

2019 년 해외시장 맞춤조사



- No. 1905-17
- 품목 : 건조청국장 (Dried Cheonggukjang)
- 국가 : 미국 (U.S.A)
- 구분 : 경쟁력분석형

Contents

I. Competitive Product (경쟁제품)

SUMMARY	4
1. 미국 건조청국장 경쟁제품 선정	6
2. 미국 건조청국장 경쟁제품 포지셔닝	7
3. 미국 건조청국장 경쟁제품 현황	8

II. Competitor (경쟁기업)

SUMMARY	16
1. 미국 건조청국장 경쟁기업 포지셔닝	17
2. 미국 건조청국장 경쟁기업 현황	18
3. 미국 건조청국장 경쟁기업 분석	19

III. Buyer Interview (바이어 인터뷰)

SUMMARY	23
Interview ① 한양마트 (Hanyang Mart)	24
Interview ② 아리랑 슈퍼마켓 (Arirang Supermarket)	26

IV. Competitiveness (경쟁력 파악)

SUMMARY	29
1. 제품 경쟁력 검증	30
2. 기업 마케팅 벤치마킹	32

V. 부록

* 미국 건조청국장 유사제품 정보	35
--------------------	----

I. Competitive Product

SUMMARY

1. 미국 건조청국장 경쟁제품 선정
2. 미국 건조청국장 경쟁제품 포지셔닝
3. 미국 건조청국장 경쟁제품 현황

Competitive Product

(경쟁제품)

미국 (U.S.A)

건조청국장

방문 매장 선정

방문 매장 선정

· 후보 : 품목별 방문 매장

· 선택 : 조사 희망 매장

구 분	가공식품	신선식품	기능성	음료/주류	전통식품	유아식품	식자재
공통	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓
	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점
	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점
선택 (품목)	편의점	유기농 매장	드럭스토어	편의점	한인마트	유기농 매장	창고형 매장
	달러스토어	재래시장	OTC	달러스토어	아시안 마트	영유아 매장	
			MLM	자판기			
				리퀴드샵			

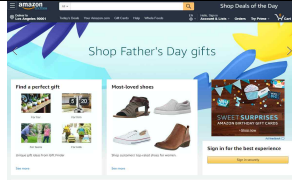
미국 (U.S.A)

건조청국장 매장 조사

시온 마켓 (Zion Market) (한인마트)

한남 체인 슈퍼마트 (Hannam Chain Supermart) (아시안 마트)

아마존 (Amazon) (온라인 매장)

매장 일반 정보						
	한국산 제품 판매 유통, 미국 내 7개 매장 보유		한국산 제품 판매 유통, 미국 내 8개 매장 보유		미국 대표 전자상거래 플랫폼	
판매 제품 정보	제품명	청국장 가루	제품명	청국장 가루	제품명	호시 닛토
	제조사	자연나라	제조사	D사	제조사	사산누마 고로쇼텐
	원산지	한국	원산지	한국	원산지	일본
	가격 ¹⁾	9달러(10,647원)	가격	7달러(8,281원)	가격	8.3달러(9,819원)
	용량(g)	500	용량	210	용량	70
	포장 재질	플라스틱	포장 재질	플라스틱	포장 재질	플라스틱
	포장 타입	통	포장 타입	통	포장 타입	트레이
	인증	(-)	인증	HACCP	인증	(-)
	주요 원료	콩	주요 원료	콩 100%	주요 원료	닛토, 소금, 밀가루

1) 1달러=1,183원 (2019.06.07, KEB하나은행 매매기준율 적용)

Competitive Product

(경쟁제품)

(단위 : 달러/10g)

미국 (U.S.A)

건조청국장 경쟁제품

선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준

- 오프라인 매장 입점 제품
- 온라인 매장 입점 제품

경쟁제품 분류 기준

- 제조사 브랜드
- 생산지 위치
- 판매처 유형
- 소비자가격

경쟁제품 포지셔닝 기준

- X축 : 국적 및 생산지
- Y축 : 소비자가격

소비자가격



미국 (U.S.A)

건조청국장 경쟁제품 분석

■ 미국 현지 경쟁제품
■ 한국 글로벌 경쟁제품

	경쟁제품 (제조사)	소비자가격 (10g당)	용량(g)	제품 제형	포장 재질	포장 타입	주요 원료	주요 원료(콩) 원산지
미국 브랜드 한국 생산	청국장 가루 (자연나라)	0.2달러 (237원)	500	분말	플라스틱	통	콩	한국
한국 브랜드 한국 생산	맥가루청국장 (C사)	0.8달러 (946원)	200	분말	플라스틱	통	메주/콩(대두) 100%	한국
	청국장 가루 (D사)	0.3달러 (355원)	210	분말	플라스틱	통	콩 100%	한국
	분말청국장 (B사)	0.2달러 (237원)	500	분말	플라스틱	통	콩(대두) 100%	미국, 캐나다, 호주
일본 브랜드 일본 생산	닛토 파우더 (시가와 쇼우텐)	3.4달러 (4,022원)	30	분말	플라스틱	파우치	콩(대두), 닛토균	캐나다
	호시 닛토 (사산누마 고로쇼텐)	1.2달러 (1,420원)	70	환	플라스틱	트레이	닛토, 소금, 밀가루	(-)

자료: 현지 판매 건조청국장 6개 제품 분석

1. 미국 건조청국장 경쟁제품 선정

▶ 미국 오프라인 매장 2곳 방문, 경쟁제품 4개 선정

미국 오프라인 매장 중 한인마트와 아시안 마트 2곳을 방문하여 경쟁제품 4개를 선정함. 4개 중 3개는 한국 브랜드 제품이며, 1개는 미국 브랜드 제품인 것으로 확인됨

▶ 미국 온라인 매장, 구매후기 많은 제품을 경쟁제품으로 선정

미국 온라인 매장 시장 점유율 1위²⁾인 아마존 쇼핑몰에서 건조청국장 소비자 구매후기가 많은 제품을 선정함.³⁾ 구매후기가 가장 많은 호시 닛토(사산누마 고로쇼텐)와 닛토 파우더(시가와 쇼우텐) 2개 제품을 경쟁제품으로 선정함

▶ 경쟁제품 조사 지표 선정, '가격, 용량, 포장, 원료'

미국에 진출한 건조청국장 경쟁제품을 소비자의 제품 구매 기준이 될 수 있는 가격, 용량, 포장 재질, 포장 타입, 원료를 조사 지표로 선정하여 분석함

[표 1.1] 미국 건조청국장 경쟁제품 선정

판매채널	국적 및 생산지	경쟁제품 (제조사)	소비자가격
오프라인 매장	미국 브랜드 한국 생산	청국장 가루 (자연나라)	9달러 (10,647원)
	한국 브랜드 한국 생산	분말청국장 (B사)	9달러 (10,647원)
		맥가루청국장 (C사)	15달러 (17,745원)
		청국장 가루 (D사)	7달러 (8,281원)
온라인 매장	일본 브랜드 일본 생산	호시 닛토 (사산누마 고로쇼텐)	8.3달러 (9,819원)
		닛토 파우더 (시가와 쇼우텐)	10.3달러 (12,185원)

자료: 미국 건조청국장 6개 제품 분석 결과

2) 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)

3) 아마존(amazon)홈페이지 (www.amazon.com)

2. 미국 건조청국장 경쟁제품 포지셔닝

▶ 미국 한인마트, 아시안 마트 판매 제품 4개 중 3개, 제조사 국적과 생산지 동일

미국 오프라인 매장 2곳에서 판매되는 경쟁제품 4개 중 3개의 제조사 국적과 생산지는 모두 한국인 것으로 조사됨. 반면, 1개 제품의 제조사 국적은 미국이고, 생산은 한국인 것으로 확인됨

▶ 온라인 매장에서 조사된 제품, 제조사 국적과 생산지 동일

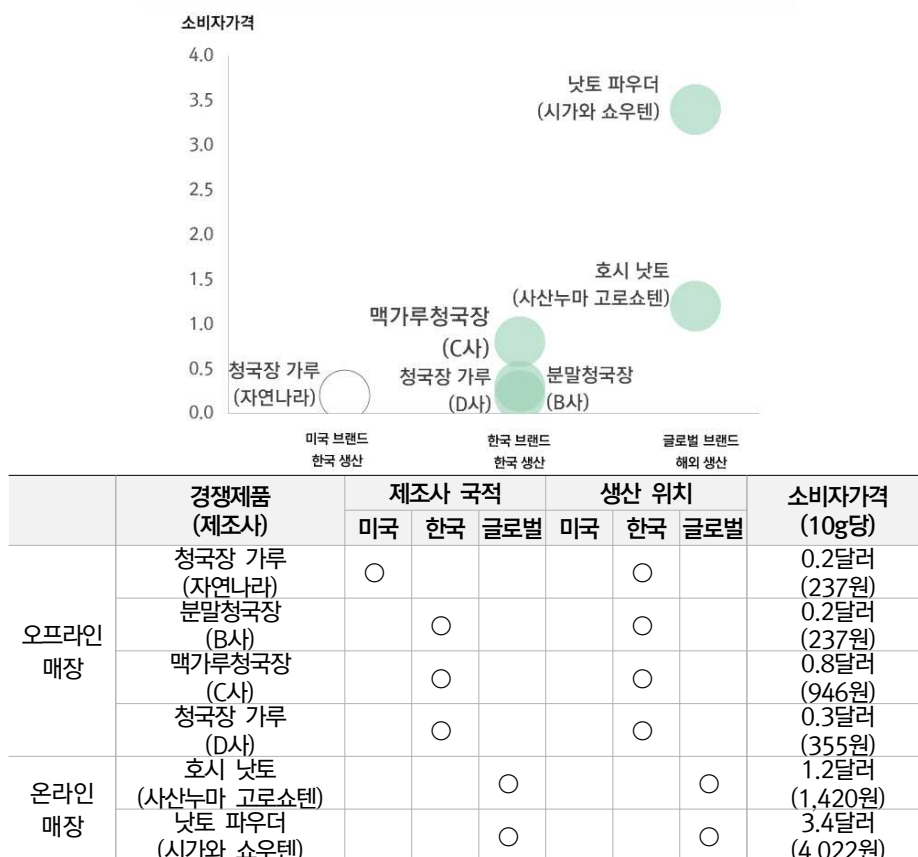
미국 온라인 매장 아마존(Amazon)에서 판매되고 있는 경쟁제품 2개의 제조사 국적과 생산지를 확인한 결과, 2개 제품의 제조사 국적과 생산지 위치가 모두 일본인 것으로 확인됨

▶ 건조청국장 경쟁제품, 10g당 평균 가격 1달러(1,183원)

미국 오프라인 매장과 온라인 매장에서 판매하는 제품 6개의 10g당 평균 가격은 1달러(1,183원)로 조사됨, 최저가 제품은 오프라인 매장에서 판매되고 있는 자연나라의 청국장 가루와 B사의 분말청국장으로 10g당 0.2달러(237원)에 판매되고 있으며, 최고가 제품은 온라인 매장에서 판매되고 있는 시가와 쇼우텐의 닛토 파우더 제품으로 10g당 3.4달러(4,022원)로 조사됨

[표 1.2] 미국 건조청국장 경쟁제품 시장 포지셔닝

단위 : 달러/10g



자료: 미국 건조청국장 경쟁제품 6개 분석 결과

3. 미국 건조청국장 경쟁제품 현황

▶ 경쟁제품 6개 중 5개, 청국장 분말 제품

미국에 진출한 경쟁제품 6개 중 5개는 청국장 분말 제형 제품인 것으로 확인됨. 1개 제품은 청국장 환 제형 제품으로 온라인 매장에서 판매되고 있음

▶ 경쟁제품 6개 중 4개, 제품 용량 200g 이상

미국에서 판매되고 있는 경쟁제품 6개의 용량을 분석한 결과, 제품 용량이 평균 252g이며, 경쟁제품 6개 중 4개 제품의 용량이 200g이상인 것으로 확인됨. 경쟁제품 중 용량이 가장 작은 제품은 시가와 쇼우텐의 닛토 파우더 제품으로 30g임

▶ 경쟁제품 6개 중 4개, 플라스틱통에 포장

경쟁제품 6개 중 4개는 플라스틱통에, 나머지는 플라스틱 트레이와 플라스틱 파우치에 포장되어 판매되고 있는 것으로 확인됨. 플라스틱통에 포장된 4개의 제품은 한국에서 생산된 제품이며, 이외 2개의 제품은 일본에서 생산된 제품임

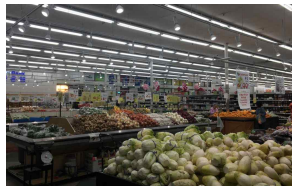
[표 1.3] 미국 건조청국장 경쟁제품 현황

경쟁제품 (제조사)	소비자가격	용량(g)	제품 제형	포장	주요 원료
청국장 가루 (자연나라)	9달러 (10,647원)	500	분말	플라스틱 통	콩
분말청국장 (B사)	9달러 (10,647원)	500	분말	플라스틱 통	콩(대두) 100%
맥가루청국장 (C사)	15달러 (17,745원)	200	분말	플라스틱 통	메주/콩(대두) 100%
청국장 가루 (D사)	7달러 (8,281원)	210	분말	플라스틱 통	콩 100%
호시 닛토 (사산누마 고로쇼텐)	8.3달러 (9,819원)	70	환	플라스틱 트레이	닛토, 소금, 밀가루
닛토 파우더 (시가와 쇼우텐)	10.3달러 (12,185원)	30	분말	플라스틱 파우치	콩(대두), 닛토균

자료: 미국 건조청국장 경쟁제품 6개 분석 결과

Shop ① 시온 마켓(Zion Market)

한인마트

브랜드 기본 정보	시온 마켓은 1970년 샌디에고에 설립되었으며, 현재 부에나파크, 로스앤젤레스 등 미국 내 총 7개 매장을 보유하고 있음. 수산물, 과일, 가공식품, 스낵 등 한국 제품을 전문적으로 판매하고 있음 ⁴⁾		
매장 정보			
	도시(지역)	부에나파크	
위치	상세주소	5400 Beach Blvd, Buena Park, CA 90621	
건조청국장 매대 모습	건조청국장 판매 매대 전경		
			
건조청국장 판매 정보	판매 제품 정보		
			
	청국장 가루	분말청국장	

4) 에쓰디보이저(SD Voyager) (sdvoyager.com)



제품명	청국장 가루	제품 제형	분말
제조사	자연나라 (Jayone Foods Inc)	포장 재질	플라스틱
원산지	한국	포장 타입	통
가격	9달러(10,647원)	주요 원료	콩
용량	500g	콩 원산지	한국

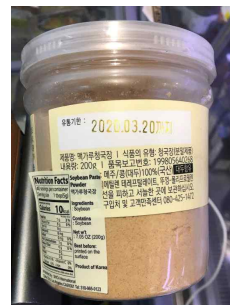


제품명	분말청국장	제품 제형	분말
제조사	B사	포장 재질	플라스틱
원산지	한국	포장 타입	통
가격	9달러(10,647원)	주요 원료	콩(대두) 100%
용량	500g	콩 원산지	미국, 캐나다, 호주

Shop ② 한남 체인 슈퍼마트(Hannam Chain Supermart)

아시안 마트

브랜드 기본 정보	1988년에 설립되었으며 주로 한국산 제품을 판매하는 유통 매장임. 당사는 수산물, 과일, 건강식품, 스낵 등 다양한 제품을 취급하고 있으며, 미국 내 8개 매장을 보유하고 있음	
매장 정보		
	도시(지역)	부에나 파크
	위치	상세주소 5301 Beach Blvd, Buena Park, CA 90621
건조청국장 매대 모습	건조청국장 판매 매대 전경	
		
건조청국장 판매 정보	판매 제품 정보	
		
	맥가루청국장	청국장 가루



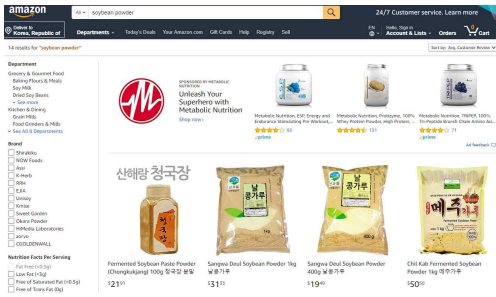
제품명	맥가루청국장	제품 제형	분말
제조사	C사	포장 재질	플라스틱
원산지	한국	포장 타입	통
가격	15달러(17,745원)	주요 원료	메주/콩(대두) 100%
용량	200g	콩 원산지	한국



제품명	청국장 가루	제품 제형	분말
제조사	D사	포장 재질	플라스틱
원산지	한국	포장 타입	통
가격	7달러(8,281원)	인증/특허	HACCP
용량	210g	주요 원료	콩 100%
		콩 원산지	한국

Shop ③ 아마존(amazon)

온라인 매장

브랜드 기본 정보	1994년 시애틀에 설립된 미국의 대표 전자상거래 플랫폼. 식품, 의료, 보석 등 다양한 품목 판매하고 있으며, 미국 외 브라질, 캐나다, 영국, 프랑스, 일본 등 여러 국가에서 아마존 웹사이트를 운영하고 있음 ⁵⁾
매장 정보	 위치 도시(지역) 상세주소 시애틀 PO Box 81226, Seattle, WA
건조청국장 매대 모습	건조청국장 판매 페이지 
건조청국장 판매 정보	판매 제품 정보   호시 낫토(Hoshi Natto) 낫토 파우더(Natto Powder)

사진자료: 아마존(amazon)홈페이지

5) 아마존(amazon)홈페이지 (www.aboutamazon.com)



제품명	호시 닛토 (Hoshi Natto)	제품 제형	환
제조사	사산누마 고로쇼텐 (株式会社 笹沼五郎商店)	포장 재질	플라스틱
원산지	일본	포장 타입	트레이
가격	8.3달러(9,819원)	주요 원료	닛토, 소금, 밀가루
용량	70g		



제품명	닛토 파우더 (Natto Powder)	제품 제형	분말
제조사	사가와 쇼우텐 (株式会社 佐川醤油店)	포장 재질	플라스틱
원산지	일본	포장 타입	파우치
가격	10.3달러(12,185원)	주요 원료	대두, 닛토균
용량	30g	콩 원산지	캐나다

II. Competitor

SUMMARY

1. 미국 건조청국장 경쟁기업 포지셔닝
2. 미국 건조청국장 경쟁기업 현황
3. 미국 건조청국장 경쟁기업 분석

Competitor

(경쟁기업)

(단위 : 억 원)

미국 (U.S.A)

건조청국장 경쟁기업

선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정

· 경쟁제품 선정 기업체

경쟁사 분류

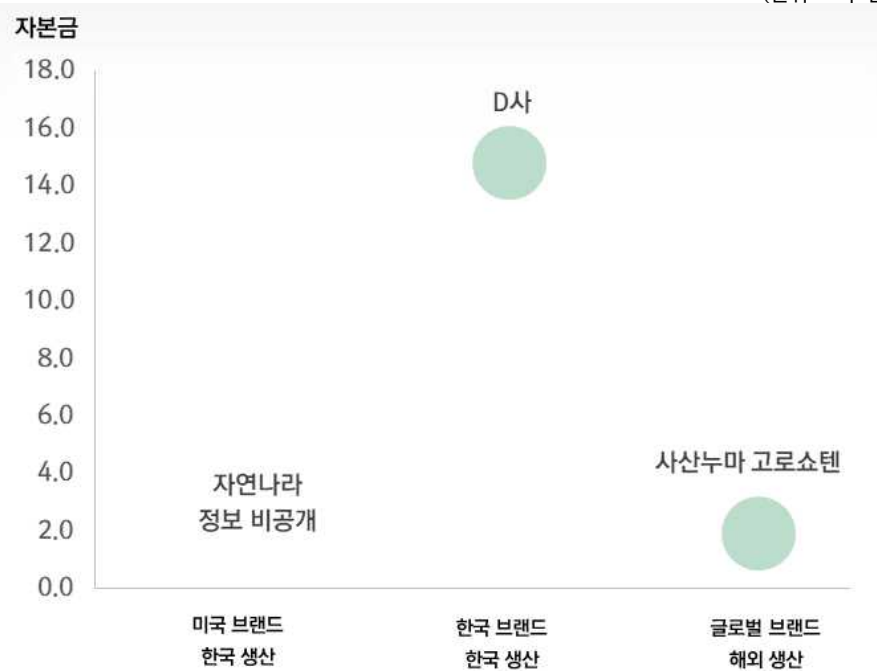
· 제조사 국적

· 제조기지 설립 지역

경쟁사 포지셔닝

· X축 : 국적 및 생산지

· Y축 : 자본금



미국 (U.S.A)

건조청국장 경쟁기업 분석

■ 미국 현지 경쟁기업
■ 한국, 글로벌 경쟁기업

판매 채널	판매 매장	구분	제조사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	자본금	기타 정보
한인 마트	시온마켓	미국 브랜드 한국 생산	자연나라 (Jayone Foods Inc)	오프라인 온라인	자사 홈페이지, SNS 플랫폼	전통 한국의 맛 한국산 건강 & 행복	(-)	설립년도: 2000년, 직원 수: 69명
아시안 마트	한남 체인 슈퍼마켓	한국 브랜드 한국 생산	D사	오프라인 온라인	자사 홈페이지	전통의 맛 식품 명인	14억 8,345만 원	매출액: 43억 8,910만 1,000원
온라인 매장	아마존	일본 브랜드 일본 생산	사산누마 고로쇼텐 (株式会社 笹沼五郎商店)	온라인	(-)	U.S 어워드 수상	1억 921만 원 ⁶⁾ (1,000만 엔)	직원 수: 20명

자료: 현지 판매 건조청국장 제조기업 3개사 분석

6) 1엔=1,092.2원(2019.06.08., KEB하나은행 매매기준율 적용)

1. 미국 건조청국장 경쟁기업 포지셔닝

▶ 경쟁기업 3개의 제조사 국적, 미국·한국·일본

미국에 진출한 경쟁기업을 분석하기 위해 방문한 오프라인 매장 2곳에서 각각 1개의 경쟁기업과 온라인 매장에서 조사된 1개 기업을 선정하여 총 3개사의 규모를 분석함. 미국 기업인 자연나라, 한국 기업인 D사, 일본 기업인 사산누마 고로쇼텐이 경쟁기업에 포함됨

▶ 경쟁기업 3개 중 2개, 제조사의 국적과 생산지 일치

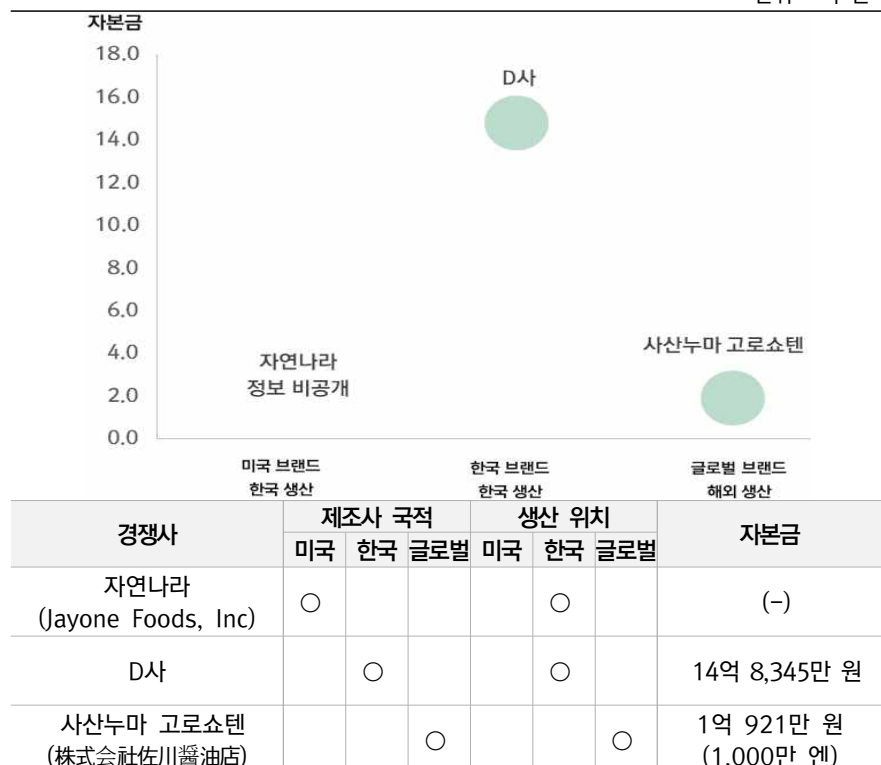
경쟁기업의 제조사의 국적과 생산지를 조사한 결과, 3개 기업 중 D사와 사산누마 고로쇼텐의 제조사 국적과 생산지는 각각 한국과 일본으로 제조사의 국적과 생산지가 동일하며, 자연나라의 경우 제조사 국적은 미국이나 생산지가 한국인 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 3개 중 1개, 자본금 14억 이상

기업 자본금 정보가 비공개된 자연나라를 제외한 경쟁기업 2개의 자본금을 조사한 결과, D사는 14억 8,345만 원, 사산누마 고로쇼텐은 1억 921만 원(1,000만 엔)으로 조사됨

[표 2.1] 미국 건조청국장 경쟁기업 시장 포지셔닝

단위 : 억 원



자료: 미국 진출 건조청국장 제조기업 3개사 분석 결과

2. 미국 건조청국장 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 3개사, 모두 온라인 채널 활용하여 제품 판매

조사된 경쟁기업 3개사의 진출 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 온라인 채널을 통해 제품을 판매하고 있으며 공통적으로 진출한 온라인 매장은 아마존(Amazon) 매장인 것으로 확인됨. 미국 기업인 자연나라의 경우 아마존 외 프레쉬디렉트, 야미바이 등 타 기업 대비 다양한 온라인 채널과 오프라인 채널을 보유하고 있음

▶ 경쟁기업 3개 중 2개, 자사 홈페이지 내 외국어 서비스 제공

경쟁기업 3개 중 2개는 자사 홈페이지 내 외국어 서비스를 제공하고 있음. 반면, 일본 기업인 사산누마 고로쇼텐의 경우 미국 내 홍보 채널을 보유하고 있지 않은 것으로 확인됨. 미국 기업인 자연나라는 SNS 플랫폼인 페이스북과 인스타그램을 활용하여 제품과 기업을 홍보하고 있는 것으로 조사됨

▶ 제품의 효능 보다는 ‘전통’과 ‘수상 경력’을 강조

경쟁기업들은 건조청국장 제품의 효능 보다는 ‘전통’ 또는 ‘수상 경력’을 강조하여 제품을 홍보하고 있음

[표 2.2] 미국 건조청국장 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	자본금
자연나라 (Jayone Foods, Inc)	① 오프라인 ② 온라인	자사 홈페이지, SNS 플랫폼	전통 한국의 맛, 건강 & 행복	(-)
D사	① 오프라인 ② 온라인	자사 홈페이지	전통의 맛, 식품 명인	14억 8,345만 원
사산누마 고로쇼텐 (株式会社 笹沼五郎商店)	① 온라인	(-)	U.S 어워드 수상	1억 921만 원 (1,000만 엔)

자료: 미국 진출 건조청국장 제조기업 3개사 분석 결과

3. 미국 건조청국장 경쟁기업 분석

① 자연나라 (Jayone Foods Inc)

기업명		자연나라 (Jayone Foods Inc)		
기업 기본 정보	홈페이지	www.jayonefoods.com		
	위치	7212 Alondra Blvd, Paramount, CA 90723		
	규모	기타 정보	설립년도: 2000년 ⁷⁾ 직원 수: 69명 ⁸⁾	
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 시온마켓, 한남 체인 슈퍼마켓, 가주마켓, 아리랑 슈퍼마켓, 플라자마켓, 세븐일레븐, 웨그먼스 등		제품명	청국장 가루
			용량	500g
			포장	플라스틱통
			가격	9달러(10,647원)
			제품명	매운 양념 청국장 (Fermented Soybean Paste-Spicy)
	<온라인 매장> 아마존, 프레쉬디렉트, 야미바이, 아리랑 유에스에이 등		용량	300g
			포장	비닐 랩
			가격	2.2달러(2,603원)
기업 홍보 채널		- 자사 홈페이지(레시피 제공) - SNS 플랫폼(페이스북, 인스타그램) - 식품 전시회 참가(미국)		
홍보 문구	 - 전통 한국의 맛 - 한국산 - 건강하게 먹는 것, 나를 행복하게 만드는 일(Eating Healthy, Makes me Happy)			

사진자료: 자연나라(Jayone Food Inc)홈페이지, 페이스북(facebook), 아리랑 유에스에이(Arirang USA)홈페이지

7) 자연나라(Jayone Food Inc)홈페이지 (www.jayonefoods.com)

8) 아울러(Owler) (www.owler.com)

② D사

		기업명	D사	
기업 기본 정보	위치		경북 안동시	
	규모	자본금('18) ⁹⁾	14억 8,345만 원	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 한남 체인 슈퍼마트		제품명	청국장 가루
			용량	210g
			포장	플라스틱통
			가격	7달러(8,281원)
	〈온라인 매장〉 아마존		제품명	청국장 가루
			용량	210g
			포장	플라스틱통
			가격	(-) ¹⁰⁾
기업 홍보 채널			• 자사 홈페이지 (외국어 서비스 제공)	
홍보 문구			• 100년 동안 지켜온 전통의 맛 • 식품 명인(Grand Master)	

사진자료: D사홈페이지, 아마존(Amazon)홈페이지

9) 중소기업현황정보시스템 (sminfo.mss.go.kr)

10) 검색일(2019.06.08.) 기준 재고가 없음에 따라 해당 온라인 매장 내 가격 정보를 비공개함

③ 사산누마 고로쇼텐 (株式会社笹沼五郎商店)

기업 기본 정보	기업명	사산누마 고로쇼텐 (株式会社 笹沼五郎商店)		
	홈페이지	www.tengunatto.jp		
	위치	Sannomaru 3-chome 4-30, Mito City, Ibaraki Prefecture		
	규모	자본금('18) ¹¹⁾	1억 921만 원 (1,000만 엔)	
기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 아마존		제품명	호시 닛토 (Hoshi Natto)
			용량	70g
			포장	플라스틱 트레이
			가격	8.3달러(9,819원)
기업 홍보 채널	해당 업체는 미국 내 홍보 채널을 보유하고 있지 않은 것으로 확인됨			
홍보 문구	 3年連続受賞!! 2014・2015・2016  第21回全国納豆鑑評会 (2016年2月19日) 特別賞 (アメリカ大豆部門) 天狗の小粒 Red River Valley U.S.Award賞 受賞!! 레드 리버 밸리 유एस 어워드 (Red River Valley U.S Award) 수상			
자료: 사산누마 고로쇼텐(株式会社笹沼五郎商店)홈페이지				

11) 사산누마 고로쇼텐(株式会社笹沼五郎商店)홈페이지 (www.tengunatto.jp)

III. Buyer Interview

SUMMARY

Interview ① 한양마트 (Hanyang Mart)

Interview ② 아리랑 슈퍼마켓
(Arirang Supermarket)

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

미국 (U.S.A)

건조청국장 인터뷰

대상 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정

- 식품 수입유통업체 ○
- 청국장 제품 취급 경험 ○

	한양마트 (Hanyang Mart)	아리랑 슈퍼마켓 (Arirang Supermarket)
업체 ▶	한인마트(직수입)	한인마트
청국장 취급 ▶		
	궁중 청국장	분말청국장
사진자료: 한양마트(Hanyang Mart)홈페이지, 아리랑 유에쓰에이(Arirang USA)홈페이지		

미국 (U.S.A)

건조청국장 바이어 인터뷰

A사 제품	한양마트 (Hanyang Mart)	아리랑 슈퍼마켓 (Arirang Supermarket)
200g: 15달러(17,745원) ¹²⁾ 소비자가격	한양마트 취급 건조청국장 제품 200g에 8달러(9,464원), 생청국장 제품 300g에 5달러(5,915원)	아리랑 슈퍼마켓 취급 생청국장 제품 150g에 2달러(2,366원)
플라스틱 용기 제품 포장	플라스틱 용기 포장 제품 취급, 작은 사이즈(200g 미만) 선호	저렴한 가격과 간편성 추구, 플라스틱 포장 선호
기타 주요 소비자층	한인과 중국인이 주요 고객, 한식당 운영 고객 보유	한인이 주요 고객, 한식당 및 제과점 운영 고객 보유

자료: 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 2개사

12) 1달러=1,183원 (2019.06.07, KEB하나은행 매매기준율 적용)

Interview ① 한양마트 (Hanyang Mart)

한양마트
(Hanyang Mart)

전문가 소속

한양마트
(Hanyang Mart)
한인마트(직수입)

전문가 정보

Mr. Jason
(Grocery Dept. Manager)



13)

한양마트 (Hanyang Mart)

Grocery Dept. Manager, Mr. Jason

한양마트는 미국 한인 소매업체로 1986년 뉴욕에서 시작하여 30년 넘게 한국 식품을 취급해 온 기업임. 미국 동부 뉴욕과 뉴저지 일대에 한인교포 소비자들에게 기여하고 있음. 현재 취급하는 한국 식품은 모두 한국에서 직수입하고 있음

한양마트는 주로 오프라인 매장을 운영하고 온라인 주문을 통한 온라인 판매도 병행하고 있음. 매니저 Mr. Jason에 따르면 주요 고객은 한국계 미국인이 가장 많음

13) 사진자료: 한양마트(Hanyang Mart)홈페이지 (www.hanyangmart.com)



소비자가격 15달러
(17,745원)

용량 200g

원산지 한국

제품 제형 분말, 환

Q1. 제품 가격에 대한 의견

한양마트에서 판매하고 있는 한국산 건조청국장의 가격은 200g 8달러(9,464원), 생청국장의 가격은 300g에 5달러(5,915원)입니다. A사의 건조청국장 제품의 가격이 200g에 15달러(17,745원)이라면 저희가 판매하고 있는 제품보다 거의 2배 가까이 비싼 것 같습니다.

Q2. 제품 포장에 대한 의견

저희 매장에서 판매하는 건조청국장 제품은 플라스틱통에 판매하고 있으며, 생청국장 제품은 동그란 형태로 비닐 랩에 포장하여 판매하고 있습니다. 미국 내 다른 매장도 저희 매장과 같이 건조청국장은 플라스틱통, 생청국장 제품은 비닐 랩에 포장된 제품을 판매하고 있습니다. 플라스틱은 가격이 저렴하고 편리하기 때문에 가장 많이 사용하는 포장 형태입니다.

현재 한양마트에서 판매하는 제품은 각각 건조청국장 200g, 생청국장 300g 제품입니다. 저희 매장을 방문하는 고객분 중 더 작은 사이즈의 제품을 찾는 경우가 자주 있어 사이즈가 작은 제품을 판매한다면 판매가 더 잘 될 것 같습니다.

Q3. 제품 주요 소비자층에 대한 의견

저희 매장의 주요 고객은 한국인과 중국인입니다. 개인 고객들과 한식당을 운영하시는 점주들도 저희 매장을 자주 이용하며, 청국장 제품은 한식당에서 가장 많이 구매해가는 편입니다. 아직까지 건강관리센터나 양로원 등에 청국장을 판매해 본 적은 없습니다.

Q4. 기타의견

저희 매장을 찾는 고객들은 건조청국장보다는 생청국장을 찾는 고객이 더 많습니다. 주로 가정에서 먹기 위해 신선한 생청국장을 구매하는 가족단위 고객이 많은 편이며, 한식당에서도 생청국장만을 구매합니다.

Interview ② 아리랑 슈퍼마켓 (Arirang Supermarket)

아리랑 슈퍼마켓
(Arirang Supermarket)

전문가 소속

아리랑 슈퍼마켓
(Arirang Supermarket)
한인마트

전문가 정보

Mr. Chang
(General Manager)

14)

아리랑 슈퍼마켓 (Arirang Supermarket)
General Manager, Mr. Chang

아리랑 슈퍼마켓은 미국 서부(캘리포니아)에 위치한 소매업체로 1983년부터 36년간 다양한 한국 식품을 취급해온 기업입니다. 현재 매장에서 판매하는 제품은 한국에서 직수입하지 않고, 지역 유통업자들로부터 조달 받고 있습니다.

아리랑 슈퍼마켓은 오프라인 매장을 운영하고 있으며, 오프라인 매장 외에도 온라인 매장 및 모바일 서비스도 준비중에 있습니다. 매주 세일 정보를 공식홈페이지를 통해 배포하고 있으며 신선 식품부터 가공식품까지 다양한 제품을 판매하고 있습니다.

매니저인 Mr. Chang에 따르면 아리랑 슈퍼마켓의 주요 개인 고객은 한인이며, 한식당, 제과점 등에서도 식료품 구매를 위해 아리랑 슈퍼마켓을 이용한다고 합니다.

14) 사진자료: 아리랑 슈퍼마켓(Arirang Supermarket)홈페이지 (www.arirangsupermart.com)



소비자가격	15달러 (17,745원)
용량	200g
원산지	한국
제품 제형	분말, 환

Q1. 제품 가격에 대한 의견

저희 매장에서는 건조청국장은 취급하지 않고 있으며 생청국장 제품만 취급하고 있습니다. 저희가 판매하는 생청국장 제품은 150g에 2달러(2,366원), 350g에 4~5달러(4,732~5,915원)에 판매하고 있습니다. 350g 제품은 브랜드에 따라 가격차이가 조금 있습니다.

건조청국장은 현재 저희 매장에서 판매하고 있지 않아 정확한 답변을 드리기 어렵지만 15달러(17,745원)는 다소 비싸다고 생각됩니다. 제가 알기로는 미국 내 다른 슈퍼마켓에서 판매되는 건조청국장 제품은 보통 200g에 10달러(11,830원) 이하로 판매되는 것으로 알고 있습니다. 아무래도 생청국장이 워낙 저렴하기 때문에 200g에 10달러(11,830원) 이상인 건조청국장 제품은 소비자들이 받아들이기 어려울 것 같습니다. 만약 A사에서 15달러(17,745원)에 제품을 판매하기를 희망한다면 건강기능식품 전문매장에서는 해당 가격에 판매가 가능할 것 같습니다.

Q2. 제품 포장에 대한 의견

저희 매장을 방문하는 고객들은 저렴한 가격과 편의성이 뛰어난 제품을 선호합니다. 플라스틱은 가장 저렴한 포장 재질 중 하나이며 포장된 식품이 잘 새지 않아 청국장과 같은 식품 포장에 가장 많이 사용됩니다. 특히 저희 매장에서 청국장을 구매하는 제과점이나 한식당은 저렴한 가격에 플라스틱 포장을 선호합니다.

Q3. 제품 주요 소비자층에 대한 의견

아리랑 슈퍼마켓을 찾는 고객들은 한인 고객이 가장 많습니다. 가정 요리를 위해 식재료를 구매하시는 개인 고객들이 가장 많은 편이며, 한식당을 운영하시는 분들과 제과점을 운영하시는 분들이 청국장을 자주 구매합니다. 청국장을 식당이나 제과점에서 직접 만드는 경우 오래 걸리고 번거로우며 보통 저희 매장에서 이미 만들어진 청국장을 구매합니다. 제과점에서는 청국장을 이용해서 떡을 만드는데 활용한다고 알고 있습니다. 제과점이나 한식당의 경우 제품 구매 시 가격이 가장 중요한 요소이므로 A사의 건조청국장 제품은 비싸다고 느낄 것입니다.

IV. Competitiveness

SUMMARY

1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹

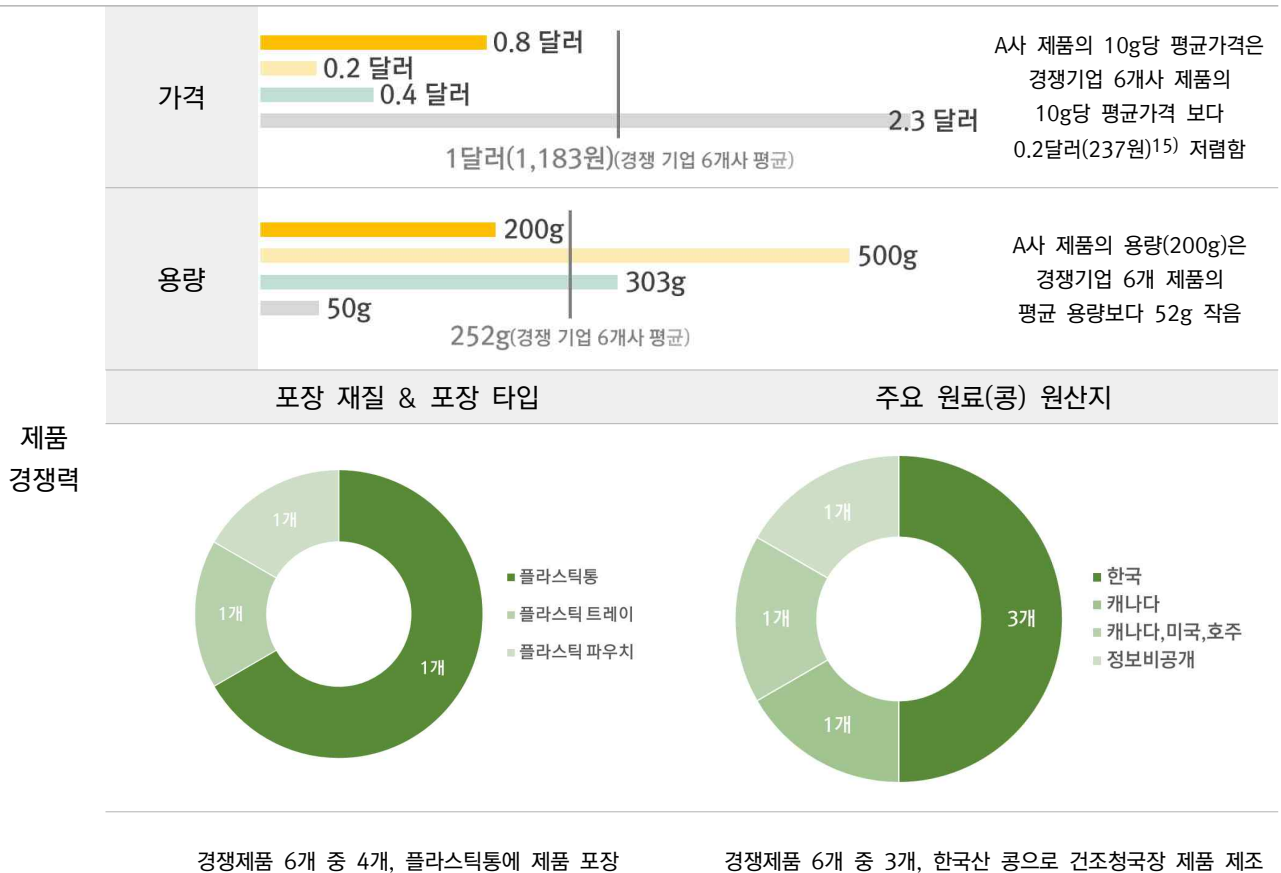
Competitiveness

(자사 제품 경쟁력 파악)

미국 (U.S.A) - 제품 경쟁력 검증

■ A사 ■ 미국 기업 ■ 한국 기업 ■ 글로벌 수출기업 | 경쟁제품 평균

경쟁력 평가 의견



미국 (U.S.A) - 마케팅 벤치마킹

		진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
마케팅 벤치마킹	경쟁사	미국 기업과 한국 기업, 오프라인, 오프라인 채널 모두 진출 일본 기업, 온라인 채널만 진출	자사 홈페이지, 식품 전시회 참가	미국 기업과 한국 기업, ‘전통’ 강조 일본 기업, ‘U.S. 어워드 수상’ 강조

15) 1달러=1,183원 (2019.06.07, KEB하나은행 매매기준율 적용)

1. 제품 경쟁력 검증

1) 가격

●
Mr. Jason
제품 의견

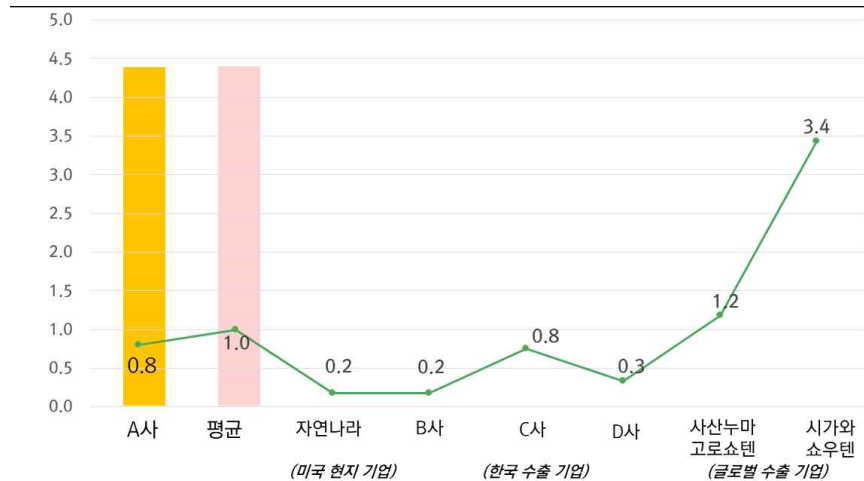
“취급중인 한국산 건조청국장
대비 약 2배 비쌌. 생청국장
가격대비 3배 이상 비싼 편”

▶ A사 제품, 경쟁제품 10g당 평균 가격 낮은 가격

미국에 진출해 있는 건조청국장 경쟁제품 6개의 가격을 분석한 결과, 10g당 평균 1달러(1,183원)에 판매되고 있음. A사의 제품 가격이 10g당 0.8달러(946원)인 것과 비교하여 경쟁제품의 평균가격은 1달러(1,183원)로 0.2달러(237원) 더 비싼 것으로 나타남

[표 3.1] 미국 건조청국장 가격 경쟁력 분석

단위 : 달러/10g



2) 용량

●
Mr. Jason
제품 의견

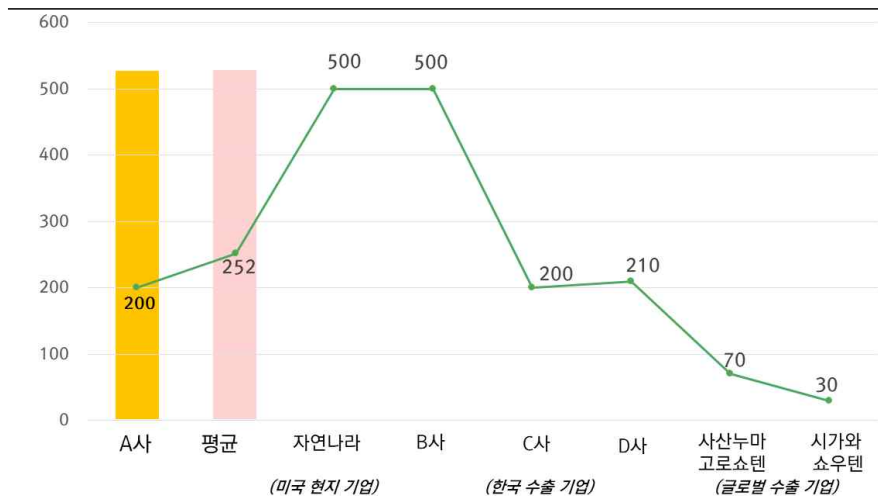
“개인 고객의 경우 200g
이하에 소량 제품을 선호하는
경우가 많음”

▶ 경쟁제품 평균 용량 252g, 가장 큰 용량은 500g

미국에 판매되고 있는 경쟁제품 6개의 평균 용량은 252g으로 A사 제품 대비 52g 큰 편임. 용량이 가장 큰 제품은 자연나라와 B사 제품으로 제품의 용량은 500g이며, 가장 작은 제품은 시가와 쇼우텐의 제품으로 제품의 용량은 30g임

[표 3.2] 미국 건조청국장 용량 경쟁력 분석

단위 : g



3) 포장

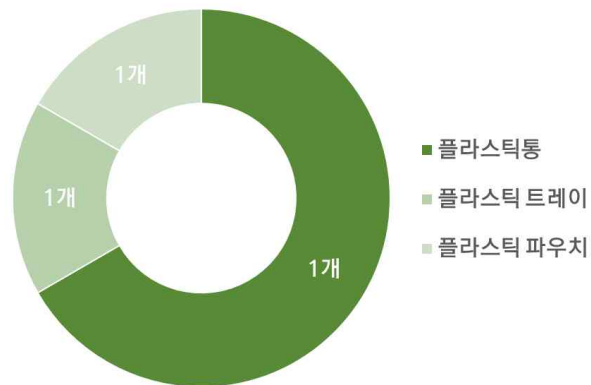
●
Mr. Chang
제품 의견

“편리하고 저렴한 플라스틱
재질의 포장 선호함”

▶ 경쟁제품 6개 중 4개, 플라스틱통 포장 판매

미국 판매중인 경쟁제품 6개 중 4개가 플라스틱통으로 포장되어 판매되는 것으로 확인되었으며, 나머지 2개 제품은 플라스틱 트레이와 플라스틱 파우치에 포장되어 판매되는 것으로 조사됨

[표 3.3] 미국 건조청국장 포장 경쟁력 분석

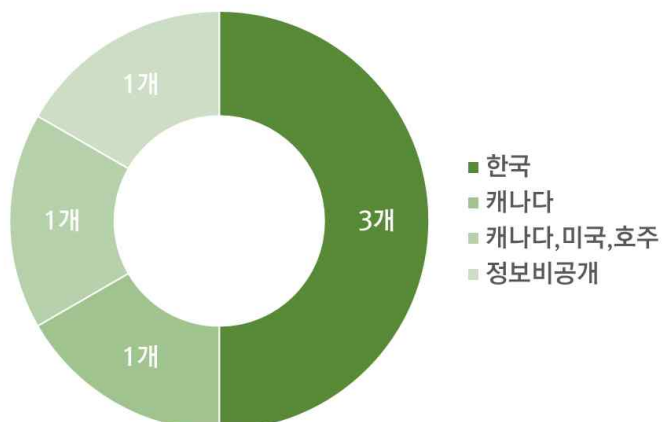


4) 주요 원료(콩) 원산지

▶ 경쟁제품 6개 중 3개, 한국산 콩으로 제조된 제품

사산누마 고로쇼텐의 제품의 경우 주요 원료인 콩의 원산지를 공개하고 있지 않아 원료 원산지 분석항목에서 제외함. 사산누마 고로쇼텐 제품을 제외한 5개 경쟁제품의 콩 원산지를 확인한 결과 5개 중 3개 제품의 원산지가 한국인 것으로 확인됨. 이외 각각 시가와 쇼우텐은 캐나다산 콩, B사는 미국, 캐나다, 호주산 콩을 원료로 사용함

[표 3.4] 미국 건조청국장 주요 원료(콩) 원산지 경쟁력 분석



2. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ 모든 경쟁기업 온라인 시장 진출

선정된 경쟁기업 3개사 모두 온라인 시장에 진출했으며, 주요 채널은 아마존 온라인 쇼핑몰인 것으로 확인됨. 경쟁기업 3개사 중 2개사는 오프라인 채널을 보유하고 있으며, 자연나라는 오프라인 채널로 한남 체인 슈퍼마켓, 가주마켓, 온라인 채널로는 프레쉬디렉트, 야미바이 등 타 경쟁기업 대비 가장 많은 판매 채널을 보유하고 있는 것으로 조사됨

[표 3.5] 미국 건조청국장 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인			온라인		
	한인마트	아시안 마트	슈퍼마켓	아마존	프레쉬 디렉트	야미바이
자연나라	○		○	○	○	○
D사		○		○		
사산누마 고로쇼텐				○		

2) 홍보 채널

▶ 경쟁기업 3개사 중 2개사, 자사 홈페이지 홍보채널로 활용

건조청국장 경쟁기업 3개사 중 2개사가 자사 홈페이지를 홍보 채널로 활용하고 있는 것으로 확인됨. 자연나라의 경우 3개사 중 유일하게 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용하고 있는 것으로 조사되었으며, 사산누마 고로쇼텐은 미국 내 홍보 채널을 별도로 보유하고 있지 않은 것으로 확인됨

[표 3.6] 미국 건조청국장 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS	
		페이스북	인스타그램
자연나라	○	○	○
D사	○		
사산누마 고로쇼텐			

3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업 3개사 중 2개사, ‘전통’ 강조하여 제품 홍보

경쟁기업 3개사 중 2개사는 ‘전통’이라는 단어를 사용하여 제품을 홍보하고 있으며, 한국 기업인 D사는 ‘식품 명인(Grand Master)’ 문구를 함께 사용하고 있음. 일본 기업인 사산누마 고로쇼텐은 제품의 효능 또는 특징을 강조하기 보다는 레드 리버 밸리 유에스 어워드(Red River Valley U.S Award)에서 수상한 경력을 강조하여 홍보하고 있는 것으로 확인됨

[표 3.7] 미국 건조청국장 홍보 문구 분석



VI. 부록

SUMMARY

* 미국 건조청국장 유사제품 정보

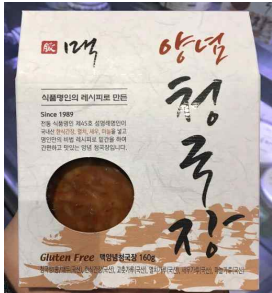


1. 미국 건조청국장 유사제품 정보

① 생청국장

	제품명	냄새없이 구수한 청국장
	제조사	E사
	원산지	한국
	제품 제형	생청국장
	가격	4달러
	용량	120g
	포장 재질	플라스틱
	포장 타입	파우치
	조사매장	한남 체인 슈퍼마트
주요 원료	대두 99%, 천일염 1%	

② 생청국장

	제품명	맥양념청국장
	제조사	C사
	원산지	한국
	제품 제형	생청국장
	가격	5달러
	용량	160g
	포장 재질	외부: 종이, 내부: 비닐
	포장 타입	외부: 상자, 내부: 랩
	조사매장	한남 체인 슈퍼마트
주요 원료	청국장, 한식 간장, 고춧가루, 멸치가루, 새우가루, 마늘가루	

③ 생낫토

	제품명	킨 노 쓰부(Kin No Tsubu)
	제조사	미즈칸(Mizkan Co. Ltd)
	원산지	일본
	제품 제형	생낫토
	가격	2달러
	용량	135g
	포장 재질	플라스틱
	포장 타입	트레이
	조사매장	한남 체인 슈퍼마트
주요 원료	콩(대두), 물	

④ 생낫토

	제품명	미토 노 아이지 나토 (Mito no Aji Natto)
	제조사	시라키쿠(Shirakiku)
	원산지	일본
	제품 제형	생낫토
	가격	7달러
	용량	136.5g
	포장 재질	플라스틱
	포장 타입	트레이
	조사매장	한남 체인 슈퍼마트
주요 원료	콩(대두)	

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 아마존(amazon)홈페이지 (www.amazon.com)
3. 에쓰디보이저(SD Voyager) (sdvoyager.com)
4. 자연나라 (www.jayonefoods.com)
5. 페이스북 (www.facebook.com)
6. 아울러(Owler) (www.owler.com)
7. 중소기업현황정보시스템 (sminfo.mss.go.kr)
8. 아리랑 유에쓰에이(Arirang U.S.A) (www.arirangusa.net)
9. 사산누마 고로쇼텐(式会社笹沼五郎商店) (www.tengunatto.jp)
10. 한양마트(Hanyang Mart)홈페이지 (www.hanyangmart.com)
11. 아리랑 슈퍼마켓(Arirang Supermarket)홈페이지 (www.arirangsupermart.com)

발행 겸 편집 : aT 한국농수산물유통공사
발행일자 : 2019.06.21

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

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right
Reserved. Printed in Korea

