

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202310-22
품목 | 쌀과자(Rice Snack)
HS CODE | 1905.90-1050
국가 | 미국(USA)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

| | |
|-------|----|
| 1. 요약 | 04 |
|-------|----|

II. 시장규모

| | |
|--------------------|----|
| 1. 미국 간식 및 스낵 시장규모 | 06 |
| 2. 미국 스낵 식품 시장규모 | 07 |
| 3. 미국 쌀과자 시장규모 | 08 |
| 4. 미국 쌀과자 수입규모 | 09 |

III. 시장트렌드

| | |
|-------------------------------------|----|
| 1. '봉지'와 '팩' 포장 빈출 | 12 |
| 2. 현지 제품은 자극적인 맛이 많아...담백한 한국 제품 인기 | 13 |
| 3. 미국 쌀과자 시장, 현지 브랜드 인기 | 14 |
| 4. 건강한 맛으로 홍보하는 쌀과자 | 15 |

IV. 유통채널

| | |
|--------------------|----|
| 1. 미국 쌀과자 유통채널 점유율 | 17 |
| 2. 미국 쌀과자 주요 유통채널 | 18 |

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

| | |
|----------------------|----|
| 1. 미국 쌀과자 통관 및 검역 절차 | 31 |
| 2. 미국 쌀과자 품질 인증 | 33 |
| 3. 미국 쌀과자 라벨링 | 38 |
| 4. 미국 쌀과자 성분 및 유해물질 | 42 |

VI. 수입·유통업체 인터뷰

| | |
|---------------------------|----|
| 1. 에이치마트유에스에이(H Mart USA) | 47 |
| 2. 월마트(Walmart) | 50 |
| 3. 메가마트(Mega Mart) | 53 |

VII. 시사점

| | |
|--------|----|
| 1. 시사점 | 57 |
|--------|----|

| | |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 59 |
|--------|----|



HS CODE : 1905.90-1050

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

SUMMARY

미국 쌀과자 시장

시장 현황

간식 및 스낵 시장규모

단위: 십억 달러



스낵 식품 시장규모

단위: 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 1905.90 기준)

단위: 천 달러



국가별 수입 규모



시장 트렌드

빅데이터 분석



* 미국 온라인쇼핑몰 쌀과자 제품 769건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
FTA 세율 0%
기본세율 4.5%

사전 준비
식품 제조시설 등록
수입식품 사전등록

권장 인증



라벨링 유의사항

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

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

쌀 가공식품에 대한 수요 증가 미국 내 후대가 편리해 이동 중 섭취가 가능하며 영양이 풍부한 쌀과자를 포함한 쌀 가공식품에 대한 수요 확대
주요 인기제품 한국 브랜드 뿐만 아니라 현지 브랜드도 다수 존재하며, 다양한 맛과 바삭바삭한 식감을 제공하며 개별 포장된 제품 선호
경쟁사 제품 확인 인공 첨가물이 포함되지 않거나 유기농 재료가 활용된 제품이 다수이며, 가격대는 3-7달러로 제품 구성에 따라 상이

Point 02.

고객사 제품 피드백 독특한 맛, 편리한 포장, 영양성분, 인증 등이 장점이나 낮은 브랜드 인지도와 다양한 패키징(중량)에 대한 보완이 필요
신제품 피드백 미국 시장을 겨냥한 맛, 눈에 띄는 패키징 디자인, 다양한 제품 용량 등을 고려하여 신제품을 개발하는 것을 추천
추천 인증사항 HACCP, GMP, Non-GMO Project Verified, 글루텐프리, USDA 유기농 인증 등 식품 안정성 관련 인증 권장

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 미국 간식 및 스낵 시장규모
2. 미국 스낵 식품 시장규모
3. 미국 쌀과자 시장규모
4. 미국 쌀과자 수입규모

1. 미국 간식 및 스낵 시장규모

미국 국가 일반 정보¹⁾

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

▶ 미국 간식 및 스낵 시장규모 334조 원, 연평균 3.8% 성장

2022년 기준 미국 간식 및 스낵 시장규모는 334조 원이며, 최근 5년(2018-22년)간 연평균성장률이 3.8%인데 비해, 2022년에는 전년 대비 7.5%의 비교적 높은 시장 성장을 보임

▶ 미국 간식 및 스낵 시장규모, 향후 5년간 3.0%씩 성장 예상

미국 간식 및 스낵 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 3.0%씩 성장하여 2027년 451조 원을 기록할 것으로 예상됨. 미국에서는 코로나19 팬데믹 당시 집에 머무는 시간 증가로 스낵 섭취량이 증가하였고, 경제활동 재개 이후에도 이전 식습관을 유지하면서 간식 및 스낵 시장은 꾸준히 성장함²⁾³⁾

[표 2.1] 미국 간식 및 스낵 시장규모⁴⁾⁵⁾⁶⁾



자료: 스태티스타(Statista)

- 1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022
- 2) 자료: 한국경제, 「미국인들 간식 사랑...식품업체 '맛있는 실적' 기대감」, 2022.09
- 3) 조사제품 '쌀과자'는 현미와 곡물을 재료로 과자로 섭취 가능한 제품임. 이에 고객사 제품의 기능을 기준으로 '스낵 식품'의 시장규모와 상위 시장인 '간식 및 스낵'의 시장규모를 조사함
- 4) 자료: 스태티스타(Statista), 「Confectionery & Snacks_United States」, 2023.08
- 5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 6) 1달러=1,322.30원(2023.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
- 7) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 미국 스낵 식품 시장규모

▶ 미국 스낵 식품 시장규모 141억 원, 연평균 3.3% 성장

2022년 기준 미국 스낵 식품 시장규모는 141조 원이며 최근 5년(2018-22년)간 평균 130조 원의 꾸준한 규모를 보이고 있음. 최근 5년간 연평균성장률이 3.3%인데 비해, 2022년에는 전년 대비 7.9%의 비교적 높은 성장률을 기록함

▶ 미국 스낵 식품 시장규모, 향후 5년간 3.6%씩 성장 예상

미국 스낵 식품 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 3.6%씩 성장하여 2027년 168조 원을 기록할 것으로 예상됨. 시장조사업체 서카나그룹에 따르면 2022년 미국 스낵 업계 연 매출은 전년 대비 11% 증가하였고, 하루 세 번 이상 스낵을 먹는 ‘스낵 마니아’도 최근 2년 사이 8% 증가하면서 조사 대상자의 절반에 육박한 것으로 나타남⁸⁾

[표 2.2] 미국 스낵 식품 시장규모⁹⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

8) 자료: 글로벌이코노믹, 「초점 MZ세대가 몰고 온 미국의 ‘스낵 산업’ 폭풍 성장」, 2023.05

9) 자료: 스태티스타(Statista), 「Snack Food_United States」, 2023.08

3. 미국 쌀과자 시장규모

▶ **미국 쌀과자 시장규모 3,763억 원, 연평균 3.2% 성장**

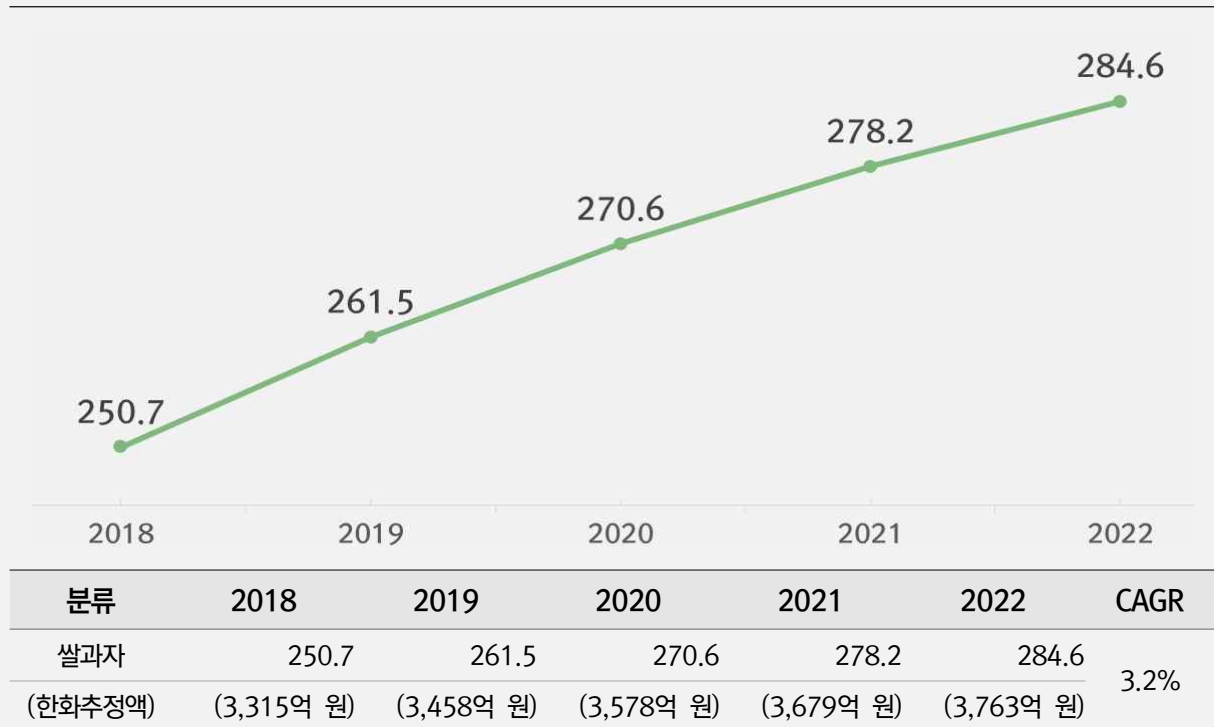
2022년 기준 미국 쌀과자 시장규모는 3,763억 원이며 최근 5년(2018-22년)간 연평균성장률은 3.2%로 나타남. 2019년에는 전년 대비 4.3%의 비교적 높은 성장세를 보였고, 이후 유사한 수준의 성장세를 기록함

▶ **미국 내 한국 쌀 가공식품 수출액, 2022년 역대 최고 달성**

미국은 세계 글루텐프리 식품 시장 규모 1위이며, 특화된 시장이면서도 보편화된 특징을 가지고 지속 성장하는 특징이 있음. 미국 내에서 떡류, 즉석밥, 전통주 등 한국의 쌀 가공식품 수출이 역대 최고 규모를 달성했으며, 쌀 가공식품 미국 수출에서 ‘한국글루텐프리인증(KGFC)’와 연계할 경우 판로 확보에 시너지 효과를 얻을 수 있을 것으로 전망됨¹⁰⁾

[표 2.3] 미국 쌀과자 시장규모¹¹⁾

단위 : 백만 달러



자료: 스탯ISTA(Statista)

10) 자료: 농축유통신문, ‘쌀가공식품 1위 수출국 ‘美’ 판로 확대 나서’, 2023.08

11) 자료: 스탯ISTA(Statista), ‘Retail sales of rice snacks in the United States from 2013 to 2022’, 2023.01

4. 미국 쌀과자 수입규모

쌀과자 HS CODE

해당 장에서 쌀과자는 HS CODE 1905.90으로 분류. HS CODE 제1905호의 품명은 빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품, 상찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼·라이스페이퍼와 그 밖에 이와 유사한 물품, HS CODE 1905.90-1050의 품명은 쌀과자로 확인

▶ 미국 HS CODE 1905.90 對글로벌 연평균성장률 15.7%

미국 HS CODE 1905.90 품목인 쌀과자의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2018-22년)간 연평균성장률 15.7%를 보이면서 2022년도에는 8.6조 원을 기록함. 지난 5년간 연평균성장률이 15.7%인데 비해 2021년과 2022년에는 전년 대비 각각 21.7%, 26.4%의 비교적 높은 성장률을 기록함

▶ 미국 내 HS CODE 1905.90 품목 수입, 한국산 상위 4위

2022년 기준 미국 내 쌀과자의 對한국 수입규모는 1,459억 원으로 수입국 중 상위 4위를 차지함. 1위국 캐나다(4.3조 원, 51%)는 연평균성장률 15.4%를 기록했고, 2위국 멕시코(1.4조 원, 17%)는 연평균 15.9% 성장함. 3위국 이탈리아(3,530억 원, 4%)는 연평균 12.5% 증가한 것으로 확인됨

[표 2.4] 미국 HS CODE 1905.90 수입규모¹²⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre)

12) 자료 : ITC(International Trade Centre)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. '봉지'와 '팩' 포장 빈출
2. 현지 제품은 자극적인 맛이 많아...
담백한 한국 제품 인기
3. 미국 쌀과자 시장, 현지 브랜드 인기
4. 건강한 맛으로 홍보하는 쌀과자

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 미국 온라인매장 입점 쌀과자

- 데이터 수집 키워드 : 쌀과자(rice snack), 한국쌀과자(Korea rice snack)
- 데이터 수집량 : 769건
- 데이터 수집원 : 미국 온라인쇼핑몰 아마존(Amazon)

▶ 미국 온라인매장 입점 쌀과자 특징 분석

- 데이터 분석 항목
 - ① 패키징 ② 맛 ③ 경쟁브랜드 ④ 홍보문구

| 항목 | 키워드 (국문/영어) | | 빈도 | 키워드 (국문/영어) | | 빈도 |
|-------|-------------|-----------------|-----|-------------|--------------|-----|
| 패키징 | 팩 | Pack | 477 | 5oz | 5oz | 51 |
| | 봉지 | Bag | 150 | 10oz | 10oz | 43 |
| | 박스 | Box | 88 | 6oz | 6oz | 39 |
| | 바 | Bar | 79 | 3.5oz | 3.5oz | 27 |
| | 캡슐 | Capsule | 1 | 14oz | 14oz | 13 |
| | (-) | (-) | (-) | 4.5oz | 4.5oz | 8 |
| 맛 | 김 | Seaweed | 76 | 채소 | Vegetables | 15 |
| | 곡물 | Grain | 52 | 우유 | Milk | 15 |
| | 초코 | Choco | 44 | 마늘 | Garlic | 13 |
| | 옥수수 | Corn | 34 | 고구마 | Sweet Potato | 11 |
| | 딸기 | Strawberry | 28 | 코코넛 | Coconut | 9 |
| | 땅콩 | Peanuts | 23 | 달고나 | Dalgona | 4 |
| | 마시멜로우 | Marshmallow | 20 | 허니버터 | Honey Butter | 3 |
| 경쟁브랜드 | 퀘이커 | Quaker | 32 | 티각태각 | Tigak Tegak | 5 |
| | 와사 | Wasa | 13 | 빈빈 | Bin Bin | 5 |
| | 켈로그 | Kellogg's | 11 | 치토스 | Cheetos | 4 |
| | 토스티토스 | Tostitos | 9 | 에니 | Annie's | 3 |
| | 프렌들리그레인 | Friendly Grains | 8 | 크라운제과 | Crown | 3 |
| | 릿츠 | Ritz | 6 | 스페셜케이 | Special K | 1 |
| 홍보문구 | 글루텐프리 | Gluten Free | 201 | 선물용 | Gift | 38 |
| | 바삭바삭한 | Crisp | 154 | 다용도의 | Versatile | 27 |
| | 건강한 | Healthy | 128 | 아침대용 | Breakfast | 19 |
| | 비건 | Vegan | 123 | 언제든 먹을 수 있는 | Anytime | 16 |
| | 아이용 | Kids | 86 | 한입크기 | Bite Sized | 10 |
| | 비유전자변형식품 | Non GMO | 74 | 재밀봉가능한 | Resealable | 10 |
| | 편리한 | Convenient | 42 | HACCP 인증 | HACCP | 6 |
| | 케토식품 | Keto | 41 | (-) | (-) | (-) |

1. ‘봉지’와 ‘팩’ 포장 빈출

▶ ‘봉지’ 포장과 여러 개를 묶은 ‘팩’ 단위 판매 많아

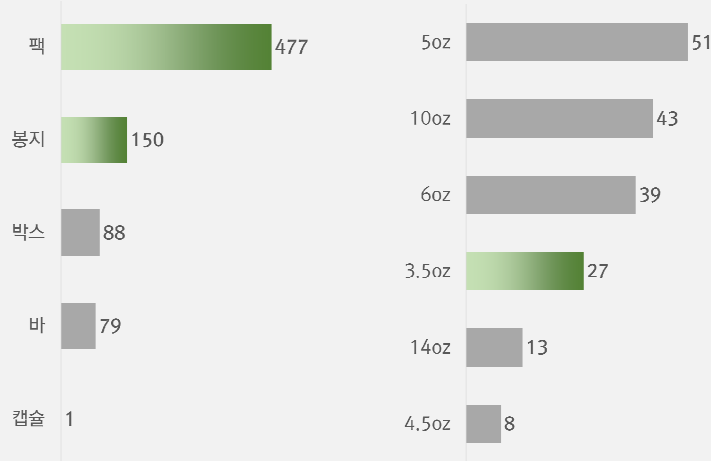
- 용기 관련 키워드로 ‘팩’과 ‘봉지’ 각각 447건, 150건으로 빈출
- 실제 데이터 확인 결과, 일반 봉지나 재사용이 가능한 봉지에 담겨서 판매되고 있었으며, 해당 제품 여러 개를 묶어서 판매하는 ‘팩’ 기획 상품이 많은 것으로 확인됨
- ‘박스’ 관련 키워드도 88건 도출

▶ 온스 단위로 판매하는 미국 쌀과자

- 미국에서 판매 중인 쌀과자는 대부분이 온스 단위로 판매 중
- ‘3.5oz’ 등 한 번에 먹을 수 있는 용량과 관련된 키워드가 27건으로 빈출됨

| 팩 | | 봉지 | | 박스, 3.5oz | |
|--|-----------------------------------|--|-----------------------------------|--|--------------------------------------|
|  | |  | |  | |
| 제품명 | 블랙라이스크래커 (Black Rice Crackers) | 제품명 | 코코레이스초콜릿 (COCO LACE Chocolate) | 제품명 | 굿씰스심플리솔트 (Good Thins Simply Salt) |
| 브랜드 | 라이키(LAIKI) | 브랜드 | 코코팝스넥스 (COCO POP SNAX) | 브랜드 | 굿씰스(Good Thins) |
| 중량 | 3.53oz x 8팩 | 중량 | 3.2oz x 4팩 | 중량 | 3.5oz |
| 가격 | 29.89달러(39,524원 ¹³⁾) | 가격 | 24.99달러(33,044원) | 가격 | 10.74달러(14,202원) |

[표 3.1] 미국 판매 쌀과자 패키징 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘쌀과자’ 관련 게시물 769건 분석

13) 1달러=1,322.30원(2023.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 현지 제품은 자극적인 맛이 많아...담백한 한국 제품 인기

▶ ‘김’ 관련 키워드 빈출...‘딸기’와 ‘초콜릿’ 등 자극적인 맛이 추가 된 제품 다수 확인

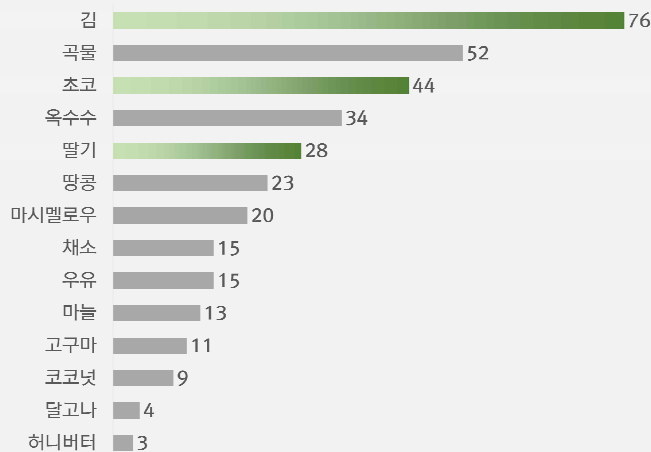
- 맛 관련 키워드로 ‘김’이 76건 도출되었으며, 실제 데이터 확인 결과 일본의 김스낵이나 김부각 등 쌀과 김을 이용한 제품으로 확인
- 현지 브랜드 제품에서는 ‘딸기’와 ‘초콜릿’ 등 다소 자극적인 달콤한 맛과 관련된 키워드가 빈출되었으며, 바다소금 등 짭짤한 맛의 제품도 확인

▶ 달고 짜지 않은 한국 쌀과자 선호하는 현지 소비자

- 최근 미국 내 히스패닉마켓과 한인마켓에서 한국식 쌀과자를 찾는 소비자가 증가하였으며, 이들 중 많은 사람들이 한국 쌀과자의 달콤하고 담백한 맛 선호
- 튀기지 않아 칼로리가 낮고, 설탕과 소금 함유량이 적은 것도 인기 요인¹⁴⁾

| 김 | | 딸기 | | 초콜릿 | |
|--|-------------------------------|--|---|--|---------------------------------------|
|  | |  | |  | |
| 제품명 | 노리마키아라레 (Nori Makir Arare) | 제품명 | 스트로베리라이스크리스피트릿 (Strawberry Rice Krispies Treats) | 제품명 | 홀그레인라이스칩스 (Whole Grain Rice Chips) |
| 브랜드 | 시라키쿠(Shirakiku) | 브랜드 | 켈로그(Kellogg's) | 브랜드 | 시보림(Shibolim) |
| 중량 | 3oz x 2개 | 중량 | 6.2oz x 2개 | 중량 | 3.5oz x 3개 |
| 가격 | 8.79달러(11,623원) | 가격 | 14.52달러(19,200원) | 가격 | 16.99달러(22,466원) |

[표 3.2] 미국 판매 쌀과자 맛 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘쌀과자’ 관련 게시물 769건 분석

14) 자료: 한국일보, ‘미국서 한국산 ‘쌀 과자’ 인기

3. 미국 쌀과자 시장, 현지 브랜드 인기

▶ ‘퀘이커’와 ‘프렌들리그레인’ 등 현지 브랜드 빈출

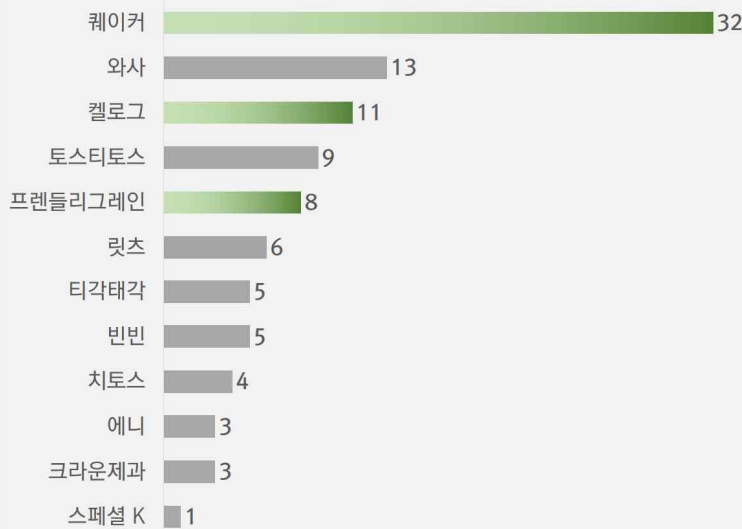
- 경쟁브랜드 조사 결과 현지 브랜드인 ‘퀘이커’ 32건으로 빈출
- 솔트프리, 씨솔트, 캐러멜 등 다양한 맛의 쌀과자 판매 중
- 우리나라 쌀과자 강정과 비슷한 크런치롤러를 판매하는 ‘프렌들리그레인’도 빈출되었으며, 믹스베리와 캐러멜 등 다양한 맛 제품을 판매하는 것 확인

▶ ‘켈로그’, 쌀과 마시멜로우로 만든 스낵 인기

- 우리에게도 익숙한 브랜드인 ‘켈로그’는 쌀로 만든 제품을 마시멜로우로 뭉친 제품 판매 중
- 아이들 간식용 스낵으로 인기 많은 편

| 퀘이커 | | 켈로그 | | 프렌들리그레인 | |
|--|-----------------------------------|--|---|--|---|
|  | |  | |  | |
| 제품명 | 솔트프리라이스케이크 (Salt Free Rice Cakes) | 제품명 | 오리지널라이스크리스피트릿 (Original Rice Krispies Treats) | 제품명 | 크런치롤러스믹스베리 (Crunch Rollers Mixed Berry) |
| 브랜드 | 퀘이커(Quaker) | 브랜드 | 켈로그(Kellogg's) | 브랜드 | 프렌들리그레인 (Friendly Grain) |
| 중량 | 4.47oz x 3개 | 중량 | 0.78oz x 60개 | 중량 | 6개 x 8팩 |
| 가격 | 20.30달러(26,843원) | 가격 | 19.20달러(25,388원) | 가격 | 39.99달러(52,879원) |

[표 3.3] 미국 판매 쌀과자 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘쌀과자’ 관련 게시물 769건 분석

4. 건강한 맛으로 홍보하는 쌀과자

▶ ‘글루텐프리’ 등 건강한 쌀과자에 주목하는 미국 소비자

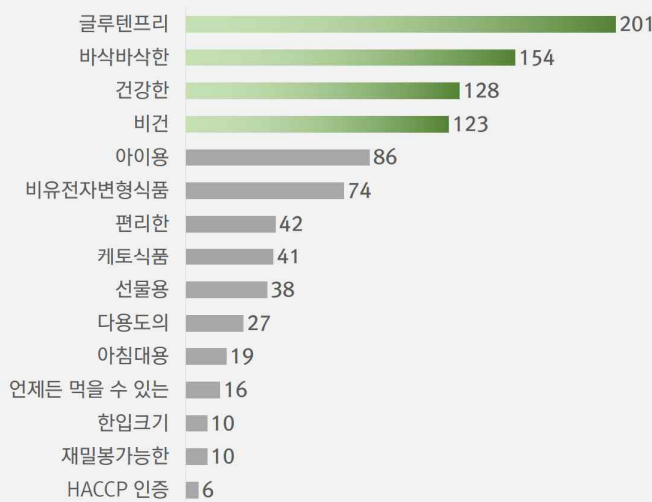
- 홍보문구 관련 키워드 조사 결과, ‘글루텐프리’ 키워드 201건 도출
- 한국의 쌀 가공식품은 ‘글루텐프리’ 제품으로 미국 내에서 큰 장점으로 인식되기 시작하였으며 관련 시장도 성장하는 중¹⁵⁾
- 그 외에도 ‘비건’과 ‘건강한’, ‘케토식품’ 등 건강과 관련한 키워드를 내세운 홍보문구 다수 확인됨

▶ ‘바삭바삭한’ 식감 강조하는 문구도 다수 확인

- 미국 소비자들은 쌀과자의 ‘바삭바삭한’ 식감을 선호하며, 이와 관련된 키워드 154건 도출

| 글루텐프리, 바삭바삭한 | | 비건 | | 건강한 | |
|--|---------------------------------|--|----------------------|--|-----------------------------------|
|  | |  | |  | |
| 제품명 | 크런치라이스롤 (Crunchy Rice Rolls) | 제품명 | 바삭 현미누룽지 크래커 오리지널 | 제품명 | 당타이라이스칩 (Dang Thai Rice Chips) |
| 브랜드 | 김스매직팝 (Kim's Magic Pop) | 브랜드 | 바삭(Bassak) | 브랜드 | 당(DANG) |
| 중량 | 2.8oz x 12개 | 중량 | 2.82oz | 중량 | 3.5oz x 12개 |
| 가격 | 23.98달러(31,709원) | 가격 | 10.00달러(13,223원) | 가격 | 59.88달러(79,179원) |

[표 3.4] 미국 판매 쌀과자 홍보문구 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘쌀과자’ 관련 게시물 769건 분석

15) 자료: 농축유통신문, ‘쌀가공식품 1위 수출국 ‘美’ 판로 확대 나서’, 2023.08

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



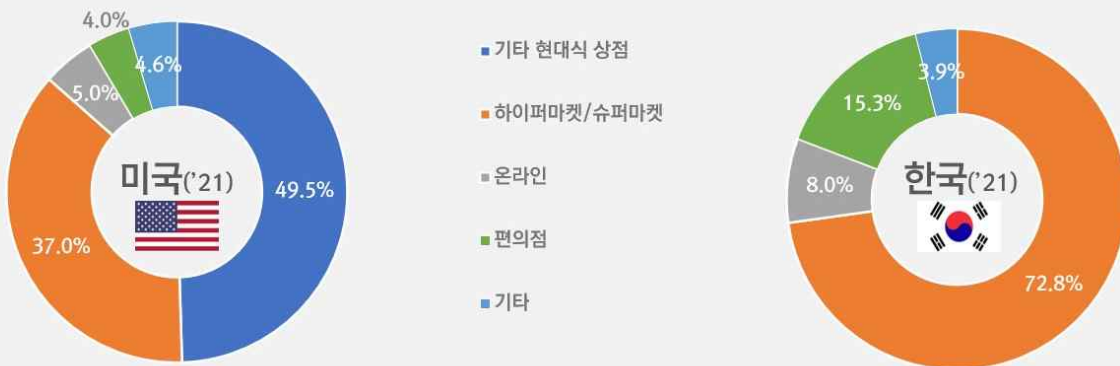
1. 미국 쌀과자 유통채널 점유율
2. 미국 쌀과자 주요 유통채널

1. 미국 쌀과자 유통채널 점유율

▶ 미국 쌀과자 유통채널, 오프라인 위주로 조성

2021년 미국 내에서 쌀과자를 포함한 간식 유통채널 중 ‘기타 현대식 상점’이 49.5%의 점유율로 유통채널 1위를 차지함. 이어서 37.0%로 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 두 번째로 높은 유통채널로 확인됨. 동일 연도 한국에서 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 72.8%의 압도적인 점유율로 유통채널 1위를 차지하였고, 이어서 ‘온라인’을 통해 미국은 5.0%, 한국은 8.0%의 비중으로 유통된 것으로 나타남. 한편, ‘편의점’은 미국 내 4.0%, 한국 내 15.3%의 점유율을 기록하며 미국에 비해 한국에서 ‘편의점’을 통한 유통이 활발한 것으로 나타남. 미국과 한국 두 국가 모두 온라인 채널보다는 오프라인 매장 형태를 통한 유통 비중이 훨씬 크기 때문에 이를 고려한 유통 전략이 필요함

[표 4.1] 미국 및 한국 쌀과자 소매유통채널 점유율 비교



미국 및 한국 쌀과자 소매유통채널 점유율 비교¹⁶⁾¹⁷⁾¹⁸⁾¹⁹⁾

| 미국 | 유형 | 한국 |
|-------|--------------------------|-------|
| 49.5% | 기타 현대식 상점 ²⁰⁾ | (-) |
| 37.0% | 하이퍼마켓/슈퍼마켓 | 72.8% |
| 5.0% | 온라인 | 8.0% |
| 4.0% | 편의점 | 15.3% |
| 4.6% | 기타 ²¹⁾ | 3.9% |

자료: 스탯ISTA(Statista)

16) ‘쌀과자’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 미국의 ‘과자류(Confectionery products)’, 한국의 ‘초콜릿류(chocolate)’의 정보를 확인함



17) 자료: 스탯ISTA(Statista), 「Distribution of chocolate retail sales in South Korea in 2021, by channel」, 2021.08

18) 자료: 스탯ISTA(Statista), 「Distribution channels for confectionery products in the United States in 2021, by outlet type retail sales」, 2022.12

19) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 수치로, 총합 100%에서 ±0.1%의 오차가 있을 수 있음

20) 기타 현대식 상점은 드럭스토어, 할인점 등을 포함함

2. 미국 쌀과자 주요 유통채널 ① 노드스트롬

| | | | |
|-------------|--|--|--|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 노드스트롬(Nordstrom) | |
| | 기업구분 | 백화점 | |
| | 홈페이지 | www.nordstrom.com | |
| | 위치 | 시애틀(Seattle) | |
| | 규모 | 매출액('22) | • 150억 9,200만 달러(19조 9,562억 원 ²²⁾) |
| | 기타 규모 | • 매장 수('23): 358개 • 직원 수('23): 6만 명 | |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> 지역적 특징에 맞춘 차별화 매장을 만드는 전략 활용 2017년 온라인에서 선택한 제품을 지정한 매장에서 2시간 이내에 입어볼 수 있는 '노드스트롬 로컬' 매장 오픈 코로나 이후 온라인 매출 비중 50%까지 확대됨 'Food Gift Set' 카테고리도 다양한 답례품 판매 중 | | |
| 매장정보 | 입점 가능 품목 | • 여성 및 남성 기성복, 신발, 액세서리, 선물용 제품 등 | |
| | 선호 제품 | • 젊은 층에게 선호도가 높은 제품, 선물용 제품 등 | |
| | 매장 전경 |   | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-888-282-6060 - 이메일: contact@nordstrom.com | |

자료: 노드스트롬(Nordstrom)

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

21) 기타 채널은 전통 식료품점, 직거래 등을 포함함

22) 1달러=1,322.30원(2023.09.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)


2. 미국 쌀과자 주요 유통채널 ② 블루밍데일스



| | | | |
|-------------|---------------------|--|---|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 블루밍데일스(Bloomingdale's) | |
| | 기업구분 | 백화점 | |
| | 홈페이지 | www.bloomingdales.com | |
| | 위치 | 뉴욕(Newyork) | |
| | 규모 | 매출액('22) | <ul style="list-style-type: none"> • 28억 달러(3조 7,024억 원) |
| | 기타 규모 | <ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('22): 57개 • 직원 수('22): 302명 | |
| | 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 미국 메이시스의 자회사 • 젊은 층에게 선호도가 높은 브랜드만을 모아놓고, 최소한의 디스플레이를 통해 고객의 부담감 감소 • 온라인 사이트에서 선물용 음식을 판매할 수 있는 코너가 별도로 제공됨 | |
| 매장정보 | 입점 가능 품목 | <ul style="list-style-type: none"> • 여성 및 남성 기성복, 신발, 주얼리 및 액세서리, 핸드백, 선물용 제품 등 | |
| | 선호 제품 | <ul style="list-style-type: none"> • 젊은 층에게 선호도가 높은 제품, 답례품 | |
| | 매장 전경 |   | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +1-800-777-0000 | |

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

사진 자료: 블루밍데일스(Bloomingdale's)

2. 미국 쌀과자 주요 유통채널 ③ 월마트

| | | | |
|-------------|---|---|---|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 월마트(Walmart) |  |
| | 기업구분 | 하이퍼마켓/슈퍼마켓 | |
| | 홈페이지 | www.walmart.com | |
| | 위치 | 아칸소(Arkansas) | |
| | 규모 | 매출액(*22) ²³⁾ <ul style="list-style-type: none"> • 4,205억 달러(556조 272억 원) 기타 규모 <ul style="list-style-type: none"> • 매장 수(*22): 4,632개 • 직원 수(*22): 160만 명 | |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 50개 모든 주에서 매장 운영 중이며, 약 150개 물류 센터 보유 • 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 등 다양한 형태로 매장 운영 • 2020년 편의점 브랜드 스피드웨이(Speedway) 점포 3,900여 개 인수 | | |

| | | | |
|------|----------|--|--|
| 매장정보 | 입점 가능 품목 | <ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 가공식품, 향신료, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 소스류 등 | |
| | 선호 제품 | <ul style="list-style-type: none"> • 유기농 제품, 신제품 | |
| | 매장 전경 |  |  |


| | | |
|-------------|---------------------|--|
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 등록 (corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier) - 매점 입점(Store&Club)과 온라인 입점(E-Commerce)을 선택하여 제안서 제출 (한국어 번역 제공) - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 공급자 번호[DUNS(Data Universal Numbering System: 국제 사업자 등록 번호, 지역별로 사업체를 식별하는 9자리의 고유 번호)], 납세자 식별 번호, 회사 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소, 계좌 정보 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 외 제품 설명) • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-800-925-6278 - 이메일: service@walmartcontacts.com |
|-------------|---------------------|--|

자료: 월마트(Walmart)

사진 자료: 월마트(Walmart)

23) 글로벌 매출액임

2. 미국 쌀과자 주요 유통채널 ④ 코스트코홀세일

| | | | | |
|-------------|--|--|--|--|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 코스트코홀세일(Costco Wholesale) | | |
| | 기업구분 | 하이퍼마켓/슈퍼마켓 | | |
| | 홈페이지 | www.costco.com | | |
| | 위치 | 워싱턴(Washington) | | |
| | 규모 | 매출액('22) ²⁴⁾ | • 2,227억 달러(294조 4,762억 원) | |
| | | 기타 규모 | <ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('22)²⁵⁾: 589개 • 직원 수('22): 20만 3,000명 | |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 회원제 창고형 매장 형태로 운영 • 특정 지역에 한해 2-Day Delivery 서비스 운영 중 | | | |
| 매장정보 | 입점 가능 품목 | <ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 가공식품, 향신료, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등 | | |
| | 선호 제품 | <ul style="list-style-type: none"> • 유기농 제품, 신제품 | | |
| | 매장 전경 |   | | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 'Vendors & Suppliers' 클릭 - 공급업체 선정 조건 및 절차 확인 - 입점 희망 지역에 직접 문의 (costco.com/vendor-inquiries.html) - 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> ① 코스트코 공급업체 행동강령 ② 공인검사기관에서 TPI 실시 • 납품 관련 특징 <ul style="list-style-type: none"> - 코스트코는 본사에서 직접 제조업체와 거래하는 것이 일반적이며, 인하우스브로커²⁶⁾를 통해서도 제품을 구매함 - 내셔널 브랜드와 PB(커크랜드)제품 등 3,800여 개의 품목을 취급하며, 소품종의 고품질 제품을 선별해 다량 계약을 통해 공급가를 낮추는 구매 정책 - 제조업체의 경우 코스트코 매장을 방문해 유사 제품의 가격을 체크해야 함 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-425-313-8100 (Northwest Region) | | |

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




사진 자료: 코스트코홀세일(Costco Wholesale)

24) 글로벌 매출액임

25) 미국과 푸에르토리코 지역 합산 매장 수임

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

2. 미국 쌀과자 주요 유통채널 ⑤ 크로거

| | | | | |
|-------------|---|--|---|-----------------------------------|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 크로거(Kroger) |  | |
| | 기업구분 | 하이퍼마켓/슈퍼마켓 | | |
| | 홈페이지 | www.kroger.com | | |
| | 위치 | 미국 전역 | | |
| | 규모 | 매출액('22) | | • 1,378억 8,800만 달러(182조 3,293억 원) |
| | | 기타 규모 | | • 매장 수('23): 2,719개 |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 1883년 오하이오 주에서 처음 설립됨 • 슈퍼마켓과 하이퍼마켓 포맷의 채널을 운영하는 미국 소매 유통 대기업 • 매출액 기준 미국 최대 슈퍼마켓 기업 • 2022년 포춘 매거진 선정 500개 기업에 선정되었음 • 2023년 현재 앨버트슨스(Albertsons)와 합병 추진 중에 있음 | | | |
| 매장정보 | 입점 가능 품목 | • 신선식품, 가공식품, 음료류, 주류, 향신료 및 소스류, 생활용품, 문구용품 등 | | |
| | 선호 제품 | • 미국 내에서 브랜드 인지도가 높은 상품, 품질 신뢰도 및 높은 상품 | | |
| | 매장 전경 |   | | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 신청 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 ABOUT THE COMPANY 하위 카테고리에서 'Vendors & Suppliers' 클릭 (www.thekrogerco.com/vendors-suppliers) - 'Are you interested in becoming a Kroger Supplier?' 아래 'here' 클릭 - 'Prospect Vendor Pre-Registration' 양식 작성 <ol style="list-style-type: none"> ① 회사 정보 (회사명, 납세번호) ② 담당자 정보 (이메일, 담당자 이름, 연락처) - 이메일을 통해 '공급업체 신청 안내 및 지침' 수신 후 추가 절차 진행 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-855-489-2502 - 이메일: corpvps@kroger.com | | |

자료: 크로거(Kroger)

사진 자료: 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News), 에피큐리어스(epicurious)

2. 미국 쌀과자 주요 유통채널 ⑥ 세븐일레븐

| | | | | |
|-------------|--|---|--------------------------------|--|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 세븐일레븐(7-Eleven) | | |
| | 기업구분 | 편의점 | | |
| | 홈페이지 | www.7-eleven.com | | |
| | 위치 | 텍사스(Texas) | | |
| | 규모 | 매출액('22) ²⁷⁾ | • 787억 4800만 달러(104조 1,285억 원) | |
| | | 기타 규모 | • 매장 수('22): 9,447개 | |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 2020년 기준 미국 내 편의점 시장 점유율 1위 • 전 세계적으로 약 6만 8,236개 매장 보유 • 자사 브랜드인 세븐셀렉트(7-Select) 브랜드 보유 | | | |
| 매장정보 | 입점 가능 품목 | • 가공식품, 주류, 음료류, 냉동식품, 생활용품, 여행용품, 문구류 등 | | |
| | 선호 제품 | • 기존 플랫폼에 없는 신제품 | | |
| | 매장 전경 |   | | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 접속 (corp.7-eleven.com/corp/supplier-partners) - 'Range Me(유통업체와 제조업체를 연결해주는 플랫폼)' 클릭 - 계정 생성 및 홈페이지 가입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (담당자명, 이메일 주소, 연락처) ② 공급 제품 정보 (제품명, 판매 가격 등 제품 설명 자유 기재) - 등록 과정 <ol style="list-style-type: none"> ① 제품 프로필 생성 ② 카테고리 매니저와 연결 및 검토 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-800-255-0711 | | |

자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

27) 글로벌 매출액임


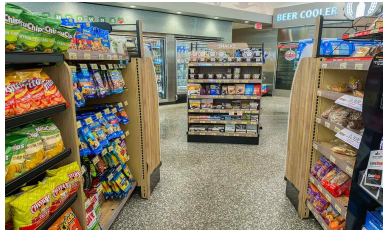
2. 미국 쌀과자 주요 유통채널 ⑦ 씨클케이

| | | | |
|-------------|--|---|---|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 씨클케이(Circle K) |  |
| | 기업구분 | 편의점 | |
| | 홈페이지 | www.circlek.com | |
| | 위치 | 애리조나(Arizona) | |
| | 규모 | 매출액('22) • 12억 4,095만 달러(1조 6,409억 원) 기타 규모 • 매장 수('22): 6,621개 • 직원 수('22): 15,192명 | |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 1951년 텍사스에서 개점 • 1999년 편의점 프랜차이즈 프로그램 도입 • 2003년 Alimentation 쿠히타드(Couche-Tard)에 인수 • 현재 47개 주에서 매장 운영 중이며, 대부분 주유소와 함께 운영됨 • 현재 유럽 포함 중국, 베트남 등 24개의 국가에서 매장 운영 중이며 14개의 지역사업부로 나뉨 • 2023년 ESG 산업 등급 상위권 | | |
| 매장정보 | 입점 가능 품목 | • 가공식품, 즉석식품, 주류, 음료류, 생활용품, 여행용품, 문구류 등 | |
| | 선호 제품 | • 기존 플랫폼에 없는 신제품 | |
| | 매장 전경 |   | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 문의 (www.circlek.com/contact-us-new) - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 작성자 정보 (이름, 이메일 주소, 연락처, 회사명, 회사 주소, 회사 홈페이지 주소) ② 문의 내용 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 각 지역별 사무실에 연락 (www.circlek.com/contact-us-new) 하단 참조 | |

자료: 씨클케이(Circle K)

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

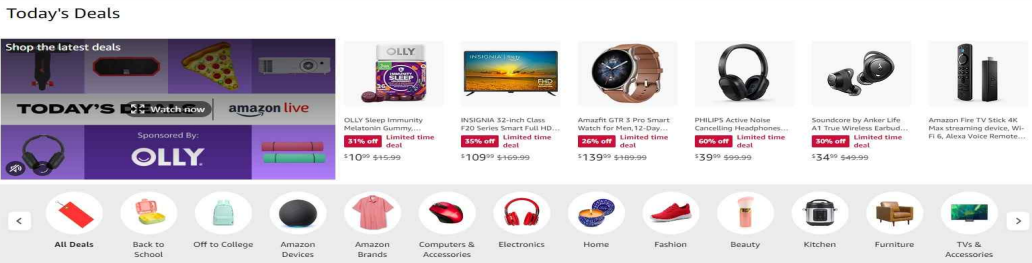
2. 미국 쌀과자 주요 유통채널 ⑧ 와와

| | | | |
|-------------|---------------------|--|---|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 와와(Wawa) | |
| | 기업구분 | 편의점 | |
| | 홈페이지 | www.wawa.com | |
| | 위치 | 펜실베이니아(Pennsylvania) | |
| | 규모 | 매출액('22) | <ul style="list-style-type: none"> • 149억 달러(19조 7,023억 원) |
| | 기타 규모 | <ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('23): 1,017개 • 직원 수('22): 3만 7,000명 | |
| | 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 1803년 설립되어 미국 동부 해안 지역 중심으로 영향력을 넓히고 있는 미국 주유소 및 편의점 브랜드 • 필라델피아 시의 최대 편의점 브랜드로 자리잡음 • 2020년부터 드라이브스루(Drive-Through) 전용 매장 포맷을 확장하고 있음 | |
| 매장정보 | 입점 가능 품목 | <ul style="list-style-type: none"> • 가공식품, 스낵류, 음료류, 주류, 수입식품, 자동차 용품 등 | |
| | 선호 제품 | <ul style="list-style-type: none"> • 간편식, 미국 내 브랜드 인지도가 높은 상품 | |
| | 매장 전경 |   | |
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 'Contact Us' 클릭 - Get In Touch 양식 기입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 작성자 정보 (이름, 이메일, 연락처, 주소, 우편번호) ② 문의 내용 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-800-444-9292 | |

자료: 와와(Wawa), 포브스(Forbes)

사진 자료: 인사이더(Insider), 구글맵(Google Maps)

2. 미국 쌀과자 주요 유통채널 ⑨ 아마존

| | | | |
|------------|---|--|-----------------------------|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 아마존(Amazon) | |
| | 기업구분 | 온라인 종합 쇼핑몰 | |
| | 홈페이지 | www.amazon.com | |
| | 규모 | 매출액('22) | • 2,140억 달러(282조 9,722억 원) |
| | 기업 요약 | 기타 규모 | • 방문횟수(최근 1개월): 23억 회 |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • 세계 최대의 온라인 종합 쇼핑몰 • 스페인어, 아랍어, 독일어, 한국어 등 전세계 언어 지원 • 아마존을 통해 분당 7,400개의 제품의 구매가 이루어짐 • 2021년 자연재해로 피해 입은 지역에 비상용품 기부 • 190만 개의 기업들을 사이트에 보유함 | |
| 매장 운영 정보 | 홈페이지 정보 | 취급 브랜드 | 핫키드(Hot Kid), 퀘이커(Quaker) 등 |
| | | 해외 판매 | 해외 배송 가능 |
| | | 검색 방식 | 제품, 카테고리, 브랜드 검색 |
| 주요 프로모션 정보 |  <p>Today's Deals</p> <p>Shop the latest deals</p> <p>TODAY'S Watch now amazon live</p> <p>Sponsored By OLLY</p> <p>50달러 이상 구매 시 5달러 할인, 생일 기프트카드 증정 등 다양한 프로모션 상시 진행</p> | | |
| | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 입점 방법 안내 (services.amazon.com/services/soa-approval-category) - 아마존 판매자(Seller) 계정 생성 - Grocery&Gourmet Food 카테고리 'Requirement' 눌러 자격조건 확인 - 제품 홈페이지 등록 및 필요 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) ② 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량) • 자격 평가 기준 <ol style="list-style-type: none"> ① 아마존 행동 강령 준수 ② 아마존 PB 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-888-280-4331 | |

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

사진 자료: 아마존(Amazon)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

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

2. 포인트 제도
다양한 카드별로 서로 다른 혜택 제공

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

4. 오늘의 딜
플래시 딜 형태의 다양한 카테고리별 할인 제공

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

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

온라인몰 UI ②

아마존-Rice Snacks 검색 페이지

Rice snacks 검색 페이지
'Rice Snacks'으로 검색결과 노출

관련성 및 정확성 순으로 기본 검색결과 노출
평점, 구매율, 후기 개수별로 정렬 가능


Rice Snacks 구매 페이지
제품 정보를 상단에 배치

제품 정보를 세부적으로 기입
다른 고객이 함께 구매한 상품, 관련있는 다른 상품 추천

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

자료: 아마존(Amazon)
사진 자료: 아마존(Amazon)

2. 미국 쌀과자 주요 유통채널 ⑩ 이베이

| | | | | | |
|-------------|--|--------------|--|---|--|
| 기업 기본 정보 | 기업명 | 이베이(eBay) | |  | |
| | 기업구분 | 온라인 종합 쇼핑몰 | | | |
| | 홈페이지 | www.ebay.com | | | |
| | 규모 | 총매출('21) | • 104억 달러(13조 7,519억 원) | | |
| | | 기타 규모 | • 방문횟수(최근1개월): 7억 1,170만 명 • 앱다운로드수('22): 5억 9,900만 회 | | |
| 기업 요약 | <ul style="list-style-type: none"> • 전 세계 190개 이상의 국가에서 운영됨 • 각 국가의 통화로 구매 가능 • 오늘의 특가 상품이 매일 공개됨 | | | | |

| | | | |
|----------|---------|--------|---|
| 매장 운영 정보 | 홈페이지 정보 | 취급 브랜드 | 모르쿠나스(Morkunas), 프렌드리그레인(Friendly Grains) 등 |
| | | 해외 판매 | 해외 배송 가능 |
| | | 검색 방식 | 제품, 카테고리, 브랜드 검색 |

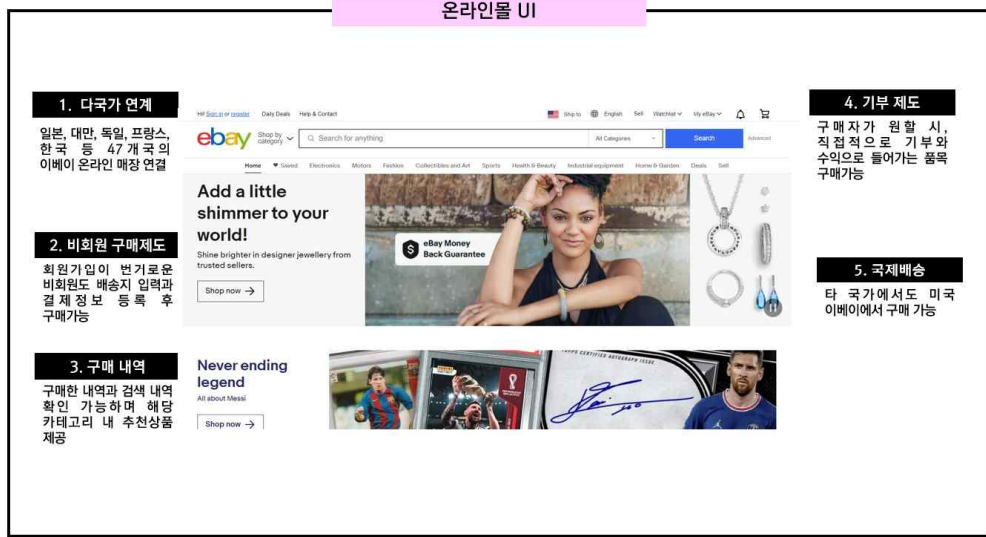
| | | |
|---------------|--|---|
| 주요 프로모션 정보 |  |  |
| | 시간대별 할인 이벤트, 카테고리별 할인 이벤트 등 다양한 프로모션 진행 | |

| | | |
|-------------|---------------------|--|
| 입점 등록 절차 | 등록 방법 및 등록 정보 | <ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 계정 생성 후 판매자(Seller) 등록 - 개인 판매자와 스토어 판매자 중 선택하여 입점 - 개인 판매자는 40개까지 무료로 등록 가능(수수료 건당 10.9%) - 기업 판매자는 250,000개까지 제품 등록 가능(월별 비용과 건당 수수료 4.8%) - 다음 웹 페이지 주소에서 판매 상품 리스트, 새 상품 등록, 판매 현황 등 판매 관련된 다양한 정보 확인 가능 (pages.Ebay.com/seller-center/index.html) • 문의사항 연락 방법 <ul style="list-style-type: none"> - 아래 웹 페이지 주소에서 문의 내용의 해당 카테고리 선택 후 이메일 콘택트 가능 (www.Ebay.com/help/call_us?type=ContactUs&initFrom=HOME&topicId=4000) |
|-------------|---------------------|--|

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

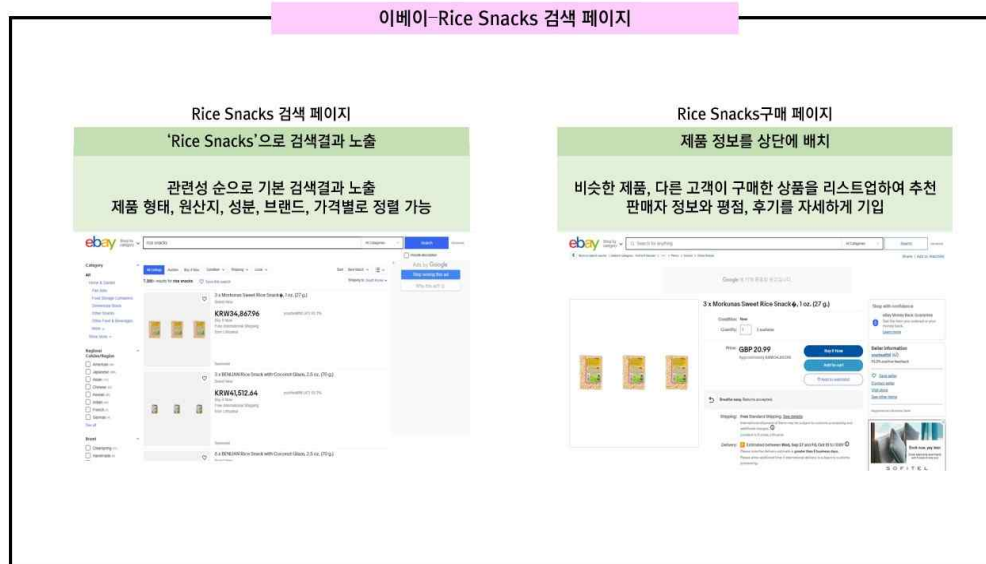
사진 자료: 이베이(eBay)

온라인몰 UI ①



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

온라인몰 UI ②



제품 형태, 원산지, 브랜드, 가격 순으로 정렬 가능
판매자 정보 및 평점, 후기를 자세하게 기입하여 노출

자료: 이베이(eBay)
사진 자료: 이베이(eBay)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



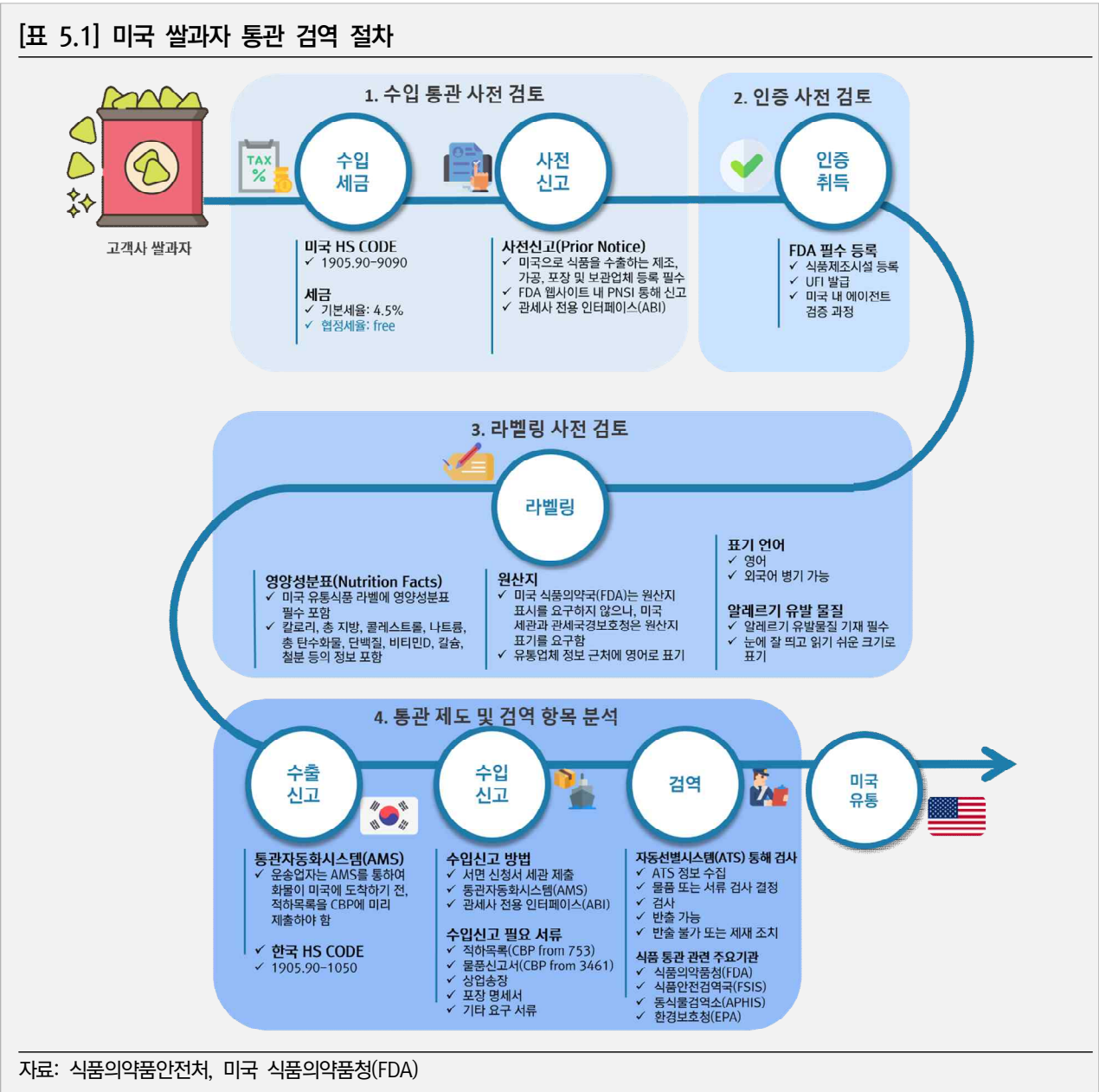
1. 미국 쌀과자 통관 및 검역 절차
2. 미국 쌀과자 품질 인증
3. 미국 쌀과자 라벨링
4. 미국 쌀과자 성분 및 유해물질

1. 미국 쌀과자 통관 및 검역 절차(28)

▶ 미국 쌀과자 수출 통관 단계별 주요사항

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

[표 5.1] 미국 쌀과자 통관 검역 절차



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

[표 5.2] 미국 수입통관 절차 요약

| | |
|------------|--|
| 사전 단계 | <ul style="list-style-type: none"> • 산성 상온 식품의 경우, FCE/SID 등록 • 수산물 등의 경우, HACCP 인증 취득 • 건강식품의 경우, 미국 건강식품 현행우수제조관행(cGMP) 규정 적용준수 확인 • 일반식품의 경우, 제조자의 식품에 대한 예방제어(PCHF) 적용준수 확인 • 신선농산물의 경우, 안전생산 규정(Produce Safety Rule) 적용준수 확인 • 소량의 육류, 계란, 우유성분(2% 초과)이 함유되는 식품의 경우, 농무부 허가증 (USDA Permit) 소지 여부 확인 |
| 원료 검토 | <ul style="list-style-type: none"> • 식품 첨가물 관련 규정 「21 CFR Part. 170~190」 확인 • 식품 및 GRAS(Self-Affirmed Generally Recognized As Safe) 첨가물 수록, 각각의 용도, 사용가능 식품 분류가 규정됨 • 건강기능식품 원료: 신종 식이재료(NDI: New Dietary Ingredient) 신고 후 FDA 승인 필요 |
| 라벨 검토 | <ul style="list-style-type: none"> • 표시규정 「21 CFR 101」 확인 및 이에 부합하는 영양분석표 등 작성, 내부 심의 진행 |
| 생명공학 식물 검토 | <ul style="list-style-type: none"> • USDA 유전자변형 식품 표시 관련 ‘국가 생명 공학 식품 표시기준(NBFDS: National Bioengineered Food Disclosure Standard)’ 원료 사용 여부 검토 • 면제 대상이 아닐 경우, ‘Delivered from Bioengineering(생명공학 유래)’ 표시 부착 필요 |
| 물품 도착 전 선적 | <ul style="list-style-type: none"> • 통관자동화시스템(AMS: Automated Manifest Systems) 이용, 적하목록(ISF: Import Security Filing)을 관세국경보호청(CBP: U.S. Customs and Border Protection)에 신고(‘24-Hour Rule’²⁹⁾ 적용) |
| 수입신고 | <ul style="list-style-type: none"> • 미국 통관항 도착 5일 전부터 사전신고(Prior Notice) 가능 • 도착 후에는 15일 이내로 신고(세관양식 CBP 3461 작성) |
| 통관 및 검역 | <ul style="list-style-type: none"> • FDA 수입서류 검토(OASIS) • 수입서류 검토 후 표본검사가 필요 없을 시 수속진행 동의서 통보 후 수입 허가 <ul style="list-style-type: none"> - 합격 판정 시에는 수입이 허가됨 - 불합격 시 제품 역류와 청문회 통보 • 표본검사 필요시 ‘표본조사 통보서’를 통해 표본 요청 후 검토 |

자료: 식품의약품안전처


29) 미국행 수출화물의 적하목록을 적재 24시간 전에 제출 의무화

2. 미국 쌀과자 품질 인증

▶ 미국 쌀과자, 'FDA 등록' 필수

미국으로 식품 수출 시, 국내 제조업체는 미국 식품의약품청(FDA: Food and Drug Administration)을 통해 식품 제조시설 등록 절차를 필수적으로 진행해야 함. 또한, 미국 시장에 신규 진입하는 업체의 경우 반드시 사전에 식품시설등록(FFR: Food Facility Registration)을 마쳐야 함. 한편, 식품 제조시설 등록 신청은 2020년 1월부터 온라인으로만 진행되도록 규정이 변경됨


[표 5.3] 미국 FDA 등록 정보

| | | 등록 정보 |
|---|----|---|
| | | 목적 |
|  | 절차 | <ul style="list-style-type: none"> • 식품제조시설 등록(FFR)³⁰⁾ <ul style="list-style-type: none"> - FIS(FDA Industry Systems) 회원가입 및 로그인 - 'Food Facility Registration' 접속 - 안내되는 절차에 따라 정보 기입 • 작성 내용 검토 후 저장 • 등록 확인 • 시설 등록 완료 후 등록 번호(Registration number) 배정 • 2021년부터 국내외 시설들은 FDA 시설등록 시 반드시 FDA가 인정하는 고유시설식별번호(UFI: Unique Facility Identifier)를 제출해야 함 • 미국 내 에이전트 검증 과정 <ul style="list-style-type: none"> - 미국 내 에이전트의 검증이 마칠 때까지 시설등록 및 재등록에 관한 확인 혹은 등록번호 확인은 진행되지 않음 |

자료: 미국 식품의약품청(FDA)

30) 표 5.4 참고

[표 5.3] 미국 FDA 등록 정보

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

자료: 미국 식품의약품청(FDA)

[표 5.4] 미국 식품시설등록(FFR)



| | |
|------------------------|--|
| <p>등록 대상 시설</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 국내외 식품 제조 혹은 가공시설 • 국내외 식품 포장시설 • 국내외 식품 보관시설 • 만일 식품의 제조, 가공, 포장 혹은 보관하는 해외업체가 미국으로 수출하기 전 또 다른 제조/가공을 위해 다른 해외시설로 보내질 경우, 해당 식품에 대해서는 오직 두 번째 해외시설만 등록 진행 • 만일 두 번째 해외시설이 라벨 부착과 같은 최소한의 활동만 진행할 경우, 두 시설 모두 등록해야 함 • 해당 식품의 모든 제조/가공이 끝난 후 포장 혹은 보관하는 해외시설 또한 등록을 진행해야 함 |
| <p>등록 제외 시설</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 개인 가정집: 가정집에서 제조, 가공, 포장 혹은 보관하는 경우 • 도시용수시스템(Municipal water systems) • 농장 • 레스토랑 • 소매점 식품시설(Retail food establishment) • 비영리단체 식품시설(Nonprofit food facilities) • 생선을 가공하지 않는 어선(Fishing vessels) • 농무부(USDA: United States Department of Agriculture)에서 독점적으로 관리되는 시설 |
| <p>규제 해당 식품</p> | <ul style="list-style-type: none"> • 건강보조식품 및 건강보조식품 재료 • 영아용 조제분유 • 음료(알코올 음료 및 병물 포함) • 과일 및 채소 • 생선 및 해산물 • 유제품 및 달걀 • 식품이나 식품의 일부 성분으로 사용하기 위한 가공되지 않은 농산물 • 통조림식품 및 냉동식품 • 베이커리제품, 스낵 및 캔디(껌 포함) • 살아있는 식용동물 • 사료 |

자료: 식품의약품안전처

▶ **한국 유기농 인증, 미국에서 활용 가능**

미국으로 유기농 식품을 수출하기 위해서는 미국 농무부(USDA)에서 발급하고 있는 유기농 인증을 획득해야 함. 해당 인증은 미국 농무부가 지정하고 있는 지정 인증기관을 통해 획득할 수 있음. 다만, 한국에서 이미 유기농 인증을 획득하였다면, 2014년 7월 1일부로 발효된 상호동등성협정 (Equivalence Arrangement)에 따라 미국에서도 동등하게 인정받을 수 있음

[표 5.5] 한국 유기농인증 상호동등성협정 정보

| 인증명 | 발급 기관 | 인증 구분 | 인증 Mark |
|--------------|--------------|-----------------------|--|
| USDA Organic | 미국 농무부(USDA) | 95% 이상 유기농 원료를 사용해야 함 |  |
| | | 모든 원료가 100% 유기농인 경우 |  |

동등성 인정 요건

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

미국 수입 요건

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

라벨 사용

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

자료: 미국 농무부(USDA), 국립농산물품질관리원

▶ 미국 식품 관련 기타 인증

미국 내 식품 관련 기타 인증으로는 글루텐-프리 인증, 비건 인증, 할랄(Halal)인증, 코셔(Kosher) 인증 등이 있음. 할랄인증과 코셔 인증은 원재료를 포함하여 생산 및 유통의 모든 과정이 각각 이슬람과 유대교의 율법에 어긋나지 않게 진행되어야 취득할 수 있음. 추가로, HACCP, FSSC 22000 등의 식품 생산 안전 인증과 관련된 글로벌 인증도 취득해 활용할 수 있음

[표 5.6] 미국 쌀과자 인증 취득 정보

| 인증명 | 인증 성격 | 인증 구분 | 인증 및 발급 기관 | 인증 Mark |
|-----------------------|--------------|-----------|---|---|
| HACCP | 식품 생산 안전 인증 | 글로벌 공통 인증 | 식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원) |  |
| FSSC 22000 | 식품 생산 안전 인증 | 글로벌 공통 인증 | FSSC 지정 인증기관 |  |
| 글루텐-프리 인증 | 기능성 인증 | 미국 민간 인증 | Gluten-Free Certification Organization (GFCO) |  |
| Vegan Action | 기능성 인증 | 미국 민간 인증 | 비건 인지 재단 (Vegan Awareness Foundation) |  |
| IFANCA Halal | 종교적 및 문화적 인증 | 미국 민간 인증 | 미국 이슬람식품영양협의회 (IFANCA) |  |
| Orthodox Union Kosher | 종교적 및 문화적 인증 | 미국 민간 인증 | Orthodox Union (OU) |  |

자료: 각 인증기관

3. 미국 쌀과자 라벨링

[표 5.7] 미국 쌀과자 라벨링

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

자료: 미국 식품의약품청(FDA)

[표 5.7] 미국 쌀과자 라벨링

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

자료: 미국 식품의약품청(FDA)

▶ 미국 쌀과자 라벨 샘플



[앞면]



[뒷면]

[앞면 - 영어, 국문]

- ① Haio
- ② CRISPY RICE SNACK
- ③ 쌀튀밥
- ④ 추억의맛 옛날과자
- ⑤ HOW TO STORE
- ⑥ Store in a cool, well, ventilated place to avoid moisture or direct sunlight.
- ⑦ It's good to eat as soon as possible after opening. Seal and store the remaining product well.

[앞면 - 국문]

- ① 해오름 (상표명)
- ② 쌀튀밥
- ③ 쌀튀밥
- ④ 추억의맛 옛날과자
- ⑤ 보관방법
- ⑥ 습기나 직사광선은 피하고 서늘하고 통풍이 잘되는 곳에 보관하세요.
- ⑦ 개봉 후에는 가능한 빨리 드시는 것이 좋습니다. 남은 제품은 밀봉하여 보관하시기 바랍니다.

[뒷면 - 영어]

①

| Nutrition Facts | |
|--|-----|
| About 11 serving per container Serving size 1.05oz(30g) | |
| Amount per serving Calories 120 | |
| %Daily Value* | |
| Total Fat 0g | 0% |
| Saturated Fat 0g | 0% |
| Trans Fat 0g | |
| cholesterol 0mg | 0% |
| Sodium 15mg | 1% |
| Total Carbohydrate 29g | 11% |
| Dietary Fiber 0g | 0% |
| Total Sugars 2g | |
| Includes 2g Added Sugars | 4% |
| Protein Less than 1g | |
| Vitamin D 0mcg | 0% |
| Calcium 0mg | 0% |
| Iron 0mg | 0% |
| Potassium 0mg | 0% |
| *The %Daily Value(DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2,000 calories a day is used for general nutrition advice. | |

② **INGREDIENTS** : RICE, SUGAR, SODIUM, BICARBONATE, SODIUM SACCHARIN

③ **NET WT.** 11.29OZ. (320G)

④ DISTRIBUTED BY
GRAND SUPERCENTER, INC.
LYNDHURST, NJ 07071

⑤ **PRODUCT OF KOREA**

⑥ **ITEM #131705052**

[뒷면 - 국문]

①

| 영양정보 | |
|---|-----|
| 한 용기 당 약 11인분 제공사이즈 1.05oz(30g) | |
| 1회 제공당 열량 120 | |
| %하루 영양소 기준치(DV)* | |
| 총 지방 0g | 0% |
| 포화지방 0g | 0% |
| 트랜스지방 0g | |
| 콜레스테롤 0mg | 0% |
| 나트륨 15mg | 1% |
| 총 탄수화물 29g | 11% |
| 섬유질 0g | 0% |
| 총 당류 2g | |
| 2g이 포함된 당 | 4% |
| 단백질 1g 미만 | |
| 비타민 D 0mcg | 0% |
| 칼슘 0mg | 0% |
| 철 0mg | 0% |
| 칼륨 0mg | 0% |
| *%하루 영양소 기준치(DV)는 식품 1회 제공량에 포함된 영양소가 하루 식단에 얼마나 기여하는지를 알려줍니다. 일반적인 영양 조언에는 하루 2,000칼로리가 사용됩니다. | |

② **재료** : 쌀, 설탕, 탄산수소나트륨, 사카린나트륨

③ **총중량** 11.29온스. (320G)

④ 제공사
그랜드 슈퍼센터.
린드허스트, 뉴저지, 07071

⑤ 한국 제품

⑥ 물품번호 #131705052

4. 미국 쌀과자 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

GRAS(Self-Affirmed Generally Recognized As Safe)는 미국에서 판매되는 식품 원료의 안전성을 평가하는 제도이며, 식품첨가물을 ‘식품에 첨가 및 접촉하여 직접적 또는 간접적인 결과를 초래할 것으로 예상되는 물질’로 규정해 본래의 사용 목적 및 조건에서 과학적 단계를 통해 입증된 성분을 분류함. 하기 표는 고객사 제품인 쌀과자에 적용될 수 있는 미국 식품첨가물 목록의 일부임. 더욱 자세한 사항은 미국의 연방규정집(CFR: Code of Federal Regulations) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.8] 고객사 쌀과자에 적용되는 미국 식품첨가물 기준

| 순번 | 물질명(한글) | 물질명(영문) | 사용기준 | 식품유형 |
|----|--------------|---------------------------------|---|------------|
| 1 | 황산 칼슘 | Calcium Sulfate | (GRAS: [고결방지제, 착색료, 반죽강화제, 건조제, 응고제, 밀가루개량제, 조성보조제, 팽창제, 영양강화제, 산도조절제, 가공보조제, 안정제, 증점제, 상승제, 텍스처라이저] 0.5% 이하, GMP ³¹⁾ 에 따라 사용) | 곡물제품 및 파스타 |
| 2 | 비타민 D | Vitamin D | (GRAS: [영양강화제] 90(IU/100 그램), 이 성분은 식품에 첨가 된 비타민 D의 유일한 공급원으로서 사용) | |
| 3 | 비타민 D2 버섯 분말 | Vitamin D2 Mushroom Powder | 90IU/100g | |
| 4 | 아조다이카본아마이드 | Azodicarbonamide | 100파운드의 밀가루당 45ppm 이하 | 곡분 |
| 5 | 마이카 기반 펄 야광제 | Mica-based Pearlescent Pigments | 중량 1.25%이하 | 과자 |
| 6 | 페트롤라툼 | Petrolatum | [활택제] 과자의 0.2%를 초과할 수 없음 | |
| 7 | 화이트 미네랄 오일 | White Mineral Oil | [성형전분] 성형된 전분 0.3%를 초과할 수 없음, [활택제, 밀봉제, 연마제] 당과의 0.2%를 초과 불가 | |

자료: KATI농식품수출정보

[표 5.8] 고객사 쌀과자에 적용되는 미국 식품첨가물 기준

| 순번 | 물질명(한글) | 물질명(영문) | 사용기준 | 식품유형 |
|----|------------------|------------------------------|--|-------|
| 8 | 사카린 | Saccharin | 1회 제공량 당 30mg 이하 | 가공식품 |
| 9 | 사카린나트륨 | Sodium Saccharin | | |
| 10 | 아세틸화 모노글리세라이드 | Acetylated Monoglycerides | 합리적으로 필요한 양을 초과하지 않는 수준으로 | 모든 식품 |
| 11 | 우무 | Agar | [향료, 조성보조제, 습윤제, 안정제, 증점제](GRAS: 0.25% 이하) | |
| 12 | 벤조산 | Benzoic Acid | (GRAS: [보존료] 식품에 최대 0.1%만 이 성분을 사용할 것을 허용, GMP에 따라 사용) | |
| 13 | 캐러멜 | Caramel | GMP에 따름 | |

자료: KATI농식품수출정보

31) GMP(Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당 식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

▶ **유해물질**

미국으로 식품을 유통하기 위해서는 미국 식품의약품청(FDA)의 유해물질 규정을 반드시 준수해야 함. 미국은 유해물질을 ‘독성이 있어 치명적인 물질이나 병원성 및 발암성 물질’로 정의하며, 해당 물질에 대해 식품 내 잔류한계를 규정하고 있음. 하기 표는 고객사 제품인 쌀과자에 적용될 수 있는 미국 유해물질 목록의 일부이며, 더욱 자세한 사항은 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.9] 고객사 쌀과자에 적용되는 미국 유해물질 기준

| 순번 | 물질명(한글) | 물질명(영문) | 잔류허용기준 | 식품 유형 |
|----|---------------------------------|--|--------------------|-------|
| 1 | 아플라톡신(아플라톡신 B1, B2, G1, G2(총량)) | Aflatoxin(Aflatoxin B1, B2, G1, G2(Total)) | 20mcgs/kg (20 ppb) | 모든 식품 |
| 2 | 피디플루메토펜 | Pydiflumetofen | 0.02 ppm | 백색전분 |
| 3 | | | | 황색전분 |

자료: KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

미국에서 유통되는 식품의 알레르기 유발물질은 ‘식품 알레르기 유발물질 표시 및 소비자 보호법’에 의하여 규정됨. 총 9가지의 알레르기 유발물질에 대해 라벨 표시를 강제하고 있으며, 해당 성분을 포함하는 식품은 라벨에 성분명을 영어로 표기해야 함. 2023년 1월 1일부터 참깨가 9번째 알레르겐 성분으로 추가 지정되었음. 고객사 제품에 해당하는 성분은 없는 것으로 확인됨

[표 5.10] 미국 알레르겐 성분 정보

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

자료: 미국 식품의약품청(FDA)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 에이치마트유에스에이(H Mart USA)
2. 월마트(Walmart)
3. 메가마트(Mega Mart)

Interview ①

32)



에이치마트유에스에이
(H Mart USA)

- 유형: 공급유통업체
- 업체 특징:
 - 1982년 설립
 - 뉴욕에 위치한 소매 및 공급업체
 - 주요 수입국으로는 한국
 - 취급 품목으로는 냉동 식품, 해산물, 고기 등
 - 온/오프라인 유통채널 운영

담당자 정보

Manager

에이치마트유에스에이(H Mart USA) Manager

Q. 미국에서 쌀 가공식품의 수요는 어떠한가요?

미국에서 쌀 가공식품의 수요가 증가하고 있습니다. 특히 쌀과자 시장은 빠르게 성장하고 있으며 미래 전망이 밝습니다. 또한, 컵밥, 즉석밥과 같은 쌀 가공식품 제품도 간편하기에 선호되고 있으며, 쌀을 주식으로 하는 인구가 많은 지역과 쌀을 건강한 간식으로 인식하는 젊은 소비자층에서 수요가 두드러지게 증가했습니다. 전반적으로 미국에서는 편리하고 영양이 풍부하며 맛이 좋은 쌀과자 제품의 수요가 증가하고 있으며 지속적인 성장이 있을 것으로 보입니다.

Q. 미국 쌀과자 시장에서는 요즘 무엇이 유행인가요?

최근 미국 쌀과자 시장에서는 가볍고 바삭한 식감이 특징인 제품들이 유행하고 있습니다. 건강에 대한 인식이 높아지면서 쌀과자에 유기농 쌀과 통곡물 쌀이 자주 사용되고 있습니다. 한라봉 맛과 같이 전통적 맛과 독특한 맛을 혼합한 맛 옵션이 늘어나고 있습니다. 이동 중에도 간편하게 먹을 수 있는 편리한 일회용 포장 제품이 수요가 높으며, 가격은 3-6달러(3,967-7,934원³³⁾) 사이입니다. 미국 소비자들 사이에서 증가하는 글로벌 요리와 정통성에 관한 관심에 부응하기 위해서 쌀과자의 한국적 맛과 재료를 부각한 마케팅 전략을 펼치고 있습니다.

Q. 미국에서 가장 인기 있는 쌀과자 제품은 무엇인가요? 해당 제품의 가격대와 특징은 어떠한가요?

고객사 제품과 같은 현미 과자는 없지만, 쌀과자 제품은 있습니다. 우선 C사의 '미분쌀과자'는 287.7g에 7.99달러(1만 565원)에 판매되고 있습니다. 쌀로만 만들어졌으며 인공 향이나 색소가 전혀 들어가지 않았습니다. 또한, 지퍼백에 제공되며 간식으로 드시거나 차에 타서 마실수도 있습니다. H사의 '크리스피 라이스 스낵'은 320g에 5.99달러(7,921원)로 판매되고 있으며 쌀로 만들어 바삭바삭한 식감을 자랑합니다. 인공적인 향이 전혀 들어가지 않아 간식으로 먹거나 요리에 곁들여 먹을 수 있습니다. I사의 '유기농 베이비 쌀스낵'은 30g에 4.99달러(6,598원)이며, 유기농 쌀로 만들어 소량씩 제공됩니다. 쌀 본연의 맛이 나며 이동 중에도 간식으로 쉽게 먹을 수 있습니다. L사의 '쌀로별 빅사이즈'는 156g에 5.99달러(7,921원)입니다. 쌀로만 만들어져 바삭바삭한 식감과 천연 쌀 향을 보유했으며 간식으로 섭취되기도 합니다.

32) 사진자료: 에이치마트유에스에이(H Mart USA)

33) 1달러=1,322.30원(2023.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

고객사 제품의 강점은 독특한 맛과 깔끔한 성분, 다양한 활용도이지만, 약점은 포장용량의 다양성이 부족하다는 점입니다. 앙파의 고소한 향과 12종 강황 추출물을 결합한 고객사 제품의 맛은 일반 쌀과자보다 독특한 맛을 냅니다. 또한, 인공 향료나 첨가물을 사용하지 않고 천연재료를 사용했다는 점은 클린 라벨 트렌드에 완벽하게 부합하기에 건강을 중시하는 소비자에게 선호될 것입니다. 간식으로든 먹을 수 있고 쌀뜨물이나 차로 우릴 수 있다는 점은 제품이 다양하게 활용될 수 있기에 매력을 더합니다. 하지만 90g 용량 옵션만 제공한다는 점은 다양한 수량이나 포장용량을 선호하는 소비자들 사이에서 매력도가 떨어질 수 있습니다.

Q. 경쟁사들은 어떤 유통채널에서 쌀과자 제품을 판매하고 있나요?

쌀과자는 대형할인점의 수입 또는 아시아 식품 코너에서 흔히 볼 수 있으며, 대형할인점은 미국 전역에 있기에 다양한 소비자가 쉽게 접근할 수 있습니다. 쌀과자는 일반적인 매장 외에도 온라인 플랫폼을 통해 구매할 수 있습니다. 다양한 아시안 간식을 찾는 소비자들을 위한 아시안 슈퍼마켓도 중요한 역할을 합니다. 또한, 현지화된 옵션을 선호하는 소비자들을 위해 동네의 아시안 식료품점에서도 쌀과자를 판매하고 있습니다.

Q. 고객사 제품은 물에 쌀 95%와 신선 농산물 3%가 주원료이며 인공 첨가물이 사용되지 않고 천연재료로만 만들어진 현미 과자입니다. 100% 한국산 쌀로 만들어졌으며 90g당 3,000원입니다. 고객사 제품이 미국 소비자들 사이에서 인기를 얻을 수 있을까요?

고객사 제품은 강황 특유의 독특한 향, 깔끔한 천연재료와 경쟁력 있는 가격을 갖추고 있습니다. 건강을 중시하는 아시안과 현지 소비자에게 효과적으로 마케팅하고 적합한 채널에 유통한다면 충분히 미국에서 성공할 가능성이 있습니다.

Q. 고객사 제품이 미국에서 경쟁력을 가지려면 어떤 전략으로 판매해야 할까요?

한국 제품을 전문으로 하는 수입업체나 유통업체와 파트너십을 구축하여 주요 식료품 체인과 접촉하고 업계 지식과 인맥을 활용해야 합니다. 깔끔하면서도 매력적인 디자인을 사용한 포장에 깨끗한 성분, 다양한 활용도 등 제품 고유의 특성을 강조하여 마케팅해야 합니다. 포장지에 영어와 한국어로 성분 및 영양 정보가 포함되어 있는지 확인하고 다양한 용량과 신선도 보존 옵션을 제공하세요. 또한, 건강에 좋은 한국 향신료와 재료로 맛을 다양화하고 백미를 활용한 제품을 출시해야 합니다. 글루텐프리 또는 Non-GMO 옵션을 출시하거나 특정 한국 쌀 품종 사용한다면 더 많은 소비자의 관심을 끌 수 있을 것입니다.

Q. 고객사 제품은 HACCP 인증을 받은 제품입니다. 미국에서 쌀과자 제품의 판매를 위해 필요한 다른 인증이 있나요?

HACCP 인증 외에도 몇 가지 필수 인증이 미국 시장 내 쌀과자 판매에 큰 도움이 될 수 있습니다. 소비자에게 유전자 변형 성분이 없음을 보장하는 Non-GMO 인증과 글루텐 제한이 있는 사람들에게 필수적인 글루텐프리 인증을 추천합니다. 유기농 재료를 사용할 때는 유기농 인증이 중요하지만, 홀그레인스탬프(Whole Grain Stamp)는 통곡물 쌀과자의 영양성분을 부각하는 데 도움이 됩니다. 또한, FDA의 해외 공급업체 검증 프로그램(FSVP)에 제품이 등록되면 제품 안전과 미국 규정 준수에 대한 소비자의 신뢰가 높아집니다. 해당 인증들은 경쟁이 치열한 미국 식품 시장에서 제품 품질과 매력을 높일 수 있을 것입니다.

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

다양한 채널을 이용한 유통 전략을 추천합니다. 우선, 주요 소매업체에 접촉하기 위해서 아시아나 한국산 수입 전문 유통업체와 협력해야 합니다. 또한, 온라인 소매 플랫폼을 활용해 접근성을 확보해야 합니다. 아시아마트 체인과 제휴하여 아시아 식료품 전용 매장에 입지를 구축하고, 틈새시장을 공략하여 브랜드 충성 고객을 모아야 합니다. 대형 유통업체와 현지 유통업체 모두에 유통한다면 광범위한 미국 시장 진출과 타겟 소비자 양쪽을 사로잡을 수 있을 것입니다.

Q. 미국 소비자들에게 쌀과자를 홍보하기 위한 효과적인 방법이 있나요?

인스타그램, 유튜브 등의 플랫폼에서 한인 인플루언서들과 제휴해 제품에 대한 리뷰와 소비자 인지도를 높이는 등 소셜미디어 인플루언서 마케팅을 활용하는 것을 추천합니다. 또한, 쌀과자를 활용한 요리법을 셰프와 함께 요리하면 소비자의 참여를 유도할 수 있을 것입니다. 다른 한국 차, 음료 또는 식품 브랜드와 협력하면 현지 시장에서 영향력을 확대할 수 있을 것입니다. 마지막으로, 아시아계 미국인과 같이 특정 소비자 그룹을 구체적으로 설정하여 페이스북과 인스타그램과 같은 SNS 플랫폼에서 디지털 광고를 하여 타겟 소비자층에 도달할 수 있도록 해야 합니다.

Interview ②

34)


월마트(Walmart)
Sales Representative

월마트
(Walmart)

- 유형: 소매유통업체
- 업체 특징:
 - 1962년 설립
 - 벤턴빌에 위치한 슈퍼마켓 체인
 - 취급 품목으로는 식료품, 의류, 가전제품, 유아용품 등
 - 온/오프라인 유통채널 운영

담당자 정보

Sales Representative

Q. 미국에서 쌀 가공식품의 수요는 어떠한가요?

미국에서 바쁜 현대인들이 편리한 음식 옵션을 원하면서 쌀 가공식품과 쌀과자의 수요도 증가하고 있습니다. 떡과 쌀과자는 이동 중에도 먹을 수 있고 빠르게 포만감을 주기에 인기가 높습니다. 또한, 즉석밥의 경우 간편하고 빠르게 준비할 수 있기에 소비자 사이에서 선호됩니다. 글루텐프리, 고단백질, 통곡물 옵션을 제공하게 되면서 웰니스 트렌드도 수요 증가에 이바지했습니다. 아시아 요리에서 영감을 받은 다양한 맛 옵션 덕분에 젊은 소비자들 사이에서 인기를 얻었기에 앞으로도 꾸준한 시장 성장이 전망되고 있습니다.

Q. 미국 쌀과자 시장에서는 요즘 무엇이 유행인가요?

쌀과자 시장에서 요즘 유행은 다양합니다. 우선 쌀과자는 얇고 바삭하거나, 두껍고 부드러운 스타일이 있어 다양한 취향에 맞게 선택할 수 있습니다. 맛 옵션은 일반적인 맛부터 천일염, 비비큐 맛과 같이 고소하고 달콤한 맛까지 다양합니다. 포장은 개인부터 가족 단위 소비자에게 적합하게 일회용 팩, 재밀봉 가능한 포장이나 스낵 상자로 제공됩니다. 쌀과자는 주로 재료의 단순성을 강조하며 가끔 영양성분을 추가하여 판매되기도 합니다. 일반적으로 가격은 2-5달러(2,645-6,612원) 사이입니다. 또한, 현지 소비자들은 쌀과자를 맛있고 건강한 대체 간식이면서도 전통 간식으로 고려하며, 활용성과 휴대성을 높이 평가합니다.

Q. 미국에서 가장 인기 있는 쌀과자 제품은 무엇인가요? 해당 제품의 가격대와 특징은 어떠한가요?

L사의 '패밀리팜현미떡천일염' 제품은 간식으로 섭취 가능하며 천일염 맛이 납니다. PP포장과 유사한 재밀봉 가능한 스탠드백에 포장되어 제공되며 6oz에 4달러(5,289원) 미만으로 판매되고 있습니다. 원재료는 통곡물 현미, 사탕수수즙과 천일염이며 천연 성분, 글루텐프리 제품이라는 점을 적극적으로 홍보하고 있습니다. 건강에 좋은 쌀과자를 찾는 남녀노소 누구나 해당 제품을 구매하며, 천연 성분의 쌀과자라는 점에서 고객사 제품과 비교해도 손색이 없는 제품입니다. 두 제품 모두 건강을 중시하는 소비자를 위한 인공 첨가물이 없는 쌀과자 제품입니다.

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

고객사의 제품은 양파와 12종의 강황을 함유한 독특한 맛을 갖고 있어 강황의 건강상의 이점을 찾는 소비자에게 어필하고 있습니다. 또한, 인공 첨가물을 넣지 않은 100% 천연 성분으로 건강을 생각하는 소비자들 사이에서 선호될 것으로 보입니다. 또한, 단순한 간식이 아니라 다양하게 사용할 수 있다는 점이 강점입니다. 하지만 대중적이지 않은 고객사 제품의 양파와 강황 맛은 해결해야 할 약점입니다.

Q. 경쟁사들은 어떤 유통채널에서 쌀과자 제품을 판매하고 있나요?

경쟁사들은 쌀과자를 식료품점과 슈퍼마켓에 유통하며 스낵 코너와 수입 또는 건강 식품코너에 진열합니다. 현지의 대형 소매업체는 쌀과자를 유통하는 데 중요한 역할을 하며 소비자에게 광범위한 접근성을 보장합니다. 또한, 온라인 플랫폼도 쌀과자를 유통하기 위한 중요한 채널입니다. 온라인 플랫폼은 공급업체가 직접 소비자에게 판매할 수 있으며 전형적인 오프라인 매장에서 찾기 어려울 수 있는 틈새 제품 유통에 특히 유용하며 다양한 쌀과자를 찾는 소비자에게 편의성과 접근성을 제공합니다.

Q. 고객사 제품은 물에 쌀 95%와 신선 농산물 3%가 주원료이며 인공 첨가물이 사용되지 않고 천연재료로만 만들어진 현미 과자입니다. 100% 한국산 쌀로 만들어졌으며 90g당 3,000원입니다. 고객사 제품이 미국 소비자들 사이에서 인기를 얻을 수 있을까요?

고객사 제품은 인공 향이나 첨가물을 넣지 않은 100% 천연 성분을 자랑하기에 미국 시장에서 충분히 경쟁력을 가질 것으로 보입니다. 건강에 좋은 제품을 찾는 소비자의 요구에 적합하며 100% 한국산 쌀을 사용하여 제품의 매력도를 높이고 있습니다. 또한, 제품의 가격은 90g 팩에 3달러(3,967원)로 유사한 제품과 비교했을 때 경쟁력이 있는 편입니다. 하지만 양파와 강황 맛이 미국 소비자들 사이에서 인기를 얻을 수 있을지 모르겠습니다.

Q. 고객사 제품이 미국에서 경쟁력을 가지려면 어떤 전략으로 판매해야 할까요?

미국 시장에서 제품의 경쟁력을 높이기 위해 포장에는 눈에 띄는 색을 사용해야 합니다. 한국의 맛을 강조하며 인기 있는 관련 유행어를 포장에 넣어 이목을 끌어야 합니다. 또한, 다양한 제품 용량과 맛 옵션뿐만 아니라 활용도를 높이는 레시피를 제공해야 합니다. 주요 슈퍼마켓 체인점, 천연식품 전문점과 수입식품 전문점에 유통해야 합니다. 한국의 전통적인 맛을 중심으로 브랜드 아이덴티티를 구축한 마케팅을 진행해야 하며, 소비자 유치를 위해 프로모션을 제공하고 경쟁력 있는 가격 책정이 필요합니다.

Q. 고객사 제품은 HACCP 인증을 받은 제품입니다. 미국에서 쌀과자 제품의 판매를 위해 필요한 다른 인증이 있나요?

미국에서 쌀과자를 판매하기 위해서는 건강에 민감한 소비자 사이에서 선호되는 Non-GMO 인증과 글루텐프리 인증이 필요합니다. HACCP는 매우 중요한 기본 인증이며, 유기농 인증은 꼭 필요한 것은 아니지만 더 비싼 값을 치르고 유기농 간식을 구매할 의향이 있는 소비자들 사이에서 인지도를 더욱 확대할 수 있을 것입니다. 이러한 인증들은 마케팅을 강화하고 소비자 신뢰를 구축하여 현지의 건강을 중시하는 소비자들 사이에서 제품을 차별화하여 성공적인 시장 진출을 할 수 있을 것입니다.

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

아시아 요리에 관심이 있는 소비자를 겨냥하는 데 도움이 될 수 있는 아시안마트에 유통하는 것을 추천합니다. 동시에 넓은 소비자층에 접근성을 제공하는 온라인 플랫폼을 활용해야 합니다. 또한, 다양한 고객 기반에 폭넓게 노출될 수 있고 잠재 고객층에게 제품을 노출할 수 있는 슈퍼마켓 체인과의 파트너십도 놓치면 안 됩니다.

Q. 미국 소비자들에게 쌀과자를 홍보하기 위한 효과적인 방법이 있나요?

현지 소비자에게 효과적으로 어필하기 위해서는 다양한 프로모션 방법을 활용하는 것이 바람직합니다. 소셜미디어 마케팅은 온라인 참여도와 판매를 장려하기 위한 할인 코드 제공과 마케팅 프로모션에 중요한 역할을 합니다. 또한, 소비자가 제품을 직접 맛볼 수 있도록 제품 출시 초기에 매장에서 시음 행사를 진행하는 것이 매우 효과적일 수 있습니다. 지역 음식이나 웰니스 웹사이트, 잡지, 유튜브 시청자에게 신뢰도를 얻고 소비자에게 노출 범위를 확대하기 위해서 미디어 홍보를 추진해야 합니다. 티셔츠, 모자, 레시피 카드 등을 제공하는 경품 행사도 도움이 될 것입니다. 해당 경품들은 판촉 도구 역할을 할 뿐만 아니라 브랜드의 가시성을 넓힐 수 있습니다. 마지막으로 적합한 소매유통채널의 매장에서 시험판매를 한다면 소비자에게 기억에 남아 구매 가능성을 높일 수 있을 것입니다.

Interview ③

MEGA MART

메가마트
(Mega Mart)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2016년 설립
 - 조지아주에 위치한 소매 및 수입업체
 - 주요 수입국으로는 한국
 - 취급 품목으로는 냉동식품, 즉석식품, 과자 등
 - 온/오프라인 유통채널 운영

담당자 정보

Manager

35) 메가마트(Mega Mart)
Manager

Q. 미국에서 쌀 가공식품의 수요는 어떠한가요?

최근 미국에서 쌀 가공식품의 수요는 여러 가지 이유로 꾸준히 증가하고 있습니다. 미국 소비자들은 점점 간편하고 휴대 가능한 간식을 선호하고 있기에 이동 중에도 소비하기 좋은 쌀과자의 수요도 높아지고 있습니다. 젊은 소비자들은 건강한 간식을 선호하기에 쌀과자의 인기에 이바지하고 있습니다. 다른 스낵 카테고리에 비해 작은 규모이지만, 더 많은 제품이 시장에 출시되고 편리성과 휴대성에 대한 인식이 꾸준히 확대되면서 앞으로도 시장 성장이 예상됩니다.

Q. 미국 쌀과자 시장에서는 요즘 무엇이 유행인가요?

미국에서 쌀과자는 떡, 크래커 등 다양한 형태로 제공되며, 주로 쌀가루나 곡물을 사용하기에 식감이 바삭합니다. 쌀과자 중 다수의 제품에는 현미와 같은 건강에 좋은 재료가 포함되어 있으며 몇몇 제품은 맛과 영양성분을 위해 채소, 과일 또는 치즈가 들어있습니다. 맛 옵션은 매콤한 떡볶이와 같은 전통적인 한국식 맛부터 꿀, 요거트, 사과, 치즈와 같은 세계 각국의 맛까지 다양합니다. 포장은 이동 중에도 소비할 수 있도록 개별 일회용 파우치와 재밀봉 가능한 포장 옵션이 있으며, 다양성을 찾는 소비자들을 위해 더 큰 용량 옵션도 제공됩니다. 대부분의 일회용 제품은 5달러(6,612원) 미만의 합리적인 가격이며, 큰 용량은 일반적으로 10달러(1만 3,223원) 미만이지만 유기농이나 특수 제품의 경우 약간 더 비쌀 수 있습니다. 브랜드들은 건강에 관심이 있는 소비자의 요구를 충족시키기 위해 유기농과 Non-GMO 인증을 강조하고 건강에 점점 더 초점을 맞추고 있습니다. 전반적으로 미국 쌀과자 시장의 동향은 다양성, 영양성분, 합리적인 가격과 편리하고 휴대 가능한 포장이 중요합니다.

Q. 미국에서 가장 인기 있는 쌀과자 제품은 무엇인가요? 해당 제품의 가격대와 특징은 어떠한가요?

미국에서 가장 인기 있는 쌀과자 제품으로는 '유기농소프트라이스스낵스'가 있으며 20g에 2.99달러(3,954원)에 판매되고 있습니다. J사의 '라이스스낵'도 인기 있는 제품이며, 100g에 1.99달러(2,631원)에 판매되고 있습니다. M사의 '유기농새싹현미스낵'도 60g에 3.99달러(5,276원)로 판매되고 있습니다. 해당 제품은 모두 제품 종류, 성분, 원산지, 포장 등이 고객사 제품과 유사한 쌀과자입니다.

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

고객사 제품은 인공 향료나 첨가물 없이 100% 천연재료를 사용하여 건강을 생각하는 소비자들에게 매력적인 옵션이 될 수 있다는 강점이 있습니다. 양파와 12종의 강황 추출물의 독특한 조합으로 경쟁사 제품과 차별화되며, 스낵뿐만 아니라 현미차 등 음료나 쌀 대용으로도 사용할 수 있어 활용도가 뛰어납니다. 또한, HACCP 식품안전기준 인증을 받아 신뢰할 수 있는 제품입니다. 이러한 강점에도 불구하고, 미국 내 포화상태인 쌀과자 시장에서 비교적 인지도가 낮은 신제품을 출시한다는 것은 약점으로 작용합니다.

Q. 경쟁사들은 어떤 유통채널에서 쌀과자 제품을 판매하고 있나요?

경쟁사들은 주로 슈퍼마켓, 식료품점과 같은 전통적인 오프라인 매장에서 쌀과자 제품을 판매합니다. 또한, 온라인과 전자상거래 플랫폼을 통해 유통하여 소비자에게 접근성을 높이고 편리함을 제공하고 있습니다. 또한, 소비자들이 이동하면서 쌀과자 제품을 접할 수 있는 편의점도 중요한 유통채널 중 하나입니다.

Q. 고객사 제품은 물에 쌀 95%와 신선 농산물 3%가 주원료이며 인공 첨가물이 사용되지 않고 천연재료로만 만들어진 쌀과자입니다. 100% 한국산 쌀로 만들어졌으며 90g당 3,000원입니다. 고객사 제품이 미국 소비자들 사이에서 인기를 얻을 수 있을까요?

고객사 제품은 미국 시장에서 경쟁력이 있을 것으로 보입니다. 건강에 관심이 많은 미국 소비자들의 기호에 맞는 건강 간식으로, 100% 한국산 쌀을 사용하여 이국적이고 이미지를 주어 외국 간식에 관심이 많은 소비자에게 관심을 받을 수 있을 것입니다. 그러나 저렴한 스낵과 경쟁하게 될 것이며, 새로운 브랜드로 미국 시장에 진출하는 것은 유통과 마케팅 측면에서 어려움이 있을 것입니다. 전 세계적으로 인지도를 구축하고 유통채널을 확보하기 위한 신중한 전략이 필요합니다. 전반적으로 고객사 제품은 전망 있어 보이지만, 제품의 성공 여부는 효과적인 마케팅과 경쟁사와의 차별화에 의해 결정될 것입니다.

Q. 고객사 제품이 미국에서 경쟁력을 가지려면 어떤 전략으로 판매해야 할까요?

고객사 제품이 미국에서 경쟁력을 가지기 위해서는 명확성을 위해 용량을 온스 단위로 조정하고, 눈길을 끄는 디자인을 사용해야 합니다. 또한, 영양 정보를 눈에 띄게 표시하고, 관심 있는 소비자에게 다양한 문화의 맛을 소개할 수 있어야 합니다. 또한, 여러 용량 옵션을 제공하며 경쟁력 있는 가격으로 가족 단위 소비자들에게 어필하는 것이 좋습니다. 천연재료를 강조하면서 한국의 맛과 미국 현지의 맛을 혼합하여 제공하는 것이 전략적일 것으로 보입니다. 초기에 제품을 출시할 때는 한인마트 및 아시안마트와 제휴하거나 직접 온라인에서 판매하는 것을 추천합니다. 마지막으로 현지에서 영향력 있는 한인 인플루언서와 협업하고, 이국적인 아시아 스낵으로 제품을 포지셔닝 해야 합니다. 소셜미디어를 활용하여 맛, 건강 및 문화적 경험을 홍보하는 등의 마케팅 전략을 펼쳐야 합니다.

Q. 고객사 제품은 HACCP 인증을 받은 제품입니다. 미국에서 쌀과자 제품의 판매를 위해 필요한 다른 인증이 있나요?

미국에서 쌀과자 제품의 판매를 위해 중요한 인증은 USDA 유기농 인증과 Non-GMO 인증입니다. 엄격한 USDA 유기농 인증으로 건강에 관심이 있는 소비자에게 어필할 수 있으며, Non-GMO 인증으로 고객사 제품에 유전자 변형 성분이 포함되어 있지 않음을 소비자에게 보장할 수 있을 것입니다. 해당 인증들은 특정 소비자 선호도에 맞춰 제품의 시장성을 강화할 수 있지만, 엄격한 기준과 프로세스를 준수해야 합니다.

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

틈새시장과 건강에 민감한 시장을 겨냥한 천연식품 전문점에 제품을 유통하는 것을 추천합니다. 아시아 식료품 도매업체는 아시아 요리를 좋아하는 소비자 기반을 활용하는 데 도움을 줄 수 있습니다. 온라인 플랫폼을 활용하면 미국 전역에 있는 소비자들에게 접근성과 편의성을 제공할 수 있습니다. 한국산 제품이라면 한인마트 체인에 유통하여 한식에 관심이 있는 소비자에게 다가갈 수 있을 것입니다.

Q. 미국 소비자들에게 쌀과자를 홍보하기 위한 효과적인 방법이 있나요?

미국 현지 소비자에게 어필하기 위해서는 건강성, 편의성, 맛 요소에 중점을 두어 마케팅하는 것이 이상적일 것으로 보입니다. 적극적인 홍보를 위해서는 소셜미디어 인플루언서 활용, 디지털 광고, 비정기적인 할인 행사 등을 추천합니다. 또한, 유통업체와의 협업, 블로거와의 협업, 제품 시음 이벤트 등도 효과적인 마케팅 전략이 될 수 있습니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

Ⅶ 시사점



시장수요

미국 및 한국 쌀과자 수입, 높은 성장률과 점유율



미국 간식 및 스낵 시장규모는 향후 5년간 3.8%씩 증가, 스낵 식품 시장규모 또한 향후 5년간 3.3%씩 성장할 것으로 전망됨. HS CODE 1905.90(쌀과자)의 미국 對글로벌 수입액은 지난 5년간 연평균 15.7%씩 증가했으며, 對한국 수입액은 이를 월등히 추월하는 연평균 18.6%의 높은 성장률을 보여, 한국산 쌀과자에 대한 수요 증가세를 확인함. 특히, 2022년 기준 미국의 쌀과자 수입 국가들 중 한국은 전체 4위를 차지하며 한국산 쌀과자에 대한 높은 수요를 확인하였음

수입유통업체 인터뷰 결과, 세 수입유통업체 모두 미국 쌀 가공식품에 대한 수요가 증가하고 있으며, 특히 편리하고 영양분이 풍부한 간식에 대한 수요증가로 쌀과자를 포함한 건강한 간식이 젊은 소비자들 사이에서 인기가 있다고 답변함. 한국산 쌀과자를 포함하여 독특한 맛과 풍부한 영양분을 제공하는 쌀과자 제품에 대한 관심이 커지고 있음



소비 특징 ①

건강한 맛 강조하는 쌀과자 다수 확인



온라인쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석 결과를 통해 현지 제품 및 시장 특징을 도출함

미국 쌀과자 시장 내 '글루텐프리', '건강한' 등 건강함을 강조하는 제품이 다수인 것으로 확인됨. 특히 한국 쌀과자는 '글루텐프리' 제품으로 인식되어, 미국 시장 내 성장하고 있는 것으로 확인됨. 이외에도 '비건', '케토식품', '비유전자변형식품' 등 건강을 내세운 키워드가 다수 확인됨. 식감의 경우, '비식비식한' 형태를 가장 선호하는 것으로 확인됨



소비 특징 ②

'웨이커', '프렌들리그레인' 등 현지 브랜드 다수



미국 쌀과자 시장 내 '웨이커' 및 '프렌들리그레인' 등 미국 현지 브랜드가 다수 확인되었음. 특히, '프렌들리그레인'은 우리나라 쌀과자 강정과 유사한 제품을 판매하는 것으로 확인되었고, 믹스베리나 캐러멜 등 다양한 맛을 보유한 것으로 확인됨. 이외에도 '켈로그'의 제품들도 다수 판매하고 있는 것으로 분석됨

현지 제품은 주로 자극적인 맛을 보유한 반면, 한국산 제품은 담백한 맛을 가진 제품이 다수이기에 최근 미국 내 한국산 쌀과자를 찾는 소비자들 증가한 것으로 파악됨



Export Insights

미국 쌀과자 유통 비중



유통채널



미국 쌀과자 유통채널 점유율 조사 결과 기타 현대식 상점(49.5%)이 압도적으로 높은 점유율을 차지하였음. 뒤를 이어 하이퍼마켓/슈퍼마켓(37.0%)이 주요 유통채널로 확인되었으며, 온라인(5.0%) 및 편의점(4.0%)은 다소 낮은 점유율을 보였음

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

진입장벽

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



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

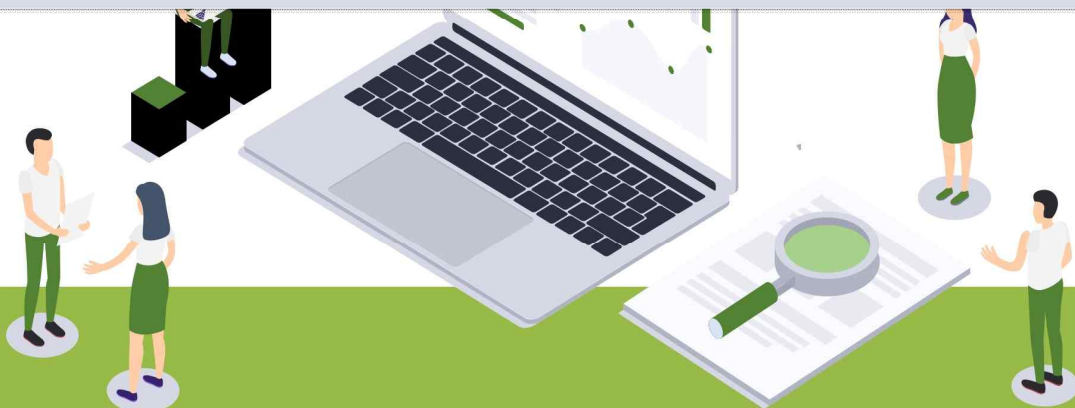
수출 확대 전략

셀링 포인트
&
제품 경쟁력 피드백



Point 01 주요 구매 요인 수입유통업체 인터뷰 결과, 미국 쌀과자의 주요 트렌드로는 휴대가 가능하며 영양성분이 풍부한 제품이거나, 다양한 맛과 바삭바삭한 식품을 제공하는 제품인 것으로 확인됨. 따라서, 고객사 제품의 셀링포인트인 '향료를 전혀 사용하지 않고 100% 원물만 사용'에 제품의 식감과 특징을 추가하여 홍보할 것을 권장함

Point 02 제품 경쟁력 피드백 수입유통업체 인터뷰 결과, 고객사 쌀과자 제품의 강점은 독특한 맛, 편리한 포장 및 제품의 성분임. 따라서, 고객사 제품의 셀링포인트로 건강한 간식 섭취가 가능함과 동시에 저렴한 가격이지만 풍부한 영양성분을 가진 제품임을 강조하는 것이 좋음



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2022
2. 한국경제, 「미국인들 간식 사랑…식품업체 '맛있는 실적' 기대감」, 2022.09
3. 스태티스타(Statista), 「Confectionery & Snacks_United States」, 2023.08
4. 글로벌이코노믹, 「[초집] MZ세대가 몰고 온 미국의 '스낵 산업' 폭풍 성장」, 2023.05
5. 스태티스타(Statista), 「Snack Food_United States」, 2023.08
6. 농축유통신문, 「쌀가공식품 1위 수출국 '美' 판로 확대 나서」, 2023.08
7. 스태티스타(Statista), 「Retail sales of rice snacks in the United States from 2013 to 2022」, 2023.01
8. 한국일보, 「미국서 한국산 '쌀 과자' 인기」
9. 스태티스타(Statista), 「Distribution of chocolate retail sales in South Korea in 2021, by channel」, 2021.08
10. 스태티스타(Statista), 「Distribution channels for confectionery products in the United States in 2021, by outlet type retail sales(in million U.S. dollars)」, 2022.12
11. 식품의약품안전처, 「식품 수출 안내서(미국편)」, 2021.12
12. KATI농식품수출정보, 「식품시설 등록 : 중소기업체들을 위한 안내서」, 2018.05

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. 노드스트롬(Nordstrom) (www.nordstrom.com)
4. 블루밍데일스(Bloomingdale's) (www.bloomingdales.com)
5. 포브스(Forbes) (www.forbes.com)
6. 월마트(Walmart) (www.walmart.com)
7. 코스트코홈세일(Costco Wholesale) (www.costco.com)
8. 월스트리트저널(WSJ) (www.wsj.com)
9. 한국농수산식품유통공사(aT) (www.at.or.kr)
10. 크로거(Kroger) (www.kroger.com)
11. 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News) (www.supermarketnews.com)
12. 에피큐리어스(epicurious) (www.epicurious.com)
13. 세븐일레븐(7-Eleven) (www.7-eleven.com)
14. 씨클케이(Circle K) (www.circlek.com)
15. 씨에스피데일리뉴스(CSP Daily News) (www.cspdailynews.com)
16. 와와(Wawa) (www.wawa.com)
17. 구글맵(Google Maps) (www.google.co.kr/maps)
18. 아마존(Amazon) (www.amazon.com)
19. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
20. 센서타워(Sensortower) (sensortower.com)
21. 이베이(eBay) (www.ebay.com)
22. 인사이더(Insider) (www.insider.com)
23. 워싱턴포스트(The Washington Post) (www.washingtonpost.com)
24. 비즈니스인사이더(Businessinsider) (www.businessinsider.com)
25. 롤링스톤(RollingStone) (www.rollingstone.com)
26. 뉴욕타임즈(The New York Times) (www.nytimes.com)
27. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
28. 식품의약품안전처 (www.mfds.go.kr)
29. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
30. 미국 식품의약품청(FDA) (www.fda.gov)
31. 미국 농무부(USDA) (www.usda.gov)
32. 국립농산물품질관리원 (www.naqs.go.kr)
33. 플라티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)

34. 에이치마트유에스에이(H Mart USA) (hmartdelivery.com)
35. 메가마트(Mega Mart) (megakfood.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.10.20

본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한
무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는
aT 한국농수산물유통공사로 연락하여 주시기 바랍니다.

Copyright 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea