

## □ 현지 여건 및 수출확대방안

### 경쟁력 진단

- 구매한 김이 한국산 브랜드라는 것을 전혀 알 수 없음

  - 러시아인들은 대부분 김을 일본 식품으로 인식하기 때문에 김=한국산이라는 인식이 거의 없고 소비방법에 있어서도 반찬으로 인식하지 않음
- 소비자 대부분이 김=일본으로 인식하고 있고, 초밥과 함께 먹는 것이라는 인식이 초기에 형성되어 일본 초밥과 관련된 것으로 생각함

  - 스시노리라는 이름에서 알 수 있듯이 스시 목적의 미역으로 인식하고 있음
- 최근 맥주 안주나 과자처럼 김을 소비하기도 하면서 판매가 늘어나고 있음

  - 김의 소비는 소비자들이 자체적으로 개발하거나 초기 수용자를 중심으로 스넥으로 소비하고 그 효과를 입소문 내는 형태로 정착되었음
- 대형 유통매장에는 국내 브랜드들 중심으로 판매가 되고 있으나 소형 유통매장의 경우 한 두 개 품목만 구비되어 있음

제품	→	맥주안주용 및 과자류용 김 제조 판매	
브랜드		크기	-
가격		맛	· 과자류용 김의 경우 성인보다는 어린이가 많이 먹기 때문에 캐릭터 등을 활용한 상품개발 필요
유통 및 프로모션		포장	-
		품질	-

제품	→	<b>한국산 김의 안전성과 한국 고유의 전통과 연계된 브랜드 필요</b>	
브랜드		High	· 한국산이라는 브랜드 인식이 되어 있지 않음 (일본산으로 인식)
가격		선호도	· 판매되는 대부분의 상품이 한국산으로서 유통업체나 판매자의 경우 한국산 김의 품질경쟁력을 인정하고 있음
유통 및 프로모션		Low	-

제품	→	<b>한국산이라고 비싸거나 하지는 않고, 용량을 고려할 때 중국산, 일본산과 큰 차이는 없음</b>	
브랜드		High	· 기본적으로 일본산이라는 인식이 큰 품목으로 일본산 선호
가격		선호도	· 용량을 고려할 때 중국산, 일본산과 큰 차이는 없음
유통 및 프로모션		Low	-

제품	→	<b>다양한 시식행사 등 프로모션을 통해 김을 어떻게 소비하는 지 보여준다면 보다 많은 사람이 김을 소비할 것으로 생각됨</b>	
브랜드		High	· 대형마트를 통해서 판매가 되며, 특히 주류 코너에서 판매 필요
가격		만족도	· 초밥용 김의 경우 초밥제작 행사와 함께한다면 김의 소비도 늘어날 수 있음
유통 및 프로모션		Low	· 어린이용 김과자를 제작을 한다면 추가 수요 가능

## 수출확대 방안

- > (맥주안주용 판매) 20개입이, 30개입이 포장을 통해 맥주안주용 김으로 특화하거나, 맥주안주(땅콩 등)와 함께 패키지로 개발하는 방법 필요하며, 참기름이나 소금을 많이 뿌리면 맥주안주용으로 다소 팔 수 있음
  - 현재 이미 김을 스낵용으로 구매하고 있기 때문에 스낵용에 맞게 대포장 형태로 상품을 개발하는 방법도 수출확대를 위한 방법임
  - 동시에 맥주와 함께 소비하는 경우가 많음을 고려할 때 맥주코너에 배치하거나 맥주와 함께 소비할 수 있는 패키지 상품으로 개발 필요
- > (과자류용 김 제조 판매) 초밥용 목적의 김은 초밥제조가 어려워서 판매가 힘들기 때문에 과자류에 김을 붙인 형태의 김 제품 개발 필요
- > (초밥세트 김 제조 판매) 초밥에 대한 소비가 많아서 초밥세트에 김을 포함하여 판매하는 방법 고려 필요

### 스낵류 김시장 개척

#### 소포장 형태 스낵류 김 공급

- 10개 내외(5g) 50루블 이내 스낵류 제품 개발 필요
  - 러시아에서는 김을 김밥이나 스시로 먹기보다는 간식이나 술안주 등 스낵으로 먹고, 소포장 형태로 구입하기 때문에 이러한 소비형태에 맞는 제품 개발 필요
- 소비방법에 대한 이미지 제시 필요(김밥이 아닌 스낵으로 인식 필요)

#### 러시아인의 취향에 맞는 향미 개발

- 올리브맛, 참기름맛, 깨참가 맛 등 다양한 향미를 넣은 제품 다수
  - 김에 가미된 맛들이 많고 올리브 맛 김에 대한 소비가 많음
- 러시아인의 취향에 맞는 향미와 제품형태 개발 필요
  - 통조림 형태로 깨를 첨가한 김이 출시되는 등 다양한 형태 제품 개발 필요

#### (중장기) 한국산 건강식품 인지도 제고 필요

- 스시의 영향으로, 김=일본음식이라는 인식이 강해 장기적으로 김=한국산 건강식품이라는 브랜드 확보 필요
  - 지금까지 김은 스시용 재료로 인식되고 있고, 스시세트와 함께 판매되었음
  - 따라서 김을 일본음식으로 인식한 경우가 많음
  - 중장기적으로 김=한국산이라는 브랜드 확보 필요