

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202409-15
품목 | 차류(Tea)
HS CODE | 0902.10-0000
국가 | 미국(USA)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

04

II. 경쟁제품

- | | |
|-----------------------|----|
| 1. 미국 차류 경쟁제품 선정 | 06 |
| 2. 미국 차류 경쟁제품 조사지표 선정 | 10 |
| 3. 미국 차류 경쟁제품 현지조사 결과 | 11 |

III. 경쟁기업

- | | |
|---------------------------|----|
| 1. 미국 차류 경쟁기업 선정 | 24 |
| 2. 미국 차류 경쟁기업 현지화 분석 기준 | 25 |
| 3. 미국 차류 경쟁기업 현황 및 현지화 정보 | 27 |

IV. 수입·유통업체 인터뷰

- | | |
|-------------------------|----|
| 1. 트레이더 조(Trader Joe's) | 33 |
| 2. 타겟(Target) | 36 |
| 3. 월마트(Walmart) | 39 |



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 경쟁력파악

1. 제품 경쟁력 검증	43
2. 기업 마케팅 벤치마킹	47
3. 온라인 인기 제품 리뷰 분석	48

※ 참고문헌	51
--------	----



미국 차류 경쟁력분석

온라인 인기 제품

월마트



스위트 아이스티 레몬



레몬 아이스티 믹스

아마존



스파이스 차이티 라떼



인스턴트 블랙티 파우더

크로거



레몬 아이스티 믹스



인스턴트 마살라 차이 라떼

오프라인 주요 경쟁제품

아이스티 레몬, 내추럴 플레이버(유니레버)



가격 9.79달러
(13,073원)

용량 1,344g

'레몬 아이스티 믹스의
상큼한 맛으로 식사 시간을
더욱 즐겁게!'

오가닉 재패니즈 맛차
(제이드 리프)



가격 8.00달러
(10,682원)

용량 20g

'100% 유기농 일본산
맛차'

경쟁기업 3개사 분석

셀레스티얼 시즈닝스

포장 현지화



홍보 현지화



온/오프라인 모두 입점

요기티

포장 현지화



홍보 현지화



온/오프라인 모두 입점

제이드 리프

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

소비자가격

단위 : 달러/10g

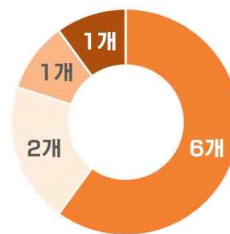


중량

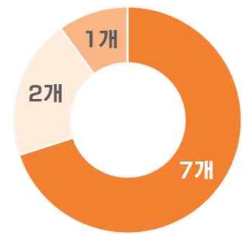
단위 : g



원산지



제품 종류



■ 미국 ■ 캐나다 ■ 일본 ■ 중국

■ 티백차 ■ 고형차 ■ 액상차

요약

Point 01.

- 1) 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격은 1.25달러(1,669원)이며, 평균 중량은 202.54g으로 조사됨
- 2) 경쟁제품 10개 중 6개 제품이 미국산이며, Kosher, USDA Organic 인증 표기로 제품 신뢰성을 높이고 있음

Point 02.

- 1) 기업 마케팅 벤치마킹 분석 결과, 제품을 활용한 다양한 레시피 소개 중심의 콘텐츠 마케팅 전략을 펼침
- 2) 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, 미국 차류 제품 구매 시 '맛'과 '중량'이 주요 고려요인으로 나타남

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

II 경쟁제품



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

1. 미국 차류 경쟁제품 선정

1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징¹⁾

제품명	미정
제품 종류	차류
소비자가격	미정
중량	미정
특징	미정

Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
 - 제품명: 미정
 - 제품 종류: 차류
 - 소비자가격: 미정
 - 중량: 미정

Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
 1. 월마트(Walmart)
 2. 아마존(Amazon)
 3. 크로거(Kroger)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기 제품 확인
 - 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품 구매 순위 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: 드럭스토어, 하이퍼마켓, 편의점
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
 - 오프라인 매장 인기 제품
- ③ 조사 지표 선정

Step 04. 조사 및 분석



- ① 현지 조사
 - 경쟁제품 조사, 경쟁기업 조사
- ② 제품 분석
 - (온·오프라인) 인기 제품 요인 분석
 - 기업 마케팅 벤치마킹
 - 온라인 인기 제품 리뷰 감성 분석

1) 고객사 제품은 현재 개발 단계로서 제품의 세부 정보가 제공되지 않음

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

미국 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

사이트명	취급 종류
 월마트	가전제품, 휴대폰, 사무용품, 음료, 주류, 식품 등
 아마존	유아용품, 화장품, 건강, 식품, 전자제품, 생활용품 등
 크로거	식품, 학용품, 사무용품, 생활용품, 스포츠용품 등

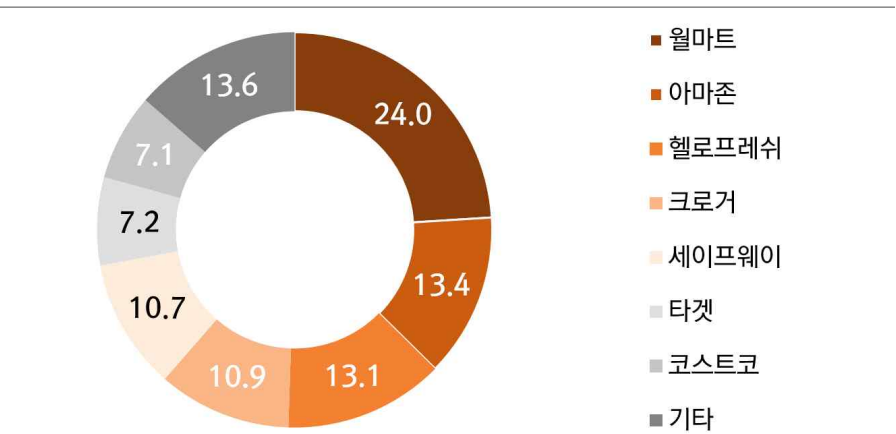
▶ 차류 경쟁제품군 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사 지표를 바탕으로 차류 제품의 경쟁제품군을 선정하였음

▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내 미국 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 월마트, 아마존, 크로거 모두 미국산 및 캐나다산 제품이 주요 인기제품인 것으로 확인됨

[표 2.1] 미국 식료품 부문 온라인 쇼핑몰 점유율(2023년 기준)²⁾
(단위: %)



자료: 스탯스타(Statista)

[표 2.2] 미국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

월마트 입점 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	고형차	립톤 (Lipton)	스위트 아이스티 레몬 (Sweetened Ice Tea Lemon)	캐나다	8.88달러 (11,857원 ⁴⁾)	1.8kg	
2	고형차	포시 (4C)	레몬 아이스티 믹스 (Lemon Iced Tea Mix)	미국	7.32달러 (9,774원)	2.34kg	
3	티백차	그레이트 밸류 (Great Value)	디카페인 그린티 (Decaffeinated Green Tea)	캐나다	2.82달러 (3,766원)	54g	

2) 3위 헬로프레쉬는 밀키트 전문 온라인 매장으로 선정 쇼핑몰에서 제외함

3) 조사일(2024.09.29) 기준

[표 2.2] 미국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

아마존 입점 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁵⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	고형차	빅 트레인 (Big Train)	스파이스 차이티 라떼 (Spiced Chai Tea Latte)	미국	20.89달러 (27,894원)	1.59kg	
2	고형차	티키히트 (TEAKi Hut)	인스턴트 블랙티 파우더 (Instant Black Tea Powder)	(-)	12.53달러 (16,731원)	113g	
3	고형차	립톤 (Lipton)	아이스티 레몬 (Iced Tea Lemon)	캐나다	19.09달러 (25,491원)	670g*6팩	
크로거 입점 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) ⁶⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	고형차	포씨 (4C)	레몬 아이스티 믹스 (Lemon Iced Tea Mix)	미국	8.49달러 (11,337원)	1.87kg	
2	고형차	차이마티 (Chaimati)	인스턴트 마살라 차이 라떼 (Instant Masala Chai Latte)	인도	40.31달러 (53,826원)	908g	
3	티백차	골든팁 (Golden Tip)	100 티백 (100 Tea Bags)	(-)	37.64달러 (50,261원)	226g	

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

4) 1달러=1,335.30원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

5) 조사일(2024.09.29) 기준

6) 조사일(2024.09.29) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 미국 로스앤젤레스 정보⁷⁾

인구	382만 2,238명
면적	1,207km ²
인구밀도	8,304.2명/km ²

▶ 미국 로스앤젤레스, 방문지역으로 선정

로스앤젤레스가 속한 미국 캘리포니아주는 경제 규모가 세계 5-7위 국가에 해당하는 수준으로, 약 3,900만 명의 인구를 보유한 미국 최대 규모의 주임. 특히 캘리포니아에서 가장 인구가 많은 지역인 로스앤젤레스는 미국 전체에서 뉴욕에 이어 두 번째로 큰 도시로, 전 세계에서 가장 다양한 인종이 모여드는 도시 중 하나임. 또한 로스앤젤레스의 카운티 지역은 세계 19위의 국내총생산(GDP) 규모에 육박하는 생산성을 가진 지역임

▶ 현지조사 매장 선정, 드럭스토어, 하이퍼마켓, 편의점

고객사 희망 조사매장 지표 및 현지 시장 상황을 고려하여 드럭스토어와 하이퍼마켓, 편의점을 조사매장으로 선정함

[표 2.3] 미국 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
하이퍼/슈퍼마켓	월마트(Walmart), 홀 푸드 마켓(Whole Foods Market), 타겟(Target), 코스트코(Costco), 트레이더 조(Trader Joe's)
아시안/한인마트	에이치 마트(Hmart), 시온 마켓(Zion Market), 아리랑 슈퍼마켓(Arirang Supermarket), 한남체인(Hannam Chain)
드럭스토어	월그린(Walgreens), 지엔씨(GNC), 씨브이에스(CVS), 라이트 에이드(Rite Aid)
편의점	세븐일레븐(7-Eleven), 씨클케이(Circle K), 와와(Wawa)
온라인	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 크로거(Kroger), 코스트코(Costco)

고객사 진출 선호 매장

2. 미국 차류 경쟁제품 조사지표 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기제품 선정
(*)씨브이에스, 타겟, 월마트, 세븐일레븐
- 티백차: 우려내기 편리하도록 찻잎을 작은 주머니에 넣어 만든 제품
- 액상차: 액상 제형으로 가공되는 차 제품으로, 주로 물에 희석해서 마시는 형태의 제품
- 고형차: 찻잎을 가공하여 미세한 가루로 만든 제품

▶ 미국 차류 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.4] 미국 차류 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
제품명		제품의 한국어, 원어 명칭
제조사		제조사의 한국어, 원어 명칭
제품 종류		티백차, 액상차, 고형차
용량		제품의 포장 단위
가격	소비자가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	10g당 가격	제품의 10g당 가격
원산지		제품의 원산지
맛		제품의 맛
포장 형태		제품의 포장 형태
수입자		제품의 수입자
유통기한		제품의 유통기한
인증		제품이 보유하고 있는 인증
홍보문구		제품 포장지에 표기된 홍보문구
원료 및 첨가물		제품의 원료 및 첨가물

3. 미국 차류 경쟁제품 현지조사 결과

▶ 미국 로스앤젤레스에 위치한 드럭스토어, 하이퍼마켓, 편의점

미국 로스앤젤레스에 위치한 드럭스토어 씨브이에스와 하이퍼마켓인 타겟과 월마트, 편의점 세븐일레븐에 방문함. 씨브이에스는 미국의 최대 드럭스토어 체인이며, 타겟과 월마트는 미국의 하이퍼마켓 체인임. 세븐일레븐은 미국 텍사스에 본사를 둔 편의점 브랜드임

[표 2.5] 미국 방문 매장 및 특징

방문 매장명	씨브이에스 (CVS)	타겟 (Target)
방문 매장 전경		
구분	드럭스토어	하이퍼마켓
조사 제품 수	2개	2개
조사 매장 특징	· 미국 최대 드럭스토어 체인 · 미국에 9,600여 개의 매장 보유	· 미국의 하이퍼마켓 체인 · 미국 전역에 1,956개 매장 운영
방문 매장명	월마트 (Walmart)	세븐일레븐 (7-Eleven)
방문 매장 전경		
구분	하이퍼마켓	편의점
조사 제품 수	5개	1개
조사 매장 특징	· 미국 최대 하이퍼마켓 체인 · 미국 내 4,600개 이상의 매장 운영	· 미국에서 시작된 편의점 브랜드 · 캘리포니아주에 1,896개의 매장 보유

▶ 경쟁제품, 10개 제품 중 8개 제품, 2개 이상의 매장에서 판매

씨브이에스, 타겟, 월마트, 세븐일레븐 총 4개 매장 방문 후 인기제품을 조사한 결과, 차 경쟁제품 10개 중 1개 제품은 모든 방문매장에서 판매되고 있으며, 2개의 제품은 씨브이에스와 타겟, 월마트 3개의 매장에서 판매되고 있음. 4개의 제품은 타겟과 월마트에서 중복 판매되고 있으며, 다른 1개의 제품은 씨브이에스와 월마트에서 중복 판매되고 있음. 나머지 제품 2개는 각각 씨브이에스, 타겟 1곳의 매장에서만 판매되고 있음. 또한 경쟁제품 10개 중 9개의 제품이 온라인 매장에서 판매 중인 것으로 확인됨

[표 2.6] 경쟁제품 판매 현황

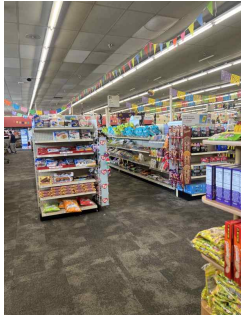
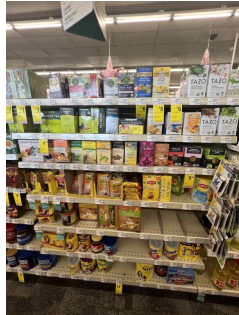
경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류		
	오프라인	온라인	액상차	고형차	티백차
① 인스턴트 허니 진저 티, 그린 티 플레이버 (포카스 인터내셔널)	○ (씨브이에스)	○ (월마트, 아마존)	○		
② 아이스티 레몬, 내추럴 플레이버 (유니레버)	○ (씨브이에스, 타겟, 월마트)	○ (월마트, 아마존, 크로거)		○	
③ 굿 앤 게더 오가닉 그린티 (타겟 코퍼레이션)	○ (타겟)	(-)			○
④ 오가닉 페퍼민트티 (트레디셔널 메디시널)	○ (타겟, 월마트)	○ (월마트, 아마존, 크로거)			○
⑤ 얼그레이 플레이버드 블랙티 (트와이닝스 노스 아메리카)	○ (씨브이에스, 월마트)	○ (월마트, 아마존, 크로거)			○
⑥ 라벤더 캐모마일 허벌티 워드 프로바이오틱스 (빅엘로우 티)	○ (씨브이에스, 타겟, 월마트)	○ (월마트, 아마존, 크로거)			○
⑦ 프룻티 샘플러 (셀레스티얼 시즈닝스)	○ (타겟, 월마트)	○ (월마트, 아마존, 크로거)			○
⑧ 허니 라벤더 스트레스 릴리프 (요기티)	○ (타겟, 월마트)	○ (월마트, 아마존, 크로거)			○
⑨ 오가닉 재패니즈 맛차 (제이드 리프)	○ (타겟, 월마트)	○ (월마트, 아마존, 크로거)		○	
⑩ 블랙티 (유니레버)	○ (씨브이에스, 타겟, 월마트, 세븐일레븐)	○ (월마트, 아마존, 크로거)			○

(*) 현지 판매 차류 경쟁제품 10개 분석

Shop ① 씨브이에스(CVS)

매장 정보

- 유형: 드럭스토어
- 판매 제품 특징:
처방약, 일반 의약품, 건강 및 뷰티 제품, 식품 등 판매
- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보			씨브이에스는 미국의 가장 큰 드럭스토어 체인으로, 미국 전역에 9,600개 이상의 매장을 운영하고 있음. 처방약, 일반 의약품, 건강 및 뷰티 제품, 식품 등을 판매하며, 온라인으로도 구매가 가능함. 또한, 의료 클리닉을 통해 의료 서비스를 제공하기도 함	
	조사 제품 수: 2개			
매장 정보				
	위치	도시(지역)	로스앤젤레스	
		상세주소	228 N Harbor Blvd, Santa Ana, CA 92703	
매장 내부				
	매대 분석	매대 분류	복도식 매대	
진열 방식		차 제품군 그룹 진열		
상·하단 제품 구성		상·중단: 티백, 고행차 / 하단: 코코아 파우더		
브랜드 국적 구성		미국, 영국 등		
	주요 브랜드	트와이닝스(Twinings), 타조(TAZO), 푸카(Pukka), 립톤(Lipton) 등		
제품 판매 정보				
	인스턴트 허니 진저 티, 그린 티 플레이버 (포카스 인터내셔널)		아이스티 레몬, 내추럴 플레이버 (유니레버)	

사진자료: 현지조사원 자료

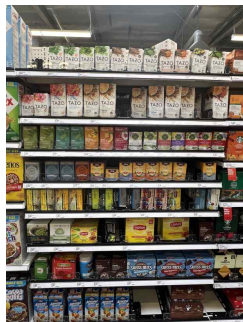
Shop ① 씨브이에스(CVS)

	경쟁제품 ①	경쟁제품 ②
제품 사진		
제품명 (현지어)	인스턴트 허니 진저 티, 그린 티 플레이버 (Instant Honey Ginger Tea, Green Tea Flavor)	아이스티 레몬, 내추럴 플레이버 (Iced Tea Lemon, Natural Flavor)
제조사 (현지어)	포카스 인터내셔널 (Pocas International Corp.)	유니레버 (Unilever)
제품 종류	액상차	고형차
용량	360g (20사첼)	1,344g
소비자가격	3.99달러 (5,328원)	9.79달러 (13,073원)
10g당 가격	0.11달러 (148원)	0.07달러 (97원)
원산지	중국	캐나다
맛	꿀과 생강이 들어간 녹차	레몬
포장 형태	종이 상자 / 사첼	멀티 레이어 캐니스터, 플라스틱 뚜껑
수입자	포카스 인터내셔널	유니레버
유통기한	3년	(-)
인증	HALAL	(-)
홍보문구	진짜 생강, 꿀, 그리고 순수한 사탕수수로 만들어졌습니다.	립톤® 레몬 아이스티 믹스의 상큼한 맛으로 식사 시간을 더욱 즐겁게!
원료 및 첨가물	사탕수수 설탕, 생강 추출물, 녹차 추출물, 꿀	물, 고과당 옥수수 시럽, 구연산, 정제된 레몬 주스 농축액, 폴리인산나트륨(포미 보호), 천연 향료, 홍차, 인산, 소르빈산칼륨(신선도 유지), 아세설팜칼륨, 칼슘이소도움 EDTA

Shop ② 타겟(Target)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:
생활용품, 식료품, 화장품,
패션, 전자제품 등 판매
- 매장 주변 특징:
주거 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보			타겟은 미국의 유통업체인 타겟 코퍼레이션이 운영하는 하이퍼마켓 체인으로, 1962년에 첫 번째 매장을 연 이래 현재까지 미국 50개 주와 컬럼비아 특별구에 1,956개의 매장을 운영하고 있음. 고품질 상품을 낮은 마진으로 제공함으로써, 제품의 품질과 가격 경쟁력을 확보하는 차별화 전략을 지님
	조사 제품 수: 2개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	로스앤젤레스
		상세주소	2920 Yorba Linda Blvd, Fullerton, CA 92831
매장 내부			
매대 분석	매대 분류		복도식 매대
	진열 방식		차, 코코아 제품군 그룹 진열
	상·하단 제품 구성		상·중단: 티백, 고풍차 / 하단: 코코아 파우더, 아몬드 우유
	브랜드 국적 구성		미국, 영국 등
	주요 브랜드		타조, 요기티(Yogi Tea), 스위스미스(Swiss Miss), 립톤 등
제품 판매 정보			
	굿 앤 게더 오가닉 그린티 (타겟 코퍼레이션)		오가닉 페퍼민트티 (트레디셔널 메디시널)

사진자료: 현지조사원 자료

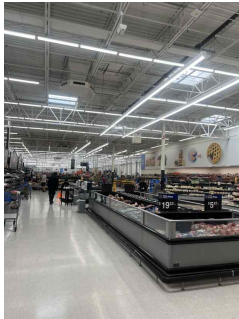
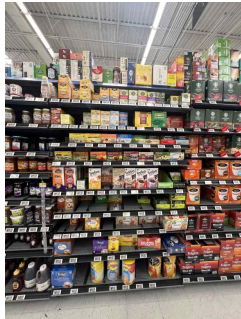
Shop ② 타겟(Target)

	경쟁제품 ③	경쟁제품 ④
제품 사진		
제품명 (현지어)	굿 앤 게더 오가닉 그린티 (Good & Gather Organic Green Tea)	오가닉 페퍼민트티 (Organic Peppermint Tea)
제조사 (현지어)	타겟 코퍼레이션 (Target Corporation)	트레디셔널 메디시널 (Traditional Medicinals)
제품 종류	티백차	티백차
용량	36g (20티백)	24g (16티백)
소비자가격	3.79달러 (5,061원)	5.19달러 (6,930원)
10g당 가격	1.05달러 (1,406원)	2.16달러 (2,888원)
원산지	캐나다	미국
맛	부드러운 녹차 블렌드	상쾌한 민트향
포장 형태	종이 상자 / 개별 티백	종이 상자 / 개별 티백
수입자	타겟 코퍼레이션	트레디셔널 메디시널
유통기한	(-)	(-)
인증	USDA Organic, Fair Trade Certified	SDA Organic, B Corporation, Non-GMO, Kosher
홍보문구	부드러운 녹차 블렌드	위장을 편안하게 해줍니다.
원료 및 첨가물	유기농 녹차	유기농 페퍼민트 잎

Shop ③ 월마트(Walmart)

매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:
식료품, 의류, 가드닝, 서적, 완구, 가구 등의 다양한 제품을 판매
- 매장 주변 특징:
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보			월마트는 1962년에 설립된 미국 최대의 하이퍼마켓 체인으로 미국 내 4,600개 이상의 매장과 세계 19개국에 10,500개 이상의 매장을 보유하고 있음. 언제 어디서나 다양한 제품을 매일 저렴한 가격으로 제공한다는 전략을 내세우고 있음	
	조사 제품 수: 5개			
매장 정보				
	위치	도시(지역)	로스앤젤레스	
		상세주소	2595 E Imperial Hwy, Brea, CA 92821	
매장 내부				
매대 분석	매대 분류		복도식 매대	
	진열 방식		차 제품군	
	상·하단 제품 구성		상단: 티백차 / 하단: 고형차	
	브랜드 국적 구성		미국	
	주요 브랜드		요기티, 트와이닝스, 립톤, 티틀리(Tetley) 등	
제품 판매 정보				
	얼그레이 플레이버드 블랙티 (트와이닝스 노스 아메리카)		라벤더 캐모마일 허벌티 워드 프로바이오틱스 (빅엘로우 티)	프루티 샘플러 (셀레스티얼 시즈닝스)
				
	허니 라벤더 스트레스 릴리프 (요기티)		오가닉 재패니즈 맛차 (제이드 리프)	

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ③ 월마트(Walmart)

	경쟁제품 ⑤	경쟁제품 ⑥
제품 사진		
제품명 (현지어)	얼그레이 플레이버드 블랙티 (Earl Grey Flavoured Black Tea)	라벤더 캐모마일 허벌티 워드 프로바이오틱스 (Lavender Chamomile Herbal Tea with Probiotics)
제조사 (현지어)	트와이닝스 노스 아메리카 (Twinings North America, Inc.)	빅엘로우 티 (Bigelow Tea)
제품 종류	티백차	티백차
용량	100g	27g (18티백)
소비자가격	7.76달러 (10,362원)	3.52달러 (4,700원)
10g당 가격	0.78달러 (1,036원)	1.30달러 (1,741원)
원산지	미국	미국
맛	향이 나는 베르가못 맛	꿀 향이 나는 라벤더와 캐모마일 맛
포장 형태	종이 상자 / 개별 티백	종이 상자 / 개별 티백
수입자	트와이닝스 노스 아메리카	빅엘로우 티
유통기한	(-)	(-)
인증	Kosher	B Corporation, Green-e Energy Certified, Gluten-Free, Non-GMO, Kosher
홍보문구	향기로운 클래식 차를 위해 맛있게 블렌딩되었습니다.	건강한 소화를 지원하며, 매 순간의 한 잔이 소중합니다.
원료 및 첨가물	홍차, 천연 향료, 베르가못 껍질.	카모마일, 라벤더, 로즈힙, 감초 뿌리, 꿀 맛, 기타 천연 향료, BC30 프로바이오틱스

Shop ③ 월마트(Walmart)

	경쟁제품 ⑦	경쟁제품 ⑧
제품 사진		
제품명 (현지어)	프루티 샘플러 (Fruit Tea Sampler)	허니 라벤더 스트레스 릴리프 (Honey Lavender Stress Relief)
제조사 (현지어)	셀레스티얼 시즈닝스 (Celestial Seasonings)	요기티 (Yogi Tea)
제품 종류	티백차	티백차
용량	40g (18티백)	29g (16티백)
소비자가격	3.12달러 (4,166원)	4.68달러 (6,249원)
10g당 가격	0.78달러 (1,042원)	1.61달러 (2,155원)
원산지	미국	미국
맛	라즈베리, 복숭아, 베리, 블루베리, 체리	꿀 라벤더
포장 형태	종이 상자 / 개별 티백	종이 상자 / 개별 티백
수입자	셀레스티얼 시즈닝스	이스트 웨스트 티 컴퍼니
유통기한	(-)	(-)
인증	Gluten-Free, Non-GMO	USDA Organic, B Corporation, Kosher
홍보문구	씨앗에서 한 잔까지, 정성을 다해 블렌딩했습니다.	허니 라벤더 스트레스 릴리프와 함께 평온을 찾으세요.
원료 및 첨가물	라즈베리 진저, 컨트리 피치 패션, 와일드 베리 진저, 트루 블루베리, 블랙 체리 베리, 히비스커스, 로즈힙, 오렌지 껍질, 구운 치커리, 블랙베리 잎, 천연 향과 함께 라즈베리 잎, 복숭아 향, 구연산, 말린 베리 또는 체리	유기농 패션 플라워 추출물, 유기농 허브 블렌드: 유기농 루이보스 잎, 유기농 카모마일 꽃, 유기농 레몬 밤 잎, 유기농 스피어민트 잎, 유기농 레몬그라스, 유기농 페퍼민트 잎, 유기농 라벤더 꽃, 유기농 세이지 잎, 유기농 스테비아 잎

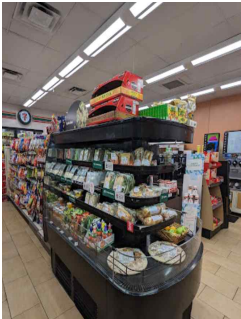
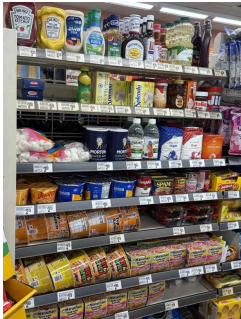
Shop ③ 월마트(Walmart)

	경쟁제품 ⑨
제품 사진	
제품명 (현지어)	오가닉 재패니즈 맛차 (Organic Japanese Matcha)
제조사 (현지어)	제이드 리프 (Jade Leaf)
제품 종류	고형차
용량	20g
소비자가격	8.00달러 (10,682원)
10g당 가격	4.00달러 (5,341원)
원산지	일본
맛	흙 향이 나면서 약간 달콤하고 풍부한 녹차 맛
포장 형태	파우치
수입자	제이드 리프
유통기한	(-)
인증	USDA Organic
홍보문구	신선함을 밀봉하여 산화를 방지하고 있습니다. 100% 유기농 일본산 맛차.
원료 및 첨가물	matcha

Shop ④ 세븐일레븐(7-Eleven)

매장 정보

- 유형: 편의점
- 판매 제품 특징:
식품, 주류, 스낵류, 생활용품
등의 다양한 제품을 판매
- 매장 주변 특징:
거주 지역 내 위치
- 주요 고객층:
현지 주민

브랜드 기본 정보			세븐일레븐은 세계 최초의 편의점 브랜드로 미국에서 시작되었으나, 2005년 일본의 이토요카도가 미국 본사의 지분을 전량 매입해 일본계 회사가 되었음. 현재 미국 전역에 9,402개의 매장을 보유하고 있으며, 그중 20%에 해당하는 1,896개 매장은 캘리포니아주에 위치하고 있음
	조사 제품 수: 1개		
매장 정보			
	위치	도시(지역)	로스앤젤레스
		상세주소	3310 E Imperial Hwy, Brea, CA 92823
매장 내부			
매대 분석	매대 분류	복도식 매대	
	진열 방식	차, 소스, 컵라면 제품군	
	상·하단 제품 구성	상단: 소스류 / 중단: 차, 조미료 / 하단: 컵라면	
	브랜드 국적 구성	미국	
	주요 브랜드	하인즈(Heinz), 스피글렌다(Splenda), 에이아이(AI) 등	
제품 판매 정보			
	블랙티 (유니레버)		

사진자료: 현지조사원 자료

Shop ③ 세븐일레븐(7-Eleven)

	경쟁제품 ⑩
제품 사진	
제품명 (현지어)	블랙티 (Black Tea)
제조사 (현지어)	유니레버 (Unilever)
제품 종류	티백차
용량	45.4g (20티백)
소비자가격	2.79달러 (3,725원)
10g당 가격	0.61달러 (821원)
원산지	미국
맛	진한 홍차 맛
포장 형태	종이 상자 / 개별 티백
수입자	유니레버
유통기한	(-)
인증	Rainforest Alliance Certified, Recyclable Packaging
홍보문구	미국에서 가장 사랑받는 차!
원료 및 첨가물	오렌지 페코 및 페코 컷 블랙 티

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

III 경쟁기업



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

1. 미국 차류 경쟁기업 선정

▶ 대표 경쟁기업으로 규모가 큰 현지 기업 3개사 선정

오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 다른 경쟁기업보다 비교적 규모가 큰 현지 기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함. 선정된 경쟁기업 3개사는 평균 35년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 셀레스티얼 시즈닝스는 1969년에 설립되어 가장 오래된 55년의 업력을 보유하고 있음. 요기티는 1984년 설립 이후 40년째 사업을 이어오고 있으며, 제이드 리프는 2014년에 설립되어 10년의 업력을 보유하고 있음

▶ 경쟁기업 3개사, 차 동일 품목 종류 조사

미국에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 차 동일 품목 수를 조사한 결과, 셀레스티얼 시즈닝스가 총 105개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그다음으로는 요기티가 60개, 제이드 리프가 25개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 차 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
셀레스티얼 시즈닝스	미국	55년	105개
요기티	미국	40년	60개
제이드 리프	미국	10년	25개

자료: 미국 진출 차 경쟁기업 3개사 분석

2. 미국 차류 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
	액상차, 고풍차, 티백차 제품군

▶ 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	씨브이에스, 타겟, 월마트, 세븐일레븐
온라인	월마트, 아마존, 크로거

3. 미국 차류 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. 3개사 모두 타겟과 월마트 2곳에 입점해 있으며, 온라인 쇼핑몰인 월마트와 아마존, 크로거에 모두 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 소셜 미디어 채널을 운영하고 있음. 특히, 셀레스티얼 시즈닝스는 미국 계정의 페이스북 채널에서 제품의 홍보 영상과 회사를 대표하는 캐릭터를 통해 브랜드 스토리 등 고객의 흥미를 끄는 콘텐츠를 자주 업로드하여 활발하게 온라인 마케팅을 이어가고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 맛, 품질 등을 강조

미국 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 향, 원료 등을 강조하는 문구를 주로 사용하고 있음. ‘과일 풍미가 넘치는 차’, ‘꿀과 레몬의 노트가 느껴지는 부드러운 허브향’, ‘카페인, 글루텐 프리’, ‘100% USDA 유기농 matcha’와 같은 문구가 사용되고 있음. 또한, ‘허니 라벤더 스트레스 릴리프와 함께 평온을 찾으세요’와 같이 제품의 효능을 강조하거나, ‘밀봉하여 산화를 방지하고 있습니다.’와 같이 제품의 보존력을 강조하는 문구를 통해 제품을 홍보하고 있음

[표 3.7] 미국 차류 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
셀레스티얼 시즈닝스	- 오프라인 매장 - 타겟 - 월마트 - 온라인 매장 - 월마트 - 아마존 - 크로거	- 자사 홈페이지 (미국) - SNS 플랫폼 (미국) - 페이스북 - 인스타그램 - 트위터	- 씨앗에서 한 잔까지, 정성을 다해 블렌딩했습니다. - 카페인 프리 - 글루텐 프리 - 과일 풍미가 넘치는 차 5종	Our lively fruit tea collection includes five of our most beloved teas brimming with fruit flavor.
요기티	- 오프라인 매장 - 타겟 - 월마트 - 온라인 매장 - 월마트 - 아마존 - 크로거	- 자사 홈페이지 (미국/독일/이탈리아/프랑스/네덜란드) - SNS 플랫폼 (미국) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브	- 허니 라벤더 스트레스 릴리프와 함께 평온을 찾으세요 - 유기농 - 미세 플라스틱 없는 퇴비화 가능한 티백 - 꿀과 레몬의 노트가 느껴지는 부드러운 허브향	Flavor: Softly herbaceous with notes of honey and lemon Supports: Healthy sleep and stress relief Feeling: Peaceful rest Our teas are always organic and ethically sourced, always blended with intention, and always delivered to you in a microplastic-free, compostable tea bag.
제이드 리프	- 오프라인 매장 - 타겟 - 월마트 - 온라인 매장 - 월마트 - 아마존 - 크로거	- 자사 홈페이지 (미국) - SNS 플랫폼 (미국) - 페이스북 - 인스타그램 - 유튜브	- 신선함을 밀봉하여 산화를 방지하고 있습니다. - 100% USDA 유기농 matcha 파우더 - 글루텐 프리, 비건 - 아름다운 색상과 풍부하고 독특한 풍미 제공	Most commonly used for: smoothies, baked goods, ice cream, beauty and skin care treatments Ground from second harvest tea leaves, our Culinary Grade matcha is a versatile ingredient for blended preparations like lattes, smoothies, and baked goods - providing beautiful color and rich, distinctive flavor. 100% USDA Organic Matcha Green Tea Powder, All Natural, Nothing Added (naturally gluten free and vegan) - Authentic Japanese Matcha - sourced directly from our partner farms in Uji and Kagoshima, Japan, allowing us to provide much better quality at better pricing than our competitors - Create Amazing Matcha Recipes - our culinary grade matcha is an affordable way to add a delicious, healthy boost to smoothies, lattes, baked goods, and other dishes

자료: 미국 진출 차류 경쟁기업 3개사 분석

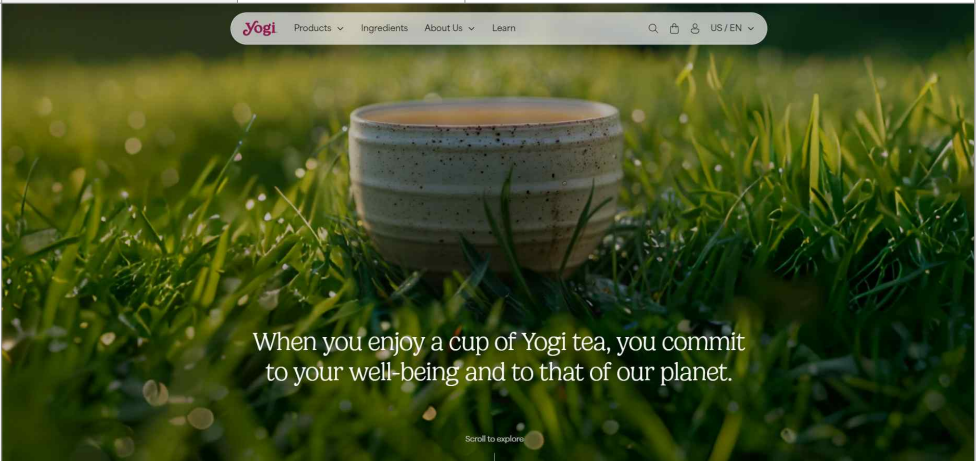
① 셀레스티얼 시즈닝스(Celestial Seasonings)

기업 기본 정보	기업명	셀레스티얼 시즈닝스		
	기업 설명	셀레스티얼 시즈닝스는 허브차를 전문으로 판매하는 미국의 차 회사로 허브티 블렌드를 미국에 최초로 공급한 회사이기도 함. 100가지가 넘는 재료를 35개국 이상에서 수입하여 105개의 차 종류를 연간 10억 잔 이상 생산하고 있음		
	위치	4600 Sleepytime Dr, Boulder, CO 80301		
	규모	동일 품목 수	105개	
설립연도		1969년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 타겟 월마트 〈온라인 매장〉 월마트 아마존 크로거		제품명	프루티 샘플러 (Fruit Tea Sampler)
			중량	40g(18티백)
			소비자가격	3.12달러 (4,166원 ⁸⁾)
			제품 종류	티백차
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	미국 현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	● (상)	미국 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	
홍보 방식				
	홍보 채널	자사 홈페이지(미국), 페이스북/인스타그램/트위터(미국)		
	게시 주기	(페이스북) 주 4~5건		
	게시물 유형	기업 소개, 제품 안내, 공장 투어 안내, 유통업체 안내 등		

사진자료: 현지조사원 자료

8) 1달러=1,335.30원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

② 요기티(Yogi Tea)

기업 기본 정보	기업명	요기티		
	기업 설명	요기티는 유기농 허브, 녹차, 홍차 블렌드 등을 유통하는 미국의 차 브랜드로, 세계 각국의 100가지가 넘는 향신료와 식물성 재료를 결합하여 50개 이상의 차 종류를 생산하고 있음. 웰빙기업을 표방하여 좋은 재료로 좋은 상품을 생산하여, 소비자들에게 좋은 가치를 전달하고자 하며, 생산 및 유통과정에 환경적 요소를 고려함		
	위치	1325 Westec Drive, Eugene, OR 97402		
	규모	동일품목 수	60개	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 타겟 월마트 〈온라인 매장〉 월마트 아마존 크로거		제품명	허니 라벤더 스트레스 릴리프 (Honey Lavender Stress Relief)
			중량	29g(16티백)
			소비자가격	4.68달러 (6,249원)
			제품 종류	티백차
			현지 진출 방법	포장 현지화
홍보 현지화	● (상)	미국 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용		
홍보 방식				
	홍보 채널	자사 홈페이지 (미국/독일/이탈리아/프랑스/네덜란드), 페이스북/인스타그램/유튜브(미국)		
	게시 주기	비정기적		
	게시물 유형	기업 소개, 브랜드 및 제품 소개, 재료 안내, 레시피 안내		

사진자료: 현지조사원 자료

③ 제이드 리프(Jade Leaf)

기업 기본 정보	기업명	제이드 리프		
	기업 설명	제이드 리프는 미국의 차 브랜드로, 1858년부터 고품질의 마차를 재배해 온 일본의 키즈나 티 콜렉티브(Kizuna Tea Collective)로부터 마차를 공급받고 있음. 제이드 리프의 마차 제품은 식물성, 유기농, Non-GMO 인증을 받음		
	위치	253 Commerce Drive Grayslake, IL, 60030		
	규모	동일 품목 수	25개	
설립연도		2014년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 타겟 월마트 〈온라인 매장〉 월마트 아마존 크로거		제품명	오가닉 재패니즈 맛차 (Organic Japanese Matcha)
			중량	20g
			소비자가격	8.00달러 (10,682원)
			제품 종류	고형차
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	미국 현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	● (상)	미국 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	
홍보 방식	NEW! Higicha Roasted Green Tea Powder + FREE SHIPPING ON ALL ORDERS REQUEST SAMPLES PLACE AN ORDER JADE LEAF WHOLESALE MATCHA LEARN > CONTACT   WHOLESALE MATCHA FOR CAFES & FOODSERVICE Delight your customers with authentic Japanese matcha green tea powder REQUEST FREE SAMPLES PLACE AN ORDER  FARM-DIRECT JAPANESE MATCHA AT A FAIR PRICE America's #1 Importer of Premium Japanese Matcha    			
	홍보 채널	자사 홈페이지(미국), 페이스북/인스타그램/유튜브(미국)		
	게시 주기	비정기적		
	게시물 유형	회사 소개, 브랜드 및 제품 소개, 레시피 안내, 마차 관련 정보 제공		

사진자료: 현지조사원 자료

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

IV



수입·유통업체 인터뷰

1. 트레이더 조(Trader Joe's)
2. 타겟(Target)
3. 월마트(Walmart)

Interview ①

9)

TRADER JOE'S**트레이더 조(Trader Joe's)
Sales**트레이더 조
(Trader Joe's)

- 유형: 슈퍼마켓
- 업체 특징:
 - 1967년에 설립된 슈퍼마켓 체인으로 다양한 식료품, 식물, 세면용품 등을 취급하고 있음
 - 미국, 유럽, 아시아, 남아프리카, 뉴질랜드 등 여러 국가에 제품을 공급하고 있음

담당자 정보

Sales

고객사 제품 정보

소비자가격 미정

중량 미정

인증 미정

마케팅
슬로건 미정**Q1. 현지 차류 인기제품의 예시와 그 제품의 가격, 원료, 홍보문구 등 특징에 대해 알려주세요.**

미국 소비자들에게 가장 인기 있는 차류 제품은 ‘다즐링 그린티(Darjeeling Green Tea)’입니다. 이 차는 과일 향이 더해져 섬세하고 달콤하고 허브 맛을 지니고 있으며, 디저트나 샌드위치와 잘 어울립니다. 이 차의 잎은 인도 다즐링 지역에서 생산됩니다. 한 상자에 48개의 티백이 들어있으며, 가격은 4.49달러(5,995원¹⁰⁾)입니다. 두 번째로 인기 있는 차류 제품은 ‘유기농 아삼 블랙티(Organic Assam Black Tea)’로 위 제품과 가격과 용량이 동일합니다. 미국에서 제조된 제품이지만, 찻잎은 인도에서 수입되며, 흙내음이 나고 매콤한 향을 지니고 있습니다. 마지막으로 가을 시즌에만 판매되는 ‘하베스트 블렌드 허브티(Harvest Blend Herbal Tea)’가 있습니다. 이 차는 한 상자에 20개의 티백이 들어있으며, 가격은 2.49달러(3,325원)입니다. 계피와 생강의 매콤한 향과 히비스커스의 달콤한 맛, 오렌지 껍질의 쓴맛이 조화를 이루는 제품입니다.

Q2. 현지 차류 시장의 신제품 동향은 어떠한가요? 대표적인 제품을 소개해주세요.

많은 충성고객은 녹차와 홍차 같은 전통적인 차를 선호합니다. 개인의 취향에 따라 전통적인 차에 다른 맛이 혼합된 제품들도 판매되고 있습니다. 요즘에는 녹차와 민트 잎의 달콤하고 신선한 맛이 조화를 이루는 녹차 민트 차나 맛차 녹차가 인기를 얻고 있습니다. 트레이더 조에서는 다양한 종류의 맛차 녹차를 판매하고 있으며, 아이스크림으로도 만나볼 수 있습니다.

9) 사진자료: 트레이더 조(Trader Joe's) 공식 홈페이지

10) 1달러=1,335.30원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

Q3. 현지 차류 시장의 소비 트렌드와 소비자들의 구매 고려요인은 무엇인가요?

미국 소비자들이 가장 많이 소비하는 차는 녹차와 홍차로 뜨거운 음료로도, 차가운 음료로도 마십니다. 일부 소비자들은 특정 달에만 판매되는 계절 차를 선호하기도 합니다. 겨울철에는 특히 레몬, 꿀, 생강차가 감기 증상을 예방하거나 완화하는 데 도움이 되는 것으로 알려져 있어 많이 팔립니다. 차를 구매할 때, 일부 소비자들은 가격에 대한 고민을 하긴 하지만, 구매 결정의 주요 요인은 아닙니다. 소비자들은 주로 제품의 맛과 품질을 중시합니다.

Q4. 차류 관련하여 K-푸드를 대표할 수 있을 만한 제품이 있을까요? 특히 한국의 특산품 중 차류에 적용하여 현지의 소비자들에게 어필할 수 있을 만한 원료나 홍보문구가 있을까요?

현재 미국에서 많은 K-푸드 관련 식품들이 판매되고 있습니다. 트레이더 조는 구운 김, 불고기, 김밥 등 다양한 한국 식품을 취급하며, 매장에서 판매하는 한국 음식에 대한 역사적 배경을 알려주는 방식으로 제품을 홍보합니다. 이를 통해 소비자들은 사용된 재료의 종류와 식품의 조리 방법을 알게 될 뿐만 아니라, 그 음식이 유래된 문화를 접할 수 있습니다. 따라서 한국산 차를 판매할 때도 이러한 홍보 방식으로 현지 소비자들에게 어필할 수 있을 것 같습니다.

Q5. 차류 제품 구매 시 유통업체 입장에서의 주요 구매 고려요인은 무엇인가요?

일반적으로 차 제품은 하루에 많은 고객이 방문하는 슈퍼마켓과 식료품점에서 잘 팔리기 때문에 이러한 매장에 입점하는데 제한이 없는 제품인지 고려합니다.

Q6. 차류 제품의 주요 유통채널은 무엇이 있으며, 차류 신제품을 출시하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

일반적으로 차류 제품은 일일 방문객이 많은 슈퍼마켓과 식료품점에서 수요가 많습니다. 트레이더 조도 다양한 맛과 브랜드의 뜨겁고 차가운 차를 폭넓게 제공하고 있어 신제품을 출시하기 적절합니다. 또한, 트레이더 조와 같은 슈퍼마켓 체인은 새로운 식품이나 음료를 매장에 출시하기 위해 직접 기업에게 연락해 협업할 기회를 제공하기도 합니다.

Q7. 현지에서 차류 제품 판매 시 할인 행사, 홍보문구와 같이 효과적인 프로모션 방식은 무엇인가요?

고객사 제품에 대한 호기심과 흥미로운 정보를 제공하여 소비자들의 관심을 끌어야 합니다. 특히 새로운 제품이나 덜 알려진 제품의 경우, 소비자가 제품에 대해 낯설게 느끼지 않도록 해야 합니다. 접하지 못했던 새로운 제품을 구매하여 제품에 대해 실망하고 돈을 낭비할 수 있다는 두려움 때문에 신제품 구매를 꺼리는 소비자도 있기 때문입니다. 트레이더 조는 구매 전에 샘플을 통해 고객이 직접 제품을 시식하고 피드백을 제공할 수 있는 매장 내 경험을 제공합니다. 또 다른 효과적인 홍보 방법은 프로모션 기간 동안 할인이나 특정 제품을 제공하는 것입니다. 이렇게 하면 제품이 빠르게 판매되는 경우가 많습니다.

Interview ②

11)



타겟 (Target)

- 유형: 하이퍼마켓
- 업체 특징:
 - 1962년에 설립된 하이퍼마켓 체인으로 다양한 식료품, 전자제품, 장난감, 생활용품 등을 취급하고 있음
 - 미국, 유럽, 아시아 등 여러 국가에서 제품을 수입하여 유통하고 있음

담당자 정보

Product Specialist

고객사 제품 정보

소재/가격	미정
중량	미정
인증	미정
마케팅 슬로건	미정

타겟(Target) Product Specialist

Q1. 현지 차류 인기제품의 예시와 그 제품의 가격, 원료, 홍보문구 등 특징에 대해 알려주세요.

가장 인기 있는 차 브랜드는 ‘굿 앤 개더(Good & Gather)’입니다. 이 브랜드는 기본적인 녹차부터 과일 향 차까지 다양한 종류의 차를 판매합니다. 해당 브랜드에서 가장 많이 판매되는 제품은 ‘유기농 녹차(Organic Green Tea)’와 ‘차이 블랙티 블렌드(Chai Black Tea Blend)’입니다. 두 제품 모두 20개입 한 상자에 3.69달러(4,927원)로 판매되고 있습니다. 녹차는 유기농 재료로 만들어졌으며, 카페인 함량은 3단계(31-45mg)입니다. 홍보문구로는 ‘뜨겁게, 차갑게, 또는 얼음과 우유를 섞어 마실 수 있음’, ‘유기농 재료로 만들어짐’ 등을 사용합니다.

Q2. 현지 차류 시장의 신제품 동향은 어떠한가요? 대표적인 제품을 소개해주세요.

최근 미국 시장의 신제품 차 중 특히 주목받고 있는 제품은 스테비아와 같은 천연 감미료를 함유한 차입니다. 스테비아 차는 혈압을 낮추고 당뇨병을 치료하며, 체중 감량에 도움을 주는 등 다양한 건강상 이점이 있어 인기가 많습니다. 대표적인 제품은 ‘티커리 스테비아 차(Teacurry Stevia Tea)’가 있습니다. 이 차는 스테비아 잎으로 만들어져 소화에도움을 줍니다. 스테비아 차에 대한 인기가 점점 높아지고 있지만 아직은 미국 시장에서 흔하진 않습니다.

Q3. 현지 차류 시장의 소비 트렌드와 소비자들의 구매 고려요인은 무엇인가요?

일반적으로 미국 소비자들은 차를 구매할 때 가격보다 차의 종류를 따집니다. 미국에서는 대부분 차가운 차와 뜨거운 차 모두 판매하지만, 미국 소비자들은 주로 차가운 차를 선호하는 편입니다. 이는 계절에 상관없이 주로 뜨거운 차를 즐기는 유럽과 아시아의 차 문화와는 상당한 차이가 있습니다. 미국에서 아이스티에 대한 선호는 20세기 초반으로 거슬러 올라가며, 이후 미국 문화의 일부가 되었습니다.

Q4. 차류 관련하여 K-푸드를 대표할 수 있을 만한 제품이 있을까요? 특히 한국의 특산품 중 차류에 적용하여 현지의 소비자들에게 어필할 수 있을 만한 원료나 홍보문구가 있을까요?

한국 생강은 미국에서 수요가 급증하고 있는 K-푸드 중 하나입니다. 미국에서 다양한 형태로 판매되며, 그중 가장 인기 있는 것은 생강차입니다. 미국 소비자들은 한국 생강차를 주로 꿀과 함께 뜨겁거나 차갑게 마십니다. 많은 미국 소비자들은 한국 생강차의 달콤하면서도 매콤한 맛뿐만 아니라, 해독 및 항염 효과와 같은 여러 건강상의 이점을 선호하여 생강차를 즐겨 마십니다. 특히 꿀을 첨가한 한국 생강차는 감기나 인후통에 효과적인 치료제로 알려져 추운 계절에 자주 판매됩니다.

Q5. 차류 제품 구매 시 유통업체 입장에서의 주요 구매 고려요인은 무엇인가요?

트렌드를 고려합니다. 타겟에는 ‘립톤(Lipton)’, ‘트와이닝스(Twinings)’와 같은 인기 브랜드 제품이 항상 배치되어 있습니다. 이 두 브랜드는 이미 차 시장에서 확고한 입지를 다져왔기 때문에, 충성 고객들이 존재합니다. 반면, 덜 알려진 브랜드의 차에 대해서는 맛, 품질, 가격에 중점을 둡니다. 소비자들은 일반적으로 합리적인 가격대의 차를 찾지만, 일정 수준의 품질을 유지하는 제품을 선호합니다.

Q6. 차류 제품의 주요 유통채널은 무엇이 있으며, 차류 신제품을 출시하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

차 제품은 거의 어디서나 판매할 수 있어 유통채널의 선택은 고객사가 판매하고자 하는 타겟 소비자에 따라 달라집니다. 타겟, 월마트(Walmart), 크로거(Kroger)와 같은 식료품점은 매일 많은 고객이 방문하기 때문에 제품 노출 빈도가 높습니다. 만약 차가 다이어트, 디톡스 또는 기타 건강 관련 효능을 가지고 있다면, 홀 푸드 마켓(Whole Foods Market)과 같은 유기농 식품 전문점이나 약국이 적합한 유통채널이 될 것입니다.

Q7. 현지에서 차류 제품 판매 시 할인 행사, 홍보문구와 같이 효과있는 프로모션 방식은 무엇인가요?

타겟은 인스타그램, 페이스북, 트위터와 같은 디지털 플랫폼을 활용하여 제품을 홍보하고 있습니다. 이러한 플랫폼을 통한 계절별 프로모션, 세일 이벤트, 신제품 출시 홍보 등으로 고객과 직접 소통합니다. 또한, 타겟 웹사이트에서 항상 구독 가능한 뉴스레터를 통해 고객들에게 이메일로 특별 할인 정보를 제공합니다. 타겟은 인플루언서 마케팅도 활용하여 차의 건강상 이점, 독특한 성분 등을 소개하여 구매를 유도하는 게시물을 올리고, 사용자의 위치 정보를 기반으로 특정 지역의 소비자에게 맞춤형 광고를 제공하는 지오타겟 광고(Geotargeting Advertising) 전략을 사용하고 있습니다. 지오타겟팅을 통해 원하는 고객층에 도달하며, 이러한 광고는 일반적으로 경쟁사에게는 보이지 않습니다.

Interview ③

12)



월마트(Walmart) Sales

월마트 (Walmart)

- 유형: 하이퍼마켓
- 업체 특징:
 - 1962년에 설립된 하이퍼마켓 체인으로 다양한 식료품, 약국, 장난감, 반려동물용품, 가전제품 등을 취급하고 있음
 - 미국, 유럽, 아시아 등 다양한 국가에 유통망을 보유하고 있음

담당자 정보

Sales

고객사 제품 정보

소비자가격	미정
중량	미정
인증	미정
마케팅 슬로건	미정

Q1. 현지 차류 인기제품의 예시와 그 제품의 가격, 원료, 홍보문구 등 특징에 대해 알려주세요.

가장 인기 있는 차 제품은 대용량으로 제공되는 병에 담긴 아이스티입니다. ‘밀로스 페이머스 스위트 아이스티(Milo’s Famous Sweet Iced Tea)’는 약 4리터의 양으로 3.48달러(46,468원)에 판매되고 있습니다. 밀로스 제품은 방부제가 없고 100% 천연 재료로 만들어졌다는 것을 강조합니다. 레몬 맛, 무설탕, 디카페인 등 다양한 종류의 제품도 있지만, 오리지널 맛이 가장 인기가 많습니다. 또 다른 인기 있는 차 제품으로는 ‘골드 피크 브루드 티 케인 슈가 스위트 블랙 아이스티 드링크(Gold Peak Brewed Tea Cane Sugar Sweetened Black Iced Tea Drink)’가 있습니다. 이 제품은 2.5리터 용량으로 4.18달러(55,816원)에 판매되며, 실제 사탕수수 설탕으로 달콤함을 더하고, 블랙티 잎으로 만들어져 독특하면서도 집에서 만든 듯한 맛으로 유명합니다.

Q2. 현지 차류 시장의 신제품 동향은 어떠한가요? 대표적인 제품을 소개해주세요.

미국 차류 시장에서는 최근 고령층을 중심으로 현미차와 보리차의 인기가 급증하고 있습니다. 급속한 고령화와 맞물려 이 두 차의 수요가 증가하고 있다고 생각됩니다. 반면, 젊은 세대의 차 소비 경향을 살펴보면, 현미차와 보리차에 대한 선호도가 갈리고 있는 점이 흥미롭습니다. 또한, 이 두 차는 미국 시장에서 일본을 대표하는 차로 인식되고 있어서 일본산 제품의 인기도 높습니다.

Q3. 현지 차류 시장의 소비 트렌드와 소비자들의 구매 고려요인은 무엇인가요?

미국 소비자들은 계절에 따라 차를 선택하며, 여름에는 아이스티, 겨울에는 뜨거운 차를 더 선호합니다. 미국에서는 유럽이나 아시아와 달리 차가운 차가 주로 소비됩니다. 소비자들은 맛과 품질을 가장 중요하게 여기며, 감기 예방에 좋은 레몬, 꿀, 생강차 등이 겨울철에 인기를 끄니다. 가격은 중요한 요소이지만, 차의 종류와 계절적 적합성이 구매에 더 큰 영향을 미칩니다.

Q4. 차류 관련하여 K-푸드를 대표할 수 있을 만한 제품이 있을까요? 특히 한국의 특산품 중 차류에 적용하여 현지의 소비자들에게 어필할 수 있을 만한 원료나 홍보문구가 있을까요?

월마트에서는 다양한 한국 음식이 판매되고 있습니다. 생강차, 보리차, 옥수수차, 현미녹차와 같은 다양한 한국 차도 구매할 수 있으며, 그중 가장 인기가 많은 것은 꿀 생강차입니다. 생강차는 여러 건강상 이점이 있으며, 감기 증상과 인후통 완화에 좋고 소화에도 도움을 줍니다. 또한, 디저트의 토핑이나 빵에 발라 먹는 스프레드로도 사용됩니다. 생강, 꿀, 설탕, 물, 과당과 같은 몇 가지 기본 재료로 구성되어 있어 건강하고 안전한 제품으로 여겨집니다.

Q5. 차류 제품 구매 시 유통업체 입장에서의 주요 구매 고려요인은 무엇인가요?

가장 중요한 요소는 브랜드, 소비자들 사이에서의 인기와 가격입니다. 일부 소비자들은 특정 브랜드에 대한 충성도가 높으며, 이러한 브랜드는 대개 전 세계적으로 잘 알려져 있습니다. ‘마일로’, ‘립톤’, ‘골드 피크(Gold Peak)’와 같은 브랜드는 매우 성공적으로 판매되고 있습니다. 또한, 적절한 가격에 판매할 수 있는 제품을 선택하는 것이 중요합니다. 가격이 너무 높으면 일부 소비자들이 구매를 꺼릴 수 있고, 반대로 가격이 너무 낮으면 품질이 의심스러운 제품으로 인식될 수 있기 때문입니다.

Q6. 차류 제품의 주요 유통채널은 무엇이 있으며, 차류 신제품을 출시하기에 적절한 유통채널은 무엇인가요?

일반적으로 가장 많이 소비되는 차 제품인 녹차, 홍차, 허브차 등은 월마트와 같은 대형 슈퍼마켓, 편의점, 농산물 시장 등에서 쉽게 판매되고 있습니다. 그러나 더 독특한 차라면 약국이나 온라인 스토어와 같은 다른 유통채널이 더 적합할 수 있습니다. 일부 온라인 차 상점은 티박스(Tebox)와 같이 인기 있는 차 제품을 매달 고객에게 배송하는 구독 서비스를 제공합니다. 또 다른 유통채널로는 카페와 찻집이 있습니다. 이들은 종종 고급 재료로 만들어진 독특한 향과 맛을 지닌 차 제품을 찾아 고객에게 판매하고 있습니다.

Q7. 현지에서 차류 제품 판매 시 할인 행사, 홍보문구와 같이 효과있는 프로모션 방식은 무엇인가요?

월마트는 계절별 세일이나 특별한 휴일 할인 행사를 자주 진행합니다. 예를 들어, 월마트는 블랙프라이데이 기간에 경쟁사들보다 더 일찍 할인 이벤트를 시작하여 이를 적극적으로 활용하려고 합니다. 또한, 차 제품은 일반적으로 추운 계절과 추수감사절이나 크리스마스 같은 휴일 시즌에 더 많이 소비되는 경향이 있어 계절별 할인과 관련이 깊습니다. 특별한 휴일 패키지, 1+1 행사, 선물 세트 등은 제품에 대한 관심을 끌어 고객에게 성공적으로 어필할 수 있습니다. 또 다른 방식으로서는 차를 처음 접하는 고객들을 위한 대량 구매 프로모션 할인이 있습니다. 이는 새로운 고객들이 제품을 구매하게 할 수 있는 효과적인 방법이 될 수 있습니다.

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

V

경쟁력파악



1. 제품 경쟁력 검증
2. 기업 마케팅 벤치마킹
3. 온라인 인기제품 리뷰 분석

1. 제품 경쟁력 검증

1) 10g당 가격

경쟁제품(제조사)

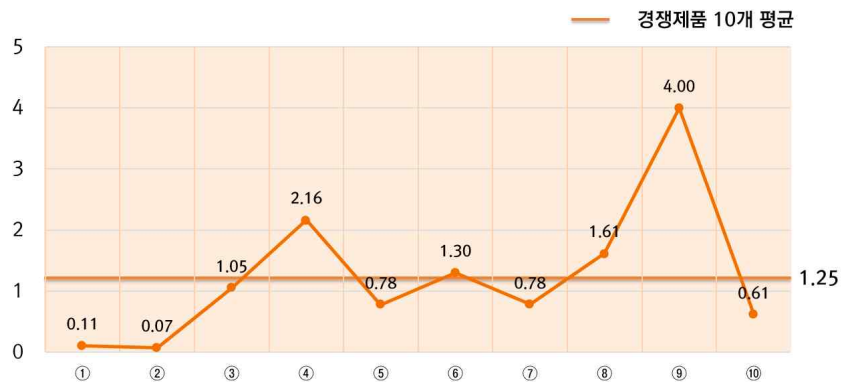
- ① 인스턴트 허니 진저 티, 그린 티 플레이버
(포카스 인터내셔널)
- ② 아이스티 레몬, 내추럴 플레이버
(유니레버)
- ③ 굿 앤 게더 오가닉 그린티 (타겟 코퍼레이션)
- ④ 오가닉 페퍼민트티 (트레디셔널 메디시널)
- ⑤ 얼그레이 플레이버드 블랙티 (트와이닝스 노스 아메리카)
- ⑥ 라벤더 캐모마일 허벌티 워드 프로바이오틱스 (빅엘로우 티)
- ⑦ 프룻티 샘플러 (셀레스티얼 시즈닝스)
- ⑧ 허니 라벤더 스트레스 릴리프 (요기티)
- ⑨ 오가닉 재패니즈 맛차 (제이드 리프)
- ⑩ 블랙티 (유니레버)

▶ 경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격, 1.25달러

경쟁제품 10개의 평균 10g당 가격은 1.25달러(1,669원¹³⁾)로 나타남. 경쟁제품 중 10g당 가격이 가장 높은 제품은 4.00달러(5,341원)이며, 가장 가격이 낮게 설정된 제품은 0.07달러(93원)로 조사됨. 제품 유형별로 살펴본 결과, 평균 10g당 가격은 고품차 제품이 가장 높게 설정되어 있음. 고품차 제품(2개)의 경우 2.04달러(2,719원), 티백차 제품(7개)은 1.19달러(1,584원), 액상차 제품(1개)은 0.11달러(148원)으로 조사됨. 이와 같은 분석을 바탕으로, 타깃 시장에 맞춘 적절한 소비자가격을 책정하는 것이 중요함

[표 5.1] 미국 차류 10g당 가격 경쟁력 분석¹⁴⁾

(단위: 달러)



13) 1달러=1,335.30원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

14) 고객사 제품은 현재 개발 단계로서 제품의 세부 정보가 제공되지 않음

2) 중량

경쟁제품(제조사)

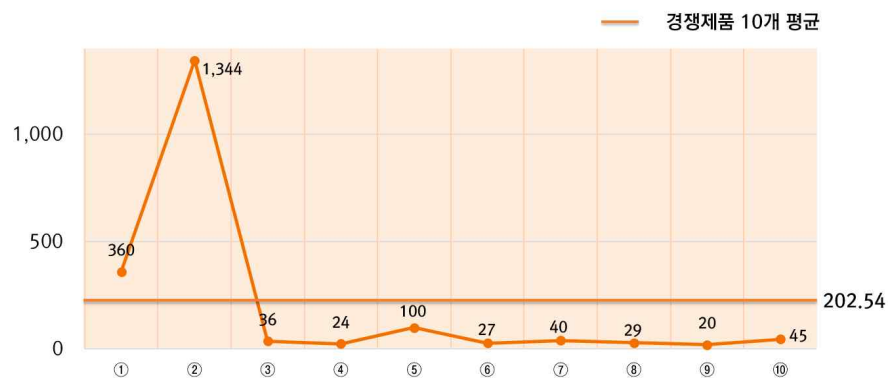
- ① 인스턴트 허니 진저 티, 그린 티 플레이버
(포카스 인터내셔널)
- ② 아이스티 레몬, 내추럴 플레이버
(유니레버)
- ③ 굿 앤 게더 오가닉 그린티 (타겟 코퍼레이션)
- ④ 오가닉 페퍼민트티 (트레디셔널 메디시널)
- ⑤ 얼그레이 플레이버드 블랙티 (트와닝스 노스 아메리카)
- ⑥ 라벤더 캐모마일 허벌티 위드 프로바이오틱스 (빅엘로우 티)
- ⑦ 프루티 샘플러 (셀레스티얼 시즈닝스)
- ⑧ 허니 라벤더 스트레스 릴리프 (요기티)
- ⑨ 오가닉 재패니즈 맛차 (제이드 리프)
- ⑩ 블랙티 (유니레버)

▶ 경쟁제품 10개의 평균 중량, 202.54g

차류 경쟁제품 10개의 평균 중량은 202.54g으로 조사됨. 이는 액상차와 고행차, 티백차 형태의 제품을 모두 포함하여 계산한 것임. 제품 유형별 총 제공 횟수의 평균을 살펴보면, 고행차 제품(2개)의 전체 제공량 평균은 37회, 티백차 제품(7개)은 23회, 액상차 제품(1개)은 20회인 것으로 조사됨. 고객사는 이를 참고하여 제품의 중량 및 총 제공 횟수를 설정할 것을 추천함

[표 5.2] 미국 차류 중량 경쟁력 분석¹⁵⁾

(단위: g)



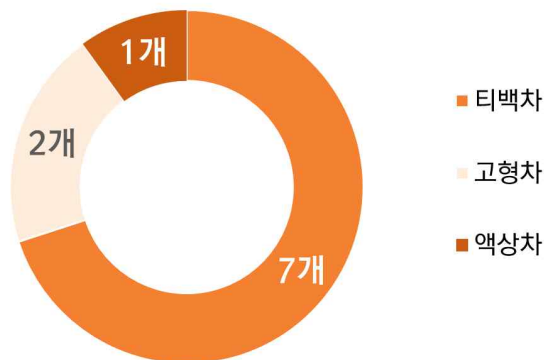
15) 고객사 제품은 현재 개발 단계로서 제품의 세부 정보가 제공되지 않음

3) 제품 종류

▶ 경쟁제품 10개 중 7개 제품, 티백차

미국에서 판매되고 있는 차류 경쟁제품 10개의 제품 종류를 조사한 결과, 10개 중 7개 제품이 티백차이며, 2개의 제품이 고형차, 1개의 제품이 액상차로 조사됨

[표 5.3] 미국 차류 제품 종류 경쟁력 분석

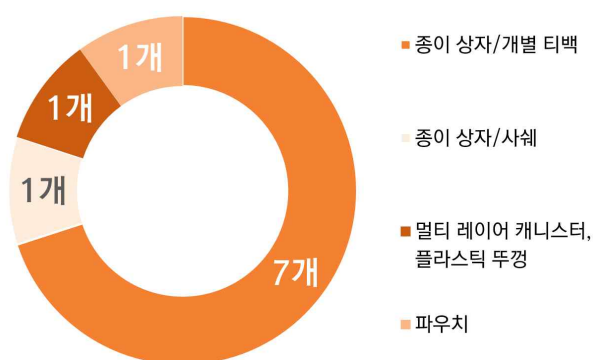


4) 포장 형태

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 7개 제품, 종이 상자와 개별 티백 사용

미국에서 판매 중인 차류 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 티백차에 해당하는 7개의 제품은 외부 포장으로 종이 상자를 사용했으며, 내부는 개별 티백으로 포장한 것으로 확인됨. 그 외에 고형차에 해당하는 2개의 제품 중 하나는 멀티 레이어 캐니스터와 플라스틱 뚜껑으로 포장된 형태이며, 1개는 재밀봉 가능한 파우치 형태임. 두 제품은 모두 제품의 반복적인 개폐를 고려함. 나머지 액상차 1개 제품은 외부 포장에 종이 상자를 사용했고, 내부는 사쇄 단위로 포장한 것으로 조사됨

[표 5.4] 미국 차류 포장 형태 경쟁력 분석

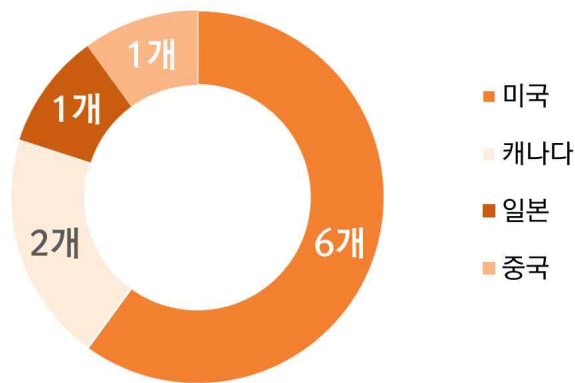


5) 원산지

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 6개 제품, 미국산

미국에서 판매 중인 차류 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 6개가 미국산, 2개가 캐나다산이며, 일본산과 중국산 제품이 각각 1개인 것으로 나타남. 과반수 이상의 제품이 미국산 제품인 점을 통해, 차류 제품에 있어 미국산 제품에 대한 현지의 수요가 높음을 알 수 있음

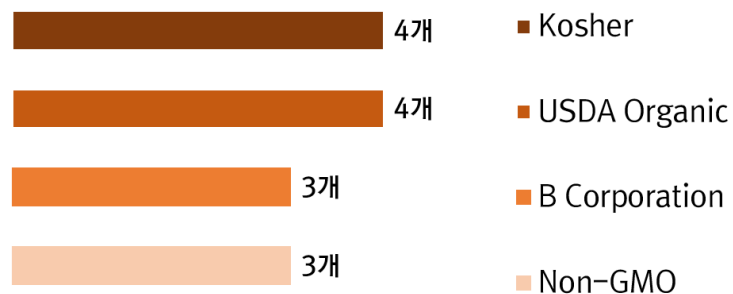
[표 5.5] 미국 차류 원산지 분석



6) 인증

▶ 현지 경쟁제품 10개 중 4개 제품, 코셔 인증

미국에서 판매 중인 차류 경쟁제품 10개의 인증을 조사한 결과, Kosher와 USDA Organic 인증을 받은 제품이 각각 4개씩으로 가장 많았으며, 사회적 기업 인증인 B Corporation 인증을 받은 제품과 Non-GMO 인증을 받은 제품이 각각 3개씩인 것으로 확인됨. 그 외에도 할랄 인증, 지속 가능성을 촉진하는 기업 인증인 Rainforest Alliance 인증, 글루텐 프리 인증, 공정 무역 거래 인증을 보유한 제품도 있는 것으로 나타남

[표 5.6] 미국 차류 인증 경쟁력 분석¹⁶⁾

16) 해당 그래프에서는 2번 이상 등장한 인증 표기만을 표시함

2. 기업 마케팅 벤치마킹

1) SNS 마케팅 분석

인스타그램 게시물 예시



▶ 벤치마킹 기업, 제품 활용 레시피 영상에 초점

제이드 리프의 미국 인스타그램 채널 분석 결과, 자사 제품을 활용한 다양한 레시피를 영상으로 제작한 콘텐츠가 돋보임. 해당 콘텐츠에는 자사 제품을 포함하여 요리에 필요한 여러 재료와 요리 순서를 간략하지만 가독성 있게 안내하고 있음. 또한, 단순히 사진으로 완성품을 보여주는 것이 아닌 숏폼 형태의 영상으로 요리 과정을 제작해 소비자들이 레시피를 이해하기 쉽고, 다가가기 쉽게 제품의 활용도를 높여주고 있음. 이러한 레시피 영상은 한 달에 4~5건씩 꾸준히 업로드되고 있으며, 최근 게시된 동영상의 조회수가 3,000~5,000건을 달성함. 시간이 지날수록 누적 조회 수가 쌓이며 기업과 제품의 홍보 효과를 누릴 수 있을 것으로 보임

[표 5.7] 미국 차 기업 마케팅 벤치마킹



2) 인플루언서 마케팅 분석

▶ 벤치마킹 기업, 인플루언서와 적극적인 협업 진행

제이드 리프는 여러 인플루언서와의 협업을 통해 소비자에게 기업 이미지와 제품의 특징을 효과적으로 전달하고 있음. 콘텐츠의 내용은 주로 인플루언서들이 제품과 함께 하는 일상과 제품을 활용한 요리 및 시식 영상으로, 해당 인플루언서들은 건강한 라이프스타일을 표방하며, 인스타그램을 통해 일상을 공유하고 있음

3. 온라인 인기제품 리뷰 분석

▶ 분석 지표 선정 및 대표 키워드

온라인 인기제품 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 인기제품 리뷰 분석 지표 선정 및 대표 키워드

지표	지표 설명	대표 키워드
가격	판매 제품 가격에 대한 평가	Price, Cost, Cheap, Expensive 등
중량	판매 제품 중량에 대한 평가	Quantity, Amount, Portion 등
제품 선호도	판매 제품 선호도에 대한 평가	Satisfied, Recommend, Repurchase, Favorite 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Delicious, Flavor, Taste, Sweet 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Quality, Fresh, Reliable, Premium 등

▶ 아마존에서 판매되고 있는 차류 제품 선정

[표 5.9] 온라인 인기제품 리뷰 분석 제품 정보



판매 사이트	아마존 (Amazon)	리뷰 수	4,778건
제품명	빅 트레인 스파이스드 차이티 라떼 (Big Train Spiced Chai Tea Latte)		
제품 종류	고형차	소비자가격	23.99달러 (32,034원)
중량	1.59kg	포장	플라스틱 봉지
특징	우유, 꿀, 홍차, 향신료를 섞어서 만든 달콤하고 크림미한 차이 라떼		

● 조사 제품

사이트	아마존
분석 건수	4,778건
제품명	빅 트레인 스파이스드 차이티 라떼
제품 종류	고형차
소비자가격	23.99달러 (32,034원)
중량	1.59kg
포장	플라스틱 봉지
특징	우유, 꿀, 홍차, 향신료를 섞어서 만든 달콤하고 크리미한 차이 라떼

▶ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, ‘맛’에 대한 만족도 가장 높아

빅데이터 분석을 통해 미국 온라인 쇼핑몰 아마존에서 판매되고 있는 라면 인기제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, ‘맛’에 대한 긍정 점수가 1,647점으로 가장 높게 나타나 맛에 대한 소비자의 만족도가 가장 높음. 그다음으로는 ‘중량’에 대한 긍정 점수가 631점으로 높은 편인 것으로 조사되어, 미국 소비자들은 온라인에서 판매되고 있는 차 제품에 대하여 맛과 중량에 대한 관심도가 높은 편임을 확인함

[표 5.10] 온라인 인기제품 리뷰 분석

(단위: 점)



[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지 표	긍정 점수	부정 점수
가격	556	247
맛	1,647	699
제품 선호도	461	154
중량	631	295
품질	213	137
종합	3,508	1,532

▶ 차 제품의 맛과 브랜드 선호 요인이 두드러짐

미국 티백차 인기 제품의 리뷰 키워드 분석 결과, ‘차이티 라떼’, ‘매운 차이티’, ‘바닐라 차이’ 등의 키워드가 빈출되어, 맛에 대한 소비자의 관심도 및 선호도가 높은 것을 확인함

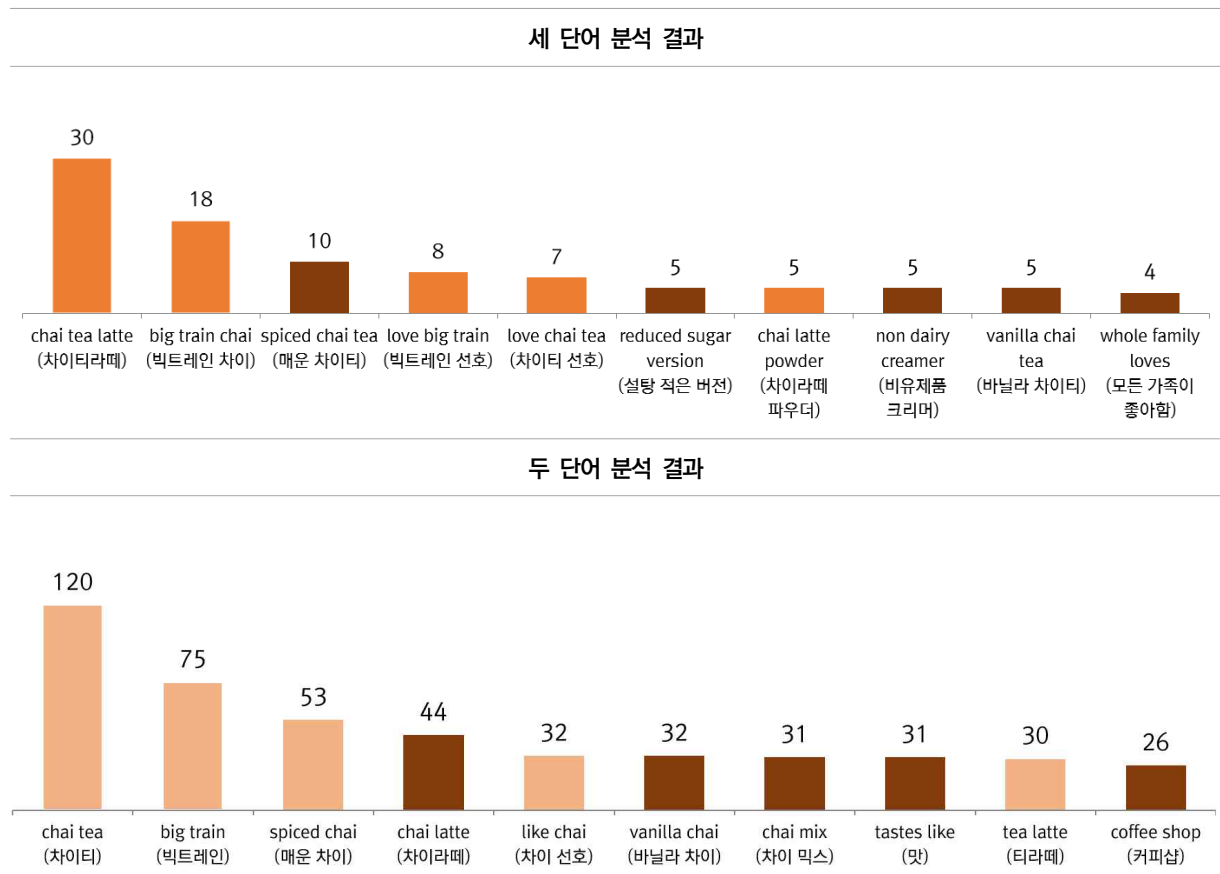
이 외, ‘빅트레인 차이’, ‘빅트레인 선호’ 등의 키워드를 통해 브랜드에 대한 선호 요인도 확인함. ‘당이 적은’ 키워드도 순위권에 든 것으로 확인됨

“I love this chai mix so much! It smells so good. Taste amazing.”

“이 차이 믹스를 정말 좋아합니다. 향이 좋고 정말 맛있어요.”

[표 5.11] 미국 티백차 온라인 인기제품 리뷰 다빈출 키워드 분석¹⁷⁾

(단위: 개)



17) 미국 차류 인기제품의 리뷰에서 발생한 키워드의 빈도 수를 분석함

[참고문헌]

■ 참고 사이트

1. 스탯티스타 (www.statista.com)
2. 월마트 홈페이지 (www.walmart.com)
3. 아마존 홈페이지 (www.amazon.com)
4. 크로거 홈페이지 (www.kroger.com)
5. 미국 인구조사국 (www.census.gov)
6. 씨브이에스 홈페이지 (www.cvs.com)
7. 타겟 홈페이지 (www.target.com)
8. 세븐일레븐 홈페이지 (www.7-eleven.com)
9. 셀레스티얼 시즈닝스 홈페이지 (celestialseasonings.com)
10. 요기티 홈페이지 (www.yogi-life.com)
11. 제이드 리프 홈페이지 (www.jadeleafmatcha.com)
12. 트레이더 조 홈페이지 (www.traderjoes.com)
13. 타겟 홈페이지 (www.target.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2024.10.11

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