도 좋은 방법이 될 수 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
4. 온라인 인기제품 리뷰 분석



1. 제품 경쟁력 검증

1) 10g당 가격

● 경쟁제품(제조사)

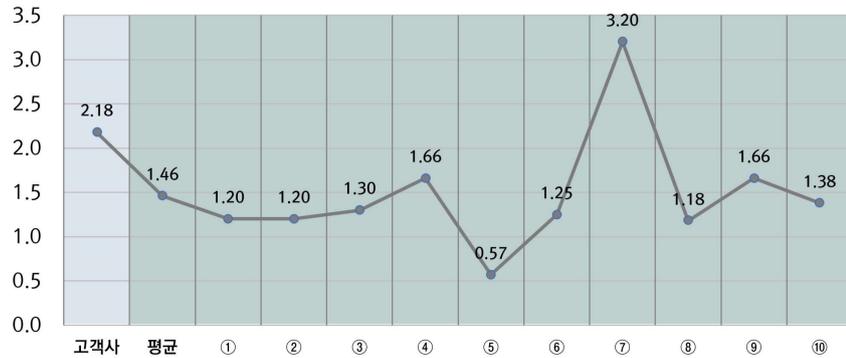
- ① 게뷔르츠타 노라-제탕 (A사)
- ② 게뷔르츠타 노라-제탕 미트 올리페일 운트 그뤼넨 테 (B사)
- ③ 게뤼스테터 노리 제탕 (B사)
- ④ 게뷔르츠타 노리 핑크 폼 키즈 (B사)
- ⑤ 잘츨거 제탕 인 클라이넨 슈튀크헨 (B사)
- ⑥ 제알겐 게트로크네트, 게뤼스테트 (C사)
- ⑦ 스시 노리 (아르헤 나투르프로덕테)
- ⑧ 게뤼스테터 노라-제탕, 간체스 블라트 (D사)
- ⑨ 알겐블레터 미트 그뤼 (E사)
- ⑩ 제알겐 게뤼스테트 (미야코자팬)

▶ 고객사 제품 10g당 가격, 경쟁제품 평균 가격 대비 높은 편

고객사 제품의 10g당 가격은 2.18유로(3,126원¹⁶⁾)로, 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격인 1.46유로(2,093원)보다 약간 높은 수준임. 10g당 가격이 3.20유로(4,588원)로 가장 높은 6번 제품보다는 저렴하지만, 기타 경쟁제품 대비 가격 경쟁력이 다소 부족한 것으로 나타남

[표 5.1] 독일 김 가격 경쟁력 분석

(단위: 10g/유로)



16) 1유로=1,433.77원(2023.09.01., KEB하나은행 매매기준을 적용)

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

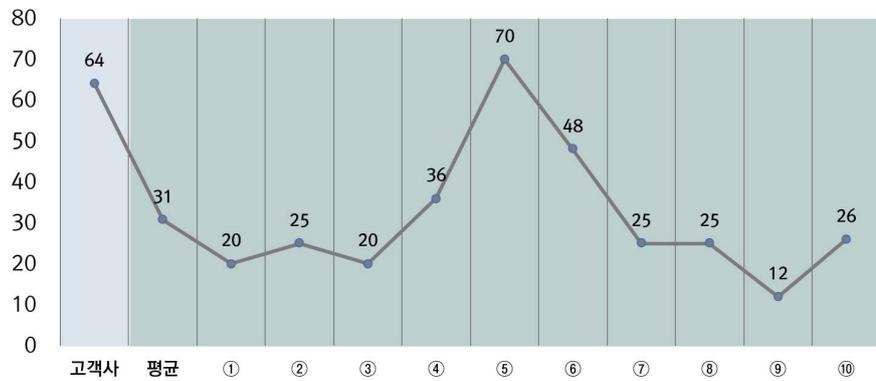
- ① 게뷔르스터 노리-제탕 (A사)
- ② 게뷔르스터 노리-제탕 미트 올리페일 운트 그뤼넨 테 (B사)
- ③ 게뤼스테터 노리 제탕 (B사)
- ④ 게뷔르스트 노리 핑크 폰 키즈 (B사)
- ⑤ 잘츨거 제탕 인 클라이넨 슈튀크헨 (B사)
- ⑥ 제알겐 게트로크네트, 게뤼스테트 (C사)
- ⑦ 스시 노리 (아르헤 나투르프로덕터)
- ⑧ 게뤼스테터 노리-제탕, 간체스 블라트 (D사)
- ⑨ 알겐블레터 미트 그륀 (E사)
- ⑩ 제알겐 게뤼스테트 (미야코자판)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 큰 편

고객사 제품의 중량은 64g으로, 김 경쟁제품 10개의 평균 중량인 31g인 경쟁제품 대비 매우 큰 편으로 조사됨. 독일에서 유통되는 김 경쟁제품의 평균 중량이 낮은 점을 보면, 고객사의 적은 중량의 개별 포장 제품은 시장에서 경쟁력이 있을 것으로 분석됨

[표 5.2] 독일 김 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

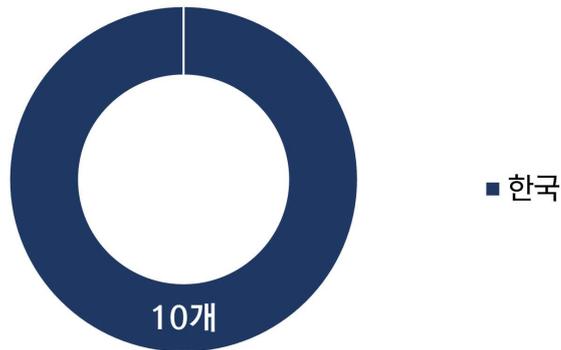


3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 모두 원산지가 한국인 김 제품

독일에서 판매되고 있는 김 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개의 제품 모두 한국산 제품임을 확인함. 독일에서 현지 외국 기업이 생산한 제품도 김의 원산지는 한국임을 확인함

[표 5.3] 독일 김 제품 원산지 경쟁력 분석

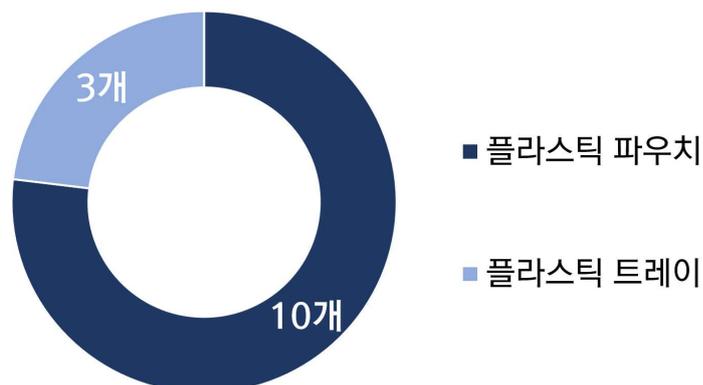


4) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 10개 모두, 플라스틱 파우치로 제품 포장

독일에서 판매 중인 김 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 10개 제품 모두 플라스틱 파우치로 제품을 포장하였으며, 그중 3개의 제품은 플라스틱 트레이를 사용하여 내포장한 것으로 나타남. 플라스틱 트레이 포장 시에는 비닐을 더한 것으로 나타남. 고객사 제품 또한 현지에서 대중적으로 사용되는 플라스틱 트레이를 사용하여, 유통에 문제가 없을 것으로 확인됨

[표 5.4] 독일 김 제품 포장 형태 경쟁력 분석

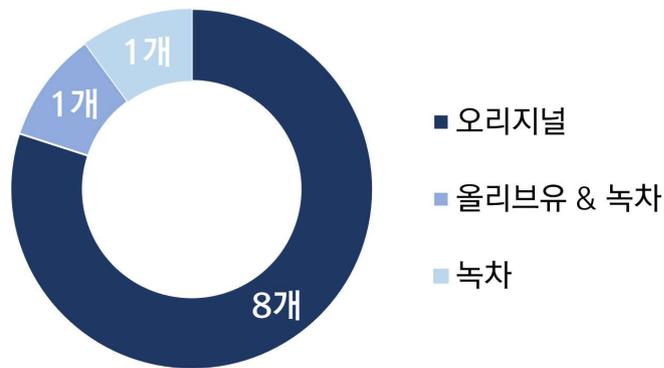


5) 맛

▶ 현지 경쟁제품 중 8개 제품, 오리지널 맛

독일에서 판매 중인 김 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 8개의 제품이 오리지널 맛으로 확인됨. 이외에 올리브유와 녹차, 녹차 맛 제품이 각각 1개씩 조사됨. 이를 통해 김 본연의 맛을 보이는 제품에 대한 수요가 높음을 확인함. 고객사 제품으로 독일에 진출하는 경우, 고소한 맛, 매운 맛, 신 맛 등의 맛에 더해 어떠한 맛도 첨가하지 않은 오리지널 맛을 함께해 선택의 폭을 넓히는 것을 권장함

[표 5.5] 독일 김 제품 맛 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 있는 이유에 대하여 분석함. 고객사가 지정한 경쟁제품군 내의 제품 중 다수의 온라인과 오프라인 매장에서 확인된 제품을 선정하였음. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서 인기 제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 아마존, 이베이

(*) 오프라인 매장 : 고 아시아, 바이오 컴퍼니, 카데베, 빈 로이, 에데카

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

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

(*) 오프라인 매장 : 조사매장 5개 중 1개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



공통 특징 ①
원산지

공통 특징 ②
맛



공통 특징 ①
원산지

공통 특징 ②
맛



현지 벤치마킹 인기 제품
(A사 _
게워르스터 노리-제탕)
‘명장이 엄선한 고급
돌김을 정성껏 구운,
대한민국 No.1 양반김’

◀ 벤치마킹
한국산 김

고객사 제품
‘김 본연의 맛을 느낄 수
있는 한국산 조미김 ’

벤치마킹 ▶
오리지널 맛

현지 벤치마킹 인기 제품
(C사 _
제알겐 게트로크네트,
계뢰스테트)
‘한국산 오리지널 맛의
해바삭김, 재래김’

2) 벤치마킹 제품 분석

- 원산지를 강조한
홍보문구

▶ 벤치마킹 제품, 한국산임을 강조한 김 제품

현지에서 판매 중인 김 경쟁제품 10개의 원산지와 홍보문구를 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함하여 모든 제품의 원산지가 한국임이 나타남. 또한, 벤치마킹 제품을 포함하여 다수의 제품이 패키지에 한국어로 제품명을 표기하고 있었음. 벤치마킹 제품은 ‘명장이 엄선한 고급 돌김을 정성껏 구운, 대한민국 No.1 양반김’ 문구를 활용하여 제품을 홍보하고 있었으며, ‘녹차로 구운 김, 홍성군 농특산물 공동브랜드’와 같이 한국의 특정 지역명을 사용하여 홍보하는 제품도 있었음. 이에 독일 진출 시, 원산지나 지역 특색을 강조한 홍보문구를 활용할 것을 권장함

3) 벤치마킹 제품 분석

- 맛

▶ 벤치마킹 제품, 대부분 오리지널 맛

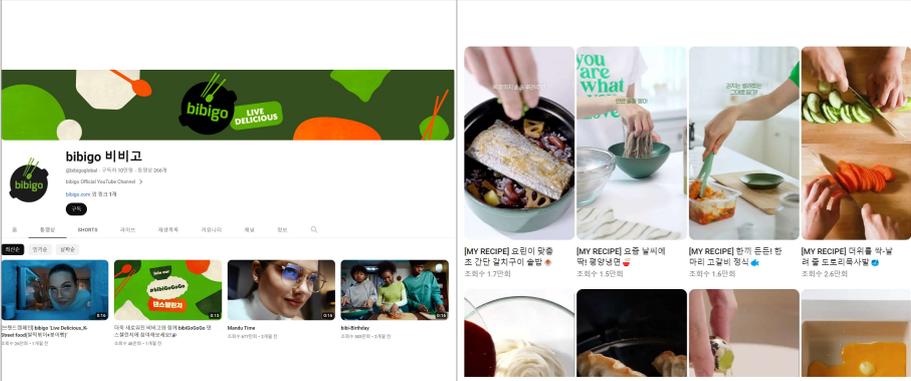
현지에서 판매 중인 김 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 총 8개의 김 경쟁제품이 오리지널 맛으로 판매되고 있음을 확인됨. 전문가 인터뷰에서도 독일 소비자들은 김 본연의 맛을 살린 제품을 선호하는 편임을 확인함. 따라서, 고객사도 오리지널 맛을 포함하여 진출한다면, 소비자들이 구매를 시도할 가능성이 높을 것으로 보임

[표 5.6] 독일 김, 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) (중략) 자연 그대로의 맛을 살린 제품을 선호하는 경향을 보입니다.

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.7] 김 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	C사
	기업 설명	C 브랜드는 C사의 식품 브랜드로, 대표 한식 '비빔밥'에서 유래된 브랜드명을 사용하고 있음. C사 제품들은 디지털 자동화 솔루션이 결합된 정보통신기술을 활용하고 높은 품질과 혁신적인 포장기술 등을 적용하여 냉동식품, 육가공, 즉석밥 제품 등을 생산하고 있음. 현재 글로벌 50개국에 100여 개의 제품을 수출하고 있음
주요 마케팅 전략	레시피 제공	 <p>해외 소비자들이 제품을 활용할 수 있는 다양한 레시피 제공</p>
	홍보 현지화	 <p>글로벌 소셜미디어 채널을 통해 다국적 홍보 진행</p> <p>지속적인 콘텐츠 업데이트로 소비자 이목 집중</p>
	판매채널	현지 오프라인, 온라인 매장 모두 진출
요약	홍보채널	자사 홈페이지를 활용하고 있음
	홍보문구	높은 퀄리티에 한국인의 열정이 담긴 맛있는 음식

4. 온라인 인기제품 리뷰 분석

▶ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, ‘맛’, ‘제품 종류’ 만족도 높아

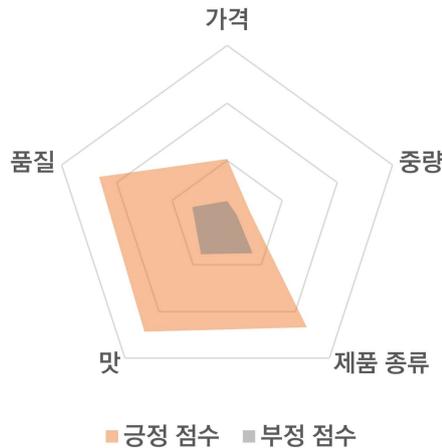
빅데이터 분석을 통해 독일 온라인 쇼핑몰 아마존에서 판매중이며 리뷰 수와 평점이 높은 김 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, ‘맛’에 대한 긍정 점수가 243점으로 가장 높게 나타나 맛에 대한 소비자의 만족도가 가장 높음. 부정 점수는 77점으로 나타나, 맛에 대한 긍정적인 후기가 상당히 많은 것으로 나타남. 그다음으로는 ‘제품 종류’에 대한 긍정 점수가 234점, 부정 점수가 75점으로 큰 차이를 보였음. ‘품질’에 대한 긍정 점수 또한, 232점으로 높게 나타남

● 조사 제품

사이트	아마존
분석 건수	1,149건
제품명	크리스피 오가닉 씨워드 스낵, 세서미 플레이버 (Crispy Organic Seaweed Snacks, Sesame Flavor)
제품 종류	조미김
소비자가격	12.34달러 (16,317원 ¹⁷⁾)
FOB가격	-
중량	54g (4.5g*12ea)
포장	플라스틱 파우치/플라스틱 트레이
특징	참깨 맛, USDA 유기농, 비건 인증, Non-GMO 인증, 글루텐 프리

[표 5.8] 온라인 인기제품 리뷰 분석

(단위: 점)



[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지표	긍정 점수	부정 점수
가격	103	30
중량	41	18
제품 종류	234	75
맛	243	77
품질	232	63
종합	853	263

17) 1달러=1,322.30원(2023.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 스타티스타 홈페이지 (statista.com)
2. 아마존 홈페이지 (www.amazon.de)
3. 이베이 홈페이지 (www.ebay.de)
4. 독일 연방 통계청 홈페이지 (www.destatis.de)
5. ITC Trade Map 홈페이지 (www.trademap.org)
6. 구글맵 (maps.google.com)
7. 고 아시아 홈페이지 (goasia.net/de)
8. 바이오 컴퍼니 홈페이지 (www.biocompany.de/ueber-uns)
9. 카데베 홈페이지 (www.kadewe.de/ueber-uns.html)
10. 빈 로이 홈페이지 (www.vinhloi.de)
11. 에데카 홈페이지 (www.edeka.de)
12. A사 홈페이지
13. B사 홈페이지
14. C사 홈페이지
15. 코로 드로제리 홈페이지 (www.korodrogerie.de)
16. 선데이 내추럴 홈페이지 (www.sunday.de)
17. 알가마르 홈페이지 (algamar.de)

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2023.10.27

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.