



No. 2022-93  
품목 즉석식품(Instant Food)  
HS CODE 1602.90.1000  
국가 미국(USA)



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

<b>I</b>	<b>경쟁제품</b>	3
	1. 경쟁제품 선정 2. 조사지표 선정 3. 현지조사 결과	
<b>II</b>	<b>경쟁사</b>	20
	1. 경쟁사 선정 및 분석	
<b>III</b>	<b>경쟁력 파악</b>	26
	1. 제품 경쟁력 검증 2. 벤치마킹 제품 분석	
<b>IV</b>	<b>시사점</b>	32
	1. 수출 확대 방안 2. 참고문헌	

I

경쟁제품



## 01

## 경쟁제품 선정

## 지원기업 품목 분석

지원 기업의 제품은 냉동 즉석식품으로, 다양한 한식 요리와 패키지 구성이 존재하여 소비자들이 취향에 맞추어 선택할 수 있는 장점이 있음

(제품 유형) 냉동 밀키트(Ready To Eat) 및 냉동 즉석식품

(경쟁제품) C사의 '동대문식 닭한마리', E사의 '짬뽕 밀키트', MARUHA NICHIRO의 '냉동피자' 등

지원 기업이 지원 제품을 특정하지 않아 보다 자세한 분석에는 어려움이 따름

## 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
  - 지원 기업 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

## 미국 Ready Meal 시장 브랜드별 점유율

지원기업의 냉동 즉석식품 제품은 미국의 Ready Meal 제품군에 속함

미국 Ready Meal 시장 점유율을 조사한 결과, 2022년 상위 5개 업체인 Stouffer's, Kraft, Jimmy Dean, Hot Pockets, Marie Callender's가 22.3%를 차지하는 것으로 나타남

- 시장 점유율 1위 브랜드인 Stouffer's가 6.6%를 기록하였으며, Kraft가 4.7%, Jimmy Dean은 3.8%, Hot Pockets은 3.7%, Marie Callender's는 3.5%를 차지함
- 상위 10개 기업이 차지하는 시장 점유율은 2022년 기준 36.3%임



표 1

미국 Ready Meal 시장 업체별 시장 점유율 추이(2018-2022년)

(단위: %)

업체명	2018	2019	2020	2021	2022
1 Stouffer's (Nestlé SA)	6.3	6.4	6.3	6.8	6.6
2 Kraft (Kraft Heinz Co)	4.4	4.2	4.6	4.3	4.7
3 Jimmy Dean (Tyson Foods Inc)	3.9	4.0	4.0	3.9	3.8
4 Hot Pockets (Nestlé SA)	3.3	3.4	3.4	3.6	3.7
5 Marie Callender's (ConAgra Brands Inc)	3.3	3.2	3.4	3.6	3.5
6 Lean Cuisine (Nestlé SA)	4.1	3.6	3.1	3.3	3.1
7 Totino's Pizza Rolls (General Mills Inc)	2.7	2.7	2.8	3.0	3.1
8 Healthy Choice (ConAgra Brands Inc)	3.2	3.2	3.0	3.1	3.0
9 Hormel (Hormel Foods Corp)	2.7	2.6	2.7	2.4	2.4
10 Banquet (ConAgra Brands Inc)	2.3	2.4	2.3	2.4	2.4
11 Amy's Kitchen (Amy's Kitchen Inc)	2.6	2.5	2.5	2.4	2.3
12 Velveeta (Kraft Heinz Co)	1.7	1.6	1.7	1.8	2.0
13 Bibigo (CJ Corp)	1.2	1.4	1.6	1.8	1.9
14 El Monterey (Ruiz Food Products Inc)	2.3	2.3	2.0	2.0	1.9
15 Uncrustables (JM Smucker Co, The)	1.4	1.5	1.6	1.7	1.8
16 Chef Boyardee (ConAgra Brands Inc)	1.7	1.7	1.7	1.5	1.6
17 Birds Eye (ConAgra Brands Inc)	1.5	1.4	1.3	1.3	1.2
18 Knorr (Unilever Group)	1.3	1.3	1.3	1.2	1.2
19 Bertolli (ConAgra Brands Inc)	1.3	1.3	1.3	1.3	1.1
기타	51.2	50.7	50.6	51.4	51.3
<b>상위 10개 업체 총합</b>	<b>36.2</b>	<b>35.7</b>	<b>35.6</b>	<b>36.4</b>	<b>36.3</b>
<b>총계</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

자료: Euromonitor International

## 오프라인 유통채널 선정

Euromonitor International에 따르면, 미국 Ready Meal 시장은 2021년 기준 하이퍼마켓에서 36.8%, 슈퍼마켓에서 36.2%의 점유율로 유통되고 있음

- 또한, 2021년 미국의 하이퍼마켓 브랜드 점유율은 Walmart Supercenter가 전체의 85.0%를



차지하고, 이어서 Meijer가 5.7%, Super Target이 3.6%, Kroger Marketplace가 2.7%, Fred Meyer Stores가 2.6%, H-E-B Plus(HE Butt Grocery Co)가 1.2%를 차지함  
 - 같은 해 슈퍼마켓 브랜드 점유율은 Publix가 1위로 전체의 8.0%를 기록함. 이어서 Kroger가 7.7%, Safeway가 6.0%, H-E-B(HE Butt Grocery Co)가 4.4%, Walmart Neighbourhood Market이 3.5%를 차지함. 상위 10위권 기업의 점유율은 43.5%, 기타가 56.5%를 차지하여 브랜드간 경쟁이 치열한 것으로 파악됨

하지만, 한식 냉동 즉석식품이라는 지원 기업의 제품 특성으로 인해 Walmart 및 Publix 등에서 경쟁제품을 찾아보기 어려움. 따라서 미국 내 한식 제품을 전문으로 취급하는 한인 마트인 H마트와 시온마켓을 조사 대상으로 선정함

## 온라인 유통채널 선정

Statista에 따르면, 2022년 기준 미국의 전자상거래 시장 기업별 점유율은 Amazon이 전체의 37.5%를 차지하였으며, 이어서 Walmart가 6.3%를 차지함

 표 2 미국 주요 전자상거래 시장 기업별 점유율(2022년)

기업명	점유율
Amazon	37.8%
Walmart	6.3%
Apple	3.9%
eBay	3.5%
Target	2.1%
The Home Depot	2.1%
Best Buy	1.6%
Costco	1.6%
Carvana	1.5%
Kroger	1.4%
Wayfair	1.1%
Chewy	1.0%
Macy's	0.9%
기타	35.2%
전체	100.0%

자료: Statista

특히, Walmart는 Amazon 대비 온라인 식료품의 구매율이 확연히 높은 것으로 나타남. 2021년 온라인 마켓플레이스 마케팅 업체인 Junglescout의 보고서에 따르면, Walmart의 식료품 구매 비중이 41%로 모든 카테고리 가장 높게 나타났으며, Amazon(20%) 대비 2배 이상 높은 것으로 나타남

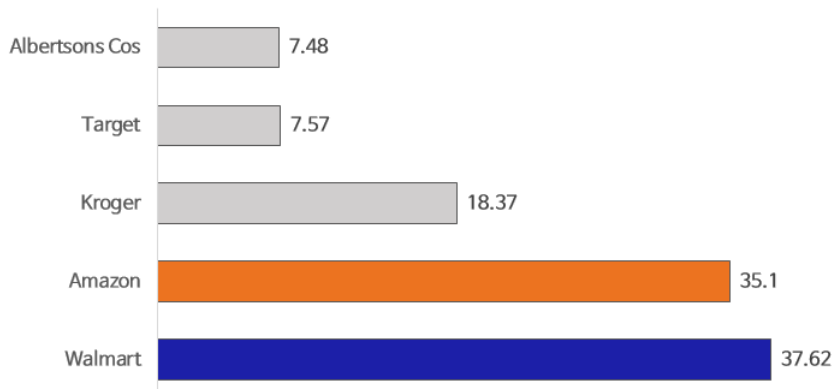
Forrester Research의 2022년 2분기 보고서에 따르면, 미국 전체 식용 부패성 제품(Edible perishable) 온라인 판매액의 35%가 Walmart를 통해 거래됨

- 반면, 식용 비부패성(Edible nonperishable) 제품 비중의 경우 Amazon(36%)이 Walmart(25%) 대비 높게 나타남. 즉, 신선 및 냉장 냉동 식품은 Walmart 구매 비중이 압도적으로 높게 나타났으며, 그 외 음료 등을 포함한 일반적인 가공 식품 구매 비중은 Amazon이 높게 나타남

그 외, 2022년 매출액 순위는 Kroger(183억 7,000만 달러), Target(75억 7,000만 달러), Albertsons Cos(74억 8,000만 달러) 순으로 예상됨

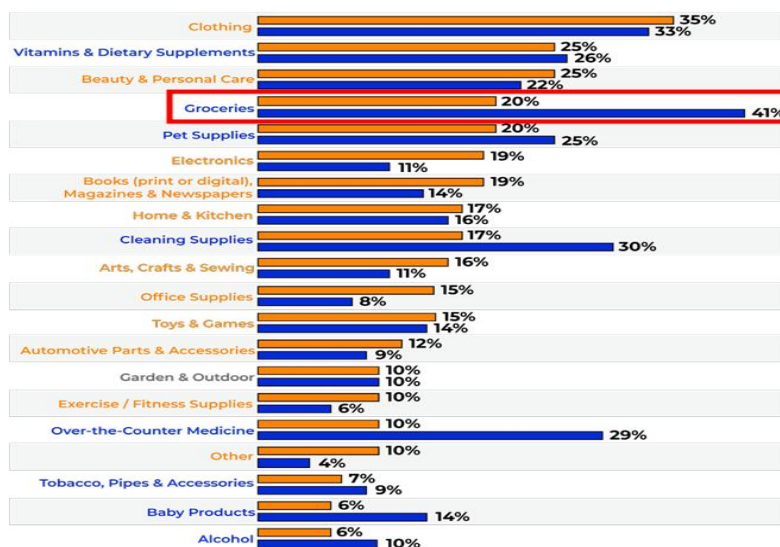
**그림 3** 2022년 2분기 기준 미국 온라인 식품 매출액 현황

(단위: 십억 달러)



자료: eMarketer, OBERLO

**그림 4** 2021년 온라인 카테고리별 Amazon과 Walmart 매출 비율 비교



\*주: 주황색은 Amazon, 파란색은 Walmart 관련 수치임

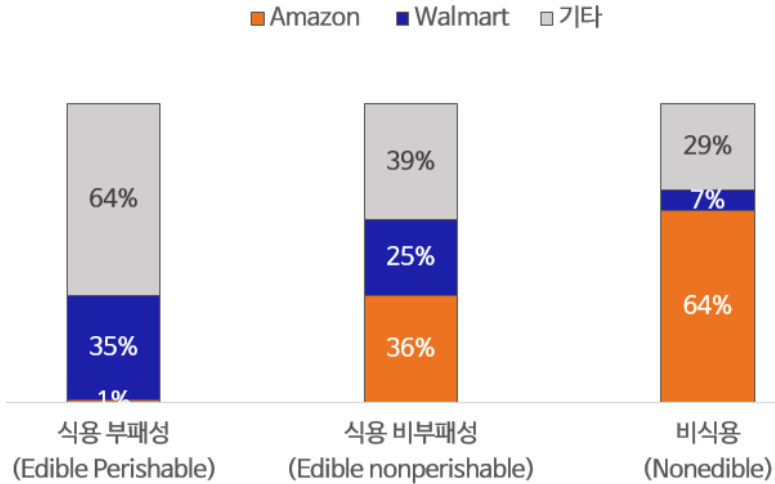
자료: JungleScout, "Amazon vs. Walmart: the Growth&Future of Ecommerce"





그림 5

Amazon과 Walmart의 식용/비식용 구매 비율 비교



자료: Forrester, US Online Grocery Snapshot: Q2 2022

지원 기업 제품의 대부분이 냉동식품인 점을 고려했을 때, 상대적으로 냉동식품의 판매 및 배송에 어려움이 따르는 Amazon에서는 관련 제품을 찾아보기 어려움. 따라서 지역마다 오프라인 매장을 운영하며 식료품 전문 유통 기업인 Walmart를 온라인 유통채널 조사 대상으로 선정함

## 경쟁제품 선정 결과

### 오프라인 경쟁제품 선정 기준

- 지원 기업의 제품을 대체할 수 있거나 직접적인 경쟁 대상에 속하는 한식 냉동 제품

### 온라인 경쟁제품 선정 기준

- 현지인들의 식습관 및 냉동식품 섭취 트렌드를 파악하고 싶다는 지원 기업의 요청을 수용하여 조사 범위를 한식 제품이 아닌 전체 냉동 즉석식품으로 확장함
- 이를 바탕으로 하이퍼마켓 점유율 1위이자 슈퍼마켓 점유율 5위, 전자상거래 점유율 2위인 Walmart의 온라인 홈페이지(www.walmart.com)에서 가장 인기 있는 냉동 즉석식품을 조사 대상으로 선정함

# 02 조사지표 선정

## 조사지표 선정

제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함





표 1

오프라인 경쟁제품 조사지표 선정


조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
중량	g	제품의 중량
선정 사유	인기 제품, 신제품 등	해당 제품을 경쟁제품으로 선정한 사유
생산지	현지산 제품	미국 현지 브랜드 제품
	수입산 제품	글로벌 브랜드 제품
포장 형태	파우치	유연한 플라스틱 파우치 포장
	트레이	딱딱한 플라스틱 트레이 포장
성분	원료 및 첨가물	원유 함유량 등 영양과 맛 관련한 핵심 성분
마케팅 포인트	제품의 홍보 문구 및 주요 효과	

# 03 현지조사 결과

## 오프라인 경쟁제품 판매 현황


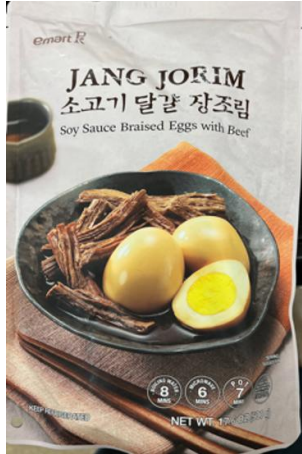
경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
원산지	한국	한국
제품명	얇은피 짬뽕속 고기야채만두	바삭한 북경군만두
제조사	P사	H사
포장 형태	플라스틱 파우치	파우치
조사매장	H마트	H마트
가격	10.99달러(약 1만 4,160원 <sup>1)</sup> )	7.99달러(1만 290원)
중량	560g	1.2kg
성분	돼지고기, 양파, 당면, 정제수, 돈지방, 대파, TVP, 부추, 절임배추, 마늘, 새송이버섯, 고기맛풍미분, 농축 소고기스톡, 정백당, 양조간장, 굴소스, 옥수수전분, 이노신산이나트륨, 구아닐산이나트륨, 소고기 분말, 소금, 흑후추, 생강 분말	밀가루, 말린 무, 중국당면, 콩단백질, 양배추, 파, 부추, 양파, 글루타민산나트륨, 설탕, 마늘, 참깨, 후추가루, 생강, 식물성 기름, 소금, 간장, 감자전분, 참기름, 양파 콩기름, 콩기름소스
인증	-	-
마케팅 포인트	돼지고기를 함유한 제품	신선한 재료를 이용한 풍부하고 담백한 맛
선정사유	인기 제품	인기 제품

1) 2022년 12월 21일 하나은행 매매기준율(1달러=1,283원)

경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
원산지	한국	한국
제품명	안주야 매운곱창볶음	깔끔담백한 맛 홍합미역국
제조사	C사	C사
포장 형태	플라스틱 트레이	파우치
조사매장	H마트	H마트
가격	16.99달러(약 2만 1,880원)	5.99달러(약 7,700원)
중량	198g	500g
성분	곱창, 할라피뇨, 당근, 물, 고추장, 고춧가루, 콘시럽, 설탕, 마늘가루, 양파가루, 대두유, 알코올, 변형된 옥수수전분, 레몬, 사과소스, 레몬그라스, 생강가루, 참기름, 소금, 후추, 캡사이신 파우더, 파프리카 색소, 등	육수, 김, 홍합살, 소금, 간장, 마늘, 참기름, 구아닐산이나트륨
인증	-	식품안전관리인증
마케팅 포인트	고추장소스에 할라피뇨와 당근을 곁들임	데우기만 하면 완성되는 간편조리식, 100% 국내산 재료와 전통방법으로 조리
선정사유	인기 제품	인기 제품







경쟁제품 정보	제품5	제품6
제품 사진		
원산지	한국	한국
제품명	삼계탕	비비고 순살양념치킨
제조사	H사	C사
포장 형태	파우치	파우치
조사매장	H마트	시온마켓
가격	11.99달러(약 1만 5,400원)	10.49달러(약 1만 3,500원)
중량	1.76lb	510g
성분	닭고기 육수, 닭고기, 찹쌀, 인삼, 밤, 대추, 마늘	닭(White chicken meat, Dark chicken meat, 물, 밀가루, 옥수수전분 등), 소스(설탕, 물, 고추장, 간장, 옥수수 시럽, 카놀라유 등) Inspected for wholesomeness by U.S.
인증	Ministry of Food and Drug Safety	Inspected for wholesomeness by U.S.
마케팅 포인트	간편한 인삼 닭 스투 제품으로, 신선한 영계에 인삼 대추 찹쌀을 넣고 오래 끓임	풍부한 육즙, 바삭한 튀김옷, 무항생제 닭
선정사유	인기 제품	인기 제품

경쟁제품 정보	제품7	제품8
제품 사진		
원산지	미국	미국
제품명	주꾸미삼겹볶음	소고기 달걀 장조림
제조사	E사	E사
포장 형태	파우치	파우치
조사매장	시온마켓	시온마켓
가격	8.99달러(약 1만 1,500원)	9.49달러(약 1만 2,200원)
중량	300g	500g
성분	주꾸미, 돼지고기, 호박, 녹색 양배추, 양파, 파, 당근, 간장 등	삶은 달걀, 물, 소고기, 간장, 콘시럽, 설탕, 미림, 육수 등
인증	-	-
마케팅 포인트	진짜 한국의 맛, 끓는 물에 6분, 전자레인지에 4분, 팬에 3분	끓는 물에 8분, 전자레인지에 6분, 냄비에 7분
선정사유	인기 제품	인기 제품



## 온라인 경쟁제품 판매 현황

지원 기업의 요청사항에 따라, 미국 주요 온라인 쇼핑몰인 Walmart에서 판매 중인 전체 냉동 즉석식품 제품 중 가장 인기 있는 상위 12개 제품을 조사 대상으로 선정함

경쟁제품 정보	제품1	제품2
제품 사진		
제품명	Marie Callender's Aged Cheddar Cheesy Chicken & Rice Bowl, Frozen Meals	Marie Callender's Slow Roasted Beef Pot Roast Bowl, Frozen Meals
브랜드	Marie Callender's	Marie Callender's
가격	3.28달러(약 4,200원 <sup>2)</sup> )	3.28달러(약 4,200원)
용량	340g	312g
특징	- 부드러운 닭가슴살, 밥, 브로콜리에 풍부한 치즈 소스를 더함	- 부드러운 쇠고기에 야채와 그레이비 소스가 어우러져 풍미를 더함
경쟁제품 정보	제품3	제품4
제품 사진		
제품명	Banquet Salisbury Steaks & Brown Gravy Family Size	Totino's Pizza Rolls, Pepperoni Flavored, Frozen Snacks
브랜드	Banquet	Totino's
가격	3.57달러(약 4,590원)	5.48달러(약 7,000원)
용량	128g x 6개입	85g x 8개입
특징	- 닭고기, 돼지고기, 소고기로 제조함	- 클래식한 페퍼로니 피자를 팝핑 바이트 피자를 형태로 제조함

2) 2022년 12월 21일 하나은행 매매기준율(1달러=1,283원)

경쟁제품 정보	제품5	제품6
제품 사진		
제품명	Great Value Garlic Texas Toast	Marie Callender's Frozen Meal, Kansas City Style Pulled Pork Mac & Cheese Bowl
브랜드	Great Value	Marie Callender's
가격	2.24달러(약 2,800원)	3.28달러(약 4,200원)
용량	319g	312g
특징	- 두껍게 썬 마늘로 만들어 풍미가 좋으며, 일관된 제품 품질을 보장하기 위해 냉동 전에 완벽하게 구워짐	- 맥앤치즈에 체다치즈를 얹고 BBQ 소스로 코팅한 폴드 포크를 얹어 달콤함과 짭짤함의 적절한 조화를 제공
경쟁제품 정보	제품7	제품8
제품 사진		
제품명	Marie Callender's Chicken Pot Pie Large Size	Marie Callender's Swedish Meatballs Bowl
브랜드	Marie Callender's	Marie Callender's
가격	3.48달러(약 4,400원)	3.28달러(약 4,200원)
용량	200g	326g
특징	- 부드러운 흰 살코기 닭고기, 짭짤한 야채, 그레이비 소스로 제조	- 부드러운 파스타를 곁들인 맛있는 스웨덴식 미트볼과 풍부한 사위크림 소스를 더해 풍미를 더함

경쟁제품 정보	제품9	제품10
제품 사진		
제품명	Stouffer's Meat and Sauce Lasagna Meal	El Monterey Beef & Bean Burritos
브랜드	Stouffer's	El Monterey
가격	3.48달러(약 4,400원)	5.26달러(약 6,400원)
용량	297g	113g x 8개입
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 점심 또는 저녁 식사를 빠르게 해결</li> <li>- 비프, 허브 시즈닝 토마토소스, 리얼 모짜렐라 치즈가 포함된 냉동 라자냐 디너</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 진짜 쇠고기와, 정통 멕시코 향신료로 만들었으며, 오븐에서 구운 밀가루 토르티야와 함께 먹는 요리</li> </ul>
경쟁제품 정보	제품11	제품12
제품 사진		
제품명	Foster Farms Honey Crunchy Chicken Corn Dogs	Marie Callender's Beef Shepherd's Pie
브랜드	Foster Farms	Marie Callender's
가격	7.24달러(약 9,300원)	2.98달러(약 3,800원)
용량	75g x 16개입	326g
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 스테로이드와 호르몬을 사용하지 않은 닭고기를 이용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 풍부하고 짭짤한 그레이비소스에 양념한 쇠고기, 당근, 옥수수를 넣고 으갠 감자를 얹어 따뜻하고 든든한 식사를 즐길 수 있음</li> </ul>



## 주요 유통채널 정보

### 1. H마트



간략 소개  
및 주요  
이슈

- 한아름 그룹이 운영하는 미국의 슈퍼마켓 유통체인으로, 본사는 뉴저지 주린드허스트에 위치함
- 1982년 Queens Woodside에 단일 매장으로 시작하여 현재 미국 전역에 97개 이상의 매장을 보유
- 주요 타깃층은 한인으로 주요 고객의 절반을 차지하고 있으나, 미국 현지화 전략으로 중국이나 아시아계 소비자들도 많이 이용하고 있음
- 규모화된 아시안 마켓으로 신선부터 수산물의 경우 냉장, 냉동품까지 섹션이 굉장히 크게 구성됨

유통채널명	에이치마트(Hmart)	본사 소재지	300 Chubb Ave Lyndhurst, New Jersey, 07071-3502 USA
연락처	+1-201-507-9900	매출액 및 종업원 수	약 4억 8,587만 달러 / 약 4,600명
홈페이지	www.hmart.com	입점 방법 및 절차	

#### 1. 입점 제품 특징

- 1) 선호제품: 기존 플랫폼에 없는 신제품
- 2) 품목별 가격 경쟁력이 있고 질 좋은 제품
- 3) 특이사항
  - 한국산 공산품이 저렴한 편
  - 기존 전통적인 마켓에서 볼 수 없었던 특별한 종류의 식재료 구비
  - 다양한 국가의 식료품, 지역 커뮤니티에서 요구하는 물품 구비 노력
  - 현지 거주 한국인 맞춤 판매 전략
  - 자체 생산 고품질 김치 판매
  - 젊은 층을 공략하기 위한 최신 한국산 편의 식품 구비

#### 2. 등록 방법 및 정보

- 1) 홈페이지를 통한 등록
  - 홈페이지 상단 메뉴 About Us에 제휴/입점 클릭
  - 필요정보 기입 후 입점 문의 제출(www.gajumarketplace.com/shop)
  - 홈페이지 기입정보: 담당자명, 이메일, 입점 문의 자유기재
- 2) 입점 관련 문의사항 연락처
  - 전화: +1-(0)800-648-0980
  - 이메일: online@hmart.com

#### 방문 매장 정보



방문 매장 주소: 2625 Old Denton Rd #200, Carrollton, TX 75007

## 2. 시온마켓(Zion Market)



간략 소개  
및 주요  
이슈

- 1981년 설립되었으며, 캘리포니아, 텍사스, 조지아에 7개의 매장 보유
- 포인트 적립 및 프로모션 정보 받아볼 수 있는 시온마켓리워드 애플리케이션 보유

<b>유통채널명</b>	시온마켓(Zion Market)	<b>본사 소재지</b>	7655 Clairemont Mesa Blvd
<b>홈페이지</b>	www.zionmarket.com		San Diego, California, 92111-1512 USA

### 입점 방법 및 절차

1. 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의
  - 등록 시 필요한 일반적 정보
  - ① 공급자 정보  
(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)
  - ② 공급 제품 정보  
(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)
  - ③ 참고자료  
(회사소개서, 카탈로그 등)
2. 입점 관련 문의사항 연락처
  - 이메일: hr@zionmarket.com
  - 전화: +1-858-268-3300

### 방문 매장 정보



방문 매장 주소: 2405 S Stemmons Fwy, Lewisville, TX 75067

# II

## 경쟁사





# 01 경쟁사 선정 및 분석

## 경쟁사 선정 기준

미국 Ready Meal 시장에서 점유율이 높은 제조 업체를 조사 대상으로 선정함

1) Nestle Usa, Inc.

경쟁사 기본 정보		- 영유아식, 의료 식품, 물병, 아침식사 시리얼, 커피, 차, 과자류, 유제품, 아이스크림, 냉동식품, 애완동물 음식, 스낵 등을 제조하는 기업임											
	<table border="1"> <tr> <td>업체명</td> <td>Nestle Usa, Inc.</td> </tr> <tr> <td>매출액</td> <td>15억 2,000만 달러(2021년)</td> </tr> <tr> <td>직원 수</td> <td>1,200명</td> </tr> <tr> <td>홈페이지</td> <td>www.nestleusa.com</td> </tr> <tr> <td>연락처</td> <td>+1-703-682-4600</td> </tr> <tr> <td>주소</td> <td>1812 N Moore St Ste 118, Arlington, Virginia, 22209-1818</td> </tr> </table>	업체명	Nestle Usa, Inc.	매출액	15억 2,000만 달러(2021년)	직원 수	1,200명	홈페이지	www.nestleusa.com	연락처	+1-703-682-4600	주소	1812 N Moore St Ste 118, Arlington, Virginia, 22209-1818
업체명	Nestle Usa, Inc.												
매출액	15억 2,000만 달러(2021년)												
직원 수	1,200명												
홈페이지	www.nestleusa.com												
연락처	+1-703-682-4600												
주소	1812 N Moore St Ste 118, Arlington, Virginia, 22209-1818												
제품 및 브랜드 현황													
	       												

2) The Kraft Heinz Company



- 세계에서 가장 큰 식품 및 음료 회사 중 하나로, 조미료, 소스, 치즈, 유제품에서 45% 이상의 매출을 창출함

경쟁사 기본 정보

업체명	The Kraft Heinz Company
매출액	260억 400만 달러(2021년)
직원 수	596명
홈페이지	careers.kraftheinz.com
연락처	+1-412-456-5700
주소	1 Ppg Pl Ste 3400, Pittsburgh, Pennsylvania, 15222-5400

주요 브랜드



3) Conagra Brands, Inc.

경쟁사 기본 정보		- 북미 최고의 식품 브랜드 회사 중 하나로, Walmart 매장을 포함하여 미국 전역에서 널리 판매되는 유명 브랜드 포장 및 냉동식품을 만들고 판매함														
	업체명	Conagra Brands, Inc.														
	매출액	115억 4,000만 달러(2021년)														
	직원 수	1만 8,000명														
	홈페이지	www.conagrabrands.com														
	연락처	+1-312-549-5000														
	주소	222 Merchandise Mart Plz Ste 1300 Chicago, Illinois, 60654-1010														
주요 브랜드																

4) HelloFresh SE

경쟁사 기본 정보	<b>HELLOFRESH GROUP</b>	- 주로 베이킹 파우더, 효모 및 기타 발효 화합물, Ready Meal 및 기타 특수 식품을 제조하는 독일 기업임	
	업체명	HelloFresh SE	
	매출액	70억 9,000만 달러(2021년)	
	직원 수	1만 4,635명	
	홈페이지	www.hellofresh.de	
	연락처	+49-30208483160	
	주소	Prinzenstr. 89, Berlin, 10969	
주요 브랜드			
			



5) General Mills, Inc.

경쟁사 기본 정보		- 북미 최고의 식품 브랜드 회사 중 하나로, Walmart 매장을 포함하여 미국 전역에서 널리 판매되는 유명 브랜드 포장 및 냉동식품을 만들고 판매함
	업체명	General Mills, Inc.
	매출액	189억 9,000만 달러(2021년)
	직원 수	3만 2,500명
	홈페이지	www.generalmills.com
	연락처	+1-763-764-7600
	주소	1 General Mills Blvd, Minneapolis, Minnesota, 55426-1348
주요 브랜드	         	

# III

## 경쟁력 파악





# 01 제품 가격 경쟁력 분석

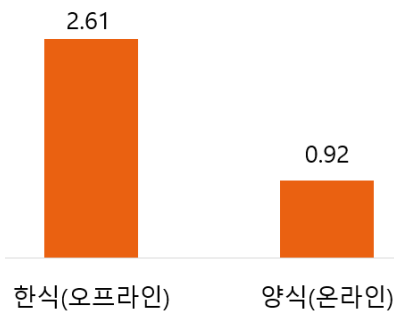
## 양식 제품이 한식 제품보다 저렴

오프라인(한인매장)에서 판매 중인 한식 냉동 즉석식품 경쟁 제품 8개 품목의 100g당 평균 가격은 2.61달러(약 3,354원<sup>3)</sup>)로 조사된 반면, 온라인(슈퍼마켓)에서 판매 중인 냉동 즉석식품 경쟁 제품 12개 품목의 100g당 평균 가격은 0.92달러(1,183)로, 양식이 한식에 비해 100g당 1.69달러 저렴한 것으로 나타남

- 오프라인과 온라인이라는 차이점은 있지만 상대적으로 미국 내 수요가 많아 경쟁이 치열하고, 여러 제조 업체가 진입해 있는 양식 시장이 규모의 경제 달성과 가격 경쟁 심화로 인해 저렴한 가격에 제품이 공급되고 있는 것으로 판단됨

그림 1 한식과 양식 냉동 즉석식품 100g당 가격 비교

(단위: 달러)



## 제품 유형별 평균 가격 비교

각 유형별로 가격을 비교하면, 파스타류의 평균 가격은 100g당 1.08달러였으며, 안주류는 5.79달러, 스낵류는 0.92달러, 소고기류는 0.98달러, 닭고기류는 1.57달러를 기록함

- 스낵류의 경우, 온라인 평균 가격은 100g당 0.66달러인 반면, 오프라인 평균 가격은 1.31달러로 오프라인이 온라인보다 0.65달러 비싼 것으로 나타남
- 닭고기류는 오프라인 평균 가격이 100g당 1.78달러, 온라인 평균 가격은 1.35달러로서, 오프라인보다 0.43달러 저렴함

3) 2022년 12월 21일 하나은행 매매기준율(1달러=1,283원)



그림 2

## 냉동 즉석식품 경쟁제품 유형별 분석

(단위: 달러)

제품명	유형	온/오프라인	유통매장	양식/한식	100g당 가격
Meat and Sauce Lasagna Meal	파스타	온라인	슈퍼마켓	양식	1.17
Frozen Meal, Kansas City Style Pulled Pork Mac & Cheese Bowl	파스타	온라인	슈퍼마켓	양식	1.05
Swedish Meatballs Bowl	파스타	온라인	슈퍼마켓	양식	1.01
매운곰창볶음	안주	오프라인	한인마트	한식	8.58
주꾸미 삼겹볶음	안주	오프라인	한인마트	한식	3
Banquet Salisbury Steaks & Brown Gravy Family Size	스테이크	온라인	슈퍼마켓	양식	0.46
얇은피 꽉찬속 고기야채만두	스낵	오프라인	한인마트	한식	1.96
바삭한 복경군만두	스낵	오프라인	한인마트	한식	0.67
Pizza Rolls, Pepperoni Flavored	스낵	온라인	슈퍼마켓	양식	0.81
Foster Farms Honey Crunchy Chicken Corn Dogs	스낵	온라인	슈퍼마켓	양식	0.6
El Monterey Beef & Bean Burritos	스낵	온라인	슈퍼마켓	양식	0.58
깔끔담백한 맛 홍합미역국	수프	오프라인	한인마트	한식	1.2
Slow Roasted Beef Pot Roast Bowl	소고기	온라인	슈퍼마켓	양식	1.05
Beef Shepherd's Pie	소고기	온라인	슈퍼마켓	양식	0.91
Great Value Garlic Texas Toast	빵	온라인	슈퍼마켓	양식	0.7
소고기 달걀 장조림	반찬	오프라인	한인마트	한식	1.9
순살양념치킨	닭고기	오프라인	한인마트	한식	2.06
삼계탕	닭고기	오프라인	한인마트	한식	1.5
Chicken Pot Pie	닭고기	온라인	슈퍼마켓	양식	1.74
Aged Cheddar Cheesy Chicken & Rice Bowl	닭고기	온라인	슈퍼마켓	양식	0.96

# 02 벤치마킹 제품 분석

## 한인마트 판매 제품 트렌드는 한국과 유사


현지 조사원에 따르면, 한인 마트에서 판매 중인 즉석식품은 식사 대용 및 간식으로 섭취가 가능한 만두류와 곱창 및 치킨 등의 야식, 국이나 탕 및 장조림 등의 반찬류 등 다양한 품목이 있었음. 이러한 유형의 인기 판매 제품은 한국에서의 즉석식품 트렌드와 매우 유사한 형태로, 한국인 소비자를 대상으로 하는 한인 마트의 특성에 기인한 현상으로 분석됨

## 한국산 제품임을 강조

또한, 한식 즉석식품은 대부분 마케팅 전략으로 한국산 재료를 사용했거나 한국 전통 조리 방식을 강조함. 이러한 전략은 주 소비층이 한국을 그리워하는 해외 거주 한인이기 때문에 정통 한국 음식임을 소비자들에게 어필하기 위한 수단이지만, 한국계가 아닌 미국인들에게는 효과적이지 않음

## 패키지는 파우치 형태가 가장 많음

오프라인 경쟁제품 8개 중 7개는 부드러운 파우치 재질에 포장한 형태임. 휴대가 간편하며 보관이 용이하여 소비자 편의성이 우수하고 유통기한이 길어서 선호되고 있는 것으로 보임

 **그림 1** 한식 냉동 즉석식품 경쟁제품 분석

제품명	원산지	패키지	마케팅 포인트
매운곱창볶음	한국	트레이	간편함 및 성분 강조
주꾸미 삼겹볶음	미국	파우치	조리 방법 강조
순살양념치킨	한국	파우치	성분 강조
얇은피 짬뽕속 고기야채만두	한국	파우치	성분 강조
소고기 달걀 장조림	미국	파우치	조리 방법 강조
삼계탕	한국	파우치	조리 방법 강조
깔끔담백한 맛 홍합미역국	한국	파우치	원산지 및 조리 방법 강조
바삭한 북경군만두	한국	파우치	성분 강조

## 온라인 경쟁제품 트렌드

Walmart.com에서 판매 중인 인기 냉동 즉석식품은 한국에서 찾아보기 어려운 요리가 많았음. 온라인 경쟁제품 12개 중 스테이크, 마늘빵, 부리또, 콘도그(한국식 핫도그) 제품을 제외한 8가지 제품은 한국에서 맛보기 어려운 음식으로, 일반적인 미국인들의 취향을 엿볼 수 있는 제품임

## 기름지고 짭잘한 맛 선호

온라인 경쟁제품 대부분이 치즈나 그레이비소스 및 사워소스 등을 첨가한 제품이어서, 일반적인 미국 소비자들은 한식에 비해 다소 기름지고 느끼한 맛을 선호하는 것으로 파악됨

- 12개 제품 중 4개 제품에 치즈, 4개 제품에 그레이비소스가 포함되어있다고 홍보 중임
- 짬맛과 단맛을 조화시키는 한국 음식 트렌드와는 달리, 온라인 경쟁제품은 짬맛과 기름진 맛의 조화를 선호하는 것으로 판단됨




그림 2 양식 냉동 즉석식품 경쟁제품 분석

제품명	주재료	부재료 및 소스
Chicken Pot Pie	닭고기, 채소	그레이비소스
Meat and Sauce Lasagna Meal	소고기, 라자냐	토마토소스, 치즈
Slow Roasted Beef Pot Roast Bowl	소고기, 채소	그레이비소스
Frozen Meal, Kansas City Style Pulled Pork Mac & Cheese Bowl	돼지고기, 마카로니	BBQ 소스, 치즈
Swedish Meatballs Bowl	파스타, 미트볼	사워크림
Aged Cheddar Cheesy Chicken & Rice Bowl	닭고기, 쌀밥, 브로콜리, 치즈	치즈
Beef Shepherd's Pie	소고기, 당근, 옥수수, 감자	그레이비소스
Pizza Rolls, Pepperoni Flavored	페퍼로니, 밀가루	피자 소스
Great Value Garlic Texas Toast	토스트	마늘
Foster Farms Honey Crunchy Chicken Corn Dogs	소시지, 밀가루	꿀
El Monterey Beef & Bean Burritos	소고기, 토르티야, 쌀밥	멕시코 향신료
Banquet Salisbury Steaks & Brown Gravy Family Size	닭고기, 돼지고, 소고기	그레이비 소스



## 웰빙 트렌드

Walmart.com을 통해 판매 중인 냉동 즉석식품 인기 제품 상위 12개 중 6개 품목을 차지한 Marie Callender's의 모든 제품과, Foster Farms의 콘도그, El Monterey의 부리또 제품 전면에 단백질을 비롯한 주요 영양 성분 함량을 표시하고 있음. 이는 코로나19로 인해 건강 및 웰빙에 대한 관심이 높아진 미국 소비자들에게 비록 냉동 즉석식품이라 할지라도 인체에 필요한 영양분을 골고루 갖추고 있다는 사실을 강조함. 따라서, 냉동 즉석식품이 건강에 해롭다는 소비자의 편견을 완화시켜 제품을 구매하도록 부추기는 효과가 있는 것으로 분석됨

 **그림 3** 양식 냉동 즉석식품 경쟁제품 분석

제품명	제품 전면부 표시 마케팅 포인트
Chicken Pot Pie	단백질 함량, 칼로리, 지방 함량, 소듐 함량, 설탕 함량
Meat and Sauce Lasagna Meal	단백질 함량, 칼로리, 지방 함량, 소듐 함량, 설탕 함량, 칼슘 함량
Slow Roasted Beef Pot Roast Bowl	단백질 함량, 칼로리, 지방 함량, 소듐 함량, 설탕 함량
Frozen Meal, Kansas City Style Pulled Pork Mac & Cheese Bowl	단백질 함량, 칼로리, 지방 함량, 소듐 함량, 설탕 함량
Swedish Meatballs Bowl	단백질 함량, 칼로리, 지방 함량, 소듐 함량, 설탕 함량
Aged Cheddar Cheesy Chicken & Rice Bowl	단백질 함량, 칼로리, 지방 함량, 소듐 함량, 설탕 함량
Beef Shepherd's Pie	단백질 함량, 칼로리, 지방 함량, 소듐 함량, 설탕 함량
Pizza Rolls, Pepperoni Flavored	-
Great Value Garlic Texas Toast	단백질 함량, 무호르몬제 및 무스테로이드 닭고기, 트랜스 지방 없음
Foster Farms Honey Crunchy Chicken Corn Dogs	단백질 함량, 무호르몬제 및 무스테로이드 닭고기, 트랜스 지방 없음
El Monterey Beef & Bean Burritos	-
Banquet Salisbury Steaks & Brown Gravy Family Size	-

## 저렴한 가격

오프라인에서 판매 중인 한식 냉동 즉석식품의 평균 가격은 100g당 2.61달러인 반면, 온라인에서 판매 중인 양식 냉동 즉석식품의 평균 가격은 100g당 0.92달러로, 1.69달러 저렴함

# IV

## 시사점





## 01

## 수출 확대 방안

## 제품 포지셔닝

오프라인 및 온라인 경쟁제품 조사 결과, 한식 냉동 즉석식품의 가격은 양식에 비해 비교적 높은 가격을 형성하고 있음

- 양식 냉동 즉석식품 제품 평균 가격과 비슷한 수준으로 가격을 낮추는 전략이 필요함
- 일반적인 미국 소비자를 대상으로 판매하고자 할 경우, 가격과 함께 맛에도 다소 변화를 주어 보다 기름진 맛을 첨가하거나 기름진 요리 제품으로 수출 품목을 구성하는 것이 효과적일 것으로 전망됨

## 마케팅 전략

온라인에서 판매 중인 양식 냉동 즉석식품 경쟁제품 분석 결과, 전체 12개 제품 중 8개 제품이 단백질 함량을 전면에 홍보하고 있음. 코로나19로 인해 웰빙 및 건강한 제품 섭취에 대한 소비자들의 관심이 높아지면서 소비자들이 선호하는 영양성분을 홍보에 활용하는 것으로 분석됨. 따라서, 소비자들이 선호하는 단백질 함량이나 선호하지 않는 탄수화물 함량 등을 제품 패키지에 표기하는 것이 판매에 도움이 될 것으로 예상됨

# 02 참고 문헌

## □ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. amazon.com
3. www.walmart.com
4. D&B Hoover's
5. Statista
6. eMarketer
7. OBERLO

## □ 참고 자료

1. JungleScout, "Amazon vs. Walmart: the Growth & Future of E-commerce"
2. Forrester, "US Online Grocery Snapshot: Q2 2022"

## 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 연락 하여 주시기 바랍니다.