

2024

수출기업 맞춤형 해외시장조사

No. 202409-03
품목 순살 고등어(Mackerel Fillet)
HS CODE 0304.89-5000
국가 미국(USA)
구분 경쟁력분석형



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 해외시장조사



I. 요약 03

II. 경쟁제품

- 1. 미국 순살 고등어 경쟁제품 선정 05
- 2. 미국 순살 고등어 경쟁제품 조사지표 선정 10
- 3. 미국 순살 고등어 경쟁제품 현지조사 결과 11

III. 경쟁기업

- 1. 미국 순살 고등어 경쟁기업 선정 24
- 2. 미국 순살 고등어 경쟁기업 현지화 분석 기준 25
- 3. 미국 순살 고등어 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 27

IV. 수입·유통업체 인터뷰

- 1. 크로거(Kroger) 36
- 2. 월마트(Walmart) 39
- 3. 에이치 마트(H Mart) 42

V. 경쟁력파악

- 1. 제품 경쟁력 검증 46
- 2. 벤치마킹 제품 분석 50
- 3. 기업 마케팅 벤치마킹 52
- 4. 온라인 인기제품 리뷰 분석 53



■ 온라인 인기제품

판매채널		제품명	제조사명
온라인몰 인기 판매제품	아마존 (Amazon)	스킨리스 & 본리스 매커렐 인 올리브 오일	킹 오스카
		와일드 매커렐 인 올리브 오일	콜스
	월마트 (Walmart)	퍼시픽 프리미엄 매커렐	아틀라팩
		그릴드 매커렐 인 올리브 오일	시즌 프로덕츠
	크로거 (Kroger)	매커렐 필레 인 올리브 오일	프라이빗 셀렉션
		스페니시 파프리카 매커렐	파타고니아 프로비전스

■ 오프라인 주요 경쟁제품

로열 필레 매커렐 인 올리브 오일 (킹 오스카)		그릴드 매커렐 인 올리브 오일 (시즌 프로덕츠)	
	가격 2.72달러 (약 3,754원)		가격 10.99달러 (약 15,167원)
	중량 115g		중량 255g
제품의 다양한 맛과 제품 품질 보증하는 인증		현지화된 포장 디자인 제품 특징 강조하는 홍보문구	

■ 경쟁기업 3개사 분석

	콜스	킹 오스카	와일드 플래닛	미국 현지 진출 경쟁기업 현황
국적	미국	노르웨이	미국	
포장 현지화	●	●	●	
홍보 현지화	●	●	●	
입점 채널	온/오프라인 모두 활용	온/오프라인 모두 활용	온/오프라인 모두 활용	
홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌), SNS 플랫폼(글로벌)	자사 홈페이지(글로벌), SNS 플랫폼(글로벌)	자사 홈페이지(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)		
가격(100g당) (1.45달러 (약 2,000원))	●	순살 고등어 10개		
		2.76달러 (약 3,809원)		
중량(g) (500g)	●	순살 고등어 10개		
		약 378g		
포장 형태 (비닐)	⦿	알루미늄 캔	비닐	유리병
		5개	4개	1개

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)					
원산지 (한국)	⦿	한국산	라트비아산	모로코산	카보베르데산	중국산	폴란드산
		4개	2개	1개	1개	1개	1개
홍보문구 (중복값 有) 품질/영양 강조)	⦿	품질	영양	맛	간편함		
		8개	2개	2개	2개		

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 100g당 가격은 경쟁제품 평균보다 낮은 편이며, 중량은 경쟁제품 평균보다 큰 것으로 나타남 2) 경쟁제품 10개 중 8개가 품질을 강조한 문구를 사용하여 제품을 홍보하는 것으로 나타남
Point 02.	1) 경쟁기업 3개사 모두 제품 포장 디자인 및 홍보문구를 미국 현지화한 것으로 나타남 2) 경쟁기업 3개사 모두 글로벌 자사 홈페이지 및 SNS 플랫폼을 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남



II 경쟁제품

1. 미국 순살 고등어 경쟁제품 선정
2. 미국 순살 고등어 경쟁제품 조사지표 선정
3. 미국 순살 고등어 경쟁제품 현지 조사 결과

1. 미국 순살 고등어 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	제주 고등어살
제품 종류	순살 고등어
소비자가격	약 7.25달러(10,000원 ¹⁾)
중량	500g
포장	비닐
특징	저염으로 가공해 짜지 않은, 고단백질, 청정 제주에서 어획

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명 : 제주 고등어살
 - 제품 종류 : 순살 고등어
 - 소비자가격 : 약 7.25달러(10,000원)
 - 중량 : 500g
 - 포장 형태 : 비닐

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)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 Top 10 제품 확인

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 : 하이퍼/슈퍼마켓, 아시안/한인마트
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
- ③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석



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

1) 1달러=1,380.10원(2024.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

미국 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
 아마존	산선식품, 가공식품, 음료, 냉동식품 등
 월마트	산선식품, 가공식품, 생활용품, 의류, 가전제품 등
 크로거	산선식품, 가공식품, 생활용품, 가전, 의류 등

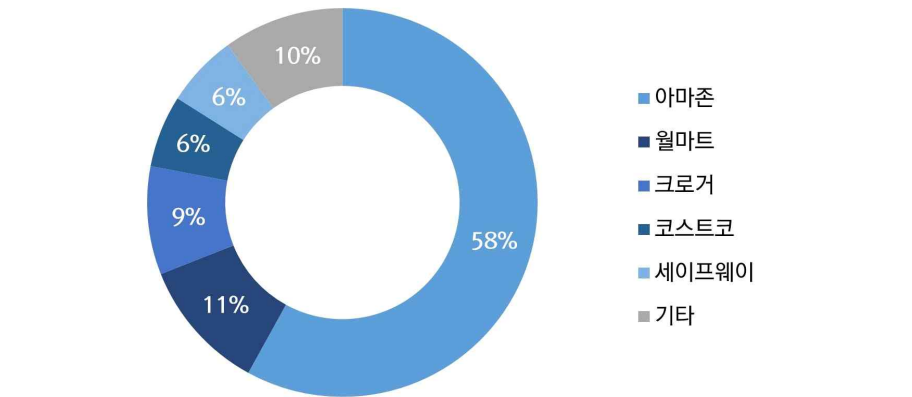
▶ 미국 순살 고등어 경쟁제품군 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사지표를 바탕으로 순살 고등어 제품의 경쟁제품군으로 순살 고등어 제품을 설정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 미국 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 대서양 또는 태평양에서 어획한 순살 고등어 제품이 압도적인 상위 인기 제품으로 확인됨. 한국산으로 표기된 고등어는 찾아볼 수 없었음

[표 2.1] 미국 온라인 쇼핑몰 점유율 (2022년 기준)



자료 : 스탯티스타(Statista) 홈페이지

[표 2.2] 미국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 4)

아마존 입점 제품 상위 4개 제품 리스트(매출순) ²⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	순살 고등어	킹 오스카 (King Oscar)	스킨리스 & 본리스 매커렐 인 올리브 오일 (Skinless & Boneless Mackerel in Olive Oil)	폴란드 (북대서양)	15.50달러 (약 21,392원)	690g (115g*6)	
2	순살 고등어	와일드 플래닛 (Wild Planet)	와일드 스모크드 매커렐 본리스 인 엑스트라 버진 올리브 오일 (Wild Smoked Mackerel Boneless in extra virgin olive oil)	모로코 (대서양)	34.68달러 (약 47,862원)	1,500g (125g*12)	
3	순살 고등어	콜스 (Cole's)	와일드 매커렐 인 올리브 오일 (Wild Mackerel in olive oil)	포르투갈	3.48달러 (약 4,803원)	125g	
4	순살 고등어	와일드 플래닛 (Wild Planet)	와일드 퍼시픽 매커렐 (Wild Pacific Mackerel)	베트남 (북태평양)	48.40달러 (약 66,797원)	1,704g (142g*12)	

[표 2.2] 미국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 4, Top 2)

월마트 입점 제품 상위 4개 제품 리스트(매출순) ³⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	순살 고등어	아틀라팩 (Atlapac)	퍼시픽 프리미엄 매커렐 (Pacific Premium Mackerel)	중국 (태평양)	2.18달러 (약 3,009원)	425g	
2	순살 고등어	시즌 프로덕츠 (Season Products)	그릴드 매커렐 인 올리브 오일 (Grilled Mackerel in Olive Oil)	모로코 (대서양)	21.38달러 (약 29,507원)	260g	
3	순살 고등어	시즌 프로덕츠 (Season Products)	매커렐 인 워터 (Mackerel in Water)	모로코 (대서양)	52.75달러 (약 72,800원)	1488g (124g*12)	
4	순살 고등어	롤란드 (Roland)	스킨리스 본리스 매커렐 필레 인 소이빈 오일 (Skinless Boneless Mackerel Fillets in Soybean Oil)	태국	2.99달러 (약 4,126원)	115g	
크로거 입점 제품 상위 2개 제품 리스트(인기순) ⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	순살 고등어	프라이빗 셀렉션 (Private Selection)	매커렐 필레 인 올리브 오일 (Mackerel Fillets in Extra Virgin Olive Oil)	태국	2.69달러 (약 3,712원)	125g	
2	순살 고등어	파타고니아 프로비전스 (Patagonia Provisions)	스페니시 파프리카 매커렐 (Spanish Paprika Mackerel)	스페인	7.47달러 (약 10,309원)	120g	

자료: 아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 크로거(Kroger) 홈페이지

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

3) 조사일(2024.08.05) 기준 조사

4) 조사일(2024.08.05) 기준 조사

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 미국 캘리포니아 정보⁵⁾

인구	약 3,954만 명
면적	약 423,967km ²

▶ 미국 캘리포니아, 방문지역으로 선정

캘리포니아는 미국 서부의 태평양 연안을 따라 위치한 주(州)로 미국을 구성하는 50개주 가운데 인구가 가장 많음. 경제 역시 미국 내 최대 규모로 자체적인 국내총생산(GDP)이 전 세계 5위 규모를 자랑함. 인구의 4분의 3이 로스앤젤레스, 샌프란시스코, 샌디에이고 등 주내 대도시에 거주함. 여러 지역과 국가 출신이 주민들이 섞여 있어 다양한 인종과 문화를 보유함. 로스앤젤레스는 미국에서 한인들이 가장 많이 모여 사는 지역이기도 함. 샌프란시스코의 실리콘밸리를 중심으로 세계 최고 수준의 컴퓨터, 전자기기 제조업이 발달했으며 농업, 임업, 수산업 및 에너지 발전과 관광업, 서비스업도 지역 경제에 기여하고 있음

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓, 아시안/한인마트

미국 캘리포니아의 주요 유통채널을 확인한 결과 고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여 하이퍼/슈퍼마켓, 아시안/한인마트를 주요 현지조사 매장으로 선정함

[표 2.3] 미국 순살 고등어 주요 유통채널 현황

채널 분류	주요 매장
하이퍼/슈퍼마켓	월마트(Walmart), 코스트코(Costco), 크로거(Kroger), 타겟(Target)
아시안/한인마트	에이치 마트(H mart), 시온마켓(Zion Market)
온라인 쇼핑물	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 홀푸드마켓(Whole Foods Market)

■ 고객사 진출 선호 매장

5) 자료: 브리태니커 백과사전 홈페이지

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(*) 에이치 마트(H Mart), 월마트(Walmart), 홀푸드마켓(Whole Foods Market), 시온마켓(Zion Market)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 순살 고등어 : 고등어의 아가미, 내장, 두부 등을 제거한 손질된 상태로 포장된 제품

[표 2.4] 미국 순살 고등어 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인	순살 고등어
① 손질고등어 (N사)	○ (에이치 마트)	(-)	○
② 패시픽 매커렐 인 잇츠 내츨럴 오일 (아틀라팩)	○ (월마트)	○ (월마트)	○
③ 로얄 필레 매커렐 인 올리브 오일 (킹 오스카)	○ (월마트)	○ (아마존, 월마트, 크로거)	○
④ 와일드 매커렐 인 올리브 오일 (콜스)	○ (홀푸드마켓)	○ (아마존, 월마트)	○
⑤ 그릴드 매커렐 인 올리브 오일 (시즌 프로덕츠)	○ (홀푸드마켓)	○ (아마존, 월마트)	○
⑥ 와일드 스모크드 매커렐 (와일드 플래닛)	○ (홀푸드마켓)	○ (아마존, 월마트, 크로거)	○
⑦ 와일드 매커렐 (와일드 플래닛)	○ (홀푸드마켓)	○ (아마존, 월마트, 크로거)	○
⑧ 라이틀리 솔티드 노르웨이 매커렐 (제이윈)	○ (시온마켓)	(-)	○
⑨ 솔티드 매커렐 필레 (S사)	○ (시온마켓)	(-)	○
⑩ 제주 프로즌 솔티드 매커렐 (J사)	○ (시온마켓)	(-)	○

(*) 현지 판매 순살 고등어 경쟁제품 10개 분석

2. 미국 순살 고등어 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 미국 순살 고등어 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 미국 순살 고등어 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격	제품의 100g당 가격
중량	중량(g)	제품의 포장 단위
제품 종류	순살 고등어	고등어의 아가미, 내장, 두부 등을 제거한 손질된 상태로 포장된 제품
포장 형태	비닐, 알루미늄(캔), 유리, 종이	비닐(진공포장), 알루미늄(캔), 유리, 종이
유통기한		제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기간
식품 유형		제품의 식품 분류 ⁶⁾ (즉석섭취식품, 신선편의식품, 즉석조리식품, 간편조리식품 등)
가공 방법		제품의 가공 방법
맛		제품의 맛
원산지		제품의 원산지
조사 일자		제품 조사 일자
인증		제품이 보유하고 있는 인증
홍보문구		제품의 홍보문구
보관 온도		제품의 보관 온도
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

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

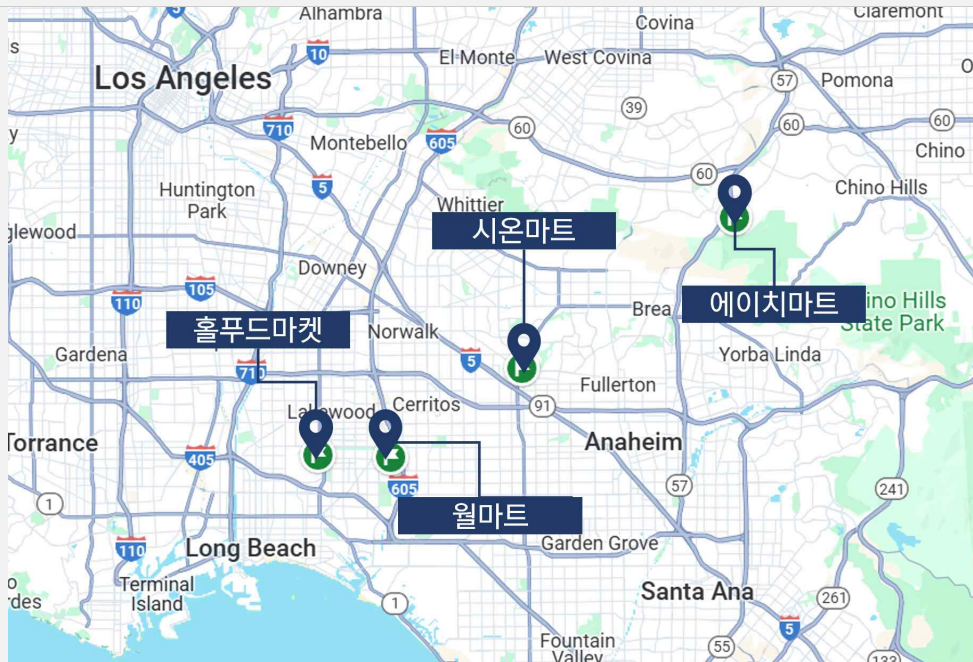
3. 미국 순살 고등어 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 미국 캘리포니아에 위치한 하이퍼/슈퍼마켓, 아시안/한인마트

아시안/한인마트인 에이치 마트와 시온마켓, 하이퍼/슈퍼마켓인 월마트와 홀푸드마켓을 방문함. 에이치 마트와 시온마켓은 각각 미국에서 1982년, 1979년 설립된 한인마트로 다양한 한국 식료품과 생활용품을 취급함. 월마트는 미국의 대표적인 유통업체로 하이퍼마켓 체인을 운영하며 다양한 식품, 생활용품, 가전제품 등을 판매함. 홀푸드마켓은 인공 첨가제가 들지 않은 유기농 식품을 전문적으로 다루는 슈퍼마켓 체인임

[표 2.6] 미국 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
에이치 마트 (H Mart)	아시안/한인마트	1	1982년 미국에서 설립된 한인마트로 미국 전역에서 97개 넘는 매장을 운영 - 한국 식료품과 생활용품 및 아시아와 현지 식품 판매
월마트 (Walmart)	하이퍼/슈퍼마켓	2	1962년 설립된 미국의 대표적 유통업체로 하이퍼마켓 체인을 운영 - 식료품, 생활용품, 가전, 의류, 유아용품, 건강뷰티 용품
홀푸드마켓 (Whole Foods Market)	하이퍼/슈퍼마켓	4	- 미국의 슈퍼마켓 체인으로 1978년 설립해 500개 매장 운영 - 인공 첨가제가 들어있지 않은 유기농 식품을 취급함
시온마켓 (Zion Market)	아시안/한인마트	3	1979년 설립된 미국의 한인마트로 매장 5개 보유 - 다양한 한국 식재료와 생활용품을 판매함



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 방문매장별 판매 제품 상이, 한국산 제품은 한인마트에서만 취급

에이치 마트, 월마트, 홀푸드마켓, 시온마켓 등 모두 4개 매장을 방문해 인기 제품을 조사한 결과 매장마다 판매하는 경쟁제품이 달랐음. 한국산 고등어는 한인마트인 에이치 마트와 시온마켓에서만 취급함. 홀푸드마켓이 총 10개 경쟁제품 중 4개로 가장 많은 경쟁제품을 보유함. 두 번째로 많은 경쟁제품을 보유한 매장은 시온마켓으로 취급하는 제품 대부분이 한국산으로 조사됨. 이외 에이치 마트는 1개, 월마트는 2개의 경쟁제품을 판매하는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황			
	에이치 마트	월마트	홀푸드마켓	시온마켓
① 손질고등어 (N사)	○			
② 패시픽 매커렐 인 잇츠 내츨러 오일 (아틀라팩)		○		
③ 로얄 필레 매커렐 인 올리브 오일 (킹 오스카)		○		
④ 와일드 매커렐 인 올리브 오일 (콜스)			○	
⑤ 그릴드 매커렐 인 올리브 오일 (시즌 프로덕츠)			○	
⑥ 와일드 스모크드 매커렐 (와일드 플래닛)			○	
⑦ 와일드 매커렐 (와일드 플래닛)			○	
⑧ 라이틀리 솔티드 노르웨이 매커렐 (제이원)				○
⑨ 솔티드 매커렐 필레 (S사)				○
⑩ 제주 프로즌 솔티드 매커렐 (J사)				○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 에이치 마트(H Mart)

● 매장 정보

- 유형: 아시안/한인마트
- 판매 제품 특징:
한국 식료품과 생활용품 및 다양한 아시아 식품과 현지 식품을 판매함
- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

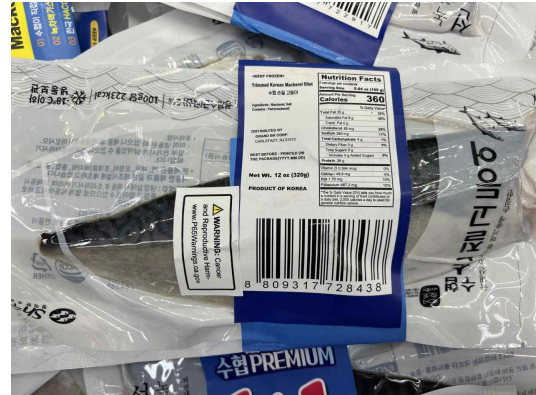
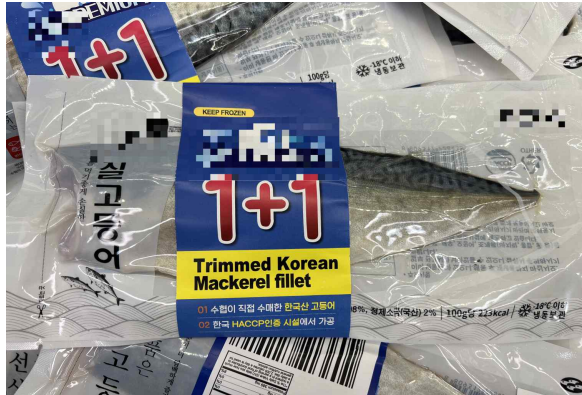
브랜드 기본 정보 ⁷⁾		에이치 마트는 1982년 설립된 한인마트로 미국 전역에만 97개가 넘는 매장을 운영함. 한국 식료품과 생활용품을 중심으로 다양한 아시아 및 현지 식품을 판매함
		조사 제품 수: 1개

매장 정보		
	도시(지역)	미국 캘리포니아
	상세주소	2825 S Diamond Bar Blvd. Diamond Bar, CA 91765

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

	판매 순살 고등어 경쟁제품 정보
제품 판매 정보	
	손질고등어 (N사)

사진자료: 현지조사원 자료



제품명 (현지어)	손질고등어 (Trimmed Korean Mackerel Fillet)	제조사 (현지어)	N사
제품 종류	순살 고등어	중량	320.0g
소비자가격	8.99달러 (12,507원)	100g당 가격	2.81달러 (3,877원)
원산지	한국	인증	HACCP 인증 시설 가공
식품 유형	간편조리식품	가공 방법	비가식부 제거
포장 형태 (외부/내부)	비닐	수입자	그랜드 BK Corp.
원료 및 첨가물	고등어, 소금	기타 표기사항	(-)
홍보문구	N사가 직접 수매한 한국산 고등어, 한국 HACCP 인증 시설 가공		

Shop ② 월마트(Walmart)

● 매장 정보

- 유형: 하이퍼/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
식료품, 생활용품, 가전, 의류, 유아용품, 건강뷰티용품 등을 판매함
- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ⁸⁾		월마트는 1962년 설립된 미국의 유통업체로 하이퍼마켓 체인을 운영함. 미국 내 수천 개 매장을 포함해 전 세계 1만 500개가 넘는 매장을 운영함
	조사 제품 수: 2개	

매장 정보		
	위치	도시(지역) 미국 캘리포니아
		상세주소 7250 Carson Blvd, Long Beach, CA 90808

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 순살 고등어 경쟁제품 정보	
		
	패시픽 매커렐 인 잇츠 내추럴 오일 (아틀라팩)	로얄 필레 매커렐 인 올리브 오일 (킹 오스카)

사진자료: 현지조사원 자료

			
제품명 (현지어)	패시픽 매커렐 인 잇츠 내추럴 오일 (Pacific Mackerel in Its Natural Oil)	제조사 (현지어)	아틀라팩 (Atlapac)
제품 종류	순살 고등어	중량	425.0g
소비자가격	2.18달러 (3,009원)	100g당 가격	0.51달러 (708원)
원산지	중국(태평양)	인증	(-)
식품 유형	간편조리식품	가공 방법	비가식부 제거
포장 형태	알루미늄(캔)	수입자	ATLAPAC TRADING CO. INC.
원료 및 첨가물	고등어, 물, 소금	기타 표기사항	(-)
홍보문구	천연 오일을 넣은 고등어		
			
제품명 (현지어)	로얄 필레 매커렐 인 올리브 오일 (Royal Fillets Mackerel in olive oil)	제조사 (현지어)	킹 오스카 (King Oscar)
제품 종류	순살 고등어	중량	115.0g
소비자가격	2.72달러 (3,754원)	100g당 가격	2.36달러 (3,257원)
원산지	폴란드(북대서양)	인증	Kosher Certified
식품 유형	간편조리식품	가공 방법	비가식부 제거
포장 형태	알루미늄(캔)	수입자	Tri-Union Seafoods, LLC
원료 및 첨가물	고등어, 소금, 올리브 오일	기타 표기사항	Non-GMO, BPA-NI
홍보문구	프리미엄 품질, 단백질 풍부, 자연산, 순한 맛, 바로 먹을 수 있음		

Shop ③ 홀푸드마켓(Whole Foods Market)

● 매장 정보

- 유형: 하이퍼/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:

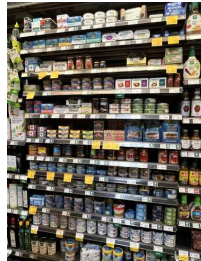
인공 첨가제가 들어있지 않은
다양한 유기농 식품을 판매함

- 매장 주변 특징:
주거 지역 인근에 위치

- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ⁹⁾		홀푸드마켓은 미국의 슈퍼마켓 체인으로 1978년 설립됨. 미국 전역에 약 500개 매장을 보유함. 인공 첨가제가 들어있지 않은 유기농 식품을 취급함
	조사 제품 수: 4개	

매장 정보		
	위치	도시(지역) 미국 캘리포니아 상세주소 3881 N Lakewood Blvd, Long Beach, CA 90808

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 순살 고등어 경쟁제품 정보	
		
	와일드 매커렐 인 올리브 오일 (콜스)	그릴드 매커렐 인 올리브 오일 (시즌 프로덕츠)
		
	와일드 스모크드 매커렐 (와일드 플래닛)	와일드 매커렐 (와일드 플래닛)

사진자료: 현지조사원 자료

			
제품명 (현지어)	와일드 매커렐 인 올리브 오일 (Wild Mackerel in olive oil)	제조사 (현지어)	콜스 (Cole's)
제품 종류	순살 고등어	중량	125.0g
소비자가격	4.79달러 (6,611원)	100g당 가격	3.83달러 (5,286원)
원산지	카보베르데(북대서양)	인증	(-)
식품 유형	간편조리식품	가공 방법	비가식부 제거
포장 형태	알루미늄(캔)	수입자	Colewillaidon, LLC
원료 및 첨가물	고등어, 올리브 오일, 소금	기타 표기사항	BPA-NI, 글루텐 프리
홍보문구	자연산 오메가-3, 보존료 무첨가		

			
제품명 (현지어)	그릴드 매커렐 인 올리브 오일 (Grilled Mackerel in olive oil)	제조사 (현지어)	시즌 프로덕츠 (Season Products)
제품 종류	순살 고등어	중량	255.0g
소비자가격	10.99달러 (15,167원)	100g당 가격	4.30달러 (5,934원)
원산지	모로코(대서양)	인증	(-)
식품 유형	간편조리식품	가공 방법	비가식부 제거
포장 형태	유리병	수입자	Season Brand
원료 및 첨가물	고등어, 올리브 오일, 소금	기타 표기사항	Non-GMO, 글루텐 프리
홍보문구	자연산, 껍질 없는, 뼈 없는		

			
제품명 (현지어)	와일드 스모크드 매커렐 (Wild Smoked Mackerel)	제조사 (현지어)	와일드 플래닛 (Wild Planet)
제품 종류	순살 고등어	중량	110.0g
소비자가격	4.69달러 (6,473원)	100g당 가격	4.26달러 (5,884원)
원산지	라트비아(북대서양동태평양)	인증	(-)
식품 유형	간편조리식품	가공 방법	비가식부 제거
포장 형태 (외부/내부)	종이/ 알루미늄(캔)	수입자	Wild Planet Foods, Inc
원료 및 첨가물	고등어, 올리브 오일, 물, 소금	기타 표기사항	Non-GMO, Non-BPA
홍보문구	맛있는 필레, 지속 가능한 어획		

			
제품명 (현지어)	와일드 매커렐 (Wild Mackerel)	제조사 (현지어)	와일드 플래닛 (Wild Planet)
제품 종류	순살 고등어	중량	125.0g
소비자가격	4.29달러 (5,921원)	100g당 가격	3.43달러 (4,734원)
원산지	모로코(대서양)	인증	(-)
식품 유형	간편조리식품	가공 방법	비가식부 제거
포장 형태 (외부/내부)	종이/ 알루미늄(캔)	수입자	Wild Planet Foods, Inc
원료 및 첨가물	고등어, 올리브 오일, 소금	기타 표기사항	Non-GMO, Non-BPA
홍보문구	매우 훌륭함		

Shop ④ 시온마켓(Zion Market)

● 매장 정보

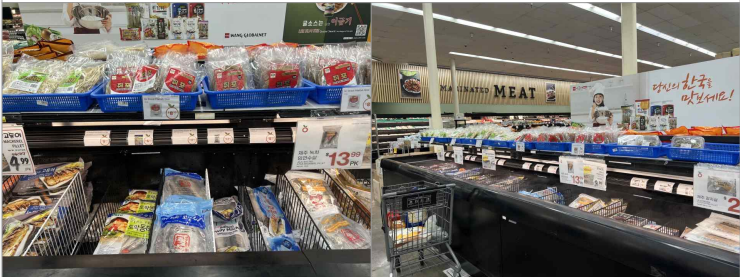
- 유형: 아시안/한인마트
- 판매 제품 특징:
다양한 한국 식재료와
생활용품을 판매

- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치

- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보 ¹⁰⁾		시온마켓은 1979년 설립된 미국의 한인마트로 캘리포니아, 조지아, 텍사스 등에서 매장 5곳을 운영하고 있음. 다양한 한국 식재료와 생활용품을 판매함
		조사 제품 수: 3개

매장 정보		
	위치	미국 캘리포니아
	상세주소	5400 Beach Blvd, Buena Park CA 90621

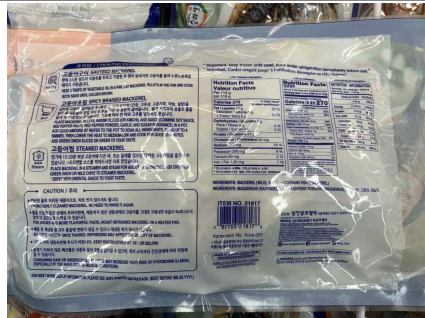
매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 순살 고등어 경쟁제품 정보		
			
	라이틀리 솔티드 노르웨이 매커렐 (제이원)	솔티드 매커렐 필레 (S사)	제주 프로즌 솔티드 매커렐 (J사)

사진자료: 현지조사원 자료, 구글 맵

10) 시온마켓(Zion Market) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	라이들리 솔티드 노르웨이 매커렐 (Lightly Salted Norway Mackerel)	제조사 (현지어)	제이원 (Jayone)
제품 종류	순살 고등어	중량	850g
소비자가격	17.99달러 (24,828원)	100g당 가격	2.11달러 (2,912원)
원산지	한국(노르웨이)	인증	(-)
식품 유형	간편조리식품	가공 방법	비가식부 제거
포장 형태	비닐	수입자	Jayone Foods, Inc
원료 및 첨가물	고등어, 소금	기타 표기사항	(-)
홍보문구	오메가-3 및 EPA, DHA 함유		

			
제품명 (현지어)	솔티드 매커렐 필레 (Salted Mackerel Fillet)	제조사 (현지어)	S사
제품 종류	순살 고등어	중량	456.0g
소비자가격	9.99달러 (13,787원)	100g당 가격	2.19달러 (3,024원)
원산지	한국	인증	HACCP 인증 시설 가공
식품 유형	간편조리식품	가공 방법	비가식부 제거
포장 형태	비닐	수입자	Wang Globalnet
원료 및 첨가물	고등어, 소금	기타 표기사항	(-)
홍보문구	자연산/ 급속냉동		

			
제품명 (현지어)	제주 프로즌 솔티드 매커렐 (Jeju Frozen salted mackerel)	제조사 (현지어)	J사
제품 종류	순살 고등어	중량	1,000.0g
소비자가격	17.99달러 (24,828원)	100g당 가격	1.80달러 (2,483원)
원산지	한국	인증	HACCP 인증 시설 가공
식품 유형	간편조리식품	가공 방법	비가식부 제거
포장 형태	비닐	수입자	KCC America, Inc
원료 및 첨가물	고등어, 소금	기타 표기사항	(-)
홍보문구	제주의 특별 선물		



III

경쟁기업

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

1. 미국 순살 고등어 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 순살 고등어 제품을 판매하는 글로벌 기업 3개사 선정

미국 오프라인 유통채널에서 경쟁 순살 고등어 제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 다른 경쟁기업보다 현지화가 잘 되어 있는 글로벌 기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함

▶ 경쟁기업 3개사 가운데 킹 오스카는 122년, 콜스와 와일드 플래닛 2개사는 평균 19년 업력을 보유

선정된 경쟁기업 3개사 가운데 킹 오스카는 1902년 설립되어 가장 오래된 122년의 업력을 보유하고 있음. 나머지 2개사인 콜스와 와일드 플래닛의 평균 업력은 약 19년으로 조사됨. 콜스는 2008년 설립된 이후 16년째 사업을 이어오고 있음. 와일드 플래닛은 2001년 설립되어 23년 업력을 보유함

▶ 경쟁기업 3개사, 순살 고등어 동일 품목 종류 조사

미국에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 순살 고등어 동일 품목 수를 조사한 결과, 킹 오스카가 모두 4개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 다음으로는 와일드 플래닛 3개, 콜스가 1개의 동일 품목을 취급하는 것으로 확인됨

[표 3.1] 순살 고등어 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
콜스	미국	16년	1개
킹 오스카	노르웨이	122년	4개
와일드 플래닛	미국	23년	3개

자료: 미국 진출 순살 고등어 경쟁기업 3개사 분석

2. 미국 순살 고등어 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
	순살 고등어(고등어 필레, 통조림 등)

▶ 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	월마트, 홀푸드마켓
온라인	아마존, 월마트, 크로거

3. 미국 순살 고등어 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 미국 오프라인 매장 진출

미국에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 콜스는 홀푸드마켓 1곳, 킹 오스카는 월마트 1곳, 와일드 플래닛은 홀푸드마켓 1곳에 입점한 것으로 확인됨. 온라인 매장은 콜스가 아마존, 월마트 2곳에 킹 오스카와 와일드 플래닛은 모두 아마존, 월마트, 크로거 3곳에 입점한 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지에서의 제품 홍보 활동 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 영어로 된 글로벌 홈페이지를 운영함. 킹 오스카는 노르웨이, 폴란드어 홈페이지도 보유함. 3개사 모두 글로벌 계정의 SNS 플랫폼을 적극 활용하고 있음. 콜스는 페이스북, 유튜브, 틱톡 3개 계정을 운영함. 킹 오스카는 페이스북, 인스타그램, 핀터레스트, 유튜브 등 4개 SNS 플랫폼을 보유함. 와일드 플래닛은 인스타그램, 페이스북, 유튜브, 틱톡, 링크드인 등 5개로 가장 많은 계정을 운영하고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 맛, 품질, 원산지 등을 강조

미국 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 맛, 품질, 원산지, 영양분 등을 강조하는 문구를 사용하는 것으로 조사됨. ‘맛있는 바다생선’, ‘샐러드부터 메인요리까지 맛있고 영양가 있는 요리법으로 즐길 수 있어’ 등 맛에 관한 수식어와 ‘껍질과 뼈가 없는’, ‘캔에서 바로 꺼내 먹어도 됨’, ‘세심하게 손질해 포장한’ 등의 품질 관련 수식어가 사용되고 있음. ‘북대서양에서 지속가능한 낚시줄 낚시 방법으로 어획’, ‘지속가능하게 자연산을 어획’ 등 원산지와 ‘글루텐 프리, 천연 오메가-3 공급원’, ‘단백질과 EPA, DHA 오메가-3를 간편히 섭취’ 등 영양성분을 강조하는 문구도 활용해 홍보하고 있음

[표 3.7] 미국 순살 고등어 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
콜스	- 오프라인 매장 - 홀푸드마켓 - 온라인 매장 - 아마존 - 월마트	- 자사 홈페이지 (글로벌) - SNS 플랫폼 (글로벌) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브	- 북대서양에서 지속가능한 낚시줄 낚시 방법으로 어획 - 껍질과 뼈가 없는 맛있는 바다 생선 - 최고의 맛을 위해 고품질 올리브유에 손질 포장 - 자연에서 잡은 글루텐 프리, 천연 오메가-3 공급원	Harvested using a sustainable hook-and-line fishing method out of the Northern Atlantic, this delicious ocean fish is skinless, boneless and hand-packed in high-quality olive oil for maximum flavor. Wild Caught, Gluten Free and a Natural source of Omega 3.
킹 오스카	- 오프라인 매장 - 월마트 - 온라인 매장 - 아마존 - 월마트 - 크로거	- 자사 홈페이지 (글로벌/폴란드/노르웨이) - SNS 플랫폼 (글로벌) - 페이스북 - 인스타그램 - 핀터레스트 - 유튜브	- 최고급 품질의 껍질과 뼈 없는 고등어 - 북동 대서양의 깨끗하고 얼음처럼 차가운 바다에서 지속가능하게 자연산을 어획 - 샐러드부터 메인요리까지 맛있고 영양가 있는 요리법으로 즐길 수 있어 - 완벽한 참치 대용으로 캔에서 바로 꺼내 먹어도 됨	Our premium quality, skinless and boneless mackerel is sustainably wild-caught in the clean, ice-cold waters of the Northeast Atlantic Ocean (between Norway and the Faroe Islands, North Atlantic, oceanic oceanic mackerel) is a popular species, lower on the food chain, swimming under both better health, and quality, more tender fillets than other varieties. Packed by hand into certified BPA-free, easy-open, recyclable aluminum cans, King Oscar Royal Mackerel is ready to enjoy in delicious and nutritious recipes from salads to main dishes, and even straight from the can as the perfect taste substitute. No fish, no bones, like no other mackerel you have tried!
와일드 플래닛	- 오프라인 매장 - 홀푸드마켓 - 온라인 매장 - 아마존 - 월마트 - 크로거	- 자사 홈페이지 (글로벌) - SNS 플랫폼 (글로벌) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 틱톡 - 링크드인	- 스시 메뉴에서 사비로 불리는 고등어 - 참치와 비슷한 맛 - 세심하게 손질해 포장한 고등어 필레 - 먹이사슬 하위계층에서 단백질과 EPA, DHA 오메가-3를 간편히 섭취	Often referred to as Saba on sushi menus, Wild Planet wild mackerel has a flavor experience similar to tuna. Hand-filleted and hand-packed with care, our mackerel fillets are an easy way to eat lower on the food chain while gaining protein and EPA and DHA Omega-3s.

자료: 미국 진출 순살 고등어 경쟁기업 3개사 분석

① 콜스(Cole's)

기업 기본 정보	기업명	콜스	
	기업 설명	콜스는 2008년 설립된 미국의 수산물 통조림 제조업체로 바다와 환경 보존 및 지속가능한 어업을 추구함. 고등어를 비롯해 송어, 연어, 홍합, 참치 등의 통조림을 제조해 유통함	
	위치	PO Box 8042 Cranston, RI 02920, US	
	규모	동일 품목 수	1개
		설립연도	2008년

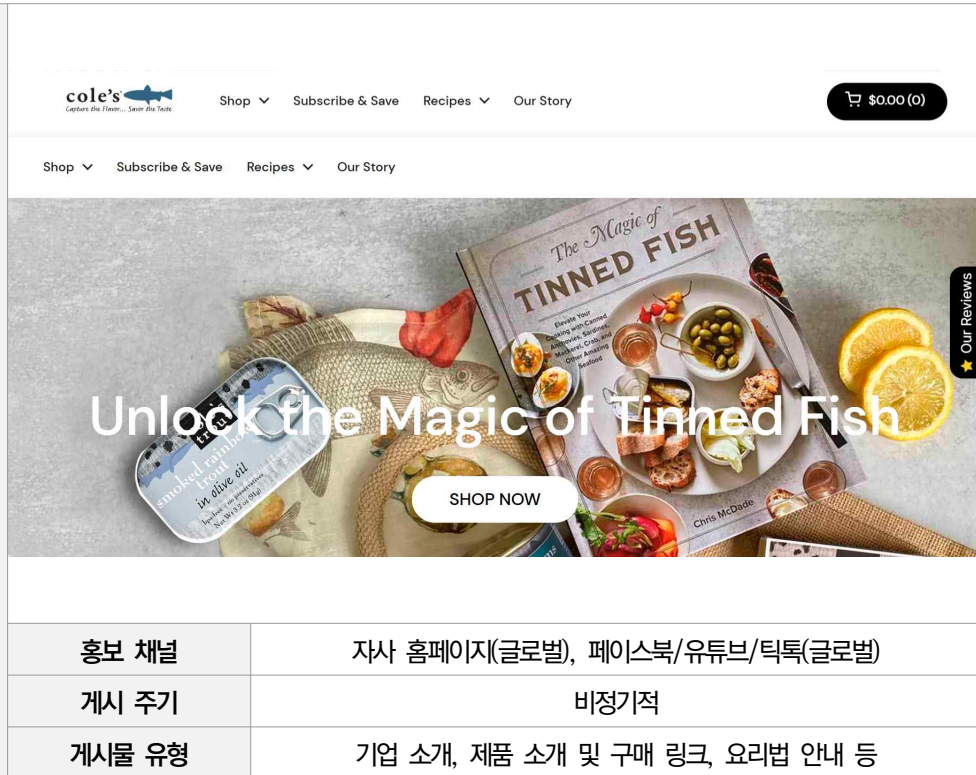
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 홀푸드마켓 <온라인 매장> 아마존 월마트		제품명	와일드 매커렐 인 올리브 오일 (Wild Mackerel in olive oil)
			중량	125.0g
			소비자가격	4.79달러 (약 6,511원 ¹¹⁾)
			제품 종류	순살 고등어

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	포장 디자인 문구 영어로 현지화
	홍보 현지화	● (상)	영어로 된 자사 글로벌 홈페이지 활용

사진자료: 현지조사원 자료

11) 1달러=1,380.10원(2024.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

홍보 방식

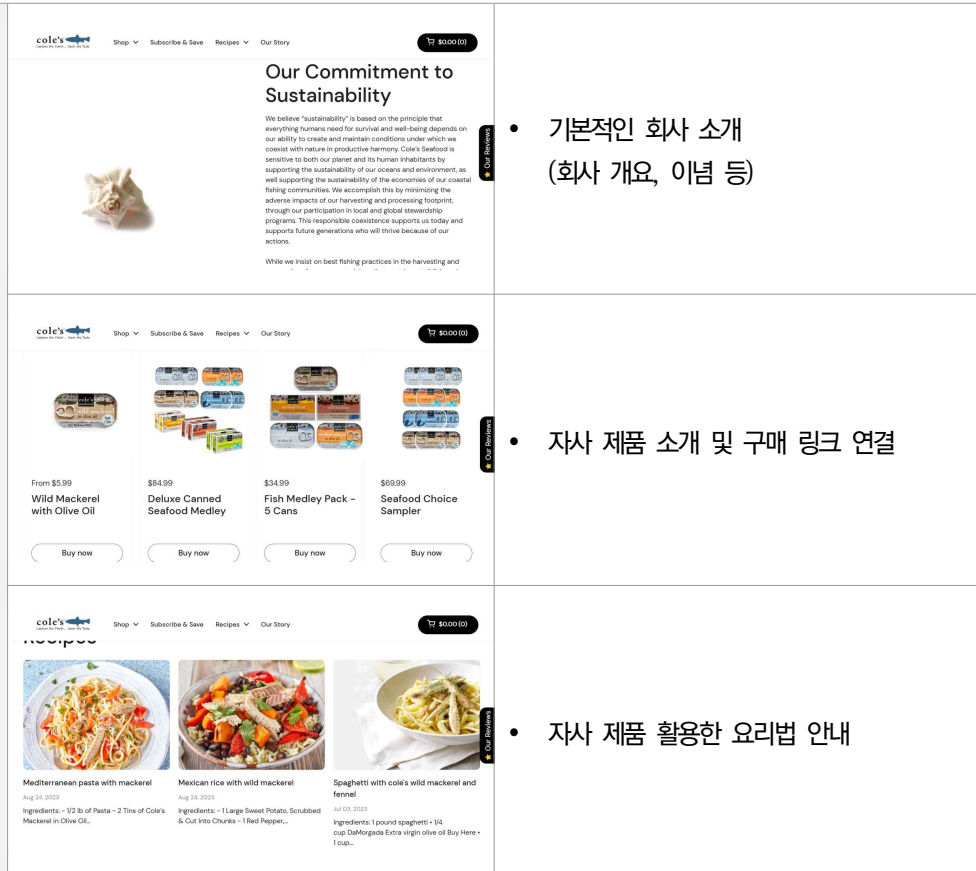


Unlock the Magic of Tinned Fish

SHOP NOW

홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌), 페이스북/유튜브/틱톡(글로벌)
게시 주기	비정기적
게시물 유형	기업 소개, 제품 소개 및 구매 링크, 요리법 안내 등

게시물 유형

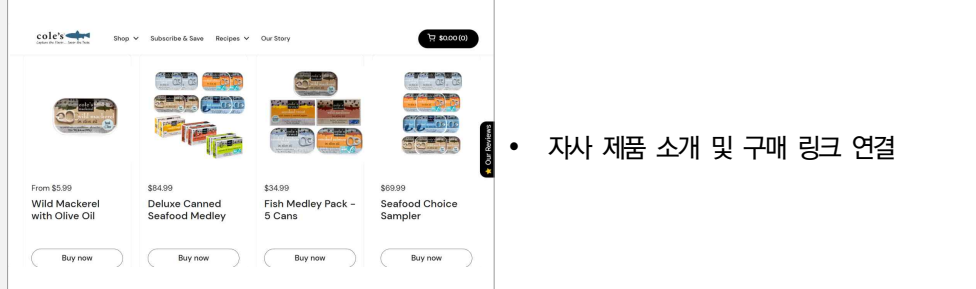


Our Commitment to Sustainability

We believe "sustainability" is based on the principle that everything humans need for survival and well-being depends on our ability to create and maintain conditions under which we coexist with nature in productive harmony. Cole's Seafood is sensitive to both our planet and its human inhabitants by supporting the sustainability of our oceans and environment, as well supporting the sustainability of the economies of our coastal fishing communities. We accomplish this by minimizing the adverse impacts of our harvesting and processing footprint, through our participation in local and global stewardship programs. This responsible coexistence supports us today and supports future generations who will thrive because of our actions.

While we insist on best fishing practices in the harvesting and...

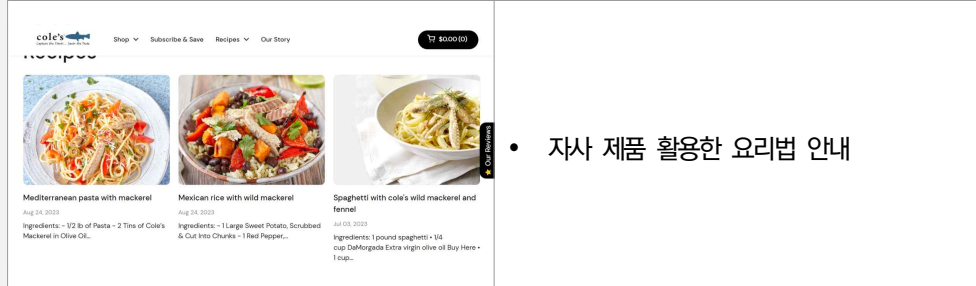
- 기본적인 회사 소개 (회사 개요, 이념 등)



Products for Sale:

- Wild Mackerel with Olive Oil: From \$5.99
- Deluxe Canned Seafood Medley: \$84.99
- Fish Medley Pack - 5 Cans: \$34.99
- Seafood Choice Sampler: \$69.99

- 자사 제품 소개 및 구매 링크 연결



Recipes:

- Mediterranean pasta with mackerel (Aug 04, 2023)
- Mexican rice with wild mackerel (Aug 24, 2023)
- Spaghetti with cole's wild mackerel and fennel (Jul 03, 2023)

- 자사 제품 활용한 요리법 안내

사진자료: 콜스 홈페이지

② 킹 오스카(King Oscar)

기업 기본 정보	기업명	킹 오스카		
	기업 설명	킹 오스카는 1902년 설립된 노르웨이의 수산물 통조림 제조업체임. 정어리, 연어, 고등어, 멸치, 참치 등의 통조림을 만들어 유통함		
	위치	King Oscar AS, Nøstegaten 58, Pb 400 Sentrum, Bergen N-5805, Norway		
	규모	동일품목 수	4개	
설립연도		1902년		

기업 진출 채널	<오프라인 매장> 월마트 <온라인 매장> 아마존 월마트 크로거		제품명	로얄 필레 매커렐 인 올리브 오일 (Royal Fillets Mackerel in olive oil)
			중량	115.0g
			소비자가격	2.72달러 (3,754원)
			제품 종류	순살 고등어

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	포장 디자인 문구 영어로 현지화
	홍보 현지화	● (상)	영어로 된 자사 글로벌 홈페이지 활용

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식



홍보 채널

자사 홈페이지(글로벌/노르웨이/폴란드),
페이스북/인스타그램/핀터레스트/유튜브(글로벌)

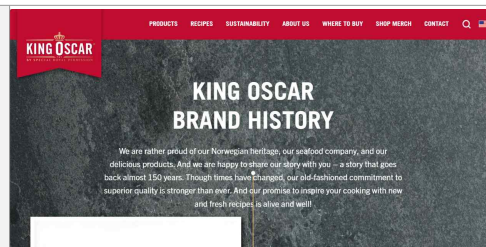
게시 주기

비정기적

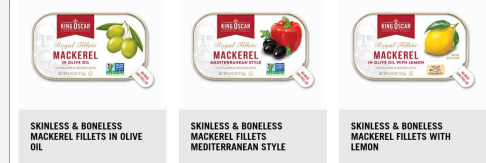
게시물 유형

기업 소개, 제품 소개 및 구매처 안내, 요리법 안내

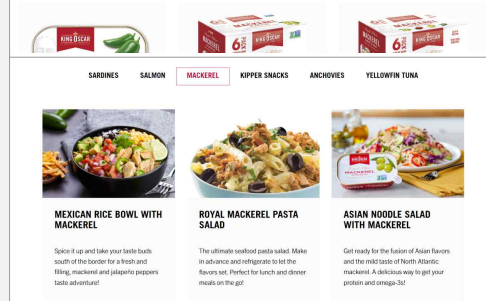
게시물 유형



- 기본적인 회사 소개
(회사 개요, 연혁, 이념 등)



- 자사 제품군 소개 및 구매처 안내



- 자사 제품 이용한 요리법 안내

사진자료: 킹 오스카 홈페이지

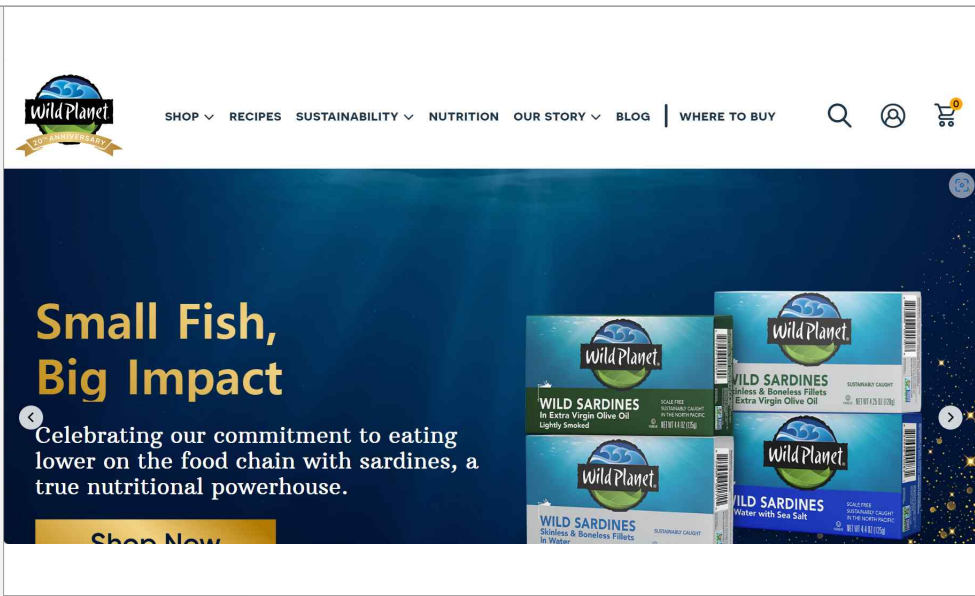
③ 와일드 플래닛(Wild Planet)

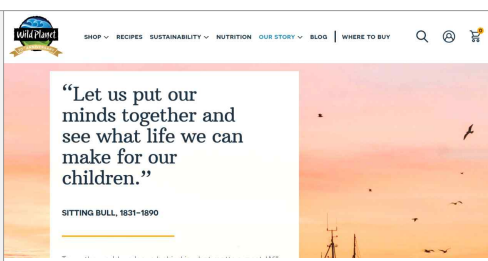
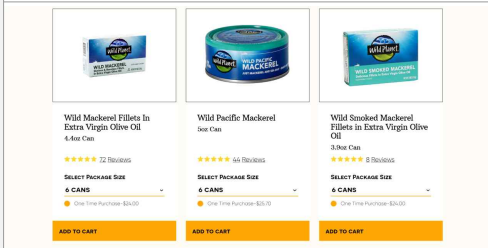
기업 기본 정보	기업명	와일드 플래닛	
	기업 설명	와일드 플래닛은 2001년 설립된 미국의 수산물 통조림 제조업체로 해양 보호와 지속가능한 어업을 추구함. 고등어, 참치, 정어리, 연어, 멸치 등의 통조림을 취급함	
	위치	Wild Planet Foods, Inc., 1585 Heartwood Drive, Suite F, McKinleyville, CA, 95519, US	
	규모	동일 품목 수	3개
		설립연도	2001년

기업 진출 채널	<오프라인 매장> 홀푸드마켓 <온라인 매장> 아마존 월마트 크로거		제품명	와일드 스모크드 매커렐 (Wild Smoked Mackerel)
			중량	110.0g
			소비자가격	4.69달러 (6,473원)
			제품 종류	순살 고등어

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	제품의 포장 디자인 문구 영어로 현지화
	홍보 현지화	● (상)	영어로 된 자사 글로벌 홈페이지 활용

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식	 Small Fish, Big Impact Celebrating our commitment to eating lower on the food chain with sardines, a true nutritional powerhouse. Shop Now <table border="1"> <tr> <td>홍보 채널</td><td>자사 홈페이지(글로벌), 인스타그램/페이스북/유튜브/틱톡/링크드인(글로벌)</td></tr> <tr> <td>게시 주기</td><td>비정기적</td></tr> <tr> <td>게시물 유형</td><td>기업 소개, 제품 소개 및 구매 링크, 제품 활용 요리법 안내</td></tr> </table>	홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌), 인스타그램/페이스북/유튜브/틱톡/링크드인(글로벌)	게시 주기	비정기적	게시물 유형	기업 소개, 제품 소개 및 구매 링크, 제품 활용 요리법 안내
홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌), 인스타그램/페이스북/유튜브/틱톡/링크드인(글로벌)						
게시 주기	비정기적						
게시물 유형	기업 소개, 제품 소개 및 구매 링크, 제품 활용 요리법 안내						

게시물 유형		기업 연혁, 이념 등 소개
		자사 제품 소개 및 구매 링크
		자사 제품 활용한 요리법 소개

사진자료: 와일드 플래닛 홈페이지

2024

수출기업 맞춤형 해외시장조사



IV

수입·유통업체 인터뷰

1. 크로거(Kroger)
2. 월마트(Walmart)
3. 에이치 마트(H Mart)



Interview ① 크로거 (Kroger)

12)

크로거 (Kroger)

- 유형: 소매 체인점
- 업체 특징:
 - 1883년 신시내티에서 설립된 미국의 소매업체
 - 24년 현재 미국 35개주 2,800개 넘는 매장을 운영중
 - 산하 24개의 브랜드를 보유중이며 경쟁자들에 비해 식료품에 중점을 두고 있음

담당자 정보

Sales Assistant

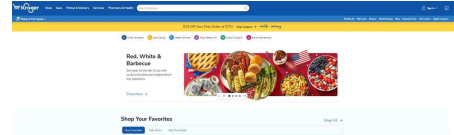
고객사 제품 정보

세부품목 순살 고등어

소비자가격 약 7.25달러
(10,000원¹³⁾)

중량 500g

포장 형태 비닐



크로거(Kroger) Sales Assistant

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 포장 형태, 인증은 적절한가요?

미국 내 순살 고등어 제품의 가격은 100g당 2~4달러(2,760~5,520원) 사이로, 브랜드의 명성, 포장 유형, 인증에 따라 다릅니다. 고객사 제품의 경우 100g당 1.45달러(2,001원)로 저렴한 편입니다. 가장 일반적인 포장 중량은 124g으로 6개 또는 12개와 같은 여러 개의 패킷으로 제공됩니다. 미국 시장에서는 1인분이나, 가족 식사용 모두 수요가 있습니다. 또한 미국 소비자들은 진공 포장을 선호하며, HACCP와 Non-GMO 인증을 받은 제품을 긍정적으로 평가합니다.

Q2. 미국 순살 고등어 시장의 규모와 주요 소비자에 대해 설명해주세요.

미국 순살 고등어 시장의 주요 소비자는 주로 미국 북동부와 서해안 지역의 사람들입니다. 북동부와 서해안 지역에서 수산물과의 문화적 연관성이 높기 때문에 이 지역에서의 순살 고등어 수요가 더 높습니다. 또한, 전국적으로 건강을 중시하는 소비자들 사이에서도 순살 고등어의 소비가 일반적입니다.

12) 사진자료: 크로거(Kroger) 공식 홈페이지

13) 1달러=1,380.10원(2024.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q3. 순살 고등어를 구매할 때 소비자들이 고려하는 소비 트렌드와 구매 요소는 무엇인가요?

제품의 가격, 포장 및 인증, 중량이 소비자들이 고려하는 주요 소비 트렌드와 구매 요소입니다. 경쟁이 치열한 시장에서 가격 경쟁력을 갖추는 것이 가장 중요합니다. 가격 경쟁력이 있으면 시장에서 우위를 점할 수 있기 때문입니다. 진공 포장은 신선도를 유지하는 데 도움이 되기 때문에 소비자들 사이에서 인기가 많고 선호됩니다. 인증 역시 브랜드의 평판에 긍정적인 영향을 미칩니다. 중량도 중요한 요소지만 위에서 언급한 가격과 포장 및 인증만큼 중요하지는 않습니다.

Q4. 고객사가 미국 시장에 순살 고등어를 판매하기에 적합한 유통채널은 무엇인가요?

고객사가 미국 시장에 순살 고등어를 판매하기에 적합한 유통채널로는 슈퍼마켓/대형마트, 아시안 식료품점, 온라인 쇼핑몰, 그리고 특산물 전문점이 있습니다. 지리적으로는, 기존의 수산물 섭취 문화가 존재하는 북동부(워싱턴, 뉴욕, 보스턴, 볼티모어 등)와 서해안(샌프란시스코, 로스앤젤레스, 시애틀, 포틀랜드 등) 지역에서 수요가 높기 때문에 이 지역에 더 많은 중점을 두어야 합니다. 이를 통해 더 나은 판매 성과를 기대할 수 있습니다.

Q5. 미국에서 순살 고등어를 성공적으로 판매하기 위한 효과적인 홍보 전략에는 어떤 것들이 있을까요?

주요 하이퍼/슈퍼마켓 및 온라인 플랫폼과의 파트너십 구축이 가장 효과적인 마케팅 전략입니다. 온라인 소매점의 웹사이트와 소셜 미디어를 통해 순살 고등어를 홍보하거나, 특정 시기에 할인을 제공하고 쿠폰을 발행하여 고객의 구매를 유도하는 방법도 추천합니다.

Q6. 미국에서 인기 있는 순살 고등어 제품의 주요 마케팅 방법과 마케팅 채널은 무엇일까요?

앞서 언급했듯이 가장 효과적인 마케팅 전략은 대형 슈퍼마켓 및 전자상거래 회사와의 파트너십을 구축하는 것이라고 굳게 믿고 있습니다. 프로모션에 가능한 모든 소셜 미디어 사이트를 사용하는 것이 판매량을 늘리는데 효과적입니다. 마지막으로 가끔씩 할인 쿠폰을 제공하는 것도 소비자 유치에 도움이 됩니다.

Interview ② 월마트 (Walmart)

14)

월마트 (Walmart)

- 유형: 소매 체인점
- 업체 특징:
 - 1962년 아칸소주에서 설립된 미국의 다국적 소매기업
 - 미국 50개주 전역, 24개국에 10,000개 이상의 매장 운영
 - 210만 이상의 직원을 고용하고 있는 세계 최대 민간 고용주

담당자 정보

Sales Executive

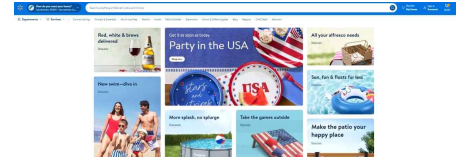
고객사 제품 정보

세부품목 순살 고등어

소비자가격 약 7.25달러
(10,000원)

중량 500g

포장 형태 비닐



월마트(Walmart) Sales Executive

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 포장 형태, 인증은 적절한가요?

당사에서 판매하고 있는 제품은 100g당 2.15~4.50달러(2,967~6,210원) 사이에서 판매되므로 고객사 제품은 가격 경쟁력에서 우위를 점하고 있습니다. 고객사 제품의 중량은 500g으로 가족 단위 주문에서 선호될 것으로 예상됩니다. 개별 포장 크기도 제공한다면 가족 고객과 개인 고객 모두를 끌어들이 수 있을 겁니다. 파우치, 캔, 비닐 등 다양한 포장 형태가 사용되므로, 신선하고 손상 없이 운반되는 것이 가장 중요합니다. 제품의 HACCP 인증은 브랜드 평판을 높이는 데 도움이 됩니다.

Q2. 미국 순살 고등어 시장의 규모와 주요 소비자에 대해 설명해주세요.

관계자에 따르면, 순살 고등어의 인기가 점차 증가하고 있지만, 여전히 틈새 시장 규모입니다. 순살 고등어의 주요 소비자는 건강을 중시하는 사람들과 해산물 문화의 영향을 받는 사람들입니다.

Q3. 순살 고등어를 구매할 때 소비자들이 고려하는 소비 트렌드와 구매 요소는 무엇인가요?

미국 소비자들의 주요 소비 트렌드와 구매 요소는 다음과 같습니다. 먼저, 가격과 가치입니다. 소비자들은 품질을 유지하면서도 합리적인 가격을 원합니다. 다음은 고등어의 건강 및 영양 가치입니다. 고등어는 오메가-3 지방산, 단백질, 비타민이 풍부하기 때문에 소비자들을 이러한 건강상의 이점을 기대합니다. 따라서 제품 라벨에 이러한 정보를 명확하게 표기하는 것이 중요합니다. 마지막으로 즉석식품에 대한 수요가 증가하고 있어, 소비자들은 편리한 포장 형태를 선호합니다.

Q4. 고객사가 미국 시장에 순살 고등어를 판매하기에 적합한 유통채널은 무엇인가요?

고객사의 순살 고등어 제품에 적합한 유통채널로는 하이퍼/슈퍼마켓, 건강 식품 전문점, 아시안 마트 그리고 아마존 프레쉬(Amazon Fresh), 씨 투 테이블(Sea to Table)과 같은 온라인 마켓플레이스가 있습니다. 당사인 월마트도 순살 고등어를 포함한 다양한 해산물을 판매하고 있으니, 이와 같은 대형 유통업체를 활용하는 것을 추천합니다.

Q5. 미국에서 순살 고등어를 성공적으로 판매하기 위한 효과적인 홍보 전략에는 어떤 것들이 있을까요?

음식 행사에 자주 참여해 방문객들에게 순살 고등어의 요점을 설명하며 가격, 인증, 신선도, 포장, 맛 등의 경쟁 우위를 강조합니다. 소규모 및 대규모 기업과의 파트너십을 활용합니다. 소매 체인점, 온라인, 오프라인 시장 등 다양한 채널에서 제품을 구매할 수 있도록 배치하는 것이 판매 증가에 도움이 됩니다. 마지막으로 음식 블로거나 인플루언서와 협력하여 브랜드 평판을 높이는 것을 추천합니다. 많은 팬과 팔로워를 보유한 인플루언서와의 협업은 매우 유익합니다.

Q6. 미국에서 인기 있는 순살 고등어 제품의 주요 마케팅 방법과 마케팅 채널은 무엇일까요?

순살 고등어를 판매하기 위한 다양한 마케팅 전략 중, 음식 관련 이벤트 참여가 가장 효과적인 전략입니다. 이는 제품을 잘 알려진 유통업체, 소매업체 및 일반 소비자들에게 소개할 수 있는 기회를 제공하기 때문입니다. 이외에도 인기 브랜드들은 음식 인플루언서나 블로거들과 협업하며 유사한 관심사를 가진 고객에게 제품을 소개합니다.

Interview ③ 에이치 마트 (H Mart)

15)

에이치 마트 (H Mart)

- 유형: 소매 체인점
- 업체 특징:
 - 1982년 뉴욕에서 설립된 대규모 아시아 식료품점
 - 미국에서 가장 큰 아시아 슈퍼마켓 체인으로 97개 이상의 매장 운영
 - 아시아 음식 전체 라인과 광범위한 서양 식료품 취급

담당자 정보

Sales Representative

고객사 제품 정보

세부품목

순살 고등어

소비자가격 약 7.25달러
(10,000원)

중량 500g

포장 형태 비닐



에이치 마트(H Mart) Sales Representative

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 포장 형태, 인증은 적절한가요?

시중에서 판매되는 순살 고등어 제품은 100g당 1.5달러(2,070원)에서 3.5달러(4,830원) 사이에 판매됩니다. 이는 고객사 제품이 상대적으로 저렴한 가격임을 의미합니다. 당사에서는 300~375g 사이의 고등어 필레를 판매하고 있어, 500g의 중량도 적절해 보입니다. 타 브랜드의 경우 순살 고등어를 파우치나 랩으로 포장하여 판매합니다. 고객사의 포장 형태는 미국에서 수용 가능한 것으로 보입니다. 마지막으로 HACCP 인증은 미국에서도 유효하고 보장되는 인증입니다. 따라서 미국 소비자들 사이에서도 유효하고 신뢰받을 수 있습니다. 따라서 고객사의 제품은 가격, 중량, 포장 형태, 인증 면에서 모두 적절하다고 판단됩니다.

Q2. 미국 순살 고등어 시장의 규모와 주요 소비자에 대해 설명해주세요.

순살 고등어는 심장 질환 환자와 건강을 중시하는 소비자들 사이에서 인기가 높습니다. 또한, 바쁜 젊은 층에서도 순살 고등어의 소비가 많은데 이들은 주로 즉석 식품을 선호합니다. 다양한 소비자층 덕분에 순살 고등어 시장은 미국에서 상당히 큰 규모를 가지고 있습니다.

Q3. 순살 고등어를 구매할 때 소비자들이 고려하는 소비 트렌드와 구매 요소는 무엇인가요?

순살 고등어의 주요 구매 고려 요소는 가격, 포장 형태, 크기, 조리의 편리성 등이 있습니다. 건강을 중시하는 소비자들 사이에서 인기가 많으며, 단백질, 필수 비타민 및 미네랄, 특히 오메가-3 지방산을 제공한다는 점에서 선호됩니다. 또한 심장 건강 개선에 도움이 된다고 믿어 많은 심장 질환 환자들 사이에서 수요가 높습니다. 마지막으로 편리한 포장과 1인분 및 가족용 서빙으로 제공되는 점도 소비자들이 높이 평가하는 중요한 요소입니다.

Q4. 고객사가 미국 시장에 순살 고등어를 판매하기에 적합한 유통채널은 무엇인가요?

일반적으로 순살 고등어에 적합한 유통채널은 슈퍼마켓, 아시아 식료품점, 건강 관련 제품을 취급하는 식료품점 등이 있습니다. 요즘에는 전자상거래 업체들의 비중이 커졌는데, 제품의 마케팅을 주도하고 같은 날 배송 서비스를 제공하여 고객에게 편리함을 제공하기 때문으로 보입니다.

Q5. 미국에서 순살 고등어를 성공적으로 판매하기 위한 효과적인 홍보 전략에는 어떤 것들이 있을까요?

현지 시장에서 순살 고등어 제품을 효과적으로 홍보하기 위해 인스타그램, 페이스북, 트위터, 유튜브와 같은 소셜 미디어 사이트를 사용하는 것을 추천합니다. 소셜 미디어의 활용은 판매량 증가에 큰 영향을 미칠 뿐만 아니라 비용 효율성도 매우 높기 때문입니다. 외에도 이메일 마케팅, 제조업체 웹사이트에 제품 및 관련 레시피에 대한 동영상 콘텐츠를 게시하는 것도 효과적인 것으로 보입니다. 건강 식품을 취급하는 회사들은 영양 마케팅에도 중점을 두고 있습니다.

Q6. 미국에서 인기 있는 순살 고등어 제품의 주요 마케팅 방법과 마케팅 채널은 무엇일까요?

인기 제품에게 소셜 미디어의 사용은 이 분야에서 중요한 마케팅 전략으로 부상했습니다. 그 이유는 시청자에게 더 깊은 영향을 미치기 때문입니다. 적절한 방식으로 이루어진 소셜 미디어 광고는 비용 효율적입니다. 관계자에 따르면 이메일 마케팅이 순살 고등어 제품에 효과적인 방법일 수 있다고 합니다.



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)

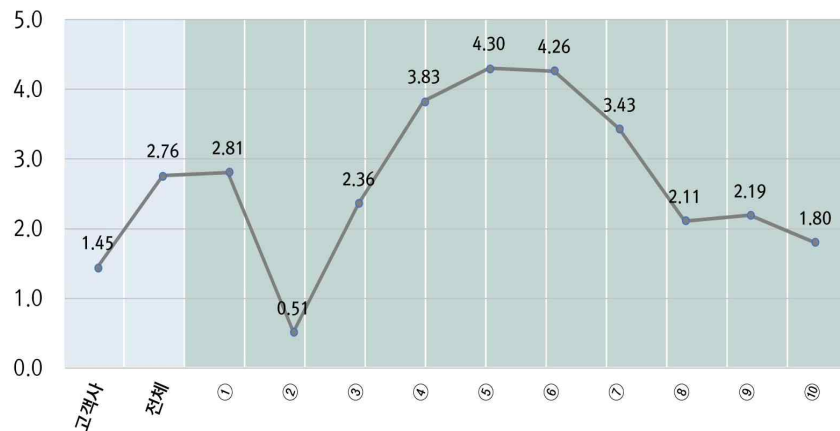
- ① 손질고등어 (N사)
- ② 퍼시픽 매커렐 인 잇즈 내추럴 오일 (아틀라팩)
- ③ 로열 필레 매커렐 인 올리브 오일 (킹 오스카)
- ④ 와일드 매커렐 인 올리브 오일 (쿨스)
- ⑤ 그릴드 매커렐 인 올리브 오일 (시즌 프로덕츠)
- ⑥ 와일드 스모크드 매커렐 (와일드 플래닛)
- ⑦ 와일드 매커렐 (와일드 플래닛)
- ⑧ 라이틀리 솔티드 노르웨이 매커렐 (제이원)
- ⑨ 솔티드 매커렐 필레 (S사)
- ⑩ 제주 프로즌 솔티드 매커렐 (J사)

▶ 고객사 제품 100g당 가격, 경쟁제품 평균 가격 대비 낮은 편

고객사 제품 100g당 가격은 약 1.45달러(약 2,000원¹⁶⁾)로, 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격인 약 2.76달러(약 3,809원)보다 낮은 수준임. 비율로 살펴보면, 고객사 제품의 소비자가격은 순살 고등어 10개의 평균 소비자가격의 약 53% 수준으로 조사되어 고객사 제품이 경쟁제품 대비 가격 경쟁력이 있다는 것을 확인함

[표 5.1] 미국 순살 고등어 가격 경쟁력 분석

(단위: 달러/100g)



16) 1달러=1,380.10원(2024.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

- ① 손질고등어 (N사)
- ② 퍼시픽 매커렐 인 잇즈 내추럴 오일 (아틀라팩)
- ③ 로열 필레 매커렐 인 올리브 오일 (킹 오스카)
- ④ 와일드 매커렐 인 올리브 오일 (쿨스)
- ⑤ 그릴드 매커렐 인 올리브 오일 (시즌 프로덕츠)
- ⑥ 와일드 스모크드 매커렐 (와일드 플래닛)
- ⑦ 와일드 매커렐 (와일드 플래닛)
- ⑧ 라이틀리 솔티드 노르웨이 매커렐 (제이원)
- ⑨ 솔티드 매커렐 필레 (S사)
- ⑩ 제주 프로즌 솔티드 매커렐 (J사)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 큰 편

고객사 제품의 중량은 500g으로 순살 고등어 경쟁제품 10개의 평균 중량인 378g보다 다소 높은 수준임. 비율로 살펴보면 고객사 제품의 중량은 순살 고등어 경쟁제품 10개의 평균 중량의 약 132% 수준으로 조사되어 평균 중량과의 편차가 큼을 알 수 있음

[표 5.2] 미국 순살 고등어 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

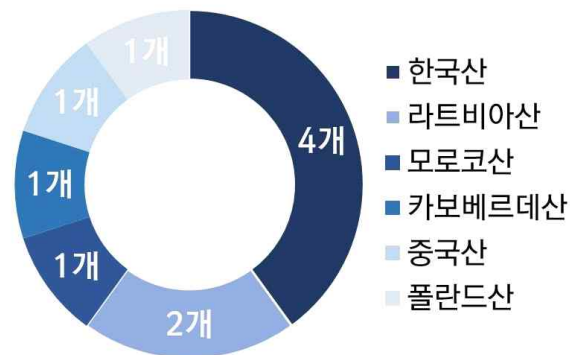


3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 중 4개 제품의 원산지, 한국

미국에서 판매 중인 순살 고등어 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개 제품 중 4개 제품이 한국산 제품임을 확인함. 그 외 라트비아산 순살 고등어 제품 2개와, 폴란드, 중국, 카보베르데, 모로코 산의 제품을 각 1개 확인함. 다른 국가의 제품보다 한국산 제품이 많은 점을 통해, 순살 고등어 제품에 있어 한국산 제품에 대한 현지의 수요가 높음을 알 수 있음

[표 5.3] 미국 순살 고등어 제품 원산지 경쟁력 분석

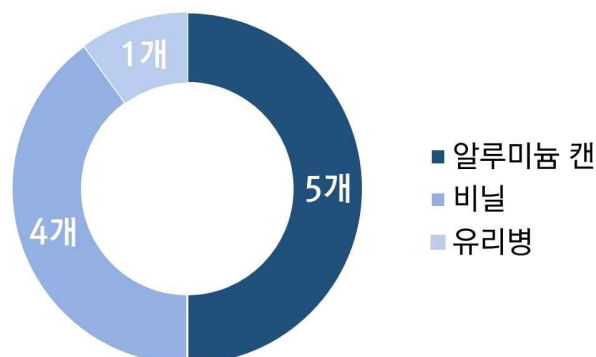


4) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 5개 제품 알루미늄 캔으로 제품 포장

미국에서 판매 중인 순살 고등어 10개 제품의 포장 형태를 조사한 결과 5개 제품은 알루미늄 캔으로 제품을 포장한 것으로 확인됨. 그 중 2개 제품은 종이로 제품 외부를 추가 포장한 것으로 확인됨. 그 외 고객사 제품과 마찬가지로 비닐을 활용한 경쟁제품 4개와, 유리병을 활용해 포장한 1개의 경쟁제품을 발견함

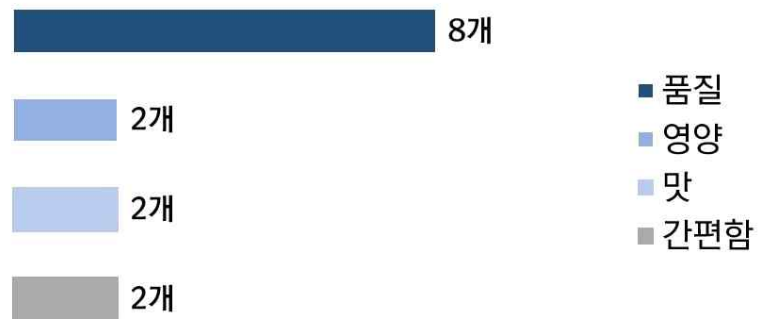
[표 5.4] 미국 순살 고등어 제품 포장 형태 경쟁력 분석



5) 홍보문구

▶ 현지 경쟁제품, 제품의 품질을 강조하는 홍보문구 사용

미국에서 판매 중인 순살 고등어 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과 ‘프리미엄’, ‘자연에서 잡은’ 등 제품의 품질을 강조하는 홍보문구 8개를 발견함. 또한 ‘오메가-3’, ‘EPA and DHA’ 등 제품의 영양적 우수성을 강조한 홍보문구 2개가 확인됨. 그 외에도 ‘맛있는 필레’ 등 제품의 맛을 강조한 문구 2개와 ‘순살’, ‘껍질 없는’ 등 간편함을 전달한 문구 2개를 조사함

[표 5.5] 미국 순살 고등어 제품 홍보문구 경쟁력 분석¹⁷⁾

17) 여러개의 홍보문구를 표기한 제품이 존재함

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 매장에서의 인기 제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 아마존, 월마트, 크로거, 세이프웨이

(*) 오프라인 매장 : 아리랑 슈퍼마켓, 에이치 마트, 홀푸드마켓, 시온 마켓

· 다수의 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
인증

공통 특징 ②
가공 형태



공통 특징 ①
홍보문구

공통 특징 ②
가공 형태



현지 벤치마킹 인기 제품
(킹 오스카 _
로열 필레 매커렐
인 올리브 오일)
**‘품질을 보장하는
인증’**

◀ 벤치마킹
인증
표기 강조

고객사 제품
**‘저염으로 가공해 짜지
않은, 고단백질, 청정
제주에서 어획’**

벤치마킹 ▶
제품 특징
홍보문구

현지 벤치마킹 인기 제품
(시즌 프로덕츠 _
그릴드 매커렐
인 올리브 오일)
**‘건강을 강조하는
홍보문구’**

2) 벤치마킹 제품 분석

- 인증 표기 강조

▶ 벤치마킹 제품, 품질을 보증하는 인증 강조

현지에서 판매 중인 순살 고등어 제품 10개의 인증을 조사한 결과, 유전자 변형 식품을 사용하지 않음을 의미하는 Non-GMO 인증 제품이 4개로 가장 많이 조사되었음. 또한 해당 제품들은 현지에서 제조되거나, 포장 및 홍보문구가 현지화되었다는 공통점이 있음. 이는 미국 소비자들의 유전자 변형 식품에 대한 반감을 반영한 것으로 보임. 따라서 고객사도 판매하는 제품이 유전자 변형 식품을 사용하지 않았음을 증명하는 인증을 추가한다면 현지 소비자들의 구매를 유도할 수 있을 것으로 보임

3) 벤치마킹 제품 분석

- 제품 특징 홍보문구

▶ 벤치마킹 제품, 건강상 이점 강조하는 홍보문구 사용

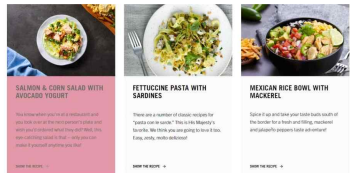
현지 순살 고등어 수입·유통업체의 인터뷰 수취 결과 미국 소비자들 사이에서 순살 고등어 제품의 건강상 이점에 대한 관심이 증가하고 있는 것으로 확인됨. 따라서 현지 소비자들 호기심을 가질 건강 관련 정보를 제공하되 인터뷰 내용을 반영하여 고객사 제품의 '오메가-3'와 '단백질' 함량을 강조한다면 소비자들에게 제품의 경쟁력을 전달하는 데 도움이 될 것으로 보임

[표 5.6] 미국 순살 고등어, 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) 고등어는 단백질, 필수 비타민과 미네랄, 무엇보다도 오메가-3 지방산이 풍부하여 건강에 관심이 많은 소비자들 사이에서 인기가 높습니다. 또한 고등어가 심장 건강 개선에 도움이 된다고 믿는 사람들이 많기 때문에 심장병 환자들 사이에서 수요가 더 높습니다.

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.7] 순살 고등어 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	킹 오스카(King Oscar)	
	기업 설명	1873년 노르웨이어 설립된 수산물 전문 제조업체임. 기름에 훈제한 정어리를 개발한 최초의 공장 중 하나로 1902년 노르웨이와 스웨덴의 왕 오스카 2세가 제품을 맛보고 이름을 사용하게 해주었다는 일화가 있음. 정어리, 연어, 고등어 등 다양한 해산물을 취급하며 일본, 체코, 헝가리, 북미 등 세계 각국에 제품을 판매함. 홈페이지 내 자사 제품을 활용한 레시피를 공유하고 있음	
주요 마케팅 전략	맛의 현지화		
	정보 제공	미국 소비자들의 다양한 선호 충족 위해 현지화된 다양한 상품군 보유 Try Royal Fillets of Mackerel Mediterranean Style! Gourmet quality skinless and boneless North Atlantic mackerel in pure olive oil with sliced olives, bell pepper, garlic, and herbs of Provence. Extraordinary, light taste and moist texture – truly unique. Sustainably wild-caught, Non-GMO Project Verified, gluten-free, kosher-certified, hand-packed. Delicious in sandwiches, salads, pasta or casserole dishes, fish patties, or right out of the can on a cracker!  	
		제품의 다양한 장점을 전달하는 홍보문구와 인증 활용	자사 제품을 활용한 레시피 제공
요약	판매채널	현지 오프라인, 온라인 매장 모두 진출	
	홍보채널	자사 홈페이지 및 SNS 채널을 활용하고 있음	
	홍보문구	제품의 영양학적 우수성과 높은 품질을 강조	

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 선호도, 맛, 품질로 5가지이며, 선정 지표 및 제품 특징을 기반으로 한 키워드집을 구축하여 리뷰 데이터를 수집함

[표 5.8] 온라인 인기제품 리뷰 분석 지표 선정 및 대표 키워드

지표	지표 설명	대표 키워드
가격	판매 제품 가격에 대한 평가	Price, Cost, Cheap, Affordable 등
중량	판매 제품 중량에 대한 평가	Portion, Serving, Size, Packs 등
제품 선호도	판매 제품 선호도에 대한 평가	Recommend, Repurchase 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Taste, Flavor, Scent, Bitter 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Quality, Organic, Safety 등

▶ 윌타리몰에서 판매되고 있는 순살 고등어 제품 선정

[표 5.9] 온라인 인기제품 리뷰 분석 제품 정보



판매 사이트	윌타리몰 (Woltari)	리뷰 수	162건
제품명	제주어가 제주고등어살 (Jeju Mackerel)		
제품 종류	순살 고등어	소비자가격	21.95달러 (약 30,293원)
중량	500g	포장	비닐
특징	자연그대로의 청정한 제주섬, 정직한 제주 사람의 선물		

● 분석 제품 정보

사이트	울타리몰
분석 건수	162건
제품명	제주어가 제주고등어살
제품 종류	순살 고등어
소비자가격	21.95달러 (약 30,293원)
중량	500g
포장	플라스틱 비닐백
특징	자연그대로의 청정한 제주섬, 정직한 제주 사람의 선물

▶ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, '맛' 만족도 높은 편

빅데이터 분석을 통해 미국 온라인 쇼핑몰에서 인기리에 판매되고 있는 순살 고등어 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, '맛'에 대한 긍정 점수가 239점으로 가장 높게 나타났으며, 부정 점수가 66점으로 긍정 점수에 비해 낮은 편임. 그다음으로는 '중량' 대한 긍정 점수가 115점으로 높은 편이며, 부정 점수가 35점으로 격차를 보이고 있음. 이로써 소비자들은 온라인 채널에서 판매되는 순살 고등어 제품에 대해 '맛'에 대해 가장 관심도가 높은 편임을 알 수 있음

[표 5.10] 온라인 인기제품 리뷰 분석

(단위: 점)



[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지표	긍정 점수	부정 점수
가격	29	12
맛	239	66
제품 선호도	85	21
중량	115	35
품질	104	31
종합	572	165

● 분석 제품 정보

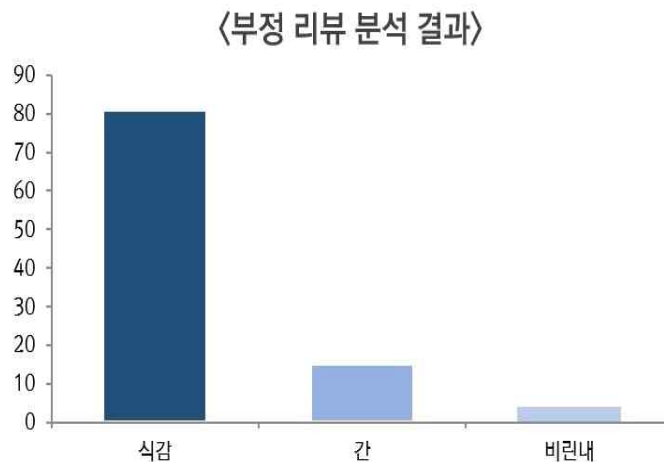
사이트	울타리몰
분석 건수	162건
제품명	제주어가 제주고등어살
제품 종류	순살 고등어
소비자가격	21.95달러 (약 30,293원)
중량	500g
포장	플라스틱 비닐백
특징	자연그대로의 청정한 제주섬, 정직한 제주 사람의 선물

▶ 부정 리뷰 분석 결과, '식감'에 대한 선호도 낮아

감성분석 결과, 부정 점수가 가장 높았던 '맛'에 대한 심층 분석을 실시함. 분석 결과, 소비자들은 일반적으로 순살 고등어 제품의 품질을 긍정적으로 인지하고 있으나, 제품의 딱딱한 '식감'과 관련한 부정적인 리뷰가 많이 발견되었음. 소비자들은 제품의 기름기가 예상보다 적다, 노르웨이산과 비교해 딱딱하다며 부정적인 경험을 보고하였음. 제품이 너무 싱거워 간이 부족하다는 의견도 일부 확인됨. 제품의 식감과 간에 대한 소비자들의 불만이 제품의 구매를 저해하는 요인으로 확인되었음

[표 5.11] 온라인 인기제품 부정 리뷰 분석

(단위: %)



[부정 리뷰 상세 내용]

항목	상세 리뷰
식감	너무 딱딱하고 맛이 없다. 노르웨이산 고등어와 비교된다 에어프라이어에 조리했는데 많이 딱딱하다
간	간도 안 맞고, 가시도 많고 리뷰를 믿을 수 없다
비린내	뜯어보니 예상대로 비린내가 너무 심해서 괴로웠다

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 스탯티스타 홈페이지 (www.statista.com)
2. 구글맵 홈페이지 (www.google.co.kr/maps)
3. 아마존 홈페이지 (www.amazon.com)
4. 월마트 홈페이지 (www.walmart.com)
5. 크로거 홈페이지 (www.kroger.com)
6. 브리태니커 홈페이지 캘리포니아 (www.britannica.com/place/California-state)
7. 에이치 마트 홈페이지 (www.hmart.com)
8. 홀푸드마켓 홈페이지 (www.wholefoodsmarket.co.uk)
9. 시온마켓 홈페이지 (www.zionmarket.com)
10. 콜스 홈페이지 (www.colesseafood.com)
11. 킹 오스카 홈페이지 (www.kingoscar.com)
12. 와일드 플래닛 홈페이지 (wildplanetfoods.com)
13. 울타리몰 홈페이지 (www.wooltariusa.com)

2024 수출기업 맞춤형 해외시장조사

발행 겸 편집 한국수산물무역협회

발행 일자 2024.09.13

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

