

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202311-27
품목 | 단백질 과자(Protein Snack)
HS CODE | 1905.90-1090
국가 | 미국(U.S.A)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 미국 과자 및 스낵류 시장규모	06
2. 미국 스낵류 시장규모	07
3. 미국 단백질 과자 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 쉽게 먹을 수 있는 단백질 스낵 인기	11
2. '퀘스트'와 '원더슬림' 등 단백질 전문 브랜드 진출	12
3. 건강하지만 맛있는 과자 선호하는 미국 소비자	13
4. 주요 인증을 포함한 홍보문구 필요	14

IV. 유통채널

1. 미국 단백질 과자 유통채널 점유율	16
2. 미국 단백질 과자 주요 유통채널	17

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 미국 단백질 과자 통관 및 검역 절차	29
2. 미국 단백질 과자 품질 인증	32
3. 미국 단백질 과자 라벨링	36
4. 미국 단백질 과자 성분 및 유해물질	42

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 크로거(Kroger)	46
2. 월마트(Walmart)	49
3. 타깃(Target)	52

VII. 시사점

1. 시사점	56
--------	----

※ 참고문헌	58
--------	----



HS CODE : 1905.90-1090

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

SUMMARY

미국 단백질 과자 시장

시장 현황

과자 및 스낵류 시장규모

단위 : 십억 달러



스낵류 시장규모

단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 1905.90 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

빅데이터 분석



* 미국 온라인 쇼핑을 358건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

- 세금: 기본세율: 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, 성분 리스트, 알레르겐 성분, 영양성분표, 원산지 표기 필요, 외국어 병기 가능

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

제품 수요 단백질 관련 제품들에 대한 수요는 증가 중이며, 영양 및 웰빙의 중요성이 사회적으로 부각됨에 따라 지속 성장할 것으로 예상함
 제품 트렌드 식물성 단백질 스낵, 복합 기능성 단백질 제품, 섭취 및 휴대가 편리한 단백질 제품이 하나의 트렌드로 자리 잡고 있음
 제품 타깃층 영양가 있는 제품을 찾는, 건강에 관심이 많은 이들과 바쁜 생활을 영위하는 직장인 및 학생들을 타깃층으로 설정할 것을 권장함

Point 02.

제품 피드백 가격은 합리적인 수준이며, 미국인들의 취향이 맞는 무난한 맛의 제품이기 시장 진입에 긍정적임
 권장 유통채널 현지 소매업체들과의 유통 네트워크를 보유한 수입유통업체와의 협업을 권장하며, 대형 소매업체 직접유통, 온라인 유통 등도 고려 가능함
 제품 맛 선호도 미국 소비자들은 대체로 짠맛과 단맛을 가장 선호하며, 지역, 연령대, 성별에 따라 선호하는 맛의 차이가 존재할 수 있음

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 미국 과자 및 스낵류 시장규모
2. 미국 스낵류 시장규모
3. 미국 단백질 과자 수입규모

1. 미국 과자 및 스낵류 시장규모

미국 국가 일반 정보¹⁾

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

▶ **미국 과자 및 스낵류 시장규모 394.4조 원, 연평균 3.8% 성장**
2022년 기준 미국 과자 및 스낵류 시장규모는 394.4조 원이며, 최근 5년(2018-22년)간 연평균 3.8% 성장한데 비해, 2022년에는 전년 대비 7.5%의 비교적 높은 시장 성장률을 기록함

▶ **미국 과자 및 스낵류 시장규모, 향후 5년간 3.0%씩 성장 예상**
미국 과자 및 스낵류 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 3.0%씩 성장하여 2027년 459.1조 원을 기록할 것으로 예상됨. 미국 등 북미지역 소비자는 오랜 습관에 따라 전통적인 스낵 제품을 선택하는 경향이 있으나, 연령층이 낮은 소비자는 다양한 맛을 폭넓게 경험하는 것을 선호하는 것으로 나타남²⁾³⁾

[표 2.1] 미국 과자 및 스낵류 시장규모⁴⁾⁵⁾⁶⁾



자료: 스태티스타(Statista)

- 1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022
- 2) 조사제품 ‘단백질 과자’는 간식으로 섭취하는 단백질 과자 제품임. 이에 고객사 제품의 기능을 기준으로 ‘스낵류’의 시장규모와 상위시장인 ‘과자 및 스낵류’ 시장을 조사함
- 3) 자료: 민텔코리아, ‘과자 고를 때 건강 신호등 확인하는 유럽 소비자들’, 2023.08
- 4) 자료: 스태티스타(Statista), 「Confectionery & Snacks_United States」, 2023.10
- 5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 6) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
- 7) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 미국 스낵류 시장규모

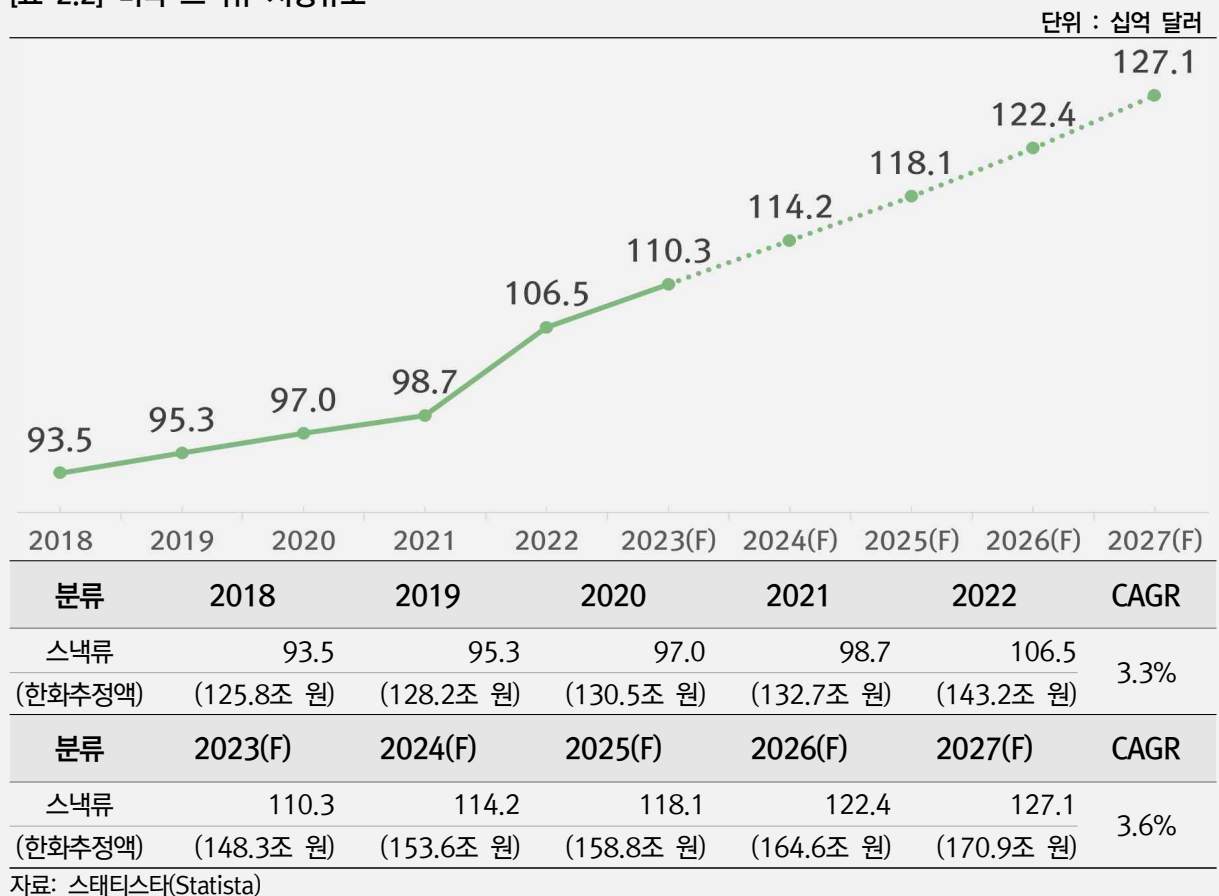
▶ 미국 스낵류 시장규모 143.2조 원, 연평균 3.3% 성장

2022년 기준 미국 스낵류 시장규모는 143.2조 원이며 최근 5년(2018-22년)간 연평균성장률이 3.3%인데 비해, 2022년에는 전년 대비 8.0%의 비교적 높은 성장률을 기록함

▶ 미국 스낵류 시장규모, 향후 5년간 3.6%씩 성장 예상

미국 스낵류 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 3.6%씩 성장하여 2027년 170.9조 원을 기록할 것으로 예상됨. 소비자들이 건강과 간편함을 추구하면서 영양적 가치가 있는 곡물가공식품의 소비가 증가한 것으로 나타남. 프로틴과 에너지바 등의 단백질 함유 제품의 소비는 전년 대비 8.0% 증가하였으며, 시리얼 바 소비도 전년 대비 1.3% 증가하며 31억 달러의 매출을 기록한 것으로 조사됨⁸⁾

[표 2.2] 미국 스낵류 시장규모⁹⁾¹⁰⁾



8) 자료: 식품음료신문, '미국 곡물가공식품 꾸준한 성장...시장 전망 밝아', 2022.11

9) 자료: 스태티스타(Statista), 「Snack Food_United States」, 2023.10

10) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 미국 단백질 과자 수입규모

단백질 과자 HS CODE

해당 장에서 단백질 과자는 HS CODE 1905.90로 분류. HS CODE 제1905호의 품명은 빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품, 상찬용 웨이퍼·저약용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼·라이스페이퍼와 그 밖에 이와 유사한 물품, HS CODE 1905.90-1090의 품명은 기타로 확인

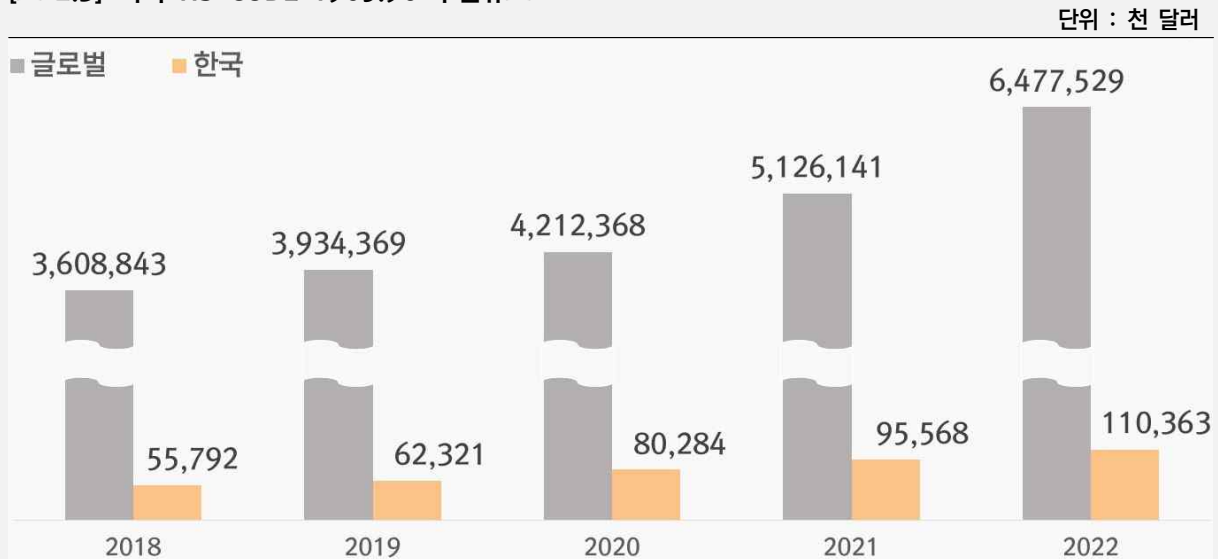
▶ 2018-22년 미국 HS CODE 1905.90 對글로벌 연평균성장률 15.7%

미국 HS CODE 1905.90 품목인 단백질 과자의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2018-22년)간 연평균성장률 15.7%를 보이면서 2022년도에는 8.7조 원을 기록함

▶ 미국 내 HS CODE 1905.90 품목 수입, 한국산 상위 8위

최근 5년(2018-22년)간 미국 내 단백질 과자의 對한국 수입규모 평균은 1,087억 원으로 2022년 기준 수입국 상위 8위를 차지함. 1위국 캐나다(4.4조 원, 51%)는 연평균 15.4% 증가했으며, 2위국 멕시코(1.5조 원, 17%)는 연평균 15.9% 증가함. 3위국 이탈리아(3,590억 원, 4%)는 연평균 12.5% 증가하였고, 8위국 한국(1,484억 원, 2%)은 연평균 18.6% 증가한 것으로 집계됨

[표 2.3] 미국 HS CODE 1905.90 수입규모¹¹⁾¹²⁾



분류	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR
미국 對글로벌 수입규모	3,608,843	3,934,369	4,212,368	5,126,141	6,477,529	15.7%
(한화추정액)	(4.9조 원)	(5.3조 원)	(5.7조 원)	(6.9조 원)	(8.7조 원)	
미국 對한국 수입규모	55,792	62,321	80,284	95,568	110,363	18.6%
(한화추정액)	(750억 원)	(838억 원)	(1,080억 원)	(1,285억 원)	(1,484억 원)	

자료 : ITC(International Trade Centre)

11) 자료: ITC(International Trade Centre)

12) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 쉽게 먹을 수 있는 단백질 스낵 인기
2. '퀘스트'와 '원더슬림' 등 단백질 전문 브랜드 빈출
3. 건강하지만 맛있는 과자 선호하는 미국 소비자
4. 주요 인증을 포함한 홍보문구 필요

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 미국 온라인매장 입점 단백질 과자

- 데이터 수집 키워드 : 단백질 과자(Protein Snacks)
- 데이터 수집량 : 358건
- 데이터 수집원 : 미국 온라인쇼핑몰 아마존(Amazon)

▶ 미국 온라인매장 입점 단백질 과자 특징 분석

- 데이터 분석 항목

- ① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 성분 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
경쟁제품	프로틴 칩스	Protein Chips	43	육포	Beef jerky	11
	아몬드	Almond	35	크래커	Cracker	9
	프로틴 웨이퍼	Protein Wafer	28	치즈 스낵	Cheese Crisp	7
	단백질 파우더	Powder	17	프로틴 쿠키	Protein Cookie	6
	오트밀	Oatmeal	16	단백질 요거트	Protein Yogurt	5
	단백질 셰이크	Protein Shake	14	프로틴 스무디	Protein Smoothie	4
경쟁브랜드	퀘스트	Quest	51	쿼커	Quaker	7
	레이시오	Ratio	23	더 굿 빈	The Good Bean	6
	원더슬림	Wonderslim	15	네이처벨리	Nature Valley	5
	잭 링크	Jack Link's	14	존 퍼펙트	Zone Perfect	3
	오게인	Orgain	11	메즈클라	Mezcla	2
	디자이너웰니스	Designer Wellness	9	(-)	(-)	(-)
성분	단백질	Protein	336	비타민	Vitamin	22
	초콜릿	Chocolate	138	미네랄	Mineral	22
	섬유질	Fiber	87	치즈	Cheese	11
	땅콩	Peanut	51	병아리콩	Chickpea	9
	지방	Fat	49	피스타치오	Pistachio	6
	땅콩버터	Peanut Butter	42	카페인	Caffeine	6
홍보문구	글루텐프리	Gluten Free	205	코셔 인증	Kosher	74
	고단백	High Protein	124	바삭바삭한	Crunchy	62
	케토 푸드	Keto	106	설탕 무첨가	Zero Added Sugar	17
	건강한	Healthy	90	감칠맛 나는	Savory	12
	저탄수화물	Low Carb	86	회복에 도움을 주는	Recover	6
	비유전자변형식품	Non GMO	76	짭짤한	Salty	4




1. 쉽게 먹을 수 있는 단백질 스낵 인기

▶ ‘프로틴 칩스’와 ‘크래커’ 등 쉽게 먹을 수 있는 제품 빈출

- 단백질 과자 경쟁제품 분석 결과, ‘프로틴 칩스’ 관련 키워드 43건 도출되었으며, 간단히 섭취할 수 있는 과자 형태의 제품인 것으로 확인됨
- ‘크래커’ 관련 키워드도 빈출 되었으며, 치즈 맛이나 베이컨 맛 등 맛있게 먹을 수 있는 맛의 제품 다수 확인됨

▶ ‘프로틴 웨이퍼’처럼 한 끼 식사가 될 수 있는 제품도 확인

- ‘프로틴 웨이퍼’ 관련 키워드 28건 도출되었으며, 데이터 확인 결과 한 끼 식사로도 먹을 수 있는 제품들이 확인됨
- 그 외 ‘단백질 파우더’와 ‘단백질 셰이크’, ‘단백질 요거트’ 등 과자 이외의 형태 제품도 다수 도출되었음

프로틴 칩스		프로틴 웨이퍼		크래커	
					
제품명	치즈크리스프체다치즈 (Cheese Crisps Variety Pack)	제품명	프로틴웨이퍼초콜릿 (Protein Wafer Bar Chocolate)	제품명	퓨어프로틴치즈크래커 (Pure Protein Cheesy Crackers)
브랜드	위스프(Whisps)	브랜드	원더슬림(WonderSlim)	브랜드	퓨어프로틴(Pure Protein)
중량	60g(10g ¹³) x 3개	중량	42g(15g) x 5개	중량	30g(10g) x 12개
가격	13.47달러(1만 8,114원) ¹⁴	가격	17.09달러(2만 2,983원)	가격	23.99달러(3만 2,262원)

[표 3.1] 미국 판매 단백질 과자 경쟁제품 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘단백질 과자’ 관련 게시물 358건 분석

13) 단백질 함량 수치

14) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. '퀘스트'와 '원더슬림' 등 단백질 전문 브랜드 진출

▶ 경쟁브랜드로 '퀘스트'와 '원더슬림' 진출

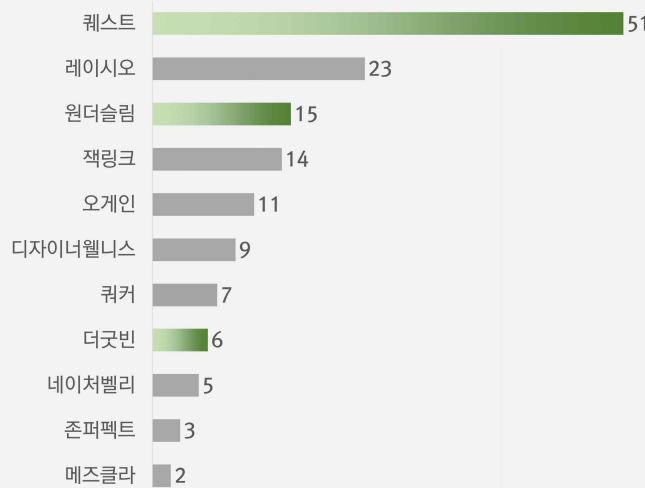
- 경쟁브랜드로 '퀘스트' 키워드 51건, '원더슬림' 키워드 15건 도출됨
- 퀘스트는 다양한 형태의 단백질 제품을 판매하는 브랜드로, 다양한 맛의 단백질 칩과 단백질 쿠키, 단백질 바, 셰이크, 파우더 등을 판매 중임
- 원더슬림 역시 단백질 칩을 비롯한 다양한 형태의 제품 판매 중임

▶ 콩 형태의 단백질 과자 판매하는 '더굿빈' 확인

- 경쟁브랜드로 도출된 '더굿빈'은 콩을 이용한 단백질 스낵을 판매 중임
- 대부분의 제품이 콩의 원형을 유지하고 있으며, 간식처럼 쉽게 집어 먹을 수 있는 것이 특징임

퀘스트		원더슬림		더굿빈	
					
제품명	프로틴쿠키 (Protein Cookie)	제품명	프로틴파파카라멜피넛 (Protein Poppers Caramel Peanut)	제품명	크런치치키피스 (Crunch Chickpeas)
브랜드	퀘스트(Qeust)	브랜드	원더슬림(WonderSlim)	브랜드	더굿빈(The Good Bean)
중량	58g(15g) x 12개	중량	35g(15g) x 7개	중량	0.75oz(4g) x 50팩
가격	21.49달러(2만 8,900원)	가격	16.99달러(2만 2,848원)	가격	30.55달러(4만 1,084원)

[표 3.2] 미국 판매 단백질 과자 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '단백질 과자' 관련 게시물 358건 분석

3. 건강하지만 맛있는 과자 선호하는 미국 소비자

▶ ‘초콜릿’, ‘땅콩버터’ 등 맛 관련 성분 다수 도출

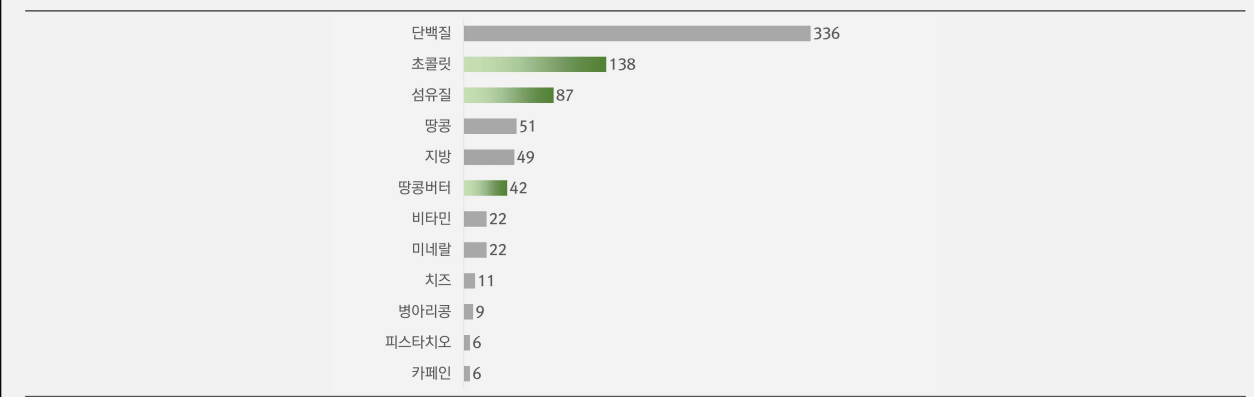
- ‘초콜릿’, ‘땅콩버터’ 등 맛 관련 키워드 각각 138건, 42건 도출됨
- 최근 유기농과 저당도, 저지방, 다크 초콜릿에 대한 수요가 높아짐에 따라 초콜릿 맛 제품에 대한 선호는 계속될 것으로 보임¹⁵⁾

▶ 맛있으면서도 건강한 과자에 대한 수요 높아

- 최근 맛있으면서도 건강한 과자에 대한 수요가 증가하고 있으며, 식물성 단백질이 인기를 끌며 ‘땅콩’과 ‘병아리콩’, ‘피스타치오’ 등 키워드 빈출함
- 식물성 단백질의 인기로 ‘섬유질’ 관련 키워드도 87건 도출되었으며, 데이터 확인 결과 실제 콩류 제품을 가공한 단백질 스낵이 다수 확인됨

초콜릿		땅콩버터		섬유질	
					
제품명	더컴플리트쿠키더블초콜릿 (The Complete Cookie Double Chocolate)	제품명	피넛버터프로틴쿠키 (Peanut Butter Protein Cookie)	제품명	에다마메빈스시슬트 (Edamame Beans Sea Salt)
브랜드	레니앤래리스 (Lenny and Larry's)	브랜드	엡킨스(Atkins)	브랜드	디온리빈(The Onlyl Bean)
중량	113(16g) x 12개	중량	39g(10g) x 4개	중량	113g(14g) x 3팩
가격	20.89달러(2만 8,093원)	가격	5.59달러(7,517원)	가격	12.57달러(1만 6,904원)

[표 3.3] 미국 판매 단백질 과자 성분 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘단백질 과자’ 관련 게시물 358건 분석

15) 자료: Anko, 「글로벌 스낵 시장의 미래 동향: 영양 가득한 스낵과 초콜릿 제품」, 2022.05.11

4. 주요 인증을 포함한 홍보문구 필요

▶ 식품과 관련한 다양한 인증 강조

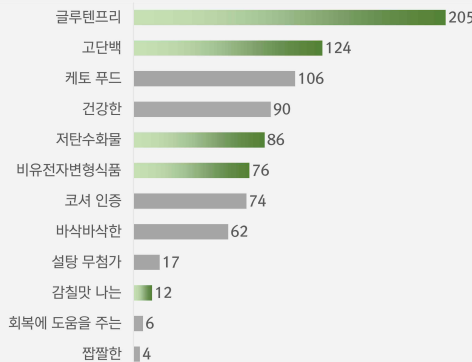
- 홍보문구 키워드 중 가장 눈에 띄는 것은 다양한 인증으로, ‘글루텐프리’와 ‘케토 푸드’ 등 식이요법 관련 키워드가 각각 205, 106건 도출됨
- 그 외에도 ‘비유전자변형식품’ 인증 키워드가 78건 도출되었으며, ‘코셔 인증’ 키워드도 76건 확인됨

▶ ‘감칠맛 나는’, ‘고단백’ 제품 좋아하는 미국 소비자

- 맛 관련 키워드로는 ‘감칠맛 나는’ 키워드가 12건 도출되었으며, 해당 키워드는 단백질 과자 홍보문구로도 다수 빈출하여 한국 단백질 과자의 미국 진출을 위해서 감칠맛 나는 제품에 대한 적극적인 홍보가 필요할 것으로 예상됨
- ‘고단백’ 키워드는 124건 빈출하며 상위권에 위치하고 있음. 관련 제품 구매 시 단백질 함량이 주요 구매 요인으로 작용함을 고려했을 때, 고단백질 함량에 대한 강조가 필요할 것으로 예상됨

글루텐프리, 케토 푸드		비유전자변형식품, 코셔 인증		감칠맛 나는	
					
제품명	저스트더치즈에이지드체다 (Just the Cheese Aged Cheddar)	제품명	슈퍼푸드프로틴스낵 (SUPERFOOD Protein Snacks)	제품명	페퍼잭크리스프 (Pepper Jack Crisps)
브랜드	저스트더치즈 (Just the Cheese)	브랜드	어섬오가닉스 (Awsum Organics)	브랜드	소노마크리머리 (Sonoma Creamery)
중량	22g(8g) x 10개	중량	42g(8g) x 4개	중량	284g(100g)
가격	19.79달러(2만 6,614원)	가격	9.99달러(1만 3,435원)	가격	13.49달러(1만 8,141원)

[표 3.4] 미국 판매 단백질 과자 홍보문구 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘단백질 과자’ 관련 게시글 358건 분석

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



1. 미국 단백질 과자 유통채널 점유율
2. 미국 단백질 과자 주요 유통채널

1. 미국 단백질 과자 유통채널 점유율

▶ 미국 내 단백질 과자, 오프라인 매장 공략 우선

2022년 미국에서 단백질 과자를 포함한 식품의 유통채널 중 ‘전통 식료품점’은 50.3%로 1위 유통채널이며, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 18.4%의 점유율을 보이며 뒤를 이었음. 2023년 한국의 유통채널 중 ‘전통 식료품점’은 6.0%의 점유율을 차지함. ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’은 43.0%의 점유율을 보이면서 1위를 차지함. ‘기타 현대식 상점’의 비중은 미국이 11.1%, 한국은 12.0%를 차지함. 이외에도 ‘온라인’ 채널을 통해 한국에서는 36.0%의 비중으로 유통이 이루어지지만, 미국에서는 2.4%의 적은 비중으로 이루어짐을 확인함. 단백질 과자를 포함한 식품의 유통이 한국에서는 온라인을 통해 거래되는 것이 보편적이지만, 미국은 오프라인 채널을 통한 유통이 우세함을 확인함

[표 4.1] 미국 및 한국 단백질 과자 소매유통채널 점유율 비교



미국 및 한국 단백질 과자 소매유통채널 점유율 비교¹⁶⁾¹⁷⁾¹⁸⁾¹⁹⁾

미국	유형	한국
50.3%	전통 식료품점	6.0%
18.4%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	43.0%
11.1%	기타 현대식 상점 ²⁰⁾	12.0%
2.4%	온라인	36.0%
17.8%	기타	3.0%

자료: 스탯시타(Statista), 칸타(Kantar)

16) ‘단백질 과자’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가해, 제품 상위 카테고리인 미국의 ‘식물기반식품(Plant-based food)’과 한국의 ‘식품(Food)’의 정보를 확인함

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

18) 자료: 칸타(Kantar), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023.07

19) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

20) 기타 현대식 상점에는 할인점, 드럭스토어, 편의점 등을 포함함

2. 미국 단백질 과자 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 ²¹⁾) ²²⁾ 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	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 건조과일, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 유기농 제품, 신제품 		
	매장 전경			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 등록 (corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier) - ‘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 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 공급자 번호[DUNS(Data Universal Numbering System: 국제 사업자 등록 번호, 지역별로 사업체를 식별하는 9자리의 고유 번호), 납세자 식별 번호, 회사 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소, 계좌 정보 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 외 제품 설명) • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-800-925-6278 - 이메일: service@walmartcontacts.com 		


자료: 월마트(Walmart)

사진 자료: 월마트(Walmart)

21) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

22) 글로벌 매출액을 합한 값임

2. 미국 단백질 과자 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) ²³⁾		
		기타 규모	• 매장 수('22): 589개 ²⁴⁾ • 직원 수('22): 20만 3,000명		
기업 요약	• 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, 인하우스브로커²⁵⁾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)

23) 글로벌 매출액을 합한 값임

24) 미국과 푸에르토리코 지역 합산 매장 수임

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

2. 미국 단백질 과자 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 4,318억 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 - Prosepect 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)

2. 미국 단백질 과자 주요 유통채널 ④ 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 단백질 과자 주요 유통채널 ⑤ 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 단백질 과자 주요 유통채널 ⑥ 노드스트롬

기업 기본 정보	기업명	노드스트롬(Nordstrom)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.nordstrom.com	
	위치	시애틀(Seattle)	
	규모	매출액('22)	<ul style="list-style-type: none"> 150억 9,200만 달러(20조 2,957억 원)
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('23): 358개 직원 수('23): 6만 명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 지역적 특징에 맞춘 차별화 매장을 만드는 전략 활용 2017년 온라인에서 선택한 제품을 지정한 매장에서 2시간 이내에 입어볼 수 있는 '노드스트롬 로컬' 매장 오픈 코로나 이후 온라인 매출 비중 50%까지 확대됨 'Food Gift Set' 카테고리도 다양한 답례품 판매 중 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 여성 및 남성 기성복, 신발, 악세서리, 선물용 제품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 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 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보(주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-888-282-6060 - 이메일: contact@nordstrom.com 	

자료: 노드스트롬(Nordstrom)

사진 자료: 롤링스톤(RollingStone), 구글맵(Google Maps)


2. 미국 단백질 과자 주요 유통채널 ⑦ 블루밍데일스

기업 기본 정보	기업명	블루밍데일스(Bloomingdale's)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.bloomingdales.com	
	위치	뉴욕(New York)	
	규모	매출액('22)	<ul style="list-style-type: none"> • 28억 달러(3조 7,654억 원)
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('22): 57개 • 직원 수('22): 302명 	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 미국 메이시스사의 자회사 • 젊은 층에게 선호도가 높은 브랜드만을 모아놓고, 최소한의 디스플레이를 통해 고객의 부담감 감소 • 온라인 사이트에서 선물용 음식을 판매할 수 있는 코너가 별도로 제공됨 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 여성 및 남성 기성복, 신발, 주얼리 및 악세서리, 핸드백, 선물용 제품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 젊은 층에게 선호도가 높은 제품, 답례품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보(주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +1-800-777-0000 	

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

사진 자료: 블루밍데일스(Bloomingdale's)

2. 미국 단백질 과자 주요 유통채널 ⑧ 아마존

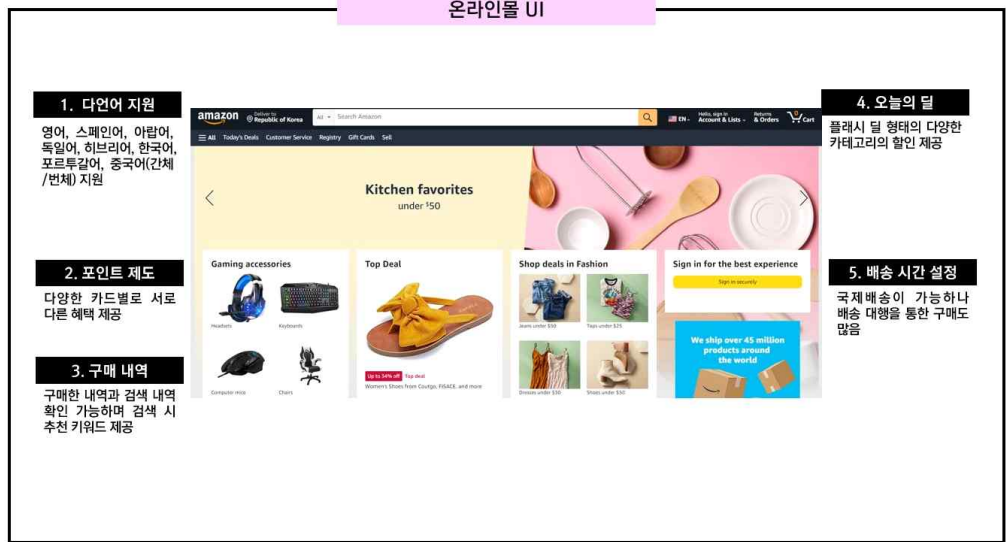
기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰		
	홈페이지	www.amazon.com		
	규모	매출액('22)	• 2,140억 달러(287조 7,872억 원) ²⁶⁾	
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 25억 회	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 세계 최대의 온라인 종합 쇼핑몰로 190만 개의 기업의 상품 보유 • 스페인어, 아랍어, 독일어, 한국어 등 전 세계 언어 지원 • 아마존을 통해 분당 7,400개의 제품의 구매가 이루어짐 			
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	퓨어프로틴(Pure Protein), 퀘스트(Quest) 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)

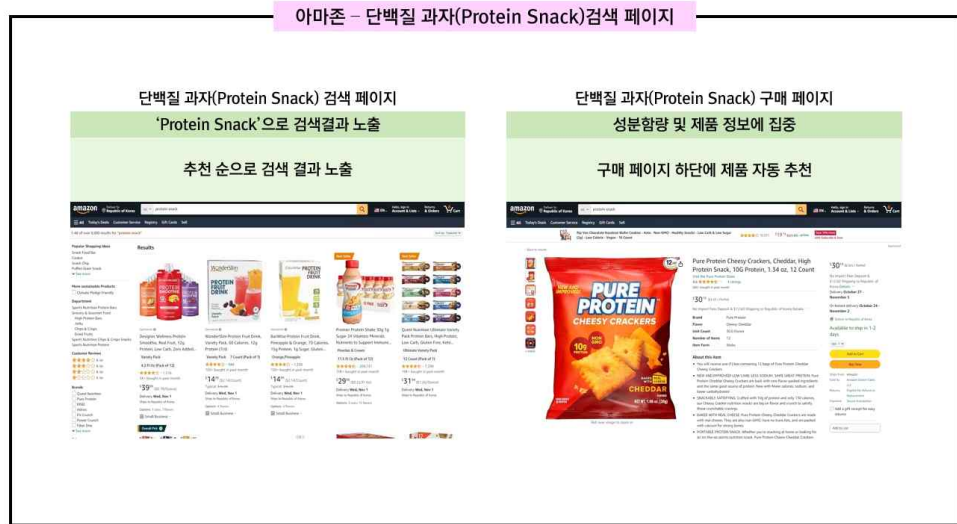
26) 글로벌 매출액을 합한 값임

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)

2. 미국 단백질 과자 주요 유통채널 ⑨ 이베이

기업 기본 정보	기업명	이베이(eBay)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.ebay.com	
	규모	매출액('22)	<ul style="list-style-type: none"> 97억 달러(13조 446억 원)
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 방문횟수(최근1개월): 7억 2,270만 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 	



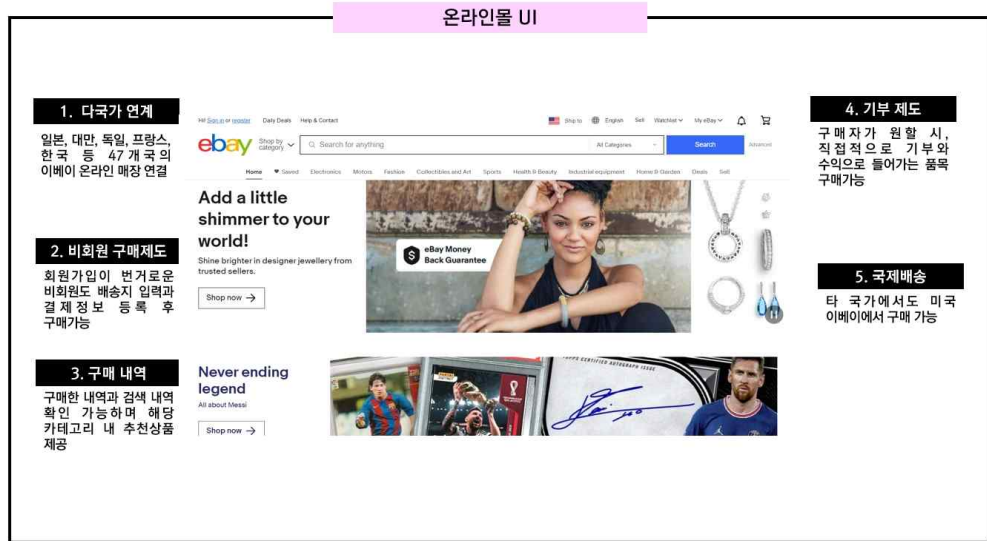
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	바운스(Bounce), 퀘스트(Quest) 등
		해외 판매	해외 배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보	<p>Smartphones → Laptops → Smartwatches</p> <p>시간대별 할인 이벤트, 카테고리별 할인 이벤트 등 다양한 프로모션 진행</p>		

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)

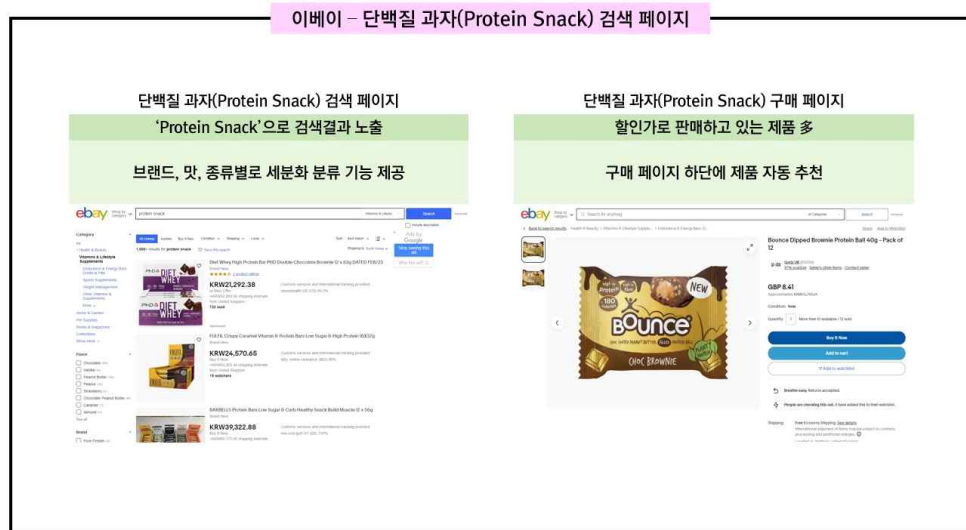
사진 자료: 이베이(eBay)

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



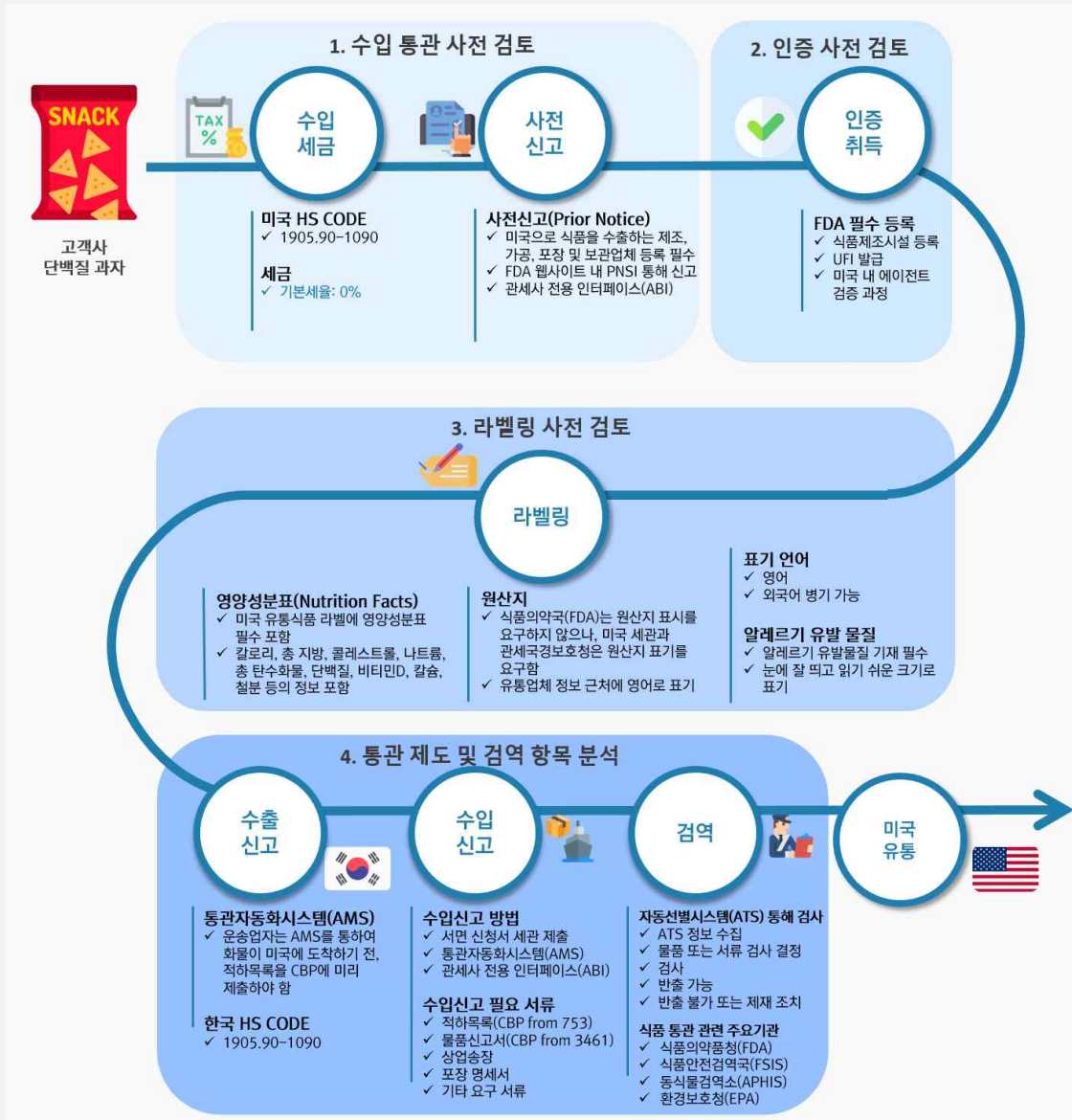
1. 미국 단백질 과자 통관 및 검역 절차
2. 미국 단백질 과자 품질 인증
3. 미국 단백질 과자 라벨링
4. 미국 단백질 과자 성분 및 유해물질

1. 미국 단백질 과자 통관 및 검역 절차²⁷⁾

▶ 미국 단백질 과자 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 단백질 과자 통관 검역 절차



자료: 식품의약품안전처, 미국 식품의약품청(FDA)

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 억류와 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 식품의약청(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 단백질 과자 품질 인증

▶ 미국 단백질 과자, ‘FDA 등록’ 필수


미국으로 식품을 수출하고자 하는 국내 제조업체는 미국 식품의약품청(FDA: Food and Drug Administration)을 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	
	<p>목적</p> <ul style="list-style-type: none"> • 식품이 건전하지 않고 안전하지 않으며, 부적절하게 표기된 식품으로부터 소비자를 보호
<p>절차</p>	<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	
	<p>필수 정보</p> <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 글루텐-프리 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 단백질 과자 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 단백질 과자 라벨링

[표 5.7] 미국 단백질 과자 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. 제조사, 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)

[표 5.7] 미국 단백질 과자 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)

▶ 미국 영양 성분 강조표시 가능

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

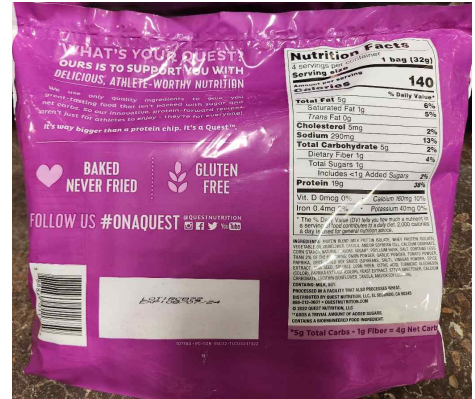
적용 대상	<ul style="list-style-type: none"> 포장재에 직접적으로 표현되어 있는 강조표시 문구 뿐만 아니라, 소비자에게 암묵적으로 전달하고 있는 강조표시 또한 FDA의 강조표시 규정에 적용됨. 따라서 실제 제품에 함유되어 있지 않은 영양 성분과 관련한 이미지를 삽입하거나, 해당 영양 성분이 함유되어 있다고 표시 등 소비자의 오해를 불러일으킬 경우, 암묵적 강조표시로 취급되어 FDA의 관련 규정 위반이 될 수 있음
FDA에서 영양소별 기준이 정의되어 사용 가능한 용어	
Free	<ul style="list-style-type: 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 단백질 과자 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 영어]

- ① Tear Hear
- ② QUEST
- ③ TORTILLA STYLE PROTEIN CHIPS
- ④ 4 BAGS INSIDE
- ⑤ SPICY SWEET CHILI FLAVOR
- ⑥ 19g PROTEIN PER SERVING
- ⑦ 4g NET CARBS
- ⑧ 4-1.1 OZ(32g) BAGS
- ⑨ NET WT 4.5 OZ(128g)
- ⑩ Certified GLUTEN FREE
- ⑪ NOTICE: FOR WEIGHT REDUCTION, USE ONLY AS DIRECTED WITH A PRESCRIBED DIET PLAN. DO NOT USE IN DIETS SUPPLYING LESS THAN 400 CALORIES PER DAY WITHOUT MEDICAL SEUPERVISION.

[앞면 - 국문]

- ① 여기를 뜯으세요
- ② 퀘스트
- ③ 토띠아 스타일 단백질 과자
- ④ 4봉입
- ⑤ 매운 스위트 칠리 맛
- ⑥ 1회당 단백질 19g
- ⑦ 순 탄수화물 4g
- ⑧ 봉지 4-1.1 온스(32g)
- ⑨ 순중량 4.5 온스 (128g)
- ⑩ 글루텐프리 인증
- ⑪ 주의: 체중 감소를 위해 지시된대로만 사용하십시오. 의사의 처방 다이어트 계획과 함께 사용하십시오. 의료 감독 없이 1일에 400 칼로리 미만의 식단에서 사용하지 마십시오.

[뒷면 - 영어]

- ① WHAT'S YOUR QUEST? OURS IS TO SUPPORT YOU WITH DELICIOUS, ATHLETE-WORTHY NUTRITION.
- ② We use only quality ingredients to give you great-tasting food that isn't packed with sugar and net carbs. So our innovative, protein-forward recipes aren't just for athletes to enjoy - they're for everyone!
- ③ It's way bigger than a protein chip. It's a Quest.
- ④ BAKED NEVER FRIED
- ⑤ GLUTEN FREE
- ⑥ FOLLOW IS #ONAQUEST @QUESTNUTRITION
- ⑦ LOT: RCB72
- ⑧ EXP: 08/07/24
- ⑨

Nutrition Facts	
4 servings per container	
Serving size	1 bag(32g)
Amount per serving	
Calories	140
	% Daily Value*
Total Fat 5g	6%
Saturated Fat 1g	5%
Trans Fat 0g	
Cholesterol 5mg	2%
Sodium 290mg	13%
Total Carbohydrate 5g	2%
Dietary Fiber 1g	4%
Total Sugars 1g	
Includes <1g Added Sugars	2%
Protein 19g	38%

[뒷면 - 국문]

- ① 당신의 목표는 무엇인가요? 우리의 목표는 맛있고 운동선수에게 적합한 영양으로 여러분을 지원하는 것입니다.
- ② 우리는 고품질 재료만 사용하여 설탕과 순 탄수화물로 가득 차지 않은 맛있는 음식을 제공합니다. 그래서 우리의 혁신적인 단백질 중심 레시피는 운동선수만을 위한 것이 아니라 모두를 위한 것입니다!
- ③ 이것은 일반 단백질 과자보다 훨씬 더 큼니다. 이것은 퀘스트입니다.
- ④ 절대 튀기지 않고 구웠습니다.
- ⑤ 글루텐프리
- ⑥ #ONAQUEST @QUESTNUTRITION를 팔로우하세요.
- ⑦ 로트 번호: RCB72
- ⑧ 유통 기한: 2024년 7월 8일
- ⑨

영양성분정보	
1개 용기 당 제공량: 4회	
제공 사이즈	1 봉지(32g)
1회 제공량에 포함된	
칼로리	140
	% 일일 비율*
총 지방 5g	6%
포화 지방 1g	5%
트랜스 지방 0g	
콜레스테롤 5mg	2%
나트륨 290mg	13%
총 탄수화물 5g	2%
Dietary Fiber 1g	4%
Total Sugars 1g	
Includes <1g Added Sugars	2%
Protein 19g	38%

Vit. D 0mcg 0%	Calcium 160mg 10%
Iron 0.4mg 2%	Potassium 40mg 0%

*The % Daily Value (DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2000 calories a day is used for general nutrition advice.

Vit. D 0mcg 0%	Calcium 160mg 10%
Iron 0.4mg 2%	Potassium 40mg 0%

*일일 영양소 기준치(% DV)는 식품 영양소가 일일 식단에 기여하는 정도를 알려줍니다. 일일 2,000칼로리가 일반 영양 권장 수치로 사용됩니다.

⑩ **Ingredients:** Protein blend(milk protein isolate, whey protein isolate), vegetable oil(sunflower, canola, and/or soybean oil), calcium caseinate, corn starch, natural flavors, sugar, psyllium husk, salt. Contains less than 2% of the following: onion powder, garlic powder, tomato powder, paprika, spice, dried soy sauce(soybeans, salt), vinegar powder, spice extract, chia seed, soluble corn fiber, citric acid, turmeric oleoresin, paprika extract, yeast extract, stevia sweetener, calcium carbonate, lecithin(sunflower, canola, and/or soy lecithin)

- ⑪ **Contains:** milk, soy
- ⑫ Processed in a facility that also processes wheat
- ⑬ Distributed By Quest Nutrition, LLC SEGUNDO, CA 90245 888-212-0601 - QUESTNUTRITION.COM 2022 QUEST NUTRITION, LLC
- ⑭ ADDS A TRIVIAL AMOUNT OF ADDED SUGARS. CONTAINS A BIOENGINEERED FOOD INGREDIENT.
- ⑮ 5g Total Carbs - 1g Fiber = 4g Net Carb

⑩ **성분:** 단백질 블렌드(우유 단백질 분리물, 와이 단백질 분리물), 식물성 오일(해바라기, 카놀라, 대두유), 칼슘 카세이네이트, 옥수수 전분, 천연 향료, 설탕, 과립과겔짚, 소금. 다음 항목의 2% 미만을 포함합니다: 양파 가루, 마늘 가루, 토마토 가루, 파프리카, 향신료, 건조된 간장(대두, 소금), 식초 가루, 향신료 추출물, 카야 씨드, 용해성 옥수수 섬유, 구연산, 황금 오레오 레신, 파프리카 추출물, 효모 추출물, 스테비아 감미료, 칼슘 탄산염, 레시틴(해바라기, 카놀라, 대두 레시틴)

- ⑪ **포함:** 우유, 대두
- ⑫ 제조시설에서 밀도 함께 가공됨
- ⑬ 퀘스트 뉴트리션 배포, LLC SEGUNDO, CA 90245 888-212-0601 - QUESTNUTRITION.COM 2022 QUEST NUTRITION, LLC
- ⑭ 소량의 당을 첨가합니다. 생명 공학 식품 성분이 함유되어 있습니다.
- ⑮ 5g 총 탄수화물 - 1g 식이섬유 = 4g 순 탄수화물

4. 미국 단백질 과자 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. 미국 내 ‘과자’에 적용되는 식품첨가물 검색 시 총 317건을 발견했으며, 하기 표는 그중 일부를 다룸. 더욱 상세한 정보는 미국의 연방규정집(CFR: Code of Federal Regulations) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.9] 미국 단백질 과자 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품유형	사용기준
1	아카시아검	Gum arabic (Acacia gum)	모든 식품	[식이섬유, 유화제, 유화제염, 향료 및 보조제, 조성보조제, 가공보조제, 안정제, 증점제, 표면처리제, 텍스처라이저] (GRAS: 1.0% 이하)
2	한천	Agar		[향료, 조성보조제, 습윤제, 안정제, 증점제] (GRAS: 0.25% 이하)
3	황산알루미늄	Aluminum sulfate		[다목적](GRAS: GMP에 따라 사용)
4	황산알루미늄나트륨	Aluminum sodium sulfate		
5	인산칼슘	Calcium phosphates		
6	글리세린	Glycerin		
7	아디프산	Adipic acid	스낵 식품	[향료, 발효제, 산도조절제] (GRAS: [향료, 발효제, 산도조절제] 1.3% 이하, GMP에 따라 사용)
8	카프릴산	Caprylic acid		(GRAS: [향료 및 보조제] 0.016% 이하, GMP에 따라 사용)
9	이초산나트륨	Sodium diacetate		(GRAS: [보존료, 향료 및 보조제, 산도조절제] 0.05% 이하, GMP에 따라 사용)

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 단백질 과자 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 (20ppb)

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. 크로거(Kroger)
2. 월마트(Walmart)
3. 타깃(Target)

Interview ①

30)



크로거 (Kroger)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 1883년 설립
 - 신시내티에 본사가 위치한 슈퍼마켓 체인
 - 취급 품목으로는 식료품, 공산품, 의류, 주류 등
 - 온/오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Buyer

크로거(Kroger) Buyer

Q. 미국 소비자들 사이에서 단백질 관련 제품에 대한 수요와 트렌드는 무엇인가요?

미국에서는 근육량 증가 및 체중 관리를 위해 식단에 단백질을 포함하려는 사람들이 많아지고 있습니다. 소비자들은 단백질이 신체에 미치는 영향력에 대해 더 많이 인식하게 되었으며, 그 결과 단백질 바, 셰이크, 파우더, 보충제 등의 판매량이 크게 증가했습니다. 또한, 콩, 완두콩, 견과류와 같은 식물성 단백질도 대체 단백질 공급원을 찾는 고객들 사이에서 인기를 얻고 있으며, 이동 중에도 편리하게 단백질 섭취를 늘릴 방법을 적극적으로 찾고 있습니다.

Q. 미국 소비자들은 주로 바 형태의 단백질 제품을 선호하는 것으로 알려져 있는데, 단백질 스낵에 대한 수요는 어느 정도인가요?

단백질 바는 여전히 매우 인기가 있지만, 미국 소비자들 사이에서 휴대가 편리한 단백질 간식에 대한 수요도 증가하고 있습니다. 많은 미국 소비자들이 단백질 고품량 제품을 찾고 있습니다.

Q. 미국 소비자들이 가장 선호하는 스낵의 맛은 무엇이며, 지역별 차이가 있다면 이에 대해서도 설명해 주세요.

전반적으로 미국 소비자들이 가장 선호하는 스낵의 맛은 짠맛입니다. 감자칩은 매력적인 짠맛으로 전국적으로 가장 많이 팔리는 스낵 중 하나입니다. 하지만 스낵의 맛 선호도에 관해서는 지역적인 차이가 있습니다. 남부와 중서부에서는 BBQ와 매운맛이 미국의 다른 지역에 비해 더 인기가 있는 경향이 있습니다. 서쪽 소비자들은 짠 맛의 스낵보다는 씨앗, 견과류, 과일과 같은 자연적이고 건강한 맛을 선호합니다. 한편, 북동부 지역에서는 고소한 맛에 대한 욕구가 높아 브레첼과 팝콘과 같은 스낵이 이 지역에서 많이 팔립니다.

Q. 최근 미국 소비자들 사이에서 단백질 스낵 제품과 관련된 트렌드가 있다면 설명해 주세요.

단백질 바는 사람들이 일상에서 편리하게 단백질을 충족시키기 위한 제품을 찾으면서 큰 인기를 끌었고, 단백질 스낵은 소비자들 사이에서 전통적인 단백질 바를 넘어 다양한 맛을 원하면서 판매량이 증가 되었습니다. 완두콩, 콩 또는 기타 비육류 소스로 만든 식물성 단백질 스낵 또한 판매량이 점차 증가하고 있습니다.

30) 사진 자료: 크로거(Kroger)

Q. 현재 미국 내 대표적인 단백질 스낵 브랜드가 있다면 브랜드명, 가격대, 포장 방식, 마케팅 전략 등에 대한 자세한 정보를 제공해 주세요.

튀르키예 햄 & 체다 치즈(Turkey Ham & Cheddar Cheese), 햄 캐슈 & 콜비 잭 치즈 및 튀르키예 아몬드(Ham Cashews & Colby Jack Cheese and Turkey Almonds), 잭 치즈 & 요거트 커버 블루베리 스낵 팩(Jack Cheese & Yogurt Covered Blueberries Snack Pack)과 같은 다양한 제품을 제공하는 P사가 있습니다. 이 제품들의 가격은 2.39달러(3,214원³¹⁾)이며, 중량은 3.2oz입니다. 해당 제품들은 견과류와 칠면조 고기를 사용해 깨끗하고 간단한 재료로 만들어졌으며, 건강한 이미지와 맛있고 편리한 단백질 스낵으로 소비자들에게 호평을 받고 있습니다.

Q. 제품에 대한 피드백을 해주십시오.

소매가 2.5달러(3,362원)는 일회용 단백질 스낵 시장의 경쟁 제품들과 매우 비슷하다고 생각합니다. 맛의 경우, 매콤달콤한 맛, 양파, 바베큐 맛은 항상 소비자가 선호하는 인기 있는 단백질 스낵 맛입니다. 렌치, 칠리 라임, 훈제 등과 같은 다른 맛들도 테스트해 볼 가치가 있습니다. 맛의 다양성을 제공하면 선호도가 높아질 것입니다. 또한, HACCP 인장은 모든 스낵 제품이 갖춰야 할 중요한 식품 안전 표준이며, HACCP 인장을 획득하면 제품 및 제조 공정에 대한 신뢰도를 제고할 수 있습니다.

Q. 단백질 스낵 제품을 수출할 때 현지 시장에서 추천하는 유통채널과 추천 이유는 무엇인가요?

주요 유통채널로 대형 식료품 소매업체를 추천합니다. 슈퍼마켓 진열대에 제품을 진열하면 건강에 관심이 많은 소비자들이 트렌디한 스낵을 경험할 수 있습니다. 또한, 편의점도 좋은 선택 중 하나입니다. 사람들은 지역 상점이나 주유소 같은 곳에서 이동 중 간식과 식사를 구매하는 경우가 많습니다. 마지막으로 온라인 식료품 플랫폼이나 자체 홈페이지를 통한 온라인 판매는 고객의 접근성을 높이고 제품 판매에 도움을 줄 수 있습니다.

Q. 단백질 스낵 제품 마케팅에 가장 적합한 타겟 소비자층에 대한 의견을 제시해 주세요.

주요 타겟층은 18-35세 사이의 젊고 활동량이 많은 소비자입니다. 해당 연령층은 최근 건강에 대한 관심이 높아지고 있으며, 활동적인 라이프스타일을 추구합니다. 또한, 피트니스나 일상 운동에도 관심이 있습니다. 단백질 스낵은 이동 중에도 휴대할 수 있기에 해당 연령층의 수요를 충족하는 제품입니다.

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

Q. 미국에서 단백질 스낵 제품을 마케팅할 때 효과적인 전략과 방법은 무엇인가요?

건강상의 이점을 홍보하기 위해 영양 성분을 강조해야 합니다. 미국인들은 투명성을 중시하므로 포장 및 디지털 플랫폼에서 단백질 함유량, 저당 등을 명확하게 강조해야 합니다. 또한, 타깃 연령층에서 인지도를 구축하기 위해 직접적인 홍보와 함께 인플루언서 마케팅을 전략적으로 활용하는 것이 좋습니다.

Q. 수입 및 유통회사 입장에서 단백질 스낵을 수입할 때 주의해야 할 법적 규제나 필수 인증 요건이 있다면 알려주세요.

단백질 스낵을 미국으로 수출하는 동안 문제가 발생하지 않도록 관련 FDA 규정을 이해하고 준수하는 것이 매우 중요합니다. 또한, 사용된 비 GRAS 첨가제에 대해 FDA 승인을 요청해야 할 수도 있습니다. 동시에 라벨링에도 주의를 기울여야 합니다. 모든 성분, 영양 정보 및 표시는 명확하게 표시되어야 하며 FDA 지침에 부합해야 합니다. 이러한 인증 요구 사항과 프로세스를 미리 준수한다면, 통관에 문제가 없을 것으로 예상합니다.

Interview ②

32)



월마트(Walmart) Senior Manager

월마트 (Walmart)

- 유형: 소매 체인 업체
- 업체 특징:
 - 1962년 설립
 - 벤턴빌에 위치한 소매 체인 업체
 - 취급 품목으로는 식료품, 의류, 신발 및 액세서리, 전자제품, 정원용품, 유아용품, 음료, 미용 및 퍼스널 케어용품 등
 - 온라인, 오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Senior Manager

Q. 미국 소비자들 사이에서 단백질 관련 제품에 대한 수요와 트렌드는 무엇인가요?

미국 소비자들 사이에서 단백질이 풍부한 식품에 대한 수요는 증가하고 있습니다. 많은 사람들이 육류 대체품, 식물성 단백질, 기능성 스낵과 같은 제품을 통해 개인 식단에 단백질을 추가하려고 하고 있습니다. 또한, 단백질 제품의 간식용 소비는 이제 하나의 큰 트렌드입니다. 소비자들은 식욕은 억제하면서, 필요한 단백질은 채워주는 간식을 찾고 있으며, 이에 단백질 스낵과 같은 새로운 제품의 인기로 이어졌습니다. 많은 소비자들은 영양 표시를 주의 깊게 살펴보고, 단백질 함량은 높되 설탕과 칼로리 함량은 낮은 스낵을 선호합니다. 소비자들이 영양과 웰빙을 점점 더 중요하게 여김에 따라 단백질 제품에 대한 수요는 점점 더 늘어날 것으로 전망합니다.

Q. 미국 소비자들은 주로 바 형태의 단백질 제품을 선호하는 것으로 알려져 있는데, 단백질 스낵에 대한 수요는 어느 정도인가요?

많은 사람들이 단백질 바를 선호하는 것이 사실이지만, 이동하면서 편하게 먹을 수 있어 단백질 섭취량을 늘릴 수 있는 단백질 스낵도 인기가 많습니다. 견과류, 육포, 그레놀라 바이트, 야채 칩과 같은 제품들은 활동적인 라이프스타일을 추구하는 소비자드러이 주요 단백질 공급원입니다. 업계에서는 단백질 함량은 높지만, 설탕, 소금, 칼로리 함량은 낮은 스낵 믹스, 크래커, 칩을 더 많이 개발하였으며, 소비자들로부터 인기를 얻고 있습니다.

Q. 미국 소비자들이 가장 선호하는 스낵의 맛은 무엇이며, 지역별 차이가 있다면 이에 대해서도 설명해 주세요.

체다맛 제품이 인기가 많습니다. 체다 치즈는 전 지역에 걸쳐 어린이와 성인 모두에게 인기가 있기 있습니다. 또한, '오리지널 레시피'와 같은 용어를 사용하거나 단순히 '클래식'이라는 명칭을 붙인 스낵도 전국적으로 폭넓은 인기를 얻고 있습니다. 하지만 선호하는 맛에는 지역적인 차이가 있을 수 있습니다. 예를 들어 칠리/매운 스낵과 같은 특정 지역 맛을 특징으로 하는 제품은 남서부 주에서 더 인기가 많습니다. 짠 스낵도 일부 중서부/북동부 지역에서 특히 인기가 있습니다. 그러나 일반적으로는 미국에서는 체다 치즈, 오리지널/클래식 및 달콤한 맛이 인기가 많은 편입니다.

Q. 최근 미국 소비자들 사이에서 단백질 스낵 제품과 관련된 트렌드가 있다면 설명해 주세요.

최근 몇 년 동안 미국 소비자들 사이에서 단백질 스낵에 대한 수요가 증가하고 있습니다. 더 많은 사람들이 간단한 식사 역할을 할 수 있고 포만감을 유지할 수 있는 간식을 찾고 있습니다. 이에 칠면조로 만든 육포와 미트 스틱이 인기가 높아졌으며, 견과류, 씨앗, 건조육과 같은 단백질 공급원을 포함한 제품들이 출시되고 있습니다. 사람들은 이동하거나 바쁜 생활을 하면서 영양가 있고 휴대 가능한 간식을 먹기를 원하며, 이로 인해 많은 소비자들이 단백질 함량이 높은 간식을 찾게 되었습니다.

Q. 현재 미국 내 대표적인 단백질 스낵 브랜드가 있다면 브랜드명, 가격대, 포장 방식, 마케팅 전략 등에 대한 자세한 정보를 제공해 주세요.

고기, 치즈, 견과류/씨앗 등이 포함된 다양한 종류의 단백질 스낵 팩을 제공하는 P사가 있습니다. 가격은 약 1-2달러(1,345-2,690원) 수준이며, 5개 팩으로 구성된 제품은 8-10달러(10,758-13,448원) 수준입니다. P사 제품은 단일 또는 다중 제공을 위해 재밀봉 가능한 플라스틱 또는 상자에 포장됩니다. 홍보 전략으로는 제품의 전반적인 성분과 단백질 함량을 강조하며, 소비자들에게 긍정적인 평가를 받고 있습니다. 이를 통해 편의성을 갖춘 영양 스낵의 가능성을 엿볼 수 있으며, 고단백 스낵을 제공하는, 신뢰할 수 있는 브랜드로 자리매김했습니다.

Q. 제품에 대한 피드백을 해주십시오.

고객사 제품의 소매가격인 2.5달러(3,362원)는 적당해 보입니다. FOB 가격은 제조 및 물류비용을 고려해야 한다는 점을 고려하면 1-1.2달러(1,345-1,614원) 정도가 합리적입니다. 더 많은 양을 대량 배송할 경우 FOB 가격이 1달러(1,345원)에 근접할 것으로 예상합니다. 맛 측면에서 보면 단맛, 매운맛, 양파 및 바베큐는 모두 폭넓은 소비자층의 관심을 끄며, 단백질 성분과 맛이 상호 보완하고 있어 긍정적입니다. 다만, 다양한 맛의 제품을 출시한다면 다양한 소비자 취향을 맞출 수 있을 것입니다. 고려할 수 있는 맛으로는 허브와 마늘, 칠리 리임, 데리야끼 등이 있으며, 제품군 확장을 통해 새로운 고객을 지속적으로 확보할 수 있습니다. HACCP 인증은 회사의 생산 표준과 관련하여 소비자에게 제품에 대한 신뢰를 줄 것입니다. 전반적으로 제품 기반은 탄탄해 보이며 미국에서는 결국 전략적 소매 및 마케팅 파트너십을 통해 유통 및 가시성을 최적화하는 것이 필요합니다.

Q. 단백질 스낵 제품을 수출할 때 현지 시장에서 추천하는 유통채널과 추천 이유는 무엇인가요?

이동 중에도 편리하게 섭취할 수 있는 웰빙 제품에 대한 수요가 증가하고 있는 점을 고려할 때 슈퍼마켓과 같은 식료품 소매업체를 제품 유통채널로 권장합니다. 식료품 소매업체들은 광범위한 유통인구를 보유하고 있으며, 매대 비치를 통해 핵심 타겟 소비자들 사이에서 높은 가시성을 확보할 수 있습니다. 대형 소매업체를 통한 유통은 브랜드 신뢰도 구축에도 도움이 됩니다. 동시에 소규모 식료품점이나 카페 체인에서의 판매도 제품의 판매 범위를 넓힐 수 있습니다. 또한, 제품이 성공하려면 안정적인 공급이 이루어지는 것이 매우 중요합니다.

Q. 단백질 스낵 제품 마케팅에 가장 적합한 타겟 소비자층에 대한 의견을 제시해 주세요.

단백질 스낵 제품은 건강을 중시하고 활동적인 성인들에게 적합한 제품입니다. 해당 소비자들은 웰빙 라이프스타일을 추구하며, 적절한 영양, 특히 단백질 섭취를 우선시합니다. 또한, 그들은 바쁜 일정 속에서 활력을 유지하기 위해 편리하고 휴대 가능한 스낵을 선호합니다.

Q. 미국에서 단백질 스낵 제품을 마케팅할 때 효과적인 전략과 방법은 무엇인가요?

건강 및 피트니스 분야의 인플루언서들과 협력하여 타겟 소비자에게 제품을 소개하고, 제품을 홍보할 브랜드 콘텐츠를 제작하는 것을 추천합니다. 또한, 타겟 그룹이 자주 방문하는 체육관과 같은 센터와의 협업을 통해 제품을 홍보하거나, 소매 파트너와 함께 프로모션 이벤트를 진행하거나 온라인 프로모션을 진행하여 타겟 소비자 그룹 사이에 화제를 불러일으킬 수도 있습니다.

Q. 수입 및 유통회사 입장에서 단백질 스낵을 수입할 때 주의해야 할 법적 규제나 필수 인증 요건이 있다면 알려주세요.

FDA는 식품 라벨링 요구 사항에 대해 엄격한 규정이 있습니다. 여기에는 정확한 영양 패널, 성분 목록 및 알레르기 항원 표시가 포함됩니다. 또한, 적절한 포장 및 배송 방법을 준수하고, 제품 오염을 방지하는 것도 중요하므로 관련 법규를 준수하는 것이 필수적입니다.

Interview ③

33)

타깃(Target)
Sales Specialist



TARGET

타깃
(Target)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 1902년 설립
 - 미네아폴리스에 위치한 소매업체
 - 취급 품목으로는 식료품, 의류, 가정용품, 가구, 주방 및 식당, 전자제품, 유아용품, 미용 제품, 가정 필수품 및 사무용품 등
 - 온/오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Sales Specialist

Q. 미국 소비자들 사이에서 단백질 관련 제품에 대한 수요와 트렌드는 무엇인가요?

미국 소비자, 특히 건강에 관심이 있는 개인과 채식 기반 또는 유연한 식단을 구성하는 소비자들 사이에서 단백질 관련 제품에 대한 수요는 증가하고 있습니다. 이러한 트렌드는 건강과 웰니스에 대한 관심 증가, 피트니스 문화의 증가, 건강상 이점에 대한 인식 증가 등 여러 요인으로부터 기인합니다. 또한, 이러한 수요 증가 추세는 건강에 관심이 있는 사람들에게만 국한되지 않습니다. 최근에는 일반 소비자들 또한 단백질 섭취량을 늘리는 방법을 찾고 있으며, 많은 사람들이 단백질이 풍부한 식품을 식사와 간식에 포함하고 있습니다. 이로 인해 단백질 바 및 단백질이 풍부한 요구르트, 우유, 시리얼과 같은 단백질 강화 제품이 개발되었습니다. 전반적으로 단백질 관련 제품에 대한 수요는 앞으로도 계속 증가할 것으로 예상됩니다.

Q. 미국 소비자들은 주로 바 형태의 단백질 제품을 선호하는 것으로 알려져 있는데, 단백질 스낵에 대한 수요는 어느 정도인가요?

단백질 스낵도 미국 소비자들 사이에서 점점 인기를 얻고 있습니다. 단백질 스낵은 이동 중에도 단백질을 섭취할 수 있는 편리한 제품이므로 활동적인 라이프스타일을 지닌 개인에게 매력적인 제품입니다. 건강과 웰니스에 대한 소비자의 관심이 높아지면서 단백질 스낵에 대한 수요는 계속해서 증가할 것으로 예상됩니다.

Q. 미국 소비자들 사이에서 가장 선호하는 스낵의 맛은 무엇이며, 지역별 차이가 있다면 이에 대해서도 설명해 주세요.

미국 소비자들 사이에서 스낵 중 가장 선호하는 맛은 짠맛과 단맛의 결합이며, 짠맛을 약간 더 선호합니다. 그러나 맛 선호도에는 지역적 차이가 있습니다. 예를 들어, 북동부의 소비자들은 다른 지역의 소비자들보다 달콤한 스낵을 더 선호하는 경향이 있습니다. 반면, 남부 지역의 소비자들은 다른 지역의 소비자들보다 짠 스낵을 더 선호하는 경향이 있습니다. 하지만 이러한 선호도는 개인에 따라 달라질 수도 있습니다. 예를 들어, 젊은 소비자는 노인 소비자보다 달콤한 스낵을 더 선호하며, 남성은 여성보다 짠 스낵을 더 선호합니다. 전반적으로 미국 소비자는 짠 스낵이나 달콤한 스낵을 선호한다고 할 수 있겠습니다.

33) 사진 자료: 타깃(Target)

Q. 최근 미국 소비자들 사이에서 단백질 스낵 제품과 관련된 트렌드가 있다면 설명해 주세요.

가장 주목할 만한 트렌드 중 하나는 식물성 단백질 스낵에 대한 수요가 늘어나고 있다는 점입니다. 소비자들은 점점 더 건강하고, 지속 가능하며, 자신의 가치에 부합하는 채식 기반 제품들을 찾고 있습니다. 이로 인해 식물성 단백질 제품들의 인기가 급증했습니다. 또 다른 트렌드는 단백질을 넘어, 추가적인 건강상의 이점을 제공하는 기능성 단백질 스낵의 등장입니다. 게다가 단백질 스낵의 깔끔한 라벨링과 투명성을 향한 추세도 커지고 있습니다. 소비자는 간단하고 눈에 띄는 성분으로 만들어진, 인공 방부제, 향료, 감미료가 없는 제품을 찾고 있습니다. 이로 인해 제품들은 최소한의 성분 목록과 라벨에 성분을 명확하게 표기하고 있습니다. 또한, 편리하고 휴대가 간편한 단백질 스낵에 대한 관심이 높아지고 있습니다. 소비자들은 단백질 바, 단백질 셰이크, 단백질 견과류 등 이동 중에도 쉽게 섭취할 수 있는 스낵을 찾고 있습니다. 이러한 제품들은 바쁜 라이프스타일에 적합하며, 언제 어디서나 섭취할 수 있습니다.

Q. 현재 미국 내 대표적인 단백질 스낵 브랜드가 있다면 브랜드명, 가격대, 포장 방식, 마케팅 전략 등에 대한 자세한 정보를 제공해 주세요.

미국의 대표적인 단백질 스낵 브랜드로는 P사가 있습니다. 해당 브랜드의 휴대용 단백질 스낵 팩 가격은 제품 종류에 따라 3.99-4.99달러(5,366 -6,711원)입니다. 피쓰리 제품의 포장 방식은 재밀봉 가능한 비닐봉지 또는 휴대에 편리한 포장으로 이루어져 있어 소비자가 이동 중에도 쉽게 가지고 다닐 수 있습니다. 마케팅 전략에 있어서 P사는 제품의 건강상의 이점과 편의성을 강조하는 데 초점을 맞추고 있습니다. 또한, 단백질 함량은 높고 설탕 함량은 낮으며, 빠르고 쉽게 섭취 가능한 간식 옵션을 찾는, 건강에 관심이 있는 개인을 대상으로 하고 있습니다. 이 외에 Q사 또한 단백질 칩과 토르티야 스타일 칩을 포함하여 단백질이 풍부한 다양한 스낵 옵션을 제공하는 인기 있는 단백질 스낵 브랜드입니다.

Q. 제품에 대한 피드백을 해주십시오.

고품질의 재료와 독특한 풍미를 지닌 프리미엄 스낵제품으로 소매가격 2.5달러(3,362원)는 합리적입니다. FOB 가격은 생산 비용, 포장, 운송 비용 등 다양한 요소에 따라 달라집니다. 일반적으로 유통업체와 소매업체의 일부 이윤 폭을 고려하면 1.5-2.0달러(2,017-2,690원) 사이의 FOB 가격이 합리적입니다. 해당 제품의 맛 종류는 독특하고 흥미로워 보입니다. 동시에 HACCP 인증은 높은 식품 안전 기준을 충족하므로 고객에게 제품의 긍정적인 측면을 보여줄 수 있을 것입니다.

Q. 단백질 스낵 제품을 수출할 때 현지 시장에서 추천하는 유통채널과 추천 이유는 무엇인가요?

단백질 스낵 제품을 수출할 때 고려할 수 있는 유통채널은 여러 가지가 있으며, 가장 좋은 채널은 제품의 목표 시장과 사업 목표에 따라 결정됩니다. 한 가지 옵션으로는 소매업체와 관계를 맺고 있는, 현지 시장에 대해 깊은 이해가 있는 현지 유통업체와 협력하는 것입니다. 이는 시장에 처음 진입하거나 아직 입지를 확보하지 못한 제품의 경우 특히 유용합니다. 또 다른 옵션은 소매업체와 직접 협력하는 것입니다. 이 방식을 통해 고객은 제품 유통에 대한 더 많은 통제권을 확보하고, 소매업체와 직접적인 관계를 구축할 수 있습니다. 그러나 이 경우, 제품이 강력한 현지 입지를 갖고 있지 않으면 시간이 더 많이 걸리고 소요되는 자원이 더 많을 수도 있습니다. 세 번째 옵션은 자체 전자상거래 플랫폼이나 온라인 소매업체를 통해 온라인으로 제품을 판매하는 것입니다. 이는 근처 매장에서 제품을 접할 수 없는 소비자에게 제품을 소개할 수 있는 방법이며, 브랜드 인지도를 구축하는 데도 도움이 될 수 있습니다.

Q. 단백질 스낵 제품 마케팅에 가장 적합한 타겟 소비자층에 대한 의견을 제시해 주세요.

단백질 스낵 제품을 마케팅하기 위한 가장 좋은 대상 소비자 그룹은 더욱 더 많은 단백질 섭취를 원하고, 편리하고 영양가 있는 제품을 찾고 있는, 건강에 관심이 있는 소비자입니다. 피트니스 애호가, 운동선수, 활동적인 라이프스타일을 추구하는 이들이 해당 타겟층에 포함됩니다. 또한, 항상 이동 중이기 때문에 빠르고 편리한 간식 옵션이 필요한, 바쁜 직장인과 학생도 제품에 관심을 가질 수 있습니다.

Q. 미국에서 단백질 스낵 제품을 마케팅할 때 효과적인 전략과 방법은 무엇인가요?

상기 타겟 소비자 그룹에 효과적으로 마케팅하기 위해 인스타그램, 페이스북과 같은 소셜 미디어 플랫폼을 활용하여 제품의 독창성과 편의성을 선보이는 것을 고려할 수 있습니다. 특히 인플루언서 마케팅도 가치 있는 전략이 될 수 있습니다. 이 외에도 지역, 대학 등을 고려한 장소에서 제품을 마케팅하여 타겟 소비자 그룹에 효과적으로 도달할 수 있습니다.

Q. 수입 및 유통회사 입장에서 단백질 스낵을 수입할 때 주의해야 할 법적 규제나 필수 인증 요건이 있다면 알려주세요.

단백질 스낵을 수입할 때 알아야 할 몇 가지 법적 규정 및 인증 요구 사항이 있습니다. 먼저 제품이 미국의 관련 식품 안전 규정을 준수하는지 확인해야 합니다. 일반적인 수입 과정 외에도 FDA 규정을 준수하는 것이 필수입니다. 구체적인 지침은 제품 성분부터 라벨링 및 포장까지 다양하며 웹사이트에 명확하게 설명되어 있습니다. 미국으로의 제품 수출을 위해서는 지침을 따르고 이에 따라 준비하는 것이 매우 중요합니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

Ⅵ 시사점



Export Insights



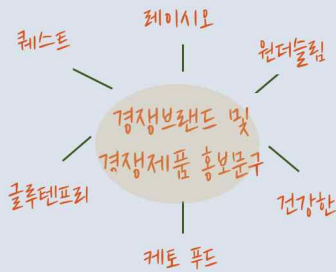
시장 수요

단백질 관련 제품 수요 증가
중이나 시장은 과열 상태



2022년 미국 스낵류 시장규모는 2020년 대비 13.7% 증가했으며, 향후 5년간 연간 3.3% 증가할 것으로 예상됨. 미국 소비자들이 건강과 간편함을 추구하면서 영양적 가치가 있는 제품들의 소비가 증가하고 있으며, 특히 단백질 함유 제품의 수요는 가파르게 증가하고 있는 것으로 나타남. 현지 수입유통업체들 또한 단백질 관련 제품들의 수요가 지속 증가할 것으로 예상하고 있으며, 일반적으로 소비자들 사이에서 섭취되던 단백질 바와 같은 제품들과 더불어, 다양한 형태와 맛의 단백질 관련 스낵 제품들이 출시 되고 있음. 이에 고객사 단백질 과자 제품은 미국 시장 진입 시 수요가 있을 것으로 예상되나, 해당 시장의 과열화와 시장 내 선두 브랜드들의 입지가 확고하여 시장 재정의의 통한 진출 전략을 수립해야 할 것으로 판단함

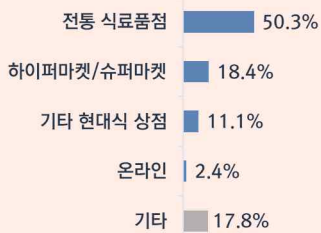
소비 특징



① 경쟁브랜드: 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 단백질 과자 경쟁브랜드를 조사한 결과, '퀘스트' 키워드가 51건 빈출하며 가장 인지도가 높은 경쟁브랜드로 확인됨. 해당 브랜드는 다양한 형태의 단백질 제품을 판매하는 브랜드로, 전통적인 단백질 쿠키와 단백질 바를 비롯하여 고단백 단백질 스낵 제품 또한 판매 중임. 또한, '퀘스트'는 단백질 스낵 시장 내 전통적인 강자로, 글로벌 입지 또한 뛰어나 소비자들이 가장 친숙한 브랜드로 알려져 있음. 이에, 해당 브랜드를 미국 단백질 스낵 시장의 선두주자로 정의할 수 있음

② 경쟁제품 홍보문구: 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 단백질 과자 경쟁제품 홍보문구를 조사한 결과, '글루텐프리', '케토 푸드' 관련 키워드가 각각 205건, 106건 도출됨. 이 외에도 '비유전자변형식품' 인증 키워드가 78건 도출되었으며, 이에 주요 경쟁제품들이 홍보문구에 보유 인증을 강조하는 것으로 나타남. 또한, 맛 관련 키워드로는 '감칠맛 나는' 키워드가 12건 도출되었으며, '짹짹' 키워드 또한 4건 빈출하여 경쟁제품들이 제품 홍보 시 주로 활용하는 문구를 확인함

미국 소매유통채널 유통 비중



유통채널



미국 내 고객사 단백질 과자 제품의 잠재 소매유통채널을 조사한 결과, '전통 식료품점'의 점유율이 50.3%로 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타남. 뒤이어 '하이퍼마켓/슈퍼마켓'이 18.4%, '기타 현대식 상점'이 11.1%의 점유율을 차지하였음. 한국의 잠재 소매유통채널과 비교 시, 미국에서는 상대적으로 '온라인'(2.4%)을 통한 거래가 한국(43.0%)보다 낮았으며, 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 영어로 작성되어야 하며, 제품명, 순중량, 제조자, 포장업체, 유통업체의 정보, 이름 및 주소, 성분 리스트, 알레르겐 성분, 영양성분표, 원산지 등을 기재해야 함

현지 시장 조사를 종합적으로 분석한 결과, 단백질 과자를 포함한 관련 제품에 대한 수요는 존재하나 특정 브랜드가 시장을 지배하고 있으며, 소비자 수요 증가에 따른 후발주자들이 대거 참여하고 있는 시장인 것으로 판단됨. 고객사 제품은 편리성, 고단백, 한국산을 특징으로 하며, 이를 차별점으로 내세우고 있지만 해당 보고서 내 라벨 샘플에서 활용된 현지 경쟁제품과 비교 시 한국산이라는 점을 제외한다면 경쟁우위를 보유하고 있지 않은 것으로 나타남. 이에, 고객사는 미국 단백질 과자 시장 진입 시 후발주자로 정의할 수 있음. 이와 관련된 수출 전략 수립이 필요할 것으로 판단하며, 해당 수출 전략은 단기 전략과 장기 전략으로 구분할 수 있음

수출 확대 전략

세일즈 중심
&
제품 차별화



고객사 제품은 선두 브랜드 제품 대비 차별화 요소가 부족하기에 단기적으로는 시장 선두 브랜드와 유사한 컨셉을 유지하면서, 브랜딩보다는 세일즈에 초점을 맞추는 '미투 전략(Me Too)' 전략을 활용할 수 있을 것으로 판단함. 실제 조사 결과, 선두 브랜드를 제외하고는 고객사 제품의 단백질 함량 수준은 시장 내 상위권에 속함. 현지 수입유통업체들이 언급했듯이, 고객사 제품의 다양한 맛, 고단백은 미국 소비자들이 찾는 제품에 부합하기에 대형 소매업체 내 제품 비치 및 할인 프로모션 등을 활용 시 초기 시장 진입이 가능할 것으로 보임. 또한, 미국 내 한국산 과자에 대한 수요가 증가함에 따라³⁴⁾ 한국산이라는 특징을 활용 가능할 여지가 있지만, 일반 과자와 기능성 제품의 차이가 존재하기에 보수적인 접근이 필요할 것으로 예상됨

장기적인 전략으로는 제품 차별화가 필요할 것으로 보임. 이를 위해서는 세일즈가 아닌, 브랜딩에 초점을 맞출 필요가 있으며, 가장 먼저 고려할 수 있는 부분은 인증임. 보고서 내 소비 특성에서 보여지듯, 경쟁제품들은 보유 인증을 홍보 문구로 활용하고 있으며, 제품 가시성 확대를 위해서도 유기농, 비건 등의 인증은 필요함. 특히 비건 인증의 경우 신규 수요 창출로 이어질 수 있음. 또한, 복합기능성 제품들에 대한 수요가 증가할 것으로 전망되어, 관련 연구개발을 통해 일반적인 단백질 과자에서 종합건강기능식품으로 포지셔닝할 수 있을 것으로 판단함.

34) 조진비즈, 「미국인들, '오징어게임 달고나' 본 뒤 K-과자 찾는다...수출 40% 급증」 참고



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2022
2. 민텔코리아, 「과자 고를 때 건강 신호등 확인하는 유럽 소비자들」, 2023.08
3. 스태티스타(Statista), 「Confectionery & Snacks_United States」, 2023.10
4. 식품음료신문, 「미국 곡물가공식품 꾸준한 성장…시장 전망 밝아」, 2022.11
5. 스태티스타(Statista), 「Snack Food_United States」, 2023.10
6. Anko, 「글로벌 스낵 시장의 미래 동향: 영양 가득한 스낵과 초콜릿 제품」, 2022.05.11
7. KATI, 「2021 지구촌리포트 116호」, 2021.12
8. 스태티스타(Statista), 「Total produce sales share in the U.S in 2022」, 2022.10
9. 칸타(Kantar), 「ASIA'S FMCG MARKET AT A GLANCE」, 2023.07
10. 식품의약품안전처, 「식품 수출 안내서(미국편)」, 2021
11. KATI농식품수출정보, 「식품시설 등록 : 중소기업체들을 위한 안내서」, 2018
12. 한국무역협회, 「한국산 수출식품 표시 기준 위반 97%는 미국서 발생」, 2022.07
13. 미국 식품의약품청(FDA), 「21 CFR 101.54」, 2016.06
14. KATI농식품수출정보, 「미국 라벨링 규정 준수 가이드」, 2020.06
15. 조선비즈, 「미국인들, '오징어게임 달고나' 본 뒤 K-과자 찾는다…수출 40% 급증」, 2022.03

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. 아마존(Amazon) (www.amazon.com)
4. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
5. 칸타(Kantar) (www.kantar.com)
6. 월마트(Walmart) (www.walmart.com)
7. 코스트코홈세일(Costco Wholesale) (www.costco.com)
8. 월스트리트저널(WSJ) (www.wsj.com)
9. 한국농수산식품유통공사(aT) (www.at.or.kr)
10. 크로거(Kroger) (www.kroger.com)
11. 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News) (www.supermarketnews.com)
12. 에피큐리어스(epicurious) (www.epicurious.com)
13. 노드스트롬(Nordstrom) (www.nordstrom.com)
14. 블룸िंग데일스(Bloomingdale's) (www.bloomingdales.com)
15. 포브스(Forbes) (www.forbes.com)
16. 에이치마트(H Mart) (www.hmart.com)
17. 뉴욕타임즈(NYT) (www.nytimes.com)
18. 교차로월드(Kyocharoworld) (www.kyocharoworld.com)
19. 시온마켓(Zion Market) (www.zionmarket.com)
20. aT 미국 지사(aT America) (atcenteramerica.com)
21. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
22. 센서타워(Sensortower) (sensortower.com/ko)
23. 이베이(eBay) (www.ebay.com)
24. 식품의약품안전처 (www.mfds.go.kr)
25. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)

26. 미국 식품의약품청(FDA) (www.fda.gov)
27. 미국 농무부(SDA) (www.usda.gov)
28. 국립농산물품질관리원 (www.naqs.go.kr)
29. 플래티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)
30. 크로거(Kroger) (www.kroger.com)
31. 월마트(Walmart) (www.walmart.com)
32. 타깃(Target) (www.target.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.11.20

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

Copyright 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea