

2019년 해외시장 맞춤형조사



- No. 1911-16
- 품목 : 쌀전병(Rice Biscuits)
- 국가 : 미국(U.S.A)
- 구분 : 시장분석형

Contents

I. Market Size (시장규모)

SUMMARY	4
1. 미국 쌀전병 시장규모	5
2. 미국 쌀전병 수출입 시장규모	6
3. 미국 쌀전병 소비 시장규모	7

II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	11
1. 미국 커뮤니티 내, '레시피', '홈메이드', '차(Tea)', '건강한' 키워드 빈출	16
2. 초콜릿, 피넛버터, 오트밀 쿠키 레시피 인기	17
3. 온라인 쇼핑몰 내, 초콜릿 쿠키가 가장 인기	18
4. 쿠키 섭취 시 맛과 식감이 주요 고려 요소	19

III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	21
1. 미국 쌀전병 유통구조	22
2. 미국 쌀전병 주요 유통업체	23
3. 미국 쌀전병 B2C 소매채널	25

IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	46
1. 미국 쌀전병 인증 취득	47
2. 미국 쌀전병 사전심사	51
3. 미국 쌀전병 업체·제품 등록	52
4. 미국 쌀전병 라벨 심의	53
5. 미국 쌀전병 서류 준비	57
6. 미국 쌀전병 세금 납부	58
7. 미국 쌀전병 검역 심사	59

V. Expert Interview(전문가 인터뷰)

SUMMARY	62
Interview ① 제이앤제이 엔와이 디스트리뷰터스(J&J NY Distributors)	64
Interview ② 아브라함내추럴푸드(Abraham Natural Foods)	65
Interview ③ 프리미엄 푸드 유에스에이(Premium Foods USA)	66
Interview ④ 푸드타운(Food Town)	67
Interview ⑤ 미국 식품의약국(U.S. Food and Drug Administration)	68

I. Market Size

SUMMARY

1. 미국 쌀전병 시장 규모
2. 미국 쌀전병 수출입 시장 규모
3. 미국 쌀전병 소비자 규모



Market Size

(시장규모)

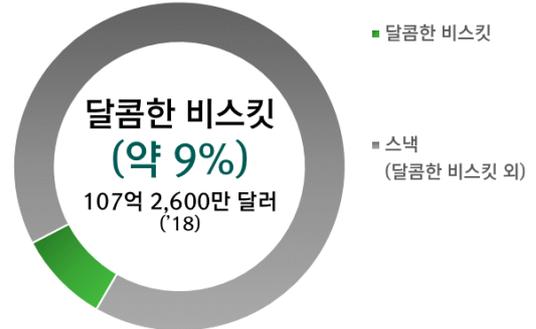
미국 (U.S.A)

쌀전병 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(스낵)

- 미국 스낵¹⁾ 시장규모
..... 1,207억 9,400만 달러('18)
- 미국 달콤한 비스킷²⁾ 시장규모
..... **107억 2,600만 달러('18)**

(*) Euromonitor International

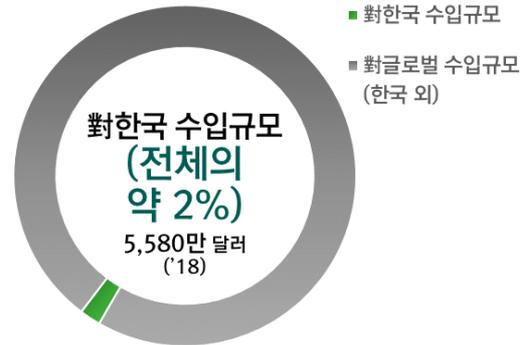


쌀전병 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품 품목(스낵)

- HS 1905.90³⁾
미국 **對** 글로벌 파이/비스킷/기타 베이커리 제품 수입규모
..... 36억 800만 달러('18)
- HS 1905.90
미국 **對** 한국 '파이/비스킷/기타 베이커리 제품 수입규모
..... **5,580만 달러('18)**

(*) International Trade Centre



쌀전병 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품 '쌀전병'은 아몬드와 쌀로 조제되었으며 커피와 함께 즐길 수 있는 과자 제품임. 이에, 주요 소비자층으로 예상되는 20-60대 여성 인구 규모와 인종별 소비자층을 확인하기 위해 '미국 연령별, 성별 인구 규모'와 '미국 인종별 인구 규모'를 조사함. 또한 보완재인 '커피'의 미국 1인당 연간 소비량을 조사함

- | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|------------------------------|----------------------------|-----|------------------------|-----|------------------------|-----|---------------------|-----|------------------------|-----|------------------------|----|---------------|------|--------------|--|------|-----------------------------|----|------------------------------|----|---------------------------|------|--------------------------|---------------------|------------------|-------------------|-----------------------|----------|------------------------|
| <p>① 미국 20-60대 여성 인구 규모 ('18)</p> <table border="0"> <tr><td>여성 전체</td><td>..... 1억 6,603만 9천 명(100%)</td></tr> <tr><td>20대</td><td>..... 2,221만 5천 명(13%)</td></tr> <tr><td>30대</td><td>..... 2,171만 8천 명(13%)</td></tr> <tr><td>40대</td><td>..... 2,040만 명(12%)</td></tr> <tr><td>50대</td><td>..... 2,187만 9천 명(13%)</td></tr> <tr><td>60대</td><td>..... 1,965만 4천 명(12%)</td></tr> </table> <p>③ 미국 연간 1인당 커피 소비량 ('18)</p> <table border="0"> <tr><td>커피</td><td>..... 2.94 kg</td></tr> <tr><td>액상커피</td><td>..... 1.94 l</td></tr> </table> | 여성 전체 | 1억 6,603만 9천 명(100%) | 20대 | 2,221만 5천 명(13%) | 30대 | 2,171만 8천 명(13%) | 40대 | 2,040만 명(12%) | 50대 | 2,187만 9천 명(13%) | 60대 | 1,965만 4천 명(12%) | 커피 | 2.94 kg | 액상커피 | 1.94 l | <p>② 미국 내 인종 분포 ('18)</p> <table border="0"> <tr><td>총 인구</td><td>..... 3억 2,789만 2천 명 (100%)</td></tr> <tr><td>백인</td><td>..... 2억 5,092만 2천 명 (76.5%)</td></tr> <tr><td>흑인</td><td>..... 4,386만 3천 명 (13.4%)</td></tr> <tr><td>아시아인</td><td>..... 1,915만 7천 명 (5.8%)</td></tr> <tr><td>아메리카 인디언 및 알래스카 원주민</td><td>414만 3천 명 (1.3%)</td></tr> <tr><td>하와이 원주민 및 태평양 섬주민</td><td>..... 79만 2천 명 (0.2%)</td></tr> <tr><td>2개 이상 인종</td><td>..... 901만 4천 명 (2.7%)</td></tr> </table> | 총 인구 | 3억 2,789만 2천 명 (100%) | 백인 | 2억 5,092만 2천 명 (76.5%) | 흑인 | 4,386만 3천 명 (13.4%) | 아시아인 | 1,915만 7천 명 (5.8%) | 아메리카 인디언 및 알래스카 원주민 | 414만 3천 명 (1.3%) | 하와이 원주민 및 태평양 섬주민 | 79만 2천 명 (0.2%) | 2개 이상 인종 | 901만 4천 명 (2.7%) |
| 여성 전체 | 1억 6,603만 9천 명(100%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 20대 | 2,221만 5천 명(13%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 30대 | 2,171만 8천 명(13%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 40대 | 2,040만 명(12%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50대 | 2,187만 9천 명(13%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 60대 | 1,965만 4천 명(12%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 커피 | 2.94 kg | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 액상커피 | 1.94 l | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 총 인구 | 3억 2,789만 2천 명 (100%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 백인 | 2억 5,092만 2천 명 (76.5%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 흑인 | 4,386만 3천 명 (13.4%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 아시아인 | 1,915만 7천 명 (5.8%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 아메리카 인디언 및 알래스카 원주민 | 414만 3천 명 (1.3%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 하와이 원주민 및 태평양 섬주민 | 79만 2천 명 (0.2%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2개 이상 인종 | 901만 4천 명 (2.7%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

(*) United States Census Bureau, Euromonitor

1) 스낵(Snacks): 간식류로 즐길 수 있는 모든 과자를 지칭함
 2) 달콤한 비스킷(Sweet Biscuits): 초콜릿이 코팅된 비스킷과 쿠키, 또는 초콜릿이 채워진 비스킷, 일반 비스킷 그리고 웨이퍼를 포함함
 3) HS CODE 1905.90: 해당 코드는 빵, 파이, 케이크, 비스킷, 푸딩과 그 밖의 베이커리 제품류(코코아, 과일, 견과류 또는 사탕류 함유 여부는 상관없음)를 지칭함. 쌀전병의 품목(스낵)을 반영하여 지표로 선정함

1. 미국 쌀전병 시장규모

조사 시장: 조사 제품 ‘쌀전병’은 아몬드를 첨가한 쌀로 만든 한국식 과자임. 이에 제품의 품목을 기준으로 ‘스낵’ 시장과 ‘달콤한 비스킷’ 시장을 조사함⁴⁾

미국 국가 일반 정보⁷⁾

면적	983만 km ²
인구	3억 2,789만 명
GDP	20조 5,130억 달러
GDP (1인당)	62,518달러

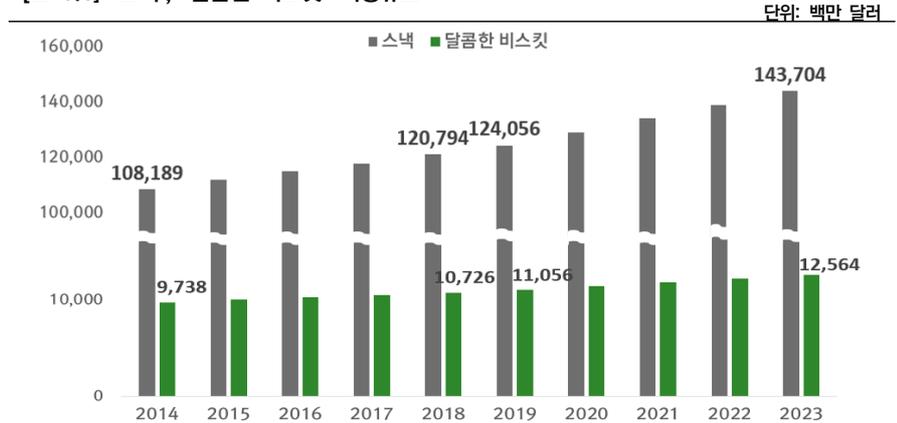
▶ 2014-2018년, 미국 ‘스낵’ 시장 연평균성장률 3%

2018년 기준, 미국의 ‘스낵’ 시장규모는 1,207억 9,400만 달러로 집계되었으며 과거 5년(2014-2018년)간 연평균 3%씩 증가함. 하위 품목인 ‘달콤한 비스킷’ 시장규모는 107억 2,600만 달러로 과거 5년간 연평균 2%씩 증가함. ‘달콤한 비스킷’ 시장의 하위시장인 ‘쿠키’ 시장은 2018년 30억 7,300만 달러의 시장규모를 기록했으며, 이는 ‘달콤한 비스킷’ 시장의 29%를 차지하는 규모임

▶ 2019년 ‘달콤한 비스킷’ 시장규모 110억 5,600만 달러 예상

2019년 ‘스낵’, ‘달콤한 비스킷’ 시장규모는 각각 1,240억 5,600만 달러, 110억 5,600만 달러를 기록할 것으로 추산되며, 두 시장의 향후 5년(2019-2023년)간 성장률은 각각 4%와 5%로 예상됨

[표 1.1] ‘스낵’, ‘달콤한 비스킷’ 시장규모⁵⁾⁶⁾



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR ('14-'18)
상위 품목 스낵	108,189 (127조 원)	111,620 (131조 원)	114,567 (135조 원)	117,461 (138조 원)	120,794 (142조 원)	3%
해당 품목 달콤한 비스킷	9,738 (11.5조 원)	10,011 (11.8조 원)	10,263 (12.1조 원)	10,448 (12.3조 원)	10,726 (12.6조 원)	2%
전망	2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR ('19-'23)
상위 품목 스낵	124,056 (146조 원)	128,871 (152조 원)	133,778 (157조 원)	138,713 (163조 원)	143,704 (169조 원)	4%
해당 품목 달콤한 비스킷	11,056 (13.0조 원)	11,416 (13.4조 원)	11,781 (13.9조 원)	12,163 (14.3조 원)	12,564 (14.8조 원)	5%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

4) 유로모니터 패스포트 분류상 ‘짭짤한 스낵(Salty Snacks)’의 하위 시장인 ‘라이스 스낵(Rice Snacks)’ 시장이 존재하나, 커피와 곁들여 먹을 수 있는 제품의 시장규모를 확인하기 위해 ‘스낵’ 시장과 ‘달콤한 비스킷’ 시장규모를 조사함

5) 1달러=1,176.00원 (2019.12.15., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

7) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 미국 쌀전병 수출입 시장규모

HS CODE 1905.90: 해당 코드는 빵, 파이, 케이크, 비스킷, 푸딩과 그 밖의 베이커리 제품류(코코아, 과일, 견과류 또는 시탕류 함유 여부는 상관없음)를 지칭함. 쌀전병의 품목(스낵)을 반영하여 지표로 선정함

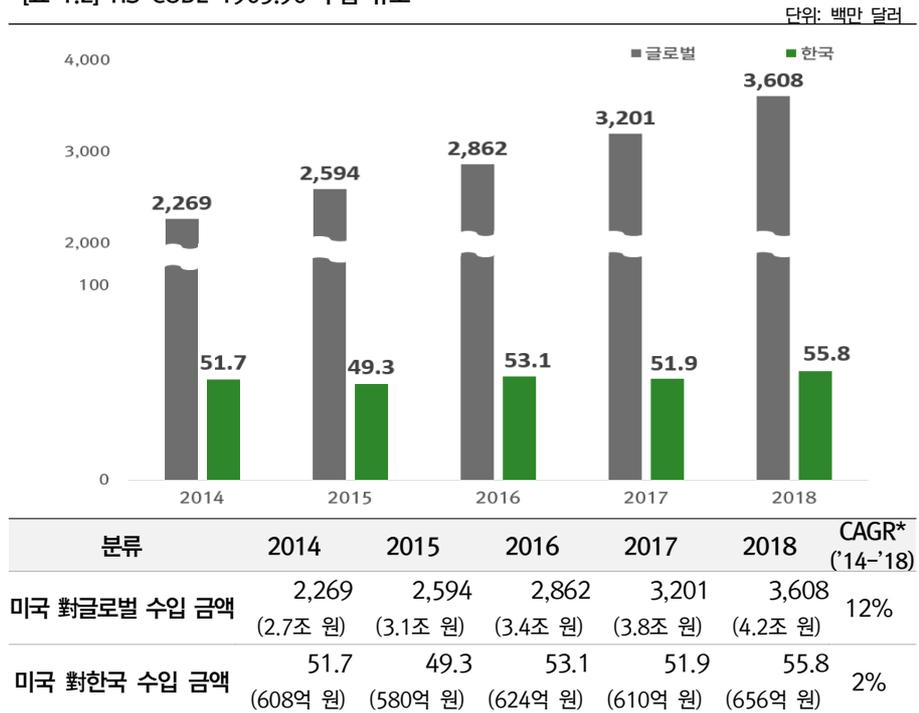
▶ 2014-2018년, 미국 對글로벌 수입 금액 연평균성장률 12%

2018년 미국 HS CODE 1905.90 품목의 對글로벌 수입 금액은 36억 800만 달러를 기록했으며, 과거 5년(2014-2018년)간 연평균성장률 12%를 기록함. 해당 품목의 수입 금액은 2014년 이래 꾸준히 전년대비 10% 이상의 성장률을 보임

▶ 2018년, 미국 對한국 수입 금액 5,580만 달러

2018년 미국 HS CODE 1905.90 품목의 對한국 수입 금액은 5,580만 달러로, 수입 규모 기준 8위를 차지함. 對한국 수입 금액은 2014-2018년간 증감을 반복하여 연평균성장률 2%를 기록함. 2018년 미국 HS CODE 1905.90 품목의 對캐나다 수입 금액은 18억 4,907만 9천 달러(약 2조 2,000억 원)로, 수입규모 기준 1위를 차지함. 2위 국가는 멕시코로, 6억 799만 8천 달러(약 7,150억 원)의 수입 금액을 기록함

[표 1.2] HS CODE 1905.90 수입 규모⁸⁾⁹⁾



8) 1달러=1,176.00원 (2019.12.15., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

9) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 미국 쌀전병 소비 시장규모

1) 미국 연령별, 성별 인구 규모

조사 제품 ‘쌀전병’은 아몬드와 쌀로 제조되었으며 커피와 함께 즐길 수 있는 과자 제품임. 이에, 주요 소비자층으로 예상되는 20-60대 여성 인구 규모 파악을 위해 ‘미국 연령별, 성별 인구 규모’를 조사함. 또한, 인종별 소비자층 파악을 위해 ‘미국 인종별 인구 규모’를 파악함

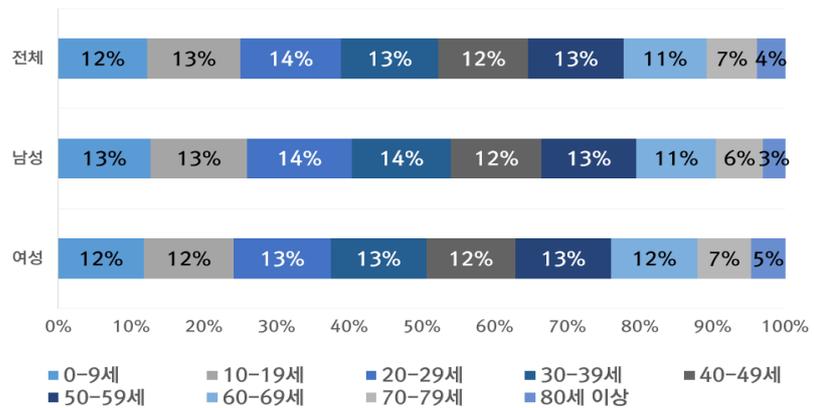
▶ 2018년, 미국 20-60대 여성 1억 586만 6천 명

2018년 미국 총 인구는 총 3억 2,716만 7천 명임. 이 중 남성 인구는 1억 6,112만 9천 명으로 전체 인구의 49%를, 여성 인구는 1억 6,603만 9천 명으로 전체 인구의 51%를 차지함

미국 전체 여성 인구 중 20-60대 여성은 총 1억 586만 6천 명으로, 여성 인구의 63%를 차지함. 20-60대 여성 인구 중 20대 여성 인구가 2,221만 5천 명으로 가장 많으며, 다음으로 50대 여성 인구가 2,187만 9천 명으로 2위를 차지함

[표 1.3] 2018년 미국 연령대별 인구 분포¹⁰⁾

단위: 천 명



	전체		남성		여성	
0-9세	40,006	(12%)	20,448	(13%)	19,558	(12%)
10-19세	41,977	(13%)	21,434	(13%)	20,543	(12%)
20-29세	45,435	(14%)	23,220	(14%)	22,215	(13%)
30-39세	43,700	(13%)	21,982	(14%)	21,718	(13%)
40-49세	40,461	(12%)	20,061	(12%)	20,400	(12%)
50-59세	42,826	(13%)	20,947	(13%)	21,879	(13%)
60-69세	37,419	(11%)	17,764	(11%)	19,654	(12%)
70-79세	22,672	(7%)	10,356	(6%)	12,317	(7%)
80세 이상	12,672	(4%)	4,916	(3%)	7,756	(5%)
전체 인구	327,167	(100%)	161,129	(100%)	166,039	(100%)

자료: 미국 인구조사국(US Census Bureau), 「Annual Estimates of the Resident Population for Selected Age Groups by Sex for the United States, States, Counties, and Puerto Rico Commonwealth and Municipios」, 2019.06

10) 인구수와 비율(%)은 반올림되어 작성된 수치로, 합산 시 전체 수 또는 전체 비율(%)이 미달, 초과 될 수 있음

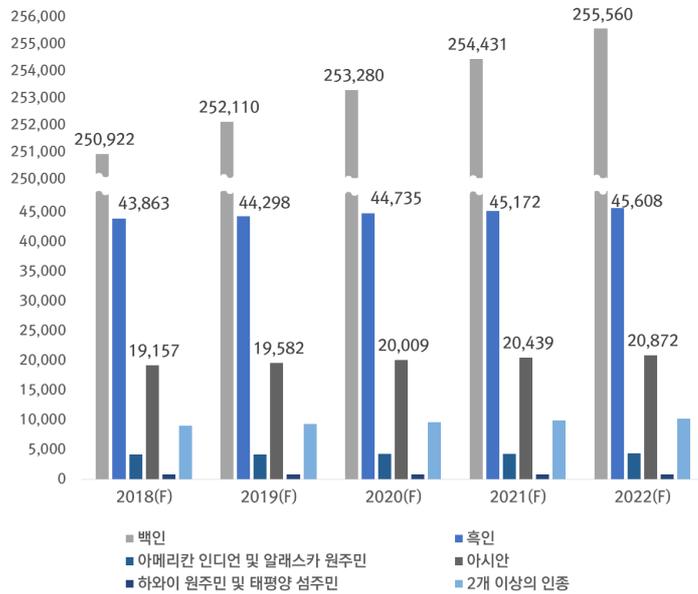
▶ 2018년 미국 내 인종 분포, 백인이 76.5%로 1위 차지

2) 미국 내 인종 분포

미국 인구조사국(United States Census Bureau)에 따르면 2018년 총 인구 중 백인이 76.5%로 가장 규모가 크며, 흑인 13.4% 아시아인 5.8%로 나타남. 해당 인종의 향후 5개년(2018-2022년) 연평균성장률은 각각 0.5%, 1%, 2.2%로 나타나 아시아인의 규모가 비교적 빠르게 성장할 것으로 예상됨

[표 1.4] 미국 내 인종 분포¹¹⁾¹²⁾

단위: 천 명



	총 인구	백인	흑인	아메리칸 인디언 및 알래스카 원주민	아시아인	하와이 원주민 및 태평양 섬주민	2개 이상 인종
2018(F)	327,892	250,922	43,863	4,143	19,157	792	9,014
2019(F)	330,269	252,110	44,298	4,188	19,582	803	9,289
2020(F)	332,639	253,280	44,735	4,232	20,009	813	9,570
2021(F)	334,998	254,431	45,172	4,277	20,439	824	9,856
2022(F)	337,342	255,560	45,608	4,321	20,872	834	10,147
CAGR ('18-'22)	0.7%	0.5%	1%	1.1%	2.2%	1.3%	3%

* 자료 : 미국 인구조사국(US Census Bureau), 「Projected Population by Single Year of Age, Sex, Race, and Hispanic Origin for the United States: 2016 to 2060」, 2018.09

11) 인구수는 반올림되어 작성된 수치로, 합산 시 전체 수가 미달, 초과 될 수 있음

12) 소비자표 1번과 2번의 미국 2018년 총 인구수는 동일 기관인 미국 인구조사국에서 집계한 수치이나, 조사 방법론의 차이로 정확히 일치하지 않음

3) 미국 1인당 연간 커피 소비량

조사 제품 '쌀전병'은 아몬드와 쌀로 제조되었으며 커피와 함께 즐길 수 있는 과자 제품임. 이에, 미국의 1인당 연간 커피 소비량을 조사하여 제품 수요를 예측함

▶ 2018-2022년, 커피 시장 0.1% 증가, 액상커피 시장 6.9% 증가

미국의 1인당 연간 커피¹³⁾ 소비량은 2018년 2.94킬로그램(kg)에서 2022년 2.96킬로그램(kg)까지 연평균 0.1%의 성장률로 증가할 것으로 예상됨. 유로모니터에 따르면, 커피 시장의 주요 제품군인 신선한 분쇄 커피와 캡슐 커피 제품은 온라인 소매업체의 증가와 포장 용기 대형화에 힘입어 단가가 하락하였으며, 이로 인한 지속적인 성장이 예상됨¹⁴⁾

액상커피¹⁵⁾ 시장은 콜드브루 시장의 확대와 더불어 향후 높은 성장세를 유지할 것으로 전망됨. 연간 1인당 액상커피 소비량은 2018년 1.94리터(l)에서 2022년 2.54리터(l)까지 연평균 6.9%의 성장률로 증가할 것으로 예상됨¹⁶⁾

[표 1.5] 연간 1인당 커피 소비량

	단위	2018	2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	CAGR ('18-'22)
커피	kg/ 명	2.94	2.97	2.97	2.96	2.96	0.1%
액상커피	l/ 명	1.94	2.10	2.24	2.38	2.54	6.9%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

13) 커피(Coffee): 프레스 커피(신선한 분쇄 커피와 신선한 커피 원두)와 인스턴트 커피를 포함함

14) 유로모니터(Euromonitor), 「Coffee in the US」, 2019.12

15) 액상커피(RTD Coffee): 원두커피나 커피 추출물로 만들어진 RTD(Ready to Drink)커피. 구입해서 바로 마실 수 있는 캔, 컵 병 등의 형태로 된 커피를 총칭함

16) 유로모니터(Euromonitor), 「RTD Coffee in the US」, 2019.12

II. Market Trend

SUMMARY

1. 미국 커뮤니티 내, '레시피', '홈메이드', '차(Tea)' '건강한' 키워드 빈출
2. 초콜릿, 피넛버터, 오트밀 쿠키 레시피 인기
3. 온라인 쇼핑몰 내, 초콜릿 쿠키가 가장 인기
4. 쿠키 섭취 시 맛과 식감이 주요 고려 요소

Market Trend

(시장트렌드)

미국 (U.S.A) 쌀전병 시장트렌드



건강한 쿠키에 대한 관심도 적지 않아
'건강한', '칼로리', '안전한', '소화의' 키워드 빈출



초콜릿, 피넛버터 및 과일 맛 쿠키 빈출
'글루텐 프리', '비건' 키워드도 빈출

■ U.S.A Issue ①

미국 커뮤니티 내, 쿠키 관련
'레시피', '건강한' 키워드 빈출
'집에서 만들어먹거나 차와 함께 즐기기도'

■ U.S.A Issue ②

달고 칼로리 높은 쿠키 레시피 多,
건강한 쿠키 레시피도 눈에 띄어
'쌀가루를 이용한 글루텐 프리 레시피도 눈의 띄어'



쌀가루로 만든 쿠키의 제품 경쟁력 엿보여
'건강한 쿠키 재료로 쌀가루 활용'



맛에 대한 언급 다음으로 식감 언급 많아
'부드러운', '바삭바삭한' 등의 표현 다수

■ U.S.A Issue ③

온라인 쇼핑몰에서도
글루텐 프리 쿠키 인기 낮지 않아
'글루텐 프리 키워드 빈출'

■ U.S.A Issue ④

쿠키 섭취 시
맛과 식감이 주요 고려 요소
'맛, 식감, 성분, 크기, 가격 순으로 언급'

데이터 분석 프로세스

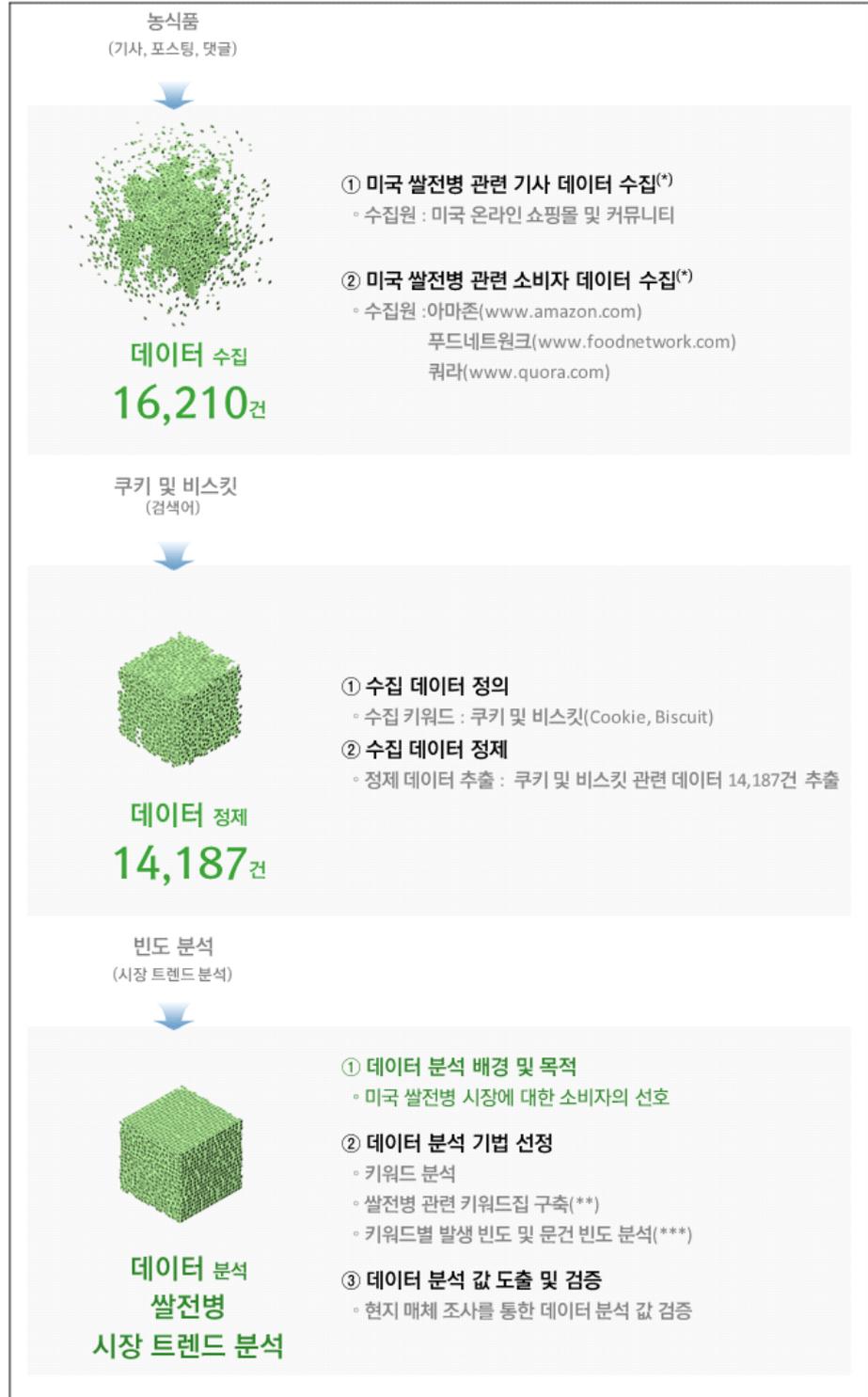
○ 데이터 분석 요약

●
데이터 수집
소스원

(미국 매체 7개)

●
데이터 분류
키워드집
(쌀전병 연관 키워드집)


●
데이터 분석
- 연관어 분석



1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 19.12
수집 데이터	16,210

데이터 정제

정제 키워드	쿠키 및 비스킷 (Cookie, Biscuit)
정제 데이터	14,187

○ 데이터 수집

- 미국 쌀전병 관련 매체, 잡지, 포스트

[표 2.1] 미국 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Amazon	www.amazon.com	인터넷쇼핑몰
02	Walmart	www.walmart.com	인터넷쇼핑몰
03	Target	www.target.com	인터넷쇼핑몰
04	Vegweb	vegweb.com	레시피 사이트
05	Foodnetwork	www.foodnetwork.com	레시피 사이트
06	Reddit	www.reddit.com	SNS/커뮤니티
07	Quora	www.quora.com	SNS/커뮤니티

○ 데이터 분석 키워드집

- 미국 쌀전병 관련 매체 사전조사

[표 2.2] 미국 쌀전병 관련 매체 리스트



현지 인터넷 쇼핑몰,
쌀전병 제품 및 소비자 후기

현지 레시피 사이트,
쌀전병 관련 이슈 및 레시피

현지 커뮤니티,
쌀전병 관련 이슈

키워드 ①	오리지날	키워드 ①	초콜릿	키워드 ①	초콜릿
키워드 ②	코코넛	키워드 ②	칩	키워드 ②	설탕
키워드 ③	초콜릿	키워드 ③	재료	키워드 ③	아몬드
키워드 ④	버터	키워드 ④	견과(Nuts)	키워드 ④	견과(Nuts)

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 미국 쌀전병 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 미국 쌀전병 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 ^(*)		
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드		의미	해당국가 언어(영어)	참여기업	경쟁기업	기타
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	쿠키 및 비스킷 관련 맛/재료	초콜릿	Chocolate		0	
			버터	Butter	0		
			오트밀	Oatmeal	0		
			땅콩	Peanuts	0		
			피넛버터	Peanut Butter		0	
			레몬	Lemon		0	
			코코넛	Coconut	0		
			쌀	Rice	0		
		쿠키 및 비스킷 이슈/고려 요소	건강한	Healthy	0		
			칼로리	Calorie	0		
			안전한	Safe	0		0
			소화의	Digestive	0		0
			비건	Vegan	0		0
			글루텐 프리	Gluten Free	0		0

3) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 커뮤니티, 레시피 사이트 및 온라인 쇼핑몰에서 ‘쿠키 및 비스킷’을 검색해서 나온 게시글 분석
2. 온라인 쇼핑몰의 경우 ‘쿠키 및 비스킷’을 검색해서 나온 상품을 인기순으로 나열해 상품 한 개를 하나의 문서로 간주해 총 10페이지까지의 상품명을 수집함 (쇼핑몰마다 다르나 평균적으로 한 페이지당 약 20건의 상품 게시)
3. 커뮤니티 제목, 레시피 사이트 게시글, 온라인 쇼핑몰의 상품명 내 키워드 빈도(TF) 산출
(제목과 상품명에 경우 문장이 짧고 중복 키워드가 적어 DF 값과 유사함)

※ TF, Term Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다.....	미 국세청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국세청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래?	미국 국세청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의...

키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●
연관어 분석
(Keyword Analytics)



1. 미국 커뮤니티 내, 쿠키 관련 ‘레시피’, ‘건강한’ 키워드 빈출

건강한 쿠키 레시피 문의 내용

건강한 쿠키를 위한 레시피 공유 부탁드립니다.

소금에 절인 버터, 치즈, 갈아놓은 아몬드, 잘게 썬 토마토, 말기류를 이용한 6단계의 레시피 소개

출처: 퀴라(Quora)

▶ 건강한 쿠키를 선호하는 소비자, 집에서 만들어 먹는 경우도 많아

미국 커뮤니티에서 ‘쿠키’가 답변에 언급된 게시글의 문의 내용(제목)을 분석함. 그 결과, ‘레시피’, ‘홈메이드’ 키워드가 다수 빈출하여, 집에서 만들어 먹는 경우가 많은 것으로 보임. 이와 관련하여 주목할만한 점은 쿠키를 소비할 때 건강을 고려하는 소비자가 많아 보인다는 점임. ‘건강한’ 키워드를 비롯해 ‘칼로리’, ‘안전한’, ‘소화의’ 같은 단어가 눈에 띄며, 실제로 건강한 쿠키, 다이어트 간식용 쿠키 레시피 게시글도 많아, 건강을 위해서 직접 만들어 먹는 경우도 많은 것을 알 수 있음

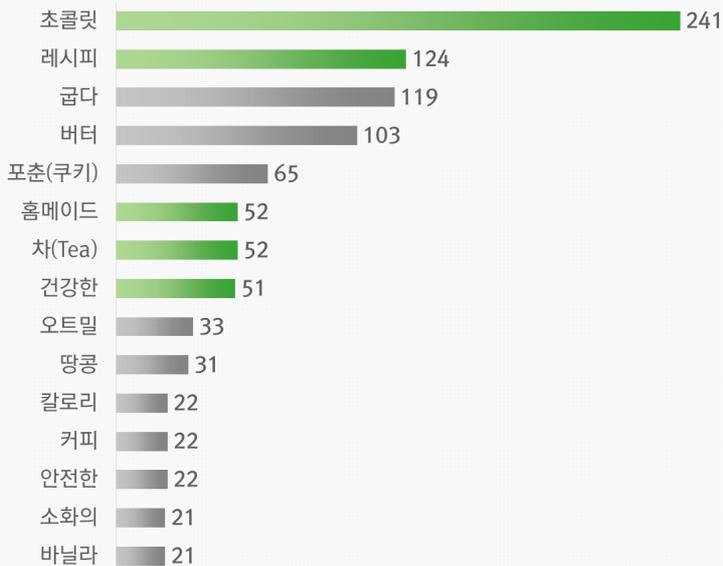
▶ 차와 함께 즐기기도

또한 음료 키워드로는 ‘차(Tea)’가 ‘커피’ 키워드보다 2배 이상 빈출되어, 쿠키를 차와 함께 즐기는 경우가 많은 편으로 보임

▶ 미국 커뮤니티 내 쿠키 및 비스킷 관련 주요 이슈

① 홈메이드 ② 차(Tea) ③ 건강한

[표 2.4] 미국 커뮤니티 내 쿠키 및 비스킷 연관 키워드



자료 : 미국 커뮤니티 내 ‘쿠키 및 비스킷’ 관련 게시글 2,813건 분석 (18.01 - 19.12)
 값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

2. 달고 칼로리 높은 쿠키 레시피 다, 건강한 쿠키 레시피도 눈에 띄어

● 글루텐 프리 & 비건 쿠키 레시피

최고의 글루텐 프리 쿠키 레시피는 무엇인가요?

글루텐 프리 밀가루, 카카오 파우더, 코코넛 오일, 바닐라 사탕, 바닐라 크림, 설탕, 소금을 이용한 비건 오레오 쿠키 레시피 공유 답변

출처: 퀴라(Quora)

▶ 초콜릿, 견과류, 과일맛 쿠키 레시피 소개글 많아

앞서 다수의 미국 소비자들이 쿠키를 직접 만들어 먹는다는 점을 확인함. 이에 따라 주로 만드는 쿠키 종류를 살펴보기 위하여 레시피 사이트를 분석함. ‘초콜릿’, ‘피넛버터’, ‘오트밀’이 가장 많이 등장하였고, ‘레몬’, ‘오렌지’, ‘체리’ 등 과일 맛 쿠키도 다수 나타남

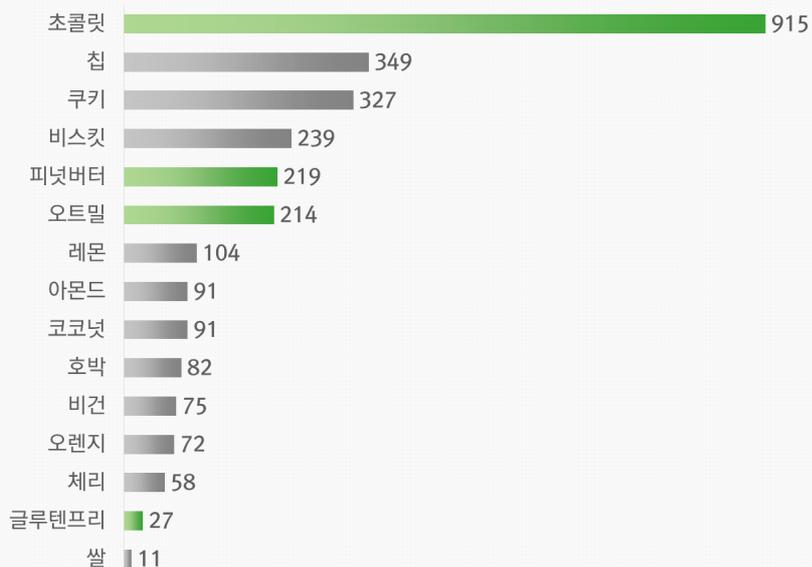
▶ 쌀가루를 이용한 글루텐 프리 레시피도 눈에 띄어

주목할 만한 점은 ‘비건’과 ‘글루텐 프리’ 키워드가 빈출한 점임. 앞서 커뮤니티에서 등장한 키워드 분석에서 확인한 바와 같이 건강에 대한 고려도가 높아지면서 비건, 글루텐 프리 쿠키 레시피 공유가 적지 않은 것으로 보임. 이에 따라 쌀가루를 이용한 쌀과자의 시장가능성이 엿보임

▶ 미국 레시피 사이트 내 쿠키 및 비스킷 관련 주요 이슈

① 초콜릿 ② 비건 ③ 글루텐 프리

[표 2.5] 미국 레시피 사이트 내 쿠키 및 비스킷 연관 키워드



자료 : 미국 레시피 사이트 내 ‘쿠키 및 비스킷’ 관련 게시물 4,478건 분석 (18.01 - 19.12)
 값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

3. 온라인 쇼핑몰에서도 글루텐 프리 쿠키 인기 낮지 않아

● 나비스코(Nabisco) 초콜릿 쿠키



가격 24.95달러 (약 29,341원)¹⁷⁾

용량 516g

출처: 타겟(Target)

● 크리스마스 선물용 쿠키



가격 119.97달러 (약 14,085원)

용량 1.8kg

출처: 아마존(Amazon)

● 글루텐 프리 쿠키



브랜드 글루티노(Glutino)

제품명 글루텐 프리 쿠키
바닐라 크림
(Gluten Free Cookies
Vanilla Cream)

가격 10.09달러 (약 11,866원)

용량 300g

성분 타피오카가루, 쌀가루,
설탕, 팜오일,
타피오카글리세린, 소금,
진탄검, 탄산수소나트륨 등

출처: 타겟(Target)

▶ 일반적으로 초콜릿 맛 쿠키 선호

앞서 살펴본 바와 같이 온라인 쇼핑몰에서도 초콜릿 맛 쿠키가 가장 인기인 것으로 나타남. 쿠키 제품 인기 브랜드로는 나비스코, 포키, 오레오, 메이지가 있음. 이 밖에 차(Tea), 크리스마스, 선물 키워드를 통해 쿠키를 주로 다과용과 함께 선물용으로도 구매한다는 점을 알 수 있음

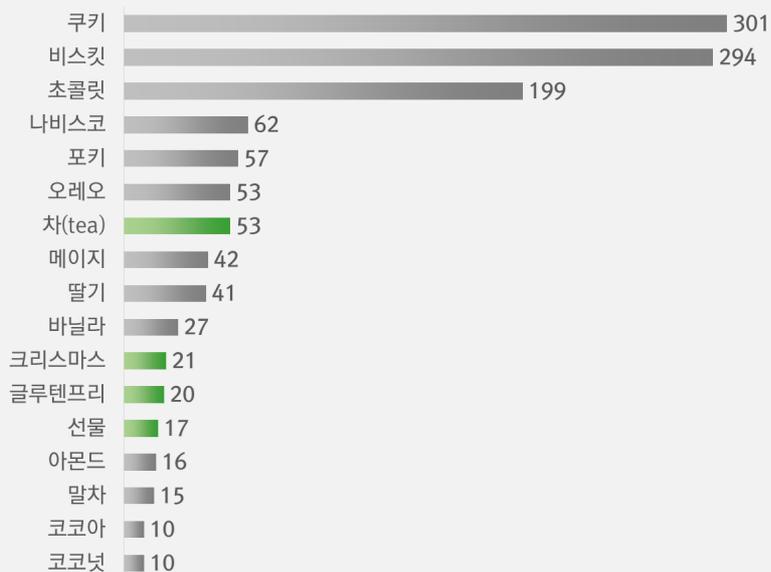
▶ 쌀가루로 만든 쿠키의 제품 경쟁력 엿보여

미국 온라인 쇼핑몰 인기 쿠키 상품 중 글루텐 프리 키워드를 확인함. 글루텐 프리 쿠키의 상품 상세 내용을 살펴본 결과, 대체로 쌀가루를 활용하는 것으로 나타남. 초콜릿, 또는 피넛 버터 쿠키와 같이 설탕 함량이 높은 고칼로리 쿠키가 여전히 인기가 높기는 하지만, 비건과 글루텐 프리 키워드를 통해 건강에 대한 소비자의 염려 또한 적지 않음을 알 수 있음

▶ 미국 온라인 쇼핑몰 내 인기 쿠키 및 비스킷 제품

① 차(Tea) ② 글루텐 프리 ③ 선물

[표 2.6] 미국 온라인 쇼핑몰 내 인기 쿠키 및 비스킷 제품 연관 키워드



자료 : 미국 온라인 쇼핑몰 내 '쿠키 및 비스킷' 제품 850개 분석 (18.01 - 19.12)
값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

17) 1달러=1,176.00원 (2019.12.15., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

4. 쿠키 섭취 시 맛 외에 식감이 중요한 고려 요소

소비자 후기 대상 제품



브랜드	하이키(High Key)
제품명	케토 미니 쿠키 초콜릿 칩
가격	13.97달러 (한화 약 16,429원)
용량	36.8g

출처: 아마존(Amazon)



브랜드	팻스넥스(Fat Snax)
제품명	초콜릿 칩 쿠키
가격	22.98달러 (한화 약 27,024원)
용량	12입

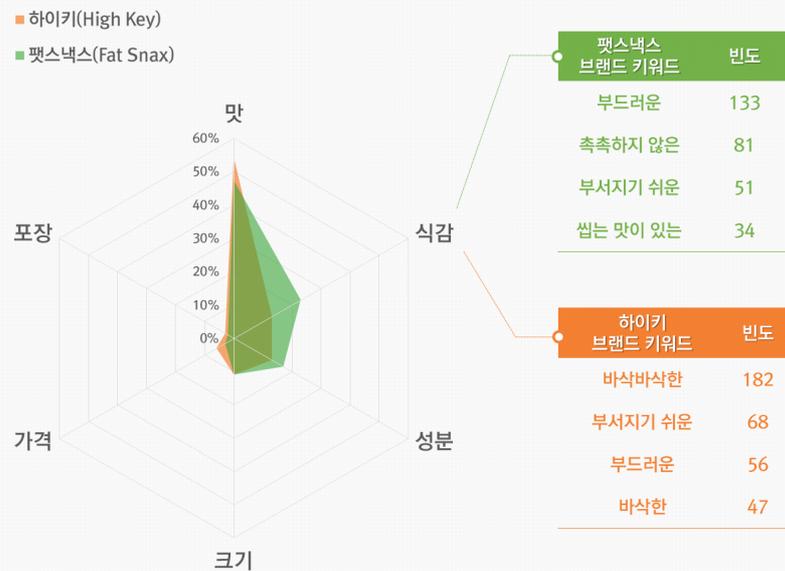
출처: 아마존(Amazon)

▶ 쿠키의 맛과 식감이 소비자 후기에 영향

온라인 쇼핑몰 내 인기 상품 중 리뷰가 가장 많은 쿠키 제품 2개를 선정해 해당 제품의 후기를 분석함. 두 제품 모두 케토 다이어트¹⁸⁾용 쿠키라는 점에서 체중 관리에 관심 있는 소비자들이 많다는 것을 알 수 있음. 제품 후기를 분석한 결과, 맛에 대한 언급이 가장 많았으며 다음으로 식감과 성분에 대한 언급이 많음. 특히 팻스넥스(FAT SNAX) 쿠키의 경우 식감에 대한 언급 비중이 상대적으로 더 많음. ‘씹는 맛’, ‘부드러운’ 등의 긍정적 평가도 있었지만 ‘촉촉하지 않다’라는 부정적 평가도 적지 않음. 부정적 키워드가 포함된 소비자 후기를 살펴본 결과 식감이 제품 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타남

▶ 미국 온라인 쇼핑몰 내 인기 쿠키 및 비스킷 제품

[표 2.7] 미국 온라인 쇼핑몰 내 인기 쿠키 제품 연관 키워드



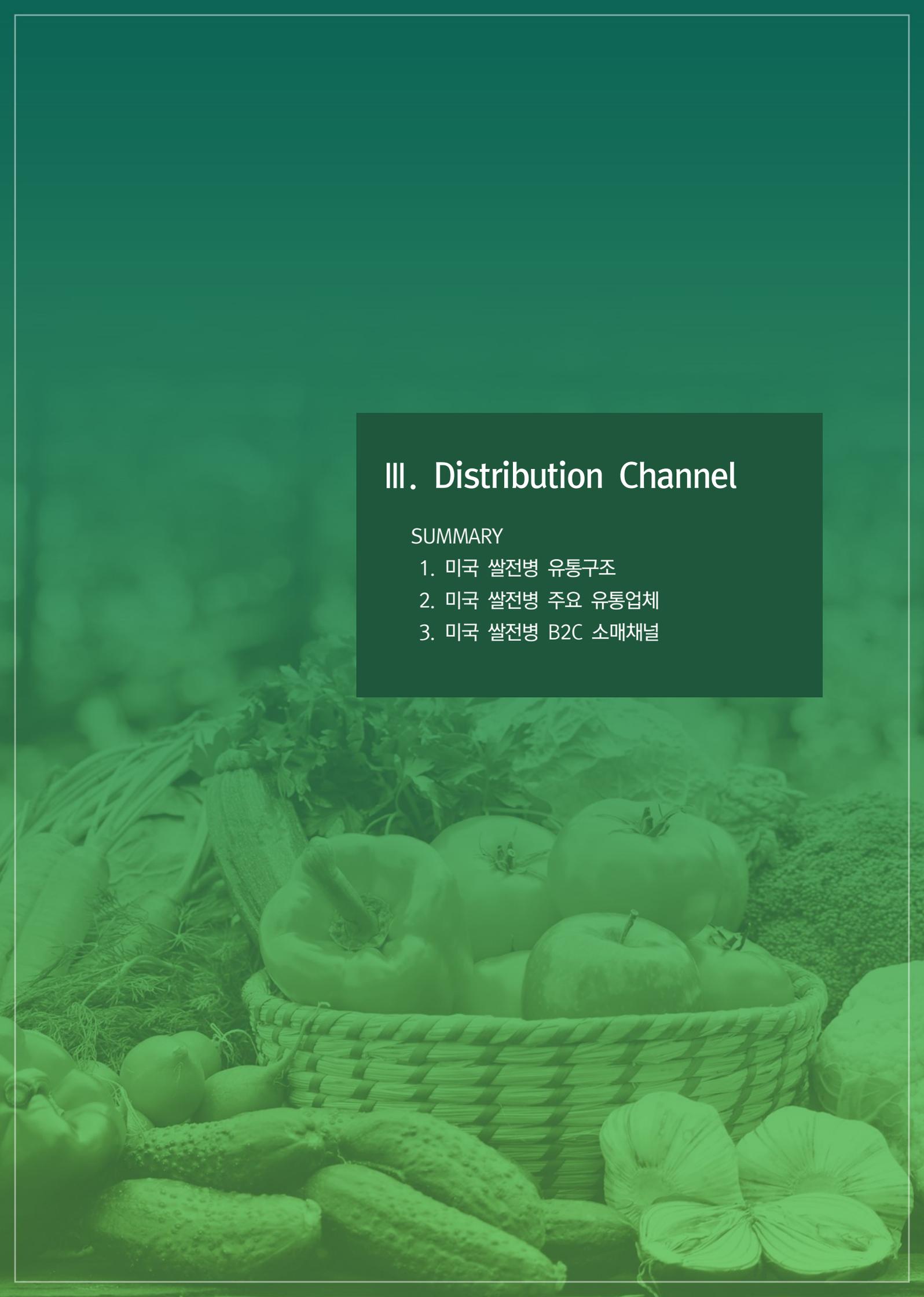
자료 : 미국 온라인 쇼핑몰 내 하이키 제품 4,852건 및 팻스넥스 제품 1,194건 분석 (18.01 - 19.12)
 값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

18) 지방 섭취를 늘리고, 탄수화물·단백질 섭취를 줄이는 식이요법

III. Distribution Channel

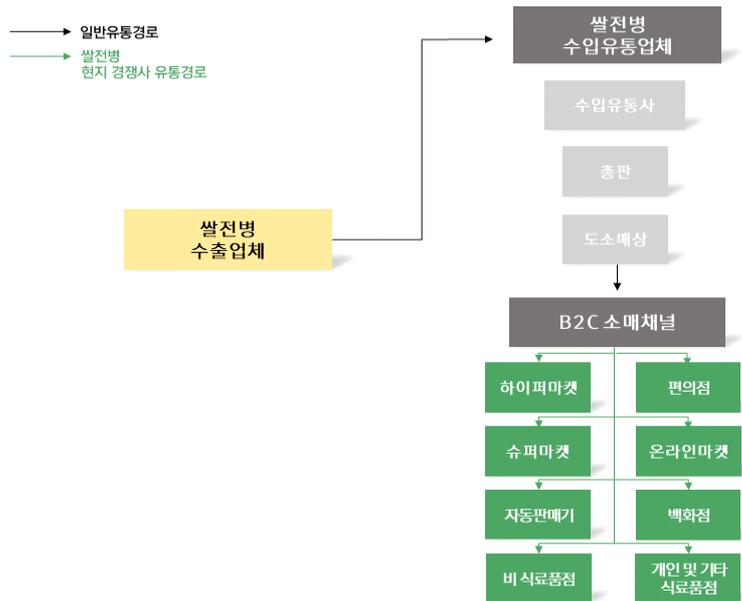
SUMMARY

1. 미국 쌀전병 유통구조
2. 미국 쌀전병 주요 유통업체
3. 미국 쌀전병 B2C 소매채널



Distribution Channel

(유통채널)



미국 (U.S.A)

쌀전병¹⁹⁾ 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ²⁰⁾	주요 채널 ²¹⁾
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	53.9%	크로거(Kroger), 월마트(Walmart), 홀푸드마켓(Whole Foods), 슐라이트(Shoprite), 트레이더조(Trader Joe's)
	편의점	15.3%	세븐일레븐(7-Eleven), 와와(Wawa), 씨클케이(Circle K)
	백화점	13.9%	블루밍데일스(Bloomingdale's), 블루밍데일스(Bloomingdale's), 콜스(Kohl's), 메이시스(Macy's), 제이씨페니(JC Penney), 노드스트롬(Nordstrom), 딜랄드(Dillard's)
	비 식료품점	6.8%	(-)
	온라인	4.3%	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 메이시스(Macy's), 타겟(Target)
	개인 및 기타 식료품점 ²²⁾²³⁾	4.2%	한남체인(Hannam Chain), 에이치마트(Hmart), 가주마켓(GAJU Market)
	자동판매기	1.6%	(-)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

19) '쌀전병'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '스낵(Snacks)'의 정보를 확인함

20) 2018년 기준, 미국 내 '스낵(Snacks)'의 유통채널 점유율임

21) 채널 분류에 따른 미국 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계기업도 포함됨

22) 개인 및 기타 식료품점은 개별적으로 운영되는 채널들의 집합으로, 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 키오스크 및 음식/음료/담배 전문점을 포함함

23) 개인 식료품점의 경우, 본 보고서에서는 아시안마트를 조사함

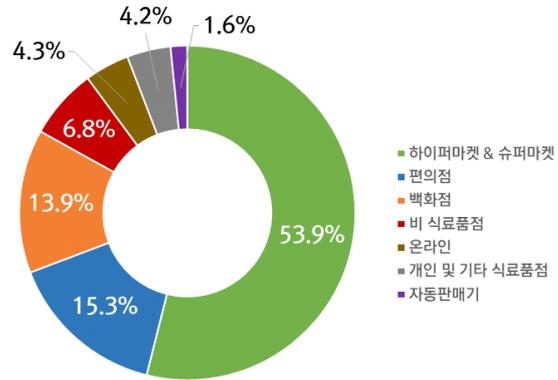
1. 미국 쌀전병 유통구조

- ▶ 미국 쌀전병 주요 채널
‘하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(53.9%), 편의점(15.3%)’

품목 구분 및 분류

품목	쌀전병
구분	비스킷
범주	스낵(Snacks)

[표 3.1] 미국 쌀전병 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 미국 쌀전병 유통채널 현황

채널 유형	쌀전병 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	53.9%	크로거(Kroger), 월마트(Walmart), 홀푸드마켓(Whole Foods), 쇼프라이트(Shoprite), 트레이더조(Trader Joe's)
	편의점	15.3%	세븐일레븐(7-Eleven), 와와(Wawa), 씨클케이(Circle K)
	백화점	13.9%	블루밍데일스(Bloomingdale's), 블루밍데일스(Bloomingdale's), 콜스(Kohl's), 메이시스(Macy's), 제이씨페니(JC Penney), 노드스트롬(Nordstrom), 딜라드(Dillard's)
	비 식품점	6.8%	(-)
	온라인	4.3%	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 메이시스(Macy's), 타겟(Target)
	개인 및 기타 식품점	4.2%	한남체인(Hannam Chain), 에이치마트(Hmart), 가주마켓(GAJU Market)
	자동판매기	1.6%	(-)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

2. 미국 쌀전병 주요 유통업체

▶ 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓, 편의점이 대표적

추가로, 백화점과 아시안마트에서 유사제품 판매가 확인되어 조사 채널에 포함

[표 3.3] 미국 쌀전병 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁴)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	월마트 (Walmart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 5,003억 달러 (약 588조 3,528억 원)	인조이라이프 (Enjoy Life), 우디스(Udi's), 브리타니아(Britannia), 줄스데스트루퍼 (Jules Destrooper)	0
2	크로거 (Kroger)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 1,212억 달러 (약 142조 5,312억 원)	애니스(Annie's), 노니스(Nonni's), 프라이빗선택션 (Private Selection)	0
3	홀푸드마켓 (Whole Foods)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 157억 달러 (약 18조 4,632억 원)	테이츠베이크샵 (Tate's Bake Shop), 와우베이킹컴퍼니 (Wow Baking Company), 와사(Wasa)	0
4	wegmans (Wegmans)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 92억 달러 (약 10조 8,192억 원)	글루티노(Glutino), 테이츠베이크샵 (Tate's Bake Shop), 인조이라이프 (Enjoy Life)	0
5	세이프웨이 (Safeway)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 608억 달러 (약 71조 5,008억 원)	테이츠베이크샵 (Tate's Bake Shop), 스캐글루티노(Glutino) 슈에어(Schär)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

24) 1달러=1,176.00원 (2019.12.15., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	씨클케이 (Circle K)	편의점	약 14억 5,780만 달러 (약 1조 7,144만 원)	루디스쿠키 (Ruthie's Cookie)	0
7	세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	약 188억 5,133만 달러 (약 22조 1,692억 원)	더토스티드오트 (The Toasted Oat), 래니앤래리스 (Lenny & Larry's), 세븐셀렉트(7Select)	0
8	콜스 (Kohl's)	백화점	약 202억 달러 (약 23조 7,552억 원)	프리포올키친 (Free for All Kitchen)	0
9	한남체인 (Hannam Chain)	아시안마트	매장 수('19): 7개	A사, B사	0
10	에이치마트 (Hmart)	아시안마트	약 9억 600만 달러 (약 1조 655억 원)	B사, C사, D사	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

● 스낵 팩



나비스코 팀 페이보리트
버라이어티 스낵팩(30팩)

가격 : 6.32달러



프리트 레이 패밀리 편 믹스
스낵 버라이어티 팩(18팩)

가격 : 6.98달러



켈로그 버라이어티 스낵팩(28팩)

가격 9.92달러

자료: 월마트(Walmart)홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<p>• 입점 가능 품목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 향신료, 신선식품, 건조식품, 건강보조식품, 차류, 즉석식품, 면류, 스낵류 등 - 일반: 의류, 화장품, 완구류, 가구류, 잡화류, 전자제품 등 <p>• 선호제품</p> <ul style="list-style-type: none"> - 좋은 품질과 가격 경쟁력을 갖춘 제품 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<p>1. 홈페이지를 통한 직접 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 체크리스트 참고하여 필요 정보 및 서류 확인 - 매점 입점(Store&Club)과 온라인 입점(E-Commerce)을 선택하여 제안서 제출 (사이트 내 한국어 서비스 제공) (www.corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier) - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자이름, 공급자 번호/DUNS²⁵) 번호, 납세자 식별 번호, 회사 주소, 연락담당자, 전화번호, 이메일 주소, 계좌 정보 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 외 제품 설명) <p>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</p>	
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 제조시설 정보 및 Audit 실시 결과보고서 제공 · 평가 기준 ② Dun & Bradstreet 등록 · 평가 기준 ③ GFSI 인증²⁶⁾ 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - Walmart.com 홈페이지 통해 판매 중개 서비스 제공 (marketplace.walmart.com) - 식품품 납품 시, 월마트 식품품 준수 사항 'Walmart Food Safety Requirements'를 충족해야함 - 문의사항 연락처 이메일: supplier64@wal-mart.com 	
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> · Savino Sales and Marketing (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : savinosalessandmarketing.com - 전화번호 : +1-479-799-8311 - 기업소개 : 월마트, 샘스클럽 납품 및 판매 활동 지원 		

자료: 월마트(Walmart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

25) Data Universal Numbering System, 국제 사업자 등록 번호

26) 인증 없을 시 Third-Party Food Safety Audits 실시해야 함



② 크로거(Kroger)

	기업명	크로거(Kroger)								
	홈페이지	www.kroger.com								
	위치	오하이오(Ohio)								
	규모	<table border="1"> <tr> <td>매출액('18)</td> <td>약 1,212억 달러 (약 142조 5,312억 원)</td> </tr> <tr> <td>기타 규모</td> <td>매장 수('18): 약 2,800개</td> </tr> </table>	매출액('18)	약 1,212억 달러 (약 142조 5,312억 원)	기타 규모	매장 수('18): 약 2,800개				
매출액('18)	약 1,212억 달러 (약 142조 5,312억 원)									
기타 규모	매장 수('18): 약 2,800개									
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 1883년 설립 - 35개 주에서 매장 운영을 운영하며 44개의 물류센터 보유 - 자사 브랜드 판매 매출액이 전체 매출의 26%를 차지 - 2018년 온라인 세일 58% 증가 - 크로거 제로 헝거(Kroger Zero Hunger), 제로웨이스트이노베이션펀드(Zero Waste Innovation Fund) 등 다양한 캠페인 전개²⁷⁾ 									
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - Tmall, Microsoft 등 다양한 회사들과 파트너십 체결 - 2018년 하루 평균 약 1,100만 건의 거래가 이루어지며 이 중 약 97%는 로열티 카드를 통해 거래 									
	 									
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 12월 월그린(Walgreens)과 공통적으로 판매하는 제품의 주문을 통합하여 공급 비용을 최소화하고 공급망을 효율화할 계획 - 2020년부터 매장 픽업 서비스 무료 제공 예정 - 2019년 11월 브랜드 로고와 슬로건 교체 - 2018년 대비 음식물쓰레기 배출량 9% 감소 등 친환경적 행보 									
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>글루텐프리 진저징거쿠키 (Gluten Free Ginger Zinger Cookies)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>쿠키</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>7oz</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>미국</td> </tr> </table>	제품명	글루텐프리 진저징거쿠키 (Gluten Free Ginger Zinger Cookies)	종류	쿠키	용량	7oz	원산지	미국
제품명	글루텐프리 진저징거쿠키 (Gluten Free Ginger Zinger Cookies)									
종류	쿠키									
용량	7oz									
원산지	미국									

자료: 크로거(Kroger) 홈페이지, 씨엔비씨(CNBC), 유로모니터(Euromonitor)
 사진자료: 크로거(Kroger) 홈페이지

27) 크로거가 2017년부터 실시한 기아 제로, 폐기물 제로 캠페인. 2025년까지 기아와 음식물 쓰레기 감소를 목표로 기금을 조성함

스낵 팩



치즈잇 베이컨드 스낵 크래커
버라이어티 팩(12팩)

가격 : 6.19 달러



벨비타 골든 오토 브레퍼스트
비스킷 벨류 팩(12팩)

가격 : 8.39달러

자료: 크로거(Kroger) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<p>· 입점 가능 품목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 차류, 스낵류, 건강보조식품, 주류, 음료류, 유제품 등 - 일반: 화장품, 욕실용품, 완구류, 세탁용품, 가전제품, 의류 등 <p>· 특이사항</p> <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 국가의 수입식품을 취급하고 있으나 현지 생산 제품 선호 - 신선도 높은 제품 선호 	
	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 홈페이지 통해 사전 등록 후 제안서 제출 (www.thekrogerco.com/vendors-suppliers/become-a-supplier)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 사전등록 시 기입한 이메일을 통해 The Supplier Hub로부터 제안서 관련 내용 화신 <p>사전등록 시</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 사업자등록번호/납세자식별번호, 연락처) - 사업자등록번호/납세자번호 없이 사전 등록 불가 <p>사전등록 후</p> <ul style="list-style-type: none"> ② 화신된 이메일에 첨부된 링크로 들어가 user ID와 임시 비밀번호를 이용하여 등록 절차 완료 - 제품 설명은 정해진 형식에 따라 작성 <p>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</p>
	<p>등록 조건</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① Animal Welfare Policy 기준 충족 · 평가 기준 ② GCC 및 KGCC 인증²⁸⁾ 취득
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 크로거사의 벤더관리시스템(Supplier Hub)을 통해서만 입점 가능 - 제안서 검토에 최소 1주 소요 - 기업 및 공급자 다양성 추구
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> · GLENMOOR BROKERAGE (식품 브로커) - 홈페이지 : glenmoorbrokerage.com - 전화번호 : +1-602-414-0060 이메일 : ericglenn@glenmoorbrokerage.com - 기업소개 : 크로거 및 다양한 리테일 기업 납품 및 판매 활동 지원 	

자료: 크로거(Kroger) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

28) GCC: General Certificate of Conformity, KGCC: Kroger General Certificate of Conformity



③ 홀푸드마켓(Whole Foods)

	기업명	홀푸드마켓(Whole Foods)	
	홈페이지	www.wholefoodsmarket.com	
	위치	텍사스(Texas)	
	규모	총매출('16)	약 157억 달러 (약 18조 4,632억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	기타 규모	- 매장 수('18): 약 500개 - 직원 수('18): 약 95,000명
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1980년 설립 - 42개주에서 482개의 유기농 전문매장 운영 - 2017년 아마존에 인수 - 아마존 프라임나우(Prime Now)를 통해 온라인 판매 진행 - 최근 매출액 부진 - 2020년 아마존 투자 증대 예상 	
기업 최근 이슈	기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 12월 아마존 프라임나우(Prime Now) 서비스 범위 확장을 위해 홀푸드 매장 수를 계속해서 늘릴 것을 발표 - 동물 복지 우수기업으로 케이지프리어워드(CIFW) 수상 - 2019년 오하이오 주 내 11번째 매장 오픈 - 2019년 2분기 기준 판매제품 평균가격이 전년대비 약 2.5% 감소하는 등 제품가격 인하 노력이 계속되고 있음 	
		유사제품 정보	
종류	비스킷		
중량	5.4oz		
원산지	독일		

자료: 홀푸드(Whole Foods) 홈페이지, 비즈나우(bisnow), 더모트리폴(The Motely Fool), 덴튼데일리(Denton Daily), 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 홀푸드(Whole Foods) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 차류, 즉석식품, 스낵류, 캔디류, 주류, 음료류, 건강식품, 소스류 등 - 일반: 패션 용품, 유아용품, 가전제품, 화장품, 가구 잡화 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 원산지가 명확히 표기된 식품 - 판매제품 55%이상이 유기농식품 - 비건, 저지방, 무설탕 등의 다양한 종류의 제품 선호 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 경쟁업체 대비 가격대가 다소 높은 편임 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. RangeMe 홈페이지를 통한 직접 등록 (www.rangeme.com/whole-foods-landing)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 계정 생성 후 제품 등록 - 홈페이지 가입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 기업 연매출, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (제품군, 브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매가격) <p>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</p>		
<p>등록 조건</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 홈페이지에서 제공되는 Unacceptable Ingredients for Food List에 포함되는 식품첨가물 미포함 여부 · 평가 기준 ② 유전자조작 농산물을 사용하지 않은 식재료(Non-GMO) 		
<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - INFORMATION FOR POTENTIAL SUPPLIERS에서 품질 기준서 참고하여 모든 구성성분 기입 (www.wholefoodsmarket.com/information-potential-suppliers) 		
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> · Optima Sales & Marketing (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : optimasales.com - 전화번호 : +1-904-318-6030 / 이메일 : jeff@optimasales.com - 기업소개 : 월마트, 홀푸드마켓, 세븐일레븐, 크로거 등 납품 및 판매 활동지원 		

자료: 홀푸드마켓(Whole Foods) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



④ 웨그먼스(Wegmans)

기업 기본 정보	기업명	웨그먼스(Wegmans)	
	홈페이지	www.wegmans.com	
	위치	뉴욕(New York)	
	규모	매출액('18)	약 92억 달러 (약 10조 8,192억 원)
	기타 규모	- 매장 수('19): 99개 - 직원 수('19): 49,000명	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1916년 설립 - 약 40,000여 개의 제품을 판매하고 있고, 그 중 유기농 제품이 약 4,000개 이상 - 미식요리수업과 체계적인 직원 교육 실시 - 자선과 기부 및 직원 학비 보조 등을 진행하며 지역사회에서 신뢰받는 기업 - 인스타카트(Instacart)²⁹⁾ 통해 배송서비스 제공 	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 12월 버지니아주 애쉬랜드에 물류센터 설립 계획 발표 - 2019년 100대 기업 중 기업평판 1위 (해리스폴평판지수(Harris Poll Reputation Quotient®)) 	
유사제품 정보		제품명	글루텐프리크래커오리지널 (Gluten Free Crackers Original)
		종류	크래커
		용량	4.4oz
		원산지	미국

자료: 웨그먼스(Wegmans) 홈페이지, 데모크랫앤크로니클(Democrat & Chronicle), 유로모니터(Euromonitor)
 사진자료: 웨그먼스(Wegmans)홈페이지

29) 2012년 설립된 식료품 배달 및 픽업 서비스를 운영하는 미국 회사

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 주류, 음료류, 차류, 유제품, 냉동식품, 육류 등 - 일반: 유아용품, 주방용품, 욕실용품, 청소용품, 애견용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농 제품 - 신선도가 높은 제품 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ol style="list-style-type: none"> 1. 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 웨그먼스 구매 담당자 제품 선정 - 제 3의 전문 연구기관에 제품 테스트 의뢰 - 제 3의 전문 연구기관이 웨그먼스 품질보증부서(QA)로 테스트 결과물 송부 - 품질보증부서로부터 승인된 제품은 대량생산 및 포장 가능 - 생산된 제품을 다시 품질보증부서로 송부 - 품질보증부서에서 최종 검토 후, 물품배송 가능 <p>* 참고사항: 매장에서 판매되는 제품의 품질 관리를 위하여 12개월 마다 인증된 제 3의 연구기관에 제품 품질 테스트를 의뢰</p> <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개) <ol style="list-style-type: none"> 2. 로컬 에이전트를 통한 등록 	
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 제품 UPC 바코드³⁰⁾ 탑재 · 평가 기준 ② 12개월 단위로 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 실시³¹⁾ 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 직접 등록 시 Range Me 통해 입점 문의 - 자사 홈페이지에서 계약 체결 후 제출해야하는 서류 양식 제공 	
	벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> · WJ Brader & Associates (식품 브로커) - 홈페이지 : wjbrader.com - 전화번호 : +1-716-685-6085 - 기업소개 : 웨그먼스 납품 및 판매 활동지원 	

자료: 웨그먼스(Wegmans) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

30) GTIN(Global Trade Item Number)을 포함한 바코드여야 함

31) 선호업체 1순위는 Bureau Veritas, 2순위는 ANSECO이며 그 외 Intertek, SGS, Shuster and MTSD도 가능함



⑤ 세이프웨이(Safeway)

기업 기본 정보	기업명	세이프웨이(Safeway)		
	홈페이지	www.safeway.com		
	위치	캘리포니아(California)		
	규모	매출액('18)	약 608억 달러 ³²⁾ (약 71조 5,008억 원)	
		기타 규모	매장 수('18): 약 900개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1915년 설립 - 미국, 캐나다, 멕시코에서 매장 운영하며, 미국 내 캘리포니아에 가장 많은 매장 위치 - 2015년 알버트슨(Albertsons) 기업에 인수 - 다양한 자체제작 브랜드 보유 - 온라인 몰 운영 			
 				
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 12월 하와이 와이파후(Waipahu)에 매장 개장 - 2019년 12월 테이크오프 테크놀로지(Takeoff Technologies)와 파트너십을 체결하여 세이프웨이 2개 매장에 MFC³³⁾ 활성화 			
유사제품 정보		제품명	글루텐프리쇼트브레드쿠키 (Gluten Free Shortbread Cookies)	
		종류	쿠키	
		용량	7.1oz	
		원산지	독일	

자료: 세이프웨이(Safeway) 홈페이지, 알버트슨(Albertsons) 기업 홈페이지, 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News), 유로모니터(Euromonitor), 기업 팩트시트(Company fact sheet)
사진 자료: 홈페이지

32) 알버트슨(Albertsons) 기업 전체 매출액

33) MFC(Micro-fulfillment center): 상품 보관 및 적재, 재고 관리, 포장, 출하, 배송 등 일괄적으로 물류센터의 기능을 하는 시스템

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 육류, 해산물, 빵류, 스낵류, 즉석식품, 냉동식품, 차, 음료류, 주류 등 - 일반: 유아용품, 애완용품, 청소용품, 운동기구, 잡화류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인몰에서 아시아 식품 카테고리 제공 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지에서 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 Suppliers 클릭 - Prospective Vendors 아래 Learn More 클릭 - Range Me 가입 후 입점 희망하는 제품 등록 - 바이어 컨택 및 입점 논의 	
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 제품 UPC 바코드³⁴⁾ 탑재 · 평가 기준 ② 알버트슨 윤리 강령 준수 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처: supplier.support@safeway.com 	
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> · Optima Sales & Marketing (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : optimasales.com - 전화번호 : +1-904-318-6030 / 이메일 : jeff@optimasales.com - 기업소개 : 세이프웨이 등 다양한 유통업체 납품 및 판매 활동지원 		

자료: 세이프웨이(Safeway) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

34) GTIN(Global Trade Item Number)을 포함한 바코드여야 함

2) 편의점



① 써클케이(Circle K)

	기업명	써클케이(Circle K)	
	홈페이지	www.circlek.com	
	위치	아리조나(Arizona)	
	규모	총매출('18)	약 14억 5,780만 달러 (약 1조 7,144만 원)
		기타 규모	직원 수('18): 약 63,000명
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 1951년 설립 - 아리조나주와 뉴멕시코주에서 체인점 운영 시작 - 13개의 지역 사업부로 나뉘어져 운영 - 2003년 Alimentation Couche-Tard에 인수되어 유럽 포함 중국, 베트남 등 25개국 약 6,800개 매장 운영 - 2015년 모회사에서 운영되던 Circle K 포함 스타토일(Statoil), 코너스톤(Corner Store) 등 타 매장들을 글로벌써클케이(Global Circle K)로 통합 - 대부분 매장이 주유소와 함께 운영 		
기업 요약	 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 약 700개의 매장에 리브랜딩 작업 진행 - 2018년 전년 대비 매출액 약 4.1% 증가 		
유사제품 정보		제품명	오트밀레이진쿠키 (Oatmeal Raisin Cookie)
		종류	쿠키
		용량	3oz
		원산지	미국

자료: 써클케이(Circle K) 홈페이지, 씨에스뉴스(CSNews)
 사진 자료: EC21R&C 자체 현지 조사

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 즉석식품, 캔디류, 스낵류, 주류, 음료류, 소스류 등 - 일반: 생활용품, 여행용품, 문구류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품이 많음 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>홈페이지에서 직접 입점문의 작성</p> <ul style="list-style-type: none"> - 필요정보 및 제품 설명 자유롭게 기재 후 제출 (www.circlek.com/form/vendor-request-form) - 홈페이지 가입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (담당자명, 이메일 주소, 연락처, 회사명, 회사 주소, 회사 홈페이지 주소) ② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 판매가격 등 제품 설명 자유기재) 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항은 각 지역사업부별로 문의 (www.circlek.com/contact) 	
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • National Sales and Marketing (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : nsmnetwork.com - 전화번호 : +1-314-473-1599 / 이메일 : tbush@NSMNetwork.com - 기업소개 : 미국 내 편의점 체인 납품 및 판매 활동 지원 - 지역별로 담당자 및 연락처 다름 		

자료: 써클케이(Circle K) 홈페이지



② 세븐일레븐(7-Eleven)

	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)	
	홈페이지	www.7-eleven.com	
	위치	텍사스(Texas)	
	규모	총매출('18)	약 188억 5,133만 달러 ³⁵⁾ (약 22조 1,692억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	기타 규모	매장 수('18): 약 9,340개 ³⁶⁾
	<ul style="list-style-type: none"> - 1927년 설립 - 2019년 기준, 미국 내 약 9,340개 매장 운영 - 전 세계적으로 약 68,236개 매장 보유 - 딜리버리 앱을 통해 공원, 해변 등 야외 배송 시작 - 2004년 7-Select 브랜드 출시 - 자사 홈페이지와 SNS를 통해 제품 프로모션 정보 제공 - 지속적인 온라인 및 모바일 서비스 개발을 통해 소비자들에게 편의 제공 		
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 세븐나우(7NOW) 앱을 통하여 배달 서비스 제공(약 9,100개 매장 적용) - 2019년 7월, 실내 좌석을 설치하고 신선한 커피, 압착 주스, 유기농 식품 등을 판매하는 실험적인 랩스토어(Lab store) 오픈 - 2019년 6월, 프라이빗브랜드(PB)인 에너지 드링크 라인 '퀘이크(Quake)' 런칭 		
유사제품 정보		제품명	마이티프로틴쿠키블루베리화이트초콜릿마카다미아 (Mighty Protein Cookie, Blueberry, White Chocolate Macadamia)
		종류	쿠키
		용량	2oz
		원산지	미국

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지, 그로서리다이브(Grocery Dive)
사진 자료: EC21R&C 자체 현지 조사

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 주류, 음료류, 소스류, 냉동식품, 즉석식품, 캔디류, 스낵류 등 - 일반: 생활용품, 여행용품, 문구류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품이 많음 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<p>홈페이지에서 직접 입점문의 작성</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ariba 공급업체 관리 솔루션 포탈에 접속 - 새로운 벤더 등록 신청서를 작성하여 회사 정보 등록 (corp.7-eleven.com/corp/business) - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (담당자명, 이메일 주소, 연락처) ② 공급 제품 정보 (제품명, 판매가격 등 제품 설명 자유기재) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - Ariba³⁷⁾ 공급업체 관리 솔루션을 사용하고 있음 	
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> • Optima Sales & Marketing (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : optimasales.com - 전화번호 : +1-904-318-6030 / 이메일 : jeff@optimasales.com - 기업소개 : 월마트, 홀푸드마켓, 세븐일레븐, 크로거 등 납품 및 판매 활동지원 		

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지

35) 북미 매장 통합 매출액임

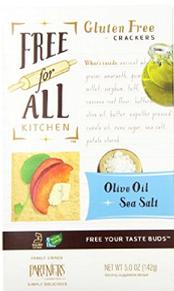
36) 매장 수: 미국 기준 9,340개 / 글로벌 기준 68,236개

37) 캘리포니아 주에 위치한 미국 소프트웨어 및 정보 기술 서비스 회사

3) 백화점



① 콜스(Kohl's)

기업 기본 정보	기업명	콜스(Kohl's)								
	홈페이지	www.kohls.com								
	위치	위스콘신(Wisconsin)								
	규모	연매출('18) 약 202억 달러 (약 23조 7,552억 원) 기타 규모 직원 수('18): 129,000명 매장 수('18): 약 1,100개								
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1962년 설립되어 중산층 고객을 타깃으로 백화점 운영 - 미국 동부를 중심으로 49개주에서 매장 운영 - 미국 전역에 14개의 물류센터 운영 - 여러 제품군에서 다양한 프로모션 진행 - 다양한 캠페인 진행하며 지역사회 공헌 중시 - 모든 매장에서 온라인쇼핑과 제품픽업 서비스 가능 									
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 World's Most Ethical Companies에 선정 - 2019년 12월, 아마존과 파트너십 체결하여 모든 매장에서 아마존리턴즈 서비스를 제공하기 시작하였으며, 매출액 부진을 회복하는데 큰 도움이 될 것이라고 발표 									
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>글루텐 프리크래커 올리브오일씨솔트 (Gluten Free Crackers Olive Oil Sea Salt)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>크래커</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>5.0oz</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>미국</td> </tr> </table>	제품명	글루텐 프리크래커 올리브오일씨솔트 (Gluten Free Crackers Olive Oil Sea Salt)	종류	크래커	용량	5.0oz	원산지	미국
제품명	글루텐 프리크래커 올리브오일씨솔트 (Gluten Free Crackers Olive Oil Sea Salt)									
종류	크래커									
용량	5.0oz									
원산지	미국									

자료: 콜스(Kohl's) 홈페이지, 포브스(Forbes) 홈페이지, 2018 연간보고서(2018 Annual Report and Form 10K)

사진 자료: 유에스에이투데이(usa.today) 홈페이지, 콜스(Kohl's) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 식료품, 주류, 음료류, 식용유, 스낵류, 소스류 등 - 일반: 유아용품, 패션용품, 화장품, 가구 집화 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품질이 뛰어나고 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 식료품 종류가 비식품에 비해 적은 편임 - 식료품은 주로 프리미엄 브랜드 제품을 세트 형태로 판매 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
	<p>등록 방법 & 등록 정보</p>	<p>콜스 기업 홈페이지(corporate.kohls.com) 통한 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 메뉴 Company의 Suppliers 클릭 - Become a Supplier 클릭 - Supplier Registration Form 클릭하여 공급업체 포탈 가입 (solutions.sciquest.com/apps/Router/SupplierLogin?CustOrg=Kohls) <p>가입 시 필요한 정보 : 회사명, DUNS 번호, 납세자 식별 번호, 회사 주소, 담당자 명, 연락가능 시간대</p>	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 문의사항 연락처: KohlsSuppliers@Kohls.com 	

자료: 콜스(Kohl's) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

5) 아시안마트



① 한남체인(Hannam Chain)

기업 기본 정보	기업명	한남체인(Hannam Chain)								
	홈페이지	hannamchain.com								
	위치	캘리포니아(California)								
	규모	매장 수('19): 7개								
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1988년 6월 설립 - 풀러턴(Fullerton)에 첫 매장 오픈을 시작으로 뉴저지 주 1개, 캘리포니아 주 6개의 매장 운영 - 매장 내 은행, 핸드폰대리점, 여행사, 카페 등 입점 - 매주 자사 홈페이지를 통해 제품 할인 정보 제공 									
	 									
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 명절마다 선물 기획세트 판매 - 2019년 김치가 슈퍼푸드로 알려지면서 판매량 증가 - 2019년 말 캘리포니아 델아모에 매장 오픈 예정 - 2019년 7월부터 한국산 양파 수입 및 판매 									
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>롤전병 김맛</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>비스킷</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>12.87oz</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>한국</td> </tr> </table>	제품명	롤전병 김맛	종류	비스킷	용량	12.87oz	원산지	한국
제품명	롤전병 김맛									
종류	비스킷									
용량	12.87oz									
원산지	한국									

자료: 한남체인(Hannam Chain Supermart) 홈페이지, 코리아타임즈(Koreatimes), 유로모니터(Euromonitor)
 사진자료: 한남체인(Hannam Chain Supermart) 홈페이지, 삼진글로벌넷

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 수산물, 육류, 즉석식품, 캔디류, 스낵류, 주류, 건강식품, 음료류, 소스류, 유제품 등 - 일반: 위생용품, 주방용품, 전자제품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 매장 내 정관장 매장 입점 - 한국산 공산품이 저렴한 편임 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	유선 연락을 통한 직접 문의 - 문의사항 연락처: +1-714-736-5800	

자료: 한남체인(Hannam Chain Supermart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 에이치마트(Hmart)

기업 기본 정보	기업명	에이치마트(Hmart)	
	홈페이지	www.hmart.com	
	위치	뉴저지(New Jersey)	
	규모	매출액('16)	약 9억 600만 달러 (약 1조 655억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('18): 97개	
	<ul style="list-style-type: none"> - 1982년 설립 - 한아름 그룹이 운영하는 슈퍼마켓으로 현재 미국 내 최대 규모의 아시안마트 - 2007년부터 캘리포니아 남부에 매년 매장 1개씩 오픈 - 2013년 연 매출 10억 달러 돌파 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 11월 대만 음식 페스티벌 개최 - 2019년 10월 버지니아 페어팩스(FairFax) 지점 오픈 - 2019년 8월 하와이 매장 개장을 위해 물류창고를 약 800만 달러에 구매 - 2019년 6월 캘리포니아 샌디에고에 발보아(Balboa) 지점 오픈 - 2019년 1월부터 일부 매장에서 '오래식품' 가정간편식 제품 4종 판매 		
유사제품 정보		제품명	프리미엄그레인크리스피롤 (Premium Grain Crispy Roll)
		종류	비스킷
		용량	6.35oz
		원산지	한국

자료: 에이치마트(Hmart) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 패시픽비즈니스뉴스(Pacific Business News)

사진자료: 에이치마트(Hmart) 홈페이지, 뉴칼럼스(New COLUMNS)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 즉석식품, 캔디류, 신선식품, 스낵류, 주류, 건강식품, 음료류, 소스류, 유제품 등 - 일반: 청소용품, 욕실용품, 위생용품, 주방용품, 전자제품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 한국산 공산품이 저렴한 편임 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지에서 직접 공급자 지원서 작성 (www.hmart.com/online-affiliates) - 담당자 확인 후 제품에 대한 논의를 거친 뒤 입점 - 홈페이지 기입정보 : 회사명, 담당자명, 이메일, 연락처, 입점문의 자유기재	
	특이사항	- 문의사항 연락처: +1-800-648-0980	

자료: 에이치마트(Hmart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 미국 쌀전병 인증 취득
2. 미국 쌀전병 사전 심사
3. 미국 쌀전병 업체·제품 등록
4. 미국 쌀전병 라벨 심의
5. 미국 쌀전병 서류 준비
6. 미국 쌀전병 세금 납부
7. 미국 쌀전병 검역 심사

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> 강제 인증 無 	(-)
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> 사전 수입 식품 통지 제품의 도착항 도착 이전 수입 식품 통지 필요 	(*) 미국 식품의약국 - PNS(사전 수입 식품 통지) - 문의처 : www.fda.gov
Step 03. 업체·제품 등록	<ul style="list-style-type: none"> 식품 시설 등록 수출 전 식품 제조 시설에 대한 등록 	(*) 미국 식품의약국 - Registration of Food Facilities (식품 시설 등록) - 문의처 : www.fda.gov
Step 04. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> 라벨 표기사항 별도 심의 사항 없음 미국 식품의약국 규정 준수 	(*) 미국 식품의약국 - FDA 라벨 규정 - 문의처 : www.fda.gov
Step 05. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> 일반 서류 원산지 증명서 	(*) 미국 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov (*) 세관국경보호국 - 문의처 : www.cbp.gov
Step 06. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> 포워딩 업체 섭외 	(-)
Step 07. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> 수입신고 서면 또는 ACE를 이용하여 신청 적하목록, 물품신고서, 상업송장 등 	(*) 세관국경보호국 - 문의처 : www.cbp.gov (*) 미국 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov
Step 08. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> 납세 신고 도착 전 7일, 도착 후 10일 이내에 신고 ACE 시스템을 이용하여 납부 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등 관세율 0% 판매세 주별로 상이(최대 7.25%) 	(*) 세관국경보호국 - 문의처 : www.cbp.gov - 참조처 : dataweb.usitc.gov
Step 09. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> 물리(관능) 검사 ATS에 의해 분류 후 물품 또는 서류 검사 제품 검사 제출 받은 서류를 바탕으로 서류 심사 진행 후 샘플 검사 여부 결정 	(*) 세관국경보호국 - 문의처 : www.cbp.gov (*) 미국 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov

1. 미국 쌀전병 인증 취득

인증 취득

미국으로 제품 수입 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

쌀전병

쌀전병 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

▶ 미국 수입 일반가공식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

미국으로 수출하고자 하는 쌀전병 제품이 현지 진출 시 꼭 취득해야하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 일반가공식품의 식품 검역을 담당하고 있는 미국 식품의약국은 식품의 안전이나 제조에 관하여 별도의 인증을 부과하고 있지 않음. 다만, HACCP, ISO 22000 등과 같이 식품의 생산과 그 안전성에 대한 인증의 경우 선택적으로 획득하여 활용할 수 있음

미국에서 할랄 인증을 받고자 하는 경우 다양한 기관으로부터 해당 인증을 취득할 수 있는 데, 미국 시장에서는 할랄 인증기관인 IFANCA을 통하여 할랄 인증을 획득할 수 있음

[표 4.1] 미국 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	
HALAL	식품 생산 인증	선택	IFANCA (Islamic Food and Nutrition Council of America)	

자료 : 각 인증기관

[표 4.2] 미국 식품 인증 취득

	절차	기간
HACCP	서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
	서류	비용
	신청서, 식품안전관리인증계획서 등	20만원
ISO 22000	절차	기간
	서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
	서류	비용
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	-
IFS	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
	서류	비용
	신청서 등	약 900~1,000만원
BRC Food Safety	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
	서류	비용
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900~1,000만원
FSSC 22000	절차	기간
	서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
	서류	비용
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500~600만원
HALAL	절차	기간
	신청서제출>서류 평가>인증 비용 산정>현장평가(미팅)>서류 재검토>현장검사>마무리 미팅>평가서 작성>승인여부 결정	-
	서류	비용
	제품 상세정보, 사용 원료 정보, 위생관련 정보 등	-

자료 : 각 인증기관

▶ 한국 유기농 인증 미국 시장에서 ‘동일하게 적용 가능’

미국으로 유기농 식품을 수출하기 위해서는 미국 농무부에서 발급하고 있는 유기농인증을 획득해야함. 해당 인증은 농무부가 지정하고 있는 지정 인증기관을 통하여 획득 가능함. 다만, 한국에서 이미 유기농 인증을 획득하였다면, 2014년 7월 1일부로 발효된 상호동등성협정(Equivalence Arrangement)에 따라 미국에서도 동일하게 인정받을 수 있음. 제품의 수입 신고 시, 이를 입증할 수 있도록 미국 당국에서 요구하는 수입증명서(NOP Import Certificate)를 제출해야함

[표 4.3] 한국 유기농인증 상호동등성협정 정보

인증명	발급 기관	정보	인증 Mark
USDA Organic	미국 농무부 (USDA)	95% 이상 유기농 원료를 사용해야함	
USDA Organic		모든 원료가 100% 유기농인 경우	

동등성 인정 요건

- a. 95% 이상 유기농 원료를 함유할 것
- b. 마지막 가공이 한국에서 이루어질 것(기타 국가에서 가공이 이루어진 경우 인정되지 않음)
 - 가공식품의 범위는 한국의 식품공전상의 분류 기준 적용
- c. 항생제를 사용한 축산물을 포함하지 않을 것
- d. 라벨에 대한 표시 사항은 수입국(미국)의 규정 적용

미국 수입 요건

- a. 수입증명서(NOP Import Certificate) 제출
 - 유기농 인증기관을 통해 발급
 - 수입되는 제품의 매 선적 시 마다 해당 수입증명서 첨부 필요

라벨 사용

- 라벨의 경우 미국의 유기농 인증 라벨을 부착해야 하나, 한국의 유기농 인증 로고도 같이 사용 가능
- 원료가 유기농이라는 점에 대한 내용 표시 필요
- 해당 내용을 인증한 인증기관 정보 기입 필요

자료 : 미국 농무부(USDA), 국립농산물품질관리원

▶ 비건 인증, 다양한 비건 인증 기관 존재

미국으로 제품을 수출 할 때 받아야 하는 비건 인증은 없는 것으로 확인됨. 할랄 인증과 마찬가지로 비건(Vegan) 인증을 획득하는 것에 대하여 당국의 허가 등의 요구사항은 없음. 전 세계적으로 인증업무를 수행하는 기관부터 지역 기관까지 다양한 비건 인증기관이 있기 때문에 해당 인증기관을 통하여 획득할 수 있음

[표 4.4] 비건 인증 정보

인증명	발급 기관	인증 Mark
Vegan	관련 협회 또는 인증 전문기관	   

비건 인증 절차

- a. 신청서 제출(기관 별로 제시하는 양식에 맞춰 신청서 제출)
 - 제품에 사용되는 원재료에 대한 정보
 - 가공 방법
 - 패키징 방법 등 각 기관이 서류 심사를 위해 요구하는 서류
- b. 서류 검사
- c. 샘플 제품에 대한 검사(기관별로 진행 여부 상이)
- d. 심사 결과에 따라 인증서 발급 여부 결정
- e. 인증 비용 납부
- f. 인증서 발급 완료

인증 발급 기간

- a. 7일 ~ 60일 (기관별로 상이)

비건 인증 기준³⁸⁾

- 도축에 의해 생산된 원료를 포함하지 않을 것
- 오로지 방목 상태에서 생산된 계란만 사용 할 것
- 생산과정에서 상호 오염이 일어나지 않을 것
- GMO 원료를 사용하지 않을 것

자료 : 각 비건 인증기관

38) 각 기관별로 세부 요건이 상이하여 세부적인 비건 인증 기준의 경우 각 기관별로 별도의 확인이 필요함

2. 미국 쌀전병 사전 심사

사전 심사

미국으로 제품 수입 시, 품목에 대한 사전 규제 심사제도 정보 제공

쌀전병

쌀전병 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 미국 일반가공식품 수출을 위해 사전 심사 ‘불필요’
- ▶ 미국 일반가공식품 수입 전 식품의약국으로 ‘사전 수입 통지 필요’

사전 수입 통지 절차는 바이오테러리즘법에 의거하여 식품에 대해 효율적인 통관 검역 절차를 수행하기 위하여 시행됨. 미국 식품의약국을 통하여 수입하고자 하는 식품에 대한 사전 수입식품 통지(Prior Notice of Imported Foods)를 하도록 규정하고 있음. 해당 사전 식품 수입 통지는 온라인 미국 식품의약국 행정 업무 페이지(www.access.fda.gov)를 통하여 PNSI(Prior Notice System Interface) 접속 후, 미국 식품의약국에서 제시하고 있는 가이드 및 그 절차에 따라 사전 통지 절차를 수행하면 됨. 사전 통지 절차의 경우 어떤 운송수단을 통하여 진행하느냐에 따라 제출 기한이 정해져 있기 때문에 해당 시간 이전에 제출되어야 함. 해당 사전 수입 식품 통지 절차는 미국 세관국경보호국에서 정한 개인 또는 법인을 통해 진행할 수도 있으며 수출을 진행하는 미국 세관국경보호국이 정하지 않은 개별 기업이 진행할 수도 있음

[표 4.5] 미국 수입 전 사전 통지

적용 규제	바이오테러리즘법(Bioterrorism Act)
발행 기관	미국 식품의약국(FDA)
기간	각각의 운송 수단 별 지정된 시간 이전에 미국 식품의약국으로의 사전 통지 절차가 완료될 것 a. 도로운송을 통해 수입되는 경우 : 도착 2시간 전 b. 철도운송을 통해 수입되는 경우 : 도착 4시간 전 c. 항공운송을 통해 수입되는 경우 : 도착 4시간 전 d. 해상운송을 통해 수입되는 경우 : 도착 8시간 전
필요 정보	a. 수입업체 정보(업체명, 주소) b. 운송 정보(선하증권 또는 항공화물운송장 등 적절한 운송 정보) c. 출발 국가 정보 d. 제품 정보(제품 일반명 또는 시장명, 패키징 및 수량 정보) e. 제조사 정보(식품 제조시설 등록 번호) f. 수출업체 정보 g. 최종 수취인 정보

자료 : 미국 식품의약국(FDA)

3. 미국 쌀전병 업체·제품 등록

업체·제품 등록

미국으로 제품 수입 시,
요구되는 업체 또는 제품
등록제도 정보 제공

쌀전병

쌀전병 품목은
일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 미국 일반가공식품 통관을 위해 사전 ‘식품 제조시설 등록 필요’
- ▶ 미국 식품의약국(FDA)의 ‘온라인’으로 등록 가능

2002년 발효된 바이오테러리즘법(Bioterrorism Act)은 미국 내에서 식품을 제조하는 제조시설과 미국으로 식품을 제조하여 수출하는 해외 제조시설 모두에게 등록 의무를 부과하고 있음. 이에 따라 미국으로 식품을 수출하고자 하는 국내 제조업체는 미국 식품의약국(FDA)을 통해 식품 제조시설 등록을 필수적으로 진행해야함. 식품 제조시설 등록 신청은 2019년까지 온라인과 서면을 통해 가능하도록 되어 있었으나 2020년 1월 4일부터 온라인을 통해서만 등록 신청을 진행하도록 규정이 변경되어 등록을 수행하고자하는 국내 식품 제조업체의 경우 온라인 페이지를 통하여 등록 신청을 진행해야함

[표 4.6] 미국 사전 식품 제조시설 등록 절차

적용 규제	바이오테러리즘법(Bioterrorism Act), 식품현대화법(FSMA)
발행 기관	미국 식품의약국(FDA) - 온라인 : www.access.fda.gov - 오프라인 : U.S. Food and Drug Administration, Food Facility Registration (HFS-681) 5001 Campus Dr. College Park, MD 20740 - FAX : +1-301-436-2804
필요 정보	a. 시설명, 주소, 전화번호, 긴급 시 연락처 b. 선호 메일 주소 c. 모회사명, 주소, 전화번호(해당 시설이 자회사에 해당하는 경우) d. 해당 시설이 사용하는 모든 상표 e. 대표자, 대리인 또는 운영자(책임이 있는)의 이름, 주소, 전화번호 f. 대표자, 대리인 또는 운영자(책임이 있는)의 이메일 주소 g. 시설을 통해 제조, 가공, 포장하고 있는 식품의 적용 가능한 카테고리 h. 각 식품 제품 카테고리별로 시설에서 수행하고 있는 행위 i. 대표자, 대리인 또는 운영자(책임이 있는)로부터 수취한 식품·의약품·화장품법(FD&C Act)이 정하는 시간과 방법에 따라 미국 식품의약국(FDA)이 시설을 조사해도 된다는 허가예의 확인 j. 대표자, 대리인 또는 운영자(책임이 있는)로부터 수취한 제출한 시설에 대한 정보의 정확성 및 진실성에 대한 확인
비용	무료

자료 : 미국 식품의약국(FDA)

4. 미국 쌀전병 라벨 심의

▶ 미국 라벨 규정

[표 4.7] 미국 라벨 관리 규정

● 라벨 심의	적용 규제	FD&C Act, Fair Packaging and Labeling Act														
● 쌀전병	세부 규정	Guidance for Industry : A Food Labeling Guide														
● 라벨 심의 미국으로 제품 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	라벨 표기사항 (항목)	<ul style="list-style-type: none"> · 제품명(이미테이션 제품은 제품명에 ‘이미테이션’ 표기) · 용량(용량은 순중량으로만 나타낼 것) · 원산지 · 원료 정보(원료의 일반적인 명칭을 사용 할 것) · 알레르기 정보(주요 알레르기원: 우유, 달걀, 생선, 갑각류, 조개, 땅콩, 대두, 밀, 견과류) · 성분정보(양식은 규정이 정하고 있는 바에 따름) · 1회 제공량 · 기타 주의 문구(건강 유의 사항에 관한 문구 등) · 원산지 · 제조업체정보 														
● 쌀전병 쌀전병 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함	세부 내용	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">표기 언어</td> <td>외국어 표기도 가능하나 모든 필수정보는 동시에 영어로도 표기되어야함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">그림</td> <td>그림의 경우 정보를 가리거나, 소비자가 잘 못 이해하지 않도록 해야함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">용량</td> <td>순중량 정보는 패키지 내부의 식품 용량을 나타내야함. 종량, 숫자 형태로 표기되어야 함. 일반적으로 고체, 점성, 응고 제품의 경우 중량으로 표기되어야 함. 만약 액체인 경우 액체 표기 단위로 표기해야 함. 용량의 단위는 미터 단위와 파운드 단위를 병기해야 함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">라벨 표기사항 (가이드) 제품명</td> <td>제품의 전면에 표기되어야하며, 최소한 가장 큰 라벨 면에서 1/2만큼을 차지하도록 표기되어야 함. 바닥과 평행하게 작성되어야 함. 소비자가 이해하기 쉬운 일반적인 이름이어야 함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">원료 정보</td> <td>양이 많은 것부터 적은 순으로 기입해야함 원료정보는 제조사, 유통사 정보와 같은면에 기입되어야 함. 정보의 크기는 최소한 1/16인치 사이즈 크기여야 함. 물의 경우 가공을 위해 주요하게 추가되었다면, 원료에 기입되어야 하나, 사용되었다라도 가공 과정에서 증발되는 등의 과정이 있었다면 적지 않아도 됨</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">성분 정보</td> <td>성분 정보는 원료 정보와 같은 페이지에 기입되어야 함. 반드시 박스 형태로 작성해야 함. 성분 정보를 나타내는 시트는 정해진 글자 크기와 양식에 따라 작성되어야 함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">원산지</td> <td>눈에 잘 띄도록 작성되어야함. 유통업체 정보가 표기 되어 있다면, 해당 정보와 같이 위치해야함</td> </tr> </table>	표기 언어	외국어 표기도 가능하나 모든 필수정보는 동시에 영어로도 표기되어야함	그림	그림의 경우 정보를 가리거나, 소비자가 잘 못 이해하지 않도록 해야함	용량	순중량 정보는 패키지 내부의 식품 용량을 나타내야함. 종량, 숫자 형태로 표기되어야 함. 일반적으로 고체, 점성, 응고 제품의 경우 중량으로 표기되어야 함. 만약 액체인 경우 액체 표기 단위로 표기해야 함. 용량의 단위는 미터 단위와 파운드 단위를 병기해야 함	라벨 표기사항 (가이드) 제품명	제품의 전면에 표기되어야하며, 최소한 가장 큰 라벨 면에서 1/2만큼을 차지하도록 표기되어야 함. 바닥과 평행하게 작성되어야 함. 소비자가 이해하기 쉬운 일반적인 이름이어야 함	원료 정보	양이 많은 것부터 적은 순으로 기입해야함 원료정보는 제조사, 유통사 정보와 같은면에 기입되어야 함. 정보의 크기는 최소한 1/16인치 사이즈 크기여야 함. 물의 경우 가공을 위해 주요하게 추가되었다면, 원료에 기입되어야 하나, 사용되었다라도 가공 과정에서 증발되는 등의 과정이 있었다면 적지 않아도 됨	성분 정보	성분 정보는 원료 정보와 같은 페이지에 기입되어야 함. 반드시 박스 형태로 작성해야 함. 성분 정보를 나타내는 시트는 정해진 글자 크기와 양식에 따라 작성되어야 함	원산지	눈에 잘 띄도록 작성되어야함. 유통업체 정보가 표기 되어 있다면, 해당 정보와 같이 위치해야함
표기 언어	외국어 표기도 가능하나 모든 필수정보는 동시에 영어로도 표기되어야함															
그림	그림의 경우 정보를 가리거나, 소비자가 잘 못 이해하지 않도록 해야함															
용량	순중량 정보는 패키지 내부의 식품 용량을 나타내야함. 종량, 숫자 형태로 표기되어야 함. 일반적으로 고체, 점성, 응고 제품의 경우 중량으로 표기되어야 함. 만약 액체인 경우 액체 표기 단위로 표기해야 함. 용량의 단위는 미터 단위와 파운드 단위를 병기해야 함															
라벨 표기사항 (가이드) 제품명	제품의 전면에 표기되어야하며, 최소한 가장 큰 라벨 면에서 1/2만큼을 차지하도록 표기되어야 함. 바닥과 평행하게 작성되어야 함. 소비자가 이해하기 쉬운 일반적인 이름이어야 함															
원료 정보	양이 많은 것부터 적은 순으로 기입해야함 원료정보는 제조사, 유통사 정보와 같은면에 기입되어야 함. 정보의 크기는 최소한 1/16인치 사이즈 크기여야 함. 물의 경우 가공을 위해 주요하게 추가되었다면, 원료에 기입되어야 하나, 사용되었다라도 가공 과정에서 증발되는 등의 과정이 있었다면 적지 않아도 됨															
성분 정보	성분 정보는 원료 정보와 같은 페이지에 기입되어야 함. 반드시 박스 형태로 작성해야 함. 성분 정보를 나타내는 시트는 정해진 글자 크기와 양식에 따라 작성되어야 함															
원산지	눈에 잘 띄도록 작성되어야함. 유통업체 정보가 표기 되어 있다면, 해당 정보와 같이 위치해야함															

자료 : 미국 식품의약국(FDA)

[표 4.8] 미국 라벨 관리 규정

<p>세부 내용</p>	<p>라벨 표기사항 (가이드)</p>	<p>알레르기표기</p> <p>주요 알레르기 성분은 8개의 주요 식품 또는 그 식품 그룹 또는 식품으로부터 추출된 단백질을 포함하는 성분을 의미</p> <p>우유, 달걀, 생선, 갑각류, 조개, 땅콩, 대두, 견과류, 밀</p> <p>8개 주요 알레르기 성분을 제외한 기타 알레르기 식품의 경우 라벨 표기 의무 제외</p> <p>식품 제조에 사용되는 착색료, 감미료 등의 모든 식품첨가물과 기타 원료에 해당</p> <p>원료 정보를 작성하며 일반명/관용명의 알레르기 성분을 표기 하거나 또는 별도로 해당하는 알레르기 성분을 포함하고 있음을 원료 정보에 붙여서 작성하거나 원료 정보 그 다음에 바로 표기 할 것</p> <p>별도로 표기를 하는 경우 글자 크기는 원료 정보의 글자 크기보다 작지 않도록 할 것</p> <p>견과류, 생선, 갑각류, 조개류의 경우 정확한 해당 원료명을 기재할 것 e.g. 견과류의 경우 아몬드, 호두 등</p> <p>원료에 포함되어 있지 않은 알레르기 성분에 대한 “May Contain” 문구 미표기 가능</p>
<p>세부 내용</p>	<p>유기농 표기 유의사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 유기농 원료의 함량이 70%를 넘는 경우 다음과 같이 표기할 수 있음. 이 경우 유기농 마크는 사용할 수 없음 -“made with organic 0000” 또는 “made with organic ingredients” -소금과 물을 제외한 70% 이상의 원료가 인증된 유기농 재료여야 하며, 유기농 인증을 부여한 기관명을 적시해야함 (e.g. Certified Organic by 00000 Certification Inc.) · 유기농 원료의 함량이 70% 이하인 경우 다음과 같이 표기할 수 있음 -소금과 물을 제외한 70% 이하의 원료가 유기농 원료인 경우, 유기농 마크를 표기할 수 없으며 원료(Ingredients)에 대한 표기시에 해당 원료가 유기농이라는 점만 표기 가능함 (e.g. Ingredients: Organic green tea, Organic lemon, ...)

자료 : 미국 식품의약국(FDA)

▶ 미국 일반가공식품 라벨 샘플



[옆면 라벨링]

[옆면 라벨링]

옆면(영어)

옆면(국문)

- ① 브랜드명 : BLUE DIAMOND ALMONDS
- ② 제품명 : ALMOND NUTOTHINS NUT-RICE CRACKER SNACKS
- ③ 용량 : NET WT 4.25 OZ (120.5g)

- ① 브랜드명 : BLUE DIAMOND ALMONDS
- ② 제품명 : ALMOND NUTOTHINS NUT-RICE CRACKER SNACKS
- ③ 용량 : 순중량 4.25 OZ (120.5g)

뒷면(영어)

뒷면(국문)

① 영양정보(Nutrition Facts) :
Serving Size 19 Crackers (30g)
Servings Per Container about 4

① 영양성분표 :
1회 제공량 크래커 19개 (30g)
컨테이너 당 4회 제공

Amount Per Serving		Calories 130 Calories from Fat 20	
		% Daily Value*	
Total Fat	2g	3%	
Saturated Fat	0g	0%	
Trans Fat	0g	0%	
Cholesterol	0mg	0%	
Sodium	115g	5%	
Total Carbohydrate	24g	8%	
Dietary Fiber	1g	4%	
Sugars	0g		
Protein	3g		
Vitamin A	0%	Vitamin C	0%
Calcium	2%	Iron	2%

*The Daily Value are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs:

1회 제공량		열량 130 지방에 의한 열량 20	
		% 하루 권장섭취량*	
총 지방	2g	3%	
포화지방	0g	0%	
트랜스지방	0g	0%	
콜레스테롤	0mg	0%	
나트륨	115g	5%	
총 탄수화물	24g	8%	
식이섬유	1g	4%	
당	0g		
단백질	3g		
비타민 A	0%	비타민 C	0%
칼슘	2%	철분	2%

*하루 권장섭취량은 2,000칼로리를 기준으로 함. 섭취자의 권장섭취량은 사람에 따라 높거나 낮을 수 있음

① 유통기한



[윗면 라벨링]

		Calories:	2,000	2,500
Total Fat	Less than	65g	80g	
Sat Fat	Less than	20g	25g	
Cholesterol	Less than	300g	300g	
Sodium	Less than	2,400 mg	2,400 mg	
Total Carbohydrate		300g	375g	
Dietary Fiber		25g	30g	

- ② 원료정보(Ingredients) : RICE FLOUR, ALMONDS, POTATO STARCH, SALT, EXPELLER PRESSED SAFFLOWER OIL, NATURAL FLAVORS(CONTAINS MILK).
- ③ 알레르기정보 : CONTAINS MILK, ALMONDS.
- ④ 유통업체정보(DISTRIBUTED BY) : BLUE DIAMOND GROWERS SACRAMENTO, CA 95812 USA

		열량:	2,000	2,500
총 지방	이하	65g	80g	
포화지방	이하	20g	25g	
콜레스테롤	이하	300g	300g	
나트륨	이하	2,400 mg	2,400 mg	
총 탄수화물		300g	375g	
식이섬유		25g	30g	

- ② 원료정보(Ingredients) : 쌀가루, 아몬드, 감자전분, 소금, 압력 추출한 잇꽃유, 천연감미료(우유 함유)
- ③ 알레르기정보 : 우유, 아몬드를 포함함
- ④ 유통업체정보 : BLUE DIAMOND GROWERS 세크라멘토, 캘리포니아 95812 미국

윗면(영어)

- ① 유통기한(BEST BEFORE) : SEP0320

윗면(국문)

- ① 유통기한 : 2020.09.03

5. 미국 쌀전병 서류 준비

서류 준비

미국으로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

쌀전병

쌀전병 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

원산지증명서 기재 정보

- 증명인의 성명
- 상품의 수입자
- 상품의 수출자
- 상품의 생산자
- 품목분류와 품명
- 상품이 원산지 상품임을 증명하는 정보
- 증명일
- 증명 유효기간

- ▶ 미국 FTA 원산지증명서 준비 필요
- ▶ 미국 관세 업무, 허가받은 통관 브로커를 통해서 진행 가능

미국의 수입신고는 수출입 당사자, 운송업체 또는 각 당사자의 위임을 받은 브로커를 통하여 수입통관 업무를 진행할 수 있음. 통관업무 당사자는 수입 신고부터 물품의 반출까지 모든 통관 업무를 진행해야 함. 수입 물품 관세에 대한 내용에 관해서는 동 업무를 수행할 수 있도록 허가받은 사람만이 절차를 수행할 수 있음. 해당 수입 신고 및 그 절차는 ACE(Automated Commercial Environment) 시스템을 통하여 진행됨

원산지증명서의 경우 자율증명방식으로 자신이 생산한 제품에 대하여 스스로 발행한 원산지확인서 또는 원산지소명서를 근거로 하여 원산지증명을 할 수 있음. 특별히 정해진 양식은 없으나 반드시 기재되어야 하는 정보가 있어 해당 정보에 유의해야 함. 우리나라에서는 작성해야 하는 필수 항목을 포함한 원산지증명서 권고 양식을 두고 있어, 해당 서식³⁹⁾을 활용하여 쉽게 작성 가능함

[표 4.9] 미국 통관 서류

구분	서류명	발급기관
일반 서류	수입신고서 (CBP Form 7501)	(-)
	상업송장 (또는 견적송장)	(-)
	포장 명세서	(-)
	구매주문서	(-)
	선하증권	(-)
	원산지 증명서	수출업체 / 관세청

자료 : 미국 세관국경보호국(CBP), 미국 식품의약국(FDA)

39) FTA종합지원센터(okfta.kita.net) 'FTA활용' 항목의 '원산지증명서발급-자율증명방식' 페이지를 통해 확인 가능함

6. 미국 쌀전병 세금 납부

세금 납부

미국으로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

쌀전병

쌀전병 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 미국 일반가공식품 HS CODE 1905.90.1090, 관세율 0% 적용
- ▶ 한-미 FTA 발효로 협정세율 적용

쌀전병의 경우 미국에서는 HS CODE 1905.90 (기타)의 1905.90.1090 (기타) 세번을 사용하여 수입됨.⁴⁰⁾ 미국 수입 시 기본 세율은 0%로, 별도의 협정 세율을 적용받지 않더라도 0% 세율을 적용받음. 관세 외에도 판매세(Sales Tax)를 납부해야하며 해당 세율은 최대 7.25%이고 주(State) 별로 달리 적용됨

- 수입 서류 심사비용에 100달러(한화 약 11만 원)⁴¹⁾ 소요
- 수입 서류 심사 기간은 8시간 소요
- 통관 비용은 175달러(한화 약 20만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 2시간 소요

[표 4.10] 한국·미 HS CODE 비교 및 미국 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	1905	빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품(코코아를 함유하였는지에 상관없다), 성찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼(sealing wafer)·라이스페이퍼(rice paper)와 그 밖에 이와 유사한 물품	
	1905.90	기타	
	1905.90.10	베이커리 제품	
	1905.90.1050	쌀과자	
미국	1905.90.10	식빵, 가루반죽, 케이크, 비스킷과 비슷한 가열 제품 그리고 푸딩, 또는 초콜릿, 과일을 포함하지 못하면서, 너트 또는 제과	
	1905.90.1090	기타	
관세	기본관세율	0%	
	협정 세율	0%	
판매세		최대 7.25%	

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 미국 관세 정보 시스템(USITC)

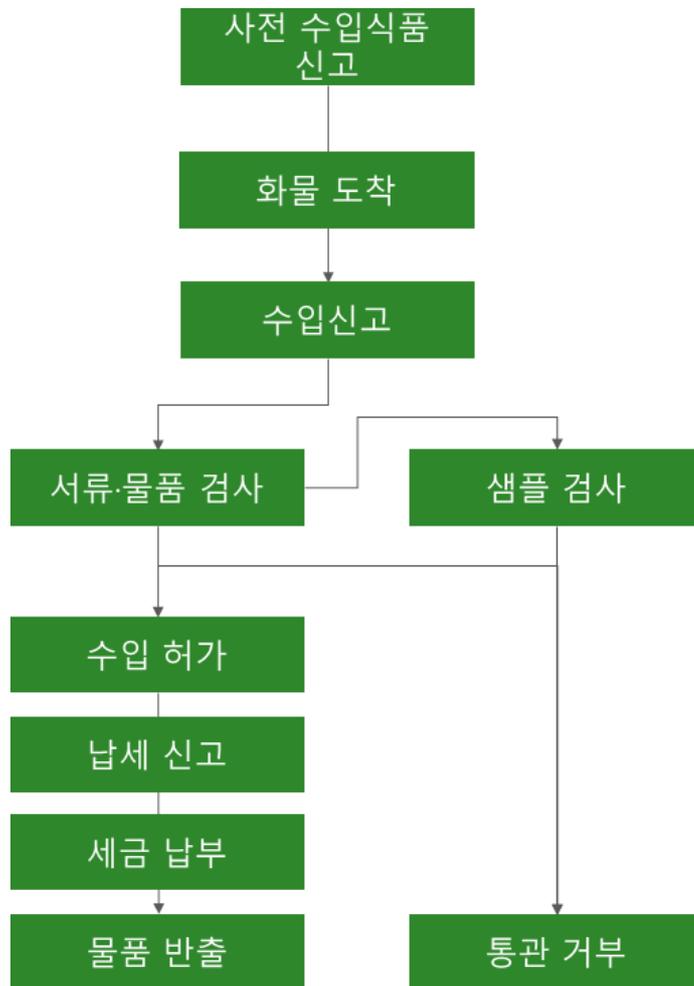
40) 미국 세번의 경우 HS Code 6자리에 해당하는 1905.90 중 미국 세관국경보호국(CBP)의 결정례를 바탕으로 쌀전병에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 미국 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있음. 미국의 HS Code(HTSUS)에 관하여 확인하기 위해서는 관련 정보 페이지인 CROSS(Customs Rulings Online Search System)를 활용할 수 있고, 확인되지 않는 경우 미국 세관국경보호국(CBP)으로 문의할 수 있음

41) 1달러=1,176.00원달러 (2019.12.15., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

7. 미국 쌀전병 검역 심사 절차

- ▶ 미국 일반가공식품, 서류 검사에 따라 물품 검사 실시
- ▶ 도착 전 사전 수입 식품 신고 필요

[표 4.11] 미국 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질	식품첨가물	acacia (gum arabic)	GRAS: 4% 이하
		ammonium chloride	GRAS: GMP
	유해물질	Aflatoxin (aflatoxin B1, B2, G1, G2(total))	20 mcgs/kg(20 ppb)

자료 : 미국 세관국경보호국(CBP), KATI농수산물수출정보

- ▶ 미국 식품의약국의 첨가물, 유해물질 규정을 통해 확인 가능
- ▶ KATI 식품첨가물 및 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인 가능

● 식품 첨가물 규정

미국으로 제품 수입 시,
요구되는 식품 첨가물,
유해 물질에 관한 규정

● 쌀전병

쌀전병 품목의
첨가물 규정은 KATI
식품 유형 분류 중 과자류,
빵류 또는 떡류의 빵류로
분류하여 과자에
해당하는 정보를 제공함

[표 4.12] 미국 일반가공식품 식품 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)
향미증진제	아세트산	acetic acid	GRAS ⁴²⁾ : 0.15% 이하 GMP ⁴³⁾
향료 및 보조제	아코니트산	aconitic acid	GRAS: 0.0005% 이하, GMP
향료, 발효제, 산도조절제	아디프산	adipic acid	GRAS: 1.3% 이하 GMP
착색료	안나토색소 ⁴⁴⁾	annatto extract	GMP
보존료, 강화제	아스코르브산	ascorbic acid	GRAS: GMP
습윤제, 안정제, 증점제	알긴산암모늄	ammonium alginate	GRAS: 0.1% 이하
칼슘강화제	젖산칼슘	calcium lactate	GRAS
보존료, 고결방지제 등	염화칼슘	calcium chloride	GRAS: 0.05% 이하 GMP
칼슘강화제, 산도조절제 등	구연산칼슘	calcium citrate	GRAS: GMP

자료 : KATI농식품수출정보

42) GRAS (Generally Recognized As Safe): 미국 FDA가 과학적 근거를 기반으로 안전성을 승인함으로써 '일반적으로 안전하다고 간주되는 물질'을 의미함. GRAS 물질은 식품 최대허용치가 설정되어있지 않지만, 자체 제한량(Self Limiting Level)으로 사용량이 제한되기도 함
 43) GMP (Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적 정량이 사용되어야 함
 44) 첨가된 캔디수수를 사용하지 않는 한, 제 401조에 따라 정체성 기준이 공표된 식품을 착색하는데 사용되지 않을 수도 있다. 착색된 색상은 그런 스탠다드에 의해 허가된다

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 제이앤제이 엔와이 디스트리뷰터스
(J&J NY Distributors)

Interview ② 아브라함내추럴푸드
(Abraham Natural Foods)

Interview ③ 프리미엄 푸드 유에스에이
(Premium Foods USA)

Interview ④ 푸드타운(Food Town)

Interview ⑤ 미국식품의약국
(U.S. Food and Drug Administration)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 제이앤제이 엔와이
디스트리뷰터스
(J&J NY Distributors)
도매유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Jay
(Purchase Manager)

미국 내 비스킷의 수요는 굉장히 많음

비스킷은 미국 문화의 일부로서, 모든 연령대의 소비자들이 즐겨 먹는 식품입니다. 미국인이라면 아침 식사나 체력 보충을 위해 비스킷을 먹는다고 볼 수 있을 정도로 미국 내 비스킷의 수요는 굉장히 많습니다.

아몬드, 바닐라, 초콜릿 비스킷의 선호도가 높음

미국에서 가장 흔하지만 인기가 높은 비스킷 맛은 아몬드, 바닐라, 초콜릿입니다. 미국 내 인지도가 높은 비스킷 브랜드로는 스낵웰스(Snackwell's), 카시(Kashi), 오레오(Oreo) 등이 있습니다.

Market Preference and Trend



- 인터뷰 기업 : 아브라함내추럴푸드
(Abraham Natural Foods)
도매유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Choi
(Purchase Manager)

미국인들은 단 맛의 비스킷 선호

미국인들은 대체적으로 단 맛의 비스킷을 선호하며, 특히 어린 아이들일수록 초콜릿, 바닐라, 카라멜 등의 달콤한 맛의 비스킷을 좋아합니다.

미국 내 쌀과 아몬드가 첨가된 비스킷의 종류는 많음

미국에도 쌀과 아몬드가 들어가는 비스킷이 많으며, 수요도 꽤 많습니다. 그리고 최근 들어 수입산 디저트의 수요가 증가하고 있는 추세여서, 쌀아몬드전병이 출시된다면 많은 소비자들이 관심을 가질 것으로 예상됩니다.

Market Customers and Preference



- 인터뷰 기업 : 프리미엄 푸드 유에스에이
(Premium Foods USA)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Nazim
(Store Manager)

비스킷은 모든 연령대의 소비자들이 즐겨먹음

비스킷은 인종과 연령대를 막론하고 모두가 좋아하는 식품입니다. 특히 미국에는 커피와 차를 비스킷이나 쿠키와 함께 먹는 문화가 있으며, 아이들은 대부분 매일 비스킷이나 쿠키를 간식으로 섭취합니다.

소비자들은 단단한 식감의 비스킷을 선호

저희는 다양한 종류의 프리미엄 비스킷과 일반 비스킷을 판매하고 있습니다. 소비자들은 커피나 우유에 찍어먹었을 때 바스러지지 않도록 적당히 단단한 식감의 비스킷을 선호합니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Customers and Trend



- 인터뷰 기업 : 푸드타운
(Food Town)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. David
(Store Manager)

비스킷은 주로 10-30대의 소비자들이 선호

미국 내 비스킷의 수요는 굉장히 많으며, 모든 연령대의 소비자들이 즐겨먹습니다. 그 중에서도 특히 10-30대의 젊은 소비자들이 많이 구매하며, 주로 차나 커피와 함께 섭취합니다.

건강한 원료를 사용한 비스킷의 수요가 증가하는 추세

비스킷은 초코칩이나 아몬드, 마카다미아 등의 견과류가 첨가된 제품의 인기가 높으며, 최근에는 글루텐 프리(Gluten-free), 슈가프리(Sugar-free) 등 건강한 비스킷의 수요가 증가하고 있는 추세입니다.

Certification and Barrier



- 인터뷰 기업 : 미국식품의약국
(U.S. Food and Drug Administration)
- 인터뷰 담당자 : Ms. Marie
(Product Manager)

비스킷 수출 시 필수적으로 요구되는 인증은 없음

비스킷 수출 시 필수적으로 취득해야 하는 인증은 없으며, 제품에 따라 선택적으로 유기농 인증이나 비건 인증 등을 취득할 수 있습니다.

우유, 계란, 견과류, 알레르기 성분 표시 필수

계란, 우유, 견과류 등이 첨가된 식품은 반드시 제품 라벨에 알레르기 표기를 해야 합니다. 해당 원료들은 주요 알레르기 성분으로 분류되어 라벨 표기가 의무적으로 요구됩니다.

Interview ① 제이앤제이 엔와이 디스트리뷰터스 (J&J NY Distributors)

45)

제이앤제이 엔와이
디스트리뷰터스
(J&J NY Distributors)

전문가 소속

제이앤제이 엔와이
디스트리뷰터스
(J&J NY Distributors)
도매유통업체

전문가 정보

Mr. Jay
(Purchase Manager)

JJ J&J NY DISTRIBUTORS



GEMINI ORGANIC RICE CAKES 12 PACK

PRODUCT OF ITALY
USE AS A BREAD SUBSTITUTE
USADA ORGANIC
GLUTEN FREE
LOW FAT

Product Code: GRCH1

제이앤제이 엔와이 디스트리뷰터스(J&J NY Distributors) Purchase Manager, Mr. Jay

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

제이앤제이 엔와이 디스트리뷰터스는 뉴욕, 뉴저지 및 미국의 대도시권에서 가장 큰 식품도매유통업체입니다. 취급 품목으로는 음료, 과자, 쿠키, 파스타, 커피, 시리얼 등이 있습니다. 오프라인과 온라인 구매가 가능하지만, 소매판매는 진행하고 있지 않습니다. 쌀전병은 판매하고 있지 않으나 쌀과자는 판매하고 있습니다.

Q. 미국 내 비스킷의 수요는 어느 정도인가요?

비스킷은 미국 문화의 일부로서, 모든 연령대의 소비자들이 즐겨 먹는 식품입니다. 어린아이들은 간식으로 우유와 함께 비스킷을 섭취하며, 성인들은 차나 커피와 함께 섭취합니다. 미국인이라면 아침 식사나 체력 보충을 위해 비스킷을 먹는다고 볼 수 있을 정도로 미국 내 비스킷의 수요는 굉장히 많습니다.

Q. 미국 내 인지도가 높은 비스킷 브랜드는 무엇인가요?

미국 내 인지도가 높은 비스킷 브랜드로는 스낵웰스(Snackwell's), 카시(Kashi), 우디스 글루텐 프리(Udi's Gluten Free), 오레오(Oreo), 너터버터스(Nutter Butter's), 아니스 날라(Annie's Nilla) 등이 있습니다.

Q. 현지 소비자들은 어떠한 비스킷을 선호하나요?

미국에서 가장 흔하지만 인기가 높은 비스킷 맛은 아몬드, 바닐라, 초콜릿입니다. 그리고 최근 들어 비스킷 트렌드에도 변화가 생겨, 트랜스지방이 없거나 통밀을 사용했거나 지방 함량이 적은 건강한 비스킷의 선호도가 증가했습니다.

45) 사진자료: 제이앤제이 엔와이 디스트리뷰터스(J&J NY Distributors) 홈페이지 (jjnycorp.com)

Interview ② 아브라함내추럴푸드 (Abraham Natural Foods)

46)

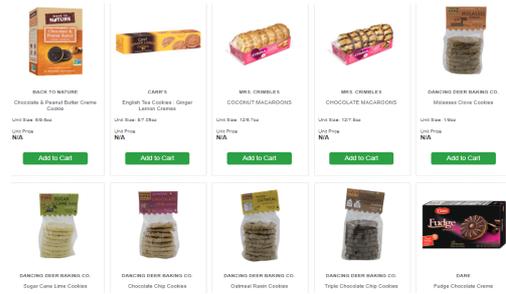
아브라함내추럴푸드
(Abraham Natural Foods)

전문가 소속

아브라함내추럴푸드
(Abraham Natural Foods)
도매유통업체

전문가 정보

Ms. Choi
(Purchase Manager)



아브라함내추럴푸드(Abraham Natural Foods) Purchase Manager, Ms. Choi

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

아브라함내추럴푸드는 1994년에 설립된 도매유통업체로, 취급 품목으로는 음료, 유제품, 건강식품, 씨리얼, 쿠키, 비스킷, 가정용품, 유아용품 등이 있습니다. 제품은 뉴욕, 뉴저지, 코네티컷, 펜실베이니아 내 슈퍼마켓, 건강식품판매점 등의 소매업체로 유통하고 있습니다.

Q. 미국인들이 선호하는 비스킷의 맛은 무엇인가요?

미국인들은 대체적으로 단 맛의 비스킷을 선호하며, 특히 어린 아이들일수록 초콜릿, 바닐라, 카라멜 등의 달콤한 맛을 좋아합니다. 저희 매장에서 수요가 많은 비스킷으로는 안나스 스웨디쉬 씬즈(Annas Swedish Thins)의 아몬드시나몬 맛 비스킷과 독일산 발센(Bahlsen)의 초콜릿 비스킷이 있습니다.

Q. 비스킷은 주로 어디서 판매하나요?

비스킷은 대부분의 마트와 편의점에서 판매합니다. 미국의 대형마트나 슈퍼마켓에 방문하면 거의 모든 브랜드의 비스킷을 구매할 수 있습니다. 또한, 스타벅스 같은 많은 카페에서도 소비자들이 커피와 함께 곁들여 먹을 비스킷을 판매합니다.

Q. 쌀과 아몬드를 원료로 하는 전병의 수요가 많을까요?

미국에도 쌀과 아몬드가 들어가는 비스킷이 많으며, 수요도 꽤 많습니다. 그리고 최근 들어 수입산 디저트의 수요가 증가하고 있는 추세여서, 쌀아몬드전병이 출시된다면 많은 소비자들이 관심을 가질 것으로 예상됩니다. 너무 달지 않은 비스킷이 커피와 잘 어울리기 때문에 성인들을 상대로 판매하는 것이 좋을 것 같습니다.

46) 사진자료: 아브라함내추럴푸드(Abraham Natural Foods) 홈페이지 (www.abrahamnaturalfoods.com)

Interview ③ 프리미엄 푸드 유에스에이 (Premium Foods USA)

47)

프리미엄 푸드 유에스에이
(Premium Foods USA)

전문가 소속

프리미엄 푸드 유에스에이
(Premium Foods USA)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Nazim
(Store Manager)

PREMIUM FOODS USA



프리미엄 푸드 유에스에이(Premium Foods USA) Store Manager, Mr. Nazim

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

프리미엄 푸드 유에스에이는 수입식품을 전문적으로 판매하는 유통업체로, 주로 방글라데시, 미얀마 등의 남아시아 국가로부터 수입합니다. 냉동 채소, 과일, 즉석식품 등을 취급하고 있으며, 모든 제품은 HACCP, GMP 등의 식품안전인증을 보유하고 있습니다.

Q. 미국 내 비스킷의 수요가 어떻게 되나요?

비스킷은 인종과 연령대를 막론하고 모두가 좋아하는 식품입니다. 특히 미국에는 커피와 차를 비스킷이나 쿠키와 함께 먹는 문화가 있으며, 아이들은 대부분 매일 비스킷이나 쿠키를 간식으로 섭취합니다. 지난 몇 년간 비스킷을 취급하는 업체들이 점점 많아져 현재 해당 시장은 포화상태에 이르렀습니다. 미국 시장에는 수많은 종류의 수입산과 현지산 비스킷이 판매되고 있습니다.

Q. 어떠한 종류의 비스킷이 인기가 높나요?

저희는 다양한 종류의 프리미엄 비스킷과 일반 비스킷을 판매하고 있습니다. 그 중에서도 방글라데시 브랜드인 테니스(Danish) 비스킷의 수요가 가장 많습니다. 비스킷의 맛 중에서는 초콜릿 맛이 가장 선호되며, 소비자들은 커피나 우유에 찍어먹었을 때 바스라지지 않도록 적당히 단단한 식감의 비스킷을 선호합니다.

Q. 쌀과 아몬드를 원료로 하는 전병의 수요가 많을까요?

현재 미국에는 비스킷을 취급하는 경쟁업체들이 굉장히 많지만, 아직 좋은 품질과 합리적인 가격대를 지닌 신제품이 자리 잡는 것은 충분히 가능합니다. 미국에도 A사 제품과 유사한 원료를 사용한 제품이 있으며 수요가 많기 때문에, 쌀아몬드전병도 충분히 수요가 많을 것으로 예상됩니다.

47) 사진자료: 프리미엄 푸드 유에스에이(Premium Foods USA) 홈페이지 (www.premiumfoods.us)

Interview ④ 푸드타운(Food Town)

48)

푸드타운
(Food Town)

전문가 소속

푸드타운
(Food Town)
소매업체

전문가 정보

Mr. David
(Store Manager)



Pepperidge Farm
Soft Baked Captiva
Cookies, Dark ...
\$3.89 | 8.60 oz



Chips Ahoy!
Cookies, Chocolate
Chip
\$2.99 (01/03/20-
02/03/20)



Tates Cookies,
Chocolate Chip
\$4.99 | 7 oz

푸드타운(Food Town)

Store Manager, Mr. David

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

푸드 타운은 1955년에 설립된 소매업체로, 뉴저지, 뉴욕, 펜실베이니아에 총 66개의 매장을 보유하고 있습니다. 취급 품목으로는 유제품, 냉동식품, 간식류, 건강식품 등이 있으며, 쿠키와 비스킷은 다양한 종류, 브랜드, 맛의 제품을 판매합니다.

Q. 미국 내 비스킷의 수요가 어떻게 되나요?

미국 내 비스킷의 수요는 굉장히 많으며, 모든 연령대의 소비자들이 즐겨먹습니다. 그 중에서도 특히 10-30대의 젊은 소비자들이 많이 구매하며, 주로 차나 커피와 함께 섭취합니다. 미국에서는 파티나 모임 등의 자리에서 비스킷이 절대 빠지지 않습니다.

Q. 미국 내 어떠한 종류의 비스킷이 선호되나요?

미국 내 인지도가 높은 비스킷 브랜드로는 스텔라 도로(Stella Doro), 셐리(Shirley), 오레오(Oreo), 페퍼리지팜(Pepperidge Farm) 등이 있습니다. 비스킷은 초코칩이나 아몬드, 마카다미아 등의 견과류가 첨가된 제품의 인기가 높으며, 최근에는 글루텐 프리(Gluten-free), 슈가프리(Sugar-free) 등 건강한 비스킷의 수요가 증가하고 있는 추세입니다.

Q. 쌀아몬드전병은 어떻게 판매하는 것이 효과적일까요?

쌀아몬드전병은 현재 미국시장에서 판매되는 비스킷과 크게 다른 점이 없습니다. 대부분의 비스킷은 밀가루 아니면 쌀가루를 사용하며, 그 중 일부 제품들은 아몬드가 첨가되어 있습니다. A사 제품을 타제품과 차별화하기 위해서는 요즘 트렌드에 맞춰 건강한 재료만을 사용한 건강 비스킷으로 홍보하는 것이 좋을 것 같습니다.

48) 사진자료: 푸드 타운(Food Town) 홈페이지 (www.foodtown.com)

Interview ⑤ 미국식품의약국 (U.S. Food and Drug Administration)

49)

미국식품의약국
(U.S. Food and Drug
Administration)

전문가 소속

미국식품의약국
(U.S. Food and Drug
Administration)

전문가 정보

Mr. Marie
(Product Manager)



미국식품의약국(U.S. Food and Drug Administration) Product Manager, Mr. Marie

Q. 회사에 대해 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

미국 식품의약국은 미국 보건복지부 산하 기관입니다. 수입규제, 라벨링 관련 규정 관리 및 제정, 식품시설 등록 관리 등 식품과 의약품에 대한 전반적인 관리 규제를 담당하고 있습니다.

Q. 비스킷 수출 시 필수적으로 취득해야 하는 인증이 있나요?

비스킷 수출 시 필수적으로 취득해야 하는 인증은 없으며, 제품에 따라 선택적으로 유기농 인증이나 비건 인증 등을 취득할 수 있습니다.

Q. 계란, 우유가 들어간 식품의 규제가 있나요?

우유는 반드시 살균된 것을 사용해야 하며, 계란, 우유, 견과류 등이 첨가된 식품은 반드시 제품 라벨에 알레르기 표기를 해야 합니다. 해당 원료들은 주요 알레르기 성분으로 분류되어 라벨 표기가 의무적으로 요구됩니다. 견과류의 경우, 아몬드, 호두 등 정확한 원료를 기재해야 합니다.

Q. 이 외에 특별히 주의해야 할 사항이 있나요?

미국으로 식품을 수출하는 모든 업체는 미국 식품의약국에 식품 제조시설 등록을 필수적으로 진행해야 합니다. 해당 등록은 온라인을 통해 가능하며, 별도의 비용은 부과되지 않습니다.

49) 사진자료: 미국 식품의약국(U.S. Food and Drug Administration) 홈페이지 (www.fda.gov)

[참고문헌]

■ 참고자료

1. 「Annual Estimates of the Resident Population for Selected Age Groups by Sex for the United States, States, Counties, and Puerto Rico Commonwealth and Municipios」, 미국 인구조사국(US Census Bureau), 2019.06
2. 「Projected Population by Single Year of Age, Sex, Race, and Hispanic Origin for the United States: 2016 to 2060」, 미국 인구조사국(US Census Bureau), 2018.09
3. 「Coffee in the US」, 2019.12, 유로모니터(Euromonitor)
4. 「RTD Coffee in the US」, 2019.12, 유로모니터(Euromonitor)
5. 「Company fact sheet」, Albertsons, 2019.09.17.
6. 「2018 Annual Report and Form 10K」, Kohl's, 2019
7. 「Circle K Rebranding Efforts Near 5,000 Stores Across North America」, CS News, 2019.03.22.

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (portal.euromonitor.com)
2. International Trade Center(www.trademap.org)
3. 외교부(www.mofa.go.kr)
4. 미국 인구조사국(www.census.gov)
5. 월마트(Walmart) 홈페이지 (walmart.com)
6. 그로서리다이브(GroceryDive) 홈페이지 (grocerydive.com)
7. 씨엔비씨(CNBC) 홈페이지 (cnbc.com)
8. 홀푸드(Whole Foods) 홈페이지 (wholefoodsmarket.com)
9. 비즈나우(Bisnow) 홈페이지 (bisnow.com)
10. 더모틀리폴(The Motely Fool) 홈페이지 (fool.com)
11. 덴톤데일리(Denton Daily) 홈페이지 (dentondaily.com)
12. 데모크랫앤크로니클(Democrat & Chronicle) 홈페이지 (democratandchronicle.com)
13. 웨그먼스(Wegmans) 홈페이지 (wegmans.com)
14. 세이프웨이(Safeway) 홈페이지 (safeway.com)
15. 알버트슨(Albertsons) 홈페이지 (albertsoncompanies.com)
16. 씨클케이(Circle K) 홈페이지 (circlek.com)
17. 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지 (7-eleven.com)
18. 크로거(Kroger) 홈페이지 (kroger.com)
19. 비즈니스인사이드(Business Insider) 홈페이지 (businessinsider.com)
20. 콜스(Kohl's) 홈페이지 (kohls.com)
21. 한남체인마트(Hannam Chain Supermart) 홈페이지 (hannamchain.com)
22. 에이치마트(Hmart) 홈페이지 (hmart.com)
23. 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News) 홈페이지 (supermarketnews.com)
24. 포브스(Forbes) 홈페이지 (forbes.com)
25. 퍼시픽비즈니스뉴스(Pacific Business News) 홈페이지 (bizjournals.com)
26. 미국 농무부(USDA) (www.usda.gov)

■ 참고 사이트

27. 미국 식품의약국(FDA) (www.fda.gov)
28. 미국 세관국경보호국(CBP) (www.cbp.gov)
29. FTA종합지원센터 (okfta.kita.net)
30. 관세법령정보포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
31. 미국 관세 정보 시스템(USITC) (dataweb.usitc.gov)
32. CROSS (rulings.cbp.gov)
33. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
34. 미국 식품의약국(U.S. Food and Drug Administration) 홈페이지 (www.fda.gov)
35. 푸드 타운(Food Town) 홈페이지 (www.foodtown.com)
36. 프리미엄 푸드 유에스에이(Premium Foods USA) 홈페이지 (www.premiumfoods.us)
37. 아브라함 네추럴 푸드(Abraham Natural Foods) 홈페이지 (www.abrahamnaturalfoods.com)
38. 제이앤제이 엔와이 디스트리뷰터스(J&J NY Distributors) 홈페이지 (jjnycorp.com)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2020.01.17

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 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

