



No. 2022-92  
품목 참기름(Sesame Oil)  
HS CODE 1516.20-10  
국가 미국(USA)



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

## I

### 경쟁제품

3

1. 경쟁제품 선정
2. 조사지표 선정
3. 현지조사 결과

## II

### 경쟁사

24

1. 경쟁사 선정 및 분석

## III

### 경쟁력 파악

27

1. 제품 경쟁력 검증

## IV

### 시사점

31

1. 수출 확대 방안
2. 참고문헌

I

경쟁제품



## 01

## 경쟁제품 선정

## 지원기업 품목 분석

지원 기업의 제품은 한국산 통깨 100% 참기름으로 독보적인 진한 맛과 향을 가진 제품임

(맛) 진한 고소함

(용량 및 가격) 210ml / 39.50달러

(패키징) 유리병

(기능성) 요리의 맛이 한층 풍부해지도록 향미를 더해줌

제품명	국산100% 참기름		
제품 유형	참기름	희망 소비자가격	39.50달러
용량	210ml	포장 형태 및 재질	유리병
주요 성분	참깨 100%	특징	· 국산 통깨 100%를 1회 압착한 초유 · 168시간 자연정제로 완성한 맑고 투명한 전통 기름

## 경쟁력 분석 프로세스



### 단계 1 제품 분석

- ① 신청서 내 제품 분석
- ② 지원 기업 인터뷰
- ③ 경쟁 제품군 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
  - 지원기업 사전신청서 분석
  - 조사 대상국 유통채널별 점유율 파악
- ③ 온라인 사전 조사
- ④ 조사 지표 선정



### 단계 4 조사 수행

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

## 주요 경쟁제품 브랜드별 점유율

미국의 식용유 시장은 2021년 43억 6,630만 달러 규모를 기록하였으며, 상위 업체는 ConAgra Brands Inc, Bertolli USA Inc, B&G Foods North America, ACH Food Cos Inc, Salov North America Corp 등이 있음

- 1위 업체 ConAgra Brands Inc는 점유율 9.7%를 기록하였으며, 산하 브랜드로는 Hunts, Birds Eye, Marie Callender's, Banquet, Healthy Choice 등이 있음
- Bertolli USA Inc는 7.9%의 점유율로 2위를 차지하였으며, 단일 브랜드로 올리브 오일, 파스타 소스, 간편식 등을 판매함
- B&G Foods North America는 점유율 5.6%로 3위를 기록했으며, 산하 브랜드로는 Cream Wheat, Clabber Girl 등이 있음
- 미국의 식용유 시장 점유율은 유통업체 자체 브랜드(Private Label)의 비율이 33.8%로 높게 나타나는 특징이 있음. 이는 개별 업체가 아닌 여러 유통업체들의 자체 브랜드 비율의 합이므로 업체별 점유율 순위에서 제외함



그림 1

미국 식용유 시장 업체별 시장 점유율 추이(2017-2021년)

		(단위: %)				
순위	업체명	2017	2018	2019	2020	2021
1	ConAgra Brands Inc	11.2	10.9	10.4	10.4	9.7
2	Bertolli USA Inc	6.3	6.4	6.5	7.6	7.9
3	B&G Foods North America Inc	-	-	-	-	5.6
4	ACH Food Cos Inc	5.8	5.8	5.9	6.0	5.2
5	Salov North America Corp	4.1	4.1	4.2	4.2	4.4
상위 5개사 총합		27.4	27.2	27.0	28.2	32.8
기타 업체 총합		72.7	72.9	73.1	72.0	67.2
총계		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International



그림 2

주요 경쟁사 브랜드 로고

자료: 각 사 홈페이지

## 조사 지역 개요 및 주요 유통채널 선정

지원 기업의 요청 사항과 현지조사원의 의견을 종합하여 미국 내 주요 백화점, 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 한인마트, 온라인몰을 주요 유통채널로 선정함

지원 기업의 요청 사항을 반영하여 미국 텍사스의 백화점, 하이퍼마켓을 방문했으나 참기름 제품을 판매하고 있지 않은 것으로 확인됨

- 참기름 제품을 판매하고 있는 한인마트와 온라인몰을 중점적으로 조사함

### 1. 백화점

IBISWorld에 따르면, 2022년 미국 백화점 시장 규모는 전년 대비 1.4% 감소한 1,359억 달러를 기록할 것으로 예상됨

Statista에 따르면, 2021년 기준 미국 주요 백화점으로 Macy's, Kohl's, Nordstrom, J.C. Penney, Dillard's가 있음

- 1위를 기록한 유통채널은 Macy's로 매출액 172억 3,000달러를 기록함
- 이어서 2위를 기록한 백화점 유통채널은 Kohl's이며, 매출액은 153억 3,000달러를 기록함
- 3, 4, 5위는 각각 Nordstrom, J.C. Penney, Dillard's가 차지했으며, 매출액은 각각 94억 9,000만 달러, 75억 3,000달러, 41억 6,000달러를 기록함

### 2. 소매업체(슈퍼마켓/하이퍼마켓)

프로그레시브 그로서(Progressive Grocer)에 따르면, 2021년 상위 5개 소매업체의 매출액 합계는 전년 대비 8.2% 증가한 약 1조 236억 달러이며, 매장 수 합계는 1만 7,659개로 조사됨

- Walmart U.S는 매출액 3,932억 4,700만 달러를 기록하여 1위를 차지함. 매출액은 전년 대비 6.29% 증가했으며, 매장 수는 4,742개를 기록함
- 그 외, Amazon 2,391억 5,000만 달러, Costco(U.S.) 1,413억 9,800만 달러, The Kroger 1,378억 8,800만 달러 순으로 높게 나타남



그림 3

북미지역 매출 기준 상위 5개 식품 소매업체 현황(2021년)

(단위: 백만 달러, %, 개)

순위	회사명	2021년 매출액	2020년 매출액	전년 대비 증감률	매장 수
1	Walmart U.S.	393,247	369,963	6.3	4,742
2	Amazon	239,150	213,573	12.0	662
3	Costco(U.S.)	141,398	122,142	15.8	564
4	The Kroger Co.	137,888	132,498	4.1	2,726
5	Walgreens Boots Alliance(U.S)	112,005	107,701	4.0	8,965
	합계	1,023,688	945,877	8.2	17,659

\*주. Amazon의 매출액은 온라인 및 오프라인 매출액 합산한 값임

자료: Progressive Grocer

### 3. 한인마트

미국의 주요 한인마트로는 에이치마트, 롯데플라자, 시온마켓 등이 있음. 현재 미국 내 최대 규모의 한인마트 체인은 에이치마트로 미국 전역에 97개 이상의 매장을 운영 중임



그림 4

미국 주요 한인마트 현황(2021년 기준)

순위	회사명	설립 연도	보유 점포 수	홈페이지
1	에이치마트(H Mart)	1982년	97개	www.hmart.com
2	롯데플라자(Lotte Plaza)	1982년	14개	www.lotteplaza.com
3	시온마켓(Zion Market)	1981년	7개	www.zionmarket.com

자료: 각 사 홈페이지

### 4. 온라인몰

e-Marketer에 따르면, 2020년 미국 온라인 식품 시장 규모는 코로나19 특수 효과로 인해 역대 최고 실적인 958억 달러를 기록함

- 온라인 식료품 매출액은 2019년 대비 54% 증가했으며, 전체 식품 매출액에서 차지하는 비중은 10.4%에서 12.0%로 약 1.6%p 증가함. 온라인 식품 시장 규모는 연평균 18.5% 증가하여 2024년에는 약 1,877억 달러를 기록하고, 전체 식품 매출 내 13.9%의 비중을 차지할 것으로 전망됨
- 또한, 14세 이상으로 1회 이상 온라인 식품을 구매한 경험이 있는 온라인 식품 구매자는 2020년 1억 3,160만 명을 기록하였으며, 2025년에는 미국 인구의 절반 수준인 1억 5,150만 명에 달할 것으로 전망됨

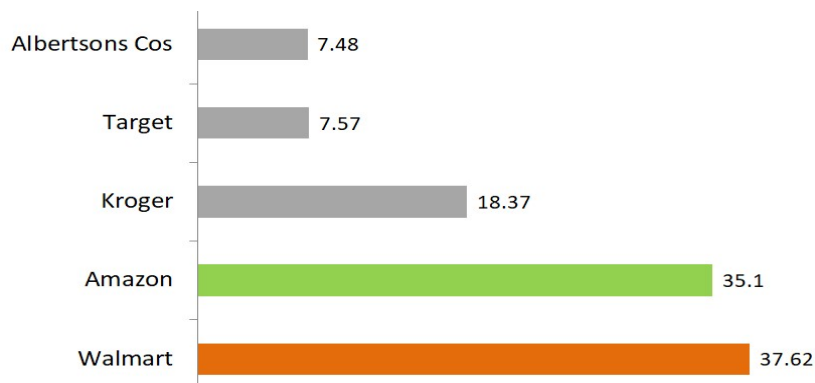
2022년 기준 미국 온라인 식품 업체별 매출액은 Walmart가 376억 달러로 가장 높았으며, Amazon이 351억 달러로 두 번째를 차지함. 그 외 Kroger, Target, Albertsons Cos가 뒤를 이음



그림 5

미국 온라인 식품 업체별 매출액 현황(2022년)

(단위: 십억 달러)



자료: 각 사 홈페이지



## 경쟁제품 선정 결과

### 오프라인 경쟁제품 선정 기준

- 1) 신청 업체의 타깃 경쟁 제품
- 2) 한인마트에서 인기리에 판매되고 있는 제품
- 3) 선순위의 제품이 없을 시 인기리에 판매되고 있는 제품

### 온라인 경쟁제품 선정 기준

- 1) '참기름'으로 검색 시 상위 노출되는 제품
- 2) 온라인몰에서 인기리에 판매되고 있는 참기름 제품



그림 6

미국 참기름 경쟁제품 선정


	경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부	
		온라인 (Amazon)	오프라인 (H마트, 시온마켓)
1	참기름(가도야)	○	○(H마트, 시온마켓)
2	참기름(H사)		○(H마트)
3	참기름(게이샤)		○(H마트)
4	고소한 참기름(O사)	○	○(H마트, 시온마켓)
5	통참깨 참기름(C사)	○	○(H마트, 시온마켓)
6	참기름(C사)		○(H마트, 시온마켓)
7	통참깨 참기름(S사)		○(시온마켓)
8	진 최고급 참기름(R사)	○	
9	예천 어무이 참기름(O사)	○	

자료: 현지조사원

# 02 미국 조사지표 선정

## 분석기준 및 지표설정

지원 기업 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

 **그림 7** 미국 참기름 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	할인 여부	할인 시 할인가 표기
중량	ml	제품의 중량
선정 사유	인기 제품, 신제품 등	해당 제품을 경쟁제품으로 선정한 사유
제품 종류	현지산 제품	미국 현지 브랜드 제품
	수입산 제품	글로벌 브랜드 제품
포장 형태	유리병, 캔 등	제품의 포장 형태
성분	원료 및 첨가물	원료 함유량 등 영양과 맛 관련한 핵심 성분
인증 / 특허	제품 품질 및 성분과 관련하여 취득한 인증이나 특허	
유통기한	제품의 제조일로부터 소비자에게 판매가 허용되는 기간	
마케팅 포인트	제품의 홍보 문구 및 주요 효과	

# 03 현지조사 결과

## 미국 주요 한인마트 및 온라인몰

미국 주요 온라인몰인 아마존에서 판매되고 있는 참기름 제품을 중점적으로 조사함

오프라인의 경우 미국 내 대표적인 한인마트인 H마트와 시온마켓에서 판매 중인 참기름 제품 전반을 조사함



그림 8

미국 방문 매장

방문 매장	구분	지점 명	주소
H마트	한인마트	캐롤튼점	2625 Old Denton Rd #200, Carrollton, TX 75007
시온마켓		루이스빌점	2405 S Stemmons Fwy, Lewisville, TX 75067

### 매장 내부 전경



H마트



시온마켓

## 오프라인 경쟁제품 판매 현황

구분	제품 1	제품 2
이미지 앞면		
이미지 뒷면		
원산지	일본	한국
제품명	참기름	참기름
제조사	가도야(Kadoya)	H사
포장 형태	캔	유리병
조사매장	H마트	H마트
가격	28.99달러(약 3만 7,250원)	3.99달러(약 5,130원)
중량	1,656ml	160ml
유통기한	-	2024년 5월 17일
성분	참기름	참깨
인증	-	-
홍보문구	-	100% 순수 참기름

자료: 현지조사원(2022.12)

구분	제품 3	제품 4
이미지 앞면		
이미지 뒷면		
원산지	일본	일본
제품명	Pure Sesame Oil	참기름
제조사	가도야(Kadoya)	게이샤(Geisha)
포장 형태	페트병	유리병
조사매장	H마트	H마트
가격	8.99달러(약 1만 1,550원)	4.99달러(약 6,410원)
중량	327ml	185ml
유통기한	2023년 9월 15일	2024년 1월 19일
성분	참기름	100% 순수 참기름
인증	-	Vegan, Pareve
홍보문구	-	Gluten Free, 무첨가물

자료: 현지조사원(2022.12)

구분	제품 5	제품 6
이미지 앞면		
이미지 뒷면		
원산지	한국	한국
제품명	고소한 참기름	통참깨 참기름
제조사	O사	C사
포장 형태	캔	유리병
조사매장	H마트	H마트
가격	11.99달러(약 1만 5,410원)	9.99달러(약 1만 2,840원)
중량	500ml	300ml
유통기한	2024년 6월 26일	2024년 7월 8일
성분	참깨	100% 참기름
인증	-	-
홍보문구	-	100% 순수 참기름, 깊고 고소한 맛 자료: 현지조사원(2022.12)

구분	제품 7	제품 8
이미지 앞면		
이미지 뒷면		
원산지	한국	한국
제품명	참기름	통참깨 참기름
제조사	C사	S사
포장 형태	유리병	페트병
조사매장	시온마켓	시온마켓
가격	5.99달러(약 7,700원)	7.49달러(약 9,600원)
중량	160ml	200ml
유통기한	2024년 4월 15일	2024년 3월 31일
성분	참깨	참깨
인증	HALAL	-
홍보문구	100% 참기름, 저온 압착 방식	2개의 용기로 공기 유입 차단 산소차단특허용기-안심밀폐용기

자료: 현지조사원(2022.12)

## 온라인 경쟁제품 판매 현황

I

경쟁제품

구분	제품 1	제품 2
제품 이미지		
원산지	한국	한국
제품명	진 최고급 참기름	예천 어무리 참기름
제조사	R사	O사
포장 형태	페트병	-
가격	29.99달러(약 3만 8,340원)	28.99달러(약 3만 7,250원)
중량	375ml	180ml
유통기한	-	-
성분	참깨	참깨
인증	-	HACCP, ISO 22000 Certification
홍보문구	-	-

자료: 월마트 미국(2022.10)



## 주요 유통채널 정보: (1) 한인마트

### 1) H MART


		<b>간략 소개</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1982년 뉴욕 맨해튼에 '한아름마트'라는 이름으로 1호점 설립</li> <li>- 한아름 그룹이 운영하는 슈퍼마켓 체인으로 현재 미국 내 최대 규모의 한인마트임</li> <li>- 미국 전역에 97개 이상의 매장을 운영 중임</li> <li>- 신선식품, 즉석식품, 스낵류, 음료류, 건강식품, 주방용품, 전자제품 등 소비재 전반을 취급함</li> </ul>	
<b>유통채널명</b>	에이치마트(H MART)		
<b>홈페이지</b>	<a href="http://www.hmart.com">www.hmart.com</a>	<b>매장 수</b>	97개
<b>입점 절차</b>			

- 1) 홈페이지에서 직접 공급자 지원서 작성([www.hmart.com/online-affiliates](http://www.hmart.com/online-affiliates))
  - 담당자가 확인 후 제품에 대한 논의를 거친 뒤 입점 진행
  - 홈페이지 기입 정보(회사명, 담당자명, 이메일, 연락처, 입점문의 등 자유 기재)
- 2) 문의사항 연락처
  - 전화번호: +1-800-648-0980

### 매장 전경



## 2) 시온마켓

		간략 소개	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1981년 설립된 한인마트</li> <li>- 캘리포니아, 텍사스, 조지아 등에서 총 7개 매장을 운영 중임</li> <li>- 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품, 생활용품 등 소비재 전반을 취급함</li> <li>- 자체 쇼핑 앱을 보유하고 있으며, 카카오톡과 위챗 채널을 운영 중임</li> </ul>
홈페이지	www.zionmarket.com	매장 수	7개
<b>입점 절차</b>			
<p>1) 유선전화 및 이메일을 통한 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반 정보</li> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> <p>2) 문의사항 연락처</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +1-858-268-3300</li> <li>- 이메일: hr@zionmarket.com</li> </ul>			
<b>매장 전경 및 내부 사진</b>			

## 주요 유통채널 정보: (2) 슈퍼마켓/하이퍼마켓

### 1) 월마트(Walmart)

		<b>간략 소개</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 미 전역에 약 5,300개의 매장을 운영 중이며, 약 150개의 물류센터를 보유함</li> <li>- 2020년 기준 매출액은 5,240억 달러(약 705조 원)을 기록함</li> <li>- 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 등 다양한 형태로 매장을 운영 중임</li> <li>- 2020년 편의점 브랜드 스피드웨이(Speedway) 점포 3,900여 개를 인수함</li> </ul>
<b>유통채널명</b>	월마트(Walmart)		
<b>홈페이지</b>	www.walmart.com	<b>매장 수</b>	약 5,300개
<b>입점 절차</b>			

- 1) 홈페이지에서 직접 등록([www.corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier](http://www.corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier))
  - 매장 입점(Store&Club)과 온라인 입점(E-Commerce)을 선택하여 제안서 제출(한국어 번역 제공)
  - 홈페이지 기입 정보
    - ① 공급자 정보  
(공급자 이름, 공급자 번호[DUNS(Data Universal Numbering System: 국제 사업자 등록 번호, 지역별로 사업체를 식별하는 9자리의 고유번호)], 납세자 식별 번호, 회사 주소, 연락담당자, 전화번호, 이메일 주소, 계좌 정보 등)
    - ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 외 제품 설명)
    - ③ 참고자료(회사소개서, 카탈로그 등)
- 2) 로컬 에이전트를 통한 등록
- 3) 문의사항 연락처
  - 이메일: [supplier64@wal-mart.com](mailto:supplier64@wal-mart.com)

#### 매장 전경 및 내부 사진



## 2) 크로거(Kroger)

		<b>간략 소개</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국 35개 주에서 매장을 운영 중이며, 약 44개의 물류센터를 보유함</li> <li>- 2020년 기준 매출액은 1,212억 달러(약 163조 원)을 기록함</li> <li>- 자사 브랜드 판매 매출액이 전체의 약 26%를 차지함</li> <li>- 2020년부터 매장 픽업 서비스를 무료로 제공함</li> <li>- 수입 식품을 취급 중이나 현지 생산 제품을 선호함</li> </ul>
<b>유통채널명</b>	크로거(Kroger)		
<b>홈페이지</b>	www.kroger.com	<b>매장 수</b>	약 2,740개
<b>입점 절차</b>			

- 1) 홈페이지를 통해 사전등록 후 제안서 제출  
(www.thekrogerco.com/vendors-suppliers/become-a-supplier)
  - 이메일로 'The Supplier Hub'로부터 제안서 관련 내용 회신
  - 사전등록 시 필요한 정보(회사명, 사업자등록번호/납세자식별번호, 연락처)
  - 사업자등록번호/납세자번호 없이 사전 등록 불가
  - 사전등록 후: 이메일 회신에 첨부된 링크 접속 후 User ID와 임시 비밀번호를 이용하여 등록 절차 완료
  - 제품 설명은 정해진 형식에 따라 작성
- 2) 로컬 에이전트를 통한 등록
- 3) 평가 기준
  - ① Animal Welfare Policy 기준 충족
  - ② GCC<sup>1)</sup> 및 KGCC<sup>2)</sup> 취득
  - ③ 크로거사의 벤더관리시스템(Supplier Hub)을 통해서만 입점 가능

### 매장 전경 및 내부 사진



- 1) General Certificate of Conformity, 일반 소비재 적합성 인증서: 일반 소비재가 관련 안전 규칙 및 법령에서 제시하는 기준을 준수, 제품이 적합함을 확인하는 인증
- 2) Kroger General certificate of Conformity: 해당 상품이 연방 및 주정부 표준과 크로거(Kroger)에서 제시한 품질, 성능 등 표준을 준수하고 있음을 확인하는 인증

### 3) 타겟(Target)

		<b>간략 소개</b> - 1902년 설립된 미국 유통업체 타겟 코퍼레이션이 운영하는 하이퍼마켓 유통채널 중 하나인 타겟 - 1962년 첫 번째 매장을 오픈한 이래로 현재 까지 미국 50개 주, 콜롬비아 특별구에 매장을 운영 중임 - 고품질 상품을 낮은 마진으로 제공함으로써 제품의 품질과 가격 경쟁력을 확보하는 전략을 추구하고 있음	
<b>유통채널명</b>	타겟(Target)		
<b>홈페이지</b>	www.target.com	<b>매장 수</b>	1,948개

매장 전경 및 내부 사진



### 4) 타겟(Whole Foods Market)

		<b>간략 소개</b> - 1980년 미국 텍사스주 오스틴 작은 상점에서 출발한 유기농 마켓 - 홀푸드 마켓(Whole Foods Market Inc.)은 인공 첨가제가 포함되지 않은 유기농 식품을 전문적으로 판매하는 미국의 슈퍼마켓 체인 - 북아메리카 및 영국에 479개의 점포 운영 중	
<b>유통채널명</b>	홀푸드 마켓(Whole Foods Market)		
<b>홈페이지</b>	www.wholefoodsmarket.com	<b>매장 수</b>	약 500개

매장 전경 및 내부 사진



5) 코스트코(Costco)


		<b>간략 소개</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 코스트코는 미국의 창고형 도매 유통 기업</li> <li>- 주로 코스트코 창고에서 물건을 판매함</li> <li>- 1983년 짐 시네갈과 제프리 브로트먼이 기업 고객을 대상으로 하는 도매 유통사업을 시작함</li> <li>- 본사는 워싱턴주 이사콰에 위치함</li> </ul>
<b>유통채널명</b>	코스트코(Costco)		
<b>홈페이지</b>	<a href="http://www.costco.com">www.costco.com</a>	<b>매장 수</b>	579개

매장 전경 및 내부 사진



## 주요 유통채널 정보: (3) 온라인

### 1) 아마존

		<b>간략 소개</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1994년 설립된 미국 최대 온라인 종합 쇼핑몰</li> <li>- 친환경 식료품 전문 슈퍼마켓인 홀푸드 마켓(Whole Foods Market)을 인수함</li> <li>- 신선 식품 등 식품 전문 배송 서비스인 아마존프레시 (Amazon Fresh)를 운영 중임</li> </ul>
<b>매출액</b>	4,698억 달러 (약 674조 원) (2021년 기준)	
<b>홈페이지</b>	www.amazon.com	
<b>입점 절차</b>		
<p>1) 홈페이지를 통한 직접 등록(services.amazon.com/services/soa-approval-category)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Grocery&amp;Gourmet Food 카테고리 'Requirement' 눌러 자격조건 확인 후 'Contact Us' 클릭하여 입점 문의 제출</li> <li>- 홈페이지 등록 정보             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일)</li> <li>② 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량)</li> </ul> </li> </ul>		
<p>2) 평가 기준</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>① 아마존 행동강령 준수</li> <li>② 아마존 PB 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증</li> </ul>		

# II

## 경쟁사





## 01

## 경쟁사 선정 및 분석

## 경쟁사 선정 기준

지원 기업이 선정한 업체와 현지 유통채널에서 판매 중인 제품의 제조사를 기준으로 경쟁사를 선정함. 이에 따라 선정한 경쟁제품 및 경쟁사는 아래와 같음

- 1) O사
- 2) Kadoya
- 3) Kikkoman

## 1) O사

경쟁사 기본 정보			- 경상북도 예천군에서 참깨를 재배하는 7개 농가가 참기름을 생산한 것을 시작으로 2013년 영농조합법인을 설립함
	업체명	O사	
	홈페이지	<a href="http://omui.co.kr/">http://omui.co.kr/</a>	
	연락처	+82-54-6522-0069	
	주소	경상북도 예천군 보문면 미호길 86	
제품 현황			
유통 현황	오프라인	확인되지 않음	
	온라인	아마존	

## 2) Kadoya

경쟁사 기본 정보			<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1858년 설립한 참깨 제품의 선두 기업</li> <li>- 엄선된 생참깨를 사용, 최신 설비를 통한 철저한 품질관리, 독자적이고 엄격한 품질 기준으로 관리한 제품을 공급</li> <li>- 주력 제품으로 참기름, 라유, 식용 참깨 제품, 참깨 가루가 있음</li> </ul>
	업체명	Kadoya	
	매출액	286억 5,400만 달러(2022년 3월 31일 기준)	
	직원 수	402명(2022년 3월 31일 기준)	
	홈페이지	<a href="https://www.kadoya.com/english/">https://www.kadoya.com/english/</a>	
연락처	+81-3-3492-5545		
주소	8-2-8, Nishigotanda Shinagawa-Ku, Tokyo, 141-0031 Japan		
제품 현황			
유통 현황	오프라인 온라인	H Mart 아마존	

## 3) Kikkoman

경쟁사 기본 정보			<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1917년 설립된 일본의 대표적인 간장 브랜드 기업</li> <li>- 일본 시장에 기꼬만 간장, 기꼬만 만조 미린, 델 몬테 토마토 제품, 산스 와인 등 다양한 식품을 제공함</li> <li>- 기꼬만 제품은 미국, 아시아 및 유럽에 위치한 7개의 해외 공장에서 100개국 이상에 공급되고 있음</li> </ul>
	업체명	Kikkoman	
	매출액	5,164억 4,000만 엔(2022년 3월 31일 기준)	
	직원 수	7,686명(2022년 3월 31일 기준)	
	홈페이지	<a href="https://www.kikkoman.com/">https://www.kikkoman.com/</a>	
연락처	+81-3-5521-5360		
주소	2-1-1 Nishi-Shinbashi, Minato-ku, Tokyo 105-8428, Japan		
제품 현황			
유통 현황	오프라인 온라인	확인되지 않음 아마존	

# III

## 경쟁력 파악



# 01 제품 경쟁력 검증

## 경쟁제품 10개, 100g당 평균 가격은 4.70달러

- 참기름 경쟁제품 10개 품목의 평균 100ml당 평균 가격은 4.70달러(약 6,030원)으로 조사됨
- 경쟁제품 중 100ml당 가격이 가장 높은 제품은 아마존에서 판매되고 있는 O사의 참기름(16.11달러)로 조사됨
  - 그 외에, R사의 진 최고급 참기름(8.00달러), S사의 통참깨 참기름(3.75달러), C사의 참기름(3.74달러) 등의 순으로 나타남
  - 100ml당 가격이 가장 낮은 제품은 H마트에서 판매 중인 Kadoya의 참기름(1.75달러)으로 조사됨



그림 9

참기름 경쟁제품 유형별 분석

(단위: 달러)

제품명	원산지	온/오프라인	유통매장	100ml당 가격
<b>신청기업</b>	<b>한국</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>18.81</b>
O사 참기름	한국	온라인	아마존	16.11
진 최고급 참기름	한국	온라인	아마존	8.00
S사 통참깨 참기름	한국	오프라인	한인마트	3.75
C사 참기름	한국	오프라인	한인마트	3.74
C사 통참깨 참기름	한국	오프라인	한인마트	3.33
Pure Seame Oil	일본	오프라인	한인마트	2.75
GEISHA 참기름	일본	오프라인	한인마트	2.70
H사 참기름	한국	오프라인	한인마트	2.49
고소한 참기름	한국	오프라인	한인마트	2.40
Kadoya 참기름	일본	오프라인	한인마트	1.75

## 100ml당 평균 가격은 오프라인 2.86달러, 온라인 12.05달러로 조사됨

오프라인과 온라인별 100ml당 판매 가격을 비교한 결과, 온라인의 평균 가격이 12.05달러(약 1만 5,470원)로 오프라인 평균 가격인 2.86달러(3,670원) 대비 321% 높게 나타남

아마존에서 판매되는 2개 경쟁제품의 100ml당 가격을 비교한 결과, O사의 참기름이 16.11달러로 가장 높게 나타남

- R사의 진 최고급 참기름의 100ml당 가격은 8.00달러로 나타남

H마트와 시온마켓에서 판매 중인 10개 경쟁제품의 100ml당 가격을 비교한 결과, S사 통참깨 참기름이 3.75달러로 가장 높게 나타남

- 이어서 C사 참기름(3.74달러), C사 통참깨 참기름(3.33달러), Kadoya의 Pure Sesame Oil(2.75달러) GEISHA의 참기름(2.70달러) 등의 순으로 나타남



그림 10

온라인상 경쟁제품 100ml당 가격 비교

(단위: 달러)

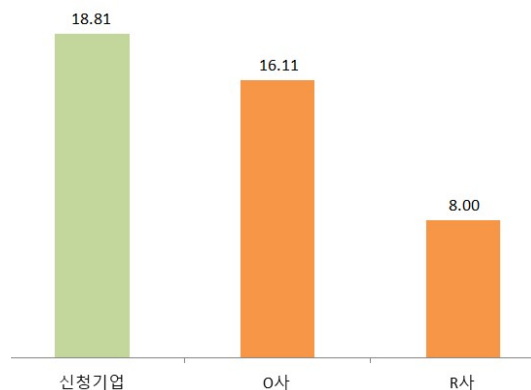
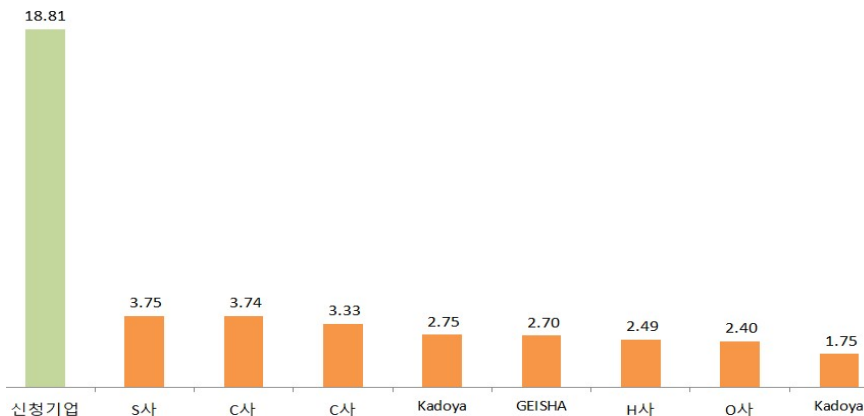


그림 11

오프라인상 경쟁제품 100ml당 가격 비교

(단위: 달러)




# 02 벤치마킹 제품 분석

## 제품 성분과 맛을 강조

경쟁제품은 한국산과 일본산 제품으로 구분됨. 원산지에 상관없이 이들 제품 모두 마케팅 포인트로 참깨 100%, 순수 참기름 100% 등의 성분적 특성을 강조하고 있음. 또한 100% 순수 제품인 만큼 깊고 고소한 맛임을 함께 홍보하는 경우가 많음. 따라서 다른 성분이 무첨가된 원료 100%의 제품이 소비자들에게 어필할 수 있는 효과적인 문구인 것으로 보임

## 패키지는 용량이나 가격과 관계없이 다양함

조사 제품 10개 중 6개 제품의 패키지가 유리병이나 페트병, 캔 제품도 같이 판매되고 있음. 가격이나 제품 용량과 관계없이 패키지 형태가 상이하어, 특정 형태가 선호되고 있는 것은 아닌 것으로 보임

 **그림 12** 참기름 경쟁제품 패키지 분석

제품명	원산지	패키지	100ml당 가격	총 용량(ml)
O사 참기름	한국	유리병	16.11	180
진 최고급 참기름	한국	유리병	8.00	375
S사 통참깨 참기름	한국	페트	3.75	200
C사 참기름	한국	유리병	3.74	160
C사 통참깨 참기름	한국	유리병	3.33	300
Pure Seame Oil	일본	페트	2.75	327
GEISHA 참기름	일본	유리병	2.70	185
H사 참기름	한국	유리병	2.49	160
고소한 참기름	한국	캔	2.40	500
Kadoya 참기름	일본	캔	1.75	1,656

## 온/오프라인 경쟁제품 가격 차이

오프라인에서 판매 중인 경쟁제품의 100ml당 단가는 1~3 달러 사이에서 형성되어 있는 반면 온라인 제품은 8달러(진 최고급 참기름), 16.11달러(오사 참기름)로 상대적으로 높은 가격대의 제품도 판매중임

## 온라인 마케팅

아마존에서 판매 중인 경쟁제품의 상세 페이지에는 관련 비디오 클립이 같이 노출되고 있음. 참기름을 활용한 요리 레시피를 포함하여, 기타 활용법, 참기름 추출 방법 등 관련된 동영상이 제품의 설명과 함께 같이 보여지고 있음. 참기름이 익숙하지 않은 현지 소비자들에게 제품에 대한 이해를 높이고, 구매를 이끌 수 있도록 온라인에서 활용할 수 있는 다양한 수단을 활용하고 있는 것으로 보임



그림 13

### 참기름 경쟁제품 아마존 판매 페이지 내 비디오 클립

이 제품에 대한 동영상

관련 제품에 대한 비디오



자료 : 아마존

## 인증 마케팅은 소수 제품에서만 활용 중임

경쟁제품 중 한국산 오사 참기름과 일본산 GEISHA 제품만이 인증을 취득하여 마케팅에 활용하고 있음. 두 제품은 취득 인증에 차이를 보임. 한국산 오사 참기름은 식품 안전과 관련한 HACCP, ISO 22000 인증을 홍보하고 있음. 반면 일본산 GEISHA 참기름은 제품의 성분과 관련된 Vegan과 Pareve 인증을 홍보하여, 두 제품의 인증을 활용한 마케팅 포인트가 다른 것을 알 수 있음

# IV

## 시사점





## 01

## 수출 확대 방안

**프리미엄 전략을 통한 온라인 판매 권장**

경쟁제품 중 오프라인에서 판매되고 있는 제품의 100ml당 단가 평균이 2.86달러인 것에 반해 온라인은 12.05달러로 가격대가 높게 형성되어 있음. 지원 기업의 희망 판매 가격은 경쟁제품들의 100ml당 가격과 비교했을 때, 가장 높음. 따라서 희망 가격대에 제품을 판매하기 위해서는 프리미엄 전략을 활용하고 아마존 등 온라인 채널에서의 판매하는 것이 적절할 것으로 판단됨

또한 현지조사원이 조사한 10개 경쟁제품 중 2개 제품만 보유 인증에 대해 홍보하고 있음. 따라서 효능이나 성분의 우수성을 강조한 제품 마케팅에 비건, 코셔 등의 인증을 취득하여 함께 홍보한다면 소비자들에게 더욱 신뢰감을 주고, 제품 홍보에 있어서 다른 경쟁제품들에 비해 차별화된 경쟁력을 갖출 수 있을 것으로 보임

참기름을 활용한 요리에 친숙하지 않은 미국 현지 소비자들에게 제품을 활용한 레시피나 기타 활용법 등을 홍보하는 온라인 마케팅을 병행한다면 K푸드에 관심이 높은 현지 소비자들을 확보할 수 있을 것으로 판단됨

**오프라인 판매 시 가격 경쟁력 확보 필요**

오프라인 채널에서 제품을 판매하기 위해서는 제품의 단가를 낮춘 저가 제품 개발이 필요할 것으로 판단됨. 국내 판매자가 직접 입점해 판매할 수 있는 아마존과 달리, 미국의 슈퍼마켓 또는 한인마트에 입점하기 위해서는 판매에 적합한 가격을 책정해야 입점 가능성이 높아짐

현재 지원 기업의 희망 판매 가격은 다소 높게 형성되어 있어 오프라인 판매 시 경쟁제품 대비 가격 경쟁력 확보가 필요할 것으로 분석됨

## 참고문헌



### □ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. Progressive Grocer
3. www.amazon.com
4. www.walmart.com
5. www.wholefoodsmarket.com
6. www.costco.com
7. www.hmart.com
8. www.zionmarket.com
9. 한국과학기술기획평가원(KISTEP)

### □ 참고 자료

1. Euromonitor International, "Edible Oils in the US", 2021.12

## 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.