



2021 해외시장 맞춤형조사

No.		202109-14
품목		유산균 조제품(Probiotics Product)
HS CODE		2106.90-3029
국가		미국(USA)
구분		경쟁력분석형

Contents

I. 요약	03
II. 경쟁제품	
1. 미국 유산균 조제품 경쟁제품 선정	05
2. 미국 유산균 조제품 경쟁제품 조사지표 선정	09
3. 미국 유산균 조제품 경쟁제품 현지조사 결과	10
III. 경쟁기업	
1. 미국 유산균 조제품 경쟁기업 선정	21
2. 미국 유산균 조제품 경쟁기업 현지화 분석 기준	22
3. 미국 유산균 조제품 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	24
IV. 수입·유통업체 인터뷰	
Interview ① 더 비타민 숍 유에스에이(The Vitamin Shoppe USA)	37
Interview ② 지엔씨 유에스에이 뉴욕(GNC USA New York)	40
Interview ③ 지엔씨 유에스에이 샌프란시스코(GNC USA San Francisco)	43
V. 경쟁력파악	
1. 제품 경쟁력 검증	48
2. 벤치마킹 제품 분석	53
3. 기업 마케팅 벤치마킹	55
VI. 시사점	56
※ 참고문헌	58

Summary

■ 온라인 인기제품

	제품명	제조사명
3개 채널에서 Top 10인 제품	다이제스티브 데일리 프로바이오틱	컬처렐
	위민스 케어 프로바이오틱스	리뉴라이프
2개 채널에서 Top 10인 제품	피지션스 초이스	피지션스 초이스
	위민스 프로바이오틱스	피지션스 초이스
	컴플리트 페미닌 밸런스 데일리 프로바이오틱	아조
	프로바이오틱 구미스	네이처스 바운티

■ 오프라인 주요 경쟁제품

위민스 데일리 케어 (가든 오브 라이프)		피지션스초이스 (피지션스초이스)	
	가격 25.49달러		가격 19.97달러
	섭취 가능 횟수 30회		섭취 가능 횟수 30회
여성 건강을 위한 400억 cfu/g의 프로바이오틱스 함유		풍부한 프로바이오틱스 성분을 강조한 홍보문구	

■ 경쟁기업 5개사 분석

	쉬프	컬처렐	얼라인	필립스	리뉴라이프	미국 현지 진출 경쟁기업 현황
국적	미국	미국	캐나다	미국	미국	
제품 현지화	●	●	○	●	●	
포장 현지화	●	●	○	●	●	
생산 방식 현지화	●	●	●	○	●	
입점 채널	온/오프라인 채널 활용	온/오프라인 채널 활용	온/오프라인 채널 활용	온/오프라인 채널 활용	온/오프라인 채널 활용	
홍보 채널	자사 홈페이지	자사 홈페이지, SNS 플랫폼	자사 홈페이지, SNS 플랫폼	자사 홈페이지	자사 홈페이지, SNS 플랫폼	경쟁기업 5개사 중 4개사, 제품 제조시설을 직접 구비해 제조함 + 캐나다 경쟁기업, 기존 유통제품 그대로 미국에 출시

제품 현지화

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

포장 현지화

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

생산 방식 현지화

- 상 (현지에 제조시설 구비해 직접 제조)
- 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 (1회 섭취량당) (0.73달러)	○	캡슐형 제품 (7개)	기타 제품 (3개)	제품 제형 (스틱형)	●	캡슐형	구미형	스틱형
		0.63달러	0.59달러			7개	2개	1개
섭취 가능 횟수(회) (60회)	●	캡슐형 제품 (7개)	기타 제품 (3개)	원산지 (한국)	●	미국		캐나다
		35회	34.8회			9개		1개
유산균 수(g당) (10억 cfu)	○	캡슐형 제품 (7개)	기타 제품 (3개)	홍보문구 (생균 10억 cfu/g)	○	성분		효능
		212.1억 cfu	21.7억 cfu			5개		3개

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 1회 섭취량당 가격, 경쟁제품에 비해 비싼 편 2) 고객사 제품 섭취 가능 횟수, 경쟁제품에 비해 많은 편 3) 경쟁제품 10개 중 7개가 캡슐형 제품으로, 고객사 제품 제형인 스틱형 제품은 드문 것으로 나타남
Point 02.	1) 경쟁기업 5개사 중 3개사가 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 함께 운영 중 2) 경쟁기업 5개사 중 4개사가 제품 제조시설을 직접 구비해 제품을 제조하고 있음

II. 경쟁제품

1. 미국 유산균 조제품 경쟁제품 선정
2. 미국 유산균 조제품 경쟁제품 조사지표 선정
3. 미국 유산균 조제품 경쟁제품 현지조사 결과

1. 미국 유산균 조제품 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징



제품명	종근당바이오 발효홍삼유산균
제품 종류	프로바이오틱스
소비자가격 1)	약 43.58달러 (50,000원)
용량	2g*60포
포장	종이 상자, 플라스틱 파우치
특징	홍삼성분 함유, 생균 10억 cfu/g

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명 : 종근당바이오 발효홍삼유산균
 - 제품 종류 : 프로바이오틱스
 - 소비자가격 : 약 43.58달러(50,000원)
 - 용량 : 2g*60포
 - 포장 형태 : 종이 상자, 플라스틱 파우치

Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



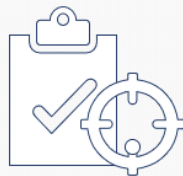
- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 아마존(Amazon): 16.1%
 2. 월마트(Walmart): 5.6%
 3. 타겟(Target) : 2.1%
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 Top 10 제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰 모두에서 확인: 2개 제품
 - 주요 온라인 쇼핑몰 중 2개에서 확인: 4개 제품

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, 드럭스토어/약국
- 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=1,147.40원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인

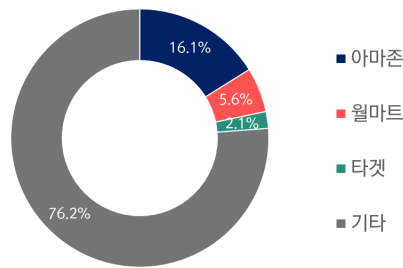
미국 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
 아마존	건강 제품, 유제품, 음료, 신선식품 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, 2개

미국 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 총 2개의 제품이 주요 온라인 쇼핑몰에서 모두 판매 중이며, 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 제품은 4개로 확인됨

[표 2.2] 미국 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)

순위	아마존	월마트	타겟
1	피자선스 초이스 (피자선스 초이스)	리프레시 프로-비 (리프레시)	리프레시 프로-비 (리프레시)
2	다이제스티브 엔자임 (젠와이즈)	피자선스 초이스 (피자선스 초이스)	굿 걸 프로바이오틱스 (러브 웰니스)
3	프로바이오틱 다이제스티브 헬스 서포트 포뮬라 (뉴트라션 에센셜스)	얼라인 프로바이오틱 (얼라인)	위민스 케어 프로바이오틱스 (리뉴라이프)
4	에시도필루스 프로바이오틱 (네이처스 바운티)	컬처렐 얼티밋 스트렝스 프로바이오틱 (컬처렐)	다이제스티브 데일리 프로바이오틱 (컬처렐)
5	닥터 포뮬레이티드 프로바이오틱스 원스 데일리 위민스 (가든 오브 라이프)	위민스 케어 프로바이오틱스 (리뉴라이프)	컴플리트 페미닌 밸런스 데일리 프로바이오틱 (아조)
6	뉴리듬 클리니컬리 스타디드 프로바이오틱스 (뉴리듬)	컴플리트 페미닌 밸런스 데일리 프로바이오틱 (아조)	얼티밋 16 스트레인 프로바이오틱 위드 FOS (스완슨)
7	위민스 케어 프로바이오틱스 (리뉴라이프)	다이제스티브 데일리 프로바이오틱 (컬처렐)	프로바이오틱 구미스 (네이처스 바운티)
8	다이제스티브 데일리 프로바이오틱 (컬처렐)	위민스 프로바이오틱스 (피자선스 초이스)	위민스 데일리 케어 (가든 오브 라이프)
9	위민스 프로바이오틱스 (피자선스 초이스)	컬처렐 프로바이오틱 다이제스티브 헬스 (컬처렐)	래 프리 + 프로바이오틱 (래 웰니스)
10	로우 프로바이오틱 100 빌리언 CFU (홀센 웰니스)	프로바이오틱 구미스 (네이처스 바운티)	UP4 프로바이오틱스 위민스 (UP4)

■ 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 캘리포니아, 방문지역으로 선정

미국 서부에 위치한 캘리포니아 주(California States)를 방문지역으로 선정함. 캘리포니아주는 경제 규모가 세계 5-7위 수준 국가에 상당하는 지역으로, 약 3,900만 명 이상의 인구를 보유한 미국 최대 주임. 특히 방문지역 인근에 위치한 로스앤젤레스는 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

미국 비타민 및 건강보조식품(Vitamins and Dietary Supplements)⁴⁾의 유통채널별 점유율을 확인한 결과, 온라인이 21.8%로 가장 높았으며, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 18.1%, 드럭스토어/약국이 10.6%, 전통 식료품 소매업체가 12.2%, 건강식품 전문점이 4.4%로 확인됨. 이에 각 유통채널별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사매장을 선정함

[표 2.3] 미국 유산균 조제품 주요 유통채널 현황

채널 분류	점유율	주요 매장
온라인	21.8%	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 이베이(eBay), 타겟(Target)
하이퍼마켓/슈퍼마켓	18.1%	월마트(Walmart), 마이어(Meijer), 크로거(Kroger), 타겟(Target)
전통 식료품 소매업체	12.2%	(-)
드럭스토어/약국	10.6%	CVS 헬스(CVS Health), 월그린스(Walgreens)
건강식품 전문점	4.4%	라이프소스 네추럴 푸드(LifeSource Natural Foods)

■ 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) 2021 미국 비타민 및 건강보조식품 유통채널(Distribution) 정보

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
(*) 타겟(Target), 월마트(Walmart)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 캡슐형 제품 : 유효성분의 분말을 캡슐 형태로 제조한 제품
- 기타 제품 : 유효성분을 캡슐 외 제형으로 제조한 제품

[표 2.4] 미국 유산균 조제품 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	캡슐	기타
① 위민스 데일리 케어 (가든 오브 라이프) 다이제스티브 어드벤티지	○ (타겟, 월마트)	○ (타겟)	○	
② 데일리 프로바이오틱스 캡슐 (슈프)	○ (타겟, 월마트)	(-)	○	
③ 얼라인 프로바이오틱 (얼라인)	○ (타겟, 월마트)	○ (월마트)	○	
④ 콜론 헬시 데일리 프로바이오틱 (필립스)	○ (타겟, 월마트)	(-)	○	
⑤ 데일리 프로바이오틱 (스프링밸리)	○ (타겟, 월마트)	(-)	○	
⑥ 엑스트라 케어 프로바이오틱 (리뉴라이프)	○ (월마트)	(-)	○	
⑦ 피지션스 초이스 (피지션스 초이스) 다이제스티브 어드벤티지	○ (월마트)	○ (아마존, 월마트)	○	
⑧ 데일리 프로바이오틱스 구미 (슈프)	○ (타겟, 월마트)	(-)		○
⑨ 듀얼 바이오틱 (얼라인)	○ (타겟, 월마트)	(-)		○
⑩ 컬처렐 프로바이오틱스 키즈 (컬처렐)	○ (타겟, 월마트)	(-)		○

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

2. 미국 유산균 조제품 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 미국 유산균 조제품 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 미국 유산균 조제품 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	1회 섭취량당 가격	제품의 1회 섭취량당 가격
섭취 가능 횟수	회	전체 제품 용량을 1회 섭취량으로 나눈 수치
제품 제형	캡슐형 제품	유효성분의 분말을 캡슐 형태로 제조한 제품
	기타 제품	유효성분을 캡슐 외 제형으로 제조한 제품
포장 형태	플라스틱 통	플라스틱 소재의 통
	플라스틱 블리스터	플라스틱 소재의 블리스터
	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치
g당 유산균 수	cfu/g	제품 용량 대비 유산균 함유량
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 유산균 조제품 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 미국 캘리포니아에 위치한 하이퍼마켓

미국 캘리포니아에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓 타겟(Target) 및 월마트(Walmart)를 방문함. 이 중 타겟은 미국에서 1,890개 이상의 지점을 보유하고 있는 대형 하이퍼마켓임⁵⁾. 월마트는 미국에서 가장 큰 점유율을 차지하고 있는 하이퍼마켓으로, 미국 하이퍼마켓의 84%를 점유하고 있음⁶⁾

[표 2.6] 미국 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
타겟 (Target)	하이퍼마켓	5	- 미국 내 1,890개 이상의 지점 보유 - 조사한 지점의 경우, 주변에 다양한 아울렛 매장, 학교, 식당 등이 밀집되어 있고, 대형 주차장이 있음
월마트 (Walmart)	하이퍼마켓	5	- 미국 하이퍼마켓 점유율 1위 - 미국 내 4,740개 이상의 지점 보유 - 조사한 지점의 경우, 근처에 아파트 단지 및 거주지가 밀집되어 있음



지도자료: 구글맵(Google Maps)

5) 자료: 스탯리스타(Statista) 홈페이지

6) 자료: 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

▶ 경쟁제품 10개 중 8개 제품은 2개 매장에서 모두 판매

타겟(Target), 월마트(Walmart) 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 위민스 데일리 케어, 다이제스티브 어드벤처 데일리 프로바이오틱스 캡슐, 얼라인 프로바이오틱 등 8개 제품이 방문 매장 2곳에서 모두 판매 중인 것으로 확인됨. 타겟은 경쟁제품 10개 중 8개를 판매 중인 것으로 확인되었으며, 월마트는 경쟁제품 10개를 모두 취급하고 있음

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황	
	타겟	월마트
① 위민스 데일리 케어 (가든 오브 라이프)	○	○
② 다이제스티브 어드벤처 데일리 프로바이오틱스 캡슐 (슈프)	○	○
③ 얼라인 프로바이오틱 (얼라인)	○	○
④ 콜론 헬시 데일리 프로바이오틱 (필립스)	○	○
⑤ 데일리 프로바이오틱 (스프링밸리)	○	○
⑥ 엑스트라 케어 프로바이오틱 (리뉴라이프)		○
⑦ 피지션스 초이스 (피지션스 초이스)		○
⑧ 다이제스티브 어드벤처 데일리 프로바이오틱스 구미 (슈프)	○	○
⑨ 듀얼 바이오틱 (얼라인)	○	○
⑩ 컬처렐 프로바이오틱스 키즈 (컬처렐)	○	○

자료: 현지조사원 자료

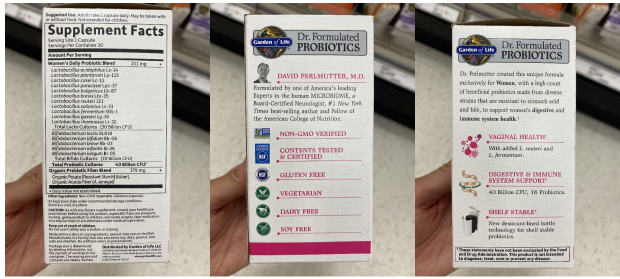
Shop ① 타겟(Target)

매장 정보

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

브랜드 기본 정보 ⁷⁾			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: 5개
			
매장 정보	위치	도시(지역)	미국 캘리포니아주 사이프레스
		상세주소	6835 katell ave, cypress CA 90630
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 유산균 조제품 경쟁제품 정보		
			
	위민스 데일리 케어 (가든 오브 라이프)		다이제스티브 어드벤처 데일리 프로바이오틱스 캡슐 (슈프)
	  		
	다이제스티브 어드벤처 데일리 프로바이오틱스 구미 (슈프)		컬처렐 프로바이오틱스 키즈 (컬처렐)

사진자료: 현지조사원 자료,아마존/월마트/타겟 웹사이트

			
제품명 (현재어)	위민스 데일리 케어 (Women's Daily Care)	제조사 (현재어)	가든 오브 라이프 (Garden of Life)
제품 제형	캡슐	섭취 가능 횟수	30회
소비자가격	25.49달러 (29,247원 ⁸⁾)	1회 섭취량당 가격	0.85달러 (975원)
원산지	미국	g당 유산균 수	400억
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 통	홍보문구	의사가 조제한 프로바이오틱스
인증	NSF, Non-GMO	원료 및 첨가물	식물성 셀룰로오스

			
제품명 (현재어)	다이제스티브 어드벤처 데일리 프로바이오틱스 캡슐 (Digestive Advantage Daily Probiotics Capsules)	제조사 (현재어)	슈프 (Schiff)
제품 제형	캡슐	섭취 가능 횟수	50회
소비자가격	18.99달러 (21,789원)	1회 섭취량당 가격	0.38달러 (436원)
원산지	미국	g당 유산균 수	20억
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 블리스터	홍보문구	4 in 1 성분
원료 및 첨가물	말토덱스트린, 하이프로멜로스, 마그네슘 스테아레이트, 이산화티타늄, 미세결정 셀룰로오스, 이산화규소		

7) 자료: 타겟(Target) 홈페이지

8) 1달러=1,147.40원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

			
제품명 (현지어)	다이제스티브 어드벤처 데일리 프로바이오틱스 구미 (Digestive Advantage Daily Probiotics Gummies)	제조사 (현지어)	슈프 (Schiff)
제품 제형	기타(구미)	섭취 가능 횟수	45회
소비자가격	18.99달러 (21,789원)	1회 섭취량당 가격	0.42달러 (484원)
원산지	미국	g당 유산균 수	5억
포장 형태	플라스틱 통	홍보문구	3 in 1 성분
원료 및 첨가물	옥수수 시럽, 설탕, 물, 젤라틴, 구연산, 젖산, 펙틴, 천연 맛, 과일 및 야채의 색상		

			
제품명 (현지어)	듀얼바이오틱 (Dualbiotic)	제조사 (현지어)	얼라인 (Align)
제품 제형	기타(구미)	섭취 가능 횟수	30회
소비자가격	21.99달러 (25,231원)	1회 섭취량당 가격	0.73달러 (841원)
원산지	캐나다	g당 유산균 수	10억
포장 형태	플라스틱 통	홍보문구	당신의 좋은 박테리아에 영양을 공급함, 소화 지원을 위해 더 많은 박테리아를 추가함
수입자	P&G	원료 및 첨가물	물, 수크로스, 펙틴, 천연 맛, 구연산, 구연산 나트륨, 색소(검은 당근, 아나토, 지니팝 주스 농축액, 수박 주스 농축액), 코코넛 오일, 카르나우바 왁스, 옥수수 전분

			
제품명 (현지어)	컬처렐 프로바이오틱스 키즈 (Culturelle probiotics kids)	제조사 (현지어)	컬처렐 (Culturelle)
제품 제형	기타(스틱)	섭취 가능 횟수	30회
소비자가격	18.79달러 (21,560원)	1회 섭취량당 가격	0.63달러 (719원)
원산지	미국	g당 유산균 수	50억
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치	홍보문구	아이들의 건강 유지에 도움
원료 및 첨가물	만니톨, 이눌린		

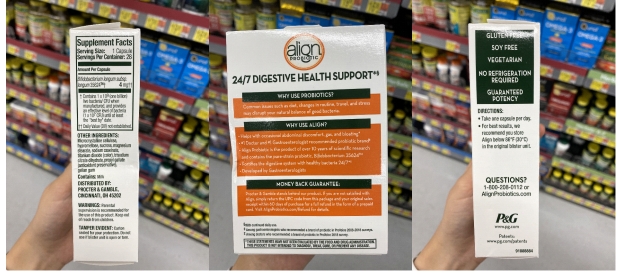
Shop ② 월마트(Walmart)

● 매장 정보

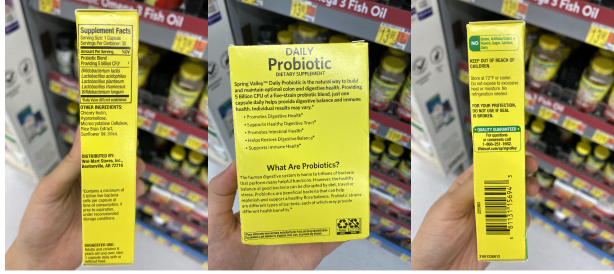
- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
식품, 의류, 사무용품,
생활용품 등 다양한 제품을
판매함
- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

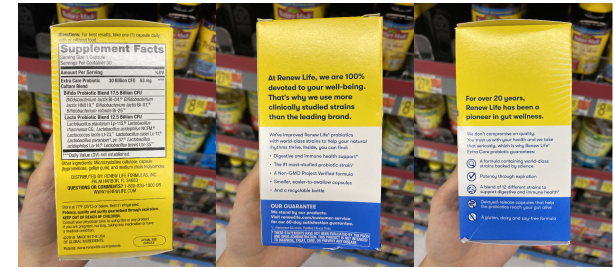
브랜드 기본 정보 ⁹⁾			월마트는 1962년에 설립된 미국의 슈퍼마켓 체인 매장으로 미국 50개 주와 전 세계 24개국에 약 11,700여 개 이상의 매장을 보유하고 있음. 언제 어디서나 다양한 제품을 매일 저렴한 가격으로 제공한다는 전략을 내세우며 고객을 확보하고 있음
			조사 제품 수: 5개
매장 정보			
	위치	도시(지역)	미국 캘리포니아주 웨스트민스터
		상세주소	13331 Beach Blvd, Westminster, CA 92683
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 유산균 조제품 경쟁제품 정보		
			
	얼라인 프로바이오틱 (얼라인)		콜론 헬시 데일리 프로바이오틱 (필립스)
	  		
	데일리 프로바이오틱 (스프링 밸리)	엑스트라 케어 프로바이오틱 (리뉴라이프)	피지션스 초이스 (피지션스 초이스)

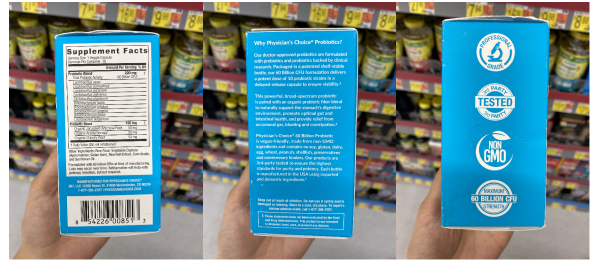
사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/월마트/타겟 웹사이트

			
제품명 (한지어)	얼라인 프로바이오틱 (Align Probiotic)	제조사 (한지어)	얼라인 (Align)
제품 제형	캡슐	섭취 가능 횟수	28회
소비자가격	26.58달러 (30,498원)	1회 섭취량당 가격	0.95달러 (1,089원)
원산지	미국	g당 유산균 수	100억
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 블리스터	홍보문구	의사 추천 브랜드
원료 및 첨가물	미세 결정 셀룰로오스, 하이프로멜로스, 수크로스, 마그네슘 스테아레이트, 카제이트 나트륨, 이산화티타늄(색소), 구연산삼수화물, 프로필 갈레이트(방부제), 젤란 겔		

			
제품명 (한지어)	콜론 헬시 데일리 프로바이오틱 (Colon Health Daily Probiotic)	제조사 (한지어)	필립스 (Phillips)
제품 제형	캡슐	섭취 가능 횟수	45회
소비자가격	17.44달러 (20,011원)	1회 섭취량당 가격	0.39달러 (445원)
원산지	미국	g당 유산균 수	15억
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 블리스터	홍보문구	4 in 1 성분
원료 및 첨가물	감자 스트래치, 젤라틴, 이산화규소		

			
제품명 (현지어)	데일리 프로바이오틱 (Daily Probiotic)	제조사 (현지어)	스프링 밸리 (Spring Valley)
제품 제형	캡슐	섭취 가능 횟수	30회
소비자가격	17.48달러 (20,057원)	1회 섭취량당 가격	0.58달러 (669원)
원산지	미국	g당 유산균 수	50억
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 블리스터	홍보문구	소화기 건강
원료 및 첨가물	치커리 이눌린, 하이프로멜로스, 미세결정, 셀룰로오스, 쌀겨 추출물, 해바라기 오일, 실리카		

			
제품명 (현지어)	엑스트라 케어 프로바이오틱 (Extra Care Probiotic)	제조사 (현지어)	리뉴라이프 (Renewlife)
제품 제형	캡슐	섭취 가능 횟수	30회
소비자가격	16.98달러 (19,483원)	1회 섭취량당 가격	0.57달러 (649원)
원산지	미국	g당 유산균 수	300억
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 통	홍보문구	새롭게 증진된 성분 및 더 작아진 캡슐
인증	Non-GMO	원료 및 첨가물	미세 결정 셀룰로오스, 카폴레(하이프로멜로스, 젤란 껍), 중간 체인 트리글리세라이드



제품명 (현지어)	피지션스 초이스 (Physician's Choice)	제조사 (현지어)	피지션스 초이스 (Physician's Choice)
제품 제형	캡슐	섭취 가능 횟수	30회
소비자가격	19.97달러 (22,914원)	1회 섭취량당 가격	0.67달러 (764원)
원산지	미국	g당 유산균 수	600억
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 통	홍보문구	600억 프로바이오틱스
원료 및 첨가물	쌀가루, 식물성 캡슐(하이프로멜로스, 젤란 껍), 쌀 선체 추출물, 껌 아랍 및 해바라기 오일		

Ⅲ. 경쟁기업

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

1. 미국 유산균 조제품 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 유산균 조제품 판매 미국기업 4개사, 캐나다기업 1개사 총 5개사 선정

고객사 선정 경쟁기업 중 미국 오프라인 유통채널에 진출한 경쟁기업을 기준으로 미국기업 4개사, 캐나다기업 1개사 총 5개사를 선정함. 선정된 경쟁기업은 유산균 조제품을 판매하고 있음

▶ 경쟁기업 5개사, 평균 93년 업력 보유

선정된 경쟁기업 5개사의 평균 업력은 약 93년으로, 얼라인이 184년의 가장 긴 업력을 보유하고 있음. 필립스는 149년, 쉬프는 85년, 컬처렐은 25년, 리뉴라이프는 24년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 5개사, 유산균 조제품 동일품목 종류 조사

미국에 진출한 경쟁기업 5개사가 판매하고 있는 유산균 조제품의 동일품목 수를 조사한 결과 리뉴라이프가 34개로 가장 많은 동일품목을 판매하고 있음. 뒤이어 컬처렐이 27개, 얼라인이 17개, 쉬프가 12개, 필립스가 2개의 동일품목을 판매하고 있는 것으로 조사됨

[표 3.1] 유산균 조제품 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
쉬프	미국	85년	12개
컬처렐	미국	25년	27개
얼라인	캐나다	184년	17개
필립스	미국	149년	2개
리뉴라이프	미국	24년	34개

자료: 미국 진출 유산균 조제품 경쟁기업 5개사 분석

2. 미국 유산균 조제품 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 20년도 매출액
	직원 수
	기업 20년도 직원 수
설립연도	기업의 설립연도
	동일품목
	유산균 조제품

▶ 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
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 유산균 조제품 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 5개사 모두 미국 오프라인 매장과 온라인 채널 진출

미국에 진출한 경쟁기업 5개사 모두 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 대형 하이퍼마켓 체인인 타겟에서는 5개사 모두 확인되었으며, 월마트에서는 쉬프, 컬처렐, 얼라인, 필립스 4개사가 확인됨. 온라인의 경우, 경쟁기업 5개사가 현지 주요 온라인 판매 채널인 아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 타겟(Target)에 모두 입점하였음

▶ 경쟁기업 SNS 플랫폼에서의 제품 홍보 활동 활발함

미국 시장에 진출한 경쟁기업 5개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 5개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 미국기업 4개사는 미국 홈페이지를 글로벌 공식 홈페이지로 운영하고 있으며, 캐나다기업인 얼라인의 경우 영어로 된 미국 홈페이지와 영어와 불어로 된 캐나다 홈페이지 총 3개의 홈페이지를 운영하고 있음. 컬처렐, 얼라인, 리뉴라이프 3개사는 모두 SNS 플랫폼을 운영하고 있으며, 글로벌 계정으로 제품 홍보 및 프로모션 사항을 홍보하고 있음

▶ 경쟁기업 홍보문구로 제품의 성분과 구성, 효과 등을 강조

경쟁기업은 제품 홍보 시 주로 제품의 성분과 성분 구성, 성분이 주는 효과를 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품 성분을 강조한 문구로는 ‘당신의 좋은 박테리아에 영양을 공급함’ 등을 사용함. 성분 구성을 나타내는 문구로는 ‘4 in 1 성분’, ‘3 in 1 성분’, ‘더 많은 박테리아를 추가함’, ‘새롭게 증진된 성분’ 등이 있음. 성분이 주는 효과를 강조하는 문구로는 ‘아이들의 건강 유지에 도움’ 등을 활용하며, 그 외에도 ‘의사 추천 브랜드’와 같은 문구를 사용하고 있는 것으로 조사됨

[표 3.8] 미국 유산균 조제품 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
쉬프	- 오프라인 매장 - 타겟 - 월마트 - 온라인 매장 - 아마존 - 월마트 - 타겟	자사 홈페이지 (미국)	- 4 in 1 성분 - 3 in 1 성분	• A once daily probiotic to promote long term digestive and immune health* • Helps lessen minor abdominal discomfort, bloating and may help relieve occasional diarrhea* • No preservatives or artificial flavors. Guaranteed for purity, freshness and labeled potency • BC3s, the probiotic in Digestive Advantage, survives stomach acid soon better than leading probiotics and yogurts** • Each capsule contains 2 billion viable cells of BC3s probiotic • Based on median 15 survivability of Digestive Advantage probiotic vs. leading probiotic supplements and up probiotic yogurt in simulated gastric pH for 2 hours. Survivability and delivery of probiotic cells to the small and large intestines is one of the several factors influencing overall product effect
컬처렐	- 오프라인 매장 - 타겟 - 월마트 - 온라인 매장 - 아마존 - 월마트 - 타겟	- 자사 홈페이지 (미국) - SNS 플랫폼 (글로벌) - 페이스북 - 인스타그램 - 트위터	- 아이들의 건강 유지에 도움	The easy and effective way to support your child's healthy digestion and immune health with 5 billion colony-forming units (CFU) of the #1 clinically studied probiotic, <i>Lactobacillus rhamnosus</i> GG.* For kids ages 1 and up. • Gets your child's digestive system back on track and helps reduce occasional digestive upset* • Works naturally with your child's microbiome, where 70% of their immune system resides* • Help keep your kids ready for whatever the day may bring*
얼라인	- 오프라인 매장 - 타겟 - 월마트 - 온라인 매장 - 아마존 - 월마트 - 타겟	- 자사 홈페이지 (미국) - SNS 플랫폼 (글로벌) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터	- 당신의 좋은 박테리아에 영양을 공급함 - 소화 자원을 위해 더 많은 박테리아를 추가함	Good bacteria are essential to support a healthy gut. Align Prebiotic + Probiotic Gummies are made with a blend of prebiotics to nourish the good bacteria in your digestive system, and probiotics to add more good bacteria.* Plus, every great-tasting gummy is packed with natural fruit flavors. Align Prebiotic + Probiotic contain the probiotic, <i>Bacillus Coagulans</i> LactoSpore®, and the prebiotic, Inulin.
필립스	- 오프라인 매장 - 타겟 - 월마트 - 온라인 매장 - 아마존 - 월마트 - 타겟	자사 홈페이지 (미국)	- 4 in 1 성분	Phillips® Colon Health® Probiotic has three types of specially selected probiotics that: • Help replenish good bacteria in the digestive system, including in the colon* • Help defend against occasional digestive issues and support the health of your colon* Phillips® Colon Health® Probiotic provides 4-in-1 Symptom Defense™ against occasional: • Gas • Bloating • Constipation • Diarrhea
리뉴라이프	- 오프라인 매장 - 월마트 - 온라인 매장 - 아마존 - 월마트 - 타겟	- 자사 홈페이지 (미국) - SNS 플랫폼 (글로벌) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터	- 새롭게 증진된 성분 및 더 작아진 캡슐	Renew Life® Ultimate Flora® Extra Care Health & Wellness Probiotic has 30 billion live cultures from 12 probiotic strains to support digestive and immune health, and has more clinically studied strains than the leading brand. • Supports digestive and immune health* • World Class Strains backed by science: formulated by neuroscientists, microbiologists, chemists and researchers • Includes the #1 most-studied strain* • Smaller, easier-to-swallow, once-daily capsule; delayed release capsule helps the probiotics reach your gut alive • Potency, quality and purity guaranteed through expiration • Made in the USA using only the highest quality global ingredients • Click here for our 60-Day Money Back Guarantee

자료: 미국 진출 유산균 조제품 경쟁기업 5개사 분석

① 슈프(Schiff)

기업 기본 정보	기업명	슈프	
	기업 설명	슈프 뉴트리션 인터내셔널은 미국 솔트레이크시티에 본사를 둔 회사로, 건강보조식품을 제조하는 업체임. 1936년 최초의 스포츠 식품 라인 중 하나인 뉴트리션바 관련 제품의 창시자이며, 2012년 14억 달러에 레킷에 인수됨	
	위치	2002 South 5070 West Salt Lake City, UT 84104, USA	
	규모	직원 수	393명
		동일품목 수 ¹⁰⁾	12개
		설립연도	1936년
매출		7,400만 달러	

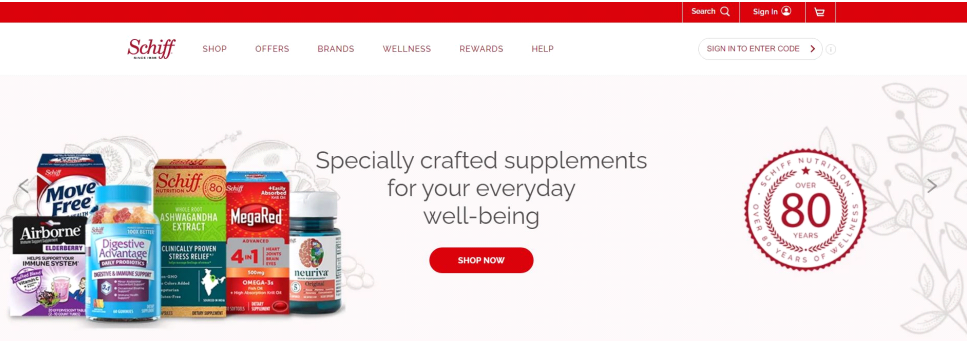
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 타겟		제품명	다이제스티브 어드벤처지 데일리 프로바이오틱스 구미 (Digestive Advantage Daily Probiotics Gummies)
			섭취 가능 횟수	45회
			가격	18.99달러 ¹¹⁾ (21,789원)
			제품 제형	기타(구미)
	〈온라인 매장〉 아마존 월마트 타겟		제품명	다이제스티브 어드벤처지 데일리 프로바이오틱스 구미 (Digestive Advantage Daily Probiotics Gummies)
			섭취 가능 횟수	45회
			가격	18.98달러 (21,778원)
			제품 제형	기타(구미)

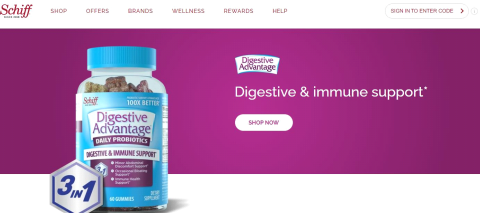
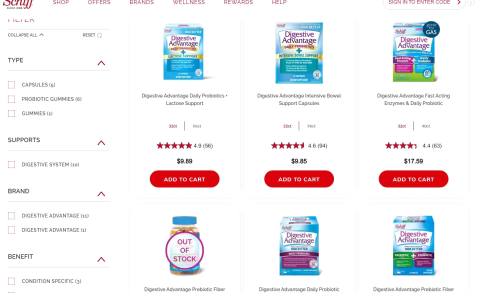
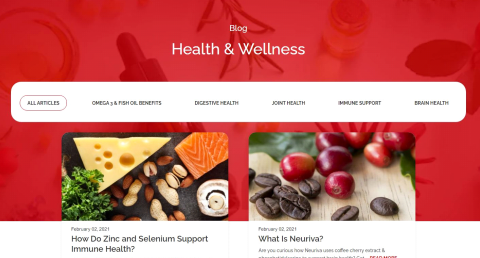
현지 진출 방법	제품 현지화	● (상)	미국 제품으로 미국 소비자의 수요 충족
	포장 현지화	● (상)	미국 시장에 맞는 포장 디자인
	제조 방식 현지화	● (상)	미국에 제조시설을 구비하여 직접 제조

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/월마트/타겟 웹사이트

10) 유산균 조제품을 동일품목으로 분류함

11) 1달러=1,147.40원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

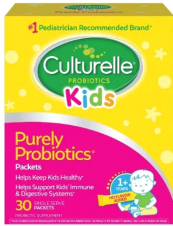
홍보 방식	
	홍보 채널 자사 홈페이지 (미국)
	게시 주기 6개월에 1~2건 (2021년 2월이 가장 최근 게시물)
	게시물 유형 회사 소개, 판매 제품 소개, 건강 정보 공유, 리워드 프로그램 안내

게시물 유형		자사 브랜드 및 제품 소개
		자사 사이트에서 바로 구매 가능한 자사 제품 구매 링크
		웰니스, 건강 관련 정보 공유

사진자료: 쉬프(Schiff) 홈페이지 (www.schiffvitamins.com)

② 컬처렐(Culturelle)

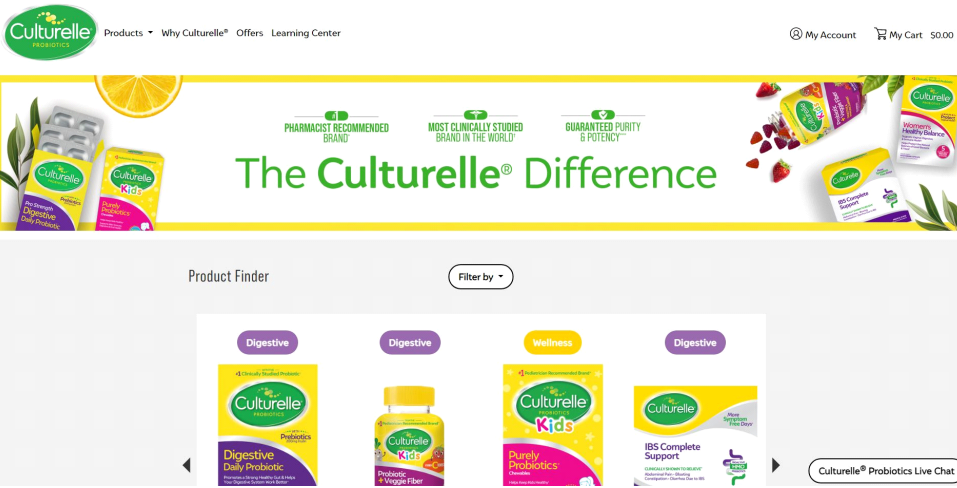
기업 기본 정보	기업명	컬처렐	
	기업 설명	컬처렐은 소화 및 면역 건강을 돕는 프로바이오틱 제품 브랜드로 유아부터 성인까지 전 연령층을 위한 제품을 선보이고 있는 미국 기업임. 모기업은 Martek이며, 하위 그룹인 아메리핏 브랜드 내 컬처렐 브랜드로 유통하고 있음	
	위치	55 Sebethe Drive, Cromwell, CT 06416, USA	
	규모	직원 수	142명
		동일품목 수 ¹²⁾	27개
		설립연도	1986년
		매출	690만 달러

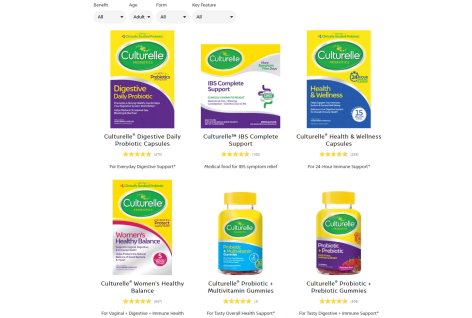
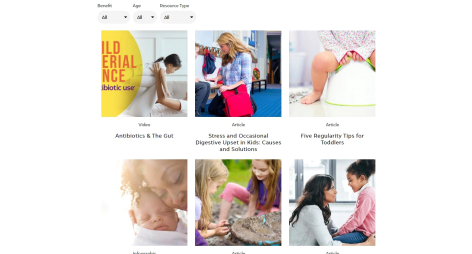
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 타겟		제품명	컬처렐 프로바이오틱스 키즈 (Culturelle probiotics kids)
			제공량	30개
			가격	18.79달러 (21,560원)
			제품 제형	기타(스틱)
	〈온라인 매장〉 아마존 월마트 타겟		제품명	컬처렐 프로바이오틱스 키즈 (Culturelle probiotics kids)
			제공량	30개
			가격	18.79달러 (21,560원)
			제품 제형	기타(스틱)

현지 진출 방법	제품 현지화	● (상)	미국 제품으로 미국 소비자의 수요 충족
	포장 현지화	● (상)	미국 시장에 맞는 포장 디자인
	제조 방식 현지화	● (상)	미국에 제조시설을 구비하여 직접 제조

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/월마트/타겟 웹사이트

12) 유산균 조제품을 동일품목으로 분류함

홍보 방식	
	홍보 채널 자사 홈페이지 (미국), 페이스북/인스타그램/트위터 (글로벌)
	게시 주기 페이스북/인스타그램 주기적으로 업데이트
	게시물 유형 기업 및 판매 제품 소개, 프로모션 및 이벤트 안내

게시물 유형		컬처렐 제품 특징 및 장점
		컬처렐 제품군 소개 및 판매
		건강 관련 정보 안내

사진자료: 컬처렐(Culturelle) 홈페이지 (www.culturelle.com)

③ 얼라인(Align)

기업 기본 정보	기업명	얼라인	
	기업 설명	캐나다의 프로바이오틱 기업인 얼라인은 P&G를 모기업으로 하며, P&G에서 얼라인의 유산균 제품이 제조됨. 어린이부터 성인까지 섭취할 수 있는 제품군을 보유하고 있으며, 캡슐, 츠어블, 어린이용 츠어블 등의 다양한 정제로 된 유산균 조제품을 유통함	
	위치	4711 Yonge St, North York, ON, Toronto, Canada	
	규모	직원 수	25명
		동일품목 수 ¹³⁾	17개
		설립연도	1837년
		매출	500만 달러

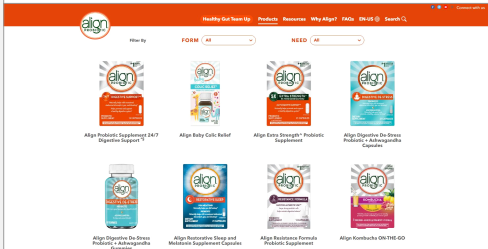
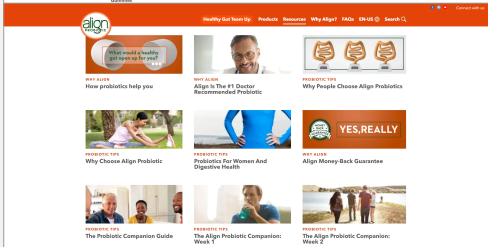
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 타겟		제품명	듀얼바이오틱 (Dualbiotic)
			제공량	60개
			가격	22.0달러 (24,972원)
			제품 제형	기타(구미)
	〈온라인 매장〉 아마존 월마트 타겟		제품명	듀얼바이오틱 (Dualbiotic)
			제공량	60개
			가격	21.63달러 (24,562원)
			제품 제형	기타(구미)

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	기존 유통 제품을 그대로 미국 현지에 출시
	포장 현지화	○ (하)	기존 패키지 그대로 출시
	제조 방식 현지화	● (중)	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/월마트/타겟 웹사이트

13) 유산균 조제품을 동일품목으로 분류함

홍보 방식	
	홍보 채널 자사 홈페이지 (현지), 페이스북/인스타그램/트위터/유튜브 (글로벌)
	게시 주기 일주일에 1건씩 업로드 됨 (2021년 8월이 가장 최신임)
	게시물 유형 기업 소개 및 홍보, 판매 브랜드 및 제품 소개

게시물 유형		• 얼라인 제품의 우수성 안내
		• 브랜드 및 판매 제품 소개
		• 얼라인 제품 프로모션 안내 • 프로바이오틱 관련 건강 정보 안내

사진자료: 얼라인(Align) 홈페이지 (www.alignprobiotics.com)

④ 필립스(Phillips)

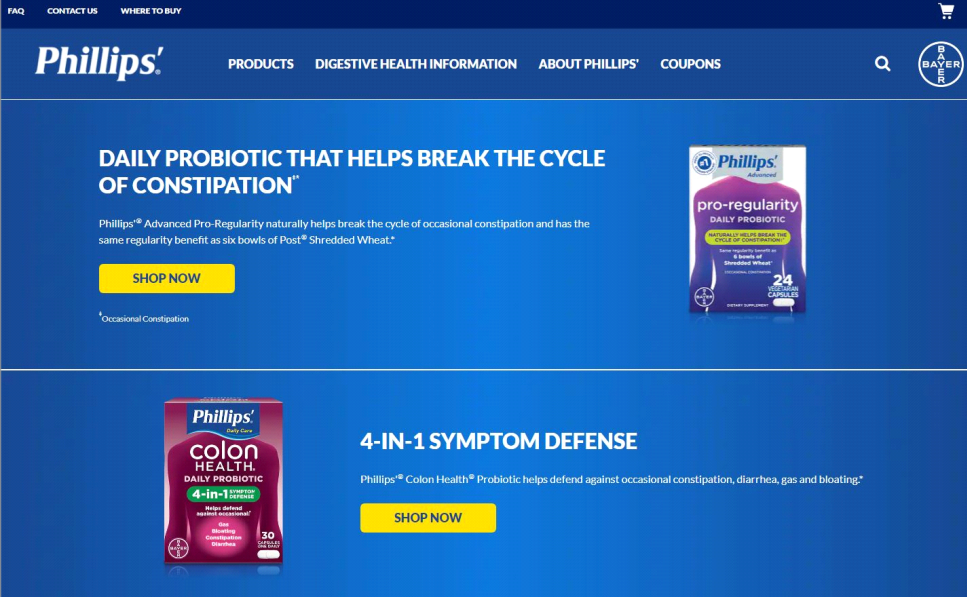
기업 기본 정보	기업명	필립스	
	기업 설명	모기업은 독일의 대규모 다국적 종합화학/제약회사인 바이엘(Bayer)이며, 필립스는 1872년 소화기 건강을 위한 제품을 판매하면서 시작된 기업임. 현재 프로바이오틱, 변비 완화제, 식이섬유 보조제 등을 판매하고 있음	
	위치	51368 Leverkusen, Germany (모기업 위치)	
	규모	동일품목 수 ¹⁴⁾	2개
		설립연도	1872년

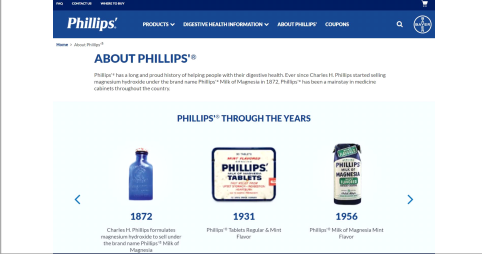
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 월마트		제품명	콜론 헬시 데일리 프로바이오틱 (Colon Health Daily Probiotic)
			제공량	45정
			가격	17.4달러 (19,805원)
			제품 제형	캡슐
	〈온라인 매장〉 아마존 월마트 타겟		제품명	콜론 헬시 데일리 프로바이오틱 (Colon Health Daily Probiotic)
			제공량	45정
			가격	15.98달러 (18,146원)
			제품 제형	캡슐

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	○ (하)	제조 전문 OEM 업체와 제휴를 맺어 제조 위탁

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/월마트/타겟 웹사이트

14) 유산균 조제품을 동일품목으로 분류함

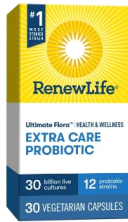
홍보 방식	
	홍보 채널 자사 홈페이지 (현지)
	게시 주기 홈페이지 게시물 업로드 일자 확인 불가
	게시물 유형 기업 소개 및 홍보, 판매 브랜드 및 제품 소개, 건강 정보 공유

게시물 유형		- 필립스 기업 안내 - 필립스 제품의 우수성 안내
		필립스 제품군 소개
		- 소화기 관련 건강 정보 공유 - 할인 쿠폰 제공

사진자료: 필립스(Phillips) 홈페이지 (www.phillipsdigestive.com)

⑤ 리뉴라이프(Renew Life)

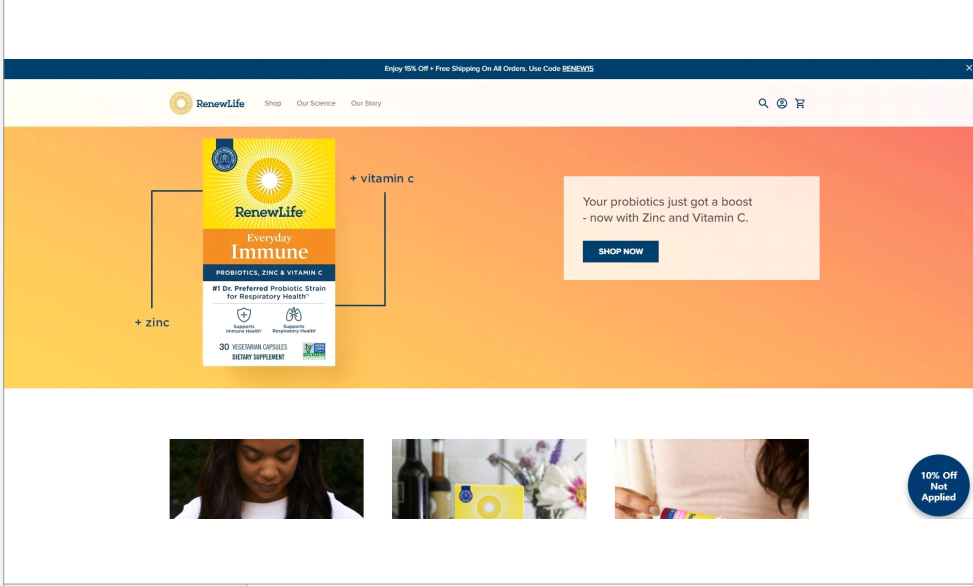
기업 기본 정보	기업명	리뉴라이프	
	기업 설명	리뉴라이프는 미국에서 설립된 프로바이오틱스, 섬유질, 소화 보조제, 피쉬오일, 효소 및 바디 클렌즈 제품 등의 건강 보조제 제조 유통 기업임. 모회사는 미국의 클로록스(The Clorox)로 전 세계에 약 8,800명의 직원을 보유하고 있음	
	위치	198 Palm Harbor Boulevard South, Palm Harbor, FL 34683, USA	
	규모	직원 수	약 80명
		동일품목 수 ¹⁵⁾	34개
		설립연도	1997년
		매출	1,700만 달러

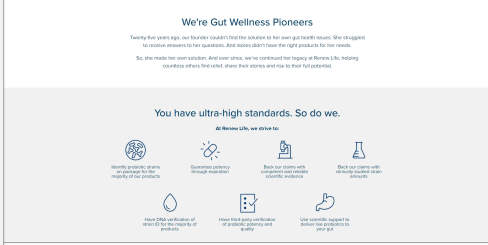
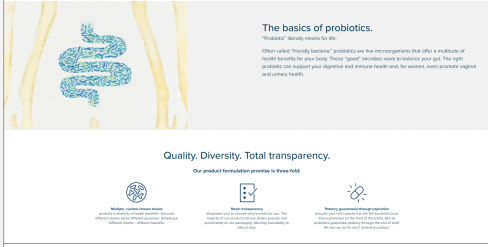
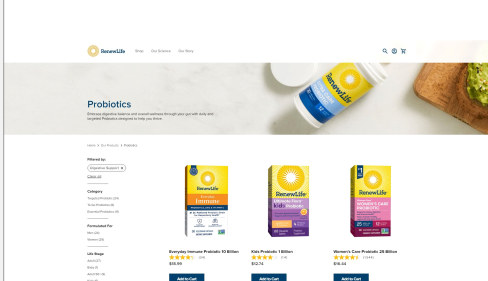
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 월마트 타겟		제품명	엑스트라 케어 프로바이오틱 (Extra Care Probiotic)
			제공량	30정
			가격	17.0달러 (19,282원)
			제품 제형	캡슐
	〈온라인 매장〉 아마존 월마트 타겟		제품명	엑스트라 케어 프로바이오틱 (Extra Care Probiotic)
			제공량	30정
			가격	16.98달러 (19,282원)
			제품 제형	캡슐

현지 진출 방법	제품 현지화	● (상)	미국 제품으로 미국 소비자를 위한 제품 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

15) 유산균 조제품을 동일품목으로 분류함

홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지 (현지), 페이스북/인스타그램/트위터/유튜브 (글로벌)
	게시 주기	일주일에 2-3건
	게시물 유형	기업 소개 및 홍보, 판매 브랜드 및 제품 소개

게시물 유형		기업 소개 및 홍보
		제품 제조 이념 안내
		- 효능별 제품군 안내 - 연령별/성별별 제품군 안내 - 자사 제품 판매

사진자료: 리뉴라이프(RenewLife) 홈페이지 (www.renewlife.com)

IV. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 더 비타민 숍 유에스에이(The Vitamin Shoppe USA)

Interview ② 지엔씨 유에스에이 뉴욕(GNC USA New York)

Interview ③ 지엔씨 유에스에이 샌프란시스코(GNC USA San Francisco)

Interview ① 더 비타민 숍 유에스에이 (The Vitamin Shoppe USA)

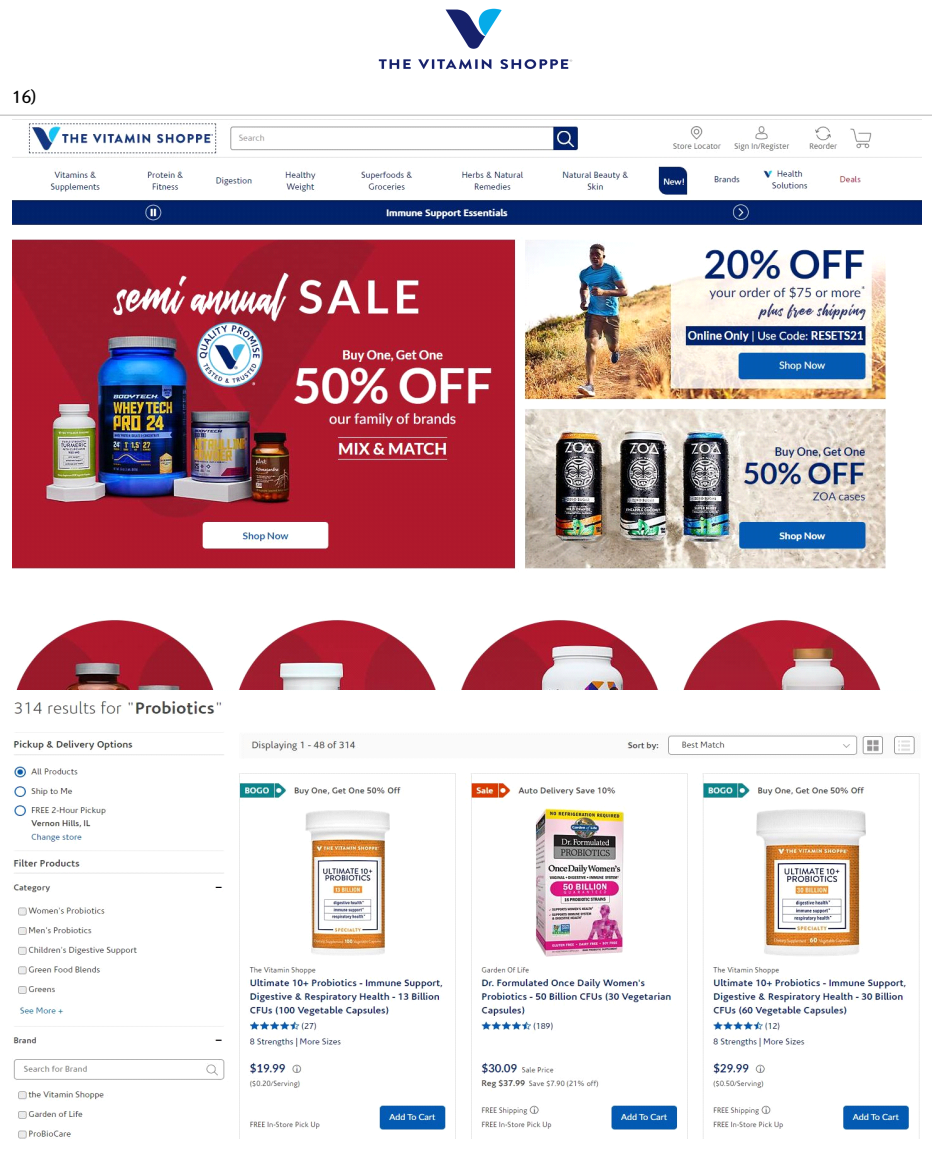
더 비타민 숍 유에스에이
(The Vitamin Shoppe USA)

유통업체

담당자 정보

Sales Representative

16)



THE VITAMIN SHOPPE

Search

Store Locator Sign In/Register Reorder

Vitamins & Supplements Protein & Fitness Digestion Healthy Weight Superfoods & Groceries Herbs & Natural Remedies Natural Beauty & Skin

semi annual SALE

Buy One, Get One
50% OFF
our family of brands
MIX & MATCH

20% OFF
your order of \$75 or more
plus free shipping
Online Only | Use Code: RESETS21
Shop Now

50% OFF
ZOA cases
Buy One, Get One
Shop Now

314 results for "Probiotics"

Pickup & Delivery Options

- All Products
- Ship to Me
- FREE 2-Hour Pickup
Vernon Hills, IL
Change store

Filter Products

Category

- Women's Probiotics
- Men's Probiotics
- Children's Digestive Support
- Green Food Blends
- Greens
- See More +

Brand

Search for Brand

Displaying 1 - 48 of 314

Sort by: Best Match

BOGO Buy One, Get One 50% Off

Ultimate 10+ Probiotics
The Vitamin Shoppe
Ultimate 10+ Probiotics - Immune Support, Digestive & Respiratory Health - 13 Billion CFUs (100 Vegetable Capsules)
★★★★★ (27)
8 Strengths | More Sizes
\$19.99 (10.20/Serving)
FREE In-Store Pick Up
Add To Cart

Sale! Auto Delivery Save 10%

Dr. Formulated Once Daily Women's Probiotics
Garden Of Life
Dr. Formulated Once Daily Women's Probiotics - 50 Billion CFUs (30 Vegetarian Capsules)
★★★★★ (189)
\$30.09 Sale Price
Reg. \$37.99 Save \$7.90 (21% off)
FREE Shipping
FREE In-Store Pick Up
Add To Cart

BOGO Buy One, Get One 50% Off

Ultimate 10+ Probiotics
The Vitamin Shoppe
Ultimate 10+ Probiotics - Immune Support, Digestive & Respiratory Health - 30 Billion CFUs (60 Vegetable Capsules)
★★★★★ (12)
8 Strengths | More Sizes
\$29.99 (10.50/Serving)
FREE Shipping
FREE In-Store Pick Up
Add To Cart

더 비타민 숍 유에스에이(The Vitamin Shoppe USA) Sales Representative

더 비타민 숍 유에스에이는 1977년대에 설립된 소매업체로, 비타민, 단백질 보충제, 피트니스, 슈퍼푸드, 식료품, 허브, 네츄럴 뷰티 앤 스킨 제품 등을 주로 취급함. 미국 전국에 총 780여 개의 매장을 운영하고 있으며, 오프라인 뿐 아니라 온라인 매장을 통해서도 제품을 판매하고 있음. 페이스북 등의 소셜 미디어를 통해 신제품과 할인 행사를 홍보함



가격	50,000원
중량	2g*60포
포장 형태	플라스틱 파우치

Q1. 고객사 제품의 한국 주요항구 본선도(FOB) 가격은 1박스 (2g*60포) 당 약 43.58달러(50,000원)입니다. 현재 취급하고 있는 유사 상품과 비교했을 때, 고객사 제품의 본선도 가격 수준은 어떤가요? 고객사 제품의 합리적인 본선도 가격은 어느 정도라고 생각하시나요?

고객사 제품은 프로바이오틱스가 10억 cfu/g 함유되어 있습니다. 제품의 가격인 약 43.58달러(50,000원¹⁷⁾)은 현재 소매점을 통해 판매 중인 다른 제품들과 비교했을 때 비싼 편입니다. 프로바이오틱스 제품은 약 20-40달러(약 22,948-45,896원) 선에 판매되고 있으며, 그 중엔 고객사 제품 대비 프로바이오틱스가 100배 더 많이 함유된 제품도 있습니다. 프로바이오틱스 10억 cfu/g와 홍삼이 함유된 제품의 적정가는 19.99달러(22,937원)라고 봅니다.

Q2. 고객사 제품의 프로바이오틱스 함유량은 10억 cfu/g입니다. 현재 취급하고 있는 다른 프로바이오틱스 제품과 비교했을 때, 고객사 제품의 프로바이오틱스 함유량 수준은 어느 정도인가요?

저희가 취급 중인 제품 중엔 고객사 제품보다 훨씬 많은 프로바이오틱스를 함유하고 있는 제품들도 있습니다. 현재 판매 중인 제품들은 프로바이오틱스를 최소 50억 cfu/g에서 최대 1,000억 cfu/g까지 함유하고 있습니다.

Q3. 현재 취급하고 있는 제품 중 프로바이오틱스 함유량이 가장 높은 제품의 이름, 프로바이오틱스 함유량, 제품 용량을 알려주세요.

현재 판매 중인 제품 중 가장 인기가 많은 제품은 Raw Probiotics for Ultimate Care - 100 Billioncfus입니다. 해당 제품은 유사 제품과 비교했을 때, 프로바이오틱스 함유량이 1,000억 cfu/g으로 높은 편이고 가격 역시 39.98달러(부가세 제외)로 합리적입니다. 제품 용량은 30정입니다.

17) 1달러=1,147.40원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)



가격 50,000원

중량 2g*60포

포장 형태 플라스틱 파우치

Q4. 고객사 제품은 면역체계 강화에 도움을 주는 홍삼을 함유하고 있습니다. 이러한 요소가 고객사 제품을 경쟁제품과 차별화하고 제품의 소구점이 될 수 있을까요?

프로바이오틱스와 홍삼 성분을 동시에 함유하고 있는 제품은 저희에게 생소합니다. 프로바이오틱스 등 건강보조식품을 찾는 소비자층은 매우 다양하며, 대부분은 프로바이오틱스 제품과 홍삼을 연관 지어 생각하지 않습니다. 주로 아시아계 미국인 소비자층이 면역력 강화를 위한 건강보조 식품으로 홍삼을 구매합니다. 대부분 농축액 또는 캡슐 형태의 제품을 선호합니다. 제품 형태가 홍삼 제품의 주요 소구점입니다.

Q5. 미국 시장에서 프로바이오틱스 제품을 판매하기 위해 필요한 인증은 무엇이 있나요? 미국 소비자가 프로바이오틱스 제품을 구매할 때 선호하는 인증이 있나요?

미국 현지에서 건강보조식품의 FDA 인증은 필수가 아닙니다. 유통업체가 제품의 품질 또는 성분 함유량을 보증하고자 인증을 부여하는 경우는 있습니다.

Q6. 고객사 제품은 락토바실러스 람노서스(Lactobacillus rhamnosus, 장 면역력 촉진) 및 발효 방법 관련 특허를 보유하고 있습니다. 현재 취급하고 있는 프로바이오틱스 제품 중 특허를 보유한 제품이 있나요?

저희가 취급하고 있는 프로바이오틱스 제품 중에는 락토바실러스 람노서스를 함유하고 있는 제품들이 다수 있습니다. 자사 취급 제품 중엔 홍삼이 함유된 제품이 없기 때문에, 발효 방법 관련 특허는 생소합니다.

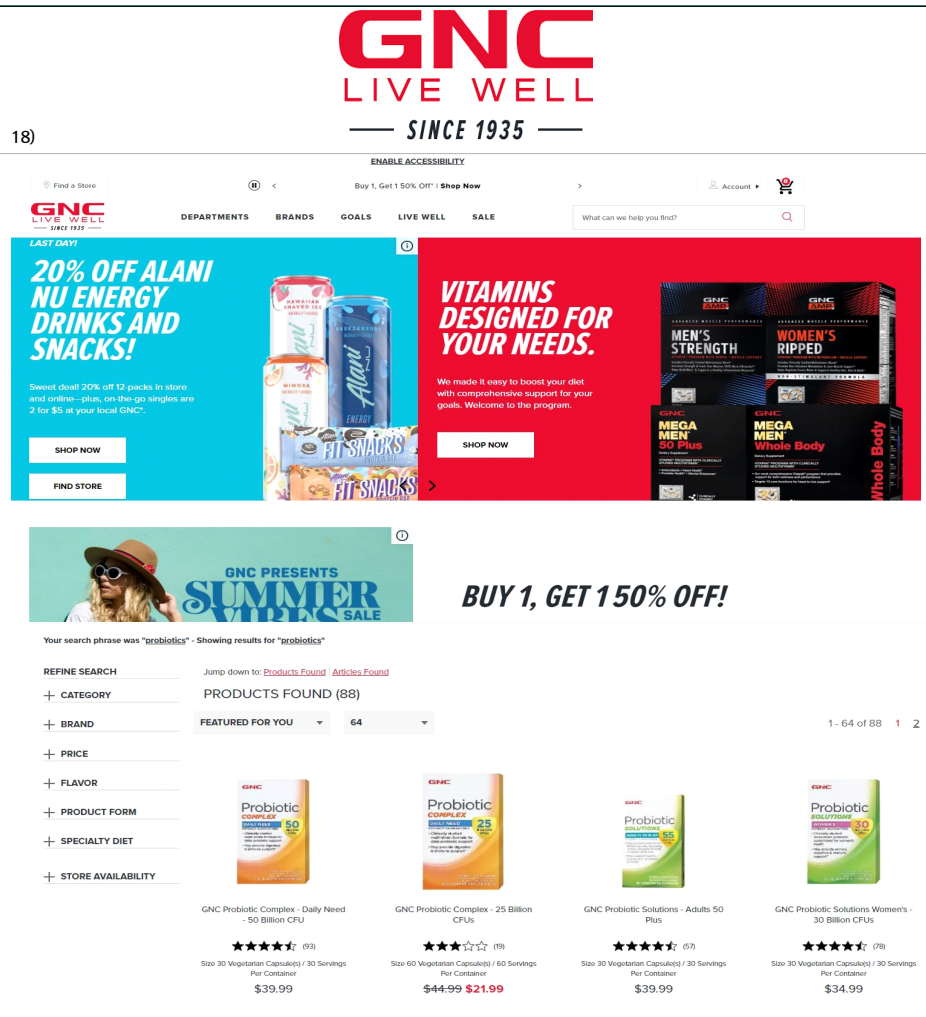
Interview ② 지엔씨 유에스에이 뉴욕 (GNC USA New York)

지엔씨 유에스에이 뉴욕
(GNC USA New York)

유통업체

담당자 정보

Sales Representative



지엔씨 유에스에이 뉴욕(GNC USA New York) Sales Representative

지엔씨 유에스에이는 건강보조식품, 비타민, 미네랄, 허브류, 스포츠 영양 보충제 등 건강 관련 기능 식품을 생산, 유통, 판매하는 전문 기업임. 1935년 오프라인 상점으로 시작해 점차 사업이 확장되면서 기업 명칭을 'General Nutrition Center'로 변경하여 오늘날까지 이어짐. 미국 최대 규모의 건강 관련 기능 식품 기업으로, 한국 등 여러 국가에 지사를 두고 있음



가격 50,000원

중량 2g*60포

포장 형태 플라스틱 파우치

Q1. 고객사 제품의 한국 주요항구 본선도(FOB) 가격은 1박스 (2g*60포) 당 약 43.58달러(50,000원)입니다. 현재 취급하고 있는 유사 상품과 비교했을 때, 고객사 제품의 본선도 가격 수준은 어떤가요? 고객사 제품의 합리적인 본선도 가격은 어느 정도라고 생각하시나요?

고객사 제품의 프로바이오틱스 함유량은 10억 cfu/g으로, 가격 대비 함유량이 적습니다. GNC에서 생산하고 있는 유사 제품인 GNC Probiotic Complex Daily Need의 경우, 가격이 10달러(11,474원)이며, 고객사 제품 역시 비슷한 수준의 가격대가 적합하다고 생각합니다.

Q2. 고객사 제품의 프로바이오틱스 함유량은 10억 cfu/g입니다. 현재 취급하고 있는 다른 프로바이오틱스 제품과 비교했을 때, 고객사 제품의 프로바이오틱스 함유량 수준은 어느 정도인가요?

건강보조식품 전문가로서 의견을 말씀드리자면, 프로바이오틱스 제품은 프로바이오틱스 함유량이 높을수록 효과가 더 좋습니다. 10억 cfu/g은 함유량이 낮은 편입니다.

Q3. 현재 취급하고 있는 제품 중 프로바이오틱스 함유량이 가장 높은 제품의 이름, 프로바이오틱스 함유량, 제품 용량을 알려주세요.

프로바이오틱스 함유량이 가장 높은 제품은 GNC Probiotics Complex Extra Strength - 150 Billion cfu이며, 프로바이오틱스 함유량은 1,500억 cfu/g, 제품 용량은 20정입니다.

Q4. 고객사 제품은 면역체계 강화에 도움을 주는 홍삼을 함유하고 있습니다. 이러한 요소가 고객사 제품을 경쟁제품과 차별화하고 제품의 소구점이 될 수 있을까요?

프로바이오틱스와 홍삼 성분이 동시에 함유된 제품에 대해서는 잘 알지 못합니다.



가격 50,000원

중량 2g*60포

포장 형태 플라스틱 파우치

Q5. 미국 시장에서 프로바이오틱스 제품을 판매하기 위해 필요한 인증은 무엇이 있나요? 미국 소비자가 프로바이오틱스 제품을 구매할 때 선호하는 인증이 있나요?

미국 정부 또는 FDA는 프로바이오틱스 제품에 인증을 요구하지 않습니다. 프로바이오틱스 제품은 유통업체 또는 GNC 같은 기업에서 인증을 받을 수 있습니다. 해당 인증은 제품이 프로바이오틱스를 실제로 함유하고 있는지 여부 및 정확한 프로바이오틱스의 함유량을 보증합니다.

Q6. 고객사 제품은 락토바실러스 람노서스(Lactobacillus rhamnosus, 장 면역력 촉진) 및 발효 방법 관련 특허를 보유하고 있습니다. 현재 취급하고 있는 프로바이오틱스 제품 중 특허를 보유한 제품이 있나요?

GNC 제품 중에는 락토바실러스 람노서스를 보유한 제품이 다수 있습니다. 락토바실러스 람노서스는 다양한 브랜드의 제품에서 널리 쓰이기 때문에 따로 특허를 보유한 제품이 있진 않습니다. 발효 방법 관련 특허의 경우, 시중에 홍삼 성분이 포함된 프로바이오틱스 제품이 없어 특허가 제품 구매에 어떠한 영향도 끼치지 않았습니다.

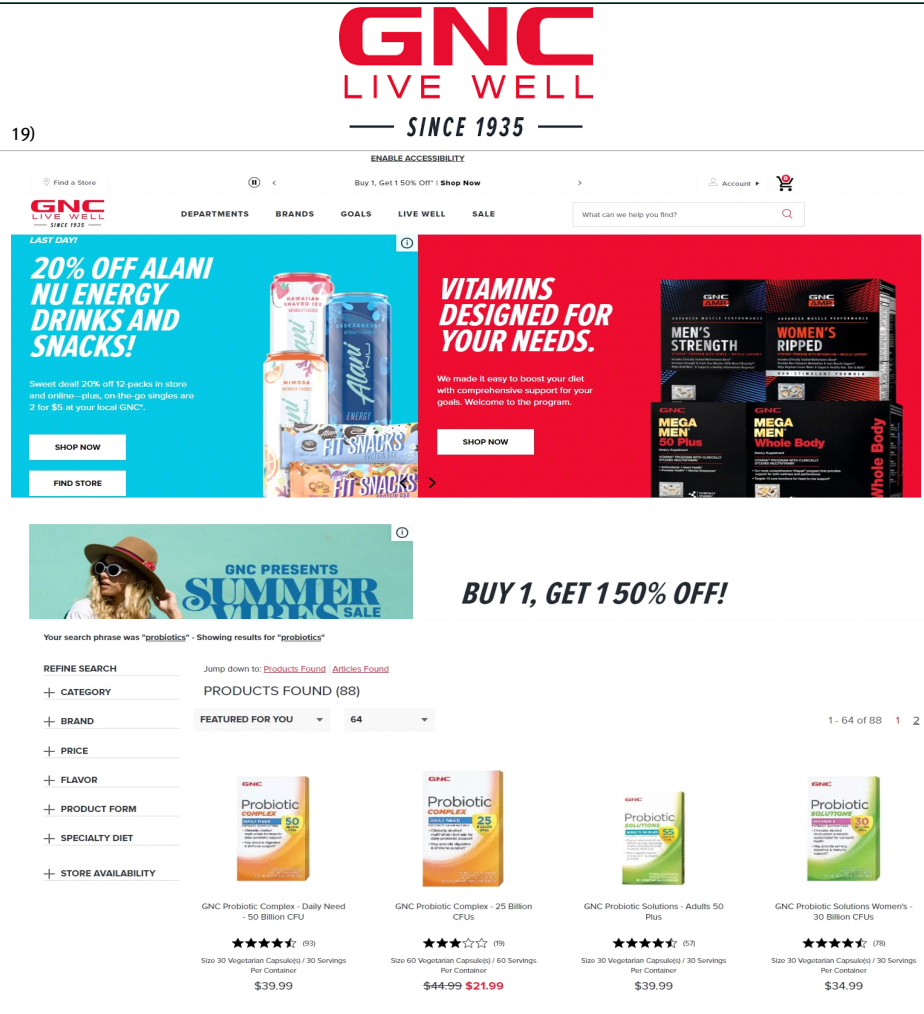
Interview ③ 지엔씨 유에스에이 샌프란시스코 (GNC USA San Francisco)

지엔씨 유에스에이
샌프란시스코
(GNC USA San Francisco)

유통업체

담당자 정보

Sales Representative



지엔씨 유에스에이 샌프란시스코(GNC USA San Francisco) Sales Representative

지엔씨 유에스에이는 건강보조식품, 비타민, 미네랄, 허브류, 스포츠 영양 보충제 등 건강 관련 기능 식품을 생산, 유통, 판매하는 전문 기업임. 1935년 오프라인 상점으로 시작해 점차 사업이 확장되면서 기업 명칭을 “GENERAL NUTRITION CENTER”로 변경하여 오늘날까지 이어짐. 미국 최대 규모의 건강 관련 기능 식품 기업으로, 한국 등 여러 국가에 지사를 두고 있음



가격 50,000원

중량 2g*60포

포장 형태 플라스틱 파우치

Q1. 고객사 제품의 한국 주요항구 본선도(FOB) 가격은 1박스 (2g*60포) 당 약 43.58달러(50,000원)입니다. 현재 취급하고 있는 유사 상품과 비교했을 때, 고객사 제품의 본선도 가격 수준은 어떤가요? 고객사 제품의 합리적인 본선도 가격은 어느 정도라고 생각하시나요?

현재 판매 중인 프로바이오틱스 제품 중 홍삼을 함유하고 있는 제품은 없습니다. 용량이 2g*60포이고, 10억 cfu/g의 프로바이오틱스가 함유되어 있는 제품이 약 43.58달러(50,000원)라고 한다면, 이는 매우 비싼 가격대라고 볼 수 있습니다. 하지만 현재 저희가 취급하고 있는 홍삼 관련 제품과 비교해보자면 고객사 제품의 시장 진출은 가능성이 있습니다.

Q2. 고객사 제품의 프로바이오틱스 함유량은 10억 cfu/g입니다. 현재 취급하고 있는 다른 프로바이오틱스 제품과 비교했을 때, 고객사 제품의 프로바이오틱스 함유량 수준은 어느 정도인가요?

모든 프로바이오틱스 제품은 타겟 소비자의 특징 또는 요구사항에 맞게 생산됩니다. 10억 cfu/g이 함유된 고객사 제품은 판매 중인 다른 제품들보다 함유량이 낮으며, 효능 또한 낮을 것입니다.

Q3. 현재 취급하고 있는 제품 중 프로바이오틱스 함유량이 가장 높은 제품의 이름, 프로바이오틱스 함유량, 제품 용량을 알려주세요.

프로바이오틱스 함유량이 가장 높은 제품은 GNC Probiotics Complex Extra Strength - 150 Billion cfu이며, 프로바이오틱스 함유량은 1,500억 cfu/g, 제품 용량은 20정입니다.

Q4. 고객사 제품은 면역체계 강화에 도움을 주는 홍삼을 함유하고 있습니다. 이러한 요소가 고객사 제품을 경쟁제품과 차별화하고 제품의 소구점이 될 수 있을까요?

저희가 취급하는 제품 중엔 홍삼이 함유된 프로바이오틱스 제품이 없어, 답변을 드리기 어렵습니다.



가격 약 43.58달러
(50,000원)

중량 2g*60포

포장 형태 플라스틱 파우치

Q5. 미국 시장에서 프로바이오틱스 제품을 판매하기 위해 필요한 인증은 무엇이 있나요? 미국 소비자가 프로바이오틱스 제품을 구매할 때 선호하는 인증이 있나요?

FDA에서는 저희의 건강보조식품에 인증을 요구하지 않습니다. 따라서 프로바이오틱스 제품과 홍삼 제품 모두 따로 인증을 받을 필요가 없습니다. 소비자들은 GNC의 제품을 선호합니다. 이는 GNC가 자체적으로 제품 품질 및 성분 함유량을 보증하기 위한 인증 절차를 거치기 때문입니다.

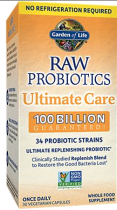
Q6. 고객사 제품은 락토바실러스 람노서스(Lactobacillus rhamnosus, 장 면역력 촉진) 및 발효 방법 관련 특허를 보유하고 있습니다. 현재 취급하고 있는 프로바이오틱스 제품 중 특허를 보유한 제품이 있나요?

GNC 제품 중에는 락토바실러스 람노서스를 보유한 제품이 다수 있습니다. 락토바실러스 람노서스는 대부분의 프로바이오틱스 제품에 사용되는 재료입니다. 홍삼 성분이 포함된 제품이 없어 발효 관련 특허를 보유한 제품은 없습니다. GNC 제품 중 특허를 보유하고 있는 제품이 있는지는 잘 모르겠습니다.

미국 유산균 조제품 수입·유통업체 인터뷰 결과

인터뷰 대상 기업체 선정 기준

- ① 현지 건강보조식품 유통업체
- ② 유산균 조제품 취급 경험 있음

업체명	더 비타민 숍 유에스에이 (The Vitamin Shoppe USA)	지엔씨 유에스에이 뉴욕 (GNC USA New York)	지엔씨 유에스에이 샌프란시스코 (GNC USA San Francisco)
업태	유통업체	유통업체	유통업체
취급 품목	 건강 관련 기능 식품	 건강 관련 기능 식품	 건강 관련 기능 식품

미국 유산균 조제품 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	더 비타민 숍 유에스에이 (The Vitamin Shoppe USA)	지엔씨 유에스에이 뉴욕 (GNC USA New York)	지엔씨 유에스에이 샌프란시스코 (GNC USA San Francisco)
	유통업체	유통업체	유통업체
고객사 제품 가격은 합리적인 수준인가?	유사 제품과 비교했을 때, 프로바이오틱스 함유량 대비 가격이 비싼 편임	경쟁제품에 비해 상대적으로 비싸며 , 적정 가격은 10달러(11,474원) 선임	프로바이오틱스 제품으로는 비싼 가격이나, 고객사 제품을 홍삼 조제품으로 본다면 시장 진출 가능성이 있음
고객사 제품의 프로바이오틱스 함유량은 어느 정도 수준인가?	취급 상품들의 프로바이오틱스 함유량은 50억~1,000억 cfu/g으로, 고객사 제품의 함유량은 적은 편임	고객사 제품의 함유량은 10억 cfu/g로, 상대적으로 낮은 수준의 함유량을 보여줌	고객사 제품의 함유량은 현재 판매되고 있는 경쟁상품보다 낮으며 , 따라서 제품의 효능 또한 낮을 것으로 보임
프로바이오틱스 제품 판매시 필요하거나 소비자가 선호하는 인증이 있는가?	판매를 위한 필수적인 인증은 없음	필수적인 인증은 없으나 , 소비자는 품질 및 성분 함유량을 보증하는 GNC의 인증이 있는 제품을 선호함	필수적인 인증은 없으나 , 소비자는 품질 및 성분 함유량을 보증하는 GNC의 인증이 있는 제품을 선호함
(*) 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) 섭취 가능 횟수

● 경쟁제품(제조사)

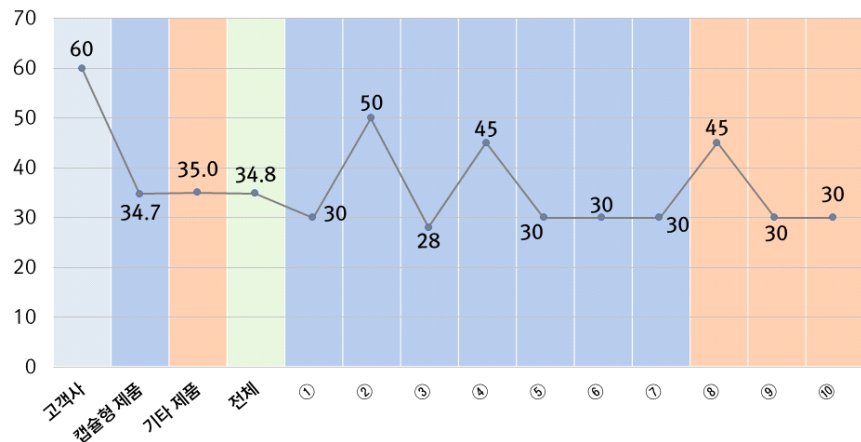
- ① 위민스 데일리 케어
(가든 오브 라이프)
- ② 다이제스티브 어드벤처지
데일리 프로바이오틱스 캡슐
(쉬프)
- ③ 얼라인 프로바이오틱
(얼라인)
- ④ 콜론 헬시 데일리 프로바이오틱
(필립스)
- ⑤ 데일리 프로바이오틱
(스프링밸리)
- ⑥ 엑스트라 케어 프로바이오틱
(리뉴라이프)
- ⑦ 피지션스 초이스
(피지션스 초이스)
- ⑧ 다이제스티브 어드벤처지
데일리 프로바이오틱스 구미
(쉬프)
- ⑨ 듀얼 바이오틱
(얼라인)
- ⑩ 컬처렐 프로바이오틱스 키즈
(컬처렐)

▶ 고객사 제품 섭취 가능 횟수, 경쟁제품 평균 대비 많은 편

고객사 제품의 섭취 가능 횟수는 60회로, 경쟁제품 10개의 평균 섭취 가능 횟수 대비 약 25회 많은 편임. 제품 종류별 섭취 가능 횟수는 캡슐형 제품이 평균 34.7회, 기타 제품이 평균 35.0회로 확인됨. 특히 기타 제품 중 고객사 제품과 유사한 제형의 스틱형 제품인 컬처렐 프로바이오틱스 키즈는 섭취 가능 횟수가 고객사 제품 대비 30회 적은 것으로 조사되었음. 기타 제품 중 구미형 제품은 섭취 1회당 내용물을 2개 섭취해야 하므로 실제 중량과 섭취 가능 횟수 사이에 차이가 있음

[표 5.1] 미국 유산균 조제품 섭취 가능 횟수 경쟁력 분석

(단위: 회)



2) 1회 섭취량당 가격

● 경쟁제품(제조사)

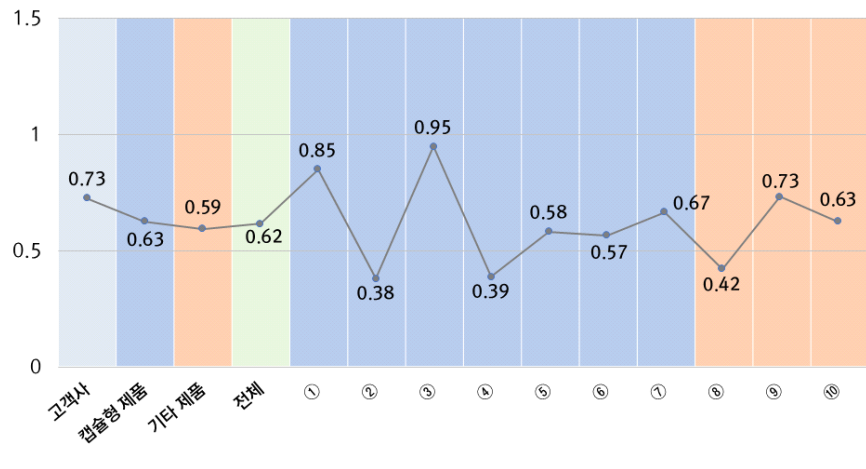
- ① 위민스 데일리 케어 (가든 오브 라이프)
- ② 다이제스티브 어드벤처 데일리 프로바이오틱스 캡슐 (쉬프)
- ③ 얼라인 프로바이오틱 (얼라인)
- ④ 콜론 헬시 데일리 프로바이오틱 (필립스)
- ⑤ 데일리 프로바이오틱 (스프링밸리)
- ⑥ 엑스트라 케어 프로바이오틱 (리뉴라이프)
- ⑦ 피지션스 초이스 (피지션스 초이스)
- ⑧ 다이제스티브 어드벤처 데일리 프로바이오틱스 구미 (쉬프)
- ⑨ 듀얼 바이오틱 (얼라인)
- ⑩ 컬처렐 프로바이오틱스 키즈 (컬처렐)

▶ 고객사 제품 1회 섭취량당 가격, 경쟁제품 평균 대비 비싼 편

고객사 제품의 1회 섭취량당 가격은 0.73달러(약 838원²⁰⁾)로, 경쟁제품 10개의 평균인 0.62달러(약 711원)에 비해 약 1.17배 비싼 편임. 제품 종류별 1회 섭취량당 가격은 캡슐형 제품이 0.63달러(약 723원)로 고객사 제품 대비 약 0.10달러(약 115원) 저렴하며, 기타 제품은 0.59달러(약 677원)로 고객사 제품 대비 약 0.14달러(약 161원) 저렴한 것으로 확인됨

[표 5.2] 미국 유산균 조제품 가격 경쟁력 분석

(단위: 달러)



20) 1달러=1,147.40원 (2021.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3) g당 유산균 수

● 경쟁제품(제조사)

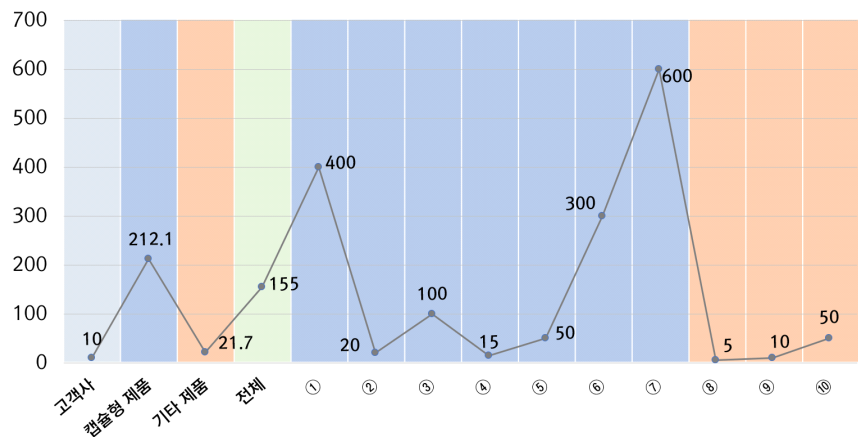
- ① 위민스 데일리 케어 (가든 오브 라이프)
- ② 다이제스티브 어드벤처 데일리 프로바이오틱스 캡슐 (쉬프)
- ③ 얼라인 프로바이오틱 (얼라인)
- ④ 콜론 헬시 데일리 프로바이오틱 (필립스)
- ⑤ 데일리 프로바이오틱 (스프링밸리)
- ⑥ 엑스트라 케어 프로바이오틱 (리뉴라이프)
- ⑦ 피지션스 초이스 (피지션스 초이스)
- ⑧ 다이제스티브 어드벤처 데일리 프로바이오틱스 구미 (쉬프)
- ⑨ 듀얼 바이오텍 (얼라인)
- ⑩ 컬처렐 프로바이오틱스 키즈 (컬처렐)

▶ 고객사 제품 g당 유산균 수, 경쟁제품 평균 대비 적은 편

고객사 제품의 g당 유산균 수는 10억 cfu으로, 경쟁제품 10개의 평균 g당 유산균 수인 155억 cfu과 비교했을 때 적은 편임. 일부 경쟁제품의 수치가 다른 제품들에 비해 월등히 높아 전체 평균치과의 비교는 유의하지 않을 수 있으나, 이를 차치하고서도 고객사 제품은 최하위인 다이제스티브 어드벤처 데일리 프로바이오틱스 구미 제품 다음으로 g당 유산균 수가 적음. 시중에서 가장 흔하게 판매되고 있는 캡슐형 제품의 경우, 평균 212.1억 cfu의 g당 유산균을 함유하고 있는 것으로 확인됨. 기타 제품은 평균 21.7억 cfu의 g당 유산균을 함유하고 있는 것으로 나타남. 고객사 제품과 유사한 제형의 컬처렐 프로바이오틱스 키즈 제품은 타겟 소비자가 아동으로 한정되어 있음에도 불구하고, 고객사 제품보다 5배 많은 g당 유산균 수를 보유하고 있음

[표 5.3] 미국 유산균 조제품 g당 유산균 수 경쟁력 분석

(단위: 억 cfu/g)

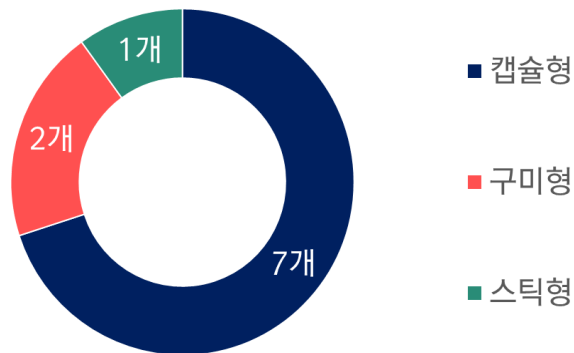


4) 제품 제형

▶ 경쟁제품 10개 중 7개, 캡슐형 제품

미국에서 판매되고 있는 유산균 조제품 경쟁제품 10개의 제형을 조사한 결과, 경쟁제품 10개 중 7개 제품의 제형이 캡슐형인 것으로 조사됨. 그 외 구미형 제품 2개, 스틱형 제품 1개가 확인되었음

[표 5.4] 미국 유산균 조제품 제품 제형 경쟁력 분석

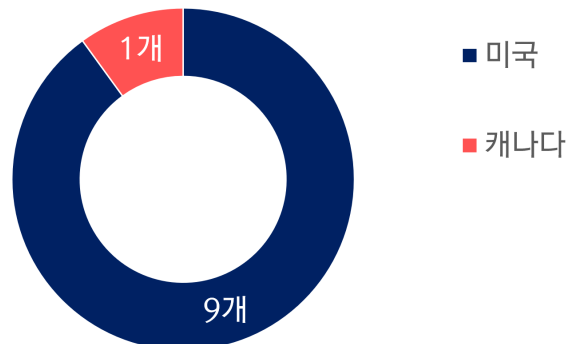


5) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 중 9개, 원산지 미국

미국에서 판매되고 있는 유산균 조제품 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 경쟁제품 10개 중 9개 제품의 원산지가 미국인 것으로 확인됨. 그 외 캐나다가 원산지인 제품이 1개 발견됨

[표 5.5] 미국 유산균 조제품 제품 원산지 경쟁력 분석

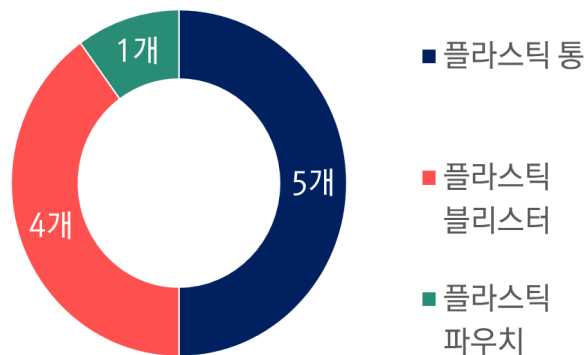


6) 포장 형태

▶ 경쟁제품 10개 중 5개, 플라스틱 통 형태로 포장

미국에서 판매되고 있는 유산균 조제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 플라스틱 통 형태의 포장을 사용한 제품이 5개인 것으로 확인됨. 플라스틱 블리스터 형태의 포장을 사용한 제품이 4개로 그 뒤를 이었으며, 고객사 제품과 동일한 플라스틱 파우치 형태의 포장을 사용한 제품은 1개로 조사됨

[표 5.6] 미국 유산균 조제품 포장 형태 경쟁력 분석

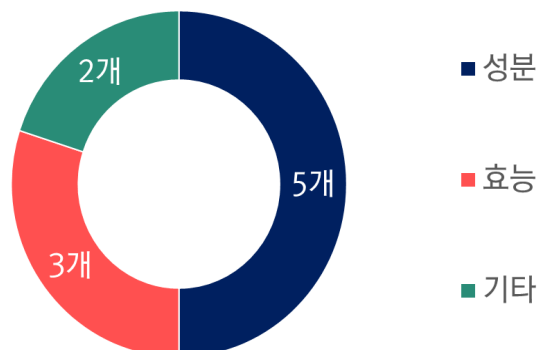


7) 홍보문구

▶ 경쟁제품 10개 중 5개, 성분과 관련된 홍보문구 사용

미국에서 판매되고 있는 유산균 조제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 성분과 관련된 홍보문구를 사용한 제품이 5개인 것으로 파악됨. 그 외 제품의 효능을 강조한 홍보문구를 사용한 제품이 3개 확인됨

[표 5.7] 미국 유산균 조제품 홍보문구 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 쇼핑몰 : 아마존, 월마트, 타겟

(*) 오프라인 매장 : 타겟, 월마트

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(*) 온라인 쇼핑몰 : 1개 이상의 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 제품

(*) 오프라인 매장 : 조사매장 2개 중 1개 이상 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹

	공통 특징 g당 유산균 수 표기		공통 특징 g당 유산균 수 표기	
현지 벤치마킹 인기 제품 (가든 오브 라이프 위민스 데일리 케어)	◀ 벤치마킹	현지 벤치마킹 인기 제품 (고객사: 중근당바이오 발효홍삼유산균)	벤치마킹 ▶	현지 벤치마킹 인기 제품 (피지션스초이스 피지션스초이스)
‘여성 건강을 위한 400억 cfu/g의 프로바이오틱스 함유’	g당 유산균 수	‘홍삼 성분이 함유되어 면역력 강화에도 효과적’	홍보문구	‘풍부한 프로바이오틱스 성분을 강조한 홍보문구’

2) 벤치마킹 제품 분석

- g당 유산균 수

▶ 벤치마킹 제품, 유산균 400억 cfu/g 함유

현지에서 판매되는 유산균 조제품 경쟁제품 10개 중 8개의 g당 유산균 수가 고객사 제품의 g당 유산균 수보다 높음. 수입·유통업체 인터뷰에 따르면 유산균 수와 제품 효능은 비례하기 때문에, 대체로 g당 유산균 수가 높을수록 제품 가격이 비싸짐. 고객사 제품은 g당 유산균 수가 10억 cfu/g임에도 불구하고, 제품 가격이 경쟁제품의 전반적인 가격대보다 높음

[표 5.8] 미국 유산균 조제품 인기제품, g당 유산균 수 인터뷰 분석

(인터뷰) 건강보조식품 전문가로서 의견을 말씀드리자면, 프로바이오틱스 제품은 프로바이오틱스 함유량이 높을수록 효과가 더 좋습니다. 10억 cfu/g은 함유량이 낮은 편입니다.

- GNC USA, Sales Representative -

3) 벤치마킹 제품 분석

- 홍보문구

▶ 벤치마킹 제품, 성분 관련 홍보문구

현지에서 판매 중인 유산균 조제품 10개 중 5개는 성분과 관련된 홍보문구를 제품에 부착하여 판매 중인 것으로 확인됨. 벤치마킹 제품의 경우, '600억 프로바이오틱스'라는 문구를 통해 높은 g당 유산균 수를 강조하였음. 해당 벤치마킹 제품 외 경쟁제품 중 일부는 '4 in 1 성분'이라는 문구와 같이, 단일 제품에 여러 유효성분이 함유되어 있음을 어필하고 있음. 이는 프로바이오틱스 성분과 면역력에 도움이 되는 홍삼 성분이 함께 함유된 고객사 제품의 참고사항이 될 수 있을 것으로 판단됨

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.9] 유산균 조제품 경쟁기업 마케팅 벤치마킹

		쉬프	컬처렐	얼라인	필립스	리뉴라이프
판매채널	오프라인 매장 (총 3개 매장 조사)	타겟 월마트	타겟 월마트	타겟 월마트	월마트 월마트	월마트
	온라인 쇼핑몰 (총 3개 매장 조사)	아마존 월마트 타겟	아마존 월마트 타겟	아마존 월마트 타겟	아마존 월마트 타겟	아마존 월마트 타겟
홍보채널	자사 홈페이지 (홍보)	홈페이지 보유 (미국)	홈페이지 보유 (미국)	홈페이지 보유 (미국)	홈페이지 보유 (미국)	홈페이지 보유 (미국)
	SNS 플랫폼	(-)	(글로벌) 페이스북 인스타그램 트위터	(글로벌) 페이스북 인스타그램 유튜브 트위터	(-)	(글로벌) 페이스북 인스타그램 유튜브 트위터
홍보문구	제품의 성분 제품의 구성 제품의 효과	경쟁기업 주요 홍보문구				
						
요약	판매채널	대형 슈퍼마켓 체인과 주요 온라인 쇼핑 웹사이트에 입점				
	홍보채널	자사 홈페이지를 활용하며, 일부 경쟁사는 다양한 SNS 플랫폼을 활용				
	홍보문구	제품의 성분, 성분 구성, 성분이 주는 효과를 강조				

VI. 시사점

Probiotics Product Price&Volume



Point. 1



고객사 제품의 1회 섭취량당 가격은 0.73달러로, 유산균 조제품 경쟁제품 10개 평균인 0.62달러 대비 약 1.17배 비싼 가격대를 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 캡슐형 경쟁제품 7개의 1회 섭취량당 가격 평균은 0.63달러로 고객사 제품보다 0.10달러 가량 저렴했으며, 기타 제형 경쟁제품 3개의 평균은 0.59달러로 고객사 제품보다 0.14달러 가량 저렴한 것으로 나타남

Point. 2



고객사 제품 섭취 가능 횟수는 60회로, 유산균 조제품 경쟁제품 10개 평균인 34.8회에 비해 25회 가량 많은 섭취 가능 횟수를 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 캡슐형 경쟁제품 평균이 34.7회였으며 기타 제형 경쟁제품 평균은 35회로 나타남. 한편, 기타 제형 제품 중 고객사 제품과 같은 제형인 스틱형 경쟁제품의 섭취 가능 횟수는 30회로, 고객사 제품 섭취 가능 횟수의 절반 수준인 것으로 나타남

Probiotics Product Package&Text



Point. 1



미국 유산균 조제품 경쟁제품 10개의 제품 제형을 조사한 결과, 7개 제품이 캡슐형 제품으로 가장 많이 발견되었음. 뒤이어 구미형 제품이 2개 발견되었으며, 고객사 제품 제형과 같은 스틱형 제품은 1개 제품이 발견되었음. 한편, 경쟁제품 10개의 포장 형태로는 플라스틱 통 포장 제품이 5개로 가장 많았으며, 뒤이어 플라스틱 블리스터 포장 제품이 4개, 플라스틱 파우치 포장 제품이 1개 발견됨

Point. 2



미국 유산균 조제품 경쟁제품 10개의 g당 유산균 수를 조사한 결과, 경쟁제품 10개의 평균 g당 유산균 수는 155억 cfu로, 고객사 제품 g당 유산균 수인 10억 cfu보다 15.5배 가량 많이 함유되어 있는 것으로 나타남. 한편, 미국 유산균 조제품 경쟁제품이 강조하는 홍보문구를 살펴본 결과, 성분을 강조하는 홍보문구를 사용하는 제품이 10개 중 5개로 가장 많이 발견되었음

USA Market Competitor



Point. 1



미국 시장 유산균 조제품 경쟁기업 5개사의 오프라인 유통채널을 조사한 결과, 5개사 중 4개사가 미국 대표 하이퍼마켓/슈퍼마켓 유통채널인 타겟 및 월마트에 모두 진출한 것으로 나타남. 온라인 유통채널의 경우 5개사 모두 미국 주요 온라인 쇼핑몰인 아마존, 월마트, 타겟에 진출한 것으로 나타남

Point. 2



미국 유산균 조제품 경쟁기업 5개사 모두 자사 미국 홈페이지를 통해 회사 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남. 경쟁기업 홍보문구로는 주로 제품의 성분, 성분 구성, 효과 등을 강조해 홍보하고 있었음. SNS 플랫폼 사용 여부의 경우, 5개사 중 3개사가 페이스북, 인스타그램, 트위터를 활용하고 있는 것으로 나타났으며 나머지 2개사는 SNS 플랫폼을 활용하지 않음

Importer · Distributor Interview



Point. 1



미국 현지 유산균 조제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 담당자가 생각하는 유산균 조제품의 적정 소비자 가격으로 10달러 선이 언급되었음. 3명의 담당자 모두 고객사 제품의 소비자가격이 비싼 편이라고 응답하였고, 그 중 1명은 고객사 제품이 유산균 조제품 뿐 아니라 홍삼 조제품으로 봤을 때에는 시장 진출 가능성이 있다고 답변함

Point. 2



미국 현지 유산균 조제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 고객사 제품의 g당 유산균 함유량 10억 cfu는 현재 담당자들이 취급하고 있는 경쟁제품 대비 적은 함유량이라는 피드백을 수취함. 그 중 1명은 취급 제품들의 g당 유산균 함유량 범위가 50억~1,000억 cfu라고 언급함. 한편, 유산균 조제품 미국 진출 시 필수로 취득해야 할 인증은 없는 것으로 나타났음

[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. 쉬프(Schiff) 홈페이지 (www.schiffvitamins.com)
8. 컬처렐(Culturelle) 홈페이지 (www.culturelle.com)
9. 얼라인(Align) 홈페이지 (www.alignprobiotics.com)
10. 필립스(Phillips) 홈페이지 (www.phillipsdigestive.com)
11. 리뉴라이프(RenewLife) 홈페이지 (www.renewlife.com)
12. 더 비타민 숍 유에스에이(The Vitamin Shoppe USA) 홈페이지 (www.vitaminshoppe.com)
13. 지엔씨 유에스에이(GNC USA) 판매 페이지 (www.gnc.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2021.09.10

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