

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202311-10

품목 | 쌈장(Ssamjang)

HS CODE | 2103.90-1090

국가 | 미국(U.S.A)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 미국 소스 및 향신료 시장규모	06
2. 미국 기타 소스 시장규모	07
3. 미국 쌈장 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 온라인 매체의 영향으로 K-소스 인기	10
2. 대기업 브랜드와 중견 및 중소브랜드 확인	11
3. '매운'맛과 '달콤한' 맛 강조	12
4. '병'과 '통' bin출...oz 단위 고려한 패키징도 필요	13

IV. 유통채널

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

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 미국 쌈장 통관 및 검역 절차	30
2. 미국 쌈장 품질 인증	33
3. 미국 쌈장 라벨링	37
4. 미국 쌈장 성분 및 유해물질	42

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 월마트(Walmart)	46
2. 에이치마트(HMart)	49
3. 울타리유에스에이(WooltariUSA)	52

VII. 시사점

1. 시사점	56
--------	----

※ 참고문헌	58
--------	----



HS CODE : 2103.90-1090

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

SUMMARY

미국 쌈장 시장

시장 현황

소스 및 향신료 시장규모

단위 : 십억 달러



기타 소스 시장규모

단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2103.90 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

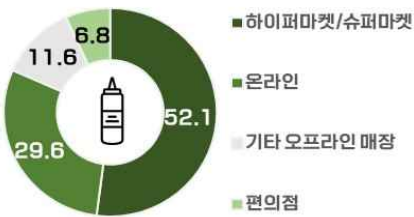
빅데이터 분석



* 미국 온라인 쇼핑몰 618건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

- 세금: 협정 관세율 0%
- 사전 준비: 식품 시설등록, 수입식품 사전신고, FDA 등록 必

권장 인증



라벨링 유의사항

- 필수 표기사항: 영어 표기 必, 제품명, 순중량, 제조자, 포장업체, 유통업체의 정보, 이름 및 주소, 성분 리스트, 알레르겐 성분, 영양성분표, 원산지 표기 필요

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

제품 수요 미국 내 한식과 에스닉푸드의 인지도를 바탕으로 고추장, 쌈장과 같은 한국식 소스의 수요가 증가 중임
 제품 타깃층 한식에 관심이 있는 아시아계 미국인과 새롭고 영양가 있는 음식에 관심이 많은 밀레니얼 세대를 타깃할 것을 권장함
 제품 적정 유통채널 오프라인과 온라인 유통채널을 모두 활용하되, 온라인 플랫폼을 갖춘 대형 슈퍼마켓 체인은 제품 인지도에 긍정적인 것으로 전망함

Point 02.

제품 홍보 수단 인플루언서와 협력하여 인스타그램과 같은 소셜 미디어 플랫폼 내 디지털 마케팅을 권장함
 제품 가격 피드백 시장에서 판매되는 경쟁제품과 유사하거나 낮은 가격으로, 가격 경쟁력이 있을 것을 예상함
 제품 홍보문구 피드백 건강 관련 효능 및 성분에 대한 홍보문구는 긍정적이며, 제품을 차별화 하는 요소들을 강조할 것을 권장함

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 미국 소스 및 향신료 시장규모
2. 미국 기타 소스 시장규모
3. 미국 쌈장 수입규모

1. 미국 소스 및 향신료 시장규모

미국 국가 일반 정보¹⁾

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

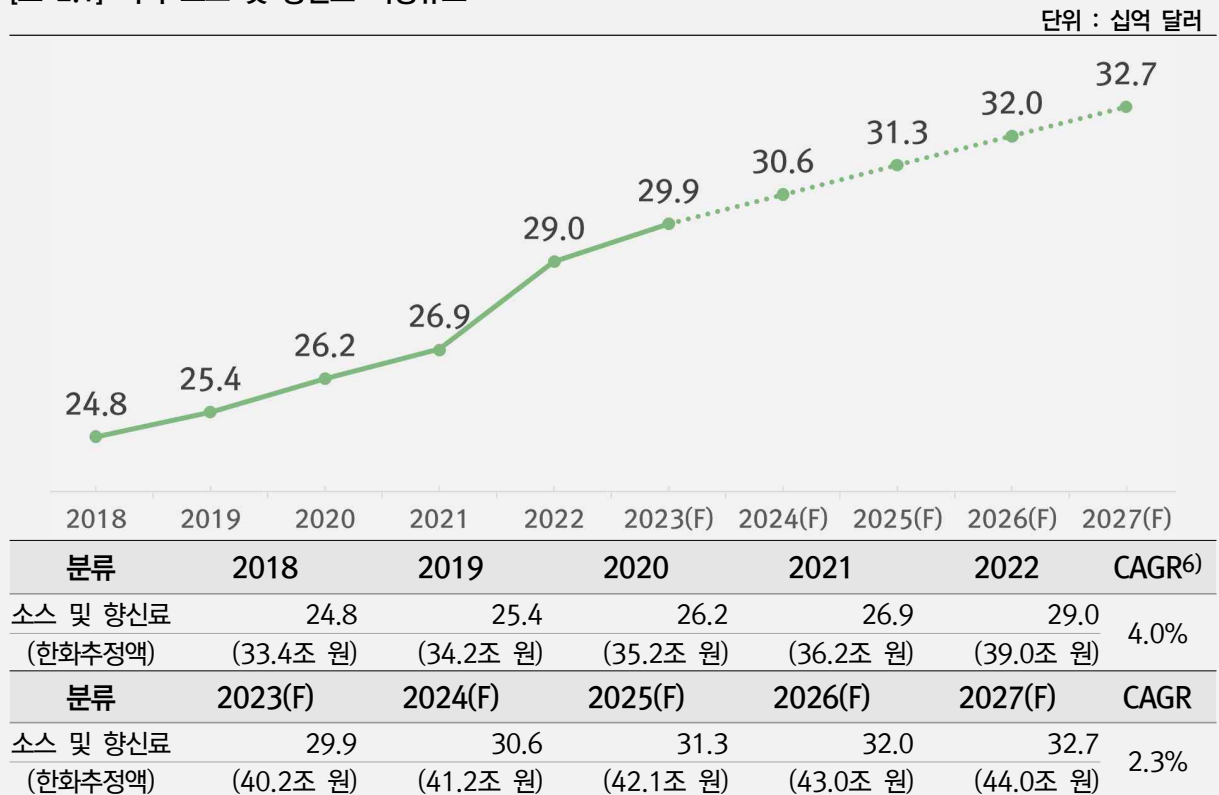
▶ 미국 소스 및 향신료 시장규모 39.0조 원, 연평균 4.0% 성장

2022년 기준 미국 소스 및 향신료 시장규모는 39.0조 원이며, 최근 5년(2018-22년)간 평균 35.6조 원의 시장규모를 보이고 있음. 5년간 연평균성장률이 4.0%인데 비해, 2022년에는 전년 대비 7.8%의 비교적 높은 시장 성장을 보임

▶ 미국 소스 및 향신료 시장규모, 향후 5년간 2.3%씩 성장 예상

미국 소스 및 향신료 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 2.3%씩 성장하여 2027년 44.0조 원을 기록할 것으로 예상되며, 미국 소스류 시장은 당분간 안정적인 수요를 유지할 것으로 전망됨²⁾

[표 2.1] 미국 소스 및 향신료 시장규모³⁾⁴⁾⁵⁾



자료: 스태티스타(Statista)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022

2) 조사제품 '쌈장'의 특징을 기준으로 '기타 소스'의 시장규모와 상위품목인 '소스 및 향신료'의 시장규모를 조사함

3) 자료: 스태티스타(Statista), 「Sauces & Spices_United States」, 2023.10

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

2. 미국 기타 소스 시장규모

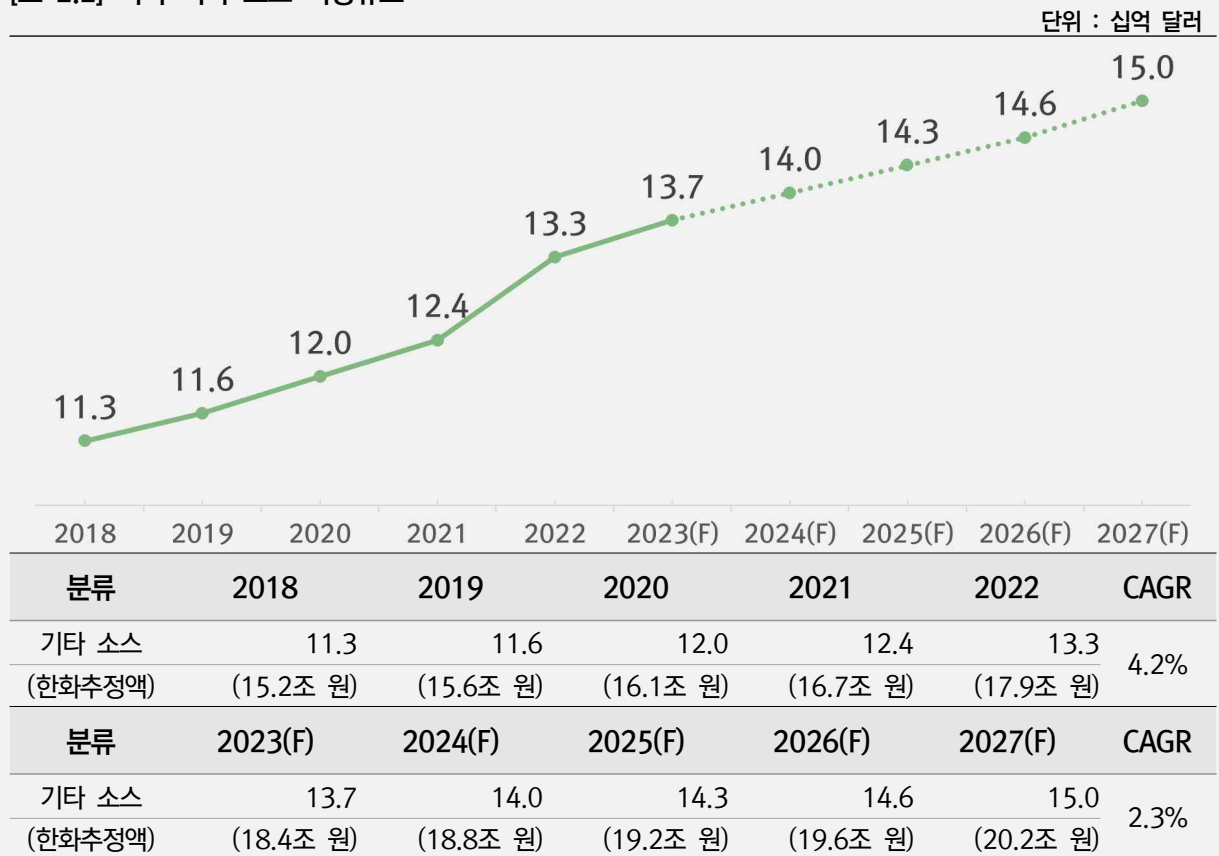
▶ 미국 기타 소스 시장규모 17.9조 원, 연평균 4.2% 성장

2022년 기준 미국 기타 소스 시장규모는 17.9조 원이며 최근 5년(2018-22년)간 평균 16.3조 원 규모를 기록함. 최근 5년간 연평균성장률이 4.2%인데 비해, 2022년에는 전년 대비 7.3%의 비교적 높은 성장률을 기록함

▶ 미국 기타 소스 시장규모, 향후 5년간 2.3%씩 성장 예상

미국 기타 소스 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 2.3%씩 성장하여 2027년 20.2조 원을 기록할 것으로 예상됨. 미국에서는 코로나19로 인한 가정식 수요 증가로 소스 시장규모가 성장했으며, 한류 붐의 영향을 받아 K-소스로 불리는 고추장, 된장, 쌈장의 수요도 증가한 것으로 조사됨⁷⁾

[표 2.2] 미국 기타 소스 시장규모⁸⁾⁹⁾



자료: 스탯시타(Statista)

7) 자료: 뉴스워커, 「뉴스워커_산업기획 K푸드 이어 K소스까지...전 세계로 퍼지는 한국의 고추장, 된장, 쌈장」, 2021.06

8) 자료: 스탯시타(Statista), 「Other Sauces_United States」, 2023.10

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 미국 쌈장 수입규모

쌈장 HS CODE

해당 장에서 쌈장은 HS CODE 2103.90로 분류. HS CODE 제2103호의 품명은 소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자, HS CODE 2103.90-1090의 품명은 가루로 확인

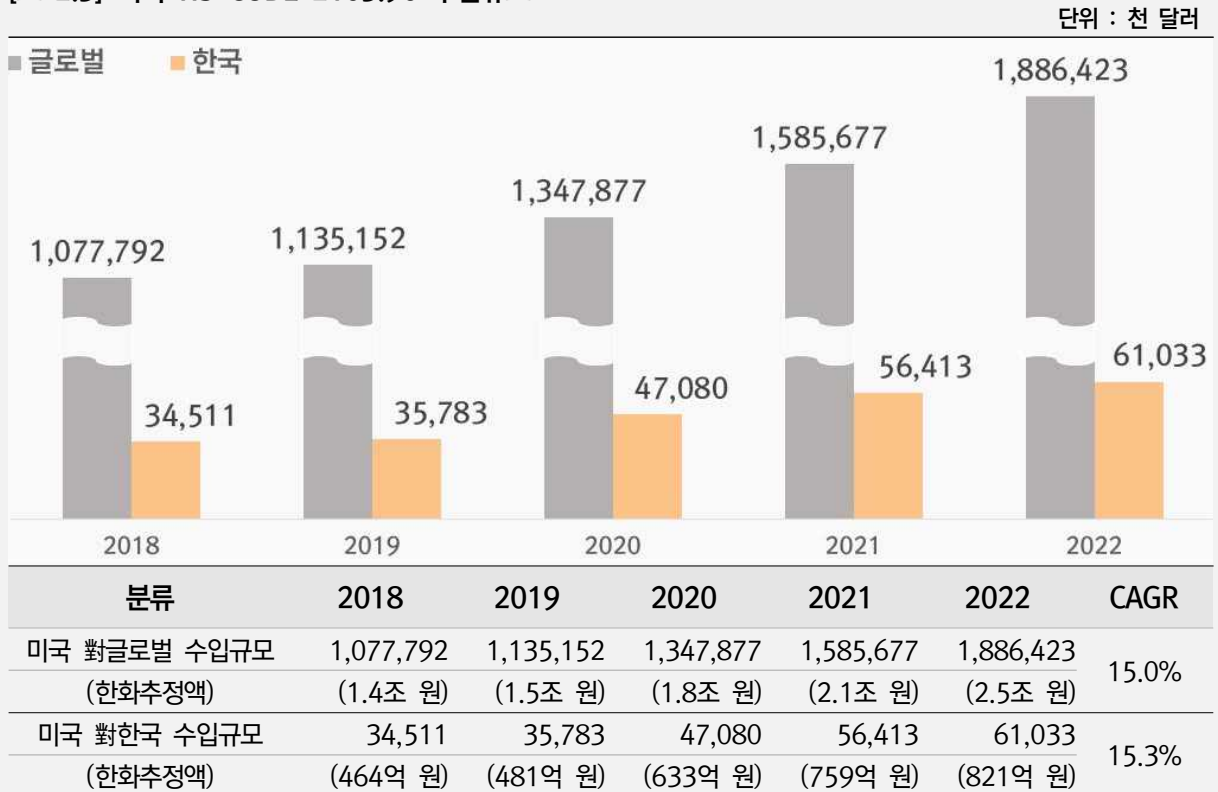
▶ 2018-22년 미국 HS CODE 2103.90 對글로벌 연평균성장률 15.0%

미국 HS CODE 2103.90 품목인 쌈장의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2018-22년)간 연평균 15.0% 증가하면서 2022년도에는 2.5조 원을 기록함. 2019년 수입규모는 전년 대비 5.3% 증가하여 최근 5년간 연평균성장률 대비 소폭 성장했으나 2020년 이후 전년 대비 17% 이상의 높은 성장세를 기록함

▶ 미국 내 HS CODE 2103.90 품목 수입, 한국산 상위 7위

최근 5년(2018-22년)간 미국 내 쌈장의 對한국 수입규모 평균은 632억 원이며 2022년 기준 수입국 상위 7위를 차지함. 1위국 캐나다(5,788억 원, 23%)는 연평균 14.4% 증가했고, 2위국 이탈리아(4,829억 원, 19%)는 19.9%의 연평균성장률을 보임. 3위국 멕시코(4,608억 원, 18%)는 연평균 12.6% 증가함

[표 2.3] 미국 HS CODE 2103.90 수입규모¹⁰⁾¹¹⁾



자료 : ITC(International Trade Centre)

10) 자료: ITC(International Trade Centre)

11) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 온라인 매체의 영향으로 K-소스 인기
2. 대기업 브랜드와 중견 및 중소브랜드 확인
3. '매운' 맛과 '달콤한' 맛 강조
4. '병과 '통' 빈출...oz 단위 고려한 패키징도 필요

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 미국 온라인매장 입점 쌈장

- 데이터 수집 키워드 : 쌈장(Ssamjang), 한국 소스(Korean Sauce)
- 데이터 수집량 : 618건
- 데이터 수집원 : 미국 온라인쇼핑몰 아마존(Amazon)

▶ 미국 온라인매장 입점 쌈장 특징 분석

- 데이터 분석 항목
 - ① 경쟁브랜드 ② 경쟁제품 ③ 홍보문구 ④ 인증

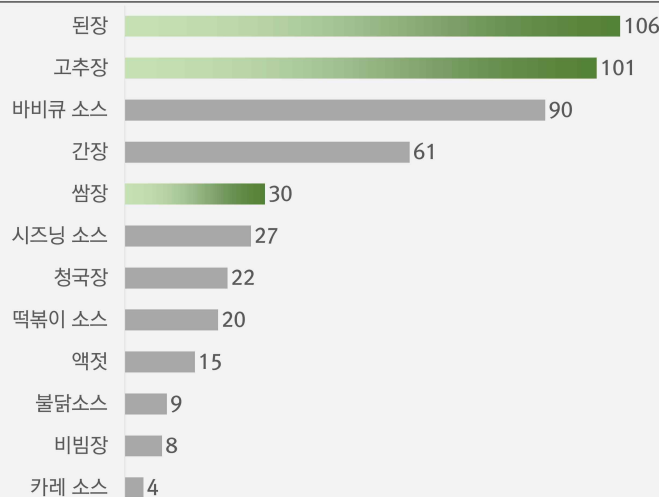
항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
경쟁제품	된장	Soybean Paste	106	청국장	Fermented Soybean	22
	고추장	Gochujang	101	떡볶이 소스	Tteokbokki	20
	바비큐 소스	BBQ	90	액젓	Fish Sauce	15
	간장	Soy Sauce	61	불닭소스	Buldak	9
	쌈장	Ssamjang	30	비빔장	Bibim Jang	8
	시즈닝 소스	Seasoning Sauce	27	카레 소스	Curry	4
경쟁브랜드	청정원/오프드	Chung Jung One/OFood	73	삼양	Samyang	11
	샘표	Sempyo	25	해찬들	Haechandle	10
	범일	Bumil	23	럭키	Lucky	8
	비비고	Bibigo	13	전라남도	Jeollanamdo	4
	연두	Yondu	11	팔도	Paldo	4
	왕신	Wangshin	11	큐라파	Q Rapha	3
맛	매운	Chili	189	향신료의	Spice	31
	고추	Pepper	131	담백한	Mild	24
	달콤한	Sweet	101	멸치	Anchovy	11
	풍미 있는	Savory	60	갈비	Kalbi	10
	마늘	Garlic	59	흙맛	Earthy	9
	감칠맛	Umami	47	짭짤한	Salty	8
패키징	팩	Pack	223	500g(17.6oz)	500g(17.6oz)	84
	병	Bottle	138	9oz	9oz	45
	통	Tub	41	1lb	1lb	13
	단지	Jar	18	1kg	1kg	12
	튜브	Tube	16	8.81oz	8.81oz	11

1. 온라인 매체의 영향으로 K-소스 인기

- ▶ ‘된장’과 ‘고추장’, 미국에서 가장 잘 알려진 한국 소스
 - 경쟁제품 키워드 분석 결과 ‘된장’ 관련 키워드 106건 도출됨
 - ‘고추장’ 관련 키워드도 101건 도출됨
 - 고추장의 경우 유튜브, SNS 등 소셜미디어를 통해 한국 음식이 인기를 얻으면서 수출이 빠르게 증가함
 - 특히, 한국의 매운 음식 챌린지가 유행하고, BTS가 떡볶이를 먹는 영상이 인기를 끌면서 고추장에 대한 관심을 촉발한 것으로 분석됨¹²⁾
- ▶ ‘쌈장’ 관련 키워드도 빈출
 - ‘쌈장’과 관련 키워드는 30건 도출됨
 - 실제 데이터 확인 결과, 고기와 잘 어울리는 소스로 포지셔닝된 것을 확인함

된장		고추장		쌈장	
					
제품명	재래식된장 (Doenjang Soybean Paste)	제품명	코리아고추장 (Korean Gochujang)	제품명	쌈토장 (Ssamtojang)
브랜드	청정원(Chung Jung One)	브랜드	위럽유(We Rub You)	브랜드	샘표(Sempyo)
중량	500g	중량	15oz	중량	15.87oz x 3개
가격	13.85달러(18,625원 ¹³⁾)	가격	9.99달러(13,435원)	가격	53.00달러(71,274원)

[표 3.1] 미국 판매 쌈장 경쟁제품 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘쌈장’ 관련 게시물 618건 분석

12) 자료: 한겨레, 「“BTS가 즐기는 K소스 맛있어요”...한류 타고 고추장 수출도 ‘날개’», 2022.01.25

2. 대기업 브랜드와 중견 및 중소브랜드 확인

▶ 한국 대기업 브랜드 ‘청정원/오푸드’, ‘샘표’, ‘해찬들’ 다수 확인

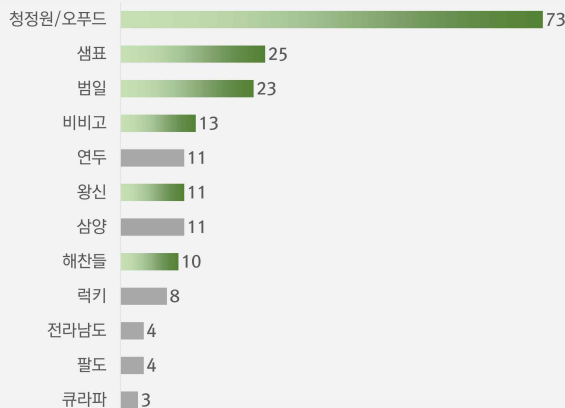
- 쌈장의 경쟁브랜드 분석 결과 한국 대기업 브랜드 빈출함
- ‘청정원’과 청정원의 해외 진출 브랜드인 ‘오푸드’가 총 73건 도출되었으며, 전통적인 양념 제품의 강자인 ‘샘표’ 키워드도 25건 도출됨
- CJ의 ‘비비고’와 ‘해찬들’ 브랜드도 각각 13, 10건 도출됨

▶ 중견 및 중소기업 브랜드도 다수 확인

- 국내에서 75년의 역사를 가진 양념 기업 태화식품의 ‘범일’ 브랜드 23건 도출되었으며, 진이에프앤씨의 ‘왕신’도 11건 빈출함
- 특히 ‘왕신’은 미국에서 인기가 많은 브랜드로, 아마존 프라임데이 동안 전년 동 행사 대비 450%의 매출 증대를 기록함
- 아울러 해당 기간 ‘왕신’의 된장 제품은 아마존의 베스트셀러 칠리 페이스트 부문에서 5위를 기록함¹⁴⁾

청정원/오푸드		범일		왕신	
					
제품명	마일드쌈장 (Mild Ssamjang)	제품명	범일쌈장 (Bumil Ssamjang)	제품명	왕신된장 (Wangshin Soybean Paste)
브랜드	청정원/오푸드 (Chung Jung One/O'Food)	브랜드	범일(Bumil)	브랜드	왕신(Wangshin)
중량	170g	중량	8.81oz	중량	9oz
가격	11.99달러(16,124원)	가격	6.72달러(9,037원)	가격	19.90달러(26,762원)

[표 3.2] 미국 판매 쌈장 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘쌈장’ 관련 게시물 618건 분석

13) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

14) 자료: 세계일보, 「국산 멸치액젓-전통간장… 미국 아마존서 인기몰이」, 2021.12.04

3. '매운' 맛과 '달콤한' 맛 강조

▶ '매운', '고추' 등 매콤함 관련 키워드 반출

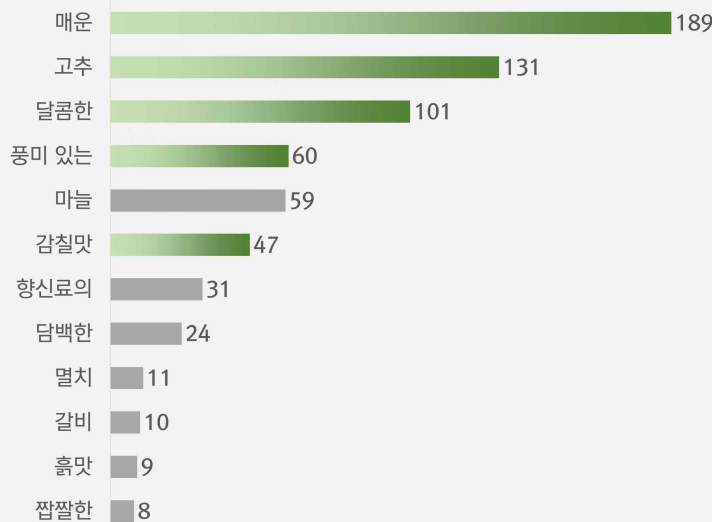
- 맛 관련 키워드 분석 결과 '매운', '고추' 등 매콤한 맛 관련 키워드가 각각 189건, 131건 확인됨
- 외국인 소비자들에게는 한국 음식이 매콤하다는 인식이 있기에 매운맛 자체를 한국 음식의 특징으로 받아들이는 것으로 분석됨

▶ '달콤한'과 '감칠맛' 등 외국인이 선호하는 맛 관련 키워드도 확인

- 쌈장 맛 관련하여 '달콤한' 키워드 101건 도출되었으며, '감칠맛' 키워드도 47건 도출됨
- 매콤한 관련 키워드와 조합해 봤을 때, 쌈장에 대해 매콤하지만 달콤하고 감칠맛이 있는 양념으로 인식한다는 것을 알 수 있음

고추, 풍미 있는		달콤한		감칠맛	
					
제품명	양념쌈장 (Yangnyum Ssamjang)	제품명	스파이시쌈장 (Spicy Ssamjang)	제품명	쌈장시즈닝 (Ssamjang Seasoning)
브랜드	전라남도(JeollaNamdo)	브랜드	청정원/오푸드 (Chung Jung One/O'Food)	브랜드	90쿡(90COOK)
중량	500g	중량	450g	중량	70g
가격	9.99달러(13,435원)	가격	9.99달러(13,435원)	가격	9.99달러(13,435원)

[표 3.3] 미국 판매 쌈장 맛 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '쌈장' 관련 게시물 618건 분석

4. ‘병’과 ‘통’ 빈출...oz 단위 고려한 패키징도 필요

▶ ‘병’ 관련 제품 빈출·쌈장 및 된장은 ‘통’ 제품이 다수

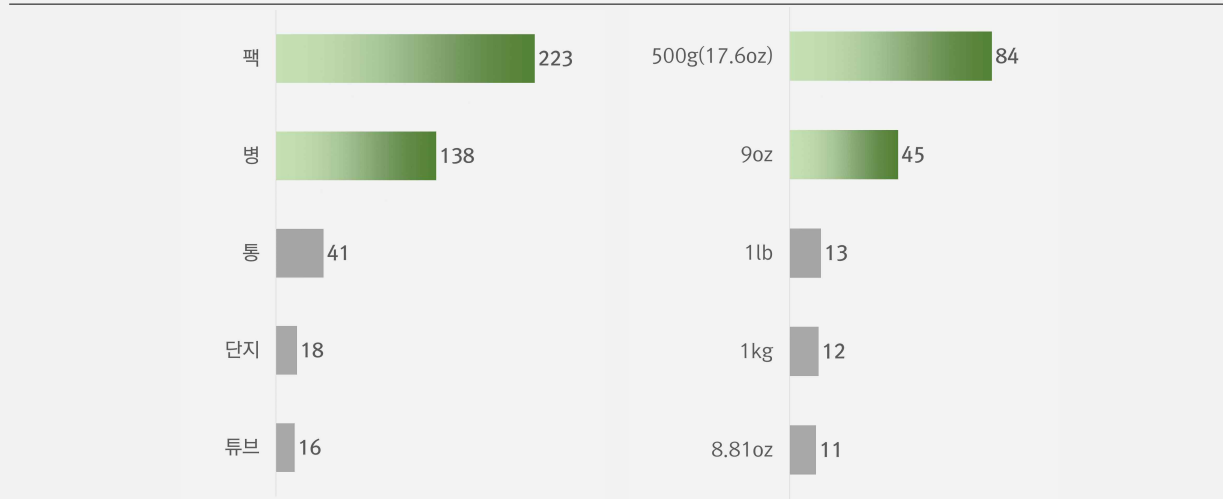
- 현지에서 판매 중인 양념 제품 패키지 관련 키워드 분석 결과, ‘병’ 관련 키워드가 138건, ‘통’ 관련 키워드 41건 도출됨
- 수집된 데이터 확인 결과, 한국 제품 중에는 병에 판매 중인 대부분의 제품이 고추장 혹은 매콤한 소스였으며, 비교적 단단한 제형의 된장이나 쌈장과 같은 제품들은 ‘통’으로 패키징된 것을 확인함

▶ ‘500g’ 관련 키워드 다수...oz를 고려한 패키징도 필요할 것

- 제품의 용량 관련 키워드로 ‘500g’이 84건으로 가장 많이 도출됨
- 미국의 경우 oz 단위를 사용하기 때문에 g 단위가 oz로 변환되어 표기되어 있어 대부분 소수점 자리로 표기되어 있음
- 따라서 미국 진출 시 이런 차이를 고려한 패키징 방식이 주효할 것으로 보임

병		통		500g(17.6oz)	
					
제품명	고추장스파이시미소소스 (Gochujang Spicy Miso Sauce)	제품명	재래식된장 (Doenjang Soybean Paste)	제품명	죽장연바로된장 (Jookjangyeon Baro Soybean Paste)
브랜드	청정원/오푸드 (Chung Jung One/O'Food)	브랜드	해찬들(Haechandle)	브랜드	죽장연(jookjangyeon)
중량	7.50oz x 2개	중량	500g x 4통	중량	500g
가격	12.99달러(17,469원)	가격	32.95달러(44,311원)	가격	30.00달러(40,344원)

[표 3.4] 미국 판매 쌈장 패키징 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘쌈장’ 관련 게시물 618건 분석

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



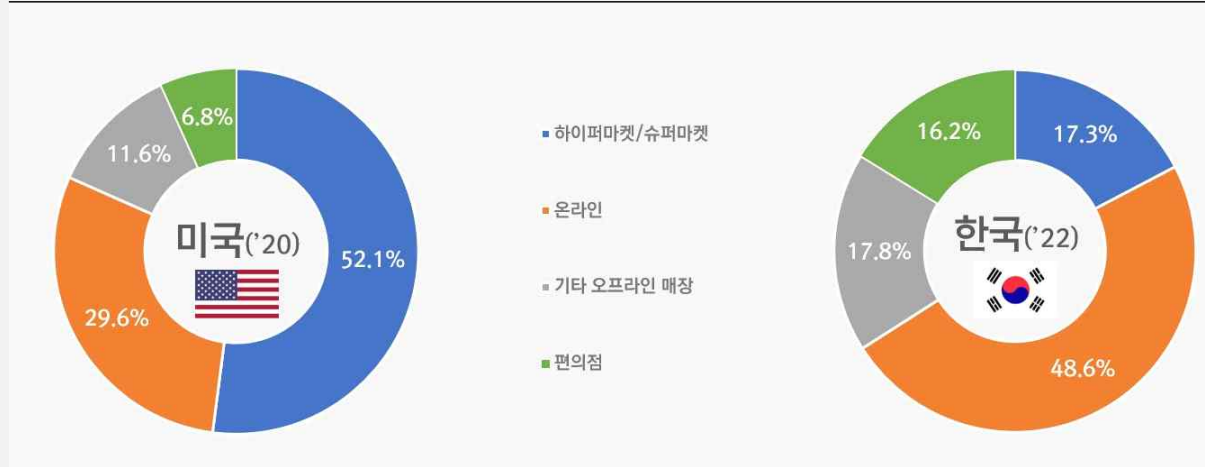
1. 미국 쌈장 유통채널 점유율
2. 미국 쌈장 주요 유통채널

1. 미국 쌈장 유통채널 점유율

▶ 미국 내 쌈장 유통 시 오프라인 매장 공략 우선

2020년 기준 미국 내 쌈장을 비롯한 식물기반식품의 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’은 52.1%의 점유율을 차지하여 유통채널 1위를 기록하였으며, 2022년 기준 한국에서 해당 채널은 점유율 17.3%를 차지함. 2022년 기준 한국 1위 유통채널은 48.6%의 점유율을 기록한 ‘온라인’이었으나, 2020년 미국에서는 해당 채널에서 29.6%의 점유율을 차지하여 유통채널 2위에 그침. 이어서 ‘기타 오프라인 매장’은 두 국가 모두 유통채널 3위로, 미국과 한국 각각 11.6%, 17.8%의 점유율을 차지하였음. 한국은 온라인 채널을 통한 유통이 활발히 이루어진 반면, 미국은 오프라인 매장 형태의 채널에서 활발한 유통이 이루어지고 있으므로, 미국 내 쌈장 유통 시 오프라인 매장 우선 공략을 고려할 수 있음

[표 4.1] 미국 및 한국 쌈장 소매유통채널 점유율 비교





미국 및 한국 쌈장 소매유통채널 점유율 비교¹⁵⁾¹⁶⁾¹⁷⁾¹⁸⁾

미국	유형	한국
52.1%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	17.3%
29.6%	온라인	48.6%
11.6%	기타 오프라인 매장 ¹⁹⁾	17.8%
6.8%	편의점	16.2%

자료: 스탯ISTA(Statista)

15) ‘쌈장’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가해, 제품 상위 카테고리인 미국의 ‘식물기반식품(Plant-based food)’과 한국의 ‘식품(Food)’의 정보를 확인함
 16) 자료: 스탯ISTA(Statista), 「Plant-based food market size in the United States in 2020 and 2026, by distribution channel, 2022.02
 17) 자료: 스탯ISTA(Statista), 「Food retail in South Korea」, 2023.03
 18) 각 점유율은 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음
 19) 기타 오프라인 매장에는 드럭스토어, 백화점 등의 채널을 포함함

2. 미국 씬장 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 ²⁰⁾) ²¹⁾ 기타 규모 • 매장 수('22): 4,632개 • 직원 수('22): 160만 명		
기업 요약	• 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) <ul style="list-style-type: none"> - 'Account Creation' 클릭 및 계정 생성 - 매점 입점(Store&Club)과 온라인 입점(E-Commerce)을 선택하여 제안서 제출 (한국어 번역 제공) - 홈페이지 기입 정보 <ol 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)

20) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 미국 씬장 주요 유통채널 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) ²²⁾	
		기타 규모	• 매장 수('22): 589개 ²³⁾ • 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, 인하우스브로커²⁴⁾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) 		


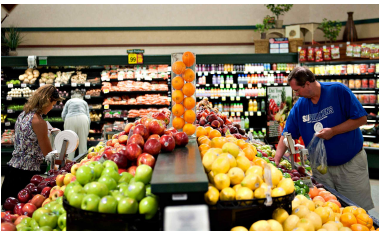
자료: 코스트코홀세일(Costco Wholesale), 월스트리트저널(WSJ), 한국농수산물유통공사(aT)

사진 자료: 코스트코홀세일(Costco Wholesale)

21) 글로벌 매출액을 합한 값임

2. 미국 쌈장 주요 유통채널 ③ 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(185조 3,134억 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 • 신선한 제품을 집 앞으로 배송하는 크로거딜리버리(Kroger Delivery) 서비스 제공 • 2022년 포춘 매거진 선정 500개 기업에 선정되었음 • 2023년 현재 앨버트슨스(Albertsons)와의 합병을 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 카테고리 'Vendors & Suppliers' 클릭 (www.thekrogerco.com/vendors-suppliers) - 'Are you interested in becoming a Kroger Supplier?' 아래 'here' 클릭 - Prosepct Vendor Pre-Resgistration 양식 작성 - 이메일을 통해 '공급업체 신청 안내 및 지침' 수신 후 추가 절차 진행
-------------	---------------------	---

자료: 크로거(Kroger)

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

22) 글로벌 매출액을 합한 값임

23) 미국과 푸에르토리코 지역 합산 매장 수임

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

2. 미국 쌈장 주요 유통채널 ④ 세븐일레븐

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.7-eleven.com		
	위치	텍사스(Texas)		
	규모	매출액('22)	• 787억 4800만 달러(105조 9,003억 원) ²⁵⁾	
		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 공지사항 통보 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-800-255-0711 		

자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

25) 글로벌 매출액임


2. 미국 씬장 주요 유통채널 ⑤ 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 6,688억 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 Alimentation 쿠히타드(Couche-Tard)에 인수 • 현재 47개 주에서 매장 운영 중이며, 대부분 주유소와 함께 운영됨 • 현재 유럽 포함 중국, 베트남 등 24개의 국가에서 매장 운영 중이며 14개의 지역사업부로 나뉨 • 2023년 Circle K 노르웨이, NACS 올해의 유럽 기술상 수상 • 2023년 ESG 산업 등급 상위권 		
매장정보	입점 가능 품목	• 가공식품, 즉석식품, 주류, 음료류, 생활용품, 여행용품, 문구류 등	
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 문의 (www.circlek.com/contact-us-new) - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 작성자 정보(이름, 이메일 주소, 연락처, 회사명, 회사 주소, 회사 홈페이지 주소) ② 문의 내용 • 문의사항 연락처 - 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 씬장 주요 유통채널 ⑥ 와와

기업 기본 정보	기업명	와와(Wawa)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.wawa.com	
	위치	펜실베이니아(Pennsylvania)	
	규모	매출액('22) • 149억 달러(20조 375억 원) 기타 규모 • 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	• 가공식품, 스낵류, 음료류, 주류, 수입식품, 자동차 용품 등
	선호 제품	• 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 씬장 주요 유통채널 ⑦ 에이치마트

기업 기본 정보	기업명	에이치마트(H Mart)		
	기업구분	아시안마트/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	<ul style="list-style-type: none"> • 주류 및 음료류, 신선식품, 즉석식품, 스낵류, 건강식품, 주방용품, 전자제품 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 기존 플랫폼에 없던 신제품 		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 공급자 지원서 작성 (www.hmart.com/online-affiliates) - 담당자 확인 후 제품에 대한 논의를 거친 뒤 입점 - 홈페이지 기입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 회사명, 담당자명, 이메일, 연락처, 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)

2. 미국 쌈장 주요 유통채널 ⑧ 시온마켓

기업 기본 정보	기업명	시온마켓(Zion Market)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.zionmarket.com	
	위치	캘리포니아(California)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 8개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1981년 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, 생활용품 등	
	선호 제품	• 좋은 품질의 저렴한 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 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)

2. 미국 쌈장 주요 유통채널 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) ²⁶⁾		
		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 				

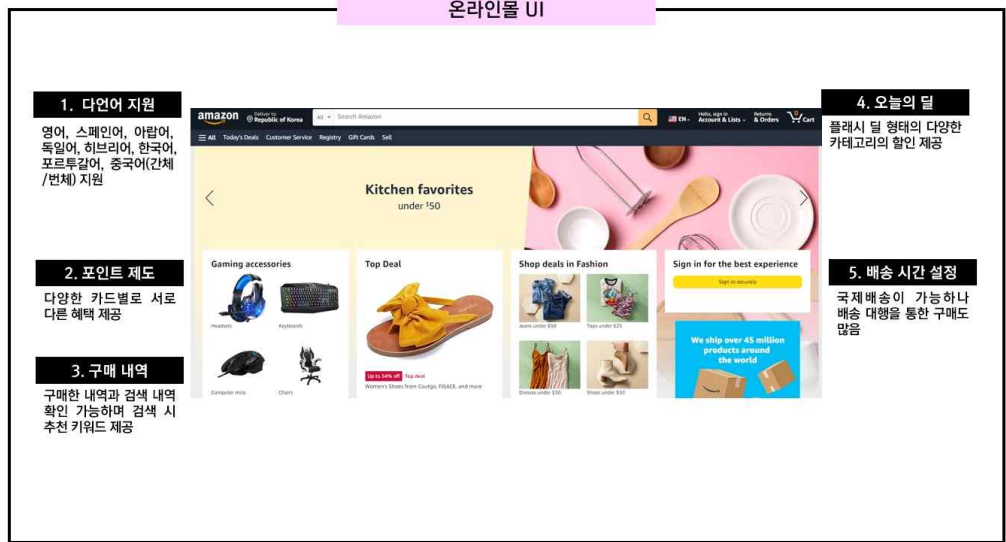
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	대상, 청정원 등
		해외 판매	해외 배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

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

입점 등록 절차	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
----------	---------------	--

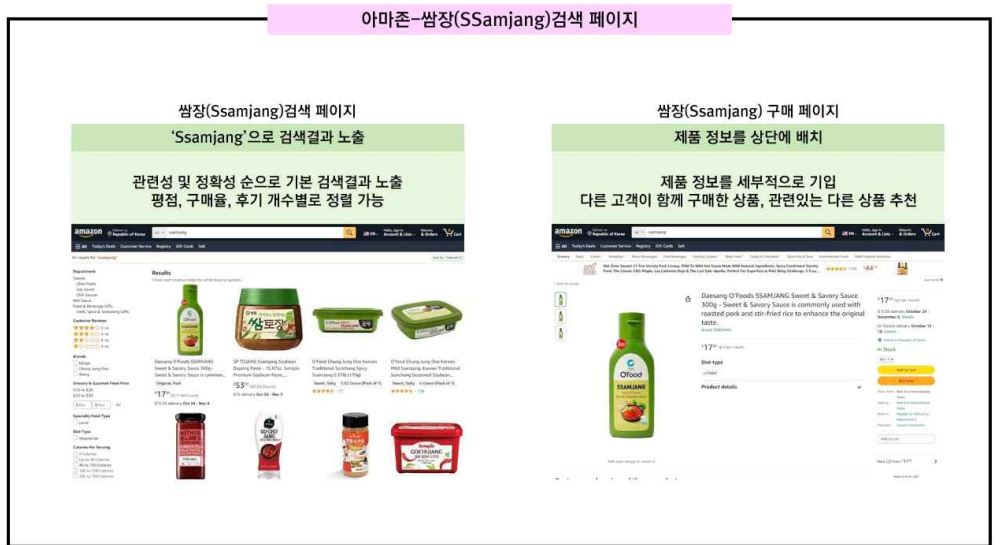
자료: 아마존(Amazon), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)
사진 자료: 아마존(Amazon)

온라인몰 UI ①



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

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 아마존(Amazon)
사진 자료: 아마존(Amazon)

26) 글로벌 매출액을 합한 값임

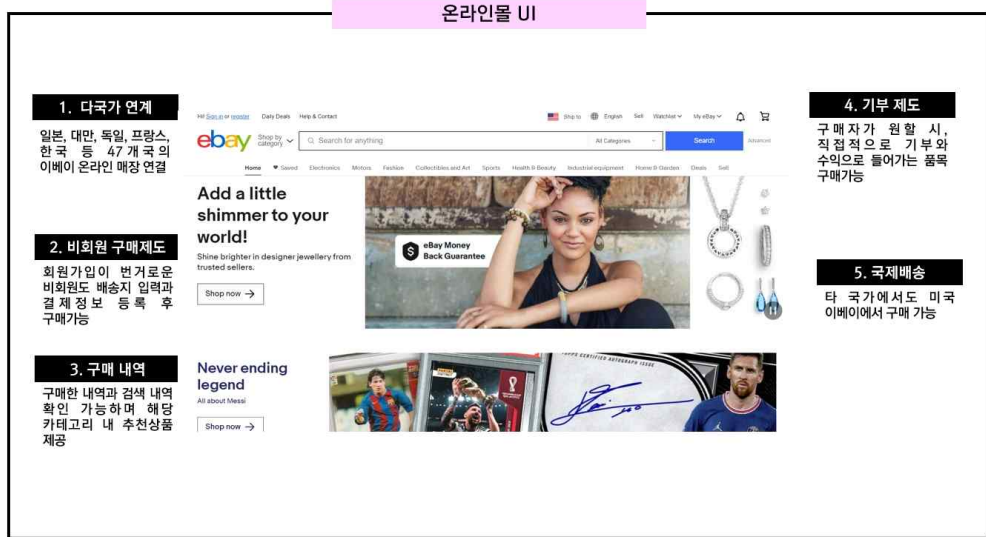
2. 미국 쌈장 주요 유통채널 ⑩ 이베이

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(최근1개월): 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	수라상, 청정원 등
		해외 판매	해외 배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보	 <p>시간대별 할인 이벤트, 카테고리별 할인 이벤트 등 다양한 프로모션 진행</p>		
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)

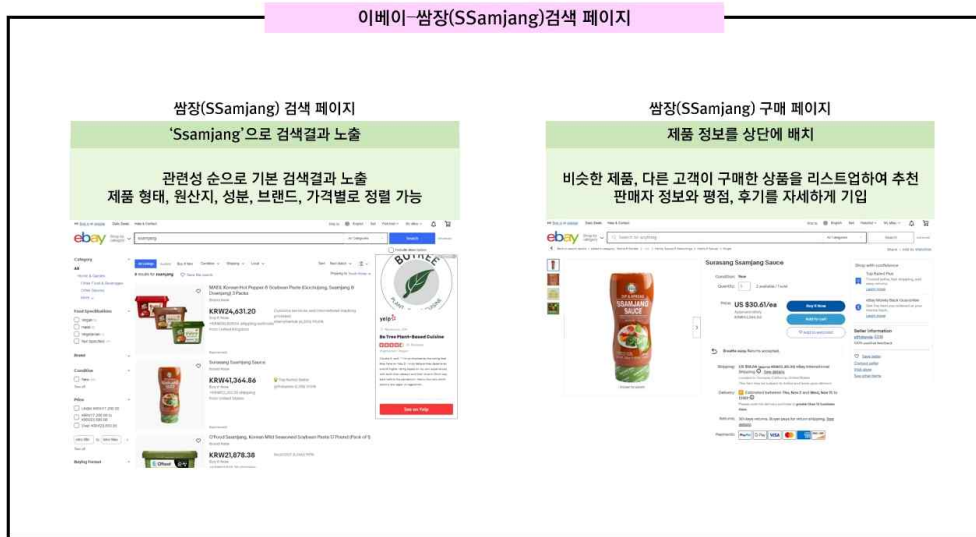
사진 자료: 이베이(eBay)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
홈페이지 접속 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



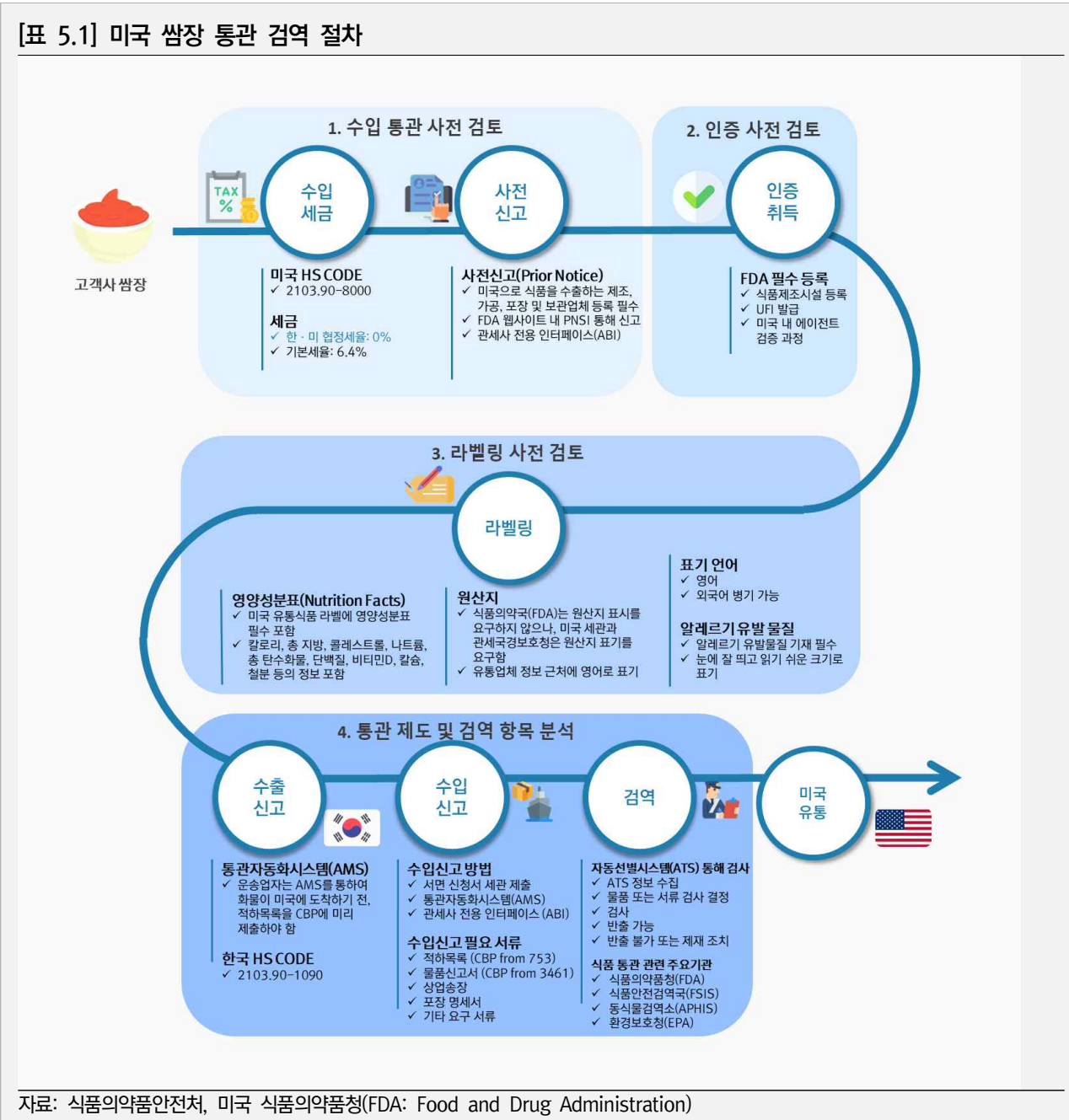
1. 미국 쌈장 통관 및 검역 절차
2. 미국 쌈장 품질 인증
3. 미국 쌈장 라벨링
4. 미국 쌈장 성분 및 유해물질

1. 미국 쌈장 통관 및 검역 절차²⁷⁾

▶ 미국 쌈장 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 쌈장 통관 검역 절차



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

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

[표 5.2] 미국 수입통관 절차 요약

<p>사전 단계</p>	<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
<p>원료 검토</p>	<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
<p>라벨 검토</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 표시규정 「21 CFR 101」 확인 및 이에 부합하는 영양분석표 등 작성, 내부 심의 진행
<p>생명공학 식물 검토</p>	<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
<p>물품 도착 전 선적</p>	<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”²⁸⁾ 적용)
<p>수입신고</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 미국 통관항 도착 5일 전부터 사전신고(Prior Notice) 가능 • 도착 후에는 15일 이내로 신고(세관양식 CBP 3461 작성)
<p>통관 및 검역</p>	<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

28) 미국행 수출화물의 적하목록을 적재 24시간 전에 제출 의무화

▶ 미국 식품시설등록(FFR: Food Facility Registration)

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

[표 5.3] 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

2. 미국 쌈장 품질 인증

▶ 미국 쌈장, ‘FDA 등록’ 필수


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

[표 5.4] 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)

[표 5.4] 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)

▶ **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 5.5] 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(SDA), 국립농산물품질관리원

▶ 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 5.6] 미국 식품 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

3. 미국 쌈장 라벨링

[표 5.7] 미국 쌈장 라벨링

주 표시면 필수 표시사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> • 제품의 일반적인 명칭 사용 • 굵은 글씨체로, 일반적으로 라벨에 쓰인 가장 큰 단어 또는 그래픽의 반 이상의 크기로 쓰여야 하며, 제품의 가장 하단과 평행으로 표기되어야 함 • 식품이 액체가 아닌 경우 형태(Sliced, Unsliced, Halves) 등을 명시 • 활자 크기는 주표시면에 사용된 가장 큰 활자의 1/2 이상 • 외국어 표기일 경우, 영어 및 외국어 둘 다 표기 • 주스(과일 및 채소)가 들어있는 음료의 경우, 주스 함유량(%) 표기 필요
	2. 순중량	<ul style="list-style-type: none"> • 주 표시면 하단 30%에 위치 • 포장 용기 내부에 담겨있는 식품의 양을 표기 • 기본적으로 모든 중량 표기는 영미 파운드법(oz, lb, quart)에 따라 표기되어야 하며, 분수 또는 소수점 등의 표기도 허용되어 있음 • 그램, 밀리리터 등의 미터법 단위도 함께 표기 • 글자 크기는 세로와 가로 비율이 3:1을 넘을 수 없으며, 주 표시면의 크기에 따라 최소 폰트 높이 기준이 상이 • 고체 제품의 경우 'Net Weight'라는 단어가 반드시 포함되어야 하지만, 액체 등의 제품은 'Net Contents' 또는 'Net' 등의 단어 사용은 선택 사항
정보 표시면 필수 표시사항 및 기준	3. 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)

[표 5.7] 미국 식품 라벨링

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

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

▶ **미국 영양성분 강조표시**

미국 식품의약품청(FDA: Food and Drug Administration)의 규정 「21 CFR 101.54」에 따르면, 제품 포장재의 전면표기부분(Principal Display Panel) 또는 정보표기면(Information Panel)에 제품이 함유하고 있는 영양 성분에 대한 강조표시를 기재할 수 있음

[표 5.8] 영양소 함량 강조표시(Nutrient Content Claims) 규정

적용 대상	<ul style="list-style-type: none"> 포장재에 직접적으로 표현되어 있는 강조표시 문구 뿐만 아니라, 소비자에게 암묵적으로 전달하고 있는 강조표시 또한 FDA의 강조표시 규정에 적용됨. 따라서 실제 제품에 함유되어 있지 않은 영양 성분과 관련한 이미지를 삽입하거나, 해당 영양 성분이 함유되어 있다고 표시 등 소비자의 오해를 불러일으킬 경우, 암묵적 강조표시로 취급되어 FDA의 관련 규정 위반이 될 수 있음
FDA에서 영양소별 기준이 정의되어 사용 가능한 용어	
Free	<ul style="list-style-type: none"> Zero, No, Without 등의 동의어도 사용 가능
Low	<ul style="list-style-type: none"> Little, Contains a small amount of, Low source of 등의 동의어도 사용 가능
Reduced/Less	<ul style="list-style-type: none"> Lower, Fewer 등의 동의어도 사용 가능 * FDA에서 정의하고 있는 ‘Free’, ‘Low’, ‘Reduced’의 기준에 부합하기 위해, 해당 영양소에 특별한 제조공정과정을 거치지 않고도 제품의 자연적인 성분이 ‘Free’, ‘Low’, ‘Reduced’에 충족하는 경우, 해당 사실을 영양소 함량 강조표시와 함께 표기해야 함 예: “셀러리, 저칼로리 음식(celery, a low calorie food)”, “브로콜리, 무지방 음식 (broccoli, a fat free food)”
High	<ul style="list-style-type: none"> 1일 영양성분 기준치에 대한 비율(%DV)이 20% 이상인 경우
Good source	<ul style="list-style-type: none"> 1일 영양성분 기준치에 대한 비율(%DV)이 10-19%인 경우
More	<ul style="list-style-type: none"> 비교 대상이 되는 제품보다 1일 영양성분 기준치에 대한 비율(%DV)이 최소 10% 더 많은 경우 비타민, 미네랄, 단백질, 식이섬유, 칼륨에 사용 가능

자료: 미국 식품의약품청(FDA), KATI농식품수출정보

▶ 미국 쌈장 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[옆면 라벨링]

[앞면 - 영어]

[옆면 - 국문]

- ① 청정원 O'Food DAESANG
- ② SPICY SSAMJANG
- ③ Seasoned Soybean Paste for Meat
- ④ INGREDIENTS: Soybean paste(water, brown rice, soybean, salt), corn syrup, gochujang(water, corn syrup, wheat, salt, red pepper powder, soybean, garlic, onion, monosodium glutamate), roasted soybean powder, water, sugar, alcohol(to protect freshness), red pepper seasoning(water, red pepper powder, salt, garlic, onion, vegetable extract(ginger, onion, garlic, green onion), roated sesame seed, garlic, yeast extract powder(monosodium glutamate, yeast extract, dextrin), ginger extract, oleoresin capsicum, sesame oil.
- ⑤ Contains: Wheat, Soybean, Peanut, Sesame
- ⑥ Refrigerate after opening
- ⑦ www.ofoodglobal.com

- ① 청정원 O'Food 대상
- ② 매콤한 쌈장
- ③ 고기용 쌈장
- ④ 성분: 된장(물, 현미, 콩, 소금), 물엿, 고추장(물, 물엿, 밀, 소금, 고춧가루, 대두, 마늘, 양파, 글루탐산나트륨), 볶은 콩가루, 물, 설탕, 알코올 (신선도 유지를 위해), 고추양념(물, 고춧가루, 소금, 마늘, 양파), 야채추출물(생강, 양파, 마늘, 대파), 볶은깨, 마늘, 호모추출분말(글루타민산나트륨, 효모) 추출물, 텍스트린), 생강추출물, 올레오레진 고추, 참기름.
- ⑤ 함유물: 밀, 대두, 땅콩, 참깨
- ⑥ 개봉 후 냉장보관하세요.
- ⑦ www.ofoodglobal.com

<p>⑧ SUNCHANG SSAMJANG (SEASONED SOYBEAN PASTE) is one of the essential traditional fermented condiments used in Korean cuisine. Spicy Ssamjang is a mixed paste of Gochujang (red chili pepper paste), which is frequently used as a dipping sauce for wrapping a cooked meat and steamed rice within vegetable leaves such as lettuces, cabbages and sesame leaves.</p> <p>⑨ Distributed by Daesang America. Inc / One University Plaza, Hackensack, NJ 07601, USA</p> <p>⑩ Nutrition Facts: servings: About 28, Serv. size: 1 tsp(6g)</p> <p>⑪ Calories 10, Total Fat 0g(0% DV), Sat. Fat 0g(0% DV), Trans fat 0g, Cholest. 0mg(0% DV), Sodium 170mg(7% DV), Total Carb. 2g(1% DV), Fiber 0g(0% DV), Total Sugars 1g(incl. <1g Added Sugars, 1% DV), Protein 0g, Vit. D(0% DV), Calcium(0% DV), Iron(0% DV), Potas.(0% DV)</p> <p>⑫ O'Food is a global brand of Chung Jung One, Korea's leading food brand</p> <p>⑬ PRODUCT OF SOUTH KOREA</p>	<p>⑧ 순창 쌈장(조미된 된장)은 한국 요리에서 중요한 전통 발효 양념 중 하나입니다. 매콤한 쌈장은 고추장(홍고추 고추장)의 혼합물로, 주로 상추, 양배추, 깻잎과 같은 채소 잎으로 고기와 밥을 싸먹을 때 소스로 사용됩니다</p> <p>⑨ 유통업체: 대상 아메리카 주식회사 / 미국 뉴저지 주 해켄섹, 원 대학 플라자, 07601</p> <p>⑩ 영양 정보: 총 제공량 약 28회 1회당 제공량: 1작은술(6g)</p> <p>⑪ 칼로리 10, 총 지방 0g(DV 0%), 포화 지방 0g(DV 0%), 트랜스 지방 0g, 콜레스테롤 0mg(DV 0%), 나트륨 170mg(DV 7%), 총 탄수화물 2g (DV 1%), 식이 섬유 0g(DV 0%), 총 당류 1g(포함된 <1g의 첨가 설탕, DV 1%), 단백질 0g, 비타민 D(DV 0%), 칼슘(DV 0%), 철분(DV 0%), 칼륨 (DV 0%).</p> <p>⑫ O'Food는 한국 최고의 식품 브랜드인 청정원의 글로벌 브랜드입니다</p> <p>⑬ PRODUCT OF SOUTH KOREA</p>
--	--

[옆면 - 영어]	[옆면 - 국문]
① Sunchang Ssamjang (Seasoned Bean Paste)	① 순창 쌈장(양념 된장)
② NET WT. 6 oz(170g)	② NET WT. 6 oz(170g)
③ Manufacture Date: 2023.02.27. Best Before: 2024.02.26	③ 제조일자: 2023.02.27. 품질유지기한: 2024.02.26

4. 미국 쌈장 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. 쌈장을 ‘기타장류’로 분류하여 관련 식품첨가물 검색 시 총 237건을 발견했으며, 하기 표는 기타장류에 적용되는 미국 식품첨가물 기준 중 일부임. 더욱 상세한 정보는 미국의 연방규정집(CFR: Code of Federal Regulations) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.9] 미국 쌈장 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품유형	사용기준
1	사카린	Saccharin	가공식품	1회 제공량당 30mg 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	인산칼슘	Calcium phosphates		
9	글리세린	Glycerin		

자료: KATI농식품수출정보

▶ **유해물질**

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

[표 5.10] 미국 쌀장 유해물질 분석

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

자료: KATI농식품수출정보

▶ 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 5개국²⁹⁾에서 발표한 전체 표시기준 위반의 97.3%(687건)을 차지함. 이에 따라 미국으로 식품 수출 시 의무 표시기준에 대한 각별한 주의가 필요함

[표 5.11] 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

29) 중국, 미국, 일본, 대만, EU

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 월마트(Walmart)
2. 에이치마트(HMart)
3. 울타리유에스에이(WooltariUSA)

Interview ①

30)

Walmart  **월마트(Walmart)**
Sales Manager

월마트 (Walmart)

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

담당자 정보

Sales Manager

Q. 미국에서 한국산 쌈장에 대한 인지도와 수요는 어떠한가요?

최근 미국 소비자들 사이에서 비빔밥, 불고기, 한식 바비큐 등 한식의 인기와 접근성이 높아지면서 한국산 쌈장에 대한 인식과 수요도 높아지고 있습니다. 미국 소비자들이 한식당에서 식사하는 빈도수가 증가하며, 쌈장에 점점 익숙해지고 있는 추세입니다. 저희 업체에서는 다양한 인기 쌈장 제품들을 유통하고 있으며, 쌈장의 매출은 계속 증가하고 있습니다.

Q. 미국 소비자 중 쌈장을 구매하는 소비자는 누구인가요? 또한, 미국 소비자들은 쌈장을 어떻게 먹나요?

미국 내 쌈장의 주요 구매자는 외국 요리를 맛보는 것에 관심이 있고, 집에서 요리하는 것을 좋아하는 젊은 소비자들입니다. 해당 소비자들은 일반적으로 쌈장을 상추쌈, 프라이드 치킨, 수육, 고기 등에 곁들여 먹는 소스로 사용합니다. 또한, 한국 음식을 만들 때 조미료로 사용하기도 하며, 몇몇 소비자들은 다른 레시피에 독특한 아시아 맛을 더하기 위해 쌈장을 사용하기도 합니다.

Q. 쌈장 외에 미국 소비자들 사이에서 인기 있는 한국산 소스 제품은 무엇인가요?

미국 소비자들 사이에서 가장 인지도가 높은 한식 소스는 고추장입니다. 고추장은 진하고 매콤달콤한 맛으로 칠리, 조림, 마리네이드와 같은 서양 요리에 사용하기에 적합합니다. 고추장의 강렬한 색상도 음식에 시각적인 매력을 더합니다. 미국의 한식당에서도 쌈장보다 고추장을 더 흔히 볼 수 있습니다.

Q. 미국 건강소스 시장에서는 요즘 무엇이 유행인가요?

건강을 중시하는 미국 소비자들 사이에서의 최근 유행은 화학조미료를 사용하지 않은, 깨끗한 재료 기반의 소스입니다. H사의 글루텐프리 랜치 소스가 이러한 수요를 반영하는 대표적인 제품입니다. 미국 소비자는 인공 색소, 증점제, 방부제가 없는 조미료를 원하며, 성분이 최소화되고 알아볼 수 있는 제품에 매력을 느낍니다.

30) 사진 자료: 월마트(Walmart)

Q. 미국에서 가장 인기 있는 쌈장 같은 한국 소스 브랜드는 어디인가요? 또한, 해당 브랜드의 제품의 가격대, 포장방법, 마케팅은 어떠한가요?

미국에서 가장 인기 있는 한국 소스로는 C사의 ‘순창양념된장쌈장’이 있습니다. 가격대는 패키지 크기에 따라 다르지만 약 7-10달러(9,414-1만 3,448원³¹⁾)이며 플라스틱 통에 포장되어 판매됩니다. 해당 제품은 양상추 쌈, 바베큐 고기 등과 함께 곁들여 먹는 한국 정통 쌈장 소스로 홍보하고 있으며, 월마트 오프라인 매장의 수입 식품 코너에 진열되어 있습니다. 인기 있는 또 다른 제품으로는 H사의 쌈장 제품이 있으며 가격대는 약 7-10달러(9,414-1만 3,448원)로, 플라스틱 통에 포장되어 판매됩니다. 한국에서 가장 많이 팔리는 쌈장 브랜드로 홍보하고 있습니다. B사의 한국산 순한 쌈장 제품도 있습니다. 해당 제품의 가격대는 약 5-7달러(6,724-9,414원)이며, 마찬가지로 플라스틱 통에 판매되고 있습니다. 디핑 소스나 조미료로 사용하기 위한 순한 쌈장 소스로 홍보하고 있습니다. D사의 된장도 인기 있으며, 약 7-10달러(9,414-1만 3,448원)에 판매되고 있습니다.

Q. 고객사 제품은 고기와 함께 곁들여 먹을 수 있는 쌈장 제품으로 부드러운 튜브형 용기에 포장되어 있으며 300mL당 FOB 2.49달러(3,349원)입니다. 고객사 제품이 미국 소비자들 사이에서 인기를 얻을 수 있을까요?

고객사 제품의 포장방식은 필요한 양만큼 사용할 수 있으면서도 외부 노출을 최소화하기에 쌈장 제품에 적합합니다. 또한, 높은 단백질을 위해 대두 함량을 추가한 점은 고객사 제품이 전통적인 쌈장보다 더 좋은 영양성분을 가질 수 있게 해주었습니다. 콩은 고품질의 식물 단백질이기에 소비자들 더 긍정적으로 평가할 것으로 보입니다.

Q. 고객사 제품의 셀링 포인트는 총 4가지로, 첫 번째는 건강한 디핑 소스라는 점입니다. 두 번째는 콩 단백질이 풍부한 고기용 소스라는 점이며, 세 번째는 한식 요리뿐만 아니라 튀김이나 스테이크에도 어울린다는 점입니다. 마지막으로 하루 단백질 섭취량을 늘리는 데 도움이 될 수 있다는 점입니다. 고객사 제품이 미국에서 경쟁력을 가지려면 강조해야 할 셀링 포인트가 있을까요?

우선 첫 번째 셀링 포인트는 단백질 함량과 한국 전통 소스의 건강상 이점을 언급한 건강한 제품 포지셔닝을 잘 보여주고 있습니다. 첫 번째 셀링 포인트보다 두 번째가 더 적합해 보이는데 이는 콩 단백질과 고기 요리에 사용한다는 핵심 판매 포인트를 더 직접 명시하기 때문입니다. 세 번째 셀링 포인트는 고기 외에 튀김에도 쌈장을 사용할 수 있다는 다용도성을 언급하기에 제품의 용도를 확장하는 좋은 문구입니다. 마지막 문구는 균형 잡힌 식단에 도움이 되는 제품으로 홍보할 수 있기에 건강식품 포지셔닝에 잘 맞습니다. 4가지 중 두 번째 셀링 포인트가 콩의 단백질 함량과 고기 등 대중적인 음식에서 활용할 수 있는 점을 명확하게 전달하기에 가장 효과적으로 보입니다.

31) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

미국 현지 시장에 쌈장을 판매하기 위해서는 온라인 플랫폼을 갖춘 대형 슈퍼마켓 체인을 추천합니다. 해당 소매업체들은 일반 소비자에게 제품을 소개할 기회가 매우 많습니다. 또한, 기반이 탄탄한 오프라인 채널은 보완 품목과 함께 진열대 선점을 통해 충동 구매를 유도할 수 있습니다. 대형 슈퍼마켓을 통한 유통은 제품을 소비자의 손에 직접 전달할 수 있다는 장점이 있습니다. 동시에 온라인 플랫폼을 통해 고객사 제품을 재구매하려는 소비자가 편하게 집에서 제품을 주문할 수 있습니다.

Q. 미국에서 쌈장을 판매하기 위해 어떤 소비자층을 타겟하는 것이 좋을까요?

미국에서 쌈장을 판매하기 위해서 한식에 관심이 있는 아시아계 미국인, 건강에 관심이 많은 밀레니얼 세대, 그리고 외국 요리를 궁금해하는 젊은 소비자를 겨냥해야 합니다. 아시아계 미국인은 이미 쌈장에 익숙한 편이며, 미국에서도 쌈장을 구매할 가능성이 높습니다. 또한, 건강에 관심이 있는 젊은 소비자는 콩 단백질과 같은 기능적 이점이 있는 제품에 관심이 있기에 적합합니다. 외국 요리를 궁금해하는 젊은 소비자들은 미국에 새로운 제품을 출시할 때 겨냥해야 하는 소비자층입니다. 해당 소비자들은 소셜 미디어의 영향을 크게 받기에 디지털 마케팅을 통해 제품을 홍보해야 합니다.

Q. 미국 소비자들에게 쌈장을 홍보하기 위한 효과적인 경로나 방법이 있나요?

미국에서 쌈장을 홍보하기 위한 가장 효과적인 경로는 인플루언서와 협력하여 인스타그램과 같은 플랫폼에서 디지털 마케팅을 하는 것입니다. 디지털 마케팅으로 레시피 아이디어나 제품의 영양 정보를 보여주는 콘텐츠를 통해 인지도를 구축할 수 있으며, 상대적으로 비용도 절약할 수 있습니다.

Q. 쌈장을 미국으로 수출할 때 통관·검역과 관련하여 주의해야 할 사항이 있나요?

미국으로 수입되는 모든 식품은 식품의약국(FDA)에 등록하고 식품 안전 표준을 준수해야 합니다. 또한, 성분, 용량과 영양성분을 올바르게 표시하는 것도 매우 중요합니다. 미국 시장에 제품을 원활하게 유통하고 빠른 통관 과정을 위해서는 관련 규정을 따르는 것은 필수적입니다. 수출할 때 지침과 규제 관련 변동 사항이 있을지 모르니 꼼꼼히 확인해야 합니다.

Interview ②

32)



에이치마트
(H Mart)

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

담당자 정보

Sales And Marketing
Specialist

에이치마트(HMart) Sales And Marketing Specialist

Q. 미국에서 한국산 쌈장에 대한 인지도와 수요는 어떠한가요?

지난 몇 년간 미국 소비자들 사이에서 한국식 쌈장에 대한 인식과 수요가 꾸준히 증가해왔습니다. 미국에서 한국 음식과 문화가 인기를 끌면서 더 많은 미국 소비자들이 한국식 쌈장을 궁금해하고 있습니다. 미국 소비자들은 독특한 발효 된장과 식사에 흥미로운 맛을 더해주는 쌈장에게 매력을 느끼고 있습니다. 또한, 쌈장을 사용한 한국 요리법을 공유하는 푸드 블로그와 유튜브 동영상도 미국에서 쌈장을 알리는 데 도움이 되었습니다. 여전히 쌈장은 틈새시장 제품이지만, 주요 식료품점이나 한국인 인구가 많은 지역의 아시안 마트에서는 쌈장 판매가 점점 증가하고 있습니다.

Q. 미국 소비자 중 쌈장을 구매하는 소비자는 누구인가요? 또한, 미국 소비자들은 쌈장을 어떻게 먹나요?

한국산 쌈장을 소비하는 미국 소비자의 주요 소비자는 인종적 다양성이 높은 도시 지역에 거주하는 밀레니얼 세대입니다. 해당 소비자들은 새로운 세계 각국의 요리를 맛보는 것을 좋아하며 많은 이들이 집에서 하는 요리에 한국의 맛을 더하기 위해 쌈장을 사용합니다. 쌈장을 활용하는 일반적인 방법으로는 양상추에 더해 쌈을 만들거나, 반찬을 찍어 먹거나, 양념장이나 소스에 섞어 먹는 방법 등이 있습니다.

Q. 쌈장 외에 미국 소비자들 사이에서 인기 있는 한국산 소스 제품은 무엇인가요?

미국 소비자들 사이에서 쌈장 다음으로 가장 인지도가 높은 한국 소스는 고추장입니다. 고추장은 비빔밥부터 불고기까지 많은 한국 대표 요리에서 중요한 역할을 합니다. 독특한 발효된 고추의 맛은 다른 아시아 소스와 차별됩니다. 고추장 인기의 가장 큰 이유는 고추장을 제공하는 한식 바비큐 레스토랑의 증가, 고추장을 사용한 요리를 보여주는 한국 TV 프로그램과 드라마의 인지도, 식료품점에서의 접근성 증가 등이 있습니다.

Q. 미국 건강소스 시장에서는 요즘 무엇이 유행인가요?

최근 미국 소비자들 사이에서 건강소스와 관련된 발효식품과 프로바이오틱스가 풍부한 조미료에 관한 관심이 높아지고 있습니다. 발효식품이 소화기관에 도움이 된다는 연구결과가 나오면서 소비자들은 살아있는 활성 배양균이 포함된 제품을 선호하게 되었습니다. 이에 따라 식료품점에서 사우어크라우트와 김치 제품 섹션이 눈에 띄게 확대되었습니다.

Q. 미국에서 가장 인기 있는 쌈장 같은 한국 소스 브랜드는 어디인가요? 또한, 해당 브랜드의 제품의 가격대, 포장방법, 마케팅은 어떠한가요?

미국에서 인기 있는 C사 쌈장 제품은 크기에 따라 6.49달러(8,728원)부터 7.99달러(1만 744원)까지 다양하며 플라스틱 통에 포장되어 있습니다. C사 제품은 '에이치마트(Hmart)' 등 미국 내 대형 한인 슈퍼마켓에서 쉽게 찾을 수 있으며 소매업체 웹사이트의 검색 엔진에서도 브랜드가 눈에 띄는 편입니다. 청정원은 인쇄 카탈로그와 매장 내 프로모션을 통해 홍보하고 있으며, 미국 시장 내 한국 주요 소매업체에 지속해서 유통하여 브랜드 인지도도 높아지고 있습니다.

Q. 고객사 제품은 고기와 함께 곁들여 먹을 수 있는 쌈장 제품으로 부드러운 튜브형 용기에 포장되어 있으며 300mL당 FOB 2.49달러(3,349원)입니다. 고객사 제품이 미국 소비자들 사이에서 인기를 얻을 수 있을까요?

고객사 제품은 경쟁력 있는 가격으로 미국 시장에서 인기가 있을 것으로 보입니다. 단백질 함량을 높이기 위해 콩 함량을 높인 점도 건강을 중시하는 소비자에게 어필할 수 있을 것입니다.

Q. 고객사 제품의 셀링 포인트는 총 4가지로, 첫 번째는 건강한 디핑 소스라는 점입니다. 두 번째는 콩 단백질이 풍부한 고기용 소스라는 점이며, 세 번째는 한식 요리뿐만 아니라 튀김이나 스테이크에도 어울린다는 점입니다. 마지막으로 하루 단백질 섭취량을 늘리는 데 도움이 될 수 있다는 점입니다. 고객사 제품이 미국에서 경쟁력을 가지려면 강조해야 할 셀링 포인트가 있을까요?

첫 번째나 마지막 셀링 포인트가 가장 효과적이라고 생각합니다. 첫 번째는 콩의 높은 단백질 함량을 강조하고 전통 쌈장 소스와 연결하여 제품의 건강식품 포지셔닝을 직접 강조하는 반면 마지막 셀링 포인트는 높은 단백질 함량에 중점을 둡니다. 두 번째와 세 번째 셀링 포인트는 다양한 용도를 정확하게 설명하지만, 이 제품을 차별화하는 단백질 이점이 잘 전달되지 않습니다. 홍보 문구에 콩을 통한 단백질 강화를 강조한다면 건강하면서도 정통 한국의 맛을 찾는 소비자들 사이에서 제품이 관심을 얻을 수 있을 것입니다.

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

쌈장을 판매하기 위해 적합한 채널은 대형 슈퍼마켓 체인과 아시안 마트입니다. '에이치마트(H Mart)' 등 대형 슈퍼마켓은 미국 내 한인 소비시장에서 확고한 입지를 가지고 있습니다. 전국에 있는 체인에 제품을 배치하여 소비자가 쉽게 제품에 접근할 수 있습니다. 아시안 마트는 특히 아시아계 이민자를 대상으로 사업을 하기에 중요한 유통채널입니다. 해당 업체에서 제품이 판매된다면 소비자에게 노출되고 신뢰를 얻는 데 도움이 될 것입니다.

Q. 미국에서 쌈장을 판매하기 위해 어떤 소비자층을 타겟하는 것이 좋을까요?

쌈장을 판매하기 위해서 재미교포와 한식에 관심이 있는 아시아계 미국인, 그리고 도시에 거주하는 밀레니얼 세대를 겨냥해야 합니다. 정통 한국 소스는 이미 한인 커뮤니티 내에서 수요가 있기에 미국에서 해당 소비자들을 타겟하고 소개하는 것이 제품을 판매하기에 가장 쉬운 방법입니다. 또한, 쌈장의 단백질 함량을 부각하여 웰니스를 지향하는 밀레니얼 세대에게 어필할 수 있을 것입니다.

Q. 미국 소비자들에게 쌈장을 홍보하기 위한 효과적인 경로나 방법이 있나요?

미국에서 가장 효과적이고 편리한 마케팅 방식은 인플루언서들이 제품을 리뷰한 후 인스타그램이나 유튜브에 제품을 홍보하는 것입니다. 한인 인플루언서나 셰프의 소셜 게시물을 통해 제품을 홍보하는 것은 제품의 진정성과 이점을 소비자에게 보여주는 데 도움이 됩니다. 해당 전략은 효과적이며 해당 플랫폼의 소비자 참여도가 증가하였기에 쌈장을 홍보하기에 적합한 방법입니다.

Q. 쌈장을 미국으로 수출할 때 통관·검역과 관련하여 주의해야 할 사항이 있나요?

제품은 식품 안전 검사를 받아야 하며 영양 사실 표시 등에 대한 미국식품의약국(FDA)의 지침을 준수해야 합니다. 또한, 고객사 제품이 GMO 제품이 아니라면 수출과정에 더 도움이 될 것입니다. 최신 규정을 미리 숙지하고 준수하면 미국 항구에서 원활한 통관이 진행될 수 있으며 불필요한 지연을 피할 수 있습니다.

Interview ③

33)

울타리유에스에이(WooltariUSA)
Sales Marketing Lead울타리유에스에이
(WooltariUSA)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2006년 설립
 - 캘리포니아주에 위치한 소매 및 수입업체
 - 주요 수입국으로는 한국
 - 취급 품목으로는 냉동식품, 즉석식품, 과자 등
 - 온/오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Sales Marketing Lead

Q. 미국에서 한국산 쌈장에 대한 인지도와 수요는 어떠한가요?

최근 몇 년간 미국 소비자들 사이에서 한국식 쌈장에 대한 인식과 수요가 증가했으며, 특히 새롭고 다양한 음식을 시도하는 데 더 개방적인 젊은 세대들 사이에서 인기몰이 중입니다. 한식당이 늘어나고 한식이 소개되는 소가 미국에서 많이 방영되면서 한식에 관한 관심이 높아지고 있습니다. 이에 따라 쌈장은 많은 한식당에서 필수품이 되었으며, 그 독특한 맛으로 미국 소비자들의 마음을 사로잡고 있습니다.

Q. 미국 소비자 중 쌈장을 구매하는 소비자는 누구인가요? 또한, 미국 소비자들은 쌈장을 어떻게 먹나요?

한국산 쌈장을 소비하는 미국 소비자는 다양한 음식과 요리를 좋아하고 시도하며 새로운 맛과 요리를 궁금해하는 젊은 소비자들입니다. 해당 소비자들은 일반적으로 신선한 천연 성분을 우선시하며 자신이 먹는 음식의 영양성분에 관심이 높은 편입니다. 쌈장은 고기, 채소, 밥 등에 찍어 먹는 소스로 자주 사용되며, 구운 고기의 양념장으로도 사용됩니다.

Q. 쌈장 외에 미국 소비자들 사이에서 인기 있는 한국산 소스 제품은 무엇인가요?

미국 소비자들에게 가장 인지도가 높은 한국식 소스는 고추장입니다. 활용도가 높고 매콤달콤한 맛 덕분에 최근 몇 년 동안 인기를 얻고 있습니다. 한국 요리에서 고추장은 마리네이드, 볶음 소스, 디핑 소스로 흔히 사용됩니다. 고추장은 비빔밥, 볶음, 국 등 다양한 요리에 활용되며, 고기나 채소를 구울 때 조미료로도 사용됩니다. 미국에서 한식당이 늘어나고, 미국에서 방송되는 다양한 프로그램 덕분에 한국 문화의 영향력이 커지고 있기에 고추장의 인기도 점점 늘어나고 있습니다.

Q. 미국 건강소스 시장에서는 요즘 무엇이 유행인가요?

식품이 건강과 웰빙에 미치는 영향에 대한 인식이 높아짐에 따라 미국 소비자들 사이에서 더 건강한 소스와 조미료를 선호하는 경향이 커지고 있습니다. 많은 소비자는 설탕, 나트륨, 인공 성분이 적고 영양학적 이점을 제공하는 소스를 찾고 있습니다. 쌈장, 고추장 같은 한국식 소스는 일반적으로 천연재료로 만들어지며 고소하면서도 약간 달콤한 균형 잡힌 맛을 제공하기 때문에 이러한 유행에 잘 맞습니다.

Q. 미국에서 가장 인기 있는 쌈장 같은 한국 소스 브랜드는 어디인가요? 또한, 해당 브랜드의 제품의 가격대, 포장방법, 마케팅은 어떠한가요?

미국에서 판매되는 인기 있는 한국 소스 브랜드가 몇 가지 있습니다. 주요 브랜드 중 하나는 쌈장을 판매하는 F사입니다. F사는 쌈장을 생산하는 한국의 유명한 식품회사로 쌈장을 500g에 6.95달러(9,346원)에 판매하고 있습니다. 해당 브랜드는 소매점과 대형 슈퍼마켓에서 시각적으로 효과적이고 매력적인 배치를 통해 제품을 홍보합니다. 또한, 온라인 플랫폼에 게시되는 효과적인 광고 동영상을 활용하여 미국 소비자에게 제품을 노출하고 정통 한국 음식을 맛보도록 유도합니다. 또 다른 인기 브랜드는 O사의 매운 쌈장으로 8.99달러(1만 2,090원)에 판매되고 있습니다. O사는 미국 시장에서 인기 있는 한식 소스 브랜드로 자리매김하기 위해 매장 and 온라인 프로모션 전략을 통해 한국인 소비자와 온라인 소비자 모두 공략하고 있습니다.

Q. 고객사 제품은 고기와 함께 곁들여 먹을 수 있는 쌈장 제품으로 부드러운 튜브형 용기에 포장되어 있으며 300mL당 FOB 2.49달러(3,349원)입니다. 고객사 제품이 미국 소비자들 사이에서 인기를 얻을 수 있을까요?

단백질이 많은 디핑 소스라는 제품은 컨셉이 좋습니다. 특히 건강에 좋은 한국 전통 장류에서 영감을 얻어 개발한 제품이라는 점에서 경쟁력 있을 것으로 보입니다. FOB 가격은 적당해 보이며 부드러운 튜브 용기 포장은 소비자가 사용할 때 편리할 것입니다.

Q. 고객사 제품의 셀링 포인트는 총 4가지로, 첫 번째는 건강한 디핑 소스라는 점입니다. 두 번째는 콩 단백질이 풍부한 고기용 소스라는 점이며, 세 번째는 한식 요리뿐만 아니라 튀김이나 스테이크에도 어울린다는 점입니다. 마지막으로 하루 단백질 섭취량을 늘리는 데 도움이 될 수 있다는 점입니다. 고객사 제품이 미국에서 경쟁력을 가지려면 강조해야 할 셀링 포인트가 있을까요?

네 가지 옵션이 모두 좋다고 생각하지만, 제품의 고유한 가치 제안을 더 잘 전달하기 위해 개선할 수 있을 것으로 보입니다. 우선 ‘건강한 디핑 소스’ 대신 ‘영양이 풍부하고 맛있는 디핑 소스로 식사의 품격을 높여보세요’가 더 관심을 끌 것입니다. 두 번째 문구는 제품의 맛과 단백질 함량을 강조하여 건강을 중시하는 소비자에게 더욱 매력적으로 다가갈 수 있을 것 같습니다. 세 번째 문구는 ‘모든 요리에 필요한 활용도 높은 건강한 소스’로 바꾸는 것을 추천합니다. 네 번째는 ‘콩 단백질을 첨가해’ 대신 ‘매일 맛있는 한입에 단백질을 섭취하세요’라고 수정한다면 제품의 건강 효능을 더욱 매력적으로 강조할 수 있을 것입니다. 이처럼 몇 가지만 수정하면 미국 소비자의 관심을 끄는 데 훨씬 더 효과적일 수 있을 것으로 보입니다.

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

더 많은 소비자에게 다가가기 위해 온라인과 오프라인 유통채널 양쪽에 제품을 유통하는 것을 추천합니다. 온라인 채널은 제품이 더 많은 고객층에 도달하는 데 도움이 될 수 있지만, 오프라인에서는 한식 전문 식료품점, 아시안 마트, 한식당 등의 채널을 통해 고객사 제품이 현지 한인 커뮤니티는 물론 매장을 자주 방문하는 현지 소비자를 타기팅하는 데 도움이 될 수 있습니다. 현지 시장에 대한 네트워크와 지식을 바탕으로 미국 소비자가 쉽게 접근할 수 있도록 제품을 효과적으로 배치하는 데도 효과적일 것으로 보입니다.

Q. 미국에서 쌈장을 판매하기 위해 어떤 소비자층을 타깃하는 것이 좋을까요?

쌈장 제품을 마케팅하기 위한 이상적인 소비자층은 새롭고 독특하며 영양가 있는 음식을 맛보는 데 관심이 있는 25-50세의 소비자들입니다. 해당 소비자들은 발효식품의 건강상의 이점에 관심이 있는 편이며 고품질의 정통 한국 제품을 비싼 돈을 주고 구매할 의향이 있는 사람들입니다. 또한, 고향의 맛을 찾는 한국인 거주자와 재미교포를 겨냥해야 합니다.

Q. 미국 소비자들에게 쌈장을 홍보하기 위한 효과적인 경로나 방법이 있나요?

브랜드 인지도를 구축하고 제품에 대한 호기심을 불러일으키는 인플루언서 마케팅을 해야 합니다. 유명 푸드 블로거, 인플루언서, 한식 전문 셰프와 협력하면 제품을 더 많은 소비자에게 소개하고 입소문을 낼 수 있습니다. 또한, 레스토랑과의 파트너십은 잠재 소비자를 유치하는 데에도 도움이 될 것입니다.

Q. 쌈장을 미국으로 수출할 때 통관·검역과 관련하여 주의해야 할 사항이 있나요?

미국식품의약국(FDA)에서는 모든 수입 식품이 미국 식품 안전기준을 충족하도록 요구하고 있으며 제품 라벨에는 영양 정보 및 기타 관련 세부 사항이 명확하게 포함되어야 합니다. 또한, USDA Organic 또는 Non-GMO Project Verified와 같은 인증을 획득하면 제품이 시장에서 눈에 띄고 소비자 신뢰를 높이는 데 도움이 될 수 있습니다. 모든 관련 규정 및 인증 요구 사항을 잘 알고 이를 준수하는 데 도움을 주는 컨설턴트와 협업해 프로세스를 훨씬 쉽고 효율적으로 만드는 것을 권장합니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

Ⅵ 시사점





소비 특징 ①

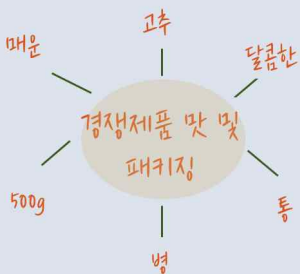


① 경쟁제품: 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 쌈장 경쟁제품을 조사한 결과, '된장' 관련 키워드가 106건 도출되었음. 뒤이어 '고추장' 관련 키워드가 101건 빈출하여 한국 장류 제품이 경쟁제품에 포진하고 있음을 확인함. 고추장의 경우 소셜미디어를 통해 한국 음식이 인기를 얻으면서 빠르게 수요가 증가 중인 것으로 조사되었으며, 유명 한국 아티스트 BTS가 떡볶이를 먹는 영상이 인기를 끌면서 고추장에 대한 관심이 증가한 것으로 나타남. 이 외에도 '비비큐 소스' 관련 키워드는 90건 빈출하였으며, '쌈장' 키워드 또한 30건 도출됨. 실제 데이터 확인 결과, 소비자들에게 쌈장은 고기와 잘 어울리는 소스로 인식되고 있음

② 경쟁브랜드: 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 쌈장 경쟁브랜드를 조사한 결과, 한국 대기업 브랜드 '청정원/오후드', '샘표', '해찬들' 관련 키워드가 다수 빈출하였음. '청정원'과 청정원의 해외 진출 브랜드인 '오후드'가 총 73건 도출되었으며, 양념 소스류의 전통 강자로 알려진 '샘표' 키워드 또한 25건 도출됨. 이 외에도, 국내 중견 및 중소기업 브랜드도 다수 확인되었음. '범일' 키워드는 23건, '왕신' 키워드는 11건 빈출하였으며, 특히 '왕신'은 미국에서 인기가 많은 브랜드로, 아마존 프라임데이 기간동안 매출이 전년 동 행사 대비 450% 증가하며 아마존의 베스트셀러 칠리 페이스트 부문에서 5위를 기록하였음



소비 특징 ②



① 경쟁제품 맛: 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 쌈장 경쟁제품 맛을 조사한 결과, '매운', '고추' 키워드가 각각 189건, 131건 빈출하며 매콤한 맛 관련 키워드가 상위권에 포진하고 있음을 확인함. 이는 외국인 소비자들에게 한국 음식이 매콤하다는 인식이 있기에 이를 한국 음식의 특징으로 받아들이는 것으로 조사됨. 또한, 외국인이 선호하는 맛인 '달콤한'과 '감칠맛' 관련 키워드가 각각 101건, 47건 빈출하였음. 이를 매콤한 맛 관련 키워드와 조합해 봤을 때, 쌈장에 대해 매콤하지만 달콤하고, 감칠맛이 있는 양념으로 인식하는 것으로 나타남

② 경쟁제품 패키징: 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 쌈장 경쟁제품 패키징을 조사한 결과, '병' 관련 키워드가 138건으로 빈출 횟수가 가장 많았음. 또한, '통' 관련 키워드도 41건 도출되었으며, 실제 데이터 확인 결과 한국 제품 중에는 고추장 및 매콤한 소스가 병에 판매 중이었음. 된장 및 쌈장과 같은, 비교적 단단한 제형의 제품들은 '통'으로 패키징되어 있는 것을 확인함. 고객사 제품의 패키징인 '튜브' 관련 키워드는 16건 도출되었으며, 케첩 및 와사비 제품의 패키징이 주로 튜브형인 것을 확인함. 제품의 용량 관련 키워드로는 '500g'이 84건으로 가장 많이 도출되었으며, 미국의 경우 oz 단위를 사용하기 때문에 이러한 차이를 고려할 필요가 있음

미국 소매유통채널 유통 비중



유통채널



미국 내 고객사 쌈장 제품의 잠재 소매유통채널을 조사한 결과, '하이퍼마켓/슈퍼마켓'의 점유율이 52.1%로 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타남. 뒤이어 '온라인'이 29.6%, '기타 오프라인 매장'이 11.6%의 점유율을 차지하였음. 한국의 잠재 소매유통채널과 비교 시, 미국에서는 상대적으로 '하이퍼마켓/슈퍼마켓'을 통한 거래가 한국(17.3%)보다 높았으며, '온라인' 유통채널을 통한 거래는 한국(48.7%)보다 비중이 낮은 것으로 조사되어 오프라인 매장 우선 공략을 고려할 수 있음



- ▶ Point 1) 식품 시설등록 必
- ▶ Point 2) 수입식품 사전신고 必
- ▶ Point 3) 강제 인증 無
- ▶ Point 4) 라벨 영어 표기 必

진입장벽



미국으로 식품 수출 시, 식품안전현대화법 의하여 식품 시설등록과 수입식품 사전신고가 필수인 것으로 나타남. 시설등록의 경우, 미국으로 식품을 수출하고자 하는 국내 제조업체는 미국 식품의약처를 통해 식품 제조시설 등록 절차를 필수적으로 진행해야 하는 것으로 조사되었음. 한편 미국 내 식품을 판매하기 위해 필수적으로 받아야 하는 인증은 없는 것으로 확인되었으며, HACCP, FSSC 22000 등의 글로벌 공통 인증이나 글루텐 프리(Gluten-free) 인증, 비건(Vegan) 인증, 코셔(Kosher) 인증, 할랄(Halal) 인증과 같은 미국 민간 인증을 선택적으로 취득해서 활용할 수 있는 것으로 나타남. 제품 라벨링의 경우 제품명, 순중량, 제조자, 포장업체, 유통업체의 정보, 이름 및 주소, 성분 리스트, 알레르겐 성분, 영양성분표, 원산지 등이 기재되어야 하며, 표기 시 영어로 작성되어야 함

수출 확대 전략

제품 수요
&
진출 방안



① 제품 수요: 미국 현지 수입유통업체와의 인터뷰 결과, 쌈장은 한식의 인기와 함께 수요가 증가세를 보이고 있으며, 새로운 제품 경험을 즐기는 젊은 소비자, 아시안 미국계, 그리고 한국 문화에 관심이 많은 이들이 주요 소비자인 것으로 나타남. 또한, 건강에 대한 전반적인 인식 제고와 함께 발효식품과 천연 재료, 영양 식품에 대한 관심이 증가하고 있다고 언급하였음. 이에 고객사 제품의 차별 요소라고 할 수 있는 '고단백' 측면을 강조하는 것을 권장하였으며, 홍보 문구 또한 이에 알맞은 것으로 수정할 것을 권하였음

② 진출 방안: 미국 현지 수입유통업체와의 인터뷰 결과, 고객사 쌈장 제품 판매에 있어 온라인 및 오프라인 유통채널을 모두 활용할 것을 권장하였음. 특히, 대형 슈퍼마켓 체인 및 아시안 마트는 오프라인 매장 및 온라인 매장을 모두 보유하고 있어 소비자들에게 오프라인의 경험과 온라인의 편의성을 모두 제공할 수 있다는 장점이 있음. 또한, 미국 소비자들이 온라인 매체를 통해 제품을 접하는 경우가 많으며, 인플루언서들이 제품 판매에 미치는 영향력이 유의미한 수준이기에 인플루언서들과의 협업을 통한 디지털 마케팅을 중심으로 마케팅 전략을 구상할 것을 권장하였음



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2022
2. 스태티스타(Statista), 「Sauces & Spices_United States」, 2023.10
3. 뉴스워커, 「[뉴스워커_산업기획] K푸드 이어 K소스까지…전 세계로 퍼지는 한국의 고추장, 된장, 쌈장」 2021.06
4. 스태티스타(Statista), 「Other Sauces_United States」, 2023.10
5. 한겨레, 「“BTS가 즐기는 K소스 맛있어요”…한류 타고 고추장 수출도 ‘날개」, 2022.01.25
6. 세계일보, 「국산 멸치액젓·전통간장… 미국 아마존서 인기몰이」, 2021.12.04
7. 스태티스타(Statista), 「Plant-based food market size in the United States in 2020 and 2026, by distribution channel, 2022.02
8. 스태티스타(Statista), 「Food retail in South Korea」, 2023.03
9. 식품의약품안전처, 「식품 수출 안내서(미국편)」, 2021
10. KATI농식품수출정보, 「식품시설 등록 : 중소기업체들을 위한 안내서」, 2018
11. 한국무역협회, 「한국산 수출식품 표시 기준 위반 97%는 미국서 발생」, 2022.07
12. 미국 식품의약품청(FDA: Food and Drug Administration), 「21 CFR 101.54」, 2016.06
13. KATI농식품수출정보, 「미국 라벨링 규정 준수 가이드」, 2020.06

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. 아마존(Amazon) (amazon.com)
4. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
5. 월마트(Walmart) (www.walmart.com)
6. 코스트코홈세일(Costco Wholesale) (www.costco.com)
7. 월스트리트저널(WSJ) (www.wsj.com)
8. 한국농수산식품유통공사(aT) (www.at.or.kr)
9. 크로거(Kroger) (www.kroger.com)
10. 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News) (www.supermarketnews.com)
11. 에피큐리어스(epicurious) (www.epicurious.com)
12. 세븐일레븐(7-Eleven) (www.7-eleven.com)
13. 써클케이(Circle K) (www.circlek.com)
14. 씨에스피데일리뉴스(CSP Daily News) (www.cspdailynews.com)
15. 와와(Wawa) (www.wawa.com)
16. 구글맵(Google Maps) (www.google.co.kr/maps)
17. 에이치마트(H Mart) (www.hmart.com)
18. 뉴욕타임즈(NYT) (www.nytimes.com)
19. 교차로월드(Kyocharoworld) (www.kyocharoworld.com)
20. 시온마켓(Zion Market) (www.zionmarket.com)
21. aT 미국 지사(aT America) (atcenteramerica.com)
22. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
23. 센서타워(Sensortower) (sensortower.com/ko)
24. 이베이(eBay) (www.ebay.com)
25. 식품의약품안전처 (www.mfds.go.kr)

26. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
27. 미국 식품의약품청(FDA) (www.fda.gov)
28. 미국 농무부(SDA) (www.usda.gov)
29. 국립농산물품질관리원 (www.naqs.go.kr)
30. 플래티콘 (Flaticon) (www.flaticon.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.11.10

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