

2023

수산물 수출기업 맞춤형 시장조사



No. 202311-08
품목 냉동 굴(Frozen Oyster)
HS CODE 0307.12-0000
국가 미국(USA)
구분 경쟁력분석형

CONTENTS

2023 수산식품 수출기업 맞춤형 시장조사

I. 요약	03
II. 경쟁제품	
1. 미국 냉동 굴 경쟁제품 선정	05
2. 미국 냉동 굴 경쟁제품 조사지표 선정	10
3. 미국 냉동 굴 경쟁제품 현지조사 결과	11
III. 경쟁기업	
1. 미국 냉동 굴 경쟁기업 선정	22
2. 미국 냉동 굴 현지화 분석 기준	23
3. 미국 냉동 굴 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	25
IV. 수입·유통업체 인터뷰	
1. 파이크 플레이스 피쉬 마켓(Pike Place Fish Market)	34
2. 월마트(Walmart)	38
3. 인터셸(Intershell)	42
V. 경쟁력파악	
1. 제품 경쟁력 검증	47
2. 벤치마킹 제품 분석	51
3. 기업 마케팅 벤치마킹	53

*참고문헌

54



■ 온라인 인기제품

판매채널		제품명	브랜드명
온라인몰 인기 판매제품	아마존 (Amazon)	스모크드 오이스터스	크라운 프린스
		홀 오이스터스	크라운 프린스
	월마트 (Walmart)	팬시 스모크드 오이스터스	게이사
		홀 오이스터스 인 워터	게이사
	크로거 (Kroger)	프리미엄 홀 오이스터스	크로거
		팬시 홀 스모크드 오이스터스	오션 프린스

■ 오프라인 주요 경쟁제품

냉동 굴 (C사_케이제이 아메리카)		수협 굴 (A사_A브랜드)	
	가격 3.49달러 (4,693원)		가격 6.99달러 (9,400원)
	중량 266g		중량 266g
경쟁제품 10개 중 유일한 HACCP 인증 표기		제품 활용 레시피 제공	

■ 경쟁기업 3개사 분석

	A사	B사	C사	미국 현지 진출 경쟁기업 현황
국적	한국	한국	한국	경쟁기업 3개사 중 3개사, 포장 일부 미국 현지화 + 경쟁기업 3개사 중 3개사, 한국 자사 홈페이지를 활용해 기업 및 제품 홍보
포장 현지화	●	●	●	
홍보 현지화	○	●	●	
입점 채널	오프라인 활용	오프라인 활용	오프라인 활용	
홍보 채널	자사 홈페이지(한국), SNS 플랫폼(한국)	자사 홈페이지 (한국/영어/일본/중국)	자사 홈페이지(한국/영어/일본)	

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) (0.50달러 (672원))	○	냉동 굴 10개	0.24달러 (323원)	원산지 (한국)	●	한국	
						10개	
중량(g) (300g)	●	냉동 굴 10개	226.1g	제품명 (I.Q.F 미표기)	●	I.Q.F 표기	I.Q.F 미표기
						5개	5개

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 경쟁제품 10g당 평균 가격은 0.24달러(323원)이며, 고객사 제품 가격에 비해 상당히 저렴한 편 2) 고객사 제품 중량은 경쟁제품 평균 대비 큰 편으로 확인됨
Point 02.	1) 인터뷰와 경쟁제품 제품 분석 결과, 미국 시장에서는 제품의 가격과 품질 외에도 지속가능성, 친환경성 등 고려 2) 기업 마케팅 벤치마킹 분석 결과, 자사 홈페이지에서 제품 공정 시스템을 상세하게 설명해 자사 제품 신뢰도 보증

II 경쟁제품

1. 미국 냉동 굴 경쟁제품 선정
2. 미국 냉동 굴 경쟁제품 조사지표 선정
3. 미국 냉동 굴 경쟁제품 현지조사 결과



1. 미국 냉동 굴 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	N사 냉동 굴 ¹⁾
제품 종류	냉동 굴
소비자가격	15달러 (20,172원 ²⁾)
중량	300g
포장	플라스틱 파우치
특징	청정해역 통영에서 자란 최상급 통영 굴을 한 알, 한 알 개별 포장한 냉동 굴

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: N사 냉동 굴
 - 제품 종류: 냉동 굴
 - 소비자가격: 15달러(20,172원)
 - 중량: 300g
 - 포장 형태: 플라스틱 파우치

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 아마존(Amazon)
 2. 월마트(Walmart)
 3. 크로거(Kroger)
 4. 메가마트(Mega Mart)
- 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: 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, 경쟁기업 조사
- ② 제품 분석
 - (온·오프라인) 인기제품 요인 분석
 - 벤치마킹 제품 분석

1) 고객사는 N사로 표기

2) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

● 미국
주요 온라인 쇼핑몰
(Top 3)

사이트명	취급 종류
 아마존	신선식품, 가공식품, 음료, 냉동식품 등 식품,
 월마트	생활필수품, 화장품, 의류, 전자제품 등 식품,
 크로거	애완동물 용품, 전자제품 장난감 등 신선식품, 유제품, 냉동식품, 조미료 등
 메가마트	

▶ 냉동 굴 경쟁제품군 선정

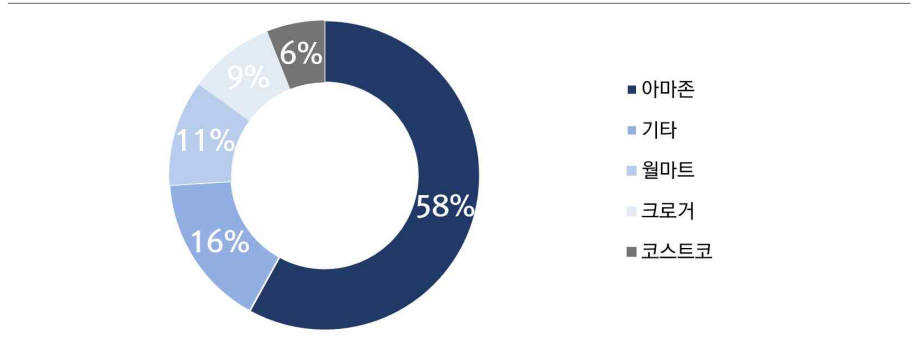
경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사지표를 바탕으로 냉동 굴 제품의 경쟁제품군을 선정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 4곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 대만 주요 온라인 쇼핑몰 4곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 한국산 및 중국산 굴을 다양한 형태로 가공한 제품이 상위 인기제품인 것으로 확인됨. 한편, 미국 주요 온라인 식품 쇼핑몰에서는 냉동 굴 제품을 찾아볼 수 없어 가공 굴을 구매 순위대로 기재하였으며, 냉동 굴을 판매하는 한인 온라인 쇼핑몰을 1곳을 추가 조사함

[표 2.1] 미국 온라인 식품 쇼핑몰 점유율

(단위: %)



자료 : 스태티스타(Statista) 홈페이지

[표 2.2] 미국 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	훈제 굴	크라운 프린스 (Crown Prince)	스모크드 오이스터스 (Smoked Oysters)	한국	9.20달러 (12,372원)	85g*2개	
2	통조림 굴 ⁴⁾	크라운 프린스 (Crown Prince)	홀 오이스터스 (Whole Oysters)	한국	9.52달러 ⁵⁾ (12,802원)	226g	
3	통조림 굴	범블 비 (Bumble Bee)	팬시 홀 오이스터스 (Fancy Whole Oysters)	(-)	9.60달러 (12,910원)	226g	

3) 조사일(2023.10.31.) 기준

4) 통조림 굴은 삶거나 조리된 형태 등 다양하게 조사됨

5) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

[표 2.2] 미국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

월마트 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁶⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	훈제 굴	게이샤 (Geisha)	팬시 스모크드 오이스터스 (Fancy Smoked Oysters)	중국	2.34달러 (3,258원)	106g	
2	통조림 굴	게이샤 (Geisha)	홀 오이스터스 인 워터 (Whole Oysters In Water)	한국	2.78달러 (3,739원)	226g	
3	훈제 굴	치킨 오프 더 씨 (Chicken Of The Sea)	팬시 스모크드 오이스터스 (Fancy Smoked Oysters)	(-)	2.97달러 (3,994원)	106g	
크로거 쇼핑 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁷⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	통조림 굴	크로거 (Kroger)	프리미엄 홀 오이스터스 (Premium Whole Oysters)	한국	3.49달러 (4,693원)	226g	
2	훈제 굴	오션 프린스 (Ocean Prince)	팬시 홀 스모크드 오이스터스 (Fancy Whole Smoked Oysters)	중국	2.32달러 (3,120원)	85g	
3	훈제 굴	리즈 (Reese)	쁘띠 스모크드 오이스터스 (Petite Smoked Oysters)	중국	3.49달러 (4,693원)	105g	
메가마트 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁸⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	냉동 굴	오션키스트 (Oceankist)	오이스터 미트 (Oyster Meat)	한국	5.99달러 (8,055원)	226g*2개	
2	냉동 굴	오션키스트 (Oceankist)	오이스터 미트 (Oyster Meat)	한국	39.99달러 (53,779원)	1,800g	

자료: 아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 크로거(Kroger), 메가마트(Mega Mart) 홈페이지
 사진 자료: 아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 크로거(Kroger), 메가마트(Mega Mart) 홈페이지

6) 조사일(2023.10.31.) 기준
 7) 조사일(2023.10.31.) 기준
 8) 조사일(2023.10.31.) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정



미국 오렌지카운티 정보⁹⁾

인구	3,151,184명
면적	6,469.1km ²

▶ 미국 오렌지카운티, 방문지역으로 선정

미국 오렌지카운티를 방문지역으로 선정함. 오렌지카운티는 미국 캘리포니아주 남부에 있는 카운티(County¹⁰⁾)로, 미국 전역 기준 6번째로 규모가 큰 지역임. 캘리포니아주에서는 3번째로 인구가 많으며 가장 인구 밀도가 높은 카운티 중 하나임. 건설, 관광, 의료 서비스 종사자가 많으며 이외에도 의료 기기, IT 등 여러 분야를 통해 미국 내에서 가장 다양하고 강력한 경제 주체 중 하나로 자리 잡음¹¹⁾

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓과 슈퍼마켓

고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여, 한인마트를 주요 조사매장으로 선정함

[표 2.3] 미국 냉동 굴 주요 유통채널 현황

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓	월마트(Walmart), 타겟(Target), 프레드 마이어(Fred Meyer), 코스트코(Costco)
슈퍼마켓	홀 푸드 마켓(Whole Foods Market), 스프라우츠 파머스 마켓(Sprouts Farmers Market), 퍼블릭스(Publix), 트레이더 조(Trader Joe's), 본즈(Vons)
아시아/한인마트	한남체인(Hannam Chain), 아리랑 슈퍼마켓(Arirang Supermarket), 에이치마트(H Mart), 시온 마켓(Zion Market), 도쿄 센트럴(Tokyo Central)
편의점	세븐일레븐(7-Eleven), 케이스 제네럴 스토어(Casey's General Store), 엑스트라 마일(ExtraMile)
온라인	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 크로거(Kroger), 메가마트(Mega Mart)

■ 고객사 진출 선호 매장

9) 자료: 미국 인구조사국

10) County: 자치주

11) 자료: 캘리포니아 주정부

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정

(*) 에이치마트(H Mart), 아리랑 슈퍼마켓(Arirang Supermarket), 한남체인(Hannam Chain)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 냉동 굴 : 생굴을 급속 냉동하거나 자숙(열처리) 후 냉동한 굴 제품

[표 2.4] 미국 냉동 굴 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인 ¹²⁾	냉동 굴
① 수협 굴 (A사(A브랜드))	○ (에이치마트)	(-)	○
② 상싱 생굴 (A사(B브랜드))	○ (에이치마트)	(-)	○
③ 청정생굴 (A사(C브랜드))	○ (에이치마트)	(-)	○
④ 청정생굴 (A사(D브랜드))	○ (에이치마트)	(-)	○
⑤ 한성생굴 (A사(E브랜드))	○ (아리랑 슈퍼마켓)	(-)	○
⑥ 찬바다 생굴 (B사(F브랜드))	○ (아리랑 슈퍼마켓)	(-)	○
⑦ 냉동 굴 (C사(케이제이씨 아메리카))	○ (아리랑 슈퍼마켓)	(-)	○
⑧ 생굴 (B사(B브랜드))	○ (아리랑 슈퍼마켓)	(-)	○
⑨ 통영 생굴 (B사(제이원))	○ (한남체인)	(-)	○
⑩ 생굴생굴 (A사(G브랜드))	○ (한남체인)	(-)	○

(*) 현지 판매 냉동 굴 경쟁제품 10개 분석

12) 일부 제품은 온라인에서 판매 중이나 주요 온라인 쇼핑몰이 아니어서 제외함

2. 미국 냉동 굴 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 미국 냉동 굴 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 미국 냉동 굴 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	냉동 굴	생굴을 급속 냉동하거나 저숙(열처리) 후 냉동한 굴 제품
포장 형태	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치
	제조사	제품을 포장한 기업 정보
	브랜드 ¹³⁾	제품의 브랜드 정보
	유통기한	제품의 유통기한
	원산지	제품의 원산지
	홍보문구	제품의 홍보문구
	수입/수출/유통사 ¹⁴⁾	제품의 수입/수출/유통사 정보
	원료 및 첨가물	제품의 원료 및 첨가물

13) 굴을 포장한 기업(Packed by)과 브랜드가 상이하여 별도로 기재함

14) 냉동 굴 제품 수입사(Imported by), 수출사(Exported by), 유통사(Distributed by)가 별도로 기재되어 있는 경우가 많아 별도로 기재함

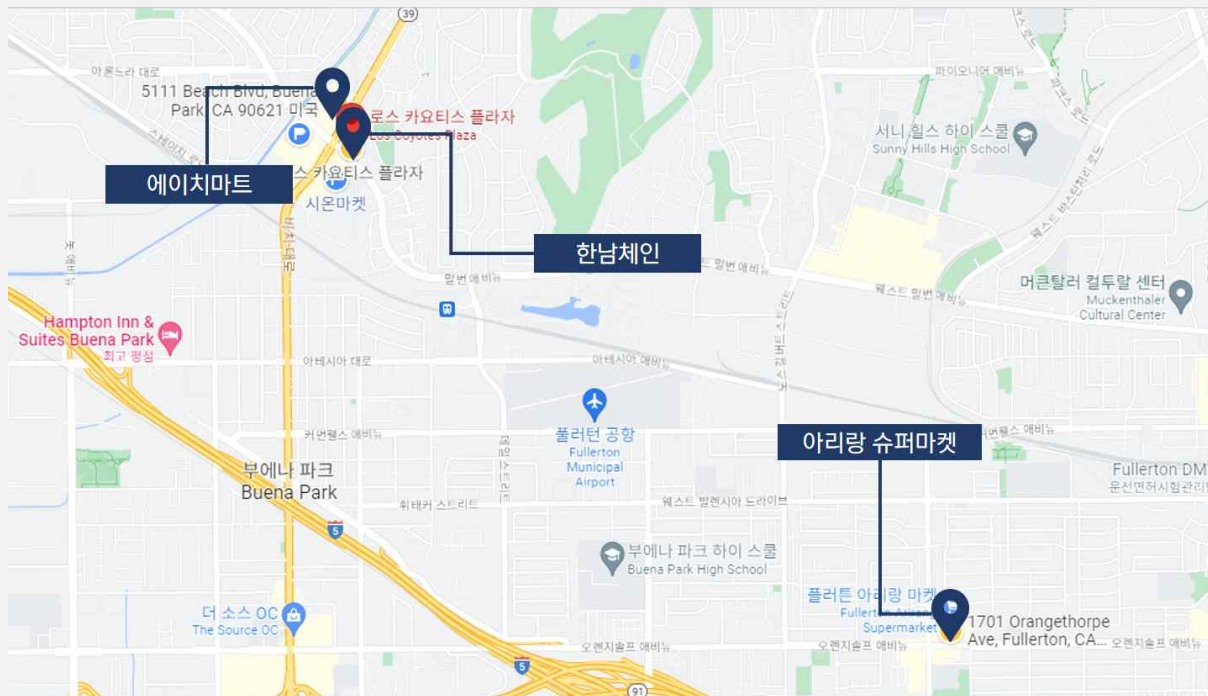
3. 미국 냉동 굴 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 미국 오렌지카운티에 위치한 한인마트

미국 오렌지카운티에 위치한 한인마트인 에이치마트(H Mart)와 아리랑 슈퍼마켓(Arirang Supermarket), 그리고 한남체인(Hannam Chain)을 방문함. 에이치마트는 미국 최대 아시아 슈퍼마켓 체인으로 미국 전역에 97개 이상의 매장을 운영하고 있음. 아리랑 슈퍼마켓은 캘리포니아의 대표 한인마트로, 한국산 식료품과 공산품을 주로 판매함. 한남체인은 미국의 한인마트 체인으로 미국 내 7개의 매장을 운영하고 있음

[표 2.6] 미국 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
에이치마트 (H Mart)	한인마트	4	· 1982년 설립된 미국 슈퍼마켓 체인 · 미국 전역에 97개 이상 매장 운영
아리랑 슈퍼마켓 (Arirang Supermarket)	한인마트	4	· 캘리포니아에 위치한 한인마트 · 한국 음식, 한국산 식료품 및 공산품 판매
한남체인 (Hannam Chain)	한인마트	2	· 1988년 설립된 한인마트 체인 · 미국 내 7개의 매장 운영



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품, 10개 모두 1개 방문 매장에서 판매

에이치마트, 아리랑 슈퍼마켓, 한남체인 총 3개 매장 방문 후 인기 경쟁제품을 조사한 결과, 10개 제품 모두 단 1곳의 매장에서 판매 중인 것으로 조사됨. 즉, 조사된 경쟁제품 중 2개 이상의 방문 매장에서 동일한 제품을 발견한 경우는 없는 것으로 확인됨. 에이치마트와 아리랑 슈퍼마켓은 10개의 경쟁제품 중 각각 4개의 제품을 취급하고 있어, 방문한 오프라인 채널 중 가장 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	에이치마트	아리랑 슈퍼마켓	한남체인
① 수협 굴 (A사(A브랜드))	○		
② 상심 생굴 (A사(B브랜드))	○		
③ 청정생굴 (A사(C브랜드))	○		
④ 청정생굴 (A사(D브랜드))	○		
⑤ 한성생굴 (A사(E브랜드))		○	
⑥ 찬바다 생굴 (B사(F브랜드))		○	
⑦ 냉동 굴 (C사(케이제이씨 아메리카))		○	
⑧ 생굴 (B사(B브랜드))		○	
⑨ 통영 생굴 (B사(제이원))			○
⑩ 생굴생굴 (A사(G브랜드))			○

자료: 현지조사원 자료



Shop ① 에이치마트(H Mart)

매장 정보

- 유형: 한인마트
- 판매 제품 특징:
아시아 및 서양 식료품을 비롯한 다양한 식재료와 생활용품을 취급하며, 매장 내 식당 서비스를 제공함
- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 한국 교민

브랜드 기본 정보 ¹⁵⁾		에이치마트는 한아름 그룹에 속한 미국의 슈퍼마켓 체인으로 1982년에 설립되었으며, 현재까지 미국 전역에 약 97개의 매장을 운영하고 있음. 한국 음식을 전문으로 판매하는 매장으로 시작하여 현재는 아시아 식품과 광범위한 서양 식료품을 판매함
		조사 제품 수: 4개



매장 정보		
	위치	캘리포니아
	도시(지역)	캘리포니아
	상세주소	5111 Beach Blvd, Buena Park, CA 90621

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 냉동 굴 경쟁제품 정보	
		
	수협 굴 (A사(A브랜드))	상상 생굴 (A사(B브랜드))
		
	청정생굴 (A사(C브랜드))	청정생굴 (A사(D브랜드))



사진자료: 현지조사원 자료, 에이치마트 페이스북, 엘프

			
제품명 (현지어)	수협 굴 (Frozen Oyster)	제조사 (브랜드)	A사 (A브랜드)
제품 종류	냉동 굴	중량	226.8g
소비자가격	6.99달러 (9,400원)	10g당 가격	0.31달러 (414원)
원산지	한국	유통기한	2년
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	원료 및 첨가물	굴(양식)
수출사 (현지어)	National Federation of Fisheries	유통사 (현지어)	그랜드 비케이 (Grand BK)
홍보문구	신선함이 살아있는, 바다의 우유, 담백한 맛, 수협 굴을 청정바다 남해에서 채취한 싱싱한 굴을 바로 급냉하여 신선하고 맛이 좋습니다, 손질되어 간편합니다		
			
제품명 (현지어)	싱싱 생굴 (Frozen Oyster(I.Q.F))	제조사 (브랜드)	A사 (B브랜드)
제품 종류	냉동 굴	중량	226g
소비자가격	6.99달러 (9,400원)	10g당 가격	0.31달러 (416원)
원산지	한국	유통기한	2년
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	원료 및 첨가물	굴(양식)
수입사 (현지어)	키 트레이딩 (Khee Trading)	유통사 (현지어)	(-)
홍보문구	대한민국 청정해역에서 깨끗하게 키운 영양만점 신선한 굴을 맛을 그대로 담은		

			
제품명 (현지어)	청정 생굴 (Premium Frozen Oyster)	제조사 (브랜드)	A사 (C브랜드)
제품 종류	냉동 굴	중량	226g
소비자가격	6.99달러 (9,400원)	10g당 가격	0.31달러 (416원)
원산지	한국	유통기한	2년
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	원료 및 첨가물	굴(양식)
수입/수출사 (현지어)	(-)	유통사 (현지어)	그랜드 비케이 (Grand BK)
홍보문구	하나하나 깨끗하게 얼려 더욱 신선한, 바다의 우유		

			
제품명 (현지어)	청정 생굴 (Oyster)	제조사 (브랜드)	A사 (D브랜드)
제품 종류	냉동 굴	중량	226g
소비자가격	4.99달러 (6,711원)	10g당 가격	0.22달러 (297원)
원산지	한국	유통기한	2년
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	원료 및 첨가물	굴(양식)
수입/수출사 (현지어)	(-)	유통사 (현지어)	그랜드 비케이 (Grand BK)
홍보문구	FROM BLUE OCEAN, 바다의 우유		

			
제품명 (현지어)	한성생굴 (Hansung Oyster)	제조사 (브랜드)	A사 (F브랜드)
제품 종류	냉동 굴	중량	226g
소비자가격	4.99달러 (6,711원)	10g당 가격	0.22달러 (297원)
원산지	한국	유통기한	2년
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	원료 및 첨가물	굴(양식)
수입사 (현지어)	퍼시픽 자이언트 (Pacific Giant)	유통사 (현지어)	(-)
홍보문구	(-)		

			
제품명 (현지어)	찬바다 생굴 (Frozen Oyster(I.Q.F))	제조사 (브랜드)	B사 (F브랜드)
제품 종류	냉동 굴	중량	226g
소비자가격	4.99달러 (6,711원)	10g당 가격	0.22달러 (297원)
원산지	한국	유통기한	(-)
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	원료 및 첨가물	굴(양식)
수입/수출사 (현지어)	(-)	유통사 (현지어)	왕 글로벌넷 (Wang Globalnet)
홍보문구	생굴을 갓잡아 얼려 더욱더 싱싱한 맛을 즐기실 수 있습니다		


			
제품명 (현지어)	냉동 굴 (Frozen Oyster(I.Q.F))	제조사 (브랜드)	C사 (케이제이씨 아메리카)
제품 종류	냉동 굴	중량	226g
소비자가격	3.49달러 (4,693원)	10g당 가격	0.15달러 (208원)
원산지	한국	유통기한	2년
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	원료 및 첨가물	굴(양식)
수출사 (현지어)	제이디지 (JDG)	유통사 (현지어)	케이제이씨 아메리카 (KJC America)
홍보문구	신선한 굴을 얼려 자연의 맛 그대로 담은, 한국 통영산		

			
제품명 (현지어)	생굴 (Frozen Oyster Meat)	제조사 (브랜드)	B사 (B브랜드)
제품 종류	냉동 굴	중량	226g
소비자가격	3.99달러 (5,366원)	10g당 가격	0.18달러 (237원)
원산지	한국	유통기한	(-)
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	원료 및 첨가물	굴(양식)
수입사 (현지어)	키 트레이딩 (Khee Trading)	유통사 (현지어)	(-)
홍보문구	대한민국 최고의 청정지역 통영 앞바다에서 올라온 생굴의 맛과 영양을 그대로 담았습니다, 100% 한국산		

Shop ③ 한남체인(Hannam Chain)

- **매장 정보**
- **유형:** 한인마트
- **판매 제품 특징:**
과일, 채소, 육류, 농수산물, 생활용품, 한국 상품 등의 다양한 제품을 판매함
- **매장 주변 특징:**
주거 지역 내 위치
- **주요 고객층:**
현지 주민, 한인 교민

브랜드 기본 정보 ¹⁷⁾	 <p>한남체인 고객을 위한 마켓</p>	<p>한남체인은 미국에 본사를 둔 한국 슈퍼마켓으로, 1988년 LA코리아타운에 1호점을 설립함. 현재 캘리포니아에 6개, 뉴저지에 1개, 총 7개의 매장을 운영하고 있음. 자회사는 에스마트이며 캘리포니아주 풀러턴에 한남 트레이더스 창고를 별도로 보유함</p>
	조사 제품 수: 2개	



매장 정보		
	위치	도시(지역) 캘리포니아 상세주소 Los Coyotes Shopping Center, 5301 Beach Blvd, Buena Park, CA 90621

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 냉동 굴 경쟁제품 정보	
	 <p style="text-align: center;">통영 생굴 (B사(제이원))</p>	 <p style="text-align: center;">생굴생굴 (A사(G브랜드))</p>

사진자료: 현지조사원 자료, 데일리 브리즈

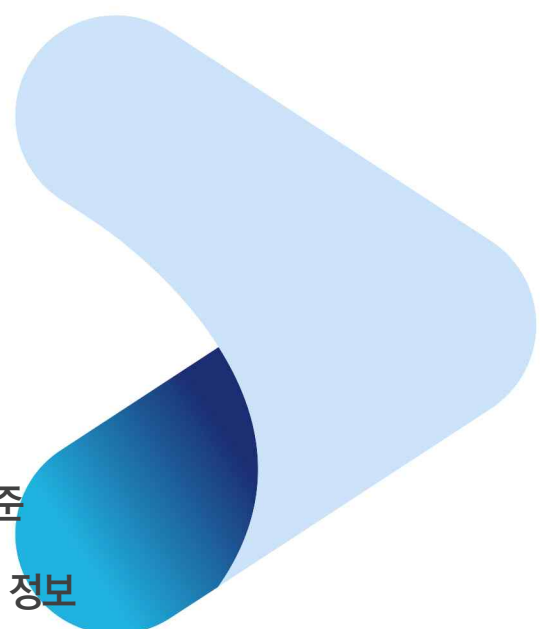
17) 한남체인(Hannam Chain) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	통영 생굴 (Frozen Oyster(I.Q.F))	제조사 (브랜드)	B사 (제이원)
제품 종류	냉동 굴	중량	226g
소비자가격	4.99달러 (6,711원)	10g당 가격	0.22달러 (297원)
원산지	한국	유통기한	2년
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	원료 및 첨가물	굴(양식)
수출사 (현지어)	제이디지 (JDG)	유통사 (현지어)	제이원 푸드 (Jayone Food)
홍보문구	청정바다 통영에서 갓 잡은 싱싱한 생굴을 급속냉동 시켰습니다. 상온에서 자연해동 시키시면 알이 탱탱하게 살아납니다.		

			
제품명 (현지어)	생굴생굴 (Premium Frozen Oyster(I.Q.F))	제조사 (브랜드)	A사 (G브랜드)
제품 종류	냉동 굴	중량	226g
소비자가격	4.99달러 (6,711원)	10g당 가격	0.22달러 (297원)
원산지	한국	유통기한	2년
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	원료 및 첨가물	굴(양식)
수입사 (현지어)	한남 트레이드 (Hannam Trade)	유통사 (현지어)	(-)
홍보문구	바다의 영양분을 가득 머금고 싱싱함을 그대로 담아내다		

III 경쟁기업

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



1. 미국 냉동 굴 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 냉동 굴 제품 판매 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 40년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 40년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. C사는 1972년 설립되어 3개사 중 가장 오래된 51년의 업력을 보유하고 있으며, A사는 1998년 설립 이후 25년째 사업을 이어오고 있음. B사는 1979년 설립된 후 44년의 업력을 보유함

▶ 경쟁기업 3개사, 냉동 굴 동일 품목 종류 조사

미국에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 냉동 굴 동일 품목 수를 조사한 결과, A사가 총 10개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그다음으로는 B사가 2개, C사가 1개의 동일 품목을 판매하고 있음. 한편, 미국 냉동 굴 제품은 한 제조사에서 여러 브랜드의 제품 포장을 담당하는 경우가 다수 발견되었으며, 이를 동일 품목 수에 포함함

[표 3.1] 냉동 굴 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
A사	한국	25년	10개
B사	한국	44년	2개
C사	한국	51년	1개

자료: 미국 냉동 굴 경쟁기업 3개사 분석

2. 미국 냉동 굴 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	냉동 굴

▶ 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	에이치마트, 아리랑 슈퍼마켓, 한남체인
온라인	아마존, 월마트, 크로거, 메가마트

3. 미국 냉동 굴 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 미국 오프라인 매장 진출

미국에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점한 것으로 확인됨. A사는 에이치마트, 아리랑 슈퍼마켓, 한남체인 3곳 모두에 입점하였으며, B사는 아리랑 슈퍼마켓, 한남체인 2곳, C사는 아리랑 슈퍼마켓 1곳에만 입점한 것으로 조사됨. 한편, 이는 각 냉동 굴 제품 제조 경쟁기업의 진출이 아닌 제품 제조에 참여한 브랜드의 진출로도 볼 수 있어 참고 시 유의해야 함

▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지에서의 기업 및 제품 홍보활동 활발함

미국 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 3개사 모두 한국 홈페이지를 통해 기업 정보와 자사 제품을 홍보하고 있음. 그중 B사와 C사는 영어, 일본 등의 글로벌 홈페이지도 운영하고 있음. SNS의 경우, A사만 한국 계정의 페이스북과 인스타그램을 운영 중이며, 다른 2개사는 별도로 SNS 계정을 보유하거나 운영하지 않는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 신선도, 채취 해역, 위생 강조

미국 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 신선함과 굴 채취 해역, 제조 시 위생을 강조하는 문구를 사용 중이며, 세부 제품의 홍보문구가 아닌 굴 자체를 홍보하는 경우가 많은 것으로 조사됨. ‘자연 서식 굴보다 영양이 좋고 깨끗합니다’, ‘당일 채취한 신선하고 안전한 원료를 채취’, ‘해산물의 가장 신선한 상태를 유지합니다’ 등 신선한 굴을 사용한다는 것을 설명한 수식어가 사용되고 있음. 이외에도, ‘한미패류위생협정에 의한 남해안 청정 해역’, ‘청정해역에서 잡은’, ‘미국 FDA에서 인정하고 승인한 청정해역’, ‘해양수산부 지정해역’ 등의 문구를 통해 정부에서 인정한 깨끗한 해역에서 굴을 채취한다는 것을 강조하고 있음. 또한, ‘위생과 청결에 철저합니다’, ‘위생적인 설비’, ‘위생적인 시설’ 등 제품 제조 시 위생에 각별한 신경을 쓴다는 것을 홍보하고 있음

[표 3.7] 미국 냉동 굴 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"> - 에이치마트 - 아리랑 슈퍼마켓 - 한남체인 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (한국) SNS 플랫폼 (한국) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 	<ul style="list-style-type: none"> - 바닷가 자연 서식 굴보다 영양이 좋고 깨끗합니다 - 한미패류위생협정에 의한 남해안 청정 해역에서 기릅니다 - 오직 자연의 힘으로, 지속가능한 바다 농사를 실천합니다 - 수질을 잘 관리하고 위생과 청결에 철저합니다 	
B사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 아리랑 슈퍼마켓 - 한남체인 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (한국/영어/일본/중국) 	<ul style="list-style-type: none"> - 청정해역에서 잡은 신선한 먹거리만을 제공합니다. - 미국 FDA에서 인정하고 승인한 청정해역에서 당일 채취한 신선하고 안전한 원료를 채취, 박신하고 위생적인 설비로 세척, 가공하여 철저한 HACCP 관리 이행을으로 차별화된 양질의 제품 	
C사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 아리랑 슈퍼마켓 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (한국/영어/일본) 	<ul style="list-style-type: none"> - 5~6도의 냉각해수를 사용하여 해산물의 가장 신선한 상태를 유지합니다 - 해양수산부 지정해역 1호, 2호 지정해역은 청정해역으로 천혜의 굴 양식 최적장소 - 위생적인 시설의 미국 FDA 등록 공장 	

자료: 미국 냉동 굴 경쟁기업 3개사 분석

① A사


기업 기본 정보	기업명	A사	
	기업 설명	A사는 한국 최초로 굴 농사를 시작한 기업으로, 미국 FDA가 인정한 남해안의 청정해역에서 위생적이고 영양이 풍부한 최상질의 굴을 생산하고 있음. 자연을 조작하거나 착취하지 않고 자연 친화적인 방식으로 굴을 생산 및 가공하며, 철저한 품질관리와 친환경적인 사업장 시스템을 구축함	
	위치	경상남도 거제시 둔덕면 법동어구로 500	
	규모	동일 품목 수	10개
설립연도		1998년	

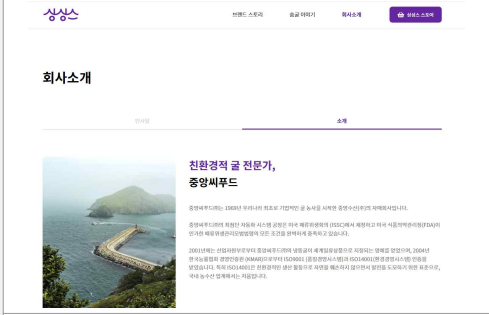
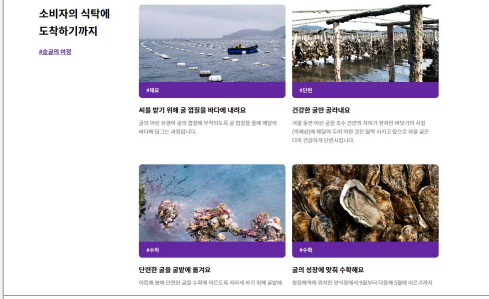

기업 진출 채널	<오프라인 매장> 에이치마트 아리랑 슈퍼마켓 한남체인		제품명	수협 굴 (Frozen Oyster)
			중량	226.8g
			소비자가격	6.99달러 (9,400원 ¹⁸⁾)
			제품 종류	냉동 굴

현지 진출 방법	포장 현지화	● (중)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화
	홍보 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음

사진자료: 현지조사원 자료

18) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(한국), 페이스북/인스타그램(한국)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>주 2-3회</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>기업 소개, 제품 안내, 브랜드 소개, 제품 생산과정 소개 등</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> • 회사 개요, 연혁, 인증, 생산 시설 등 기업 정보 소개
		<ul style="list-style-type: none"> • 자사 제품 소개 및 생산과정 안내
		<ul style="list-style-type: none"> • 자사 브랜드 소개

사진자료: A사 홈페이지

② B사

기업 기본 정보	기업명	B사	
	기업 설명	B사는 한국의 수산물 가공 업체로, 설립 이후 40년 동안 참굴만 생산 및 가공하여 일본, 미국, 유럽 등지에 수출한 굴 전문기업임. 1989년 미국 식약청의 인증을 받아 냉동 굴 수출을 시작하였으며, 현재 미국 굴 수출의 60%를 차지하고 있음	
	위치	경상남도 통영시 산양읍 논아랫개길 31	
	규모	동일 품목 수	2개
설립연도		1979년	

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 아리랑 슈퍼마켓 한남체인		제품명	찬바다 생굴 (Frozen Oyster(I.Q.F))
			중량	226g
			소비자가격	4.99달러 (6,711원)
			제품 종류	냉동 굴

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		
	MAJOR PRODUCTS 	
	홍보 채널	자사 홈페이지(한국/글로벌/일본/중국)
	게시 주기	비정기적
	게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 생산공정, 사업현황 등

게시물 유형		<ul style="list-style-type: none"> • 회사 개요, 대표 인사말, 연혁, 조직도 등 기업 정보 소개
		<ul style="list-style-type: none"> • 자사 제품 소개
		<ul style="list-style-type: none"> • 생산공정, 양식과정 소개

사진자료: B사 홈페이지


③ C사


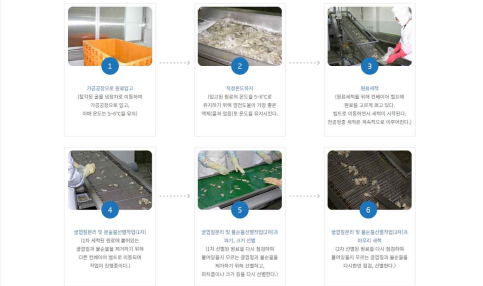

기업 기본 정보	기업명	C사	
	기업 설명	C사는 한국의 수산물 생산 및 가공 전문 기업으로, 40년 이상 주로 굴을 양식하여 여러 소매할인점과 백화점에 유통해왔으며, 일본, 미국, 유럽 등에 수출하고 있음. 미국 FDA에서 지정하는 공장 외에도 유럽, 일본, 중국, 베트남, 인도네시아 수출 가공 공장 등을 운영하고 있음	
	위치	경상남도 통영시 미우지해안로 73	
	규모	동일 품목 수	1개
설립연도		1972년	

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 아리랑 슈퍼마켓		제품명	냉동 굴 (Frozen Oyster(I.Q.F))
			중량	226g
			소비자가격	3.49달러 (4,693원)
			제품 종류	냉동 굴

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		
	홍보 채널	자사 홈페이지(한국/글로벌/일본)
	게시 주기	비정기적
	게시물 유형	기업 소개, 생산시스템, 제품 소개, 홍보영상 등

게시물 유형		<ul style="list-style-type: none"> • 회사 개요, 연혁, 비전, 조직도, CEO 인사말 등 기업 정보 소개
		<ul style="list-style-type: none"> • 생산과정, 위생관리 시스템, 생산시설 등 생산시스템 안내
		<ul style="list-style-type: none"> • 제품 홍보영상

사진자료: C사 홈페이지

2023

수산물 수출기업
맞춤형 시장조사



한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

IV

수입·유통업체 인터뷰

1. 파이크 플레이스 피쉬 마켓(Pike Place Fish Market)
2. 월마트(Walmart)
3. 인터셸(Intershell)



Interview ① 파이크 플레이스 피쉬 마켓 (Pike Place Fish Market)

19)

파이크 플레이스 피쉬 마켓
(Pike Place Fish Market)

- 유형: 도매·소매업체
- 업체 특징:
 - 1930년 설립
 - 연어, 흰살생선, 훈제 생선, 굴, 향신료 등 취급
 - 레스토랑, 프리미엄 호텔로 제품 유통



파이크 플레이스 피쉬 마켓(Pike Place Fish Market) Co-owner

담당자 정보

Co-owner

소비자가격 15달러
(20,172원²⁰)

중량 300g

포장 형태 플라스틱 파우치

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 포장, 유통기한은 미국에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

고객사 제품의 가격은 경쟁력이 있습니다. 미국 슈퍼마켓에서는 신선한 굴이 1파운드(lb²¹)당 10-15달러(13,448-20,172원) 정도에 판매되며, 품종에 따라 300g당 22-33달러(29,586-44,378원)에 판매됩니다. 중량 300g은 요리에 따라 2-4인분 정도의 양이 될 수 있는데, 이는 대부분의 냉동 해산물 제품의 포장 중량과 비슷합니다. 또한, 냉동 해산물의 유통기한은 1년이 표준인데, 고객사 제품 역시 그러하며 이는 미국 내 다른 경쟁사의 유통기한인 6-9개월보다 더 긴 편이므로 소비자가 제품을 고민할 때 유리하게 작용할 것입니다. 포장 측면에서는, 고객사 제품은 I.Q.F 방식으로 품질과 신선도를 유지하는 데 도움이 되고, PE(폴리에틸렌) 필름은 해산물에 사용되는 일반적인 식품 안전 플라스틱이며 이러한 포장 유형은 경쟁사와 비슷합니다. 전반적으로 고객사의 제품은 가격, 크기, 포장 품질, 유통기한 등 주요 요소에서 미국 슈퍼마켓에서 판매되는 인기 경쟁제품과 비교했을 때 우위에 있습니다.

Q2. 유통업체가 냉동 굴 제품 수입 시 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

유통업체에서 가장 중요하게 생각하는 요소는 품질입니다. 굴은 신선하고, 손상되지 않아야 하며 맛과 식감이 좋아야 합니다. 부패의 흔적은 절대 있어서는 안 됩니다. 또한, 굴은 운송 및 보관 중 손상을 방지하기 위해 잘 포장되어야 하므로 포장도 중요한 고려 요소입니다. 이 두 가지 요소는 적절한 가격 및 공급 신뢰성과 함께 고려하는 중요한 요소입니다.

Q3. 현지 소비자들이 냉동 굴 제품 구매 시 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

미국 소비자 입장에서는 제품이 신선도와 품질이 매우 중요합니다. 소비자들은 냉동 후에도 여전히 신선한 맛을 유지하는 굴을 원하기 때문에 적절한 냉동 및 보관이 소비자 관점에서 매우 중요하며, 이는 유통업체의 요구 사항과도 유사합니다. 이 외에도 소비자는 가치 대비 최적의 가격을 추구하기 때문에 가격도 중요합니다. 그리고 굴 손질 여부, 생산과정, 원산지 또한 고려 대상에 포함됩니다.

Q4. 냉동 굴에 대한 현지 소비자들의 인식은 어떠하며, 미국에서 냉동 굴을 활용한 요리는 무엇이 있습니까?

냉동 굴에 대한 현지 소비자들의 인식은 상당히 긍정적입니다. 신선도를 유지할 수 있는 냉동 기술의 발달로 인해 많은 사람들이 신선한 굴과 유사한 맛과 질감을 냉동 굴에서도 경험할 수 있다고 느낍니다. 또한, 냉동 굴은 연중 언제든지 쉽게 구할 수 있고, 보관이 간편하여 집에서 요리할 때 편리함을 제공합니다. 미국에서 냉동 굴을 활용한 대표적인 요리로는 굴 프라이, 락펠러(Rockefeller²²⁾), 스투, 파스타 등이 있습니다. 또한, 각종 샐러드나 수프에 토핑으로 사용되기도 하고, 냉동 굴을 해동하여 생굴처럼 신선한 굴의 맛을 즐기기도 합니다.

Q5. 미국에서 효과적인 냉동 굴 제품의 주요 마케팅 전략과 채널은 무엇입니까?

미국에서는 굴 제품을 마케팅하기 위해 소셜미디어를 광범위하게 활용하고 있습니다. 경쟁제품들은 레시피를 공유하고, 신제품을 홍보하고, 브랜드의 이미지를 구축하기 위해 페이스북, 인스타그램, 유튜브를 계정을 각각 운영합니다. 이를 통해 고객과 직접 소통하고, 수시로 리뷰를 수집하여 고객의 취향에 따라 더 나은 제품을 제공합니다. 또한, 블로그 등에 제품에 관한 기사나 이와 유사한 콘텐츠를 게시하여 시간이 지남에 따라 브랜드의 신뢰도가 향상될 수 있도록 합니다.

20) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

21) 1lb=0.453592kg

22) 버터, 파슬리 등의 소스와 빵 부스러기를 얹어 구운 굴 요리

Q6. 미국에서 냉동 굴 제품 판매 시 가장 효과적인 판촉 방식은 무엇인가요?

미국에서 냉동 굴을 판매하기 위한 가장 효과적인 판촉 방법은 소셜미디어를 통해 잠재 고객과 소통하는 동시에 온라인과 오프라인 소매점에서 제품을 판매하는 것입니다. 요점은, 잠재 소비자는 구매하기 전에 제품의 품질과 신선도 수준을 먼저 알고 싶어 한다는 것입니다. 브랜드와 제품이 소비자의 신뢰를 얻으면 소비자는 온라인 채널에서 해당 제품을 정기적으로 주문할 것입니다. 따라서 소셜미디어 콘텐츠를 통해 프로모션을 할 경우에는 소비자의 신뢰를 얻을 수 있는 게시물을 제작해야 합니다. 이때, 다수의 소비자에게 알려진 인플루언서의 영상 리뷰도 포함하는 것이 좋습니다. 니즈가 파악되었다면 소비자가 제품을 쉽게 접하도록 동기를 부여하기 위해 수시로 프로모션 할인을 제공할 수 있습니다.

Q7. 냉동 굴의 기본 가격과 프로모션 가격은 어떻게 구성되나요?

냉동 굴의 기본 소비자 가격은 평균적으로 파운드(1b²³)당 대략 10-20달러 (13,448-26,896원)입니다. 이보다 더 높거나 낮을 수 있지만 제가 말씀드린 가격은 일반적인 프로모션 가격 수준을 말한 것이니 참고하시기 바랍니다.

Q8. 한국 냉동 굴 제품이 미국 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

미국에서 제품을 출시하기에 가장 적합한 유통채널은 오프라인 소매점입니다. 이를 위해 고객사는 해산물 소매업체 또는 해산물 유통업체와 파트너 관계를 맺을 수 있습니다. 시간이 지나면 온라인으로도 제품을 판매할 수 있지만, 제품에 대한 소비자의 인지도를 높이려면 먼저 오프라인 채널에서 제품을 출시하는 것이 중요합니다.

23) 1lb=0.453592kg

Q9. 냉동 굴을 미국 시장에 수입 시, 물류나 유통 측면에서 주의해야 할 점은 무엇인가요?

물류 과정에서 주의해야 할 주요 포인트는 적절한 포장과 콜드체인을 유지 및 관리하는 것입니다. 굴은 운송 중에 냉동 상태를 유지해야 하므로 단열 상자나 용기 등 영하의 온도에도 깨지지 않고 견딜 수 있는 포장재로 보호해서 포장해야 합니다. 제품의 신선도를 유지하기 위해 가능하면 빠른 운송 수단을 선택하는 것이 좋습니다. 고품질의 냉동 해산물을 미국 시장에 배송하기 위해서는 적절한 물류 계획과 저온 공급망 관리가 매우 중요합니다.

Q10. 냉동 굴 제품이 미국 시장에 진출할 때 필요한 인증이나 절차가 있나요?

식품 안전 수입 요건을 충족하기 위해 미국 당국이 인정하는 프로그램에 따라 인증을 받아야 합니다. 해산물 가공업체는 FDA 규정에 따라 HACCP 규정을 따라야 하며, 이 외에도 최신 수출입 프로세스를 위해 따라야 할 규정이 있습니다. 이와 관련한 최신 정보를 상시 확인해야 합니다. 때때로 프로세스에 다양한 변경 사항이 적용되므로 가장 중요한 업데이트는 관련 부서나 당국에 문의하는 것이 좋습니다.

Q11. 미국 코스트코나 비슷한 유형의 로컬 하이퍼마켓 또는 슈퍼마켓에 입점하기 위한 특별한 절차가 있나요?

대형마트, 슈퍼마켓의 규모에 따라 절차는 어느 정도 비슷합니다. 가장 중요한 것은 안전 인증과 함께 필요한 모든 허가 및 승인을 받았다면 어떤 소매 채널을 통해서도 제품을 제공하는 데 문제가 없다는 것입니다.

Interview ② 월마트 (Walmart)

24)

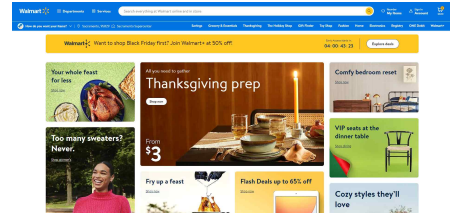
월마트 (Walmart)

- 유형: 도매·소매업체
- 업체 특징:
 - 1962년 설립된 미국의 슈퍼마켓 체인 매장
 - 미국에 4,684개의 매장을 운영하고 있음
 - 식료품, 의류, 전자제품, 아기용품, 화장품 등 취급

담당자 정보

Buying Manager

소비자가격	15달러 (20,172원)
중량	300g
포장 형태	플라스틱 파우치



월마트(Walmart) Buying Manager

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 포장, 유통기한은 미국에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

고객사 제품은 중량에 비해 가성비 좋은 가격으로 책정되어 있어서 좋습니다. 가격 경쟁력이 있고, 유통기한이 길며 미국 내 시장에 유통되고 있는 다수의 냉동 굴과 비슷한 포장 형태입니다. 제 생각에 고객사 제품은 미국에서 건강한 해산물 제품 옵션 중 하나로 자리 잡을 수 있을 것입니다.

Q2. 유통업체가 냉동 굴 제품 수입 시 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

미국의 냉동 굴 유통업체가 가장 중요하게 생각하는 요소는 가격, 품질, 가용성(Availability), 다양성 및 식품 안전성입니다. 유통업체는 이익을 추구하면서도 이를 위해 식품의 품질이나 안전성과 타협하지 않기 때문에 가격이 중요한 고려 사항이 됩니다. 또한, 가용성은 경쟁이 치열하고 유통과정이 조금이라도 지연되면 다른 브랜드로 대체될 수 있기에 거래를 그대로 유지하기 위한 핵심 관심사입니다.

Q3. 현지 소비자들이 냉동 굴 제품 구매 시 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

반면, 소비자는 적당한 가격이면서도 최고의 품질이며, 안전한 제품을 찾습니다. 냉동 굴의 맛도 또 다른 중요한 요소이며, 조리하기 쉬운 굴을 찾기 때문에 편리함도 중요합니다. 결국, 소비자에게는 적절한 가격에 최고 품질의 굴 제품을 제공하는 것이, 유통업체에게는 양질의 제품을 지속적으로 공급하면서 수익을 보장하는 것이 가장 중요한 요소입니다.

Q4. 냉동 굴에 대한 현지 소비자들의 인식은 어떠하며, 미국에서 냉동 굴을 활용한 요리는 무엇이 있습니까?

미국 소비자들은 냉동 굴보다는 신선한 굴을 더 선호합니다. 그러나 미국 내 모든 주에서 신선한 굴을 쉽게 구할 수 있는 것이 아니기 때문에 미국 소비자들은 냉동 굴을 통해 그들의 요구를 충족시켜 왔습니다. 또한, 신선한 굴이 상대적으로 비싸서 냉동 굴의 수요가 높은 것도 있습니다. 따라서 미국 시장에서는 품질과 맛에 대한 우려에도 불구하고 전반적으로 냉동 굴에 대한 인식이 좋습니다. 미국 소비자들은 각자의 취향에 따라 다양한 요리에 냉동 굴을 사용합니다. 일반적으로는 스투, 필러(Filler), 파스타, 드레싱 등을 준비할 때 냉동 굴을 자주 사용합니다.

Q5. 미국에서 효과적인 냉동 굴 제품의 주요 마케팅 전략과 채널은 무엇입니까?

굴 제품 브랜드는 제품 마케팅을 위해 온라인 플랫폼에서 많은 존재감을 확보하고 있습니다. 그들은 관련 제품을 검색하거나 관련 웹사이트를 탐색하는 잠재 고객에게 도달하기 위해 구글 광고나 페이스북 광고 같은 타겟팅된 온라인 광고를 사용합니다. 이와 동시에 인스타그램, 페이스북, 유튜브 등의 소셜미디어에서 제품을 선보이고, 레시피를 공유하며 고객과 소통합니다.

Q6. 미국에서 냉동 굴 제품 판매 시 가장 효과적인 판촉 방식은 무엇인가요?

판매를 촉진할 수 있는 프로모션 할인을 제공하는 것이 좋습니다. 고객사에서 감당할 수 있다면, 프로모션 할인은 분명 유익합니다. 동시에 셰프 및 레스토랑과 제휴하여 브랜드에 대한 신뢰성을 쌓아 제품을 홍보할 수 있습니다. 유명 셰프나 레스토랑에서 사용하는 제품이라고 한다면 소비자도 가정에서 맛보고 싶어 할 것입니다. 또한, 소매업체와 파트너십을 맺고, 해당 소매업체에서 눈에 잘 띄는 판매 공간을 확보할 수 있습니다. 이를 통해 제품의 가시성을 확보하고, 소매 브랜드의 신뢰성을 바탕으로 해당 제품에 대한 신뢰성도 제공할 수 있습니다. 이러한 전략을 결합하여 제품을 효과적으로 홍보하고, 점진적으로 판매를 촉진할 수 있습니다.

Q7. 냉동 굴의 기본 가격과 프로모션 가격은 어떻게 구성되나요?

냉동 굴 제품의 기본 소비자 가격은 보통 12온스(oz²⁵) 포장에 약 8달러(10,758원)입니다. 일부 브랜드는 약간 더 낮은 가격도 제공하지만, 대부분의 브랜드는 약 8달러부터 시작합니다. 프로모션 가격은 브랜드와 행사에 따라 상이합니다.

Q8. 한국 냉동 굴 제품이 미국 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

이러한 제품에 가장 적합한 유통채널은 식료품점, 슈퍼마켓, 수산물 시장 등의 오프라인 채널입니다. 많은 제품이 온라인으로 제공되고 있지만, 여전히 많은 소비자가 오프라인 구매를 선호하고 있습니다. 오프라인에서 직접 확인하는 것이 제품의 신선도와 품질에 대한 확신을 주기 때문입니다. 그러나 온라인은 고객에게 쉽게 접근할 수 있고, 요즘에는 브랜드 대부분이 온라인에도 입점하였기 때문에 온라인 유통도 배척할 수는 없습니다.

Q9. 냉동 굴을 미국 시장에 수입 시, 물류나 유통 측면에서 주의해야 할 점은 무엇인가요?

운송 중 최적의 온도 제어, 내구성, 단열 포장, 유통기한 등의 요소에 중점을 두어 냉동 굴이 최종 사용자에게 도달할 때까지 신선함을 유지하기 위해 공급망을 견딜 수 있는 기간을 추정해야 합니다. 여기서 중요한 것은 최종 사용자에게 가장 신선한 상태로 제품을 배송하는 것입니다.

Q10. 냉동 굴 제품이 미국 시장에 진출할 때 필요한 인증이나 절차가 있나요?

미국 내 관련 기관이 제공하는 제품에 대한 세부 지침이 있으며 이를 엄격히 준수해야 합니다. 모든 세부 사항이 중요하고, 어느 한 부분이라도 소홀히 하면 리콜(Recall) 또는 취소될 수 있습니다. 따라서 최근 업데이트된 지침을 따르고, 그에 따라 물류를 준비하는 것이 좋습니다. 관련 인증에는 미국 식품 안전 표준을 충족하는지를 확인하는 식품 안전 인증이 있습니다. 이 외에도 라벨링 요건과 수입 절차에 필요한 승인이 있습니다.

25) 1oz=0.02835kg

Q11. 미국 코스트코나 비슷한 유형의 로컬 하이퍼마켓 또는 슈퍼마켓에 입점하기 위한 특별한 절차가 있나요?

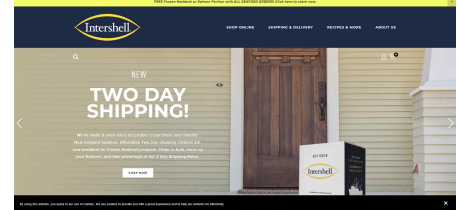
먼저 벤더로 승인받은 후 계약을 체결하고 가격, 지불 조건 및 주문 사양과 관련된 다양한 내용에 동의하게 됩니다. 또한, 주문 처리 절차 및 재고 가용성에 대해서도 합의합니다. 로컬 마켓에 입점하려는 회사는 미국 식품 안전 기준을 엄격하게 준수해야 합니다. 이러한 요구 사항에 대한 자세한 설명과 필요한 서류는 미국 월마트와 연결하면 논의할 수 있습니다.

Interview ③ 인터셸 (Intershell)

26)

인터셸 (Intershell)

- 유형: 도매·소매·수출업체
- 업체 특징:
 - 1989년 설립
 - 굴, 고등어, 등푸른생선 등 해산물 취급
 - 온라인, 도매 및 소매 고객에게 제품 유통



인터셸(Intershell) Sales Manager

담당자 정보 Sales Manager

소비자가격	15달러 (20,172원)
중량	300g
포장 형태	플라스틱 파우치

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 포장, 유통기한은 미국에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

고객사 제품의 가격은 미국 시장에 유통되고 있는 냉동 굴 제품의 평균적인 가격입니다. 그러나 미국 시장에서 경쟁력을 얻으려면 저렴한 가격 외에도 좋은 품질이 뒷받침되어야 합니다. 경쟁제품과 차별화되는 포장도 중요합니다. 고객사 제품의 포장은 미국 내 냉동 굴 경쟁제품보다 평균 이상이라고 생각합니다. 유통기한은 포장일로부터 1년으로 다른 경쟁제품과 비슷합니다. 제품이 시장에서 성공하려면 더 친환경적인 포장을 모색하고, 제품 품질 및 안전성을 매우 효과적으로 마케팅하는 것이 중요합니다.

Q2. 유통업체가 냉동 굴 제품 수입 시 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

유통업체에서 가장 중요하게 생각하는 요소는 굴의 품질과 신선도, 공급업체의 신뢰성 및 일관성, 경쟁력 있는 가격, 편리한 포장과 손쉬운 재고 관리, 강력한 공급망 및 물류, 식품안전 규정 및 인증 준수 여부입니다.

Q3. 현지 소비자들이 냉동 굴 제품 구매 시 가장 고려하는 요인은 무엇인가요?

소비자는 굴의 품질과 신선도, 영양가 및 건강상의 이점, 조리 및 구매 편리성, 제품의 지속가능성 및 친환경성, 브랜드 평판 및 신뢰, 경쟁력 있는 가격과 가격 대비 제품 가치를 중요하게 생각합니다.

Q4. 냉동 굴에 대한 현지 소비자들의 인식은 어떠하며, 미국에서 냉동 굴을 활용한 요리는 무엇이 있습니까?

물론 신선한 굴이 가장 품질이 좋겠지만, 냉동 굴도 맛이 상당히 좋습니다. 그래서 대체적으로 긍정적인 편입니다. 그리고 냉동 굴은 손질하기 쉽고, 오래 보관할 수 있다는 점에서 좋습니다. 미국 소비자는 냉동 굴 스튜로 만들거나, 튀겨서 포보이 샌드위치(Po'Boy Sandwich²⁷⁾)로 만들어 먹기도 합니다. 특히 튀긴 굴은 바삭바삭한 식감으로 해변가에 있는 레스토랑이나 바에서 간단한 스낵 또는 식사 메뉴로 인기가 많습니다.

Q5. 미국에서 효과적인 냉동 굴 제품의 주요 마케팅 전략과 채널은 무엇입니까?

냉동 굴은 일반적인 식품과 달리 특수한 제품군이므로 콘텐츠 마케팅이 아주 중요합니다. 냉동 굴은 소비자가 굴에 대해 알고 있어야만 구매할 수 있기 때문에 주류가 아닙니다. 또한, 매우 제한적인 옵션을 가지고 있어서 소비자가 구매 결정을 내릴 때 아주 신중하게 고민합니다. 따라서 브랜드는 냉동 굴을 활용한 요리 팁이나 교육용 블로그 게시물과 같은 가치 있는 콘텐츠를 제작하여 타깃 소비자를 유치하고, 소비자의 참여를 유도합니다. 이러한 콘텐츠는 소셜미디어, 블로그 및 소매업체와의 파트너십을 통해 공유됩니다.

Q6. 미국에서 냉동 굴 제품 판매 시 가장 효과적인 판촉 방식은 무엇인가요?

굴 제품의 프로모션은 콘텐츠와 체험 중심이어야 합니다. 즉, 레시피, 요리 팁 및 영양 정보를 만들어 고객에게 굴의 장점과 다용도성에 대해 홍보해야 합니다. 이러한 콘텐츠를 제작해 소셜미디어를 통해 광범위하게 공유하고, 사용자들이 자발적으로 제품 관련 콘텐츠를 생성하고 리뷰를 올리도록 유도해야 합니다. 이러한 방법이 현재로서는 냉동 굴 판촉을 위해 사용하는 흔한 방법은 아니지만, 더 많은 대중적 매력을 갖고 기존 틈새시장에서 확장하기 위해서는 이러한 방법이 필요합니다. 더 나아가 고객사는 푸드 블로거 및 인플루언서와 파트너십을 맺을 수도 있습니다. 냉동 굴의 품질과 신선도를 강조하는 강력한 브랜드 아이덴티티를 개발해 미디어 보도 자료로 활용하여 브랜드 평판을 구축하고, 제품을 많이 노출 시키는 것이 좋습니다.

27) 굴을 튀겨서 양상추, 토마토 등의 야채와 소스를 곁들여 먹는 샌드위치

Q7. 냉동 굴의 기본 가격과 프로모션 가격은 어떻게 구성되나요?

자사가 판매하는 냉동 굴 제품은 1파운드에 59.95달러(80,621원)입니다. 이 제품은 수작업으로 껍데기를 까서 방부제, 화학물질, 첨가물이 전혀 들어 있지 않으며 맛있고, 소리가 간편하다는 특징이 있습니다. 그래서 이러한 특징을 바탕으로 틈새시장에 맞는 프리미엄 카테고리로 자리매김했습니다.

Q8. 한국 냉동 굴 제품이 미국 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

유통채널 선택은 제품의 마켓 세그먼트(Market segment)에 따라 크게 달라집니다. 틈새 프리미엄 시장에 부합하는 제품인 경우, 일부 유통업체나 소매업체를 통해 직접 판매할 수 있습니다. 제품이 대중적인 매력을 가지고 있다면 온라인 및 오프라인 소매업체, 해산물 소매업체나 해산물 전문점을 포함한 여러 곳에 제품을 제공할 수 있습니다. 한국산 제품이므로 미국 내 시장에 쉽게 진입하려면 아시안 음식 전문점을 통해 유통할 수도 있습니다.

Q9. 냉동 굴을 미국 시장에 수입 시, 물류나 유통 측면에서 주의해야 할 점은 무엇인가요?

유통과정에서 필요한 온도를 유지하기 위해 고품질의 단열 상자와 냉동 젤 팩을 사용해야 하는 포장에 최우선 순위를 두어야 합니다. 제품의 신선도와 품질을 유지하는 것이 매우 중요합니다. 이 외에도 효율적인 운송 수단과 통관에 필요한 문서 등도 고려해야 할 사항입니다.

Q10. 냉동 굴 제품이 미국 시장에 진출할 때 필요한 인증이나 절차가 있나요?

냉동 굴 제품이 미국 FDA 규정을 준수하고 있는지 확인해야 하며, 어떤 형태로든 변질되지 않아야 합니다. HACCP 및 위생 모니터링 기록이 이러한 방향에 도움이 됩니다. 수출국가와 생산시설에 따라 FDA에 확인해야 하는 요구 사항이 다릅니다. 냉동 굴을 미국으로 수입할 때 세관국경보호국(CBP: Customs and Border Protection)의 규정을 준수하는 것도 중요합니다.

Q11. 미국 코스트코나 비슷한 유형의 로컬 하이퍼마켓 또는 슈퍼마켓에 입점하기 위한 특별한 절차가 있나요?

로컬 오프라인 마켓에 입점하려는 제품이 미국 내 수입 자격을 갖추었다면 코스트코나 이와 유사한 유통채널에서 제품을 판매하는 데 큰 문제가 없을 것입니다.

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) 10g당 가격

● 경쟁제품(제조사)

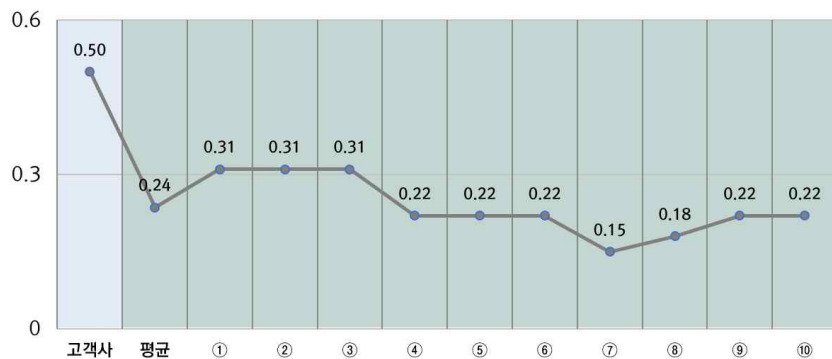
- ① 수협 굴 (A사(A브랜드))
- ② 상심 생굴 (A사(B브랜드))
- ③ 청정생굴 (A사(C브랜드))
- ④ 청정생굴 (A사(D브랜드))
- ⑤ 한성생굴 (A사(E브랜드))
- ⑥ 친바다 생굴 (B사(F브랜드))
- ⑦ 냉동 굴 (C사(케이제이씨 아메리카))
- ⑧ 생굴 (B사(B브랜드))
- ⑨ 통영 생굴 (B사(제이원))
- ⑩ 생굴생굴 (A사(G브랜드))

▶ 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격, 0.24달러

고객사 제품의 10g당 가격은 0.50달러(672원)로, 오프라인에서 조사된 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격인 0.24달러(323원)의 약 2배에 해당하는 가격으로 조사됨. 경쟁제품 10개의 10g당 가격은 최저 0.15달러(208원)부터 최고 0.31달러(416원) 사이에 분포됨. 10개 중 5개 제품의 10g당 가격이 0.22달러(297원)로 동일하였고, 그다음으로 3개 제품이 동일하게 0.31달러(416원)인 것으로 조사됨

[표 5.1] 미국 냉동 굴 가격 경쟁력 분석

(단위: 10g/달러)



2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

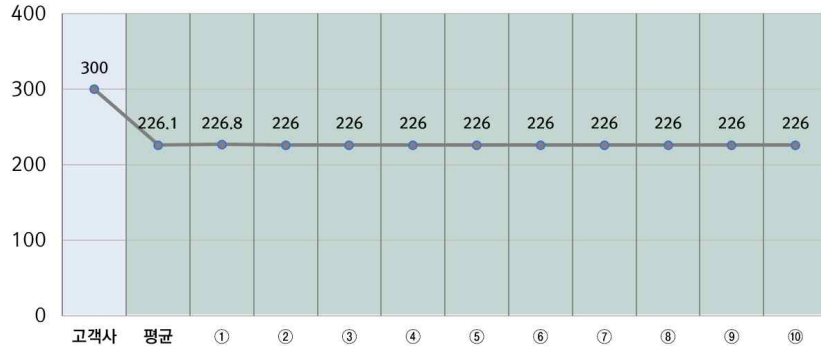
- ① 수협 굴 (A사(A브랜드))
- ② 상심 생굴 (A사(B브랜드))
- ③ 청정생굴 (A사(C브랜드))
- ④ 청정생굴 (A사(D브랜드))
- ⑤ 한성생굴 (A사(E브랜드))
- ⑥ 천바다 생굴 (B사(F브랜드))
- ⑦ 냉동 굴 (C사(케이제이씨 아메리카))
- ⑧ 생굴 (B사(B브랜드))
- ⑨ 통영 생굴 (B사(제이원))
- ⑩ 생굴생굴 (A사(G브랜드))

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 큰 편

고객사 제품의 중량은 300g으로, 냉동 굴 경쟁제품 10개의 평균 중량인 226.1g의 약 1.3배 수준으로, 경쟁제품 대비 큰 편으로 조사됨. 거의 모든 제품이 226g으로 동일한 중량인 점을 고려하여 고객사는 제품 현지화를 위해 중량을 낮추어 시장에 진출하거나, 합리적인 가격을 강조하는 홍보 방식을 활용하는 방안을 고려할 수 있음. 또한, 미국 시장에 유통되고 있는 냉동 굴 경쟁제품 10개 모두가 제품 중량에 온스(oz)와 그램(g)을 같이 표기하였다는 점을 참고하여, 고객사 역시 제품 외포장에 두 단위를 모두 표기할 것을 권장함

[표 5.2] 미국 냉동 굴 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

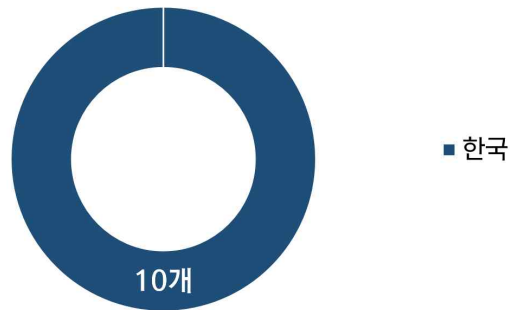


3) 원산지

▶ 경쟁제품, 10개 모두 한국산 제품

미국에서 판매되고 있는 냉동 굴 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개 제품이 모두 한국산 제품임을 확인함. 굴의 원산지뿐만 아니라 제조사 역시 전부 한국기업이라는 사실과, 로컬 유통채널에서는 냉동 굴 제품을 찾기 어려웠다는 점을 통해 미국 시장을 점유한 냉동 굴 제품은 한국산 굴과 한국 식품 기업의 제품 점유율이 높고, 소비자들의 수요가 많다는 것을 알 수 있음

[표 5.3] 미국 냉동 굴 제품 원산지 경쟁력 분석

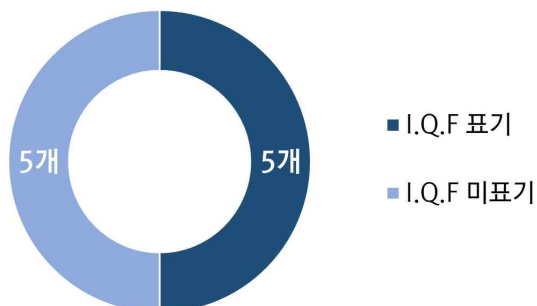


4) 제품명

▶ 현지 경쟁제품, 10개 중 5개 I.Q.F 표기

미국에서 판매 중인 냉동 굴 경쟁제품 10개의 제품명을 조사한 결과, 5개의 제품이 제품명에 개별급속냉동(I.Q.F) 방식으로 제조한 제품임을 나타낸 것으로 조사됨. 이러한 급속냉동 방식은 소형 식품을 한 개씩 날개로 급속 냉동하여 짧은 시간에 빠르게 냉동한 후 포장하는 방식으로 굴의 신선도와 직결됨. 따라서 고객사도 제품명 또는 외포장에 눈에 띄게 I.Q.F 문구를 기재하여 소비자에게 제품의 신선함을 강조하는 방안을 고려할 수 있음

[표 5.4] 미국 냉동 굴 제품명 표기 분석

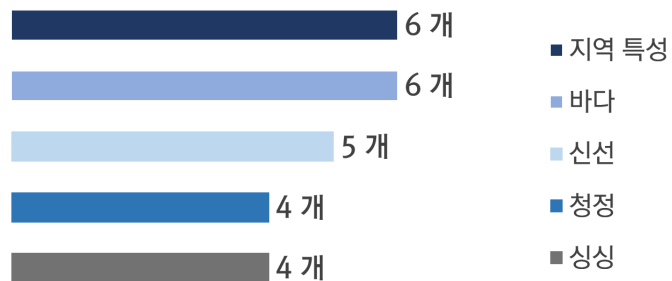


5) 홍보문구

▶ 현지 경쟁제품, 원산지 특성과 신선함 강조한 홍보문구

미국에서 판매 중인 냉동 굴 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, ‘청정바다 남해에서 채취한’, ‘대한민국 최고의 청정지역 통영 앞바다’ 등 굴을 채취한 지역 및 바다의 특성을 강조한 홍보문구를 각각 6건씩 확인함. 특히 바다를 나타낼 때는 ‘청정’이라는 수식어를 사용(4건)해 맑고 깨끗한 바다에서 굴을 채취하였다는 것을 홍보하고 있음. 또한, ‘하나하나 깨끗하게 얼려 더욱 신선한’, ‘갓 잡은 싱싱한 생굴’ 등 신선함과 싱싱함을 나타낸 홍보문구도 각각 5건, 6건씩 조사됨

[표 5.5] 미국 냉동 굴 홍보문구 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 요인에 대하여 분석함. 한편, 고객사가 지정한 경쟁제품군 내의 제품을 다수의 온라인과 오프라인 매장에서 조사하였으나, 제품 대부분이 온라인에서 판매되고 있지 않은 것으로 확인되었음. 따라서 온라인 매장에서의 인기도를 제외하고, 오프라인 매장에서 판매 중인 경쟁제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : (아마존, 월마트, 크로거, 메가마트)

(*) 오프라인 매장 : 에이치마트, 아리랑 슈퍼마켓, 한남체인

· 오프라인 매장에서 판매

(*) 오프라인 매장 : 조사매장 3개 중 1개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기제품 벤치마킹



공통 특징 ①
원산지

공통 특징 ②
외포장



공통 특징 ①
원산지

공통 특징 ②
외포장



현지 벤치마킹 인기제품
(냉동 굴
CS(케이제이 아메리카))
'경쟁제품 10개 중
유일한 HACCP 인증
표기'

◀ 벤치마킹
인증

고객사 제품

'청정해역 통영에서 자란
최상급 통영 굴을 한 알,
한 알 개별 포장한 냉동
굴'

벤치마킹 ▶
레시피 제공

현지 벤치마킹 인기제품
(수협 굴
ASA(A브랜드))

'제품 활용 레시피
제공'

2) 벤치마킹 제품 분석 - 인증

▶ 벤치마킹 제품, 외포장에 HACCP 인증 표기

현지에서 판매 중인 냉동 굴 경쟁제품 10개의 인증을 조사한 결과, 벤치마킹 제품은 10개 제품 중 유일하게 외포장에 HACCP 인증을 표기한 것으로 조사됨. 다수의 경쟁기업이 홈페이지에서는 미국 FDA 인증이나 제품 공정 과정 등을 공개했지만 외포장에서는 해당 내용을 찾아볼 수 없었음. 이에 대한 인터뷰를 진행한 결과, 미국 소비자들은 냉동 굴의 신선도와 품질을 가장 중요시한다는 것을 알 수 있음. 또한, HACCP 인증은 미국 수입 시 따라야 하는 규정이자 로컬 유통업체 입점 시 중요한 지표로 활용될 수 있음. 따라서 해당 인터뷰를 고려하여 소비자의 신뢰도와 구매율을 높이고, 유통업체에 신뢰를 줄 수 있도록 HACCP 인증 마크를 제품의 외포장에 표기할 것을 권장함

[표 5.6] 미국 냉동 굴 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) 소비자 입장에서서는 제품이 신선도와 품질이 매우 중요합니다. 소비자들은 냉동 후에도 여전히 신선한 맛을 유지하는 굴을 원하기 때문에 적절한 냉동 및 보관이 소비자 관점에서 매우 중요하며, 이는 유통업체의 요구 사항과도 유사합니다 ... (중략)... 해산물 가공업체는 FDA 규정에 따라 HACCP 규정을 따라야 하며, 이 외에도 최신 수출입 프로세스를 위해 따라야 할 규정이 있습니다.

3) 벤치마킹 제품 분석 - 레시피 제공

▶ 벤치마킹 제품, 활용 레시피 제공

현지에서 판매 중인 냉동 굴 경쟁제품 10개의 외포장을 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함하여 총 4개의 제품이 라벨에 해당 제품을 활용한 레시피를 제공하고 있는 것으로 조사됨. 벤치마킹 제품을 포함한 4개의 경쟁제품은 굴 튀김, 굴전, 굴 국밥 등 다양한 레시피를 제공하였고, 그중에서도 벤치마킹 제품 및 1개 경쟁제품은 냉동 굴을 활용한 굴죽 레시피를 자세히 설명하고 있음. 굴죽은 인터뷰에서 확인한 미국 소비자의 냉동 굴 섭취 방법 중 하나인 스투와 유사하게 푹 끓인 요리로, 한국의 굴죽 레시피를 미국 소비자의 입맛에 맞게 개발해 레시피를 선보여 제품의 외포장이나 마케팅에 활용할 수 있음. 또한, 외포장에 레시피 기재 시 영어와 한국어 2개 국어로 설명하여 미국에 거주하는 한국 교민뿐만 아니라 굴이 낯선 미국 소비자 모두에게 제품에 대한 이해를 도울 수 있음. 따라서, 고객사도 냉동 굴을 활용한 영어 및 한국어 레시피를 제품 외포장에 기재할 것을 추천함

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.7] 냉동 굴 기업 마케팅 벤치마킹

<p>선정 기업 기본 정보</p>	<p>기업명</p>	<p>C사</p>
	<p>기업 설명</p>	<p>C사는 한국의 수산물 생산 및 가공 전문 기업으로, 40년 이상 주로 굴을 양식하여 여러 소매할인점과 백화점에 유통해왔으며, 일본, 미국, 유럽 등에 수출하고 있음. 미국 FDA에서 지정하는 공장 외에도 유럽, 일본, 중국, 베트남, 인도네시아 수출 가공 공장 등을 운영하고 있음</p>
<p>주요 마케팅 전략</p>	<p>생산 시스템</p>	<div style="display: flex; flex-wrap: wrap; justify-content: space-around;"> <div style="width: 30%; text-align: center;">  <p>1 가공공장으로 원료 입고 (일정한 굴을 냉동차로 이동하며 가공공장으로 입고, 이때 온도는 5~6°C를 유지)</p> </div> <div style="width: 30%; text-align: center;">  <p>2 적정온도 유지 (일정한 원료의 온도를 5~6°C로 유지하기 위해 열전도율이 가장 좋은 액체질과 열교환기로 온도를 유지시킨다.)</p> </div> <div style="width: 30%; text-align: center;">  <p>3 원료 세척 (원료세척을 위해 컨베이어 벨트에 원료를 고르게 펴고 있다. 벨트로 이동하면서 세척이 시작된다. 천공장치 세척은 계속적으로 이루어진다.)</p> </div> <div style="width: 30%; text-align: center;">  <p>4 공정질분리 및 불순물선별작업(1차) (1차 세척된 원료에 붙어있는 공정질과 불순물을 제거하기 위해 다른 컨베이어 벨트로 이동되어 작업이 진행중이다.)</p> </div> <div style="width: 30%; text-align: center;">  <p>5 공정질분리 및 불순물선별작업(2차)과 화기, 크기 선별 (1차 선별된 원료를 다시 정밀하여 붙어있을지 모르는 공정질과 불순물을 제거하기 위해 선별하고, 파치품이나 크기 항목 다시 선별한다.)</p> </div> <div style="width: 30%; text-align: center;">  <p>6 공정질분리 및 불순물선별작업(3차)과 마무리 세척 (2차 선별된 원료를 다시 정밀하여 붙어있을지 모르는 공정질과 불순물을 다시 한번 정밀, 선별한다.)</p> </div> </div> <p>굴 생산과정과 위생관리 시스템, 품질관리 시스템 등 자사의 공정 시스템에 대한 상세한 설명으로 소비자에게 제품의 신선함과 청결함을 보증하고 있음</p>
	<p>레시피 제공</p>	<div style="text-align: center;">  </div> <p>제품 외포장에 해당 제품 활용 레시피를 한국어와 현지어로 제공하여 냉동 굴이 낯선 현지 소비자에게 제품에 대한 이해를 도와줌</p>
<p>요약</p>	<p>판매 채널</p>	<p>현지 오프라인 매장 진출</p>
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지를 활용하고 있음</p>
	<p>홍보문구</p>	<p>제품의 신선도, 굴 채취 해역, 위생을 강조하는 문구 활용</p>

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 스타티스타 (www.statista.com)
2. 아마존 (www.amazon.com)
3. 월마트 (www.walmart.com)
4. 크로거 (www.kroger.com)
5. 메가마트 (www.megakfood.com)
6. 미국 인구조사국 (www.data.census.gov)
7. 캘리포니아 주정부 (www.ca.gov)
8. 구글맵 (www.google.co.kr/maps)
9. 에이치마트 홈페이지 (www.hmart.com)
10. 에이치마트 페이스북 (www.facebook.com/hmartofficial)
11. 옐프 홈페이지 (www.yelp.com)
12. 아리랑 슈퍼마켓 홈페이지 (www.arirangusa.net)
13. 한남체인 홈페이지 (www.hannamchain.com)
14. 데일리 브리즈 홈페이지 (www.dailybreeze.com)
15. A사 홈페이지
16. B사 홈페이지
17. C사 홈페이지
18. 파이크 플레이스 피쉬 마켓 홈페이지 (www.pikeplacefish.com)
19. 인터셸 홈페이지 (www.intershellseafood.com)

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2023.11.10

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.