

2023 수출기업 맞춤형 조사

No.		202300-08
품목		유기농 발효탄산음료(Organic Fermented RTD)
HS CODE		2202.10-9000
국가		미국(U.S.A)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 시장규모(Market Size)

1. 미국 즉석 차 & 커피 음료 시장규모	05
2. 미국 즉석 차 음료 시장규모	06
3. 미국 유기농 발효탄산음료 수입규모	07

II. 시장트렌드(Market Trend)

1. 미국 음료 시장 트렌드, 건강을 위한 음료	16
2. 미국 소비자, 저칼로리, 천연/자연(발효) 음료 선호	17
3. 건강 이미지를 보유한 향/맛 음료, 수요 증가 예상	18
4. 천연재료를 통한 밝고 선명한 색 음료, 수요 증가 예상	19
5. 미국 RTD 시장, 제품 다양화 추세	20
6. 기능성 음료 잠재 소비층은 여성	21

III. 유통채널(Distribution Channel)

1. 미국 유기농 발효탄산음료 유통채널 점유율	23
2. 미국 유기농 발효탄산음료 주요 유통채널	24

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

IV. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 미국 유기농 발효탄산음료 통관 및 검역 절차	35
2. 미국 유기농 발효탄산음료 품질 인증	38
3. 미국 유기농 발효탄산음료 라벨링	42
4. 미국 유기농 발효탄산음료 성분 및 유해물질	47

V. 전문가인터뷰(Expert Interview)

1. 레인포레스트 디스트리뷰션(Rainforest Distribution)	51
2. 하나 푸드 디스트리뷰터스(Hana Food Distributors)	52
※ 참고문헌	53

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

| 시장규모



1. 미국 즉석 차 & 커피 음료 시장규모
2. 미국 즉석 차 음료 시장규모
3. 미국 유기농 발효탄산음료 수입규모

[2023년 업데이트]

1. 미국 즉석 차 & 커피 음료 시장규모

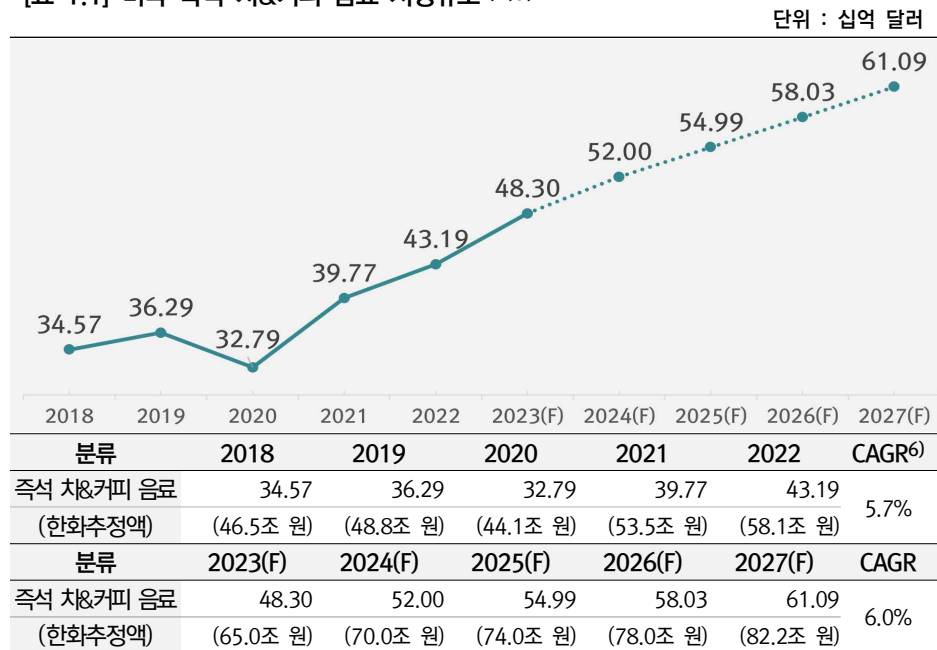
미국 국가 일반 정보⁷⁾

면적	983만km ²
인구	3억 3,329만 명('22)
GDP	25조 351억 달러
GDP (1인당)	75,180달러

▶ 2018-2022년, 미국 즉석 차&커피 음료 시장규모 58.1조 원, 연평균 5.7% 성장
2022년 기준 미국 즉석 차&커피 음료 시장규모는 58.1조 원이며, 최근 5년(2018-22년)간 평균 50.2조 원의 소비량을 보이고 있음. 5년간 연평균성장률이 5.7%인데 비해, 2021년에는 전년 대비 21.3%의 비교적 높은 시장 성장률을 기록함

▶ 2023-2027년, 미국 즉석 차&커피 음료 시장규모, 향후 5년간 6.0%씩 성장 예상
미국 즉석 차&커피 음료 시장은 향후 5년간 연평균 6.0%씩 성장하여 2027년 82.2조 원을 기록할 것으로 예상됨. 성장 잠재력이 높은 미국 기능성 음료 시장은 2025년까지 연평균 6.6%씩 성장할 것으로 전망되며, 기능성 'RTD(Ready-To-Drink)' 커피와 차는 5.7%의 성장을 기록할 것으로 예상됨. 소비자들은 수분 및 영양 공급을 위해 식품과 음료를 구매하는 경향이 있었으나, 현재는 에너지 증진, 영양상 이점 확보, 장 건강 증진 등 추가 이점을 찾아 기능성 식음료를 찾는 경향이 두드러짐¹⁾²⁾

[표 1.1] 미국 즉석 차&커피 음료 시장규모³⁾⁴⁾⁵⁾



자료: 스태티스타(Statista)

1) 자료: 식품음료신문, 「글로벌 트렌드」 2022년 미국 식음료 시장 전망, 2022.01
 2) 조사제품 '유기농 발효탄산음료'는 유기농산물을 발효시킨 무설탕 탄산음료로, 개봉 시 바로 섭취 가능한 Ready-to-Drink 제품임. 이에 제품의 원재료와 기능을 기준으로 '즉석 차 음료' 제품과 상위품목인 '즉석 커피&차 음료' 시장규모를 조사함
 3) 자료: 스태티스타(Statista) 「Ready-to-Drink (RTD) Coffee & Tea」, 2023.08
 4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
 5) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
 6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것
 7) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2023

[2023년 업데이트]

2. 미국 즉석 차 음료 시장규모

- ▶ 2018-2022년, 미국 차 음료 시장규모 44.6조 원, 연평균 5.0% 성장
2022년 기준 미국 차 음료 시장규모는 44.6조 원이며 최근 5년(2018-22년)간 평균 39.0조 원 규모의 소비량을 보이고 있음. 최근 5년간 연평균성장률이 5.0%인데 비해 2020년에는 전년 대비 11.1% 감소했다가, 2021년에는 전년 대비 19.5% 증가하는 등 연도에 따른 시장규모 편차가 큰 편임
- ▶ 2023-2027년, 미국 차 음료 시장규모, 향후 5년간 6.1%씩 성장 예상
미국 차 음료 시장은 향후 5년간 연평균 6.1%씩 성장하여 2027년 63.2조 원을 기록할 것으로 예상됨. 코로나19의 영향으로 건강과 웰빙에 대한 관심이 증대되면서 심혈관 건강, 면역 강화 특성을 갖는 차 음료 시장규모가 증가함. 코로나19 이후의 연구에 따르면 약 70%의 소비자는 계속해서 더 높은 비율로 차를 마실 것이라고 밝힘⁸⁾

[표 1.2] 미국 즉석 차 음료 시장규모⁹⁾



자료: 스태티스타(Statista)

8) 자료: World Tea News, 'State of the U.S. Tea Industry: a Review of 2022 and a Look Forward into 2023', 2023.03

9) 자료: 스태티스타(Statista) 「Ready-to-Drink (RTD) Tea」, 2023.08

[2023년 업데이트]

3. 미국 유기농 발효탄산음료 수입규모

●
유기농 발효탄산음료 HS CODE
해당 장에서 유기농 발효탄산음료는 HS CODE 2202.10으로 분류. HS CODE 제2202호의 품명은 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물, HS CODE 2202.10~9000의 품명은 기타로 확인

▶ 2018~22년 미국 HS CODE 2202.10 對글로벌 연평균 0.8% 감소

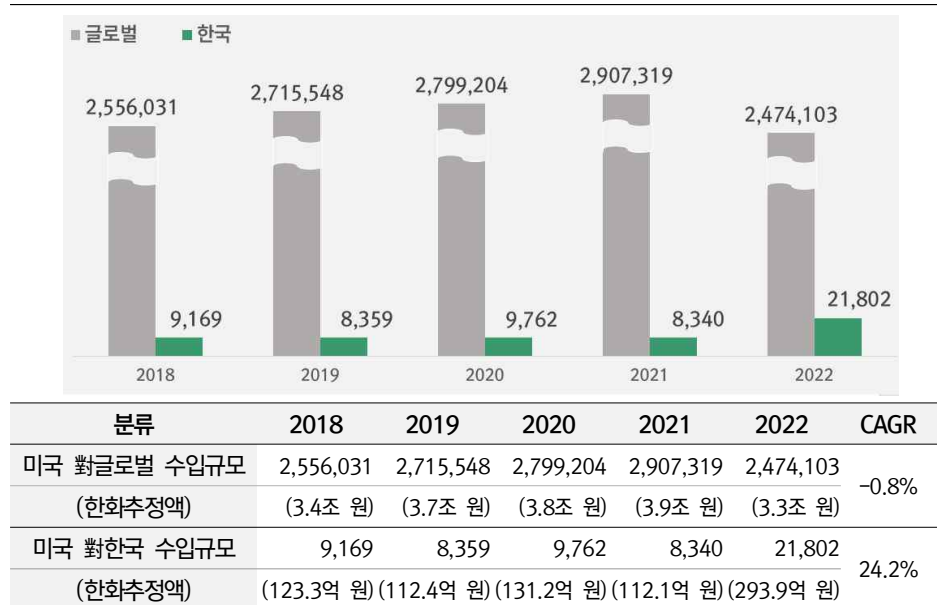
미국 HS CODE 2202.10 품목의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2018-22년)간 연평균 0.8% 감소하면서 2022년도에는 3.3조 원의 수입규모를 기록함. 지난 5년간 해마다 전년 대비 3~6%대의 완만한 성장률을 기록했으나 2022년에 전년 대비 14.9% 감소한데 영향을 받아 최근 5년간 연평균성장률은 0.8% 감소함. 기능성 음료 시장에는 에너지 음료, 강화 주스, 스포츠 음료 및 유제품 등이 포함되는데 젊은 인구의 건강 인식이 높아짐에 따라 음료 선호도가 과일 주스와 탄산 음료에서 기능성 음료로 이동하는 것으로 조사됨¹⁰⁾

▶ 미국 내 HS CODE 2202.10 품목 수입, 한국산 상위 12위

최근 5년(2018-22년)간 미국 내 유기농 발효탄산음료의 對한국 수입규모 평균은 154.5억 원이며 수입국 상위 12위를 차지함. 특히 2022년 수입규모는 293.9억 원으로 전년 대비 161% 수준임. 2022년 기준 1위국 오스트리아(8,677.2억 원)는 연평균 10.2% 감소했고, 2위국 스위스(6,739.2억 원)는 연평균 9.6% 감소함. 3위국 멕시코(6,662.0억 원)는 연평균 17.4% 증가함

[표 1.3] 미국 유기농 발효탄산음료 시장규모¹¹⁾

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

10) 자료: Linchpin SEO, 'Trends Shaping The Functional Beverage Industry Outlook', 2023.10

11) 자료: ITC(International Trade Centre)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장트렌드



1. 미국 음료 시장 트렌드, 건강을 위한 음료
2. 미국 소비자, 저칼로리, 천연/자연(발효) 음료 선호
3. 건강 이미지를 보유한 향/맛 음료, 수요 증가 예상
4. 천연재료를 통한 밝고 선명한 색 음료, 수요 증가 예상
5. 미국 RTD 시장, 제품 다양화 추세
6. 기능성 음료 잠재 소비층은 여성

빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 요약

●

**데이터 수집
소스원**



(미국 농식품 매체 63개)
(미국 온라인마켓 4개)

●

**데이터 분류
키워드집**



(미국 탄산 대체 음료
연관 키워드집)

●

**데이터 분석
워드투벡터 기법
감성분석 기법**



1) 데이터 수집

● 빅데이터 수집 기준

데이터 수집	
수집 기간	18.01-19.05
수집 데이터	90,027건
데이터 정제	
정제 키워드	음료 (Drink)
정제 데이터	10,821건

○ 빅데이터 수집

- 미국 농식품 매체, 잡지, 포스트

[표 2.1] 미국 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	National Restraunt Association	www.restaurant.org	미국 레스토랑 협회
02	Food Beast	www.foodbeast.com	농식품 매체
03	Food Business News	www.foodbusinessnews.net	농식품 매체
04	Trend Hunter	www.trendhunter.com/food	농식품 매체
05	Greatist	greatist.com/food-trends	농식품 매체
06	Fox News	www.foxnews.com	비즈니스 매체
07	Prevention	www.prevention.com	라이프스타일 잡지
08	Pop Sugar	www.popsugar.com	라이프스타일 잡지
09	Food Channel	www.foodchannel.com	농식품 매체
10	Food and Wine	www.foodandwine.com/news	농식품 매체
11	Food Navigator	www.foodnavigator.com	농식품 매체
12	Food and Nutrition	www.foodandnutrition.org	농식품 매체
13	Shape	www.shape.com	라이프스타일 잡지
14	Omaha Magazine	omahamagazine.com	라이프스타일 잡지
15	NPR	www.npr.org/sections/food	라이프스타일 잡지
16	News Observer	www.newsobserver.com	비즈니스 매체
17	Food Management	www.food-management.com	농식품 매체
18	Chain Storage	www.chainstoreage.com	비즈니스 매체
19	Forbes Retail	www.forbes.com/retail	비즈니스 매체
20	CNBC Food Retail	www.cNBC.com/food-retai	비즈니스 매체
21	WSJ Retail	www.wsj.com/news/business	비즈니스 매체
22	Retail Touch Point	www.retailtouchpoints.com	비즈니스 매체
23	Retail Wire	www.retailwire.com	비즈니스 매체
24	Retail Dive	www.retaildive.com	비즈니스 매체
25	Business Insider Retail	www.businessinsider.com/retail	비즈니스 매체
26	Retail Customer Experience	www.retailcustomerexperience.com	비즈니스 매체
27	Smart Brief	www.smartbrief.com	비즈니스 매체
28	Food Business News	www.foodbusinessnews.net	농식품 매체
29	Beverage Daily	www.beveragedaily.com	농식품 매체
30	Retail Leader	retailleader.com	비즈니스 매체
31	Progersive Grocer	www.progressivegrocer.com	비즈니스 매체
32	Gourmet Retailer	www.gourmetretailer.com	농식품 매체
33	Supermarket News	www.supermarketnews.com	비즈니스 매체
34	Sumermarket Guru	www.supermarketguru.com/articles	비즈니스 매체
35	Ranker	www.ranker.com	농식품 매체

36	the Top 10s	www.thetoptens.com/food	농식품 매체
37	Candy USA	www.candyusa.com	농식품 매체
38	Dairy Foods	www.dairyfoods.com	농식품 매체
39	Baking Business	www.bakingbusiness.com	농식품 매체
40	Meat + Poultry	www.meatpoultry.com	농식품 매체
41	Prepared Food	www.preparedfoods.com	농식품 매체
42	Best Food eat	www.bestproducts.com/eats	농식품 매체
43	Eat this	www.eatthis.com	농식품 매체
44	Refrigerated & Frozen Food	www.refrigeratedfrozenfood.com	농식품 매체
45	the Drink Business	www.thedrinksbusiness.com	농식품 매체
46	Just Drink	www.just-drinks.com	농식품 매체
47	Wine Business News	www.winebusiness.com	농식품 매체
48	Wine Spectator	www.winespectator.com	농식품 매체
49	Craftbeer	www.craftbeer.com	농식품 매체
50	Drink Preneur	www.drinkpreneur.com	농식품 매체
51	Beverage Net	www.bevnet.com	농식품 매체
52	Food Beverage News	www.foodbev.com	농식품 매체
53	CSP Daily News	www.cspdailynews.com	농식품 매체
54	Beverage Digest	www.beverage-digest.com	농식품 매체
55	ASIAN IN AMERICA MAG	www.asianinamericamag.com	농식품 매체
56	WHOLE FOODS MAGAZINE	wholefoodsmagazine.com	농식품 매체
57	HUFFPOST	www.huffpost.com	비즈니스 매체
58	THE GUARDIAN	www.theguardian.com	비즈니스 매체
59	Bakeryandsnacks	www.bakeryandsnacks.com	농식품 매체
60	Women'sHealth	www.womenshealthmag.com	여성 잡지
61	Well and good	www.wellandgood.com	농식품 매체
62	Beverage Digest	www.beverage-digest.com	농식품 매체
63	Natural Food Series	www.naturalfoodseries.com	농식품 매체

- 음료 관련 소비자 댓글

[표 2.2] 미국 음료 소비자 리뷰(댓글) 수집원

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Amazon	www.amazon.com	온라인 쇼핑몰
02	Walmart	www.walmart.com	온라인 쇼핑몰
03	Target	www.target.com	온라인 쇼핑몰
04	Reddit	www.reddit.com	SNS 채널

2) 데이터 분류

○ 빅데이터 분석 키워드집

- 미국 음료 시장 관련 매체 사전조사

[표 2.3] 미국 음료 시장 관련 매체 리스트

키워드 수립 근거		 미국 음료정보지, 음료 트렌드 및 시장 전	 미국 식품매체, 미국 음료 시장 전망	 미국 식품매체, 미국 음료 시장 전망
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드	키워드 ① 건강음료	키워드 ① 유기농	키워드 ① 쓴맛
매체	조사기관 및 현지매체 전망 음료 키워드	키워드 ② 웰빙	키워드 ② 기능성	키워드 ② 건강음료
		키워드 ③ 풍미	키워드 ③ 발효음료	키워드 ③ 식물기반
		키워드 ④ 색조	키워드 ④ 콤부차	키워드 ④ 발효음료
		기타	10,821건 데이터 수집 결과, 상위 노출 키워드	- 미국 대체음료 빅데이터 분석 키워드집

[표 2.4] 미국 탄산 대체 음료 시장 관련 분석 키워드

구분	키워드		수립 근거 ^(*)		
	한국어	영어	참여기업	관련매체	기타
탄산 대체 음료 (Alternative drinks)	차	Tea		○	○
	레몬에이트	Lemonade		○	
	탄산수	Sparkling water / Seltzer	○	○	○
	발효음료	Fermented drink	○		○
	콤부차	Kombucha	○	○	
	코코넛워터	Coconut water		○	○
	과즙 음료	Juice drink / fruit nectar		○	○
	에너지 드링크	Energy drink		○	
	광천수	Mineral water		○	
재료(성분) (Ingredients)	커피	Coffee		○	
	천연	Natural	○	○	
	유기농	Organic	○	○	
	발효	Fermented beverage	○	○	
	영양소	Nutrition	○	○	
	감미료	Sweeteners		○	
	디카페인	De-caffeinated	○		○
	설탕	Sugar / Sugary		○	○
	효소	Enzyme	○	○	○
효능 (Functional)	신선	Fresh / Freshness	○		
	합성	Synthetic		○	○
	청량	Refresh	○		○
	웰빙	Wellness		○	○
	에너지	Strength / Healthier		○	○
	항산화	Antioxidants	○	○	
	다이어트	Diet		○	○
	노화방지	Detoxification / Anti-aging			
	수면	Sleep		○	○
건강	Healthier	○	○	○	

풍미(맛/향) (Functional)	달콤한	Swe	○		
	사과	Apple	○		
	블루베리	Blueberry		○	○
	라즈베리	Raspberry		○	○
	라임	Lime		○	○
	귤/오렌지	Mandarin/Orange		○	○
	딸기	Strawberry		○	○
	체리	Cherry		○	○
	레몬	Lemon / Lymonade	○	○	○
	복숭아	Peach	○		○
	혼합	Mixed	○		
	색 (Color)	파란색	Blue		
다채로운		Colorful		○	
밝은		Bright	○	○	
투명한		Transparen	○		
강렬한		Bold		○	○
빛나는		Luminous		○	○
오렌지		Orange		○	○
녹색	Green		○	○	

● 키워드 수립 근거
'Bing liu lexicon'
감성어 사전 활용

- 미국 감성 분석 키워드집

[표 2.5] 미국 대체 탄산 음료 시장 관련 감성 분석 키워드

긍정 감성어 (2,007개 활용)		부정 감성어 (약 4,783개 활용)	
1	abound	1	abnormal
2	abounds	2	abolish
3	abundance	3	abominable
4	abundant	4	abominably
5	accessable	5	abominate
6	accessible	6	abomination
7	acclaim	7	abort
8	acclaimed	8	aborted
9	acclamation	9	aborts
10	accolade	10	abrade
11	accolades	11	abrasive
12	accommodative	12	abrupt
13	accomodative	13	abruptly
.....		
2007	zippy	4,783	zombie

3) 데이터 분석 -1

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적 수립

- 미국 음료시장에서 소비자들의 수요 현황을 파악함
- 탄산 대체음료에 대한 미국 소비자들의 소비 트렌드를 도출하고자 함

○ 빅데이터 분석 기법

- 워드투벡터 기법 (Word2Vec)
- 키워드를 벡터화함으로서 단어간의 연산과 분류 수행
- 미국 내 소비자들이 탄산음료의 대체재로써 선호하는 음료 분석

○ 빅데이터 분석 값 정의

- 값 : 해당 키워드와 탄산 키워드 간의 밀접도를 나타내는 수치
- 값이 낮을수록 탄산 키워드와 밀접한 관계 보유
- 값이 높을수록 탄산 키워드와 밀접하지 않은 관계 보유

● 워드투벡터 기법
(Word2Vec)

[탄산음료 대체 음료로 미국 소비자가 선호하는 음료]

순위	대체음료	값	순위	대체음료	일치정도
1	ginger (생강차)	0.75	51	orange (오렌지 음료)	0.95
2	tippy (홍차)	0.77	52	april	0.95
3	moringa (모링가 음료)	0.79	53	cannabis	0.95
4	power (에너지 음료)	0.79	54	peach (복숭아)	0.95
5	grape (포도 음료)	0.80	55	west	0.96
6	watmelon (수박 음료)	0.80	56	earl (얼그레이티)	0.96
7	pepsi	0.81	57	lime (라임티)	0.96
8	guarana	0.81	58	ginseng (인삼차)	0.96
9	teasource (티소스)	0.82	59	darjeeling (다즐링차)	0.96
10	english	0.83	60	ippodo (입포도)	0.97
11	twinnings	0.84	61	mountain	0.97
12	pop	0.84	62	wine (와인)	0.97
13	brazilian	0.84	63	functional (기능성)	0.97
14	teapot	0.84	64	pernod (칵테일)	0.97
15	irish	0.85	65	organic (유기농)	0.97
16	mexican	0.85	66	pumpkin (호박)	0.98
...			...		
50	일본 센차	0.95	100	Herbal (허브티)	1.06

3) 데이터 분석 -2

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적 수립

- 미국 소비자들이 탄산 대체음료에 대한 선호 취향을 확인하기 위함
- 수요가 증가되는 탄산 대체음료의 특징을 제언하고자 함

○ 빅데이터 분석 기법

- 감성분석 기법 (Sentiment Analysis)
- 특정 키워드에 대한 소비자들의 긍정/부정여부 확인
- 미국 탄산 대체음료 시장에서의 소비자 선호 취향 분석

○ 빅데이터 분석 값 정의

- 소비자가 작성한 리뷰를 통하여 특정 키워드에 대한 긍정/부정적 감정을 수치화
- 특정 키워드에 대하여 호감, 긍정적인 감정을 보유할수록 크기가 증가

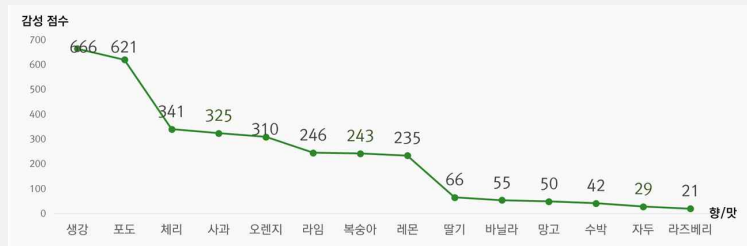
●
감성분석 기법
(Sentiment Analysis)

[미국 소비자, 탄산 대체음료 선호 취향]

첨가물



향·맛



색상



1. 미국 음료 시장 트렌드, 건강을 위한 음료

● 설당세 부과 중인 지방정부

지방정부	적용 음료
콜로라도 볼더	가당음료
펜실베이니아 필라델피아	설탕 인공감미료 포함한 모든 음료
워싱턴 시애틀	가당음료
캘리포니아 알바니	가당음료
캘리포니아 버클리	가당음료
캘리포니아 오클랜드	가당음료
캘리포니아 샌프란시스코	가당음료

※ 알코올, 우유 등 일부 음료 제외
자료 : 미국조세정책센터
(Tax Policy Center)

- ▶ 미국 지방정부 일부, 인공감미료 규제를 위한 ‘설탕세’ 부과
- ▶ 미국 필라델피아, 규제 적용 이후 가당 음료 소비 규모 약 38% 감소

미국 일부 지방정부에서는 자국민의 비만율·성인병 억제와 건강 유지를 목적으로 가당 음료에 ‘설탕세(Sugar-Sweetened beverage Product Tax)’를 부과함. 해당 규제는 탄산음료 및 에너지음료 등의 가당 음료를 대상으로 하며 포함된 설탕의 양 또는 해당 음료의 용량에 따라 세금 규모가 적용됨.¹²⁾ 규제를 적용하는 지방정부에서 관련 제품의 소비가 감소하고 있으며 특히, 설탕 및 인공감미료를 포함한 음료를 규제 대상으로 하는 필라델피아에서 해당 음료 소비 규모는 약 38% 감소함¹³⁾

- ▶ 미국 음료 소비자, 건강을 위해 다류 및 홈메이드 과일 음료 등 선호
- ▶ 미국 음료 제조사, 소비자 선호도에 따른 자연(발효) 및 유기농 음료 출시

소비자들의 건강에 대한 관심과 정부의 관련 규제로 미국 음료시장은 기존의 인공감미료가 포함된 탄산음료에서 탄산 대체 음료로 변화함. 미국 소비자들은 탄산 대체 음료로 집에서 건강하게 마실 수 있는 다류(茶類), 과일음료 및 천연재료를 활용한 음료 등을 선호하는 것으로 나타남. 식음료 매체 랩슬리(Repsly)에 따르면 소비자들은 건강, 다이어트, 무가당, 저당 등 음료를 선호¹⁴⁾하고 있으며, 제조사들 또한 소비자 수요에 따라 자연(발효) 및 유기농 음료 등을 출시하고 있음¹⁵⁾

● 구분별 대체음료 선호도

구분	대체음료
탄산음료	생강차, 홍차 발효음료 등
팝시	녹차, 생강차 등
콜라	사과주스, 생강차 등
마운틴듀	홍차, 유기농차 화이트차 등

- ▶ 미국 소비자, 대체음료 관련 선호도

① 생강차 ② 홍차 ③ 모링가 음료 등 선호 / 발효음료는 48위

[표 2.6] 미국 소비자, 대체음료 선호도

순위	대체음료	일치정도	순위	대체음료	일치정도
1	생강차	0.75
2	홍차(Tippy)	0.77	66	얼그레이	0.96
3	모링가 음료	0.79	67	라임 음료	0.96
...
47	커피	0.94	94	겐마이차(현미녹차)	1.05
48	발효음료	0.94	95	페퍼민트차	1.05
...	96	콤부차	1.05
50	일본 센차	0.95

자료 : 미국 탄산 음료 연관 ‘기사, 포스팅, 댓글’ 10,821건 분석 (18. 01 - 19. 06)

12) 미국조세정책센터(Tax Policy Center)

13) 미국의학협회지(Journal of American Medical Association), 「Association of a Beverage Tax on Sugar-Sweetened and Artificially Sweetened Beverages With Changes in Beverage Prices and Sales at Chain Retailers in a Large Urban Setting.」, 2019.05

14) 랩슬리(Repsly), Alternative Beverages: What They Are And Where They're Headed, 2019.06.12

15) 비즈니스리더(Business Leader), MAKING A SPLASH IN 2019: SOFT DRINK TRENDS, 2019.01.18

2. 미국 소비자, 저칼로리, 천연·자연(발효)의 건강음료 선호

● 미국 소비자 선호, 탄산 대체 음료 효능

순위	효능	감성
1	다이어트	695
2	건강	219
3	청량(소화)	75
4	에너지	41
5	노화방지	7

자료 : 관련 기사 10,821건 분석

▶ 미국 음료 소비자, 저칼로리 다이어트 등 건강에 도움이 되는 음료 선호

미국 소비자들은 다이어트, 건강 등의 효능이 있는 음료를 선호하는 것으로 나타남. 현지 마켓리서치 기관인 그랜드뷰리서치(Grand View Research)에 따르면, 건강에 대한 사회적 인식이 높아짐에 따라 소비자들은 건강을 고려한 식음료 구매 및 저칼로리 음료를 선호¹⁶⁾하고 있음. 소비자의 수요 변화에 따라 미국 음료 시장도 건강과 칼로리를 고려한 음료 중심으로 변화하고 있음¹⁷⁾

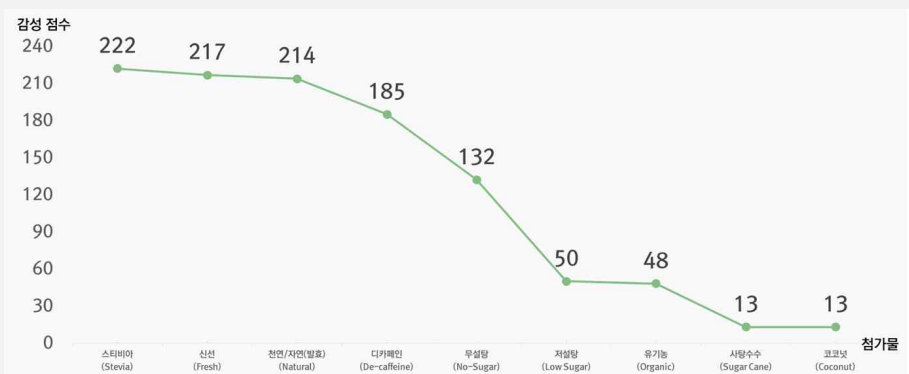
▶ 미국 소비자, 스티비아 사용 음료, 신선음료, 천연·자연(발효)음료 선호

최근 식음료를 통한 질병 예방·치료에 대한 인식이 확산되면서, 미국 소비자들 사이에서 식음료에 포함된 영양소와 성분에 대한 관심이 증대됨. 미국 식품매체 푸드다이브(Fooddive)에 따르면, 미국 소비자들은 음료가 건강에 미치는 영향에 대한 관심이 높아지면서, 저설탕 음료나 좋은 재료를 사용한 음료를 선호하는 것으로 나타남.¹⁸⁾ 이에 따라, 설탕 대신 스티비아 음료, 신선음료, 천연·자연(발효)음료 등을 선호하고 있으며, 향후 천연·자연(발효)음료에 대한 선호도는 더욱 높아질 것으로 예상됨¹⁹⁾

▶ 미국 소비자, 대체음료 첨가물 관련 선호도

① 스티비아 ② 신선 ③ 천연/자연(발효) 등

[표 2.7] 미국 소비자, 대체음료 첨가물 관련 선호도



자료 : 미국 탄산 음료 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 10,821건 분석 (18. 01 - 19. 06)

16) 마켓워치(Marketwatch), 「Demand for Functional Beverages Grows as Consumer Shift Towards Healthy Choices.」, 2018.12.13

17) 볼드비즈니스(Bold Business), 「Health-Conscious Consumers And The Demand For Holistic Nutrition.」, 2019.03.06

18) 푸드다이브(Fooddive), 「Stevia-sweetened product launches jumped 31% last year.」, 2019.03.30

19) 푸드다이브(Fooddive), 「Consumers are demanding more from their beverage experiences.」, 2018.01.22

3. 건강 이미지를 보유한 향과 맛의 음료, 수요 증가 예상

● 미국 소비자, 탄산 대체 음료 맛

순위	효능	감성
1	단맛 (Sweet)	1,394
2	상큼한 맛 (Fresh)	529
3	다양한 맛 (Variety)	277
4	플레인 (Plain)	71
5	쓴맛 (Bitter)	41
6	신맛 (Sour)	36

자료 : 관련 기사 10,821건 분석

- ▶ 미국 소비자, 단맛, 상큼한 맛 등의 음료 선호
- ▶ 향후, 건강을 위해 신맛, 쓴맛 음료에 대한 수요 증가 예상

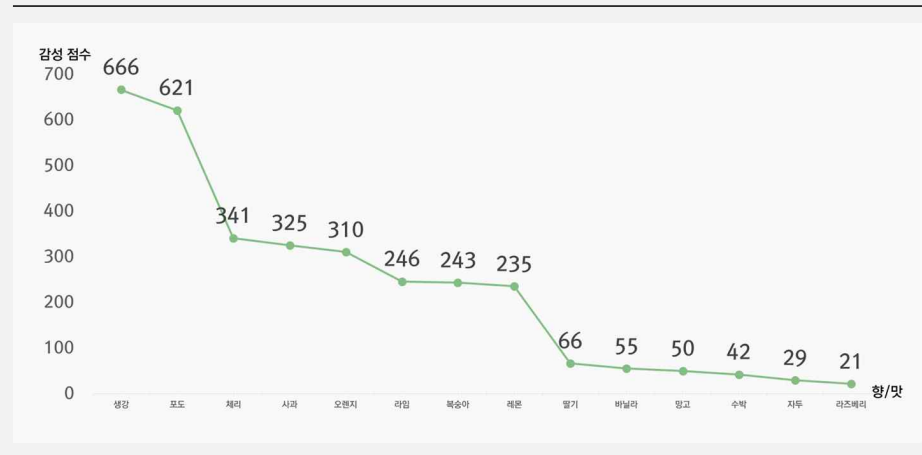
미국 소비자들은 음료의 단맛을 높게 선호하고 있으며, 상큼한 맛과 함께 쓴맛, 신맛 등도 선호하는 것으로 나타남. 언론 매체 포브스(Forbes)와 식품 매체 푸드인그레디언트퍼스트 (Food Ingredients First)에 따르면, 향후 소비자들의 단맛에 대한 선호도는 감소²⁰⁾하는 반면, 쓴맛과 신맛은 건강에 도움이 된다고 인식하고 있기 때문에 쓴맛과 신맛 음료의 수요는 높아질 것으로 예상함²¹⁾

- ▶ 미국 소비자, 건강 증진 이미지를 보유한 생강 맛 음료 선호
- ▶ 향후, 건강 증진과 타문화의 풍미를 느낄 수 있는 음료 선호 예상

미국 소비자들은 생강의 맛과 향이 나는 음료를 선호하고 있음. 글로벌 향신료 제조사 트리트(Treatt)에 따르면, 추운 날 특히 인기 있는 생강 맛 음료는 소비자 사이에서 건강 증진의 이미지를 보유하고 있어 인기를 보이고 있음.²²⁾ 현지 음료정보지 베버리지데일리(Beverage Daily)에 따르면, 향후 타문화의 풍미를 느끼면서 건강에 도움이 될 수 있는 유자, 구아바 음료 등에 대한 수요가 높아질 것으로 예상함²³⁾

- ▶ 미국 소비자, 대체음료의 향/맛 관련 선호도
- ① 생강 ② 포도 ③ 체리 ④ 사과

[표 2.8] 미국 소비자, 대체음료의 향/맛 관련 선호도



자료 : 미국 탄산 음료 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 10,821건 분석 (18. 01 - 19. 06)

20) 포브스(Forbes), 「10 Macro Trends Impacting Food And Beverage Innovation In 2019」, 2019.01.08.

21) 푸드인그레디언트퍼스트(Food Ingredients First), 「2019 beverage trends: Bitter flavors, cold brew teas and probiotics are on the menu, says Treatt」, 2019.01.09

22) 트리트(Treatt), 「5 FLAVOURS OF FALL」, 2018.09.27

23) 베버리지데일리(Beverage Daily), 「2019 beverage trends: Top predictions for the coming year」, 2018.12.05.

4. 천연재료를 통해 밝고 선명한 색의 음료, 선호도 증가 예상

▶ 미국 소비자, 오렌지색, 초록색, 파란색 등의 밝고 선명한 색의 음료 선호

미국 소비자들은 오렌지색, 초록색, 파란색 등 밝고 선명한 색상의 음료를 선호하는 것으로 나타남. 현지 음료정보지 베버리지데일리(Beverage Daily)의 2019년 음료 트렌드에 따르면, 미국 소비자들은 음료를 선택할 때 밝고 선명한 색상을 선호하고 있음

▶ 천연재료를 이용한 밝고 선명한 색의 음료, 향후 수요 증대 예상

음료 중 소비자의 건강을 고려하면서 음료의 색상까지 만족시킬 수 있는 음료는 많지 않음. 베버리지데일리에 따르면, 향후 안찬티(Butterfly-pea flower tea)의 수요가 증가할 것으로 예상됨. 안찬티는 천연 재료로, 물에 녹으면 선명한 파란색을 띠고 레몬 등 산성이 첨가되면 자연적으로 보라색으로 변화하는 성질을 보유하면서도 안토시아닌이 풍부하여 건강에 도움이 되는 특징이 있음²⁴⁾

▶ 미국 소비자, 대체음료의 색상 선호도

① 오렌지 색 ② 초록색 ③ 파란색 ④ 밝은 색 ⑤ 선명한 색

[표 2.9] 미국 소비자, 대체음료의 색상 선호도



자료 : 미국 탄산 음료 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 10,821건 분석 (18. 01 - 19. 06)

24) 베버리지데일리(Beverage Daily), 「2019 beverage trends: Top predictions for the coming year」, 2018.12.05.

[2023년 업데이트]

5. 미국 RTD 시장, 제품 다양화 추세

- ▶ 코로나19로 높아진 기능성 식음료의 인기...발효식품에 대한 인식도 개선
- ▶ 가정 내 소비가 RTD 음료 시장 견인

코로나19의 영향으로 미국에서는 건강과 웰빙에 대한 관심이 더욱 증가하고 있음. 지금까지 소비자들이 수분 및 영양 공급을 위해 식품과 음료를 구매했다면, 이제는 에너지 증진과 영양 상의 이점 확보, 장 건강 등을 위해 섭취하는 경우가 늘어나고 있음. 이러한 경향은 특히 젊은 MZ 세대에서 두드러짐. 글로벌 기업들도 이에 대응하고 있으며, 그 예로 펍시코는 스트레스 이완에 효과가 있는 드리프트웰과 정신력 증진을 위한 소울부스트를 출시한 바 있음²⁵⁾

이러한 경향에 맞춰 발효식품에 대한 관심도 증가하고 있는데, 미국 소비자들은 지금까지 발효 식품에 대해 제대로 이해하지 못하고 있음. 이에 국제 프로바이오틱스 및 프리바이오틱스 과학 협회 (ISAPP)는 발효 식품에 대해 원하는 미생물 성장과 식품 성분의 효율적 전환을 통해 만들어진 식품'이라고 정의하였으며, 발효 식품을 매일의 식단에 추가하도록 권장함²⁶⁾

이런 식음료 시장의 매출은 가정 내 소비가 주도하고 있는 것으로 알려졌다. 조사에 따르면, 코로나19 이전과 비교했을 때, 집에서 음료를 소비하는 비중이 훨씬 커졌으며, 이에 따라 RTD(Ready To Drink) 음료 개발과 카테고리 확장도 빠르게 진행되고 있는 추세임²⁷⁾

[표 2.10] 기능성 음료 소울부스트



자료 : Soulboost

25) 자료: 식품음료신문, 「글로벌 트렌드 2022년 미국 식음료 시장 전망」, 2022.01.25

26) 자료: 농식품수출정보, 「미국, 발효식품 유행 바로알기」, 2023.04.05

27) 자료: 뉴스통, 「리얼푸드 미국, 가정내 소비가 캔 음료 시장 주도」, 20203.10.01

[2023년 업데이트]

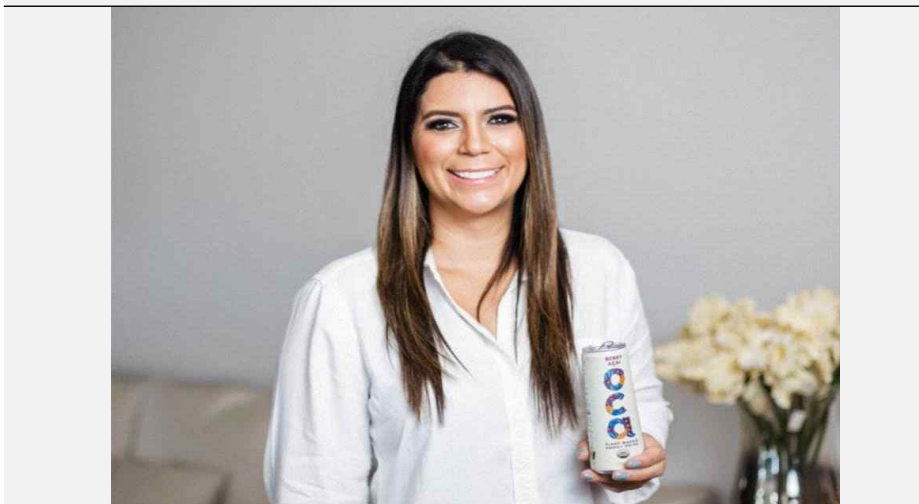
6. 기능성 음료 잠재 소비층은 여성

- ▶ 여성이 자녀와 배우자를 위해 기능성 음료 구매할 가능성 높아
- ▶ 생리건강에 대한 관심 증가로 여성용 기능성 음료 시장 성장 예상

현재 기능성 음료는 슈퍼마켓과 백화점, 건강식품 매장, 온라인 매장 등 다양한 유통채널을 통해 판매되고 있음. 특히, 코로나19 이후로 온라인을 통한 제품 구매가 크게 증가한 것이 특징임. 잠재적인 구매층에 대한 분석을 살펴보면, 여성은 기능성 음료 구매가 많을 것으로 예상되는 구매층임. 그럼에도 불구하고, 칼슘 음료 등 여성을 타겟으로 한 제품은 여전히 적으며, 에너지 음료의 대부분은 남성을 타겟으로 하고 있음²⁸⁾

특히 2022년에 들면서 개인 건강에 대한 관심이 증가하고, 낙태와 관련한 정치적 이슈가 제기됨에 따라 여성 생식 건강에 대한 관심이 증가했음. 테이스트와이즈(Tastewise)의 조사에 따르면, 2022년 건강 음료를 섭취한 여성의 비율은 전년 대비 37% 증가한 것으로 나타났음. 여성들이 관심 있는 것은 월경이나 폐경 등 호르몬 문제를 해결할 수 있는 성분이 함유된 제품으로, 아마씨나 마카 등을 원료로 한 제품이 주목받고 있음. 이러한 경향은 향후 더욱 지속될 것으로 보임²⁹⁾

[표 2.11] 식물성 에너지 음료 OCA의 공동창업자 Gabriela Ramirez



자료 : Medium

28) 자료: Linchpinseo, 「Trends Shaping The Functional Beverage Industry Outlook」, 2023.10.

29) 자료: Tastewise, 「Top flavor & ingredient trends for 2023」, 2023

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 유통채널



1. 미국 유기농 발효탄산음료 유통채널 점유율
2. 미국 유기농 발효탄산음료 주요 유통채널

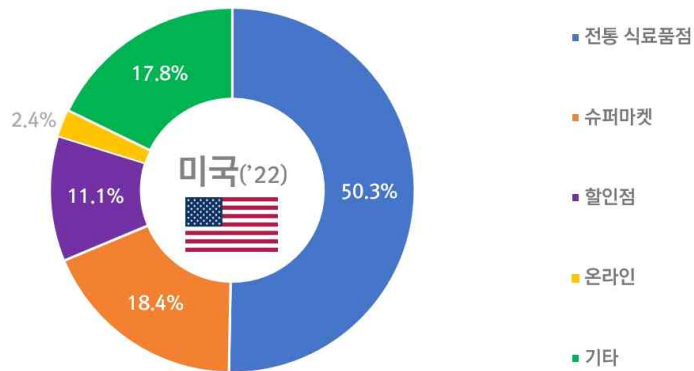
[2023년 업데이트]

1. 미국 유기농 발효탄산음료 유통채널 점유율

▶ 미국 내 유기농 발효탄산음료를 포함한 식품, 오프라인 유통채널 우세

2022년 미국에서 유기농 발효탄산음료를 포함한 식품의 유통채널 중 ‘전통 식료품점’은 50.3%로 가장 높은 점유율을 보였으며 ‘슈퍼마켓’이 18.4%의 점유율을 보이며 뒤를 이었음. 이어서 미국 내 ‘할인점’의 비중은 11.1%를 차지하였으며, ‘온라인’ 채널을 통해 2.4%의 적은 비중으로 이루어짐을 확인함. 미국에서 유기농 발효탄산음료를 포함한 식품의 유통은 온라인 채널에 비해 오프라인 채널이 우세함을 확인함

[표 3.1] 미국 유기농 발효탄산음료 소매유통채널 점유율



미국 유기농 발효탄산음료 소매유통채널 점유율 ³⁰⁾³¹⁾	
유형	미국
전통 식료품점	50.3%
슈퍼마켓	18.4%
할인점	11.1%
온라인	2.4%
기타 ³²⁾	17.8%

자료: 스태티스타(Statista)

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


31) 해당 장에서 ‘유기농 발효탄산음료’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘식품’의 정보를 확인함


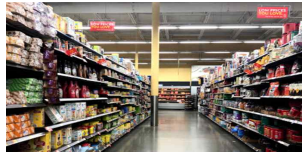
32) 본 보고서에서 기타는 인근 밀키트 전문점, 편의점 등의 채널을 포함함

[2023년 업데이트]

2. 미국 유기농 발효탄산음료 주요 유통채널

① 월마트

기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.walmart.com	
	위치	미국 전역	
	규모	매출액('22) • 4,205억 달러(565조 4,884억 원 ³³⁾) ³⁴⁾ 기타 규모 • 매장 수('22): 4,632개 • 직원 수('22): 160만 명	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 50개 모든 주에서 매장 운영 중이며, 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	• 신선식품, 건조과일, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등
	선호 제품	• 유기농 제품, 신제품
	매장 전경	 

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 등록 (corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier) - 'Account Creation' 클릭 및 계정 생성 - 매장 입점(Store&Club)과 온라인 입점(E-Commerce)을 선택하여 제안서 제출 (한국어 번역 제공) - 홈페이지 가입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 공급자 번호[DUNS;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)



33) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

34) 글로벌 매출액을 합한 값임

[2023년 업데이트]

② 코스트코홀세일

기업 기본 정보	기업명	코스트코홀세일(Costco Wholesale)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.costco.com		
	위치	미국 전역		
	규모	매출액(*22)		• 2,227억 달러(299조 4,870억 원) ³⁵⁾
		기타 규모		• 매장 수(*22): 589개 ³⁶⁾ • 직원 수(*22): 20만 3,000명
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 회원제 창고형 매장 형태로 운영 • 특정 지역에 한하여 투데이딜리버리(2-Day Delivery) 서비스 운영 중 			

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

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 납품 관련 특징 <ul style="list-style-type: none"> - 코스트코는 본사에서 직접 제조업체와 거래하는 것이 일반적이며, 인하우스브로커³⁷⁾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 • 홈페이지 및 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 지역 부서에 직접 문의 (costco.com/vendor-inquiries.html) - 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> ① 코스트코 공급업체 행동 강령 ② 공인검사기관에서 TPI 실시 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-425-313-8100 (Northwest Region)
-------------	---------------------	---

자료: 코스트코홀세일(Costco Wholesale), 월스트리트저널(WSJ), 한국농수산식품유통공사(at)
사진 자료: 코스트코홀세일(Costco Wholesale)

35) 글로벌 매출액을 합한 값임



36) 미국과 푸에르토리코 지역 합산 매장 수입

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

[2023년 업데이트]

③ 노드스트롬

기업 기본 정보	기업명	노드스트롬(Nordstrom)	NORDSTROM
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.nordstrom.com	
	위치	시애틀(Seattle)	
	규모	매출액('22) • 150억 9,200만 달러(20조 2,957억 원) 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' 카테고리 다양한 답례품 판매 중 		

매장정보	입점 가능 품목	여성 및 남성 기성복, 신발, 악세서리, 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 연락 또는 이메일을 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오 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), 구글맵(Google Maps)

[2023년 업데이트]

④ 블루밍데일스

기업 기본 정보	기업명	블루밍데일스(Bloomingdale's)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.bloomingdales.com	
	위치	뉴욕(Newyork)	
	규모	매출액('22)	• 28억 달러(3조 7,654억 원)
		기타 규모	• 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	• 여성 및 남성 기성복, 신발, 주얼리 및 악세서리, 핸드백, 선물용 제품 등	
	선호 제품	• 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, 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오 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)

[2023년 업데이트]

⑤ 세븐일레븐

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.7-eleven.com		
	위치	텍사스(Texas)		
	규모	매출액('22)		• 787억 4,--800만 달러(105조 9,003억 원) ³⁸⁾
		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 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (담당자명, 이메일 주소, 연락처) ② 공급 제품 정보 (제품명, 판매 가격 등 제품 설명 자유 기재) - 등록 과정 <ul style="list-style-type: none"> ① 제품 프로필 생성 ② 카테고리 매니저와 연결 및 검토 ③ 공지사항 통보 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-800-255-0711
-------------	---------------------	--


자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

38) 글로벌 매출액임

[2023년 업데이트]

⑥ 써클케이

기업 기본 정보	기업명	써클케이(Circle K)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.circlek.com	
	위치	애리조나(Arizona)	
	규모	매출액('22) • 12억 4,095만 달러(1조 6,688억 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 알리멘테이션(Alimentation) 쿠쉬타드(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 (담당자 이름, 이메일 주소, 연락처) ② 회사 정보 (회사명, 회사 주소, 회사 홈페이지 주소) ③ 문의 내용 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 각 지역별 사무실에 연락 (www.circlek.com/contact-us-new) 하단 참조
----------	---------------	---



자료: 써클케이(Circle K)

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

[2023년 업데이트]

⑦ 에이치마트

기업 기본 정보	기업명	에이치마트(H Mart)	
	기업구분	아시아마트/한인마트	
	홈페이지	www.hmart.com	
	위치	뉴저지(New Jersey)	
	규모	기타 규모 <ul style="list-style-type: none"> 매장 수('22): 84개 직원 수('22): 5,000명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 1982년 뉴욕 맨해튼에 ‘한아름마트’라는 이름으로 1호점 설립 한아름 그룹이 운영하는 슈퍼마켓으로 현재 미국 내 최대 규모의 한인마트 체인 캐나다와 영국에 8개의 매장을 보유함 아시아 스타일 제품을 전문으로 하고, 아시아계 미국인 쇼핑객을 대상으로 함 2020년 로스앤젤레스(LA) 지역 전용 카카오톡 채널 @hmart_la 개설 각 지역의 매장별로 상이한 이벤트를 진행 미국 내 전국적으로 어린이 그림 그리기 대회를 실시하여 시상하고 있음 		

매장정보	입점 가능 품목	주류 및 음료류, 신선식품, 즉석식품, 스낵류, 건강식품, 주방용품, 전자제품 등
	선호 제품	기존 플랫폼에 없던 신제품
	매장 전경	 

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지에서 직접 공급자 지원서 작성 (www.hmart.com/online-affiliates) - 담당자 확인 후 제품에 대한 논의를 거친 뒤 입점 - 홈페이지 가입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 담당자명, 이메일, 연락처 등) ② 입점 문의 등 자유 기재 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-800-648-0980
-------------	---------------------	---

자료: 에이치마트(H Mart), 뉴욕타임즈(NYT)

사진 자료: 교차로월드(Kyocharoworld)

[2023년 업데이트]

⑧ 시온마켓

기업 기본 정보	기업명	시온마켓(Zion Market)
	기업구분	아시아마트/한인마트
	홈페이지	www.zionmarket.com
	위치	캘리포니아(California)
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 8개
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1981년 설립된 다양한 식품과 생활용품을 유통하는 한인마트 • 캘리포니아, 텍사스, 조지아에서 매장 운영 중 • 자체 쇼핑 애플리케이션과 카카오톡, 위챗 채널 보유 • 한국 식재료를 활용한 한식 레시피를 SNS와 홈페이지를 통해 공유 • 각 기념일 별로 관련 할인 행사 진행 중 • 각 지역의 매장별로 매주 할인 상품이 상이함
매장정보	입점 가능 품목	• 주류 및 음료류, 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 스낵류, 건강보조식품 등
	선호 제품	• 좋은 품질의 저렴한 제품
	매장 전경	 
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 권장소비자가격 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 및 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: hr@zionmarket.com - 전화번호: +1-858-268-3300 (캘리포니아 샌디에고) - 특이사항: 지역별 전화번호 상이하므로 홈페이지 확인 필요 (zionmarket.com/careers)

자료: 시온마켓(Zion Market)
사진 자료: aT 미국 지사(aT America)

[2023년 업데이트]

⑨ 아마존

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.amazon.com	
	규모	매출액('22) • 2,140억 달러(287조 7,872억 원) ³⁹⁾ 기타 규모 • 방문횟수(최근 1개월): 23억 회	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 세계 최대의 온라인 종합 쇼핑몰로 190만 개의 기업의 상품 보유 • 스페인어, 아랍어, 독일어, 한국어 등 전 세계 언어 지원 • 아마존을 통해 분당 7,400개의 제품의 구매가 이루어짐 		

매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	브이에잇(V8), 스피드리프트(Spindrifft) 등
		해외 판매	해외 배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

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

입점 등록 절차	<p>등록 방법 및 등록 정보</p> <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 <ul 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 <ul style="list-style-type: none"> ① 아마존 행동 강령 준수 ② 아마존 PB 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TP(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)

39) 글로벌 매출액을 합한 값임

[2023년 업데이트]

⑩ 이베이

기업 기본 정보	기업명	이베이(eBay)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.ebay.com	
	규모	매출액('22)	• 97억 달러(13조 446억 원)
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 6억 6,760만 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 메인 홈페이지를 통해 공개됨 		

매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	썬엑소틱(Sun Exotic), 오렌지나(Orangina) 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), 매크로트렌즈(MacroTrends)
사진 자료: 이베이(eBay)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 통관·검역



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

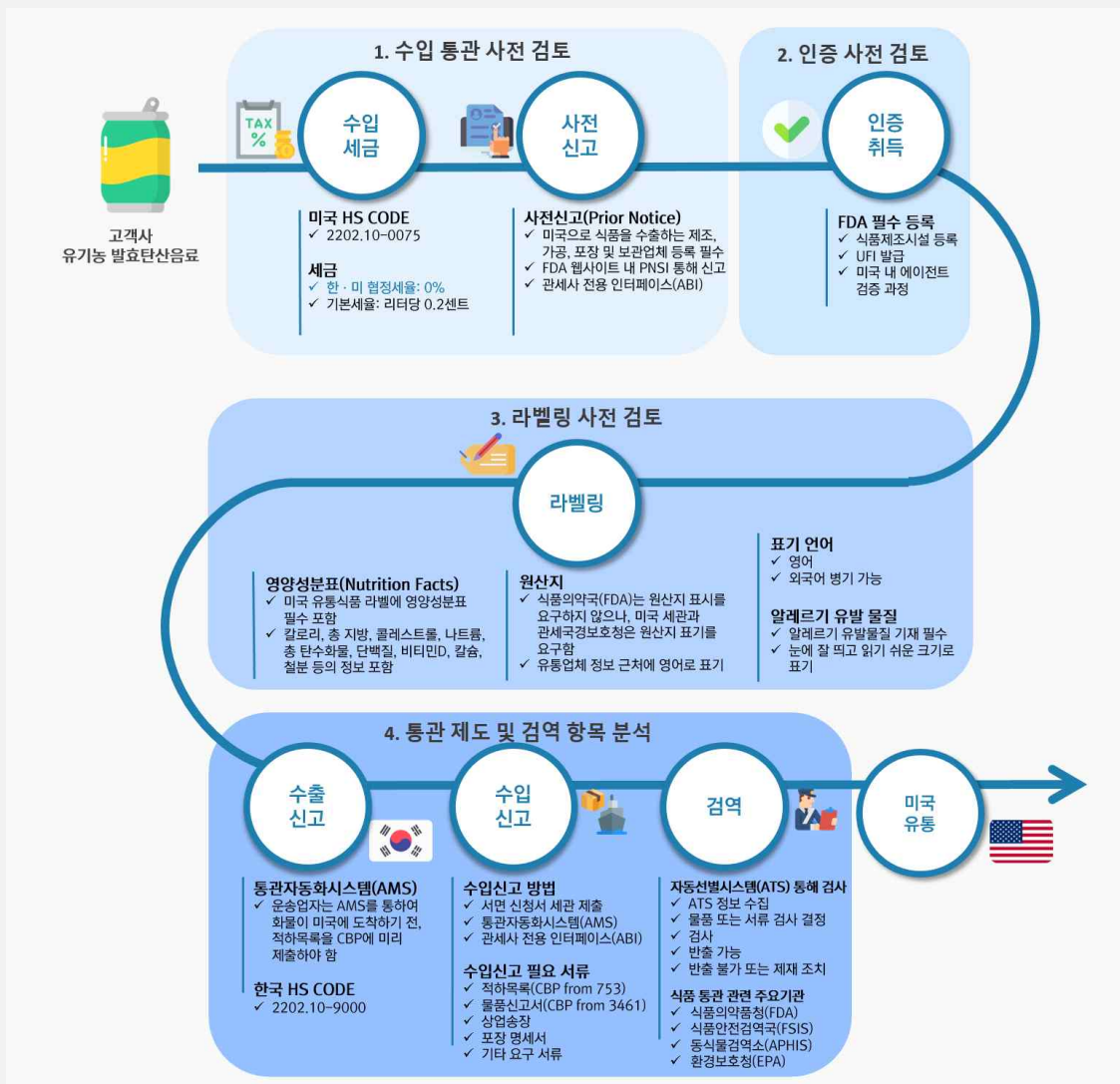
[2023년 업데이트]

1. 미국 유기농 발효탄산음료 통관 및 검역 절차(40)

▶ 미국 유기농 발효탄산음료 수출 통관 단계별 주요사항

미국으로 식품2 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 4.1] 미국 유기농 발효탄산음료 통관 검역 절차



자료: 식품의약품안전처, 미국 식품의약품청(FDA: Food and Drug Administration)

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

[2023년 업데이트]

[표 4.2] 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”⁴¹⁾ 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 신속진행 동의서 통보 후 수입 허가 <ul style="list-style-type: none"> - 합격 판정 시에는 수입이 허가됨 - 불합격 시 제품 억류와 청문회 통보 • 표본검사 필요시 ‘표본조사 통보서’를 통해 표본 요청 후 검토

자료: 식품의약품안전처

41) 미국행 수출화물의 적하목록을 적재 24시간 전에 제출 의무화

[2023년 업데이트]

▶ 미국 식품시설등록(FFR: Food Facility Registration)

미국에서 소비되는 식품이나 사료를 제조/가공, 포장, 혹은 보관하는 국내 및 해외 시설은 반드시 미국 식품의약청(FDA: Food and Drug Administration)에 등록해야 하는데, 미국 시장에 신규 진입하는 업체의 경우 반드시 사전에 시설 등록을 마쳐야 함

[표 4.3] 미국 식품시설등록(FFR)

등록 대상 시설	<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
등록 제외 시설	<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
규제 해당 식품	<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


[2023년 업데이트]

2. 미국 유기농 발효탄산음료 품질 인증

▶ 미국 유기농 발효탄산음료, ‘FDA 등록’ 필수

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


[표 4.4] 미국 FDA 등록 정보

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

자료: 미국 식품의약품청(FDA: Food and Drug Administration)

[2023년 업데이트]

[표 4.4] 미국 FDA 등록 정보

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



자료: 미국 식품의약품청(FDA: Food and Drug Administration)

[2023년 업데이트]

▶ 한국 유기농 인증, 미국 시장에서 동일하게 적용 가능

미국으로 유기농 식품을 수출하기 위해서는 미국 농무부(USDA: United States Department of Agriculture)에서 발급하고 있는 유기농 인증을 획득해야 함. 해당 인증은 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 4.5] 한국 유기농인증 상호동등성협정 정보

인증명	발급 기관	정보	인증 Mark
USDA Organic	미국 농무부	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: United States Department of Agriculture), 국립농산물품질관리원

[2023년 업데이트]

▶ 미국 식품 관련 기타 인증

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

[표 4.6] 미국 유기농 발효탄산음료 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
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)	
Orthodox Union Kosher	종교적 및 문화적 인증	미국 민간 인증	Orthodox Union (OU)	
IFANCA Halal	종교적 및 문화적 인증	미국 민간 인증	미국 이슬람식품영양협의회 (IFANCA)	

자료: 각 인증기관

[2023년 업데이트]

3. 미국 유기농 발효탄산음료 라벨링

[표 4.7] 미국 유기농 발효탄산음료 라벨링

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

자료: 미국 식품의약품청(FDA: Food and Drug Administration)

[2023년 업데이트]

[표 4.7] 미국 유기농 발효탄산음료 라벨링

정보 표시면 필수 표시사항 및 기준	5. 알레르겐 성분	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 알레르기 유발 물질(Major food allergen)이 포함된 경우 반드시 기재 • 눈에 잘 띄고 읽기 쉬운 크기로, 원재료명의 문자 크기 이상으로 표기 • 원재료명 목록에 원재료명을 쓴 뒤에 괄호 안에 알레르기 유발 식품의 일반명을 기재 • ‘Contains’의 ‘C’는 반드시 대문자로 기재 • 주요 알레르기 유발물질은 우유, 달걀, 생선, 갑각류, 견과류, 밀, 땅콩, 그리고 대두 및 콩 등이 있으며, 2023년 1월 1일부터 알레르기 의무 표시 대상에 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"> • 식품의약품국은 원산지 표시를 요구하지 않으나, 미국 세관과 관세국경보호청은 원산지 표시를 요구함 • 미국 내 유통업체의 명칭과 주소 근처에 영어로 표시할 것
	8. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> • 반드시 영어로 표기해야 하며, 한국어 표기가 포함된 경우에는 모든 라벨 의무 표기 사항을 영어와 한국어 모두로 표기해야 함 • 영어, 한국어 이외의 언어가 라벨에 있다면, 해당 언어로도 모든 의무 표기 사항 표기

자료: 미국 식품의약품청(FDA: Food and Drug Administration)

[2023년 업데이트]

[표 4.7] 미국 주스 라벨링 시 주의사항

<p>주스 원액 함유 비율 표시</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 주스(과일 또는 야채 주스) 원액을 함유한 음료는 천연 주스의 원액 함량 비율을 표시해야 함. 이는 제품 표지에 문구로 표시하거나, 과일 또는 야채 사진을 첨부하거나, 맛이나 외관으로 천연 주스가 포함되었음을 연상케 하는 모든 음료에 적용됨 • 비-탄산음료와 탄산음료, 100% 주스, 농축 주스, 희석 주스, 원액 표시를 했으나 실제로 원액이 함유되지 않는 주스 등이 포함됨
<p>원액 함유 비율 표시 방법</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 원액 함유 비율은 정보 표시면 맨 윗줄 부근에 표기해야 함. 그 위에는 상표명, 제품명, 로고 또는 UPC⁴²⁾만이 표시될 수 있음 • 다른 인쇄나 그래픽과 뚜렷이 대조되는 읽기 쉬운 볼드체 활자나 문자 크기를 사용해야 함. 주스 원액을 표시하는 문자 크기는 정보 패널에서 가장 큰 문자(상표명, 제품명, 로고, UPC 또는 영양성분표의 제목 제외)보다 작아서는 안 됨 • 표기 방법은 “_ % 함유 주스(contains _ % juice)” 또는 “_ % 주스(_ % juice)”이며, 과일이나 야채의 이름도 포함시킬 수 있음(예: 100% 사과 주스)
<p>원액 함유 비율 표시 제외 대상</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 소량의 원액을 향료로 함유한 음료는 다음의 경우에 이를 표기할 필요가 없음 <ul style="list-style-type: none"> - 해당 제품에 “향료(flavor)” 또는 “향료 첨가(flavored)”라는 용어로 표기한 경우 - “주스(juice)”라는 용어를 성분 목록 표기란 이외의 패널에 사용하지 않은 경우 - 해당 음료가 천연 주스를 함유하고 있다는 인상을 주지 않는 경우

자료: 미국 식품의약품청(FDA: Food and Drug Administration)

42) 범용 제품 코드(Universal Product Code)의 약자로, 미국에서 사용되는 공통 상품 코드

[2023년 업데이트]

▶ 미국 일반가공식품 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

앞면(영어)

앞면(국문)

- ① 브랜드명 : PURE LEAF
- ② 설명 : OUR REAL-BREWED DIFFERENCE
Taste iced tea the way it was meant to be: brewed from real tea leaves, fresh-picked, carefully dried, and expertly brewed. Pure Leaf is never made from powder, so you can enjoy the delicious taste of real-brewed iced tea in every bottle
- ③ 원산지 : BREWED IN USA
- ④ 보관법 : Refrigerate After Opening

- ① 브랜드명 : 퓨어 리프
- ② 설명 : 우리의 진짜 브루는 다릅니다. 아이스티를 맛보기 위해: 신중하게 채취하여 조심스럽게 말린 진짜 차 잎으로 전문적으로 우렸습니다. Pure Leaf는 절대로 가루로 만들지 않으며, 진짜로 우린 맛있는 아이스티를 병으로 매일 즐길 수 있습니다.
- ③ 원산지 : 미국에서 우림
- ④ 보관법 : 개봉 후 냉장보관 하시오

뒷면(영어)

뒷면(국문)

- ① 성분 : Nutrition Facts
Serving Size 1 bottle
Amount Per Serving
Calories 0 %Daily Value
Total Fat 0g 0%
Sodium 5mg 0%
Total carbohydrate 0g 0%
Sugars 0g
Protein 0g

- ① 성분 : 영양성분
1병당 제공량
제공량당 양
칼로리 0, %1일 단위
총 지방 0g 0%
나트륨 5mg 0%
총 탄수화물 0g 0%
설탕 0g
단백질 0g

[2023년 업데이트]



[뒷면 라벨링]

뒷면(영어)

Not a significant source of calories from fat, saturated fat, trans fat, cholesterol, dietary fiber, vitamin A, vitamin C, calcium and iron.
 *Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet.
 ② 원료 : BREWED BLACK TEA, CITRIC ACID, CAFFEINE CONTENT: 84mg/18.5 fl oz
 ③ 설명 : Questions or comments please keep this package and call 1-866-612-2076
 Refrigerate after openings. Please recycle
 ④ 제조사 : Manufactured by INDEPENDENT PRODUCES FOR THE PEPSI/LIPTON TEA PARTNERSHIP, PURCHASE, NEW YORK 10577. LIPTON, A DIVISION OF UNILEVER

뒷면(국문)

지방, 콜레스테롤, 식이섬유, 비타민A, 비타민C, 칼슘, 철분, 포화지방으로부터 나오는 칼로리의 주요 원천은 아닙니다.
 *1일 단위 용량은 2,000칼로리를 기준으로 합니다.
 ② 원료 : 우려낸 홍차, 구연산, 카페인함량: 84mg/18.5fl oz
 ③ 설명 : 문의사항이나 코멘트는 패키지를 보관한 후 1-866-612-2076로 전화해주세요.
 개봉 후 냉장 보관하세요. 재활용품입니다.
 ④ 제조사 : 독립 제조사인 THE PEPSI/LIPTON TEA PARTNERSHIP, PURCHASE, NEW YORK 10577. LIPTON, A DIVISION OF UNILEVER 제조

[2023년 업데이트]

4. 미국 유기농 발효탄산음료 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. 유기농 발효탄산음료를 ‘탄산음료류’로 분류하여 관련 식품첨가물 검색 시 총 270건을 발견했으며, 하기 표는 탄산음료류에 적용되는 미국 식품첨가물 기준 중 일부임. 더욱 상세한 정보는 미국의 연방규정집(CFR: Code of Federal Regulations) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 4.8] 미국 유기농 발효탄산음료 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품유형	사용기준
1	사카린	Saccharin	음료, 과일주스 음료 및 베이스 또는 믹스	액상 1온스당 12mg 이하
2	사카린나트륨	Sodium saccharin		
3	사카린칼슘	Calcium saccharin		
4	아카시아검	Gum arabic (Acacia gum)	모든식품	[식이섬유, 유화제, 유화제염, 향료 및 보조제, 조성보조제, 가공보조제, 안정제, 증점제, 표면처리제, 텍스처라이저] (GRAS: 1.0% 이하)
5	한천	Agar		[향료, 조성보조제, 습윤제, 안정제, 증점제] (GRAS: 0.25% 이하)
6	황산알루미늄	Aluminum sulfate		[다목적](GRAS: GMP에 따라 사용)
7	황산알루미늄나트륨	Aluminum sodium sulfate		
8	포도 껍질 추출물	Grape skin extract	탄산음료	(401 조항에 따라 식품의 색상을 표시하는 데 사용되지 않는 식품 제외)
9	퀴닌	Quinine		[향료(flavor)] 83ppm 이하

자료: KATI농식품수출정보

[2023년 업데이트]

▶ 유해물질

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

[표 4.9] 미국 유기농 발효탄산음료 유해물질 분석

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

자료: KATI농식품수출정보

[2023년 업데이트]

▶ 알레르겐

미국에서 유통되는 식품의 알레르기 유발물질은 ‘식품 알레르기 유발물질 표시 및 소비자 보호법’에 의하여 규정됨. 식품에 총 9가지의 알레르기 유발물질이 포함되는 식품은 라벨에 해당 성분명을 영어로 표기해야 함. 2023년 1월 1일부터 참깨가 9번째 알레르겐 성분으로 공식 지정되었으며, 참기름과 같이 참깨가 포함된 제품에도 해당하는 내용임. 식품안전정보원에 따르면, 2019년부터 2021년까지 한국산 수출식품 부적합 사례는 총 779건으로 집계됐으며, 그중 미국에서 가장 많이 발생한 부적합 사유는 ‘표시기준 위반’으로, 주요 5개국⁴³⁾에서 발표한 전체 표시기준 위반의 97.3%(687건)을 차지함. 이에 따라 미국으로 식품 수출 시 의무 표시기준에 대한 각별한 주의가 필요함

[표 4.11] 미국 알레르겐 성분 규정

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

자료: 한국무역협회

43) 중국, 미국, 일본, 대만, EU

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 전문가 인터뷰



1. 레인포레스트 디스트리뷰션
(Rainforest Distribution)
2. 하나 푸드 디스트리뷰터스
(Hana Food Distributors)

Interview ① 레인포레스트 디스트리뷰션 (Rainforest Distribution)

44)



레인포레스트 디스트리뷰션
(Rainforest Distribution)

전문가 소속

레인포레스트 디스트리뷰션
(Rainforest Distribution)
유통 업체

전문가 정보

Mr. Fred
(Sales Manager)

Rainforest Distribution

Mr. Fred (세일즈 매니저)

Q. 헬스에이드(Health ade) 음료의 제품의 수요 현황이 어떻게 되나요?

최근 현지에서 유기농 음료의 인기가 급증하고 있으며, 대표적인 형태는 콤부차입니다. 만약 귀사의 제품이 콤부차처럼 건강음료지만 콤부차와 다르게 카페인 함유되어 있지 않다면, 현지 소비자들은 관심을 가질 것으로 판단됩니다. 정확한 수요를 알 수는 없지만 시장성이 높다고 할 수 있습니다.

Q. 미국 내 콤부차와 같은 유사제품의 트렌드가 어떻게 되나요?

미국 내에서 '헬스 에이드(Health ade)' 또는 콤부차를 즐겨 마시는 대부분의 소비자들은 건강을 중요하게 생각하는 경향이 있으며, 이러한 경향은 미국 내에 빠르게 확산되고 있습니다. 이로 인해 최근 미국에서는 맥주나 진(Gin)과 같은 알코올 대체 음료로 알콜맛이 나면서, 건강을 지킬 수 있는 콤부차가 부상하고 있습니다.

Q. 미국 내 건강음료의 소비층은 누구이며, 인기제품은 무엇인가요?

자사가 건강음료를 판매하고 있는 동북부지역에서는 건강음료를 주로 대학생이나 젊은 직장인들이 소비하고 있으며, 인기 있는 제품으로는 수자(Suja)사와 헬스에이스(Health-Ade)사에서 출시되는 유기농 음료 제품들입니다.

Interview ② 하나 푸드 디스트리뷰터스 (Hana Food Distributors)

45)



하나 푸드 디스트리뷰터스
(Hana Food Distributors)

전문가 소속

하나 푸드 디스트리뷰터스
(Hana Foods Distributors)
유통업체

전문가 정보

Ms. Amy
(Purchasing Manager)

Hana Food Distributors

Mr. Amy (구매 담당자)

Q. 건강 음료의 수요 및 판매처는 어떻게 되나요?

미국에서 음료를 구매하는 많은 소비자들은 건강한 삶을 추구하는 노력을 하고 있으며, 이로 인해 건강음료에 대한 수요는 증가하고 있습니다. 특히, 건강 에이드는 최근 미국 소비자들에게 인기가 증가하고 있는 제품으로, 콤부차와 같이 대형 마트와 편의점에서 주로 판매가 되고 있습니다. 또한, 최근 주스 Bar와 카페에서도 커피와 더불어 콤부차를 포함한 다양한 건강음료를 판매하고 있습니다.

Q. 현재 인기 건강 음료 사이에서 좋은 시장성을 가지려면 어떻게 해야 하나요?

최근 미국의 유기농 시장의 규모가 커지면서 유기농 음료에 대한 인기가 많아지고 있으며, 현재 미국에서 판매되고 있는 건강 에이드 중 가장 인기가 많은 제품은 재활용이 가능한 병이나 알루미늄 캔으로 포장된 진저에이드와 루트비어(Rootbeer)입니다. 이처럼 현지에서 좋은 시장성을 가지는 건강음료가 되기 위해서는 콤부차와 비슷하지만, 건강을 생각해 카페인이 덜 들어가 있으며, 달달한 맛을 가지고 있어야 합니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2023
2. 식품음료신문, 「[글로벌 트렌드] 2022년 미국 식음료 시장 전망」, 2022.01
3. World Tea News, 「State of the U.S. Tea Industry: a Review of 2022 and a Look Forward into 2023」, 2023.03
4. Linchpin SEO, 「Trends Shaping The Functional Beverage Industry Outlook」, 2023.10
5. 스태티스타(Statista), 「Total produce sales share in the U.S in 2022」, 2022.10
6. 식품의약품안전처, 「식품 수출 안내서(미국편)」, 2021
7. KATI농식품수출정보, 「식품시설 등록 : 중소기업체들을 위한 안내서」, 2018
8. 한국무역협회, 「한국산 수출식품 표시 기준 위반 97%는 미국서 발생」, 2022.07
9. 미국 식품의약품청(FDA: Food and Drug Administration), 「21 CFR 101.54」, 2016.06

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. 식품음료신문, 「[글로벌 트렌드] 2022년 미국 식음료 시장 전망」, 2022.01.
4. 농식품수출정보, 「미국, 발효식품 유행 바로알기」, 2023.04.
5. 뉴스통, 「[리얼푸드] 미국, 가정내 소비가 캔 음료 시장 주도」, 20203.10.
6. Linchpinseo, 「Trends Shaping The Functional Beverage Industry Outlook」, 2023.10.
7. Tastewise, 「Top flavor & ingredient trends for 2023」, 2023
8. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
9. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
10. 월마트(Walmart) (www.walmart.com)
11. 코스트코홀세일(Costco Wholesale) (www.costco.com)
12. 월스트리트저널(WSJ) (www.wsj.com)
13. 한국농수산식품유통공사(aT) (www.at.or.kr)
14. 노드스트롬(Nordstrom) (www.nordstrom.com)
15. 블루밍데일스(Bloomingdale's) (www.bloomingdales.com)
16. 포브스(Forbes) (www.forbes.com)
17. 세븐일레븐(7-Eleven) (www.7-eleven.com)
18. 씨클케이(Circle K) (www.circlek.com)
19. 씨에스피데일리뉴스(CSP Daily News) (www.cspdailynews.com)
20. 구글맵(Google Maps) (www.google.co.kr/maps)
21. 에이치마트(H Mart) (www.hmart.com)
22. 뉴욕타임즈(NYT) (www.nytimes.com)
23. 교차로월드(Kyocharoworld) (www.kyocharoworld.com)
24. 시온마켓(Zion Market) (www.zionmarket.com)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

25. aT 미국 지사(aT America) (atcenteramerica.com)
26. 아마존(Amazon) (www.amazon.com)
27. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
28. 센서타워(Sensortower) (sensortower.com/ko)
29. 이베이(eBay) (www.ebay.com)
30. 식품의약품안전처 (www.mfds.go.kr)
31. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
32. 미국 식품의약품청(FDA: Food and Drug Administration) (www.fda.gov)
33. 미국 농무부(SDA: United States Department of Agriculture) (www.usda.gov)
34. 국립농산물품질관리원 (www.naqs.go.kr)
35. 플래티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.10.27

본 보고서는 2019년 발행된 미국 유기농 발효탄산음료 시장분석형 보고서의 2023년 업데이트 버전입니다.

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