



2020

해외시장 맞춤조사

No. | 202011-13

품목 | 즉석 떡볶이(Instant Tteokbokki)

국가 | 미국(U.S.A)

구분 | 경쟁력분석형

Contents

I. 요약(Summary)	3
II. 경쟁제품(Competitive Product)	
1. 미국 즉석 떡볶이 경쟁제품 선정	10
2. 미국 즉석 떡볶이 경쟁제품 조사지표 선정	14
3. 미국 즉석 떡볶이 경쟁제품 포지셔닝	17
4. 미국 즉석 떡볶이 경쟁제품 현지 조사 결과	18
III. 경쟁기업(Competitor)	
1. 미국 즉석 떡볶이 경쟁기업 선정	33
2. 미국 즉석 떡볶이 경쟁기업 현황	34
3. 미국 즉석 떡볶이 경쟁기업 세부정보	36
IV. 바이어 인터뷰(Buyer Interview)	
Interview ① 에이치마트(H-Mart)	41
Interview ② 시온마켓(Zion Market)	43
Interview ③ 에스에프마트(SFMart)	45
Interview ④ 코코얌(CoKoYam)	47
V. 경쟁력파악(Competitiveness)	
1. 제품 경쟁력 검증	50
2. 벤치마킹 제품 분석	54
3. 기업 마케팅 벤치마킹	56
VI. 시장진출제언(Export Insights)	58
*참고문헌	61

I. 요약(Summary)


Summary

(요약)

온라인 조사			오프라인 조사		
온라인	아마존(Amazon)	35.6%	오프라인	슈퍼마켓 (아시아마트)	아리랑마트 (Arirang Mart)
	월마트(Walmart)	4.1%		혼합형 소매점	에이치마트 (H-Mart)
					코스트코 (Costco)

조사 지역(미국 캘리포니아)

미국 캘리포니아에 있는 슈퍼마켓 아리랑마트와 에이치마트, 혼합형 소매점 코스트코를 방문함. 아리랑마트는 대표적인 한인 슈퍼마켓으로 다양한 한국산 식품과 소비재를 저렴한 가격에 판매함. 에이치마트는 다른 한인 마트에 비해 가격은 비싼 편이지만, 진열 등 환경이 깔끔하여 외국인들도 한국 음식을 구매할 때 흔히 이용하는 매장임. 코스트코는 미국 창고형 할인매장으로 식품을 포함하여 잡화, 가전 등 각종 상품을 유통함



캘리포니아 (California)

경쟁제품		경쟁기업		
<p>· 미국 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개 조사</p>  <p>미국 현지에서 판매 중인 떡볶이 제품, 모두 한국산 경쟁제품 15개의 원산지, 모두 한국</p> <p>종류별 1회 제공량당 평균 가격, 떡볶이가 라볶이보다 저렴 떡볶이 제품 2.21달러(약 2,404원), 라볶이 제품 2.35달러(약 2,556원)</p>		경쟁기업	국적	대표제품
		M사	한국	즉석 라볶이 (Rapokki)
		E사	한국	추억의 맛 국물떡볶이 (Gungmul Tteok-bokki)
		H사	한국	순살 떡볶이 (Sweet&Spicy Rice Cakes)
		F사	한국	추억의 국민학교 떡볶이

경쟁력파악				진출 제언		
기준(A사)	경쟁력	경쟁제품		기준(A사)	경쟁력	경쟁제품
가격(1회 제공량당) (2.57달러)	●	떡볶이 2.21달러	라볶이 2.35달러	맛 (매콤달콤한 맛)	○	원료 및 첨가물 오리지널, 매운맛, 짜장 맛, 치즈 맛 등 다양
총 중량(g) (120.0g)	●	떡볶이 541g	라볶이 787g	홍보문구	●	특징 제품의 맛, 재료, 편리성 강조
인증 (HACCP)	●	떡볶이 11개 중 4개 제품 HACCP 취득	라볶이 4개 중 1개 제품 HACCP 취득	홍보채널 (자사 홈페이지)	○	홍보 영어 홈페이지 운영하여 홍보

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

Point. 01

- 1) A사 제품, 경쟁제품 평균과 비교하면 1회 제공량당 가격은 비싼 편
- 2) 떡볶이 제품 평균보다 중량이 약 22% 수준으로 작음

Point. 02

- 1) 경쟁사 제품 주로 브랜드와 제품의 맛, 재료, 편리성을 강조하는 홍보문구 기재
- 2) 경쟁사 대부분 영어 홈페이지로 정보 제공, SNS 플랫폼 활용하여 홍보 중

Competitive Product

(경쟁제품)

미국(U.S.A)

즉석 떡볶이 경쟁제품

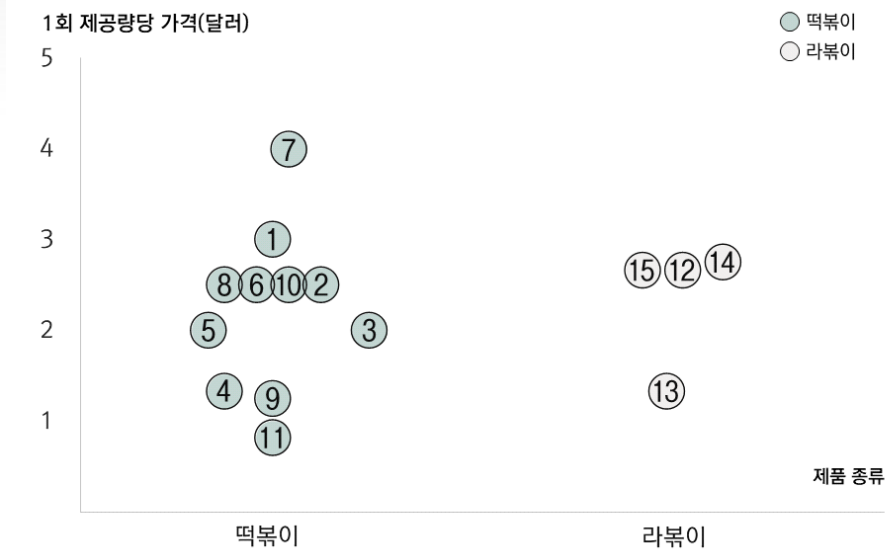
선정 및 포지셔닝

경쟁제품 선정 기준

- 오프라인 인기제품

경쟁제품 포지셔닝 기준

- X축: 제품 종류
- Y축: 1회 제공량당 가격(달러)



미국 (U.S.A)

즉석 떡볶이 경쟁제품 분석

제품 종류	경쟁제품(제조사)	소비자가격 ¹⁾	1회 제공량당 가격	총 중량	원산지	유통기한	맛	인증
떡볶이	① 차칸 떡볶이 (B사)	5.99달러 (6,517원)	3.00달러 (3,259원)	450g	한국	12개월	(-)	(-)
	② 아딸 떡볶이 (C사)	4.99달러 (5,429원)	2.50달러 (2,715원)	480g	한국	24개월	(-)	(-)
	③ 88 서울 국물 떡볶이 (D사)	5.99달러 (6,517원)	2.00달러 (2,172원)	820g	한국	24개월	(-)	(-)
	④ 추억의 맛 국물떡볶이 (E사)	3.99달러 (4,341원)	1.33달러 (1,447원)	420g	한국	12개월	(-)	HACCP
	⑤ 추억의 국민학교 떡볶이 (F사)	5.99달러 (6,517원)	2.00달러 (2,172원)	600g	한국	12개월	매운맛	(-)
	⑥ 미로식당 국물 떡볶이 (G사)	4.99달러 (5,429원)	2.50달러 (2,715원)	460g	한국	18개월	(-)	HACCP
	⑦ 순쌀 떡볶이 (H사)	3.99달러 (4,341원)	3.99달러 (4,341원)	480g	한국	12개월	순한맛	(-)
	⑧ 집에서 엄마가 만들어주는 어묵 떡볶이 (I사)	4.99달러 (5,429원)	2.50달러 (2,715원)	465g	한국	18개월	(-)	(-)
	⑨ 이가네 3대천왕 떡볶이 (J사)	4.99달러 (5,429원)	1.25달러 (1,357원)	440g	한국	12개월	부드러운 매운맛	(-)
	⑩ 뚜기네 분식집 쌀떡볶이 (P사)	4.99달러 (5,429원)	2.50달러 (2,715원)	426g	한국	12개월	매운맛	HACCP
	⑪ 오리지널 반할만떡 (L사)	8.99달러 (9,781원)	0.82달러 (889원)	915g	한국	12개월	(-)	HACCP
라볶이	⑫ 즉석 라볶이 (M사)	7.99달러 (8,693원)	2.66달러 (2,898원)	1,371g	한국	12개월	매운맛	(-)
	⑬ 꼬불꼬불 쫄면+아채 떡볶이 (N사)	3.99달러 (4,341원)	1.33달러 (1,447원)	604g	한국	12개월	(-)	HACCP
	⑭ 88 서울 국물 라볶이 (D사)	5.49달러 (5,973원)	2.75달러 (2,987원)	454g	한국	24개월	(-)	(-)
	⑮ 그때 그맛 국물 떡볶이 쫄면사리 추가 (O사)	7.99달러 (8,693원)	2.66달러 (2,898원)	720g	한국	18개월	순한맛	(-)

(*) 현지 판매 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑물 인기제품

1) 1달러 = 1,088.0원 (2021.01.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

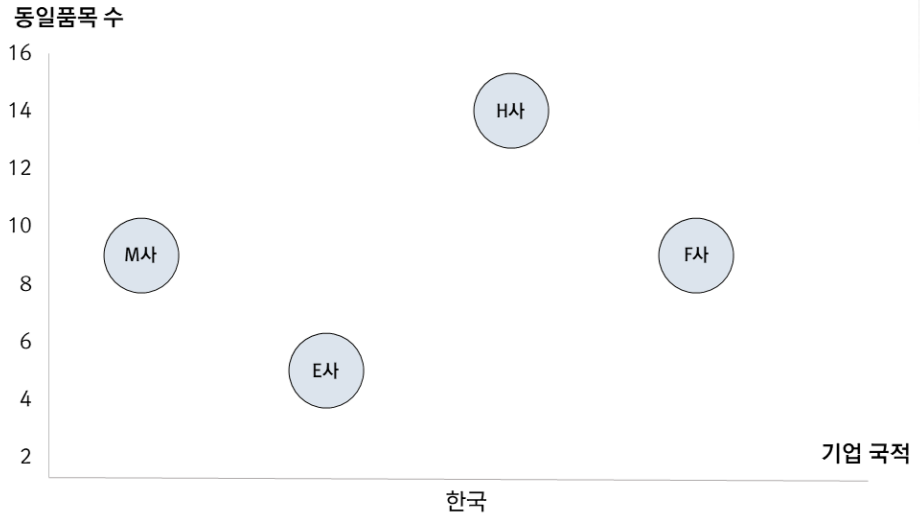
Competitor

(경쟁기업)

미국(U.S.A)
즉석 떡볶이 경쟁기업
선정 및 포지셔닝

경쟁사 선정
· 경쟁제품 기업체

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



미국 (U.S.A) 즉석 떡볶이 경쟁기업 분석

제조사	국적	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	동일 품목 수
M사	한국	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 한입에 썩 쫄깃한 쌀떡에 라면사리로 푸짐하게 맛있게 매운 고추장 소스 간편하게 먹을 수 있는 	9개
E사	한국	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 매콤달콤 소스와 쫄깃한 쌀떡의 조화 튀김, 순대 등과 함께 먹기 좋은 더욱 쫄깃하고 든든한 3분이면 완성 가능한 간편한 제품 추억의 맛 	5개
H사	한국	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 온라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 짧게 조리해도 맛있는 과즙을 넣은 매콤달콤한 소스 쫄깃한 떡과 채소가 어우러지는 신선한 자연 재료가 그대로 담긴 아이와 어른 모두 좋아하는 	14개
F사	한국	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 SNS 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> 꾸준히 사랑받는 추억의 떡볶이 쫄깃한 떡과 매콤달콤 소스 HACCP 시설에서 제조 배고픈 밤 야식 메뉴 아이들과 함께 먹는 간식 	9개

(*) 현지 즉석 떡볶이 판매 경쟁기업 4개사 분석

Buyer Interview

(바이어 인터뷰)

미국(U.S.A)

즉석 떡볶이 인터뷰

대상 바이어 업체 선정

- 인터뷰 대상 기업체 선정
- 식품 수입 · 유통업체 ○
 - 즉석 떡볶이 취급 경험 ○

	에이치마트 (H-Mart)	시온마켓 (Zion Market)	에스에프마트 (SFMart)	코코얌 (CoKoYam)
업체 ▶	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	유통업체	수입 · 유통업체
즉석 떡볶이 ▶ 취급				
	즉석 떡볶이	즉석 떡볶이	즉석 떡볶이	즉석 떡볶이

사진 자료: 에이치마트, 시온마켓, 에스에프마트, 코코얌 제품 판매 페이지

미국(U.S.A)

즉석 떡볶이 바이어 인터뷰

A사	에이치마트 (H-Mart)	시온마켓 (Zion Market)	에스에프마트 (SFMart)	코코얌 (CoKoYam)
	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체	수입 · 유통업체
2.57달러 (약 2,800원) ----- 제품 가격	인지도 가 높은 M사 제품 인기, 120g 중량에 3-4달러가 적당	M사 제품 인기, 온스당 평균 0.7달러	M사 제품 인기, 120g 컵 제품 2-3달러	M사와 Q사 제품이 인기 150-160g 제품의 가격이 3달러
120g ----- 제품 중량	120g 정도의 한 번에 소비 가능한 소포장 선호	한 두 번에 다 먹을 수 있는 4-8온스 또는 가족용으로 즐길 수 있는 대중량 제품	매장에서 가장 잘 팔리는 M사 제품은 1,371g	A사와 비슷한 120-180g 제품도 인기
매콤달콤 ----- 제품 맛	매운맛 과 치즈 가 가미된 맛 선호, 매콤달콤한 맛 보다는 매운맛이 인기	소비자 대부분 한국인이므로 매운맛 선호, 치즈 맛과 닭갈비 맛도 미국인 취향에 부합	닭갈비 와 매콤한 맛 의 조합이 인기, 치즈 맛도 추천	매운맛, 치즈 맛, 닭갈비 맛 수요 높음
홍보 채널	지인 추천 이 대다수, 인지도가 낮은 브랜드의 신규 고객 확보는 오프라인 채널을 추천	인지도가 낮은 제품은 한인 마트 판매가 효과적	지인이나 커뮤니티를 통한 브랜드 추천 이 제품 구매에 영향, 버즈 마케팅 ²⁾ 이 효과적	주요 구매처는 아시안마트 나 한인마트 , 입소문 마케팅 이 효과적

(*) 현지 경쟁제품 취급 바이어 인터뷰 4개사

2) 인적 네트워크를 통해 소비자에게 상품정보를 전달하는 마케팅기법. 소비자들이 자발적으로 메시지를 전달하게 하여 상품에 대한 긍정적인 입소문을 내게 하는 기법으로, 기존 마케팅과 달리 비용이 거의 들지 않지만 엄청난 효과를 내기도 함

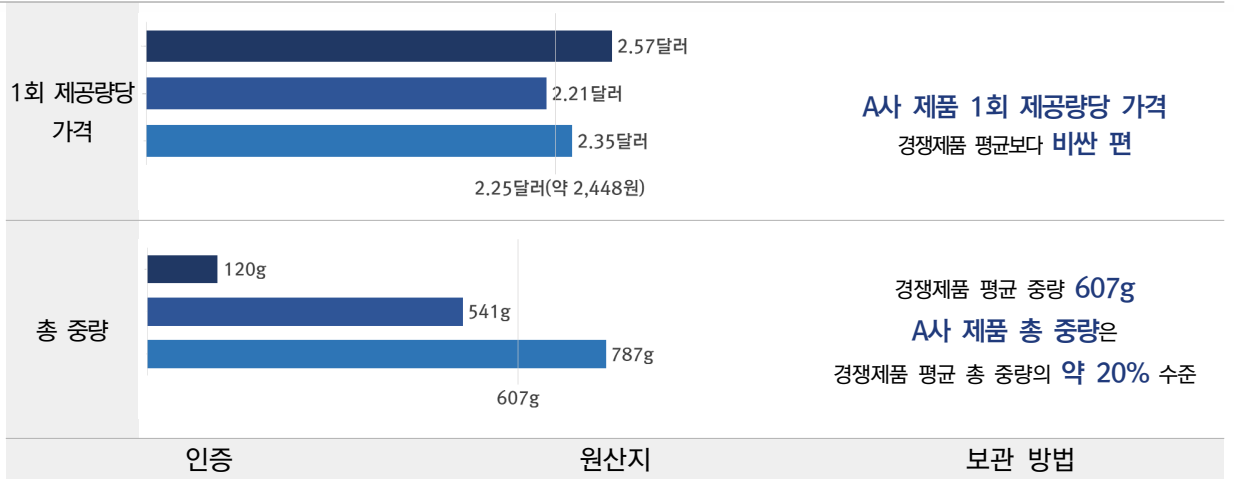
Competitiveness

(경쟁력파악)

미국(U.S.A) - 제품 경쟁력 검증

■ A사 제품 ■ 떡볶이 ■ 라볶이 | 15개 경쟁제품 평균

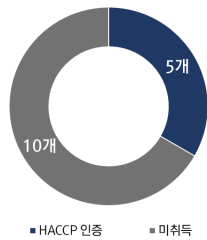
경쟁력 평가 의견



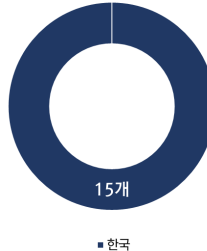
A사 제품 1회 제공량당 가격
경쟁제품 평균보다 **비싼 편**

경쟁제품 평균 중량 607g
A사 제품 총 중량은
경쟁제품 평균 총 중량의 **약 20%** 수준

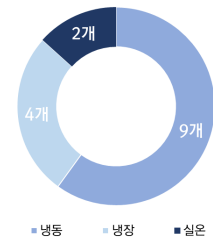
제품
경쟁력



경쟁제품 15개 중 **5개** 제품
HACCP 획득



경쟁제품 모두 **한국산** 제품



경쟁제품 중 **2개** 제품
실온 보관 제품

홍보문구 및 기타 표기사항 관련 키워드



경쟁제품의 홍보문구 및 기타 표기사항으로 **맛**과 **재료** 관련 키워드 다수 언급

마케팅 벤치마킹	경쟁사	진출 채널	홍보채널	홍보문구
		경쟁기업 4개사 모두 미국 오프라인 매장 진출, 온라인 매장에는 미입점	경쟁기업 4개사는 자사 홈페이지 를 제품 홍보 채널로 주로 활용하며, SNS 플랫폼 또한 운영	경쟁기업 4개사는 주로 제품의 '맛', '재료', '편리성' 을 강조한 홍보문구 활용

II. 경쟁제품(Competitive Product)

1. 미국 즉석 떡볶이 경쟁제품 선정
2. 미국 즉석 떡볶이 경쟁제품 조사지표 선정
3. 미국 즉석 떡볶이 경쟁제품 포지셔닝
4. 미국 즉석 떡볶이 경쟁제품 현지 조사 결과

1. 미국 즉석 떡볶이 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

A사 제품 특징



제품명	미미떡볶이 매콤달콤한맛
제품 종류	즉석 떡볶이
총 중량	120g
소비자가격	2.57달러 (약 2,800원)
특징	쫄깃한 떡과 매콤달콤한 소스, 전자레인지 2분 완성

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② A사 개발 예정 제품 분석
 - 제품명 : 미미떡볶이 매콤달콤한맛
 - 제품 종류 : 즉석 떡볶이
 - 총 중량 : 120g
 - 소비자가격 : 2.57달러(약 2,800원)
 - 특징 : 쫄깃한 떡과 매콤달콤한 소스, 전자레인지 2분 완성

Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑물 인기제품 확인



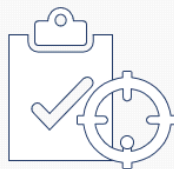
- ① 현지 주요 온라인 쇼핑물(Top 2) 확인
 1. 아마존(Amazon) : 35.6%
 2. 월마트(Walmart) : 4.1%
- ② 주요 온라인 쇼핑물 내 동일 품목 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑물별 Top 10 제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑물 2개 모두에서 확인 : 3개 제품

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 (아시아마트 포함)
- 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) 현지 주요 온라인 쇼핑물 인기제품 확인

● 미국 주요 온라인 쇼핑물 (Top 2)

사이트명	판매 식품 종류
 아마존	가공식품, 유제품, 음료, 신선식품 등
 월마트	가공식품, 스낵, 유제품, 냉동식품 등

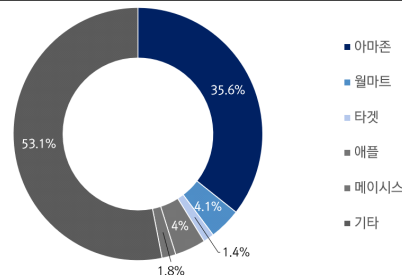
● 미국 주요 온라인 쇼핑물에서 모두 판매 중인 인기 경쟁제품

제품명	제조사
불닭떡볶이	R사
요뽕끼	S사
즉석 라볶이	T사

▶ 미국 온라인 쇼핑물 점유율 상위 2개, 아마존, 월마트

유로모니터에 따르면, 2019년 기준 미국 현지인들이 식품 구매를 위해 이용하는 온라인 쇼핑물 상위 2개는 아마존(Amazon), 월마트(Walmart)로 상위 2개 온라인 쇼핑물의 점유율은 약 39.7%임³⁾⁴⁾

[표 2.1] 미국 온라인 쇼핑물 점유율



자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

▶ 인기 온라인 쇼핑물 모두에 진출한 경쟁제품, 3개

미국 주요 온라인 쇼핑물에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 3개 제품이 2개 온라인 쇼핑물에서 모두 인기 순위 10위 내인 것으로 확인됨

[표 2.2] 미국 주요 온라인 쇼핑물 인기제품(Top 10)

순위	아마존	월마트 ⁵⁾
1	불닭떡볶이 (R사)	불닭떡볶이 (R사)
2	즉석 라볶이 (M사)	즉석 라볶이 (T사)
3	요뽕끼 (S사)	요뽕끼 (S사)
4	즉석 라볶이 (T사)	짜장떡볶이 (M사)
5	요뽕끼 치즈떡볶이 (S사)	88 서울 국물 떡볶이 (D사)
6	치즈떡볶이 (M사)	요뽕끼 짜장떡볶이 (S사)
7	짜장떡볶이 (U사)	요뽕끼 매콤달콤 라볶이 (S사)
8	국물떡볶이 (H사)	(-)
9	매콤달콤 국물라볶이 (V사)	(-)
10	불닭라볶이 (R사)	(-)

2개 온라인 쇼핑물에서 판매

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

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

4) 미국 온라인 쇼핑물 점유율 3위는 타겟(Target)이지만 즉석 떡볶이 제품이 확인되지 않아 대상에서 제외함

5) 월마트 온라인 쇼핑물의 경우, 즉석 떡볶이 제품이 7개만 확인됨

3) 조사 지역 및 오프라인 매장 선정

● 미국 캘리포니아 정보⁶⁾

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

▶ 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 약 75,277달러로 미국 전체 평균인 약 61,937달러에 비해 21.5%가량 높은 수준임

▶ 현지 조사매장으로 슈퍼마켓, 혼합형 소매점 선정

2020년 미국 즉석식품(Ready Meals)⁷⁾의 유통채널별 점유율을 확인한 결과, 하이퍼마켓이 36.8%로 가장 높으며, 슈퍼마켓이 36.3%로 뒤를 이음. 이어서 온라인 쇼핑물 17.0%, 혼합형 소매점 2.5%로 나타남. 이에 유통채널별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사매장을 선정함

● A사 조사 희망 매장

하이퍼마켓
슈퍼마켓
아시안마트
백화점
편의점
온라인 쇼핑물
혼합형 소매점
할인점

[표 2.3] 미국 즉석 떡볶이 주요 유통채널 현황

채널 분류	점유율	주요 매장
하이퍼마켓	36.8%	월마트 슈퍼센터(Walmart Supercenter), 마이어(Meijer), 크로거 마켓플레이스(Kroger Marketplace) 등
슈퍼마켓 (아시안마트 포함)	36.3%	스프라우츠 파머스 마켓(Sprouts Farmers Market), 트레이더 조(Trader Joe's), 월마트(Walmart), 아리랑마트(Arirang Mart), 에이치마트(H-Market) 등
온라인 쇼핑물	17.0%	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 타겟(Target) 등
혼합형 소매점	2.5%	코스트코(Costco), 샘스 클럽(Sam's Club) 등
할인점	2.4%	알디(Aldi), 세이버러트(Save-A-Lot), 그로서리 아울렛(Grocery Outlet) 등

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지⁸⁾

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

7) '즉석 떡볶이'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 즉석식품(Ready Meals)의 정보를 확인함

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

4) 경쟁제품 선정

▶ 경쟁제품 선정 기준 ① 인기제품

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정

(*) 아리랑마트(Arirang Mart), 에이치마트(H-Mart), 코스트코(Costco)

▶ 경쟁제품 선정 기준 ② 제품 종류

- 즉석 떡볶이 제품 중 떡 외 면류 포함 여부에 따라 떡볶이와 라볶이로 분류

- 떡볶이: 즉석 떡볶이 제품 중 면류가 포함되지 않은 제품
- 라볶이: 즉석 떡볶이 제품 중 면류가 포함된 제품

[표 2.4] 미국 즉석 떡볶이 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	떡볶이	라볶이
① 차칸 떡볶이 (B사)	○ (아리랑마트, 에이치마트)		○	
② 아딸 떡볶이 (C사)	○ (아리랑마트)		○	
③ 88 서울 국물 떡볶이 (D사)	○ (아리랑마트, 에이치마트)		○	
④ 추억의 맛 국물떡볶이 (E사)	○ (아리랑마트, 에이치마트)		○	
⑤ 추억의 국민학교 떡볶이 (F사)	○ (아리랑마트, 에이치마트)		○	
⑥ 미로식당 국물 떡볶이 (G사)	○ (아리랑마트)		○	
⑦ 순살 떡볶이 (H사)	○ (아리랑마트, 에이치마트)		○	
⑧ 집에서 엄마가 만들어주는 어묵 떡볶이 (I사)	○ (아리랑마트, 에이치마트)		○	
⑨ 이가네 3대천왕 떡볶이 (J사)	○ (에이치마트)		○	
⑩ 뚜기네 분식집 쌀떡볶이 (P사)	○ (에이치마트)		○	
⑪ 오리지널 반할만떡 (L사)	○ (에이치마트)		○	
⑫ 즉석 라볶이 (M사)	○ (코스트코)	○ (아마존)		○
⑬ 꼬불꼬불 쫄면+아채 떡볶이 (N사)	○ (아리랑마트, 에이치마트)			○
⑭ 88 서울 국물 라볶이 (D사)	○ (아리랑마트, 에이치마트)			○
⑮ 그때 그맛 국물 떡볶이 쫄면사리 추가 (O사)	○ (아리랑마트, 에이치마트)			○

(*) 현지 판매 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개 분석

2. 미국 즉석 떡볶이 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 조사지표 ① 가격

- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 소비자가격
- 오프라인 채널에서 판매되는 제품의 1회 제공량당 가격

▶ 조사지표 ② 중량

- 제품의 총 중량(g)
- 제품의 1회 제공량당 중량(g)

▶ 조사지표 ③ 제품 종류

- 즉석 떡볶이 제품 중 떡 외 면류 포함 여부에 따라 떡볶이와 라볶이로 분류
 - 떡볶이: 즉석 떡볶이 제품 중 면류가 포함되지 않은 제품
 - 라볶이: 즉석 떡볶이 제품 중 면류가 포함된 제품

▶ 조사지표 ④ 포장 형태

- 제품을 포장하고 있는 용기의 형태와 소재
 - 플라스틱 상자: 플라스틱 소재의 직육면체 상자 용기
 - 플라스틱 파우치: 플라스틱 소재의 파우치 용기

▶ 조사지표 ⑤ 유통기한

- 제품의 유통기한

▶ 조사지표 ⑥ 원산지

- 제품의 원산지

▶ 조사지표 ⑦ 홍보문구

- 제품의 홍보문구

▶ 조사지표 ⑧ 맛

- 제품의 맛

●
보유 인증 마크



HACCP

▶ 조사지표 ⑨ 보관 방법

- 제품의 보관 방법

▶ 조사지표 ⑩ 떡 종류

- 떡볶이 떡의 종류

▶ 조사지표 ⑪ 제품 수입상 정보

- 제품의 수입상 정보

▶ 조사지표 ⑫ 주요 원료 및 첨가물

- 제품의 주요 원료 및 첨가물

▶ 조사지표 ⑬ 보유 인증

- 제품이 보유한 인증

[표 2.5] 주요 인증 정보

인증 종류	인증 내용
HACCP	제조/가공/조리/유통의 전 과정에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해 요인들이 식품에 오염되는 것을 방지하기 위해 각 과정에서 위해 요인의 발생 여건을 사전에 차단하여 중점적으로 관리하는 식품안전관리체계 인증

[표 2.6] 미국 즉석 떡볶이 경쟁제품 조사지표 선정

조사지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	1회 제공량당 가격	제품의 1회 제공량당 가격
중량	총 중량	제품의 총 중량
	1회 제공량당 중량	1회 제공량당 중량
제품 종류	떡볶이	즉석 떡볶이 제품 중 면류가 포함되지 않은 제품
	라볶이	즉석 떡볶이 제품 중 면류가 포함된 제품
포장 형태	플라스틱 상자	플라스틱 소재의 직육면체 상자 용기
	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치 용기
	유통기한	제품의 유통기한
	원산지	제품의 원산지
	홍보문구	제품의 홍보문구
	맛	제품의 맛
	보관 방법	제품의 보관 방법
	떡 종류	떡볶이 떡의 종류
	제품 수입상 정보	제품의 수입상 정보
	주요 원료 및 첨가물	제품의 주요 원료 및 첨가물
보유 인증	HACCP	제조/가공/조리/유통의 전 과정에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해 요인들이 식품에 오염되는 것을 방지하기 위해 각 과정에서 위해 요인의 발생 여부를 사전에 차단하여 중점적으로 관리하는 식품안전관리체계 인증

3. 미국 즉석 떡볶이 경쟁제품 포지셔닝

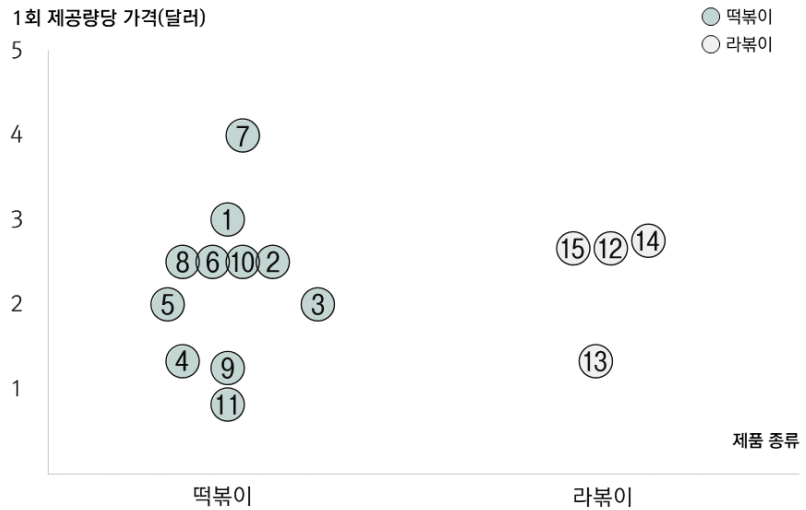
경쟁제품(제조사)

- ① 차칸 떡볶이 (B사)
- ② 아딸 떡볶이 (C사)
- ③ 88 서울 국물 떡볶이 (D사)
- ④ 추억의 맛 국물떡볶이 (E사)
- ⑤ 추억의 국민학교 떡볶이 (F사)
- ⑥ 미로식당 국물 떡볶이 (G사)
- ⑦ 순쌀 떡볶이 (H사)
- ⑧ 집에서 엄마가 만들어주는 어묵 떡볶이 (I사)
- ⑨ 이가네 3대천왕 떡볶이 (J사)
- ⑩ 두기네 분식집 쌀떡볶이 (P사)
- ⑪ 오리지널 반할만떡 (L사)
- ⑫ 즉석 라볶이 (M사)
- ⑬ 꼬불꼬불 쫄면+아채 떡볶이 (N사)
- ⑭ 88 서울 국물 라볶이 (D사)
- ⑮ 그때 그맛 국물 떡볶이 쫄면사리 추가 (O사)

▶ 포지셔닝 : 제품 종류별 평균 1회 제공량당 가격, 떡볶이 제품이 라볶이 제품보다 저렴한 편

미국 오프라인 매장에서 조사된 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개는 제품 종류에 따라 떡볶이 제품 11개, 라볶이 제품 4개로 분류됨. 경쟁제품의 종류별 평균 1회 제공량당 가격을 분석한 결과, 떡볶이 제품이 2.21달러(약 2,404원), 라볶이 제품이 2.35달러(약 2,557원)로 조사됨. 떡볶이 제품의 평균 1회 제공량당 가격이 라볶이 제품보다 6% 정도 저렴함

[표 2.7] 미국 즉석 떡볶이 경쟁제품 포지셔닝



자료: 미국 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개 분석

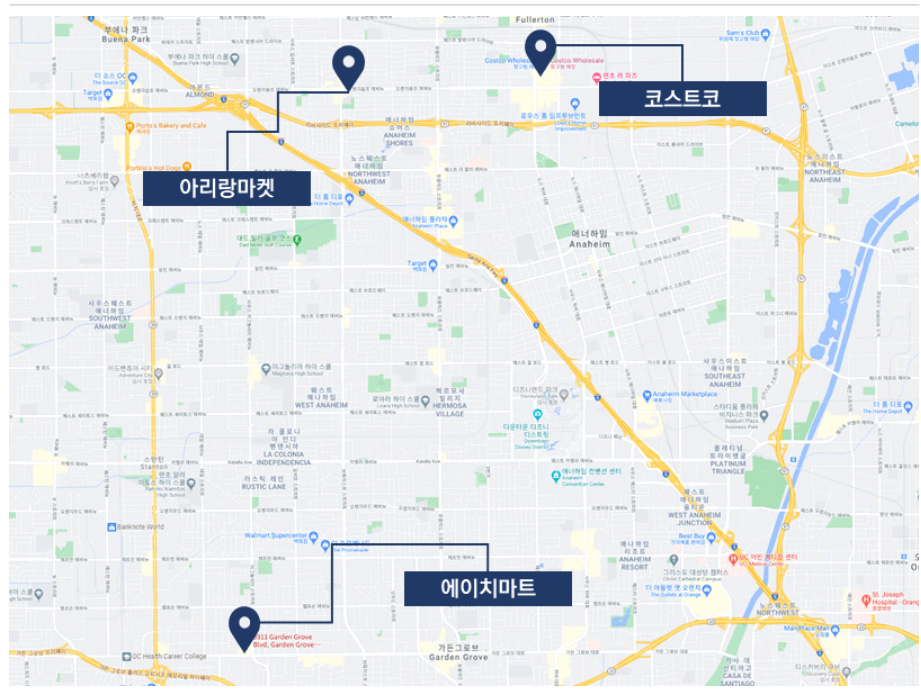
4. 미국 즉석 떡볶이 경쟁제품 현지 조사 결과

▶ 미국 캘리포니아에 있는 슈퍼마켓, 창고형 혼합형 소매점 방문

미국 캘리포니아에 있는 슈퍼마켓 아리랑마트와 에이치마트, 혼합형 소매점 코스트코를 방문함. 아리랑마트는 대표적인 한인 슈퍼마켓으로 다양한 한국산 식품과 소비재를 저렴한 가격에 판매함. 에이치마트는 다른 한인 마트에 비해 가격은 비싼 편이지만, 진열 등 환경이 깔끔하여 외국인들도 한국 음식을 구매할 때 흔히 이용하는 매장임. 코스트코는 미국 창고형 할인매장으로 식품을 포함하여 잡화, 가전 등 각종 상품을 유통함

[표 2.8] 미국 캘리포니아 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	방문 매장 특징
아리랑마트 (Arirang Mart)	슈퍼마켓 (아시아마트)	9	<ul style="list-style-type: none"> 한국산 식품과 소비재를 저렴한 가격에 판매하는 편 현지 거주 한인이 많이 거주하는 지역에 위치
에이치마트 (H-Mart)		5	<ul style="list-style-type: none"> 1982년 설립된 아시안 마트 한국산 제품을 포함하여 다양한 건강식품, 스낵, 음료, 야채 등을 판매
코스트코 (Costco)	혼합형 소매점	1	<ul style="list-style-type: none"> 미국 창고형 할인매장 식품, 잡화, 가전 등 각종 상품 유통 회원제 운영, 조건 없는 환불 정책 등을 특징으로 함



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품 판매 현황, 15개 중 9개는 2개 이상의 방문 매장에서 확인됨

방문 매장 3개에서 인기제품을 조사한 결과, 3개 매장 모두에서 판매되는 제품은 없었음. 경쟁제품 15개 중 9개 제품이 2개 매장에서 확인되었으며, A사의 차칸 떡볶이, D사의 88 서울 국물 떡볶이와 88 서울 국물 라볶이, E사의 추억의 맛 국물떡볶이, F사의 추억의 초등학교 떡볶이, H사의 순살 떡볶이, I사의 집에서 엄마가 만들어주는 어묵 떡볶이, N사의 꼬불꼬불 쫄면+야채 떡볶이, O사의 그때 그맛 국물 떡볶이 쫄면사리 추가 제품이 아리랑마트와 에이치마트 두 곳의 아시안마트 모두에서 판매되고 있음

[표 2.9] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	아리랑마트	에이치마트	코스트코
① 차칸 떡볶이 (B사)	○	○	
② 아팔 떡볶이 (C사)	○		
③ 88 서울 국물 떡볶이 (D사)	○	○	
④ 추억의 맛 국물떡볶이 (E사)	○	○	
⑤ 추억의 국민학교 떡볶이 (F사)	○	○	
⑥ 미로식당 국물 떡볶이 (G사)	○		
⑦ 순살 떡볶이 (H사)	○	○	
⑧ 집에서 엄마가 만들어주는 어묵 떡볶이 (I사)	○	○	
⑨ 이가네 3대천왕 떡볶이 (J사)		○	
⑩ 뚜기네 분식집 쌀떡볶이 (P사)		○	
⑪ 오리지널 반할만떡 (L사)		○	
⑫ 즉석 라볶이 (M사)			○
⑬ 꼬불꼬불 쫄면+야채 떡볶이 (N사)	○	○	
⑭ 88 서울 국물 라볶이 (D사)	○	○	
⑮ 그때 그맛 국물 떡볶이 쫄면사리 추가 (O사)	○	○	

자료: 현지 조사원 자료

Shop ① 아리랑마트(Arirang Mart)

● 매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓(아시안마트)
- 판매 제품 특징:
한국산 식품과 생활용품 등을 저렴한 가격에 판매함
- 주요 고객층:
현지 거주 한국인











브랜드 기본 정보	 아리랑마트는 캘리포니아에 위치한 대표적인 한인 슈퍼마켓으로 다양한 한국산 식품과 소비재를 저렴한 가격에 판매함		
	조사 제품 수: 9개		
매장 정보			
	위치	캘리포니아주 1701 Orangethorpe Ave, Fullerton, CA 92833, U.S.A	
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
즉석 떡볶이 판매 정보	판매 즉석 떡볶이 제품 정보		
	 차칸 떡볶이 (A사)	 아딸 떡볶이 (C사)	 88 서울 국물 떡볶이 (D사)
	 추억의 맛국물떡볶이 (E사)	 추억의 국민학교 떡볶이 (F사)	 미로식당 국물 떡볶이 (G사)
	 순살 떡볶이 (H사)	 집에서 엄마가 만들어주는 어묵 떡볶이 (I사)	 꼬불꼬불 쫄면+야채 떡볶이 (N사)

사진 자료: 현지 조사원 자료



제품명 ⁹⁾	차칸 떡볶이	제조사	B사
제품 종류	떡볶이	총 중량	450g
소비자가격 ¹⁰⁾	5.99달러 (6,517원)	1회 제공량당 가격	3.00달러 (3,259원)
원산지	한국	유통기한	12개월
포장 형태	플라스틱 상자	보관 방법	냉동
수입자	B사	떡 종류	밀떡
홍보문구	그때 그 시절~ 원조 그것! 초간단 레시피	원료 및 첨가물	고춧가루, 정제수, 설탕, 간장, 양조간장원액, 정제소금, 함수결정포도당, L-글루탐산나트륨, 마늘분, 전분, 찰떡볶이 떡, 부산어묵, 어육살, 밀가루, 당근, 대파, 글루코노델타락톤



제품명 (현지어)	아달 떡볶이 (Addal Tteok-bokki)	제조사	C사
제품 종류	떡볶이	총 중량	480g
소비자가격	4.99달러 (5,429원)	1회 제공량당 가격	2.50달러 (2,715원)
원산지	한국	유통기한	24개월
포장 형태	플라스틱 파우치	보관 방법	냉동
수입자	Z사	떡 종류	밀떡
홍보문구	맛있는 어묵이 들어있어요~	원료 및 첨가물	밀떡, 물엿, 고춧가루, 양파, 정제염, 마늘, 포도당, 정제수, 고추장, 정백당, 간장, 고과당, 파프리카 추출물, 고추 추출물, 표고버섯 농축액, 향미증진제, 어묵

9) 해당 제품 포장에 제품명의 현지어 표기가 없는 경우, 보고서에 현지어를 표기하지 않음

10) 1달러 = 1,088.0원 (2021.01.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

				
제품명 (현지어)	88 서울 국물 떡볶이 (88 Seoul Topokki)	제조사	D사	
제품 종류	떡볶이	총 중량	820g	
소비자가격	5.99달러 (6,517원)	1회 제공량당 가격	2.00달러 (2,172원)	
원산지	한국	유통기한	24개월	
포장 형태	플라스틱 파우치	보관 방법	냉동	
수입자	Z사	떡 종류	쌀떡	
홍보문구	쫄면, 부산오뎅까지 들어 있네~	원료 및 첨가물	떡볶이 떡, 쌀쫄면, 정백당, 정제수, 고추장, 무, 고춧가루, 양파, 간장, 멸치추출농축액, 정제염, 미늘, 변성전분, 식초, 구운양파분말, 올레오레진, 대파, 칠리농축액, 향미유, 어묵	
				
제품명 (현지어)	추억의 맛 국물떡볶이 (Gungmul Tteok-bokki)	제조사	E사	
제품 종류	떡볶이	총 중량	420g	
소비자가격	3.99달러 (4,341원)	1회 제공량당 가격	1.33달러 (1,447원)	
원산지	한국	유통기한	12개월	
포장 형태	플라스틱 파우치	보관 방법	냉장	
수입자	Y사	떡 종류	쌀떡	
홍보문구	매콤한 국물소스와 쌀떡을 넣어 간편 조리! 소스&떡 밀가루 0%	인증	HACCP	
원료 및 첨가물	떡, 소금, 물, 고추장, 녹말 시럽, 설탕, 양념 파우더, 양파, 고과당 옥수수 시럽, 홉 후추 가루, 미늘, 양념 베이스 농축 배즙, 단소퉁 글루아민트, 다시마 추출물, 소금, 토마토 케첩, 미림, 양파 가루			



제품명	추억의 국민학교 떡볶이	제조사	F사
제품 종류	떡볶이	총 중량	600g
소비자가격	5.99달러 (6,517원)	1회 제공량당 가격	2.00달러 (2,172원)
원산지	한국	유통기한	12개월
포장 형태	플라스틱 상자	보관 방법	냉동
수입자	W사	떡 종류	밀떡

원료 및 첨가물 밀떡, 고춧가루, 설탕, 소금, 옥수수 전분, 글루탐산나트륨, 포도당, 정제수, 어묵



제품명	미로식당 국물 떡볶이	제조사	G사
제품 종류	떡볶이	총 중량	460g
소비자가격	4.99달러 (5,429원)	1회 제공량당 가격	2.50달러 (2,715원)
원산지	한국	유통기한	18개월
포장 형태	플라스틱 파우치	보관 방법	냉동
수입자	X사	떡 종류	밀떡
인증	HACCP	원료 및 첨가물	떡, 고추장, 달콤한 소스, 야채 수프, 설탕, 모노소듐, 칠리 파우더, 어묵



제품명 (현지어)	순살 떡볶이 (Sweet&Spicy Rice Cakes)	제조사	H사
제품 종류	떡볶이	총 중량	480g
소비자가격	3.99달러 (4,341원)	1회 제공량당 가격	3.99달러 (4,341원)
원산지	한국	유통기한	12개월
포장 형태	플라스틱 파우치	보관 방법	냉장
수입자	H사 미국 법인	떡 종류	쌀떡
원료 및 첨가물	떡, 정제수, 물엿, 설탕, 밀, 고과당 양파, 옥수수유, 간장, 마늘, 대구뼈추출물, 소금, 고춧가루, 밀글루텐, 주정, 사과, 파인애플, 참깨, 효모추출물, 잔탄검, 파프리카올레오레진, 말토덱스트린, 쌀, 덱스트로스, 이노신산이나트륨, 구아닐산이나트륨, 흑후추가루, 대두, 건조대파, 건조양파, 건조양배추, 건조당근		



제품명	집에서 엄마가 만들어주는 어묵 떡볶이	제조사	I사
제품 종류	떡볶이	총 중량	465g
소비자가격	4.99달러 (5,429원)	1회 제공량당 가격	2.50달러 (2,715원)
원산지	한국	유통기한	18개월
포장 형태	플라스틱 파우치	보관 방법	냉동
수입자	Y사	떡 종류	쌀떡
홍보문구	떡볶이, 야채고명이 들어있어요	원료 및 첨가물	떡볶이 떡, 백설탕, 정제수, 고추장, 물엿, 고추양념, 밀쌀, 정제소금, 액상과당, 마늘, 양파, 혼합양념, 칠리씨드오일, 토마토케첩, 우마미페이스트, 고추씨기름, 어묵, 건당근, 건양배추, 건양파, 건대파, 건청경채



제품명 (현지어)	꼬불꼬불 쫄면+야채 떡볶이 (Topokki Home Made)	제조사	N사
제품 종류	라볶이	총 중량	604g
소비자가격	3.99달러 (4,341원)	1회 제공량당 가격	1.33달러 (1,447원)
원산지	한국	유통기한	12개월
포장 형태	플라스틱 파우치	보관 방법	냉장
수입자	Y사	떡 종류	밀떡
인증	HACCP	원료 및 첨가물	떡볶이 떡, 쫄면, 쟈제수, 고추장, 혼합양념, 액상과당, D-소비톨액, 간장, 천일염, 소맥전분, 복합조미식품, 대파, 파프리카색소, 후추가루, 올레오레진캡시킴, 향미증진제, 건대파, 건당근, 건양파, 건미역

Shop ② 에이치마트(H-Mart)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓(아시아마트)
- 판매 제품 특징:
한국산 제품을 포함한 다양한 신선식품, 가공식품 등을 판매함
- 주요 고객층:
지역 주민, 현지 거주 외국인










브랜드 기본 정보 ¹¹⁾	 <p>에이치 마트는 1982년에 설립된 미국의 한인마트 체인으로 미국 내에 97개의 매장을 보유하고 있음. 건강식품, 스낵, 야채 등 제품과 다양한 한국 제품을 판매하고 있으며, 고급스러운 이미지로 판매하고 있음. 한국인뿐만 아니라 외국인들도 많이 찾는 한인마트로 다양한 종류의 한국 제품을 보유하고 있으며 제품의 가격대가 높은 편임</p>	
	조사 제품 수: 5개	
매장 정보		
	위치	<p>캘리포니아주</p> <p>8911 Garden Grove Blvd, Garden Grove, CA 92841, U.S.A</p>
매장 내부 전경	매장 내부 전경	
	 	
즉석 떡볶이 판매 정보	판매 즉석 떡볶이 제품 정보	
	 <p>이가네 3대천왕 떡볶이 (사)</p>	 <p>뚜기네 분식집 쌀떡볶이 (P사)</p>
	 <p>오리지널 반할만떡 (사)</p>	 <p>88 서울 국물 라볶이 (D사)</p>
		 <p>그때 그맛 국물 떡볶이+졸면사리추가 (O사)</p>

사진 자료: 현지 조사원 자료

11) 에이치마트(H-Mart) 홈페이지 (www.hmart.com)



제품명 (현지어)	이가네 3대천왕 떡볶이 (Igaene Topokki)	제조사	J사
제품 종류	떡볶이	총 중량	440g
소비자가격	4.99달러 (5,429원)	1회 제공량당 가격	1.25달러 (1,357원)
원산지	한국	유통기한	12개월
포장 형태	플라스틱 파우치	보관 방법	실온
수입자	J사	떡 종류	쌀떡
홍보문구	부산 3대 천왕 우승 맛집 이가네 비법소스와의 만남, 쌀떡볶이	원료 및 첨가물	떡볶이 떡, 물엿, 정제수, 고춧가루, 갈색설탕, 마늘, 콩기름, 간장, 다시다 과립, 정제소금, 혼합조미료, 건대파, 건무, 건당근



제품명 (현지어)	뚜기네 분식집 쌀떡볶이 (Snack Shop Rice Tteok-bokki)	제조사	P사
제품 종류	떡볶이	총 중량	426g
소비자가격	4.99달러 (5,429원)	1회 제공량당 가격	2.50달러 (2,715원)
원산지	한국	유통기한	12개월
포장 형태	플라스틱 파우치	보관 방법	냉장
수입자	P사 미국 법인	떡 종류	쌀떡
인증	HACCP	원료 및 첨가물	떡, 고추장, 설탕, 물, 멸치추출물, 옥수수 시럽, 파, 고춧가루, 된장, 간장, 토마토, 마늘, 된장, 소금, 양파, 후추, 녹말, 글루탐산염, 이노신산염, 이소뉘, 구아닐산염, 황산염, 파프리카 추출물, 어묵



제품명 (현지어)	오리지널 반할만떡 (Original Banhalmantteok)	제조사	L사
제품 종류	떡볶이	총 중량	915g
소비자가격	8.99달러 (9,781원)	1회 제공량당 가격	0.82달러 (889원)
원산지	한국	유통기한	12개월
포장 형태	플라스틱 파우치	보관 방법	냉동
수입자	그랜드 슈퍼 센터 (Grand Super Center Inc.)	떡 종류	밀떡
인증	HACCP	원료 및 첨가물	정제수, 설탕, 고추가루, 재제소금, 생미분, 청양고춧가루, L-글루탐산나트륨, 호소처리스테비아, 5-리보뉴클레오티드이나트륨
제품명 (현지어)	88 서울 국물 라볶이 (88 Seoul Rapokki)	제조사	D사
제품 종류	라볶이	총 중량	454g
소비자가격	5.49달러 (5,973원)	1회 제공량당 가격	2.75달러 (2,987원)
원산지	한국	유통기한	24개월
포장 형태	플라스틱 파우치	보관 방법	냉동
수입자	Z사	떡 종류	밀떡
홍보문구	쫄깃쫄깃	원료 및 첨가물	밀가루 떡, 라면사리, 어묵, 정제수, 정백당, 고춧가루, 물엿, 정제염, 간장, 흑후추분말, 배추농축액, 혼합아채추출물, 변성전분, 향미증진제



제품명 (현지어)	그때 그맛 국물 떡볶이+쫄면사리추가 (Dukboki Traditional Family Recipe)	제조사	O사
제품 종류	라볶이	총 중량	720g
소비자가격	7.99달러 (8,693원)	1회 제공량당 가격	2.66달러 (2,898원)
원산지	한국	유통기한	18개월
포장 형태	플라스틱 상자	보관 방법	냉동
수입자	그랜드 슈퍼 센터 (Grand Super Center Inc.)	떡 종류	밀떡
홍보문구	30년 전통의 맛, 원조	원료 및 첨가물	밀가루 떡, 고춧가루, 설탕, 소금, 옥수수 전분, 물, 어묵

Shop ③ 코스트코(Costco)

매장 정보

- 유형: 혼합형 소매점
- 판매 제품 특징:
식품, 가정용품, 전자제품 등 다양한 제품을 저렴한 가격에 판매함
- 주요 고객층:
지역 주민, 현지 거주 외국인





브랜드 기본 정보 ¹²⁾	 <p>코스트코는 1983년에 창립된 미국의 회원제 창고형 대형 할인점 업체임. 코스트코의 가장 큰 특징으로는 회원제 운영과 조건 없는 환불 정책, 마진을 15% 원칙으로 인한 저렴한 가격 등이 꼽힘. 총 769개의 점포를 운영하고 있으며 미국 내에는 533개 점포가 있음</p>	
	조사 제품 수: 1개	
매장 정보		
	위치	<p>캘리포니아주</p> <p>7562 Center Ave, Huntington Beach, CA, 92647, U.S.A</p>
매장 내부 전경	<p>매장 내부 전경</p> 	
	즉석 떡볶이 판매 정보	<p>판매 즉석 떡볶이 제품 정보</p> 
<p>즉석 라볶이 (M사)</p>		

사진 자료: 현지 조사원 자료

12) 코스트코(Costco) 홈페이지 (www.costco.com)



제품명 (현지어)	즉석 라볶이 (Rapokki)	제조사	M사
제품 종류	라볶이	총 중량	1,371g
소비자가격	7.99달러 (8,693원)	1회 제공량당 가격	2.66달러 (2,898원)
원산지	한국	유통기한	12개월
포장 형태	플라스틱 파우치	보관 방법	실온
수입자	M사 미국 법인	떡 종류	쌀떡
홍보문구	라면이 들어있어요	원료 및 첨가물	떡볶이 떡, 라면사리, 설탕, 포도당, 고추장 가루, 글루탐산모노소듐, 향미증진제, 효모추출물, 야채추출물, 멸치 양념, 혼합 양념

Ⅲ. 경쟁기업(Competitor)

1. 미국 즉석 떡볶이 경쟁기업 선정
2. 미국 즉석 떡볶이 경쟁기업 현황
3. 미국 즉석 떡볶이 경쟁기업 세부정보

1. 미국 즉석 떡볶이 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 4개 브랜드 선정

미국 오프라인 매장에 진출한 즉석 떡볶이 제조 경쟁기업 중, 한국 기업 M사와 E사, H사, F사를 선정하여 조사함

▶ 경쟁기업 4개사, 평균 31년 업력 보유

선정된 경쟁기업 4개사는 약 31년의 업력을 보유하고 있는 것으로 확인됨. M사는 1969년에 설립되어 52년의 업력을 보유하고 있으며, E사 27년, H사 30년, F사는 14년의 업력을 보유하고 있음

▶ 경쟁기업 4개사, 즉석 떡볶이 동일품목 종류 조사

미국에 진출한 경쟁기업 4개사가 판매하고 있는 즉석 떡볶이의 동일품목 수를 조사한 결과 H사가 14개로 경쟁기업 4개사 중 가장 많은 동일품목 수를 보유하고 있는 것으로 확인됨. 그 외 경쟁기업의 동일품목 수는 M사와 E사 9개, E사 5개 순으로 조사됨

[표 3.1] 즉석 떡볶이 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
M사	한국	52년	9개
E사	한국	27년	5개
H사	한국	30년	14개
F사	한국	14년	9개

자료: 미국 진출 즉석 떡볶이 경쟁기업 4개사 분석

2. 미국 즉석 떡볶이 경쟁기업 현황

▶ 경쟁기업 4개사 모두 미국 오프라인 매장 진출

미국에 진출한 경쟁기업 4개사 모두 조사된 오프라인 매장에 진출해 있음. M사를 제외한 3개사는 아리랑마트(Arirang Mart)과 에이치마트(H-Mart)에 입점하였으며, 코스트코(Costco)에는 M사만 입점한 것으로 조사됨. M사와 H사는 미국 온라인 매장에도 진출함. M사는 아마존(Amazon)과 월마트(Walmart)에 진출하였으며, H사는 아마존에만 진출한 것으로 확인됨

▶ 제품 홍보 활동으로 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 활용

미국 시장에 진출한 경쟁기업 4개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 경쟁기업 4개사 모두 자사 홈페이지를 통해 자사 및 제품 홍보를 진행하고 있는 것으로 조사됨. M사와 E사, H사는 한국어와 영어를 모두 사용한 홈페이지를 운영 중이며, F사는 한국어 홈페이지만을 운영하고 있음. 또한, 경쟁기업 4개사 모두 SNS 플랫폼을 활용한 제품 홍보, 이벤트 진행 등을 통해 홍보 활동을 진행하고 있음. 페이스북과 인스타그램, 유튜브를 주로 활용하지만, 미국 진출을 겨냥한 미국 현지 계정은 운영하지 않는 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업 홍보문구로 ‘맛’, ‘재료’, ‘편리성’을 강조하여 홍보

미국 시장에 진출한 경쟁기업은 제품 홍보 시 주로 제품의 맛과 재료, 편리성을 강조한 문구를 활용함. 제품의 맛을 강조하는 문구로써 ‘맛있게 매운 고추장 소스’, ‘매콤달콤 소스와 쫄깃한 쌀떡의 조화’ 등을 사용하였으며, 제품에 포함된 재료를 강조하는 문구로 ‘쫄깃한 쌀떡에 라면사리로 푸짐하게’, ‘신선한 자연 재료가 그대로 담긴’ 등의 문구를 사용함. 제품의 편리성을 강조하는 문구로는 ‘간편하게 먹을 수 있는’, ‘3분이면 완성 가능한 간편한 제품’, ‘짧게 조리해도 맛있는’ 등을 사용함. 그 외, 제품의 특징을 강조하는 ‘추억의 맛’, ‘아이와 어른 모두 좋아하는’ 등의 문구나, 위생을 강조하는 ‘HACCP 시설에서 제조’ 등의 문구도 사용하는 것으로 조사됨

[표 3.2] 미국 즉석 떡볶이 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구
M사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 코스트코 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (한국어/영어) 	<ul style="list-style-type: none"> - 한입에 쏙 - 쫄깃한 쌀떡에 라면사리로 푸짐하게 - 맛있게 매운 고추장 소스 - 간편하게 먹을 수 있는
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 아마존 - 월마트 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 	
E사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 아리랑마트 - 에이치마트 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (한국어/영어) 	<ul style="list-style-type: none"> - 매콤달콤 소스와 쫄깃한 쌀떡의 조화 - 튀김, 순대 등과 함께 먹기 좋은 - 더욱 쫄깃하고 든든한 - 3분이면 완성 가능한 간편한 제품 - 추억의 맛
		<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북 - 유튜브 	
H사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 아리랑마트 - 에이치마트 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (한국어/영어) 	<ul style="list-style-type: none"> - 짧게 조리해도 맛있는 - 과즙을 넣은 매콤달콤한 소스 - 쫄깃한 떡과 채소가 어우러지는 - 신선한 자연 재료가 그대로 담긴 - 아이와 어른 모두 좋아하는
	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 매장 - 아마존 	<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터 	
F사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 아리랑마트 - 에이치마트 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (한국어) 	<ul style="list-style-type: none"> - 꾸준히 사랑받는 추억의 떡볶이 - 쫄깃한 떡과 매콤달콤 소스 - HACCP 시설에서 제조 - 배고픈 밤 야식 메뉴 - 아이들과 함께 먹는 간식
		<ul style="list-style-type: none"> SNS 플랫폼 - 페이스북 - 인스타그램 	

자료: 미국 진출 즉석 떡볶이 경쟁기업 4개사 분석

3. 미국 즉석 떡볶이 경쟁기업 세부정보

동일품목 종류		① M사		
<p>① 떡볶이의 신 치즈떡볶이/짜장떡볶이 국물떡볶이/즉석라볶이 매운떡볶이/학교요 국물떡볶이 신당동 즉석짬볶이/홍대앞 마늘떡볶이</p> 	기업 기본 정보	기업명	M사	
	기업 진출 채널	위치	서울특별시 서초구	
		규모	동일품목 수	9개
	<p>② 심야식당 국물떡볶이</p>  <p>자료: M사 홈페이지</p>	기업 홍보 채널	설립연도	1969년
제품명			즉석 라볶이 (Rapokki)	
기업 홍보문구		〈오프라인 매장〉 코스트코	중량	1,371g
		〈온라인 매장〉 아마존 월마트	가격 ¹³⁾	7.99달러 (8,693원)
		제품 종류	떡볶이	
		제품명	짜장 라볶이	
		중량	372g	
		가격	28.52달러 (31,030원)	
		제품 종류	떡볶이	
	기업 홍보 채널	 <ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(한국어/영어) 기업 소개, 사업 소개 SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 유튜브) 기업 활동, 제품 홍보, 이벤트 활동 		
	기업 홍보문구	 <p>한입에 쏙! 졸깃한 쌀떡에 라면사리로 푸짐하게 떡볶이의 신 즉석라볶이</p> <p>떡볶이의 생명은 바로 쏙! 졸깃한 떡! 떡볶이의 신 즉석라볶이는 쌀떡볶이, 라면사리와 맛있게 매운 고추장소스의 환상 콜라보를 간편하게 맛보실 수 있는 제품입니다.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 한입에 쏙 졸깃한 쌀떡에 라면사리로 푸짐하게 맛있게 매운 고추장 소스 간편하게 먹을 수 있는 	

사진 자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지, 월마트 홈페이지

13) 1달러 = 1,088.0원 (2021.01.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

동일품목 종류

① 추억의 맛 국물떡볶이



② 국물 짜볶이



③ 매운 쫄볶이



④ 모듬모양 국물떡볶이



⑤ 차돌 떡볶이



자료: E사 홈페이지

② E사

		기업명	E사
기업 기본 정보	위치	서울특별시 강서구	
	규모	동일품목 수	5개
		설립연도	1984년
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 아리랑마트 에이치마트	제품명	추억의 맛 국물떡볶이 (Gungmul Tteok-bokki)
		중량	420g
	가격	3.99달러 (4,341원)	
	제품 종류	떡볶이	
기업 홍보 채널	 <ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(한국어/영어) 기업 소개, 제품 소개 기업의 사회공헌활동 홍보 SNS 플랫폼 (페이스북, 유튜브) 기업 활동, 제품 홍보, 이벤트 활동 		
		홍보문구	 <ul style="list-style-type: none"> 매콤달콤 소스와 쫄깃한 쌀떡의 조화 튀김, 순대 등과 함께 먹기 좋은 더욱 쫄깃하고 든든한 3분이면 완성 가능한 간편한 제품 추억의 맛 <div style="border: 1px solid gray; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <ol style="list-style-type: none"> 튀김, 순대 등과 함께 먹기 좋은 매콤달콤 국물소스 밀떡이 아닌 쌀떡을 사용하여 더욱 쫄깃하고 든든 3분이면 완성 가능한 간편한 제품 </div>

사진 자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지, 아마존 홈페이지

동일품목 종류

① 누들떡볶이
달콤고추장 크림/양송이버섯 크림



② 치즈앤치즈 떡볶이



③ 밀떡볶이
국물떡볶이 소스/화끈하게 매운 소스



④ 랭떡
치즈떡볶이/밀떡볶이



⑤ 국물 짜장떡볶이



자료: H사 홈페이지

③ H사

기업명	H사		
기업 기본 정보	위치	서울특별시 강남구	
	규모	동일품목 수	14개
		설립연도	1981년
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 아리랑마트 에이치마트	제품명	순살 떡볶이 (Sweet&Spicy Rice Cakes)
		중량	480g
		가격	3.99달러 (4,341원)
	제품 종류	떡볶이	
	〈온라인 매장〉 아마존	제품명	국물 떡볶이 (Spicy Soup Rice Cake)
중량		423.5g	
가격		24.99달러 (27,189원)	
제품 종류	떡볶이		
기업 홍보 채널		<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(한국어/영어) 기업 소개, 제품 소개 기업의 사회공헌활동 홍보 SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터) 기업 활동, 제품 홍보, 이벤트 활동 	
		 <ul style="list-style-type: none"> 짧게 조리해도 맛있는 과즙을 넣은 매콤달콤한 소스 쫄깃한 떡과 채소가 어우러지는 신선한 자연 재료가 그대로 담긴 아이와 어른 모두 좋아하는 	
홍보문구			

사진 자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지, 아마존 홈페이지

④ F사

동일품목 종류

① 추억의 초등학교 떡볶이
오리지널/매운맛/통후추맛
매콤 짜장맛/매콤 까르보



② 추억의 초등학교
라볶이/졸볶이/밥볶이



③ 낭만 치즈 떡볶이



자료: W사 홈페이지

기업명		F사
기업 기본 정보	위치	경상북도 구미시
	규모	동일품목 수 ¹⁴⁾ 9개 설립연도 2007년
	제품명	추억의 국민학교 떡볶이
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 아리랑마트 에이치마트	중량 600g
		가격 5.99달러 (6,517원)
		제품 종류 떡볶이
기업 홍보 채널	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지(한국어) 기업 소개, 제품 소개 및 판매 SNS 플랫폼 (페이스북, 인스타그램) 제품 홍보, 이벤트 활동 	
	홍보문구	<p>CHECK POINT</p> <ul style="list-style-type: none"> 브랜드 - 온라인 판매 원조 국물떡볶이 - 꾸준히 사랑받는 추억의 국민학교 떡볶이 - 전세계로 수출되는 떡볶이 생산공정 - 어묵, 떡, 라면 HACCP 인증시설에서 위생적으로 제조 - 소스 ISO 22000 인증 활용도 - 배고픈 밤 야식 & 출출할 때 간식 메뉴! - 튀김, 후식, 볶음밥, 라면 추가 시 근사한 한 끼! - 아이들과 함께 먹는 간식!

사진 자료: 현지 조사원 자료, 기업 홈페이지

14) W사 제품을 조사함

IV. 바이어 인터뷰(Buyer Interview)

Interview ① 에이치마트(H-Mart)

Interview ② 시온마켓(Zion Market)

Interview ③ 에스에프마트(SFMart)

Interview ④ 코코얌(CoKoYam)

Interview ① 에이치마트 (H-Mart)

에이치마트 (H-Mart)

15)

전문가 소속

에이치마트 (H-Mart)
한국 제품 전문 수입·유통업체

전문가 정보

Ms. Kim
(Online Shop Manager)



Rice Tteok-bokki 15.02oz(426g)

★★★★★

\$6.59

QTY



Add to Cart

Add to Wish List

Item Details

Product Name	Rice Tteok-bokki 15.02oz(426g)
SKU	880104589401
Country of Origin	N/A
Brand	Otogi
Net Wt.	15.02oz(426g)
Ingredients	N/A
Nutrition Facts	N/A



Otogi Noodle Tteok-bokki
15.37oz(436g)



Otogi Rice Tteok-bokki
15.02oz(426g)



Otogi Soup Tteok-bokki
15.02oz(426g)

에이치마트(H-Mart) Online Shop Manager, Ms. Kim

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 한국인뿐만 아니라 다양한 사람들이 방문하며, 온라인 쇼핑몰을 운영하기도 함

15) 사진 자료: 에이치마트(H-Mart) 홈페이지 (www.hmart.com)



가격 2.57달러
(약 2,800원)

중량 120g

포장 종이컵

Q1. 즉석 떡볶이 제품의 인기 브랜드는 무엇이며 평균 가격은 어느 정도인가요?

저희 매장에서 판매되는 제품 중에서는 M사와 U사 뽀로로 브랜드 제품이 인기 있습니다. U사 컵떡볶이 제품의 판매 가격은 4.23온스(약 120g)에 3.99달러(약 4,341원)입니다. 120g 컵 제품의 일반적인 가격은 약 3-4달러(약 3,265-4,352원)입니다. A사 제품은 유사 제품의 가격 수준과 비슷한 정도이며, 수입 비용을 고려해도 합리적인 가격입니다. 그러나 새로운 브랜드는 신규 고객 확보를 위해서 처음에는 보다 저렴한 가격으로 제품을 제공하는 것이 좋습니다.

Q2. 현지 소비자가 선호하는 즉석 떡볶이의 중량은 어느 정도인가요?

브랜드마다 개별 포장 별 중량은 다르지만, 대부분 4.23온스(약 120g)를 선호하는 것 같습니다. 한 번에 다 먹을 수 있는 양이 좋습니다. A사 제품의 중량은 인기제품과 비슷하며 적당한 것 같습니다.

Q3. 매콤달콤한 맛 떡볶이 제품의 수요는 어떠할 것 같나요?

떡볶이 소비자들은 매운맛과 치즈가 가미된 매운맛을 선호합니다. 주 소비자층은 미국 내 한인들이기 때문에 매콤달콤한 맛보다는 매운맛을 기대하는 것 같습니다. 맛의 다양성은 소비자에게 많은 선택지를 제공할 수 있으며, 브랜드 인지도 향상에도 도움이 됩니다.

Q4. 미국에서 즉석 떡볶이 제품을 주로 어디서 구매하나요?

떡볶이와 같은 한식 제품은 대부분 한인 마트에서 구할 수 있으며, 한인마트가 떡볶이 판매에 가장 적합한 채널로 보입니다. 그러나 한인 마트의 경우에는 소비자가 다양하지 않으므로, 폭넓은 소비자를 대상으로 하는 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓에 진출하여 시장 범위를 넓히는 것이 좋을 것으로 생각합니다. 아마존과 같은 온라인 채널도 매출이 좋기는 하지만, 상대적으로 신규 고객 확보는 어려울 수 있습니다.

Q5. 즉석 떡볶이 제품 경쟁사들의 주요 프로모션 전략은 무엇인가요?

떡볶이 제품의 소비자는 대부분 아시아인, 특히 한국인이며 주로 모국의 친구를 통해서 제품 브랜드를 소개 받는 경우가 많습니다. 대부분 버즈 마케팅이 이루어지므로 현지뿐만 아니라 한국에서도 브랜드 인지도를 높이는 것이 중요할 것입니다.

Interview ② 시온마켓 (Zion Market)

시온마켓
(Zion Market)

전문가 소속

시온마켓
(Zion Market)
한국 제품 전문 수입·유통업체

전문가 정보

Mr. Kevin
(Office Manager)



16)



시온마켓(Zion Market) Office Manager, Mr. Kevin

시온마켓(Zion Market)은 미국 소매업체로 다양한 한국 식료품과 다수의 생활 용품을 판매하는 기업임. 현재 미국 내 5개 지역에 오프라인 매장을 운영하고 있으며, 한국 식료품의 경우 주로 미국 내 수입 유통업체를 통해 공급받고 있음. 오프라인 매장뿐 아니라 온라인 어플리케이션을 통한 식품 판매도 이루어지고 있으며, 주간 단위로 채소, 육류, 과일 등 다수의 식료품 할인 정보를 온라인 소비자들에게 제공하고 있음

16) 사진 자료: 시온마켓(Zion Market) 홈페이지 (www.zionmarket.com)



가격	2.57달러 (약 2,800원)
----	----------------------

중량	120g
----	------

포장	종이컵
----	-----

Q1. 즉석 떡볶이 제품의 인기 브랜드는 무엇이며 평균 가격은 어느 정도인가요?

특정 인기 브랜드를 정확히 모르겠으나, 저희 매장 제품 중에서는 P사와 M사 제품이 인기 있는 것 같습니다. M사는 짜장 맛이나 치즈 맛처럼 제품 라인이 다양하며 떡 외에 튀김이나 라면, 어묵이 들어간 제품이 많아서 인기가 있는 것 같습니다. 즉석 떡볶이 제품 가격은 대부분 온스당 평균 0.7달러(약 762원) 정도입니다. A사 제품의 중량을 고려했을 때, 5달러(약 5,440원) 정도가 합리적인 가격일 것으로 생각합니다.

Q2. 현지 소비자가 선호하는 즉석 떡볶이의 중량은 어느 정도인가요?

소비자가 선호하는 중량은 한두 번에 다 먹을 수 있는 4-8온스(약 113-226g) 사이인 것 같습니다. A사 제품의 중량은 매우 적당한 것 같고, 2개 묶음으로 더욱 저렴하게 판매하면 더 좋을 것 같습니다.

Q3. 매콤달콤한 맛 떡볶이 제품의 수요는 어떠한 것 같나요?

떡볶이 소비자들은 대부분 한국인이어서 매운맛을 선호합니다. 매콤달콤한 맛도 수요가 있을 것으로 생각하며, 톡 쏘는 맛이 난다면 미국인들도 좋아할 것 같습니다. 다양한 풍미에 대한 새로운 경험은 소비자들이 좋아하며, 특히 닭갈비와 치즈 맛을 더한다면 미국인의 취향에 부합할 것입니다.

Q4. 미국에서 즉석 떡볶이 제품을 주로 어디서 구매하나요?

떡라면과 같이 인지도가 높은 한식은 대형마트 유통이 가장 적합하지만, 떡볶이처럼 인지도가 낮은 음식은 주로 한인 마트에서 판매되고 있습니다. 인지도가 낮은 경우에는 온라인 채널보다 오프라인 채널을 통한 판매가 더 효과적인 것입니다.

Interview ③ 에스에프마트 (SFMart)

에스에프마트 (SFMart)



17)

전문가 소속

에스에프마트 (SFMart)
온라인 식료품점

전문가 정보

Ms. Jessica
(Sales Manager)



Nongshim Tempura Udon(큰사발 튀김우동)114g
\$2.50



Sanmyang Curry Hot Chicken Flavor Ramen Big Bowl(삼양 커리불닭볶음면 큰컵) 105g
\$1.99 ~~\$2.99~~ (33% off)



Nongshim Shin Big Bowl (농심 신라면 큰사발 컵라면)114g (Product of USA)
\$2.50



NongShim Bowl Noodle Soup - Spicy Beef Flavor (육개장 컵라면)
\$0.99 ~~\$1.99~~ (50% off)



Sempio Soybean Paste Stew Sauce (샘표 강된장찌개양념) 130g
\$3.99



Sempio Spicy Stir-Fry Sauce (샘표 오징어낙지볶음양념) 130g
\$3.99



Sempio Spicy Chicken Wok Sauce (샘표 닭갈비양념) 180g
\$3.99



Sempio Spicy Chicken Stew Sauce (샘표 닭볶음탕 양념) 180g
\$3.99

에스에프마트(SFMart) Sales Manager, Ms. Jessica

에스에프마트(SFMart)는 1993년 설립된 온라인 식료품점으로 한국, 일본과 중국산 식품을 다수 취급함. 라면이나 스낵류와 같은 한국산 가공식품이 주력 상품임. 유기농 차, 녹두, 쌀 등의 유기농 제품 라인도 별도로 보유하고 있으며, 매주 25개의 주간 할인 제품을 선정하여 온라인 고객을 대상으로 판매하고 있음

17) 사진 자료: 에스에프마트(SFMart) 홈페이지 (www.SFMart.com)



가격	2.57달러 (약 2,800원)
중량	120g
포장	종이컵

Q1. 즉석 떡볶이 제품의 인기 브랜드는 무엇이며 평균 가격은 어느 정도인가요?

M사 떡볶이 제품 라인이 인기가 있으며, 판매 중인 120g 컵 제품의 평균 가격은 2-3달러(약 2,176-3,264원) 사이입니다. A사가 생각하는 가격은 저희가 판매 중인 제품과 비교해서는 조금 비싼 편입니다.

Q2. 현지 소비자가 선호하는 즉석 떡볶이의 중량은 어느 정도인가요?

매장에서 인기 있는 M사 브랜드의 플라스틱 파우치 포장 제품은 1,371g입니다. 가족 단위로 소비하기에 적합한 양입니다. 120g의 컵 떡볶이는 1인분용이나 간식용으로 포지셔닝을 하면 될 것 같습니다.

Q3. 매콤달콤한 맛 떡볶이 제품의 수요는 어떠한 것 같나요?

닭갈비와 매콤한 맛의 조합이 고객들에게 인기를 끌고 있습니다. 대부분의 고객이 아시아인이므로 매운맛에 익숙하여 인기가 있을 것입니다. 맛의 다양성은 새로운 고객을 유인할 좋은 수단이므로 판매 관점에서는 더 다양한 맛의 옵션을 갖는 것이 좋습니다. 이는 전반적으로 제품 라인에 대한 수요를 촉진하는 중요한 방법입니다. 한국인 소비자들은 떡볶이의 매운맛에 익숙하지만, 대부분의 미국인들은 매운맛을 선호하지 않습니다. 따라서 매운맛과 단맛의 조합인 매콤달콤한 맛은 미국인을 타겟으로 특히 효과적일 수 있습니다. 또한, 미국 시장에서 치즈 소비 추세가 증가하고 있으므로 치즈 맛을 판매하는 것도 추천합니다.

Q4. 미국에서 즉석 떡볶이 제품을 주로 어디서 구매하나요?

아시안마트나 한인마트 같은 오프라인 채널에서 구매할 수 있습니다. 특히 대중적 인기가 있는 브랜드가 아니라면 오프라인 매장 판매를 적극적으로 추천합니다. 일반적으로 고객은 특정 브랜드에 대한 신뢰가 있는 제품만 온라인으로 구매하는 것을 선호하기 때문입니다.

Q5. 즉석 떡볶이 경쟁사들의 주요 홍보전략과 채널은 무엇인가요?

시식 등 프로모션을 진행하기는 하지만 지인이나 커뮤니티를 통한 브랜드 추천이 제품 구매에 더 영향을 미치는 편입니다. 따라서 버즈마케팅에 집중하는 것이 효과적일 것입니다.

Interview ④ 코코얌 (CoKoYam)

코코얌 (CoKoYam)

전문가 소속

코코얌 (CoKoYam)
온라인 쇼핑몰

전문가 정보

Mr. Ryan (Owner)



18)



Samjin Wang Hot Chicken Tteokbokki Bowl (183g)
\$5.09
Samjin Wang Hot Chicken Tteokbokki Bowl (183g)
Great Taste!!!! Now Let's try with Cup- Ramen Enjoy!!!



OttoGI Spicy Rice Cake Tteokbokki Pack (426g)
\$6.99
OttoGI Spicy Rice Cake Tteokbokki Pack (426g)
Soft and chewy rice cake with a sweet and spicy sauce.Comes with fish cakes.Contains 2 packs (1 pack per serving).Ready in 4-5 minutes. You can add glass noodle !!!!!!! Write Glass Noodle in Search of cokoyam.com



Samjin Surasang 88 Tteokbokki with Soup Bowl (170g)
\$5.49
Samjin Surasang 88 Tteokbokki with Soup Bowl(170g)



Samyang Topokki Hot Chicken Bowl - Buldak Tteokbokki (185g)
\$4.99
Samyang Topokki Hot Chicken Bowl - tteokbokki (185g) Ultimate Hot Spicy Mukbang Topokki (Spicy Rice Cake) !!!! Korean The Most Favorite Spicy Taste = Topokki (Spicy Rice Cake) !!!



OttoGI Spicy Rice Cake Tteokbokki Soup Pack (426g)
\$6.99
OttoGI Spicy Rice Cake Tteokbokki Soup Pack (426g) Chewy rice cake with a sweet and spicy soup. Comes with fish cakes. Contains 2 packs (1 per serving) Ready in 4-5 minutes. It is the best with glass noodle!!!!!! Write Glass Noodle in Search of cokoyam.com



OttoGI Spicy Rice Cake Tteokbokki & Ramen Pack (436g)
\$6.99
OttoGI Spicy Rice Cake Tteokbokki & Ramen Pack (436g) Soft and chewy rice cake and ramen with a sweet and spicy sauce.Comes with ramen & fish cakes.Contains 2 packs (1 pack per serving).Ready in 4-5 minutes. Best choice of koko mom !!!! Putting rice cake first into hot boiling water!!!!!! 2-3min...



Samyang Topokki Carbo Hot Chicken Bowl - Buldak Tteokbokki (179g)
\$4.99
Samyang Carbo Hot Chicken Topokki Bowl - tteokbokki (179g) Ultimate Hot Spicy Mukbang Topokki (Spicy Rice Cake) !!!! Korean The Most Favorite Spicy Taste = Topokki (Spicy Rice Cake) !!! Try with "Samyang Carbo Hot Chicken Ramen" !!!! It's Fantastic!!!



Otaste Tteokbokki w/ Glass Noodle in Spicy Sauce Bowl (128g)
\$3.59
Otaste Tteokbokki w/ Glass Noodle in Spicy Sauce Bowl (128g)

코코얌(CoKoYam) Owner, Mr. Ryan

코코얌(CoKoYam)은 함께(Co), 한국의(Ko), 맛있는(Yam)이라는 의미를 담고 설립된 온라인 쇼핑몰임. 라면, 과자, 통조림 등 다양한 한국산 식품들을 저렴한 가격에 취급하며 일정 금액 이상 구매를 하면 미국 전역에 무료 배송이 가능함. 이 밖에도 한국산 화장품과 한인 유학생에게 필요한 기숙사 생활필수품을 판매하고 있음

18) 사진 자료: 코코얌(CoKoYam) 홈페이지 (www.CoKoYam.com)



가격 2.57달러
(약 2,800원)

중량 120g

포장 종이컵

Q1. 즉석 떡볶이 제품의 인기 브랜드는 무엇이며 평균 가격은 어느 정도인가요?

매장에서 판매 중인 제품에서는 M사와 Q사 제품이 인기가 있습니다. 저희 매장에서는 150-160g 제품의 가격이 3달러(약 3,264원)가 조금 넘습니다. A사가 제품 소비자가격을 120g에 2.57달러(약 2,800원) 정도로 생각하고 있다면 적당한 수준인 것 같습니다.

Q2. 현지 소비자가 선호하는 즉석 떡볶이의 중량은 어느 정도인가요?

저희 매장에서 가장 인기 있는 제품은 120-180g 중량 제품입니다. 한 사람이 1회에 섭취하기에 매우 적당한 양인 것 같습니다. 특히 온라인 판매 채널에서는 1인분용 포장 단위의 종이컵 형태 제품이 매우 잘 팔립니다.

Q3. 매콤달콤한 맛 떡볶이 제품의 수요는 어떠할 것 같나요?

매콤하고 진한 맛이 매우 인기가 많은 것 같습니다. 단맛과 매운맛의 조합은 어떠한지 잘 모르겠으나, 매운맛, 치즈맛, 닭갈비 맛은 수요가 높습니다. 다양한 맛의 옵션은 고객 유인과 판매량 확보하는 데 도움이 될 것입니다.

Q4. 미국에서 즉석 떡볶이 제품을 주로 어디서 구매하나요?

최근에는 온라인 주문이 증가함에 따라 온라인 유통이 성장하며 좋은 매출을 기록하고 있으나, 전통적으로는 오프라인 판매가 선호됩니다. 대부분의 이민자는 고향의 맛을 찾기 위해 아시안마트나 한인마트를 방문하여 구매합니다.

Q5. 즉석 떡볶이 경쟁사들의 주요 홍보전략과 채널은 무엇인가요?

SNS 플랫폼을 통한 입소문 마케팅이 도움이 됩니다. 매체 광고는 브랜드 이미지 포지셔닝과 인지도 유지를 위해 활용됩니다. 고객에게 제품을 제공하고 이에 대한 긍정적인 후기나 추천을 유도하여 제품 및 브랜드를 홍보하기도 합니다.

V. 경쟁력파악(Competitiveness)

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

1. 제품 경쟁력 검증

1) 1회 제공량당 가격

경쟁제품(제조사)

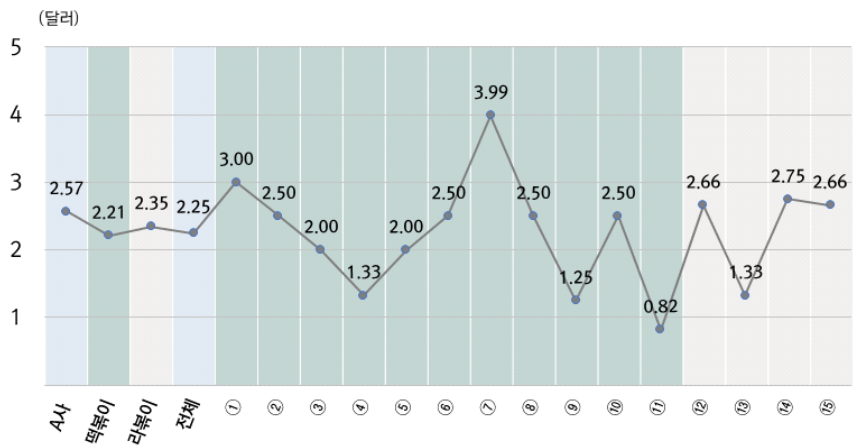
- ① 차칸 떡볶이 (A사)
- ② 아딸 떡볶이 (C사)
- ③ 88 서울 국물 떡볶이 (D사)
- ④ 추억의 맛 국물떡볶이 (E사)
- ⑤ 추억의 국민학교 떡볶이 (F사)
- ⑥ 미로식당 국물 떡볶이 (G사)
- ⑦ 순쌀 떡볶이 (H사)
- ⑧ 집에서 엄마가 만들어주는 어묵 떡볶이 (I사)
- ⑨ 이가네 3대천왕 떡볶이 (J사)
- ⑩ 두기네 분식집 쌀떡볶이 (P사)
- ⑪ 오리지널 반할만떡 (L사)
- ⑫ 즉석 라볶이 (M사)
- ⑬ 꼬불꼬불 쫄면+아채 떡볶이 (N사)
- ⑭ 88 서울 국물 라볶이 (D사)
- ⑮ 그때 그맛 국물 떡볶이 쫄면사리 추가 (O사)

▶ A사 제품, 소포장 제품 대비 저렴한 편

A사 제품의 가격은 1회 제공량당 2.57달러(약 2,800원)¹⁹⁾로 경쟁제품 15개의 평균 1회 제공량당 가격인 2.25달러(약 2,448원)와 비슷한 것으로 확인됨. 제품 종류별 평균 1회 제공량당 가격은 떡볶이 제품이 2.21달러(약 2,404원), 라볶이 제품이 2.35달러(약 2,557원)로 제품 종류에 따른 차이는 없음. A사 제품의 가격은 경쟁제품의 1회 제공량당 가격과 비슷하지만, 판매 단위가 작은 것을 고려하면 매우 저렴한 가격이므로 소포장 식품을 선호하는 소비자에게 가격경쟁력이 있을 것으로 보임

[표 5.1] 미국 즉석 떡볶이 1회 제공량당 가격 경쟁력 분석

(단위: 달러)



19) 1달러 = 1,088.0원 (2021.01.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 총 중량 및 1회 제공량

● 경쟁제품(제조사)

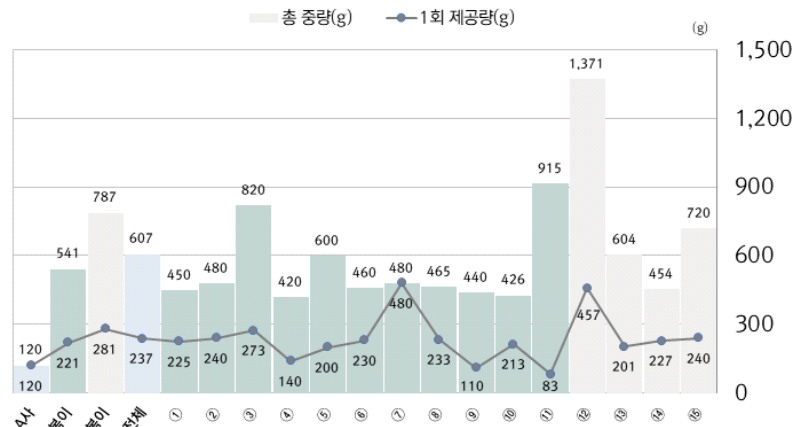
- ① 차칸 떡볶이 (A사)
- ② 아딸 떡볶이 (C사)
- ③ 88 서울 국물 떡볶이 (D사)
- ④ 추억의 맛 국물떡볶이 (E사)
- ⑤ 추억의 국민학교 떡볶이 (F사)
- ⑥ 미로식당 국물 떡볶이 (G사)
- ⑦ 순쌀 떡볶이 (H사)
- ⑧ 집에서 엄마가 만들어주는 어묵 떡볶이 (I사)
- ⑨ 이가네 3대천왕 떡볶이 (J사)
- ⑩ 두기네 분식집 쌀떡볶이 (P사)
- ⑪ 오리지널 반할만떡 (L사)
- ⑫ 즉석 라볶이 (M사)
- ⑬ 꼬불꼬불 쫄면+아채 떡볶이 (N사)
- ⑭ 88 서울 국물 라볶이 (D사)
- ⑮ 그때 그맛 국물 떡볶이 쫄면사리 추가 (O사)

▶ A사 제품 총 중량, 경쟁제품 평균 대비 매우 작은 편 소포장 제품, 1인 가구 소비자 타겟으로 적합

A사 제품의 총 중량은 120g으로 경쟁제품 15개의 총 중량 평균 607g 대비 약 20% 수준으로 작음. 제품 종류별 평균 중량은 떡볶이 제품이 541g, 라볶이 제품이 787g임. A사 제품은 경쟁제품과 비교하여 판매 단위가 매우 작으므로, 1인 가구 소비자를 대상으로 수요가 높을 것으로 예상됨. 3-4인 가구 이상의 가족 단위 소비자를 위한 묶음 판매 프로모션을 진행하는 것도 전략이 될 수 있음

[표 5.2] 미국 즉석 떡볶이 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

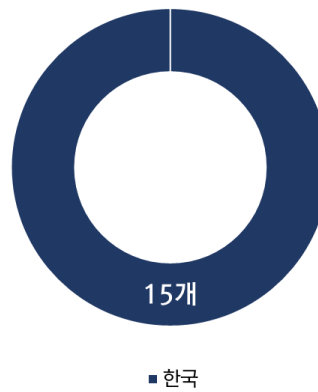


3) 원산지

▶ 경쟁제품 15개 모두 한국에서 제조

미국에서 판매되고 있는 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개의 원산지를 조사한 결과, 15개 제품 모두 한국산으로 확인됨. 방문 매장이 한인 마트이었던 점을 감안하더라도 온라인 쇼핑몰 조사에서도 떡볶이 관련 제품이 모두 한국산인 것을 고려할 때, 미국 현지 판매 중인 떡볶이 제품은 한국산이 절대 다수로 보임

[표 5.3] 미국 즉석 떡볶이 제품 원산지 경쟁력 분석

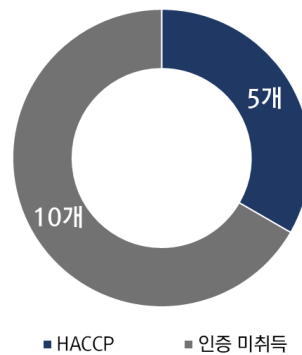


4) 인증

▶ 경쟁제품 15개 중 5개, HACCP 취득

미국에서 판매되고 있는 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개의 인증을 조사한 결과, 떡볶이 제품 4개, 라볶이 제품 1개가 HACCP을 취득한 것으로 조사됨. HACCP 외 기타 인증 취득 여부는 확인되지 않음

[표 5.4] 미국 즉석 떡볶이 제품 인증 경쟁력 분석

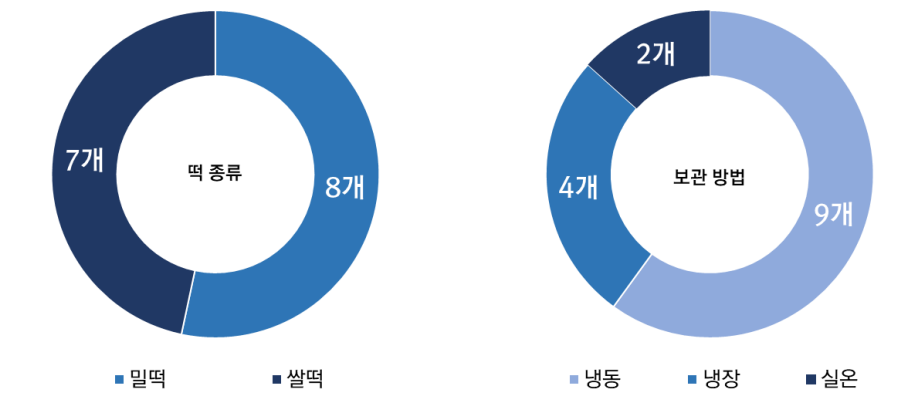


5) 떡 종류 및 보관 방법

▶ 경쟁제품 쌀떡과 밀떡 비율 비슷, 냉동 보관 제품이 다수

미국에서 판매되고 있는 즉석 떡볶이 경쟁제품 15개의 떡 종류와 보관 방법에 대해 조사함. 15개 제품 중 밀떡 제품이 8개, 쌀떡 제품이 7개로 확인됨. 보관 방법별로는 냉동 보관 제품이 9개로 가장 많았으며, 냉장 보관 제품이 4개, 실온 보관 제품이 2개로 나타남

[표 5.5] 미국 즉석 떡볶이 제품 재료 및 보관 방법 경쟁력 분석



6) 홍보문구 및 기타 표기사항

▶ 경쟁제품 홍보문구로 맛, 재료, 편리성 언급

즉석 떡볶이 경쟁제품의 홍보문구를 조사한 결과, '순한맛', '맛있는 매운맛' 등 맛 관련 홍보문구를 사용한 제품이 많은 것으로 조사됨. 총 6개 제품이 맛과 관련된 홍보문구를 표기했으며, 매운맛을 강조하는 제품이 4개, 순한맛을 강조하는 제품이 2개로 확인됨. 맛 다음으로는 '어묵', '부산오징어', '야채고명' 등 제품에 포함된 재료 관련 문구가 많음. '초간단 레시피', '간편 조리'와 같이 조리의 편리성을 강조하는 제품도 2개 확인됨

[표 5.6] 미국 즉석 떡볶이 제품 맛 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 요인에 대하여 분석함. 오프라인과 온라인 채널에서 모두 판매되고 있으며, 바이어 인터뷰에서 공통적으로 언급되는 제품을 벤치마킹 대상 제품으로 선정함. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 아마존, 월마트


(*) 오프라인 매장 : 아리랑마트, 에이치마트, 코스트코

· 바이어 인터뷰에서 공통적으로 언급되는 요소가 있는 제품

(*) 브랜드, 가격, 중량, 맛

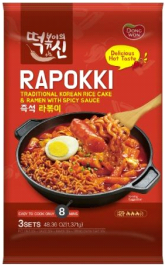
▶ 유사 인기제품 분석

종이컵	특징 ① 포장 형태	플라스틱 파우치
2.57달러 (2,800원) (2.57달러)	특징 ② 가격 (1회 제공량당)	7.99달러 (8,693원) (2.66달러)
120g (1인분)	특징 ③ 중량	1,371g (3인분)
매콤달콤한맛	특징 ④ 맛	오리지널, 매운맛, 짜장 맛, 치즈 맛
떡	특징 ⑤ 재료	떡과 라면/튀김/어묵
HACCP	특징 ⑥ 인증	(-)



경쟁력 분석 제품
(A사 _ 미미 매콤 떡볶이)

‘전자레인지 2분 조리로
쉽게 먹을 수 있는
매콤달콤한 컵 떡볶이’



현지 인기제품
(C사 _ 즉석 라볶이)

‘쫄득하고 건강한 쌀떡에
라면사리로 푸짐하게 즐기는
즉석 라볶이’

1) 벤치마킹 제품 분석
- 다양한 맛

▶ 벤치마킹 제품, 치즈 맛, 짜장 맛 등 제품라인 다양

현지 시장에는 많은 브랜드의 즉석 떡볶이 제품이 유통되고 있으나, 일부 브랜드를 제외하면 맛은 다양하지 않은 편임. 오프라인 매장을 방문 조사한 결과, 빨간색의 매운 고추장 양념의 떡볶이가 대부분임. 바이어 인터뷰 결과를 고려할 때, 벤치마킹 제품으로 선정한 M사 제품의 판매 인기 요인은 높은 브랜드 인지도와 더불어 다양한 맛의 라인업도 영향이 있는 것으로 보임. 현지인들이 선호하는 맛으로 치즈 맛 닭갈비 맛이 언급되었으며 M사는 실제로 치즈 맛 제품과 닭고기가 포함된 제품도 판매하고 있음. 따라서 현지인 선호도를 고려한 다양한 맛의 선택지를 제공하는 것을 추천함. 치즈 맛의 경우에는 새로운 소스를 개발하지 않고, 기존 제품에 파마산 치즈 분말이나 모짜렐라 피자 치즈를 부재료로 추가하는 것만으로도 다양성을 제공할 수 있을 것으로 보임

[표 5.7] 미국 즉석 떡볶이 인기제품, 맛 인터뷰 분석

(인터뷰) *한국인 소비자들은 떡볶이의 매운맛에 익숙하지만 대부분의 미국인은 매운맛을 선호하지 않습니다. 따라서 매운맛과 단맛의 조합인 매콤달콤한 맛은 미국인을 타겟으로 특히 효과적일 수 있습니다. 또한, 미국 시장에서 치즈 소비 추세가 증가하고 있으므로 치즈 맛을 제공하는 것도 추천합니다.*

- Ms. Jessica(에스에프마트, 판매 매니저) -

2) 벤치마킹 제품 분석
- 부재료

▶ 벤치마킹 제품, 떡 외에 라면사리, 어묵 등 부재료와 함께 제공

벤치마킹 제품은 대부분 떡만 들어있는 타 브랜드의 제품과 다르게 라면사리, 튀김, 어묵 등 부재료와 함께 즐기는 떡볶이를 제공하고 있음. 재료로서 떡을 선호하지는 않지만 떡볶이 맛(양념)을 좋아하는 소비자가 함께 즐기기에 좋을 것으로 보임

[표 5.8] 미국 즉석 떡볶이 인기제품, 제품 재료 인터뷰 분석

(인터뷰) *저희 매장 제품 중에서는 M사 제품이 가장 인기 있는 것 같습니다. M사는 짜장이나 치즈맛처럼 제품 라인이 다양하며 떡 외에 튀김이나 라면, 어묵이 들어간 제품이 많아서 인기가 있는 것 같습니다.*

- Ms. Kevin (시온마켓 매니저) -

3. 기업 마케팅 벤치마킹

1) 판매 채널

▶ 경쟁기업 4개사, 주요 오프라인과 온라인 판매 채널 진출

미국에 진출한 경쟁기업 4개사 중 3개사 모두 아리랑마트와 에이치마트에 입점하였으며, 코스트코에는 1개사만이 진출한 것으로 확인됨. 온라인 채널로는 경쟁기업 2개사만이 진출하였으며, 아마존(Amazon)에 2개사, 월마트(Walmart)에 1개사가 진출한 것으로 확인됨

[표 5.9] 미국 즉석 떡볶이 경쟁기업 판매 채널 분석

경쟁기업	오프라인			온라인		
	아리랑마트	에이치마트	코스트코	아마존	월마트	타겟
M사			○	○	○	
E사	○	○				
H사	○	○		○		
F사	○	○				

2) 홍보 채널

▶ 미국에서의 제품 홍보 활동으로 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼 활용

경쟁기업 4개사 모두 글로벌 자사 홈페이지를 통해 회사와 제품 홍보를 진행하고 있는 것으로 조사됨. 경쟁기업 4개사 중 3개사는 한국어와 영어를 모두 사용한 홈페이지를 운영하고 있으며, 1개사는 한국어 홈페이지만을 운영하고 있음. 또한, 4개사 모두 SNS 플랫폼을 통해 제품 홍보와 이벤트를 진행함. 페이스북이 가장 많이 활용되는 SNS 플랫폼이며 인스타그램, 유튜브도 활용하고 있음. 다만, 미국 현지 계정 또는 글로벌 계정이 아닌 한국 계정만 활용하고 있다는 것을 확인함

[표 5.10] 미국 즉석 떡볶이 경쟁기업 홍보 채널 분석

경쟁기업	자사 홈페이지		SNS 플랫폼			
	한국어	영어	페이스북	인스타그램	유튜브	트위터
M사	○	○	○	○	○	
E사	○	○	○		○	
H사	○	○	○	○	○	○
F사	○		○	○		

3) 홍보문구

▶ 경쟁기업, 제품의 ‘맛’, ‘재료’, ‘편리성’을 강조하여 경쟁제품 홍보

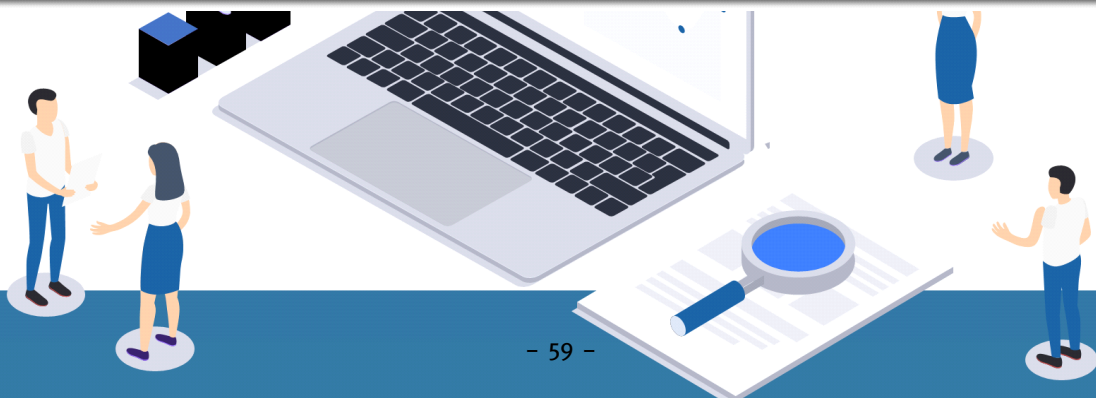
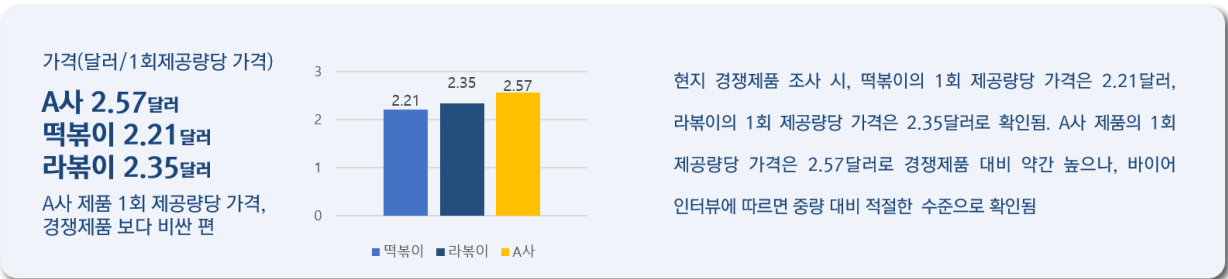
미국 시장에 진출한 경쟁기업은 제품의 맛과 편리성을 강조한 문구를 활용하여 제품을 홍보하는 것으로 조사됨. 제품의 맛을 강조하는 문구로써 ‘맛있게 매운 고추장 소스’, ‘매콤달콤 소스와 쫄깃한 쌀떡의 조화’ 등을 사용하였으며, 제품에 포함된 재료를 강조하는 문구로 ‘쫄깃한 쌀떡에 라면사리로 푸짐하게’, ‘신선한 자연 재료가 그대로 담긴’ 등의 문구를 사용함. 제품의 편리성을 강조하는 문구로는 ‘간편하게 먹을 수 있는’, ‘3분이면 완성 가능한 간편한 제품’, ‘짧게 조리해도 맛있는’ 등을 사용함. 또한, 제품의 특징을 강조하는 ‘추억의 맛’, ‘아이와 어른 모두 좋아하는’ 등의 문구나, 위생을 강조하는 ‘HACCP 시설에서 제조’ 등의 문구도 사용하는 것으로 조사됨

[표 5.11] 미국 즉석 떡볶이 경쟁기업 홍보문구 분석



VI. 시장진출제언(Export Insights)

VI. Export Insights



인증

HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Points)

경쟁제품 중 5개 제품 HACCP 보유



현지 제품 조사 결과 경쟁제품 15개 중 15개 제품이 HACCP을 발급받은 것으로 확인됨. HACCP은 위해 요인의 발생 여건을 사전에 차단하여 식품의 안전성을 관리하는 체계에 관한 인증으로, 해당 인증 보유 시 제품에 대한 소비자의 신뢰도를 향상시킬 수 있음

마케팅

홍보문구: 맛과 재료, 편리성

경쟁기업은 제품의 맛, 재료, 편리성을 강조하여 제품 홍보

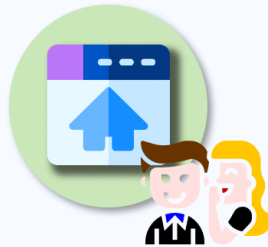


미국 시장에 진출한 경쟁기업은 제품의 맛과 편리성을 강조한 문구를 활용하여 제품을 홍보하는 것으로 조사됨. 제품의 맛을 강조하는 문구로써 '맛있게 매운 고추장 소스', '매콤달콤 소스와 쫄깃한 쌀떡의 조화' 등을 사용하였으며, 제품에 포함된 재료를 강조하는 문구로 '쫄깃한 쌀떡에 라면사리로 푸짐하게', '신선한 자연 재료가 그대로 담긴' 등의 문구를 사용함. 제품의 편리성을 강조하는 문구로는 '간편하게 먹을 수 있는', '3분이면 완성 가능한 간편한 제품', '짧게 조리해도 맛있는' 등을 사용함. 또한, 제품의 특징을 강조하는 '추억의 맛', '아이와 어른 모두 좋아하는' 등의 문구나, 위생을 강조하는 'HACCP 인증 시설에서 제조' 등의 문구도 사용하는 것으로 조사됨

마케팅

홍보채널: 자사 홈페이지, 입소문 마케팅

경쟁기업 영문 홈페이지 활용하여 홍보



경쟁기업 4개사는 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 운영 중임. 4개사 중 3개사는 영문 홈페이지를 통해 홍보채널로 활용하는 것으로 조사됨. 4개사 모두 SNS 플랫폼을 통해 제품 홍보와 이벤트를 진행하고 있으나, 영문이 아닌 한국 계정만 활용하고 있음. 바이어 인터뷰에 따르면 한식 제품 구매 시 브랜드 인지도가 중요하며, 입소문 마케팅의 영향력이 큰 것으로 파악됨



[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 미국 센서스(Census) 홈페이지 (www.census.gov)
2. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (www.euromonitor.com)
3. 에이치마트(H-Mart) 홈페이지 (www.hmart.com)
4. 코스트코(Costco) 홈페이지 (www.costco.com)
5. 에이치마트(H-Mart) 홈페이지 (www.hmart.com)
6. 시온마켓(Zion Market) 홈페이지 (www.zionmarket.com)
7. 에스에프마트(SFMart) 홈페이지 (www.SFMart.com)
8. 코코얌(CoKoYam) 홈페이지 (www.CoKoYam.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.02.12

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