

2018년 해외 이슈조사 보고서

**미국**  
**식품대형벤더**  
**TOP 10 현황**



농림축산식품부

**aT** 한국농수산식품유통공사



|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| <b>1. 요약문</b>               | <b>1</b>  |
| <b>2. 미국 식품도매업계 현황</b>      | <b>9</b>  |
| 1. 용어 정의 .....              | 9         |
| 2. 식품도매업계 시장규모 및 전망 .....   | 9         |
| 3. 식품도매업계 동향 .....          | 11        |
| 4. 식품도매업계 품목별 판매현황 .....    | 12        |
| 5. 식품도매업계 주요 채널별 판매현황 ..... | 13        |
| <b>3. 미국 식품벤더업계 현황</b>      | <b>15</b> |
| 1. 벤더 수 및 지역 분포현황 .....     | 15        |
| 2. 벤더 업계동향 .....            | 17        |
| <b>4. 미국 식품벤더 Top 10 현황</b> | <b>18</b> |
| 1. 시스코 .....                | 21        |
| 2. 맥레인 .....                | 29        |
| 3. C&S 홀세일 그로스 .....        | 38        |
| 4. US 푸드 .....              | 44        |
| 5. 퍼포먼스 푸드 그룹 .....         | 52        |
| 6. 웨이크펀 푸드 .....            | 58        |
| 7. 어소시에이티드 홀세일 그로스 .....    | 63        |
| 8. 유나이티드 내추럴 푸드 .....       | 70        |
| 9. 스파르탄 내쉬 .....            | 80        |
| 10. 케헤 디스트리뷰터스 .....        | 85        |

---

**5. 대형유통채널 활용방안** 91

---

- 1. 크로거 ..... 91
- 2. 홀푸드 마켓 ..... 97
- 3. 트레이더 조 ..... 105
- 4. 코스트코 홀세일 ..... 108
- 5. 7-일레븐 ..... 112

---

**6. 참고문헌** 114

---

## 1. 미국 식품벤더 Top 10 현황

### Chapter 1. 미국 식품도매업계 현황

#### 1. 용어 정의

- 미국 도매상의 업태는 크게 머천트 홀세일러(Merchant Wholesalers)와 브로커 및 에이전트로 구분됨.
- 벤더 또는 디스트리뷰터라고 불리는 머천트 홀세일러(이하 벤더)는 일반적으로 취급 상품의 소유권을 가지고 독립적으로 업체를 운영하는 도매상으로 생산업체와 소매업체 사이에서 유통의 중간 단계 역할을 담당함

#### 2. 식품도매업계 시장규모 및 전망

- 식품도매업계의 매출은 2017년 1,914억 달러를 기록하며 최근 5년(2013년~2017년)간 연평균 1.8% 증가함
- 식품도매업계의 시장규모는 2021년 2,016억 달러를 기록하며 5년 전과 비교해 5.3% 증가할 것으로 예측됨. 그러나 도매 우회 현상도 향후 5년간 가속화될 것으로 보여 성장의 주요 변수로 작용할 전망이다

#### 3. 식품도매업계 동향

- 소매업체들은 비용 절감을 위해 생산업체로부터 직접 제품을 공급받거나 내부적으로 트럭과 보관시설을 확충해 도매 기능을 보강하며 ‘도매 우회’ 현상을 가속화시키고 있음
- 벤더들은 성장을 위한 자구책으로 틈새시장 공략에 나서고 있음. 최근 5년간 주요 슈퍼마켓에서 에스닉 식품 취급이 늘면서 중소형 규모의 벤더들은 소수

인종 공동체를 대상으로 에스닉 식품 발굴 및 확대에 적극 나서고 있음

#### 4. 식품도매업계 품목별 판매현황

- 2017년 품목별 판매 비중은 신선 육류와 육가공품이 20.4%로 가장 큰 비중을 차지함. 그 뒤를 이어 통조림 16.9%, 냉동식품 13.1%, 유제품 10.0% 순으로 나타남

#### 5. 식품도매업계 주요 채널별 판매현황

- 푸드서비스 부문은 2017년 전체 매출의 절반이 넘는 비중을 차지함. 그 뒤를 이어 슈퍼마켓과 기타 식품 소매점 26%, 기타 도매업체 15.7% 순으로 나타남

### Chapter 2. 미국 식품벤더업계 현황

#### 1. 벤더 수 및 지역 분포현황

- IBISWorld에 따르면 식품 전문 벤더 수는 2017년 총 5,006개로 최근 5년간 연평균 1.5% 증가함. 2022년 벤더 수는 5,391개에 이를 것으로 전망함
- 벤더들의 사업체 위치는 지역의 인구분포도와 밀접한 관련이 있음. 인구가 많을수록 슈퍼마켓과 식품점의 수요가 증가해 벤더들은 전략적으로 대도시 인근 지역에 위치해 있음

### Chapter 3. 미국 식품벤더 Top 10 현황

- 이 챕터는 매출을 기준으로 식품벤더 Top10을 선정해 업체별 회사 개요와 납품 관련 정보, 이벤트 등에 대한 내용으로 구성됨.
- 납품 관련 정보는 벤더가 공급업체 신청을 받는 경우를 중심으로 정리됨. 일부 벤더는 납품에 관한 기본적인 사항만 공개하고 있어 자세한 진행 과정은 공급업체로 등록된 후에 알 수 있음

## | 미국 벤처 Top 10 리스트 |

| 순위 | 업체명                                  | 2017년 매출<br>(US\$ 억) | 고객 및 서비스 형태*   | 취급품목**<br>(개) | 물류센터***<br>(개) |
|----|--------------------------------------|----------------------|--|---------------|----------------|
| 1  | Sysco                                | 550.0                | 푸드서비스(레스토랑, 기관, 병원, 호텔)<br>소매업체, 헬스케어 등 50만 곳 이상             | 40만           | 199            |
| 2  | McLane                               | 497.8                | 푸드서비스, 소매업체, 군납, 약국 등 11만 곳<br>이상, 알코올음료 유통                  | 5만            | 80             |
| 3  | C&S<br>Wholesale Grocers             | 314.8                | 소매업체, 도매클럽, 레스토랑, 군납 등 1만<br>4,000곳                          | 14만           | 27             |
| 4  | US Foods                             | 241.0                | 푸드서비스(레스토랑, 기관, 병원, 호텔)<br>소매업체, 헬스케어, 군납 등 25만 곳            | 35만           | 60             |
| 5  | Performance Food<br>Group            | 167.6                | 푸드서비스(레스토랑, 기관, 병원, 호텔)<br>소매업체, 헬스케어, 극장, 자판기 등 15만 곳<br>이상 | 15만           | 76             |
| 6  | Wakefern Food                        | 163.0                | 회원사(50곳)의식품점<br>계열사 소매업체(329개 매장)                            | 2만 3천         | 6              |
| 7  | Associated<br>Wholesale Grocers      | 97.0                 | 회원사 식품점과 계열사 소매업체, 레스토랑<br>등 5,500곳 이상                       | 5만            | 10             |
| 8  | United Natural Foods<br>Incorporated | 92.7                 | 소매업체, 천연 및 유기농 제품 전문점,<br>푸드서비스, 전자상거래 등 4만 3,000곳           | 11만           | 40             |
| 9  | SpartanNash                          | 81.3                 | 군납, 소매업체 등 2,242곳  | 6만            | 19             |
| 10 | KeHE                                 | 39.0                 | 천연 및 유기농 전문점, 소매업체 등 3만 곳<br>이상                              | 6만            | 15             |

\* 소매업체(수퍼마켓, 하이퍼마켓, 편의점, 할인점 포함) / 푸드서비스(레스토랑, 병원, 학교, 호텔 포함)

\*\* 식품과 비식품류 포함

\*\*\* 미국과 캐나다 지역

## 1. 시스코(Sysco)는 1969년에 설립된 북미에서 가장 큰 벤더로 2017년 550억 달러의 매출을 기록함

- 푸드서비스와 소매업체 등 50만 이상의 고객에게 40만 개의 식품류와 비식품류를 공급함
- 시스코는 SAP 아리바(Ariba)를 통해 구매를 진행하고 있어 공급업체가 되려면 반드시 아리바에 업체 등록을 해야 함

## 2. 맥레인(McLane)은 1894년 설립되어 2017년 497억 8,000만 달러의 매출을 기록함

- 소매업체와 레스토랑, 군납, 약국 등 11만 이상의 고객에게 5만 개의 식품류와 음료류, 비식품류를 공급함
- 맥레인은 브로커를 통해 구매를 진행하며 업체가 직접 제품을 납품하려면 카테고리 매니저에게 연락해야 함

## 3. C&S 홀세일 그로스(C&S Wholesale Grocers)는 올해로 설립 100주년을 맞이한 비공개 기업으로 2017년 매출은 314억 8,000만 달러를 기록함

- 체인 슈퍼마켓, 독립 식품점, 도매클럽, 군납 등 1만 4,000곳에 14만개 이상의 식품류와 비식품류를 공급함
- C&S는 구매 절차를 공개하지 않으며 일반적으로 브로커를 통해 제품을 구매함. 간혹 가격경쟁력을 위해 제조업체와 직접 거래도 진행함

## 4. US 푸드(US Foods)는 1989년에 설립되어 2017년 241억 달러의 매출을 기록함

- 독립 및 체인 레스토랑, 의료 및 헬스케어, 교육시설, 정부기관, 호텔, 군납 등 25만 곳에 35만개 이상의 식품류와 비식품류를 공급함



- US 푸드는 벤더 관리팀이 구매를 총괄하고 있음. 공급업체가 되려면 벤더 관리팀에 문의하여 요구하는 서류를 제출해야 함

#### 5. 퍼포먼스 푸드 그룹(Performance Food Group)은 1885년 설립된 130년이 넘는 장수 기업으로 2017년 167억 6,180만 달러의 매출을 기록함

- 푸드서비스, 헬스케어, 극장, 자판기, 학교 등 15만 이상의 고객에게 식품류와 비식품류 15만 개를 제공함
- 이 업체는 구매 절차를 공개하지 않으며 대신 웹사이트에 신규 공급업체 신청서를 제공함

#### 6. 웨이크펀 푸드(Wakefern Food)는 소매업체가 회원사로 있는 협동조합 형태의 벤더이며 비공개 기업으로 2017년 163억 달러의 매출을 기록함

- 동부 9개 주를 중심으로 계열사 슈퍼마켓 329개 매장과 50개 독립 소매업체 대상으로 2만 개 이상의 내셔널 브랜드와 3,000여 개의 PB 제품을 공급함
- 웨이크펀은 구매 관리부서에서 공급업체 신청을 받거나 레인지미(RangeMe)를 통해 공급업체를 선정하고 있음. 업체는 구매담당자에게 업체정보와 제품정보를 이메일 또는 우편으로 보내면 구매담당자가 검토 후 관심이 있다면 추가 정보나 미팅을 요구함

#### 7. 어소시에이트 홀세일 그로서스(Associated Wholesale Grocers)는 1924년 설립된 협동조합 형태의 벤더로 2017년 97억 달러의 매출을 기록함

- 미국 21개 주에 있는 4,000개의 회원 소유 식품점과 계열사 슈퍼마켓, 1,500여 개 이상 레스토랑을 대상으로 4만 3,000개가 넘는 식품류와 비식품류를 공급함
- AWG는 레인지미 <[www.rangeme.com/awg](http://www.rangeme.com/awg)>를 통해 신제품 구매와 공급업체를 선정하고 있음

**8. 유나이티드 내추럴 푸드(United Natural Foods)는 1977년 설립된 천연 및 유기농 전문 벤더로 2017년 92억 7,000만 달러의 매출을 기록함**

- 미국과 캐나다에 위치한 4만 3,000곳의 소매업체에 천연 및 유기농 식품 11만 개 이상을 제공함
- 구매는 본사에서 직접 진행하며 브로커와 레인지미를 통해서도 제품을 구매함. 공급업체가 되기 위해서는 제품별 공급업체 담당매니저에게 직접 연락해야 함

**9. 스파르탄 내쉬(SpartaNash)는 2013년 설립되었으며 2017년 매출은 81억 2,800만 달러를 기록함**

- 슈퍼마켓과 독립 식품점, DeCA(Defense Commissary Agency) 등 2,100개 이상의 매장과 계열사 슈퍼마켓에 6만 개 이상의 식품류와 비식품류 공급함
- 구매 절차는 각 카테고리 바이어가 본사 구매담당자에게 승인을 받은 후 구매하는 시스템임. 따라서 공급업체가 되기 위해서는 카테고리 바이어에게 직접 연락하거나 레인지미를 통해 진행해야 함

**10. 케헤 디스트리뷰터스(KeHE Distributors)는 1952년에 설립된 천연 및 유기농, 특수식품 전문 벤더로 2017년 약 39억 달러의 매출을 올린 것으로 알려짐**

- 미국과 캐나다에 위치한 슈퍼마켓과 독립 식품점 3만 곳에 7만개 이상의 제품을 제공함
- KeHE는 웹사이트에 공급업체 신청을 받고 있으며 브로커를 통해 제품을 구매함

## Chapter 4. 대형유통채널 활용 방안

- 이 챕터는 미국 유통 형태별 대표 업체를 아래와 같이 선정해 회사 개요와 납품 관련 정보를 소개함.
- 슈퍼마켓: 크로거(Kroger)
- 특수식품 전문: 홀푸드 마켓(Whole Foods Market)
- 리미티드 어소트먼트 스토어(Limited-Assortment Stores): 트레이더 조(Trader Joe's)
- 창고형 할인매장: 코스트코 홀세일(Costco Wholesale)
- 편의점: 7-일레븐(7-Eleven)

### 1. 크로거

- 크로거는 1883년 설립된 미국 대표 유통업체로 본사는 오하이오 주 신시내티에 위치해 있음. 2017년 1,227억 달러의 매출을 기록했으며 매출의 94%는 슈퍼마켓에서 발생함
- 크로거는 일반적으로 4만~5만 개의 제품을 취급하며 본사에서 모든 구매를 총괄함. 공급업체가 되려면 해당 부서에 직접 연락하여 납품 가능 여부를 논의해야 함. 구매담당자는 해당 제품이 필요한 제품인지 확인하고 가능성이 있다면 납품 절차를 진행함

### 2. 홀푸드 마켓

- 홀푸드 마켓은 미국 대표 유기농 전문 마켓으로 2017년 160억 달러의 매출을 기록함. 본사는 텍사스 주 오스틴에 위치해 있으며 미국을 비롯해 캐나다, 영국에 진출해 총 487개의 매장을 운영함. 2017년 8월 아마존에 인수됨
- 홀푸드는 지역별로 11개 사무소를 통해 지역 특성과 고객 성향 등을 고려하여 제품을 구매함. 기존 공급업체를 통한 제품 구매가 일반적이며 브로커나 세일즈 랩을 통해서도 구매함. 구매담당자가 식품 박람회 참가해 신규 공급업체를 찾기도 함

### 3. 트레이더 조

- 트레이더 조는 2017년 135억 달러가 넘는 매출을 기록함. 본사는 캘리포니아 주 몬로비아에 있으며 43개 주에서 474개 매장을 운영함
- 트레이더 조는 중간 유통업체를 배제하고 직접 제조업체와 거래함. 납품 관련 정보는 공식적으로 공개되지 않지만 엄격한 품질 기준과 가격 등 선정 작업이 매우 까다로운 것으로 알려짐

### 4. 코스트코 홀세일

- 코스트코는 회원제 창고형 할인매장의 대표업체로 2017년 661억 달러 매출을 기록함. 본사는 워싱턴 주 이사콰에 있으며 미국에 518개 (푸에르토리코 포함), 캐나다에 98개 등 총 616개 매장을 운영함
- 코스트코는 본사에서 직접 업체와 거래하는 것이 일반적이며 인하우스 브로커(In House Broker)로 통해서도 제품을 구매함

### 5. 세븐 일레븐

- 세븐 일레븐은 전세계에서 가장 큰 편의점 체인으로 본사는 텍사스 주 어빙에 위치해 있음. 매장은 북미에 1만 1,600개(주유소 3,700개 포함)이며 이 중 80%는 프랜차이즈 매장임. 2017년 169억 달러의 매출을 기록함
- 브로커를 통한 제품 구매가 일반적이며 아리바를 통해 공급업체를 선정하기도 함. 자세한 구매 절차는 공급업체로 선정된 후에 알 수 있음

## 2

# 미국 식품도매업계 현황

### 1. 용어 정의

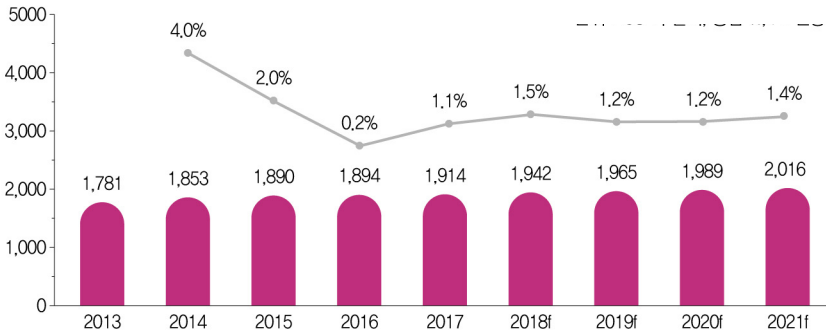
- 미국 식품 도매상의 업체는 크게 머천트 홀세일러(Merchant Whole salers)와 브로커 및 에이전트로 구분됨
- 벤더 또는 디스트리뷰터라고 불리는 머천트 홀세일러(이하 벤더)는 일반적으로 취급 상품의 소유권을 가지고 독립적으로 업체를 운영하는 도매상으로 생산업체와 소매업체 사이에서 유통의 중간 단계 역할을 담당함
- 벤더는 판매정보 관리 시스템(Point Of Sale System), 자동주문 시스템, 보관창고, 전문 수송차량 등 첨단 전산 시스템과 전문 설비를 갖춰 여러 식품 생산업체로부터 제품을 다량 구매해 소매업체와 푸드서비스에 공급함. 일부 대형 벤더는 해외에서 식품을 직수입하는 수입업체 역할도 겸하고 있으며 최종 소비자에게 제품을 판매하는 소매업체도 운영하고 있음
- 브로커와 에이전트는 취급 상품의 소유권은 없고 제품 판매만 중개하는 역할을 담당하며 수수료를 받는 도매상인임

### 2. 식품도매업계 시장규모 및 전망

- 식품도매업계의 매출은 2017년 1,914억 달러를 기록하며 최근 5년(2013년~2017년)간 연평균 1.8% 증가함

## 미국 식품도매업계 시장규모 및 전망

(단위: US 억 달러, 증감 %, f: 전망)



※ 출처: IBSWorld

- 최근 5년간 미국 인구나 1인당 가처분소득이 증가하면서 식품 수요와 외식 빈도가 늘어 식품도매업계 성장에 긍정적인 요인으로 작용함. 미국 농무부(이하 USDA)에 따르면 미국 가구당 식품 소비 지출은 최근 5년간 연평균 3.9% 증가한 것으로 나타남
- 그러나 현재 식품도매업계는 ‘도매 우회(Wholesale Bypass)’ 현상이 심화되며 성장에 큰 위협으로 부상하고 있음. 도매 우회란 생산업체와 소매업체가 직거래를 통해 벤더들이 공급 사슬에서 밀려나는 ‘도매 기능 축소 현상’을 말함
- 식품도매업계의 시장규모는 2021년 2,016억 달러를 기록하며 5년 전과 비교해 5.3% 증가할 것으로 예측됨. 그러나 도매 우회 현상도 향후 5년간 가속화될 것으로 보여 성장의 주요 변수로 작용할 전망이다

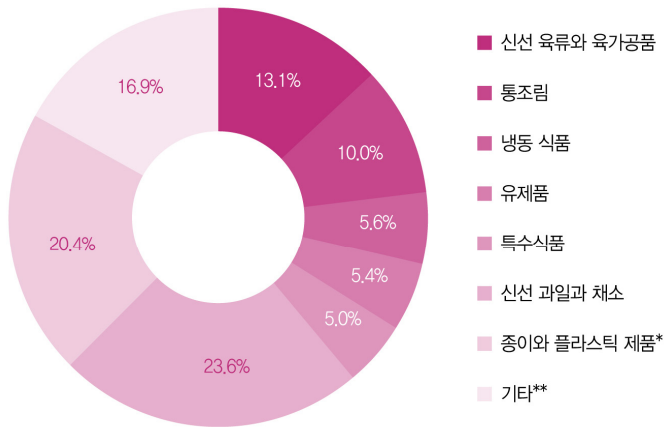
### 3. 식품도매업계 동향

- 소매업체들은 비용 절감을 위해 생산업체로부터 직접 제품을 공급받거나 내부적으로 트럭과 보관시설을 확충해 도매 기능을 보강하며 ‘도매 우회’ 현상을 가속화시키고 있음
- 벤더들은 ‘도매 우회’ 현상 심화와 낮은 공급가에 대한 압박으로 2017년 수익은 5년 전과 비교하면 0.2%p 증가에 그침
- 벤더들은 성장을 위한 자구책으로 틈새시장 공략에 나서고 있음. 최근 5년간 주요 슈퍼마켓에서 에스닉 식품 취급이 늘면서 중소형 규모의 벤더들은 소수 인종 공동체를 대상으로 에스닉 식품 발굴 및 확대에 적극 나서고 있음.
- 푸드서비스 업계는 대부분 운송 시스템이나 저장시설을 갖추지 않아 식품 구매는 전적으로 벤더에게 의존하고 있음. 1인당 가치분소득이 향후 5년간 매년 2.7% 늘 것으로 전망됨에 따라 외식 수요와 푸드서비스 업계에서의 식품 수요도 동반 상승할 것으로 예측됨

#### 4. 식품도매업계 품목별 판매현황

- 2017년 품목별 판매 비중은 신선 육류와 육가공품이 20.4%로 가장 큰 비중을 차지함. 그 뒤를 이어 통조림 16.9%, 냉동식품 13.1%, 유제품 10.0% 순으로 나타남

■ 식품도매업계 품목별 판매 비중(2017년) ■



\* 화장지, 쓰레기 봉지, 랩 등 비식품류  
 \*\* 제빵과 제빵 재료, 생선 및 해산물, 과자, 조미료, 음료 포함

※ 출처: IBSWorld

- 통조림은 16.9%의 비중으로 두 번째로 많이 팔린 제품이지만 건강한 식습관에 대한 인식이 확대되며 소비는 감소할 것으로 전망됨
- 냉동식품은 바쁜 생활 패턴으로 조리와 섭취가 간편한 트렌드가 부각되며 판매는 계속 증가할 것으로 전망됨
- 유제품은 최근 5년간 점유율이 소폭 감소함. 유제품이 건강에 좋다고 생각했던 과거와 달리 최근에는 두유와 같은 식물 기반 음료가 우유를 대체하고 있음
- 특수식품은 5.6%의 비중으로 전체 매출에서 적은 부분을 차지하지만 시리얼, 파스타, 쌀, 사료 등 대체로 상비 식품이 포함됨. 이들 품목의 소비량은 비교적 안정적이며 매출 최근 5년간 일정하게 유지되고 있음

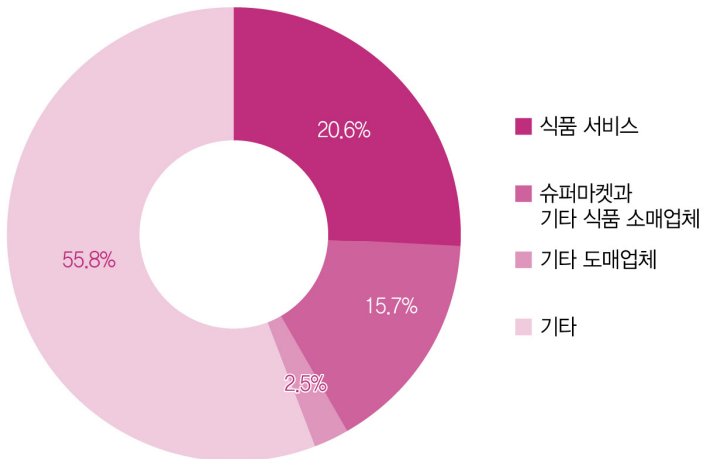


- 신선 과일과 채소는 건강한 식습관의 중요성이 부각되며 소비량이 꾸준히 늘고 있고 점유율도 일정하게 유지되고 있음. 대체로 냉장 운송과 배달 시간의 제약으로 다른 제품보다 가격이 높은 편임

## 5. 식품도매업계 주요 채널별 판매현황

- 푸드서비스 부문은 2017년 전체 매출의 절반이 넘는 비중을 차지함. 이 부문은 레스토랑, 호텔, 급식 제공 업체(학교, 의료시설, 교육시설, 케이터링, 요양원 등)등이 포함되며 최근 5년간 꾸준한 성장세를 보이고 있음
- 슈퍼마켓과 기타 식품 소매점 부문은 26%의 비중을 기록함. 기타 식품 소매점은 소규모 독립 식품점, 편의점, 식품 전문점 등이 포함됨. 소매업체들은 생산업체들과 직거래에 나서고 있으며 이를 위해 트럭 및 보관시설을 확충해 벤더를 통한 식품 구매는 조금씩 감소될 것으로 전망됨

2017년 식품도매업계 주요 채널별 판매 비중



※ 출처: IBSWorld

- 기타 도매업체 부문이 15.7%의 비중을 차지함. 벤더들은 유통비에 의존적이며 물류센터나 보관시설이 위치한 지역을 중심으로 사업을 확장하기 때문에 지리적으로 시설과 떨어진 다른 시장에 접근하기 위해 서로의 제품을 사고 판매하는 관행이 형성됨. 그러나 여러 벤더들을 거친 제품은 결과적으로 가격 인상으로 이어져 최근 5년간 이 부문의 비중은 축소되고 있음
- 기타 부문은 정부기관(연방, 주 및 지방), 재판매가 아닌 최종 사용을 위해 제품을 구매하는 업체들, 가정 소비자 및 수출 사업이 포함됨. 이 부문은 업계 매출의 2.5%로 극히 일부분만을 차지함

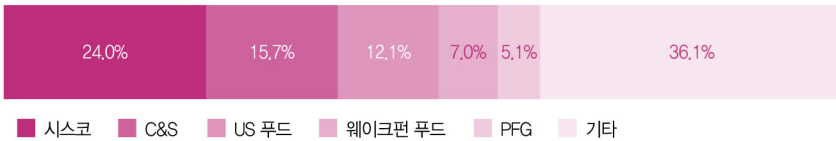
# 3

## 미국 식품벤더업계 현황

### 1. 벤더 수 및 지역 분포현황

- IBISWorld에 따르면 식품 전문 벤더 수는 2017년 총 5,006개로 최근 5년간 연평균 1.5% 증가함. 2022년 벤더 수는 5,391개에 이를 것으로 전망됨
- 식품도매업계는 상위 4개 대형 벤더들이 시장점유율 절반을 차지함

미국 식품도매업계 시장점유율

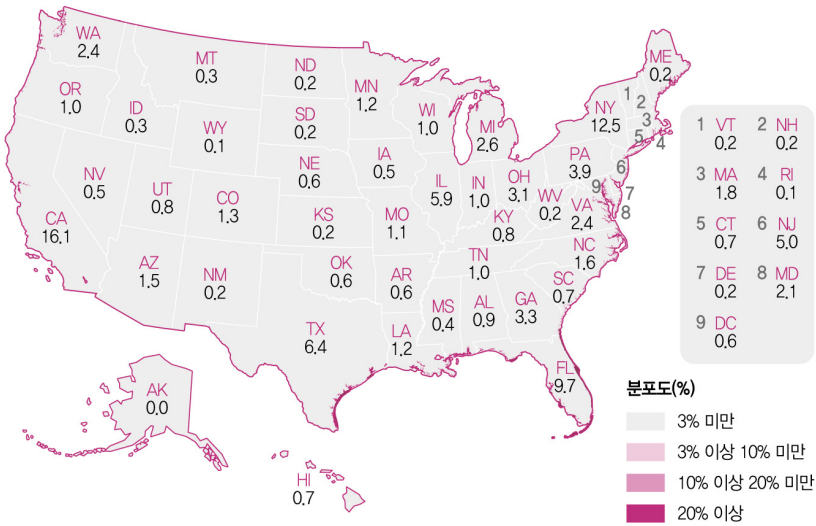


※ 출처: IBISWorld

- 시스코(Sysco)는 24%의 점유율로 업계 선두를 달리고 있고 C&S 홀세일 그로스(C&S Wholesale Grocers, 이하 C&S)가 15.7%로 2위에 올라 있음. 매출로 비교하면 대형 벤더인 맥레인(McLane)이 C&S보다 높지만 맥레인은 식품 외에도 의약품과 자동차용품 등 취급하는 품목이 광범위해 식품 전문 벤더에서는 제외됨
- 소형 벤더들은 소규모 전문 매장을 대상으로 틈새 제품을 취급함. 향후 5년간 도매 우회 현상이 지속될 것으로 전망됨에 따라 소형 벤더들은 대형 벤더들보다 더 특수하고 전문화된 제품 유통에 집중할 것으로 분석됨
- 벤더들의 사업체 위치는 지역의 인구분포도와 밀접한 관련이 있음. 인구가 많을수록 슈퍼마켓과 식품점의 수요가 증가해 벤더들은 전략적으로 대도시 인근 지역에 위치해 있음

- 중부 대서양(24.2%)과 남동부(22.9%) 지역에 벤더들이 집중되어 있으며 이들 지역은 거의 업계 절반에 달하는 시설이 몰려있음. 서부 지역은 업계 시설의 20.7%가 위치하고 있음. 중부 대서양과 서부 지역은 인구 분포에 비해 시설이 더 많이 분포되어 있음
- 인구 밀도가 높은 캘리포니아 주는 16.1%로 가장 많은 시설이 위치해 있으며 그 뒤를 이어 뉴욕 12.5%, 플로리다 9.7%, 텍사스 6.4% 순으로 나타남

식품벤더 지역별 분포도



## 2. 벤더 업계동향

- 거대한 유통망을 소유한 대형 벤더들이 크고 작은 인수합병에 집중하면서 업계 구조가 변화되고 있음
  - 스파르탄 스토어(Spartan Stores)와 내쉬 핀치(Nash Finch)는 2013년 합병해 업계 최대 업체 중 하나인 스파르탄 내쉬(SpartanNash)가 탄생함. 같은 해 프레스시 그로서(The Fresh Grocer)는 웨이크펀 푸드(Wakefern Food, 이하 웨이크펀)와 합병함
  - 슈퍼밸류(Supervalu)는 2017년 6월에 유니파이드 그로서스(Unified Grocers)를 3억 9,000만 달러에 인수하여 도매 사업을 확대함. 그러나 슈퍼밸류는 2018년 7월 유기농 전문 벤더 UNFI(United Natural Foods Incorporated)에 인수됨. 이번 인수로 UNFI는 일반 식품 영역까지 사업 분야를 확대함
- 미국 경제가 2분기 4%가 넘는 성장률을 달성하며 거의 4년 만에 가장 빠른 속도로 회복되고 있음. 이에 따라 중소형 벤더들은 유리한 경제여건을 발판으로 시장 참여가 한층 더 용이해지고 있음
- 유기농과 로컬 푸드, 에스닉 식품과 같은 특수식품에 대한 수요가 증가하며 중소형업체뿐만 아니라 대형업체들도 이들 분야의 제품 라인을 확대하고 있음
- 자체 유통시설을 갖춘 소매업체는 향후 5년간 증가될 것으로 예상됨. 이런 소매업체들은 벤더보다 시간당 더 많은 제품을 유통시킬 수 있는 여력이 확보되어 향후 5년간 잠재고객 확보를 위한 소매업체와 벤더간의 경쟁은 심화될 것으로 전망됨

# 4

## 미국 식품벤더 Top 10 현황

- 이 챕터는 매출을 기준으로 식품벤더 Top 10을 선정해 업체별 회사 개요와 납품 관련 정보, 이벤트 등에 대한 내용으로 구성됨. 모든 정보는 벤더가 제공하는 자료를 바탕으로 정리했으며, 벤더별 내부 기준과 시기, 상황에 따라 정보 내용이 변경될 수 있음
- 납품 관련 정보는 벤더가 직접 공급업체 신청을 받는 경우를 중심으로 정리됨. 일부 벤더는 납품에 관한 기본적인 사항만 공개하고 있어 자세한 진행 과정은 공급업체로 등록된 후에 알 수 있음

### 미국 벤더 Top 10 리스트

| 순위 | 업체명                               | 2017년 매출 (US\$ 억) | 고객 및 서비스 형태*   | 취급품목** (개) | 물류센터*** (개) |
|----|-----------------------------------|-------------------|--|------------|-------------|
| 1  | Sysco                             | 550.0             | 푸드서비스(레스토랑, 기관, 병원, 호텔) 소매업체, 헬스케어 등 50만 곳 이상          | 40만        | 199         |
| 2  | McLane                            | 497.8             | 푸드서비스, 소매업체, 군납, 약국 등 11만 곳 이상, 알코올음료 유통               | 5만         | 80          |
| 3  | C&S Wholesale Grocers             | 314.8             | 소매업체, 도매클럽, 레스토랑, 군납 등 1만 4,000곳                       | 14만        | 27          |
| 4  | US Foods                          | 241.0             | 푸드서비스(레스토랑, 기관, 병원, 호텔) 소매업체, 헬스케어, 군납 등 25만 곳         | 35만        | 60          |
| 5  | Performance Food Group            | 167.6             | 푸드서비스(레스토랑, 기관, 병원, 호텔) 소매업체, 헬스케어, 극장, 자판기 등 15만 곳 이상 | 15만        | 76          |
| 6  | Wakefern Food                     | 163.0             | 회원사(50곳)의 식품점 계열사 소매업체(329개 매장)                        | 2만 3천      | 6           |
| 7  | Associated Wholesale Grocers      | 97.0              | 회원사 식품점과 계열사 소매업체, 레스토랑 등 5,500곳 이상                    | 5만         | 10          |
| 8  | United Natural Foods Incorporated | 92.7              | 소매업체, 천연 및 유기농 제품 전문점, 푸드서비스, 전자상거래 등 4만 3,000곳        | 11만        | 40          |
| 9  | SpartanNash                       | 81.3              | 군납, 소매업체 등 2,242곳                                      | 6만         | 19          |
| 10 | KeHE                              | 39.0              | 천연 및 유기농 전문점, 소매업체 등 3만 곳 이상                           | 6만         | 15          |

\* 소매업체(수퍼마켓, 하이퍼마켓, 편의점, 할인점 포함) / 푸드서비스(레스토랑, 병원, 학교, 호텔 포함)

\*\* 식품과 비식품류 포함

\*\*\* 미국과 캐나다 지역

- 벤더들은 공급업체 선정에 다양한 구매방법을 채택하고 있지만 일반적으로 아래와 같이 5가지 방식의 구매형태를 보이고 있음.
  - 대형 벤더의 구매부서에서 신규 공급업체 신청을 받는 경우
  - 식품 브로커와 세일즈 랩(Sales Representative)를 활용하는 경우
  - 벤더의 기존 공급업체를 통해 제품을 납품하는 경우
  - SAP 아리바(Ariba)나 레인지미와(RangeMe) 같은 B2B 네트워크를 기반으로 수요자와 공급자 간의 상거래 기능을 제공하는 온라인 플랫폼을 활용하는 경우
  - 구매담당자가 벤더 쇼와 식품 박람회를 통해 제품을 찾는 경우
- 그러나 위에 제시된 구매형태는 모든 벤더에게 적용되는 것이 아니며 납품하고 싶은 벤더가 있다면 해당 벤더의 구매 절차와 선정 기준을 체크하여 준비해야 함
- 대부분 구매담당자들은 기존 공급업체나 브로커, 세일즈 랩과 거래하는 것을 선호하는 편임
  - 제조업체는 자사 제품의 브랜드 인지도가 낮은 경우 벤더의 기존 공급업체를 이용하는 것이 효과적일 수 있음
  - 브로커와 세일즈 랩은 그동안 꾸준한 거래를 통해 구매담당자와 유대관계가 좋아 미국 진출을 위해서는 유능한 브로커나 세일즈 랩을 선정하는 것이 중요함
- 공급업체 제품과 바이어가 찾는 제품을 매칭해주는 온라인 플랫폼이 등장하면서 제조업체가 직접 제품을 납품할 수 있는 기회가 제공됨. 벤더 Top 10에서는 대체로 SAP 아리바와 레인지미를 가장 많이 사용함
  - SAP 아리바는 B2B 네트워크를 기반으로 수요자와 공급자 간의 상거래 기능을 제공하는 클라우드 서비스임. 신규 공급업체 발굴을 비롯해 구매, 인보이스 관리, 공급업체 평가 및 관리 등 일련의 전체 구매 프로세스를 자동화할 수 있음

- 레인지미는 공급업체 제품과 구매담당자가 찾는 제품을 매칭해주는 프로그램임. 공급업체는 자사 제품의 최신 정보를 업데이트하면 연중무휴로 실시간 구매자에게 정보가 제공됨. 공급업체는 레인지미 대시보드를 통해 구매자의 활동을 모니터링 할 수 있음. 얼마나 많은 구매자들이 언제 자사 제품을 검색했는지 확인이 가능함

■ 벤더의 공급업체 선정 조건은 가격과 품질이 가장 중요함. 또 생산이 가능하더라도 제조업체가 제때 납품할 수 있는 능력 여부도 중요시되고 있음. 따라서 제조업체는 자사의 생산능력을 정확히 밝혀야 함. 만일 납품에 차질이 생기면 거래는 중단되며 손해배상의 위험도 감수해야 함

■ 일부 벤더들은 공급업체 다양성 프로그램을 운영하여 공급업체 선정 시 우선권을 주고 있음. 따라서 아래와 같은 조건에 해당되는 업체는 혜택을 받을 수 있도록 인증과 관련 서류를 준비해야 함

- 소수 인종이 업체 지분의 51% 이상을 소유, 운영하는 경우
- 여성이 업체 지분의 51% 이상을 소유, 운영하는 경우
- 동성애자나 트랜스젠더가 업체 지분의 51% 이상을 소유, 운영하는 경우
- 참전용사 및 장애군인이 업체 지분의 51% 이상을 소유, 운영하는 경우
- 기타 사회, 경제적으로 약점을 가진 중소기업체인 경우
- 위의 조건에 해당된다면 아래 기관들을 통해 다양성 인증을 받아야 함
  - 전미 소수 공급업체 개발협의회(NMSDC): [www.nmsdc.org](http://www.nmsdc.org)
  - 여성 비즈니스 기업 전국 협의회(WBENC): [www.wbenc.org](http://www.wbenc.org)
  - 미국 중소기업청(SBA): [www.sba.gov](http://www.sba.gov)
  - 전국 재향 군인회(VOB): [www.navoba.com](http://www.navoba.com)
  - 전국 LGBT 상공회의소(NGLCC): [www.nglcc.org](http://www.nglcc.org)



# 1. 시스코 Sysco

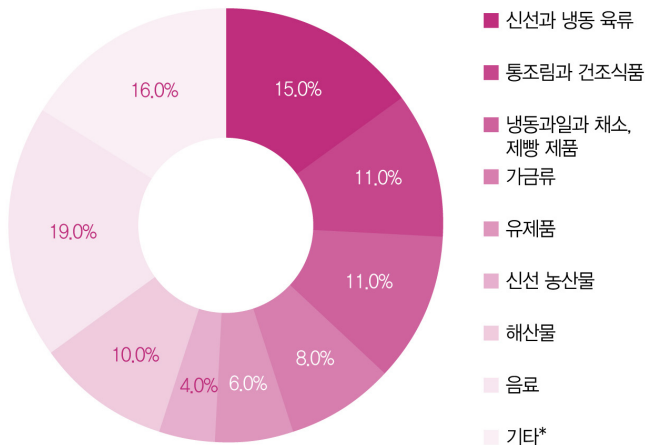
## 1) 회사 소개

- 시스코는 1969년에 설립된 북미 최대 벤더로 2017년 550억 달러의 매출을 기록함
- 본사는 텍사스 주 휴스턴에 위치해 있으며 물류센터는 미국 162개, 캐나다 37개, 영국 65개, 프랑스 37개 등 총 302개를 운영하고 있음

## 2) 고객 및 서비스 형태

- 미국 전역에 위치한 소매업체와 레스토랑 등 50만 이상의 고객에게 식품류와 비식품류를 공급함
- 2017년 매출은 60% 이상이 레스토랑에서 발생함. 그 뒤를 이어 헬스케어 9%, 교육 및 정부기관 9%, 여행, 레저, 소매 부문이 9% 순으로 나타남

■ 식품도매업계 품목별 판매 비중(2017년)시스코 품목별 판매 비중



\* 소형장비, 의약품, 페이퍼와 일회용품, 청소용품 포함

※ 출처: Sysco Fact Sheet

### ■ 주요 고객 Top 10

- 월마트(Walmart), 크로거(Kroger), 타겟(Target), 스타벅스(Starbucks), 매리어트 인터네셔널(Marriott International), 맥도날드(McDonalds), 테넷 헬스케어(Tenet Healthcare), 다비타(DaVita), 슈퍼밸류(SuperValu), 다든 레스토랑(Darden Restaurants)

### 3) 취급 품목

- 육류, 과일, 채소, 해산물, 유제품, 냉동식품, 음료 등 식품류와 일회용품, 청소용품, 의료용품 등 비식품류 등 총 40만 개 이상의 취급함
- 2017년 품목별 판매 비중은 신선과 냉동육류가 19%를 차지하며 가장 높은 점유율을 기록함. 그 뒤를 이어 통조림과 건조식품 16%, 냉동과일 및 채소, 제빵 제품이 15%, 가금류와 유제품은 각각 11% 순으로 나타남
- 시스코는 육류와 가금류, 해산물, 과일과 채소, 유제품, 제빵류, 에스닉 식품 부문에서 15개의 자체 브랜드(이하 PB)를 운영함

시스코 PB 제품 리스트

|   |   |   |  |
|---|---|---|--|
| Arrezzo   |   | Baker's Source  |  |
|    | 이탈리아 식품-치즈, 소스, 파스타, 올리브오일, 조제식품(소시지, 가공육) 등          |    | 즉석 빵류, 즉석 제빵 믹스, 도넛, 반죽, 건조 제빵 믹스 등 제빵관련 600개 이상 제품 취급 |
| Block & Barrel  |   | Buckhead Pride  |  |
|    | 햄, 토스트, 비프, 치즈, 칠면조, 닭가슴살, 피클 등 샌드위치 관련 650개 이상 제품 취급 |    | 소고기, 돼지, 송아지, 양, 가금류 제품                                |
| Butcher's Block   |   | Casa Solana   |  |
|    | 스테이크용(산선/냉동) 소고기, 돼지고기, 송아지고기                         |    | 멕시코 식품-타코, 파히타, 나초, 소스류                                |
| Fire River Farms  |   | FreshPoint Natural  |  |
|    | 냉동 소고기 패티 (향생제 및 호르몬제 무사용)                            |    | 기관, 병원, 학교 등에 납품하는 전용 브랜드이며 채소 및 과일류 자체 재배 및 가공, 유통    |
| House Recipe  |   | Jade Mountain   |  |
|    | 소스류-케첩, 핫소스, 머스타드소스, 땅콩잼                              |    | 동북, 동남 아시아 전통 및 퓨전 식품류                                 |
| Newport Pride   |   | Portico   |  |
|  | 소고기, 송아지, 양, 돼지 등 육류와 가금류 생고기 취급                      |  | 해산물-참치, 연어, 새우, 랍스터, 오징어                               |
| Riserva   |   | Sysco Pica y Salpica  |  |
|  | 치즈류-모짜렐라, 체다, 크림, 이탈리아 전통 치즈, 히스퍼니 스타일 치즈, 스페셜티 치즈 등  |  | 멕시코 식품-사워 크림, 차치론 (돼지 껍질 튀김), 다짐육                      |
| Wholesome Farms   |   |   |  |
|  | 유제품 및 달걀  |   |  |

※ 출처: Sysco

#### 4) 업체 동향

- 시스코는 2018년 2월 루이지애나 주의 식품유통 부문 선두 업체인 도얼리 푸드서비스(Doerle Food Services) 인수 계획을 발표함
- 시스코는 영국 식품 유통업체인 켄트 프로즌 푸드(Kent Frozen Foods)의 인수를 2018년 4월에 최종 마무리함. 이번 인수로 시스코는 기존 영국에 있는 계열사 브레이크스(Brakes), 프레시 디렉트(Fresh Direct), M&J 씨푸드(M&J Seafood) 등과 협력하여 유럽시장 공략을 한층 더 강화할 계획임
- 시스코는 2018년 6월 NRG 에너지(NRG Energy)와 신재생 에너지 협약을 맺고 휴스턴 및 델러스 지역에 총 3개의 태양열 에너지 발전소 신설 계획을 발표함. 시스코는 신설되는 발전소를 통해 미국 내 자사 소모 전력의 10%를 대체할 수 있을 것으로 기대함

#### 5) 납품 관련 정보

- 구매 절차
  - 시스코는 SAP 아리바를 통해 구매를 진행하고 있어 시스코의 공급업체가 되려면 반드시 아리바에 업체 등록을 해야 함
  - 구매팀은 아리바에 등록된 업체를 검토하고 실시간 온라인으로 가격, 품질 협상을 통해 최적의 공급업체를 선정함
  - 아리바 네트워크 클라우드 계좌 등록 방법
    - 아리바 웹사이트 <<http://sysco.supplier.ariba.com/register>>를 방문해 업체 정보와 사용자 계정 정보를 입력한 후 등록함
    - 아리바 네트워크에 로그인을 한 후 업체 프로필을 클릭함
    - 질문(Questionnaire) 화면이 나타나고 4번 질문부터 모든 질문에 답한 후 제출함
- 제출 서류
  - 시스코는 신규 공급업체에 법적 서류를 요청하거나 특정 상황에 따라 합의서 등 추가 서류를 요구할 수 있음

- 공급업체 정보 관련
  - 공급업체 확인서(Supplier Identification Form), W-9 서식(Request for Taxpayer Identification Number and Certification)
- 보험 및 배상 관련
  - 책임면제 합의서 및 품질보증서(Hold Harmless Agreement and Guarantee /Warranty of ProductHHA)
  - 보험증명서(Certificate of Insurance, COI)
- 공급 및 관련 합의서
  - 비공개 및 기밀유지 합의서(Non-Disclosure and Confidentiality Agreement, NDA)
  - 입찰 구매 합의서(Bid Award Purchase Agreement, BAPA)
- 공급 허가 합의서(Supplier Authorization Agreement, SAA):
  - 소득 프로그램 합의서(Earned Income Program Agreement)
  - 파생상품 정부계약 의무 및 책임(Incorporation of Derivative Government Contract Obligations and Responsibilities)
  - 코셔 인증(Kosher Certificate)
  - 공급업체 행동수칙(Supplier Code of Conduct)
  - 리콜 커뮤니케이션 프로그램(Recall Communications Program)
  - 리콜 비용(Recall Fees)
  - 공급업체 구조 정책(Supplier Salvage Policy)
- 특정 공급업체 추가 서류(요청 시)
  - 농산물우수관리인증 프로그램(Good Agricultural Practice Compliance Program)
  - 지속가능성 프로그램(Sustainability Program)
  - 협력 대금 전환 정보 및 승인(Cooperative Billing Conversion Information and Acknowledgement)
  - 공급업체 다양성 프로그램: 소수자 및 여성 소유기업(Minority and Women owned Business Enterprises, MWBE) 프로필 서류

## ■ 공급업체 선정 조건

- 시스코는 납품될 제품의 매출 기여도와 가격경쟁력, 독점 제공 여부, 제공되는 서비스 등 공급업체의 준비성을 평가함
- 시스코는 요구사항에 대해 빠른 답변과 대처를 잘하는 업체들을 선호함. 또한 업체가 제품에 대해 상세 정보를 제공하여 투명성을 높이고 비용 절감에 대한 아이디어를 서로 논의할 수 있어야 함
- 시스코에 납품된 모든 제품은 식품 안전과 위생, 원산지 규정, 동물 복지와 위생, 농산물우수관리제도, 지속가능한 농업, 사회적 책임, 원산지 규정 등이 제3자 감사업체가 심사하기에 적합한 수준이어야 함
- 시스코는 PB 제품에도 품질관리와 제품의 안전성에 엄격한 기준을 두고 있음. PB 제품 공급업체는 시스코의 감사 시스템인 ‘초도감사점수(Initial Audit Score)’를 통과해야 함. 초도감사점수는 식품이 안전하게 제조되었는지에 중점을 두어 1차적으로 공급업체가 제출한 감사 서류를 통해 점수를 책정함. 경우에 따라 시스코의 품질관리 담당자나 제3자 감사업체가 직접 공급업체를 방문해 제조공장을 평가함

## 6) 마케팅/프로모션 방식

- 시스코는 매출 비중이 높은 푸드서비스 부문에 마케팅 지원이 집중되어 있음. 메뉴 컨설팅과 레시피 아이디어, 레스토랑 운영 관련 교육, 마케팅 방법 등의 서비스를 제공함. 레시피 아이디어는 시스코가 직접 공급업체 제품을 사용해 레시피를 개발하여 외식업체에게 자연스럽게 제품을 홍보하고 구매로 이어지는 효과가 있음
- 시스코는 매년 각 제품별 최고의 공급업체(Top Suppliers)를 선정하여 발표함. 골드, 실버, 브론즈로 나뉘어져 있으며 그 외에 혁신적인 업체, 지속가능성 부문 등도 시상하여 공급업체들의 사기 진작과 공로를 인정해주고 있음

## 7) 이벤트

- 시스코는 아래 표와 같이 지역별로 식품 쇼, 제품 쇼케이스, 워크샵 등을 진행함
  - 각 식품 쇼와 쇼케이스는 시스코의 공급업체가 참가하고 행사가 열리는 지역의 푸드서비스 관계자가 참여함. 워크샵도 외식업체들을 대상으로 진행됨
  - 시스코에서 진행하는 행사들은 <<https://www.syscoevents.com>>에서 확인할 수 있으며 해당 행사를 클릭하면 행사 내용과 참가 방법에 대해 설명되어 있음

### ■ 시스코 지역별 이벤트 ■

| 행사 명                                    | 담당 지역                | 기간                          | 장소  |
|---|----------------------|-----------------------------|---|
| Local Showcase                          | Saint Louis          | 6월 27일<br>오전 10시~오후 3시      | Sysco St. Louis<br>3850 Mueller Road, Saint Charles, MO   |
| Latino Expo                             | New Mexico           | 6월 27일<br>오후 4시~오후 8시       | Balloon Fiesta Park Events Center-Pilots Pavilion<br>9401 Ballon Museum Dr. NE, Albuquerque, NM |
| Sports Central Show                     | Central Florida      | 7월 10일~11일<br>오전 11시~오후 3시  | Sysco Central Florida<br>200 Story Road, Ocoee, FL  |
| Springfield Area Showcase               | Central Illinois     | 7월 31일<br>오전 10시~오후 3시      | President Abraham Lincoln Springfield 701 E Adams St, Springfield, IL                           |
| HMR<br>(Home Meal Replacement) Workshop | Sysco Tannis Trading | 8월 15일<br>오후 12시~오후 3시      | St. Elias Centre<br>750 Ridgewood Ave, Ottawa, ON Canada  |
| Sysco Jackson 2018 Food Show            | Jackson              | 9월 11일<br>오후 12시~오후 5시      | Jackson Covention Complex<br>105 E Pascagoula St, Jackson, MS                                   |
| Pizza Workshop                          | Sysco Tannis Trading | 9월 12일<br>오후 1시~오후 4시       | Hellenic Centre<br>1315 Prince of Wales Dr, Ottawa, ON Canada                                   |
| Holiday Season Workshop                 | Sysco Tannis Trading | 10월 17일<br>오후 1시~오후 4시      | St. Elias Centre<br>750 Ridgewood Ave, Ottawa, ON Canada  |
| Protein and Produce Workshop            | Sysco Tannis Trading | 2019년 1월 9일<br>오후 1시~오후 4시  | Hellenic Centre<br>1315 Prince of Wales Dr, Ottawa, ON Canada                                   |
| Burger and Sandwich Workshop            | Sysco Tannis Trading | 2019년 2월 27일<br>오후 1시~오후 4시 | St. Elias Centre<br>750 Ridgewood Ave, Ottawa, ON Canada  |
| Patio and Salads Workshop               | Sysco Tannis Trading | 2019년 5월 1일<br>오후 1시~오후 4시  | Hellenic Centre<br>1315 Prince of Wales Dr, Ottawa, ON Canada                                   |

## 8) 납품 시 주의사항

- 시스코는 품질에 우선순위로 두고 있어 품질보증 허가(Quality Assurance Approved)를 받은 제품들만이 납품 과정을 진행할 수 있음
  - 기존 공급업체는 품질 보증을 위해 자체 모니터링을 진행해야 하며 관련 서류도 제출함. 또 시스코는 식품 안전 및 위생 관리업체를 선정해 매년 제3자 감사를 진행함. 경우에 따라 시스코의 품질관리 담당자가 시설을 직접 방문하는 경우도 있음
  - 시스코는 PB 제품을 생산하는 공급업체의 품질보증 승인절차를 직접 진행하고 방문을 통해 품질검사를 모니터링을 함
- GTIN(Global Trade Item Number) 바코드
  - 공급업체는 시스코의 물류창고로 제품을 보낼 때 모든 포장에 반드시 GTIN 바코드를 부착해야 함. 시스코는 4개 면에 바코드를 부착하는 것을 선호하나 최소 2개 면에는 부착해야 함
  - GTIN에 변화가 있는 경우, 데이터 서비시스템에 30일 이내 이메일로 통보해야 함



## 2. 맥레인

### 1) 회사 소개

- 맥레인은 1894년 텍사스 주 카메론에서 작은 소매점으로 시작해 60년대 이후부터 식품 도매와 알코올 음료 유통으로 사세가 확장됨. 모회사는 버크셔 해서웨이임
- 본사는 텍사스 주 템플에 있으며 사업 형태는 크게 맥레인 그로서리(McLane Grocery)와 맥레인 푸드서비스(McLane Foodservice)로 나뉨짐. 식품 유통 본부는 본사 근처에 있으며, 푸드서비스 본부는 캐롤튼에 위치해 있음
- 미국 전역에 80개의 물류센터가 있으며 이 중 식품 전용은 22개, 푸드서비스 전용은 49개임
- 매출은 2017년 497억 8,000만 달러로 전년 대비 3.6% 성장함. 계열사로 식품도매유통 C.D. 하트넷(C.D. Hartnett)과 음료 유통업체 엠파이어 디스트리뷰터스(Empire distributors), 물류업체 밴틱스(VANTIX), 공급망관리 솔루션업체 키네코(KINEXO) 등 4개 회사를 소유함

### 2) 고객 및 서비스 형태

- 소매업체와 레스토랑, 군납, 약국 등 11만 이상의 고객에게 식품류와 음료류, 비식품류를 공급함
- 편의점, 할인점, 독립 식품점, 도매클럽 등을 대상으로 4만 9,000곳의 매장과 체인 및 독립 레스토랑, 케이터링 업체 등 3만 6,500곳에 내셔널 브랜드 제품과 PB 제품을 공급함
- 엠파이어 디스트리뷰터스는 조지아, 노스캐롤라이나, 테네시, 콜로라도 주를 중심으로 편의점과 식품점, 술집 등 2만 4,900곳을 대상으로 와인과 맥주, 무알코올 음료를 유통함

### ■ 주요 고객 Top 10

- 맥레인은 미국 편의점의 최대 벤더이며 전체 매출의 47%는 상위 3개 업체가 차지함
  - 최대 고객은 월마트로 2017년 전체 매출의 25%를 차지함. 2003년 전까지만 해도 맥레인은 월마트의 계열사였음
  - 7-일레븐과 얀 브랜드(Yum Brand)가 각각 11%의 비중을 기록함. 얀은 KFC, 타코벨, 피자헛, A&W 레스토랑 등을 소유한 세계 최대 패스트푸드 업체임
- 상위 3개 업체를 제외한 주요 고객으로는 월그린(Walgreens-미국에서 두 번째로 큰 약국 체인)과 파일럿 플라잉 J(Pilot Flying J-주유소와 편의점 운영), 캥거루 익스프레스(Kangaroo Express-편의점), 엑슨모빌 (ExxonMobil), 타겟(Target), 버팔로 와일드 윙(Buffalo Wild Wings), 와와(Wawa-편의점)임

### 3) 취급 품목

- 육류, 해산물, 과일, 채소, 유제품, 냉장 및 냉동식품, 유기농 식품 등 식품류와 음료류, 의약품, 청소용품, 건강 및 미용제품, 자동차용품 등 총 5만 개 이상의 제품을 취급함
- C.D. 하트넷은 텍사스 주에 있는 편의점과 레스토랑에 식품과 일회용품, 주방기기 등 1만 2,000개 제품을 공급함
- 엠파이어 디스트리뷰터스는 와인과 증류주, 맥주 등 1만 5,000개의 음료를 취급하며 연간 1,000만 건이 넘는 주문을 처리함
- 맥레인은 2016년 소매업체를 대상으로 한 PB 전문 CVP(Customer Value Products)를 런칭함. CVP 이외에도 생수, 스낵, 육포, 간편식, 사료 등을 전문으로 하는 8개 PB 라인을 갖추고 있음

■ 맥라인 PB 제품 리스트 ■

|   |   |   |  |
|---|---|---|--|
| CVP   |   | Hometown Market   |  |
|  | McLane의 시그니처 브랜드:<br>회용 식기류와 청소용품, 의약품, 건강<br>및 뷰티 용품 등 |  | 개별포장 간편식 브랜드:<br>견과류 스낵류, 견과일 스낵, 트레일 믹<br>스, 감미료, 크리머 등 |
| Pristyn Water   |   | Excursion Jerky   |  |
|  | 생수  |  | 육포류  |
| Divinely Sweet  |   | YumBees   |  |
|  | 초콜릿 과자류   |  | 설탕 과자류: 사탕, 젤리, 초콜릿, 껌류                                  |
| Work Fare   |   | Beau Dacious Biscuits   |  |
|  | 다용도 장갑  |  | 애완견 사료 및 간식류   |
| Road-Tech   |   |   |  |
|  | 자동차 용품: 광택제, 윤활유,<br>기타 액세서리                            |   |  |

※ 출처: McLane

4) 업체 동향

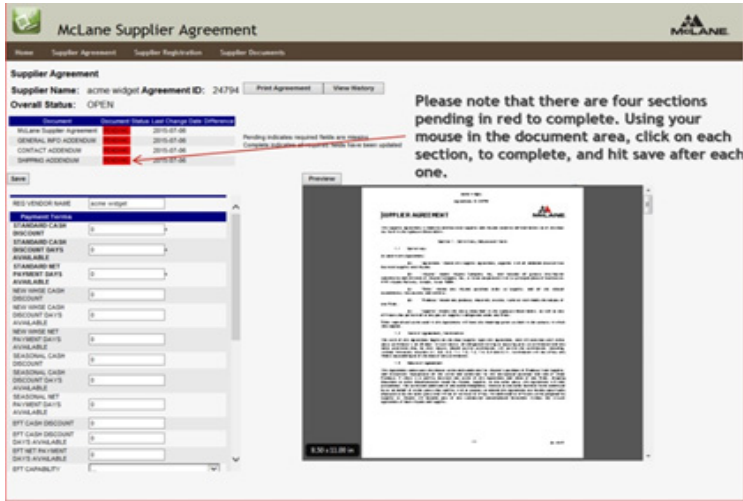
- 맥레인은 2017년 5월 버거킹과 서비스 확대 계약을 체결하고 테네시, 조지아, 플로리다, 앨라배마 주에 위치한 600여 개의 매장에 추가로 납품함. 이 계약으로 맥레인은 미국 전역에 있는 2,467개의 버거킹 매장에 식자재를 공급함
- 맥레인은 1억 5,000만 달러를 투자해 2017년 12월 오하이오 주에 로봇 자동화 시스템이 도입된 물류센터를 오픈함. 로봇 자동화 시스템의 도입으로 이 물류센터는 하루 32만 개가 넘는 제품 공급이 가능해짐. 현재 오하이오, 미시간, 인디애나, 펜실베이니아 주에 있는 700여 곳 이상의 고객에게 약 1만 6,000여 개의 제품을 유통함
- 맥레인은 2018년 2월, 편의점 체인 퀵체크(QuickChek)와 파트너십 계약을 갱신함. 퀵체크는 뉴저지와 뉴욕에 153개의 매장을 운영하고 있으며 지난 28년간 맥레인으로 부터 식자재를 납품받고 있음

## 5) 납품 관련 정보

### ■ 구매 절차

- 맥레인은 브로커를 통해 구매를 진행하며 제조업체가 직접 제품을 납품하려면 카테고리 매니저에게 연락해야 함.
- 카테고리 매니저에게 승인받은 업체는 공급업체 센터(Supplier Center)를 통해 아래와 같이 신규 공급업체 등록을 진행함.
  - <<https://www.mclaneco.com/content/mclaneco/en/supplier-center.html>>를 통해 등록과 신청 두 단계 과정을 거쳐야 함
  - <<https://www.mclaneco.com/content/mclane/en/home/registration.html?regOrigin=MPN>>를 통해 1단계 업체 등록을 해야 함. 해당 사이트에서 요구하는 정보를 입력하고 아이디와 패스워드를 생성함. 모든 정보를 입력한 후에 제출을 누르면 등록 확인(Registration Confirmation) 화면이 나타나고 등록됐다는 메시지를 받게 됨. 이메일 안에 있는 하이퍼링크를 따라 다시 한번 등록 확인을 해야 함
  - 2단계는 <<https://apps.mclaneco.com/VendorAgreementWeb/login.jsp>>를 방문해 1단계에서 만든 아이디와 패스워드로 로그인 함
  - 로그인 후에는 2차 공급업체 등록 화면으로 이동되며 회사명과 주소, 연방 세금 ID, DUNS 번호, 담당자 이름, 주소, 연락처, 이메일 주소 등 요구하는 정보를 기재한 후 등록 버튼을 누름
  - 이후 등록 완료 화면에 Supplier Agreement 부분을 클릭하면 빨간색으로 펜딩(Pending)이 표시된 4개 섹션(합의서, 정보, 연락처, 운송)이 나옴(아래 그림 참조). 각 섹션별로 요구하는 정보를 기재하고 저장하면 다음 섹션으로 넘어감

■ 맥레인 Supplier Agreement 화면 ■



- 4개 섹션까지 정보 기재를 끝내면 모든 섹션이 완료됐다고 표시되고 빨간색으로 표시된 제출(Submit Agreement)을 누름
- 참고로 각 섹션을 완료할 때마다 공급업체가 입력한 내용을 바탕으로 합의서가 자동 작성되어 인쇄가 가능함. 따라서 각 섹션별로 정보를 기재한 후 미리보기로 작성된 서류를 확인하여 인쇄한 후 보관해야 함
- 제출 버튼 이후, 마지막 과정으로 전자 서명 화면이 나타남. 날짜와 서명을 한 후 인쇄하여 보험증명서와 W-9을 팩스 (254)853-4016 또는 이메일 <certs@mclaneco.com>로 제출해야 함
- 모든 단계를 마치면 제품 디렉터 혹은 카테고리 매니저에게 이메일이 전송됨

■ 제출 서류

- 신규 공급업체는 웹사이트로 등록 시 보험증명서와 W-9을 제출해야 함
  - 보험은 카테고리 I에 포함된 제품을 납품하는 경우, 발생 건수당 200만 달러, 제품 및 완료 작업 200만 달러임. 보험증명서에는 계약적 책임, 신체적 상해 및 재산 피해 등의 범위를 제공해야 함.
  - 카테고리 I은 육류와 신선 농산물, 유아식품과 유아음료, 건강식품과 건강음료를 제외한 식품과 음료가 해당되며 프로틴과 비타민 음료는 포함됨

- 보험증명서 원본은 맥레인이 대금을 결제하기 전에 제출해야 함. 보험증명서에는 맥레인 모회사와 계열사 및 관련 사업체가 추가 피보험자(Additional insureds)로 등록되어야 함. 모든 보험은 발생 건수를 기준으로 되어있어야 하며 보험회사는 AM 점수(AM Best Rating)를 A 이상을 받은 곳이어야 함. 참고로 AM 베스트 컴퍼니는 보험회사의 신용등급을 정하는 신용평가 회사임

#### ■ 공급업체 선정 조건

- 맥레인은 EDI(Electronic Data Interchange) 시스템을 통해 인보이스 발행하는 것을 선호함. 종이로 인보이스를 발행할 경우 건당 50달러를 부과함. 따라서 제조업체는 구매주문서, 인보이스 등 모든 납품 관련 업무를 온라인에서 진행할 수 있어야 함
- 맥레인은 스캔이 가능한 바코드가 반드시 있어야 함. 바코드의 위치는 겉 포장, 제품 안쪽 포장, 개별포장에 모두 있어야 함
- 납품되는 모든 제품은 연방정부, 주정부 및 로컬 정부의 식품 규정을 반드시 따라야 하며 규정이 바뀔 때마다 변경되는 규정도 반드시 준수해야 함

#### ■ 구매담당자 접촉 방법

- 맥레인은 웹사이트를 통해 대부분의 조달업무를 진행하고 있어 공급업체 신청이나 납품 관련 문의는 제품 디렉터나 카테고리 매니저에게 문의하면 됨

## 6) 마케팅/프로모션 방식

- 맥레인은 고객과 공급업체만 이용하는 마이 맥레인 포털(My McLane Portal, <https://www.mclaneco.com/content/mclaneco/en/home/login.html>)을 통해 카테고리별 리뷰 일정과 프로모션, 신제품 등록 등 업무를 진행함. 이 포털은 로그인해야 이용할 수 있음. 맥레인이 운영하는 마케팅 지원 프로그램은 아래와 같음
- 공급업체 품목 및 판매분석(Supplier Item and Sales Analyzer): 3만 8,000개 이상 소매점의 출하 정보, 베스트셀러 제품 등을 취합한 정보 데이터 베이스로 고객의 제품 카테고리 관리뿐 아니라 공급업체들의 제품별 비교

### 분석도 가능함

- 전략적 머천다이징 솔루션(Strategic Merchandising Solutions): 분기별로 발행되는 간행물로 최신 제품 정보와 동향, 제품진열대 방식 등의 정보를 제공함. 소매업체들은 업데이트된 신제품 정보를 확인하고, 프로모션이 진행 중인 제품을 구매할 수 있음
- 스마트 핸드헬드(McLane Smart Handheld): 소매업체의 재고부족을 막기 위해 과거 주문과 유통을 체크하여 손쉽게 재주문을 할 수 있는 프로그램으로 아래와 같이 다양한 장점을 제공함
  - 공급업체는 프로그램에 신제품 광고를 게재해 소매업체를 대상으로 제품을 홍보할 수 있음
  - 소매업체는 프로그램을 통해 신제품을 주문하면 공급업체는 주문서를 기다리지 않고 프로그램에서 구매 승인된 제품을 바로 확인해 제품 준비시간이 절약됨
  - 공급업체는 실적이 좋지 않거나 재고 상황을 파악해 대처할 수 있음
- 품목 가시성(McLane Item Visibility): 웹 애플리케이션으로 맥레인에 납품되는 제품 현황을 볼 수 있음. 이 애플리케이션은 현재 재고상황, 제품의 지역별 세부정보, 수요 이력(Demand history), 주문 내역 등도 확인됨
- 인터넷 유통 시스템(Internet Distribution System): 맥레인과 공급업체, 고객 간에 원활한 소통을 통해 구매를 효율적으로 처리해주는 시스템임. 이 시스템을 사용하는 공급업체는 국내 및 지역별 트레이드 쇼에 참가할 수 있고 온라인으로 거래할 수 있음. 또 전략적 머천다이징 솔루션, 프로모션 캘린더 같은 맥레인의 판매 프로모션에 참여할 수 있는 혜택이 주어짐

## 7) 이벤트

### ■ 내셔널 트레이드 쇼(McLane National Trade Show)

- 공급업체와 소매업체가 참가하는 행사로 식품과 음료, 일반제품, 담배, 자동차용품 등 맥레인이 취급하는 모든 제품이 참여함
- 행사일: 2018년 9월 5일~6일 / 장소: 플로리다 주 올랜도 로젠 싱글 크릭크 (Rosen Shingle Creek)

- 참가는 <<https://www.mclaneco.com/content/nts/en/home.html>>를 통해 신청

■ 가상 트레이드 쇼(Virtual Trade Show)

- 온라인상에서 열리는 트레이드 쇼로 공급업체가 맞춤형 부스를 열고 고객을 초대하여 신제품 홍보와 프로모션을 진행함
- 소매업체는 초대받은 공급업체의 온라인 부스를 방문해 제품 정보를 얻고 행사 기간 동안 특별 가격 또는 대량 할인을 제공받을 수 있음
- 이 쇼의 장점은 실시간으로 판매 실적이 수집되어 매출을 파악할 수 있음. 행사는 1년 365일 열리며 맥레인의 공급업체만 참여할 수 있음.

8) 납품 시 주의사항

■ 맥레인은 더 워크 프로페셔널 서비스(The Werco Professional Services)에서 제공하는 WERC Smart 시스템을 사용함

- 이 시스템은 일반 의약품, 농약, 기타 유해 물질 제품에 대한 잠재적인 위험요소를 줄이는 화학 관련 규정 평가 및 관리 솔루션임
- 에너지 바, 다이어트 보조제, 비타민 음료, 의약품, 샴푸 등과 같이 화학물질이 함유된 제품에 대해 관련 규정을 평가하고 관리해 제품의 안전성과 투명성을 보장함

■ 제품의 모든 포장에는 반드시 스캔이 가능한 바코드를 부착해야 하며 만일 GTIN과 관련하여 사전에 맥레인과 상의 없이 문제가 발생하면 불이익을 받을 수 있음. 자주 발생하는 바코드 관련 문제는 아래와 같음

- 스캔이 안되는 불법 바코드를 부착하거나 아예 부착이 되지 않은 상태에서 제품을 공급하는 경우
- 맥레인과 사전 상의 없이 구매주문서와 다른 제품을 보내 시스템에서 공급된 제품을 인식하지 못할 경우
- 공급업체가 잘못된 정보를 제공했을 경우



- 포장 케이스마다 다른 UPC(Universal Product Code)가 있거나 GTIN과는 다른 중량이 기재되어있는 경우

## 9) 기타 정보

### ■ 신제품 등록







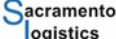






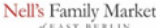
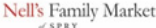
- 공급업체는 신제품에 대한 정보를 글로벌 데이터 동기화 네트워크(Global Data Synchronization Network, 이하 GDSN) 데이터 풀(Data Pool)을 통해 게재하고 샘플을 구매담당자에게 보내는 시스템임
  - 데이터 풀 공급자인 1WorldSync는 제품 소개(Product Introduction) 솔루션을 통해 신제품 정보를 취합한 후 맥레인 New Item Setup 팀에게 전달함
  - 공급업체는 <<https://www.1worldsync.com/community/customers/mclanegrocery>>을 방문해 로그인하여 제품 가격, 담당자 이름, 창고 보관방법 등의 정보를 제출해야 함
  - 정보 제출을 마친 후 제품 샘플을 New Item Setup 팀에게 우편으로 보냄. 보낼 주소는 6201 NW H K Dodgen Loop, Temple, TX 76502 임
  - New Item Setup 팀은 1WorldSync로부터 전달받은 신제품 정보와 샘플을 구매담당자에게 전달함. 구매담당자는 제품을 검토 후 승인 여부를 New Item Setup 팀에게 전달함
  - New Item Setup 팀은 승인을 받은 제품에 한해 맥레인 아이템 번호(McLane Item Number)를 부여하고 구매담당자에게 해당 내용을 전달함
  - 맥레인 그로서리에서 인정받은 공급업체(Certified Supplier)인 경우 제품에 대한 데이터가 GDSN에 동기화가 되어 있으면 신제품 등록 시 제품 샘플을 보내지 않아도 됨. 인정받은 공급업체의 신제품 등록은 1SYNC 생산 소개 솔루션(1SYNC Production Introduction Solution)을 통해 셋업함. 맥레인은 2018년 5월 7일부터 신제품 등록 시 새로운 항목 설치비로 200달러를 부과함

### 3. C&S 홀세일 그로스 C&S Wholesale Grocers

#### 1) 회사 소개

- C&S는 1918년 설립된 비공개기업으로 올해 100주년을 맞이함
- 본사는 뉴햄프셔 주 키니에 위치해 있으며 15개 주에서 50개 이상의 지점을 운영함. 서부와 남동부, 동북부, 중부 대서양 지역에 물류센터 27개를 보유함
- 2017년 매출은 314억 8,000만 달러를 기록했으며 식품 유통과 리테일, 물류 등 총 16개의 계열사를 소유하고 있음

#### ■ C&S 리테일 부문 계열사 현황 ■

|   |   |   |   |  |
|---|---|---|---|--|
|  |  |  |  |   |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

- 식품 유통 계열사만 13개를 운영해 지역별, 제품별로 전문화 시킴. 이 중 프레시코 프로듀스 서비스(FreshKo Produce Services)는 신선 농산물 구매와 유통 전문으로 서부지역 식품점과 레스토랑에 625개가 넘는 제품을 공급함. 데이비드슨 스페셜티 푸드(Davidson Specialty Foods)는 6,000개 이상의 유기농과 코셔 식품, 에스닉 식품을 전문으로 유통하고 있음

#### 2) 고객 및 서비스 형태

- 체인 슈퍼마켓, 독립 식품점, 도매클럽, 군납 등 1만 4,000곳에 식품류와 비식품류를 공급함
- 주요 고객 Top 10
  - 스탑&숍(Stop&Shop), 자이언트-칼라일(Giant-Carlisle), 자이언트 랜도버(Giant

of Landover), 피글리 위글리, BI-LO, 윈-딕시(Winn-Dixie), 세이프웨이 (Safeway), 타겟(Target), 푸드랜드-하와이(Foodland-Hawaii), 크로거(Kroger)

### 3) 취급 품목

- 육류, 해산물, 과일, 채소, 냉장 및 냉동식품, 제빵류, 유제품, 스낵, 음료 등 식품류와 생활용품, 건강 및 미용제품 등 총 14만 개 이상을 취급함
- C&S는 계열사 슈퍼마켓과 독립 슈퍼마켓을 위한 PB 라인을 갖추고 있음

#### ┃ C&S PB 제품 리스트 ┃

| Best Yet   |   | Piggly Wiggly   |  |
|--|---|---|--|
|   | 식품과 음료류   |  | 계열사 Piggly Wiggly 슈퍼마켓의 PB제품<br>- 식품과 음료, 생활용품 등 |
| White Rose   |   | Exceptional Value   |  |
|   | 독립 슈퍼마켓 PB 제품 (뉴욕, 동북부 지역 대상)<br>- 식품과 음료, 생활용품 등 |  | 식품류  |
| Nature's Finest  |   |   |  |
|  | 유기농 식품류 (소규모 독립 식품점 대상)                           |   |  |

※ 출처: C&S Wholesale Grocers

### 4) 업체 동향

- C&S는 출하 처리 과정에 자율 관리팀이라는 독특한 조직을 운영함. 이 팀은 관리 구조에 얽매이지 않고 고객 주문을 스스로 처리하여 주문의 정확성과 완성도에 따라 보너스를 받거나 감봉 받는 시스템임
- C&S의 성장에는 최종 단계의 구매자들을 보호하는 정책이 주효했음. 식품점이 폐업 위기에 처하면 해당 매장을 구매해 다시 영업할 수 있는 좋은 컨디션으로 만든 뒤 재판매하는 정책을 운영함

## 5) 납품 관련 정보

### ■ 구매 절차

- C&S는 구매 절차를 공개하지 않으며 일반적으로 브로커를 통해 제품을 구매함. 간혹 가격경쟁력을 위해 제조업체와 직접 거래도 진행함

### ■ 제출 서류

- 신규 공급업체는 보험증명서를 제출해야 함
  - 일반책임보험(200만 달러)과 상해보험(200만 달러-1회 한도)
  - 보험증명서에는 계약에 의거해 위험 및 의무에 대한 책임 범위를 제공해야 한다고 명시해야 함. 또 C&S와 모든 계열사는 일반책임보험의 추가 피보험자로 기재되어야 함
- 신규 공급업체는 C&S에서 제공하는 'New Vendor Packet'을 숙지해야 함  
([http://www.awiweb.com/C&S\\_AWI/vendor\\_files.php](http://www.awiweb.com/C&S_AWI/vendor_files.php))에는 납품 관련 정보와 서식들을 제공하고 있어 공급업체에 관련된 필요한 서류를 내려받을수 있음

### ■ 공급업체 선정 조건

- 납품하는 모든 제품은 연방정부, 주정부 및 로컬 정부의 식품 규정을 반드시 따라야 하며 규정이 바뀔 때마다 변경되는 규정도 반드시 준수해야 함

### ■ 구매담당자 접촉 방법

- (<http://www.cswg.com/contact-us>)를 통해 공급업체에 대한 정보를 문의하면 C&S는 제품별 구매부서의 연락처를 제공함

## 6) 마케팅/프로모션 방식

- C&S는 공급업체 대상 마케팅 지원 프로그램은 없으며 고객에게 제공하는 마케팅 서비스는 아래와 같음
  - 식품점의 매대 계획 및 관리: 이 프로그램은 판매를 분석하고 제품군 리뷰, 매장 레이아웃 계획, 카테고리 필요 제품 재설정, 가격 설정 지원 등의 서비스가 제공됨
  - 마케팅 지원: 웹사이트 제작을 비롯해 광고물 제작 및 배포, 매장 내 키오스크 배치, 미디어 광고, 식품 영양 관련 태그 프로그램(Tag program), 디지털 마케팅 가이드 등 다양한 프로그램을 운영함
  - 제품선정 프로그램: 가격전략 및 대량구매, 주간광고, 월간세일, 디스플레이 및 팔레트 프로그램(Display and pallet program), 마켓 프레스 프로그램(Market fresh program) 등의 서비스가 포함됨
  - 기타 프로모션 프로그램: 전단지과 잡지 발간을 통해 소매업체가 트렌드 및 소비자의 니즈를 파악할 수 있도록 정보를 제공함

## 7) 이벤트

- C&S는 매년 봄과 가을에 동부와 서부에서 벤더 쇼를 진행하며 참가 자격은 C&S의 공급업체와 고객임
  - 행사 날짜는 매년 조금씩 다르지만 대체로 봄은 2월에서 3월 사이, 가을은 7월에서 8월 사이에 열림. 행사 장소는 동부의 경우 코네티컷이나 펜실베이니아 주, 서부는 네바다 주 리노에서 개최됨.

### ┃ C&S 이벤트 (2018년) ┃

| 행사 명             | 기간         | 행사 장소                           |
|------------------|------------|---------------------------------|
| Spring food show | 2월 20일~21일 | Utz Arena in Pennsylvania       |
| Fall food show   | 7월 30일~31일 | Foxwoods Resort in Connecticut  |
| Fall food show   | 8월 21일~22일 | York Fairground in Pennsylvania |

- C&S는 전국식품협회(National Grocers Association, 이하 NGA)의 회원으로 NGA가 주최하는 ‘The NGA Show’에 매년 참석함. C&S가 주최하는 이벤트는 참가 자격에 제한이 있지만 ‘The NGA Show’는 참가 제한이 없어 C&S 구매담당자를 만날 수 있는 기회임
- 이 쇼는 소매 및 도매업체, 독립 식품점, 제조업체, 대형 벤더의 공급업체가 참여하고 NGA 비회원도 참가할 수 있음. 제조업체는 현장에서 제품의 우수성을 직접 홍보할 수 있고 바이어와의 네트워크 구축과 미팅 기회도 제공됨
- 행사는 3일간 열리며 장소와 날짜는 매년 변경되기 때문에 반드시 웹사이트 <<http://www.thengashow.com>>에서 확인해야 함. 참고로 2019년 행사는 2월 24일부터 27일까지 캘리포니아 샌디에이고에서 열릴 예정임
- 행사에는 제품 전시 이외에도 40개 이상의 교육 워크숍과 다양한 세미나도 개최됨
- 행사 참가는 <<http://www.thengashow.com/2019-register>>를 통해 등록

## 8) 납품 시 주의사항

- 공급업체는 C&S에게 제시하는 지불조건과 할인이 다른 벤더에게 제시하는 조건과 같거나 더 좋은 조건으로 제공한다는 것을 보장해야 함
- 구매 담당자의 요청 시, 검증된 공급업체의 재무제표를 제공해야 하며, 모든 공급업체와 브로커는 C&S의 요구사항에 맞는 구입 주문서와 인보이스를 제공해야 함

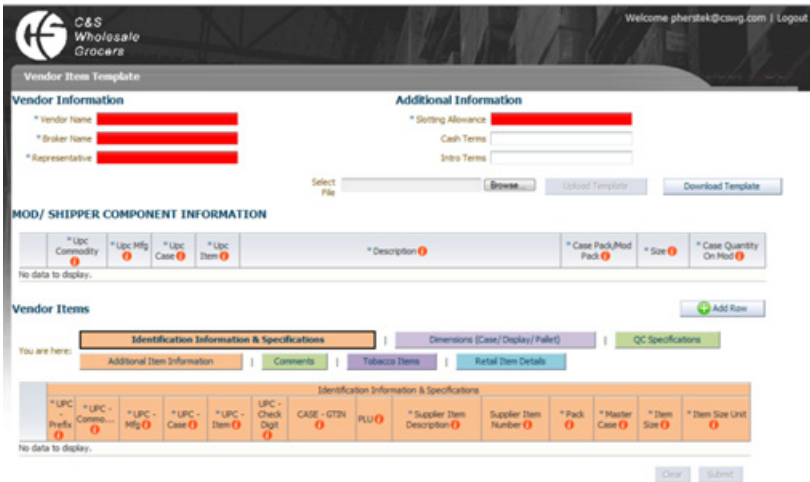
## 9) 기타 정보

- 신제품 등록
  - 제조업체가 벤더 포털을 통해 신제품을 등록하면 C&S의 내부시스템인 마스터 데이터 매니지먼트(Master Data Management, 이하 MDM)에 정보가 등록됨. 신제품 등록절차는 아래와 같음
    - 벤더 포털 계정을 만들려면 MDM팀에 ‘Vendor Portal Request’ 제목으로

이메일(mdmteam@es3.com)을 보내야 함

- 이메일에는 담당자 이름과 회사 이메일, 공급업체명 및 AP#를 같이 보내야 함. AP#는 C&S 머천다이징 분석가에게서 받을 수 있음
- MDM팀은 공급업체 계정을 만들어 로그인 관련 정보를 이메일로 보내줌. 공급업체는 이메일에 있는 정보를 토대로 <http://vendorportal.cswg.com/vip>에 접속하여 로그인함
- 벤더 포털에 접속하면 아래 [그림]과 같은 화면이 나타남. 빨간색으로 표시된 부분은 반드시 기재해야 함. 'Vendor Items' 바로 아래에는 7개의 컬러 박스가 표시되고 이 박스를 클릭하면 제품에 관한 정보를 입력할 수 있음

▣ C&S 벤더 포탈 신제품 등록 화면 ▣



- 신제품은 원하는 만큼 입력할 수 있으며 제출을 누르면 입력이 성공했거나 또는 에러가 난 부분에 대한 메시지가 표시됨. 잘못된 부분은 수정할 수 있음
- 온라인상에서 직접 기재하는 방법 외에도 위의 벤더 포탈 신제품 등록 화면 오른쪽에 'Download Template'을 클릭하여 서식을 내려받아 신제품 정보를 작성한 후 벤더 포털에 올릴 수 있음

## 4. US 푸드

### 1) 회사 소개

- 1989년에 설립된 US 푸드는 2017년 241억 달러의 매출을 올리며 최근 5년간 연평균 1.4%의 증가율을 기록함
- 본사는 일리노이 주 로즈몬트에 위치해 있으며 14개의 가공시설과 12개의 스토어아드를 소유함. 물류센터는 미국 38개 주에서 60개를 운영함
- 계열사는 신선 농산물을 유통하는 프레시웨이 푸드(Freshway Foods)와 해산물을 가공 및 유통하는 세이브 온 씨푸드(Save On Seafood)를 소유함

### 2) 고객 및 서비스 형태

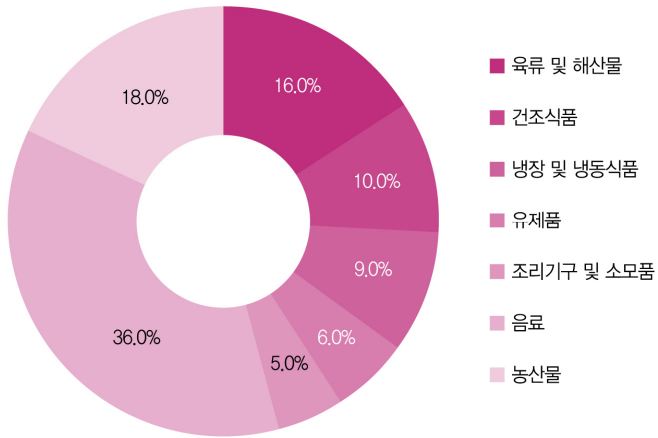
- 독립 및 체인 레스토랑, 의료 및 헬스케어, 교육시설, 정부기관, 호텔, 군납 등 25만 곳에 식품류와 비식품류를 공급함
- 주요 고객은 공동구매단체(Group Purchasing Organizations 이하 GPO)로 2017년 전체 매출의 25%를 차지함. GPO는 의료, 교육, 정부기관, 군납, 레스토랑 체인이 고객임. GPO를 제외하고 상위 49곳의 고객들이 18%의 비중을 기록했으며 단일 고객 대상 판매는 전체 매출의 3% 수준임

### 3) 취급 품목

- 육류, 해산물, 농산물, 냉장 및 냉동식품, 제빵류, 유제품, 스낵, 음료 등 총 35만 개 이상의 식품류와 비식품류를 취급함
- 2017년 품목별 판매 비중은 육류와 해산물이 전체 매출의 36%를 차지함. 그 뒤를 이어 건조식품 18%, 냉동 및 냉장식품 16%, 유제품 10% 순으로 나타남
- US 푸드는 식품과 음료, 일회용품, 주방기기, 청소용품 등 24개의 PB 라인을 운영하며 총 1만 4,000여 개의 제품을 취급함



US 푸드 품목별 판매 비중



※ 출처: US Food

US푸드 PB 제품 리스트

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
| <p><b>Chef's Line</b></p>  <p>조리식품: 스테이크, 파스타, 햄버거, 타코, 샐러드, 폭립 등</p> |  | <p><b>Rykoﬀ Sexton</b></p>  <p>고급 신선 농산물: 채소, 과일, 허브 등</p>        |  |
| <p><b>Metro Deli</b></p>  <p>델리 제품: 각종 햄, 샌드위치, 치즈, 육류와 가공류</p>       |  | <p><b>Stock Yards</b></p>  <p>손질된 육류(소고기, 돼지고기, 양고기)</p>          |  |
| <p><b>Cattleman's Selection</b></p>  <p>신선 육류와 가공류</p>                |  | <p><b>Cross Valley Farms</b></p>  <p>신선 농산물: 채소, 과일, 허브 등</p>     |  |
| <p><b>Del Pasado</b></p>  <p>멕시코안 푸드 및 관련 식재료</p>                     |  | <p><b>Devonshire</b></p>  <p>제빵류 및 디저트: 캐러멜 애플파이, 건포도 치즈케이크 등</p> |  |

|   |   |   |                                    |
|---|---|---|------------------------------------|
| Glenview Farms  |   | Harbor Banks  |                                    |
|    | 유제품   |    | 해산물                                |
| Harvest Value   |   | Hilltop Hearth  |                                    |
|    | 대용량 식재료 전문                                    |    | 제빵류: 머핀, 쿠키, 베이글, 번 등              |
| Molly's kitchen   |   | Monarch   |                                    |
|    | 즉석 조리식품 및 요리 베이스<br>라자니아, 파스타, 채소 브루스, 치킨 브루스 |    | 유기농 향신료, 조미료, 밀가루, 베이커리 등 300여개 제품 |
| Monogram  |   | Monogram Cleanforce   |                                    |
|    | 알회용품 및 청소용품<br>종이 식기류, 컵, 포장재, 청소도구, 세제 등     |    | 청소 및 위생 솔루션 전문 서비스 제공              |
| Optimax   |   | Pacific Jade  |                                    |
|    | 튀김용 고급 기름                                     |    | 아시아인 식품                            |
| Patuxent Farms  |   | Rituals   |                                    |
|  | 가공육: 프라이드 치킨, 소시지, 바비큐, 각종 냉동고기 등             |  | 커피와 차                              |
| Roseli  |   | Superior  |                                    |
|  | 이탈리아 식품<br>파스타, 치즈, 가공육, 오일, 토마토, 소스 등        |  | 주방기기 용품 전문                         |
| Thirster  |   | Valu + Plus   |                                    |
|  | 음료류: 생수, 주스, 탄산음료 등                           |  | 알회용품 전문                            |

※ 출처: US Food

#### 4) 업체 동향

- US 푸드는 최근 5년간 사업 영역 확대에 적극적으로 나서며 2017년 상반기에만 3개의 회사를 인수함
  - 로드아일랜드 주 노스 킹스타운에 기반을 둔 올 아메리칸 푸드(All American Foods)는 연매출이 6,000만 달러에 달하는 식품 유통업체로 US 푸드는 이 업체의 인수로 인해 동북부 지역으로 사업 영역을 더욱 확대함
  - US 푸드는 연매출 1억 달러에 달하는 F. 크리스티나(F. Christiana & Co)를 인수하며 루이지애나, 미시시피 남부, 앨라배마 남부 지역으로 사세가 확대됨. 앨라배마 주 버밍햄에 위치한 육류 가공 및 유통업체 SRA 푸드(SRA Foods)도 인수함

#### 5) 납품 관련 정보

- 구매 절차
  - US 푸드는 벤더 관리팀이 구매를 총괄하고 있음. 공급업체가 되려면 벤더 관리팀에 문의하여 공급업체 정보 설문(Supplier Information Questionnaire) 및 공급업체 자체평가 서식(Supplier Self-Assessment Forms)을 받아 제출해야 함
  - 공급업체로 선정된 후에는 공급업체 포털(<https://suppliers.usfood.com>)에서 필요한 서류를 내려 받을 수 있음
  - US 푸드는 비즈니스 거래를 신속하게 처리하기 위해 모든 거래 과정을 전산화함. 따라서 US 푸드 고객과 공급업체들은 구입 주문서부터 송장, 지불, 관련 서식 등 모든 거래를 이발루아 포털(<https://vendors-usfoods.ivalua.com/>)을 통해 진행하게 됨. 신규 공급업체는 이발루아 포털에 등록한 후 사용할 수 있음

## ■ 제출 서류

- 공급업체 자체평가 서식은 아래와 같은 서류를 포함하고 있음
  - 공급업체 계약서, 공급업체 연락처 및 송금정보
  - W-9, 보험증명서, 제품정보, 물류 관련 설문(Logistics Questionnaire)
  - 데이터 동기화 정보(Data Synchronization Information)
  - PDF 파일로 된 인보이스 샘플, HACCP 서류(필요한 경우)
- 모든 서류는 온라인에서 작성할 수 있으며 벤더 관리팀의 요청이 있는 후 60일 이내에 이메일로 제출해야 함. 이메일 제목은 반드시 'New Vendor-회사명'으로 기재해야 함

## ■ 공급업체 선정 조건





- 모든 공급업체들은 US Foods의 공급업체 행동수칙과 연방정부, 주정부 및 로컬 정부의 식품 규정을 반드시 준수해야 함. 만일 제품의 안전과 품질에 문제가 발생하면 리콜 조치를 취하고 곧바로 US 푸드에게 알려야 함
- US 푸드는 공급업체 행동수칙에 맞게 제품이 제조됐는지 확인하기 위해 감사를 진행할 수 있고 필요할 경우 시설 방문 및 서류를 요구할 수 있음. 만일 행동수칙을 어겼다고 판단될 경우, US 푸드는 비즈니스 관계를 중단하거나 수정사항을 요구할 수 있음

## 6) 마케팅/프로모션 방식

### ■ US 푸드는 고객 대상 마케팅 프로그램을 운영함

- '스쿠프(Scoop)'는 US 푸드가 독점 판매하는 혁신적인 제품을 런칭하는 프로그램으로 매년 약 50개~75개의 제품들이 스쿠프 잡지에 게재됨. 이 프로그램은 제품 소개와 레시피를 제공하여 고객들(외식업체)에게 메뉴에 대한 아이디어를 제공함
- US 푸드는 자체적으로 '다이아몬드 레벨'로 불리는 품질 단계 기준을 만들어 PB 제품에 적용함. 제품 포장에 다이아몬드 아이콘을 부착해 고객들이 자신들의 니즈에 맞는 제품인지 아이콘만 봐도 쉽게 확인할 수 있음

### US 푸드 PB 제품품질 단계기준

|   |   |
|---|---|
|  | <p>다이아몬드 4개<br/>최고 품질과 깨끗하고 안전한 재료</p>            |
|  | <p>다이아몬드 3개<br/>프리미엄 제품과 동일한 산업 기준 이상의 품질 보장</p>  |
|  | <p>다이아몬드 2개<br/>산업 기준과 동일한 품질이며 제품이 가장 다양</p>     |
|  | <p>다이아몬드 1개<br/>일관된 품질을 갖고 있으며 비용 측면에서 효율성 높음</p> |

## 7) 이벤트

- 푸드 파나틱스 라이브(Food Fanatics Live)는 외식업체를 대상으로 열리며 셰프와 비즈니스 운영 컨설턴트가 출연함
  - 셰프는 스쿠프 프로그램에서 소개된 제품으로 현장에서 요리 시연을 진행해 신 메뉴를 소개함
  - 컨설턴트는 레스토랑 운영자를 대상으로 최신 트렌드와 레스토랑 운영 관련 상담회를 진행함
  - 행사는 지역별로 열리며 날짜는 <<https://www.usfoods.com/great-food/food-fanatics/events.html>>를 통해 확인할 수 있음. 참가 문의는 지역별 담당자에 연락해야 함

## 8) 납품 시 주의사항

- 제품 유통기한은 시설에 도착했을 때 최소 50%는 남아있어야 하며 만일 50%이하인 경우 출하 전에 허가를 받아야 함
- US 푸드는 매주 가격이 책정되는 제품일 경우 'Commodity', 매달 가격이 책정되는 제품은 'Non-Commodity'로 분류함. 제품 가격에 변화가 있는 경우 'Commodity'는 가격 변화가 시작되는 날짜에서 최소 7일 전, 'Non-

Commodity'는 최소 60일 전에 해당 카테고리 매니저나 구매담당자에게 알려야 함

- 리콜된 제품은 24시간 내 서면으로 US 푸드에 통보해야 함. 제품이 부족한 경우, 재고 담당 바이어(Replenishment Buyer)에게 제품 픽업 또는 배송하기 전 최소 48시간 전에 알려야 하며 재고 부족의 원인을 설명해야 함. 제품을 대체할 경우에는 해당 카테고리 매니저에게 허가를 받아야 함
- PB 제품의 납품 관련 안내는 <<https://www.usfoods.com/about-us-foods/our-brands/brand-guidelines-for-vendors.html>>에 자세히 나와있음. 이 사이트에는 각 브랜드별로 지침과 관련 서식들을 내려받을 수 있음

## 9) 기타 정보

- 신제품 등록
  - GDSN을 사용하는 공급업체가 신제품을 등록할 때는 US 푸드의 GDSN 실행 옵션에 맞는 데이터를 제공해야 함
    - 옵션 1: GDSN-GDSN을 통해 필요한 모든 데이터를 제공함
    - 옵션 2: GDSN 플러스- FSEnet+에 GDSN에 제공한 데이터 외에 필요한 데이터를 제공함
    - FSEnet+는 데이터 관리 서비스 업체로 US 푸드와 공급업체 간의 제품 정보 표준화 및 데이터 동기화 서비스를 지원함. 따라서 US 푸드의 실행 옵션과 관련된 모든 진행 사항은 FSEnet+에게 제공해야 하며 FSEnet+ 담당자는 공급업체에게 적합한 옵션을 권장함
  - 신제품 등록은 FSEnet+로 부터 이메일을 받아 진행하게 되며 신제품을 등록할 때는 아래와 같은 내용을 반드시 제공해야 함
    - 제품 코드, 겐 포장 케이스 GTIN(14자리)
    - 브랜드명, 제품 사이즈 측정단위(넓이, 길이, 높이)
    - 총 중량 및 순 중량, 측정단위, 팔레트 높이 및 타이(Tie)
    - 유통기한, 제품의 원산지, 코셔(예/아니오)

- 제품 저장가능 온도
- 전체 팩(Case, Ea, Etc.), 제품 재료 내역
- 고해상도 제품 사진
- 어린이 영양소 관련(예/아니오)
- 케이스별 평균 서빙 사이즈,
- 서빙 사이즈 제안 및 측정단위
- 칼슘 RDI %, 칼로리(Cal), 지방 칼로리(Cal)
- 탄수화물, 탄수화물 RDI %
- 콜레스테롤, 콜레스테롤 RDI %
- 총 식이성 섬유, 트랜스 지방산
- 철분 RDI %, 단백질 혹은 단백질 RDI %
- 지방 혹은 포화지방 RDI %, 염분 및 염분 RDI %
- 총 지방 RDI %, 총 설탕함유량
- 비타민 A RDI %, 비타민 C RDI %

\* RDI(Reference Daily Intake): 하루섭취권장량

## 5. 퍼포먼스 푸드 그룹



### 1) 회사 소개

- 퍼포먼스 푸드 그룹(이하 PFG)은 1885년 설립된 130년이 넘는 장수 기업으로 2017년 167억 6,180만 달러의 매출을 기록함
  - 본사는 버지니아 주 리치먼드에 위치해 있으며 물류센터는 76개를 보유함
  - 사업 형태는 퍼포먼스 푸드서비스(Performance Foodservice), 비스타 (Vistar), PFG 커스터마이즈드(PFG Customized) 등 3개 부문으로 나뉘 서비스의 전문성을 강화함

### 2) 고객 및 서비스 형태

- PFG는 아래와 같이 15만 곳에 식품류와 비식품류를 공급함
  - 퍼포먼스 푸드서비스는 레스토랑과 호텔, 헬스케어 등 8만 5,000여 곳에 제품을 공급함. 2017년 98억 2,200만 달러 매출을 기록하며 전체 매출의 58.6%의 비중을 차지함
  - 비스타는 미국 전역에 있는 극장, 자판기 운영업체, 학교, 사무실 등 6만여 곳에 음료와 사탕, 과자 등을 공급하며 전체 매출에서 17.9%의 점유율을 기록함
  - PFG 커스터마이즈드는 5,000여 곳의 패밀리와 캐주얼 체인 레스토랑에 중점을 둔 맞춤형 제품과 배달 서비스를 제공하며 전체 매출의 22.8%를 차지함
- 주요 고객 Top 10
  - 아웃백 스테이크 하우스(Outback Steakhouse), TGI 프라이데이(TGI Friday's), 블레이즈 피자(Blaze Pizza), 서브웨이(Subway), 웬디스(Wendy's), 레드 랍스터(Red Lobster), AMC 시어터(AMC Theatres), 양 브랜드, 달러 트리(Dollar Tree), 공항 및 호텔, 병원 매점



















### 3) 취급 품목

- 육류, 가금류, 과일, 채소, 해산물, 유제품, 냉동 및 냉장 식품, 건조식품, 음료, 스낵류 등 식품류와 일회용품, 주방용품, 청소용품 등 총 15만 개 이상을 취급함
- PFG는 식품류와 비식품류에 42개 PB 라인을 구축함. 이 중 육류 및 가금류는 6개 브랜드를 운영하고 있으며, 이탈리아, 멕시코, 아시아 등 에스닉 식품 전문 브랜드도 소유함

#### ▣ PFG PB 제품 리스트 ▣

|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| <p style="text-align: center;"><b>Allegiance</b></p>  <p>프리미엄 선산 돼지고기</p>  |  | <p style="text-align: center;"><b>Ascend</b></p>  <p>음료류: 생수, 주스, 스포츠음료, 사탕 등</p>   |  |
| <p style="text-align: center;"><b>Asian Pride</b></p>  <p>아시아 식품류<br/>쌀, 면류, 만두, 두부, 김치, 스낵, 스프링 롤, 에그롤, 드레싱, 소스(탄장, 간장, 호이신 소스, 굴소스, 데리야키 소스, 소리차, 타카미살라스 등)</p> |  | <p style="text-align: center;"><b>Assoluti</b></p>  <p>이탈리아 식품류<br/>토마토 소스, 치즈, 피자, 파스타, 살라미, 미트볼, 소시지, 페퍼로니 등</p>                     |  |
| <p style="text-align: center;"><b>Bacio</b></p>  <p>치즈류</p>  |  | <p style="text-align: center;"><b>Bay Winds</b></p>  <p>자연산 프리미엄 해산물</p>  |  |
| <p style="text-align: center;"><b>Braveheart Black Angus Beef</b></p>  <p>블랙 앵거스 프리미엄 소고기 (무항생제, 무성장호르몬)</p>   |  | <p style="text-align: center;"><b>Brilliance</b></p>  <p>오일류 콩기름, 해바라기씨유, 카놀라유, 버터유(액상)</p>   |  |
| <p style="text-align: center;"><b>Burst</b></p>  <p>향신료와 조미료류<br/>바질, 마늘소금, 오레가노, 카레, 큐민, 정향, 계피, 칠리, 양파 가루, 마늘 가루, 오레가노잎, 파슬리, 후추 등 37개 종류</p>                  |  | <p style="text-align: center;"><b>Contigo</b></p>  <p>라티노 식품류<br/>타코, 엔칠라다, 브리토용 고기(소고기, 닭), 과키몰레 및 각종 소스류, 치즈, 냉동 간편식, 스낵, 건조식품류</p> |  |

|   |   |   |  |
|---|---|---|--|
| Corazo  |   | Delectables   |  |
|    | 치즈류   |    | 소스류 케첩, 스테이크 소스, 머스타드, 소금, 후추, 감미료 등                                 |
| Dominion  |   | Empire's Treasure   |  |
|    | 앵거스 소고기   |    | 해산물 메기, 가리비, 굴, 남치 대구, 조개, 새우 등                                      |
| Entice  |   | FarmSmart   |  |
|    | 전채요리(오르되브르) 류   |    | 소고기, 가금류(USDA 유기농 인증)  |
| Favoloso  |   | First Mark  |  |
|    | '위스콘신 치즈' 마크가 부착된 치즈류   |    | 용기 포장, 청소용품, 식기류, 일회용품류  |
| Guest House   |   | Heritage Ovens  |  |
|   | 프리미엄 차: 카모마일, 얼그레이, 루이보스, 녹차 등  |   | 빵 및 디저트류<br>프리미엄 아티산 빵, 롤, 핫도그 및 햄버거 빵, 쿠키, 비스킷, 도넛, 크루아상, 베이글, 파이 등 |
| Luigi   |   | Magellan  |  |
|  | 이탈리아 식품류<br>토마토 통조림, 버섯, 올리브, 파스타, 드레싱, 밀가루, 치즈, 미트볼, 페퍼로니, 오일류, 살라미, 피자 토핑 등 |  | 샐러드용 재료 및 수입과일<br>견과류, 아보카도, 오렌지, 파인애플, 체리, 복숭아, 참치(샐러드용) 등          |
| Nature's Best   |   | Northland Star  |  |
|  | 유제품: 우유, 버터, 크림, 치즈, 달걀, 아이스크림 등  |  | 치즈류  |
| Peak Fresh Produce  |   | Performance Custom Meats  |  |
|  | 프리미엄 신선 채소<br>토마토, 피망, 브로콜리, 배추, 상추, 허브 등                                     |  | 고객 맞춤형 가공육<br>소고기, 돼지고기, 양고기, 가금류 등                                  |

|   |  |   |   |
|---|--|---|---|
| <b>Piancone</b>   |  | <b>Raffinato</b>  |   |
|    | 이탈리아 식품류<br>파르사, 치즈, 커피, 델리, 냉동 디저트 등                            |    | 이탈리안 프리미엄 치즈류<br>로마노, 파르메산, 모차렐라, 프로볼로네 등               |
| <b>Ridgecrest</b>   |  | <b>Roasters Exchange</b>  |   |
|    | 케이터링<br>조리된 소고기 요리, 햄, 칠면조 구이, 샌드위치, 샐러드, 수프 베이스 등               |    | 커피류   |
| <b>Roma</b>   |  | <b>Rye Street</b>   |   |
|    | 이탈리아 식품류<br>치즈류, 토마토, 피자 도우, 피자 토핑, 애피타이저, 이탈리아 샌드위치, 밀가루, 디저트 등 |    | 피클류 및 칩   |
| <b>Salute</b>   |  | <b>Silver Source</b>  |   |
|    | 고급 모차렐라 치즈   |    | 냉동식품, 유제품, 전채요리, 수프, 계란, 통조림, 건조식품, 드레싱 및 소스, 오일, 해산물 등 |
| <b>Stonehouse</b>   |  | <b>43 Surety</b>  |   |
|    | 프리미엄 스테이크용 소고기   |    | 소고기 제품  |
| <b>Sweet Encore</b>   |  | <b>The Fresh Catch</b>  |   |
|  | 케이크, 파이 등 제과류  |  | 냉장 해산물  |
| <b>Ultimelt</b>   |  | <b>Ultimo!</b>  |   |
|  | 치즈류  |  | 피자류 냉동 피자, 피자 도우, 피자 소스, 피자 토핑, 치즈, 피자 포장 박스            |
| <b>Village Garden Dressings</b>   |  | <b>West Creek</b>   |   |
|  | 드레싱류   |  | 채소 통조림, 냉동 채소, 사이드 메뉴, 치즈, 건조식품, 수프, 유제품, 달걀, 빵류, 디저트 등 |

※ 출처: PFG

#### 4) 업체 동향

- PFG는 2017년 5월 이탈리아 푸드서비스 부문에서 손꼽히는 프레스토 푸드(Presto Foods)를 인수함. PFG는 이번 인수로 이탈리아 푸드 라인을 보강함

#### 5) 납품 관련 정보

##### ■ 구매 절차

- PFG는 5,000개 이상의 공급업체를 통해 내셔널 브랜드와 PB 제품을 구입하고 있음. 농산물과 부패하기 쉬운 제품은 지역별로 소규모 공급업체를 통해 구매함. PFG는 일반적으로 공급업체와 장기 계약을 체결하지 않음
- PFG는 구매 절차를 공개하지 않으며 웹사이트에 신규 공급업체 신청서를 제공함
  - <<http://www.pfg.com/Connect/Supplier.aspx>>를 방문해 정보를 기재한 후 제출하면 구매담당자가 검토 후 연락을 취함
  - 비스타의 공급업체 선정도 웹사이트 <<https://www.vistar.com/Become-a-Supplier.aspx>>에서 정보를 기재한 후 제출하면 됨
  - 공급업체 등록절차와 제출 서류 정보는 구매담당자에게 연락받은 업체만 제공됨

##### ■ 공급업체 선정 조건

- 납품되는 모든 제품은 연방정부, 주정부 및 로컬 정부의 식품 규정을 반드시 준수해야 하며 모든 홍보물도 미국 규정에 맞게 제작되어야 함
- PB 제품은 PFG의 품질 보증팀이 개발한 품질 규격에 맞게 제조되어야 함. 품질 보증팀은 공급업체의 시설 평가와 인증, 품질 관련 요구사항 등을 충족하는지 확인함

## 6) 마케팅/프로모션 방식

- PFG는 아래와 같이 고객 대상 마케팅 프로그램을 운영함
  - 외식업체 대상으로 <www.performancefoodservice.com>를 통해 최근 식품 트렌드와 레시피, 공급업체가 제공하는 세일 안내, 레스토랑 운영에 관한 정보를 제공함
  - 비스타는 매달 판매 실적이 좋은 제품과 신제품, 포장 형태, 제품 번호, 사이즈 등의 정보가 담긴 카탈로그를 발행해 고객들이 구매를 쉽게 할 수 있도록 서비스함
  - 비스타는 공항 매점과 같이 한정된 공간에서 판매에 적합한 제품을 선택할 수 있도록 제품진열계획(Planogram)을 제공하고 선반 운영 시스템을 도입해 판매 증대를 지원함

## 7) 이벤트

- 퍼포먼스 푸드서비스는 매년 3월과 4월 사이에 스프링 쇼(Spring Show)를 개최하지만 관련 정보는 비공개임. 행사 관련 정보는 전화 (804)484-7700 또는 <<https://www.performancefoodservice.com/Company-Information/ContactUs.aspx>>를 통해 문의해야 함

## 8) 납품 시 주의사항

- PFG는 아래와 같이 허용되지 않은 제품을 납품할 경우, 배송을 거부할 수 있고 이로 인해 발생하는 모든 비용은 공급업체가 부담함
  - 제품의 유통기간 동안 품질이 유지되지 않거나 변질된 경우
  - 리콜된 제품인 경우
  - FDA 규정에 따라 부정표시 되었거나 불량 식품에 속할 경우

## 6. 웨이크펀 푸드

### 1) 회사 소개

- 웨이크펀 푸드(이하 웨이크펀)는 소매업체가 회원사로 있는 협동조합 형태의 벤더이며 비공개 기업임
  - 1946년 12월 뉴욕과 뉴저지 일대의 7개의 독립 식품점들이 가격경쟁력을 높이기 위해 공동 구매를 시작하면서 설립되었고 현재 회원사는 50개의 독립 소매업체들로 구성되어 있음
  - 본사는 뉴저지 주 키즈비에 있으며 2017년 163억 달러의 매출을 기록함. 물류센터는 6개이며 모두 뉴저지 주에 위치해 있음
  - 리테일 부문 계열사로 슝라이트(Shop Rite), 프라이스 라이트(Price Rite), 더 프레시 그로서(The Fresh Grocer), 디어본 마켓(Dearborn Market)등 슈퍼마켓 4곳과 유제품 가공 및 유통 리딩톤 팜(Readington Farms)을 소유함





### 2) 고객 및 서비스 형태

- 뉴저지, 뉴욕, 코네티컷, 펜실베이니아, 델라웨어, 메릴랜드, 매사추세츠, 로드아일랜드, 버니지아 등 동부 9개 주를 중심으로 계열사 슈퍼마켓 329개 매장과 50개 독립 소매업체 대상으로 식품류와 비식품류를 공급함

### 3) 취급 품목

- 육류, 해산물, 과일, 채소, 제과류, 유제품, 음료, 냉동 및 냉장식품, 의약품 등 2만 개 이상의 내셔널 브랜드와 3,000개의 PB 제품을 취급함
  - 리딩톤 팜은 생수, 우유, 주스, RTD 차 등 웨이크펀 계열사의 PB 제품을 생산함
  - 슝라이트는 대부분 식품 카테고리에 PB 제품 라인을 보유함

## | 웨이크펀 PB 제품 리스트 |

| ShopRite  |  | PriceRite   |                        |
|---|--|---|------------------------|
|  | 식품, 생활용품                                     |  | 식품, 생활용품               |
| Wholesome Pantry  |  | ShopRite Kitchen  |                        |
|  | 가금류, 제과류, 샐러드 드레싱 등 210개 이상의 유기농 신선 농산물, 유제품 |  | 파스타, 수프, 차킨 등 즉석 조리 식품 |

※ 출처: Wakefern Food

## 4) 업체 동향

- 웨이크펀은 2018년 7월 마이웹그로서(MyWebGrocer)와 스폰서 리스팅(Sponsored Listing) 광고 계약을 체결함. 웨이크펀은 이번 계약을 통해 인터넷에서 자사 제품의 노출 빈도를 높여 수익성 제고에 초점을 맞출 계획임

## 5) 납품 관련 정보

- 구매 절차
  - 웨이크펀은 구매 관리부서에서 공급업체 신청을 받거나 레인지미를 통해 공급업체를 선정하고 있음. 제조업체는 구매담당자에게 업체정보와 제품정보를 이메일 또는 우편으로 보내면 구매담당자가 검토 후 관심이 있다면 추가 정보나 미팅을 요구함
  - 레인지미를 통한 업체 등록 방법
    - <<https://app.rangeme.com/suppliers/register/wakefern>>에 제품 프로필을 작성한 후 새 계정 만들기 버튼을 클릭함
    - 등록된 공급업체 제품은 카테고리 바이어와 매칭됨
    - 카테고리 바이어가 제품을 검토했는지 여부에 대한 안내문이 발송됨. 이후 과정은 위의 절차를 모두 진행된 후에 알 수 있음
  - 웨이크펀은 <<http://www2.wakefern.com/vendors>>을 통해 공급업체 납품 관련 정보와 서식 등을 제공함

## ■ 제출 서류

- 구매담당자가 미팅을 요청할 경우에는 아래와 같은 정보와 서류를 준비해야 함
  - 공급업체 일반정보
  - 공급업체 운송 관련 정보(Transportation)
  - 책임면제 합의서, 보험증명서
- 판매/프로모션 보증 합의서(Letter of agreement regarding guaranteed sales/promotion)
  - 인보이스와 대금 결제를 위한 주소를 공문 형식으로 제출
- 보험증명서는 PDF 형식으로 <certs@wakefern.com>에 보내야 함. 이메일 제목에는 반드시 '신규 공급업체 보험증명서(New Vendor Certificate of Insurance)'라고 기재하고 공급업체 회사명과 담당자 이름, 전화번호, 이메일 주소도 함께 제공해야 함. 이후 웨이크펀은 보험 관련 요구사항의 충족 여부를 공급업체에게 알려줌
- 모든 제품은 보험 가입이 의무이며 보험 가입이 안되었거나 보상 범위가 충분하지 않을 경우 납품 자체가 불가능함. 보험의 최소 적용 범위로는 일반책임보험은 건당 500만 달러, 자동차책임보험은 건당 200만 달러, 산재보험의 경우 법정 한도로 책정됨. AM 점수를 A 이상을 받은 보험회사를 이용해야 함

- 구매담당자와 미팅 후 바로 공급업체로 선정되는 것은 아니며 납품 승인 절차를 거친 후 '신규 공급업체 서식(New Vendor Form)'을 제출해야 비로소 공급업체로 등록된 것임. 필요한 서식은 <<http://www2.wakefern.com/vendors/vendor-forms>>을 통해 내려받거나 이메일 <helpdesk@wakefern.com>로 연락하면 받을 수 있음

## ■ 공급업체 선정 조건

- 웨이크펀은 제품의 신선도와 안전성을 우선시함. 신선한 상태로 적기에 공급이 가능해야 하므로 대체로 미국산 제품의 선호도가 높은 편임
- 연방정부, 주정부 및 로컬 정부의 식품 규정을 반드시 준수해야 함



- 식품의 원산지 표시와 라벨링 규정을 준수해야 함. 원산지는 제품뿐만 아니라 모든 인보이스와 선하증권에도 표기되어야 함. 공급업체가 원산지 표시를 잘못된 경우 이로 인해 발생할 수 있는 모든 비용을 부담해야 함

## 6) 마케팅/프로모션 방식

- 웨이크펀은 소매업체 회원사를 위한 서비스가 대부분임
  - 회원들에게는 PB 제품 개발을 비롯해 광고 지원, 제품별 관리, 자금지원 서비스, 마케팅 지원, 소매업체 개발, 홍보 활동 등 다양한 서비스가 제공됨
  - 도매 고객에게도 운송, 품질보증, 카테고리 관리, 매장 개발, 기술 지원 등과 같은 서비스가 제공됨

## 7) 이벤트

- 웨이크펀은 정기적으로 진행되는 이벤트는 없는 것으로 파악됨. 2018년 5월에 마케팅 전문 업체 ECRM와 공동으로 PB 제품 라인 확장을 위한 '브랜드 소식 이벤트'를 개최한 바 있음
- 웨이크펀은 NGA 회원으로 NGA가 주최하는 'The NGA Show'에 매년 참석함. 쇼에는 참가 자격에 제한이 없어 웨이크펀 구매담당자를 만날 수 있는 기회임. 이 쇼에 대한 자세한 내용은 'C&S 이벤트'편에 설명되어 있음

## 8) 납품 시 주의사항

- 모든 제품 포장은 운송 시에 발생할 수 있는 안전사고에 대비하여 제작해야 함. 만일 부적절한 포장으로 인해 발생하는 손실은 공급업체에게 배상을 요구할 수 있음
- 포장 슬립(Packing slip)에는 아래와 같은 정보를 포함해야 함
  - 구매주문서 번호, 제품 설명 및 사이즈
  - 제품 수량, 무게(순중량), 판매날짜
  - 웨이크펀 제품 번호, UPC 코드 또는 공급업체의 제품 코드

- 공급업체는 웨이크편의 품질보증 부서에 샘플을 보내 제품이 운송되기 전에 승인을 받아야 함. 품질보증을 위한 실험 비용은 공급업체가 부담함
  - PB 제품들은 반드시 웨이크편의 자체 품질 검사를 통과해야 함
  - 웨이크편의 승인 없이 재료, 제품사양, 유통기한, 포장 및 라벨 변경은 금지됨
  - 웨이크편은 품질보증 부서 또는 제3자 감사업체를 통해 PB 제품 공급업체를 포함한 모든 공급업체의 시설을 점검할 수도 있으며 점검 비용은 공급업체 부담임
- 홀섬 팬트리(Wholesome Pantry)와 홀섬 팬트리 오가닉(Wholesome Pantry Organic)에 납품되는 제품은 인공첨가물, 인공조미료, 방부제 등이 첨가되지 않아야 함. 유기농 제품은 USDA 유기농 인증이 필요함

## 9) 기타 정보

- 웨이크편은 쉽게 부패하지 않는 식품 카테고리에 한해, 기존 공급업체는 신제품 정보를 제출할 수 있음
  - 신제품은 카테고리 매니저의 승인을 받아야 하며 미팅 요청 시 아래와 같은 정보와 서류를 제공해야 함
    - 신제품 서식(New Item Form)에 가격을 포함한 신제품 정보
    - 홍보비용서식(Promotion Allowance Form) 작성 및 제품 샘플 제출
  - 미팅시 아래와 같은 내용이 논의될 수 있도록 사전 준비해야 함
    - 제품 데모의 가능성, 제품의 주요 성능 및 이점
    - 제품에 대한 마케팅, 광고 및 프로모션 계획
    - 전문 시장조사 기관의 시장데이터(예, IRI 닐슨 등)
    - 제품의 주요 고객, 매장 내 제품 배치 추천
    - 제품의 판매 실적 및 현재 판매처, 예상 판매량과 이익
    - 별쇄 인쇄(Free Standing Insert) 규모, 날짜 및 신문 발행 부수
    - 신제품 샘플 2개

## 7. 어소시에이티드 홀세일 그로서스



### 1) 회사 소개

- 어소시에이티드 홀세일 그로서스(Associated Wholesale Grocers, 이하 AWG)는 1924년 20개의 독립 식품점들이 구매력 강화를 위해 설립된 협동조합 형태의 벤더임
  - 본사는 캔자스 주 캔자스시에 있으며, 2017년 97억 달러의 매출을 기록함. 물류센터는 10개이며 모두 중북부와 중남부에 위치해 있음
  - 리테일 부문 계열사로 프라이스 차퍼(Price Chopper), 캐쉬 세이버(Cash Saver), 애플 마켓(Apple Market), 컨트리 마트(Country Mart), 트리프트웨이(Thriftway) 선 프레시(Sun Fresh) 등 슈퍼마켓을 운영하며 독립 식품점 대상으로 한 밸류 머천다이즈 컴퍼니(Valu Merchandisers Company, 이하 VMC)를 소유함

### 2) 고객 및 서비스 형태

- 미국 21개 주에 있는 4,000개의 회원 소유 식품점과 계열사 슈퍼마켓, 1,500여 개 이상의 레스토랑을 대상으로 식품류와 비식품류를 공급함
- AWG는 슈퍼마켓 개발, 부동산, 디지털 마케팅, 소매 회계 관련 계열사를 소유하고 있어 회원사를 포함한 비회원사에도 식품점 창업부터 제품 공급, 회계 처리, 마케팅에 관한 다양한 서비스를 제공함

### 3) 취급 품목

- 육류, 과일, 채소, 해산물, 델리, 유제품, 냉동식품, 제빵류 등을 취급함
  - VMC는 식품과 의약품, 미용, 일반상품 등 총 4만 3,000개가 넘는 제품을 공급함
  - AWG는 4개의 PB와 IGA 슈퍼마켓 PB 제품 공급 등 총 9,000개 이상의 PB 제품을 취급함

## | AWG PB 제품 리스트 |

|   |                                     |   |   |
|---|-------------------------------------|---|---|
| Always Save   |                                     | Best Choice   |   |
|  | 식품과 생활용품 등 450개 이상 제품               |  | 식품, 유아식 및 유아용품, 사료, 생활용품 등                |
| Clearly Organic   |                                     | Superior Selections   |   |
|  | 유기농 식품류<br>주스, 유제품, 드레싱, 소스, 즉석요리 등 |  | 프리미엄 식품류<br>아이스크림, 시럽, 곡물류, 커피, 소스, 스낵류 등 |
| IGA   |                                     |   |   |
|  | IGA 슈퍼마켓 PB 제품 공급                   |   |   |

※ 출처: Associated Wholesale Grocers

### 4) 업체 동향

- AWG는 2016년 10월 어필리에이트 푸드 미드웨스트(Affiliated Foods Midwest, 이하 AFM)와의 합병을 완료함. AFM도 협동조합 형태의 벤더로 이번 합병을 통해 AWG는 35개 주에 있는 1,000여 개의 조합원을 추가로 확보함
- 2017년 7월, 텍사스 주 포트워스에 있는 물류센터를 5,500만 달러에 매각하고 오클라호마시티에 새 물류센터를 설립 중임. 매각된 물류센터의 업무는 오클라호마시티의 새 물류센터로 이관될 예정임
- 2017년 8월, 계열사인 올웨이즈 프레시(Always Fresh)와 군납 유통권을 1,220만 달러에 매각함

## 5) 납품 관련 정보

### ■ 구매 절차

- AWG는 레인지미 <[www.rangeme.com/awg](http://www.rangeme.com/awg)>를 통해 신제품 구매와 공급 업체를 선정하고 있음. 신제품 검토는 주 1회 실시하고 있음
- 레인지미를 통한 업체 등록 방법
  - <<https://app.rangeme.com/suppliers/register/awg>>에 제품 프로필을 작성한 후 새 계정 만들기 버튼을 클릭함
  - 등록된 공급업체 제품은 카테고리 바이어와 매칭됨
  - 카테고리 바이어가 제품을 검토했는지 여부에 대한 안내문이 발송됨. 이후 과정은 위의 절차를 모두 진행된 후에 알 수 있음

### ■ 제출 서류

- 카테고리 바이어로부터 연락을 받은 업체는 신규 공급업체 등록을 진행해야 하며 신규 공급업체 정보 서식과 W-9, 보험증명서, 판매 불가 리턴 합의서 (Unsaleable Returns Agreement)를 제출해야 함
  - 보험증명서는 AWG 및 모든 계열사가 추가 피보험자로 등록되어야 하며 보험회사는 AM 점수를 A 이상을 받은 곳이어야 함
  - 상업적 일반책임은 부상 및 재산피해 발생 건수당 100만 달러, 제품 및 완료 작업 200만 달러, 의료비 1만 달러임. 자동차 책임보험은 AWG의 부지에 들어오는 차량 혹은 AWG의 공급업체 제품 운송 사고시 100만 달러(신체상해 및 재산피해 포함), 포괄배상책임보험은 400만 달러임

### ■ 공급업체 선정 조건

- 첫 거래 조건과 프로모션 계획, 현재 시장에서의 제품 수요 여부가 공급업체 선정에 중요함
- 구매주문서, 인보이스 등 모든 납품 관련 업무를 온라인에서 진행을 할 수 있어야 함. EDI로 진행하지 않을 경우 종이로 된 인보이스는 건당 \$125를 부과함

- 연방정부, 주정부 및 로컬 정부의 식품 규정을 반드시 준수해야 함. AWG는 공급업체 대상 식품 안전 설문조사(Food Safety Questionnaire)를 실시하며, 제3자 감사를 진행한 경우 감사보고서 제출을 요구함

## 6) 마케팅/프로모션 방식

### ■ AWG는 공급업체의 판매 활성화를 위해 다양한 구매 프로그램을 운영함

- 골드 시트(Gold Sheet): 벤더 쇼에서 할인 판매에 대한 공급업체의 부담을 줄이기 위한 프로그램으로 AWG는 공급업체로부터 제품 구매시 일정 금액을 펀드로 조성하여 벤더 쇼에서 발생하는 공급업체의 손실을 이 펀드로 보상해 줌
- 스페셜 세일: 골드 시트 프로그램을 이용하지 않은 공급업체에게 벤더 쇼에 참가할 수 있는 자격이 제공되며 행사에서 제품을 할인 판매하는 프로그램임
- 파워 팔레트(Power Pallets): 공급업체가 소매업체의 매대 진열에 맞게 제품을 작은 단위로 조합하여 팔레트 형태로 보내면 AWG는 고객에게 그대로 배달해 취급비용(Handling fee)이 발생하지 않음. 소매업체는 인보이스에 취급비용이 부과되지 않아 구매 가격을 낮추는 효과가 있지만 공급업체 입장에서는 포장 업무가 추가됨
- 푸드쇼 비용(Food Show Allowance): 벤더 쇼 개최 전에 사전 구매를 하는 소매업체에게 리베이트를 제공하는 프로그램임

## 7) 이벤트

- AWG는 지역별 7개 지사에서 매년 벤더 쇼를 진행하고 있으며 참가 문의는 <<https://awgsaleservices.com>>에서 이메일로 문의해야 함

### AWG 이벤트

| 지역                         | 행사명                | 행사일              | 장소                                       |
|----------------------------|--------------------|------------------|--|
| Nebraska / Great Lakes     | Spring Food Show   | 2018년 3월 8일~10일  | Century Link Center                      |
|                            | Fall Food Show     | 2018년 9월 13일~15일 | Century Link Center                      |
| Kansas City                | Spring Food Show   | 2018년 4월 18일     | KCI Expo Center                          |
|                            | Holiday Food Show  | 2018년 8월 22일     | KCI Expo Center                          |
| Nashville                  | Summer Food Show   | 2018년 4월 4일      | Opryland Convention Center               |
|                            | Holiday Food Show  | 2018년 8월 16일     | Opryland Convention Center               |
| Springfield                | Summer Food Show   | 2018년 4월 4일~5일   | Double Tree Convention Center            |
|                            | Summer Fresh Sales | 2018년 5월 2일      | Chateau On the Lake Convention Center    |
|                            | Holiday Food Show  | 2018년 8월 14일~15일 | Branson Convention Center                |
| Gulf Coast                 | Summer Food Show   | 2018년 4월 17일     | Mississippi GC Colis & Convention Center |
|                            | Holiday Food Show  | 2018년 8월 14일     | Mississippi GC Colis & Convention Center |
| Memphis                    | Summer Food Show   | 2018년 4월 26일     | Agri Center International                |
|                            | Holiday Food Show  | 2018년 8월 23일     | Agri Center International                |
| Oklahoma                   | Holiday Food Show  | 2018년 8월 16일     | Cox Convention Center                    |
| Valu Merchandisers Company | Spring Food Show   | 2018년 2월 7일~8일   | Overland park Convention Center          |
|                            | Fall Food Show     | 2018년 8월 8일~9일   | Overland park Convention Center          |

- AWG는 NGA의 회원으로 NGA가 주최하는 'The NGA Show'에 매년 참석함. 이 쇼는 참가 자격에 제한이 없어 AWG의 구매담당자를 만날 수 있는 기회임. 쇼에 대한 자세한 내용은 'C&S 이벤트'편에 설명되어 있음

## 8) 납품 시 주의사항

- AWG는 ReposiTrak 시스템을 통해 공급업체를 관리하고 있음. 이 시스템은 상거래 솔루션과 규정 준수 관련 온라인 플랫폼으로 공급업체의 데이터를 실시간 볼 수 있어 공급망의 효율성을 높이고 위험성을 최소화시킬 수 있음. 이 시스템은 연간 480달러를 부과하는 유료 서비스임
- 모든 공급업체는 ReposiTrak에 등록하여 식품 안전 규정 관련 서류를 관리해야 함
  - ReposiTrak 등록은 공급업체 등록 후 30일 이내에 완료해야 하며 만일 이 기간 내에 등록하지 못하면 모든 구매는 정지됨
  - 등록 시에 공급업체 합의서, 인증서 등 필요한 서류를 시스템에 올려야 함

## 9) 기타 정보

- 카테고리 매니저에게 신제품 정보를 전달할 때 아래와 같은 조건을 충족시켜야 함
  - 신제품 서식 작성 및 제품의 최종 포장 샘플
  - 공급업체의 현재 가격 리스트 복사본
  - 신제품 프레젠테이션은 아래 내용을 포함해야 함
    - 제품의 주요 타겟층
    - 신제품에 대한 권장하는 주요 전략
    - 식품점들의 판매 활성화를 위한 신제품의 역할
    - 주요 프로모션 방법 및 매대 진열방식
    - 신제품 런칭을 위한 프로모션 자금 계획
- AWG는 제품의 신선도를 위해 날짜기준 시스템(Dating standard system)을 운영하고 있음. 날짜기준 시스템은 AWG가 제품을 수령할 때 각 제품별로 보관방법이나 유통기한에 대한 기준을 제시함



## AWG 제품별 날짜기준 시스템

|                     | 품목                 | 제품 수령시 기준               | 온도 (화씨)   |
|---------------------|--------------------|-------------------------|-----------|
| 육류                  | 뼈있는/뼈없는 소고기(박스 포장) | 박스 포장 제거 후 10일 이내       | 28°F~40°F |
|                     | 뼈있는/뼈없는 신선 돼지고기    | 박스 포장 제거 후 8일 이내        | 28°F~38°F |
|                     | 간 소고기              | 박스 포장 제거 후 5일 이내        | 28°F~36°F |
|                     | 신선 생선류             | 박스 포장 제거 후 3일 이내        | 28°F~36°F |
|                     | 훈제 고기류             | 최대 유통기한의 50% 혹은 최소 45일  | 28°F~40°F |
|                     | 냉동 소세지류            | 최대 유통기한의 50% 혹은 최소 45일  | 2°F 이하    |
|                     | 냉동 소고기 패티          | 최대 유통기한의 50% 혹은 최소 180일 | 2°F 이하    |
|                     | 냉동 이탈리아 소시지        | 최대 유통기한의 50% 혹은 최소 75일  | 2°F 이하    |
|                     | 냉동 피자              | 최대 유통기한의 50% 혹은 최소 120일 | 2°F 이하    |
|                     | 냉동 식사/콘도그/멕시칸 푸드   | 최대 유통기한의 50% 혹은 최소 180일 | 2°F 이하    |
|                     | 냉동 새우와 냉동 해산물      | 최대 유통기한의 50% 혹은 최소 180일 | 2°F 이하    |
| 델리/<br>베이커리         | 냉동 베이커리 제품         | 최대 유통기한의 50% 혹은 최소 90일  | 2°F 이하    |
|                     | 델리 육류 및 치즈         | 최대 유통기한의 50% 혹은 최소 40일  | 28°F~40°F |
|                     | 델리 샐러드             | 최대 유통기한의 50% 혹은 최소 30일  | 28°F~40°F |
|                     | 델리 칩종류             | 최대 유통기한의 50% 혹은 최소 75일  | 28°F~40°F |
|                     | 델리용 신선 닭고기         | 박스 포장 제거 후 5일 이내        | 28°F~38°F |
| 식품/<br>유제품/<br>냉동식품 | 건조 식품              | 최대 유통기한의 50% 혹은 최소 180일 | 해당사항 없음   |
|                     | 칩 종류(Chips)        | 최대 유통기한의 50% 혹은 최소 75일  | 해당사항 없음   |
|                     | 소다, 미네랄음료, 주스 등    | 최대 유통기한의 50% 혹은 최소 60일  | 해당사항 없음   |
|                     | 냉동 식품              | 최대 유통기한의 50% 혹은 최소 180일 | 0°F~20°F  |
|                     | 냉동 도우, 피자 등        | 최대 유통기한의 50% 혹은 최소 90일  | 0°F~20°F  |
|                     | 유제품                | 최대 유통기한의 50% 혹은 최소 45일  | 28°F~40°F |

## 8. 유나이티드 내추럴 푸드

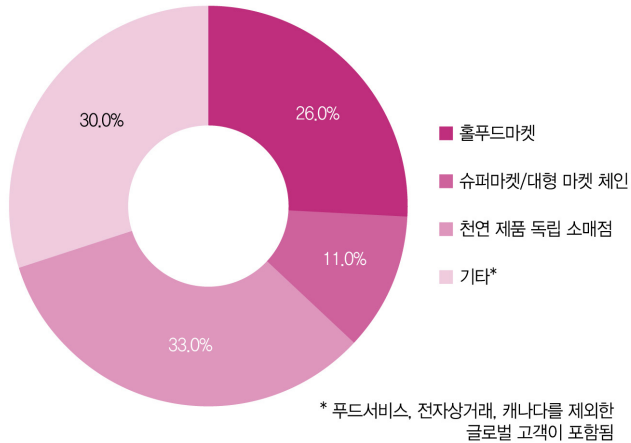
### 1) 회사 소개

- 유나이티드 내추럴 푸드(이하 UNFI)는 1977년 설립된 천연 및 유기농 전문 벤더로 2017년 92억 7,000만 달러의 매출을 기록함
  - 본사는 로드아일랜드 주 프로비덴스에 있으며 물류센터는 미국 36개, 캐나다 4개 등 총 40개를 운영함
  - 계열사는 유기농 스낵과 과자를 수입, 유통하는 우드스톡 팜(Woodstock Farms)과 슈퍼마켓 어스 오리진 마켓(Earth Origins Market)을 운영함

### 2) 고객 및 서비스 형태

- 미국과 캐나다에 위치한 4만 3,000곳에 식품류와 비식품류를 공급함
  - 홀푸드 마켓이 전체 매출의 3분의 1을 차지함. 그 뒤를 이어 슈퍼마켓과 대형 마켓 체인 30%, 천연 제품 독립 소매점 26%, 기타(푸드서비스, 전자상거래, 캐나다 제외한 글로벌 고객 포함) 11% 순으로 나타남
- 주요 고객 Top 10
  - UNFI는 지난 19년간 홀푸드 마켓의 주요 벤더였으며 2025년 9월 28일까지 납품계약이 체결된 상태임
  - 홀푸드 마켓을 제외한 주요 고객은 내추럴 그로서(Natural Grocers), 웨그만스(Wegmans), 크로거(Kroger), 어스 페어(Earth Fare), 스프라우츠 파머스 마켓(Sprouts Farmers Market), 자이언트 이글(Giant Eagle), 스탑&숍(Stop&Shop), 더 프레시 마켓(The Fresh Market), 퍼블릭스(Publix), 로블로(Loblaws)임

UNFI PB 제품 리스트



※ 출처: UNFI Annual Report

3) 취급 품목

- 육류, 해산물, 델리, 과일, 채소, 제빵류, 즉석조리식품, 냉장 및 냉동식품, 유제품, 스낵, 음료, 건강 및 미용제품 등 11만 개 이상의 천연 및 유기농 제품을 취급함
- 비타민, 건강 차와 음료 등 1만 5,000개의 건강보조식품도 제공함
- UNFI는 7개의 PB 제품 라인을 갖추고 있으며 전자상거래용 전용 브랜드도 운영함. 앨버트 오가닉스(Albert's Organics)는 유기농 제품을 매달 9,000톤이 넘게 배달함

## | UNFI PB 제품 리스트 |

|   |                           |   |   |
|---|---------------------------|---|---|
| Albert's  |                           | Select Nutrition  |   |
|  | 유기농 농산물, 신선식품             |  | 비타민, 보조제, 스포츠 영양제                                     |
| Tony's Fine Foods   |                           | Woodstock Farms   |   |
|  | 델리, 치즈, 육류, 해산물, 제과류      |  | 견과류, 건과류, 곡류, 커피, 스페셜티 스낵, 초콜릿, 요거트 등 유 기농 및 자연식품     |
| Honest Green  |                           | Blue Marble   |   |
|  | Drop Shipping, 전자상거래용 브랜드 |  | 각종 스스류 및 식용유, 주스, 과일, 꿀 등 600개 이상의 유기농 및 스페셜티 푸드제품 취급 |
| Nor Cal   |                           |   |   |
|  | 유기농 및 일반 농산물, 화훼 제품       |   |   |

※ 출처: UNFI

### 4) 업체 동향

- UNFI는 2016년부터 기업 인수를 꾸준히 추진하며 사업 영역 확대에 매진하고 있음
  - 2016년 3월 캘리포니아 주 웨스트 새크라멘토에 있는 노르-칼 프로듀스 (Nor-Cal Produce)를 인수함. 이 업체는 유기농 농산물과 화훼를 생산하며 UNFI의 자체 브랜드로 운영됨
  - 2016년 5월 천연 및 유기농 전문 해던 하우스(Haddon House)를 인수함. 해던 하우스는 동부 지역을 중심으로 건조, 냉동, 냉장 유기농 식품을 유통하고 중남미, 아시아에 유기농 제품을 수출함
  - 2016년 8월 유기농 및 신선식품 전문 유통업체인 고메 구루(Gourmet Guru)를 인수하며 건강과 웰빙 부문에 전문성을 강화함
  - 2018년 7월 26일 대형 벤더 중 하나인 슈퍼밸류(Supervalu)를 29억 달러에 인수함. 이번 인수로 UNFI는 천연 및 유기농 식품에 국한되어 있는 제품 포트폴리오를 확대시켜 광범위한 고객군을 확보할 수 있게 됨

## 5) 납품 관련 정보

### ■ 구매 절차

- UNFI는 본사에서 직접 구매를 진행하며 브로커와 레인지미를 통해서도 공급업체를 선정하고 있음. 공급업체가 되기 위해서는 제품별 공급업체 담당 매니저에게 직접 연락해야 함.
- 레인지미를 통한 업체 등록 방법
  - <https://app.rangeme.com/suppliers/register/unfi>에 제품 프로필을 작성한 후 새 계정 만들기 버튼을 클릭함
  - 등록된 공급업체 제품은 공급업체 담당 매니저와 매칭됨
  - 공급업체 담당 매니저가 제품을 검토했는지 여부에 대한 안내문이 발송됨. 이후 과정은 위의 절차를 모두 진행된 후에 알 수 있음

### UNFI 레인지미 등록화면

HOW RANGEME WORKS

**Create your profile**  
Create a free profile and upload your product

**Get discovered by buyers**  
Your product is shown to the right category buyers

**Connect and do business**  
Interested buyers will connect with you directly on Rangeme

Watch the video

Get your products discovered

UNFI buyers use Rangeme to source new products.  
Create your free profile or login here.

First name

Last name

Your business email

Choose a password

+1

Company name

Create Account

By clicking 'Create account' you indicate that you have read and agree to our terms and conditions

## ■ 제출 서류

- 공급업체로 선정된 후 모든 납품업무는 공급업체 포털 (<https://suppliers.unfi.com/Account/Login?ReturnUrl=%2F>)에서 진행됨. 로그인 정보는 UNFI에서 이메일로 보내주며 로그인 후 아래와 같은 정보를 제공해야 함
  - 제품 라벨은 평면 형태로 PDF 형식으로 제출
  - 유기농 인증서 등 필요 인증서 제출
  - 제품 가격(FOB, 배달비용 등) 제출
  - 제품 케이스 크기, 포장 사이즈, UPC 코드, 중량 등 세부 정보 제출
- 신규 공급업체는 가장 최근 버전의 인증서를 UNFI에 제출해야 하며 매년 최신 버전으로 업데이트해야 함. 유기농 인증서는 UNFI 시스템에 등록하기 전에 반드시 제출해야 함. 그러나 코셔 인증서는 필수 사항은 아니지만 만일 인증서를 제출하지 못하면 UNFI는 해당 제품을 코셔라고 인정하지 않음
- 신규 공급업체들은 W-9를 제출해야 하며 캐나다 혹은 해외 공급업체들은 특정 세금 원천징수(Tax withholding) 면제를 위해 W-8을 작성하도록 요구할 수 있음
- 신규 공급업체는 UNFI 시스템에 등록되기 전에 보험증명서를 제출해야 함

## ■ 공급업체 선정 조건

- UNFI는 새로운 트렌드를 이끌수 있는 기존에 유통되지 않은 혁신적인 제품을 찾고 있음
- 납품하는 모든 제품은 USDA 유기농 인증, NON-GMO 인증, 혹은 공정무역 인증(Fair Trade Certificate) 중 반드시 한 개의 라벨이 부착되어야 함
- 연방정부, 주정부 및 로컬 정부의 식품 규정을 반드시 준수해야 함
  - 식품에 알레르기를 유발 성분이 함유된 경우 반드시 라벨에 기재함
  - 식품이 캘리포니아 주에 판매되는 경우, 해당 제품이 유해 화학물질 규정인 Proposition 65 해당하는지 확인해야 함. Proposition 65는 캘리포니아 주 정부가 제정한 규정으로 발암이나 생식기관에 문제를 일으킬 수 있다고 알려진 물질이 함유된 경우 모든 제품에 경고 문구를 부착해야 함. 만일 유해 물질의 노출 수준이 심각한 발암 또는 생식 독성을 유발하지 않는다는 것을 증명한 경우는 예외가 적용됨

## 6) 마케팅/프로모션 방식

- UNFI는 공급업체 대상 마케팅 프로그램을 운영하며 브랜드 인지도 향상과 판매 확대에 도움을 주고 있음. 마케팅 프로그램은 (<https://unfinc.zendesk.com/hc/en-us/articles/115007706967-2018-Supplier-Marketing-Programs>)에 자세히 나와 있음
- UNFI의 마케팅 프로그램은 패키지 형태로 연간 광고 계약(Annual Advertising Agreement) 방식으로 진행됨. 연간 광고 계약시 아래와 같은 혜택이 제공됨
  - 마케팅 비용 할인, 무제한 월간 프로모션 리스트 제공
  - UNFI 발행 월간지 'New and Now'에 신제품 소개
  - 신제품 월간 스페셜 광고 포함
  - UNFI 고객 포털에 제품 광고 게재
  - UNFI 고객 포털에 공급업체 브랜드 시트(Supplier Brand Sheet)를 게시할 수 있음. 브랜드 시트는 제품의 장점과 상세 정보, 사진 등을 담은 홍보 자료임
- 신제품 월간 스페셜 광고: 예상 고객(Prospective customers)을 대상으로 첫 섹션 컬러면에 제품이 소개됨
- New and Now(월간지): UNFI 고객을 위한 월간지로 신제품과 제품의 특성을 소개함. 연간 계약 조건이며 컬러 광고와 기사형태의 홍보 옵션을 선택할 수 있음
- 신제품 소개 프로그램(New Item Introduction Program): 이 프로그램은 아래와 같이 두 종류가 있으며 가장 효과적인 하나를 선택하거나 두 개 모두 참여할 수 있음
  - 신제품 웨비나(New Item Webinar): UNFI 영업팀과 함께 월 단위로 제품에 대한 온라인 프리젠테이션을 전국 또는 지역을 나눠서 진행할 수 있음
  - Speed to Market: UNFI는 약 350명의 고객에게 신제품을 무료 제공하면 고객은 해당 제품을 자신의 소매점에 최소 3개월 동안 비치함. 전국 혹은 지역을 구분하여 진행할 수 있음
- 온라인 마케팅은 공급업체의 특성을 고려해 아래와 같이 맞춤형 전략을 제공함. UNFI 고객 포털은 월평균 30만 이상이 방문할 정도로 활성화되어 있어 제품이 리스팅 된 페이지의 방문자 수를 증대시키는데 효과적임

- 고객 포털 배너광고(Customer Portal Banner Ad): 월간 디지털 배너광고는 고객 포털 내에 전략적으로 제품을 배치시키고 매달 판매 실적이 좋은 제품을 월별 주요 테마 형태로 홍보함. 배너광고를 클릭하면 공급업체 제품 리스팅 페이지로 자동 이동되어 고객들이 손쉽게 제품을 살펴보고 주문할 수 있음
  - 어니스트 그린 전자상거래 마케팅(Honest Green eCommerce Marketing): UNFI의 전자상거래 부서에 소속된 온라인 소매업체(eTailer)를 대상으로 제품을 홍보할수 있으며 공급업체는 웹사이트와 이메일, 샘플 제공 등 여러 홍보 옵션 중 하나를 선택하여 진행함
- UNFI는 제품 구매와 프로모션 일정을 웹사이트에 게시함. 자세한 프로모션 일정과 프로그램은 <<https://unfinc.zendesk.com/hc/en-us/articles/115007868148--2018-Effective-Dates-National-Schedule-for-Suppliers-and-Brokers>>에서 확인할 수 있음

【 2019년 UNFI 제품 구매 및 프로모션 일정 】

| 월   | UNFI 제품 구매 시작 | UNFI 제품 구매 완료 | 프로모션 시작  | 프로모션 완료  | 제품 판매기간 |
|-----|---------------|---------------|----------|----------|---------|
| 1월  | 12/2/18       | 1/12/19       | 12/29/18 | 1/25/19  | 4주      |
| 2월  | 12/30/18      | 2/9/19        | 1/26/19  | 2/22/19  | 4주      |
| 3월  | 2/3/19        | 3/16/19       | 2/23/19  | 3/29/19  | 5주      |
| 4월  | 3/3/19        | 4/13/19       | 3/30/19  | 4/26/19  | 4주      |
| 5월  | 4/7/19        | 5/18/19       | 4/27/19  | 5/31/19  | 5주      |
| 6월  | 5/5/19        | 6/15/19       | 6/1/19   | 6/28/19  | 4주      |
| 7월  | 6/2/19        | 7/13/19       | 6/29/19  | 7/26/19  | 4주      |
| 8월  | 7/7/19        | 8/17/19       | 7/27/19  | 8/30/19  | 5주      |
| 9월  | 8/4/19        | 9/4/19        | 8/31/19  | 9/27/19  | 4주      |
| 10월 | 9/1/19        | 10/12/19      | 9/28/19  | 10/25/19 | 4주      |
| 11월 | 10/6/19       | 11/16/19      | 10/26/19 | 11/29/19 | 5주      |
| 12월 | 11/3/19       | 12/14/19      | 11/30/19 | 12/27/19 | 4주      |



## 7) 이벤트

- UNFI는 지역별로 4개의 쇼케이스를 진행하며 UNFI 고객 및 공급업체들만 참가할 수 있음. 쇼케이스에 대한 정보는 <<https://www.unfi.com/shows-events>>에서 확인할 수 있음

### 2019년 UNFI 이벤트

| 행사 명                     | 기간                      | 행사 장소 및 내용   |
|--------------------------|-------------------------|--|
| South Atlantic Showcase  | 2월 19일~20일              | - 플로리다주 올랜도 로스 사파이어 폴스 호텔 (Loews Sapphire Falls Hotel)<br>- 400개 공급업체와 800개 고객사 참가   |
| Pacific Showcase         | 5월 8일~9일<br>오후 4시~오후 8시 | - 캘리포니아주 롱비치 컨벤션 센터 (Long Beach Convention Center)<br>- 1,000개 이상 공급업체 참여  |
| Central Showcase         | 5월 9일~10일               | - 위스콘신주 라크로스 센터(La Crosse Center)<br>- 2018년 첫 개최, 중부지역 Piggly Wiggly, Festival, Brookshire Grocery, Lunds 등 많은 독립 소매업체와의 만남의 장 마련 |
| North Atlantic Showcase* | 10월 2일~4일 (2018년)       | - 코네티컷주 안캐스빌 모헤건 선 리조트 (Mohegan Sun Resort)<br>- 2017년까지 진행했던 UNFI Foxwoods Tabletop Show 대신 2018년부터 시작됨                           |

\* 행사기간은 해마다 차이가 있어 <[www.unfi.com/shows-events](http://www.unfi.com/shows-events)>에서 반드시 확인해야 함. 아직 시기가 정해지지 않아 2018년 행사 날짜임.

- UNFI는 매년 봄과 가을에 열리는 내추럴 푸드 엑스포(Natural Products Expo)에 참가함. UNFI 부스에서 공급업체 관련 정보를 얻을 수 있고 구매담당자들도 만날 수 있는 기회가 있음

## 8) 납품 시 주의사항

- UNFI는 납품되는 모든 식품에 NON-GMO 인증을 받도록 권고하고 있음.  
또 식품은 현행 우수제조관리기준(cGMP)에 맞춰서 제조되어야 함
- 공급업체는 제3자 감사업체가 검증한 감사보고서 사본을 매년 제출해야 함.  
감사보고서 사본은 기밀서류로 분류되지 않으며 필요 시에 배포할 수 있음.  
아래와 같은 경우에도 사본을 제공해야 함
  - UNFI 고객이 원할 경우
  - 정부(연방, 주, 시 등)에도 식품 안전 관련 문제가 발생할 경우
  - 추적 가능성을 위해 필요 시 해당 식품의 재료 및 관련 내용을 제공해야 하며 공개 가능해야 함
- UNFI는 공급업체에게 원활한 정보 제공을 위해 블로그를 운영함.  
<<http://unfisupplierupdate.blogspot.com>>를 방문하면 UNFI 직원 이름과 담당 업무, 벤더 쇼, 마케팅 지원 등 다양한 정보를 얻을 수 있음

## 9) 슈퍼밸류 납품 관련 정보

- UNFI의 계열사로 편입된 슈퍼밸류의 납품 관련 정보는 아래와 같음. 이 정보는 2018년 8월 기준이며 향후 변경될 수 있음
  - 슈퍼밸류는 본사 구매부서에서 공급업체 신청을 받아 제품 구매를 진행함.  
따라서 업체가 직접 구매담당자에게 업체 정보와 제품 소개서를 우편 또는 이메일로 제출해야 함
  - 구매담당자는 자료를 검토하고 60일 이내로 결과를 통보해주는 것이 일반적인 과정임. 1차 심사를 통과하면 추가 서류나 샘플 제출, 가격 협상 등이 진행됨.  
간혹 공급업체로 선정된 뒤에 바로 구매가 진행되지 않을 경우, 잠재 공급업체로 선정된 것임
  - 슈퍼밸류는 공급업체 다양성 프로그램을 운영하고 있어 해당되는 업체는 관련 서류를 제출해야 함

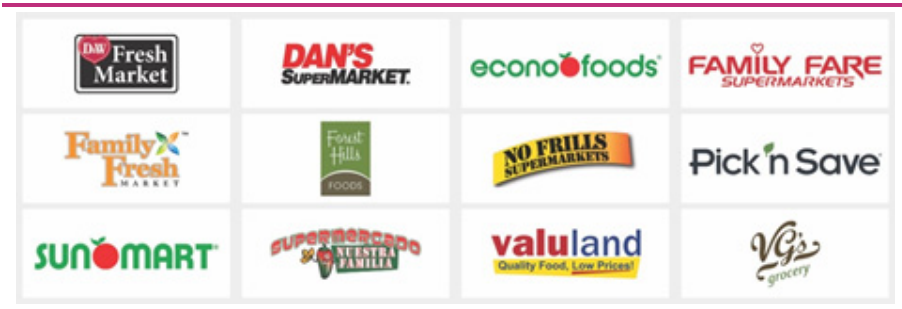
- 공급업체 포털 SVHarbor을 이용해 공급업체 등록을 진행함
  - <<https://myhome.svharbor.com/content/svpublic/svtradingpartners/svharborinformation.html>>를 통해 SVHarbor 등록에 필요한 계정을 요청하면 해당 사이트에서 요구하는 업체명, 공급업체 번호(슈퍼밸류 지정 번호), 공급업체 형태, 제품 정보 등을 입력함. 요청이 완료되면 계정 시작에 필요한 정보를 이메일로 보내줌
- 수출 및 해외 제품 구매는 슈퍼밸류 인터내셔널(SuperValu International, 이하 SVI)이 담당함. SVI는 관세, 물류, 품질 관리, 규정 준수, 제품 라벨링, 국제 무역 비용, 비즈니스 개발 및 프로모션에 관한 업무를 담당해 수출입에 차질이 없도록 유통을 책임지고 있음
  - SVI는 신규 공급업체를 찾기 위해 해외에서 열리는 이벤트에 참가하고 있음. 국제 무역의 네트워크를 구축하려면 <<http://www.supervaluinternational.com/contact>>를 통해 업체 프로파일을 제출해야 함

## 9. 스파르탄 내쉬

### 1) 회사 소개

- 스파르탄 내쉬(이하 SPTN)는 스파르탄 스토어(Spartan Stores)와 내쉬 핀치(Nash Finch)가 지난 2013년 11월 합병되면서 설립됨
- 본사는 미시간 주 그랜드래피즈에 있으며 물류센터 19개를 운영함. 2017년 매출은 81억 2,800만 달러를 기록하며 전년 대비 5.1% 증가함
- 계열사로 12개 슈퍼마켓 브랜드를 소유하며 8개 주에서 총 142개 매장을 운영함

#### ■ 스파르탄 내쉬 계열사 ■



### 2) 고객 및 서비스 형태

- 사업형태는 식품 유통과 군납, 리테일 등 3개의 부문으로 나뉘어져 있으며 군납은 MVD 상호로 운영됨
- 슈퍼마켓과 독립 식품점, DeCA(Defense Commissary Agency) 등 2,100개 이상의 매장과 계열사 슈퍼마켓에 식품류와 비식품류를 공급함
- 2017년 매출은 식품 유통 부문이 49.1%로 가장 높은 판매고를 올렸고 그 뒤를 이어 군납 26.4%, 리테일 24.5% 순으로 나타남
- 주요 고객은 DeCA, 달러 제너럴이며 전체 매출에서 Top 10 고객이 차지하는 비중은 52%임. Top 10 고객 리스트는 공개하지 않음

- DeCA는 현역, 퇴역군인, 군무원과 그 가족들을 대상으로 전세계 커미서리 (Commissary-군인 마트)에 매년 48억 달러의 식품을 판매함. SPTN는 40개 주에 위치한 커미서리 160곳에 식품을 납품하며 미국 내 군납 유통업체 부문에서 1위를 차지함
- 달러 제너럴은 미국 내 1만 4,000개의 매장을 소유한 할인점으로 SPTN의 2017년 전체 매출에서 14%의 비중을 차지함

### 3) 취급 품목

- 육류, 해산물, 과일, 채소, 제빵류, 즉석 조리식품, 냉장 및 냉동식품, 유제품, 스낵, 음료, 제약, 건강 및 미용제품 등 6만 개 이상의 제품을 취급함
- SPTN는 11개의 PB 제품 라인을 갖추고 있으며 2018년에 350개의 신제품을 추가할 예정임. DeCA와 파트너십을 통해 군대 전용 PB 제품을 출시하여 연간 1,500개 이상의 품목을 납품함

#### 스파르탄 내쉬 PB 제품 리스트

| Our Family  |                                    | Open Acres  |                          |
|---|------------------------------------|---|--------------------------|
|  | 냉동, 유제품, 육류, 건강 및 미용 등 1,700여 개 제품 |  | 베이커리, 델리, 육류, 해산물, 농산물 등 |
| Good to Go!   |                                    | @Ease   |                          |
|  | 즉석 간편식과 디저트류                       |  | 냉동 및 즉석 조리식품             |
| Full Circle Market  |                                    | PAWS Happy Life   |                          |
|  | 유기농 식품과 음료                         |  | 애완동물 사료, 용품, 장난감 등       |
| Pure Harmony  |                                    | Stoked  |                          |
|  | 애완동물 사료                            |  | 냉동피자                     |

| Tippy Ooes  |   | TopCare   |               |
|---|---|---|---------------|
|  | 유아식 및 유아용품<br>(목욕용품 및 바디 케어)                  |  | 의약품과 뷰티 케어 제품 |
| Valu Time   |   |   |               |
|  | 저렴한 가격대 브랜드<br>식품과 음료, 생활용품 등 200여 개<br>이상 제품 |   |               |

※ 출처: SpartanNash

#### 4) 업체 동향

- SPTN은 2017년 1월, 카이트 푸드 서비스(Caito Foods Service)를 인수하며 신선 농산물과 신선 조리식품 라인을 강화함. 블루 리본 트랜스포트(Blue Ribbon Transport)도 인수하며 물류사업부가 신설됨
- PB 제품인 아우어 패밀리(Our Family)는 2018년부터 미시간 주에 위치한 87개의 계열사 슈퍼마켓과 미국 전역 300개 이상의 개별 소매업체로 진출하며 판매를 확대하고 있음
- SPTN은 리테일 부문의 사업성을 고려해 2017년 매장 수를 153개에서 2018년 142개로 조정함. 반면 온라인 판매 부문은 지속적인 투자를 통해 현재 5개 주에서 58개 픽업 매장이 운영되고 있으며 본사가 위치한 그랜드래피즈 지역에 당일 배송 서비스도 제공됨

## 5) 납품 관련 정보

### ■ 구매 절차

- SPTN는 단일 브랜드의 구매 비중이 5%가 넘는 곳이 없을 정도로 여러 공급업체로부터 다양한 제품을 구매하고 있음
- SPTN는 카테고리 바이어가 본사 구매담당자에게 승인을 받은 후 구매하는 시스템임. 따라서 공급업체가 되기 위해서는 카테고리 바이어에게 직접 연락해야 함. 또한 레인지미를 통해서도 공급업체를 선정하고 있음
- 레인지미를 통한 업체 등록 방법
  - <<https://app.rangeme.com/suppliers/register/spartannash>>에 제품 프로필을 작성한 후 새 계정 만들기 버튼을 클릭함
  - 등록된 공급업체 제품은 카테고리 바이어와 매칭됨
  - 카테고리 바이어가 제품을 검토했는지 여부에 대한 안내문이 발송됨. 이후 과정은 위의 절차를 모두 진행된 후에 알 수 있음

### ■ 제출 서류

- 공급업체로 선정되면 아래와 같이 신규 공급업체 등록이 진행됨
  - <[www.spartannash.com/newvendor](http://www.spartannash.com/newvendor)>에서 공급업체 프로필과 DUNS 번호, 송금 및 지불 조건, 제품 운송 관련 정보 등을 입력해야 함
  - 등록과 함께 W-9과 보험증명서도 이메일로 제출해야 함
  - SPTN은 공급업체 다양성 프로그램을 운영하고 있음. 해당되는 업체는 등록화면 3번 'Minority Vendor Specific Information'에 관련 조건과 내용을 표시함

### ■ 공급업체 선정 조건

- 납품되는 제품은 연방정부, 주정부 및 로컬 정부의 식품 규정을 반드시 준수해야 하며 모든 홍보물도 미국 규정에 맞게 제작되어야 함
- 식품의 라벨링, 포장, 품질 등 제품의 안전성이 보장되어야 함
- 미국의 독점금지법(Antitrust law)을 준수해야 함

## 6) 마케팅/프로모션 방식

- SPTN은 소매업체를 대상으로 다양한 마케팅 서비스를 제공함
  - 정부 및 규정 업무(Government and regulatory affairs)
  - 배너, 플라이어, 브로셔 등 디자인 및 인쇄 서비스
  - 정보통신기술, 소매점 개발 컨설팅
  - 공급 및 서비스 프로그램 지원, 소비자 조사

## 7) 이벤트

- SPTN은 1년에 두 차례 봄과 가을에 쇼를 진행하며 참가 대상은 SPTN의 고객과 공급업체임. 이 쇼는 매년 행사 주제를 별도로 정해 테마형식으로 진행되는 것이 특징임. 행사 문의는 <<https://insite.spartannash.com/p/expo/vendors>>에 나와 있음

### ■ 스파르탄 내쉬 이벤트 ■

| 행사명                | 기간              | 행사 장소                         |
|--------------------|-----------------|-------------------------------|
| Spring/Summer Show | 2018년 2월 20~21일 | Minneapolis Convention Center |
| Fall/Winter Show   | 2018년 8월 15~16일 | Minneapolis Convention Center |

- SPTN은 NGA의 회원으로 NGA가 주최하는 'The NGA Show'에 매년 참석함. 이 쇼는 참가 자격에 제한이 없어 SPTN 구매담당자를 만날 수 있는 기회임. 쇼에 대한 자세한 내용은 'C&S 이벤트'편에 설명되어 있음

## 8) 납품 시 주의사항

- 군납인 경우 해당 제품에 대한 규정뿐 아니라 뇌물, 가격 관련 거래 등 관련 규정을 반드시 준수해야 함



## 10. 케헤 디스트리뷰터스

### 1) 회사 소개

- 케헤 디스트리뷰터스(이하 KeHE)는 1952년에 설립된 북미지역의 천연 및 유기농, 특수식품 전문 벤더로 2001년 직원 소유 회사로 전환됨
- 본사는 일리노이 주 네이퍼빌에 있으며 물류센터는 미국 12개와 캐나다 2개 등 총 14개를 운영함
- KeHE는 비공개 기업으로 정확한 매출은 공개되지 않지만 2017년 약 39억 달러의 매출을 올린 것으로 알려져 있음

### 2) 고객 및 서비스 형태

- 미국과 캐나다에 위치한 슈퍼마켓과 독립 식품점 3만 곳에 식품류와 비식품류를 공급함
- 주요 고객으로 스프라우츠 마켓(Sprouts Farmers Market)과 킹스 푸드 마켓(Kings Food Markets), 홀푸드 마켓(Wholefood Markets), 발두치 푸드 러버스 마켓(Balducci Food Lover's Market, 이하 발두치)임. 스프라우츠 마켓은 2017년 전체 식품 구매 중 34%를 KeHE의 건조식품과 냉동식품을 구입함

### 3) 취급 품목

- 육류, 해산물, 농산물, 냉동 및 냉장식품, 소스류, 제과류, 음료, 사료, 건강과 미용제품 등 총 7만 개 이상의 제품을 취급함. 이 중 60%는 천연 및 유기농 제품임
- 2017년 품목별 판매 비중은 천연 및 유기농 제품이 전체 매출의 69%를 차지함. 그 뒤를 이어 특수식품(에스닉 식품 포함) 20%, 치즈와 유제품, 제빵, 델리, 과일과 채소 등 신선 식품이 11% 순으로 나타남
- KeHE는 아시아, 남미, 인도, 아프리카, 중동, 이탈리아 등 에스닉 식품을

특화시켜 2만 개가 넘는 특수식품을 취급함

- 6개의 천연 및 유기농 PB 제품 라인을 갖추고 있으며 이 중 카디아(CADIA)는 북미뿐 아니라 남미에서도 인지도가 높은 유기농 브랜드임. 또 홈테이블(Home Table)은 밀 키트(Meal Kits) 전용 브랜드임

### KeHE PB 제품 리스트

| Cadia   |  | Made With   |                         |
|---|--|---|-------------------------|
|  | 천연 및 유기농 식품과 음료, Non-GMO 농산물           |  | 천연 및 유기농 식품과 음료류        |
| Sage Valley   |  | Harmony Farms   |                         |
|  | 유기농 식품과 음료류                            |  | 저장식품류, 잼류, 꿀, 스프류, 식초 등 |
| Bonavita  |  | Home Table  |                         |
|  | 지중해식 식품류, 올리브 오일, 식초, 소스, 파스타, 냉동 피자 등 |  | 밀 키트(Meal Kits)         |

※ 출처: KeHE Distributors

#### 4) 업체 동향

- KeHE는 최근 스프라우츠 마켓과 2025년까지 파트너십 계약을 갱신함
- 킹스 푸드마켓과 발두치에 2017년 6월부터 천연 및 유기농, PB 제품을 납품함. 이 두 마켓은 뉴욕과 코네티컷에 위치한 프리미엄 마켓임

#### 5) 납품 관련 정보

- 구매 절차
  - KeHE는 브로커를 통해 제품을 구매하며 웹사이트에서도 공급업체 신청을 받고 있음

- <<https://www.kehe.com/distribution/get-started>>에서 요구하는 회사명, 제품명, 담당자, 연락처 등 업체 정보를 제출하면 구매담당자가 검토한 후 필요 여부에 따라 연락을 취함. 이후 구매관련 진행사항은 공개되지 않음.
- KeHE는 위의 언급한 일반적인 구매 절차 외에도 고객으로부터 필요 제품을 요청받으면 구매담당자가 해당 제품을 찾기도 함. 매년 자체 트레이드 쇼를 개최하고 해외 엑스포 등에 참가해 제품을 구매함
- 공급업체로 선정되면 공급업체 포털(KeHE Connect)을 이용해야 함(<[https://connect.kehe.com/authorize/?notification=unauthorized#/sign\\_in](https://connect.kehe.com/authorize/?notification=unauthorized#/sign_in)>를 통해 서식, 스케줄, 프로모션, 신제품 등록, 업체 정보 업데이트 등 전반적인 업무가 진행됨. 또한 구매담당자는 수시로 정책이나 절차 등을 포털을 통해 전달하기 때문에 공급업체는 수시로 포털을 모니터링해야 함

#### ■ 제출 서류

- 공급업체 선정 후에는 아래와 같은 서류를 제출해야 함
  - 공급업체 정보서류: 연방 세금 ID(Federal Tax ID) 및 FDA 규정 준수 서류
  - 책임면제합의서 및 품질보증서, 서명된 W-9, 인보이스 샘플
  - 책임보험증명서: 건당 최소 200만달러. 비타민, 미네랄 등 영양보조제는 최소 500만달러
  - 브로커 관련 증명서류(필요한 경우)
  - 정책 및 절차 서류, 제품 가격(FOB 가격 기준), 판매 실적
- KeHE는 공급업체 다양성 프로그램을 운영하고 있어 해당되는 업체는 관련 인증서를 <[vendorsupport@kehe.com](mailto:vendorsupport@kehe.com)>으로 제출해야 함

#### ■ 공급업체 선정 조건

- KeHE는 천연 및 유기농 제품, 특수식품 도매에 특화된 업체로서 KeHE의 특성에 맞는 제품군을 갖추는 것이 중요함
- KeHE는 소비자들의 니즈에 맞는 트렌드를 주도하는 제품이나 성분을 중심으로 제품을 선택함
  - NON-GMO, 글루텐 프리, 저염, BPA프리, 공정무역, 비건, 프로바이오틱 관련

천연 및 유기농 제품, 소매업체가 틈새시장을 공략할 수 있는 새로운 제품을 선호함

- 납품하는 모든 제품은 연방정부, 주정부 및 로컬 정부의 식품 규정을 반드시 준수해야 함

## 6) 마케팅/프로모션 방식

- KeHE는 공급업체를 위한 다양한 마케팅과 프로모션을 아래와 같이 진행하고 있음. 모든 프로모션에 관련된 정보는 공급업체 포털에 자세히 게시되어 있음
- 제품 프로모션: 소매업체와 프로모션을 진행할 경우, 공급업체는 시식회와 광고 등 프로모션 비용을 부담함. 이 비용은 소매업체와 공급업체가 직접 협상하여 결정되며 KeHE는 중간에서 비용 전달을 담당함
- KeHE는 아래와 같이 마케팅 프로그램을 운영함. 모든 프로그램의 참가 비용은 공급업체에서 지불해야 함
  - 마케팅 월별 광고(Marketing Monthly Advertisement)
  - KeHE 벤더 쇼 및 이벤트, 지역별 테이블탑 쇼(Regional Table Tops) 참가
  - KeHE는 소매업체를 대상으로 카탈로그와 전단지, 프로모션 가이드를 배포함. 신규 공급업체 또는 신제품일 경우, 간행물에 광고 게재를 요구하며 비용은 반드시 선납해야 함. 만일 광고 계약을 하지 않더라도 KeHE에서 자체적으로 제품을 간행물에 게재하면 공급업체에게 게재 비용을 청구할 수 있음. 그러나 프로모션 기간에 최소 한 개의 간행물 계약을 맺거나 KeHE 쇼에 참가할 경우, 게재 비용은 면제됨

## 7) 이벤트

- KeHE는 매년 3차례 트레이드 쇼와 지역별로 테이블탑 쇼를 개최하며 참가 대상은 KeHE의 공급업체임

### KeHE 트레이드 쇼

| 행사명          | 기간               | 행사 장소   |
|--------------|------------------|---|
| Spring Show  | 2018년 10월 3일~4일  | Calvin L. Rampton Salt Palace Convention Center |
| Summer Show  | 2019년 2월 5일~6일   | Nashville Music City Center                     |
| Holiday Show | 2019년 6월 12일~13일 | McCormick Place(Chicago)                        |

- <<https://www.kehe.com/events>>에는 쇼에 대한 정보와 참가 방법이 설명되어 있음

### KeHE 지역별 테이블탑 쇼

| 지역          | 기간            | 행사 도시           |
|-------------|---------------|-----------------|
| Midwest     | 2018년 8월 8일   | Minneapolis, MN |
| Southwest   | 2018년 8월 15일  | Dallas, TX      |
| Midwest     | 2018년 8월 22일  | Milwaukee, WI   |
| West Coast  | 2018년 9월 12일  | Fullerton, CA   |
| Great Lakes | 2018년 9월 19일  | Bolingbrook, IL |
| Northeast   | 2018년 9월 26일  | New York, NY    |
| Great Lakes | 2018년 10월 10일 | Fort Wayne, IN  |

- KeHE는 NGA의 회원으로 NGA가 주최하는 'The NGA Show'에 매년 참석함. 이 쇼는 참가 자격에 제한이 없어 KeHE의 구매담당자를 만날 수 있는 기회임. 쇼에 대한 자세한 내용은 'C&S 이벤트' 편에 설명되어 있음
- KeHE는 매년 봄과 가을에 열리는 내추럴 푸드 엑스포에 대형 부스를 마련해 참가함. 부스에서 납품 관련 정보를 얻을 수 있고 구매담당자들도 만날 수 있는 기회가 있음

## 8) 납품 시 주의사항

- 납품하는 모든 제품은 포장 및 겉 포장에 UPC 번호를 반드시 기재해야 하며 가능하다면 GTIN 코드를 제공하는 것이 좋음. 또한 구매주문서가 반드시 있어야 하며 이 서류는 전자방식으로 제공되어야 함
- 제품 유통기한은 물류창고에 도착할 때 75% 남아있어야 하며 표기는 월/일/연도(MM/DD/YYYY)순으로 기재해야 함
- 제품에 변경사항이 있는 경우, 제품 수정 서류를 작성하여 제품 변경이 시작되기 90일 전에 이메일로 제출해야 함
- KeHE에서 식품 안전과 관련된 요청이 있는 경우 감사보고서를 제출해야 함
  - 유기농과 코셔 제품은 반드시 관련 기관의 규정에 맞는 인증을 받아야 하며 매년 인증 서류를 담당자에게 제출해야 함
  - 지불조건은 인보이스를 받은 날짜 또는 제품이 판매된 날짜 중 더 나중인 날짜를 기준으로 2%, 10 days, Net 30를 요구함. 이는 30일 기준으로 10일 이내에 결제되면 2% 할인하여 지급하는 조건임
  - 스페셜 이벤트 혹은 계절 주기에 독점 판매하는 SKU에 한해 2%, 60, Net 61 day를 기준으로 하고 있으며 새로 오픈한 물류창고를 이용하는 제품일 경우에도 같은 지불조건이 적용됨
  - 신제품은 공급업체 포털을 이용하여 등록하며 SKU당 셋업 비용이 부과됨. 중앙 데이터베이스에 초기 셋업은 50달러, 각 물류창고당 50달러, 1회 부과되는 제품 이미징은 40달러임

# 5

## 대형유통채널 활용방안

### 1. 크로거



#### 1) 회사 소개

- 크로거는 1883년 설립된 미국 대표 유통업체로 본사는 오하이오 주 신시내티에 위치해 있음. 2017년 1,227억 달러의 매출을 기록했으며 매출의 94%는 슈퍼마켓에서 발생함
- 슈퍼마켓(멀티 백화점, 창고형 상점 포함)은 35개 주에서 2,769개 매장이 운영됨(2018년 2분기 기준). 편의점은 2018년 초 영국 기업 EG 그룹에 매각됨

#### 크로거 계열사



- 슈퍼마켓 이외에도 약국과 주유소, 온라인 소매업체(Vitacost.com), 헬스 클리닉, 보석매장을 운영하고 있음. 물류센터는 38개를 소유함
- 자체 식품 생산공장은 유제품 17곳, 델리 및 베이커리 10곳, 식품 5곳, 음료 2곳, 육류 1곳, 치즈 2곳 등 총 37곳을 운영하며 1만 5,000개 이상의 PB 제품을 생산하고 있음. PB 제품은 자체 공장에서 77% 생산하며 나머지 23%는 외부 공급업체를 통해 구입함

## 2) 납품 관련 정보

- 크로거는 일반적으로 4만~5만 개의 제품을 취급하며 본사에서 모든 구매를 총괄함. 공급업체가 되려면 해당 부서에 직접 연락하여 납품 가능 여부를 논의해야 함. 구매담당자는 해당 제품이 필요한 제품인지 확인하고 가능성이 있다면 납품 절차를 진행함
- 크로거는 공급업체 포털(<https://www.thekrogerco.com/vendors-suppliers/become-a-supplier>)를 통해 공급업체가 되는 방법, 납품에 대한 요구 사항, 구매정책 관련 안내서, 해외 공급업체 안내서 등의 정보와 필요 서류들을 제공함.
- 크로거는 공급업체 포털 이외에도 아래와 같이 공급업체가 사용하는 시스템이 다양해 내용을 숙지한 후 이용해야 함
  - 공급업체 허브(Supplier Hub, 이하 허브): 공급업체 정보수집 관리 시스템임

### 크로거 구매담당자 리스트

| 이름                | 지역                      | 담당 업무   |
|-------------------|-------------------------|---|
| Ashley Molesworth | Cincinnati, Ohio        | Senior Category Manager                               |
| Barry Kaplan      | Portland, Oregon Area   | Buyer(Procurement)                                    |
| Barry Kaplan      | Portland, Oregon Area   | Buyer(Procurement)                                    |
| Brooke Fraser     | Fresno, California Area | Buyer(Produce)  |
| Gerry Albright    | Maineville, Ohio        | Buyer(Dry Grocery Procurement)                        |
| Julie Jones       | Portland, Oregon Area   | Buyer(Procurement)                                    |
| Megan Hoppenjans  | Cincinnati, Ohio        | Category Management Coordinator(Health & Beauty Care) |
| Veronica Wald     | Powell, Ohio            | Buyer(Procurement)                                    |

- Item MDM(Master Data Management): 크로거에서 판매되는 모든 제품 정보를 크로거가 요구하는 형식으로 제공하는 시스템으로 데이터 동기화를 위해 1WorldSync의 제품 소개 솔루션 사용하고 있음. 공급업체는 1WorldSync를 방문해



<<https://www.1worldsync.com/usaid-ghsc-psm-trading-partner-form>>에 제품 정보를 제출해야 함

- PO 및 인보이스 등 지불 관련한 시스템으로는 EDI를 사용하고 있음. EDI 웹사이트의 'EDI requests'를 통해 공급업체 셋업 후 사용 가능함. 한편 크로거는 조만간 아리바 시스템을 도입할 예정임

■ 크로거의 모든 공급업체는 2018년 4월부터 허브를 사용하고 있음

- 크로거는 신규 공급업체에게 허브를 이용할 수 있는 아이디 및 패스워드를 제공함
- 아래와 같이 허브를 통해 요구하는 정보와 서류를 제출해야 함
  - W-8, W-9, DUNS 번호
  - 보험증명서(일반책임보험 300만 달러, 인권 및 광고권 침해 100만 달러, 일반누적 보상한도 300만 달러 등)
  - 표준 공급업체합의서(Standard Vendor Agreement)
  - 공급업체 다양성 관련 서류(해당 사항이 있는 경우)
- 납품한 제품 또는 서비스 유형에 따라 아래와 같이 추가 정보를 요구할 수 있음
  - HACCP, GFSI(Global Food Safety Initiative) 등
  - 미국 신선 농산물법(Perishable Agricultural Commodities Act, PACA)
  - 프레드마이어 부록(Fred Meyer Addendum)
  - 사회적 책임 관련 감사
- 허브와 관련된 질문은 카테고리 매니저에게 연락해야 함. 이메일은(Supplier Compliance@kroger.com), 전화는 미국 (844)277-6165, 미국 외 지역 011-513-837-1140으로 문의하면 됨

■ PB 제품 공급업체 등록절차

- <<https://www.thekrogerco.com/vendors-suppliers/corporate-brand-vendors>>에 언급된 법률, 물류, 회계, 조달, 일반(포장, 배송 관련) 등 5가지 요구사항을 준수해야 하며 각 항목별 요청하는 서류를 제출해야 함
  - 공급업체 요청 서식에 대한 안내서를 숙지하여 표준 공급업체 합의를 작성 후 제출함

- 공급업체 데이터 무결성(Vendor Data Integrity)을 보장하기 위해서 공급업체 레터헤드에 송장 주소, 실제 주소, 전화번호, 지불조건 등 명시하고 W-9과 신규 공급업체 요청 서식을 제출해야 함
- 크로거는 공급업체 다양성 프로그램을 운영하여 여성이나 소수 민족이 운영하는 업체의 경우 공급업체 선정시 우선권을 주고 있음. 공급업체로 선정되면 작업장의 안전 및 보건상태, 노동력 착취 관련 정보 등을 요구받을 수 있음. 해당되는 업체는 관련 서류를 90일 이내에 제출해야 함

### 3) 기타 정보

- 크로거의 PB 제품인 심플 트루스 오가닉(Simple Truth Organic)은 USDA 유기농 인증을 요구함. 크로거의 승인 없이 재료, 제품사양, 유통기한, 포장 및 라벨을 변경하는 것은 금지됨
- 크로거의 일반적인 대금 지불조건은 공급업체의 인보이스 날짜를 기준으로 30일(Net 30 days)임. 공급업체가 빠른 결제를 원할 경우는 2%, 10 days, Net 30을 제시하여 바이어가 수락하면 이 조건으로 지급됨
- 보험 취소나 변경되는 경우 최소 30일 전에 서면으로 통보해야 하며, 해지 또는 만료의 경우 발효일로부터 최소 10일 전에 대체 보험 증빙서류를 제출해야 함
- 공급업체는 구매주문서에 대한 인보이스를 별도로 제공해야 함. 인보이스는 아래와 같은 정보가 필요함
  - 송장번호, 크로거 구매 주문 번호
  - 공급업체 이름 및 송금 주소, 제품 선적 주소
  - 현금 할인 전 실지불액, 지불조건
  - 총 출하 수량 및 인보이스 수량(식품의 경우 케이스 수량)
  - 출하일 이후 인보이스 발행일

- 공급업체로 선정되면 여러 규정을 꼼꼼히 검토하고 사소한 실수로 벌금이 부과되지 않도록 주의해야 함
  - 공급업체 제품이 리콜되어 다른 제품으로 대체해야 할 경우, 제품배송비용, 지사관리비용, 매장관리비용, 창고관리비용, 배송비용, 제품반송비용, 폐기비용, 특별관리비용, 고객 환불 등 벌금이 부과됨
  - 케이스 라벨과 포장이 잘못되었거나 서면 통보 없이 60일 전에 중단된 품목, 배송 예정일을 예약하지 않을 경우에도 벌금이 부과됨. 벌금 관련 규정은 크로거에서 제공하는 표준 공급업체 합의서(Standard Vendor Agreement for Merchandise-Products)에 자세히 나와 있음
  - 크로거는 공급업체의 행동수칙을 준수하고 있는지 확인하기 위해 감사를 진행하며 해당 공급업체에 감사 협조 요청 공문을 보냄. 감사 결과는 크로거의 Social Compliance팀에게 제출되며 만일 감사에 협조하지 않거나 심각한 위반 사항이 발견되면 주문이 연기되거나 취소될 수 있음. 감사 기관이 시정조치 계획을 제공하는 경우 지정된 시간 내에 해당 위반 사항을 시정해야 함

## 크로거 금지 성분 리스트

|   |   |   |   |   |  |
|---|---|---|---|---|--|
| A | Acesulfame-K(acesulfame potassium)                                      | D | Dimethylpolysiloxane  | P | Potassium hydroxide  |
|   | Acetylated ester of mono- and diglycerides                              |   | Diocetyl sodium sulfosuccinate (DSS)  |   | Potassium metabisulfite  |
|   | Ammonium chloride   |   | Disodium calcium EDTA   |   | Potassium nitrate or nitrite   |
|   | Antibiotics   |   | Disodium dihydrogen EDTA  |   | Potassium sorbate (acceptable in supplements only)                                   |
|   | Artificial colors (Synthetic and FD&C Certified)                        |   | Disodium guanylate (GMP)  |   | Propionates (calcium and sodium)   |
|   | Artificial flavors  |   | Disodium succinate  |   | Propyl gallate   |
|   | Aspartame   |   | Dimethylamylamine (DMAA)  |   | Propylene oxide  |
|   | Astaxanthin, acceptable in supplements, if natural                      |   | EDTA-ethylenedia mine-tetra acetic acid-chelating preservative                |   | Propylparaben  |
|   | Azodicarbonamide  |   | Erythorbic acid   |   | Saccharin  |
|   | Autolyzed yeast extract   |   | Ester gums  |   | Simplese   |
| B | Bentonite(acceptable in supplements)                                    | E | Ethanol, ethyl alcohol, except that which is used as a natural flavor carrier | S | Sodium aluminum phosphate  |
|   | Benzoates in food   |   | Ethyl vanillin  |   | Sodium aluminum sulfate  |
|   | Benzyl Alcohol  |   | Ethylene oxide  |   | Sodium benzoate  |
|   | Benzoyl peroxide  |   | Ethyoxyquin   |   | Sodium bisulfate   |
|   | BHA (butylated hydroxyanisole)  |   | FD&C colors (food dye & color)  |   | Sodium diacetate   |
|   | BHT (butylated hydroxytoluene)  |   | Glycerol ester of wood rosin  |   | Sodium ferrocyanide  |
|   | Bisulfites  |   | Hexa-, hepta- and octa-esters of sucrose                                      |   | Sodium glutamate   |
|   | Bleached flour  |   | High-fructose corn syrup  |   | Sodium metabisulfite   |
|   | Bromated flour  |   | Hydrogenated/partially hydrogenated fats & oils                               |   | Sodium nitrate/nitrite   |
|   | Brominated vegetable oil (BVO)  |   | Hydroxypropyl guar gum  |   | Sodium propionate  |
| C | Calcium bromate   | M | Methylene chloride  | T | Sodium steryl lactylate  |
|   | Calcium disodium EDTA   |   | Methyl silicon  |   | Sodium sulfite   |
|   | Calcium peroxide  |   | Modified food starch (acceptable if not chemically modified)                  |   | Solvent extracted oils, as standalone, single-ingredient oils (except grapeseed oil) |
|   | Calcium propionate  |   | Monoglycerides  |   | Sorbic acid  |
|   | Calcium stearoyl-2-lactylate  |   | Monosodium glutamate (MSG)  |   | Sucralose  |
|   | Calcium sorbate   |   | Neotame   |   | Sucroglycerides  |
|   | Caprocapylobehenin  |   | Nitrates/nitrites   |   | Sucrose polyester (Olestra, Olean)   |
|   | Carmine   |   | Oxystearin  |   | Sulfites (Sulfur dioxide), acceptable if naturally occurring, 3g., vinegar           |
|   | Certified colors  |   | Parabens  |   | Tartrazine   |
|   | Cochineal   |   | Partially hydrogenated oil  |   | TBHQ (tertiary butylhydroquinone)  |
| D | Cyclamated  | N | Polydextrose  | V | Tetrasodium EDTA   |
|   | Cystine (l-cysteine), as an additive for bread products                 |   | Potassium benzoate  |   | Trans fatty acids  |
|   | DATEM(diacetyl tartaric and fatty acid esters of mono and diglycerides) |   | Potassium Bisulfate   |   |  |
|   | Diglycerides (acceptable in supplements)                                |   | Potassium bromate   |   | Vanillin, Synthetic  |

## 2. 홀푸드 마켓



### 1) 회사 소개

- 홀푸드 마켓(이하 홀푸드)는 미국 대표 유기농 전문 마켓으로 2017년 160억 달러의 매출을 기록함
  - 본사는 텍사스 주 오스틴에 위치해 있으며 미국을 비롯해 캐나다, 영국에 진출해 총 487개의 매장을 운영함
  - 아마존이 2017년 8월 홀푸드를 인수했으며 계열사로 365 By Whole Foods Market이 있음

### 2) 납품 관련 정보

- 홀푸드는 지역별로 11개의 사무소를 통해 지역 특성과 고객 성향 등을 고려하여 제품을 구매함. 지역별로 구매방식과 제출 서류는 조금씩 다를 수 있음
  - 한 곳의 지역 사무소와 납품 계약을 하더라도 홀푸드 전체에 납품되는 시스템이 아니기 때문에 납품 이후에 구매담당자와 상의하여 판매 지역을 확대함
  - 홀푸드는 기존 공급업체를 통한 제품 구매가 일반적이며 브로커나 세일즈 랩을 통해서도 구매함. 구매담당자가 식품 박람회 참가해 신규 공급업체를 찾기도 함
- 제조업체가 직접 제품을 납품하기 위해서는 아래와 같이 3가지 방법이 있음
  - 제조업체는 판매 지역을 선정한 후, 해당 사무소의 구매담당자에게 연락하여 제품 정보를 제출함
  - 홀푸드의 공급업체 포털에서 카테고리별 리뷰 일정(Category Review Calendar)을 확인하고 필요한 서식을 내려받아 작성 후 제출함. 제출 전에 구매담당자와 접촉한 후에 서류를 제출해야 함
  - 온라인 플랫폼 레인지미를 통해 업체와 제품 정보를 등록함. 구매담당자가 해당 제품에 관심이 있으면 연락을 취함. 레인지미에 정보를 기재할 때 성분 목록을

정확하게 기재해야 함. 그러나 홀푸드는 레인지미를 통해 잠재적인 공급업체 확보에 중점을 두고 있어 이 시스템을 통해서 공급업체로 선정되기는 쉽지 않음

2019년 카테고리별 리뷰 일정

| 주요 카테고리            | 카테고리         | 공급업체 마감업무         |            |               | 최종 분류 및 할인 게시 | 물류센터 도착 예정일 | 매장 실행 프로그램***<br>In-Store Execution |
|--------------------|--------------|-------------------|------------|---------------|---------------|-------------|-------------------------------------|
|                    |              | 샘플 제출 및 신제품 정보 마감 | CM*과 미팅 완료 | CM-QS** 제품 승인 |               |             |                                     |
| Round 01: 2019년 1월 |              |                   |            |               |               |             |                                     |
| 캔디 스낵              | 딤/살사(상온보관)   | 6/14/2018         | 6/28/2018  | 8/16/2018     | 8/9/2018      | 12/13/2018  | 1/1/2019                            |
| 유제품                | 발효유          |                   |            |               |               |             |                                     |
| 아침식사용              | 건강 바(bar)    |                   |            |               |               |             |                                     |
| 유제품                | 식물성 우유       |                   |            |               |               |             |                                     |
| 아침식사용              | 에너지바         |                   |            |               |               |             |                                     |
| 유제품                | 유제품          |                   |            |               |               |             |                                     |
| 캔디 스낵              | 짹짹한 스낵류      |                   |            |               |               |             |                                     |
| 유제품                | 요거트          |                   |            |               |               |             |                                     |
|                    | 명절 상품(딸요시)   |                   |            |               |               |             |                                     |
| Round 02: 2019년 2월 |              |                   |            |               |               |             |                                     |
| 아침식사용              | 시리얼(Hot)     | 6/14/2018         | 6/28/2018  | 8/16/2018     | 8/23/2018     | 1/17/2019   | 2019년 2월                            |
| 식사용                | 애피타이저(믹스)    |                   |            |               |               |             |                                     |
| 식사용                | 콩류, 곡류, 쌀    |                   |            |               |               |             |                                     |
| 필수품                | 유아식품         |                   |            |               |               |             |                                     |
| 아침식사용              | 시리얼(cold)    |                   |            |               |               |             |                                     |
| 캔디 스낵              | 기능성 스낵       |                   |            |               |               |             |                                     |
| Round 03: 2019년 3월 |              |                   |            |               |               |             |                                     |
| 식사용                | 피클/올리브       | 6/21/2018         | 7/12/2018  | 8/30/2018     | 8/30/2018     | 2/14/2019   | 2019년 3월                            |
| 음료                 | PB생수(상온보관)   |                   |            |               |               |             |                                     |
| 아침식사용              | 우유(상온보관)     |                   |            |               |               |             |                                     |
| 음료                 | 기능성 음료(상온보관) |                   |            |               |               |             |                                     |
| 음료                 | RDT 커피/차     |                   |            |               |               |             |                                     |
| 음료                 | 주스(상온보관)     |                   |            |               |               |             |                                     |
| 식사용                | 조미료          |                   |            |               |               |             |                                     |
| 아침식사용              | 가별포장 차 -코코아  |                   |            |               |               |             |                                     |
| 캔디 스낵              | 크라커          |                   |            |               |               |             |                                     |
| 음료                 | 생수           |                   |            |               |               |             |                                     |

| 주요 카테고리            | 카테고리        | 공급업체 마감업무         |            |               | 최종 분류 및 할인 게시 | 물류센터 도착 예정일 | 매장 실행 프로그램***<br>In-Store Execution |
|--------------------|-------------|-------------------|------------|---------------|---------------|-------------|-------------------------------------|
|                    |             | 샘플 제출 및 신제품 정보 마감 | CM*과 미팅 완료 | CM-QS** 제품 승인 |               |             |                                     |
|                    | 잡화          |                   |            |               |               |             |                                     |
| Round 04: 2019년 4월 |             |                   |            |               |               |             |                                     |
| 유제품                | 그랩 앤 고      | 6/28/2018         | 8/2/2018   | 9/20/2018     | 10/4/2018     | 3/14/2019   | 2019년 4월                            |
| 유제품                | 바(Bar, 냉장)  |                   |            |               |               |             |                                     |
| 유제품                | 발효제품        |                   |            |               |               |             |                                     |
| 유제품                | 치즈(PB)      |                   |            |               |               |             |                                     |
| 유제품                | 커피/차(냉장)    |                   |            |               |               |             |                                     |
| 유제품                | 소스(냉장)      |                   |            |               |               |             |                                     |
| 유제품                | 식물성 단백질(냉장) |                   |            |               |               |             |                                     |
| 캔디 스낵              | 쿠키          |                   |            |               |               |             |                                     |
| 유제품                | 기능성 음료(냉장)  |                   |            |               |               |             |                                     |
| 유제품                | 주스(냉장)      |                   |            |               |               |             |                                     |
| 냉동식품               | 디저트(냉동)     |                   |            |               |               |             |                                     |
| Round 05: 2019년 5월 |             |                   |            |               |               |             |                                     |
| 식사용                | 유류/해산물 통조림  | 8/2/2018          | 9/6/2018   | 9/13/2018     | 11/1/2018     | 4/18/2019   | 2019년 5월                            |
| 유제품                | 플랫 브레드      |                   |            |               |               |             |                                     |
| 음료                 | 탄산음료/탄산주스   |                   |            |               |               |             |                                     |
| 냉동식품               | 피자(냉동)      |                   |            |               |               |             |                                     |
| 필수품                | 애완동물 식품     |                   |            |               |               |             |                                     |
| 유제품                | 딤/샐사(냉동)    |                   |            |               |               |             |                                     |
| 식사용                | 수프/죽        |                   |            |               |               |             |                                     |
| 콩류                 | 콩(별크형)      |                   |            |               |               |             |                                     |
| 캔디 스낵              | 사탕          |                   |            |               |               |             |                                     |
| 음료                 | 카테일/음료 믹스   |                   |            |               |               |             |                                     |
| Round 06: 2019년 6월 |             |                   |            |               |               |             |                                     |
| 제과류                | 디저트 토핑      | 8/30/2018         | 10/4/2018  | 10/11/2018    | 11/29/2018    | 5/16/2019   | 2019년 6월                            |
| 제과류                | 과일 스프레드     |                   |            |               |               |             |                                     |
| 식사용                | 식초          |                   |            |               |               |             |                                     |
| 식사용                | 파스타 소스      |                   |            |               |               |             |                                     |
| 식사용                | 파스타         |                   |            |               |               |             |                                     |
| 제과류                | 넛 버터        |                   |            |               |               |             |                                     |
| 식사용                | 야채(상온보관)    |                   |            |               |               |             |                                     |
| 아침식사용              | 가별포장 차-코코아  |                   |            |               |               |             |                                     |

| 주요<br>카테고리          | 카테고리         | 공급업체 마감업무               |               |                  | 최종 분류<br>및<br>할인 게시 | 물류센터<br>도착<br>예정일 | 매장 실행<br>프로그램***<br>In-Store<br>Execution |
|---------------------|--------------|-------------------------|---------------|------------------|---------------------|-------------------|---|
|                     |              | 샘플 제출<br>및 신제품<br>정보 마감 | CM*과<br>미팅 완료 | CM-QS**<br>제품 승인 |                     |                   |   |
| 제과류                 | 베이킹믹스/재료/말가루 |                         |               |                  |                     |                   |   |
| 제과류                 | 감미료          |                         |               |                  |                     |                   |   |
| 식사용                 | 식용유          |                         |               |                  |                     |                   |   |
| Round 07: 2019년 7월  |              |                         |               |                  |                     |                   |   |
| 냉동식품                | 아침식사(냉동)     | 10/4/2018               | 11/8/2018     | 11/15/2018       | 1/3/2019            | 6/13/2019         | 2019년 7월                                  |
| 아침식사용               | 시리얼(Hot)     |                         |               |                  |                     |                   |   |
| 냉동식품                | 식사대용식품(냉동)   |                         |               |                  |                     |                   |   |
| 유제품                 | 식물성 우유       |                         |               |                  |                     |                   |   |
| 아침식사용               | 시리얼(Cold)    |                         |               |                  |                     |                   |   |
| 냉동식품                | 애피타이저(냉동)    |                         |               |                  |                     |                   |   |
| 유제품                 | 우유(상온보관)     |                         |               |                  |                     |                   |   |
| 유제품                 | 우유 대체식품(냉장)  |                         |               |                  |                     |                   |   |
| Round 08: 2019년 8월  |              |                         |               |                  |                     |                   |   |
| 캔디 스낵               | 딤/살사(상온보관)   | 11/1/2018               | 12/6/2018     | 12/13/2018       | 1/31/2019           | 7/18/2019         | 2019년 8월                                  |
| 유제품                 | 우유 디저트       |                         |               |                  |                     |                   |   |
| 식사용                 | 세계 각국 식품     |                         |               |                  |                     |                   |   |
| 유제품                 | 달걀           |                         |               |                  |                     |                   |   |
| 유제품                 | 유제품          |                         |               |                  |                     |                   |   |
| 캔디 스낵               | 짭짤한 스낵류      |                         |               |                  |                     |                   |   |
| Round 09: 2019년 9월  |              |                         |               |                  |                     |                   |   |
| 냉동식품                | 대체 육류(냉동)    | 11/29/2018              | 1/3/2019      | 1/10/2019        | 2/28/2019           | 8/15/2019         | 2019년 9월                                  |
| 아침식사용               | 통밀바          |                         |               |                  |                     |                   |   |
| 캔디 스낵               | 쿠키           |                         |               |                  |                     |                   |   |
| 캔디 스낵               | 크래커          |                         |               |                  |                     |                   |   |
| 제과류                 | 양념           |                         |               |                  |                     |                   |   |
| 냉동식품                | 과일/야채(냉동)    |                         |               |                  |                     |                   |   |
| 아침식사용               | 에너지바         |                         |               |                  |                     |                   |   |
| 유제품                 | 기능성 음료(냉장)   |                         |               |                  |                     |                   |   |
| 냉동식품                | 디저트(냉동)      |                         |               |                  |                     |                   |   |
| 캔디 스낵               | 기능성 스낵       |                         |               |                  |                     |                   |   |
| Round 10: 2019년 10월 |              |                         |               |                  |                     |                   |   |
| 제과류                 | 과일(상온보관)     | 1/3/2019                | 2/7/2019      | 2/14/2019        | 4/4/2019            | 9/12/2019         | 2019년 10월                                 |
| 필수품                 | 종이/가정용       |                         |               |                  |                     |                   |   |



| 주요 카테고리 | 카테고리       | 공급업체 마감업무         |            |               | 최종 분류 및 할인 게시 | 물류센터 도착 예정일 | 매장 실행 프로그램***<br>In-Store Execution |
|---------|------------|-------------------|------------|---------------|---------------|-------------|-------------------------------------|
|         |            | 샘플 제출 및 신제품 정보 마감 | CM*과 마팅 완료 | CM-QS** 제품 승인 |               |             |                                     |
| 필수품     | 청소용품/가정용   |                   |            |               |               |             |                                     |
| 이침식사용   | 가별포장 차-코코아 |                   |            |               |               |             |                                     |
| 유제품     | 주스(냉장)     |                   |            |               |               |             |                                     |
| 음료      | 생수         |                   |            |               |               |             |                                     |
| 콩류      | 콩(벌크형)     |                   |            |               |               |             |                                     |
| 유제품     | 요거트        |                   |            |               |               |             |                                     |

2019년 11월 및 12월에는 신제품 미출시

\* CM-카테고리 매니저

\*\* QS-품질 기준팀

\*\*\* 매장 실행 프로그램: SAS리테일 서비스가 지원하는 프로그램으로 제품 배치, 신규 매장 오픈 지원, 신규 품목 할인, 홍보 준수, 감사 등의 서비스가 포함됨.

- 홀푸드는 공급업체 포털 (<a href="https://supplier.wholefoodsmarket.com/?loggedout">https://supplier.wholefoodsmarket.com/?loggedout</a>)를 통해 구매 정보와 공급업체 지침, 신제품 등록 등 납품 관련 업무를 진행함. 공급업체 포털 ID(vendor)와 비밀번호(wholefoods)를 입력하여 로그인하면 공급업체가 아니더라도 이 포털을 이용할 수 있음
- 홀푸드는 2017년 2월부터 IX-ONE의 제품 카테고리 관리(Category Management) 프로그램을 사용해 현재 판매되는 모든 제품 정보를 등록함. 신규 공급업체도 IX-ONE 계정에 제품 정보를 제공해야 함
- 신제품 구매는 아래와 같이 진행되며 공급업체는 자사 제품이 홀푸드의 품질 기준을 준수하는지 서류 제출 전에 다시 한번 확인해야 함
  - 서류 작성 및 제출: 신제품 리뷰 기간을 확인하고 샘플과 신제품 셋업 서식(New Item Setup Form), 제품 요약자료(New Item Presentation), 보험증명서, 각종 인증 사본 등 필요한 서류를 공급업체 포털을 통해 제출해야 함. 그와 동시에 IX-ONE에도 제품정보를 입력함
    - 미국 내 업체는 공급업체 포털→Grocery→Grocery Regional 순으로 클릭하여 해당 사무소에서 제공하는 서식을 작성하여 제출함

- 해외업체는 공급업체 포털→Grocery→Grocery Global 순으로 클릭하여 서식을 작성한 후 글로벌 신제품 제출(Global New Item Submissions)를 클릭하여 제출함
- <<http://www.ix-one.net/wfmsignup>>를 방문하여 제품 정보를 등록해야 함
- 샘플 제출: 공급업체의 해당 카테고리 매니저에게 보냄.
  - 해외업체는 홀푸드 구매담당자에게 샘플을 보내야 함. 겉 포장에 반드시 'GROCERY ROUND # CATEGORY CATEGORY REVIEW' 라벨을 붙이고 카테고리별로 최소 3개의 샘플을 아래 주소로 발송함  
Whole Foods Market  
Attn: Category Manager Name(카테고리 매니저 이름)  
Austin, Texas 78703
- IX-ONE는 공급업체에게 제품 샘플을 요구하고 제품에 대한 정보를 취합하여 홀푸드의 POS 시스템에 정보를 제공함
- 서류 검토: 카테고리 매니저는 제출된 모든 서류를 리뷰하고 IX-ONE에서 수집한 자료를 검토한 후 제품을 구매할 용의가 있으면 품질 기준팀에게 검토를 요청함. 만약 제품이 홀푸드의 품질 기준을 통과하지 못하면 카테고리 매니저는 더 이상 구매진행을 하지 않음. 모든 검토가 끝난 후 문제가 없으면 업체와의 미팅을 추진함. 만일 제품에 관심이 없다면 거절 연락을 받게 됨
  - 공급업체는 미팅에서 제품 소개 프리젠테이션을 준비함. 매장 내 제품 배치 위치에 대한 계획도 추가하면 도움이 됨
  - 구매담당자는 제품의 변경을 요구할 수 있어 홀푸드에서 제시한 요구사항에 맞춰 다시 샘플을 제출할 수도 있음
- 제품 승인: 카테고리 매니저는 제품을 승인한 후 팀원들과 함께 매장 실행 프로그램을 결정함. 매장 실행 프로그램은 SAS 리테일 서비스가 지원하는 프로그램으로 제품 배치, 신규 매장 오픈 지원, 신규 품목 할인, 홍보 준수, 감사 등의 서비스가 포함됨
- 홀푸드의 PB인 365의 신제품 구매 절차도 앞서 언급한 일반 신제품 구매 절차와 비슷함. 공급업체 포털→ 365 섹션(New Item Submissions)을 클릭하면 자세한 정보를 얻을 수 있음.

### 3) 기타 정보

- 홀푸드의 품질 기준은 <<https://supplier.wholefoodsmarket.com/quality-standards>>에 자세히 나와 있음
  - 납품하는 제품은 인공방부제, 감미료, 색소, 향료 및 수소 첨가가 없어야 함
  - 공급업체 합의(품질 기준, 미국 식품 관련 법규 등)를 준수해야 함
  - 품질 검사는 랜덤으로 진행되며, 제품 테스트 및 생산시설 관찰 등이 포함됨
  - 홀푸드는 공급업체가 NON-GMO 인증을 받고 포장에도 라벨을 부착할 것을 요구함
  - 유기농 제품은 반드시 USDA 공인 인증기관으로부터 인증을 받아야 함. 구매담당자는 납품된 제품이 제3자 제품 인증(Third party product certifications)의 최신 사본이 있는지 확인함. 인증서 사본 갱신은 인증서 발급일로부터 1년이 되기 전 최소 30일 전에 전달해야 함. USDA 유기농 인증에 관한 정보는 <<http://www.ams.usda.gov/NOP>>에 있음
  - 홀푸드는 검토되지 않은 성분과 첨가제를 허용하지 않으며, 만일 허용되지 않은 성분이나 첨가제에 대한 검증을 시작하려면 반드시 구매담당자와 논의한 후 요청에 의해서만 품질 기준팀이 성분에 대한 검토를 시작함
  - 납품하는 제품의 레시피와 성분이 변경 또는 조정되는 경우, 구매담당자에게 변경 60일 전에 보고해야 함. 변경되는 성분은 반드시 홀푸드의 품질 기준에 충족되는지 확인해야 함
  - 납품하는 제품의 포장이 변경되는 경우, 유통 전에 구매담당자에게 새 포장 변경일로부터 60일 전에 새 포장이 적용된 제품 샘플을 보내서 승인을 받아야 함
- 별도의 협상이 없는 한 홀푸드의 대금 지불조건은 공급업체의 인보이스 날짜를 기준으로 45일(Net 45 days)임. 공급업체가 빠른 결제를 원할 경우는 30일 기준으로 10일 이내에 결제되면 2% 할인(2%, 10 days, Net 30)하여 지급됨

## | 홀푸드 마켓 금지 성분 리스트 |

|                                |   |                   |   |                |  |
|--------------------------------|---|-------------------|---|----------------|--|
| A                              | Acesulfame-K(acesulfame potassium)                      | D                 | DATEM(Diacetyl tartaric and fatty acid esters of mono and diglycerides) | P              | Partially hydrogenated oil   |
|                                | Acetylated ester of mono- and diglycerides              |                   | Dimethylpolysiloxane  |                | Polydextrose   |
|                                | Ammonium chloride                                       |                   | Diocetyl sodium sulfosuccinate (DSS)                                    |                | Potassium benzoate   |
|                                | Artificial colors                                       |                   | Disodium calcium EDTA   |                | Potassium bromate  |
|                                | Artificial favors                                       |                   | Disodium dihydrogen EDTA  |                | Potassium sorbate  |
|                                | Artificial preservatives                                |                   | Disodium guanylate  |                | Propionates  |
|                                | Artificial sweeteners                                   |                   | Disodium inosinate  |                | P  |
|                                | Aspartame   |                   | EDTA  |                | Propyl gallate   |
|                                | Azodicarbonamide  |                   | Ethyl vanillin  |                | Propylparaben  |
|                                | B   | Benzoates in food | E   | Ethylene oxide |  |
| Benzoyl Peroxide               |   |                   | Ethoxyquin  |                | Sodium aluminum sulfate  |
| BHA(Butylated Hydroxyanisole)  |   |                   | FD&C colors   |                | Sodium benzoate  |
| BHT(Butylated Hydroxytoluene)  |   | F                 | Foie gras   |                | Sodium diacetate   |
| Bleached flour                 |   |                   | GMP (Disodium guanylate)  |                | Sodium glutamate   |
| Bromated flour                 |   | G                 | Hexa-, hepta- and octa-esters of sucrose                                |                | Sodium nitrate/nitrite   |
| Brominated vegetable oil (BVO) |   |                   | High fructose corn syrup  |                | Sodium propionate  |
| Calcium bromate                |   | H                 | Hydrogenated fats   |                | Sodium stearoyl-2-lactylate  |
| Calcium disodium EDTA          |   |                   | IMP (Disodium inosinate)  |                | Solvent extracted oils, as standalone, single-ingredient oils (except grapeseed oil) |
| Calcium peroxide               |   | I                 | Lactylated esters of mono- and diglycerides                             |                | Sorbic acid  |
| C                              | Calcium propionate                                      | L                 | Lead soldered cans  |                | Sucralose  |
|                                | Calcium saccharin                                       |                   | Methyl silicon  |                | Sucroglycerides  |
|                                | Calcium sorbate   |                   | Methylparaben   |                | Sucrose polyester  |
|                                | Calcium stearoyl-2-lactylate                            |                   | Microparticularized whey protein derived fat substitute                 |                | Sulfites (except in wines, meads and ciders)   |
|                                | Caprocapylobehenin                                      | M                 | Monosodium glutamate (MSG)  |                | Synthetic nitrates/nitrites  |
|                                | Carmine   |                   | Natamycin   |                | TBHQ (Tertiary Butylhydroquinone)  |
|                                | Certified colors  |                   |   |                | T  |
|                                | Cyclamates  |                   |   |                | Tetrasodium EDTA   |
|                                | Cystine (l-cysteine), as an additive for bread products | N                 |   |                | V  |
|                                |   |                   |   |                |  |

### 3. 트레이더 조 **TRADER JOE'S**

#### 1) 회사 소개

- 트레이더 조는 미국 리미티드 어소트먼트 스토어(Limited-Assortment Stores) 대표업체로 2017년 135억 달러가 넘는 매출을 기록함
  - 본사는 캘리포니아 주 몬로비아에 있으며 43개 주에서 474개 매장을 운영함. 매장 평균 4,000개 이하의 제품을 취급하며 이 중 80%가 PB 제품으로 구성됨
  - 트레이더 조는 기존 마켓들과는 다른 이색적인 제품 구성이 특징임. 특히 다양한 에스닉 식품 라인을 갖추고 있으며 고객 충성도가 매우 높아 미국인들이 가장 선호하는 마켓 중 하나임
  - 리미티드 어소트먼트 스토어는 취급 상품에 제한을 두어 매장 배치를 최소화하고 가성비 높은 PB 제품을 판매하는 매장으로 매장 평균 크기는 1만 평방피트~1만 5,000 평방피트임

#### 2) 납품 관련 정보

- 트레이더 조는 중간 유통업체를 배제하고 직접 제조업체와 거래함. 납품 관련 정보는 공식적으로 공개되지 않지만 엄격한 품질 기준과 가격 등 선정 작업이 매우 까다로운 것으로 알려짐
  - 취급 품목의 80% 이상이 PB 제품이므로 공급업체로부터는 PB 제품 형태로 납품받고 있음
  - 트레이더 조는 가격경쟁력을 갖추기 위해 일반 소매업체들이 대부분 부과하는 매대 비용이나 광고, 마케팅 비용 등을 청구하지 않음
  - 제품의 품질과 가격이 구매결정에 가장 중요한 요소로 작용함. 해외 수입품은 비교적 유통기한이 긴 가공식품 위주로 구매하며 농산물과 육류, 유제품은 미국 내에서 구매함
  - 공급업체 계약서에는 '트레이더 조와 계약 시 비즈니스 관련 내용은 공개 금지'라고 명시되어 있어 일반적인 납품 관련 절차만 공개함

- 공급업체가 되기 위해서는 <<https://www.traderjoes.com/contact-us/new-vendor-form>>에 신규 업체 등록과 제품 정보를 제출함. 구매담당자는 제출된 정보를 검토하여 관심이 있는 경우 직접 연락함. 그러나 온라인을 통한 공급업체 신청보다 직접 구매담당자와 통화하여 납품 업무를 진행하는 것이 효과적임
- 업체는 납품 업무를 진행하기 전에 트레이더 조 매장을 방문해 경쟁 제품을 확인해야 함. 이미 자사 제품과 비슷한 제품이 선점하고 있다면 어떤 방법으로 구매담당자를 공략할지 연구해야 함. 납품하는 제품은 반드시 책임 보험의 요구사항을 충족해야 함

### 3) 기타 정보

- 납품하는 제품은 인공 색소와 방부제, 향료, MSG, 트랜스지방, GMO 성분이 없어야 함. 트레이더 조의 금지 성분 리스트를 확인하여 납품에 차질이 없도록 해야 함
- 트레이더 조의 일반적인 대금 지불조건은 공급업체의 인보이스 날짜를 기준으로 30일(Net 30 days)임. 공급업체가 빠른 결제를 원할 경우는 2%, 10 days, Net 30을 제시하여 바이어가 수락하면 이 조건으로 지급됨

트레이더 조 금지 성분 리스트

|   |                                      |   |                                     |   |                                   |
|---|--------------------------------------|---|-------------------------------------|---|-----------------------------------|
|   | Artificial Colors                    | F | FD & C colors                       |   | Parabens                          |
| A | Artificial Flavors                   |   | Genetically Modified Foods          | P | Potassium Metabisulfite           |
|   | Azodicarbonamide                     | G | Green 3                             |   | Potassium Hydroxide               |
|   | Benzoates in Food                    |   | High fructose Corn Syrup            |   | Potassium Nitrate or Nitrite      |
|   | Bromated Flour                       | H | Hydrolyzed Vegetable Protein        |   | Sodium Benzoate                   |
|   | Benzoic Acid                         | L | Lye                                 |   | Sodium Diacetate                  |
| B | Benzoyl Peroxide                     |   | Methylene Chloride                  |   | Sodium Erythorbate                |
|   | BHA(Butylated Hydroxyanisole)        |   | MSG                                 |   | Sodium Hydroxide                  |
|   | BHT(Butylated Hydroxytoluene)        | M | Methyl silicon                      |   | Sodium Nitrate or Nitrite         |
|   | Brominated Vegetable Oil             |   | Methylparaben                       |   | Sodium Propionate                 |
|   | Calcium Bromate                      |   | Nitrates/nitrites                   |   | Sodium Tripolyphosphate           |
|   | Calcium Disodium EDTA                | N | Natamycin                           |   | Sodium Stearoyl-2-lactylate       |
|   | Calcium Propionate                   | O | Oxystearin                          |   | Sorbic Acid                       |
|   | Calcium Sorbate                      |   | Partially hydrogenated oil          |   | Sorbitan Monostearate             |
| C | Calcium Peroxide                     |   | Polyethylene Glycol                 | S | Sucroglycerides                   |
|   | Carmine                              |   | Polyglycerol Esters of Fatty Acids  |   | Sugar Alcohols                    |
|   | Cottonseed Oil                       |   | Polyglycerol Polyricinoleate (PGPR) |   | Sulfites (sulfur dioxide)         |
|   | Cysteine (l-cysteine)                |   | Polysorbates                        |   | Sodium Erythorbate                |
|   | DATM                                 |   | Potassium Bromate                   |   | Sodium Metabisulfite              |
|   | Disodium Calcium EDTA                |   | Potassium Benzoate                  |   | Sodium Sulfite                    |
|   | Disodium Dihydrogen EDTA             |   | Potassium Bisulfate                 |   | Stannous Chloride                 |
| D | Disodium Guanylate (GMP)             | P | Potassium Hydroxide                 |   | Stearoyl-2-lactylate (calcium)    |
|   | Disodium Inosinate (IMP)             |   | Potassium Sorbate                   |   | Stearoyl-2-lactylate (sodium)     |
|   | Diocetyl sodium sulfosuccinate (DSS) |   | Propionates                         |   | TBHQ (Tertiary Butylhydroquinone) |
|   | EDTA                                 |   | Propyl Gallate                      |   | Tetra sodium EDTA                 |
|   | Erythorbic Acid                      |   | Propylene Glycol                    | T | Toluene                           |
|   | Ethylene Oxide                       |   |                                     |   | Triacetin (Glycerol triacetate)   |
| E |                                      |   |                                     |   | Triclosan                         |
|   | Ethyoxyquin                          |   | Propylparaben                       | V | Vanillin                          |
|   |                                      |   |                                     | Y | Yellow Prussiate of Soda(YPS)     |

## 4. 코스트코 홀세일

### 1) 회사 소개

- 코스트코 홀세일(이하 코스트코)은 1993년 프라이스 클럽과 코스트코가 합병하여 탄생함. 미국에서 회원제 창고형 할인매장의 대표업체임
- 2017년 661억 달러 매출로 전년 대비 5.3% 증가함. 본사는 워싱턴 주 이사콰에 있으며 미국에 518개(푸에르토리코 포함), 캐나다에 98개 등 총 616개 매장을 운영함
- 식품 판매는 전체 매출의 35%를 차지하며 그 뒤를 이어 잡화 20%, 건강 및 화장품 5% 순으로 판매 비중을 보임

### 2) 납품 관련 정보

- 코스트코는 본사에서 직접 제조업체와 거래하는 것이 일반적이며 인하우스브로커(In House Broker)를 통해서도 제품을 구매함
- 코스트코는 내셔널 브랜드와 PB(키크랜드) 제품 등 약 3,800여 개의 품목을 취급함. 다른 대형 소매업체보다 취급 품목은 적지만 저렴한 고품질 제품을 선별해 다량 계약을 통해 공급가를 낮추는 구매정책을 시행함
- 제조업체는 코스트코 매장을 방문해 유사 제품의 가격을 체크해야 함. 유사 제품과 비교해 자사 제품의 가격이 높다면 공급업체 선정이 어려울 수 있음
- 일반적인 구매 절차는 아래와 같음
  - 제조업체가 원하는 지역을 선정할 뒤 해당 사무소로 연락해야 함. 구매담당자와 구매 관련 정보는 비공개임
  - 서류 제출: 제품 정보, 사업자등록증, 재무제표, 납품 계획서 등을 제출함. 납품 계획서에는 모든 내부 비용, 견본, 광고 및 홍보물, 환불, 거래 개시 비용 등의 상세 정보를 포함해야 함. 공급업체 선정에 가장 중요한 것은 가격경쟁력으로 최저 납품가를 제시하는 것이 좋고 기존에 높은 판매 실적을 기록했다면 관련 서류를 함께 제출하면 유리함
  - 샘플 테스트: PB 제품은 엄격한 품질 수준을 요구해 고급제품과 비교해서 최소



80% 수준을 유지해야 함

- 식품 안전 인증과 시설 감사: 코스트코가 지정한 제3자 감사기관이 제조시설을 방문함. 감사기관은 코스트코의 식품 안전 기준을 충족 하는지, 대량 납품 능력 여부 등을 엄격하게 조사함. 감사 비용은 공급업체가 부담함
  - 공급업체 선정 및 추가 서류 제출: 모든 과정을 거쳐 공급업체로 선정되면 코스트코에서 요청하는 서류를 추가로 제출하고 구매담당자들은 향후 제품의 판매 가격과 계획들을 상의함
- 코스트코는 앤더슨 데이몬(Anderson Daymon Worldwide)을 인하우스브로커로 지정함
- 이 회사는 제품 컨설팅부터 프리젠테이션 준비, 제품 포장, 디자인 등 납품 관련 모든 업무를 대행함. 또 공급업체로 선정된 뒤에는 구매 주문, 마케팅, 정보관리 등 마케팅 부문까지도 서비스함
  - 전 세계 11개 지사를 운영하며 코스트코 전용 담당자만 200여 명 이상임. 이 회사의 영향력은 상당히 커 많은 업체들이 이곳을 통해 코스트코 납품 업무를 추진함
- 코스트코는 공급업체 다양성 프로그램을 운영하여 여성이나 소수 민족이 운영하는 업체의 경우 공급업체 선정시 우선권을 주고 있음. 공급업체로 선정되면 작업장의 안전 및 보건상태, 노동력 착취 관련 정보 등을 요구받을 수 있음
- 공급업체는 자발적으로 모든 상품을 최저가로 공급해야 하며, 만일 이를 지키지 못할 경우 구매담당자는 해당 공급업체와의 거래를 중단할 수 있음.

### 3) 기타 정보

- 코스트코는 품목마다 매주 판매되는 목표액이 정해져있어 이를 달성하지 못할 경우 다른 제품으로 대체함. 한 번 취소된 제품은 다시 납품하기 어렵기 때문에 할인판매, 할인쿠폰, 리베이트, 데모행사 등 다양한 프로그램을 이용해 판매를 촉진시켜야 함

- 제품이 매장에서 정식 판매되기 전에 홍보의 목적으로 로드쇼(Road Show)를 진행함. 매장에서 일정기간 동안 판매하고 다른 매장으로 옮기거나 처음부터 지정한 매장에서 여는 경우도 있음
- 구매는 팔레트 단위로 이뤄지며 배달은 제조업체가 직접 코스트코 물류창고에 배송하면 전 매장에 발송되는 시스템임. 제품 도착시간 전후로 15분 이내에 배달되어야 하며 이를 어길 경우 벌금이 부과되며 최악의 경우 주문취소를 당할 수 있음. 따라서 배달사고가 일어나지 않도록 신경 써야 함. 참고로 구매담당자는 배달 하루 전에 구매를 취소할 수 있음
- 모든 제품에는 바코드가 부착되어야 하며 코스트코 품목 번호가 기재되어야 함. 제품 포장 및 라벨에는 정확한 정보를 표기해야 함
- 대금 지불조건은 코스트코와 별도의 합의가 없는 한 제품 배송이 끝난 후에 지불됨. 선지급을 원할 경우 구매담당자와 지불조건을 다시 정함
- 공급업체들은 코스트코에 판매하는 모든 제품을 GDSN 데이터 풀에 게재하여 갱신해야 함. 코스트코가 인증한 GDSN 데이터 풀 공급자는 FSEnet+임
- FSEnet+는 코스트코의 데이터 수신자 톨셋을 도입해 공급업체들로부터 받은 제품 정보를 GDSN과 코스트코의 백-엔드(Back-end) 시스템을 통해 완전히 통합하고 검증할 수 있게 함. GDSN 실행절차는 아래와 같음
  - <<http://www.fsenet.com/costco>>에서 요구하는 정보를 기재하고 제출함. 만일 GDSN을 게시하지 않은 경우 FSEnet+에 연락하여 실행해야 함. 해당 문서에서 요구하는 목록을 검토함. 코스트코는 해당 업체의 GLN(Global Location Number)을 기반해 신청서를 생성함
  - 코스트코에 납품할 제품의 정보를 준비하고 제출함
  - 구매담당자는 FSEnet+에 제출된 제품을 검토하고 카탈로그 품목 확인(Catalog Item Confirmations, 이하 CIC) 메시지를 보냄. 공급업체는 CIC 메시지를 검토하고 답변해야 함
  - 신제품은 신규 또는 업데이트 상태로 제출하고 제품을 비활성화하려면 삭제 상태로 제출함

■ CIC 메시지는 아래와 같은 절차로 진행됨

- 승인(Accepted): 제출된 문서는 코스트코에서 수령한 뒤 몇 시간 내에 “GDSN 인증기관이 제품을 수령하고 검토함(Item has been received and reviewed by Costco Wholesale GDSN validations)” 이라는 답변을 보내줌
- 검토(Review): 제품이 감사를 통과하지 못하거나 내부 검토를 통과하지 못할 경우 “코스트코 내부 검토에서 통과하지 못함(Item fails audit and/or fails Costco’s internal review)”이란 메시지와 함께 검토 상태에 대한 이유가 CIC999로 전송됨. 공급업체는 제품이 통과하지 못한 이유를 참고하여 시정해야 함
- 동기화(Synchronized): 검증 및 감사가 완료되면 “제품이 통과되었고 코스트코 내부 시스템에 탑재되었으며, 개정이 이루어지는 대로 갱신됨(Product has been accepted and loaded into Costco Wholesale internal system and is updated as revisions occur).” 이란 답변이 전송됨
- 거부(Rejected): “코스트코가 제품 등록을 해제함(Product is de-listed by Costco Wholesale)”. 제품은 다시 후보(Eligible) 상태가 되며 감사를 통과했을 경우는 ‘승인 CIC’ 또는 감사를 통과하지 못한 경우는 ‘검토 CIC’ 상태가 됨. 필요한 경우, 해당 제품은 승인 혹은 검토 CIC 상태를 받은 직후 FSEnet+에 ‘삭제’ 상태로 게재될 수 있음

■ 코스트코는 공급업체가 행동수칙을 잘 준수하고 있는지 파악하기 위한 감사를 진행함

- 공급업체는 식품 안전 감사 및 인증을 진행해야 하며 중국에 있는 업체는 6개월에 한 번씩 감사를 받아야 함. 식품 안전 감사는 공급업체의 전반적인 식품 안전 상태에 대한 최신 정보를 수집하고 개선할 사항을 파악하여 알려줌
- 감사는 <[www.traqtion.com/costcofood](http://www.traqtion.com/costcofood)>를 방문해 등록하면 프로세스가 진행됨. 감사 관련 결과는 코스트코에게만 공개됨
- 코스트코는 감사 결과를 검토 후 공급업체와의 계약을 지속 또는 종료할 수 있으며 제품을 반환하거나 철수, 시정 조치를 취할 것을 요구할 수 있음. 이에 따른 모든 손실은 공급업체의 책임임. 감사 관련 정보는 코스트코에서 제공하는 ‘Food Safety Audit Expectations’ 에 자세히 나와 있음

## 5. 7-일레븐



### 1) 회사 소개

- 세븐 일레븐은 전세계에서 가장 큰 편의점 체인으로 일본 기업 세븐 & 아이 홀딩스(Seven & i Holdings Co.)의 계열사임. 본사는 텍사스 주 어빙에 위치해 있음
  - 매장은 북미에 1만 1,600개(주유소 3,700개 포함), 해외 17개국에 약 6만 6,000개가 운영되고 있으며 북미 매장의 80%는 프랜차이즈 매장임
  - 2017년 169억 달러의 매출을 기록, 지난해 동기 대비 13% 성장함. 주유소 매출이 전체 매출의 50% 비중을 차지하며 나머지는 식품과 음료, 담배 판매에서 발생함
  - 식품과 음료, 담배, 생필품 등을 취급하며 매장에 따라 주유, 금융, 배송 서비스도 제공함. 최근 즉석 샐러드, 손질된 과일, 단백질 도시락, 샌드위치 등 냉장 간편식 라인을 확장하고 있으며 편의점 최초 식품과 음료 PB 제품 라인을 구축함. 또한 신선 농산물과 기타 유기농 제품을 판매해 전통 편의점과 차별화 마케팅을 구사함

### 2) 납품 관련 정보

- 7-일레븐은 일반적인 납품 관련 정보만 공개하고 있어 자세한 구매 절차는 공급업체로 선정된 후에 알 수 있음. 일반적인 제품 구매 방식은 아래와 같음
  - 브로커를 통한 제품 구매가 일반적임(브로커 수수료는 일반적으로 약 5%대임)
  - 세일즈랩을 통한 구매
  - 아리바를 통해 공급업체 선정
    - 아리바를 통한 공급업체 등록 방법은 아래와 같음
    - <http://corp.7-eleven.com/corp/business>에 'Supplier Information Management'를 클릭하면 아래와 같이 3단계로 등록절차가 진행됨
    - 회사 정보 입력(\* 표시는 필수 기재사항)

- 사용자 계정 정보 입력(\* 표시는 필수 기재사항)
  - 사용 약관 및 아리바의 개인 정보 취급 방침을 읽고 동의
- 등록을 마치면 계정 활성화 성공에 대한 확인 내용과 임시 ID와 보안코드를 담은 초대장을 이메일로 보내줌
- 업체는 이메일에 있는 링크를 클릭하여 임시 ID와 보안코드를 입력한 후 회사 프로필을 완료하면 아리바 대시보드(Dashboard)에 접근할 수 있음. 기존 공급업체는 이미 사용중인 계정을 로그인하면 됨. 만일 계정에 접근할 수 없다면 다시 확인 이메일을 요청해야 함. 그러나 등록이 완료되었다고 공급업체로 선정된 것은 아님
- 구매담당자는 아리바에 등록된 예비 공급업체를 검토하고 관심이 있으면 선정 절차(서류제출, 미팅일정, 품질체크, 가격협상 등)를 진행함. 공급업체로 선정된 후에는 송장, 구매주문서, 선적 등 납품에 관련된 서식은 모두 EDI 시스템을 사용함

**Associated Wholesale Grocers** 〈Annual Report〉〈Resource Guide〉  
 〈Associated Wholesale Grocers -Vendor Packet for Grocery〉  
**Costco** 〈Wholesale Corporation Ltd GDSN Vendor Implementation Guide〉  
 〈Supplier Code of Conduct.pdf of conduct〉〈Food Safety Expectations〉  
 〈Shipping Routing Guide U.S〉 〈Annual Report〉  
**C&S Wholesale Grocers** 〈New Vendor Packet〉〈Vendor relation access ref guide〉  
 〈Annual Report〉〈Product Catalog〉  
**IBISWorld** 〈Grocery Wholesaling in the US Industry Report〉  
**KeHE** 〈Intro-Slides〉〈Supplier Code of Conduct〉〈Sprouts Farmers Market  
 Annual Report〉〈Distributors Vendor Policy〉  
**Kroger** 〈Standard vendor agreement for manufacturing procurement〉  
 〈Standard vendor agreement merchandising product〉〈Corporate Brands New  
 Item Sample Process〉 〈Annual Report〉〈Display guidelines〉〈Standard Vendor  
 Agreement for Reference only〉〈Vendor forms〉〈Vendor Code of Conduct〉  
**McLane** 〈SupplierManual〉〈 Supplier Agreement Process Overview〉 〈EVENT  
 NTSCustomerInvite〉  
**Performance Food Group** 〈General OrderGuide Ads〉  
**SpartanNash** 〈Annual Report〉〈New Vendor Form〉〈Code of Conduct〉  
**SuperValu** 〈Supplie Registration User Guide〉〈Supplier Diversity Registration  
 Process〉  
**Sysco** 〈Annual Report〉〈At a Glance〉〈Supplier PlayBook Template〉  
 〈Supplier Compliance Manual〉〈Supplier SIPM Training〉  
**The National Grocers Association**〈 NGA-opportunities-guide〉  
**United Natural Foods** 〈2018 Marketing Program Listing〉〈2018 UNFI  
 Annual Advertising Agreement〉〈Supplier Advertising Agreement Guidelines〉

〈Supplier portal quick start guide〉〈Supplier Policies〉〈2018 Supplier Reports〉〈Supplier Information Form〉〈2018 UNFI Supplier In-Site Reporting Summary〉〈2019 UNFI Broker Deadline Calendar〉〈2018 UNFI National Deadline Calendar〉〈Monthly Specials Ad Specs Sheet〉〈HotSheets 2018 September Sell Sheet CP-East〉〈Annual Report〉

**US Foods** 〈Consolidated Vendor Policy〉〈Supplier Code of Conduct〉〈Scoop20〉〈Supplier Product Tab〉〈Annual Report〉

**Wakefern** 〈Current Supplier Guidelines revised〉〈New Supplier Requirements revision〉〈Supplier Relationship〉〈New Vendor Request Form〉〈Annual Report〉

**Whole foods** 〈Supplier Guidelines 2018〉〈Food Ingredients July 2018〉〈New Ingredient Form Foods〉〈Global Grocery Promotions Overview FY2019 final〉〈2019 WFM Global New Item Setup Form〉〈2019 Grocery New item Submission Instructions〉〈FY19 Grocery Category Review Calendar -EXTERNAL〉〈GMO Labeling Policy Update USDA Federal Regulation〉

#### 웹사이트 자료

Associated Wholesale Grocers 〈[www.awginc.com](http://www.awginc.com)〉 〈[www.awginc.com/vendors.html](http://www.awginc.com/vendors.html)〉〈[app.rangeme.com/suppliers/register/awg](http://app.rangeme.com/suppliers/register/awg)〉〈[www.awgconnect.com/faqs.aspx](http://www.awgconnect.com/faqs.aspx)〉

Costco 〈[www.costco.com](http://www.costco.com)〉〈[www.adww.com](http://www.adww.com)〉〈[www.fsnet.com](http://www.fsnet.com)〉

C&S Wholesale Grocers 〈[www.cswg.com](http://www.cswg.com)〉〈[www.mgfpa.org/2018-calendar-events](http://www.mgfpa.org/2018-calendar-events)〉〈[best-met.com/trade-calendar-event/?id=612](http://best-met.com/trade-calendar-event/?id=612)〉〈[www.theproducenews.com/more-sightings/sightings/18264-c-s-wholesale-grocers-holds-west-coast-food-show#!3Better\\_Produce\\_\\_Inc.\\_\\_\\_Juan\\_Cisneros\\_Alma\\_Reyes\\_Perla\\_Bernal\\_Sergio\\_Perez](http://www.theproducenews.com/more-sightings/sightings/18264-c-s-wholesale-grocers-holds-west-coast-food-show#!3Better_Produce__Inc.___Juan_Cisneros_Alma_Reyes_Perla_Bernal_Sergio_Perez)〉

KeHE 〈[www.kehe.com](http://www.kehe.com)〉〈[www.theshelbyreport.com/2018/06/21/kehe-2018-holiday-show-highlights](http://www.theshelbyreport.com/2018/06/21/kehe-2018-holiday-show-highlights)〉

Kroger 〈[www.kroger.com](http://www.kroger.com)〉〈[www.1worldsync.com](http://www.1worldsync.com)〉

McLane 〈[www.mclaneco.com](http://www.mclaneco.com)〉

NATIONAL 〈[www.thengashow.com](http://www.thengashow.com)〉

**Performance Food Group** <[www.pfgc.com](http://www.pfgc.com)><[investors.pfgc.com/press-releases/2017/05-10-2017-120026412](http://investors.pfgc.com/press-releases/2017/05-10-2017-120026412)><[www.performancefoodservice.com/Your-Operation/Save-With-Deals-and-Rebates.aspx](http://www.performancefoodservice.com/Your-Operation/Save-With-Deals-and-Rebates.aspx)><[www.vistar.com/Become-a-Supplier.aspx](http://www.vistar.com/Become-a-Supplier.aspx)> <[www.performancefoodservice.com/Ideas-and-Trends/Market-Trends.aspx](http://www.performancefoodservice.com/Ideas-and-Trends/Market-Trends.aspx)>

**RangeMe** <[www.rangeme.com](http://www.rangeme.com)>

**SAP Ariba** <[www.ariba.com](http://www.ariba.com)>

**SpartanNash** <[www.spartannash.com](http://www.spartannash.com)><[theproducenews.com/www.producenews.net/more-sightings/sightings/20793-spartannash-holds-midwest-spring-expo#!BARI\\_PRODUCER](http://theproducenews.com/www.producenews.net/more-sightings/sightings/20793-spartannash-holds-midwest-spring-expo#!BARI_PRODUCER)>

<[www.fooddive.com/news/grocery--spartannash-sees-distribution-gains-while-profit-falls/524578](http://www.fooddive.com/news/grocery--spartannash-sees-distribution-gains-while-profit-falls/524578)>

**Supermarketnews** <[www.supermarketnews.com/data-table/associated-wholesale-grocers-0](http://www.supermarketnews.com/data-table/associated-wholesale-grocers-0)>

**SuperValu** <[myhome.svharbor.com/content/svpublic/svtradingpartners/svharborinformation.html](http://myhome.svharbor.com/content/svpublic/svtradingpartners/svharborinformation.html)><[www.supervalu.com](http://www.supervalu.com)>

**Sysco** <[www.sysco.com](http://www.sysco.com)>

**Trader Joe's** <[www.traderjoes.com](http://www.traderjoes.com)><[www.repsly.com/blog/consumer-goods/how-to-get-your-product-in-whole-foods-and-trader-joes](http://www.repsly.com/blog/consumer-goods/how-to-get-your-product-in-whole-foods-and-trader-joes)>

**United Natural Foods** <[unfinc.zendesk.com/hc/en-us/articles/115007706967-2018-Supplier-Marketing-Programs](http://unfinc.zendesk.com/hc/en-us/articles/115007706967-2018-Supplier-Marketing-Programs)><[www.unfi.com](http://www.unfi.com)>

**US Foods** <[www.usfoods.com](http://www.usfoods.com)><[www.nrn.com/mergers-acquisitions/us-foods-acquires-another-distributor](http://www.nrn.com/mergers-acquisitions/us-foods-acquires-another-distributor)><[www.cspdailynews.com/category-news/foodservice/articles/us-foods-acquire-all-american-foods](http://www.cspdailynews.com/category-news/foodservice/articles/us-foods-acquire-all-american-foods)>

**Wakefern** <[www2.wakefern.com](http://www2.wakefern.com)><[www.supermarketnews.com/private-label/wakefern-eyes-new-store-brand-opportunities](http://www.supermarketnews.com/private-label/wakefern-eyes-new-store-brand-opportunities)>

**Whole foods** <[www.wholefoodsmarket.com](http://www.wholefoodsmarket.com)><[www.repsly.com/blog/consumer-goods/how-to-get-your-product-in-whole-foods-and-trader-joes](http://www.repsly.com/blog/consumer-goods/how-to-get-your-product-in-whole-foods-and-trader-joes)>

**7-Eleven** <[www.7-eleven.com](http://www.7-eleven.com)><[corp.7-eleven.com/corp/business](http://corp.7-eleven.com/corp/business)>



[2018년 하반기 해외 이슈조사]  
미국 식품대형벤더 TOP 10 현황

**보고서 기획 :** 한국농수산물유통공사 뉴욕지사

**발행 일 :** 2018년 12월

**발행 처 :** 한국농수산물유통공사 수출정보부

**주 소 :** 전라남도 나주시 문화로 227

\* 본 자료는 한국농수산물유통공사 KATI 농식품수출정보 홈페이지([www.kati.net](http://www.kati.net))에서 보실 수 있습니다.

\* 본 자료에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.

\* 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나, 무단전제 및 복사는 법에 저촉됩니다.

