



2021 해외시장 맞춤형조사

No.		202108-04
품목		에너지드링크(Energy Drink)
HS CODE		2202.99.2000
국가		미국(USA)
구분		경쟁력분석형

Contents

I. 요약	03
II. 경쟁제품	
1. 미국 에너지드링크 경쟁제품 선정	05
2. 미국 에너지드링크 경쟁제품 조사지표 선정	09
3. 미국 에너지드링크 경쟁제품 현지조사 결과	10
III. 경쟁기업	
1. 미국 에너지드링크 경쟁기업 선정	22
2. 미국 에너지드링크 경쟁기업 현지화 분석 기준	23
3. 미국 에너지드링크 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	25
IV. 수입·유통업체 인터뷰	
Interview ① 이스턴디스트리뷰터스(Eastern Distributors)	34
Interview ② 유니버설베버리지(Universal Beverages)	37
Interview ③ 마하스카(Mahaska)	40
V. 경쟁력파악	
1. 제품 경쟁력 검증	45
2. 벤치마킹 제품 분석	49
3. 기업 마케팅 벤치마킹	51
VI. 시사점	52
※ 참고문헌	54

Summary

■ 온라인 인기제품

	제품명	제조사명
3개 채널에서 Top 10인 제품	레드불	레드불
2개 채널에서 Top 10인 제품	V8 +에너지 포메그란테 블루베리	V8
	V8 +에너지 피치 망고	V8
	몬스터 에너지드링크 그린 오리지널	몬스터에너지 컴퍼니
	셀시어스 스파클링 오렌지 피트니스 드링크	셀시어스

■ 오프라인 주요 경쟁제품

레드불(레드불)		주스몬스터(몬스터에너지컴퍼니)	
	가격 4.0달러		가격 2.1달러
	용량 591ml		용량 473ml
시원한 디자인의 알루미늄 캔 패키지 에너지드링크		형광 컬러 패키지를 사용한 감각적인 디자인	

■ 경쟁기업 3개사 분석

	몬스터에너지컴퍼니	레드불	뉴트라볼트	미국 현지 진출 경쟁기업 현황
국적	미국	오스트리아	미국	
제품 현지화	●	●	●	
포장 현지화	●	①	●	
생산 방식 현지화	●	①	●	
입점 채널	경쟁기업 중 가장 많은 채널 입점	온/오프라인 채널 모두 활용	온/오프라인 채널 모두 활용	
홍보 채널	자사 홈페이지, SNS 플랫폼	자사 홈페이지, SNS 플랫폼	자사 홈페이지, SNS 플랫폼	수입산 경쟁기업, 포장의 일부를 현지화함 + 수입산 경쟁기업, 미국에 생산 및 유통센터 건설 예정

제품 현지화

- 상 (현지인 선호 신제품 개발)
- ① 중 (기존 유통 제품 성분 일부 변경해 출시)
- 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

포장 현지화

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

생산 방식 현지화

- 상 (현지에 제조시설 구비해 직접 제조)
- ① 중 (제조국에서 직접 제조해 현지 수출)
- 하 (제조국 OEM 업체에 제조 위탁)

■ 경쟁력 파악

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)		기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)		
가격(100ml당) (1.47달러)	○	일반 제품 (4개)	플레이버 제품 (6개)	포장형태 (플라스틱 파우치)	○	알루미늄 캔		
		0.5달러	0.53달러			10개		
용량(ml) (150ml)	○	일반 제품 (4개)	플레이버 제품 (6개)	맛 (바나나 맛)	●	일반 맛	과일 맛	기타 맛
		502.5ml	448.4ml			4개	3개	3개
원산지 (한국산)	●	미국	오스트리아	홍보문구 (올인원 바나나 +에너지드링크)	○	효능		성분
		9개	1개			6개		3개

● 차별화된 경쟁력 ① 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 가격, 경쟁제품에 비해 비싼 편 2) 경쟁제품 10개 모두 알루미늄 캔에 포장되어 유통 중, 플라스틱 파우치 포장에 대한 바이어 피드백은 부정적 3) 경쟁제품 10개 중 6개가 '활력', '면역력', '정신력', '뇌 잠재력' 등 효능을 강조한 홍보문구 사용
Point 02.	1) 경쟁기업 3개사 모두 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 운영 중 2) 수입산 경쟁기업 1개사, 미국 현지에 생산 및 유통센터 건설 예정

II. 경쟁제품

1. 미국 에너지드링크 경쟁제품 선정
2. 미국 에너지드링크 경쟁제품 조사지표 선정
3. 미국 에너지드링크 경쟁제품 현지조사 결과

1. 미국 에너지드링크 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징



제품명	BANANO E
제품 종류	에너지드링크
소비자가격 1)	2.2달러 (약 2,485원)
용량	150ml
포장	플라스틱 파우치 (스파우트 파우치)
특징	천연성분 함유 (바나나 퓨레)

Step 01. 제품 분석



① 사전컨설팅기록지 수령

② 고객사 제품 분석

- 제품명 : BANANO E
- 제품 종류 : 에너지드링크
- 제품 소비자가격 : 2.2달러(2,485원)
- 용량 : 150ml
- 포장 형태 : 플라스틱 파우치(스파우트 파우치)

Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑물 인기제품 확인



① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑물 확인

1. 아마존(Amazon): 16.1%
2. 월마트(Walmart): 5.6%
3. 타겟(Target): 3.1%

② 주요 온라인 쇼핑물 내 유사 인기제품 확인

- 주요 온라인 쇼핑물별 경쟁제품 Top 10 제품 확인
- 주요 온라인 쇼핑물 모두에서 확인: 1개 제품
- 주요 온라인 쇼핑물 중 2개에서 확인: 5개 제품

Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정

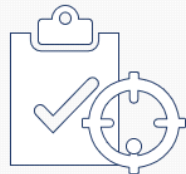
- 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
- 참여기업 선호 매장 : 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 한민마트

② 오프라인 매장 조사 제품 선정

- 현지 인기 제품, 제품의 용도에 따라 조사 제품 선정

③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석



① 현지 조사

- 경쟁제품 조사, 경쟁사 조사

② 제품 분석

- (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
- 벤치마킹 제품 분석

1) 1달러=1,129.50원 (2021.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인

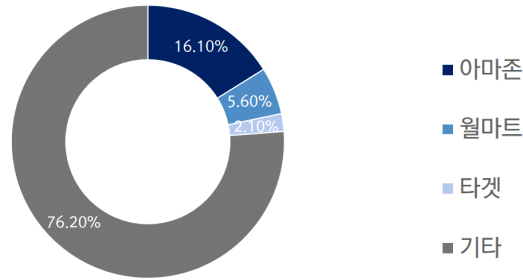
미국 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
 아마존	건강 제품, 유제품, 음료, 산식품 등
 월마트	건강 제품, 스낵, 유제품, 냉동식품 등
 타겟	유제품, 차, 음료, 스낵, 건강식품 등

▶ 미국 온라인 쇼핑몰 점유율 상위 3개, 아마존, 월마트, 타겟

유로모니터에 따르면, 2020년 기준 미국 현지인들이 식품 구매를 위해 이용하는 온라인 쇼핑몰 상위 3개는 아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 타겟(Target)으로, 상위 3개 온라인 쇼핑몰의 점유율은 약 23.8%임

[표 2.1] 미국 온라인 쇼핑몰 점유율



자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

▶ 인기 온라인 쇼핑몰에 모두 진출한 경쟁제품, 1개

미국 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 총 1개의 제품이 주요 온라인 쇼핑몰에서 모두 판매 중이며, 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 제품은 5개로 확인됨

[표 2.2] 미국 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)

순위	아마존	월마트	타겟
1	몬스터 에너지 울트라 선라이즈 (몬스터에너지컴퍼니)	레드볼 (레드볼)	케토 웨이트 로스 파워더 스틱 (리얼 케톤스)
2	V8 +에너지 포메그란테 블루베리 (V8)	몬스터 제로 울트라 에너지드링크 (몬스터에너지컴퍼니)	V8 +에너지 스트로베리 바나나 (V8)
3	몬스터 에너지드링크 그린 오리지널 (몬스터에너지컴퍼니)	몬스터 에너지드링크 그린 오리지널 (몬스터에너지컴퍼니)	알라니 에너지 하와이안 셰이크드 아이스 (알라니 뉴트라션 LLC)
4	집피즈 헬시 에너지드링크 믹스 (집피즈)	코카콜라 에너지 제로 슈거 체리 (더코카콜라컴퍼니)	알라니 에너지 코스믹 스타터스트 (알라니 뉴트라션 LLC)
5	V8 +에너지 피치 망고 (V8)	컷 에너지+웨이트 로스 스파클링 워터멜론 포메그란테 (하이드로씨컷)	V8 +에너지 블랙 체리 (V8)
6	퓨어부스트 클린 에너지드링크 믹스 (퓨어부스트)	컷 에너지+웨이트 로스 스파클링 오렌지 망고 파인애플 (하이드로씨컷)	코카콜라 에너지 제로 슈거 체리 (더코카콜라컴퍼니)
7	레인 토탈 바디 풀 오렌지 드림시클 (레인베브리지컴퍼니)	몬스터 자바 커피+에너지 (몬스터에너지컴퍼니)	V8 +에너지 피치 망고 (V8)
8	레드볼 (레드볼)	C4 오리지널 (셀루코어)	레드볼 (레드볼)
9	셀시어스 스파클링 오렌지 피트니스 드링크 (셀시어스)	셀시어스 스파클링 오렌지 피트니스 드링크 (셀시어스)	V8 +에너지 포메그란테 블루베리 (V8)
10	제비아 제로 칼로리 에너지드링크 (제비아)	셀시어스 스파클링 그레이프 러쉬 피트니스 드링크 (셀시어스)	케토 에너지 라즈베리 레몬에이드 (케토로직)

■ 3개 온라인 쇼핑몰에서 판매 ■ 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매

자료 : 아마존(Amazon) 홈페이지, 월마트(Walmart) 홈페이지, 타겟(Target) 홈페이지

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 미국 캘리포니아 정보²⁾³⁾

인구	3,937만 명
면적	403,466.3km ²

▶ 미국 로스엔젤리스, 방문지역으로 선정

미국 캘리포니아주 남부에 위치한 도시인 로스엔젤리스(Los Angeles)를 방문지역으로 선정함. 캘리포니아주는 경제 규모가 세계 5-7위 수준 국가에 상당하는 지역으로, 약 3,900만 명 이상의 인구를 보유한 미국 최대 주임. 특히 로스엔젤리스는 캘리포니아에서 가장 인구가 많은 지역이자 미국 전체에서는 뉴욕에 이어 두 번째로 큰 도시로, 세계에서 가장 다양한 인종이 모여드는 도시 중 하나임. 2018년 기준 캘리포니아의 가구별 평균 소득은 75,277달러로 미국 전체 평균인 61,937달러에 비해 약 21.5% 높은 수준임

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓, 할인점, 편의점

미국 에너지드링크의 유통채널별 점유율을 확인한 결과, 포어코트 리테일러가 35.5%로 가장 높았으며, 하이퍼마켓 12.8%, 전통 식료품 소매업체 11.8%, 편의점 10.8%, 슈퍼마켓 5.8%, 온라인 4.4%로 확인됨. 이에 각 유통채널별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사매장을 선정함

[표 2.3] 미국 에너지드링크 주요 유통채널 현황⁴⁾

채널 분류	점유율	주요 매장
포어코트 리테일러 ⁵⁾	35.5%	써클케이, 세븐일레븐, 스피드웨이, 와와, 퀵트립, 머피유에스에이
하이퍼마켓	12.8%	월마트, 마이어, 크로거, 타겟
전통 식료품 소매업체	11.8%	(-)
편의점	10.8%	세븐일레븐, 와와, 써클케이, 킷체크, 이지
슈퍼마켓	5.8%	크로거, 퍼블릭스, 세이프웨이, 에이치이비, 월마트
온라인	4.4%	아마존, 월마트, 이베이, 타겟, 크로거

■ 고객사 진출 선호 매장

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

2) 자료: 미국 인구조사국(Census) 홈페이지

3) 자료: 스탯ISTA(Statista), 「Resident population in California from 1960 to 2020」, 2020

4) 유로모니터(Euromonitor) 2020 미국 에너지드링크 유통채널(Distribution) 정보

5) 주유소 내에서 다양한 식료품을 판매하는 식료품 소매점

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(*) 아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 타겟(Target)
- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(*) 월마트(Walmart), 타겟(Target), 에이치마트(H-mart)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 일반 제품: 다른 맛을 첨가하지 않은 기본 맛 에너지드링크
- 플레이버 제품: 과일맛, 바닐라맛 등의 맛을 첨가한 에너지드링크

[표 2.4] 미국 에너지드링크 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	일반	플레이버
① 록스타에너지드링크 (록스타)	○ (월마트, 타겟, 에이치마트)	○ (아마존, 월마트, 타겟)	○	
② 씨포얼티밋 (뉴트라볼트)	○ (월마트, 타겟)	○ (아마존, 월마트)	○	
③ 레드볼 (레드볼)	○ (월마트, 타겟)	○ (아마존, 월마트, 타겟)	○	
④ 마운틴듀라이즈에너지 (펍시)	○ (월마트, 타겟, 에이치마트)	○ (아마존, 월마트, 타겟)	○	
⑤ 주스몬스터 (몬스터에너지컴퍼니)	○ (월마트, 타겟, 에이치마트)	○ (아마존, 월마트, 타겟)		○
⑥ 에너지 (더코카콜라컴퍼니)	○ (타겟)	○ (아마존, 월마트, 타겟)		○
⑦ 레인 (레인베브리지컴퍼니)	○ (월마트, 타겟, 에이치마트)	○ (아마존, 월마트, 타겟)		○
⑧ 예르바마테 (야책)	○ (에이치마트)	○ (아마존, 월마트, 타겟)		○
⑨ 뱅 (바이탈파머슈티컬)	○ (월마트, 타겟, 에이치마트)	○ (아마존, 월마트, 타겟)		○
⑩ 스타벅스트리플샷에너지 (노스아메리칸커피)	○ (월마트, 타겟, 에이치마트)	○ (아마존, 월마트, 타겟)		○

(*) 현지 판매 에너지드링크 경쟁제품 10개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑몰 인기 브랜드 제품

2. 미국 에너지드링크 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 미국 에너지드링크 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 미국 에너지드링크 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100ml당 가격	제품의 100ml당 가격
용량	ml	제품의 포장 단위
제품 종류	일반 제품	다른 맛을 첨가하지 않은 기본 맛 에너지드링크
	플레이버 제품	과일맛, 바닐라맛 등의 맛을 첨가한 에너지드링크
제품 맛	일반 맛	청량감을 주는 새콤달콤한 기본 맛
	과일 맛	체리, 수박 등 과일 맛을 첨가한 맛
	기타 맛	민트, 솜사탕, 바닐라 등의 맛을 첨가한 맛
포장 형태	알루미늄 캔	알루미늄 소재의 캔
유통기한		제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기한
원산지		제품의 원산지
홍보문구		제품의 홍보문구
기타 표기사항		제품의 기타 표기사항
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

3. 미국 에너지링크 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 미국 로스엔젤리스에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 한인마트

미국 로스엔젤리스에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓 월마트(Walmart), 타겟(Target) 및 한인마트 에이치마트(H-mart)를 방문함. 이 중 월마트는 미국에서 가장 큰 점유율을 차지하고 있는 하이퍼마켓으로, 미국 하이퍼마켓의 84%를 점유하고 있음⁶⁾. 타겟은 미국에서 1,890개 이상의 지점을 보유하고 있는 대형 하이퍼마켓이며⁷⁾, 에이치마트는 미국 내 70개 이상의 지점이 있음

[표 2.6] 미국 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
월마트 (Walmart)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	4	- 미국 하이퍼마켓 점유율 1위 - 미국 내 4,740개 이상의 지점 보유 - 조사한 지점의 경우, 근처에 아파트 단지 및 거주지가 밀집되어 있음
타겟 (Target)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	3	- 미국 내 1,890개 이상의 지점 보유 - 조사한 지점의 경우, 주변에 다양한 아울렛 매장 및 백화점 등이 밀집되어 있고, 대형 주차장이 있음
에이치마트 (H-mart)	한인마트	3	- 한국 식료품을 전문으로 제공 - 조사한 지점의 경우, 아시아인 주민이 많은 지역에 위치해있고 주차가 편리함



지도자료: 구글맵(Google Maps)

6) 자료: 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

7) 자료: 스탯ISTA(Statista) 홈페이지

▶ 경쟁제품 10개 중 6개 제품은 3개 매장에서 모두 판매

월마트(Walmart), 타겟(Target), 에이치마트(H-mart) 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 록스타에너지드링크, 마운틴듀라이즈에너지, 주스몬스터, 레인, 뱅, 스타벅스트리플샷에너지 제품이 방문 매장 3곳에서 모두 판매 중인 것으로 확인됨. 타겟은 경쟁제품 9개 제품을 취급하고 있는 것으로 확인되어, 조사 매장 3개 중 가장 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	월마트	타겟	에이치마트
① 록스타에너지드링크 (록스타)	O	O	O
② 씨포얼티밋 (뉴트라볼트)	O	O	X
③ 레드볼 (레드볼)	O	O	X
④ 마운틴듀라이즈에너지 (펍시)	O	O	O
⑤ 주스몬스터 (몬스터에너지컴퍼니)	O	O	O
⑥ 에너지 (더코카콜라컴퍼니)	X	O	X
⑦ 레인 (레인베브리지컴퍼니)	O	O	O
⑧ 예르바마테 (야책)	X	X	O
⑨ 뱅 (바이탈파머슈티컬)	O	O	O
⑩ 스타벅스트리플샷에너지 (노스아메리칸커피)	O	O	O

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 월마트(Walmart)

● 매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
식료품, 의류, 사무용품,
생활용품 등 다양한 제품을
판매함

- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치

- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ⁸⁾		월마트는 1962년에 설립된 미국의 슈퍼마켓 체인 매장으로 미국 50개 주와 전 세계 24개국에 약 11,700여 개 이상의 매장을 보유하고 있음. 언제 어디서나 다양한 제품을 매일 저렴한 가격으로 제공한다는 전략을 내세우며 고객을 확보하고 있음
		조사 제품 수: 4개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 웨스트민스터
	상세주소	13331 Beach Blvd, Westminster, CA 92683

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 에너지링크 경쟁제품 정보	
		
	록스타에너지링크 (록스타)	씨포얼티밋 (뉴트라볼트)
		
	레드불 (레드불)	마운틴듀라이트에너지 (펄시)

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/월마트/타겟 웹사이트

		 	
제품명 (현지어)	록스타에너지드링크 (Rockstar Energy Drink)	제조사 (현지어)	록스타 (Rockstar)
제품 종류	에너지드링크	용량	473ml
소비자가격	1.4달러 (1,525원)	100ml당 가격	0.3달러 (322원)
원산지	미국	포장 형태	알루미늄 캔
맛	일반 맛	홍보문구	여름 스포트라이트
기타 표기사항	무설탕	원료 및 첨가물	탄산수, 구연산, 타우린, 구연산나트륨, 천연 및 인공 향료, 말토덱스트린, 카페인, 카라멜 색소, 수크랄로스 등

		 	
제품명 (현지어)	씨포얼티밋 (C4 Ultimate)	제조사 (현지어)	뉴트라볼트 (NutraBolt)
제품 종류	에너지드링크	용량	473ml
소비자가격	2.8달러 (3,140원)	100ml당 가격	0.6달러 (664원)
원산지	미국	포장 형태	알루미늄 캔
맛	일반 맛	홍보문구	당신의 최고를 깨움
기타 표기사항	무설탕, 무착색제	원료 및 첨가물	탄산수, 메일산, 안노신, 베타-알라닌, L-시툴린, 베타파워, 타우린, 카페인, 칼륨, 천연 향료 등

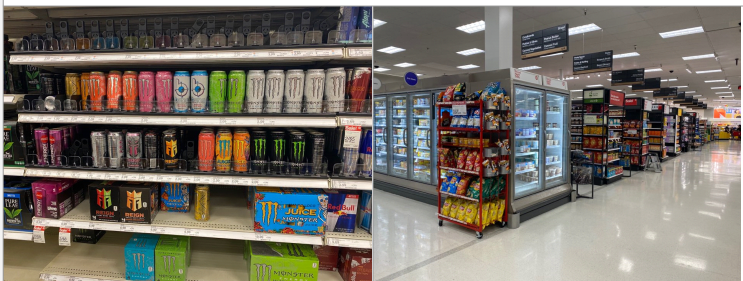
			
제품명 (현지어)	레드불 (Redbull)	제조사 (현지어)	레드불 (RedBull)
제품 종류	에너지드링크	용량	591ml
소비자가격	4.0달러 (4,495원)	100ml당 가격	0.7달러 (761원)
원산지	오스트리아	포장 형태	알루미늄 캔
맛	일반 맛	홍보문구	심신에 활력을 불어넣음
수입자	Red Bull N.A., Inc.,	원료 및 첨가물	탄산수, 구연산, 타우린, 천연 및 인공 향료, 중탄산나트륨, 탄산마그네슘, 색소, 카페인, 아스파탐, 아세설팜칼륨 등

			
제품명 (현지어)	마운틴듀라이즈에너지 (Mountain Dew Rise Energy)	제조사 (현지어)	펩시 (Pepsi)
제품 종류	에너지드링크	용량	473ml
소비자가격	2.0달러 (2,236원)	100ml당 가격	0.4달러 (473원)
원산지	미국	포장 형태	알루미늄 캔
맛	일반 맛	홍보문구	면역력 지원, 정신력 증강
원료 및 첨가물	탄산수, 청포도 과즙 농축액, 구연산, 천연 향료, 폴리인산나트륨, 시티콜린, 카페인, 아스코르브산, 아스파탐, 아라비아 고무, 소르빈산 칼륨, 아세설팜 칼륨, 수크랄로스, 나이아신아미드, 글리세롤, 로진 에스테르, 칼슘 디소듐 에타, 칼슘 판토텐산염, 자당 아세테이트 이소부티레이트, 황산염, 피리독신 염산염, 베타 카로틴		

Shop ② 타겟(Target)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
가정용품, 의류, 전자 기기,
식료품, 의약품, 독점
디자이너 컬렉션 등의
다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
유통인구가 많은 상업지구
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ⁹⁾			타겟은 1902년에 설립된 미국의 유통업체인 타겟 코퍼레이션이 운영하는 하이퍼마켓 체인 매장임. 1962년에 첫 번째 매장을 연 이래 현재까지 미국 50개 주와 컬럼비아 특별구에 매장을 운영하고 있음. 고품질 상품을 낮은 마진으로 제공함으로써, 제품의 품질과 가격 경쟁력을 확보하는 차별화 전략을 지님
			조사 제품 수: 3개
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	웨스트민스터 200 Westminster Mall, Westminster, CA 926893
매장 내부 전경	매장 내부 전경 		
제품 판매 정보	판매 에너지링크 경쟁제품 정보		
			
	주스몬스터 (몬스터에너지컴퍼니)	에너지 (더코카콜라컴퍼니)	레인 (레인베브리지컴퍼니)

사진자료: 현지조사원 자료,아마존/월마트/타겟 웹사이트

9) 자료: 타겟(Target) 홈페이지

				
제품명 (현지어)	주스몬스터 (Juice Monster)	제조사 (현지어)	몬스터에너지컴퍼니 (Monster energy company)	
제품 종류	에너지드링크	용량	473ml	
소비자가격	2.1달러 (2,361원)	100ml당 가격	0.4달러 (499원)	
원산지	미국	포장 형태	알루미늄 캔	
맛	망고로코 맛	홍보문구	에너지 주스	
원료 및 첨가물	탄산수, 설탕, 망고 농축액, 구아바 퓨레, 백포도 주스 농축액, 포도당, 사과 주스 농축액, 구연산, 타우린, 파인애플 시럽, 파인애플 농축액, 구연산 칼륨, 천연 향료, 레몬 펄프, 살구 퓨레, 오렌지 주스 농축액, 복숭아퓨레, 구연산나트륨, 소르빈산칼륨, 카페인, 말토덱스트린, 나이아신아마이드, 수크랄로스, 잔탄검, 알긴산나트륨, 패션프루트 주스농축액, 식염, 아라비아검, 모시톨, L-카르니틴 L-주석산나트륨, 안식향산나트륨, 에스테르검, 피리독신 염산염, 리보플라빈, 시아노코발라민			

				
제품명 (현지어)	에너지 (Energy)	제조사 (현지어)	더코카콜라컴퍼니 (The Coca Cola Company)	
제품 종류	에너지드링크	용량	355ml	
소비자가격	2.0달러 (2,248원)	100ml당 가격	0.6달러 (633원)	
원산지	미국	포장 형태	알루미늄 캔	
맛	체리 맛	홍보문구	과라나, 비타민 B, 카페인	
원료 및 첨가물	탄산수, 고과당 옥수수 시럽, 포도당, 2% 미만: 천연향, 카페인, 구아라나 추출물, 비타민 B3 및 B6, 구연산, 카라멜 색소, 중탄산나트륨, 인산, 안식향산나트륨 및 소르빈산칼륨			

			
제품명 (현지어)	레인 (Reign)	제조사 (현지어)	레인베브리지컴퍼니 (Reign Beverage Company)
제품 종류	에너지드링크	용량	473ml
소비자가격	2.1달러 (2,361원)	100ml당 가격	0.4달러 (499원)
원산지	미국	포장 형태	알루미늄 캔
맛	수박 맛	홍보문구	열 발생 연료
원료 및 첨가물	탄산수, L-시트룰린, 구연산, 구연산나트륨, 판낙스추출물, L-류신, 천연향료, 카페인, L-이소류신, L-발린, 수크랄로스, 안식향산나트륨, 구연산칼륨, 소르빈산칼륨, 아세틸팜칼륨, 나이아신아미드, 마그네슘 젖산, 녹차추출물, 코엔자임Q-10, L-카르니틴 L-주석산, 피리독신염산염, 고추 올레오레진, 시아노코발라민		

Shop ③ 에이치마트(H-mart)

● 매장 정보

- 유형: 한인마트
- 판매 제품 특징:
한국 식료품, 육류, 해산물,
생활용품 등 다양한 제품을
판매함
- 매장 주변 특징:
한인타운에 위치하였으며,
주변에 한국 음식점, 한국
카페 등이 밀집됨
한국 제품 구매를 위해
현지인들도 많이 방문함
- 주요 고객층:
현지 주민, 현지 거주 교민

브랜드 기본 정보 ¹⁰⁾		에이치마트는 한아름 그룹에 속한 미국의 슈퍼마켓 체인으로 1982년에 설립되었으며, 현재까지 미국 전역에 97개 이상의 매장이 운영되고 있음. 한국 음식을 전문으로 판매하는 매장으로 시작하여 현재에는 아시아 식품과 광범위한 서양 식료품을 판매하고 있음
		조사 제품 수: 3개

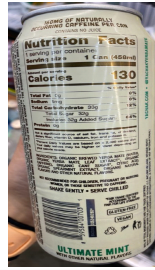
매장 정보		
	위치	도시(지역) 웨스트민스터 상세주소 8911 Garden Grove Blvd, Garden Grove, CA 92841

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

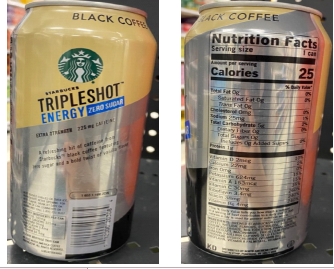
제품 판매 정보	판매 즉석 떡볶이 경쟁제품 정보		
			
	예르바마테 (아채)	뱅 (바이탈파머슈티컬)	스타벅스티플숍에너지 (노스아메리칸커피)

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/월마트/타겟 웹사이트

10) 자료: 에이치마트(H-Mart) 홈페이지

					
제품명 (현지어)	예르바마테 (Yerba Mate)	제조사 (현지어)	야책 (Yachak)		
제품 종류	에너지드링크	용량	473ml		
소비자가격	2.3달러 (2,587원)	100ml당 가격	0.5달러 (547원)		
원산지	미국	포장 형태	알루미늄 캔		
맛	민트 맛	홍보문구	유기농 마테로부터 활기를 얻음		
기타 표기사항	글루텐 프리, 비건	원료 및 첨가물	물, 유기농 예르바 마테잎 추출물, 유기농 카페인, 유기농 사탕수수당, 구연산, 유기농 스피어민트 추출물, 유기농 천연 향료 및 기타 천연 향료		

			
제품명 (현지어)	뱅 (Bang)	제조사 (현지어)	바이탈파머슈티컬 (Vital Pharmaceuticals)
제품 종류	에너지드링크	용량	473ml
소비자가격	2.5달러 (2,812원)	100ml당 가격	0.5달러 (595원)
원산지	미국	포장 형태	알루미늄 캔
맛	숨사탕 맛	홍보문구	뇌 잠재력 및 잠재 채내 연료
원료 및 첨가물	탄산수, 구연산, 천연 향료, 카페인, 안식향산나트륨, 구연산칼륨 일수화물, 수크랄로스, EAA, 이염기성 인산칼륨, 비타민 C, 아세틸팜칼륨, 소르빈산칼륨, 염화마그네슘, 슈퍼 크레아틴, 염화칼슘, 칼슘 이나트륨 EDTA, 비타민 B3 , CoQ10, 비타민 B6, 비타민 B12		

			
제품명 (현지어)	스타벅스티플숍에너지 (Starbucks Tipleshop Energy)	제조사 (현지어)	노스아메리칸커피 (North American Coffee)
제품 종류	에너지드링크	용량	443ml
소비자가격	3.5달러 (3,942원)	100ml당 가격	0.8달러 (890원)
원산지	미국	포장 형태	알루미늄 캔
맛	바닐라 맛	홍보문구	에너지 커피 음료
기타 표기사항	무설탕	원료 및 첨가물	양조 스타벅스 커피, 천연 향료, 수크랄로스, 이노시톨, 아스코르브산나트륨, 말토덱스트린, 파나즈 인삼 뿌리 추출물, 나이아신아마이드, 인산삼칼슘, 구아라나 종자 추출물, 염산피리독신, 리보플라빈, 팔미트산 비타민, 비타민 D3

III. 경쟁기업

1. 미국 에너지드링크 경쟁기업 선정
2. 미국 에너지드링크 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 미국 에너지드링크 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 미국 에너지드링크 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 에너지드링크 판매 미국기업 2개사, 오스트리아기업 1개사 총 3개사 선정

미국 오프라인 매장에 진출한 경쟁기업 중, 인기브랜드 보유 경쟁기업을 기준으로 미국기업 2개사, 오스트리아기업 1개사 총 3개사를 선정함. 선정된 경쟁기업은 에너지드링크 및 스포츠 보조제 제품을 판매하고 있음. 각 제조사는 제품 구성품 일부를 위탁 생산하는 경우도 있으나, 완제품 유통 및 판매를 전담하는 기업을 경쟁기업이라 정의함

▶ 경쟁기업 3개사, 평균 28년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 28년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 몬스터에너지컴퍼니는 1992년 설립되어 약 29년째 사업을 이어오고 있으며, 레드불과 뉴트라볼트는 각각 37년, 19년의 업력을 보유하고 있는 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업 3개사, 에너지드링크 동일품목 종류 조사

미국에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 에너지드링크의 동일 품목 수를 조사한 결과 몬스터에너지컴퍼니가 55개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목 수를 판매하고 있는 것으로 확인됨. 그 다음으로는 뉴트라볼트가 32개, 레드불이 11개의 제품을 판매 중인 것으로 조사됨

[표 3.1] 에너지드링크 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
몬스터에너지컴퍼니	미국	29년	55개
레드불	오스트리아	37년	11개
뉴트라볼트	미국	19년	32개

자료: 미국 진출 에너지드링크 경쟁기업 3개사 분석

2. 미국 에너지드링크 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 19년도 매출액
	직원 수
	기업 19년도 직원 수
설립연도	기업의 설립연도
	에너지드링크

▶ 경쟁기업의 자사 제품 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 제품 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 기존 제품 출시	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시	○ (하)
② 기존 제품 현지화	기존 유통되는 제품의 맛, 성분 등을 변경하여 출시	● (중)
③ 신제품 개발	현지인이 선호하는 맛, 첨가물, 용량 등을 조사하여 현지에서 선호될 만한 신제품을 개발	● (상)

▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 원본 포장 디자인 혹은 형태를 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	● (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 새로운 형태의 디자인을 사용함	● (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 유통 채널에 따른 분석 기준

[표 3.6] 경쟁기업 유통 채널

기준	채널 종류
오프라인	월마트, 타겟, 에이치마트
온라인	아마존, 월마트, 타겟

▶ 경쟁기업의 홍보 채널에 따른 분석 기준

[표 3.7] 경쟁기업 홍보 채널

기준	채널 종류
자사 홈페이지	국내 홈페이지
	글로벌 홈페이지
	현지 홈페이지
SNS 플랫폼	페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터

3. 미국 에너지드링크 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 모두 미국 오프라인 매장과 온라인 채널 진출

미국에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 대형 하이퍼마켓 체인인 월마트와 타겟에서는 경쟁기업 3개사가 모두 확인되었으며, 아시아 식품 전문 판매 매장인 에이치마트에서는 몬스터에너지컴퍼니사가 확인되었음. 온라인의 경우, 몬스터에너지컴퍼니는 현지 주요 온라인 판매채널인 아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 타겟(Target)에 모두 입점하였음. 레드불 또한 3개 온라인 쇼핑몰에 모두 진출하였으나, 뉴트라볼트의 경우, 타겟에서는 에너지드링크 제품을 판매하지 않는 것으로 확인됨

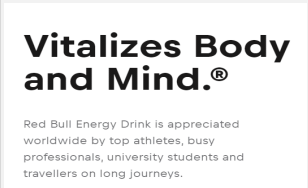
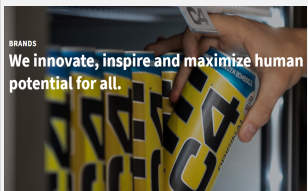
▶ 경쟁기업 SNS 플랫폼에서의 제품 홍보 활동 활발함

미국 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 3개사 모두 글로벌 공식 홈페이지를 운영하고 있으며, 몬스터에너지컴퍼니와 레드불의 경우 별도의 미국 홈페이지에서 현지 판매 제품 정보를 확인할 수 있었음. 또한 3개사 모두 SNS 플랫폼을 홍보채널로 활용하고 있으며 글로벌 계정으로 전 세계 소비자에게 홍보 활동을 진행하고 있음

▶ **경쟁기업 홍보문구로 제품의 성분과 효과, 주 고객층 등을 강조하여 홍보**

미국 시장에 진출한 경쟁기업은 제품 홍보 시 주로 제품의 성분과 성분이 주는 효과를 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품 성분을 강조한 문구로는 ‘카페인’, ‘비타민B군’, ‘타우린’, ‘인공 색소 및 향료 무첨가’ 등을 사용함. 성분이 주는 효과를 강조하는 문구로는 ‘신체에 필요한 연료 제공’, ‘정신 집중’, ‘수분 공급’, ‘근지구력’ 등을 활용하는 것으로 확인됨. 또한 에너지드링크의 주 고객층을 강조하였으며, ‘운동선수’, ‘음악가’, ‘바쁜 전문가’, ‘대학생’, ‘장거리 여행자’ 등의 문구를 활용하는 것으로 확인됨. 그 외에도 제품의 맛을 강조하는 ‘부드럽고 마시기 쉬운’ 등의 문구도 사용하는 것으로 조사됨

[표 3.8] 미국 에너지드링크 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
몬스터 에너지 컴퍼니	- 오프라인 매장 - 월마트 - 타겟 - 에이치마트 - 온라인 매장 - 아마존 - 월마트 - 타겟	- 자사 홈페이지 (미국) - SNS 플랫폼 (글로벌) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터	- 운동선수, 음악가들이 즐겨 찾습니다 - 부드럽고 마시기 쉬운 맛 - 전해질, 비타민 B군, 카페인 및 BCAA가 균형 있게 혼합되어 신체에 필요한 연료를 제공	
레드불	- 오프라인 매장 - 월마트 - 타겟 - 온라인 매장 - 아마존 - 월마트 - 타겟	- 자사 홈페이지 (미국) - SNS 플랫폼 (글로벌) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터	- 몸과 마음을 활성화함 - 전 세계 최고의 운동선수, 바쁜 전문가, 대학생 및 장거리 여행자에게 높이 평가 - 카페인은 인지 기능에 대한 자극 효과 제공 - 수용성 B군 비타민 함유 - 광범위한 생물학적 과정에 관여하는 타우린 함유	
뉴트라볼트	- 오프라인 매장 - 월마트 - 타겟 - 온라인 매장 - 아마존 - 월마트	- 자사 홈페이지 (글로벌) - SNS 플랫폼 (글로벌) - 페이스북 - 인스타그램 - 트위터	- 신체 내 에너지 폭발 - 정신 집중, 주의력을 지원하는 특허 받은 영양소 - 수분 공급과 더 나은 신체 기능을 제공 - 근지구력과 근육 용량을 증가 - 인공 색소나 향료를 사용하지 않음	

자료: 미국 진출 에너지드링크 경쟁기업 3개사 분석

① 몬스터에너지컴퍼니

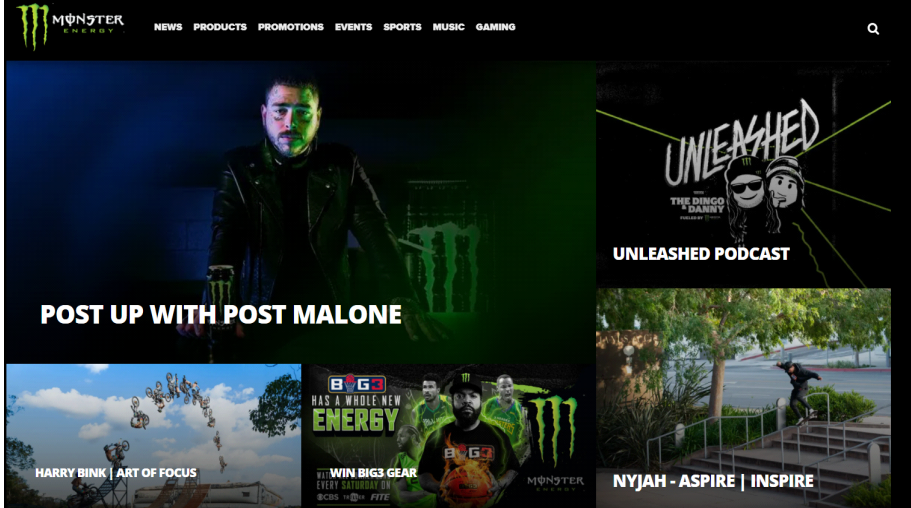
기업 기본 정보	기업명	몬스터에너지컴퍼니	
	기업 설명	몬스터에너지컴퍼니의 모기업 몬스터베버리지는 1992년 음료 회사 한센내츨을 인수한 뒤 몬스터에너지를 출시함. 이후 몬스터에너지, 몬스터하이드로, 자바몬스터, 주스몬스터 등의 에너지드링크 제품 라인을 개발하여 전 세계 100개 이상의 국가에서 판매하고 있음. 2019년 에너지 음료 업계에서 레드불에 이어 2위를 차지함	
	위치	1 Monster Way, Corona, CA 92879, USA	
	규모	직원 수	3,529명
		동일품목 수 ¹¹⁾	55개 (9개 제품군의 다양한 맛)
		설립연도	1992년
		매출	42억 달러

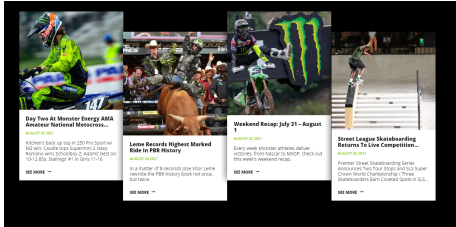
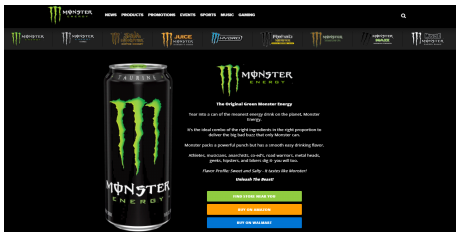
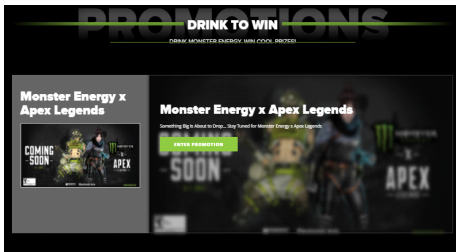
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 월마트 타겟 에이치마트		제품명	주스몬스터 (Juice Monster)
			용량	473ml
			가격	2.1달러 ¹²⁾ (2,361원)
			제품 종류	에너지드링크
	〈온라인 매장〉 아마존 월마트 타겟		제품명	주스몬스터 (Juice Monster)
			용량	473ml
			가격	2.0달러 (2,236원)
			제품 종류	에너지드링크

현지 진출 방법	제품 현지화	● (상)	미국 제품으로 미국 소비자의 수요를 충족시킬 수 있는 신제품 개발
	포장 현지화	● (상)	미국 시장에 맞는 포장 디자인 개발
	제조 방식 현지화	● (상)	미국에 제조시설을 구비하여 직접 제조

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/월마트/타겟 웹사이트

11) 에너지드링크 제품을 동일품목으로 분류함

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지 (미국), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터 (글로벌)
	게시 주기	하루에 1건 이상
	게시물 유형	스포츠 행사 뉴스, 판매 제품 소개, 프로모션 및 이벤트 정보

게시물 유형		기업 후원의 스포츠 행사 뉴스 게재
		- 브랜드 및 제품군 소개 - 주변의 구매 가능한 매장 안내 - 판매 사이트 연결(아마존, 월마트)
		- 여행, 게임, 스포츠 등 다양한 분야에서의 프로모션 진행 - 각종 스포츠 정보 및 운동선수 소개 - 뮤직 아티스트 및 행사 소개

사진자료: 몬스터에너지컴퍼니(Monster Energy Company) 홈페이지 (www.monsterenergy.com)

② 레드불

기업 기본 정보	기업명	레드불	
	기업 설명	레드불은 1984년에 설립된 오스트리아 국적의 에너지드링크 생산 및 마케팅 업체로, 1987년에 레드불 에너지드링크를 첫 출시하였음. 1992년부터 유럽, 미국, 중국, 동남아 등 전 세계로 시장을 확장함. 본사는 오스트리아 찰츠부르크에 위치하였으며, 미국 현지 법인은 캘리포니아 산타모니카에 위치함	
	위치	Am Brunnen 1, 5330 Fuschl am See, Austria	
	규모	직원 수	12,736명
		동일품목 수 ¹³⁾	11개
		설립연도	1984년
		매출	60억 6,700만 유로

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 월마트 타겟		제품명	레드불 (Redbull)
			용량	591ml
			가격	4.0달러 (4,495원)
			제품 종류	에너지드링크
	〈온라인 매장〉 아마존 월마트 타겟		제품명	레드불 (Redbull)
			용량	591ml
			가격	3.3달러 (3,693원)
			제품 종류	에너지드링크

현지 진출 방법	제품 현지화	● (상)	현지에서 선호될 만한 신제품을 개발
	포장 현지화	● (중)	제품의 포장 디자인 일부 현지화(용량 표기)
	제조 방식 현지화	● (중)	유럽에서 생산하여 수출 및 유통하였으나, 미국 애리조나에 캔 생산 및 유통 센터 건설 (2021년 예정)

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/월마트/타겟 웹사이트

13) 에너지드링크 제품을 동일품목으로 분류함

홍보 방식



홍보 채널

자사 홈페이지 (미국), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터 (글로벌)

게시 주기

주기적으로 업데이트(라이브 방송, 행사 일정 등)

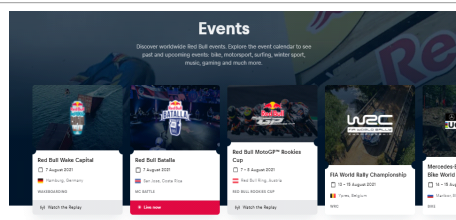
게시물 유형

라이브 방송, 기업 후원 행사 일정, 기업 및 판매 제품 소개

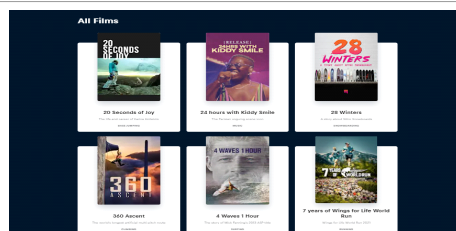
게시물 유형



- 라이브 방송
(스포츠, 공연, 게임 등)



- 기업 후원 행사 일정 소개
(산악바이크, 모터스포츠, 동계스포츠, 공연, 게임 등)



- 스포츠 및 음악 관련 영상 콘텐츠 제공
(영화, 비디오클립, 다큐멘터리 등)

사진자료: 레드불(Redbull) 홈페이지 (www.redbull.com)

③ 뉴트라볼트

기업 기본 정보	기업명	뉴트라볼트	
	기업 설명	미국 텍사스 오스틴에 본사를 두고 있는 뉴트라볼트는 2002년 설립된 고성능 스포츠 영양 제품 업체임. 주요 브랜드로는 C4와 XTEND가 있으며, 에너지드링크 제품 라인으로 씨포에너지, 씨포스마트에너지, 씨포엘티밋을 생산하고 있음. 2019년 유통 계약을 체결한 Big Geyser을 포함한 다수의 유통업체를 통해 제품을 판매하고 있음	
	위치	4407 Monterey Oaks Blvd, Ste. 150, Austin, TX 78749, USA	
	규모	직원 수	약 500여 명
		동일품목 수 ¹⁴⁾	32개 (3개 제품군의 다양한 맛)
		설립연도	2002년
		매출	1억 2,950만 달러

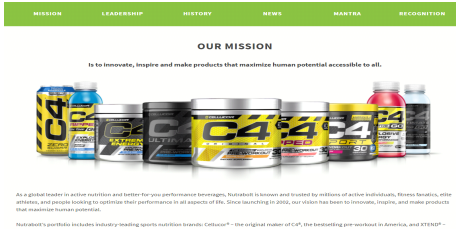
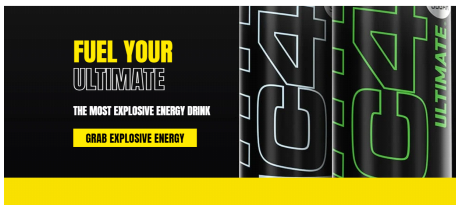
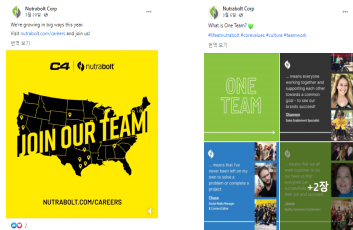
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 월마트 타겟		제품명	씨포엘티밋 (C4 Ultimate)
			용량	473ml
			가격	2.8달러 (3,140원)
			제품 종류	에너지드링크
	〈온라인 매장〉 아마존 월마트		제품명	씨포엘티밋 (C4 Ultimate)
			용량	473ml
			가격	2.8달러 (3,140원)
			제품 종류	에너지드링크

현지 진출 방법	제품 현지화	● (상)	미국 제품으로 미국 소비자의 수요를 충족시킬 수 있는 신제품 개발
	포장 현지화	● (상)	미국 시장에 맞는 포장 디자인 개발
	제조 방식 현지화	● (상)	미국에 제조시설을 구비하여 직접 제조

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/월마트/타겟 웹사이트

14) 에너지드링크 제품을 동일품목으로 분류함

홍보 방식		
		
	홍보 채널	자사 홈페이지 (글로벌), 페이스북/인스타그램/트위터 (글로벌)
	게시 주기	일주일에 한 번
게시물 유형		기업 소개 및 홍보, 판매 브랜드 및 제품 소개

게시물 유형		기본적인 회사 소개 (회사명, 역사, 미션, 수상내역, 인지도)
		- 브랜드 및 판매 제품 소개 - 브랜드 홈페이지 별도 운영 (C4, CELLUCOR, XTEND)
		- 기업 채용 정보 - 기업의 핵심 가치 홍보 - 임직원 인터뷰

사진자료: 뉴트라볼트(Nutrabolt) 홈페이지 (www.nutrabolt.com)

IV. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 이스턴디스트리뷰터스(Eastern Distributors)

Interview ② 유니버설베버리지(Universal Beverages)

Interview ③ 마하스카(Mahaska)

Interview ① 이스턴디스트리뷰터스 (Eastern Distributors)

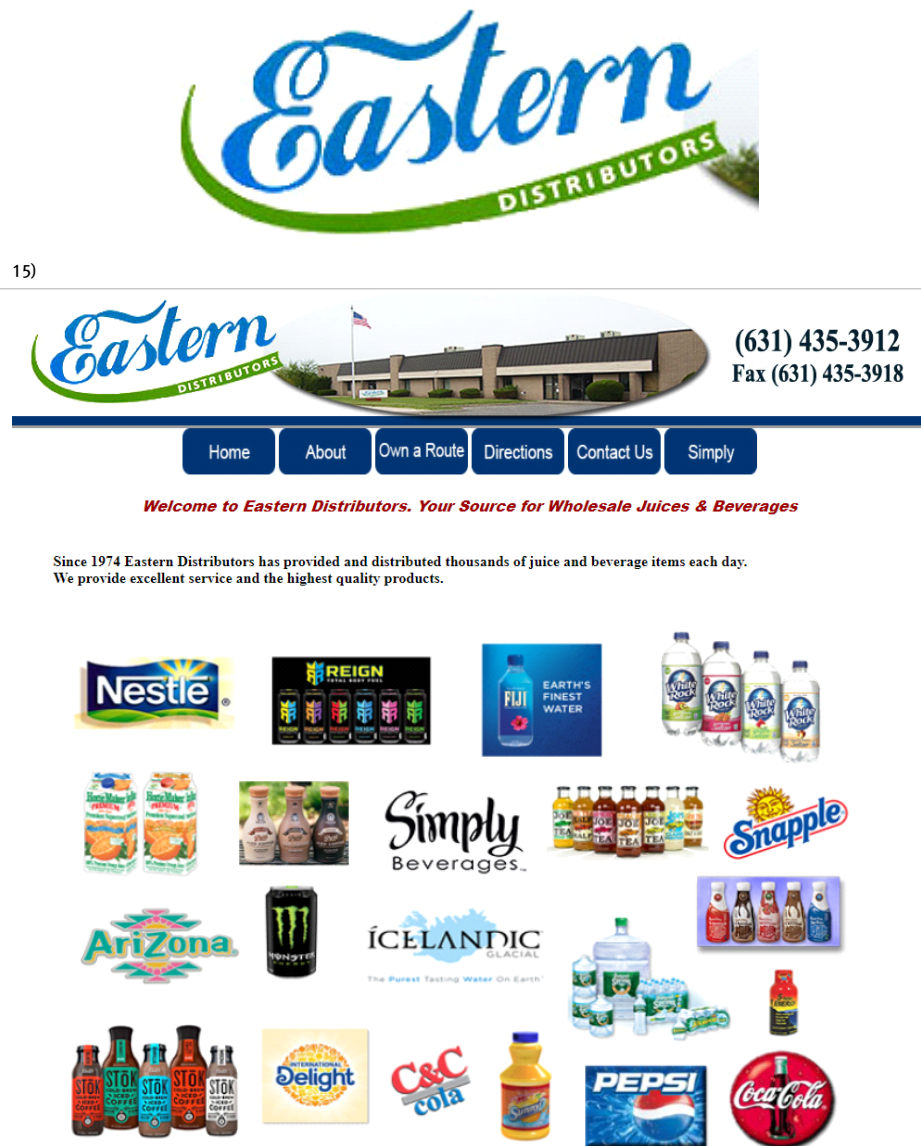
이스턴디스트리뷰터스
(Eastern Distributors)

도매업체

담당자 정보

Head of Wholesale
Department

15)



이스턴디스트리뷰터스(Eastern Distributors) Head of Wholesale Department

이스턴디스트리뷰터스는 미국 뉴욕의 롱 아일랜드에 위치한 음료 전문 도매업체임. 뉴욕, 뉴저지, 코네티컷, 메사추세츠 및 펜실베이니아에 이르는 유통망을 보유하고 있으며 24시간 주문 가능한 것으로 확인됨. 네슬레, 펩시, 코카콜라, 스낵폴 등 주요 브랜드의 음료를 유통하고 있으며 특히 몬스터 에너지와 같은 에너지드링크를 제공하고 있음



가격 2.2달러

용량 150ml

포장 형태 알루미늄 파우치
(스파우트 파우치)

Q1. 미국 소비자들이 에너지드링크를 구매할 때 가장 중요하게 생각하는 요소는 무엇인가요? 그리고 그 이유는 무엇인가요? (시장의 최근 동향을 고려하여 답변해주세요.)

1위는 가격이며, 이어서 브랜드 인지도, 패키지, 용량이 에너지드링크를 구매하는 미국 소비자들이 중요하게 생각하는 요소입니다. 또한 맛과 건강상의 이점도 소비자들에게 주요 구매 요인으로 작용합니다. 이러한 요소 이외에도, 소비자들은 에너지드링크의 즉각적인 효과를 기대하는 경우가 많습니다. 음료를 마신 직후에 에너지가 충전되는지 여부가 브랜드에 대한 신뢰를 높이는 데에 기여하는 것으로 확인됩니다.

Q2. 현재 미국에서 가장 인기 있는 에너지드링크 브랜드는 무엇인가요?

레드불, 몬스터에너지컴퍼니, 노스아메리칸커피(스타벅스), 바이탈파머슈티컬, 펄시, 5-아워 에너지가 현재 미국 에너지드링크 시장을 점유하고 있습니다.

Q3. 스파우트 파우치 포장 형태가 미국 소비자들에게 좋은 반응을 얻을 것이라 예상하시나요?

좋은 반응을 얻기 어려울 것으로 예상됩니다. 소비자들의 입장에서는 스파우트 파우치(노즐이 있는 주스 파우치)가 다소 불편할 수 있으며, 현재로서는 주로 캔, 유리병, 페트병이 에너지드링크 패키지로 사용되고 있습니다.



가격 2.2달러

용량 150ml

포장 형태 알루미늄 파우치
(스파우트 파우치)

Q4. 소비자들 사이에서 인공향료 및 감미료가 함유된 에너지드링크에 대한 거부감이 커지고 있습니다. 이러한 점에서 천연 성분이 포함된 BANANO E가 에너지드링크의 과점 시장에서 두각을 나타낼 가능성이 있다고 보십니까?

미국에서 식물성 식품과 음료에 대한 선호도가 높아지고 있는 것은 부정할 수 없는 사실입니다. 비만 및 각종 건강 문제들의 증가로 많은 미국 소비자들 사이에서 식물성 식품 및 음료를 선택하고 있으므로, 해당 제품 또한 미국 시장에서 좋은 반응을 얻을 것이라고 봅니다. 그러나 건강(기능성)을 강조한 제품들은 맛있고 저렴할 때만 시장에서 살아남을 수 있다는 점을 명심해야 합니다.

또한 식물성 에너지드링크는 상대적으로 새롭기에 열려있는 시장이라고 볼 수 있습니다. 합리적인 가격의 고품질 식물성 에너지 음료를 제공한다면 기존 시장의 틈새를 공략하여 단기간에 좋은 평판을 얻을 것입니다. 미국 소비자들을 대상으로 제품 테스트를 해보고 피드백을 받는다면 식물성 에너지음료 수요 측면에서의 시장 패턴을 이해할 수 있을 것입니다.

Q5. 제품의 성분을 고려할 때, 합리적인 가격이라고 생각하시나요?

네, 합리적인 가격이라고 생각합니다. 해당 제품이 과일 추출물 기반이라는 점을 고려하면, 미국 시장에서 합리적인 가격으로 좋은 반응을 얻을 수 있을 것이라 예상됩니다.

Interview ② 유니버설베버리지 (Universal Beverages)

유니버설베버리지
(Universal Beverages)

도매업체

담당자 정보

Sales In-charge

16)

Store About Location Contact us 718.965.1229

Universal Beverages

Full line of drinks and snacks, delivered quickly.

Shop Now

Beverages

가게 / Beverages

Drink Mixes Soda Teas Juices Energy Sports

Nutritional Water Coffee Malt

유니버설베버리지(Universal Beverages) Sales In-charge

유니버설베버리지는 다양한 종류의 음료(소다, 생수, 주스, 티, 에너지드링크, 스포츠 음료 등) 및 스낵 제품들을 판매하는 도매업체임. 뉴욕 브루클린에 위치하고 있으며 브루클린 및 그 외곽 지역으로는 무료로 배송 서비스를 제공하고 있음. 유통업체, 학교, 가게, 사무실, 케터링 업체 등 많은 기관에 제품을 판매하고 있으며, 빠른 배송과 합리적인 가격으로 좋은 평판을 얻은 것으로 확인됨



가격 2.2달러

용량 150ml

포장 형태 알루미늄 파우치
(스파우트 파우치)

Q1. 미국 소비자들이 에너지드링크를 구매할 때 가장 중요하게 생각하는 요소는 무엇인가요? 그리고 그 이유는 무엇인가요? (시장의 최근 동향을 고려하여 답변해주세요.)

첫 번째 요소는 가격입니다. 에너지드링크 시장은 경쟁이 치열하기 때문에 대부분의 소비자들은 가격을 가장 중요하게 고려합니다. 그리고 브랜드 평판 및 패키지와 같은 요소들은 고소득 소비자들에게 더 많은 중요성을 가집니다.

그러나 이밖에도 최근 동향을 보면, 소비자들의 선호가 일반 음료에서 건강 음료로 느리지만 꾸준히 이동하고 있다는 것을 알 수 있습니다. 또한 에너지드링크 중에서도 저칼로리 제품에 대한 수요가 빠르게 증가하고 있습니다. 따라서 이러한 요소들도 최근의 미국 소비자들이 에너지드링크 구매 시 중요하게 생각하는 요소라고 볼 수 있습니다.

Q2. 스파우트 파우치 포장 형태가 미국 소비자들에게 좋은 반응을 얻을 것이라 예상하시나요?

소비자들의 반응을 예측하기 어렵습니다. 해당 제품은 3개의 평판 좋은 브랜드(레드불, 몬스터에너지컴퍼니, 그리고 5-아워 에너지)의 제품들과 경쟁해야 하는데, 세 브랜드 모두 캔이나 병으로 제품을 제공하고 있습니다. 일반적으로, 소비자들은 세련된 캔이나 병 패키지를 선호했고 지금까지의 시장 트렌드였습니다. 따라서 스파우트 파우치 포장은 에너지드링크 시장에서 새로운 시도가 될 것입니다.



가격 2.2달러

용량 150ml

포장 형태 알루미늄 파우치
(스파우트 파우치)

Q3. 소비자들 사이에서 인공향료 및 감미료가 함유된 에너지드링크에 대한 거부감이 커지고 있습니다. 이러한 점에서 천연 성분이 포함된 BANANO E가 에너지드링크의 과점 시장에서 두각을 나타낼 가능성이 있다고 보십니까?

에너지드링크 뿐만 아니라 다른 음료에서도 인공향료와 감미료에 대한 소비자들의 거부감이 커지고 있는 것이 사실입니다. 그러나 그러한 소비자의 비율은 여전히 적습니다. 하지만 시간이 지남에 따라 건강에 대한 관심이 증가할 것이며 더 많은 소비자들이 화학성분이 들어간 제품을 기피할 것입니다. 이러한 이유로 현재 레드불을 비롯한 유명 에너지드링크 제조 회사의 대다수도 '무설탕' 에너지 음료를 제공하고 있습니다.

물론, 과일, 채소 등 천연물을 원료로 한 음료를 선호하는 고객들도 있습니다. 이에 따라 식물성 추출물을 취급하는 유명 음료 브랜드가 증가하고 있지만, 아직까지는 그 수가 적습니다. 따라서 식물성 에너지드링크를 초기에 제공하는 기업은 시장을 점유할 수 있을 것입니다.

Q4. 제품의 성분을 고려할 때, 합리적인 가격이라고 생각하시나요?

타 브랜드의 에너지드링크 가격과 비교하여 본다면, BANANO E는 가격 경쟁력이 있는 상품은 아닙니다. 기존 에너지드링크의 소매 가격은 다음과 같습니다.

·레드불: 24 캔(8.4oz)짜리 한 팩 / 38달러 (한 캔당 1.59달러)

·주스몬스터: 24 캔(16oz)짜리 한 팩 / 39.75달러 (한 캔당 1.66달러)

·5-아워 에너지: 12 캔(1.93oz)짜리 한 팩 / 22달러 (한 캔당 1.84달러)

그러나 식물성 추출물로 구성된 에너지드링크에 더 많은 돈을 지불할 의향이 있는지는 소비자에게 달려 있습니다. 높은 가격이지만, 비건 소비자들에게는 어느 정도 시장성을 가질 가능성이 높습니다.

Interview ③ 마하스카 (Mahaska)

마하스카
(Mahaska)

유통업체

담당자 정보

Sales Manager

17)



마하스카(Mahaska) Sales Manager

마하스카는 다양한 음료, 간식거리 및 자판기 서비스를 제공하는 유통회사임. 아이오와, 캔사스 그리고 네브라스카에 본사를 두고 있으며 광범위한 독점/파트너 브랜드의 제품과 서비스를 제공하고 있음. 마하스카의 서비스는 미국의 모든 지역에서 사용할 수 있음

17) 사진자료: 마하스카(Mahaska) 홈페이지



가격 2.2달러

용량 150ml

포장 형태 알루미늄 파우치
(스파우트 파우치)

Q1. 미국 소비자들이 에너지드링크를 구매할 때 가장 중요하게 생각하는 요소는 무엇인가요? 그리고 그 이유는 무엇인가요? (시장의 최근 동향을 고려하여 답변해주세요.)

가장 중요한 요소는 브랜드 평판입니다. 소비자들은 유명 브랜드는 제품의 품질과 타협하지 않는다는 믿음을 가지고 있습니다. 그래서 평판이 좋은 브랜드는 건강한 에너지 음료를 제공한다고 생각합니다. 브랜드 평판을 제외하면, 가격 또한 중요한 요인입니다. 원산지의 좋고 나쁨을 따질 수는 없지만, 선진국 제품들이 높은 판매 순위를 차지하고 있습니다.

최근 동향을 고려하여 답변하자면, 성분 또한 중요한 요소입니다. 미국에서 에너지드링크 판매량이 증가함과 동시에 에너지드링크가 건강에 미치는 영향에 대한 우려도 증가하고 있습니다. 소비자들은 카페인이나 설탕과 같은 에너지드링크의 성분에 대하여 우려가 많습니다. 이에 따라 과일, 허브, 그리고 채소 기반 에너지드링크가 증가하고 있으며 인공향료 및 감미료가 함유된 제품에 대한 선호도가 낮아지고 있습니다.

Q2. 스파우트 파우치 포장 형태가 미국 소비자들에게 좋은 반응을 얻을 것이라 예상하시나요?

해당 포장 형태는 경쟁 우위를 갖지는 않을 것입니다. 미국에서 스파우트 파우치는 에너지드링크 패키지로 잘 쓰이지 않습니다. 캔이나 유리병 패키지는 생산 비용이 더 싸긴 하지만 소비자의 시선을 끄는 데 도움이 됩니다. 그러나 평판이 좋은 몇몇 브랜드 중 종이팩 형태의 패키지를 사용하는 경우도 있으며 미국 시장에서 그리 드문 형태는 아닙니다.

음료 산업에서 패키지는 매우 중요한 요소이며 소비자가 실질적으로 가장 먼저 보는 것이 패키지 디자인입니다. 따라서 눈길을 사로잡는 포장과 디자인은 에너지드링크의 판매율을 높이는 데 많은 도움이 됩니다. 특히, 새로운 브랜드일수록 그러한 경향이 두드러지므로 좋은 패키지를 선보이는 것이 중요할 것이라 생각합니다.



가격 2.2달러

용량 150ml

포장 형태 알루미늄 파우치
(스파우트 파우치)

Q3. 소비자들 사이에서 인공향료 및 감미료가 함유된 에너지드링크에 대한 거부감이 커지고 있습니다. 이러한 점에서 천연 성분이 포함된 BANANO E가 에너지드링크의 과점 시장에서 두각을 나타낼 가능성이 있다고 보십니까?

핵심 셀링포인트를 강조하여 적절한 마케팅 전략을 세운다면 가능성은 열려있습니다. 소비자들 사이에서 건강에 대한 인식이 증가하고 있으므로, 천연 성분이 포함된 점이 셀링포인트가 될 수 있습니다. BANANO E는 식물성 추출물로 만든 제품이므로 빠르게 증가하고 있는 미국의 비건 인구를 겨냥해도 좋을 것입니다. 초기에는 비건 소비자들을 타겟층으로 하고, 비건 소비자들에게 인기를 얻은 후에는 다른 소비자들에게도 인기를 얻게 될 것입니다. 과일 퓨레는 에너지드링크 및 주스 시장의 새로운 트렌드이며 미국 시장에서도 분명히 가능성이 있습니다. 또한 중요한 것은 제품의 맛과 타협하지 않아야 한다는 점이며, 맛은 순전히 개인의 취향이므로 다양한 종류의 맛을 제공하는 것이 좋다는 점입니다.

그러나 레드불과 몬스터에너지컴퍼니 같은 브랜드는 수십 년간 에너지드링크 시장을 점유하고 있습니다. 따라서 그들과 경쟁하기 위해서는 맛, 건강상의 이점, 품질만으로는 부족하며, 적절한 마케팅 전략 계획이 필요해 보입니다.

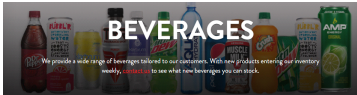
Q4. 제품의 성분을 고려할 때, 합리적인 가격이라고 생각하시나요?

다소 비싼 가격이라고 판단됩니다. 미국에서, 에너지드링크의 일반적인 소매 가격은 8.4oz 드링크 하나당 대략 2달러 혹은 그 이하입니다. 예를 들어, 레드불(8.4oz) 및 주스 몬스터의 소매 가격은 1.75달러에서 2.25달러 사이입니다. 따라서, 현재 시장 가격을 고려했을 때, BANANO E는 아직 미국 시장에서 브랜드 신뢰도가 없는 상황이므로 비싼 편이라고 볼 것입니다.

미국 에너지링크 수입·유통업체 인터뷰 결과

인터뷰 대상 기업체 선정 기준

- ① 현지 식품 수입업체
- ② 에너지링크 제품 취급 경험 있음

업체명	이스턴디스트리뷰터스 (Eastern Distributors)	유니버설베버리지 (Universal Beverages)	마하스카 (Mahaska)
업태	▶ 도매업체	▶ 도매업체	유통업체
취급 품목	▶ 		
	음료	음료, 시리얼, 스낵	음료, 스낵

미국 에너지링크 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	이스턴디스트리뷰터스 (Eastern Distributors)	유니버설베버리지 (Universal Beverages)	마하스카 (Mahaska)
	▶ 도매업체	▶ 도매업체	유통업체
미국 소비자들이 중시하는 에너지링크 구매요인은?	가격 을 가장 중요시하게 여김	가격 을 가장 중요시하게 여김	브랜드 평판 을 가장 중요시하게 여김
스파우트 파우치 포장에 대한 미국 소비자의 반응을 예상한다면?	좋은 반응을 얻기 어려울 것으로 예상됨. 소비자들의 입장에서 노출이 있는 주스 파우치가 다소 불편할 수 있음	소비자들의 반응을 예측하기 어려움. 소비자들은 세련된 캔이나 병 패키지를 선호 했고 이는 지금까지의 시장 트렌드였음	해당 포장 형태는 미국 에너지링크 시장에서 경쟁 우위를 갖지는 않을 것으로 보임
천연 성분 에너지링크 음료에 대한 미국 소비자의 반응을 예상한다면?	합리적인 가격 의 고품질 식물성 에너지 음료를 제공한다면 기존 시장의 틈새를 공략하여 단기간에 좋은 평판 을 얻을 것	소비자의 비율은 여전히 적으나 시간이 지남에 따라 건강에 대한 관심이 증가할 것	천연 성분이 포함된 점이 셀링포인트 가 될 수 있음
고객사 제품 가격 이 합리적인가?	해당 제품이 과일 추출물 기반이라는 점을 고려하면, 미국 시장에서 합리적인 가격 으로 좋은 반응을 얻을 수 있을 것이라 예상됨	높은 가격 이긴 하지만, 비건 소비자 들에게는 어느 정도 시장성을 가질 가능성이 높음	현재 시장 가격을 고려했을 때, 고객사 제품은 아직 미국 시장에서 브랜드 신뢰도가 없는 상황 이므로 비싼 편 이라고 판단함
(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사			

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹

1. 제품 경쟁력 검증

1) 제품 가격

경쟁제품(제조사)

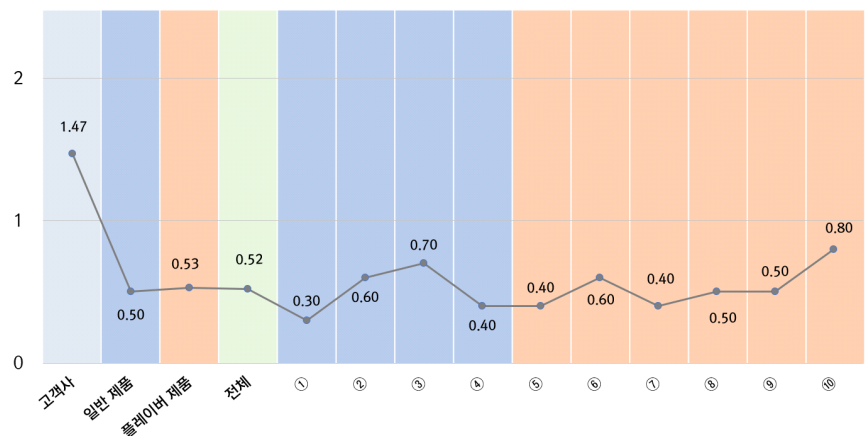
- ① 록스타에너지드링크
(록스타)
- ② 씨포알티밋
(뉴트라볼트)
- ③ 레드볼
(레드볼)
- ④ 마운틴듀라이즈에너지
(펍시)
- ⑤ 주스몬스터
(몬스터에너지컴퍼니)
- ⑥ 에너지
(더코콜라컴퍼니)
- ⑦ 레인
(레인베브리지컴퍼니)
- ⑧ 예르바마테
(야책)
- ⑨ 뱅
(바이탈파머슈티컬)
- ⑩ 스타벅스트리플샷에너지
(노스아메리칸커피)

▶ 고객사 제품 100ml당 가격, 경쟁제품 평균 대비 비싼 편

고객사 제품의 100ml당 가격은 1.47달러(약 1,657원)¹⁸⁾로 경쟁제품 10개의 평균 100ml당 가격 0.52달러(약 587원) 대비 약 2.8배 비싼 편임. 제품 종류별 평균 100ml당 가격은 일반 제품이 0.50달러(약 565원)으로 고객사 제품 대비 0.97달러(약 1,096원) 저렴하며 플레이버 제품이 0.53달러(약 602원)으로 고객사 제품 대비 약 0.94달러(약 1,062원) 저렴한 것으로 조사됨

[표 5.1] 미국 에너지드링크 가격 경쟁력 분석

(단위: 달러)



18) 1달러=1,129.50원 (2021.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 제품 용량

● 경쟁제품(제조사)

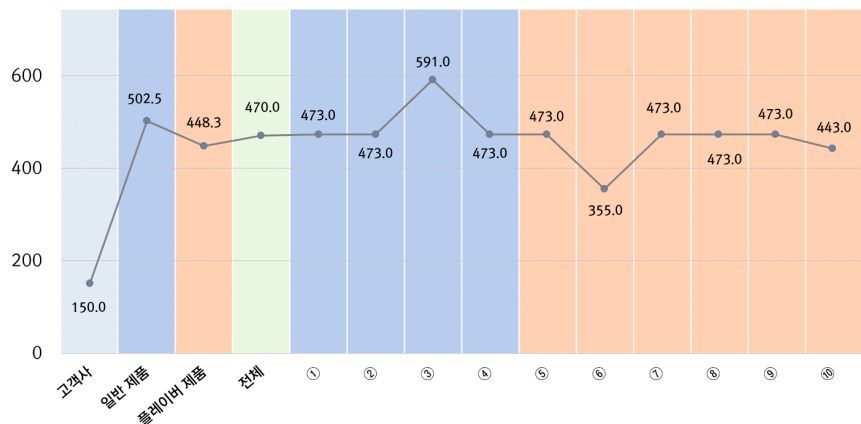
- ① 록스타에너지드링크 (록스타)
- ② 씨포알티밋 (뉴트라볼트)
- ③ 레드볼 (레드볼)
- ④ 마운틴듀라이즈에너지 (펍시)
- ⑤ 주스몬스터 (몬스터에너지컴퍼니)
- ⑥ 에너지 (더코카콜라컴퍼니)
- ⑦ 레인 (레인베브리지컴퍼니)
- ⑧ 예르바마테 (야채)
- ⑨ 뱅 (바이탈파머슈티컬)
- ⑩ 스타벅스트리플샷에너지 (노스아메리칸커피)

▶ 고객사 제품 용량, 경쟁제품 평균 대비 적은 편

고객사 제품의 용량은 150ml로 경쟁제품 10개의 평균 용량 약 470ml에 비해 약 3.1배 적은 편임. 경쟁제품 중에서는 더코카콜라컴퍼니사의 에너지가 355ml로 제일 용량이 적으나 이 외의 9개 제품은 전부 400ml를 넘는 용량으로 구성되어 있음. 제품 종류별 용량은 일반 제품이 502.5ml로 고객사 제품 대비 약 352ml 많으며, 플레이버 제품이 448.3ml로 고객사 제품 대비 약 298ml 많은 것으로 조사됨

[표 5.2] 미국 에너지드링크 용량 경쟁력 분석

(단위: ml)

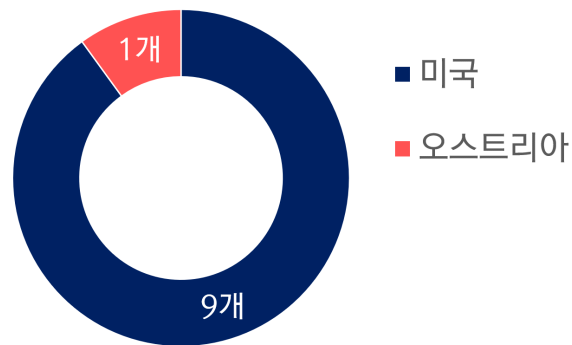


3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 중 9개, 원산지 미국

미국에서 판매되고 있는 에너지드링크 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 경쟁제품 10개 중 9개 제품의 원산지가 미국인 것으로 조사됨. 나머지 1개 제품의 원산지는 오스트리아인 것으로 파악됨

[표 5.3] 미국 에너지드링크 제품 원산지 경쟁력 분석

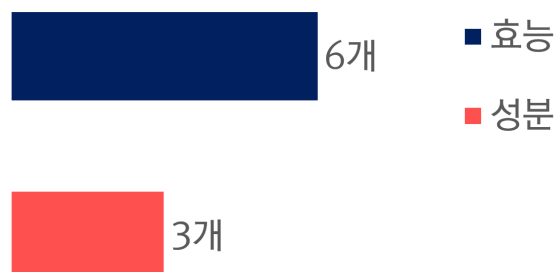


4) 홍보문구

▶ 경쟁제품 10개 중 6개, 효능을 강조한 홍보문구 사용

미국에서 판매되고 있는 에너지드링크 경쟁제품 10개의 제품 홍보문구를 조사한 결과, 6개 제품이 ‘심신에 활력을 불어넣음’, ‘면역력 지원, 정신력 증강’, ‘뇌 잠재력 및 잠재 체내 연료’ 등 효능을 강조한 홍보문구를 사용하여 판매하는 것으로 조사됨. 뒤이어 3개 제품이 ‘과라나, 비타민 B, 카페인’과 같이 성분을 강조한 홍보문구를 사용하였음

[표 5.4] 미국 에너지드링크 제품 성분 경쟁력 분석

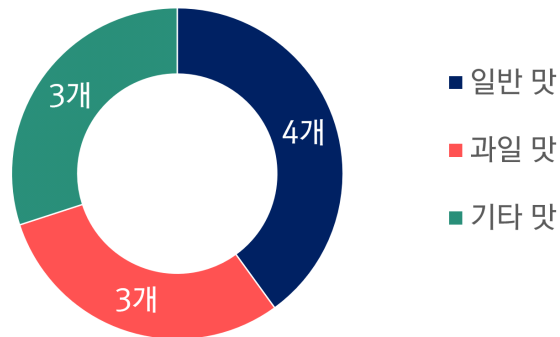


5) 맛

▶ 경쟁제품 10개 중 6개, 과일 맛으로 제품 다각화

미국에서 판매되고 있는 에너지드링크 경쟁제품 10개의 제품 맛을 조사한 결과, 에너지드링크 4개 제품이 일반 에너지드링크 맛인 것으로 조사됨. 그 외 3개 제품은 과일 맛, 3개 제품은 민트 맛, 솜사탕 맛, 바닐라 맛 등을 포함한 기타 맛으로 다각화된 카테고리의 제품이 판매되는 것으로 확인됨

[표 5.5] 미국 에너지드링크 맛 경쟁력 분석

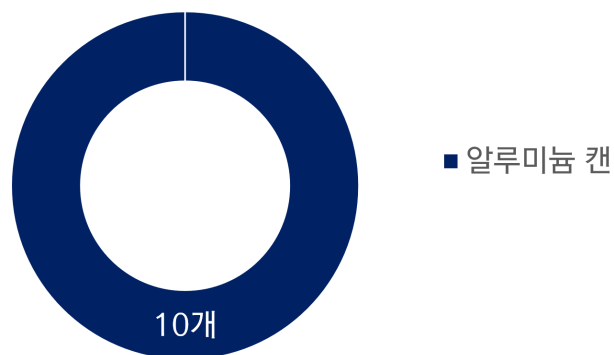


6) 포장 형태

▶ 경쟁제품 10개 모두 알루미늄 캔 형태로 포장

미국에서 판매되고 있는 에너지드링크 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 에너지드링크 10개 제품 모두 알루미늄 캔 형태로 포장된 것으로 확인됨

[표 5.6] 미국 에너지드링크 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 있는 이유에 대하여 분석함. 온라인과 오프라인 매장에서 모두 확인되는 브랜드의 제품을 선정하였음. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기 제품

(*) 온라인 쇼핑물 : 아마존, 월마트, 타겟

(*) 오프라인 매장 : 월마트, 타겟, 에이치마트

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(*) 온라인 쇼핑물 : 2개 이상의 온라인 쇼핑물에서 판매되는 제품

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

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



공통 특징 ①
로고 강조

공통 특징 ②
용량 표시



공통 특징 ①
로고 강조

공통 특징 ②
과일 퓨레 함유



현지 벤치마킹 인기 제품
(레드불_레드불)

◀ 벤치마킹

현지 벤치마킹 인기 제품
(고객사 BANANO E)

벤치마킹 ▶

현지 벤치마킹 인기 제품
(몬스터에너지컴퍼니_주스몬스터)

‘시원한 디자인의
알루미늄 캔 패키지’

알루미늄 캔
패키지

‘강렬한 색 대비 및
바나나 성분 강조’

형광 컬러
패키지

‘형광 컬러 패키지를
사용한 감각적인 디자인’

2) 벤치마킹 제품 분석

- 포장 형태(패키지)

▶ 벤치마킹 제품, 591ml, 알루미늄 캔 패키지 사용

현지에서 판매되는 에너지드링크 경쟁제품 10개 모두 알루미늄 캔에 음료를 포장해 유통되는 것으로 조사됨. 해당 제품들의 용량은 355ml에서 591ml까지 다양하지만, 모두 알루미늄 캔에 담긴 것으로 확인됨

[표 5.7] 미국 에너지드링크 인기제품, 포장형태 인터뷰 분석

(인터뷰) 소비자들의 입장에서서는 스파우트 파우치(노즐이 있는 주스 파우치)가 다소 불편할 수 있으며, 현재로서는 주로 캔, 유리병, 페트병이 에너지드링크 패키지로 사용되고 있습니다.

- 이스턴디스트리뷰터스, Head of Wholesale Department -

3) 벤치마킹 제품 분석

- 포장 형태(디자인)

▶ 벤치마킹 제품, 형광 컬러 패키지 사용

현지에서 판매 중인 에너지드링크 10개 중 3개는 형광 컬러의 패키지를 사용한 것으로 확인됨. 벤치마킹 제품의 경우 화려한 네온 컬러를 활용하여 활력을 주는 에너지드링크의 효능을 연상시킬 수 있도록 디자인하였음.

[표 5.8] 미국 에너지드링크, 포장 형태 디자인 인터뷰 분석

(인터뷰) 소비자가 실질적으로 가장 먼저 보는 것이 패키지 디자인입니다. 따라서 눈길을 사로잡는 포장과 디자인은 에너지드링크의 판매율을 높이는 데 많은 도움이 됩니다. 특히, 새로운 브랜드일수록 그러한 경향이 두드러지므로 좋은 패키지를 선보이는 것이 중요할 것이라 생각합니다.

- 마하스카, Sales Manager -

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.9] 에너지드링크 경쟁기업 마케팅 벤치마킹

		몬스터에너지컴퍼니	레드불	뉴트라볼트
판매채널	오프라인 매장 (총 3개 매장 조사)	월마트 타겟 에이치마트	월마트 타겟	월마트 타겟
	온라인 쇼핑몰 (총 3개 매장 조사)	아마존 월마트 타겟	아마존 월마트 타겟	아마존 월마트
홍보채널	자사 홈페이지(홍보)	미국	미국	글로벌
	SNS 플랫폼	페이스북(글로벌) 인스타그램(글로벌) 유튜브(글로벌) 트위터(글로벌)	페이스북(글로벌) 인스타그램(글로벌) 유튜브(글로벌) 트위터(글로벌)	페이스북(글로벌) 인스타그램(글로벌) 트위터(글로벌)
홍보문구		경쟁기업 주요 홍보문구		
	제품의 성분 제품의 효과 주 고객층			
요약	판매채널	대형 슈퍼마켓 체인과 주요 온라인 쇼핑 웹사이트에 입점		
	홍보채널	다양한 SNS 플랫폼을 활용하고 있으며, 게시물 업로드 빈도가 높음		
	홍보문구	제품의 성분, 성분이 주는 효과, 제품의 주 고객층을 강조		

VI. 시사점

Energy Drink Price&Volume



Point. 1



고객사 제품의 100ml당 가격은 1.47달러로, 에너지드링크 경쟁제품 10개 평균인 0.52달러 대비 약 2.8배 높은 가격대를 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 일반 에너지드링크 경쟁제품 4개의 평균은 0.50달러로 고객사 제품보다 0.97달러 가량 저렴했으며, 플레이버 에너지드링크 경쟁제품 6개의 평균은 0.53달러로 고객사 제품보다 0.94달러 가량 저렴했음

Point. 2



고객사 제품의 용량은 150ml로, 에너지드링크 경쟁제품 10개 평균인 470ml 대비 약 3.1배 적은 용량을 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 일반 에너지드링크 경쟁제품 4개의 평균은 502.5ml로 고객사 제품보다 352ml 가량 많았으며, 플레이버 에너지드링크 경쟁제품 6개의 평균은 448.3ml로 고객사 제품보다 298ml 가량 많았음. 한편 경쟁제품 10개 중 9개는 400ml를 넘는 용량으로 구성되었음

Energy Drink Package&Text



Point. 1



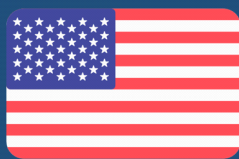
미국 에너지드링크 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 10개 제품 모두 알루미늄 캔 형태의 포장으로 확인되어, 고객사 제품과 같은 플라스틱 파우치 포장 형태의 경쟁제품은 발견되지 않았음. 한편, 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 9개 제품이 미국산 제품인 것으로 나타났으며 나머지 1개 제품은 오스트리아산 제품인 것으로 나타나 고객사 제품과 같은 한국산 제품은 없는 것으로 나타남

Point. 2



미국 에너지드링크 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 3개 제품이 고객사 제품과 같이 과일 맛 제품인 것으로 나타남. 나머지 6개 제품 중 4개는 일반 에너지드링크 맛이었으며, 그 외로 민트 맛, 송사탕 맛, 바닐라 맛 제품이 발견되었음. 한편 경쟁제품 10개의 제품 홍보문구를 조사한 결과, 6개 제품이 활력, 면역력, 정신력, 뇌 잠재력과 같은 효능을 강조하는 문구를 사용하는 것으로 나타남

USA Market Competitor



Point. 1



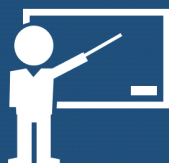
미국 시장 에너지드링크 경쟁기업 3개사의 오프라인 유통채널을 조사한 결과, 3개사 모두 월마트, 타겟에 진출한 것으로 나타났으며 몬스터에너지컴퍼니는 한인마트인 에이치마트에도 진출한 것으로 나타남. 온라인 유통채널로는 3개사 모두 아마존 및 월마트에 진출했으며, 이중 2개사는 타겟에도 진출하였음

Point. 2



미국 시장 경쟁기업 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 회사 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남. 경쟁기업 홍보문구로는 주로 제품의 성분 및 효과를 강조해 홍보하고 있었음. SNS 플랫폼 사용 여부의 경우, 3개사 모두 페이스북, 인스타그램, 트위터에 활용하고 있었으며, 뉴트라볼트를 제외한 2개사는 유튜브를 추가로 활용하고 있는 것으로 나타남

Importer · Distributor Interview



Point. 1



미국 현지 에너지드링크 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 인터뷰에 응한 담당자 3명 중 2명이 에너지드링크 주요 구매요인으로 가격을 언급함. 고객사 제품의 가격과 관련해서는 2명이 비싸다는 피드백을 전달했으며, 1명은 과일 추출물 기반 에너지드링크라는 점에서 합리적인 가격이라는 피드백을 전달함

Point. 2



미국 현지 수입·유통업체 인터뷰 결과, 고객사 제품 포장 형태인 플라스틱 파우치(스파우트 파우치) 포장에 대해 3명 모두 부정적인 피드백을 전달함. 그 이유로 노즐이 있는 주스 포장 형태가 불편할 수 있다는 답변을 받음. 한편 천연 성분 에너지드링크에 대한 피드백은 3명 모두 긍정적이었으며, 셀링포인트가 될 수 있다는 피드백을 전달받음

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스탓티스타(Statista), 「Resident population in California from 1960 to 2020」, 2020

■ 참고 사이트

1. 미국 인구조사국(Census) 홈페이지 (www.census.gov)
2. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (Portal.euromonitor.com)
3. 스탓티스타(Statista) 홈페이지 (www.statista.com)
4. 아마존(Amazon) 홈페이지 (www.amazon.com)
5. 월마트(Walmart) 홈페이지 (www.walmart.com)
6. 타겟(Target) 홈페이지 (www.target.com)
7. 에이치마트(H-Mart) 홈페이지 (www.hmart.com)
8. 몬스터에너지컴퍼니(Monster Energy Company) 홈페이지 (www.monsterenergy.com)
9. 레드불(Redbull) 홈페이지 (www.redbull.com)
10. 뉴트라볼트(Nutrabolt) 홈페이지 (www.nutrabolt.com)
11. 이스턴디스트리뷰터스 홈페이지 (eastern distributors.us)
12. 유니버설베버리지(Universal Beverages) 판매 페이지 (unibev.net)
13. 마하스카(Mahaska) 홈페이지 (www.mahaska.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2021.08.20

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 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea