



2021

해외시장 맞춤형조사

No. | 202110-16
품목 | RTD 차(RTD Tea)
HS CODE | 2202.99-9000
국가 | 미국(USA)
구분 | 경쟁력분석형

Contents

I. 요약	03
II. 경쟁제품	
1. 미국 RTD 차 경쟁제품 선정	05
2. 미국 RTD 차 경쟁제품 조사지표 선정	09
3. 미국 RTD 차 경쟁제품 현지조사 결과	10
III. 경쟁기업	
1. 미국 RTD 차 경쟁기업 선정	22
2. 미국 RTD 차 경쟁기업 현지화 분석 기준	23
3. 미국 RTD 차 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	25
IV. 수입·유통업체 인터뷰	
Interview ① 에이치아비(HEB)	36
Interview ② 배너 홀세일 그로스(Banner Wholesale Grocers)	41
Interview ③ 모턴 윌리엄스(Morton Williams)	45
V. 경쟁력파악	
1. 제품 경쟁력 검증	52
2. 벤치마킹 제품 분석	57
3. 기업 마케팅 벤치마킹	59
VI. 시사점	60
※ 참고문헌	62

Summary

A사: 한국 경쟁기업명 이니셜 처리

■ 온라인 인기제품

	제품명	제조사명
2개 채널에서 Top 10인 제품	퓨어리프 아이스드 티 스위트	퓨어리프
	퓨어리프 아이스드 티 언스위트드	퓨어리프
	골드 피크 스위트 티	더 코카콜라 컴퍼니
	골드 피크 언스위트드티	더 코카콜라 컴퍼니
	타조 허비스쿠스 패션 허벌 티	타조

■ 오프라인 주요 경쟁제품

립톤 아이스드 스위트 티 (펩시 립톤 인터내셔널)		골드 피크 리얼 브루드 티 (더 코카콜라 컴퍼니)	
	가격 1.98달러		가격 2.18달러
	용량 1,890ml		용량 1,530ml
소비자가격 2.00달러 이하의 적정 가격대		건강 음료임을 강조하는 홍보문구	

■ 경쟁기업 4개사 분석

	아사히인료	기린	산토리	A사	미국 현지 진출 경쟁기업 현황 경쟁기업 4개사, 경쟁기업 국적에서 판매되는 제품의 포장 디자인 문구를 영문으로 수정해 포장 현지화 진행 + 경쟁기업 4개사, 주요 SNS 플랫폼 페이스북, 인스타그램 및 유튜브를 활용해 기업 및 제품 홍보
국적	일본	일본	일본	한국	
제품 현지화	○	○	○	○	
포장 현지화	●	●	●	●	
생산 방식	●	●	●	●	
입점 채널	아시안마트 도쿄센트럴 진출	아시안마트 도쿄센트럴 진출	아시안마트 도쿄센트럴 진출	한인마트 에이치마트 진출	
홍보 채널	자사 홈페이지, SNS 플랫폼	자사 홈페이지, SNS 플랫폼	자사 홈페이지, SNS 플랫폼	자사 홈페이지, SNS 플랫폼	

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(10개)			기준(고객사)	경쟁력	경쟁제품(10개)			
가격(100ml당) (0.50달러)	○	녹차(4개)	홍차(4개)	기타(2개)	인증	●	Non-GMO		미보유	
		0.36달러	0.22달러	0.30달러			1개	9개		
용량(ml) (500ml)	○	녹차(4개)	홍차(4개)	기타(2개)	원산지 (한국)	●	일본산	현지산	한국산	
		1,262ml	1,305ml	1,250ml			6개	3개	1개	
맛(중복값) (헛개차, 옥수수 수염차 맛)	●	각종 차 맛	레몬 맛	현미 맛	홍보문구 (성분, 효능)	●	칼로리	맛	성분	효능
		10개	1개	1개			3개	3개	3개	1개

● 차별화된 경쟁력 ● 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 100ml당 가격은 경쟁제품 평균보다 비싼 편이며, 용량은 경쟁제품 평균보다 적은 것으로 나타남 2) 경쟁제품 10개 중 칼로리, 맛, 성분을 강조한 홍보문구를 사용하는 제품이 각각 3개씩 나타남
Point 02.	1) 경쟁기업 4개사 모두 제품 포장디자인 문구를 영문으로 변경해 현지화함 2) 경쟁기업 4개사 모두 자사 홈페이지와 SNS 플랫폼을 운영하며, 4개사 모두 페이스북, 인스타그램 및 유튜브를 활용하는 것으로 나타남

II. 경쟁제품

1. 미국 RTD 차 경쟁제품 선정
2. 미국 RTD 차 경쟁제품 조사지표 선정
3. 미국 RTD 차 경쟁제품 현지조사 결과

1. 미국 RTD 차 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징



제품 종류	RTD 차
소비자가격	2-3달러 (약 2,326-3,488원) ¹⁾
용량	500ml
포장	페트병
특징	옥수수수염차: 붓기 완화 헛개차: 갈증해소

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품 종류 : RTD 차
 - 소비자가격 : 2-3달러(약 2,326-3,488원)
 - 용량 : 500ml
 - 포장 형태 : 페트병

Step 02. 현지 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 - 1. 아마존(Amazon): 16.1%
 - 2. 월마트(Walmart): 5.6%
 - 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: 5개 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) 1달러=1,162.80원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 현지 주요 온라인
쇼핑몰 인기제품 확인

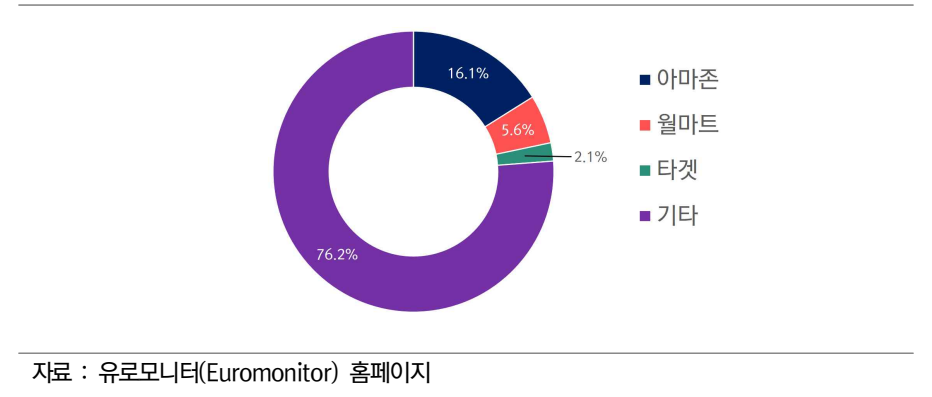
미국 주요 온라인 쇼핑몰
(Top 3)

사이트명	취급 종류
 amazon	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 23.8%임

[표 2.1] 미국 온라인 쇼핑몰 점유율



▶ 인기 온라인 쇼핑몰 2개에 모두 진출한 경쟁제품, 5개

미국 주요 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 총 5개의 제품이 2개의 온라인 쇼핑몰에서 모두 판매 중인 것으로 조사됨

[표 2.2] 미국 주요 온라인 쇼핑몰 인기제품(Top 10)

순위	아마존	월마트	타겟
1	퓨어리프 아이스드 티 스위트 (퓨어리프)	립톤 다이어트 그린 티 시트러스 (펍시 립톤 인터내셔널)	타조 허비스쿠스 패션 허벌 티 (타조)
2	퓨어리프 아이스드 티 언스위트드 (퓨어리프)	립톤 그린 티 시트러스 (펍시 립톤 인터내셔널)	골드 피크 스위트 티 (더 코카콜라 컴퍼니)
3	애리조나 아이스드 티 워드 레몬 (애리조나)	립톤 다이어트 그린 티 믹스드 베리 (펍시 립톤 인터내셔널)	타조 그린 젠 아이스드 티 (타조)
4	골드 피크 스위트 티 (더 코카콜라 컴퍼니)	립톤 아이스드 티 피치 (펍시 립톤 인터내셔널)	퓨어리프 아이스드 티 언스위트드 (퓨어리프)
5	바이 슈퍼티 마리노 피치 (바이)	골드 피크 언스위트드티 (더 코카콜라 컴퍼니)	애리조나 아놀드 파머 라이트 하프 아이스드 티 & 하프 레몬에이드 (애리조나)
6	퓨어리프 오가닉 그린 티 후지 애플 & 진저 (퓨어리프)	다이어트 스낵플 피치 티 (스낵플)	골드 피크 언스위트드 티 (더 코카콜라 컴퍼니)
7	어니스트 티 망고 화이트 티 (어니스트 티)	퓨어리프 아이스드 티 레몬 (퓨어리프)	애리조나 그린 티 워드 진생 앤 허니 (애리조나)
8	타조 허비스쿠스 패션 허벌 티 (타조)	레드 다이아몬드 스위트 티 (레드 다이아몬드)	골드 피크 제로 슈가 스위트 티 (더 코카콜라 컴퍼니)
9	티스티 언스위트드 퓨어 그린 티 (티스티)	마일로스 페이머스 스위트 티 (마일로스)	타조 블랙 어웨이크 아이스드 티 (타조)
10	스파클링 홈 티 (호플라크)	지티스 콤부차 (지티스)	퓨어리프 아이스드 티 스위트 (퓨어리프)

■ 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 정보²⁾³⁾

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 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, 아시안마트, 하이퍼마켓/슈퍼마켓

미국 RTD 차의 유통채널별 점유율을 확인한 결과, 포어코트 리테일러가 33.0%로 가장 높았으며, 다음으로 슈퍼마켓 18.3%, 하이퍼마켓 17.2%, 편의점 7.6%, 개인 및 기타 식료품점 7.4%, 온라인 1.1%로 확인됨. 이에 각 유통채널별 점유율과 고객 희망 조사매장 지표를 고려하여 조사매장을 선정함

[표 2.3] 미국 RTD 차 주요 유통채널 현황⁴⁾

채널 분류	점유율	주요 매장
포어코트 리테일러	33.0%	써클케이(Circle K), 세븐일레븐(7-Eleven), 스피드웨이(Speedway)
슈퍼마켓	18.3%	크로거(Kroger), 퍼블릭스(Publix), 세이프웨이(Safeway), 월마트(Walmart)
하이퍼마켓	17.2%	월마트(Walmart), 마이어(Meijer), 크로거(Kroger), 타겟(Target)
편의점	7.6%	세븐일레븐(7-Eleven), 와와(Wawa), 써클케이(Circle K), 퀵체크(QuickChek)
개인 및 기타 식료품점 ⁵⁾	7.4%	도쿄 센트럴(Tokyo Central), 에이치마트(H-Mart)
온라인	1.1%	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 이베이(eBay), 타겟(Target)

■ 고객사 진출 선호 매장

자료 : 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

2) 자료: 미국 인구조사국(Census) 홈페이지

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

4) 유로모니터(Euromonitor) 2020 미국 RTD 차(RTD Tea)의 유통채널(Distribution) 정보

5) 아시안마트 및 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
(*) 에이치마트(H-Mart), 도쿄 센트럴(Tokyo Central), 월마트(Walmart)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 녹차 제품: 발효시키지 않은 찻잎을 사용해 만든 차
- 홍차 제품: 찻잎을 발효시켜 마시는 차
- 기타 차 제품: 헛개차, 보리차 등의 기타 차

[표 2.4] 미국 RTD 차 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류		
	오프라인	온라인	녹차	홍차	기타 차
① 오이오차 (이토엔)	○ (에이치마트, 월마트)	○ (아마존, 월마트)	○		
② 이에몬 (산토리)	○ (도쿄 센트럴)	○ (아마존)	○		
③ 나마차 리치 그린 티 (기린)	○ (도쿄 센트럴)	(-)	○		
④ 우롱차 (산토리)	○ (도쿄 센트럴)	(-)	○		
⑤ 고고노쿠오차 스트레이트 티 (기린)	○ (도쿄 센트럴)	○ (아마존)		○	
⑥ 립톤 아이스드 스위트 티 (펄시 립톤 인터내셔널)	○ (에이치마트, 도쿄 센트럴, 월마트)	(-)		○	
⑦ 마켓사이드 스위트 아이스드 티 (월마트)	○ (월마트)	○ (월마트)		○	
⑧ 골드 피크 리얼 브루드 티 (더 코카콜라 컴퍼니)	○ (에이치마트, 월마트)	○ (아마존, 월마트, 타겟)		○	
⑨ 헛개차 (A사)	○ (에이치마트)	(-)			○
⑩ 주로쿠차 무기차 (아사히인료)	○ (도쿄 센트럴)	○ (아마존, 월마트, 타겟)			○

(*) 현지 판매 RTD 차 경쟁제품 10개 분석

2. 미국 RTD 차 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 미국 RTD 차 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 미국 RTD 차 경쟁제품 조사지표 선정

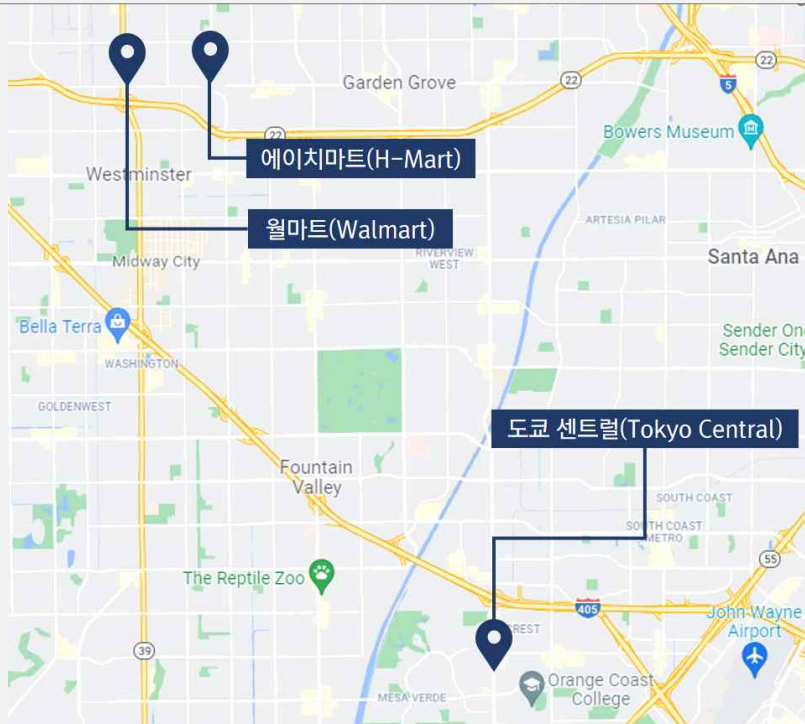
조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격	제품의 100g당 가격
용량	ml	제품의 포장 단위
제품 종류	녹차	발효시키지 않은 찻잎을 사용해 만든 차
	홍차	찻잎을 발효시켜 마시는 차
	기타 차	헛개차, 보리차 등의 기타 차
제품 맛	차 맛	녹차, 홍차, 우롱차, 헛개차, 보리차 등의 다양한 차 맛
	기타 맛	레몬 맛, 현미 맛 등의 기타 맛이 첨가된 맛
포장 형태	플라스틱 병	플라스틱 소재의 병에 내용물을 포장한 형태
유통기한		제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기한
원산지		제품의 원산지
홍보문구		제품의 홍보문구
제품 수입상 정보		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

3. 미국 RTD 차 경쟁제품 현지조사 결과

- ▶ 미국 캘리포니아에 위치한 한인마트, 아시안마트, 하이퍼마켓/슈퍼마켓
미국 캘리포니아에 위치한 한인마트 에이치마트(H-Mart), 아시안마트 도쿄 센트럴(Tokyo Central), 하이퍼마켓/슈퍼마켓 월마트(Walmart)를 방문함. 이 중 월마트는 미국에서 가장 큰 점유율을 차지하고 있는 하이퍼마켓으로, 미국 하이퍼마켓의 84%를 점유하고 있음.⁶⁾ 에이치마트는 미국 내 97개 이상의 지점이 있는 것으로 확인됨

[표 2.6] 미국 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
에이치마트 (H-Mart)	한인마트	2	· 한국 식료품을 전문으로 제공 · 미국 전역에 97개 이상의 매장 운영
도쿄 센트럴 (Tokyo Central)	아시안마트	5	· 일본 식료품을 전문으로 제공 · 미국 내 7개의 매장 운영
월마트 (Walmart)	하이퍼마켓/슈퍼마켓	3	· 미국 하이퍼마켓 점유율 1위 · 미국 내 4,740개 이상의 지점 보유



지도자료: 구글맵(Google Maps)

6) 자료: 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지

▶ 경쟁제품 10개 중 1개 제품이 3개 매장에서 모두 판매

에이치마트(H-Mart), 도쿄 센트럴(Tokyo Central), 월마트(Walmart) 매장을 방문하여 인기제품을 조사한 결과, 총 1개 제품이 방문 매장 3곳에서 판매 중인 것으로 확인됨. 도쿄 센트럴은 경쟁제품 6개를 취급하고 있는 것으로 확인되어, 조사 매장 3개 중 가장 많은 경쟁제품을 보유하고 있는 것으로 나타남

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	에이치마트	도쿄 센트럴	월마트
① 오이오차 (이토엔)	○		○
② 이에몬 (산토리)		○	
③ 나마차 리치 그린 티 (기린)		○	
④ 우롱차 (산토리)		○	
⑤ 고고노코오차 스트레이트 티 (기린)		○	
⑥ 립톤 아이스드 스위트 티 (펄스 립톤 인터내셔널)	○	○	○
⑦ 마켓사이드 스위트 아이스드 티 (월마트)			○
⑧ 골드 피크 리얼 브루드 티 (더 코카콜라 컴퍼니)	○		○
⑨ 헛개차 (A사)	○		
⑩ 주로쿠차 무기차 (아사히인료)		○	

자료: 현지조사원 자료


Shop ① 에이치마트(H-mart)

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)		에이치마트는 한아름 그룹에 속한 미국의 슈퍼마켓 체인으로 1982년에 설립되었으며, 현재까지 미국 전역에 97개 이상의 매장이 운영되고 있음. 한국 음식을 전문으로 판매하는 매장으로 시작하여 현재에는 아시아 식품과 광범위한 서양 식료품을 판매하고 있음
		조사 제품 수: 2개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 가든 그로브 상세주소 8911 Garden Grove Blvd, Garden Grove, CA 92841



매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 RTD 차 경쟁제품 정보	
		
	오이오차 (이토엔)	핫개차 (아사)

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/월마트/타겟 웹사이트


7) 자료: 에이치마트(H-Mart) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	오이오차 (お-いお茶)	제조사 (현지어)	이토엔 (伊藤園)
제품 종류	녹차	용량	2,000ml
소비자가격	4.69달러 (5,454원)	100ml당 가격	0.23달러 (273원)
원산지	일본	맛	녹차 맛
포장 형태	플라스틱 병	기타 표기사항	1회 섭취 용량 355ml
수입자	Ito En(North America) Inc	인증	Non-GMO
홍보문구	일본 최고의 녹차, 0칼로리	원료 및 첨가물	물, 녹차, 아스코르브산


			
제품명 (현지어)	헛개차	제조사 (현지어)	A사
제품 종류	기타 차	용량	500ml
소비자가격	1.79달러 (2,081원)	100ml당 가격	0.36달러 (416원)
원산지	한국	맛	헛개차 맛, 현미 맛
포장 형태	플라스틱 병	기타 표기사항	1회 섭취 용량 180ml
수입자	Woongjin Foods Co., Ltd	홍보문구	다음 날 깨어나는 활력, 오리엔탈
원료 및 첨가물	물, 헛개나무열매 농축액, 헛개나무열매 향미, 니코틴아미드, 홍삼농축액, 현미 향미, L-아스코르브, 탄산나트륨		

Shop ② 도쿄 센트럴(Tokyo Central)

- **매장 정보**
- 유형: 아시안마트
- 판매 제품 특징:
미소, 소바, 우동 등의
일본 음식 및
일본 음료, 주류 등을
판매함
- 매장 주변 특징:
주변에 여러 대형 마트 및
소매점이 위치하여
유동인구가 많음
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ⁸⁾		도쿄 센트럴은 일본 식료품을 전문으로 취급하는 아시안마트임. 현재 캘리포니아 지역에서 7개의 지점을 운영하고 있으며 1,000명 이상의 직원을 고용하고 있음
	조사 제품 수: 5개	

매장 정보		
	위치	도시(지역) 코스타 메사 상세주소 2975 Harbor Blvd, Costa Mesa, CA 92626

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 RTD 차 경쟁제품 정보		
			
	이메몬 (산토리)	나마차 리치 그린 티 (기린)	우롱차 (산토리)
			
	고고노쿠오차 스트레이트 티 (기린)	주루쿠차 무기차 (아사히인료)	

사진자료: 현지조사원 자료,아마존/월마트/타겟 웹사이트

8) 자료: 도쿄 센트럴(Tokyo Central) 홈페이지

			
제품명 (현지어)	이에몬 (伊右衛門)	제조사 (현지어)	산토리 (サントリー)
제품 종류	녹차	용량	2,000ml
소비자가격	4.99달러 (5,802원)	100ml당 가격	0.25달러 (290원)
원산지	일본	맛	녹차 맛, 레몬 맛
포장 형태	플라스틱 병	기타 표기사항	1회 섭취 용량 100ml
수입자	Paxs distributors	홍보문구	막 우린 것 같은 색, 맛, 향
원료 및 첨가물	물, 녹차, 비타민 C, 이스트 추출물		

			
제품명 (현지어)	나마차 리치 그린 티 (生茶 Rich Green Tea)	제조사 (현지어)	기린 (キリン)
제품 종류	녹차	용량	525ml
소비자가격	2.49달러 (2,895원)	100ml당 가격	0.47달러 (551원)
원산지	일본	맛	녹차 맛
포장 형태	플라스틱 병	기타 표기사항	1회 섭취 용량 525ml
수입자	Kawa Corporation Kobe	홍보문구	맛있는 녹차와 함께 휴식
원료 및 첨가물	물, 녹차		

			
제품명 (현지어)	우롱차 (烏龍茶)	제조사 (현지어)	산토리 (サントリー)
제품 종류	녹차	용량	525ml
소비자가격	2.49달러 (2,895원)	100ml당 가격	0.47달러 (551원)
원산지	일본	맛	우롱차 맛, 녹차 맛
포장 형태	플라스틱 병	기타 표기사항	1회 섭취 용량 525ml
수입자	Kawa Corporation Kobe	홍보문구	525ml
원료 및 첨가물	물, 우롱차, 녹차		

			
제품명 (현지어)	고고노코오차 스트레이트 티 (午後の紅茶 Straight Tea)	제조사 (현지어)	기린 (キリン)
제품 종류	홍차	용량	500ml
소비자가격	2.49달러 (2,895원)	100ml당 가격	0.50달러 (579원)
원산지	일본	맛	홍차 맛
포장 형태	플라스틱 병	기타 표기사항	1회 섭취 용량 500ml
수입자	Kawa Corporation Kobe	홍보문구	1986년부터, 35주년
원료 및 첨가물	물, 고농축 옥수수 시럽, 설탕, 홍차, 인공향첨가물		


			
제품명 (현지어)	주로쿠차 무기차 (十六茶 麦茶)	제조사 (현지어)	아사히인료 (アサヒ飲料)
제품 종류	기타 차	용량	2,000ml
소비자가격	4.99달러 (5,802원)	100ml당 가격	0.25달러 (290원)
원산지	일본	맛	보리차 맛
포장 형태	플라스틱 병	기타 표기사항	1회 섭취 용량 200ml
수입자	Kawa Corporation Kobe	홍보문구	미네랄, 무카페인, 16가지 재료로 만든 차
원료 및 첨가물	물, 보리, 옥수수, 세나 잎, 발아 현미, 민들레 뿌리, 팩테일 기장, 기장, 팥, 호박, 양배추, 우엉, 중국산 카테, 당근, 유자 껍질, 아스코르브산		


Shop ③ 월마트(Walmart)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓/슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
식료품, 의류, 사무용품,
생활용품 등 다양한 제품을
판매함
- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보 ⁹⁾		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: 3개

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

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 RTD 차 경쟁제품 정보		
			
	립톤 아이스드 스위트 티 (펍시 립톤 인터내셔널)	마켓사이드 스위트 아이스드 티 (월마트)	골드 피크 리얼 블루드 티 (더 코카콜라 컴퍼니)

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/월마트/타겟 웹사이트

9) 월마트(Walmart) 홈페이지

			
<p>제품명 (현지어)</p>	<p>립톤 아이스드 스위트 티 (Lipton Iced Sweet Tea)</p>	<p>제조사 (현지어)</p>	<p>펩시 립톤 인터내셔널 (Pepsi Lipton International)</p>
<p>제품 종류</p>	<p>홍차</p>	<p>용량</p>	<p>1,890ml</p>
<p>소비자가격</p>	<p>1.98달러 (2,302원)</p>	<p>100ml당 가격</p>	<p>0.10달러 (122원)</p>
<p>원산지</p>	<p>미국</p>	<p>맛</p>	<p>홍차 맛</p>
<p>포장 형태</p>	<p>플라스틱 병</p>	<p>기타 표기사항</p>	<p>1회 섭취 용량 360ml</p>
<p>홍보문구</p>	<p>70칼로리</p>	<p>원료 및 첨가물</p>	<p>물, 설탕, 홍차, 나트륨, 폴리인산, 인산, 자연 향미, 벤조산칼륨, 정제 스테비아 잎 추출물, 칼슘 이오타</p>

			
<p>제품명 (현지어)</p>	<p>마켓사이드 스위트 아이스드 티 (Marketside Sweet Iced Tea)</p>	<p>제조사 (현지어)</p>	<p>월마트 (Walmart)</p>
<p>제품 종류</p>	<p>홍차</p>	<p>용량</p>	<p>1,300ml</p>
<p>소비자가격</p>	<p>1.50달러 (1,744원)</p>	<p>100ml당 가격</p>	<p>0.12달러 (134원)</p>
<p>원산지</p>	<p>미국</p>	<p>맛</p>	<p>홍차 맛</p>
<p>포장 형태</p>	<p>플라스틱 병</p>	<p>기타 표기사항</p>	<p>1회 섭취 용량 360ml</p>
<p>홍보문구</p>	<p>순수 사탕수수를 우린 홍차</p>	<p>원료 및 첨가물</p>	<p>정수된 물, 사탕수수, 우려낸 홍차</p>



제품명 (현지어)	골드 피크 리얼 브루드 티 (Gold Peak Real Brewed Tea)	제조사 (현지어)	더 코카콜라 컴퍼니 (The Coca-Cola Company)
제품 종류	홍차	용량	1,530ml
소비자가격	2.18달러 (2,535원)	100ml당 가격	0.14달러 (166원)
원산지	미국	맛	홍차 맛
포장 형태	플라스틱 병	기타 표기사항	1회 섭취 용량 360ml
홍보문구	무설탕, 0칼로리, 달지 않은 맛	원료 및 첨가물	우려낸 홍차, 인산, 아스파탐, 아세실팜칼륨

III. 경쟁기업

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

1. 미국 RTD 차 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 RTD 차 판매 일본기업 3개사, 한국기업 1개사 총 4개사 선정

미국 오프라인 유통채널에서 판매되는 경쟁제품의 모기업 규모 순으로 상위 4개 기업을 경쟁기업으로 선정하였음. 선정된 기업은 일본기업 3개사 및 한국기업 1개사 총 4개사로 나타남

▶ 경쟁기업 4개사, 평균 80년 업력 보유

선정된 경쟁기업 4개사는 평균 약 80년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 아사히인료는 1982년 설립되어 39년의 업력을 보유하고 있으며, 기린은 1907년 설립된 이후 114년 동안 사업을 이어오고 있음. 산토리는 1899년 설립되어 122년의 업력을 보유하고 있으며 A사는 1976년 설립 이후 45년째 사업을 이어오고 있음

▶ 경쟁기업 4개사, RTD 차 동일품목 종류 조사

미국에 진출한 경쟁기업 4개사가 판매하고 있는 RTD 차의 동일 품목 수를 조사한 결과 산토리가 25개로 경쟁기업 4개사 중 가장 많은 동일 품목 수를 판매하고 있는 것으로 확인됨. 뒤이어 기린이 21개, 아사히인료가 19개, A사가 9개의 동일품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] RTD 차 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일품목 수
아사히인료	일본	39년	19개
기린	일본	114년	21개
산토리	일본	122년	25개
A사	한국	45년	9개

자료: 미국 진출 RTD 차 경쟁기업 4개사 분석

2. 미국 RTD 차 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	RTD 차

▶ 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	에이치마트, 도코 센트럴, 월마트
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 RTD 차 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 4개사 모두 미국 오프라인 매장 진출

미국에 진출한 경쟁기업 4개사 모두 조사한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 한인마트인 에이치마트에서는 A사가 확인되었으며, 아시안마트 도쿄 센트럴에서는 아사히인료, 기린, 산토리가 확인되었음. 온라인의 경우 4개사 모두 현지 주요 온라인 판매채널인 아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 타겟(Target)에 진출하지 않은 것으로 확인됨

▶ 경쟁기업 SNS 플랫폼에서의 제품 홍보 활동 활발함

미국 시장에 진출한 경쟁기업 4개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 4개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 4개사 중 아사히인료와 기린은 일본 공식 홈페이지만 운영하고 있으며, 산토리와 A사는 글로벌 공식 홈페이지를 운영하고 있음. 또한, 4개사 모두 SNS 플랫폼을 홍보채널로 활용하고 있으며 게시물 업로드 빈도가 매우 높음

▶ 경쟁기업 홍보문구로 제품의 성분과 맛, 효과 등을 강조하여 홍보

미국 시장에 진출한 경쟁기업은 제품 홍보 시 주로 제품의 성분과 맛을 강조한 문구를 활용하고 있음. 제품 성분을 강조한 문구로는 ‘미네랄’, ‘무카페인’, ‘16가지 재료로 만든 차’ 등이 있음. 제품의 맛을 강조한 문구로는 ‘막 우린 것 같은 색, 맛, 향’, ‘오리엔탈’ 등이 확인됨. 제품의 효과를 강조하는 문구로는 ‘다음 날 깨어나는 활력’ 등이 있으며, 그 외에도 제품의 특징을 나타내는 ‘맛있는 녹차와 함께 휴식’ 등의 문구도 사용하는 것으로 조사됨

[표 3.8] 미국 RTD 차 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
아사히인료	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 도쿄 센트럴 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (일본) SNS 플랫폼 (일본) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터 	<ul style="list-style-type: none"> - 미네랄 - 무카페인 - 16가지 재료로 만든 차 	
기린	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 도쿄 센트럴 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (일본) SNS 플랫폼 (일본) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터 	<ul style="list-style-type: none"> - 맛있는 녹차와 함께 휴식 	
산토리	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 도쿄 센트럴 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) SNS 플랫폼 (일본) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - 트위터 	<ul style="list-style-type: none"> - 막 우린 것 같은 색, 맛, 향 	
A사	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 매장 - 에이치마트 	<ul style="list-style-type: none"> 자사 홈페이지 (글로벌) SNS 플랫폼 (한국) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 	<ul style="list-style-type: none"> - 다음 날 깨어나는 활력 - 오리엔탈 	

자료: 미국 진출 RTD 차 경쟁기업 4개사 분석

① 아사히인료

기업 기본 정보	기업명	아사히인료		
	기업 설명	아사히인료는 1982년 설립된 아사히 그룹의 청량 음료 제조 및 판매 자회사임. 일본 인기 탄산 음료 '미츠야 사이다'와 인기 주스 브랜드 '비아리스 오렌지', 캔커피 '원다', 혼합 차 '16차' 등을 제조 판매하고 있으며, 일본 내 자판기 사업도 운영하고 있음		
	위치	1-23-1 Azuma-bashi, Sumida, Tokyo, Japan 130-8602		
	규모	직원 수	3,300명	
		동일품목 수 ¹⁰⁾	19개	
설립연도		1982년		
매출		110억 8,168만 엔		

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 도쿄 센트럴		제품명	주루쿠차 무가차 (十六茶 麦茶)
			용량	2,000ml
			가격	4.99달러 ¹¹⁾ (5,802원)
			제품 종류	기타 차

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	기존 유통되는 제품을 미국에 출시
	포장 현지화	● (중)	기존 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화
	제조 방식 현지화	● (중)	경쟁기업 본국에서 직접 제조하여 현지 수출

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/월마트/타겟 웹사이트

10) RTD 차 제품을 동일품목으로 분류함

11) 1달러=1,162.80원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지 (일본), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터 (일본)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>하루에 1건 이상</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>기업 연혁·모토·사회 공헌 활동 소개, 브랜드 및 제품 소개</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> 기업 연혁, 모토 등 회사 소개
		<ul style="list-style-type: none"> 브랜드 및 제품군 소개
		<ul style="list-style-type: none"> 제품 관련 호빵맨 캐릭터 게임

사진자료: 아사히인료(Asahi Inryo) 홈페이지 (www.asahiinryo.co.jp)

② 기린

기업 기본 정보	기업명	기린		
	기업 설명	기린은 일본의 통합 음료 회사로, 주류 및 청량음료 사업을 운영하고 있으며, 미국, 싱가포르, 독일, 호주, 미얀마, 필리핀, 대만, 홍콩 등 전 세계에서 사업을 펼치고 있음		
	위치	10-2, Nakano 4-chome, Nakano-ku, Tokyo 164-0001, Japan NAKANO CENTRAL PARK SOUTH		
	규모	직원 수	31,151명	
		동일품목 수 ¹²⁾	21개 (5개 제품군의 다양한 맛)	
설립연도		1907년		
매출		1조 8,495억 엔		



기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 도쿄 센트럴		제품명	나마차 리치 그린 티 (生茶 Rich Green Tea)
			용량	525ml
			가격	2.49달러 (2,895원)
			제품 종류	녹차

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	기존 유통 상품을 미국에 출시
	포장 현지화	● (중)	제품의 포장 디자인 일부 현지화(성분 및 용량 표기)
	제조 방식 현지화	● (중)	본국에서 제조하여 미국 수출

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/월마트/타겟 웹사이트

12) RTD 차 제품을 동일품목으로 분류함

홍보 방식		
	<p>重要なお知らせ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 世界的な国際海上コンテナ輸送の需給逼迫に伴う「フランジア」商品の一時休売について ☞ ● SNS上のキリングループを名乗る、なりすましアカウントにご注意ください。 ● 商品の自主回収に関するお詫びとお知らせ ☞ 	
	홍보 채널	자사 홈페이지 (일본), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터 (일본)
	게시 주기	하루에 1건 이상
	게시물 유형	기업 소개, 브랜드 및 제품 소개, 프로모션 안내

게시물 유형			<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 및 제품 소개
			<ul style="list-style-type: none"> • 제품 프로모션 안내
	<p style="text-align: center;">ピックアップ</p> 		<ul style="list-style-type: none"> • 견학 및 체험 프로그램 안내

사진자료: 기린(Kirin) 홈페이지 (www.kirin.co.jp)

③ 산토리

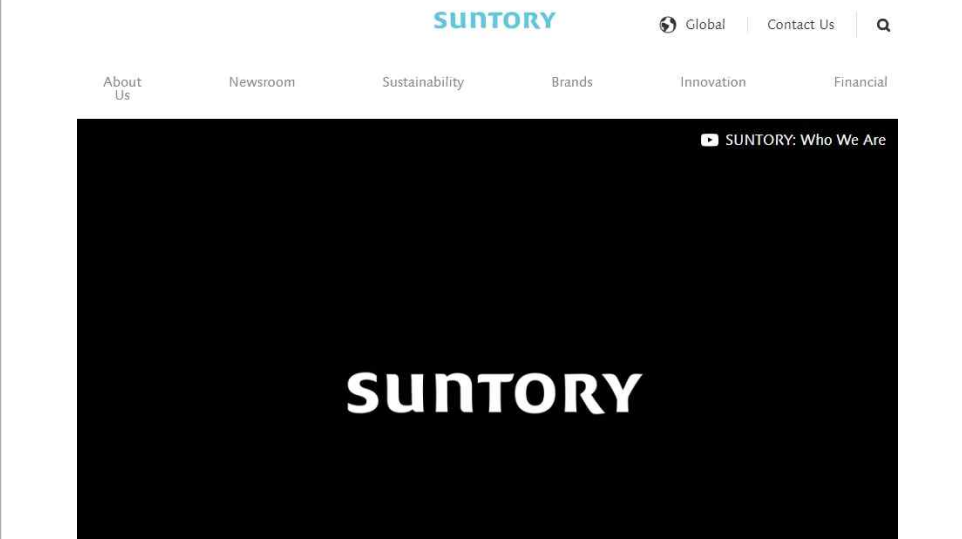
기업 기본 정보	기업명	산토리		
	기업 설명	1899년 설립된 일본의 다국적 양조 및 증류주 회사로, 일본에서 가장 오래된 주류 유통 회사 중 하나이며, 일본 위스키를 제조 유통함. 사업을 확장하여 청량음료와 샌드위치 체인점도 운영하고 있으며, 국제적으로 사업을 다각화하고 있음		
	위치	2-1-40 Dojimahama, Kita-ku, Osaka City, Osaka, 530-8203 Japan		
	규모	직원 수	40,044명	
		동일품목 수 ¹³⁾	25개 (8개 제품군의 다양한 맛)	
설립연도		1899년		
매출		2조 3,676억 엔		

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 도쿄 센트럴		제품명	이에몬 (伊右衛門)
			용량	2,000ml
			가격	4.99달러 (5,802원)
			제품 종류	녹차

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	기존 유통 제품을 현지에 출시
	포장 현지화	● (중)	포장 디자인 문구 현지화
	제조 방식 현지화	● (중)	기업 본국에서 제조하여 수출

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/월마트/타겟 웹사이트

13) RTD 차 제품을 동일품목으로 분류함


홍보 방식		
	홍보 채널	자사 홈페이지 (글로벌, 일본), 페이스북/인스타그램/트위터 (일본)
	게시 주기	하루에 1건 이상
	게시물 유형	기업 소개 및 홍보, 브랜드 및 제품 소개, 사회 공헌 활동 안내

게시물 유형		<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 및 제품 소개
		<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 캠페인 및 지역 캠페인 안내
		<ul style="list-style-type: none"> • 사회 공헌 활동 및 환경 보호 활동 소개

사진자료: 산토리(Suntory) 글로벌 홈페이지 (www.suntory.com), 산토리(Suntory) 홈페이지 (www.suntory.co.jp)

④ A사

기업 기본 정보	기업명	A사		
	기업 설명	1976년 설립된 A사는 과실음료, 채소음료, 건강음료, 인삼제품 제조, 도소매 등 비알콜음료 제조업체로, 2019년 대만 최대 F&B/Retail 기업인 Uni-President가 A사식품을 인수함. 과일 및 곡물을 활용한 음료 제조 방법에 대한 다수의 특허권을 보유하고 있으며, 미국, 중국 등 글로벌 시장에 제품을 수출하고 있음		
	위치	서울특별시 중구 퇴계로 100 (우)04631		
	규모	직원 수	272명	
		동일품목 수 ¹⁴⁾	9개 (7개 제품군의 다양한 맛)	
설립연도		1976년		
매출	2,395억 2,373만 원			

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 에이치마트		제품명	핫개차
			용량	500ml
			가격	1.79달러 (2,081원)
			제품 종류	기타 차

현지 진출 방법	제품 현지화	○ (하)	기존 유통 제품을 미국에 출시
	포장 현지화	● (중)	포장 디자인 문구 현지화
	제조 방식 현지화	● (중)	기업 본국에서 제조한 상품을 수출

사진자료: 현지조사원 자료, 아마존/월마트/타겟 웹사이트

14) RTD 차 제품을 동일품목으로 분류함

<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지 (글로벌, 한국), 페이스북/인스타그램 (한국)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>일주일에 2~3건</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>기업 소개 및 홍보, 브랜드 및 제품 소개</p>

<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> • 기업 연혁 소개
		<ul style="list-style-type: none"> • 기업 미션, 비전 안내
		<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 및 제품 소개 및 홍보

사진자료: A사 홈페이지

IV. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 에이치이비(HEB)

Interview ② 배너 홀세일 그로서스(Banner Wholesale Grocers)

Interview ③ 모턴 윌리엄스(Morton Williams)

Interview ① 에이치이비 (HEB)

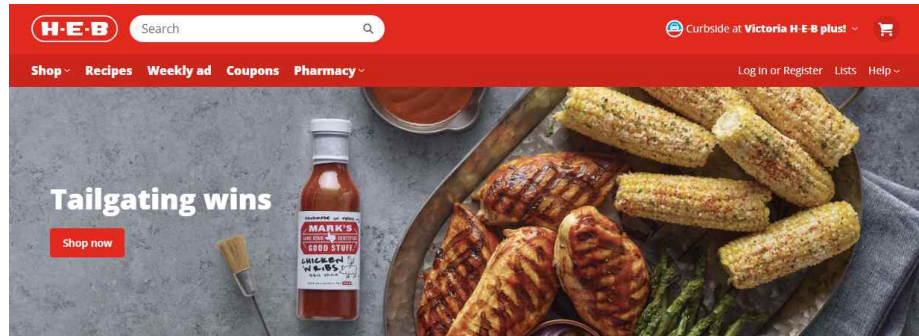
에이치이비 (HEB)

유통업체

담당자 정보

Grocery Manager

15)



\$2.03 each (\$0.02/oz)
Red Diamond Sweet Tea, 1 gal

Add to cart

Add to list



\$3.43 each (\$0.04/oz)
Gold Peak Sweet Iced Tea, 89 oz

Add to cart

Add to list



\$0.69 each (\$0.04/oz)
Red Diamond Sweet Tea, 16 oz

Add to cart

Add to list



\$2.03 each (\$0.02/oz)
Red Diamond Unsweet Tea, 1 gal

Add to cart

Add to list

에이치이비(HEB) Grocery Manager

에이치이비는 1905년에 설립된 슈퍼마켓 체인으로, 텍사스주 샌안토니오에 본사를 두고 있으며 미국과 멕시코에 350개 이상의 매장을 보유하고 있음. 신선 과일, 육류, 베이커리, 유제품, 가공식품, 음료류, 생활용품 등 다양한 제품을 취급하고 있는 것으로 확인됨



소비자가격 2-3달러
(약 2,326-3,488원)

용량 500ml

포장 형태 페트병

Q1. 미국 시장에서 RTD 차의 수요는 어떤가요?

최근 몇 년간 RTD 차의 수요가 크게 증가했습니다.

Q2. 취급하는 RTD 차 중 베스트셀러 제품이 무엇인가요?

인기 있는 RTD 차 브랜드로는 에이치이비(HEB), 퓨어리프(Pure Leaf), 애리조나(Arizona), 바이수퍼티(Bai Supertea), 브리스크(Brisk), 레미디올가닉스(Remedy Organics) 등이 있습니다.

Q3. 미국에서 판매되고 있는 RTD 차의 평균 가격 및 용량은 무엇인가요?

RTD 차는 주로 PPE와 캔 용기를 사용하며 350ml와 500ml 용량이 가장 일반적입니다. 500ml 제품의 평균 가격은 0.32-2.00달러(약 372-2,326원)¹⁶⁾ 정도로 브랜드, 패키징, 성분 등에 따라 다릅니다. 그러나, 프리미엄이나 유기농 브랜드 제품은 20-35% 가량 더 가격이 높습니다.

Q4. 미국 내 콤부차의 수요는 어떤가요?

코로나19로 건강에 대한 인식이 증가하였고, 콤부차가 면역력 강화에 도움이 된다고 알려지면서 미국 내 콤부차의 수요가 상승하였으며 콤부차를 판매하고 있는 브랜드도 증가했습니다. 저희 업체 또한 센트럴마켓(Central Market), 엘리먼트(Element), 지티스(GT's), 부다스브루(Buddha's Brew)의 제품을 취급하고 있습니다. 그러나 RTD 차 시장에서 콤부차 판매량 비율은 아직까지는 낮은 편입니다.

16) 1달러=1,162.80원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)



2~3달러
소비자가격 (약 2,326~
3,488원)

용량 500ml

포장 형태 페트병

Q5. 탄산이 있는 RTD 차(콤부차 등)와 일반 RTD 차 중 어느 제품이 더 수요가 있나요?

일반 RTD 차와 탄산이 있는 콤부차의 판매량을 비교해 보았을 때, RTD 차에 비해 콤부차의 수요가 상당히 낮습니다.

Q6. 고객사 제품의 가격은 경쟁제품에 비해 적당한가요?

상당히 비싼 편입니다. 소매가는 1.00~1.50달러(약 1,163~1,744원) 정도가 적당하며 이 가격대 이상의 제품은 일반 고객을 대상으로 하기에는 적합하지 않습니다. 저희 제품의 경우에도, 자체 브랜드 에이치이비에서 다이어트 망고 녹차(12팩에 500ml)를 3.82달러(약 4,442원)의 가격으로 판매하고 있습니다. 브랜드 퓨어리프(Pure Leaf)의 경우 무가당 차 가격은 6팩(500ml 병)에 5.00~6.50달러(약 5,814~7,558원) 사이입니다. 다만 프리미엄이나 유기농 브랜드 제품은 가격대가 상위 20~35% 정도일 것으로 보입니다.

Q7. 고객사 제품에 함유된 옥수수수염 및 헛개나무는 미국 시장에서 새로운 성분입니다. 이렇게 건강에 좋은 성분의 차가 시장성이 있다고 보시나요?

미국에서는 건강에 대한 인식이 나날이 높아지고 있으며, 아직 그 수는 적지만 건강을 위해 차를 마시는 소비자들도 있습니다. 고객사의 콤부차가 맛도 좋고 가격도 합리적이라면 모든 소비자들을 대상으로 판매할 수 있지만, 너무 건강 측면에만 초점을 맞춘다면 건강을 중시하는 소비자들에게만 수요가 있을 것으로 보입니다.



2-3달러
소비자가격 (약 2,326-
3,488원)

용량 500ml

포장 형태 페트병

Q8. 무가당 및 건강 RTD 차의 수요 및 소비층은 어떤가요?

무가당 건강 음료는 미국에서 점점 인기를 얻고 있으며 저희 업체에서도 레드다이아몬드(Red Diamond)의 슈가프리 차를 판매하고 있습니다. 전체 RTD 차 시장에서 무가당 건강 음료의 절대적인 소비층은 적더라도 마니아층이 탄탄합니다. 무가당 음료를 소비하는 고객은 주로 무가당 음료만 마시며 가당 음료를 시도하지 않기 때문입니다. 또한 무가당 음료를 몇 번 시도해보고 그 맛에 익숙해지면 즐겨 마시는 경향이 있습니다.

Q9. 아시아 및 한국인을 제외하고, 고객사 제품의 주요 소비층은 누가 될까요?

콤부차의 주요 소비자는 소비자의 국적보다는 건강에 대한 인식과 더 관계가 있을 것으로 예상됩니다. 따라서 고객사 제품의 주요 소비자는 건강을 중요시하는 소비자들이 될 것입니다.

Q10. 건강 RTD 차 홍보 시, 주로 어떤 키워드가 사용되나요?

RTD 차 브랜드가 홍보 시 주로 사용하는 광고 문구로는 ‘갓 우려낸 차(freshly brewed tea)’, ‘자연 그대로의 맛(natural flavor)’ 등이 있으며, 무가당 차의 경우 ‘슈가프리(sugar-free)’를 강조하여 홍보합니다.



2~3달러
소비자가격 (약 2,326~
3,488원)

용량 500ml

포장 형태 페트병

Q11. 붓기 완화 효과가 있는 옥수수수염차 혹은 갈증 해소 효능이 있는 헛개나무 RTD 차 제품을 판매하고 계신가요?

아니오, 해당 제품은 취급하고 있지 않으며, 저희는 일반 RTD 차만 판매하고 있습니다. 건강 관련 효능을 강조하는 RTD 차는 FDA 및 기타 기관의 승인을 받아야 하므로 대부분의 유통업체는 이를 취급하지 않습니다.

Q12. 이러한 효능이 있는 RTD 차 제품에 대한 수요는 어떤가요?

만약 RTD 차가 건강상의 이점을 제공한다면 대다수의 고객이 RTD 차를 습관적으로 마시기 때문에 특정 고객들(맛에는 그닥 신경쓰지 않으며 건강 상의 문제가 있는 사람들)에게 수요가 있을 것입니다. 그러나 전반적으로는 건강 기반 차 소비에 대한 수요가 증가하고 있으며, 특히 음료 중에서 콤포지트에 대한 수요가 급증하고 있습니다.

Q13. RTD 차 경쟁자는 현지 시장에서 어떤 홍보 방식을 사용하고 있나요?

홍보 방식은 주로 회사 규모 및 차 종류(일반 제품인지, 프리미엄 제품인지)에 따라 달라집니다. 대부분의 프리미엄 브랜드는 소셜 미디어 상에서 인플루언서를 통해 RTD 차를 홍보합니다. 마찬가지로 작은 브랜드들도 인스타그램, 페이스북, 트위터 등 다양한 소셜 미디어를 통하여 제품을 홍보합니다. 이러한 방식과 별개로 할인 행사를 하면서 고객을 유치하기도 합니다.

Q14. 고객사 제품에 가장 적합한 유통채널은 무엇인가요?

가장 추천하는 유통채널은 편의점이며, 다음으로 슈퍼마켓/하이퍼마켓을 권장합니다. 일반 RTD차의 최종 소비자 매출 기준으로 비교하였을 때, 편의점이 가장 매출이 높습니다.

Interview ② 배너 홀세일 그로서스 (Banner Wholesale Grocers)

배너 홀세일 그로서스
(Banner Wholesale Grocers)

도매업체

담당자 정보

Inside Sales Manager



17)

The screenshot shows the Banner Wholesale Grocers website. At the top, there is a navigation bar with links: ORDER ONLINE, ABOUT, BECOME A CUSTOMER, VENDORS, PRODUCT CATALOG, SALES FLYER, GUIDES, HOW TO BUY, CONTACT. Below the navigation bar is a large banner image of the store with the text "Yes, we are open and ready to serve our customers!". Below the banner is a table of products:

Item Number	Pack	Size	Image	Description	Customer Price	On Sale	QTY
14907	24	23.5 OZ		ARIZONA GREEN TEA CUCUMBER W/ CITRUS	\$0.00	N	0
14906	24	23.5 OZ		ARIZONA ICED TEA FRUIT PUNCH	\$0.00	N	0
14911	24	23.5 OZ		ARIZONA ICED TEA GRAPEADE	\$0.00	N	0
14902	24	23.5 OZ		ARIZONA ICED TEA GREEN TEA	\$0.00	N	0
14901	24	23.5 OZ		ARIZONA ICED TEA LEMON TEA	\$0.00	N	0
14905	24	23.5 OZ		ARIZONA ICED TEA MUCHO MANGO	\$0.00	N	0
14903	24	23.5 OZ		ARIZONA ICED TEA ORANGEADE	\$0.00	N	0

Showing 1 to 10 of 53 entries (filtered from 5,070 total entries)

배너 홀세일 그로서스(Banner Wholesale Grocers) Inside Sales Manager

배너 홀세일 그로서스는 1926년에 설립된 도매 전문 유통업체로 일리노이주 시카고에 본사를 두고 있음. 신선 식품, 스낵류, 음료류, 생활용품 등 4,000개 이상의 제품을 취급하고 있으며 식료품점, 슈퍼마켓, 소매점, 식당 등으로 유통하고 있음

17) 사진자료: 배너 홀세일 그로서스(Banner Wholesale Grocers) 홈페이지



소비자가격 (약 2,326-3,488원)

용량 500ml

포장 형태 페트병

Q1. 미국 시장에서 RTD 차의 수요는 어떤가요?

RTD 차의 전반적인 수요는 점진적으로 증가하고 있습니다. 특히 면역력 증진 효능이 있는 차의 수요는 더욱 두드러지게 증가하고 있습니다.

Q2. 취급하는 RTD 차 중 베스트셀러 제품이 무엇인가요?

녹차, 과일 맛 알코올 음료, 에이드 등 다양한 제품을 판매하고 있는 애리조나(Arizona) 브랜드의 제품이 인기가 많습니다. 해당 브랜드는 다양각색의 취향을 가진 미국 소비자들에게 다양한 플레이버의 제품을 판매하고 있어 좋은 반응을 얻고 있습니다.

Q3. 미국 내 콤부차의 수요는 어떤가요?

콤부차만을 마시는 마니아 소비자층이 있지만, 전체적인 RTD 차 시장과 비교했을 때 콤부차의 수요는 매우 낮습니다. 콤부차는 주로 건강을 생각하여 마시는데, 대부분의 소비자들은 생소한 맛을 이유로 선호하지 않습니다.

Q4. 고객사 제품의 가격은 경쟁제품에 비해 적당한가요?

약간 비싼 편입니다. RTD 차의 가장 일반적인 용량은 500ml 페트병이며, 가격은 평균 2.00달러(약 2,326원)를 넘지 않습니다. 그러나, 유기농 인증을 받았거나 프리미엄 브랜드인 경우에는 제품이 3.00달러(약 3,488원) 정도에 판매되기도 합니다. 미국 내 유사제품과 비교하였을 때, 고객사 제품의 용량은 적절하지만 가격은 약간 높은 편입니다.



2~3달러
소비자가격 (약 2,326~
3,488원)

용량 500ml

포장 형태 페트병

Q5. 무가당 및 건강 RTD 차의 수요 및 소비층은 어떤가요?

최근 미국에서는 무설탕, 무카페인, 무보존제 RTD 차가 매우 많이 판매되고 있습니다. RTD 차를 구매할 때 건강을 중요시하는 소비자들이 늘어남에 따라 설탕이나 보존제 등이 첨가된 제품은 소비자들의 눈길을 끌기 어려워졌습니다. 고객사의 제품이 건강에 좋은 성분으로 만들어졌다면 소비층을 충분히 형성할 수 있을 것으로 예상됩니다.

Q6. 아시아 및 한국인을 제외하고, 고객사 제품의 주요 소비층은 누가 될까요?

미국에 거주하는 건강을 생각하는 외국인 및 현지인 모두가 소비층이 될 것입니다.

Q7. 건강 RTD 차 홍보 시, 주로 어떤 키워드가 사용되나요?

미국 내 기능성 음료가 트렌드로 떠오름에 따라 브랜드들은 긴장 완화, 면역력 강화, 다이어트, 수분보충 등 각각의 기능을 중심으로 홍보하고 있습니다. RTD 차 홍보 시, 주로 사용되는 키워드로는 '정신을 맑고 상쾌하게(refreshing mind)', '체중감량/다이어트(weight loss)', '에너지/피로회복(boosting energy level)' 등이 있습니다.

Q8. 붓기 완화 효과가 있는 옥수수수염차 혹은 갈증 해소 효능이 있는 헛개나무 RTD 차 제품을 판매하고 계신가요?

아니오, 해당 제품과 같이 건강 관련 효능을 강조하는 RTD 차는 판매되고 있지 않습니다. 시중 제품으로는 몸과 마음을 상쾌하게 해주는 과일 기반의 RTD 차가 있습니다.



2~3달러
소비자가격 (약 2,326~
3,488원)

용량 500ml

포장 형태 페트병

Q9. 이러한 효능이 있는 RTD 차에 대한 수요는 어떤가요?

코로나 이전에는 건강 기반 차 수요가 매우 제한적이거나 소수의 사람들만이 이를 선호했으나, 코로나 이후로 건강 관련 효능이 있는 차에 대한 수요가 엄청나게 증가했습니다.

Q10. RTD 차 경쟁자는 현지 시장에서 어떤 홍보 방식을 사용하고 있나요?

요즘에는 소셜 미디어를 통한 홍보가 가장 일반적입니다. 소셜 미디어 홍보는 가성비가 높다는 장점이 있습니다. 일부 브랜드의 경우, 식품 잡지나 슈퍼마켓 광고 책자를 통해 홍보하기도 합니다.

Q11. 고객사 제품에 가장 적합한 유통채널은 무엇인가요?

편의점, 슈퍼마켓 및 온라인 유통채널을 권장합니다. 소비자가 RTD 차 한 병을 구매하려고 하는 경우, 편의점을 주로 이용합니다. 반면에 RTD 차 매니아들은 비교적 저렴한 슈퍼마켓이나 온라인 유통채널을 통해 제품을 대량 구매하는 편입니다. 건강 관련 차의 경우에는 전문점 혹은 드럭스토어에서 판매하는 것이 가장 좋고, 편의점 또한 괜찮은 유통 경로입니다.

Interview ③ 모턴 윌리엄스 (Morton Williams)

모턴 윌리엄스
(Morton Williams)

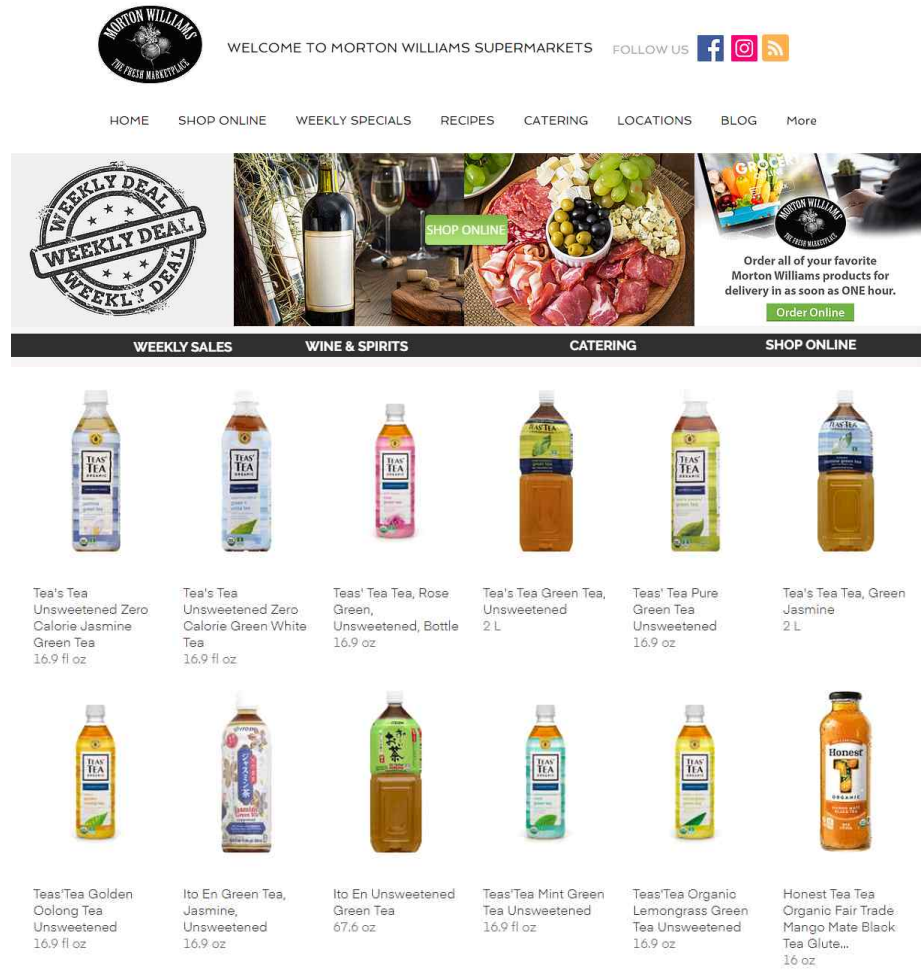
소매업체

담당자 정보

Manager



18)



모턴 윌리엄스(Morton Williams) Manager

모턴 윌리엄스는 1946년에 설립된 슈퍼마켓으로, 뉴욕에 16개의 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 판매를 진행하고 있음. 주요 취급 품목은 육류, 농수산물, 유제품, 스낵, 음료, 간편식품 등인 것으로 확인됨

18) 사진자료: 모턴 윌리엄스(Morton Williams) 홈페이지



2~3달러
소비자가격 (약 2,326~
3,488원)

용량 500ml

포장 형태 페트병

Q1. 미국 내 RTD 차 시장의 현황은 어떤가요?

면역력 증진에 도움이 되는 차가 알려지기 시작하면서 RTD 차는 지난 몇 년간 수요가 조금씩 증가하였고, 현재 미국 내 차 카테고리 중 가장 큰 시장이 되었습니다. 그러나, 최근에는 계속된 코로나 19의 여파로 인해 차 원료 수입에 차질이 생기기도 했습니다.

Q2. 미국에서 판매되고 있는 RTD 차의 평균 가격 및 용량은 무엇인가요?

시중에 판매되고 있는 RTD 차의 가장 일반적인 용량은 500ml이며 가격은 보통 2.00달러(약 2,326원)입니다. 저희 업체에서 가장 판매량이 높은 RTD 차 브랜드는 이토엔(ito En), 어니스트티(Honest tea), 스내플(Snapple), 애리조나(Arizona), 터키힐(Turkey Hill) 등입니다.

Q3. 미국 내 콤부차의 수요는 어떤가요?

현재 미국의 콤부차 시장은 포화상태이나 더 성장할 가능성이 있을 것으로 예상됩니다. 미국 내 건강차가 트렌드로 떠오르고 있으며, 새로운 맛에 대한 소비자들의 니즈도 역시 커지고 있기 때문입니다. 가장 인기 있는 콤부차 브랜드는 지티스(GT's)로, 크랜베리, 생강, 수박, 망고, 구아바 등 다양한 맛의 콤부차를 판매하고 있습니다.

Q4. 고객사 제품의 가격은 경쟁제품에 비해 적당한가요?

비싼 편입니다. 미국에서 판매되고 있는 대부분의 RTD 차 브랜드들은 꽤 오랜 기간 미국 시장에 진출해 있었습니다. 이에 비해 고객사는 새로운 수입 브랜드이기 때문에 500ml 용량에 2.00~3.00달러(약 2,326~3,488원)는 가격대가 높은 편입니다.



2~3달러
소비자가격 (약 2,326~
3,488원)

용량 500ml

포장 형태 페트병

Q5. 무가당 및 건강 RTD 차의 수요 및 소비층은 어떤가요?

현재 미국에서는 다양한 무설탕, 무카페인, 무보존제 RTD 차가 판매되고 있으며, 이것이 음료의 새로운 기준이 되었습니다. 과거에는 탄산음료, 기당주스 등이 인기 있었지만, 현재는 건강음료가 트렌드로 자리 잡았습니다. 일부 브랜드들은 면역력 증진에 도움이 되는 RTD 차도 개발 중인 것으로 알고 있습니다.

Q6. 건강 RTD 차 홍보 시, 주로 어떤 키워드가 사용되나요?

최근 건강 RTD 차 브랜드들은 ‘무가당(unsweetened)’, ‘글루텐프리(gluten-free)’ 등 건강과 관련된 키워드를 강조하거나, USDA 유기농 인증을 받은 제품을 강조하여 홍보하고 있습니다.

Q7. 붓기 완화 효과가 있는 옥수수수염차 혹은 갈증 해소 효능이 있는 헛개나무 RTD 차 제품을 판매하고 계신가요?

아니오, 하지만 다양한 종류의 건강한 RTD 차를 취급하고 있습니다.

Q8. 이러한 효능이 있는 RTD 차 제품에 대한 수요는 어떤가요?

심장, 호흡기 등에 도움이 되는 효능은 항상 시장에서 좋은 반응을 얻었지만, 코로나 이후로 면역 강화 RTD 차에 대한 수요가 급증했습니다. 그럼에도 불구하고 건강 기반 RTD 차의 소비자 수는 일반 차에 비해 매우 적습니다.



2~3달러
소비자가격 (약 2,326~
3,488원)

용량 500ml

포장 형태 페트병

Q9. RTD 차 경쟁자는 현지 시장에서 어떤 홍보 방식을 사용하고 있나요?

RTD 차의 주요 홍보 방식은 총 세 가지가 있습니다. 첫째, 유명인사가 RTD 차를 소셜 미디어 상에서 홍보하는 방법입니다. 둘째, '2개 구매 시 1개 무료' 등과 같은 매장 프로모션을 사용하는 방법입니다. 셋째, 음식 블로그, 잡지 등을 통한 홍보 방식입니다.


Q10. 고객사 제품에 가장 적합한 유통채널은 무엇인가요?

슈퍼마켓과 같은 소매 체인점을 권장합니다. 소매점의 판매율이 가장 높기 때문에 모든 제조 회사들이 소매점을 통해 판매하려고 합니다.

미국 RTD 차 수입·유통업체 인터뷰 결과

인터뷰 대상 기업체 선정 기준

- ① 현지 식품 수입유통업체
- ② RTD 차 또는 유사 RTD 차 제품 취급 경험 있음

업체명	에이치이비 (HEB)	배너 홀세일 그로스 (Banner Wholesale Grocers)	모턴 윌리엄스 (Morton Williams)
업태	유통업체	도매업체	소매업체
취급 품목	 차	 차	 차

미국 RTD 차 수입·유통업체 인터뷰 비교

질문	에이치이비 (HEB)	배너 홀세일 그로스 (Banner Wholesale Grocers)	모턴 윌리엄스 (Morton Williams)
	유통업체	도매업체	소매업체
미국 내 RTD 차의 수요	최근 몇 년간 수요가 크게 증가함	전반적인 수요는 점진적으로 증가 중, 지난 몇 년간 수요가 조금씩 증가, 특히 면역력 증진 효능이 있는 차의 수요가 증가함	현재 미국 내 차 카테고리 중 가장 큰 시장임
RTD 차 중 베스트셀러 제품	에이치이비(HEB), 퓨어리프(Pure Leaf), 애리조나(Arizona), 바이수퍼티(Bai Supertea), 브리스크(Brisk), 레미디올가닉스(Remedy Organics)의 제품이 인기 있음	다양한 플레이버 제품을 제공하는 애리조나(Arizona) 브랜드의 제품이 인기 있음	(-)
RTD 차 평균 가격 및 용량	평균 가격은 0.32~2.00달러, 평균 용량은 350&500ml임	평균 가격은 2.00달러 미만, 평균 용량은 페트병 500ml임	평균 가격은 2.00달러, 평균 용량은 500ml임
미국 내 콤부차의 수요	면역력 강화에 도움이 된다고 알려짐, RTD 차 시장에서 콤부차의 판매량 비율은 낮음	절대적인 수요는 낮지만 마니아층이 존재함	포화상태이지만 더 커질 것으로 예상됨
고객사 제품 가격 피드백	상당히 비싼 편임, 소매가는 1.00~1.50달러 정도가 적당함	약간 비싼 편임, 2.00달러 미만이 대부분이며 유기농/프리미엄 제품은 3.00달러 정도임	비싼 편임, 특히 고객사가 새로운 수입 브랜드임을 고려하면 가격대가 높음

(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

미국 RTD 차 수입·유통업체 인터뷰 결과

질문	에이치이비 (HEB)	배너 홀세일 그로스 (Banner Wholesale Grocers)	모턴 윌리엄스 (Morton Williams)
	유통업체	도매업체	소매업체
무가당 및 건강 RTD 차의 수요	무가당 건강 음료는 미국에서 점점 인기를 얻고 있음, 마니아층이 작지만 매우 견고함	무설탕, 무카페인, 무보존제 RTD 차의 판매량이 높음	다양한 무설탕, 무카페인, 무보존제 RTD 차가 판매되고 있음, 건강음료가 트렌드
건강 RTD 차 홍보 시 주로 사용되는 키워드	‘갓 우려낸 차(freshly brewed tea)’, ‘자연 그대로의 맛(natural flavor)’, ‘슈가프리(sugar-free)’ 등이 있음	‘정신을 맑고 상쾌하게(refreshing mind)’, ‘체중감량/다이어트(weight loss)’, ‘에너지/피로회복(boosting energy level)’ 등이 있음	‘무가당(unsweetened)’, ‘글루텐프리(gluten-free)’ 등 건강 관련 키워드 및 USDA 유기농 인증을 강조함
RTD 차 경쟁제품 현지 시장 홍보 방식	주로 소셜 미디어 인플루언서 홍보 방식을 활용함	가성비가 높은 소셜 미디어를 주로 사용함, 식품 잡지나 슈퍼마켓 광고 책자를 통해 홍보하기도 함	소셜 미디어 상의 홍보, 매장 프로모션, 음식 블로그, 잡지 등을 통한 홍보를 사용함
고객사 제품에 가장 적합한 유통채널	편의점을 가장 추천하며, 다음으로 슈퍼마켓/하이퍼마켓을 권장함	편의점, 슈퍼마켓 및 온라인 유통채널을 권장함	슈퍼마켓과 같은 소매 체인점을 권장함

(*) 현지 경쟁제품 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)

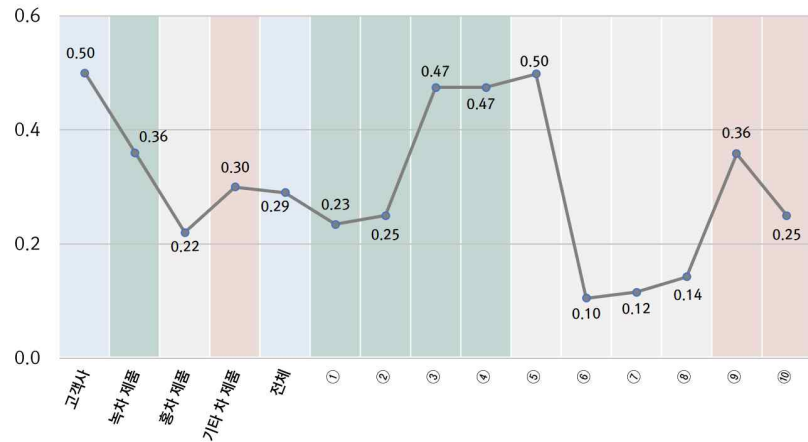
- ① 오이오차 (이토엔)
- ② 이에몬 (산토리)
- ③ 나마차 리치 그린 티 (기린)
- ④ 우롱차 (산토리)
- ⑤ 고고노코오차 스트레이트 티 (기린)
- ⑥ 립톤 아이스드 스위트 티 (펩시 립톤 인터내셔널)
- ⑦ 마켓사이드 스위트 아이스드 티 (월마트)
- ⑧ 골드 피크 리얼 브루드 티 (더 코카콜라 컴퍼니)
- ⑨ 헛개차 (ASA)
- ⑩ 주로쿠차 무기차 (아사히인료)

▶ 고객사 제품 100ml당 가격, 경쟁제품 평균 대비 비싼 편

고객사 제품의 100ml당 가격은 0.50달러(약 581원)¹⁹⁾로 경쟁제품 10개의 평균 100ml당 가격 0.29달러(약 337원) 대비 약 1.7배 비싼 편임. 제품 종류별 평균 100ml당 가격은 녹차 제품이 0.36달러(약 419원)으로 가장 비싸지만 고객사 제품에 비하면 0.14달러(약 163원) 저렴한 것으로 확인됨. 홍차 제품의 평균 100ml당 가격은 0.22달러(약 256원), 기타 차 제품의 경우 0.30달러(약 349원)인 것으로 조사됨

[표 5.1] 미국 RTD 차 100ml당 가격 경쟁력 분석

(단위: 달러)



19) 1달러=1,162.80원 (2021.09.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

2) 제품 용량

● 경쟁제품(제조사)

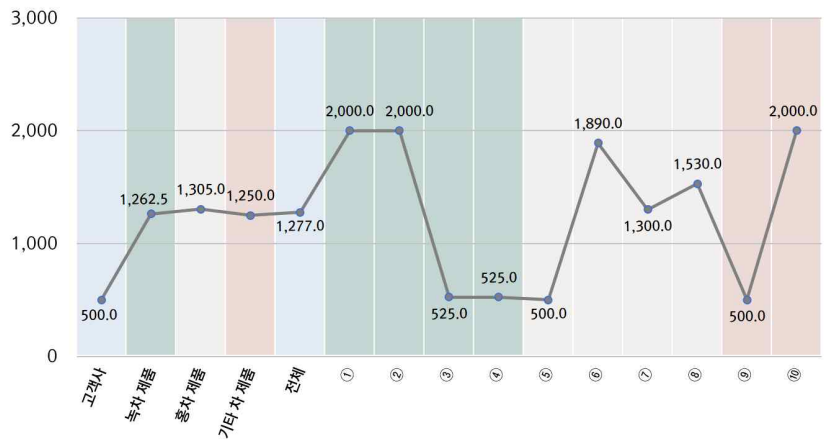
- ① 오이오차 (이토엔)
- ② 이에몬 (산토리)
- ③ 나마차 리치 그린 티 (기린)
- ④ 우롱차 (산토리)
- ⑤ 고고노코오차 스트레이트 티 (기린)
- ⑥ 립톤 아이스드 스위트 티 (펩시 립톤 인터내셔널)
- ⑦ 마켓사이드 스위트 아이스드 티 (월마트)
- ⑧ 골드 피크 리얼 브루드 티 (더 코카콜라 컴퍼니)
- ⑨ 헛개차 (ASA)
- ⑩ 주로쿠차 무기차 (아사히인료)

▶ 고객사 제품 용량, 경쟁제품 평균 대비 작은 편

고객사 제품의 용량은 500.0ml로 경쟁제품 10개의 평균 용량 약 1,277.0ml에 비해 약 2.6배 적은 편임. 제품 종류별 평균 용량은 홍차 제품이 1,305.0ml로 가장 많았으며, 고객사 용량 대비 2.6배 많은 것으로 확인됨. 녹차 제품의 평균은 1,262.5ml, 기타 차 제품의 평균은 1,250.0ml로 모두 고객사 제품보다 2.5배 이상 많은 것으로 조사됨

[표 5.2] 미국 RTD 차 용량 경쟁력 분석

(단위: ml)

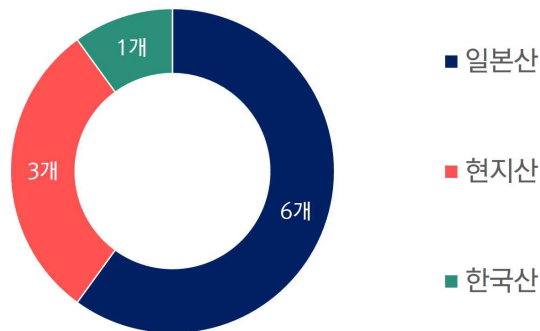


3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 중 6개, 일본산 제품

미국에서 판매되고 있는 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 총 6개의 제품이 일본산 제품인 것으로 확인됨. 총 3개의 제품이 미국 현지산인 것으로 조사되며, 나머지 1개 제품의 경우 원산지가 한국인 것으로 확인됨

[표 5.3] 미국 RTD 차 원산지 경쟁력 분석

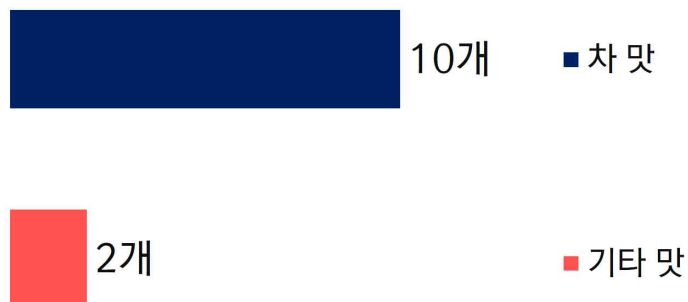


4) 맛

▶ 경쟁제품 10개 중 2개, 레몬 맛 및 현미 맛 등으로 다각화

미국에서 판매되고 있는 RTD 차 경쟁제품 10개의 제품 맛을 조사한 결과, 총 10개의 제품이 녹차 맛, 홍차 맛, 우롱차 맛, 허브차 맛, 보리차 맛 등의 다양한 차 맛인 것으로 확인됨. 그 중 2개 제품은 레몬 맛, 현미 맛 등을 추가하여 맛을 다각화함으로써 경쟁력을 높임

[표 5.4] 미국 RTD 차 맛 경쟁력 분석

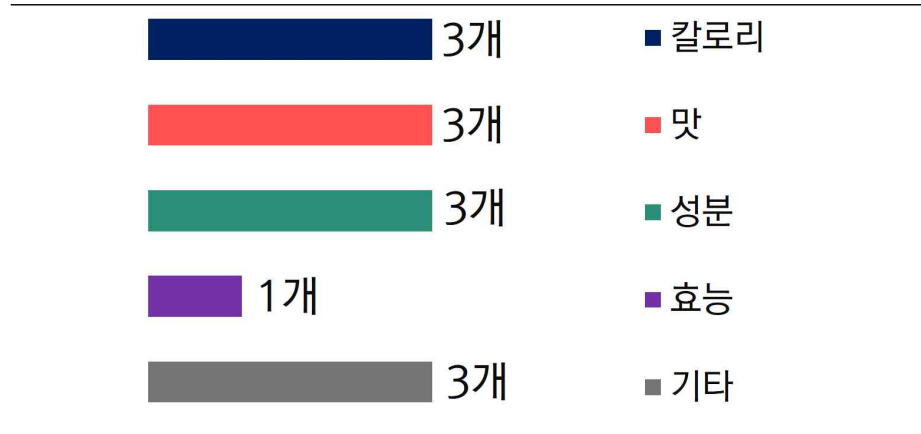


5) 홍보문구

▶ **경쟁제품 10개, 칼로리, 맛, 성분을 중점적으로 강조**

미국에서 판매되고 있는 RTD 차 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 총 3개의 제품이 ‘0칼로리’, ‘70칼로리’, 등 칼로리와 관련된 홍보문구를 사용함. 맛을 강조한 제품은 총 3개로 조사되며, ‘막 우린 것 같은 색, 맛, 향’, ‘맛있는 녹차와 함께 휴식’, ‘달지 않은 맛’과 같은 문구를 삽입함. ‘순수 사탕수수를 우린 홍차’, ‘무설탕’, ‘미네랄, 무카페인, 16가지 재료로 만든 차’ 등 성분을 강조하는 홍보문구를 사용한 제품은 총 3개로 확인됨. ‘다음 날 깨어나는 활력’ 등 효능과 관련된 홍보문구를 사용한 제품은 총 1개이며, 총 3개의 경쟁제품이 ‘일본 최고의 녹차’, ‘1986년부터, 35주년’ 등의 기타 홍보문구를 표기하여 경쟁력을 확보함

[표 5.5] 미국 RTD 차 홍보문구 경쟁력 분석

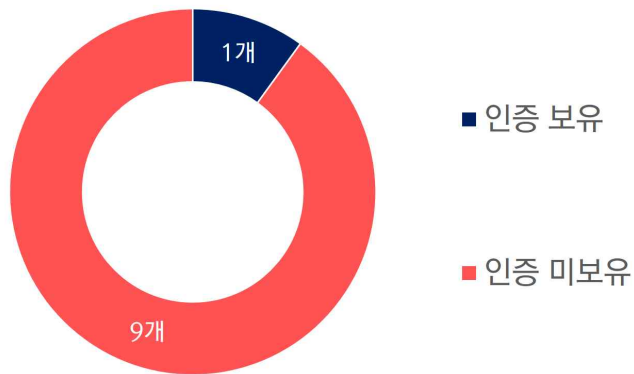


6) 인증

▶ 경쟁제품 10개 중 1개, Non-GMO 인증 보유

미국에서 판매되고 있는 RTD 차 경쟁제품 10개의 인증 보유 여부를 조사한 결과, 1개 제품이 Non-GMO 인증을 보유하고 있는 것으로 확인됨. 나머지 9개 제품의 경우 인증을 보유하고 있지 않은 것으로 조사됨

[표 5.6] 미국 RTD 차 인증 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. 2개 이상의 오프라인 매장에서 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, 월마트, 타겟

(*) 오프라인 매장 : 에이치마트, 도요 센트럴, 월마트

· 다수의 오프라인 매장에서 판매

(*) 오프라인 매장 : 조사 매장 3개 중 2개 이상의 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기제품 벤치마킹



현지 벤치마킹 인기제품
(렘시 립톤 인터내셔널 _
립톤 아이스드 스위트 티)

‘소비자가격 2.00달러
이하의 적정 가격대’

공통 특징 ①
플라스틱 병

◀ 벤치마킹
적정 가격대



현지 벤치마킹 인기제품
(고객사 _ Oriencha)

‘구수한 기능성 음료’

공통 특징 ①
플라스틱 병

공통 특징 ②
제로 슈가

벤치마킹 ▶
홍보문구



현지 벤치마킹 인기제품
(더 코카콜라 컴퍼니 _
골드 피크 리얼 브루드 티)

‘건강 음료임을
강조하는 홍보문구’

2) 벤치마킹 제품 분석

- 제품 가격

▶ 벤치마킹 제품, 소비자가격 2.00달러 이하의 적정 가격대

현지에서 판매 중인 경쟁제품 10개 제품의 소비자가격을 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 3개 제품이 2.00달러 이하의 소비자가격인 것으로 확인됨. 나머지 7개 제품의 경우 2.18-4.99달러 사이의 가격대를 형성하고 있음. 수입·유통업체 인터뷰 대상 업체 3곳 모두 2.00달러 이하의 소비자가격이 500ml 용량의 제품에 적절하다고 언급함

[표 5.7] 미국 RTD 차 인기제품, 가격 분석

(인터뷰 1) 500ml 제품의 평균 가격은 0.32-2.00달러입니다.

- 에이치이비, Grocery Manager -

(인터뷰 2) RTD 차의 가장 일반적인 용량은 500ml 페트병이며, 가격은 평균 2.00달러 (약 2,326원)를 넘지 않습니다.

- 배너 홀세일 그로서스, Inside Sales Manager -

(인터뷰 3) RTD 차의 가장 일반적인 용량은 500ml이며 가격은 보통 2.00달러 (2,326원)입니다.

- 모턴 윌리엄스, Manager -

3) 벤치마킹 제품 분석

- 홍보문구

▶ 벤치마킹 제품, 건강 음료임을 강조하는 홍보문구 사용

현지에서 판매 중인 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함한 5개 제품이 건강 음료임을 강조하는 홍보문구를 사용함. 주로 '0칼로리', '무카페인', '무설탕' 등 무가당 저칼로리 제품임을 부각하는 경향을 보임. 벤치마킹 제품의 경우 건강음료 트렌드에 맞게 제로슈가 제품을 출시하여 경쟁력을 확보함

[표 5.8] 미국 RTD 차 인기제품, 홍보문구 분석

(인터뷰 1) 무가당 건강 음료는 미국에서 점점 인기를 얻고 있으며... 무가당 혹은 슈가프리 RTD 차에 대한 소비자층은 작지만 상당히 견고합니다.

- 에이치이비, Grocery Manager -

(인터뷰 2) 최근 미국에서는 무설탕, 무카페인, 무보존제 RTD 차가 매우 많이 판매되고 있습니다. RTD 차를 구매할 때 건강을 중요시하는 소비자들이 늘어남에 따라 설탕이나 보존제 등이 첨가된 제품은 소비자들의 눈길을 끌기 어려워졌습니다.

- 배너 홀세일 그로서스, Inside Sales Manager -


(인터뷰 3) 최근 건강 RTD 차 브랜드들은 '무가당(unsweetened)', '글루텐프리(gluten-free)' 등 건강과 관련된 키워드를 강조합니다.

- 모턴 윌리엄스, Manager -

VI. 시사점

RTD Tea

Price&Volume




Point. 1 고객사 제품의 100ml당 가격은 0.50달러로, RTD 차 경쟁제품 10개 평균인 0.29달러 대비 약 1.7배 높은 가격대를 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 녹차 제품 4개의 평균은 0.36달러로 고객사 제품보다 0.14달러 가량 저렴했으며, 홍차 제품 4개의 평균은 0.22달러로 고객사 제품보다 0.30달러 가량 저렴했음. 기타 차 제품 2개의 평균은 0.30달러로 고객사 제품보다 0.20달러 가량 저렴한 것으로 나타남

Point. 2 고객사 제품의 용량은 500.0ml로, RTD 차 경쟁제품 10개 평균인 1,277.0ml 대비 약 2.6배 적은 용량을 보임. 제품 종류별로 살펴보면, 녹차 제품 4개의 평균은 1,262.5ml로 고객사 제품보다 2.5배 가량 많았으며, 홍차 제품 4개의 평균은 1,305.0ml로 고객사 제품보다 2.6배 가량 많았음. 기타 차 제품 2개의 평균 또한 1,250.0ml로 고객사 제품 용량보다 많은 용량을 보임

RTD Tea

Package&Text



Point. 1 미국 RTD 차 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 일본산 제품이 6개로 가장 많이 조사되었음. 뒤이어 미국 현지산 제품이 3개 발견되었으며, 나머지 1개 제품은 한국산 제품인 것으로 나타남. 한편 경쟁제품 10개의 보유 인증을 조사한 결과, 1개 제품만이 Non-GMO 인증을 보유하고 있었으며 나머지 9개 제품은 취득 인증이 없는 것으로 조사되었음

Point. 2 미국 RTD 차 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 녹차 맛, 홍차 맛, 우롱차 맛, 허브차 맛, 보리차 맛 등 다양한 차 제품이 판매되고 있는 것이 확인되었음. 특히 2개 제품은 차 맛 외에 레몬 맛, 현미 맛 등을 추가해 맛을 다각화함으로써 경쟁력을 높이고 있었음. 한편 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, 제품의 칼로리, 맛, 성분을 강조한 홍보문구를 사용하는 제품이 각각 3개씩 발견되었음

USA Market

Competitor



Point. 1 미국 시장 RTD 차 경쟁기업 4개사의 오프라인 유통채널을 조사한 결과, 3개사가 아시아마트인 도코 센트럴에 진출했으며, 1개사는 한인마트인 에이치마트에 진출한 것이 확인됨. 한편, 경쟁기업 4개사는 미국 주요 온라인 유통채널인 아마존, 월마트, 타겟에서의 제품 판매가 확인되지 않았음

Point. 2 미국 시장 경쟁기업 4개사 모두 자사 홈페이지를 통해 회사 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남. 경쟁기업 홍보문구로는 주로 제품의 성분, 맛, 효과를 홍보하고 있었음. SNS 플랫폼 사용 여부의 경우 4개사 모두 페이스북, 인스타그램 및 유튜브를 활용하고 있었으며, 이 중 3개사는 트위터를 추가로 활용하고 있는 것으로 나타남

Importer · Distributor

Interview



Point. 1 미국 현지 RTD 차 제품 취급 경험이 있는 수입·유통업체 인터뷰 결과, 인터뷰에 응한 담당자 3명 모두 고객사 제품의 가격에 대해 비싼 편이라고 응답함. 담당자들이 취급하고 있는 경쟁제품의 가격은 0.32~2.00달러 사이인 것으로 나타나 고객사 제품 가격보다 저렴하였음. 한편 담당자들이 취급하고 있는 경쟁제품의 용량은 350~500ml 사이인 것으로 나타남

Point. 2 미국 현지 수입·유통업체 인터뷰 결과, 미국 RTD 차 홍보 시 주로 사용되는 키워드로 체중감량, 다이어트, 에너지 및 피로회복 등의 효과와 무가당, 글루텐프리 등의 성분 키워드가 언급되었음. 경쟁제품들의 현지 시장 홍보 방식으로는 담당자 3명 모두 소셜 미디어 활용 홍보를 언급했으며, 2명의 담당자가 매장 프로모션, 음식 블로그 및 잡지 홍보를 추가로 언급함. RTD 차 적합 유통채널로는 담당자 3명 모두 슈퍼마켓을 언급하였음

[참고문헌]

■ 참고 자료

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

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (Portal.euromonitor.com)
2. 아마존(Amazon) 홈페이지 (www.amazon.com)
3. 월마트(Walmart) 홈페이지 (www.walmart.com)
4. 타겟(Target) 홈페이지 (www.target.com)
5. 미국 인구조사국(Census) 홈페이지 (www.census.gov)
6. 스타티스타(Statista) 홈페이지 (www.statista.com)
7. 에이치마트(H-Mart) 홈페이지 (www.hmart.com)
8. 도쿄 센트럴(Tokyo Central) 홈페이지 (tokyocentral.com)
9. 아사히인료(Asahiinryo) 홈페이지 (www.asahiinryo.co.jp)
10. 기린(Kirin) 홈페이지 (www.kirin.co.jp)
11. 산토리(Suntory) 글로벌 홈페이지 (www.suntory.com)
12. 산토리(Suntory) 홈페이지 (www.suntory.co.jp)
13. 에이치이비(HEB) 홈페이지 (www.heb.com)
14. 배너 홀세일 그로스(Grocers) 홈페이지 (www.bannerwholesale.com)
15. 모턴 윌리엄스(Morton Williams) 홈페이지 (www.mortonwilliams.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.10.08

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