



2021

해외시장 맞춤형조사

No. | 202110-35
품목 | 핫소스(Hot Sauce)
HS CODE | 2103.90-9090
국가 | 미국(USA)
구분 | 경쟁력분석형

Contents

I. 요약	03
II. 경쟁제품	
1. 미국 핫소스 경쟁제품 선정	05
2. 미국 핫소스 경쟁제품 조사지표 선정	09
3. 미국 핫소스 경쟁제품 현지 조사 결과	10
III. 경쟁기업	
1. 미국 핫소스 경쟁기업 선정	21
2. 미국 핫소스 경쟁기업 현지화 분석 기준	22
3. 미국 핫소스 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	24
IV. 수입·유통업체 인터뷰	
Interview ① 월마트(Walmart)	35
Interview ② 타겟(Target)	38
Interview ③ 웨그먼스(Wegmans)	41
V. 경쟁력파악	
1. 제품 경쟁력 검증	47
2. 벤치마킹 제품 분석	52
3. 기업 마케팅 벤치마킹	54
VI. 시사점	55
※ 참고문헌	57

Summary

A사: 한국 경쟁기업명 이니셜 처리

■ 온라인 인기제품

제품명		제조사명
3개 채널에서 Top 10인 제품	출몰라 오리지널 핫소스	출몰라
	타바스코 핫소스 오리지널 레드 페퍼	메킬레니
	프랭크스 레드 핫 버팔로 wings	프랭크스

■ 오프라인 주요 경쟁제품

하인즈 칠리소스 (크래프트 하인즈 푸즈 컴퍼니)		살사 피칸테 핫소스 (타파티오 푸즈)	
	가격 2.48달러		가격 1.99달러
	중량 340g		용량 296ml
유리 병 포장		모국어로 쓰인 홍보문구	

■ 경쟁기업 4개사 분석

	A사	하인즈 에이비씨 인도네시아	키꼬만	사우스이스턴 밀스	미국 현지 진출 경쟁기업 현황 경쟁기업 4개사 중 일본기업 1개사, 미국 현지 제조시설에서 직접 제품 제조 + 경쟁기업 4개사, 주요 SNS 플랫폼 페이스북 및 인스타그램을 활용해 기업 및 제품 홍보
국적	한국	인도네시아	일본	미국	
제품 현지화	○	○	●	●	
포장 현지화	○	●	●	●	
생산 방식	●	●	●	●	
입점 채널	온/오프라인 채널 모두 활용	온/오프라인 채널 모두 활용	온/오프라인 채널 모두 활용	온/오프라인 채널 모두 활용	
홍보 채널	자사 홈페이지, SNS 플랫폼(한국)	자사 홈페이지, SNS 플랫폼(글로벌)	자사 홈페이지, SNS 플랫폼(글로벌)	자사 홈페이지, SNS 플랫폼(글로벌)	

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(100ml(g)당) (3.20달러)	○	현지산(5개)	수입산(5개)	맛 (기본 매운 맛)	●	기본 매운 맛	매콤달콤한 맛	기타
		0.74달러	1.15달러			5개	3개	2개
용량(중량)(ml(g)) (140.0g)	○	현지산(5개)	수입산(5개)	원산지 (한국)	●	미국	한국	기타
		337.1ml(g)	354.0ml(g)			5개	1개	4개(일본, 중국 등)
포장 형태 (플라스틱 병)	●	유리 병	플라스틱 병	홍보문구 (중복값 有) (한국식 핫소스)	○	맛	용도	브랜드 역사
		6개	4개			6개	5개	2개

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 경쟁제품 100gml(g)당 가격 평균은 고객사 제품보다 저렴한 것으로 나타남 2) 경쟁제품은 주로 맛 및 제품 용도를 강조한 홍보문구를 사용하는 것으로 조사되었음
Point 02.	1) 경쟁기업 4개사 중 일본기업 1개사는 미국 현지 제조시설에서 직접 제품을 제조하는 것으로 나타남 2) 경쟁기업 4개사 모두 유명 SNS 플랫폼인 페이스북 및 인스타그램을 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남

II. 경쟁제품

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

1. 미국 핫소스 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징



제품명	핫소스
제품 종류	핫소스
소비자가격	약 4.5달러 (약 5,233원) ¹⁾
중량	140g
포장	플라스틱 병
특징	한국적 원료의 향과 맛을 가미한 핫소스

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: 핫소스
 - 제품 종류: 핫소스
 - 소비자가격: 약 4.5달러(약 5,233원)
 - 중량: 140g
 - 포장 형태: 플라스틱 병

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 중 3개에서 확인: 3개 제품
 - 주요 온라인 쇼핑몰 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, 한인마트
- 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=1,162.80원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 현지 주요 온라인
쇼핑몰 인기제품 확인

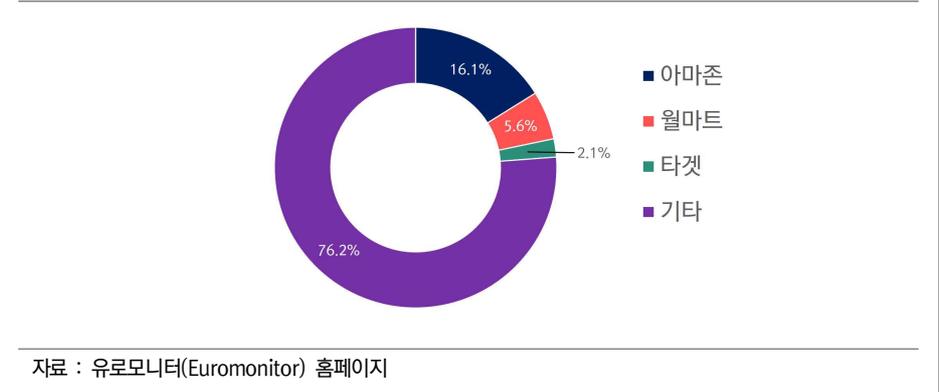
미국 주요 온라인 쇼핑몰
(Top 3)

사이트명	취급 종류
 amazon	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



▶ 인기 온라인 쇼핑몰 3개에 모두 진출한 경쟁제품, 3개

미국 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 총 3개의 제품이 주요 온라인 쇼핑몰에서 모두 판매 중이며, 2개 온라인 쇼핑몰에서만 판매 중인 제품은 5개로 확인됨

[표 2.2] 미국 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)

순위	아마존	월마트	타겟
1	후이 풍 스리라차 칠리소스 (후이 풍 푸드)	프랭크스 레드햇 오리지널 카이엔 페퍼소스 (프랭크스)	출롤라 오리지널 핫소스 (출롤라)
2	마리 샤프 허버네로 핫소스 (마리 샤프)	살사 피칸테 핫소스 (타파티오 푸즈)	살사 피칸테 핫소스 (타파티오 푸즈)
3	타바스코 핫소스 오리지널 레드 페퍼 (메킬레니)	프랭크스 레드햇 버팔로 왕소스 (프랭크스)	타바스코 핫소스 오리지널 레드 페퍼 (메킬레니)
4	출롤라 오리지널 핫소스 (출롤라)	매 플로이 스위트 칠리소스 (매 플로이)	프랭크스 레드햇 오리지널 카이엔 페퍼소스 (프랭크스)
5	후이 풍 스리라차 핫 칠리소스 (후이 풍 푸드)	출롤라 오리지널 핫소스 (출롤라)	후이 풍 스리라차 핫 칠리소스 (후이 풍 푸드)
6	프랭크스 레드햇 버팔로 왕소스 (프랭크스)	타바스코 핫소스 오리지널 레드 페퍼 (메킬레니)	후이 풍 스리라차 칠리소스 (후이 풍 푸드)
7	텍사스 피트 오리지널 핫소스 (텍사스 피트)	그레이트 밸류 칠리소스 (그레이트 밸류)	프랭크스 레드햇 버팔로 왕소스 (프랭크스)
8	마리 샤프 그린 허버네로 핫소스 (마리 샤프)	텍사스 피트 오리지널 핫소스 (텍사스 피트)	스윗 베이비 레이스 버팔로 왕소스 (스윗 베이비 레이스)
9	엘 유카테코 그린 허버네로 핫소스 (엘 유카테코)	그레이트 밸류 루이지애나 핫소스 (그레이트 밸류)	스윗 베이비 레이스 스위트 앤 스파이시 바비큐소스 (스윗 베이비 레이스)
10	조지아 피치 앤 비달리아 어니언 핫소스 (조지아 피치)	루이지애나 더 퍼펙트 핫소스 (사우스이스턴 밀스)	타바스코 차플레 페퍼소스 (메킬레니)

■ 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 캘리포니아(California)를 방문지역으로 선정함. 캘리포니아주는 경제 규모가 세계 5-7위 국가와 버금가는 수준으로, 약 3,900만 명 이상의 인구를 보유한 미국 최대 주임. 특히 캘리포니아에서 가장 인구가 많은 지역인 로스앤젤레스는 미국 전체에서 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/슈퍼마켓, 한인마트

미국 핫소스의 유통채널별 점유율을 확인한 결과, 슈퍼마켓이 56.9%로 가장 높았으며, 다음으로 하이퍼마켓 19.5%, 할인점 2.6%, 개인 및 기타 식료품점 2.6%, 편의점 0.2%, 온라인 5.4%로 확인됨. 이에 각 유통채널별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사매장을 선정함

[표 2.3] 미국 핫소스 주요 유통채널 현황⁴⁾

채널 분류	점유율	주요 매장
슈퍼마켓	56.9%	크로거(Kroger), 퍼블릭스(Publix), 세이프웨이(Safeway), 월마트(Walmart)
하이퍼마켓	19.5%	월마트(Walmart), 마이어(Meijer), 크로거(Kroger), 타겟(Target)
할인점	2.6%	코스트코(Costco), 알디(Aldi), 세이브 어 랫(Save-a-Lot)
개인 및 기타 식료품점 ⁵⁾	2.6%	도쿄 센트럴(Tokyo Central), 에이치마트(H-Mart)
편의점	0.2%	세븐일레븐(7-Eleven), 와와(Wawa), 써클케이(Circle K), 퀵체크(QuickChek)
온라인	5.4%	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 이베이(eBay), 타겟(Target)

■ 고객사 진출 선호 매장

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

2) 자료: 미국 인구조사국(Census) 홈페이지

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

4) 유로모니터(Euromonitor) 2020, 핫소스의 상위 카테고리인 'Sauces, Dressings and Condiments in USA'의 유통채널(Distribution) 정보

5) 아시안마트 및 한인마트를 포함함

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), 에이치마트(H-Mart)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 현지산 제품: 미국 현지에서 제조된 제품
- 수입산 제품: 수입된 제품

[표 2.4] 미국 핫소스 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	현지산 제품	수입산 제품
① 하인즈 칠리소스 (크라프트 하인즈 푸즈 컴퍼니)	○ (월마트, 에이치마트)	○ (아마존, 월마트, 타겟)	○	
② 홈메이드 칠리소스 (알리드 올드 잉글리시)	○ (월마트)	○ (아마존, 월마트)	○	
③ 레드 핫 윙즈소스 (더 프렌치스 푸드 컴퍼니)	○ (월마트, 에이치마트)	○ (아마존, 월마트, 타겟)	○	
④ 루이지애나 더 퍼펙트 핫소스 (사우스이스턴 밀스)	○ (월마트)	○ (아마존, 월마트, 타겟)	○	
⑤ 샬사 피칸테 핫소스 (타파티오 푸즈)	○ (월마트, 에이치마트)	○ (아마존, 월마트, 타겟)	○	
⑥ 스파이시 칠리 크리스프 (라오간마)	○ (월마트, 에이치마트)	○ (아마존, 월마트)		○
⑦ 스리라차 칠리소스 (키꼬만)	○ (에이치마트)	○ (아마존, 월마트)		○
⑧ 엘 파토 핫소스 (워커 푸즈)	○ (월마트, 에이치마트)	○ (아마존, 월마트)		○
⑨ 엑스트라 핫 칠리소스 (하인즈 에이비씨 인도네시아)	○ (에이치마트)	○ (아마존, 월마트)		○
⑩ 강 캅사이신소스 (A사)	○ (에이치마트)	○ (아마존)		○

(*) 현지 판매 핫소스 경쟁제품 10개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑몰 인기제품

2. 미국 핫소스 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 미국 핫소스 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 미국 핫소스 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100ml(g)당 가격	제품의 100ml(g)당 가격
용량(중량)	ml(g)	제품의 포장 단위
제품 종류	현지산 제품	미국 현지에서 제조된 제품
	수입산 제품	수입된 제품
제품 맛	핫소스 맛	매운 맛을 내는 소스 맛
	칠리소스 맛	붉은 고추를 주원료로 만든 매콤달콤한 소스 맛
	기타 맛	고추기름소스 맛, 스리라차소스 맛 등의 기타 맛
포장 형태	유리 병	유리 소재의 병에 내용물을 포장한 형태
	플라스틱 병	플라스틱 소재의 병에 내용물을 포장한 형태
유통기한		제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기한
원산지		제품의 원산지
홍보문구		제품의 홍보문구
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

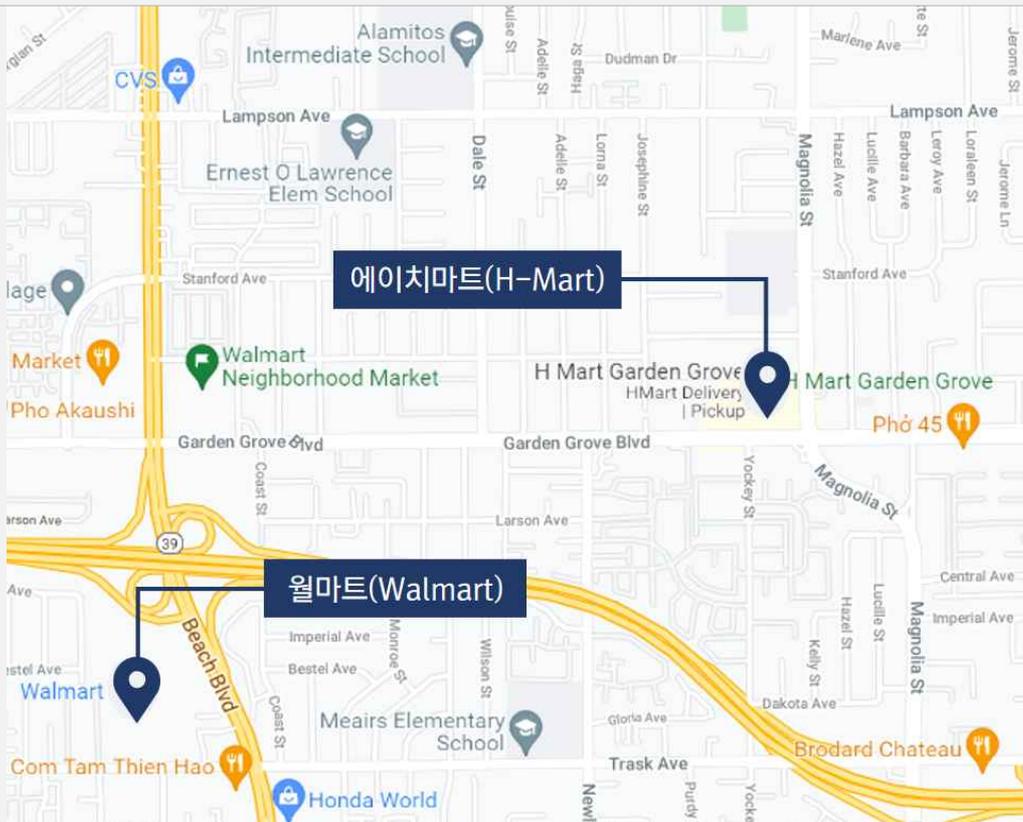
3. 미국 핫소스 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 미국 캘리포니아에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 한인마트

미국 캘리포니아에 위치한 하이퍼마켓/슈퍼마켓 월마트(Walmart) 및 한인마트 에이치마트(H-Mart)를 방문함. 이 중 월마트는 미국에서 가장 큰 점유율을 차지하고 있는 하이퍼마켓으로, 미국 하이퍼마켓의 84%를 점유하고 있음⁶⁾. 에이치마트는 미국 내 70개 이상의 지점이 있는 것으로 확인됨

[표 2.6] 미국 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
월마트 (Walmart)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	5	<ul style="list-style-type: none"> · 미국 하이퍼마켓 점유율 1위 · 미국 내 4,740개 이상의 지점 보유
에이치마트 (H-Mart)	한인마트	5	<ul style="list-style-type: none"> · 한국 식료품을 전문으로 제공 · 미국 전역에 97개 이상의 매장 운영



지도자료: 구글맵(Google Maps)

6) 자료: 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

▶ **경쟁제품 10개 중 5개 제품이 2개 매장에서 모두 판매**

월마트(Walmart) 및 에이치마트(H-Mart) 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 총 5개 제품이 방문 매장 2곳에서 모두 판매 중인 것으로 확인됨. 에이치마트는 경쟁제품 8개를 취급하고 있는 것으로 확인되어, 월마트보다 더 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황	
	월마트	에이치마트
① 하인즈 칠리소스 (크라프트 하인즈 푸즈 컴퍼니)	○	○
② 홈메이드 칠리소스 (알리드 올드 잉글리시)	○	
③ 레드 핫 윈즈소스 (더 프렌치스 푸드 컴퍼니)	○	○
④ 루이지애나 더 퍼펙트 핫소스 (사우스이스턴 밀스)	○	
⑤ 살사 피칸테 핫소스 (타파티오 푸즈)	○	○
⑥ 스파이시 칠리 크리스프 (라오간마)	○	○
⑦ 스리라차 칠리소스 (키꼬만)		○
⑧ 엘 파토 핫소스 (워커 푸즈)	○	○
⑨ 엑스트라 핫 칠리소스 (하인즈 에이비씨 인도네시아)		○
⑩ 강 캡사이신소스 (A사)		○

자료: 현지조사원 자료 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑몰 인기제품

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
근처에 한인타운 및 아시안
음식점 등이 위치해 있음
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보)		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) 스탠턴 상세주소 12840 Beach Blvd, Stanton, CA 90680, USA

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 핫소스 경쟁제품 정보		
			
	하인즈 칠리소스 (크라프트 하인즈 푸드 컴퍼니)	홈메이드 칠리소스 (알리드 올드 잉글리시)	스파이시 칠리 크리스프 (라오간마)
			
	레드 핫 윙스소스 (더 프렌치스 푸드 컴퍼니)	루이지애나 더 퍼펙트 핫소스 (사우스이스턴 밀스)	

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/월마트/타겟 웹사이트

			
제품명 (한지어)	하인즈 칠리소스 (Heinz Chili Sauce)	제조사 (한지어)	크라프트 하인즈 푸즈 컴퍼니 (Kraft Heinz Foods Company)
제품 종류	현지산 제품	중량	340g
소비자가격	2.48달러 (2,884원)	100g당 가격	0.73달러 (849원)
원산지	미국	맛	칠리소스 맛
포장 형태	유리 병	홍보문구	버거와 프라이에 좋아요, 1869년
기타 표기사항	개봉 후 냉장보관	원료 및 첨가물	토마토 퓨레, 증류 백초, 고과당 옥수수 시럽, 소금, 옥수수 시럽, 탈수 양파, 향신료, 마늘 가루, 천연 향료

			
제품명 (한지어)	홈메이드 칠리소스 (Homade Chili Sauce)	제조사 (한지어)	알리드 올드 잉글리시 (Allied Old English)
제품 종류	현지산 제품	중량	341g
소비자가격	3.24달러 (3,767원)	100g당 가격	0.95달러 (1,105원)
원산지	미국	맛	칠리소스 맛
포장 형태	유리 병	홍보문구	케첩 대신 사용하세요
기타 표기사항	개봉 후 냉장보관	원료 및 첨가물	토마토, 설탕, 물, 포도당, 증류 식초, 소금

			
제품명 (현지어)	스파이시 칠리 크리스프 (Spicy Chili Crisp)	제조사 (현지어)	라오간마 (Laoganma)
제품 종류	수입산 제품	중량	210g
소비자가격	2.96달러 (3,442원)	100g당 가격	1.41달러 (1,640원)
원산지	중국	맛	고추기름소스 맛
포장 형태	유리 병	홍보문구	매콤달콤, 고추기름
수입자	LGM USA INC	원료 및 첨가물	콩기름, 양파, 메주, 모노나트륨, 글루탐산염, 소금, 설탕, 후춧가루, 이산화황, 아황산나트륨

			
제품명 (현지어)	레드 핫 윙즈소스 (Red Hot Wings Sauce)	제조사 (현지어)	더 프렌치스 푸드 컴퍼니 (The French's Food Company)
제품 종류	현지산 제품	용량	354ml
소비자가격	2.83달러 (3,291원)	100ml당 가격	0.80달러 (930원)
원산지	미국	맛	핫소스 맛
포장 형태	유리 병	홍보문구	1920년부터, 난 모든 것에 이 소스를 바른다
기타 표기사항	사용 전 충분히 흔들어주세요	원료 및 첨가물	증류 식초, 숙성된 카이엔 홍고추, 소금, 물, 카놀라 오일, 파프리카 진단 검, 천연 버터 타입의 향과 마늘 가루

			
<p>제품명 (현지어)</p>	<p>루이지애나 더 퍼펙트 핫소스 (Louisiana The Perfect Hot Sauce)</p>	<p>제조사 (현지어)</p>	<p>사우스이스턴 밀스 (Southeastern Mills)</p>
<p>제품 종류</p>	<p>현지산 제품</p>	<p>용량</p>	<p>354ml</p>
<p>소비자가격</p>	<p>1.97달러 (2,291원)</p>	<p>100ml당 가격</p>	<p>0.56달러 (651원)</p>
<p>원산지</p>	<p>미국</p>	<p>맛</p>	<p>핫소스 맛</p>
<p>포장 형태</p>	<p>유리 병</p>	<p>홍보문구</p>	<p>한 방울로 충분, 불같은 랜치 딥핑 소스</p>
<p>원료 및 첨가물</p>	<p>숙성된 고추, 증류 식초, 소금</p>		

Shop ② 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
- 주요 고객층:
현지 주민, 현지 거주 교민

브랜드 기본 정보 ⁸⁾		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: 5개

매장 정보		
	위치	가든그로브 8911 Garden Grove Blvd, Garden Grove, CA 92841, USA

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 핫소스 경쟁제품 정보		
			
	살사 파칸테 핫소스 (타파티오 푸즈)	스리라차 칠리소스 (키꼬만)	엘 파토 핫소스 (위커 푸즈)
			
	엑스트라 핫 칠리소스 (하인즈 에이비씨 인도네시아)	강 캡사이신소스 (A사)	

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/월마트/타겟 웹사이트

8) 에이치마트(H-Mart) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	살사 피칸테 핫소스 (Salsa Picante Hot Sauce)	제조사 (현지어)	타파티오 푸즈 (Tapatio Foods)
제품 종류	현지산 제품	용량	296ml
소비자가격	1.99달러 (2,314원)	100ml당 가격	0.67달러 (779원)
원산지	미국	맛	핫소스 맛
포장 형태	유리 병	홍보문구	살사
원료 및 첨가물	물, 고추, 소금, 향신료, 마늘, 아세트산, 잔탄검, 벤조산 나트륨		

			
제품명 (현지어)	스리라차 칠리소스 (Sriracha Hot Chili Sauce)	제조사 (현지어)	키꼬만 (Kikkoman)
제품 종류	수입산 제품	중량	300g
소비자가격	2.99달러 (3,477원)	100g당 가격	1.00달러 (1,163원)
원산지	일본	맛	스리라차소스 맛
포장 형태	플라스틱 병	홍보문구	당신의 미각을 불꽃과 함께 깨우세요
수입자	Kikkoman USA	원료 및 첨가물	고춧가루, 식초, 마늘, 설탕, 소금, 물, 천연 맛, 잔탄 검, 포타수임 소르베이트, 벤조산나트륨

			
제품명 (현지어)	엘 파토 핫소스 (El Pato Hot Sauce)	제조사 (현지어)	워커 푸즈 (Walker Foods)
제품 종류	수입산 제품	용량	355ml
소비자가격	1.89달러 (2,198원)	100ml당 가격	0.53달러 (616원)
원산지	멕시코	맛	핫소스 맛
포장 형태	플라스틱 병	홍보문구	맵다, 타코, 피자, 버거와 함께 드시면 좋습니다
수입자	Walker foods INC	원료 및 첨가물	물, 건조 고추, 소금, 아세트산, 향신료, 잔탄 검, 벤조산 나트륨, 에리스르브산 나트륨 및 메타이황산 나트륨

			
제품명 (현지어)	엑스트라 핫 칠리소스 (Extra Hot Chili Sauce)	제조사 (현지어)	하인즈 에이비씨 인도네시아 (Heinz ABC Indonesia)
제품 종류	수입산 제품	용량	355ml
소비자가격	2.79달러 (3,244원)	100ml당 가격	0.79달러 (919원)
원산지	인도네시아	맛	핫 칠리소스 맛
포장 형태	플라스틱 병	홍보문구	매우 맵다
기타 표기사항	개봉 후 냉장보관	수입자	Fusion Gourmet INC
원료 및 첨가물	고추, 설탕, 물, 마늘, 소금, 변형 타피오카 녹말, 아세트산, 글루탐산나트륨, 이노신산나트륨, 인공 조미료		

			
<p>제품명 (현지어)</p>	<p>강 캡사이신소스</p>	<p>제조사 (현지어)</p>	<p>A사</p>
<p>제품 종류</p>	<p>수입산 제품</p>	<p>중량</p>	<p>550g</p>
<p>소비자가격</p>	<p>10.99달러 (12,779원)</p>	<p>100g당 가격</p>	<p>2.00달러 (2,326원)</p>
<p>원산지</p>	<p>한국</p>	<p>맛</p>	<p>핫소스 맛</p>
<p>포장 형태</p>	<p>플라스틱 병</p>	<p>홍보문구</p>	<p>화끈한 매운 맛, 매운 맛을 좋아하는 당신을 위한 소스</p>
<p>인증</p>	<p>HACCP</p>	<p>수입자</p>	<p>Wang Globalnet</p>
<p>원료 및 첨가물</p>	<p>올리고당, 올레오레진 캡시컴, 정제염, 식초, 올레오진 파프리카, 향미증진제, 잔탄 검, 정제수</p>		

III. 경쟁기업

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

1. 미국 핫소스 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 핫소스 판매 한국기업 1개사, 인도네시아기업 1개사, 일본기업 1개사, 미국기업 1개사 총 4개사 선정

미국 오프라인 매장에 진출한 경쟁기업 중, 매운 맛을 강조하는 제품을 보유한 한국기업 1개사, 인도네시아기업 1개사, 일본기업 1개사 및 미국기업 1개사 총 4개사를 경쟁기업으로 선정함. 각 제조사는 제품의 유통 및 판매를 위탁하는 경우도 있으나, 상품을 개발하고 원료 생산을 전담하는 기업을 경쟁기업이라 정의함

▶ 경쟁기업 4개사, 평균 68년 업력 보유

선정된 경쟁기업 4개사는 평균 약 68년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. A사는 1978년 설립되어 약 43년째 사업을 이어오고 있으며, 하인즈 에이비씨 인도네시아는 46년, 키꼬만은 104년, 사우스이스턴 밀스는 80년의 업력을 보유하고 있는 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업 4개사, 핫소스 동일품목 종류 조사

미국에 진출한 경쟁기업 4개사가 판매하고 있는 핫소스의 동일 품목 수를 조사한 결과 A사가 18개의 제품을 보유하고 있어 경쟁기업 4개사 중 가장 많은 동일 품목 수를 판매하고 있는 것으로 확인됨. 그 다음으로는 사우스이스턴 밀스가 16개, 하인즈 에이비씨 인도네시아가 4개, 키꼬만이 1개의 제품을 판매 중인 것으로 조사됨

[표 3.1] 핫소스 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
A사	한국	43년	18개
하인즈 에이비씨 인도네시아	인도네시아	46년	4개
키꼬만	일본	104년	1개
사우스이스턴 밀스	미국	80년	16개

자료: 미국 진출 핫소스 경쟁기업 4개사 분석

2. 미국 핫소스 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	핫소스

▶ 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, 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 핫소스 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 4개사 모두 미국 오프라인 매장과 온라인 채널 진출

미국에 진출한 경쟁기업 4개사 모두 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 아시아 식품 전문 판매 매장에 에이치마트에서는 A사, 하인즈 에이비씨 인도네시아, 키꼬만이 확인되었으며, 월마트에서는 사우스이스턴 밀스가 확인되었음. 온라인의 경우, 현지 주요 온라인 판매채널인 아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 타겟(Target)에 경쟁기업 4개사 모두 입점한 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼에서의 홍보 활동 활발함

미국 시장에 진출한 경쟁기업 4개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 4개사 모두 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 통해 기업 정보 및 자사 제품 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 4개사 모두 글로벌 공식 홈페이지를 운영하고 있으며, 인도네시아, 일본, 미국기업 3개사는 글로벌 계정으로, 한국기업 1개사는 한국 계정으로 SNS 플랫폼을 운영하고 있는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 홍보문구로 제품의 맛과 재료, 간편성 등을 강조하여 홍보

미국 시장에 진출한 경쟁기업은 제품 홍보 시 제품의 맛을 강조하는 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 맛을 나타내는 문구로는 ‘화끈한 매운 맛’, ‘군침 도는 소스’, ‘매우 맵다’, ‘불같은’, ‘더 뜨겁고 맛있고’ 등을 사용함. 재료를 강조하는 문구로는 ‘좋은 재료’, ‘숙성된 고추와 식초로 만든’, ‘더 풍부한 맛을 위한 비밀재료’ 등을 활용하는 것으로 확인됨. 또한 제품의 간편성을 강조하였으며, ‘모든 요리에 쉽게 추가’, ‘간편한’, ‘간단하게’, ‘한 방울로 충분’ 등의 문구를 활용하는 것으로 확인됨

[표 3.8] 미국 핫소스 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
A사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 에이치마트 온라인 매장 - 아마존 - 월마트 - 타겟 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) SNS 플랫폼 (한국) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터 	<ul style="list-style-type: none"> 화끈한 매운 맛 매운 맛을 좋아하는 당신을 위한 소스 좋은 재료로 정성을 다해 만든 소스 군침 도는 소스를 맛 보세요 	 <p>Sauce made of our sincerity with good ingredients Try the mouth-watering sauce of Woomtree!</p>
하인즈 에이비씨 인도네시아	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 에이치마트 온라인 매장 - 아마존 - 월마트 - 타겟 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) SNS 플랫폼 (글로벌) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터 	<ul style="list-style-type: none"> 매우 맵다 매일이 새로운 하루 하나의 소스-무한한 방법 모든 요리에 쉽게 추가 ABC 소스를 추가하면 요리의 풍미가 향상됩니다 	
키꼬만	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 에이치마트 온라인 매장 - 아마존 - 월마트 - 타겟 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) SNS 플랫폼 (글로벌) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터 	<ul style="list-style-type: none"> 당신의 미각을 불꽃과 함께 깨우세요 정통 일본 스타일 간편한 조미료, 간단하게 더 풍부한 맛을 위한 비밀 재료 	
사우스이스턴 밀스	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 월마트 온라인 매장 - 아마존 - 월마트 - 타겟 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) SNS 플랫폼 (글로벌) <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 	<ul style="list-style-type: none"> 한 방울로 충분 불 같은 랜치 딥핑 소스 어떤 식사에도 잘 어울리는 숙성된 고추와 식초로 만든 조금 더 뜨겁고 맛있고 간단한 핫소스 	

자료: 미국 진출 핫소스 경쟁기업 4개사 분석

① A사

기업 기본 정보	기업명	A사		
	기업 설명	A사는 천연향신료, 프리믹스, 소스 및 장류를 생산하는 식품 전문 업체로 1978년 동명의 식품 공업사를 인수하며 설립되었으며, 1990년 A사 무역상사가 설립되었음. 1997년 세계식음료 대회 금상 수상, 2002년 국제품질경영대회 금상 수상 등 국제대회에서 수상하며 해외시장을 확대해 나가고 있음		
	위치	대한민국 경기도 포천시 창수면 전영로 1206		
	규모	직원 수	102명	
		동일품목 수 ⁹⁾	18개	
설립연도		1978년		
매출		337억 3,700만 원		

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 에이치마트		제품명	강 캡사이신소스
			중량	550g
			가격	10.99달러 ¹⁰⁾ (12,779원)
			제품 종류	수입산 제품
	〈온라인 매장〉 아마존		제품명	강 캡사이신소스
			중량	550g
			가격	23.20달러 (26,977원)
			제품 종류	수입산 제품

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시
	포장 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 원본 포장 디자인 혹은 형태를 사용
	제조 방식 현지화	● (중)	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/월마트/타겟 웹사이트

9) 매운 맛을 지닌 소스나 페이스트 제품을 동일품목으로 분류함

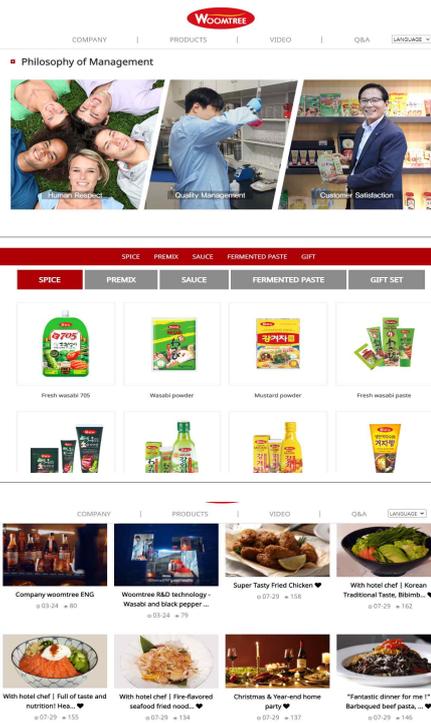
10) 1달러=1,162.80원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

홍보 방식



홍보 채널	자사 홈페이지 (글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터 (한국)
게시 주기	한 달에 2-3건
게시물 유형	기업 소개, 제품 소개, 기업/제품 홍보

게시물 유형



- 기본적인 회사 소개 (비전, 역혁, 제조시설/공정, 수출현황)
- 자체 브랜드 소개
- 제품 소개 (장류/향신료/프리믹스/소스류)
- 제품 홍보, 기업 홍보

사진자료: A사 홈페이지

② 하인즈 에이비씨 인도네시아

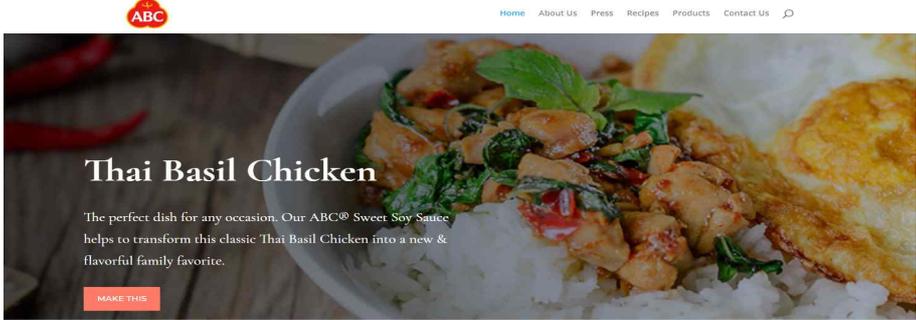
기업 기본 정보	기업명	하인즈 에이비씨 인도네시아		
	기업 설명	하인즈 에이비씨 인도네시아는 정통 동남아시아 요리 소스 전문 생산 업체로, 1975년에 설립된 ABC 센트럴 푸드로 사업을 시작하여 1999년에 하인즈에 인수됨. 현재 전 세계적으로 하인즈가 소유한 브랜드 중 가장 큰 사업체로 성장함		
	위치	Intiland Tower fl. 3A, Jl. Jend. Sudirman Kav. 3 - Tanahabang Jakarta Pusat, Indonesia		
	규모	직원 수	3,277명	
		동일품목 수 ¹¹⁾	4개	
설립연도		1975년		
매출		6억 7,700만 달러		

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 에이치마트		제품명	엑스트라 핫 칠리소스 (Extra Hot Chili Sauce)
			용량	355ml
			가격	2.79달러 (3,244원)
			제품 종류	수입산 제품
	〈온라인 매장〉 아마존 월마트		제품명	엑스트라 핫 칠리소스 (Extra Hot Chili Sauce)
			용량	355ml
			가격	13.99달러 (16,268원)
			제품 종류	수입산 제품

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	기존 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시
	포장 현지화	● (중)	제품의 포장 디자인 일부 현지화(영문 표기)
	제조 방식 현지화	● (중)	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/월마트 웹사이트

11) 매운 맛을 지닌 소스나 페이스트 제품을 동일품목으로 분류함

<p>홍보 방식</p>		
	<p>Trending Recipes</p> 	
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지 (글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터 (글로벌)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>3-4일에 1건</p>
<p>게시물 유형</p>	<p>기업 소개, 판매 브랜드 및 제품 소개, 레시피 제공</p>	

<p>게시물 유형</p>	<p>About Us</p> <p>A market leader in Indonesia, ABC® is also the leading brand of Sweet Soy in the U.S. & Canada.</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • 기본적인 회사 소개 (회사 소개, 제품 소개)
	<p>Our Products</p> <p>Founded in 1971, ABC is the leader in authentic Southeast Asian cooking sauces, marinades & dips recognized & loved by millions around the world. ABC Sweet Soy – A blend of palm sugar, premium aged soy and indigenous spices promotes the sought after sweet-savory flavor. It's thick, aromatic, rich and glossy. It adds depth of flavor and color to dishes. Our range of Chili Sauces can turn any dish into an explosion of heat and flavor that you won't ever forget.</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • 제품 소개 (간장 소스/칠리소스)
	<p>Our Recipes</p> <p>Our Sauce – Many Ways</p> <p>One of the best seasoning/marinades for the modern cuisine. Discover simple, fun, and infinite possibilities. Join us in transforming flavors around the world.</p> <p>Categories</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • 레시피 제공 (카테고리 별/새로운 레시피/인기 있는 레시피) • 기업 뉴스, 이벤트 정보

사진자료: 하인즈 에이비씨 인도네시아(Heinz ABC Indonesia) 홈페이지 (www.heinzabc.co.id)

③ 키꼬만

기업 기본 정보	기업명	키꼬만		
	기업 설명	키꼬만은 1917년에 설립된 일본의 식품회사로 1957년에 미국 샌프란시스코에 판매 및 마케팅 지사를 설립함. 키꼬만의 대표 제품인 소이소스는 1961년부터 판매하였으며, 미국에는 1973년 위스콘신 공장에서 생산되어 판매 시작함		
	위치	250 Noda, Noda-shi, Chiba 278-8601, Japan		
	규모	직원 수	7,100명	
		동일품목 수 ¹²⁾	1개	
설립연도		1917년		
매출		4,536억 엔		

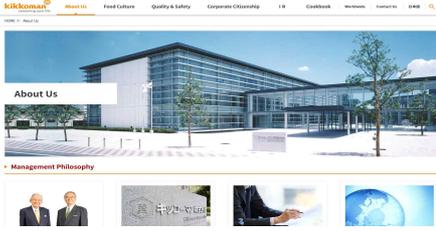
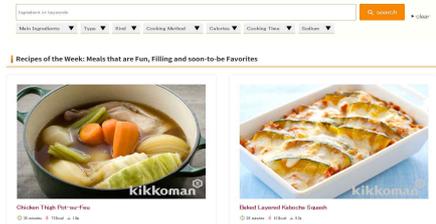
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 에이치마트		제품명	스리라차 칠리소스 (Sriracha Hot Chili Sauce)
			중량	300g
			가격	2.99달러 (3,477원)
			제품 종류	수입산 제품
	〈온라인 매장〉 아마존 월마트		제품명	스리라차 칠리소스 (Sriracha Hot Chili Sauce)
			중량	300g
			가격	5.75달러 (6,686원)
			제품 종류	수입산 제품

현지 진출 방법	제품 현지화	● (상)	현지인이 선호하는 맛, 첨가물, 용량 등을 조사하여 현지에서 선호될 만한 신제품을 개발
	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 새로운 형태의 디자인을 사용함
	제조 방식 현지화	● (상)	현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/월마트/타겟 웹사이트

12) 매운 맛을 지닌 소스나 페이스트 제품을 동일품목으로 분류함

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지 (글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터 (글로벌)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>하루에 1건</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>기업 소개, 판매 브랜드 및 제품 소개, 레시피 제공</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> • 기본적인 회사 소개 (회사명, 역사, 비전, 브랜드 소개) • 기업 홍보 (사회적 책임, 푸드 문화, 기술 개발) • 투자자 정보
		<ul style="list-style-type: none"> • 제품 소개 및 홍보
		<ul style="list-style-type: none"> • 레시피 제공 (소이간장 레시피/세계 요리/일본식 요리) • 요리 기초 정보

사진자료: 키꼬만(Kikkoman) 홈페이지 (www.kikkoman.com), 인스타그램

④ 사우스이스턴 밀스

기업 기본 정보	기업명	사우스이스턴 밀스		
	기업 설명	사우스이스턴 밀스는 1941년 설립된 미국의 핫소스 전문 생산 업체로, 엄선된 숙성 고추만을 사용하여 균형 잡히고 독창적인 소스를 개발하여 판매하고 있음. 대표 제품으로는 루이지애나 핫소스가 있으며, 원소스, 페퍼스, 루이지애나 골드, 레드 루스터의 제품 라인업을 가지고 있음		
	위치	L333 Old Lindale Road Rome, GA 30161, USA		
	규모	직원 수	215명	
		동일품목 수 ¹³⁾	16개	
설립연도		1941년		
매출		1억 66만 달러		

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 월마트		제품명	루이지애나 더 퍼펙트 핫소스 (Louisiana The Perfect Hot Sauce)
			용량	354ml
			가격	1.97달러 (2,291원)
			제품 종류	현지산 제품
	〈온라인 매장〉 아마존 월마트 타겟		제품명	루이지애나 더 퍼펙트 핫소스 (Louisiana The Perfect Hot Sauce)
			용량	354ml
			가격	1.97달러 (2,291원)
			제품 종류	현지산 제품

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

13) 매운 맛을 지닌 소스나 페이스트 제품을 동일품목으로 분류함

홍보 방식

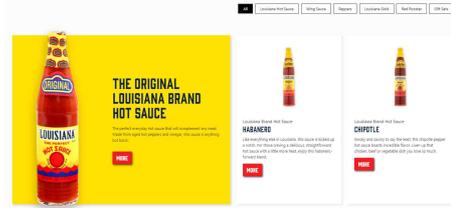


홍보 채널	자사 홈페이지 (글로벌), 페이스북/인스타그램 (글로벌)
게시 주기	한 달에 2-3건
게시물 유형	기업 소개, 판매 브랜드 및 제품 소개, 기업/제품 홍보

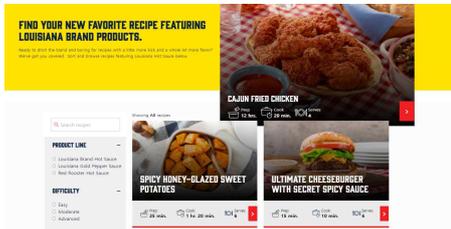
게시물 유형



- 기본적인 회사 소개 (회사명, 역사, 제품 소개)
- 기업 후원 (메이저리그/나스카/PGA)



- 제품 소개 (루이지애나 핫소스/윙소스/페퍼스/루이지애나 골드/레드루스터)



- 레시피 제공 (소스종류 별/난이도 별/음식 종류 별/요리 방법 별)

사진자료: 사우스이스턴 밀스(Southeastern Mills) 홈페이지 (louisianahotsauce.com)

IV. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 월마트(Walmart)

Interview ② 타겟(Target)

Interview ③ 웨그먼스(Wegmans)

Interview ① 월마트 (Walmart)

월마트
(Walmart)

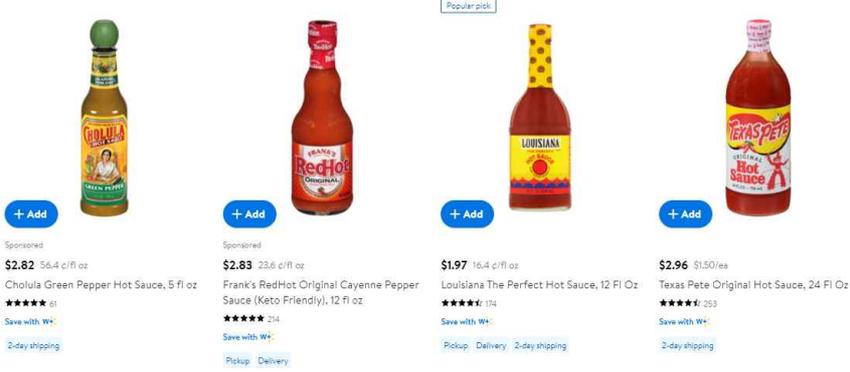
유통업체

담당자 정보

Assistant Manager

14)





Product Name	Price	Quantity	Rating	Shipping
Cholula Green Pepper Hot Sauce	\$2.82	56.4 c/ fl oz	★★★★☆ (61)	2-day shipping
Frank's RedHot Original Cayenne Pepper Sauce (Keto Friendly)	\$2.83	23.6 c/ fl oz	★★★★★ (214)	Pickup Delivery
Louisiana The Perfect Hot Sauce	\$1.97	16.4 c/ fl oz	★★★★☆ (74)	Pickup Delivery 2-day shipping
Texas Pete Original Hot Sauce	\$2.96	\$1.50/ea	★★★★☆ (253)	2-day shipping

월마트(Walmart) Assistant Manager

월마트는 1962년 설립된 미국의 유통 브랜드로 세계 최대의 대형 유통업체임. 미국 내에 4,700개 이상, 전 세계에 6,000개 이상의 매장을 보유하고 있음. 2019년 포춘 500(Fortune 500)에서 매출 기준 세계 최대의 기업으로 선정되었음



소비자가격 약 4.5달러
(약 5,233원)¹⁵⁾

중량 140g

포장 형태 플라스틱 병

Q1. 인기 있는 핫소스 제품으로는 어떤 것들이 있나요?

월마트에서 가장 잘 팔리는 핫소스 제품은 다음과 같습니다.

- (1) 난도스 핫 페리페리 소스 (7.08달러(약 8,233원), 520ml)
- (2) 타바스코 오리지널 맛 페퍼소스 (5.98달러(약 6,954원), 355ml)
- (3) 프랭크스 레드핫 오리지널 카이엔 페퍼 핫소스 (4.72달러(약 5,488원), 680ml)
- (4) 출룰라 그린 페퍼 핫소스 (2.82달러(약 3,279원), 148ml)

Q2. 핫소스의 수요가 높은 이유는 무엇인가요?

코로나19 이후로 핫소스에 대한 수요가 증가하였습니다. 주로 집에서 지내다보니 요리할 시간이 많아졌고, 이에 따라 핫소스 소비도 늘었습니다. 또한 시장에는 다양한 핫소스 브랜드와 제품이 있으며 각 브랜드마다 소비자의 마음을 사로잡는 고유한 맛과 향이 있습니다.

Q3. 현재 판매하고 있는 핫소스 제품의 평균 가격은 무엇인가요?

인기 핫소스 제품의 평균 가격은 2-5달러(약 2,326-5,814원) 정도입니다.

Q4. 고객사 제품의 중량 및 포장 형태는 적당한가요?

네, 적당합니다. 중량 및 포장 형태 모두 미국 시장에서 인기 있는 제품과 유사합니다.

15) 1달러=1,162.80원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)



소비자가격 약 4.5달러
(약 5,233원)

중량 140g

포장 형태 플라스틱 병

Q5. 가장 일반적인 핫소스 제품 중량 및 포장 형태는 무엇인가요?

142-283g의 중량이 가장 일반적입니다. 대부분의 브랜드는 유리 병을 사용하고 있고, 더 큰 중량 제품의 경우에는 플라스틱 및 캔을 사용하고 있습니다.

Q6. 고객사 제품에 가장 적절한 유통채널은 무엇인가요?

하이퍼마켓/슈퍼마켓이 핫소스 제품 유통 시 가장 일반적으로 사용되는 유통 경로이기 때문에 고객사 제품에 가장 적절합니다. 특정 요리 제품을 찾기가 쉬운 한인마트 혹은 아시안마트도 괜찮은 유통채널입니다. 또한, 코로나19로 온라인 판매가 증가하고 있기 때문에 온라인 유통채널 사용도 꼭 필요합니다.

Q7. 핫소스 제품을 홍보하기에 적합한 홍보문구/키워드로는 어떤 것이 있나요?

모국어로 쓴 홍보문구를 사용하는 것이 좋습니다. 모국어로 쓰인 홍보문구는 제품을 차별화하고 새로운 이국적인 요리에 도전하는 고객의 궁금증을 자극합니다. 예를 들어 많은 라틴 브랜드는 제품의 매운 정도를 나타내는 핫소스 제품을 마케팅하기 위해 라틴어로 쓴 홍보문구를 사용합니다. 마찬가지로 한국어로 쓰인 홍보문구는 제품의 홍보에 큰 도움이 될 것입니다. 다만 이러한 홍보 방식은 제품 수요와 인기를 특정 지역으로 제한할 수 있다는 점을 유의해야 합니다.

Q8. 핫소스/소스 제품에 주로 사용되는 홍보 방식이 무엇인가요?

과거에는 TV 광고를 통하여 주로 이러한 제품을 홍보하였으나, 최근에는 유튜브 및 기타 온라인 네트워크 플랫폼을 사용하여 제품을 마케팅하는 경우가 많습니다. 또한, 고객이 많은 하이퍼마켓/슈퍼마켓에 제품을 출시하는 것도 효과적인 방법입니다.

Interview ② 타겟 (Target)

타겟 (Target)

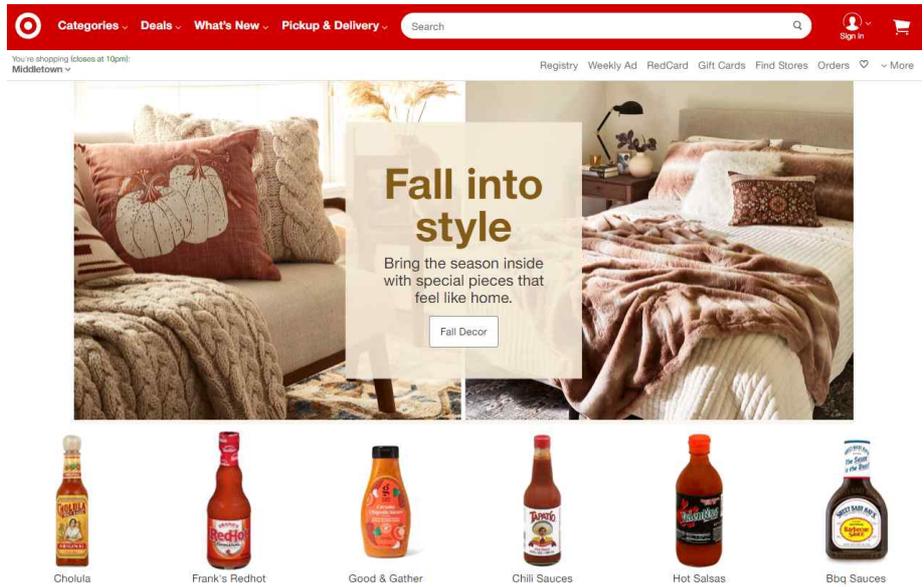
유통업체

담당자 정보

Grocery Sales team



16)



타겟(Target) Grocery Sales team

타겟은 1902년에 설립되었으며, 미국에서 8번째로 큰 규모를 가진 종합 유통업체임. 가공식품, 일용잡화, 가구, 옷, 전자제품을 취급하는 대형 할인점 형태의 점포이며 미국 내 1,871개의 매장과 42개의 유통센터를 보유함. 인도를 비롯한 12개 동남아시아 국가에 글로벌 소싱 팀을 운영하여 시장 내 입지를 구축해가고 있음

16) 사진자료: 타겟(Target) 홈페이지



소비자가격 약 4.5달러
(약 5,233원)

중량 140g

포장 형태 플라스틱 병

Q1. 인기 있는 핫소스 제품으로는 어떤 것들이 있나요?

- (1) 타바스코 페퍼소스 (3.69달러(약 4,291원), 148ml)
- (2) 텍사스 피트 핫소스 (1.99달러(약 2,314원), 355ml)
- (3) 프랭크스 레드 핫 버팔로 왕소스 (2.99달러(약 3,477원), 355ml)
- (4) 발렌티나 멕시코 핫소스 엑스트라 핫 (1.19달러(약 1,384원), 370ml)

Q2. 핫소스의 수요가 높은 이유는 무엇인가요?

핫소스는 일반적으로 수요가 높습니다. 진하고 맵고, 혼합된 맛에 대한 소비자의 선호도가 높아짐에 따라 핫소스 브랜드 및 맛의 인지도가 높아졌습니다.

Q3. 현재 판매하고 있는 핫소스 제품의 평균 가격은 무엇인가요?

평균 소비자가격은 약 2달러입니다. 다만 소비자가격은 브랜드와 핫소스 유형에 따라 달라지며, 넓게는 1.19달러(약 1,384원)에서 14달러(약 16,279원) 정도의 가격대를 이루고 있습니다.

Q4. 고객사 제품의 중량 및 포장 형태는 적당한가요?

약 283g의 중량에 유리 병에 포장인 것이 가장 좋습니다. 플라스틱 병도 괜찮지만, 유리 병은 소스 포장의 표준이 되었습니다. 가장 인기 있는 제품 중량은 283g 및 340g입니다.



소비자가격 약 4.5달러
(약 5,233원)

중량 140g

포장 형태 플라스틱 병

Q5. 고객사 제품에 가장 적절한 유통채널은 무엇인가요?

온라인 유통채널을 추천합니다. 최근 주목을 받고 있는 유통채널이라 제품을 출시하기에 적합하다고 생각합니다. 또한 특정 요리를 전문으로 하는 전문 매장이 초기 출시에 매우 적합합니다. 따라서 우선 한국 및 아시아 온라인 플랫폼을 통해 제품을 출시하는 것이 바람직합니다.

Q6. 핫소스 제품을 홍보하기에 적합한 홍보문구/키워드로는 어떤 것이 있나요?

핫소스 제품은 대부분 진한 매운 맛과 핫소스를 먹어본 경험 상기시키는 홍보문구를 중심으로 홍보하고 있습니다. 소스의 맵기를 표시하는 것도 마케팅 방식의 하나입니다.

Q7. 핫소스/소스 제품에 주로 사용되는 홍보 방식이 무엇인가요?

주로 TV 광고와 온라인 채널을 통해 제품을 홍보하며, 온라인 할인 행사 등을 활용하기도 합니다. 오늘날에는 음식 블로거를 통한 홍보 방식도 많이 사용합니다.

Interview ③ 웨그먼스 (Wegmans)

웨그먼스 (Wegmans)

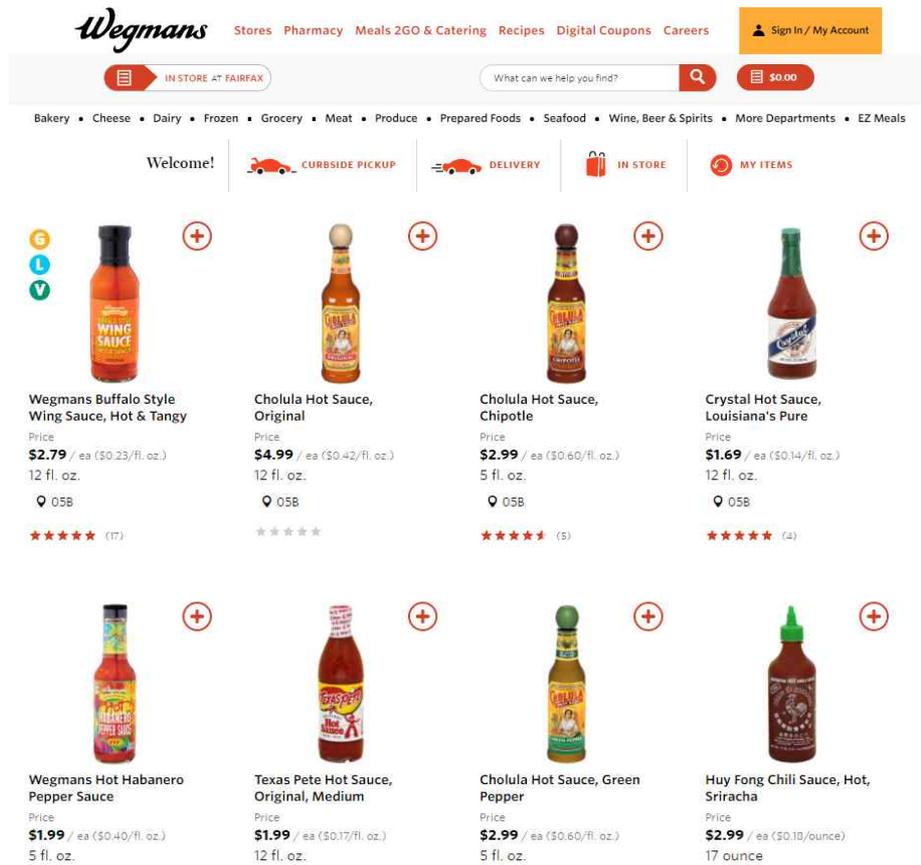
유통업체

담당자 정보

Grocery Sales Representative



17)



웨그먼스(Wegmans) Grocery Sales Representative

웨그먼스는 미국의 슈퍼마켓 체인점으로, 뉴욕에 본사를 두고 있음. 2021년 기준으로 중부 대서양 및 북동부 지역에 106개의 매장을 보유하고 있으며, 미국 델라웨어와 컬럼비아 특별구로 확장할 예정임. 주로 식료품, 제과, 유제품, 냉동식품, 육류, 약품 등을 판매함

17) 사진자료: 웨그먼스(Wegmans) 홈페이지



소비자가격 약 4.5달러
(약 5,233원)

중량 140g

포장 형태 플라스틱 병

Q1. 인기 있는 핫소스 제품으로는 어떤 것들이 있나요?

- (1) 웨그먼스 핫 허버네로 페퍼소스 (1.99달러(약 2,314원), 148ml)
- (2) 출룰라 핫소스 피망 (2.99달러(약 3,477원), 148ml)
- (3) 프랭크스 레드핫 엑스트라 핫소스 (2.99달러(약 3,477원), 355ml)
- (4) 루이지애나 퓨어 크리스탈 핫소스 (1.69달러(약 1,965원), 355ml)

Q2. 핫소스의 수요가 높은 이유는 무엇인가요?

핫소스의 맛과 맵기가 요리의 전반적인 맛에 큰 변화를 주기 때문에 수요가 높습니다.

Q3. 현재 판매하고 있는 핫소스 제품의 평균 가격은 무엇인가요?

평균 소비자가격은 1.69-5.00달러(약 1,965-5,814원)입니다.

Q4. 고객사 제품의 중량 및 포장 형태는 적당한가요?

네, 중량 및 포장 형태 모두 적당합니다. 일반적으로 소비자들은 새 브랜드 제품은 소량으로 된 제품을 구매하여 시도해보고, 제품이 마음에 들면 더 저렴한 대중량 제품으로 구매합니다. 실제로 142g과 340g이 가장 인기 있는 제품 중량입니다.



소비자가격 약 4.5달러
(약 5,233원)

중량 140g

포장 형태 플라스틱 병

Q5. 고객사 제품에 가장 적절한 유통채널은 무엇인가요?

가장 적절한 유통채널은 온라인 플랫폼이며 그 다음은 슈퍼마켓이나 향신료 전문 플랫폼입니다. 코로나 이후로 대부분의 판매가 온라인 플랫폼으로 전환되었지만, 온라인 플랫폼의 문제점은 신제품을 매출 상위권으로 끌어올리는 것이 매우 어려울 뿐 아니라, 마케팅에도 많은 노력이 필요하다는 점입니다. 따라서 한인마트(온·오프라인)가 고객사 제품 유통에 유리할 수 있습니다.

Q6. 핫소스 제품을 홍보하기에 적합한 홍보문구로는 어떤 것이 있나요?

매운 정도를 표시하는 그래픽 패키지 및 맵기에 도전하는 홍보문구를 추천합니다. 이런 홍보문구를 사용한 한인마트의 한국 제품들은 외국 소비자들에게 이국적인 경험을 제공하여 인기를 끌었습니다. 또한 외국인 소비자들은 강한 매운 맛으로 유명한 한국 제품에 도전하므로, 이런 홍보문구를 사용하는 것도 좋은 방법입니다.

Q7. 핫소스/소스 제품에 주로 사용되는 홍보 방식이 무엇인가요?

요즘에는 온라인 홍보 방식을 사용하는 것이 트렌드입니다. 캠페인이나 할인 행사 등은 온라인 유통채널 혹은 소셜 미디어를 통해 주로 제공됩니다. 요즘에는 TV 광고를 많이 사용하지 않습니다.

미국 핫소스 수입·유통업체 인터뷰 결과

인터뷰 대상 기업체 선정 기준

- ① 현지 식품 수입유통업체
- ② 핫소스 또는 유사 핫소스 제품 취급 경험 있음

업체명	월마트 (Walmart)	타겟 (Target)	웨그먼스 (Wegmans)
업태 ▶	유통업체	유통업체	유통업체
취급 품목 ▶	 핫소스	 핫소스	 핫소스

미국 핫소스 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	월마트 (Walmart)	타겟 (Target)	웨그먼스 (Wegmans)
	유통업체	유통업체	유통업체
인기 있는 핫소스 제품	난도스 핫 페리페리 소스, 타바스코 오리지널 맛 페퍼소스, 프랭크스 레드 핫 오리지널 카이엔 페퍼 핫소스, 출룰라 그린 페퍼 핫소스	타바스코 페퍼소스, 텍사스 피트 핫소스, 프랭크스 레드 핫 버팔로 원소스, 발렌티나 멕시코 핫소스, 엑스트라 핫	웨그먼스 핫 하바네로 페퍼소스, 출룰라 핫소스 피망, 프랭크스 레드 핫 엑스트라 핫소스, 루이지애나 퓨어 크리스탈 핫소스
핫소스 제품의 평균 가격	2-5달러 정도임	평균 소비자가격은 약 2달러, 넓게는 1.19-14달러 정도의 가격대임	평균 소비자가격은 1.69-5달러임
고객사 제품의 중량 및 포장 형태에 대한 피드백	중량 및 포장 형태 모두 적당함	(-)	중량 및 포장 형태 모두 적당함
가장 일반적인 핫소스 제품 중량 및 포장 형태	142-283g의 중량이 가장 일반적	283g의 중량에 유리 병 포장이 가장 좋음	142g과 340g이 가장 인기 있는 중량임

(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

미국 핫소스 수입·유통업체 인터뷰 결과

질문	월마트 (Walmart)	타겟 (Target)	wegmans (Wegmans)
고객사 제품에 가장 적절한 유통채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓이 가장 적절한, 한인마트/아시안마트, 온라인 유통채널도 추천함	온라인 유통채널 및 특정 요리를 전문으로 하는 전문 매장이 초기 출시에 적합함, 따라서 우선 한국 및 아시아 온라인 플랫폼 사용을 추천함	온라인 플랫폼이 가장 적절하며, 다음으로 슈퍼마켓이나 향신료 전문 플랫폼을 추천함
핫소스 제품 홍보에 적합한 홍보문구/키워드	모국어로 쓴 홍보문구를 사용하는 것이 좋음	진한 매운 맛 혹은 소스의 맵기를 표시하는 것이 좋음	매운 정도를 표시하는 그래픽 패키지, 맵기에 도전하는 홍보문구 등을 권장함
핫소스/소스 제품에 주로 사용되는 홍보 방식	최근에는 유튜브 및 기타 온라인 네트워크 플랫폼을 주로 사용, 고객이 많은 하이퍼마켓/슈퍼마켓에 제품을 출시하는 것도 좋음	TV 광고, 온라인 채널, 음식 블로거를 통한 홍보가 주로 쓰임	온라인 홍보 방식을 사용하는 것이 트렌드임

(*) 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)

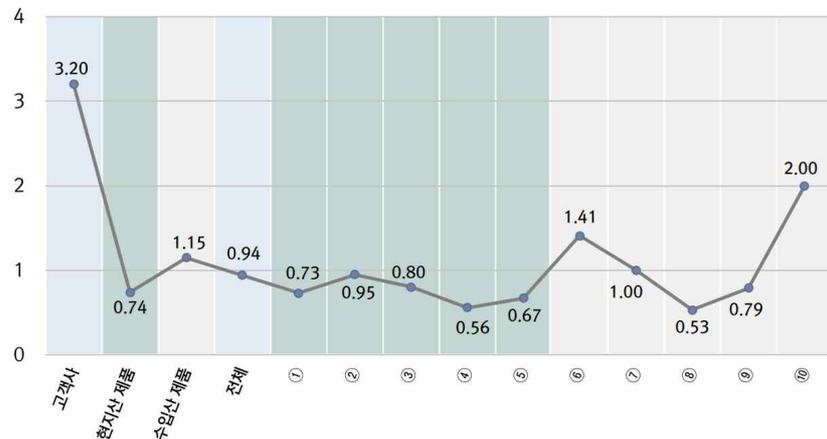
- ① 하인즈 칠리소스 (크래프트 하인즈 푸즈 컴퍼니)
- ② 홈메이드 칠리소스 (알리드 올드 잉글리시)
- ③ 레드 핫 웬즈소스 (더 프렌치스 푸드 컴퍼니)
- ④ 루이지애나 더 퍼펙트 핫소스 (사우스이스턴 밀스)
- ⑤ 살사 피칸테 핫소스 (타파티오 푸즈)
- ⑥ 스파이시 칠리 크리스프 (라오간마)
- ⑦ 스리라차 칠리소스 (키꼬만)
- ⑧ 엘 파토 핫소스 (웁커 푸즈)
- ⑨ 엑스트라 핫 칠리소스 (하인즈 에이비씨 인도네시아)
- ⑩ 강 캡사이신소스 (A사)

▶ 고객사 제품 100g당 가격, 경쟁제품 평균 대비 비싼 편¹⁸⁾

고객사 제품의 100g당 가격은 3.20달러(약 3,721원)¹⁹⁾로 경쟁제품 10개의 평균 100ml(g)당 가격 0.94달러(약 1,093원) 대비 약 3.4배 비싼 편임. 제품 종류별 평균 100ml(g)당 가격은 현자산 제품이 0.74달러(약 419원)으로 고객사 제품에 비해 2.46달러(약 2,860원) 저렴한 것으로 확인됨. 수입산 제품의 평균 100ml(g)당 가격은 1.15달러(약 1,337원)으로 고객사 제품에 비해 2.05달러(약 2,384원) 저렴한 것으로 확인됨

[표 5.1] 미국 핫소스 100ml(g)당 가격 경쟁력 분석

(단위: 달러)



18) 본 보고서에서는 단위당 가격 비교 시 100g=100ml를 기준으로 비교하였음

19) 1달러=1,162.80원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2) 제품 용량(중량)

● 경쟁제품(제조사)

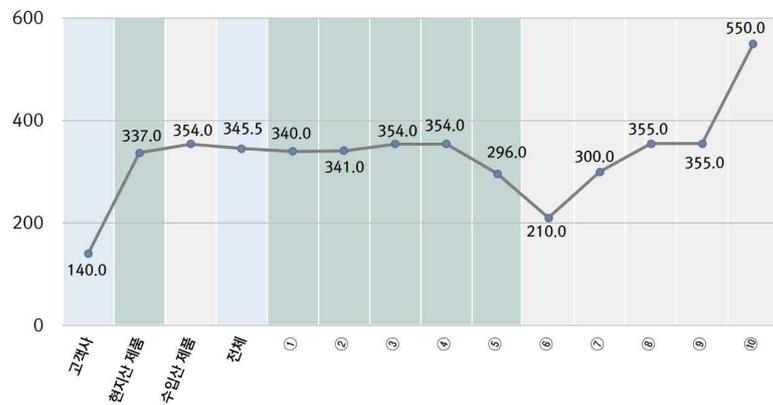
- ① 하인즈 칠리소스 (크래프트 하인즈 푸즈 컴퍼니)
- ② 홈메이드 칠리소스 (알리드 올드 잉글리시)
- ③ 레드 핫 웬즈소스 (더 프렌치스 푸드 컴퍼니)
- ④ 루이지애나 더 퍼펙트 핫소스 (사우스이스턴 밀스)
- ⑤ 살사 피칸테 핫소스 (타파티오 푸즈)
- ⑥ 스파이시 칠리 크리스프 (라오간마)
- ⑦ 스리라차 칠리소스 (키꼬만)
- ⑧ 엘 파토 핫소스 (워커 푸즈)
- ⑨ 엑스트라 핫 칠리소스 (하인즈 에이비씨 인도네시아)
- ⑩ 강 캡사이신소스 (A사)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 작은 편

고객사 제품의 중량은 140.0g으로 경쟁제품 10개의 평균 용량(중량) 약 345.5ml(g)에 비해 약 2.5배 작은 편임. 제품 종류별 평균 용량(중량)은 현지산 제품이 337.0ml(g)로, 고객사 중량 대비 약 2.4배 많은 것으로 확인됨. 수입산 제품의 평균은 354.0ml(g)로, 고객사 제품보다 약 2.5배 많은 것으로 조사됨

[표 5.2] 미국 핫소스 용량(중량) 경쟁력 분석

(단위: ml(g))

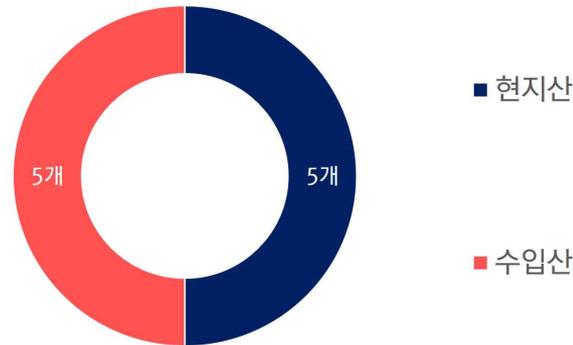


3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 중 5개, 현지산 제품

미국에서 판매되고 있는 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 총 5개의 제품이 미국 현지산 제품인 것으로 확인됨. 나머지 5개 제품의 경우 중국, 일본, 멕시코, 인도네시아, 한국에서 수입한 것으로 조사됨

[표 5.3] 미국 핫소스 원산지 경쟁력 분석

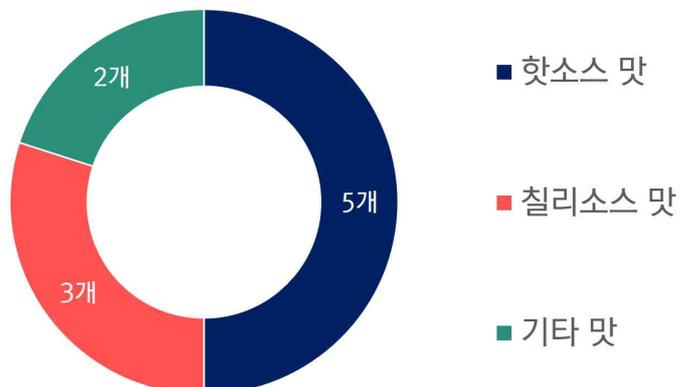


4) 맛

▶ 경쟁제품 10개 중 5개, 기본 핫소스 맛

미국에서 판매되고 있는 핫소스 경쟁제품 10개의 제품 맛을 조사한 결과, 총 5개의 제품이 매운 맛이 강한 기본 핫소스 맛인 것으로 확인됨. 3개의 제품이 매콤달콤한 칠리소스 맛 제품이었으며, 나머지 2개 제품은 고추기름소스 맛 및 스리라차소스 맛 등의 기타 맛 제품으로 확인됨

[표 5.4] 미국 핫소스 맛 경쟁력 분석

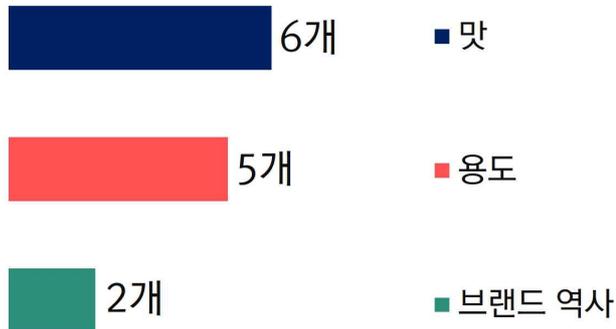


5) 홍보문구

▶ 경쟁제품 6개, 맛을 중점적으로 강조

미국에서 판매되고 있는 핫소스 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 맛을 강조한 제품은 총 6개로 조사되며, ‘불같은 랜치 덩핑 소스’, ‘매콤달콤’, ‘당신의 미각을 불꽃과 함께 깨우세요’, ‘매우 맵다’, ‘화끈한 매운 맛’, ‘매운 맛을 좋아하는 당신을 위한 소스’와 같은 문구를 삽입함. 용도를 강조한 제품이 총 5개로 확인되었으며, ‘버거와 프라이에 좋아요’, ‘케찹 대신 사용하세요’, ‘난 모든 것에 이 소스를 바른다’, ‘불같은 랜치 덩핑 소스’, ‘타코, 피자, 버거와 함께 드시면 좋습니다’ 등의 홍보문구를 사용함. ‘1869년’, ‘1920년부터’ 등 브랜드 역사를 강조하는 홍보문구를 사용한 제품은 총 2개로 확인됨

[표 5.5] 미국 핫소스 홍보문구 경쟁력 분석

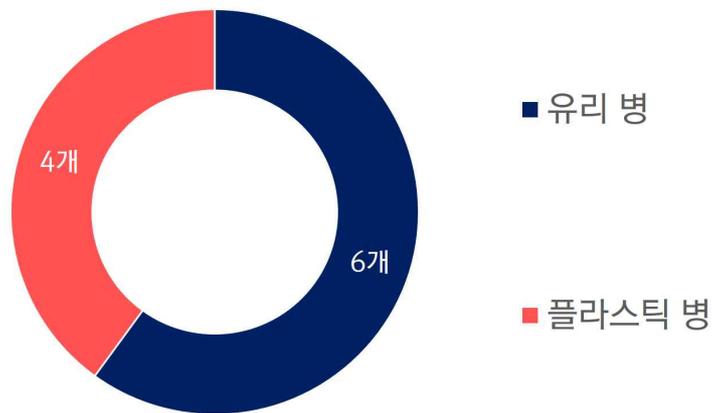


6) 포장 형태

▶ 경쟁제품 10개 중 6개, 유리 병 포장 사용

미국에서 판매되고 있는 핫소스 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 6개 제품이 유리 병 포장을 사용한 것으로 확인됨. 나머지 4개 제품의 경우 플라스틱 병에 제품을 포장한 것으로 조사됨

[표 5.6] 미국 핫소스 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. 온라인 및 오프라인 매장에서 모두 판매되고 있는 인기제품을 벤치마킹 제품으로 선정함. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 아마존, 월마트, 타겟

(*) 오프라인 매장 : 월마트, 에이치마트

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(*) 온라인 매장 : 조사 매장 3개의 매장에서 모두 판매되고 있는 제품

(*) 오프라인 매장 : 조사 매장 2개의 매장에서 모두 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기제품 벤치마킹



공통 특징 ①
디핑 소스로
사용 가능



공통 특징 ①
캐릭터 이미지
사용



현지 벤치마킹 인기제품
(크래프트 하인즈 푸즈 컴퍼니 _
하인즈 칠리소스)

‘우리 병 포장’

◀ 벤치마킹
포장 형태

현지 벤치마킹 인기제품
(고객사 _ 핫소스)

‘한국적 원료의 향과
맛을 가미한 핫소스’

벤치마킹 ▶
홍보문구

현지 벤치마킹 인기제품
(타파티오 푸즈 _
살사 피칸테 핫소스)

‘모국어로 쓰인
홍보문구’

2) 벤치마킹 제품 분석

- 포장 형태

▶ 벤치마킹 제품, 유리 병 포장 사용

수입·유통업체 인터뷰 대상 업체에 따르면, 핫소스 제품의 경우 유리 병 용기가 소스 포장에 가장 적합함. 실제로 현지에서 판매 중인 경쟁제품 10개 중 벤치마킹 제품을 포함한 6개 제품이 유리 병에 제품을 포장한 것으로 확인됨. 나머지 4개 제품의 경우 고객사 제품과 같은 플라스틱 병에 내용물을 포장함

[표 5.7] 미국 핫소스 인기제품, 포장 형태 분석

(인터뷰 1) 플라스틱 병도 괜찮지만, 유리 병은 소스 포장의 표준이 되었습니다.

- 타겟, Grocery Sales team -

3) 벤치마킹 제품 분석

- 홍보문구

▶ 벤치마킹 제품, 모국어로 쓴 홍보문구 사용

현지에서 판매 중인 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 2개 제품이 모국어로 쓴 홍보문구를 사용함. 벤치마킹 제품의 경우 스페인어로 제품 슬로건 ‘Es una salsa ... Muy salsa’ (‘It’s a sauce... Very saucy’)를 작성하여 제품의 이국적인 이미지를 강조함. 수입·유통업체 인터뷰 내용을 참고하여 한국적 원료의 향과 맛을 담은 고객사 제품의 특성을 강조하는 것을 추천함

[표 5.8] 미국 핫소스 인기제품, 홍보문구 분석

(인터뷰 1) 모국어로 쓴 홍보문구를 사용하는 것이 좋습니다. 모국어로 쓰인 홍보문구는 제품을 차별화하고 새로운 이국적인 요리에 도전하는 고객의 궁금증을 자극합니다.

예를 들어 많은 라틴 브랜드는 제품의 매운 정도를 나타내는 핫소스 제품을 마케팅하기 위해 모국어로 쓴 홍보문구를 사용합니다. 마찬가지로 한국어로 쓰인 홍보문구는 제품의 홍보에 큰 도움이 될 것입니다.

- 월마트, Assistant Manager -

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.9] 핫소스 경쟁기업 마케팅 벤치마킹

		A사	하인즈 에이비씨 인도네시아	키꼬만	사우스이스턴 밀스
판매채널	오프라인 매장 (총 2개 매장 조사)	에이치마트	에이치마트	에이치마트	월마트
	온라인 쇼핑몰 (총 3개 매장 조사)	아마존 월마트 타겟	아마존 월마트 타겟	아마존 월마트 타겟	아마존 월마트 타겟
홍보채널	자사 홈페이지(홍보)	글로벌	글로벌	글로벌	글로벌
	SNS 플랫폼	페이스북(한국) 인스타그램(한국) 유튜브(한국) 트위터(한국)	페이스북(미국) 인스타그램(미국) 유튜브(미국) 트위터(미국)	페이스북(미국) 인스타그램(미국) 유튜브(미국) 트위터(미국)	페이스북(미국) 인스타그램(미국)
홍보문구	제품의 맛 제품의 재료 제품의 간편성	경쟁기업 주요 홍보문구			
요약	판매채널	4개사 모두 주요 오프라인 매장과 온라인 쇼핑 웹사이트에서 제품 판매			
	홍보채널	다양한 SNS 플랫폼을 활용하고 있으며, 게시물 업로드 빈도가 높음			
	홍보문구	제품의 맛과 재료, 간편성을 강조			

VI. 시사점

Hot Sauce Price&Volume



Point. 1



고객사 제품의 100g당 가격은 3.20달러로, 핫소스 경쟁제품 10개 평균인 0.94달러 대비 약 3.4배 높은 가격대를 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 현지산 제품 5개의 평균은 0.74달러로 고객사 제품보다 2.46달러 가량 저렴했으며, 수입산 제품 5개의 평균은 1.15달러로 고객사 제품보다 2.05달러 가량 저렴했음

Point. 2



고객사 제품의 중량은 140.0g으로, 핫소스 경쟁제품 10개 평균인 345.5ml(g) 대비 약 2.5배 작은 중량을 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 현지산 제품 5개의 평균은 337.0ml(g)로 고객사 제품보다 2.4배 가량 컸으며, 수입산 제품 5개의 평균은 354.0ml(g)로 고객사 제품보다 2.5배 가량 큰 것으로 나타남

Hot Sauce Package&Text



Point. 1



미국 핫소스 경쟁제품 10개의 원산지지를 조사한 결과, 10개 중 5개 제품이 미국 현지산 제품인 것으로 나타났으며, 나머지 5개 제품은 각각 중국, 일본, 멕시코, 인도네시아 및 한국산 제품인 것으로 나타남. 한편, 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 10개 제품 중 6개가 유리 병 포장 형태로 가장 많이 나타났으며, 나머지 4개 제품은 고객사 제품 포장 형태와 유사한 플라스틱 병 포장 형태인 것으로 조사됨

Point. 2



미국 핫소스 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 5개 제품이 매운 맛이 강한 기본 핫소스 맛인 것으로 나타남. 뒤이어 매콤달콤한 칠리소스 맛 제품이 3개 조사되었으며, 나머지 2개 경쟁제품은 고추기름소스 맛 및 스리라차소스 맛 제품인 것으로 나타남. 한편 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 6개가 제품의 맛을, 5개가 제품의 용도를 강조하는 홍보문구를 사용하고 있었음

USA Market Competitor



Point. 1



미국 시장 핫소스 경쟁기업 4개사의 오프라인 유통채널을 조사한 결과, 4개사 중 3개사가 미국의 대표 한인마트인 에이치마트에 진출하였으며, 1개사는 하이퍼마켓/슈퍼마켓인 월마트에 진출한 것으로 나타남. 온라인 유통채널의 경우, 4개사 모두 미국 대표 온라인 유통채널인 아마존, 월마트 및 타겟에 진출한 것이 확인됨

Point. 2



미국 시장 핫소스 경쟁기업 4개사 모두 자사 글로벌 홈페이지를 통해 회사 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남. 경쟁기업 홍보문구로는 주로 제품의 맛, 재료, 간편성을 강조해 제품을 홍보하고 있었음. SNS 플랫폼 사용 여부의 경우, 4개사 모두 세계 주요 SNS 플랫폼인 페이스북 및 인스타그램을 활용하는 것으로 나타났으며, 게시물 업로드 빈도가 높은 것으로 조사됨

Importer · Distributor Interview



Point. 1



미국 현지 핫소스 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 인터뷰에 응한 담당자 3명이 취급하고 있는 핫소스 경쟁제품 가격은 1.19~14.00달러 사이에 분포하고 있는 것으로 나타남. 한편, 고객사 제품의 중량 및 포장 형태에 대해 담당자 3명 중 2명이 적당한 편이라는 피드백을 보였으며, 나머지 1명의 담당자는 유리 병 포장이 가장 좋다는 피드백을 보였음

Point. 2



미국 현지 핫소스 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 핫소스 미국 유통 시 적절한 홍보문구로 제조사 모국어로 쓴 홍보문구 및 제품 맵기 정도를 표시하는 홍보문구가 언급되었음. 특히 제품 맵기 정도 표시의 경우, 그래픽을 활용한 표시가 추천되었으며, 매운 맛에 도전한다는 식의 홍보문구를 추가로 사용해 소비자의 이목을 끄는 방법 또한 언급되었음. 한편 미국 핫소스 적정 홍보 방식으로는 유튜브, 음식 블로거 등 온라인 네트워크를 활용한 홍보 방식이 추천되었음

[참고문헌]

■ 참고 자료

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

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (www.portal.euromonitor.com)
2. 아마존(Amazon) 홈페이지 (www.amazon.com)
3. 월마트(Walmart) 홈페이지 (www.walmart.com)
4. 타겟(Target) 홈페이지 (www.target.com)
5. 미국 인구조사국(Census) 홈페이지 (www.census.gov)
7. 스탓티스타(Statista) 홈페이지 (www.statista.com)
8. 월마트(Walmart) 기업 홈페이지 (corporate.walmart.com)
9. 에이치마트(H-Mart) 홈페이지 (www.hmart.com)
10. 하인즈 에이비씨 인도네시아(Heinz ABC Indonesia) 홈페이지 (www.heinzabc.co.id)
11. 키포만(kikkoman) 홈페이지 (www.kikkoman.com)
12. 사우스이스턴 밀스(Southeastern Mills) 홈페이지 (louisianahotsauce.com)
13. 웨그먼스(Wegmans) 홈페이지 (www.wegmans.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.10.22

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