

2019 년 해외시장 맞춤형조사



- No. 1906-26
- 품목 : 오메가-3 (Omega-3)
- 국가 : 미국 (USA)
- 구분 : 경쟁력분석형

Contents

I. Competitive Product (경쟁제품)

SUMMARY	4
1. 미국 오메가-3 경쟁제품 선정	6
2. 미국 오메가-3 경쟁제품 조사지표 선정	7
3. 미국 오메가-3 경쟁제품 포지셔닝	9
4. 미국 오메가-3 입점 매장 및 경쟁제품 정보	11

II. Competitor (경쟁기업)

SUMMARY	31
1. 미국 오메가-3 경쟁기업 포지셔닝	32
2. 미국 오메가-3 경쟁기업 현황	33
3. 미국 오메가-3 경쟁기업 분석	35

III. Buyer Interview (바이어 인터뷰)

SUMMARY	42
Interview ① 더 비타민 숍(The Vitamin shoppe)	43
Interview ② 지앤씨 리브 웰(GNC Live well)	45
Interview ③ 파마카(Pharmaca)	47
Interview ④ 윈드밀 헬스 프로덕트(WindMill Health Products)	49
Interview ⑤ 퓨리탄스 프라이드(Puritan's Pride)	51

IV. Competitiveness (경쟁력 파악)

SUMMARY	54
1. 제품 경쟁력 검증	55
2. 기업 마케팅 벤치마킹	58

*참고문헌	60
-------	----

I. Competitive Product

SUMMARY

1. 미국 오메가-3 경쟁제품 선정
2. 미국 오메가-3 경쟁제품 조사지표 선정
3. 미국 오메가-3 경쟁제품 포지셔닝
4. 미국 오메가-3 입점 매장 및 경쟁제품 정보

Competitive Product

(경쟁제품)

미국 (USA) 오메가-3 방문 매장 선정

방문 매장 선정
· 후보 : 품목별 방문 매장
· 선택 : 조사 희망 매장

구분	가공식품	신선식품	기능성	음료/주류	전통식품	유아식품	식자재
공통	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓
	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓	슈퍼마켓
	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점	할인점
	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점	백화점
선택 (품목)	한인마트	유기농 매장	드럭스토어	편의점	한인마트	유기농 매장	창고형 매장
	아시안마트	재래시장	OTC	달러스토어	아시안마트	영유아 매장	
			한인마트	자판기			
		유기농매장	리퀴드샵				

미국 (USA) 오메가-3 매장 조사

	월마트 (Walmart) (슈퍼마켓)	스프라우츠 파머스 마켓 (Sprouts Farmers Market) (유기농식품매장)	타겟 (Target) (슈퍼마켓)	
전경				
조사 제품	3개	1개	2개	
매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> 1962년 설립 미국 대표 슈퍼마켓 2019년 기준 4,769개 매장 운영 저렴한 가격이 주요 전략 	<ul style="list-style-type: none"> 1943년 설립 미국 아리조나에 본사 위치 총 300개 매장을 운영 유기농 제품을 전문적으로 판매 	<ul style="list-style-type: none"> 1962년 설립 2019년 기준 미국 내 1,853개 매장 운영하고 있음 미국 대표 슈퍼마켓인 월마트 대비 제품 가격이 높은 편 	
	홀푸드마켓 (Whole Foods Market) (유기농식품매장)	앨버트슨즈 (Albertson) (슈퍼마켓)	케이마트 (K Mart) (슈퍼마켓)	아마존 (Amazon) (온라인 쇼핑몰)
전경				
조사 제품	3개	3개	2개	1개
매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> 1980년 설립 유기농 식품을 전문적으로 판매 제품의 가격대가 높은 편 한국산 제품도 판매 	<ul style="list-style-type: none"> 1939년 설립 가공식품, 신선식품, 건강식품, 전자제품 등 다양한 제품 라인 보유 2018년 기준 2,269개 매장 운영 	<ul style="list-style-type: none"> 1899년 설립 경영실패로 2002년 파산신청 1994년 최고 2,323개 매장을 운영하였으나, 2018년 기준 202개의 매장을 운영 중 	<ul style="list-style-type: none"> 1994년 설립 미국 대표 전자상거래 플랫폼 2018년 미국 온라인 쇼핑몰 시장 점유율 1위 미국 외 브라질, 캐나다, 영국, 등에서 온라인 쇼핑몰 운영

Competitive Product

(경쟁제품)

(단위: 달러)

미국 (USA) 오메가-3 경쟁제품 선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준
· 오프라인 매장 입점 제품
· 온라인 매장 입점 제품

경쟁제품 분류 기준
· 제조업체 국적 및 생산지
· 경쟁제품 소비자가격
· 경쟁제품 종류

경쟁제품 포지셔닝 기준
· X축 : 경쟁제품 판매 매장
· Y축 : 소비자가격(달러/60캡슐 당)



미국 (USA) 오메가-3 경쟁제품 분석

구분	경쟁제품(경쟁기업)	가격 (총합) ¹⁾	가격 (60캡슐 당)	오메가3 함유량 (mg)	제품 종류	포장 형태	인증
미국 브랜드, 미국 또는 글로벌 생산	①플렉시드오일(월마트)	4.9달러(5,940원)	2.9달러(3,515원)	450	식물성	플라스틱용기	유전자변형 없는 제품(Non-GMO)
	②블랙커민시드오일(월마트)	7.9달러(9,576원)	7.9달러(9,576원)	5	식물성	플라스틱용기	(-)
	③키즈오메가-3구미(월마트)	8.9달러(10,789원)	5.9달러(7,152원)	47	동물성	플라스틱용기	(-)
미국 브랜드, 미국 생산	④아하플라워오일(자로우포물라)	20달러(24,244원)	20달러(24,244원)	443	식물성	플라스틱용기	비건식품
	⑤트리플오메가(네이처메이드)	24.9달러(30,184원)	10달러(12,122원)	434	식물성, 동물성	플라스틱용기	(-)
	⑥플렉시드오일(네이처메이드)	11.5달러(13,940원)	6.8달러(8,242원)	700	식물성	플라스틱용기	유기농인증(USDA)
	⑦오메가-3플랜트(네이처스웨이)	40달러(48,488원)	80달러(96,976원)	500	식물성	플라스틱용기	비스페놀A프리(BPA Free)
	⑧플렉시드오일(홀푸드마켓)	11.9달러(14,425원)	4달러(4,849원)	500	식물성	플라스틱용기	GMP
	⑨에인션트오메가(에인션트뉴트리션)	36달러(43,639원)	24달러(29,093원)	1000	식물성, 동물성	플라스틱용기	(-)
	⑩플렉시드오일(베릴리빙브랜드)	9달러(10,910원)	3달러(3,637원)	500	식물성	플라스틱용기	품질 보증 인증
	⑪피쉬오일(베릴리빙브랜드)	16달러(19,395원)	5.3달러(6,425원)	720	동물성	플라스틱용기	수산물인증(MSC)
	⑫플렉시드오일(네이처스트루스)	13달러(15,759원)	8.7달러(10,546원)	400	식물성	플라스틱용기	유전자변형 없는 제품(Non-GMO)
	⑬크릴오일(카르디날헬스)	7.5달러(9,092원)	15달러(18,183원)	90	동물성	플라스틱용기	(-)
	⑭오메가-3(처치&드와이트)	15달러(18,183원)	7.5달러(9,092원)	100	동물성	플라스틱용기	(-)
	⑮오메가-3 피쉬오일(알레스카오메가)	36.1달러(43,760원)	12달러(14,546원)	1,037	동물성	플라스틱용기	GMP, 글루텐 무첨가, 수산물인증(MSC)

(*) 현지 판매 오메가-3 경쟁제품 15개 분석

1) 1달러= 1,212.20원(2019.08.19.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

1. 미국 오메가-3 경쟁제품 선정

▶ 선정 기준 ① 수입산 혹은 미국 현지산 오메가-3 경쟁제품

- 수입산 제품 : 미국 외 국가에서 수입되는 오메가-3 경쟁제품 선정
- 현지산 제품 : 미국에서 생산되는 오메가-3 경쟁제품 선정

▶ 선정 기준 ② 오프라인 및 온라인 매장 입점 확인 제품

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 제품 선정

(*) 6개 채널 : 월마트(Walmart), 스프라우츠 파머스 마켓(Sprouts Farmers Market), 타겟(Target), 홀푸드마켓(Whole Foods Markets), 앨버트슨즈(Albertson), 케이마트 (K Mart)

- 온라인 쇼핑몰에서 판매되고 있는 제품 선정

(*) 5개 채널 : 아마존(Amazon), 코스트코(Costco), 이베이(Ebay), 인스타카트(Instacart), 월마트(Walmart)

▶ 선정 기준 ③ 대기업 및 중견기업 생산 제품

- 대기업 제품 : 자산 5조원 이상
- 중견기업 제품 : 직원 1,000명 또는 자산 5,000억 원 또는 자본금 1,000억 원 또는 매출액 1,000억 원 이상 기업
- 중소기업 제품 : 매출액 1,000억 원 이하

[표 1.1] 미국 오메가-3 경쟁제품 선정

경쟁제품명(제조업체명)	수입 여부		유형별 매장 입점 여부		경쟁기업 규모		
	수입산	현지산	오프라인	온라인	대기업	중견기업	중소기업
①플렉시드오일(월마트)	○ (중국)	○ (미국)	○ (월마트)	○ (월마트, 아마존 등)	○ (자산)		
②블랙커민시드오일(월마트)	○ (영국 등)	○ (미국)	○ (월마트)	○ (월마트, 아마존 등)	○ (자산)		
③키즈오메가-3구미(월마트)	○ (캐나다)		○ (월마트)	○ (월마트, 아마존 등)	○ (자산)		
④아히플라워오일(자로우포물라)		○ (미국)	○ (스프라우츠)	○ (월마트, 아마존 등)			
⑤트리플오메가(네이처메이드)		○ (미국)	○ (타겟)	○ (아마존, 코스트코 등)			
⑥플렉시드오일(네이처메이드)		○ (미국)	○ (타겟)	○ (아마존, 코스트코 등)			
⑦오메가-3플렌트(네이처스웨이)		○ (미국)	○ (홀푸드)	○ (아마존, 이베이 등)		○ (자산)	
⑧플렉시드오일(홀푸드마켓)		○ (미국)	○ (홀푸드)	○ (아마존, 이베이 등)	○ (자산)		
⑨에인션트오메가(에인션트뉴트리션)		○ (미국)	○ (홀푸드)	○ (이베이)			○ (매출액)
⑩플렉시드오일(베릴리빙브랜드)		○ (미국)	○ (앨버트슨즈)	○ (인스타카트)			○ (매출액)
⑪피쉬오일(베릴리빙브랜드)		○ (미국)	○ (앨버트슨즈)	○ (인스타카트)			○ (매출액)
⑫플렉시드오일(네이처스트루스)		○ (미국)	○ (앨버트슨즈)	○ (월마트, 아마존 등)		○ (자산)	
⑬크릴오일(카르디날헬스)		○ (미국)	○ (케이마트)	○ (아마존)			
⑭오메가-3(처치&드와이트)		○ (미국)	○ (케이마트)				
⑮오메가-3 피쉬오일(알레스카오메가)		○ (미국)		○ (아마존)			

(*) 현지 판매 오메가-3 경쟁제품 15개 분석

2. 미국 오메가-3 경쟁제품 조사지표 선정

경쟁제품 종류



▲식물(아마)을 원료로 사용한 식물성 오메가-3 제품 예시



▲동물(명태)을 원료로 사용한 동물성 오메가-3 제품 예시



▲식물(치아씨드)과 동물(참치)을 원료로 사용한 식물성동물성 오메가-3 제품 예시

사진자료: 현지조사 자료

▶ 조사 지표 ① 소비자 판매 가격

- 오프라인 및 온라인 채널에서 판매되는 경쟁제품의 총합 소비자 판매 가격
- 오프라인 및 온라인 채널에서 판매되는 경쟁제품 (60캡슐²⁾ 당 판매 가격

▶ 조사 지표 ② 제품 구성

- 경쟁제품 캡슐 또는 젤리 총 개수

▶ 조사 지표 ③ 제품 타입

- 경쟁제품 타입은 연질캡슐 또는 젤리로 구분됨
 - 연질캡슐: 부드러운 성질 또는 연한 성질의 투명한 캡슐을 가리킴
 - 젤리: 젤라틴 등의 교질분을 재료로 응고시킨 식품

▶ 조사 지표 ④ 제품 종류

- 오메가-3 경쟁제품은 식물성, 동물성, 식물성동물성 오메가-3로 구분됨
 - 식물성 오메가-3: 식물을 원료로 사용하여 만든 오메가-3 제품
 - 동물성 오메가-3: 생선 등 동물 원료로 사용하여 만든 오메가-3 제품
 - 식물성동물성 오메가-3: 식물과 동물 원료를 혼합하여 만든 제품

▶ 조사 지표 ⑤ 오메가-3 함유량(mg)

- 캡슐 또는 젤리 1정/개에 함유된 오메가-3 양(mg)

▶ 조사 지표 ⑥ 포장 형태

- 오메가-3 경쟁제품을 포장하고 있는 포장 용기의 재질과 형태를 조사

▶ 조사 지표 ⑦ 주요 첨가물

- 오메가-3 경쟁제품을 만들 때 사용된 첨가물

▶ 조사 지표 ⑧ 인증

- 라벨에 부착된 식품 인증
 - 유기농 인증(USDA Organic)³⁾: 미농무부 유기농 인증기관에서 발급한 유기농 식품 인증
 - 유전자변형 없는 제품 인증(Non-GMO)⁴⁾: 논지엠오(Non-GMO) 프로젝트 표준 규격에 맞춰 제품을 제조하였음을 나타내는 인증
 - 품질 보증 인증: 미농무부 유기농 인증기관에서 발급한 유기농 제품 품질 보증 인증
 - 비건식품 인증: 동물 유래 원재료를 사용하지 않았음을 나타내는 인증
 - 비스테놀A프리(BPA Free): 비스페놀A(성분⁵⁾)이 함유되지 않은 제품
 - 수산물인증: 세계해양관리위원회(MSC)가 발급한 지속가능한 수산물공급 인증

2) A사 제품 용량 60캡슐을 기준으로 가격을 비교함

3) 자료: 유에스디에이 홈페이지 (www.usda.gov)

인증 종류



▶비건식품 인증



▲유기농 인증(USDA Organic)



▲유전자변형 없는 제품 인증 (Non-GMO)



▲비스페놀A프리(BPA Free)



▲품질 보증 인증



▲수산물인증

사진자료: 유에스디에이 홈페이지,
 논지엠프로젝트 홈페이지, ,
 품질보증인터네셔널 홈페이지,
 세계해양관리위원회 홈페이지,
 비건식품인증원 홈페이지 등

[표 1.2] 미국 오메가-3 경쟁제품 조사 지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	60캡슐 당 판매 가격	60캡슐 당 판매 가격
제품 구성	개수	캡슐 또는 젤리 개수
제품 타입	연질캡슐	부드러운 성질 또는 연한 성질의 투명한 캡슐
	젤리	젤라틴 등의 교질분을 재료로 응고시킨 식품
제품 종류	식물성 오메가-3	식물을 원료로 만든 오메가-3 제품
	동물성 오메가-3	동물(생선)을 원료로 사용한 제품
	식물성동물성 오메가-3	식물과 동물을 원료로 사용한 제품
오메가-3 함유량	함유량	캡슐 또는 젤리 1정/개에 함유된 오메가 3 양(mg)
포장 형태	플라스틱 용기	경쟁제품이 포장된 용기 재질 및 형태
주요 첨가물	첨가물	경쟁제품 제조에 사용된 첨가물
인증	인증	식품 인증

4) 자료: 논지엠프로젝트 홈페이지 (www.nongmoproject.org)

5) 비스페놀A성분은 보통 합성수지 플라스틱으로 만드는 컵이나 용기에서 발생하는 환경호르몬임

3. 미국 오메가-3 경쟁제품 포지셔닝

▶ 포지셔닝 ① 경쟁제품 브랜드 국적 및 생산지별 가격 비교

현자산 제품 대비 수입산 제품, 약 2.9배 낮은 가격으로 책정됨

오메가-3 경쟁제품의 브랜드 국적과 생산지를 조사한 결과, 경쟁제품 15개는 모두 미국 브랜드 제품이며, 그중 12개 제품은 미국에서 생산됨. 나머지 3개 제품은 모두 월마트(Walmart)사 브랜드인 스프링벨리(Spring Bally) 제품으로 미국 또는 중국, 영국, 이스라엘, 캐나다에서 생산된 것으로 조사됨. 이에 미국에서 생산된 제품 현자산 제품과 수입산 제품의 가격을 비교해 본 결과, 현자산 제품 12개의 60캡슐 당 가격은 16.4달러(19,880원)이며, 수입산 제품의 가격은 5.7달러(6,910원)로 수입산 제품이 현자산 제품보다 약 2.9배 낮은 가격으로 책정되어 있음

▶ 포지셔닝 ② 경쟁제품 종류별 가격 비교

식물성·동물성 혼합 오메가-3 제품 가격이 가장 높음

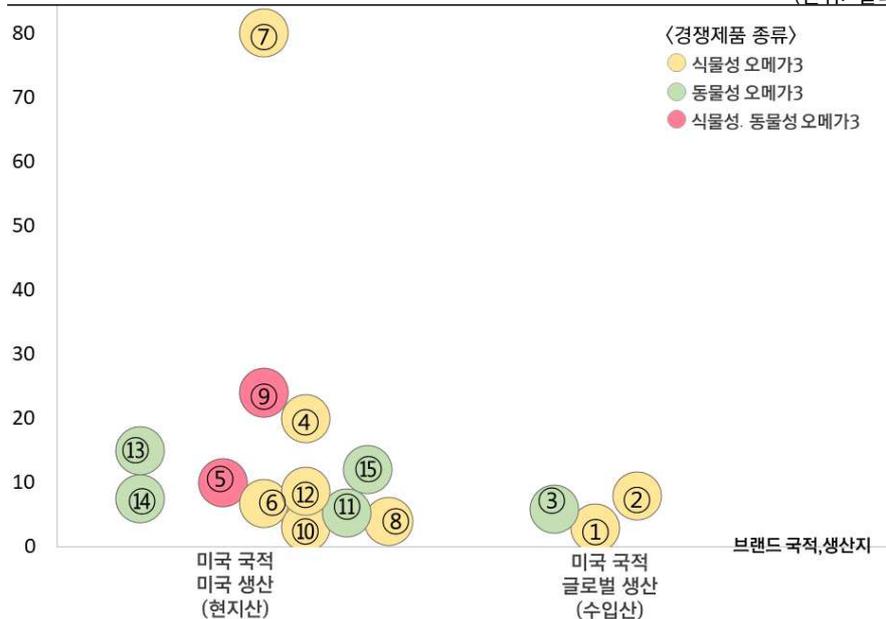
미국 오프라인 및 온라인 매장에서 판매되고 있는 경쟁제품은 식물성 오메가-3, 동물성 오메가-3, 식물성·동물성 혼합 오메가-3로 구분됨. 경쟁제품 15개 중 8개는 식물을 원료로 사용하여 만든 식물성 오메가-3 제품으로 60캡슐 당 평균 16.7달러(20,244원)에 판매되고 있음. 반면 동물(생선)을 원료로 사용하여 만든 동물성 오메가-3 제품 5개의 60캡슐 당 평균 가격은 9.1달러(11,031원)이며, 식물과 동물을 원료로 사용한 식물성·동물성 혼합 오메가-3 제품 2개의 60캡슐 당 평균 가격은 17달러(20,607원)임. 경쟁제품 종류 중 식물성·동물성 혼합 오메가-3 제품의 평균 가격이 가장 높게 책정되어 있으며, 동물성 오메가-3 제품이 가장 낮은 가격으로 책정되어 있음

경쟁제품(경쟁기업)

- ①플렉시드오일(월마트)
- ②블랙커민시드오일(월마트)
- ③키즈오메가-3구미(월마트)
- ④아히플라워오일(자로우포물라)
- ⑤트리플오메가(네이처메이드)
- ⑥플렉시드오일(네이처메이드)
- ⑦오메가-3플랜트
(네이처스웨이)
- ⑧플렉시드오일(홀푸드마켓)
- ⑨에인션트오메가
(에인션트뉴트리션)
- ⑩플렉시드오일(베릴리빙브랜드)
- ⑪피쉬오일(베릴리빙브랜드)
- ⑫플렉시드오일(네이처스트루스)
- ⑬크릴오일(카르디날헬스)
- ⑭오메가-3(처치&드와이트)
- ⑮오메가-3 피쉬오일
(일레스카오메가)

[표 1.3] 미국 오메가-3 경쟁제품 시장 포지셔닝

(단위: 달러)



자료 : 미국 오메가-3 경쟁제품 15개 제품 분석 결과

[표 1.4] 미국 오메가-3 경쟁제품 조사 정보

경쟁제품 (제조업체)	가격 (총합)	가격 (60캡슐 당)	제품 종류	브랜드 국적	생산지	오메가-3 함유량 (mg)	제품 구성 (개수)	인증 보유 여부
▶ 조사 매장 ① 스프라우츠 파머스 마켓(Sprouts Farmers Market)								
①플렉시드오일 (월마트)	4.9달러 (5,940원)	2.9달러 (3,515원)	식물성	미국	미국, 중국	450	100	○
②블랙커민시드오일 (월마트)	7.9달러 (9,576원)	7.9달러 (9,576원)	식물성	미국	미국, 영국, 이스라엘	5	60	×
③키즈오메가-3구미 (월마트)	8.9달러 (10,789원)	5.9달러 (7,152원)	동물성	미국	캐나다	47	90	×
▶ 조사 매장 ② 스프라우츠 파머스 마켓(Sprouts Farmers Market)								
④아히플라워오일 (자로우포들라)	20달러 (24,244원)	20달러 (24,244원)	식물성	미국	미국	443	60	○
▶ 조사 매장 ③ 타겟(Target)								
⑤트리플오메가 (네이처메이드)	24.9달러 (30,184원)	10달러 (12,122원)	식물성 ·동물성	미국	미국	434	150	×
⑥플렉시드오일 (네이처메이드)	11.5달러 (13,940원)	6.8달러 (8,243원)	식물성	미국	미국	700	100	○
▶ 조사 매장 ④ 홀푸드마켓(Whole Foods Markets)								
⑦오메가-3플랜트 (네이처스웨이)	40달러 (48,488원)	80달러 (96,976원)	식물성	미국	미국	500	30	○
⑧플렉시드오일 (홀푸드마켓)	11.9달러 (14,425원)	4달러 (4,849원)	식물성	미국	미국	500	180	○
⑨에인션트오메가 (에인션트뉴트리션)	36달러 (43,639원)	24달러 (29,093원)	식물성 ·동물성	미국	미국	1000	90	×
▶ 조사 매장 ⑤ 앨버트슨즈(Albertson)								
⑩플렉시드오일 (베릴리빙브랜드)	9달러 (10,910원)	3달러 (3,637원)	식물성	미국	미국	500	180	○
⑪피쉬오일 (베릴리빙브랜드)	16달러 (19,395원)	5.3달러 (6,425원)	동물성	미국	미국	720	180	○
⑫플렉시드오일 (네이처스트루스)	13달러 (15,759원)	8.7달러 (10,546원)	식물성	미국	미국	400	90	○
▶ 조사 매장 ⑥ 케이마트(K Mart)								
⑬크릴오일 (카르디날헬스)	7.5달러 (9,092원)	15달러 (18,183원)	동물성	미국	미국	90	30	×
⑭오메가-3 (처치&드와이트)	15달러 (18,183원)	7.5달러 (9,092원)	동물성	미국	미국	100	120	×
▶ 조사 매장 ⑦ 아마존(Amazon)								
⑮오메가-3 피쉬오일 (알레스카오메가)	36.1달러 (43,760원)	12달러 (14,546원)	동물성	미국	미국	1,037	180	○

자료 : 미국 오메가-3 경쟁제품 15개 제품 분석 결과

4. 미국 오메가-3 입점 매장 및 경쟁제품 정보

▶ 미국 서부 캘리포니아주 오렌지 카운티와 롱비치, 방문지역으로 선정

미국 서부 캘리포니아 주에 위치한 오렌지 카운티(또는 오렌지 군)(Orange County)와 롱비치(Long Beach)를 방문 지역으로 선정함. 오렌지 카운티는 캘리포니아 주에 위치한 군 중에서 로스앤젤레스(Los Angeles)와 샌디에고(San Diego) 다음으로 인구수가 많은 지역이며, 다양한 테마파크와 리조트 등이 위치하여 관광객의 방문이 많은 지역임⁶⁾. 오렌지 카운티의 부에나파크(Buena Park) 지역은 한인들의 상권이 발달된 도시로, 다양한 업종의 한인 소매상권이 형성되어 있음.⁷⁾ 롱비치는 캘리포니아 주 로스앤젤레스의 주요 도시 중 하나로, 항구도시 및 휴양도시로 알려져 있음⁸⁾

▶ 미국 슈퍼마켓과 유기농매장 방문, 경쟁제품 14개 선정

미국 캘리포니아 주 오렌지 카운티(군) 또는 롱비치에 위치한 슈퍼마켓 중 2018년 미국 오프라인 매장 점유율이 10.5%로 1위인 월마트(Walmart)와 2.2%로 3위인 타겟(Target), 이외 앨버트슨즈(Albertson), 케이마트(K Mart)를 방문하여 오메가-3 경쟁제품 10개를 선정하였음. 슈퍼마켓 외 유기농 식품을 전문적으로 취급하고 있는 스프라우츠 파머스 마켓(Sprouts Farmers Market)과 홀푸드마켓(Whole Foods Market)을 방문하여 경쟁제품 4개를 추가 선정함

▶ 미국 대표 온라인 쇼핑몰, 경쟁제품 1개 추가 선정

2018년 미국 온라인 쇼핑몰 시장 점유율이 37.0%⁹⁾로 1위인 아마존(Amazon) 전자상거래 플랫폼에서 오메가-3 경쟁제품 1개를 추가로 선정함. 조사일¹⁰⁾ 기준 오메가-3 경쟁제품 중 소비자 고객만족도가 높은 알레스카오메가(Alesk Omega)사의 오메가-3 피쉬오일(Omega-3 Fish Oil) 제품을 대표 경쟁제품으로 선정함

6) 자료: 캘리포니아드림빅(California Dream big) 홈페이지 (www.visitcalifornia.com), 오렌지 카운티(ocgov.com) 홈페이지 (www.ocgov.com)

7) 자료: 코리아데일리(Koreadaily) 홈페이지 (koreadaily.com)

8) 자료: 롱비치시티오디터(Long beach city auditor) 홈페이지 (www.cityauditorlauradoud.com)

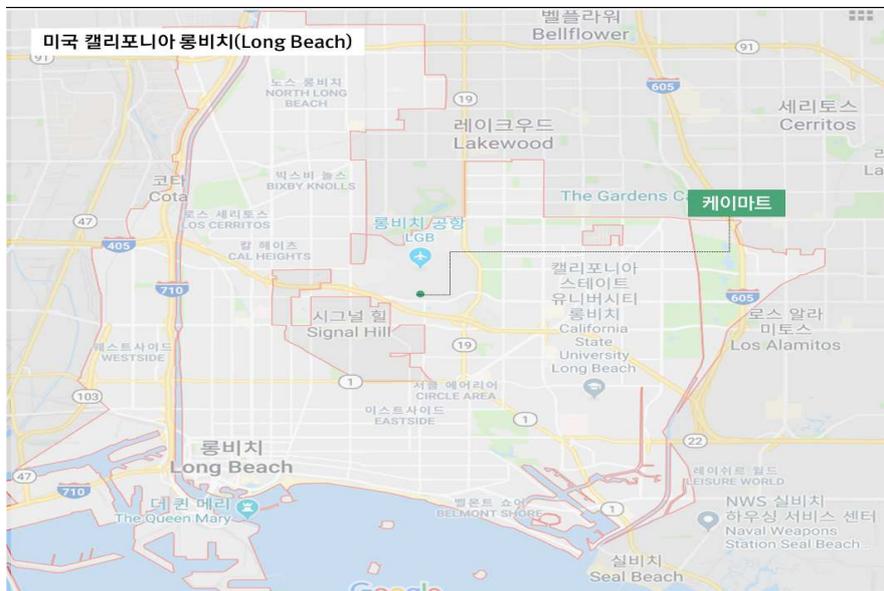
9) 자료: 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (www.portal.euromonitor.com)

10) 2019년 8월 20일

캘리포니아
롱비치
(Long Beach, CA)

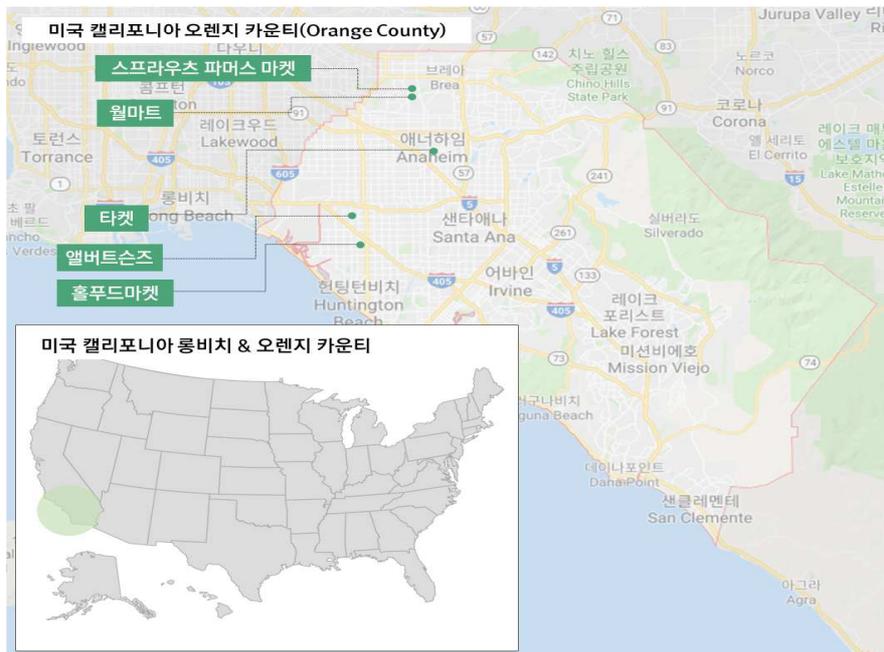
인구('17) ¹¹⁾	46만 2,257명
성 비율 ¹²⁾	0.968 : 1.00 (남성 : 여성)
면적 ¹³⁾	130.29 제곱킬로미터

[표 1.5] 방문 매장 및 지역 특징



캘리포니아
오렌지 카운티
(Orange County, CA)

인구('17) ¹⁴⁾	319만
성 비율 ¹⁵⁾	0.98 : 1.00 (남성 : 여성)
면적 ¹⁶⁾	2,455.51 제곱킬로미터



자료 : Google Map

11) 자료: 미국 인구조사국 홈페이지 (www.census.gov)
 12) 자료: 서버번스테츠(Suburban Stats) 홈페이지 (suburbanstats.org)
 13) 자료: 월드파퐁레이션리뷰(World population review) 홈페이지 (worldpopulationreview.com)
 14) 자료: 미국 인구조사국 홈페이지 (www.census.gov)
 15) 자료: 스테이트101(States101) 홈페이지(www.states101.com)
 16) 자료: 월드아틀라스(World Atlas) 홈페이지 (www.worldatlas.com)

Shop ① 월마트(Walmart)

매장 정보

- 유형 : 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징 :
전자기기부터 식품까지 다양한 품목의 브랜드 제품 취급. 가격대가 저렴한 편 한국 제품도 판매하고 있음
- 주변 환경:
매장 주변에 아파트, 초등학교, 고등학교가 위치. 다양한 슈퍼마켓, 쇼핑센터, 음식점이 위치하고 있음

<p>브랜드 기본 정보</p>	 <p>1962년 잡화점으로 시작한 월마트는 미국 식료품 판매의 19%를 장악한 글로벌 유통 기업임. 2019년 기준 미국 전역에 4,769개의 매장을 보유하고 있으며, 캘리포니아에서 가장 많이 발견할 수 있는 유통 마트임. 다른 유통 매장에 비해 가격이 높지 않음</p>
<p>매장 정보</p>	<p style="text-align: center;">조사 제품 : 3개</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p style="text-align: center;">도시(지역) 오렌지 카운티(Orange County)</p> <p style="text-align: center;">위치</p> <p style="text-align: center;">상세주소 440 Euclid street, Anaheim, CA 92801</p>
<p>매장 내부 전경</p>	<p style="text-align: center;">매장 내부 전경</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>
<p>오메가-3 판매 정보</p>	<p style="text-align: center;">오메가-3 판매 제품 정보</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">    </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <p>플랙시드오일 (월마트)</p> <p>블랙커민시드오일 (월마트)</p> <p>키즈오메가-3구미 (월마트)</p> </div>

사진자료: 미국 현지 조사원 자료, 월마트(Walmart) 홈페이지



제품명	플랙시드오일 (Flaxseedoil)	제품 구성(용량)	100캡슐
제조사	월마트(Walmart)	제품 타입	연질캡슐
원산지	중국, 미국	제품 종류	식물성 오메가-3
가격	4.9달러(5,940원)	오일 종류	아마씨오일
포장 형태	플라스틱 용기(반투명)	오메가-3 함유량(mg) ¹⁷⁾	450mg
인증	유전자변형 없는 제품 인증(Non-GMO)		
첨가물	유기농 아마씨오일, 히드록시프로필전분, 글리세린, 카라기난, 정제수		
홍보 문구	심장혈관 질환에 도움, 글루텐, 이스트, 밀, 우유, 락토스, 설탕, 인공보존제, 인공색소, 인공향료, 향, 벤조산염, 콜타르 염료 무첨가, 나트륨(최대 5mg 첨가됨)		



제품명	블랙커민시드오일 (BlackCuminSeedOil)	제품 구성(용량)	60캡슐
제조사	월마트(Walmart)	제품 타입	연질캡슐
원산지	미국, 영국, 이스라엘, 터키	제품 종류	식물성 오메가-3
가격	7.9달러(9,576원)	오일 종류	블랙커민시드오일
포장 형태	플라스틱 용기(반투명)	오메가-3 함유량(mg)	5mg(5mg이하)
첨가물	유기농 블랙커민시드오일, 젤라틴, 글리세린, 캐러멜색소		
홍보 문구	항산화에 도움, 글루텐, 이스트, 밀, 우유, 락토스, 설탕, 보존제, 인공향료, 콩 무첨가, 나트륨(최대 5mg 첨가됨)		



제품명	키즈오메가-3구미 (Kids Omega-3 Gummy)	제품 구성(용량)	90개
제조사	월마트(Walmart)	제품 타입	젤리
원산지	캐나다	제품 종류	동물성 오메가-3
가격	8.9달러(10,789원)	오일 종류	생선기름(참치)
포장 형태	플라스틱 용기(투명)	오메가-3 함유량(mg)	47mg
첨가물	생선기름(참치), 유기농 타피오카 시럽, 사탕수수당, 젤라틴, 펙틴, 구연산, 색소, 코코너오일		
홍보 문구	심장에 좋음, 글루텐, 이스트, 밀, 우유, 달걀, 인공향료, 보존제, 인공감미료, 콘시럽 무첨가		

17) 캡슐 1알 또는 젤리 1개 당 함유된 오메가-3의 용량

Shop ② 스프라우츠 파머스 마켓(Sprouts Farmers Market)

매장 정보

- 유형 : 유기농식품매장
- 판매 제품 특징 :
유기농 식품 주로 판매
비타민, 약 취급
한국 제품 취급
- 주요 소비층 :
유기농 제품 소비자

브랜드 기본 정보



1943년에 설립된 유기농식품매장임. 본사는 미국 아리조나에 위치하고 있으며, 총 300개 매장을 보유하고 있음. 건강과 웰빙 트렌드에 맞춘 신선 식품을 비롯해 건강식품 등 다양한 상품을 판매하는 슈퍼마켓 체인점. Health와 Wellness를 강조하며, 유기농 마켓으로 유명함. 유기농 식료품, 유기농 과자 등 유기농 제품을 주로 판매하며, 다양한 비타민, 약을 함께 취급함¹⁸⁾

조사 제품 : 1개

매장 정보



도시(지역)

오렌지 카운티(Orange County)

위치

상세주소

1447 S Harbor Blvd #D,
FULLERTON, CA 92832

매장 내부 전경



식혜 판매 제품 정보

식혜 판매 정보



아히플라워오일
(자로우포물라)

사진자료: 미국 현지 조사원 자료, 스프라우츠 파머스 마켓(Sprouts Farmers Market) 홈페이지

18) 자료: 스프라우츠 파머스 마켓(Sprouts Farmers Market) 홈페이지 (www.sprouts.com)



제품명	아히플라워오일 (Ahiflower Oil)	제품 구성(용량)	60캡슐
제조사	자로우포물라 (Jarrow Formulas)	제품 타입	연질캡슐
원산지	미국	제품 종류	식물성 오메가-3
가격	20달러(24,244원)	오일 종류	아히플라워오일
포장 형태	플라스틱 용기(불투명)	오메가-3 함유량(mg)	443mg
인증	비건식품	권장 섭취량	1일 3캡슐
첨가물	아히플라워오일, 카라기난, 글리세린, 정제수		
홍보 문구	채식주의자에게 적합한 제품, 유전자변형 없는 제품, 밀, 글루텐, 콩, 달걀, 생선, 땅콩 무첨가		

Shop ③ 타겟(Target)

매장 정보

- 유형 : 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징 : 월마트 대비 가격대가 높은 편
- 주변 환경 : 아파트, 타운하우스 등 거주 지역
주변에 공원, 학교가 있음
쇼핑 센터, 대형 슈퍼마켓, 편의점 등 상권이 발달함

브랜드 기본 정보	 <p>1962년 미네소타주에 설립됨. 본사는 미네소타 주 미니애폴리스에 있으며, 1,853개 매장 매장이 있음 (2019년 기준). 월마트와 비교하면 가격이 조금 높지만, 고급스럽고 깔끔한 이미지를 가지고 있음</p>	
	매장 보유 오메가-3 제품 수 : 2개	
매장 정보	 	
	도시(지역) 위치 상세주소	오렌지 카운티(Orange County) 200 W ORANGETHORPE AVE, FULLERTON, CA 92832
매장 내부 전경	매장 내부 전경  	
오메가-3 판매 정보	오메가-3 판매 제품 정보	
	 <p>트리플오메가 (네이처메이드)</p>	 <p>플랙시드오일 (네이처메이드)</p>

사진자료: 미국 현지 조사원 자료, 타겟(Target) 홈페이지



제품명	트리플오메가 (TripleOmega)	제품 구성(용량)	150캡슐
제조사	네이처메이드(Nature Made)	제품 타입	연질캡슐
원산지	미국	제품 종류	동물성, 식물성 오메가-3
가격	24.9달러(30,184원)	오메가-3 함유량(mg)	434mg
포장 형태	플라스틱 용기(반투명)	권장 섭취량	1일 3캡슐
오일 종류	생선기름, 아마씨오일, 홍화오일, 올리브오일		
첨가물	생선기름농축액, 아미노산, 홍화오일, 젤라틴, 올리브오일, 글리세린, 물, 디-알파토코페롤, 콩기름		
홍보 문구	색소, 인공향료, 글루텐 무첨가		



제품명	플렉시드오일 (Flaxseedoil)	제품 구성(용량)	100캡슐
제조사	네이처메이드(Nature Made)	제품 종류	연질캡슐
원산지	미국	제품 타입	식물성 오메가-3
가격	11.5달러(13,940원)	제품 종류	아마씨오일
포장 형태	플라스틱 용기(반투명)	오메가-3 함유량(mg)	700mg
인증	유기농인증(USDA)		
주요 첨가물	유기농 아마씨오일, 젤라틴, 글리세린, 물		
홍보 문구	추천제품 1위, 색소, 인공향료, 보존제, 이스트, 녹말가루, 글루텐 무첨가		

Shop ④ 홀푸드마켓(WHOLE FOODS MARKET)

<p>매장 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> · 유형 : 유기농식품매장 · 판매 제품 특징 : 유기농 식품 전문 판매점 · 주요 소비층 : 주변 아파트 단지 거주민 	<p>브랜드 기본 정보</p>	 <p>브레아(BREA)지역에 위치한 홀푸드마켓은 주변에 깔끔한 아파트 단지가 있음. 인공 첨가제가 포함되지 않은 유기농 식품을 전문적으로 판매하며 한국 제품도 취급함. 유기농 제품 전문 판매점으로 다른 마트에 비해 가격대가 높고, 백인 고객이 상대적으로 많음</p>
<p>매장 정보</p>	<p>매장 보유 오메가-3 제품 수 : 3개</p>	
<p>매장 정보</p>		
<p>매장 정보</p>	<p>도시(지역)</p>	<p>오렌지 카운티(Orange County)</p>
<p>매장 정보</p>	<p>위치</p>	<p>3301 E IMPERIAL HWY,</p>
<p>매장 정보</p>	<p>상세주소</p>	<p>BREA, CA 92823</p>
<p>매장 내부 전경</p>	<p>매장 내부 전경</p>	
<p>매장 내부 전경</p>		
<p>오메가-3 판매 정보</p>	<p>오메가-3 판매 제품 정보</p>	
<p>오메가-3 판매 정보</p>		
<p>오메가-3 판매 정보</p>	<p>오메가-3플랜트 (네이처스웨이)</p>	<p>플랙시드오일 (홀푸드마켓)</p>
<p>오메가-3 판매 정보</p>	<p>오메가-3플랜트 (네이처스웨이)</p>	 <p>에인션트오메가 (에인션트뉴트리션)</p>

사진자료: 미국 현지 조사원 자료



제품명	오메가-3플랜트 (Omega-3Plant)	제품 구성(용량)	30캡슐
제조사	네이처스웨이 (Nature's Way)	제품 타입	연질캡슐
원산지	미국	제품 종류	식물성 오메가-3
가격	40달러(48,488원)	오일 종류	해초오일, 해바라기씨오일
포장 형태	플라스틱 용기(불투명)	오메가-3 함유량(mg)	500mg
인증	비스페놀A프리(BPA Free)	권장 섭취량	1일 1캡슐
첨가물	해초오일, 옥수수전분, 글리세린, 카라기난, 정제수, 해바라기씨오일, 자연향료		



제품명	플랙시드오일 (Flaxseedoil)	제품 구성(용량)	180캡슐
제조사	홀푸드마켓 (Whole Foods Market)	제품 타입	연질캡슐
원산지	미국	제품 종류	식물성 오메가-3
가격	11.9달러(14,425원)	오일 종류	아마씨오일
포장 형태	플라스틱 용기(불투명)	오메가-3 함유량(mg)	500mg
인증	GMP	권장 섭취량	1일 1-3캡슐
첨가물	아마씨오일, 글루텐, 글리세린, 캐러멜색소, 정제수		
홍보 문구	인공색소, 인공향료, 보존제 무첨가		



제품명	에인션트오메가 (AncientOmegas)	제품 구성(용량)	90캡슐
제조사	에인션트뉴트리션 (Ancient Nutrition, LLC)	제품 타입	연질캡슐
원산지	미국	제품 종류	동물성, 식물성 오메가-3
가격	36달러(43,639원)	오메가-3 함유량(mg)	1,000mg
포장 형태	플라스틱 용기(불투명)	권장 섭취량	1일 3캡슐
오일 종류	참치오일, 치아시드오일, 호키생선 간 오일, 유기농 레몬오일, 유기농 후추오일		
첨가물	참치오일, 치아시드오일, 호키생선 간 오일, 유기농 레몬오일, 유기농 후추오일		
권장 섭취량	1일 3캡슐		

Shop ⑤ 앨버트슨즈(Albertson)

매장 정보

- 유형 : 슈퍼마켓
- 매장 특징 :
2018년 기준, 미국 내 2,269개 매장 운영

브랜드 기본 정보



1939년에 설립되었으며 전자기기부터 식품까지 여러 제품을 판매하는 대형 유통 매장임. 2018년 기준으로 미국 내 2,269개 매장과 약 267,000명의 직원을 보유함¹⁹⁾²⁰⁾

매장 보유 오메가-3 제품 수 : 3개

매장 정보



도시(지역)

오렌지 카운티(Orange County)

위치

상세주소

6755 WESTMINSTER BLVD,
WESTMINSTER, CA 92683

매장 내부 전경



매장 내부 전경

오메가-3 판매 제품 정보

오메가-3 판매 정보



플랙시드오일
(베릴리빙브랜드)



피쉬오일
(베릴리빙브랜드)



플랙시드오일
(네이처스트루스)

사진자료: 미국 현지 조사원 자료, 앨버트슨즈(Albertson) 홈페이지

19) 자료: 포춘(Fortune) 홈페이지 (fortune.com)

20) 자료: 인베스터(Investor)(investor.albertsoncompanies.com)



제품명	플랙시드오일 (Flaxseedoil)	제품 구성(용량)	180캡슐
제조사	베렐리빙브랜드 (Better Living BrandsLLC)	제품 타입	연질캡슐
원산지	미국	제품 종류	식물성 오메가-3
가격	9달러(10,910원)	오일 종류	아마씨오일
포장 형태	플라스틱 용기(불투명)	오메가-3 함유량(mg)	500mg
인증	품질보장	권장 섭취량	1일 1캡슐
첨가물	아마씨오일, 글루텐, 글리세린, 정제수		



제품명	피쉬오일(Fish Oil)	제품 구성(용량)	180캡슐
제조사	베렐리빙브랜드 (Better Living BrandsLLC)	제품 타입	연질캡슐
원산지	미국	제품 종류	동물성 오메가-3
가격	16달러(19,395원)	오일 종류	생선기름(명태)
포장 형태	플라스틱 용기(투명)	오메가-3 함유량(mg)	720mg
인증	수산물인증(MSC)	권장 섭취량	1일 2캡슐
첨가물	생선기름, 젤라틴, 글리세린, 정제수, 에센셜오일, 토코페롤		



제품명	플랙시드오일 (Flaxseedoil)	제품 구성(용량)	90캡슐
제조사	네이처스트루스 (Nature's Truth, LLC)	제품 타입	연질캡슐
원산지	미국	제품 종류	식물성 오메가-3
가격	13달러(15,759원)	오일 종류	아마씨오일
포장 형태	플라스틱 용기(반투명)	오메가-3 함유량(mg)	최소 400mg-600mg
인증	유전자변형 없는 제품	권장 섭취량	1일 3캡슐
첨가물	유기농 아마씨오일, 젤라틴, 식물성 글리세린		
홍보 문구	글루텐, 밀, 이스트, 우유, 락토스, 인공색소, 인공향료, 인공감미료, 보존제 무첨가		

Shop ⑥ 케이마트(K Mart)

● 매장 정보

- 유형 : 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징 : 의류, 주얼리, 가전제품, 생활용품, 식품, 건강식품 등 다양한 제품을 낮은 가격에 판매하고 있음

브랜드 기본 정보			1899년 설립된 케이마트는 2010년도까지 미국 대표 할인매장 매장으로 알려져 있었으나, 2002년 파산 보호를 신청함. 1994년 당시 2,323개의 매장을 운영하였으나, 2018년 기준, 매장 수가 202개로 크게 감소함 ²¹⁾
	매장 보유 오메가-3 제품 수 : 2개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	롱비치(Long Beach)
		상세주소	2900 N BELLFLOWERMBLVD, LONG BEACH, CA 90815
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
오메가-3 판매 정보	오메가-3 판매 제품 정보		
			
	크릴오일 (카르디날헬스)	오메가-3 (처치&드와이트)	

사진자료: 미국 현지 조사원 자료, 쇼핑아워(Shopping Hours) 홈페이지

21) 자료: 미증권거래위원회(U.S securities and exchange commission) 홈페이지(sec.gov)

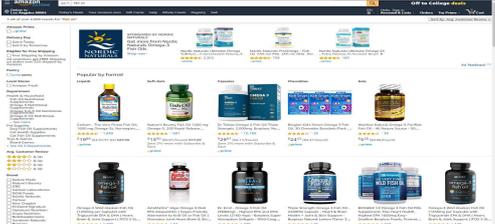


제품명	크릴오일(Krill Oil)	제품 구성(용량)	30캡슐
제조사	카르디날헬스 (Cardinal Health)	제품 타입	연질캡슐
원산지	미국	제품 종류	동물성 오메가-3
가격	7.5달러(9,092원)	오일 종류	크릴오일
포장 형태	플라스틱 용기(불투명)	오메가-3 함유량(mg)	90mg
권장 섭취량	1일 1캡슐		
첨가물	크릴오일, 젤라틴, 글리세린, 물, 소르비톨, 바닐린		
홍보 문구	글루텐 무첨가		



제품명	오메가-3 (Omega-3)	제품 구성(용량)	120개
제조사	처치&드와이트 (Church&Dwight Co., Inc)	제품 타입	젤리
원산지	미국	제품 종류	동물성 오메가-3
가격	15달러(18,183원)	오일 종류	생선기름
포장 형태	플라스틱 용기(투명)	오메가-3 함유량(mg)	100mg
첨가물	생선기름, 액상포도당, 설탕, 물, 젤라틴		
홍보 문구	글루텐, 인공향료 무첨가		

Shop ⑦ 아마존(amazon)

<p>매장 정보</p>	<p>브랜드 기본 정보</p>	 <p>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 있음²²⁾</p>
<ul style="list-style-type: none"> · 유형 : 온라인 쇼핑몰 · 판매 제품 특징 : 생활용품, 가공식품, 신선식품, 건강식품, 전자제품 등 다양한 제품 카테고리를 취급 · 온라인 쇼핑몰 특징 : 미국 대표 전자상거래 플랫폼으로 2018년 온라인 쇼핑몰 시장 점유율 1위 	<p>온라인 쇼핑몰 메인 화면</p>	<p>매장 보유 오메가-3 제품 수 : 1개</p> 
<p>위치</p>	<p>도시(지역)</p>	<p>시애틀</p> <p>상세주소 PO Box 81226, Seattle, WA</p>
<p>오메가-3 제품 판매 페이지</p>		<p>오메가-3 제품 판매 페이지</p> 
<p>오메가-3 판매 정보</p>		<p>오메가-3 판매 제품 정보</p>  <p>오메가-3 피쉬오일 (알래스카오메가)</p>

사진자료: 아마존(amazon)홈페이지



Supplement Facts		
Serving Size: 1 Liquid Scoop†		
Servings per Container: 180		
	Amount Per Serving	%DV
Calories	13	
Calories from Fat	11	
Total Fat	1.25g	2%
Polysaturated Fat	1.2g	†
Molecular Distilled Fish Oil Concentrate	1250mg	†
Total Omega-3 Fatty Acids as TGO	1037mg	†
Eicosapentaenoic Acid (EPA as TGO)	667mg	†
Docosahexaenoic Acid (DHA as TGO)	250mg	†
Other Omega-3 Acids	60mg	†

† Daily Value (DV) not established. ‡ Expressed as Triglycerides. Percent Daily Values based on a 2,000 calorie diet.

OTHER INGREDIENTS: Softgel Capsule, fish gelatin, vegetable glycerin, purified water, natural mineral tocopherols (IP certified), and potassium citrate. NOT CONTAINS: Gluten, dairy, egg, peanuts, shellfish, soy, wheat, yeast, fillers, binders, preservatives, artificial ingredients or magnesium stearate.

제품명	오메가-3 피쉬오일 (Omega-3 Fish Oil)	제품 구성(용량)	180캡슐
제조사	알레스카오메가 (Alesk Omega)	제품 타입	연질캡슐
원산지	미국	제품 종류	동물성 오메가-3
가격	36.1달러(43,760원)	오일 종류	생선기름(명태)
포장 형태	플라스틱 용기(불투명)	오메가-3 함유량(mg)	1,037mg
인증	GMP, 글루텐 무첨가, 수산물인증(MSC)		
첨가물	토코페롤, 젤라틴		
홍보 문구	글루텐, 인공향료 무첨가		

22) 아마존(Amazon)홈페이지 (www.aboutamazon.com)

II. Competitor

SUMMARY

1. 미국 오메가-3 경쟁 기업 포지셔닝
2. 미국 오메가-3 경쟁 기업 현황
3. 미국 오메가-3 경쟁 기업 분석



Competitor

(경쟁기업)

미국(USA)

오메가-3 제조 경쟁기업 선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정

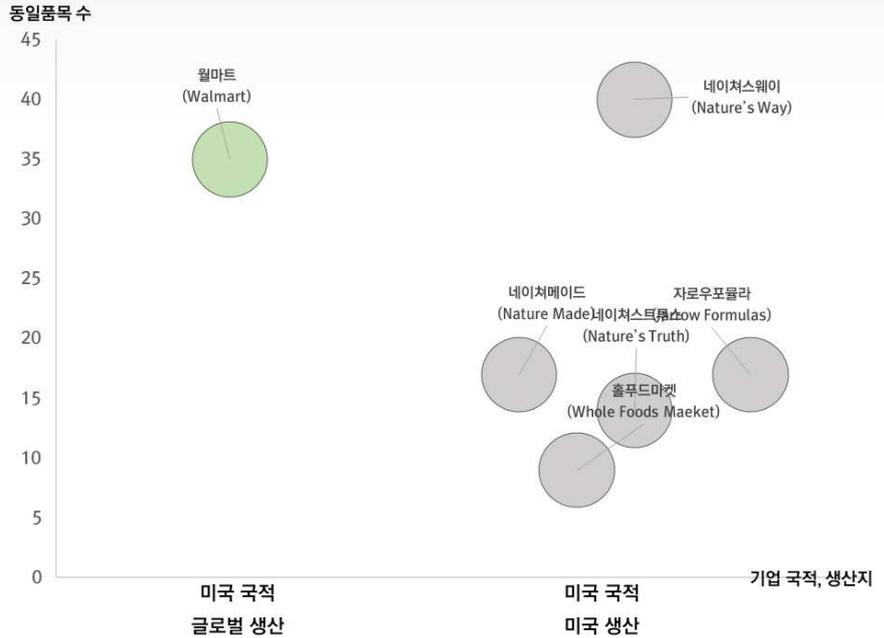
- 경쟁제품 선정 기업체

경쟁사 분류

- 제조사 국적
- 생산지역

경쟁사 포지셔닝

- X축 : 국적 및 생산지
- Y축 : 오메가-3 동일품목 개수



미국 (USA)

오메가-3 경쟁기업 분석

구분	제조사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	동일 품목 수
미국 국적, 글로벌 ²³⁾ 생산	월마트 (Walmart)	<ul style="list-style-type: none"> · 오프라인 매장 · 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> · 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> · 심장 건강에 도움이 되는 · 유전자 조작을 하지 않은 식품 · 심혈관계 건강 유지 	35개
미국 국적 미국 생산	자로우포물라 (Jarrow Formulas)	<ul style="list-style-type: none"> · 오프라인 매장 · 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> · 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> · 유전자 조작을 하지 않은 식품 · 뇌, 심혈관계, 면역력, 전반적인 건강 개선에 필수적인 	17개
	네이처메이드 (Nature Made)	<ul style="list-style-type: none"> · 오프라인 매장 · 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> · 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> · 건강한 심장에 도움을 주는 · 고품질의 · 엄선된 원료만을 사용하여 엄격한 제조과정을 거친 	17개
	네이처스웨이 (Nature's Way)	<ul style="list-style-type: none"> · 오프라인 매장 · 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> · 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> · 맛있는 오메가-3 · 식물성 제품으로 생선 비린내가 나지 않는 · 심장과 관절 건강에 도움이 되는 	40개
	네이처스트루스 (Nature's Truth)	<ul style="list-style-type: none"> · 오프라인 매장 · 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> · 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> · 심질환을 예방할 수 있는 · 생선 비린내가 나지 않는 · 클루텐 프리 	14개
	홀푸드마켓 (Whole Foods Market)	<ul style="list-style-type: none"> · 오프라인 매장 · 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> · 자사 홈페이지 · SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> · 믿을 수 있는 품질 · 인공 감미료 및 보존료 무첨가 	9개

(*) 현지 판매 오메가-3 제조기업 6개사 분석

23) 월마트는 미국 외 영국, 중국, 캐나다 등 10개국에 생산공장을 운영하고 있음

1. 미국 오메가-3 제조 경쟁기업 포지셔닝

▶ 오메가-3 경쟁기업 6개사 모두 미국기업으로 선정

미국 오프라인 매장에 진출한 경쟁기업 7개사 중 오프라인 매장 진출과 더불어 최소 3개 이상의 온라인 매장에 진출한 6개사를 대표 경쟁기업으로 선정함. 선정된 경쟁기업의 국적을 조사해본 결과, 6개사 모두 미국에 본사를 둔 미국기업으로 확인됨

▶ 경쟁기업 6개사의 생산지 모두 미국에 위치

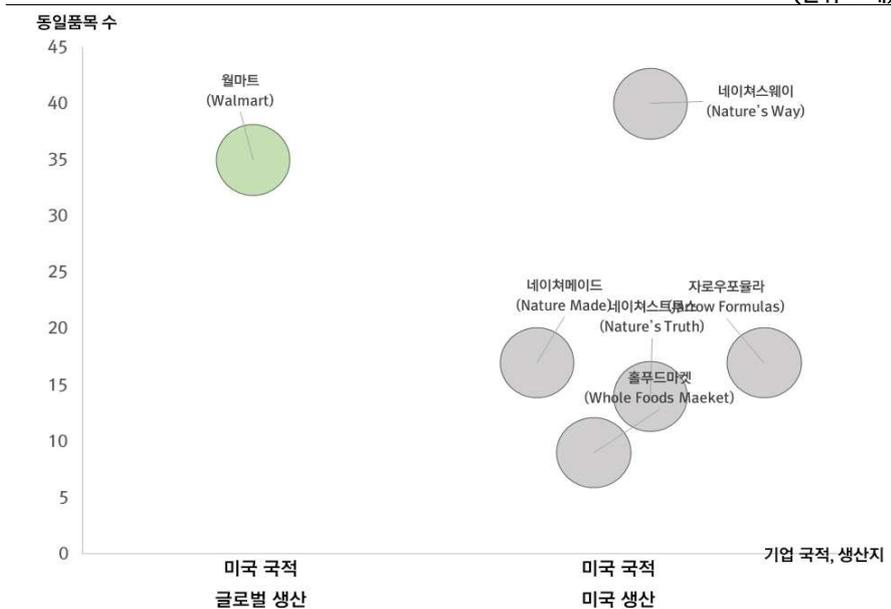
경쟁기업의 생산지 위치를 조사한 결과, 6개사 모두 미국에 공장을 보유한 것으로 확인됨. 그 중 월마트(Walmart)는 아프리카, 캐나다, 중국, 멕시코 등 총 10개 국에 진출하여 제품을 판매 중인 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 6개사, 오메가-3 동일품목 종류 조사

미국에 진출한 경쟁기업 6개사가 판매하고 있는 오메가-3의 경쟁제품 종류를 분석해본 결과, 네이처스트루스(Nature's Truth)가 40개로 가장 많았으며, 다음으로는 월마트(Walmart)가 35개 종류의 동일품목을 취급하고 있음. 그 외 자로우포뮬라(Jarrow Formulas)와 네이처메이드가(Nature Made)는 동일품목 수가 17개로 동일하였으며, 네이처스트루스(Nature's Truth)와 홀푸드마켓(Whole Foods Market)이 각각 14개와 9개의 동일품목을 판매하고 있는 것으로 확인됨. 동일품목의 종류로는 피쉬오일, 크릴오일, 코드리버오일, 보리지오일, 프리프로즈오일 등이 있었음

[표 2.1] 미국 오메가-3 경쟁기업 시장 포지셔닝

(단위 : 개)



자료 : 미국 진출 오메가-3 제조기업 6개사 분석 결과

2. 미국 오메가-3 제조 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 6개사 모두, 오프라인 및 온라인 채널 진출

오프라인 매장에서 조사된 경쟁기업 6개사 모두 미국 오프라인 매장과 온라인 매장에 진출한 것으로 확인됨. 미국의 대형마트 점유율 1위를 차지하는 월마트(Walmart)에 총 4개사의 제품이 진출하였고, 타겟(Target)과 홀푸드마켓(Wholefoods Market)에는 2개사의 제품이 진출한 것으로 확인됨. 온라인 매장의 경우 6개사 제품 모두 2018년을 기준으로 미국 온라인 쇼핑몰 시장 점유율이 52.5%로 1위인 아마존(Amazon)에 진출하였으며, 이외의 온라인 진출 채널로는 온라인 쇼핑몰 시장 점유율이 6.2%로 3위인 이베이(eBay)와 3.5%로 4위인 월마트 등이 있음. 미국의 슈퍼마켓 브랜드인 월마트와 홀푸드마켓의 경우, 자사 기업브랜드로 각각 스프링밸리(Spring Valley)와 365 에브리데이 벨류(365 Everyday Value)를 출시하였으며, 자사의 온·오프라인 채널과 더불어 시장 점유율이 높은 타 채널에도 진출한 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 6개사 모두, 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용

미국 시장에 진출한 경쟁기업 6개사 모두 미국기업으로, 자사 홈페이지를 통해 기업 소개 및 자사 제품에 관한 상세정보를 제공하고 있음. 또한 홈페이지에 자사의 SNS 페이지로 연결되는 링크를 제공하여, 소비자들과 소통하며 활발하게 제품을 홍보하고 있음. 페이스북(Facebook)과 인스타그램(Instagram)에는 6개사가 모두 진출한 것으로 확인되며, 트위터(Twitter)와 유튜브(Youtube)에는 각각 4개사의 계정이 있는 것으로 확인됨. 월마트, 자로우포물라, 홀푸드마켓은 앞서 언급된 네 개의 SNS홍보 채널에 모두 진출하였으며, 각 기업들은 SNS채널을 통해 취급 중인 제품 정보, 제품관련 기사, 소비자들의 리뷰 등을 게시함으로써 자사 제품을 홍보 중인 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 주로 제품의 효능을 강조한 홍보 문구 활용

경쟁기업 6개사는 모두 제품의 품질, 특성, 효능 등을 홍보 문구로 활용하였음. 6개사 중 5개사는 ‘심장 건강에 도움이 되는’, ‘전반적인 건강 개선에 필수적인’, ‘관절 건강에 도움이 되는’ 등 오메가-3의 효능에 초점을 맞춘 문구를 통해 제품을 홍보하고 있으며, 대부분 ‘심장’과 ‘심혈관’을 키워드로 설정하여 제품의 건강적인 효능을 강조하였음. 그 외 ‘유전자 조작을 하지 않은’, ‘글루텐 프리’, ‘인공 감미료 및 보존료 무첨가’와 같이 제품의 품질에 대해 설명하는 문구도 확인할 수 있었으며, 생선 추출 오메가-3와 차별화되는 식물성 오메가-3 제품만의 특성을 살려 ‘생선 비린내가 나지 않는’ 등의 문구를 사용하여 제품을 홍보하는 기업도 있음

[표 2.2] 미국 오메가-3 견과류 조제품 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보 문구	동일품목 수
월마트 (Walmart)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 심장 건강에 도움이 되는 유전자 조작을 하지 않은 식품 심혈관계 건강 유지 	<ul style="list-style-type: none"> 35개
자로우포물라 (Jarrow Formulas)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 유전자 조작을 하지 않은 식품 뇌, 심혈관계, 면역력, 전반적인 건강 개선에 필수적인 	<ul style="list-style-type: none"> 17개
네이처메이드 (Nature Made)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 건강한 심장에 도움을 주는 고품질의 엄선된 원료만을 사용하여 엄격한 제조과정을 거친 	<ul style="list-style-type: none"> 17개
네이처스웨이 (Nature's Way)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 맛있는 오메가-3 식물성 제품으로 생선 비린내가 나지 않는 심장과 관절 건강에 도움이 되는 	<ul style="list-style-type: none"> 40개
네이처스트루스 (Nature's Truth)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 심질환을 예방할 수 있는 생선 비린내가 나지 않는 글루텐 프리 	<ul style="list-style-type: none"> 14개
홀푸드마켓 (Whole Foods Market)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 믿을 수 있는 품질 인공 감미료 및 보존료 무첨가 	<ul style="list-style-type: none"> 9개

• 자료 : 미국 진출 오메가-3 제조기업 6개사 분석 결과

3. 미국 오메가-3 제조 경쟁기업 분석

① 월마트(Walmart)

동일품목 종류

①오메가-3



②오메가-3



③키즈 오메가-3



④보리지오일



⑤피쉬오일



⑥살몬오일



⑦크릴오일



⑧코드리버오일



자료: 월마트 홈페이지

기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart) ²⁴⁾
	홈페이지	www.walmart.com
	위치	702 S.W. 8th St. Bentonville, Arkansas, AK 72716, US.
	자본금('19)	5,144억 달러(623조 5,557억 원)
규모 ²⁵⁾	동일품목 수	35개
	설립년도	1962년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 월마트(Walmart)		제품명	플렉시드 오일 (Flaxseed Oil)
			용량	1,000mg*100캡슐
			가격	4.9달러(5,940원)
			제품 종류	식물성 오메가-3

기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 아마존(Amazon), 이베이(Ebay), 월마트(Walmart)		제품명	플렉시드 오일 (Flaxseed Oil)
			용량	1,200mg*300캡슐
			가격	14달러(16,971원)
			제품 종류	식물성 오메가-3

기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 <ul style="list-style-type: none"> - 기업 및 제품 소개 - 구매처 안내 SNS 플랫폼 (페이스북, 트위터, 유튜브, 인스타그램)
-------------	--	--

홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> 심장 건강에 도움이 되는 (Support heart health) 유전자 조작을 하지 않은 식품 (Non-GMO) 심혈관계 건강 유지 (Help maintain healthy cardiovascular system)
-------	--	--

사진자료: 월마트(Walmart) 홈페이지

24) 월마트는 미국의 슈퍼마켓 체인이지만, “스프링밸리(Spring Valley)”라는 자체 브랜드를 통해 오메가-3제품을 생산하고 있어서 경쟁기업 대상으로 선정하였음.

25) 자료: 마크로트렌드 (www.macrotrends.net)

② 자로우포물라(Jarrow Formulas)

동일품목 종류

①이브닝 프림로즈



②유리딘



③이피에이-디에이치에이 밸런스



④보리지오일



⑤플렉시드오일



⑥이피엑티브



⑦크릴오일



⑧맥스디에이치에이



자료: 자로우포물라 홈페이지

기업명	자로우포물라(Jarrow Formulas)	
홈페이지	jarrowonline.com	
기업 기본 정보	위치	1818 S Robertson Blvd, Los Angeles, CA 90035, US.
	규모	동일품목 수 17개
		설립년도 1977년
기업 진출 채널	<p><오프라인 매장> 스프라우트(Sprout), 월마트(Walmart)</p> <p><온라인 매장> 아마존(Amazon), 더 비타민 숍(The Vitamin Shoppe), 월마트(Walmart), 이베이(ebay)</p>	 <p>제품명 아히플라워오일</p> <p>용량 750mg*60캡슐</p> <p>가격 20달러(24,244원)</p> <p>제품 종류 식물성 오메가-3</p>  <p>제품명 아히플라워오일</p> <p>용량 750mg*60캡슐</p> <p>가격 33달러(40,003원)</p> <p>제품 종류 식물성 오메가-3</p>
기업 홍보 채널	 <p>About Probiotics: Strain Matters* Jarrow-Dophilus Women's Feminine Children's Health</p>	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 -기업소개, -취급 중인 제품목록과 설명 SNS 플랫폼(페이스북, 유튜브, 인스타그램)
홍보 문구	 <p>Plant Oils (Essential Fatty Acids) Fish Oil Formulations Essential for Brain, Cardiovascular, Immune, and General Health*</p>	<ul style="list-style-type: none"> 유전자 조작을 하지 않은 식품 (Non-GMO) 뇌, 심혈관계, 면역력, 전반적인 건강 개선에 필수적인 (Essential for Brain, Cardiovascular, Immune, and General Health)

사진자료: 자로우포물라(jarrow Formulas) 홈페이지

③ 네이처메이드(Nature Made)

동일품목 종류

①트리플오메가



②키즈 멀티비타민 오메가



③멀티포함+오메가



④멀티포하+오메가



⑤플렉시드오일



⑥피쉬오일



⑦크릴오일



⑧오메가-3



자료: 네이처메이드 홈페이지

기업명	네이처메이드(Nature Made)							
홈페이지	www.naturemade.com							
기업 기본 정보	위치 West Hills, CA 91309, US.							
기업 진출 채널	동일품목 수	17개						
	설립년도	1972년						
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 타겟(Target), 월마트(Walmart)							
		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>플렉시드오일</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>1,400mg*100캡슐</td> </tr> <tr> <td>가격</td> <td>11.5달러(13,940원)</td> </tr> <tr> <td>제품 종류</td> <td>식물성 오메가-3</td> </tr> </table>	제품명	플렉시드오일	용량	1,400mg*100캡슐	가격	11.5달러(13,940원)
제품명	플렉시드오일							
용량	1,400mg*100캡슐							
가격	11.5달러(13,940원)							
제품 종류	식물성 오메가-3							
기업 진출 채널	〈온라인 매장〉 아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 월그린(Walgreens)							
		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>플렉시드오일</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>1,400mg*300캡슐</td> </tr> <tr> <td>가격</td> <td>28달러(33,942원)</td> </tr> <tr> <td>제품 종류</td> <td>식물성 오메가-3</td> </tr> </table>	제품명	플렉시드오일	용량	1,400mg*300캡슐	가격	28달러(33,942원)
제품명	플렉시드오일							
용량	1,400mg*300캡슐							
가격	28달러(33,942원)							
제품 종류	식물성 오메가-3							
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 -기업소개 -제품목록, 효능, 성분 등의 정보 SNS 플랫폼(페이스북, 유튜브, 인스타그램, 트위터) 						
기업 홍보 문구	 <p>PHARMACIST RECOMMENDED</p> <p>Fish Oil & Omegas</p> <p>PHARMACIST RECOMMENDED</p> <p>Flaxseed Oil</p>	<ul style="list-style-type: none"> 건강한 심장에 도움을 주는 (Help support a healthy heart) 고품질의 (High quality) 엄선된 원료만을 사용하여 엄격한 제조과정을 거친 (made from carefully selected ingredients under strict manufacturing processes) 						

사진자료: 네이처메이드(Nature Made) 홈페이지

④ 네이처스웨이(Nature's Way)

동일품목 종류

①울트라퓨어오메가-3



②울트라퓨어오메가-3



③울트라퓨어오메가-3



④오메가-3플랜트



⑤에파골드보리지



⑥에파골드플렉스오일



⑦크릴오일



⑧에파골드프림로즈



자료: 네이처메이드 홈페이지

기업명 네이처스웨이(Nature's Way)

홈페이지 www.naturesway.com

기업

위치 825 Challenger Dr. Green Bay WI, 54311, US.

기본 정보

자본금('19)26 3억 2,310만 달러 (3,916억 6,182만 원)

규모 동일품목 수 40개

설립년도 1969년

<오프라인 매장>
홀 푸드 마켓
(Whole foods Market)



제품명 오메가-3플랜트

용량 500mg*30캡슐

가격 40달러(48,488원)

제품 종류 식물성 오메가-3

기업

진출 채널

<온라인 매장>
아마존(Amazon),
이베이(Ebay),
월그린(Walgreens)



제품명 에파골드메가

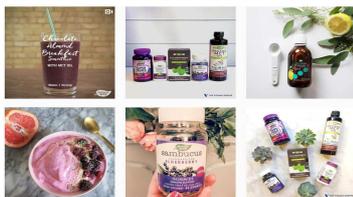
용량 1,350mg*90캡슐

가격 23달러(27,881원)

제품 종류 생선/식물성 오메가-3

기업

홍보 채널



- 자사 홈페이지
-기업소개
-제품목록, 효능, 성분 등의 정보
- SNS 플랫폼(페이스북, 인스타그램)
- 제품 광고 영상 및 사진 게시

홍보 문구



- 맛있는 오메가-3 (Omega3 that tastes good)
- 식물성 제품으로 생선 비린내가 나지 않는 (Plant-based product with none of the fishy after-taste)
- 심장과 관절 건강에 도움이 되는 (Supporting the heart and joint health)

사진자료: 네이처스웨이(Nature's Way) 홈페이지, 자사 페이스북 페이지

26) 자료: 줌인포(www.zoominfo.com)

⑤ 네이처스트루스(Nature's Truth, LLC)

● 동일품목 종류

①코드리버오일



②디에이치에이



③크릴오일



④피쉬오일



⑤피쉬오일



⑥피쉬오일



⑦피쉬오일



⑧오메가-3-6-9



자료: 네이처스트루스 홈페이지

기업 기본 정보	기업명	네이처스트루스(Nature's Truth)		
	홈페이지	www.naturestruthproducts.com		
	위치	2120 Smithtown Ave., Ronkonkoma, New York, 11779, US		
	규모	자본금('19)27)	560만 달러(67억 8,832만 원)	
기업 진출 채널	규모	동일품목 수	14개	
	〈오프라인 매장〉 알버슨 (Albertsons), 타겟(Target), 월마트(Walmart)	제품명	플렉시드오일	
		용량	1,000mg*90캡슐	
		가격	13달러(15,759원)	
		제품 종류	식물성 오메가-3	
	〈온라인 매장〉 아마존(Amazon), 타겟(Target), 월그린(Walgreens), 월마트(Walmart)	제품명	플렉시드오일	
		용량	1,000mg*90캡슐	
		가격	12.4달러(15,031 원)	
		제품 종류	식물성 오메가-3	
	기업 홍보 채널	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 -기업소개 -제품목록 및 성분, 섭취방법 등의 정보 SNS 플랫폼(페이스북, 트위터, 인스타그램) -제품 소개 및 리뷰 글 게시 		
홍보 문구		<ul style="list-style-type: none"> 심질환을 예방할 수 있는 (May Reduce the Risk of Coronary Heart Disease) 생선 비린내가 나지 않는 (No Fishy Aftertaste) 글루텐 프리 (Gluten Free) 		

사진자료: 네이처스트루스(Nature's Truth, LLC) 홈페이지

27) 자료: 줌인포(www.zoominfo.com)

⑥ 홀푸드마켓(Whole Foods Market)

동일품목 종류

① 피쉬오일



② 오메가-3



③ 피쉬오일



④ 오메가-3구미



⑤ 코드리버오일



⑥ 플렉시드오일



⑦ 오메가-3



⑧ 코드리버오일



자료: 아마존 홈페이지

기업 기본 정보	기업명	홀푸드마켓(Whole Foods Market) ²⁸⁾	
	홈페이지	www.wholefoodsmarket.com	
기업 진출 채널	위치	550 Bowie Street, Austin, Texas, 78703, US	
	규모	자본금('19) ²⁹⁾	160억 달러(19조 3,952억 원)
기업 홍보 채널	규모	동일품목 수	9개
	규모	설립년도	1980년
기업 홍보 문구	제품명	플렉시드오일	
	용량	1,000mg*180캡슐	
기업 홍보 문구	가격	11.9달러(14,425원)	
	제품 종류	식물성 오메가-3	
기업 홍보 문구	제품명	오메가-3	
	용량	90캡슐	
기업 홍보 문구	가격	17.8달러(21,577원)	
	제품 종류	식물성 오메가-3	
기업 홍보 문구	기업 홍보 채널	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 <ul style="list-style-type: none"> -기업/제품 브랜드 소개 -판매처 정보 SNS 플랫폼(페이스북, 트위터, 인스타그램, 유튜브) <ul style="list-style-type: none"> -제품 소개 및 관련 기사 게시 	
	기업 홍보 문구	<ul style="list-style-type: none"> 믿을 수 있는 품질 (Trusted Quality) 인공 감미료 및 보존료 무첨가 (No artificial flavor or preservatives) 	

사진자료: 홀푸드마켓(Whole Foods Market) 홈페이지

28) 홀푸드마켓은 미국의 슈퍼마켓 체인이지만, “365 에브리데이 벨류(365 Everyday Value)”라는 자체 브랜드를 통해 오메가-3제품을 생산하고 있어서 경쟁기업 대상으로 선정하였음.

29) 자료: 줌인포(www.zoominfo.com)

III. Buyer Interview

SUMMARY

Interview ① 더 비타민 숍
(The Vitamin shoppe)

Interview ② 지앤씨 리브 웰
(GNC Live well)

Interview ③ 파마카
(Pharmaca)

Interview ④ 윈드밀 헬스 프로덕트
(WindMill Health Products)

Interview ⑤ 퓨리탄스 프라이드
(Puritan's Pride)

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

미국 (USA)
오메가-3 인터뷰
대상 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정
· 건강기능 식품 판매업체 ○
· 오메가-3 취급 경험 ○

	더 비타민 숍 (The Vitamin shoppe)	지앤씨 리브 웰 (GNC Live well)	파마카 (Pharmaca)	윈드밀 헬스 프로덕트 (WindMill Health Products)	퓨리탄스 프라이드 (Puritan's Pride)
업체	▶ 온라인 소매업체	소매업체	소매업체	소매유통업체	소매유통업체
오메가-3 취급					
	오메가-3	오메가-3	오메가-3	오메가-3	오메가-3

사진자료: 더 비타민 숍(The Vitamin shoppe), 지앤씨 리브 웰(GNC Live well), 파마카(Pharmaca), 윈드밀 헬스 프로덕트(WindMill Health Products), 퓨리탄스 프라이드(Puritan's Pride) 홈페이지

미국(USA)
오메가-3 바이어 인터뷰

A사	더 비타민 숍 (The Vitamin shoppe) 온라인 소매업체	지앤씨 리브 웰 (GNC Live well) 소매업체	파마카 (Pharmaca) 소매업체	윈드밀 헬스 프로덕트 (WindMill Health Products) 소매유통업체	퓨리탄스 프라이드 (Puritan's Pride) 소매유통업체
35,000원 제품 가격	식물성 제품임에도 비싼 가격대	식물성 제품임에도 비싼 가격대	용량대비 적당한 가격	조금 비싼 편	조금 비싼 편
들깨 추출 오메가-3 제품 종류	생선 추출, 조류 추출 오메가-3	생선 추출, 조류 추출 오메가-3	생선 추출, 조류 추출 오메가-3	생선 추출, 조류 추출 오메가-3	생선 추출, 치아씨드 추출 오메가-3
플라스틱 통 제품 포장	플라스틱 통	재활용이 가능한 용기	플라스틱 통, 유리병	플라스틱 통, 유리병	재활용이 가능한 플라스틱 통

(*) 현지 경쟁품 취급 바이어 인터뷰 5개사

Interview ① 더 비타민 숍(The Vitamin shoppe)



30)

더 비타민 숍
(The Vitamin shoppe)

전문가 소속

더 비타민 숍
(The Vitamin shoppe)
온라인 소매업체

전문가 정보

Mr. Lily
(Sales Executive)



더 비타민 숍(The Vitamin shoppe) Sales Executive, Mr. Lily

더 비타민 숍은 1977년에 설립된 소매업체로, 미국 전역에 780개의 매장을 보유하고 있음. 주로 건강기능식품을 판매하며, 취급 품목으로는 비타민, 단백질, 소화제, 다이어트 보조제, 슈퍼푸드, 스킨케어용품 등이 있음. 오프라인 판매 외에 자사 홈페이지를 통해 온라인 판매도 병행하고 있으며, 일정 금액 이상 구매 시 무료 배송 서비스도 제공하고 있음. 자사 홈페이지를 통해 판매하는 제품 리스트, 할인 정보, 관련 기사 등을 제공하고 있으며, 자사 홈페이지 외에 페이스북, 트위터, 인스타그램, 유튜브 등의 여러 SNS채널을 통해 자사 제품을 홍보 중에 있음

30) 사진자료: 더 비타민 숍(The Vitamin shoppe) 홈페이지 (www.vitaminshoppe.com)



가격 35,000원

형태 연질캡슐

용량 500mg 60정

포장 플라스틱 통

Q1. 취급하는 제품의 소비자 가격은 어떻게 되나요?

저희는 여러 브랜드의 오메가-3를 판매하고 있습니다. 브랜드별로 제품의 가격은 상이합니다. 일반적으로 60정이 들어있는 제품의 가격은 31)25~30달러(30,305~36,366원) 정도이며, 10~15달러(12,122~18,183원)로 굉장히 저렴한 제품들도 있습니다. 보통 들깨에서 추출된 식물성 오메가-3는 생선에서 추출된 오메가-3보다 가격이 저렴합니다. 하지만 A사의 제품은 식물성 오메가-3임에도 가격이 비싼 편입니다.

Q2. 제품 및 포장용기의 형태가 어떻게 되나요?

연질캡슐로 된 오메가-3제품은 불투명한 플라스틱 통에 담겨있으며, 그 외 액체로 된 어린이용 오메가-3는 투명한 플라스틱 통에 담겨있습니다.

Q3. 미국 내 오메가-3의 수요가 어떻게 되나요?

미국에는 다양한 오메가-3제품이 있으며, 대부분 생선에서 추출된 제품입니다. A사 제품과 같이 들깨에서 추출된 식물성 오메가-3의 인지도는 낮은 편입니다. 최근 들어 미국에 비건 영양제가 인기를 끌면서 유기농 오메가-3의 수요가 증가했지만 아직까지 그 수요가 생선 추출 오메가-3를 따라잡지는 못했습니다. 생선 추출 오메가-3 다음으로는 조류 추출 오메가-3의 수요가 높습니다.

Q4. 제품의 유통구조가 어떻게 되나요?

저희는 주로 국내산이나 유럽에서 수입한 오메가-3를 취급하고 있습니다. 자사 매장과 홈페이지를 통해 개별 소비자들을 상대로 판매하고 있지만, 미국 내 온·오프라인 드럭스토어로도 제품을 납품하고 있습니다. 오메가-3는 주로 드럭스토어, 대형마트, 건강식품 전문점에서 판매합니다.

Q5. 제품 수출 시 필요한 인증은 무엇인가요?

저희가 판매하는 대부분의 오메가-3 제품에는 USDA 인증이 부착되어 있습니다. USDA 인증만 있어도 미국 시장에 진출하는 데에 문제는 없습니다. A사 제품은 충분히 많은 인증을 받은 상태여서, USDA 인증만으로 충분할 것 같습니다.

31) 1달러= 1,212.20원(2019.08.19.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ② 지앤씨 리브 웰(GNC Live well)



32)

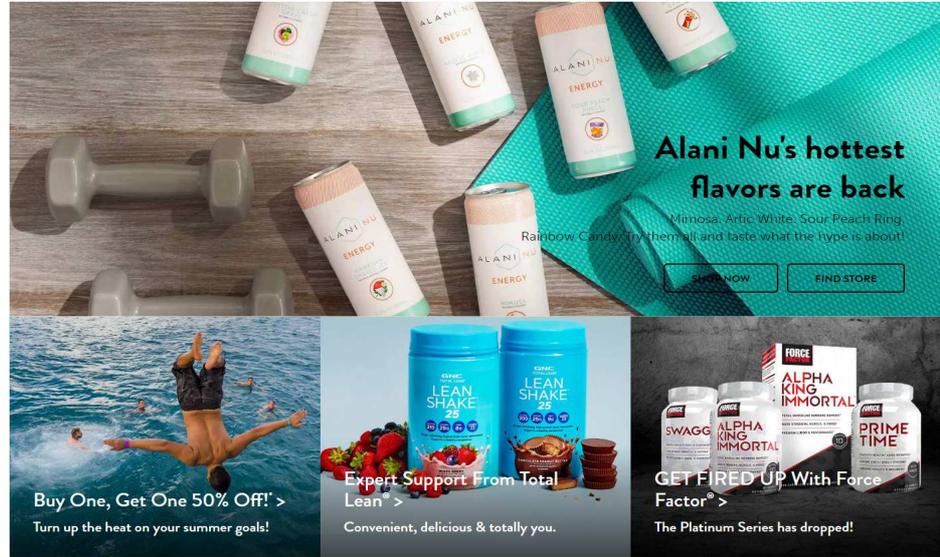
지앤씨 리브 웰
(GNC Live well)

전문가 소속

지앤씨 리브 웰
(GNC Live well)
소매업체

전문가 정보

Ms. Lisa
(Customer Care
Executive)



Top Selling Products



지앤씨 리브 웰(GNC Live well) Customer Care Executive, Ms. Lisa

지앤씨 리브 웰은 1935년에 설립된 소매업체로, 비타민, 단백질, 영양 보충제 등 건강 관련 기능 식품의 생산 및 판매를 하고 있음. 온라인과 오프라인 판매를 병행하고 있으며, 미국 전역에 1,000여 개의 매장을 보유함. 지앤씨(GNC)라는 자체 브랜드 제품 외에 머슬텍(MuscleTech), 고스트(Ghost), 비온드 로(Beyond Raw), 바디 다이내믹스(Body Dynamix) 등 여러 유명브랜드의 제품을 취급 중에 있음. 자사 홈페이지를 통해 제품을 목적, 맛, 성별, 가격대 별로 분류하여 판매 중이며, 건강관련 기사들을 게시하고 있음. 뿐만 아니라, 페이스북, 핀터레스트, 트위터, 유튜브 등을 적극 활용하여 자사 매장 및 제품을 홍보하고 있음

32) 사진자료: 지앤씨 리브 웰(GNC Live well) 홈페이지 (www.gnc.com)



가격 35,000원

형태 연질캡슐

용량 500mg 60정

포장 플라스틱 통

Q1. 취급하는 제품의 소비자 가격은 어떻게 되나요?

저희는 노르딕 네추럴스(Nordic Naturals), 지앤씨(GNC), 슬로거(Slogar) 등 다양한 유명 브랜드의 오메가-3 제품을 판매 중입니다. 30정 단위로 180정까지 판매하고 있으며, 가격은 30정 10달러(12,122원), 60정, 15.3달러(18,547원), 90정 28달러(33,942원), 180정 59.5달러(72,126원)입니다. 일반적으로 식물성 기름에서 추출한 오메가-3는 생선 추출 오메가-3보다 가격이 저렴합니다. A사의 제품은 식물 추출 제품인데 비해 가격이 비싼 편입니다.

Q2. 제품의 포장형태가 어떻게 되나요?

현지에서 최근에 출시된 제품들은 재활용이 가능한 용기를 사용하는 추세입니다. 저희가 판매하는 오메가-3 제품도 모두 재활용이 가능한 용기로 포장되어 있습니다.

Q3. 미국 내 오메가-3의 수요가 어떻게 되나요?

미국 내 오메가-3의 수요는 꽤 높은 편입니다. 최근 들어 비건 영양제를 선호하는 사람들이 많아지면서 조류에서 추출한 식물성 오메가-3의 인기가 높아지고 있습니다. 하지만 들깨 추출 오메가-3는 인지도가 낮으며 현지 소비자들에게 굉장히 생소한 제품입니다.

Q4. 제품의 유통구조가 어떻게 되나요?

저희가 판매하는 오메가-3 제품은 모두 미국산입니다. 자체 브랜드인 지앤씨 제품은 미국 내 여러 드러그스토어로 유통하고 있으며, 그 외 브랜드의 제품들은 미국 전역에 분포한 1,000여 개의 자사 매장을 통해 판매하고 있습니다.

Q5. 제품은 어떻게 홍보하는 것이 좋을까요?

저희는 자사 브랜드를 보유한 만큼, 제품 홍보를 위해 여러 가지 방법을 시도해 보았습니다. 그 중 가장 효과적이었던 홍보 방식은 SNS를 사용하는 것입니다. 페이스북이나 트위터 등 다양한 SNS 채널을 적극적으로 활용하고 있으며, 고객들에게 15일을 주기로 매장 홍보 메일을 발송하고 있습니다.

Interview ③ 파마카(Pharmaca)

파마카 (Pharmaca)

전문가 소속

파마카
(Pharmaca)
소매업체

전문가 정보

Mr. Glynis
(Store Representative)



33)

Our Quality Assurance Promise

Put your trust in Pharmaca! We do our research to ensure that the products we sell use only the highest quality ingredients, and come from brands that focus on transparency, sustainability and natural sourcing.

[READ MORE](#)

Beauty

Bath & Body

Vitamins & Supplements

Metagenics OmegaGenics EPA-DHA 720 softgels

\$47.25

★★★★★ 3 Reviews

Nordic Naturals Ultimate Omega - Lemon 180 Softgels

\$59.46 ~~\$69.95~~ Save 15%

★★★★★ 3 Reviews

NutriGold Triple Strength Omega-3 Fish Oil 180 softgels

\$56.24 ~~\$74.98~~ Save 25%

New Chapter Wholemega Whole Fish Oil 180 softgels

\$50.37 ~~\$83.95~~ Save 40%

★★★★★ 3 Reviews

파마카(Pharmaca)

Store Representative, Mr. Ryan

파마카는 2000년도에 설립된 소매업체로, 건강 기능 제품을 주로 판매하고 있음. 취급 품목으로는 비타민과 미네랄 등의 보충제와, 스킨케어 용품, 샴푸, 바디오일, 헤어트리트먼트, 아기 용품 등이 있음. 온라인과 오프라인 판매를 병행하고 있으며, 미국 내 35개의 오프라인 매장을 보유함. 판매하는 모든 제품은 유기농이고 파라벤이 첨가되어 있지 않으며, 모두 재활용이 가능한 용기로 포장되어 있음. 친환경제품을 추구하는 매장으로, 자사 홈페이지에 건강 및 라이프 스타일 관련 글을 게시하고 있으며, 페이스북, 인스타그램, 유튜브 등의 SNS 채널에 신제품 홍보글 등을 게시하며 자사 제품을 홍보하고 있음

33) 사진자료: 파마카(Pharmaca) 홈페이지 (www.pharmaca.com)



가격 35,000원

형태 연질캡슐

용량 500mg 60정

포장 플라스틱 통

Q1. 취급하는 제품의 소비자 가격은 어떻게 되나요?

가격은 제품의 크기 및 용량에 따라 15달러(18,183원)에서 80달러(96,976원)로 다양합니다. 조류에서 추출한 식물성 오메가-3 제품은 노르딕 네추럴(Nordic Natural's)의 제품을 판매하고 있으며 가격은 60정에 29.7달러(36,002원)입니다. 자체 브랜드 제품도 생산하여 판매 중에 있으며, 가격은 90정에 21달러(25,456원)입니다. A사의 제품은 저희가 현재 취급 중인 제품과 비교했을 때 용량 대비 적당한 가격대라고 생각합니다.

Q2. 제품의 용량 및 포장형태가 어떻게 되나요?

미국 현지에서 판매가 되고 있는 오메가-3 제품들은 주로 보통 30정에서 180정 정도가 들어있습니다. 포장 용기의 경우, 플라스틱 통과 유리병에 담겨있으며 모두 재활용이 가능한 포장용기입니다.

Q3. 제품의 유통구조가 어떻게 되나요?

대부분 미국산 제품을 판매 중이며, 일부 제품은 캐나다로부터 수입하고 있습니다. 저희는 자사의 온·오프라인 매장을 통해 개별 소비자들을 대상으로 판매하고 있으며, 다른 매장으로 유통하고 있지 않습니다. 미국 내 오메가-3 제품은 대부분 드러그스토어나 슈퍼마켓에서 판매합니다.

Q4. 제품은 어떻게 홍보하는 것이 좋을까요?

저희는 제품 홍보물을 제작하여 매장 내에 부착하고 SNS 페이지에 업로드하고 있습니다. A사도 자사 제품의 팸플릿이나 브로셔를 제작하여 미국 내 드러그스토어나 슈퍼마켓에 나눠주거나 SNS 페이지를 개설하여 업로드하는 것을 추천합니다. 그리고 저희는 새해나 여름 맞이 이벤트 등 매년 여러 할인 행사를 개최하여 제품을 저렴한 가격으로 판매하고 있습니다. 신제품의 경우, 초반에 할인 이벤트를 진행한다면 효과적으로 제품 인지도를 높일 수 있을 것입니다.

Q5. 제품 수출 시 필요한 인 증은 무엇인가요?

미국에서 오메가-3 제품을 수출하기 위해서는 우수건강기능식품제조기준(GMP) 인증과 USDA 유기농 인증이 필요하며, 이러한 2개 인증을 받았다면 미국에서 무리 없이 제품을 판매할 수 있을 것입니다.

Interview ④ 윈드밀 헬스 프로덕트 (WindMill Health Products)



34)

윈드밀 헬스 프로덕트 (WindMill Health Products)

전문가 소속

윈드밀 헬스 프로덕트
(WindMill Health
Products)

소매유통업체

전문가 정보

Mr. Randy
(Global Inventory
Manager)



윈드밀 헬스 프로덕트(WindMill Health Products) Global Inventory Manager, Mr. Randy

윈드밀 헬스 프로덕트는 1972년도에 설립되어 건강기능식품의 생산, 유통, 판매를 진행하고 있음. 취급 품목으로는 비타민, 유산균, 멜라토닌, 에센셜 오일 등이 있으며, 신체 기능 별로 필요한 보충제를 분류하여 판매하고 있음. 윈드밀이라는 자사 브랜드 제품을 포함해 여러 브랜드의 제품을 취급 중에 있으며, 미국 내 15만여 개의 약국, 드러그스토어, 마트, 건강식품 판매점, 편의점 등으로 유통하고 있음. 자사 홈페이지를 통해 자가진단테스트를 제공하여 각 소비자별 맞춤형 제품을 추천하여 제품을 전략적으로 홍보하고 있으며, 판매는 자사의 오프라인 매장을 통해서만 하고 있음

34) 사진자료: 윈드밀 헬스 프로덕트(WindMill Health Products) 홈페이지 (www.windmillvitamins.com)



가격 35,000원

형태 연질캡슐

용량 500mg 60정

포장 플라스틱 통

Q1. 취급하는 제품의 소비자 가격은 어떻게 되나요?

저희는 자체 브랜드 상품을 포함해 여러 브랜드의 오메가-3를 판매하고 있습니다. 가격은 60정에 8달러(9,698원), 90정에 11달러(13,334원), 120정에 18달러(21,820원)입니다. 저희가 판매하는 제품들과 비교했을 때 A사의 제품은 조금 비싼 편입니다.

Q2. 제품 및 포장용기의 형태가 어떻게 되나요?

현지에서 판매되고 있는 오메가-3 제품은 모두 연질 캡슐로 되어있으며, 유리병이나 플라스틱 통으로 포장되어 있습니다. 대부분 불투명한 용기로 되어 있으며, 60개에서 180개씩 담겨있습니다.

Q3. 미국 내 오메가-3의 수요가 어떻게 되나요?

미국 내 오메가-3의 수요는 높은 편이며, 계속해서 증가하고 있습니다. 오메가-3는 건강적인 효능으로 소비자들 사이에서 인기가 높으며, 생선 추출 오메가-3가 가장 선호됩니다. 미국 내 가장 수요가 높은 오메가-3 제품 브랜드로는 자사 제품인 윈드밀(Windmill), 네이처 플러스(Nature's Plus), 푸드 플러스(Food Plus), 슬로거(Slogar) 등이 있습니다. 들깨에서 추출된 오메가-3는 취급하고 있지 않으며, 들어본 적이 없습니다. 대부분의 현지 소비자들에게도 인지도가 낮은 것이라 생각됩니다.

Q4. 제품은 주로 어디서 판매하나요?

오메가-3는 대형마트, 드럭스토어, 건강기능식품 판매점, 편의점이나 온라인 매장을 통해서 판매합니다. 이 중에서도 드럭스토어에서 판매하는 경우가 가장 많으며, 온라인과 오프라인 판매를 병행하는 것이 좋습니다.

Q5. 제품은 어떻게 홍보하는 것이 좋을까요?

저희는 오메가-3 제품을 홍보할 때 건강 및 라이프 스타일 잡지를 활용하여 제품을 홍보하는 편입니다. 주로 현지에서 오메가-3 제품은 잡지, TV광고, SNS를 통해 홍보하는 것이 일반적입니다.

Q6. 제품 수출 시 필요한 인증은 무엇인가요?

현지에서 판매가 되고 있는 모든 의약품 및 멀티비타민은 미국 식품의약국의 승인을 받아야하며, 필요한 인증 또한 해당 기관을 통해 받을 수 있습니다. 이로 인해 오메가-3 제품도 미국 식품의약국의 승인을 받아야 합니다.

Interview ⑤ 퓨리탄스 프라이드(Puritan's Pride)



35)

●
퓨리탄스 프라이드
(Puritans Pride)

전문가 소속

퓨리탄스 프라이드
(Puritan's Pride)
소매유통업체

전문가 정보

Ms. Ratual
(Service Manager)

Ends Today Super Sale Weekend Savings Event
save up to 40% 50%
on top-selling vitamins & supplements | ends 8/18
SHOP TOP SELLERS

Vitality Supplements
Earth-inspired nutrition to help you reach your fitness goals.

Herbal Supplements
Herbs Derived from Nature's Best Sources
buy 1 get 2 free
on Puritan's Pride® brand items.

Joint Support
Continue to stay active this summer!
Supplements to help strengthen, defend and

Top Sellers

 ★★★★★ (42 Reviews) Pumpkin Seed Oil 1000 mg 1000 mg / 100 Softgels Buy 1 Get 2 Free 3 for \$13.99 Buy 2 Get 4 Free 6 for \$27.98 ADD TO CART	 ★★★★★ (363 Reviews) Q-SORB™ Co Q-10 200 mg 200 mg / 240 Rapid Release Softgels Buy 1 Get 2 Free 3 for \$107.99 Buy 2 Get 4 Free 6 for \$215.98 ADD TO CART	 ★★★★★ (248 Reviews) Probiotic 10 20 billion / 120 Capsules Buy 1 Get 2 Free 3 for \$29.99 Buy 2 Get 4 Free 6 for \$59.98 ADD TO CART	 Sale 30% Off ★★★★★ (384 Reviews) Triple Strength Glucosamine, Chondroitin & MSM Joint Soother® 90 Caplets Buy 1 Get 2 Free 3 for \$17.49 Buy 2 Get 4 Free 6 for \$34.98 ADD TO CART
---	---	---	---

퓨리탄스 프라이드(Puritan's Pride) Service Manager, Ms. Ratual

퓨리탄스 프라이드는 1973년 설립된 수입유통업체로, 비타민, 유산균, 멜라토닌, 허브차, 아로마테라피 제품, 콜라겐, 단백질 보충제, 동물용 영양제 등을 판매하고 있음. 자체 브랜드인 퓨리탄스 프라이드의 이름으로 제작한 1,200여 개의 비타민, 미네랄 등의 보충제를 포함하여 총 3,000개의 건강기능식품을 판매함. 주로 미국 내 슈퍼마켓, 마트, 드러그스토어로 제품을 납품하고 있음. 한 개의 오프라인 매장을 보유하고 있으며, 온라인 판매와 오프라인 판매를 병행하고 있음. 자사 홈페이지 외에 페이스북, 트위터, 인스타그램 등의 여러 SNS 채널을 통해 자사 제품을 홍보하고 있음

35) 사진자료: 퓨리탄스 프라이드(Puritan's Pride) 홈페이지 (www.puritan.com)



가격 35,000원

형태 연질캡슐

용량 500mg 60정

포장 플라스틱 통

Q1. 취급하는 제품의 소비자 가격은 어떻게 되나요?

오메가-3 제품은 용량, 원산지, 브랜드 등에 따라 가격이 10달러(12,122원)에서 43달러(52,125원)로 다양합니다. 식물성 오메가-3로는 치아씨드에서 추출된 제품을 판매하고 있으며, 가격은 60정에 22달러(26,668원)입니다. 일반적으로 식물성 오메가-3가 생선에서 추출된 오메가-3보다 저렴합니다. A사 제품은 저희가 취급하는 식물성 오메가-3와 비교했을 때, 가격이 비싼 편입니다. 미국으로 제품을 수출할 계획이라면, 미국 내 평균적인 소매가에 맞추어 가격을 조정할 필요가 있습니다.

Q2. 제품의 용량 및 포장형태가 어떻게 되나요?

현지에서 판매되고 있는 오메가-3 제품의 용량은 주로 500mg, 1000mg, 짜리 60정, 90정, 120정, 180정 단위로 판매하고 있으며, 모두 재활용이 가능한 플라스틱 통에 담겨있습니다.

Q3. 미국 내 오메가-3의 수요가 어떻게 되나요?

미국 내 오메가-3의 수요는 높은 편이며, 현재 다양한 오메가-3 제품이 출시되고 있습니다. 하지만 그 중 들깨 추출 오메가-3는 없는 것으로 알고 있습니다. 따라서 A사 제품이 출시되어 적절한 홍보만 이루어진다면 수요가 꽤 높을 것 같습니다. 현재로서는 생선 추출 오메가-3의 인기가 가장 높습니다.

Q4. 제품의 유통구조가 어떻게 되나요?

저희는 현재 네이처스 바운티(Nature's Bounty), 퓨리탄스 프라이드(Puritan's Pride), 코로메가(Coromega) 등의 오메가-3 제품을 유통받아 판매하고 있습니다. 주로 미국 내 슈퍼마켓으로 유통하고 있으며, 자사 홈페이지나 오프라인 매장을 통해서도 판매하고 있습니다.

Q5. 제품은 어떻게 홍보하는 것이 좋을까요?

저희는 주기적으로 1+1이나 2+1 할인 행사를 통해 제품을 판매하고 있습니다. 소비자들은 가격에 민감하기 때문에, 할인 행사를 진행한다면 인지도가 낮은 제품이어도 단기간에 수요를 높여 제품 인지도를 쌓을 수 있습니다.

Q6. 제품 수출 시 필요한 인 증은 무엇인가요?

필수적으로 준비해야하는 인 증은 없으나, 저희가 판매하는 몇몇 제품에는 미국 약전기관(USP)의 인 증이 있습니다. 자체 브랜드 상품의 경우, 미국 식품의약국에서 제공하는 절차에 따라 제조하고 있습니다.

IV. Competitiveness

SUMMARY

1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹

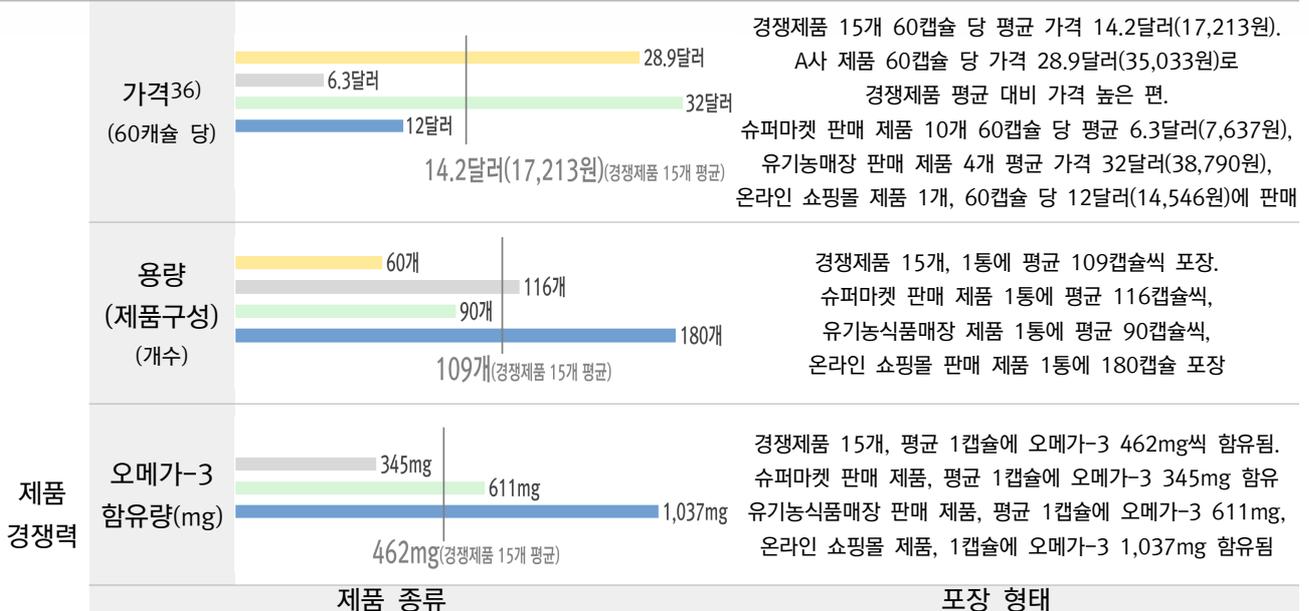
Competitiveness

(자사 제품 경쟁력 파악)

미국 (USA) - 제품 경쟁력 검증

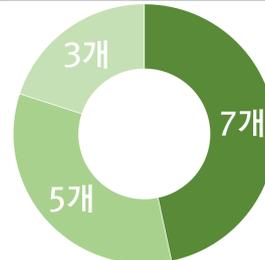
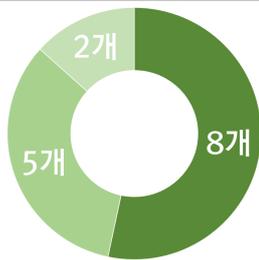
■ A사
 ■ 슈퍼마켓
 ■ 유기농식품매장
 ■ 온라인 쇼핑몰
 | 경쟁제품 평균

경쟁력 평가 의견



제품 종류

포장 형태



경쟁제품 15개 중 8개 식물성 오메가-3,
 5개 동물성 오메가-3, 나머지 2개는 식물성-동물성 혼합 오메가-3.
 식물성 오메가-3 8개 중 5개는 아마씨를 원료로 사용,
 동물성 오메가-3 5개 중 2개 알래스카 명태를 원료로 사용

경쟁제품 15개는 모두 플라스틱 용기에 포장된 제품임.
 15개 중 7개는 불투명 플라스틱 용기,
 5개는 반투명 플라스틱 용기,
 나머지 3개는 투명 플라스틱 용기에 포장되어 판매되고 있음

미국 (USA) - 마케팅 벤치마킹

		진출 채널	홍보 채널	홍보 문구
마케팅 벤치마킹	경쟁사	경쟁기업 6개사 모두 온라인 채널과 오프라인 채널에 진출 대표 오프라인 매장은 월마트이며, 대표 온라인 매장은 아마존임	경쟁기업 6개사 모두 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용	경쟁기업 6개사는 주로 제품의 효능, 품질, 맛 등을 강조한 홍보문구 활용

36) 1달러= 1,212.20원(2019.08.19.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

1. 제품 경쟁력 검증

1) 가격

경쟁제품명(경쟁기업명)

- ①플렉시드오일(월마트)
- ②블랙커먼시드오일(월마트)
- ③키즈오메가-3구미(월마트)
- ④아히플라워오일(자로우포물라)
- ⑤트리플오메가(네이처메이드)
- ⑥플렉시드오일(네이처메이드)
- ⑦오메가-3플랜트(네이처스웨이)
- ⑧플렉시드오일(홀푸드마켓)
- ⑨에인션트오메가(에인션트뉴트리션)
- ⑩플렉시드오일(베릴리빙브랜드)
- ⑪피쉬오일(베릴리빙브랜드)
- ⑫플렉시드오일(네이처스트루스)
- ⑬크릴오일(카르디날헬스)
- ⑭오메가-3(차치&드와이트)
- ⑮오메가-3 피쉬오일(알레스카오메가)

▶ A사 제품, 경쟁제품 대비 약 2배 높은 가격으로 책정됨 유기농매장 제품, 타 유형 매장 제품 대비, 약 2.9-5.1배 높은 가격

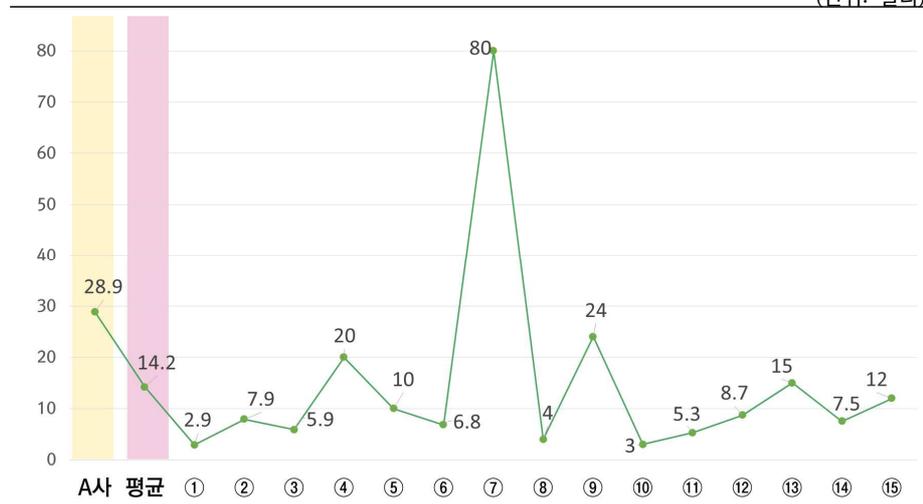
미국 오프라인 매장 및 온라인 매장에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개의 60캡슐 당 평균 가격은 14.2달러(17,213원)임. A사 제품의 가격은 60캡슐에 28.9달러(35,033원)로 A사 제품이 경쟁제품 15개 보다 약 2배 높은 가격으로 책정되어 있음

오메가-3 경쟁제품 15개는 미국 슈퍼마켓, 유기농식품매장, 온라인 쇼핑몰에서 조사됨. 3가지 유형의 매장에서 조사된 경쟁제품을 매장 유형별로 구분하여 가격을 비교해본 결과, 슈퍼마켓인 월마트(Walmart), 타겟(Target), 앨버트슨즈(Albertson), 케이마트(K Mart)에서 조사된 경쟁제품 10개의 60캡슐 당 평균 가격은 6.3달러(7,637원)임. 유기농식품매장 스프라우츠 파머스마켓(Sprouts Farmers Market)과 홀푸드마켓(Whole Foods Markets)에서 조사된 경쟁제품 4개의 60캡슐 당 평균 가격은 32달러(38,790원)이며, 온라인 쇼핑몰 아마존(Amazon)에서 조사된 경쟁제품 1개의 60캡슐 당 가격은 17달러(20,607원)임. 3가지 유형 매장 중 유기농식품매장 판매 제품의 평균 가격이 온라인 쇼핑몰 제품보다는 약 2.9배, 슈퍼마켓 판매 제품의 평균 가격보다는 약 5.1배 높은 가격으로 책정되어 있음

경쟁제품 15개 중 60캡슐 당 가격이 가장 높은 제품은 유기농식품매장에서 판매되고 있는 ⑦오메가-3플랜트(네이처스웨이) 제품으로 60캡슐 당 80달러(96,976원)에 판매되고 있음. 반면 가격이 가장 낮은 제품은 슈퍼마켓에서 판매되고 있는 ①플렉시드오일(월마트) 제품으로 60캡슐 당 2.9달러(3,515원)에 판매되고 있음

[표 3.1] 미국 오메가-3 가격 경쟁력 분석

(단위: 달러)



2) 용량(제품구성)

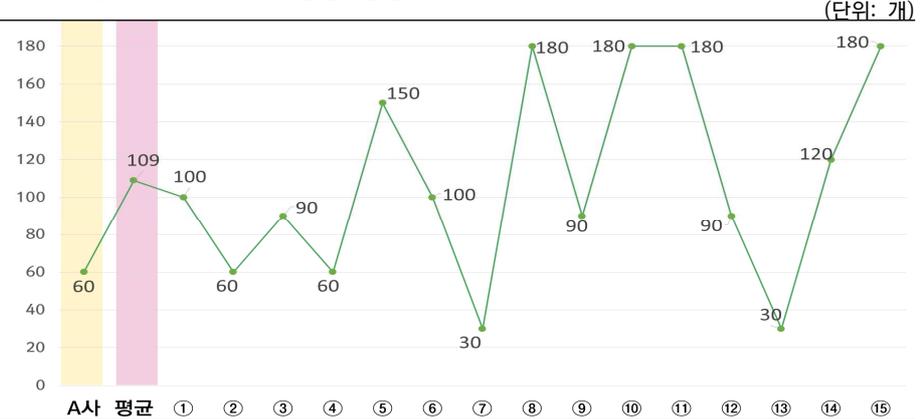
● 경쟁제품명(경쟁기업명)

- ①플렉시드오일(월마트)
- ②블랙커민시드오일(월마트)
- ③키즈오메가-3구미(월마트)
- ④아하플라워오일(자로우포물라)
- ⑤트리플오메가(네이처메이드)
- ⑥플렉시드오일(네이처메이드)
- ⑦오메가-3플렌트(네이처스웨이)
- ⑧플렉시드오일(홀푸드마켓)
- ⑨에인션트오메가(에인션트뉴트리션)
- ⑩플렉시드오일(베릴리빙브랜드)
- ⑪피쉬오일(베릴리빙브랜드)
- ⑫플렉시드오일(네이처스트루스)
- ⑬크릴오일(카르디날헬스)
- ⑭오메가-3(처치&드와이트)
- ⑮오메가-3 피쉬오일(알레스카오메가)

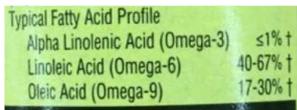
▶ A사 제품 용량, 경쟁제품 평균 용량 대비 작은 용량

미국에서 판매되고 있는 경쟁제품 15개는 플라스틱 용기 1통에 평균 109캡슐씩 포장되어 있음. A사 제품이 1통에 60캡슐씩 포장되어 있는 것과 비교하여 경쟁제품의 평균 용량이 더 큰 것으로 확인됨. 매장 유형별로 경쟁제품 용량을 비교해본 결과, 온라인 쇼핑몰에서 조사된 ⑮오메가-3 피쉬오일(알레스카오메가) 제품은 1통에 180캡슐이 담겨있으며, 슈퍼마켓에서 조사된 경쟁제품 10개는 1통에 평균 116캡슐, 유기농식품 매장에서 조사된 경쟁제품 4개는 1통에 평균 90캡슐씩 담겨있는 것으로 확인됨. 경쟁제품 중 용량이 가장 큰 제품은 1통에 180캡슐씩 포장된 제품으로 경쟁제품 15개 중 4개가 가장 큰 용량으로 포장되어 있으며, 1통에 30캡슐씩 포장된 ③키즈오메가-3구미(월마트) 제품이 용량이 가장 작음

[표 3.2] 미국 오메가-3 용량 경쟁력 분석



3) 오메가-3 함유량(mg)



라벨에 기재된

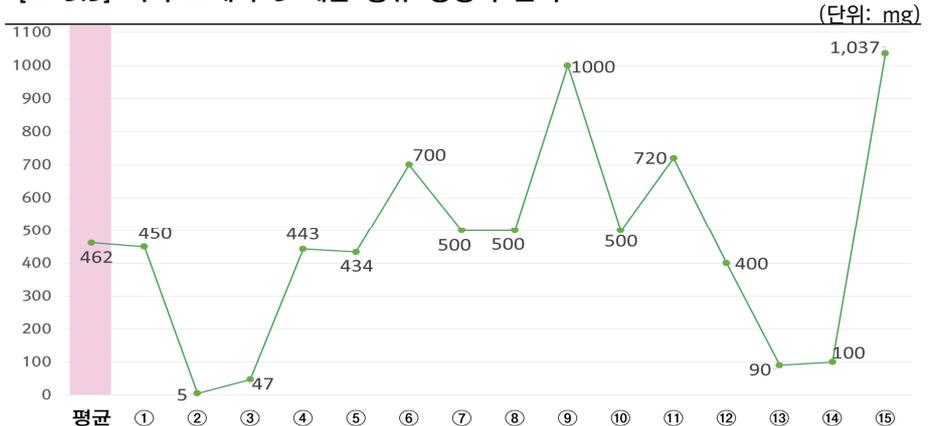
②블랙커민시드오일(월마트) 제품의 오메가-3, 6, 9 함유량

사진자료: 현지조사자료

▶ 경쟁제품 1캡슐 평균 오메가-3 함유량 462mg

경쟁제품 캡슐 1개당 오메가-3 함유량을 조사한 결과, 15개 제품의 평균 함유량은 462mg임. 경쟁제품 중 오메가-3 함유량이 가장 높은 제품은 ⑮오메가-3 피쉬오일(알레스카오메가) 제품이며, 함유량이 가장 낮은 제품은 ②블랙커민시드오일(월마트) 제품으로 오메가-3보다 오메가6의 함유량이 약 40-67배 높은 것으로 확인됨

[표 3.3] 미국 오메가-3 제품 종류 경쟁력 분석

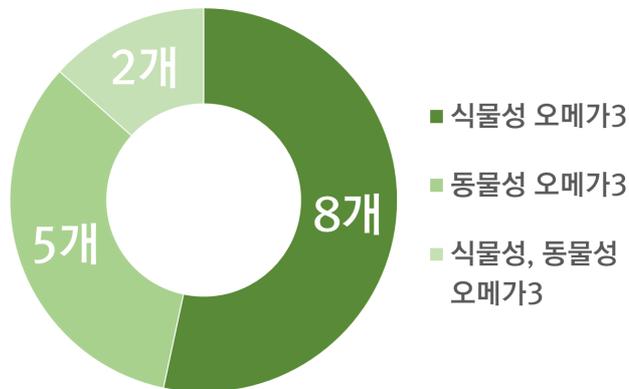


4) 제품 종류

▶ 경쟁제품 15개 중 8개, 식물성 오메가-3 제품

미국에서 판매되고 있는 경쟁제품은 식물을 원료로 사용한 식물성 오메가-3, 동물(생선)을 원료로 사용한 동물성 오메가-3, 식물과 동물 원료를 모두 사용한 식물성동물성 혼합 오메가-3로 구분됨. 경쟁제품 15개 중 8개는 식물성 오메가-3이며, 그 중 5개 제품은 아마씨를 원료로 사용하였음. 15개 중 5개는 동물성 오메가-3로 5개 중 2개는 명태를 원료로 사용하였으며, 15개 중 2개는 식물성동물성 오메가-3 제품임

[표 3.4] 미국 오메가-3 제품 종류 경쟁력 분석



5) 포장 형태

▶ 경쟁제품 15개 모두, 플라스틱 용기에 포장
15개 중 7개, 불투명 플라스틱 용기에 포장

조사된 경쟁제품 15개는 모두 플라스틱 용기에 포장된 제품임. 경쟁제품 15개 중 7개는 내용물이 보이지 않는 불투명 용기에 포장되어 있으며, 5개는 내용물이 비쳐 보이는 정도가 뚜렷하지 않고 흐릿한 반투명 용기에 포장되어 있음. 나머지 3개는 빛이 그대로 통과하여 내용물이 훤히 모두 비치는 투명 용기에 포장된 제품임



▲불투명 용기 포장 제품

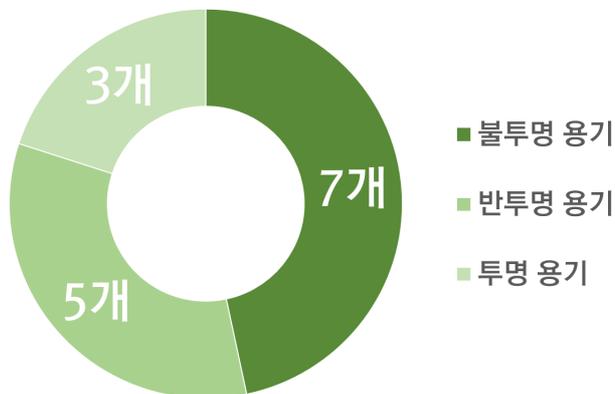


▲반투명 용기 포장 제품



▲투명 용기 포장 제품
사진자료: 현지조사자료

[표 3.5] 미국 오메가-3 포장 형태 경쟁력 분석



2. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ 경쟁기업 6개사 모두, 오프라인 및 온라인 채널 진출

미국에 진출한 경쟁기업 6개사 모두 오프라인 채널과 온라인 채널에 진출한 것으로 확인됨. 경쟁기업 6개사 중 4개사는 모두 월마트(Walmart)의 온·오프라인 매장에 진출한 것으로 확인되며, 타겟과 홀푸드 마켓에는 2개사가 진출한 것으로 확인됨. 온라인 채널의 경우, 6개사가 공통적으로 미국 온라인 쇼핑물 시장 점유율 52.5%로 1위인 아마존(Amazon)에 진출하였음. 미국 온라인 쇼핑물 시장 점유율 3위인 이베이(Ebay)와 4위인 월마트(Walmart)에는 6개사 중 4개사가 진출한 것으로 확인됨

[표 3.6] 미국 오메가-3 제조 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인			온라인		
	월마트	타겟	홀푸드마켓	아마존	이베이	월마트
월마트(Walmart)	○			○	○	○
자로우포물라(Jarrow Formulas)	○			○	○	○
네이처메이드(Nature Made)	○	○		○		○
네이처스웨이(Nature's Way)			○	○	○	
네이처스트루스(Nature's Truth)	○	○		○		○
홀푸드마켓(Whole Foods Market)			○	○	○	

2) 홍보 채널

▶ 경쟁기업 6개사 모두, 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 홍보 채널로 활용

경쟁기업 6개사 모두 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 홍보 채널로 활용하고 있음. 6개사 모두 페이스북과 인스타그램을 통해 자사 제품을 홍보하고 있으며, 월마트, 네이처메이드, 네이처스트루스, 홀푸드마켓은 트위터도 함께 활용 중인 것으로 확인됨. 6개사 모두 자사 홈페이지에 SNS 페이지로 연결되는 링크를 제공하고 있으며, 제품 사진, 정보, 효능, 리뷰 등을 자사 홈페이지와 더불어 여러 SNS 채널에도 게시하고 있음.

[표 3.7] 미국 오메가-3 제조 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS 플랫폼		
		페이스북	인스타그램	트위터
월마트(Walmart)	○	○	○	○
자로우포물라(Jarrow Formulas)	○	○	○	
네이처메이드(Nature Made)	○	○	○	○
네이처스웨이(Nature's Way)	○	○	○	
네이처스트루스(Nature's Truth)	○	○	○	○
홀푸드마켓(Whole Foods Market)	○	○	○	○

3) 홍보 문구

▶ 경쟁기업 오메가-3의 효능, 품질, 맛 강조하여 홍보

미국에 진출한 경쟁기업 6개사는 경쟁제품의 건강적인 효능, 품질, 맛 등을 강조하여 제품을 홍보하고 있음. 6개사 중 5개사는 ‘심장 건강’, ‘심혈관계’, ‘건강한 심장’, ‘심질환 예방’ 등 심장 관련 키워드를 사용하여 건강적인 효능을 강조하는 홍보문구를 사용 중인 것으로 확인됨. 2개사는 ‘유전자 조작을 하지 않은 식품’을 홍보 문구로 사용하였으며, 이와 유사하게 ‘글루텐 프리’, ‘고품질의’, ‘믿을 수 있는 품질’ 등의 문구를 사용하여 제품의 품질에 초점을 맞춘 문구도 경쟁기업들이 자주 사용하는 것으로 확인됨. 또한, 식물성 오메가-3 제품들은 주로 생선 추출 오메가-3와 차별화를 두기 위해 ‘생선 비린내가 나지 않는’ 점을 강조하는 것으로 확인됨

[표 3.8] 미국 오메가-3 제조 경쟁기업 홍보문구 분석



[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 유에스디에이 홈페이지 (www.usda.gov)
2. 논지엠오프로젝트 홈페이지 (www.nongmoproject.org)
3. 품질보증인터네셔널 홈페이지 (www.qai-inc.com)
4. 세계해양관리위원회 홈페이지 (www.msc.org)
5. 캘리포니아드림빅(California Dream big) 홈페이지 (www.visitcalifornia.com)
6. 오렌지 카운티(ocgov.com) 홈페이지 (www.ocgov.com)
7. 코리아데일리(Koreadaily) 홈페이지 (koreadaily.com)
8. 롱비치치디오디터(Long beach city auditor) 홈페이지 (www.cityauditorlauradoud.com)
9. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (www.portal.euromonitor.com)
10. 미국 인구조사국 홈페이지 (www.census.gov)
11. 서버번스테츠(Suburban Stats) 홈페이지 (suburbanstats.org)
12. 월드파플레이션리뷰(World popuation review) 홈페이지 (worldpopulationreview.com)
13. 스테이트101(States101) 홈페이지(www.states101.com)
14. 월드아틀라스(World Atalas) 홈페이지 (www.worldatlas.com)
15. 월마트(Walmart) 홈페이지 (walmart.com)
16. 스프라우츠 파머스 마켓(Sprouts Farmers Market) 홈페이지 (www.sprouts.com)
17. 타겟(Target) 홈페이지 (www.target.com)
18. 앨버트슨즈(Albertson) 홈페이지 (www.albertsons.com)
19. 포춘(Fortune) 홈페이지 (fortune.com)
20. 인베스터(Investor) 홈페이지 (investor.albertsonscompanies.com)
21. 미증권거래위원회(U.S securities and exchange commission) 홈페이지 (sec.gov)
22. 쇼핑아워(Shopping Hours) 홈페이지 (shop-hours.com)
23. 비건식품인증원 홈페이지지(vegan.org)
24. 월마트(Walmart) 홈페이지 (www.walmart.com)
25. 자로우포물라(Jarrow Formulas) 홈페이지 (jarrowonline.com)
26. 네이처메이드(Nature Made) 홈페이지 (www.naturemade.com)
27. 네이처스웨이(Nature's Way) 홈페이지 (www.naturesway.com)
28. 줌인포(www.zoominfo.com)
29. 마크로트렌드 (www.macrotrends.net)
30. 홀푸드마켓(Whole Foods Market) 홈페이지 (www.wholefoodsmarket.com)

발행 겸 편집 : aT 한국농수산물유통공사
발행일자 : 2019.08.23

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 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved. Printed in Korea

