

2024 수출기업 맞춤형 해외시장조사

No. 202408-06
품목 전장김
HS CODE 2008.99-5010
국가 호주(Australia)
구분 경쟁력분석형



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 해외시장조사



I. 요약 03

II. 경쟁제품

- 1. 호주 전장김 경쟁제품 선정 05
- 2. 호주 전장김 경쟁제품 조사지표 선정 10
- 3. 호주 전장김 경쟁제품 현지조사 결과 11

III. 경쟁기업

- 1. 호주 전장김 경쟁기업 선정 23
- 2. 호주 전장김 경쟁기업 현지화 분석 기준 24
- 3. 호주 전장김 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 26

IV. 수입·유통업체 인터뷰

- 1. 퍼스 오가닉스(Perth Organics) 35
- 2. 크라운 슈퍼마켓(Crown Supermarket) 38
- 3. 오스트레일리안 오가닉 프로덕트(Australian Organic Products) 41

V. 경쟁력파악

- 1. 제품 경쟁력 검증 45
- 2. 벤치마킹 제품 분석 49
- 3. 기업 마케팅 벤치마킹 51
- 4. 온라인 인기제품 리뷰 분석 52



■ 온라인 인기제품

판매채널		제품명	제조사명
온라인몰 인기 판매제품	콜스 (Coles)	야키 노리 포 스시	오벤토
		스시 노리 로스티드 씨위드	콜스 아시아
	울워스 (Woolworths)	스시 노리 로스티드 씨위드	치츠루야
		야키 노리 포 스시	오벤토
	아마존 (Amazon)	야키 노리 포 스시	오벤토
		K사 김	K사

■ 오프라인 주요 경쟁제품

B브랜드 로스티드 씨위드 (C사)		야키 노리 포 스시 (오벤토)	
	가격 2.38호주달러 (약 2,197원)		가격 4.00호주달러 (약 3,692원)
	중량 22g		중량 25g
글로벌 한국 식품 브랜드, HALAL 인증, 건강 강조 문구		현지어로 표기된 레시피, 현지화된 포장 디자인	

■ 경쟁기업 3개사 분석

	D사	C사	K사	호주 현지 진출 경쟁기업 현황
국적	한국	한국	한국	경쟁기업 3개사 중 1개사, 포장 및 홍보문구 호주 현지화 + 경쟁기업 3개사 중 3개사, 한국 및 글로벌 자사 홈페이지를 활용해 기업 및 제품 홍보
포장 현지화	○	●	○	
홍보 현지화	●	●	●	
입점 채널	오프라인만 활용	오프라인만 활용	온/오프라인 모두 활용	
홍보 채널	자사 홈페이지(한국/글로벌), SNS 플랫폼(한국)	자사 홈페이지(한국/현지/글로벌), SNS 플랫폼(한국/현지/글로벌)	자사 홈페이지(한국/글로벌), SNS 플랫폼(한국)	

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)			
가격(10g당) (1.08호주달러 (약 990원))	●	전장김 10개 1.56호주달러 (약 1,422원)		중국산	한국산
중량(g) (20g)	○	전장김 10개 약 39.7g		4개	3개
포장 형태 (폴리프로필렌)	●	폴리프로필렌	비닐	2개	1개
		7개	3개	HALAL	KOSHER
				3개	1개
				HACCP	GHPs
				1개	1개
				4개	4개

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 10g당 가격은 경쟁제품 평균보다 낮은 편이며, 중량도 경쟁제품 평균보다 낮은 것으로 나타남 2) 경쟁제품 10개 중 4개가 제품 조리법을 기재한 포장디자인을 사용하여 제품을 홍보하는 것으로 나타남
Point 02.	1) 경쟁기업 3개사 중 1개사는 제품 포장 디자인 문구를 호주 현지화한 것으로 나타남 2) 경쟁기업 3개사 중 3개사는 한국 및 글로벌 자사 홈페이지를 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남



II 경쟁제품

1. 호주 전장김 경쟁제품 선정
2. 호주 전장김 경쟁제품 조사지표 선정
3. 호주 전장김 경쟁제품 현지 조사 결과



1. 호주 전장김 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	S사 ¹⁾ 맛찬김 구운 김밥김
제품 종류	전장김
소비자가격	2.14호주달러 (1,980원 ²⁾)
중량	20g
포장	폴리프로필렌
특징	HACCP 인증, 국내 직접 제조, 자사 냉동창고에서 보관하는 원초를 갓 꺼내 만들었기 때문에 더욱 신선한 맛을 느낄 수 있음

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: S사 맛찬김 구운 김밥김
 - 제품 종류: 전장김
 - 제품 가격: 2.14호주달러(1,980원)
 - 중량: 20g
 - 포장 형태: 폴리프로필렌

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 콜스(Coles)
 2. 울워스(Woolworths)
 3. 아마존(Amazon)
- 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: 하이퍼마켓, 아시아/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) 고객사를 S사로 표기

2) 1호주달러=923.10원 (2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

호주 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
 콜스	과일, 신선식품, 가공식품, 음료, 냉동식품 등
 울워스	과일, 신선식품, 냉동식품, 음료, 아기용품, 화장품 등
 아마존	신선식품, 가공식품, 음료, 냉동식품 등

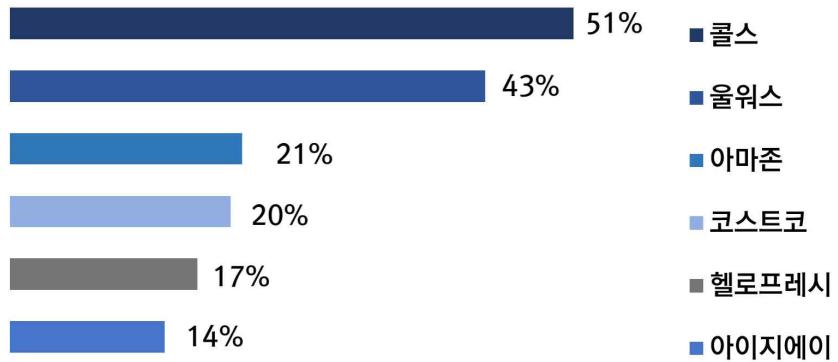
▶ 전장김 경쟁제품군 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사지표를 바탕으로 전장김 제품의 경쟁제품군을 설정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 호주 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 중국산과 한국산 전장김이 상위 인기 제품으로 확인됨. 또한, 오벤토(Obento) 브랜드의 제품은 온라인 쇼핑몰 3곳에서 모두 판매중인 것으로 확인됨

[표 2.1] 호주 인기 식음료 온라인 쇼핑몰³⁾ (2024년 기준)



자료 : 스탯ISTA(Statista) 홈페이지

[표 2.2] 호주 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 5)

콜스 입점 제품 상위 5개 제품 리스트(입점 기준) ⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	전장김	오벤토 (Obento)	야키 노리 포 스시 (Yaki nori for sushi)	중국	4.00호주달러 (약 3,692원)	25g	
2	전장김	콜스 아시아 (Coles Asia)	스시 노리 로스티드 씨워드 (Sushi Nori Roasted Seaweed)	중국	3.80호주달러 (약 3,508원)	28g	
3	조미김	A사	씨워드 스낵 재래김구이 (Seaweed Snack Original)	한국	0.90호주달러 (약 831원)	4g	
4	김스낵	타오케노이 (TaoKaeNoi)	오리지널 크리스피 씨워드 (Original Crispy Seaweed)	태국	2.50호주달러 (약 2,308원)	32g	
5	김스낵	타오케노이 (TaoKaeNoi)	핫&스파이시 크리스피 씨워드 (Hot&Spicy Crispy Seaweed)	태국	2.50호주달러 (약 2,308원)	32g	

3) 중복 허용, 기간: 2023년 4월~2024년 3월, 응답자: 1,180명(18~64세), 온라인으로 식료품이나 음료를 주문한 응답자

4) 조사일(2024.07.02) 기준 조사. 콜스(Coles) 온라인 마켓에는 전장김 제품이 2건만 입점한 상태로, 김스낵 품목을 포함하여 조사를 진행함

[표 2.2] 호주 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 5)

울워스 입점 제품 상위 5개 제품 리스트(입점 기준) ⁵⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	전장김	치츠루야 (Chitsuruya)	스시 노리 로스티드 씨워드 (Sushi Nori Roasted Seaweed)	(-)	44.79호주달러 (약 41,346원)	125g	
2	전장김	오벤토 (Obento)	야키 노리 포 스시 (Yaki nori for sushi)	중국	4.00호주달러 (약 3,692원)	25g	
3	김스낵	세레스 오가닉스 (Ceres Organics)	오가닉 씨워드 오리지널 스낵 (Organic Seaweed Original Snack)	한국	1.90호주달러 (약 1,754원)	5g	
4	김스낵	세레스 오가닉스 (Ceres Organics)	오가닉 씨워드 데리야키 비비큐 스낵 (Organic Seaweed Teriyaki BBQ Snack)	한국	6.50호주달러 (약 6,000원)	2g*8팩	
5	김스낵	A사	씨워드 스낵 재래김구이 (Seaweed Snack Original)	한국	1.00호주달러 (약 923원)	4g	
아마존 입점 제품 상위 5개 제품 리스트(추천 기준) ⁶⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	전장김	오벤토 (Obento)	야키 노리 포 스시 (Yaki nori for sushi)	중국	4.00호주달러 (약 3,692원)	25g	
2	전장김	K사	K사 김 (K사 Roasted Seaweed Sheets)	한국	29.99호주달러 (약 27,683원)	220g	
3	전장김	쿠라 (Kura)	오가닉 스시 노리 시트 (Organic Sushi Nori Sheets)	중국	4.49호주달러 (약 4,145원)	28g	
4	전장김	어니스트 투 굿니스 (Honest to Goodness)	오가닉 스시노리 시트 (Organic Sushi Nori Sheets)	한국	32.95호주달러 (약 30,416원)	125g	
5	전장김	에이미슨 (Amyson)	키도 로스티드 스시 씨워드 시트 (Kido Roasted Sushi Seaweed Sheets)	중국	3.30호주달러 (약 3,046원)	10g	

자료: 콜스(Coles), 울워스(Woolworths), 아마존(Amazon) 홈페이지
 사진 자료: 콜스(Coles), 울워스(Woolworths), 아마존(Amazon) 홈페이지

5) 조사일(2024.07.02) 기준 조사. 울워스(Woolworths) 온라인 마켓에는 전장김 제품이 2건만 입점한 상태로, 김스낵 품목을 포함하여 조사를 진행함

6) 조사일(2024.07.02.) 기준 조사

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 호주 시드니 정보⁷⁾ (2022년 기준)

인구	545만 496명
면적	12,368.68km ²

▶ 호주 시드니, 방문지역으로 선정

호주 시드니를 방문지역으로 선정함. 시드니는 호주의 6개 주 중 하나인 뉴사우스웨일스의 주도로, 동부 해안에 위치한 도시임. 시드니가 속한 뉴사우스웨일스는 전체 호주인의 약 1/3이 거주하는 호주에서 인구가 가장 많은 주이며, 주 인구의 약 66%가 광역 시드니 지역에 거주함. 뉴사우스웨일스에서는 275개 이상의 서로 다른 언어가 사용되며 해당 지역 거주자의 26.7%가 해외에서 태어났는데, 가장 빠르게 성장하는 상위 5개 이민자 그룹은 모두 아시아 국가 출신임. 또한 뉴사우스웨일스는 호주에서 가장 큰 주 경제를 형성하고 있으며, 서비스 중심의 경제 산업이 발달함

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓, 아시아/한인마트

고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여 하이퍼마켓, 아시아/한인마트를 주요 현지조사 매장으로 선정함

[표 2.3] 호주 전장김 주요 유통채널 현황

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓	푸드웍스(Foodworks), 울워스(Woolworths), 콜스(Coles)
아시아/한인마트	크라운아시안(Crown Asian), 케이티마트(KT Mart), 통리(Tongli), 제트 시티(ZET Citi)
편의점	세븐일레븐 호주(7-Eleven AU), 스파 익스프레스(Spar Express)
온라인	아마존 호주(Amazon), 이베이 호주(Ebay)

■ 고객사 진출 선호 매장

7) 자료: 시티 오브 시드니 홈페이지(www.cityofsydney.nsw.gov.au)

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(*) 콜스(Coles), 통리(Tongli), 제트 시티(ZET Citi)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 전장김: A4용지 크기의 김을 구운 뒤, 자르지 않고 그대로 포장한 제품
- 김스낵: 김을 주재료로 사용한 간식거리⁸⁾

[표 2.4] 호주 전장김 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	제품 종류
	오프라인	온라인	전장김	김스낵
① 야키 노리 포 스시 (오벤토)	○ (콜스, 제트 시티)	○ (콜스, 울워스, 아마존)	○	
② 스시 노리 로스티드 씨워드 (콜스 아시아)	○ (콜스)	○ (콜스)	○	
③ 타오케노이 빅 롤 (타오케노이 식품 및 마케팅)	○ (콜스, 통리)	○ (콜스, 울워스)		○
④ 포 씨즈 씨워드 (사해)	○ (통리)	(-)		○
⑤ 드라이드 레버 (D사)	○ (통리)	(-)	○	
⑥ 빅뱅 그릴드 씨워드 (타오케노이 식품 및 마케팅)	○ (통리)	(-)		○
⑦ 야키 스시 노리 로스티드 씨워드 (난통 하이다 아쿠아틱 푸드)	○ (제트 시티)	(-)	○	
⑧ 로스티드 레드 씨워드 (아마구찌 쇼텐)	○ (제트 시티)	(-)	○	
⑨ K사 김 (K사)	○ (제트 시티)	(-)	○	
⑩ B브랜드 로스티드 씨워드 (C사)	○ (제트 시티)	(-)	○	

(*) 현지 판매 전장김 경쟁제품 10개 분석

8) 현지 매장 상황에 따라 김스낵을 유사 대체 품목으로 선정하여 조사를 진행함

2. 호주 전장김 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 호주 전장김 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 호주 전장김 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	전장김(구운김) 김스낵	A4용지 크기의 김을 구운 뒤, 자르지 않고 그대로 포장한 제품 김을 주재료로 사용한 간식거리
포장 형태	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치
식품 유형		제품의 식품 분류 ⁹⁾ (즉석섭취식품, 신선편의식품, 즉석조리식품, 간편조리식품 등)
가공 방법		제품의 가공 방법
원산지		제품의 원산지
인증		제품이 보유하고 있는 인증
홍보문구		제품의 홍보문구
기타 표기사항		제품의 기타 표기사항
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

9) 식품의약품안전처 고시 제2024-4호(2024.01.24. 개정)에 따름

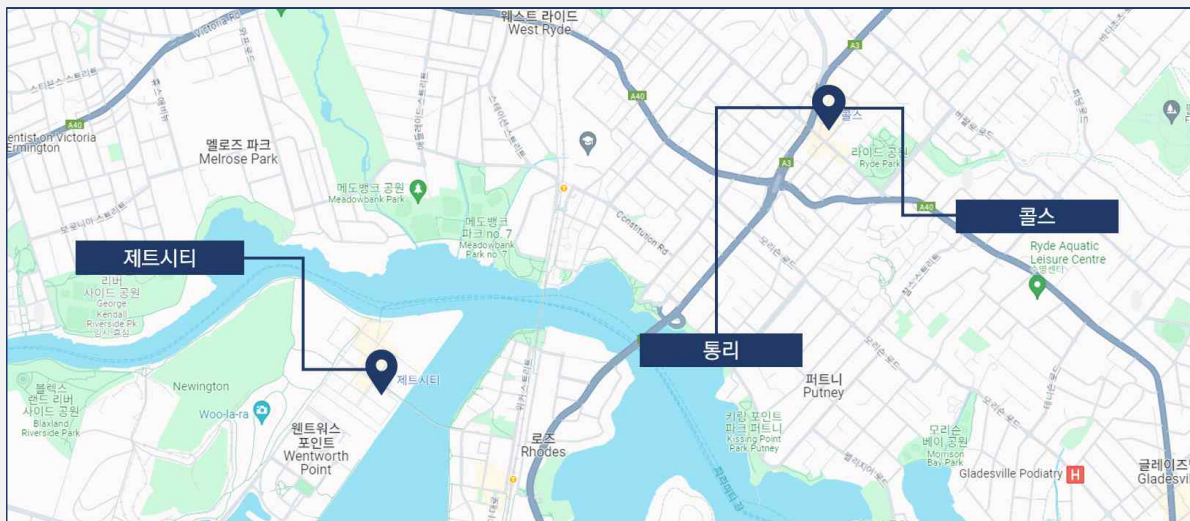
3. 호주 전장김 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 호주 시드니에 위치한 하이퍼마켓, 아시안/한인마트

호주 시드니에 위치한 하이퍼마켓인 콜스(Coles)와 한인마트인 통리(Tongli), 제트 시티(ZET Citi)를 방문함. 콜스는 호주의 대형 슈퍼마켓 체인으로 여러 가지 식품 및 생활용품을 판매하고 있으며, 통리와 제트 시티는 호주의 아시안마트 체인으로 다양한 아시안 식료품을 판매함

[표 2.6] 호주 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
콜스(Coles)	하이퍼마켓	3	· 콜스 그룹을 모회사로 둔 식품 유통업체 · 호주 내 846개의 지점 보유
통리(Tongli)	아시안/한인마트	3	· 신선식품, 육류, 냉동식품 등 판매 · 호주에서 가장 큰 아시안마트 체인
제트 시티(ZET Citi)	아시안/한인마트	4	· 시드니에 3개 지점 보유 · 아시아의 다양한 식료품 판매



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품, 10개 중 2개 제품은 2개의 방문 매장에서 판매

콜스(Coles), 통리(Tongli), 제트 시티(ZET Citi) 총 3개 매장을 방문 후 인기 제품을 조사한 결과, 총 8개의 제품이 한 곳의 매장에만 진출해 있는 것으로 나타남. 나머지 경쟁제품 2개는 두 곳의 오프라인 채널에 진출했으며, 가장 많은 경쟁제품을 보유한 오프라인 채널은 제트 시티로 경쟁제품 5개가 진출해 있는 것으로 확인됨

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	콜스	통리	제트 시티
① 야키 노리 포 스시 (오벤토)	○		○
② 스시 노리 로스티드 씨워드 (콜스 아시아)	○		
③ 타오케노이 빅 롤 (타오케노이 식품 및 마케팅)	○	○	
④ 포 씨즈 씨워드 (사해)		○	
⑤ 드라이드 레버 (D사)		○	
⑥ 빅뱅 그릴드 씨워드 (타오케노이 식품 및 마케팅)		○	
⑦ 야키 스시 노리 로스티드 씨워드 (난통 하이다 아쿠아틱 푸드)			○
⑧ 로스티드 레드 씨워드 (야마구찌 쇼텐)			○
⑨ K사 김 (K사)			○
⑩ B브랜드 로스티드 씨워드 (C사)			○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 콜스(Coles)

매장 정보

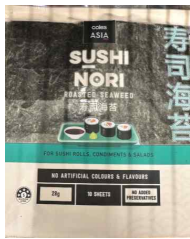
- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:
식품, 음료, 과일, 채소, 육류, 해산물, 농산물, 생활용품 등의 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
대형 쇼핑몰에 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ¹⁰⁾		콜스는 1914년 설립된 호주의 대형 슈퍼마켓 체인으로, 다양한 식품, 생활용품을 취급함. 현재 호주에 846개의 매장을 운영하고 있으며, 오프라인뿐만 아니라 온라인 서비스도 제공하고 있음

조사 제품 수: 3개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 상세주소
		시드니 Level 1 Top Ryde City Shopping Centre, 109 Blaxland Rd, Ryde NSW 2112

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 전장김 경쟁제품 정보		
			
	야키 노리 포 스시 (오벤토)	스시 노리 로스티드 씨위드 (콜스 아시아)	타오케노이 빅 롤 (타오케노이 식품 및 마케팅)

사진자료: 현지조사원 자료

10) 콜스(Coles) 홈페이지(www.coles.com.au)

			
제품명 (현지어)	야키 노리 포 스시 (Yaki nori for sushi)	제조사 (현지어)	오벤토 (OBENTO)
제품 종류	전장김	중량	25g
소비자가격	4.00호주달러 (3,692원)	10g당 가격	1.60호주달러 (1,477원)
원산지	중국	인증	(-)
식품 유형	즉석섭취식품	가공 방법	건조
포장 형태 (외부/내부)	비닐	기타 표기사항	제품 소개, 조리법
수입자	Oriental Merchant Pty Ltd	원료 및 첨가물	김(해조류)
홍보문구	(-)		

			
제품명 (현지어)	스시 노리 로스티드 씨워드 (SUSHI NORI ROASTED SEAWEEED)	제조사 (현지어)	콜스 아시아 (Coles Asia)
제품 종류	전장김	중량	28g
소비자가격	3.80호주달러 (3,508원)	10g당 가격	1.36호주달러 (1,253원)
원산지	중국	인증	(-)
식품 유형	즉석섭취식품	가공 방법	건조
포장 형태 (외부/내부)	비닐	기타 표기사항	조리법
수입자	coles supermarkets Australia Pty Ltd	원료 및 첨가물	김
홍보문구	인공 색소 및 향료 무첨가, 보존료 무첨가		

			
제품명 (현지어)	타오케노이 빅 롤 (Taokaenoi Big Roll)	제조사 (현지어)	타오케노이 식품 및 마케팅 (Taokaenoi Food&Marketing Public Co. Ltd)
제품 종류	김스낵	중량	27g
소비자가격	5.50호주달러 (5,077원)	10g당 가격	2.04호주달러 (1,880원)
원산지	태국	인증	(-)
식품 유형	즉석섭취식품	가공 방법	건조
포장 형태 (외부/내부)	종이 상자/폴리프로필렌	기타 표기사항	(-)
수입자	Oriental Merchant pty ltd	홍보문구	맛있고 간편하게
원료 및 첨가물	해조류(피로피아 종)(95%), 클래식 향미료 혼합물(5%)[설탕, 향신료, 가수분해 식물 단백질 [대두, 옥수수, 효모 추출물, 말토덱스트린, 소금, 색상(150c)], 발효 간장[대두, 말토덱스트린, 소금, 색상(150c)], 향미 증진제(627, 631), 소금]		

Shop ② 통리(Tongli)

●
매장 정보

- 유형: 아시안/한인마트
- 판매 제품 특징:

신선과일, 채소, 육류,
냉동식품, 저장식품, 아시안
식료품 등 다양한 제품 판매

- 매장 주변 특징:
대형 쇼핑몰 내 위치

- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ¹¹⁾		통리는 호주에서 가장 큰 아시안 마트 체인으로, 호주의 뉴사우스웨일스에만 18개의 매장을 운영하고 있음. 다양한 아시아 신선식품, 육류, 냉동식품 및 저장식품 등을 합리적인 가격에 공급함
	조사 제품 수: 3개	

매장 정보		
	위치	도시(지역) 시드니 상세주소 Shop MM13, Level 1 Top Ryde City Shopping Centre, 109 Blaxland Rd, Ryde NSW 2112

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 전장김 경쟁제품 정보		
			
	포 씨즈 씨워드 (사해)	드라이드 레버 (D사)	빅뱅 그리드 씨워드 (타오케노이 식품 및 마케팅)

사진자료: 현지조사원 자료

11) 탑 라이드 시티(Top Ryde City) 통리 슈퍼마켓 소개(www.toprydecity.com.au)

			
제품명 (현지어)	포 씨즈 씨워드 (Four Seas Seaweed Original Flavour)	제조사 (현지어)	사해 (四海)
제품 종류	김스낵	중량	75g
소비자가격	15.99호주달러 (14,760원)	10g당 가격	2.13호주달러 (1,968원)
원산지	중국	인증	(-)
식품 유형	즉석섭취식품	가공 방법	건조
포장 형태 (외부/내부)	폴리프로필렌	기타 표기사항	제품 소개
수입자	Rockman Australia Pty.Ltd	홍보문구	홍콩 프리미어 브랜드, 홍콩 탑 브랜드
원료 및 첨가물	해조류 78.3%, 향미 소스[간장(콩, 밀, 소금, 물), 설탕, 말토오스, 고과당 옥수수 시럽, 향미 증진제(E621, E635), 효모 추출물, 소금, 향미(수산물)]		

			
제품명 (현지어)	드라이드 레버 (Dried Laver(DOL))	제조사 (현지어)	D사
제품 종류	전장김	중량	100g
소비자가격	9.99호주달러 (9,222원)	10g당 가격	1.00호주달러 (922원)
원산지	한국	인증	(-)
식품 유형	즉석섭취식품	가공 방법	건조
포장 형태 (외부/내부)	폴리프로필렌	기타 표기사항	(-)
수입자	IMVENTURE24 P/L	홍보문구	(-)
원료 및 첨가물	돌김 51%(국산), 참기름(외국산)		

			
제품명 (현지어)	빅뱅 그릴드 씨워드 (Big bang Grilled seaweed)	제조사 (현지어)	타오케노이 식품 및 마케팅 (Taokaenoi Food&Marketing Public Co. Ltd)
제품 종류	김스낵	중량	50g
소비자가격	4.99호주달러 (4,606원)	10g당 가격	1.00호주달러 (921원)
원산지	태국	인증	GHPs ¹²⁾ , HACCP
식품 유형	즉석섭취식품	가공 방법	건조
포장 형태 (외부/내부)	폴리프로필렌	기타 표기사항	제품 소개
수입자	Oriental Merchant pty ltd	홍보문구	(-)
원료 및 첨가물	해조류(돌김속)(95%), 오징어구이(연체동물) 맛 조미료[오징어(연체동물) 분말(멸치어류 포함), 가수분해된 소이단백향료(마늘분말, 칠리분말), 풍미 증진제(627, 631), 소금]		

12) GHPs (Good Hygiene Practices)는 식품 산업에서 소비자가 수용하는 표준으로, 안전하고 적합한 식품 생산을 지원하는 모든 식품 위생 시스템의 기반을 형성함

Shop ③ 제트 시티(ZET Citi)

매장 정보

- 유형: 아시안/한인마트
- 판매 제품 특징:

소스류, 음료, 스낵, 주류 등
다양한 아시아 식료품을 판매

- 매장 주변 특징:
대형 쇼핑몰 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ¹³⁾		제트 시티는 아시안마트로, 시드니에 3개 지점을 운영하고 있음. 한국뿐만 아니라 중국, 일본, 인도네시아 등 다양한 아시아 국가들의 식료품을 판매하고 있음. 소스류, 스낵류뿐만 아니라 여러 가지 아시아 주류도 취급함
		조사 제품 수: 4개

매장 정보		
	도시(지역)	시드니
	상세주소	Shop 307/5 Footbridge Blvd, Wentworth Point NSW 2127

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 전장김 경쟁제품 정보	
		
	야키 스시 노리 로스티드 씨워드 (난통 하이다 아쿠아틱 푸드)	로스티드 레드 씨워드 (아마구찌 쇼텐)
		
	K사 김 (K사)	B브랜드 로스티드 씨워드 (C사)

사진자료: 현지조사원 자료

13) 마리나 스퀘어(Marina Square) 제트 시티 슈퍼마켓 소개(marinasquare.com.au)

			
제품명 (현지어)	야키 스시 노리 로스티드 씨weed (YAKI SUSHI NORI ROSTED SEAWEED)	제조사 (현지어)	난통 하이다 아쿠아틱 푸드 (Nantong Haida Aquatic Food Co. Ltd)
제품 종류	전장김	중량	25g
소비자가격	3.99호주달러 (3,683원)	10g당 가격	1.60호주달러 (1,473원)
원산지	중국	인증	HALAL, KOSHER
식품 유형	즉석섭취식품	가공 방법	건조
포장 형태 (외부/내부)	폴리프로필렌	기타 표기사항	조리법
수입자	Sunpower International	홍보문구	팬시(FANCY)
원료 및 첨가물	김		

			
제품명 (현지어)	로스티드 레드 씨weed (ROASTED RED SEAWEED)	제조사 (현지어)	야마구찌 쇼텐 (YAMAGUCHI SHOTEN)
제품 종류	전장김	중량	23g
소비자가격	5.99호주달러 (5,529원)	10g당 가격	2.60호주달러 (2,404원)
원산지	일본	인증	(-)
식품 유형	즉석섭취식품	가공 방법	건조
포장 형태 (외부/내부)	비닐	기타 표기사항	조리법
수입자	JUN PACIFIC CORPORATION PTY LTD	홍보문구	스시용 야키노리
원료 및 첨가물	김		

			
제품명 (현지어)	K사 김	제조사 (현지어)	K사
제품 종류	전장김	중량	22g
소비자가격	2.58호주달러 (2,382원)	10g당 가격	1.17호주달러 (1,083원)
원산지	한국	인증	HALAL
식품 유형	즉석섭취식품	가공 방법	건조
포장 형태 (외부/내부)	폴리프로필렌	기타 표기사항	(-)
수입자	MIRAE IMPORT	홍보문구	김(국내산) 100%, 건강한 원초의 중심, 두번구운 김밥김
원료 및 첨가물	김 100%		

			
제품명 (현지어)	B브랜드 로스티드 씨워드 (B브랜드 ROASTED SEAWEED for wrap & roll)	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	전장김	중량	22g
소비자가격	2.38호주달러 (2,197원)	10g당 가격	1.08호주달러 (999원)
원산지	한국	인증	HALAL
식품 유형	즉석섭취식품	가공 방법	건조
포장 형태 (외부/내부)	폴리프로필렌	기타 표기사항	제품 소개
수입자	CJ Nutracon PTY LTD T/A CJ foods Australia	홍보문구	글루텐 프리, 고품질 해초로 제조. 엑스트라 크리스피
원료 및 첨가물	김(방사무늬돌김) 100%		



III

경쟁기업

1. 호주 전장김 경쟁기업 선정
2. 호주 전장김 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 호주 전장김 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 호주 전장김 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 전장김 제품을 판매하는 한국기업 3개사 선정

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

▶ 경쟁기업 3개사, 평균 46년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 46년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. D사는 1988년에 설립되어 36년의 업력을 보유하고 있으며, C사는 1976년 설립된 이후 48년째 사업을 이어오고 있음. K사는 1970년 설립되어 3개사 중 가장 오래된 54년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 3개사, 전장김 동일 품목 종류 조사

호주에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 전장김 동일 품목 수를 조사한 결과, D사가 총 13개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 다음으로 K사가 9개, C사가 1개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 전장김 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
D사	한국	36년	13개
C사	한국	48년	1개
K사	한국	54년	9개

자료: 호주 진출 전장김 경쟁기업 3개사 분석

2. 호주 전장김 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 23년도 매출액
	직원 수
	기업 23년도 직원 수
설립연도	기업의 설립연도
	동일품목
	전장김, 김밥용 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	콜스, 통리, 제트 시티
온라인	콜스, 윌워스, 아마존

3. 호주 전장김 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 호주 오프라인 매장 진출

호주에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지 조사한 오프라인 매장에 입점해 있는 것으로 확인됨. D사는 통리(Tongli) 1곳에 입점해 있으며, C사와 K사는 제트 시티(ZET citi) 1곳에 입점해 있는 것으로 조사됨. 3개사 중 K사만 아마존(Amazon) 온라인 매장에 입점해 있는 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지에서의 제품 홍보 활동 활발함

호주 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. D사는 한국과 글로벌 홈페이지를 운영하고 있으며, C사는 한국, 현지, 글로벌 홈페이지를 운영하고 있음. K사는 한국, 중국, 일본, 글로벌 4개 국어로 구성된 홈페이지를 운영하고 있음. SNS의 경우, D사는 한국 계정의 인스타그램과 페이스북을 운영 중이며, C사는 한국과 현지, 글로벌 계정의 인스타그램을 운영 중임. K사는 한국 계정의 인스타그램과 유튜브를 운영하고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 원료, 품질 등을 강조

호주 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 원재료를 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 조사됨. ‘청정지역에서 엄선된 국산 원초’, ‘세계적으로 유명한 해조류의 고장 한국에서 수확’, ‘건강한 원초’ 등의 수식어가 사용되고 있음. 또한 ‘위생적인 품질관리와 특수 진공 포장’, ‘고품질의 김’, ‘최상의 원료’ 등 고품질을 강조하는 수식어로 제품을 홍보하고 있음

[표 3.7] 호주 전장김 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
D사	• 오프라인 매장 - 통리	• 자사홈페이지 (한국/글로벌) • SNS 플랫폼 (한국) - 인스타그램 - 페이스북	- 청정지역에서 엄선된 국산 원초만을 선별 - 고온에서 두 번 구워냄 - 위생적인 품질관리와 특수 진공 포장 - 고소한 향과 바삭함을 느낄 수 있습니다	호주(시드니)는 청정지역에서 엄선된 국산 원초만을 선별하여 고온에서 두 번 구워냅니다. 김은 세계적으로 유명한 해조류의 고장 한국에서 수확하는 고품질의 원초를 사용하여 맛과 향을 느낄 수 있습니다.
C사	• 오프라인 매장 - 제트 씨티	• 자사홈페이지 (한국/현지/글로벌) • SNS 플랫폼 (한국/현지/글로벌) - 인스타그램	- 글루텐 프리 - 고품질의 김 - 바삭바삭한 - 세계적으로 유명한 해조류의 고장 한국에서 수확 - 바삭함을 위해 두 번 구움	
K사	• 오프라인 매장 - 제트 씨티	• 자사홈페이지 (한국/글로벌/중국/일본) • SNS 플랫폼 (한국) - 인스타그램 - 유튜브	- 김(국내산) 100% - 건강한 원초의 중심 - 두 번 구운 김밥 김 - 최상의 원료 - 최적의 생산 환경	'수십수백만 장을 만들어도 고객은 김 한장으로 평가한다' 김에 가장 기본이 되는 것 3가지 (최상의 원료, 최적의 생산 환경, 최고의 고객 만족 정신). 이 3가지와 50년 전통의 노하우를 바탕으로 (주)광천원 만의 활력을 담고 있습니다. 국내 1위 및 세계 60여 개국에 진출할 수 있었던 광천원만의 이념이 담겨 있습니다.

자료: 호주 진출 전장김 경쟁기업 3개사 분석

① D사

기업 기본 정보	기업명	D사	
	기업 설명	D사는 전통방식 그대로 좋은 원초만을 선별하여 고소하고 바삭한 맛을 살린 김을 제조하여 판매하고 있음. 국내 대리점뿐만 아니라 미국, 중국, 일본, 동남아시아 등 여러 국가에 김 제품을 수출하고 있으며, 이를 발판으로 꾸준한 매출 성장을 이어가고 있음	
	위치	충남 홍성군 홍북읍 홍북로 718번길 2	
	규모	동일 품목 수	13개
		설립연도	1988년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 통리		제품명	드라이드 레버 (Dried Laver(DOL))
			중량	100g
			소비자가격	9.99호주달러 ¹⁴⁾ (9,222원)
			제품 종류	전장김

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

사진자료: 현지조사원 자료

14) 1호주달러=923.10원 (2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

홍보 방식



홍보 채널

자사 홈페이지(한국/글로벌), 인스타그램/페이스북(한국)

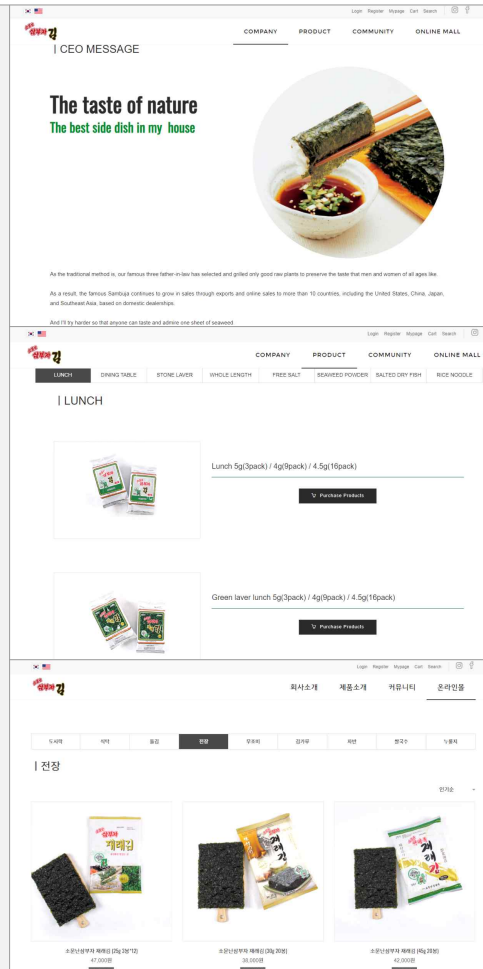
게시 주기

비정기적

게시물 유형

기업 소개, 제품 소개, 쇼핑몰 안내 등

게시물 유형



- 회사 개요, 연혁, CEO 인사, 제조 환경 등 기업 정보 소개

- 제품 소개

- 온라인 쇼핑몰로 링크 연결

사진자료: D사 홈페이지(<https://sambujagim.com>)

② C사

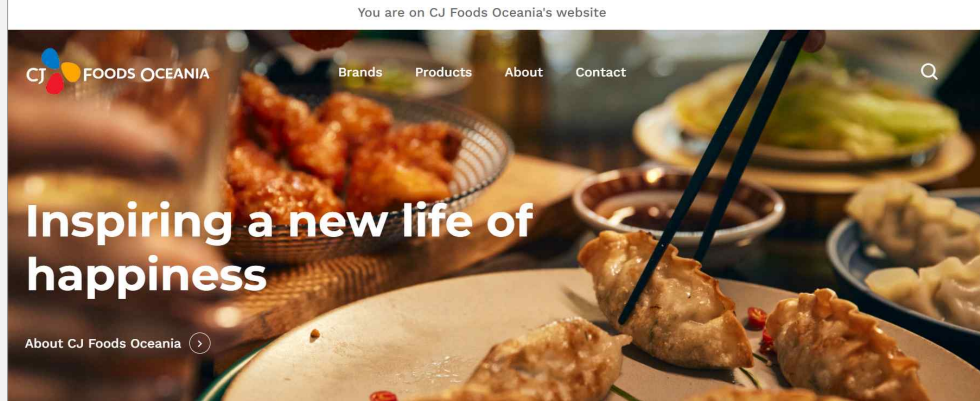
기업 기본 정보	기업명	C사	
	기업 설명	C사는 식품 제조 전문업체로, 주로 어묵, 생선구이, 김 등을 가공하여 판매하고 있음. 1976년에 삼호물산 주식회사로 설립되어 2006년 CJ 그룹의 계열사로 편입되었음. 전국의 유통 및 영업망을 활용하여 신선한 제품을 소비자에게 공급하고 있음	
	위치	경기도 성남시 중원구 둔촌대로 388번길 32	
	규모	동일품목 수	1개
		설립연도	1976년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 제트 시티		제품명	B브랜드 로스티드 씨ويد (B브랜드 ROASTED SEAWEED for wrap&roll)
			중량	22g
			소비자가격	2.38호주달러 (2,197원)
			제품 종류	전장김

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(한국/현지/글로벌), 인스타그램(한국/현지)

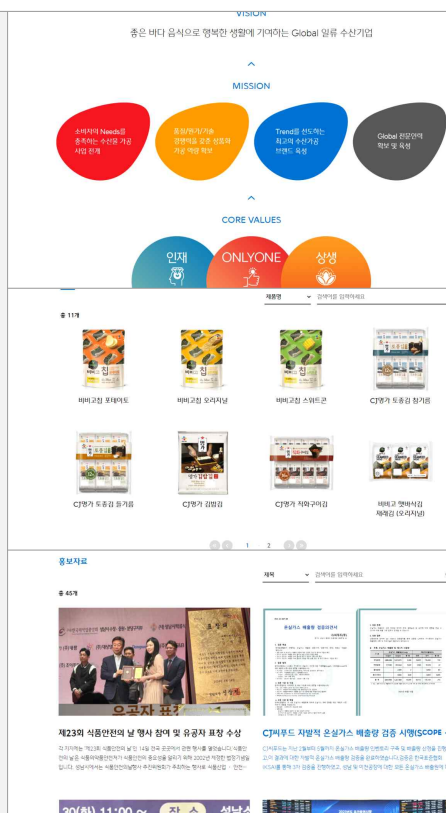
게시 주기

비정기적

게시물 유형

기업 소개, 제품 소개, 쇼핑몰 안내, 홍보 자료 소개 등

게시물 유형



- 회사 개요, 연혁, CEO 인사, 비전 등 기업 정보 소개

- 제품 소개

- 수상 내역, 사회 환원 활동, 제조 과정 영상 등 홍보 자료 안내

사진자료: C사 홈페이지(www.cjseafood.net)

③ K사

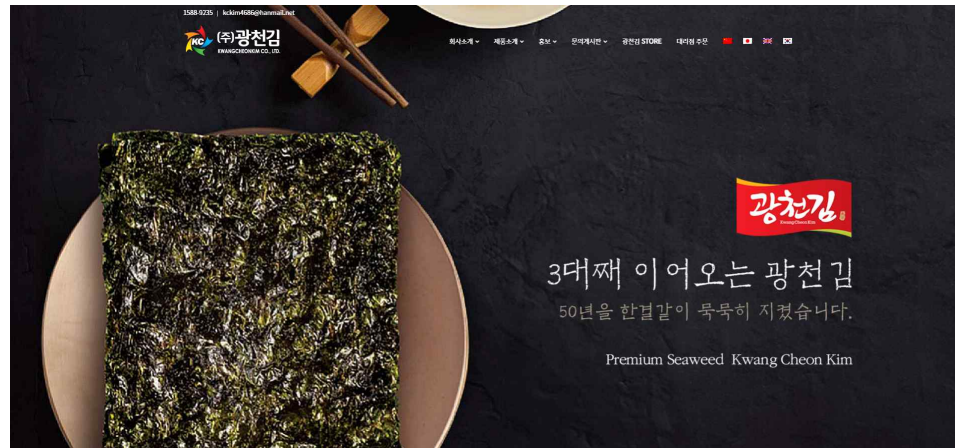
기업 기본 정보	기업명	K사	
	기업 설명	K사는 한국 1위 김 제조 및 유통업체로, 12공장, 48라인의 한국 최대 규모 생산설비를 갖추고 있음. 한국의 다양한 온오프라인 마켓에 제품을 유통하고 있으며, 미국, 캐나다, 호주, 유럽, 인도네시아 등 다양한 국가에 수출하고 있음	
	위치	서울시 종로구 창경궁로 120 종로플레이스	
	규모	동일 품목 수	9개
		설립연도	1970년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 제트 시티		제품명	K사
			중량	22g
			소비자가격	2.58호주달러 (2,382원)
			제품 종류	전장김

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

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식



홍보 채널

자사 홈페이지(한국/글로벌/중국/일본), 인스타그램/유튜브(한국)

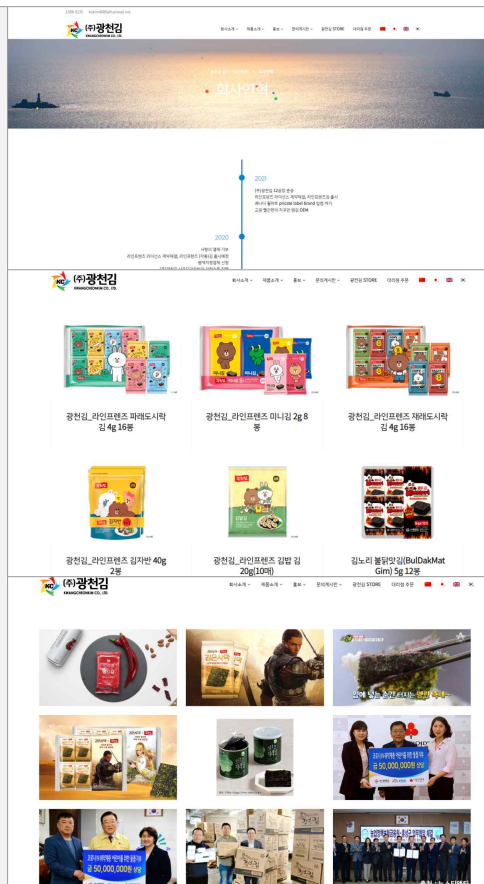
게시 주기

비정기적

게시물 유형

기업 소개, 브랜드 소개, 제품 소개, 쇼핑몰 안내

게시물 유형



- 회사 개요, 연혁, 생산방식, 생산시설 등 기업 정보 소개

- 제품 소개

- 신제품 출시, 사회 환원 활동, 협약 체결 등 기업 홍보 뉴스 소개

사진자료: K사 홈페이지(www.kckim.com)



IV

수입·유통업체 인터뷰

1. 퍼스 오가닉스(Perth Organics)
2. 크라운 슈퍼마켓(Crown Supermarket)
3. 오스트레일리안 오가닉 프로덕트(Australian Organic Products)



Interview ① 퍼스 오가닉스 (Perth Organics)

15)

퍼스 오가닉스 (Perth Organics)

- 유형: 수입 유통업체
- 업체 특징:
 - 2009년에 설립되어
현지 유기농 농산물과
식료품을 판매 및
배달하고 있음
 - 신선 채소, 과일, 식료품,
가정용품 등을 주로
판매함

담당자 정보

Sale Manager

고객사 제품 정보

가격 2.14호주달러
(1,980원¹⁶⁾)

중량 20g

포장 형태 폴리프로필렌

인증 HACCP



퍼스 오가닉스(Perth Organics) Sale Manager

Q1. 고객사 제품에 대해 가격, 증량, 포장, 인증, 개선할 점 등 피드백을 부탁드립니다.

호주 시장에서 판매되는 구운 김 제품들은 대부분 한국이나 일본에서 생산된 양질의 김으로 제조되기 때문에, 성분과 원료에 따른 미묘한 차이만 있을 뿐 전반적인 맛은 유사합니다. 그러나 고객사 제품의 가격은 슈퍼마켓에서 판매되는 구운 김 제품보다 훨씬 저렴하며, 무게는 거의 두 배에 달합니다. 이러한 점은 호주 시장에 수입될 때 큰 장점이 될 수 있습니다.

Q2. 현지 유통업체가 전장김을 구입할 때 고려하는 주요 요소는 무엇인가요? 특히, 해외 제품을 수입할 때 특별히 고려하는 요소는 무엇인가요?

호주에서 해조류 관련 제품의 구매가 증가하고 있지만, 여전히 가격이 중요한 요소입니다. 일부 소비자들은 여전히 해조류를 고급스럽고 비싼 음식으로 인식하고 있어, 이는 우리의 결정에 큰 영향을 미칩니다. 따라서, 제품의 품질이 보장되는지 판단하는 것이 중요합니다. 또한 우리는 제품을 수입하기 전에 시장 트렌드가 어떻게 변화할지 신중히 고려합니다. 시장 트렌드에 영향을 미치는 요인으로는 '건강을 중시하는 소비 경향', '제품에 대한 지불 의사', 특히 '한국과 일본의 아시아 음식의 인기' 등이 있습니다.

15) 사진자료: 퍼스 오가닉스(Perth Organics) 공식 홈페이지

16) 1호주달러=923.10원 (2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q3. 해외 업체나 제품을 발굴하고 접촉하는 과정은 어떻게 이루어지나요?

호주에는 호주대사관 무역투자대표부(Austrade)와 같은 신뢰할 수 있는 정부 무역 진흥 기관이 있습니다. 해당 기관을 통해 기업들은 해외 기업과 정보를 얻고 네트워크를 구축할 수 있습니다. 또한, 국제 박람회 및 상업 전시회에 참여하여 직접 업체를 탐색할 수도 있습니다.

Q4. 해외 업체가 현지 시장에 전장김을 공급하기 위한 절차와 유통 과정은 어떻게 되나요?

첫 번째로 해외 업체에서 최종 사용자/고객에게 직접 제품을 유통할 수 있습니다. 이러한 방식은 제품 품질을 보장하고 중간 비용을 최소화할 수 있습니다. 다음 방식으로는 유통업체가 제품을 수입하여 유통하는 방식이 있습니다. 우리 회사는 제품을 수입하여 세관 통관 절차를 진행하며, 이후 스완 밸리(Swan Valley)에 있는 창고로 제품을 운송합니다. 그 후 제품이 유통 시스템을 통해 소매점으로 배송되며, 고객들은 두 가지 방법을 통해 제품을 구매할 수 있습니다. 첫 번째로 매장에서 직접 구매하거나, 두 번째로 웹사이트에서 주문을 완료하고 다음 날 픽업하는 방식입니다.

Q5. 호주 현지에서 고객사 제품을 판매하기에 적합한 유통채널은 무엇인가요?

전장김과 같은 인기 제품의 경우, 울워스(Woolworths), 콜스(Coles), 알디(Aldi)와 같은 대형 슈퍼마켓 체인이 첫 번째 선택이 되어야 합니다. 이들 슈퍼마켓은 호주 소비자들 사이에서 큰 인기를 끌고 있으며, 안정적인 고객 기반을 갖추고 있어 새로운 제품을 많은 고객에게 소개하기에 좋습니다. 또한, 온라인 쇼핑이 점점 증가하고 있는 만큼 아마존(Amazon), 이베이(eBay) 등 전자상거래 사이트를 통해 제품을 유통하는 것도 좋은 방법입니다.

Q6. 현지에서 소비자가 전장김 제품을 구매할 때 고려하는 요인과 소비 트렌드는 어떻게 되나요?

전장김은 바로 소비할 수 있는 제품이 아니며, 모든 소비자가 전장김으로 만든 요리를 선호하는 것은 아닙니다. 따라서 소비자들은 대부분 개인과 가족의 필요에 따라 이러한 해조류 제품을 구매합니다. 또한 아이들은 전장김이 스낵과 비슷하다는 이유로 큰 관심을 보이지 않는 경우가 많으며, 이는 제품의 판매에 어느 정도 영향을 미칠 수 있습니다.

Q7. 현지에서 전장김을 성공적으로 판매하기 위한 효과적인 홍보 전략은 무엇인가요?

주말 및 공휴일 프로모션을 제외하면 웹사이트 및 전자상거래 플랫폼에서 제품 프로모션을 구현하는 방법은 한정적입니다. 따라서 유튜브(YouTube), 페이스북(Facebook), 광고판은 물론 TV와 기타 플랫폼에 광고를 게재하는 등 기존 광고 기법에 투자하는 것을 추천합니다.

Interview ② 크라운 슈퍼마켓 (Crown Supermarket)

17)

크라운 슈퍼마켓 (Crown Supermarket)

- 유형: 수입 유통업체
- 업체 특징:
 - 2013년에 설립된 수입 유통업체로 식료품, 건강 및 미용 제품, 가정용품 등을 취급하고 있음
 - 일본, 한국, 중국, 태국 등에서 제품을 수입하여 판매하고 있음

담당자 정보

Sale Manager

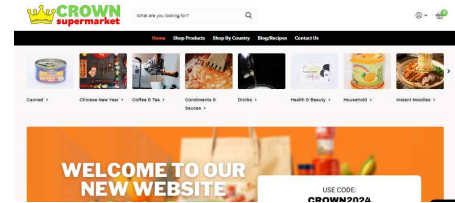
고객사 제품 정보

가격 2.19호주달러
(1,980원)

중량 20g

포장 형태 폴리프로필렌

인증 HACCP



크라운 슈퍼마켓(Crown Supermarket) Sale Manager

Q1. 고객사 제품에 대해 가격, 중량, 포장, 인증, 개선할 점 등 피드백을 부탁드립니다.

고객사의 제품과 저희 매장에서 판매하는 전장김 제품의 큰 차이점은 가격입니다. 고객사 제품의 소매가가 타제품에 비해 훨씬 저렴합니다. 이는 현재 호주에서 판매되고 있는 전장김 제품과 비교할 때 매우 주목할 만한 요소입니다.

또한 전장김 제품들의 원재료와 가공 기술이 대부분 비슷하기 때문에, HACCP 인증을 획득한 것은 큰 장점이 될 수 있습니다. 스시와 김밥을 만들 때 사용되는 해조류는 신중하게 선택되고 특정한 바삭함을 유지할 수 있도록 건조되어야 고객들을 만족시킬 수 있습니다.

Q2. 현지 유통업체가 전장김을 구입할 때 고려하는 주요 요소는 무엇인가요? 특히, 해외 제품을 수입할 때 특별히 고려하는 요소는 무엇인가요?

저희는 해조류 관련 제품을 구매할 때 원산지와 품질을 중요한 고려 사항으로 생각합니다. 호주에서는 해조류 관련 제품의 인기가 점점 높아지고 있습니다. 또한, 현재 해조류 관련 제품 시장은 경쟁이 치열합니다. 고객사의 제품이 우수한 품질을 유지할 수 있다면 다른 판매자들과 차별화할 수 있을 것입니다.

저희는 치열한 시장 상황에 따라 수입 제품의 가격에 특히 주목합니다. 만약 가격이 저희 목표 고객의 예산을 초과하면, 제품의 수익성이 보장되지 않습니다. 반대로 가격이 너무 낮아도 수익을 보장하기 어렵습니다.

Q3. 해외 업체나 제품을 발굴하고 접촉하는 과정은 어떻게 이루어지나요?

저희는 글로벌소시스(Global Sources), 알리바바(Alibaba)와 같은 온라인 마켓플레이스와 B2B 플랫폼을 통해 해외 공급업체와 직접 연락하여 제품을 평가하고, 비교하며, 문의합니다. 이러한 플랫폼을 활용하면 다양한 공급업체의 제품 정보를 손쉽게 얻을 수 있으며, 가격과 품질을 비교하여 최적의 선택을 할 수 있습니다.

Q4. 해외 업체가 현지 시장에 전장김을 공급하기 위한 절차와 유통 과정은 어떻게 되나요?

먼저 제품이 해외 공급업체로부터 수입됩니다. 그리고 운송을 진행하기 이전에 문제가 없도록 품질 검사를 한 번 더 거칩니다. 이후 주요 공급업체에서 크라운(Crown)의 슈퍼마켓 시스템 및 기타 지역 소매점에 배포하기 위해 미리 임대한 물류 창고로 제품을 배송합니다. 결과적으로 고객들은 두 가지 채널을 통해 제품을 구매할 수 있습니다. 매장 내에서 직접 구매하거나 슈퍼마켓 웹사이트를 통해 온라인으로 구매할 수 있습니다.

Q5. 호주 현지에서 고객사 제품을 판매하기에 적합한 유통채널은 무엇인가요?

대부분의 해외 업체들이 제품 유통업자를 찾을 때 울워스(Woolworths), 콜스(Coles), 알디(Aldi)와 같은 슈퍼마켓 체인에 판매하기를 원하기 때문에, 이러한 체인들을 이 제품의 가장 좋은 유통채널로 고려해 볼 수 있습니다. 이 유통채널들은 규모가 큰 충성도 높은 고객층으로 구성된 것이 특징입니다.

또한, 이 제품은 현지 농산물 시장과 유기농 상점에서도 판매될 수 있습니다. 이러한 상점의 고객들은 해조류 관련 제품의 뛰어난 품질과 맛을 높이 평가하는 것이 특징입니다.

Q6. 현지에서 소비자가 전장김 제품을 구매할 때 고려하는 요인과 소비 트렌드는 어떻게 되나요?

스시와 김밥 재료에 대한 수요는 아시아 요리, 특히 한국과 일본 음식의 인기로 인해 증가하고 있습니다. 주로 두 개의 고객 그룹이 해조류를 구매할 가능성이 큼니다. 이러한 요리에 익숙한 고객들과 이를 집에서 만들어 보고자 하는 고객들입니다.

Q7. 현지에서 전장김을 성공적으로 판매하기 위한 효과적인 홍보 전략은 무엇인가요?

전시회나 소비자들이 직접 제품을 준비하고 맛볼 수 있는 워크숍에 참여하는 것을 추천합니다. 전장김과 같은 제품을 소비자들에게 홍보하는 효과적이고 접근 가능한 방법이 될 수 있습니다. 이러한 활동을 통해 소비자들이 제품의 맛과 활용 방법을 더 잘 이해하도록 돕고, 잠재 고객들에게 제품의 가시성을 높이며 수익을 증대시킬 수 있습니다.

Interview ③ 오스트레일리안 오가닉 프로덕트 (Australian Organic Products)

18)

오스트레일리안 오가닉 프로덕트 (Australian Organic Products)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 2014년에 설립된 수입 유통업체로 식품, 음료, 가정용품, 잡화를 취급하고 있음
 - 호주 전역에서 신뢰받는 온라인 유기농, 천연 및 친환경 제품 소매업체

담당자 정보

Sale Executive

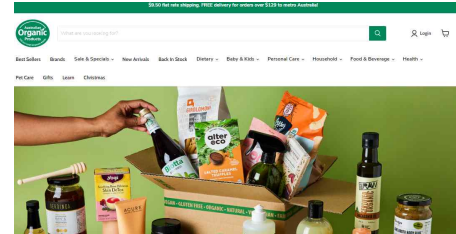
고객사 제품 정보

가격 2.19호주달러
(1,980원)

중량 20g

포장 형태 폴리프로필렌

인증 HACCP



오스트레일리안 오가닉 프로덕트 (Australian Organic Products) Sale Executive

Q1. 고객사 제품에 대해 가격, 증량, 포장, 인증, 개선할 점 등 피드백을 부탁드립니다.

고객사 제품의 인상적인 특징은 가격으로, 매장에서 판매되는 구운 김보다 훨씬 저렴하면서도 중량은 동일하다는 점입니다. 현재 대부분의 구운 김 회사들은 동일한 재료(100% 유기농 김)를 사용하고 비슷한 맛(가공으로 인해 김은 자연스럽게 짭짤하고 달콤하며, 질기고 약간 비린 맛)의 제품을 생산합니다. 그러나 고객사의 제품이 더 생동감 있는 맛을 제공할 수 있다면, 호주 시장에서 큰 판매 포인트가 될 수 있을 겁니다.

Q2. 현지 유통업체가 전장김을 구입할 때 고려하는 주요 요소는 무엇인가요? 특히, 해외 제품을 수입할 때 특별히 고려하는 요소는 무엇인가요?

오늘날 호주 소비자들은 본인과 가족의 건강에 더욱 신경을 쓰고 있어, 일반적인 식사의 품질에 높은 가치를 둡니다. 한편, 고품질 해조류는 대부분 높은 영양소를 함유하고 있으며, 유해 성분이 없고, 다양한 건강상의 이점을 제공하여 소비자의 건강을 보호합니다. 저희 고객들은 해조류와 같은 건강한 제품에 특히 관심이 많기 때문에, 제품의 원산지와 품질에 세심한 주의를 기울이고 있습니다. 해조류는 깨끗하고 오염되지 않은 수역에서 수확해야 하며, 일본과 한국이 이에 가장 적합한 장소입니다. 또한, 제품 기준을 보장하기 위해 HACCP 인증을 받아야 합니다.

Q3. 해외 업체나 제품을 발굴하고 접촉하는 과정은 어떻게 이루어지나요?

현재 저희가 수입하는 대부분의 제품은 해외 공급업체들이 먼저 제안하고 제공하는 제품들입니다. 오랜 기간 거래를 이어오면서 저희와 오래된 인연을 맺어온 공급업체들이 있거나 때때로 해외 판매업체들이 저희에게 연락을 주기도 합니다. 저희는 제품 평가를 위한 연구를 진행한 후, 이러한 업체들로부터 제품을 구매할지를 결정합니다.

Q4. 해외 업체가 현지 시장에 전장김을 공급하기 위한 절차와 유통 과정은 어떻게 되나요?

메트캐시(Metcash), 울워스 그룹(Woolworths Group), 콜스 그룹(Coles Group)과 같은 호주의 대형 수입업체들이 미국, 일본, 중국, 프랑스 등 해외 기업들로부터 제품의 대부분을 수입합니다. 이들은 자사 시스템 내의 슈퍼마켓과 이들 수입업체에 사전 주문을 한 전국의 소매 슈퍼마켓에 제품을 유통하여 고객들이 직접 매장에서 구매할 수 있도록 합니다.

Q5. 호주 현지에서 고객사 제품을 판매하기에 적합한 유통채널은 무엇인가요?

일본과 한국을 비롯한 아시아 레스토랑들에 구운 김을 공급하면 이익을 얻을 수 있을 것으로 예상됩니다. 이 두 나라는 요리에 해조류를 많이 사용하기 때문입니다. 또한 아시아 슈퍼마켓을 신뢰할 수 있는 유통채널로 뽑을 수 있습니다. 대부분의 아시아 슈퍼마켓 고객들과 일부 현지인들은 아시아 요리, 특히 해조류에 익숙하므로 비교적 이러한 제품들을 구매할 가능성이 높습니다.

Q6. 현지에서 소비자가 전장김 제품을 구매할 때 고려하는 요인과 소비 트렌드는 어떻게 되나요?

해조류는 주로 간식이나 가정에서 준비한 식사로 소비되며, 특히 젊은 호주인들과 높은 교육 수준을 가진 여성들이 해조류를 가장 많이 소비하는 경향이 있습니다. 이는 해조류의 맛, 영양소, 건강상의 이점 때문입니다. 그러나 높은 가격과 특색 없는 포장인 해조류 구매에 있어 큰 걸림돌이 되고 있습니다.

Q7. 현지에서 전장김을 성공적으로 판매하기 위한 효과적인 홍보 전략은 무엇인가요?

전장김 제품을 홍보하기 위해 소비자들에게 영양 가치, 건강상의 이점, 전장김 레시피에 대한 정보를 제공하는 마케팅에 집중할 수 있습니다. 이러한 정보를 통해 소비자들이 해조류의 다양한 효능과 활용 방법을 알게 되면 제품에 대한 관심이 높아질 것입니다. 또한, 인플루언서와 협력하여 제품을 홍보하는 것도 고객 기반을 확장하는 효과적인 방법입니다. 인플루언서의 영향력을 통해 더 많은 잠재 고객에게 제품을 노출시킬 수 있습니다.



V

경쟁력파악

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



1. 제품 경쟁력 검증

1) 100g당 가격

경쟁제품(제조사)

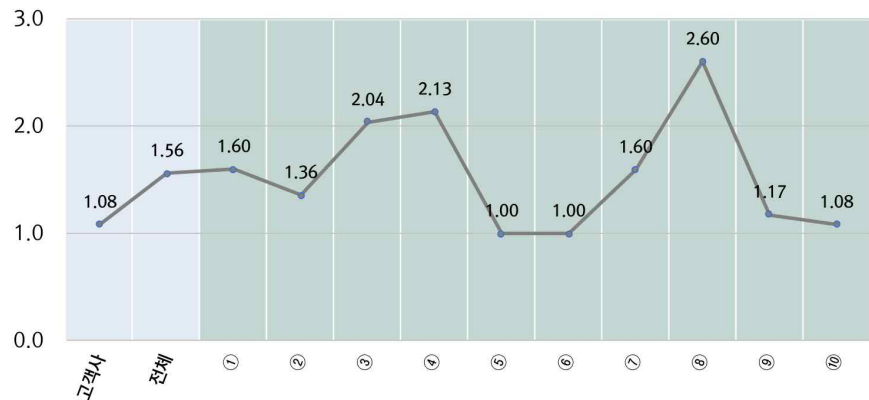
- ① 야키 노리 포 스시 (오벤토)
- ② 스시 노리 로스티드 씨워드 (콜스 아시아)
- ③ 타오케노이 빅 물 (타오케노이 식품 및 마케팅)
- ④ 포 씨즈 씨워드 (사해)
- ⑤ 드라이드 레버 (D사)
- ⑥ 빅뱅 그릴드 씨워드 (타오케노이 식품 및 마케팅)
- ⑦ 야키 스시 노리 로스티드 씨워드 (난통 하이다 아쿠아틱 푸드)
- ⑧ 로스티드 레드 씨워드 (야마구찌 쇼텐)
- ⑨ K사 김 (K사)
- ⑩ B브랜드 로스티드 씨워드 (C사)

▶ 고객사 제품 10g당 가격, 경쟁제품 평균 가격 대비 낮은 편¹⁹⁾

고객사 제품의 10g당 가격은 1.08호주달러(990원)로 현지에서 조사된 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격인 1.56호주달러(1,422원)의 70% 수준으로 저렴한 편인 것으로 조사됨. 개별 제품별로 살펴보면 7개의 경쟁제품의 10g당 가격이 고객사의 10g당 가격보다 높은 수준인 것으로 조사되었음. 특히 야마구찌 쇼텐의 제품(8번 제품)은 고객사 제품 100g당 가격의 2.4배 수준으로 매우 높은 편인 것으로 나타남

[표 5.1] 호주 전장김 가격 경쟁력 분석

(단위: 10g/호주달러)



19) 1호주달러=923.10원 (2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 중량

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 작은 편

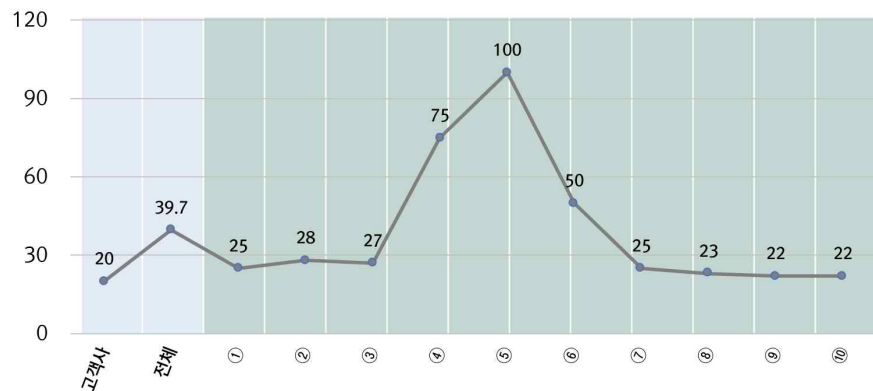
고객사 제품의 중량은 20g으로 전장김 경쟁제품 10개의 평균 중량인 39.7g의 50% 수준으로 경쟁제품 대비 작은 편으로 조사됨. 그러나 경쟁제품 중 7개 제품(1번, 2번, 3번, 7번, 8번, 9번, 10번 제품)은 30g 이하로 제품을 포장하여 판매 중이며 이들 7개 제품의 평균 중량은 24.6g으로 확인되었음. 경쟁제품의 과반수가 25g 중량 근처에 분포해 있는 점을 보았을 때, 고객사는 제품의 포장 중량을 높여 시장에 진출하는 방안을 고려해 볼 필요가 있음

● 경쟁제품(제조사)

- ① 야키 노리 포 스시 (오벤토)
- ② 스시 노리 로스티드 씨워드 (콜스 아시아)
- ③ 타오케노이 빅 롤 (타오케노이 식품 및 마케팅)
- ④ 포 씨즈 씨워드 (사해)
- ⑤ 드라이드 레버 (D사)
- ⑥ 빅뱅 그릴드 씨워드 (타오케노이 식품 및 마케팅)
- ⑦ 야키 스시 노리 로스티드 씨워드 (난통 하이다 아쿠아틱 푸드)
- ⑧ 로스티드 레드 씨워드 (야마구찌 쇼텐)
- ⑨ K사 김 (K사)
- ⑩ B브랜드 로스티드 씨워드 (B브랜드)

[표 5.2] 호주 전장김 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

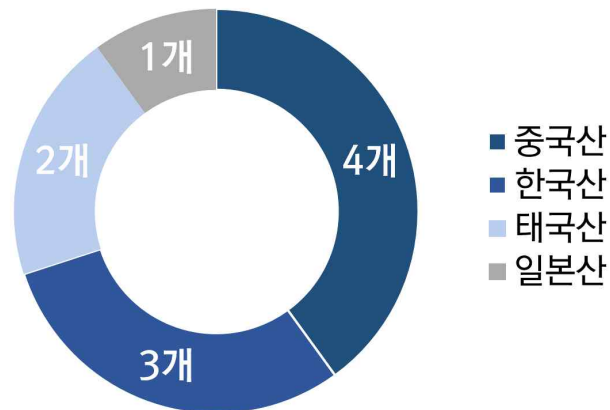


3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개, 다양한 국가의 원산지로 구성

호주에서 판매되고 있는 전장김 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개의 제품 중 4개의 제품은 중국산 제품, 3개는 한국산, 2개는 태국산, 나머지 1개의 제품은 일본산 제품인 것으로 나타남

[표 5.3] 호주 전장김 원산지 경쟁력 분석

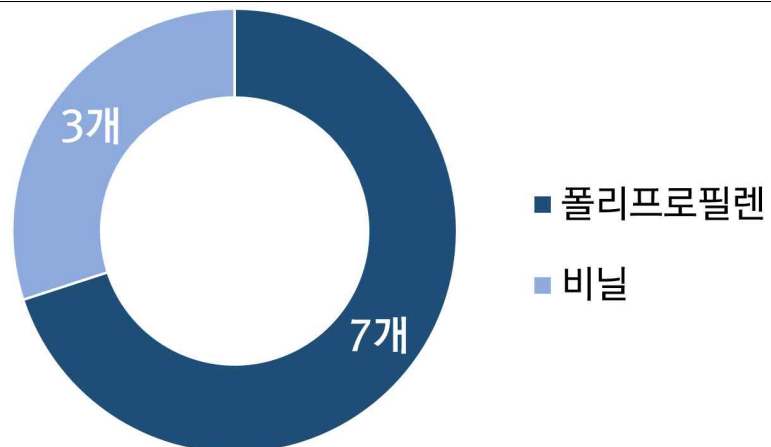


4) 포장형태

▶ 경쟁제품 10개중 7개 제품, 폴리프로필렌으로 제품 포장

호주에서 판매 중인 전장김 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 7개 제품이 폴리프로필렌으로 가장 많았음. 나머지 3개 제품은 비닐 포장으로 확인되었음. 특히 폴리프로필렌으로 포장된 제품 중 1개 제품은 종이 상자로 외부를 추가 포장한 것으로 확인됨²⁰⁾

[표 5.4] 호주 전장김 포장형태 경쟁력 분석



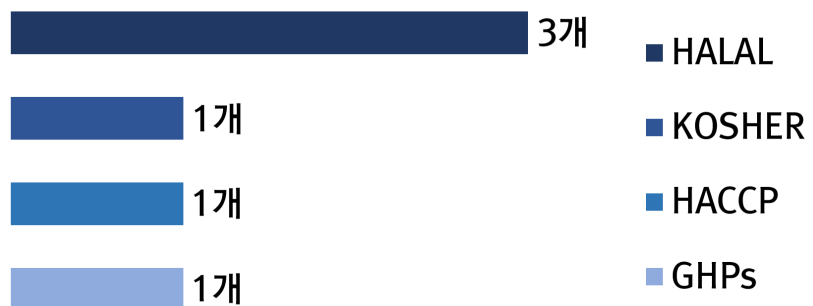
20) 타오케노이 식품 및 마케팅의 타오케노이 빅 롤 제품

5) 인증

▶ 경쟁제품 10개 중 3개 제품은 HALAL 인증 마크 표기

호주에서 판매되고 있는 전장김 경쟁제품 10개의 인증을 조사한 결과, 10개의 제품 중 3개의 제품은 HALAL 인증 마크를 표기한 것으로 확인되었음. 이외에도 3개 제품에서 HACCP, KOSHER, GHPs 등의 인증을 받은 것으로 나타남

[표 5.5] 호주 전장김 인증 경쟁력 분석

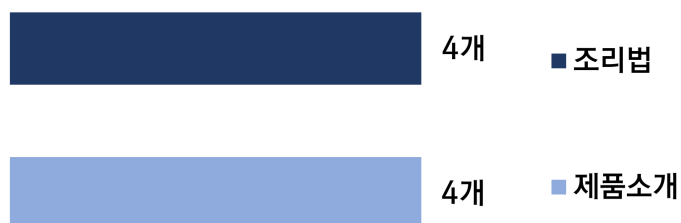


6) 기타 표기사항

▶ 현지 경쟁제품, 7개 제품 조리법이나 제품소개 내용 표기

호주에서 판매 중인 전장김 경쟁제품 10개의 기타 표기사항을 조사한 결과, 7개 제품에서 제품의 조리법을 표기한 문구가 4개, 제품을 소개하는 내용을 표기한 문구가 4개가 조사되었음. 조리법을 표기한 제품에서는 주로 김밥 또는 스시 롤(Sushi Rolls)을 만드는 방법을 표기하였으며, 특히 일부는 조리를 위한 밥을 짓는 방법을 표기한 것으로 확인되었음. 제품소개를 표기한 제품의 경우 제품의 종류, 영양분, 제품을 즐기는 방법 등을 주로 표기하는 것으로 확인되었음

[표 5.6] 호주 전장김 기타 표기사항 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 인기요인에 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 : 쿠팡, 윌워스, 아마존

(*) 오프라인 매장 : 쿠팡, 통리, 제트 시티

· 온/오프라인 매장에서 판매

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

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

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



공통 특징 ①
원산지

공통 특징 ②
전장김



공통 특징 ①
식용 방법

공통 특징 ②
전장김



현지 벤치마킹 인기 제품
(C사 -
B브랜드 로스터드 씨워드)

‘HALAL 인증,
건강 강조 문구’

◀ 벤치마킹
건강을 강조하는
홍보문구 및 인증

고객사 제품

‘국내산 김 100%의
건강한 김밥용 구운김’

벤치마킹 ▶
현지화된
포장 디자인

현지 벤치마킹 인기 제품
(오벤토 -
야키 노리 포 스시)

‘현지어로 표기된
조리법 안내’

2) 벤치마킹 제품 분석

- 건강을 강조하는
홍보문구 및 인증

▶ 벤치마킹 제품, 건강을 강조하는 홍보문구 및 인증 적용

현지에서 판매 중인 김 제품 경쟁제품 10개의 포장 형태와 홍보문구를 조사한 결과, 벤치마킹 제품은 고급스러운 이미지와 기능성을 강조한 것으로 조사되었음. B브랜드 로스티드 씨위드는 폴리프로필렌 포장 형태로 제공되며, ‘글루텐 프리(GLUTEN FREE), 고품질 해초로 제조(Made with high-quality seaweed), 엑스트라 크리스피(Extra Crispy)’라는 홍보문구를 사용하여 건강 요소를 갖춘 높은 품질의 김임을 강조함. 이는 건강을 중시하는 소비자들에게 어필할 수 있는 중요한 요소임. 이를 고객사 제품에 적용할 경우, ‘글루텐 프리’, ‘한국산 고품질 원료 사용’, ‘엑스트라 크리스피’ 등의 홍보문구를 통해 차별화된 제품 이미지를 구축할 수 있음. 또한 벤치마킹 제품은 HALAL 인증을 전면 포장에 표기하여 식품 안전 측면에서의 우수성을 보여주고 있으며, 이외 경쟁제품들도 HALAL, HACCP, KOSHER 인증을 표기하며 제품을 홍보하고 있음. 고객사 제품 또한 HACCP 인증을 눈에 띄는 곳에 표기해 고객사 제품의 식품 안전 우수성을 현지 소비자들에게 어필할 수 있으며, 또한 HALAL 인증을 취득하여 표기하는 것을 고려해 볼 수도 있음

3) 벤치마킹 제품 분석

- 현지어로 표기된
조리법 안내

▶ 벤치마킹 제품, 현지어로 제품의 조리법 안내

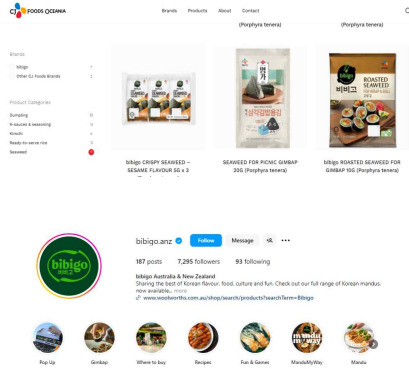
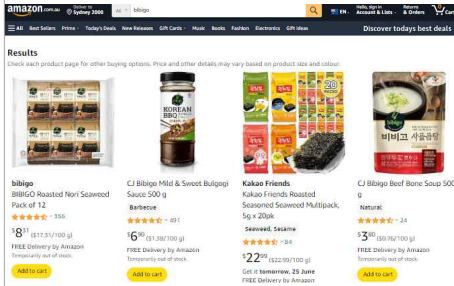
현지에서 판매 중인 전장김 경쟁제품 10개의 기타 표기사항을 조사한 결과, 벤치마킹 제품은 포함한 4개의 제품에서 제품의 조리법을 안내하고 있음이 확인됨. 현지 수입/유통업체 전문가 인터뷰에서도 제품 홍보 방식으로 전장김 제품의 조리법에 대한 정보를 제공하는 마케팅을 추천하고 있음을 확인함. 따라서, 고객사도 제품의 조리법을 현지어로 포장지에 표기하여 진출한다면, 소비자들의 제품 구매 시도 가능성을 높일 수 있을 것으로 보임

[표 5.7] 호주 전장김, 효과적인 홍보 전략 인터뷰 분석

(인터뷰) 전장김 제품을 홍보하기 위해 소비자들에게 영양 가치, 건강상의 이점, 전장김 레시피에 대한 정보를 제공하는 마케팅에 집중할 수 있습니다. 이러한 정보를 통해 소비자들이 해조류의 다양한 효능과 활용 방법을 알게 되면 제품에 대한 관심이 높아질 것입니다.

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.8] 전장김 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	C사
	기업 설명	C사는 식품 제조 전문업체로, 주로 어묵, 생선구이, 김 등을 가공하여 판매하고 있음. 1976년에 삼호물산 주식회사로 설립되어 2006년 CJ 그룹의 계열사로 편입되었음. 전국의 유통 및 영업망을 활용하여 신선한 제품을 소비자에게 공급하고 있음
주요 마케팅 전략	포장 현지화	  제품 포장 현지화 (현지어 제품 소개, 홍보문구 등)
	온라인 채널을 통한 제품 홍보 및 판매 활성화	  현지 전용 홈페이지 및 SNS를 통해 제품 소개 및 조리법 제공 아마존 등 온라인 판매 채널을 통해 자체브랜드의 다양한 제품군 판매
	판매채널	현지 오프라인, 온라인 매장 모두 진출
요약	홍보채널	자사 홈페이지(한국/현지/글로벌), 인스타그램(한국/현지)
	홍보문구	‘글루텐 프리’, ‘고품질의 김’, ‘바삭함을 위해 두 번 구움’ 등 건강과 품질을 강조하는 문구

4. 온라인 인기제품 리뷰 분석

▶ 분석 지표 선정 및 대표 키워드

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

[표 5.9] 온라인 인기제품 리뷰 분석 지표 선정 및 대표 키워드

지표	지표 설명	대표 키워드
가격	판매 제품 가격에 대한 평가	Price, Cost, Cheap, Expensive 등
중량	판매 제품 중량에 대한 평가	Serving, Size, Enough 등
제품 종류	판매 제품 종류에 대한 평가	Seaweed, Nori Sheet, Nori 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Taste, Scent, Smell, Salty 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Quality, Package, Safety 등

▶ 아마존에서 판매되고 있는 조미 해초 샐러드 제품 선정

[표 5.10] 온라인 인기제품 리뷰 분석 제품 정보



판매 사이트	아마존 (Amazon)	리뷰 수	234건
제품명	김미 스시 노리 로스팅드 씨워드 (GIMME Sushi Nori Roasted Seaweed)		
제품 종류	전장김	소비자가격	3.24호주달러 (2,991원)
중량	23g	포장	폴리프로필렌
특징	100% 유기농, 비건, Non GMO 제품		

▶ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, ‘맛’과 ‘품질’에 관심도 높은 편

● 분석 제품 정보

사이트	아마존
분석 건수	234건
제품명	김미 스시 노리 로스티드 싸위드
제품 종류	전장김
소비자가격	호주달러 (2,991원)
중량	23g
포장	플리프로폴렌
특징	100% 유기농, 비건, Non GMO 제품

빅데이터 분석을 통해 호주 온라인 쇼핑몰에서 인기리에 판매되고 있는 전장김 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, ‘맛’에 대한 긍정 점수가 332점으로 가장 높게 나타났으며, 부정 점수가 132점으로 긍정 점수에 비해 낮은 편임. 그다음으로는 ‘품질’에 대한 긍정 점수가 263점, ‘제품 종류’에 대한 긍정 점수가 201점으로 높은 편으로 나타남. 이로써 소비자들은 온라인 채널에서 판매되는 전장김 제품의 ‘맛’과 ‘품질’, ‘제품 종류’ 모두에 관심도가 높은 편임을 알 수 있음

[표 5.11] 온라인 인기제품 리뷰 분석

(단위: 점)



[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지 표	긍정 점수	부정 점수
가격	31	121
중량	10	34
제품 종류	133	201
맛	132	332
품질	167	263
종합	463	108

● 분석 제품 정보

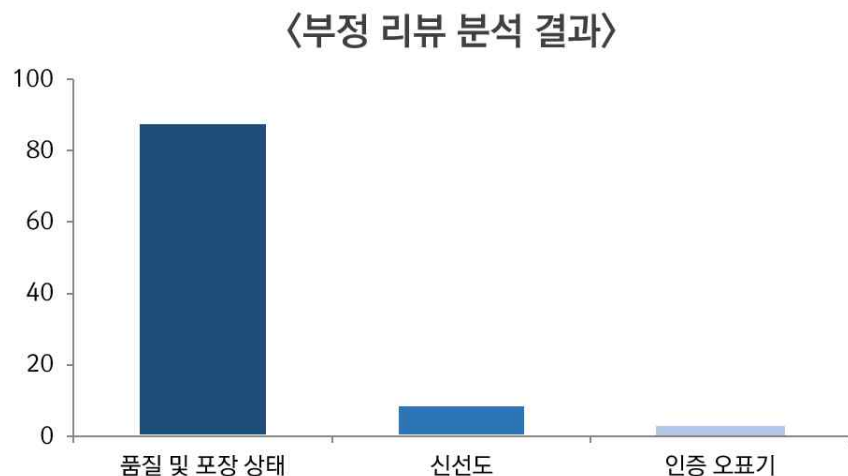
사이트	아마존
분석 건수	234건
제품명	김미 스시 노리 로스티드 씨위드
제품 종류	전장김
소비자가격	호주달러 (2,991원)
중량	23g
포장	폴리프로필렌
특징	100% 유기농, 비건, Non GMO 제품

▶ 부정 리뷰 분석 결과, 품질이 가장 큰 부정적 영향 끼쳐

감성분석 결과, 부정 점수가 높았던 ‘품질’에 대한 심층 분석을 실시함. 분석 결과, 소비자들은 일반적으로 전장김 제품의 품질을 긍정적으로 인지하고 있으나, 제품의 견고함이나 포장 상태 등에서 부정적인 리뷰가 확인되었음. 특히 분석 제품이 쉽게 부서진다가나 부서진 상태로 배송되었다는 등의 부정적 리뷰가 주로 확인되었음. 또한 제품의 신선도에 대한 부정적 리뷰와 광고에서 사용했던 ‘인증’이 실제 제품에는 표기되어 있지 않다는 부정적 리뷰가 일부 확인되었음

[표 5.12] 온라인 인기제품 부정 리뷰 분석

(단위: %)



[부정 리뷰 상세 내용]

항목	상세 리뷰
품질	부서지고 찢어진 채로 도착했습니다. 시트를 만지는 순간 시트가 찢어졌습니다 ... 롤 업 스시를 만드는 데 사용하는 것은 불가능합니다.
가격	제품을 1월 30일에 받았는데 오늘 확인해보니 유통기한이 1월 12일이었습니다.
인증	포장에 코셔(Kosher) 인증이 없어서 웹사이트의 사진이 오해의 소지가 있습니다.

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 스탯티스타 (www.statista.com)
2. 콜스 홈페이지 (www.coles.com.au)
3. 울워스 (www.woolworths.com.au)
4. 아마존 호주 (www.amazon.com.au)
5. 시드니 도시 홈페이지 (www.cityofsydney.nsw.gov.au/guides/city-at-a-glance)
6. 구글맵 (www.google.co.kr/maps)
7. 탑 라이드 시티 홈페이지 (www.toprydecity.com.au)
8. 마리나 스퀘어 홈페이지 (marinasquare.com.au)
9. D사 홈페이지 (sambujagim.com)
10. C사 홈페이지 (www.cjseafood.net)
11. K사 홈페이지 (www.kckim.com)
12. 퍼스 오가닉스 홈페이지 (www.perthorganics.com)
13. 크라운 슈퍼마켓 홈페이지 (crownsupermarket.com.au)
14. 오스트레일리안 오가닉 프로덕트 홈페이지 (australianorganicproducts.com.au)

2024 수출기업 맞춤형 해외시장조사

발행 겸 편집 한국수산물무역협회

발행 일자 2024.08.09

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

Copyright 2024 한국수산물무역협회 All Rights Reserved.

Printed in Korea

