

# 2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202409-44  
품목 | 동충하초 가공품(Cordyceps Extract)  
HS CODE | 1211.90-1999  
국가 | 미국(USA)



# CONTENTS

## 2024 수출기업 맞춤형 조사

<b>I. 요약</b>	04
--------------	----

### II. 경쟁제품

1. 미국 동충하초 가공품 경쟁제품 선정	06
2. 미국 동충하초 가공품 경쟁제품 조사지표 선정	10
3. 미국 동충하초 가공품 경쟁제품 현지조사 결과	11

### III. 경쟁기업

1. 미국 동충하초 가공품 경쟁기업 선정	22
2. 미국 동충하초 가공품 경쟁기업 현지화 분석 기준	23
3. 미국 동충하초 가공품 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	25

### IV. 수입·유통업체 인터뷰

1. 비타민 샵(Vitamin Shoppe)	31
2. 월마트(Walmart)	34
3. 해리스 티터(Harris Teeter)	37



# CONTENTS

## 2024 수출기업 맞춤형 조사

### V. 경쟁력파악

---

1. 제품 경쟁력 검증	41
2. 기업 마케팅 벤치마킹	46
3. 온라인 인기 제품 리뷰 분석	47

---

※ 참고문헌	50
--------	----





HS CODE : 1211.90-1999

2024 수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

# SUMMARY

# 미국 동충하초 가공품 경쟁력분석

## 온라인 인기 제품

월마트



코디셉스 엑스트랙 파우더



오가닉 코디셉스 머쉬룸 엑스트랙

아마존



오가닉 코디셉스 머쉬룸 엑스트랙



코디셉스-M

크로거



코디셉스



오가닉 코디셉스 머쉬룸

## 오프라인 주요 경쟁제품

모던 머쉬룸 (포스 팩터)



가격 14.98달러 (19,768원)

중량 75g

'7가지 기능성 버섯 블렌드.'

코디셉스 (옴 머쉬룸 슈퍼푸드)



가격 26.99달러 (35,616원)

중량 100g

'1회 제공량당 버섯블렌드 2,000mg이 들어있어요.'

## 경쟁기업 3개사 분석

포스 팩터

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 입점

호스트 디펜스

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 입점

옴 머쉬룸 슈퍼푸드

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 국제 외 홈페이지 및 홍보 계정 없음)

## 경쟁력파악

소비자가격

단위 : 달러

26.52

22.79

고객사 제품      경쟁제품 (10개) 평균

중량

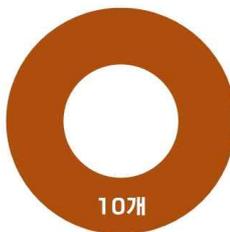
단위 : g

60

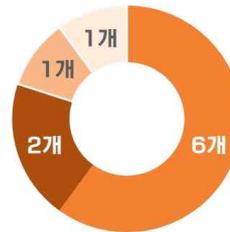
96

고객사 제품      경쟁제품 (6개) 평균

원산지



제형



## 요약

Point 01.

- 1) 경쟁제품 10개의 평균 소비자가격은 22.79달러(30,068원)이며, 파우더 제품 평균 중량은 96g으로 조사됨
- 2) 경쟁제품 10개 중 10개가 미국산이며, 6개 제품이 파우더 제형이며 캡슐, 젤리, 츄잉정 등 여러 제형이 존재함

Point 02.

- 1) 기업 마케팅 벤치마킹 분석 결과, 버섯의 효능과 특징을 시각화하여 제품 이해도를 높이는 콘텐츠 마케팅 실시
- 2) 온라인 인기 제품 리뷰 감성분석 결과, 동충하초 가공품 구매 시 원재료, 품질, 건강상 이점에 관심이 높음

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

## II 경쟁제품



1. 미국 동충하초 가공품 경쟁제품 선정
2. 미국 동충하초 가공품 경쟁제품 조사지표 선정
3. 미국 동충하초 가공품 경쟁제품 현지조사 결과

# 1. 미국 동충하초 가공품 경쟁제품 선정

## 1) 주요 프로세스

고객사 제품 특징	
제품명	코디셉플러스 파우더
제품 종류	동충하초 가공품
소비자가격	26.52달러 (35,000원 <sup>1)</sup> )
중량	60g
특징	100% 밀리타리스 동충하초로 구성되었으며, 코디세핀 2800ppm/kg의 함량이 표준화되어 있음. 음료나 음식에 쉽게 첨가하여 섭취할 수 있으며, 유기가공 인증과 국제 비건 인증을 획득한 신뢰할 수 있는 제품

### Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
  - 제품명: 코디셉플러스 파우더
  - 제품 종류: 동충하초 가공품
  - 소비자가격: 26.52달러(35,000원)
  - 중량: 60g

### 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: 하이퍼마켓, 드럭스토어, 식료품 전문점
- 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) 1달러=1,319.60원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

▶ 동충하초 가공품 경쟁제품군 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사 지표를 바탕으로 동충하초 가공품의 경쟁제품군을 선정하였음

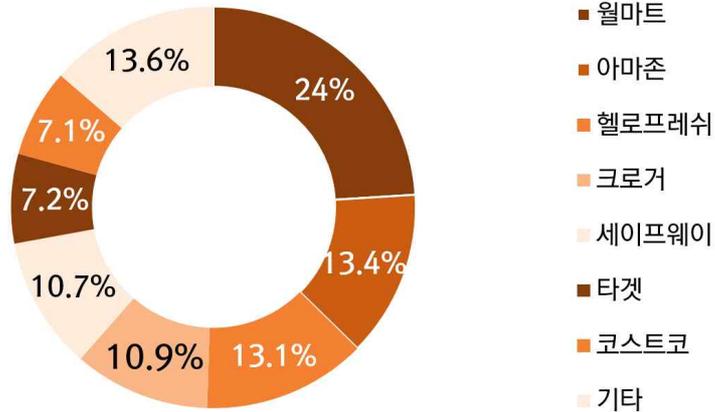
▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내 미국 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 3곳 모두 파우더 제품이 인기 제품으로 확인됨. 크로거에서는 벌크 서플먼츠 닷컴의 파우더 제품, 아마존에서는 마이크로 인그레디언츠의 파우더 제품, 크로거에서는 옴의 파우더 제품이 주요 인기 제품인 것으로 확인됨

미국 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

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

[표 2.1] 2023년 미국 식료품 부문 온라인 쇼핑몰 점유율<sup>2)</sup>



자료: 스탯스타(Statista)

[표 2.2] 미국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

월마트 입점 상위 3개 제품 리스트(판매 순위 기준) <sup>3)</sup>							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	파우더	벌크 서플먼츠닷컴 (Bulk Supplements.com)	코디셉스 익스트랙 파우더 (Cordyceps Extract Powder)	(-)	38.96달러 (51,412원)	1kg	
2	파우더	뉴트리코스트 (Nutricost)	오가닉 코디셉스 머쉬룸 (Organic Cordyceps Mushroom)	미국	18.95달러 (25,006원)	100g	
3	파우더	고 뉴트라 (Go Nutra)	코디셉스 머쉬룸 익스트랙 파우더 (Cordyceps Mushroom Extract Powder)	(-)	16.99달러 (22,420원)	227g	

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

3) 조사일(2024.10.20) 기준

[표 2.2] 미국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기 제품(Top 3)

아마존 입점 상위 3개 제품 리스트(판매 순위 기준) <sup>4)</sup>							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	파우더	마이크로 잉그레디언츠 (Micro Ingredients)	오가닉 코디셉스 머쉬룸 엑스트랙 (Organic Cordyceps Mushroom Extract)	(-)	28.95달러 (38,202원)	227g	
2	파우더	리얼 머쉬룸즈 (Real Mushrooms)	코디셉스-M (Cordyceps-M)	(-)	29.95달러 (39,522원)	60g	
3	파우더	호스트 디펜스 (Host Defense)	코디셉스 머쉬룸 마이셀리움 파우더 (Cordyceps Mushroom Mycelium Powder)	미국	23.96달러 (31,618원)	100g	
크로거 입점 상위 3개 제품 리스트(인기 순위 기준) <sup>5)</sup>							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	중량	이미지
1	파우더	옴 (Om)	코디셉스 (Cordyceps)	(-)	39.99달러 (52,771원)	100g	
2	파우더	뉴트리코스트 (Nutricost)	오가닉 코디셉스 머쉬룸 (Organic Cordyceps Mushroom)	미국	56.92달러 (75,112원)	100g	
3	파우더	리얼 머쉬룸즈 (Real Mushrooms)	코디셉스-M (Cordyceps-M)	(-)	29.95달러 (39,522원)	60g	

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

4) 조사일(2024.10.20) 기준

5) 조사일(2024.10.20) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정

● 미국 캘리포니아 정보<sup>6)</sup>

인구	3,912만 8,162명
면적	42만 3,970km <sup>2</sup>
인구밀도	92.29명/km <sup>2</sup>

▶ 미국 캘리포니아, 방문지역으로 선정

미국의 캘리포니아주는 미국의 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 야채 및 과일의 절반 이상이 캘리포니아주에서 생산되고 있음

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓, 드럭스토어, 식료품 전문점

고객사 희망 조사매장 지표 및 현지 시장 상황을 고려하여 하이퍼마켓, 드럭스토어, 식료품 전문점을 조사매장으로 선정함

[표 2.3] 미국 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓/슈퍼마켓	월마트(Walmart), 타겟(Target), 코스트코(Costco), 랄프스(Ralphs)
식료품 전문점	홀푸드마켓(Whole Foods Market), 스프라우츠 파머스마켓(Sprouts Farmers Market), 퍼블릭스(Publix), 본즈(Vons), 트레이더 조(Trader Joe's)
드럭스토어	씨브이에스(CVS), 월그린(Walgreens), 지엔씨(GNC), 라이트 에이드(Rite Aid)
아시안/한인마트	에이치 마트(Hmart), 시온 마켓(Zion Market), 아리랑 슈퍼마켓(Arirang Supermarket)
온라인	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 크로거(Kroger), 코스트코(Costco)

■ 고객사 진출 선호 매장

6) 자료: 캘리포니아 행정부

## 2. 미국 동충하초 가공품 경쟁제품 조사지표 선정

### ▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정  
(\*)월마트, 씨브이에스, 스프라우츠 파머스마켓
- 동충하초 가공품 : 동충하초 버섯을 원료로 하여 다양한 형태로 가공한 제품. 주로 건강 보조 식품 목적으로 사용되며, 파우더, 캡슐, 젤리, 추잉정 등 다양한 형태로 제조됨
- 버섯 가공품 : 버섯을 원료로 가공한 제품을 의미하며, 본 보고서에서는 동충하초를 제외한 다른 종류의 버섯이 사용된 제품을 의미함. 주로 영지버섯 등의 다양한 종류가 사용됨

### ▶ 미국 동충하초 가공품 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.4] 미국 동충하초 가공품 경쟁제품 조사지표 선정

조사 지표	지표 값	지표 값 정의
제품명	제품명	제품의 한국어, 원어 명칭
제조사	제조사	제조사의 한국어, 원어 명칭
제품 종류	제품 종류	동충하초 가공품, 버섯 가공품
제형	제형	파우더, 젤리, 베지터블 캡슐, 추잉정
중량/용량	중량/용량	제품의 포장 단위
가격	소비자가격	매장에서 판매되고 있는 제품 가격
	1회 제공량당 가격	제품의 1회 제공량당 가격
원산지	원산지	제품의 원산지
맛	맛	제품의 맛
포장 형태	포장 형태	제품의 포장 형태
인증	인증	제품이 보유하고 있는 인증
기타 표기사항	기타 표기사항	제품의 기타 표기사항
홍보문구	홍보문구	제품 포장지에 표기된 홍보문구
수입자	수입자	제품의 수입자
원료 및 첨가물	원료 및 첨가물	제품의 원료 및 첨가물

### 3. 미국 동충하초 가공품 경쟁제품 현지조사 결과

- ▶ 미국 캘리포니아에 위치한 하이퍼마켓, 드럭스토어, 식료품 전문점  
미국 캘리포니아에 위치한 하이퍼마켓인 월마트와 드럭스토어 씨브이에스, 식료품 전문점인 스프라우츠 파머스마켓에 방문함. 월마트는 미국의 최대 하이퍼마켓 체인이며, 씨브이에스는 미국의 최대 드럭스토어 체인임. 스프라우츠 파머스마켓은 유기농 식품을 주로 판매하는 식료품 전문점임

[표 2.5] 미국 방문 매장 및 특징

방문 매장명	월마트 (Walmart)	씨브이에스 (CVS)	스프라우츠 파머스마켓 (Sprouts Farmers Market)
방문 매장 전경			
구분	하이퍼마켓	드럭스토어	식료품 전문점
조사 제품 수	4개	2개	4개
조사 매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 미국 최대 하이퍼마켓 체인</li> <li>· 미국 내 4,600개 이상의 매장 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 미국 최대 드럭스토어 체인</li> <li>· 미국에 9,600여 개의 매장 보유</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 미국의 유기농 식료품 전문점 체인</li> <li>· 미국 내 340여 개의 매장 운영</li> </ul>

▶ 경쟁제품, 10개 제품 중 4개 제품, 2개의 매장에서 판매

월마트, 씨브이에스, 스프라우츠 파머스마켓 총 3개 매장 방문 후 인기 제품을 조사한 결과, 동충하초 가공품 경쟁제품 10개 중 3개 제품은 월마트와 씨브이에스에서 중복으로 판매되고 있으며, 1개 제품은 씨브이에스와 스프라우츠 파머스마켓에서 중복으로 판매되고 있는 것으로 확인됨. 나머지 6개의 제품은 1개의 매장에서만 판매되고 있음. 또한 10개 제품 모두 온라인 매장에서도 판매 중인 것으로 확인됨

[표 2.6] 경쟁제품 판매 현황

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류	
	오프라인	온라인	동충하초 가공품	버섯 가공품
① 모던 머쉬룸 (포스 팩터)	○ (월마트, 씨브이에스)	○ (월마트, 아마존)	○	
② 무드 + 마인드 구미스 (비타 허슬)	○ (월마트)	○ (월마트, 아마존)	○	
③ 모던 머쉬룸 (포스 팩터)	○ (월마트)	○ (월마트, 아마존)	○	
④ 모던 머쉬룸 (포스 팩터)	○ (월마트, 씨브이에스)	○ (월마트)	○	
⑤ 라이온스 메인 머쉬룸 마이셀리움 파우더 (호스트 디펜스)	○ (씨브이에스, 스프라우츠 파머스마켓)	○ (월마트, 아마존)		○
⑥ 지니어스 머쉬룸 (더 지니어스 브랜드)	○ (월마트, 씨브이에스)	○ (월마트, 아마존, 크로거)	○	
⑦ 코디셉스 (옴 머쉬룸 슈퍼푸드)	○ (스프라우츠 파머스마켓)	○ (월마트, 아마존, 크로거)	○	
⑧ 코디셉스 머쉬룸 마이셀리움 파우더 (호스트 디펜스)	○ (스프라우츠 파머스마켓)	○ (월마트, 아마존)	○	
⑨ 레이시 머쉬룸 마이셀리움 파우더 (호스트 디펜스)	○ (스프라우츠 파머스마켓)	○ (월마트, 아마존)		○
⑩ 코디셉스 머쉬룸 마이셀리움 파우더 (옴 머쉬룸 슈퍼푸드)	○ (스프라우츠 파머스마켓)	○ (월마트, 아마존, 크로거)		○

(\*) 현지 판매 동충하초 가공품 경쟁제품 10개 분석



Shop ① 월마트(Walmart)

	경쟁제품 ①	경쟁제품 ②
제품 사진		
제품명 (현지어)	모던 머쉬룸 (Modern Mushrooms)	무드 + 마인드 구미스 (Mood + Mind Gummies)
제조사 (현지어)	포스 팩터 (Force Factor)	비타 허슬 (Vita Hustle)
제품 종류	동충하초 가공품	동충하초 가공품
제형	파우더	젤리
중량/용량	75g	50정
소비자가격	14.98달러 (19,768원)	11.98달러 (15,809원)
1회 제공량당 가격	0.50달러 (659원)	0.48달러 (632원)
원산지	미국	미국
맛	(-)	체리 밤
포장 형태	플라스틱 용기	플라스틱 용기
인증	(-)	(-)
기타 표기사항	비건, 글루텐 프리, 논 GMO, 무 자극제, 무 보존제, 무 인공 감미료, 무 인공 색소, 대두 무함유	글루텐 프리, 대두 무함유, 식물성 성분, 유제품 무함유
홍보문구	7가지 기능성 버섯 블렌드, 커피, 차, 스무디에 넣어 먹기 좋습니다. 전통적으로 사용된 효능: 에너지+, 집중력+, 면역력+, 소화+	버섯 기반의 젤리 비타민으로 기분과 집중력, 사고력을 향상하세요.
수입자	포스 팩터 (Force Factor)	비타 허슬 (Vita Hustle, LLC)
원료 및 첨가물	슈퍼-7 버섯 블렌드: 동충하초 추출물, 영지버섯 가루, 차가버섯 가루, 사자갈기버섯 가루, 표고버섯 가루, 칠면조꼬리버섯 가루, 마이타케버섯 가루, 기타 성분: 말토덱스트린, 잔탄검, 히말라야 핑크 소금	동충하초 추출물, 사자갈기버섯 추출물, 차가 버섯 추출물, 비타민 (비타민 C, 비타민 D3, 비타민 B12), 설탕, 타피오카 시럽, 천연 향료 (체리 밤)

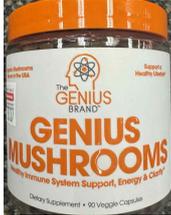
Shop ① 월마트(Walmart)

	경쟁제품 ③	경쟁제품 ④
제품 사진		
제품명 (현재어)	모던 머쉬룸 (Modern Mushrooms)	모던 머쉬룸 (Modern Mushrooms)
제조사 (현재어)	포스 팩터 (Force Factor)	포스 팩터 (Force Factor)
제품 종류	동충하초 가공품	동충하초 가공품
제형	베지터블 캡슐	추잉정
용량	90정	60정
소비자가격	14.98달러 (19,768원)	14.98달러 (19,768원)
1회 제공량당 가격	0.50달러 (659원)	0.50달러 (659원)
원산지	미국	미국
맛	(-)	시나몬 롤
포장 형태	종이 상자/플라스틱 용기	플라스틱 용기
인증	(-)	(-)
기타 표기사항	논 GMO, 글루텐 프리, 비건, 무 방부제, 무 인공 감미료, 무 젤라틴, 무 인공 색소	논 GMO, 글루텐 프리, 유제품 무함유, 무 방부제, 비건
홍보문구	고대 슈퍼푸드를 현대적으로 재해석했습니다. 전통적으로 사용된 효능: 에너지+, 집중력+, 면역력+, 소화+ 1회 제공량당 기능성 버섯 1.5g이 들어있어요.	고대 슈퍼푸드를 현대적으로 재해석했습니다. 전통적으로 사용된 효능: 에너지+, 집중력+, 면역력+, 소화+ 7종류의 기능성 버섯이 들어있어요.
수입자	포스 팩터 (Force Factor)	포스 팩터 (Force Factor)
원료 및 첨가물	동충하초, 사자갈기버섯, 차가버섯, 영지버섯, 표고버섯, 안토로디아 캄포라타, 칠면조꼬리, 마이타케버섯, 아가리쿠스 블레이지이, 킹트럼펫버섯	표고버섯, 칠면조꼬리, 마이타케버섯, 사자갈기버섯, 동충하초, 차가버섯, 영지버섯, 타피오카 시럽, 원당, 해바라기 레시틴 등

## Shop ② 씨브이에스(CVS)

### 매장 정보

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

브랜드 기본 정보		씨브이에스는 미국의 가장 큰 약국 및 드럭스토어 체인으로, 미국 전역에 9,600개 이상의 매장을 운영하고 있음. 처방약, 일반 의약품, 화장품, 헬스 및 뷰티 제품과 같은 일반 상품도 판매하며, 일반 상품은 온라인으로도 구매가 가능함. 또한, 의료 클리닉을 통해 의료 서비스를 제공하기도 함
	조사 제품 수: 2개	
매장 정보		
	위치	도시(지역) 상세주소
매장 내부		
매대 분석	매대 분류	복도식 매대
	진열 방식	영양제 제품군 그룹 진열
	상·하단 제품 구성	상·하단: 영양제
	브랜드 국적 구성	미국
	주요 브랜드	브레이니아(Brainiac), 올리, 호스트 디펜스(Host Defense) 등
제품 판매 정보		
	라이온스 메인 머쉬룸 마이셀리움 파우더 (호스트 디펜스)	지니어스 머쉬룸 (더 지니어스 브랜드)

사진자료: 현지조사원 자료

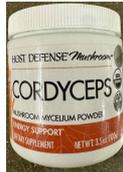
Shop ② 씨브이에스(CVS)

	경쟁제품 ⑤	경쟁제품 ⑥
제품 사진		
제품명 (현재어)	라이온스 메인 머쉬룸 마이셀리움 파우더 (Lion's Mane Mushroom Mycelium Powder)	지니어스 머쉬룸 (Genius Mushrooms)
제조사 (현재어)	호스트 디펜스 (Host Defense)	더 지니어스 브랜드 (The Genius Brand)
제품 종류	버섯 가공품	동충하초 가공품
제형	파우더	베지터블 캡슐
중량/용량	100g	90정
소비자가격	31.99달러 (42,214원)	24.99달러 (32,977원)
1회 제공량당 가격	0.48달러 (640원)	0.83달러 (1,099원)
원산지	미국	미국
맛	(-)	(-)
포장 형태	플라스틱 용기	플라스틱 용기
인증	USDA Organic, Non-GMO Project Verified, Certified Organic by the WSDA (Washington State Department of Agriculture)	(-)
기타 표기사항	비건, 글루텐 프리, 에코 포장	미국에서 재배한 유기농 버섯
홍보문구	'스마트 버섯'으로 알려진 사자갈기버섯은 기억력, 기분, 인지 기능을 지원합니다.	건강한 면역 시스템, 에너지, 사고력을 지원합니다.
수입자	펀지 퍼펙티 (Fungi Perfecti, LLC)	더 지니어스 브랜드 (The Genius Brand)
원료 및 첨가물	사자갈기버섯 균사체, 발효된 현미 바이오매스	동충하초, 영지버섯, 사자갈기버섯

### Shop ③ 스프라우츠 파머스마켓(Sprouts Farmers Market)

#### 매장 정보

- 유형: 식료품 전문점
- 판매 제품 특징:  
농산물, 식료품, 가공식품, 해산물, 유기농 식품, 가정용품 등을 판매
- 매장 주변 특징:  
주거 지역 및 상업 지역 인근에 위치
- 주요 고객층:  
현지 주민

브랜드 기본 정보			스프라우츠 파머스마켓은 2002년에 설립된 미국의 유기농 식료품 전문 체인으로, 주로 신선한 농산물과 식료품, 가공식품, 해산물, 가정용품 등을 판매함. 현재 미국 내 340여 개의 매장을 운영하고 있으며, 자체 브랜드 제품도 생산하여 유통하고 있음	
	조사 제품 수: 4개			
매장 정보				
	위치	도시(지역)	캘리포니아	
	상세주소	1431 W Imperial Hwy, La Habra, CA 90631		
매장 내부				
매대 분석	매대 분류	복도식 매대		
	진열 방식	영양제 제품군		
	상·하단 제품 구성	상·하단: 영양제		
	브랜드 국적 구성	미국		
	주요 브랜드	옴(Om), 엔에이디에이치(NADH), 바커(Barker), 호스트 디펜스 등		
제품 판매 정보				
	코디셉스 (옴 머쉬룸 슈퍼푸드)	코디셉스 머쉬룸 마이셀리움 파우더 (호스트 디펜스)	레이시 머쉬룸 마이셀리움 파우더 (호스트 디펜스)	코디셉스 머쉬룸 마이셀리움 파우더 (옴 머쉬룸 슈퍼푸드)

사진자료: 현지조사원 자료

## Shop ③ 스프라우츠 파머스마켓(Sprouts Farmers Market)

	경쟁제품 ⑦	경쟁제품 ⑧
제품 사진		
제품명 (현재어)	코디셉스 (Cordyceps)	코디셉스 머쉬룸 마이셀리움 파우더 (Cordyceps Mushroom Mycelium Powder)
제조사 (현재어)	옴 머쉬룸 슈퍼푸드 (Om Mushroom Superfood)	호스트 디펜스 (Host Defense)
제품 종류	동충하초 가공품	동충하초 가공품
제형	파우더	파우더
중량	100g	100g
소비자가격	26.99달러 (35,616원)	29.99달러 (39,575원)
1회 제공량당 가격	0.54달러 (712원)	0.45달러 (600원)
원산지	미국	미국
맛	(-)	(-)
포장 형태	플라스틱 파우치(재밀봉 가능)	플라스틱 용기
인증	USDA Organic, Non-GMO, Kosher	USDA Organic, Non-GMO, Certified Organic by WSDA
기타 표기사항	글루텐 프리, 비건, 미국산, 키토 프렌들리, 팔레오(Paleo) 프렌들리 <sup>7)</sup>	비건, 글루텐 프리, 에코 포장
홍보문구	슈퍼푸드 중의 슈퍼푸드. 1회 제공량당 버섯블렌드 2,000mg이 들어있어요.	에너지를 지원합니다.
수입자	옴 머쉬룸 슈퍼푸드 (Om Mushroom Superfood)	호스트 디펜스 (Host Defense)
원료 및 첨가물	유기농 동충하초 균사체 바이오매스, 자실체, 유기농 균사화 귀리	동충하초 버섯 균사체, 발효된 현미 바이오매스

7) 팔레오 프렌들리는 가공 및 정제되지 않은 자연식 위주의 식품을 의미함

Shop ③ 스프라우츠 파머스마켓(Sprouts Farmers Market)

	경쟁제품 ⑨	경쟁제품 ⑩
제품 사진		
제품명 (현재어)	레이시 머쉬룸 마이셀리움 파우더 (Reishi Mushroom Mycelium Powder)	코디셉스 머쉬룸 마이셀리움 파우더 (Cordyceps Mushroom Mycelium Powder)
제조사 (현재어)	호스트 디펜스 (Host Defense)	옴 머쉬룸 슈퍼푸드 (Om Mushroom Superfood)
제품 종류	버섯 가공품	버섯 가공품
제형	파우더	파우더
중량	100g	100g
소비자가격	29.99달러 (39,575원)	26.99달러 (35,616원)
1회 제공량당 가격	0.45달러 (600원)	0.54달러 (712원)
원산지	미국	미국
맛	마일드, 뉴트럴	(-)
포장 형태	플라스틱 용기	플라스틱 파우치(재밀봉 가능)
인증	USDA Organic, Non-GMO	USDA Organic, Non-GMO, Kosher
기타 표기사항	글루텐 프리, 비건, 에코 포장	글루텐 프리, 비건, 미국산, 키토 프렌들리, 팔레오 프렌들리
홍보문구	장수(Longevity)를 지원합니다.	슈퍼푸드 중의 슈퍼푸드. 1회 제공량당 버섯블렌드 2,000mg이 들어있어요. 영지버섯으로 스트레스를 날려버리세요.
수입자	펀지 퍼펙티(Fungi Perfecti, LLC)	옴 머쉬룸 슈퍼푸드 (Om Mushroom Superfood)
원료 및 첨가물	영지버섯 균사체, 발효 현미 바이오매스	유기농 영지버섯 균사체 및 자실체

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

# III 경쟁기업



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

## 1. 미국 동충하초 가공품 경쟁기업 선정

### ▶ 대표 경쟁기업으로 비교적 규모가 큰 3개 기업 선정

오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 다른 경쟁기업보다 비교적 규모가 큰 기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함. 선정된 경쟁기업 3개사는 평균 약 24년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 포스 팩터는 2009년에 설립되어 15년의 업력을 보유하고 있으며 호스트 디펜스는 1980년 설립되어 가장 오래된 44년의 업력을 보유하고 있음. 옴 머쉬룸 슈퍼푸드는 2010년 설립 이후 14년째 사업을 이어오고 있음

### ▶ 경쟁기업 3개사, 버섯 가공품 동일 품목 종류 조사

미국에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 버섯 가공품 동일 품목 수를 조사한 결과, 호스트 디펜스가 총 52개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그다음으로는 옴 머쉬룸 슈퍼푸드가 24개, 포스 팩터가 8개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 동충하초 가공품 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
포스 팩터	미국	15년	8개
호스트 디펜스	미국	44년	52개
옴 머쉬룸 슈퍼푸드	미국	14년	24개

자료: 미국 진출 동충하초 가공품 경쟁기업 3개사 분석

## 2. 미국 동충하초 가공품 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	동충하초 가공품, 버섯 가공품 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	월마트, 씨브이에스, 스프라우츠 파머스마켓
온라인	월마트, 아마존, 크로거

### 3. 미국 동충하초 가공품 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. 포스 팩터는 월마트와 씨브이에스 두 곳에 입점해 있으며, 호스트 디펜스는 씨브이에스와 스프라우츠 파머스마켓에 입점해 있음. 옴 머쉬룸 슈퍼푸드는 스프라우츠 파머스마켓 한 곳에 입점해 있음. 또한, 포스 팩터와 호스트 디펜스는 미국 인기 온라인 쇼핑몰인 월마트와 아마존 두 곳에 입점하였으며, 옴 머쉬룸 슈퍼푸드는 월마트와 아마존, 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. 3개사 모두 미국 계정의 페이스북 채널에 신제품 출시 소식, 브랜드 스토리 등 고객의 흥미를 끄는 콘텐츠를 자주 업로드하여 활발하게 온라인 마케팅을 이어가고 있음

▶ 경쟁기업, 홍보문구로 제품의 효능을 강조

미국 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 제품의 효능을 강조하는 문구를 주로 사용하고 있음. ‘에너지, 집중력, 면역력, 소화기능 향상’, ‘신경계 건강 증진’, ‘영지버섯으로 스트레스를 날려버리세요’와 같은 수식어를 사용하고 있음. 또한, ‘고대의 슈퍼푸드’, ‘스마트 버섯으로 알려진 사자갈기버섯’ 등과 같이 주원료인 버섯 자체를 강조하는 문구를 활용해 제품을 홍보하고 있음

[표 3.7] 미국 동충하초 가공품 경쟁기업 현황

경쟁사	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
포스 팩터	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 월마트</li> <li>- 씨브이에스</li> </ul> </li> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 월마트</li> <li>- 아마존</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (미국)</li> <li>SNS 플랫폼 (미국)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> <li>- 인스타그램</li> <li>- 트위터</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 7가지 기능성 버섯 블렌드</li> <li>- 커피, 차, 스무디에 넣어 먹기 좋습니다.</li> <li>- 고대의 슈퍼푸드</li> <li>- 에너지, 집중력, 면역력, 소화기능 향상</li> </ul>	<p><b>ANCIENT SUPERFOOD WITH A MODERN TWIST</b>                      Modern Mushrooms™ Powder is a flavorful beverage booster that adds functional benefits to your coffee, tea, or smoothies. A single scoop contains a super-blend of seven powerful mushroom species to help you boost energy, immunity, focus, digestion and more.</p> <p>Our formula contains powdered extracts of the fruiting mushroom bodies, which contain the highest levels of good-for-you nutrients.</p> <p>Best of all it's stimulant free, and contains no artificial colors or sweeteners. Add a scoop to your morning ritual and enjoy all the healthy benefits of mushrooms in the most delicious way imaginable.</p>
호스트 디펜스	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 씨브이에스</li> <li>- 스프라우츠 파머스마켓</li> </ul> </li> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 월마트</li> <li>- 아마존</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (미국)</li> <li>SNS 플랫폼 (미국)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> <li>- 인스타그램</li> <li>- 유튜브</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 기억력, 기분, 인지 기능 향상</li> <li>- 에너지 향상</li> <li>- 면역력 향상</li> <li>- 신경계 건강 증진</li> <li>- 스마트 버섯으로 알려진 사자갈기버섯</li> </ul>	<p><b>MEMORY &amp; NERVE SUPPORT*</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promotes mental clarity, focus, and memory.*</li> <li>- Supports a balanced mood.*</li> <li>- Promotes nervous system health.*</li> <li>- Supports a balanced immune response.*</li> </ul> <p><small>*These statements have not been evaluated by the Food and Drug Administration. This product is not intended to diagnose, treat, cure or prevent any disease.</small></p>
옴 머쉬룸 슈퍼푸드	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 스프라우츠 파머스마켓</li> </ul> </li> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 월마트</li> <li>- 아마존</li> <li>- 크로거</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (미국)</li> <li>SNS 플랫폼 (미국)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> <li>- 인스타그램</li> <li>- 유튜브</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 슈퍼푸드</li> <li>- 1회 제공량당 버섯블렌드 2,000mg 함유</li> <li>- 영지버섯으로 스트레스를 날려버리세요.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Helps support endurance, recovery, and cellular health<sup>‡</sup></li> <li>- Efficacious dose of 2000mg whole mushroom powder <sup>‡</sup></li> <li>- Grown by expert mycologists &amp; tested by a third-party laboratory</li> </ul>

자료: 미국 진출 동충하초 가공품 경쟁기업 3개사 분석

① 포스 팩터(Force Factor)

기업 기본 정보	기업명	포스 팩터		
	기업 설명	포스 팩터는 2009년 하버드에서 설립된 미국의 건강식품 기업으로, 다양한 고품질의 보충제를 저렴한 가격에 제공하고 있음. 소비자들이 라이프스타일에 맞게 선택할 수 있도록 다양한 형태의 제형으로 생산함. 포스 팩터의 제품들은 월마트, 타겟, 크로거 등 다양한 소매점과 온라인에서 구매가 가능함		
	위치	332 Congress Street Suite 200 Massachusetts Boston 02210		
	규모	동일 품목 수	8개	
		설립연도	2009년	
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 월마트 씨브이에스		제품명	모던 머쉬룸 (Modern Mushrooms)
			중량	75g
	소비자가격		14.98달러 (19,768원 <sup>8)</sup> )	
	제품 종류 (제형)		동충하초 가공품 (파우더)	
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/트위터(미국)		
	게시 주기	(페이스북) 주 4-5건		
	게시물 유형	기업 소개, 제품 안내, 제품 관련 기사 및 기업 소식 안내, 구매처 안내 등		

사진자료: 현지조사원 자료

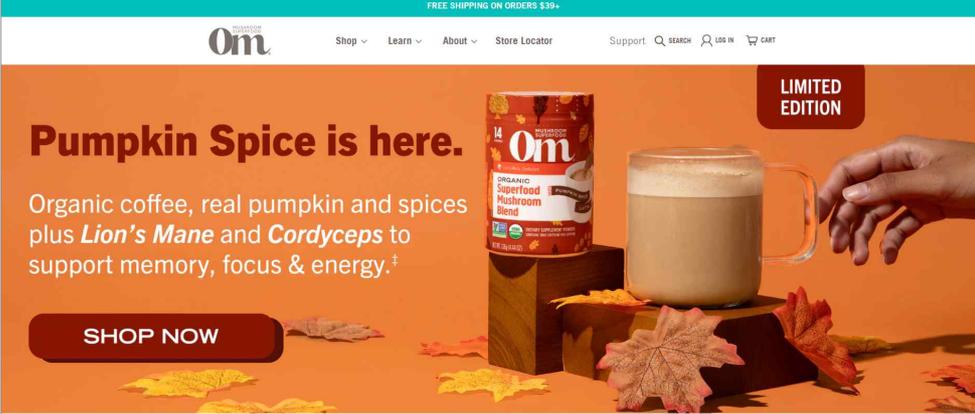
8) 1달러=1,319.60원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

② 호스트 디펜스(Host Defense)

기업 기본 정보	기업명	호스트 디펜스		
	기업 설명	호스트 디펜스는 버섯 기반의 보충제 전문 브랜드로, 현재 미국에서 가장 많은 종류의 버섯 보충제를 판매하고 있음. 자연 면역과 전신 건강을 지원하는 버섯 균사체 기반 보충제를 전문으로 취급하며, 모든 제품은 과학적으로 검증된 데이터를 기반으로 하여 품질과 효능을 보장하고 있음		
	위치	Fungi Perfecti LLC Olympia, WA 98507		
	규모	동일 품목 수	52개	
설립연도		1980년		
기업 진출 채널	〈오프라인 매장〉 씨브이에스 스프라우츠 파머스마켓		제품명	라이온스 메인 머쉬룸 마이셀리움 파우더 (Lion's Mane Mushroom Mycelium Powder)
			중량	100g
	소비자가격		31.99달러 (42,214원)	
	제품 종류 (제형)		버섯 가공품 (파우더)	
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(미국)		
	게시 주기	(페이스북)주 2-3건		
	게시물 유형	기업 소개, 브랜드 및 제품 소개, 창업주 소개, 버섯 영양 정보 안내 등		

사진자료: 현지조사원 자료

③ 옴 머쉬룸 슈퍼푸드(OM Mushroom Superfood)

기업 기본 정보	기업명	옴 머쉬룸 슈퍼푸드		
	기업 설명	옴 머쉬룸 슈퍼푸드는 미국의 버섯 기반 보충제 제조기업으로, 모든 제품은 온도, 수분, 일조량 등을 철저히 통제된 환경에서 재배한 버섯을 원료로 생산하고 있음. 캘리포니아 칼즈배드(Carlsbad)의 BRCGS AA 등급 인증을 받은 실내 농장을 운영하며, 위생과 전문성을 인정 받은 기업		
	위치	1395 Park Center Drive Vista, California 92081		
	규모	동일 품목 수	27개	
		설립연도	1953년	
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 스프라우츠 파머마켓 <온라인 매장> 월마트 아마존 크로거		제품명	코디셉스 (Cordyceps)
			중량	100g
			소비자가격	26.99달러 (35,616원)
			제품 종류 (제형)	동충하초 가공품 (파우더)
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(미국)		
	게시 주기	(페이스북)주 2-3건		
	게시물 유형	회사 및 브랜드 소개, 제품 소개, 버섯 균사체 관련 정보 제공, 판매처 안내		

사진자료: 현지조사원 자료

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

# IV

## 수입·유통업체 인터뷰

1. 비타민 샵(Vitamin Shoppe)
2. 월마트(Walmart)
3. 해리스 티터(Harris Teeter)

## Interview ①

9)



## 비타민 샵(Vitamin Shoppe) Market Sales Manager

### 비타민 샵 (Vitamin Shoppe)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
  - 1977년에 설립된 소매업체로 비타민, 식이보충제, 단백질, 피트니스 제품, 건강식품 및 음료, 허브 및 천연 미용 및 피부 제품 등을 취급하고 있음
  - 미국 내 다양한 유통채널을 통해 제품을 제공하고 있음

### 담당자 정보

Market Sales Manager

### 고객사 제품 정보

소비자가격 26.52달러  
(35,000원)

중량 60g

인증 유기농식품,  
국제비건

마케팅 슬로건 kg당 2800ppm의  
동충하초 함량

### Q1. 고객사 제품을 현지의 유사 경쟁제품과 비교하여 가격, 품질, 맛 등의 면에서 피드백 해주세요.

고객사 제품은 현지에서 판매 중인 비타민 샵의 코디셉스 머쉬룸 마이셀리움 파우더(Cordyceps Mushroom Mycelium Powder)와 비교했을 때 가격과 품질 측면에서 경쟁력을 갖추고 있습니다. 고객사 제품은 26.52달러(35,000원<sup>10)</sup>로, 31.99달러(42,214원)에 판매되는 경쟁사 제품보다 더 경제적입니다. 다만, 경쟁사 제품이 유기농 인증을 통해 프리미엄 이미지를 구축하고 있어, 일부 소비자들은 높은 가격을 감수할 가능성도 있습니다. 품질 면에서, 경쟁사의 유기농 인증은 건강과 환경을 중시하는 소비자들에게 매력적이지만, 고객사 제품은 깔끔한 맛과 무취의 장점을 가지고 있어 긍정적인 소비 경험을 제공합니다. 또한, 고객사 제품이 유기농 및 비건 제품으로서의 강점을 부각할 수 있어, 차별화된 대안을 찾는 소비자들의 관심을 끌 가능성이 큼니다. 이러한 특징과 경쟁력 있는 가격을 바탕으로 고객사 제품은 미국 동충하초 시장에서 주목받는 신제품으로 자리매김할 수 있을 것입니다.

### Q2. 현지에서 동충하초에 대한 인식과 인지도는 어떠한가요? 인지도가 낮다면 인지도가 높은 유사 제품을 소개해주세요.

미국 시장에서 동충하초에 대한 인식이 점차 높아지면서, 비타민 샵과 같은 매장에서 다양한 동충하초 기반 제품이 판매되고 있습니다. 이들 제품은 스테미너와 지구력 향상에 도움을 주는 보충제 형태로, 소비자들이 편리하게 섭취할 수 있도록 캡슐이나 젤리와 같은 다양한 형태로 출시됩니다. 또한, 버터스카치, 아사이, 석류 등 다양한 재료와 결합한 제품으로 소비자들이 더 맛있고 간편하게 동충하초를 경험할 수 있게 합니다. 웰빙 효과를 원하는 소비자들에게 이러한 조합은 더욱 매력적인 선택이 되고 있습니다.

9) 사진 자료: 비타민 샵(Vitamin Shoppe) 공식 홈페이지

10) 1달러=1,319.60원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

### Q3. 현지 시장의 동충하초 또는 그 외 버섯 분말과 비교하였을 때 고객사 제품은 가격 경쟁력이 어떠한가요?

고객사 제품의 가격은 현지 동충하초 제품의 시장 가격 범위에 부합합니다. 미국에서 판매되는 동충하초 제품의 가격대는 6.24달러(8,234원)에서 55.99달러(73,884원) 사이로 형성되어 있어, 고객사 제품의 가격이 이 범위 내에 적절하게 위치하고 있습니다.

### Q4. 고객사 제품의 포장 방식과 중량은 어떠한가요? 현지 소비자들이 가장 선호하는 포장 방식과 중량이 있다면 그 이유가 무엇인가요?

동충하초 제품은 분말, 캡슐, 젤리 등 다양한 형태로 제공되며, 소비자들은 주로 한 달 동안 섭취할 수 있는 용량의 포장을 선호합니다. 포장 형태 또한 다양하게 제공되며, 병이나 파우치 등 여러 가지 형태로 출시되어 소비자들에게 선택의 폭을 넓혀줍니다.

### Q5. 고객사 제품과 같은 제품군은 어떤 유통채널에서 주로 판매가 되나요? 또 어떠한 유통채널에 우선 진입해야 효과적인가요?

동충하초 제품은 건강 보조제 전문점과 슈퍼마켓 체인 등 다양한 소매업체를 통해 판매되며, 두 채널 모두 제품 판매에 적합한 유통 경로로 활용될 수 있습니다. 그러나 효과적인 시장 진입을 위해서는 건강 보조제 전문점과 협력하는 유통업체에 우선적으로 진입하는 것이 유리합니다. 이러한 유통업체들은 건강과 웰빙을 중시하는 소비자들의 요구를 충족하기 위해 새로운 브랜드와 혁신적인 제품을 적극적으로 찾기 때문입니다.

**Q6. 한국산 동충하초가 다른 국가 동충하초보다 원산지 측면에서 경쟁력이 있을까요? 고객사가 동충하초 원료를 소비재로 수출한다면 경쟁력을 가질 가능성이 있을까요?**

한국산 동충하초는 다른 원산지 수입품에 비해 몇 가지 경쟁력을 갖추고 있습니다. 한국산 제품은 높은 품질과 탁월한 기능성으로 잘 알려져 있으며, 이는 효과적이고 진정성 있는 제품을 선호하는 소비자들의 기대에 부합합니다. 또한, 고객사 제품은 필요한 제품 인증을 획득하였기 때문에 소비자의 신뢰를 얻는 데 매우 효과적일 것입니다. 따라서 이러한 요소들은 미국 소비자들에게 제품의 가치를 더해주는 요인으로 작용하여 경쟁력을 가질 수 있을 것입니다.

**Q7. 현지 소비자들이 고객사 제품과 같은 건강에 도움이 되는 제품 구매 시 고려하는 요인은 무엇인가요? 어떤 홍보문구를 우선으로 해야 할까요?**

현지 소비자들은 건강 보조 식품 구매 시 성분, 인증, 효과를 주요 고려 요소로 삼습니다. 따라서 고객사 제품의 홍보 메시지는 인증된 고품질 동충하초 사용과 건강상의 이점을 강조하는 것이 중요합니다.

## Interview ②



### 월마트 (Walmart)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
  - 1962년에 설립된 소매업체로 식료품, 가정용품, 미용제품, 전자제품, 의류 등 다양한 품목을 취급하고 있음
  - 미국 전역의 하이퍼/슈퍼마켓 및 약국을 통해 유통하고 있음

### 담당자 정보

Sales Manager

### 고객사 제품 정보

소비자가격 26.52달러  
(35,000원)

중량 60g

인증 유기농식품,  
국제비건

마케팅 슬로건 kg당 2800ppm의  
동충하초 함량

11)

## 월마트(Walmart) Sales Manager

### Q1. 고객사 제품을 현지의 유사 경쟁제품과 비교하여 가격, 품질, 맛 등의 면에서 피드백 해주세요.

고객사 제품은 26.52달러(35,000원)로 다소 높은 가격대에 속하지만, 품질 면에서 뛰어난 경쟁력을 갖추고 있습니다. 초미세 분말 생산 방식을 사용해 흡수율과 생체이용률이 높을 가능성이 있으며, 유기농 및 비건 인증을 받은 점이 건강을 중시하는 소비자층에게 큰 매력으로 다가옵니다. 이러한 고품질 요소들은 제품의 신뢰성과 우수성을 강조하며, 현지 시장에서 적합한 프리미엄 제품으로 자리 잡을 가능성이 큼니다. 고객사 제품은 유사 제품과 달리 맛이나 냄새가 없어 소비자에게 보다 깔끔한 섭취 경험을 제공합니다. 다만, 가격을 약간 조정하면 더 많은 소비자층을 공략할 수 있을 것입니다. 이와 같은 품질과 경쟁력 있는 가격 전략을 병행한다면 고객사 제품은 시장에서 더욱 주목받는 제품이 될 수 있습니다.

### Q2. 현지에서 동충하초에 대한 인식과 인지도는 어떠한가요? 인지도가 낮다면 인지도가 높은 유사 제품을 소개해주세요.

동충하초에 대한 인식은 점차 증가하고 있지만, 일반적인 소비자층에서의 인지도는 여전히 제한적입니다. 그럼에도 동충하초 기반 제품의 가용성이 점점 확대되면서 수요와 활용도가 꾸준히 높아지고 있음을 확인할 수 있습니다. 이러한 제품들은 주로 캡슐 형태로 제공되며, 각 캡슐에는 300-600mg의 동충하초 분말을 포함하고 있어 섭취가 간편합니다. 또한, 음료나 음식에 혼합할 수 있는 분말 형태와 차가버섯 및 영지버섯과 결합한 이중 추출물 형태도 복합적인 건강 증진 효과를 극대화하며 인기를 끌고 있습니다. 제품 가격은 브랜드와 캡슐 수, 섭취 횟수에 따라 다양하게 형성되며, 8달러(10,557원)에서 30달러(39,588원)까지 분포합니다.

### Q3. 현지 시장의 동충하초 또는 그 외 버섯 분말과 비교하였을 때 고객사 제품은 가격 경쟁력이 어떠한가요?

고객사 제품의 가격은 앞서 언급된 현지 제품 시장 가격 범위 내에 있어 경쟁력 있는 수준입니다. 특히, 초미세 분말 생산 방식으로 흡수율이 높다는 점을 감안하면, 품질 대비 가격 경쟁력이 상당히 우수하다고 볼 수 있습니다. 이러한 품질 차별성은 프리미엄 제품을 선호하는 소비자들에게 매력적으로 다가올 가능성이 큼니다.

### Q4. 고객사 제품의 포장 방식과 중량은 어떠한가요? 현지 소비자들이 가장 선호하는 포장 방식과 중량이 있다면 그 이유가 무엇인가요?

현지에서 판매되는 대부분의 동충하초 제품은 캡슐 형태로 제공되며, 캡슐당 300-600mg의 용량을 가지고 있습니다. 일부는 플라스틱 병이나 용기에 담긴 분말 형태로도 판매되지만, 캡슐 형태가 더 높은 인기를 끌고 있습니다. 이는 미국 소비자들이 휴대성과 편리성을 중요하게 여기기 때문입니다. 캡슐 형태는 1회 섭취량을 쉽게 확인할 수 있으며, 별도의 측정 도구 없이 간편하게 복용이 가능해 일상적인 건강 관리 루틴에 쉽게 포함됩니다. 이처럼 간편한 섭취와 보관의 용이성이 캡슐 제품의 선호도를 높이는 주요 요인입니다.

### Q5. 고객사 제품과 같은 제품군은 어떤 유통채널에서 주로 판매가 되나요? 또 어떠한 유통채널에 우선 진입해야 효과적인가요?

동충하초와 같은 건강 보조 식품은 대형 슈퍼마켓과 온라인 쇼핑몰에서 주로 판매됩니다. 슈퍼마켓 채널은 건강 보조 제품에 대한 소비자 수요가 증가하면서 더 많은 종류의 제품을 취급하게 되었으며, 온라인과 오프라인을 모두 운영하는 슈퍼마켓은 제품의 접근성을 높이는 데 중요한 역할을 하고 있습니다. 따라서 고객사는 온라인과 오프라인 채널을 모두 운영하는 슈퍼마켓에 진입하는 것이 가장 효과적입니다. 이러한 유통 전략은 더 많은 소비자와 접점을 형성하고, 브랜드 인지도를 높이는 데 기여할 수 있습니다.

**Q6. 한국산 동충하초가 다른 국가 동충하초보다 원산지 측면에서 경쟁력이 있을까요? 고객사가 동충하초 원료를 소비재로 수출한다면 경쟁력을 가질 가능성이 있을까요?**

제품의 원산지 자체가 특별한 이점을 제공하지는 않는 것으로 보입니다. 소비자들은 오히려 순수한 성분을 가진 원제품에 더 관심을 두고 있습니다. 다만, 특정 원산지는 신뢰성과 고품질을 상징하여, 제품에 대한 긍정적인 인식을 강화할 수 있습니다. 또한, 원제품으로 제공하는 것이 공급망 운영의 효율성을 높이고 품질 관리의 복잡성을 줄이는 데 유리합니다. 원료 수출 시 추가 가공 절차와 비용이 발생할 수 있으므로, 원제품 제공이 비용 절감과 품질 유지 측면에서 더 나은 전략입니다.

**Q7. 현지 소비자들이 고객사 제품과 같은 건강에 도움이 되는 제품 구매 시 고려하는 요인은 무엇인가요? 어떤 홍보문구를 우선으로 해야 할까요?**

현지의 건강을 중시하는 소비자들은 주로 제품의 효능, 안전성, 그리고 가치를 중요하게 고려합니다. 따라서 고객사는 동충하초 제품의 면역력 강화와 신체 능력 향상에 도움이 되는 치료적 이점을 강조하는 홍보 전략을 사용하는 것이 효과적입니다. 특히 표준화된 동충하초의 높은 농도를 강조하면 제품의 강점을 부각할 수 있습니다. 또한, 유기농식품 인증과 엄격한 생산 기준을 통해 신뢰할 수 있는 품질을 보장하여 소비자들에게 안전성을 확실하게 전달하는 것이 중요합니다.

## Interview ③

12)



## 해리스 티터(Harris Teeter) Retail Sales Manager

### 해리스 티터 (Harris Teeter)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
  - 1960년에 설립된 소매업체로 식품, 신선 과일, 채소, 육류, 해산물, 건강 및 미용 제품, 유아용품, 가정용품 등을 취급하고 있음
  - 미국 내 다양한 유통채널을 통해 제품을 제공하고 있음

### 담당자 정보

Retail Sales Manager

### 고객사 제품 정보

소비자가격 26.52달러  
(35,000원)

중량 60g

인증 유기농식품,  
국제비건

마케팅 슬로건 kg당 2800ppm의  
동충하초 함량

### Q1. 고객사 제품을 현지의 유사 경쟁 제품과 비교하여 가격, 품질, 맛 등의 면에서 피드백 해주세요.

고객사 제품은 가격, 품질, 맛 면에서 해리스 티터에서 판매하고 있는 리얼 머쉬룸 코디셉스-M 오가닉 머쉬룸 엑스트랙 파우더(Real Mushrooms Cordyceps-M Organic Mushroom Extract Powder)와 비교했을 때 경쟁력을 갖추고 있습니다. 60g 용량에 29.95달러(39,522원)로 판매되는 이 제품과 비교해 고객사 제품이 더 저렴합니다. 품질 측면에서는, 고객사 제품이 특수 가공 방식을 통해 초미세 분말로 제조되어 흡수율과 안전성이 향상된 점이 두드러집니다. 이로 인해 제품의 효율성과 소비자 만족도를 높일 수 있는 가능성이 큼니다. 맛 측면에서는 양 제품 모두 기능성 제품 특유의 강한 향을 억제한 점이 특징으로, 일상적인 복용에 부담을 줄일 수 있는 장점을 제공합니다. 고객사 제품의 품질과 가격 경쟁력을 고려하면, 현지 시장에서 주목받을 가능성이 높습니다.

### Q2. 현지에서 동충하초에 대한 인식과 인지도는 어떠한가요? 인지도가 낮다면 인지도가 높은 유사 제품을 소개해주세요.

동충하초에 대한 현지 소비자 인식은 아직 초기 단계에 머물러 있지만, 건강상의 이점 덕분에 수요가 꾸준히 증가하고 있습니다. 특히, 면역력 강화와 지구력 증진과 같은 기능성 제품에 대한 관심이 높아지면서 동충하초 제품의 수요 확대를 이끌고 있습니다. 그러나 동충하초의 효능과 활용법에 대한 인식이 아직 제한적이기 때문에, 적극적인 홍보와 교육이 필요합니다. 동충하초 제품은 여전히 다른 기능성 제품에 비해 높은 가격을 형성하고 있어, 일부 소비자에게 부담이 될 수 있습니다.

### Q3. 현지 시장의 동충하초 또는 그 외 버섯 분말과 비교하였을 때 고객사 제품은 가격 경쟁력이 어떠한가요?

앞서 언급한 바와 같이, 고객사 제품은 유사 제품과 비교해 가격 경쟁력이 뛰어나며, 그 외 추가적인 장점도 갖추고 있습니다.

### Q4. 고객사 제품의 포장 방식과 중량은 어떠한가요? 현지 소비자들이 가장 선호하는 포장 방식과 중량이 있다면 그 이유가 무엇인가요?

캡슐 형태의 동충하초 제품이 가장 선호되며, 각 캡슐당 300-600mg의 분말이 포함된 제품이 주로 판매됩니다. 일부 제품은 1-2온스의 분말 추출물 형태로도 판매됩니다. 캡슐 형태의 인기가 높은 이유는 편리한 복용과 정확한 1회 섭취량 제공입니다. 미국 소비자들은 일일 복용 패키지를 선호하는 경향이 강하기 때문에 분말 제품보다 캡슐 형태가 더 인기가 많습니다. 그러나 일부 소비자들은 동충하초 분말을 스무디나 음료에 혼합해 사용하기도 하며, 이로 인해 분말 형태의 수요도 일정 부분 유지되고 있습니다.

### Q5. 고객사 제품과 같은 제품군은 어떤 유통채널에서 주로 판매가 되나요? 또 어떠한 유통채널에 우선 진입해야 효과적일까요?

이러한 제품들은 대부분 슈퍼마켓에서 구입할 수 있습니다. 소비자들의 건강 제품에 대한 수요와 선호도, 건강 관련 제품 시장의 성장에 따라 현재 슈퍼마켓들은 매우 다양한 건강 제품을 판매하고 있습니다. 따라서 고객사는 온라인과 오프라인을 모두 운영하는 슈퍼마켓을 통해 제품을 판매하는 것이 최선의 선택입니다.

**Q6. 한국산 동충하초가 다른 국가 동충하초보다 원산지 측면에서 경쟁력이 있을까요? 고객사가 동충하초 원료를 소비재로 수출한다면 경쟁력을 가질 가능성이 있을까요?**

미국의 식이보충제 시장은 미국 기업의 제품이 대부분을 차지하고 있어, 한국산이라는 점이 오히려 낮은 요소로 작용할 가능성이 있으며, 이는 부정적 영향을 미칠 수 있습니다. 따라서 제품 품질에 더 집중하는 것이 중요합니다. 따라서 제품 품질에 더 큰 비중을 두는 것이 중요합니다. 또한, 고객사가 원료를 수출하고 현지에서 제품을 완성하는 방식도 고려할 수 있습니다. 이는 현지화된 마케팅 전략을 펼치면서도 고객사의 생산 효율성을 높일 수 있는 방안으로 작용할 수 있습니다.

**Q7. 현지 소비자들이 고객사 제품과 같은 건강에 도움이 되는 제품 구매 시 고려하는 요인은 무엇인가요? 어떤 홍보문구를 우선으로 해야 할까요?**

현지 소비자들은 제품의 품질, 효과, 안전성을 우선적으로 고려하며, 특히 섭취 방식도 중요한 요소로 보고 있습니다. 따라서 고객사 제품은 품질 보장을 위한 유기농 및 비건 인증을 강조하고, 초미세 분말을 사용하여 흡수율을 높였다는 특성을 내세우는 것이 효과적입니다. 프로모션 메시지에서 ‘초미세 분말로 흡수율이 높아진 고품질 제품’, ‘유기농 인증과 비건 인증을 받은 안전한 제품’과 같은 신뢰성을 부각한 문구를 사용하는 것이 소비자들의 신뢰를 쌓고 관심을 끌기에 도움이 될 것입니다.

2024

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

V

# 경쟁력파악



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

## 1. 제품 경쟁력 검증

### 1) 소비자가격

#### ● 경쟁제품(제조사)

- ① 모던 머쉬룸 (포스 팩터)
- ② 무드 + 마인드 구미스 (비타 허슬)
- ③ 모던 머쉬룸 (포스 팩터)
- ④ 모던 머쉬룸 (포스 팩터)
- ⑤ 라이온스 메인 머쉬룸마이셀리움 파우더 (호스트 디펜스)
- ⑥ 지니어스 머쉬룸 (더 지니어스 브랜드)
- ⑦ 코디셉스 (옴 머쉬룸 슈퍼푸드)
- ⑧ 코디셉스 머쉬룸 마이셀리움 파우더 (호스트 디펜스)
- ⑨ 레이시 머쉬룸 마이셀리움 파우더 (호스트 디펜스)
- ⑩ 코디셉스 머쉬룸 마이셀리움 파우더 (옴 머쉬룸 슈퍼푸드)

#### ▶ 경쟁제품 10개의 평균 소비자가격, 22.79달러

고객사 제품의 소비자가격은 26.52달러(35,000원<sup>13)</sup>)로 경쟁제품 10개의 평균 소비자가격인 22.79달러(30,068원)보다 다소 높은 편임. 하지만 이는 파우더와 젤리, 캡슐, 츄잉정 등 모든 형태의 제품을 포함하여 계산한 수치라는 점을 고려해야 함. 고객사 제품과 같은 파우더 형태의 제품 6개의 평균 가격은 26.82달러(35,394원)로, 고객사 제품의 소비자가격과 거의 동일하다는 점을 알 수 있음. 이를 참고하여 경쟁력 있는 소비자가격을 책정할 것을 추천함

[표 5.1] 미국 동충하초 가공품 소비자가격 경쟁력 분석

(단위: 달러)



13) 1달러=1,319.60원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

## 2) 중량

### ● 경쟁제품(제조사)

- ① 모던 머쉬룸 (포스 팩터)
- ② 무드 + 마인드 구미스 (비타 허슬)
- ③ 모던 머쉬룸 (포스 팩터)
- ④ 모던 머쉬룸 (포스 팩터)
- ⑤ 라이온스 메인 머쉬룸마이셀리움 파우더 (호스트 디펜스)
- ⑥ 지니어스 머쉬룸 (더 지니어스 브랜드)
- ⑦ 코디셉스 (옴 머쉬룸 슈퍼푸드)
- ⑧ 코디셉스 머쉬룸 마이셀리움 파우더 (호스트 디펜스)
- ⑨ 레이시 머쉬룸 마이셀리움 파우더 (호스트 디펜스)
- ⑩ 코디셉스 머쉬룸 마이셀리움 파우더 (옴 머쉬룸 슈퍼푸드)

### ▶ 파우더 형태의 경쟁제품 6개의 평균 중량, 96g

고객사 제품의 중량은 60g으로, 고객사 제품과 같은 파우더 형태의 경쟁제품 6개의 평균 중량인 96g의 약 63% 수준으로 경쟁제품 대비 중량이 적은 편으로 조사됨. 특히 파우더 형태의 제품 중 중량이 가장 적은 제품도 75g으로, 고객사 제품보다 중량이 많이 나간다는 점이 확인됨. 따라서, 시장 경쟁력을 높이기 위해서는 중량을 늘리는 방안을 고려할 필요가 있음.

파우더 형태의 제품 외에 젤리, 츄잉정 등 나머지 제품 4개의 평균 용량은 73정이었으며, 경쟁제품 10개 제품의 평균 총제공 횟수는 약 44회 분량인 것으로 나타남

[표 5.2] 미국 동충하초 가공품 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

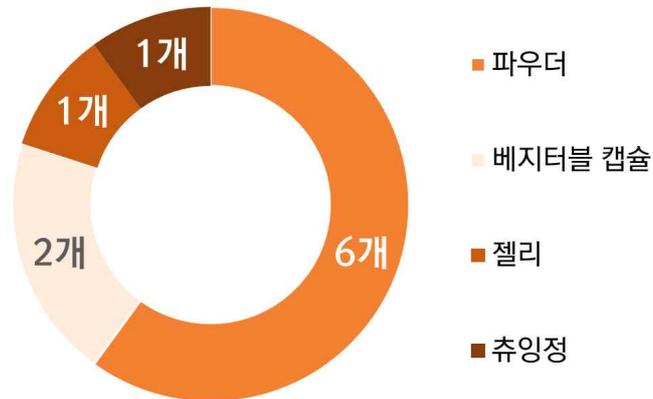


## 3) 제형

## ▶ 경쟁제품 10개 중 6개 제품, 파우더 형태

미국에서 판매되고 있는 동충하초 가공품 경쟁제품 10개의 제형을 조사한 결과, 6개 제품이 고객사 제품과 같은 파우더 형태인 것으로 나타남. 베지터블 캡슐은 2개, 젤리와 츄잉정 형태의 제품이 각각 1개씩으로, 파우더 형태의 제품이 가장 많은 것으로 확인됨

[표 5.3] 미국 동충하초 가공품 제형 경쟁력 분석

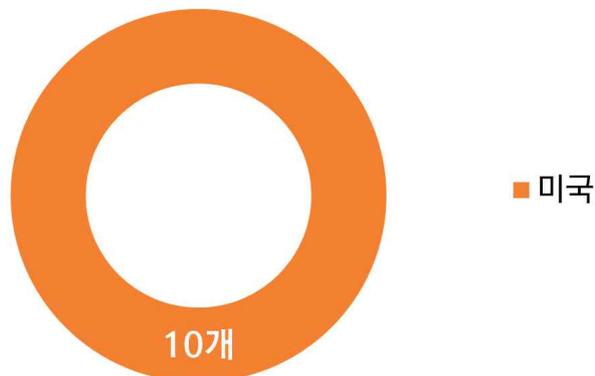


## 4) 원산지

## ▶ 경쟁제품 10개 모두 미국산

미국에서 판매 중인 동충하초 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개 제품 모두 미국산인 것으로 나타남. 미국산 동충하초 가공품 및 버섯 가공품의 수요가 높음을 알 수 있음

[표 5.4] 미국 동충하초 가공품 원산지 경쟁력 분석

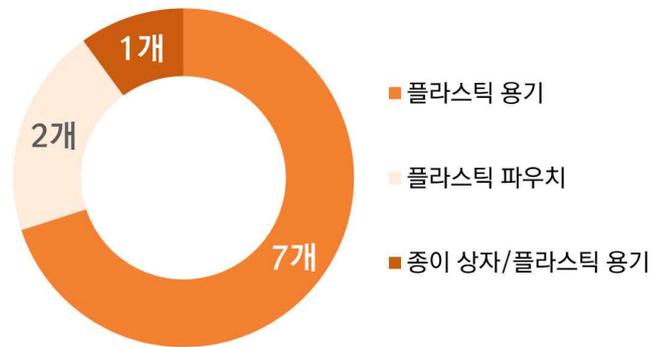


## 5) 포장 형태

## ▶ 경쟁제품 10개 중 8개 제품, 플라스틱 용기 사용

미국에서 판매 중인 동충하초 가공품 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 7개의 제품이 플라스틱 용기를 사용했으며, 1개의 제품은 외부 포장은 종이 상자, 내부는 플라스틱 용기를 사용함. 나머지 2개의 제품은 재밀봉이 가능한 플라스틱 파우치를 사용한 것으로 확인됨. 또한, 고객사 제품과 같이 파우더 형태로 제공되는 제품 6개 중 4개는 플라스틱 용기, 2개는 플라스틱 파우치를 사용하고 있음

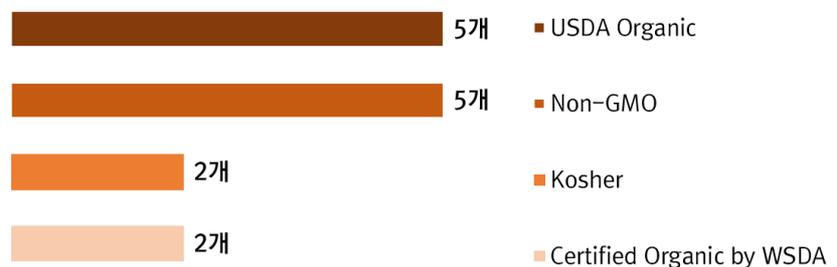
[표 5.5] 미국 동충하초 가공품 포장 형태 경쟁력 분석



## 6) 인증

## ▶ 경쟁제품 10개 중 5개 제품, USDA Organic 및 Non-GMO 인증

미국에서 판매 중인 동충하초 가공품 경쟁제품 10개의 인증을 조사한 결과, USDA Organic 및 Non-GMO 인증을 받은 제품이 5개인 것으로 나타남. 그중 2개의 제품은 코셔 인증을 보유하고 있으며, 또 다른 2개의 제품은 WSDA Organic 인증을 보유하고 있는 것으로 확인됨. 한편, 나머지 5개 제품은 인증 표기를 보유하고 있지 않은 것으로 조사됨

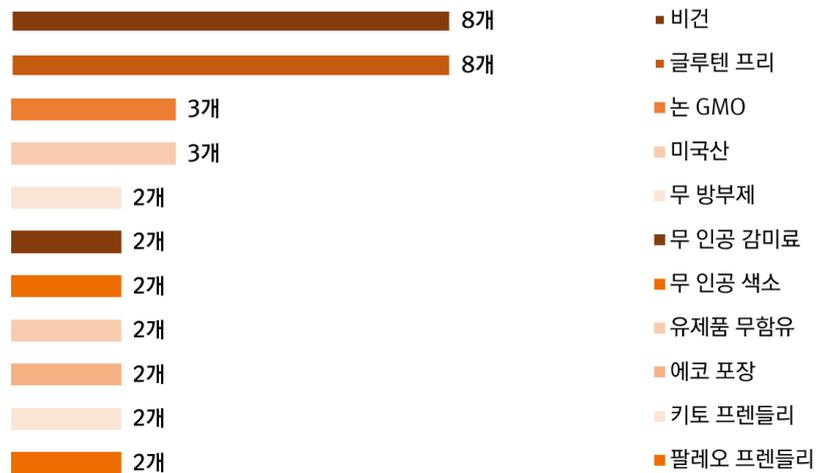
[표 5.6] 미국 동충하초 가공품 인증 분석<sup>14)</sup>

14) 여러 인증을 함께 표기한 제품이 있음

## 7) 기타 표기사항

## ▶ 경쟁제품 10개 중 8개 제품, 비건과 글루텐 프리 자체 표기

미국에서 판매 중인 동충하초 가공품 경쟁제품 10개의 기타 표기사항을 조사한 결과, 비건(Vegan), 글루텐 프리(Gluten-Free) 문구가 표기되어 있는 제품이 각각 8개씩으로 가장 많은 것으로 나타남. 논 GMO와 미국산 표기 제품은 각각 3개 제품에 나타났음. 그 외에도 일부 제품에서는 무 방부제(No Preservatives), 무 인공 감미료(No Artificial Sweeteners), 에코 포장(Eco-friendly Packaging) 등의 내용이 표기되어 있는 것으로 확인됨. 이러한 트렌드는 소비자들이 자연 친화적이고 건강한 제품에 높은 관심을 보임을 반영하며, 고객사 제품의 마케팅 전략 수립 시 이러한 표기 사항을 활용하는 것이 유리할 수 있음

[표 5.7] 미국 동충하초 가공품 기타 표기사항 경쟁력 분석<sup>15)</sup>

15) 해당 그래프에서는 2번 이상 등장한 기타 표기사항만을 표시했으며, 여러 기타 표기사항을 함께 표기한 제품이 있음

## 2. 기업 마케팅 벤치마킹

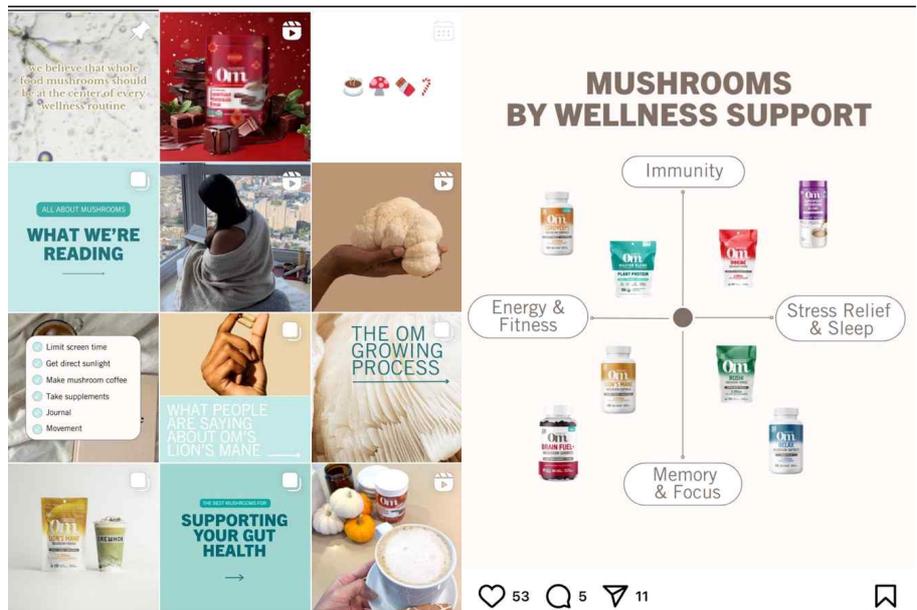
### 1) SNS 마케팅 분석

#### 인스타그램 게시물 예시



▶ **벤치마킹 기업, 버섯의 효능과 특징을 시각화하여 제품 이해도 높임**  
 옴 머쉬룸 슈퍼푸드의 미국 인스타그램 채널 분석에 따르면, 이들은 다양한 제품 관련 콘텐츠를 주 4회 이상 주기적으로 게시하며 소비자와 활발히 소통하고 있음. 주된 전략은 자사 제품에 사용되는 버섯의 효능과 특징을 사진이나 그래프 형식으로 표현하여 소비자가 쉽게 이해할 수 있도록 돕는 것임. 이를 통해 각 제품군의 분류와 추천을 명확히 하여 브랜드 정체성을 강화하고, 소비자에게 신뢰감을 제공하고 있음. 또한, 이들은 생활 건강 팁과 자사 제품을 연결하여 실용적인 건강 정보를 함께 제공함으로써 제품을 효과적으로 홍보하고 있음. 이러한 콘텐츠 전략은 소비자들이 일상에서 쉽게 활용할 수 있는 정보와 제품을 접목시켜 자연스럽게 브랜드와 제품에 대한 관심을 높이는 데 기여함

[표 5.8] 미국 동충하초 가공품 기업 마케팅 벤치마킹



### 2) 제품 활용도 높이는 레시피 콘텐츠

▶ **벤치마킹 기업, 제품 활용 레시피 공유**

옴 머쉬룸 슈퍼푸드는 인스타그램과 유튜브 채널을 활용해 자사 제품을 이용한 다양한 레시피를 공유함으로써 소비자들의 제품 활용도를 높이고 있음. 이러한 레시피 관련 게시물은 요리 사진과 동영상을 활용해 시각적 흥미를 유도하며, 간결하면서도 임팩트 있는 요리법을 제시해 소비자들이 쉽게 따라 할 수 있도록 함. 이를 통해 소비자들이 간편하고 완성도 높은 요리를 시도할 수 있게 유도하며, 자사 제품의 구매 유인을 높이고, 제품이 일상생활에서 다양하게 사용될 수 있음을 보여줌

### 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 5.9] 온라인 인기 제품 리뷰 분석 지표 선정 및 대표 키워드

지표	지표 설명	대표 키워드
가격	판매 제품 가격에 대한 평가	Affordable, Expensive, Cost, Value 등
중량	판매 제품 중량에 대한 평가	Heavy, Weight, Size 등
제품 선호도	판매 제품 선호도에 대한 평가	Option, Prefer, Best 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Delicious, Tasty, Savory 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Superior, Reliable, Quantity 등

#### ▶ 아마존에서 판매되고 있는 동충하초 가공품 선정

[표 5.10] 온라인 인기 제품 리뷰 분석 제품 정보



판매 사이트	아마존 (Amazon)	리뷰 수	293건
제품명	코디셉스-M (Cordyceps-M)		
제품 종류 (제형)	동충하초 가공품 (파우더)	소비자가격	29.95달러 (39,522원)
중량	60g	포장	플라스틱 파우치 (재밀봉 가능)
특징	100% 순수 버섯 추출물 에너지와 면역 강화를 위한 동충하초 분말		

▶ 온라인 인기 제품 리뷰 감성분석 결과, ‘제품 선호도’에 대한 만족도 가장 높아

● 조사 제품

사이트	아마존
분석 건수	293건
제품명	코디셉스-M
제품 종류	동충하초 가공품 (파우더)
소비자가격	29.95달러 (39,522원)
중량	60g
포장	플라스틱 파우치 (재밀봉 가능)
특징	100% 순수 버섯 추출물 에너지와 면역 강화를 위한 동충하초 분말

빅데이터 분석을 통해 미국 온라인 쇼핑몰 아마존에서 판매되고 있는 동충하초 가공품 인기 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, ‘제품 선호도’에 대한 긍정 점수가 271점으로 가장 높게 나타나 제품 선호도에 대한 소비자의 만족도가 가장 높음. 그다음으로는 ‘맛’에 대한 긍정 점수가 198점으로 높은 편인 것으로 조사되어, 미국 소비자들은 온라인에서 판매되고 있는 동충하초 가공품 제품에 대하여 제품 선호도와 맛에 대한 관심도가 높은 편임을 확인함

[표 5.11] 온라인 인기 제품 리뷰 분석

(단위: 점)



[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지 표	긍정 점수	부정 점수
가격	61	49
맛	198	103
제품 선호도	271	126
중량	91	51
품질	156	41
종합	777	370

▶ 버섯 원재료, 고품질, 제품의 건강상 이점에 대한 선호 요인 확인

미국 동충하초 가공품 인기 제품의 리뷰 키워드 분석 결과, ‘진짜 버섯’, ‘좋은 제품’, ‘버섯 파우더’ 등의 키워드가 빈출되어, 고품질의 버섯 가공품에 대한 소비자의 관심도 및 선호도가 높은 것을 확인함

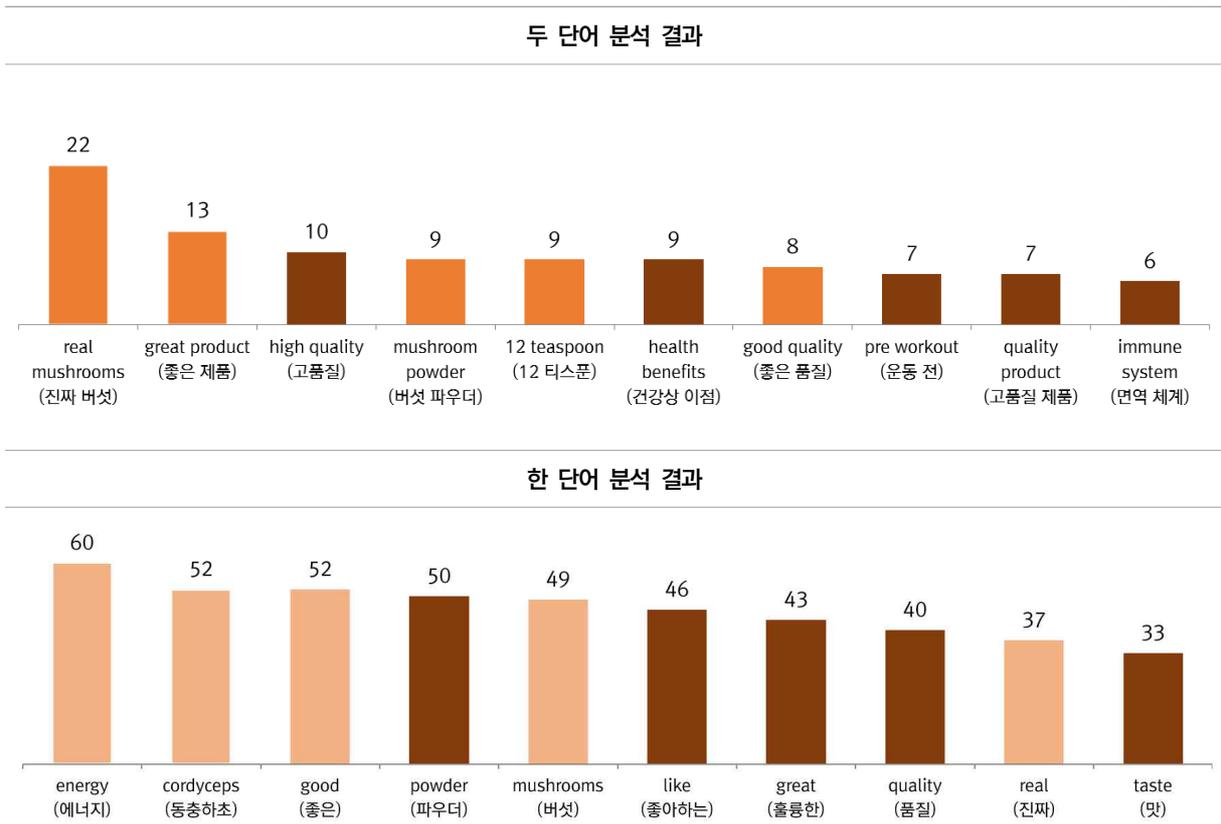
이 외, ‘건강상 이점’, ‘면역 체계’, ‘에너지’ 등의 키워드를 통해 제품 섭취 시 얻을 수 있는 건강상 이점에 대한 선호 요인도 확인함. 이외에도 ‘맛’, ‘12티스푼’ 등의 키워드도 순위권에 든 것으로 확인됨

“This product is way higher quality. You can tell once you open the bag the richness of the powder and the feeling after taking some. A product with integrity here.”

“이 제품은 다른 제품보다 훨씬 더 품질이 좋습니다. 제품을 열면 분말의 진한 농도와 복용 후의 느낌을 바로 알 수 있습니다. 진실성 있는 제품입니다.”

[표 5.12] 미국 동충하초 가공품 온라인 인기 제품 리뷰 다빈출 키워드 분석<sup>16)</sup>

(단위: 개)



16) 미국 동충하초 가공품 인기 제품의 리뷰에서 발생한 키워드의 빈도수를 분석함

## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

1. 스타티스타 ([www.statista.com](http://www.statista.com))
2. 월마트 홈페이지 ([www.walmart.com](http://www.walmart.com))
3. 아마존 홈페이지 ([www.amazon.com](http://www.amazon.com))
4. 크로거 홈페이지 ([www.kroger.com](http://www.kroger.com))
5. 캘리포니아 행정부 홈페이지 ([www.gov.ca.gov](http://www.gov.ca.gov))
6. CVS 홈페이지 ([www.cvs.com](http://www.cvs.com))
7. 스프라우츠 파머스 마켓 홈페이지 ([www.sprouts.com](http://www.sprouts.com))
8. 포스 팩터 홈페이지 ([forcefactor.com](http://forcefactor.com))
9. 호스트 디펜스 홈페이지 ([hostdefense.com](http://hostdefense.com))
10. 옴 머쉬룸 슈퍼푸드 홈페이지 ([ommushrooms.com](http://ommushrooms.com))
11. 비타민 샵 홈페이지 ([www.vitaminshoppe.com](http://www.vitaminshoppe.com))
12. 헤리스 티터 홈페이지 ([www.harristeeter.com](http://www.harristeeter.com))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2024.11.01

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