



지역 특화 수산물 홍보 및 마케팅 용역

결과 보고 자료

INDEX



K-FOOD와 사전 환경 조사



선행 연구와 상품화 방향성



상품개발 및 기획



유통마케팅 과업 수행



결과분석 및 제언

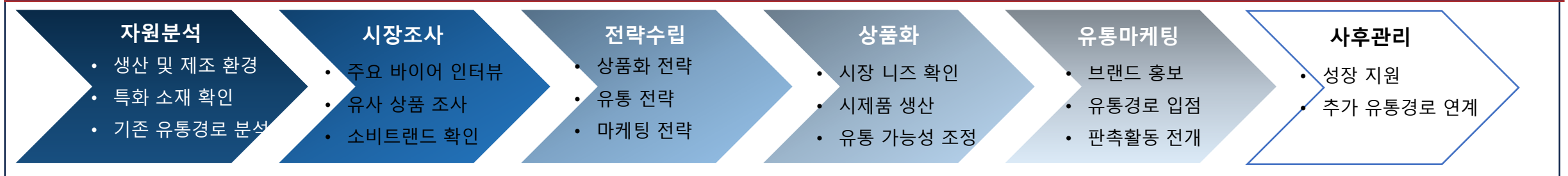
과업명	지역특화 수산물 홍보 및 마케팅 용역 수산식품(HMR등)·패키지 개발 및 유통연계
발주기관	군산시
용역사	(주)알파랩
계약기간	2024. 09. 09 ~ 2025. 11. 30
세부과업	<ul style="list-style-type: none">- 지역 수산물 활용 대표상품(HMR·밀키트 등) 개발- 국·내외 소비처(기업체) 연계 판로개척 및 납품 지원- 종합 마케팅 지원- 과업 수행 결과 관리 및 보고, 사후관리 지원 등
사업KPI	<ul style="list-style-type: none">- 지역 수산물 활용 대표상품(HMR·밀키트 등) 개발- 국·내외 소비처(기업체) 연계 판로개척 및 납품 지원

Mission

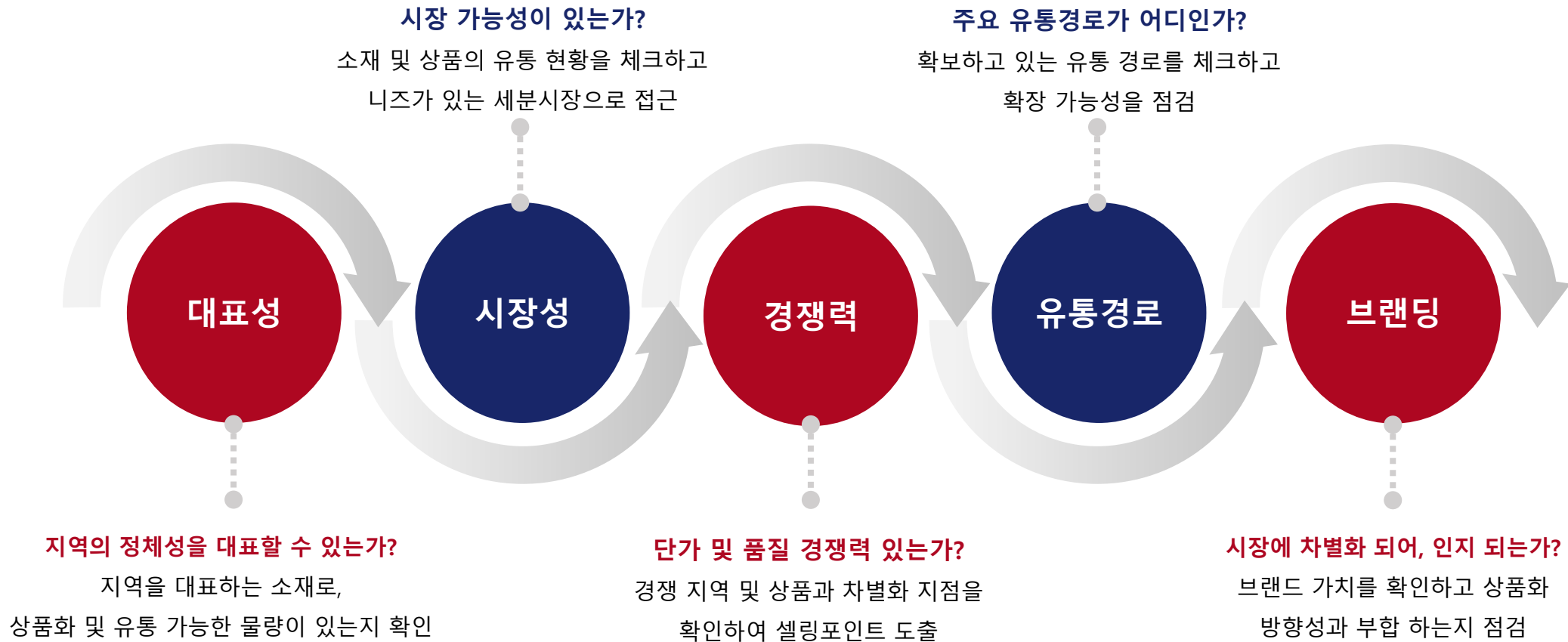
군산 수산물의 저변 확대를 통한 지역경제 활성화 도모

<p>과업 목적</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 군산내 수산 자원의 유통경로 확대를 위한 상품 개발을 도모하여 고도화 하고 이를 통한 매출 확대 ▶ 지역을 대표하는 상품을 발굴하고, 수산 자원의 중심 도시로서 군산의 브랜드 공고화 ▶ 최종 군산 수산 자원의 새로운 가치를 발견하고 이에 대한 소비 접점 확대에 해당 사업의 목적이 있다고 할 수 있음 			
<p>목표</p>	<p>군산을 대표하는 수산물 상품 개발</p>		<p>개발된 상품의 유통경로 발굴 및 안정</p>	
<p>주요 과업</p>	<p>공동 브랜드 개발</p>	<p>특화상품 개발</p>	<p>유통 판로 개척</p>	<p>마케팅 지원</p>
<p>세부 추진 전략</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 지역가치가함의 될수 있는 스토리텔링 • 직관적인 브랜드명 구성 • 상징의 디자인성을 강조하여, 패키지 등 활용 및 가치 상승에 기여 • 브랜드 관리 및 유지를 위한 기준 도출 	<ul style="list-style-type: none"> • 바이어 니즈 고려, 시장 지향적 상품개발 추진 • 관내 생산 자원 활용 • 소비 트렌드를 반영한 상품 • 신규 시장 및 소비자 접근 도모 	<ul style="list-style-type: none"> • 상품 개발 단계에서 확보한 바이어를 통해 안정적 유통 구조 확립 • 유통 판로 입점을 위한 필요사항 지원 • 바이어 및 소비자 피드백 수렴 	<ul style="list-style-type: none"> • 공동브랜드 마케팅을 통해 효율화 • 입점 경로에서 안정적 정착을 도모하기 위한 판촉 중심의 마케팅 활동 전개

본 과업 운영 프로세스

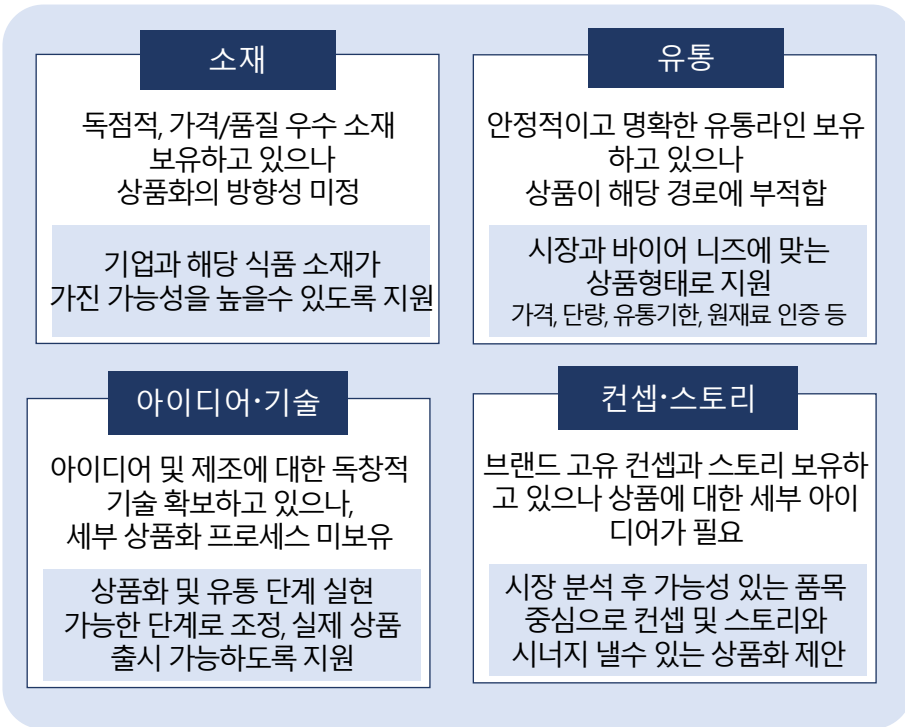


소비시장에서 군산을 대표하기 위한 상품화의 관점을 다섯가지로 나누고 세부 과제 수행 특화 상품화를 위해 자원과 제조사에 대한 다섯가지 키워드 검토



군산 수산자원의 네 가지 관점에 따른 자원들을 리스팅 하고 분석 진행

자원이 가진 강점에 따라 상품화의 방향성과 시장의 니즈에 각각 다르게 기여



소재 : 쿠엔즈 버킷



업사이클링 관점 참깨박, 대두박을 사용하여 베지스톡과 파스타소스 등을 개발

아이디어·기술 : 김치V



동결건조 블록형태 김치블록 개발, SIAL Paris 2022에서 혁신상 수상

유통 : 프로분식 상온떡볶이KIT



상온으로 유통기한 18개월을 확보할 수 있는 상품을 완성, 해외 7개국 수출중(영국, 스위스 등)

컨셉·스토리 : 송어곤드레밥



지역 대표 곤드레와 업체의 상징 송어를 사용한 밀 키트 개발, 추가 매출 기회 확보

군산은 이미 내제된 다양한 자원들을 확보하고 있어, 이를 효과적으로 배열하여 사용 **활용 가능한 자원들을 조합하여, 시장 가능성을 높일 수 있는 방향으로 구조화**

소재

유통 물량, 생산량, 단가, 관능과 같은 시장 관점의 특징점 뿐만 아니라 지역 대표성 또한 고려하여 선정해야 함

어획되는 수산 자원은 개별 이슈에 따라 연간 다른 이슈가 있을 수 있음 대응 가능한 전략을 함께 고민해야 함



유통

군산 수산물의 주요 유통처와 독자적으로 확보하고 있는 경로를 파악하고, 강점으로 활용할 수 있을지 체크

군산은 고군산군도와 근대화 거리를 포함 전북의 대표 관광지 중 하나로, 관외 고객의 방문 소비가 있는 시장



아이디어·기술

관내 가공 기업들이 확보하고 있는 가공 기술을 중심으로 파악하여 특화 상품 개발 활용 포인트 발굴

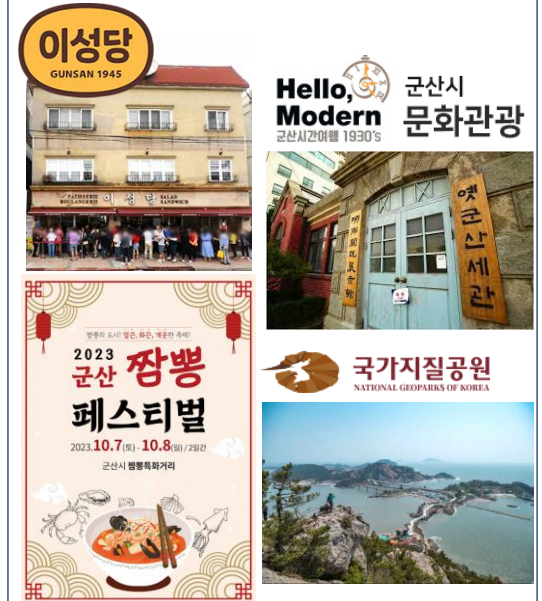
군산시는 수산물 특화단지를 조성 하는 등 가공 기술 고도화에 투자하고 있으며, 수협 부터 로컬 단위 까지 다양한 제조사 존재



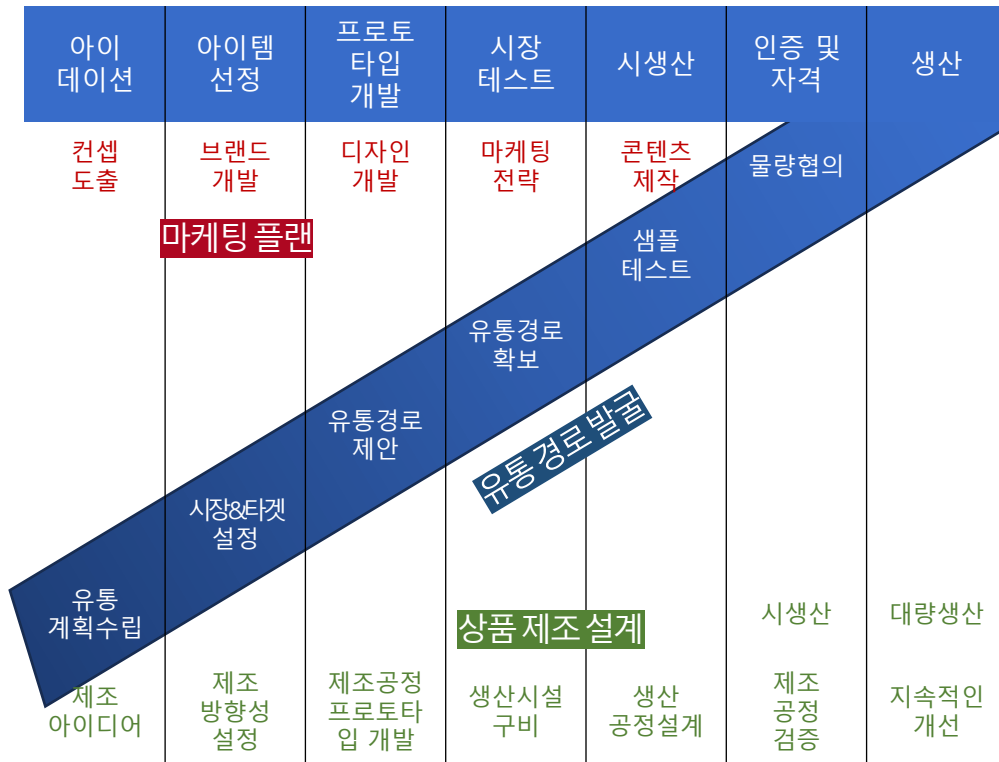
컨셉·스토리

자연환경, 문화적 환경, 역사성 등 다양한 요소를 통해 특화 상품의 정체성을 강화할 수 있는 요소를 탐색

대표 관광지로 소비자가 인지하고 있는 대표적인 스토리 자원들이 산재하고 있음



바이어의 니즈와 관내 가공업체의 상품화 가능성을 매칭하여 공정 설계 및 다각적 상품화 플랜 수립 시장조사 후 발굴된 니즈를 바탕으로, 시장지향적 상품화 추진



상품화 **상품 생산에 대한 기술 및 안전성 확인**

- 유통 및 마케팅 관점에서 실질 상품화 가능 여부 확인
- 자체 생산 및 공정을 점검하고 추가 OEM/ODM 여부 판단
- 생산 상품에 대한 품질 관리 및 관능 확인

유통 **유통 경로 확보 및 제고, 물류 등 제반사항 점검**

- 유통 및 마케팅 관점에서 실질 상품화 가능 여부 확인
- 자체 생산 및 공정을 점검하고 추가 OEM/ODM 여부 판단
- 생산 상품에 대한 품질 관리 및 관능 확인

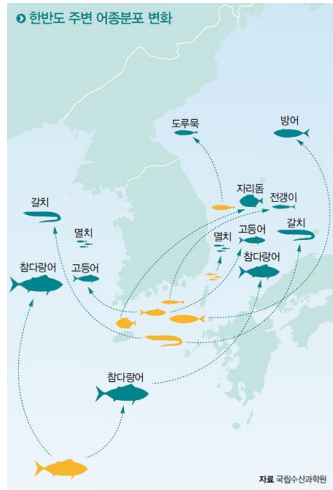
마케팅 **상품 확산을 위해 시장 및 소비자 점점 마련**

- 타겟 시장을 선정하고 그에 맞는 브랜드 및 컨셉 도출
- 소비자에게 소구할 수 있는 셀링포인트를 분석하여 전략 수립
- 최종 마케팅 콘텐츠 생산 및 배포 방향성 설정

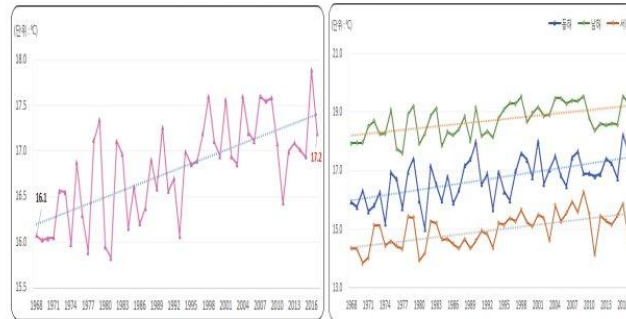
과거의 맛을 지키는 바다에서, 미래의 맛을 여는 바다로

해류의 변화와 기후 온난화가 천천히 바다의 얼굴을 바꿨다.
예전엔 흔했던 어종은 점점 줄어들고, 대신 새로운 종들이 군산 앞바다의 주인공이 되었으며 특히 참홍어는 몇년째 전국 최대 생산량을 보이는 명실상부 주산지로 변모하고 있다.

이제 군산 수산물물은 단순히 '전통의 맛'을 고집해서는 안된다.
바다의 변화에 귀 기울이며, 새로운 자원을 활용해 '지금의 바다'를 담아야 한다.
과거의 명성을 다시 이어가기보다, 변화에 맞춰 스스로를 새롭게 정의하려는 여정이 본 프로젝트의 의의다.



< 우리나라의 연평균 표층수온 추이 >



자료 출처 : 국립수산물관리원 '기후변화연구과'

Before

After

&

브랜드	공동 브랜드만 존재	수산물 공동 캐릭터 개발
상품	군산 대표성 약함	홍어 활용, 주산지 이미지 강화
마케팅	전시성, 이벤트성	지역 정체성 명확화

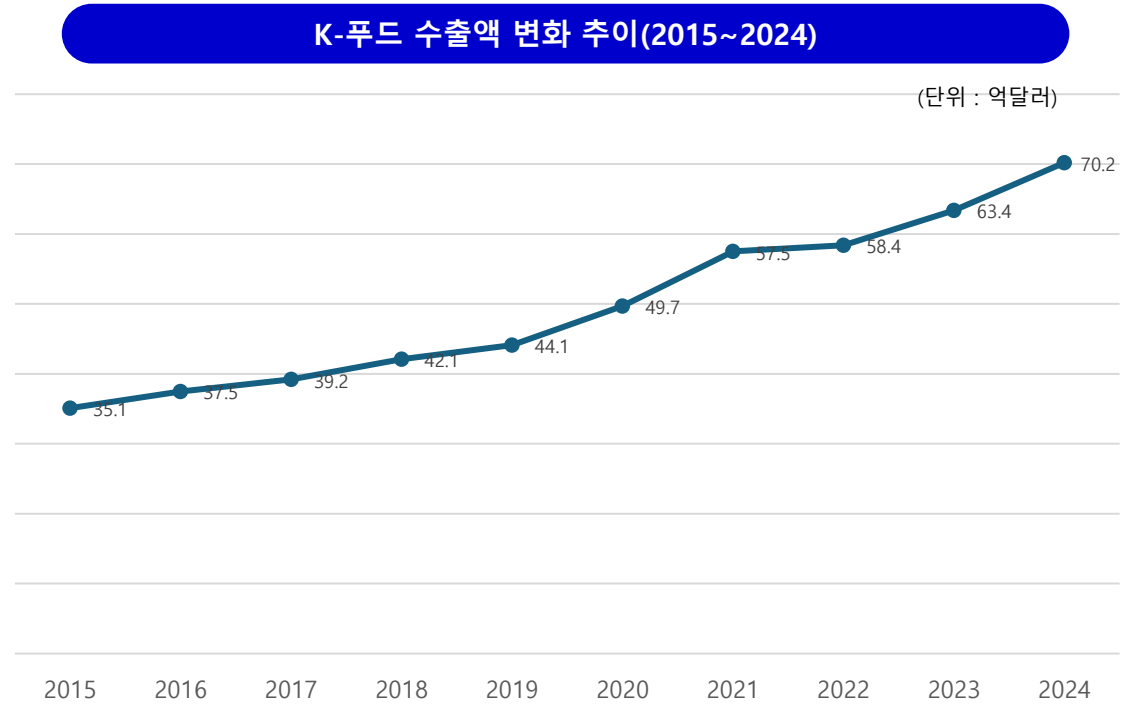
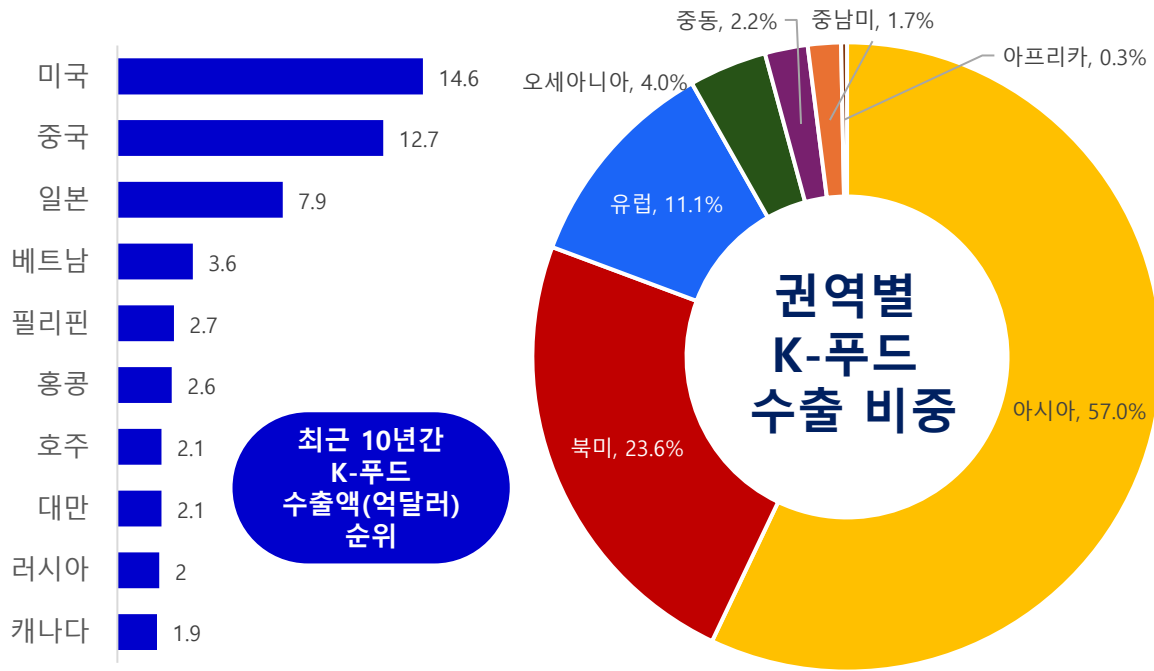
변화하는 바다와 소비 시장에 대비하기 위한 군산 수산물 리브랜딩 프로젝트

상품개발 및 브랜딩 방향성 설계 기초 자료	변화하는 트렌드에 맞춘 새로운 타겟을 위한	수산물 대표 산지로 군산 이미지 공고화	최종 상품 개발 완수 및 유통경로 매칭
자원 분석	브랜드 개발	마케팅 실행	생산 및 유통
<ul style="list-style-type: none"> K-Food와 수산업 군산 어업 자원 수산 단지 및 향후 파급력 진단 	<ul style="list-style-type: none"> 군산 캐릭터 개발 스토리텔링 구축 인스타툰 개발 굿즈 상품 개발 	<ul style="list-style-type: none"> 인스타그램 개설 콘텐츠 제작 및 배포 박람회 및 축제 참여 미디어 노출 	<ul style="list-style-type: none"> 특화상품 개발 특화 레시피 개발 캐릭터 상품 개발 개발 상품 유통

I. K-FOOD와 사전 환경 조사

지난 10년간 K-푸드 수출은 평균 8% 증가했으며, 지속적인 성장 예견

2024년 K-Food+ (농식품 + 전후방산업) 수출액은 역대 최고치인 130억 3천만 달러를 기록, 이는 전년 대비 6.1% 증가한 수치

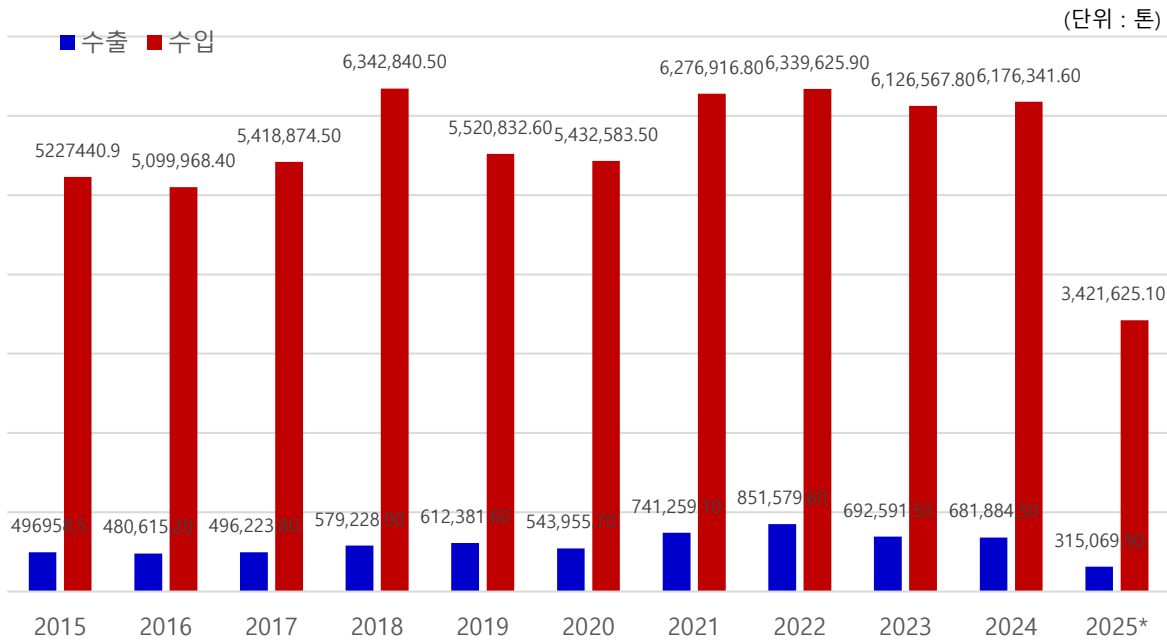


*출처 : 대한상공회의소, 2025.03.06, 보도자료, '10년간 K-푸드 수출 동향과 시사점'

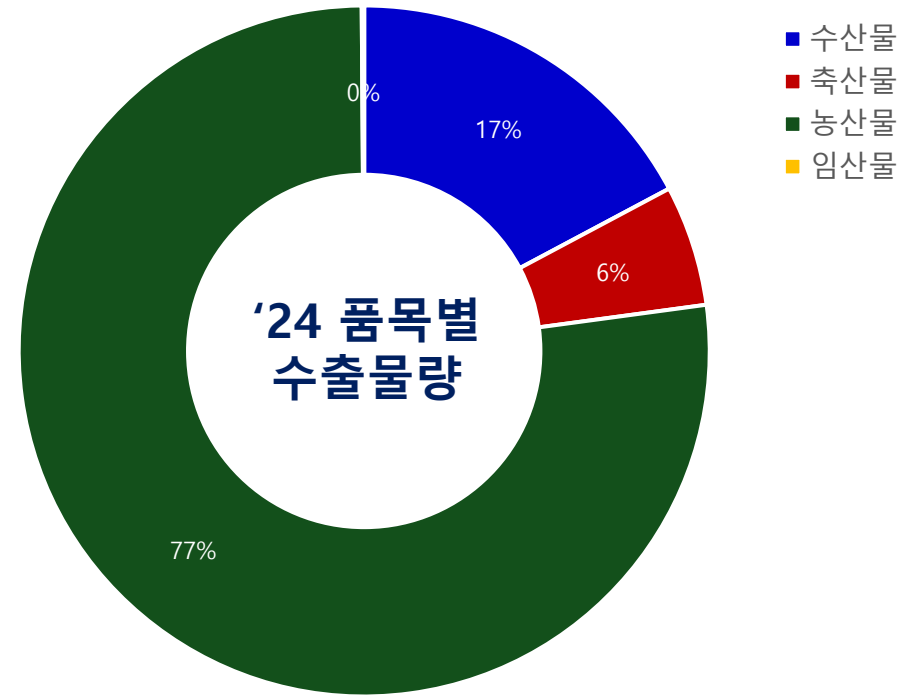
K-FOOD 수출을 선도하는 것은 품목은 농산물에 집중되어 있음

한국의 수산물 수출은 등락을 보이고 있으며 24년 기준 약 681,844톤 수출 되었으며 이는 17%정도의 비중

수산물 수출입 추이(2015~2025년)



*25년은 6월까지 데이터

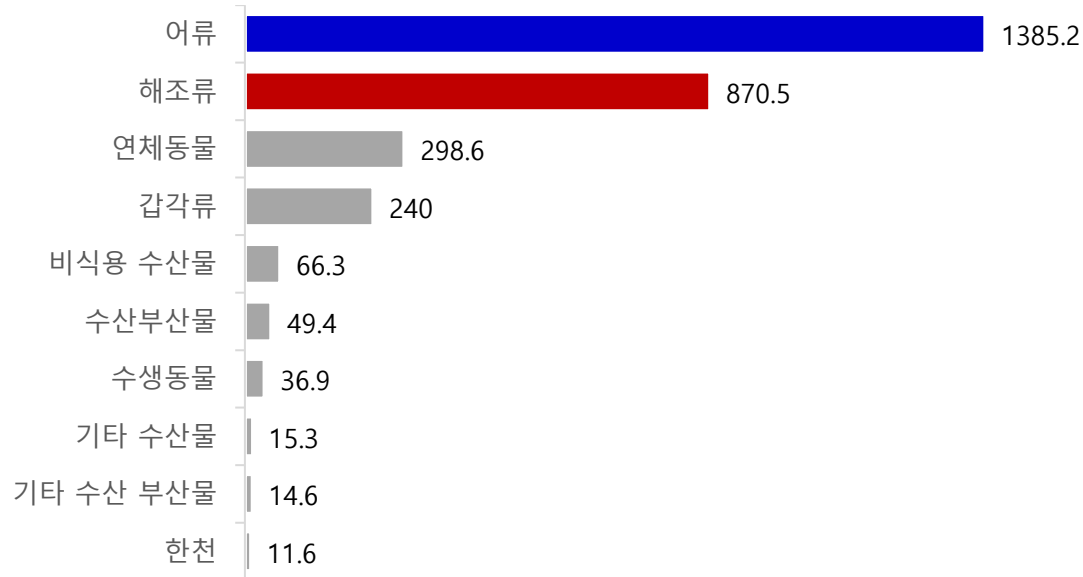


*출처 : 농식품수출정보 KATI 통계자료, AG코드 수산물 분류

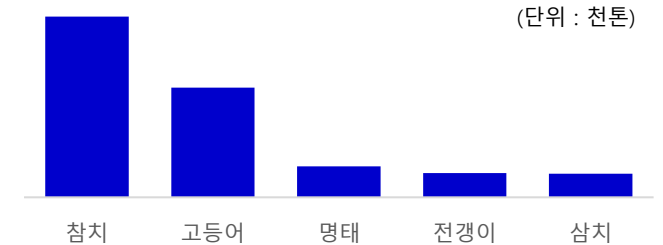
한국 수산물 수출은 검은 반도체 '김' 이 주도하고 있음

한국의 수산물 수출의 수출액 및 수출 물량을 압도하는 것은 참치(183.1천톤)와 김(792.5천톤)

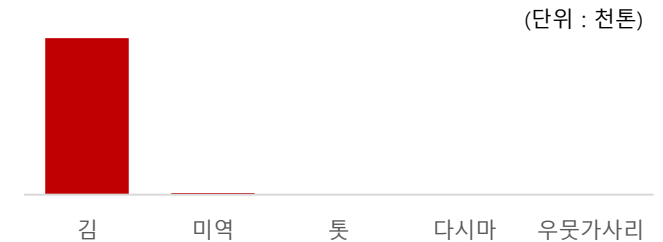
2023년 수산물 세부 품목별 수출액



'23 수산물 수출물량 상위 품목



'23 해조류 수출물량 상위 품목



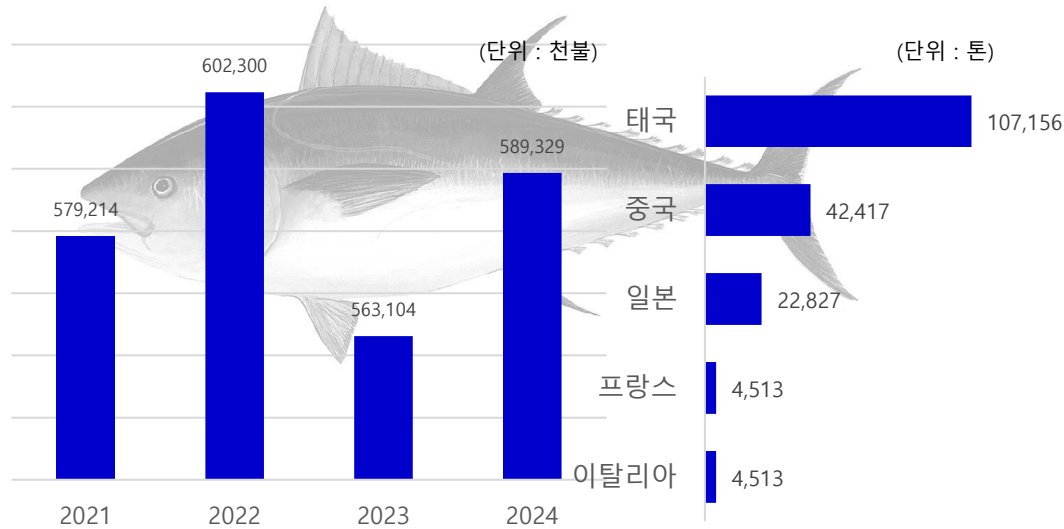
*출처 : 2023 농림축산식품 수출입동향 및 통계(2024), 한국농식품유통공사

K-수산물 수출을 주도하는 참치와 김

참치는 24년 589,329천불, 김은 997,027천불 수출되었으며 각 태국과 일본으로 가장 많은 물량이 수출되고 있음

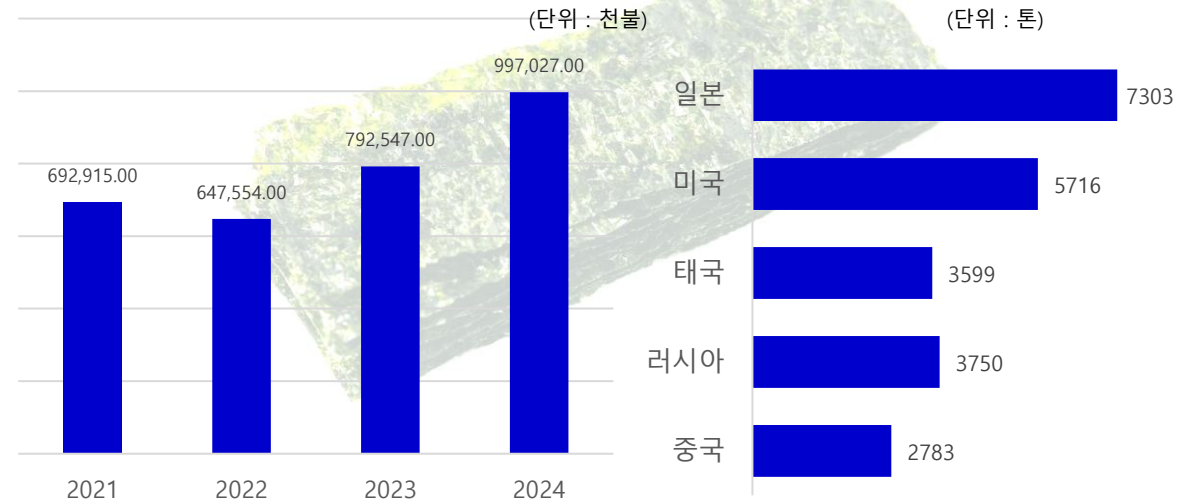
세부 품목별 수출액 및 국가별 수입 물량 순위 : 참치

주로 참치캔을 수출하는 태국은 코로나19 및 글로벌 경기침체로 인한 참치 통조림 수요가 증가하여 다량어 수입 증가함. 일본은 스테이크용 참치로 많이 쓰이는 다량어 기타 중심으로 수입 감소



세부 품목별 수출액 및 국가별 수입 물량 순위 : 김

김은 친환경 건강식품이자 채식 및 다이어트 식품으로 주목받고 있으며 글로벌 김스낵 수요도 확대됨
주 수출국은 미국, 일본, 중국 순서이며 세 국가의 수출액이 전체 수출액의 51.7% 수준

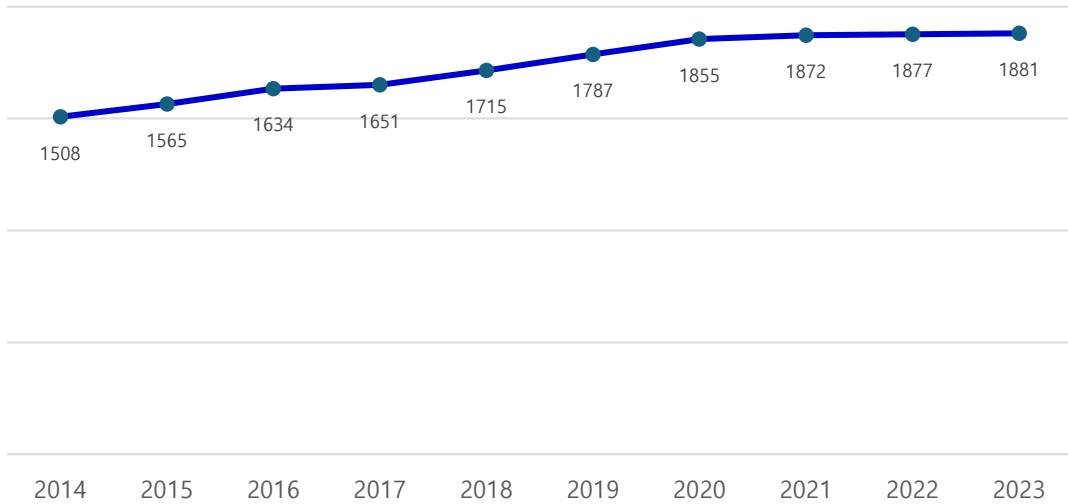


*출처 : 2023 농림축산식품 수출입동향 및 통계(2024), 한국농식품유통공사

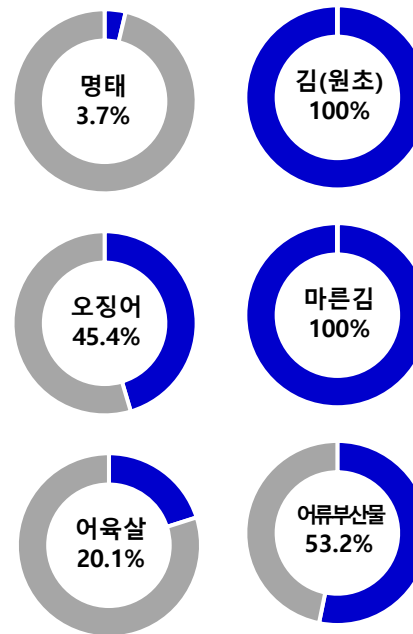
K-FOOD의 인기와 함께 수산물의 원료 사용 물량 또한 증가함

김은 국산사용 비중이 100%로 매우 높은 수준이며, 오징어 또한 45.4%로 높은 편에 속함

식품제조업체 사용 하는 주요 농축수산물 원료 변화 추이



주요 원료별 국산 사용 비중



〈표 2-7〉 수산가공품 품목별 항목 분류 체계

중분류	세분류	세부항목
냉동품	원형동결	오징어, 명태, 가자미, 고등어, 대구, 조기, 공치, 갈치, 전갱이, 새우, 삼치, 청어리, 병어, 복어, 부세, 낙지, 꽃게, 기타
	처리동결	갑오징어, 새우, 봉장어, 명태, 연육, 새조개, 굴, 바지락, 홍합, 기타
통조림품		공치, 고등어, 굴, 골뱅이, 홍합, 바지락, 참치, 기타
연제품		맛살, 어육소세지, 튀김어묵, 찐어묵, 구운어묵, 기타
소건품		오징어, 명태, 새우, 실치, 조개류, 기타
염건품		조기류, 기타
자건품		굴, 멸치, 새우, 홍합, 기타
해조제품		마른김, 건미역, 염장미역, 다시마, 톳, 해조류, 염장 다시마, 기타
한천		실한천, 가루한천, 기타
조미가공품		조미김, 조미오징어, 조미취치포, 조미명태포, 기타
어유분		오징어유, 기타어간유, 어분어비
염장품		고등어, 기타
염신품		멸치젓, 새우젓, 오징어젓, 조개젓, 굴(여리굴젓), 상게젓, 명란젓, 청란젓, 황석어젓, 기타
수산피혁		-
기타가공품		-

자료: 통계청, 수산물가공업통계(검색일: 2024.5.3.)

수산물 수출의 기회는 다양한 방향에서 발굴해 낼 수 있음

단순 원물 수출에서 부터, B2B 시장으로 접근까지 K-FOOD의 위상과 함께 다양한 방향성이 제시되고 있음



원물 및 단순 처리 수산물의 경우 호레카(HoReCa) 외식서비스 산업의 식재료 수출되어 현지 소비자에게 접근할 수 있음



원물 및 단순 처리 상품을 소분 등의 상품화를 통해 B2C상품화가 가능하며 유통채널을 통해 판매될 수 있음

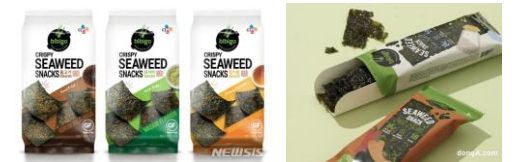


해외 시장에서 선풍적인 인기를 얻고 있는 냉동 김밥은 쌀가공품으로 분류되나 핵심 식재 중 하나는 해조류인 '김'

향후 같이 수산가공품으로 분류되지 않으나 K-FOOD의 성장과 함께 수산물의 원재료 사용 규모도 성장할 것으로 기대됨



해외 식품 공장의 원료로 수출되어 현지화된 상품으로 최종 가공 및 유통 현지 시장에 가장 적합한 상품

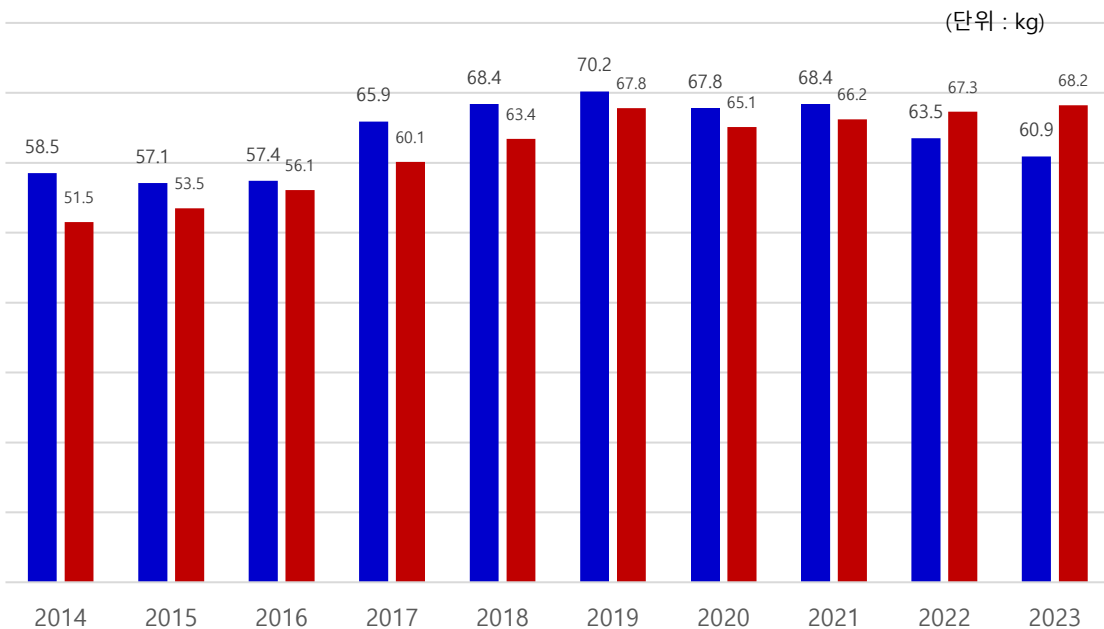


가공 상품화를 거쳐 수출시장에 접근할 수 있음 특히, 한국의 김은 현지 소비자의 니즈를 고려 스낵의 형태로 포지셔닝 되어 유통

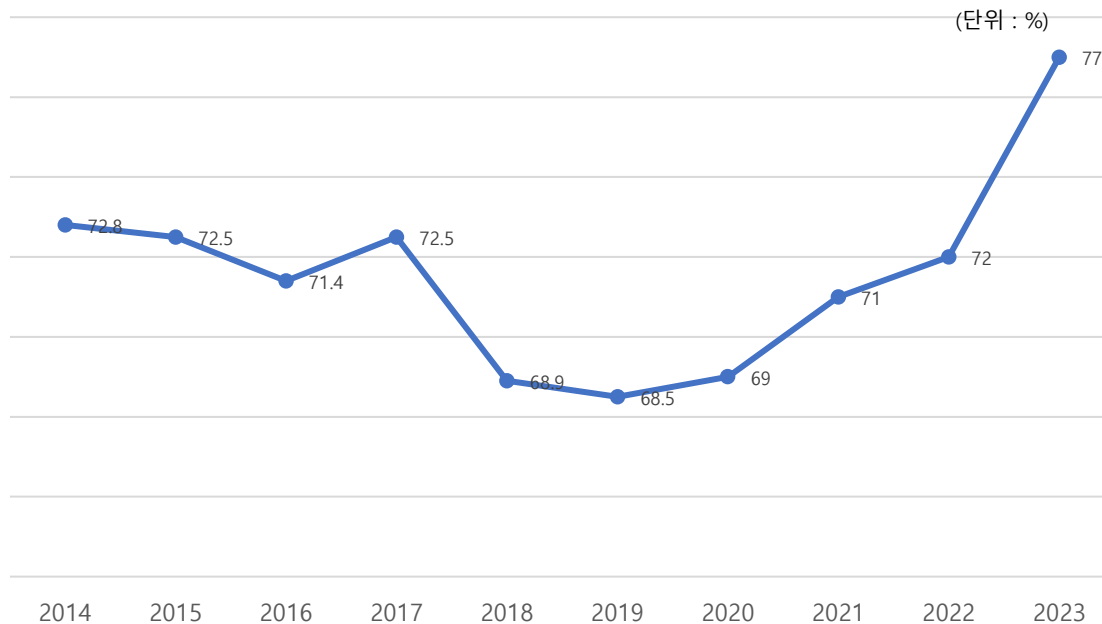
한국, 수산물을 많이 먹고 있는 나라

수산물 자급률은 11년 84.6%로 '01년 이후 최고 수치를 기록하였으며, '19년 이후 지속 상승하여 '23년 77.5kg 달성

수산물 소비량(연간 1인당) 변화 추이



수산물 자급률

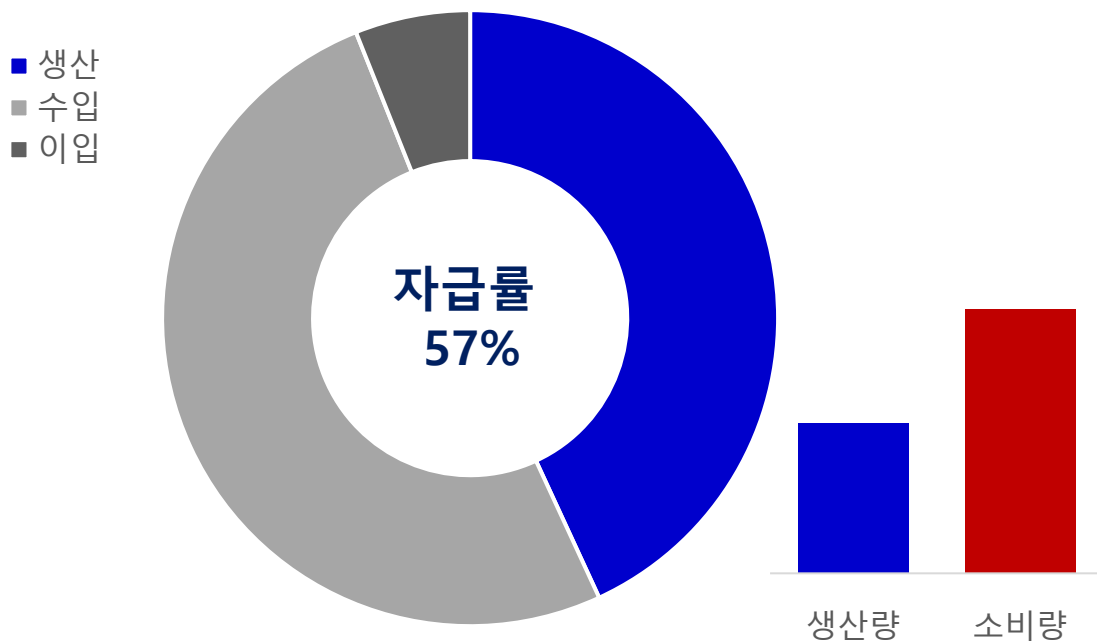


*출처 : 한국농촌경제연구원(2024), 2023년도 식품수급표

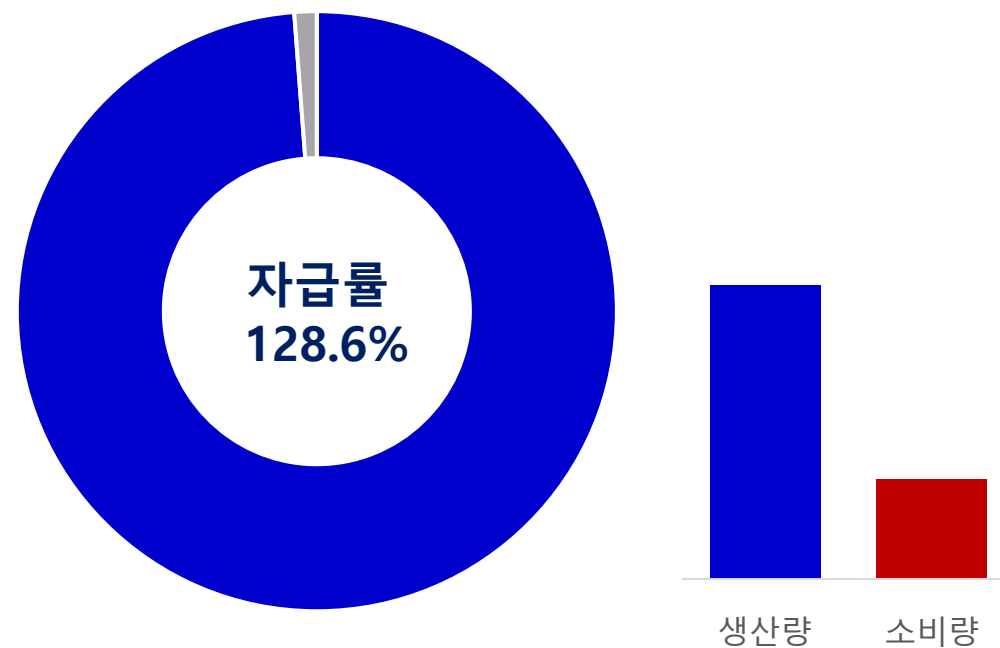
일반 수산물과 비교, 해조류의 자급률이 2배 이상 높은 수치

해조류 특히, 김의 주요 생산 국가는 한국, 중국, 일본이며 한국은 대표 생산국가로 자리매김 하고 있음

2023년도 수산물 식품수급 내용



2023년도 해조류 식품수급 내용

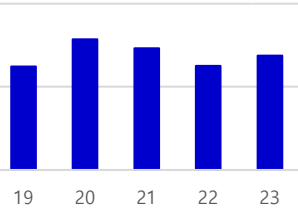


*출처 : 한국농촌경제연구원(2024), 2023년도 식품수급표

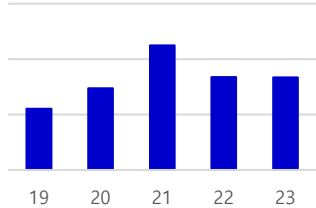
환경 변화로 인한 어획량 이슈와 소비 트렌드 변화에 따라 소비량이 변화

대중성 어종 중 양식이 주를 이루는 광어와 김의 자급률을 높은 편이나 소비량이 비례하는 것은 아님

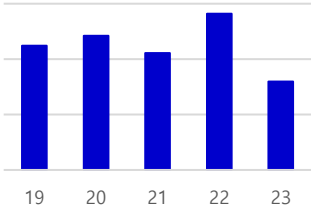
최근 5개년 주요 품종 국내 소비 현황 변화 추이 (톤)



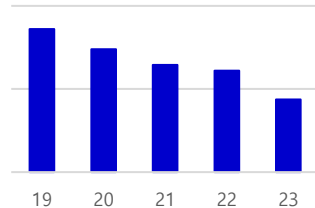
국내 생산은 2022년 대비 12.2% 증가했으며, 소비도 9.8% 증가



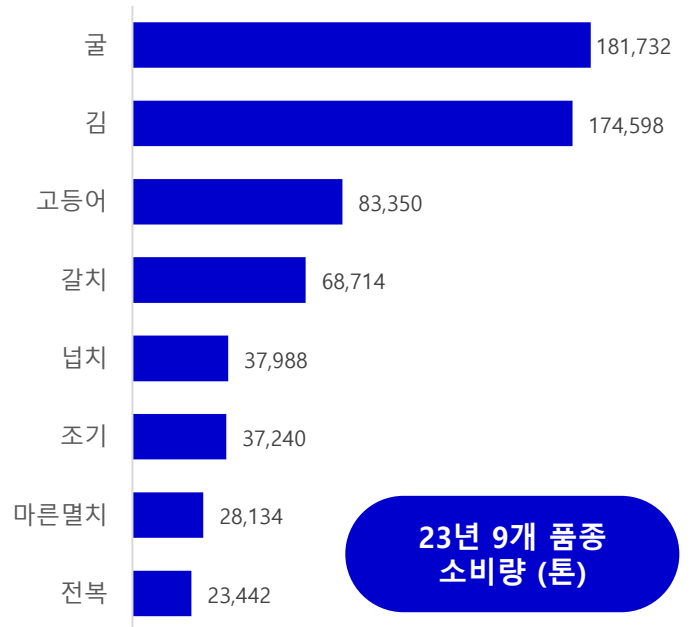
오징어 생산량은 최근 5년간 실적은 2021년을 제외하고는 연간 10만 톤 이하로 생산이 저조했으나 수입량은 연간 25만 톤 전후를 기록



100% 이상의 자급률을 기록하고 있지만, 2023년 생산과 소비는 2022년과 비교, 크게 줄었음



국외 수요 증가로 수출이 전년 대비 17.8% 늘면서 국내 소비는 전년에 이어 크게 감소



23년 9개 품종 소비량 (톤)

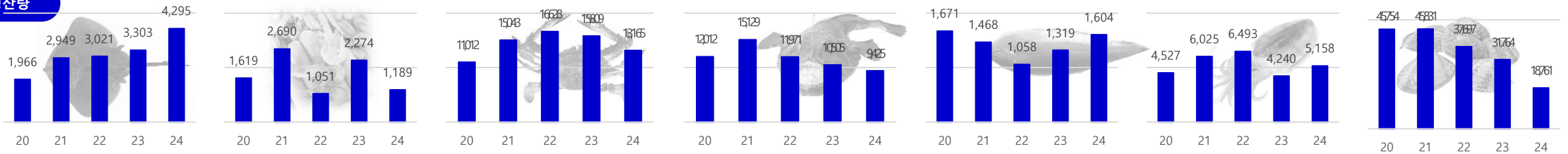
*출처 : 2024년 수산물 생산 및 유통산업 실태조사(2024), 해양수산부

국내 생산 물량 변화 추이에 따른 수입량 반비례

생산량이 꾸준한 성장세이 있는 품목은 홍어에 불과함

최근 5개년 생산량 및 수입량 변화 추이 (톤)

생산량



전국 참홍어 총 허용 어획량(TAC) 3,668 중 약 1,365톤(37.2%)을 군산에 배정, 1위 생산지로 자리매김

국내 새우 생산은 22년 기준 1만 8천 톤, 2천 358억 원을 기록 이중 꽃새우의 비중은 7.1%에 불과함

온난화로 인한 바다 수온 변화는 꽃게의 산란과 성장에 영향을 미쳐 어획량 감소로 이어지고 있음

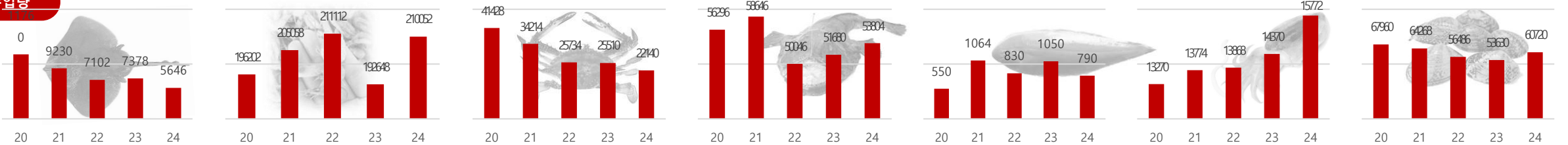
수온 변화는 꽃게의 산란과 성장에 영향을 미쳐 어획량 감소 특히 2020년에는 전년 대비 27.1% 감소

과거 군산 지역에서 박대 생산량이 많았으나, 현재는 수입에 의존하는 상황

한국의 갑오징어 생산량은 감소 추세이며, 이에 따라 가격이 상승하여 고부가가치 어종으로 분류되고 있음

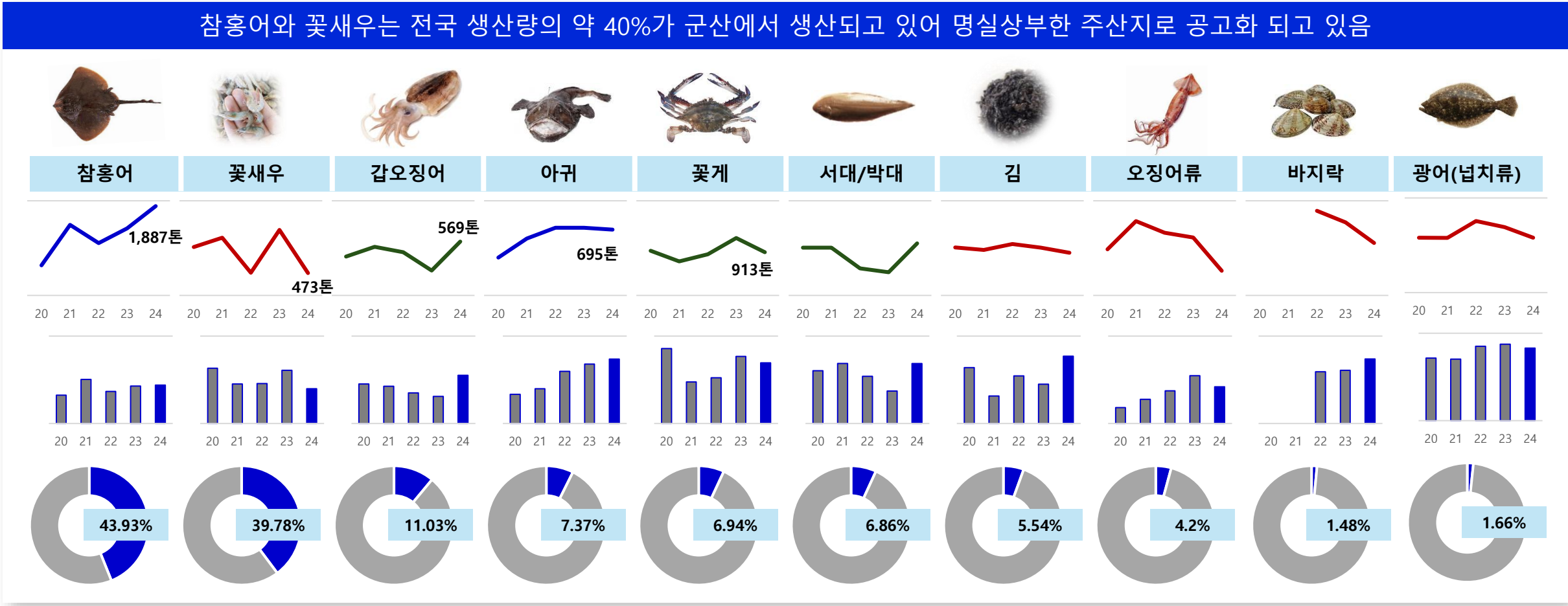
바지락 생산량이 감소 자급 수준이 크게 약화됨 시장 내 외국산 유통 비중이 지속적으로 확대

수입량



군산을 대표하는 새로운 수산물, 박대에서 참홍어로 바톤 터치

참홍어와 꽃새우는 전국 생산량의 약 40%가 군산에서 생산되고 있어 명실상부한 주산지로 공고화 되고 있음



군산 수산물의 새로운 가능성, 새로운 품목 참흥어에서 발견

물량 및 가격구조의 안정성 속에 향후 시장으로 나갈 수 있는 품목을 평가할 수 있음

참흥어	꽃새우	갯오징어	아귀	꽃게	서대/박대	김	오징어류	바지락	광어(넙치류)
<ul style="list-style-type: none"> ● 대표성 : 중 ● 물량 : 상 ● 대중성 : 하 ● 시장성 : 중 	<ul style="list-style-type: none"> ● 대표성 : 상 ● 물량 : 상 ● 대중성 : 중 ● 시장성 : 중 	<ul style="list-style-type: none"> ● 대표성 : 중 ● 물량 : 중 ● 대중성 : 중 ● 시장성 : 상 	<ul style="list-style-type: none"> ● 대표성 : 상 ● 물량 : 하 ● 대중성 : 중 ● 시장성 : 중 	<ul style="list-style-type: none"> ● 대표성 : 하 ● 물량 : 하 ● 대중성 : 중 ● 시장성 : 상 	<ul style="list-style-type: none"> ● 대표성 : 상 ● 물량 : 하 ● 대중성 : 하 ● 시장성 : 하 	<ul style="list-style-type: none"> ● 대표성 : 상 ● 물량 : 하 ● 대중성 : 상 ● 시장성 : 상 	<ul style="list-style-type: none"> ● 대표성 : 중 ● 물량 : 하 ● 대중성 : 상 ● 시장성 : 상 	<ul style="list-style-type: none"> ● 대표성 : 하 ● 물량 : 하 ● 대중성 : 상 ● 시장성 : 중 	<ul style="list-style-type: none"> ● 대표성 : 하 ● 물량 : 하 ● 대중성 : 상 ● 시장성 : 상
흑산도 흥어	군산 꽃새우	장흥 갯오징어	마산 아귀	인천 꽃게	군산 박대	완도 김	동해 오징어	곰소만 바지락	제주 광어
숙성하여 섭취하며, 특유의 향미로 호불호가 매우 강하게 나타날 뿐만 아니라 흑산도 흥어라는 소비자에게 각인된 브랜드 존재	건조하여 사용하며, 대기업 과자의 원재료로 사용 되는 등 주산지로 인지되어 있으나 조미식품의 메인 식재로 활용도가 낮음	수온 변화로 서식지에 변화가 있으며 군산은 산란 및 서식장을 조성하여 특화 수산물 육성에 총력을 기울이고 있음	지역 대표 메뉴이나 어종 자체의 단가가 높아 가공 및 대량유통에 어려움이 있음	꽃게 주산지로 각인된 지역과의 경쟁에서 브랜드 및 물량에 있어 경쟁력이 높지 않음	군산을 대표하는 수산물로 각인되어 있으나 대량 유통을 위한 물량이 부족	생산량이 높지 않으며, 김의 경우 수출 및 내수 시장이 레드오션 원초를 가공할 수 있는 기반시설이 없음	비중 뿐만 아니라 국내 절대 생산량이 부족하여 경쟁력 확보에 어려움이 있음	국내 주력 양식 어류 국민 횡감 타이틀을 가지고 있을 정도로 대중적 인기가 있으며, 제주와 완도 일대에서 주로 양식됨	국내 주력 양식 어류 국민 횡감 타이틀을 가지고 있을 정도로 대중적 인기가 있으며, 제주와 완도 일대에서 주로 양식됨

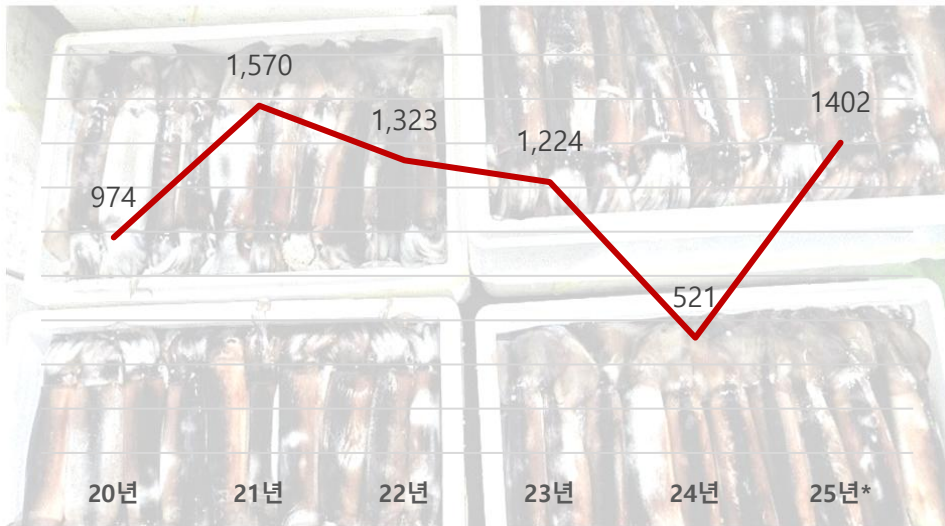


25년, 오징어 풍어 7월 이후 전년 총생산량 대비 169% 증가

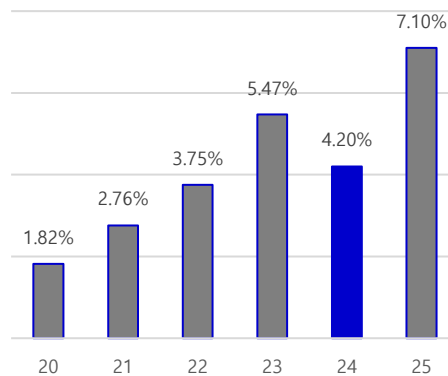
평균 1천어톤 위판에서 작년 521톤으로 급감했으나 올해 8월 이미 1402톤을 기록 역대 최대 실적 예상

군산시 오징어 생산량 변화 추이(20년 ~ 25년 8월)

- 군산의 오징어 생산량은 21년 최대치를 기록한 이후 꾸준히 하락하여 24년 급감한 것을 볼 수 있음
- 하지만 이는 바다환경의 변화로 인한 어종자원 이슈로 보이며, 국내 생산 비중은 꾸준한 증가세이 있는 것을 확인할 수 있음
- 25년 8월 전년 대비 국내 오징어 어획량이 전체적으로 증가하였으며 군산은 급격하게 증가하여 25년 역대 실적이 기대되고 있음

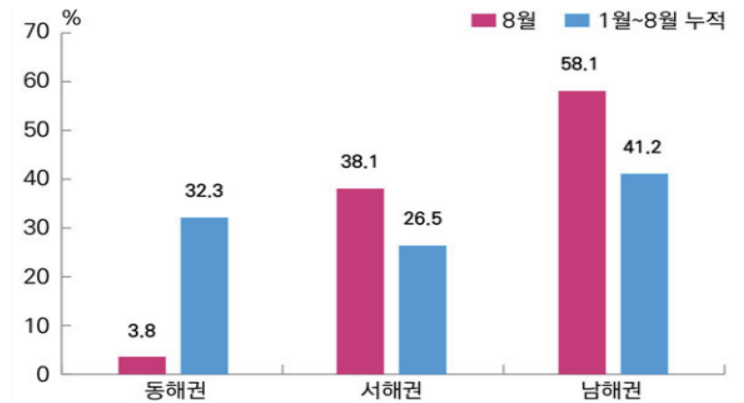


군산시 오징어 생산 비중



해역별 오징어 위판 비중(8월)

8월 국내 오징어 생산량은 전월 대비 45.4% 증가한 8,363톤으로, 작년 동월보다 두 배 이상 많았으며 평년에 비해서도 14.0% 많았으며 8월 위판 비중이 서해가 두 번째로 높은 것을 확인할 수 있음

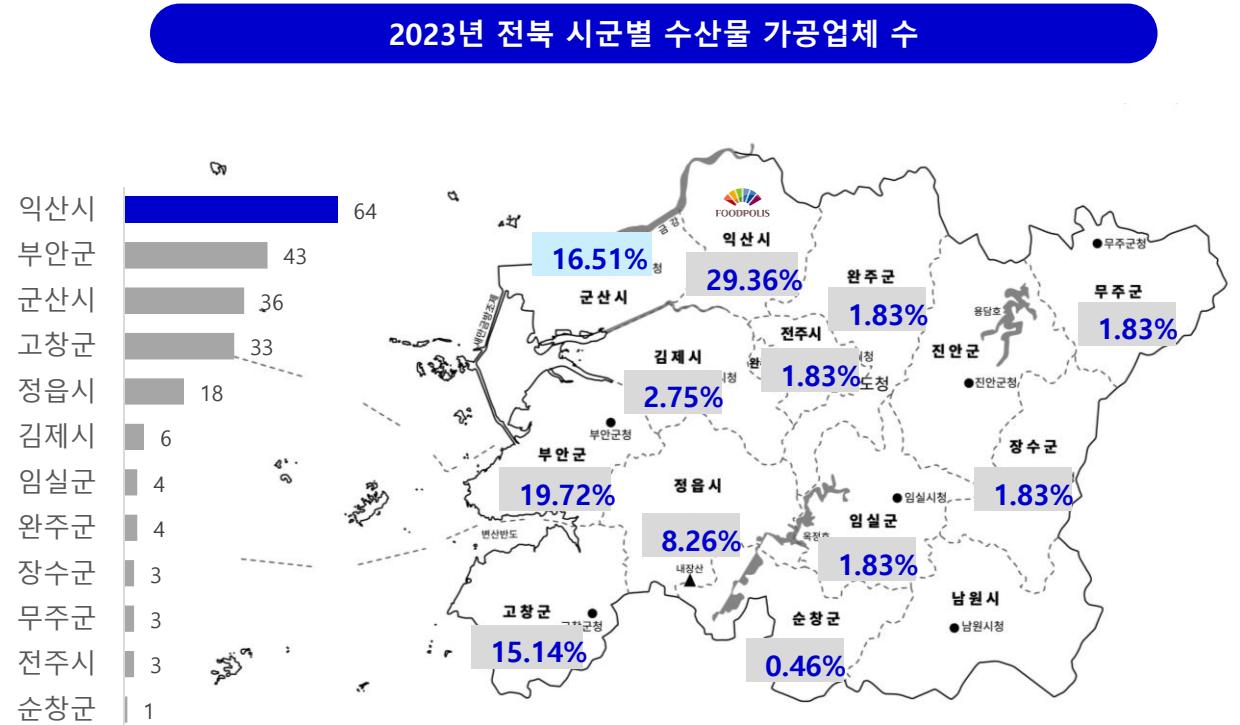


주 : 각 해역별 수협 위판량을 기준으로 함

군산의 수산물 가공업체 수는 다른 지역과 비교, 높지 않음

바다와 인접하고 있는 지역임에도 불구하고, 수산물 가공업체 수는 23년 기준 36개로 전북의 16.5%에 불과함

중분류	세분류	전국 업체 수	전북 업체 수	군산 업체 수
냉동품	원형동결	1,065	55	0
	처리동결	397	41	15
통조림품		34	0	0
연제품		108	2	0
소건품		170	2	0
염건품		425	1	0
자건품		56	2	2
해조제품		558	8	2
한천		8	0	0
조미가공품		526	28	8
어유분		14	0	0
염장품		58	2	2
염신품		710	46	0
수산피혁		0	0	0
기타가공품		640	31	7
합계		4,769	218	36



*출처 : 통계청, 수산물가공업통계

프리미엄 상품으로 하이엔드 K-FOOD 시장에 진입

한인 중심의 프리미엄 식재 편집숍 중심으로 수출 및 유통되고 있는 것을 확인할 수 있음

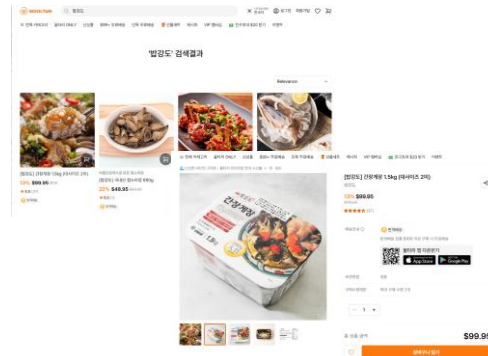


발강도 간장게장은 국내산 불 암게를 선별하여
제조하여 관능이 우수하나
경쟁 기업 상품과 비교 높은 단가를 지님

외식 및 상온 게장 등의 선택지가 다양한 내수
시장 보다 현지 그대로의 맛을 원하는 해외 한인
시장에 소구하고 있음



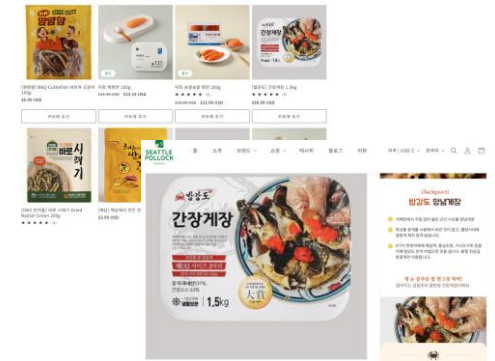
미국 캘리포니아주에 본사를 두고, 미국 전역과
일부 캐나다 지역까지 한국산 식품을 직배송 방
식으로 빠르게 배송하는 프리미엄 한인 마켓



미국 내에서 한국 프리미엄 식품을 소비자에
게 직접 제공하는 온라인 식품 판매자 셀렉샵
으로 엄선된 한국의 명인, 장인 유명인과 협력



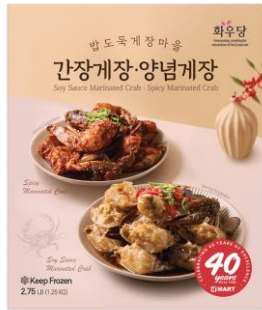
고품질의 한국 식품을 미국 시장에 소개. 캐나다
및 유럽으로도 시장을 넓히고 있으며, 전 세계에
프리미엄 한국 식재료를 널리 알리는 것을 목표



수출 전략 상품화로 K-FOOD에 관심이 있는 현지 로컬 시장에 접근

미주 대표 한인 마켓인 H마트 그리고 쿠팡커머스와 같이 현지 소비자의 접근성이 좋은 채널에서 유통되고 있음

화우당

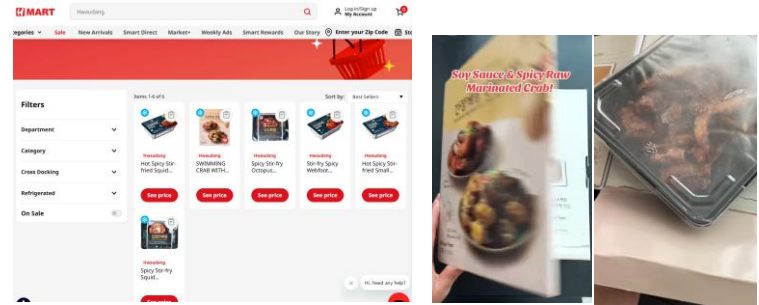


책자 형태로 패키지가 디자인 되어 있으며, 상품에 대한 세부 설명이 포함되어 있음

절단 꽃게로 합리적인 단가를 구성하고 있어 K-FOOD에 대한 로컬 소비자의 허들을 낮추고 저변을 넓혀가고 있음

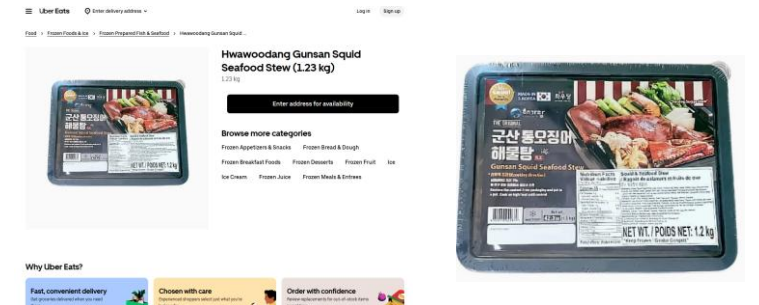
H MART

미국 최대 크기의 아시아계 식료품 체인점
1982년 뉴욕 퀸스 우드사이드에서 작은 한인 식료품점으로 시작,
현재는 미국 전역에 약 90여개의 대형 유통 체인으로 성장



Uber Eats

현재 가공 식품, 간편식, 생활 필수품의 배달 판매 서비스 까지 운영 중
소매 유통·편의점과 제휴를 통해 쿠팡 커머스 대표 플랫폼으로 자리매김



트렌드를 읽고 브랜드로 시장을 리딩 하는 상품을 출시

타겟 시장별 브랜드를 세분화 하고 맞춤형 제품을 상품화 하여 가치를 공고화 하고 있음



편의성을 중시하는 현대 소비자의 니즈를 반영한 순살 꽃게장을 출시하여 쿠팡 등 국내 대형 유통 플랫폼에서 판매되고 있음

셰프를 통해 브랜딩 및 셀링 포인트를 만들어 내고 있는 것이 특징



지역 특산물을 이용해, 최인선 셰프가 직접 개발한 레시피를 상품화 하여 셀링 포인트로 판매하고 있는 브랜드



- **프로필 Profile**
 - ⇒ RitzCarlton Hotel 근무
 - ⇒ Canada Richmond Restaurant 근무
- **수상내역 Awarding a prize**
 - ⇒ 세계요리대회 앙식코스 금메달
 - ⇒ KFA 요리대회 한식코스 조리 대상
 - ⇒ 세계엑스포 허브요리대회 앙식퓨전 우수상
- **경력 Career**
 - ⇒ 호텔조리과 조리교수
 - ⇒ 영남사 국가면역 취득
- **방송 Broadcasting**
 - ⇒ KBS 6시 내고향 [셰프의 선황] 고정 출연중
 - ⇒ EBS 최고의 요리비결
 - ⇒ SBS 생활이 달인 음식부문 심사위원
 - ⇒ Mtv 일투란 출연



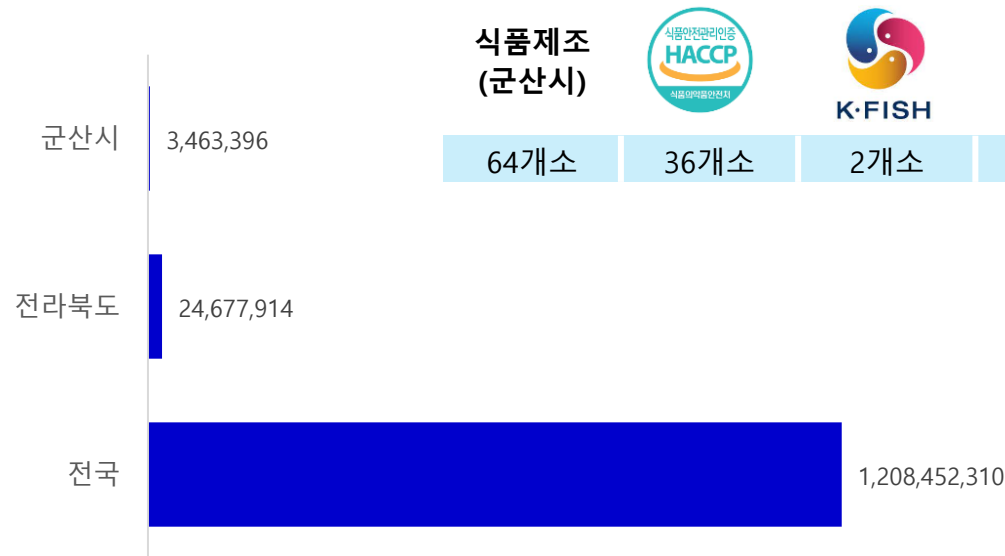
영인바이오의 반려동물 건강을 위한 펫푸드 및 영양제 브랜드로, 라면 컨셉의 안심댕면이 큰 주목을 받고 있는 상품



고도화된 가공상품을 생산할 수 있는 업체의 성장이 필요한 시기

단순 냉동 및 수산물 처리 시설이 아닌 수출 및 부가가치 확대를 실현할 수 있는 가공업체가 필요

2023년 수산물 가공 업체 생산액



식품제조
(군산시)

64개소



36개소



2개소



7개소

군산시 수산물 가공업체 매출 현황

연도별	업체수	내수			수출	
		매출액	생산량	비 고(조사업체수)	수출기업 수	수출액
2017	41개소	733억원	3,805톤	36개업체 조사기준	6개소	118억원
2018	41개소	560억원	4,050톤	24개업체 조사기준	11개소	79.6억원
2019	41개소	423억원	1,832톤	21개업체 조사기준	7개소	59.8억원
2020	41개소	511억원	7,933톤	25개업체 조사기준	11개소	136.9억원
2021	81개소	876억원	4,748톤	38개업체 조사기준	12개소	172.5억원
2022	81개소	900억원	5,000톤	30개업체 조사기준	10개소	220억원
2023	84개소	771억원	3,463톤	35개업체 조사기준	9개소	170억원

*출처 : 통계청, 수산물가공업통계

*출처 : 군산시 자료

군산 수산업의 지속 성장과 미래 고부가가치 신산업 육성 기반모델

새만금 글로벌 푸드허브(SGF)의 단계별 목표 및 비전



1단계 ('22 ~ '27)
새만금 수산식품 수출가공 종합단지

사업목적

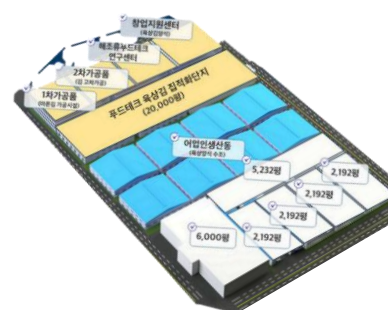
- 새만금산단 내 전북 최초 수산식품단지 조성
- (규모)132,000㎡
- 육상 김 테스트베드 설치



2단계 ('26 ~ '30),
기후변화 대응 세계최초 육상김 확산단지

사업목적

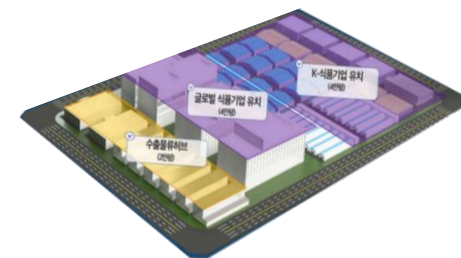
- 1단계 새만금 수산식품단지 확산
- (규모)132,000㎡
- 육상 김 스마트양식 집적화단지 구축



3단계 ('30 ~)
군산 농수산 융복합집적화단지 조성

사업목적

- K-블루푸드 지속성장과 글로벌 물류 선도 기반 구축
- 군산시 미래전략화
- (규모)330,000㎡



군산, 서해안 수산물 수출의 거점으로 자리매김 할 것으로 기대

2026년 완공을 목표로 추진되고 있는 서해안 수산물의 가공 및 수출을 위한 기반

- 프로젝트 명** 군산 새만금 스마트수산가공종합단지
- 위치** 전라북도 군산시 새만금국가산업단지 2공구 산-46번지
- 면적** 3,000 m² (순면적 1,440 m², 공용면적 560 m²)
- 주요시설** 수산 식품 R&D 및 협력지원센터, 스마트아파트형 가공 공장 등

스마트 수산가공센터 핵심 시설

구분	층수	비고
협력지원센터	3층	인큐베이팅 센터, 민원실, 재단법인 등
수산식품 R&D 센터	2층	전처리실, 가공실, 스마트팩토리 구축, 분석실, 보관실, 회의실, 교육실 등
스마트팩토리 자동화 공장	1층	스마트 팩토리 공장



*출처 : 새만금 스마트 수산가공 종합단지 조성사업 기본계획 수립(2022). 해양수산부

군산 어종의 특수성과 새만금 단지의 시너지 기대

군산 수산 자원의 특성과 가능성을 종합하여 향후 전략을 수립해야 함

- 1. 대량생산 자원의 부가가치 확대**

군산 생산량이 30%를 상회하는 어종은 참홍어, 꽃새우가 있으며, 어획량의 증가와 어종 사업을 통해 중장기적으로 생산량 증대가 기대되는 어종으로 갑오징어 및 오징어에 대한 주산지로의 이미지를 공고히 할 수 있는 전략이 필요할 것으로 보임
- 2. 다품종 소량생산의 지역 특성 고려**

군산 어업은 다양한 수산자원이 확보할 수 있다는 점에서 특수성이 있으나 가공에 있어서는 경쟁력을 가지기 어려움 이를 극복하고 특수성을 장점화 할 수 있도록 전략이 구성되어야 함
- 3. 수산자원의 특성에 따른 변동성 대비**

양식이 아닌 어획 중심의 수산자원의 생산량은 예측 가능성이 낮은 특성이 있으며 이는 지구온난화로 인한 바다환경의 변화가 가속하고 있어 향후 그 변동성이 더 클 것으로 분석되며 이에 대한 대응이 필요
- 4. 군산 새만금 스마트수산가공종합단지 새로운 기회**

군산 관내에는 수산가공 업체는 지속적으로 성과를 내고 있지만 업체의 수와 다양성이 인근 지자체와 비교하여 부족한 상황 스마트수산가공종합단지를 통해 어민은 물론 지역 가공업체에도 새로운 활력이 될 수 있을 것으로 기대

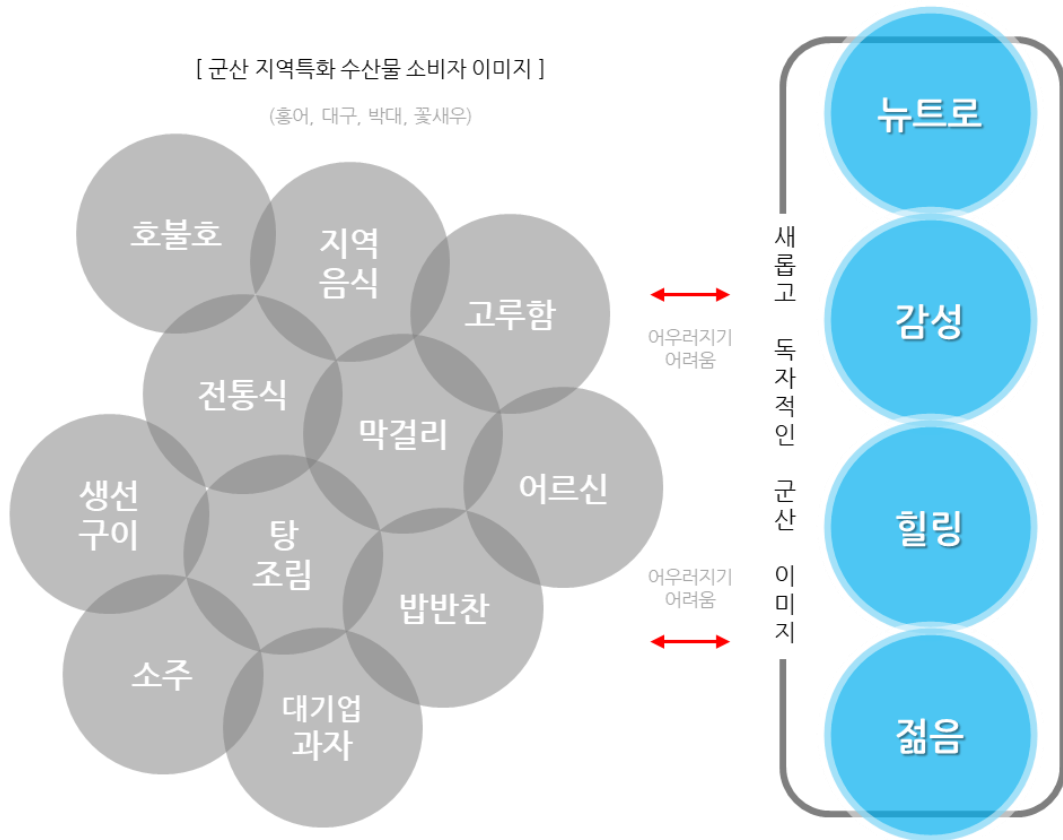
Ⅱ. 선행 연구와 상품화 방향성

선행 연구의 상품화 방향성은 '변화'

[군산 지역특화 수산물 시장조사 및 계획수립 추진 컨셉]



군산 수산물에 대한 소비자 인지



군산 지역특화 수산물에 대하여
일반 소비자들이 가지고 있는 이미지와
새롭게 독자적으로 구축해 나가고 있는
군산의 지역 이미지는 서로 거리가
꽤 멀어 보이는 것이 현실임

시장을 확장하기 위해서는
새로운 시장으로의 접근이 필요

군산 수산물은 전통적 관점에 머물러 있음

→ 시장 조사 및 계획 수립의 목적

뉴트로, 감성, 힐링, 젊음과 같은 키워드로
표현될 수 있는 군산의 지역 이미지와
잘 어울려 상승 효과를 극대화 할 수 있는
군산 지역특화 수산물의 **메뉴 개발과 상품화**를
추진하는 **로드맵**을 구상하여야 할 것임

하지만 군산이 몇 년 사이 관광지로
각광받으며, 2030 젊은 관광객을 유입하고
있다는 긍정적인 측면을 고려한 전략이
필요하다고 보고 있음

시장 확장을 위해서는 새로운 전략이 필요



선행 연구에서, 군산 수산물이 지역의 향토적 소재로 소구되고 있음을 지적

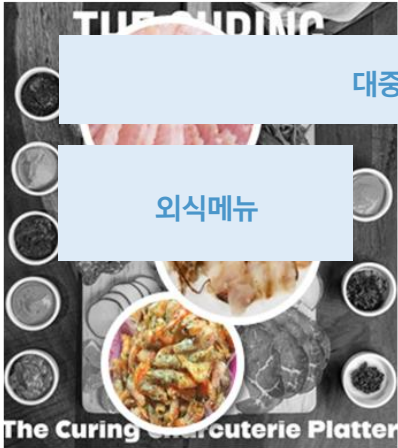
이는 새로운 시장으로의 접근을 저해하여, 군산 수산물 전체 저변 확대를 위한 상품화로의 접근이 필요할 것으로 평가

군산의 전체 자원이 가지고 있는 뉴트로, 감성, 힐링, 젊음의 키워드를 상품화 전략에 반영할 것을 조언하고 있음

Shift전략을 통한 상품 방향성 제안

a ————— 군산 지역특화 수산물 Shift! —————> A

군산 홍대세 플레터



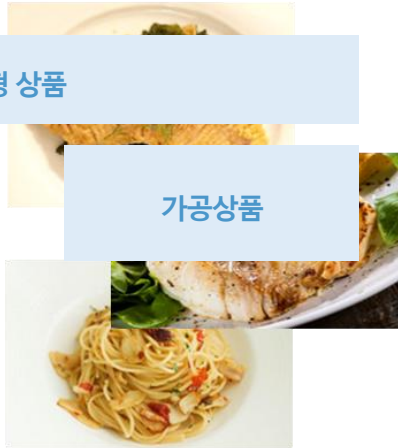
대중형 상품

외식메뉴

다양한 소스 개발이
상품화의 관건이 될 수 있음

군산의 새롭게
독자적으로 구축된
지역 이미지와 연계한
상승 효과를 노림

군산 지역특화
수산물 밀키트



가공상품

3종 이후에도 추가적인 메뉴 개발이
지속적으로 이루어져야 할 것임

현지 상품화를 넘어서
전국적인 판매 확대 및
타겟 소비자의 확장

군산 맥주 연계
안주형 상품화



특화형 상품

다양한 상품 유형에 대한
테스트와 연구 개발이 필요

군산을 대표하는
수제 맥주와 직접적인
연계를 통한 상품화로써
시너지 효과를 높일 수 있음

반려동물 식품
상품화



확장형 상품

Step #1. 원료물량 공급

Step #2. 원료 기능성 활용

Step #3. 지역 업체 육성

단계적인 접근을 통하여
중장기 플랜을 마련하여야 할 것임

지속 가능성과 함께 원료
소비의 효율성을 높이기 위하여
비선호 또는 부산물에 대한
상품화 및 신시장 개척

선행연구에서 제안하는 상품화 방향성은
크게 네 가지로, 구분되며 실행사업의 관점에서

외식메뉴 상품 개발, 특화형 상품개발,
대중형 상품개발 그리고 확장형 상품개발로
구분하여 검토해 볼 수 있음

본 과제에서는 장기적 관점으로 접근해야 하는
확장형 상품을 제외한 세 가지 상품화 관점에서
실행형 업무를 추진

2. 바이어 산지 초청 및 상품화 방향성 논의

과업 단계 I

Step1. 관내 기업 인터뷰

Step2. 바이어 산지투어

Step3. 유통경로 인터뷰

Step4. 상품화 방향 설정

관내 제조가능 범위를 확인하여 상품화의 기초 자료로 삼고자 함

관내 제조기업 인터뷰 및 탐방지 사전 답사



2. 바이어 산지 초청 및 상품화 방향성 논의

과업 단계 I

Step1. 관내 기업 인터뷰

Step2. 바이어 산지투어

Step3. 유통경로 인터뷰

Step4. 상품화 방향 설정

제조 가공단위의 이슈사항을 사전 체크하고 특화상품 방향성에 대한 지역 기업의 의견 수렴



전처리 수산물
꽃게장, 밀키트 등

김규호 대표

프리미엄 밀키트 생산 및 수출에 강점이 있는 기업 스킨 포장 등 상품



전처리 수산물
꽃게장, 밀키트 등

김손빈 대표

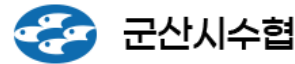
수산물을 활용한 HMR 상품을 생산하고 있으며, 차별화된 패키지로 소비자 접근성 좋음



꽃새우 분말

김용신 대표

꽃새우 중심의 분말형 상품을 주로 취급하고 있으며 원재료 조정을 통해 타겟 프라이스 조정이 가능



전처리 수산물

곽영규 상무
심맹선 팀장

군산에서 생산되는 수산물의 전처리 가공이 이루어지고, 수협으로 지역 대표성이 강함

군산 수산물 중심으로 유통

홍어
생산자(연승협회)

홍어 생산

전진세 사무국장

홍어 생산자 협회로, 홍어를 단순 가공하여 판매하는 별도의 경로가 있음



곱창김, 재래김
물김

장경희 대표 미팅

물김 생산하나 관내 마른김 가공시설의 부재로 관외에서 가공하여 유통하고 있음



HMR, 꽃게장, 밀키트
펫푸드 등

실무자 미팅

HMR상품 개발 및 유통에 강점이 있으며, 펫푸드 상품을 제조 및 생산하고 있는 것에 특수성이 있음

2. 바이어 산지 초청 및 상품화 방향성 논의

과업 단계 I

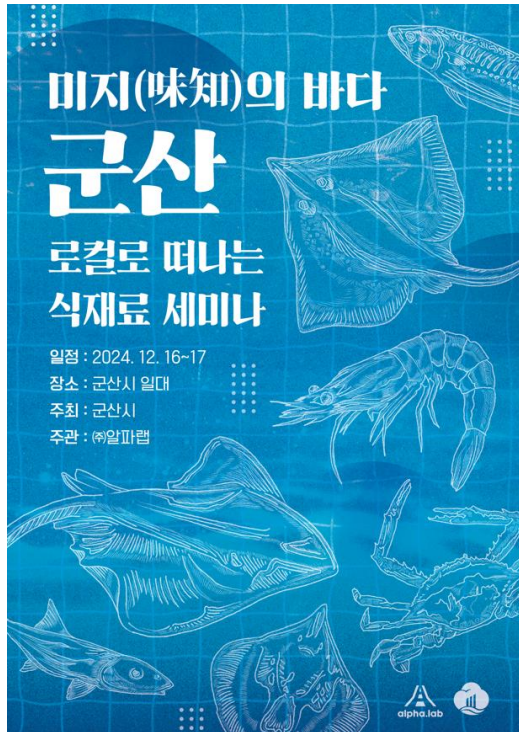
Step1. 관내 기업 인터뷰

Step2. 바이어 산지투어

Step3. 유통경로 인터뷰

Step4. 상품화 방향 설정

오피니언리더인 바이어를 산지로 초청, 군산 수산 식재에 대한 다양한 가능성 확인



구분	프로그램	목적	비고
1.	워킹방문	산지 생산과 유통 프로세스를 이해시키고, 수도권에서 경험하기 어려운 생동감 있는 현장을 전문가들에게 직접적으로 노출	
2.	생산자 인터뷰	어종의 특성을 학습하고, 생산자와 소통할 수 있는 기회를 통해 로컬 자원의 상품화 및 마케팅 아이디어를 도출할 수 있는 기회 제공	- 연승협회
3.	제조사 프레젠테이션	군산에 위치한 대표 제조사의 상품을 소개하고 상품 시식을 진행, 신규 유통 경로 발굴을 위한 시간으로 의미	- 밥강도 - 화우당 - 고군산푸드
4.	제조시설 방문	HACCP 인증을 받은 가공시설과 제조 공정을 바이어들에게 직접적으로 노출하여 군산 수산 가공품의 우수성을 확인시켜 주기 위한 과정	- 밥강도 - 군산수협 - 진성식품
5.	앵커 스토어 방문 & 로컬 체험	수산물 외 군산 지역이 가지고 있는 문화적 자원을 바이어에게 노출 시키고 상품화에 대한 아이디어 도출 및 시너지를 얻을 수 있도록 기획	- 적산가옥 숙박 - 한일옥 - 이성당
6.	특산 메뉴 시식	수산물이 군산 로컬에서 소비되는 현장을 보여주고, 이를 체험해 볼 수 있는 기회 제공	- 군산 홍어회 - 군산 아구찜 - 군산 박대구이
7.	센터 투어	수산 산업의 성장을 위해 군산시에서 투여하고 있는 노력과 제조와 유통이 결합된 우수한 환경을 소개	
8.	참가자 아이디어션	군산 수산 자원의 저변 확대를 위한 아이디어를 공유하고 유통을 위한 요청사항 및 상품화 아이디어 수렴	

2. 바이어 산지 초청 및 상품화 방향성 논의

과업 단계 I

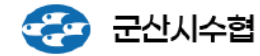
Step1. 관내 기업 인터뷰

Step2. 바이어 산지투어

Step3. 유통경로 인터뷰

Step4. 상품화 방향 설정

연승협회를 포함하면 총 6개의 기업이 본 산지 투어에 참여 하였으며 사전 자료 배포를 통해 바이어의 관심을 유도



	밤강도	진성식품	화우당	고군산푸드	군산시수협
제조사 요약	3대째 어업에 종사하고 있으며, 가공뿐만 아니라 실제 조업 전처리 냉동 수산물 뿐만 아니라 높은 수준의 냉동 수산가공품을 생산	냉동수산식품을 전문적으로 생산하는 기업으로, IQF 가공이 가능한 것이 특징 수산 브랜드 어부Dream과 간편식 브랜드로, 어부백서가 있음	냉동 처리된 볶음류, 탕류 등의 수산 가공품을 주로 제조하고 있으며, 특히 해동하지 않고 바로 조리가 가능한 볶음류 상품이 특징 그외 전처리한 갑오징어 등의 상품이 있음	군산 건조 꽃새우 및 분말 상품 단가, 요청 스펙에 맞춰 다양한 형태로 납품 가능한 것이 특징	지역 수협으로 전처리 시설을 가지고 있으며, 군납 운영
홈페이지	https://babkangdo.com	https://jinsungseafood.kr	https://www.hwawoodang.co.kr	http://www.gogunsafood.com	https://gunsan.suhup.co.kr
대표상품	전처리 냉동 수산물 스킨포장 간장게장	IQF 수산물	볶음류 수산가공품	꽃새우 분말	전처리 냉동 수산물
원물	전처리 후 냉동 중하새우, 문어, 홍어, 갑오징어, 바다장어, 떡가자미 등	전처리 냉동 수산물 갑오징어, 오징어, 아귀 등	전처리 냉동 수산물 갑오징어, 무늬오징어	건조 새우	홍어, 대구, 멍갈치, 아귀 등 지역에서 생산되는 주요 수산물을 취급
가공상품	해산물 절임류 높은 등급의 원물 사용과 스킨 포장으로 차별화 되어 있음 기타 냉동 수산 가공품	수산 간편식 갑오징어밥바, 떡볶이, 오징어볶음, 생선구이 등	수산가공품 : 주꾸미볶음, 오징어볶음, 갑오징어볶음, 낙지볶음 등 간편조리세트 : 손칼국수, 아구찜	꽃새우 가공상품 새우 분말 및 기타 꽃새우 활용 가공품	-
주요산지	국산 및 군산	국산, 원양산, 수입산	국산, 원양산, 수입산	국산 및 군산	국산 및 군산
비고	HACCP	HACCP	HACCP	HACCP	HACCP

2. 바이어 산지 초청 및 상품화 방향성 논의

과업 단계 I

Step1. 관내 기업 인터뷰

Step2. 바이어 산지투어

Step3. 유통경로 인터뷰

Step4. 상품화 방향 설정

프랜차이즈 본사는 물론, 제조사 및 유통사 포함 9개사 13인의 전문가 참여



구분	성함	직함	소속	구분	비고
1.	김현기	대표	(주)풍년에프씨	프랜차이즈 본사	한옥마을 비빔밥,
2.	허형행	R&D과장	(주)풍년에프씨	프랜차이즈 본사	백상순두부
3.	김지후	대표	(주)알로하엔코	프랜차이즈 본사	알로하엔코, 무무앤베리스, 알로하오가닉
4.	최은숙	대표	(주)제주미담소	메뉴개발자	
5.	이재석	대표	시즈닝랩(주)	프랜차이즈 본사	라이브볼
6.	정달용	상무	샘물에프앤비	제조사	오실장 강남면옥
7.	이현창	구매팀장	샘물에프앤비	제조사	*16일 1일 참여
8.	유경민	대리	(주)락컴퍼니	제조사	
9.	유성길	팀장	(주)씨에버상사	유통사	
10.	이강운	대표	강푸드	프랜차이즈 본사	강우동,
11.	박주곤	운영본부장	강푸드	프랜차이즈 본사	영포화로
12.	윤종현	대표	주식회사 코이	프랜차이즈 본사	코이라멘
13.	이송훈	팀장	주식회사 코이	프랜차이즈 본사	

2. 바이어 산지 초청 및 상품화 방향성 논의

과업 단계 I

Step1. 관내 기업 인터뷰

Step2. 바이어 산지투어

Step3. 유통경로 인터뷰

Step4. 상품화 방향 설정

숙성과정 없는 홍어회에 대한 새로운 선호 발견, 유통을 위한 단가조정의 필요성에 대해서는 공동적으로 조정이 필요하다는 의견



구분	프로그램	목적	비고
1.	위판장 방문	산지 생산과 유통 프로세스를 이해시키고, 수도권에서 경험하기 어려운 생동감 있는 현장을 전문가들에게 직접적으로 노출	
2.	생산자 인터뷰	어종의 특성을 학습하고, 생산자와 소통할 수 있는 기회를 통해 로컬 자원의 상품화 및 마케팅 아이디어를 도출할 수 있는 기회 제공	- 연승협회
3.	제조사 프레젠테이션	군산에 위치한 대표 제조사의 상품을 소개하고 상품 시식을 진행, 신규 유통 경로 발굴을 위한 시간으로 의미	- 밥강도 - 화우당 - 고군산푸드
4.	제조시설 방문	HACCP 인증을 받은 가공시설과 제조 공정을 바이어들에게 직접적으로 노출하여 군산 수산 가공품의 우수성을 확인시켜 주기 위한 과정	- 밥강도 - 군산수협 - 진성식품
5.	앵커 스토어 방문 & 로컬 체험	수산물 외 군산 지역이 가지고 있는 문화적 자원을 바이어에게 노출 시키고 상품화에 대한 아이디어 도출 및 시너지를 얻을 수 있도록 기획	- 적산가옥 숙박 - 한일옥 - 이성당
6.	특산 메뉴 시식	수산물이 군산 로컬에서 소비되는 현장을 보여주고, 이를 체험해 볼 수 있는 기회 제공	- 군산 홍어회 - 군산 아구찜 - 군산 박대구이
7.	센터 투어	수산 산업의 성장을 위해 군산시에서 투여하고 있는 노력과 제조와 유통이 결합된 우수한 환경을 소개	
8.	참가자 아이디어션	군산 수산 자원의 저변 확대를 위한 아이디어를 공유하고 유통을 위한 요청사항 및 상품화 아이디어 수렴	

2. 바이어 산지 초청 및 상품화 방향성 논의

과업 단계 I

Step1. 관내 기업 인터뷰

Step2. 바이어 산지투어

Step3. 유통경로 인터뷰

Step4. 상품화 방향 설정

시장의 의견을 수렴하는 동시에 영업을 위한 토대로 의미

 <p>우이락 고추튀김 맛있는 한식주점</p>	 <p>전주비빔밥 전통의정당 소담씨네사육어장 전주비빔밥</p>	 <p>프리미엄 오징어 튀김 프리미엄 오징어 튀김 이자락아</p>	 <p>UWELL DECO</p>	 <p>Mr.K</p>	 <p>오픈소스랩 OPEN SAUCE LAB</p>	 <p>잘산다 외식사업자들을 위한 구매대행서비스</p>
외식 프랜차이즈	외식 프랜차이즈	외식 프랜차이즈	홈쇼핑 및 온라인 경로 상품개발및유통밴더사	카카오메이커스, 마켓컬리 등 유통 밴더사	프랜차이즈 메뉴 개발	외식 식재 유통
000 대표	김현기 대표 허형행 과장	최영진 대표	김정희 대표	이정호 대표 정원택 팀장	박진수 대표	이창훈 대표
수입산 원료 국산 교체 고민 매장 사용이 용이하도록 절단 후 냉동 필요 판단 단가 이슈가 가장 클 것으로 판단	프랜차이즈 해외 진출 진행 중, 판매용 상품 니즈 현 공급가로 메뉴 단가를 맞추기 어려움	어묵을 중심으로 메뉴 구성이 되어 있음 이외 필렛에 대한 사용 의사 있으며 테스트 완료	HMR상품 중심으로 유통하고 있으며, 군산의 IP가 강조되어야 온라인 판매 에 가능성이 있다고 판단	가격이 높다고 판단하나, 특수 채널로 볼 수 있는 카카오 제가버치에 제안 하면 가능성이 있을 것으로 판단 세부 견적 및 상품 스펙 요청	분말 형태로 외식 매장 에서 사용 어려움 농축액 개발이 필요하다고 판단, 꽃새우 원물로 제조 가능하며 원물 단가 등 확인 요청	수산물의 경우 외식시장 에서 대부분이 외국산을 사용 단가를 맞추기 어려울 것으로 판단 대량 유통을 위해서는 소재형 상품 필요
홍어 무침용 절단 상품 니즈	수출용 꽃게장 상품 니즈			홍어찜 키트 세부 견적 요청	꽃새우 원물	

2. 바이어 산지 초청 및 상품화 방향성 논의

과업 단계 I

Step1. 관내 기업 인터뷰

Step2. 바이어 산지투어

Step3. 유통경로 인터뷰

Step4. 상품화 방향 설정

선행연구와 생산 및 유통의 의견을 종합하여 최종 상품화 방향성 설정

선행연구

대중형 상품 : 외식메뉴

산지로의 이미지를 강화하고, 소재에 대한 편견을 저감하기 위하여 외식 메뉴를 통해 접근성 높임

B2B 상품화

대중형 상품 : 가공상품

시장에서의 빠른 확산을 위한 대중적인 상품화를 추진
단가 및 관능에 대한 조정이 필요

B2C 상품화

특화형 상품

상징성 있는 소재를 토대로 물량, 단가 등의 이슈를 해소하고 소비자들에게 새로운 재미를 부여

시그니처 상품

생산자 인터뷰

환경 변화로 어종 변화

수산 환경의 변화로 어획 어종이 변화
가공 등에 빠른 대응이 필요한 상황

상품화 전략 수립

브랜드 가치 이슈

소비자가 인지하고 있는 주산지에 대한 각인이 심화하여 이에 대한 극복 필요

새로운 시장 접근

어획물량의 변동성

가공 상품과 달리 어획량은 예측에 어려움이 있음

주력 품목 설정 필요

유통경로 인터뷰

안정적 공급 이슈

안정적인 공급이 확인 되어야 대량 수요처의 니즈에 부합할 수 있음
가격과 품질의 변화가 안정적이지 못함

소재형 상품

소비자 인지, 대표성 필요

주산지로의 명확한 인지가 없다면 소비자에게 소구 하는데 한계가 있음

공동 브랜딩

국내산 단가 이슈

대부분의 제조사에서 수입산을 쓸 수 밖에 없는 가격 구조로, 원물 가격 경쟁력에 한계가 있음

가공상품화

확산형 가공 상품

- ✓ 단순 원물 형태에서 벗어나 시장 접근성을 높이는 B2B, B2C 상품

브랜딩 상품

- ✓ 후발 주자로 새로운 시장에 친숙한 형태로 접근하여 확산 가능 하도록 하는 상품

외식 메뉴형 상품

- ✓ 기존 소비자가 접근하기 어려운 품목을 외식 메뉴화 하여 접근성을 높이고 주산지로 각인하도록 하는 전략형 상품

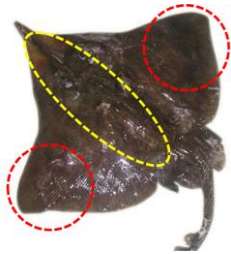
Ⅱ. 상품개발 및 기획

유통에 초점, 시장지향적 상품화 추진

개발을 진행한 상품 중 시장성이 있다고 판단한 2개 상품을 최종 생산

STEP1. 상품 기획

설정된 상품방향성을 토대로
관제조 가능한 관내 기업과
유통처를 모색하여 기획



삭하지 않은 홍어를 썬
셈으로 차별화

STEP2. 상품 개발

관능, 단량, 가격 등을 조정,
세부 상품을 개발
최적의 상품 스펙 도출



최종 소스가 분리된
키트 형태로 개발

STEP3. 패키지 디자인

유통처 및 소비시장을
고려하여 소구 가능한
적합 패키지 디자인 추진



홍어 캐릭터를 사용
패키지 디자인 진행

STEP4. 시제품 생산

최종 생산 및 유통이
결정된 품목에 대한
MOQ 시제품 생산



카카오 메이커스 채
널
오픈 기점으로 생산



최종 군산참홍어 찜용 키트와 홍어 어묵을 시제품 생산
홍어 몸통살 뿐만 아니라 폐기되는 뼈와 어육을 사용,
업사이클링의 의미 또한 포함하고 있는 상품

1. 확산형 가공식품

■ 군산 참홍어

과업 단계 I

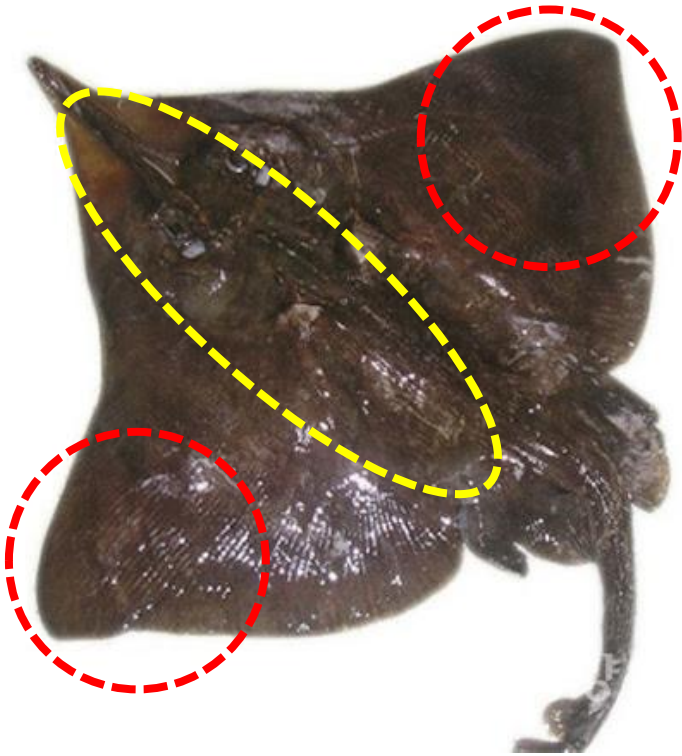
Step1. 상품 기획

Step2. 상품 개발

Step3. 패키지 디자인

Step4. 시제품 생산

삭하지 않은 홍어를 군산식 홍어의 기준으로 설정, 새로운 소비 시장으로 접근



상품개발 방향성



B2B 시장에서 횡감으로 활용
외식 시장에서 확산이 가능
하도록 필렛 식재형 상품 개
발



최근 MZ세대에 큰 인기를 얻
고 있는 강릉 가오리찜을 참
고
소스형 찜 형태의 상품 개발
추진



홍어의 높은 소비 단가를 상
쇄
소비자에게 대중적으로 접근
할 수 있는 어묵 형태의 상품
개발



적접 조리하여 섭취할 수 있
는
밀키트 형태의 상품화를
통해 다양한 바リエ이션이 가
능하도록 기획

홍어는 환경의 변화로 군산의 어획량이 늘어나기 시작한 품목이나, 호불호가 강하고 수매 단가가 높은 어종이자 기존 산지인 흑산도의 브랜드 가치가 높아 이를 극복하기 위한 전략적 상품화가 필요. 또한 대중적으로 군산 홍어를 확산 할 수 있는 상품이 필요한 시점

1. 확산형 가공식품

■ 군산 꽃새우

과업 단계 I

Step1. 상품 기획

Step2. 상품 개발

Step3. 패키지 디자인

Step4. 시제품 생산

식재형 상품 개발을 통해 다시한번 B2B 시장에서 붐업 할 수 있는 계기 마련

로코노미 트렌드로 지역 원물에 대한 시장 관심도 높음

지역 원물의 시장 접근 예시 사례



압도적 물량을 바탕으로,
가격 경쟁력이 있고
상징성이 있는 원물 소재

B2B 시장 접근이 가능한
소재형 상품으로 개발
대량 유통처 발굴

호레카 및 제조 단계에서 메뉴로 상품화
지역성이 들어간 음료로 출시하여
주산지로의 이미지 공고화 하고,
메뉴 형태로 소비자 접근성 높임

원물의 B2B 시장의 접근 이슈

수급의 불안정성(단가이슈)

품질 균일화가 어려움

유통기한의 한계

사용 편의성이 떨어짐

꽃새우는 군산을 대표하는 어종으로 높은 생산량과 상징성을 지니고 있음
브랜드 가치의 공고화와 소재형 상품으로 시장 포지셔닝을 다시 잡을 필요가 있음

1. 확산형 가공식품

■ 홍어 어묵 유사 상품 조사

과업 단계 I









Step1. 상품 기획

Step2. 상품 개발

Step3. 패키지 디자인

Step4. 시제품 생산

국내산 특정 어종을 사용한 다양한 사례를 조사

구분	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
이미지										
상품명	고래바	어부의바	가마보꼬	통청종합어묵, 000바	부산광역시 인기가 있는 햄어묵바	매콤오징어 어묵바	권희경의 홍어어묵	제주광어어묵	네니아 우리바다어묵(종합)	제주은갈치어묵
제조사	㈜늘푸른바다	주식회사 어메이징팩토리	COIMEX	바다사랑 통영청정어묵	㈜효성어묵	㈜서울식품	K어묵제작소	제주수협유통(주)	농업회사법인(주)네니아	서귀포수산업현동조합유통사업소
판매원	고래사어묵	삼진식품㈜	광림상회	바다사랑 통영청정어묵	㈜효성엔에프	목련어묵	남도씨푸드		목포대양식품	(주)대광에프앤씨
판매중량	65g	80g	700g	400g	960g	150g	140g	250g	400g	300g
판매가	2,700	2,300	39,900	8,900	24,000	2,900	5,000	4,700	6,300	3,900
판매가/100G	4,154	2,875	5,700	2,225	2,500	1,933	3,571	1,880	1,575	1,300
유통온도	0~10도 냉장	0~10도 냉장	영하 18도 이하 냉동	0~10도 냉장	0~10도 냉장	영하 18도 이하 냉동	영하 18도 이하 냉동	영하 18도 이하 냉동	0~10도 냉장	영하 18도 이하 냉동
원재료 함량	연육 80% 이상, 기타 야채 제품별 1~25% 함유	연육 75% 이상, 기타 야채 제품별 1~25% 함유	연육 41~48%, 기타 야채 약 20%	연육 60~76%, 기타 야채 포함	연육 64%, 햄 10%, 기타 야채 포함	연육 58%, 오징어 11%, 쌀 7%, 기타 야채 포함	홍어 9.88%	광어연육 13.74%	연육 74.29%(국산어육 96%)	갈치연육 15.8%(제주갈치 93.8%), 수입연육 36.89%
어육산지	수입산	수입산	베트남산	베트남산, 태국산	수입산	수입산		광어:제주산	국산	갈치:제주
기타			개당 70g	개당 80g	개당 80g	개당 50g	구매불가	SKU 큰새우, 크랩, 치즈, 오징어		SKU 새우, 오징어

1. 확산형 가공식품

■ 홍어 필렛 유사 상품 조사

과업 단계 I

Step1. 상품 기획

Step2. 상품 개발

Step3. 패키지 디자인

Step4. 시제품 생산

B2B 부터 B2C까지 윗감으로 상품화된 다양한 필렛 사례를 조사

구분	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
이미지										
상품명	흑산도 홍어회	천년목사골 홍어날개	숙성홍어회	숙성홍어회	생홍어	국산 홍어	흑산도 홍어	동원참치 황다랑어 통벡살	광어필렛 윗감용	소금숙성 광어필렛
제조원	영산홍어㈜	㈜나주수산	영산홍어㈜	㈜은하수산	-	-	-	동원산업(주) 부산공장	㈜축지에프에스	㈜은하수산
판매원	-	㈜대흥물산	-	-	농업회사법인 산지로드	다걸고 홍어	다걸고 홍어	-	-	-
판매중량	120g	300g	200g	150g	300g	250g	250g	300g	250g	200g
판매가	13,900	16,800	15,900	17,020	23,940	17,900	26,900	16,900	17,800	24,900
판매가/100G	11,583	5,600	7,950	11,347	7,980	7,160	10,760	5,633	7,120	12,450
유통온도	0~10도 냉장	0~10도 냉장	0~10도 냉장	0~10도 냉장	0~10도 냉장	0~10도 냉장	영하 18도 이하 냉동	영하 18도 이하 냉동	0~10도 냉장	영하 18도 이하 냉동
원재료 함량	홍어 100% 초장20g 증정	홍어 100%	홍어 100%	홍어 100% 초장40g 증정	홍어 100%	홍어 100% 초장 증정	홍어 100% 초장 증정	황다랑어 100%	넙치100%	넙치 99.4%, 재제소금 0.6%
어육산지	국내산	노르웨이산	아르헨티나산	미국산	국내산	목포산	흑산도	원양산	제주산	국내산
기타	숙성	숙성	숙성	숙성		약한 숙성	약한 숙성			

1. 확산형 가공식품

■ 홍어 짬 유사 상품 조사

과업 단계 I











Step1. 상품 기획

Step2. 상품 개발

Step3. 패키지 디자인

Step4. 시제품 생산

가공식품에서 부터 즉석조리식품까지 다양한 형태의 요리용 원물 사례를 조사

구분	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
이미지										
상품명	홍어 스테이크	홍어짬용	할리범 검정가지미 순살 스테이크 구이	연어스테이크 with 유자크림소스	미소프레쉬 6콤 푸짐한 대구탕 밀키트	가지미 조림	간편 해산물 아귀짬 세트	곰곰 간편한 갈치 조림	고등어 무조림	양구 산골요리사 시래기 고등어 조림
제조원	영산홍어㈜	-	㈜여성	㈜오래식품	㈜미소프레쉬	㈜초록햇살	㈜깊은바다 / ㈜한국소스	㈜등푸른식품	바다원	농업회사법인(㈜양구친환경
판매원	-	목포영호수산	-	㈜위플레이앤디	-	-	㈜밝은무역	씨피엘비㈜	-	-
판매중량	200g	300g	170g	291g	1,225g	770g	750g	140g	400g	450g
판매가	9,900	20,000	18,900	17,900	16,930	10,900	16,800	3,510	6,300	12,900
판매가/100G	4,950	6,667	11,118	6,151	1,382	1,416	2,240	2,507	1,575	2,867
유통온도	0~10도 냉장	영하 18도 이하 냉동	0~10도 냉장	영하 18도 이하 냉동	0~10도 냉장	영하 18도 이하 냉동	영하 18도 이하 냉동	영하 18도 이하 냉동	0~10도 냉장	실온보관
원재료 함량	홍어 100%	홍어 100%	가지미 99.5%, 천일염 0.5%	연어, 유자크림소스, 소스	대구, 두부, 무, 대구곤이, 홍합, 소스	가지미 42.8%, 무 20.6%, 양파, 대파, 해물액기스	아귀순살, 오만동이, 피홍합, 갑오징어, 새우, 고추, 대파	갈치(국산), 갈치조림양념, 냉동대파	고등어 30.3%, 무 21.2%, 양조간장, 천일염, 소맥, 기타과당, 콩기름, 물엿, 고춧가루	고등어 31.11%, 특제조림양념, 무, 시래기 15.56%
어육산지	아르헨티나산	목포산	노르웨이	노르웨이	외국산	미국, 중국	중국산	국산	노르웨이산	노르웨이산
기타	단순 수산물	단순 수산물	기타 수산물가공품 소스 증정	즉석조리식품	간편조리세트	기타 수산물가공품	기타 수산물가공품	기타 수산물가공품	조림류	즉석조리식품

1. 확산형 가공식품

꽃새우 농축액 유사 상품 조사

과업 단계 I

Step1. 상품 기획

Step2. 상품 개발

Step3. 패키지 디자인

Step4. 시제품 생산

최근 B2C용 농축액 형태가 다양하게 출시되고 있는 것을 발견할 수 있음

구분	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
이미지										
상품명	새우엑기스GE-102	새우엑기스-디	새우엑기스S	식자재용 짬뽕&해물소스	10배 농축 짬뽕소스	해물짬뽕양념	VIVID KITCHEN 저당짬뽕소스	정통직화짬뽕	짬뽕페이스트소스	면사랑 해물짬뽕육수
제조원	세림식품원료	ES식품원료	(주)원아	(주)미르마로푸드시스템	주식회사 오투기	(주)움트리	(주)동원홈푸드	(주)선재	(주)제이에스그린푸드	(주)면사랑
판매원	-	-	-	푸드스트(주)	-	-	-	대상(주)	동아식품	-
판매중량	200g	20,000g	20,000g	2,000g	2,000g	300g	280g	1,000g	2,000g	1,800g
판매가	9,900	533,610	369,000	20,800	12,910	5,800	5,000	15,850	15,220	16,180
판매가/100G	4,950	2,668	1,845	1,040	646	1,933	1,786	1,585	761	899
유통온도	0~10도 냉장	실온보관	실온보관	0~10도 냉장	실온	실온	실온	실온	실온	실온
원재료 함량	냉동새우 40.4%, 정제수, 말토덱스트린, 오징어엑기스, 정제염	새우분해액 50.1%, 말토덱스트린, 정제소금	새우추출액60%(국산 건새우 분태15%), 덱스트린, 정제소금	정제수, 고춧가루, 고추맛기름, 혼합간장, 마늘, 오징어엑기스, 생액기스, 정제소금, 실속다시, 설탕, 굴소스 등	오징어농축액, 혼합액기스, 포크맛조미유 등	복합해물농축액(물엿, 새우엑기스, 꼭게엑기스), 향미유 등	짬뽕페이스트, 고춧가루 등	직화짬뽕분말, 해물맛분말(새우엑기스분말, 양조간장분말) 등	마늘밀링, 오징어엑기스, 새우엑기스, 베이스소스, 고춧가루 등	정제수, 양파, 혼합엑기스, 정제소금, 오징어엑기스, 등
어육산지	캐나다산	캐나다산	건새우분태 15%	오징어 1.29%, 새우 0.93%	수입산	새우추출농축액(국산)	새우엑기스분말(새우-캐나다산)	국산	1:10 희석	
기타	추출가공식품(살균제품)	소스(살균제품)	소스(살균제품)	소스(살균제품)	소스(살균제품)	소스(살균제품)	소스(살균제품)	복합조미식품	소스(살균제품)	소스(살균제품)

1. 확산형 가공식품

■ 군산 참흥어 찜

과업 단계 I

Step1. 상품 기획

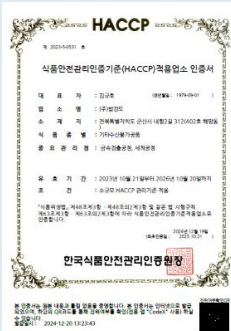
Step2. 상품 개발

Step3. 패키지 디자인

Step4. 시제품 생산

고정된 기존 고객이 아닌 2030 중심의 새로운 시장으로 접근 할 수 있는 상품 개발 추진

관내 제조기업 선정



홍어를 핵심 상품으로
가공하고 있는 관내 기업
(취밥강도와 함께 유통 가능한
형태의 상품화 고민

상품 벤치마킹



단순 홍어 찜이 아닌 다양한
어종의 찜, 키트형 상품을
테스트 하여, 식품 트렌드에
부합하는 상품 개발 추진

프로토 타입 개발



홍어의 건조 정도 껍질 탈피 유무
다양한 스펙으로 테스트
냉동 유통시 발생할 수 있는
다양한 이슈 시뮬레이션

유통경로 상품 제안



사전 미팅한 다양한 유통경로에
상품 입점 제안 하였으며,
최종 카카오 메이커스 제가버치
유통경로 및 물량 확정

상품 스펙 확정



수산가공품 형태로 개발될 경우
부가세로 경쟁 상품과 비교,
소비자 판매가 상승하는 이슈
소스를 증정형태로 제공

1. 확산형 가공식품

■ 군산 홍어 어묵

과업 단계 I

Step1. 상품 기획

Step2. 상품 개발

Step3. 패키지 디자인

Step4. 시제품 생산

기본 단가가 높은 홍어 원물 이슈를 상쇄하기 위한 대중 확산형 상품으로 어묵 개발 추진

OEM 제조사 선정

유사상품 벤치마킹

홍어 원물 조달

상품 테스트

상품 스펙 확정



관내 어묵을 가공할 수 있는 OEM이 가능한 제조공장이 없어 관외 제조공장을 탐색하여 최종 (주)아우토반푸드로 선정



국산 어육 및 소재를 활용한 상품을 구매하여 테스트 단가 및 관능, 함량을 체크 대부분 10%내외



어육에 사용할 수 있는 홍어 부산물 확보 및 가격 조정 진행 (쥬밥강도 홍어찜 가공 후 남은 부산물을 사용하여 가공



1차 상품 테스트 다양한 형태와 함량 체크 최적의 관능과 가격대를 도출 할 수 있도록 추진



최종 50g 내외의 홍어 함량 10% 어묵으로 상품화 완료 소포장 하여 간식으로 활용 될 수 있도록 최종 스펙 확정

1. 확산형 가공식품

■ 군산 생홍어회 필렛

과업 단계 I

Step1. 상품 기획

Step2. 상품 개발

Step3. 패키지 디자인

Step4. 시제품 생산

기존 삭힌 홍어가 아닌 생홍어로 새로운 관능을 제시하여 외식시장에 접근하고자 상품 기획

관내 제조기업 선정

외식경로 샘플 테스트

상품 개선 작업



홍어의 원물 가공 및 유통이 가능하고 MOQ 규모가 적은 (쥬밥강도를 통해 상품개발 추진



외식경로에 필렛 샘플 전달 관능 테스트 및 메뉴화 가능성 타진하고 적합 견적 도출



현장에서 활용 용이하도록 세절하는 형태와 냉동 이후 품질 변화를 추적하여 개선 작업



금어기도래로, 생홍어가공이 불가하여 상품화 중단
7월 이후 테스트 작업 추가 진행 예정

1. 확산형 가공식품

■ B2B용 군산 꽃 새우 짬뽕 원액

과업 단계 I

Step1. 상품 기획

Step2. 상품 개발

Step3. 패키지 디자인

Step4. 시제품 생산

분말의 불안정성으로 시장에서 농축액 형태의 상품 니즈를 확인하여 상품화 추진

유통 바이어 인터뷰



외식 시장의 식재를 납품 바이어 및 프랜차이즈 본사를 미팅 시장과 상품에 대한 니즈를 확인하여 상품화 기획

원물 조달



꽃새우는 대부분 원물을 어획하여 건조하는 형태로 가공 고군산푸드를 통해 분말을 확보 테스트 원재료로 활용

프로토 타입 테스트



군산 관내 OEM가능한 공장 부재 (주)세원리테일을 통해 농축액 형태 짬뽕소스 프로토타입 개발하여 관능 테스트 진행



상품 테스트 완료
향후 유통경로 확보 후
시제품 생산 가능할
것으로 판단

- 소재형 상품개발은 다양한 경로로 품목을 확산 하는데 유리
- 꽃새우는 변질의 우려로, 조업 즉시 건조
- 외식 B2B 라인에서, 분말은 소재의 안정성이 없다고 판단, 농축액 형태의 상품화 요구
- 군산을 대표하는 외식 메뉴로 짬뽕이 있으며, 이미 소비자 인지가 높아 시너지를 얻을 수 있음

1. 확산형 가공식품

■ 군산 참흥어

과업 단계 I

Step1. 상품 기획

Step2. 상품 개발

Step3. 패키지 디자인

Step4. 시제품 생산

군산 참흥어 대표 상품으로, 개발된 캐릭터 흥이를 활용하여 상품 패키지 디자인하였으며 군산 원물 사용 강조



통일감 있는 디자인으로 패키지의 일관성 유지

- 군산의 참흥어를 사용하여 시에서 개발된 상품이라는 점을 드러낼 수 있도록 찜과 찢감용의 패키지 디자인을 동일하게 진행
- 시리즈 상품처럼 색깔로 구분하는 방식으로 제작
- 향후 추가상품 개발 시에도 다양하게 활용 가능



1. 확산형 가공식품

■ 군산 홍어묵

과업 단계 I

Step1. 상품 기획

Step2. 상품 개발

Step3. 패키지 디자인

Step4. 시제품 생산

동판 제작의 단가 이슈로 스티커 형태의 패키지 디자인 진행 되었고, 캐릭터를 활용하고 세트박스과 설명카드 추가 제작



1. 확산형 가공식품

■ 군산 참흥어

과업 단계 I

Step1. 상품 기획

Step2. 상품 개발

Step3. 패키지 디자인

Step4. 시제품 생산

키트형 상품으로 최종 개발되었으며, 증정용 소스 또한 품목제조보고 및 영양성분 분석 완료

- 제품명** 군산 참흥어 (소스 증정)
- 품목제조보고번호** 2018048841233 / 2018048841232
- 식품의 유형** 기타 수산물가공품 / 소스
- 제조사** (주)밥강도
- 소비기간** 냉동 제조일로부터24개월 / 제조일로부터12개월
- 단량 및 구성** 300g(소스 100g 증정)

식품·식품첨가물 품목제조보고서

1. 품목명: 군산 참흥어 (소스 증정)

2. 품목제조보고번호: 2018048841233 / 2018048841232

3. 품목의 유형: 기타 수산물가공품 / 소스

4. 제조사: (주)밥강도

5. 소비기간: 냉동 제조일로부터24개월 / 제조일로부터12개월

6. 단량 및 구성: 300g(소스 100g 증정)

식품·식품첨가물 품목제조보고서

1. 품목명: 군산 참흥어 (소스 증정)

2. 품목제조보고번호: 2018048841233 / 2018048841232

3. 품목의 유형: 기타 수산물가공품 / 소스

4. 제조사: (주)밥강도

5. 소비기간: 냉동 제조일로부터24개월 / 제조일로부터12개월

6. 단량 및 구성: 300g(소스 100g 증정)

참고용 시험성적서

식품·식품첨가물 품목제조보고서

1. 품목명: 군산 참흥어 (소스 증정)

2. 품목제조보고번호: 2018048841233 / 2018048841232

3. 품목의 유형: 기타 수산물가공품 / 소스

4. 제조사: (주)밥강도

5. 소비기간: 냉동 제조일로부터24개월 / 제조일로부터12개월

6. 단량 및 구성: 300g(소스 100g 증정)



1. 확산형 가공상품

■ 군산 홍어묵

과업 단계 I

Step1. 상품 기획

Step2. 상품 개발

Step3. 패키지 디자인

Step4. 시제품 생산

관외 OEM 상품으로 저렴한 단가로, 군산 홍어를 주산지로 빠르게 확산하기 위한 상품

- 제품명** 군산 홍어묵바
- 품목제조보고번호** 20210212017133
- 식품의 유형** 기타 어육가공품
- 제조사** ㈜아우토반푸드
- 소비기간** 냉동 제조일로부터 12개월
- 단량 및 구성** 50g(소스 100g 증정)

위생제조, 제조사

제품명: 군산 홍어묵바
 품목제조보고번호: 20210212017133
 식품의 유형: 기타 어육가공품
 제조사: ㈜아우토반푸드
 소비기간: 냉동 제조일로부터 12개월
 단량 및 구성: 50g(소스 100g 증정)



△ 향유 가능 확산



비어포트 안주 상품



선물세트



관광지 연계 상품

차별화된 레시피를 통해 새로운 트렌드를 만들어 주산지 이미지 공고화

관내에서 가공을 통한 상품화의 한계와 낮은 소비자 인지를 극복하기 위한 전략

STEP1. 레시피 기획

원물의 사용도 및 관능을 고려하여 레시피 방향성을 기획



군산 꽃새우를 소스에 활용하여 군산 차별화

STEP2. 레시피 개발

향후 외식매장은 물론 제조사 활용 가능 하도록 소스 분리 개발

- 알칼리 효소는 물에 손으로 묻지 않으면서 씻어야 이물질이 제거된다.
- 꽃새우는 머리와 꼬리를 자르고 마른 편에 3분간 볶으면 잡내가 제거되고 감칠맛이 올라간다.
- 불강을 들기름에 볶으면 비린 맛이 사라진다.
- 육수가 끓으면 다시마를 먼저 건져내야 국물이 맑아진다.

#	Ingredients (재료명)	Quantity (수량)	Weight volume (단위)
1	물	200	g
2	꽃새우	50	g
3	다진 마늘	50	g
4	다진 파	10	g
5	후춧가루	10	g
6	후추	10	g
7	다진 마늘	50	g
8	다진 파	10	g
9	후춧가루	10	g
10	후추	10	g
11	다진 마늘	50	g
12	다진 파	10	g
13	후춧가루	10	g
14	후추	10	g

벤치마킹을 통해 최종 레시피 개발

STEP3. 레시피 시연

현장 활용도를 고려 시연을 통해 최종 레시피 점검



현장에서 활용도를 고려하기 위한 시연

STEP4. 특허 등록

레시피 특허 등록 진행 군산 키워드 노출과 데이터 축적 의미

발명의 명칭 / 서비스명	발명의 내용
장흥군 특산물 가공식품 제조 방법	본 발명은 장흥군 특산물인 장흥한우, 표고, 치즈, 김조개, 한우의 궁합을 고려하여 맛과 영양을 극대화시키기 위하여, 장흥한우, 표고, 치즈, 김조개, 한우를 혼합하여 조리하는 방법을 제공한다. 본 발명은 장흥한우, 표고, 치즈, 김조개, 한우를 혼합하여 조리하는 방법을 제공한다. 본 발명은 장흥한우, 표고, 치즈, 김조개, 한우를 혼합하여 조리하는 방법을 제공한다.

특허 등록을 통해 최종 권리 확보

외식 메뉴를 통해 특산물의 주산지 이미지를 공고화한 사례

장흥군은 미디어에 노출된 '장흥삼합'메뉴를 통해 한우, 표고, 관자의 주산지로 소비자들에게 각인 되고 있음



■ 군산 홍어 찜

과업 단계 I

Step1. 레시피 기획

Step2. 레시피 개발

Step3. 레시피 시연

Step4. 특허 등록

찜 홍어에 양념을 올려 내는 전통적인 레시피로, 차별화 관능 포인트가 필요

#생홍어 #꽃새우양념

- 반건조 혹은 냉동 홍어에 양념장을 얹어 찌내는 전통적인 레시피
- 주로 반건조한 생선위에 양념장을 올려 찌내는 행태로 조리형태로 홍어외 가오리도 다수 사용됨
- 다양한 지역에서 취식하고 있어 군산의 특색이 강조될 수 있는 식재 혹은 관능을 찾아 낼 수 있어야 특이성을 가질 수 있음
- 지역적으로 삭힌 홍어로 요리하여 호불호가 강한 메뉴
- 가니쉬의 다양화, 통으로 서브하여 차별화를 두는 사례도 있음

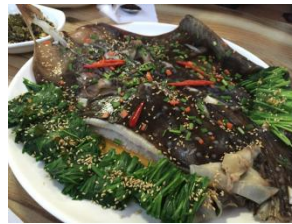
레시피 벤치마킹 사례



간장 및 소금 베이스의 전통적인 레시피로, 대부분 삭힌 홍어를 사용하여 조리하여 지역색이 강함



백종원이 미디어에서 소개한 레시피로, 두 가지 소스를 활용하여 다양한 맛을 즐길 수 있는 레시피



구례 동아식당 가오리찜 가오리가 통으로 서빙 되는 것이 포인트로, 시각적 즐거움 제공



서울 은마상가 반찬가게 가오리 찜으로, 간장을 베이스로 하는 레시피가 차별화된 특징

■ 군산 참홍어 조림

과업 단계 I

Step1. 레시피 기획

Step2. 레시피 개발

Step3. 레시피 시연

Step4. 특허 등록

지역의 유명 맛집으로 부터 시작된 가오리찜을 벤치마킹 하여 레시피 도출

#가오리대체 #생홍어 #꽃새우양념

- 최근 강릉 일대의 가오리찜(조림)이 유행
- 유사한 식감을 가진 홍어로 조리한다면 기존에 없던 새로운 메뉴가 가능할 것으로 판단

레시피 벤치마킹 사례



강릉 이모네 가오리찜 유행을 선도하고 있는 외식 업체로, 예약이 불가할 정도로 관광객들에게 높은 인기를 얻고 있는 메뉴



강릉의 유명 맛집으로 야채가 풍성하게 들어 있는 것이 특징인 가오리 찜



강릉 찜대감 가오리찜 후발 주자로, 브랜딩과 콩나물 및 부재료를 차별화 하여 젊은 세대에 소구하고 있음



부산 속초이모네찜 가오리찜으로 다양한 해산물들을 함께 조리하여 강릉 스타일과는 차별화된 관능을 지님

■ 군산 꽃새우 물김국

과업 단계 I

Step1. 레시피 기획

Step2. 레시피 개발

Step3. 레시피 시연

Step4. 특허 등록

시즌성이 강한 물김은 해안에 인접해 있는 지역들에서 다양한 형태로 레시피가 나타남

#물김 #시즌성 #꽃새우

- 물김국은 호남, 강원 영동 지방 등의 해변이 있는 지역의 토속음식
- 미역국, 매생이국과 같이 함께 맛을 내는 식재료에 따라 메뉴명 결정
- 해조류 중 다시마, 미역, 김 등은 감칠맛을 높이기 위해 건조하여 가공하는 것이 일반적
- 꼬시래기, 곰피, 툇과 같이 염장하여 보관과 비교해 볼 수 있음
- 건조하지 않은 이들 해조류는 제철에만 취식할 수 있다는 희소성과 특유의 부드러운 식감으로 생물을 선호하는 소비자도 있음

레시피 벤치마킹 사례



물김국은 지역별로 레시피의 차이는 크지 않으며, 사용되는 부재료가 차이가 있음



고추양념을 하지 않는 일반적인 미역국의 형태에서 나아가 새로운 관능을 제시하고 있는 해조류 찌개



해조류를 사용한 국은 함께 사용되는 식재에 따라서 관능 및 소비자 선호에 차이를 보이며 꽃새우를 활용한 레시피도 다수 존재



미디어에 소개된 레시피로 새우와 해조류를 활용한 장국 물김의 식감과 꽃새우를 활용한다면 상징성이 강화될 수 있을 것으로 기대

과업 단계 I

Step1. 레시피 기획

Step2. 레시피 개발

Step3. 레시피 시연

Step4. 특허 등록

전통적 레시피에 군산 꽃새우 분말을 더해 군산의 상징성을 강조한 찜 형태의 상품

군산 참홍어찜



Manufacturing Method (제조법)

- ① 생홍어를 흐르는 찬물로 2~3번 세척한다.
- ② 세척한 홍어에 소주, 소금을 뿌려 30분간 절인다.
- ③ 냄비에 물, 된장, 맛술을 넣고 섞는다,
- ④ 스텐 채반에 절인 홍어를 올리고 센불로 5분, 중불로 10분간 찜준다. (총 15분)
- ⑤ 양념장에 들어가는 재료들을 고루 섞는다.
- ⑥ 삶은 홍어는 접시에 담아 식혀준다.
- ⑦ 숙주와 미나리를 찜기에 넣고 3분간 찜준다.
- ⑧ 접시에 홍어, 미나리, 숙주를 올리고 양념장을 끼얹는다.
- ⑨ 양념장을 끼얹은 홍어에 고명을 올린다.

Cooking Tip !

- 홍어를 소금에 절이면 삼투압 현상으로 삶았을 때 살이 부서지는 것을 방지할 수 있다.
- 양념장은 흐르지 않고 되직하게 만들어야 깔끔하게 접시에 담을 수 있다.
- 미나리와 숙주를 홍어와 같이 삶지 않고 따로 데쳐야 식감이 좋다.
- 삶은 홍어의 익힘 정도는 젓가락으로 찔렀을 때 쉽게 들어가면 익은 것을 확인할 수 있다.
- 스텐 채반에 젖은 면포를 깔고 찌면 홍어가 들러붙지 않는다.

구분	Ingredients (식재료명)	Quantity (분량 (/person))	weight/ volume (단위)
1	생홍어	600	g
2	숙주	100	g
3	미나리	100	g
밑간 양념			
1	소주	50	ml
2	소금	10	g
홍어 삶는 물			
1	물	300	ml
2	된장	20	g
3	맛술	20	ml
양념장			
1	양파	30	g
2	대파	30	g
3	다진 마늘	15	g
4	청고추	20	g
5	홍고추	20	g
6	간장	30	ml
7	설탕	10	g
8	참지액	15	ml
9	꽃새우 가루	10	g
10	된장	20	g
11	맛술	10	ml
12	미원	5	g
13	고춧가루	15	g
14	참기름	10	ml
고명			
1	실고추	2	g
2	쪽파	15	g
3	통깨	5	g

과업 단계 I

Step1. 레시피 기획

Step2. 레시피 개발

Step3. 레시피 시연

Step4. 특허 등록

강릉 유명 레시피에 착안하여 홍어를 조림 형태의 레시피로 개발

군산 참홍어조림



Manufacturing Method (제조법)

- ① 생홍어를 흐르는 찬물로 2~3번 세척한다.
- ② 세척한 홍어에 소주, 소금을 뿌려 30분간 절인다.
- ③ 육수를 끓인다.
- ④ 냄비에 식용유, 참기름, 다진 마늘을 넣고 약불로 볶는다.
- ⑤ 마늘이 익으면 양념장을 넣고 약불로 1분간 볶는다.
- ⑥ 볶은 양념장에 물 300ml를 넣고 섞는다.
- ⑦ 무→감자→홍어 순으로 냄비에 올린다.
- ⑧ 야채와 생선에 양념장을 끼얹으면서 중불로 15분간 익힌다.
- ⑨ 파, 홍고추, 청고추를 넣고 중불로 5분간 익힌다.
- ⑩ 그릇에 담고 고명을 올린다.

Cooking Tip !

- 홍어를 소금에 절이면 삼투압 현상으로 삶았을 때 살이 부서지는 것을 방지할 수 있다.
- 삶은 홍어의 익힘 정도는 젓가락으로 찔렀을 때 쉽게 들어가면 익은 것을 확인할 수 있다.
- 식용유에 마늘을 볶아 향을 낸 뒤 양념장을 끓이면 감칠맛이 올라간다..

구분	Ingredients (식재료명)	Quantity (분량) (/person)	weight/volume (단위)
1	홍어	600	g
2	무	100	g
3	양파	100	g
4	감자	100	g
5	파	50	g
6	홍고추	20	g
7	청고추	20	g
8	다진마늘	10	g
9	식용유	15	ml
10	참기름	15	ml
밀간 양념			
1	소주	50	ml
2	소금	10	g
육수			
1	다시마	30	g
2	멸치	30	g
3	무	50	g
4	물	500	ml
양념장			
1	진간장	60	ml
2	고춧가루	20	g
3	고추장	20	g
4	올리고당	10	g
5	설탕	15	g
6	미원	10	g
7	꽃새우 가루	10	g
8	멸치다시다	10	g
9	생강가루	5	g
10	후추	5	g
고명			
1	실고추	2	g
2	쪽파	15	g
3	통깨	5	g

과업 단계 I

Step1. 레시피 기획

▶ Step2. 레시피 개발

▶ Step3. 레시피 시연

▶ Step4. 특허 등록

군산 꽃새우를 부재로 하여 상징적인 레시피로 개발

군산 꽃새우 물김국



Manufacturing Method (제조법)

- ① 물김을 흐르는 물에 3번 세척해준다.
- ② 세척한 물김을 가위로 잘게 자른다.
- ③ 육수를 끓인다.
- ④ 냄비에 들기름과 다진 마늘을 넣고 약불로 물김을 3분간 볶는다.
- ⑤ 손질된 꽃새우와 대파를 넣고 볶는다.
- ⑥ 육수를 넣고 중불로 15분간 끓인다.
- ⑦ 국간장, 참치액, 맛술을 넣고 간을 맞춘다.
- ⑧ 국그릇에 담고 고명을 올린다.

Cooking Tip !

- 물김은 흐르는 물에 손으로 문지르면서 씻어야 이물질이 제거된다.
- 꽃새우는 머리와 꼬리를 자르고 마른 팬에 3분간 볶으면 잡내가 제거되고 감칠맛이 올라간다.
- 물김을 들기름에 볶으면 비린 맛이 사라진다.
- 육수가 끓으면 다시마를 먼저 건져내야 국물이 깔끔해진다.

구분	Ingredients (식재료명)	Quantity (분량) (/person)	weight/ volume (단위)
1	물김	200	g
2	꽃새우	30	g
3	대파	50	g
4	다진 마늘	10	g
5	들기름	15	ml
육수			
1	다시마	30	g
2	멸치	30	g
3	무	50	g
4	물	600	ml
양념			
1	국간장	15	ml
2	참치액	15	ml
3	맛술	10	ml
고명			
1	대파	10	g
2	홍고추	10	g
3	통깨	5	g

과업 단계 I

Step1. 레시피 기획

Step2. 레시피 개발

Step3. 레시피 시연

Step4. 특허 등록

향후 상품화를 고려하여

특화 레시피 HMR용 패키지 디자인

- 군산의 이미지가 잘 드러나고 개발된 캐릭터를 활용한 패키지 디자인 진행
- 세트 상품으로 동일한 디자인 이미지가 노출될 수 있도록 디자인



과업 단계 I

Step1. 레시피 기획

Step2. 레시피 개발

Step3. 레시피 시연

Step4. 특허 등록

향후 활용성을 고려 소스 레시피를 분리하여 설계

군산 참흥어찜 시연 사진



군산 참흥어 조림 시연 사진



군산 꽃새우 물김국 시연 사진



과업 단계 I

Step1. 레시피 기획

Step2. 레시피 개발

Step3. 레시피 시연

Step4. 특허 등록

배포할 수 있는 형태의 레시피 영상을 제작하여 마케팅 및 메뉴 전수 교육에 활용

군산 참흥어찜 레시피 시연 영상



https://drive.google.com/file/d/1In22RYwgfB1gRfXEshOI08kXQfjcC86S/view?usp=drive_link

군산 참흥어 조림 레시피 시연 영상



https://drive.google.com/file/d/1ujjZEOgPKyxskTRkqO68rSdIXmnLmaf1/view?usp=drive_link

군산 꽃새우 물김국 레시피 시연 영상



https://drive.google.com/file/d/1c4r8AFZjsEG8LY0IsPpaPB1UVlltJbpt/view?usp=drive_link

과업 단계 I

Step1. 레시피 기획

Step2. 레시피 개발

Step3. 레시피 시연

Step4. 특허 등록

세 건의 레시피는 특허 등록을 진행하고 있으며, 특허 가능성은 85%로 예견하고 있음

선행발명과 비교할 때, 본원발명은 꽃새우 가루가 첨가된 양념장이 사용되는 점에서 차이. 본원 발명의 양념장의 구성 및 배합비와 함께 홍어찜을 제조하는 방법을 어필시 특허 가능성은 85% 이상

발명의 명칭 / 서지사항		발명의 내용					
구분	Products Name (대뉴명)		군산 홍어찜				
	Ingredients (식재료명)	Quantity (/person)	weight/volume (단위)	Manufacturing Method (제조법)			
				Prep. Time (준비시간)	20분	Manufacturing Time (제조시간)	20분
1	생홍어	600	g	1. 생홍어를 흐르는 찬물로 2~3번 세척한다.			
2	숙주	100	g	2. 세척된 홍어에 소주, 소금을 뿌려 30분간 절인다.			
3	미나리	100	g				
말린 양념				3. 냄비에 물, 된장, 맛술을 넣고 쐬는다.			
1	소주	50	ml	4. 스팀 채반에 절인 홍어를 올리고 생홍로 5분, 중불로 10분간 찜준다. (총 15분)			
2	소금	10	g				
홍어 찌는 물				5. 양념장에 들어가는 재료를 고루 섞는다.			
1	물	300	ml	6. 삶은 홍어는 찜시에 담아 식혀준다.			
2	황당	20	g				
3	맛술	20	ml	7. 숙주와 미나리를 찜기에 넣고 3분간 찜준다.			
양념장							
1	당과	30	g	8. 찜시에 홍어, 미나리, 숙주를 올리고 양념장을 끼얹는다.			
2	대과	30	g				
3	다진 마늘	15	g	9. 양념장을 끼얹은 홍어에 고명을 올린다.			
4	정고추	20	g				
5	홍고추	20	g	그냥			
6	간장	30	ml				
7	설탕	10	g	1			
8	참지민	15	ml				
9	꽃새우 가루	10	g	2			
10	황당	20	g				
11	맛술	10	ml	3			
12	미원	5	g				
13	고춧가루	15	g	4			
14	참기름	10	ml				
1	삼고추	2	g	5			
2	쪽파	15	g				
3	홍피	5	g	6			
7							

선행 발명

콘드로이친이 함유된 즉석 홍어(애)탕 및 그 제조방법

본 발명은 12개월간의 장기 상온 유통기한을 가지고, 간단하게 조리하여 취식할 수 있는 고유의 맛과 식감을 가진 콘드로이친이 함유된 즉석 홍어애탕과 그 제조방법에 관한 것이다. 주원료인 숙성된 홍어살, 홍어연골, 홍어애를 준비하는 단계; 부원료를 첨가하는 단계; 배합 또는 자숙하는 단계; 혼합물을 파우치에 충전 후 밀봉하는 단계; 및 제품을 살균하는 단계;를 포함하는 콘드로이친이 함유된 즉석 홍어애탕 제조방법을 제공하며, 원료는 손질된 홍어살, 홍어연골 및 홍어애와 정제수, 보리순, 냉동무청, 혼합장, 된장, 고춧가루, 양파, 생강, 마늘, L-글루탐산나트륨, 멸치농축액, 대파로 구성하는 것을 특징으로 한 다. 또한, 상기의 제조방법으로 제조된 즉석 홍어애탕을 제공함으로써, 함유되어 있는 콘드로이친을 직접 섭취하여 건강 증진 효과를 기대할 수 있다.

```

graph TD
    A["홍어는 상채의 홍어연골과 살 + 홍어애"] --> B["부원료 첨가"]
    B --> C["배합 / 자숙"]
    C --> D["파우치 충전 후 밀봉"]
    D --> E["레포르트 살균"]
    E --> F["제품"]
    
```

Cost breakdown: \$1000 (Raw materials), \$2000 (Addition of raw materials), \$3000 (Mixing/Cooking), \$4000 (Filling and sealing), \$5000 (Sterilization), \$6000 (Final product).

새로운 주산지로 인지도를 높일 수 있는 계기 필요

캐릭터를 기획하여 홍어에 대한 접근성이 낮은 소비 세대에 접근하고, 주산지로 이미지를 확산할 수 있도록 기획

STEP1. 컨셉 도출

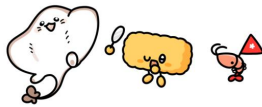
군산 대표 수산물인 홍어를 의인화한 캐릭터로 군산을 방문하는 스토리텔링



홍어를 기본으로 디자인 컨셉 도출

STEP2. 캐릭터 디자인

전문 디자이너를 통해 의인화한 캐릭터 디자인 서브 캐릭터 추가



홍어, 어묵, 꽃새우 세 가지 캐릭터 개발

STEP3. 상표권 등록

상표권 등록을 통해 브랜드로의 가치를 두고 유사 상표 사용 통제



29류, 31류, 35류 출원 신청

STEP4. 상품적용

개별 굿즈 및 개발 상품 패키지 디자인에 활용 캐릭터 확산 본격화



가공상품 및 굿즈 개발하여 활용

지역 캐릭터 상품화의 대표 사례

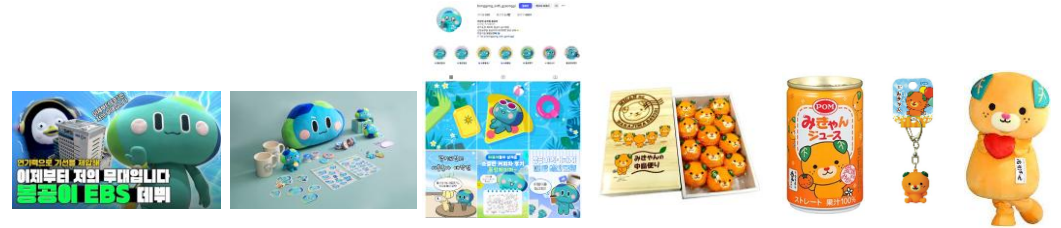
일본은 유루카라(ゆるキャラ)로 불리는 지역 캐릭터 및 상품화가 활발하며 최근 국내 지자체의 캐릭터 또한 시민과의 접근성을 높이고 있음



경기도 도정 캐릭터 봉공이로, 경기도 생활을 담은 인스타툰이 도민의 공감을 얻어 다양한 굿즈 및 콘텐츠 활용되고 있음



일본 에히메현 캐릭터 미칸(みかん)은 특산물인 귤을 강아지 형태로 디자인 원물 뿐만 아니라 가공상품 패키지에도 다양하게 활용



과업 단계 I

Step1. 컨셉 도출

Step2. 캐릭터 디자인

Step3. 상표권 등록

Step4. 상품 적용

수온 상승으로 홍어 서식지가 변화하는 내용을 홍어의 군산 이사로 귀엽게 표현

캐릭터 스토리

‘홍이’는 군산으로 여행을 떠난 홍어로, 아직 군산과 낯을 가리는 신입, 군산과 조금 더 친해지기 위해 슈의 새우 투어에 참가하게 되었다.

‘슈’ 캐릭터는 군산에서 이미 인지도가 있는 꽃새우로, 군산을 알리기 위한 패키지 여행 ‘새우 투어’를 운영하고 있다.

‘어무기’는 평범한 외형을 가졌으나 자신만의 특별함을 찾고 싶어하는 어묵으로, 군산에서 ‘새로운 나’를 찾기 위해 슈의 새우 투어에 참가하게 되었다.



홍이

남쪽 바다를 떠나 군산으로 여행을 떠난
다정하고 삼남한 홍어 친구.
매사 긍정적이고 밝지만 처음 온 군산을 헤메는 등
은자서는 어설피른 모습도 종종 보인다.
아직은 낯선 군산과 홍이... 우리 친해질 수 있을까?



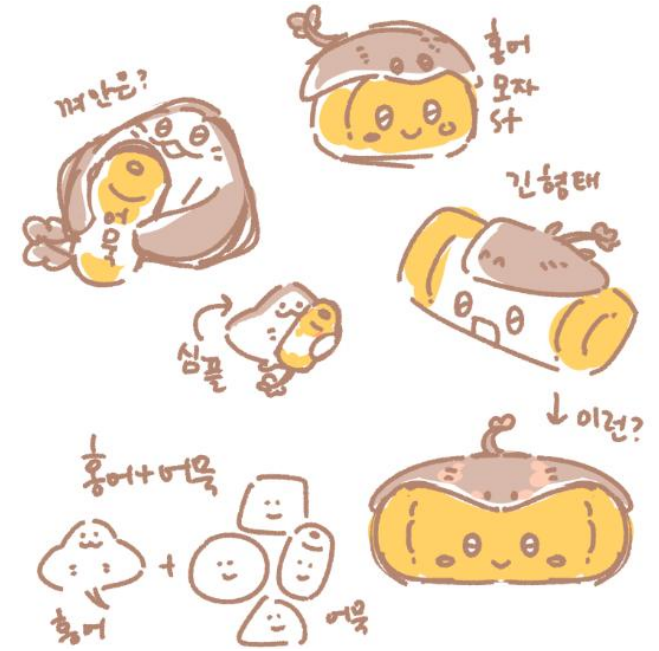
슈

조그맣고 과묵한 꽃새우.
작아서 귀여워 보이지만 이래봐도 어른이다.
날 때부터 살아온 군산에 대해 뼈삭하게 알고 있어
군산 패키지 여행 전문 "새우 투어"를 운영하고 있다.
이번 손님들은 좀 특이한 조합일지도...?



어무기

외모에 관심이 많은 어묵 친구.
평범한 어묵 세계에서 개성을 가지고 싶어 한다.
이런 외모로는 다른 어묵들과 다를 게 없어!
어무기가 더 특별해 질 수 있는 방법이 있을까?



과업 단계 I

Step1. 컨셉 도출

Step2. 캐릭터 디자인

Step3. 상표권 등록

Step4. 상품 적용

디자인 피드백을 반영하여 최종 3종 캐릭터 디자인 완성

테두리

조금 더 부드러운 느낌을 주기 위해 선 테두리(아웃라인)는 갈색으로 마무리

어무리

홍어로 만든 어묵이라는 점을 강조하기 위하여 홍어+어묵 형태의 캐릭터 디자인 추가 고안

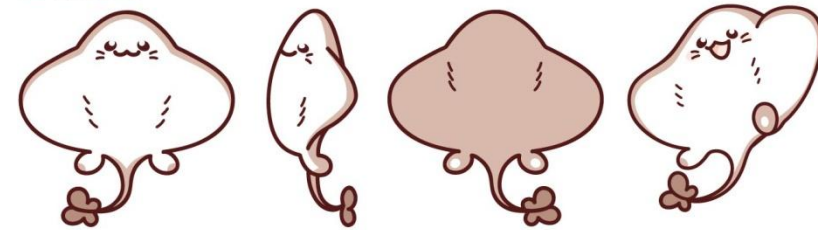
슈

'새우'의 형태가 더 잘 드러나게 변경하되, 너무 길어지면 귀여운 느낌이 덜 하기 때문에 중간점을 찾아서 디자인 수정



최종 캐릭터 개발

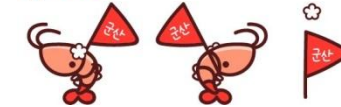
홍어



어무리



슈



과업 단계 I

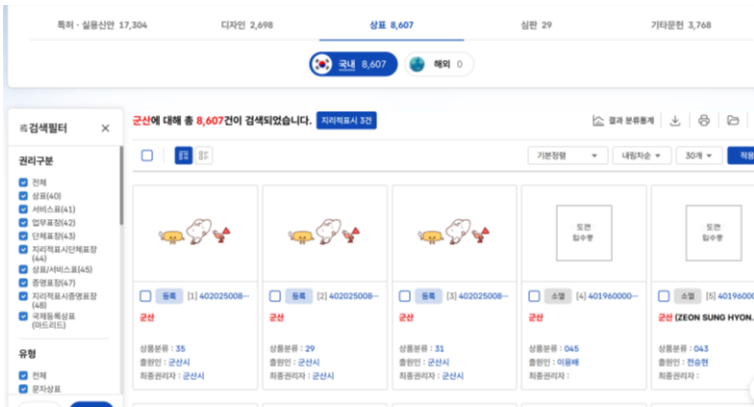
Step1. 컨셉 도출

Step2. 캐릭터 디자인

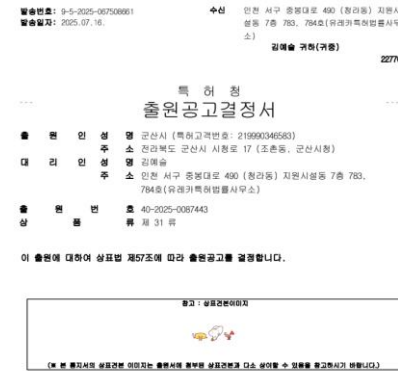
Step3. 상표권 등록

Step4. 상품 적용

향후 활용 분야를 고려하여 총 3가지 부류로 상표권 등록 진행, 최종 상표권 등록 완료



제 29류
생선, 살아있지 않은 어패류, 생선가공식품, 어패류가공식품 등



제 31류
살아있는 생선, 살아있는 어패류 등



제 35류
인터넷쇼핑몰, 통신판매, 생선 도/소매업, 광고업, 홍보업 등

과업 단계 I

Step1. 컨셉 도출

Step2. 캐릭터 디자인

Step3. 상표권 등록

Step4. 상품 적용

굿즈 디자인 시안



굿즈 실물

일반 나눔/판매용
키링, 엽서, 핀버튼, 감정 스티커, 스마트톡, 떡메모지

군산 맥주축제 활용 용도
부채, 맥주컵, 코르크코스터, 맥주 버전 스티커



과업운영과정에서 발굴된 아이디어를 추가상품개발로 연결

축제 기간 소비자들의 선호가 높았던 홍어구이(홍어포)를 특화 상품화

서해근해연승연합회(군산참홍어) 참홍어포 상품화 플랜

- 연승협회의 별도 제조 시설이 없어, 즉석판매제조가공업 형태로 초기 세팅
- 향후 상품 판매 추이와 가능성을 확인하여, OEM 그리고 최종 직접제조로 확장하는 것으로 상품화 플랜 수립

[유사상품 시장 조사 내용]

구분	1	2	3	4
이미지				
상품명	국산 홍어포	말린홍어채	황토가마에 구운 아귀포	아귀포(이귀포)
제조원	목포도방수산	-	(주)동해식품	삼천포 대성식품
판매원	-	㈜신선산업	-	-
판매중량	200g	250g	100g	300g
판매가	18,900	16,800	7,200	13,500
판매가/100G	9,450	6,720	7,200	4,500
유통온도	냉동	냉장	냉장	냉동
원료 산지	국산	가오리 87%	중국산 아귀포 87%	아귀어육 92% 국산
구매링크	https://smartstore.naver.com/dululu/products/8125687			
기타	홍어채로 상품명 되어 있지만 가오리			



Ⅲ. 유통마케팅 과업 수행

카카오메이커스를 선택 판매뿐만 아니라 홍보 파급효과 수렴

카카오의 제가버치는 생산지와 소비자를 연결하는 컨셉으로 4천820만명이 사용하는 카카오톡으로 구매활동이 발생하여 파급력이 우수함

STEP1. 상품 제안

플랫폼으로 파급력이 가장 높다고 판단되는 카카오에 상품 제안



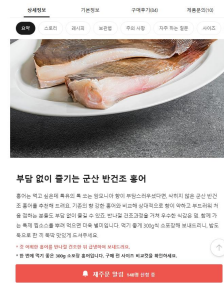
STEP2. 사전 작업

샘플링한 상품의 사진 촬영 및 셀링 포인트 발굴을 통한



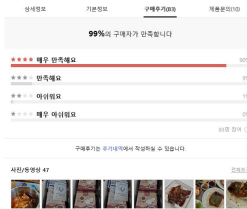
STEP3. 메이커스 오픈

1차 판매 이후 재오픈 요청 추가 판매물량 오픈하여 판매 추진함



STEP4. 성과 수렴

소비자 만족도를 확인 향후 상품 개선에 반영하고 판매전략 수립



카카오 제가버치 전폭 어가돕기

상품규격서 및 세부 사진 촬영

23년 이후 제가버치 구매자 20만명 대상 푸쉬 광고

99%의 구매자 만족 1452개 판매

1. 개발 상품 유통

과업 단계 I

Step1. 상품 제안

Step2. 사전 작업

Step3. 메이커스 오픈

Step4. 성과 수렴

기존 홍어 상품과 차별화 하고 군산의 특징점을 살리기 위하여 삭히지 않은 홍어를 컨셉으로 진행

- 판매명** [전북어가둑기] 삭히지 않아 먹기 편한 군산 반건조 홍어
- 단량** 300g + 찜소스 증정(100g)
- 판매가** 19,900원(택배비 4,000원 포함)
- 택배사** (주)밥강도
- 판매기간** 2025년. 6. 11(수) 오후 5시 ~ 6. 29(일) 오후 5시
- 광고 집행** 300g(소스 100g 증정)
- 준비 물량** 2,000개



	가오리밥	삭힌 홍어 찜용 날개살	삭힌 홍어 찜용 날개살	군산 홍어
상품명	수빈이네 가오리밥	삭힌 홍어 찜용 날개살	삭힌 홍어 찜용 날개살	군산 홍어
제조사	수빈이네밥	노담진	노담진	밥강도
유통지역	-	-	-	-
유통기간	냉동 1개월	-	-	-
원산지	미국	아르헨티나	국내산	국산
단량(g)	900	700	300	500
원물함량	60.60%	100.00%	100.00%	100.00%
원물단량(g)	545.4	700	300	500
가격	31,950	17,900	22,900	23,500
원물 100g 당	5,858	2,557	7,633	5,500
배송비	0	0	0	4,000
링크				
비고				http://itempage3.auction.co.kr/DetailView.aspx?itemno=D736732576



과업 단계 I

Step1. 상품 제안

Step2. 사전 작업

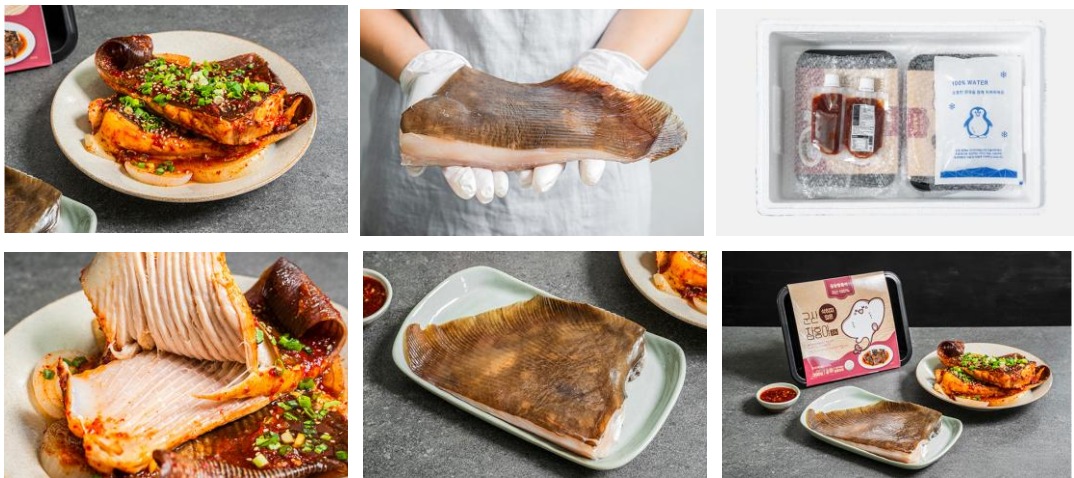
Step3. 메이커스 오픈

Step4. 성과 수렴

온라인 판매 및 판촉활동 진행, 일종의 버터컬몰로 카카오MD를 통해 집행 가능하며 공급사가 개별로 진행할 수 없음

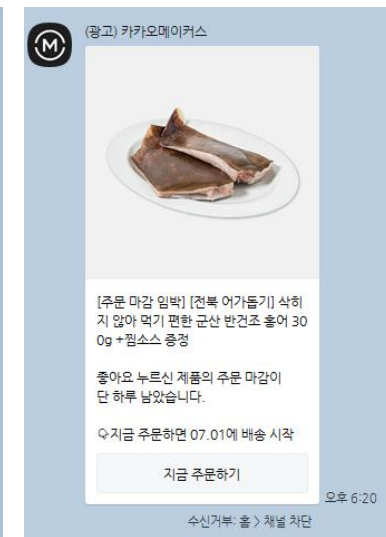
사진촬영

상품 세부 정보를 제공하고, 조리법을 제시하여 소비자들의 구매를 독려하기 위한 사전 작업을 진행했으며, 카카오에서 독자적 진행



사전 오픈 및 광고

오픈 예고와 푸쉬 광고를 집행하여 판매 효과를 재고하고 소비자들에게 군산과 홍어 키워드가 직접적으로 노출될 수 있도록 기획



과업 단계 I

Step1. 상품 제안

Step2. 사전 작업


Step3. 메이커스 오픈

Step4. 성과 수렴


1차에서 1,209개 판매 후 205개 물량으로 재오픈 후 243개를 추가판매, 최종 1452개 판매

Q 홍어


8개의 검색결과


- 


나주영산포 홍어거리, 흑산도 홍어
23,000원
주문 종료

재주문 알림
- 

[전북 어가들기] 식하지 않아 먹기 편한 군산 반건조 홍어 300g...
19,900원
주문 종료

재주문 알림
- 

[전남 어가들기] 식힘 정도를 선택할 수 있는 목포종합수산시장 50년 전통 국내산 참홍어
24,900원
76명 주문 중
- 


[경남 산물피해 농가들기] 25년산 지리산 산청 햇 건고사리 100g
17,400원
54명 주문 중
- 

[전남 어가들기] 50년 전통의 맛 목포 흑산도 참홍어
32,900원
주문 종료

재주문 알림

상세정보 기본정보 구매후기(64) 제품문의(10)

요약 스토리 레시피 보관법 주의 사항 자주 하는 질문 사이즈




부담 없이 즐기는 군산 반건조 홍어

홍어는 먹고 싶은데 특유의 특 쓰는 맘모니아 향이 부담스러우셨다면, 식하지 않은 군산 반건조 홍어를 추천해 드려요. 기존의 향 강한 홍어와 비교해 상대적으로 향이 약하고 부드러워 처음 접하는 분들도 부담 없이 즐길 수 있죠. 반나절 건조과정을 거쳐 우수한 식감은 물론 함께 가는 특제 짬소스를 뿌려 먹으면 더욱 별미입니다. 먹기 좋게 300g씩 소포장해 보내드리니, 밥도둑으로 한 끼 똑딱 맛있게 드셔주세요.

- * 갓 어획한 홍어를 반나절 건조한 뒤 급냉하여 보내드려요.
- * 한 번에 먹기 좋은 300g 소포장 홍어입니다. 구매 전 사이즈 비교컷을 확인하세요.

재주문 알림 148명 신청 중

요약 스토리 레시피 보관법 주의 사항 자주 하는 질문 사이즈



군산 앞바다에서 온 반건조 홍어


군산은 어업이 발달한 항구도시로, 갓 잡아 올린 홍어를 빠르게 유통합니다. 군산 앞바다의 수은, 염도, 해저 지형과 같은 조건들은 예민한 어종인 홍어가 서식하기에 적합해요. 이와 더불어 기후변화로 바다 환경도 변화해, 국내 홍어 서식지가 빈하고 있습니다. 군산은 최근 몇 년 동안 홍어 최대 어획량을 기록했습니다.

재주문 알림 148명 신청 중

요약 스토리 레시피 보관법 주의 사항 자주 하는 질문 사이즈

신선한 참 홍어, 바로 조리 가능

군산에서 어획한 고품질 원물을 사용한 반건조 홍어, 별다른 손질 없이 바로 조리 가능합니다. 급냉하여 스킨 포장된 상태로 드라이아이스와 함께 배송되니 신선함을 그대로 유지하죠. 특제 짬소스 100g도 함께 갑니다.



재주문 알림 148명 신청 중

과업 단계 I

Step1. 상품 제안



Step2. 사전 작업



Step3. 메이커스 오픈



Step4. 성과 수렴

약 1개월이 되지 않는 기간 최종 매출 22,994,240원의 성과를 이룸



1. 전국단위 산지 홍보 효과

카카오 메이커스는 25년 누적 거래액 1조원, 300만명 이상의 소비자가 이용한 플랫폼으로 카카오톡을 기반으로 하여 노출 가능한 소비자 범위가 매우 넓음. 해당 유통경로 입점을 통해 전국단위의 홍어 주산지로의 홍보 효과 누림

2. 소비자 접근성 제고

기존 홍어가 가진 토속적인 이미지를 개선하고, 캐릭터를 사용한 패키지와 삭히지 않은 상품 컨셉을 통해 홍어에 대한 구매 허들을 낮추고 홍어를 소비하는 기존 소비층이 아닌 새로운 소비층으로 확산할 수 있는 계기를 마련

3. 유통경로를 통한 검증효과

오픈 마켓이 아닌 MD 테스트를 통해 접근할 수 있는 폐쇄적 유통채널로, 해당 플랫폼 입점으로 품질과 관능을 인정받은 것으로, 향후 추가 유통경로를 확보하는데 주요한 포트폴리오로 활용 가능

4. 매출 및 캐릭터 사용료

판매를 통한 최종 매출은 22,994,240원으로 캐릭터 사용료 및 어레인지 수익으로 2,807,840원이 발생 이는 최종 군산시 수산과의 귀속 방법 논의 후 조처 예정

과업 단계 |

Step1. 상품 제안



Step2. 사전 작업



Step3. 메이커스 오픈



Step4. 성과 수렴

최종 1452개 판매 성료, 구매 소비자의 99%가 만족, 첫 구매 이후 추가 요청으로 앵콜딜 오픈

상세정보

기본정보

구매후기(83)

제품문의(10)

99%의 구매자가 만족합니다



83명 참여 ①

구매후기는 후기내역에서 작성하실 수 있습니다. >

사진/동영상 47

전체보기



FFUNFFUN한 감사 남해영 2025.07.11

배송 잘 받았어요.
요즘같은 날씨에 녹지않고 와서 다행이더라고요.
첫 구매에 먹어보고 너무 맛있어서 재구매했는데 사하지 않아 누구나 먹을 수 있고 양념장도 맵지않고 맛있어요~^^
저는 뼈도 먹으려고 약7~8분이상 쪄는데 아주 딱 좋았습니다.
살도 쫄쫄하니 찰지고 뼈도 오도록 씹히는 것이 아주 별미예요.
300g이 얼마 안되는줄 알았는데 양이 솔찮이 많더라고요~^^
시댁에 가져가서 찜했었는데 저희 시어머니께서도 맘에 드셨는지 저녁에 드시겠다고 하나 놓고 가라고 하시더라고요ㅎㅎㅎ
가격이 좀 부담스러워서 그렇지 아주 강추하는 먹거리예요~^^



♡ 좋아요

1명이 좋아합니다.

함유라 2025.07.11

저번에 사서 먹고 너무 맛있어서 이번에는 선물용으로 구매했어요. 배송도 빠르고 녹지 않게 도착했네요! 오자마자 바로 선물로 드리니, 그날 밤 조리해서 드셨다고 하시더라고요. 사하지 않아 담백하고 너무 맛있게 드셨다고 기뻐해주셨습니다. 다음에 또 구매할 기회가 왔으면 좋겠네요!

♡ 좋아요

1명이 좋아합니다.

ey☆ 2025.07.09

3번째 구매인데 날씨가 많이 더운데 저녁늦게 배송되어서 걱정했거든요 근데 아이스팩도 안녹아있고 굉장히 포장에 잘되어 왔어요 솔직히 날씨가 더워서 걱정했는데 괜한걱정했네요..저번엔 양이 작아서 이번엔 많이 먹으려고 5팩 주문했어요^^

♡ 좋아요

1명이 좋아합니다.

오지원 2025.07.01

배송포장 꼼꼼하게 잘 왔어요. 무엇보다 생물이 신선해서 좋네요 가격대비 품질 좋아서 너무 만족해요. 양념이 넉넉해서 다 넣었더니 좀 짜네요. 양념은 개인차가 있으니 크게 상관없고 냄새없이 살도 부드럽고 신선한 흥어가 진짜 짱이네요. 자주 나오면 좋겠어요



김은영 2025.07.01

냄새는 전혀 없어서 거부감이 침부해온 양념에 드시면 됩니다.
간장 양념이 제 입맛이 아니어서 전 양파랑 파.마늘 .매실청. 첨가해서 다시양념 만들어서 맛있게 먹었어요.
구입해서 드시면 후회는 안해도 될듯합니다.
손질이 깔끔하게 되어서..

가브리엘라 2025.07.09

맛있고 신선하고 재구매 의사 있습니다

♡ 좋아요

1명이 좋아합니다.

서지혜 2025.07.06

재구매 의사있어요!

♡ 좋아요

1명이 좋아합니다.

과업 단계 I

Step1. 상품 제안

Step2. 사전 작업

Step3. 메이커스 오픈

Step4. 성과 수렴

진성식품의 군산 흥어무침, 흠쇼핑 입점 지원 참홍어 주산지로 군산 이미지 공고화

양혜정 증가집 군산 참홍어회무침

★기획가★ [양혜정 증가집] 군산참홍어회무침 400g*3통 (총 1.2kg)
원산지 : 흥어(국내산)/무(국내산) 등 상품상세 참조 >

29,900원

대대로 내려오는 증가집
종부만의 전통비법

recipe 01

간간하게 엄선한재료
전국 최대 흥어 주산지 군산에서 어획한
100%참홍어만을 사용
껍질제거 후 뼈주변의 질긴부위 x 꼬리살 x
오직 가장 넓고 두툼한 날개부위만을 사용
흥어종에도 가장 맛있는부위 날개살만 고집했습니다

- 제품명 양혜정 증가집 군산 참홍어회무침
- 제조사 ㈜진성식품
- 흠쇼핑 채널 공영흠쇼핑
- 방송일시 2025년 9월 22일
- 비고 군산과 참홍어 키워드 노출



과업 단계 I

Step1. 상품 제안



Step2. 사전 작업



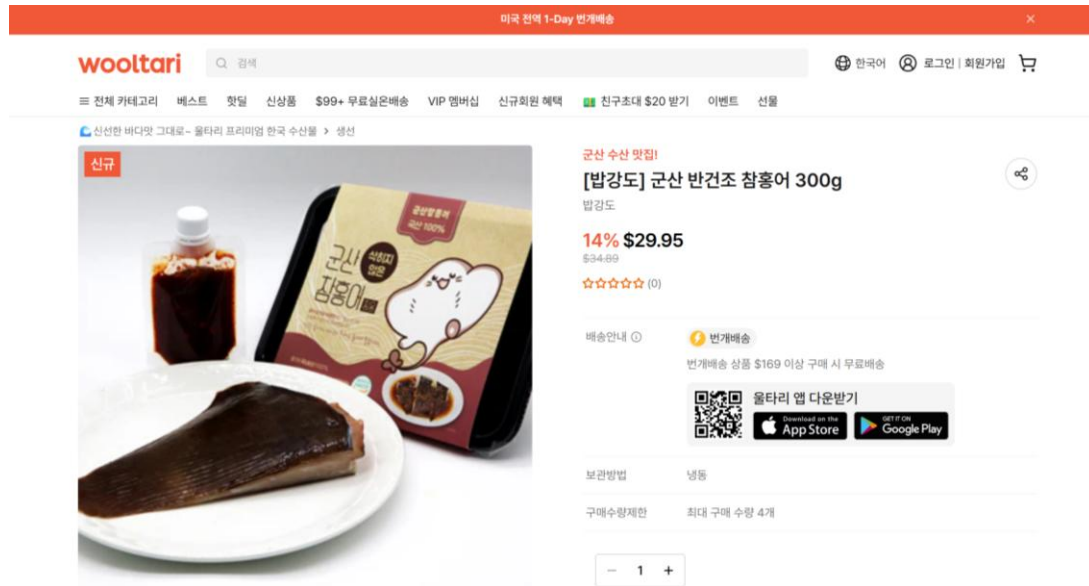
Step3. 메이커스 오픈



Step4. 성과 수렴

수출로 연결, 군산 참홍어 유통경로 다각화에 기여

wooltari



- 제품명** GUNSAN STEAMED SKATE 300G
- 수출사** 주식회사 밥강도
- 수입사** WOOLTARIUSA INC
- 물량** 420개
- 비고** 미국 울타리몰 수출 성과



과업 단계 I

Step1. 상품 제안



Step2. 사전 작업



Step3. 메이커스 오픈



Step4. 성과 수렴

군산 참흥어찜 입점 계약 완료

감사해요, 자주배요!

로컬그로서리 감자마켓

하루가 다르게 새로운 것이 등장하는 먹거리 시장, 우리는 차별화된 경쟁력이 필요합니다. 최저가로 과열된 온라인 서비스, 성장 동력을 잃은 대형마트와는 다른 차별화된 판로를 찾고 계신다면 이전까지 없었던 우리 동네 로컬 커뮤니티, 감성 가득한 생활 밀착형 그로서리 매장인 감자마켓이 최고의 선택입니다.

유통 채널

감자마켓(공동구매)

입점 품목

군산흥어찜 키트

입점 규모

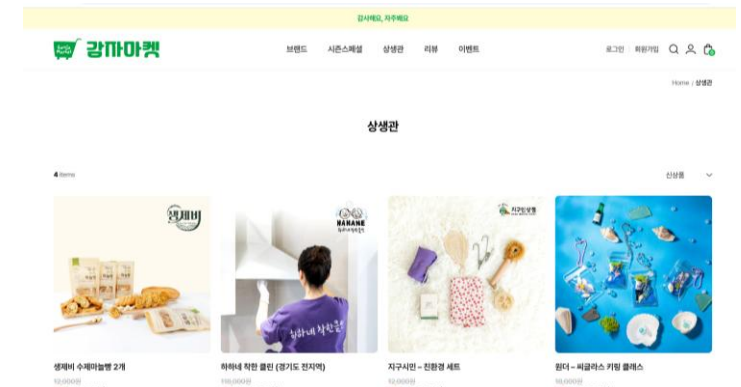
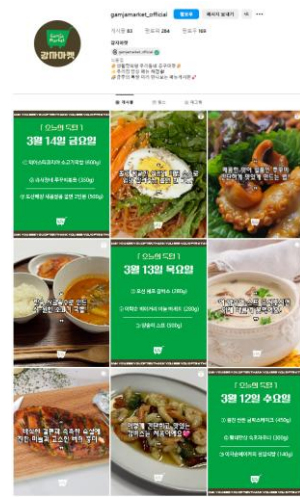
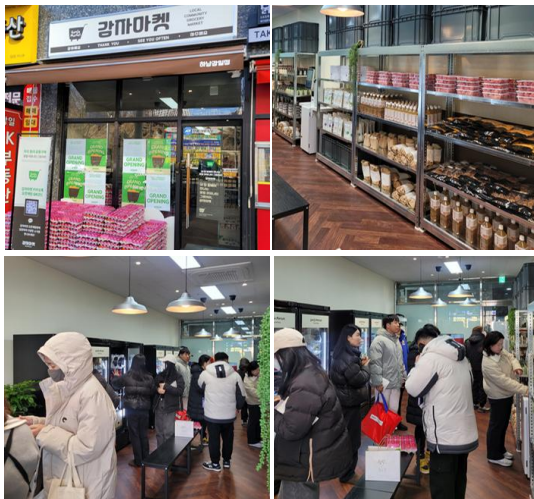
약 200개

입점 시기

11월말 예상

비고

흥어 어획량 감소로 입점 시점 논의 중



군산참홍어 및 수산물에 대한 다양한 마케팅 활동 추진

SNS를 기반으로 활용한 전국 단위 홍보 및 콘텐츠 개발하고 다양한 홍보마케팅 활동 전개

Part1. 캐릭터, SNS 개발

군산 수산물 캐릭터 개발 및 해당 콘텐츠를 활용할 수 있는 인스타그램 계정 오픈



친근한 느낌을 가미하고, 여러 캐릭터가 나와도 범용적으로 사용 가능하도록 '군산 프렌즈' 명칭 부여

Part2. 소비자 이벤트

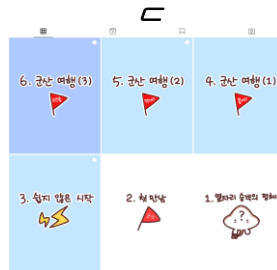
인스타그램 팔로워 증가 및 캐릭터 브랜딩 홍보를 위한 온·오프라인 현장 이벤트 진행



'서울동행상회' 군산 특별전 진행 당시 부스를 별도 설치하여 SNS 팔로워 및 키링 증정 이벤트 진행, 온라인 이벤트로 팔로워 모집

Part3. 인스타툰 개발

캐릭터를 활용, 군산 및 수산물 관련 스토리를 기반으로 하는 인스타툰 기획 및 업로드



군산 지역 외 홍보가 주 목적인 만큼, '서울동행상회' 군산 특별전 진행 당시 부스를 별도 설치하여 SNS 팔로워 및 키링 증정 이벤트 진행

Part4. 구조물 제작

맥주축제를 포함하여 오프라인 행사장에서 활용 가능한 풍선 구조물 제작



맥주축제 현장에 배치하여 시민 관심도 증대 및 군산시에서 진행된 전국노래자랑 프로그램 녹화 시 설치하여 출연 도모

Part5. 맥주 축제 참여

군산 참홍어 부스 운영에 함께 참여하여 홍보 활동



홍어구이, 홍어무침, 홍어튀김 등 기본 메뉴와 함께 신메뉴 시식회를 진행, 홍어어묵 판매 성과

Part6. 기타 활동

군산시 공식 채널 콜라보레이션 및 보도자료 발행 등 기타 홍보수



군산시 공식 블로그, 공식 인스타그램 및 시청 월간 간행물 등 다양한 시청 내 마케팅 콘텐츠 및 공식 캐릭터 밝음 이외의 협업

세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

SNS를 활용한 다양한 콘텐츠 발행으로 대중의 관심 유도



인스타그램 계정 생성 (@gunsan_friends)

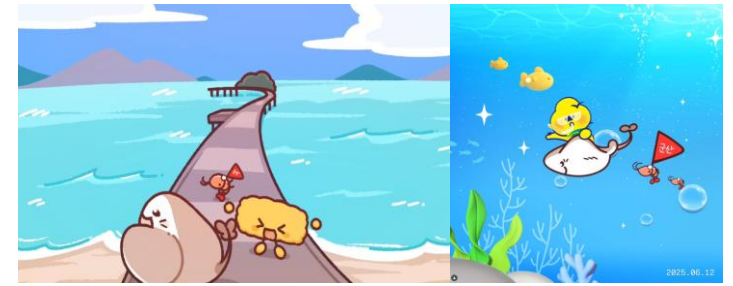
군산 대표 수산물 참홍어와 꽃새우를 알릴 수 있도록 공식 채널 개설.

이를 바탕으로 개발한 캐릭터와 상품을 소개함과 동시에, 캐릭터 기반 스토리 마케팅을 통해 일반 팔로워와 시민들의 관심을 증대시키고자 함.



① 홍어 홍보영상을 활용한 스티커 제작

- 기존 홍보영상을 활용하여 스티커 재편집
- 첫 업로드 후 광고집행 없이 1,105회 조회수 달성
- 구독자수 대비 10배 이상 확산



② '새우투어' 콘셉트를 활용한 콘텐츠

- 홍어와 어우기가 새우투어에 참여해 군산을 여행하는 내용을 담은 일러스트
- 군산시 공식 캐릭터 '밝음이'와 콜라보하여 스노쿨링을 하는 이미지 제작



③ 오프라인 행사 현장 스케치

- 현장 운영상황 및 반응 기록
- 피드 뿐만 아니라 인스타 스토리를 게시하여, 실시간으로 방문예정자들에게 정보 공유



④ 인스타툰 기획 및 업로드

- 인트로 1회, 본편 10회, 외전 6회 포함 총 17회 업로드 예정
- 군산에서 홍어가 많이 나게 된 배경을 포함하여 꽃새우 등 군산 수산물의 비하인드 스토리를 개발 정기적으로 콘텐츠 업로드 수행

세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

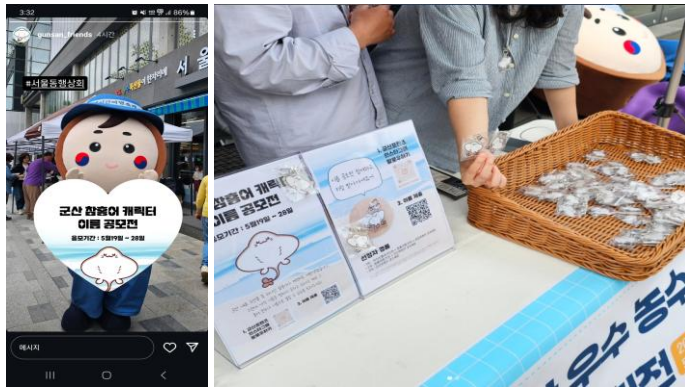
Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

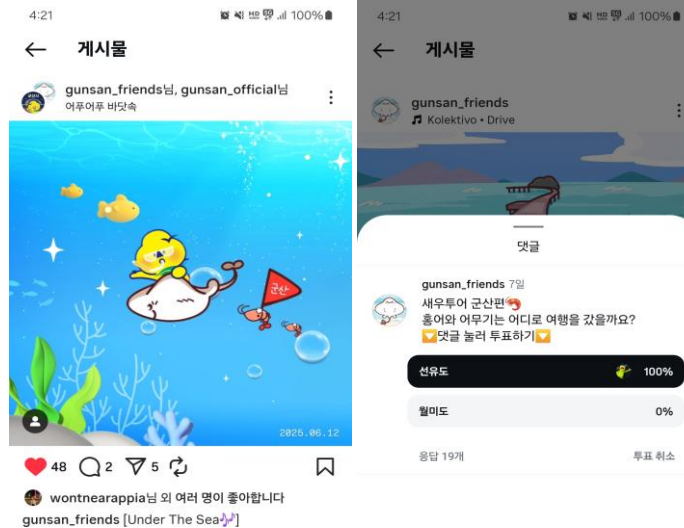
서울동행상회 참여



서울동행상회

- 일자: 5월 19일~20일
- 장소: 서울 종로구 안국동
- 내용: 서울 시민을 대상으로 인스타그램 팔로우 이벤트와 홍어 캐릭터 이름 공모전 진행
- 성과: 팔로워 약 130명 증가 및 군산 홍어와 수산물에 대한 관심 유도

댓글 퀴즈



댓글 퀴즈

- 일자: 상시
- 플랫폼: 인스타그램
- 내용: 캐릭터를 활용한 콘텐츠 업로드 및 내용과 관련된 댓글 퀴즈로 대중 참여도 제고

홍어 이름 공모전



홍어 캐릭터 이름 공모전

- 일자: 5월 19일~28일 / 6월 20일~22일
- 장소: 인스타그램 1차 공모 및 맥주축제 2차 투표
- 내용: 홍어 캐릭터와 어울리는 이름 공모전을 진행하고, 군산 맥주축제 현장에서 상위 4개의 이름을 게시, 재투표를 진행하여 최종 이름 선정
- 성과: 참여자들의 흥미를 높여 총 223개의 이름을 제출 받음. 참여자에게 홍어 개발 상품 배송 완료

세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

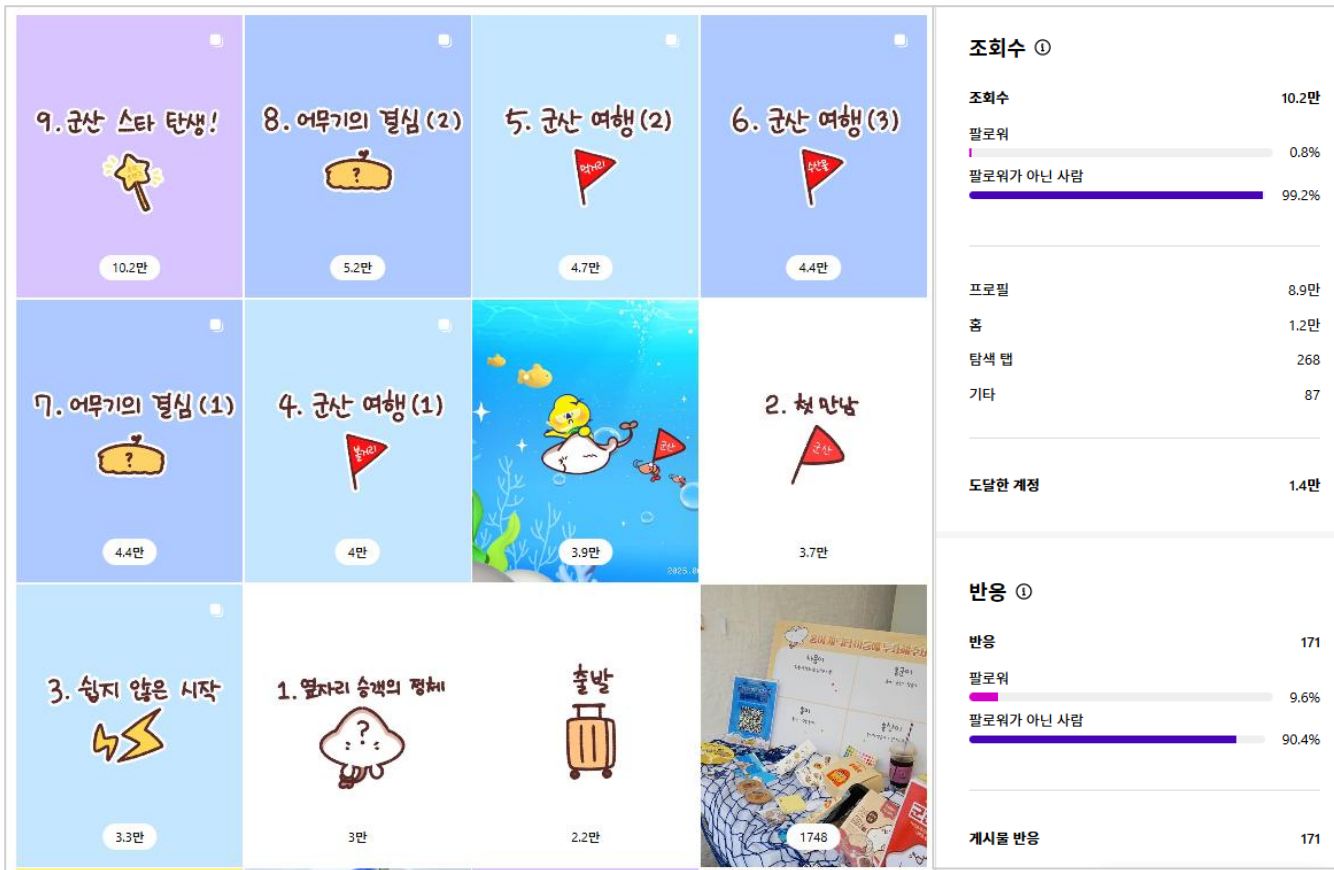
Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

캐릭터를 활용, 군산 및 수산물 관련 스토리를 기반으로 하는 인스타툰 기획 및 업로드



최대 10.2만 조회수의 높은 확산력

- 조회수 : 편당 최대 10.2만 ~ 최소 1.4천 기록 (7월 8일~9월 4일 까지의 결과를 기준으로 함.)
 - 도달한 계정 : 최대 1.4만 ~ 최소 2.3천 기록
 - 참여 및 반응 : 평균 160회 전후
 - 댓글 수 : 회당 평균 3~5개
- ※팔로워 218명 대비 최대 46,788% 조회수 달성 / 광고비 0원 집행

향후 운영 방안

- 팔로워 수 추가 증가 및 유지를 위한 이벤트 구상
- 게시글 참여도 증대 목적의 흥이 굿즈 나눔
- 군산 수산물 및 흥어, 꽃새우 관련 콘텐츠의 정기적인 발행 필요
- 군산 수산물 제품의 공동구매 또는 판매촉진 이벤트 기획 (ex. 흥어묵바 인스타그램 선런칭 등)

세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

프롤로그와 에필로그 포함 총 18회차의 인스타툰 업로드 완료

회차	일정	가제	내용
-	7/8	두근두근 출발 	군산에서의 새 출발을 기대하는 홍어의 모습
1	7/11	옆자리 승객의 정처 	군산으로 올라가는 길에 냄새가 날까봐 자신을 피하는 사람을 마주한 홍이
2	7/15	세 친구의 만남 	군산에서 처음 만나 새우 투어에 참여하는 친구들
3	7/18	쉽지 않은 시작 	제멋대로 보고 싶은 것만 보는 손님들
4	7/22	군산 여행 1 	군산의 관광지 위주 소개
5	7/25	군산 여행 2 	군산의 먹거리 위주 소개
6	7/29	군산 여행 3 	군산의 수산물 위주 소개
7	8/1	어무기의 결심 1 	군산에 적응하는 홍어의 모습을 보고 어무기가 깨달은 것
8	8/5	어무기의 결심 2 	어무기가 홍어묵으로 변신하는 과정

회차	일정	가제	내용
9	8/8	군산 스타 탄생! 	홍어묵으로 바뀐 어무기와 군산에 적응한 홍이가 군산에서 유명세를 얻는 모습
10	8/12	새우투어, 마무리 	성공적으로 끝난 새우투어와 친구가 된 세 캐릭터
외전 1	8/15	홍어는 왕년에... 	남해 바다에서 한 자리 하던 흥반장 홍이의 과거
외전 2	8/19	평범한 어묵은 싫어! 	평범한 어묵으로 포장되는 일반 어묵 친구들을 보다가 똑같은 건 싫다며 공장을 나와 도망치는 어무기
외전 3	8/22	새우투어는 왜... 	최근 손님이 적어져 고민이었던 슈가 마케팅을 한 방법
외전 4	8/26	삭혀지기 싫어! 	삭혀지는 홍어 동료들을 보다 새로움을 위해 도망치는 홍이
외전 5	8/29	슈퍼스타 어무기 	홍어 모자를 쓴 뒤 귀여움으로 유명해진 슈퍼스타 홍어무기
외전 6	9/2	새우투어의 비결 	투어하며 있던 재미있는 에피소드를 기반으로 한 투어 전문가 슈의 모습
-	9/9	에필로그 	새롭게 군산에 올라온 오징어의 등장

세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

프롤로그 : 두근두근 출발



세부 내용 |

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

1화 옆자리 승객의 정체

1. 옆자리 승객의 정체



주로 남해바다에서 잡혔던 홍어는 최근들어 총 어획량의 45%가 군산에서 잡히고 있습니다. 수온 상승의 영향으로 홍어서식지가 북상했기 때문인데요, 인천과 충남 지역에서 잡히는 경우도 있다고 해요.

어획량이 증가하면서 군산에서도 홍어를 다양한 방식으로 유통하기 위한 방안을 고민하고 있습니다. 특히 군산에서는 홍어를 삭히지 않은 채 요리하는 경우가 많은데요, 삭히지 않은 홍어, 어떤 맛일지 궁금하지 않나요?

어대? 나에 대해 더 알아볼래?

세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

2화 첫만남

2. 첫만남



세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

3화 쉽지 않은 시작



세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

4화 군산여행 1편, 볼거리



세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타그램 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

5화 군산여행 2편, 먹거리



세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

6화 군산여행 3편, 수산물



세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

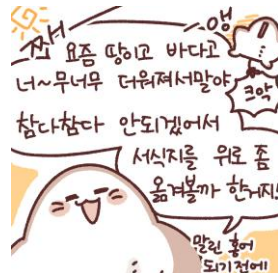
Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

7화 어묵기의 결심 (1)



세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

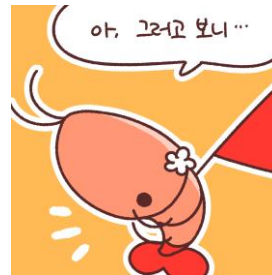
Part3. 인스타그램 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

8화 어묵기의 결심 (2)



세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

9화. 군산 스타 탄생!



세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

10화. 새우투어 마무리



세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

외전 1화. 홍이는 왕년에...



BONUS CUT =>

세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

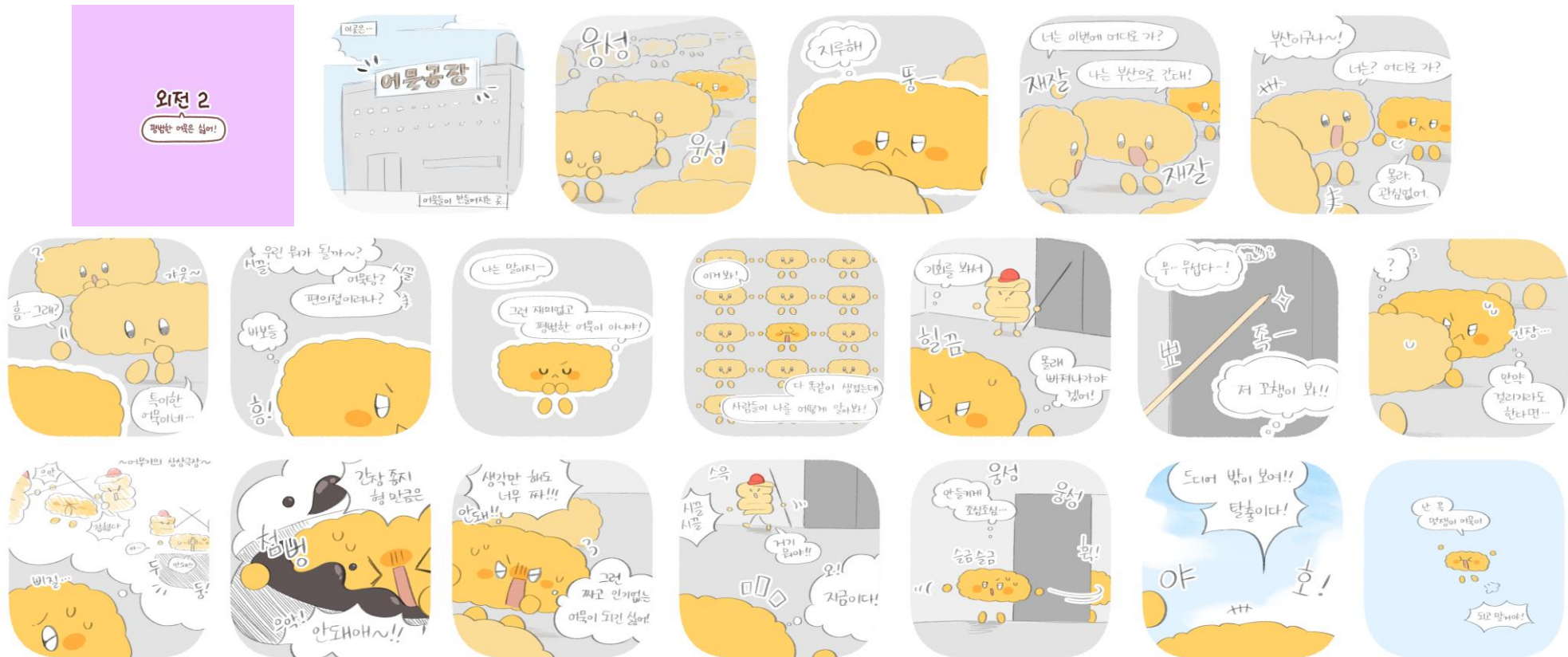
Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

외전 2화. 평범한 어묵은 싫어!



세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

외전 3화. 새우투어는 왜...



세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

외전 4화. 삭혀지기 싫어!



세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

외전 5화. 슈퍼스타 어묵기



세부 내용 |

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

특별편. 군산 오징어의 등장



세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

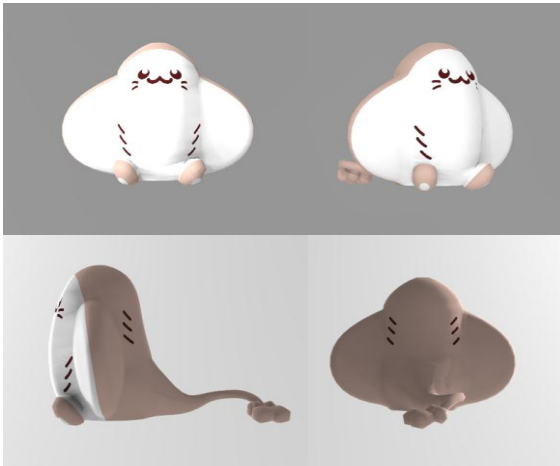
Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

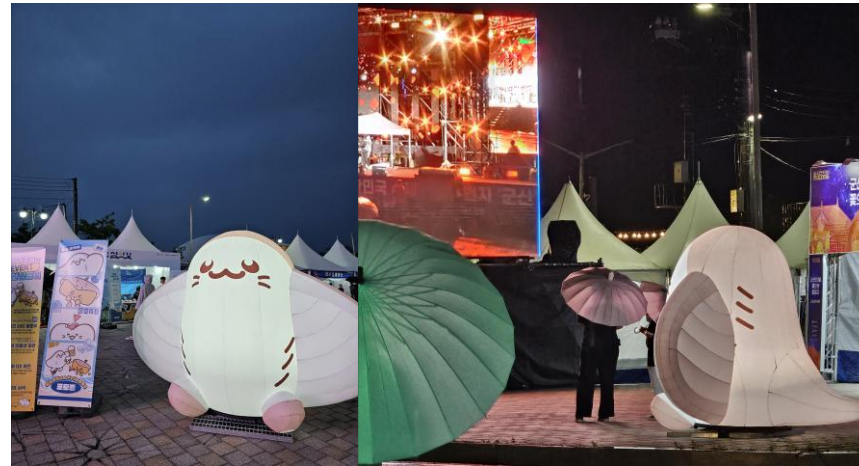
풍선 구조물 제작 및 포토존 운영

가로 297mm * 세로 207mm * 깊이 331mm의 대형 풍선 구조물 설치

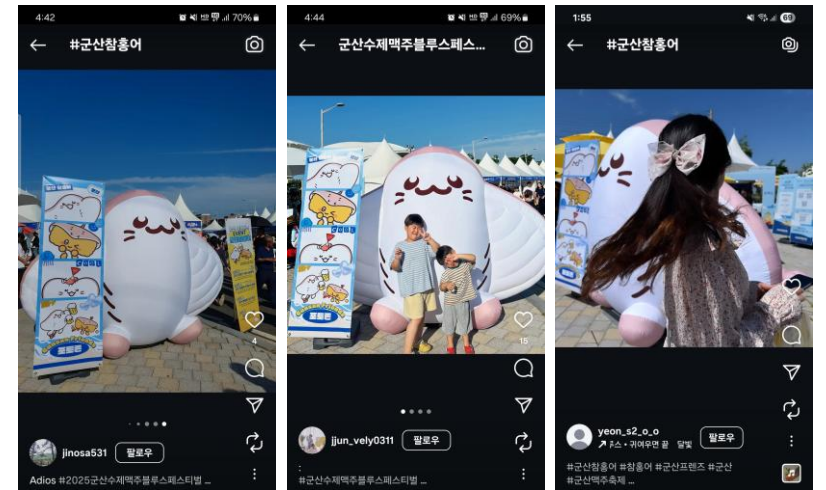
- 포토존 사진 촬영 및 SNS 업로드 시 한정 수량 굿즈 제공 이벤트 진행
- SNS를 통한 캐릭터 인지도 상승 및 이로 인한 군산 홍어와 수산물에 대한 관심도 증대 도모



[3D 렌더링 시안]



[설치된 구조물 모습]



[소비자 SNS 사진 업로드 캡처]

세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

군산 참흥어 홍보를 위한 특별 존을 구성하여 다양한 이벤트와 굿즈 배포 진행

군산 참흥어 홍보존 구성 및 이벤트 운영

- 신규 개발한 흥어어묵 실물 상품과 시식대를 설치하여 행사 참관객들이 먹어보고 후기를 남길 수 있도록 설문조사 실시
캐릭터 굿즈 전시 및 흥어 캐릭터 이름 공모전 2차 투표 진행, 이벤트로 관심을 유도한 후 흥어 음식 판매로 이어지도록 조성



세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

군산 맥주축제를 위한 메뉴를 고안하여 운영, 소비자 피드백을 통해 새로운 가능성 확인

군산 참홍어 특별메뉴 기획 및 판매 지원

- 원활하고 위생적인 판매를 위한 종이 그릇, 군산 수산물 홍보를 위한 부착 스티커 등 다량 제작하여 음식 제공 시 홍보 병행
- 군산 맥주 축제에 어울리는 메뉴를 사전 기획하여 적용



세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

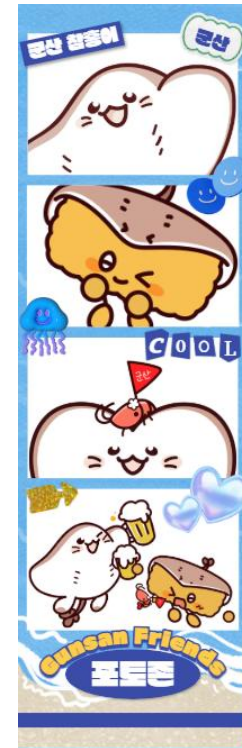
Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

축제를 위한 특별 디자인을 진행하여, 이미 인지도가 있는 군산맥주의 시너지를 얻고자 함

축제용 홍보물 디자인 및 설치

- 맥주와 군산 참홍어 캐릭터를 결합한 디자인을 도출하여 다양한 굵즈에 적용
- 축제용 이벤트를 기획하여 군산 참홍어 부스의 콘텐츠 다양화함



세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

맥주 축제는 군산에서 진행되는 전국단위 대형 축제로 미디어 노출 기회를 다수 발생시킬 수 있음

축제 기간 홍보 이슈 대응

- 각종 영상 및 취재 요청 대응
- 이를 통한 군산 참홍어 키워드 미디어 노출 체크



- KBS 어디든 가요 촬영했으나 편집된 것으로 추정
- 방송에 홍어 메뉴 및 스티커 노출



- 전주방송의 취재로 부스 및 메뉴 노출
- 캐릭터 버튼이 공동 브랜드로 방송에 노출



세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

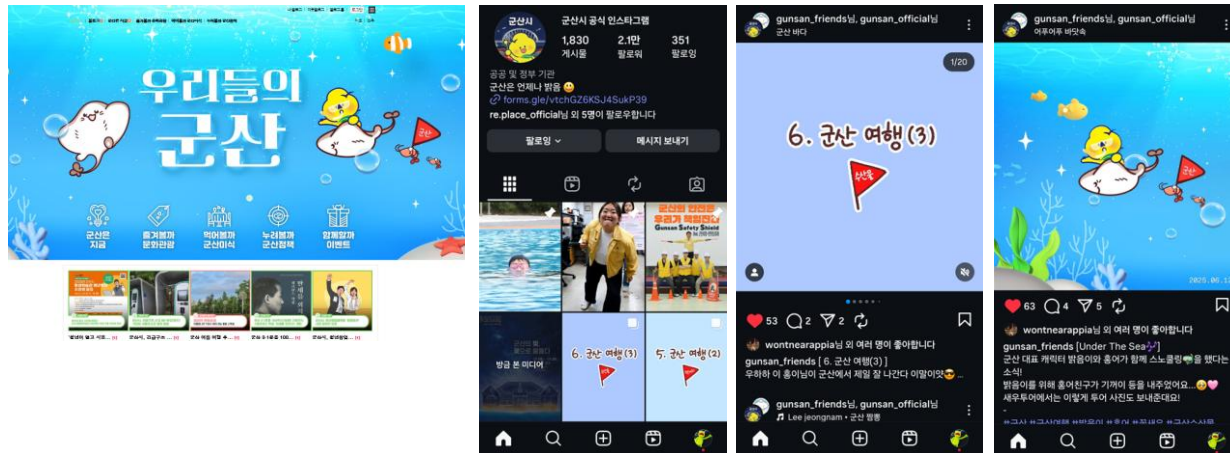
Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

군산시의 여름 콘텐츠로 다양하게 활용되어 군산 공식 SNS채널의 콘텐츠 공급원으로 역할하고 있음

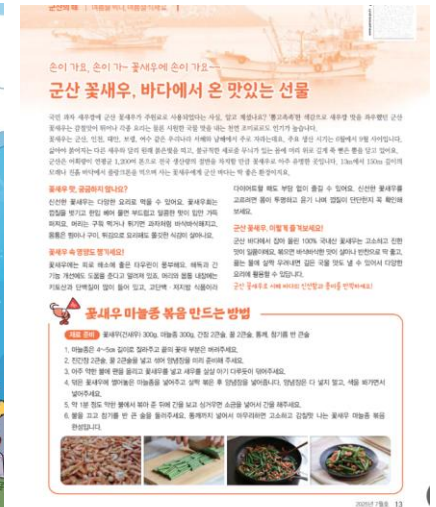
군산시 공식 SNS 계정과 협업

- 밝음이 캐릭터와의 공식 콜라보레이션, 블로그 테마로 사용
- 인스타그램 콘텐츠 업로드 시 시청 계정과의 협업 작업 태그



군산시 시정지 열린군산 7월호 표지 노출

- 군산시 시정소식지 7월호 메인 표지 콜라보레이션
- 꽃새우 기사 캐릭터 이미지 사용



세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

군산 수산자원과 참홍어를 홍보하기 위한 디자인 포스터를 공보 게시판에 부착하여 시민 관심 유도

- 개발된 캐릭터를 군산 수산물 확산에 적극 활용하기 위하여 군산시 공보 안내판에 부착할 수 있는 형태의 포스터를 개발
- 본 사업으로 개발된 캐릭터외 다른 사업으로 개발된 갑오징어 캐릭터를 추가하여 홍어, 꽃새우 뿐만 아니라 다양한 군산 어종에 대하여 관심을 유도할 수 있는 기회로 활용

포스터 군산공보안내판 부착 사진



세부 내용 |

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

TV 채널 출연 협의를 통한 전국단위 홍보 추진

9월 3일 전주MBC "전북이 참 좋다!" 출연

- 전북도의 정보를 전달하고 맞춤형 라이프 스타일을 제안하는 교양 프로그램
- 전북에서 함께 살아가는 이웃들의 진솔한 이야기를 전달하고 있음



방송일시

수요일 오후 6시 5분 ~ 7시 5분

방송진행

이영래, 정다운

방송사

전주MBC

비고

군산 서해근해연승연합회(군산참홍어)

전주MBC

- 촬영일시 : 2025. 8. 16.(토) 09:00~
- 촬영대상 : 군산 서해근해연승연합회(군산참홍어)
- 촬영장소 : 군산 신애홍어(수송동 소재) ※서해근해연승연합회 연계 음식점
- 촬영 내 용
 - 군산참홍어(회, 무침, 홍어&칩스, 홍어 구이 등) 및 갑오징어를 활용한 다양한 음식 소개
 - 및 관계자 인터뷰
 - 군산 참홍어 등 브랜드가치 향상 및 마케팅 활성화를 위한 시 정책사항 소개 (수산산업과, 어업정책과 관계자 인터뷰)

세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

소비자 및 바이어 접점을 마련할 수 있는 비즈니스 박람회에 부스 일부로 참여 하였음

이커머스 박람회 참여 상품 홍보 및 판매 진행

- 군산 프렌즈 캐릭터 브랜드에 대한 전시 및 시식활동을 전개 하였으며, 관심 바이어에 대하여 상품 입점 및 유통에 대한 상담 진행



- 박람회** 2025 코리아 이커머스 페어
- 장소** 서울 SETEC
- 일시** 09.11 ~ 09.13 10:00 ~ 17:00
- 주최** (사)서울온라인비즈니스협회

- 유통 바이어들에게 적극적인 홍보를 진행 하였으며 가격 데이터를 수렴
- 직접 판매를 시도 하였으며, 개당 천원의 가격으로 진행
- 냉동 형태로 판매하는 것은 처음 시도
- 보냉백을 별도 준비하여 판매 진행
- 홍어 어묵 납품 및 입점에 대하여 공동구매 벤더사와 논의하고 있으며, 10월 중 픽스



세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

수도권 플리마켓 단독 부스로 참여하여, 관외 소비자들에게 참흥어 주산지로 군산의 브랜드 이미지 확산

하남 스타필드 플리마켓 부스 참여

- 군산 흥어묵바를 본격적으로 판매하고 소비자 반응을 피드백
- 적극적으로 참관객들에게 시식 진행, 구매 유도



마켓	스타필드 하남 별빛야장
운영 장소	하남 스타필드 야외광장
마켓 운영 일정	9/26(금) ~ 9/28(일) 오전10시 ~ 오후9시
유동 인구	일평균 12만~13만 명 이상
판매 품목	군산 흥어 어묵, 군산 흥어 굿즈 등

- 압도적 유동 인구로 소비자 접점 확장
- 이를 통한 매출 기대효과 높음
- 수도권 소비자를 대상으로 시장 가능성을 테스트 해볼 수 있는 기회로 작용
- 대형 유통채널에 상품을 노출시켜 흥어 주산지로 군산의 인지도 향상에 기여
- 중심 무대에서 공연이 연속되는 축제 형태의 행사로, 자연스럽게 브랜드 노출 가능



세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

학생들이 선호하는 캐릭터와 간식 형태의 상품을 통해 지역 특산물에 대한 이해를 제고할 수 있도록 기획

군산시 관내 행사 참흥어 홍보 부스 참여

- 군산 흥어묵바는 날개살을 사용하고 폐기되는 물렁뼈와 껍질 등을 갈아서 생산한 상품으로 프로그램의 취지에 부합하는 상품



행사명 군산학부모협의회 새활용한마당
행사일시 09. 20 10:00 ~ 16:00
장소 군산 푸른솔 초등학교
비고 약 1천여명 군집

- 군산 흥어묵에 대한 시식행사 진행
- 어린아이들이 좋아하는 캐릭터를 적극 활용하여 포토존을 구성하고, 지역 특산 어종인 참흥어에 대해 자연스럽게 인지할 수 있도록 부스 기획
- 기타 다양한 군산 참흥어 굿즈 상품을 소개하고 확산하는 형태로 행사 진행



세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

군산 대표 가을 축제에 참여하여 특산물로 군산 참홍어 및 수산물 홍보

군산 최대 가을 축제, 시간여행 축제

- 개발된 캐릭터의 인지도를 올리고 참홍어에 대한 관내 소비자의 인지도 향상을 위하여 대표 축제에 홍보부스로 참여

행사명	2025 군산시간여행 축제
행사일시	10. 09 ~ 10.12
장소	군산 시간여행마을 일원
비고	약 1천여명 군집

- 캐릭터 조형물을 설치하여 포토존을 구성하고, 공식 인스타그램 팔로우 유도를 통해 향후 소비자 접근가능성을 높이고자 함
- 지속적인 관내 축제 참여를 통해 대표 어종으로 군산 참홍어를 시민들에게 각인



세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

다양한 수산업체들과 네트워크를 형성하고, 군산 수산산업에 대한 홍보활동 전개

해양수산부 주최 수산양식 박람회

- 군산시 수산업을 대표어종 및 산업을 홍보하고 네트워크를 확보하기 위한 박람회 행사에 부스 참여



- 행사명** 2025 수산양식박람회
- 행사일시** 11. 07 ~ 11.09
- 장소** 서울 양재 aT센터 제1전시장
- 비고**

- 개발된 군산 상품을 진열하여 관람객의 호기심을 자극
- 군산 대표 수산물을 캐릭터로 활용하여 홍보물을 제작하여 설치
- 군산 수산 산업에 대한 홍보 책자를 비치하여 관람객들에게 새로운 수산 산업 단지 등을 홍보



세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

어린이를 대상으로 하는 지역 행사에 참여하여, 군산 흥어에 대한 친근감 제고

어린이와 함께하는 나라사랑캠페인

- 개발된 캐릭터를 활용하여, 어린이들에게 군산 대표 어종으로 흥어의 이미지를 각인할 수 있도록 하는데 기여할 수 있는 행사



행사명 어린이와 함께하는 나라사랑캠페인

행사일시 2025. 10. 29.(수) 10:00 ~ 11:30

장소 3.1운동 100주년 기념관 잔디밭 일

비고 130여명 정도(자생단체20명, 관내 어린이집 100명, 기타 10명 등)

- 군산시 참흥어 캐릭터 조형물을 설치하여, 어린이들에게 친근감을 부여
- 굿즈 이벤트를 시행하여 캐릭터 스티커 배포



세부 내용 I

Part1. SNS 개발

Part2. 소비자 이벤트

Part3. 인스타툰 개발

Part4. 구조물 제작

Part5. 맥주 축제 참여

Part6. 기타 활동

개발된 상품의 확산을 도모할 수 있도록 업계 관심도가 높은 유튜브 채널과 협업하여 군산 참흥어 노출

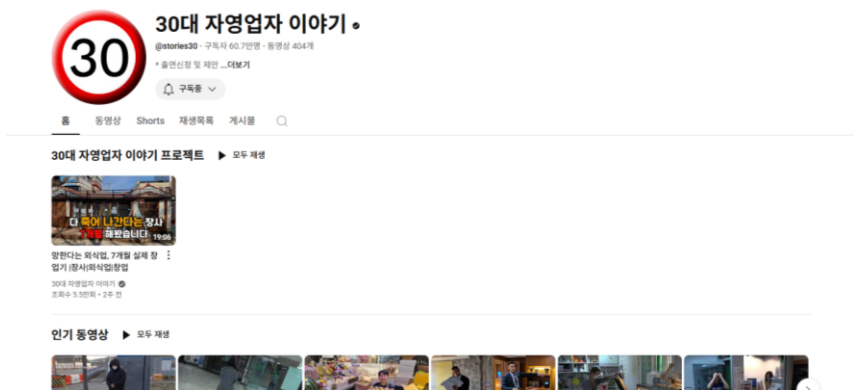
61만 구독자 채널 콘텐츠 촬영 및 업로드

- 60만명 이상의 구독자를 확보하고 있는 유튜브 채널
- 전국의 크고 작은 사업자들의 콘텐츠를 중심으로

채널명	30대 자영업자 이야기
채널 주소	www.youtube.com/@stories30
구독자 수	60.7만명
비고	유튜브 채널



30대 자영업자 이야기



관내 제조사 홍보

- 관내 가공기업과 및 핵심 품목 소개
- 가공센터 및 수산과 등 관내 수산가공 인프라 홍보

대표 품목 홍보

- 군산의 차별화된 어종과 특징 소개
- 개발된 신규 상품 소개

지역 홍보

- 군산을 대표하는 비어포트, 고군산반도 등 지역과 연계하여 자원을 홍보할 수 있는 아이템을 함께 소개

과업 구분 I

상품화

유통경로

마케팅

SNS 운영 관리

소비자 접근성을 확대하기 위한 후기 형식의 콘텐츠 발행

체험단 운영 프로세스 및 사례

- 마이크로 인플루언서 혹은 일반 소비자 대상으로 기회 제공
- 리뷰 축적을 통한 소비자 정보 제공의 의미와 구전 홍보 효과 기대

체험 목적

SNS 리뷰를 축적하여 본격 유통 전 판매촉진에 기여

체험 인원

10인 예상

체험 품목

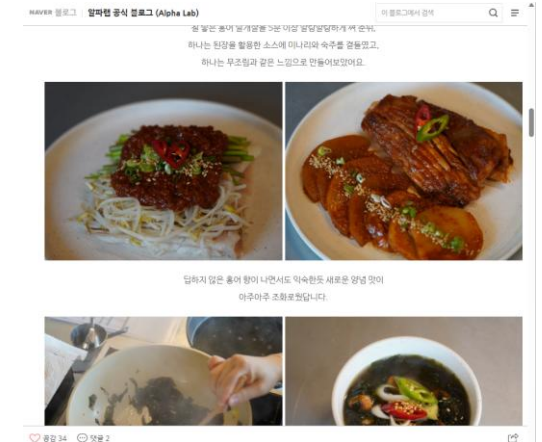
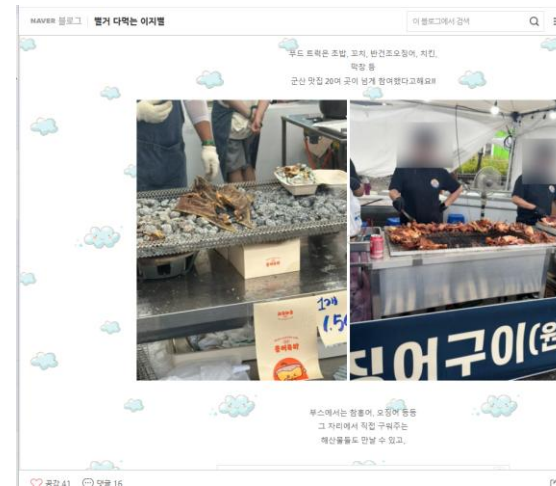
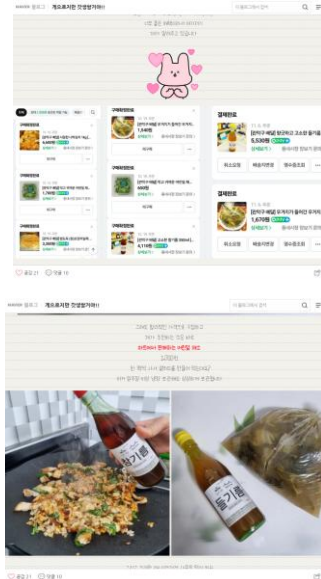
홍어찜 키트, 홍어 어묵

체험 조건

시식 후 상품 후기 SNS 업로드

비고

냉동 제조일로부터 12개월



과업 구분 I

상품화

유통경로

마케팅

SNS 운영 관리

체험단 참여자 포스팅 결과 1

링크

<https://www.instagram.com/p/DQRYN-uibCI/>
<https://www.instagram.com/p/DQRYN-uibCI/>

인스타그램

@l.m.y_lovelybaby

팔로워 수

9748

비고

냉동 제조일로부터 12개월



l.m.y_lovelybaby · 팔로우

l.m.y_lovelybaby #협찬

요즘 홍어의 최대 산지는 군산인데 이젠 삭힌 홍어가 아니래요 그래서 냄새 1도 없고 담백할것

홍어의 물렁뼈랑 껍질까지 갈아넣어서 오독오독 씹히는 식감이 넘 재밌어요 건강한 홍어뼈 영양까지 챙긴 착한 어묵바

폐기되던 잡어육 껍질 뼈를 활용해서 지속가능한 바다를 지키는 업사이클링 간식 평범한 어묵 세상 속 귀염뽀짝 특별한 등장

군산참홍어 캐릭터 '어무기'와 함께라면 더 맛있고 @gunsan_friends 들어가면

좋아요 35개
10월 26일

댓글 달기...



과업 구분 I

상품화

유통경로

마케팅

SNS 운영 관리

체험단 참여자 포스팅 결과 2

링크

https://www.instagram.com/p/DQjC9LokoXT/?img_index=1

인스타그램

@best_review_go

팔로워 수

7896

비고



best_review_go • 팔로우

best_review_go #업찬 #군산참홍어 #군산홍어 #홍어어묵 #홍어묵바 #군산특산물

홍어 하면 흑산도 홍어로 알고 있었는데 군산이 홍어의 최대 산지라는걸 알고 계셨나요??

홍어 가공 후 남아 폐기하던 군산 참홍어의 잡어묵 및 겹질, 뼈등을 활용해 어묵으로 만들었고 홍어 모자를 쓴 귀염둥이 어묵기를 국산 참홍어 어묵 캐릭터로 개발해 귀엽고 친근하게 다가 갈 수 있게 했습니다

먹는 방법은 기호에 따라 그냥 간편하게 데워 먹어도 되고 각종 요리로 만들어 먹어도 되는데 맛있는 식감에

좋아요 7개
11월 2일

댓글 달기... 게시



과업 구분 I

상품화

유통경로

마케팅

SNS 운영 관리

체험단 참여자 포스팅 결과 3

링크

<https://www.instagram.com/p/DQPKQR2EsQY/?igsh=MnRIY3k1cGh2bnB6>

인스타그램

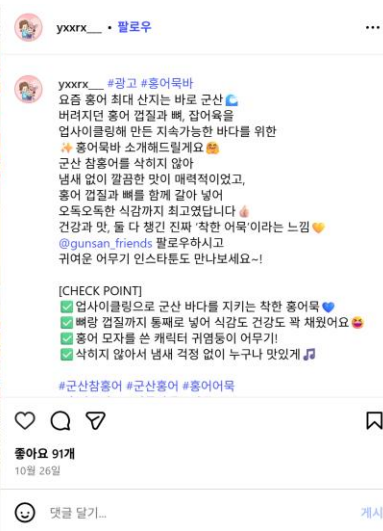
@yxxrx_

팔로워 수

4211

비고

영상리뷰 포함



과업 구분 I

상품화

유통경로

마케팅

SNS 운영 관리

체험단 참여자 포스팅 결과 4

링크

https://www.instagram.com/100__world?igsh=cThhZ2pkbmV5OWx1&utm_source=qr

인스타그램

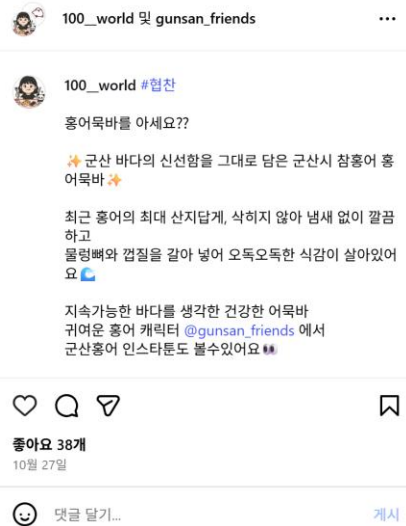
@100__world

팔로워 수

3507

비고

영상리뷰 포함



과업 구분 |

상품화

유통경로

마케팅

SNS 운영 관리

체험단 참여자 포스팅 결과 5

링크

<https://www.instagram.com/p/DQiyAEeAa8I/>

인스타그램

@moon251400

팔로워 수

2만

비고

영상리뷰 포함



moon251400 • 팔로우
by 홍보이 • 맛있게 먹자

moon251400 #합찬 #군산프렌즈 @gunsan_friends
#홍어묵바 #홍어어묵 #군산홍어 #군산참홍어

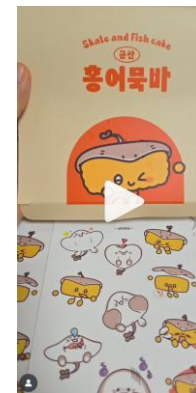
군산의 특산물인 캐릭터와 별미 먹거리로 만들어서 아이부터 어른들과도 가족 모두와 즐기기 좋게 만든 홍어묵바예요 🐟🍴
비주얼과 맛도 오뎅이라서 어머 홍어라구? 놀랐는데 홍어의 물렁뼈와 견질을 갈아넣어 오도독 씹히는 맛도 있고 탱글 탱글 식감이 별미더라고요. 홍어 견질과 뼈를 갈아 넣어 맛을 살리고 건강에 좋은 홍어뼈의 영양도 챙겨 먹을 수 있다고해요. 홍어 모자를 쓴 캐릭터 귀염둥이 #어무기 평범한 어묵 세상에 특별한 개성을 지닌 어묵, 군산 참홍어 어묵 캐릭터로 개발된 귀여운 어무기와 함께 더 맛있는 어묵을 즐겨 보아요 🍴
활활해진 날씨에 따뜻하게 데워 어묵바로, 오뎅탕으로, 오뎅볶음으로도 냉동보관해두며 분식으로, 반찬으로, 간식으로 너무 든든해요. 감사합니다 🍴

홍어묵바가 궁금 하신분은 @gunsan_friends 군산홍어 에서 확인해 보세요. 여기서 군산 홍어에 대한 인스타툰을 볼 수 있습니다.

#군산참홍어 #군산홍어 #홍어어묵 #홍어묵바 #군산특산물 #맛스타그램 #데일리어묵 #먹방기록 #먹방배틀 #먹방꿈나무 #삼시세끼 #근근이한끼 #어무기

kimjiyeon0823님 여러 명이 좋아합니다
11월 2일

댓글 달기... 게시



과업 구분 I

상품화

유통경로

마케팅

SNS 운영 관리

체험단 참여자 포스팅 결과 6

링크

https://www.instagram.com/p/DQZJQjgExRF/?img_in dex=7&igsh=MWJ4dGYwcGRmMW1ZA==

인스타그램

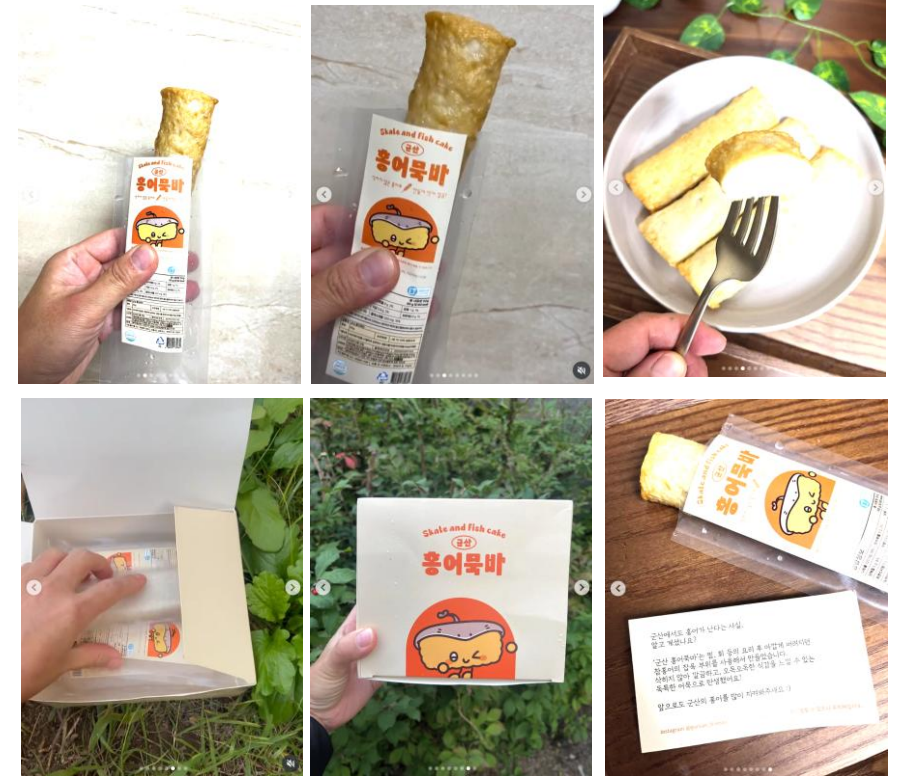
@momoh_mom

팔로워 수

1만

비고

영상리뷰 포함



과업 구분 |

상품화

유통경로

마케팅

SNS 운영 관리

체험단 참여자 포스팅 결과 7

링크

https://www.instagram.com/100__world?igsh=cThhZ2pkbmV5OWx1&utm_source=qr

인스타그램

@cyan_love0129

팔로워 수

1955

비고

영상리뷰 포함



cyan_love0129 • 팔로우

cyan_love0129 #협찬

홍어에 대한 거부감 있으신분 많은데 저랑 신랑은 잘 먹어요! 저는 #홍어삼합 으로 즐기지만 홍어 못드시는 분들도 먹을 수 있는 #어묵바 가 있네요 🍴

어묵처럼 꼬치로 만들어 먹고 #밥반찬 으로 #오뎅볶음 해봤는데 오뎅 보다 더 맛있고 식감이 좋네요~~!

- ▶ 삭히지 않은 홍어를 사용하여 특유의 냄새가 없어요!
- ▶ 물렁뼈와 껍질을 갈아넣어 오도독 씹히는 맛도 있고 탱글 탱글 식감이 좋아요!
- ▶ 홍어 껍질과 뼈를 갈아넣어 맛을 살리고 건강에 좋은 홍어뼈의 영양도 챙겨 먹을 수 있어요!
- ▶ 홍어 모자를 쓴 캐릭터 귀염둥이 어무기! 평범한 어묵 세상에 특별한 개성을 지닌 어묵, 군산 참홍어 어묵 캐릭터로 개발된 귀여운 어무기와 함께 더 맛있게 어묵을 즐겨 보아요~

gojoseph2님 여러 명이 좋아합니다
10월 29일

댓글 달기...



과업 구분 I

상품화

유통경로

마케팅

SNS 운영 관리

체험단 참여자 포스팅 결과 8

링크

https://www.instagram.com/p/DQjflb3AVpq/?img_index=1

인스타그램

@moosanghoon

팔로워 수

2.1 만

비고

영상리뷰 포함



moosanghoon 및 gunsan_friends
군산

특히 이 홍어묵바는 버려지던 참홍어의 잡어육, 껍질, 뼈를 활용한 업사이클링 제품이라 군산 바다 환경을 생각하는 착한 소비가 될 수 있다는 점이 더 의미 있어요.

패키지에 그려진 귀여운 어고기 캐릭터도 너무 사랑스럽죠?
@gunsan_friends
계정에 가시면 이 귀여운 어목기가 나오는 재미있는 인스타툰도 볼 수 있으니 꼭 한번 확인해 보자구요 홍어묵바 개만터라~~~

#군산참홍어 #홍어맛집 #군산홍어 #어묵바추천 #홍어어묵 #간편간식 #홍어묵바 #어묵기 #군산특산물 #군산여행 #군산선물 #업사이클링푸드 #착한소비 #오독오독 #아이간식
1주

좋아요 53개
11월 2일

댓글 달기...



과업 구분 |

상품화

유통경로

마케팅

SNS 운영 관리

체험단 참여자 포스팅 결과 9

링크

<https://www.instagram.com/p/DQWLqgnEsRd/>

인스타그램

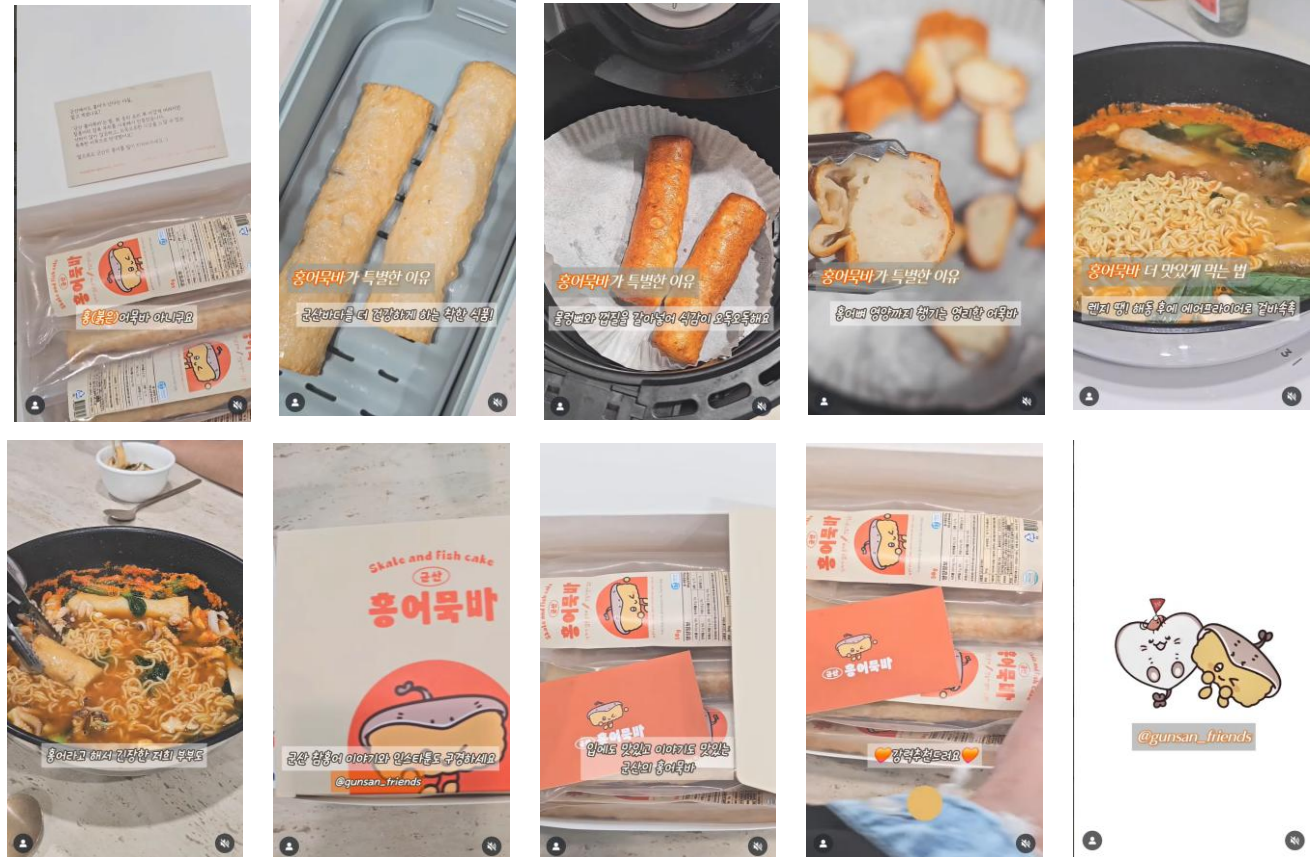
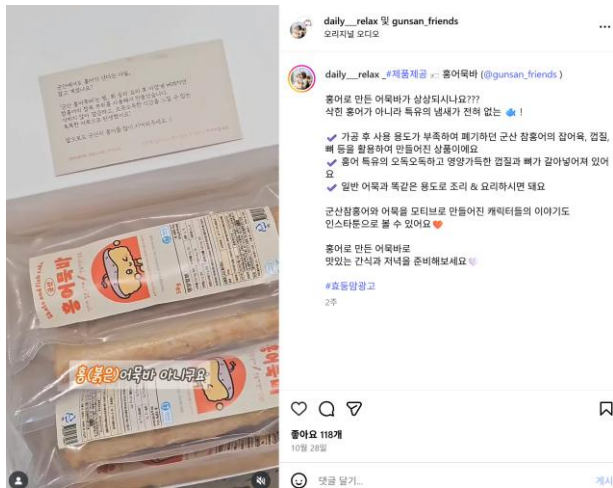
@daily__relax

팔로워 수

1608

비고

영상리뷰 포함



과업 구분 |

상품화

유통경로

마케팅

SNS 운영 관리

체험단 참여자 포스팅 결과 10

링크

<https://www.instagram.com/p/DQXefgLk7hb/?igsh=Z2V2N29hdDU1Nzhh>

인스타그램

@ra_mi30

팔로워 수

14.3만

비고

영상리뷰 포함



ra_mi30 · 팔로우

ra_mi30 #광고 #홍어묵바

요즘 홍어 최대 산지는 바로 군산이라는거 아니요?
그중에서도 버려지던 홍어 껍질과 뼈, 집어묵을
업사이클링해 만든 지속가능한 바다 간식, 홍어묵바를 소개해요 ♡

홍어라 해서 냄새 날까 걱정했는데,
군산 참홍어를 식하지 않아 냄새 없이 깔끔하고 담백하고
어묵으로 만들어줬다는게 신기 했는데
껍질과 뼈까지 함께 같이 넣어서
탱글탱글한 식감도 참 좋습니다.

무엇보다 아이들도 정말 잘 먹었어요!
살짝 구워주면 겉은 쫄쫄하고 속은 부드러워서
단백질이 듬뿍 들어있는
간식으로든, 간편한 반찬으로도 딱이에요.

게다가 이 홍어묵바는 단순한 먹거리가 아니라
폐기되던 해양 자원을 업사이클링해서 만든 착한 제품이에요 ♻️
맛있게 먹으면서 바다를 지킨다는 착한 먹거리!

좋아요 1704개
10월 29일

댓글 달기...

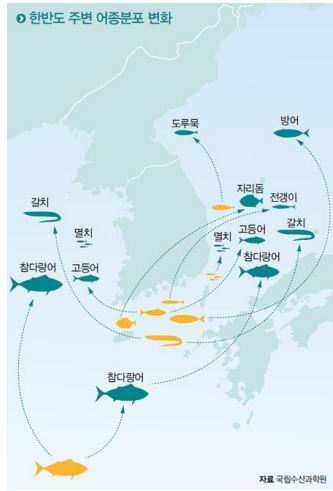


V. 결과 분석 및 제언

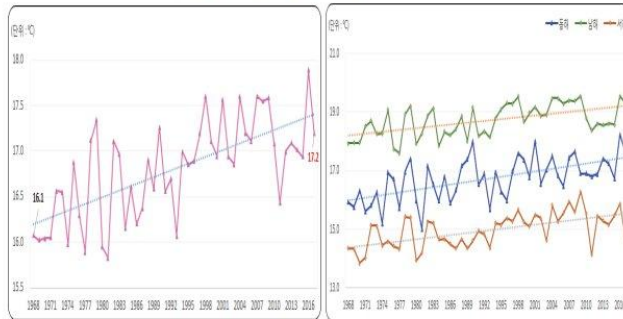
과거의 맛을 지키는 바다에서, 미래의 맛을 여는 바다로

해류의 변화와 기후 온난화가 천천히 바다의 얼굴을 바꿨다. 예전엔 흔했던 어종은 점점 줄어들고, 대신 새로운 종들이 군산 앞바다의 주인공이 되었으며 특히 참홍어는 몇년째 전국 최대 생산량을 보이는 명실상부 주산지로 변모하고 있다.

이제 군산 수산물물은 단순히 '전통의 맛'을 고집해서는 안된다. 바다의 변화에 귀 기울이며, 새로운 자원을 활용해 '지금의 바다'를 담아야 한다. 과거의 명성을 다시 이어가기보다, 변화에 맞춰 스스로를 새롭게 정의하려는 여정이 본 프로젝트의 의의다.



< 우리나라의 연평균 표층수온 추이 >



자료 출처 : 국립수산물관리원 「기후변화연구과」

Before

After

&

브랜드

공동 브랜드만 존재

수산물 공동 캐릭터 개발

상품

군산 대표성 약함

홍어 활용, 주산지 이미지 강화

마케팅

전시성, 이벤트성

지역 정체성 명확화

변화하는 바다와 소비 시장에 대비하기 위한 군산 수산물 리브랜딩 프로젝트

상품개발 및 브랜딩
방향성 설계 기초 자료

변화하는 트렌드에 맞춘
새로운 타겟을 위한

수산물 대표 산지로
군산 이미지 공고화

최종 상품 개발 완수
및 유통경로 매칭

자원 분석

브랜드 개발

마케팅 실행

생산 및 유통

- K-Food와 수산업
- 군산 어업 자원
- 수산 단지 및 향후
파급력 진단

- 군산 캐릭터 개발
- 스토리텔링 구축
- 인스타툰 개발
- 굿즈 상품 개발

- 인스타그램 개설
- 콘텐츠 제작 및 배포
- 박람회 및 축제 참여
- 미디어 노출

- 특화상품 개발
- 특화 레시피 개발
- 캐릭터 상품 개발
- 개발 상품 유통

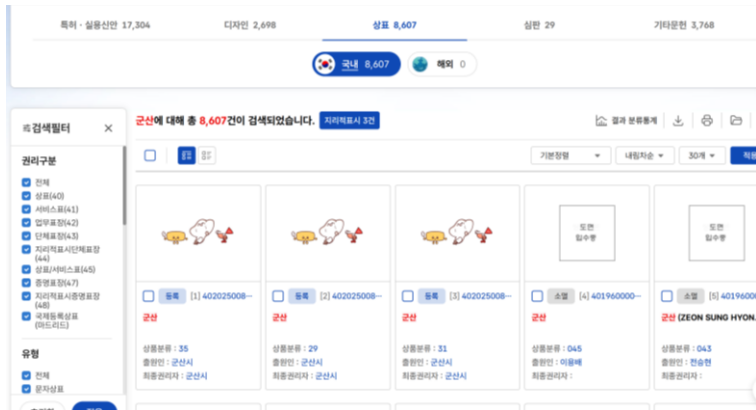
자원 분석 : 상품개발 및 브랜딩 방향성 설계 기초 자료

생산량, 대표성, 시장성 등을 종합적으로 고려하고 K-FOOD 현황을 체크하여 대표 소재로 참홍어, 꽃새우, 김을 선정하여 사업 운영

참홍어	꽃새우	갑오징어	아귀	꽃게	서대/박대	김	오징어류	바지락	광어(넙치류)
<ul style="list-style-type: none"> ● 대표성 : 중 ● 물량 : 상 ● 대중성 : 하 ● 시장성 : 중 <p>흑산도 홍어</p> <p>숙성하여 섭취하며, 특유의 향미로 호불호가 매우 강하게 나타날 뿐만 아니라 흑산도 홍어라는 소비자에게 각인된 브랜드 존재</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ● 대표성 : 상 ● 물량 : 상 ● 대중성 : 중 ● 시장성 : 중 <p>군산 꽃새우</p> <p>건조하여 사용하며, 대기업 과자의 원재료로 사용 되는 등 주산지로 인지되어 있으나 조미식품의 메인 식재로 활용도가 낮음</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ● 대표성 : 중 ● 물량 : 중 ● 대중성 : 중 ● 시장성 : 상 <p>장흥 갑오징어</p> <p>수온 변화로 서식지에 변화가 있으며 군산은 산란 및 서식장을 조성하여 특화 수산물 육성에 총력을 기울이고 있음</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ● 대표성 : 상 ● 물량 : 하 ● 대중성 : 중 ● 시장성 : 중 <p>마산 아귀</p> <p>지역 대표 메뉴이나 어종 자체의 단가가 높아 가공 및 대량유통에 어려움이 있음</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ● 대표성 : 하 ● 물량 : 하 ● 대중성 : 중 ● 시장성 : 상 <p>인천 꽃게</p> <p>꽃게 주산지로 각인된 지역과의 경쟁에서 브랜드 및 물량에 있어 경쟁력이 높지 않음</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ● 대표성 : 상 ● 물량 : 하 ● 대중성 : 하 ● 시장성 : 하 <p>군산 박대</p> <p>군산을 대표하는 수산물로 각인되어 있으나 대량 유통을 위한 물량이 부족</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ● 대표성 : 상 ● 물량 : 하 ● 대중성 : 상 ● 시장성 : 상 <p>완도 김</p> <p>생산량이 높지 않으며, 김의 경우 수출 및 내수 시장이 레드오션 원초를 가공할 수 있는 기반시설이 없음</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ● 대표성 : 중 ● 물량 : 하 ● 대중성 : 상 ● 시장성 : 상 <p>동해 오징어</p> <p>비중 뿐만 아니라 국내 절대 생산량이 부족하여 경쟁력 확보에 어려움이 있음</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ● 대표성 : 하 ● 물량 : 하 ● 대중성 : 상 ● 시장성 : 중 <p>곰소만 바지락</p> <p>국내 주력 양식 어류 국민 횡감 타이틀을 가지고 있을 정도로 대중적 인기가 있으며, 제주와 완도 일대에서 주로 양식됨</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ● 대표성 : 하 ● 물량 : 하 ● 대중성 : 상 ● 시장성 : 상 <p>제주 광어</p> <p>국내 주력 양식 어류 국민 횡감 타이틀을 가지고 있을 정도로 대중적 인기가 있으며, 제주와 완도 일대에서 주로 양식됨</p> 

브랜드 개발 : 변화하는 트렌드에 맞춘 새로운 타겟을 위한

홍어를 중심으로 캐릭터를 개발하고, 스토리를 입혀 설득력 있는 군산 콘텐츠로 광고화



주로 남해바다에서 잡혔던 홍어는 최근들어 총 어획량의 45%가 군산에서 잡히고 있습니다. 수온 상승의 영향으로 홍어서식지가 북상했기 때문인데요, 인천과 충남 지역에서 잡히는 경우도 있다고 해요.

어획량이 증가하면서 군산에서도 홍어를 다양한 방식으로 유통하기 위한 방안을 고민하고 있습니다. 특히 군산에서는 홍어를 삭히지 않은 채 요리하는 경우가 많은데요, 삭히지 않은 홍어, 어떤 맛일지 궁금하지 않나요?

어때? 나와 대박 더 알아볼래?

마케팅 실행 : 수산물 대표 산지로 군산 이미지 공고화

관내 및 관외를 포괄하여 다양한 마케팅 활동을 전개하여, 수산물 대표 산지로 군산 지속적 노출



인스타그램 계정 생성 (@gunsan_friends)

군산 대표 수산물 참돔어와 꽃새우를 알릴 수 있도록 공식 채널 개설.

이를 바탕으로 개발한 캐릭터와 상품을 소개함과 동시에, 캐릭터 기반 스토리 마케팅을 통해 일반 팔로워와 시민들의 관심을 증대시키고자 함.



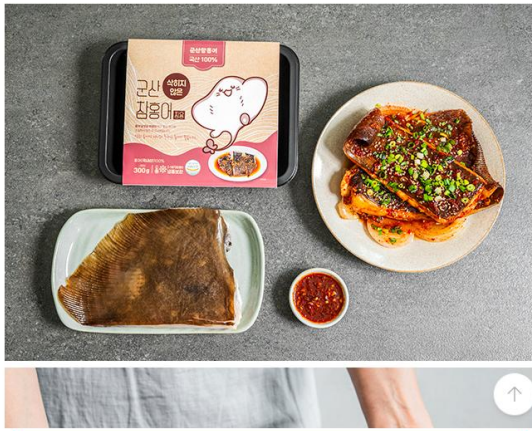
생산 및 유통 : 최종 상품 개발 완수 및 유통경로 매칭

개발된 상품의 신규 유통경로를 연결하여 소비자와의 접점과 군산 브랜드 노출이 다방면으로 가능하도록 조치

- 요약
- 스토리
- 레시피
- 보관법
- 주의 사항
- 자주 하는 질문
- 사이즈

신선한 참 홍어, 바로 조리 가능

군산에서 어획한 고품질 원물을 사용한 반건조 홍어, 별도 뜯 손질 없이 바로 조리가 가능합니다. 급랭하여 스킨 포장된 상태로 드라이아이스와 함께 배송되니 신선함을 그대로 유지하죠. 특히 핏소스 100g도 함께 갑니다.



제주문 알림 148명 신청 중



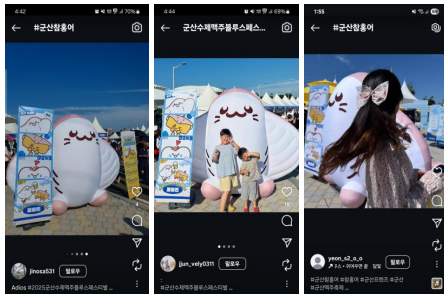
과거의 맛을 지키는 바다에서, 미래의 맛을 여는 바다로

바다 환경의 변화와 소비 트렌드에 대응할 수 있는 잠재력을 기르는 과업으로 의미

식품, 그 이상으로 확장될 수 있는 시장 군산 바다 스토리의 상품화 가능성을 시험

STEP 1. 브랜드X 캐릭터O

단순 브랜드가 아닌 스토리를 입힌 캐릭터
수산물에 대한 접근 및 인지가 낮은
1020 세대를 타겟, 설득력 있는 스토리 기반
홍어 주산지로 인지도 향상 기여



STEP 2. 캐릭터 상품화

단순히 캐릭터에 그치는 것이 아니라
새로운 매출 및 확산 가능성을 확보할 수 있는
캐릭터 굿즈 상품을 개발하여 바다 자원
즉, 스토리를 활용한 새로운 가능성 제시



STEP 1. 타겟 상품 개발

홍어에 대한 기존 소비 세대가 아닌 새롭게
시장에 진입하는 산지로, 2030 세대 타겟의
쉽게 소비할 수 있으며, 가격 경쟁력이 있는
상품화 전략을 수행



STEP 3. 신유통경로 발굴

단순 유통에 집중하기 보다 유통과 함께 수산물
및 홍어 주산지로 군산을 홍보할 수 있는 유통경
로를 발굴하여 입점 진행
전국단위 소비자에게 노출



후발주자로, 새로운 소비자를 유입할 수 있는
상품화 전략과 유통 전략을 고민

군산 수산물의 전국단위 확산을 위한 마케팅 활동 전개

상품개발에서 홍보마케팅에 이르는 전방위적 과업수행을 통해, 새로운 전략 어종인 홍어에 대한 인지도 확대

Part 1. 상품 개발

가공상품, 레시피, 캐릭터를 활용한 머천다이즈 까지 3종의 다른 형태의 상품개발
레시피는 특허등록 진행 중



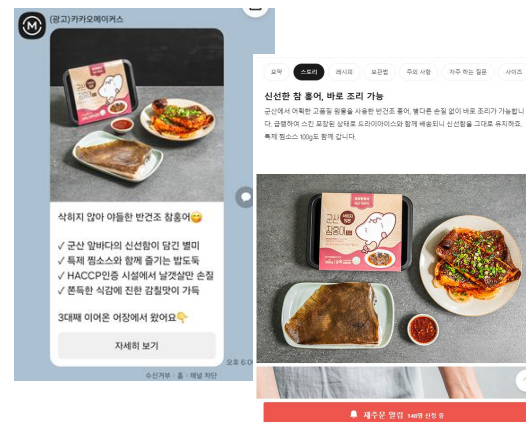
Part 2. 브랜드 개발

군산 참홍어를 중심으로 특화 수산물을 홍보할 수 있는 캐릭터 및 스토리 개발
최종 상표권 등록까지 완료함



Part 3. 상품 유통

개발된 상품을 카카오 제기버치 플랫폼 런칭하여 전국단위 판매 및 홍보를 수행
그외 기타 유통경로 입점 연결



Part 4. 마케팅 활동

축제 및 박람회 참여를 통해 소비자와 소통
영상 촬영과 배포를 통해 전국단위로 확산하고
SNS를 개설하여 소비자 접점 유지



군산 수산물의 브랜드 가치를 제고하기 위한 지속적 노력이 필요

군산 참홍어 및 특화 수산물의 확산을 위한 생산자 - 가공업체 협의회 구성을 위한 초석 마련



안정적인 원물 수급

가공상품화를 위한 수산 자원을 안정적으로 수급할 수 있게 하여 경쟁력 있는 가격 구조 형성과 상품의 다양화에 기여

품질 및 원산지 관리

다른 지역과 차별화된 품질의 원물로 관리하고 철저한 원산지 관리를 통해 군산 수산업의 발전을 도모

수산 자원의 보존

군산의 수산업을 견인하는 수산자원의 지속가능 하도록 감시하고 건강한 바다 어장을 유지하기 위한 역할을 수행

공동 브랜드 육성

군산 수산물의 가치를 높일 수 있도록 원물 및 가공상품의 품질을 관리하고 공동 브랜딩을 통해 교섭력일 높일 수 있도록 추진

통합 마케팅을 통한 관내 업체 지원

원물에서부터 가공에 이르기 까지 생산-가공-유통에 이르는 전 과정을 관리하여 도움을 요하는 관내 기업에 적합한 조력 제공

인지도 향상을 위한 홍보활동 전개

수산물 대표 산지로 군산의 브랜드 가치가 향상될 수 있도록 소비자 인지를 높일 수 있는 다양한 홍보활동을 추진

원물 매입을 통해 지역 경제 활성화

적극적인 상품화와 테스트를 통해 지역 원물 사용량을 늘리고 이를 통한 지역 경제 활성화에 기여

가공을 통한 지역 원물 가치 제고

단순 원물이 아닌 다양한 방법을 통해 가치를 높이고 새로운 소비자를 군산 수산물과 접점을 만들 수 있는 기회를 마련

지역 특산물의 관외 확산 도모

다양한 형태로 군산 수산물이 유통될 수 있는 계기를 마련하여 전국 단위의 군산 특산물 확산을 기대



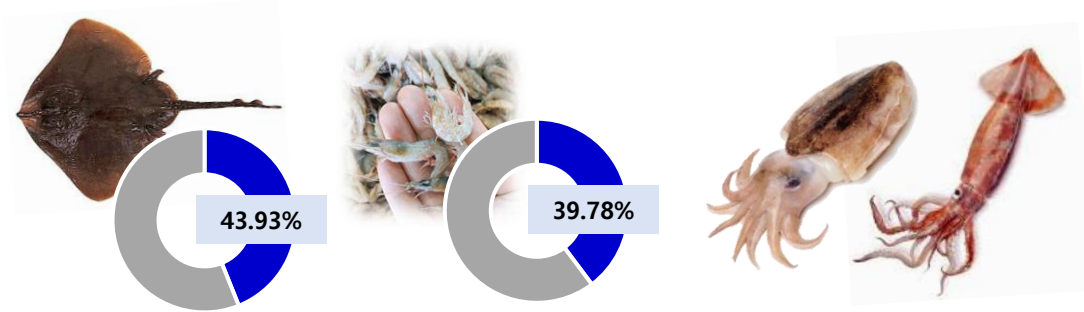
군산 브랜드 확장을 위한 주체별 기대 역할

협업체 구성으로 원물 안정적 공급, 포장패키지, 판로개척, 홍보 등의 지속적 지원 체계 구축



수산자원의 특성에 따른 2Track 전략

30%이상의 국내 생산 점유하는 어종과, 다품종 소량 생산 어종 각각의 전략 구성이 필요



국내 생산량 40% 이상 생산
군산시의 새로운 대표 어종

국내 생산량 40% 이상 생산
전통적인 군산시 대표 어종

가오징어 및 오징어는 최근
생산량 증대와 정책사업 진행 품목

관광객 등 관외 고객의 방문을 유도하는 상품.
대표성과 정체성은 있으나 단가 등의 이슈로 대량 유통이 불가한 경우

관내 응집형 상품

국내 생산량 대비 비중이 미미하나 시즌별 일정 물량 이상 생산이 되고 있는 어종으로
군산시 수산자원의 다양성에 기여하고 있는 품목



관외 확산형 상품

지역의 소재와 브랜드를 상품화를 통해 관외로 적극
확산하는 형태의 상품으로, 안정적 물량과 경쟁력 있는 단가가 핵심이라 볼 수 있음

전략1. 소재형 상품을 통해 확산 포인트를 잡아야 함

압도적 생산량, 유통을 위해서는 소재형 상품화 후 규모의 경제를 실현할 수 있는 전략 필요

원소스 멀티유즈 (One Source Multi Use)

수급의 불안정성(단가이슈)

유통기한의 한계

품질 균일화가 어려움

사용 편의성이 떨어짐

꽃새우



꽃새우 원액



외식경로 메뉴화



대형 수요처 상품화



대형 수요처 상품화

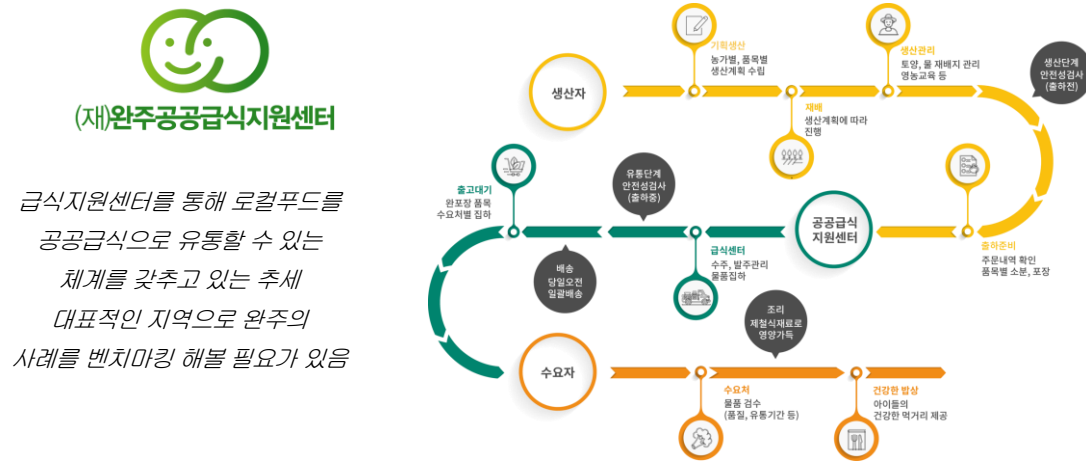


지역특화 상품



전략2. 다품종 소량생산이 강점이 되는 시장으로 접근

농업에서는 이미 다품종 소량생산이 가진 가치와 시장 가능성이 인정받고 있음



(재)완주공공급식지원센터

급식지원센터를 통해 로컬푸드를 공공급식으로 유통할 수 있는 체계를 갖추고 있는 추세
대표적인 지역으로 완주의 사례를 벤치마킹 해볼 필요가 있음

군산은 5개의 로컬푸드 직매장이 운영되고 있으며, 익산, 완주와 같이 로컬푸드 직매장의 수요가 있으나 수산물이 생산되지 않는 도시와 인접하여 시장 경쟁력 있음

로컬푸드 시장

공공 급식 시장

군산먹거리통합지원센터가 존재하며, 군산수협은 군납 중심의 사업 체계가 있음
현 농산물 중심의 지원 체계를 수산물로 확대하는 시장 확장안을 검토해 볼 필요 있음

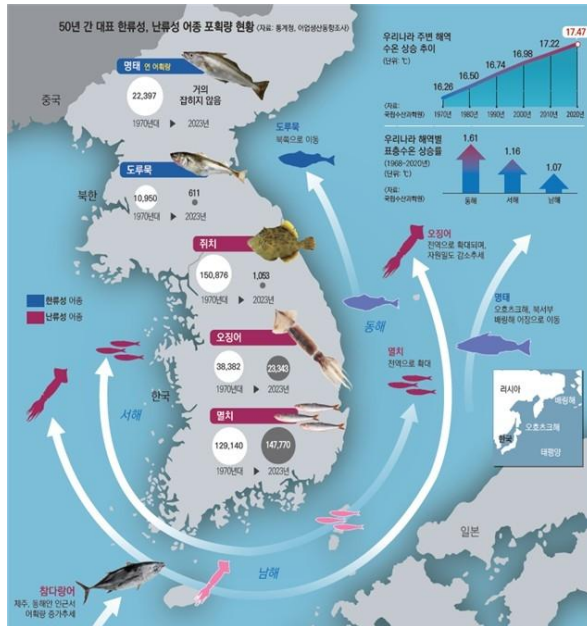


로컬푸드 직매장은 생산자가 직접 유통하는 형태로, 시즌성 있는 다양한 식재를 공급해야 경쟁력을 가질 수 있는 특수성이 있음

전략3. 다양한 어종을 사용하는 것이 강점이 되는 상품

환경변화와 함께 어종 생산량의 불확실성이 강화될 수 밖에 없는 구조, 어종이 아닌 상품을 대표성있게 구축

수산 환경의 변화로 한반도 주변 어종이 변화하고 있음
 사례로, 군산 박대는 군산시의 대표 어종이었으나
 현 6% 이하의 생산량을 보이고 있어 이슈가 있음
 어종 뿐만 아니라 브랜드와 상품을 노출하는 전략 필요



군산의 선제적 대응

이미 군산은 브랜드와 상품개발이 완료되어 있음

생선을 분쇄하여 만드는 만두, 카츠, 어묵 등은 시즌에 맞는 다양한 어종을 활용
 할 수 있을 뿐만 아니라 이를 통해 단가를 낮추고, 일반 유통이 어려운
 농산물로 말하면 비품을 활용할 수 있어 장기적으로 경쟁력을 확보할 수 있음



THANK YOU FOR ATTENTION

이상으로 발표를 마치겠습니다. 감사합니다.