

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202310-08

품목 | 샤인머스캣(Shine Muscat)

HS CODE | 0806.10-0000

국가 | 캐나다(Canada)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

경쟁력 분석형

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 경쟁제품

1. 캐나다 샤인머스켓 경쟁제품 선정	06
2. 캐나다 샤인머스켓 경쟁제품 조사지표 선정	11
3. 캐나다 샤인머스켓 경쟁제품 현지조사 결과	12

III. 경쟁기업

1. 캐나다 샤인머스켓 경쟁기업 선정	25
2. 캐나다 샤인머스켓 경쟁기업 현지화 분석 기준	26
3. 캐나다 샤인머스켓 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	28

IV. 수입·유통업체 인터뷰

1. 프레시 다이렉트 프로듀스(Fresh Direct Produce)	37
2. 갬블스 프로듀스(Gambles Produce)	40
3. 아이맥스 아그로(Imax Agro)	42

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

경쟁력 분석형

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증	45
2. 벤치마킹 제품 분석	48
3. 기업 마케팅 벤치마킹	50
4. 온라인 인기제품 리뷰 분석	51

VI. 시사점

※ 참고문헌	55
--------	----



HS CODE : 0806.10-0000

2023 수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

SUMMARY 캐나다 샤인머스켓 경쟁력분석

온라인 판매 제품

씨티마켓



그린 시드리스 그레이프

메트로



오가닉 그린 그레이프

노 프릴스



그린 시드리스 그레이프



그린 시드리스 그레이프



그린 시드리스 그레이프



그린 시드리스 그레이프

오프라인 주요 경쟁제품

슈가 크런치 (판들 브로스)

가격 6.99캐나다달러
(6,750원)

중량 1,360g

저렴한 가격대와 적절한
중량 보유 제품

샤인머스켓 (A사)

가격 54.85캐나다달러
(52,969원)

중량 1,000g

오프라인 유통채널 확보한
한국산 샤인머스켓

경쟁기업 3개사 분석

그라페코

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ①

오프라인 입점

A사

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ○

오프라인 입점

앤소니 빈야드

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

오프라인 입점

포장 현지화

- 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
- ① 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)
- 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

홍보 현지화

- 상 (현지 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- ① 중 (글로벌 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 하 (기업 국제적 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)

경쟁력파악

100g당 가격

단위 : 캐나다달러

5.49

1.41

샤인머스켓
제품 경쟁제품(10개)
평균

중량

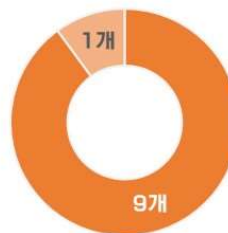
단위 : g

2000

1112

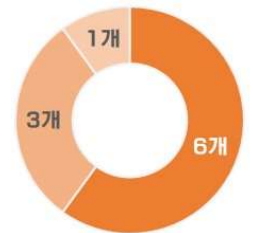
고객사
제품 경쟁제품(10개)
평균

원산지



■ 미국 ■ 한국

포장 형태

■ 플라스틱 파우치
■ 플라스틱 통
■ 비닐, 폴리에틸렌 폼

요약

Point 01.

- 1) 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격은 1.41캐나다달러(1,362원)로 샤인머스켓 제품 대비 낮은 편
- 2) 고객사 제품 중량(2,000g)은 경쟁제품 평균(1,112g)보다 큰 편으로 포장 중량 감소 고려 가능

Point 02.

- 1) 벤치마킹 제품 분석 결과, 저렴한 가격대와 적절한 포장 용량 제품 및 다수의 유통채널을 확보한 제품 존재
- 2) 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, 인기 청포도 제품에 대해 '품질' 및 '제품 종류'에 대한 만족도 높음

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

II

경쟁제품



1. 캐나다 샤인머스켓 경쟁제품 선정
2. 캐나다 샤인머스켓 경쟁제품
조사지표 선정
3. 캐나다 샤인머스켓 경쟁제품
현지조사 결과

1. 캐나다 샤인머스켓 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	T사 샤인머스켓
제품 종류	샤인머스켓
중량	2,000g
포장	종이 박스/ 폴리에틸렌 폼
특징	머스켓 향이 나며 당도가 높은 포도

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: T사 샤인머스켓
 - 제품 종류: 샤인머스켓
 - 중량: 2,000g
 - 포장 형태: 종이박스/폴리에틸렌 폼

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 시티 마켓(City Market)
 2. 메트로(Metro)
 3. 노 프릴스(No Frills)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 구매 순위 확인

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
 - 참여기업 선호 매장: 대형할인점, 슈퍼마켓, 한인마트
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 오프라인 매장 인기 제품 및 청포도 제품 추가 선정
- ③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
 - 경쟁제품 조사, 경쟁기업 조사
- ② 제품 분석
 - (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
 - 벤치마킹 제품 분석
 - 온라인 인기제품 리뷰 감성분석

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

캐나다 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
 씨티마켓	베이커리, 유제품, 냉동식품, 육류, 주류, 스낵류 등
 메트로	유제품, 냉동식품, 식료품, 약품, 농산물, 스낵류 등
 노 프릴스	제과, 유제품, 냉동식품, 식료품, 주류, 약품, 농산물, 해산물, 스낵류 등

▶ 사인머스켓 경쟁제품군 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사 지표를 바탕으로 사인머스켓 및 청포도 제품을 경쟁제품군으로 선정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 캐나다 온라인 유통채널 3곳에서 판매되고 있는 경쟁제품을 확인한 결과, 미국산 청포도 제품이 많이 판매되고 있으며 상위 인기제품인 것으로 확인됨

[표 2.1] 2022년 캐나다 식품 온라인 유통채널 점유율



자료 : 스탯ISTA(Statista) 홈페이지

[표 2.2] 캐나다 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 2, Top 3)¹⁾

씨티마켓 입점 제품							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	청포도	프레지던츠 초이스 (President's Choice)	그린 시드리스 그레이프 (Green Seedless Grapes)	미국	10.95캐나다달러 (10,574원 ²⁾)	907g	
2	청포도	(-)	그린 시드리스 그레이프 (Green Seedless Grapes)	캐나다	10.56캐나다달러 (10,197원)	1,200g	

1) 조사일(2023.09.22.) 기준

2) 1캐나다달러=965.70원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

[표 2.2] 캐나다 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 2, Top 3)

메트로 입점 제품							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	청포도	(-)	오가닉 그린 그레이프 (Organic Green Grapes)	(-)	11.00캐나다달러 (10,623원)	1,000g	
2	청포도	(-)	그린 시드리스 그레이프 (Green Seedless Grapes)	(-)	7.70캐나다달러 (7,436원)	700g	
노프릴스 입점 제품							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	청포도	스텔라 벨라 (Stella Bella)	그린 시드리스 그레이프 (Green Seedless Grapes)	미국	6.99캐나다달러 (6,750원)	907g	
2	청포도	프레지던츠 초이스 (President's Choice)	그린 시드리스 그레이프 (Green Seedless Grapes)	미국	8.99캐나다달러 (8,682원)	907g	
3	청포도	(-)	그린 시드리스 그레이프 (Green Seedless Grapes)	(-)	6.16캐나다달러 (5,949원)	700g	

자료: 인스타카트(Instacart) 홈페이지

사진 자료: 씨티마켓(City market), 메트로(Metro), 노 프릴스(No Frills) 홈페이지

3) 조사 지역 및 매장 선정

캐나다 토론토 정보³⁾

인구	647만 명
면적	5,903km ²

▶ 캐나다 토론토, 방문지역으로 선정

캐나다 온타리오주의 주도이자 캐나다에서 가장 큰 도시인 토론토를 방문지역으로 선정함. 토론토는 캐나다에서 가장 인구가 많은 도시이자 캐나다 국내총생산(GDP)의 20%를 차지하는 북미 4위의 대도시임. 토론토는 다양한 인종으로 이루어진 도시이며, 개방적 이민정책으로 인해 2023년 기준 토론토 내 이민자는 전체 인구의 51%에 달함. 온타리오주의 평균 가계지출은 캐나다 전체 평균보다 높은 7.2만 달러 수준임

▶ 현지조사 매장 선정, 대형할인점 및 슈퍼마켓, 한인마트

고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여 대형할인점과 슈퍼마켓, 한인마트를 주요 현지조사 매장으로 선정함

[표 2.3] 캐나다 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
백화점	허드슨베이(Hudson's Bay), 홀트 렌프루(Holt Renfrew)
하이퍼마켓/슈퍼마켓	티앤티 슈퍼마켓(T&T Supermarket), 세이프웨이(Safeway), 푸드 베이직(Food Basics), 노 프릴스(No Frills), 메트로(Metro)
대형할인점	월마트(Walmart), 롱고스(Longo's), 코스트코(Costco)
아시안/한인마트	에이치 마트(H Mart), 갤러리아 슈퍼마켓(Galleria Supermarket), 피에이티 마트(P.A.T. Mart)
온라인	아마존(Amazon), 리얼 캐나디언 슈퍼스토어(Real Canadian Superstore), 아이지이에이(IGA), 노 프릴스(No Frills), 월마트(Walmart)

고객사 진출 선호 매장

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정

(*) 코스트코(Costco), 롱고스(Longo's), 티앤티 슈퍼마켓(T&T Super market), 갤러리아(Galleria)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 샤인머스켓: 청포도를 개량해 당도를 높인 포도 제품

[표 2.4] 캐나다 샤인머스켓 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인	샤인머스켓, 포도
① 그린 시드리스 그레이프 (그라페코)	○ (코스트코)	(-)	○
② 레드 시드리스 그레이프 (삼손스)	○ (코스트코)	(-)	○
③ 슈가 크런치 (판돌 브로스)	○ (티앤티 슈퍼마켓, 롱고스)	(-)	○
④ 샤인머스켓 (A사)	○ (티앤티 슈퍼마켓, 갤러리아)	(-)	○
⑤ 한국거봉포도 (헬렌버그 농장)	○ (티앤티 슈퍼마켓)	(-)	○
⑥ 레드 글로브 그레이프 (판돌 브로스)	○ (티앤티 슈퍼마켓, 롱고스)	(-)	○
⑦ 미드나잇뷰티 (일룸 애그리컬처)	○ (티앤티 슈퍼마켓)	(-)	○
⑧ 스위트 글로브 (일룸 애그리컬처)	○ (티앤티 슈퍼마켓)	(-)	○
⑨ 그린 시드리스 그레이프 (앤쏘니 빈야드)	○ (갤러리아)	(-)	○
⑩ 시드리스 레드 그레이프 (캐슬락 빈야드)	○ (갤러리아)	(-)	○

(*) 현지 판매 샤인머스켓 경쟁제품 10개 분석

2. 캐나다 샤인머스켓 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 캐나다 샤인머스켓 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 캐나다 샤인머스켓 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격	제품의 100g당 가격
중량	중량(g)	제품의 포장 단위
제품 종류	샤인머스켓	청포도를 개량해 당도를 높인 포도 제품
포장 형태	종이 박스/폴리에틸렌 폼	종이 소재의 상자, PE 소재의 발포지
원산지		제품의 원산지
홍보문구		제품의 홍보문구
수입자		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

3. 캐나다 사인머스켓 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 캐나다에 위치한 대형할인점, 슈퍼마켓 및 한인마트

캐나다에 위치한 대형할인점인 코스트코(Costco)와 롱고스(Longo's), 슈퍼마켓인 티앤티 슈퍼마켓(T&T Supermarket), 한인마트인 갤러리아(Galleria)를 방문함. 현지조사가 이루어진 4개의 매장 모두 주거 지역 내에 위치하며 단독 매장으로 구성되어 있는 것으로 확인됨

[표 2.6] 캐나다 방문 매장 및 특징

방문 매장명	코스트코 (Costco)	롱고스 (Longo's)
방문 매장 전경		
구분	대형할인점	대형할인점
조사 제품 수	2	1
조사 매장 특징	· 1983년 설립된 창고형 대형할인매장 체인 · 전 세계적으로 855개의 매장 보유, 캐나다에 107개 매장 보유	· 식료품 배달 서비스를 제공하는 대형할인점 체인 · 캐나다에 37개의 매장을 운영하고 있음
방문 매장명	티앤티 슈퍼마켓 (T&T Supermarket)	갤러리아 (Galleria)
방문 매장 전경		
구분	슈퍼마켓	한인마트
조사 제품 수	5	2
조사 매장 특징	· 아시아 식품을 주로 판매하는 슈퍼마켓 체인 · 캐나다에 28개의 매장을 운영하고 있음	· 온라인 매장을 같이 운영하는 한인마트 체인 · 캐나다 내 7개의 매장을 운영하고 있음

자료: 현지조사원 자료

▶ 경쟁제품, 10개 중 3개 제품은 2개의 방문 매장에서 판매

코스트코, 롱고스, 티앤티 슈퍼마켓, 갤러리아 총 4개 매장 방문 후 인기 경쟁제품을 조사한 결과, 경쟁제품 3개는 2개의 매장에 진출했으며, 나머지 경쟁제품 7개는 단 한 곳의 매장에만 진출해 있는 것으로 조사됨. 가장 많은 경쟁제품을 보유한 오프라인 채널은 티앤티 슈퍼마켓으로 경쟁제품 6개가 진출해 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황			
	코스트코	롱고스	티앤티 슈퍼마켓	갤러리아
① 그린 시드리스 그레이프 (그라페코)	○			
② 레드 시드리스 그레이프 (삼손스)	○			
③ 슈가 크런치 (판돌 브로스)		○	○	
④ 샤인머스켓 (A사)			○	○
⑤ 한국거봉포도 (헬렌버그 농장)			○	
⑥ 레드 글로브 그레이프 (판돌 브로스)		○	○	
⑦ 미드나잇뷰티 (일룸 애그리컬처)			○	
⑧ 스위트 글로브 (일룸 애그리컬처)			○	
⑨ 그린 시드리스 그레이프 (앤쏘니 빈야드)				○
⑩ 시드리스 레드 그레이프 (캐슬락 빈야드)				○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 코스트코(Costco)

매장 정보

- 유형: 대형할인점
- 판매 제품 특징:
신선식품, 가공식품, 수산물,
음료, 생활용품 등의 다양한
제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
주거지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ⁴⁾			코스트코는 1983년에 설립된 미국의 창고형 대형 할인매장 체인으로, 회원제로 운영하고 있음. 전 세계적으로 855개의 매장을 운영하고 있으며, 캐나다에는 107개의 매장을 보유하고 있음. 기업을 대상으로 하는 비즈니스센터 매장도 운영하고 있음.	
	조사 제품 수: 2개			
매장 정보				
	위치	도시(지역)	온타리오주 토론토	
		상세주소	42 Overlea Blvd, Toronto, ON M4H 1B6	
매장 내부 전경	매장 내부 전경			
				
	판매 사인머스켓 경쟁제품 정보			
제품 판매 정보				
	그린 시드리스 그레이프 (그라페코)		레드 시드리스 그레이프 (삼손스)	

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ① 코스트코(Costco)

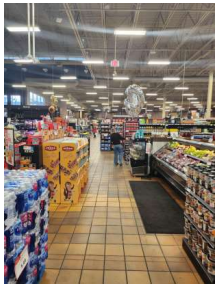
	경쟁제품 ①	경쟁제품 ②
제품 사진		
제품명 (현지어)	그린 시드리스 그레이프 (Green Seedless Grapes)	레드 시드리스 그레이프 (Red Seedless Grapes)
제조사 (현지어)	그라페코 (Grapeco)	삼손스 (Samsons)
제품 종류	청포도	적포도
중량	1,360.0g	1,400.0g
소비자가격	6.99캐나다달러 (6,750원 ⁵⁾)	9.99캐나다달러 (9,647원)
100g당 가격	0.51캐나다달러 (496원)	0.71캐나다달러 (689원)
원산지	미국	미국
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 통	플라스틱 통
홍보문구	No.1 Grade	No.1 Grade
수입자 (현지어)	그라페코 (Grapeco)	파울러 패킹 컴퍼니 (Fowler Packing Company)
원료 및 첨가물	포도, 아황산염	포도, 아황산염

5) 1캐나다달러=965.70원(2023.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

Shop ② 롱고스(Longo's)

매장 정보

- 유형: 대형할인점
- 판매 제품 특징:
제과, 유제품, 냉동식품, 육류, 농산물, 해산물, 스낵 등의 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
주거지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보6)			롱고스는 캐나다 대형할인점 체인으로 캐나다 내 37개의 매장을 운영하고 있으며, 모든 매장이 온타리오주 남부에 위치하고 있음. 매장에서 요리 수업, 요리 캠프 등을 운영하며 다양한 방법으로 고객을 유치하고 있음
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	온타리오주 토론토
		상세주소	808 York Mills Rd, Toronto, ON M3B 1X7
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 샤인머스켓 경쟁제품 정보		
			
	슈가 크런치 (판돌 브로스)		

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ② 롱고스(Longo's)

	경쟁제품 ③
제품 사진	
제품명 (현지어)	슈가 크런치 (Sugar Crunch)
제조사 (현지어)	판돌 브로스 (Pandol Bros.)
제품 종류	청포도
중량	1,000.0g(제품에 따라 상이)
소비자가격	7.69캐나다달러 (7,426원)
100g당 가격	0.77캐나다달러 (743원)
원산지	미국
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치
홍보문구	Crunchy and Sweet from California
수입자 (현지어)	판돌 브로스 (Pandol Bros.)
원료 및 첨가물	포도, 아황산염

Shop ③ 티앤티 슈퍼마켓(T&T Supermarket)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
신선식품, 가공식품, 수산물,
음료, 베이커리 등의 다양한
식품을 판매함
- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ⁷⁾			티앤티 슈퍼마켓은 캐나다에 28개의 매장을 운영하고 있는 슈퍼마켓 체인으로, 아시아 식품을 주로 취급하고 있음. 온라인 마켓과 자사 쇼핑 어플 등 다양한 형태로 제품을 판매하고 있음. 자체 브랜드인 T&T 제품을 출시하였음	
	조사 제품 수: 5개			
매장 정보				
	위치	도시(지역)	온타리오주 미시소가	
		상세주소	715 Central Pkwy W, Mississauga, ON L5B 4L1	
매장 내부 전경	매장 내부 전경			
				
제품 판매 정보	판매 샤인머스켓 경쟁제품 정보			
				
	샤인머스켓 (A사)		한국거봉포도 (헬렌버그 농장)	
				
	미드나잇 뷰티 (일룸 애그리컬처)		스윗 글로브 (일룸 애그리컬처)	

사진자료: 현지조사원 자료

7) 티앤티 슈퍼마켓(T&T Supermarket) 홈페이지

Shop ③ 티앤티 슈퍼마켓(T&T Supermarket)

	경쟁제품 ④	경쟁제품 ⑤
제품 사진		
제품명 (현지어)	샤인머스캣 (Shine Muscat)	한국거봉포도 (Black Seeded Table Grapes)
제조사 (현지어)	A사	셸렌버그 농장 (Schellenberg Farms)
제품 종류	샤인머스캣	거봉
중량	1,000.0g(제품에 따라 상이)	1,360.0g
소비자가격	54.85캐나다달러 (52,969원)	13.98캐나다달러 (13,500원)
100g당 가격	5.49캐나다달러 (5,297원)	1.03캐나다달러 (993원)
원산지	한국	미국
포장 형태 (외부/내부)	비닐, 폴리에틸렌 품	플라스틱 통
홍보문구	K-grape	Premium California Table Grapes
수입자 (현지어)	B사	엠지 프로듀스 (M.G. Produce)
원료 및 첨가물	포도	포도

Shop ③ 티앤티 슈퍼마켓(T&T Supermarket)

	경쟁제품 ⑥	경쟁제품 ⑦
제품 사진		
제품명 (현지어)	레드 글로브 그레이프 (Red Globe Grapes)	미드나잇 뷰티 (Midnight Beauty)
제조사 (현지어)	판돌 브로스 (Pandol Bros.)	일룸 애그리컬처 (Illume Agriculture)
제품 종류	적포도	포도
중량	1,000.0g(제품에 따라 상이)	1,000.0g(제품에 따라 상이)
소비자가격	11.00캐나다달러 (10,623원)	11.00캐나다달러 (10,623원)
100g당 가격	1.10캐나다달러 (1,062원)	1.10캐나다달러 (1,062원)
원산지	미국	미국
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
홍보문구	California Sweet	(-)
수입자 (현지어)	판돌 브로스 (Pandol Bros.)	일룸 애그리컬처 (Illume Agriculture)
원료 및 첨가물	포도, 아황산염	포도, 아황산염

Shop ③ 티앤티 슈퍼마켓(T&T Supermarket)

	경쟁제품 ⑧
제품 사진	
제품명 (현지어)	스윗 글로브 (Sweet Globe)
제조사 (현지어)	일룸 애그리컬처 (Illume Agriculture)
제품 종류	청포도
중량	1,000.0g(제품에 따라 상이)
소비자가격	11.00캐나다달러 (10,623원)
100g당 가격	1.10캐나다달러 (1,062원)
원산지	미국
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치
홍보문구	(-)
수입자 (현지어)	일룸 애그리컬처 (Illume Agriculture)
원료 및 첨가물	포도, 아황산염

Shop ④ 갤러리아(Galleria)

매장 정보

- 유형: 한인마트
- 판매 제품 특징:
신선식품, 가공식품, 수산물,
음료, 생활용품 등의 다양한
제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ⁸⁾	 갤러리아는 캐나다의 한인마트 체인으로 주로 한국 식품을 포함한 아시아 식품을 판매하고 있음. 캐나다 내 7개의 매장을 운영하고 있으며, 온라인마켓과 어플 등 다양한 방법으로 제품을 판매하고 있음. 매장 내 문화센터를 운영하고 있음	
	조사 제품 수: 2개	
매장 정보		
	도시(지역)	온타리오주 토론토
	상세주소	865 York Mills Rd, Toronto, ON M3B 1Y6
매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		
제품 판매 정보	판매 사인머스켓 경쟁제품 정보	
	 그린 시드리스 그레이프 (앤쏘니 빈야드)	 시드리스 레드 그레이프 (캐슬락 빈야드)

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ④ 갤러리아(Galleria)

	경쟁제품 ⑨	경쟁제품 ⑩
제품 사진		
제품명 (현지어)	그린 시드리스 그레이프 (Green Seedless Grapes)	시드리스 레드 그레이프 (Seedless Red Grapes)
제조사 (현지어)	앤쏘니 빈야드 (Anthony Vinyard)	캐슬락 빈야드 (Castlerock Vineyards)
제품 종류	청포도	적포도
중량	1,000.0g(제품에 따라 상이)	1,000.0g(제품에 따라 상이)
소비자가격	11.98캐나다달러 (11,569원)	11.00캐나다달러 (10,623원)
100g당 가격	1.20캐나다달러 (1,157원)	1.10캐나다달러 (1,062원)
원산지	미국	미국
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
홍보문구	Sweet Globe	Royalty
수입자 (현지어)	앤쏘니 빈야드 (Anthony Vineyard)	캐슬락 빈야드 (Castlerock Vineyards)
원료 및 첨가물	포도	포도

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

III 경쟁기업



1. 캐나다 샤인머스켓 경쟁기업 선정
2. 캐나다 샤인머스켓 경쟁기업
현지화 분석 기준
3. 캐나다 샤인머스켓 경쟁기업 현황
및 현지화 정보

1. 캐나다 샤인머스켓 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 샤인머스켓 제품을 판매하는 글로벌 및 한국기업 3개사 선정

캐나다 오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 다른 경쟁기업보다 현지화가 잘 되어있는 글로벌 및 한국기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함

▶ 경쟁기업 3개사, 평균 48년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 48년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 앤쏘니 빈야드는 1967년 설립되어 3개사 중 가장 오래된 56년의 업력을 보유하고 있으며, 그라페코는 1971년 설립 이후 52년째 사업을 이어오고 있음. A사는 1987년 설립된 후 36년의 업력을 보유하고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 샤인머스켓 및 청포도 품목 종류 조사

캐나다에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 샤인머스켓 및 청포도 제품 품목 수를 조사한 결과, 그라페코가 총 10개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그 다음으로는 앤쏘니 빈야드가 9개, A사가 1개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 샤인머스켓 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
그라페코	호주	52년	10개
A사	한국	36년	1개
앤쏘니 빈야드	미국	56년	9개

자료: 캐나다 진출 샤인머스켓 경쟁기업 3개사 분석

2. 캐나다 샤인머스켓 경쟁기업 현지화 분석 기준

▶ 경쟁기업의 기본 정보

[표 3.2] 경쟁기업 기본 정보

기준	설명
① 기업명	기업의 이름
② 위치	기업 본사 위치
③ 규모	매출액
	기업 22년도 매출액
	직원 수
	기업 22년도 직원 수
③ 설립연도	기업의 설립연도
	동일품목
	샤인머스켓 및 청포도 제품

▶ 경쟁기업의 자사 제품 홍보 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 홍보 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 현지화 미진행	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음	○ (하)
② 홍보 글로벌화	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (중)
③ 홍보 현지화	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (상)

▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	별도 포장 없이 벌크 판매하거나 경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	● (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	● (상)

▶ 경쟁기업의 제품 제조 방식에 따른 분류

[표 3.5] 경쟁기업 제품 제조 방식 기준

기준		설명	적극성
① OEM	간접 제조	제조 전문 OEM 업체와 제휴를 맺어 제조 위탁	○ (하)
② 국내제조	직접 제조	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출	◐ (중)
③ 현지제조		현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조	● (상)

▶ 경쟁기업의 유통채널에 따른 분석 기준

[표 3.6] 경쟁기업 유통채널

기준	채널 종류
오프라인	코스트코, 롱고스, 티앤티 슈퍼마켓, 갤러리아
온라인	인스타카트

3. 캐나다 샤인머스켓 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 캐나다 오프라인 매장 진출

캐나다에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 그라페코는 코스트코에 입점하였으며, 앤쏘니빈야드는 갤러리아 1곳에 입점한 것으로 확인됨. A사는 티앤티 슈퍼마켓과 갤러리아 2곳에 입점한 것으로 확인됨

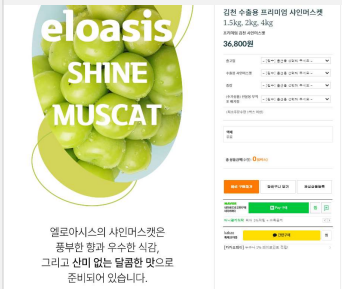
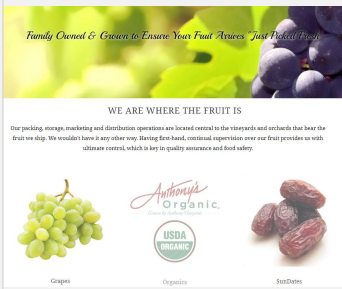
▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지에서의 제품 홍보활동 활발함

캐나다 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 그라페코와 앤쏘니 빈야드는 글로벌 홈페이지를 운영하고 있으며, A사는 한국어 홈페이지를 운영하고 있음. SNS의 경우 A사는 한국 계정의 유튜브와 인스타그램을 운영하고, 앤쏘니 빈야드는 글로벌 계정의 인스타그램을 운영하고 있는 것으로 조사됨. 그라페코는 기업 홈페이지 외 다른 홍보 수단을 운영하지 않고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 맛, 식감, 품질 등을 강조

캐나다 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 맛, 식감, 품질 등을 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 조사됨. 온라인에서는 ‘달콤하고 과즙이 풍부하며 아삭아삭한 청포도’, ‘풍부한 향과 우수한 식감, 산미 없는 달콤한 맛’, ‘갓 따서 신선한’ 등의 맛과 식감을 강조한 수식어가 사용되고 있음. 오프라인 제품 홍보문구에는 ‘No.1 Grade’, ‘K-Grape’ 등의 수식어로 제품의 품질에 대해 홍보하고 있음

[표 3.7] 캐나다 사인머스켓 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
그라페코	- 오프라인 매장 - 코스트코	자사 홈페이지 (글로벌)	- No.1 Grade - 달콤하고 과즙이 풍부하며 아삭아삭한 청포도	
A사	- 오프라인 매장 - 티앤티 슈퍼마켓 - 갤러리아	- 자사 홈페이지 (한국) - SNS 플랫폼 (한국) - 유튜브 - 인스타그램	- K-Grape 17Brix 이상의 달콤함 - 글로벌 GAP 인증 - 풍부한 향과 우수한 식감, 산미 없는 달콤한 맛	
앤쏘니 빈아드	- 오프라인 매장 - 갤러리아	- 자사 홈페이지 (글로벌) - SNS 플랫폼 (글로벌) - 인스타그램	- 갓 따서 신선한 - 유기농 재배 - 품질과 전통	

자료: 캐나다 진출 사인머스켓 경쟁기업 3개사 분석

① 그라페코

기업 기본 정보	기업명	그라페코		
	기업 설명	그라페코는 가족이 경영하는 호주의 포도 농장 기업임. 그라페코는 포도 재배부터, 배송, 판매까지 관리하는 수직 통합 공급망 체계를 갖추고 있음. 그라페코의 모든 과일은 재배 즉시 등급이 매겨지고 최적의 온도로 냉각되어 판매 매장까지 단계를 최소화하여 품질과 신선도를 최고로 유지함.		
	위치	872 Paschendale Ave, Merbein South VIC 3505 Australia		
	규모	동일 품목 수	10개	
		설립연도	1971년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 코스트코		제품명	그린 시드리스 그레이프 (Green Seedless Grapes)
			중량	1,360.0g
			소비자가격	6.99캐나다달러 (6,750원 ⁹⁾)
			제품 종류	청포도
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	포장 방식 현지화	
	홍보 현지화	● (중)	글로벌 홈페이지 활용	

사진자료: 현지조사원 자료

9) 1캐나다달러=965.70원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

홍보 방식



FROM THE
SWEETER
SIDE OF
LIFE

MENU

홍보 채널

자사 홈페이지(글로벌)

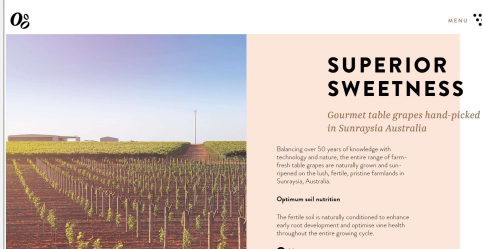
게시 주기

비정기적

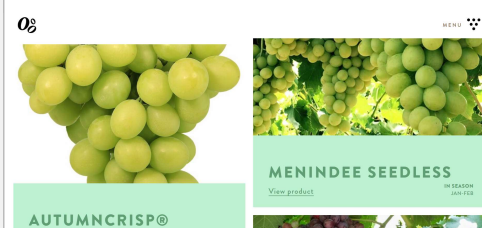
게시물 유형

기업 소개, 제품 소개, 제품 재배 및 유통 과정 소개,
제품 활용 레시피 제공

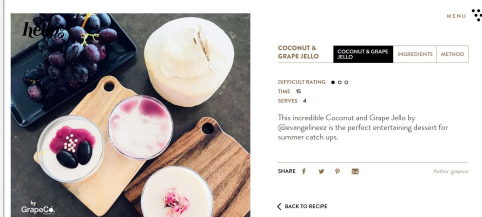
게시물 유형



- 기업 연혁, 기업 전통 등 기업 정보 소개,
제품 재배 및 유통 과정 소개



- 제품 소개



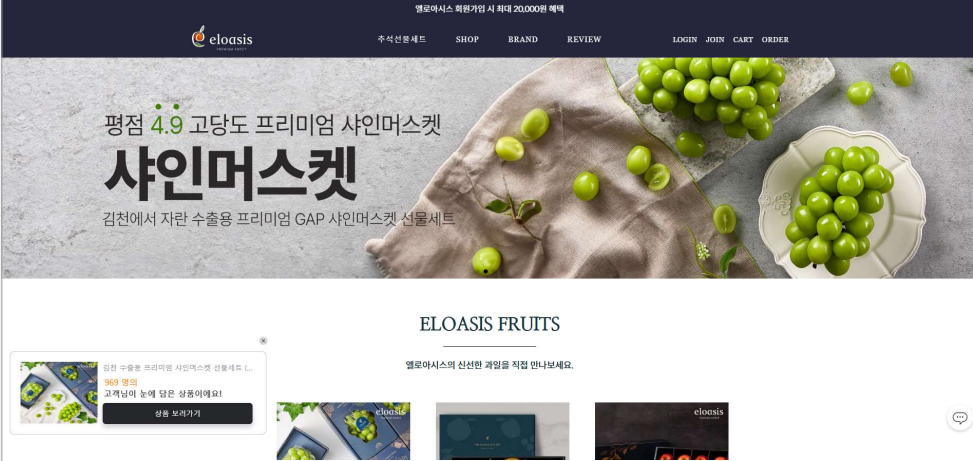
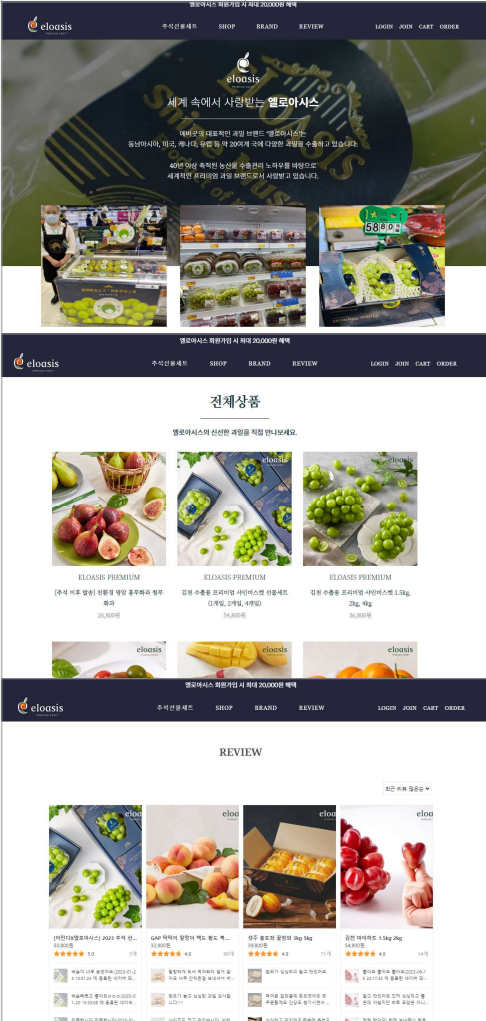
- 제품 활용 레시피 안내

사진자료: 그라페코 홈페이지

② A사

기업 기본 정보	기업명	A사		
	기업 설명	A사는 1987년에 설립된 과일 수출 전문 기업으로, 동남아시아, 미국, 캐나다, 유럽 등 20여개 국가에 다양한 과일을 수출하고 있음. 현재 한국 내에서 농산물 부분 해외 수출 1위를 달성하고 있음. 모든 과일은 과수별 당도 측정으로 과일의 단맛을 보장하고 있음		
	위치	14F, 13, 30 Gil, Eonjuro, Gangnamgu, Seoul, 06292, South Korea		
	규모	동일품목 수	1개	
		설립연도	1987년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 티앤티 슈퍼마켓 갤러리아		제품명	샤인머스캣 (Shine Muscat)
			중량	1,000.0g (제품에 따라 상이)
			소비자가격	54.85캐나다달러 (52,969원)
			제품 종류	샤인머스캣
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	포장 방식 현지화	
	홍보 현지화	○ (하)	한국 외 글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음	

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식	 홍보 채널 자사 홈페이지(한국), 유튜브/인스타그램(한국) 게시 주기 비정기적 게시물 유형 기업 소개, 제품 소개, 제품 리뷰, 홍보 동영상
게시물 유형	 • 회사 연혁, 수출 국가, 회사 BI 등 기업 정보 소개 • 제품 소개, 명절 선물세트 소개 • 자사 제품 고객 리뷰 소개

사진자료: A사 홈페이지

③ 앤쏘니 빈야드

기업 기본 정보	기업명	앤쏘니 빈야드		
	기업 설명	앤쏘니 빈야드는 이탈리아 이민자인 앤쏘니가 미국에 설립한 포도 유통회사로, 현재는 앤쏘니 빈야드의 자녀들이 가업을 이어받아 기업을 경영하고 있음. 앤쏘니 빈야드의 제품 포장, 보관 및 유통 작업은 포도원에서 모두 이루어지고 있어 제품의 품질과 안전 관리에 효율적임. 앤쏘니 빈야드에서 재배하는 모든 포도는 유기농 포도임		
	위치	5512 Valpredo Avenue Bakersfield, CA 93307		
	규모	동일 품목 수	9개	
설립연도		1967년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 갤러리아		제품명	그린 시드리스 그레이프 (Green Seedless Grapes)
			중량	1,000.0g (제품에 따라 상이)
			소비자가격	11.98캐나다달러 (11,569원)
			제품 종류	청포도
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	포장 방식 현지화	
	홍보 현지화	● (상)	글로벌(영문) 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식	 <table border="1"> <tr> <td>홍보 채널</td><td>자사 홈페이지(글로벌), 인스타그램(글로벌)</td></tr> <tr> <td>게시 주기</td><td>평균 주 2-3회</td></tr> <tr> <td>게시물 유형</td><td>기업 소개, 제품 소개, 재배 과정 소개 등</td></tr> </table>	홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌), 인스타그램(글로벌)	게시 주기	평균 주 2-3회	게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 재배 과정 소개 등
홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌), 인스타그램(글로벌)						
게시 주기	평균 주 2-3회						
게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 재배 과정 소개 등						
게시물 유형	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="424 1059 914 1406"> HISTORY  <i>Anthony A. Bianco</i> <i>"...he had earned national prominence and was proclaimed, 'Juice Czar' King of the United States' by New Yorker Magazine."</i> Anthony A. Bianco's business skills surfaced early on his life. As an 18-year-old Italian immigrant, he brought and sold fresh produce from a pedicel in the heart of New York City. His determination to succeed led him to open a small shop and distribution company in the New York Produce Market within only a few years. 18 years later, Anthony Bianco moved with his wife and 11 children to Fresno, California to be closer to the grapes and tree fruit that he would sell through his New York office. In 1950, he founded the New Fresno and Fresno Fruit Importers to handle the produce. By 1955, he had earned national prominence and was proclaimed, "Juice Czar King of the United States," by New Yorker Magazine. Following Anthony Bianco's death in 1987, his 4 sons started the nation's foremost breeding, Anthony Vineyards with 100 acres of grapes. Today, </td><td data-bbox="914 1059 1401 1406"> - 회사 개요, 역사, 창업주 소개 </td></tr> <tr> <td data-bbox="424 1406 914 1771"> Click here for availability Green Seedless  </td><td data-bbox="914 1406 1401 1771"> - 제품 소개 </td></tr> <tr> <td data-bbox="424 1771 914 2072"> OUR PROCESS  Anthony Vineyards vines begin their lives either as saplings or as grafts, grafted to the base of more mature plants with surgical precision. After 3 years, they are replanted in rows and in most cases trained branch-by-branch to follow the arch of a trellis, which allows workers easy access to their leaves and fruit. The carpets of barley separating the rows of vines contribute nutrients to the soil and moderate extremes in temperature. They also provide a home for ladybug beetles, who feed on aphids and other pests. Water for the vines and barley is delivered by an irrigation system which monitors moisture levels down to the drop. After 5 years, the pampered vines are ready to produce grapes worthy of the Anthony Vineyards name. The meticulous care that led to their harvest follows them through rigorous inspections and right to the grower's shelves, where any package of Anthony grapes can be traced back to the vineyard, field and row that it came from. </td><td data-bbox="914 1771 1401 2072"> - 재배 과정 소개 </td></tr> </table>	HISTORY  <i>Anthony A. Bianco</i> <i>"...he had earned national prominence and was proclaimed, 'Juice Czar' King of the United States' by New Yorker Magazine."</i> Anthony A. Bianco's business skills surfaced early on his life. As an 18-year-old Italian immigrant, he brought and sold fresh produce from a pedicel in the heart of New York City. His determination to succeed led him to open a small shop and distribution company in the New York Produce Market within only a few years. 18 years later, Anthony Bianco moved with his wife and 11 children to Fresno, California to be closer to the grapes and tree fruit that he would sell through his New York office. In 1950, he founded the New Fresno and Fresno Fruit Importers to handle the produce. By 1955, he had earned national prominence and was proclaimed, "Juice Czar King of the United States," by New Yorker Magazine. Following Anthony Bianco's death in 1987, his 4 sons started the nation's foremost breeding, Anthony Vineyards with 100 acres of grapes. Today,	회사 개요, 역사, 창업주 소개	Click here for availability Green Seedless 	제품 소개	OUR PROCESS  Anthony Vineyards vines begin their lives either as saplings or as grafts, grafted to the base of more mature plants with surgical precision. After 3 years, they are replanted in rows and in most cases trained branch-by-branch to follow the arch of a trellis, which allows workers easy access to their leaves and fruit. The carpets of barley separating the rows of vines contribute nutrients to the soil and moderate extremes in temperature. They also provide a home for ladybug beetles, who feed on aphids and other pests. Water for the vines and barley is delivered by an irrigation system which monitors moisture levels down to the drop. After 5 years, the pampered vines are ready to produce grapes worthy of the Anthony Vineyards name. The meticulous care that led to their harvest follows them through rigorous inspections and right to the grower's shelves, where any package of Anthony grapes can be traced back to the vineyard, field and row that it came from.	재배 과정 소개
HISTORY  <i>Anthony A. Bianco</i> <i>"...he had earned national prominence and was proclaimed, 'Juice Czar' King of the United States' by New Yorker Magazine."</i> Anthony A. Bianco's business skills surfaced early on his life. As an 18-year-old Italian immigrant, he brought and sold fresh produce from a pedicel in the heart of New York City. His determination to succeed led him to open a small shop and distribution company in the New York Produce Market within only a few years. 18 years later, Anthony Bianco moved with his wife and 11 children to Fresno, California to be closer to the grapes and tree fruit that he would sell through his New York office. In 1950, he founded the New Fresno and Fresno Fruit Importers to handle the produce. By 1955, he had earned national prominence and was proclaimed, "Juice Czar King of the United States," by New Yorker Magazine. Following Anthony Bianco's death in 1987, his 4 sons started the nation's foremost breeding, Anthony Vineyards with 100 acres of grapes. Today,	회사 개요, 역사, 창업주 소개						
Click here for availability Green Seedless 	제품 소개						
OUR PROCESS  Anthony Vineyards vines begin their lives either as saplings or as grafts, grafted to the base of more mature plants with surgical precision. After 3 years, they are replanted in rows and in most cases trained branch-by-branch to follow the arch of a trellis, which allows workers easy access to their leaves and fruit. The carpets of barley separating the rows of vines contribute nutrients to the soil and moderate extremes in temperature. They also provide a home for ladybug beetles, who feed on aphids and other pests. Water for the vines and barley is delivered by an irrigation system which monitors moisture levels down to the drop. After 5 years, the pampered vines are ready to produce grapes worthy of the Anthony Vineyards name. The meticulous care that led to their harvest follows them through rigorous inspections and right to the grower's shelves, where any package of Anthony grapes can be traced back to the vineyard, field and row that it came from.	재배 과정 소개						

사진자료: 앤쏘니 빈야드 홈페이지

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

IV

수입·유통업체 인터뷰



1. 프레시 다이렉트 프로듀스
(Fresh Direct Produce)
2. 갬블스 프로듀스(Gambles Produce)
3. 아이맥스 아그로(Imex Agro)

Interview ①

10)



프레시 다이렉트 프로듀스 (Fresh Direct Produce) Sales Manager

프레시 다이렉트 프로듀스 (Fresh Direct Produce)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2003년 설립된 신선 농산물 유통업체
 - 캐나다 내 3개의 유통센터 운영
 - 신선 과일, 채소 주로 취급

담당자 정보

Sales Manager

고객사 제품 정보

중량	2,000g
포장 형태	종이 박스/ 폴리에틸렌 폼

Q1. 고객사 제품의 중량, 포장, 원산지는 캐나다에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

저희도 한국에서 수입한 샤인머스켓을 판매하고 있습니다. 샤인머스켓은 제철 과일이기 때문에 제철에만 판매하고 있습니다. 저희가 판매하는 샤인머스켓은 한 봉지에 샤인머스켓이 9개씩 들어있고, 중량은 각각 500g 정도입니다. 따라서 한 봉지의 총중량은 4.5kg입니다. 가격은 195캐나다달러입니다. 샤인머스켓은 캐나다 바이어들 사이에서 꽤 인기가 있어 2kg 팩이라도 어필할 수 있다고 생각합니다.

Q2. 유통업체가 샤인머스켓이나 포도 등 신선한 과일 제품 구매 시 가장 고려하는 요인은 무엇이며, 수입 가격대는 어느 정도인가요?

유통업체는 샤인머스켓이나 포도 등 신선한 과일을 구매할 때 크기, 중량, 색상, 단맛 및 과즙과 같은 제품의 전반적인 품질과 신선도를 신중하게 고려합니다. 원산지도 중요한데, 고품질 샤인머스켓의 경우 한국을 선호하는 경우가 많습니다. 유통업체는 샤인머스켓이 제철 과일이라는 점을 고려해 미리 판매전략을 세워야 합니다. 샤인머스켓과 같은 프리미엄 과일은 고급스러운 포장을 통해 소비자를 유인하고 진열 효과를 높일 수 있어야 합니다. 마지막으로, 운송비, 제품 자체의 가격 등 가격 요소가 가장 중요합니다. 이러한 모든 고려사항이 유통업체의 의사 결정 과정에 영향을 미칩니다.

Q3. 현지 소비자가 샤인머스켓이나 포도 등 신선한 과일 제품 구매 시 가장 고려해야 할 요인은 무엇이며, 소비자의 인구 통계는 어떠한가요?

샤인머스켓과 같은 프리미엄 과일을 구매할 때 소비자는 경제성, 맛, 신선도, 영양가, 원산지, 포장 및 전반적인 건강상의 이점을 고려합니다. 소비자들은 달콤하고 풍미가 풍부하며 신선한 포도를 원합니다. 또한, 매력적인 포장과 정확한 원산지도 선택에 영향을 미칩니다. 샤인머스켓은 모든 연령대에 어필할 수 있지만, 비싼 가격 때문에 소득이 높은 도시 거주자들에게 인기가 많습니다.

Q4. 현지에서 효과적인 주요 마케팅 전략과 채널은 무엇인가요?

캐나다 시장에서 샤인머스켓은 이미 잘 알려져 있기 때문에 샤인머스켓을 홍보하는 것에는 큰 노력이 필요하지 않습니다. 샤인머스켓은 제철 과일이므로 소비자에게 샤인머스켓 시즌이 도래했음을 알리는 것이 핵심입니다. 이때 매장 내 디스플레이가 중요한 역할을 합니다. 샤인머스켓을 취급하는 많은 기업이 샤인머스켓의 출시 시기를 소비자에게 알리기 위해 웹사이트와 소셜 미디어 플랫폼에 미리 광고를 시작합니다. 캐나다 시장에서는 이러한 홍보 방법이 가장 실용적이고 효과적입니다.

Q5. 샤인머스켓 제품이 현지 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

캐나다 시장에서는 신선한 과일을 쉽게 구할 수 있으며 유통 채널에는 슈퍼마켓, 대형마트, 식료품점, 온라인 등이 있습니다. 그러나 프리미엄 과일의 경우 일반적으로 슈퍼마켓, 과일전문점, 레스토랑 등에서 찾을 수 있습니다. 예를 들어 샤인머스켓은 슈퍼마켓 수입 과일 코너, 전문 식품점, 고급 레스토랑, 호텔 등에서 판매되고 있습니다.

Q6. 샤인머스켓 제품이 캐나다 시장에 진출하는 데 필요한 인증이나 절차가 있나요?

캐나다 식품검사청(CFIA)은 캐나다로 수입되는 신선 과일 및 채소를 규제합니다. 특정 수입 과일에는 식물 위생 인증이나 수입허가가 필요할 수 있으며, 그 외에도 과일 및 채소 DRC¹¹⁾ 멤버십을 보유해야 합니다. 또한 과일과 채소에서 발견되는 농잔류물이 최대 잔류 한계를 초과해서는 안 됩니다.

11) DRC: 분쟁해결위원회(Dispute Resolution Corporation)

Interview ②

12)



갬블스 프로듀스(Gambles Produce) Buyer

갬블스 프로듀스 (Gambles Produce)

- 유형: 도매·유통업체
- 업체 특징:
 - 1989년 설립된 신선 농산물 도매·유통업체
 - 캐나다 토론토와 캘거리에 유통센터 운영
 - 신선 과일을 주력으로 취급

담당자 정보

Buyer

고객사 제품 정보

중량 2,000g

포장 형태 종이 박스/
폴리에틸렌 폼

Q1. 고객사 제품의 중량, 포장, 원산지는 캐나다에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

캐나다 소매 시장에서 샤인머스켓의 가격은 일반적으로 1킬로당 30~40캐나다달러입니다. 가격은 원산지나 구매 시기에(제철인지 아닌지) 따라 달라집니다. 샤인머스켓 500g과 1kg은 일반적으로 투명한 플라스틱 통에 포장되어 있습니다. 캐나다에서는 샤인머스켓을 일본, 중국, 대만, 한국, 페루, 칠레 등의 국가에서 수입하고 있습니다.

Q2. 유통업체가 샤인머스켓이나 포도 등 신선한 과일 제품 구매 시 가장 고려하는 요인은 무엇이며, 수입 가격대는 어느 정도인가요?

유통업체는 샤인머스켓 주문 전에 신선도, 품질, 원산지, 가격, 캐나다 식품 규정을 준수하는 업체인지와 포장, 유통기한, 인증 등의 요인을 고려합니다. 원산지는 일본, 중국, 한국 등을 선호합니다.

Q3. 현지 소비자가 샤인머스켓이나 포도 등 신선한 과일 제품 구매 시 가장 고려해야 할 요인은 무엇이며, 소비자의 인구 통계는 어떠한가요?

대부분의 소비자는 신선한 과일을 구매할 때 품질과 신선도, 가격, 과일 크기, 포장 및 원산지를 고려합니다.

Q4. 현지에서 효과적인 주요 마케팅 전략과 채널은 무엇인가요?

캐나다 시장에서 프리미엄 과일을 홍보하는 데는 아래의 4가지 주요 방법이 있습니다. 첫 번째는 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓 체인점과 온오프라인 같은 다양한 주요 매장에서 쉽게 발견할 수 있어야 합니다. 두 번째는 경쟁력 있는 가격, 매력적인 포장, 원산지 강조 표시와 같은 매력적인 외관입니다. 세 번째는 소셜 미디어 노출입니다. 인스타그램이나 페이스북 같은 소셜 미디어 사이트에 제품을 노출하고, 인플루언서를 통해 제품을 홍보하는 방법입니다. 마지막은 프리미엄 과일을 취급하는 전문점과의 파트너십을 맺는 것입니다.

Q5. 샤인머스켓 제품이 현지 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

캐나다의 신선 과일 유통채널에는 도매, 슈퍼마켓, 대형마트, 온라인 소매업체가 있습니다. 그 외에도 신선한 과일은 파머스 마켓과 일반 식료품점을 통해 가장 많이 판매됩니다. 하지만 샤인머스켓과 같은 프리미엄 과일의 주요 유통채널은 슈퍼마켓, 대형마트, 과일 전문점, 레스토랑, 호텔, 카페 등으로 일반 과일과는 약간 다릅니다.

Q6. 샤인머스켓 제품이 캐나다 시장에 진출하는 데 필요한 인증이나 절차가 있나요?

캐나다로 신선한 과일을 반입하려면 캐나다 식품검사청(CFIA)에서 정한 규칙을 따라야 합니다. 먼저 과일이 식물 위생 요건을 충족하는지, 과일에 해충이나 질병은 없는지, 화학물질 잔류 한도를 충족하는지 확인해야 합니다. 또한, 과일의 등급과 원산지에 대한 정보를 포함한 라벨을 올바르게 부착해야 합니다. 가능하면 라벨에 영어와 프랑스어를 모두 사용하는 것이 좋습니다. 제품이 유기농일 경우 유기농 인증서를 제시해야 합니다.

Interview ③

13)



아이맥스 아그로(Imex Agro) Fresh Produce Specialist

아이맥스 아그로 (Imex Agro)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 1998년 설립된 캐나다의 농산물 유통업체
 - 포도와 감귤류를 주로 하는 과일 및 채소 취급

담당자 정보

Fresh Produce Specialist

고객사 제품 정보

중량	2,000g
포장 형태	종이 박스/ 폴리에틸렌 폼

Q1. 고객사 제품의 중량, 포장, 원산지는 캐나다에서 인기 있는 경쟁제품과 비교할 때 어떤가요?

캐나다에서 샤인머스켓은 프리미엄 과일로 취급되며, 보통 500g 한 팩에 15-20캐나다달러 정도입니다. 소비자 입장에서는 500g, 1kg 등 작은 팩이 더 매력적일 것으로 생각합니다. 2kg 팩은 상당히 비싸며, 소비자들은 경제성을 고려하기 때문에 이상적인 크기는 500g이며, 최대 1kg일 것입니다. 또한, 샤인머스켓을 포장할 때 고객이 제품을 더 잘 볼 수 있게 하려면 골판지 상자보다 플라스틱 용기를 사용하는 것이 좋습니다.

Q2. 유통업체가 샤인머스켓이나 포도 등 신선한 과일 제품 구매 시 가장 고려하는 요인은 무엇이며, 수입 가격대는 어느 정도인가요?

신선 과일의 경우 캐나다 유통업체들은 신선도, 색깔, 당도, 식감, 유통기한, 가격, 적절한 보관, 선적 시 사용되는 포장 종류, 경쟁력 있는 가격 등 다양한 요소를 고려합니다. 과일 특성상 상하기 쉬워 통관이 지연되면 수입업체에 치명적일 수 있기 때문에 결제 조건도 중요 고려 요소입니다. 따라서 수출업체가 관련 규정을 준수하고 있는지도 확인합니다.

Q3. 현지 소비자가 샤인머스켓이나 포도 등 신선한 과일 제품 구매 시 가장 고려해야 할 요인은 무엇이며, 소비자의 인구 통계는 어떠한가요?

소비자의 소득, 취향, 문화적 측면에 따라 선호도가 다르기 때문에 모든 고객의 요인을 일반화하기는 어렵습니다. 하지만 신선 과일을 구매하는 캐나다 소비자들 사이에는 몇 가지 공통 요인이 있는데, 여기에는 가격, 품질, 포장 형태, 크기, 맛, 건강상의 이점 등이 있습니다.

Q4. 현지에서 효과적인 주요 마케팅 전략과 채널은 무엇인가요?

캐나다 시장에서 샤인머스켓이나 신선 과일 제품을 홍보하려면 온라인 매장과 주요 슈퍼마켓, 소매 체인점에서 제품을 구매할 수 있도록 해야 합니다. 많은 기업이 웹사이트를 활용하여 계절별 할인정보를 고객에게 알리는 프로모션을 진행하기도 합니다. 또한, 페이스북, 인스타그램과 같은 소셜 네트워크 사이트에서 제품을 홍보합니다. 프리미엄 과일을 취급하는 회사는 평판이 좋은 호텔이나 레스토랑과 네트워크를 구축하여 제품을 대량으로 판매하기도 합니다.

Q5. 샤인머스켓 제품이 현지 시장에 진출하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

샤인머스켓을 포함한 신선 과일을 판매하는 가장 좋은 방법은 슈퍼마켓, 기타 소매점, 과일 전문점, 레스토랑, 호텔을 이용하는 것입니다. 수입 샤인머스켓의 경우, 수입업체는 일반적으로 유통업체에 공급하고, 유통업체는 도매업체나 슈퍼마켓과 같은 대량 구매업체에 전달합니다. 이러한 도매업체는 소매점이나 농산물 직판장 등에 납품하는 경우가 많습니다.

Q6. 샤인머스켓 제품이 캐나다 시장에 진출하는 데 필요한 인증이나 절차가 있나요?

샤인머스켓을 캐나다로 수입하기 위해서는 식물위생증명서가 필수입니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

V

경쟁력파악



1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹
4. 온라인 인기제품 리뷰 분석

1. 제품 경쟁력 검증

1) 100g당 가격

● 경쟁제품(제조사)

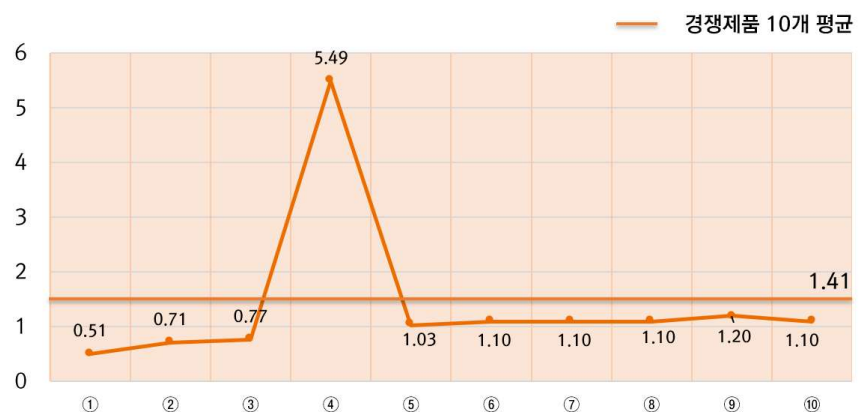
- ① 그린 시드리스 그레이프 (그라페코)
- ② 레드 시드리스 그레이프 (삼손스)
- ③ 슈가 크런치 (판돌 브로스)
- ④ 사인머스켓 (A사)
- ⑤ 한국거봉포도 (헬렌버그 농장)
- ⑥ 레드 글로브 그레이프 (판돌 브로스)
- ⑦ 미드나잇 뷰티 (일룸 애그리컬처)
- ⑧ 스위트 글로브 (일룸 애그리컬처)
- ⑨ 그린시드리스 그레이프 (앤쏘니 빈야드)
- ⑩ 시드리스 레드 그레이프 (캐슬락 빈야드)

▶ 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격은 1.41캐나다달러

오프라인에서 조사된 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격은 1.41캐나다달러(1,362원)인 것으로 조사됨. 판돌 브로스의 제품(3, 6번 제품) 가격대는 평균 0.94캐나다달러(868원), 일룸 애그리컬처의 제품(7, 8번 제품) 가격대는 평균 1.10캐나다달러(1,062원)로 비교적 낮은 편임. 사인머스켓인 A사의 제품(4번 제품) 가격대는 5.49캐나다달러(5,297원)로 매우 높은 편임

[표 5.1] 캐나다 사인머스켓 가격 경쟁력 분석¹⁴⁾

(단위: 100g/캐나다달러)



14) 고객사 요청으로 고객사 제품 가격은 블라인드 처리

2) 중량

경쟁제품(제조사)

- ① 그린 시드리스 그레이프 (그라페코)
- ② 레드 시드리스 그레이프 (삼손스)
- ③ 슈가 크런치 (판돌 브로스)
- ④ 사인머스켓 (A사)
- ⑤ 한국거봉포도 (헬렌버그 농장)
- ⑥ 레드 글로브 그레이프 (판돌 브로스)
- ⑦ 미드나잇 뷰티 (일룸 애그리컬처)
- ⑧ 스위트 글로브 (일룸 애그리컬처)
- ⑨ 그린시드리스 그레이프 (앤쏘니 빈야드)
- ⑩ 시드리스 레드 그레이프 (캐슬락 빈야드)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 매우 큰 편

고객사 제품의 중량은 2,000g으로, 사인머스켓 경쟁제품 10개의 평균 중량인 1,112g¹⁵⁾보다 180% 수준인 것으로 조사됨. 제품 현지화를 위해 캐나다에서 유통되는 사인머스켓 경쟁제품의 평균 중량이 낮은 점을 참고하여 고객사는 제품의 포장 중량을 낮추어 진출할 수 있음

[표 5.2] 캐나다 사인머스켓 중량 경쟁력 분석

(단위: g)



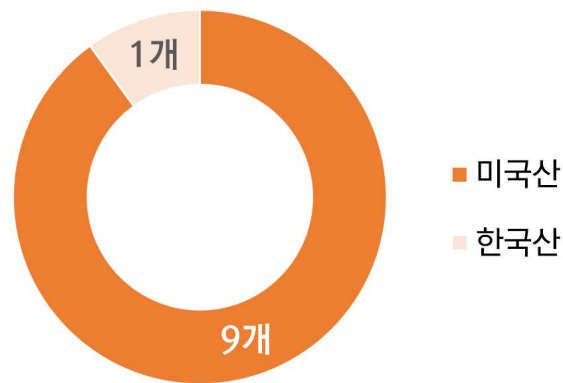
15) 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10번 제품은 무게별로 가격이 다른 상품으로 임의로 중량을 1,000g인 것으로 가정하여 분석

3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 중 9개 제품의 원산지, 미국

캐나다에서 판매되고 있는 샤인머스켓 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개의 제품 중 9개의 제품이 미국산 제품이며, 1개의 제품이 한국산인 것으로 확인됨. 캐나다에서 판매되는 대부분의 포도 제품이 미국산이라는 사실을 통해, 비교적 가격이 저렴하고 유통이 수월한 미국산 제품에 대한 현지 소비자들의 수요가 높음을 알 수 있음

[표 5.3] 캐나다 샤인머스켓 제품 원산지 경쟁력 분석

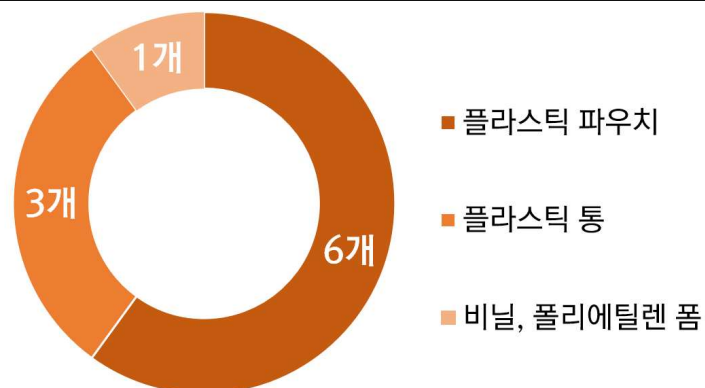


4) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 6개 제품이 플라스틱 파우치로 제품 포장

캐나다에서 판매 중인 샤인머스켓 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 6개 제품이 플라스틱 파우치로 제품을 포장한 것으로 확인됨. 나머지 3개의 제품은 플라스틱 통으로, 1개의 제품은 비닐과 폴리에틸렌 폼으로 제품을 포장한 것으로 확인됨

[표 5.4] 캐나다 샤인머스켓 제품 포장 형태 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정 ▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 요인에 대하여 분석함. 고객사가 지정한 경쟁제품군 내의 제품을 다수의 온라인 및 오프라인 매장에서 조사하였으나, 경쟁제품 10개 모두 온라인에서 판매되고 있지 않은 것으로 확인되었음. 따라서 모든 경쟁제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서 인기제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : (씨티마켓, 메트로, 노 프릴스)

(*) 오프라인 매장 : 코스트코, 롱고스, 티앤티 슈퍼마켓, 갤러리아

· 오프라인 매장에서 판매

(*) 오프라인 매장 : 조사매장 3개 중 1개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



공통 특징 ①
청포도

공통 특징 ②
플라스틱 파우치
포장



공통 특징 ①
샤인머스켓

공통 특징 ②
플라스틱 파우치
포장



벤치마킹 제품 ①

그라페코_그린
시드리스 그레이프

‘저렴한 가격대와
적절한 중량’

◀ 벤치마킹
저렴한 가격대와
적절한 중량

고객사 제품

‘머스켓 향이 나며
당도가 높은 포도’

벤치마킹 ▶
유통채널 확대

벤치마킹 제품 ②

A사_
샤인머스켓

‘오프라인 유통채널
확보’

2) 벤치마킹 제품 분석 ▶ 벤치마킹 제품, 저렴한 가격대와 적절한 포장 중량 제품

- 저렴한 가격대와 적절한 중량

현지에서 판매 중인 샤인머스켓 경쟁제품 10개의 100g당 가격을 조사한 결과, 한국산 샤인머스켓 제품을 제외한 나머지 제품의 100g당 가격대는 최소 0.51캐나다달러에서 최대 1.20캐나다달러인 것으로 확인됨. 캐나다의 소비자들은 경제성을 중요시여기기 때문에 가격 경쟁력 확보가 필요할 것으로 보임. 샤인머스켓 제품 취급 수입·유통업체 인터뷰 수취 결과, 중량 면에서 소비자들은 작은 팩을 매력적이라 생각하는 경향이 있는 것으로 확인됨. 포장 중량 감소를 통해 1회 구매 가격을 낮추는 것이 소비자들의 구매를 유도하는데 효과적일 것으로 보임

[표 5.8] 캐나다 샤인머스켓 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) 소비자 입장에서는 500g, 1kg 등 작은 팩이 더 매력적일 것이라고 생각합니다. 2kg 팩은 상당히 비싸며, 소비자들은 경제성을 고려하기 때문에 이상적인 크기는 500g이며, 최대 1kg일 것입니다.

3) 벤치마킹 제품 분석 ▶ 벤치마킹 제품, 다수의 오프라인 유통채널 확보

- 유통채널 확대

현지에서 판매 중인 샤인머스켓 경쟁제품 10개의 유통채널을 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 3개의 제품이 현지 조사매장 4곳 중 2곳 이상의 매장에 입점해 있는 것으로 확인됨. 따라서 고객사 제품도 대형할인점, 슈퍼마켓과 같이 현지 소비자들에게 수요가 높은 오프라인 매장에 다수 입점한다면 소비자의 관심도와 구매율을 높일 수 있을 것으로 판단됨

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.9] 샤인머스켓 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	그라페코
	기업 설명	그라페코는 가족이 경영하는 호주의 포도 농장 기업임. 그라페코는 포도 재배부터, 배송, 판매까지 관리하는 수직 통합 공급망 체계를 갖추고 있음. 그라페코의 모든 과일은 재배 즉시 등급이 매겨지고 최적의 온도로 냉각되어 판매 매장까지 단계를 최소화하여 품질과 신선도를 최고로 유지함
주요 마케팅 전략	고품질 제품의 공급 보장	 SUPERIOR SWEETNESS <i>Gourmet table grapes hand-picked in Sunraysia Australia</i> Balancing over 50 years of knowledge with technology and nature, the entire range of farm-fresh table grapes are naturally grown and sun-ripened on the lush, fertile, pristine farmlands in Sunraysia, Australia. Optimum soil nutrition The fertile soil is naturally conditioned to enhance early root development and optimise vine health throughout the entire growing cycle. Latest Trends 포도의 품종에 따라 최적의 시기에 수확하여 포도의 단맛과 풍미를 극대화하는 재배 방식을 자랑함. 각 계절마다 다른 포도를 수확하여 시즌 전체에 걸쳐 다양한 고급 품종의 포도를 지속적으로 공급함
	홍보 현지화	 Find out where HELLGUT® grapes are near you Choose country Want to escape to the sweeter side of life? Look for 'HELLGUT' grapes at your local green grocer and fruiter or at the following stores:  자사 제품을 활용한 레시피를 제공하고, SNS 플랫폼으로 공유 가능하게 하여 제품 홍보 효과
	자사 제품의 판매처를 공개하고 소비자들의 구매를 유도함	자사 제품을 활용한 레시피를 제공하고, SNS 플랫폼으로 공유 가능하게 하여 제품 홍보 효과
요약	판매채널	현지 오프라인 매장 진출(코스트코)
	홍보채널	글로벌 홈페이지
	홍보문구	브랜드의 고급화 강조, 제품의 맛과 식감 강조

4. 온라인 인기제품 리뷰 분석

▶ 분석 지표 선정 및 대표 키워드

온라인 인기제품 리뷰 빅데이터 감성분석 진행을 위해 고객사 조사 희망 지표에 따라 분석 대상 지표를 선정함. 선정된 지표는 가격, 중량, 제품 종류, 맛, 품질로 5가지이며, 선정 지표 및 제품 특징을 기반으로 한 키워드집을 구축하여 리뷰 데이터를 수집함

[표 5.10] 온라인 인기제품 리뷰 분석 지표 선정 및 대표 키워드

지표	지표 설명	대표 키워드
가격	판매 제품 가격에 대한 평가	Price, Cost, Cheap, Expensive 등
중량	판매 제품 중량에 대한 평가	Portions, Serving, Size, Enough 등
제품 종류	판매 제품 종류에 대한 평가	Shine Muscat, Grapes 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Taste, Scent, Smell, Sweet 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Quality, Package, Safety 등

▶ 월마트에서 판매되고 있는 청포도 제품 선정

[표 5.11] 온라인 인기제품 리뷰 분석 제품 정보



판매 사이트	월마트 (Walmart)	수집 리뷰 수	123건
제품명	그린 시드리스 그레이프 (Green Seedless Grapes)		
제품 종류	청포도	소비자가격	8.75캐나다달러 (8.450원 ¹⁶⁾)
중량	1,000g	포장	(-)
특징	성인과 어린이 모두 선호하는 간식, 간단히 물에 헹구어 섭취 가능		

16) 1캐나다달러=965.70원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

▶ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, ‘품질’에 대한 만족도 높은 편

빅데이터 분석을 통해 캐나다 온라인 쇼핑몰에서 인기리에 판매되고 있는 청포도 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, ‘품질’에 대한 긍정 점수가 128점으로 가장 높게 나타났으며, 부정 점수가 53점으로 긍정 점수에 비해 굉장히 낮은 편임. ‘제품 종류’에 대한 긍정 점수 역시 106점으로 높은 편이며, 부정 점수가 74점으로 나타남. 이로써 소비자들은 온라인 채널에서 판매되는 청포도 제품에 대해 ‘품질’과 ‘제품 종류’에 대한 관심도가 높은 편임을 알 수 있음

[표 5.12] 온라인 인기제품 리뷰 분석 결과

(단위: 점)



[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지 표	긍정 점수	부정 점수
가격	19	9
중량	37	31
제품 종류	106	74
맛	76	32
품질	128	53
종합	366	199

분석 제품 정보

사이트	월마트
수집 리뷰 수	123개
제품명	그린 시드리스 그레이프
제품 종류	청포도
소비자가격	8.75캐나다달러 (8.450원)
중량	1,000g
포장	(-)
특징	성인과 어린이 모두 선호하는 간식, 간단히 물에 행구어 섭취 가능

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

VI 시사점



Shine Muscat Price&Volume



Point. 1



- ✓ 캐나다 오프라인 매장에서 판매되고 있는 샤인머스켓 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격은 1.41캐나다달러(1,362원)
- ✓ 조사된 A사의 샤인머스켓 제품의 100g당 가격의 경우 5.49캐나다달러(5,297원)으로 다른 경쟁제품 대비 높은 가격대

Point. 2



- ✓ 캐나다 오프라인 매장에서 판매되고 있는 샤인머스켓 경쟁제품 10개의 평균 중량은 1,112g으로 고객사 제품 중량(2,000g)보다 낮음
- ✓ 경쟁제품 10개의 중량은 최소 1,000g부터 최대 1,400g 제품까지 조사됨

Shine Muscat Country&Package



Point. 1



- ✓ 캐나다 오프라인 매장에서 판매되고 있는 샤인머스켓 경쟁제품 10개의 원산지는 미국이 9개로 가장 많음
- ✓ 이외에 한국산 제품 1개가 조사되었으며, 해당 제품은 샤인머스켓 제품인 것으로 확인됨
- ✓ 캐나다 샤인머스켓 경쟁제품 시장은 미국 기업이 강세를 보임

Point. 2



- ✓ 캐나다 오프라인 매장에서 판매되고 있는 샤인머스켓 경쟁제품 10개 중 6개 제품이 플라스틱 파우치 포장 제품임
- ✓ 나머지 중 3개 제품은 플라스틱 트레이 포장 제품이며, 1개 제품은 플라스틱 파우치에 완충용 폴리에틸렌 폼으로 제품을 포장함

USA Market Competitor



Point. 1



- ✓ 캐나다 샤인머스켓 시장 경쟁기업 3개사 조사 결과, 그라페코는 코스트코에, A사는 티앤티 슈퍼마켓과 갤러리아에, 앤쏘니 빈야드는 갤러리아에 진출함
- ✓ 경쟁기업 3개사가 진출한 온라인 유통채널은 확인되지 않음

Point. 2



- ✓ 캐나다 샤인머스켓 시장 경쟁기업 3개사 조사 결과, 3개사 중 한국기업 A사를 제외한 나머지 기업은 글로벌 자사 홈페이지를 보유
- ✓ 한국기업 A사는 한국 계정의 유튜브와 인스타그램을 운영하고 있으며, 앤쏘니 빈야드는 글로벌 계정의 인스타그램을 운영 중인 것을 확인함

Importer·Distributor Interview



Point. 1



- ✓ 캐나다 샤인머스켓 수입·유통업체 인터뷰 결과, 고객사 제품에 대해 타 경쟁제품에 비해 중량이 많은 점 언급
- ✓ 소비자들은 샤인머스켓 구매 시 경제성을 고려하기 때문에 이상적인 포장 중량은 500g일 것으로 언급

Point. 2



- ✓ 최근 캐나다 바이어 사이에서 샤인머스켓의 인기가 증가하고 있어, 프리미엄 과일 시장을 타겟하여 과일 전문 판매점의 수입 과일 코너 입점이 유리할 것으로 언급
- ✓ 신선 식품인 만큼 통관이 길어지면 피해가 발생하므로 수출 시 식품검사청의 규제 사항을 꼼꼼히 확인할 필요가 있음

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 스탓티스타 (www.statista.com)
2. 인스타카트 (www.instacart.ca)
3. 씨티마켓 (www.citymarket.com)
4. 메트로 (www.metro.ca)
5. 노 프릴스 (www.nofrills.ca)
6. 토론토시 홈페이지 (www.toronto.ca)
7. 캐나다 통계청(www.stacan.gc.ca)
8. ITC Trade Map(www.trademap.org)
9. 코스트코 홈페이지 (www.costco.com)
10. 롱고스 홈페이지 (www.longos.com)
11. 티앤티 슈퍼마켓 홈페이지 (www.tntsupermarket.com)
12. 그라페코 홈페이지 (www.grapecoaustralia.com.au)
13. A사 홈페이지
14. 앤쏘니 빈야드 홈페이지 (www.anthonylvineyards.com)
15. 프레시 다이렉트 포르듀스 홈페이지 (www.freshdirectproduce.com)
16. 갬블스 포르듀스 홈페이지 (www.goproduce.com)
17. 아이맥스 아그로 홈페이지 (www.imexagro.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2023.10.06

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

Copyright 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea