

# 2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202308-21  
품목 | 비건 냉동만두(Vegan Frozen Dumpling)  
HS CODE | 1902.20-0000  
국가 | 미국(USA)



# CONTENTS

## 2023 수출기업 맞춤형 시장조사

### 경쟁력 분석형

#### I. 요약

---

1. 요약	03
-------	----

#### II. 경쟁제품

---

1. 미국 비건 냉동만두 경쟁제품 선정	06
2. 미국 비건 냉동만두 경쟁제품 조사지표 선정	11
3. 미국 비건 냉동만두 경쟁제품 현지조사 결과	12

#### III. 경쟁기업

---

1. 미국 비건 냉동만두 경쟁기업 선정	23
2. 미국 비건 냉동만두 경쟁기업 현지화 분석 기준	24
3. 미국 비건 냉동만두 경쟁기업 현황 및 현지화 정보	26

#### IV. 수입·유통업체 인터뷰

---

1. 시스코(Sysco)	35
2. 에코비건(Ecovegan)	38
3. 월마트(Walmart)	42

# CONTENTS

## 2023 수출기업 맞춤형 시장조사

### 경쟁력 분석형

#### V. 경쟁력파악

---

1. 제품 경쟁력 검증	46
2. 벤치마킹 제품 분석	50
3. 기업 마케팅 벤치마킹	52
4. 온라인 인기제품 리뷰 분석	53

#### VI. 시사점

---

※ 참고문헌	57
--------	----



HS CODE : 1902.20-0000

2023 수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

# SUMMARY 미국 비건 냉동만두 경쟁력분석

## 온라인 인기 제품

크로거

월마트

아마존



비건 아시아 덤플링



타이 바질 베지터블 덤플링



플랜트 베이스드 패티



미트리스 너겏



미트프리 크리스피 텐더



플랜트 베이스드 미트볼

## 오프라인 주요 경쟁제품

베지터블 팟스티커즈 (필 굿 푸즈)



가격 7.74달러 (10,229원)

중량 283.5g

'현지산' 만두형 비건 제품

플랜트 베이스드 미트볼 (가데인)



가격 5.00달러 (6,595원)

중량 360g

만두형 외에 인기 있는 미트볼형 비건 제품

## 경쟁기업 3개사 분석

모닝 스타 팜스

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 입점

비온드 미트

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 입점

가데인

포장 현지화 ●

홍보 현지화 ●

온/오프라인 모두 입점

포장 현지화

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

홍보 현지화

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

## 경쟁력파악

100g당 가격

단위 : 달러

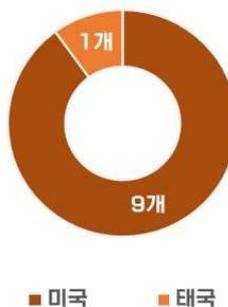


중량

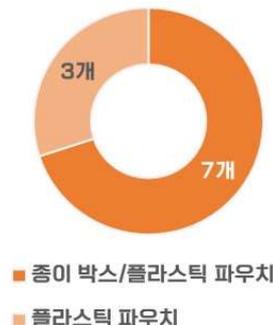
단위 : g



원산지



포장 형태



## 요약

Point 01.

- 1) 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격은 2.25달러(2,903원)으로 고객사 제품 가격대보다 높은 편
- 2) 고객사 제품 중량(420g)은 경쟁제품 평균(258g)보다 큰 편으로 제품 현지화를 위해 포장 중량 감소 고려 가능

Point 02.

- 1) 벤치마킹 제품 분석 결과, 만두 형태의 제품뿐만 아니라 미트볼, 너겏 등 다양한 형태의 비건 제품 라인 존재
- 2) 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, 인기 비건 미트볼 제품에 대해 '품질' 및 '맛'에 대한 만족도 높은 편

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

## II

# 경쟁제품



1. 미국 비건 냉동만두 경쟁제품 선정
2. 미국 비건 냉동만두 경쟁제품 조사지표 선정
3. 미국 비건 냉동만두 경쟁제품 현지조사 결과

## 1. 미국 비건 냉동만두 경쟁제품 선정

### 1) 주요 프로세스

#### 고객사 제품 특징

제품명	N사 비건 냉동만두
제품 종류	비건 냉동만두
소비자가격	4.54달러 <sup>1)</sup> (6,000원)
중량	420g
포장	플라스틱 파우치(PE)
특징	100% 식물성 재료로 비건 인증 완료

### Step 01. 제품 분석



- ① 사전컨설팅기록지 수령
- ② 고객사 제품 분석
  - 제품명: N사 비건 냉동만두
  - 제품 종류: 비건 냉동만두
  - 소비자가격: 4.54달러(6,000원)
  - 중량: 420g
  - 포장 형태: 플라스틱 파우치(PE)

### Step 02. 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매제품 확인



- ① 현지 식품 취급 주요 온라인 쇼핑몰 확인
  1. 크로거(Kroger)
  2. 월마트(Walmart)
  3. 아마존(Amazon)
- ② 주요 온라인 쇼핑몰 내 유사 인기제품 확인
  - 주요 온라인 쇼핑몰별 경쟁제품 구매 순위 확인
    - 주요 온라인 쇼핑몰 중 크로거에서 확인: 1개 제품
    - 주요 온라인 쇼핑몰 중 월마트에서 확인: 1개 제품

### Step 03. 현지 오프라인 매장 조사 기획



- ① 현지 조사 지역 및 오프라인 매장 선정
  - 참여기업 선호 매장 유형별 매장 선정
    - 참여기업 선호 매장 : 주요 슈퍼마켓
- ② 오프라인 매장 조사 제품 선정
  - 오프라인 매장 인기 제품 및 기타 대체육 인기 제품들을 추가 선정
- 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
  - 벤치마킹 제품 분석
  - 온라인 인기제품 리뷰 감성분석

1) 1달러=1,321.60원(2023.06.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2) 경쟁제품군 선정 및 온라인 판매 제품 확인

▶ 비건 냉동만두 경쟁제품군 선정

경쟁제품 조사에 앞서 고객사 희망 조사 지표를 바탕으로 비건 냉동만두 제품의 경쟁제품군을 선정하였음

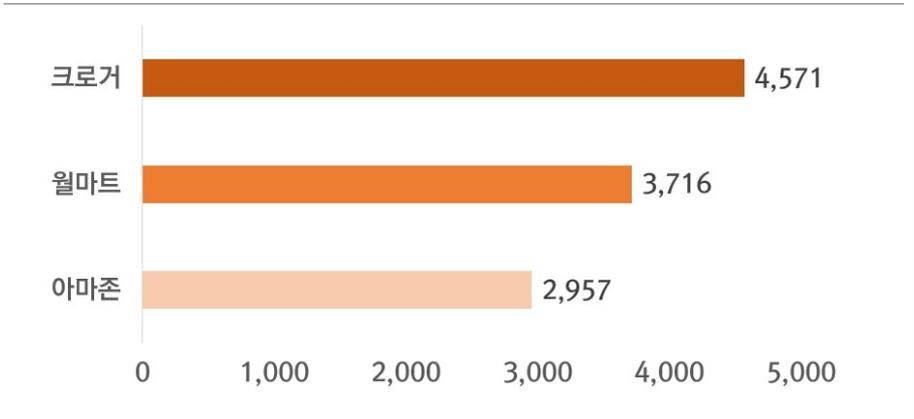
▶ 온라인 쇼핑몰 3곳에서 인기 경쟁제품 조사

앞서 선정한 경쟁제품군 내에서 미국 주요 온라인 쇼핑몰 3곳에서 판매 중인 인기 경쟁제품을 확인한 결과, 크로거에서 판매되는 인기제품으로는 에이미즈(Amy's)의 비건 아시안 만두 제품과 퀴(Quorn)의 미트리스 너겟 제품이 있었으며, 월마트에서는 나소야(Nasoya)의 타이 바질 베지터블 덤플링과 가데인(Gardein)의 미트프리 크리스피 텐더 등의 제품이 판매되고 있는 것을 확인함

미국 주요 온라인 쇼핑몰 (Top 3)

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

[표 2.1] 2021년 미국 식료품 부문 온라인 채널 매출액 (단위: 백만 달러)



자료 : 스태티스타(Statista) 홈페이지

[표 2.2] 미국 주요 온라인 쇼핑몰별 인기제품(Top 3)

크로거 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) <sup>2)</sup>							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	비건 만두	에이미즈 (Amy's)	비건 아시안 덤플링 (Vegan Asian Dumplings)	미국	5.79달러 (7,652원 <sup>3)</sup> )	241g	
2	대체육	퀴 (Quorn)	미트리스 너겟 (Meatless Nuggets)	영국	5.29달러 (6,991원)	300g	
3	대체육	가데인 (Gardein)	세븐 그레인 미트프리 크리스피 텐더 (Seven Grain Meat-Free Crispy Tenders)	미국	5.49달러 (7,256원)	255g	

2) 조사일(2023.08.07.) 기준

3) 1달러=1,321.60원(2023.06.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

월마트 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) <sup>4)</sup>							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	비건 만두	나소야 (Nasoya)	타이 바질 베지터블 덤플링 (Thai Basil Vegetable Dumplings)	미국	4.28달러 (5,656원)	255g	
2	대체육	퀸 (Quorn)	미트리스 너겟 (Meatless Nuggets)	영국	4.46달러 (5,753원)	300g	
3	대체육	가데인 (Gardein)	세븐 그레인 미트프리 크리스피 텐더 (Seven Grain Meat-Free Crispy Tenders)	미국	5.17달러 (6,669원)	255g	
아마존 입점 제품 상위 3개 제품 리스트(구매 순위 기준) <sup>5)</sup>							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	대체육	비온드 미트 (Beyond Meat)	플랜트 베이스드 패티 (Plant-Based Patties)	미국	6.79달러 (8,759원)	226g	
2	대체육	가데인 (Gardein)	플랜트 베이스드 미트볼 (Plant-Based Meatballs)	미국	6.29달러 (8,114원)	360g	
3	대체육	스윗 어스 (Sweet Earth)	마인드풀 치킨 (Mindful Chik'n)	미국	7.67달러 (9,894원)	227g	

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

4) 조사일(2023.08.07) 기준

5) 조사일(2023.08.07) 기준

3) 조사 지역 및 매장 선정



미국 밴쿠버 정보<sup>6)</sup>

인구	19만 2,169명
인구밀도	1,415명/km <sup>2</sup>
면적	135.8km <sup>2</sup>

▶ 미국 밴쿠버, 방문지역으로 선정

미국 워싱턴 주 밴쿠버를 방문지역으로 선정함. 밴쿠버는 워싱턴 주에서 네 번째로 인구가 많은 도시임. 포틀랜드-밴쿠버 광역 도시권에 포함되어 있는 지역이며, 포틀랜드의 북쪽에 위치해 있음

▶ 현지조사 매장 선정, 하이퍼마켓, 슈퍼마켓

고객사 희망 조사매장 지표를 고려하여, 하이퍼마켓을 주요 현지조사 매장으로 선정함

[표 2.3] 미국 주요 유통채널 리스트

채널 분류	주요 매장
하이퍼마켓	월마트(Walmart), 타겟(Target), 프레드 마이어(Fred Meyer), 코스트코(Costco)
슈퍼마켓	홀푸드마켓(Whole Food Market), 스프라우츠 파머스 마켓(Sprouts Farmers Market), 퍼블릭스(Publix), 트레이더 조(Trader Joe's), 본즈(Vons)
아시안/한인마트	아리랑 슈퍼마켓(Arirang Supermarket), 에이치마트(H Mart), 시온 마켓(Zion Market), 도쿄 센트럴(Tokyo Central)
드럭스토어	씨브이에스(CVS), 월그린스(Walgreens)
온라인	크로거(Kroger), 월마트(Walmart), 아마존(Amazon)

고객사 진출 선호 매장

6) 자료: 미국 인구조사국 (www.census.gov)

4) 경쟁제품 선정

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ①

- 오프라인 매장에서 판매되고 있는 인기 제품 선정  
 (\* 월마트 슈퍼센터(Walmart Supercenter), 타겟(Target), 프레드 마이어(Fred Meyers))

▶ 오프라인 경쟁제품 선정 기준 ②

- 비건 냉동만두: 식물성 재료로 제조하여 냉동 상태로 유통되는 만두 제품
- 고객사 요청 조사 지표 및 현지 시장 상황에 따라 인기 기타 대체육 제품을 경쟁제품으로 추가 선정함

[표 2.4] 미국 비건 냉동만두 경쟁제품 선정

경쟁제품(제조사)	매장 입점 여부		제품 종류
	오프라인	온라인	비건 냉동만두
① 베지터블 팟스티커즈 (Vegetable Potstickers)	○ (월마트 슈퍼센터)	○ (아마존)	○
② 플랜트 베이스드 팟스티커즈 (Plant-Based Potstickers)	○ (월마트 슈퍼센터)	○ (월마트)	○
③ 미니어처 플랜트 베이스드 콘도그 (Miniature Plant-Based Corn Dogs)	○ (월마트 슈퍼센터)	(-)	대체육
④ 플랜트 베이스드 오리지널 치킨 너겟 (Plant Based Original Chick'N Nuggets)	○ (월마트 슈퍼센터)	○ (월마트)	대체육
⑤ 비욘드 브렉퍼스트 소시지 플랜트 베이스드 패티 (Beyond Breakfast Sausage Plant-Based Patties)	○ (월마트 슈퍼센터, 프레드 마이어)	○ (월마트, 아마존)	대체육
⑥ 임파서블 치킨 메이드 프롬 플랜츠 (Impossible Chicken Made From Plants)	○ (월마트 슈퍼센터)	(-)	대체육
⑦ 베지 베이컨 스트립스 (Veggie Bacon Strips)	○ (월마트 슈퍼센터, 타겟, 프레드 마이어)	○ (크로거, 월마트, 아마존)	대체육
⑧ 플랜트 베이스드 미트볼 (Plant-Based Meatballs)	○ (월마트 슈퍼센터, 타겟, 프레드 마이어)	○ (크로거, 월마트, 아마존)	대체육
⑨ 닉스 스파이시 (Nuggs Spicy)	○ (월마트 슈퍼센터, 타겟, 프레드 마이어)	○ (크로거, 월마트, 아마존)	대체육
⑩ 플랜트 베이스드 비프 부리또볼 (Plant Based Beef Burrito Bowl)	○ (월마트 슈퍼센터, 프레드 마이어)	○ (월마트, 아마존)	대체육

(\* 현지 판매 비건 냉동만두 경쟁제품 10개 분석

## 2. 미국 비건 냉동만두 경쟁제품 조사지표 선정

### ▶ 미국 비건 냉동만두 경쟁제품 조사지표 선정

고객사 희망 조사지표와 제품의 특징을 반영하여 아래와 같이 경쟁제품 조사지표를 선정함

[표 2.5] 미국 비건 냉동만두 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
제품 종류	비건 냉동만두	식물성 재료로 제조하여 냉동 상태 후 유통되는 만두 제품
	기타 비건(대체육) 제품	기타 대체육 제품
포장 형태 (외부/내부)	종이 박스	종이 박스(외부)
	플라스틱 파우치(PE)	플라스틱으로 된 PE 파우치(외부/내부)
	원산지	제품의 원산지
	맛	제품의 맛
	홍보문구	제품의 홍보문구
	원료 및 첨가물	제품의 원료 및 첨가물

### 3. 미국 비건 냉동만두 경쟁제품 현지조사 결과

#### ▶ 미국 밴쿠버에 위치한 하이퍼마켓

미국 밴쿠버에 위치한 하이퍼마켓인 월마트 슈퍼센터와 타겟, 프레드 마이어를 방문함. 월마트 슈퍼센터는 미국의 대표적인 글로벌 하이퍼마켓 체인이며, 타겟은 미국 전역, 프레드 마이어는 미시간 주를 중심으로 한 지역에 매장을 가지고 있는 하이퍼마켓 체인임

[표 2.6] 미국 방문 매장 및 특징

방문 매장명	월마트 슈퍼센터 (Walmart Supercenter)	타겟 (Target)	프레드 마이어 (Fred Meyer)
방문 매장 전경			
구분	하이퍼마켓	하이퍼마켓	하이퍼마켓
조사 제품 수	6	2	2
조사 매장 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 1962년 설립된 미국 대표 하이퍼마켓 체인</li> <li>· 미국 4,684개, 글로벌 5,262개 매장 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 1922년 설립된 미국 하이퍼마켓 체인</li> <li>· 미국 내 1,984개 매장 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 1960년 설립된 미국 하이퍼마켓 체인</li> <li>· 미국 내 200여 개 매장 운영</li> </ul>

자료: 현지조사원 자료

▶ 경쟁제품, 10개 중 5개 제품은 2개 이상의 방문 매장에서 판매

월마트 슈퍼센터(Walmart Supercenter), 타겟(Target), 프레드 마이어(Fred Meyer) 총 3개 매장 방문 후 인기제품을 조사한 결과, 경쟁제품 5개는 단 한 곳의 매장에만 진출해 있는 것으로 조사됨. 나머지 경쟁제품 5개 중 3개는 세 곳의 오프라인 채널에 진출했으며, 2개는 두 곳의 오프라인 채널에 진출한 것으로 확인됨. 가장 많은 경쟁제품을 보유한 오프라인 채널은 월마트 슈퍼센터로 경쟁제품 10개 모두 진출해 있는 것으로 나타남

[표 2.6] 경쟁제품 판매 현황

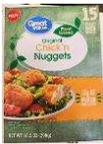
경쟁제품 현황	판매 현황		
	월마트 슈퍼센터	타겟	프레드 마이어
① 베지터블 팟스티커즈 (Vegetable Potstickers)	○		
② 플랜트 베이스드 팟스티커즈 (Plant-Based Potstickers)	○		
③ 미니어처 플랜트 베이스드 콘도그 (Miniature Plant-Based Corn Dogs)	○		
④ 플랜트 베이스드 오리지널 치킨 너겟 (Plant Based Original Chick'N Nuggets)	○		
⑤ 비욘드 브렉퍼스트 소시지 플랜트 베이스드 패티 (Beyond Breakfast Sausage Plant-Based Patties)	○		○
⑥ 임파서블 치킨 메이드 프롬 플랜츠 (Impossible Chicken Made From Plants)	○		
⑦ 베지 베이컨 스트립스 (Veggie Bacon Strips)	○	○	○
⑧ 플랜트 베이스드 미트볼 (Plant-Based Meatballs)	○	○	○
⑨ 넥스 스파이시 (Nuggs Spicy)	○	○	○
⑩ 플랜트 베이스드 비프 부리또볼 (Plant Based Beef Burrito Bowl)	○		○

자료: 현지조사원 자료

## Shop ① 월마트 슈퍼센터(Walmart Supercenter)

### 매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:  
가전제품, 휴대폰, 사무용품, 음료, 주류, 식품 등의 다양한 제품을 판매함
- 매장 주변 특징:  
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:  
현지 주민

브랜드 기본 정보 <sup>7)</sup>			월마트 슈퍼센터는 밴쿠버 상업 지역에 위치해 있는 하이퍼마켓으로 가전제품, 식품 등 다양한 종류의 제품을 판매하고 있음. 월마트 슈퍼센터는 글로벌 규모로 운영되고 있는 하이퍼마켓 체인 브랜드임. 미국 내에서는 4,684개의 매장이 운영되고 있음
	조사 제품 수: 6개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	밴쿠버 (미국) 430 SE 192nd Ave Vancouver, WA
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 비건 냉동만두 경쟁제품 정보		
			
	베지터블 팟스티커즈 (필 굿 푸드)	플랜트 베이스드 팟스티커즈 (옵니)	미니어처 플랜트 베이스드 콘도크 (필드 로스트)
			
플랜트 베이스드 오리저널 치킨 너겟 (그레이트 밸류)	비온드 브레퍼스트 소시지 플랜트 베이스드 패티 (비온드 미트)	임파서블 치킨 메이드 프롬 플랜츠 (임파서블 푸드)	

사진자료: 현지조사원 자료

## Shop ① 월마트 슈퍼센터(Walmart Supercenter)

	경쟁제품 ①	경쟁제품 ②
제품 사진		
제품명 (현지어)	베지터블 팟스티커즈 (Vegetable Potstickers)	플랜트 베이스드 팟스티커즈 (Plant-Based Potstickers)
제조사 (현지어)	필 굿 푸드 (Feel Good Foods)	옴니 (Omni)
제품 종류	비건 냉동만두	비건 냉동만두
중량	283.5g	200g
소비자가격	7.74달러 (10,229원)	3.18달러 (4,203원)
100g당 가격	2.73달러 (3,608원)	1.59달러 (2,101원)
원산지	미국	태국
맛	채소 맛	돼지고기 맛
포장 형태	종이 박스/ 플라스틱파우치	플라스틱 파우치
홍보문구	DON'T WORRY, EAT HAPPY. 식물성 원료, 타마리 소스 제공, 글루텐 프리, 고품질 원료, 언제든지 즐길 수 있습니다, 비건, Non-GMO	1회 제공량당 식물성 단백질 5g, 간 돼지고기와 채소
표기문구	팬 및 전자레인지 조리방법	비건
원료 및 첨가물	양배추, 양파, 타피오카 전분, 당근, 당면(감자전분, 녹두전분), 옥수수전분, 파, 버섯, 잔탄검, 생강, 타마리 간장	대두 단백질 농축물, 메틸셀룰로스, 효모 추출물, 감자 전분, 보리 맥아 추출물, 완두콩 단백질, 쌀 단백질, 표고버섯분말, 양배추, 목이버섯, 생강, 참깨

## Shop ① 월마트 슈퍼센터(Walmart Supercenter)

	경쟁제품 ③	경쟁제품 ④
제품 사진		
제품명 (현지어)	미니어처 플랜트 베이스드 콘도그 (Miniature Plant-Based Corn Dogs)	플랜트 베이스드 오리진얼 치킨 너겟 (Plant Based Original Chick'N Nuggets)
제조사 (현지어)	필드 로스트 (Field Roast)	그레이트 밸류 (Great Value)
제품 종류	기타 비건(대체육) 제품	기타 비건(대체육) 제품
중량	283g	298g
소비자가격	5.98달러 (7,903원)	4.98달러 (6,582원)
100g당 가격	2.11달러 (2,793원)	1.67달러 (2,209원)
원산지	미국	미국
맛	클래식 훈연 프랑크푸르트 소시지 맛	닭고기 맛
포장 형태	플라스틱 파우치	종이 박스/ 플라스틱파우치
홍보문구	맛의 세계를 발견하세요!, Non-GMO, 비건, 탄소 중립, 고전적인 훈제 프랑크푸르트 소시지, 완벽하게 바삭바삭	1회 제공량 당 단백질 11g, 15가지 식물로 만들어진, 향이 가득한, 육류가 아닌 너겟
표기문구	조리방법: 오븐(추천), 전자레인지	(-)
원료 및 첨가물	밀 글루텐, 효모 추출물, 유기농 팜유, 보리 추출물, 토마토 페이스트, 양파, 마늘, 밀가루, 옥수수전분, 과당, 사탕수수, 발효제	콩가루, 빵가루, 메틸셀룰로스, 강화 밀가루, 밀 글루텐, 소금, 마늘 가루, 양파 가루, 겨자 가루, 전분(감자, 옥수수), 효모 추출물, 후추, 파프리카

## Shop ① 월마트 슈퍼센터(Walmart Supercenter)

	경쟁제품 ⑤	경쟁제품 ⑥
제품 사진		
제품명 (현지어)	비온드 브렉퍼스트 소시지 플랜트 베이스드 패티 (Beyond Breakfast Sausage Plant-Based Patties)	임파시블 치킨 메이드 프롬 플랜츠 (Impossible Chicken Made From Plants)
제조사 (현지어)	비온드 미트 (Beyond Meat)	임파시블 푸드 (Impossible Foods)
제품 종류	기타 비건(대체육) 제품	기타 비건(대체육) 제품
중량	210g	255g
소비자가격	4.42달러 (5,841원)	5.98달러 (7,903원)
100g당 가격	2.10달러 (2,782원)	2.35달러 (3,099원)
원산지	미국	미국
맛	오리지널 맛	데리야끼 닭고기 맛
포장 형태	종이 박스/ 플라스틱파우치	종이 박스/ 플라스틱파우치
홍보문구	글루텐 프리, Non-GMO, 비건, 할랄	지구를 위한 더 나은 선택, 1회 제공량당 단백질 12g, 콜레스테롤 제로, 5분 이내 조리가능
표기문구	Non-GMO, 비건, 코셔, 소이 프리, 글루텐 프리, 할랄	Bioengineered
원료 및 첨가물	완두콩 단백질, 카놀라유, 코코넛 오일, 비활성화 효모, 쌀 단백질, 메틸셀룰로스, 호모 추출물, 사과 추출물, 석류 추출물, 식초, 레몬 주스 농축액, 당근	쌀, 당근, 완두콩, 양파, 데리야끼 소스, 비활성 효모, 소금, 농축 대두 단백질, 해바라기유, 밀가루, 마늘, 메틸셀룰로스, 포도당, 호모 추출물, 설탕

## Shop ② 타겟(Target)

### 매장 정보

- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:  
학용품, 식품, 의류, 생활용품, 주방용품, 가구, 아웃도어 등의 다양한 제품을 판매
- 매장 주변 특징:  
상업 지역 내 위치
- 주요 고객층:  
현지 주민

브랜드 기본 정보 <sup>8)</sup>			타겟은 밴쿠버 상업 지역에 위치해 있는 하이퍼마켓으로 학용품, 식품 등 다양한 종류의 제품을 판매하고 있음. 그리고 미국 전역에서 운영되고 있는 하이퍼마켓 체인 브랜드로, 1,984개의 매장이 운영됨
	조사 제품 수: 2개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	밴쿠버 16200 SE Mill Plain Blvd, Vancouver, WA
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 비건 냉동만두 경쟁제품 정보		
			
	베지 베이컨 스트립스 (Veggie Bacon Strips)		플랜트 베이스드 미트볼 (Plant-Based Meatballs)

사진자료: 현지조사원 자료

8) 타겟(Target) 홈페이지

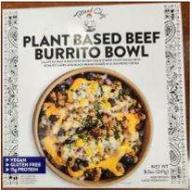
## Shop ② 타겟(Target)

	경쟁제품 ⑦	경쟁제품 ⑧
제품 사진		
제품명 (현지어)	베지 베이컨 스트립스 (Veggie Bacon Strips)	플랜트 베이스드 미트볼 (Plant-Based Meatballs)
제조사 (현지어)	모닝 스타 팜스 (Morning Star Farms)	가데인 (Gardein)
제품 종류	기타 비건(대체육) 제품	기타 비건(대체육) 제품
중량	150g	360g
소비자가격	4.9달러 (6,463원)	5.0달러 (6,595원)
100g당 가격	3.26달러 (4,308원)	1.39달러 (1,832원)
원산지	미국	미국
맛	베이컨 맛	미트볼 맛
포장 형태	종이 박스/ 플라스틱파우치	플라스틱 파우치
홍보문구	베이컨보다 34% 적은 지방, 콜레스테롤 프리, 여러분 스스로와 세상을 위한 좋은 식단. 하루 중 언제라도 맛있는 채식을 편리하게 즐기세요.	식사에 이탈리아 풍미를 더하다. 소스만 넣으세요!, Non-GMO, 비건
표기문구	Bioengineered	논데어리, 비건, 코셔, Non-GMO
원료 및 첨가물	콩기름, 변성옥수수전분, 달걀흰자, 콩가루, 밀 글루텐, 가수분해옥수수단백, 식물성 글리세린, 분리대두단백, 구연산나트륨, 설탕, 효모 추출물	물, 텍스춰 대두 단백질 농축물, 카놀라유, 밀 글루텐, 분리 대두 단백질, 강화 밀가루, 메틸셀룰로스, 효모 추출물, 양파 가루, 소금, 보리 맥아 추출물

### Shop ③ 프레드 마이어(Fred Meyer)

**매장 정보**

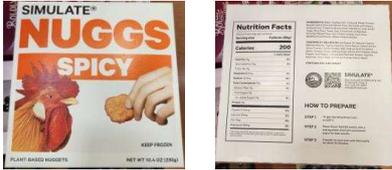
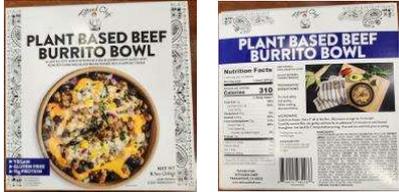
- 유형: 하이퍼마켓
- 판매 제품 특징:  
 학용품, 식품, 생활용품, 차량용품, 주방용품, 전자제품 등의 다양한 제품을 판매
- 매장 주변 특징:  
 상업 지역 내에 위치
- 주요 고객층:  
 현지 주민

브랜드 기본 정보 <sup>9)</sup>			프레드 마이어는 밴쿠버 상업 지역에 위치해 있는 하이퍼마켓으로 학용품, 식품 등 다양한 종류의 제품을 판매하고 있음. 그리고 미국 북서부를 중심으로 운영되고 있는 하이퍼마켓 체인 브랜드로, 2,00여개의 매장이 운영됨
	조사 제품 수: 2개		
매장 정보			
	위치	도시(지역) 상세주소	밴쿠버 16600 SE Mcgillivray Blvd, Vancouver, WA
매장 내부 전경	매장 내부 전경		
			
제품 판매 정보	판매 단백질바 경쟁제품 정보		
			
	닉스 스파이시 (Nuggs Spicy)	플랜트 베이스드 비프 부리또볼 (Plant Based Beef Burrito Bowl)	

사진자료: 현지조사원 자료

9) 프레드 마이어(Fred Meyer) 공식 홈페이지

Shop ③ 프레드 마이어(Fred Meyer)

	경쟁제품 ⑨	경쟁제품 ⑩
제품 사진		
제품명 (현지어)	넥스 스파이시 (Nuggs Spicy)	플랜트 베이스드 비프 부리또볼 (Plant Based Beef Burrito Bowl)
제조사 (현지어)	시물레이트 (Simulate)	타투드 셰프 (Tattooed Chef)
제품 종류	기타 비건(대체육) 제품	기타 비건(대체육) 제품
중량	295g	241g
소비자가격	7.0달러 (9,238원)	7.0달러 (9,238원)
100g당 가격	2.37달러 (3,132원)	2.90달러 (3,833원)
원산지	미국	미국
맛	매운 맛	소고기 맛
포장 형태	종이 박스/ 플라스틱파우치	종이 박스/ 플라스틱파우치
홍보문구	식물성 너겟	식물성 음식 만들기. SNS에서 우리의 다른 식물성 제품을 확인하세요!, 비건, 글루텐 프리
표기문구	Bioengineered	비건, 글루텐 프리
원료 및 첨가물	물, 콩기름, 질감 밀 단백질, 빵가루, 효모, 강화 밀가루, 설탕, 쌀가루, 분리 콩 단백질, 옥수수 가루, 변성 식품 전분, 분리 밀 단백질	완두콩 단백질, 코코넛 오일, 쌀가루, 칠리 파우더, 토마토 파우더, 양파 가루, 커민, 캘리포니아, 소금, 검은콩, 옥수수, 대체 치즈, 비건 크림치즈

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

### III

## 경쟁기업



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

## 1. 미국 비건 냉동만두 경쟁기업 선정

### ▶ 대표 경쟁기업으로 현지 기업 3개사 선정

미국 오프라인 유통채널에서 경쟁제품을 판매하고 있는 경쟁기업 중, 다른 경쟁기업보다 제품 특성(비건) 강조가 잘 되어 있으며, 제품 인기도가 높은 현지 기업 3개사를 경쟁기업으로 선정함

### ▶ 경쟁기업 3개사, 평균 19년 업력 보유

선정된 경쟁기업 3개사는 평균 19년간 사업을 이어오고 있는 것으로 확인됨. 모닝스타 팜즈 브랜드는 1999년에 런칭되어 24년의 업력을 보유하고 있으며, 비온드 미트는 2009년 설립된 후 14년의 업력을 보유하고 있음. 가데인은 2003년 설립 후 20년째 업력을 이어오고 있음

### ▶ 경쟁기업 3개사, 기타 비건(대체육) 동일 품목 종류 조사

미국에 진출한 경쟁기업 3개사가 판매하고 있는 기타 비건(대체육) 동일 품목 수를 조사한 결과, 가데인이 총 59개로 경쟁기업 3개사 중 가장 많은 동일 품목을 판매 중인 것으로 조사됨. 그다음으로는 모닝스타 팜즈가 40개, 비온드 미트가 21개의 동일 품목을 판매 중인 것으로 확인됨

[표 3.1] 비건 냉동만두 경쟁기업 일반 현황

경쟁기업	국적	업력	동일 품목 수
모닝스타 팜즈	미국	24년	40개
비온드 미트	미국	14년	21개
가데인	미국	33년	59개

자료: 미국 진출 비건 냉동만두 경쟁기업 3개사 분석

## 2. 미국 비건 냉동만두 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 22년도 매출액
	직원 수	기업 22년도 직원 수
	설립연도	기업의 설립연도
	동일품목	비건 냉동만두 및 기타 비건(대체육) 제품

### ▶ 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 슈퍼센터, 타겟, 프레드 마이어
온라인	크로거, 월마트, 아마존

### 3. 미국 비건 냉동만두 경쟁기업 현황 및 현지화 정보

---

#### ▶ 경쟁기업 3개사 미국 오프라인 매장 진출

미국에 진출한 경쟁기업 3개사 모두 현지조사를 진행한 오프라인 매장에 입점해있는 것으로 확인됨. 모닝 스타 팜스와 가데인은 월마트 슈퍼센터, 타겟, 프레드 마이어 3개 매장 모두에, 비온드 미트는 월마트 슈퍼센터와 프레드 마이어에 입점한 것으로 확인됨. 그리고 3개사 모두 온라인 매장인 크로거와 월마트, 아마존에 입점해있는 것으로 나타남

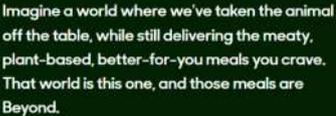
#### ▶ 경쟁기업, SNS를 통한 활발한 제품 홍보 활동

미국 시장에 진출한 경쟁기업 3개사의 홍보 채널을 조사한 결과, 3개사 모두 자사 홈페이지를 통해 기업 정보 및 자사 제품의 정보를 제공하고 있는 것으로 확인됨. 모닝 스타 팜스와 가데인은 미국(글로벌) 홈페이지를 운영하고 있으며, 비온드 미트는 유럽 및 캐나다의 7개 별도 페이지를 운영하고 있음. SNS의 경우 모닝 스타 팜스와 비온드 미트는 미국(글로벌) 계정의 페이스북, 인스타그램, 유튜브, 트위터를 운영하고 있으며, 가데인은 미국(글로벌) 계정의 페이스북, 인스타그램, 트위터를 운영 중임

▶ 경쟁기업 3개사 모두 ‘대체육’ 문구 활용

미국 시장에 진출한 경쟁기업은 제품을 홍보할 때 홍보문구에 ‘대체육’이라는 단어를 주로 활용하고 있는 것으로 조사됨. 모닝 스타 팜스는 냉동 대체육을 강조한 문구를 활용 중이며, 비온드 미트와 가데인은 동물성 식재료 없이도 좋은 식단을 만들 수 있다는 점을 강조하고 있음

[표 3.7] 미국 비건 냉동만두 경쟁기업 현황

경쟁기업	진출 채널	홍보 채널	홍보문구	홍보문구 사진
모닝 스타 팜스	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 월마트 슈퍼센터</li> <li>- 타겟</li> <li>- 프레드 마이어</li> </ul> </li> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 크로거</li> <li>- 아마존</li> <li>- 월마트</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (미국)</li> <li>SNS 플랫폼                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> <li>- 인스타그램</li> <li>- 유튜브</li> <li>- 트위터</li> </ul> </li> </ul>	- 좋아하는 냉동 대체육을 찾으세요.	
비온드 미트	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 월마트 슈퍼센터</li> <li>- 프레드 마이어</li> </ul> </li> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 크로거</li> <li>- 아마존</li> <li>- 월마트</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (미국/7개국 국가별)</li> <li>SNS 플랫폼 (미국)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> <li>- 인스타그램</li> <li>- 유튜브</li> <li>- 트위터</li> </ul> </li> </ul>	- 식탁에서 동물성 식재료 없이도, 더 나은 식물성 식사를 할 수 있는 세상을 상상해 보세요. 그것이 바로 비온드 미트입니다.	
가데인	<ul style="list-style-type: none"> <li>오프라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 월마트 슈퍼센터</li> <li>- 타겟</li> <li>- 프레드 마이어</li> </ul> </li> <li>온라인 매장                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 크로거</li> <li>- 아마존</li> <li>- 월마트</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자사 홈페이지 (미국)</li> <li>SNS 플랫폼                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북</li> <li>- 인스타그램</li> <li>- 트위터</li> </ul> </li> </ul>	- 미트프리로 만들어진 당신이 가장 좋아하는 음식	

자료: 미국 진출 비건 냉동만두 경쟁기업 3개사 분석

## ① 모닝 스타 팜스

기업 기본 정보	기업명	모닝 스타 팜스		
	기업 설명	모닝 스타 팜스는 1999년에 런칭한 켈로그의 비건 전문 부서로, 버거와 모닝 세트, 핫도그 등 식사류 위주의 제품을 생산 및 판매하고 있음. 비건 브랜드인 인코그미토(Incogmeato)를 함께 운영 중임		
	위치	Battle Creek, MI 49016		
	규모	동일 품목 수	40개	
설립연도		1999년		
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 월마트 슈퍼센터 타겟 프레드 마이어  <온라인 매장> 크로거 월마트 아마존		제품명	베지 베이컨 스트립스 (Veggie Bacon Strips)
			중량	150g
			소비자가격	4.90달러 (6,463원 <sup>10)</sup> )
			제품 종류	기타 비건(대체육) 제품
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	

사진자료: 현지조사원 자료

10) 1달러=1,321.60원(2023.06.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

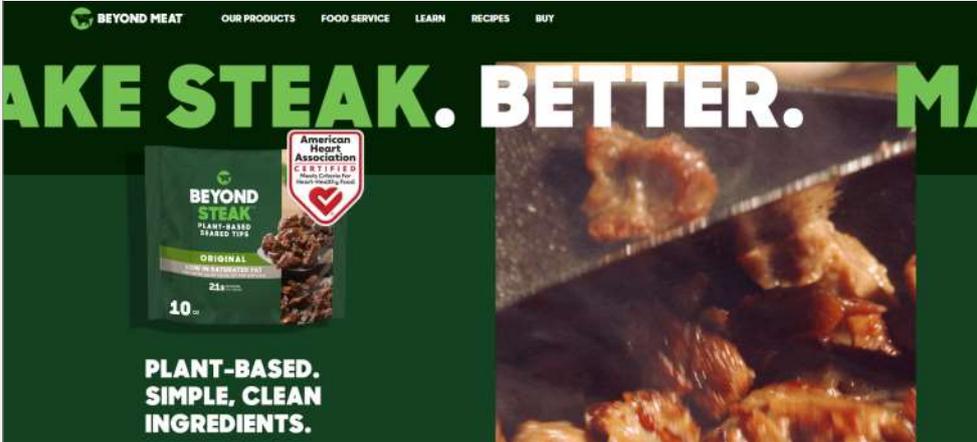
<p>홍보 방식</p>		
<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(미국/글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터(미국)</p>	
<p>게시 주기</p>	<p>1주일에 1회</p>	
<p>게시물 유형</p>	<p>제품 및 레시피 제공</p>	
<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품 소개</li> </ul>
<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 환경 보호 활동 소개</li> </ul>
<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 레시피 소개</li> </ul>

사진자료: 모닝 스타 팜스 홈페이지

## ② 비온드 미트

기업 기본 정보	기업명	비온드 미트		
	기업 설명	2009년 설립된 비온드 미트는 스테이크와 소시지, 패티, 버거, 육포, 미트볼 등 대체육을 전문으로 하는 기업임. 2012년에 첫 제품을 출시한 이후 지속적으로 성장해, 현재 나스닥에 상장되어 있음		
	위치	1325 E El Segundo Blvd, El Segundo, CA 90245 미국		
	규모	동일품목 수	21개	
설립연도		2009년		
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 월마트 슈퍼센터 프레드 마이어  <온라인 매장> 크로거 월마트 아마존		제품명	비온드 브렉퍼스트 소시지 플랜트 베이스드 패티 (Beyond Breakfast Sausage Plant-Based Patties)
			중량	210g
			소비자가격	4.42달러 (5,841원)
			제품 종류	기타 비건(대체육) 제품
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	

사진자료: 현지조사원 자료

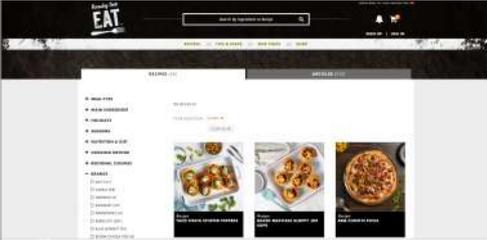
<p>홍보 방식</p>		
	<p>홍보 채널</p>	<p>자사 홈페이지(미국/글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터(미국)</p>
	<p>게시 주기</p>	<p>1주일에 2회</p>
	<p>게시물 유형</p>	<p>기업 소개, 제품 소개, 레시피</p>
<p>게시물 유형</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 회사 개요, 목표 등</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품군 소개</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 레시피 소개</li> </ul>

사진자료: 비욘드 미트 홈페이지

## ③ 가데인

기업 기본 정보	기업명	가데인		
	기업 설명	2003년 설립된 비건 식품 회사로, 코나그라(Conagra)에 2014년 인수되었으며 대체육과 대체 수산물, 수프 등 다양한 비건 식품 포트폴리오를 가지고 있음.		
	위치	222 W Merchandise Mart Plaza #1300, Chicago, IL 60654 미국		
	규모	동일 품목 수	59개	
설립연도		2003년		
기업 진출 채널	<오프라인 매장> 월마트 슈퍼센터 타겟 프레드 마이어  <온라인 매장> 크로거 월마트 아마존		제품명	플랜트 베이스드 미트볼 (Plant-Based Meatballs)
			중량	360g
			소비자가격	5.00달러 (6,595원)
			제품 종류	기타 비건(대체육) 제품
현지 진출 방법	포장 현지화	● (상)	현지 특성에 맞춘 포장 방식 및 포장 디자인 문구 사용	
	홍보 현지화	● (상)	현지 전용 홈페이지 및 SNS 홍보 계정 활용	

사진자료: 현지조사원 자료

<p>홍보 방식</p>	 <table border="1" data-bbox="424 952 1402 1137"> <tr> <td>홍보 채널</td> <td>자사 홈페이지(미국/글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터(미국)</td> </tr> <tr> <td>게시 주기</td> <td>1개월에 1회</td> </tr> <tr> <td>게시물 유형</td> <td>제품 소개, 레시피 소개, 캠페인 소개</td> </tr> </table>	홍보 채널	자사 홈페이지(미국/글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터(미국)	게시 주기	1개월에 1회	게시물 유형	제품 소개, 레시피 소개, 캠페인 소개
홍보 채널	자사 홈페이지(미국/글로벌), 페이스북/인스타그램/유튜브/트위터(미국)						
게시 주기	1개월에 1회						
게시물 유형	제품 소개, 레시피 소개, 캠페인 소개						
<p>게시물 유형</p>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품 소개</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• 레시피 소개</li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• 캠페인 소개</li> </ul>						

사진자료: 가데인 홈페이지

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

# IV

## 수입·유통업체 인터뷰



1. 시스코(Sysco)
2. 에코비건(Ecovegan)
3. 월마트(Walmart)

## Interview ①

11)



## 시스코(Sysco) Supply Chain Analyst

### 시스코 (Sysco)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
  - 글로벌 식품 및 관련 제품 유통 업체
  - 레스토랑, 의료 및 교육, 숙박 시설 등의 고객을 대상으로 유통
  - 육류, 해산물, 과일, 음료, 냉동 식품 등을 취급

### 담당자 정보

Supply Chain Analyst

### 고객사 제품 정보

소비자가격 4.54달러<sup>12)</sup>  
(6,000원)

중량 420g

포장 형태 플라스틱 파우치  
(PE)

### Q1. 고객사 비건 냉동만두에 대한 피드백을 현지에서 인기 있는 경쟁기업 제품과의 비교를 통해 부탁드립니다.

고객사 비건 냉동만두의 가격은 시중의 다른 대체육 제품들과 경쟁이 가능할 것으로 보입니다. 그리고 김치, 버섯, 야채의 세 가지 맛으로, 다양한 맛의 대체육 제품을 찾는 고객들을 만족시킬 수 있습니다. 포장 면에서는, 일반적으로 사용되는 폴리에틸렌 파우치에 포장되어 편리한 보관이 가능합니다. 재료 면에서도 밀단백, 대두단백, 밀가루 등을 조합해 익숙한 대체 식품 재료를 활용했습니다. 활용 면에서도 고객이 굽거나 찌서 먹을 수 있어, 개인 취향에 따라 유연하게 제품을 즐길 수 있습니다. 그리고 비건 인증을 받아 비건 고객에 어필하며, 종합적으로 보았을 때 다양한 맛과 조리법, 비건 인증으로 소비자에게 매력적으로 다가갈 수 있을 것으로 보입니다.

### Q2. 소매/유통업체에서 비건 제품 구매 시 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

대체육 같은 비건 제품을 구매할 때 제품의 품질, 브랜드 인지도, 가격, 포장 및 인증 등의 주요 요소를 고려합니다. 먼저 고객의 기대에 부응하고 평판이 좋은 브랜드에서 생산된, 좋은 품질의 제품을 우선적으로 구매합니다. 또한 가격 경쟁력이 있고, 쉽게 소비할 수 있으며, 포장이 잘 되어 있는지도 확인합니다. 그리고 비건 제품은 비건이나 기타 특성에 관련된 인증을 받은 제품을 찾는 경우가 많으므로 인증도 중요한 역할을 합니다. 유통업체는 이러한 요소를 신중하게 평가해 시장 수요와 고객 선호도에 부합하는 제품을 선택하고 있습니다.

11) 사진자료: 시스코(Sysco) 공식 홈페이지

12) 1달러=1,321.60원(2023.06.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

### Q3-1. 미국 비건 시장의 소비자 트렌드에는 어떤 것이 있나요?

미국의 비건 시장은 빠르게 성장하고 있으며, 다양한 소비자 트렌드가 나타나고 있습니다. 이러한 트렌드에는 식물성 식단의 인기, 편의성을 갖춘 제품에 대한 수요, 지속 가능성에 대한 관심, 건강과 영양에 대한 관심, 지속적인 비건 제품 개발의 혁신 등이 포함됩니다. 소비자들은 준비하기 쉬운 비건 식사와 간식, 지속 가능한 방식으로 공급되고 포장된 제품, 육류 기반 제품을 대체할 수 있는 건강하고 창의적인 제품을 적극적으로 찾고 있습니다. 이러한 트렌드는 비건 시장의 확장을 이끌고 있으며, 새로운 소비자들이 비건 제품을 찾고 구매하도록 유도합니다.

### Q3-2. 소비자가 비건 제품을 구매할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

소비자들은 비건 제품을 구매할 때 재료, 맛, 영양, 가격, 브랜드 평판, 제품 포장 등의 몇 가지 주요 요소를 고려합니다. 먼저 소비자들은 고품질의 건강한 재료로 만들어졌으며, 개인의 식단 선호도와 건강 목표를 충족할 수 있는 제품을 찾습니다. 특히 비건 식품에 대한 맛과 만족도에 대한 기대치가 있어, 맛은 중요합니다. 또한 비건 소비자들은 제품의 영양을 고려하며, 필요한 영양소를 갖추었는지도 확인합니다. 그리고 소비자는 기존 브랜드를 신뢰하면서도 가격 대비 좋은 가치를 얻고자 하기 때문에, 가격과 브랜드 평판도 중요한 고려 사항입니다. 마지막으로 소비자들은 지속 가능성에 대한 가치를 중요시해, 친환경 소재로 포장된 제품을 선호하는 경우가 많습니다.

#### Q4. 현지에서 인기 있는 비건 제품의 주요 마케팅 방법과 채널은 무엇인가요?

소셜 미디어는 비건 제품을 홍보할 수 있는 강력한 채널로, 기업이 많은 잠재 고객에게 빠르고 쉽게 다가갈 수 있도록 도와줍니다. 특히 소셜 미디어에서 상당한 팔로워를 보유하고 있는 비건 인플루언서를 활용한 인플루언서 마케팅은, 비건 시장에서 널리 사용되는 전략입니다. 또한 이커머스 및 리테일과의 파트너십은 비건 제품을 판매하고 시장 범위를 확장하는 데 널리 사용되는 수단입니다. 이러한 채널들은 소비자에게 편의성, 가시성, 접근성을 제공하여 비건 시장의 성장을 촉진하고 기업과 다양한 고객을 연결합니다.

#### Q5. 현지 비건 제품을 판매하기 위한 효과적인 홍보 방법은 무엇인가요?

지역 이벤트 또는 마켓 참여, 소셜 미디어 마케팅, 인플루언서 또는 지역과의 파트너십, 샘플링 프로그램 등 여러 효과적인 방법을 활용할 수 있습니다. 이러한 전략은 브랜드 인지도를 높이고, 지역 커뮤니티와 소통하며, 잠재 고객에게 제품을 소개하는 데 도움이 됩니다.

#### Q6. 고객사 비건 제품이 현지 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

현지 건강식품 매장, 이커머스 플랫폼, 직배송, 식료품점과의 파트너십 등 여러 적절한 유통채널을 활용하면, 현지 시장에 성공적으로 진출할 수 있습니다. 이러한 채널을 통해 더 많은 고객에게 다가갈 수 있고, 현지 시장의 잠재 고객에게 비건 제품을 효과적으로 소개할 수 있는 기회를 확보할 수 있습니다.

## Interview ②

13)



## 에코비건(Ecovegan) Operations Manager

### 에코비건 (Ecovegan)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
  - 비건 식품 및 관련 제품 전문 유통 업체
  - 북아메리카 및 아시아 비건 제품을 주로 취급
  - 대체육, 대체 유제품 및 기타 식품 등 다양한 품목 취급

### 담당자 정보

Operations Manager

### 고객사 제품 정보

소비자가격 4.54달러  
(6,000원)

중량 420g

포장 형태 플라스틱 파우치  
(PE)

### Q1. 고객사 비건 냉동만두에 대한 피드백을 현지에서 인기 있는 경쟁기업 제품과의 비교를 통해 부탁드립니다.

먼저 개당 1.80달러(2,379원)의, 시중의 다른 대체육 제품들과 비교했을 때 매력적인 가격입니다. 김치, 버섯, 야채 등 세 가지 맛으로 출시해 비건들이 주로 찾는 다양한 입맛을 충족시킨 점도 눈에 띄니다. 고객사 비건 냉동만두가 획득한 인증은 식품 안전 기준과 규정을 준수해, 비건 고객들에게 높은 평가를 받을 수 있습니다. 특히 비건 인증은 성장하는 비건 식품 시장에서 브랜드를 유리하게 포지셔닝하는 중요한 셀링 포인트가 됩니다.

### Q2. 소매/유통업체에서 비건 제품 구매 시 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

유통업체에서 비건 제품을 구매할 때 시장 수요, 품질, 맛, 가격, 포장, 브랜드 평판, 비건/유기농/Non-GMO 등의 인증 여부 등을 고려합니다. 즉 유통업체는 소비자 선호에 부합하는 매력적인 포장과, 관련 인증을 갖춘 경쟁력 있는 가격의 고품질 제품을 우선적으로 고려합니다.

### Q3-1. 미국 비건 시장의 소비자 트렌드에는 어떤 것이 있나요?

미국 비건 시장에서는 몇 가지 소비자 트렌드가 나타나고 있는데, 첫째로 윤리, 건강 및 환경에 대한 관심으로 인한 비건 채식이 인기가 있습니다. 둘째, 식료품점과 레스토랑, 패스트푸드 체인점에서 비건 제품에 대한 접근성이 높아지고 있습니다. 셋째, 소비자들이 건강상의 이점과 지속 가능성을 위해 비건 제품을 선택하고 있습니다. 넷째, 식물성 대체 식품의 맛과 식감이 개선되고 있습니다. 다섯째, 소셜 미디어가 비건 시장의 소비자 트렌드에 영향을 미치고 있습니다. 마지막으로, 소비자들이 취식하기 쉬운 옵션을 찾는 등 편의성이 중요해졌습니다. 그리고 미국 비건 시장은 성장하고 있으며, 앞으로도 계속 시장이 확대될 것으로 예상합니다.

### Q3-2. 소비자가 비건 제품을 구매할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

소비자는 원재료의 품질, 맛, 가격, 건강상의 이점, 브랜드 평판, 편의성 등의 요소를 고려합니다. 특히 천연 재료와 맛, 합리적인 가격, 건강상의 이점을 선호합니다. 이러한 선택은 동물 복지, 지속 가능성, 사회 정의와 같은 가치와도 연결될 수 있습니다. 또한 소비자는 쉽게 구매 가능하고 조리할 수 있는 비건 제품을 찾기 때문에, 편의성도 중요한 역할을 합니다.

#### Q4. 현지에서 인기 있는 비건 제품의 주요 마케팅 방법과 채널은 무엇인가요?

미국에서 인기 있는 비건 제품은 다양한 방법과 채널을 통해 마케팅 됩니다. 인스타그램, 페이스북, 트위터와 같은 소셜 미디어 플랫폼은, 비건 인플루언서 및 블로거의 영향력을 바탕으로 비건 제품을 홍보하는데 중추적인 역할을 합니다. 비건 페스티벌과 식품 박람회, 각종 이벤트는 비건 제품을 선보이고 소비자와 직접 소통할 수 있는 중요한 기회입니다. 그리고 아마존, 스라이브 마켓과 같은 이커머스, 옐프, 구글과 같은 플랫폼의 고객 리뷰를 활용하여 노출도와 접근성을 높일 수 있습니다. 한편 이메일 마케팅은 신제품을 소개하고, 할인 혜택을 제공하며, 충성도 높은 고객 커뮤니티를 만드는 데 사용됩니다. 마지막으로 비건 라이프스타일을 지지하는 유명인과의 인플루언서 파트너십은 브랜드 인지도를 확대하고, 더 많은 고객에게 다가갈 수 있는 강력한 수단으로 활용되기도 합니다.

#### Q5. 현지 비건 제품을 판매하기 위한 효과적인 홍보 방법은 무엇인가요?

현지 비건 제품을 효과적으로 홍보하기 위한 몇 가지 방법이 있는데 첫째, 파머스 마켓에서 제품을 전시하고 판매하면 지역 사회와 직접 연결되고, 비건 제품을 관심 있는 사람들에게 노출시킬 수 있습니다. 둘째, 음식 축제 및 이벤트에 참여하면 비건 제품을 선보이고 브랜드 인지도를 높일 수 있는 좋은 기회가 됩니다. 셋째, 카페와 레스토랑, 건강식품점 등 현지 비즈니스와 협업하면, 더 많은 현지 고객에게 비건 제품을 알릴 수 있습니다. 넷째, 소셜 미디어 플랫폼을 활용하고 지역 비건 인플루언서 및 블로거와 협업하면, 팔로워에게 현지 비건 제품을 홍보하고 브랜드 인지도를 높일 수 있습니다. 다섯째, 무료 샘플을 제공하면 고객이 제품을 사용해 보도록 하여, 관심을 유도하고 판매를 촉진할 수 있습니다. 마지막으로, 커뮤니티 이벤트 및 이니셔티브에 적극적으로 참여하면, 지역 비건 제품을 사회적으로 책임감 있는 선택으로 포지셔닝할 수 있어 긍정적인 브랜드 평판 구축이 가능합니다.

---

## Q6. 고객사 비건 제품이 현지 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

자체 웹사이트나 모바일 앱을 개발하여, 고객이 직접 제품을 주문할 수 있는 편리한 플랫폼을 제공해 소비자 직접 배송 시스템을 구축할 수 있습니다. 또한 현지 건강식품 매장을 통해 기존 고객 기반을 활용하고 건강에 관심이 많은 소비자를 타겟팅하여, 제품을 판매하는 기회를 모색할 수 있습니다. 온라인 입지를 확장하기 위해서는 아마존, 스라이브 마켓과 같은 인기 이커머스에서 제품을 판매하여, 더 넓은 고객 네트워크를 확보하는 것을 고려해볼 만합니다. 그리고 비건 메뉴를 판매하는 현지 레스토랑과 협업하면 제품의 도달 범위를 더욱 넓히고, 더 많은 고객에게 제품을 소개할 수 있습니다. 마지막으로 구독 서비스를 제공하면 반복적인 수익원 및 충성 고객 확보가 가능합니다.

## Interview ③

14)



## 월마트(Walmart) Manager

### 월마트 (Walmart)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
  - 다양한 카테고리의 제품을 취급하는 글로벌 소매 유통 업체
  - 글로벌 소매 유통업체인 만큼, 다양한 국가의 제품 취급
  - 비건 관련 식료품, 냉동식품, 음료 등 다양한 제품 역시 취급

### 담당자 정보

Manager

### 고객사 제품 정보

소비자가격 4.54달러  
(6,000원)

중량 420g

포장 형태 플라스틱 파우치  
(PE)

### Q1. 고객사 비건 냉동만두에 대한 피드백을 현지에서 인기 있는 경쟁기업 제품과의 비교를 통해 부탁드립니다.

고객사 비건 냉동만두는 시장에서 경쟁력 있는 대체육 제품으로서의 가능성이 있습니다. 먼저 가격이 합리적이어서 소비자에게 매력적인 선택지를 제공할 것입니다. 김치, 버섯, 야채의 세 가지 독특한 맛으로 차별화한 것도, 다양한 소비자 기호를 충족시킬 수 있어 보입니다. 이렇게 맛의 다양성을 통해 제품을 차별화하면, 더 많은 고객과 경쟁 우위를 확보하는 데 도움이 될 수 있습니다. 포장재의 경우 폴리에틸렌 재질이 재활용이 가능 및 친환경 여부를 파악해 소비자의 니즈에 발맞추는 것도 도움이 될 것입니다. 해당 제품이 획득한 인증은 소비자들 사이에서 신뢰를 확보합니다. 전반적으로 고객사 비건 냉동만두는 식물성 제품을 찾는 소비자에게 좋은 선택지를 제시하고 있습니다.

### Q2. 소매/유통업체에서 비건 제품 구매 시 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

유통업체는 비건 제품을 구매할 때, 품질과 가격, 접근성, 브랜드 평판, 포장, 라벨링, 고객 수요 등 다양한 요소를 고려합니다. 유통업체는 품질 기준을 충족하고 가격이 합리적이며, 공급이 안정적이고, 브랜드가 강력하며, 포장 및 라벨링이 명확하고 지속 가능한 제품을 구매하게 되어 있습니다.

### Q3-1. 미국 비건 시장의 소비자 트렌드에는 어떤 것이 있나요?

건강과 지속 가능성, 윤리적 문제로 인한 식물성 식단의 인기가 높아지고 있다는 것이 미국 비건 시장의 소비자 트렌드입니다. 그리고 소셜 미디어는 비건식을 홍보하고 채식에 기반한 라이프스타일에 대한 인식을 높이는 데 중요한 역할을 하고 있습니다.

### Q3-2. 소비자가 비건 제품을 구매할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

소비자들은 맛, 건강상의 이점, 가격, 원재료의 품질, 브랜드 평판, 편의성, 윤리적 문제 등의 요소를 고려합니다. 소비자들은 맛도 좋고, 건강에 도움이 되며, 합리적인 가격에, 좋은 품질의 원재료로 만들어지고, 자신의 가치관에 부합하는 비건 제품을 찾습니다.

### Q4. 현지에서 인기 있는 비건 제품의 주요 마케팅 방법과 채널은 무엇인가요?

미국에서 인기 있는 비건 제품은 소셜 미디어, 인플루언서 마케팅, 이벤트, 리테일 파트너십, 콘텐츠 마케팅, 포장 및 라벨링에서의 전략 등 다양한 채널을 통해 홍보됩니다. 비건 브랜드는 이러한 여러 마케팅 방법을 사용하여 소비자 도달 범위를 넓히고, 브랜드 인지도를 높이며, 비건 라이프스타일과 비건 제품의 장점을 소비자에게 알립니다.

### Q5. 현지 비건 제품을 판매하기 위한 효과적인 홍보 방법은 무엇인가요?

현지 비건 제품을 효과적으로 홍보하려면 소셜 미디어 플랫폼의 활용, 각종 협업, 현지 미디어 매체 및 커뮤니티와의 활발한 교류, 현지 행사 및 축제 참여 등이 필요합니다. 소셜 미디어 플랫폼을 활용하면 노출 범위를 확대할 수 있으며, 현지 비즈니스와의 협업 역시 노출 범위를 확대하고 새로운 고객도 유치할 수 있습니다. 현지 언론 매체와 협력하면 커뮤니티 내 홍보 효과 및 인지도 확대가 가능합니다. 또한 현지 행사 및 축제에 참여하면 잠재 고객에 직접 제품을 선보이고 소통할 수 있습니다. 마지막으로 현지 커뮤니티에 적극적으로 참여하면 긍정적인 브랜드 이미지 및 충성 고객 확보가 가능합니다.

---

## Q6. 고객사 비건 제품이 현지 시장에 진출하기 위한 적절한 유통채널은 무엇인가요?

현지 시장에 진출하기 위해 온라인 마켓플레이스, 소매점과의 파트너십, 식품 서비스나 유통업체와의 협업 등 다양한 유통채널을 활용할 수 있습니다. 유통채널의 선택은 제품의 특성, 타겟 고객, 현지 시장의 경쟁 수준과 같은 요소를 바탕으로 이루어져야 합니다. 가장 적합한 유통채널을 신중하게 선택하고 활용함으로써 비건 제품을 현지 시장에 효과적으로 소개하고 더 많은 고객층에게 다가갈 수 있습니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

V

# 경쟁력파악



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

## 1. 제품 경쟁력 검증

### 1) 100g당 가격

● 경쟁제품(제조사)

- ① 베지터블 팟스타커즈 (필 굿 푸드)
- ② 플랜트 베이스드 팟스타커즈 (옵니)
- ③ 미니어처 플랜트 베이스드 콘도그 (필드 로스트)
- ④ 플랜트 베이스드 오리자널 치킨 너겟 (그레이트 밸류)
- ⑤ 비온드 브렉퍼스트 소시지 플랜트 베이스드 패티 (비온드 미트)
- ⑥ 임파서블 치킨 메이드 프롬 플랜츠 (임파서블 푸드)
- ⑦ 베지 베이컨 스트림스 (모닝 스타 팜스)
- ⑧ 플랜트 베이스드 미트볼 (가데인)
- ⑨ 넥스 스파이시 (시물레이트)
- ⑩ 플랜트 베이스드 비프 부리또볼 (타투드 셰프)

▶ 고객사 제품 100g당 가격, 경쟁제품 평균 가격 대비 낮은 편

고객사 제품의 100g당 가격은 1.08달러(1,393원<sup>15)</sup>)로, 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격인 2.25달러(2,903원)보다 50% 이하로 매우 낮은 수준으로 확인됨. 현재 미국에서 유통되는 비건 경쟁제품의 100g당 평균 가격은 1.39달러에서 3.26달러까지 비교적 다양한 편임

[표 5.1] 미국 비건 냉동만두 가격 경쟁력 분석

(단위: 100g/달러)



15) 1달러=1,321.60원(2023.06.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

## 2) 중량

### ● 경쟁제품(제조사)

- ① 베지터블 팟스타커즈 (필 굿 푸드)
- ② 플랜트 베이스드 팟스타커즈 (올니)
- ③ 미니어처 플랜트 베이스드 콘도그 (필드 로스트)
- ④ 플랜트 베이스드 오리자널 치킨 너겟 (그레이트 밸류)
- ⑤ 비욘드 브렉퍼스트 소시지 플랜트 베이스드 패티 (비욘드 미트)
- ⑥ 임파서블 치킨 메이드 프롬 플랜츠 (임파서블 푸드)
- ⑦ 베지 베이컨 스트립스 (모닝 스타 팜스)
- ⑧ 플랜트 베이스드 미트볼 (가데인)
- ⑨ 넥스 스파이시 (시몰레이트)
- ⑩ 플랜트 베이스드 비프 부리또볼 (타투드 셰프)

### ▶ 고객사 제품 중량, 경쟁제품 평균 대비 큰 편

고객사 제품의 1개당 중량은 420g으로 비건 냉동만두 경쟁제품 10개의 평균 중량인 258g의 160% 수준으로 경쟁제품 대비 큰 편으로 조사됨. 제품 현지화를 위해 미국에서 유통되는 비건 냉동만두 경쟁제품의 평균 중량이 150~360g 내외로 낮은 점을 참고하여 포장 중량을 조금 낮추어 시장에 진출하는 방안을 고려할 수 있음

[표 5.2] 미국 비건 냉동만두 중량 경쟁력 분석

(단위: g)

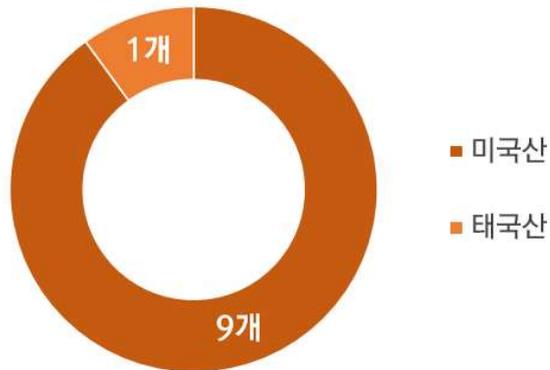


## 3) 원산지

## ▶ 경쟁제품 10개 중 9개 제품이 미국산

미국에서 판매되고 있는 비건 냉동만두 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 10개의 제품 중 9개의 제품이 미국산임을 확인함. 1개 제품은 태국산인 것으로 조사됨

[표 5.3] 미국 비건 냉동만두 제품 원산지 분석

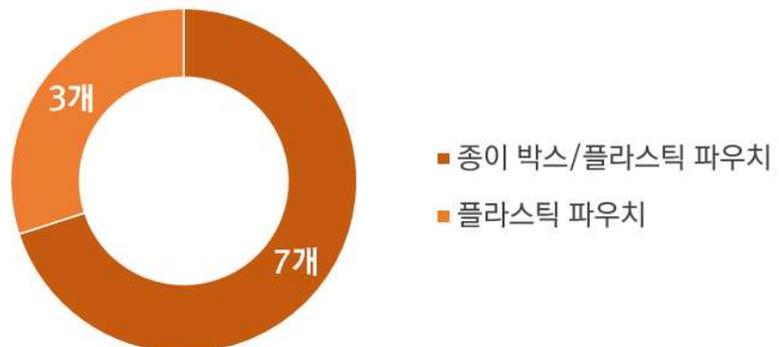


## 4) 포장 형태

## ▶ 현지 경쟁제품 10개 중 7개 제품 종이 박스와 플라스틱 파우치

미국에서 판매 중인 비건 냉동만두 경쟁제품 10개의 포장 형태를 조사한 결과, 10개의 제품 중 7개의 제품이 종이 박스와 플라스틱 파우치를, 3개의 제품이 플라스틱 파우치를 포장에 활용함

[표 5.4] 미국 비건 냉동만두 제품 포장 형태 분석

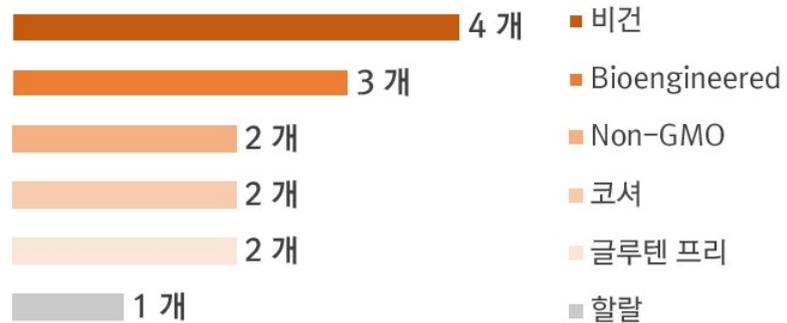


## 5) 표기사항

## ▶ 경쟁제품 10개 중 4개 제품, 비건 제품임을 강조

미국에서 판매되고 있는 비건 냉동만두 경쟁제품 10개의 표기사항을 조사(중복 포함)한 결과, 10개의 제품 중 4개의 제품이 비건 제품임을 표기사항으로 활용한 것을 확인함

[표 5.5] 미국 비건 냉동만두 제품 표기사항 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 : 크로거, 월마트, 아마존
  - (\*) 오프라인 매장 : 월마트 슈퍼센터, 타겟, 프레드 마이어
- 다수의 온/오프라인 매장에서 판매
  - (\*) 온라인 쇼핑몰 : 아마존
  - (\*) 오프라인 매장 : 월마트 슈퍼센터

### ▶ 유사 인기 제품 벤치마킹



특징 ①  
미국산

---

특징 ②  
만두형 제품



특징 ①  
미국산

---

특징 ②  
미트볼 제품



현지 벤치마킹 인기 제품  
(필 굿 푸드 \_  
베지터블 팟스티커즈)  
**'미국 현지 생산'**

◀ 벤치마킹  
현지 원산지

고객사 제품  
**'100% 식물성  
비건 인증  
비건 냉동만두'**

벤치마킹 ▶  
평균 이상 중량

현지 벤치마킹 인기 제품  
(가테인  
플랜트 베이스드 미트볼)  
**'미트볼 형태의  
비건 제품'**

## 2) 벤치마킹 제품 분석 ▶ 벤치마킹 제품, 현지 생산

### - 현지 생산

현지에서 판매 중인 비건 냉동만두 경쟁제품 10개의 원산지를 조사한 결과, 벤치마킹 제품을 포함하여 총 9개의 제품이 미국 현지에서 생산되었음을 확인함. 관련 인터뷰를 진행한 결과, 미국 소매업체들은 비건 소비자들이 건강한 재료로 만든 고품질의 제품들을 우선적으로 고려하는 경향이 있음을 확인하였으며, 특히 냉동 제품의 특성상 운송 및 보관, 짧은 유통기간 등을 고려하는 것으로 판단됨. 현지 생산 제품의 경쟁력이 높은 점을 확인함

[표 5.6] 미국 비건 냉동만두 소비자 구매 요인 인터뷰 분석

(인터뷰) 소비자들은 고품질의 건강한 재료로 만들어졌으며, 개인의 식단 선호도와 건강 목표를 충족할 수 있는 제품을 찾습니다.

## 3) 벤치마킹 제품 분석 ▶ 벤치마킹 제품, 만두형 외 다양한 형태의 비건 대체육 제품 보유

### - 다양한 형태의 비건 제품

현지에서 판매 중인 비건 냉동만두 경쟁제품 10개의 제품 형태를 조사한 결과, 만두 형태 제품보다는 미트볼, 너겟 등의 형태로 판매 중인 제품이 많음을 파악함. 만두형 제품은 일반적으로 아시아 음식으로 간주되고 있어, 수요가 제한될 수 있음. 따라서, 고객사도 미트볼, 너겟, 스테이크 등의 다양한 비건 대체육 제품 라인을 출시하면 미국 현지 소비자들의 수요를 만족시킬 수 있을 것으로 판단됨

### 3. 기업 마케팅 벤치마킹

[표 5.7] 비건 냉동만두 기업 마케팅 벤치마킹

선정 기업 기본 정보	기업명	모닝 스타 팜스	
	기업 설명	모닝 스타 팜스는 1999년에 런칭한 켈로그의 비건 전문 부서로, 버거와 모닝 세트, 핫도그 등 식서류 위주의 제품을 생산 및 판매하고 있음. 내부적으로 비건 브랜드인 인코그미트를 함께 운영 중임	
주요 마케팅 전략	협업 마케팅		
	홍보 현지화		
		미국 홈페이지와 페이스북/인스타그램/트위터/유튜브 운영 중	제품에 대한 상세한 소개와 함께 레시피 제공
	환경 보호 활동 진행	환경 보호 활동 진행	
요약	판매채널	오프라인 매장(월마트 슈퍼센터/타겟/프레드 마이어) 온라인 매장(크로거/월마트/아마존)	
	홍보채널	자사홈페이지(미국) 및 SNS 플랫폼(미국, 페이스북/인스타그램/트위터/유튜브)	
	홍보문구	좋아하는 냉동 대체육을 찾으세요.	

## 4. 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 종류, 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	Portion, Serving, Size 등
제품 종류	판매 제품 종류에 대한 평가	Dumpling, Asian, Vegan 등
맛	판매 제품 맛에 대한 평가	Artificial, Natural, Tasty 등
품질	판매 제품 품질에 대한 평가	Quality, Package, Safety, Fresh 등

### ▶ 월마트에서 판매되고 있는 기타 비건(대체육) 제품 선정

[표 5.9] 온라인 인기제품 리뷰 분석 제품 정보



판매 사이트	월마트 (Walmart)	수집 리뷰 수	200건
제품명	플랜트 베이스드 미트볼 (Plant-Based Meatball)		
제품 종류	기타 비건(대체육) 제품	소비자가격	5.17달러 (6,669원 <sup>16)</sup> )
중량	360g	포장	플라스틱 파우치
특징	식사에 이탈리아 풍미를 더하다. 소스만 넣으세요! Non-GMO, 비건		

16) 1달러=1,321.60원(2023.06.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

분석 제품 정보

사이트	월마트
수집 리뷰 수	200개
제품명	플랜트 베이스드 미트볼
제품 종류	기타 비건(대체육) 제품
소비자가격	5.17달러 (6,669원)
중량	360g
포장	플라스틱 파우치
특징	식사에 이탈리아 풍미를 더하다. 소스만 넣으세요! Non-GMO 비건

▶ 온라인 인기제품 리뷰 감성분석 결과, ‘맛’에 대한 만족도 높은 편

빅데이터 분석을 통해 미국 온라인 쇼핑몰에서 인기리에 판매되고 있는 기타 비건(대체육) 제품의 리뷰 감성분석을 실시함. 그 결과, ‘품질’에 대한 긍정 점수가 345점으로 가장 높게 나타나 품질에 대한 소비자의 만족도가 가장 높은 것으로 조사됨. 그다음으로는 ‘맛’에 대한 긍정 점수 또한 303점으로 높은 편인 것으로 나타남

[표 5.10] 온라인 인기제품 리뷰 분석 결과

(단위: 점)



[평가지표별 소비자 감성분석 결과]

지표	긍정 점수	부정 점수
가격	194	77
중량	58	17
제품 종류	137	82
맛	303	176
품질	345	120
종합	1,037	472

2023

수출기업 맞춤형 조사

경쟁력 분석형

# VI 시사점



# Export Insights

## Vegan Frozen Dumpling Price&Volume

### Point. 1



- ✓ 미국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 비건 냉동만두 경쟁제품 10개의 평균 100g당 가격은 2.25달러(약 2,903원)
- ✓ 고객사 비건 냉동만두 제품의 100g당 가격은 1.08달러(약 1,393원)으로 가격 경쟁력이 있음

### Point. 2



- ✓ 미국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 비건 냉동만두 경쟁제품 10개의 평균 중량은 258g으로 고객사 제품 중량(400g)보다 낮음
- ✓ 중량이 가장 큰 제품의 경우 360g, 가장 적은 제품은 150g으로 제품별로 중량 상이한 편
- ✓ 만두형 제품 2개의 중량은 각각 284g, 200g으로 고객사 제품 중량보다 매우 낮은 편

## Vegan Frozen Dumpling Country&Package

### Point. 1



- ✓ 미국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 비건 냉동만두 경쟁제품 10개의 원산지는 미국이 9개로 가장 많음
- ✓ 이외에 태국산 제품 1개가 조사되었으며, 해당 제품의 제조사 '옵니(Omni)'는 미국 기업임
- ✓ 미국 비건 냉동만두 시장은 미국 현지 기업이 강세를 보임

### Point. 2



- ✓ 미국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 비건 냉동만두 경쟁제품 10개 중 7개 제품이 종이 박스 외포장, 플라스틱 파우치 내포장의 형태로 제품을 포장함
- ✓ 나머지 3개 제품은 모두 플라스틱 파우치로만 제품을 포장한 것을 확인함

## USA Market Competitor



### Point. 1



- ✓ 미국 비건 냉동만두 시장 경쟁기업 3개사 조사 결과, 3개사 모두 오프라인 채널 '월마트 슈퍼센터'와 '프레드 마이어'에 진출
- ✓ 모닝 스타 팜스와 가데인은 추가로 오프라인 채널 '타겟'에도 진출
- ✓ 경쟁기업 3개사 모두 크로거, 아마존, 월마트 온라인 유통채널에도 진출

### Point. 2



- ✓ 미국 비건 냉동만두 시장 경쟁기업 3개사 조사 결과, 3개사 모두 글로벌 자사 홈페이지를 보유
- ✓ 비욘드 미트의 경우 홈페이지에서 7개의 언어 서비스 또한 제공함
- ✓ 경쟁기업 3개사 모두 글로벌 계정 인스타그램과 트위터를 운영 중

## Importer·Distributor Interview



### Point. 1



- ✓ 미국 비건 냉동만두 수입·유통업체 인터뷰 결과, 고객사 제품에 대해 합리적인 가격대, 독특하고 다양한 맛 제품 라인 보유의 면에서 긍정적으로 평가
- ✓ 현지에서 비건 제품을 효과적으로 홍보하려면 SNS 플랫폼의 적극 활용 및 인플루언서와의 협업, 현지 커뮤니티 행사 참여 등의 방법 존재

### Point. 2



- ✓ 미국 비건 냉동만두 바이어들은 주로 품질과 가격, 브랜드 평판, 고객 수요 등 다양한 요소를 고려하여 구매함
- ✓ 또한, 공급이 안정적이고 강력한 브랜드 파워를 가진 제품을 선호함
- ✓ 미국 소비자들은 제품 구매시 품질, 맛 등의 요소를 주로 고려하며, 동물 복지나 지속가능성 여부에도 엄격한 편임

## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

1. 미국 인구조사국 ([www.census.gov](http://www.census.gov))
2. 스탓티스타 ([www.statista.com](http://www.statista.com))
3. 구글맵 ([www.google.co.kr/maps](http://www.google.co.kr/maps))
4. 크로거 홈페이지 ([www.kroger.com](http://www.kroger.com))
5. 월마트 홈페이지 ([www.walmart.com](http://www.walmart.com))
6. 아마존 홈페이지 ([www.amazon.com](http://www.amazon.com))
7. 타겟 홈페이지 ([www.target.com](http://www.target.com))
8. 프레드 마이어 홈페이지 ([www.fredmeyer.com](http://www.fredmeyer.com))
9. 모닝스타 팜즈 홈페이지 ([www.morningstarfarms.com](http://www.morningstarfarms.com))
10. 비욘드미트 홈페이지 ([www.beyondmeat.com](http://www.beyondmeat.com))
11. 가데인 홈페이지 ([www.gardein.com](http://www.gardein.com))
12. 시스코 홈페이지 ([www.sysco.com](http://www.sysco.com))
13. 에코비건 홈페이지 ([www.ecovegan.com](http://www.ecovegan.com))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.08.25

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 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.  
Printed in Korea