

2024 수출기업 맞춤형 해외시장조사

No. 202408-19
품목 전복죽(Abalone Porridge)
HS CODE 2104.10-9000
국가 미국(USA)
구분 경쟁력분석형



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 해외시장조사



I. 요약

03

II. 경쟁제품

1. 미국 전복족 경쟁제품 선정
2. 미국 전복족 경쟁제품 조사지표 선정
3. 미국 전복족 경쟁제품 현지조사 결과

05

10

11

III. 경쟁기업

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

23

24

26

IV. 수입·유통업체 인터뷰

1. 월마트(Walmart)
2. 크로거(Kroger)
3. 에이치마트(H Mart)

35

38

41

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹

44

48

50



■ 온라인 인기제품

판매채널		제품명	제조사명
온라인몰 인기 판매제품	아마존 (Amazon)	A브랜드 전복죽	D사
		B브랜드 전복죽	A사
	월마트 (Walmart)	B브랜드 전복죽	A사
		전복죽	B사
	에이치마트 (H Mart)	B브랜드 전복죽	A사
		전복죽	E사

■ 오프라인 주요 경쟁제품

전복죽 (B사)		전복죽 (E사)	
	가격 3.00달러 (약 4,133원)		가격 5.00달러 (약 6,898원)
	중량 285g		중량 420g
그릇이 필요 없는 플라스틱 용기 100% 한국 쌀 사용		실온 보관 가능, 신선한 전복 사용	

■ 경쟁기업 3개사 분석

	A사	B사	C사	미국 현지 진출 경쟁기업 현황 경쟁기업 3개사 모두, 포장 및 홍보문구 미국 현지화 + 경쟁기업 3개사 모두, 한국 및 글로벌 자사 홈페이지를 활용해 기업 및 제품 홍보
국적	한국	한국	한국	
포장 현지화	●	●	⦿	
홍보 현지화	●	●	●	
입점 채널	온/오프라인 모두 활용	온/오프라인 모두 활용	온/오프라인 모두 활용	
홍보 채널	자사 홈페이지(한국/글로벌) SNS 플랫폼(한국/글로벌)	자사 홈페이지(한국/글로벌) SNS 플랫폼(글로벌)	자사 홈페이지(한국/글로벌) SNS 플랫폼(글로벌)	

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

기준(고객사)		경쟁력		경쟁제품(10개)			
가격(100g당) (1.33달러 (약 1,845원))	●	전복죽 10개					
		1.57달러 (약 2,170원)					
중량(g) (320g)	⦿	전복죽 10개					
		약 310g					
포장 형태 (플라스틱파우치)	⦿	플라스틱 파우치	플라스틱 용기	종이 커버/ 플라스틱 용기	종이 상자/ 플라스틱 파우치		
		4개	3개	2개	1개		

기준(고객사)		경쟁력		경쟁제품(10개)			
원산지 (한국)	⦿	한국산					
		10개					
브랜드 국적 (한국)	⦿	한국산					
		10개					
홍보문구 (중복값有) 재료/맛 강조)	⦿	재료	맛	원산지	건강		
		7개	5개	4개	3개		

● 차별화된 경쟁력 ⦿ 일반적인 스펙 ○ 보완 필요

■ 요약

Point 01.	1) 고객사 제품 100g당 가격은 경쟁제품 평균보다 낮은 편이며, 중량은 경쟁제품 평균보다 약간 큰 것으로 나타남 2) 경쟁제품 10개 중 7개가 재료를 강조하는 홍보문구를 사용하는 것으로 나타남
Point 02.	1) 경쟁기업 3개사 모두 제품 포장 디자인 문구를 미국 현지화한 것으로 나타남 2) 경쟁기업 3개사 모두 한국 및 글로벌 자사 홈페이지를 활용해 기업 및 제품을 홍보하고 있는 것으로 나타남



II 경쟁제품

1. 미국 전복족 경쟁제품 선정
2. 미국 전복족 경쟁제품 조사지표 선정
3. 미국 전복족 경쟁제품 현지조사 결과

1. 미국 전복죽 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징

제품명	H사1) 전복죽
제품 종류	전복죽
소비자가격	5,900원 (약 4.27달러 ²⁾)
중량	320g
포장	플라스틱 파우치
특징	청정바다 수도 완도산 전복 등 국내산 원재료를 사용해 식감을 살린 냉동 밀키트로, 레토르트 식품 대비 영양소 파괴가 적음

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명 : H사 전복죽
 - 제품 종류 : 전복죽
 - 소비자가격 : 약 4.27달러(5,900원)
 - 중량 : 320g
 - 포장 형태 : 플라스틱 파우치

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 아마존(Amazon)
 2. 월마트(Walmart)
 3. 에이치마트(Hmart)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 Top 3 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 : 아시아/한인마트
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 오프라인 매장 인기 제품
- 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) 고객사를 H사로 표기

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	신선식품, 가공식품, 음료, 냉동식품 등
 월마트	식품, 생활용품, 화장품, 의류, 전자제품 등
 에이치마트	가공식품, 생활용품, 유아용품 등

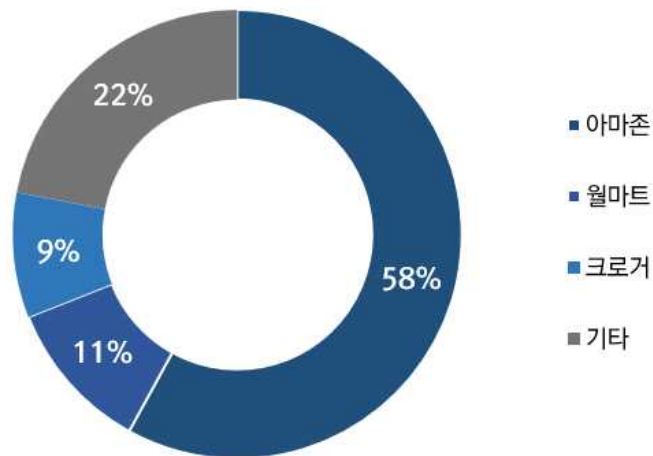
▶ 전복죽 경쟁제품군 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사지표를 바탕으로 전복죽 제품의 경쟁제품군으로 전복죽 및 기타 죽 제품을 설정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 미국 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 한국산 전복죽 제품이 압도적인 상위 인기 제품으로 확인됨. 월마트에서는 유일하게 필리핀산 죽 제품이 상위 인기 제품으로 순위에 올라 있었음

[표 2.1] 미국 온라인 쇼핑몰 점유율(2022년 기준)



자료 : 스탯이스타(Statista) 홈페이지

[표 2.2] 미국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

아마존 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	즉석식품	D사	A브랜드 전복죽 (Abalone Porridge)	한국	69.00달러 (약 95,386원)	285g*10팩	
2	즉석식품	B브랜드	B브랜드 전복죽 & 버섯죽 (Korean Rice Porridge Instant Ready Meal Combo Pack)	한국	33.95달러 (약 46,932원)	280g*4팩	
3	즉석식품	C브랜드	전복버섯죽 (Premium Abalone and Mushroom Juk)	한국	9.87달러 (약 13,644원)	300g	

[표 2.2] 미국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

월마트 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁴⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	즉석식품	B브랜드	전복죽 (A Bowl of Rice Porridge with Abalone)	한국	14.99달러 (약 20,722원)	280g	
2	즉석식품	B사	전복죽 (Abalone Rice Porridge)	한국	42.17달러 (약 58,296원)	285g*6팩	
3	즉석식품	화이트킹 (White King)	아로즈 칼도 치킨죽 (Arroz Cald-O Chicken Rice Porridge)	필리핀	4.99달러 (약 6,898원)	113g*3팩	
에이치마트 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁵⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	즉석식품	B브랜드	전복죽 (Abalone Porridge)	한국	5.99달러 (약 8,281원)	280g	
2	즉석식품	E사	전복죽 (Abalone Porridge)	한국	15.99달러 (약 22,105원)	420g*3팩	
3	즉석식품	B사	전복죽 (Abalone Rice Porridge)	한국	3.99달러 (약 5,516원)	285g	

자료: 아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 에이치마트(H Mart) 홈페이지
 사진 자료: 아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 에이치마트(H Mart) 홈페이지

4) 조사일(2024.07.30) 기준 조사

5) 조사일(2024.07.30) 기준 조사

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 미국 캘리포니아 정보⁶⁾

인구	3,903만 명
면적	약 423,970km ²

▶ 미국 캘리포니아, 방문지역으로 선정

캘리포니아주는 미국 서부에 있는 주로, 약 3,900만 명 이상의 인구를 보유한 미국 최대 주임. 캘리포니아의 경제 규모는 세계 5-7위 국가에 해당하는 수준으로, 미국의 모든 주에서 가장 크며, 많은 은행과 기업이 캘리포니아주에 기반을 두고 있음. 또한 항공우주 산업과, 영화 산업, 농업 등 여러 산업에서 우위를 유지하고 있음. 캘리포니아는 노동력이 약 10분의 1이 농업에 종사하고 있으며, 미국 내 야채 및 과일의 절반 이상이 캘리포니아주에서 생산되고 있음

▶ 현지조사 매장 선정, 아시안 및 한인마트

고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여, 아시안 및 한인마트를 주요 현지조사 매장으로 선정함

[표 2.3] 미국 전복죽 주요 유통채널 현황

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓/슈퍼마켓	월마트(Walmart), 타겟(Target), 트레이더 조(Trader Joe's), 코스트코(Costco)
아시안 및 한인마트	시온마켓(Zion Market), 한남체인(Hannam Chain), 에이치마트(H Mart)
온라인	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 크로거(Kroger), 에이치마트(H Mart)

■ 고객사 진출 선호 매장

6) 자료: 미국 인구조사국

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정

(*) 시온마켓(Zion Market), 한남체인(Hannam Chain), 에이치마트(H Mart)

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 전복죽과 기타 죽(게살죽, 소고기죽, 새우죽, 야채죽 등)

[표 2.4] 미국 전복죽 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	전복죽	기타 죽
① 버섯야채죽 (A사)	○ (시온마켓, 한남체인)	○ (아마존, 월마트, 에이치마트)		○
② 전복죽 (D사)	○ (시온마켓)	○ (아마존, 에이치마트)	○	
③ 전복죽 (B사)	○ (시온마켓)	○ (아마존, 월마트, 에이치마트)	○	
④ 게살죽 (B사)	○ (시온마켓)	○ (에이치마트)		○
⑤ 해물죽 (C사)	○ (에이치마트)	○ (아마존, 에이치마트)		○
⑥ 전복죽 (A사)	○ (시온마켓, 한남체인, 에이치마트)	○ (아마존, 월마트, 에이치마트)	○	
⑦ 전복버섯죽 (C사)	○ (한남체인, 에이치마트)	○ (아마존, 에이치마트)	○	
⑧ 낙지김치죽 (C사)	○ (한남체인, 에이치마트)	○ (아마존, 월마트, 에이치마트)		○
⑨ 전복죽 (E사)	○ (에이치마트)	○ (에이치마트)	○	
⑩ 완도전복죽 (D사)	○ (에이치마트)	○ (에이치마트)	○	

(*) 현지 판매 전복죽 경쟁제품 10개 분석

2. 미국 전복죽 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 미국 전복죽 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 미국 전복죽 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
가격	소비자 판매 가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	100g당 가격	제품의 100g당 가격
중량	중량(g)	제품의 포장 단위
식품 유형	즉석식품	데워서 바로 먹을 수 있는 식품
포장 형태	플라스틱 파우치	플라스틱 소재의 파우치
	플라스틱 용기	플라스틱 소재의 그릇 형태 용기
	종이 커버	종이 소재의 외부 포장
	종이 상자	종이 소재의 상자
가공 방법		원재료를 완제품으로 가공한 방법
맛		제품의 맛
원산지		제품의 원산지
인증		제품이 보유하고 있는 인증
홍보문구		제품의 홍보문구
수입자		제품의 수입상 정보
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

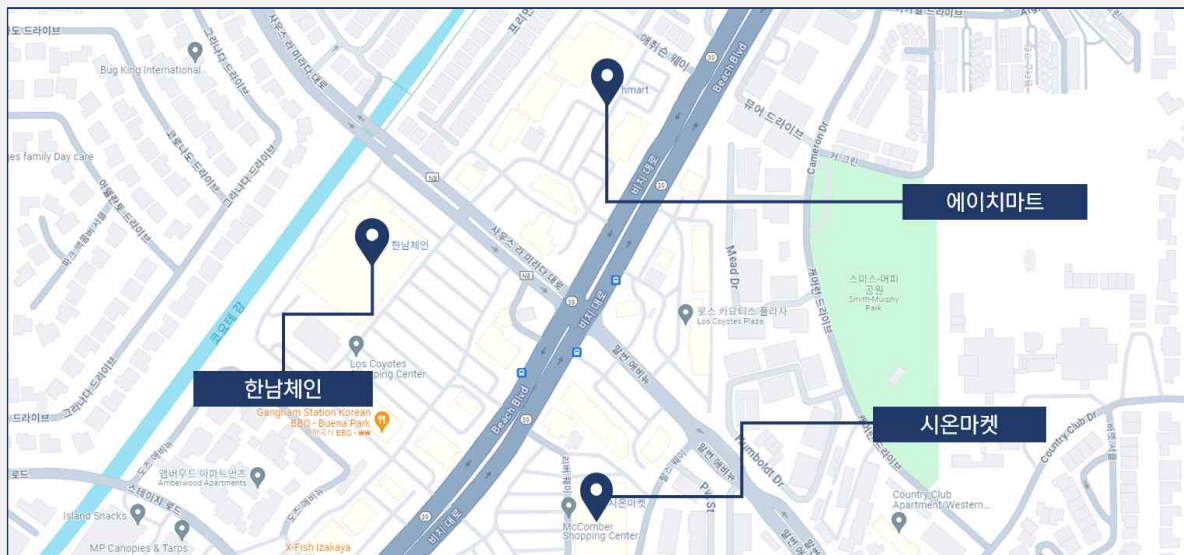
3. 미국 전복죽 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 미국 캘리포니아주에 위치한 아시안 및 한인마트

미국 캘리포니아주에 위치한 아시안 및 한인마트인 시온마켓, 한남체인, 에이치마트를 방문함. 시온마켓과 한남체인은 미국의 한인마트 체인이며, 에이치마트는 미국 최대 아시아 슈퍼마켓 체인으로 미국 전역에 97개의 매장을 운영하고 있음. 3개의 매장 모두 거주 지역과 인접함

[표 2.6] 미국 방문 매장 및 특징

방문 매장	구분	조사 제품 수	조사 매장 특징
시온마켓 (Zion Martket)	아시안 및 한인마트	4	· 신선식품, 식료품, 생활용품 등 다양한 물품 판매 · 미국 내 6개의 매장 운영
한남체인 (Hannam Chain)	아시안 및 한인마트	1	· 1988년에 설립된 한인마트 체인 · 미국 내 7개 매장 운영
에이치마트 (H Mart)	아시안 및 한인마트	5	· 미국의 대형 한인마트 체인 · 캘리포니아에 18개 매장 운영



지도자료: 구글맵(Google Maps)

▶ 경쟁제품, 10개 중 4개 제품은 2개 이상의 방문 매장에서 판매

시온마켓(Zion Market), 한남체인(Hannam Chain), 에이치마트(H Mart) 총 3개 매장 방문 후 인기제품을 조사한 결과, 6개의 제품이 1곳의 매장에서만 판매 중인 것을 확인함. 나머지 4개의 제품 중 3개는 2곳의 방문 매장에서 판매 중이며, 1개의 제품만이 모든 방문 매장에서 판매 중인 것으로 나타남. 에이치마트는 6개의 제품을 취급하고 있어, 방문한 매장 중 가장 많은 경쟁제품을 판매하고 있는 것으로 확인됨

[표 2.7] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품 현황	판매 현황		
	시온마켓	한남체인	에이치마트
① 버섯야채죽 (A사)	○	○	
② 전복죽 (D사)	○		
③ 전복죽 (B사)	○		
④ 게살죽 (B사)	○		
⑤ 해물죽 (C사)			○
⑥ 전복죽 (A사)	○	○	○
⑦ 전복버섯죽 (C사)		○	○
⑧ 낙지김치죽 (C사)		○	○
⑨ 전복죽 (E사)			○
⑩ 완도전복죽 (D사)			○

자료: 현지조사원 자료

Shop ① 시온마켓(Zion Market)

매장 정보

- 유형: 아시안 및 한인마트

- 판매 제품 특징:

음료, 과자, 과일, 채소, 육류, 해산물, 농산물, 생활용품 등의 다양한 제품을 판매

- 매장 주변 특징:

주거 지역 내 위치

- 주요 고객층:

현지 주민, 관광객, 한국교민

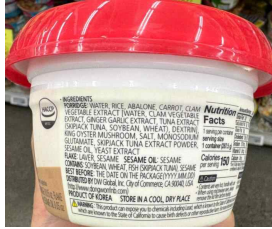
브랜드 기본 정보 ⁷⁾		시온마켓은 1981년에 설립된 한인마트 체인으로, 캘리포니아주를 중심으로 총 6개의 매장을 운영하고 있음. 포인트 적립 및 프로모션 정보를 받아볼 수 있는 시온마켓 리워드 어플리케이션을 보유하여 온라인 마케팅 경쟁력을 갖추고 있음
		조사 제품 수: 4개

매장 정보		
	위치	도시(지역) 캘리포니아
		상세주소 5400 Beach Blvd, Buena Park, CA 90621

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 전복죽 경쟁제품 정보	
		
	전복죽 (D사)	전복죽 (B사)
		
	게살죽 (B사)	버섯야채죽 (A사)

사진자료: 현지조사원 자료

			
제품명 (현지어)	전복죽 (Rice porridge with abalone)	제조사 (현지어)	D사
제품 종류	즉석식품	중량	288g
소비자가격	3.00달러 (4,133원)	100g당 가격	1.04달러 (1,438원)
원산지	한국	맛	전복죽 맛
인증	HACCP	수입자	DW 글로벌 (DW Global, Inc)
포장 형태	플라스틱 용기	가공 방법	열처리(조리)
홍보문구	A브랜드죽 1등 비법		
원료 및 첨가물	물, 쌀, 전복, 당근, 조개·야채 추출물, 생강·마늘 추출물, 참치 추출물, 덱스트린, 왕느타리버섯, 소금, 글루탐산나트륨, 스킵잭참치 추출물 분말, 참기름, 효모 추출물		

			
제품명 (현지어)	전복죽 (Rice porridge with abalone)	제조사 (현지어)	B사
제품 종류	즉석식품	중량	285g
소비자가격	3.00달러 (4,133원)	100g당 가격	1.05달러 (1,450원)
원산지	한국	맛	전복죽 맛
인증	HACCP	수입자	B사
포장 형태	플라스틱 용기	가공 방법	열처리(조리)
홍보문구	100% 한국 쌀		
원료 및 첨가물	물, 쌀, 전복, 양파, 찹쌀, 표고버섯, 왕느타리버섯, 소금, 멸치액젓, 양파 분말, 설탕, 덱스트린, 글루탐산나트륨, 멧게 추출물, 전복 추출물, 옥수수기름, 마늘, 설탕, 참기름, 김, 토코페롤, 참기름		

			
제품명 (현지어)	게살죽 (Rice porridge with snow crab)	제조사 (현지어)	B사
제품 종류	즉석식품	중량	285g
소비자가격	4.00달러 (5,516원)	100g당 가격	1.40달러 (1,935원)
원산지	한국	맛	게살죽 맛
인증	HACCP	수입자	B사
포장 형태	플라스틱 용기	가공 방법	열처리(조리)
홍보문구	100% 한국 쌀		
원료 및 첨가물	물, 쌀, 게맛살, 계란, 우유, 팥이버섯, 죽순, 참기름, 붉은대게장, 옥수수기름, 파, 마늘, 치킨스톡, 소금, 게 추출물, 글루탐산나트륨, 맛술, 가수분해 식물성 단백질(간장), 이노신산이나트륨, 구아닐산이나트륨, 토코페롤, 참기름		

			
제품명 (현지어)	버섯야채죽 (Rice porridge with mushroom & vegetables)	제조사 (현지어)	A사
제품 종류	즉석식품	중량	280g
소비자가격	4.00달러 (5,516원)	100g당 가격	1.43달러 (1,970원)
원산지	한국	맛	버섯야채죽 맛
인증	(-)	수입자	A사
포장 형태 (외부/내부)	종이 커버/플라스틱 용기	가공 방법	열처리(조리)
홍보문구	좋은 품질을 맛볼 수 있습니다. 100% 한국 쌀, 깊고 고소한 국물, 2종의 버섯과 3종의 야채		
원료 및 첨가물	물, 쌀, 표고버섯, 양파, 왕느타리버섯, 당근, 감자, 파 추출물, 다시마 추출물, 말토덱스트린, 쌀겨유, 참기름, 소금, 설탕, 간장, 밀 전분, 팥유, 포도당, 가수분해 콩 단백질, 변성 타피오카 전분, 효모 추출물, 이노신산이나트륨, 구아닐산이나트륨, 글루탐산일나트륨, 소이레시틴		

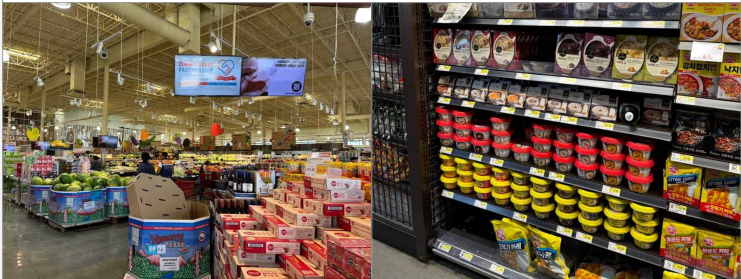
Shop ② 에이치마트(H Mart)

●
매장 정보

- 유형: 아시안 및 한인마트
- 판매 제품 특징:
아시아 식품 및 서양 식료품을 비롯한 다양한 식재료와 생활용품을 취급하며 매장 내 식당 서비스를 제공함
- 매장 주변 특징:
대형 쇼핑센터에 위치
- 주요 고객층:
현지 주민, 관광객, 한국 교민

브랜드 기본 정보 ⁸⁾		에이치마트는 한아름 그룹에 속한 미국의 슈퍼마켓 체인으로 1982년에 설립되었으며, 현재까지 미국 전역에 80여 개의 매장을 운영하고 있음. 한국산 식료품을 전문으로 판매하는 매장으로 시작하여 현재는 한국 및 아시아 식품과 광범위한 서양 식료품을 판매하고 있음
		조사 제품 수: 5개

매장 정보		
	도시(지역)	캘리포니아
	상세주소	5111 Beach Blvd, Buena Park, CA 90621

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

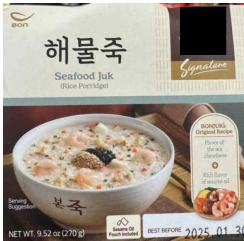
제품 판매 정보	판매 전복죽 경쟁제품 정보		
			
	전복죽 (E사)	완도전복죽 (D사)	
			
	전복버섯죽 (C사)	낙지김치죽 (C사)	해물죽 (C사)

사진자료: 현지조사원 자료

			
제품명 (현지어)	전복죽 (Abalone Porridge)	제조사 (현지어)	E사
제품 종류	즉석식품	중량	420g
소비자가격	5.00달러 (6,898원)	100g당 가격	1.19달러 (1,642원)
원산지	한국	맛	전복죽 맛
인증	HACCP	수입자	그랜드 슈퍼센터 (Grand Supercenter Inc)
포장 형태	플라스틱 파우치	가공 방법	열처리(조리)
홍보문구	건강을 생각하는 든든한 한끼		
원료 및 첨가물	물, 백미, 전복, 찹쌀, 왕느타리버섯, 표고버섯, 옥수수기름, 다시마 추출물, 사골 추출물, 참기름, 5'-리보뉴클레오티드, 전복 추출물, 쇼트넥트 조개 추출물, 변형 전분, 효모 추출물 분말, 소금, 잔탄검, 토코페롤		

			
제품명 (현지어)	완도전복죽 (Abalone Porridge)	제조사 (현지어)	D사
제품 종류	즉석식품	중량	253g
소비자가격	8.00달러 (11,045원)	100g당 가격	3.16달러 (4,366원)
원산지	한국	맛	완도전복죽 맛
인증	(-)	수입자	서울 트레이딩 USA (Seoul Trading USA Co)
포장 형태 (외부/내부)	종이 상자/플라스틱 파우치	가공 방법	열처리(조리)
홍보문구	우리가족 건강보양식		
원료 및 첨가물	물, 쌀, 전복, 옥수수 시럽, 소금, 설탕, 대두, 밀, 과당, 에틸 알코올, 카라멜, 굴 추출물, 양파, 마늘, 글루탐산나트륨, 폴리글리시톨 시럽, 대두유, 향미유, 글리신, 알라닌, 잔탄검, 멸치, 새우, 홍합, 감초 추출물, 흑후추, 포도당, 효모 추출물, 부추, 우유, 참치, 명게, 가다랑어, 명태, 게, 생강, 쌀가루, 고춧가루, 버섯, 당근, 요리용 술(설탕, 에틸 알코올, 쌀, 구연산)		

			
제품명 (현지어)	전복버섯죽 (Abalone&mushroom juk)	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	즉석식품	중량	300g
소비자가격	5.00달러 (6,898원)	100g당 가격	1.66달러 (2,299원)
원산지	한국	맛	전복버섯죽 맛
인증	HACCP	수입자	C사
포장 형태	플라스틱 파우치	가공 방법	열처리(조리)
홍보문구	전복의 풍미와 건강함을 담은 C브랜드 최고의 보양죽		
원료 및 첨가물	물, 쌀, 전복, 표고버섯, 양파, 찹쌀가루, 참기름, 다시마 추출물, 소금, 텍스트린, 발효유산균, 폴리리신, 숙시네이트이나트륨, 건조 가다랑어 추출물, 인공향료, 효모 추출물, 다시마 분말, 가다랑어 분말		
			
제품명 (현지어)	낙지김치죽 (Octopus & Kimchi Juk)	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	즉석식품	중량	300g
소비자가격	5.00달러 (6,898원)	100g당 가격	1.66달러 (2,299원)
원산지	한국	맛	낙지김치죽 맛
인증	HACCP	수입자	C사
포장 형태	플라스틱 파우치	가공 방법	열처리(조리)
홍보문구	쫄깃쫄깃한 낙지와 새콤한 김치가 어우러진 일품 영양죽		
원료 및 첨가물	물, 김치, 낙지, 파, 찹쌀가루, 흑설탕, 소금, 산도 조절제(구연산), 이소말토올리고당, 사과식초, 조개 추출물, 텍스트린, 숙시네이트, 효모 추출물, 잔탄검, 대두유, 설탕, 글리신, 고추씨유, 참깨유, S-리보뉴클레오타이드, 오징어 추출물, DL-알라닌, 페이스트 구아검(오징어, 타우린, 숙시네이트), 고춧가루, 단팥, 글루코스 추출물, 메티오닌, 프로테아제, 타우린, 숙시네이트 디소듐, 발효 박테리아 성분, 폴리리신, 이스트		

			
제품명 (현지어)	해물죽 (Seafood juk(Rice porridge))	제조사 (현지어)	C사
제품 종류	즉석식품	중량	270g
소비자가격	4.00달러 (5,516원)	100g당 가격	1.48달러 (2,043원)
원산지	한국	맛	해물죽 맛
인증	HACCP	수입자	C사
포장 형태 (외부/내부)	종이 커버/플라스틱 파우치	가공 방법	열처리(조리)
홍보문구	C브랜드의 오리지널 레시피 바다의 맛과 참기름의 풍미		
원료 및 첨가물	물, 쌀, 새우, 찹쌀, 찹쌀가루, 야채 추출물, 5'-리보뉴클레오티드이나트륨, 표고버섯 추출물, 양파, 문어, 당근, 참기름, 소금, 다시마 추출물, 효모 추출물, 혼다시, 말린 가다랑어 추출물		

Shop ③ 한남체인(Hannam Chain)

매장 정보

- 유형: 아시안 및 한인마트
- 판매 제품 특징:

과일, 채소, 육류, 농수산물, 생활용품, 한국 상품 등의 다양한 제품을 판매함

- 매장 주변 특징:

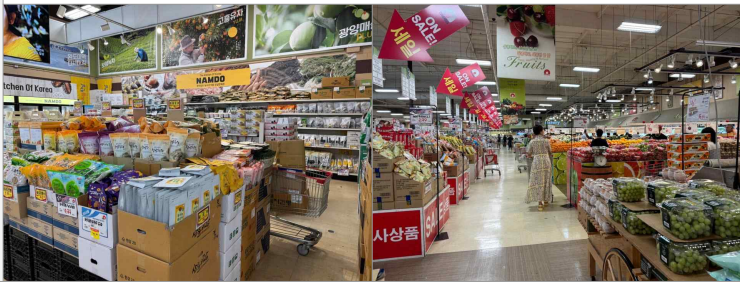
주거 지역 내 위치

- 주요 고객층:

현지 주민, 한인 교민

브랜드 기본 정보 ⁹⁾		한남체인은 미국에 본사를 둔 한국 슈퍼마켓으로, 1988년 LA코리아타운에 1호점을 설립함. 현재 캘리포니아에 6개, 뉴저지에 1개, 총 7개의 매장을 운영하고 있음. 자회사는 에스마티이며 캘리포니아주 풀러턴에 한남 트레이더스 창고를 별도로 보유함
		조사 제품 수: 1개

매장 정보		
	도시(지역)	캘리포니아
	상세주소	los coyotes shopping center, 5301 Beach blvd, Buena park, CA 90621

매장 내부 전경	매장 내부 전경	
		

제품 판매 정보	판매 전복죽 경쟁제품 정보	
		
	전복죽 (A사)	

사진자료: 현지조사원 자료

			
제품명 (현지어)	전복죽 (Rice porridge with abalone)	제조사 (현지어)	A사
제품 종류	즉석식품	중량	420g
소비자가격	7.00달러 (9,663원)	100g당 가격	1.66달러 (2,301원)
원산지	한국	맛	전복죽 맛
인증	(-)	수입자	A사
포장 형태	플라스틱 파우치	가공 방법	열처리(조리)
홍보문구	좋은 품질을 맛볼 수 있습니다, 100% 한국 쌀, 깊고 고소한 국물, 부드러운 전복과 맛있는 버섯		
원료 및 첨가물	물, 쌀, 전복, 표고버섯(표고버섯, 물, 소금, 구연산), 왕느타리버섯, 쌀겨기름, 다시마 추출물, 말토덱스트린, 참기름, 소금, 파 추출물(파, 물청, 소금, 구연산), 변형 타피오카 전분, 효모 추출물, 글루탐산나트륨, 구아닐산이소듐, 이노신산이소듐, 소이 레시틴		



III

경쟁기업

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

1. 미국 전복죽 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 전복죽 제품을 판매하는 글로벌기업 3개사 선정

미국 오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 다른 경쟁기업보다 현지화가 잘 되어 있는 글로벌기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함

▶ 경쟁기업 3개사, 평균 45년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 45년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. A사는 1953년에 설립되어 가장 오래된 71년의 업력을 보유하고 있으며, B사는 1969년 설립되어 55년의 업력을 보유하고 있음. C사는 2014년 설립 이후 10년째 사업을 이어오고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 전복죽 및 기타 죽 품목 종류 조사

미국에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 전복죽 및 기타 죽 품목 수를 조사한 결과, B사가 총 21개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그 다음으로는 A사가 17개, C사가 8개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 전복죽 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
A사	한국	71년	17개
B사	한국	55년	21개
C사	한국	10년	8개

자료: 미국 진출 전복죽 경쟁기업 3개사 분석

2. 미국 전복죽 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 23년도 매출액
	직원 수
	기업 23년도 직원 수
설립연도	기업의 설립연도
	동일품목
	전복죽 및 기타 죽

▶ 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	시온마켓, 한남체인, 에이치마트
온라인	아마존, 월마트, 에이치마트

3. 미국 전복죽 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

▶ 경쟁기업 3개사 미국 오프라인 매장 진출

미국에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지 조사한 오프라인 매장에 입점한 것으로 확인됨. A사는 시온마켓(Zion Market), 한남체인(Hannam Chain), 에이치마트(H Mart) 3곳 모두 입점했으며, B사는 시온마켓 1곳, C사는 한남체인과 에이치마트 2곳에 각각 입점한 것으로 확인됨. 또한, 3개 기업 모두 미국 온라인 쇼핑몰인 아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 온라인 에이치마트에 입점한 것으로 조사됨

▶ 경쟁기업, 자사 홈페이지에서의 제품 홍보 활동 활발함

미국 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 3개사 모두 한국과 글로벌 홈페이지를 운영하고 있으며, 특히 C사는 홈페이지에 일본어, 중국어, 인도네시아어, 스페인어 서비스를 제공하고 있음. SNS의 경우, A사는 한국 계정의 페이스북과 인스타그램을 운영하고 있으며, B사는 마찬가지로 한국 계정의 페이스북과 인스타그램, 유튜브를 운영하고 있음. C사는 글로벌 계정의 인스타그램을 운영하고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 품질, 맛, 원료 등을 강조

미국 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 맛, 원재료 등을 강조하는 문구를 사용 중인 것으로 조사됨. ‘100% 한국 쌀’, ‘깊고 고소한 국물’, ‘부드러운 전복과 맛있는 버섯’, ‘바다의 맛과 참기름의 풍미’ 등의 맛과 원재료 관련 수식어가 사용됨. 또한, ‘좋은 품질을 맛볼 수 있습니다’와 같이 품질을 강조한 문구도 있었으며, ‘C브랜드의 오리지널 레시피’와 같이 브랜드와 레시피 키워드 관련 수식어도 활용하여 제품을 홍보하고 있음

[표 3.7] 미국 전복죽 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
A사	- 오프라인 매장 - 시온마켓 - 한남체인 - 에이치마트 - 온라인 매장 - 아마존 - 월마트 - 에이치마트	- 자사 홈페이지 (한국/글로벌) - SNS 플랫폼 (한국) - 페이스북 - 인스타그램	- 좋은 품질을 맛볼 수 있습니다. - 100% 한국 쌀 - 깊고 고소한 국물 - 버섯 2종, 야채 3종 - 부드러운 전복과 맛있는 버섯	쫄깃한 전복과 버섯이 가득, 담백한 전복죽 바다향 가득한 쫄깃한 전복과 향긋한 버섯을 듬뿍 넣고 양지육수로 정성껏 끓여내 완성한 담백하고 깊은 맛
B사	- 오프라인 매장 - 시온마켓 - 온라인 매장 - 아마존 - 월마트 - 에이치마트	- 자사 홈페이지 (한국/글로벌) - SNS 플랫폼 (한국/글로벌) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브	- 100% 한국 쌀 - 스푼과 참기름 포함 - 안전관리인증 HACCP - 속 편하고 든든한 한끼	죽 속 편하고 든든한 한끼
C사	- 오프라인 매장 - 한남체인 - 에이치마트 - 온라인 매장 - 아마존 - 월마트 - 에이치마트	- 자사 홈페이지 (한국/글로벌/일본/중국/인도네시아/스페인) - SNS 플랫폼 (글로벌) - 인스타그램	- C브랜드의 오리지널 레시피 - 바다의 맛과 참기름의 풍미 - 전복의 풍미와 건강함을 담은 C브랜드 최고의 보양죽 - 쫄깃쫄깃한 낙지와 새콤한 김치가 어우러진 일품 영양죽 - 타우린과 비타민B 풍부	타우린과 비타민 B가 풍부한 한국 대표 건강 보양식 전복과 씹는 맛이 일품인 국내산 버섯이 듬뿍 들어간 영양과 풍미 두 가지를 모두 느낄 수 있는 본죽의 대표 메뉴를 경험하세요.

자료: 미국 진출 전복죽 경쟁기업 3개사 분석

① A사

기업 기본 정보	기업명	A사		
	기업 설명	A사는 한국의 1위 종합 식품 제조기업으로, B브랜드 외에도 여러 식품 브랜드를 보유하고 있음. 미국, 독일, 일본, 중국, 인도네시아, 호주 등 여러 국가에 해외지사를 운영하고 있으며, 현재 글로벌 매출이 A사 전체 매출의 62%를 차지하는 등 해외 영업 및 수출이 활발함		
	위치	서울 중구 동호로 330		
	규모	동일 품목 수 ¹⁰⁾	17개	
설립연도		1953년		

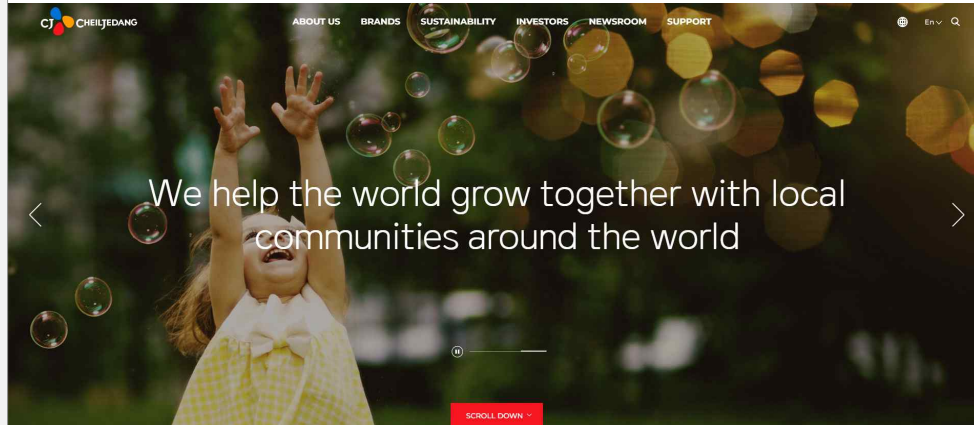
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 시온마켓 한남체인 에이치마트 〈온라인 매장〉 아마존 월마트 에이치마트		제품명	버섯야채죽 (Rice porridge with mushroom & vegetables)
			중량	280g
			소비자가격	4.00달러 (5,516원 ¹¹⁾)
			제품 종류	즉석식품

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	포장 디자인 문구 현지화
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 활용

사진자료: 현지조사원 자료

10) 전복죽과 기타 죽을 동일 품목으로 간주함
11) 1달러=1,382.40원 (2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

홍보 방식



홍보 채널

자사 홈페이지(한국/글로벌), 페이스북/인스타그램(한국)

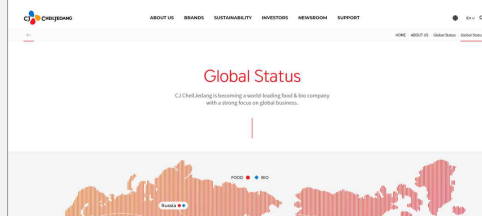
게시 주기

주 2-3회

게시물 유형

기업 소개, 브랜드 소개, 제품 소개, 쇼핑물 안내, 언론보도 및 홍보영상 등

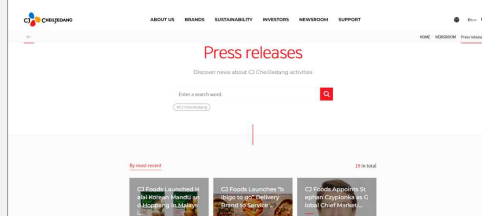
게시물 유형



- 회사 개요, 연혁, 기업 가치, CEO 인사말, 해외 법인 안내 등 기업 정보 소개



- 브랜드 소개 및 브랜드별 제품 안내



- 신제품 출시 소식, 신제품 해외 반응, 자선 활동 등 기업 홍보 활동 소개

사진자료: A사 홈페이지

② B사

기업 기본 정보	기업명	B사		
	기업 설명	B사는 한국의 글로벌 식품기업으로, 자동화된 생산라인과 첨단설비, 위생적인 환경을 구축하여 우수한 품질의 제품을 생산하고 있음. 카레, 스프, 즉석식품, 레토르트 등 다양한 식품을 생산 및 유통하고 있음. 중국, 미국, 뉴질랜드, 베트남에 해외지사를 운영 중이며, 전 세계 65개국 이상에 제품을 수출하고 있음		
	위치	서울 강남구 영동대로 308		
	규모	동일 품목 수 ¹²⁾	21개	
		설립연도	1969년	

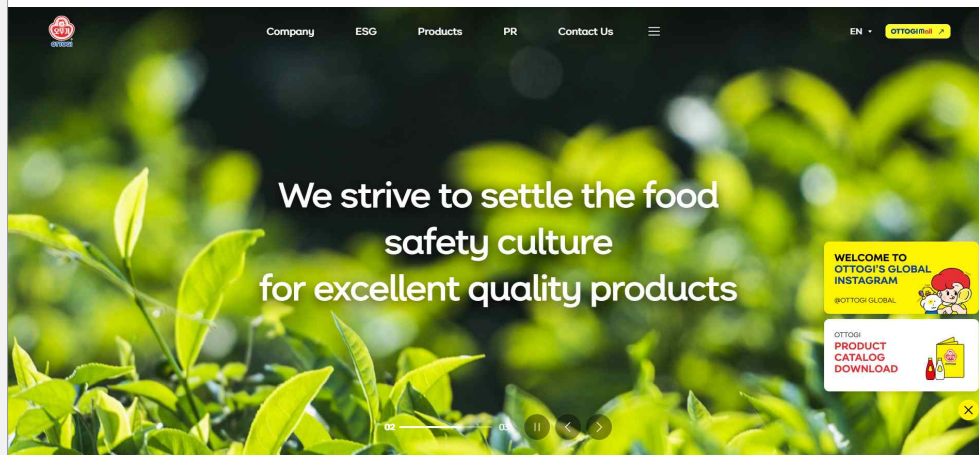
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 시온마켓 〈온라인 매장〉 아마존 월마트 에이치마트		제품명	전복죽 (Rice porridge with abalone)
			중량	285g
			소비자가격	3.00달러 (4,133원)
			제품 종류	즉석식품

현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	포장 디자인 문구 현지화
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 활용

사진자료: 현지조사원 자료

12) 전복죽과 기타 죽을 동일 품목으로 간주함

홍보 방식



홍보 채널

자사 홈페이지(한국/글로벌),
페이스북/유튜브(한국), 인스타그램(한국/글로벌)

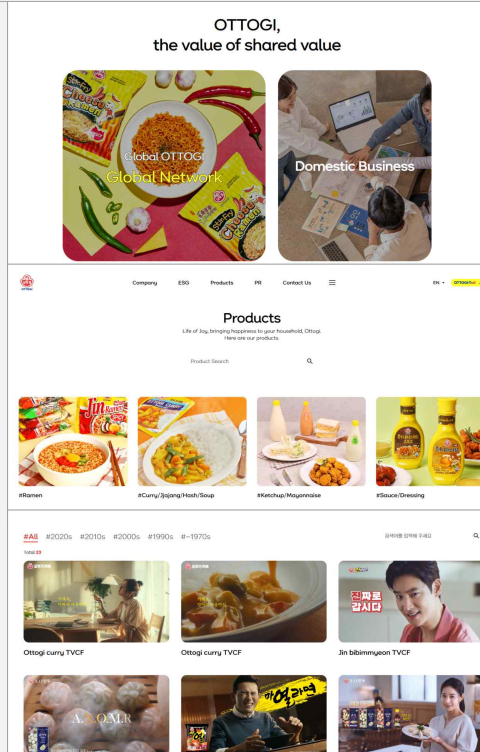
게시 주기

주 2-3회

게시물 유형

기업 소개, 제품 소개, 쇼핑몰 안내, 언론보도 및 홍보영상 등

게시물 유형



- 회사 개요, 연혁, 기업 가치, 창업주 등 기업 정보 소개

- 브랜드 스토리 및 제품 소개

- 신제품 출시 소식, 협업 활동, 홍보영상 등 기업 홍보 활동 소개

사진자료: B사 홈페이지

③ C사

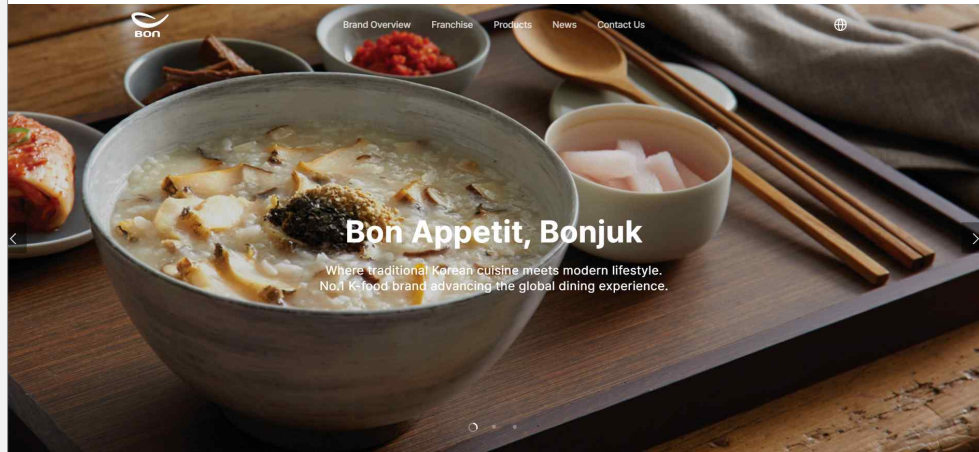
기업 기본 정보	기업명	C사	
	기업 설명	C사는 국내 F&B 기업인 B그룹의 해외 사업 법인으로, 2014년에 설립되었음. 2006년 첫 해외 프랜차이즈 직영점을 오픈한 이후 현재 17개국에 총 24개의 프랜차이즈 매장을 운영하고 있으며, 10개 국가로 간편식 제품을 수출하는 두 가지 사업을 병행하고 있음	
	위치	서울시 강서구 양천로 75길 31	
	규모	동일 품목 수 ¹³⁾	8개
		설립연도	2014년

기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 한남체인 에이치마트 〈온라인 매장〉 아마존 월마트 에이치마트		제품명	해물죽 (Seafood Juk (Rice Porridge))
			중량	270g
			소비자가격	4.00달러 (5,516원)
			제품 종류	즉석식품

현지 진출 방법	포장 현지화	● (중)	제품의 포장 디자인 문구 현지화
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 활용

사진자료: 현지조사원 자료

홍보 방식



홍보 채널

자사 홈페이지(한국/글로벌/일본/중국/인도네시아/스페인),
인스타그램(글로벌)

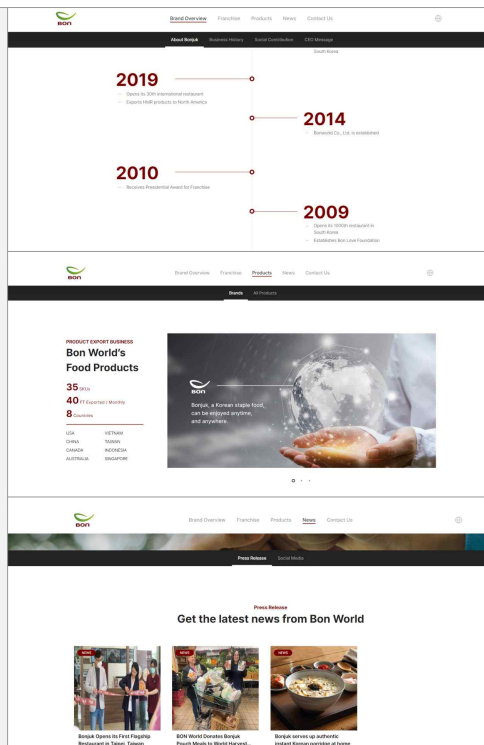
게시 주기

비정기적

게시물 유형

기업 소개, 브랜드 소개, 제품 소개, 제품 활용 레시피 제공

게시물 유형



- 기업 연혁, CEO 인사말, 사회공헌,
브랜드 소개 등 기업 정보 소개

- C사 외식 프랜차이즈 브랜드 및 해외
수출 상품 안내

- 신제품 출시 소식, 기부 활동, 보도자료
등 브랜드 홍보

사진자료: C사 홈페이지



IV

수입·유통업체 인터뷰

1. 월마트(Walmart)
2. 크로거(Kroger)
3. 에이치마트(H Mart)



Interview ① 월마트 (Walmart)

14)

월마트 (Walmart)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 1962년에 설립된 유통 및 수입업체로 다양한 품목을 취급하고 있음
 - 전 세계 여러 국가에서 제품을 수입하며, 다양한 카테고리의 상품을 제공함

담당자 정보

Store Operator

고객사 제품 정보

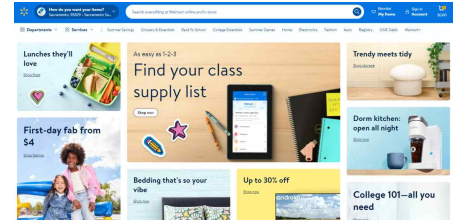
소비자 가격 약 4.27달러
(1개당 5,900원¹⁵⁾)

중량 320g

포장 형태 플라스틱 파우치



월마트(Walmart) Store Operator



Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 원료 및 포장은 적절한가요?

고객사 제품의 소비자 가격은 1개당 4.27달러(5,900원)로 경쟁력이 있으며, 가격에 민감한 고객들에게 매력적으로 다가갈 것입니다. 가볍고 부드러운 맛은 다양한 소비자층에게 잘 맞습니다. 그러나 폴리에틸렌을 포장 재료로 사용하는 것은 친환경 소재를 선호하는 소비자들의 기대에 부합하지 않을 수 있습니다. 또한 현재보다 HACCP 인증, 미국 식품의약국 시설 등록(FDA FR) 인증과 같은 위생상의 이점을 포장에 더 두드러지게 강조하는 것이 좋습니다. 간편한 조리법은 바쁜 현대 소비자들에게 편리함을 제공합니다. 전반적으로, 포장 디자인을 더 시각적으로 매력적이고 친환경적으로 개선하면 인기를 얻을 수 있을 것입니다.

Q2. 미국 측 바이어 또는 수입·유통업체의 주요 구매 요인은 무엇인가요?

바이어가 가장 중요하게 보는 요인은 경쟁력 있는 가격입니다. 고객사 제품은 소매가 4.27달러(5,900원)로 바이어 입장에서는 굉장히 매력적인 조건입니다. 또한, 월마트는 건강에 도움이 되는 식품을 중요하게 생각하며, 이는 건강을 중시하는 소비자들에게 어필할 수 있습니다. 고객사 제품과 같이 HACCP와 FDA FR 인증을 받은 제품은 안전 기준을 준수하며, 이는 월마트 등 대형 유통사에 입점하기 위한 필수 조건입니다.

14) 사진자료: 월마트(Walmart) 공식 홈페이지

15) 1달러=1,382.40원 (2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q3. 미국 소비자가 전복죽을 구매할 때 고려하는 요인은 무엇인가요?

미국 소비자들은 가성비와 간편함을 중시합니다. 전복죽을 구매할 때, 소비자들은 높은 영양가를 합리적인 가격에 제공하는 제품을 찾습니다. 단위당 4.27달러(5,900원)의 경쟁력 있는 가격은 고객들이 생각하는 합리적인 가격에 잘 맞습니다. 또한, 빠르고 간편하게 준비할 수 있는 편리한 식사라는 점도 중요한 구매 요인입니다. 완도의 청정 해역에서 생산된 고품질 한국산 전복을 사용한 점은 건강을 중시하는 소비자들에게 매력적으로 다가갈 수 있으나, 완도보다는 한국산임을 강조하는 것이 좋습니다.

Q4. 미국 소비자들은 전복죽에 대해 얼마나 알고있나요? 또한 현지에서 전복죽의 인지도는 어느 정도인가요?

미국 소비자들은 전복죽에 대한 인지도가 전반적으로 낮습니다. 그러나 국제적이고 이국적인 음식에 대한 호기심이 증가하고 있으며, 특히 모험심이 강하고 건강을 중시하는 소비자들 사이에서 인지도가 생기고 있습니다. 전복죽을 알고 있는 소비자들은 전복이 영양가가 높고 건강에 좋다는 인식 때문에 고품질 영양식으로 여깁니다. 현재 미국 시장에서 전복죽을 판매하기 위해서는 전복죽의 특성과 장점을 더 널리 알리는 것이 중요합니다.

Q5. 미국에 전복죽을 수출하는 과정은 어떻게 됩니까?

해외에서 전복죽을 수입하는 절차는 공급업체 자격 심사부터 시작됩니다. 이 과정에서 제품이 우리의 품질 및 규제 기준, 특히 FDA 승인을 충족하는지 확인합니다. 공급업체가 승인되면 계약을 체결하여 조건, 가격, 배송 일정을 정의합니다. 다음 단계는 물류 계획으로, 한국에서 미국의 유통 센터로 효율적으로 상품을 운송하기 위해 배송 파트너와 협력합니다. 제품이 미국에 도착하면, 품질 유지를 위해 냉장창고 또는 냉동창고에 보관됩니다. 유통업체는 수입업체로부터 제품을 구매하고 콜드체인을 통해 월마트의 지역 유통 센터로 배송합니다. 지역 유통 센터에서 개별 월마트 매장으로 제품이 분배되어 고객들에게 제공됩니다.

Q6. 미국에서 이러한 종류의 제품을 성공적으로 판매하기 위한 효과적인 마케팅 전략은 무엇인가요?

월마트에서는 광범위한 네트워크를 활용한 매장 내 프로모션과 온라인 마케팅이 효과적입니다. 소셜 미디어 캠페인, 인플루언서 파트너십, 타깃 이메일 마케팅을 통해 전복죽의 건강상 이점과 고품질 한국산 전복을 사용했다는 점을 강조하면 건강을 중시하는 소비자들을 끌어들일 수 있습니다. 또한, 매장 내 시식 행사와 할인 제공을 통해 더 많은 소비자들에게 제품을 소개하고 초기 판매와 관심을 높일 수 있습니다.

Q7. 미국으로 식품을 수출할 때 어떤 인증을 받아야 하나요?

앞서 말한 HACCP와 FDA FR 인증 외에도, 미국으로 전복죽을 수출하려면 USDA(미국 농무부) 규정을 준수해야 합니다. 또한 해산물 수입을 규제하는 미국 국립해양대기청(NOAA)의 규정을 확인하여 공급망 전반에서 지속 가능성과 추적 가능성을 보장해야 합니다. 또한, 원산지 증명서와 미국 세관국경보호국(CBP) 요구 사항을 준수하는 것이 필수적입니다.

Interview ② 크로거 (Kroger)

16)

크로거 (Kroger)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 1833년에 설립된 유통 및 수입업체로 다양한 식품 및 생활용품을 취급하고 있음
 - 캐나다, 멕시코, 중국, 태국, 일본, EU, 뉴질랜드 등 여러 국가에서 제품을 수입하고 있음

담당자 정보

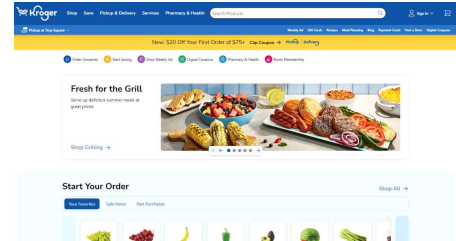
Store Manager

고객사 제품 정보

소비자가격 약 4.27달러
(1개당 5,900원)

중량 320g

포장 형태 플라스틱 파우치



크로거(Kroger) Store Manager

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 원료 및 포장은 적절한가요?

고객사 제품이 저희 수입 제품 라인업에 포함된다면 매우 흥미로울 것 같습니다. 특히 완도산 전복 등 고급 한국산 재료를 사용한 건강상의 이점이 눈에 띄니다. 건강에 도움이 되는 제품이기 때문에 4.27달러 (5,900원)의 가격은 합리적으로 보이지만, 전복에 대한 인식이 낮은 편인 현지 소비자들에게는 비싸게 느껴질 수도 있습니다. 폴리에틸렌 포장은 신선도 유지에 실용적이지만, 더 지속 가능한 옵션을 찾아야 합니다. 또한, 레토르트 식품보다 냉동 밀키트가 가진 장점을 강조하는 것이 매력적인 판매 포인트가 될 수 있습니다. 간단한 조리 설명서도 포함하면 좋을 것 같습니다. 전반적으로 포장 소재와 전복에 대한 소비자 가치 인식 증대가 중요한 개선 영역이 될 것입니다.

Q2. 미국 측 바이어 또는 수입·유통업체의 주요 구매 요인은 무엇인가요?

고객사 제품의 HACCP 및 FDA FR 인증은 안전성과 품질을 보장하며, 이는 크로거에 입점하기 위한 필수조건 중 하나입니다. 또한, 고품질 한국산 재료 사용과 영양소를 더 많이 보존할 수 있는 냉동 밀키트 형식의 편리성은 크로거 제품 라인업에서 강력한 경쟁력을 갖추게 합니다. 경쟁력 있는 가격 책정 또한 중요한 요소로, 다양한 소비자층의 예산에 맞출 수 있습니다.

Q3. 미국 소비자가 전복죽을 구매할 때 고려하는 요인은 무엇인가요?

크로거의 주요 소비자들은 전복죽과 같은 제품을 선택할 때 건강상 이점, 간편함, 지속가능성과 같은 친환경적인 요소를 중요시합니다. 전복의 건강상 이점, 특히 높은 타우린 함량과 간 해독 효과는 구매 시 중요한 요소가 될 것으로 보입니다. 조리의 간편함은 바쁜 현대 소비자들에게 매력적인 옵션이 됩니다. 1개당 4.27달러(5,900원)의 경쟁력 있는 가격은 품질과 가격을 모두 고려하는 현명한 소비자들에게 어필할 수 있습니다.

Q4. 미국 소비자들은 전복죽에 대해 얼마나 알고있나요? 또한 현지에서 전복죽의 인지도는 어느 정도인가요?

한국 등 아시아계 소비자가 아닌 이상 전복죽은 물론 전복에 대해서도 잘 알지는 못합니다. 건강을 중요시 하는 고객이나 새로운 식재료를 경험하고 싶어하는 소비자를 대상으로 홍보해야 할 것입니다.

Q5. 미국에 전복죽을 수출하는 과정은 어떻게 됩니까?

크로거의 수입 제품 유통 절차는 신뢰할 수 있는 수입업체와의 협력으로 시작됩니다. 수입업체는 세관 통관과 초기 냉장 및 냉동 보관을 관리합니다. 이후 유통업체가 수입업체로부터 제품을 구매하여 크로거의 유통 허브로 운송하는 동안 냉장 및 냉동 상태를 유지합니다. 크로거의 광범위한 물류 네트워크를 통해 제품은 전국의 개별 크로거 매장으로 배포됩니다. 이 과정은 한국의 제조업체에서 미국 소비자의 식탁까지 전복죽의 품질을 유지하도록 보장합니다.

Q6. 미국에서 이러한 종류의 제품을 성공적으로 판매하기 위한 효과적인 마케팅 전략은 무엇인가요?

먼저 광범위한 로열티 프로그램을 활용하여 건강을 중시하는 고객에게 맞춤형 프로모션과 할인 혜택을 제공함으로써 초기 관심을 유도할 수 있습니다. 유명 식품 관련 블로거나 영양사와 협력하여 전복죽을 소개하는 것도 인기를 높일 수 있습니다. 또한, 매장 내 건강식품 및 아시아 요리 섹션에 눈에 띄는 디스플레이와 건강상의 이점에 대한 정보성 표지판을 배치하여 다양한 소비자층을 유치할 수 있습니다.

Q7. 미국으로 식품을 수출할 때 어떤 인증을 받아야 하나요?

미국으로 전복죽을 수출하기 위해서는 HACCP 및 FDA FR인증 외에도, 매그너슨-스티븐스(Magnuson-Stevens) 어업보존 및 관리법에 따라 미국 국립해양수산물청(NMFS)의 인증이 필요합니다. 이는 전복이 지속 가능하고 합법적으로 공급되었음을 보장합니다. 또한, 식품에 대한 예방 통제와 관련된 식품 안전 현대화법(FSMA) 규정을 준수하여 식품 안전 기준을 충족하는 것이 중요합니다.

Interview ③ 에이치마트 (H Mart)

17)

에이치마트 (H Mart)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 에이치마트는 미국에서 가장 큰 아시아 슈퍼마켓 체인이며 미국 전역에 97개 매장을 운영함
 - 다양한 종류의 아시아 식품뿐만 아니라 서양 식품도 판매함

담당자 정보

Merchandiser

고객사 제품 정보

소비자가격 약 4.27달러
(1개당 5,900원)

중량 320g

포장 형태 플라스틱 파우치



에이치마트(H Mart) Merchandiser

Q1. 고객사 제품의 가격, 중량, 원료 및 포장은 적절한가요?

폴리에틸렌 포장은 기능적으로는 훌륭하지만, 프리미엄 제품에 걸맞은 느낌을 주기 위해 개선이 필요합니다. 또한, 포장에 더 상세한 성분 정보를 포함하면 품질을 중시하는 소비자들에게 큰 호응을 얻을 것입니다. 가격은 에이치마트의 고객층에게 적절하지만, 첫 구매를 유도하기 위해 소용량 체험용 제품을 제안합니다. 포장은 간편한 조리법과 영양상의 이점을 명확히 전달해야 합니다. 파우치 형태보다는 용기에 담긴 제품이 더 간편한 식사가 가능하므로 수요가 높습니다.

Q2. 미국 측 바이어 또는 수입·유통업체의 주요 구매 요인은 무엇인가요?

유통업체는 공급업체의 평판과 신뢰성을 중요하게 생각하며, 일관된 공급과 식품 안전 기준 준수를 보장해야 합니다. 가격 또한 중요한 요소로, 우수한 품질을 유지하면서도 경쟁제품 대비 너무 비싸지 않은 가격이어야 합니다. 마지막으로, 포장과 제품이 소비자에게 판매될 때까지 안정적이고 깔끔하게 보여야 하며, 유통기한은 충분해야 합니다.

Q3. 미국 소비자가 전복죽을 구매할 때 고려하는 요인은 무엇인가요?

가격과 브랜드 평판이 중요한 역할을 하며, 많은 소비자들은 고품질 성분으로 알려진 신뢰할 수 있는 브랜드를 찾습니다. 특히 바쁜 고객들은 간편하고 건강한 식사를 찾기 때문에, 즉석 섭취 가능한 옵션과 같은 편리함과 포장도 구매 결정에 영향을 미칩니다.

Q4. 미국 소비자들은 전복죽에 대해 얼마나 알고있나요? 또한 현지에서 전복죽의 인지도는 어느 정도인가요?

미국에서 전복죽은 아직 주류 제품은 아닙니다. 그러나 건강과 웰빙을 중시하거나, 이국적인 음식을 찾는 소비자들 사이에서 틈새시장을 가질 수 있습니다. 전복죽을 고급 건강식품으로 마케팅한다면 더 큰 시장을 가질 잠재력이 있습니다.

Q5. 미국에 전복죽을 수출하는 과정은 어떻게 됩니까?

해외 공급업체는 FDA 규정을 준수해야 하며, HACCP와 같은 필요한 식품 안전 인증을 받아야 합니다. 이후 제품을 미국으로 운송하며, 모든 포장 및 라벨링 요구 사항을 충족해야 합니다. 미국 항구에 도착한 후, 해당 선적물은 세관 통관 및 FDA 검사를 거칩니다. 통관 후 제품은 신선도를 유지하기 위해 적절한 조건에서 유통 센터로 운송됩니다. 마지막으로, 제품은 당사의 물류 네트워크를 통해 전국 에이치마트 매장에 배포되어 소비자에게 판매됩니다.

Q6. 미국에서 이러한 종류의 제품을 성공적으로 판매하기 위한 효과적인 마케팅 전략은 무엇인가요?

지역 사회 참여와 지역 광고에 집중하는 것이 중요합니다. 식품 및 웰빙 관련 인플루언서와 협력하여 SNS에서 제품을 소개하는 것도 도움이 됩니다. 건강식 섹션에 제품을 배치하고 샘플을 제공하는 등의 매장 내 프로모션은 건강한 식생활을 중시하는 소비자들을 끌어들이는 것입니다.

Q7. 미국으로 식품을 수출할 때 어떤 인증을 받아야 하나요?

전복죽을 미국으로 수출하기 위해서는, 한국 정부가 발행한 자유 판매 증명서(CFS)를 취득하여 제품의 안전성과 품질 기준이 미국 수입 요구 사항을 충족함을 확인해야 합니다. 또한, 미국 해양 대기청(NOAA) 어업 관리 프로그램(SIMP)을 준수하여 제품이 수확 지점부터 미국 입국까지의 추적이 가능하도록 하여 불법 조획, 보고되지 않거나 규제되지 않은 어업 관행이 없었음을 알려야 합니다.



V

경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증
2. 벤치마킹 제품 분석
3. 기업 마케팅 벤치마킹



1. 제품 경쟁력 검증

1) 100g당 가격

● 경쟁제품(제조사)

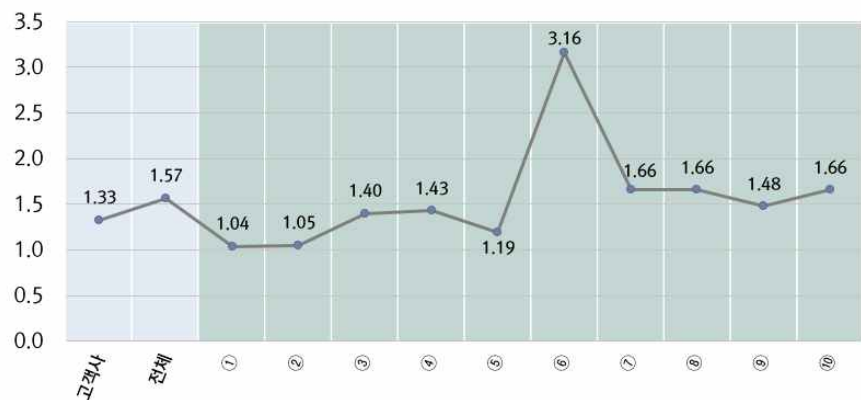
- ① 전복죽 (D사)
- ② 전복죽 (B사)
- ③ 개살죽 (B사)
- ④ 바삭이채죽 (A사)
- ⑤ 전복죽 (E사)
- ⑥ 완도전복죽 (D사)
- ⑦ 전복바삭죽 (C사)
- ⑧ 낙지감치죽 (C사)
- ⑨ 해물죽 (C사)
- ⑩ 전복죽 (A사)

▶ 고객사 제품 100g당 가격, 경쟁제품 평균 가격 대비 낮은 편

고객사 제품의 100g당 가격은 약 1.33달러(약 1,845원¹⁸⁾)로, 경쟁사 제품 10개의 평균 100g당 가격인 약 1.57달러(약 2,170원)보다 약 15% 저렴한 것으로 나타남. 제품별로 비교했을 때 고객사 제품보다 저렴한 경쟁제품은 3개였으며, 고객사 제품보다 비싼 제품은 7개로 조사되었고, 가장 비싼 제품의 가격은 고객사 제품의 2배 이상인 것 나타나 고객사 제품이 경쟁제품 대비 가격 경쟁력이 있다는 것을 확인함

[표 5.1] 미국 전복죽 가격 경쟁력 분석

(단위: 달러/100g)



18) 1달러=1,382.40원 (2024.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 중량

● 경쟁제품(제조사)

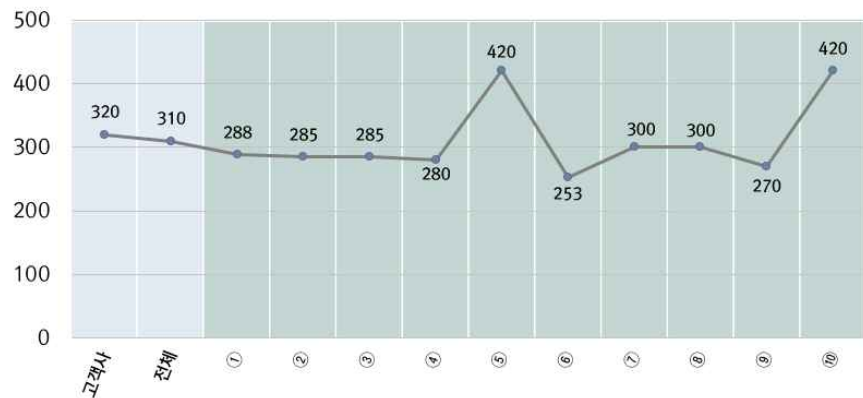
- ① 전복죽 (D사)
- ② 전복죽 (B사)
- ③ 게살죽 (B사)
- ④ 버섯이채죽 (A사)
- ⑤ 전복죽 (E사)
- ⑥ 완도전복죽 (D사)
- ⑦ 전복버섯죽 (C사)
- ⑧ 낙지김치죽 (C사)
- ⑨ 해물죽 (C사)
- ⑩ 전복죽 (A사)

▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 큰 편

고객사 제품의 중량은 320g으로 전복죽 경쟁제품 10개의 평균 중량인 약 310g과 비교하여 거의 비슷한 것으로 나타남. 미국에서 판매되는 경쟁제품 중 고객사 제품보다 중량이 큰 제품은 2개 제품이며 모두 420g이었고, 그 외 8개 제품은 모두 300g 이하인 것으로 조사되었음

[표 5.2] 미국 전복죽 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

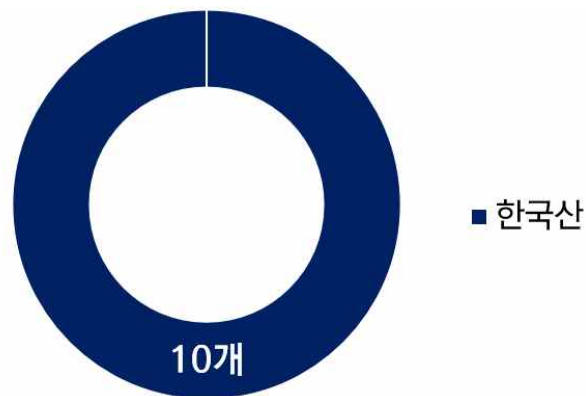


3) 원산지

▶ 경쟁제품 10개 제품 모두 원산지는 한국

미국에서 판매되고 있는 전복죽 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개 제품 모두 한국산 제품임을 확인함. 미국에서 다양한 한국산 전복죽 제품이 판매되고 있다는 사실을 통해, 한국산 제품에 대한 현지 소비자들의 수요가 높음을 알 수 있음. 다만 현지조사 매장이 모두 한인마트임을 고려해야 하며, 월마트, 코스트코 등 현지 슈퍼마켓 또는 하이퍼마켓에서는 전복죽을 비롯한 기타 죽 제품을 전혀 판매하지 않는 것으로 조사됨

[표 5.3] 미국 전복죽 제품 원산지 경쟁력 분석

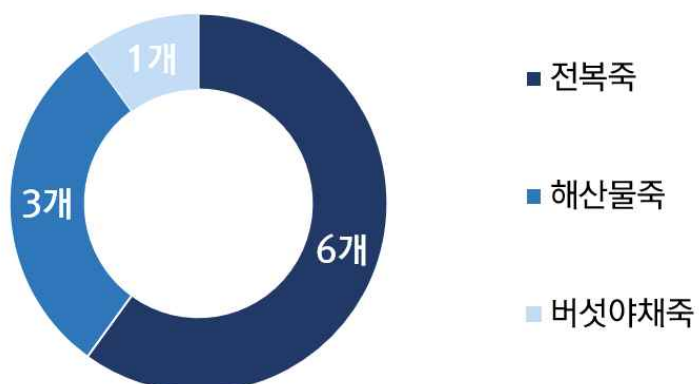


4) 맛

▶ 경쟁제품 10개 중 6개, 전복을 활용한 전복죽

미국에서 판매 중인 전복죽 경쟁제품 10개의 재료를 조사한 결과, 6개가 전복을 사용한 것으로 조사됨. 그 외 3개는 게살이나 낙지 등을 사용한 해산물죽으로 조사됨. 이 조사를 바탕으로 미국 한인마트에서는 전복을 활용한 죽 제품이 최소 6종류 이상 유통되고 있음을 확인할 수 있음

[표 5.4] 미국 전복죽 제품 맛 경쟁력 분석

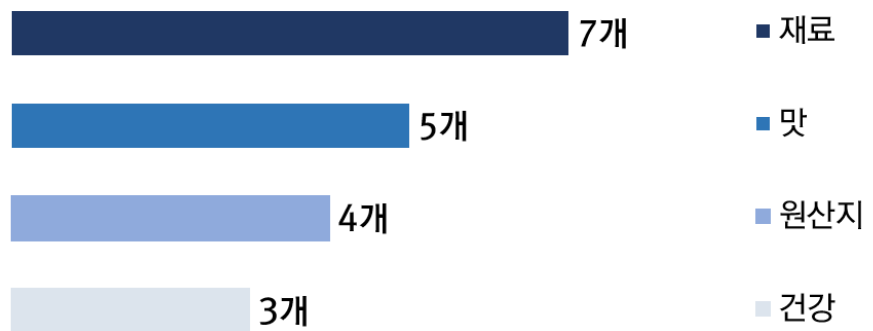


5) 홍보문구

▶ 현지 경쟁제품, 제품의 재료와 맛을 강조하는 홍보문구 사용

미국에서 판매 중인 전복죽 경쟁제품 10개의 홍보문구를 조사한 결과, ‘부드러운 전복’, ‘100% 한국 쌀’ 등 재료를 강조하는 홍보문구 7개가 조사되었음. 또한, ‘깊고 고소한 국물’, ‘참기름의 풍미’ 등의 맛을 강조한 홍보문구가 5개 확인됨. 그 외에도, 한국산 제품임을 강조한 문구가 4개, 건강을 강조한 문구가 3개 확인되었음

[표 5.5] 미국 전복죽 제품 홍보문구 경쟁력 분석

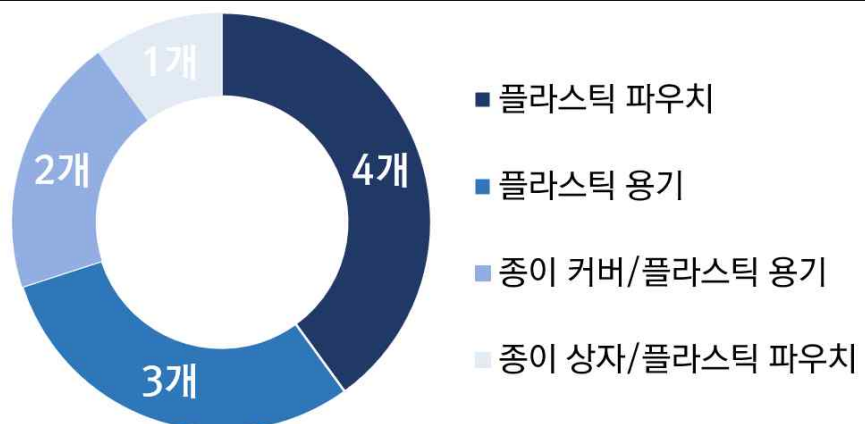


6) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품, 플라스틱 파우치와 플라스틱 용기 점유율 동일

미국에서 판매 중인 전복죽 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 플라스틱 파우치를 사용한 제품과 플라스틱 용기를 사용한 제품이 각각 5개씩 조사되어 점유율이 비슷한 것으로 나타났음. 고객사와 동일하게 플라스틱 파우치를 사용하는 제품 중 1개는 외부 포장으로 종이 상자를 추가했으며, 플라스틱 용기를 사용한 제품 중 2개는 외부 포장으로 종이 커버를 추가한 것으로 조사되었음

[표 5.6] 미국 전복죽 제품 포장 형태 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 요인에 대하여 분석함. 고객사가 지정한 경쟁제품군 내의 제품 중 다수의 온라인과 오프라인 매장에서 확인된 제품을 선정하였음. 해당 제품에 대하여 지표별 비교를 통해 벤치마킹 요소를 파악함

1) 벤치마킹 대상 선정

· 온/오프라인 매장에서의 인기 제품

(*) 온라인 쇼핑몰 : 아마존, 월마트, 에이치마트

(*) 오프라인 매장 : 시온마켓, 한남체인, 에이치마트

· 다수의 온/오프라인 매장에서 판매

(*) 온라인 쇼핑몰 : 1개 이상의 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 제품

(*) 오프라인 매장 : 조사매장 3개 중 1개 이상의 매장에서 판매되고 있는 제품

▶ 유사 인기 제품 벤치마킹

	공통 특징 ① 원산지 공통 특징 ② 전복죽		공통 특징 ① 원산지 공통 특징 ② 전복죽	
현지 벤치마킹 인기 제품 (BSA - 전복죽) ‘100% 한국 쌀 사용’	◀ 벤치마킹 그릇이 필요 없는 플라스틱 용기	고객사 제품 ‘청정바다 수도 완도산 전복 등 국내산 원재료’	벤치마킹 ▶ 실온 보관 가능	현지 벤치마킹 인기 제품 (Esa - 전복죽) ‘신선한 전복을 사용한 전통의 맛’

2) 벤치마킹 제품 분석

- 그릇이 필요 없는
플라스틱 용기

▶ 벤치마킹 제품, 제품의 중량을 낮춰 가벼운 패키지 제공

현지에서 판매 중인 전복죽 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함하여 총 5개의 제품이 데운 뒤 그릇에 따로 옮겨 담지 않아도 되는 플라스틱 용기를 사용한 것으로 나타났다. 이에 관련한 인터뷰를 진행한 결과, 미국 현지 소비자들은 죽 제품을 간편식으로 인식하기 때문에 간편하게 먹을 수 있는 포장 형태를 선호한다는 것을 확인함. 따라서, 고객사 제품도 그릇에 따로 옮겨담을 필요가 없는 플라스틱 용기를 사용한다면 더 큰 경쟁력을 가질 것으로 보임

[표 5.7] 미국 전복죽, 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) 파우치 형태보다는 용기에 담긴 제품이 더 간편한 식사가 가능하기 때문에 수요가 높습니다.

3) 벤치마킹 제품 분석

- 실온 보관

▶ 벤치마킹 제품, 실온 보관 가능

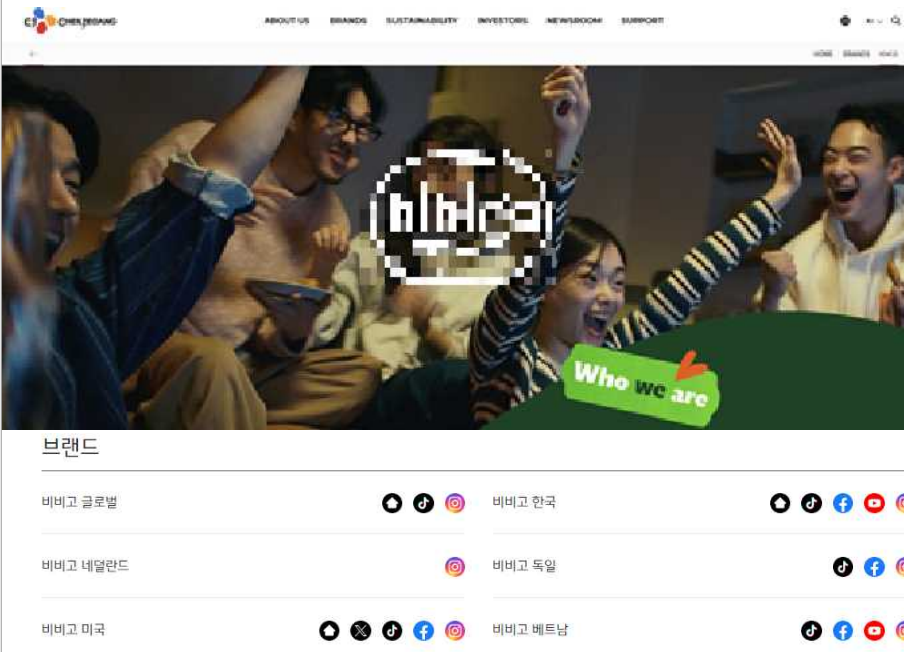
조사 지표에는 포함되지 않았으나, 미국에서 판매 중인 전복죽 경쟁제품 10개 모두 실온 보관이 가능한 제품인 것으로 조사되었음. 냉동식품은 운송 과정에서 냉동 상태를 유지해야 하며, 유통채널에서도 냉동 보관이 필수적이기 때문에 비용이 상승한다는 단점이 있음. 또한 별도의 해동 과정을 거쳐야 하는데, 현지에서는 죽을 간편식으로 인식하기 때문에 일반 레토르트 식품에 비해 조리 간편성이 떨어짐. 고객사 제품을 실온 보관이 가능하도록 현지화하는 것이 어려울 경우, 냉동식품이 가지는 이점을 어떻게 소비자에게 어필할지를 고민해야 함

[표 5.8] 미국 전복죽, 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) 레토르트 식품보다 냉동 밀키트가 가진 장점을 강조하는 것이 매력적인 판매 포인트가 될 수 있습니다.

3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.9] 전복죽 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	A사
	기업 설명	A사는 한국의 1위 종합 식품 제조기업으로, B브랜드, H브랜드 등 여러 브랜드를 보유하고 있음. 미국, 독일, 일본, 중국, 홍콩네시아, 호주 등 여러 국가에 해외 지사를 운영하고 있으며, 현재 글로벌 매출이 A사 전체 매출의 62%를 차지하는 등 해외 영업 및 수출이 활발함
주요 마케팅 전략	포장 현지화	 미국 소비자들을 위해 영어를 사용하여 상품명, 홍보문구, 라벨 등을 현지화 함
	홍보 현지화	 다양한 국가와 권역에 대하여 국가별로 맞춤화된 홈페이지 인터페이스를 구축 및 운영하고 있으며, 페이스북, 인스타그램, 유튜브 채널, 틱톡, X 등의 계정을 개설하여 제품 정보 제공 및 프로모션 진행
	판매채널	현지 오프라인 및 온라인 매장 모두 진출
요약	홍보채널	자사 홈페이지를 활용하고 있음
	홍보문구	맛있게 먹는 법에 대한 방법을 소개

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 스탯티스타 (www.statista.com)
2. 아마존 (www.amazon.com)
3. 월마트 (www.walmart.com)
4. 에이치마트 (www.hmart.com)
5. 미국 인구조사국 (www.census.gov))
6. 구글맵 (www.google.co.kr/maps)
7. 시온마켓 (zionmarket.com)
8. 한남체인 (hannamchain.com)
9. A사 (www.cj.co.kr)
10. B사 (www.ottogi.co.kr)
11. C사 (bonworld.co.kr/ko)
12. 크로거 (kroger.com)

2024 수출기업 맞춤형 해외시장조사

발행 겸 편집 한국수산물무역협회

발행일자 2024.09.06

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
한국수산물무역협회로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2024 한국수산물무역협회 All Rights Reserved.
Printed in Korea

