

2022

수출업형 수기맞춤조사

소비자 조사형

No.	2022-66
품목	로얄젤리인삼정
HS CODE	1302.19.1110
국가	미국



C.O.N.T.E.N.T.S

I

조사 개요

3

1. 조사 설계 및 응답자 특성

II

설문 결과

7

1. 소비자 인식
2. 섭취 특성
3. 구매 경로
4. 로얄젤리인삼정 선호도
5. 로얄젤리인삼정 구매 의향

III

바이어 인터뷰

23

1. 바이어 인터뷰

IV

시사점

26

1. 시사점

I

조사 개요



01

조사 설계 및 응답자 특성

1) 조사설계 및 응답자 특성

조사 방법	온라인 조사(Online survey)				
조사 지역	미국				
조사 대상	성별	■ 남성 ■ 여성			
	연령대	□ 10대 □ 20대 □ 30대 ■ 40대 ■ 50대			
	선정 이유	가구 내 식품 구매 관련 의사 결정을 할 가능성이 높은 40-50대 남녀 선정			
표본구성	총 100명	(단위: 명)			
		구분	40-49세	50-59세	합계
		남성	25	25	50
		여성	25	25	50
	계	50	50	100	
조사 기간	2022.10.13.-2022.11.12				

2) 응답자 특성

그림 1 응답자별 인구통계학적 특성

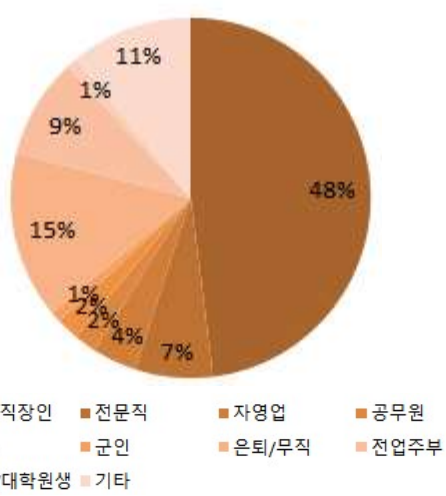
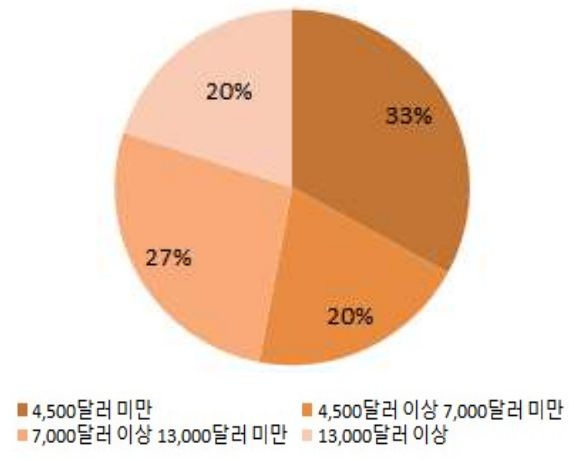
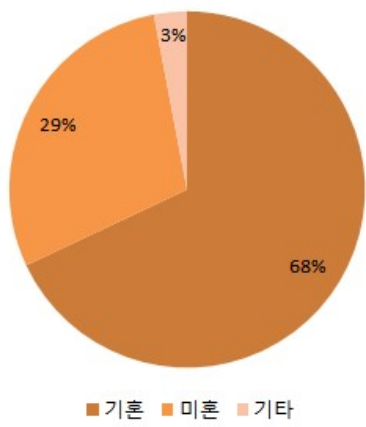
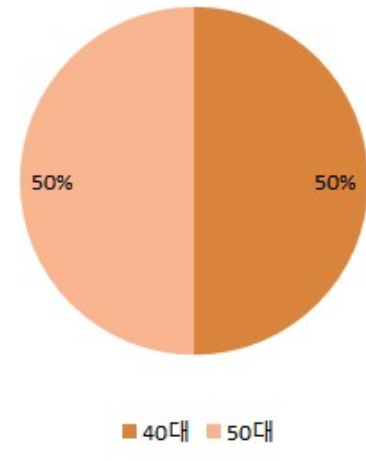
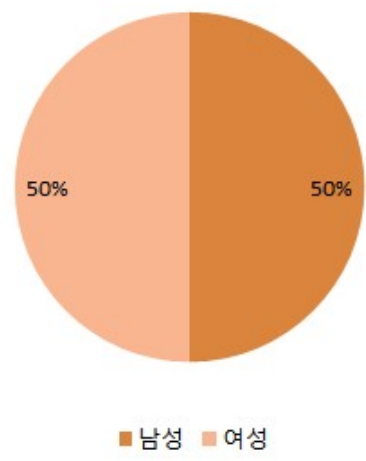
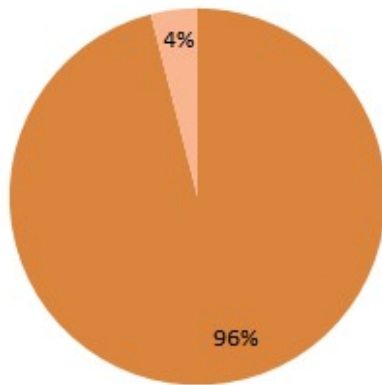




그림 2

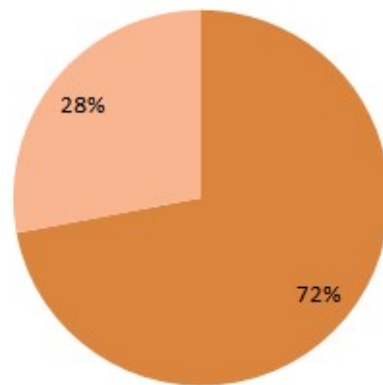
응답자별 소비 특성

Q. 건강 관심도



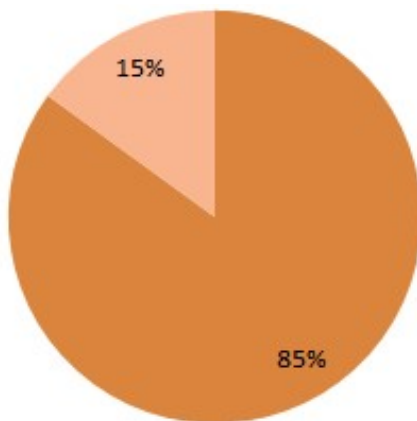
■ 높다 ■ 낮다

Q. 현재 건강 수준 인식



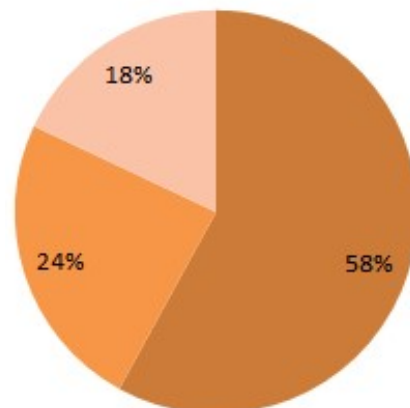
■ 건강한 편 ■ 보통 이하

Q. 인삼 인지도



■ 인지 ■ 비인지

Q. 로얄젤리 인삼정 구매 의향



■ 높음 ■ 보통 ■ 낮음

II

설문 결과



01

소비자 인식

건강을 위해 건강기능식품을 먹어야 한다

(문항) 건강을 위해 건강기능식품을 먹어야 한다

위의 질문에 대한 결과는 '동의한다(4)와 '매우 동의한다(5)의 사잇값인 4.03으로 나타남

- 남성(4.00) 대비 여성(4.06)이 더 높게 나타났으며, 50대(3.80) 대비 40대(4.26)가 더 높게 나타남
- 또한 미혼(3.86)에 비해 기혼(4.13)이 더 높게 나타났으며, 건강 관심도가 높은 응답자(4.09)가 그렇지 않은 응답자(2.50)보다 높게 나타남

자신의 건강 상태가 보통 이하라고 응답한 사람들(3.54), 은퇴/무직(3.60) 등은 '동의한다(4)'보다 낮은 값을 나타냄

인삼에 대해 인지하고 있는 사람(4.14)이 그렇지 않은 사람(3.40)보다 높게 나타났으며, '로얄젤리 인삼정' 구매 의향이 높은 사람(4.36), 보통인 사람(3.75), 낮은 사람(3.33) 순으로 건강을 위해 건강기능식품을 먹어야 한다고 응답함

맛있게 먹을 수 있는 건강기능식품이 있다면 구매해볼 것이다

(문항) 맛있게 먹을 수 있는 건강기능식품이 있다면 구매해볼 것이다

위의 질문에 대한 결과는 '동의한다(4)와 '매우 동의한다(5)의 사잇값인 4.07로 나타남

- 기혼(4.12)이 미혼(4.00)에 비해 더욱 높은 값을 나타냈으며, 13,000달러 이상에 속하는 소비자(4.35)가 전체 소득층 중 가장 높은 값을 기록함

소득 기준으로는 13,000달러 이상(4.35), 7,000달러 이상 13,000달러 미만(4.22), 4,500달러 이상 7,000달러 미만(3.75), 4,500달러 미만(3.97) 순으로 나타나, 소득이 높을수록 대체로 결과값이 높게 나타남

허브로 만든 건강기능식품은 효능이 우수하다

(문항) 허브로 만든 건강기능식품은 효능이 우수하다

- 위의 질문에 대한 결과는 '보통이다/반반이다'와 '동의한다(4)'의 사잇값인 3.69로 나타남
- 해당 질문에 대해서는 미혼(3.45) 대비 기혼(3.81)이, 50대(3.24) 대비 40대(4.14)가, 여성(3.56) 대비 남성(3.82)이 더 동의한다고 응답함
 - 소득별로는 13,000달러 이상(4.10), 7,000달러 이상 13,000달러 미만(4.07), 4,500달러 이상 7,000달러 미만(3.45), 4,500달러 미만(3.27) 순으로 나타나, 소득이 높을수록 결과값이 높게 나타남

건강에 관심이 높다고 응답한 소비자들이 건강기능식품에 대한 관심이 높았으며, 허브로 만든 건강기능식품의 효능이 우수하다고 생각함. 또한, 인삼을 인지하고 있는 소비자들이 건강기능식품과 허브 제품에 대해 긍정적으로 생각하고 있는 것으로 나타남

건강기능식품 인식과 관련한 3가지 질문에 대한 소비자 특성별 결과는 아래와 같음

- 50대 대비 40대가 더 강한 동의를 표함
- 미혼 대비 기혼이 대체로 더 강한 동의를 표함
- 건강 관심도가 높고, 본인이 건강한 편이라고 대답한 사람들이 더 강한 동의를 표함
- 인삼을 인지하고 있는 사람들이 건강기능식품 및 허브 제품에 긍정적인 동의를 표함
- 로얄젤리 인삼정 구매 의향이 높을수록 건강기능식품 및 허브 제품에 관심이 높음



그림 3

건강기능식품 및 허브 제품 인식 조사

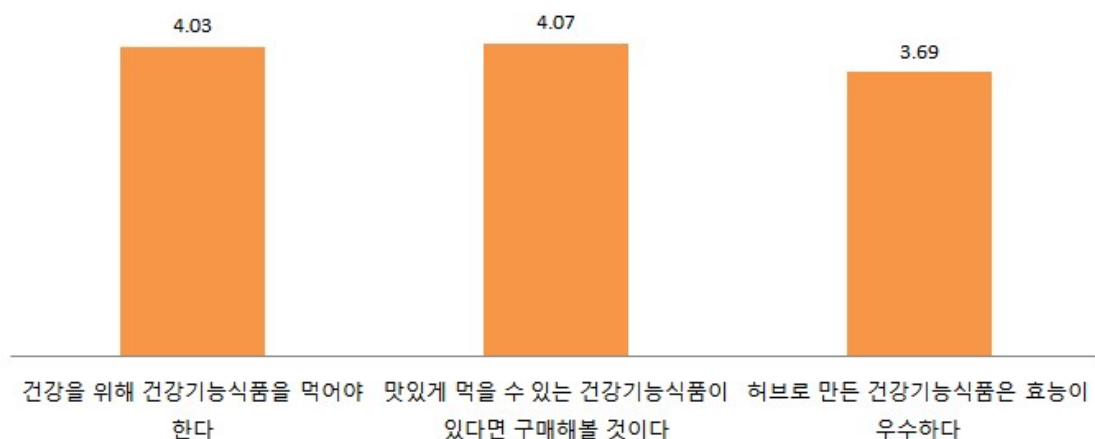
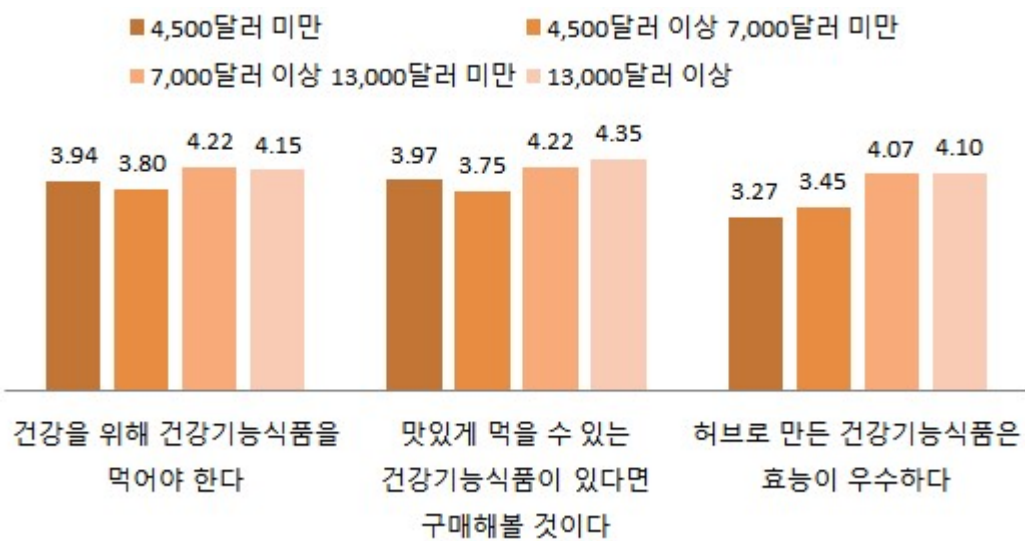
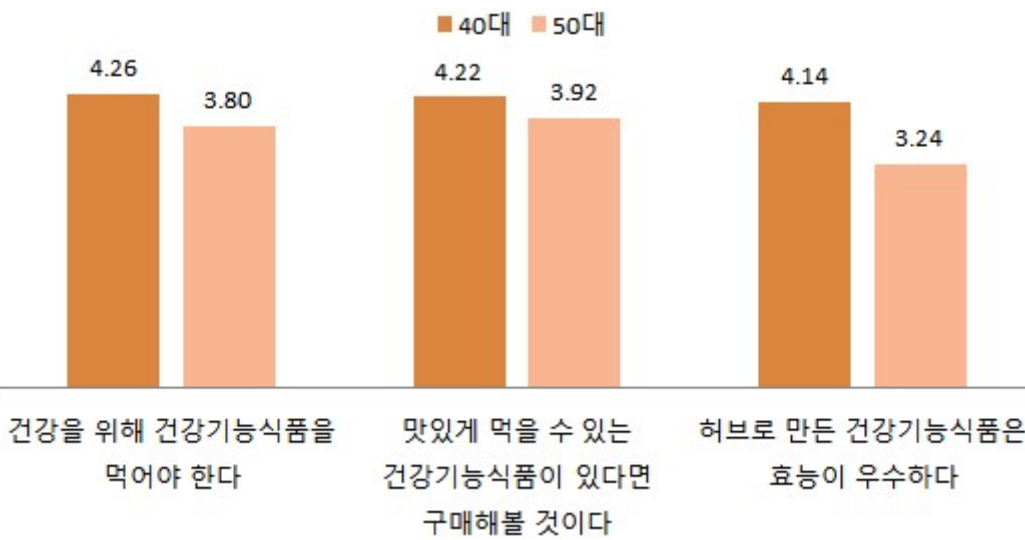
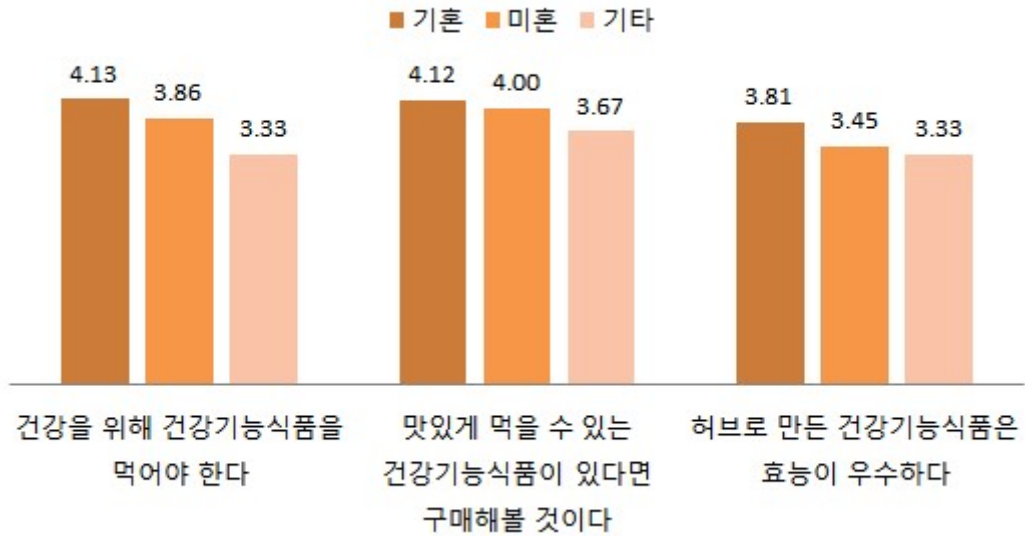




그림 4

건강기능식품 및 허브 제품 인식에 대한 결혼 여부별/연령별/소득별 차이



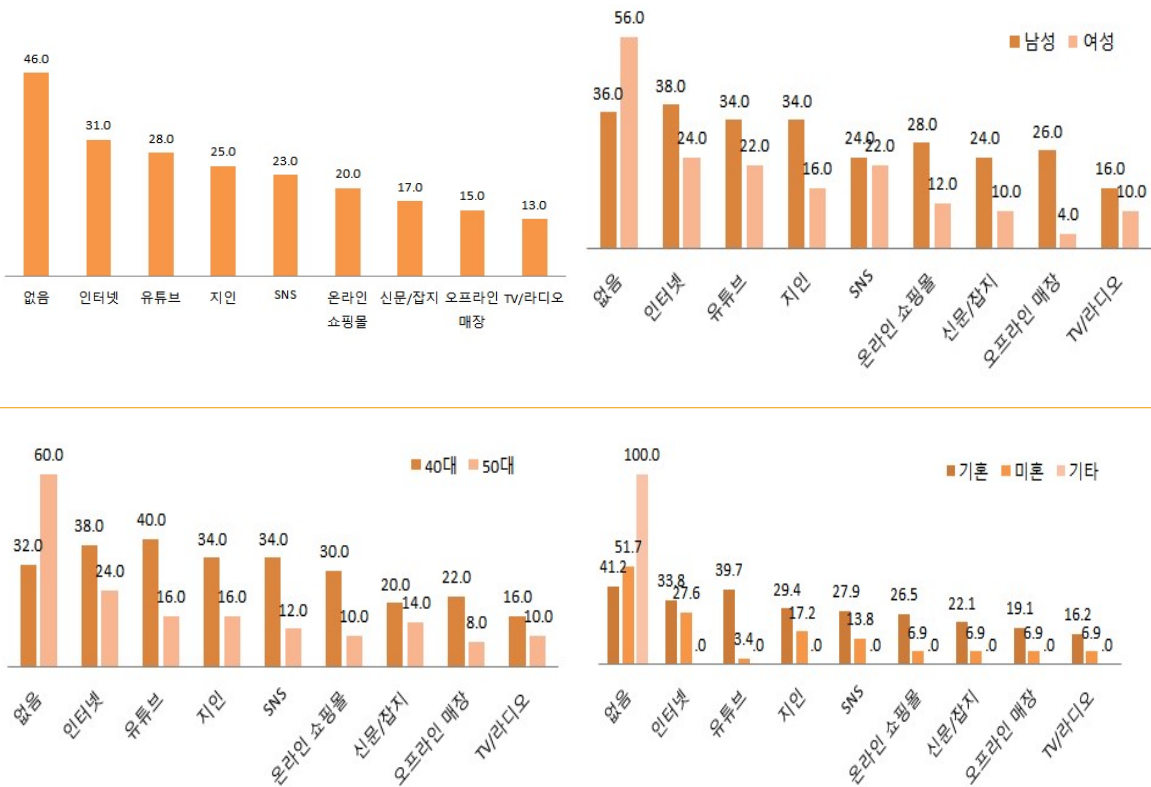
02 섭취 특성

건강기능식품 정보 접촉 경로

건강기능식품에 대한 정보를 얻는 경로를 묻는 질문(중복 응답 가능)에는 없음(46)을 제외하면 인터넷(31)이 가장 높게 나타남

- 그 외 유튜브가 28, 지인이 25, SNS가 23, 온라인 쇼핑몰이 20, 신문/잡지가 17, 오프라인 매장이 15, TV/라디오가 13으로 나타남
- 여성보다 남성이, 50대보다 40대가, 미혼보다는 기혼일수록 다양한 경로를 통해 정보를 취득하는 것으로 나타남
- 또한, 월평균 가구소득 7,000달러 미만은 건강기능식품에 대한 정보를 얻는 경로 중 없음을 가장 많이 선택한 것으로 나타남

그림 5 건강기능식품 정보 접촉 경로 및 성별/나이별/결혼 여부별 차이

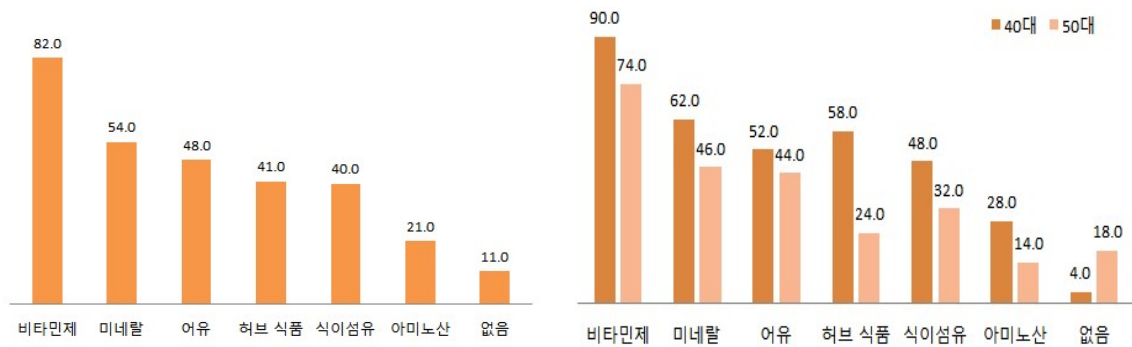


건강기능식품 섭취 경험

건강기능식품 섭취 경험에 대한 질문(중복 응답 가능)에 비타민제를 섭취한 경험이 있다고 대답한 경우가 82로 가장 높았고, 이어서 미네랄(54), 어유(48), 허브 식품(41), 식이섬유(40), 아미노산(21), 없음(11) 순으로 나타남

- 대체로 50대 대비 40대의 섭취 경험이 많은 것으로 나타남

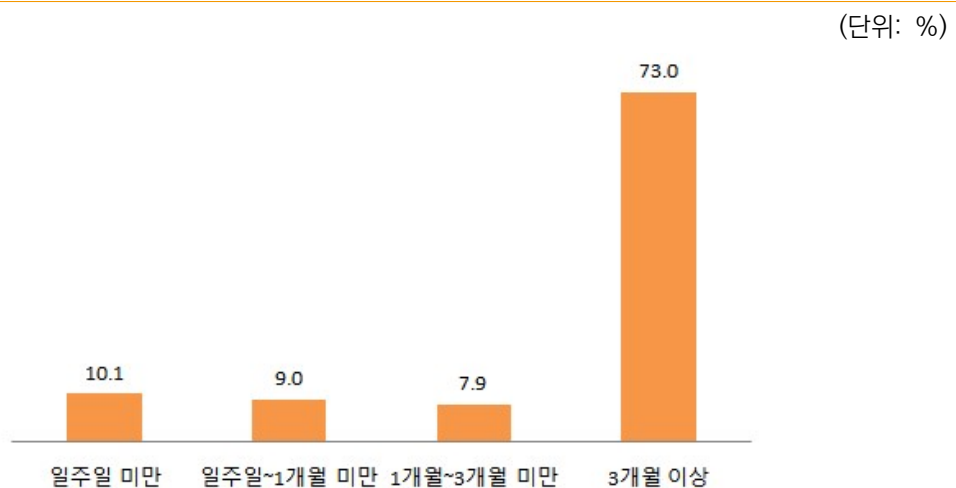
그림 6 건강기능식품 섭취 경험 및 연령별 차이



건강기능식품 섭취 기간

건강기능식품을 섭취한 경험이 있는 89명을 대상으로 조사한 결과, 전체의 73.0%가 3개월 이상 섭취하였으며, 1-3개월 미만은 7.9%, 일주일-1개월 미만은 9.0%, 일주일 미만은 10.1%로 나타남, 대부분의 응답자(89.9%)가 1개월 이상 섭취한 것으로 조사됨

그림 7 건강기능식품 섭취 기간

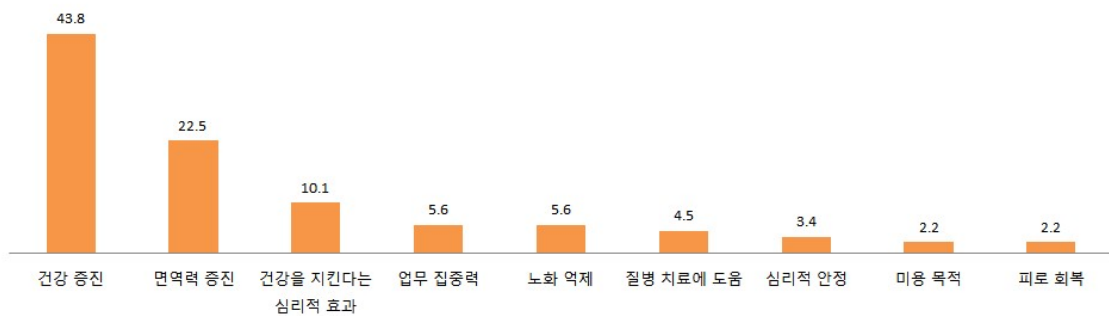


건강기능식품 섭취 이유

건강기능식품 섭취 경험이 있는 응답자 중 43.8%가 건강 증진을 위해 섭취했다고 응답해 가장 높게 나타났으며, 이어서 면역력 증진이 22.5%로 나타남. 그 외에 건강을 지킨다는 심리적 효과 때문에 섭취한 응답자가 10.1%, 업무 집중력을 위해, 노화 억제를 위해가 각각 5.6%, 질병 치료에 도움이 돼서 4.5%, 심리적 안정을 위해 3.4%, 피로 회복 및 미용 목적이 각각 2.2%로 조사됨

그림 8 건강기능식품 섭취 이유 비중

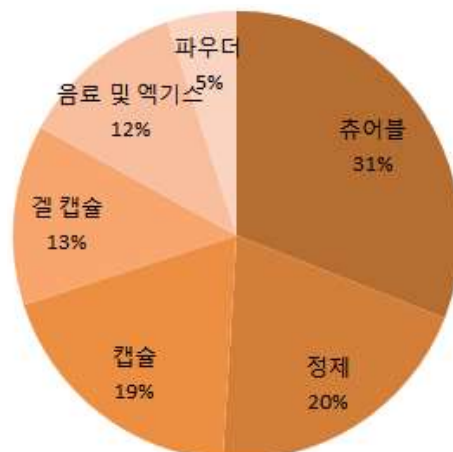
(단위: %)



건강기능식품 선호 형태

건강기능식품 선호 형태에 대한 질문에는 츄어블이 31.0%로 가장 높은 선호도를 보였으며, 정제(20.0%), 캡슐(19.0%), 겔 캡슐(13.0%), 음료 및 액기스(12.0%), 파우더(5.0%) 순으로 조사됨


그림 9 건강기능식품 섭취 이유 비중



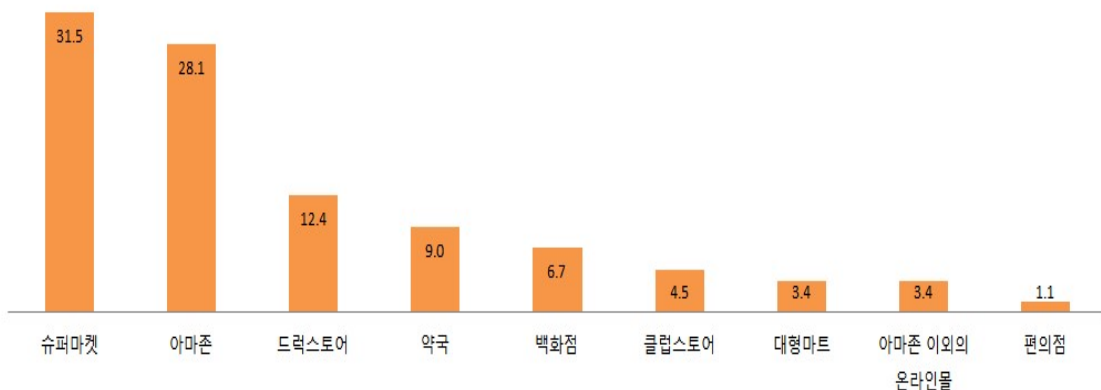
03 구매 경로

건강기능식품 주 구매 경로

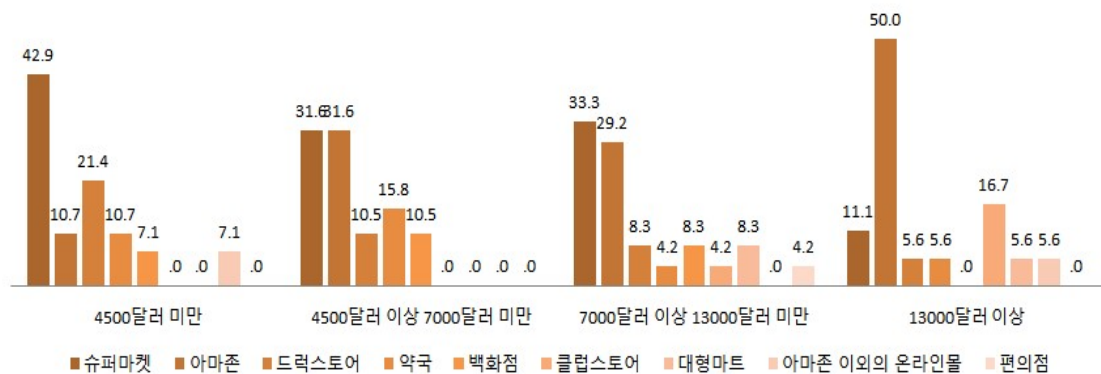
건강기능식품의 주된 구매 경로를 묻는 질문에 전체의 31.5%가 슈퍼마켓이라고 응답하였으며, 이어서 아마존(28.1%), 드럭스토어(12.4%), 약국(9.0%), 백화점(6.7%), 클럽스토어(4.5%), 대형마트(3.4%), 아마존 이외의 온라인몰(3.4%), 편의점(1.1%) 순으로 나타남. 월 소득이 13,000달러 이상인 소득층에서 아마존의 비중이 가장 높았으나, 월 4,500달러 미만의 경우 슈퍼마켓이 42.9%로 가장 높은 비중을 차지함

 **그림 10** 건강기능식품 구매 경로 비중(위) 및 소득층별 구매 경로(아래)

(단위: %)



(단위: %)



건강기능식품 구매 시 고려사항

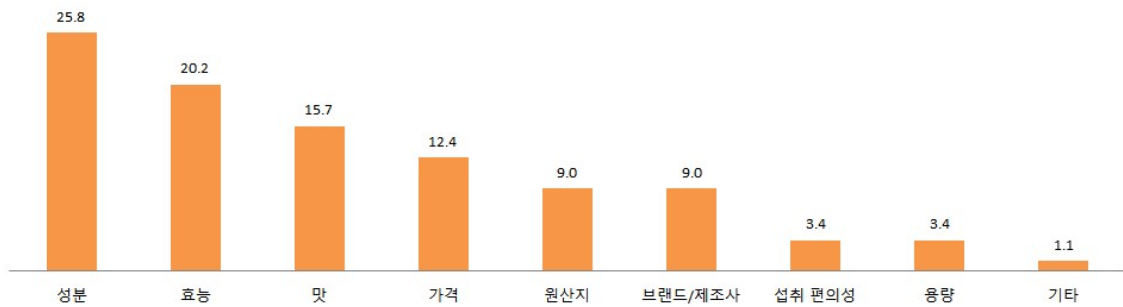
건강기능식품 구매 시 고려사항은 성분이 25.8%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 효능(20.2%), 맛(15.7%), 가격(12.4%), 원산지 및 브랜드/제조사(각각 9.0%), 섭취 편의성과 용량(각각 3.4%), 기타(1.1%)로 나타남. 한편, 월평균 가구소득 4,500달러 미만의 경우 효능(35.7%)을, 월평균 가구소득 13,000달러 이상의 경우는 성분과 원산지(각각 22.2%)를 가장 중요하게 생각하는 것으로 조사됨



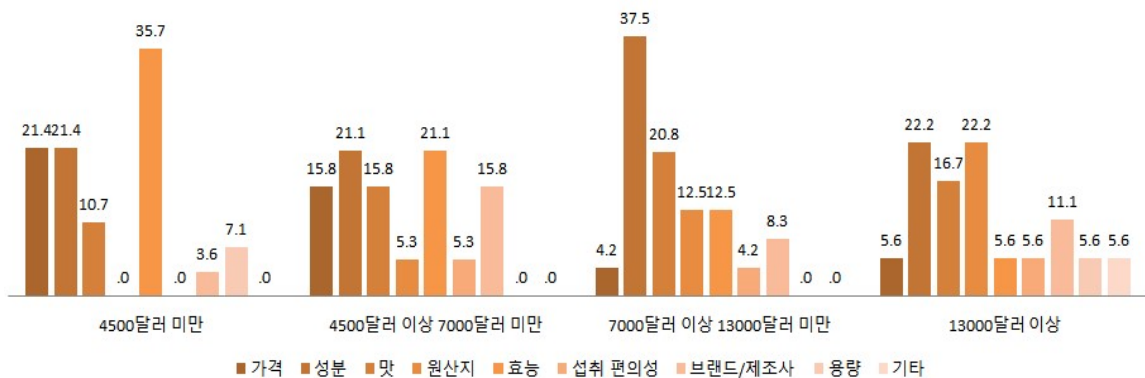
그림 11

건강기능식품 구매 시 고려사항 비중(위) 및 소득층별 구매 시 고려사항(아래)

(단위: %)



(단위: %)



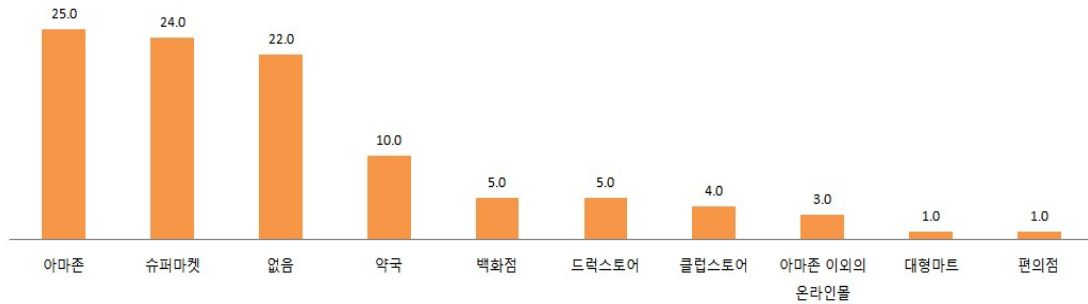
해외 건강기능식품 주 구매 경로

해외 건강기능식품의 주 구매 경로를 묻는 질문에 아마존이 25.0%로 가장 높게 나타났으며, 이어서 슈퍼마켓(24.0%), 약국(10.0%), 백화점(5.0%), 드럭스토어(5.0%), 클럽스토어(4.0%), 아마존 이외의 온라인몰(3.0%), 대형마트와 편의점은 각각 1.0%를 기록함. '없음'이라고 응답한 사람은 22.0%를 차지함. 한편, 월평균 가구소득이 13,000달러 이상인 소득층에서는 아마존의 비중이 40.0%로 가장 높았으나, 월 4,500달러 미만의 경우 슈퍼마켓이 33.3%로 가장 높은 비중을 차지함

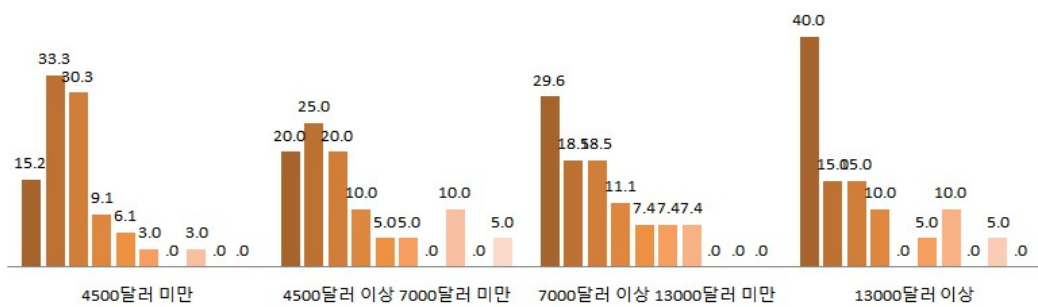


그림 12 해외 건강기능식품 구매 경로 비중(위) 및 소득층별 구매 경로(아래)

(단위: %)



(단위: %)



■ 아마존 ■ 슈퍼마켓 ■ 없음 ■ 약국 ■ 백화점 ■ 드럭스토어 ■ 클럽스토어 ■ 아마존 이외의 온라인몰 ■ 대형마트 ■ 편의점

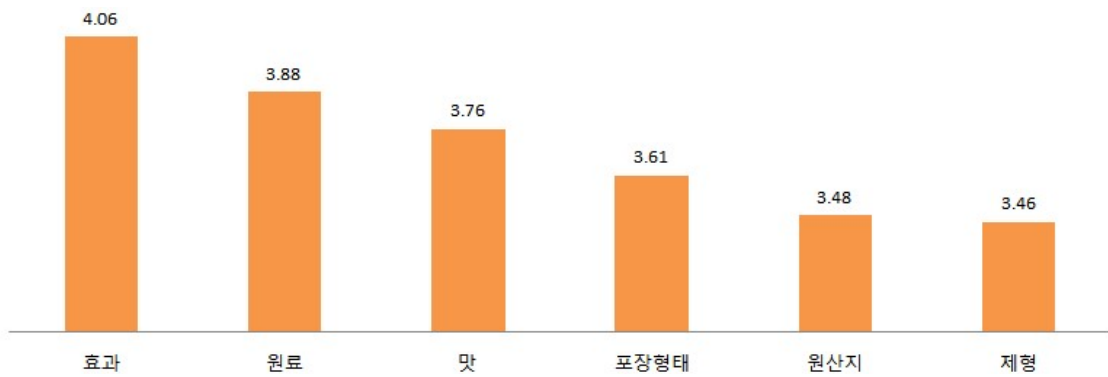
04 로얄젤리인삼정 선호도

로얄젤리인삼정 선호도

로얄젤리인삼정에 대한 선호도를 알아보기 위해 원료, 맛, 효과, 제형, 포장형태, 원산지에 대한 만족도를 조사함

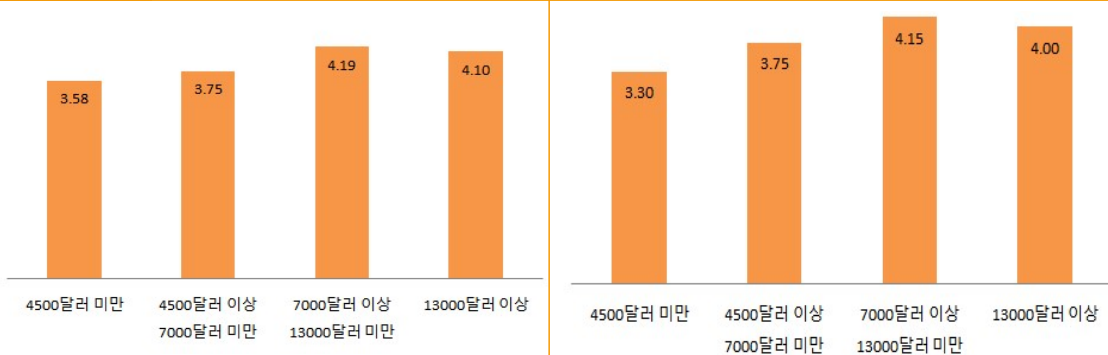
- 효과에 대한 선호도는 4.06, 원료는 3.88, 맛은 3.76, 포장형태는 3.61, 원산지는 3.48, 제형은 3.46을 기록함

그림 13 로얄젤리인삼정 특성별 선호도



소득 수준이 높을수록 원료에 대한 선호도도 높은 것으로 나타남. 월 소득 7,000달러 이상 13,000달러 미만의 소득층은 4.19를, 13,000달러 이상은 4.10을 기록하였으며, 4,500달러 미만은 3.58을, 4,500달러 이상 7,000달러 미만은 3.75를 기록함. 맛에 대한 선호도 또한 소득 수준이 높을수록 대체로 높게 나타남

그림 14 로얄젤리인삼정 소득층별 원료 선호도(좌) 및 맛 선호도(우)



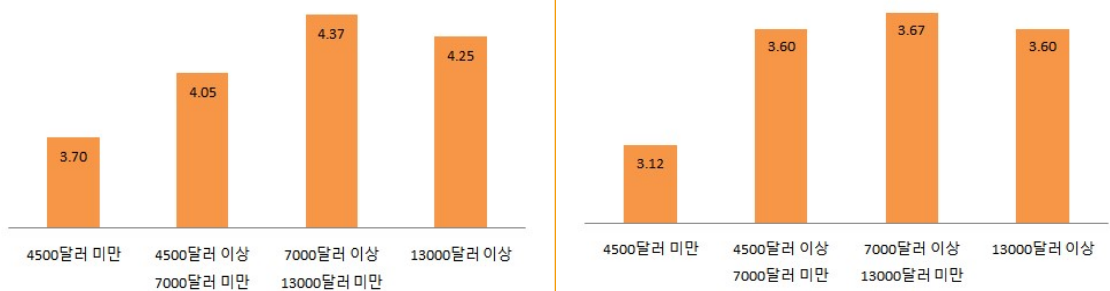
소득 수준이 높을수록 효과에 대한 선호도도 높은 것으로 나타남. 월 소득 7,000달러 이상 13,000달러 미만의 소득층은 4.37을, 13,000달러 이상은 4.25를 기록하였으며, 4,500달러 이상 7,000달러 미만 구간에서는 4.05를 기록하였고, 4,500달러 미만은 3.70으로 가장 낮은 선호도를 보임

제형에 대한 선호도 역시 소득 수준이 높을수록 대체로 높은 선호도를 나타냈으며, 4,500달러 미만은 3.12로 가장 낮은 선호도를 보임



그림 15

로알젤리인삼정 소득층별 효과 선호도(좌) 및 제형 선호도(우)



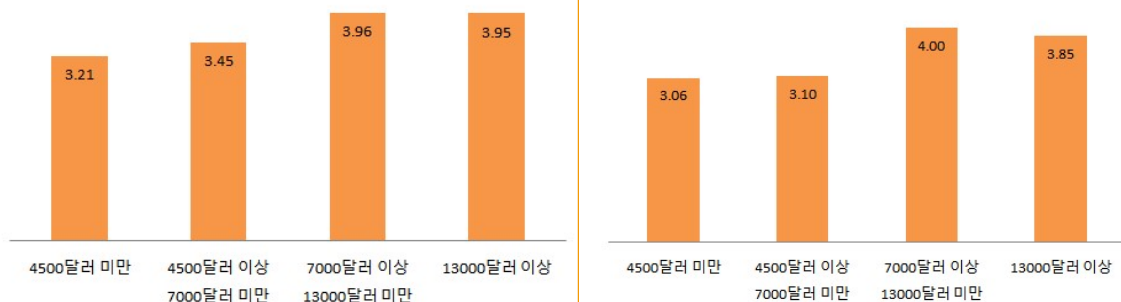
소득 수준이 높은 층일수록 포장형태에 대한 선호도도 높게 나타남. 월 소득 7,000달러 이상 13,000달러 미만의 소득층은 3.96을, 13,000달러 이상은 3.95를 기록하였으며, 4,500달러 이상 7,000달러 미만 구간에서는 3.45를, 4,500달러 미만은 3.21을 기록함

원산지에 대한 선호도도 소득 수준이 높을수록 대체로 높게 나타남. 월 소득 7,000달러 이상 13,000달러 미만의 소득층은 4.00을, 13,000달러 이상은 3.85를, 4,500달러 이상 7,000달러 미만 구간에서는 3.10을, 4,500달러 미만은 3.06을 기록함



그림 16

로알젤리인삼정 소득층별 포장형태 선호도(좌) 및 원산지 선호도(우)



05 로얄젤리인삼정 구매 의향

로얄젤리인삼정 구매 의향

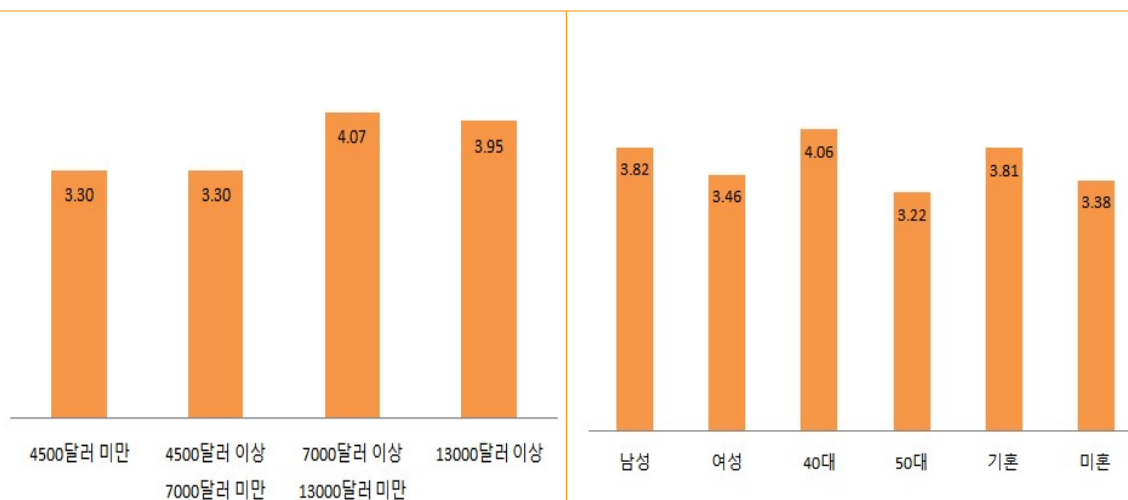
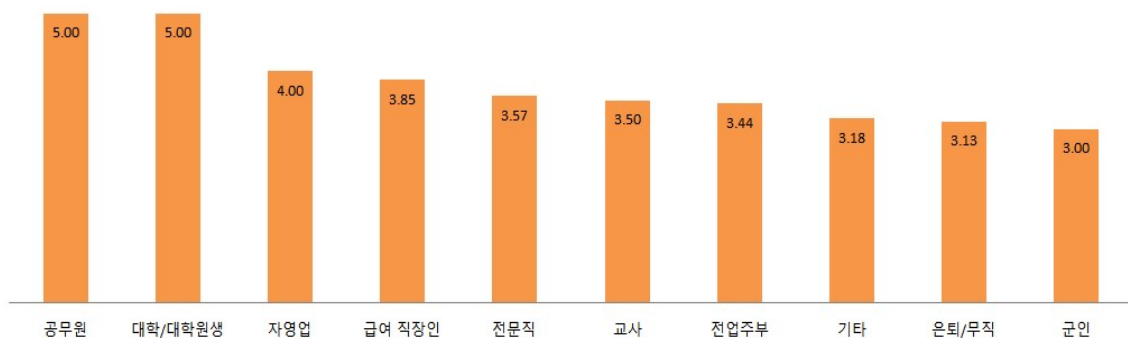
로얄젤리인삼정의 구매 의향을 묻는 질문에 대한 결과값은 3.64를 기록함

가장 높은 수치를 나타낸 그룹은 공무원(5.00)과 월 소득 7,000달러 이상 13,000달러 미만의 소득 그룹(4.07)임. 반면, 군인은 3.00으로 가장 낮은 수치를 기록하였으며, 은퇴/무직도 3.13으로 낮은 수치를 기록함



그림 17

로얄젤리인삼정 그룹별 구매 의향(직업별, 소득별, 성별/연령별/결혼 여부별)



로얄젤리인삼정을 구매할 의향이 있다고 응답한 58명의 응답자의 24.1%가 구매 의향 이유로 '건강에 좋을 것 같아서'를 꼽음. 이어서 '면역력에 도움이 될 것 같아서'가 22.4%를 기록함

그림 18 로얄젤리인삼정 구매 의향 이유

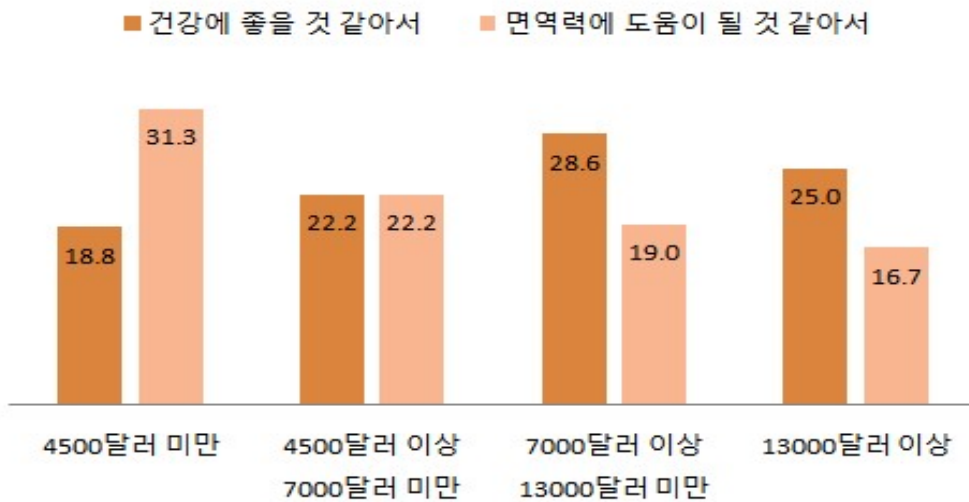
(단위: %)



월평균 가구소득이 상대적으로 높은 그룹은 '건강에 좋을 것 같아서'를 선택하는 비율이 높았고, 월평균 가구소득이 상대적으로 낮은 그룹은 '면역력에 도움이 될 것 같아서'를 선택하는 비율이 높게 나타남

그림 19 로얄젤리인삼정 소득별 구매 의향 이유

(단위: %)



로얄젤리인삼정 비구매 의향

‘전혀 구매하고 싶지 않다’: 응답자의 7.0%가 해당 답변을 선택함

건강 관심도가 낮은 그룹에서 50.0%로 가장 높은 비율을 보였으며, 은퇴/무직의 경우 20.0%, 전업주부 11.1%, 월평균 가구소득 4,500달러 미만 그룹 12.1% 등 대체로 소득에 대한 민감도가 높은 그룹에서 전혀 구매하고 싶지 않다고 응답함

‘구매하고 싶지 않다’: 응답자의 11.0%가 해당 답변을 선택함

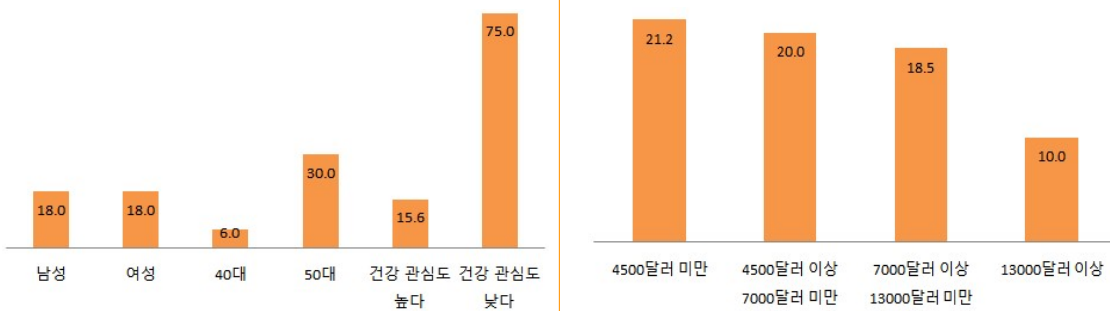
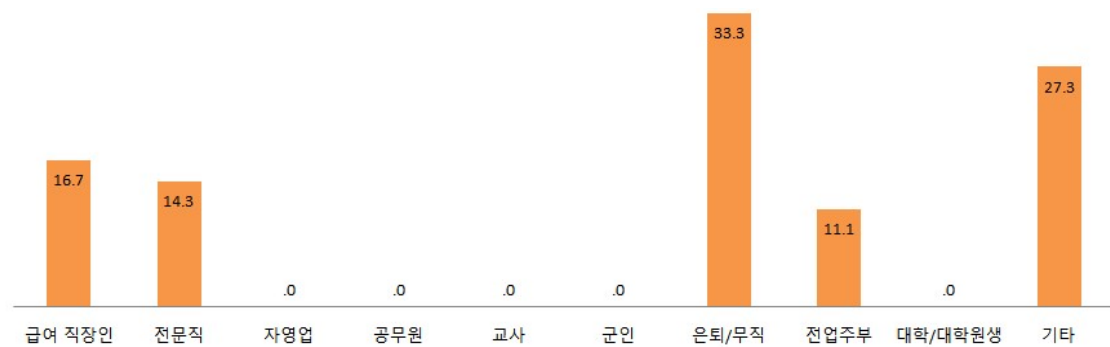
건강 관심도가 낮은 그룹에서 25.0%로 가장 높은 비율을 보였으며, 이어서 50대는 20.0%, 여성은 12.0% 등 대부분의 그룹에서 10.0% 이상을 차지함

따라서 로얄젤리인삼정 구매 의향이 없는 응답자는 전체의 18.0%로 나타났으며, 가장 구매 의향이 낮은 그룹은 건강에 대한 관심 낮음(75.0%), 은퇴/무직(33.3%), 50대(30.0%) 등으로 나타남

또한, 월평균 가구소득이 낮을수록 비구매 의향이 높은 것으로 조사됨

그림 20 로얄젤리인삼정 그룹별 비구매 의향(직업별, 소득별, 성별/연령별/결혼 여부별)

(단위: %)



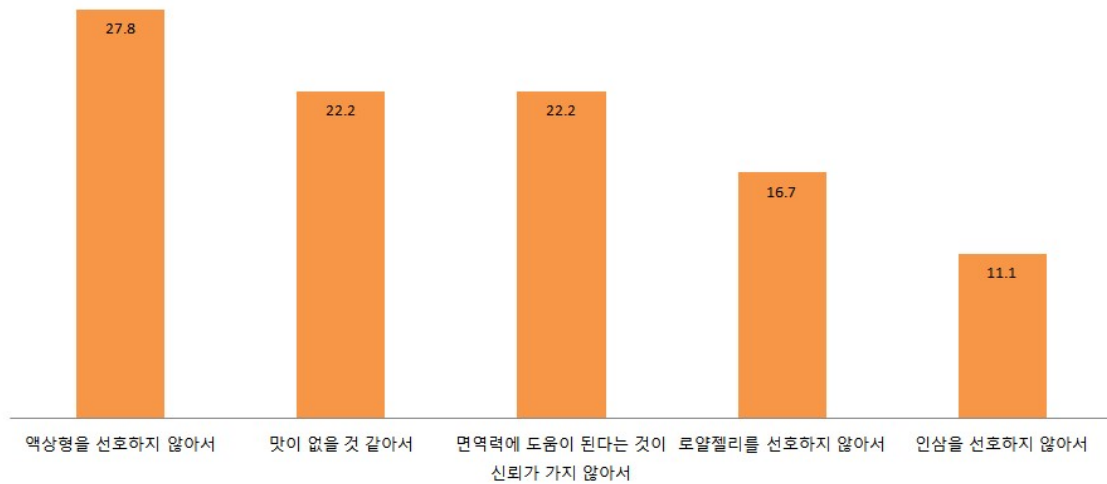
주: ‘전혀 구매하고 싶지 않다’와 ‘구매하고 싶지 않다’를 선택한 응답자 비중

로얄젤리인삼정을 구매할 의향이 없다고 응답한 응답자 중 27.8%가 비구매 의향 이유로 '액상형을 선호하지 않아서'를 선택함. 이어서 '맛이 없을 것 같아서', '면역력에 도움이 된다는 것이 신뢰가 가지 않아서' 각각 22.2%를 기록함



그림 21 로얄젤리인삼정 비구매 의향 이유

(단위: %)



III

바이어 인터뷰



01

바이어 인터뷰

Whole Foods Market 매니저급 직원

1. 소개를 부탁드립니다

Whole Foods Market Baton Rouge 지점에서 매니저급 직책을 맡고 있습니다.¹⁾ Whole Foods는 신선한 식료품, 건강한 완제품을 소비자들에게 제공하고 있습니다

2. 최근 건강보조식품 판매실적은 어떤가요?

건강보조식품은 저희 매장의 주력 판매 분야 중 하나입니다. 건강에 관심이 많은 소비자들을 위해 상온 보관용 제품뿐만 아니라 냉장 보관용 건강보조식품까지 다양한 종류의 제품을 판매하고 있습니다

3. 판매 중인 인삼 건강보조식품이 있나요?

Imperial Elixirs사의 Korean Red Ginseng 50정 제품을 19.49달러에 판매하고 있습니다. 제품 상세설명에 따르면, 젤라틴으로 만들어진 캡슐 안에 인삼 뿌리 가루가 들어있다고 합니다. 젤리 형태의 제품은 저에게도 익숙하지 않습니다

4. 해당 제품에서 소비자들이 제일 중시하는 구매 요인은 무엇인가요?

소비자들은 건강보조식품 전반에 대하여 높은 품질 기준을 갖고 있습니다. 원재료의 유기농, Non-GMO, 원산지 인증 등 각종 인증 여부를 확인하고, 캡슐 제품의 경우 베지테리안 캡슐 여부, 체내 흡수율 등도 고려하지요. 해당 섹션에서 쇼핑하는 고객들의 경우, 제품 비교를 하느라 오래 머물거나 직원에게 도움을 요청하는 사례가 꽤 있습니다

5. 조사 제품에 적합한 홍보 전략이 있을까요?

인삼이 아시아 국가에서 전통적으로 사용되어온 자양강장제(에너지 부스터) 원재료라는 사실을 홍보하는 것이 관건일 것으로 예상합니다. 또한, 미국 소비자들에게 친숙한 꿀이 다량 함유되었다는 사실을 알리는 것도 나쁘지 않을 것 같습니다. 젤리형 건강보조식품이 익숙하지 않은 소비자들에게 dietary supplement snack으로 홍보하는 것도 좋을 것 같습니다

1) 본사 정책으로 인해 익명 요구

Asian Market 대표

1. 소개를 부탁드립니다

Asian Market 대표 Jason Shen(중국 이름: 沈志译)입니다. 이곳에서 가게를 운영한 지 10년 되었습니다. 우리 가게에서는 중국, 한국, 일본, 베트남 등 아시아산 제품과 식료품을 판매하고 있습니다

2. 판매 중인 건강보조식품 중에 인삼으로 만든 제품이 있나요?

저희 매장에서는 인삼 음료 두 제품을 판매 중입니다. New Power Health사의 Red Ginseng Energy Drink와 Assi사의 Korean Ginseng Drink입니다. 한국인 중년 남성들이 주요 소비자이고, 가끔씩 새로운 에너지 드링크를 시도해보길 원하는 미국인이나 다른 아시아인들이 시험구매를 하곤 합니다. 주요 경쟁제품에는 박카스가 있고요



그림 22 Asian Market에서 날개 판매 중인 인삼 음료 제품



3. 조사 제품의 가격, 용량, 패키징 등 판매 가능성이 있을까요?

스틱형 젤리 10개에 30-40 달러 정도의 가격이라면 소비자들에게 비싼 제품으로 인식될 것 같습니다. 그래도 인삼을 즐겨 섭취하거나 인삼의 효과에 대해 익히 알고 있는 아시아 소비자들에게는 충분히 판매 가능성이 있을 것 같습니다

4. 추천하는 마케팅 방법은 무엇인가요?

만약 저희 가게에 들어온다면 박스 단위로 판매하기도 하겠지만 박스를 풀어 날개로 개별 판매 할 것 같습니다. 10개입 한 박스 30-40달러라면 Red Ginseng Energy Drink와 동일하게 개별 가격을 3.99달러로 책정할 수 있겠네요. 다만 용량이 적다 보니 소비자들이 고가의 제품으로 인식하기는 할 것 같습니다. 그래도 날개 판매를 통해 시험구매를 유도하는 전략이 가장 효과적인 판매 전략일 것으로 예상합니다.

IV

시사점



01 시사점

1. 타깃 고객층: 월평균 가구소득이 7,000달러 이상인 건강한 40대 남성

- 월평균 가구소득 7,000달러 이상의 소비자

월평균 가구소득 7,000달러 이상 13,000달러 미만 소득층의 로얄젤리인삼정 구매 의향은 4.07, 이어서 13,000달러 이상 소득층은 3.95를 기록함

- 40대 남성 소비자

로얄젤리인삼정 구매 의향을 물어보는 설문에서 남성의 68.0%가 구매 의향이 있다고 응답하여 여성(48.0%) 대비 높게 나타남. 또한, 50대(46.0%)보다 40대(70.0%)가 높은 구매 의향을 보이는 것으로 나타나, 40대 남성을 로얄젤리인삼정 구매 의향이 가장 높은 소비자로 볼 수 있음

2. 제품 마케팅 포인트: 효능이 우수한 프리미엄 건강기능식품

- 프리미엄화

월평균 가구소득 월 소득이 높을수록 높은 구매 의향을 기록한 것으로 보아, 구매력이 충분한 소비자들을 타깃으로 제품을 프리미엄화하여 판매하는 것이 효과적일 것으로 판단됨

- 효능이 우수한 건강기능식품

로얄젤리인삼정 구매 의향의 이유로 '건강에 좋을 것 같아서'가 가장 높게 나타났으며(24.1%), 이어서 '면역력에 도움이 될 것 같아서'가 22.2%를 기록함. 따라서 '건강에 좋고 면역력을 높여주는 프리미엄 인삼제품'이라는 점을 강조하여 구매력 있는 40대 남성 소비자를 공략할 필요가 있음

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사
발행 일자 2022. 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.