



# 2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 음료 파우더(Beverage powder)

Country : 미국(United States of America)

# Contents

<b>I. 시장 통계</b> .....	4
1. 통계분석 기준 설정 .....	6
2. 무역통계 종합분석 .....	7
3. 품목통계 종합분석 .....	9
<b>II. 시장 트렌드</b> .....	11
1. Market Trend 01. 화려한 유니콘 음료 인기 .....	13
2. Market Trend 02. 홈메이드 호박 라떼 .....	14
3. Market Trend 03. 유기농 음료 파우더 출시 .....	15
4. Market Trend 04. 메이플, 버팔로 라떼 .....	16
<b>III. 경쟁제품 현지조사</b> .....	17
1. 경쟁제품 선정 .....	19
2. 정량 분석 .....	20
3. 정성 분석 .....	21
4. 현지 방문 조사자료 .....	23
<b>IV. 경쟁사 분석</b> .....	31
1. 경쟁사 선정 .....	33
2. 경쟁사별 현황 파악 .....	34
<b>V. 유통구조 현황</b> .....	37
1. 현지 진출 주요 경로 .....	39
2. 전문가 인터뷰 .....	42
<b>VI. 유통업체 현황</b> .....	43
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보 .....	45

# Contents

<b>Ⅶ. 통관 및 검역 정보</b> .....	50
1. 통관 및 검역 절차 .....	53
2. 관세율 정보 .....	57
3. FTA 정보 .....	58
4. 통관 및 검역 유의사항 .....	59
5. 통관거부사례 .....	60
<b>Ⅷ. 인증 정보</b> .....	61
1. 인증 취득정보 .....	63
2. 인증 취득제품 .....	66
3. 제출서류 .....	68
4. 전문가 인터뷰 .....	69
<b>Ⅸ. 라벨링 정보</b> .....	70
1. 라벨 표기사항 .....	72
2. 라벨링 예시 .....	74
<b>X. 위생요건 정보</b> .....	76
1. 식품첨가물 규정 .....	78
2. 기타 위생기준 규정 .....	79
<b>※ 참고문헌</b> .....	80



# I. 시장 통계

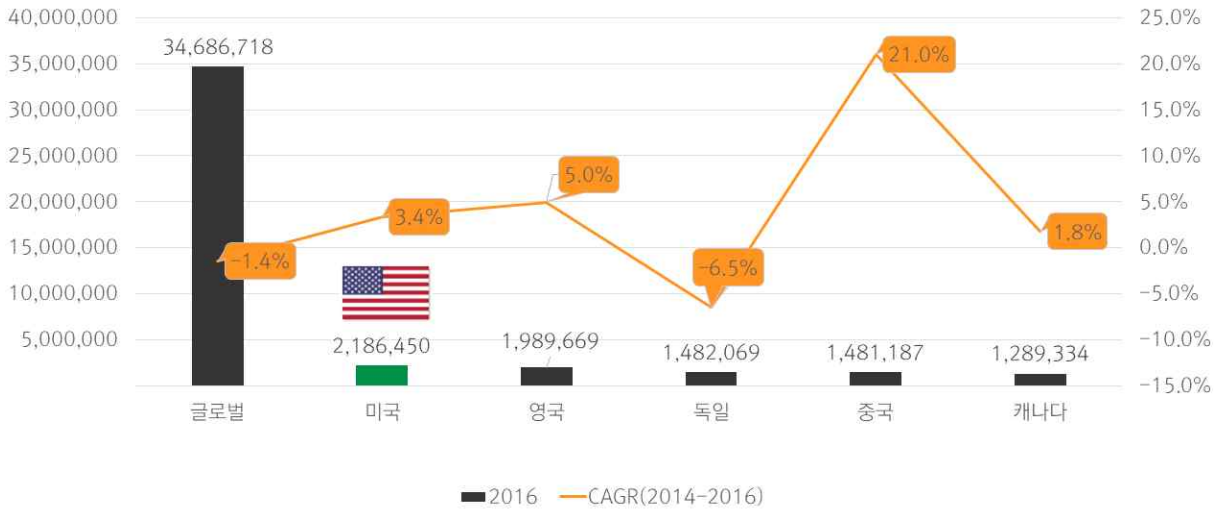
## ※ 시장 통계 OVERVIEW

1. 통계분석 기준 설정
2. 무역통계 종합분석
3. 품목통계 종합분석

# 시장 통계 OVERVIEW

● 글로벌 HS CODE 2106.90 수입액 규모 및 증감률(2014 ~ 2016)

단위 : 천 달러, %



● 미국 HS CODE 2106.90.9873 수입 점유율 및 성장률 비교<sup>1.2.3.</sup>

단위 : %



● 미국 과일 파우더 및 인스턴트 차 시장 규모 및 증감률(2013 ~ 2016)

단위 : 백만 달러, %



1. 거품형 그래프 내 원의 크기는 글로벌 시장 내 점유율(비중)을 나타냄
2. 거품형 그래프 내 원이 우측에 가까울수록 최근 5년간 높은 수입 증가세를 나타낸 국가임
3. 거품형 그래프 내 원이 상측에 가까울수록 최근 1년간 높은 수입 증가세를 나타낸 국가임

# 1. 통계분석 기준 설정

## HS CODE 확인 사이트

1	한국 관세법령정보포털 3.0 unipass.customs.go.kr
2	TradeNAVI www.tradenavi.or.kr
3	미국 국제무역위원회 www.usitc.gov

## 음료베이스 통계 기준 설정

음료베이스 품목의 시장성 판단을 위해 통계 조사를 진행함. 글로벌 및 미국의 수입통계 확인을 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고 조사 대상국의 시장규모 파악을 위해 품목 키워드를 조사 기준으로 설정함<sup>4</sup>.

## 수입 통계 기준, HS CODE 2106.90.9873로 설정

글로벌 및 미국 내 음료베이스의 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 2106.90을 수입통계 분석 기준으로 설정함. 미국의 HS CODE 2106.90 하위 카테고리인 2106.90.9873(음료의 제조에 대한 조제품의 기타)을 미국 수입통계 분석 기준으로 설정함

표 1.1 : 음료베이스 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	2106.90
	미국 수입규모 및 성장률		2106.90.9873
품목 통계 <sup>5</sup>	과실 파우더 시장 규모	품목 키워드	Fruit Powder
	인스턴트 차 시장 규모		Instant Tea

표 1.2 : 미국 내 음료베이스 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품
	2106.90	기타
	2106.90.10	알코올을 함유하지 않은 음료의 베이스
	<b>2106.90.1090</b>	<b>기타</b>
미국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품
	2106.90	기타
	2106.90.98	기타
		음료의 제조에 대한 조제품
	<b>2106.90.9873</b>	<b>기타</b>

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), 미국 국제무역위원회(www.usitc.gov)

- 의뢰사 제품에 적합한 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 '관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람'을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 '품목분류정보'를 검색하거나 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음
- 음료베이스에 가장 적합한 품목통계를 찾기 위해 라떼 파우더(latte powder), 파우더 드링크(powdered drink)로 조회했으나 해당하는 통계 데이터가 나오지 않아 가장 가까운 음료 조제품인 과실 파우더(fruit powder)와 인스턴트 차(instant tea, 물에 바로 타먹는 가루형 차 조제품)를 기준으로 품목 통계 분석을 진행함

## 2. 무역통계 종합분석

### 글로벌 수입액 3개년 연평균 성장률<sup>6</sup> -1.4%

2016년 기준 HS CODE 2106.90의 글로벌 수입규모는 346억 8,671만 8,000달러로 2014년부터 2016년까지 연평균 1.4%의 하락세를 기록함. 2016년 기준 수입 1위국 미국의 수입규모는 21억 8,645만 달러로 2014년 이후 3년간 연평균 3.4%의 상승세를 나타냄. 2016년 기준 2위인 영국의 수입액은 19억 8,966만 9,000달러로 2014년 이후 3년간 연평균 5.0%의 상승세를 나타냄

### 미국 내 한국산 수입액 규모 10위

2016년 기준 미국의 HS CODE 2106.90.9873 수입액 규모는 3,809만 2,000달러로 2014년 이후 3년간 연평균 9.7%의 높은 상승세를 보임. 2016년 기준 미국 내 HS CODE 2106.90.9873 품목 최대 수입국은 캐나다로 1,105만 5,000달러의 수입액을 기록함

2016년 기준 미국 내 한국산의 수입액은 77만 9,000달러로 전세계 점유율 2.0%를 차지하며 10위를 기록함. 2014년 이후 3년간 연평균 8.5%의 하락세를 보임

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 2106.90 수입액 규모(2014 ~ 2016)

(단위 : 천 달러, %)

수입국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014-2016)
글로벌	35,695,481	34,062,842	34,686,718	100.0%	-1.4%
1 미국	2,046,535	2,089,805	2,186,450	6.3%	3.4%
2 영국	1,805,835	1,933,794	1,989,669	5.7%	5.0%
3 독일	1,695,952	1,434,205	1,482,069	4.3%	-6.5%
4 중국	1,011,247	1,294,802	1,481,187	4.3%	21.0%
5 캐나다	1,245,228	1,221,462	1,289,334	3.7%	1.8%
기타	5,576,009	5,241,122	5,273,453	64.0%	-2.8%

출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

표 1.4 : 미국 HS CODE 2106.90.9873 수입액 규모(2014 ~ 2016)

(단위 : 천 달러, %)

수입국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014-2016)
글로벌	31,650	30,227	38,092	100.0%	9.7%
1 캐나다	8,340	9,397	11,055	29.0%	15.1%
2 태국	746	613	6,119	16.1%	186.4%
3 대만	2,951	3,282	3,873	10.2%	14.6%
4 아일랜드	2,245	3,397	3,817	10.0%	30.4%
5 멕시코	8,855	3,328	2,855	7.5%	-43.2%
10 한국	930	1,168	779	2.0%	-8.5%
기타	7,583	9,042	9,594	25.2%	12.5%

출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

6. 연평균 성장률 = 최신폭/최초연도<sup>(1/n-1)</sup> - 1

## 2. 무역통계 종합분석

### 멕시코, 미국 수입시장에서 점유율 가장 높아

2012년 이후 최근 5년간 HS CODE 2106.90.9873 관련 미국 수입국 중 멕시코가 점유율 31.5%로 가장 높은 점유율을 확보한 국가였던 것으로 집계됨. 한편, 상위 10개국 중 최근 5년간 연평균 성장률이 가장 높았던 국가로는 203.8%의 높은 성장률을 기록한 이탈리아가 차지함. 뿐만 아니라 이탈리아는 2015년 대비 2016년 성장률도 1,793.3%로 상위 10개국 중 최근 1년간 가장 높은 성장세를 보인 국가임

### 한국, 미국 내 수입액 계속해서 하락세

한국산의 경우 2012년 이후 5년간 연평균 14.9% 하락하였고, 특히 2016년 기준 전년대비 33.3% 하락한 것으로 나타남

표 1.5 : 미국 HS CODE 2106.90.9873 수입 점유율 및 증감률 비교<sup>7,8,9</sup>.

(단위 : %)

수입국가	2012-2016 점유율	CAGR(2012-2016)	CAGR(2015-2016)
1 멕시코	★31.5%	-43.7%	-14.2%
2 캐나다	24.5%	0.4%	17.6%
3 대만	6.9%	40.7%	18.0%
4 아일랜드	6.5%	45.1%	12.4%
5 태국	4.8%	51.3%	898.2%
6 오스트리아	3.3%	14.8%	-16.3%
7 도미니카공화국	2.8%	-	-7.9%
8 한국	2.7%	-14.9%	-33.3%
9 중국	2.5%	16.4%	14.0%
10 이탈리아	0.6%	★203.8%	★1,793.3%



출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

- 거품형 그래프 내 원의 크기는 글로벌 시장 내 점유율(비중)을 나타냄
- 거품형 그래프 내 원이 우측에 가까울수록 최근 5년간 높은 수입 증가세를 나타낸 국가임
- 거품형 그래프 내 원이 상측에 가까울수록 최근 1년간 높은 수입 증가세를 나타낸 국가임



### 3. 품목통계 종합분석

#### 글로벌 과실 파우더 시장규모, 2014년 이후 7.6% 하락

2016년 기준 글로벌 과실 파우더의 시장규모는 58억 4,161만 달러로 집계되었으며 2014년부터 2016년까지 7.6%의 하락세를 보임. 2016년 기준 1위국 미국의 시장규모는 19억 573만 달러로 2014년 이후 3년간 연평균 3.5%의 하락세를 나타냄. 2016년 기준 2위국 브라질은 10억 2,613만 달러로 2014년 이후 3년간 연평균 5.7% 하락함

#### 미국 과실 파우더 시장, 2017년부터 1.3% 하락 전망

미국의 2016년 기준 시장규모는 19억 573만 달러로, 글로벌 과실 파우더 시장 내 점유율 1위로 글로벌 시장규모의 32.6%를 차지하고 있음. 2013년 이후 4년간 성장률은 2.2%의 하락세를 나타내고 있음

향후 미국 과실 파우더 시장은 하락세를 유지할 것으로 전망됨. 2017년 과실 파우더의 시장규모는 18억 6,748만 달러, 2018년에 18억 4,370만 달러로 2017년 이후 1.3%의 하락세를 보일 것으로 전망됨

표 1.6 : 글로벌 과실 파우더(Fruit Powder) 시장규모

(단위 : 백만 달러)

국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014-2016)
글로벌	6,848.69	6,142.10	5,841.61	100.0%	-7.6%
1 미국	2,047.58	1,960.38	1,905.73	32.6%	-3.5%
2 브라질	1,153.60	938.53	1,026.13	17.6%	-5.7%
3 아르헨티나	869.81	870.66	682.61	11.7%	-11.4%
4 멕시코	778.32	544.67	440.99	7.5%	-24.7%
5 인도네시아	392.67	349.93	352.64	6.0%	-5.2%
기타	1,606.71	1,477.93	1,433.51	24.5%	-5.5%

출처 : GlobalData(consumer.globaldata.com)

표 1.7 : 미국 과실 파우더(Fruit Powder) 시장규모<sup>10</sup>.

(단위 : 백만 달러)

연도	매출액(백만 달러)	전년대비 CAGR	CAGR(2013-2016) vs CAGR(2017-2018)
2013	2,039.44	-5.1%	-2.2% (2013-2016)
2014	2,047.58	0.4%	
2015	1,960.38	-4.3%	
2016	1,905.73	-2.8%	-1.3% (2017-2018)
2017	1,867.48	-2.0%	
2018	1,843.70	-1.3%	

출처 : GlobalData(consumer.globaldata.com)

10. 2017, 2018년은 전망치를 나타냄

### 3. 품목통계 종합분석

#### 글로벌 인스턴트 차 시장규모, 2014년 이후 4.4% 상승

2016년 기준 글로벌 인스턴트 차의 시장규모는 43억 5,445만 달러로 집계되었으며 2014년부터 2016년까지 4.4%의 상승세를 보임. 2016년 기준 1위국 중국의 시장규모는 35억 9,191만 달러로 2014년 이후 3년간 연평균 7.2%의 큰 증가세를 보임. 2016년 기준 2위국 영국은 2억 3,953만 달러로 2014년 이후 3년간 연평균 6.5% 하락함

#### 미국 인스턴트 차 시장, 2017년부터 5.1% 상승 전망

미국의 2016년 기준 시장규모는 2,872만 달러로, 글로벌 인스턴트 차 시장 내 점유율 8위로 글로벌 시장규모의 0.7%를 차지하고 있음. 2013년 이후 4년간 성장률은 6.2%의 상승세를 나타내고 있음

향후 미국 인스턴트 차 시장은 기존의 상승세를 유지할 것으로 전망됨. 2017년 인스턴트 차의 시장규모는 3,033만 달러, 2018년에 3,188만 달러로 2017년 이후 5.1%의 성장세를 보일 것으로 전망됨

표 1.6 : 글로벌 인스턴트 차(Instant Tea) 시장규모

(단위 : 백만 달러)

국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014-2016)
글로벌	3,996.11	4,197.86	4,354.45	100.00%	4.4%
1 중국	3,127.48	3,422.02	3,591.91	82.5%	7.2%
2 영국	273.82	262.59	239.53	5.5%	-6.5%
3 러시아	136.14	87.89	82.45	1.9%	-22.2%
4 프랑스	83.39	72.42	74.90	1.7%	-5.2%
5 일본	42.13	38.68	45.12	1.0%	3.5%
8 미국	25.46	27.04	28.72	0.7%	6.2%
기타	307.70	287.22	291.81	6.7%	-2.6%

출처 : GlobalData(consumer.globaldata.com)

표 1.7 : 미국 인스턴트 차(Instant Tea) 시장규모<sup>11</sup>.

(단위 : 백만 달러)

	매출액(백만 달러)	전년대비 CAGR	CAGR(2013-2016) vs CAGR(2017-2018)
2013	23.98	6.2%	6.2% (2013-2016)
2014	25.46	6.2%	
2015	27.04	6.2%	
2016	28.72	6.2%	
2017	30.33	5.6%	5.1% (2017-2018)
2018	31.88	5.1%	

출처 : GlobalData(consumer.globaldata.com)

11. 2017, 2018년은 전망치를 나타냄



## Ⅱ. 시장 트렌드

### ※ 시장 트렌드 OVERVIEW

Market Trend 01. 화려한 유니콘 음료 인기

Market Trend 02. 홈메이드 호박 라떼

Market Trend 03. 유기농 음료 파우더 출시

Market Trend 04. 메이플, 버팔로 라떼

# 시장 트렌드 OVERVIEW

## 빅데이터 분석 개요

조사목적	미국 음료 시장 최신 트렌드 분석
수집 기간	2016.01.01. ~ 2017.10.01
수집 방법	토픽 모델링을 통한 이슈 선정. 이슈 시계열 분석
수집 채널	미국 식품정보원
입력 키워드	beverage powder, beverage mix
도출 기사	총 576건

## 트렌드 타임라인



### Market Trend 01. 화려한 유니콘 음료 인기

- 미국 현지 내 유니콘 푸드의 영향으로 인해 화려한 음료위에 다양한 색깔의 음료 파우더를 올린 유니콘 음료가 인기를 얻고 있음
- 현지 언론인 뉴욕 타임즈에 의하면 건강 전문 블로거이자 푸드 스타일리스트인 아델린 워프(Adeline Waugh)가 자신의 인스타그램에 천연 식용 색소를 넣은 음식으로 주목을 받으면서 유니콘 푸드라는 명칭으로 인기를 얻기 시작함

### Market Trend 02. 홈메이드 호박 라떼

- 미국 현지 커피 프랜차이즈인 스타벅스는 작년 가을 시즌에 맞춰 호박 라떼(Pumpkin spicy Latte) 제품을 한정판으로 판매하며 선풍적인 반응을 얻음. 이로 인해 현지 소비자들은 올해 가을에도 호박 라떼에 대한 관심이 높아지고 있음
- 이와 더불어 집에서 직접 제품을 만들어 섭취하는 홈메이드(Homemade) 호박 라떼 레시피 및 재료가 인기임. 홈메이드 호박 라떼는 직접 카페에 가지 않고 재료를 구매하여 소비자 개인의 취향에 맞게 조절하여 호박 라떼를 마실 수 있다는 것이 가장 큰 장점임

### Market Trend 03. 유기농 음료 파우더 출시

- 미국 음료 액상 및 파우더 제조 업체인 Stur는 2016년 업계 최초로 유기농 인증을 받은 음료 파우더 제품을 출시함. 출시된 제품의 종류는 열대 과일, 레모네이드, 라즈베리, 레몬 아이스티, 오렌지 총 5가지로 모두 유기농 과일에서 추출된 재료로 제조됨
- 또한 설탕 함유량을 타 경쟁제품의 75% 수준으로 줄여 소비자들의 건강을 고려한 제품임

### Market Trend 04. 메이플, 버팔로 라떼

- 미국 커피 프랜차이즈 스타벅스(Starbucks)는 2017년 신제품 메이플 피칸(Maple Pecan) 라떼를 출시함. 가을과 단풍잎에 영감을 받아 제작된 메이플 피칸 라떼는 일반 라떼에 메이플 시럽, 피칸, 버터가 첨가되어 다른 라떼 제품보다 더욱 강한 단맛이 남
- 패스트푸드 프랜차이즈 업체인 팀 호튼(Tim Hortons)은 미국 현지 내 최초로 버팔로 라떼(Buffalo latte)를 개발하여 화제임. 버팔로 라떼는 에스프레소, 우유, 모카와 위에 버팔로 소스를 얹어 맵고 달달한 맛이 나는 것이 특징임

유니콘 푸드  
(Unicorn food)



유니콘 푸드 영향으로 화려한 음료 제품 인기

미국 현지 내 유니콘 푸드의 영향으로 인해 화려한 음료 위에 다양한 색깔의 음료 파우더를 올린 유니콘 음료가 인기를 얻고 있음. 현지 언론인 뉴욕 타임즈의 자료에 따르면 건강 전문 블로거이자 푸드 스타일리스트인 아델린 워프(Adeline Waugh)가 자신의 인스타그램에 천연 식용 색소를 넣은 음식으로 주목을 받으면서 유니콘 푸드라는 명칭으로 인기를 얻기 시작함<sup>12</sup>.

이로 인해 현지 내 유니콘 푸드 영향을 받은 화려한 음료들이 대거 출시됨. 현지 내 인기 카페 프랜차이즈인 스타벅스(Starbucks)는 유니콘 푸드에 영감을 받아 유니콘 라떼, 유니콘 프라푸치노 등의 신제품을 출시하면서 현지 소비자들의 관심을 유도함<sup>13</sup>.

하지만 스타벅스의 유니콘 음료는 기존에 아델린 워프가 사용하였던 천연재료와는 달리 인공재료를 사용하였으며 설탕이 과다 함유되어 있어 건강에 해롭다는 평가를 받음<sup>14</sup>.

표 2.1 : 유니콘(Unicorn) 음료



출처 : Foodbabe(foodbabe.com)

12. The New York Times, ‘Unicorn Food’ Is Colorful, Sparkly and Everywhere’ 2017.04.19

13. Grub Street, ‘What’s the Deal With Starbucks’s New ‘Unicorn Frappuccinos?’’ 2017.04.14

14. Foodbabe, ‘The Worst Ingredient In Starbucks Unicorn Frappuccino & Why You Shouldn’t Drink It’ 2017.04.20



**직접 만들어 마시는 홈메이드(Homemade) 호박 라떼 레시피 인기**

미국 현지 커피 프랜차이즈인 스타벅스는 작년 가을 할로윈 시즌에 맞춰 호박 라떼(Pumpkin spicy Latte) 제품을 한정판으로 판매하며 선풍적인 반응을 얻음.<sup>15</sup> 이로 인해 현지 소비자들은 올해 가을에도 호박 라떼에 대한 관심이 높아지고 있음

이와 더불어 집에서 직접 제품을 만들어 섭취하는 홈메이드(Homemade) 호박 라떼 레시피와 관련 재료에 인기 대한 인기가 높음.. 홈메이드 호박 라떼는 직접 카페에 가지 않고 소비자가 재료를 구매하여 개인의 취향에 맞게 맛을 조절하여 호박 라떼를 마실 수 있다는 것이 가장 큰 장점임<sup>16</sup>.

호박 라떼 제조 재료로는 호박 퓨레, 호박 가루 등이 있으며 소비자의 취향에 따라 메이플 시럽이나 시나몬 가루를 첨가하기도 함

표 2.2 : 홈메이드(Homemade) 호박 라떼



출처 : The Kitchn([www.thekitchn.com](http://www.thekitchn.com)), Greatist([greatist.com](http://greatist.com))

15. Wtop, 'Starbucks debuts new fall beverage; brings back Pumpkin Spice Latte' 2016.09.01

16. Grastit, 'Make a Better Pumpkin Spice Latte (and Save Yourself a Trip)' 2016.08.06

Stur



### 유기농 인증 받은 음료 파우더 출시

미국 음료 액상 및 파우더 제조 업체인 Stur는 2016년 업계 최초로 유기농 인증을 받은 음료 파우더를 출시함. 출시된 제품의 종류는 열대 과일, 레모네이드, 라즈베리, 레몬 아이스티, 오렌지 총 5가지로, 모두 유기농 과일에서 추출된 재료로 제조됨. 또한 설탕 함유량을 타 경쟁제품의 75% 수준으로 줄여 소비자들의 건강을 고려함

Stur는 2012년도에 설립된 업체로 건강을 고려한 음료 액상 및 파우더 제품을 생산함. 해당 제품에 대해 미국 현지 소비자들의 관심이 높으며 단기간에 빠르게 성장함. 현재 10만 명 이상의 페이스북(Facebook), 트위터(Twitter), 핀터레스트 (Pinterest) 구독자를 보유하고 있으며 현지 인기 온라인 쇼핑몰인 아마존에서도 음료 파우더 부분 판매율 1위를 차지하고 있음<sup>17</sup>.

표 2.3 : Stur 유기농 음료 파우더 제품



출처 : Stur([www.sturdrinks.com](http://www.sturdrinks.com))

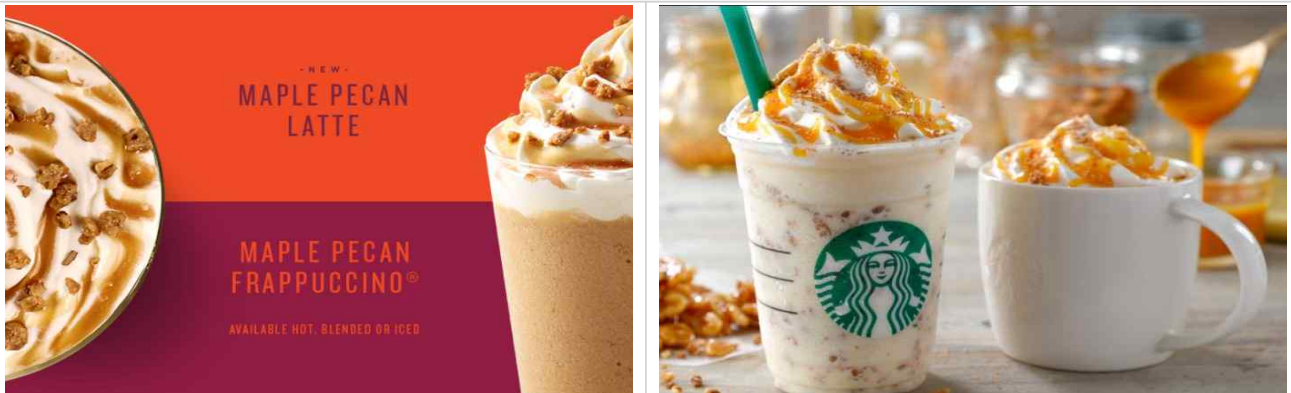
17. Bevnet, 'Stur Launches Organic-Certified Powder Drink Mix Sticks', 2016.11.01

**현지 내 메이플 피칸 라떼, 버팔로 라떼 출시**

미국 커피 프랜차이즈 스타벅스(Starbucks)는 2017년 신제품 메이플 피칸 (Maple Pecan) 라떼를 출시함. 가을과 단풍잎에 영감을 받아 제작된 메이플 피칸 라떼는 일반 라떼에 메이플 시럽, 피칸, 버터가 첨가되어 다른 라떼 제품보다 더욱 강한 단맛이 남. 하지만 메이플 피칸 라떼는 스니커즈 초콜릿 바보다 칼로리와 설탕이 더 높게 함유되어 있어 현지 소비자들 사이에서 건강에 좋지 않다는 논란이 일고 있음<sup>18</sup>.

패스트푸드 프랜차이즈 업체인 팀 호튼(Tim Hortons)은 미국 현지 내 최초로 버팔로 라떼(Buffalo latte)를 개발하여 화제임. 버팔로 라떼는 에스프레소, 우유, 모카와 위에 버팔로 소스를 얹어 맵고 달달한 맛이 나는 것이 특징임. 미국 현지 소비자들은 가을 시즌 인기 제품인 호박 라떼에 이어 버팔로 라떼가 유행을 할 것으로 전망하고 있음<sup>19</sup>.

표 2.4 : 메이플 피칸(Maple Pecan) 라떼 제품



출처 : CN Traveler([www.cntraveler.com](http://www.cntraveler.com))

표 2.5 : 버팔로(Buffalo) 라떼 제품



출처 : CN Traveler([www.cntraveler.com](http://www.cntraveler.com))

18. Dailymail, 'TSickly sweet! Starbucks' new fall drink the Maple Pecan Latte contains more calories than a SNICKERS - and even the smallest size has 70% of your recommended daily sugar intake', 2017.09.22  
19. TIME, 'The Buffalo Sauce Latte Is the Zesty Drink One Company Thinks America Deserves', 2017.10.13



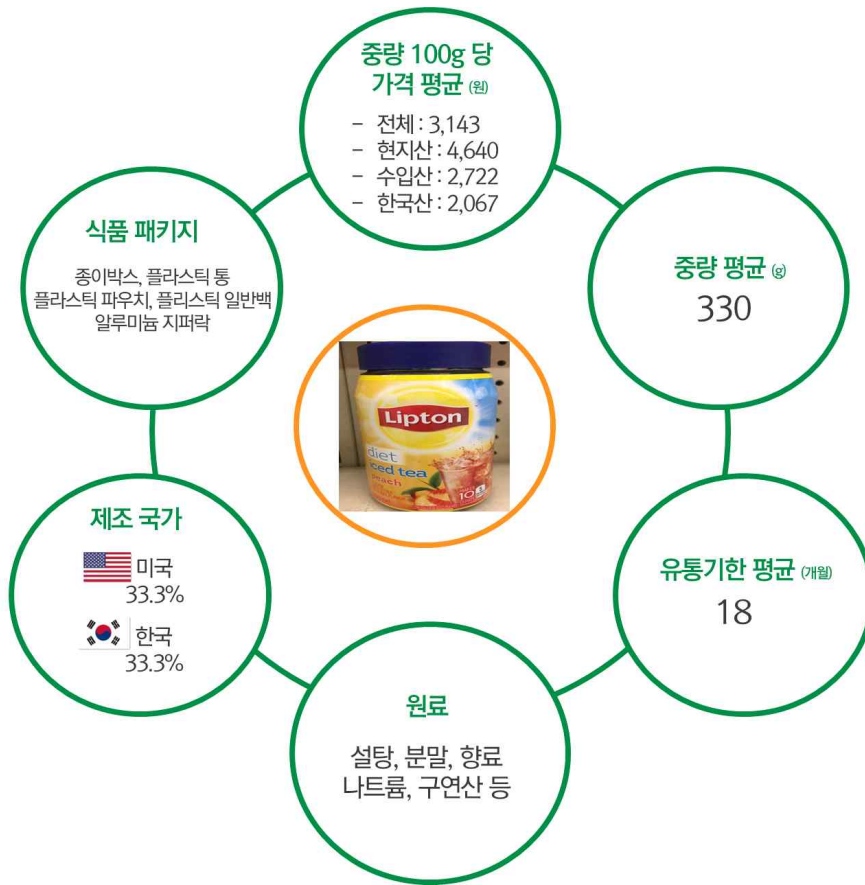


## Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

### ※ 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

1. 경쟁제품 선정
2. 정량 분석
3. 정성 분석
4. 현지 방문 조사자료

# 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW







※ 중량과 유통기한의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

	제품명	제조사	제조국가
1	Rose Flower Classic Milk Tea	E-Time	대만
2	Matcha Milk	GreenMax	
3	Genmai Matcha Latte Mix	Tradition	
4	Matcha Yuzu Booster	Maedaen	일본
5	Original Iced Green Tea	Yamamoto Yama	
6	미숫가루 라떼	담터	한국
7	레몬에이드	담터	
8	오미자차	고향	
9	시원한 울무차	녹차원	
10	아이스티 peach	오뚜기	
11	Sugar free wild purple smash	Hawaiian punch	미국
12	Diet iced tea	Lipton	
13	Electrolyte Berry	Propel	
14	Strawberry Watermelon	Great Value	
15	Black cherry limeade	True lime	

출처 : 현지방문조사(99 Ranch Market, Staterbros, Walmart, Zion Mart, 2017.10)

# 1. 경쟁제품 선정

## 방문 매장 선정

대형마트		대형마트	
99 Ranch Market	Staterbros	Walmart	Zion Mart
			
5402 Walnut Ave, Irvine, CA 92604	8522 Westminster Blvd, Westminster, CA 92683	13331 Beach Blvd, Westminster, CA 92683	4800 Irvine Blvd, Irvine, CA 92620

출처 : 현지방문조사(99 Ranch Market, Staterbros, Walmart, Zion Mart, 2017.10)

## 현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 15개 선정<sup>20</sup>.

	제품명	제조사	제조국가
1	Rose Flower Classic Milk Tea	E-Time	대만
2	Matcha Milk	GreenMax	
3	Genmai Matcha Latte Mix	Tradition	
4	Matcha Yuzu Booster	Maedaen	일본
5	Original Iced Green Tea	Yamamoto Yama	
6	미숫가루 라떼	담터	한국
7	레몬에이드	담터	
8	오미자차	고향	
9	시원한 울무차	녹차원	
10	아이스티 peach	오뚜기	미국
11	Sugar free wild purple smash	Hawaiian punch	
12	Diet iced tea	Lipton	
13	Electrolyte Berry	Propel	
14	Strawberry Watermelon	Great Value	
15	Black cherry limeade	True lime	

출처 : 현지방문조사(99 Ranch Market, Staterbros, Walmart, Zion Mart, 2017.10)

## 분석 지표 설정 - 6개 항목

정량지표		정성지표	
1	중량(g)	4	제조국가
2	가격(원)	5	포장형태
3	유통기한(개월)	6	주원료

20. 수출입통계의 수입액의 경우, HS CODE 2106.90.98(음료의 제조에 대한 조제품) 하위항목인 HS CODE 2106.90.9873(기타) 기준으로 집계된 수치임. 본 현지조사는 음료 파우더의 동종 및 유사 제품을 대상으로 조사가 진행되기 때문에 수출입 통계에서 수입액1위를 차지한 국가의 제품이 조사되지 않을 수 있음

## 2. 정량 분석

### 미국 내 유통 중인 음료 파우더 제품, 100g당 평균 가격 3,143원<sup>21</sup>.

미국 현지 대형마트 방문 결과 미국 내 판매 중인 음료 파우더 제품의 100g당 평균 가격은 3,143원으로 확인되었음. 100g당 평균 가격은 현지산 제품이 4,640원으로 가장 높았고, 한국산 제품이 100g 당 평균가격 2,067원으로 가장 낮게 나타남

단일 제품 가격이 가장 비싼 제품은 미국산 Propel의 Electrolyte Berry 제품으로 100g당 가격이 13,928원임. 반면 가장 저렴한 제품은 미국산 True lime의 Black cherry limeade로 약 50배 저렴한 259원으로 조사됨

현지 마트에서 조사된 15개 경쟁 제품의 평균 중량은 330g이며, 유통기한은 평균 18개월임

표 3.1 : 제조 국가별 중량(100g) 당 가격

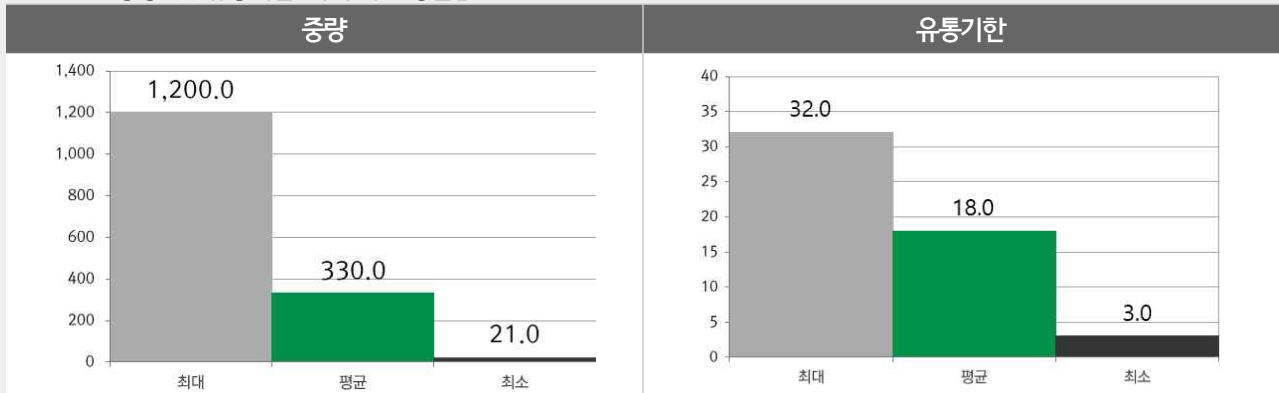
(단위 : 원)



출처 : 현지방문조사(99 Ranch Market, Staterbros, Walmart, Zion Mart, 2017.10), 15개 제품 기준

표 3.2 : 중량 및 유통기한 최대·최소·평균값

(단위 : g, 개월)



출처 : 현지방문조사(99 Ranch Market, Staterbros, Walmart, Zion Mart, 2017.10), 15개 제품 기준

21. 1(USD) = 1,118원(KRW)(KEB하나은행 고시기준, 2017.11.01.), 경쟁제품 가격 분석을 위해 현지 화폐단위인 'USD'을 한화로 전환하여 제시함

### 3. 정성 분석

#### 음료 파우더 제품, 대부분 종이박스 외장재 사용 중

미국 내 15개 경쟁제품 중 10개 제품이 종이박스를 외장재로 사용하고 있음. 2개 제품은 플리스틱 통을 사용하고 있으며 나머지 3개의 제품은 각각 플라스틱파우치, 플라스틱 일반백, 알루미늄 지퍼락을 사용하고 있는 것으로 조사됨

#### 제품 주요 성분

현지 조사로 확인된 음료 파우더 제품들은 설탕, 분말, 향료, 나트륨, 구연산 등을 함유하고 있음. 주로 단맛을 내기 위해 과일향료나 주스, 설탕 등을 원료로 이용하는 것으로 나타남

#### 제조국가

미국 현지 2개의 매장에서 파우더 제품 15개를 조사한 결과, 6개의 제품이 태국 제품으로 나타났으며 나머지 수입산 제품으로는 일본, 대만, 한국, 필리핀 제품으로 확인됨. 현지에서 제조된 제품은 Huy Fong Foods사의 2개 제품만 확인됨

표 3.3 : 경쟁제품 패키지 분류

종이박스				
				
				
플리스틱 통				
				
플라스틱 파우치		플라스틱 일반백		알루미늄 지퍼락
				

출처 : 현지방문조사(99 Ranch Market, Staterbros, Walmart, Zion Mart, 2017.10)

### 3. 정성 분석

표 3.4 : 경쟁제품 원료 목록

제품명	원료
Rose Flower Classic Milk Tea	설탕, 유제품 크리머, 분유, 즉석 홍차 가루, 메이플 설탕, 인스턴트 로즈 파우더
Matcha Milk	설탕, 탈유지 크리머(옥수수 시럽, 수소화 코코넛 유, 카세인 나트륨, 구연산칼륨, 이산화규소, 지방산 글리세린 에스테르, 스테아르 일 락틸 산 나트륨, 인산 수소 칼륨, 탄산나트륨), 말 콩 파우더, 분유
Genmai Matcha Latte Mix	설탕, 유제품 크리머(옥수수 시럽 고형분, 수소화 코코넛 유, 유장 분말, 인산 수소 칼륨, 카세인 나트륨, 지방산 글리세린 에스테르, 폴리인산 칼륨, 실리코 알루미네이트 나트륨, 스테아르 일 락틸레이트 나트륨, 인공 향료, 착색제(안나 두, 심황), 포도당, 분유, 겐 마이, 녹차 가루, 구아 검
Matcha Yuzu Booster	설탕, 일본 녹차 분말(말차), 말토 덱스트린, 유자 감귤류 분말
Original Iced Green Tea	자연 줄기 설탕 및 100 % 순수 가루 차
미숫가루 라떼	검은 참깨와 쌀 혼합 분말, 현미 분말, 콩가루, 검은 콩 분말, 수수 분말, 달콤한 쌀가루, 아재 크림 분말, 설탕, 소금
레몬에이드	복숭아 농축 주스 파우더(복숭아 농축액, 덱스트린, 천연 및 인공 복숭아 맛, 구연산나트륨, 아라비아 검), 홍차 추출물 파우더, 설탕, 자일리톨(설탕, 자일 로스, 투명한 말토 덱스트린), 구연산
오미자차	설탕, 오미자 분말, 말산, 구연산나트륨, 이산화규소, 캐러멜, 구연산, 오미자 맛
시원한 울무차	설탕, 땅콩 분말(물엿, 땅콩버터, 식물성 기름, 카제인 나트륨, 유화제, 유청가루, 쌀가루)
아이스티 peach	복숭아 주스 파우더, 홍차 추출물 파우더, 정제 설탕, 덱스트린, 말산, 구연산, 비타민 C, 정제 소금, 복숭아 향 파우더
Sugar free wild purple smash	아세트산 칼륨, 아스코르브 산(비타민 C), 셀룰로오스 겜, 펙틴, 구아 검, 인산이 나트륨, 산화마그네슘
Diet iced tea	설탕 파우더, 아스파탐(감미료), 아 세설 팜 칼륨(비 영양성 감미료), 산화마그네슘(케이이크 방지), 내추럴 향료, 복숭아 주스 고형분 등을 함유하고 있습니다. 영양 감미료와 비 영양 감미료로 감미료
Electrolyte Berry	구연산, 소금, 구연산 나트륨, 인산 일 칼륨, 말토 덱스트린, 아스 코르 빈산(비타민 C), 수크랄로스, 설탕, 천연 향료, 이산화규소, 니아신 아마이드(비타민 B3), 아 세설 팜 칼륨, EDTA 칼슘(맛 보존(비타민 B5), 비타민 E 아세테이트, 피리독신 염산염(비타민 B6), 크노 코발라민(비타민 B12)
Strawberry Watermelon	시트르산, 말산, 천연 및 인공 향료, 구연산 나트륨, 아스파탐, 아 세설 팜 칼륨, 산화 마그네슘, 구연산칼슘, 아라비아고무, 크산탄 검, 적색 40, 청색 1, 인공 색소 2 %
Black cherry limeade	사탕수수, 결정 석회(시트르산, 라임 주스, 라임 오일), 천연 향료, 스테비아 잎 추출물, 비트 주스 및 포도 주스(색상 용), 비 GMO

출처 : 현지방문조사(99 Ranch Market, Staterbros, Walmart, Zion Mart, 2017.10), 15개 제품 기준

표 3.5 : 경쟁제품 제조국가

제품명	제조국가	제조국가 비중
Rose Flower Classic Milk Tea	대만	
Matcha Milk		
Genmai Matcha Latte Mix		
Matcha Yuzu Booster		
Original Iced Green Tea		
미숫가루 라떼	일본	
레몬에이드		
오미자차		
시원한 울무차		
아이스티 peach		
Sugar free wild purple smash	한국	
Diet iced tea		
Electrolyte Berry		
Strawberry Watermelon		
Black cherry limeade		
	미국	

출처 : 현지방문조사(99 Ranch Market, Staterbros, Walmart, Zion Mart, 2017.10), 15개 제품 기준







## 4. 현지 방문 조사자료

### 현지 조사 정보

미국 현지 유통매장 방문을 통해 조사된 제품의 기본 스펙 및 취급업체 정보를 다음과 같이 제공함

분류		제품 01	제품 02
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	E-Time	GreenMax
	제품명	Rose Flower Classic Milk Tea	Matcha Milk
	중량(g)	315	201
	가격(USD)	5.59	3.49
	외장재	플라스틱 파우치	종이박스
	원료	설탕, 유제품 크리머, 분유, 즉석 홍차 가루, 메이플 설탕, 인스턴트 로즈 파우더	설탕, 탈유지 크리머(옥수수 시럽, 수소화 코코넛 유, 카세인 나트륨, 구연산칼륨, 이산화규소, 지방산 글리세린 에스테르, 스테아르 일 락틸 산 나트륨, 인산 수소 칼륨, 탄산나트륨), 말 콤 파우더, 분유
	유통기한(개월)	24	24
제조국가	대만	대만	
취급처	판매확인 매장		
		99 Ranch Market	99 Ranch Market

# 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 03	제품 04
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Tradition	Maedaen
	제품명	Genmai Matcha Latte Mix	Matcha Yuzu Booster
	중량(g)	108	120
	가격(USD)	1.99	4.99
	외장재	종이박스	알루미늄 지퍼락
	원료	설탕, 유제품 크림머(옥수수 시럽 고품분, 수소화 코코넛 유, 유장 분말, 인산 수소 칼륨, 카세인 나트륨, 지방산 글리세린 에스테르, 폴리인산칼륨, 실리코 알루미 네이트 나트륨, 스테아르 일 락틸 레이트 나트륨, 인공 향료, 착색제(안나 투, 심황), 포도당, 분유, 겐 마이, 녹차 가루, 구아 검	설탕, 일본 녹차 분말(말차), 말토 덱스트린, 유자 감귤류 분말
유통기한(개월)	30	3	
제조국가	대만	일본	
취급처	판매확인 매장	99 Ranch Market	Zion Mart



## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 05	제품 06
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Yamamoto Yama	담터
	제품명	Original Iced Green Tea	미숫가루 라떼
	중량(g)	150	240
	가격(USD)	3.99	3.99
	외장재	종이박스	종이박스
	원료	자연 줄기 설탕 및 100 % 순수 가루 차	검은 찹깨와 쌀 혼합 분말, 현미 분말, 콩가루, 검은 콩 분말, 수수 분말, 달콤한 쌀가루, 야채 크림 분말, 설탕, 소금
	유통기한(개월)	14	11
	제조국가	일본	한국
취급처	판매확인 매장 Zion Mart	Zion Mart	


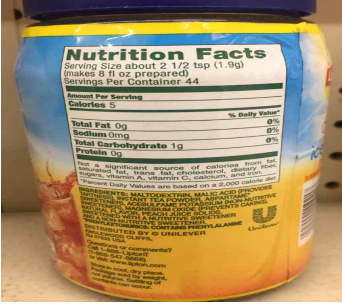
## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 07	제품 08
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	담터	고향
	제품명	레몬에이드	오미자차
	중량(g)	1200	400
	가격(USD)	12.49	10.49
	외장재	종이박스	플라스틱 일반백
	원료	복숭아 농축 주스 파우더(복숭아 농축액, 덱스트린, 천연 및 인공 복숭아 맛, 구연산나트륨, 아라비아 검), 홍차 추출물 파우더, 설탕, 자일리톨(설탕, 자일로스, 투명한 말토 덱스트린), 구연산	설탕, 오미자 분말, 말산, 구연산나트륨, 이산화규소, 캐러멜, 구연산, 오미자 맛
유통기한(개월)	17	14	
제조국가			
취급처	판매확인 매장	Zion Mart	Zion Mart

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 09	제품 10
제품 이미지	앞면		
	뒷면		
제품 스펙	제조사명	녹차원	오뚜기
	제품명	시원한 울무차	아이스티 peach
	중량(g)	200	280
	가격(USD)	4.99	3.99
	외장재	종이박스	종이박스
	원료	설탕, 당콩 분말(물엿, 당콩버터, 식물성 기름, 카제인 나트륨, 유화제, 유청가루, 쌀가루)	복숭아주스파우더, 홍차추출물 파우더, 정제설탕, 덱스트린, 말산, 구연산, 비타민 C, 정제소금, 복숭아 향 파우더
	유통기한(개월)	21	25
	제조국가	한국	한국
취급처	판매확인 매장 Zion Mart	Zion Mart	

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 11	제품 12
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Hawaiian punch	Lipton
	제품명	Sugar free wild purple smash	Diet iced tea
	중량(g)	21	762
	가격(USD)	0.99	4.99
	외장재	종이박스	플라스틱 통
	원료	아세트산 칼륨, 아스코르브 산(비타민 C), 셀룰로오스 겜, 펙틴, 구아 겜, 인산이 나트륨, 산화마그네슘	설탕 파우더, 아스파탐(감미료), 아 세설 팜 칼륨(비 영양 성 감미료), 산화마그네슘(케이프 방지), 내추럴 향료, 복숭아 주스 고형분 등 함유. 영양 감미료와 비 영양 감미료로 감미료
	유통기한(개월)	32	10
제조국가	미국	미국	
취급처	판매확인 매장		
		Starter Bros	Starter Bros

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 13	제품 14
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Propel	Great Value
	제품명	Electrolyte Berry	Strawberry Watermelon
	중량(g)	24	72
	가격(USD)	2.99	1.98
	외장재	종이박스	플라스틱 통
	원료	구연산, 소금, 구연산나트륨, 인산 일 칼륨, 말토 덱스트린, 아스 코르 빈산(비타민 C), 수크랄로스, 설탕, 천연 향료, 이산화규소, 니아신아미드(비타민 B3), 아 세설 팜 칼륨, EDTA 칼슘(맛 보존)(비타민 B5), 비타민 E 아세테이트, 피리독신 염산염(비타민 B6), 크노 코발라민(비타민 B12)	시트르산, 말산, 천연 및 인공 향료, 구연산나트륨, 아스파탐, 아 세설 팜 칼륨, 산화마그네슘, 규산칼슘, 아라비아고무, 크 산탄 검, 적색 40, 청색 1, 인공 색소 2 %
	유통기한(개월)	5	23
제조국가	미국	미국	
취급처	판매확인 매장		
		Starter Bros	Walmart

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 15
제품이미지	앞면	
	뒷면	
제품스펙	제조사명	True lime
	제품명	Black cherry limeade
	중량(g)	850
	가격(USD)	1.97
	외장재	종이박스
	원료	사탕수수, 결정 석회(시트르산, 라임 주스, 라임 오일), 천연 향료, 스테비아 잎 추출물, 비트 주스 및 포도 주스(색상 용), 비 GMO
	유통기한(개월)	21
	제조국가	미국
취급처	판매확인 매장	Walmart



# IV. 경쟁사 분석

## ※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

# 경쟁사 분석 OVERVIEW



		Lipton	담터	Hawaiian Punch
		영국	한국	미국
기업 개요	설립년도	1890년	1995년	1993년
	본사 소재지	영국	한국	미국
	직원 수	약 169,000명(2016년) <sup>22</sup> .	약 100명(2016년)	약 20,000명(2017년) <sup>23</sup> .
	매출액	약 52억 7,110만 유로 (2017년) <sup>24</sup> . 한화 약 7조 18억 원	약 410억 원	약 64억 달러(2017년) <sup>25</sup> . 한화 약 7조 1,583억 원
	취급품목	음료 파우더	음료 파우더	음료 파우더
제품 정보				
		아이스 티	단호박 차	주스 파우더
홍보 전략	온라인 홍보	<ul style="list-style-type: none"> <li>- SNS를 활용한 홍보</li> <li>- 다양한 SNS 채널을 활용한 제품 홍보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 홈페이지를 활용한 홍보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 홈페이지 및 SNS를 활용한 홍보</li> </ul>
	캐치 프레이즈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Be more tea</li> <li>- 차를 마시며 가끔은 느긋하게 인생을 즐겨봐라</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Take your time with a cup of tea</li> <li>- 건강한 삶을 위한 차 한 잔의 여유</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- How about a nice Hawaiian Punch?</li> <li>- 상쾌한 하와이안 펀치 언제?</li> </ul>

22. 개별정보를 수취할 수 없어, 모기업인 Unilever의 정보를 기재함

23. 개별정보를 수취할 수 없어, 모기업인 Dr Pepper Snapple Group의 정보를 기재함

24. 개별정보를 수취할 수 없어, 모기업인 Unilever의 정보를 기재함

25. 개별정보를 수취할 수 없어, 모기업인 Dr Pepper Snapple Group의 정보를 기재함



# 1. 경쟁사 선정

## 경쟁사 선정 프로세스

방법론 01. 온라인 쇼핑물 조사 ..... 온라인 쇼핑물 조사

- 키워드 : Beverage Powder(음료 파우더), Juice Powder(주스 파우더), Tea Powder(티 파우더)
- 온라인 쇼핑물 분석
  - ebay
  - Fresh Direct, LLC
  - Amazon Fresh

방법론 02. 오프라인 매장 조사 ..... 오프라인 매장 방문

- 미국 현지 하이퍼마켓 방문(2017.10)
  - Walmart
  - Zion Mart
  - 99 Ranch Market

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

방법론 01(온라인 쇼핑물 조사)  
+ 방법론 02(오프라인 매장 방문 조사)

영국, 한국, 미국 기업 총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과

영국	한국	미국
		
· 경쟁 제품 보유 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 경쟁 제품 보유 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 경쟁 제품 보유 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>
· 온라인 쇼핑물 조사 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑물 조사 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑물 조사 ..... <input checked="" type="checkbox"/>
· 오프라인 매장 판매확인 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>

## 2. 경쟁사별 현황파악

### Lipton 정보

- 대표 전화 : +31-(0)-10-217-4000
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 런던 (London)

출처 : Lipton(www.lipton.com)

### 영국 기업 분석 : Lipton

Lipton은 홍차를 비롯해 녹차, 아이스티, 허브티 등을 제조 및 판매하는 영국의 차(茶) 브랜드임. 1938년 립톤의 경영권만 영국의 유니레버(Unilever)에게 넘어갔으나, 1972년에는 립톤 전체가 유니레버에 인수됨. 유니레버의 산하에서 립톤은 홍차, 허브티, 녹차 등 다양한 차 제품을 출시하며 지금의 제품군을 보유하게 되었음

### [기업 개요]

- ① 설립년도 ..... 1890년
- ② 직원수 ..... 약 169,000명(2016년)
- ③ 매출액 ..... 약 52억 7,110만 유로 (2017년)
- ④ 취급품목 ..... 음료 파우더



출처 : Lipton(www.lipton.com)

### [제품 정보]

온오프라인  
확인 제품



레몬 티



복숭아 티



그린 티

출처 : Lipton(www.lipton.com)

### [홍보 전략]

온라인 홍보

홈페이지를 활용한 홍보



- Facebook, Twitter, Instagram 등 다양한 SNS 매체를 이용
- 각 사이트의 특성에 맞는 홍보물 게시로 고객에게 더 쉽고 친근하게 접근하고 있음

캐치프레이즈

“Be more tea”



- ‘차를 마시며 가끔은 느긋하게 인생을 즐겨봐라’
- ‘Be more tea’ 라는 캐치프레이즈를 통해 바쁜 현대인들이 가끔은 차와 함께 여유를 가지고 삶을 돌아보도록 고무시킴

출처 : Lipton(www.lipton.com)

## 2. 경쟁사별 현황 파악

### 담터 정보

- 대표 전화 : +82-1899-3931
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 포천

출처 : 담터 (www.damtuh.com)

### 한국 기업 분석 : 담터

담터는 식품원료 및 차(茶)를 생산 및 유통하는 기업으로, 현재 중국의 북경, 상해, 심양, 홍콩과 미국의 LA에 지사를 두고 있음. 주요 품목으로 울무 차, 단호박 차, 유자 차등이 있으며, ISO9001 인증을 취득해 식품위생과 품질향상에도 힘쓰고 있음

### [기업 개요]

- ① 설립년도 ..... 1995년
- ② 직원수 ..... 약 100명(2016년)
- ③ 매출액 ..... 약 410억 원(2016년)
- ④ 취급품목 ..... 음료 파우더



출처 : 담터 (www.damtuh.com)

### [제품 정보]

온(오프)라인  
확인 제품



울무 차



마 차



미숫가루

출처 : 담터 (www.damtuh.com)

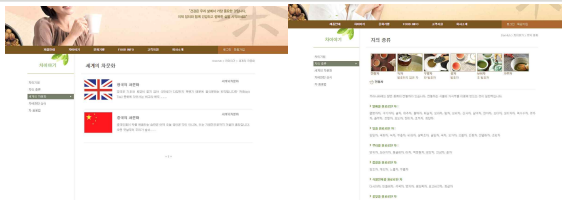
### [홍보 전략]

온라인 홍보

캐치프레이즈

차에 관한 흥미로운 팁을 제공해 제품 홍보

"Take your time with a cup of tea"



- 자사 홈페이지에 제품에 대한 흥미로운 팁을 제공해 자사 제품 홍보

- '건강한 삶을 위한 차 한잔의 여유'
- 당사의 차 제품과 함께 고객이 건강하고 행복한 삶을 누리게 돕겠다는 브랜드 이미지를 강조함

출처 : 담터 (www.damtuh.com)

## 2. 경쟁사별 현황파악

### Hawaiian Punch 정보

- 대표 전화 : +1-972-673-7000
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 텍사스(Texas)

출처: Hawaiian Punch(www.hawaiianpunch.com)

### 미국 기업 분석 : Hawaiian Punch

Hawaiian Punch는 과일음료 제조 및 판매업체로, Dr Pepper Snapple Group의 자회사로 1934년 설립됨. 본래 용도는 아이스크림 토폭이었지만, 이후 고객들이 물에 섞어 마시면서 지금의 형태로 발전함. 다양한 과일 맛의 하와이안 펀치 음료를 제조하며, 그 종류로는 사과, 구아바, 오렌지, 파인애플 등이 있음

#### [기업 개요]

- ① 설립년도 ..... 1993년
- ② 직원수 ..... 약 20,000명(2017년)
- ③ 매출액 ..... 약 64억 달러(2017)
- ④ 취급품목 ..... 음료 파우더



출처 : Hawaiian Punch (www.hawaiianpunch.com)

#### [제품 정보]

온(오프)라인  
확인 제품



주스 파우더(파인애플)



주스 파우더(그린 베리)



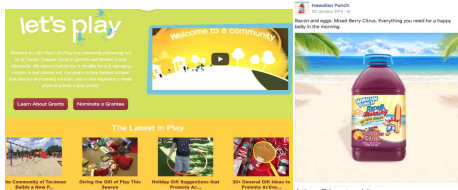
주스 파우더(레몬 베리)

출처 : Hawaiian Punch (www.hawaiianpunch.com)

#### [홍보 전략]

온라인 홍보

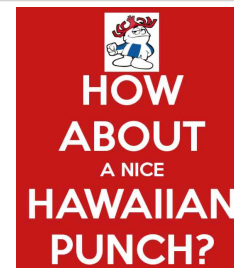
흥미로운 콘텐츠를 이용한 제품 홍보



- 자사 홈페이지의 플래시 게임 그리고 SNS를 통한 홍보를 통해 자사 제품 홍보

캐치프레이즈

"How about a nice Hawaiian Punch?"



- '상쾌한 하와이안 펀치 어때?'
- 다소 직접적으로 하와이안 펀치의 상쾌한 맛을 어필해 고객들에게 자사제품을 강렬하게 홍보 함

출처 : Hawaiian Punch (www.hawaiianpunch.com)

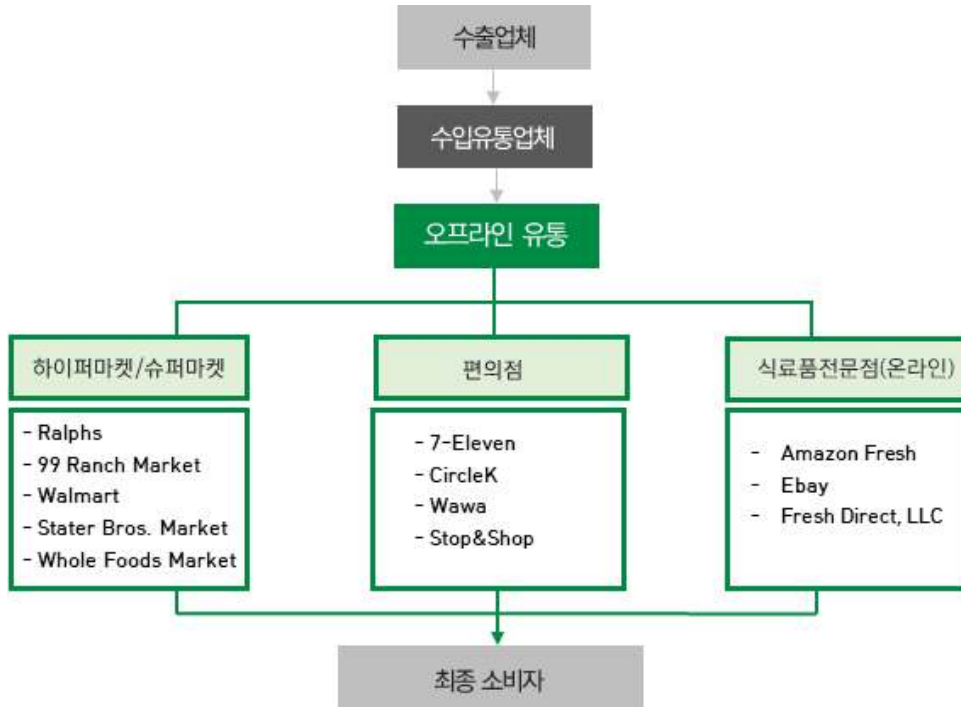
# V. 유통구조 현황

## ※ 유통구조 현황 OVERVIEW

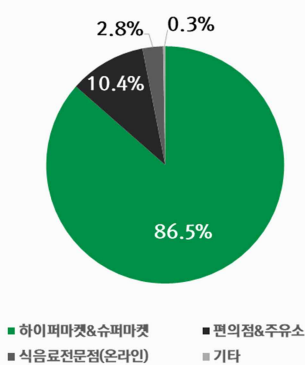
1. 현지 진출 주요 경로
2. 전문가 인터뷰

# 유통구조 현황 OVERVIEW

## 현지 유통구조 Map



## 현지 유통채널별 유통점유율



### 유통채널별 정의 및 특징

- **하이퍼마켓·슈퍼마켓**  
: 식품, 일용 잡화, 의료품, 화장품 등의 가정용품을 모두 갖추어 놓고 판매하는 매장
  - 면적 2,300㎡ 이상(하이퍼마켓)
  - 면적 280~2,300㎡ 이상(슈퍼마켓)
- **편의점** : 고객의 편의를 위해 24시간 문을 여는 잡화점
- **식품전문점(온라인)**  
: 온라인 상점을 포함하여 식음료를 통해 수입의 대부분을 창출하는 소매점
- **기타** : 온트레이드(레스토랑, 호텔, 바, 식당 등)를 제외한 기타 소매점

출처 : Global Data(2015), 'Non-Alcoholic Beverages' 유통점유율 기준

# 1. 현지 진출 주요 경로

## 시장 점유율<sup>26</sup>.

Global Data의 ‘Non-Alcoholic Beverages’ 품목의 유통 채널별 비중을 비교 및 분석한 결과, 2015년 기준 미국의 하이퍼마켓·슈퍼마켓의 시장 점유율은 86.5%로 절대적으로 높게 나타남. 다음으로는 편의점이 10.4%의 점유율을 차지하였으며, 온라인을 포함한 식음료전문점이 2.8%, 기타가 0.3%의 점유율을 기록함


## ROUTE #1. 하이퍼마켓&슈퍼마켓

### : 오랜 역사를 지닌 대형마트, 주류를 제외한 미국 음료시장 장악

미국의 하이퍼마켓과 슈퍼마켓은 오랜 역사를 지니고 있어서 대부분의 지역에서 대형마트를 쉽게 찾아볼 수 있음. 따라서 하이퍼마켓·슈퍼마켓에 입점할 경우 많은 미국 소비자들에게 쉽게 접근할 수 있다는 장점이 있음. 또한, 대형 하이퍼마켓·슈퍼마켓은 수입식품만 따로 분류하여 판매하는 수입식품 전용관을 운영하기 때문에 한국산 제품 취급비율이 타 채널에 비해 높음<sup>27</sup>.

또한, 유기농 시장의 확대에 따라 대형 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓 체인들은 유기농 제품에 대한 라인업 확충과 자사 제품 출시를 하는 등 시장 확보 노력을 기울이고 있음. 기존 고가격의 제품이 강세를 이루고 있었다면, 최근에는 구매력이 비교적 약한 밀레니얼 세대를 타깃으로 한 저렴한 유기농 제품을 판매하고 있음

표 5.1 : 하이퍼마켓/슈퍼마켓으로 유통하는 수입사 정보

 하이퍼마켓/슈퍼마켓	<b>1. International Distributors</b>	
	홈페이지	www.mexproducts.com
	기업 개요	주로 멕시코 식품을 취급하지만 해외 식품도 취급을 하고 있음. 도소매업으로 유통하고 있지만 슈퍼마켓과 식품점에도 납품을 하고 있음
	<b>2. CW USA</b>	
	홈페이지	www.cw-usa.com
	기업 개요	커피, 다양한 차종류, 카푸치노 파우더를 취급함. 해당 업체는 로스팅 기계가 있지만 대부분 제조업체에서 제품을 받아서 판매함. 대부분의 제품을 수입보다는 미국 내에서 납품 받고 있음
	<b>3. Bulk office supply</b>	
	홈페이지	www.bulkofficesupply.com
	기업 개요	다양한 음료 베이스를 취급하며 유명 브랜드만을 취급하고 있음. 주로 하이퍼마켓과 온라인 쇼핑몰, 소매업에 유통함

26. 유통채널별 점유율의 경우 2016년도 자료가 없어, 가장 최신 자료인 2015년도 자료로 대체함

27. The balance, ‘2016 US Retail Industry Overview’, 2017.07.16



# 1. 현지 진출 주요 경로


## ROUTE #2. 편의점

### : 미국 내 아시아계 브랜드 편의점의 돌풍

편의점은 약 10.4%로 미국 내 주류를 제외한 음료시장에서 2위를 차지하고 있으며, 4년간 점유율에 큰 변화는 없었음. 글로벌 정보분석기업 Nielsen의 조사에 따르면 전체 편의점 시장은 2012년 이후 지속적으로 성장해 왔으며, 2016년에는 154,500개 이상으로 매장 수가 늘어남. 이는 2015년 가스 판매를 제외한 미국의 편의점 매출 1,379억 달러에서 2016년에는 최소 1,404억 달러로 전년도 대비 약 1.8%의 성장률을 보이는 결과를 가져옴<sup>28</sup>.

현재 미국 내 편의점 업계 점유율 1위는 일본 기업인 세븐일레븐임. 후발 주자들은 미국 본토 기업 또는 캐나다 기업이었으나 최근 일본 내 동종업계 점유율 2위인 로손이 해외 매장 확장전략의 일환으로 미국 체인망을 사들이려는 시도를 하고 있으며, 이에 따라 일본 및 아시아계 브랜드의 미국 시장 진출이 본격화 될 것으로 예상됨<sup>29</sup>.

표 5.2 : 편의점으로 유통하는 수입사 정보

 <p>편의점</p>	<b>1.</b> Mitsui Foods, Inc.	
	홈페이지	www.mitsuifoods.com
	기업 개요	직접적으로 음료 베이스를 유통하지 않지만 원료를 취급하고 있음. 주로 편의점을 포함해 온라인으로 유통함. 식료품은 해외에서 수입을 하고 있음
	<b>2.</b> Lollicup USA, Inc.	
	홈페이지	lollicupusa.com
	기업 개요	제조, 유통, 도매를 하는 업체로 식품보다는 주로 컵이나 용기, 포장용품을 제조함. 하지만 음료파우더를 취급하고 있으며, 수입하여 판매함
	<b>3.</b> Frozen drink mixes	
	홈페이지	www.frozendrinkmixes.com
	기업 개요	음료파우더 자체 브랜드를 유통하는 업체임. 주로 편의점, 도매업, 주류 판매점으로 유통함

28. emarketer, 'Growth Story: Convenience Stores Ring Up Gains', 2017.05.19

29. CPS, 'Lawson Looking to Acquire U.S C-Stores', 2016.06



# 1. 현지 진출 주요 경로

## ROUTE #3. 식음료전문점(온라인)

: 소비 패턴 변화의 중심, 온라인 쇼핑몰<sup>30</sup>.

미국에서는 정보통신이 각 분야에서 응용되고 있음. 미국 통계국(US Census Bureau)에 의하면, 2008년부터 2017년까지 미국의 온라인 시장은 연평균 11%이상 성장하고 있음. 아마존의 성장으로 Shopbop, Modcloth, Front Row Shop, Fab등과 같은 온라인 쇼핑몰의 인기가 크게 높아지고 있음. 또한 Nasty Gal과 My Habit은 이베이와 아마존에서 브랜드를 알리며 중기업으로 성장해 신규업체 및 중소기업의 성공 가능성을 보여줌

소비자들의 온라인 쇼핑몰에 대한 신뢰가 상승하면서 소비자의 소비패턴과 소비문화에 변화가 나타났는데, 가장 큰 변화로는 소비자의 수요에 맞게 사이트가 세분화된 것임. DIY(Do It Yourself), 아기용품, 보석류, 남성용품 전문점 등 제품별로 취급 사이트가 세분화됨. 또한, 한국에 비해 더딘 처리 속도를 보완하고 저렴한 배송비를 제공하면서 온라인 쇼핑몰을 이용하는 소비자들이 증가하고 있음

표 5.3 : 온라인으로 유통하는 수입사 정보



<b>1.</b>		<b>Web Staurant Store</b>
홈페이지	www.webstaurantstore.com	
기업 개요	대부분 제품 공급은 제조업체로부터 직접 받고 있으며, 미국에 있는 식료품을 온라인을 통해 납품하고 있음	
<b>2.</b>		<b>Gordon</b>
홈페이지	www.gfs.com	
기업 개요	해당 업체는 미국과 캐나다에 식품을 유통하고 있음. 제품 공급은 직접제조 업체로부터 받거나 또 다른 공급처에서 공급 받으며 학교, 건강관리 센터, 식당에 온라인을 통해 유통함	
<b>3.</b>		<b>CBC</b>
홈페이지	www.cbcbbev.com	
기업 개요	주로 커피제품을 유통하는 업체로 차, 주스, 레모네이드 등의 RTD(Ready to drink)제품을 제조하여 온라인으로 유통함	

30. 미국 통계청, 'Quarterly Retail E-commerce Sales 2nd Quarter 2017', 2017.08.17

## 2. 전문가 인터뷰

### 인터뷰 대상 및 일시

음료 베이스 제품 수입·유통업체  
대상 인터뷰 진행

(2017년 10월)

### Q1. 음료 베이스의 시장 트렌드는 어떠한가요?

“현재 당사는 미국 일부 주에만 음료 베이스를 납품하고 있으며, 제품에 대한 소비자들의 수요는 점점 높아지고 있습니다. 또한, 음료 베이스의 가격이 작년에 비해 소폭 감소했는데, 이는 소비자의 수요가 늘어남에 따라 발생한 것으로 판단되며, 앞으로 음료 베이스 시장이 크게 성장할 것이라고 사료됩니다.”

음료베이스 유통 업체

Frozen drink mixes 담당자와의 인터뷰 中, 2017.10

“미국 현지에서 당사가 취급하고 있는 음료 베이스의 시장 수요는 전반적으로 좋은 편이며, 당사는 대부분 유명 브랜드의 음료 베이스를 취급하고 있습니다. 대부분의 제품의 가격은 작년과 비교해 큰 차이가 없습니다. 이로 보아 유명 브랜드의 제품은 가격 탄력성이 낮은 것으로 판단됩니다.”

음료 베이스 유통 업체

Bulk office supply 담당자와의 인터뷰 中, 2017.10

### Q2. 음료 베이스의 구매요인은 무엇인가요?

“현지의 소비자들은 음료 베이스의 가격을 가장 중요하게 생각하며, 제품을 구매하는 경향이 있습니다. 그 이유는 미국에서 유통되고 있는 음료 베이스의 품질이 대부분 비슷하기 때문에 소비자들은 가격이 낮은 제품을 더욱 많이 소비하고 있습니다.”

음료 베이스 수입 유통 업체

International Distributors 담당자와의 인터뷰 中, 2017.10

“미국에서 음료 베이스 제품을 구매할 때, 대부분 소비자는 제품의 가격, 품질 순으로 중요하게 생각하며 제품을 구매하는 경향이 있습니다. 최근 미국에서 음료 베이스 시장이 커지면서 음료 베이스 제조업체 및 유통업체의 가격 및 품질 경쟁이 치열해지고, 이로 인해 가격이 낮으며 품질이 좋은 제품들이 시장에 많이 유통되고 있기 때문입니다.”

음료 베이스 수입 유통 업체

Web Staurant Store 담당자와의 인터뷰 中, 2017.10



# VI. 유통업체 현황

## ※ 유통업체 현황 OVERVIEW

### 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

# 유통업체 현황 OVERVIEW



		Walmart	CircleK	Amazon Fresh
		하이퍼마켓(미국)	편의점(캐나다)	온라인 매장(미국)
유통업체 개요	설립년도	1962년	1980년	2007년
	매장 소재지	캘리포니아, 뉴욕 등 50개 주	캘리포니아, 뉴욕 등 12개 주	미국 전역
	직원 수	약 1,500만 명(2016년)	약 10만 명(2016년)	약 26만 명(2016년)
	점포 수	11,000개(2017년)	3,300개(2016년)	-31.
	취급품목	식료품, 신선식품 등	식료품, 생활용품 등	식료품, 신선식품 등
매장 전경	매장 사진			
	매대 현황			
주요 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>· WalMart 모바일 어플리케이션 운영</li> <li>· 오프라인 매장을 줄이고 온라인에 집중</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Circle K의 모회사의 유통업체인 CST BRAND 인수</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 신개념 드라이브 스루 매장 '아마존 프레쉬 픽업' 오픈</li> </ul>	
프로모션 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 기프트 카드, 바우처를 활용한 다양한 프로모션</li> <li>· 옴니채널을 통한 고객 서비스 향상</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 멤버십 카드 및 클럽 혜택으로 고객 확보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 무료 배송 및 할인 이벤트</li> </ul>	

31. 당사는 온라인 매장인 관계로 다음과 같이 나타냄

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



## Walmart

WalMart는 규모와 취급 품목 범위에 따라 Supercenter, Discount Store, Neighborhood Market으로 나뉘<sup>32</sup>. Supercenter는 식료품부터 베이커리, 의류, 가전제품 등 모든 종류의 품목을 취급함으로써 소비자에게 원스톱 쇼핑 경험을 제공하며 대부분의 점포가 24시간 운영함. Discount Store는 Supercenter보다는 규모가 작은 매장이며. 보다 작은 규모의 Neighborhood Market은 일상생활에 꼭 필요한 약품, 식료품 등을 취급하여 소비자가 가볍게 방문할 수 있는 매장을 지향함

표 6.1 : WalMart 매장 정보

기업 정보	컨셉	저렴한 가격, 높지 않은 서비스 수준	
	대표 주소	702 Sw 8th St. Bentonville, AR 72716, Arkansas, U.S.	
	대표 전화	+1-800-925-6278	
주요 판매품목		식료품, 신선식품 등	
매장전경			
매장 이슈		<p><b>오프라인 매장을 줄이고 온라인에 집중</b></p> <p>Walmart는 새로운 오프라인 매장을 줄이고 이커머스에 집중하는 한편 배송 속도 높이기와 온라인 판매 촉진에 대대적인 투자를 아끼지 않는다는 계획임. 또한 월마트는 실리콘밸리에 월마트랩스(Walmart Labs)를 설립하고 옴니채널 서비스 및 월마트 쉬핑 패스(Walmart Shipping Pass) 멤버십을 운영함<sup>33</sup>.</p>	
프로모션 전략		<p><b>다양한 할인 프로모션 및 옴니채널 구축</b></p> <p>Walmart는 회원카드 뿐만 아니라 프로모션을 통한 기프트카드, 바우처를 발급하여 자사 유통채널 이용을 촉진하고 있음. 또한 자사 앱을 통해, 고객들이 온라인 쇼핑물에서 주문하고 매장에서 직접 찾아가도록 옴니채널을 구축했을 뿐 아니라 연관 추천 상품 추천을 통해 고객의 만족도를 향상하고 있음</p>	
제품 판매현황			

출처 : Walmart(Walmart.com)

32. 당사 홈페이지 참조, www.Walmart.com

33. Forbes, 'How Walmart Is Using Machine Learning AI, IoT And Big Data To Boost Retail Performance', 2017.08.29

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



## Circle K

Circle K는 미국 애리조나주 템피에 본사를 둔 편의점 체인으로 1951년에 텍사스주 엘패소에서 처음 문을 열었음. 현재 Alimentation Couche-Tard의 자회사로 인수되었으며, 독일, 노르웨이, 스웨덴, 에스토니아, 리투아니아, 러시아, 폴란드 등 15개국에 1만 개 이상의 매장을 운영하고 있음<sup>34</sup>.

표 6.2 : Circle K 매장 정보

기업 정보	컨셉	혁신적인 서비스 정신 강조
	대표 주소	P.O bos 52085 Phoenix, AZ 85072, U.S
	대표 전화	+1-877-257-3784
주요 판매품목		식료품, 생활용품 등
매장전경	 	
매장 이슈	<p><b>Circle K 모회사인 CST Brand 인수</b>          Circle K의 모회사인 Alimentation Couche-Tard Inc는 샌안토니오 지역 내 편의점 유통업체인 CST Brand를 44억 달러에 인수함. CST Brand는 Corner Store 편의점에 물건을 유통하고 있음<sup>35</sup>.</p>	
프로모션 전략	<p><b>멤버십 카드 및 클럽 혜택으로 고객 확보</b>          주차별 할인 행사 및 특정 제품의 프로모션에 대한 내용을 오프라인 및 온라인을 통하여 홍보하고 있음. 해당 제품은 주로 식료품을 위주로 구성되어 있음. 이를 통해 소비자들은 매장 사용 시 할인쿠폰, 특별 할인가 등의 혜택을 제공 받게 됨</p>	
제품 판매현황	 	

출처 : CircleK(www.circlek.com)

34. 당사 홈페이지 참조, www.circlek.com

35. Retail Touch Points, 'Circle K Adds 1,300 Stores In \$4.4 Billion CST Brands Acquisition', 2017.07.05



# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



## Amazon Fresh

당사는 미국의 이커머스 업체인 Amazon.com의 자회사로 식품 배달 서비스를 2007년부터 시작하였으며, 식재료 및 신선식품을 미국 전역에 납품하는 미국 최대의 식료품 온라인 매장으로 확장하고 있음. 해당 서비스는 미국 이외에도 런던, 도쿄, 베를린에서도 이용가능하며, 2017년 3월에 개시된 “아마존 프레쉬 픽업”은 모바일로 주문한 식료품을 고객이 직접 찾아가는 배송 서비스로서 고객들의 쇼핑 시간과 이동 시간을 비약적으로 단축시킴<sup>36</sup>.

표 6.3 : Amazon Fresh 매장 정보

기업 정보	컨셉	Just grab and go!
	대표 주소	Seattle, Washington
	대표 전화	+1-206-266-2992
주요 판매품목		식료품, 신선식품 등
매장전경		
매장 이슈	<p><b>신개념 드라이브 스루 매장 ‘아마존 프레쉬 픽업’ 오픈</b>          Amazon Fresh는 신개념의 드라이브 스루 전용 소매 점포를 근시일 내에 오픈할 것이라고 발표함.<sup>37</sup> 이는 온라인으로 주문한 생선이나 식료품을 소비자가 직접 드라이브 스루 매장에 방문해 직접 받을 수 있는 시스템으로, 픽업 가능 시간은 오전 7시부터 오후 10시이며 매장 직원은 15명이 될 것이라고 밝힘</p>	
프로모션 전략	<p><b>무료 배송 및 할인 이벤트</b>          연회비 299달러(약 30만원)만 지불하면 고객의 집까지 상품 배송서비스를 무료로 제공함으로써 고객을 유인하고 있음. 그 외에 주차별로 할인 품목을 선정하여 할인 이벤트를 진행하고 있으며, 제품에 따라 특별 세일을 진행하고 있음. 또, 신학기 세일과 같이 시즌별 관련 상품 특별 세일을 실시함</p>	
제품 판매현황		

출처 :Amazon Fresh (www.amazon.com/AmazonFresh)

36. 당사 홈페이지 참조, www.amazon.com/AmazonFresh

37. Fortune, ‘Amazon Now Has Drive-Up Grocery Stores in Seattle’, 2017.05.26

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.4 : 미국 주요 하이퍼마켓·슈퍼마켓 현황

Ralphs		
취급품목	식품 및 생활용품	
홈페이지	www.ralphs.com	
매장 정보	Ralphs는 미국 물류업체인 Kroger의 자회사로 1883년 설립되었으며 2016년 기준 미국 내 2위의 슈퍼마켓 체인임. 현재 로스앤젤레스 본사에서 197개의 슈퍼마켓을 운영하고 있으며, 지역사회에 지속적으로 기부금을 내거나 자선활동을 펼치고 있음	
Whole Foods Market		
취급품목	식품 및 생활용품	
홈페이지	www.wholefoodsmarket.com	
매장 정보	유기농 식품 매장을 취급하는 대표적 하이퍼마켓인 Whole Foods Market은 2016년 기준 미국 전역에 435개의 점포를 운영하고 있음. 자체적으로 보유하고 있는 블로그를 통해 다양한 유기농 식자재 활용 방법을 공유하고 있음.	

출처 : Ralphs(www.ralphs.com), Whole Foods Market(www.wholefoodsmarket.com)

표 6.5 : 미국 주요 편의점 현황

Wawa		
취급품목	생활용품 및 각종 식품류	
홈페이지	www.wawa.com	
매장개요	Wawa는 주유소를 중심으로 한 편의점으로 뉴저지, 버지니아 등의 동북부 지역에서 많이 찾아 볼 수 있으며 미국 편의점 최초로 음식 주문 시 touch-screen 서비스를 제공함	
Stop&Shop		
취급품목	생활용품 및 각종 식품류	
홈페이지	stopandshop.com	
매장개요	Stop&Shop은 1892년 작은 식표품가게로 출발해, 2015년 기준 미국 전역에 422개의 점포를 운영하고 있음. 자체 어플리케이션 앱, 바우처 발급을 통해 프로모션을 진행하며, 자선활동을 통해 지역사회에 대한 기부를 이어오고 있음	

출처 : Wawa(www.wawa.com), Stop&Shop(www.stopandshop.com)

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.6 : 미국 주요 한인마트 현황

ebay		
취급품목	한국식품, 신선식품 등	
홈페이지	www.ebay.com/sch/Food-Beverages	
매장개요	이베이는 미국의 다국적 온라인 유통업체로 본사는 캘리포니아에 위치하고 있음. 현재 약 30개 이상의 국가에서 운영되고 있음	
Fresh Direct, LLC		
취급품목	한국식품, 신선식품 등	
홈페이지	www.freshdirect.com	
매장개요	1999년 설립되어 미국 뉴욕에 본사를 보유하고 있음. 신선 관련식품 온라인 전문 유통업체임	

출처 : Ebay(www.hankyu-dept.co.jp), Fresh Direct, LLC.(www.freshdirect.com)

# Ⅶ. 통관 및 검역 정보

※ 통관 및 검역절차 OVERVIEW

※ 관세율 정보 OVERVIEW

1. 통관 및 검역 절차
2. 관세율 정보
3. FTA 정보
4. 통관 및 검역 유의사항
5. 통관거부사례

# 통관 및 검역 정보 OVERVIEW

## 미국 통관 검역 절차도

절차	기간	소요 시간	담당 기관	
식품제조시설 등록	현행 우수제조관리 (CGMP) 기준	-	약 10일	미국 식품의약국(FDA)
서류 준비	수입신고 서류	24시간 전	-	수출 & 수입업체
	통관 서류	4시간 전		
선적 및 운송	해상 / 항공	-	약 2~4주	통관업무 위탁업체
적하목록 사전 제출	해상 (컨테이너 화물)	선적 24시간 전	-	세관국경보호국(CBP)
	항공	도착 4시간 전		
수입신고 (반출 허가 신청)	서면	화물 도착 후 15일 이내	3일	미국 식품의약국(FDA)
	통관 자동화 시스템(AMS)			
검역 심사	라벨	반출 허가 이전	약 5일	미국 농무부(USDA) 소속 식품안전 검사국(FSIS) / 동·식물 검역국(APHIS)
	물품 검사	약 15일		
세금 납부 및 통관 허가	보증금 선납부, 통관 후 관세 납부	관세, 세관 반입 후 10일 이내	약 1일	세관국경보호국(CBP)

## 통관 절차별 유의사항

통관 절차	유의사항
서류준비	- 수입신고 서류(선하증권, 상업송장, 포장명세서, 수입허가증빙서류 등) - 통관서류 서류(선하증권, 상업송장, 세관수입신고서, 포장명세서, 화물인도지시서)
선적 및 운송	- 운송업체는 AMS(Automated Manifest System)를 통해 화물이 미국에 도착하기 전에 적하목록을 미국 세관국경보호국에 제출해야 함 - 적하목록 제출 시기는 운송수단에 따라 다르기 때문에 운송수단별 확인 필요
수입신고 검사 및 검역	- 수입신고 및 수입허가 : 미국 식품의약국(FDA)에서 진행 - 검역 : 미국 농무부(USDA) 소속 식품안전검사국(FSIS) 및 동식물검역국(APHIS)에서 진행
세금 납부	- 보증금(Custom Bond) 납부 - 세금납부 : 세관 반입 후 10일 이내 납부

출처 : 미국 세관국경보호국(www.cbp.gov)

# 관세율 정보 OVERVIEW

## 2017년 미국 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율	
		기본세율	FTA 세율
2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품		
2106.90	기타		
2106.90.98	기타		
	음료의 제조에 대한 조제품:		
2106.90.9873	기타	6.4%	0%

## 한-미 FTA 협정세율 정보

미국에서 HS CODE 2106.90.9873의 경우

한-미 FTA 협정세율 **0%**가 부과됨

## TIP\_제품 관세율 확인법

관세율을 확인하는 방법에는 관세청 '한국 관세법령정보포털 3.0'을 확인하거나, FTA 세율의 경우 한국무역협회 '통합무역정보 서비스 TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)'의 'FTA/관세' 메뉴를 활용하여 관세율을 조회할 수 있음. 미국의 경우 국제 무역 위원회의 관세율 조회 서비스를 통해 조회가 가능함

분류	사이트명	URL
관세율	한국 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr
	Tradenavi	www.tradenavi.or.kr
	미국 국제무역위원회	www.usitc.gov

보다 더 정확한 품목별 HS CODE 및 관세율 정보 취득을 위해서는 한국무역협회 '트레이드 콜센터' 혹은 'FTA콜센터' 의 관세사 상담 서비스를 이용하거나, 전문 관세 사무소를 통해 상담을 받도록 함

분류	사이트명	전화번호
관세율	트레이드 콜센터	☎ 1566-5114
	FTA 콜센터	☎ 1380



# 1. 통관 및 검역 절차

## 해외통관 애로사항 문의처

관세청 해외통관지원센터  
: 042-472-2197

주미한국대사관  
: 202-939-5600

주 뉴욕 한국 총영사관  
: 646-674-6000  
kcgeco@mofa.go.kr  
(기업 지원 담당관 이메일)

뉴욕 세관  
: 646-733-3100

## 수입식품 미국 수출 전 준비사항

미국의 농수산물 및 식품, 생활용품에 적용되는 위생·안전기준은 우리나라보다 훨씬 까다롭고 엄격함. 따라서 C-TPAT<sup>38</sup> 및 ‘도착 전 선적 정보 송부’ 등과 같은 내용들은 반드시 숙지해야 함. 특히 미국에 식품을 수출하기 위해서는 사전에 식품 시설 등록(Facility Registration)을 필수적으로 해야 함. 바이오테러리즘법(The Bioterrorism Act)에 의거해 미국에서 인간과 동물이 섭취하는 식품을 제조, 처리, 포장, 보관하는 미국 내외 시설은 FDA에 등록되어야 하며, 등록하지 않은 외국 시설의 식품이 수입되면 시설이 등록될 때까지 제품이 입국 항에 억류되거나 FDA 지시 하에 제3의 장소로 옮겨지게 됨. 식품안전현대화법(FSMA)에 따라 FDA에 등록했던 식품 시설은 2년마다 등록을 갱신해야 함

표 7.1 : 식품 시설 등록 규정 변경사항

변경 사항	변경 내용	발효일
식품 제조시설 전자등록 및 갱신	모든 식품 제조시설 등록 및 갱신은 전자등록시스템으로 바뀜. 전자등록을 할 수 없는 경우는 그 사유를 설명하는 전자등록면제원을 FDA에 제출해 허가를 받아야 함	2020. 01. 04
추가 자료 제출	시설 등록 시 FDA에서 접수 가능한 특정 시설 식별번호(UFI), 각 식품 카테고리별 시설에서 행해지는 활동, 선호하는 우편 주소지(시설의 실제 주소지와 다를 경우에 한함), 소유주 이메일 주소, 시설 관리인명, 미국 내 시설에 대한 비상연락 이메일 주소 등의 정보를 제공해야 함(단 시설의 DUNS 번호는 제공 의무 없음)	2020. 10. 01
정보 업데이트 기한 변경	각종 정보의 업데이트 및 허가 취소 등은 변경사항 발생 후 기존 30일 이내에서 60일 이내 등록으로 변경	2016. 09. 12
등록 허가 취소 경우 확대	- 시설이 더 이상 영업 중이지 않거나 소유주가 변경됐는데 등록 취소를 하지 않은 경우 - FDA가 시설이 등록 요구 요건을 충족하지 않는다고 확인한 경우 - 시설의 주소지가 규정 시간 내에 업데이트 되지 않은 경우 - 등록이 허가받지 않은 자에 의해 요청된 경우 - 등록이 규정 기간 내에 갱신되지 않은 경우	2016. 09. 12
대리인 등록	미국 이외 시설이 등록·갱신을 위해 미국 대리인에 대한 등록 및 업데이트를 완료하면 FDA는 미국 대리인으로 등록된 자가 대리활동을 하기로 동의했는지 확인해야 하며, FDA는 관련 확인절차가 마무리될 때까지 등록·갱신을 완료할 수 없음	2016. 09. 12
식품 시설 등록 갱신 의무 위반	민사상 영업정지 가처분 및 형사상 책임을 지며 등록되지 않은 식품 가공시설에서 제조된 식품을 미국에 반입한 자는 중범죄로 처벌받고 미국 내 영업을 금지됨	2016. 09. 12

출처 : Strtrade(www.strtrade.com)

38. C-TPAT란 Customs-Trade Partnership Against Terrorism의 약자로, 미국 관세청에서 운영하는 대테러 방지 무역 파트너십 프로그램임

# 1. 통관 및 검역절차

## Step 01. 서류 준비

미국으로 식품을 수입신고할 때는 요구되는 제반 서류들을 준비해야 함. 미국 식품 수출에 필요한 서류로는 선하증권(또는 항공화물운송장), 상업송장, 세관 수입신고서, 구매확인서, 포장명세서, 화물인도지시서, 수입허가증빙서류 등임

수입자는 미국 내 수입식품 신고 시 상업송장에 물품이 도착한 통관항, 물품이 합의된 시간과 장소에서 판매되기로 한 경우 그 시간과 선적지, 송하인과 수하인의 성명, 물품의 구체적인 명세, 품명, 품질등급, 화인, 번호, 물품의 중량, 용적 및 수량, 물품이 판매되었거나 판매되기로 합의된 구매가격, 통화의 종류, 원산지를 기입해야 함

## Step 02. 선적 및 운송

수출통관은 기업이 직접 하거나 관세사를 통해서 진행 가능함. 관세사는 세관에 수출신고 후 받은 수출신고필증을 기업이나 포워딩 업체에 교부함. 기업이 수출통관을 직접 하는 경우에는 관세청 전자통관시스템 유니패스(Unipass)를 이용하여 세관을 방문하지 않고도 물품신고, 세관검사, 세금 납부 등의 절차를 온라인(www.unipass.or.kr)으로 처리할 수 있음

특히 운송업자의 경우 '24 Hour Rule'에 근거하여 화물전자신고시스템(AMS : Automated Manifest System)을 통해 화물이 미국에 도착하기 하루 전에 적하목록을 세관국경보호국(CBP)에 제출해야 함. 제공되는 정보로는 화물에 대한 정보(품명, 상세설명, 국제적 위험품 코드, 선하증권 번호 등), 송하인과 수하인의 인적 정보(송하인과 수하인의 이름과 주소, 부여된 ID 등), 운송수단과 항해에 대한 정보(선적항, 도착항, 예정도착일, 항해번호, 선명 등)가 있음. 적하목록을 사전에 제출하지 않으면 양하 금지 조치가 내려지게 되며 최초의 위반에 대해서는 벌금 5,000달러, 그 이후의 위반에 대해서는 벌금 1만 달러가 부과됨

표 7.2 : 미국 수입식품 통관 필요서류

- 선하증권(또는 항공화물운송장)
- 상업송장
- 세관수입신고서
- 포장명세서
- 화물인도지시서
- 적하목록

출처 : 미국 세관국경보호국(www.cbp.gov)

# 1. 통관 및 검역절차

## Step 03. 수입신고 및 검사 검역

미국으로 들어오는 모든 수입물품은 반드시 수입신고를 거쳐야 하며 최종 화물 반출이 이루어지기까지 보세창고에 보관됨. 수입자는 화물이 미국에 도착한 후 15일 이내에 관세사에게 수입신고를 하고 통관을 위한 보증금(Custom Bond)을 준비해야 함

수입식품의 경우, 세관국경보호국(CBP) 내 FDA에 수입신고서를 접수하고 수입허가를 요청해야 함. FDA는 신고된 서류를 검토한 후 수입식품의 위생검사를 진행함

수입식품에 대해 FDA에서 검사가 필요 없는 식품이라고 판단할 경우에는 입국이 바로 허가됨. 검사가 필요한 식품은 샘플검사가 시행되고, 안전 적합 판정을 받으면 즉시 입국이 허가되거나 불합격 시 입국이 거부됨. 불합격 판정에 대해서는 수입업체의 이의 제기가 가능함

수입신고와 더불어 선택적으로 준수해야 할 규정은 두 가지가 있음. 하나는 ‘사전공고 규정 자율 준수(Informed Compliance)<sup>39</sup>.’ 이며, 다른 하나는 ‘사전고지(ABC’s prior disclosure)<sup>40</sup>.’ 임

신고사항을 모두 완료하면 물품 및 서류심사가 시행됨. 수입식품의 경우 세관국경보호국 내 FDA의 판단 기준에 따라 고위험군에 해당될 경우에만 시행되며, 샘플검사와 서류검사가 동시에 진행됨. 수입식품의 경우 서류 및 샘플검사 시행 시 원산지 표기가 가장 중요한 사항이며 이를 표기하지 않을 시 총 과세 가격의 10%에 해당하는 벌금이 부과됨

### 표 7.3 : 미국 수입식품 샘플검사 항목

- 관세 목적의 물품가액과 적절한 관세 부과 여부
- 물품에 원산지, 화인, 라벨의 적절성 여부
- 수입 금지된 물품이 포함되었는지의 여부
- 상업송장에 물품이 기입되었는지의 여부
- 물품이 송장상의 수량을 초과하였는지, 혹은 부족한지의 여부
- 화물에 불법적인 마약 물질이 포함되어 있는지의 여부

출처 : 미국 세관국경보호국(www.cbp.gov)

39. 사전공고 규정 자율 준수(Informed Compliance)란 미국의 복잡한 통관 절차를 쉽게 통과하기 위해 마련된 규정으로 수입되는 물품의 서류와 물품 검사의 불합격 비율을 낮출 수 있음. 본 규정을 준수하기 위해서는 수입 관련 물품 명세, 품목분류와 관련한 과세가격, 원산지 및 수입 쿼터, 지식재산권과 관련된 질문에 대답한 체크리스트를 작성하여 세관국경보호국에 제출하면 됨

40. 사전공고 규정 자율 준수(Informed Compliance)란 수입규정 위한 사항을 미국 관세청에 적발되기 전에 스스로 신고하는 제도임

# 1. 통관 및 검역절차

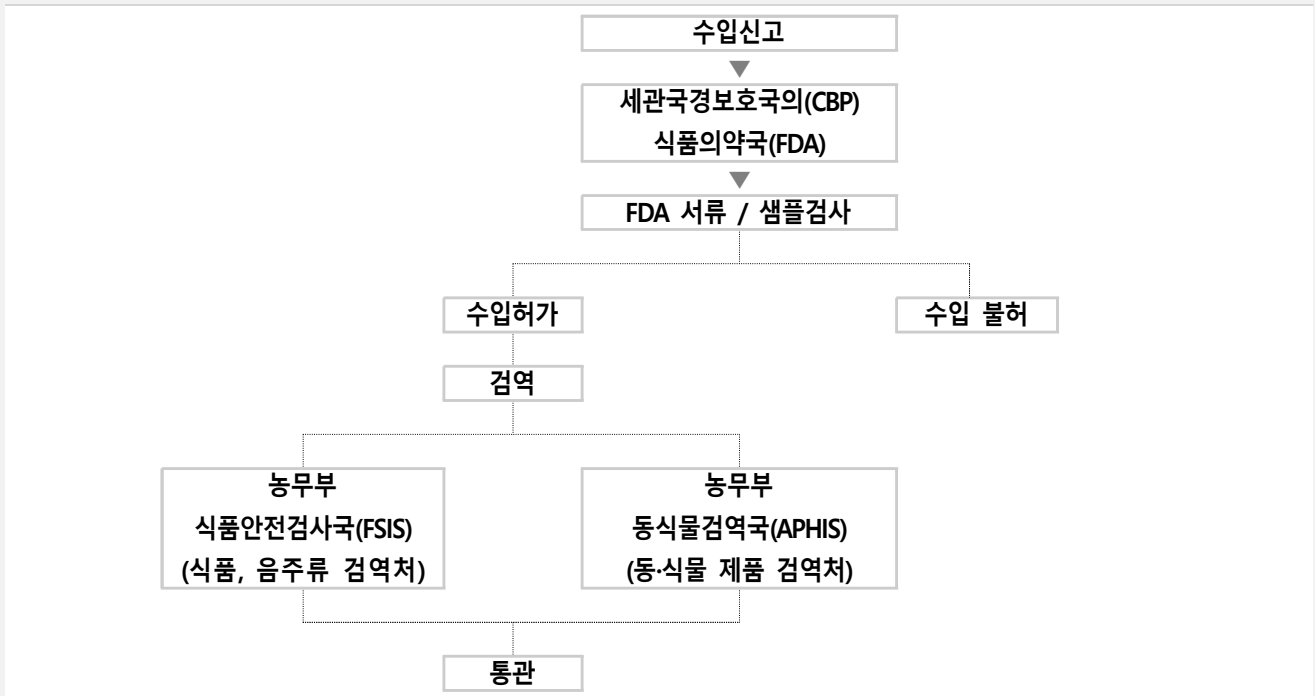
## Step 04. 세금 납부

미국은 통관 시에 부과될 모든 관세 및 조세 등 각종 비용의 납부를 담보하기 위해 세관에 보증서를 제출해야 함. 보증서는 미국 재무부가 지정해준 보험회사에서 발행 받으며, 보증금을 납부하면 통관이 완료됨

보증서는 ‘일회성 보증서(Single Bonds)’ 와 ‘계속성 보증서(Continuous Bonds)’, ‘현금 담보(Cash Deposit)’ 세 종류로 구분됨. ‘일회성 보증서’ 는 한 번의 물품신고에 대하여 제공되는 보증서이며, ‘계속성 보증서’ 는 수입 횟수에 관계없이 유효기간 1년 내의 수입 건에 대해 포괄적으로 제공되는 보증임

세금은 세관 반입 이후 10일 이내 납세를 신고하며 납세 신고 시, 납세 신고서와 물품 반출을 허가받은 통관서류, 상업송장 등 관세 책정에 필요한 모든 자료를 제출해야 함. 자율적으로 세 번, 과세가격, 관세액을 결정하여 예정 관세액을 우선 납부하면 물품이 반출되고 통관이 완료됨. 이후 사후 심사를 통해 확정 관세액을 추가 납부하거나 차액을 환급 받을 수 있음

표 7.4 : 미국 품목별 수입 절차



출처 : 미국 세관국경보호국(www.cbp.gov)

## 2. 관세율 정보

### HS CODE 2106.90.9873의 경우, 한·미 FTA 협정세율 적용으로 관세 0% 부과

실제 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 ‘관세율표 /관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람’ 을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 ‘품목분류정보’ 를 검색하거나 관세청 ‘관세법령정보포털 3.0’ 을 활용하는 법 등이 있음

참여기업의 ‘음료베이스’ 품목은 미국에서 상위코드인 HS CODE 2106(따로 분류되지 않은 조제 식료품)에 속하며, 세부코드로는 HS CODE 2106.90.9873(기타)에 해당됨. 해당 품목의 기본세율은 6.4%이나, 한·미 FTA로 인해 무관세가 적용됨

표 7.5 : 미국 내 음료베이스 HS CODE 분류 및 관세

국가	HS CODE	품명	관세율	
			기본세율	FTA 세율
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품		-
	2106.90	기타		
	2106.90.10	알코올을 함유하지 않은 음료의 베이스		
	2106.90.1090	기타		
미국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품		-
	2106.90	기타		
	2106.90.98	기타		
		음료의 제조에 대한 조제품		
2106.90.9873	기타	6.4%	0%	

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr), 미국 국제무역위원회(www.usitc.gov)

### 3. FTA 정보

#### FTA 협정세율 적용, 원산지증명서 발급 필요

FTA 원산지증명서란 수출물품이 FTA 협정에서 정한 원산지기준을 충족하였음을 확인하는 서류로서, FTA 협정세율을 적용받기 위해 통관 시 반드시 제출해야 함. 발급방식에 따라 기관발급 또는 자율발급으로 구분되며, 한·미 FTA의 경우에는 자율발급 방식을 따름. 자율발급 방식의 경우 수출자, 생산자 또는 수입자가 원산지증명서를 작성할 수 있음. 별도로 정해진 서식은 없으나, 다음의 정보는 반드시 기재되어야 함<sup>41</sup>.

- 증명인의 성명 (연락처 또는 그 밖의 신원확인 정보를 포함)
- 상품의 수입자 (이는 경우에 한함)
- 상품의 수출자 (생산자와 다른 경우에 한함)
- 상품의 생산자 (이는 경우에 한함)
- 품목분류와 품명
- 상품이 원산지 상품임을 증명하는 정보
- 증명일
- 증명 유효기간 (포괄증명인 경우에 한함)

#### 한·미 FTA 재협상 및 폐기 가능성 대두

보호무역주의를 공약으로 내세운 트럼프 대통령은 2017년 7월 한·미 정상 회담에서 한국과의 무역에서 적자가 증가하여 재협상을 시작할 계획이라고 발언한 바 있으며, 한·미 FTA 폐기에 대한 언급을 하기도 함. 한·미 FTA가 폐기될 경우 관세에 대한 혜택이 사라지면서 원가 상승이 발생하고 이는 대미수출 위축으로 이어질 것으로 예상됨

표 7.6 : 한미 FTA 원산지증명서 작성방법

번호	기재항목	기재방법
1	수출자	• '생산자'와 같은 경우 외에는 필수기재항목
2	원산지 포괄증명 기간	• 장기간에 걸쳐 반복적으로 선적되거나 수입신고 되는 동종동질의 물품에 대하여 원산지증명서 발급(작성)일부터 12개월을 초과하지 아니하는 범위 안에서 최초의 원산지증명서를 반복하여 사용하는 경우에만 기재
3	생산자	• 수출물품 생산업체를 알고 있는 경우 기재
4	수입자	• 물품의 수입업체를 알고 있는 경우 기재
5	원산지 증명대상 물품내역	• 'HS품목번호', '품명', '원산지국가'는 필수기재항목 • '품명·규격', '수량·단위'는 수출물품과의 동일성이 확인될 수 있도록 기재
6	특이사항	• 수출물품의 원산지증명과 관련하여 특이사항이 있는 경우만 기재
7	서명 등	• '작성자 성명', '증명일자'는 필수기재항목

출처 : 한국 관세청(www.customs.go.kr)

41. 한국 관세청에서는 원활한 원산지증명서 작성을 돕기 위해 필수항목을 포함한 권고서식을 마련해 두고 있음. 자세한 사항은 한국 관세청 FTA 포털시스템 '협정별 자료'에서 확인할 수 있음(www.customs.go.kr)



## 4. 통관 및 검역 유의사항

### FDA, 가공식품 트랜스지방 사용 전면금지 추진<sup>42</sup>.

미국 식품의약국(Food and Drug Administration, FDA)은 가공식품에 함유된 인공트랜스지방의 주원료인 부분경화유(Partially Hydrogenated Oils, PHOs)를 일반적으로 안전하다고 인정되는 식품 목록(Generally Recognized as Safe, GRAS)에서 제외한다고 발표함. FDA는 2006년부터 식품 성분표에 트랜스지방 함유량이 반드시 표기되도록 규정했으며, 2013년 부분경화유 사용 금지를 잠정적으로 결정한 후 2015년에 이르러 사용 금지를 확정함

인공 트랜스지방은 액체 상태의 불포화지방을 고체 상태로 만들기 위해 수소를 첨가하는 과정에서 생기는 지방으로, 튀기거나 맛을 첨가하는 등 식품을 가공하는 과정에 많이 사용됨

이번 FDA의 결정에 따라 미국의 식품업체들은 2018년 6월까지 부분경화유 사용을 중단해야 하며, 이를 사용하기 위해서는 스스로 안전성을 입증하여 FDA로부터 별도의 승인을 받아야 함. 다만, 육류 혹은 유제품류 등에서 자연적으로 발생하는 적은 양의 트랜스지방은 공공 위생에 악영향을 미치지 않는 것으로 판단하여 법안의 논의에서 제외됨

42. 미국 식품의약국, 'Final Determination Regarding Partially Hydrogenated Oils (Removing Trans Fat)', 2017.09.29

## 5. 통관거부사례

### 경쟁국산 음료베이스, 통관거부사례 45건 확인

미국 식품의약국(FDA)에 따르면, 2017년 1월에서 9월까지 음료베이스 품목에 대한 통관거부사례는 총 45건 확인됨. 해당 제품의 원산지는 인도, 중국, 태국, 멕시코 등이며, 통관거부사유 또한 라벨링 규정 미준수, 금지 성분 포함, 성분 기준치 초과 등으로 다양함

표 7.7 : 미국 음료베이스 품목 통관거부사례(예시<sup>43</sup>)

품목	음료의 베이스(알콜 함유 않은 것/ 콜라 베이스, 과실향 음료베이스 이외 기타)
통관번호	KM6-3506544-4
원산지	인도
통관거부일자	2017- 09
담당검역소	NEID 검역소
거부사유	라벨링/각 성분의 통칭 또는 관용명 미표기
품목	음료의 베이스(알콜 함유 않은 것/ 콜라 베이스, 과실향 음료베이스 이외 기타)
통관번호	KM6-3506544-4
원산지	인도
통관거부일자	2017- 09
담당검역소	NEID 검역소
거부사유	성분(식품첨가물 및 유해물질)/유해색소 함유
품목	음료의 베이스(알콜 함유 않은 것/ 콜라 베이스, 과실향 음료베이스 이외 기타)
통관번호	9SB-0008319-1
원산지	중국
통관거부일자	2017- 08
담당검역소	NEID 검역소
거부사유	성분(식품첨가물 및 유해물질)/유해 첨가물 멜라민 또는 멜라민 아날로그 검출
품목	음료의 베이스(알콜 함유 않은 것/ 콜라 베이스, 과실향 음료베이스 이외 기타)
통관번호	739-9005432-9
원산지	태국
통관거부일자	2017 - 07
담당검역소	DNEI 검역소
거부사유	라벨링/아황산염 함유 및 정보 미표기 및 합성 가공된 성분 미표기
품목	음료의 베이스(알콜 함유 않은 것/ 콜라 베이스, 과실향 음료베이스 이외 기타)
통관번호	9QW-1175634-1
원산지	멕시코
통관거부일자	2017 - 07
담당검역소	DSWI 검역소
거부사유	기타/부패되어 식품으로 부적합

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov)

43. 총 45건의 통관거부사례가 확인되었으나, 기재 상 편의를 위해 일부만 기재함


# VIII. 인증 정보

## ※ 인증 정보 OVERVIEW

1. 인증 취득정보
2. 인증 취득제품
3. 제출서류
4. 전문가 인터뷰


# 인증 정보 OVERVIEW

## 필수 검사 : 해외공급자 검증 프로그램(FSVP)

검사 설명	해외 식품 생산시설이 미국의 위생 및 식품안전 관리기준과 동일한 수준의 환경에서 생산 활동을 하는지 검증하도록 하는 해외공급자 검증 프로그램	
검사기관	미국 식품의약국(FDA)	
성격	필수 검사	
제출서류	해외공급자 식품안전 이력, 상업송장, 패키리스트, 식품 성분분석표, 제조공정도 등	
비용 및 소요기간	제3자 인증기관에 따라 상이	
갱신기간	3년	
발급절차	제3자 인증기관 신청 > 서류 심사 > 샘플 테스트 > 검증 완료	
유의사항	- 해당 제품이 해외공급자 검증 프로그램에 해당하는 제품인지 먼저 확인이 필요함 - 사전에 UFI(Unique Facility Identifier) 발급이 필요함	


출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov)

## 권장 인증 : 위해요소 중점관리기준(HACCP)

인증 설명	생산-제조-유통의 전 과정에서 식품의 위생에 해로운 영향을 미칠 수 있는 위해요소를 분석하고, 이러한 위해요소를 제거하거나 안전성을 확보할 수 있는 단계에 중요 관리점을 설정하여 과학적이고 체계적으로 식품의 안전을 관리하는 제도	
발행기관	미국 식품의약국(FDA)	
성격	선택 인증 * 단, 어육가공품, 냉동수산물, 냉동식품, 빙과류, 비가열 음료, 레토르트 식품, 배추김치는 필수 취득	
제출서류	HACCP 계획표 및 위해요소 분석 계획	
발급절차	예비 단계 > 위해요소 분석 계획 > HACCP 계획표 작성 및 제출	

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov)

## 권장 인증 : ISO 22000

인증 설명	- 식품공급사슬 내의 모든 이해관계자가 적용할 수 있는 국제규격 - ISO 22000은 ISO 9001 품질경영시스템을 바탕으로 HACCP의 7원칙과 12절차를 모두 포함하고 있음	
발행기관	한국표준협회(KSA, Korean Standard Association)	
성격	선택 인증	
유효기간	3년 (이후 3년 단위로 갱신해야함)	
제출서류	인증심사 신청서(홈페이지를 통해 다운로드 가능)	
유의사항	인증마크는 인정기관 마크와 동시에 사용해야 함	
발급절차	문의신청 → 예비심사 → 문서 심사 → 현장 심사 인증심의 → 인증서 발행 등록 → 사후관리 심사	

출처 : 한국표준협회(www.ksa.or.kr)

# 1. 인증 취득정보

## 필수 검사 : 해외공급자 검증 프로그램(FSVP)

해외공급자 검증 프로그램(Foreign Supplier Verification Program, FSVP)은 FDA 식품현대화법(Food Safety Modernization Act, FSMA)의 일환으로 2015년 11월 27일에 최종 규칙이 발표됨. 이는 미국의 식품 수입자들을 대상으로 해외 식품 생산 시설이 미국의 위생 및 식품안전 관리 기준과 동일한 수준의 환경에서 생산 활동을 하는지 검증하는 프로그램임

이 프로그램은 개별적으로 수입되는 식품에 대해 예측 가능한 위험요소를 파악하는 것이 목적임. 이를 위해 식품 제조방법, 공장상태, 역할·디자인·장비, 원자재, 그 외 재료, 운송 방법, 재배, 수확, 제조, 공정, 패키징 절차, 라벨링 절차 등에 대한 검사를 진행함

FSVP 규정에 따르면, 미국 세관 및 국경보호국에 신고 시 식품 수입업자를 확인 시켜주는 합법적인 회사명과 이메일 주소, FDA에서 허용하는 UFI(Unique Facility Identifier)를 전자 형식으로 제공해야 함

제품의 특성에 따라 해외 공급자 검증의 필요 여부가 상이하며 연구 및 평가를 위해 수입되는 식품, 개인적인 소비를 위해 반입하는 식품, 가공 후 재수출될 예정인 식품 등은 예외 대상 수입식품으로 규정됨

표 8.1 : 해외공급자 검증 프로그램(FSVP)

검사명	해외공급자 검증 프로그램(FSVP)	
검사기관	미국 식품의약국(FDA)	
성격	필수 검사	
제출 서류	해외공급자 식품안전 이력, 상업송장, 패키징리스트, 식품 성분분석표, 제조공정도 등	
비용 및 소요기간	제3자 인증기관에 따라 상이함	
갱신기간	3년	
발급절차	제3자 인증기관 신청 > 서류 심사 > 샘플 테스트 > 검증 완료	
유의사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 해당 제품이 해외공급자 검증 프로그램에 해당하는 제품인지 먼저 확인이 필요함</li> <li>- 사전에 UFI(Unique Facility Identifier) 발급이 필요함</li> </ul>	

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov)

# 1. 인증 취득정보

## 권장 인증 : 위해요소 중점관리기준(HACCP)

위해요소 중점관리기준(Hazard Analysis and Critical Control Points, HACCP)은 생산-제조-유통의 전 과정에서 식품의 위생에 해로운 영향을 미칠 수 있는 위해요소를 분석하고, 이러한 위해요소를 제거하거나 안전성을 확보할 수 있는 단계에 중요관리점을 설정하여 과학적이고 체계적으로 식품의 안전을 관리하는 제도를 의미함

어육가공품, 냉동수산물, 냉동식품, 빙과류, 비가열 음료, 레토르트 식품, 배추김치 같은 품목은 특별 관리대상으로 HACCP을 필수적으로 취득해야 함. 특별 관리대상 품목이 아닌 경우에도 식품의 제조과정이 안전하다는 것을 증명하기 위해 여러 식품업체들이 취득하고 있는 권장 인증임

미국 HACCP은 허가 등록 시 제조업체가 FDA에 시설 등록을 하면 자동으로 신청되는 방식임. 이때 미국 HACCP의 위해요소 중점관리기준 검역을 통과하면 인증 또한 발행되고 있음. HACCP은 시설 상태 보고의 최신화를 요구하고 있으므로 주기적인 정보 업데이트와 변경사항 발생 시 즉시 통지가 필요함

표 8.2 : 위해요소 중점관리기준(HACCP) 취득 절차

취득 절차		세부 내용
1	예비 단계(Preliminary Steps)	기본 정보 제공, 식품 설명, 유통 및 저장 방법 설명, 사용 목적 및 예상 소비자 규명, 동선도 개발
2	위해요소 분석계획	위해요소 분석계획표 작성, 종(Species) 관련 잠재 위험 규명, 절차(Process) 관련 잠재 위험 규명, 잠재적인 위해요소가 의미가 있는지 확인(Determine), 중요관리점 확인
3	HACCP 계획표	HACCP 계획표를 수립, 주요한 한계점 설정, 무엇을 어떻게 얼마나 자주 누가 모니터링할 것인지 절차 수립, 시정 조치 절차 수립, 기록 수집 절차 수립, 확인 절차 수립

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov)




# 1. 인증 취득정보

## 권장 인증 : ISO 22000

ISO 22000은 사업장에서 발생할 수 있는 식품위해요소를 사전에 예방·관리하는 자율적인 식품안전관리시스템이며, 식품공급사슬 내의 모든 이해관계자가 적용할 수 있는 국제규격임. 본 인증은 식품공급사슬 전반에 걸친 식품안전을 보장하기 위해 ISO 9001 품질경영시스템을 바탕으로 HACCP의 7원칙과 12 절차를 모두 포함하고 있으며 상호의사소통, 시스템 경영, 선행요건 프로그램 (PRPs)을 규정하고 있음

표 8.3 : ISO 22000 인증 주요정보

인증명	ISO 22000	
발행기관	한국표준협회(KSA)	
성격	선택 인증	
유효기간	3년 (이후 3년 단위로 갱신해야함)	
제출서류	인증심사 신청서(홈페이지를 통해 다운로드 가능)	
유의사항	인증마크는 인정기관 마크와 동시에 사용해야 함	
발급절차	문의신청 → 예비심사 → 문서 심사 → 현장 심사 인증심의 → 인증서 발행 등록 → 사후관리 심사	
<b>인증심사 견적 확인 담당 부서</b>		
담당자	한국표준협회 인증서비스 본부 국제인증심사센터	
전화번호	02-6009-4672, 4675, 4679	
팩스	02-6009-4689	

출처 : 한국표준협회(www.ksa.or.kr)

## 2. 인증 취득제품

### 경쟁제품 HACCP, ISO 22000 등 다양한 인증 취득

현지조사 결과, 대형유통업체에서 판매되는 음료베이스 제품 28개 중 ISO 22000, ISO 9001, HACCP, HALAL 등의 인증을 취득하여 포장 겉면에 표기한 제품이 9개 확인됨. 특히 HACCP 인증과 ISO22000 인증을 가장 많이 취득한 것으로 보임

표 8.4 : 인증 취득 경쟁제품

제품 정보		제품 이미지	상세 이미지
제품명	아이스티 peach		
업체명	오뚜기		
원산지	한국		
취득인증	HACCP		
제품 정보		제품 이미지	상세 이미지
제품명	Boba Milk Tea Powder		
업체명	GreenMax		
원산지	대만		
취득인증	HACCP, ISO 22000, HALAL, ISO 9001		
제품 정보		제품 이미지	상세 이미지
제품명	Matcha Milk		
업체명	GreenMax		
원산지	대만		
취득인증	HACCP, ISO 22000, ISO 9001		
제품 정보		제품 이미지	상세 이미지
제품명	Milky Tea		
업체명	GreenMax		
원산지	대만		
취득인증	HACCP, ISO 22000, ISO 9001		

## 2. 인증 취득제품

제품 정보		제품 이미지	상세 이미지
제품명	Genmai Matcha Latte Mix		
업체명	Tradition		
원산지	대만		
취득인증	ISO 22000		
제품 정보		제품 이미지	상세 이미지
제품명	Brown sugar matcha Latte Mix		
업체명	Tradition		
원산지	대만		
취득인증	ISO 22000		
제품 정보		제품 이미지	상세 이미지
제품명	Matcha Latte Mix		
업체명	Tradition		
원산지	대만		
취득인증	ISO 22000		
제품 정보		제품 이미지	상세 이미지
제품명	Tieguanyin Oolong Latte Mix		
업체명	Tradition		
원산지	대만		
취득인증	ISO 22000		
제품 정보		제품 이미지	상세 이미지
제품명	Rose Flower Classic Milk Tea		
업체명	E-Time		
원산지	대만		
취득인증	HACCP, ISO 22000		

출처 : 현지방문조사(99 ranch, Zion Mart, 2017.10)



### Q1. 미국의 통관절차는 어떠한가요?

“미국의 통관을 하기 위해서는 먼저, 현지의 수입 유통업체가 미국 FDA(Food and Drug Administration)에 식품 시설 등록을 하여 획득한 Food Facility Registry Number(식품 시설 등록번호)를 획득해야 합니다. 그 후 수출하려는 기업에서는 상업 송장, 패킹리스트, 원산지 증명서 등을 준비해야 하며, 서류가 준비되면 제품이 운송됩니다. 제품이 미국에 도착하면 15일이 되기 전에 필요서류를 제출해야 하며, 검역이 진행되는데 이때 미국 FDA의 라벨링 규정 맞춰 영어로 작성되어야 합니다. 라벨링 규정은 미국 식품 의약국 홈페이지에서 확인할 수 있으며, 검역 시 문제가 없으면 바로 통관이 됩니다.”

미국 관세청  
USA CBP 담당자와의 인터뷰 中, 2017.10

### Q2. 미국의 통관 시 필요한 인증은 무엇인가요?

“미국에서 음료 베이스는 다른 식품들과 동일하게 취급하며, 통관이 진행됩니다. 따라서 미국으로 음료 베이스를 수출할 경우에 필수적으로 획득해야 할 인증은 없지만, 국제표준화 기구인 ISO(International Organization for Standardization)에서 획득하는 식품안전에 대한 인증인 ISO22000 인증이나 식품의 안전성을 보증하기 위해 식품의 원재료 생산부터 최종 소비자가 식품을 섭취하기 직전까지 단계별로 위험요소를 관리하는 HACCP(안전관리인증기준) 인증 등을 받게 되면 도움이 될 것이라고 사료됩니다.”

미국 식품의약국  
FDA(Food and Drug Administration) 담당자와의 인터뷰 中, 2017.10



# IX. 라벨링 정보

## ※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시



# 라벨링 정보 OVERVIEW

## 미국 가공식품 라벨링 필수 표기사항



- 제품명
- 원재료명
- 순증량
- 영양성분 분석표
- 제조·포장·유통업체 정보
- 원산지
- 유통기한
- 알레르기 유발 성분

출처 : 현지 방문조사(Walmart, 2017.10)

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov)

## 미국 가공식품 라벨링 표기사항 상세

항목	설명
제품명	- 포장용기의 주요 면에 표기함 - 활자 크기는 라벨에 사용된 가장 큰 활자의 절반 이상이어야 함
원재료명	- 사용된 성분의 중량을 기준으로 배열
순증량	- 주요 면 하단 30% 위치에 표시하고, 미국 단위와 미터법 단위로 함께 표시 - 1회 제공량을 표시하되 실제 섭취하는 양으로 현실화해 기재
영양성분 분석표	- 라벨의 주요표시면, 측면 혹은 후면의 정보 표시면에 표기할 수 있음. - 제조·유통업체 및 포장형태를 표시한 곳과 같은 면에 표기 - 중량이 무거운 순서대로 기재
제조·포장·유통업체 정보	- 제조, 포장, 유통업자명과 주소 : 제조, 포장, 유통업자와 제조업자가 다를 경우, 그 회사와 제품의 관계를 명시하는 '~에서 제조한' '~에서 유통하는'과 같은 문구 표기
원산지	- 모든 수입품은 수입시점에 상품 및 개별 포장에 읽기 쉬운 문자로 가능한 잘 보이는 장소에 표기 - 영어로 원산지 국명을 표시
유통기한	- '일, 월, 년'의 순으로 제품 유통기한 표기
알레르기 유발 성분	- 알레르기 유발 식품에서 추출된 알레르기 항원 단백질을 함유한 원료(우유, 계란, 생선, 갑각류/조개류, 견과류, 밀, 땅콩, 대두/콩)로 제조된 식품인 경우 알레르기 유발 식품의 함유 표시

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov)

## 1. 라벨 표기사항

### 미국 식품 신규 영양성분표 라벨링 표기법<sup>44</sup>.

1993년부터 식품영양성분 표시 라벨링 규정을 도입 해온 FDA(Food and Drug Administration)가 소비자들에게 더욱 정확한 영양정보를 제공하기 위해 2016년 5월 20일 새로운 영양성분표 라벨 및 권장량 규제 최종 개정안을 확정함. 자세한 사항은 아래와 같음

- 칼로리 표기 확대: 열량 표기의 글자 크기가 커지고 열량을 표기하는 숫자 역시 볼드체로 써서 소비자들이 한눈에 읽기 쉽게끔 변화할 예정임
- 비타민 D, 칼슘, 철분, 칼륨 함유량 의무 표기: 제조사는 제품내의 비타민D, 칼슘, 철분, 칼륨의 양을 영양 성분표에 표기하여야 하며 기존에 표시되었던 비타민A,C는 의무표기 사항에서 제외됨
- 일일 권장 섭취량과 칼로리에 관해 표기: 성인의 하루 평균 권장 칼로리 (2,000kcal)를 기준으로 일일 권장섭취량(The % Daily Value)의 몇 %를 차지하는지 그 비율을 표기해야 함
- 첨가당 표기: 첨가당을 그램 단위로 표기하고 제품에 포함된 첨가당이 1일 섭취량의 몇 %를 차지하고 있는지도 표기해야함
- 지방량(포화지방, 트랜스지방): 포화지방, 트랜스지방은 계속 기입하여야 하지만 지방의 열량 표시는 삭제되었음
- 일부 제품 1회 제공량 및 전체 제공량 표기: 현재까지의 패키지는 1회 또는 2회 제공량 사이에서 형성되는 것이 일반적이었음. 그러나 1회 이상 제공하는 식품이지만 소비자가 제품을 한번에 다 섭취하는 경우도 있으므로 전체 제공량에 맞게 표기해야 함 ( ‘per serving’ and ‘per package’ / ‘per unit’ )

해당 규제는 식품 및 음료 업체 중 매출액이 1,000만 달러 이상인 제조사의 경우 2018년 7월 26일부터 발효되며, 매출액이 1,000만 달러 이하인 업체의 경우 2019년 7월 26일부터 발효됨

44. 미국 식품의약국(www.fda.gov)

# 1. 라벨 표기사항

표 9.1 미국 가공식품 라벨링 상세 표기사항

항목	설명
제품명	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 포장용기의 주요 면에 표기함</li> <li>- 활자 크기는 라벨에 사용된 가장 큰 활자의 절반 이상이어야 함</li> </ul>
원재료명	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 사용된 성분의 중량을 기준으로 배열</li> </ul>
순중량	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 주요 면 하단 30% 위치에 표시하고, 미국 단위와 미터법 단위로 함께 표시</li> <li>- 1회 제공량을 표시하되 실제 섭취하는 양으로 현실화해 기재</li> </ul>
영양성분 분석표	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 라벨의 주요표시면, 측면 혹은 후면의 정보 표시면에 표기할 수 있음.</li> <li>- 제조·유통업체 및 포장형태를 표시한 곳과 같은 면에 표기</li> <li>- 중량이 무거운 순서대로 기재</li> </ul>
제조·포장·유통업체 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제조, 포장, 유통업자명과 주소 : 제조, 포장, 유통업자와 제조업자가 다를 경우, 그 회사와 제품의 관계를 명시하는 '~에서 제조한' '~에서 유통하는'과 같은 문구 표기</li> </ul>
원산지	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 모든 수입품은 수입시점에 상품 및 개별 포장에 읽기 쉬운 문자로 가능한 잘 보이는 장소에 표기</li> <li>- 영어로 원산지 국명을 표시</li> </ul>
유통기한	<ul style="list-style-type: none"> <li>- '일, 월, 년'의 순으로 제품 유통기한 표기</li> </ul>
알레르기 유발 성분	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 알레르기 유발 식품에서 추출된 알레르기 항원 단백질을 함유한 원료(우유, 계란, 생선, 갑각류/조개류, 견과류, 밀, 땅콩, 대두/콩)로 제조된 식품인 경우 알레르기 유발 식품의 함유 표시</li> </ul>

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov)

## 2. 라벨링 예시

### 라벨링 예시



#### 1) 제품명

- 포장용기의 주요 면에 기재
- 활자 크기: 라벨에 사용된 가장 큰 활자의 절반 이상

#### 2) 순중량

- 주요 면 하단 30%에 위치
- 미국 단위와 미터법 단위 병기

#### 3) 유통기한

'일, 월, 년'순으로 표기

#### 4) 제조·포장·유통업체 정보

제조·포장·유통업체 정보(이름, 주소) 기재



#### 5) 원재료명

사용된 성분의 중량을 기준으로 배열

#### 6) 알레르기 유발 성분

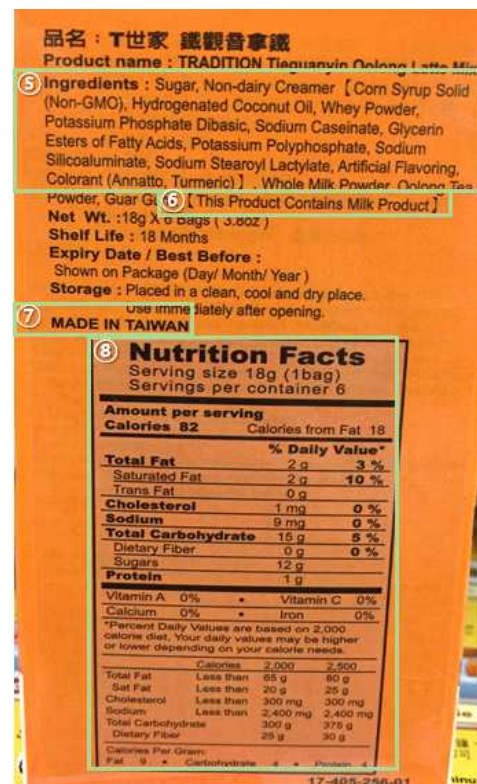
알레르기 유발 식품 함유 표시

#### 7) 원산지

- 영어로 원산지 국명을 표시
- 읽기 쉬운 문자로 가능한 잘 보이는 장소에 표기

#### 8) 영양성분 분석표

- 라벨의 측면 및 후면에 표시 가능
- 제조·유통업체를 표시한 곳과 같은 면에 표기



출처 : 현지 방문조사(99ranch, 2017.10)

## 2. 라벨링 예시

### 식품영양성분표 라벨 표기방식 변경사항 (과거→신규)

Nutrition Facts	
Serving Size 2/3 cup (55g) Servings Per Container About 8	
Amount Per Serving	
<b>Calories</b> 230	Calories from Fat 72
% Daily Value*	
<b>Total Fat</b> 8g	<b>12%</b>
Saturated Fat 1g	5%
Trans Fat 0g	
<b>Cholesterol</b> 0mg	<b>0%</b>
<b>Sodium</b> 160mg	<b>7%</b>
<b>Total Carbohydrate</b> 37g	<b>12%</b>
Dietary Fiber 4g	16%
Sugars 1g	
<b>Protein</b> 3g	
Vitamin A	10%
Vitamin C	8%
Calcium	20%
Iron	45%
* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily value may be higher or lower depending on your calorie needs.	
	Calories: 2,000 2,500
Total Fat	Less than 65g 80g
Sat Fat	Less than 20g 25g
Cholesterol	Less than 300mg 300mg
Sodium	Less than 2,400mg 2,400mg
Total Carbohydrate	300g 375g
Dietary Fiber	25g 30g

Nutrition Facts	
8 servings per container	
① <b>Serving size</b> 2/3 cup (55g)	
Amount per serving	
<b>Calories</b> 230	
% Daily Value*	
<b>Total Fat</b> 8g	<b>10%</b>
Saturated Fat 1g	5%
Trans Fat 0g	
<b>Cholesterol</b> 0mg	<b>0%</b>
<b>Sodium</b> 160mg	<b>7%</b>
<b>Total Carbohydrate</b> 37g	<b>13%</b>
Dietary Fiber 4g	14%
② <b>Total Sugars</b> 12g	
Includes 10g Added Sugars	20%
<b>Protein</b> 3g	
③ Vitamin D 2mcg	10%
Calcium 260mg	20%
Iron 8mg	45%
Potassium 235mg	6%
④ * The % Daily Value (DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2,000 calories a day is used for general nutrition advice.	

#### 1) 제공사이즈

- 크고 두꺼운 글씨체
- 실제 소비되는 양을 반영하여 작성(현실화)

#### 2) 칼로리 표시

글씨 크기 확대

#### 3) 일일 섭취량

그램(g) 단위로 표시

#### 4) 가당

- Added Sugars 의무 표기
- Sugars → Total Sugars로 변경

#### 5) 실제 함유량

비타민D, 칼슘, 철분, 칼륨의 실제 함유량 표기

#### 6) 기타 설명

일일 권장 섭취량 및 칼로리에 대한 설명

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov)



# X. 위생요건 정보

※ 위생 요건 OVERVIEW

1. 식품첨가물 규정
2. 기타 위생 규정



# 위생요건 OVERVIEW

## ● 품목별 위생요건 조사 항목



출처 : 현지 방문조사(99ranch, 2017.10)

식품 품목		조사 가능 항목	
농·임산물	<input type="checkbox"/>	농약잔류물	<input type="checkbox"/>
수산물	<input type="checkbox"/>	식품첨가물	<input checked="" type="checkbox"/>
축산물	<input type="checkbox"/>	중금속	<input checked="" type="checkbox"/>
가공식품	<input checked="" type="checkbox"/>	전염병	<input type="checkbox"/>
유아식품	<input type="checkbox"/>	병해충	<input type="checkbox"/>
건강기능식품	<input type="checkbox"/>	병원성균	<input checked="" type="checkbox"/>
음주류	<input type="checkbox"/>	영양성분	<input type="checkbox"/>
식자재	<input type="checkbox"/>	치료제 및 항생제	<input type="checkbox"/>

## ● 미국 음료베이스 수출 시 유의해야 하는 식품첨가물<sup>45</sup> 및 유해물질<sup>46</sup>. (예시)

유형	성분	최대기준치
식품첨가물	aconitic acid(아코니트산)	0.0005%
	acetic acid(아세트산)	0.15%
	agar-agar(한천)	0.25%
	ammonium alginate(알긴산암모늄)	0.1%
	calcium acetate(아세트산칼슘)	0.0001%
	calcium chloride(염화칼슘)	0.4%
	ethyl formate(포름산에틸)	0.01%
	guar gum(구아검)	0.5%
	methylparaben(메칠파라벤)	0.1%
	potassium nitrate(질산칼륨)	사용금지
	rapeseed oil(유채씨유)	
	aluminum nicotinate(니코틴산알루미늄)	
	calcium propionate(프로피온산칼슘)	
dehydroacetic acid(디하이드로아세트산)		

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov), The U.S. Government Publishing Office(www.gpo.gov)

유해물질	90 strontium(스트론튬 90)	160Bq/kg
	aflatoxin(아플라톡신)	20ppb
	benzene(벤젠)	5 ppb
	melamine(멜라민)	2.5ppm
	salmonella spp.(살모넬라균)	사용금지
	listeria monocytogenes(리스테리아)	

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov)

45. 음료베이스에 적용되는 식품첨가물이 총 538개 확인되었으나 정확한 기준치가 제시된 일부 식품첨가물만 기재함

46. 음료베이스에 적용되는 유해물질이 총 29개 확인되었으나 정확한 기준치가 제시된 일부 유해물질만 기재함. 해당 유해물질에는 금속성 오염물질과 병원성 균이 포함됨

# 1. 식품첨가물 규정

## 미국 식품첨가물 규정

미국의 식품첨가물 규정은 연방 식품, 의약품, 화장품 법(Food, Drug and Cosmetics Act) 409조에 의거하며 FDA가 규제하고 있음. FDA는 안전하다고 인정되는 물질을 GRAS(Generally Recognized as Safe)로 분류하여 수정한 뒤 연방규격집(Code of Federal Regulations)에 공시하고 있음

해당 규정에 따르면, 미국으로 음료베이스 품목 수출 시 유의해야 할 식품첨가물에는 aconitic acid(아코니트산), calcium acetate(아세트산칼슘), methylparaben(메칠파라벤)을 포함하여 총 538개가 확인됨. 전체 목록은 GPO(The U.S. Government Publishing Office)홈페이지에서 확인 가능함

표 10.1 : 미국 음료베이스 수출 시 유의해야 하는 식품첨가물

유형	성분	최대기준치
식품첨가물	aconitic acid(아코니트산)	0.0005%
	acetic acid(아세트산)	0.15%
	agar-agar(한천)	0.25%
	ammonium alginate(알긴산암모늄)	0.1%
	calcium acetate(아세트산칼슘)	0.0001%
	calcium chloride(염화칼슘)	0.4%
	ethyl formate(포름산에틸)	0.01%
	guar gum(구아검)	0.5%
	methylparaben(메칠파라벤)	0.1%
	potassium nitrate(질산칼륨)	사용금지
	rapeseed oil(유채씨유)	
	aluminum nicotinate(니코틴산알루미늄)	
	calcium propionate(프로피온산칼슘)	
dehydroacetic acid(디하이드로아세트산)		

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov), The U.S. Government Publishing Office(www.gpo.gov)

## 2. 기타 위생 규정

### 미국 기타 유해물질 규정

FDA는 박테리아, 농약, 독성물질, 중금속, 화학 오염물질 등에 대한 최대 허용치 규정을 홈페이지에 공시해두고 있음

음료베이스 품목에 적용되는 유해물질 기준치는 총 29개가 확인됨. 특히 90 strontium(스트론튬 90), aflatoxin(아플라톡신), benzene(벤젠), melamine(멜라민) 물질에 대한 허용치를 구체적으로 명시하고 있으며, salmonella spp.(살모넬라균), listeria monocytogenes(리스테리아) 등의 검출은 금지하고 있음

표 10.2 : 미국 음료베이스 수출 시 유의해야 하는 유해물질

유형	성분	최대기준치
유해물질	90 strontium(스트론튬 90)	160Bq/kg
	aflatoxin(아플라톡신)	20ppb
	benzene(벤젠)	5ppb
	melamine(멜라민)	2.5ppm
	salmonella spp.(살모넬라균)	사용금지
	listeria monocytogenes(리스테리아)	

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov)

## ※ 참고 문헌

### ※ 참고 자료

1. Final Determination Regarding Partially Hydrogenated Oils (Removing Trans Fat)	미국 식품의약국	2017.09.29
2. 2016 US Retail Industry Overview	The balance	2017.07.16
3. Lawson Looking to Acquire U.S C-Stores	CPS	2016.06
4. Growth Story: Convenience Stores Ring Up Gains	emarketer	2017.05.19
5. Quarterly Retail E-commerce Sales 2nd Quarter 2017	미국 통계청	2017.08.17

### ※ 참고 사이트

1. 미국 세관국경보호국	www.cbp.gov
2. Strtrade	www.strtrade.com
3. TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
4. 한국 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr
5. 미국 식품의약국	www.fda.gov
6. 미국 국제무역위원회	www.usitc.gov
7. The U.S. Government Publishing Office	www.gpo.gov
8. 한국 관세청	www.customs.go.kr
9. 한국표준협회	www.ksa.or.kr
10. The New York Times	www.nytimes.com
11. Grub Street	grubstreet.com
12. Foodbabe	foodbabe.com
13. Wtop	wtop.com
14. Gratist	greatist.com
15. Bevnet	www.bevnet.com
16. CN Traveler	www.cntraveler.com