



2020

해외시장 맞춤조사

No. | 202007-49

품목 | 알로에 음료(Aloe Drink)

국가 | 미국(U.S.A)

구분 | 경쟁력분석형

Contents

I. 요약(Summary)	3
II. 경쟁제품(Competitive Product)	
1. 미국 알로에 음료 경쟁제품 선정	10
2. 미국 알로에 음료 경쟁제품 조사지표 선정	14
3. 미국 알로에 음료 경쟁제품 포지셔닝	17
4. 미국 알로에 음료 경쟁제품 현지 조사 결과	18
III. 경쟁기업(Competitor)	
1. 미국 알로에 음료 경쟁기업 선정	34
2. 미국 알로에 음료 경쟁기업 현황	35
3. 미국 알로에 음료 경쟁기업 세부정보	37
IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)	
Interview ① 월마트(Walmart)	42
Interview ② 더 비타민 쇼피(The Vitamin Shoppe)	45
Interview ③ 에이치마트(H-Mart)	47
Interview ④ 스프라우트 파머스 마켓(Sprouts Farmers Market)	49
V. 경쟁력파악(Competitiveness)	
1. 제품 경쟁력 검증	53
2. 벤치마킹 제품 분석	58
3. 기업 마케팅 벤치마킹	60
VI. 시장진출제언(Export Insights)	62
*참고문헌	65

I. 요약(Summary)

Summary

(요약)

온라인 조사(수치는 유통 점유율)		오프라인 조사			
온라인	아마존(Amazon) 35.6% 월마트(Walmart) 4.1% 타겟(Target) 1.4%	오프라인	슈퍼마켓 홀푸드마켓 (Whole Foods Market) 본즈 (Vons) 월마트 (Walmart) 아리랑 슈퍼마켓 (Arirang Supermarket)		
조사 지역(미국 캘리포니아)		U.S.A 캘리포니아 (California)			
<p>미국 캘리포니아에 위치한 슈퍼마켓 홀푸드마켓, 본즈, 월마트, 아리랑 슈퍼마켓을 방문함. 홀푸드마켓은 유기농 식품이나 USDA Organic 인증, Non-GMOs 인증을 취득한 제품을 주로 판매하는 슈퍼마켓 체인임. 본즈는 캘리포니아 주와 네바다 주 남부를 중심으로 매장을 운영함. 월마트는 미국 전체 슈퍼마켓 브랜드 점유율 4위를 차지하는 브랜드로 미국 내 약 11,500개 매장을 운영하고 있음. 아리랑 슈퍼마켓은 캘리포니아 오렌지카운티 지역의 대표적인 한인 슈퍼마켓으로 다양한 한국산 식품과 소비재를 저렴한 가격에 판매함</p>					
경쟁제품		경쟁기업			
· 미국 알로에 음료 경쟁제품 15개 조사 <p>제품 종류별 100ml당 가격, 알로에 외 맛 제품이 오리지널 맛 제품보다 약 1.1배 비싸 오리지널 맛 0.37달러(약 419원), 알로에 외 맛 0.42달러(약 476원)</p> <p>원산지별 100ml당 가격, 한국산 제품이 한국 외 국가 제품의 약 48% 수준으로 저렴한 한국산 제품 0.27달러(약 303원), 한국 외 국가 제품 0.56달러(약 636원)</p>		경쟁기업	국적 대표제품 B사 한국 알로에 오가닉 프레쉬 푸드 엔터프라이즈 호주 알로 얼루어 망고 망고스틴 알로에 베라 주스 C사 한국 멜론맛 요고베라 제이원 미국 알로에 드링크 오리지널		
경쟁력 파악		진출 제언			
기준(As)	경쟁력	경쟁제품	기준(As)	경쟁력	경쟁제품
가격(100ml 당) (0.26달러)	●	오리지널 맛 알로에 외 맛 0.37달러 0.42달러	맛 (오리지널 알로에)	○	맛 10개 제품은 오리지널 알로에 맛, 맛이 첨가된 제품도 인기
용량(ml) (500ml)	●	오리지널 맛 알로에 외 맛 896ml 500ml	인증/기타표기사항	○	인증 기타 표기사항 유기농, 할랄 등 식품 관련 인증 자연 원료를 강조하는 내용
포장 형태 (플라스틱병)	●	포장 형태 1개 제품을 제외한 14개 제품 플라스틱병 사용, 경쟁제품 대다수 초록색 플라스틱병 사용	홍보채널 (자사홈페이지/ SNS 플랫폼)	●	자사 홈페이지 SNS 자사 홈페이지나 SNS 플랫폼을 활용하여 적극적인 홍보활동을 하는 기업은 없음
● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요					
Point. 01		1) A사 제품, 경쟁제품에 비해 저렴한 편 2) 경쟁제품 대다수, 식품 관련 인증을 취득하였으며 관련 기타 표기사항 또한 자세하게 기재			
Point. 02		1) 일부 경쟁제품의 경우 제품의 맛과 원료를 강조하여 홍보문구 기재 2) 경쟁기업의 경우 SNS 플랫폼 계정은 있으나 활발하게 운영하지 않음			

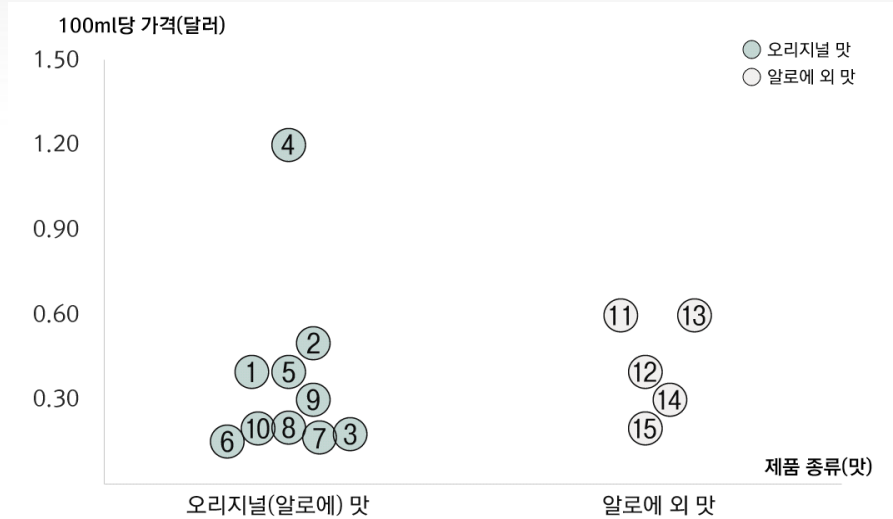
Competitive Product

(경쟁제품)

미국(U.S.A)
알로에 음료 경쟁제품
선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준
· 온라인/오프라인 인기제품

경쟁제품 포지셔닝 기준
· X축: 제품 종류
· Y축: 100ml당 가격(달러)



미국(U.S.A)
알로에 음료 경쟁제품 분석

제품 종류	경쟁제품(제조사)	소비자가격 ¹⁾	100ml당 가격	원산지	맛	포장 형태	인증
오리지널 맛 음료	① 비바로에 리얼 알로에 베라 후르츠 인퓨전 (코나 커넥션)	1.99달러 (2,255원)	0.40달러 (451원)	한국 외 (대만)	알로에	플라스틱병	N/A
	② 알로에 오가닉 (B사)	2.49달러 (2,822원)	0.50달러 (564원)	한국	알로에	플라스틱병	USDA Organic, HALAL
	③ 365 에브리데이 밸류 알로에 베라 주스 (홀푸드마켓)	0.89달러 (1,009원)	0.18달러 (202원)	한국 외 (태국)	알로에	플라스틱병	N/A
	④ 클로로피 투 알로에 슈퍼에이드 (솔티)	5.49달러 (6,222원)	1.20달러 (1,359원)	한국 외 (미국)	알로에	유리병	Certified GF, U Kosher
	⑤ 알로에 베라 드링크 (D사)	1.99달러 (2,255원)	0.40달러 (451원)	한국	알로에	플라스틱병	N/A
	⑥ 알로에 베라 드링크 오리지널 (G사)	2.28달러 (2,584원)	0.15달러 (172원)	한국	알로에	플라스틱병	N/A
	⑦ 사비아 알로에 베라 드링크 (사비아 인터내셔널)	2.48달러 (2,811원)	0.17달러 (187원)	한국	알로에	플라스틱병	N/A
	⑧ 가야농장 알로에농장 (E사)	2.99달러 (3,389원)	0.20달러 (226원)	한국	알로에	플라스틱병	N/A
	⑨ 알로에 베라 드링크 (F사)	4.49달러 (5,089원)	0.30달러 (339원)	한국	알로에	플라스틱병	HALAL
	⑩ 알로에 드링크 오리지널 (제이원)	0.99달러 (1,122원)	0.20달러 (224원)	한국	알로에	플라스틱병	N/A
알로에 외 맛 음료	⑪ 알로 오가닉 피치 플럼 알로에 베라 주스 (프레쉬 푸드 엔터프라이즈)	2.99달러 (3,389원)	0.60달러 (678원)	한국 외 (대만)	알로에 외 (복숭아, 자두)	플라스틱병	Non-GMOs
	⑫ 알로 얼루어 망고 망고스틴 알로에 베라 주스 (프레쉬 푸드 엔터프라이즈)	1.99달러 (2,255원)	0.40달러 (451원)	한국 외 (대만)	알로에 외 (망고, 망고스틴)	플라스틱병	BPA Free, Non-GMOs
	⑬ 알로 오가닉 화이트 그레이프 알로에 베라 주스 (프레쉬 푸드 엔터프라이즈)	2.99달러 (3,389원)	0.60달러 (678원)	한국 외 (대만)	알로에 외 (청포도)	플라스틱병	Non-GMOs
	⑭ 멜론맛 요고베라 (C사)	1.49달러 (1,689원)	0.30달러 (338원)	한국	알로에 외 (멜론)	플라스틱병	N/A
	⑮ 알로에 드링크 포메그라네이트 플레이버 (제이원)	0.99달러 (1,122원)	0.20달러 (224원)	한국	알로에 외 (석류)	플라스틱병	N/A

(*) 현지 판매 알로에 음료 경쟁제품 15개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑몰 인기제품

1) 1달러 = 1,133.4원 (2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

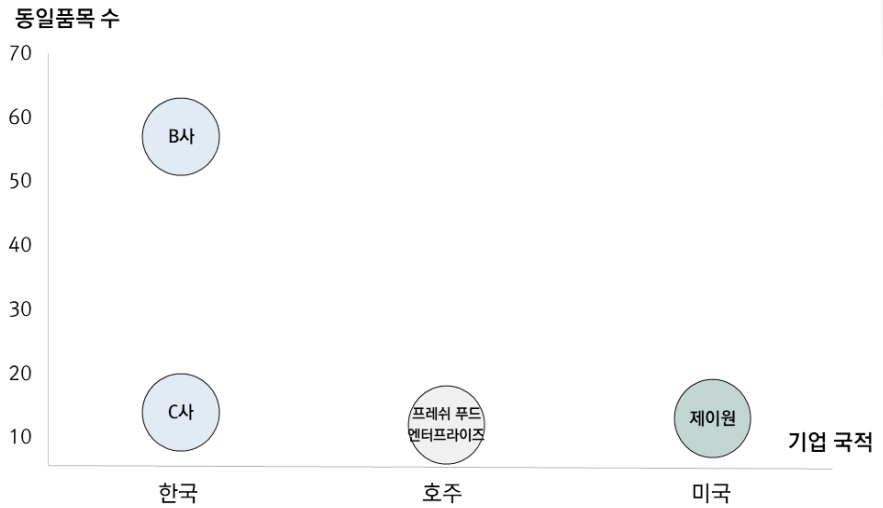
Competitor

(경쟁기업)

미국(U.S.A)
알로에 음료 경쟁기업
선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정
· 경쟁제품 기업체

경쟁사 포지셔닝
· X축: 기업(제조사) 국적
· Y축: 동일품목 수



미국 (U.S.A)
알로에 음료 경쟁기업 분석

제조사	국적	진출 채널	홍보채널	홍보문구	동일 품목 수
B사	한국	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌, 한국) SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 맛있고 식감이 좋은 알로에 음료 세계 1위 알로에 음료 영양소가 풍부한 	57개
프레쉬 푸드 엔터프라이즈 (Fresh Food Enterprises)	호주	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 유기농 알로에로 만든 비타민, 미네랄, 아미노산이 풍부한 무인공향료, 무방부제 	9개
C사	한국	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 알로에와 요거트의 조화 다양하게 활용할 수 있는 	13개
제이원 (Jayone Inc.)	미국	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) 	<ul style="list-style-type: none"> Non-GMOs, 비건, 글루텐 프리 제품 유기농 사탕수수 설탕으로 맛있게 달콤하고 상큼한 갈증을 해소해주는 	10개

(*) 현지 알로에 음료 판매 경쟁기업 4개사 분석

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

미국(U.S.A)
알로에 음료 바이어 인터뷰
대상 바이어 업체 선정

인터뷰 대상 기업체 선정
· 식품 수입 · 유통업체 ○
· 알로에 음료 취급 경험 ○

	월마트 (Walmart)	더 비타민 쇼피 (The Vitamin Shoppe)	에이치마트 (H-Mart)	스프라우트 파머스 마켓 (Sprouts Farmers Market)
업체 ▶	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체
알로에 음료 ▶ 취급				
	알로에 음료	알로에 농축액(음료)	알로에 음료	알로에 음료
사진자료:	월마트, 더 비타민 쇼피, 에이치마트, 스프라우트 파머스 마켓 제품 판매 페이지			

미국(U.S.A)
알로에 음료 바이어 인터뷰

아사	월마트 (Walmart)	더 비타민 쇼피 (The Vitamin Shoppe)	에이치마트 (H-Mart)	스프라우트 파머스 마켓 (Sprouts Farmers Market)
	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체
1.29달러 (약 1,462원) ----- 제품 가격 (500ml 기준)	현지 경쟁제품과 비교하면 아사 제품 저렴한 편	건강기능식품으로 섭취되는 알로에 음료와 비교시 저렴한 편 이지만 알로에 함유량 낮음	매장 판매 알로에 음료와 비교 시 절반 수준으로 저렴함	저렴한 자체상표 상품과 비슷하게 저렴함
500ml, 1.5L ----- 용량	500ml 제품은 일반적 가정용 을 위한 대용량 출시 추천	현재 판매하는 두 가지 용량 이면 충분함	작거나 큰 용량을 추가로 생산할 필요는 없음	1.5L은 가정용 으로 구매하기엔 작은 용량
초록색 플라스틱병 ----- 포장 디자인	눈에 띄는 트렌디한 디자인 추천	눈에 띄지 않는 무난한 디자인	알로에를 상징하지만 특색이 없어 제품 간 차이가 없음	제품 차별화 를 위한 디자인 개선 필요
오리지널 맛 ----- 맛	오리지널 맛 이 가장 인기 다른 맛을 더한 제품도 많이 판매됨	알로에 본연의 맛을 가리는 맛 첨가는 추천하지 않음	소비자 이탈을 막는 다양한 신제품 출시 추천	젊은 소비자 를 중심으로 맛이 첨가된 알로에 음료 인기
알로에 음료 내 알로에 알갱이 에 대한 현지 소비자의 생각	식감 과 음용성 을 높인 가벼운 알로에겔 인기	(-)	개인 취향 에 따라 다르지만 음료와 함께 마시기 쉬운 가벼운 알갱이 인기	알로에 알갱이는 알로에 음료의 상징 과 같음

(*) 현지 경쟁제품 취급 바이어 인터뷰 4개사

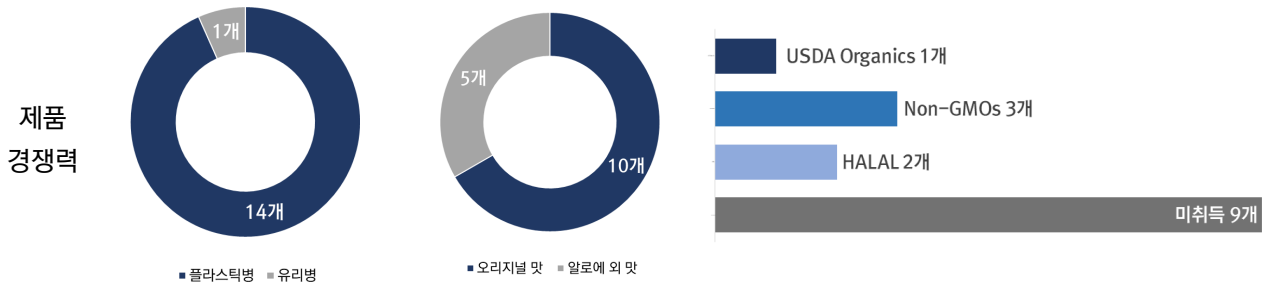
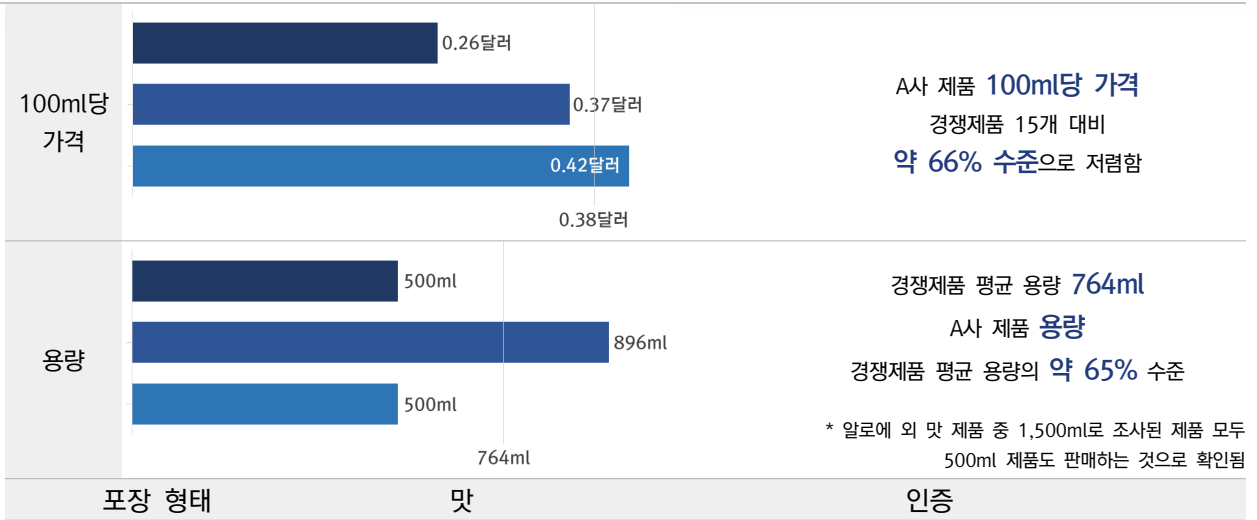
Competitiveness

(경쟁력 파악)

미국 (U.S.A) - 제품 경쟁력 검증

■ A사 제품 ■ 오리지널 맛 ■ 알로에 외 맛 | 15개 경쟁제품 평균

경쟁력 평가 의견



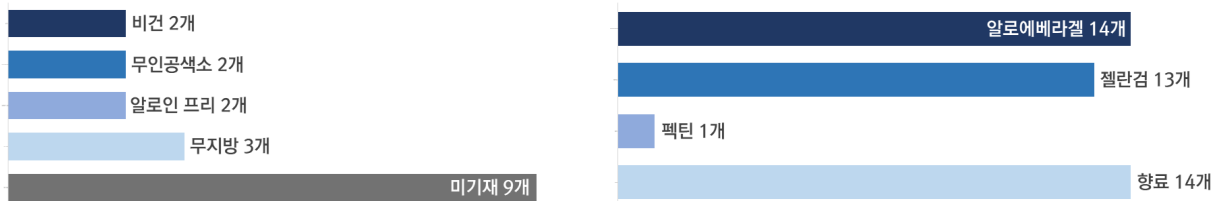
경쟁제품 중 14개 제품, 플라스틱병으로 포장

경쟁제품 중 10개 제품, 오리지널 알로에 맛

경쟁제품 중 7개 제품, 식품 관련 인증 취득

기타 표기사항

원료 및 첨가물



기타 표기사항을 기재한 경쟁제품 6개, 식품 섭취에 참고할 수 있는 기재사항 표기

경쟁제품 중 14개 제품, 알로에베라겔(알로에베라농축겔) 포함

마케팅 벤치마킹	경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구
		경쟁기업 4개사 모두 미국 오프라인 매장 진출, 그중 3개사 현지 온라인 매장 진출	경쟁기업 4개사의 자사 홈페이지는 제품 홍보 채널로 활용되고 있으며, SNS 플랫폼으로는 주로 페이스북을 활용	경쟁기업 4개사는 주로 '맛', '원료' 등을 강조한 홍보문구 활용

II. 경쟁제품(Competitive Product)

1. 미국 알로에 음료 경쟁제품 선정
2. 미국 알로에 음료 경쟁제품 조사지표 선정
3. 미국 알로에 음료 경쟁제품 포지셔닝
4. 미국 알로에 음료 경쟁제품 현지 조사 결과

1. 미국 알로에 음료 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

A사 제품 특징



제품명	팔도 알로에 드링크 오리지널
제품 종류	알로에 음료
소비자가격 2)	1.29달러 (약 1,462원)
용량	500ml
포장	플라스틱병

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② A사 제품 분석
 - 제품명 : 팔도 알로에 드링크 오리지널
 - 제품 품목 : 알로에 음료
 - 소비자가격 : 1.29달러(약 1,462원)
 - 용량 : 500ml
 - 포장 형태 : 플라스틱병

Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



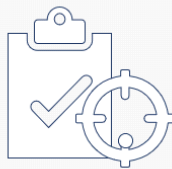
- ① 현지 주요 온라인 쇼핑몰(Top 3) 확인
 1. 아마존(Amazon) : 35.6%
 2. 월마트(Walmart) : 4.1%
 3. 타겟(Target) : 1.4%
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 동일 품목 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 Top 10 제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰 모두에서 확인 : 1개 제품
 - 주요 온라인 쇼핑몰 2개에서 확인 : 7개 제품

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, 편의점
- 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

2) 1달러 = 1,133.4원 (2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 현지 주요 온라인
쇼핑몰 인기제품 확인

● 미국 주요 온라인 쇼핑몰
(Top 3)

사이트명	판매 상품 종류
 amazon 아마존	건강제품, 유제품, 음료, 신선식품 등
 Walmart 월마트	건강제품, 스낵, 유제품, 농축식품 등
 타겟	유제품, 차, 음료, 스낵, 건강식품 등

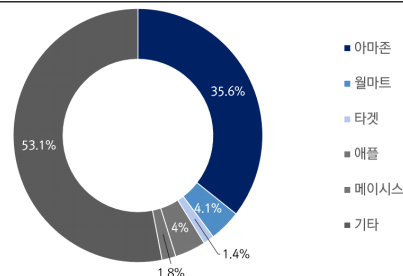
● 미국 주요 온라인 쇼핑몰에서
모두 판매 중인 인기 경쟁제품

제품명	제조사
이베리아 알로에 베라 드링크 오리지널	이베리아 푸드

▶ 미국 온라인 쇼핑몰 점유율 상위 3개, 아마존, 월마트, 타겟

유로모니터에 따르면, 2019년 기준 미국 현지인들이 식품 구매를 위해 이용하는 온라인 쇼핑몰 상위 3개는 아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 타겟(Target)으로 상위 3개 온라인 쇼핑몰의 점유율은 약 41.1%임³⁾

[표 1.1] 미국 온라인 쇼핑몰 점유율



자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

▶ 인기 온라인 쇼핑몰 모두에 진출한 경쟁제품, 1개

미국 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 이베리아 푸드의 이베리아 알로에 베라 드링크 오리지널 1개 제품만이 3개 온라인 쇼핑몰에서 모두 판매 중이며, 2개 쇼핑몰에만 입점한 제품은 7개로 확인됨

[표 1.2] 미국 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)

순위	아마존	월마트	타겟
1	알로에 베라 킹 드링크 오리지널 (B사)	알로에 베라 드링크 오리지널 (G사)	이베리아 알로에 베라 드링크 오리지널 (이베리아 푸드)
2	알로 익스포스트 알로에 베라 주스 (프레쉬 푸드 엔터프라이즈)	알로 익스포스트 알로에 베라 주스 (프레쉬 푸드 엔터프라이즈)	이베리아 알로에 베라 드링크 파인애플 (이베리아 푸드)
3	알로에 오가닉 (B사)	알로에 오가닉 (B사)	클로로피 투 알로에 슈퍼에이드 (솔티)
4	알로에 베라 킹 슈가프리 오리지널 (B사)	사비아 알로에 베라 드링크 (사비아 인터내셔널)	이베리아 알로에 베라 드링크 코코넛 (이베리아 푸드)
5	알로에 베라 킹 파인애플 (B사)	사비아 알로에 베라 드링크 망고 (사비아 인터내셔널)	이베리아 알로에 베라 드링크 망고 (이베리아 푸드)
6	365 에브리데이 밸류 알로에 베라 주스 (홀푸드마켓)	클로로피 투 알로에 슈퍼에이드 (솔티)	이베리아 알로에 베라 드링크 스트로베리 (이베리아 푸드)
7	이베리아 알로에 베라 드링크 오리지널 (이베리아 푸드)	알로에 베라 드링크 망고 (G사)	(-)
8	알로 얼루어 망고 망고스틴 알로에 베라 주스 (프레쉬 푸드 엔터프라이즈)	알로에 베라 킹 드링크 오리지널 (B사)	(-)
9	이베리아 알로에 베라 드링크 망고 (이베리아 푸드)	알로 얼루어 망고 망고스틴 알로에 베라 주스 (프레쉬 푸드 엔터프라이즈)	(-)
10	알로에 베라 드링크 오리지널 (G사)	이베리아 알로에 베라 드링크 오리지널 (이베리아 푸드)	(-)

■ 3개 온라인 쇼핑몰에서 판매 ■ 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매

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

3) 조사 지역 및 오프라인 매장 선정

● 미국 캘리포니아 정보⁴⁾

인구('19)	3,951만 2,223명
인구밀도 ('19)	97.9명/km ²
면적	403,466.3km ²

● A사 진출 선호 매장

하이퍼마켓
슈퍼마켓
백화점
온라인
편의점
H&B스토어
홈쇼핑

▶ 미국 캘리포니아, 방문지역으로 선정

미국 서부의 캘리포니아 주(California States)는 경제 규모가 세계 5-7위 수준 국가에 상당하는 지역으로, 약 3,900만 명 이상의 인구를 보유한 미국 최대 주임. 특히 방문지역 인근의 로스앤젤레스는 캘리포니아에서 가장 인구가 많은 지역이자 미국 전체에서는 뉴욕에 이어 두 번째로 큰 도시로 세계에서 가장 다양한 인종이 모여드는 도시 중 하나라고 알려져 있음. 2018년 기준 캘리포니아의 가구별 평균 소득은 75,277달러로 미국 전체 평균인 61,937달러에 비해 약 21.5%가량 높은 수준임

▶ 현지 조사 매장 선정, 하이퍼마켓&슈퍼마켓

2019년 미국 주스(Juice)⁵⁾의 유통량(Total Retail Volume)에 따른 유통채널 별 점유율을 확인한 결과, 슈퍼마켓이 31.9%로 가장 높았으며, 하이퍼마켓이 24.2%로 뒤를 이었음. 그 외 유통채널은 각각 편의점 8.5%, 할인점 5.7%, 개인 소매 판매점 3.8%, 온라인 쇼핑물 1.2%로 확인됨. 이에 각 유통채널 별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사 매장을 선정함

[표 1.3] 미국 알로에 음료 주요 유통채널 현황

채널 분류	점유율	주요 매장
슈퍼마켓	31.9%	홀푸드마켓(Whole Foods Market), 본즈(Vons), 월마트(Walmart), 아리랑 슈퍼마켓(Arirang Supermarket) 등
하이퍼마켓	24.2%	월마트 슈퍼센터(Walmart Supercenter), 마이어(Meijer), 슈퍼타겟(Super Target)
편의점	8.5%	세븐일레븐(7-Eleven), 와와(Wawa), 씨클케이(Circle K), 퀵чек(QuickChek)
할인점	5.7%	알디(Aldi), 세이브어럿(Save-A-Lot), 그로서리 아울렛(Grocery Outlet)
개인 소매 판매점	3.8%	(-)
온라인 쇼핑물	1.2%	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 타겟(Target)

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

3) 애플(Apple), 메이시스(Macys) 등의 온라인 쇼핑물은 식품을 취급하지 않아 대상에서 제외함

4) 미국 센서스(Census) 홈페이지 (www.census.gov)

5) '과채 주스'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 주스(Juice)의 정보를 확인함

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ① 인기 제품

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(*) 아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 타겟(Target)

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(*) 홀푸드마켓(Whole Foods Market), 본즈(Vons), 월마트(Walmart), 아리랑 슈퍼마켓(Arirang Supermarket)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ② 제품 종류

- 오리지널 맛: 알로에 외 다른 맛이 첨가되지 않은 알로에 음료

- 알로에 외 맛: 알로에 외 복숭아, 망고, 청포도 등 다른 맛이 첨가된 알로에 음료

[표 1.4] 미국 알로에 음료 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	알로에 맛	알로에 외 맛
① 비바로에 리얼 알로에 베라 후르츠 인퓨전 (코나 커넥션)	○ (홀푸드마켓)	○ (아마존)	○	
② 알로에 오가닉 (B사)	○ (월마트, 홀푸드마켓)	○ (아마존, 월마트, 타겟)	○	
③ 365 에브리데이 밸류 알로에 베라 주스 (홀푸드마켓)	○ (홀푸드마켓)	○ (아마존)	○	
④ 클로로피 투 알로에 슈퍼에이드 (솔티)	○ (홀푸드마켓)	○ (월마트, 타겟)	○	
⑤ 알로에 베라 드링크 (D사)	○ (본즈)		○	
⑥ 알로에 베라 드링크 오리지널 (G사)	○ (월마트)	○ (아마존, 월마트, 타겟)	○	
⑦ 사비아 알로에 베라 드링크 (사비아 인터내셔널)	○ (월마트)	○ (아마존, 월마트, 타겟)	○	
⑧ 가야농장 알로에농장 (E사)	○ (아리랑)		○	
⑨ 알로에 베라 드링크 (F사)	○ (아리랑)		○	
⑩ 알로에 드링크 오리지널 (제이원)	○ (아리랑)		○	
⑪ 알로 오가닉 피치 플럼 알로에 베라 주스 (프레쉬 푸드 엔터프라이즈)	○ (월마트, 홀푸드마켓)	○ (아마존, 월마트, 타겟)		○
⑫ 알로 얼루어 망고 망고스틴 알로에 베라 주스 (프레쉬 푸드 엔터프라이즈)	○ (월마트, 홀푸드마켓)	○ (아마존, 월마트, 타겟)		○
⑬ 알로 오가닉 화이트 그레이프 알로에 베라 주스 (프레쉬 푸드 엔터프라이즈)	○ (월마트, 홀푸드마켓)	○ (아마존, 월마트, 타겟)		○
⑭ 멜론맛 요고베라 (C사)	○ (아리랑)			○
⑮ 알로에 드링크 포메그라네이트 플레이버 (제이원)	○ (아리랑)			○

(*) 현지 판매 알로에 음료 경쟁제품 15개 분석

2. 미국 알로에 음료 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 조사 지표 ① 가격

- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 소비자가격
- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 100ml당 가격

▶ 조사 지표 ② 용량

- 제품의 용량(ml)

▶ 조사 지표 ③ 제품 종류

- 오리지널 맛: 알로에 외 다른 맛이 첨가되지 않은 알로에 음료
- 알로에 외 맛: 알로에 외 복숭아, 망고, 청포도 등 다른 맛이 첨가된 알로에 음료

▶ 조사 지표 ④ 포장 형태

- 제품을 포장하고 있는 용기의 형태와 소재
 - 플라스틱병: 플라스틱 소재의 병 용기
 - 유리병: 유리 소재의 병 용기

▶ 조사 지표 ⑤ 유통기한

- 제품의 유통기한

▶ 조사 지표 ⑥ 원산지

- 제품의 원산지

▶ 조사 지표 ⑦ 홍보문구

- 제품의 홍보문구

▶ 조사 지표 ⑧ 제품 수입상 정보

- 제품의 수입상 정보

▶ 조사 지표 ⑨ 주요 원료 및 첨가물

- 제품의 주요 원료 및 첨가물

●
보유 인증 마크



▶ 조사 지표 ⑩ 보유 인증

- 제품이 보유한 인증

[표 1.5] 주요 인증 정보

인증 종류	인증 내용
USDA Organic	생산 과정에서 유해물질이 사용되지 않는 등 미국 농무부(United States Department of Agriculture)에서 제시한 유기농 제품 인증 기준(NOP Standard)에 적합함을 증명하는 인증 ※ 검은색 마크: 100% 유기농 제품, 녹색 마크: 5% 미만의 비유기농 원료 사용
HALAL	무슬림이 먹거나 사용할 수 있도록 이슬람 율법에 따라 도살, 처리, 가공된 식품에 부여되는 인증
Non-GMOs	미국 Non-GMOs 프로젝트(Project)를 통하여 해당 제품에 유전자변형 원료 (Genetically Modified Organisms)가 포함되지 않았음을 증명하는 인증
BPA Free	용기에서 환경호르몬의 일종인 비스페놀-A(BPA; Bisphenol-A)가 검출되지 않았음을 증명하는 인증
Certified GF	미국 비영리기관 글루텐 프리 인증기구(Gluten-Free Certification Organization)에서 부여하는 글루텐 프리 인증
U Kasher	유대교 율법을 따르는 식품과 관련된 인증으로, 세계 최대 코셔 인증기관인 오소독스유니언(OU, Orthodox Union)을 통해 발급됨

▶ 조사 지표 ⑪ 기타 표기사항

- 제품 라벨에 표기된 사항

[표 1.6] 주요 기타 표기사항 정보

라벨 표기명	인증 내용
Vegan	생산 과정에서 동물 유래 원재료를 사용하거나 동물실험을 하지 않은 제품임을 보여주는 표식
No Gelatin	젤라틴이 기준 이하로 포함되었음을 보여주는 표식
No Artificial Flavor	인공색소가 기준 이하로 포함되었음을 보여주는 표식
No Fructose	프럭토스(과당)가 기준 이하로 포함되었음을 보여주는 표식
Fat Free	식품 100g/ml당 0.5g 미만의 지방이 포함되었음을 보여주는 표식
Alolin ⁶⁾ Free	알로인이 포함되지 않았음을 보여주는 표식
No Preservative	보존제가 기준 이하로 포함되었음을 보여주는 표식

6) 알로인(Alolin): 알로에 껍질에서 다량 추출되는 안트라퀴논 글리코시드계 물질. 2002년 5월 미국 식약청(FDA)은 알로인 성분에 대해 발암 또는 알러지 유발 가능성이 있다고 판정하였으며, 이후 미국 내 유통되는 모든 일반의약품의 알로인 성분 사용이 금지됨

[표 1.7] 미국 알로에 음료 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	용량	제품의 용량
제품 종류	오리지널 맛	알로에 외 다른 맛이 첨가되지 않은 알로에 음료
	알로에 외 맛	알로에 외 복숭아, 망고, 청포도 등 다른 맛이 첨가된 알로에 음료
포장 형태	플라스틱병	플라스틱 소재의 병 용기
	유리병	유리 소재의 병 용기
	유통기한	제품의 유통기한
	원산지	제품의 원산지
	홍보문구	제품의 홍보문구
	제품 수입상 정보	제품의 수입상 정보
	주요 원료 및 첨가물	제품의 주요 원료 및 첨가물
보유 인증		USDA Organic
		HALAL
		Non-GMOs
		BPA Free
		Certified GF
		U Kosher
기타 표기사항		Vegan(비건)
		No Gelatin(무젤라틴)
		No Artificial Flavor(무인공색소)
		No Fructose(무프럭토스)
		Fat Free(무지방)
		Alain Free(알로인 프리)
		No Preservative(무보존제)

3. 미국 알로에 음료 경쟁제품 포지셔닝

● 경쟁제품(제조사)

- ① 비바로에 리얼 알로에 베라 후르츠 인퓨전 (코나 커넥션)
- ② 알로에 오가닉 (B사)
- ③ 365 에브리데이 벨류 알로에 베라 주스 (홀푸드마켓)
- ④ 클로로피 투 알로에 슈퍼에이드 (솔티)
- ⑤ 알로에 베라 드링크 (D사)
- ⑥ 알로에 베라 드링크 오리지널 (G사)
- ⑦ 사비아 알로에 베라 드링크 (사비아 인터내셔널)
- ⑧ 가이농장 알로에농장 (E사)
- ⑨ 알로에 베라 드링크 (F사)
- ⑩ 알로에 드링크 오리지널 (제이원)
- ⑪ 알로 오가닉 피치 플럼 알로에 베라 주스 (프레쉬 푸드 엔터프라이즈)
- ⑫ 알로 얼루어 망고 망고스틴 알로에 베라 주스 (프레쉬 푸드 엔터프라이즈)
- ⑬ 알로 오가닉 화이트 그레이프 알로에 베라 주스 (프레쉬 푸드 엔터프라이즈)
- ⑭ 멜론맛 요고베라 (C사)
- ⑮ 알로에 드링크 포메그라네이트 플레이버 (제이원)

▶ 포지셔닝 ① : 제품 종류별 평균 100ml 당 가격,

알로에 외 맛 제품이 오리지널 맛 제품보다 약 1.1배 비싼 편

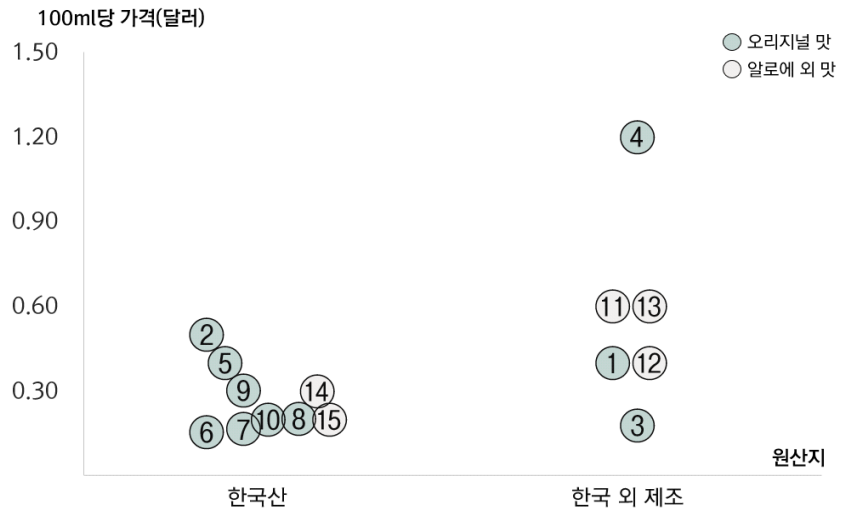
미국 오프라인 매장에서 조사된 알로에 음료 경쟁제품 15개 제품은 제품 종류에 따라 오리지널 맛 제품 10개, 알로에 외 맛 제품 5개로 확인됨. 경쟁제품의 종류별 평균 100ml당 가격을 비교한 결과, 오리지널 맛 제품이 0.37달러(약 419원), 알로에 외 맛 제품이 0.42달러(약 476원)로 조사됨. 알로에 외 복숭아, 망고, 청포도 등 별도로 맛을 더한 알로에 음료 제품이 별도 맛을 더하지 않은 알로에 음료보다 약 1.1배 비싼 것으로 확인됨

▶ 포지셔닝 ② : 제품 원산지별 평균 100ml 당 가격,

한국산 제품이 한국 외 국가 제품의 약 48% 수준으로 저렴함

미국 오프라인 매장에서 조사된 알로에 음료 경쟁제품 15개 제품은 원산지에 따라 한국산 제품 9개, 한국 외 국가 제조 제품이 6개로 확인됨. 한국 외 국가로는 대만 4개, 태국과 미국이 각각 1개씩 조사됨. 알로에 음료의 경우 한국에서 처음으로 생산되기 시작하여 한국산 제품이 많은 것으로 추정됨. 한국을 기준으로 한 원산지별 평균 100ml당 가격은 한국산 제품이 0.27달러(약 303원), 한국 외 국가 제품이 0.56달러(약 636원)로, 한국산 제품이 한국 외 국가 제품보다 약 48% 수준으로 저렴한 것으로 확인됨

[표 1.8] 미국 알로에 음료 경쟁제품 포지셔닝



자료: 미국 알로에 음료 경쟁제품 15개 분석

4. 미국 알로에 음료 경쟁제품 현지 조사 결과

▶ 미국 캘리포니아에 위치한 슈퍼마켓 방문

미국 캘리포니아에 위치한 슈퍼마켓 홀푸드마켓, 본즈, 월마트, 아리랑 슈퍼마켓을 방문함. 홀푸드마켓은 유기농 식품이나 USDA Organic 인증, Non-GMOs 인증을 취득한 제품을 주로 판매하는 슈퍼마켓 체인임. 본즈는 미국의 대형 식료품 기업 알버슨(Albertsons)의 소속 유통 체인으로 캘리포니아 주와 네바다 주 남부를 중심으로 매장을 운영함. 월마트는 캘리포니아에서 가장 많이 발견할 수 있는 슈퍼마켓이자 미국 전체 슈퍼마켓 브랜드 점유율 4위)를 차지하는 브랜드로 미국 내 약 11,500개 매장을 운영하고 있음. 아리랑 슈퍼마켓은 캘리포니아 오렌지카운티 지역의 대표적인 한인 슈퍼마켓으로 다양한 한국산 식품과 소비재를 저렴한 가격에 판매함

[표 1.9] 미국 오프라인 방문 매장 및 온라인 매장 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
홀푸드마켓 (Whole Foods Market)	슈퍼마켓	7	· 타 매장에서 찾기 어려운 유기농 제품 다량 판매 · 자사 PB인 '365' 제품 판매
본즈 (Vons)		1	· 타 매장보다 영업시간이 긴 편 · 멤버십에 가입한 경우 더 저렴한 가격에 구매 가능
월마트 (Walmart)		2	· 신선식품 및 한국산 제품 등 판매 · 거주 지역과 업무 지역 중간에 위치
아리랑 슈퍼마켓 (Arirang Supermarket)		5	· 한국산 식품과 소비재를 저렴한 가격에 판매함 · 현지 거주 한인이 많이 거주하는 지역에 위치



지도자료: 구글맵(Google Maps)

7) 자료: 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지(www.euromonitor.com)

▶ **경쟁제품 판매 현황, 15개 제품 중 4개 제품 2개 이상 매장에서 판매 중**

방문매장 4개에서 인기제품을 조사한 결과, 경쟁제품 15개 중 B사의 알로에 오가닉, 프레쉬 푸드 엔터프라이즈의 알로 오가닉 피치 플럼 알로에 베라 주스, 알로 얼루어 망고 망고스틴 알로에 베라 주스, 알로 오가닉 화이트 그레이프 알로에 베라 주스 총 4개 제품이 2개 이상의 매장에서 판매되는 것으로 확인됨

[표 1.10] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황			
	홈플러스마켓	본즈	월마트	아리랑 슈퍼마켓
① 비바로에 리얼 알로에 베라 후르츠 인퓨전 (코나 커백션)	○			
② 알로에 오가닉 (B사)	○		○	
③ 365 에브리데이 밸류 알로에 베라 주스 (홈플러스마켓)	○			
④ 클로로피 투 알로에 슈퍼에이드 (솔티)	○			
⑤ 알로에 베라 드링크 (D사)		○		
⑥ 알로에 베라 드링크 오리지널 (G사)			○	
⑦ 사비아 알로에 베라 드링크 (사비아 인터내셔널)			○	
⑧ 가야농장 알로에농장 (E사)				○
⑨ 알로에 베라 드링크 (F사)				○
⑩ 알로에 드링크 오리지널 (제이원)				○
⑪ 알로 오가닉 피치 플럼 알로에 베라 주스 (프레쉬 푸드 엔터프라이즈)	○		○	
⑫ 알로 얼루어 망고 망고스틴 알로에 베라 주스 (프레쉬 푸드 엔터프라이즈)	○		○	
⑬ 알로 오가닉 화이트 그레이프 알로에 베라 주스 (프레쉬 푸드 엔터프라이즈)	○		○	
⑭ 멜론맛 요고베라 (C사)				○
⑮ 알로에 드링크 포메그라네이트 플레이버 (제이원)				○

자료: 현지 조사원 자료

Shop ① 홀푸드마켓(Whole Foods Market)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
타 슈퍼마켓에서 쉽게 찾기 어려운 유기농 제품을 주로 판매함
- 주요 고객층:
지역 주민, 유기농 식품 구입 고객

브랜드 기본 정보 ⁸⁾			
	홀푸드마켓은 1980년 설립된 미국의 슈퍼마켓 브랜드로 미국, 캐나다, 영국에 350개 이상의 매장을 운영하고 있음. 주로 유기농 식품을 판매하며 유기농 식품뿐만 아니라 유전자 조작을 거치지 않은 식품, 미국 농무부에서 인증한 제품들을 판매하고 있음		
매장 정보	조사 제품 수: 7개		
			
위치	캘리포니아		
	7881 Edinger Ave Ste 150, Huntington Beach, CA, 92647, U.S.A		
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
알로에 음료 판매 정보	판매 알로에 음료 제품 정보		
			
	비바로에 리얼 알로에 베라 후르츠 인퓨전 (코나 커넥션)	알로에 오가닉 (B사)	365 에브리데이 밸류 알로에 베라 주스 (홀푸드마켓)
			
알로 오가닉 피치 플럼 알로에 베라 주스 (프레쉬 푸드 엔터프라이즈)	알로 얼루어 망고 망고스틴 알로에 베라 주스 (프레쉬 푸드 엔터프라이즈)	알로 오가닉 화이트 그레이프 알로에 베라 주스 (프레쉬 푸드 엔터프라이즈)	클로로피 투 알로에 슈퍼에이드 (솔티)

사진자료: 현지 조사원 자료

8) 홀푸드마켓(Whole Foods Market) 홈페이지 (www.wholefoodsmarket.com)

			
제품명 (현지어)	비바로에 리얼 알로에 베라 후르츠 인퓨전 (Vivaloe Real Aloe Vera Fruit Infusions)	제조사 (현지어)	코나 커넥션 (Kona Connection Co.)
제품 종류	알로에 음료	용량(ml)	500ml
소비자가격 ⁹⁾	1.99달러 (2,255원)	100ml당 가격	0.40달러 (451원)
원산지	한국 외 (대만)	유통기한	14개월
맛	오리지널	포장 형태	플라스틱병
기타 표기사항	무젤라틴, 무인공색소, 무프럭토스	수입자	코나 커넥션 (Kona Connection Co.)
홍보문구	섭취량 당 50칼로리	원료 및 첨가물	정제수, 알로에베라겔, 알로에베라겔즙, 구연산, 말릭산, 천연향료, 젯산칼슘, 젤란검, 스테비아 추출물
			
제품명 (현지어)	알로에 오가닉 (Aloe Organic)	제조사	B사
제품 종류	알로에 음료	용량(ml)	500ml
소비자가격	2.49달러 (2,822원)	100ml당 가격	0.50달러 (564원)
원산지	한국	유통기한	12개월
맛	오리지널	포장 형태	플라스틱병
인증	USDA Organic, HALAL	수입자	포카스 (Pocas)
홍보문구	당신의 건강한 삶을 위한 더 나은 방법, 알로에베라주스 8% 함유, 알로에 30% 함유	원료 및 첨가물	정제수, 알로에베라분말, 알로에베라겔, 유기농 설탕, 천연 포도향료, 젯산칼슘, 구연산, 젤란검

9) 1달러 = 1,133.4원 (2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)



제품명 (현지어)	365 에브리데이 밸류 알로에 베라 주스 (365 Everyday Value Aloe Vera Juice)	제조사 (현지어)	홀푸드마켓 (Whole Foods Market)
제품 종류	알로에 음료	용량(ml)	500ml
소비자가격	0.89달러 (1,009원)	100ml당 가격	0.18달러 (202원)
원산지	한국 외 (태국)	유통기한	18개월
맛	오리지널	포장 형태	플라스틱병
기타 표기사항	비건, 무지방	수입자	홀푸드마켓 (Whole Foods Market)
홍보문구	알로에베라주스 15% 함유 알로에베라겔 포함	원료 및 첨가물	정제수, 알로에베라즙, 알로에베라겔, 사탕수수당, 천연 청포도향료, 젖산칼슘, 구연산, 말릭산, 젤란검, 아스코빅산
제품명 (현지어)	알로 오가닉 피치 플럼 알로에 베라 주스 (Alo Organic Peach Plum Aloe Vera Juice)	제조사 (현지어)	프레쉬 푸드 엔터프라이즈 (Fresh Food Enterprises)
제품 종류	알로에 음료	용량(ml)	500ml
소비자가격	2.99달러 (3,389원)	100ml당 가격	0.60달러 (678원)
원산지	한국 외 (대만)	유통기한	12개월
맛	알로에 외 (복숭아, 자두)	포장 형태	플라스틱병
인증	Non-GMOs	수입자	에스피아이 웨스트 포트 (SPI West Port)
홍보문구	알로에베라주스 15% 함유, 알로에베라겔 포함	원료 및 첨가물	정제수, 알로에베라즙, 알로에베라겔, 천연향료, 구연산, 비타민 C, 몽크후르츠농축액, 스테비아잎 농축액



제품명 (현지어)	알로 얼루어 망고 망고스틴 알로에 베라 주스 (Alo Allure Mango Mangosteen Aloe Vera Juice)	제조사 (현지어)	프레쉬 푸드 엔터프라이즈 (Fresh Food Enterprises)
제품 종류	알로에 음료	용량(ml)	500ml
소비자가격	1.99달러 (2,255원)	100ml당 가격	0.40달러 (451원)
원산지	한국 외 (대만)	유통기한	18개월
맛	알로에 외 (망고, 망고스틴)	포장 형태	플라스틱병
인증	BPA Free, Non-GMOs	기타 표기사항	글루텐 프리, 알로인 프리, 무지방
수입자	에스피아이 웨스트 포트 (SPI West Port)	원료 및 첨가물	정제수, 알로에베라즙, 알로에베라겔, 사탕수수, 망고스틴주스, 구연산, 아스코빅산, 천연향료, 젖산칼슘, 베타카로틴



제품명 (현지어)	알로 오가닉 화이트 그레이프 알로에 베라 주스 (Alo Organic White Grape Aloe Vera Juice)	제조사 (현지어)	프레쉬 푸드 엔터프라이즈 (Fresh Food Enterprises)
제품 종류	알로에 음료	용량(ml)	500ml
소비자가격	2.99달러 (3,389원)	100ml당 가격	0.60달러 (678원)
원산지	한국 외 (대만)	유통기한	12개월
맛	알로에 외 (청포도)	포장 형태	플라스틱병
인증	Non-GMOs, USDA Organic, GF	기타 표기사항	글루텐 프리, 알로인 프리, 무지방
수입자	에스피아이 웨스트 포트 (SPI West Port)	홍보문구	알로에베라주스15%함유, 제로칼로리
원료 및 첨가물	정제수, 알로에베라농축겔, 천연향료, 구연산, 아스코빅산, 몽크 추출액, 스테비아잎 추출물		



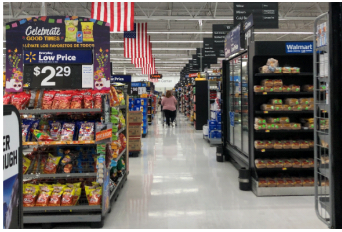



제품명 (현지어)	클로로피 투 알로에 슈퍼에이드 (Chlorophy2 Aloe Superade)	제조사 (현지어)	솔티 (Sol-Ti)
제품 종류	알로에 음료	용량(ml)	458ml
소비자가격	5.49달러 (6,222원)	100ml당 가격	1.20달러 (1,359원)
원산지	한국 외 (미국)	유통기한	12개월
맛	오리지널	포장 형태	유리병
인증	Certified GF, U Kosher	기타 표기사항	비건
수입자	솔티 (Sol-Ti)	원료 및 첨가물	정제수, 레몬즙, 알로에베라즙, 메이플시럽

Shop ② 본즈(Vons)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
신선식품, 가공식품, 음료 등
다양한 제품을 판매함
- 주요 고객층:
지역 주민, 현지 거주 외국인

브랜드 기본 정보 ¹⁰⁾	 <p>본즈는 Albertsons(알버츠슨)사 소유의 1906년 설립된 미국의 슈퍼마켓 브랜드임. 미국 남부 캘리포니아 및 네바다 주에서 흔히 볼 수 있는 슈퍼마켓 체인으로 주로 신선 식품을 포함하여 다양한 식료품을 판매하고 있음</p>	
	조사 제품 수: 1개	
매장 정보		
	위치	<p>캘리포니아</p> <p>5922 Edinger Ave, Huntington Beach, CA, 92649, U.S.A</p>
매장 내부 전경	<p>매장 내부 전경</p> 	
	알로에 음료 판매 정보	<p>판매 알로에 음료 제품 정보</p> 
<p>알로에 베라 드링크 (D사)</p>		

사진자료: 현지 조사원 자료

10) 본즈(Vons) 홈페이지 (www.vons.com)








제품명 (현지어)	알로에 베라 드링크 (Aloe Vera Drink)	제조사	D사
제품 종류	알로에 음료	용량(ml)	500ml
소비자가격	1.99달러 (2,255원)	100ml당 가격	0.40달러 (451원)
원산지	한국	유통기한	18개월
맛	오리지널	포장 형태	플라스틱병
수입자	왈롱 마케팅 (Walong Marketing)	홍보문구	아삭한 겉이 들어있어 산뜻한 알로에베라음료, 알로에베라주스 10% 함유
원료 및 첨가물	정제수, 설탕, 알로에베라겔, 알로에베라즙, 인공향료, 구연산, 말토덱스트린, 젖산칼슘, 시트르산삼나트륨, 아스코빅산, 젤란검		

Shop ③ 월마트(Walmart)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징: 신선식품, 가공식품, 음료, 가정용품, 전자제품 등 다양한 제품을 판매함
- 주요 고객층: 지역 주민, 현지 거주 외국인

브랜드 기본 정보 ¹¹⁾	 <p>월마트는 1962년 설립된 미국의 유통 브랜드로, 2019년 기준 미국 전역에 4,769개의 매장을 보유하고 있음. 캘리포니아에서 가장 많이 찾을 수 있는 유통 마트로, 다른 대형마트에 비해 가격이 높지 않음</p>	
	조사 제품 수: 2개	
매장 정보		
	위치	<p>캘리포니아</p> <p>13331 Beach Blvd, Westminster, CA, 92683, U.S.A</p>
매장 내부 전경	<p>매장 내부 전경</p> 	
	알로에 음료 판매 정보	<p>판매 알로에 음료 제품 정보</p>
 <p>알로에 베라 드링크 오리지널 (GSA)</p>		 <p>사비아 알로에 베라 드링크 (사비아 인터내셔널)</p>

사진자료: 현지 조사원 자료

11) 월마트(Walmart) 홈페이지 (www.corporate.walmart.com)



제품명 (현지어)	알로에 베라 드링크 오리지널 (Aloe Vera Drink Original)	제조사 (현지어)	G사
제품 종류	알로에 음료	용량(ml)	1,500ml
소비자가격	2.28달러 (2,584원)	100ml당 가격	0.15달러 (172원)
원산지	한국	유통기한	18개월
맛	오리지널	포장 형태	플라스틱병
수입자	G사 미국 법인	원료 및 첨가물	정제수, 알로에베라겔, 덱스트린, 꿀, 인공 포도향료, 구연산, 시트르산삼나트륨, 비타민 C, 젤란검



제품명 (현지어)	사비아 알로에 베라 드링크 (Savia Aloe Vera Drink)	제조사 (현지어)	사비아 인터내셔널 (Savia International)
제품 종류	알로에 음료	용량(ml)	1,500ml
소비자가격	2.48달러 (2,811원)	100ml당 가격	0.17달러 (187원)
원산지	한국	유통기한	18개월
맛	오리지널	포장 형태	플라스틱병
수입자	사비아 인터내셔널 (Savia International)	원료 및 첨가물	정제수, 알로에베라겔, 구연산, 젯산칼슘, 시트르산삼나트륨, 젤란검, 수크랄로스, 비타민 C

Shop ④ 아리랑 슈퍼마켓(Arirang Supermarket)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징: 신선식품, 가공식품, 음료, 가정용품, 전자제품 등 다양한 제품을 판매함
- 주요 고객층: 지역 주민, 미국 거주 한인

브랜드 기본 정보 ¹²⁾			아리랑 슈퍼마켓은 1983년에 설립된 미국의 한인마트 체인임. 미국 내에 2개의 매장을 운영하고 있으며, 한국산 제품을 저렴한 가격에 판매하고 있음
	조사 제품 수: 5개		
매장 정보			
	위치	캘리포니아 9580 W Garden Grove Blvd #300, Garden Grove, CA 92844, U.S.A	
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
알로에 음료 판매 정보	판매 알로에 음료 제품 정보		
			
	가야농장 알로에농장 (E사)		알로에 베라 드링크 (F사)
			
멜론맛 요고베라 (C사)		알로에 드링크 오리지널 (제이원)	알로에 드링크 포메그라네이트 플레이버 (제이원)

사진자료: 현지 조사원 자료

12) 아리랑 슈퍼마켓(Arirang Supermarket) 홈페이지 (www.arirangsupermart.com)



제품명 (현지어)	가야농장 알로에농장 (Gaya Farm Aloe Juice)	제조사 (현지어)	E사
제품 종류	알로에 음료	용량(ml)	1,500ml
소비자가격	2.99달러 (3,389원)	100ml당 가격	0.20달러 (226원)
원산지	한국	유통기한	12개월
맛	오리지널	포장 형태	플라스틱병
수입자	E사 미국 법인	홍보문구	알로에에는 다당체가 들어있으며 몸에 좋은 원료입니다, 알로에 유래 다당체 20mg/100ml
원료 및 첨가물	정제수, 알로에베라겔, 백설탕, 알로에베라겔분말, 시트르산삼나트륨, 아스코빅산, 젤란검		



제품명 (현지어)	알로에 베라 드링크 (Aloe Vera Drink)	제조사 (현지어)	F사
제품 종류	알로에 음료	용량(ml)	1,500ml
소비자가격	4.49달러 (5,089원)	100ml당 가격	0.30달러 (339원)
원산지	한국	유통기한	18개월
맛	오리지널	포장 형태	플라스틱병
인증	HALAL	기타 표기사항	무인공색소, 무보존제
수입자	F사 미국 법인	원료 및 첨가물	정제수, 시탕수수, 알로에베라겔, 인공 포도향료, 구연산, 젯산칼슘, 알로에베라겔분말, 젤란검, 시트르산삼나트륨



제품명 (현지어)	멜론맛 요고베라 (Yogur de Savila Melon)	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	알로에 음료	용량(ml)	500ml
소비자가격	1.49달러 (1,689원)	100ml당 가격	0.30달러 (338원)
원산지	한국	유통기한	12개월
맛	알로에 외 (멜론)	포장 형태	플라스틱병
수입자	C사 미국 법인	홍보문구	흔들어 드세요, 비타민 B6가 풍부한 알로에베라가 한카득!, 아삭아삭 씹혀요~
원료 및 첨가물	정제수, 탈지분유, 알로에베라겔, 구연산, 대두다당류, 멜론즙, 탄산수소나트륨, 설탕, 펙틴, 합성착향료, 식용색소청색1호, 식용색소황색4호		



제품명 (현지어)	알로에 드링크 오리지널 (Aloe Drink Original)	제조사 (현지어)	제이원 (Jayone Inc.)
제품 종류	알로에 음료	용량(ml)	500ml
소비자가격	0.99달러 (1,122원)	100ml당 가격	0.20달러 (224원)
원산지	한국	유통기한	12개월
맛	오리지널	포장 형태	플라스틱병
수입자	제이원 (Jayone Inc.)	홍보문구	Vitamin B, C 함유
원료 및 첨가물	정제수, 설탕, 알로에베라겔분말, 덱스트린, 구연산, 젖산칼슘, 포도당, 비타민 B6, 비타민 C, 비타민 B12, 젤라틴, 시트르산삼나트륨		



	알로에 드링크 포메그라네이트 플레이버 (Aloe Drink Pomegranate Flavor)		
제품명 (현지어)	알로에 음료	제조사 (현지어)	제이원 (Jayone Inc.)
제품 종류	알로에 음료	용량(ml)	500ml
소비자가격	0.99달러 (1,122원)	100ml당 가격	0.20달러 (224원)
원산지	한국	유통기한	12개월
맛	알로에 외 (석류)	포장 형태	플라스틱병
수입자	제이원 (Jayone Inc.)	홍보문구	Vitamin B, C 함유
원료 및 첨가물	정제수, 설탕, 알로에베라겔분말, 덱스트린, 구연산, 젯산칼슘, 포도향료, 석류향료, 비타민 B6, 비타민 C, 비타민 B12, 젤란검, 시트르산삼나트륨		

Ⅲ. 경쟁기업(Competitor)

1. 미국 알로에 음료 경쟁기업 선정
2. 미국 알로에 음료 경쟁기업 현황
3. 미국 알로에 음료 경쟁기업 세부정보

1. 미국 알로에 음료 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 해외 기업 4개사 선정

미국 오프라인 매장에 진출한 경쟁기업 중, 기업 규모와 시장 점유율을 기준으로 한국 기업 B사와 C사, 호주 기업 프레쉬 푸드 엔터프라이즈(Fresh Food Enterprises)와 미국 기업 제이원(Jayne Inc.), 총 4개 기업을 경쟁기업으로 선정함

▶ 경쟁기업 4개사, 평균 28년 업력 보유 보유

선정된 경쟁기업 4개사의 평균 업력은 약 28년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨. B사는 1990년 설립되어 30년의 업력을 보유하고 있으며, 프레쉬 푸드 엔터프라이즈는 13년, C사 50년, 제이원이 20년의 업력을 보유하고 있는 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업 4개사, 알로에 음료 동일품목 종류 조사

미국에 진출한 경쟁기업 4개사가 판매하고 있는 알로에 음료의 동일품목 수를 조사한 결과 B사가 57개로 경쟁기업 4개사 중 가장 많은 동일품목 수를 보유하고 있는 것으로 확인됨. 이외에 프레쉬 푸드 엔터프라이즈 9개, C사 13개, 제이원이 10개의 동일품목을 보유한 것으로 조사됨

[표 2.1] 알로에 음료 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
B사	한국	30년	57개
프레쉬 푸드 엔터프라이즈 (Fresh Food Enterprises)	호주	13년	9개
C사	한국	50년	13개
제이원 (Jayone Inc.)	미국	20년	10개

자료: 미국 진출 알로에 음료 제조기업 4개사 분석

2. 미국 알로에 음료 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 4개사 모두 미국 오프라인 매장 진출, 3개사 온라인 매장 진출

오프라인 매장에서 조사된 경쟁기업 4개사는 미국 오프라인 매장 월마트(Walmart), 홀푸드마켓(Whole Food Market)과 아리랑 슈퍼마켓(Arirang Supermarket)에서 제품을 판매하고 있는 것으로 조사됨. 홀푸드마켓에 진출한 경쟁기업은 B사와 프레쉬 푸드 엔터프라이즈 2개사이며, 아리랑 슈퍼마켓에는 C사와 제이원 2개사가 진출함. B사와 프레쉬 푸드 엔터프라이즈는 월마트에도 진출한 것으로 확인됨. 또한, 경쟁기업 중 C사를 제외한 모든 경쟁기업은 미국 주요 온라인 쇼핑몰인 아마존(Amazon)과 월마트(Walmart)¹³⁾에 진출하였음

▶ 경쟁기업 4개사 자사 홈페이지와 현지 SNS 플랫폼을 홍보채널로 활용

미국 시장에 진출한 경쟁기업 4개사의 홍보채널을 조사한 결과, 4개사 모두 자사 홈페이지를 홍보채널로 활용함. 모든 경쟁기업이 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 제품 정보를 제공하고 있으며, 자국어 뿐만 아니라 영어를 사용한 글로벌 홈페이지도 운영하고 있음. 또한 4개사 모두 SNS 플랫폼을 통한 홍보활동을 진행하고 있는데, 페이스북은 모든 경쟁기업이 적극적으로 활용하고 있는 것으로 조사됨. 페이스북만을 운영하는 프레쉬 푸드 엔터프라이즈를 제외한 3개사는 페이스북 외 인스타그램, 유튜브, 트위터를 통한 홍보 또한 진행하고 있음

▶ 경쟁기업 홍보문구로 제품의 맛과 원료를 강조하여 홍보

미국 시장에 진출한 경쟁기업들은 제품 홍보 시 주로 제품의 맛과 원료를 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 제품의 맛을 강조한 문구로는 ‘맛있고 식감이 좋은 알로에 음료’, ‘달콤하고 상큼한’ 등을 많이 사용함. 제품의 원료를 강조한 문구로는 ‘유기농 알로에로 만든’, ‘유기농 사탕수수 설탕으로 맛있게’ 등의 문구를 활용하는 것으로 확인됨. 이 외에도 제품의 특징을 강조하는 ‘세계 1위 알로에 음료’, ‘다양하게 활용할 수 있는’ 등의 문구를 사용하기도 함

13) 월마트 온라인 쇼핑몰 (www.walmart.com)

[표 2.2] 미국 알로에 음료 제조 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보채널	홍보문구
B사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 홀푸드마켓 - 월마트 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌, 한국) 	<ul style="list-style-type: none"> - 맛있고 식감이 좋은 알로에 음료 - 세계 1위 알로에 음료 - 영양소가 풍부한
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 - 월마트 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 유튜브 - 트위터 	
프레쉬 푸드 엔터프라이즈 (Fresh Food Enterprises)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 홀푸드마켓 - 월마트 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) 	<ul style="list-style-type: none"> - 유기농 알로에로 만든 - 비타민, 미네랄, 아미노산이 풍부한 - 무인공향료, 무방부제
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 - 월마트 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 	
C사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 아리랑 슈퍼마켓 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) 	<ul style="list-style-type: none"> - 알로에와 요거트의 조화 - 다양하게 활용할 수 있는
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 - 월마트 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 	
제이원 (Jayone Inc.)	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 아리랑 슈퍼마켓 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) 	<ul style="list-style-type: none"> - Non-GMOs, 비건, 글루텐 프리 제품 - 유기농 사탕수수 설탕으로 맛있게 - 달콤하고 상큼한 - 갈증을 해소해주는
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 - 월마트 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 <ul style="list-style-type: none"> - 페이스북 - 인스타그램 - 트위터 	

자료: 미국 진출 알로에 음료 제조기업 4개사 분석

3. 미국 알로에 음료 경쟁기업 세부정보

동일품목 종류	① B사		
	기업명	B사	
① 오가닉 알로에 (Organic Aloe) 	기업 기본 정보	위치 서울특별시 강남구 동일품목 수 57개 설립년도 1990년	
	기업 진출 채널	<오프라인 매장> 홀푸드마켓 월마트 	제품명 알로에 오가닉 (Aloe Organic) 용량 500ml 가격 ¹⁴⁾ 2.49달러 (2,822원) 제품 형태 알로에 음료
		<온라인 매장> 아마존 월마트 	제품명 알로에 오가닉 (Aloe Organic) 용량 500ml 가격 2.12달러 (2,402원) 제품 형태 알로에 음료
		기업 홍보채널	 <ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(글로벌) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보 - OEM/ODM 사업 홍보 SNS 플랫폼 (페이스북, 유튜브, 트위터) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보
② 알로에 베라 킹 오렌지 (Aloe Vera King Orange) 	기업 홍보문구	<온라인 매장> 아마존 월마트 	제품명 알로에 오가닉 (Aloe Organic) 용량 500ml 가격 2.12달러 (2,402원) 제품 형태 알로에 음료
③ 베라 알로에 (Vera Aloe) 		<온라인 매장> 아마존 월마트 	제품명 알로에 오가닉 (Aloe Organic) 용량 500ml 가격 2.12달러 (2,402원) 제품 형태 알로에 음료
④ 알로에 요고스 킹 플레인 (Aloe Yogos King Plain) 		기업 홍보채널	 <ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(글로벌) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보 - OEM/ODM 사업 홍보 SNS 플랫폼 (페이스북, 유튜브, 트위터) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보
⑤ 알로에 베지 캐롯 (Aloe Vege Carrot) 	기업 홍보문구	 <ul style="list-style-type: none"> 맛있고 식감이 좋은 알로에 음료 세계 1위 알로에 음료 영양소가 풍부한 	

자료: B사 홈페이지

사진자료: B사 홈페이지, 아마존 홈페이지

14) 1달러 = 1,133.4원(2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

●
동일품목 종류

① 알로 익스포즈드 오리지널
알로에 베라 워드 허니
(Alo Exposed Original Aloe
Vera Drink with Honey)



② 알로 엔리치 알로에 베라
포메그라네이트 앤 크랜베리
(Alo Enrich Aloe Vera,
Pomegranate & Cranberry)



③ 알로 얼루어 알로에 베라
드링크 워드 망고 앤 망고스틴
(Alo Allure Aloe Vera Drink
with Mango & Mangosteen)



④ 알로 오가닉 제로 알로에 베라
앤 화이트 그레이프
(Alo Organic Zero
Aloe Vera & White Grape)



⑤ 알로 올가닉 제로
알로에 베라, 피치 앤 플럼
(AIO Organic Zero Aloe Vera,
Peach & Plum)



자료: 프레쉬 푸드 엔터프라이즈
홈페이지

② 프레쉬 푸드 엔터프라이즈(Fresh Food Enterprises)

기업 기본 정보 ¹⁵⁾	기업명	프레쉬 푸드 엔터프라이즈 (Fresh Food Enterprises)
	홈페이지	freshfood.net.au
	위치	W2, 33-45 Fitzgerald Road 3029, Melbourne, Victoria, Australia
	규모	동일품목 수 9개 설립년도 2007년
기업 진출 채널	제품명	알로 얼루어 망고 망고스틴 알로에 베라 주스 (Alo Allure Mango Mangosteen Aloe Vera Juice)
	용량	500ml
	가격	1.99달러 (2,255원)
	제품 형태	알로에 음료
기업 홍보채널	제품명	알로 얼루어 망고 망고스틴 알로에 베라 주스 (Alo Allure Mango Mangosteen Aloe Vera Juice)
	용량	500ml
	가격	2.14달러 (2,431원)
	제품 형태	알로에 음료

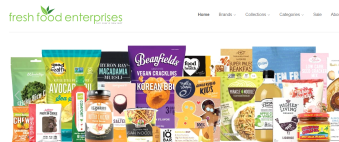
<오프라인 매장>
홀푸드마켓
월마트



<온라인 매장>
아마존
월마트

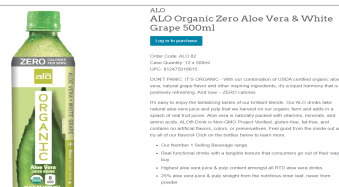


기업
홍보채널



Welcome to Fresh Food Enterprises - Wholesale Distributors of Natural Food & Beverages

홍보문구



- 자사 홈페이지(글로벌)
- 기업 소개 및 홍보
- 제품 소개 및 홍보
- SNS 플랫폼(페이스북)
- 기업 소개 및 홍보
- 제품 소개 및 홍보

- 유기농 알로에로 만든
- 비타민, 미네랄, 아미노산이 풍부한
- 무인공향료, 무방부제

사진자료: 프레쉬 푸드 엔터프라이즈 홈페이지, 월마트 홈페이지

●
동일품목 종류

① 알로에 드링크
(Aloe Drink)



② 알로에 베라 프리미엄
(Aloe Vera Premium)



③ 알로에 베라 코코넛
(Aloe Vera Coconut)



④ 알로에 베라 망고
(Aloe Vera Mango)




⑤ 요고베라 멜론
(Yogovera Melon)



자료: C사 홈페이지

③ C사

		기업명	C사
기업 기본 정보	위치	서울특별시 강남구	
	규모	동일품목 수	13개
		설립년도	1970년
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 아리랑 슈퍼마켓	제품명	멜론맛 요고베라 (Yogur de Savila Melon)
		용량	500ml
		가격	1.49달러 (1,689원)
		제품 형태	알로에 음료
기업 홍보채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(글로벌) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보 SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 유튜브) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보 	
		홍보문구	 <p>A beverage brand in harmony with Aloe vera and yogurt. 알로에베라와 요거트가 조화된 음료 브랜드입니다.</p>

사진자료: C사 홈페이지

●
동일품목 종류

① 오가닉 알로에 드링크 오리지널
(Organic Aloe Drink Original)



② 오가닉 알로에 드링크 망고
(Organic Aloe Drink Mango)



③ 알로에 드링크 코코넛
(Aloe Drink Coconut)



④ 알로에 드링크 요거트
(Aloe Drink Yogurt)



⑤ 알로에 드링크 파인애플
(Aloe Drink Pineapple)



자료: 제이원 홈페이지

④ 제이원(Jayone Inc.)

기업 기본 정보 ¹⁶⁾	기업명	제이원 (Jayone Inc.)
	홈페이지	www.jayonefoods.com
	위치	7212 Alondra Blvd, Paramount, CA 90723, U.S.A
	규모	동일품목 수 10개 설립년도 2000년
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 아리랑 슈퍼마켓	 제품명 알로에 드링크 오리지널 (Aloe Drink Original) 용량 500ml 가격 0.99달러 (1,122원) 제품 형태 알로에 음료
	〈온라인 매장〉 아마존 월마트	 제품명 오가닉 알로에 드링크 오리지널 (Organic Aloe Drink Original) 용량 500ml 가격 2.20달러 (2,493원) 제품 형태 알로에 음료
	기업 홍보채널	 • 자사 홈페이지(글로벌) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보 • SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 트위터) - 기업 소개 및 홍보 - 제품 소개 및 홍보
홍보문구	<ul style="list-style-type: none"> • USDA Organic • Vegan • Gluten Free • NON-GMO • No Preservatives • No Artificial colors or Flavors • Pleasantly Sweetened with Organic cane sugar • Deliciously Sweet & Refreshing • Quench your thirst with Real Fruit Flavors and Real bits of Aloe vera • 2008 Superior taste award • Ideal to enjoy at home or on-the-go <ul style="list-style-type: none"> • Non-GMOs, 비건, 글루텐 프리 제품 • 유기농 사탕수수 설탕으로 맛있게 • 달콤하고 상큼한 • 갈증을 해소해주는 	

사진자료: 제이원 홈페이지, 아마존 홈페이지

16) 제이원(Jayone) 홈페이지 (www.jayonefoods.com)

IV. 바이어인터뷰(Buyer Interview)

Interview ① 월마트(Walmart)

Interview ② 더 비타민 쇼피(The Vitamin Shoppe)

Interview ③ 에이치마트(H-Mart)

Interview ④ 스프라우트 파머스 마켓(Sprouts Farmers Market)

Interview ① 월마트 (Walmart)

월마트 (Walmart)

전문가 소속

월마트 (Walmart)
수입·유통업체






전문가 정보






Ms. Kerria (Sales Manager)








17)

- All Juices
- Kid's Favorites
- Orange Juice
- Apple Juice
- Fruit Juice
- Cranberry Juice
- Capri Sun
- Aloe Vera Juice
- Apple Cider
- Bai
- Cherry Juice
- Grape juice welch

 12 PACK 18.6oz Sponsored Product Bai Flavored Water, Kula Watermelon, Antioxidant Infused... ★★★★★ 100 \$19.96 (\$111/ft oz) 2-day delivery Free pickup today Gift eligible	 Sponsored Product Mott's Applesauce, 4 oz cups, 18 count ★★★★★ 499 \$5.78 - \$11.55 2-day delivery Free pickup today Gift eligible	 Sponsored Product Little Hug Fruit Drink Barrels Original Variety Pack, 8 Fl. Oz., 4... ★★★★★ 194 \$5.88 (11.8 ct/fl oz) 2-day delivery Free pickup today Gift eligible	 Sponsored Product Capri Sun Flavored Juice Drink Blend with other natural flavors... ★★★★★ 78 \$6.48 (3.6 ct/fl oz) 2-day delivery Free pickup today Gift eligible	 Sponsored Product Alo Exposed Original + Honey Real Aloe Vera Drink, 16.9 fl oz (Pack o... ★★★★★ 18 \$20.88 (10.3 ct/ea) Free delivery on orders over \$35
--	---	---	---	---

 OKF Aloe Vera King Drink, Pineapple, 16.9 Fl Oz (Case of 20) ★★★★★ 10 \$42.75 Sold & shipped by Pocas International Corp. Free delivery	 OKF Organic Aloe Drink w/ Pulp, 16.9 Fl Oz (Case of 20) ★★★★★ 6 \$49.30 Sold & shipped by Pocas International Corp. Free delivery	 OKF Aloe Vera King Premium Drink 50.7 oz Plastic Bottles - Pac... ★★★★★ 2 \$56.83 Sold & shipped by VirVentures Free delivery	 OKF Farmers Aloe, Original, 16.9 Fl Oz, 20 Count ★★★★★ 1 \$39.00 Sold & shipped by Pocas International Corp. Free delivery	 OKF Farmer's Aloe Vera Drink, Pineapple, 16.9 Fluid Ounce (Pack... ★★★★★ 1 \$29.11 Sold & shipped by Pocas International Corp. Free delivery
--	--	--	---	---

 OKF Farmer's Aloe Vera Drink, Strawberry, 16.9 Fluid Ounce (Pac... ★★★★★ 1 \$29.11 Sold & shipped by Pocas International Corp. Free delivery	 OKF Farmer's Aloe Vera Drink, Pomegranate, 16.9 Fluid Ounce... ★★★★★ 1 \$29.11 Sold & shipped by Pocas International Corp. Free delivery	 OKF Farmer's Aloe Vera Drink, Original, 16.9 Fluid Ounce (Pack o... ★★★★★ 1 \$29.11 Sold & shipped by Pocas International Corp. Free delivery	 OKF Aloe Vera King Drink, Mango, 16.9 Fluid Ounce ★★★★★ 1 \$87.50 \$124.07 Sold & shipped by VirVentures Free delivery	 OKF Aloe Vera King (Watermelon) - 500ml/ 20 ★★★★★ 1 \$42.75 Sold & shipped by Pocas International Corp. Free delivery
---	---	--	--	--

월마트(Walmart) Sales Manager, Ms. Kerria

월마트는 미국의 대형 유통 체인으로 전세계에서 매출 순위가 손꼽힐 정도로 큰 기업임. 거의 모든 식품과 생활필수품, 화장품, 의류, 전자제품 등 취급하지 않는 제품이 없을 정도로 다양한 제품을 저렴한 가격에 판매하여 많은 소비자가 방문함. 온라인 쇼핑몰 또한 규모가 있어 미국 내 식품 거래 온라인 쇼핑몰 2위에 자리하며 온라인 주문 픽업 서비스와 배송 서비스를 제공함

17) 사진자료: 월마트(Walmart) 홈페이지 (www.walmart.com)



가격 1.29달러
(약 1,462원)

용량 500ml

포장 플라스틱병

Q1. 바이어 취급 알로에 음료의 평균 가격은 어느 정도인가요?

저희 매장에서는 B사, 프레쉬 푸드 엔터프라이즈의 500ml 알로에 음료를 1.5-2.5달러(약 1,700-2,834원)에 판매하고 있습니다. 이 제품들과 비교하면 500ml 제품 기준 1.5달러를 넘지 않는 A사 제품의 가격은 꽤 저렴한 편입니다. 하지만 알로에 음료와 같은 과채 주스의 경우 주원료의 함량에 따라 가격이 결정됩니다. A사 제품에 알로에가 얼마나 많이 들어있는지는 모르겠으나, 만약 B사나 프레쉬 푸드 엔터프라이즈의 함유량보다 많다면 저렴하다고 볼 수 있겠습니다.

Q2. 현지 소비자들이 선호하는 알로에 음료의 용량은 얼마인가요?

알로에 음료 외에도 다른 음료 제품들도 500ml 용량으로 판매하는 것이 일반적이기 때문에 크게 문제는 없을 것으로 보입니다. 오히려 500ml보다 작은 용량을 출시하는 것보다 1.5L 제품의 용량을 늘리는 방법을 추천합니다. 현지 소비자들은 마트에 갈 때 자가용으로 이동하는 경우가 많아 128온스(약 3.79L)의 무겁고 큰 용량도 구매에 문제가 되지 않습니다.

Q3. 바이어의 A사 제품 포장 디자인에 대한 생각은 어떤가요?

몇 가지 제품을 제외한 대부분의 알로에 음료는 A사와 유사하게 초록색 플라스틱병을 사용합니다. 하지만 프레쉬 푸드 엔터프라이즈의 알로(Alo) 제품의 경우 짙은 초록색이 아닌 흰색, 연두색을 위주로 트렌디한 디자인을 사용하고 있습니다. 초록색 병이 많은 알로에 음료 중에서 다른 포장 디자인을 사용하여 눈에 띄기 때문에 판매량이 많은 것 같습니다.

Q4. 현지 소비자들이 선호하는 알로에 음료의 맛은 무엇인가요?

현지 매장에는 다양한 과일이나 채소 맛이 더해진 알로에 음료가 판매되고 있습니다. 오리지널 맛 제품이 가장 인기 있지만, 맛이 더해진 알로에 음료도 많이 판매되며 특히 파인애플이나 망고가 가장 인기가 많습니다.

Q5. 알로에 음료 내 알로에 알갱이에 대한 현지 소비자들의 생각은 어떤가요?

알갱이 여부보다 중요한 것은 얼마나 음료와 함께 쉽게 마실 수 있는가입니다. 시장 내 대부분 제품에 알갱이가 들어있지만, 알갱이의 주원료에 따라 식감이나 음용성이 달라집니다. 우수한 품질의 알로에 알갱이는 음료를 마실 때 같이 나와서 쉽게 먹을 수 있습니다. 하지만 알갱이가 무거워서 병 바닥에 깔려있으면 먹기 쉽지 않을 뿐만 아니라 식감 또한 떨어집니다. 따라서 알로에 알갱이(젤)를 잘 가공하여 음용성을 높이는 것이 중요합니다.

Q6. 알로에 음료에 대한 현지 소비자들의 전반적인 인식은 어떤가요?

현지 소비자들은 알로에 음료를 몸을 가볍게 하고 상쾌함을 주는 음료라고 생각합니다. 따라서 더 적은 인공원료와 첨가물을 사용했을 거라 생각하고, 실제로 적게 들어있는 제품들을 많이 구매합니다. 그래서 제품 포장 겉면에 섭취량 당 열량이나 제로 칼로리를 명시하는 제품들도 많습니다.

Interview ② 더 비타민 쇼피 (The Vitamin Shoppe)

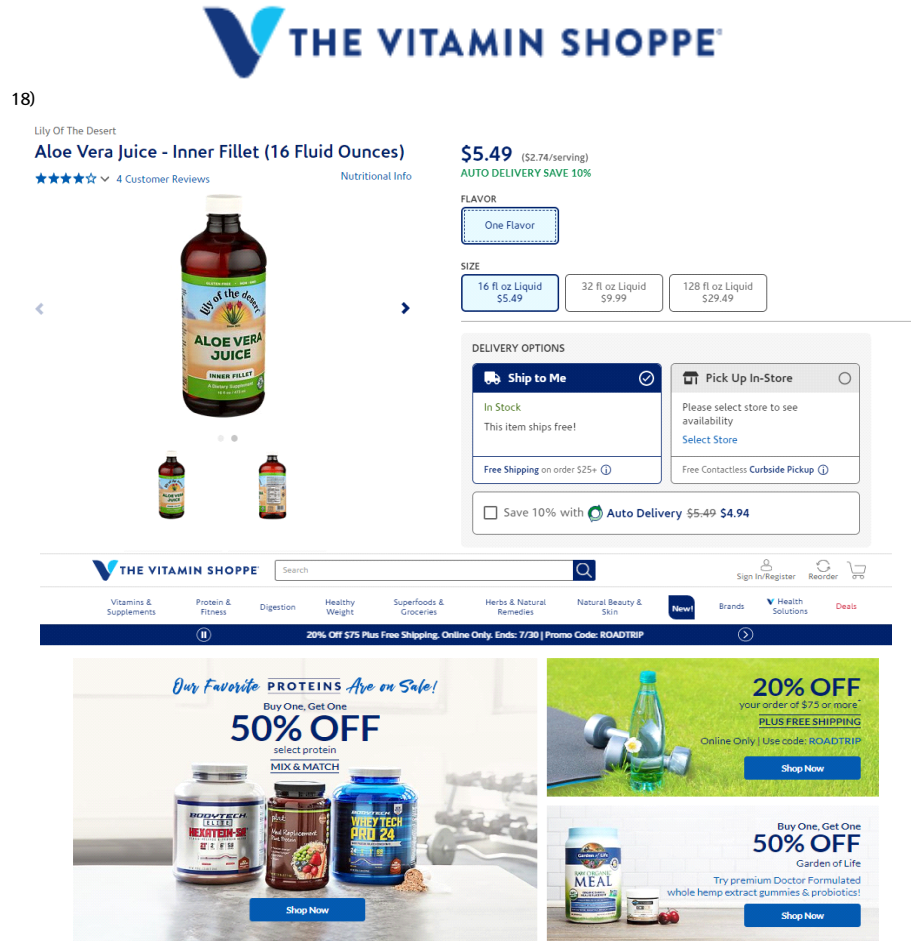
더 비타민 쇼피 (The Vitamin Shoppe)

전문가 소속

더 비타민 쇼피
(The Vitamin Shoppe)
건강기능식품 전문 수입·유통업체

전문가 정보

Ms. Guglielmetti
(Marketing Manager)



더 비타민 쇼피(The Vitamin Shoppe) Marketing Manager, Ms. Guglielmetti

더 비타민 쇼피는 1977년대에 설립된 소매업체로, 비타민, 단백질 보충제, 피트니스, 슈퍼푸드, 식료품, 허브, 네추럴 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

18) 사진자료: 더 비타민 쇼피(The Vitamin Shoppe) 홈페이지 (www.vitaminshoppe.com)



가격	1.29달러 (약 1,462원)
----	----------------------

용량	500ml
----	-------

포장	플라스틱병
----	-------

Q1. 바이어 취급 알로에 음료의 평균 가격은 어느 정도인가요?

현재 취급하고 있는 알로에 음료 제품은 건강기능향상을 주목적으로 하는 제품으로 일반 음료인 A사 제품과는 달라 정확한 비교가 가능할지는 잘 모르겠습니다. 저희 매장의 제품은 릴리 오브 데저트(Lily of the Desert)의 제품으로 16온스(473ml)에 5.49달러(약 6,222원)정도이니 단순히 가격만 비교한다면 A사 제품이 훨씬 저렴합니다. 그러나 A사 제품과 달리 이 제품은 건강 기능 향상을 목적으로 하는 음료이고, 알로에 함유량이 약 99%입니다. 일반 음료인 A사의 알로에 함유량은 이보다는 낮을 것이고, 이를 고려한다면 크게 저렴한 건 아닌 것 같습니다.

Q2. 현지 소비자들이 선호하는 알로에 음료의 용량은 얼마인가요?

어느 나라나 다 비슷하겠지만, 미국 시장에서도 16-32온스(약 500ml-1,000ml)의 포장이 가장 일반적입니다. 일부 제품은 128온스(약 3.79L)으로 큰 용량 제품도 출시되었지만, 굳이 더 큰 용량 혹은 작은 용량으로 생산할 필요는 없을 것 같습니다.

Q3. 바이어의 A사 제품 포장 디자인에 대한 생각은 어떤가요?

A사 제품의 포장 디자인은 시장에 유통되는 다른 알로에 음료와 거의 유사합니다. 따라서 포장 디자인에 조금만 변화를 주더라도 눈에 띌 수 있습니다. 병의 색이나 라벨을 바꾸는 것만으로도 충분합니다.

Q4. 현지 소비자들이 선호하는 알로에 음료의 맛은 무엇인가요?

맛의 다양화가 판매량을 증가시킬 수는 있지만, 제품의 본질적인 맛을 바꾸어서는 안 된다고 생각합니다. 단조로움을 덜기 위해 알로에 베라에 약간의 다른 맛이 가미되는 건 괜찮지만, 본연의 맛을 가려버린다면 알로에 음료가 아닐뿐더러 소비자들이 선호하지 않습니다.

Q5. 알로에 음료에 대한 현지 소비자들의 전반적인 인식은 어떤가요?

미국에서는 알로에 음료(혹은 농축액)를 건강기능식품이나 일반 음료 두 목적으로 섭취하지만, 일반 음료도 다른 탄산음료에 비해 건강한 음료라는 인식이 강합니다. 따라서 무설탕, 무지방, 무인공향료인 제품이 많고, 저열량 제품이라 홍보하는 때도 많습니다. 요즘 인기 있는 클렌즈 주스(Cleanse Juice)에 알로에를 넣은 제품도 많은 것으로 알고 있습니다.

Interview ③ 에이치마트 (H-Mart)

●
에이치마트 (H-Mart)

전문가 소속

에이치마트 (H-Mart)
한국 제품 전문 수입·유통업체

전문가 정보

Ms. Cho
(Marketing Manager)



19)

Drinks

Items 1-48 of 103 Show 48 per page

Sort By Bestseller

Product Name	Price	Rating
Maxim Mocha Gold Mild Coffee Mix 0.42oz(12g) 100 Sticks	\$18.99 \$19.99	★★★★★
Namyang French Cafe Coffee Mix 0.38oz(10.9g) 100 Sticks	\$17.99	★★★★★
Hairoreum Aloe Vera Original 16.9oz(500ml)	\$2.49	★★★★★
HAI0 Honey Citron Tea 2.2lb(1kg)	\$7.99 \$8.99	★★★★★



Aloe Vera Original 16.9oz(500ml)

★★★★★
\$2.49

QTY

< 1 >

Add to Cart

Add to Wish List

에이치마트(H-Mart) Marketing Manager, Ms. Cho

에이치마트는 1982년 설립된 미국의 한인마트 체인으로, 미국 전역에 97개의 매장을 운영하고 있음. 저렴한 가격에 제품을 판매하는 다른 한인마트들과 달리 고급 한국 제품을 비교적 높은 가격에 판매함. 현지 거주 한국인 뿐만 아니라 다양한 사람들이 방문하며, 온라인 쇼핑몰을 운영하기도 함

19) 사진자료: 에이치마트(H-Mart) 홈페이지 (www.hmart.com)



가격 1.29달러
(약 1,462원)

용량 500ml

포장 플라스틱병

Q1. 바이어 취급 알로에 음료의 평균 가격은 어느 정도인가요?

현재 저희 매장에서는 한국산 제품인 H사의 알로에 음료를 500ml 기준 2.49달러(약 2,822원)에 판매하고 있습니다. 이 제품과 가격만을 비교한다면 500ml 기준 1.29달러(약 1,462원)인 A사 제품은 약 절반 정도로 저렴한 편입니다. 하지만 대형 유통 체인인 크로거(Kroger) 자체상표 상품의 경우 500ml에 1달러 이하(0.99달러/약 1,122원)로 판매한다고 알고 있습니다.

Q2. 현지 소비자들이 선호하는 알로에 음료의 용량은 얼마인가요?

A사 제품이 현재 판매하고 있는 두 가지 용량에는 큰 문제가 없어 보입니다. 500ml 제품은 휴대용으로, 1.5L 제품은 가정용으로 적합합니다. 1.5L보다 더 큰 용량으로 판매하는 주스도 있으나 알로에 음료는 아직 오렌지나 레몬, 포도, 사과처럼 대중적인 음료는 아니기에 1.5L로도 충분할 것입니다.

Q3. 바이어의 A사 제품 포장 디자인에 대한 생각은 어떤가요?

특별히 선호하는 포장 형태가 있는지는 잘 모르겠으나, 유명 알로에 음료가 초록색 플라스틱병에 포장하기 때문에 대부분 이와 비슷하게 생산하는 것 같습니다. 알로에라는 주원료를 잘 보여주는 하지만 특색이 없어 제품 간의 차이를 알아볼 수 없는 게 아쉽습니다.

Q4. 현지 소비자들이 선호하는 알로에 음료의 맛은 무엇인가요?

과채 주스의 특성상 제품 차별화를 하기 힘들데 이 경우 다른 과일 또는 채소와 섞은 다양한 맛이 차별 요소가 됩니다. 이러한 다양한 맛의 제품은 소비자들이 이탈하지 않도록 도와줍니다.

Q5. 알로에 음료 내 알갱이에 대한 현지 소비자들의 생각은 어떤가요?

알로에 음료 내 알갱이의 여부는 전적으로 개인의 취향에 따른 것이지만, 시장 내 제품 대부분에는 알갱이가 들어있습니다. 알갱이를 싫어하는 소비자는 애초에 알로에 음료를 구매하지 않기 때문에 큰 문제는 없을 것으로 보입니다. 다만 알갱이가 너무 크거나 무겁다면 마시기 어려워서 음료와 함께 쉽게 마실 수 있는 알갱이를 사용하는 것이 중요합니다. 또 현지 소비자들은 대부분 알로에 음료를 소화기나 식단 조절에 도움이 되는 건강 음료라 생각하는 경향이 있습니다.

Interview ④ 스프라우트 파머스 마켓 (Sprouts Farmers Market)

스프라우트 파머스 마켓 (Sprouts Farmers Market)

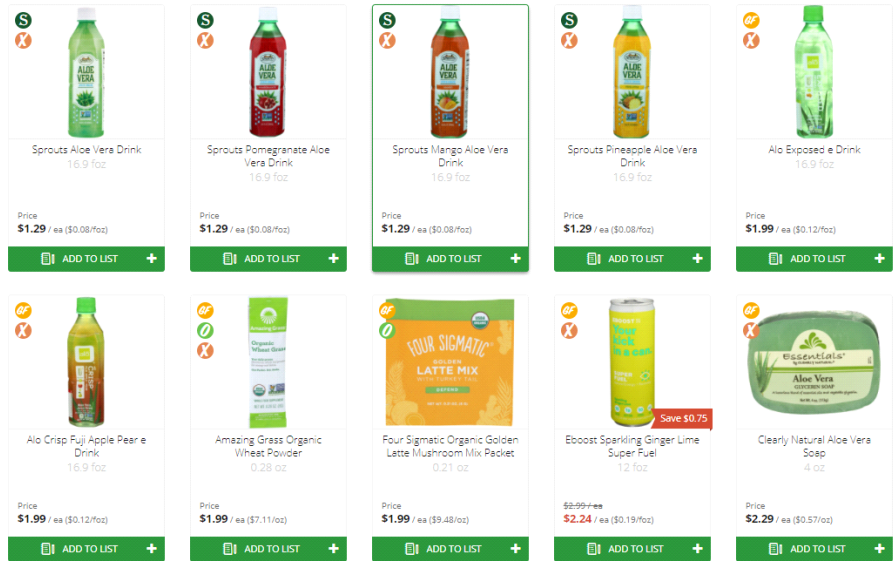
전문가 소속

스프라우트 파머스 마켓
(Sprouts Farmers Market)
유기농 제품 전문 수입·유통업체

전문가 정보

Mr. Goey
(Sales Manager)

20)



스프라우트 파머스 마켓(Sprouts Farmers Market) Sales Manager, Mr. Goey

스프라우트 파머스 마켓은 1943년에 설립된 슈퍼마켓 체인으로 본사는 미국 아리조나에 위치, 미국 전역에 약 300여개 매장을 운영함. 건강과 웰빙 트렌드에 맞춘 신선 식품을 비롯해 건강식품 등 다양한 상품을 판매하는 유기농 매장으로 유명함. 주로 유기농 인증, Non-GMOs 인증을 취득한 제품을 판매하며, 다양한 비타민, 의약품도 취급함

20) 사진자료: 스프라우트 파머스 마켓(Sprouts Farmers Market) 홈페이지 (www.sprouts.com)



가격	1.29달러 (약 1,462원)
----	----------------------

용량	500ml
----	-------

포장	플라스틱병
----	-------

Q1. 바이어 취급 알로에 음료의 평균 가격은 어느 정도인가요?

저희는 알로에를 주원료로 하는 다양한 제품을 판매하고는 있지만, 미국에서는 알로에 농축액을 건강보조제로 사용하는 경우가 많아 A사 제품과 유사한 일반 음료인 제품은 많지 않습니다. 이 매장을 기준으로 판매되는 일반 알로에 음료들로는 저희의 자체상표 상품인 스프라우트(Sprouts)나 미국에서 유명한 호주의 프레쉬 푸드 엔터프라이즈의 알로(Alo) 제품이 있습니다. 500ml 용량을 기준으로 자체상표 상품은 1.29달러(약 1,462원), 알로 제품은 2.29달러(약 2,595원)에 판매하고 있습니다. 따라서 가격만을 비교한다면 A사 제품은 저희 자체상표 상품과 같은 가격이니 굉장히 저렴하다고 볼 수 있겠습니다.

Q2. 현지 소비자들이 선호하는 알로에 음료의 용량은 얼마인가요?

500ml보다 작은 350ml이나 450ml 제품을 만드는 것보다 1.5L보다 큰 용량을 출시하는 게 좋을 것 같습니다. 500ml 정도면 휴대하기에 큰 문제가 없는데 오히려 1.5L는 어린아이를 동반한 가정 기준으로 약간 부족한 용량입니다. 현지 매장에서는 오렌지나 포도 음료를 128온스(약 3.79L)로 판매하는 경우가 많습니다.

Q3. 바이어의 A사 제품 포장 디자인에 대한 생각은 어떤가요?

포장 디자인은 소비자들에게 첫인상을 남기기 때문에 중요합니다. 특히 알로에 음료처럼 제품 간에 눈에 띄는 차이가 없는 경우는 더욱 그러합니다. 시장에 판매되는 90% 이상의 알로에 음료가 A사 제품과 같은 디자인을 사용합니다. 짙은 초록색과 '알로에' 문구는 뻥하고 소비자들의 눈을 사로잡지 못합니다. 따라서 제품 차별화를 위한 포장 디자인 개선은 필요할 것으로 보입니다.

Q4. 현지 소비자들이 선호하는 알로에 음료의 맛은 무엇인가요?

저희 매장에는 오리지널 알로에 맛 외에도 파인애플, 망고, 딸기, 레몬, 복숭아 등 다양한 맛이 첨가된 제품이 있습니다. 물론 오리지널 맛 제품의 판매량이 가장 많기는 하지만, 10-30대 젊은 소비자들은 다른 과일 맛이 더해진 제품을 많이 구매하는 경향이 있습니다. 오리지널 맛 외에는 파인애플이나 망고 맛이 더해진 제품이 가장 많이 판매됩니다.

Q5. 알로에 음료 내 알로에 알갱이에 대한 현지 소비자들의 생각은 어떤가요?

알로에 음료 자체가 호불호 갈리는 음료이긴 하지만 알로에 음료를 구매하는 경우 알로에 알갱이가 들어있다고 해서 싫어할 소비자는 많이 없습니다. 현지에서 인기 있는 B사, 이베리아(Iberia), 제이원(Jayone Inc.) 등 또한 알로에 알갱이가 들어있는 제품을 판매하는 브랜드(제조사)입니다.

Q6. 알로에 음료 경쟁사들의 주요 홍보 전략과 채널은 무엇인가요?

저희 매장에서 판매하는 알로에 음료의 제조사들은 별도로 TV 광고를 하진 않고 SNS 플랫폼을 활용한 홍보활동을 진행합니다. 홍보 내용은 제품의 맛, 인증 여부, 알로에 함유량 총 3가지를 중점으로 합니다. 망고나 복숭아처럼 다른 맛이 더해진 경우 첨가된 맛에 대한 설명을 추가합니다. 또 건강음료라는 인식이 강한 만큼 Non-GMOs나 유기농 인증을 취득한 제품이 많고 이를 내세운 광고를 진행하는 예도 있습니다. 혹은 알로에 음료로 얻을 수 있는 소화 기능 개선을 이야기하기도 하지만 광고 규정이 엄격하여 잘 쓰지는 않는 것으로 알고 있습니다.

V. 경쟁력파악(Competitiveness)

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

1. 제품 경쟁력 검증

1) 100ml당 가격

경쟁제품(제조사)

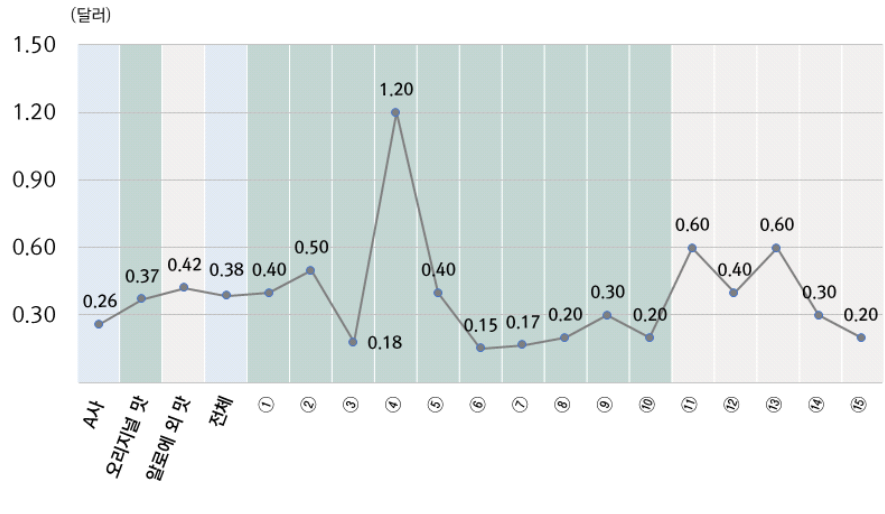
- ① 비바로에 리얼 알로에 베라 후르츠 인퓨전 (코나 커백션)
- ② 알로에 오가닉 (B사)
- ③ 365 에브리데이 밸류 알로에 베라 주스 (홀푸드마켓)
- ④ 클로로피 투 알로에 슈퍼에이드 (솔티)
- ⑤ 알로에 베라 드링크 (D사)
- ⑥ 알로에 베라 드링크 오리지널 (G사)
- ⑦ 사비아 알로에 베라 드링크 (사비아 인터내셔널)
- ⑧ 가야농장 알로에농장 (E사)
- ⑨ 알로에 베라 드링크 (F사)
- ⑩ 알로에 드링크 오리지널 (제이원)
- ⑪ 알로 오가닉 피치 플럼 알로에 베라 주스 (프레쉬 푸드 엔터프라이즈)
- ⑫ 알로 얼루어 망고 망고스틴 알로에 베라 주스 (프레쉬 푸드 엔터프라이즈)
- ⑬ 알로 오가닉 화이트 그레이프 알로에 베라 주스 (프레쉬 푸드 엔터프라이즈)
- ⑭ 멜론맛 요고베라 (C사)
- ⑮ 알로에 드링크 포메그라네이트 플레이버 (제이원)

▶ A사 제품 100ml당 가격, 경쟁제품 평균 대비 비싼 편

500ml 제품 기준²¹⁾, A사 제품의 100ml당 가격은 0.26달러(약 292원)²²⁾로 경쟁제품 15개의 평균 100ml당 가격 0.38달러(약 431원) 대비 약 68% 수준으로 저렴함. 제품 종류별 평균 100ml당 가격은 오리지널 맛 제품이 0.37달러(약 419원), 알로에 외 맛 제품은 0.42달러(약 476원)로 조사됨. 이는 각각 A사 제품의 100ml당 가격의 약 1.4배, 1.6배 수준으로, 100ml당 가격을 기준으로 A사 제품은 경쟁제품들에 비해 굉장히 저렴한 편임

[표 3.1] 미국 알로에 음료 가격 경쟁력 분석

(단위: 달러)



21) A사 제품은 500ml, 1.5L(1,500ml) 두 종류이지만, 미국 현지에서 조사된 경쟁제품 대다수가 500ml 제품이며 바이어 인터뷰에서도 500ml 제품이 더 많이 판매된다고 언급되었기에 500ml 제품을 기준으로 함. 1,500ml 제품의 100ml 당 가격은 0.17달러(약 189원)로 경쟁제품 15개에 비해 약 42% 수준으로 저렴함

22) 1달러 = 1,133.4원 (2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 용량

● 경쟁제품(제조사)

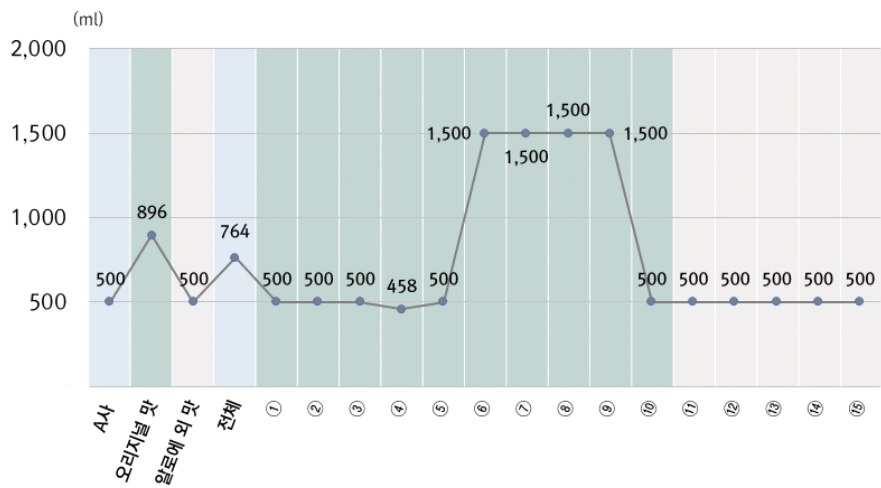
- ① 비바로에 리얼 알로에 베라 후르츠 인퓨전 (코나 커백션)
- ② 알로에 오가닉 (B사)
- ③ 365 에브리데이 밸류 알로에 베라 주스 (홀푸드마켓)
- ④ 클로로피 투 알로에 슈퍼에이드 (솔티)
- ⑤ 알로에 베라 드링크 (D사)
- ⑥ 알로에 베라 드링크 오리지널 (G사)
- ⑦ 사비아 알로에 베라 드링크 (사비아 인터내셔널)
- ⑧ 가야농장 알로에농장 (E사)
- ⑨ 알로에 베라 드링크 (F사)
- ⑩ 알로에 드링크 오리지널 (제이원)
- ⑪ 알로 오가닉 피치 플럼 알로에 베라 주스 (프레쉬 푸드 엔터프라이즈)
- ⑫ 알로 얼루어 망고 망고스틴 알로에 베라 주스 (프레쉬 푸드 엔터프라이즈)
- ⑬ 알로 오가닉 화이트 그레이프 알로에 베라 주스 (프레쉬 푸드 엔터프라이즈)
- ⑭ 멜론맛 요고베라 (C사)
- ⑮ 알로에 드링크 포메그라네이트 플레이버 (제이원)

▶ A사 제품 용량, 경쟁제품 평균 대비 큰 편

A사 제품의 용량은 500ml로 경쟁제품 15개의 용량 평균 764ml 대비 약 65% 수준으로 작음. 제품 종류별 평균 용량을 보면 오리지널 맛 제품은 896ml, 알로에 외 맛 제품이 500ml임. 오리지널 맛 제품의 평균 용량은 A사 제품 용량의 약 1.8배 수준, 알로에 외 맛 제품의 평균은 A사 제품과 동일한 500ml로 확인됨. 이는 조사된 알로에 외 맛 제품 5개 모두 500ml로 포장되어 판매되고 있기 때문이며, 오리지널 맛 제품 10개 중에서도 1,500ml 제품 4개와 458ml 제품 1개를 제외한 5개 제품 모두 500ml 제품임. 알로에 음료 외에도 시장에 유통되는 플라스틱 또는 유리병에 포장된 음료의 경우 대부분 500-1,500ml로 판매되고 있으며, 현지 오프라인 매장에서 1,500ml만 조사된 오리지널 맛 음료 4개 또한 500ml 제품을 판매하고 있는 것으로 조사됨

[표 3.2] 미국 알로에 음료 용량 경쟁력 분석

(단위: g)

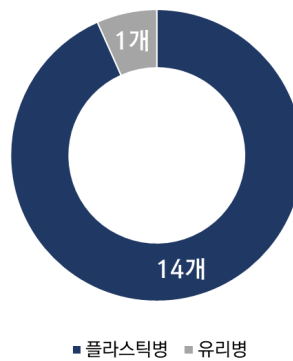


3) 포장 형태

▶ 경쟁제품 15개 중 14개, 플라스틱병으로 포장

미국에서 판매되고 있는 알로에 음료 경쟁제품 15개의 포장 형태를 조사한 결과, 14개 제품이 플라스틱병에 제품을 담아 판매되고 있는 것으로 조사됨. 그 외 1개 제품은 유리병으로 제품을 포장함

[표 3.3] 미국 알로에 음료 제품 포장 형태 경쟁력

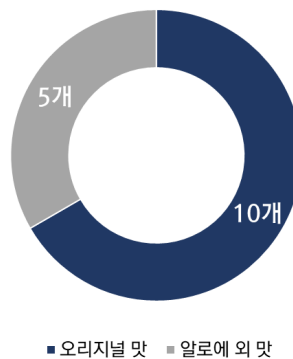


4) 맛

▶ 경쟁제품 15개 중 10개, 오리지널 맛 음료

미국에서 판매되고 있는 알로에 음료 경쟁제품 15개의 포장 형태를 조사한 결과, 알로에 오리지널 맛 제품 10개, 알로에 외 다른 맛을 첨가한 제품 5개가 확인됨. 알로에 외 맛 제품은 추가로 복숭아/자두, 망고/망고스틴, 청포도, 멜론, 석류맛이 나는 제품임

[표 3.4] 미국 알로에 음료 제품 맛 경쟁력



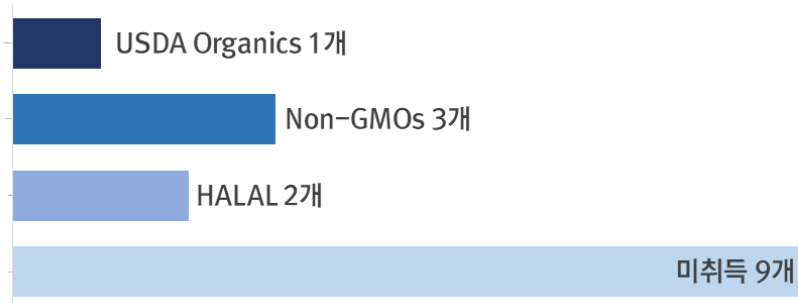
*알로에 외 맛 제품 5개는 각각 복숭아/자두, 망고/망고스틴, 청포도, 멜론, 석류맛을 추가한 제품

5) 인증

▶ 경쟁제품 15개 중 6개, 식품 관련 인증 취득

미국에서 판매되고 있는 알로에 음료 경쟁제품 15개의 인증을 조사한 결과, 6개 제품만이 식품 관련 인증을 취득한 것으로 확인됨. 6개 제품이 취득한 인증의 종류는 USDA Organic, HALAL, Non-GMOs, Certified GF(Gluten Free), U Kasher, BPA-Free로 총 7개임. 6개 제품 중 3개 제품은 2개 이상의 인증을 중복으로 취득함

[표 3.5] 미국 알로에 음료 제품 인증 경쟁력 분석

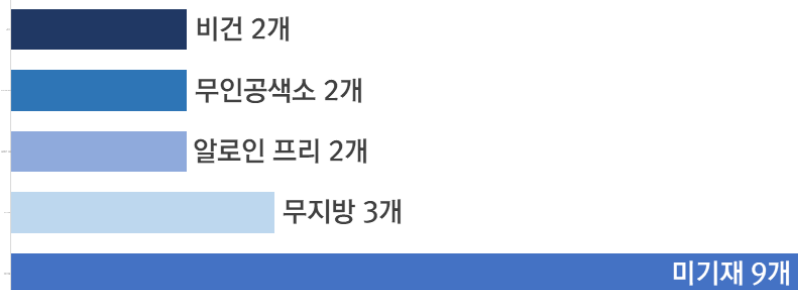


6) 기타 표기사항

▶ 경쟁제품 15개 중 6개, 식품 관련 기타 표기사항 기재

미국에서 판매되고 있는 알로에 음료 경쟁제품 15개 중 6개는 식품 관련 기타 표기사항을 제품 표면에 기재한 것으로 확인됨. 6개 제품이 기재한 관련 기타 표기사항은 무젤라틴, 무인공색소, 무프럭토스, 비건, 무지방, 무보존제, 글루텐 프리²³⁾, 알로인 프리 등 공인인증을 취득하지는 않았으나 식품 섭취에 참고할 수 있는 내용을 포함함

[표 3.6] 미국 알로에 음료 제품 기타 표기사항 경쟁력 분석



23) 공인인증을 받지 않은 글루텐 프리 제품

7) 원료 및 첨가물

▶ 경쟁제품 15개 중 14개, 알로에베라겔 포함

미국에서 판매되고 있는 알로에 음료 경쟁제품 15개의 원료 및 첨가물을 조사한 결과, 14개 제품에 알로에베라겔(혹은 알로에베라농축겔)이 들어있는 것으로 확인됨. 또 상기 14개 제품에는 알로에베라겔 외에도 알로에 알갱이의 식감을 위해 젤란검, 펙틴 등의 증점제²⁴⁾가 사용되었음. 알로에베라겔이 들어있지 않은 1개 제품은 레모네이드와 알로에 음료가 더해진 제품으로 별도로 알로에겔과 증점제가 들어있지 않음

[표 3.7] 미국 알로에 음료 제품 원료 및 첨가물 경쟁력 분석



**알로에베라겔(알로에베라농축겔)이 사용된 14개 제품에는 모두 증점제가 사용되었으며, 펙틴을 사용한 1개 제품을 제외한 13개 제품은 모두 젤란검을 사용함

24) 증점제: 식품의 점성을 높여 식감과 맛의 향상 및 유지를 돕는 성분으로, 구아검, 젤란검, 펙틴 등이 있음

1. 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 요인에 대하여 분석함. 제품 선정 기준은 온라인과 오프라인 매장에서 모두 확인되고, 바이어 인터뷰에서 공통적으로 언급되는 제품을 선정함. 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 : 홀푸드마켓, 본즈, 월마트, 아리랑 슈퍼마켓

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

- (*) 온라인 쇼핑몰 : 3개 온라인 쇼핑몰 중 2개 이상 쇼핑몰에서 판매되는 제품
- (*) 오프라인 매장 : 조사매장 2개 이상에서 판매되고 있는 제품

· 바이어 인터뷰에서 공통적으로 언급되는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹

	알로에 음료	공통 특징 ① 제품 종류	알로에 음료	
	플라스틱병	공통 특징 ② 포장 형태	플라스틱병	
경쟁력 분석 제품 (A사 _ 딸도 알로에 드링크 오리지널)	초록색 플라스틱병	벤치마킹 ▶ 포장 디자인	제품의 맛별로 다양화한 트렌디한 디자인	현지 벤치마킹 인기 제품 (프레쉬 푸드 엔터프라이즈 _ 알로 얼루어 망고 망고스틴 알로에 베라 주스)
‘초록색 플라스틱병에 담긴 오리지널 알로에 맛 음료’	알로에 오리지널 맛	벤치마킹 ▶ 맛	알로에 맛 외에도 다양한 과일맛 첨가	‘알로에 외 다른 맛을 첨가한 알로에 음료, 트렌디한 포장 디자인’

2) 벤치마킹 제품 분석

- 포장 디자인

▶ 벤치마킹 제품, 제품의 맛에 따라 다양화한 트렌디한 디자인 사용

시장에 유통되는 대다수의 알로에 음료는 A사와 같은 초록색 플라스틱병을 포장재로 사용함. 색상과 문구가 유사하기 때문에 제품 간의 차이를 인식하기 어려운 단점이 있음. 벤치마킹 제품은 알로에 음료에 다양한 맛을 더한 제품을 판매하는데 각 맛에 따라 포장 겉면 문구와 색을 바꾸어 소비자들의 눈길을 사로잡고 있음

[표 3.8] 미국 알로에 음료 인기제품, 포장 디자인 인터뷰 분석

(인터뷰) 대부분의 알로에 음료는 A사와 유사한 포장 디자인을 사용합니다. 알로에를 상징하는 초록색을 사용하는 것이 일반적입니다. 프레쉬 푸드 엔터프라이즈의 알로(Alo) 제품의 경우 짙은 초록색이 아닌 흰색, 연두색을 위주로 트렌디한 디자인을 사용하고 있습니다. 초록색 병이 많은 알로에 음료 중에서 다른 포장 디자인을 사용하여 눈에 띄기 때문에 판매량이 많은 것 같습니다.

- Ms. Kerria (월마트, 세일즈 매니저) -

3) 벤치마킹 제품 분석

- 맛

▶ 벤치마킹 제품, 오리지널 알로에 맛 외에도 다양한 맛을 첨가한 제품

알로에 음료이니만큼 알로에 본연의 맛을 살린 오리지널 맛 제품의 판매량이 가장 많음. 하지만 알로에 음료가 제품 간 차이가 크지 않은 만큼 새로운 맛을 더한 제품도 많이 판매됨. 특히 파인애플, 망고 등 이국적인 과일 맛을 더한 제품이 젊은 소비자들에게 인기있음

[표 3.9] 미국 알로에 음료 인기제품, 맛 인터뷰 분석

(인터뷰) 저희 매장에는 오리지널 알로에 맛 외에도 파인애플, 망고, 딸기, 레몬, 복숭아 등 다양한 맛이 첨가된 제품이 있습니다. 물론 오리지널 맛 제품의 판매량이 가장 많기는 하지만, 10-30대 젊은 소비자들은 다른 과일 맛이 더해진 제품을 더 많이 구매하는 경향이 있습니다. 오리지널 맛 외에는 파인애플이나 망고 맛이 더해진 제품이 가장 많이 판매됩니다.

- Mr. Goey (스프라우트 파머스 마켓, 세일즈 매니저) -

3. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ **경쟁기업 4개사 모두 미국 오프라인 매장 진출, 3개사 온라인 매장 진출**

미국에 진출한 경쟁기업 4개사 모두 오프라인 매장에 진출한 것으로 확인됨. 하지만 조사한 오프라인 매장에 모두 진출한 경쟁기업은 없음. 선정된 4개사 중 B사와 프레쉬 푸드 엔터프라이즈는 유기농 제품을 위주로 판매하는 홀푸드마켓과 월마트에 동시에 입점해 있음. 아리랑 슈퍼마켓에는 C사와 제이원이 입점하여 제품을 유통하고 있음. 온라인 채널로는 타겟을 제외한 아마존과 월마트에 C사를 제외한 3개사가 모두 진출한 것으로 조사됨. 반면, 선정된 경쟁기업 4개사 모두 자사 홈페이지를 판매 채널로 활용하지는 않는 것으로 조사됨

[표 3.10] 미국 알로에 음료 제조 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인			온라인			
	홀푸드마켓	본즈	월마트	아리랑슈퍼마켓	아마존	월마트	타겟
B사	○		○		○	○	
프레쉬 푸드 엔터프라이즈	○		○		○	○	
C사				○			
제이원				○	○	○	

2) 홍보채널

▶ **경쟁기업 4개사 자사 홈페이지와 현지 SNS 플랫폼 홍보채널 활용**

경쟁기업 4개사 모두 영어로 된 글로벌 자사 홈페이지를 통해 회사 및 제품 홍보를 진행하고 있는 것으로 조사됨. B사는 글로벌 홈페이지 외에도 한국어로 된 국내 홈페이지도 운영하지만 제품 홍보보다는 회사와 OEM/ODM 제조 시설을 홍보하는 목적임. 미국에서 SNS 플랫폼을 통한 제품 홍보활동은 페이스북을 중심으로 이루어지고 있는 것으로 조사됨. 프레쉬 푸드 엔터프라이즈를 제외한 3개사는 페이스북 외에도 인스타그램, 유튜브, 트위터 중 2개 SNS 플랫폼을 활용하여 자사 제품을 홍보하고 있는 것으로 확인됨

[표 3.11] 미국 알로에 음료 제조 경쟁기업 홍보채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지	SNS 플랫폼			
		페이스북	인스타그램	유튜브	트위터
B사	○	○		○	○
프레쉬 푸드 엔터프라이즈	○	○			
C사	○	○	○	○	
제이원	○	○	○		○

3) 홍보문구

▶ 경쟁기업, 제품의 '맛', '원료' 강조하여 경쟁제품 홍보

미국에 진출한 경쟁기업 4개사는 주로 경쟁제품의 '맛'과 '원료'를 강조한 키워드를 사용하여 경쟁제품을 홍보하고 있음. 제품의 맛을 강조한 문구로는 '맛있고 식감이 좋은 알로에 음료', '달콤하고 상큼한' 등을 많이 사용함. 제품의 원료를 강조한 문구로는 '유기농 알로에로 만든', '유기농 사탕수수 설탕으로 맛있게' 등의 문구를 활용하는 것으로 확인됨. 이 외에도 제품의 특징을 강조하는 '세계 1위 알로에 음료', '다양하게 활용할 수 있는' 등의 문구를 사용하기도 함

[표 3.12] 미국 알로에 음료 경쟁기업 홍보문구 분석



VI. 시장진출제언(Export Insights)

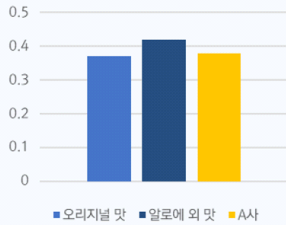
VI. Export Insights



가격(달러/100ml당)

A사 0.26달러
오리지널 맛 0.37달러
알로에 외 맛 0.42달러

A사 제품 100ml당 가격
경쟁제품 대비 저렴함



현지에서 조사된 알로에 음료는 크게 오리지널 알로에 맛(이하 오리지널 맛) 제품과 알로에 외 파인애플, 망고, 복숭아 등 다른 과일 또는 채소 맛이 첨가된 알로에 외 맛 제품으로 분류됨. 조사한 경쟁제품 15개의 평균 100ml당 가격은 0.38달러(약 431원)로 A사 제품의 100ml 가격보다 비싸고, A사 제품과 같은 종류인 오리지널 맛 제품 또한 평균 0.37달러(약 419원)로 A사 제품보다 약 1.4배 가량 높은 것으로 확인됨. 그 외 알로에 외 맛 제품의 평균은 0.42달러(약 476원)로 조사됨

용량(ml)

A사 제품 용량
500ml와 1.5L 두 종류

A사 제품 용량(500ml) 기준
경쟁제품보다 적지만
일반적인 용량 수준

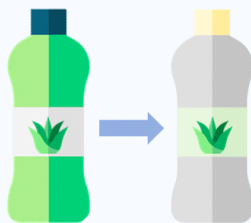


현지 경쟁제품 15개의 한 병당 평균 용량은 764ml, 오리지널 맛 제품 10개의 평균 용량은 896ml로 A사 제품(기준)보다 크지만, 알로에 외 맛 제품 5개의 평균 용량은 A사 제품과 같은 500ml로 조사됨. 하지만 오리지널 맛 제품 10개 중 4개 제품은 1,500ml를 기준으로 조사되었고, 이 4개 제품 또한 500ml 제품을 판매하고 있는 것으로 확인됨. 따라서 현지에서 조사된 알로에 음료는 1개 제품(458ml)를 제외하면 모두 500ml 용량으로 A사 제품의 용량과 같음
바이어 인터뷰에 따르면 A사는 현재 500ml와 1.5L 두 종류의 용량은 현지에 유통되는 음료들과 비슷한 수준으로 500ml보다 작은 용량을 출시할 필요는 없다고 함. 다만 다른 과채 주스의 경우 가정용으로 128온스(약 3.79L) 제품도 판매하고 있어, 만약 A사가 제품 용량 종류를 늘리고자 한다면 1.5L보다는 큰 가정용 제품을 출시할 것을 추천함

포장 형태/디자인

초록색 플라스틱병

경쟁제품 대부분
초록색 플라스틱병으로 포장



바이어 인터뷰에 따르면, 현지에서 시장에 판매되는 알로에 음료 대다수는 A사 제품과 같이 짙은 초록색 플라스틱병에 '알로에' 문구를 기재한 포장 디자인을 사용한다고 함. 실제로 오리지널 맛 경쟁제품 10개 중 7개 제품이 A사와 유사하게 짙은 초록색 플라스틱병으로 포장되어 있음. 이러한 디자인은 '알로에'라는 제품의 주원료를 직관적으로 보여주는 하지만, 제품 간 구별이 어렵다는 단점이 있음. 소비자들의 눈을 사로잡기 위한 제품 차별화의 요소로 포장 디자인 개선은 필요한 것으로 보임



원료 및 첨가물과 맛

알로에 알갱이가 들어있는 오리지널 맛 알로에 음료

알로에 알갱이가 들어있는 알로에 음료, 별도 맛이 첨가된 제품도 인기



조사 결과, 알로에 음료를 구매하는 현지 소비자들은 알로에 알갱이에 대해 큰 거부감을 느끼지 않는 것으로 확인됨. 알갱이 유무보다는 얼마나 쉽게 마실 수 있는지를 더 중요하게 생각함. 지나치게 크거나 딱딱한 것보다는 음료와 함께 마시기 쉬운 얇은 알로에 알갱이를 선호함
바이어 인터뷰에 따르면 현지 소비자들은 A사 제품과 같은 오리지널 맛 제품을 가장 선호하지만, 젊은 소비자들을 중심으로 알로에 외 별도 맛이 첨가된 제품도 많이 판매된다고 함. 제품 디자인 변경과 함께 제품 차별화의 요소로 맛을 추가할 것을 추천함

홍보문구

맛과 원료 강조

경쟁기업, 맛과 원료를 강조하여 홍보문구를 기재함

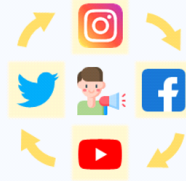


경쟁기업은 제품의 맛과 원료를 강조하여 제품을 홍보함. 제품의 맛을 강조하는 경우, '달콤하고 상큼한', '맛있고 식감이 좋은 알로에 음료' 등 음용 시 느낄 수 있는 맛과 식감에 대한 설명을 사용함. 제품 원료의 경우 '유기농 알로에로 만든', '유기농 사탕수수 설탕으로 맛있게' 등 우수한 원료 및 첨가물에 대해 강조하는 문구를 사용함. 알로에 음료가 건강 음료라는 인식이 강한 만큼 유기농 인증과 같은 식품 인증을 취득했음을 나타내는 'Non-GMOs, 비건, 글루텐 프리 제품' 등의 문구를 표기하는 경우도 있음

마케팅

홍보채널: SNS 채널

경쟁기업, 자사 홈페이지 및 SNS 채널을 운영하지만 활발하지 않음



경쟁기업 4개사 모두 자사 홈페이지를 통해 회사 및 제품을 홍보하고 있으나, 미국의 주요 SNS 플랫폼인 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터를 모두 활용하는 기업은 없는 것으로 확인됨. 페이스북은 4개사 모두가 계정은 있으나, 한 달에 2건 미만으로 올리는 등 활발하게 운영되지 않음. 특히 알로에 음료에 대한 홍보는 거의 없는 것으로 조사됨



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지(www.euromonitor.com)

■ 참고 사이트

1. 미국 센서스(Census) 홈페이지 (www.census.gov)
2. 홀푸드마켓(Whole Foods Market) 홈페이지 (www.wholefoodsmarket.com)
3. 본즈(Vons) 홈페이지 (www.vons.com)
4. 월마트(Walmart) 홈페이지 (www.corporate.walmart.com)
5. 아리랑 슈퍼마켓(Arirang Supermarket) 홈페이지 (www.arirangsupermart.com)
6. 프레쉬 푸드 엔터프라이즈(Fresh Food Enterprises) 홈페이지 (freshfood.net.au)
7. 제이원(Jayone) 홈페이지 (www.jayonefoods.com)
8. 더 비타민 쇼피(The Vitamin Shoppe) 홈페이지 (www.vitaminshoppe.com)
9. 에이치마트(H-Mart) 홈페이지 (www.hmart.com)
10. 스프라우트 파머스 마켓(Sprouts Farmers Market) 홈페이지 (www.sprouts.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.11.27

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 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea