



No. 2022-99
품목 과채주스(Fruits & Veggie Juice)
HS CODE 2202.99-2000
국가 미국(USA)



CONTENTS

I

경쟁제품

3

1. 경쟁제품 선정
2. 현지조사 결과

II

경쟁사

20

1. 경쟁사 선정

III

경쟁력 파악

26

1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석

IV

업체 인터뷰

32

1. 판매 업체 인터뷰

V

시사점

35

1. 수출 확대 방안
2. 참고 문헌

I

경쟁제품



01

경쟁제품 선정

지원 기업 품목 분석

(개요) 의뢰 제품은 당근과 감귤을 혼합하여 만든 비건 비타민 주스로, 정제당과 정제수를 첨가하지 않은 NFC 착즙 제품임. 한 팩(100ml)당 1800IU의 비타민D가 함유되어 있으며, 마시는 음료 형태로 쉽고 간편하게 즐길 수 있는 고급 비타민 주스 제품임

(제조 과정) HACCP를 취득한 공장을 선별하여 OEM의 형태로 생산되며, 제주산 프리미엄 당근과 감귤을 NFC 방식으로 착즙함. 100% 청포도 천연당을 첨가하였으며, 정제당과 정제수를 일체 첨가하지 않음

(디자인) 패키징에 FSC 인증을 받은 외포장재를 적용하였으며, EU V-Label 비건 인증 마크가 삽입되어 있음

(테이스팅) 제주산 당근과 채소를 결합하여 건강하면서도 상큼한 맛을 주며, 청포도 천연당으로 고급스러운 단맛을 냄

제품명	비건 비타민 주스		
이미지			
제품 유형	파우치형 과채주스	희망 소비자가격	1만 8,000원(1박스)
용량	100ml/개	포장 형태 및 재질	파우치형, FCS 인증 포장재
주요 성분	쌀, 물, 효모	특징	· 당근-감귤 혼합 주스 · 비타민D 1800IU 함유

경쟁력 분석 프로세스



단계 1 제품 분석

- ① 신청서 내 제품 분석
- ② 지원 기업 인터뷰
- ③ 경쟁제품군 파악



단계 2 경쟁 현황 분석

- ① 경쟁 현황 분석
- ② 경쟁제품 선정 기준 마련



단계 3 현지조사 기획

- ① 조사 지역 선정
- ② 주요 유통채널 선정
 - 지원 기업 사전신청서 분석
 - 조사 대상국 유통채널별 점유율 파악
- ③ 온라인 사전 조사
- ④ 조사지표 선정



단계 4 조사 수행

- ① 온·오프라인 경쟁제품 선정 기준 전달
- ② 현지조사 수행
- ③ 제품 분석

주요 경쟁제품 브랜드별 점유율

2019년 미국 냉장 주스 및 스무디 시장에서 가장 큰 비중을 차지한 업체는 Naked Juice로 전체 시장의 65.1%를 차지함. 이어서 Bolthouse Farms(19.0%), Odwalla(3.8%), Dannon Danimals(2.4%), Naked Juice Protein Zone(1.9%) 순으로 높음



그림 1

주요 냉장 주스 및 스무디 브랜드 로고



자료: 각사 홈페이지

2019년 미국 멸균 주스 시장에서 가장 큰 비중을 차지한 업체는 Vita Coco로 전체 시장의 38.6%를 차지함. 이어서 Juicy Juice(11.4%), Apple & Eve(10.7%), Capri-Sun(7.2%), Minute Maid(6.3%) 순으로 높음



그림 2

주요 멸균 주스 브랜드 로고



자료: 각사 홈페이지

주요 경쟁제품 선정 기준

미국 소비자들은 파우치형 과채 주스를 영유아 및 어린이 간식으로 인식하는 경향이 있음. 따라서 제품에 baby food, kids 등의 단어들이 주로 사용됨. 이와 달리 성인들은 병에 담긴 RTD 음료나 물에 섞어서 먹는 가루(drink mix) 혹은 원액(drink liquid) 타입의 제품을 주로 사용하는 것으로 조사됨

단일 과채를 사용하는 주스에서는 오렌지 주스와 레모네이드가 압도적인 비중을 차지하며, 전체 주스 시장에서 62.2%를 차지함. 과채 혼합 주스는 전체 주스 시장의 15.2%를 차지하며, 향산화 성분, 섬유질, 비타민, 미네랄 등이 풍부하다고 알려진 슈퍼 과일이나 슈퍼 야채가 주로 사용됨. 대표적으로 블루베리, 크랜베리, 아사이베리 등 베리류 과일이 혼합된 주스의 비중이 높은 편이며, 채소 중에는 비트, 고구마 등이 혼합된 제품이 인기를 끌고 있음. 따라서 당근과 감귤을 사용한 과채 주스만을 경쟁제품으로 선정하기에는 무리가 있음

오프라인 경쟁제품의 경우, 미국인들이 가장 대중적으로 소비하고 다양한 마트에서 가장 쉽게 찾을 수 있는 파우치형 및 기타 실온 보관형 주스 제품들을 조사 품목으로 선정함. 동일한 제품 섹션에서 판매 중인 제품을 기준으로 했으며, 제품 포장 유형은 파우치형·가루형·원액형 제품을 모두 포함함. 단, Costco Wholesale의 경우, 파우치형 주스 제품을 모두 냉장 판매하고 있다는 점에서 실온 보관형 제품이 아니어도 예외적으로 조사 대상에 포함함

지원 기업 품목의 특징을 고려해 온라인 채널에서는 당근이나 감귤을 사용한 제품을 경쟁 대상으로 선정하였으며, 파우치형 주스 제품 중 인지도가 높은 브랜드 제품은 혼합 재료에 상관없이 조사 대상에 포함함

- ① 1순위 당근/감귤 혼합 주스: 당근이나 감귤을 혼합 재료로 사용한 주스
- ② 2순위 파우치형 주스: 파우치형 단일·혼합 과채 주스
- ③ 3순위 실온 보관형 주스: 파우치형 제품과 동일한 섹션에서 판매 중인 가루형·원액형 주스

조사 지역 개요

배튼루지(Baton Rouge)는 루이지애나(Louisiana, LA) 주의 주도(州都)이자 미국 남부 문화의 중심지임. 과거 프랑스 식민 지배의 영향으로 형성된 크레올(Creole), 케이준(Cajun), 아카디안(Acadian) 등 로컬 문화가 강하게 남아 있으며, 음식의 맛과 종류로 유명하여 미국 내에서 Food State 중 하나로 인식됨. 미국 내 다른 지역에 비해 아프리카계와 라틴계 미국인 비중이 높은 편이며, 한인 사회는 주도 배튼루지와 인접 도시 뉴올리언스(New Orleans)를 중심으로 형성되어 있음

주요 유통채널 현황

IBISWorld에 따르면, 미국 주스 시장의 2021년 유통채널별 점유율은 식료품점 및 슈퍼마켓이 35.9%로 가장 큰 비중을 차지하며, 창고형 및 대형 마트가 27.4%로 그 뒤를 이음. 이어서 편의점 및 주유소(22.1%), 자판기(4.1%) 순으로 높음

대표적인 식료품점 및 슈퍼마켓 체인에는 Walmart, Target, Whole Foods Market 등이 있으며, 해당 채널이 미국 전역에 보유하고 있는 지점 수는 2021년 기준 각각 4,743개 지점¹⁾, 1,926개 지점, 512개 지점임

대표적인 창고형 및 대형마트 체인에는 Costco Wholesale, Sam's Club 등이 있으며, 해당 채널이 미국 전역에 보유하고 있는 지점 수는 2021년 기준 각각 572개 지점, 599개 지점임

 표 1 미국 주스 시장 주요 유통채널별 점유율

채널 분류	시장 점유율(%)	주요 매장
식료품점 및 슈퍼마켓	35.9	Walmart, Target, Whole Foods Market, Trader Joe's 등
창고형 및 대형마트	27.4	Costco, Sam's Club, Cub Foods, Food 4 Less 등

1) 하이퍼마켓에 해당하는 Walmart Supercenter는 3,570개, 슈퍼마켓 Walmart Neighborhood Market은 799개, 할인점 Discount Store는 374개로 집계됨

02 현지조사 결과

미국 루이지애나에 위치한 대형 슈퍼마켓

미국의 양대 슈퍼마켓/하이퍼마켓 체인 브랜드는 Walmart과 Target임. 한편, 소득 및 교육 수준이 높은 동네에 입점하여 동일한 제품도 다소 높은 가격으로 책정하여 팔거나 유기농, 천연, 프리미엄 제품 위주로 판매하는 고급 슈퍼마켓에는 Whole Foods Market, Trader Joe's 등이 해당함. 이 외에도 대표적인 창고형 및 대형마트는 Costco, Sam's Club이 있음. 배튼루지에는 상기 체인 브랜드가 모두 입점해 있음

이 중에서 가장 대중적인 인지도를 지닌 Walmart, 고급 슈퍼마켓에 해당하는 Whole Foods Market, 창고형 마트에 해당하는 Costco를 조사 대상으로 선정함



표 2

방문 매장 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
Walmart	슈퍼마켓/ 하이퍼마켓	11	- 고속도로 I-10 진입로와 각종 음식점, 카페 등이 위치한 College Dr. 번화가에 위치함
Whole Foods		1	- 배튼루지에서 가장 부유한 동네 중 하나에 입점에 있으며 대규모 쇼핑센터 안에 위치함
Costco	창고형 할인점	3	- 배튼루지 내 유일한 지점이며, 고속도로 I-12와 인접함

매장 위치



Walmart Supercenter
(College Dr.)



Costco Wholesale
Baton Rouge



Whole Foods Market
Baton Rouge

오프라인 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
제품명	Kool-Aid Liquid	Kool-Aid Jammers
제조사	Kraft Heinz	Kraft Heinz
가격	2.98달러(약 3,840원) ²⁾ /개	2.68달러(약 3,450원)/박스
용량	48mL/개	177mL/개
포장	날개 판매	1박스 10개입
방문 매장	Walmart Supercenter(College Dr.)	Walmart Supercenter(College Dr.)

경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
제품명	Caprisun Fruit Punch	Caprisun Roarin' Waters
제조사	Rudolf Wild Ltd	Rudolf Wild Ltd
가격	3.18달러(약 4,100원)/박스	3.18달러(약 4,100원)/박스
용량	177mL/개	177mL/개
포장	1박스 10개입	1박스 10개입
방문 매장	Walmart Supercenter(College Dr.)	Walmart Supercenter(College Dr.)

2) 1달러=1288.00원(하나은행 매매기준율 2022년 12월 22일 기준)

경쟁제품 정보	제품5	제품6
제품 사진		
제품명	Honest Kids Berry Good Lemonade	Honest Kids Super Fruit Punch
제조사	Honest	Honest
가격	4.79달러(약 6,170원)/박스	3.68달러(약 4,740원)/박스
용량	200mL/개	200mL/개
포장	1박스 8개입	1박스 8개입
방문 매장	Whole Foods Market Baton Rouge	Walmart Supercenter(College Dr.)

경쟁제품 정보	제품7	제품8
제품 사진		
제품명	Great Value Drink Mix	Great Value Drink Enhancer
제조사	Walmart	Walmart
가격	2.16달러(약 2,780원)/개	2.12달러(약 2,730원)/개
용량	39g/개	48mL/개
포장	날개 판매	날개 판매
방문 매장	Walmart Supercenter(College Dr.)	Walmart Supercenter(College Dr.)

경쟁제품 정보	제품9	제품10
제품 사진		
제품명	MIO Vitamins	MIO Energy
제조사	Kraft Heinz	Kraft Heinz
가격	3.18달러(약 4,100원)/개	3.18달러(약 4,100원)/개
용량	48mL/개	48mL/개
포장	날개 판매	날개 판매
방문 매장	Walmart Supercenter(College Dr.)	Walmart Supercenter(College Dr.)

경쟁제품 정보	제품11	제품12
제품 사진		
제품명	Crystal Light Liquid	ICEE Slush
제조사	Kraft Heinz	The ICEE Company
가격	3.18달러(약 4,100원)/개	0.98달러(약 1,260원)/개
용량	48mL/개	177mL/개
포장	날개 판매	날개 판매
방문 매장	Walmart Supercenter(College Dr.)	Walmart Supercenter(College Dr.)

경쟁제품 정보	제품13	제품14
제품 사진		
제품명	Organic Fruit & Veggie Blend	Organic Danimals Smoothie
제조사	Once Upon A Farm	Danone North America
가격	16.99달러(약 2만 1,880원)/박스	14.49달러(약 1만 8,660원)/박스
용량	91g/개	93ml/개
포장	1박스 12개입	1박스 36개입
방문 매장	Costco Wholesale Baton Rouge	Costco Wholesale Baton Rouge

경쟁제품 정보	제품15
제품 사진	
제품명	Organic Wholemilk Yogurt Pouch
제조사	Stonyfield Organic
가격	16.99달러(약 2만 1,880원)/박스
용량	99g/개
포장	1박스 16개입
방문 매장	Costco Wholesale Baton Rouge

온라인 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
제품명	Fruit & Veggies Variety Pack	Sprout Organic
브랜드	GoGo Squeez	Sprout Organic
가격	7.78달러(약 1만 원)	13.76달러(약 1만 7,720원)
용량	90g/개	99g/개
포장	1박스 12개입	1박스 6개입
특징	- Boulder Berry: 사과-당근-믹스베리 혼합 - Zippin' Pear: 사과-배-당근 혼합	- 적당근-사과-블루베리 혼합 - USDA 유기농 인증
경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
제품명	Superfood Smoothie	Wonder Foods
브랜드	Noka	Gerber Organic for Toddler
가격	14.98달러(약 1만 9,290원)/박스	1.68달러(약 2,160원)
용량	124g/개	99g/개
포장	1박스 6개입	날개 판매
특징	- 스트로베리-파인애플, 블루베리-비트, 망고-코코넛 등 혼합 주스	- 망고-복숭아-당근-고구마-오트밀 혼합 - USDA 유기농, Non-GMO 인증
경쟁제품 정보	제품5	제품6
제품 사진		
제품명	Beech-Nut Veggies	Beech-Nut Fruit & Beggie Blends
브랜드	Beech-Nut	Beech-Nut
가격	15.36달러(약 1만 9,780원)/박스	15.36달러(약 1만 9,780원)/박스
용량	99g/개	99g/개
포장	1박스 12개입	1박스 12개입
특징	- 6개월 이상 영아 섭취 권장 - 당근-애호박-배 혼합 주스	- 12개월 이상 영아 섭취 권장 - 당근-사과-고구마 혼합 주스

경쟁제품 정보	제품7	제품8
제품 사진		
제품명	Organic Baby Food	Organic Baby Food
브랜드	Plum Organics	Plum Organics
가격	1.48달러(약 1,900원)	1.48달러(약 1,900원)
용량	113g/개	113g/개
포장	날개 판매	날개 판매
특징	- 배-적당근-블루베리 혼합 주스 - USDA 유기농, Non-GMO 인증	- 사과-당근 혼합 주스 - USDA 유기농, Non-GMO 인증
경쟁제품 정보	제품9	제품10
제품 사진		
제품명	Happy Baby	Peter Rabbit Organics
브랜드	Happy Family Organics	Pumpkin Tree
가격	1.74달러(약 2,240원)	33.28달러(약 4만 2,860원)/박스
용량	113g/개	125g/개
포장	날개 판매	1박스 10개입
특징	- 사과-호박-당근 혼합 - Non-GMO 인증	- 사과-당근-호박 혼합 주스
경쟁제품 정보	제품11	제품12
제품 사진		
제품명	Super Foods	Organic Fruit & Vegetable Pouches
브랜드	Organics Happy TOT	Kirkland
가격	12.32달러(약 1만 5,870원)/박스	24.99달러(약 3만 2,190원)/박스
용량	120g/개	90g/개
포장	1박스 8개입	1박스 24개입
특징	- 유기농 사과-시금치-콩-브로콜리 혼합 - USDA 유기농, Non-GMO 인증	- 사과-딸기-노란 당근 혼합, - 사과-망고-노란 당근-복숭아 혼합

경쟁제품 정보	제품13	제품14
제품 사진		
제품명	Mott's Applesauce	Brain Squeezers
브랜드	Mott's	BRAINIAC
가격	6.84달러(약 8,810원)	6.98달러(약 8,990원)
용량	95ml/개	90g/개
포장	1박스 12개입	1박스 10개입
특징	- 코셔 인증 획득 - 투명 파우치로 내부 음료가 보임	- 사과-시나몬, 사과 혼합 주스 - 오메가3, DHA, EPA 등 함유

주요 유통채널 정보

기업정보	기업명	Walmart Inc.	설립 연도	1969년
	기업 형태	제조 및 유통	대표번호	+1-479-273-4000
	국가	미국	위치	702 Sw 8Th St Bentonville, Arkansas, 72716-6299 United States
	취급 품목	식료품 및 잡화	홈페이지	www.walmart.com
	매출액	약 5,700억 달러 ³⁾	직원 수	약 230만 명

매장 정보
및 신청 업체의
타깃 제품
판매 현황

- 매장명: Walmart Supercenter College Dr.
- 매장 주소: 3132 College Dr., Baton Rouge, LA, 70808
- 경쟁제품 제품 판매 현황: 총 12개의 파우치형 및 실온보관형 주스 제품 판매 중
 - 1) Kool-Aid Liquid: 2.98달러/개
 - 2) Kool-Aid Jammers: 2.68달러/10개입 박스
 - 3) Caprisun Fruit Punch: 3.18달러/10개입 박스
 - 4) Caprisun Roarin' Waters: 3.18달러/10개입 박스
 - 5) Honest Kids Berry Good Lemonade: 3.68달러/8개입 박스
 - 6) Honest Kids Super Fruit Punch: 3.68달러/8개입 박스
 - 7) Great Value Drink Mix: 2.16달러/개
 - 8) Great Value Drink Enhancer: 2.12달러/개
 - 9) MIO Vitamins: 3.18달러/개
 - 10) MIO Energy: 3.18달러/개
 - 11) Crystal Light Liquid: 3.18달러/개
 - 12) ICEE Slush: 0.98달러/개

기업정보	기업명	Whole Foods Market	설립 연도	1980년
	기업 형태	제조 및 유통	대표번호	+1-844-936-8255
	국가	미국	위치	550 Bowie St. Austin, TX 78703, United States
	취급 품목	식료품 및 잡화	홈페이지	www.wholefoodsmarket.com
	매출액	약 160억 달러	직원 수	8만 6,645명
	매장 정보 및 신청 업체의 타겟 제품 판매 현황   - 매장명: Whole Foods Market Baton Rouge - 매장 주소: 7529 Corporate Blvd, Baton Rouge, LA 70809 - 경쟁제품 판매 현황: 총 2개의 파우치형 주스 제품 판매 중 1) Honest Kids Berry Good Lemonade: 4.79달러/8개입 박스 2) Honest Kids Super Fruit Punch: 4.79달러/8개입 박스			

기업정보	기업명	Costco Wholesale Corporation	설립 연도	1976년
	기업 형태	제조 및 유통	대표번호	+1-425-313-8100
	국가	미국	위치	999 Lake Dr Issaquah, Washington, 98027-5367 United States
	취급 품목	식료품 및 잡화	홈페이지	www.costco.com
	매출액	약 1,959억 달러 ⁴⁾	직원 수	약 28만 8,000명
	매장 정보 및 신청 업체의 타겟 제품 판매 현황  - 매장명: Costco Wholesale Baton Rouge - 매장 주소: 10000 Dawnadele Ave BLDG A, Baton Rouge, LA 70809 - 경쟁제품 판매 현황: 총 3개의 파우치형 주스 제품 판매 중 1) Once Upon A Farm Organic Fruit & Veggie Blend: 16.99달러/12개입 박스 2) Organic Danimals Smoothie: 14.49달러/36개입 박스 3) Stonyfield Organic Wholemilk Yogurt Pouch: 16.99달러/16개입 박스			

4) 2022.01.31. 기준

II

경쟁사



01

경쟁사 선정

경쟁사 선정 기준

미국의 과일 음료 시장에서 지원 기업 제품이 직접 경쟁하는 시장은 파우치형 혼합 주스 군으로 조사됨

- 하지만, 파우치형 주스 제품을 생산하는 대부분의 경쟁사는 다른 유형의 패키징 제품도 판매하고 있으며 기타 과일 가공식품도 생산하는 경우가 대부분임

한편, 파우치형 음료 제품은 브랜드 개념과 마케팅 전략에 따라 성인용 건강 음료, 어린이 음료, 영유아 식품 등으로 제품군이 달라질 수 있음

따라서, 미국의 온·오프라인 유통채널에서 판매되고 있는 파우치형 제품의 인지도와 대중성을 고려하되, 이를 생산하는 제조업체를 과일 음료 브랜드와 영유아 식품 브랜드로 나누어 조사함

- 대표적인 과일 음료 브랜드에는 Honest와 Capri-Sun이 해당함
- 대표적인 영유아 식품 브랜드에는 Beech-Nut과 Plum Organics가 해당함

1) Honest

경쟁사
기본 정보**Honest**

- 1998년 Honest Tea 브랜드로 5가지 차 품종을 처음 출시
- 2005년 유기농 갈증 해소 음료 출시, 960만 달러의 매출을 기록함
- 2007년 Honest Kids 브랜드로 파우치형 유기농 갈증 해소 음료를 출시하여 2,300만 달러의 매출을 기록함
- 음료 파우치를 업사이클링하고 플라스틱이 기존 대비 22% 적은 새로운 PET병을 도입하는 등 친환경 정책을 도입함
- Honest 브랜드의 모든 음료에 USDA 인증을 획득하였으며, 모든 음료에 들어가는 설탕을 유기농 공정 무역 인증 설탕으로 사용함
- 2011년 Coca-Cola에 인수된 후 'Honest' 이름과 유기농 성분을 강조할 수 있도록 포장 라벨을 변경함

업체명

Honest

홈페이지

www.honestorganic.com

연락처

+1-800-520-2653

제품 현황



Cherry Go Round(사과-포도-체리 혼합), Twisted Tropical Tango(사과-포도-오렌지-망고 혼합 퓨레)는 파우치형으로만 생산되며, Strawberry Peachy Keen(사과-배-딸기-복숭아 혼합 퓨레)는 종이팩형으로만 생산됨



Appley Ever After(사과), Super Fruit Punch(포도-딸기-사과-수박 혼합), Goodness Grapeness(포도), Berry Good Lemonade(사과-포도-레몬-크랜베리 혼합)는 파우치형과 종이팩형 두 유형으로 생산됨

유통 현황

온라인

- 홈페이지에서 주문 가능
- 온라인 쇼핑 플랫폼에서 구매 가능

2) Capri-Sun

경쟁사
기본 정보

- 1931년 독일에서 설립한 식품 전문 회사 Wild Flavours에서 1969년 출시한 파우치 형태의 과일 주스 음료 브랜드
- 1982년 미국에서 음료에 적용된 파우치로 올해의 포장 상 수상
- 1990년대 초반, 유연한 포장 패키지와 맛으로 유럽과 미국 주스 시장을 선도함
- 2007년 섭취 중 다시 닫을 수 있는 리클로저블 파우치(Reclosable pouch)가 적용된 음료를 출시함
- 전체 무게에서 포장이 차지하는 비중이 6%로, 탄소발자국이 적음
- 파우치 재료 사용량을 기존 대비 33% 줄여 비슷한 부피의 PET병을 사용할 때보다 약 5배 가벼워 휴대하기 편함
- 2020년 파우치에 적용되는 빨대를 FSC 인증 종이로 만든 종이 빨대로 변경, 100% 재활용이 가능하도록 포장 패키지를 개선함

업체명

Capri-Sun

홈페이지

www.capri-sun.com

연락처

+1-800-227-7478

제품 현황



- 단맛을 내기 위해 Monk Fruit(몽크 프루트)를 첨가하여 평균 설탕 함량을 5g으로 줄임
- 주로 1-3가지 맛 30-40개 들어간 버라이어티 박스 제품으로 판매됨



- Roarin' Waters 제품은 설탕과 스테비아잎 추출물로 단맛을 내며, 인공 색소, 향료, 방부제가 함유되지 않음
- 100% Juice 제품은 설탕을 첨가하지 않은 100% 과일 주스이며, 어린이들을 타깃 소비자로 하여 패키징에 인기 있는 만화 캐릭터 Paw Patrol을 삽입함

유통 현황

온라인

온라인 쇼핑 플랫폼에서 구매 가능

3) Beech-Nut

경쟁사
기본 정보

- 1891년 뉴욕에서 설립된 식품 제조업체 Imperial Packing Company의 영유아 식품 브랜드로 시작됨
- 1979년 Nestle에 Beech-Nut 브랜드를 판매하였으나, 1989년 다시 인수함
- 1976년 영유아 식품에 소금 및 설탕을 첨가하지 않은 제품을 최초로 출시하였으며, 2002년 영유아 식품에 DHA와 ARA 성분을 함유한 제품을 최초 생산함
- 2014년 Beech-Nut Naturals 라인을 선보이며 홈메이드 영유아식을 콘셉트로 하는 제품을 출시함
- 2015년 제품에서 유리조각이 보고된 후 약 1,920파운드에 해당하는 제품을 전량 회수하는 리콜사태가 발생함
- 2019년 Plum Organics, 코넬대학교, Environment Defense Fund, Gerber Products Company 등 각종 민간 기업, 대학, NGO 등과 협력하여 Baby Food Council을 설립함

업체명

Beech-Nut

홈페이지

www.beechnut.com

연락처

+1-800-233-2468

제품 현황



- 영유아 성장 단계를 0-6개월(1단계)과 6개월 이상(2단계)으로 분류하며, 1단계 제품에는 오토밀 시리얼과 각종 과채 단일/혼합 퓨레 제품이 해당함



- 2단계 제품에는 과채 혼합 파우치형 주스 제품이 해당함
- 과일 혼합 제품은 Fruities, 야채 혼합 제품은 Veggies로 분류되며, 과일 혼합 버라이어티 박스, 야채 혼합 버라이어티 박스, 과채 혼합 버라이어티 박스 제품을 제공함

유통 현황

온라인

- 홈페이지에서 주문 가능
- 온라인 쇼핑 플랫폼에서 구매 가능

4) Plum Organics

경쟁사 기본 정보	 - 2004년 영국에서 영유아 식품 브랜드로 시작함 - 2013년 Campbell Soup Company에 의해 인수됨 - 2013년 중금속 발견으로 인해 리콜 사태를 겪음 - 2021년 Sun-Maid Growers에 의해 인수됨 - 2019년 Beech-Nut, 코넬대학교, Environment Defense Fund, Gerber Products Company 등 각종 민간 기업, 대학, NGO 등과 협력하여 Baby Food Council을 설립함	
	업체명	Plum Organics
	홈페이지	www.plumorganics.com
	연락처	+1-877-914-7586
제품 현황	 - 영아(Baby) 성장 단계를 0-4개월 이상(1단계), 4-6개월 이상(2단계), 6개월 이상(3단계)로 분류하며, 당근은 모든 단계 퓨레 제품에 재료로 사용됨 - 단계별 파우치형 퓨레 제품 이외에도 시리얼과 발치기 영아용 스낵 제품을 판매함	
	 - 유아용(Tots) 제품: Mighty 라인(Mighty 4, Mighty Veggie, Mighty Protein & Fiber, Mighty Morning, Mighty Snack Bars) - 어린이용(Kids) 제품: 스낵 제품 Mashups, Jammy Sammy, Super Smoothie	
유통 현황	온라인	온라인 쇼핑 플랫폼에서 구매 가능

III

경쟁력 파악



01

제품 경쟁력 검증

당근 혼합 음료는 온라인 채널 중심으로 판매

경쟁제품 중 당근 혼합 음료는 오프라인에서 1개 품목, 온라인에서 9개 품목으로 조사되었으며, 온·오프라인 유통채널별 평균 가격은 1.55달러(약 2,000원)로 동일함

- 오프라인 채널에서는 가장 보편적이고 인기 있는 오렌지나 베리류 과일 혼합 음료 제품 위주로 판매가 이루어지기 때문에 당근 혼합 음료를 찾아보기 어려움
- 온라인 채널에는 다양한 과채 혼합 음료가 판매되어 당근 혼합 음료를 찾는 소비자들의 수요를 충족시키고 있음



표 3

온·오프라인 경쟁제품 포지셔닝별 분류

(단위: 100ml/달러)

제품명	유형	파우치형	당근 혼합	온/오프라인	가격
Kool-Aid Liquid	과채 음료	X	X	오프라인	0.06
Great Value Drink Mix	과채 음료	X	X	오프라인	0.06
Great Value Drink Enhancer	과채 음료	X	X	오프라인	0.04
MIO Vitamins	과채 음료	X	X	오프라인	0.07
MIO Energy	과채 음료	X	X	오프라인	0.07
Crystal Light Liquid	과채 음료	X	X	오프라인	0.07
Kool-Aid Jammers	과채 음료	O	X	오프라인	0.15
Caprisun	과채 음료	O	X	오프라인	0.18
Caprisun Roarin' Waters	과채 음료	O	X	오프라인	0.18
Honest Kids	과채 음료	O	X	오프라인	0.27
ICEE Slush	과채 음료	O	X	오프라인	0.55
Once Upon A Farm	과채 음료	O	O	오프라인	1.55
Organic Danimals Smoothie	과채 음료	O	X	오프라인	0.43
Stonyfield Organic Yogurt Pouch	과채 음료	O	X	오프라인	1.07
GoGo Squeez	과채 음료	O	O	온라인	0.72
Sprout Organic	과채 음료	O	O	온라인	2.31
Kirkland Fruit & Vegetable	과채 음료	O	O	온라인	1.16
Mott's Applesauce	과채 음료	O	X	온라인	0.60
Brain Squeezers	과채 음료	O	X	온라인	0.78
Noka Smoothie	과채 음료	O	X	온라인	2.01
Gerber Organic for Toddler	영유아 식품	O	O	온라인	1.70
Plum Organics	영유아 식품	O	O	온라인	1.31
Beech-Nut	영유아 식품	O	O	온라인	1.29
Happy Baby	영유아 식품	O	O	온라인	1.54
Peter Rabbit Organics	영유아 식품	O	O	온라인	2.66
Organics Happy TOT	영유아 식품	O	O	온라인	1.28

품질에 대한 기대가 파우치형 음료 제품의 가격 형성

온·오프라인 경쟁제품은 모두 넓은 범주의 과채 음료에 해당하지만 제품 유형에 따라 크게 조제형 과채 음료, RTD 과채 음료, RTD 영유아 식품으로 분류할 수 있음

RTD 영유아 식품으로 포지셔닝한 경쟁제품의 100ml당 평균 가격은 1.63달러(약 2,100원)로 가장 높게 형성되어 있으며, RTD 과채 음료 제품의 100ml당 평균 가격인 0.85달러(약 1,100원)의 약 2배에 해당함

영유아 식품의 경우, 원재료 퀄리티, 패키징 안전성, 섭취 간편성 등 다양한 요인에 대한 소비자들의 기대치가 높으며, 이를 충족하는 고품질 제품을 생산하기 위한 경쟁이 치열함. 이로 인해 상대적으로 높은 가격이 형성되는 것으로 분석됨

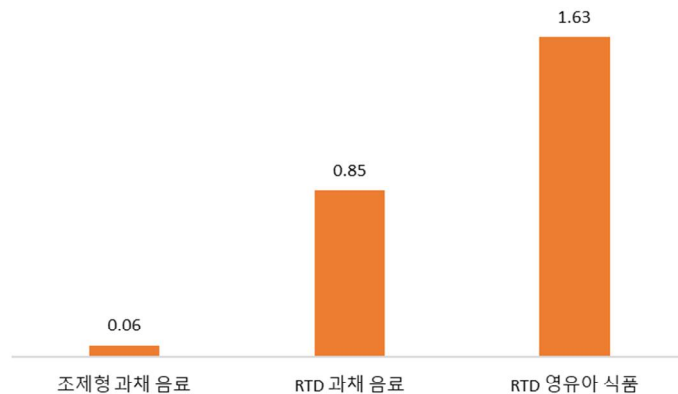
이와 달리 일반 RTD 과채 음료로 포지셔닝한 경우, 영유아 식품과 비슷한 내용물의 제품이라도 상대적으로 저렴한 가격이 책정되는 것으로 조사됨



그림 5

온·오프라인 경쟁제품 유형별 100ml 평균 가격 비교

(단위: 달러)



02 벤치마킹 제품 분석

대부분의 경쟁 브랜드들은 제품의 우수성을 효과적으로 홍보하고 소비자들의 구매를 유인하기 위해 다양한 마케팅 포인트를 패키징에 적용하는 것으로 조사됨. 이는 크게 과채 이미지 활용, 인증 로고 삽입, 캐릭터 활용 여부로 분류할 수 있으며, 각각의 마케팅 포인트를 적용하고 있는 브랜드는 19개, 15개, 7개로 조사됨

22개 경쟁 브랜드 중 세 가지 포인트를 모두 적용한 브랜드는 총 3개로 Danone Danimals, GoGo Squeez, Peter Rabbit Organics이 해당됨. 총 14개 브랜드가 두 가지 마케팅 포인트를, 총 4개 브랜드가 한 가지 마케팅 포인트를 적용하고 있음. 상기 세 가지 마케팅 포인트 중 어느 것도 적용하지 않은 브랜드는 1개로 MIO가 해당됨



표 3

온·오프라인 경쟁제품 제조사별 마케팅 포인트

브랜드	과채 이미지	인증 로고	캐릭터	마케팅 포인트
Kool-Aid	X	X	O	1
Great Value	O	X	X	1
MIO	X	X	X	0
Crystal Light	O	X	X	1
Caprisun	O	X	O	2
Honest Kids	O	O	X	2
ICEE Slush	X	X	O	1
Once Upon A Farm	O	O	X	2
Danone Danimals	O	O	O	3
Stonyfield Organic	O	O	X	2
GoGo Squeez	O	O	O	3
Sprout Organic	O	O	X	2
Kirkland	O	O	X	2
Mott's Applesauce	O	X	O	2
Brainiac	O	O	X	2
Noka	O	O	X	2
Gerber Organic for Toddler	O	O	X	2
Plum Organics	O	O	X	2
Beech-Nut	O	O	X	2
Happy Baby	O	O	X	2
Peter Rabbit Organics	O	O	O	3
Organics Happy TOT	O	O	X	2
계	19	15	7	-

과채 이미지를 활용한 패키징

주요 경쟁제품들은 혼합 주스에 사용되는 과채의 이미지를 패키징에 적극 활용하고 있음. 특히 3가지 이상의 과채가 혼합된 제품의 경우, 원재료 이미지를 삽입함으로써 소비자들에게 직관적으로 정보를 전달함. 이때 일러스트 그림이 아니라 갓 씻은 과일이나 신선한 과일 사진을 활용함으로써 제품에 대한 긍정적인 이미지를 형성하는 것으로 분석됨. 또한, 배경색과 과채 이미지의 색상 대비 등 미적 요소를 활용하여 소비자들의 이목을 끌 수 있음



그림 6

과채 이미지와 색상 대비를 활용한 패키징



각종 인증을 통한 제품 신뢰도 구축

USDA 유기농 인증, Non-GMO 인증 등 각종 인증을 패키징에 삽입하는 전략은 제품 신뢰도를 구축하고 소비자들의 구매를 유인하는 것으로 분석됨

영유아 식품 브랜드인 Beech-Nut과 Plums Organics 모두 유해물질 발견으로 인해 리콜 사태를 겪은 바 있으나, 각종 인증 로고를 삽입함으로써 브랜드 이미지를 쇄신하고 재도약에 성공한 케이스에 해당함



그림 8

인증 로고가 삽입된 Beech-Nut(좌)사와 Plum Organics(우)사의 제품



최종 소비자인 어린이·영유아를 공략한 패키징

일부 경쟁제품의 경우, 파우치형 과일 음료의 최종 소비자가 어린이나 영유아일 가능성이 크다는 점을 고려하여 캐릭터 이미지를 제품 패키징과 네이밍에 활용함. 해당 제품이 오프라인 채널에서 판매될 경우, 어린이·영유아를 동반한 부모층 소비자들의 충동 구매 혹은 시험 구매 대상이 되는 것으로 조사됨



그림 7

인기 캐릭터를 활용한 패키징과 네이밍



IV

업체 인터뷰



01

판매 업체 인터뷰

Walmart Supercenter 식료품 판매팀장

Q. 소개를 부탁드립니다.

Walmart Supercenter College Dr. 지점에서 Team Leader of Grocery(식료품 판매팀장)를 맡고 있는 Lekeisha입니다. College Dr. 지점은 Burbank Dr. 지점과 더불어 배튼루지에서 월마트 판매실적이 가장 좋은 매장 중 하나입니다.

Q. 최근 파우치형, 실온 보관형 과채 주스의 판매실적은 어떤가요?

파우치형 과일 음료는 수요가 높고 꾸준히 판매가 잘 되는 제품 중 하나입니다. 부모들이 어린이 학교 간식으로 하나씩 들려 보내잖아요. 아마 앞으로도 수요가 꾸준할 것으로 전망합니다.

Q. 해당 제품에서 소비자들이 제일 중시하는 구매 요인은 무엇인가요?

어린이들이 좋아하는 맛이나 패키징 디자인이 중요한 것 같습니다. 물론 부모들은 유기농 인증 등 제품의 퀄리티를 더 중요하게 생각하겠지만 아이들의 요구도 무시할 수 없으니까요.

Q. 소비자들이 제품 퀄리티와 가격 중 어느 요인을 더 중요시하나요?

사람에 따라서 다르기는 하지만, 올 한 해 인플레이션으로 물가가 많이 올라서 값이 저렴한 제품에 대한 수요가 전반적으로 증가한 것 같습니다.

Q. 의뢰 제품의 가격, 용량, 패키징 등 판매 가능성이 있을까요?

서민들이 대중적으로 이용하는 Walmart에서 판매되기에는 가격이 비싼 편이라 판단됩니다. 패키징은 어린이와 학부모 소비자들 모두 선호하는 파우치형이라 관심을 끌 수 있을 것 같습니다. 소비자들의 시험 구매를 유도하기 위해 박스 단위가 아니라 날개 판매를 시도해보는 것도 좋을 것 같습니다.

Whole Foods Market 매니저

Q. 소개를 부탁드립니다.

Whole Foods Market Baton Rouge 지점에서 매니저급 직책을 맡고 있습니다.⁵⁾ Whole Foods는 신선한 식료품, 건강한 완제품을 소비자들에게 제공하고 있습니다.

Q. 최근 파우치형, 실온 보관형 과채 주스의 판매실적은 어떤가요?

저희가 판매 중인 Honest Kids 제품은 날개로 판매하지 않고, 박스 단위로도 잘 판매되는 제품 중 하나입니다. 그러나 같은 주스 제품군의 다른 유형 제품과 비교하자면 판매 실적이 그리 높은 편은 아닙니다. Whole Foods Market의 대표적인 과일 음료 제품인 RTD 스파클링 주스와 소비층 자체가 다른 것으로 보입니다.

Q. 해당 제품에서 소비자들이 제일 중시하는 구매 요인은 무엇인가요?

저희 매장을 찾는 소비자들은 유기농, Non-GMO, 원산지 인증 등 각종 인증과 무가당, 100% 과즙 사용 여부 등 제품의 퀄리티를 상당히 중요하게 생각합니다. 가격을 최우선으로 고려하는 소비자들은 Whole Foods Market을 이용하지 않지요.

Q. 의뢰 제품의 가격, 용량, 패키징 등 판매 가능성이 있을까요?

제품 가격이 있기는 하지만 소비자들이 시도해볼 가능성이 있다고 판단됩니다. 저희 매장과 Whole Foods Market 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 일본산 스파클링 매실·유자 RTD 음료의 경우, 그 수요가 아주 크지는 않지만 지속적으로 판매되고 있습니다. 이처럼 수입산 제품에 대한 미국인들의 시험 구매 수요를 무시할 수 없을 것 같습니다.

5) 본사 정책으로 인해 익명 요구

V

시사점



01

수출 확대 방안

가격 경쟁력

지원 기업 제품의 희망 소비자가격은 2.00달러/100ml이며, 이는 조사 대상국의 온·오프라인 경쟁제품 21개 품목의 100ml당 평균 가격인 1.11달러보다 비싼 수준으로 파악됨. 가장 대중적인 슈퍼마켓 체인 Walmart에서 판매된다면 상당히 비싼 제품군에 해당할 것으로 전망되며, 상대적으로 가격을 높게 책정하는 Whole Foods Market 등에서도 프리미엄 제품으로 분류될 것으로 보임. 타깃 소비자를 영유아로 특정하지 않고 보다 넓은 연령대의 소비자들을 대상으로 한다면 가격을 하향 조정하여 경쟁력을 확보하는 방안을 고려해볼 필요가 있음

벤치마킹

현재 지원 기업 제품 패키징에는 비건 인증 로고가 삽입되어 있으며, 이는 소비자들에게 신뢰감을 줄 것으로 판단됨. 그러나 대부분의 경쟁제품이 원재료로 사용되는 과채 이미지를 패키징 디자인에 활용하는 데 반해 지원 기업 제품은 텍스트만 강조하는 디자인을 선보이고 있음. 개별 파우치 포장의 디자인을 수정하기 어렵다면 박스 포장 디자인에 이미지를 추가하는 방안을 고려해볼 필요가 있음

마케팅 방안

지원 기업 제품은 가격과 콘셉트를 고려할 때 수입산(한국산) 프리미엄 제품으로 포지셔닝하는 것이 적절할 것으로 판단됨. 이를 위해 입점이 상대적으로 어렵지 않고 미국인 소비자들의 시험 구매가 자주 이루어지는 한인 마트나 아시아 슈퍼마켓을 공략할 수 있음. 또는, Amazon이나 건강 제품을 위주로 판매하는 온라인 유통채널을 적극 활용할 필요가 있음

시험 구매를 통해 우수한 리뷰가 확보되고 재구매율이 높아진다면, 프리미엄 제품을 주로 판매하는 Whole Foods Market이나 Trader Joe's 등 오프라인 유통채널에 입점하는 것을 고려해볼 수 있음

미국 소비자들 사이에서 식음료 선택에 있어 비건 여부, 유기농 여부와 더불어 제품 제조, 패키징, 유통의 전 과정에서 친환경성·지속가능성을 고려하는 트렌드가 더욱 확산되고 있음을 고려하여 이에 해당하는 제품 특징을 적극 강조할 필요가 있음

02

참고 문헌

□ 참고 사이트

1. Statista
2. IBISWorld
3. Walmart
4. Whole Foods Market
5. Honest
6. Capri-Sun
7. Beech-Nut
8. Plum Organics

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.