2024
수출기업 맞춤형 해외시장조사

No. 202409-06

품목 볶음밀키트(Stir-fry Meal Kit)

HS CODE 0307.92-9000

국가 미국(USA)

구분 경쟁력분석형

해양수산부

한국수산무역협회
KOREA FISHERY TRADE ASSOCIATION

해양수산부 한국수산무역협회 KOREA FISHERY TRADE ASSOCIATION

CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 해외시장조사

Ⅰ. 요약 03

Ⅱ. 경쟁제품

1. 미국 볶음밀키트 경쟁제품 선정 05
2. 미국 볶음밀키트 경쟁제품 조사지표 선정 10
3. 미국 볶음밀키트 경쟁제품 현지조사 결과 11

Ⅲ. 경쟁기업

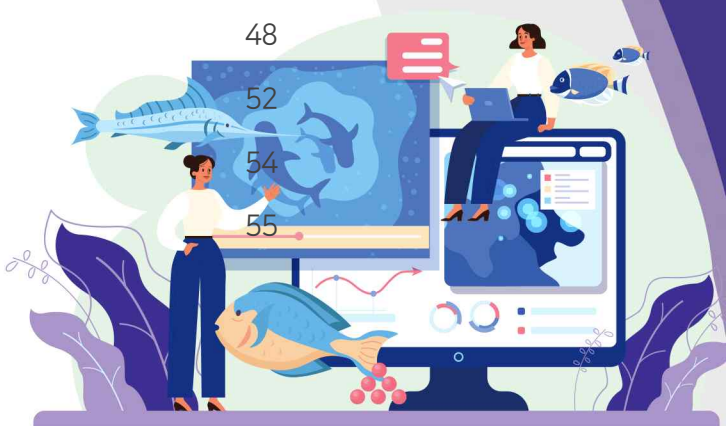
1. 미국 볶음밀키트 경쟁기업 선정 26
2. 미국 볶음밀키트 경쟁기업 현지화 분석 기준 27
3. 미국 볶음밀키트 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 29

Ⅳ. 수입·유통업체 인터뷰

1. 울타리(Wooltari) 38
2. 에이치이비(H-E-B) 41
3. 타겟(Target) 44

Ⅴ. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증 48
2. 벤치마킹 제품 분석 52
3. 기업 마케팅 벤치마킹 54
4. 온라인 인기제품 리뷰 분석 55



Summary

■ 온라인 인기제품

	판매채널	제품명	제조사명
온라인몰 인기 판매제품	아마존 (Amazon)	점보 스쿼드 인 갈릭 소스	고야
		옥터퍼스 인 갈릭 소스	이베리아
	월마트 (Walmart)	보일드 크로우피쉬	라이스랜드
		스모크 옥토퍼스	게이샤
	크로거 (Kroger)	쉬림프 스캄피	씨팩
		로우 쉬림프	크로거

■ 오프라인 주요 경쟁제품

피이아이 머슬 인 쉘 (피이아이 머슬킹)		점보 스쿼드 인 갈릭 소스 (고야)	
	가격 4.29달러 (약 5,921원)		가격 4.66달러 (약 6,431원)
	중량 454g		중량 115g
간편함 강조하는 홍보문구 현지화된 포장 디자인		품질 보증하는 원산지, 현지화된 포장 디자인	

■ 경쟁기업 3개사 분석

	스타비스 씨푸드	아마존	S사
국적	미국	미국	한국
포장 현지화	●	●	●
홍보 현지화	●	●	●
입점 채널	온/오프라인 모두 활용	온/오프라인 모두 활용	온/오프라인 모두 활용
홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌)	자사 홈페이지(글로벌), SNS 플랫폼(글로벌)	자사 홈페이지(글로벌), SNS 플랫폼(글로벌)

미국 현지 진출 경쟁기업 현황

경쟁기업 3개사 **모두, 포장 및 홍보문구** 미국 **현지화**

+

경쟁기업 3개사 **모두, 글로벌 자사 홈페이지를 활용**해 기업 및 제품 홍보

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) (1.82달러 (약 2,500원))	●	볶음밀키트 10개		
		2.39달러 (약 3,298원)		
중량(g) (1,000g)	●	볶음밀키트 10개		
		572g		
포장 형태 (파우치/트레이)	◐	파우치	트레이	파우치/트레이
		4개	3개	3개

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)					
원산지 (한국)	◐	한국	베트남	인도	인도네시아	캐나다	스페인
		4개	2개	1개	1개	1개	1개
홍보문구 (중복값有) 간편함/영양 강조)	◐	품질		간편함		맛	
		7개		4개		4개	

● 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 4개 제품의 원산지가 한국으로 나타남
Point 02.	1) 경쟁기업 3개사 모두 제품 포장 디자인 및 홍보문구를 미국 현지화한 것으로 나타남 2) 경쟁기업 3개사 모두 글로벌 자사 홈페이지를 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남

해양수산부
한국수산무역협회
KOREA FISHERY TRADE ASSOCIATION

II

경쟁제품

1. 미국 볶음밀키트 경쟁제품 선정
2. 미국 볶음밀키트 경쟁제품 조사지표 선정
3. 미국 볶음밀키트 경쟁제품 현지 조사 결과

1. 미국 볶음밀키트 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	A사 쭈꾸미 해물 볶음
제품 종류	볶음밀키트
소비자가격	18.11달러 (25,000원[1])
중량	1kg
포장	파우치/트레이
특징	바로 조리해 먹을 수 있는 HMR 쭈꾸미의 타우린, 단백질 풍부하고, 바다의 불로초 톳의 무기염류(칼슘/요오드/철) 풍부

Step 01. 제품 분석

① 사전컨설팅기록지 수령

② 고객사 제품 분석
- 제품명 : A사 쭈꾸미 해물 볶음
- 제품 종류 : 볶음밀키트
- 소비자가격 : 25,000원
- 중량 : 1kg
- 포장 형태: 파우치/트레이

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 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 : 하이퍼/슈퍼마켓, 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
- 기업 마케팅 벤치마킹
- 온라인 인기제품 리뷰 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
amazon 아마존	신선식품, 가공식품, 음료, 냉동식품 등
Walmart 월마트	식품, 생활용품, 화장품, 의류, 전자제품 등
Kroger 크로거	식품, 애완동물 용품, 전자제품, 장난감 등

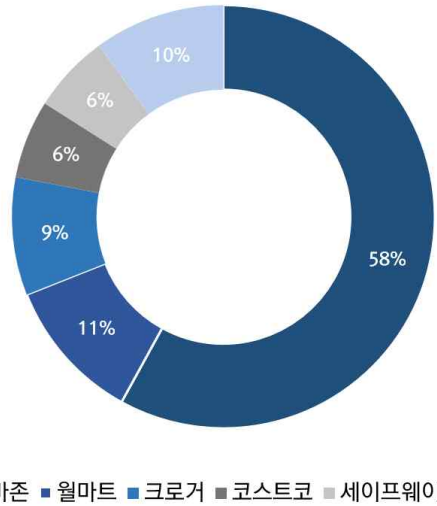
▶ 볶음밀키트 경쟁제품군 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사지표를 바탕으로 볶음밀키트 제품의 경쟁제품군을 설정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 미국 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 원산지에 상관없이 다양한 종류의 냉동수산물이 상위 인기 제품으로 판매되고 있음

[표 2.1] 미국 온라인 쇼핑몰 점유율 (2022년 기준)



자료 : 스태티스타(Statista) 홈페이지

[표 2.2] 미국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 4)

아마존 입점 제품 상위 4개 제품 리스트(고객리뷰 순위 기준)[2)]

순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	볶음밀 키트	레나 (RENNA)	베이비 옥토퍼스 (Baby Octopus)	이탈리아	25.00달러 (약 34,503원)	180g	
2	볶음밀 키트	프레시 (Fresh)	미디움 로우 쉬림프 (Medium Raw Shrimp)	인도	7.69달러 (약 10,613원)	454g	
3	볶음밀 키트	고야 (Goya)	점보 스퀴드 인 갈릭 소스 (Jumbo Squid in Garlic Sauce)	스페인	4.66달러 (약 6,431원)	115g	
4	볶음밀 키트	이베리아 (IBERIA)	옥토퍼스 인 갈릭 소스 (Octopus in Garlic Sauce)	스페인	15.53달러 (약 21,433원)	115g	

2) 조사일(2024.08.05) 기준 조사

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

월마트 입점 제품 상위 4개 제품 리스트(매출 순위 기준)[3]							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	볶음밀 키트	그레잇 밸류 (Great Value)	씨푸드 믹스 (Seafood Mix)	스페인	9.48달러 (약 13,083원)	567g	
2	볶음밀 키트	라이스랜드 (RiceLand)	보일드 크로우피쉬 (Boiled Crawfish)	미국	14.98달러 (약 20,674원)	570g	
3	볶음밀 키트	보슨 (Bos'n)	자이언트 칼라마리 링스 (Giant Calamari Rings)	페루	5.88달러 (약 8,115원)	54g	
4	볶음밀 키트	게이샤 (GEISHA)	스모크 옥토퍼스 (Smoked Octopus)	중국	2.68달러 (약 3,699원)	106g	
크로거 입점 제품 상위 2개 제품 리스트(인기 순위 기준)[4]							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	볶음밀 키트	씨팩 (SeaPak)	쉬림프 스캄피 (Shrimp Scampi)	아이 슬란드	9.99달러 (약 13,787원)	142g	
2	볶음밀 키트	크로거 (Kroger)	로우 쉬림프 (Raw Shrimp)	미국	7.99달러 (약 11,027원)	453g	

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 정보[5)]

인구	3,953만 8,223명
면적	423,967㎢

▶ 미국 캘리포니아, 방문지역으로 선정

미국의 캘리포니아주는 미국의 서부에 있는 주로, 약 3,900만 명 이상의 인구를 보유한 미국 최대 주임. 캘리포니아의 경제 규모는 세계 5-7위 국가에 해당하는 수준으로, 미국의 모든 주에서 가장 크며, 많은 은행과 기업이 캘리포니아주에 기반을 두고 있음. 항공우주 산업과, 영화 산업, 농업 등 여러 산업에서 우위를 유지하고 있음. 캘리포니아 인구의 약 10분의 1이 농업에 종사하고 있으며, 미국 채소 및 과일의 절반 이상이 캘리포니아주에서 생산되고 있음

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 아시안/한인마트

고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여, 하이퍼마켓/슈퍼마켓과 아시안/한인마트를 주요 조사매장으로 선정함

[표 2.3] 미국 볶음밀키트 주요 유통채널 현황

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓/슈퍼마켓	월마트(Walmart), 코스트코(Costco), 아마존 프레시(Amazon Fresh)
아시안/한인마트	에이치 마트(H mart), 시온 마켓(Zion Market)
온라인	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 크로거(Kroger)

고객사 진출 선호 매장

5) 자료: 브리태니커 백과사전(www.britannica.com/place/California-state)

4) 경쟁제품 선정

▶ **오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①**

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(*) 월마트(Walmart), 아마존 프레시(Amazon Fresh), 코스트코(Costco), 에이치 마트(H mart), 시온 마켓(Zion Market)

▶ **오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②**

- 볶음밀키트: 내용물을 간편하게 먹을 수 있도록 포장된 제품
  내용물이 손질되어 있으며, 최소화된 과정으로 조리 가능

[표 2.4] 미국 볶음밀키트 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인	볶음밀키트
① 쿡 옥토퍼스 (스타비스 씨푸드)	○ (월마트)	○ (월마트)	○
② 쿡 쉬림프 (아마존)	○ (아마존 프레시)	(-)	○
③ 피이아이 머슬 인 쉘 (피이아이 머슬 킹)	○ (아마존 프레시)	(-)	○
④ 쉬림프 (코스트코)	○ (코스트코)	(-)	○
⑤ 욕심 담은 놀부 쭈꾸미 철판 볶음 (N사)	○ (에이치 마트)	(-)	○
⑥ 절단낙지 (S사)	○ (에이치 마트)	(-)	○
⑦ 명품 쭈꾸미 (S사)	○ (에이치 마트)	(-)	○
⑧ 우와!한 쭈꾸미 (M사)	○ (시온 마켓)	(-)	○
⑨ 쭈꾸미 (서울트레이딩)	○ (시온 마켓)	(-)	○
⑩ 쫄깃 쭈꾸미 (그랜드 비케이)	○ (시온 마켓)	(-)	○

(*) 현지 판매 볶음밀키트 경쟁제품 10개 분석

2. 미국 볶음밀키트 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 미국 볶음밀키트 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 미국 볶음밀키트 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	볶음밀키트	내용물을 간편하게 먹을 수 있도록 포장된 제품 내용물이 손질되어 있으며, 최소화된 과정으로 조리 가능
포장 형태	파우치/트레이	플라스틱 소재의 파우치/트레이
식품 유형		제품의 식품 분류[6] (즉석섭취식품, 신선편의식품, 즉석조리식품, 간편조리식품 등)
가공 방법		제품의 가공 방법
맛		제품의 맛
원산지		제품의 원산지
인증		제품이 보유하고 있는 인증
홍보문구		제품의 홍보문구
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

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

3. 미국 볶음밀키트 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 미국 캘리포니아에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 아시안/한인마트

캘리포니아에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓인 월마트, 아마존 프레시, 코스트코와 아시안/한인마트인 에이치 마트, 시온 마켓을 방문함. 월마트는 다양한 제품을 판매하는 미국의 대형 슈퍼마켓 체인이며, 아마존 프레시는 온라인으로 쇼핑하고 매장에서 픽업하는 형태의 마켓임. 코스트코는 대형 창고형 매장이며, 에이치 마트와 시온 마켓은 한인마트 체인임

[표 2.6] 미국 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
월마트 (Walmart)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	1	· 식료품, 의류, 서적, 가구, 완구 등의 제품 판매 · 미국 전역에 4,600개 이상의 매장 운영
아마존 프레시 (Amazon Fresh)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	2	· 온라인으로 쇼핑하고, 매장에서 픽업하는 마켓 · 캘리포니아에 20개 매장 보유
코스트코 (Costco)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	1	· 미국의 대형 창고형 소매점 체인 · 미국에 604개 매장 운영
에이치 마트 (H mart)	아시안/한인마트	3	· 미국의 대형 한인마트 체인 · 캘리포니아에 18개 매장 운영
시온 마켓 (Zion Market)	아시안/한인마트	3	· 신선식품, 식료품, 생활용품 등 다양한 물품 판매 · 미국 내 6개의 매장 운영

지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품, 10개 모두 1개의 방문 매장에서만 판매

월마트(Walmart), 아마존 프레시(Amazon Fresh), 코스트코(Costco), 에이치 마트(H mart), 시온 마켓(Zion market) 총 5개 매장 방문 후 인기제품을 조사한 결과, 10개의 제품 모두 1개의 매장에서만 판매 중인 것을 확인함. 가장 많은 경쟁제품을 보유한 오프라인 채널은 에이치 마트와 시온 마켓으로 각각 경쟁제품 3개가 진출해 있는 것으로 확인됨

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황				
	월마트	아마존 프레시	코스트코	시온 마켓	에이치 마트
① 쿡 옥토퍼스 (스타비스 씨푸드)	○				
② 쿡 쉬림프 (아마존)		○			
③ 피이아이 머슬 인 쉘 (피이아이 머슬 킹)		○			
④ 쉬림프 (코스트코)			○		
⑤ 욕심 담은 놀부 쭈꾸미 철판 볶음 (N사)				○	
⑥ 절단낙지 (S사)				○	
⑦ 명품 쭈꾸미 (S사)				○	
⑧ 우와!한 쭈꾸미 (M사)					○
⑨ 쭈꾸미 (서울트레이딩)					○
⑩ 쫄깃 쭈꾸미 (그랜드 비케이)					○

자료: 현지조사원 자료

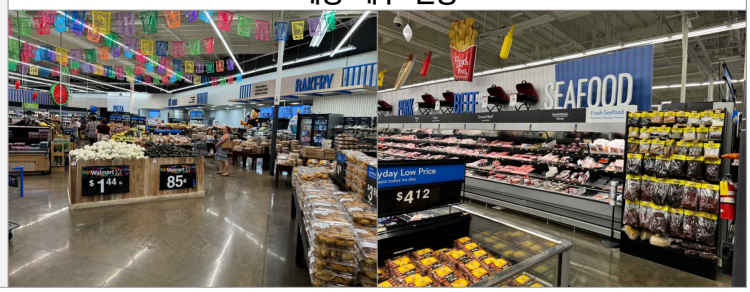
Shop ① 월마트(Walmart)

매장 정보

- **유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓**
- **판매 제품 특징:**
  식료품, 의류, 가드닝, 서적, 완구, 가구 등의 다양한 제품 판매
- **매장 주변 특징:**
  주거 지역에 인접
- **주요 고객층:**
  현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보[7]	Walmart	월마트는 1962년에 설립된 슈퍼마켓 체인으로 미국 내 4,600개 이상의 매장을 운영중이며, 전 세계 20개국에 5,262개의 매장을 보유하고 있음. 언제 어디서나 다양한 제품을 저렴한 가격에 제공한다는 전략을 내세우고 있음
조사 제품 수: 1개		

매장 정보			
	위치	**도시(지역)**	캘리포니아
		상세주소	13331 Beach Blvd, Westminster, CA 92683

매장 내부 전경	**매장 내부 전경**
	

제품 판매 정보	**판매 볶음밀키트 경쟁제품 정보**
	쿡 옥토퍼스 (스타비스 씨푸드)

사진자료: 현지조사원 자료

7) 월마트(Walmart) 홈페이지

제품명 (현지어)	쿡 옥토퍼스 (Cooked Octopus)	**제조사 (현지어)**	스타비스 씨푸드 (Stavis Seafoods)
제품 종류	냉동수산물	**중량**	227g
소비자가격	13.48달러 (18,604원)	**10g당 가격**	0.59달러 (820원)
원산지	스페인	**맛**	(-)
식품 유형	볶음밀키트	**가공 방법**	냉동
포장 형태 (외부/내부)	트레이	**홍보문구**	자연산, 부드럽고 풍미가 풍부, 최고 품질의 문어
수입자	Stavis Seafoods	**인증**	(-)
원료 및 첨가물	문어		

Shop ② 아마존 프레시(Amazon Fresh)

매장 정보

- **유형: 온라인**
- **판매 제품 특징:**

  음료, 과자, 과일, 채소, 육류, 수산물, 농산물, 생활용품 등의 다양한 제품을 판매

- **매장 주변 특징:**

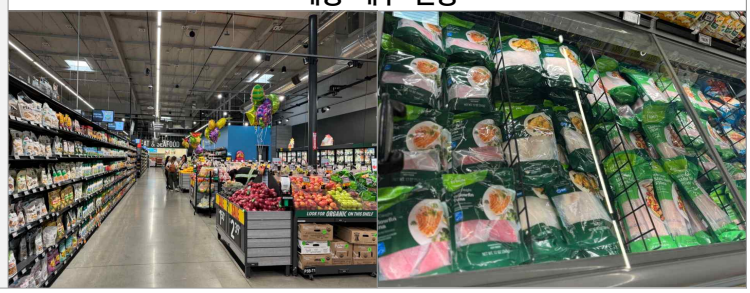
  대형 쇼핑센터 내 위치

- **주요 고객층:**

  현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보[8]	amazon fresh	아마존 프레시는 미국 전자상거래 기업인 아마존의 자회사임. 초기에는 배달서비스로 시작하여 점차 실제 매장을 운영하는 슈퍼마켓 체인으로 바뀜. 온라인으로 쇼핑하고, 매장에서 픽업하는 계산대가 없는 마켓 형태로 운영되고 있으며, 현재 캘리포니아에 20개의 매장이 운영되고 있음
	조사 제품 수: 2개	

매장 정보			
	위치	도시(지역)	캘리포니아
		상세주소	1100 S Harbor Blvd, Fullerton, CA 92832

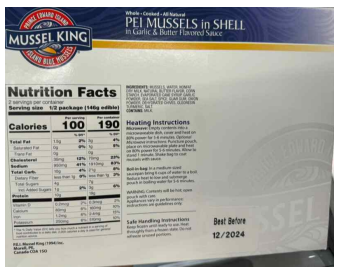
매장 내부 전경	매장 내부 전경
	

제품 판매 정보	판매 볶음밀키트 경쟁제품 정보	
	쿡 쉬림프 (아마존)	피이아이 머슬 인 쉘 (피이아이 머슬 킹)

사진자료: 현지조사원 자료

8) 아마존 프레시(Amazon Fresh) 홈페이지

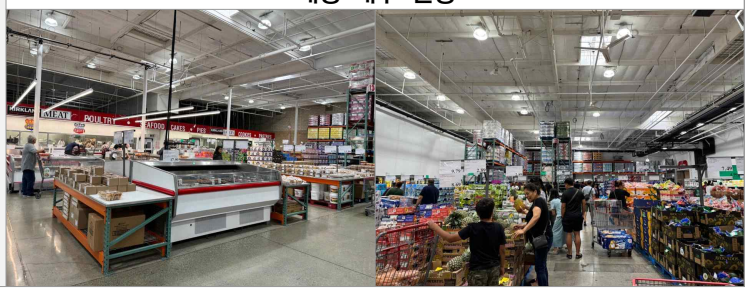
제품명 (현지어)	쿡 쉬림프 (Cooked shrimp)	**제조사 (현지어)**	아마존 (Amazon)
제품 종류	냉동수산물	**중량**	340g
소비자가격	5.99달러 (8,267원)	**10g당 가격**	0.18달러 (243원)
원산지	인도	**맛**	(-)
식품 유형	볶음밀키트	**가공 방법**	냉동
포장 형태 (외부/내부)	파우치	**홍보문구**	믿을만한 원료
수입자	Amazon	**인증**	BAP
원료 및 첨가물	새우, 물, 소금, 탄산나트륨, 구연산나트륨		

			
제품명 (현지어)	피이아이 머슬 인 쉘 (Pei mussels in shell)	**제조사 (현지어)**	피이아이 머슬 킹 (P.E.I. Mussel King Inc.)
제품 종류	냉동수산물	**중량**	454g
소비자가격	4.29달러 (5,921원)	**10g당 가격**	0.09달러 (130원)
원산지	캐나다	**맛**	갈릭&버터
식품 유형	볶음밀키트	**가공 방법**	냉동
포장 형태 (외부/내부)	박스/파우치	**홍보문구**	통조리, 완전 천연
수입자	P.E.I. Mussel King Inc.	**인증**	(-)
원료 및 첨가물	홍합, 물, 무지방분유, 천연버터맛, 옥수수전분, 증발캔디시럽, 마늘분말, 천일염, 향신료, 구아검, 양파분말, 탈수부추, 올레린강황, 소금		

Shop ③ 코스트코(Costco)

매장 정보

- **유형: 하이퍼/슈퍼마켓**
- **판매 제품 특징:**
  다양한 과일, 채소, 냉동식품, 육류, 가전제품, 생활용품 등의 제품을 판매
- **매장 주변 특징:**
  주거 지역에 인접
- **주요 고객층:**
  현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보9)	COSTCO WHOLESALE		코스트코는 1983년에 시애틀에 첫 매장을 오픈한 이후 꾸준히 성장하여 현재는 세계에서 세 번째로 큰 소매업체임. 미국에 604개의 매장을 운영하고 있으며, 전 세계에 876개의 매장을 운영하고 있음. 자체 브랜드를 통해 제품을 직접 생산 및 판매하기도 함
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	**도시(지역)**	캘리포니아
		상세주소	132250 Beach Blvd, Westminste, CA 92683
매장 내부 전경	**매장 내부 전경**		
			
제품 판매 정보	**판매 볶음밀키트 경쟁제품 정보**		
	쉬림프 (코스트코)		

사진자료: 현지조사원 자료

9) 코스트코(Costco) 홈페이지

제품명 (현지어)	쉬림프 (Shrimp)	**제조사 (현지어)**	코스트코 (Costco)
제품 종류	냉동수산물	**중량**	908g
소비자가격	12.99달러 (17,927원)	**10g당 가격**	0.14달러 (197원)
원산지	인도네시아	**맛**	(-)
식품 유형	볶음밀키트	**가공 방법**	냉동
포장 형태	파우치	**홍보문구**	껍질을 벗기고 내장을 제거한, 무방부제, 무화학 첨가물
수입자	Costco Wholesale	**인증**	(-)
원료 및 첨가물	새우, 물, 소금		

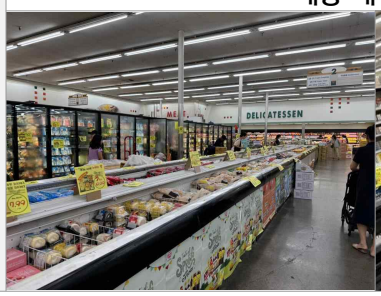
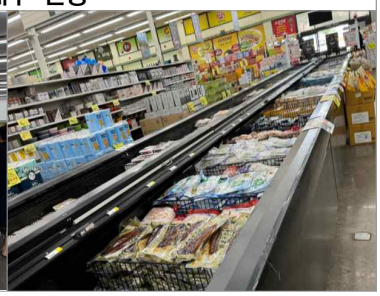
Shop ④ 시온 마켓(Zion Martket)

매장 정보

- **유형: 아시안/한인마트**
- **판매 제품 특징:**
  음료, 과자, 과일, 채소, 육류, 수산물, 농산물, 생활용품 등의 다양한 제품을 판매
- **매장 주변 특징:**
  대형 쇼핑센터에 위치
- **주요 고객층:**
  현지 주민, 관광객

브랜드 기본 정보[10]	ZionMarket	시온 마켓은 1981년 설립된 한인마트 체인으로 캘리포니아주를 중심으로 총 6개의 매장을 운영하고 있음. 포인트 적립 및 프로모션 정보를 받아볼 수 있는 시온 마켓 리워드 애플리케이션을 보유하여 온라인 마케팅 경쟁력을 갖추고 있음
	조사 제품 수: 3개	

매장 정보			
	위치	**도시(지역)**	캘리포니아
		상세주소	5400 Beach Blvd, Buena Park, CA 90621

매장 내부 전경	**매장 내부 전경**
	 

제품 판매 정보	**판매 볶음밀키트 경쟁제품 정보**		
	욕심담은 놀부 쭈꾸미 철판볶음 (N사)	절단낙지 (S사)	명품 쭈꾸미 (S사)

사진자료: 현지조사원 자료

10) 시온 마켓(Zion Market) 홈페이지

제품명 (현지어)	욕심담은 놀부 쭈꾸미 철판볶음 (JUKKUMIPPOKEUM)	**제조사 (현지어)**	N사
제품 종류	냉동수산물	**중량**	500g
소비자가격	11.99달러 (16,547원)	**10g당 가격**	0.24달러 (331원)
원산지	한국	**맛**	(-)
식품 유형	볶음밀키트	**가공 방법**	냉동
포장 형태 (외부/내부)	박스/트레이	**홍보문구**	좋은 욕심을 담다!
수입자	Sho International	**인증**	(-)
원료 및 첨가물	쭈꾸미, 양념[고추장, 정제수, 물엿, 마늘, 백설탕, 고춧가루, 옥수수전분, 복합조미식품, 혼합간장, L-글루타민산나트륨, 생강페이스트, 흑후추가루, 올래오레진캡시컴], 양배추		

제품명 (현지어)	절단낙지 (Whole Cleaned small octopus, cut)	**제조사 (현지어)**	S사
제품 종류	냉동수산물	**중량**	680g
소비자가격	9.99달러 (13,787원)	**10g당 가격**	0.15달러 (203원)
원산지	베트남	**맛**	(-)
식품 유형	볶음밀키트	**가공 방법**	냉동
포장 형태 (외부/내부)	파우치/트레이	**홍보문구**	라면에 곁들이거나 전골로 먹어도 좋은 완전 깨끗한 자연산
수입자	Wang Globalnet	**인증**	(-)
원료 및 첨가물	낙지		

<table>
<tr><td colspan="2">
</td><td colspan="2">
</td></tr>
<tr><td>제품명
(현지어)</td><td>명품 쭈꾸미
(Seasoned small octopus poulpe ocelle)</td><td>제조사
(현지어)</td><td>S사</td></tr>
<tr><td>제품 종류</td><td>냉동수산물</td><td>중량</td><td>300g</td></tr>
<tr><td>소비자가격</td><td>9.99달러
(13,787원)</td><td>10g당 가격</td><td>0.33달러
(460원)</td></tr>
<tr><td>원산지</td><td>한국</td><td>맛</td><td>(-)</td></tr>
<tr><td>식품 유형</td><td>볶음밀키트</td><td>가공 방법</td><td>냉동</td></tr>
<tr><td>포장 형태
(외부/내부)</td><td>박스/트레이</td><td>홍보문구</td><td>세대를 잇는 정성의 손맛</td></tr>
<tr><td>수입자</td><td>Wang Globalnet</td><td>인증</td><td>HACCP</td></tr>
<tr><td>원료 및 첨가물</td><td colspan="3">쭈꾸미, 고추장, 고춧가루, 정백당, 마늘, 간장, 향미유, 향미증진제, 건표고버섯분말, 볶음참깨, 흑후추가루, 무, 양파</td></tr>
</table>

Shop ⑤ 에이치 마트(H mart)

매장 정보

- **유형: 아시안/한인마트**
- **판매 제품 특징:**

  아시아 식품 및 서양 식료품을 비롯한 다양한 식재료와 생활용품을 취급하며 매장 내 식당 서비스를 제공함

- **매장 주변 특징:**

  대형 쇼핑센터에 위치

- **주요 고객층:**

  현지 주민, 관광객, 한국 교민

브랜드 기본 정보[11]	H MART	에이치 마트는 한아름 그룹에 속한 미국의 슈퍼마켓 체인으로 1982년에 설립되었으며, 현재까지 미국 전역에 80여 개의 매장을 운영하고 있음. 한국 음식을 전문으로 판매하는 매장으로 시작하여 현재는 아시아 식품과 광범위한 서양 식료품을 판매하고 있음
	조사 제품 수: 3개	

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

매장 내부 전경	**매장 내부 전경**

제품 판매 정보	**판매 볶음밀키트 경쟁제품 정보**		
	우와!한 쭈꾸미 (M사)	쭈꾸미 (서울트레이딩)	쫄깃 쭈꾸미 (그랜드 비케이)

사진자료: 현지조사원 자료

11) 에이치 마트(H mart) 홈페이지

제품명 (현지어)	우와!한 쭈꾸미 (Wow spicy baby octopus)	**제조사 (현지어)**	M사
제품 종류	냉동수산물	**중량**	500g
소비자가격	14.99달러 (20,688원)	**10g당 가격**	0.30달러 (414원)
원산지	한국	**맛**	매콤한 맛
식품 유형	볶음밀키트	**가공 방법**	냉동
포장 형태	파우치	**홍보문구**	집에서도 간편하게 대국민 입맛 살리기 프로젝트 2탄
수입자	Grand supercenter inc	**인증**	HACCP
원료 및 첨가물	주꾸미, 소스[설탕, 고춧가루, 해물맛가루(소금, 건홍합, 포도당, 건마늘, 새우액젓, 후춧가루, 조개가루, 오징어액젓, 멸치액젓, 가다랑어포분말, 효모추출분말)]		

제품명 (현지어)	쭈꾸미 (Small octopus)	**제조사 (현지어)**	서울트레이딩 (SeoulTrading)
제품 종류	냉동수산물	**중량**	908g
소비자가격	19.99달러 (27,588원)	**10g당 가격**	0.22달러 (304원)
원산지	한국	**맛**	(-)
식품 유형	볶음밀키트	**가공 방법**	냉동
포장 형태 (외부/내부)	파우치/트레이	**홍보문구**	청정해안에서 잡은 탱탱한
수입자	SeoulTrading USA co	**인증**	(-)
원료 및 첨가물	쭈꾸미		

제품명 (현지어)	쫄깃 쭈꾸미 (Frozen baby octopus)	**제조사 (현지어)**	그랜드 비케이 (Grand BK)
제품 종류	냉동수산물	**중량**	907g
소비자가격	12.99달러 (17,927원)	**10g당 가격**	0.14달러 (198원)
원산지	베트남	**맛**	(-)
식품 유형	볶음밀키트	**가공 방법**	냉동
포장 형태 (외부/내부)	파우치/트레이	**홍보문구**	막 잡은 쭈꾸미, 더욱 쫄깃 수분함량이 낮고 오돌한
수입자	Grand BK Corp	**인증**	(-)
원료 및 첨가물	쭈꾸미		

해양수산부
한국수산무역협회
KOREA FISHERY TRADE ASSOCIATION

III

경쟁기업

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

1. 미국 볶음밀키트 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 볶음밀키트 제품을 판매하는 글로벌기업 3개사 선정

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

▶ 경쟁기업 3개사, 평균 약 60년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 60년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 스타비스 씨푸드는 1929년 설립되어 95년의 업력을 보유하고 있으며, 아마존은 1994년 설립된 이후 30년째 사업을 이어오고 있음. S사는 1970년에 설립되어 54년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 3개사, 오징어, 문어, 새우 품목 종류 조사

미국에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 볶음밀키트 동일 품목 수를 조사한 결과, 스타비스 씨푸드가 총 44개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그 다음으로는 아마존이 15개, S사가 9개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 볶음밀키트 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
스타비스 씨푸드	미국	95년	44개
아마존	미국	30년	15개
S사	한국	54년	9개

자료: 미국 진출 볶음밀키트 경쟁기업 3개사 분석

2. 미국 볶음밀키트 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	볶음밀키트와 오징어, 새우류

▶ 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, 아마존 프레시, 코스트코, 시온 마켓, 에이치 마트
온라인	아마존, 월마트, 크로거

3. 미국 볶음밀키트 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 미국 오프라인 매장 진출

미국에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 스타비스 씨푸드는 월마트(Walmart) 1곳, 아마존은 아마존 프레시(Amazon Fresh) 1곳, S사는 에이치 마트(H mart) 1곳에 입점한 것으로 확인됨. 또한, 3개사 모두 온라인 매장인 월마트에 입점해있으며, 아마존과 S사는 온라인 아마존에도 입점한 것으로 조사됨

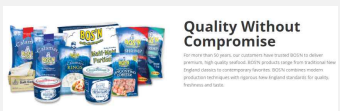
▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지에서의 제품 홍보 활동 활발함

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 글로벌 홈페이지를 운영하고 있으며, 그중 아마존은 독일, 프랑스, 중국, 일본 등 여러 국가의 홈페이지를 별도로 운영하고 있으며, 페이스북, 인스타그램, 유튜브도 운영하고 있음. S사도 글로벌 계정의 페이스북과 인스타그램, 유튜브를 운영하고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 품질, 맛, 원료 등을 강조

미국 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 품질과 원료 등을 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 조사됨. 'Wild Caught', '최고 품질의 문어', 'Responsibly Sourced', '자연산' 등의 수식어가 사용되고 있음. 또한 'BAP 인증', '안전관리인증 HACCP'와 같이 제품이 보유한 인증을 강조하고 있으며, '껍질 제거', '간편 조리' 등과 같이 제품 조리의 간편성을 강조하는 수식어로 제품을 홍보하고 있음

[표 3.7] 미국 볶음밀키트 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
스타비스 씨푸드	• 오프라인 매장 – 월마트 • 온라인 매장 – 월마트	• 자사 홈페이지 (글로벌)	– Wild Caught – 부드럽고 풍미가 풍부 – 최고 품질의 문어 – 품질, 신선도, 맛에 대한 엄격한 기준	
아마존	• 오프라인 매장 – 아마존 프레시 • 온라인 매장 – 아마존 – 월마트	• 자사 홈페이지 (글로벌/독일/프랑스/중국/일본 등) • SNS 플랫폼 (글로벌) – 페이스북 – 인스타그램 – 유튜브	– 껍질 제거 – 인산염 free – Responsibly Sourced – BAP 인증	
S사	• 오프라인 매장 – 에이치 마트 • 온라인 매장 – 월마트	• 자사 홈페이지 (글로벌) • SNS 플랫폼 (글로벌) – 페이스북 – 인스타그램 – 유튜브	– 라면에 곁들이거나 전골로 먹어도 좋은 – 세대를 잇는 정성의 손맛 – 간편 조리 – 쫄깃하고 부드러운 식감이 일품인 쭈꾸미 – 안전관리인증 HACCP	

자료: 미국 진출 볶음밀키트 경쟁기업 3개사 분석

① 스타비스 씨푸드

기업 기본 정보	기업명	스타비스 씨푸드(Stavis Seafood)	
	기업 설명	스타비스 씨푸드는 1929년 뉴잉글랜드에서 설립된 수산물 전문 제조업체로 보스(Bos'n), 시트루(Sea Tru), 보스턴 프라이드(Boston Pride) 등 4개의 수산물 브랜드를 보유하고 있음. 스타비스는 다양한 신선, 냉동, 저온 살균 수산물을 판매하며, 1,100개 이상의 해산물 품목을 보유하고 있으며, 다양한 국가에 대량으로 공급함	
	위치	1 seafood way Boston, MA 02210, USA	
	규모	동일 품목 수	44개
		설립연도	1929년

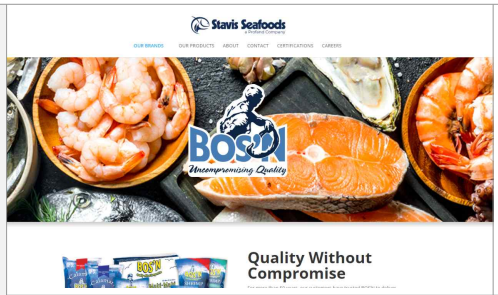
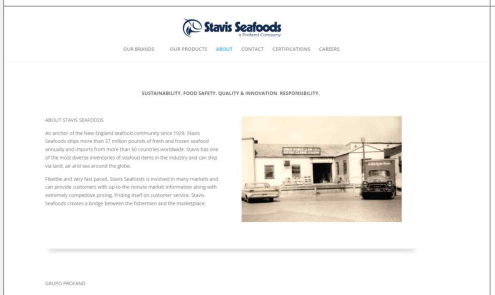
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 월마트 〈온라인 매장〉 월마트		제품명	쿡 옥토퍼스 (Cooked Octopus)
			중량	227g
			소비자가격	13.48달러 (18,604원[12])
			제품 종류	냉동수산물

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 활용

사진자료: 현지조사원 자료

12) 1달러=1,380.10원(2024.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

<table>
<tr><td rowspan="4">홍보 방식</td><td colspan="2">
</td></tr>
<tr><td>홍보 채널</td><td>자사 홈페이지(글로벌)</td></tr>
<tr><td>게시 주기</td><td>비정기적</td></tr>
<tr><td>게시물 유형</td><td>기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개, 보유 인증 등</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td rowspan="3">게시물 유형</td><td> 
</td><td>• 회사 개요, 연혁, 이념, 시설 등 기업 정보 소개</td></tr>
<tr><td> 
</td><td>• 자사 브랜드 및 제품 소개</td></tr>
<tr><td>
</td><td>• 회사 보유 인증 소개</td></tr>
</table>

사진자료: 스타비스 씨푸드 홈페이지

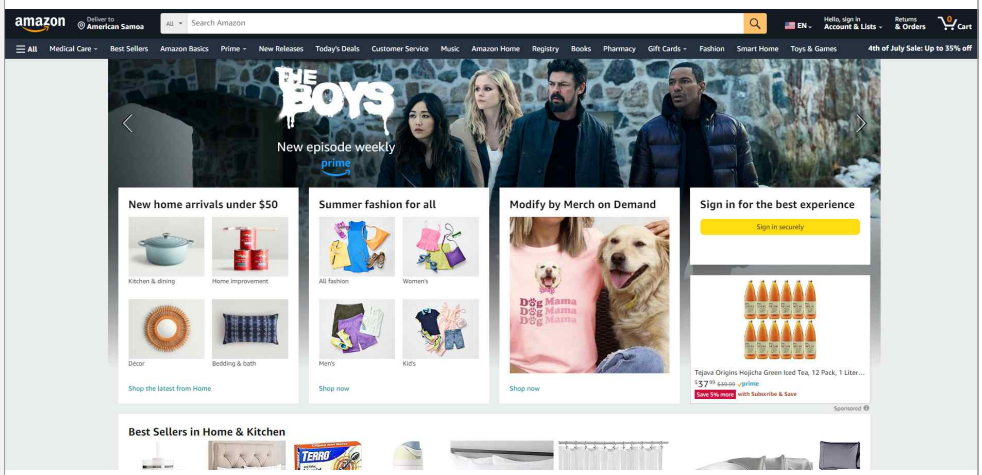
② 아마존

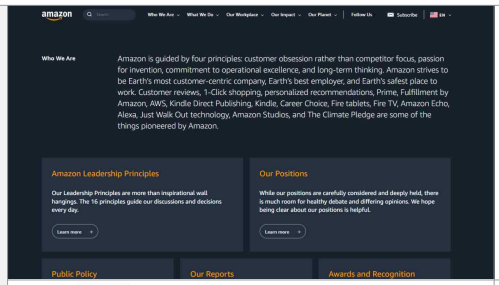
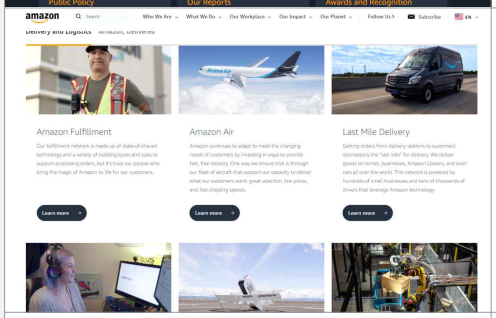
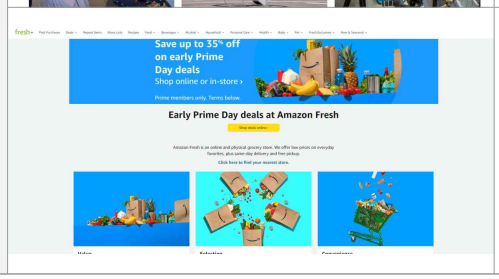
기업 기본 정보	기업명	아마존	
	기업 설명	아마존은 미국의 거대 전자상거래 기업으로, 아마존 프레시라는 자체 브랜드를 통해 육류, 수산물, 신선식품, 냉동식품, 냉장식품, 통조림, 조미료 등 여러 제품을 판매하고 있음. 아마존 프레시 제품은 아마존이나 아마존 프레시 매장 외에도 월마트 온오프라인 매장에도 입점하여 판매 중임	
	위치	440 Terry Ave N, Seattle, WA 98109, USA	
	규모	동일품목 수	15개
		설립연도	1994년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 아마존 프레시 〈온라인 매장〉 아마존 월마트		제품명	쿡 쉬림프 (Cooked Shrimp)
			중량	340g
			소비자가격	5.99달러 (8,267원)
			제품 종류	냉동수산물

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 활용

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌/독일/프랑스/중국/일본 등), 페이스북/인스타그램/유튜브
	게시 주기	비정기적
	게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 브랜드 소개, 쇼핑몰 안내

게시물 유형		• 회사 개요, 비전, 사업 분야 등 기업 정보 소개
		• 물류 센터 및 물류 시스템 안내
		• 아마존프레시 서비스, 매장 및 상품 안내

사진자료: 아마존 홈페이지

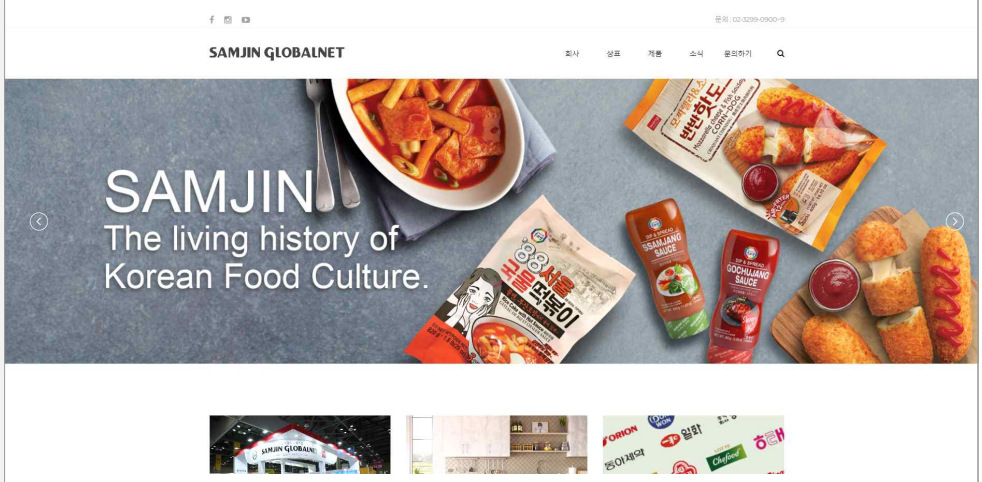
③ S사

기업 기본 정보	기업명	S사	
	기업 설명	S사는 한국 전통 식품 수출업체로, 왕코리아, 수라상 등 다양한 브랜드를 소유하고 있으며, 해외 거주 한국 교민을 주 고객층으로 두고 있음. 미국 시카고에 첫 지점 개설을 시작으로 현재 캐나다, 일본, 홍콩, 뉴질랜드, 유럽, 동남아 등 세계 여러 국가에 제품을 수출하고 있음	
	위치	서울 강남구 삼성로 562	
	규모	동일 품목 수	9개
		설립연도	1970년

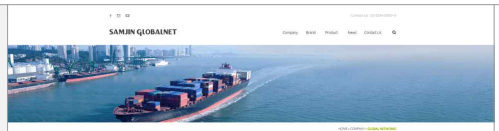
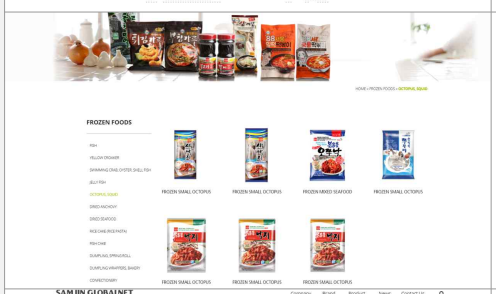
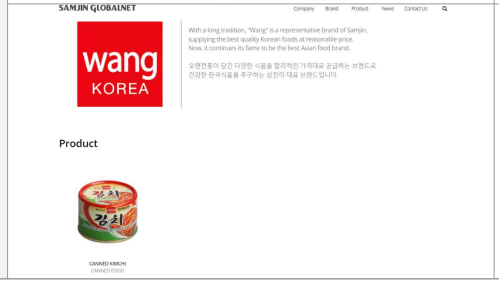
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 에이치 마트 〈오프라인 매장〉 아마존 월마트		제품명	절단낙지 (Whole Cleaned small octopus, cut)
			중량	680g
			소비자가격	9.99 (13,787원)
			제품 종류	냉동수산물

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 디자인 문구 사용
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용

사진자료: 현지조사원 자료

<table>
<tr><td rowspan="4">홍보 방식</td><td colspan="2"> 

</td></tr>
<tr><td>홍보 채널</td><td>자사 홈페이지(글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브(글로벌)</td></tr>
<tr><td>게시 주기</td><td>비정기적</td></tr>
<tr><td>게시물 유형</td><td>기업 소개, 브랜드 소개, 제품 소개, 해외 지사 소개 등</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td rowspan="3">게시물 유형</td><td> 
</td><td>• 회사 개요, 연혁, 비전, CEO 인삿말 등 기업 정보 소개</td></tr>
<tr><td> 
</td><td>• 자사 제품군 소개</td></tr>
<tr><td> 
</td><td>• 자사 브랜드 및 브랜드별 제품 안내</td></tr>
</table>

사진자료: S사 홈페이지

해양수산부
한국수산무역협회
KOREA FISHERY TRADE ASSOCIATION

Ⅳ
수입·유통업체 인터뷰

1. 울타리(Wooltari)
2. 에이치이비(H-E-B)
3. 타겟(Target)

Interview ① 울타리 (Wooltari)

울타리 (Wooltari)

- **유형:** 소매점
- **업체 특징:**
  - 2006년 캘리포니아에서 설립된 미국의 소매업체
  - 한국산 고급 농수산물을 수입 및 판매함
  - 즉석식품, 과자, 김치, 양념, 화장품 등 다양한 물품을 취급
  - 온라인 쇼핑몰과 캘리포니아 지역에 5개의 매장을 운영중

담당자 정보

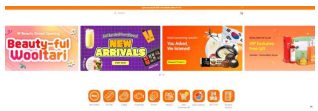
Sales Manager

고객사 제품 정보

세부품목	볶음밀키트
소비자가격	약 18.11달러 (25,000원[14])
중량	1,000g
포장 형태	파우치/트레이

13)

WOOLTARI



울타리(Wooltari) Sales Manager

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 포장 형태, 인증은 적절한가요?

당사에서 판매중인 밀키트 제품의 가격대는 17.95달러(24,773원)에서 19.95달러(27,533원) 사이로 고객사의 제품은 가격 면에서 큰 이점이 없는 것으로 보입니다. 새로운 회사가 제품을 처음 출시할 때는 합리적인 가격으로 시작하는 것이 이상적입니다. 가격을 제외한 고객사의 포장, 인증, 성분은 적절한 것으로 보입니다. 따라서 초기 시장 진입 시 경쟁력 있는 가격 정책을 고려하는 것이 좋으며, 이미 좋은 평가를 받은 포장과 인증, 성분을 활용해 마케팅 전략을 수립하는 것을 추천합니다.

Q2. 미국 볶음밀키트 시장의 규모와 주요 소비자에 대해 설명해주세요.

미국 밀키트 시장의 규모는 약 56억 5천만 달러(7조 7,976억 원)이며 연간 성장률은 약 4%입니다. 2029년까지 미국 밀키트 시장의 수익은 68억 7천만 달러(9조 4,812억 원)를 초과할 것으로 예상됩니다. 시장의 소비자는 2029년까지 800만 명에 이를 것으로 보이며 소비자당 평균 수익은 약 830달러(115만원)로 예상됩니다. 볶음밀키트의 소비자는 대부분 미국에 거주하는 한국인들이고, 그 중에서도 젊은 직장인이 주요 소비층입니다. 최근엔 현지 미국인들도 한국 음식을 시도하고 있지만, 아직은 한국 요리에 대한 인지도가 낮고 수요도 상대적으로 낮습니다. 그럼에도 고객사 제품은 미국 시장에서 특정 고객층, 특히 젊은 한국인과 새로운 맛을 찾는 현지인들에게 어필할 수 있는 잠재력이 있습니다. 미국 시장에서 성공적으로 자리 잡기 위해 한국 요리에 대한 인지도를 높이는 것도 중요한 과제 중 하나입니다.

13) 사진자료: 울타리(Wooltari) 공식 홈페이지
14) 1달러=1,380.10원(2024.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

젊은 미국인들 사이에서 새로운 요리를 시도하는 호기심이 증가하고 있습니다. 또한 소비자들은 신뢰할 수 있고 유명한 브랜드의 제품을 우선 구매하는 등 브랜드의 명성을 중요하게 생각합니다. 이 외에도 소비자들은 제품의 품질, 신선도, 포장, 가격, 성분 등 다양한 요소를 고려합니다. 종합하자면, 소비자들은 유명 브랜드의 품질 높은 신선한 재료와 적절한 포장, 합리적인 가격의 제품을 선호합니다.

Q4. 고객사가 미국 시장에 볶음밀키트를 판매하기에 적합한 유통채널은 무엇인가요?

먼저 한인 식료품점, 레스토랑, 카페에 접근하는 것을 추천합니다. 보다 주류 시장에 진출하려면 편의점 및 하이퍼마켓, 슈퍼마켓이 중요한 유통채널입니다. 또한 최근에는 전자상거래가 매우 중요해졌기 때문에, 아마존(Amazon), 월마트(Walmart) 등의 주요 온라인 마켓플레이스에 접근하는 것도 권장합니다.

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

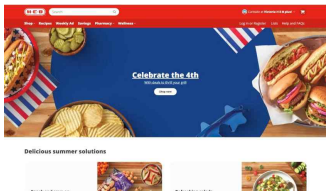
먼저 제품의 편리성을 강조하는 것이 중요합니다. 빠르고 간편하게 끼니를 준비할 수 있다는 점은 바쁜 소비자들에게 큰 매력 포인트입니다. 다음은 품질과 비용 효율성의 강조입니다. 고품질의 재료를 사용하면서도 가격이 합리적이라는 점을 홍보하면 소비자들은 좋은 가성비를 누리기 위해 제품을 구매할 것입니다. 다음은 건강상의 이점 강조입니다. 제품의 영양가와 저칼로리라는 특징을 강조하면 건강을 중시하는 소비자들이 관심을 가질 것입니다. 마지막으로 제품의 핵심 판매 포인트를 전달하는 것입니다. 고객사 제품의 경우 비타민이나 미네랄이 풍부하게 들어있다는 점을 강조하면 소비자들에게 제품의 매력을 효과적으로 전달할 수 있습니다.

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

미국 내에서 인기 있는 볶음밀키트 회사는 구독 고객을 대상으로 이메일 마케팅을 진행하고 있습니다. 또한 페이스북(Facebook) 페이지와 같은 SNS 플랫폼을 통해 제품 광고를 진행하는 경우가 많습니다. 그 외에도 충성 고객을 위한 할인 혜택을 가끔씩 제공하여 판매를 촉진하는 방법을 사용합니다.

Interview ② 에이치이비 (H-E-B)

15)



에이치이비 (H-E-B)

- **유형:** 소매 체인점
- **업체 특징:**
  - 1905년 텍사스에서 설립된 미국의 민간 슈퍼마켓 체인
  - 미국 텍사스 주와 멕시코 전역에 400여 개 이상 매장 운영
  - 고급 유기농 및 고급 식품 소매업체 센트럴 마켓(Central Market) 운영

담당자 정보

Sales Representative

고객사 제품 정보

세부품목	볶음밀키트
소비자가격	약 18.11달러 (25,000원)
중량	1,000g
포장 형태	파우치/트레이

에이치이비(H-E-B) Sales Representative

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 포장 형태, 인증은 적절한가요?

당사에서 판매하는 P사의 비프 불고기 우동(Beef Bulgogi Udon)은 24.1oz(683g)으로 9.35달러(12,904원)에 판매중입니다. 원재료가 달라 직접적인 비교는 어렵지만 가격 경쟁력이 눈에 띄게 높지는 않습니다. 소비자들은 밀키트에서 다양한 비타민과 미네랄을 원하는데 고객사의 제품은 비타민, 단백질 등 영양소가 풍부해 적합합니다. 또 HACCP 인증은 관계자들이 선호하는 인증입니다. 마지막으로 파우치와 트레이는 밀키트에 일반적으로 사용되는 포장형태입니다.

Q2. 미국 볶음밀키트 시장의 규모와 주요 소비자에 대해 설명해주세요.

최근 몇 년간 미국 볶음밀키트 시장은 상당한 성장을 기록했습니다. 이는 소비자들이 더 건강하고 편리한 식사를 선호하며 나타난 변화입니다. 볶음밀키트는 사람들이 시간을 많이 들이지 않고도 볶음 요리를 쉽게 즐길 수 있는 방법을 제공합니다. 볶음밀키트 시장만의 정확한 수치는 찾지 못했지만, 최근의 수요 증가에 기반해 계속 성장할 것으로 보입니다. 미국 시장에서 볶음밀키트의 주요 소비자는 밀레니얼 세대와 Z세대입니다. 이들 외에도 직장인들 사이에서 볶음밀키트 제품에 대한 수요가 매우 높습니다.

15) 사진자료: 에이치이비(H-E-B) 공식 홈페이지

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

현지 소비자들이 볶음밀키트를 구매할 때 주요 고려 요소는 맛, 브랜드 평판, 가격, 편리한 포장 등입니다. 소비 트렌드로는 조리와 섭취의 편리함이 중요하게 작용합니다. 건강에 대한 인식이 높아지면서 소비자들은 몸을 건강하게 유지하기 위해 건강한 음식을 선호하고 있습니다. 따라서 단백질과 비타민이 풍부하고 칼로리가 낮은 음식이 경쟁력 있습니다.

Q4. 고객사가 미국 시장에 볶음밀키트를 판매하기에 적합한 유통채널은 무엇인가요?

먼저, 고객사 제품의 강점 분석한 후 적절한 유통채널을 결정해야 합니다. 예를 들어, 고객사의 볶음밀키트가 영양 가치, 균형 잡힌 식단, 저칼로리 등의 강점을 가지고 있다면, 유사한 제품을 취급하는 특수 식품점이나 건강 식품점을 공략해야 합니다. 반면, 고객사의 볶음밀키트가 일반적인 제품이라면 슈퍼마켓, 편의점, 아시안 식료품점, 온라인 스토어, 음식 배달 업체 등과 같은 일반 상점을 공략해야 합니다.

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

먼저, 하이퍼/슈퍼마켓과의 파트너십입니다. 다음은 지역 레스토랑 및 카페와의 협력도 볶음밀키트 판매를 위한 효과적인 홍보 전략이 될 수 있습니다. 음식 인플루언서와 협업하고 제품의 신선함, 저칼로리, 인공색소 무첨가 등 건강상 이점을 강조하며 음식 이벤트에 참여하는 것도 좋습니다. 마지막으로 매장 내 전시대에 볶음밀키트를 눈에 띄게 배치함으로써 미국 시장에 성공적으로 자리 잡는데 도움을 받을 수 있습니다.

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

인기 브랜드 관계자에 따르면, 볶음밀키트와 같은 식품 제품의 주요 마케팅 채널로는 디지털 마케팅(인스타그램, 페이스북, 틱톡 등)이 있습니다. 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓과의 파트너십과 온라인 쇼핑몰을 통한 판매도 매우 중요합니다. 이러한 채널들이 더 넓은 고객층에 도달하는 데 도움을 주기 때문입니다.

Interview ③ 타겟 (Target)

16)

타겟
(Target)

- **유형:** 소매 체인점
- **업체 특징:**
  - 1962년 미네소타에서 영업을 시작한 미국의 소매 체인점
  - 미국 전역에 1,956개의 매장을 운영하며 45개 이상의 자체 브랜드 소유
  - 식료품, 의류, 가구, 주방도구, 전자제품 등 광범위한 제품 취급

담당자 정보

Retailer

고객사 제품 정보

세부품목	볶음밀키트
소비자가격	약 18.11달러 (25,000원)
중량	1,000g
포장 형태	파우치/트레이

타겟(Target) Retailer

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 포장 형태, 인증은 적절한가요?

당사에서 판매중인 볶음밀키트 제품의 중량과 가격을 참고하면 현지 시장을 더 잘 이해할 수 있습니다. 당사에서는 세서미 데리야키 치킨 스티어 프라이 밀키트(Sesame Teriyaki Chicken Stir Fry Meal Kit) 1.24kg을 16.99달러(23,448원)의 가격에 판매 중이고, 치킨 브로콜리 마카로니&치즈 밀키트(Chicken Broccoli Macaroni & Cheese Meal Kit) 1.47kg도 16.99달러(23,448원)에 판매중입니다. 다양한 브랜드가 각기 다른 포장 방식을 사용하지만 일반적으로 파우치와 트레이 형태가 가장 많이 사용됩니다. 이 포장방식이 더 효율적이고 편리하며 휴대하기 쉽기 때문입니다. 관계자는 고객사 제품이 매우 좋아 보인다고 평가했으며 보존제나 인공 색소를 사용하지 않은 것을 강조했습니다. 인공색소 첨가는 소비자들에게 부정적인 인상을 줄 수 있기 때문입니다.

Q2. 미국 볶음밀키트 시장의 규모와 주요 소비자에 대해 설명해주세요.

미국 볶음밀키트 시장은 전 세계에서 가장 큰 시장 규모를 자랑합니다. 소비자들에게 편리함, 신선한 재료, 그리고 집에서 만든 식사의 경험을 제공하기 때문입니다. 동시에 레스토랑에서 제공하는 식사와 유사하지만 더 저렴한 가격으로 제공됩니다. 미국은 전 세계 볶음밀키트 시장의 80% 이상을 차지하며 수요가 가장 높은 시장입니다. 볶음밀키트의 주요 소비자는 직장인과 소규모 그룹입니다. 가격 때문에 학생들은 자주 소비하지 않습니다. 제품은 요리 기술이 부족한 사람들 사이에서도 수요가 높습니다. 직장인들 사이에서 특히 제품에 대한 수요가 높은 이유는 쉽게 소비할 수 있고, 몇 분 안에 식사를 준비할 수 있기 때문입니다.

16) 사진자료: 타겟(Target) 공식 홈페이지

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

건강한 음식에 대한 수요가 증가하며 볶음밀키트에 대한 관심이 높아졌습니다. 소비자들은 맛있으면서 건강에 좋은 밀키트를 구매하고자 합니다. 또한 소비자들은 바쁜 일상에서 빠르고 간편하게 해결할 수 있는 식사와 합리적이면서도 저렴한 제품에 대한 수요가 높습니다. 마지막으로 많은 소비자들은 제품의 1회 제공량과 재료를 중요하게 생각합니다.

Q4. 고객사가 미국 시장에 볶음밀키트를 판매하기에 적합한 유통채널은 무엇인가요?

먼저, 타겟과 같은 회사와의 소매 파트너십을 통해 오프라인 매장과 온라인 채널을 동시에 활용하는 방법입니다. 편의점, 하이퍼/슈퍼마켓과 같은 전통적인 채널, 아시안마트와 같이 전문적인 채널도 추천합니다. 마지막으로 우버이츠(Uber Eats), 그럽허브(Grubhub) 등의 음식 플랫폼을 활용한다면 고객사의 제품을 효과적으로 유통할 수 있습니다.

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

당사의 경우 고객들에게 점포 내에서 프로모션을 제공하는 것이 효과적인 홍보 전략이었습니다. 제품을 눈에 띄는 방식으로 진열하는 것도 고객을 끌어들이는 데 도움이 됩니다. 고객들에게 제품에 대한 리뷰와 후기를 요청해 다른 고객들이 구매 결정을 내릴 때 도움이 되도록 할 수 있습니다. 이러한 전략들을 통해 볶음밀키트를 성공적으로 홍보할 수 있습니다.

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

인기 제품 회사는 고객에게 할인 및 쿠폰을 제공합니다. 소셜 사이트에서 강력한 입지를 확보하고 있어, 소셜 사이트에서 제품을 홍보하는 경우가 많습니다. 이메일 마케팅을 하는 경우도 많은데, 브로셔와 새로 추가된 제품, 특히 큰 할인 혜택에 대한 정보를 제공하는 것이 일반적입니다.

해양수산부
한국수산무역협회
KOREA FISHERY TRADE ASSOCIATION

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)

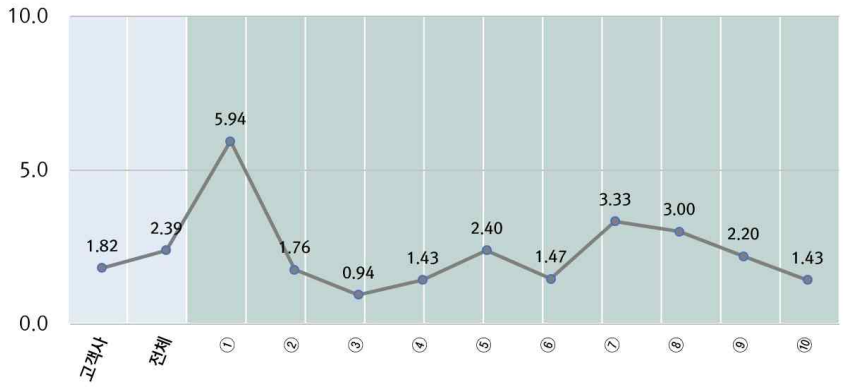
① 쿡 옥토퍼스
(스타비스 씨푸드)
② 쿡 쉬림프
(아마존)
③ 피이아이 머슬 인 쉘
(피이아이 머슬 킹)
④ 쉬림프
(코스트코)
⑤ 욕심담은 놀부 쭈꾸미 철판볶음
(N사)
⑥ 절단낙지
(S사)
⑦ 명품 쭈꾸미
(S사)
⑧ 우와!한 쭈꾸미
(M사)
⑨ 쭈꾸미
(서울트레이딩)
⑩ 쫄깃 쭈꾸미
(그랜드 비케이)

▶ 고객사 제품 100g당 가격, 경쟁제품 평균 가격 대비 낮은 편

고객사 제품 100g당 가격은 1.82달러(2.500원[17])로, 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격인 2.39달러(3,298원)보다 소폭 낮은 수준임. 비율로 살펴보면, 고객사 제품의 가격은 볶음밀키트 10개의 평균 가격의 약 76% 수준으로 조사되어 고객사 제품이 경쟁제품 대비 가격 경쟁력이 있다는 것을 확인함

[표 5.1] 미국 볶음밀키트 가격 경쟁력 분석

(단위: 달러/100g)



17) 1달러=1,380.10원(2024.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 중량

경쟁제품(제조사)

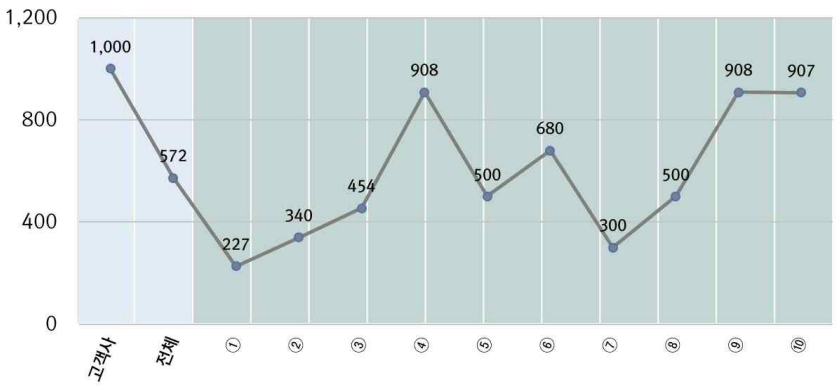
① 쿡 옥토퍼스
(스타비스 씨푸드)
② 쿡 쉬림프
(아마존)
③ 피이아이 머슬 인 쉘
(피이아이 머슬 킹)
④ 쉬림프
(코스트코)
⑤ 욕심담은 놀부 쭈꾸미 철판볶음
(N사)
⑥ 절단낙지
(S사)
⑦ 명품 쭈꾸미
(S사)
⑧ 우와!한 쭈꾸미
(M사)
⑨ 쭈꾸미
(서울트레이딩)
⑩ 쫄깃 쭈꾸미
(그랜드 비케이)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 매우 큰 편

고객사 제품의 중량은 1,000g으로 볶음밀키트 경쟁제품 10개의 평균 중량인 572g보다 매우 높은 수준임. 비율로 살펴보면 고객사 제품의 중량은 볶음밀키트 경쟁제품 10개의 평균 중량의 약 175% 수준으로 조사되어 평균 중량과의 편차가 상당히 큼을 알 수 있음. 미국에서 판매되는 볶음밀키트 중량이 낮은 점을 보면, 고객사는 제품의 중량을 다양화하여 시장에 진출하는 방향을 고려할 수 있음

[표 5.2] 미국 볶음밀키트 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

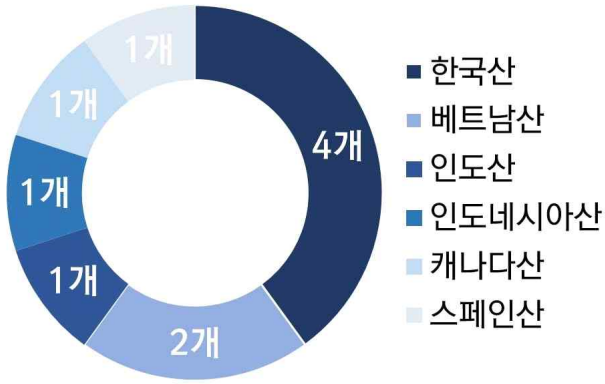


3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 중 4개 제품의 원산지, 한국

미국에서 판매 중인 볶음밀키트 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개 제품 중 4개 제품이 한국산 제품임을 확인함. 그 외 베트남산 볶음밀키트 제품 2개와 인도, 캐나다, 스페인, 인도네시아산의 제품을 각 1개씩 확인함. 다른 국가의 제품보다 한국산 제품이 많은 점을 통해, 볶음밀키트 제품에 있어 한국산 제품에 대한 현지의 수요가 높음을 알 수 있음

[표 5.3] 미국 볶음밀키트 제품 원산지 경쟁력 분석

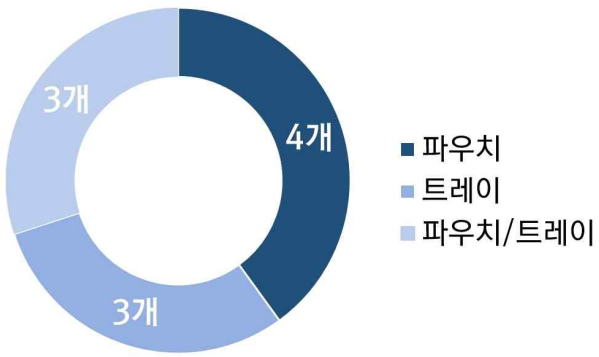


4) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 7개 제품 파우치로 제품 포장

미국에서 판매 중인 볶음밀키트 10개 제품의 포장 형태를 조사한 결과 7개 제품은 파우치로 제품을 포장한 것으로 확인됨. 그 중 3개 제품은 트레이를 사용해 제품 내부를 추가 포장한 것으로 확인됨. 그 외 파우치 없이 트레이를 사용한 제품 3개가 조사되었고 그 중 2개 제품은 박스를 추가해 제품 외부를 포장한 것을 확인함

[표 5.4] 미국 볶음밀키트 제품 포장 형태 경쟁력 분석

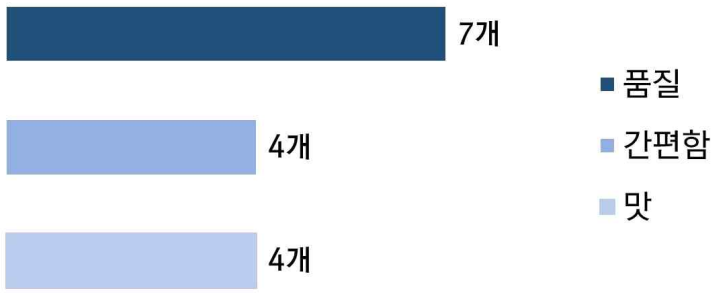


5) 홍보문구

▶ 현지 경쟁제품, 제품의 품질을 강조하는 홍보문구 사용

미국에서 판매 중인 볶음밀키트 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과 '최고 품질의', '청정해안에서 갓 잡은', '신선한' 등 제품의 품질을 강조하는 홍보문구 7개를 발견함. 또한 '전부 조리된', '손질이 완료된' 등 제품의 간편함을 강조한 홍보문구 4개가 확인됨. 마지막으로 '부드럽고 풍미가 풍부한', '세대를 잇는 정성의 맛', '쫄깃하고 오돌한' 등 제품의 맛을 강조한 문구 4개가 조사됨

[표 5.5] 미국 볶음밀키트 제품 홍보문구 경쟁력 분석[18)]



18) 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, 홀 푸드 마켓, 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

현지 벤치마킹 인기 제품
(피이아이 머슬킹 _
피이아이 머슬 인 쉘)

'간편함 강조하는
홍보문구'

공통 특징①
인증

공통 특징②
가공 형태

◂ 벤치마킹
제품특징
홍보 문구

고객사 제품

'조리해 바로 먹을 수 있는
타우린과 단백질 풍부'

공통 특징①
홍보문구

공통 특징②
가공 형태

벤치마킹 ▸
원산지
표기 강조

현지 벤치마킹 인기 제품
(고야 _
옥터포스 스타일 스쿼드
피시즈 인 갈릭 소스)

'품질 보증하는
원산지'

2) 벤치마킹 제품 분석
- 인증 표기 강조

▶ 벤치마킹 제품, 간편함 강조하는 홍보문구 사용

현지에서 판매 중인 볶음밀키트 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 벤치마킹 제품은 최소한의 과정으로 섭취가 가능하다는 간편함을 강조한 홍보문구를 가진 것으로 조사되었음. 벤치마킹 제품을 포함하여 총 4개의 제품이 '조리 과정의 단축', '빠르게 섭취 가능' 등의 홍보문구를 사용해 제품의 장점을 소비자에게 명확하게 전달함. 이는 미국 소비자들의 간편한 식사에 대한 선호가 반영된 것으로 보임. 따라서 고객사 제품도 판매하고자 하는 제품의 간편함을 강조하는 홍보문구를 사용한다면 소비자들의 선호가 증가할 것으로 판단됨

[표 5.6] 미국 볶음밀키트, 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) 빠르고 간편하게 끼니를 준비할 수 있다는 점은 바쁜 소비자들에게 큰 매력 포인트입니다. 소비자들은 바쁜 일상에서 빠르고 간편하게 해결할 수 있는 식사에 대한 수요가 높습니다 직장인들 사이에서 특히 제품에 대한 수요가 높은 이유는 쉽게 소비할 수 있고, 몇 분 안에 식사를 준비할 수 있기 때문입니다

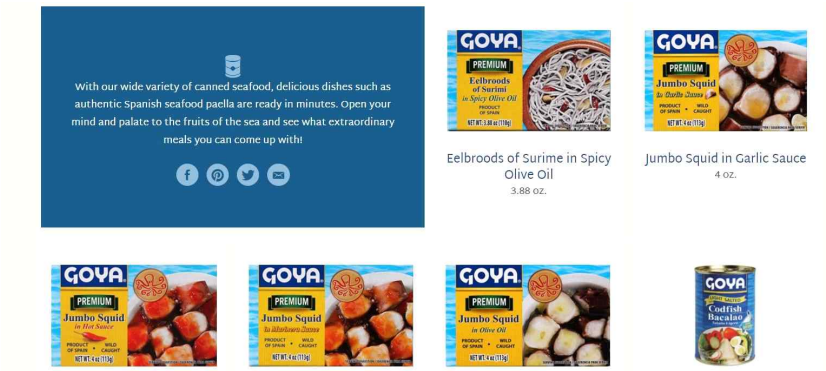
3) 벤치마킹 제품 분석
- 제품 특징 홍보문구

▶ 벤치마킹 제품, 원산지 표기 강조

현지에서 판매 중인 볶음밀키트 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 한국산 원재료를 사용한 제품이 4개로 가장 많이 조사되었음. 이러한 결과는 미국 소비자들의 한국 수산물에 대한 신뢰도가 높다는 것을 의미함. 따라서 벤치마킹 제품이 스페인산 원료를 사용해 제품의 맛과 품질을 보장하듯 고객사 제품도 한국산 수산물의 뛰어난 품질과 영양을 강조한다면 소비자들에게 제품의 장점을 효과적으로 전달할 수 있을 것으로 보임

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.7] 볶음밀키트 기업 마케팅 벤치마킹

<table>
<tr><td rowspan="2">선정 기업
기본 정보</td><td>기업명</td><td colspan="2">고야(Goya)</td></tr>
<tr><td>기업 설명</td><td colspan="2">1936년 스페인 이민자들이 설립한 미국에서 가장 큰 히스패닉계 식품회사로 라틴 요리 문화의 영향을 받은 제품을 취급함. 카리브해, 멕시코, 스페인 등 중남미에서 생산된 원재료를 이용해 2,500종 이상의 제품을 공급함. 현재 코스트코(Costco), 샘즈클럽(Sam's Club) 등 전국 단위의 클럽 매장에서 제품을 판매중이며 홈페이지 내 자사 제품을 활용한 레시피를 공유하고 있음</td></tr>
<tr><td rowspan="4">주요
마케팅
전략</td><td rowspan="2">현지화된
다양한 상품군</td><td colspan="2"> 
</td></tr>
<tr><td colspan="2">미국 소비자들의 다양한 선호를 충족하기 위해
현지화된 다양한 상품군 보유</td></tr>
<tr><td rowspan="2">온라인 채널을
통한 제품 홍보</td><td>
</td><td>
</td></tr>
<tr><td>제품 소개 및
제품을 활용한 레시피 제공</td><td>페이스북, 인스타그램 등 SNS 플랫폼
통해 제품 정보 제공 및 프로모션 진행</td></tr>
<tr><td rowspan="3">요약</td><td>판매채널</td><td colspan="2">현지 오프라인, 온라인 매장 모두 진출</td></tr>
<tr><td>홍보채널</td><td colspan="2">자사 홈페이지 및 SNS 채널을 활용하고 있음</td></tr>
<tr><td>홍보문구</td><td colspan="2">제품의 간편함과 높은 품질을 강조</td></tr>
</table>

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, Deal 등
중량	판매 제품 중량에 대한 평가	Weight, Serving, Size, Packs 등
제품 선호도	판매 제품 선호도에 대한 평가	Satisfaction, Repurchase 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Taste, Flavor, Scent, Bitter 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Quality, Hygenic, Tender 등

▶ 울타리몰에서 판매되고 있는 볶음밀키트 제품 선정

[표 5.9] 온라인 인기제품 리뷰 분석 제품 정보

판매 사이트	울타리몰 (Wooltari)	리뷰 수	296건
제품명	하남 스터프라이드 웹풋 옥토퍼스 미디움 스파이시 (Hanam Stir-fried Webfoot Octopus Medium Spicy)		
제품 종류	볶음밀키트	소비자가격	16.95달러 (약 23,393원[19])
중량	350g	포장	파우치/트레이
특징	맛있게 매운맛, 쭈꾸미 함량 81%, HACCP 인증		

19) 1달러=1,380.10원(2024.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

분석 제품 정보

사이트	울타리몰
분석 건수	296건
제품명	하남 스터프라이드 웹풋 옥토퍼스 미디움 스파이시
제품 종류	볶음밀키트
소비자가격	16.95달러 (약 23,410원)
중량	350g
포장	파우치/트레이
특징	맛있게 매운맛, 쭈꾸미 함량 81%, HACCP 인증

▶ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, '맛' 만족도 높은 편

빅데이터 분석을 통해 미국 온라인 쇼핑몰에서 인기리에 판매되고 있는 볶음밀키트 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, '맛'에 대한 긍정 점수가 433점으로 가장 높게 나타났으며, 부정 점수가 86점으로 긍정 점수에 비해 낮은 편임. 그다음으로는 '제품 선호도'에 대한 긍정 점수가 138점으로 높은 편이며, 부정 점수가 26점으로 격차를 보이고 있음. 이로써 소비자들은 온라인 채널에서 판매되는 볶음밀키트 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]

지 표	긍정 점수	부정 점수
가격	44	14
맛	433	86
제품 선호도	138	26
중량	89	29
품질	62	9
종합	766	164

분석 제품 정보

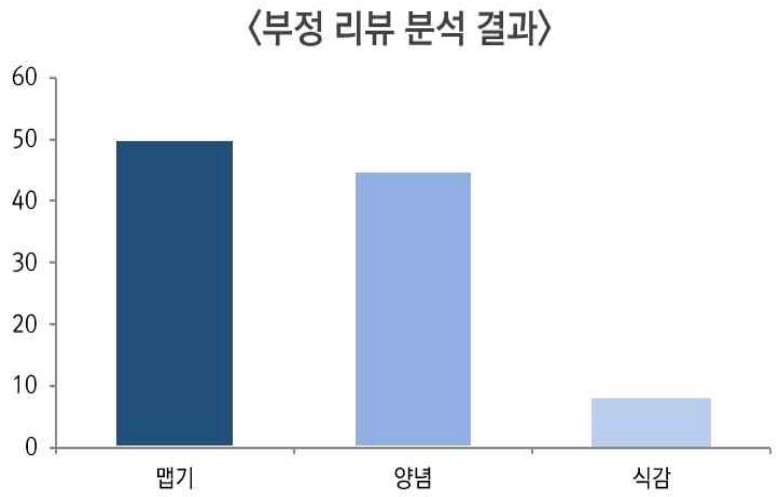
사이트	울타리몰
분석 건수	296건
제품명	하남 스터프라이드 웹풋 옥토퍼스 미디움 스파이시
제품 종류	볶음밀키트
소비자가격	16.95달러 (약 23,410원)
중량	350g
포장	파우치/트레이
특징	맛있게 매운맛, 쭈꾸미 함량 81%, HACCP 인증

▶ 부정 리뷰 분석 결과, '양념'에 대한 선호도 낮아

감성분석 결과, 부정 점수가 가장 높았던 '맛'에 대한 심층 분석을 실시함. 분석 결과, 소비자들은 일반적으로 볶음밀키트 제품의 품질을 긍정적으로 인지하고 있으나, 제품의 양념과 식감에 대한 소비자들의 불만이 제품의 구매를 저해하는 요인으로 확인되었음. 특히 제품의 '양념'에 관한 부정적 리뷰가 많이 발견되었음. 소비자들은 제품의 양념이 너무 '자극적'이다, 취향에 따라 너무 '맵다'나 '싱겁고 순하다'와 마지막으로 양념이 '텁텁'하다며 부정적인 경험을 보고하였음. 또한 '고무줄처럼 질기다'와 같은 제품의 식감에 대한 부정적 리뷰도 일부 확인되었음

[표 5.11] 온라인 인기제품 부정 리뷰 분석

(단위: %)



[부정 리뷰 상세 내용]

항목	상세 리뷰
맵기	보통 매운 맛이라고 믿을 수 없을 만큼 맵다 기대한 것보다 너무 양념이 순하고 싱겁다
양념	리뷰가 왜 이리 좋은지 모르겠다 양념이 자극적이다 양념이 텁텁해서 아쉽다
식감	쭈꾸미가 고무줄처럼 질기다

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 스태티스타 (www.statista.com)
2. 아마존 홈페이지 (www.amazon.com)
3. 월마트 홈페이지 (www.walmart.com)
4. 크로거 홈페이지 (www.kroger.com)
5. 브리태니커 백과사전 홈페이지 (www.britannica.com/place/California-state)
6. 구글맵 (www.google.co.kr/maps)
7. 아마존프레시 홈페이지 (www.amazon.com/alm/storefront?almBrandId=QW1hem9uIEZyZXNo)
8. 코스트코 홈페이지 (www.costco.com)
9. 시온 마켓 홈페이지 (zionmarket.com)
10. 에이치 마트 홈페이지 (www.hmart.com)
11. 스타비스 씨푸드 홈페이지 (www.stavis.com)
12. S사 홈페이지 (www.wangfood.com)
13. 고야 홈페이지 (www.goya.com)
14. 울타리몰 홈페이지 (www.wooltariusa.com)
15. 에이치이비 홈페이지 (www.heb.com)
16. 타겟 홈페이지 (www.target.com)

2024
수출기업 맞춤형 해외시장조사

발행 겸 편집 한국수산무역협회

발 행 일 자 2024.09.27

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

Copyright 2024 한국수산무역협회 All Rights Reserved.
Printed in Korea

해양수산부

한국수산무역협회
KOREA FISHERY TRADE ASSOCIATION