

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202309-10
품목 | 볶음면(Fried Noodle)
HS CODE | 1902.30-1090
국가 | 미국(USA)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 미국 편의식 시장규모	06
2. 미국 간편조리식 시장규모	07
3. 미국 볶음면 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. '라면'이 주요 경쟁제품으로 빈출	11
2. 제품 중량으로 '온스'를 사용하며 '팩' 단위 판매 다수	12
3. '삼양' 등 국내 브랜드 다수 확인	13
4. '매운'과 '김치' 등 매콤한 맛 인기	14

VI. 유통채널

1. 미국 볶음면 유통채널 점유율	16
2. 미국 볶음면 주요 유통채널	17

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 미국 볶음면 통관 및 검역 절차	30
2. 미국 볶음면 품질 인증	31
3. 미국 볶음면 라벨링	34
4. 미국 볶음면 성분 및 유해물질	38

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 유나이티드누들(United Noodles)	41
2. 블루스톤임포트(Bluestone Import)	44
3. 에이치마트유에스에이(H Mart USA)	47

VII. 시사점

1. 시사점	51
※ 참고문헌	53



HS CODE : 1902.30-1090

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

SUMMARY

미국 볶음면 시장

시장 현황

편의식 시장규모

단위 : 십억 달러



간편조리식 시장규모

단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 1902.30 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입 규모



시장 트렌드

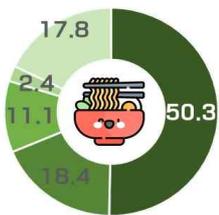
빅데이터 분석



* 미국 온라인쇼핑몰 볶음면 제품 376건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



- 전통 식료품점
- 슈퍼마켓
- 할인점
- 온라인
- 기타

통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금	한-미 FTA 세율 0% 기본세율 6.4%
사전 준비	식품 제조시설 등록 수입식품 사전등록

권장 인증



라벨링 유의사항

필수 표기사항
제품명, 순종량, 제조자, 성분 리스트, 알레르겐 성분, 영양성분표, 원산지, 영어 표기, 한국어 표기 포함 시 영어/한국어 모두 표기

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

볶음면에 대한 수요 증가 미국 내 1인 가구의 증가와 이들의 간편하고 저렴한 식사에 대한 관심 증가로 볶음면을 비롯한 즉석식품 수요 확대
주요 인기제품 한국 삼양 불닭볶음면, 인도네시아 인도미 미고랭, 일본 닛신 컵라면 등 다양한 맛과 좋은 품질을 제공하는 제품 선호
고객사 제품 피드백 독특하고 풍부한 맛, 편리한 포장, 제품의 안정성 등이 장점이나 낮은 브랜드 인지도와 다양한 맛에 대한 보완이 필요함

Point 02.

경쟁사 제품 확인 간장 맛, 고추 맛, 카레 맛, 치즈 맛 등 다양한 맛 옵션을 제공하며 볶음면 가격대는 2~15달러로 제품 구성에 따라 상이
추천 셀링포인트 맛있고 간편한 식사가 가능한 점을 강조하여 초기에는 아시아나 마트나 온라인 플랫폼을 통해 판매하는 것을 추천
추천 인증사항 HACCP, GMP, ISO 9001, IFS, Non-GMO Project Verified, USDA 유기농 인증 등 식품 안정성 관련 인증 권장

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 미국 편의식 시장규모
2. 미국 간편조리식 시장규모
3. 미국 볶음면 수입규모

1. 미국 편의식 시장규모¹⁾

미국 국가 일반 정보²⁾

면적	983만 km ²
인구	3억 3,329만 명
GDP	25조 351억 달러
GDP (1인당)	7만 5,180달러

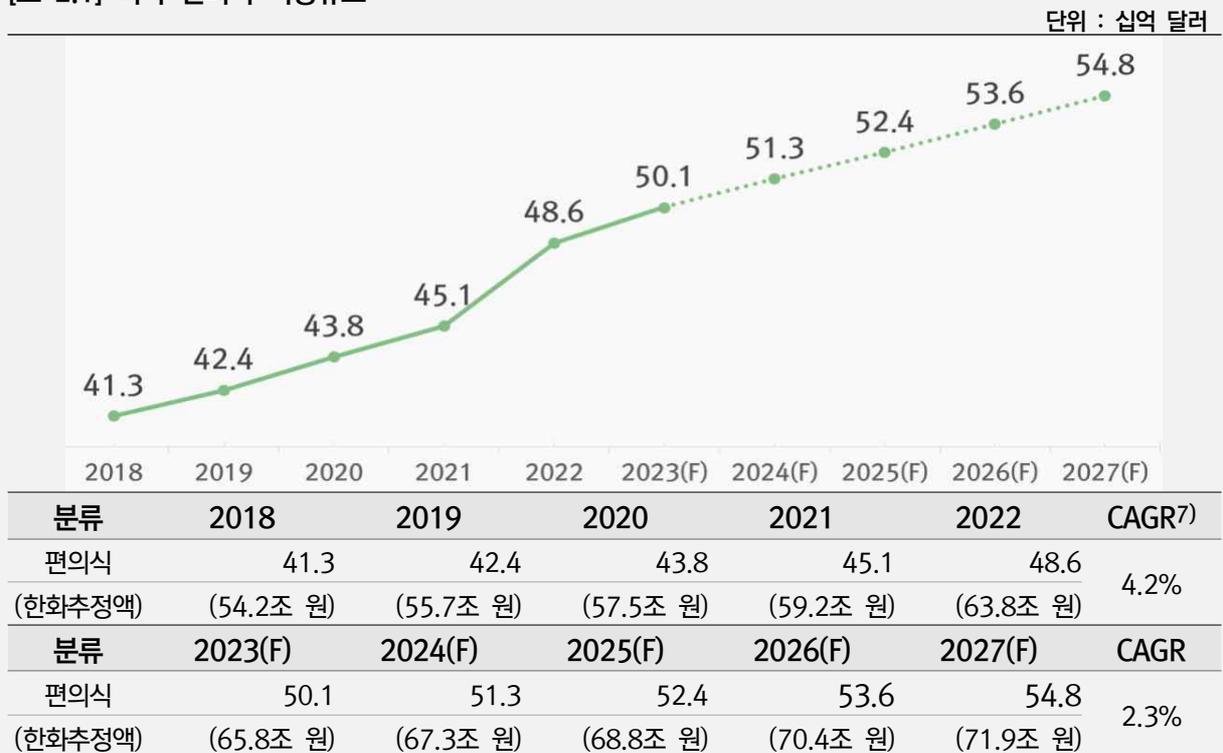
▶ 미국 편의식 시장규모 최근 5년간 연평균 4.2% 성장

2022년 기준 미국 편의식 시장규모는 63.8조 원이며, 최근 5년(2018-22년)간 평균 58.1조 원의 꾸준한 소비량을 보이고 있음. 조사 기간 동안 연평균 4.2%의 성장률을 보였으나, 2022년에는 전년 대비 8%로 비교적 높게 성장함

▶ 미국 편의식 시장규모, 향후 5년간 2.3%씩 성장 예상

미국 편의식 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 2.3%씩 성장하여 2027년 71.9조 원을 기록할 것으로 예상됨. 미국 내에서 코로나19 이후 전자상거래에 의한 식품의 온라인 판매가 증가했으며, 편의성에 맞과 품질까지 보장되는 가공식품과 밀키트 수요가 증가하는 추세임³⁾

[표 2.1] 미국 편의식 시장규모⁴⁾⁵⁾⁶⁾



자료: 스탯시타(Statista)

- 1) 조사제품 '볶음면'은 빠르게 조리가능한 미리 준비된 음식임. 이에 고객사 제품의 용도를 기준으로 '편의식'의 시장규모와 하위품목인 '간편조리식'의 시장규모를 조사함
- 2) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022
- 3) 자료: 식품음료신문, 「2023년 포스트 코로나 시대의 미국 식품시장-하상도의 식품 바로보기(322)」, 2023.01
- 4) 자료: 스탯시타(Statista), 「Convenience Food_United States.」, 2023.05
- 5) 1달러=1,312.80원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
- 6) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 7) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 미국 간편조리식 시장규모

▶ 미국 간편조리식 시장규모 59.1조 원, 연평균 4.2% 성장

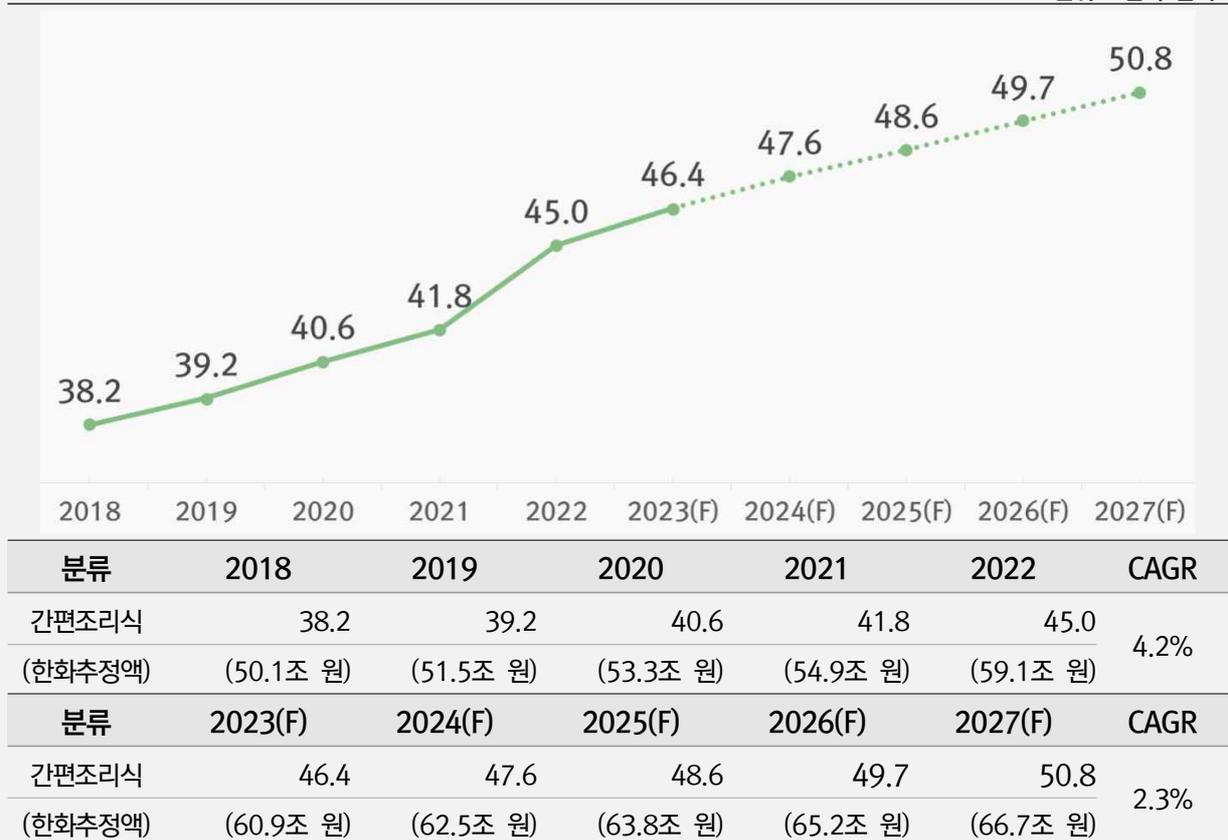
2022년 기준 미국 간편조리식 시장규모는 59.1조 원으로 최근 5년(2018-22년)간 평균 53.8조 원의 꾸준한 소비량을 보이고 있음. 미국은 세계에서 가장 큰 간편조리식 시장을 보유함⁸⁾

▶ 미국 간편조리식 시장규모, 향후 5년간 2.3%씩 성장 예상

미국 간편조리식 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 2.3%씩 성장하여 2027년에 66.7조 원을 기록할 것으로 예상됨. 미국 내 밀키트 인기가 증가하면서 정기구독 서비스를 이용하는 소비자가 늘고 있으며, 최근에는 대학가까지 소비가 확대되고 있음. 특히, 비건, 키토 식단 등 트렌드에 맞춘 다양한 메뉴가 개발되면서 시장이 더욱 성장할 것으로 기대됨⁹⁾

[표 2.2] 미국 간편조리식 시장규모¹⁰⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스탯스타(Statista)

8) 자료: 경향신문, “편하게, 더 편하게 먹자”...세계는 지금 간편조리식 전쟁중, 2019.08

9) 자료: 식품음료신문, ‘미국 ‘밀키트’ 팬데믹 이후 승승장구...작년 시장 20% 고성장’, 2021.04

10) 자료: 스탯스타(Statista), 「Ready-to-Eat Meals_United States」, 2023.05

3. 미국 볶음면 수입규모

볶음면 HS CODE

해당 장에서 볶음면은 HS CODE 1902.30으로 분류. HS CODE 제1902호의 품명은 파스타와 쿠스쿠스, HS CODE 1902.30-1090의 품명은 기타로 확인

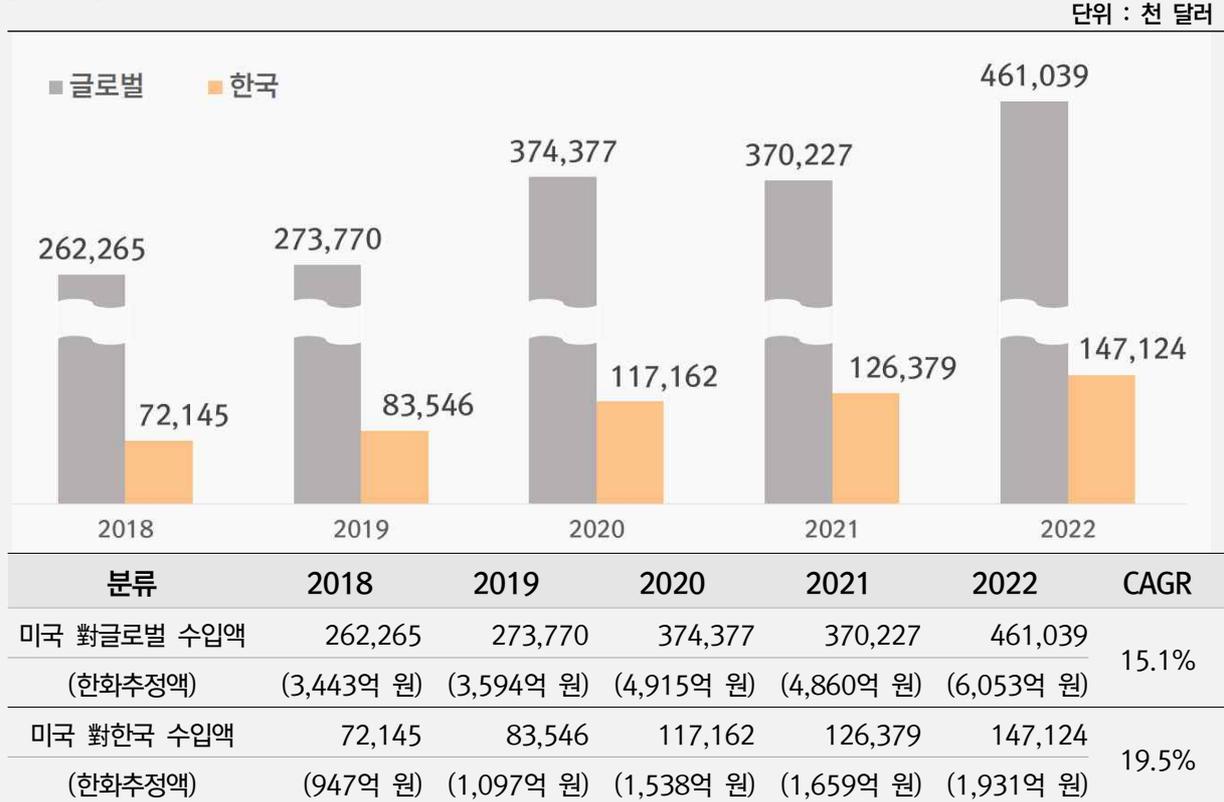
▶ 미국 HS CODE 1902.30 對글로벌 연평균성장률 15.1%

미국 HS CODE 1902.30의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2018-22년)간 연평균성장률 15.1%를 보이면서 2022년도에는 6,053억 원의 수입액을 기록함. 2020년에는 전년 대비 37% 성장하였고, 2022년에는 전년 대비 25% 성장하면서 수입규모 성장에 크게 기여함

▶ 미국 내 HS CODE 1902.30 품목 수입, 한국산 1위

미국 내 HS CODE 1902.30 품목인 볶음면의 수입규모에서 2022년 기준 한국(1,931억 원, 32%)이 1위국으로, 최근 5년(2018-22년)간 연평균 19.5% 성장함. 상위 2위국은 중국(961억 원, 16%)으로 9.1%의 연평균성장률을 보였고, 3위국 이탈리아(905억 원, 15%)의 연평균성장률은 22.8%로 가장 높은 성장률을 보임. 한편 4위국은 베트남(396억 원, 8.5%)이었으며, 상위 네 국가 중 세 국가가 아시아 국가인 것으로 확인되었음

[표 2.3] 미국 HS CODE 1902.30 수입규모¹¹⁾



자료 : ITC(International Trade Centre)

11) 자료: ITC(International Trade Centre)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. '라면'이 주요 경쟁제품으로 빈출
2. 제품 중량으로 '온스'를 사용하며 '팩' 단위 판매 다수
3. '삼양' 등 국내 브랜드 다수 확인
4. '매운'과 '김치' 등 매콤한 맛 인기

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 미국 온라인매장 입점 볶음면

- 데이터 수집 키워드 : 볶음면(Fried Noodle)
- 데이터 수집량 : 376건
- 데이터 수집원 : 아마존(Amazon)

▶ 미국 온라인매장 입점 볶음면 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 경쟁제품 ② 패키징 ③ 경쟁브랜드 ④ 맛

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
경쟁제품	라면	Ramen	232	스파게티	Spaghetti	12
	파스타	Pasta	73	우동	Udon	10
	수프	Soup	69	팟타이	Pad Thai	8
	곤약	Konjac	50	짜장	Jjajang	7
	야키소바	Yakisoba	23	쌀국수	Rice Vermicelli	6
	미고랭	Mi Goreng	13	뚝양공	Tom Yum	3
패키징	팩	Pack	262	파우치	Pouch	12
	3온스	3oz	71	16온스	16oz	7
	통	Bowl	32	묶음	Packet	6
	10온스	10oz	32	5.29온스	5.29oz	5
	봉투	Bag	27	85g	85g	2
	9.52온스	9.52oz	21	2.1온스	2.1oz	2
경쟁브랜드	삼양	Samyang	41	종가	Jongga	6
	인도미	Indomie	16	보일링 포인트	Boiling Point	5
	유호	Yuho	15	농심	Nongshim	4
	온트루	Ontrue	12	마마	Mama	3
	왓이프푸즈	Whatif Foods	11	처스터	Chuster	3
	팔도	Paldo	7	모모푸쿠	Momofuku	2
맛	매운	Spicy	97	김치	Kimchi	16
	닭	Chicken	73	치즈	Cheese	16
	오리지널	Original	59	새우	Shrimp	11
	야채	Vegetable	42	카레	Curry	10
	감자	Potato	24	소	Beef	9
	까르보나라	Carbo	20	짜장	Jjajang	7
	계란	Egg	18	두부	Tofu	7

1. ‘라면’이 주요 경쟁제품으로 빈출

▶ 다양한 종류의 ‘라면’이 경쟁제품 키워드로 빈출

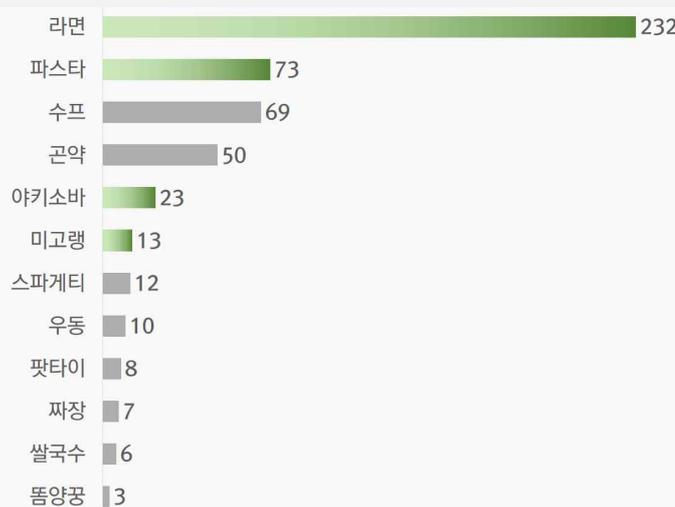
- 미국 볶음면 관련 경쟁제품 키워드 분석 결과, ‘라면’이 232건으로 빈출
- 실제 데이터 확인 결과, 한국과 일본 등 다양한 종류의 라면 제품이 확인되었으며, 볶음면 제품도 라면 제품군으로 분류되어 판매

▶ ‘야키소바’와 ‘미고랭’ 등 다른 나라 대표 제품도 빈출

- ‘야키소바’와 ‘미고랭’ 관련 키워드 각각 23, 13건 도출
- ‘야키소바’는 일본 내에서 주로 먹는 볶음면이며, ‘미고랭’은 인도네시아의 볶음면으로 맛이 달고 짠 맛이 특징
- 그 외에도 ‘파스타’와 ‘우동’ 등이 도출되었으며 키토제품으로 ‘곤약’을 사용한 제품도 다수 확인

라면		야키소바		미고랭	
					
제품명	하쿠바쿠 시오 라멘 (Hakubaku Shio Ramen)	제품명	삿포르 이치방 소스 야키소바 (Sapporo Ichiban Sauce Yakisoba)	제품명	미고랭 프라이드 누들 오리지널 (Mi goreng Fried Noodles)
브랜드	하쿠바쿠(Hakubaku)	브랜드	산요푸드(Sanyo Foods)	브랜드	인도미(Indomie)
중량	3.88oz x 6개	중량	3.8oz x 8개	중량	3oz x 20개
가격	19.95달러(26,190원 ¹²⁾)	가격	19.04달러(24,996원)	가격	28.99달러(38,058원)

[표 3.1] 미국 판매 볶음면 경쟁제품 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘볶음면’ 관련 게시물 376건 분석

12) 1달러=1,312.80원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 제품 중량으로 ‘온스’를 사용하며 ‘팩’ 단위 판매 다수

▶ 미국 쇼핑몰, ‘팩’ 단위의 제품 판매...‘사발’ 키워드 빈출

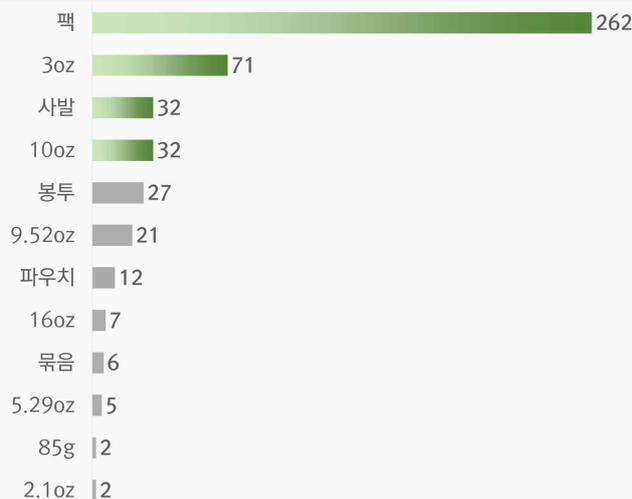
- 미국 온라인쇼핑몰에서 다수의 제품이 3~5개를 하나의 ‘팩’으로 판매하는 것을 확인하였으며 관련 키워드 262건 확인
- 컵라면 형태 제품을 의미하는 ‘사발’ 관련 키워드도 32건 도출되었는데, K-푸드 스타트업인 루에랑의 제품이 다수 판매 중임

▶ 제품 중량으로 ‘온스’ 사용

- 미국 내에서는 중량 단위로 주로 온스를 사용하고 있으며, ‘3oz’와 ‘10oz’ 관련 키워드가 각각 71건, 32건 확인됨

팩		사발		10oz	
					
제품명	까르보 불닭볶음면	제품명	코리안 스트리트 김치 칼우동 (Korean Street Kaludon Kimchi)	제품명	밀렛 앤 브라운 라이스라면 (Millet & Brown)
브랜드	삼양(Samyang)	브랜드	루에랑(Lou et lang)	브랜드	로투스푸드(Lotus Food)
중량	5개입 x 2팩	중량	7.58oz	중량	10oz
가격	25.99달러(34,120원)	가격	7.98달러(10,476원)	가격	11.11달러(14,585원)

[표 3.2] 미국 판매 볶음면 패키징 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘볶음면’ 관련 게시물 376건 분석

3. '삼양' 등 국내 브랜드 다수 확인

▶ 국내 브랜드 '삼양', '팔도', '종가' 빈출

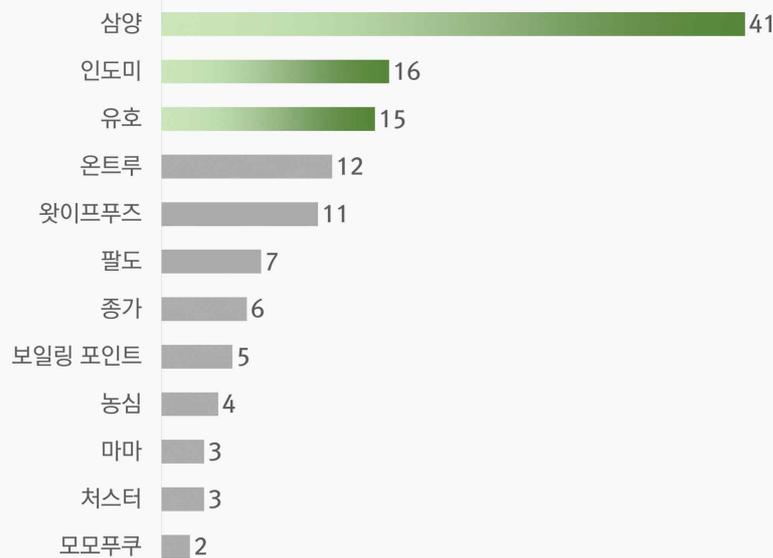
- 볶음면 경쟁브랜드 검색 결과 국내 브랜드인 '삼양'이 41건으로 가장 많이 도출되었으며, 이는 불닭볶음면 시리즈 인기의 영향으로 분석
- 그 외의 국내 브랜드로 '팔도'가 7건, '종가'가 6건 도출됨

▶ '인도미' 빈출...키토 브랜드 '유호'도 다수 확인

- 인도네시아에서 가장 유명한 라면 브랜드 '인도미' 키워드 16건 도출
- 실제 데이터 확인 결과, 봉지 패키지의 볶음면 제품과 컵 형태의 볶음면 제품이 다수 판매 중임
- 곤약면을 사용한 키토 브랜드 '유호' 키워드도 15건 도출

삼양		인도미		유호	
					
제품명	불닭볶음면 토마토 파스타	제품명	인도미 고랭컵 (IndoMie Goreng Cup)	제품명	오가닉 시라타키 곤약 파스타 (Organic Shirataki Konjac Pasta)
브랜드	삼양(Samyang)	브랜드	인도미(Indomie)	브랜드	유호(YUHO)
중량	5개입 x 1팩	중량	2.56oz x 12개입	중량	8개입
가격	13.95달러(18,314원)	가격	21.56달러(28,304원)	가격	20.99달러(27,556원)

[표 3.3] 미국 판매 볶음면 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '볶음면' 관련 게시물 376건 분석

4. ‘매운’과 ‘김치’ 등 매콤한 맛 인기

▶ ‘매운’과 ‘김치’ 등 매콤한 맛 관련 키워드 다수 확인

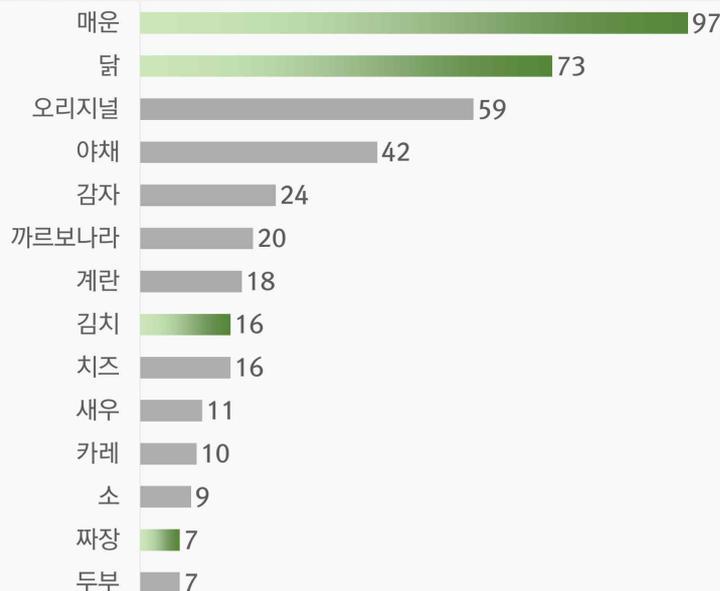
- 맛 관련 키워드 분석 결과 ‘매운’ 관련 키워드 97건 확인
- ‘닭’ 관련 키워드도 73건 도출되었는데, 이는 실제 데이터 중에 불닭볶음면 관련 제품이 많이 확인되었기 때문으로 분석
- ‘김치’ 관련 키워드도 16건 확인

▶ 불닭볶음면의 인기로 ‘까르보나라’와 ‘치즈’, ‘짜장’ 등 키워드 도출

- 맛 관련 키워드의 분석 결과, 불닭볶음면의 영향으로 ‘까르보나라’, ‘치즈’, ‘짜장’ 등 다양한 키워드 도출
- ‘짜장’ 데이터 중에는 한국의 짜장라면 제품도 판매 중인 것으로 확인

매운		김치		짜장	
					
제품명	아시아스타일 스파이시 쌀국수 (Asian Style Spicy Vermicelli)	제품명	김치버터볶음면	제품명	팔도짜장면
브랜드	쉐프드래곤(Chef Dragon)	브랜드	종가집(Jongga)	브랜드	팔도(Paldo)
중량	11.4oz x 3개	중량	4.87oz x 6개	중량	13.76oz x 4개
가격	16달러(21,005원)	가격	20.98달러(27,543원)	가격	14.74달러(19,351원)

[표 3.4] 미국 판매 볶음면 맛 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘볶음면’ 관련 게시물 376건 분석

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 유통채널



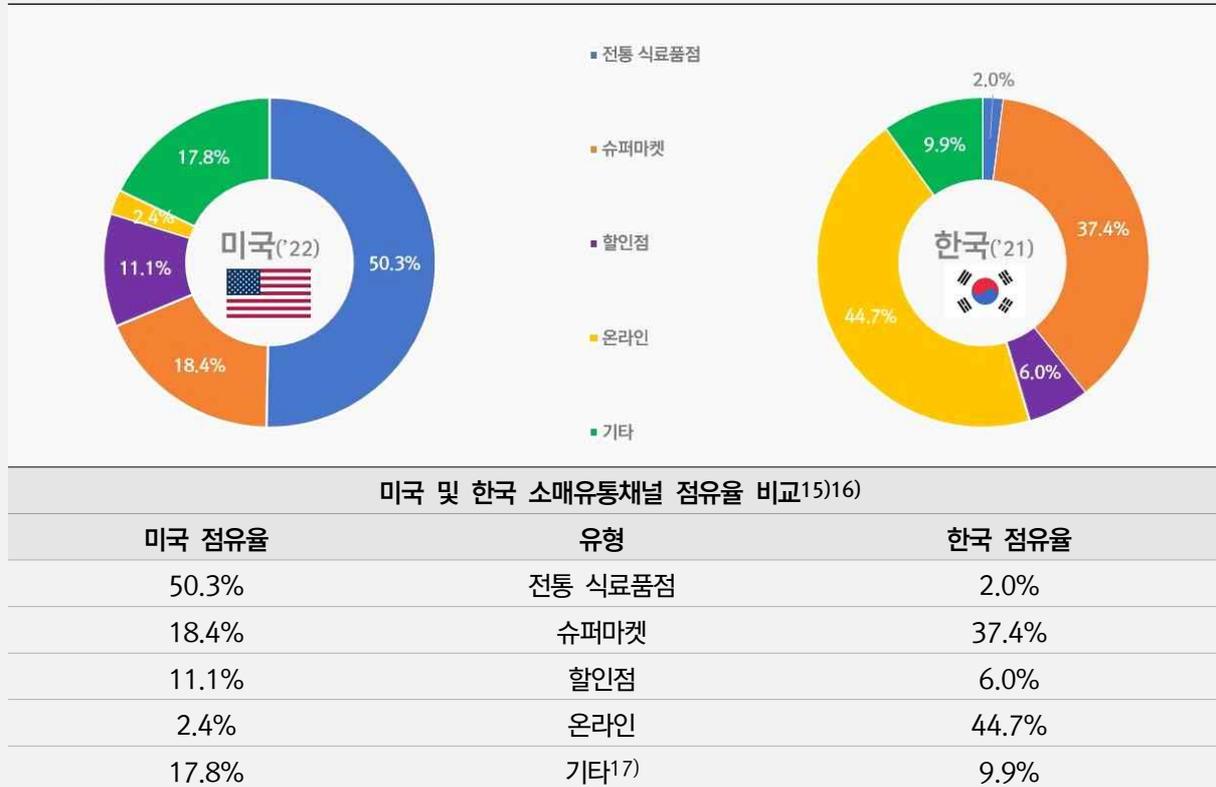
1. 미국 볶음면 유통채널 점유율
2. 미국 볶음면 주요 유통채널

1. 미국 볶음면 유통채널 점유율

▶ 미국 내 볶음면을 포함한 식품, 오프라인 유통채널 우세

2022년 미국에서 볶음면을 포함한 식품의 유통채널 중 '전통 식료품점'은 50.3%로 가장 높은 점유율을 보였으며 '슈퍼마켓'이 18.4%의 점유율을 보이며 뒤를 이었음. 2021년 한국에서 볶음면을 포함한 밀키트의 유통채널 중 '전통 식료품점'은 2.0%의 낮은 점유율을 보임. '슈퍼마켓'의 경우 37.4%의 점유율을 보이면서 미국보다 더 높은 비중을 차지함. '할인점'의 비중은 미국이 11.1%, 한국은 6.0%를 차지함. 이외에도 '온라인' 채널을 통해 한국에서는 44.7%의 비중으로 유통이 이루어지지만, 미국에서는 2.4%의 적은 비중으로 이루어짐을 확인함. 볶음면을 포함한 식품의 유통이 한국에서는 온라인 채널을 통해 거래되는 것이 보편적이지만, 미국은 오프라인 채널을 통한 유통이 우세함을 확인함

[표 4.1] 미국 및 한국 볶음면 소매유통채널 점유율 비교¹³⁾¹⁴⁾



자료: 스탯시타(Statista)

13) 자료: 스탯시타(Statista), 「Most popular channels to purchase meal kits in South Korea」, 2022.10

14) 자료: 스탯시타(Statista), 「Total produce sales share in the U.S in 2022」, 2022.10

15) 2022년 기준, 미국 '식품'과 2021년 기준 한국 '밀키트'의 B2C 소매유통채널 점유율임

16) 해당 장에서 '볶음면'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '식품'과 '밀키트' 카테고리의 정보를 확인함

17) 본 보고서에서 기타는 인근 밀키트 전문점, 편의점 등의 채널을 포함함

2. 미국 볶음면 주요 유통채널 ① 노드스트롬

기업 기본 정보	기업명	노드스트롬(Nordstrom)		
	기업구분	백화점		
	홈페이지	www.nordstrom.com		
	위치	시애틀(Seattle)		
	규모	매출액('22)	• 150억 9,200만 달러(19조 8,128억 원 ¹⁸⁾)	
		기타 규모	• 매장 수('23): 358개 • 직원 수('23): 6만 명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 지역적 특징에 맞춘 차별화 매장을 만드는 전략 활용 2017년 온라인에서 선택한 제품을 지정한 매장에서 2시간 이내에 입어볼 수 있는 '노드스트롬 로컬' 매장 오픈 코로나 이후 온라인 매출 비중 50%까지 확대됨 			
매장정보	입점 가능 품목	• 여성 및 남성 기성복, 신발, 악세서리, 핸드백, 향수 등		
	선호 제품	• 체험형 쇼핑 공간을 위한 제품, 서비스 포함 제품 등		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 유선 연락을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-888-282-6060 - 이메일: contact@nordstrom.com 		

자료: 노드스트롬(Nordstrom)

사진 자료: 롤링스톤(RollingStone), 뉴욕타임즈(The New York Times)

18) 1달러=1,312.80원(2023.07.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 미국 볶음면 주요 유통채널 ② 블루밍데일스

기업 기본 정보	기업명	블루밍데일스(Bloomingdale's)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.bloomingdales.com	
	위치	뉴욕(Newyork)	
	규모	매출액('22)	<ul style="list-style-type: none"> • 28억 달러(3조 6,758억 원)
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('22): 57개 • 직원 수('22): 302명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 미국 메이시스의 자회사 • 젊은 층에게 선호도가 높은 브랜드만을 모아놓고, 최소한의 디스플레이를 통해 고객의 부담감 감소 • 사전 예약을 통해 퍼스널 쇼퍼, 홈스타일리스트 등의 전문가들과 함께 쇼핑할 수 있음 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 여성 및 남성 기성복, 신발, 주얼리 및 악세서리, 핸드백 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 젊은 층에게 선호도가 높은 제품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-800-777-0000 	

자료: 블루밍데일스(Bloomingdale's), 포브스(Forbes), 지피아(Zippia)

사진 자료: 블루밍데일스(Bloomingdale's)

2. 미국 볶음면 주요 유통채널 ③ 월마트

기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.walmart.com		
	위치	아칸소(Arkansas)		
	규모	매출액('22) • 4,205억 달러(552조 324억 원) ¹⁹⁾ 기타 규모 • 매장 수('22): 4,632개 • 직원 수('22): 160만 명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 50개 모든 주에서 매장 운영 중이며, 약 150개 물류 센터 보유 • 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 등 다양한 형태로 매장 운영 • 2020년 편의점 브랜드 스피드웨이(Speedway) 점포 3,900여 개 인수 			
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 건조과일, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 유기농 제품, 신제품 		
	매장 전경			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 등록 (www.corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier) - 매점 입점(Store&Club)과 온라인 입점(E-Commerce)을 선택하여 제안서 제출 (한국어 번역 제공) - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 공급자 번호[DUNS(Data Universal Numbering System: 국제 사업자 등록 번호, 지역별로 사업체를 식별하는 9자리의 고유 번호)], 납세자 식별 번호, 회사 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소, 계좌 정보 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 외 제품 설명) • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: supplier64@wal-mart.com 		

자료: 월마트(Walmart)

사진 자료: 월마트(Walmart)

19) 글로벌 매출액임

2. 미국 볶음면 주요 유통채널 ④ 코스트코홀세일

기업 기본 정보	기업명	코스트코홀세일(Costco Wholesale)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.costco.com		
	위치	워싱턴(Washington)		
	규모	매출액('22) ²⁰⁾		• 2,227억 달러(292조 3,606억 원)
		기타 규모 ²¹⁾		• 매장 수('22): 589개 • 직원 수('22): 20만 3,000명
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 회원제 창고형 매장 형태로 운영 • 특정 지역에 한해 2-Day Delivery 서비스 운영 중 			

매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 건조과일, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등	
	선호 제품	• 유기농 제품, 신제품	
	매장 전경		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 납품 관련 특징 <ul style="list-style-type: none"> - 코스트코는 본사에서 직접 제조업체와 거래하는 것이 일반적이며, 인하우스브로커²²⁾를 통해서도 제품을 구매함 - 내셔널 브랜드와 PB(커크랜드)제품 등 약 3,800여 개의 품목을 취급하며, 소품종의 고품질 제품을 선별해 다량 계약을 통해 공급가를 낮추는 구매 정책 - 제조업체의 경우 코스트코 매장을 방문해 유사 제품의 가격을 체크해야 함 • 유선 연락을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 'Vendors & Suppliers' 클릭 - 공급업체 선정 조건 및 절차 확인 - 입점 희망 지역부서에 직접 문의 (costco.com/vendor-inquiries.html) - 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> ① 코스트코 공급업체 행동강령 ② 공인검사기관에서 TPI 실시 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-425-313-8100 (Northwest Region)
-------------	---------------------	--

자료: 코스트코홀세일(Costco Wholesale), 월스트리트저널(WSJ), 한국농수산물유통공사(at)

사진 자료: 코스트코홀세일(Costco Wholesale)

20) 글로벌 매출액임

21) 미국과 푸에르토리코 지역 합산 매장 수임

22) 코스트코홀세일은 앤더슨데이몬(Anderson Day-mon Worldwide)을 인하우스브로커로 지정함

2. 미국 볶음면 주요 유통채널 ⑤ 세븐일레븐

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.7-eleven.com	
	위치	텍사스(Texas)	
	규모	매출액(*22) ²³⁾	• 787억 4800만 달러(103조 3,804억 원)
	기업 요약	기타 규모	• 매장 수(*22): 9,447개
		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 기준 미국 내 편의점 시장 점유율 1위 • 전 세계적으로 약 6만 8,236개 매장 보유 • 자사 브랜드인 세븐셀렉트(7-Select) 브랜드 보유 	
매장정보	입점 가능 품목	• 주류, 음료류, 냉동식품, 가공식품, 생활용품, 여행용품, 문구류 등	
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품, 신선식품, 주류, 스낵류, 포장식품 등	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 접속 (corp.7-eleven.com/corp/business) - 'Range Me(유통업체와 제조업체를 연결해주는 플랫폼)' 클릭 - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (담당자명, 이메일 주소, 연락처) ② 공급 제품 정보 (제품명, 판매 가격 등 제품 설명 자유 기재) - 등록 과정 <ul style="list-style-type: none"> ① 제품 프로필 생성 ② 카테고리 매니저와 연결 및 검토 • 공지사항 통보 • 문의사항 연락처 및 기타 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: ASK@7-11.com - 전화번호: +1-800-255-0711 	

자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

2. 미국 북음면 주요 유통채널 ⑥ 서클케이

기업 기본 정보	기업명	써클케이(Circle K)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.circlek.com	
	위치	애리조나(Arizona)	
	규모	매출액('22) • 12억 4,095만 달러(1조 6,291억 원) 기타 규모 • 매장 수('22): 6,621개 • 직원 수('22): 15,192명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1951년 텍사스에서 개점 • 1999년 편의점 프랜차이즈 프로그램 도입 • 2003년 Alimentation 쿠히타드(Couche-Tard)에 인수 • 현재 47개 주에서 매장 운영 중이며, 대부분 주유소와 함께 운영됨 • 현재 유럽 포함 중국, 베트남 등 24개의 국가에서 매장 운영 중이며 14개의 지역사업부로 나뉨 • 2023년 Circle K 노르웨이, NACS 올해의 유럽 기술상 수상 • 2023년 ESG 산업 등급 상위권 		
매장정보	입점 가능 품목	• 가공식품, 즉석식품, 주류, 음료류, 생활용품, 여행용품, 문구류 등	
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 문의 (www.circlek.com/contact-us-new) - 홈페이지 기입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 작성자 정보 (이름, 이메일 주소, 연락처, 회사명, 회사 주소, 회사 홈페이지 주소) ② 문의할 내용 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 각 지역별 사무실에 연락 (www.circlek.com/contact-us-new) 하단 참조 	

자료: 써클케이(Circle K)

사진 자료: 써클케이(Circle K), 씨에스피데일리뉴스(CSP Daily News)

2. 미국 볶음면 주요 유통채널 ⑦ 에이치마트

기업 기본 정보	기업명	에이치마트(H Mart)		
	기업구분	아시아마트/한인마트		
	홈페이지	www.hmart.com		
	위치	뉴저지(New Jersey)		
	규모	매출액('22) • 20억 달러(2조 6,256억 원) 기타 규모 • 매장 수('22): 84개 • 직원 수('22): 5,000명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1982년 뉴욕 맨해튼에 '한아름마트'라는 이름으로 1호점 설립 • 한아름 그룹이 운영하는 슈퍼마켓으로 현재 미국 내 최대 규모의 한인마트 체인 • 2020년 로스엔젤레스(LA) 지역 전용 카카오톡 채널 @hmart_la 개설 			
매장정보	입점 가능 품목	• 주류 및 음료류, 신선식품, 즉석식품, 스낵류, 건강식품, 주방용품, 전자제품 등		
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없던 신제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 공급자 지원서 작성 (www.hmart.com/online-affiliates) - 담당자 확인 후 제품에 대한 논의를 거친 뒤 입점 - 홈페이지 기입 정보 ① 회사명, 담당자명, 이메일, 연락처, 입점 문의 등 자유 기재 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +1-800-648-0980 		

자료: 에이치마트(H Mart), 뉴욕타임즈(NYT)

사진 자료: 교차로월드(Kyocharoworld)

2. 미국 볶음면 주요 유통채널 ⑧ 시온마켓

기업 기본 정보	기업명	시온마켓(Zion Market)		
	기업구분	아시안마트/한인마트		
	홈페이지	www.zionmarket.com		
	위치	캘리포니아(California)		
	규모	기타 규모	• 매장 수(*22): 8개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1981년 설립됨 • 캘리포니아, 텍사스, 조지아에서 매장 운영 중 • 자체 쇼핑 애플리케이션과 카카오톡, 위챗 채널 보유 		
매장정보	입점 가능 품목	• 주류 및 음료류, 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 스낵류, 건강보조식품, 생활용품 등		
	선호 제품	• 좋은 품질의 저렴한 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: hr@zionmarket.com - 전화번호: +1-858-268-3300 		

자료: 시온마켓(Zion Market)

사진 자료: aT 미국 지사(aT America)

2. 미국 볶음면 주요 유통채널 ⑨ 아마존

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰		
	홈페이지	www.amazon.com		
	규모	매출액('22)	• 2,140억 달러(280조 9,392억 원)	
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 23억 회	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 세계 최대의 온라인 종합 쇼핑몰 • 스페인어, 아랍어, 독일어, 한국어 등 전 세계 언어 지원 • 아마존을 통해 분당 7,400개의 제품의 구매가 이루어짐 • 2021년 자연재해로 피해 입은 지역 비상용품 기부 • 190만 개의 기업들을 사이트에 보유함 			



매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	삼양(Samyang), Mi Sedaap
		해외 판매	해외배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보	
	50달러 이상 구매 시 5달러 할인, 생일 기프트카드 증정 등 다양한 프로모션 상시 진행

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접등록 (services.amazon.com/services/soa-approval-category) - Grocery&Gourmet Food 카테고리 'Requirement' 눌러 자격조건 확인 후 'Contact Us' 클릭하여 입점 문의 제출 - 홈페이지 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) ② 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품종류, 예상매출액, 판매입고량) • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> ① 아마존 행동강령 준수 ② 아마존 PB 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 • 입점 가능 카테고리 20개 중 식료품 및 9개 제품군은 승인 절차 거쳐야 입점 가능
----------	---------------	---

자료: 아마존(Amazon), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 아마존(Amazon)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 다언어 지원
영어, 스페인어, 아랍어, 독일어, 히브리어, 한국어, 포르투갈어, 중국어(간체/번체) 지원

2. 포인트 제도
다양한 카드별로 서로 다른 혜택 제공

3. 구매 내역
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 검색 시 추천 키워드 제공

4. 오늘의 딜
플래시 딜 형태의 다양한 카테고리별 할인 제공

5. 배송 시간 설정
국제 배송이 가능한 배송 대행을 통한 구매도 많음

세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
번역 검색 가능하여 접근성 용이

온라인몰 UI ②

아마존 - Fried noodle 검색 페이지

볶음면 검색 페이지

'Fried noodle'으로 검색결과 노출

추천 순으로 검색 결과 노출

볶음면 구매 페이지

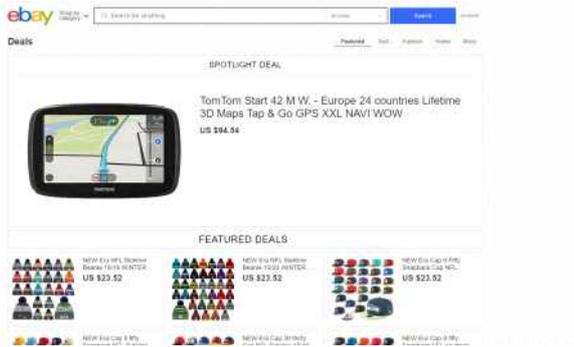
성분함량 및 제품 정보에 집중

구매 페이지 하단에 제품 자동 추천

품목별, 가격별, 배송시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 아마존(Amazon)
사진 자료: 아마존(Amazon)

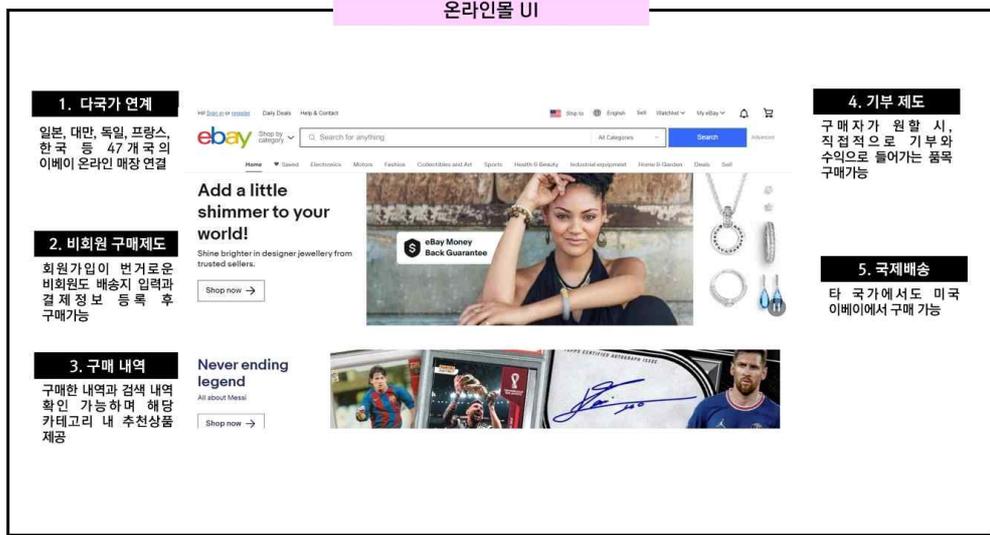
2. 미국 북음면 주요 유통채널 ⑩ 이베이

기업 기본 정보	기업명	이베이(eBay)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰		
	홈페이지	www.ebay.com		
	규모	총매출('21)	• 104억 달러(13조 6,531억 원)	
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 7억 1,170만 명 • 앱다운로드수('22): 5억 9,900만 회	
기업 요약	• 전 세계 190개 이상의 국가에서 운영됨 • 각 국가의 통화로 구매 가능 • 오늘의 특가 상품이 매일 공개됨			
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	삼양(Samyang), 닛신(Nissin)	
		해외 판매	해외배송 가능	
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색	
주요 프로모션 정보				
	시간대별 할인 이벤트, 카테고리별 할인 이벤트 등 다양한 프로모션 진행			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 계정 생성 후 판매자(Seller) 등록 - 개인 판매자와 스토어 판매자 중 선택하여 입점 - 개인 판매자는 40개까지 무료로 등록 가능(수수료 건당 10.9%) - 기업 판매자는 250,000개까지 제품 등록 가능(월별 비용과 건당 수수료 4.8%) - 다음 웹 페이지 주소에서 판매 상품 리스트, 새 상품 등록, 판매 현황 등 판매에 관련된 다양한 정보 확인 가능 (pages.Ebay.com/seller-center/index.html) • 문의사항 연락 방법 <ul style="list-style-type: none"> - 아래 웹 페이지 주소에서 문의 내용의 해당 카테고리 선택 후 이메일 컨택 가능 (www.Ebay.com/help/call_us?type=ContactUs&initFrom=HOME&topicId=4000) 		

자료: 이베이(eBay), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

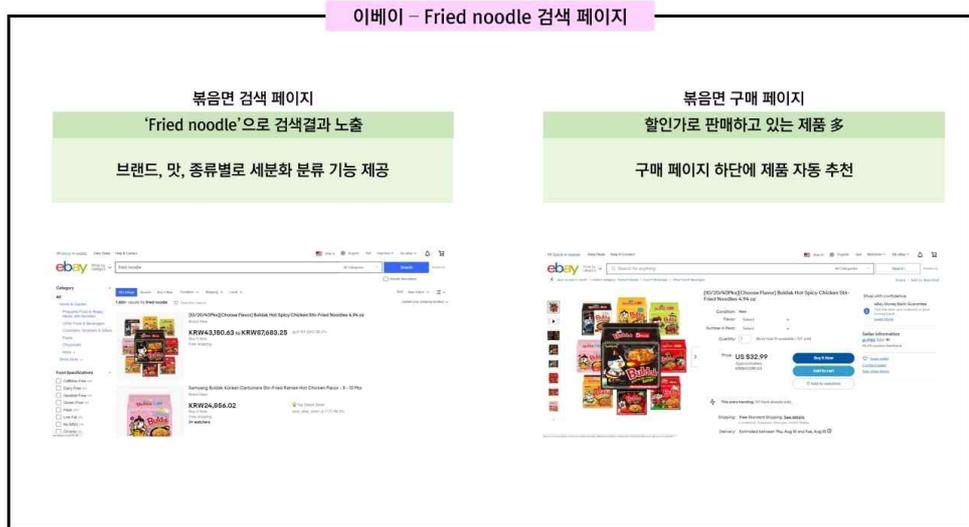
사진 자료: 이베이(eBay)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
홈페이지 입장 시, 컴퓨터 언어팩을 감지하여 사이트 자동번역

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 이베이(eBay)
사진 자료: 이베이(eBay)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



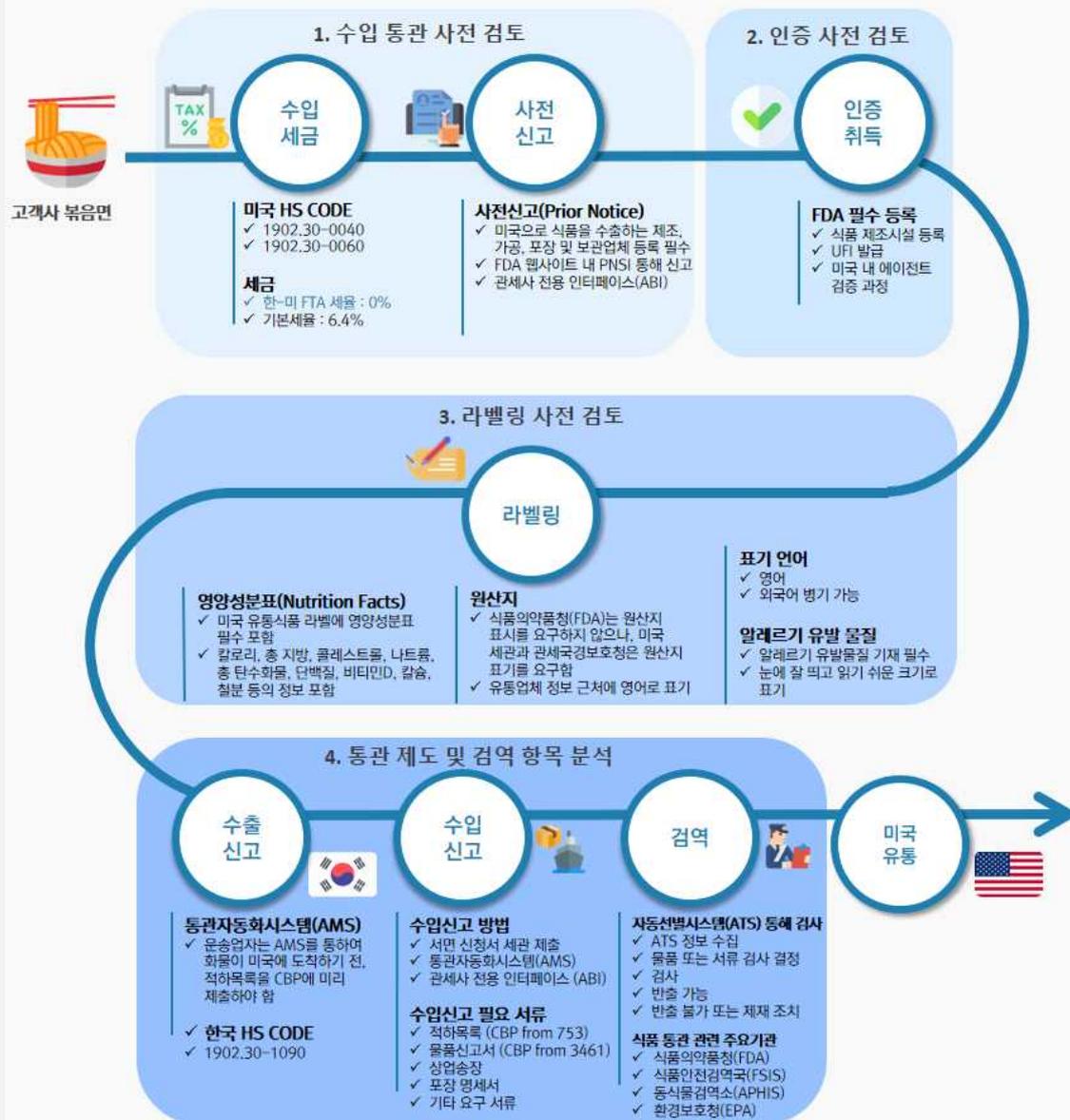
1. 미국 볶음면 통관 및 검역 절차
2. 미국 볶음면 품질 인증
3. 미국 볶음면 라벨링
4. 미국 볶음면 성분 및 유해물질

1. 미국 볶음면 통관 및 검역 절차²⁴⁾

▶ 미국 볶음면 수출 통관 단계별 주요사항

미국으로 식품 수출 시 식품안전현대화법(FSMA: Food Safety Modernization Act)에 의하여 식품 시설등록과 수입식품 사전신고가 필수임. 제품을 일반 식품으로 광고 및 유통하는 경우에 필요한 필수 사전 승인은 없으나, 규정에 어긋나는 것으로 확인되는 경우에는 유통이 금지됨

[표 5.1] 미국 볶음면 통관 검역 절차²⁵⁾



자료: 식품의약품안전처, 미국 식품의약품청(FDA)

24) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

2. 미국 볶음면 품질 인증

▶ 미국 볶음면, 'FDA 등록' 필수

미국으로 식품을 수출하고자 하는 국내 제조업체는 미국 식품의약품청 (FDA: Food and Drug Administration)를 통해 식품 제조시설 등록 절차를 필수적으로 진행해야 함. 식품 제조시설 등록 신청은 2020년 1월 4일부터 온라인을 통해서만 등록 신청을 진행하도록 규정이 변경됨. 따라서 등록을 수행하고자 하는 수출업체는 온라인을 통해 FDA에 등록해야 함

[표 5.2] 미국 FDA 등록 정보

		등록 정보
		목적
	절차	<ul style="list-style-type: none"> • 식품제조시설 등록(FFR: Food Facility Registration) <ul style="list-style-type: none"> - FIS(FDA Industry Systems) 회원가입 및 로그인 - 'Food Facility Registration' 접속 - 안내되는 절차에 따라 정보 기입 • 작성 내용 검토 후 저장 • 등록 확인 • 시설 등록 완료 후 등록 번호(Registration number) 배정 • 고유시설식별번호(UFI) • 2021년부터 국내외 시설들은 FDA 시설등록 시 반드시 FDA가 인정하는 고유시설식별번호를 제출해야 함 • 미국 내 에이전트 검증 과정 <ul style="list-style-type: none"> - 미국 내 에이전트의 검증이 마칠 때까지 시설등록 및 재등록에 관한 확인 혹은 등록번호 확인은 진행되지 않음

자료: 미국 식품의약품청(FDA)

25) 볶음면의 미국 HS CODE는 1902.30-0040(그 밖의 파스타 - 냉동한 것), 1902.30-0060(그 밖의 파스타 - 기타)으로 분류하여 조사했습니다.

[표 5.2] 미국 FDA 등록 정보

등록 정보		
	필수 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 시설명, 주소, 전화번호 • FDA가 인정하는 시설의 고유시설식별번호(2020년 10월 1일부터) • 선호하는 시설 주소(시설의 주소와 다른 경우) • 모회사 이름, 주소 및 전화번호(해당하는 경우) • 시설 담당자 이메일 주소(해외 시설: 미국 내 에이전트의 이름, 주소, 전화번호 및 이메일 주소) • 비상시 전화번호 및 이메일 주소, 국내 시설의 경우 담당자와 비상시 담당자가 다를 경우 이메일 주소만 필요 • 시설을 담당하는 소유주 운영자 혹은 에이전트의 이름 주소 전화번호 및 이메일 주소 • 시설이 사용하는 모든 상표명 • 등록 서식에 적혀 있는 해당하는 식품 카테고리 • 해당하는 각 식품 카테고리에 대한 시설에서 수행된 활동 유형 • FDA의 시설 점검을 허가할 것이라는 보증 • 제출한 정보가 사실이고 정확하며 기재자의 기재 권한을 허가한다는 증명서
	주의사항	<ul style="list-style-type: none"> • 2년마다 등록 갱신을 해야 함(매 짝수년 10월 1일 ~ 12월 31일) • 등록의 필수 정보가 변경된 경우 60일 이내에 FDA에 등록을 업데이트해야 함 • 모든 외국 식품 시설은 미국 FDA 대리인(US Agent)이 있어야 함

자료: 미국 식품의약품청(FDA)

▶ 미국 식품 관련 기타 인증

미국 내 식품 관련 기타 인증으로는 HACCP, FSSC 22000 등의 글로벌 공통 인증이나 글루텐프리 인증, 비건 인증, 할랄(Halal)인증, 코셔(Kosher) 인증과 같은 미국 민간 인증이 있음. 할랄인증과 코셔 인증 모두 원재료를 포함하여 생산 및 유통의 모든 과정이 해당 종교의 율법에 어긋나지 않게 진행되어야 취득할 수 있음

[표 5.3] 미국 볶음면 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
글루텐프리 인증	기능성 인증	미국 민간 인증	Gluten-Free Certification Organization (GFCO)	
Vegan Action	기능성 인증	미국 민간 인증	비건 인지 재단 (Vegan Awareness Foundation)	
Orthodox Union Kosher	종교적 및 문화적 인증	미국 민간 인증	Orthodox Union (OU)	
IFANCA Halal	종교적 및 문화적 인증	미국 민간 인증	미국 이슬람식품영양협의회 (IFANCA)	

자료: 각 인증기관

3. 미국 볶음면 라벨링

[표 5.4] 미국 볶음면 라벨링

주 표시면 필수 표시사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> • 제품의 일반적인 명칭 사용 • 굵은 글씨체로, 일반적으로 라벨에 쓰인 가장 큰 단어 또는 그래픽의 반 이상의 크기로 쓰여야 하며, 제품의 가장 하단과 평행으로 표기되어야 함 • 식품이 액체가 아닌 경우 형태(Sliced, Unsliced, Halves) 등을 명시 • 활자 크기는 주표시면에 사용된 가장 큰 활자의 1/2 이상 • 외국어 표기일 경우, 영어 및 외국어 둘 다 표기 • 주스(과일 및 채소)가 들어있는 음료의 경우, 주스 함유량(%) 표기 필요
	2. 순중량	<ul style="list-style-type: none"> • 주 표시면 하단 30%에 위치 • 포장 용기 내부에 담겨있는 식품의 양을 표기 • 기본적으로 모든 중량 표기는 영미 파운드법(oz, lb, quart)에 따라 표기되어야 하며, 분수 또는 소수점 등의 표기도 허용되어 있음 • 그램, 밀리리터 등의 미터법 단위도 함께 표기 • 글자 크기는 세로와 가로 비율이 3:1을 넘을 수 없으며, 주 표시면의 크기에 따라 최소 폰트 높이 기준이 상이 • 고체 제품의 경우 'Net Weight'라는 단어가 반드시 포함되어야 하지만, 액체 등의 제품은 'Net Contents' 또는 'Net' 등의 단어 사용은 선택 사항
정보 표시면 필수 표시사항 및 기준	3. 제조사, 포장업체, 유통업체의 정보, 이름 및 주소	<ul style="list-style-type: none"> • 제조사, 포장업체 또는 유통업체의 이름을 표기 • 제조업체의 이름이나 주소가 없는 경우에는 제품과 관련된 업체명을 반드시 기재 • 제조사, 포장업체 또는 유통업체 표기는 일반적으로 정확한 도로 이름 및 번호, 도시, 집(Zip) 코드, 주 등의 정보를 모두 포함
	4. 성분 리스트	<ul style="list-style-type: none"> • 사용된 원재료의 중량을 기준으로 내림차순으로 나열할 것 • 통상적인 이름 사용 • 전체 제품 용량 및 무게의 2% 이하를 구성하는 성분명의 표기는 위 방식의 적용을 받지 않음 • 허가된 방부제 첨가 시 방부제의 통상 명칭 및 기능을 표기할 것 • 공인된 색소는 약어 또는 특정 이름 사용

자료: 미국 식품의약품청(FDA)

[표 5.4] 미국 볶음면 라벨링

정보 표시면 필수 표시사항 및 기준	5. 알레르겐 성분	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 알레르기 유발 물질(Major food allergen)이 포함된 경우 반드시 기재 • 눈에 잘 띄고 읽기 쉬운 크기로, 원재료명의 문자 크기 이상으로 표기 • 원재료명 목록에 원재료명을 쓴 뒤에 괄호 안에 알레르기 유발 식품의 일반명을 기재 • ‘Contains’의 ‘C’는 반드시 대문자로 기재 • 주요 알레르기 유발물질은 우유, 달걀, 생선, 갑각류, 견과류, 밀, 땅콩, 그리고 대두 및 콩 등이 있으며, 2023년 1월 1일부터 알레르기 의무 표시 대상에 참깨도 포함됨 • 견과류의 경우에는 정확한 종류가 표기되어야 하며, 생선 또는 갑각류 동물의 경우 정확한 종에 대한 표기가 있어야 함
	6. 영양성분표 (Nutrition Facts)	<ul style="list-style-type: none"> • 미국에서 판매되는 모든 식품은 라벨에 영양성분표를 포함해야 함 • 열량, 총 지방(포화지방, 트랜스지방), 콜레스테롤, 나트륨, 총 탄수화물(식이섬유, 총당, 첨가당), 단백질, 비타민D, 칼슘, 철분 등의 정보를 포함해야 함 • 4살 이상이 한 자리에서 일반적으로 소비하는 양을 표기하는 1회 섭취량이 포함되어야 함. FDA에서는 일부 식품들에 대해 표준 1회 섭취량을 지정하고 있음 • 영양성분표에 표준 1회 섭취량에 대한 영양 정보와 실제 해당 유닛에 포함되어있는 영양 정보를 위에 예시로 제공한 영양성분표의 오른쪽에 열을 하나 더 만들어 표기해야 함 • 일일섭취량을 기준으로 1일 영양성분 기준치(% DV)를 표기해야 함 • 수출용 제품 라벨의 면적에 따라 영양성분표의 규정된 위치가 상이하므로 반드시 확인 필요 • 영양성분표의 포맷(format)이 다양하므로 제품의 크기나 라벨의 면적에 따라 적합한 포맷을 선택하여 사용 가능
	7. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> • 식품의약품국은 원산지 표시를 요구하지 않으나, 미국 세관과 관세국경보호청은 원산지 표시를 요구함 • 미국 내 유통업체의 명칭과 주소 근처에 영어로 표시할 것
	8. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> • 반드시 영어로 표기해야 하며, 한국어 표기가 포함된 경우에는 모든 라벨 의무 표기 사항을 영어와 한국어 모두로 표기해야 함 • 영어, 한국어 이외의 언어가 라벨에 있다면, 해당 언어로도 모든 의무 표기 사항 표기

자료: 미국 식품의약품청(FDA)

▶ 미국 볶음면 라벨 샘플

<p>[앞면 라벨링]</p>	<p>[옆면 라벨링]</p>	<p>[아랫면 라벨링]</p>

[앞면 - 영어]

- ① 26. JAN. 2023
25. JAN. 2024
- ② KOREAN STYLE INSTANT NODDLE!
- ③ OTTOGI
- ④ Stir-Fry Cheese Ramen
- ⑤ 4PK
- ⑥ SERVING SUGGESTION
- ⑦ NET WT: 16.93oz, 480g(120gX4)

[앞면 - 국문]

- ① 2023년 1월 26일
2024년 1월 25일
- ② 한국식 즉석 라면!
- ③ 오투기
- ④ 보들보들 치즈볶음면
- ⑤ 4개
- ⑥ 조리 예
- ⑦ 순 중량: 16.93oz, 480g(120gX4)

[옆면1 - 영어]

- ① OTTOGI
- ② Stir-Fry Cheese Ramen
- ③ Cooking Directions:
 - 1. Boil 18.59oz(550 ml) of water and add the noodle into the water for 3 minutes and 30 seconds
 - 2. Turn off the heat and drain water(remain 3tbsp of water). Add the powder soup then stir well and serve.
 - Caution: Contents are hot after heating. Handle with care.

[옆면1 - 국문]

- ① 오투기
- ② 보들보들 치즈볶음면
- ③ 조리법:
 - 1. 18.59oz(550ml)의 물을 끓인 다음 면을 3분 30초동안 삶아주세요.
 - 2. 불을 끄고 물을 버린 후(물은 3큰술 남김) 분말 스프를 넣고 잘 저은 후 드세요.
 - 주의: 가열 후 내용물이 뜨겁습니다. 주의하여 다루세요.

- ④ INGREDIENTS: WHEAT FLOUR, MODIFIED STARCH(TAPIOCA), PALM OIL, CHEESE, WHEAT GLUTEN, SALT, CHEESE FLAVOR, SUGAR, WHEY, EMULSIFIED OIL, GLUCOSE, YEAST SEASONING, SEASONED YEAST EXTRACT, POTATO STARCH, ACIDITY REGULATORS, MILK CREAM, MONOSODIUM GLUTAMATE, GARLIC, DEXTRIN, ONION, GLYCIN, XANTHAN GUM, RED PEPPER, DRIED PARSLEY, YEAST EXTRACT, DISODIUM INOSINATE, DISODIUM GUANYLATE, CHILLI EXTRACT, TURMERIC, GREEN TEA EXTRACT, RIBOFLAVIN
*POWDERED
- ⑤ CONTAINS MILK, WHEAT, SOYBEAN
- ⑥ PRODUCED IN A FACILITY THAT ALSO USES EGGS, FISH, CRUSTACEAN SHELLFISH, TREE NUTS, PEANUTS, SESAME

- ④ 성분: 밀가루, 화공녹말(타피오카), 팜유, 치즈, 글루텐, 소금, 치즈향, 설탕, 유청 유화기름, 포도당, 효모 시즈닝, 효모 추출물, 감자전분, 산도조절제, 우유크림, 글루탐산일나트륨, 마늘, 텍스트린, 양파, 글리신, 잔탄검, 고추, 말린 파슬리, 전분 추출, 이노신사이나트륨, 구아닐산이나트륨, 칠리 추출, 심황, 녹차 추출, 리보플라빈
*분말 형태
- ⑤ 우유, 밀, 대두 함유
- ⑥ 계란, 생선, 조개 및 갑각류, 견과류, 땅콩, 참깨를 사용하는 시설에서 생산됨

[아랫면 - 영어]

Nutrition Facts	
+ Servings per container	
Serving Size	1 package(120g)
Amount Per serving	520
Calories	
% Daily Value*	
Total Fat 17g	22%
Saturated Fat 9g	45%
Trans Fat 0g	
Cholesterol less than 5mg	1%
Sodium 1,220mg	53%
Total Carbohydrate 82g	30%
Dietary Fiber 3g	11%
Total Sugars 5g	
Includes 1g Add sugars	2%
Protein 11g	
Vit. D 0mcg	0% • Calcium 70mg 6%
Iron 0.8mg	4% • Potas. 220mg 4%
The % Daily Value (DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2,000 calories a day is used for general nutrition advice.	

[아랫면 - 국문]

영양성분표	
+ 포장당 제공량	
1회 제공량	1팩(120g)
1회 분량당 함량	520
칼로리	
% 일일 권장량*	
총 지방 17g	22%
포화지방 9g	45%
트랜스지방 0g	
콜레스테롤 5mg 미만	1%
나트륨 1,220mg	53%
총 탄수화물 82g	30%
식이섬유 3g	11%
총 설탕량 5g	
첨가당 1g 포함	2%
단백질 11g	
비타민D 0mcg	0% • 칼슘 70mg 6%
철분 0.8mg	4% • 칼륨. 220mg 4%
%일일 권장량(DV)은 식품 1회 제공량에 포함된 영양소가 일일 식단에 얼마나 기여하는지 알려줍니다. 일반적인 영양 조언을 위해 일일 2,000칼로리가 사용됩니다.	

4. 미국 볶음면 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

GRAS(Self-Affirmed Generally Recognized As Safe)는 미국에서 판매되는 식품 원료의 안전성을 평가하는 제도이며, 식품첨가물을 ‘식품에 첨가 및 접촉하여 직접적 또는 간접적인 결과를 초래할 것으로 예상되는 물질’로 규정해 본래의 사용 목적 및 조건에서 과학적 단계를 통해 입증된 성분을 분류함. 볶음면을 ‘유탕면’으로 분류하여 관련 식품첨가물 검색 시 총 237건을 발견했으며, 하기 표는 유탕면에 적용되는 미국 식품첨가물 기준 중 일부임. 더욱 상세한 정보는 미국의 연방규정집(CFR: Code of Federal Regulations) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.5] 미국 볶음면 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용 기준	사용 기준
1	사카린	Saccharin	가공식품	1회 제공량당 30mg 이하
2	사카린나트륨	Sodium saccharin		
3	사카린칼슘	Calcium saccharin		
4	아세틸화 모노글리세라이드	Acetylated monoglycerides	모든 식품	합리적으로 필요한 양을 초과하지 않는 수준으로
5	아코니트산	Aconitic acid		[향료 및 보조제] (GRAS: 0.0005% 이하, GMP에 따라 사용)
6	아디프산	Adipic acid		[향료, 발효제, 산도조절제] (GRAS: 0.02% 이하, GMP에 따라 사용)
7	한천	Agar		[향료, 조성보조제, 습윤제, 안정제, 증점제] (GRAS: 0.25% 이하)
8	아스코르브산	Ascorbic acid		[보존료, 강화제] (GRAS: GMP에 따라 사용)
9	염화 암모늄	Ammonium chloride		[반죽강화제, 향미증진제, 팽창제, 가공보조제] (GRAS: GMP에 따라 사용)
10	황산 알루미늄	Aluminum sulfate		[다목적](GRAS: GMP에 따라 사용)
11	황산 알루미늄 나트륨	Aluminum sodium sulfate		
12	바이오틴	Biotin		[강화제](GRAS: GMP에 따라 사용)

자료: KATI 농식품수출정보

▶ **유해물질**

미국 내 식품을 유통하기 위해 미국 식품의약품청(FDA)의 유해물질 규정을 반드시 준수해야 함. 미국은 유해물질을 독성이 있어 치명적인 물질이나 병원성 및 발암성 물질로 정의하며, 해당 물질들에 대해 식품 내 잔류한계를 규정하고 있음. 더욱 상세한 정보는 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

▶ **알레르겐**

미국에서 유통되는 식품의 알레르기 유발물질은 ‘식품 알레르기 유발물질 표시 및 소비자 보호법’에 의하여 규정됨. 식품에 총 9가지의 알레르기 유발물질이 포함되는 식품은 라벨에 해당 성분명을 영어로 표기해야 함. 2023년 1월 1일부터 참깨가 9번째 알레르겐 성분으로 공식 지정되었으며, 참기름과 같이 참깨가 포함된 제품에도 해당하는 내용임

[표 5.6] 미국 볶음면 유해물질 분석

물질명(한글)	물질명(영문)	식품 유형	잔류허용기준
총 아플라톡신 (아플라톡신 B1, B2, G1, G2의 합)	Aflatoxin (Aflatoxin B1, B2, G1, G2(total))	모든 식품	20mcgs/kg(20 ppb)

자료: KATI농식품수출정보

[표 5.7] 미국 알레르겐 성분 규정

순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	우유
2	의무	달걀
3	의무	생선
4	의무	갑각류
5	의무	견과류
6	의무	땅콩
7	의무	대두
8	의무	밀
9	의무	참깨

자료: 미국 식품의약품청(FDA)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 유나이티드누들(United Noodles)
2. 블루스톤임포트(Bluestone Import)
3. 에이치마트유에스에이(H Mart USA)

Interview ①


**유나이티드누들
(United Noodles)**

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 1972년 설립
 - 미네아폴리스에 위치한 소매 및 수입업체
 - 주요 수입국으로는 일본, 중국, 한국, 태국, 베트남
 - 취급 품목으로는 공산품 및 식료품
 - 오프라인 유통채널 존재

담당자 정보

Marketing Analyst

26)

**유나이티드누들(United Noodles)
Marketing Analyst**
Q. 미국에서 즉석식품의 수요는 어떠한가요?

미국에서 맛별이 가정, 직장인들, 대학생 소비자가 늘어나면서 즉석식품의 수요도 증가하고 있습니다. 미국 소비자들은 점점 간편하면서 저렴한 한 끼 식사를 원하고 있으며 이에 따라 즉석식품의 수요도 커지는 것으로 보입니다.

Q. 미국에서 볶음면의 수요는 어떠한가요? 또한, 미국 볶음면 시장에서는 요즘 무엇이 유행인가요?

미국에서 라면과 볶음면의 수요는 아시아 요리의 인기, 편리함을 찾는 소비자, 건강한 음식에 대한 관심도가 높아짐에 따라 증가하고 있습니다. 미국 소비자들 사이에서 통밀, 채소와 같이 더 건강한 재료가 들어간 면 제품이 선호되고 있습니다. 맛에서는 전통적인 아시안 맛뿐만 아니라 치즈나 토마토 같은 맛 옵션도 인기 있는 편이며, 편의성에 중점을 둔 재밀봉이 가능한 포장이나 전자레인지 조리가 가능한 포장재가 주목을 받고 있습니다.

Q. 미국에서 가장 인기 있는 볶음면 제품은 무엇인가요?

미국에서 가장 인기 있는 라면은 한국식 라면, N사 신라면이 있으며 볶음면 제품으로는 인도네시아산 I사 미고랭, 일본산 N사 컵라면 등이 있습니다.

Q. 미국에서 볶음면의 주요 소비층은 누구인가요?

미국에서 볶음면의 주요 소비층은 간편하고 저렴한 식사를 찾는 청년, 직장인, 대학생 소비자들입니다.

Q. 미국에서 한국산 볶음면을 흔히 볼 수 있나요?

한국산 라면과 볶음면 제품은 이미 미국에서 잘 알려져 있으며 지난 10년 동안 미국에서 큰 인기를 끌었습니다. 그동안 한국산 면 제품은 아시아계 미국 소비자들 사이에서만 수요가 있었지만, 최근 들어 다른 미국인들에게도 인기를 얻고 있습니다. 미국에서 한국산 라면은 높은 품질과 다양한 맛 옵션으로 유명합니다.

Q. 경쟁사 제품과 비교했을 때, 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇이라고 생각하시나요?

고객사 제품의 강점은 독특하고 풍부한 맛과 편리한 포장으로 제공되며 한국산 제품이라는 점입니다. 또한, FSSC 22000 인증으로 제품의 안전성을 보여주고 있으며, 한국식 볶음면이라는 차별화된 포지셔닝이 독보적인 셀링 포인트입니다. 약점은 제한된 유통, 기존 경쟁제품에 비해 낮은 브랜드 인지도, 작은 용량 대비 비싼 가격 등이 있습니다.

Q. 경쟁사들은 미국 현지에서 어떤 방식으로 제품을 홍보하고 있나요?

볶음면을 홍보하기 위한 보편적인 홍보 방식은 없기에 회사마다 다른 마케팅을 하고 있습니다. 대부분의 경쟁사는 대중의 관심을 끌기 위해 제품 본연의 맛과 다양한 맛 옵션을 강조하는 홍보를 하고 있으며 매력적인 온라인 콘텐츠를 만들어 고객을 유치하고 있습니다.

Q. 경쟁사들은 어떤 유통채널에서 볶음면 제품을 판매하고 있나요?

고객사 제품과 유사한 제품을 취급하는 경쟁사들은 온·오프라인 채널을 포함한 다양한 유통채널에서 제품을 판매하고 있습니다. 오프라인 채널에서는 일본, 중국, 한국, 베트남 등의 다양한 제품을 판매하는 아시안 마트가 주도하고 있으며 최근 들어 하이퍼마켓에서도 폭넓은 면 제품 옵션을 제공하고 있습니다.

Q. 미국에서 고객사 제품과 유사한 제품의 가격대는 어떠한가요? 또한, 해당 제품의 맛 옵션은 무엇이 있나요?

고객사 제품과 유사한 제품의 가격대는 브랜드 인지도, 원재료, 맛, 인증사항 등에 따라 달라지지만 보통 1달러(1,313원)에서 4달러(5,251원) 사이입니다. 미국에서 주로 유통되는 볶음면의 옵션에는 달콤한 맛, 매콤한 맛, 담백한 맛, 새콤한 맛 등이 있습니다.

Q. 고객사 제품은 물에 굴 소스를 넣고 끓이기만 하면 되는 볶음면으로 한 봉지당 5.99달러(7,864원²⁷⁾)입니다. 고객사 제품이 미국 소비자들 사이에서 인기를 얻을 수 있을까요?

고객사 제품은 미국 시장에서 유리한 점을 많이 가지고 있습니다. 조리가 쉽고 저렴하며 고품질의 재료로 만들어져있어 고객 만족도가 높습니다. 또한, 여러 인증을 보유하고 있습니다. 하지만 이미 기존 시장에 경쟁사가 많기에 고객사 제품은 차별화가 필요합니다. 이에, 미국 시장 진출을 위해 마케팅을 진행해야 하며 효과적인 마케팅 전략을 세우는 것은 확고한 브랜드 평판을 구축하는 데 중요할 것입니다. 더 나아가 면제품이 건강에 좋지 않다는 대중의 인식을 바꾸기 위한 노력이 있어야 합니다. 고객사 제품의 건강상의 이점을 강조하는 것이 인기를 얻기 위한 중요한 전략입니다.

27) 1달러=1,312.80원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 고객사 제품은 FSSC 22000 인증을 받은 제품입니다. 미국에서 볶음면 제품의 판매를 위해 필요한 다른 인증이 있나요?

미국에서 볶음면 제품을 판매하기 위해서는 IFS, HACCP 등의 인증을 받는 것이 좋습니다. IFS는 식품의 안정성을 보장하는 인증이며 HACCP는 미국에서 필수적인 인증입니다. HACCP는 소비자의 신뢰도를 높여주며 제품 판매량에도 직접적인 영향을 주는 인증입니다.

Q. 고객사 제품이 미국에서 경쟁력을 가지려면 강조해야 할 셀링 포인트는 무엇인가요?

고객사 제품이 요리하기 쉽고, FSSC 22000 인증을 보유하고 있으며 맛도 좋다는 점을 강조한다면 맛있고 간편한 식사를 찾는 소비자에게 매력적으로 다가갈 것입니다.

Q. 고객사 제품이 미국 소비자들의 입맛을 사로잡기 위해서 어떤 형태나 맛 옵션으로 미국 시장에 출시되어야 할까요?

미국 시장에서 볶음면 신제품을 출시하려면 닭고기 맛이나 소고기 채소 맛 등 미국 소비자가 좋아할 만한 맛 옵션을 제공하는 것을 추천합니다. 또한, 편리하고 쉽게 조리할 수 있다는 점을 강조한다면 미국 소비자들 사이에서 인기를 얻을 수 있을 것입니다.

Q. 미국에서 볶음면을 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요?

미국으로 제품을 수출할 때 여러 가지 유통경로를 선택할 수 있습니다. 소매업체나 외식업체에 직접 유통하거나, 수입업체를 통해서 유통하거나, 온라인 플랫폼을 활용해서 온라인으로 판매하는 방법 등이 있습니다. 면 제품의 경우 아시아계 소비자들의 수요가 많기에 초기에는 아시안 마트와 식료품점을 중심으로 유통하는 것이 이상적이며, 제품이 시장에서 어느 정도 자리를 잡은 후에 슈퍼마켓 체인점과 접촉하는 것을 추천합니다.

Q. 미국 소비자들에게 볶음면을 홍보하기 위한 효과적인 방법이 있나요?

미국 현지 고객 참여도를 높이기 위해 다양한 방법을 활용해야 합니다. 인스타그램, 페이스북과 같은 소셜미디어 채널을 사용하고, 할인행사 홍보나 지속적인 소통을 위한 이메일 마케팅, 높은 온라인 인지도를 보장하기 위한 타겟 검색 엔진 최적화를 사용하는 것을 추천합니다. 콘텐츠 마케팅을 통해 소비자에게 고객사 제품을 알리고 검색 광고 엔진 유료 서비스를 통해 특정 소비자를 대상으로 광고를 진행해야 합니다. 유사한 제품 업체와 협력하여 현지 시장에서 고객 참여도를 개선하고 판매를 촉진하는 계획 또한 수립해야 합니다.

Interview ②

28)

Bluestone Import 블루스톤임포트(Bluestone Import) Owner

블루스톤임포트 (Bluestone Import)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 뉴욕에 위치한 소매 및 수입업체
 - 주요 수입국으로는 한국
 - 삼양식품 미국 동부 지역 공식 판매처
 - 취급 품목으로는 음료, 양념, 냉동식품 등
 - 오프라인 유통채널 존재

담당자 정보

Owner

Q. 미국에서 즉석식품의 수요는 어떠한가요?

비싼 생활, 1인 가구 증가 등의 이유로 최근 몇 년간 미국에서 즉석식품 시장은 크게 성장했습니다. 특히 1인 가구 증가로 즉석식품의 수요가 급격하게 늘어나고 있으며, 미국 내 아시아 인구 증가로 라면과 면 제품의 수요가 급증하고 있습니다.

Q. 미국에서 볶음면의 수요는 어떠한가요? 또한, 미국 볶음면 시장에서는 요즘 무엇이 유행인가요?

미국 내에서 라면과 볶음면에 대한 수요가 급증하고 있습니다. 시장 성장의 주요 원인은 편리한 음식에 대한 욕구 증가, 소비자의 소득 증가, 아시아 요리의 인기 급증 등이 있습니다. 미국에서 가장 인기 있는 라면 맛은 닭고기, 쇠고기, 새우 맛이며 볶음면은 마늘, 칠리, 카레와 같은 다양한 맛 옵션이 있습니다. 라면은 일반적으로 개별 포장이나 큰 상자에 담겨 판매되는 반면 볶음면은 봉투에 세트 포장되어 판매되고 있습니다. 라면은 가격이 저렴해 가격에 민감한 소비자들 사이에서 선호되며, 볶음면은 상대적으로 가격이 높은 편입니다.

Q. 미국에서 가장 인기 있는 볶음면 제품은 무엇인가요?

S사, N사 등의 브랜드가 미국 시장에서 큰 인기를 끌며 인지도가 높습니다. 해당 브랜드들이 인기 있는 이유는 미국 시장에 꽤 오랜 시간 진출해 있었고 제품의 품질과 다양성이 독보적이기 때문입니다.

Q. 미국에서 볶음면의 주요 소비층은 누구인가요?

미국에서 볶음면의 주요 소비자는 MZ세대입니다. 해당 소비자들은 저렴하고 편리하면서도 맛 좋은 가성비 있는 한 끼를 추구합니다. 볶음면은 해당 소비계층의 필요를 완벽하게 충족합니다.

Q. 미국에서 한국산 볶음면을 흔히 볼 수 있나요?

한국산 라면과 볶음면은 미국 시장에서 일본산 제품의 인지도에는 못 미치지만, 점점 한국 요리에 대한 미국 소비자의 관심이 높아지고 있기에 한국산 라면과 볶음면의 인기 상승에 영향을 미칠 것으로 보입니다.

Q. 미국 볶음면 제품 중 고객사 제품과 비슷한 제품이 있나요?

업체에서 유통하는 제품 중에는 S사의 불닭볶음면 짜장 큰 컵, 까르보 불닭볶음면 큰 컵, 불닭볶음면, 핵불닭볶음면 등이 다양한 제품이 있습니다.

Q. 경쟁사 제품과 비교했을 때, 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇이라고 생각하시나요?

고객사 제품은 경쟁사 제품과 비교했을 때 뛰어난 가성비를 가졌습니다. 고객사 제품은 맛있고 조리도 편리한 데다가 비용도 저렴하게 판매되고 있습니다. 하지만 미국 소비자에게 중요한 식품 영양성분은 명시되어 있지 않습니다. 다른 현지 브랜드와 경쟁하기 위해서는 가격뿐만 아니라 다양성 맛 옵션 또한 경쟁력을 가져야 합니다.

Q. 경쟁사들은 미국 현지에서 어떤 방식으로 제품을 홍보하고 있나요?

경쟁사인 S사 제품은 미국 소매업체 사이에서 강력한 입지를 갖고 있으며 수년 동안 고품질의 제품을 유통해오며 브랜드 평판을 구축해 왔습니다. 미국에서 제품을 홍보하기 위해서는 미국 소매업체 사이에서 제품의 인지도와 평판을 확보하는 것도 방법입니다.

Q. 경쟁사들은 어떤 유통채널에서 볶음면 제품을 판매하고 있나요?

잘 알려진 볶음면 브랜드는 대부분 식료품점, 하이퍼마켓, 아시안 마트에서 제품을 판매하고 있습니다. 또한, 미국의 모든 주요 온라인 플랫폼에서 쉽게 구매할 수 있습니다.

Q. 미국에서 고객사 제품과 유사한 제품의 가격대는 어떠한가요? 또한, 해당 제품의 맛 옵션은 무엇이 있나요?

미국에서 라면의 가격대는 5.99달러(7,864원)에서 12.99달러(17,053원) 사이입니다. 일반적으로 한 상자당 들어있는 컵이나 봉지의 개수가 다르고, 총 무게와 크기 또한 제품마다 상이합니다. 따라서 가격은 한 상자 내의 컵 또는 봉지의 수에 따라 달라지고, 총 중량과 치수 역시 가격 결정의 고려사항이 됩니다. 해당 제품의 맛 옵션은 매운맛과 고소한 맛에서부터 간장, 고추, 카레, 치즈와 같은 맛까지 다양합니다.

Q. 고객사 제품은 물에 굴 소스를 넣고 끓이기만 하면 되는 볶음면으로 한 봉지당 5.99달러(7,864원)입니다. 고객사 제품이 미국 소비자들 사이에서 인기를 얻을 수 있을까요?

간단하고 편리한 조리 과정은 미국 소비자들에게 매력적으로 다가갈 것입니다. 소비자 기호에 맞춰 3개의 개별 상품이 한 세트 구성된 점 또한 미국 시장에서 경쟁력 있을 것입니다.

Q. 고객사 제품은 FSSC 22000 인증을 받은 제품입니다. 미국에서 볶음면 제품의 판매를 위해 필요한 다른 인증이 있나요?

FSSC 22000 외에도 GMP(Good Manufacturing Practices), HACCP, ISO 9001과 같은 여러 인증이 있다면 미국에서 볶음면 제품을 판매할 때 도움이 될 것입니다. 이러한 인증을 통해 고객사가 고품질로 안전한 제품을 생산하기 위해 최선을 다하고 있음을 소비자에게 보여줄 수 있습니다.

Q. 고객사 제품이 미국에서 경쟁력을 가지려면 강조해야 할 셀링 포인트는 무엇인가요?

고객 친화적인 조리 방법, 고품질의 원재료 사용, 가성비 좋은 가격이 고객사 제품의 셀링 포인트입니다. 해당 부분을 강조한다면 소비자에게 고객사 제품이 얼마나 좋은 제품인지 설득할 수 있을 것입니다.

Q. 고객사 제품이 미국 소비자들의 입맛을 사로잡기 위해서 어떤 형태나 맛 옵션으로 미국 시장에 출시되어야 할까요?

바쁜 소비자에게 적합한 편리한 컵라면 형태의 볶음면을 추천합니다. 또한, 맛과 영양을 모두 제공할 수 있는 채소 볶음면과 간편하지만, 포만감을 주는 고기 볶음면, 해물을 좋아하는 사람들을 위한 해물 볶음면 등을 출시하면 미국 시장 점유에 효과적일 것입니다.

Q. 미국에서 볶음면을 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요?

라면, 볶음면을 미국에 효과적으로 수출하기 위해서는 다양한 유통 전략이 필요합니다. 폭넓은 고객층 확보를 위해서는 유명 식료품점과 월마트(Walmart) 등 하이퍼마켓을 통해 유통하는 것을 추천합니다. 또한, 창의적인 온라인 마케팅과 꼼꼼한 배송 포장을 진행하여 아마존(Amazon)이나 온라인 월마트(Walmart.com)와 같은 온라인 플랫폼을 통해 디지털 시장으로 진출할 수도 있습니다. 시스코(Sysco)와 유에스푸드(US Foods)와 같은 식료품 유통업체와 파트너십을 맺어 좀 더 쉽게 미국 시장 진출을 노려볼 수도 있습니다. 아시안 마트와의 유통을 위해 아시아계 미국인과 파트너십을 맺는 것도 또 다른 진출 방법이 될 수 있습니다.

Q. 미국 소비자들에게 볶음면을 홍보하기 위한 효과적인 방법이 있나요?

매장 내 시음 행사는 소비자에게 실질적인 맛 경험을 제공하며 디지털 광고와 인플루언서 협업은 젊고 전문적인 소비자를 끌어들이습니다. 할인 쿠폰 이벤트를 통해 소비자의 재구매를 장려하는 것도 방법입니다. 제품의 인지도를 올리기 위해 음식점과 협력하고, 이벤트에 열고, 제품의 레시피를 공유하는 것도 추천합니다.

Interview ③

29)



에이치마트유에스에이
(H Mart USA)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 1982년 설립
 - 뉴욕에 위치한 소매 및 공급업체
 - 주요 수입국으로는 한국
 - 취급 품목으로는 냉동식품, 해산물, 고기 등
 - 온/오프라인 유통채널 존재

담당자 정보

Purchasing Assistant

에이치마트유에스에이(H Mart USA) Purchasing Assistant

Q. 미국에서 즉석식품의 수요는 어떠한가요?

미국에서 소비자들의 바쁜 생활 방식으로 인해서 즉석식품의 수요가 증가하고 있습니다. 1인 가구가 늘어나면서 전통적인 요리에 비해 편리하고 시간을 절약할 수 있는 즉석식품이 미국 소비자들 사이에서 호응을 얻고 있습니다.

Q. 미국에서 볶음면의 수요는 어떠한가요? 또한, 미국 볶음면 시장에서는 요즘 무엇이 유행인가요?

더 건강한 재료, 지속 가능한 포장재, 고품질과 편리성에 중점을 둔 볶음면은 미국 소비자들 사이에서 수요가 많습니다. 인기 있는 볶음면의 종류로는 라이스 누들과 밀면이 있으며 주로 천연, 유기농 재료를 사용합니다. 소비자들은 오리엔탈, 스파이스, 코리안 바비큐, 타이 레드 커리와 같은 독특한 맛에 매력을 느낍니다. 1인분 포장 방식이 선호도가 높으며 친환경 포장재가 더 인기가 많습니다. 볶음면의 가격 범위는 다양하며 품질과 환경을 위해 더 큰 비용을 지급하기도 합니다. 건강, 지속 가능성, 고품질, 편리성, 퓨전 요리는 미국 볶음면 시장을 형성하는 주요 트렌드입니다.

Q. 미국에서 가장 인기 있는 볶음면 제품은 무엇인가요?

다양한 제품과 맛을 제공하는 O사, B사, N사, P사 제품들이 미국 소비자 사이에서 인기 있습니다. 해당 브랜드들은 하나의 맛이나 제품에만 집중하는 게 아니라 다양한 맛과 제품을 끊임없이 제공하기에 성공적으로 미국에서 인기를 누리고 있습니다.

Q. 미국에서 볶음면의 주요 소비층은 누구인가요?

미국에서 볶음면의 주요 소비층은 빠른 식사를 원하는 젊은 성인, 시간 제약이 있는 바쁜 직장인, 대학생, 아시아나 라틴 아메리카계와 같은 소수 민족, 저소득 가정, 독특한 음식을 좋아하는 소비자, 채식주의자, 비건, 건강에 민감한 소비자 등 다양합니다.

Q. 미국에서 한국산 볶음면을 흔히 볼 수 있나요?

한국산 라면과 볶음면 제품은 아시아계 미국인 커뮤니티와 한식 애호가들 사이에서 인기가 있습니다. 아직 일본이나 중국 제품만큼 널리 알려지지는 않았지만, 미국에서 한식과 한국 문화에 대한 관심도가 높아지면서 대중적인 인지도가 생길 것으로 보입니다.

Q. 미국 볶음면 제품 중 고객사 제품과 비슷한 제품이 있나요?

P사, O사, S사 등 유명 브랜드의 다양한 제품들이 있습니다. P사 김치 볶음면, P사 틸새 볶음면, O사 북경 짜장라면, O사 보들보들 치즈라면 등이 있습니다.

Q. 경쟁사 제품과 비교했을 때, 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇이라고 생각하시나요?

고객사 제품은 기존의 볶음면과 차별화된 제품으로 독특한 셀링 포인트를 갖고 있습니다. 맛과 식감의 차별화는 색다른 음식 경험을 원하는 소비자 사이에서 인기를 얻을 수 있을 것입니다. 또한, 513g의 9개 팩으로 구성된 큰 세트는 더 많은 양을 원하는 소비자들에게 경제적인 옵션입니다. 고객사 제품의 쫄깃한 면발과 한식의 전통의 맛 구성은 한국의 맛을 찾는 소비자들에게 만족감을 줄 것입니다. 하지만 P사, O사 등 이미 미국 시장에 진출한 브랜드에 비해 고객사 브랜드 인지도는 상대적으로 약한 편이며, 해당 브랜드들이 오랫동안 쌓아온 평판을 뛰어넘기에는 아직 부족해 보입니다. 하지만 고객사 브랜드가 미국 시장에서 신생인 만큼 전망을 선부르게 낮게 평가해서도 안 됩니다. 또한, 고객사 제품은 컵라면보다 조리 과정이 더 많아 비교적 편리성이 떨어진다는 점도 유의해야 합니다.

Q. 경쟁사들은 미국 현지에서 어떤 방식으로 제품을 홍보하고 있나요?

경쟁사들은 제품을 젊은 소비자들에게 홍보하기 위해 주로 셀럽들이나 프랜차이즈 브랜드들과 협업합니다. 잠재 소비자를 발굴하기 위해서 캠퍼스와 같은 곳에서 시음 행사나 샘플 행사를 진행하기도 합니다. 유튜브와 인스타그램과 같은 소셜미디어에서 한정판 맛, 새로운 패키지 디자인, 신제품 발매 등을 적극적으로 홍보하고 있습니다.

Q. 미국에서 고객사 제품과 유사한 제품의 가격대는 어떠한가요? 또한, 해당 제품의 맛 옵션은 무엇이 있나요?

고객사 제품과 유사한 제품의 가격대는 볶음면 제품 2.29~15.49달러(2,950원~19,980원)와 라면 제품 2.29~16.49달러(3,006원~21,648원) 정도입니다. 맛 옵션은 매운 치킨, 까르보나라, 순한 맛, 참깨, 버섯, 닭 육수, 짜장 등 다양한 맛이 있습니다.

Q. 고객사 제품은 물에 굴 소스를 넣고 끓이기만 하면 되는 볶음면으로 한 봉지당 5.99달러(7,864원)입니다. 고객사 제품이 미국 소비자들 사이에서 인기를 얻을 수 있을까요?

고객사 제품은 저렴한 가격에 간편하게 조리할 수 있어 미국 시장에서 경쟁력이 있을 것으로 보입니다. 또한, 한 세트에 3팩 구성은 경제적이면서 간편한 식사 옵션을 찾는 가족 단위 소비자와 1인 가구 소비자에게 매력적으로 다가갈 것입니다. 지속적인 시장 평가는 지켜봐야 하겠지만 고객사 제품의 특징들은 미국 시장에서 경쟁력 있을 것으로 보입니다.

Q. 고객사 제품은 FSSC 22000 인증을 받은 제품입니다. 미국에서 볶음면 제품의 판매를 위해 필요한 다른 인증이 있나요?

미국에서 볶음면 판매를 위해서는 FSSC 22000 인증 외에도 FDA FSMA 인증, 유기농 원재료로 만들면 필요한 USDA 유기농 인증이 있으며, 엄격한 식품 안전과 유기농 및 Non-GMO 기준을 충족하는 Non-GMO Project Verified 인증이 포함됩니다. 해당 인증들은 소비자 사이에서 신뢰도를 얻기에 적합한 인증들입니다.

Q. 고객사 제품이 미국 소비자들의 입맛을 사로잡기 위해서 어떤 형태나 맛 옵션으로 미국 시장에 출시되어야 할까요?

강한 맛을 추구하는 미국 시장 트렌드에 맞춰 고추장이나 김치 등 한국의 매운맛 옵션을 추가하는 것도 좋을 것 같습니다. 또한, 비건이나 채식주의자를 위한 옵션과 글루텐 프리 옵션을 제공하면 특정 식단 소비자의 수요도 생길 것입니다. 아시아 퓨전 요리 맛이나 저염 옵션 또한 소비자의 관심을 더욱 끌 수 있는 옵션이며, 온라인 독점이나 한정판 맛은 적극적인 소비자 참여를 만들 수 있을 것입니다.

Q. 미국에서 볶음면을 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요?

초기에는 아시안마트를 통해 제품을 유통하는 걸 추천합니다. 온라인 플랫폼을 통해 제품을 유통하는 것도 소비자 접근성을 높일 수 있을 것입니다. 또한, 푸드 서비스 유통업체를 통해 제품을 유통하는 것도 미국 음식점 사이에서 고객사 제품을 알릴 방법입니다.

Q. 미국 소비자들에게 볶음면을 홍보하기 위한 효과적인 방법이 있나요?

현지 소비자에게 효과적으로 다가가기 위해서는 다양한 홍보방법을 활용할 수 있습니다. 인플루언서와의 협업과 소셜미디어 마케팅을 활용하여 페이스북, 인스타그램, 유튜브와 같은 사이트에서 브랜드 인지도를 쌓아야 합니다. 지역 이벤트에 참여해서 직접적인 상호 작용을 만들고 고객 참여를 지원하여 제품을 홍보할 수 있습니다. 또한, 추천인 이벤트, 고객 평가, 현지 콘텐츠 제작과 샘플 행사를 통해 소비자들의 지속적인 재구매율을 높여야 합니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

Ⅶ 시사점



시장수요



미국 편의식 시장규모는 향후 5년간 2.3%씩 증가, 간편조리식 시장규모 또한 향후 5년간 2.3%씩 성장할 것으로 전망됨. HS CODE 1902.30(볶음면)의 미국 對글로벌별 수입액은 지난 5년간 연평균 15.1%씩 증가했으며, 對한국 수입액은 이를 월등히 추월하는 연평균 19.5%의 높은 성장률을 보여, 한국산 볶음면에 대한 수요 증가세를 확인함. 특히, 2022년 기준 미국의 볶음면 수입 국가들 중 한국은 32%의 점유율로 1위를 차지하며 한국산 볶음면에 대한 높은 수요를 확인하였음

수입유통업체 인터뷰 결과, 세 수입유통업체 모두 미국 내 볶음면에 대한 수요가 증가하고 있으며, 특히 1인 가구의 증가로 볶음면을 포함한 즉석식품이 간편하고 저렴한 식사를 원하는 소비자들에게 인기가 있다고 답변함. 한국산 볶음면을 포함하여 독특한 맛과 좋은 품질을 제공하는 볶음면 제품에 대한 관심이 커지고 있음



소비 특징 ①

한국 브랜드 다수
키토 관련 브랜드도 확인



온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석 결과를 통해 현지 제품 및 시장 특징을 도출함

미국 볶음면 시장 내 한국 브랜드가 가장 인기 있는 브랜드로 보이며, 이는 '불닭 볶음면' 시리즈 인기의 영향으로 분석됨. 인도네시아의 라면 브랜드 '인도미' 또한 다수 확인 되었고 봉지 패키지나 컵라면 형태의 제품을 주로 판매 중인 것으로 확인됨. 이외에도 곤약면을 활용한 키토 브랜드인 '유호'의 제품도 다수 확인됨



소비 특징 ②

'매운', '김치' 등 매콤한 맛
강조하는 제품 다수



미국 볶음면 시장 내 '매운', '김치' 등 매콤한 맛을 강조한 제품이 다수 확인됨. 특히, '닭' 관련 키워드도 다수 도출되었는데, 이는 불닭볶음면 관련 제품이 많이 확인되었기 때문으로 분석됨. 불닭볶음면의 인기로 '까르보나라', '치즈' 등 다양한 맛 또한 도출되었음

이외에도 '짜장' 키워드도 다수 확인되었으며, '짜장' 데이터 중에는 한국산 짜장라면 제품들도 판매중인 것으로 확인함



미국 볶음면 유통 비중



유통채널



미국 볶음면 유통채널 점유율 조사 결과 전통 식료품점(50.3%)이 압도적으로 높은 점유율을 차지하였음. 뒤를 이어 슈퍼마켓(18.4%), 할인점(11.0%)이 미국 내 볶음면의 주요 유통채널로 확인됨

한편, 전문가 인터뷰 결과 소셜미디어, 인플루언서 마케팅 등 온라인을 활용한 홍보 및 유통이 최근 부상하는 것으로 확인됨. 실제 온라인 판매 제품 확인 결과 미국 내 식료품 배달 서비스를 운영하는 플랫폼인 아마존과 월마트에서 다수의 볶음면 제품이 판매되는 것을 확인함

진입장벽

- ▶ Point 1) 수입업체 사전등록 必
- ▶ Point 2) 식품 제조시설 등록 必
- ▶ Point 3) HACCP 및 비건인증 권장



미국으로 볶음면 수출 시, 한-미 FTA로 인해 관세가 부과되지 않음. 미국으로 식품 수출 시, 미국 FDA를 통한 식품 시설등록과 수입식품 사전신고가 필수적임. 식품 관련 필수적인 인증은 없지만, HACCP, FSSC 22000, 비건 인증 등이 권장됨. 라벨의 경우, 반드시 영어로 표기해야 하며 한국어 표기가 포함될 시에는 영어/한국어 모두로 표기해야 함

수출 확대 전략

셀링 포인트
&
제품 경쟁력 피드백



Point 01 주요 구매 요인 수입유통업체 인터뷰 결과, 미국 볶음면의 주요 트렌드로는 간편하면서 저렴한 제품이거나, 높은 품질과 다양한 맛을 제공하는 제품인 것으로 확인됨. 따라서, 고객사 제품의 셀링포인트인 '감칠 맛나는 한국산 볶음면'은 미국 시장에 적합한 것으로 확인됨

Point 02 제품 경쟁력 피드백 수입유통업체 인터뷰 결과, 고객사 볶음면 제품의 강점은 독특하고 풍부한 맛과 편리한 포장 및 제품의 안정성임. 따라서, 고객사 제품의 셀링포인트로 맛있고 간편한 식사가 가능함과 동시에 저렴한 가격이지만 고품질을 가진 제품임을 강조하는 것이 좋음



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2022
2. 스태티스타(Statista), 「Convenience Food_United States」, 2023.05
3. 식품음료신문, 「2023년 포스트 코로나 시대의 미국 식품시장-하상도의 식품 바로보기(322)」, 2023.01
4. 경향신문, 「“편하게, 더 편하게 먹자”...세계는 지금 간편조리식 전쟁중」, 2019.08
5. 식품음료신문, 「미국 ‘밀키트’ 팬데믹 이후 승승장구...작년 시장 20% 고성장」, 2021.04
6. 스태티스타(Statista), 「Ready-to-Eat Meals_United States」, 2023.05
7. 스태티스타(Statista), 「Most popular channels to purchase meal kits in South Korea」, 2022.10
8. 스태티스타(Statista), 「Total produce sales share in the U.S in 2022」, 2022.10
9. 식품의약품안전처, 「식품 수출 안내서(미국편)」, 2021
10. KATI농식품수출정보, 「식품시설 등록 : 중소기업체들을 위한 안내서」, 2018

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. 아마존(Amazon) (www.amazon.com)
4. 노드스트롬(Nordstrom) (www.nordstrom.com)
5. 블루밍데일스(Bloomingdale's) (www.bloomingdales.com)
6. 포브스(Forbes) (www.forbes.com)
7. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
8. 센서타워(Sensortower) (sensortower.com/ko)
9. 이베이(eBay) (www.ebay.com)
10. 홀푸드마켓(Whole Foods Market) (www.wholefoodsmarket.com)
11. 워싱턴포스트(The Washington Post) (www.washingtonpost.com)
12. 어바웃아마존>About Amazon) (www.aboutamazon.com)
13. 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews) (www.supermarketnews.com)
14. 트레이더조(Trader Joe's) (www.traderjoes.com)
15. 비즈니스인사이드(Businessinsider) (www.businessinsider.com)
16. 롤링스톤(RollingStone) (www.rollingstone.com)
17. 뉴욕타임즈(The New York Times) (www.nytimes.com)
18. 지피아(Zippia) (www.zippia.com)
19. 식품의약품안전처 (www.mfds.go.kr)
20. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
21. 미국 식품의약품청 (www.fda.gov)
22. 유나이티드누들(United Noodles) (www.unitednoodles.com)
23. 블루스톤임포트(Bluestone Import) (bluestoneimportusa.com)
24. 에이치마트유에스에이(H Mart USA) (hmartdelivery.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.09.01

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 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea