

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202407-53
품목 | 요거트 과일캔디(Yogurt Fruit Candy)
HS CODE | 1704.90-9000
국가 | 미국(USA)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

04

II. 경쟁제품

1. 미국 요거트 과일캔디 경쟁제품 선정	06
2. 미국 요거트 과일캔디 경쟁제품 조사지표 선정	10
3. 미국 요거트 과일캔디 경쟁제품 현지조사 결과	11

III. 경쟁기업

1. 미국 요거트 과일캔디 경쟁기업 선정	25
2. 미국 요거트 과일캔디 경쟁기업 현지화 분석 기준	26
3. 미국 요거트 과일캔디 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	28

IV. 수입·유통업체 인터뷰

1. 트레이더 조(Trader Joe's)	34
2. 캔디 웨어하우스(Candy Warehouse)	37
3. 캔디 미 업(Candy Me Up)	40



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증	44
2. 기업 마케팅 벤치마킹	48
3. 온라인 인기 제품 리뷰 분석	49

※ 참고문헌	52
--------	----





HS CODE : 1704.90-9000

2024 수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

SUMMARY 미국 요거트 과일캔디 경쟁력분석

온라인 인기 제품

아마존

월마트

크로거

바닐라 요거트
커버드 레이즌블루베리 프루트 앤
요거트 스낵오가닉 그릭 요거스
스트로베리 바나나

그릭 요거트 블루베리

프루트 앤 요거트
스트로베리

오가닉 요거스 스트로베리

오프라인 주요 경쟁제품

스트로베리 요거스
(치보 비타)요거트 커버드 레이즌
(썬-메이드)가격 5.99달러
(8,281 원)

중량 139g

'온/오프라인 유통채널 확보'

가격 3.12달러
(4,313원)

중량 170g

'저렴한 가격과 높은 접근성'

경쟁기업 3개사 분석

오션 스프레이

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 입점

치보비타

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 입점

웰치스

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 입점

포장 현지화

- 상 (현지 특성에 맞는 새로운 디자인 사용)
- 중 (기존 유통 제품 디자인 문구 현지화)
- 하 (기존 유통 제품 그대로 출시)

홍보 현지화

- 상 (현지 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 중 (글로벌 전용 홈페이지 및 홍보 계정 활용)
- 하 (기업 국적 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)

경쟁력파악

10g당 가격

단위 : 달러

0.60

0.56

고객사
제품경쟁제품 (10개)
평균

중량

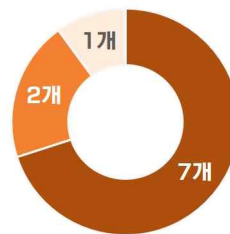
단위 : g

118.9

30.0

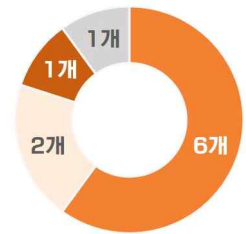
고객사
제품경쟁제품 (10개)
평균

포장 형태



■ 파우치
■ 종이상자
■ 종이상자/파우치

원산지



■ 미국
■ 중국
■ 미기재
■ 튀르키예

요약

Point
01.

- 1) 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격은 0.56달러(773원)로 고객사 제품과 유사함
- 2) 고객사 제품의 중량(30g)은 경쟁제품 평균(118.9g)보다 적은 편으로 용량을 늘려 제품 현지화 가능

Point
02.

- 1) 기업 마케팅 벤치마킹 분석 결과, 엄격한 품질 관리와 홍보 현지화가 매출 확대 요인으로 작용
- 2) 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, 인기 제품에 대해 '맛' 및 '제품 선호도'에 대한 소비자 관심도 높은 편

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

II 경쟁제품



1. 미국 요거트 과일캔디 경쟁제품 선정
2. 미국 요거트 과일캔디 경쟁제품 조사지표 선정
3. 미국 요거트 과일캔디 경쟁제품 현지조사 결과

1. 미국 요거트 과일캔디 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	N사 ¹⁾ 요거사과볼
제품 종류	요거트 과일캔디
소비자가격	1.81달러 (2,500원 ²⁾)
중량	파우치 1개당 30g, 상자당 10봉입
포장	종이 상자/파우치
맛	속은 동결건조 사과의 아삭함, 겉은 요거트의 달콤함
특징	동결건조 사과에 요거트 코팅을 한 제품. 첨가물을 최소한으로 줄이고 풍미는 최대한 살렸으며, 달콤한 맛이 특징임

Step 01. 제품 분석



① 사전컨설팅기록지 수령

② 고객사 제품 분석

- 제품명: N사 요거사과볼
- 제품 종류: 요거트 과일캔디
- 소비자 가격: 1.81달러 (2,500원)
- 중량: 파우치 1개당 30g, 상자당 10봉입
- 포장 형태: 종이 상자/파우치
- 맛: 속은 동결건조 사과의 아삭함 겉은 요거트의 달콤함

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인

1. 아마존(Amazon)
2. 월마트(Walmart)
3. 크로거(Kroger)

② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인

- 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품 Top3 제품 확인

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
 - 아시아/한인마트

② 오프라인 매장 조사 제품 선정

- 오프라인 매장 인기제품

③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석



① 현지 조사

- 경쟁제품 조사, 경쟁기업 조사

② 제품 분석

- (온·오프라인) 인기제품 요인 분석
- 기업 마케팅 벤치마킹
- 온라인 인기제품 리뷰 감성 분석

1) 고객사를 'N사'라 칭하기로 함

2) 1달러=1,382.40원(2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

미국 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
 아마존	식품품, 생활용품, 의류, 가전, 잡화 등
 월마트	산선식품, 가공식품, 생활용품, 가전제품, 의류, 건강/뷰티 등
 크로거	산선식품, 가공식품, 생활용품, 가전, 의류 등

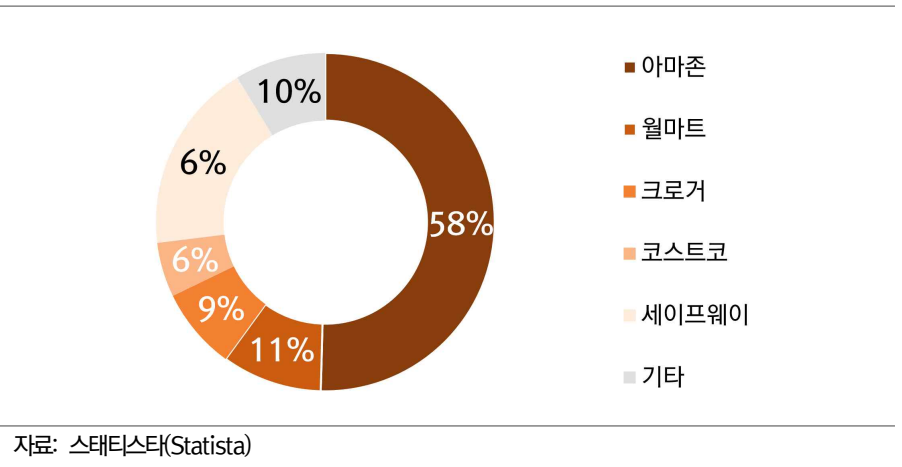
▶ 요거트 과일캔디 경쟁제품군 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사 지표를 바탕으로 요거트 과일캔디 제품의 경쟁제품군을 선정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내 미국 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 아마존, 월마트, 크로거 모두 웰치스 등 미국 식품업체들의 요거트 과일캔디 제품이 주요 인기 제품인 것으로 확인됨

[표 2.1] 2022년 미국 인기 온라인 쇼핑몰



[표 2.2] 미국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

아마존 입점 상위 3개 제품 리스트(추천 기준) ³⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	요거트 과일캔디	썬 메이드 (Sun-Maid)	바닐라 요거트 커버드 레이즌 (Vanilla Yogurt Covered Raisins)	미국	2.49달러 (3,442원)	170g	
2	요거트 과일캔디	잇츠 델리쉬 (It's Delish)	그릭 요거트 블루베리 (Greek Yogurt Blueberries)	미국	25.99달러 (35,928원)	907g	
3	요거트 과일캔디	웰치스 (Welch's)	블루베리-아사이 프루트 앤 요거트 스낵 (Blueberry-Acai Fruit'n Yogurt Snacks)	미국	8.13달러 (11,238원)	159g	

3) 조사일(2024.08.17) 기준

[표 2.2] 미국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

월마트 입점 상위 3개 제품 리스트(베스트셀러 기준) ⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	요거트 과일캔디	웰치스 (Welch's)	블루베리 프루트 앤 요거트 스낵 (Blueberry Fruit'n Yogurt Snacks)	미국	7.08달러 (9,787원)	120g	
2	요거트 과일캔디	해피 베이비 (Happy Baby)	오가닉 그릭 요거스 스트로베리 바나나 (Organics Greek Yogis, Strawberry Banana)	미국	28.60달러 (39,536원)	224g (28g*8팩)	
3	요거트 과일캔디	웰치스 (Welch's)	프루트 앤 요거트 스트로베리 (Fruit'n Yogurt Strawberry)	미국	8.40달러 (11,612원)	120g	
크로거 입점 상위 3개 제품 리스트(관련 제품 기준) ⁵⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	요거트 과일캔디	해피 베이비 (Happy Baby)	오가닉 그릭 요거스 스트로베리 바나나 (Organics Greek Yogis, Strawberry Banana)	미국	4.92달러 (6,801원)	28g	
2	요거트 과일캔디	해피 베이비 (Happy Baby)	오가닉 요거스 스트로베리 (Organics Yogis Strawberry)	미국	4.29달러 (5,930원)	28g	
3	요거트 과일캔디	요즈 (Yozz)	프리즈 드라이드 요거트 워드 리얼 스트로베리 바이츠 (Freeze Dried Yogurt with Real Strawberry Bites)	캐나다	41.23달러 (56,996원)	170g (17g*10팩)	

자료: 아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 크로거(Kroger) 홈페이지

사진 자료: 아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 크로거(Kroger) 홈페이지

4) 조사일(2024.08.17) 기준

5) 조사일(2024.08.17) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 미국 캘리포니아 정보⁶⁾

인구	약 3,954만 명
면적	약 423,967㎢

▶ 미국 캘리포니아, 방문지역으로 선정

캘리포니아는 미국 서부의 태평양 연안을 따라 위치한 주(州)로 미국을 구성하는 50개주 가운데 인구가 가장 많음. 경제 역시 미국 내 최대 규모로 자체 국내총생산(GDP)이 전 세계 5위 규모임. 인구의 4분의 3이 로스앤젤레스, 샌프란시스코, 샌디에이고 등 주내 대도시에서 거주함. 여러 지역과 국가 출신이 주민들이 섞여 있어 다양한 인종과 문화를 보유함. 로스앤젤레스는 미국에서 한인들이 가장 많이 모여 사는 지역이기도 함. 샌프란시스코의 실리콘밸리를 중심으로 세계 최고 수준의 컴퓨터, 전자기기 제조업이 발달했으며, 농업, 임업, 수산업 및 에너지 발전과 관광업, 서비스업도 지역 경제에 기여하고 있음

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼/슈퍼마켓, 아시안/한인마트

고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여 하이퍼/슈퍼마켓, 아시안/한인마트를 주요 현지조사 매장으로 선정함

[표 2.3] 미국 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
하이퍼/슈퍼마켓	월마트(Walmart), 홀 푸드 마켓(Whole Foods Market), 타겟(Target), 스프라우츠 파머스 마켓(Sprouts Farmers Market), 코스트코(Costco), 트레이더 조(Trader Joe's)
아시안/한인마트	에이치마트(H-mart), 시온 마켓(Zion Market), 아리랑 슈퍼마켓(Arirang Supermarket)
드럭스토어	월그린(Walgreen), 지엔씨(GNC)
편의점	세븐일레븐(7-Eleven), 써클케이(Circle K), 와와(Wawa)
온라인	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 크로거(Kroger), 코스트코(Costco)

고객사 진출 선호 매장

6) 자료: 미국 인구조사국

2. 미국 요거트 과일캔디 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준

- 요거트 과일캔디 : 과일 재료를 요거트로 코팅하여 만든 캔디류
- 동결건조 과일캔디/스낵 : 동결건조한 과일을 재료로 만든 캔디/스낵류

▶ 미국 요거트 과일캔디 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.4] 미국 요거트 과일캔디 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
제품명		제품의 한국어, 원어 명칭
제조사		제조사의 한국어, 원어 명칭
제품 종류		요거트 과일캔디, 동결건조 과일캔디/스낵
중량	중량(g)	제품의 포장 단위
가격	소비자 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격	제품의 100g당 가격
원산지		제품의 원산지
맛		제품의 맛
포장 형태		종이 소재의 상자 포장 플라스틱 소재의 파우치 포장
인증		제품이 받은 인증
수입자		제품의 수입자
홍보문구		제품 포장지에 표기된 홍보문구
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

3. 미국 요거트 과일캔디 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 미국 캘리포니아에 위치한 하이퍼/슈퍼마켓, 아시안/한인마트

미국 캘리포니아에 위치한 아시안/한인마트인 에이치마트, 하이퍼/슈퍼마켓인 월마트, 트레이더 조, 타겟을 방문함. 에이치마트는 미국 최대 규모의 아시안/한인마트 체인이며, 월마트와 타겟은 미국의 대표적인 유통업체로 다양한 식료품과 생활용품을 판매함. 트레이더 조는 자체 브랜드 상품을 주로 취급하는 슈퍼마켓 체인임

[표 2.5] 미국 방문 매장 및 특징

방문 매장명	에이치마트 (H-Mart)	월마트 (Walmart)	트레이더 조 (Trader Joe's)	타겟 (Target)
방문 매장 전경				
구분	아시안/한인마트	하이퍼/슈퍼마켓	하이퍼/슈퍼마켓	하이퍼/슈퍼마켓
조사 제품 수	1개	5개	1개	3개
조사 매장 특징	· 미국 최대 아시안/한인마트 체인 · 미국 전역 97개 이상 매장 운영	· 미국의 글로벌 하이퍼마켓 체인 · 미국 내 4,000여 개, 전 세계적으로 10,500개 이상의 매장 운영	· 미국의 하이퍼/슈퍼마켓 체인 · 트레이더 조 자체 브랜드 상품을 주로 취급	· 슈퍼마켓 체인을 보유한 미국의 유통업체 · 미국 전역에 1,956개 이상의 매장 보유

▶ 매장마다 취급하는 경쟁제품 달라, 월마트가 가장 많은 제품 취급

에이치마트, 월마트, 트레이더 조, 타겟 총 4개 매장 방문 후 인기 제품을 조사한 결과, 매장마다 취급하고 있는 요거트 과일캔디 경쟁제품이 달랐음. 월마트가 5개로 가장 많은 경쟁제품을 판매하는 것으로 확인됨. 10개 제품 중 9개가 아마존, 월마트, 크로거 등 미국의 주요 온라인 쇼핑몰에서도 판매중인 것으로 조사됨

[표 2.6] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	요거트 과일캔디	동결건조 과일캔디/스낵
① 프로바이오틱 스트로베리 요거스 (치보 비타)	○ (에이치마트)	○ (아마존, 월마트, 크로거)	○	
② 프리즈 드라이드 스트로베리 블루프루트 크리스프 (그레이트 밸류)	○ (월마트)	○ (월마트)		○
③ 요거트 커버드 레이즌 (썬 메이드)	○ (월마트)	○ (아마존, 월마트, 크로거)	○	
④ 블루베리 크리스프 디프드 크랜베리 믹스 (오션 스프레이)	○ (월마트)	○ (월마트)	○	
⑤ 마리아니 바닐라 요거트 레이즌 (마리아니)	○ (월마트)	○ (아마존, 월마트, 크로거)	○	
⑥ 바닐라 요거트 커버드 레이즌 (그레이트 밸류)	○ (월마트)	○ (월마트)	○	
⑦ 프리즈 드라이드 피그 슬라이스 (트레이더 조)	○ (트레이더 조)	○ (아마존, 월마트)		○
⑧ 트루 프루 네이처스 스트로베리 (트루 프루)	○ (타겟)	○ (아마존, 월마트)		○
⑨ 프리즈 드라이드 스트로베리, 애플 앤 피치 블루프루트 블렌드 (굿 앤 개더)	○ (타겟)	×		○
⑩ 블루프루트 앤 요거트 스낵 (웰치스)	○ (타겟)	○ (아마존, 월마트, 크로거)	○	

(*) 현지 판매 요거트 과일캔디 경쟁제품 10개 분석

Shop ① 에이치마트(H-Mart)

매장 정보

- 유형: 한인마트
- 판매 제품 특징:
한국 식료품과 생활용품 및 다양한 아시아 식품과 서양 식료품을 판매함
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 한국 교민

브랜드 기본 정보			에이치마트는 미국에서 1982년 설립된 한인마트이자 최대 규모의 아시아 슈퍼마켓 체인임. 미국 전역에 97개 이상의 매장을 운영하고 캐나다, 영국 등에도 진출함. 한국 식료품과 생활용품을 중심으로 다양한 아시아 식품 및 서양 식료품을 취급함
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	캘리포니아
		상세주소	5111 Beach Blvd, Buena Park, CA 90621, United States
매장 내부			
매대 분석	매대 분류	복도식 매대	
	진열 방식	요거트 과일캔디 제품군 진열	
	상·하단 제품 구성	상단: 요거트 과일캔디/ 하단: 곡물 분말	
	브랜드 국적 구성	미국, 한국	
	주요 브랜드	치보 비타	
제품 판매 정보			
	프로바이오틱 스트로베리 요기스 (치보 비타)		

사진자료: 현지조사원 자료

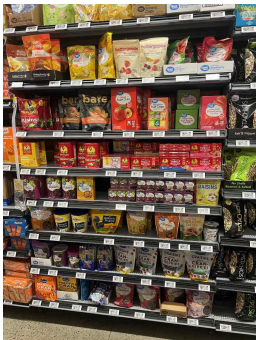
Shop ① 에이치마트(H-Mart)

	경쟁제품 ①
제품 사진	
제품명 (현재어)	프로바이오틱 스트로베리 요기스 (Probiotic Strawberry Yoggies)
제조사 (현재어)	치보 비타 (Cibo Vita)
제품 종류	요거트 코팅 과일캔디
중량	139.0g
소비자가격	5.99달러 (8,281원)
100g당 가격	4.31달러 (5,957원)
원산지	미국
맛	딸기맛
포장 형태	파우치
인증	(-)
수입자	(-)
홍보문구	20억 프로바이오틱스 배양균, 3g 식이섬유, 인공 성분 무함유
원료 및 첨가물	딸기 과일 큐브(사과 퓨레, 딸기 퓨레, 사과 주스, 레몬 주스, 엘더베리 주스로 만든), 수용성 옥수수 섬유, 감귤 섬유, 감귤 펙틴, 팜 지방, 젖산, 천연 딸기 향, 요구르트 코팅(설탕, 팜커널오일, 요구르트 분말, 배양 유청 단백질 농축액, 배양 탈지분유), 우유, 대두 레시틴(유화제), 천연 향료, 소금, 옥수수전분, 덱스트린, 마이크로 캡슐 프로바이오틱 락토바실러스 람노시스 GG, 식물성 오일(코코넛 오일, 유채씨 오일), 탄산칼슘, 제과용 유약

Shop ② 월마트(Walmart)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:
농산물, 육류, 해산물, 유제품,
생활용품, 주류, 건강용품,
전자제품 등을 취급
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보			월마트는 1962년 설립된 미국의 대표적인 유통업체로 하이퍼마켓 체인을 운영하고 있음. 미국에 4,000개 넘는 매장을 운영중이며 전 세계적으로 10,500개 이상의 매장을 보유함. 다양한 식료품과 생활용품, 가전, 의류잡화를 판매함						
	조사 제품 수: 5개								
매장 정보									
	위치	도시(지역)	캘리포니아						
		상세주소	3600 W McFadden Ave, Santa Ana, CA 92704, United States						
매장 내부									
매대 분석	매대 분류		복도식 매대						
	진열 방식		요거트 과일캔디, 동결건조 과일캔디/스낵 제품군 진열						
	상·하단 제품 구성		상단: 동결건조 과일캔디스낵 / 하단: 요거트 과일캔디						
	브랜드 국적 구성		미국						
	주요 브랜드		그레이트 밸류, 썬 메이드, 마리아니 등						
제품 판매 정보									
	프리즈 드라이드 스트로베리 프루트 크리스프 (그레이트 밸류)		요거트 커버드 레이즌 (썬 메이드)		블루베리 크리스프 디프드 크랜베리 믹스 (오션 스프레이)		마리아니 바닐라 요거트 레이즌 (마리아니)		바닐라 요거트 커버드 레이즌 (그레이트 밸류)

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ② 월마트(Walmart)

	경쟁제품 ②	경쟁제품 ③
제품 사진		
제품명 (현지어)	프리즈 드라이드 스트로베리 프루트 크리스프 (Freeze Dried Strawberry Fruit Crisps)	요거트 커버드 레이즌 (Yogurt Covered Raisins)
제조사 (현지어)	그레이트 밸류 (Great Value)	썬 메이드 (SUN-MAID)
제품 종류	동결건조 과일캔디/스낵	요거트 코팅 과일캔디
중량	28.0g	170.0g
소비자가격	3.72달러 (5,143원)	3.12달러 (4,313원)
100g당 가격	13.29달러 (18,366원)	1.84달러 (2,537원)
원산지	중국	미국
맛	딸기맛	딸기 요거트맛
포장 형태	파우치	종이 상자
인증	(-)	Non GMO
수입자	(-)	(-)
홍보문구	100% 과일, 무첨가, 글루텐 프리	요거트로 건포도를 덮고 다른 자연의 향료와 함께 맛을 냈습니다.
원료 및 첨가물	딸기	향료 코팅(설탕, 수소화 팜커널오일, 무지방 건조 우유, 배양 탈지유로 만든 건조 무지방 요구르트), 유청, 유화제로서 대두 레시틴, 천연 바닐라 추출물, 건포도, 타피오카 덱스트린, 구연산, 제과용 유약, 천연 향료 및 색소용 채소 주스

Shop ② 월마트(Walmart)

	경쟁제품 ④	경쟁제품 ⑤
제품 사진		
제품명 (현재어)	블루베리 크리스프 디프드 크랜베리 믹스 (Blueberry Crisp Dipped Cranberry Mix)	마리아니 바닐라 요거트 레이즌 (Mariani Vanilla Yogurt Raisins)
제조사 (현재어)	오션 스프레이 (Ocean Spraty)	마리아니 (Mariani)
제품 종류	요거트 코팅 과일캔디	요거트 코팅 과일캔디
중량	128.0g	198.0g
소비자가격	2.92달러 (4,037원)	2.98달러 (4,120원)
100g당 가격	2.28달러 (3,154원)	1.51달러 (2,081원)
원산지	미국	미국
맛	블루베리맛	바닐라 요거트맛
포장 형태	파우치	파우치
인증	(-)	(-)
수입자	(-)	(-)
홍보문구	진짜 크랜베리로 만든	삶의 활력소
원료 및 첨가물	말린 크랜베리(설탕, 크랜베리), 과자 코팅(설탕, 팜커넬오일, 유청, 무지방 우유, 우유, 대두 레시틴, 천연 향료, 소금, 바닐라 추출물), 귀리 크리스프(말린 귀리, 밀가루, 팜커넬오일, 설탕, 물, 천연 향료, 해바라기유에 혼합 토크페롤), 제과용 유약	요구르트 맛 코팅(설탕, 경화 팜커넬오일, 무지방 분유, 요구르트 분말배양 유청 및 무지방 우유), 유청 분말, 인공 색소, 대두 레시틴, 천연 향료), 건포도, 타피오카 덱스트린, 제과용 유약, 옥수수 시럽, 말토덱스트린

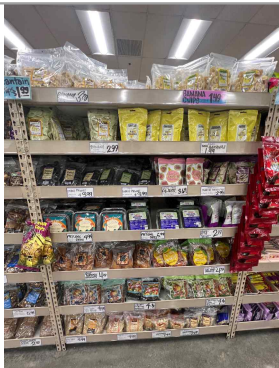
Shop ② 월마트(Walmart)

	경쟁제품 ⑥
제품 사진	
제품명 (현지어)	바닐라 요거트 커버드 레이즌 (Vanilla Yogurt Covered Raisin)
제조사 (현지어)	그레이트 밸류 (Great Value)
제품 종류	요거트 코팅 과일캔디
중량	170.0g
소비자가격	2.90달러 (4,009원)
100g당 가격	1.71달러 (2,358원)
원산지	(-)
맛	바닐라 요거트맛
포장 형태	종이 상자
인증	(-)
수입자	Walmart
홍보문구	(-)
원료 및 첨가물	바닐라 요거트 향 코팅(설탕, 경화 팜커널 오일, 무지방 건조 우유, 건조 무지방 요거트[배양 탈지유], 유청, 대두 레시틴 - 유화제, 천연 바닐라 추출물), 건포도, 타피오카 덱스트린

Shop ③ 트레이더 조(Trader Joe's)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
육류, 채소, 해산물 등
신선식품과 가공식품,
냉동식품, 베이커리, 스낵 등
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보	TRADER JOE'S		트레이더 조는 1967년 미국 캘리포니아에서 설립된 하이퍼/슈퍼마켓 체인으로 미국 전역에 594개의 매장을 운영하고 있음. 트레이더 조의 라벨을 달고 있는 자체 브랜드 상품을 주로 취급함. 신선식품, 가공식품, 냉동식품, 치즈, 스낵 등 식재료를 판매함
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	캘리포니아 3329 S Bristol St, Santa Ana, CA 92704, United States
매장 내부			
매대 분석	매대 분류	복도식 매대	
	진열 방식	동결건조 과일캔디/스낵 제품군	
	상·하단 제품 구성	상·하단: 동결건조 과일캔디/스낵	
	브랜드 국적 구성	미국	
	주요 브랜드	트레이더 조	
제품 판매 정보			
	프리즈 드라이드 피그 슬라이스 (트레이더 조)		

사진자료: 현지조사원 자료

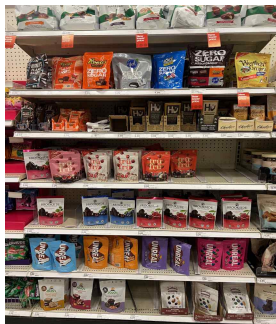
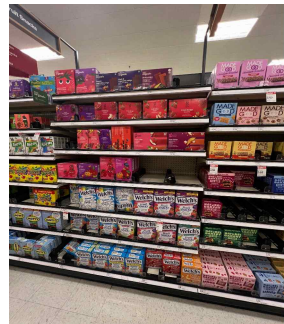
Shop ③ 트레이더 조(Trader Joe's)

	경쟁제품 ⑦
제품 사진	
제품명 (현지어)	프리즈 드라이드 피그 슬라이스 (Freeze Dried Fig slices)
제조사 (현지어)	트레이더 조 (Trader Joe's)
제품 종류	동결건조 과일캔디/스낵
중량	50.0g
소비자가격	3.69달러 (5,101원)
100g당 가격	7.38달러 (10,202원)
원산지	튀르키예
맛	말린 무화과맛
포장 형태	파우치
인증	(-)
수입자	Trader Joe's
홍보문구	무가당 및 무설탕
원료 및 첨가물	동결 건조 무화과

Shop ④ 타겟(Target)

매장 정보

- 유형: 슈퍼마켓
- 판매 제품 특징:
신선식품, 가공식품, 생활용품,
의류잡화, 건강/뷰티 제품,
육아용품 등을 판매함
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

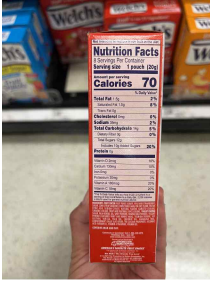
브랜드 기본 정보		타겟은 미국의 유통업체로 슈퍼마켓 체인을 운영하고 있음. 1902년 설립돼 현재 미국 전역에 1,963개 매장을 보유함. 각종 식료품과 생활용품, 가전제품, 의류 및 액세서리, 건강/뷰티 제품, 육아용품 등을 취급함		
	조사 제품 수: 3개			
매장 정보				
	위치	도시(지역)	캘리포니아	
		상세주소	1441 W 17th St, Santa Ana, CA 92706, United States	
매장 내부				
매대 분석	매대 분류		복도식 매대	
	진열 방식		요거트 과일캔디, 동결건조 과일캔디/스낵 제품군	
	상·하단 제품 구성		상단: 동결건조 과일캔디/스낵 / 하단: 요거트 과일캔디	
	브랜드 국적 구성		미국	
	주요 브랜드		굿 앤 개더, 웰치스	
제품 판매 정보				
	트루 프루 네이처스 스트로베리 (트루 프루)		프리즈 드라이드 스트로베리, 애플 앤 피치 프루트 블렌드 (굿 앤 개더)	프루트 앤 요거트 스낵 (웰치스)

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ④ 타겟(Target)

	경쟁제품 ⑧	경쟁제품 ⑨
제품 사진		
제품명 (현지어)	트루 프루 네이처스 스트로베리 (Tru Fru Nature's Strawberries)	프리즈 드라이드 스트로베리, 애플 앤 피치 프루트 블렌드 (Freeze-Dried Strawberry, Apple & Peach Fruit Blend)
제조사 (현지어)	트루 프루 (Tru Fru)	굿 앤 개더 (Good & Gather)
제품 종류	동결건조 과일캔디/스낵	동결건조 과일캔디/스낵
중량	119.0g	28.0g
소비자가격	5.99달러 (8,281원)	4.59달러 (6,345원)
100g당 가격	5.03달러 (6,958원)	16.39달러 (22,661원)
원산지	(-)	미국
맛	딸기맛, 초코맛	딸기맛, 사과맛, 복숭아맛
포장 형태	파우치	파우치
인증	Non GMO	Non GMO
수입자	Tru Fru LLC	(-)
홍보문구	천연 딸기, 글루텐 프리	당사의 모든 제품은 훌륭한 맛을 내는 고품질 재료로 만들어져 나와 내 가족이 매일 더 쉽게 잘 먹을 수 있습니다.
원료 및 첨가물	다크 초콜릿(초콜릿 주류, 사탕수수 설탕, 코코아 버터, 대두 레시틴, 천연 바닐라 추출물), 화이트 초콜릿(사탕수수 설탕, 코코아 버터, 전지분유, 대두 레시틴, 천연 향료), 딸기, 타피오카 덱스트린, 제과용 유약	동결건조 딸기, 동결건조 사과, 동결건조 복숭아, 아스코르브산, 구연산, 소금(색 보존용)

Shop ④ 타겟(Target)

	경쟁제품 ⑩
제품 사진	 
제품명 (현지어)	프루트 앤 요거트 스낵 (Fruit'n Yorgurt Snacks)
제조사 (현지어)	웰치스 (Welchs)
제품 종류	요거트 코팅 과일캔디
중량	159.0g
소비자가격	3.49달러 (4,825원)
100g당 가격	2.19달러 (3,034원)
원산지	미국
맛	딸기 요거트맛
포장 형태	종이 상자/파우치
인증	(-)
수입자	(-)
홍보문구	과일은 우리의 첫 번째 재료입니다!
원료 및 첨가물	과일 퓨레(포도, 배, 딸기), 설탕, 옥수수 시럽, 변성 옥수수 전분 및/또는 쌀가루, 펙틴, 구연산, 구연산 나트륨, 천연향, 안나토(색소), 강황(색소), 과일 및 채소 주스(색소), 요구르트 코팅(설탕, 팜커넬오일, 유청 분말, 무지방 우유 분말, 요구르트 분말(배양 유청 및 무지방 우유), 이산화티타늄, 대두 레시틴, 바닐라, 팜유, 코코넛 오일, 카나우바 왁스, 제과용 유약[락 레진], 인산 삼칼슘, 아스코르브산(비타민 C), 비타민 A 팔미테이트 및 비타민 D3

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

III 경쟁기업



1. 미국 요거트 과일캔디 경쟁기업 선정
2. 미국 요거트 과일캔디 경쟁기업 현지화 분석 기준
3. 미국 요거트 과일캔디 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

1. 미국 요거트 과일캔디 경쟁기업 선정

▶ 경쟁기업으로 현지화가 잘 되어있는 현지 진출 기업 3개사 선정

오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중 현지화가 잘 되어있는 현지 진출 기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함. 선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 88년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 오션 스프레이는 1930년에 설립되어 94년의 업력을 보유하고 있으며 치보 비타는 2009년 설립 이후 15년째 사업을 이어오고 있음. 웰치스는 1869년 설립되어 가장 오래된 155년의 업력을 보유하고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 요거트 과일캔디 동일 품목 종류 조사

미국에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 요거트 과일캔디 동일 품목 수를 조사한 결과, 오션 스프레이와 웰치스가 각각 총 12개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그다음으로는 치보 비타가 7개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 요거트 과일캔디 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
오션 스프레이	미국	94년	12개
치보 비타	미국	15년	7개
웰치스	미국	155년	12개

자료: 미국 진출 요거트 과일캔디 경쟁기업 3개사 분석

2. 미국 요거트 과일캔디 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
	23년도 기업 매출액
	직원 수
	23년도 기업 직원 수
설립연도	기업의 설립연도
	동일품목
요거트 과일캔디 및 동결건조 과일캔디/스낵	

▶ 경쟁기업의 자사 제품 홍보 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.3] 경쟁기업 홍보 현지화 정도

기준	설명	현지화 정도
① 현지화 미진행	경쟁기업 국적 외 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 없음	○ (하)
② 홍보 글로벌화	글로벌 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (중)
③ 홍보 현지화	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	● (상)

▶ 경쟁기업의 자사 제품 포장 현지화 정도에 따라 분류

[표 3.4] 경쟁기업 포장 현지화 정도 기준

기준	설명	현지화 정도
① 개선사항 無	별도 포장 없이 벌크 판매하거나 경쟁기업 국적 내에서 유통하는 포장 방식 그대로 사용	○ (하)
② 포장 개선	경쟁기업 국적 내에서 유통되는 제품의 포장 디자인 문구 현지화	● (중)
③ 포장 현지화	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	● (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, 월마트, 타겟
온라인	아마존, 월마트, 크로거

3. 미국 요거트 과일캔디 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 미국 온/오프라인 매장 진출

미국에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점해 있는 것으로 확인됨. 오션 스프레이는 월마트, 치보 비타는 에이치마트, 웰치스는 타겟에 입점한 것으로 조사되었음. 또한, 오션 스프레이, 치보 비타, 웰치스 3개사 모두 미국 인기 온라인 쇼핑몰인 아마존, 월마트, 크로거 3곳에 입점하여 제품을 유통하고 있음

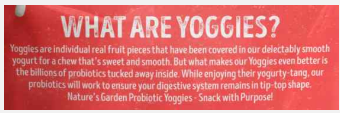
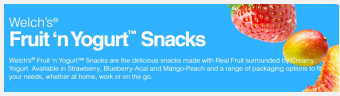
▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지와 소셜 미디어를 활용한 마케팅 진행

미국 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 또한, 페이스북, 인스타그램, 유튜브 등 소셜미디어 채널을 운영하고 있음. 오션 스프레이, 치보 비타, 웰치스 3개사 모두 현지 홈페이지와 미국 계정의 SNS 채널에서 브랜드 스토리, 제품의 레시피 등 고객의 흥미를 끄는 콘텐츠를 자주 업로드하여 활발하게 온라인 마케팅을 이어가고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 맛, 품질, 영양 등을 강조

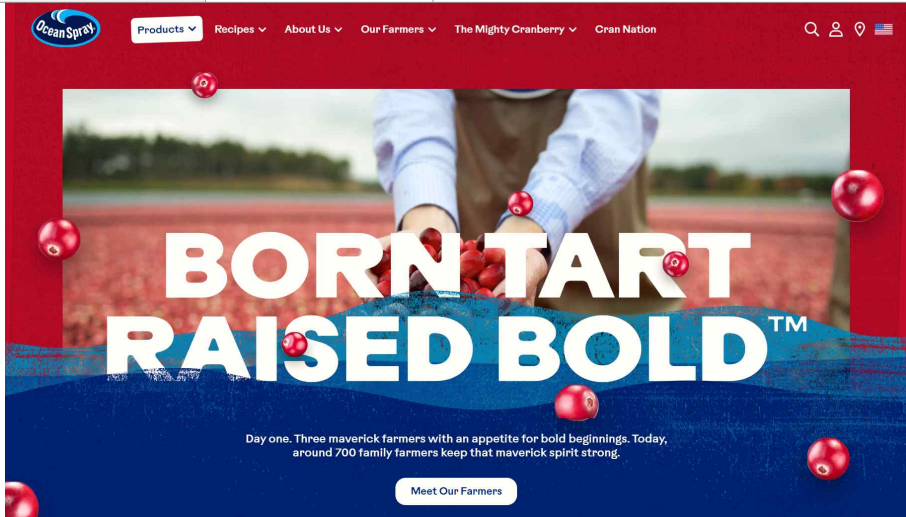
미국 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 맛, 품질, 영양 등을 강조하는 문구를 주로 사용하고 있음. 오션 스프레이는 천연 과일로 만들어 인공재료가 첨가되지 않았다는 문구를 사용하였으며, 치보 비타는 천연 과일과 유산균이 들어간 점을 설명하며 맛과 건강을 모두 강조함. 웰치스는 천연 과일로 제조했고 다양한 영양분을 섭취할 수 있다고 설명하는 홍보문구를 활용하고 있는 것으로 조사됨

[표 3.7] 미국 요거트 과일캔디 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
오션 스프레이	- 오프라인 매장 - 월마트 - 온라인 매장 - 아마존 - 월마트 - 크로거	- 자사 홈페이지 (미국/글로벌) - SNS 플랫폼 (미국) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - X	- 인공 감미료와 방부제를 사용하지 않은 - 진짜 과일로 만든 - 700여 곳의 가족 농가가 개척자 정신으로 수확한	
치보 비타	- 오프라인 매장 - 에이치마트 - 온라인 매장 - 아마존 - 월마트 - 크로거	- 자사 홈페이지 (미국) - SNS 플랫폼 (미국) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브	- 최고 품질의 천연 및 신선한 과일로만 만든 - 수십억 개의 프로바이오틱 배양균이 가득 들어있는 - 편리하게 포장된 - 맛있으면서도 건강한 간식	
웰치스	- 오프라인 매장 - 타겟 - 온라인 매장 - 아마존 - 월마트 - 오프라인	- 자사 홈페이지 (미국) - SNS 플랫폼 (미국) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브 - X	- 크림미한 요거트로 둘러싸인 진짜 과일로 만든 맛있는 스낵 - 비타민 A, C, D와 칼슘의 훌륭한 공급원 - 자연스러운 맛	

자료: 미국 진출 요거트 과일캔디 경쟁기업 3개사 분석

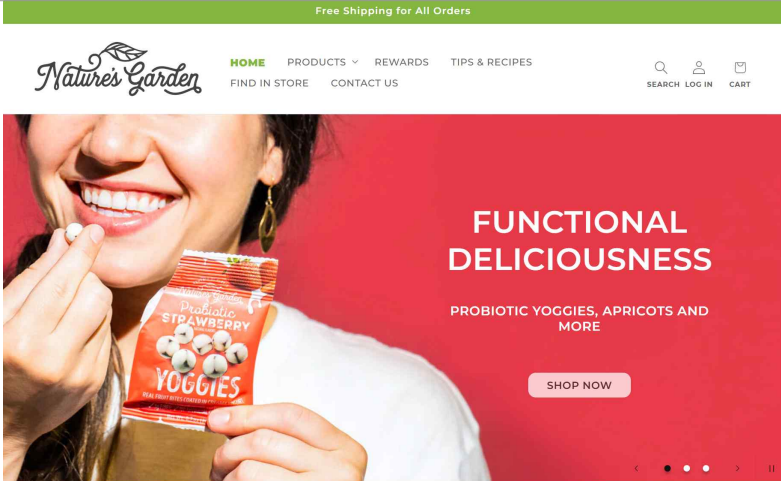
① 오션 스프레이

기업 기본 정보	기업명	오션 스프레이		
	기업 설명	오션 스프레이는 미국의 식품업체로 미국 내 700여 개의 크랜베리 농가 연합체가 보유하고 운영함. 크랜베리를 주요 재료로 하는 주스, 소스, 건조 또는 요거트 코팅이 된 크랜베리 스낵을 취급함		
	위치	152 Bridge St, Middleborough, MA 02346		
	규모	동일 품목 수	12개	
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 월마트 <온라인 매장> 아마존 월마트 크로거		제품명	블루베리 크리스프 디프드 크랜베리 믹스 (Blueberry Crisp Dipped Cranberry Mix)
			중량	128.0g
			소비자가격	2.92달러 (4,037원 ⁷⁾)
			제품 종류	요거트 과일캔디
	현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	미국 현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용
홍보 방식	홍보 채널	홍보 현지화	● (상)	미국 현지 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용
				
		홍보 채널	자사 홈페이지(미국/글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브/X(미국)	
		게시 주기	(페이스북) 주 2~3건	
		게시물 유형	기업 소개, 제품 안내, 레시피 및 재배지 소개, 오프라인 매장 안내	

사진자료: 현지조사원 자료

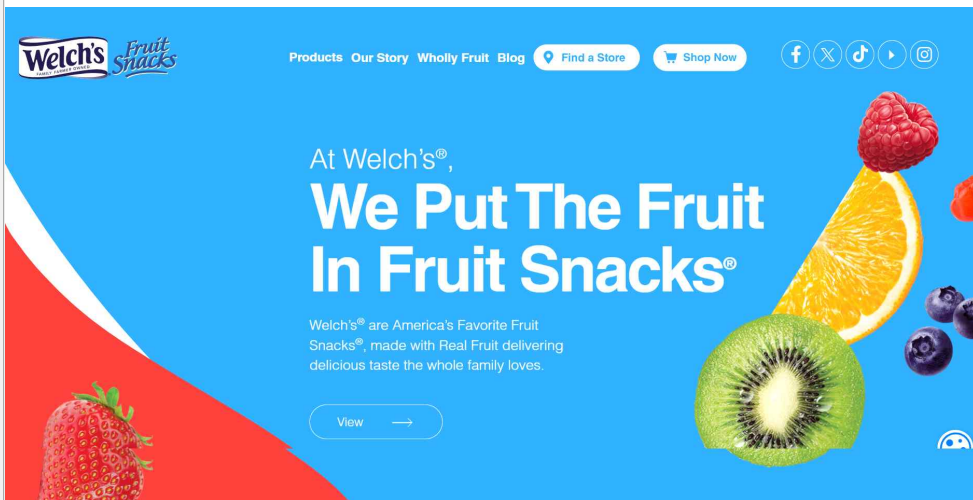
7) 1달러=1,382.40원(2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

② 치보 비타

기업 기본 정보	기업명	치보 비타		
	기업 설명	치보 비타는 건강하면서도 간편한 간식 트렌드를 추구하는 미국의 식품업체임. 자체 브랜드인 '네이처스 가든(Nature's Garden)'을 통해 인공재료를 첨가하지 않은 말린 과일과 견과류 스낵을 주로 취급함		
	위치	12 Vreeland Avenue, Totowa, NJ 07512		
	규모	동일품목 수	7개	
설립연도		2009년		
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 에이치마트 <온라인 매장> 아마존 월마트 크로거		제품명	프로바이오틱 스트로베리 요기스 (Probiotic Strawberry Yoggies)
			중량	139.0g
			소비자가격	5.99달러 (8,281원)
			제품 종류	요거트 과일캔디
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	미국 현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	
홍보 방식				
	NATURE'S GARDEN HEALTHY NUTS AND SNACKS			
	홍보 채널	자사 홈페이지(미국), 페이스북/인스타그램/유튜브(미국)		
	게시 주기	(인스타그램) 주 3~4건		
	게시물 유형	기업 소개, 브랜드 및 제품 소개, 레시피 안내, 구매처 안내		

사진자료: 현지조사원 자료

③ 웰치스

기업 기본 정보	기업명	웰치스		
	기업 설명	웰치스는 미국의 글로벌 식음료 업체로 농장 700여 곳이 참여하는 미국의 포도 농가 협동조합이 보유하고 운영함. 과일을 재료로 하는 음료, 잼, 스낵류를 취급하며 특히 포도를 사용한 제품들이 유명함		
	위치	300 Baker Avenue Suite 101, Concord, Massachusetts 01742		
	규모	동일 품목 수	12개	
설립연도		1869년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 타겟 〈온라인 매장〉 아마존 월마트 크로거		제품명	프루트 앤 요거트 스낵 (Fruit'n Yogurt Snacks)
			중량	159.0g
			소비자가격	3.49달러 (4,825원)
			제품 종류	요거트 과일캔디
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	미국 현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	
홍보 방식				
	홍보 채널	자사 홈페이지(미국), 페이스북/인스타그램/유튜브/X(미국)		
	게시 주기	(인스타그램) 주 2~3건		
	게시물 유형	기업 소개, 제품 안내, 레시피 소개, 원재료 관련 설명		

사진자료: 현지조사원 자료

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

IV



수입·유통업체 인터뷰

1. 트레이더 조(Trader Joe's)
2. 캔디 웨어하우스(Candy Warehouse)
3. 캔디 미 업(Candy Me Up)

Interview ①

8)



트레이더 조 (Trader Joe's)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 1967년 설립된 캘리포니아에 본사를 둔 미국의 유통업체
 - 유제품, 과채류, 육류 냉동식품, 수산물 등 식료품 취급
 - 미국 전역에 571개의 매장을 운영중

담당자 정보 Sales

고객사 제품 정보

소비자가격 1.81달러
(2,500원⁹⁾)

중량 30g

포장 형태 종이 상자/파우치

특징 동결건조 사과에 요거트 코팅을 한 제품. 첨가물을 최소한으로 줄이고 풍미는 최대한 살렸으며, 달콤한 맛이 특징임

트레이더 조(Trader Joe's) Sales

Q1. 고객사 요거트 과일캔디 제품에 대한 피드백(가격, 포장, 원료, 홍보문구 등 개선해야 할 점 등)을 부탁드립니다.

고객사 제품은 현재 30g에 1.81달러(2,500원)로 책정되어 있는데, 이는 당사와 같은 유통업체에서 판매되는 경쟁제품들과 비교했을 때 다소 높은 가격입니다. 당사에서는 200g의 요거트 코팅 아몬드 캔디가 3.99달러(5,516원), 280g의 다크 초콜릿 코팅 아몬드 캔디가 4.99달러(6,898원)에 판매되고 있습니다. 고객사 제품이 가격대를 유지하기 위해서는 높은 품질 기준을 충족해야 합니다. 특히 천연 성분을 사용하거나 독특한 맛을 제공하는 것이 중요합니다. 제품의 포장형태는 미국의 다른 경쟁제품들과 유사한 형태입니다. 중량을 늘려 더 많은 양을 제공한다면 제품의 경쟁력을 높이고 소비자들에게 더 매력적으로 다가갈 수 있을 것입니다.

Q2. 고객사 제품을 현지에서 꾸준히 판매하기 위해 필요한 준비사항이나 보완점은 무엇인가요?

현지 시장에서 판매를 위해선 먼저 제품이 진입할 시장 유형을 명확히 결정하는 것이 중요합니다. 예를 들어, 슈퍼마켓, 아시안 마트, 편의점 등 다양한 유통채널 중에서 어떤 채널이 가장 적합한지를 고려해야 합니다. 이후에는 제품을 시험적으로 출시하여 고객의 반응과 피드백을 면밀히 분석하는 것이 필요합니다. 이러한 시범 판매를 통해 제품이 실제로 잘 판매되는지 여부를 확인할 수 있으며, 이를 통해 제품의 판매 전략을 조정하고 개선할 수 있는 기회를 마련할 수 있습니다.

8) 사진자료: 트레이더 조(Trader Joe's) 공식 홈페이지

9) 1달러=1,382.4원(2024.07.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

Q3. 요거트 과일캔디 구매 시 바이어(수입 유통업체) 입장에서 주요 고려 사항은 무엇인가요?

바이어들은 제품의 판매 실적을 가장 중요하게 생각합니다. 고객들이 특정 요거트 과일캔디를 많이 구매한다면, 그 제품은 더 많은 양으로 발주될 가능성이 높습니다. 반면에 판매량이 적다면, 상대적으로 적은 수량이 발주될 것입니다. 당사와 같은 유통업체는 제품의 품질을 지속적으로 유지하는 것이 매우 중요합니다. 이는 고객 만족도를 높이고 재구매를 유도하는 핵심 요소로 작용하기 때문입니다.

Q4. 요거트 과일캔디의 소비 트렌드와 소비자들의 구매 고려 사항은 무엇인가요?

당사에서 취급하는 유사한 제품으로는 딸기 요거트 코팅 아몬드 캔디와, 다크 초콜릿 코팅 아몬드 캔디가 있습니다. 안타깝게도, 딸기 요거트 코팅 아몬드 캔디는 그다지 인기가 많지 않습니다. 팜 오일이 포함되어 쓴 뒷맛이 남기 때문으로 보입니다. 반면, 다크 초콜릿 코팅 아몬드 캔디는 고객들 사이에서 인기가 많습니다. 이는 소비자들이 맛이 만족스러운 제품을 선호하며, 특히 쓴맛이 나는 제품은 선호하지 않는 경향이 있음을 의미합니다.

Q5. 해외 기업이 현지 시장에 공급할 때의 절차와 유통 과정은 어떻게 되나요?

먼저, 시장 분석을 통해 해당 제품이 현지에 적합하고, 고객의 관심을 끌 수 있는지 확인하는 것이 중요합니다. 시장에 진입하는 가장 좋은 방법은 현지 슈퍼마켓 및 유통업체와 파트너십을 체결하는 것입니다. 적절한 유통업체를 찾은 후에는 미국의 수입 규정을 준수하여 제품을 수입해야 합니다. 이후에는 유통채널의 창고에 제품을 운송 및 저장한 후 소비자에게 판매합니다.

Q6. 고객사 제품이 현지 시장에 진출하기 위해 적절한 유통채널은 무엇인가요?

고객사가 진입하고자 하는 시장 부문에 따라, 적절한 유통채널이 달라질 수 있습니다. 만약 고객사가 아시아-미국 시장에 제품을 판매하고자 한다면 99 랜치 마켓(99 Ranch Market)을 추천합니다. 이 매장은 남부 캘리포니아에서 인기를 얻고 있으며 다양한 아시아 간식을 취급하고 있어 미국 시장 진출을 위한 좋은 출발점이 될 수 있습니다.

Q7. 고객사 제품이 현지 시장에 진출하기 위한 효과적인 마케팅 방법과 채널은 무엇인가요?

슈퍼마켓에서 사탕을 마케팅할 때 가장 효과적인 방법은 계산대 근처와 같이 유동 인구가 많은 지역에 제품을 배치하는 것입니다. 특히, 쇼핑을 마무리할 때 쉽게 접근할 수 있는 위치에 놓인 사탕은 소비자들의 충동적인 구매를 유도할 수 있습니다. 또한 제품을 특별 프로모션 선반에 배치하면 다른 제품보다 더 눈에 띄게 되어 많은 고객들의 주목을 받을 수 있습니다. 이는 제품의 가시성을 높여 소비자들의 구매를 유도하는 데 도움을 줄 것입니다.

Interview ②

10)



캔디 웨어하우스 (Candy Warehouse)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 1998년 캘리포니아에 설립된 미국의 사탕 전문업체
 - 온/오프라인 유통 채널 운영
 - 사탕, 초콜렛, 과자, 장난감, 파티 용품 등 다양한 감미료 취급

담당자 정보

Retail Supervisor

고객사 제품 정보

소비자가격 1.81달러
(2,500원)

중량 30g

포장 형태 종이 상자/파우치

특징 동결건조 사과에
요거트 코팅을 한
제품. 첨가물을
최소한으로 줄이고
풍미는 최대한
살렸으며, 달콤한
맛이 특징임

캔디 웨어하우스(Candy Warehouse) Retail Supervisor

Q1. 고객사 요거트 과일캔디 제품에 대한 피드백(가격, 포장, 원료, 홍보문구 등 개선해야 할 점 등)을 부탁드립니다.

현재 당사에서 판매되는 제품은 주로 대량 포장으로 판매됩니다. 예를 들어 2.5kg의 대용량 제품은 30-40달러(41,472-55,296원)에 판매되며, 소량 포장인 300g에서 500g 제품은 8-10달러(11,059-13,824원)로 판매됩니다. 고객사의 제품 중량이 타제품에 비해 매우 적게 느껴질 수 있어, 10개 묶음 등 번들 포장을 출시하는 것이 좋아 보입니다. 다중 포장 제품으로 판매하며 가격을 조정한다면 경쟁력이 강화되어 시장에서의 판매가 증대될 것으로 보입니다.

Q2. 고객사 제품을 현지에서 꾸준히 판매하기 위해 필요한 준비사항이나 보완점은 무엇인가요?

꾸준한 판매를 위해 현지 시장에서의 제품 수요를 확인해야 합니다. 본격적인 출시 전 제품을 시험 판매함으로써, 제품이 목표 고객층의 취향에 부합하는지, 가격대가 적합한지 등을 평가하는 것이 중요합니다. 새로운 제품에 관심이 있는 고객을 유도하기 위해 무료 샘플을 제공하는 것도 효과적입니다. 이는 고객의 관심을 끌고 제품에 대한 긍정적인 반응을 이끌어낼 수 있습니다. 이후 보완 작업을 통해 제품의 시장 적합성을 높인다면, 제품의 판매 성과를 향상시킬 수 있을 것입니다.

Q3. 요거트 과일캔디 구매 시 바이어(수입 유통업체) 입장에서 주요 고려 사항은 무엇인가요?

바이어들의 주요 고려사항은 고객의 선호도와 판매 실적입니다. 허쉬(Hershey)나 도브(Dove)의 초콜릿 제품처럼 고객들이 항상 찾는 인기 제품들은 계절이나 판매 상황과 관계없이 안정적으로 판매되기 때문에 고객사의 요거트 과일캔디 제품도 인기를 높이고 꾸준히 판매될 수 있어야 합니다. 가격 역시 중요한 고려사항입니다. 소비자들은 사탕에 많은 돈을 쓰는 것을 꺼리므로 제품의 가격대와 판매량, 할인 여부를 잘 고려해야 합니다. 다양한 가격대의 제품을 제공하여 고객들이 더 많은 선택지를 가질 수 있도록 하는 것이 중요합니다. 바이어들은 이러한 요소들을 종합적으로 고려하여 제품의 시장 적합성을 평가하고 판매 전략을 수립합니다.

Q4. 요거트 과일캔디의 소비 트렌드와 소비자들의 구매 고려 사항은 무엇인가요?

현재 당사에서는 다양한 종류의 요거트 과일캔디를 판매중입니다. 요거트가 코팅된 건포도 캔디, 라즈베리 요거트가 코팅된 미니 프레첼 등이 있습니다. 그러나 요거트 과일캔디는 고객들이 가장 선호하는 선택은 아닙니다. 많은 소비자들이 초콜릿으로 코팅된 캔디를 선호하며, 현재 허쉬의 키세스 초콜릿(Kisses Chocolate)과 같은 초콜릿 제품이 더 큰 인기를 끌고 있습니다. 시장에는 많은 경쟁제품들이 있기 때문에, 제품의 가격과 맛 모두 중요한 구매 결정 요소로 작용합니다. 또한 요거트 캔디는 어린이들이 비해 성인들 사이에서 더 인기가 있습니다. 어린이들은 젤리나, 신맛이 나는 캔디를 더 선호하는 경향이 있습니다. 이러한 소비자 선호를 반영하여 제품을 개발하고 마케팅 전략을 수립하는 것을 추천합니다.

Q5. 해외 기업이 현지 시장에 공급할 때의 절차와 유통 과정은 어떻게 되나요?

해외 기업의 사례의 경우 정확한 답변을 드리기 어렵습니다. 허쉬사의 제품과 같이 미국에서 제조되는 제품의 경우, 공장에서 완성되어 유통채널의 창고로 운송됩니다. 제품은 냉장 트럭을 이용해 운송되며, 신선도를 유지하고 제품이 파손되거나 부패하는 것을 방지하기 위해 플라스틱 백에 포장된 후 공기 주입된 골판지 상자와 함께 얼음을 넣어 운송됩니다. 이러한 과정을 통해 제품이 안전하고 신선한 상태로 소비자에게 전달될 수 있도록 합니다.

Q6. 고객사 제품이 현지 시장에 진출하기 위해 적절한 유통채널은 무엇인가요?

고객사에게 적합한 유통채널은 온라인 채널입니다. 오프라인 매장을 선호하는 일부 고객들이 있지만, 온라인 사탕 전문 쇼핑몰의 인기가 훨씬 높습니다. 온라인 쇼핑을 통한 구매가 배송이 간편하고, 제품 선택의 폭이 넓으며, 오프라인 매장에서 찾기 어려운 제품들도 구매할 수 있기 때문으로 보입니다. 미국에서 인기 있는 온라인 사탕 전문 쇼핑몰로는 셰인 컨페క్ష너리(Shane Confectionery)와 이코노미 캔디(Economy Candy)가 있습니다.

Q7. 고객사 제품이 현지 시장에 진출하기 위한 효과적인 마케팅 방법과 채널은 무엇인가요?

현지 소비자의 맛 선호도와 구매 습관을 이해하는 것이 중요합니다. 이를 위해 사람들이 많이 모이는 슈퍼마켓, 번화가, 놀이터 등에서 무료 시식을 제공하며 설문조사를 진행하는 것이 좋습니다. 또한 소셜 미디어나 지역 상점에서 제품의 독특함과 자연산 고품질 재료를 강조하여 건강을 중시하는 고객들의 관심을 끌 수 있습니다.

Interview ③

11)



캔디 미 업(Candy Me Up) Online Sales

캔디 미 업

(Candy Me Up)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 캘리포니아에 본사를 둔 미국의 사탕 전문업체
 - 온/오프라인 유통 채널 운영
 - 유럽, 아시아 등 다양한 나라의 사탕, 과자, 음료수 등 감미료 취급

담당자 정보

Online Sales

고객사 제품 정보

소비자가격 1.81달러
(2,500원)

중량 30g

포장 형태 종이 상자/파우치

특징 동결건조 사과에
요거트 코팅을 한
제품. 첨가물을
최소한으로 줄이고
풍미는 최대한
살렸으며, 달콤한
맛이 특징임

Q1. 고객사 요거트 과일캔디 제품에 대한 피드백(가격, 포장, 원료, 홍보문구 등 개선해야 할 점 등)을 부탁드립니다.

고객사 제품의 파우치형 포장은 당사에서 표준 포장으로 간주합니다. 또한 가격 면에서도 당사에서 판매되는 제품들과 유사합니다. 메이지(Meiji)사의 초코룸(Chocorooms) 제품은 38g에 2.50달러(3,456원), 카바야(Kabaya)사의 사쿠사쿠 판다(Sakusaku Panda) 제품은 46그램에 4.75달러(6,566원)에 판매되고 있습니다. 더불어 요거트 맛은 고객들 사이에서 인기가 많지 않은 맛이기 때문에 가능하다면 다양한 맛을 제공하는 것이 좋아보입니다.

Q2. 고객사 제품을 현지에서 꾸준히 판매하기 위해 필요한 준비사항이나 보완점은 무엇인가요?

고객 피드백, 예를 들어 설문 조사나 고객 서비스 리뷰 등을 통해 얻은 데이터를 활용해 효과적인 마케팅 전략을 개발한다면 제품의 꾸준한 판매에 도움이 될 것입니다. 또한 TV, 빌보드, 라디오와 같은 전통적인 채널과 소셜 미디어에서 지속해서 프로모션을 진행해 제품이 소비자들의 기억에 남는 것이 중요합니다.

Q3. 요거트 과일캔디 구매 시 바이어(수입 유통업체) 입장에서 주요 고려 사항은 무엇인가요?

바이어들은 요거트 과일캔디와 같은 사탕 제품을 구매할 때 제품의 브랜드를 중요하게 생각합니다. 고객들 중 다수가 자신이 선호하는 브랜드에 대한 충성도가 높아, 동일한 브랜드의 제품을 반복 구매하는 경우가 많기 때문입니다. 바이어들은 고객 만족도를 높이기 위해 품질 가능성이 높은 재고를 신속히 확보하려 노력합니다.

Q4. 요거트 과일캔디의 소비 트렌드와 소비자들의 구매 고려 사항은 무엇인가요?

미국 전역에서 아시아의 간식이 인기를 얻고 있지만, 요거트 맛 사탕의 인지도는 낮은 편입니다. 고객들은 앞서 언급한 초코룸과 사쿠사쿠 판다 제품처럼 초콜릿 맛을 가진 제품들을 선호합니다. 현지 소비자들은 아시아의 간식을 소비할 때, 특정 브랜드의 제품만 선호하거나 특정 제품을 체험해보고 싶어하기 때문에 가격에 상대적으로 관대한 경향이 있습니다.

Q5. 해외 기업이 현지 시장에 공급할 때의 절차와 유통 과정은 어떻게 되나요?

해외 기업의 제품이 현지 시장에 진출하기 위해서는 먼저 미국의 품질, 안전, 포장 기준을 충족하고 필요한 모든 인증을 받아야 합니다. 제품이 미국에 도착하면 화물 운송업자가 제품의 운송을 관리합니다. 배송은 주로 육로를 통해 트럭으로 이루어지며, 신선도를 유지하기 위한 여러 과정을 거칩니다. 제품이 소매점의 보관 시설에 도착하면 고객에게 판매됩니다.

Q6. 고객사 제품이 현지 시장에 진출하기 위해 적절한 유통채널은 무엇인가요?

대형 슈퍼마켓을 추천합니다. 월마트(Walmart)나 타겟(Target)과 같은 대형 매장은 다양한 고객층이 방문하기 때문에 고객사 제품의 인지도를 높이는 데 이상적입니다. 또한 편의점도 좋은 진출 방안이 될 수 있습니다. 세븐일레븐(7-eleven)과 같은 편의점은 변화기에 위치해 있어 꾸준한 판매 기회를 제공해 줍니다.

Q7. 고객사 제품이 현지 시장에 진출하기 위한 효과적인 마케팅 방법과 채널은 무엇인가요?

당사의 경우 효과적인 마케팅을 위해 옐프(Yelp), 페이스북(Facebook), 유튜브(Youtube)와 같은 디지털 미디어를 활용합니다. 또한 크리스마스나 부활절과 같은 명절에 맞추어 웹사이트에서 다양한 특별 할인 행사를 제공합니다. 특별 할인 행사의 대상은 약간 손상되었지만 여전히 섭취 가능한 제품 혹은 재고가 과잉 상태인 제품입니다. 당사는 항상 다양한 제품을 제공하고, 최상의 고객 서비스를 제공하여 충성 고객으로부터 최고의 리뷰를 얻는 것에 중점을 두고 있습니다.

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

V

경쟁력파악



1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 온라인 인기 제품 리뷰 분석

1. 제품 경쟁력 검증

1) 10g당 가격

● 경쟁제품(제조사)

- ① 프로바이오틱 스트로베리 요거스 (치보 비타)
- ② 프리즈 드라이드 스트로베리 프루트 크리스프 (그레이트 밸류)
- ③ 요거트 커버드 레이즌 (썬 메이드)
- ④ 블루베리 크리스프 디프드 크랜베리 믹스 (오션 스프레이)
- ⑤ 마리아니 바닐라 요거트 레이즌 (마리아니)
- ⑥ 바닐라 요거트 커버드 레이즌 (그레이트 밸류)
- ⑦ 프리즈 드라이드 피그 슬라이스 (트레이더 조)
- ⑧ 트루 프루 네이처스 스트로베리 (트루 프루)
- ⑨ 프리즈 드라이드 스트로베리, 애플 앤 피치 프루트 블렌드 (굿 앤 개더)
- ⑩ 프루트 앤 요거트 스낵 (웰치스)

▶ 경쟁제품 10개의 10g당 평균 가격, 0.56달러

고객사 제품의 10g당 가격은 0.60달러(833원¹²⁾)로 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격인 0.56달러(773원)보다 소폭 높은 수준임. 비율로 살펴보면, 고객사 제품의 가격은 요거트 과일캔디 경쟁제품 10개의 평균 소비자가격의 약 106% 수준임

[표 5.1] 미국 요거트 과일캔디 가격 경쟁력 분석

(단위: 달러/10g)



12) 1달러=1,382.4원(2024.07.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

- ① 프로바이오틱 스트로베리 요거스 (치보 비타)
- ② 프리즈 드라이드 스트로베리
프루트 크리스프 (그레이트 밸류)
- ③ 요거트 커버드 레이즌 (썬 메이드)
- ④ 블루베리 크리스프 디프드
크랜베리 믹스 (오션 스프레이)
- ⑤ 마리아니 바닐라 요거트
레이즌 (마리아니)
- ⑥ 바닐라 요거트 커버드 레이즌 (그레이트 밸류)
- ⑦ 프리즈 드라이드 피그
슬라이스 (트레이더 조)
- ⑧ 트루 프루 네이처스
스트로베리 (트루 프루)
- ⑨ 프리즈 드라이드 스트로베리,
애플 앤 피치 프루트 블렌드 (굿 앤 개더)
- ⑩ 프루트 앤 요거트 스낵 (웰치스)

▶ 경쟁제품 10개의 평균 중량, 118.9g

고객사 제품의 중량은 30g으로 요거트 과일캔디 경쟁제품 10개의 평균 중량인 118.9g보다 낮은 수준임. 비율로 살펴보면 고객사 제품의 중량은 요거트 과일캔디 평균 중량의 약 25% 수준으로 조사되어 평균 중량과의 큰 편차를 확인할 수 있음. 고객사는 제품의 중량을 늘려 시장에 진출하는 방향을 고려할 수 있음

[표 5.2] 미국 요거트 과일캔디 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

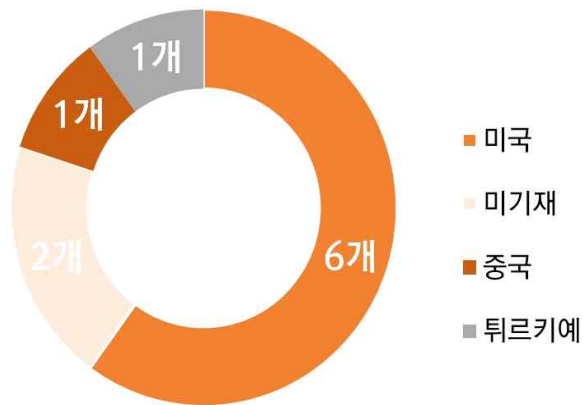


3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 중 6개 원산지, 미국

미국에서 판매되고 있는 요거트 과일캔디 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개 제품 중 6개 제품이 미국산 제품임을 확인함. 원산지를 미기재 한 제품 2개와 중국, 튀르키예산 제품 각 1개가 조사됨

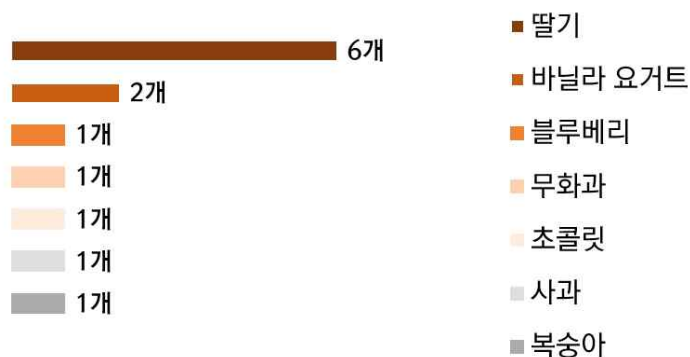
[표 5.3] 미국 요거트 과일캔디 원산지 경쟁력 분석

4) 맛¹³⁾

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 6개의 맛, 딸기맛

미국에서 판매되고 있는 요거트 과일캔디 경쟁제품 10개의 맛을 조사한 결과, 6개 제품의 맛이 딸기맛임을 확인함.¹⁴⁾ 그 외 바닐라 요거트 맛 제품 2개와 블루베리, 무화과, 초콜릿, 사과, 복숭아 맛 제품이 각 1개씩 조사됨

[표 5.4] 미국 요거트 과일캔디 맛 경쟁력 분석



13) 한 제품에 두 개 이상의 맛을 표기한 제품이 있음

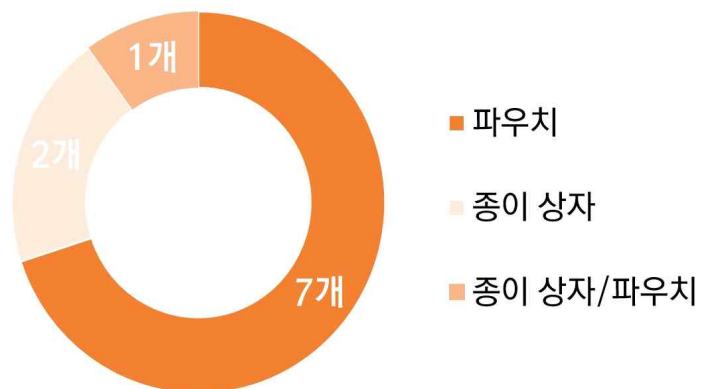
14) 딸기맛은 딸기 요거트맛을 포함하여 조사를 진행함

5) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 7개의 포장 형태, 파우치

미국에서 판매 중인 요거트 과일캔디 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 10개 제품 중 7개 제품이 파우치를 사용해 제품을 포장한 것으로 확인됨. 그 외 2개 제품이 종이 상자를 활용해 제품을 포장했고, 고객사와 동일하게 제품 외부는 종이 상자, 내부를 파우치로 포장한 제품이 1개로 조사됨

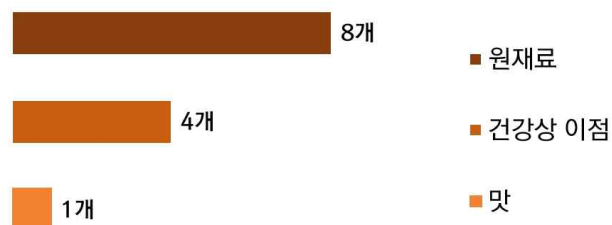
[표 5.5] 미국 요거트 과일캔디 포장 형태 경쟁력 분석

6) 홍보문구¹⁵⁾

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 8개 제품, '원재료' 강조하는 홍보문구 사용

미국에서 판매 중인 요거트 과일캔디 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과 8개 제품이 '진짜 크랜베리로 만든', '천연 딸기' 등 원재료와 관련된 문구를 활용한 것으로 확인됨. 그 외 4개 제품은 '글루텐 프리' 등 제품의 건강상 이점을 강조한 홍보문구를 사용함. 또 다른 1개 제품은 '자연의 향료와 함께 맛을 낸'의 문구로 제품의 맛을 강조함

[표 5.6] 미국 요거트 과일캔디 홍보문구 경쟁력 분석



15) 한 제품에 두 개 이상의 홍보문구를 표기한 제품이 있음

2. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.7] 요거트 과일캔디 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	웰치스
	기업 설명	웰치스는 1869년 설립된 미국포도협동조합 산하의 음료 및 식품제조업체임. 냉장 주스, 냉동 및 상온 보관 농축액, 과일 스낵 및 말린 과일 등 다양한 과일 기반의 식품을 제조 및 판매함
주요 마케팅 전략	제품 품질관리 기준 소개	 Our Flavor Starts in the Earth... Welch's goodness starts in the vineyards, orchards, and farms where our farmers nurture their land so it will continue to be fertile and produce for generations to come. Our grapes are 100% grown in the USA and go from vine to press within 8 hours of picking. We use 90% of the grapes we harvest, pressing the skin and seeds to maximize health benefits. This means no artificial flavors, colors, or sweeteners in our 100% juice. 자사 제품의 품질 관리 시스템과 원료 관리 기준 등 제품 생산 과정을 공개하고 소비자에게 신뢰감 형성
	홍보 현지화	 
		홈페이지를 통해 자사 제품 정보 제공 글로벌 SNS인 인스타그램과 페이스북, 유튜브 채널을 운영
요약	판매채널	오프라인 매장(타겟) 온라인 매장(아마존)
	홍보채널	자사 홈페이지(글로벌) SNS 플랫폼(인스타그램/페이스북/유튜브)
	홍보문구	원재료의 높은 품질과 친환경적인 공정을 강조

3. 온라인 인기 제품 리뷰 분석

▶ 분석 지표 선정 및 대표 키워드

온라인 인기 제품 리뷰 빅데이터 감성분석 진행을 위해 고객사 조사 희망 지표에 따라 분석 대상 지표를 선정함. 선정된 지표는 가격, 중량, 제품 선호도, 맛, 품질로 5가지이며, 선정 지표 및 제품 특징을 기반으로 한 키워드집을 구축하여 리뷰 데이터를 수집함

[표 5.8] 온라인 인기 제품 리뷰 분석 지표 선정 및 대표 키워드

지표	지표 설명	대표 키워드
가격	판매 제품 가격에 대한 평가	Price, Cost, Worth, Expensive 등
중량	판매 제품 중량에 대한 평가	Servings, Size, Portion, Bulk 등
제품 선호도	판매 제품 선호도에 대한 평가	Prefer, Love, Enjoy 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Flavor, Sweet, Yummy, Bland 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Quality, Premium, Superior 등

▶ 아마존에서 판매되고 있는 요거트 과일캔디 제품 선정

[표 5.9] 온라인 인기 제품 리뷰 분석 제품 정보



판매 사이트	아마존 (Amazon)	리뷰 수	200건
제품명	네이처스 가든 프로바이오틱 스트로베리 요기스 (Nature's Garden Probiotic Strawberry Yoggies)		
제품 종류	요거트 과일캔디	소비자가격	19.49달러 (26,943원)
중량	600g	포장	파우치
특징	온 가족을 위한 맛있고 건강한 간식 쉽고 즐겁게 즐길 수 있는 섬유질 간식		

3. 온라인 인기 제품 리뷰 분석

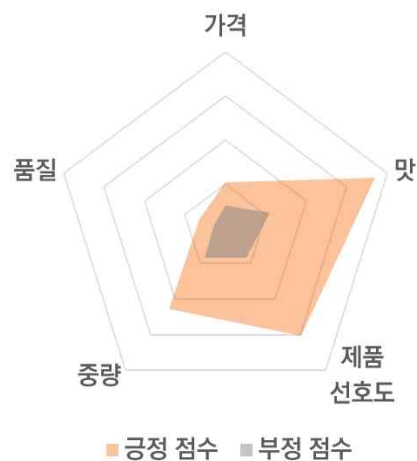
▶ 온라인 인기 제품 리뷰 감성분석 결과, '맛'에 대한 만족도 가장 높아

빅데이터 분석을 통해 미국 온라인 쇼핑몰 아마존에서 판매되고 있는 요거트 과일캔디 인기 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, '맛'에 대한 긍정 점수가 371점으로 가장 높게 나타나 맛에 대한 소비자의 만족도가 가장 높음. 그다음으로는 '제품 선호도'에 대한 긍정 점수가 303점으로 높은 편인 것으로 조사되어, 미국 소비자들은 온라인에서 판매되고 있는 요거트 과일캔디 제품에 대하여 맛과 제품 선호도에 대한 관심도가 높은 편임을 확인함

[표 5.10] 온라인 인기 제품 리뷰 분석

(단위: 점)

조사 제품	
사이트	아마존
분석 건수	200건
제품명	네이처스 가든 프로바이오틱 스트로베리 요거스
제품 종류	요거트 과일캔디
소비자가격	19.49달러 (26,943원)
중량	600g
포장	파우치
성분	온 가족을 위한 맛있고 건강한 간식 쉽고 즐겁게 즐길 수 있는 섬유질 간식



[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지 표	긍정 점수	부정 점수
가격	104	51
맛	371	111
제품 선호도	303	84
중량	227	84
품질	65	27
종합	1,070	357

▶ 선호 요인: 맛과 개별포장 인기, 아이들 간식으로 선호해

요거트 과일캔디 제품의 최대 선호요인은 맛으로 신선한 딸기 맛과 요거트의 풍미가 만족스럽다는 리뷰가 상당수 확인되었음. 또한 간편함에 만족한다는 리뷰와 아이들의 선호 의견도 확인됨

“The quality of the product is really good. The flavor of the yogurt is great, and the products are individually wrapped for easy storage. Best of all, my kids really like it.”

“제품의 품질이 정말 좋습니다. 요거트의 맛이 좋고, 개별포장되어 보관이 간편합니다. 무엇보다도 아이들이 정말 좋아합니다.”

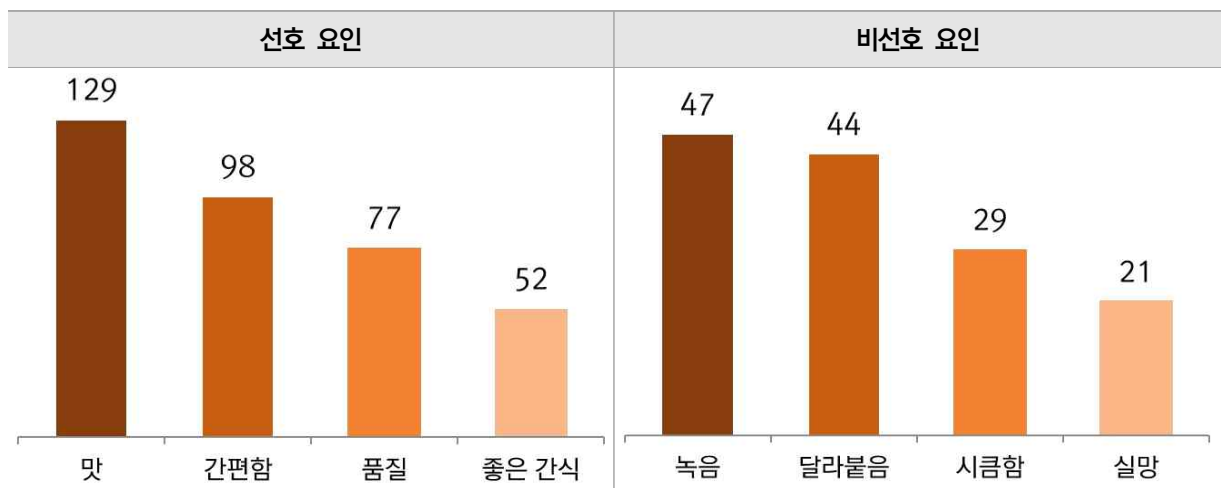
▶ 비선호 요인: 제품의 신선도와 신맛에 대한 불만 요인

요거트 과일캔디의 최대 비선호 요인은 제품의 신선도와 너무 신맛으로 조사됨. 제품이 상한 것처럼 시큼하며, 파우치 내 내용물이 모두 달라붙은 상태로 배송된 점에 대해 언급한 것으로 나타남

“When the product arrived, it was melted and stuck together. It tastes sour and rancid, like spoiled yogurt.”

“제품이 도착했을 때 녹아서 서로 달라붙어 있었습니다. 상한 요구르트처럼 시큼하고 썩은맛이 납니다.”

[표 5.11] 미국 요거트 과일캔디 온라인 인기 제품 선호·비선호 요인 분석



[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 미국 인구조사국 홈페이지 (www.census.gov)
2. 스탯티스타 (www.statista.com)
3. 브리태니커 백과사전 (www.britannica.com)
4. 아마존 홈페이지 (www.amazon.com)
5. 월마트 홈페이지 (www.walmart.com)
6. 크로거 홈페이지 (www.kroger.com)
7. 에이치마트 홈페이지 (www.hmart.com)
8. 트레이더조 홈페이지 (www.traderjoes.com)
9. 타겟 홈페이지 (www.target.com)
10. 오션 스프레이 홈페이지 (www.oceanspray.com)
11. 치보 비타 홈페이지 (www.cibovita.com)
12. 네이처스 가든 홈페이지 (www.naturesgarden.net)
13. 웰치스 홈페이지 (www.welchs.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2024.08.23

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 2024 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea