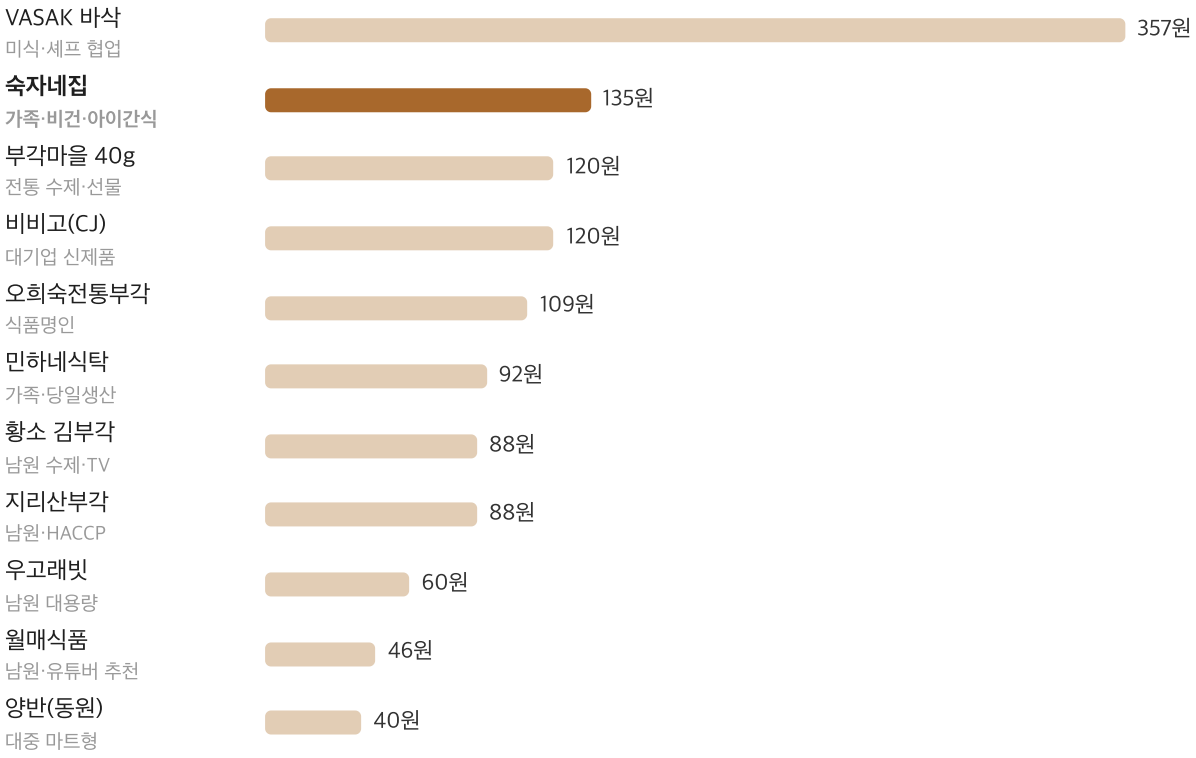
숙자네집김부각 온라인 이미지·경쟁 포지셔닝 분석

네이버 스마트스토어 · 네이버 쇼핑 · 인스타그램 · 블로그 후기 기준 · 2026년 10월 31일 조사

네이버 스마트스토어, 네이버 쇼핑, 인스타그램, 블로그 후기를 기준으로 숙자네집과 경쟁 김부각 브랜드 11곳을 비교했어요. 결론부터 말하면 숙자네집은 **"아이 엄마들이 믿고 다시 사는, 재료 좋은 가족 부각"**이에요. 가격은 남원 수제 부각보다 높고 바삭(VASAK)보다는 훨씬 낮은 준프리미엄이고, 평점은 비교한 수제 브랜드 중 최상위권이에요.

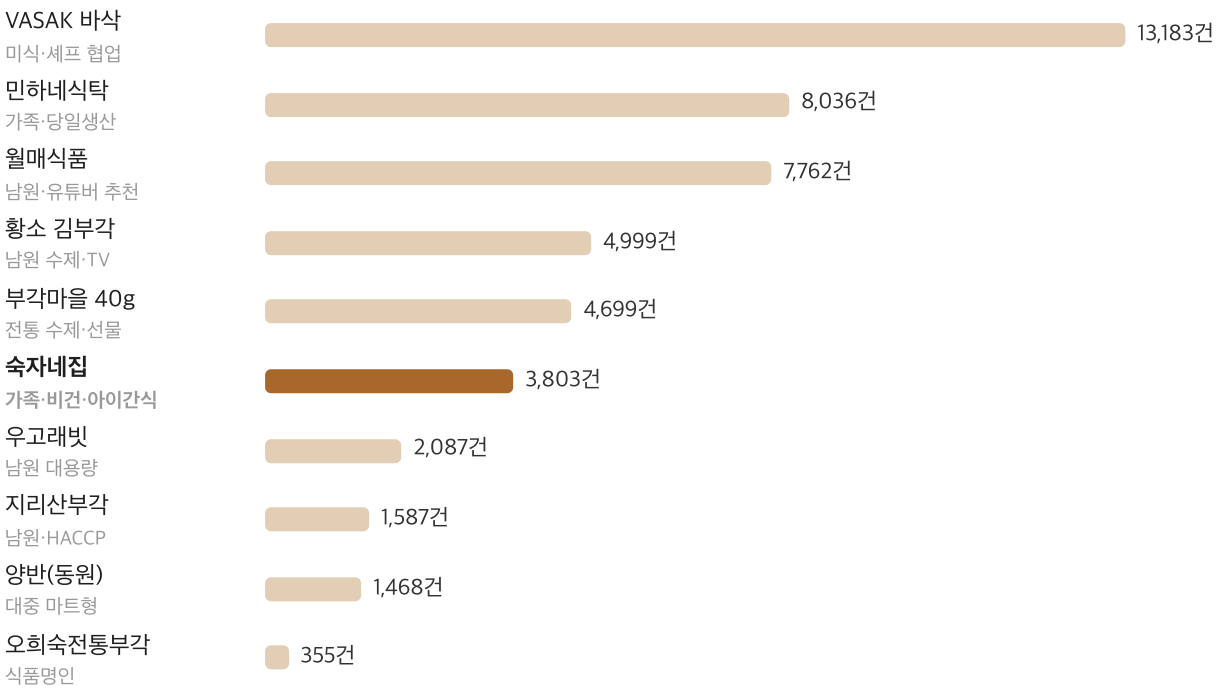
1g당 가격

할인가 기준, 원. 비비고는 정가 기준



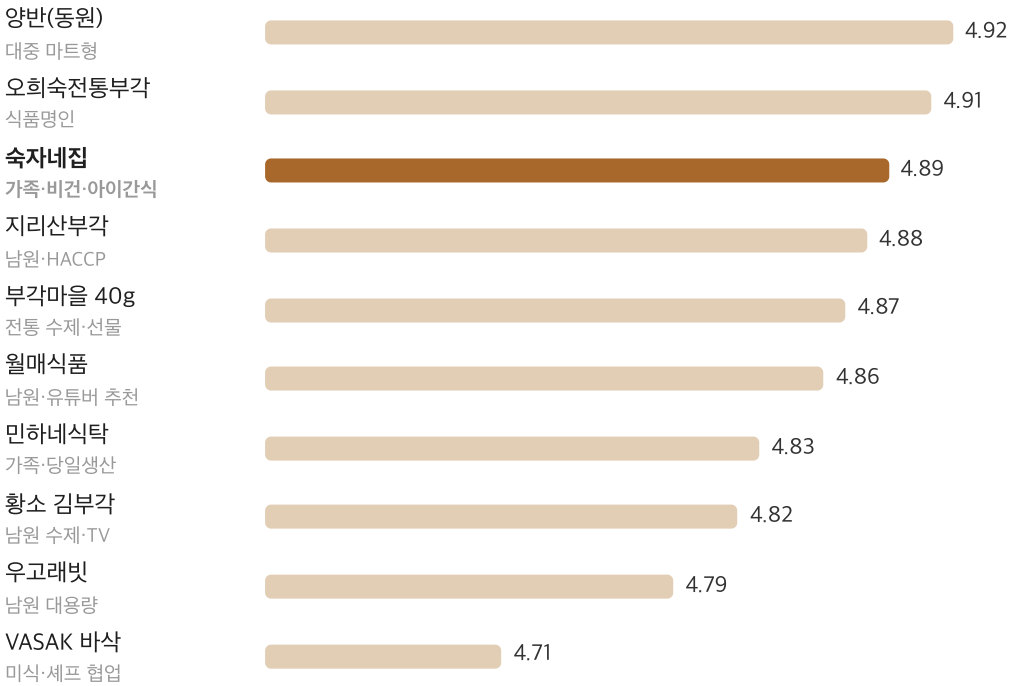
대표 상품 리뷰 수

네이버 대표 상품 1개 기준



대표 상품 평점

4.6~5.0 구간을 확대해서 표시



1. 온라인 이미지: 아이 간식, 건강, 선물

- **스마트스토어 현황:** 스토어 등급은 빅파워이고 관심고객은 3,644명이에요. 김부각 상품 리뷰를 모두 더하면 약 6,600건이에요.
- **대표 상품 평점:** 김부각 6개 상품의 평점은 4.89이고, 최근 6개월만 보면 4.95예요.
- **별점 분포:** 리뷰 3,803건 중 5점이 3,461건(91%)이고, 1~2점은 4건뿐이에요.
- **네이버 AI 리뷰 요약 키워드:** "아이가 좋아해요"가 1위예요. 이어서 "자극적이지 않아요", "바삭해요", "명절 선물로 좋아요", "저염이에요", "맛이 일정해요", "재구매했어요" 순이에요.
- **실제 리뷰 패턴:**
  - "돌부터 7세까지 먹여온 꾸준템"처럼 아기 때 저염으로 시작해 몇 년째 사는 장기 고객이 많아요.
  - 아이 친구 엄마들에게 명절 선물로 보내는 리뷰도 많아요.
- **블로그 후기:** "시중 김부각 중 1위", 얇고 바삭하고 깔끔한 맛이라는 평가가 있어요. 단점으로는 배송비, 적은 양, 조금 비싼 가격이 꼽혔어요.
- **불만은 거의 이 세 가지예요:**
  - 맛이 밍밍하고 심심하다 (첨가물을 안 쓰는 데서 오는 한계)
  - 양이 적다, 비싸다
  - 명절 시즌 배송 지연
- **사장님 답글:** 1점 리뷰에도 길고 따뜻한 답글을 달아요. 이것도 가족 브랜드 이미지를 만드는 데 한몫해요.

2. 가격 포지션: 준프리미엄

- **숙자네집:** 30g 봉지를 정가 4,500원에 팔아서 g당 150원, 6봉 할인가로는 g당 135원이에요.
- **남원 수제 부각과 비교:** 민하네식탁, 황소, 지리산부각 같은 남원 수제 부각은 g당 80~90원대예요. 숙자네집이 약 1.5배 비싸요.
  - 황소 김부각은 50g 5팩에 21,890원이에요.
  - 지리산부각은 55g 6봉에 29,000원이에요.
- **바삭(VASAK)과 비교:** 셰프 에디션이 70g에 25,000원이라 숙자네집은 그 절반에도 못 미쳐요.
- **가격 근거:** 원재료 표기를 보면 유기농 찹쌀 60%를 쓰고 비건 표시가 있으며, 아이용 저염 라인(나트륨 55mg)이 따로 있어요. 경쟁사 중에 유기농과 아이 전용 라인을 같이 내세우는 곳은 못 찾았어요. 비싼 가격을 정당화하는 근거가 명확한 편이에요.

3. 경쟁 구도: 네 그룹

그룹	브랜드	무기
미식·럭셔리	바삭(VASAK)	셰프·스님 협업, 백화점 입점
가족·건강	**숙자네집**, 민하네식탁	가족 서사, 아이 간식
전통·산지	부각마을, 오희숙(식품명인), 남원 브랜드들	명인, 남원, HACCP, 대용량
대기업	비비고(CJ), 청정원, 양반	마트 유통, 저가

- **바삭은 이미 위로 치고 나갔어요.**
  - 2025년 10월 출시한 손종원 셰프 에디션 하나로 네이버 리뷰가 13,183건이에요.
  - 갤러리아 추석 선물로 77,000원 세트를 팔고 있어요.

    - 다만 평점은 4.71로 숙자네집(4.89)보다 낮아요.
- **대기업이 2026년에 김부각 시장에 들어왔어요.**
    - CJ는 5월에 비비고 김부각 3종을 냈어요.
    - 대상 청정원은 8월에 '바사삭 김부각'을 냈는데, 비건과 글루텐프리 인증을 받았어요.
    - 그래서 숙자네집의 "국내최초 비건인증"은 앞으로 차별점으로서 힘이 약해질 가능성이 커요.

4. 인스타그램

- **규모는 업계 최상위:** 팔로워 4,836명, 게시물 1,417개예요. 한나네김(약 13K, 즉석구이김 위주 브랜드)을 빼면 바삭(3,768)보다 많고, 부각마을(711)이나 오희숙(1,235)보다는 훨씬 커요.
- **반응은 낮은 편:** 최근 게시물 좋아요가 중앙값 50개 정도예요. 팔로워 대비 약 1% 수준이에요.
- **콘텐츠 성격:** 아이들 이야기 같은 가족 감성 에세이가 중심이에요. 최근 12개 게시물에는 비건, 선물, 제조 과정을 다룬 글이 거의 없었어요. 충성 고객과의 관계를 지키는 데는 맞지만, 새 고객을 데려오는 역할은 약해요.

정리하면

- **강점:** 높은 평점, 재구매하는 육아 고객층, 진정성 있는 가족 브랜드 이미지, 유기농·저염이라는 근거 있는 비싼 가격.
- **약점:**
    - 규모가 작아요. 대표 상품 리뷰가 민하네식탁 8,036건, 월매 7,762건의 절반 수준이에요.
    - "양이 적고 비싸다"는 인식과 담백한 맛이 호불호를 만들어요.
    - 대기업도 비건 인증을 받으면서 차별점이 흐려지고 있어요.
- **방향 제안:** 숙자네집의 자리는 "프리미엄 육아 간식, 정성 선물"이에요. 바삭처럼 미식으로 가기보다는 이 자리를 더 선명하게 하는 쪽이 맞아 보여요.
    - 예를 들면 저염 라인을 영유아 간식으로 따로 브랜딩하는 것이 있어요.
    - 숫자로 보여주는 신뢰 콘텐츠도 좋아요. 예를 들어 "아이 때부터 N년째 먹는 고객"을 앞세우는 식이에요.
    - 명절 선물 전용 패키지도 키울 만해요.

참고할 점

- g당 가격은 브랜드마다 대표 상품 하나로 계산했어요. 리뷰 수도 대표 상품 하나 기준이라 브랜드 전체 수치와는 달라요.
- 네이버 쇼핑이 짧은 시간에 요청이 많다고 접속을 막아서, 리뷰순 전체 랭킹과 한나네김의 중량은 확인하지 못했어요.
- 쿠팡 입점 여부와 비건 인증 기관도 확인하지 못했어요.