

# 2026 GS THE FRESH 노르웨이 수산물 운영 전략 Norwegian Seafood Strategy

**GS리테일 김영광 수산팀장**  
GS Retail Seafood Team Leader, Kim Young-Kwang

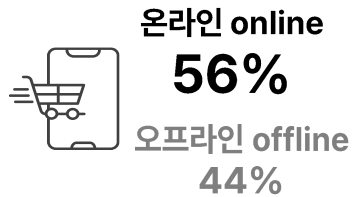
# 1. 시장 Market

## 온라인 시장 확대 속에서도, 신선식품은 카테고리 특성에 따라 오프라인 선호가 유지되고 있음

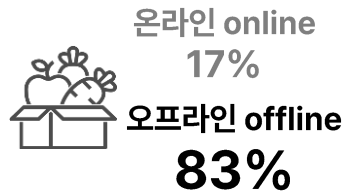
Fresh Food Retains Offline Preference Despite Online Growth

### 국내 Domestic

#### [유통업체 매출 구성비]



#### [신선식품 구매처 비중]



- 출처: 산업통상자원부 2025년 유통업체 매출 동향 보고서  
칸타월드패널 신선식품 구매 행태 연구 보고서



#### [신선식품 구매 시 주요 선택 요인]



- 출처: KREI(한국농촌경제연구원) 2025년 식품소비행태 조사 보고서

신선식품은 여전히 오프라인 선호가 견고하며  
경쟁사들은 신선·먹거리 중심 New 타입으로의 변화 모색  
Fresh Food Drives Offline Preference and Store Format Innovation

### 해외 Overseas

#### 일본 Japan 근거리 소형화 + 식사 해결



#### 유럽 Europe 생활동선 + 신선·간편식



일본은 생활 밀착형 근거리 식품 인프라로 재편 中  
유럽은 신선·간편식을 강화한 생활동선형 점포 지속 확대  
Japan and Europe Shift Toward Daily-Life Food Infrastructure

## 2. 고객 Customer

수퍼마켓의 고객은 신선식품 중심의 근거리 쇼핑을 선호하며, 즉시성과 다빈도 형태의 구매 특성을 가지고 있음

Supermarket Shoppers Favor Nearby, Fresh-Led Frequent Trips



**신선식품 중심  
직접 경험 선호**

Preference for direct  
fresh food experience

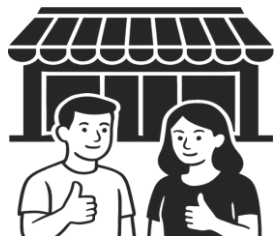
오프라인에서 직접 보고 고르며  
꼼꼼한 품질 경험을 중시



**근거리 오프라인  
쇼핑 선호**

Preference for nearby  
offline shopping

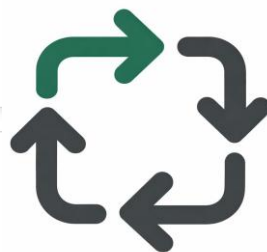
온라인 구매에 만족하지 못하고  
근거리 구매처를 방문



**구매 경험을  
중시하는 핵심 고객**

Core customers who value  
purchase experience

높은 기준을 갖고 있기에  
구매 만족 시, 강한 로열티 형성



**수시·즉시형  
장보기**

Frequent and Immediate  
Grocery Shopping

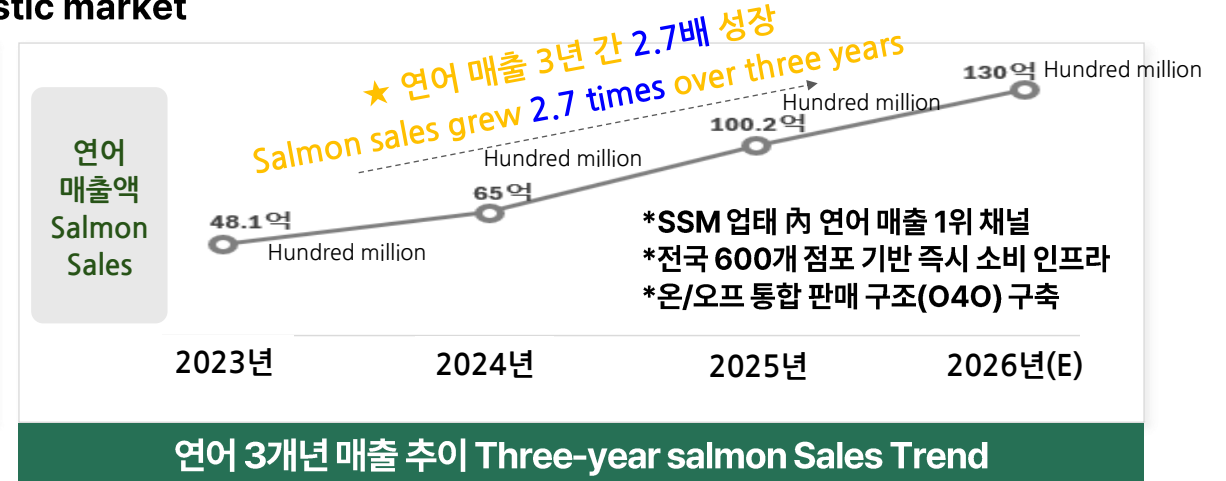
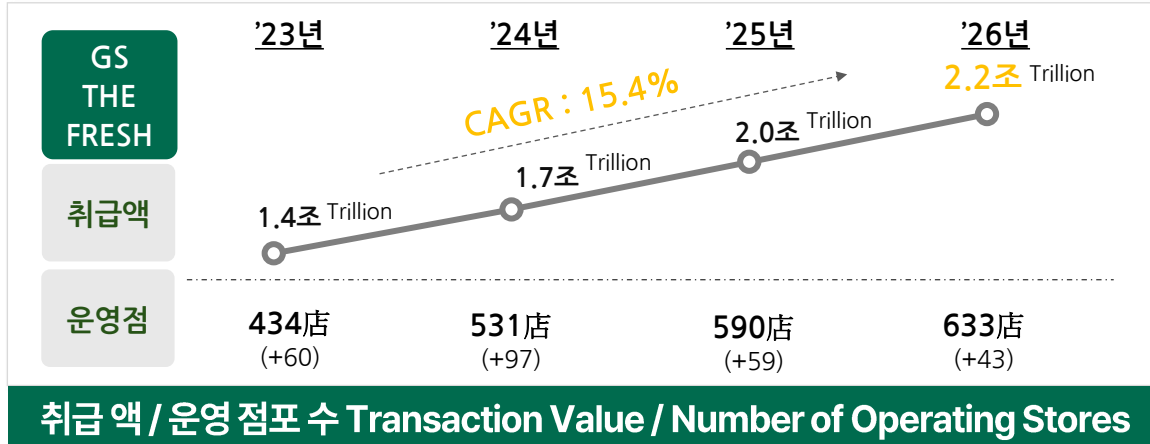
필요할 때 즉시 구매하여  
소비 하는 것을 선호 (2~3일 주기)

**신선식품의 경쟁력과 접근성을 바탕으로 로열 고객을 확대하고 방문 빈도를 높이는 것이 관건**  
The key is to expand loyal customers and increase visit frequency based on competitiveness and accessibility in fresh food

### 3. 현재 운영 현황 Current Operating Status

## GS THE FRESH는 국내 오프라인 노르웨이 연어 카테고리 성장을 리딩 하는 핵심 유통 채널 임

GS THE FRESH Leads Offline Growth for Norwegian Salmon in domestic market



#### [타 유통채널/개인] \_ 점포별 작업 → 품질 편차 발생

경쟁사 / 개인




- \* 점포별 수작업
- \* 숙련도 차이/품질 편차
- => 브랜드 리스크 발생

#### [GS THE FRESH] \_ HACCP센터 → 품질 표준화

GS THE FRESH




- \* HACCP시설
- \* 표준화 공정/품질 유지
- => 브랜드 안정성

#### 연어 필렛 집중 + 트렌드 구색 확대














25년 판매수량 : 904,574개  
2025 sales volume : 904,574 units

노르웨이 연어의 프리미엄 품질 → 전 점포 동일하게 구현 가능한 유통 구조

노르웨이 연어 카테고리 확장 → 소비 확대

GS THE FRESH는 점포 기반 인프라와 표준화된 품질 역량을 바탕으로 노르웨이 연어 카테고리 성장을 주도하고 있으며 지속 확장을 통해 시장을 리딩해 나가겠습니다.

GS THE FRESH Leads Norwegian Salmon Growth Through Quality and Expansion

## 4-1. 우리가 걸어온 길 Our Journey So Far

# 25년 연어는 NSC와 협업, 이슈상품 및 기획전 런칭 등으로 전년 대비 55.7% 신장, 매출 100억 달성하였음

## Salmon Sales Surge 55.7%, Reaching KRW 10B in 2025

25년 4월~

April 2025 onward



GS리테일이 노르웨이수산물위원회와 공동 프로모션 추진 등 협업 체계를 구축했다. 잉어보통(연어), 잉어보통(연어), 노르웨이수산물위원회 한국 총괄 매니저와 잉어를 OS리테일 수산 MD가 기념 사진을 촬영하고 있다. [OS리테일]

### NSC X GS THE FRESH

노르웨이수산물위원회(NSC)와  
공동 프로모션 추진 및 업무체계 강화

25년 8월~

August 2025 onward



### 사전예약 자체 기획전 "연어 미식회" 런칭

Launch of Pre-Order Promotion:  
"Salmon Gourmet Fair"

첫 브랜드성 행사로 다양한 구색 상품들을  
사전예약 기획전 배너 운영

25년 5월~

May 2025 onward



### 유튜브 이슈 상품 기획 Planning YouTube Issue-Driven Products

유튜브 썸네일 컨셉으로  
이슈상품 연어 깍두기 ISP 제작  
→ MZ 타깃 공략 적중

25년 9월~

September 2025 onward



### 연어 구색 (가공) 상품 출시 Salmon Product Line Launch

연어 소비 다양화를 위한  
상품 라인업 강화 (시장 확대)

## 25년은 NCS의 브랜드 파워를 기반으로, 고객 접점을 확대하며 연어소비를 구조적으로 확장한 한 해였습니다.

NSC Brand Power Expanded Salmon Consumption in 2025

## 4-2. 우리가 걸어온 길 Our Journey So Far

# 25년 연어는 NSC와 협업, 이슈상품 및 기획전 런칭 등으로 전년 대비 55.7% 신장, 매출 100억 달성하였음

Salmon Sales Surge 55.7%, Reaching KRW 10B in 2025

### 협업 체계 구축

Collaboration System Established

기업 · 유통·생활

## "수산물 물가 잡는다"...GS더프레시, 노르웨이 수산물위원회와 협업

"Stabilizing Seafood Prices" ... GS THE FRESH Collaborates with the Norwegian Seafood Council

김남영 기자 +구독

입력 2025-04-08 10:07



▲ GS더프레시가 노르웨이수산물위원회와 공동 프로모션 추진 등 협업 체계를 구축했다. 잉에보르그 요르달(왼쪽) '노르웨이수산물위원회' 한국 총괄 매니저와, 김아름 GS리테일 수산 MD가 기념 사진을 촬영하고 있다. 사진 제공=GS리테일

### 노르웨이연어 특화존

Norwegian Salmon Specialized Zone

GS리테일(007070)이 정체된 오프라인 유통 시장의 위기를 극복하기 위해 상대적으로 경쟁 우위를 지닌 '신선식품'에 집중하고 있다. 기업형슈퍼마켓(SSM) 최초로 '연어 특화존'을 새롭게 선보이는가 하면, 편의점에도 신선식품 전용 매장을 공격적으로 확대해 경쟁력을 확보한다는 계획이다.



▲ GS리테일이 운영하는 기업형슈퍼마켓 GS더프레시 잠원점에 마련된 '연어 특화존'. 사진제공=GS리테일

4일 유통업계에 따르면 GS리테일이 운영하는 SSM GS더프레시는 지난달부터 기존 매장 대비 연어 상품을 약 50% 확대 운영하는 '연어 특화존'을 서울 잠원점 등 일부 점포에서 운영하고 있다. 단순한 필렛이나 구이용 연어에 그치지 않고 북유럽식 숙성 연어인 훈제 그라브락스 등 시중에서 접하기 어려운 차별화 상품을 전면에 내세웠다. 해당 매장의 연어 매출은 타 점포 대비 40% 이상 높은 것으로 알려졌다.

### 씨푸드 아카데미

Seafood Academy

잉에보르그 요르달

노르웨이수산물위원회 韓 디렉터 인터뷰



지난달 열린 '2026 노르웨이 씨푸드 아카데미' 행사에서 김경진 GS리테일 수퍼MD부문장(왼쪽 첫번째)과 잉에보르그 요르달 노르웨이수산물위원회 한국 총괄 이사(세번째) 등이 기념 사진을 찍고 있다.

"중동 전쟁으로 항공 운송비 부담이 커졌지만 한국으로의 연어 수출량은 오히려 늘었습니다."

잉에보르그 요르달 노르웨이수산물위원회(NSC) 한국 총괄 디렉터(오른쪽 두번째)는 최근 인터뷰에서 "한국은 아시아에서 중국에 이어 두 번째로 연어 수입량이 많은 핵심 시장으로 떠올랐다"며 이같이 말했다. NSC는 노르웨이 통상산업수산물 산하 기관으로 노르웨이 수산물 마케팅과 홍보 등을 총괄한다. 이전까지 한국과 일본을 디렉터 한 명이 관리했으나 한국 수산물 소비가 늘어나면서 지난해부터 한국만 전담하는 총괄 디렉터가 배정됐다.

25년은 NCS의 브랜드 파워를 기반으로, 고객 접점을 확대하며 연어소비를 구조적으로 확장한 한 해였습니다.

In 2025, GS and NSC's collaboration helped expand salmon consumption by broadening customer touchpoints.

## 5. 26년 우리가 걸어갈 길 Our Journey Ahead

### 26년 GS더프레시, NSC 공동 목표인 '매출 130억 달성 및 노르웨이 수산물 소비 확대 플랫폼 구축' 하겠음

2026 NSC X GS THE FRESH Joint Goal: Achieve KRW 13B and Expand Norwegian Seafood Consumption

#### NSC 협업 전략 및 실행 방안 NSC Collaboration Strategy & Execution Plan

##### [참여형 프로모션 확대 및 NSC 브랜드확산 전략]

- 26.3 연어 활성화 프로모션 진행 (연 2회)  
: 프로모션 기간 \_ 전년 比 39.5%신장
- Seafood from Norway 브랜드 전점 확산 및 집중  
: 온/오프라인 통합 브랜딩 운영 (매장/행사/상품/앱 연계)

✓ 검증된 프로모션 / 홍보 모델 26년 전사 확대 적용

##### [NSC 협업 기반 전문역량 강화]

- 26.4 노르웨이씨푸드 아카데미 진행  
: 노르웨이 수산물의 우수성 및 트렌드 교육
- 노르웨이수산물(연어/고등어) 전문MD 육성  
: 원물/품질 확보된 수산물의 고객 경험 확대

✓ NSC 협업 기반 MD/현장 전문가 육성 체계 구축

SEAFOOD FROM NORWAY



#### MD 전략 (소비 트렌드 대응) MD Strategy for Consumption Trends

##### [연어 특화존 100개점 확대 / 구색확대]

- 26.2 잠원점 신규 오픈 시 연어 특화존 1모듈 운영
- 26년 직/가맹 포함 100개점 연어 특화존 운영 목표
- 기존 생연어 필렛 중심 → 트렌드 반영 구색 상품 확장

✓ 검증된 프로모션 / 홍보 모델 26년 전사 확대 적용

##### [O4O 플랫폼 기반 연어 소비 확장]

MAU  
**431만**  
(우리동네GS)

(오프라인 유통 앱 MAU 1위)

✓ O4O 플랫폼을 통해  
고객 접점 확대 및 소비 전환 유도



#### GS더프레시와의 파트너십을 통한 NSC 전략적 가치

전사 참여 프로모션 통한 노르웨이 수산물 소비 확대  
프리미엄 연어 브랜드 인지도 및 이미지 강화  
전문MD/현장 역량 강화 통한 수산 카테고리 경쟁력 확보

NSC와의 협업 전략을 통해, 연어를 단순 식재료가 아닌  
경험(Experience), 편의(Convenience), 콘텐츠(Content)  
기반의 '라이프스타일 카테고리'로 확장하겠습니다.

\* MAU : 월간 서비스 접속 사용자 수 (한 사람이 여러 번 접속해도 한 명으로 집계됨)