



2021

해외시장 맞춤형조사

No. | 202111-14
품목 | 선식(Grain Powder)
HS CODE | 1901.90-9091
국가 | 미국(USA)
구분 | 경쟁력분석형

Contents

I. 요약	03
II. 경쟁제품	
1. 미국 선식 경쟁제품 선정	05
2. 미국 선식 경쟁제품 조사지표 선정	09
3. 미국 선식 경쟁제품 현지조사 결과	10
III. 경쟁기업	
1. 미국 선식 경쟁기업 선정	22
2. 미국 선식 경쟁기업 현지화 분석 기준	23
3. 미국 선식 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	25
IV. 수입·유통업체 인터뷰	
Interview ① 에이치마트(H-Mart)	34
Interview ② 팔라마 슈퍼마켓(Palama Supermarket)	37
Interview ③ 88 슈퍼마켓(88 Supermarket)	40
V. 경쟁력파악	
1. 제품 경쟁력 검증	45
2. 벤치마킹 제품 분석	50
3. 기업 마케팅 벤치마킹	52
VI. 시사점	53
※ 참고문헌	55

Summary

A사-O사: 한국 경쟁기업명 이니셜 처리

■ 온라인 인기제품

제품명	제조사명
올가닉 프로틴 파우더 바닐라 빈	올게인
올가닉 프로틴 파우더 크리미 초콜릿 퍼지	올게인

2개 채널에서 Top 10인 제품

■ 오프라인 주요 경쟁제품

17곡 고향의 맛 미숫가루 (B사)		퀘이커 오츠 (퀘이커 오츠 컴퍼니)	
	가격 6.99달러		가격 4.14달러
	중량 1,000.0g		중량 1,190.0g
포장 형태 간소화, 대용량 포장으로 합리적인 가격 책정		Non-GMO 인증 라벨에 표기	

■ 경쟁기업 3개사 분석

	A사	B사	C사	미국 현지 진출 경쟁기업 현황 경쟁기업 3개사, 제품, 포장, 생산 방식 모두 미국 현지화가 미흡함 + 경쟁기업 3개사 중 1개사, 주요 SNS 플랫폼 페이스북 및 인스타그램을 활용해 기업 및 제품 홍보
국적	한국	한국	한국	
제품 현지화	○	○	○	
포장 현지화	○	○	○	
생산 방식	●	●	●	
입점 채널	오프라인 채널만 활용	오프라인 채널만 활용	오프라인 채널만 활용	
홍보 채널	자사 홈페이지(한국)	자사 홈페이지(한국)	자사 홈페이지(글로벌), SNS 플랫폼(글로벌)	

제품 현지화

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

포장 현지화

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

생산 방식 현지화

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

■ 경쟁력 파악

기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(12개)				기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(12개)							
가격(100g당) (4.16달러)	○	미숫가루(6개)	식사 대체 파우더(6개)	1.19달러	2.41달러	인증(중복값 有) (FSSC 22000, ISO 9001, HACCP)	○	HACCP	Non-GMO	USDA Organic	4개	4개	3개		
		950.0g	524.2g	한국	미국			페루	6개	5개	1개				
중량(g) (240.0g)	○	플라스틱 파우치	플라스틱 통	파이프 포장	종이 통	원산지 (한국)	●	음용법	영양 함량	원료	건강	9개	7개	7개	4개
		5개	5개	1개	1개			홍보문구(중복값 有) (원료 강조)	●	9개	7개	7개	4개		

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 100g당 가격은 경쟁제품 평균보다 비싼 편이며, 중량은 경쟁제품 평균보다 작은 것으로 나타남 2) 경쟁제품 12개 중 9개가 제품 음용법을 강조하는 홍보문구를 사용하는 것으로 나타남
Point 02.	1) 경쟁기업 3개사 모두 제품, 포장, 생산 방식 측면에서 미국 현지화가 미흡한 것으로 나타남 2) 경쟁기업 3개사 중 1개사는 페이스북 및 인스타그램을 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남

II. 경쟁제품

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

1. 미국 선식 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징



제품명	마가 들어간 15곡 미숫가루
제품 종류	선식
소비자가격	9.99달러 ¹⁾²⁾ (약 11,497원)
중량	240g (1스틱당 20g)
포장 (외부/내부)	종이 박스/ 플라스틱 파우치
특징	화학 첨가물을 넣지 않은 선식

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: 마가 들어간 15곡 미숫가루
 - 제품 종류: 선식
 - 소비자가격: 9.99달러(약 11,497원)
 - 중량: 240g(1스틱당 20g)
 - 포장 형태: 종이 박스/플라스틱 파우치

Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 - 1. 아마존(Amazon): 36.4%
 - 2. 월마트(Walmart): 7.1%
 - 3. 타겟(Target): 2.1%
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 Top 10 제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰 중 2개에서 확인: 2개 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

1) 기 진출 제품으로 현지 가격 판매가를 기준으로 함
2) 1달러=1,185.20원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 현지 주요 온라인
쇼핑몰 인기제품 확인

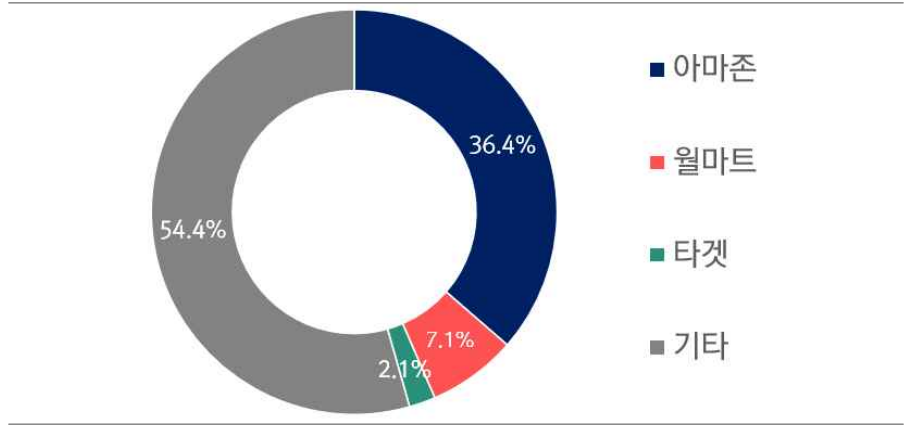
미국 주요 온라인 쇼핑몰
(Top 3)

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

▶ 미국 온라인 쇼핑몰 점유율 상위 3개, 아마존, 월마트, 타겟

유로모니터에 따르면, 2020년 기준 미국 현지인들이 식품 구매를 위해 이용하는 온라인 쇼핑몰 상위 3개는 아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 타겟(Target)으로, 상위 3개 온라인 쇼핑몰의 점유율은 약 45.6%임

[표 2.1] 미국 온라인 쇼핑몰 점유율



자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

▶ 인기 온라인 쇼핑몰 2개에 진출한 경쟁제품, 2개

미국 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 총 2개의 제품이 2개의 온라인 쇼핑몰에서 모두 판매 중인 것으로 조사됨

[표 2.2] 미국 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)

순위	아마존	월마트	타겟
1	수라상 마가 들어간 20곡 마숫가루 (F사)	소풍 찬물에도 잘 녹는 마숫가루 (G사)	바이탈 프로틴스 콜라겐 펩타이드 (네슬레)
2	17곡 고향의 맛 마숫가루 (B사)	올가닉 프로틴 파우더 바닐라 빈 (올게인)	올가닉 프로틴 파우더 바닐라 빈 (올게인)
3	9곡 마숫가루 (H사)	바디 포트리스 웨이 프로틴 파우더 초콜릿 (파운티플 컴퍼니)	캐네이션 브레퍼스트 에센셜스 뉴트리셔널 드링크 믹스 리치 밀크 초콜릿 (네슬레)
4	배대감 20곡 마숫가루 (I사)	올가닉 프로틴 파우더 크림 초콜릿 퍼지 (올게인)	콜라겐 펩타이드 파우더 (올게인)
5	하늬 통호밀 선식 마숫가루 (J사)	슬림패스트 오리지널 밀 리플레이스먼트 셰이크 믹스 프렌치 바닐라 (그랜비아)	골드스탠다드 100%웨이 더블 리치 초콜릿 (옵티멈 뉴트리션)
6	10곡 마숫가루 (K사)	액라이트 웨이 프로틴 서플리먼트 리치 초콜릿 (액라이트)	올가닉 프로틴 파우더 크림 초콜릿 퍼지 (올게인)
7	고미고미 고미네 볶은 울무 가루 (L사)	슬림패스트 오리지널 밀 리플레이스먼트 셰이크 믹스 리치 초콜릿 로얄 (그랜비아)	골드 스탠다드 100% 웨이 바닐라 아이스크림 (옵티멈 뉴트리션)
8	평창 곤도밀 (M사)	올가닉 플랜트 프로틴 (베터 바디 푸즈)	프리미어 프로틴 셰이크 초콜릿 (프리미어 뉴트리션 코퍼레이션)
9	오늘 한끼 새싹 귀리 (N사)	바디 포트리스 웨이 프로틴 파우더 바닐라 (파운티플 컴퍼니)	머슬 밀크 프로틴 파우더 바닐라 크림 (사이토스포츠)
10	한장의 식단 (O사)	바디 포트리스 웨이 프로틴 파우더 스트로베리 (파운티플 컴퍼니)	프리미어 프로틴 바닐라 밀크 셰이크 (프리미어 뉴트리션 코퍼레이션)

■ 3개 온라인 쇼핑몰에서 판매 ■ 2개 온라인 쇼핑몰에서 판매

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

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 미국 캘리포니아 정보³⁾⁴⁾

인구	3,937만 명
면적	403,466.3km ²

▶ 미국 캘리포니아, 방문지역으로 선정

미국 캘리포니아(California)를 방문지역으로 선정함. 캘리포니아주는 경제 규모가 세계 5-7위 국가에 해당하는 수준으로, 약 3,900만 명 이상의 인구를 보유한 미국 최대 주임. 특히 캘리포니아에서 가장 인구가 많은 지역인 로스앤젤레스는 미국 전체에서 뉴욕에 이어 두 번째로 큰 도시로, 세계에서 가장 다양한 인종이 모여드는 도시 중 하나임. 2018년 기준 캘리포니아의 가구별 평균 소득은 75,277달러로 미국 전체 평균인 61,937달러에 비해 약 21.5% 높은 수준임

▶ 현지조사 매장 선정, 한인마트, 하이퍼마켓/슈퍼마켓

미국 선식의 유통채널별 점유율을 확인한 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 73.0%로 가장 높으며, 온라인 14.6%, 종합 소매업체와 건강식품 전문점이 각각 2.5%로 확인됨. 이에 각 유통채널별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사매장을 선정함

[표 2.3] 미국 선식 주요 유통채널 현황⁵⁾

채널 분류	점유율	주요 매장
하이퍼마켓/슈퍼마켓	73.0%	크로거(Kroger), 월마트(Walmart), 타겟(Target), 에이치이비(H-E-B)
온라인	14.6%	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 타겟(Target)
개인 및 기타 식료품점	2.5%	샘스클럽(Sam's Club), 에이치마트(H-Mart) ⁶⁾
건강식품 전문점	2.5%	지엔씨(GNC), 씨브이에스(CVS)
할인점	2.4%	코스트코(Costco), 알디(Aldi)

■ 고객사 진출 선호 매장

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

3) 미국 인구조사국(Census) 홈페이지

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

5) 유로모니터(Euromonitor) 2020 미국 유통채널 정보 (Distribution, Ready Meals in USA)

6) 종합소매업체는 한인마트를 포함함

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 온라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(*) 아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 타겟(Target)
- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정
(*) 시온 마켓(Zion Market), 월마트(Walmart), 랄프스(Ralphs)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 미숫가루 제품: 곡물을 볶아 분말 형태로 만든 제품
- 식사 대체 파우더 제품: 식사 대체 가능한 파우더 제품

[표 2.4] 미국 선식 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	미숫가루	식사 대체 파우더
① 햇썩원 검은 곡물 미숫가루 (A사)	○ (시온 마켓)	(-)	○	
② 15곡이 들어간 건강 참마밀 (C사)	○ (시온 마켓)	(-)	○	
③ 17곡 고향의 맛 미숫가루 (B사)	○ (시온 마켓)	○ (아마존)	○	
④ 15곡 미숫가루 (E사)	○ (시온 마켓)	(-)	○	
⑤ 국산 서리태 귀리쉐이크 (E사)	○ (시온 마켓)	(-)	○	
⑥ 제주 개역 보리 미숫가루 (D사)	○ (시온 마켓)	(-)	○	
⑦ 피비 핏 피넛 버터 파우더 (베터 바디 푸즈)	○ (월마트)	○ (아마존, 월마트, 타겟)		○
⑧ 올가닉 마카 파우더 (베터 바디 푸즈)	○ (월마트)	○ (월마트)		○
⑨ 올가닉 아시아 마키 볼 믹스 (선푸드)	○ (월마트, 랄프스)	○ (아마존, 월마트)		○
⑩ 퀘이커 오츠 (퀘이커 오츠 컴퍼니)	○ (월마트, 랄프스)	○ (아마존, 월마트, 타겟)		○
⑪ 스틸 컷 오츠 (심플 트루트 올가닉)	○ (월마트, 랄프스)	(-)		○
⑫ 워트 점 (크레치머)	○ (랄프스)	○ (아마존, 월마트)		○

(*) 현지 판매 선식 경쟁제품 12개 분석 / 파란색 표시는 온라인 쇼핑몰 인기제품

2. 미국 선식 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 미국 선식 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 미국 선식 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격	제품의 100g당 가격
중량	g	제품의 포장 단위
제품 종류	미숫가루	곡물을 볶아 분말 형태로 만든 제품
	식사 대체 파우더	식사 대체 가능한 파우더 제품
제품 맛	일반 곡물 맛	볶은 곡물 맛
	기타 맛	초콜릿 맛, 아사이베리 맛 등
포장 형태	플라스틱 통	플라스틱 소재의 통에 내용물을 포장한 형태
	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치에 내용물을 포장한 형태
인증		제품 보유 인증
원산지		제품의 원산지
홍보문구		제품의 홍보문구
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

3. 미국 선식 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 미국 캘리포니아에 위치한 한인마트, 하이퍼마켓/슈퍼마켓

미국 캘리포니아에 위치한 한인마트인 시온 마켓(Zion Market)과 하이퍼마켓/슈퍼마켓 월마트(Walmart)와 랄프스(Ralphs)를 방문함. 이 중 월마트는 현재 미국에서 가장 큰 점유율을 차지하고 있는 하이퍼마켓으로, 미국 하이퍼마켓의 약 84%를 점유하고 있음⁷⁾. 랄프스는 캘리포니아의 슈퍼마켓 체인으로 미국의 대형 유통 기업 크로거(Kroger)의 가장 큰 자회사임. 시온 마켓은 한인마트 체인으로 캘리포니아에 5개, 조지아와 텍사스에 각각 1개 매장을 운영 중임

[표 2.6] 미국 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
시온 마켓 (Zion Market)	한인마트	6	· 캘리포니아를 중심으로 운영 중인 한인마트 체인 · 식료품, 한국산 공산품, 한식 반찬 등 판매
월마트 (Walmart)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	4	· 미국 하이퍼마켓 점유율 1위 · 미국 내 4,740개 이상의 지점 보유
랄프스 (Ralphs)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	2	· 캘리포니아에서 운영중인 슈퍼마켓 체인 · 미국 내 191개 지점 보유중, 크로거의 자회사



7) 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

▶ 경쟁제품 10개 중 3개 제품이 2개 매장에서 판매

시온 마켓(Zion Market), 월마트(Walmart), 랄프스(Ralphs) 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 시온 마켓은 경쟁제품 6개를 취급하고 있으며 월마트는 5개 제품, 랄프스는 4개 제품을 취급하고 있는 것으로 확인되어, 시온 마켓이 조사 매장 중 가장 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	시온 마켓 (Zion Market)	월마트 (Walmart)	랄프스 (Ralphs)
① 햇싹원 검은 곡물 미숫가루 (A사)	○		
② 15곡이 들어간 건강 참마밀 (C사)	○		
③ 17곡 고향의 맛 미숫가루 (B사)	○		
④ 15곡 미숫가루 (E사)	○		
⑤ 국산 서리태 귀리쉐이크 (E사)	○		
⑥ 제주 개역 보리 미숫가루 (D사)	○		
⑦ 피비 핏 피넛 버터 파우더 (베터 바디 푸즈)		○	
⑧ 올가닉 마카 파우더 (베터 바디 푸즈)		○	
⑨ 올가닉 아시아 마키 볼 믹스 (선푸드)		○	○
⑩ 퀘이커 오츠 (퀘이커 오츠 컴퍼니)		○	○
⑪ 스틸 컷 오츠 (심플 트루 올가닉)		○	○
⑫ 워트 점 (크레치머)			○

자료: 현지조사원 자료


Shop ① 시온 마켓(Zion Market)

매장 정보

- 유형: 한인마트
- 판매 제품 특징: 신선식품, 육류, 해산물, 한국산 식료품, 라면, 음료, 주류, 생활용품 등
- 매장 주변 특징: 한인타운 내 쇼핑센터에 있으며 주거 지역과 가까운 곳에 위치
- 주요 고객층: 현지 교민 및 현지 주민

브랜드 기본 정보 ⁸⁾		시온 마켓은 1981년 설립된 한인마트 체인으로 캘리포니아주를 중심으로 운영 중임. 포인트 적립 및 프로모션 정보를 받아볼 수 있는 시온마켓리워드 어플리케이션을 보유하고 있어 온라인 마케팅 경쟁력을 갖추고 있음
		조사 제품 수: 6개



매장 정보		
	위치	도시(지역) 부에나 파크 상세주소 5400 Beach Blvd, Buena park, CA 90621


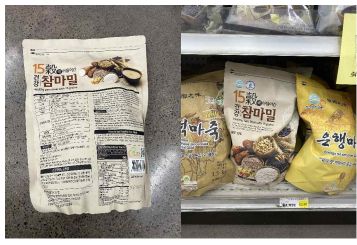
매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		



제품 판매 정보	판매 선식 경쟁제품 정보		
			
	햇썬 검은 곡물 미숫가루 (A사)	15곡이 들어간 건강 참마밀 (C사)	17곡 고향의 맛 미숫가루 (B사)
			
15곡 미숫가루 (E사)	국산 서리태 귀리쉐이크 (E사)	제주 개역 보리 미숫가루 (D사)	



사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/월마트/타겟 웹사이트

8) 시온마켓(Zion Market) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	햇싸원 검은 곡물 미숫가루	제조사 (현지어)	A사
제품 종류	미숫가루	중량	800.0g
소비자가격	9.99달러 (11,840원)	100g당 가격	1.25달러 (1,480원)
원산지	한국	맛	일반 곡물 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치/ 플라스틱 파우치	인증	HACCP
수입자	Chang-tuh (LA) Inc	원료 및 첨가물	쌀, 보리, 옥수수, 현미, 콩, 검은콩, 찹쌀, 검은깨, 흑미, 포도당, 소금
홍보문구	100% 국산 곡물, 스틱		

			
제품명 (현지어)	15곡이 들어간 건강 참마밀	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	미숫가루	중량	800.0g
소비자가격	12.99달러 (15,396원)	100g당 가격	1.00달러 (1,184원)
원산지	한국	맛	일반 곡물 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	인증	HACCP
수입자	Zion Market	원료 및 첨가물	흑미, 12곡 국산 미숫가루, 마, 옥수수 전분, 식물성 크리머, 땅콩, 포도당, 정제염
홍보문구	참마 10%, 15가지 곡물이 들어간 건강 마 끼니, 엄선된 원료, 청결한 공정에서 생산, 자연이 주는 행복한 먹거리, 간편하게 즐기세요, 강원도지사 인증 농수특산품		

			
제품명 (현지어)	17곡 고향의 맛 미숫가루	제조사 (현지어)	B사
제품 종류	미숫가루	중량	1,000.0g
소비자가격	6.99달러 (8,285원)	100g당 가격	0.70달러 (828원)
원산지	한국	맛	일반 곡물 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	인증	HACCP
수입자	Zion Market	원료 및 첨가물	보리, 옥수수, 찌쌀, 볶음콩, 수수, 찹쌀, 차조, 검정깨, 검정콩, 울무, 참깨, 땅콩, 현미, 들깨, 밀쌀, 쌀보리
홍보문구	고향의 맛, 질이 좋은 곡물 및 기타원료를 엄선, 철저히하게 위생처리하여 만든 제품, 맛있게 드시는 방법, 영양가득, 영양식		

			
제품명 (현지어)	15곡 미숫가루	제조사 (현지어)	E사
제품 종류	미숫가루	중량	900.0g
소비자가격	6.99달러 (8,285원)	100g당 가격	0.78달러 (921원)
원산지	한국	맛	일반 곡물 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	인증	HACCP
수입자	Haitai Inc	원료 및 첨가물	쌀, 콩, 옥수수, 조, 찹쌀, 현미, 사탕수수, 통밀, 검은콩, 기장, 검정쌀, 울무, 땅콩, 참깨, 당근
홍보문구	건강한 한 끼, 무방부제, 15가지 곡물, 조리법		

			
제품명 (현지어)	국산 서리태 귀리쉐이크	제조사 (현지어)	E사
제품 종류	미숫가루	중량	1,200.0g
소비자가격	9.99달러 (11,840원)	100g당 가격	0.83달러 (987원)
원산지	한국	맛	일반 곡물 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 통	수입자	Haitai Inc
원료 및 첨가물	귀리, 검은콩, 검은깨	홍보문구	풍부한 식이섬유 함유, 국산 서리태로 더욱 고소해진, 조리법

			
제품명 (현지어)	제주 개역 보리 미숫가루	제조사 (현지어)	D사
제품 종류	미숫가루	중량	500.0g
소비자가격	12.99달러 (15,396원)	100g당 가격	2.60달러 (3,079원)
원산지	한국	맛	일반 곡물 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 통	수입자	KJC America Inc
원료 및 첨가물	건조 보리 분말	홍보문구	유네스코 3관왕(세계지질공원, 세계자연유산, 생물권 보전 지역), 청정 제주, 세계 7대 자연 경관



Shop ② 월마트(Walmart)

● 매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
가정용품, 의류, 전자 기기, 식료품, 의약품, 독점 디자이너 컬렉션 등의 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:
유동인구가 많은 상업지구에 위치하며 주변에 한식점, 베트남 음식점 등 아시안 상점이 많음
- 주요 고객층:
현지 주민

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

매장 정보		
	위치	도시(지역) 스탠턴 상세주소 12840 Beach Blvd, Stanton, CA 90680



매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 선식 경쟁제품 정보	
		
	피비 핏 피넛 버터 파우더 (베터 바디 푸즈)	올가닉 마카 파우더 (베터 바디 푸즈)
		
올가닉 아사이 마키 볼 믹스 (선푸드)	퀘이커 오츠 (퀘이커 오츠 컴퍼니)	

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/월마트/타겟 웹사이트

			
제품명 (현지어)	피비 피트 피넛 버터 파우더 (PB Fit Peanut Butter Powder)	제조사 (현지어)	베터 바디 푸즈 (Better Body Foods)
제품 종류	식사 대체 파우더	중량	425.0g
소비자가격	7.48달러 (8,865원)	100g당 가격	1.76달러 (2,086원)
원산지	미국	맛	초콜릿 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 통	인증	BPA Free
원료 및 첨가물	땅콩 분말, 사탕수수, 코코아, 소금	홍보문구	초콜릿, 88% 줄인 지방, 5g 식물 기반 단백질

			
제품명 (현지어)	올가닉 마카 파우더 (Organic Maca Powder)	제조사 (현지어)	베터 바디 푸즈 (Better Body Foods)
제품 종류	식사 대체 파우더	중량	340.0g
소비자가격	6.48달러 (7,680원)	100g당 가격	1.91달러 (2,259원)
원산지	페루	맛	일반 곡물 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	인증	USDA Organic, Non-GMO, BPA Free
수입자	Better Body Foods	원료 및 첨가물	유기농 마카 분말
홍보문구	슈퍼푸드, 2g 화이버, 글루텐프리, 스무디 셰이크, 케이크 머핀, 오트밀 요거트로 활용		

			
제품명 (현지어)	올가닉 아사이 마키 볼 믹스 (Organic Acai Maqui Bowl Mix)	제조사 (현지어)	선푸드 (Sunfood)
제품 종류	식사 대체 파우더	중량	170.0g
소비자가격	13.47달러 (15,965원)	100g당 가격	7.92달러 (9,391원)
원산지	미국	맛	일반 곡물 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 파우치	인증	USDA Organic, Non-GMO, Vegan
원료 및 첨가물	아사이 분말, 마키 분말, 블루베리 분말, 치아 분말, 바나나 분말, 루쿠마 분말, 레드 마카 분말	홍보문구	유기농, Non-GMO, 비건, 글루텐프리, 코셔

			
제품명 (현지어)	퀘이커 오츠 (Quaker Oats)	제조사 (현지어)	퀘이커 오츠 컴퍼니 (Quaker Oats Company)
제품 종류	식사 대체 파우더	중량	1,190.0g
소비자가격	4.14달러 (4,907원)	100g당 가격	0.35달러 (412원)
원산지	미국	맛	일반 곡물 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 통	인증	Non-GMO
원료 및 첨가물	통곡물 귀리	홍보문구	무방부제, 무인공향료, 화이바, 지속되는 에너지, 100% 곡물

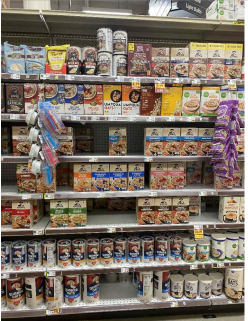

Shop ③ 랄프스(Ralphps)

● 매장 정보

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

브랜드 기본 정보 ¹⁰⁾		랄프스는 1873년 설립된 유통업체로 베이커리, 냉동식품, 건강식품, 해산물, 주류 등 식료품을 전문적으로 취급함. 본사는 로스앤젤레스에 위치하며 249개 매장을 운영 중임. 현재 크로거의 자회사로 소속되어있음
		조사 제품 수: 2개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 가든그로브 상세주소 12051 S Euclid st, Garden grove, CA 92840

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 선식 경쟁제품 정보	
		
	스틸 컷 oats (심플 트룟 올가늌)	위트 점 (크레치머)

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/월마트/타겟 웹사이트

10) 자료: 랄프스(Ralphps) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	스틸 컷 oats (Steel Cut Oats)	제조사 (현지어)	심플 트루트 올가닉 (Simple Truth Organic)
제품 종류	식사 대체 파우더	중량	680g
소비자가격	2.99달러 (3,544원)	100g당 가격	0.44달러 (521원)
원산지	미국	맛	일반 곡물 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 통	인증	USDA Organic
원료 및 첨가물	유기농 귀리	홍보문구	100% 곡물, Non-GMO, 화이바, 유기농, 마음을 건강하게

			
제품명 (현지어)	위트 점 (Wheat Germ)	제조사 (현지어)	크레치머 (Kretschmer)
제품 종류	식사 대체 파우더	중량	340g
소비자가격	6.99달러 (8,285원)	100g당 가격	2.06달러 (2,437원)
원산지	미국	맛	일반 곡물 맛
포장 형태 (외부/내부)	플라스틱 통	원료 및 첨가물	밀, 비타민 E, 비타민 A, 엽산
홍보문구	1936년부터, 비타민 A, 비타민 E, 4g 식물 기반 단백질		

III. 경쟁기업

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

1. 미국 선식 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 선식 판매 한국기업 3개사 선정

미국 오프라인 유통채널에서 고객사 제품과 유사한 미숫가루 제품을 판매하고 있는 한국기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함

▶ 경쟁기업 3개사, 평균 29년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 29년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 가장 오래된 업력을 보유한 경쟁사는 A사로 1968년부터 53년째 사업을 이어가고 있음. B사는 2007년 설립되어 14년째 사업을 운영하고 있으며, C사는 19년의 업력을 보유하고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 선식 동일품목 종류 조사

미국에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 선식의 동일 품목 수를 조사한 결과 C사가 22개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목 수를 판매하고 있는 것으로 확인됨. 그 다음으로는 A사가 15개, B사가 2개의 제품을 판매 중인 것으로 조사됨

[표 3.1] 선식 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
A사	한국	53년	15개
B사	한국	14년	2개
C사	한국	19년	22개

자료: 미국 진출 선식 경쟁기업 3개사 분석

2. 미국 선식 경쟁기업 현지화 분석 기준

▶ 경쟁기업의 기본 정보

[표 3.2] 경쟁기업 기본 정보

기준	설명	
① 기업명	기업의 이름	
② 위치	기업 본사 위치	
③ 규모	매출액	기업 20년도 매출액
	직원 수	기업 20년도 직원 수
	설립연도	기업의 설립연도
	동일품목	선식

▶ 경쟁기업의 자사 제품 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 제품 현지화 정도

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

▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

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

▶ 경쟁기업의 제품 제조 방식에 따른 분류

[표 3.5] 경쟁기업 제품 제조 방식 기준

기준		설명	적극성
① OEM	간접 제조	제조 전문 OEM 업체와 제휴를 맺어 제조 위탁	○ (하)
② 국내제조	직접 제조	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출	◐ (중)
③ 현지제조		현지에 제조시설을 구비하여 직접 제조	● (상)

▶ 경쟁기업의 유통채널에 따른 분석 기준

[표 3.6] 경쟁기업 유통채널

기준	채널 종류
오프라인	시온 마켓, 월마트, 랄프스
온라인	아마존, 월마트, 타겟

▶ 경쟁기업의 홍보 채널에 따른 분석 기준

[표 3.7] 경쟁기업 홍보 채널

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

3. 미국 선식 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 모두 미국 오프라인 매장과 온라인 채널 진출

미국에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 한인마트인 시온 마켓에서 경쟁기업 3개사가 모두 확인되었으며, 월마트와 랄프스에서는 확인되지 않음. 온라인의 경우, 경쟁기업 3개사는 현지 주요 온라인 판매채널인 아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 타겟(Target)에 모두 입점하지 않은 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 SNS 플랫폼에서의 제품 홍보 활동 활발함

미국 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. A사와 C사의 경우 글로벌 공식 홈페이지를 운영하고 있음. 또한 C사는 SNS 플랫폼을 홍보채널로 활용하고 있으나, 활발한 홍보활동을 진행하지는 않는 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 홍보문구로 원료의 신뢰도, 제조 공정 위생, 제품 영양 등을 강조하여 홍보

미국 시장에 진출한 경쟁기업은 제품 홍보 시 주로 제품 원료의 신뢰도와 제조 공정 위생, 제품의 영양을 강조한 문구를 활용하는 것으로 조사됨. 원료의 신뢰도를 강조한 문구로는 ‘100% 국산 곡물’, ‘질이 좋은 곡물 및 기타 재료를 엄선’, ‘자연 그대로 믿을 수 있는’, ‘엄선된 원료’ 등이 있음. 제조 공정 위생을 강조하는 문구로는 ‘철저하게 위생처리하여 만든 제품’, ‘청결한 공정에서 생산’ 등을 사용함. 제품의 영양을 강조하는 문구로는 ‘영양 가득’, ‘참마 10%’, ‘15가지 곡물이 들어간 건강 마 끼니’ 등을 활용하는 것으로 확인됨. 그 외에도 제품의 간편성을 강조하는 ‘개별 스틱 포장으로 휴대하기 편함’, ‘간편하고 든든한 식사 대용식’, ‘간편하게 즐기세요’ 등의 문구도 사용하는 것으로 조사됨

[표 3.8] 미국 선식 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
A사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 시온 마켓 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (한국) 	<ul style="list-style-type: none"> 100% 국산 곡물 개별포장으로 휴대하기 편함 찬물, 따뜻한 물, 우유, 두유에 모두 잘 녹음 간편하고 든든한 식사 대용식 	
B사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 시온 마켓 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (한국) 	<ul style="list-style-type: none"> 건강을 추구하는 정직한 식품 안전하고 풍성하게 자연 그대로 믿을 수 있는 고향의 맛 질 좋은 곡물 및 기타 원료 엄선 철저하게 위생처리하여 만든 제품 영양 가득 	
C사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 시온 마켓 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) SNS 플랫폼 (글로벌) <ul style="list-style-type: none"> 페이스북 인스타그램 	<ul style="list-style-type: none"> 자연이 주는 행복한 먹거리 참마 10% 15가지 곡물이 들어간 건강 마 끼니 엄선된 원료 청결한 공정에서 생산 간편하게 즐기세요 	

자료: 미국 진출 선식 경쟁기업 3개사 분석

① A사

기업 기본 정보	기업명	A사	
	기업 설명	A사는 엿기름을 비롯, 다양한 곡물 원료의 가공 생산과 죽, 선식, 미숫가루 등의 즉석섭취 식품 및 장매주와 청국장, 개량 메주 등 발효식품과 침출차 등을 생산, 유통하는 전통식품 품질인증 업체임	
	위치	서울특별시 금강화로 26가길 152-8	
	규모	동일품목 수 ¹¹⁾	15개
설립연도		1968년	
매출		10억 이상	

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 시온 마켓		제품명	햇싹원 검은 곡물 미숫가루
			중량	800.0g
			가격	9.99달러 ¹²⁾ (11,840원)
			제품 종류	미숫가루

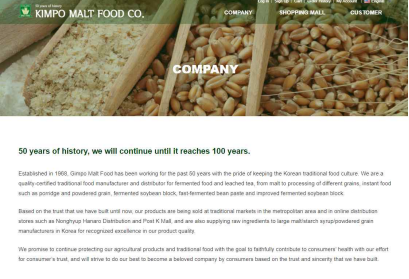

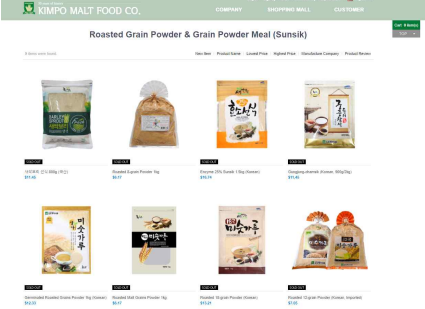
현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	기존에 경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품을 그대로 현지에 출시
	포장 현지화	○ (하)	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 디자인 사용
	제조 방식 현지화	● (중)	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 수출

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/월마트/타겟 웹사이트

11) 선식 제품을 동일품목으로 분류함

12) 1달러=1,185.20원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)


홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지(글로벌)
	게시 주기	간헐적으로 게시
게시물 유형	기업 소개, 기업 인증 안내, 제품 소개 및 홍보	

게시물 유형			<ul style="list-style-type: none"> 기업 연혁, 정신 등 기업 소개
			<ul style="list-style-type: none"> 기업 인증 내역 안내
			<ul style="list-style-type: none"> 다양한 제품군 소개

사진자료: A사 홈페이지

② B사

기업 기본 정보	기업명	B사	
	기업 설명	B사는 2007년에 설립된 곡물제분 및 기타 가공식품을 제조 및 판매하는 기업임. 주요 판매 제품으로 17곡 미숫가루 등의 선식 제품이 있음. 자사 홈페이지를 통해 제품 영양성분 및 판매 정보를 제공하고 있음	
	위치	경기도 고양시 일산동구 문봉길62번길 32-19	
	규모	동일품목 수 ¹³⁾	2개
설립연도		2007년	
매출		10억 이상	

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 시온 마켓		제품명	17곡 미숫가루
			중량	1,000.0g
			가격	6.99달러 (8,285원)
			제품 종류	미숫가루

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

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/월마트/타겟 웹사이트

13) 선식 제품을 동일품목으로 분류함


<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(한국)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>간헐적으로 게시</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>기업 정보, 제품 소개</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> • 기업 정보 및 연혁
		<ul style="list-style-type: none"> • 제품군 소개 및 영양정보 안내

사진자료: B사 홈페이지

③ C사

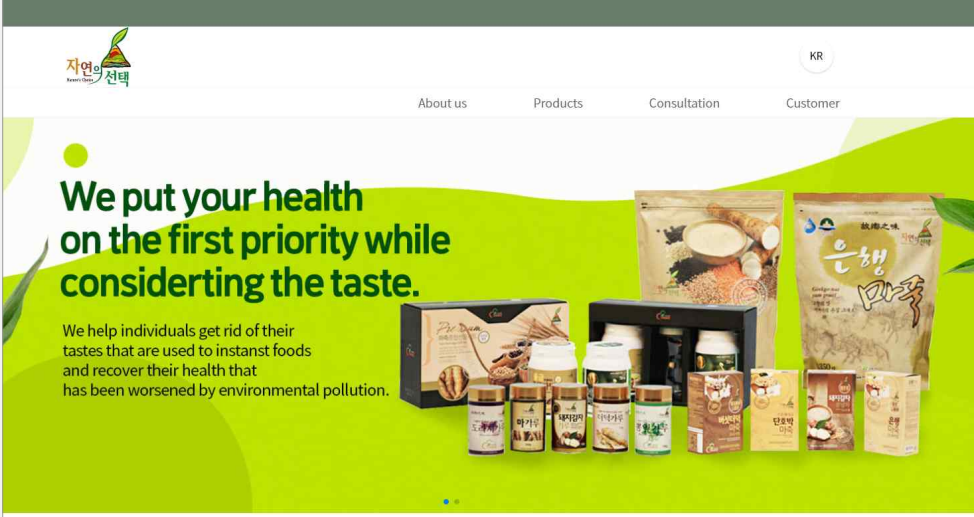
기업 기본 정보	기업명	C사		
	기업 설명	C사는 2002년 설립된 식품 전문 제조회사로, 마를 주원료로 한 각종 식품 및 누룽지, 미숫가루 등의 곡물 제품을 생산하고 있음. 버섯더덕마죽, 은행마죽, 참마밀, 누룽지 등의 즉석 웰빙 건강식을 국내외에 유통함		
	위치	강원도 횡성군 횡성읍 태기로 492-8번지		
	규모	직원 수	11명	
		동일품목 수 ¹⁴⁾	22개	
설립연도		2002년		
매출		17억		

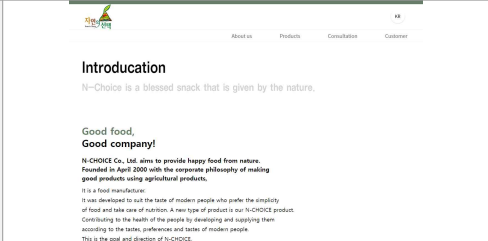
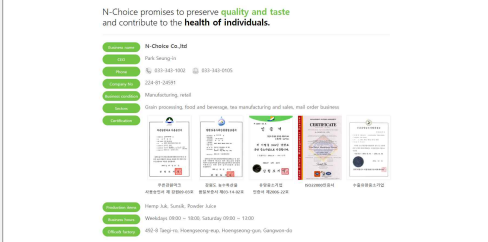
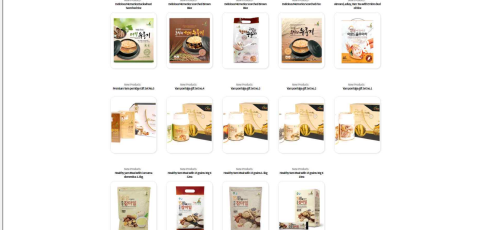
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 시온 마켓		제품명	15곡이 들어간 건강 참마밀
			중량	1,300.0g
			가격	12.99달러 (15,396원)
			제품 종류	미숫가루

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

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/월마트/타겟 웹사이트

14) 선식 제품을 동일품목으로 분류함

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(글로벌), 페이스북/인스타그램(한국)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>1-2개월에 한 번</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>기업 소개, 판매 브랜드 및 제품 소개</p>

<p>게시물 유형</p>			<ul style="list-style-type: none"> • 기업 연혁, 개요 등 소개
			<ul style="list-style-type: none"> • 기업 인증 내용 안내
			<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 및 제품 소개

사진자료: C사 홈페이지

IV. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 에이치마트(H-Mart)

Interview ② 팔라마 슈퍼마켓(Palama Supermarket)

Interview ③ 88 슈퍼마켓(88 Supermarket)

Interview ① 에이치마트(H-Mart)

에이치마트(H-Mart)

수입유통업체

담당자 정보

Retail Manager

15)

The screenshot shows the H-Mart Instacart mobile app interface. At the top, there is a yellow banner with the text "Free delivery today on your first order". Below this is a search bar with the text "Search HMart...". The main content area is divided into two columns. The left column contains a navigation menu with options: "Shop", "Recipes", "Produce", and "Frozen". The right column displays a "Fresh Vegetables" section with three items: "NatureSweet Tomatoes" (16.5 oz, \$4.99), "Scallion" (1 bunch, \$0.59), and "Napa Cabbage" (\$0.99 /lb). Below this, there are four more product listings: "Damtuh Roast Mixed Grain With Yam" (28.16 oz, \$15.49), "Choripdong 15 Grain Mixed Powder With Yam Tea" (15.49), "Organic Farm Short Grain Rice" (3 lb, \$10.99), and "Organic Farm Organic 7 Mixed Grains" (3 lb, \$10.99). Each product listing includes an image of the product, a price tag, and a quantity.

에이치마트(H-Mart) Retail Manager

에이치마트는 한아름 그룹이 운영하는 슈퍼마켓 체인으로, 현재 미국 내 최대 규모의 아시안 마트임. 1982년 뉴욕 퀸즈에서 시작하여 현재는 북미 한인 거주지역을 중심으로 100여 개의 매장을 운영 중임. 한국 식품을 위주로 한 동아시아 식품 및 생활용품을 전문적으로 취급함

15) 사진자료: 에이치마트(H-Mart) 홈페이지



소비자가격	9.99달러
16)	(약 11,497원)
중량	240g
	(1스틱당 20g)
외부 포장:	
포장 형태	종이 박스
내부 포장:	
	플라스틱 파우치

Q1. 고객사 제품의 가격은 적당한가요?

고객사 제품은 중량 대비 다른 제품에 비해 약간 비싼 편입니다. 고객사의 제품 중 800g 제품이 현지에서 15.49달러(약 18,359원)에 판매되고 있으며, 경쟁사의 제품 800g-1,000g 제품은 10달러(약 11,852원) 내외에 판매되고 있습니다.

Q2. 선식 제품 중 가장 많이 팔리는 것은 무엇인가요?

자체 PB상품인 초립동이 미숫가루 1,000g, 7.99달러(약 9,470원)가 가장 많이 팔립니다. 저렴한 가격에 양이 많고, 우유와 설탕 함유량이 매우 적기 때문에 인기가 많습니다.

Q3. 현지 선식 시장에서 경쟁력을 갖출 수 있는 인증은 무엇인가요? 소비자들은 제품 구매 시 인증 여부를 중요하게 생각하나요?

HACCP, ISO9001 및 FSSC22000 등의 인증은 경쟁력을 갖추는데 그다지 중요하지 않습니다. 주요 고객층인 현지 교민(단기 체류 중인 한국인 및 한국계 미국인)들은 미숫가루를 구매할 때 인증 보유 여부를 전혀 고려하지 않습니다. 한국계가 아닌 현지 소비자들이 중요하게 보는 것은 USDA Organic 인증서입니다.

Q4. 고객사 제품의 성분은 적당한가요?

해당 제품은 콩 등의 곡물이 많이 포함되어있기 때문에 한국계 노년층에게 인기가 있습니다. 또한 현지 한국 종교 단체(주로 한인 교회)에서 대량 구매를 하는 경우도 종종 있습니다. 노년층은 곡물의 맛과 향을 즐기며 건강에 좋은 식품이라고 여깁니다. 다만 일부 소비자들은 해당 제품에 물엿, 설탕 등 당분이 포함되어있어 구매를 꺼리는 경우도 있습니다.

16) 1달러=1,185.20원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)



Q5. 현지 시장에서 효과적인 선식 제품 홍보문구는 무엇입니까?

미숫가루를 주로 구매하는 한국계 소비자들에게 미숫가루는 건강식품으로 알려져 있기 때문에 해당 타겟층에 건강 관련 키워드 등으로 홍보하는 것이 효과적입니다.

소비자가격	9.99달러 (약 11,497원)
중량	240g (1스틱당 20g)
포장 형태	외부 포장: 종이 박스
	내부 포장: 플라스틱 파우치

Q6. 현지 시장에서 효과적인 선식 제품 홍보 방법은 무엇입니까?

주요 고객층인 중년층과 노년층에게 익숙한 음식/음료 관련 잡지, 샌프란시스코 코리아 등의 일간지 또는 그 외 한글 신문 광고, 미국 내 한인 방송국의 TV 광고 등을 추천합니다.

Q7. 고객사 제품이 현지 시장에 진출할 때 적절한 유통 경로는 무엇인가요?

미숫가루는 한국계 소비자, 아시아계 소비자들에게 주로 알려져있기 때문에 에이치마트 등의 한인마트, 또는 한인 거주지역의 소규모 현지 소매점 등이 좋습니다. 온라인은 에이치마트 온라인샵, 아마존, 이베이 등을 추천합니다.

Interview ② 팔라마 슈퍼마켓 (Palama Supermarket)

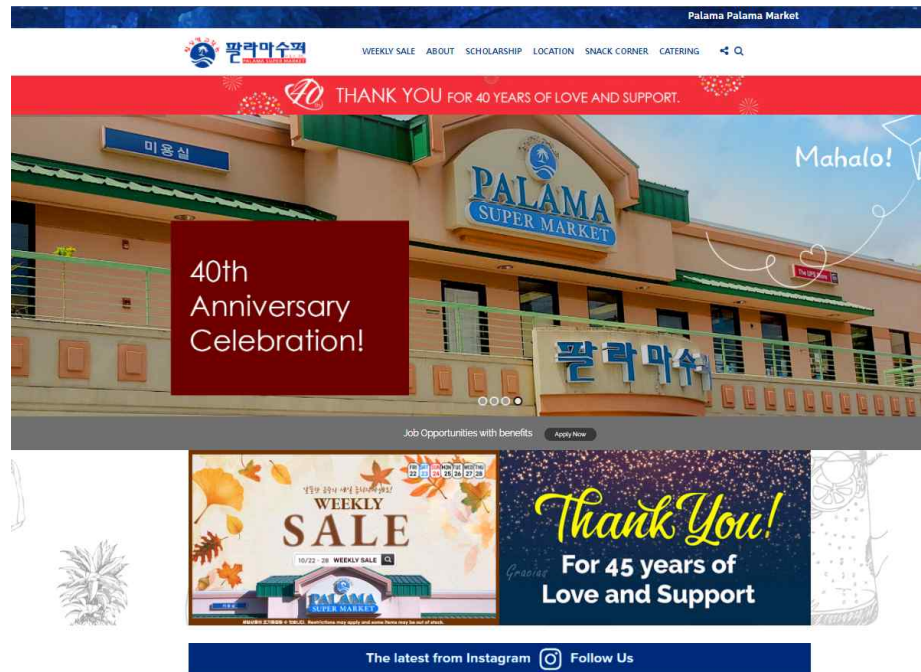
팔라마 슈퍼마켓
(Palama Supermarket)

수입유통업체

담당자 정보

Retail Manager

17)



팔라마 슈퍼마켓(Palama Supermarket) Retail Manager

팔라마 슈퍼마켓은 하와이 최대 규모의 한인마트로 야채, 생선, 육류 등을 포함한 신선식품과 한국산 가공식품, 냉동식품을 전문적으로 취급함. 최근엔 한국산 화장품, 건강식품, 가구, 생활용품 등을 추가로 판매 중임. 현재 하와이 내에서 3개의 슈퍼마켓과 3개의 편의점을 운영 중인 것으로 확인됨

17) 사진자료: 팔라마 슈퍼마켓(Palama Supermarket) 홈페이지



Q1. 선식 제품 중 가장 많이 팔리는 것은 무엇인가요?

고객사 제품인 마가 들어간 15곡 미숫가루 40개입 제품이 가장 잘 팔립니다. 잡곡을 포함한 곡식류의 함량이 높기 때문에 해당 제품이 인기가 많은 것으로 예상됩니다.

소비자가격	9.99달러 (약 11,497원)
중량	240g (1스틱당 20g)
포장 형태	외부 포장: 종이 박스
	내부 포장: 플라스틱 파우치

Q2. 현지 선식 시장에서 경쟁력을 갖출 수 있는 인증은 무엇인가요? 소비자들은 제품 구매 시 인증 여부를 중요하게 생각하나요?

HACCP, ISO 9001, FSSC 22000 등의 인증은 소비자들에게 큰 영향을 미치지 못합니다. 미숫가루의 주요 소비자는 한국계 미국인이며, 이들은 제품을 구매할 때 인증 보유 여부보다는 맛, 성분, 가격, 용량 등의 요소를 더 중요하게 생각합니다.

Q3. 고객사 제품의 성분은 적당한가요?

현재 가장 인기 있는 제품도 고객사의 제품이기 때문에 성분은 문제 없을 것입니다. 당사가 취급 중인 다양한 미숫가루 브랜드의 제품들과 비교하면 여러 종류의 잡곡이 들어있는 제품일수록 인기가 좋은 편입니다.

Q4. 현지 시장에서 효과적인 선식 제품 홍보문구는 무엇입니까?

15가지 곡식이 들어있다는 점을 강조하는 것이 좋습니다. 한국 소비자들은 다양한 종류의 곡식이 들어있는 제품을 선호하기 때문입니다. 또한 건강 보조 식품으로 홍보하며 건강을 강조하는 방법도 효과적일 것입니다. 해당 제품을 섭취했을 때 건강상 어떤 이점이 있는지 정보를 제공하는 것도 중요합니다.



소비자가격	9.99달러 (약 11,497원)
중량	240g (1스틱당 20g) 외부 포장:
포장 형태	종이 박스 내부 포장: 플라스틱 파우치

Q5. 현지 시장에서 효과적인 선식 제품 홍보 방법은 무엇입니까?

여성 잡지, 식음료 관련 잡지, 지역 방송국, 지역 신문에 광고를 하는 것이 가장 효과적입니다. 주요 고객층은 나이 많은 한국계 소비자이기 때문에 페이스북, 인스타그램, 틱톡 등의 SNS 광고 또는 구글 광고, 유튜브 광고 등 인터넷 기반 광고는 비효율적일 것으로 예상됩니다.

Q6. 고객사 제품이 현지 시장에 진출할 때 적절한 유통 경로는 무엇인가요?

이미 미국에서 운영 중인 상당수의 한인마트와 아시안마트에서 미숫가루 제품을 취급하는 것으로 알고 있습니다. 주요 소비층 또한 한국계 미국인을 포함한 동양계 미국인, 한국인 단기 체류자 등이기 때문에 한인마트 또는 아시안마트가 가장 효과적인 유통 경로입니다.

Interview ③ 88 슈퍼마켓(88 Supermarket)

88 슈퍼마켓
(88 Supermarket)

수입유통업체

담당자 정보

Retail Manager



18)



88 슈퍼마켓(88 Supermarket) Retail Manager

88 슈퍼마켓은 하와이 키아모쿠 한인타운에 위치한 한인마트로 한국 식재료와 수입산 식료품, 한국산 전자제품, 현지 신선식품 등을 취급함. 또한 매장 내에 떡집, 카페, 휴대폰 액세서리 전문점, 건강식품 전문점, 그릇 등의 주방용품 판매점을 별도로 갖추고 있음

18) 사진자료: 88 슈퍼마켓(88 Supermarket) 홈페이지



소비자가격 9.99달러
(약 11,497원)

중량 240g
(1스틱당 20g)

포장 형태 외부 포장:
종이 박스
내부 포장:
플라스틱 파우치

Q1. 고객사 제품의 가격은 적당한가요?

해당 제품과 맛과 구성이 동일하지만 중량만 다른 고객사의 제품 40개입 1박스 제품(800g)을 현지에서 17.99달러(약 21,322원)에 판매 중입니다. 해당 12개입 1박스 제품(240g)이 소용량 제품인 것을 고려하면 합리적인 가격이라고 볼 수 있으나 대부분의 소비자들은 대용량 제품을 선호하는 편입니다.

Q2. 선식 제품 중 가장 많이 팔리는 것은 무엇인가요?

현지에서 유통되는 미숫가루 제품 중 고객사의 제품이 브랜드 인지도 및 판매율이 가장 높습니다. 그 중 가장 많이 판매되는 제품은 고객사의 미숫가루 40개입 1박스 제품(800g), 17.99달러(약 21,322원) 입니다.

Q3. 현지 선식 시장에서 경쟁력을 갖출 수 있는 인증은 무엇인가요? 소비자들은 제품 구매 시 인증 여부를 중요하게 생각하나요?

ISO 9001 및 FSSC 22000 인증은 중요하지 않습니다. HACCP 인증의 경우 많은 한국 제품들이 보유 중인 인증이기 때문에 소비자들도 해당 인증을 알아볼 수 있고 긍정적인 이미지를 줄 수 있을 것으로 생각합니다. 그러나 한국계 소비자들은 제품 구매 시 인증 보유 여부를 거의 따지지 않으며, 미국 소비자들은 USDA Organic 인증을 더 중요하게 생각합니다.

Q4. 고객사 제품의 성분은 적당한가요?

고객사의 높은 인기와 브랜드 인지도는 사용되는 곡물의 종류가 많기 때문입니다. 주요 소비층인 한국인들은 미숫가루에 다양한 곡물이 들어있는 것을 선호하는 편입니다.

Q5. 현지 시장에서 효과적인 선식 제품 홍보문구는 무엇입니까?



경쟁사와 비교해서 더 많은 종류의 곡물을 사용하고 있는 점을 어필해야 합니다. 현지 소비자들이 고객사 제품을 선호하는 이유도 다양한 곡물을 사용했기 때문인 것으로 파악됩니다. 따라서 ‘15곡’, ‘다양한 곡물 함유’ 등이 적당한 키워드입니다. 또한 건강상의 이점이 있다는 것도 홍보하는 것이 좋습니다.

소비자가격	9.99달러 (약 11,497원)
중량	240g (1스틱당 20g)
포장 형태	외부 포장: 종이 박스 내부 포장: 플라스틱 파우치

Q6. 현지 시장에서 효과적인 선식 제품 홍보 방법은 무엇입니까?


현지 한인 네트워크 사이에서 해당 제품이 좋다고 평가받는 것이 가장 중요합니다. 또한 식료품 관련 잡지 등에 광고를 하는 것도 효과적입니다.

Q7. 고객사 제품이 현지 시장에 진출할 때 적절한 유통 경로는 무엇인가요?

오프라인의 경우는 한인마트, 아시안마트가 좋습니다. 온라인은 아마존 또는 온라인 판매를 겸하는 한인마트, 아시안마트가 효과적이고 노출 빈도도 높을 것입니다.

미국 선식 수입·유통업체 인터뷰 결과

- 인터뷰 대상 기업체 선정 기준
- ① 현지 식품 수입유통업체
 - ② 선식 제품 취급 경험 있음

업체명	에이치마트 (H-Mart)	팔라마 슈퍼마켓 (Palama Supermarket)	88 슈퍼마켓 (88 Supermarket)
업태	▶ 수입유통업체	▶ 수입유통업체	▶ 수입유통업체
취급 품목	▶  선식	▶  선식	▶  선식

미국 선식 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	에이치마트 (H-Mart)	팔라마 슈퍼마켓 (Palama Supermarket)	88 슈퍼마켓 (88 Supermarket)
	유통업체	유통업체	유통업체
고객사 제품의 가격에 대한 의견	같은 중량 경쟁제품 대비 비슷하거나 약간 비싼 편 240g 포장보다 800g 포장 이 중량 대비 경제적	(-)	소포장 제품 치고는 합리적인 가격 대용량 제품이 더 경제적
권장하는 홍보 및 마케팅 방법	중년층과 노년층 에게 익숙한 음식/음료 관련 잡지 , 샌프란시스코 코리아 등의 일간지 , 신문 , TV 광고	여성 잡지 , 식음료 잡지 , 지역 방송국 , 지역 신문 광고 추천 주요 고객이 고령의 한국계이므로 SNS는 비효율적	식품 관련 잡지 광고 현지 한인 네트워크 에서 좋은 평가를 받은 후 입소문 을 타는 것이 가장 좋음
고객사 제품의 성분에 대한 의견	콩 등의 곡물이 많이 포함되어 인기 있음 그러나 물엿 , 설탕 등 당분 이 포함되어 꺼리는 소비자 도 있음	여러 종류의 잡곡 이 들어있어 인기 높은 편	다양한 곡물 이 들어있을수록 선호도 높음
선식 판매 시 인증 보유 중요성	HACCP, ISO 9001 및 FSSC 22000 인증 거의 필요 없음 미국 소비자는 제품 구매 시 USDA Organic 중요시	현지 소비자는 HACCP, ISO 9001, FSSC 22000에 대해 잘 모름 한국계 소비자는 인증보다는 맛, 효능, 가격 등을 중요시 함	HACCP, ISO 9001, FSSC 22000 인증 보유가 구매로 이어지진 않음 대부분 USDA Organic 인증 확인
현지 시장 진출 시 적합한 유통 경로	대부분의 소비자는 아시아계/한국계 따라서 에이치마트 등 한인마트 추천 아마존 등 온라인 도 추천	아시안/한인마트 추천	아시안/한인마트 또는 아마존 등의 온라인 플랫폼
인기 있는 경쟁제품	초립동이 미숫가루 우유와 설탕이 적기 때문에 인기	담터 15곡 40스틱 (800g) 다양한 곡물 함유로 인기	담터 15곡 40스틱(800g) 브랜드 인지도 및 곡물 함량

(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

V. 경쟁력파악

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

1. 제품 경쟁력 검증

1) 제품 가격

● 경쟁제품(제조사)

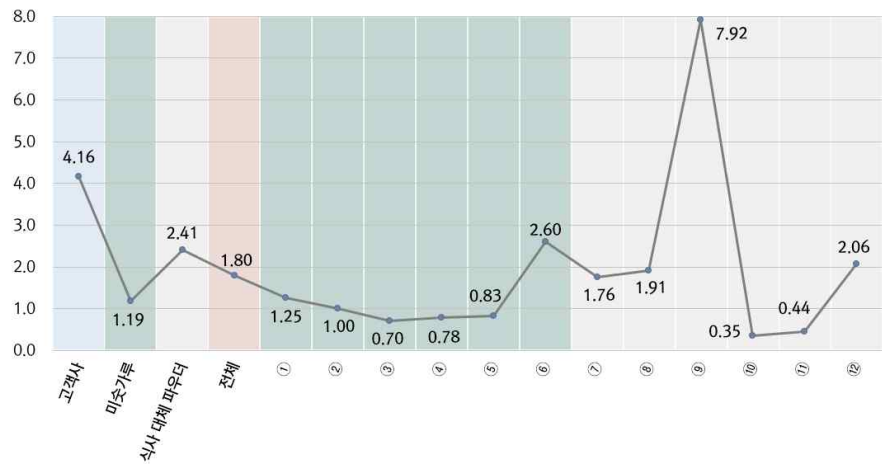
- ① 햇싹원 검은 곡물 미숫가루 (A사)
- ② 15곡이 들어간 건강 참마밀 (C사)
- ③ 17곡 고향의 맛 미숫가루 (B사)
- ④ 15곡 미숫가루 (E사)
- ⑤ 국산 서리태 귀리쉐이크 (E사)
- ⑥ 제주 개역 보리 미숫가루 (D사)
- ⑦ 피비 핏 피넛 버터 파우더 (베터 바디 푸즈)
- ⑧ 올가닉 마카 파우더 (베터 바디 푸즈)
- ⑨ 올가닉 아사이 마키 볼 믹스 (선푸드)
- ⑩ 퀘이커 오츠 (퀘이커 오츠 컴퍼니)
- ⑪ 스틸 컷 오츠 (심플 트루트 올가닉)
- ⑫ 위트 점 (크레치머)

▶ 고객사 제품 100g당 가격, 경쟁제품 평균 대비 비싼 편

고객사 제품의 100g당 가격은 4.16달러(약 4,930원)¹⁹⁾로 경쟁제품 12개의 평균 100g당 가격 1.80달러(약 2,133원) 대비 약 2.3배 비싼 것으로 나타남. 제품 종류별 평균 100g당 가격은 미숫가루 제품이 1.19달러(약 1,410원)로 고객사 제품에 비해 2.97달러(약 3,520원) 저렴한 것으로 확인됨. 식사 대체 파우더 제품의 평균 100g당 가격은 2.41달러(약 2,856원)으로 고객사 제품에 비해 1.75달러(약 2,074원) 저렴한 것으로 조사됨

[표 5.1] 미국 선식 100g당 가격 경쟁력 분석

(단위: 달러)



19) 1달러=1,185.20원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2) 제품 중량

● 경쟁제품(제조사)

- ① 햇싹원 검은 곡물 미숫가루 (A사)
- ② 15곡이 들어간 건강 참마밀 (C사)
- ③ 17곡 고향의 맛 미숫가루 (B사)
- ④ 15곡 미숫가루 (E사)
- ⑤ 국산 서리태 귀리쉐이크 (E사)
- ⑥ 제주 개역 보리 미숫가루 (D사)
- ⑦ 피비 핏 피넛 버터 파우더 (베터 바디 푸즈)
- ⑧ 올가닉 마카 파우더 (베터 바디 푸즈)
- ⑨ 올가닉 아사이 마키 볼 믹스 (선푸드)
- ⑩ 퀘이커 오츠 (퀘이커 오츠 컴퍼니)
- ⑪ 스틸 컷 오츠 (심플 트루트 올가닉)
- ⑫ 위트 점 (크레치머)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 작은 편

고객사 제품의 중량은 240.0g으로 경쟁제품 12개의 평균 중량 731.1g에 비해 약 3.0배 작은 편임. 제품 종류별 평균 중량은 미숫가루 제품이 950.0g으로, 고객사 용량 대비 약 4.0배 큰 것으로 확인됨. 식사 대체 파우더 제품의 평균은 524.2g으로 고객사 제품보다 약 2.2배 큰 것으로 조사됨

[표 5.2] 미국 선식 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

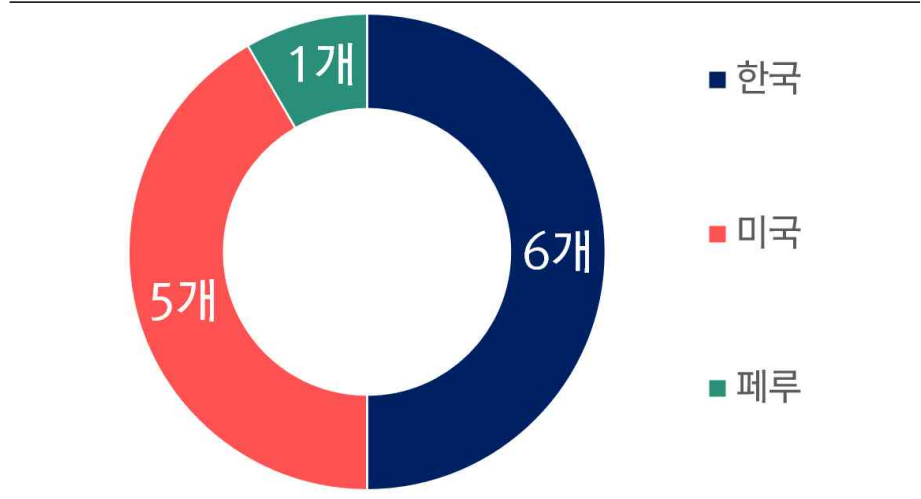


3) 원산지

▶ 경쟁제품 12개 중 6개, 한국산 제품

미국에서 판매되고 있는 경쟁제품 12개의 원산지를 조사한 결과, 6개 제품이 한국산 제품인 것으로 확인됨. 그 외 5개 제품은 미국산, 1개 제품은 페루산으로 나타남

[표 5.3] 미국 선식 원산지 경쟁력 분석

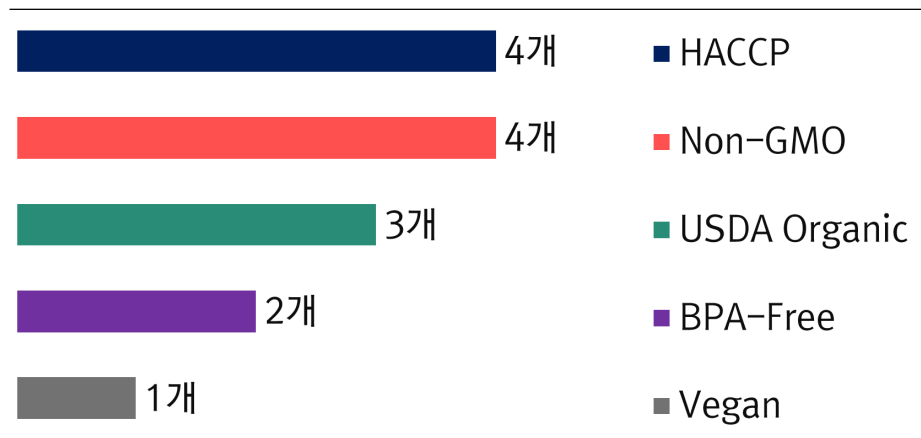


4) 인증

▶ 경쟁제품 12개 중 4개, HACCP 및 Non-GMO 인증 보유

미국에서 판매되고 있는 선식 경쟁제품 12개를 조사한 결과, HACCP 인증 제품과 Non-GMO 인증 제품이 각각 4개로 확인됨. USDA Organic 인증은 3개인 것으로 확인됨. 또한 2개 제품은 BPA-Free 인증을 보유하고 있으며 1개 제품은 비건 인증을 보유해 경쟁력을 확보함

[표 5.5] 미국 선식 인증 경쟁력 분석

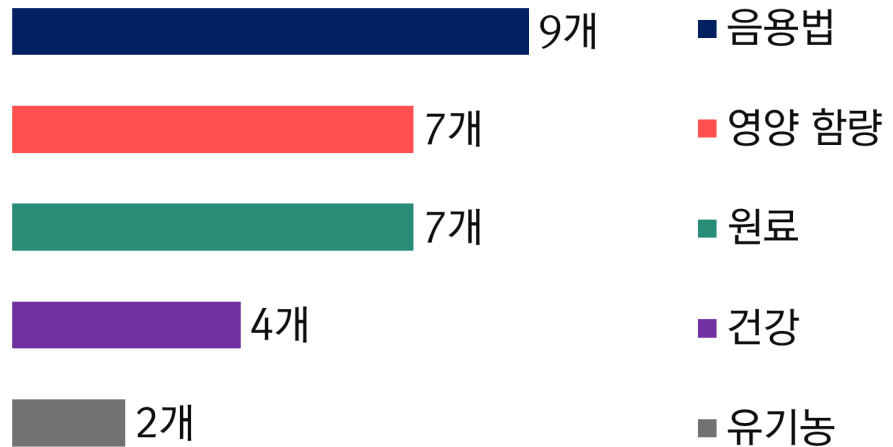


5) 홍보문구

▶ 경쟁제품 12개 중 9개, 포장에 음용법 제시

미국에서 판매되고 선식 경쟁제품 12개를 조사한 결과, 총 9개의 제품이 포장에 음용법 또는 추천 레시피를 제시한 것으로 확인됨. 뒤를 이어서 ‘단백질 5g’, ‘비타민 A’ 등 영양 함량을 강조한 제품과 ‘15가지 곡물’, ‘100% 곡물’ 등 원료를 강조한 제품이 각각 7개인 것으로 조사됨. 그 외로 건강을 강조한 홍보문구 4개, 유기농을 강조한 홍보문구 2개가 확인되었음

[표 5.5] 미국 선식 홍보문구 경쟁력 분석

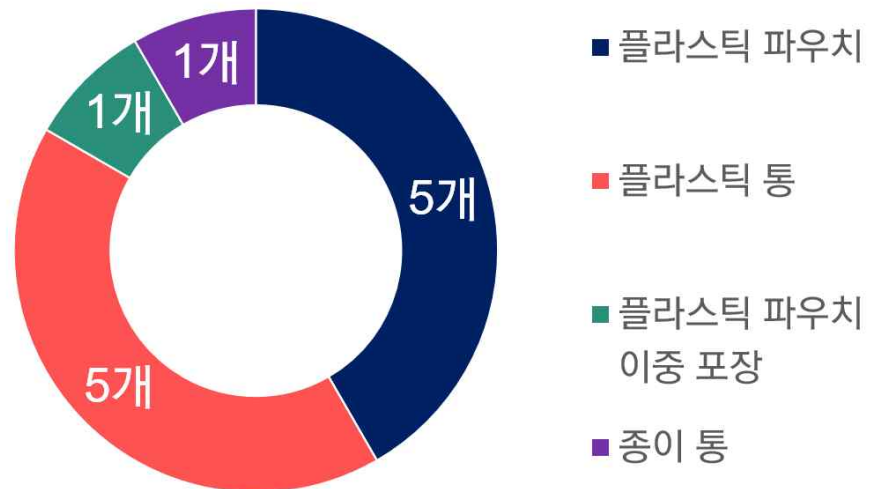


6) 포장 형태

▶ 경쟁제품 12개 중 6개, 플라스틱 파우치 사용

미국에서 판매되고 있는 선식 경쟁제품 12개의 포장 형태를 조사한 결과 총 6개 제품이 포장 형태로 플라스틱 파우치를 사용한 것으로 확인되었으며, 그 중 1개 제품이 외부 포장과 내부 포장을 나누어 각각 플라스틱 파우치를 사용함. 그 외 5개 제품은 플라스틱 통을 사용했으며 1개 제품은 종이 통을 사용함

[표 5.6] 미국 선식 포장 형태 경쟁력 분석



2. 벤치마킹 제품 분석

1) 벤치마킹 제품 선정

▶ 현지 온·오프라인 조사 제품 중 벤치마킹 대상 선정

현지 온·오프라인에서 조사된 경쟁제품을 대상으로 현지에서 인기 있는 제품 중 벤치마킹 대상을 선정하여 인기 있는 이유에 대하여 분석함. 온라인 및 오프라인 매장 모두에서 판매되고 있는 인기제품을 벤치마킹 제품으로 선정함. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 타겟(Target)

(*) 오프라인 매장 : 시온 마켓(Zion Market), 월마트(Walmart), 랄프스(Ralphs)

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(*) 온라인 쇼핑몰 : 조사 매장 3개 중 1개 이상의 매장에서 판매되고 있는 제품

(*) 오프라인 매장 : 조사 매장 3개 중 1개 이상의 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기제품 벤치마킹



공통 특징 ①
플라스틱 파우치

공통 특징 ②
다양한 곡물 사용

현지 벤치마킹 인기제품
(BSA _
17곡 고향의 맛 미숫가루)

‘포장 형태 간소화,
대용량 포장으로
합리적인 가격 책정’



현지 벤치마킹 인기제품
(고객사 _ 마가 들어간 15곡
미숫가루)

‘화학 첨가물을
넣지 않은 선택’

공통 특징 ①
100% 곡물 사용

벤치마킹 _
현지 인증 보유



현지 벤치마킹 인기제품
(웨이커 오츠 컴퍼니 _
웨이커 오츠)

‘Non-GMO 인증
라벨에 표기’

2) 벤치마킹 제품 분석

- 적정 가격대

▶ 벤치마킹 제품, 합리적인 가격대 형성

현지에서 판매 중인 경쟁제품 12개의 가격을 조사한 결과, 100g당 가격이 평균 1.80달러였으며 이 중 미숫가루 제품의 평균 가격은 1.19달러로 조사되어 100g당 가격이 4.16달러인 고객사 제품에 비해 약 3.5배 저렴한 것으로 조사됨. 경쟁제품 12개 중 11개 제품은 날개 포장을 하지 않았으며, 평균 중량 또한 731.1g으로 포장 간소화 및 대용량 포장을 통해 제조 비용을 낮춰 가격 경쟁력을 확보함

[표 5.7] 미국 선식 인기제품, 가격 분석

(인터뷰 1) 12개입 1박스 제품(240g)이 소용량 제품인 것을 고려하면 합리적인 가격이라고 볼 수 있으나 소비자들은 상대적으로 저렴한 대용량 제품을 선호하는 편입니다.
- 88 슈퍼마켓, Retail Manager -

(인터뷰 2) 경쟁사의 제품 800g-1,000g 제품은 10달러 내외에 판매되고 있습니다.
- 에이치마트, Retail Manager -

3) 벤치마킹 제품 분석

- 현지 인증 보유

▶ 벤치마킹 제품, 현지 인증 보유

현지에서 판매 중인 경쟁제품 12개의 인증 보유 현황을 조사한 결과, 4개 제품이 Non-GMO 인증을, 3개 제품이 USDA Organic 인증을 보유한 것으로 확인됨. 해당 인증을 보유한 제품들은 모두 한국산 제품이 아니었으며, 한국계 소비자가 아닌 현지 소비자들은 현지 인증을 더 중요시 하는 것으로 조사되었음


[표 5.8] 미국 선식 인기제품, 인증 보유 현황 분석

(인터뷰 1) HACCP, ISO 9001 및 FSSC 22000 등의 인증은 경쟁력을 갖추는데 그다지 중요하지 않습니다. 한국인 이외 현지 소비자들도 중요하게 보는 것은 USDA Organic 인증서입니다.
- 88 슈퍼마켓, Retail Manager -

(인터뷰 2) 한국계 소비자들은 제품 구매 시 인증 보유 여부를 거의 따지지 않으며, 미국 소비자들은 USDA Organic 인증을 더 중요하게 생각합니다.
- 에이치마트, Retail Manager -

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.9] 선식 경쟁기업 마케팅 벤치마킹

		A사	B사	C사
판매채널	오프라인 매장 (총 3개 매장 조사)	시온 마켓	시온 마켓	시온 마켓
	온라인 쇼핑몰 (총 3개 매장 조사)	(-)	(-)	(-)
홍보채널	자사 홈페이지 (홍보)	글로벌	한국	글로벌
	SNS 플랫폼	(-)	(-)	페이스북(한국) 인스타그램(한국)
홍보문구	원료의 신뢰도 제조 공정 위생 제품의 영양	경쟁기업 주요 홍보문구		
				
요약	판매채널	한인마트에 입점		
	홍보채널	자사 홈페이지를 주요 사용하여 홍보		
	홍보문구	원료의 신뢰도, 제조 공정 위생, 제품의 영양을 강조		

VI. 시사점

Grain Powder Price&Volume



Point. 1



고객사 제품의 100g당 가격은 4.16달러로, 선식 경쟁제품 12개 평균인 1.80달러 대비 약 2.3배 수준의 비싼 가격대를 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 미숫가루 제품 6개의 100g당 가격 평균은 1.19달러로 고객사 제품보다 2.97달러 가량 저렴했으며, 식사 대체 파우더 제품 6개의 평균은 2.41달러로 고객사 제품보다 1.75달러 가량 저렴했음

Point. 2



고객사 제품의 중량은 240.0g으로, 선식 경쟁제품 12개 평균인 731.1g 대비 약 3.0배 작은 중량을 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 미숫가루 제품 6개의 평균이 950.0g으로 고객사 제품보다 4.0배 가량 컸으며, 식사 대체 파우더 제품 6개의 평균은 524.2g으로 고객사 제품보다 2.2배 가량 큰 것으로 나타남

Grain Powder Package&Text



Point. 1



미국 선식 경쟁제품 12개의 원산지를 조사한 결과, 6개 제품이 한국산 제품인 것으로 나타남. 뒤이어 미국산 제품이 5개, 페루산 제품이 1개 조사되었음. 한편, 경쟁제품 12개의 포장 형태를 살펴본 결과, 6개 제품이 플라스틱 파우치 포장 형태를 보였으며 그 중 1개는 플라스틱 파우치 이중 포장 형태인 것으로 나타남. 뒤이어 플라스틱 통 포장 제품이 5개, 종이 통 포장 제품이 1개 발견되었음

Point. 2



경쟁제품 12개의 보유 인증을 조사한 결과, Non-GMO 인증 및 HACCP 인증을 보유한 제품이 각각 4개로 가장 많이 나타났으며, 뒤이어 USDA-Organic 인증을 보유한 제품이 3개 발견되었음. 이 외 BPA-Free, Vegan 인증 보유 제품도 발견됨. 한편 미국 선식 경쟁제품이 강조하는 홍보문구를 살펴본 결과, 12개 제품 중 9개가 음용법을 강조한 홍보문구를 사용하고 있는 것으로 나타남

USA Market Competitor



Point. 1



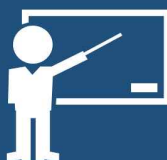
미국 시장 선식 경쟁기업 3개사의 오프라인 유통채널을 조사한 결과, 3개사 모두 미국 대표 한인마트인 시온 마켓에 진출한 것으로 나타남. 온라인 유통채널의 경우 3개사 모두 미국 주요 온라인 쇼핑몰인 아마존, 월마트, 타겟에 진출하지 않은 것으로 조사되었음

Point. 2



미국 시장 선식 경쟁기업 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 회사 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남. 경쟁기업 홍보문구로는 주로 제품 원료의 신뢰도, 제조 공정 위생, 제품의 영양을 강조하는 홍보문구를 사용하고 있었음. SNS 플랫폼 사용 여부의 경우, 3개사 중 1개사만 사용하고 있었으며 페이스북 및 인스타그램을 활용하고 있는 것으로 나타남

Importer · Distributor Interview



Point. 1



미국 현지 선식 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 담당자 3명 중 2명이 고객사 제품 가격에 대해 경쟁제품과 비슷하거나 약간 비싼 편이라는 피드백을 주었음. 제품 포장 단위와 관련해서는 현재의 240g 포장보다 800g 정도의 대용량 포장이 더욱 경제적이라는 의견이 지배적이었음

Point. 2



미국 현지 선식 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 고객사 제품이 다양한 곡물 원료가 들어있기 때문에 소비자의 선호가 높을 것이라는 의견과, 물엿, 설탕 등의 당분 때문에 일부 소비자들이 꺼릴 것이라는 의견으로 나뉘었음. 고객사 제품과 같은 선식 제품 판매 시 인증 보유의 중요성은 낮은 것으로 나타났으며, 제품 권장 홍보 및 마케팅 방법과 관련해서는 중년층 및 노년층을 타겟으로 각종 잡지, 신문 및 TV 광고가 효율적이라는 답변이 지배적이었음

[참고문헌]

■ 참고 자료

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

■ 참고 사이트

1. 미국 인구조사국(Census) 홈페이지 (www.census.gov)
2. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (www.portal.euromonitor.com)
3. 아마존(Amazon) 홈페이지 (www.amazon.com)
4. 월마트(Walmart) 홈페이지 (www.walmart.com)
5. 타겟(Target) 홈페이지 (www.target.com)
6. 시온 마켓(Zion Market) 홈페이지 (zionmarket.com)
7. 랄프스(Ralphs) 홈페이지 (www.ralphs.com)
8. 에이치마트(H-Mart) 홈페이지 (www.hmart.com)
9. 팔라마 슈퍼마켓(Palama Supermarket) 홈페이지 (palamamarket.com)
10. 88 슈퍼마켓(88 Supermarket) 홈페이지 (www.88supermarkethawaii.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.11.12

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 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea