



2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 청국장(Fast fermented soybean paste)

Country : 미국(United States of America)

Contents

I. 시장 통계	4
1. 통계분석 기준 설정	6
2. 무역통계 종합분석	7
3. 품목통계 종합분석	9
II. 시장 트렌드	11
1. Market Trend 01. 발효식품에 대한 긍정적 인식 확산	13
2. Market Trend 02. 경쟁제품 낫또(Natto)의 인기	14
3. Market Trend 03. 발효식품의 음료화	15
4. Market Trend 04. 제품의 다양화	16
III. 경쟁제품 현지조사	17
1. 경쟁제품 선정	19
2. 정량 분석	20
3. 정성 분석	21
4. 현지 방문 조사자료	22
IV. 경쟁사 분석	30
1. 경쟁사 선정	32
2. 경쟁사별 현황 파악	33
V. 유통구조 현황	36
1. 추천 진출 경로	38
2. 전문가 인터뷰	41
VI. 유통업체 현황	42
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보	44

Contents

Ⅶ. 통관 및 검역 정보	48
1. 통관 및 검역 절차	51
2. 관세율 정보	55
3. FTA 정보	56
4. 통관 및 검역 주의사항	58
5. 전문가 인터뷰	59
Ⅷ. 인증 정보	60
1. 인증 취득정보	63
2. 제출서류	66
3. 전문가 인터뷰	67
Ⅸ. 라벨링 정보	68
1. 라벨 표기사항	70
2. 라벨링 예시	72
X. 위생요건 정보	73
1. 식품첨가물 규정	75
※ 참고문헌	78



I. 시장 통계

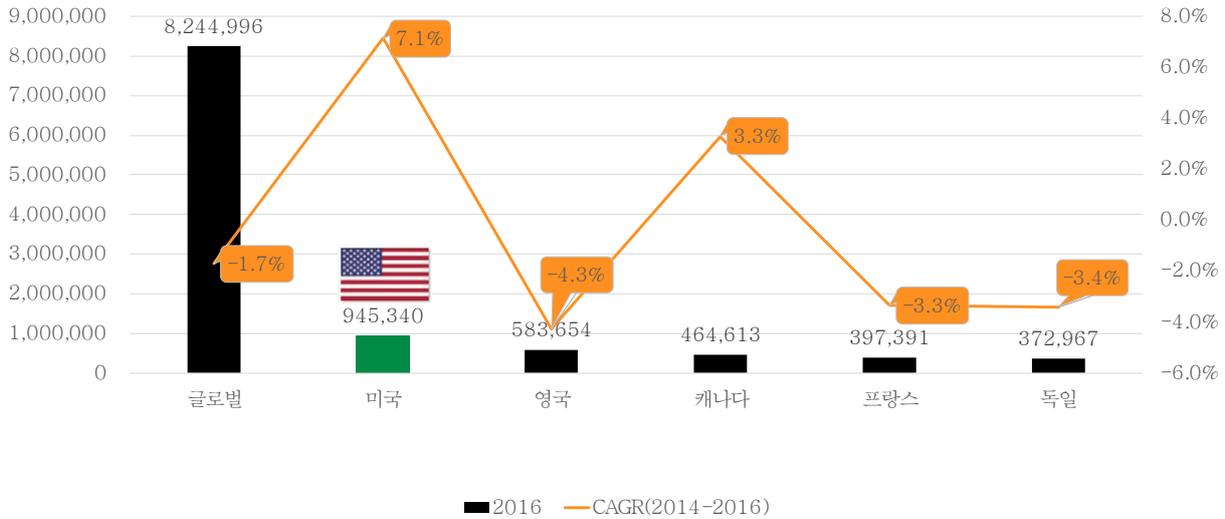
※ 시장 통계 OVERVIEW

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

시장 통계 OVERVIEW

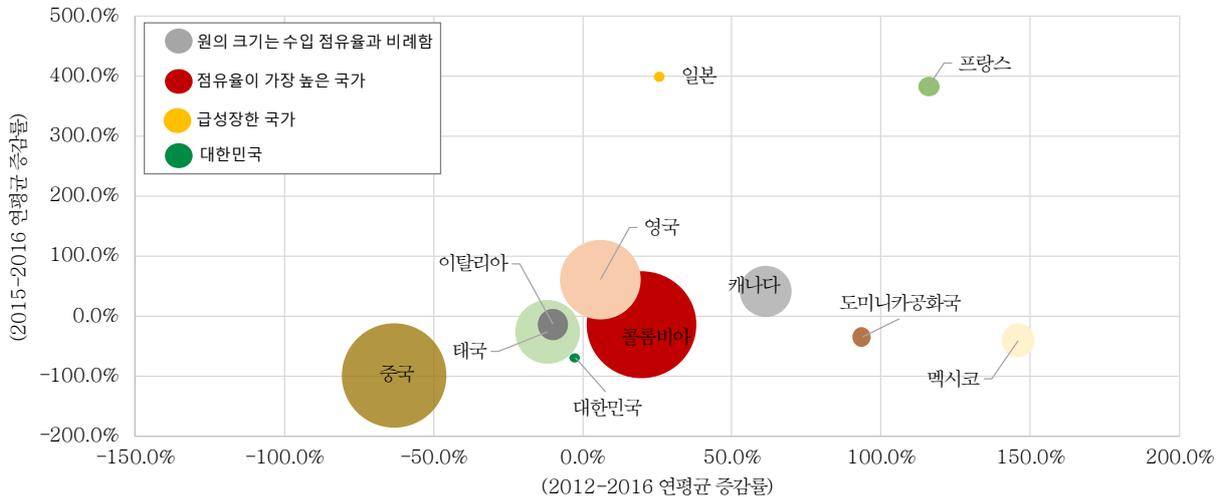
글로벌 HS CODE 2103.90 2016년 수입액 규모 및 증감률(2014~2016)

단위 : 천 달러, %



미국 HS CODE 2103.90 수입 점유율 및 성장률 비교1.2.3.

단위 : %



미국 액상소스(Wet cooking sauce) 수입액 규모 및 증감률(2013~2018)

단위 : 백만 달러, %



1. 거품형 그래프 내 원의 크기는 글로벌 시장 내 점유율(비중)을 나타냄
2. 거품형 그래프 내 원이 우측에 가까울수록 최근 3년간 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

청국장 통계 기준 설정

청국장 품목의 시장성 판단을 위해 통계 조사를 진행함. 글로벌 및 미국의 수입통계 확인을 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고 조사 대상국의 시장 규모 파악을 위해 품목 키워드를 조사 기준으로 설정함⁴.

수입 통계 기준, HS CODE 2103.90.4000으로 설정

글로벌 및 미국 내 청국장의 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6 자리 2103.90의 합계를 수입통계 분석 기준으로 설정함. 미국의 HS CODE 2103.90 하위 카테고리인 2103.90.4000 해당 품목은 효모 추출물의 무알콜 조제품(소스 제외)을 기준으로 설정함

표 1.1 : 청국장 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	2103.90
	미국 수입규모 및 성장률		2103.90.4000
품목 통계	액상소스 시장 규모	품목 키워드	Wet Cooking Sauce

표 1.2 : 미국 내 청국장 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자
	2103.90	기타
	2103.90.10	장류
	2103.90.1090	-기타
미국	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자
	2103.90	기타
	2103.90.4000	-효모 추출물의 무알콜 조제품(소스 제외)

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

4. 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

2. 무역통계 종합분석

글로벌 수입액 3개년 연평균 성장률⁵⁾ -0.1%

2016년 기준 HS CODE 2103.90의 글로벌 수입규모는 82억 4,499만 6,000달러로 2014년부터 2016년까지 연평균 1.7%의 하락세를 기록함. 수입 1위국 미국의 수입규모는 9억 4,534만 달러로 연평균 7.1%의 증가세를 나타냄

최근, 글로벌 HS CODE 2103.90 수입 시장은 미국, 캐나다를 제외하고 대부분 수입 하락세를 나타내고 있음

미국 내 한국산 수입액 점유율 최근 3년간 0.3%

미국의 HS CODE 2103.90.4000 수입액 규모는 275만 2,000달러로 2014년 이후 3년간 연평균 8.8%의 상승세를 보임. 2016년 기준 미국 내 HS CODE 2103.90.4000 품목 최대 수입국은 콜롬비아로 99만 7,000달러의 수입액을 기록함

2016년 기준 미국 내 한국산의 수입 규모는 9,000달러로 13위에 등극함. 한국산은 2014년 수입액이 전무하였으며, 2015년 2만 9,000달러를 기록, 2016년에는 9,000 달러로 전년 대비 68.9% 하락한 바 있음

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 2103.90 수입액 규모(2014~2016)

(단위 : 천 달러, %)

수입국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014~2016)
글로벌	8,534,177	8,093,451	8,244,996	100.0%	-1.7%
1 미국	823,645	868,983	945,340	11.5%	7.1%
2 영국	636,676	581,065	583,654	7.1%	-4.3%
3 캐나다	435,446	457,989	464,613	5.6%	3.3%
4 프랑스	425,403	378,670	397,391	4.8%	-3.3%
5 독일	399,579	359,166	372,967	4.5%	-3.4%
기타	6,212,607	5,806,385	5,853,625	66.5%	-2.9%

표 1.4 : 미국 HS CODE 2103.90.4000 수입액 규모(2014~2016)

(단위 : 천 달러, %)

수입국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014~2016)
글로벌	2,324	4,527	2,752	100.0%	8.8%
1 콜롬비아	571	1,167	997	36.2%	32.1%
2 영국	579	351	566	20.6%	-1.1%
3 캐나다	45	331	466	16.9%	221.8%
4 태국	149	400	295	10.7%	40.7%
5 멕시코	5	307	183	6.6%	505.0%
13 대한민국	0	29	9	0.3%	68.9%
기타	975	1,942	236	8.6%	-50.8%

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

5. 연평균 성장률 = $(\text{최신/최초년도})^{(1/n-1)}$

2. 무역통계 종합분석

콜롬비아, 미국 시장에서 수입액 점유율 높지만 성장을 낮아

2012년 이후 최근 5년간 HS CODE 2103.90.4000 관련 미국 수입국 중 콜롬비아가 28.0%의 가장 높은 점유율을 확보한 국가였음. 한편, 2012년 이후 최근 5년간 가장 높은 성장률을 나타낸 국가는 146.0% 증가한 멕시코이었으며, 2015년 대비 2016년 성장률이 급상승한 국가는 400%의 성장세를 나타낸 일본이 차지함

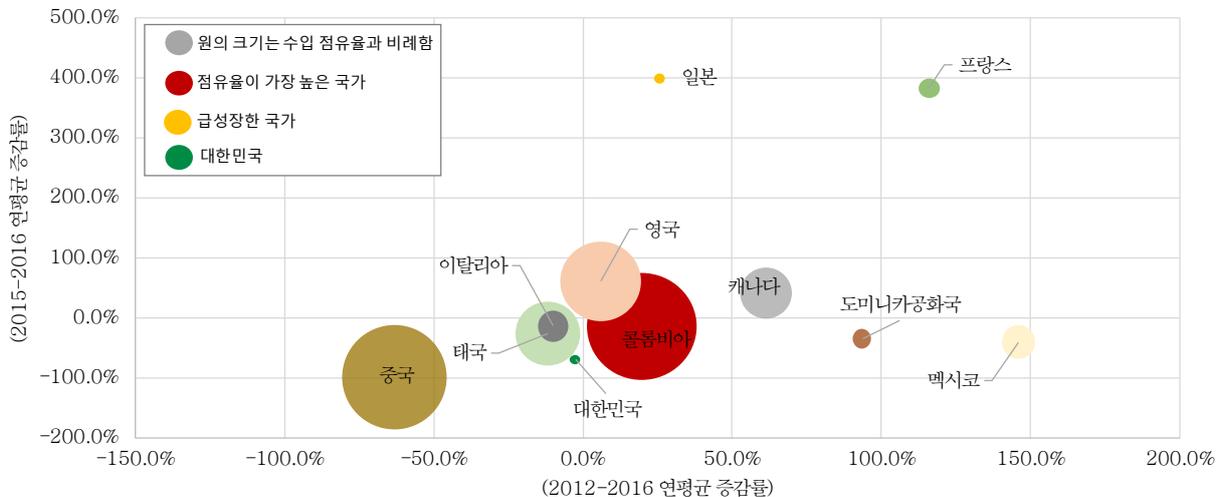
한국, 점유율 13위, 성장률 최근 1년 동안 하락세

한국의 경우 2012년 이후 5년간 점유율 0.2%로 전체 수입국 중 13위를 차지하고 있음. 한국은 2013년 1만 달러, 2015년 2만 9,000달러, 2016년 9,000달러의 수입액을 기록하였으나 2012년, 2014년 수입액이 0으로 전무하였으며, 수입 규모가 일정하지 않고 증감을 반복하고 있음

표 1.5 : 미국 HS CODE 2103.90.4000 수입 점유율 및 증감률 비교(2012-2016)

(단위 : %)

수입국가	2012-2016 점유율	CAGR(2012-2016)	CAGR(2015-2016)
1 콜롬비아	★28.0%	19.6%	-14.6%
2 중국	25.9%	-63.4%	-98.6%
3 영국	15.3%	5.8%	61.3%
4 태국	9.7%	-11.7%	-26.3%
5 캐나다	6.3%	61.2%	40.8%
6 멕시코	2.7%	★146.0%	-40.4%
7 이탈리아	2.3%	-9.9%	-13.8%
8 프랑스	1.0%	116.0%	383.3%
9 도미니카공화국	0.9%	93.4%	-34.9%
10 일본	0.3%	25.7%	★400.0%
13 대한민국	0.2%	-2.6%	-69.0%



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

3. 품목통계 종합분석

글로벌 액상소스 시장규모, 2014년 이후 99.9% 감소

2016년 기준 글로벌 액상소스 시장규모는 163억 5,829만 달러로 집계되었으며 2014년부터 2016년까지 14.2%의 연평균 감소율로 하락세를 보임. 1위국 미국의 시장규모는 44억 1,772만 달러로 연평균 13.1%의 증가세를 나타내었으며, 27%의 높은 점유율을 차지함. 2위국 일본은 17억 9,070만 달러로 연평균 3.7%의 증가세를 나타냄

글로벌 액상소스 시장 내 상위 국가 중 미국, 일본, 중국은 꾸준히 성장하는 반면, 영국, 브라질, 한국은 하락세를 보이고 있음

미국 액상소스 시장, 2017년부터 2.8% 성장 전망

미국의 경우 2016년 시장규모 44억 1,772만 달러, 글로벌 액상소스 시장 내 점유율 27%로 1위를 차지하고 있음. 최근 2013~2016년간 성장률은 3.3%로 상승세를 나타내고 있음

앞으로도 향후 미국 액상소스 시장은 꾸준한 증가세를 유지할 것으로 전망됨. 2017년 액상소스의 시장규모는 45억 3,868만 달러, 2018년에 46억 6,793만 달러로 향후 2.8%의 성장세를 보일 것으로 전망됨

표 1.6 : 글로벌 액상소스(wet cooking sauce) 시장규모(2014~2016)

(단위 : 백만 달러)

국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014~2016)
글로벌	17,657.62	16,150.58	16,358.29	100.00%	-14.2%
1 미국	4,153.49	4,304.33	4,417.72	27.0%	13.1%
2 일본	1,758.34	1,567.81	1,790.70	10.9%	3.7%
3 중국	1,342.13	1,443.68	1,508.21	9.2%	26.3%
4 영국	1,675.91	1,510.80	1,288.68	7.9%	-40.9%
5 브라질	1,240.01	941.00	984.10	6.0%	-37.0%
13 대한민국	265.59	259.95	206.18	1.3%	-39.7%
기타	7,222.14	6,123.03	6,162.70	37.7%	-27.2%

출처 : Global Data(consumer.globaldata.com)

표 1.7 : 미국 액상소스(wet cooking sauce) 시장규모(2013~2018)

(단위 : 백만 달러)

	매출액(백만 달러)	CAGR(전년 대비)	CAGR(2013~2016) vs (2017~2018)
2013	4,009.68	3.5%	3.3% (2013~2016)
2014	4,153.49	3.6%	
2015	4,304.33	3.6%	
2016	4,417.72	2.6%	
2017	4,538.68	2.7%	2.8% (2017~2018)
2018	4,667.93	2.8%	

출처 : Global Data(consumer.globaldata.com)

3. 품목통계 종합분석

미국 액상소스 시장, 파스타 소스 시장 점유율 1위

2016년 기준 미국 액상소스 전체 시장에서 품목별 점유율을 살펴보면, 파스타 소스가 18억 7,122만 달러, 42.4%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 멕시코소스가 13억 1,186만 달러, 29.7%로 두 번째로 높은 비중을 차지하고 있음. 3번째 비중을 차지하고 있는 품목은 인도소스 부문으로 5억 5,407만 달러, 점유율 12.5%를 차지함

인도소스, 2013년 이후 미국 시장 성장률 1위

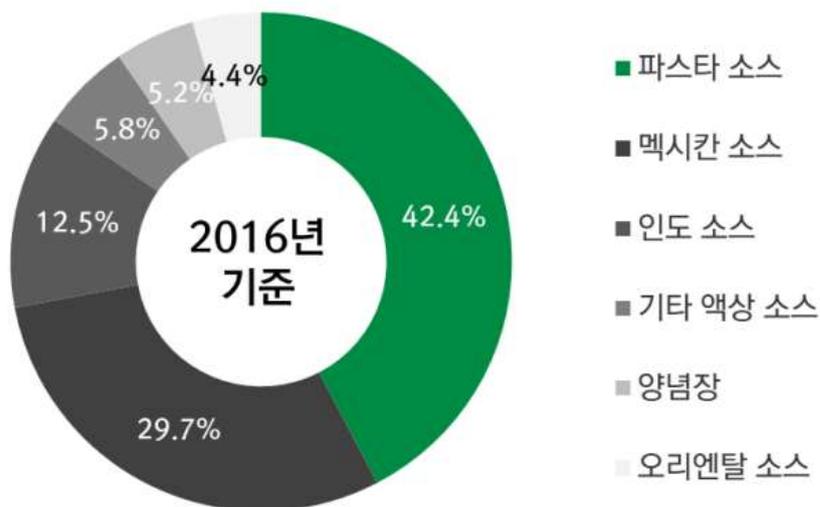
2013년 이후 4년간 성장률이 가장 높은 품목은 인도소스 품목으로 4년간 4.3%의 성장률을 나타내었으며, 가장 성장률이 낮은 품목은 2.9%의 성장률을 나타낸 파스타소스가 차지하였음

표 1.8 : 미국 액상소스(Wet cooking sauce) 세부 품목별 시장규모(2013~2016)

(단위 : 백만 달러)

	2013	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2013~2016)
전체	4,009.68	4,153.49	4,304.33	4,417.72	100%	3.3%
파스타소스	1,718.87	1,781.61	1,847.34	1,871.22	42.4%	2.9%
멕시코소스	1,186.83	1,226.53	1,268.20	1,311.86	29.7%	3.4%
인도소스	488.60	509.18	530.91	554.07	12.5%	4.3%
양념장	207.23	214.18	221.41	229.07	5.2%	3.4%
오리엔탈소스	175.55	181.84	188.40	195.19	4.4%	3.6%
기타 액상소스	232.60	240.15	248.07	256.31	5.8%	3.3%

표 1.9 : 미국 액상소스(Wet cooking sauce) 세부 품목별 점유율(2016)



출처 : Global Data(consumer.globaldata.com)



Ⅱ. 시장 트렌드

※ 시장 트렌드 OVERVIEW

Market Trend 01. 발효식품에 대한 긍정적 인식 확산

Market Trend 02. 경쟁제품 낫또(Natto)의 인기

Market Trend 03. 발효식품의 음료화

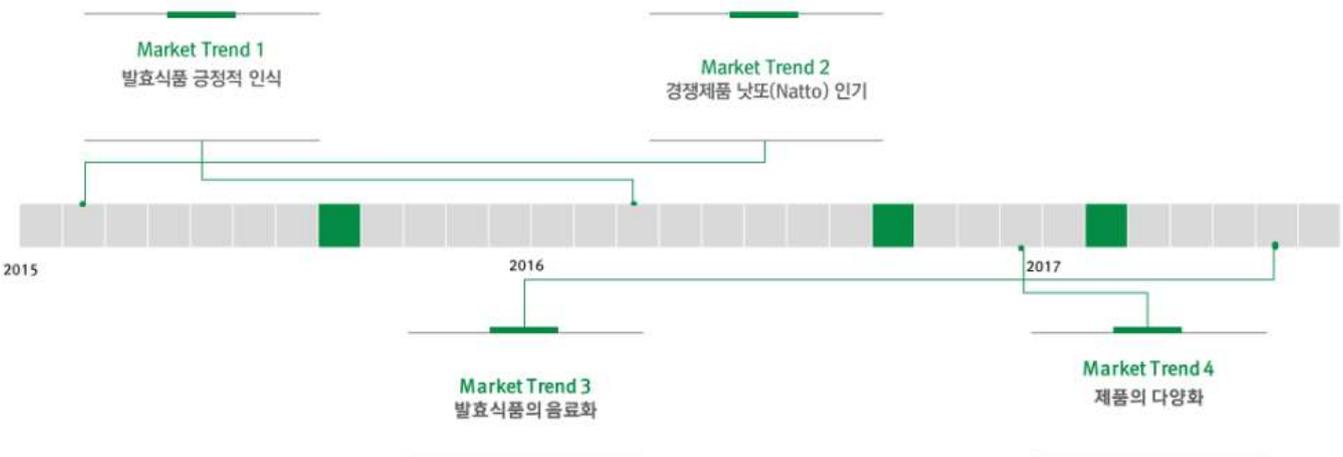
Market Trend 04. 제품의 다양화

시장 트렌드 OVERVIEW

빅데이터 분석 개요

조사목적	미국 청국장 시장 최신 트렌드 분석
수집 기간	2015.01.01. ~ 2017.07.21.
수집 방법	토픽 모델링을 통한 이슈 선정. 이슈 시계열 분석
수집 채널	미국 식품사업정보원
입력 키워드	fermented soy, fermented soybean, cheong guk jang
도출 기사	총 124건

트렌드 타임라인



Market Trend 01. 발효식품 긍정적 인식

- 미국의 대표 유통업체인 Whole Foods Market의 2016년 미국의 10대 식품 트렌드 자료에 의하면 미국 내 발효식품과 아시아 음식의 인기가 높아질 것이라고 전망함
- 미국 소비자 조사 기관인 Consumer Report에서 발표한 10대 건강 음식 트렌드에서도 발효식품에 대한 언급을 확인함

Market Trend 02. 경쟁제품 낫또(Natto) 인기

- 미국 건강 전문지 헬스(Health)에서 세계 5대 건강음식에 낫또(Natto)가 선정됨. 낫또는 콩을 발효시켜 만든 식품으로 일본의 대표 건강식품으로 알려져 있으며 최근 건강에 관심이 높은 미국 현지인들에게 인기가 높음
- 최근 낫또와 달콤한 커스터드 푸딩을 함께 섞어 먹는 디저트 종류의 일환으로 신제품이 출시되기도 함

Market Trend 03. 발효식품의 음료화

- 최근 미국에서는 발효식품의 관심과 수요가 높아짐에 따라 발효콩과 김치를 음료화하여 현지 소비자들에게 공급하고 있음
- 발효콩 음료와 김치 주스의 가격은 각각 25달러(한화 약 2만 8,000원), 17달러(한화 약 2만원)로 김치 주스의 경우 일시 품절될 정도로 인기리에 판매됨

Market Trend 04. 제품의 다양화

- 최근 미국 현지인들의 건강에 대한 관심 증가와 청국장의 건강 효능이 인정을 받으며 냄새가 나지 않는 청국장이나 청국장 쌀과자와 같은 청국장 가공식품이 미국 소비자들과 한인 교포들에게 인기를 얻고 있음
- 지리산피아골식품은 청국장에 지역 특산물인 지리산 고로쇠 수액과 임산물을 활용하여 다양한 제품을 개발함. 이와 같은 제품의 프리미엄화를 통해 미국 현지 호텔 내 한식 레스토랑 납품을 통해 시장 진출에 성공함

Whole Foods Market



한국 발효식품에 대한 긍정적 전망

미국의 식품관련 대기업, 컨설팅 그룹 및 연구소, 관련 분야 전문가 대상 매체 등에서 예상되는 식품 산업 및 소비자 트렌드를 발표한 자료를 토대로 발효식품에 대한 전망을 확인함. 미국의 대표 유통업체인 Whole Foods Market의 2016년 미국의 10대 식품 트렌드 자료에 의하면 미국 내 발효식품과 아시아 음식의 인기가 높아질 것이라고 전망함⁶.

미국 소비자 조사 기관인 Consumer Report에서 발표한 10대 건강 음식 트렌드에서도 발효식품에 대한 언급을 확인함. 동 기관은 2014년에서 2016년까지 박테리아와 식물섬유가 첨가된 발효제품과 프로바이오틱스 및 프리바이오틱스 제품 판매가 50% 증가했다고 전함. 두 기관 모두 한국 발효식품에 대해 언급하며 현지 내 해당 식품의 관심과 수요가 높아질 것으로 전망됨⁷.

표 2.1 : 2016년 Whole Foods market 10대 식품 트렌드

새로운 종류의 육류 및 해산물	목초사육 인증 축산제품
캔 와인	건조식품
식물성 재료기반 식품	재래식 식품 재료
발효식품과 생균제제(Probiotics) 음식	밀가루 대체제
비 GMO 인증 제품	아시아 아프리카 지역 음식 인기

출처 : Wholefoodmarket(www.wholefoodsmarket.com)

표 2.2 : 2017년 Consumer Reports 10대 건강 음식 트렌드

조식용 초콜렛(Chocolate for Break fast)	잭프루트(Jackfruit)
플레인 워터(Plant Waters)	양배추 쌀(Riced Cauliflower)
콩 파스타(Bean pasta)	요거트(Savory yogurt)
발효식품(Fermented Foods)	못난이 식품(Ugly produce)
보라색 식품(Purple foods)	건강한 한끼(Power Bowls)

출처 : ConsumerReports(www.consumerreports.org)

6. Whole Foods Market, Whole foods market experts forecast top 10 food trends for 2016, 2015.12.21

7. Consumer Reports, 'Eat This! The Healthiest Food Trends for 2017', 2017.01.01

세계 5대 건강음식에 낫또 선정

미국 건강 전문지 헬스(Health)에서 세계 5대 건강음식에 낫또(Natto)가 선정됨. 낫또는 콩을 발효시켜 만든 식품으로 일본의 대표 건강식품으로 알려져 있으며 최근 건강에 관심이 높은 미국 현지인들에게 인기가 높음. 특히 낫또 특유의 냄새를 제거하여 현지인들의 거부감을 없앤 제품의 선호가 높음⁸.

낫또 다양한 제품 출시

최근에는 낫또와 달콤한 커스터드 푸딩을 함께 섞어 먹는 디저트 종류의 일환으로 신제품이 출시되기도 함⁹. 특유의 콩 발효냄새를 꺼려하는 서양인의 입맛을 겨냥한 낫또 디저트는 건강과 맛을 모두 충족시킴. 미국 인기 온라인 쇼핑몰인 Amazon 내에서 청국장 제품 판매는 확인 할 수 없었으나 낫또는 가루, 알약, 액체 등의 다양한 형태로 현지에 판매되고 있음. 이를 통해 미국 현지 내 청국장 보다는 낫또의 인지도와 관심이 더욱 높은 것으로 확인됨

표 2.3 : 세계 5대 건강 식품

스페인 올리브유	그리스 요구르트	일본 낫또	한국 김치	인도 렌틸콩
				

출처 : Foursquare(ko.foursquare.com)

표 2.4 : 낫또 디저트 제품



8. xhealthcare, 'Natto: The Fermented Soy Superfood', 2017.09.30

9. rocketnews24, Custard pudding with natto fermented soybeans? We try the new dessert craze sweeping Japan, 2017.02.22

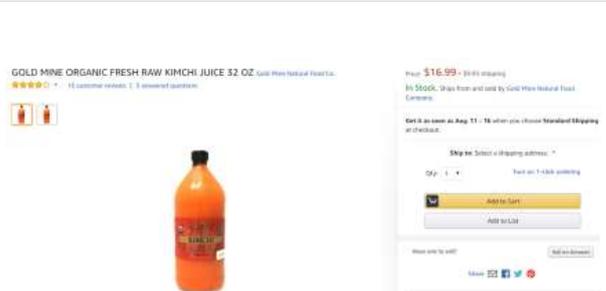
발효콩으로 제조한 음료

최근 미국에서는 발효식품의 관심과 수요가 높아짐에 따라 발효식품을 음료화하여 현지 소비자들에게 공급하고 있음. 미국 음료 제조업체인 Q-CAN은 발효된 콩으로 제조한 음료를 자사 홈페이지와 온라인 쇼핑몰 Amazon과 Ebay를 통해 판매하고 있음. 동 업체는 캘리포니아 주에서 30년 동안 발효콩 음료를 제조한 업체임. 발효콩 음료 한 병당 가격은 자사 홈페이지 기준 25달러(한화 약 2만 8,000원)에 판매되고 있음¹⁰.

김치가 첨가된 주스 현지 시장 내 인기

미국의 유기농 식품 제조사인 골드마인(Gold Mine)은 김치 주스(Kimchi Juice)를 현지에 출시함. 자사 홈페이지와 Amazon을 통해 판매 중인 김치 주스는 100% 유기농 식품이며 양배추, 당근, 고추, 칠리 페퍼, 마늘 등을 발효시켜 제조함. 김치 주스의 가격은 한 병당 17달러(한화 약 2만원)이며 현재 일시 품절된 상태일 정도로 인기리에 판매됨¹¹.

표 2.5 : 미국 내 판매되고 있는 발효음료

업체	제품 사진	
Q-CAN		
Gold Mine		

출처 : 각 업체 홈페이지

10. wholemom, Free Sample of Q-Can Plus Fermented Soy Beverage, 2017.02.21

11. sommeliertimes, World Wide Korea Amazon kimchi juice, 2017.06.20

외국인 취향을 고려한 청국장 과자 수출¹².

한국적 색채가 강한 발효식품 중 하나인 청국장은 외국인이 꺼려하는 특유의 향을 갖고 있어 해외 진출이 어려움. 하지만 청국장 전문 생산·유통기업인 인건푸드는 청국장에 초콜릿과 여러 곡물을 혼합해 누구나 즐길 수 있는 청국장 간식으로 재탄생 시켜 해외에서 좋은 반응을 얻고 있음¹³.

제품 프리미엄화를 통한 진출 사례

청국장 미국 진출 사례 중 제품을 프리미엄화하여 미국 시장 진출에 성공한 업체가 주목을 받고 있음. 지리산피아골식품은 청국장에 지역 특산물인 지리산 고로쇠 수액과 임산물을 활용하여 다양한 제품을 개발함. 이와 같은 제품의 프리미엄화를 통해 미국 현지 호텔 내 한식 레스토랑 납품을 통해 시장 진출에 성공함¹⁴.

표 2.6 : 해외로 수출되는 다양한 청국장 종류



청국장쌀과자



청국장 초콜릿



청국장 가루



청국장 쿠키



출처 : 각 업체 홈페이지

12. 미국 시장에서의 청국장류 제품의 인지도가 낮을 뿐만 아니라 관련 기사 또한 게재된 사례가 없음. 따라서 국내 언론의 기사를 인용하여 미국 시장에서의 청국장류 제품 수출, 시판 현황을 파악함

13. Agrinet, 과자 변신 청국장밥알 뽕 식혜 해외 입맛 홀렸다, 2017.05.01

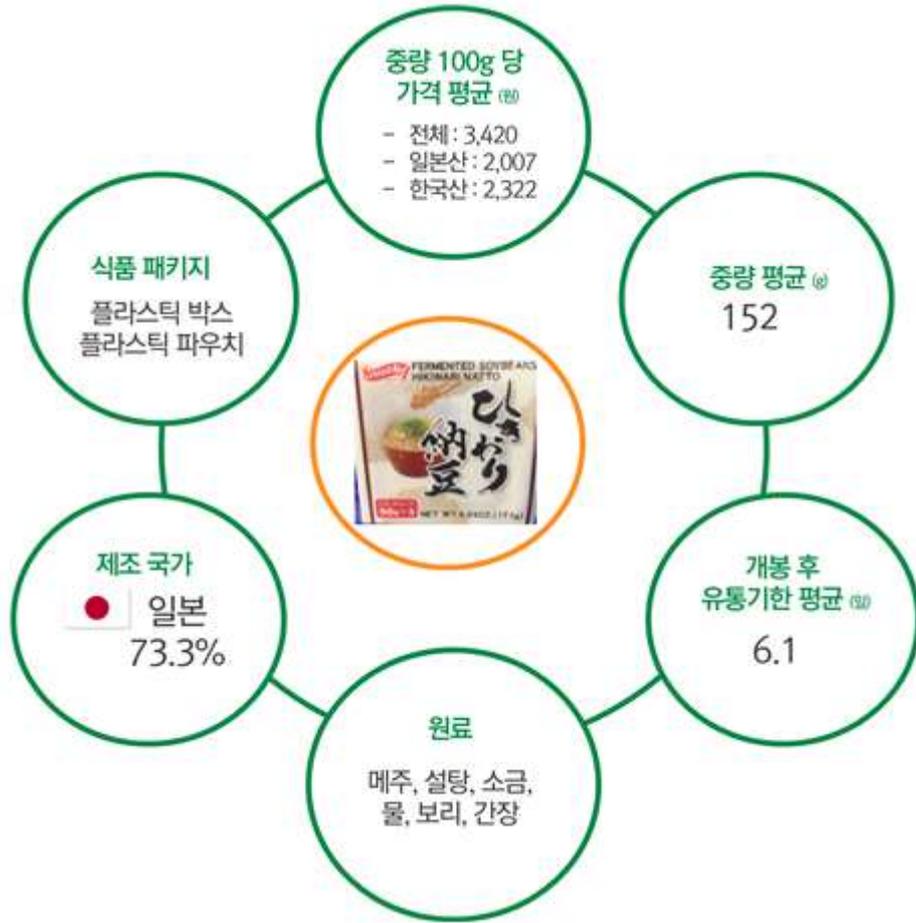
14. 보건의뉴스, 전통발효식품으로 미국시장 진출 쾌거, 2017.07.05

Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

※ 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

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

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW



※ 중량 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

	제품명	제조사	제조국가
1	Hoya Natto	Kokusan Kotsubu	일본
2	Nattozanmai	Yuuki Gokukotubu	
3	Josei Ni good natto	Ohyama Tofu	
4	Fermented soybeans	JFC	
5	Mini natto	Kibun	
6	Shingenko natto	Kibun	
7	Mitonoaji natto	Shirakiku(Nishimoto wismettac Group)	
8	Mito natto	Shirakiku(Nishimoto wismettac Group)	
9	Fermented soybeans	Shirakiku(Nishimoto wismettac Group)	
10	Kotsubu mini3	Shirakiku(Nishimoto wismettac Group)	
11	Hikiwari natto	Shirakiku(Nishimoto wismettac Group)	
12	검은콩나또	풀무원	한국
13	생나또	풀무원	
14	유자나또	풀무원	
15	Fermented Soybean Paste	자연나라	

1. 경쟁제품 선정

방문 매장 선정

슈퍼마켓 Hannam Chain	슈퍼마켓 Hmart	슈퍼마켓 Zion Market
		
5301 Beach Blvd, Buena Park, CA 90621	621 S Western Ave, Los Angeles, CA 90005	5400 Beach Blvd, Buena Park, CA 90621

출처 : 현지방문조사(Hannam Chain, Hmart, Zion Market 2017.07)

현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 15개 선정¹⁵.

	제품명	제조사	제조국가
1	Hoya Natto	Kokusan Kotsubu	일본
2	Nattozanmai	Yuuki Gokukotubu	
3	Josei Ni good natto	Ohyama Tofu	
4	Fermented soybeans	JFC	
5	Mini natto	Kibun	
6	Shingenko natto	Kibun	
7	Mitonoaji natto	Shirakiku(Nishimoto wismettac Group)	
8	Mito natto	Shirakiku(Nishimoto wismettac Group)	
9	Fermented soybeans	Shirakiku(Nishimoto wismettac Group)	
10	Kotsubu mini3	Shirakiku(Nishimoto wismettac Group)	
11	Hikiwari natto	Shirakiku(Nishimoto wismettac Group)	
12	검은콩나또	플무원	한국
13	생나또	플무원	
14	유자나또	플무원	
15	Fermented Soybean Paste	자연나라	

분석 지표 설정 - 6개 항목

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

15. 수출입통계의 데이터는 HS CODE 2103.90.4000 품목을 기준으로 집계되었으며 해당 품목은 청국장 이외에도 효모 추출물의 무알콜 조제품(소스 제외) 등이 포함되어 집계된 수치임. 본 현지조사는 한국 전통식품인 청국장의 동종 및 유사 제품(나또가 포함된 소스 제품)만을 중점 조사하였기 때문에 미국의 수입규모 1위를 차지한 콜롬비아의 제품이 조사되지 않을 수 있음

2. 정량 분석

미국 내 유통 중인 청국장, 100g당 가격 평균 2,046원¹⁶.

미국 현지 대표 슈퍼마켓 3곳 방문 조사 결과 미국 내 판매 중인 청국장 상품 100g당 평균 가격은 2,046원으로 확인됨. 높은 평균 가격 순위로 수입산 제품의 100g당 평균 가격이 3,420원을 기록함

100g당 평균 가격이 가장 비싼 제품은 Kibun업체의 Shingenko natto제품으로 100g당 가격은 3,420원임. 반면 가장 저렴한 제품은 Jayone/자연나라의 Fermented Soybean Paste/청국장으로 동량 대비 약 4.5배 저렴한 757원으로 조사됨

현지 슈퍼마켓에서 조사된 15개 경쟁 제품의 중량 평균은 152g으로 측정됨. 개봉 후 유통기한은 최대 7일로 평균 6.1일 이내 인 것으로 분석 됨

표 3.1 : 제조 국가별 중량(100g) 당 가격

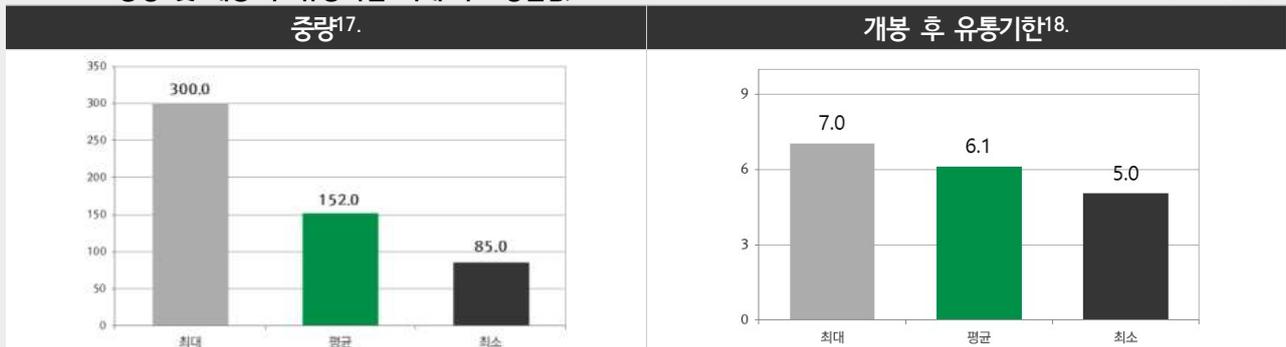
(단위 : 원)



출처 : 현지방문조사(Hannam Chain, Hmart, Zion Market 2017.07), 15개 제품 기준

표 3.2 : 중량 및 개봉 후 유통기한 최대·최소·평균값

(단위 : g, 일)



출처 : 현지방문조사(Hannam Chain, Hmart, Zion Market 2017.07), 15개 제품 중 11개 기준

16. 1(USD) = 1,141.50원(KRW) (KEB하나은행 고시기준, 2017.08.10 경쟁제품 가격 분석을 위해 현지 화폐단위인 'USD'를 한화로 전환하여 제시함)

17. 중량의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

18. 현지 매장 방문을 통해 확인된 15개 제품 중 일본산 낫또 11개 제품만이 개봉 후 유통기한이 명시되어 있었음. 나머지 한국산 4개의 제품의 개봉 후 유통기한은 확인되지 않아 분석에서 제외함. 조사된 한국제품 4개사 제품의 경우 평균 유통기한이 11개월로 도출됨

3. 정성 분석

청국장 및 발효식품, 대다수 플라스틱 사용 증

미국 내 수입 경쟁제품 15개는 모두 플라스틱 외장재를 사용하는 것으로 확인됨. 15개 중 14개의 제품이 플라스틱 박스를 사용하였으며 한 가지 제품만이 플라스틱 파우치로 포장되어 있었음

경쟁제품 주요 원료

15개의 제품 중 한국 제품 4개가 간장소스를 포함하고 있음

표 3.3 : 경쟁제품 패키지 분류



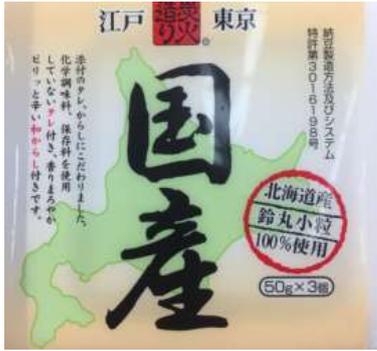
표 3.4 : 경쟁제품 원료 및 제조국가

제품명	제조국가	제조국가 비중
Hoya Natto	일본	<p>73.3% (일본) 26.7% (한국)</p>
Nattozanmai		
Josei Ni good Natto		
Fermented Soybeans		
Mini Natto		
Shingenko Natto		
Mitonoaji Natto		
Mito Natto		
Fermented Soybeans		
Kotsubu Mini		
Hikiwari Natto	한국	
검은콩나또		
생나또		
유자나또		
Fermented Soybean Paste		

4. 현지 방문 조사자료

현지 조사 정보

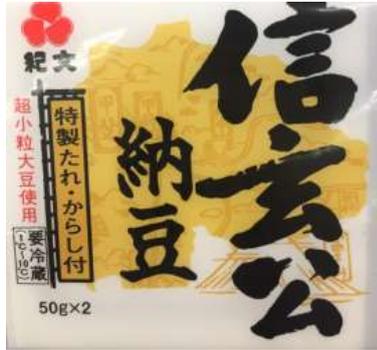
미국 유통매장 방문을 통해 조사된 제품의 기본 스펙 및 취급업체 정보를 다음과 같이 제공함

분류		제품 #01	제품 #02
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Kokusan Kotsubu	Yuuki Gokukotubu
	제품명	Hoya Natto	Nattozanmai
	용량(oz)	5.9	5.92
	가격(USD)	3.49	2.49
	외장재	플라스틱 박스	플라스틱 박스
	원료	메주콩, 물, 마른 가다랑어	메주콩, 물, 간장, 보리
	유통기한 (일, 개월)	7일	7일
	제조국가	일본	일본
취급처	수입자 정보	JFC International INC.	JFC International INC.
	판매확인 매장	H mart	H mart

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #03	제품 #04
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Ohyama Tofu	JFC
	제품명	Josei Ni Good Natto	Fermented Soybeans
	용량(oz)	5.92	6.4
	가격(USD)	2.99	2.49
	외장재	플라스틱 박스	플라스틱 박스
	원료	메주콩, 소금, 물	메주콩, 설탕, 보리, 소금
	유통기한 (일, 개월)	7일	7일
취급처	제조국가	일본	일본
	수입자 정보	JFC International INC.	JFC International INC.
	판매확인 매장	H Mart	Zion Mart

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #05	제품 #06
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Kibun	Kibun
	제품명	Mini Natto	Shingenko Natto
	용량(oz)	5.29	3.52
	가격(USD)	2.99	2.99
	외장재	플라스틱 박스	플라스틱 박스
	포장형태	메주콩, 소금, 물	메주콩, 설탕, 보리, 소금
	유통기한 (일, 개월)	7일	7일
	제조국가	일본	일본
취급처	수입자 정보	Kibun Foods(USA), INC.	Kibun Foods(USA), INC.
	판매처인 매장	Zion Mart	Zion Mart

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #07	제품 #08
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Shirakiku	Shirakiku
	제품명	Mitonoaji Natto	Mito Natto
	용량(oz)	2.99	7.19
	가격(USD)	2.49	1.99
	외장재	플라스틱 박스	플라스틱 박스
	원료	메주콩, 소금, 물	메주콩, 설탕, 소금
	유통기한 (일, 개월)	5일	5일
	제조국가	일본	일본
취급처	수입자 정보	Nishimoto Trading Co., LTD	Nishimoto Trading Co., LTD
	판매확인 매장	Zion Mart	Zion Mart

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #09	제품 #10
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Shirakiku	Shirakiku
	제품명	Fermented Soybeans	Kotsubu Mini3
	용량(oz)	5.34	4.81
	가격(USD)	1.99	1.29
	외장재	플라스틱 박스	플라스틱 박스
	원료	메주콩, 소금, 물	메주콩, 설탕, 보리
	유통기한 (일, 개월)	5일	5일
	제조국가	일본	일본
취급처	수입자 정보	Nishimoto Trading Co., LTD	Nishimoto Trading Co., LTD
	판매확인 매장	Zion Mart	Zion Mart

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #11	제품 #12
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Shirakiku	풀무원
	제품명	Hikiwari Natto	검은콩나또
	용량(oz)	6.03	3.49
	가격(USD)	2.49	2.49
	외장재	플라스틱 박스	플라스틱 박스
	원료	메주콩, 소금, 물	메주콩, 간장, 물, 설탕
	유통기한 (일, 개월)	5일	12개월
	제조국가	일본	한국
취급처	수입자 정보	Nishimoto Trading Co., LTD	Pulmuone Foods USA, Inc.
	판매확인 매장	Zion Mart	Zion Mart

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #13	제품 #14
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	풀무원	풀무원
	제품명	생나또	유자나또
	용량(oz)	3.49	3.53
	가격(USD)	2.49	2.49
	외장재	플라스틱 박스	플라스틱 박스
	원료	메주콩, 물, 간장, 설탕	메주콩, 물, 간장, 설탕
	유통기한 (일, 개월)	12개월	12개월
	제조국가	한국	한국
취급처	수입자 정보	Pulmuone Foods USA, Inc.	Pulmuone Foods USA, Inc.
	판매확인 매장	Zion Mart	Zion Mart

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #15
제품이미지	앞면	
	뒷면	-
제품스펙	제조사명	자연나라
	제품명	Fermented Soybean Paste
	용량(oz)	300
	가격(USD)	1.99
	외장재	플라스틱 파우치
	원료	메주콩, 소금, 정제수
	유통기한 (일, 개월)	8개월
	제조국가	미국
취급처	수입사 정보	Jayone Foods, Inc
	판매확인 매장	Hannam Chain

IV. 경쟁사 분석

※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW



		플무원	Wismettac Asian Foods, Inc.	Jayone Foods Inc.
		한국	일본	미국
기업 개요	설립년도	1955년	1912년	2000년
	본사 소재지	한국 서울(Seoul)	일본 고베(Kobe)	미국 로스엔젤레스(LA)
	직원 수	약 302명 (2016년 기준)	1,500명(-) ¹⁹ .	-20.
	매출액	약 2조 300억 원(2016년)	약 14억 달러(2016년) (약 1조 5,855억 원)	-21.
	취급품목	가공식품, 건강기능식품 등	신선식품, 주류 등	두부, 음료, 발효식품 등
제품 정보				
		나또	나또	청국장
판매 전략	홍보전략	<ul style="list-style-type: none"> · 홈페이지를 활용한 홍보 - 각 브랜드별 제품을 활용한 레시피 제공 	<ul style="list-style-type: none"> · 온라인 플랫폼을 활용한 제품 홍보 - 제품 홈페이지를 활용하여 레시피 및 홍보 영상 게시 	<ul style="list-style-type: none"> · SNS를 통한 제품 홍보 - Facebook, Instagram을 통해 제품 사진 게시
	캐치 프레이즈	<ul style="list-style-type: none"> · What's Good for Your Health is also Good For The Environment 	<ul style="list-style-type: none"> · Commitment to Our Customers 	<ul style="list-style-type: none"> · As Delicious, Wholesome, and Nutritious as Ever

19. Wismettac Asian Foods, Inc. 홈페이지 상 기준년도를 표기하지 미기재

20. Jayone Foods Inc. 홈페이지 상 직원 수를 표기하지 않아 미기재

21. Jayone Foods Inc. 홈페이지 상 매출액을 표기하지 않아 미기재

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 프로세스

방법론 01. 업체 홈페이지 조사²²⁾ 업체 홈페이지 조사

- Pulmuone(www.pulmuone.kr)
- Wismettac Asian Foods, Inc.(www.wismettacusa.com)
- Jayone Foods Inc.(jayone.com)

방법론 02. 온라인 쇼핑몰 조사 온라인 쇼핑몰 조사

- 키워드 : Fragmented Soybean(청국장), Natto(표고버섯),
- 온라인 쇼핑몰 분석
- 회사 개인 홈페이지, 혹은 온라인 쇼핑몰 분석

방법론 03. 오프라인 매장 조사 오프라인 매장 방문

- 미국 현지 하이퍼마켓·슈퍼마켓 방문(2017.07)
- Zion Mart
- HMart
- HannamChain

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

방법론 01(업체 홈페이지 조사)
 방법론 02(온라인 쇼핑몰 조사)
 + 방법론 03(오프라인 매장 방문 조사)

미국, 한국, 일본 기업 총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과

한국	일본	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 쇼핑몰 조사 <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑몰 조사 <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑몰 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"/>

22. 업체 홈페이지 조사를 통해 경쟁 제품 취급여부를 확인함

2. 경쟁사별 현황파악

Pulmuone 정보

- 대표 전화 : +82-08-022-0085
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 서울(Seoul)

출처 : Pulmuone (www.pulmuone.kr)

한국 기업 분석 : Pulmuone

풀무원은 1955년 한국의 첫 번째 유기농 식품 농장으로 시작하여 설립된 기업임. 1991년 미국에 현지법인을 설립하여 진출하였고, 두부와 콩 가공식품, 파스타, 소스 등의 제품을 생산하여 북미 전역에 판매하고 있음. 동·서부에 4개 공장을 두고 있으며 두부 사업 증진에 많은 노력을 기울이고 있음

[기업 개요]

- ① 설립년도 1955년
- ② 직원수 - (-)
- ③ 매출액 약 2조 300억 원(2017년)
- ④ 취급품목 가공식품, 건강기능 식품 등



출처 : Pulmuone(www.pulmuone.kr)

[제품 정보]

온(오프)라인
확인 제품



나또



나또



나또

출처 : Pulmuone(www.pulmuone.kr)

[홍보 전략]

온라인 홍보

홈페이지를 활용한 홍보



- 각 브랜드별로 페이지를 운영하여 홍보에 활용하고 있음
- 자사 제품을 활용한 다양한 음식의 레시피를 제공하여, 소비자의 제품 구매를 유인하고 있음

캐치프레이즈

“What’s Good for Your Health is also Good For The Environment”



- Wholesome Foods Campaign을 통해 건강식 확대를 위한 노력을 기울이고 있음
- LOHAS에 대한 정보를 제공하고 자사 제품에 이를 적용하고 있음

출처 : Pulmuone(www.pulmuone.kr)

2. 경쟁사별 현황파악

Wismettac Asian Foods, Inc. 정보

- 대표 전화 : +81-078-222-7550
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 고베(Kobe)

출처 : Wismettac Asian Foods, Inc.
(www.wismettacusa.com)

일본 기업 분석 : Wismettac Asian Foods, Inc.

Wismettac Asian Foods는 식품 기업인 Nishimoto wismettac Group의 계열사로 1912년 설립됨. 1947년부터 자사 브랜드 Shirakiku를 북미 지역에 판매하기 시작하였으며, 19개의 지사와 4개 지국을 두고 있음. 현재 식품뿐만 아니라 식기류, 생활용품 등 약 6,500여 가지의 제품을 판매하고 있음

[기업 개요]

① 설립년도	1912년
② 직원수	1,500명 (-)
③ 매출액	약 1조 5,855억 원 (2016년)
④ 취급품목	신선식품, 주류 등



출처 : Wismettac Asian Foods, Inc.(www.wismettacusa.com)

[제품 정보]

온(오프)라인 확인 제품			
	나도	나도	나도

출처 : Wismettac Asian Foods, Inc.(www.wismettacusa.com)

[홍보 전략]

온라인 홍보	캐치프레이즈
<p>온라인 플랫폼을 활용한 제품 홍보</p>	<p>"Commitment to Our Customers"</p>
<ul style="list-style-type: none"> · 제품의 소개와 홍보만을 위한 페이지를 개설함 · 자사 제품을 이용한 다양한 레시피를 게시하여 소비자의 구매를 유도하고 있음 · 제품 홍보 영상을 유튜브에 업로드 하여 제품을 홍보하고 있음 	<ul style="list-style-type: none"> · 만족스러운 품질을 유지하기 위한 R&D 노력을 기울이고 있음 · 제품의 원가 구조를 유지하여 저렴한 가격을 고객에게 제공함 · 안정적인 배송 시스템을 구축하여 소비자가 쉽게 제품과 서비스를 받을 수 있도록 함

출처 : Wismettac Asian Foods, Inc.(www.wismettacusa.com)

2. 경쟁사별 현황파악

Jayone Foods, Inc. 정보

- 대표 전화 : +1-562-633-7400
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 로스엔젤레스(Los Angeles)

출처 : Jayone Foods Inc.
(jayone.com)

미국 기업 분석 : Jayone Foods, Inc.

Jayone Foods는 2000년에 세워진 두부 제조 회사임. 냉동식품부터 신선식품 등 700여 가지가 넘는 다양한 제품을 제조 및 판매함. 협력사로 서울우유, 아워홈, 웅진과 같은 기업들을 보유하고 있으며, 한국의 제품을 수입·유통하고 있음. 월마트, 코스트코 등 대형 유통체인에도 자사 제품을 납품하고 있음

[기업 개요]

- ① 설립년도 2000년
- ② 직원수 - (-)
- ③ 매출액 - (-)
- ④ 취급품목 두부, 음료, 발효식품 등



출처 : Jayone Foods Inc.(jayone.com)

[제품 정보]

온(오프)라인
확인 제품



청국장

출처 : Jayone Foods Inc.(jayone.com)

[홍보 전략]

온라인 홍보

SNS를 통한 제품 홍보



- Facebook을 통해 제품과 관련된 내용을 담고 있는 기사 등 다양한 제품 홍보물을 게시함
- Instagram에 제품을 활용하고 있는 영상 및 사진을 올림

캐치프레이즈

"As Delicious, Wholesome, and Nutritious as Ever"

Jayone Foods, Inc. was founded in 2000 and its primary mission was to provide high-quality tofu and other Korean food products to the general public at an affordable price point. Our CEO, Seung H. Lee believes that a superior product will help drive business and keep the customers coming back for more. This philosophy is practiced at Jayone Foods at every level of operations - every day.



For the past decade, Jayone Foods has been hard at work - building brands from ground up as well as leading packaging innovations to better identify the brands with the relevant consumer market.

Today, Jayone Foods has over 700+ food items that ranges from produce to frozen foods. With new and exciting food products in our business development pipeline, Jayone Foods is ready to provide excellent products and services for another decade!

We invite you to become more familiar with the diverse array of wholesome and great-tasting foods that are part of the Jayone brand - as delicious, wholesome, and nutritious as ever!

- 자체 브랜드의 확장과 한국 내 협력사 확보를 통하여 다양한 제품군을 보유하고 있음
- NON GMO Project, FSSC 22000 인증 등 제품 품질에 관한 인증 획득

출처 : Jayone Foods Inc.(jayone.com)



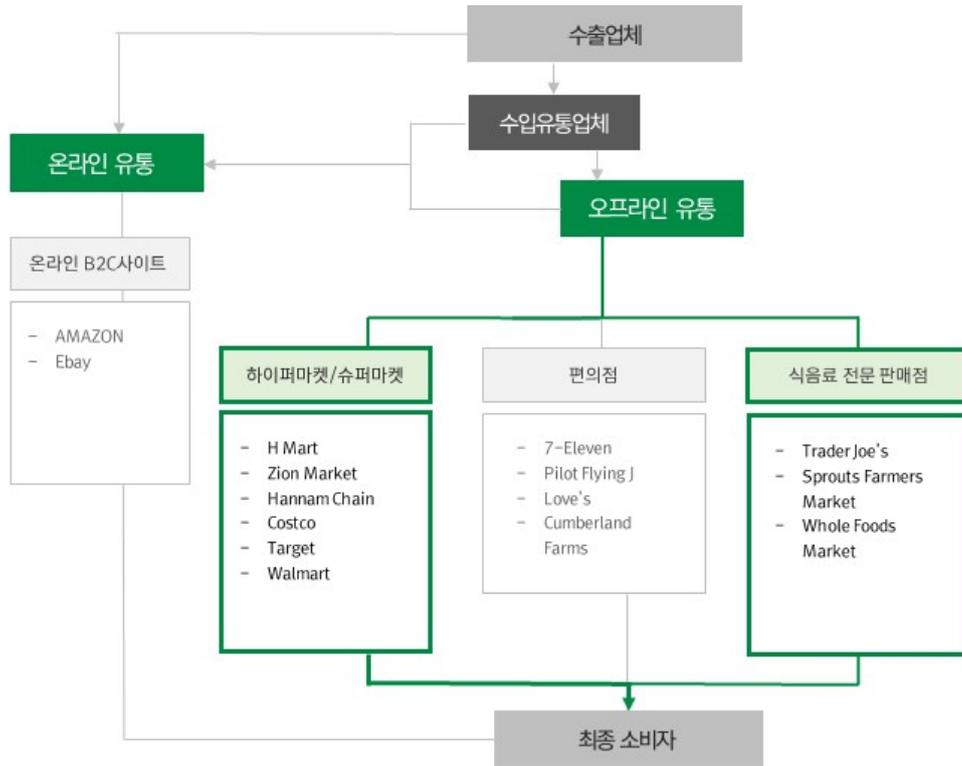
V. 유통구조 현황

※ 유통구조 현황 OVERVIEW

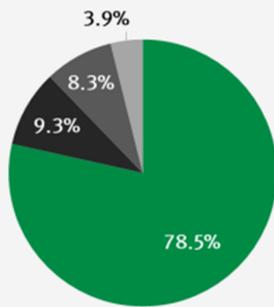
1. 추천 진출 경로
2. 전문가 인터뷰

유통구조 OVERVIEW

현지 유통구조 Map



현지 유통채널별 유통점유율²³



■ 하이퍼마켓&슈퍼마켓 ■ 식품료 전문 판매점 ■ 편의점 ■ 기타

유통채널별 정의 및 특징

- **하이퍼마켓·슈퍼마켓**
: 식료품, 일용 잡화, 의약품, 화장품 등의 가정용품을 모두 갖추어 놓고 판매하는 매장
 - 면적 2,300㎡ 이상(하이퍼마켓)
 - 면적 280~2,300㎡ 이하(슈퍼마켓)
- **식품료 전문 판매점(Food & Beverage Specialist)**
: 특정 식품종류를 통해 수입의 대부분을 창출하는 소매점 (ex. 냉동식품 전문점 등)
- **편의점** : 고객의 편의를 위해 24시간 문을 여는 잡화점
- **기타**: 백화점, 달러스토어, 드럭스토어, 재래시장, 기타 소매점

출처 : Global Data(2016), 'Dairy & Soy Food' 유통점유율 기준

23. 유통 점유율은 미국 내 'Dairy&Soy Food' 품목 기준 점유율이 높은 순서를 기준으로 4개의 유통채널로 집계함

1. 추천 진출 경로

ROUTE #1. 하이퍼마켓·슈퍼마켓

: 하이퍼마켓·슈퍼마켓, 미국 소비자의 주요 구매 채널

미국은 하이퍼마켓과 슈퍼마켓의 본고장으로 오래전부터 대형마트가 발달해 있음. 따라서 대부분의 지역 어디서든지 대형마트를 쉽게 찾아볼 수 있기 때문에 하이퍼마켓·슈퍼마켓에 입점할 경우 많은 미국 소비자들에게 쉽게 접근할 수 있다는 장점이 있음. 또한, 대형 하이퍼마켓·슈퍼마켓은 수입 식품관을 따로 운영하기도 하고, 한국산 제품 취급비율이 타 채널에 비해 높다는 점도 진출에 유리한 점임²⁴.

ROUTE #2. 식음료 전문 판매점(유기농 전문매장, 아시안 마트)

: 미국 유기농 식품 시장의 성장

미국 가정의 약 75%가 유기농 제품을 소비하는 것으로 파악되었으며, 그중에서도 젊은 밀레니얼 세대의 소비량이 가장 많음. 뿐만 아니라 유기농 시장이 확대됨에 따라 미국 내 유기농 식품 유통전문점들이 점차 대형화, 체인화되고 있기 때문에 제품을 미국 전역으로 유통할 수 있다는 장점이 있음

미국 통계국(Census Bureau) 데이터에 따르면, 미국 내 전체 인구의 약 5.6%에 해당하는 약 1,700만 명이 아시아인 또는 아시아계 미국인인 것으로 조사됨. 또한 2016년 7월 기준, 미국 내 인구 증가율은 아시아계가 3.0%로 가장 높은 증가율을 기록함. 이는 아시안 마트의 점포 수가 점차 늘어나고, 규모가 큰 한인 대형 마트가 생겨나는 것과 관계가 있다고 사료됨

ROUTE #3. 편의점

: 미국 내 편의점에 부는 웰빙 트렌드

미국 내 편의점에서 소비자들의 건강을 고려한 제품들의 소비가 늘고 있음. 미국 편의점협회(NACS)에 따르면, 미국의 편의점 시장은 2016년 미국 내 편의점 매출이 전년 대비 3.2% 상승하여 2,330억 달러를 기록함²⁵.

글로벌 정보분석기업 Nielsen의 조사에 따르면, 2017년 미국 내 편의점 수는 15만 4,535개로 전년 대비 0.2% 상승한 것으로 조사됨²⁶.

24. Thebalance, 2016 US Retail Industry Overview, 2017.07.16

25. NACS online, U.S. CONVENIENCE STORE COUNT, 2016.12.31

1. 추천 진출 경로

시장 점유율 및 성장률

Global Data에 따르면, 2016년 기준 미국 유제품 및 콩 식품류의 시장 점유율은 하이퍼마켓·슈퍼마켓이 78.5%로 가장 높게 나타남. 뒤를 이어 식음료 전문 판매점이 9.3%, 편의점이 8.3%, 온라인을 포함한 기타 항목이 3.9%를 기록함

미국 내 유제품 및 콩 식품류의 2016년 기준 전년도 성장률을 살펴보면 하이퍼마켓·슈퍼마켓이 1.31%로 가장 높게 나타남. 반면, 편의점과 식음료 전문 판매점은 각각 -0.19%와 -2.75%의 하락세를 기록함

제품 컨셉

미국 내 웰빙 트렌드로 인하여 소비자들의 건강을 고려한 식품들이 하이퍼마켓·슈퍼마켓을 시작으로 편의점, 식음료 전문 판매점, 온라인을 포함한 모든 유통채널 내로 확산되고 있음

수입산 취급여부

현지 매장 방문 조사 결과, 판매되고 있는 제품 15개 모두 수입산 제품인 것으로 조사됨. 특히, 낫또의 경우 한국산의 판매도 확인되었지만 유통되는 제품의 대부분은 일본산이었음. 반면에 청국장 제품은 한국산이 유일하며 일부의 한인마트에서만 유통되고 있는 것으로 확인됨

표 5.1 : 유통경로 분석 결과

 슈퍼마켓/하이퍼마켓	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	시장 성장률	전체 시장 점유율의 약 50% 이상 차지 2016년 기준 전년 대비 성장률 상승	■
2. 제품적합성	제품컨셉일치도		건강을 고려한 (웰빙)식품 취급 유무	■	
3. 진출가능성	수입제품취급여부		수입산 청국장(낫또 포함) 취급 유무	■	
 식음료 전문 판매점	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	시장 성장률	전체 시장 점유율의 약 50% 이상 차지 2016년 기준 전년 대비 성장률 상승	
2. 제품적합성	제품컨셉일치도		건강을 고려한 (웰빙)식품 취급 유무	■	
3. 진출가능성	수입제품취급여부		수입산 청국장(낫또 포함) 취급 유무	■	
 편의점	지표		세부 내용	적합	부적합
	1. 시장성	시장 점유율	시장 성장률	전체 시장 점유율의 약 50% 이상 차지 2016년 기준 전년 대비 성장률 상승	
2. 제품적합성	제품컨셉일치도		건강을 고려한 (웰빙)식품 취급 유무	■	
3. 진출가능성	수입제품취급여부		수입산 청국장(낫또 포함) 취급 유무		■

1. 추천 진출 경로

하이퍼마켓·슈퍼마켓 진출 추천

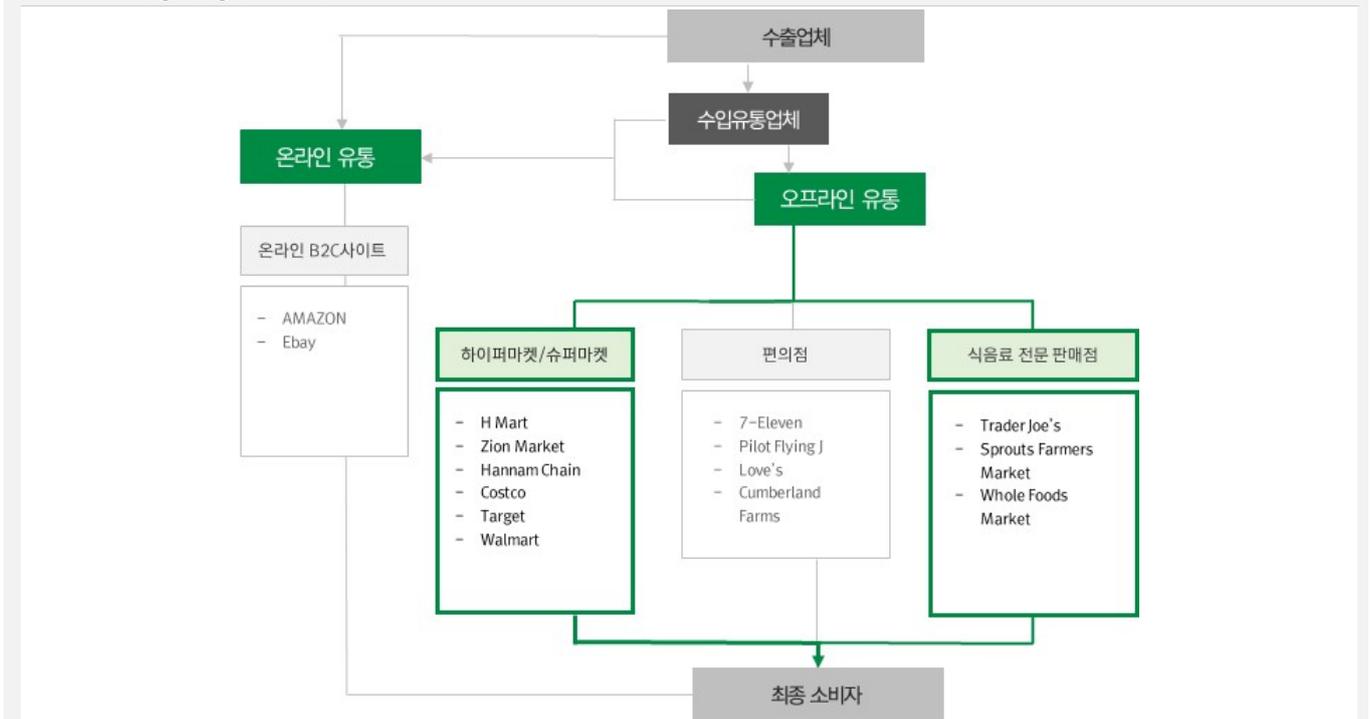
유통구조 분석 결과, 78.5%의 괄목할만한 시장 점유율과 1.31%의 전년 대비 성장률, 그리고 건강을 고려한 웰빙식품과 수입산 청국장 제품 모두를 취급하는 하이퍼마켓·슈퍼마켓이 참여 기업이 진출하기에 적절한 시장인 것으로 사료됨. 유기농 전문 매장의 경우 건강을 고려하는 소비자들이 주요 소비층이기 때문에 청국장의 효능이나 다른 방법으로 충분히 어필이 된다면 향후 귀추가 주목되는 시장임. 하지만 현재는 하이퍼마켓·슈퍼마켓 대비 그 시장 규모가 작고 수입제품의 취급 비중도 낮기 때문에 이를 통한 진출은 어려울 것으로 사료됨

한국식품을 전문적으로 취급하는 Hmart나 Hannam Chain(한남체인)의 경우에는 한국인이 주로 이용하는 대형마트이고 소비자들 또한 한국에 대해 관심이 많기 때문에 진출하기 조금 더 용이할 것으로 판단됨

단, 하이퍼마켓·슈퍼마켓의 경우 저가품을 선호하는 경향이 있기 때문에 상대적으로 고가의 프리미엄 제품으로 입점하고 싶다면 치순위로 식음료 전문 판매점으로 진출을 권고함

온라인 시장의 경우 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓 대비 시장 규모가 작고, 수입제품 취급 비중도 낮은 편임

표 5.2 : 최종 유통구조 Map



2. 전문가 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

한국식품 및 아시아 식료품 수입·유통업체 대상 인터뷰 진행

(2017년 8월)

Q1. 청국장의 수요도는 어떠한가요?

“당사는 앨라배마 주에 있는 슈퍼마켓으로 한국 식료품을 포함한 다양한 식료품을 판매하고 있습니다. 하지만 현지에는 한국 교민들이 많지 않아 취급 물량이 많은 편은 아닙니다. 청국장에 대한 수요는 높지 않은 편이나 한국 전통식품 중에서는 고추장, 된장은 인기가 많아 판매율이 좋습니다.”

한인 슈퍼마켓

Capitol Farmers Market 담당자 Ms. Kim과의 인터뷰 중, 2017.08

“한국 제품은 청국장을 포함한 고추장, 된장 등을 취급하고 있습니다. 현재 한국 전통 식품류 중 가장 수요가 높은 제품은 고추장이며 반대로 청국장의 수요는 높지는 않지만, 지속적으로 있는 편입니다. 한국인, 일본인, 미국인 순으로 높은 수요를 보이고 있습니다.”

한국, 일본 식료품 수입·유통업체

Hana World Market 점장과의 인터뷰 중, 2017.08

Q2. 청국장의 구매요인은 무엇인가요?

“당사에서 판매하고 있는 청국장을 포함한 한국제품을 구매하는 소비자들은 대부분 한국 사람들이므로 제품의 맛에 대해서는 비슷한 생각을 가지고 있습니다. 이에 한국 제품 선정 시 맛이나 브랜드보다는 가격을 가장 고려하는 편입니다.”

한인 슈퍼마켓

Capitol Farmers Market 담당자 Ms. Kim과의 인터뷰 중, 2017.08

Q3. 청국장 및 취급제품의 유통경로는 어떠한가요?

“한국제품에 한해서는 서울에서 직접 수입하여 미국에 제품을 조달하고 있으며, 이 제품들은 앨라배마 주에서 운영하는 슈퍼마켓을 통해 일반 소비자들에게 직접 판매하고 있습니다.”

한인 슈퍼마켓

Capitol Farmers Market 담당자 Ms. Kim과의 인터뷰 중, 2017.08

“대부분 제품은 현지에서 직접 수입하여 조달하고 있으며, 마트나 마켓을 통해서 판매하고 있습니다.”

한국, 일본 식료품 수입·유통업체

Hana World Market 담당자와의 인터뷰 중, 2017.08

VI. 유통업체 현황

※ 유통업체 현황 OVERVIEW

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

유통업체 현황 OVERVIEW



		H Mart	Zion Market	Hannam Chain
		하이퍼마켓(미국)	하이퍼마켓(미국)	하이퍼마켓(미국)
유통업체 개요	설립년도	1982년	1979년	1988년
	매장 소재지	캘리포니아, 뉴욕 등 12개 주	캘리포니아 주	캘리포니아, 뉴저지 주
	직원 수	약 3,500명(2016년)	- 27.	-28.
	점포 수	61개(2016년)	6개(2017년)	8개(-) ²⁹ .
	취급품목	한국식품, 해산물 등	한국식품, 신선식품 등	신선식품, 유제품 등
매장 전경	매장 사진			
	매대 현황			
주요 이슈		<ul style="list-style-type: none"> · 매장 확대 전략 - 매장 운영 지역 확대 및 파트너십 체결을 통한 역량 증대 	<ul style="list-style-type: none"> · 매장 컨셉 변화 정책 - 한·중·일 상품 외 미국 소비자를 위한 제품을 구비 	<ul style="list-style-type: none"> · 강원도와의 제휴 사업 - 강원도, 무역협회와의 제휴를 통해 한국산 제품 판매
프로모션 정보		<ul style="list-style-type: none"> · 무료 배송 및 할인 이벤트 - 일정 금액 이상 구매 시 배송서비스 제공 - 품목별 할인 이벤트 실시 	<ul style="list-style-type: none"> · 다양한 할인 이벤트 - 특정 브랜드 제품에 대한 할인 이벤트 실시 - 시즌별 할인 이벤트 	<ul style="list-style-type: none"> · 다양한 할인 이벤트 - 주차별 제품 할인 이벤트 - 카카오톡을 활용한 프로모션 및 바우처 제공

27. Zion Market 홈페이지 정보를 통해 직원 수 정보를 확인 할 수 없어 미기재
 28. Hannam chain 홈페이지 정보를 통해 직원 수 정보를 확인 할 수 없어 미기재
 29. Hannam chain 정보 상 기준년도를 표기하고 있지 않아 미기재

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



H Mart

당사는 1982년 뉴욕 퀸즈에서 시작한 아시안 슈퍼마켓 체인임. 이후 약 30년간 미국 각 지역에 60개 이상의 매장을 열었으며, 캐나다와 영국에서도 매장을 운영하고 있음. 식품뿐만 아니라 조리 기구 등 다양한 제품을 구비하고 있으며, 적십자, 센서스, 한인유권자센터 등 지역 사회를 위해 다양한 재단과 단체에 후원 사업을 하고 있음

표 6.1 : H Mart 매장 정보

기업 정보	컨셉	최고의 제품을 좋은 가격으로 제공
	대표 주소	Lyndhurst, New Jersey, U.S.
	대표 전화	+1-800-648-0980
주요 판매품목		한국식품, 해산물 등
매장전경	 	
매장 이슈	<p>매장 확대 전략</p> <p>H Mart는 시장 확대 전략의 일환으로 Northern California에 새로운 매장을 열었으며, 고객 확보를 위한 팬 페어 행사도 진행하였음. 이를 통해 미국 남부로의 매장 확대 발판을 마련하였다고 자체적으로 평가하였으며, 아시아 식품뿐만 아니라 다양한 나라들의 제품을 구비하여 소비자의 이용을 촉진하겠다고 밝힘. 또한 필라델피아 기반의 배달 전문 업체인 Instacart와의 제휴를 통해 김치, 카레 등 소비자의 수요를 적시에 충족시킬 수 있을 것으로 예상함</p>	
프로모션 전략	<p>무료 배송 및 할인 이벤트</p> <p>49달러 이상 구매한 고객에 한해 배송 서비스를 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 : H Mart(nj.hmart.com), 현지방문조사(H Mart, 2017.07)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Zion Market

당사는 1979년 한국 식품 유통을 목적으로 설립되었음. 사세 확장에 따라 일본·중국 제품 등 아시아 식품으로 범위를 넓혀 왔으며, 캘리포니아 내에서 가장 큰 한·일 식품 전문 유통체인임. 현재 5개의 매장을 운영하고 있으며, Zion Mart라는 새로운 매장도 오픈 하여 운영하고 있음. 매장은 작은 쇼핑몰 형태로 운영되고 있어, 식품뿐만 아니라 다양한 브랜드의 스토어도 입점해 있음

표 6.2 : Zion Market 매장 정보

기업 정보	컨셉	신선하고 안전하며 저렴한 가격의 식품 및 생활용품 제공	
	대표 주소	Lyndhurst, New Jersey, U.S.	
	대표 전화	+1-800-648-0980	
주요 판매품목		한국식품, 신선식품 등	
매장전경	 		
매장 이슈	<p>매장 컨셉 변화 정책</p> <p>Zion Market은 지금까지와는 다른 컨셉의 매장을 Zion Mart라는 이름으로 오픈할 것임을 발표함. 한·중·일 3국의 식품을 중심으로 한 기존의 매장 제품군 확보 정책과는 달리, 해당 매장에서는 미국인들을 위한 제품들을 구비하기로 결정하였음. 압출 주스, 에스프레소 커피와 같은 제품부터 아시안 제품과 비슷한 미국 전통 음식을 구비하겠다고 밝힘</p>		
프로모션 전략	<p>다양한 할인 이벤트</p> <p>매주 주차별 상품을 선정하여 가격 할인 이벤트를 진행하며, 선정 상품은 주로 식품류 위주로 선정됨. 또한, 해당 세일 상품에 대한 정보는 모바일 어플리케이션을 통해 확인 할 수 있으며, 해당 이용자는 추가 할인 쿠폰을 지급 받을 수 있음. 기본적인 할인 행사 외에도 CJ와 같은 특정 브랜드 제품 할인 프로모션이나 각 매장별 할인 이벤트를 진행하고 있기도 함</p>		
제품 판매현황	 		

출처 : Zion Market (www.zionmarket.com), 현지방문조사(Zion Market, 2017.07)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Hannam chain

당사는 1988년 설립된 작은 아시안 마트로 시작하여 현재의 대형 아시안 유통 체인으로 성장함. 캘리포니아 지역과 뉴저지에서 6개의 매장을 운영하고 있으며, 매장 내에 코웨이, 아모레 화장품 등 다양한 브랜드의 개별 매장을 운영함

표 6.3 : Hannam chain 매장 정보

기업 정보	컨셉	좋은 품질의 제품과 서비스 제공으로 고객 만족 확립
	대표 주소	Lyndhurst, New Jersey, U.S.
	대표 전화	+1-800-648-0980
주요 판매품목		한국식품, 신선식품 등
매장전경	 	
매장 이슈	<p>강원도와의 제휴 사업</p> <p>강원도는 도내 해산물 식품 업체들을 모아 한인들이 많이 살고 있는 LA에 대한 판로 개척을 위해 Hannam chain에서 행사를 개최하였음. 이미 같은 행사를 한 차례 개최한 바 있으며, 이를 통해 한국산 해산물 판매량의 증가를 확인하였음. 동 행사를 계기로 Hannam chain, KTEI(Kangwon Trade Establishment Institute), 강원도는 삼자간의 정기적인 수출 파트너십을 맺게 됨</p>	
프로모션 전략	<p>다양한 할인 이벤트</p> <p>당사는 주차별로 선정 제품을 달리하여 가격을 할인하는 행사를 진행하고 있음. 이는 개별 마트별로 달리 이루어지고 있으며, 해당 제품은 신선 식품류를 위주로 선정되나 생활 가전 등이 특별 할인으로 포함되기도 함. 그 외에 카카오 톡을 활용한 프로모션을 실시하고 있으며, 바우처 쿠폰을 제공하는 등 다양한 할인 정책을 시행하고 있음</p>	
제품 판매현황	 	

출처 : Hannam chain(hannamchain.com) 현지방문조사(Hannam chain, 2017.07)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.4 : 미국 주요 하이퍼마켓·슈퍼마켓 현황

Costco		
취급품목	식품, 주류, 생활용품 등	
홈페이지	www.costco.com	
매장 정보	코스트코는 가격 최소화를 위해 일반상품 마진을 14%, 자체상표인 커클랜드 마진을 15% 원칙을 지키고 있음. 또한, 소비자는 제품이 마음에 들지 않으면 언제든지 100% 환불이 가능	
Target		
취급품목	식품 및 음주류, 생활용품	
홈페이지	www.target.com	
매장 정보	Target은 미국의 대표 종합 유통업체이며, Walmart의 유일한 맞수로 꼽히는 2위 유통업체로 다양한 제품을 미국 전역에 유통하고 있음. Target은 2015년도 인터넷서널 쇼핑 웹사이트를 개설하며 중국, 인도, 캐나다, 멕시코, 유럽연합 국가로 제품 배송 서비스를 제공하고 있음	
Walmart		
취급품목	식품, 의류, 생활용품 등	
홈페이지	www.walmart.com	
매장 개요	Walmart는 미국 최대 유통기업으로 28개국에 진출해 있음. 온라인 유통업체인 아마존이 홀푸드(WholeFood)마켓을 인수함에 따라 월마트 또한 전자상거래 분야에 적극적으로 투자하고 있음	

출처 : Costco(www.costco.com), Target(www.target.com), Walmart(www.walmart.com)

표 6.5 : 미국 주요 식료품 전문점 현황

Trader Joe's		
취급품목	유기농 식품, PB제품 등	
홈페이지	www.traderjoes.com	
매장개요	Trader Joe's는 아담한 규모의 매장에서 3,000개 이하의 품목만 엄선해 판매하는 '차별화 전략'을 통해 소비자 만족도 1위 업체를 달성함. 농수산물부터 가공식품까지 PB상품을 다양화해 브랜드 프리미엄을 없애 가격을 낮추고자 노력하고 있음	
Sprouts Farmers Market		
취급품목	식품, 유기농 식료품 등	
홈페이지	www.sprouts.com	
매장개요	상품의 유통과정, 조리법 등의 정보를 꼼꼼히 확인하는 소비자의 특성을 파악하고 관련 정보를 제공하는 업체임. 자체적으로 브랜드 프리미엄을 없애는 방법을 통하여 유기농 식품과 일반 식품의 가격 차이를 적게 만들어 상품의 접근성을 높이고 있음	

출처 : Trader Joe's(www.traderjoes.com), Sprouts Farmers Market(www.sprouts.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

※ 미국은 장류 품목에 관해 통관거부사례가 확인되지 않아 해당 정보는 제외함

통관 및 검역절차 OVERVIEW

미국(뉴욕) 통관 검역 절차도

절차	기간	소요 시간	담당 기관	
식품제조시설 등록	현행우수제조관리 (CGMP) 기준	-	약 10일	미국식품의약국(FDA)
서류 준비	수입 신고 서류	24시간 전	-	수출 & 수입 업체
	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	미국식품의약국(FDA)
	통관 자동화 시스템(AMS)			
검역 심사	라벨	반출 허가 이전	약 5일	미국 농무부(USDA) 소속 식품안전 검사국(FSIS) / 동식물 검역국(APHIS)
	물품 검사		약 15일	
세금 납부 및 통관 허가	보증금 선 납부, 통관 후 관세 납부	관세, 세관 반입 후 10일 이내	약 1일	세관국경보호국(CBP)

출처 : 미국 세관국경보호국(www.cbp.gov)

통관절차별 유의사항

통관절차	유의사항
서류준비	- 수입신고 서류(선하증권, 상업송장, 포장명세서, 수입허가증빙서류 등) - 통관서류 서류(선하증권, 상업송장, 세관수입신고서, 포장명세서, 화물인도지시서)
선적 및 운송	- 운송업자는 AMS(Automated Manifest System)을 통해 화물이 미국에 도착하기 전, 적하목록을 미국 세관국경보호국에 제출해야 함 - 적하목록 제출 시기는 운송수단에 따라 다르기 때문에 운송 수단별 확인 필요
수입신고 검사 및 검역	- 수입신고 및 수입허가 : 미국 식품의약국(FDA)에서 진행 - 검역 : 미국 농무부(USDA) ³⁰ , 소속 식품 안전 검사국(FSIS ³¹) 및 동식물 검역국(APHIS ³²)에서 진행
세금납부	- 보증금(Custom Bond) 납부 - 세금납부 : 세관 반입 후 10일 이내 납부

출처 : 미국 세관국경보호국(www.cbp.gov)

30. USDA : United States Department of Agriculture

31. FSIS : Food Safety and Inspection Service

32. Animal and Plant Health Inspection Service

관세율 정보 OVERVIEW

미국 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율	
		기본세율	한미FTA
2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자		-
2103.90	기타		
2103.90.4000	-효모 추출물의 무알콜 조제품(소스 제외)	3.2%	0%

한미 FTA 협정세율 정보

미국에서 HS CODE 2103.90.4000의 경우

한미 FTA 협정세율 **0%**가 부과됨

미국 판매세 정보

미국에서 HS CODE 2103.90.4000의 경우

판매세가 **주 별로 다르게** 부과됨³³.

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 관세법령정보포털3.0	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

33. 미국은 부가가치세(Value Added Tax) 대신 판매세(Sales Tax)를 부과하고 있으며, 이는 주(States)마다 상이하며 '최종 판매세=제품 금액*(각 주의 세율+지자체의 세율)'로 구할 수 있음

1. 통관 및 검역절차

해외통관 애로사항 문의처

관세청 해외통관지원센터
: 042-472-2197

주미한국대사관
: +1-202-939-5600

주 뉴욕 대한민국 총영사관
: +1-646-674-6000
kcgeco@mofa.go.kr
(기업 지원 담당관 이메일)

뉴욕 세관
: +1-646-733-3100

수출 전 준비사항

미국에 농수산물식품 및 소비자 제품 중심으로 수출할 시 미국 세관국경보호국의 C-TPAT³⁴, 적하목록 사전 제출, 미 FDA의 식품 시설 등록(Facility Registration) 등을 해야 하며, 이는 수출업체 또는 생산 업체가 반드시 숙지해야 함. 미국에 식품을 수출하기 위해서는 사전에 식품 시설 등록을 필수적으로 해야 함

2001년 9월 11일 테러 이후 제정한 바이오테러리즘 법(The Bioterrorism Act)에 의거하면, 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 입국항에 억류되거나 FDA 지시 하에 제3의 장소로 옮겨지게 됨. 2011년 식품안전현대화법(FSMA)이 발효됨에 따라 FDA에 등록했던 식품 시설은 2년마다 등록을 갱신해야 함

표 7.1 : 식품 시설 등록 규정 변경 사항(2016년 7월 14일 개정)

변경 사항	변경 내용	발효일
식품 제조 시설 전자 등록 및 갱신	모든 식품 제조시설 등록 및 갱신은 전자 등록 시스템으로 바뀜 전자 등록을 할 수 없는 경우는 그 사유를 설명하는 전자등록 면제원을 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 관리인 명, 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 정보 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 영업이 금지됨	2016. 09. 12

출처 : STR&STTAS(www.strtrade.com)

34. 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 있어서 필요한 서류로는 선하증권(또는 항공화물운송장), 상업송장, 세관수입신고서, 구매확인서, 포장명세서, 화물인도지시서, 수입허가증빙서류 등임

바이오테러방지법에 의하면 대미 수출 식품은 제조시설 FDA 등록 및 수출 정보를 사전에 보고해야 함. 대상 식품으로는 건강식품, 음료수, 수산물, 냉동식품 등 대부분의 식료품이 해당됨. 수출식품 사전통보의 경우 항공화물은 도착 4시간 전, 해상화물은 8시간 전에 보고해야 하며 FDA의 승인이 필요함

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 전자 통관시스템 유니패스(Unipass)를 이용하여 세관을 방문하지 않고도 물품신고, 세관검사, 세금납부 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 전, 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, 예정 도착일, 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) | - 포장명세서 |
| - 상업송장 | - 화물인도지시서 |
| - 세관수입신고서 | - 적하목록 |

출처 : TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)

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 미국 식품의약국(FDA)에 수입신고서를 접수하고 수입허가를 요청해야 함. FDA는 신고된 서류를 검토한 후 수입식품의 위생 검사를 진행함

수입 식품에 대해 FDA에서 검사가 필요 없는 식품이라고 판단할 경우에는 입국이 바로 허가됨. 검사가 필요한 식품은 샘플검사가 시행되고, 안전 적합 판정을 받으면 즉시 입국이 허가되나 불합격 시 입국이 거부됨. 불합격 판정에 대해서는 수입업체의 이의제기가 가능함

수입신고와 더불어 선택적으로 준수해야 할 규정이 2가지 있음. 하나는 ‘사전공고 규정 자율 준수(Informed Compliance)³⁵.’ 이며, 다른 하나는 ‘사전고지(ABC’s prior disclosure)’ 임

신고사항을 모두 완료하면 물품 및 서류 심사가 시행됨. 수입식품의 경우 세관국경보호국(CBP) 내 미국 식품의 약국(FDA)의 판단 기준에 따라 고 위험군에 해당될 경우에만 시행되며, 샘플검사와 서류검사가 동시에 진행됨

수입식품의 경우 서류 및 샘플 검사 시행 시 원산지 표기가 가장 중요한 사항이며, 이를 표기하지 않을 시 총 과세가격의 10%에 해당하는 벌금이 부과됨

표 7.3 : 미국 수입식품 샘플검사 항목

- 관세 목적의 물품 가액과 적절한 관세 부과 여부
- 물품에 원산지, 화인(Shipping mark), 라벨의 적절성 여부
- 수입금지 된 물품이 포함되었는지의 여부
- 상업송장에 물품이 기입되었는지의 여부
- 물품이 송장상의 수량을 초과하였는지, 혹은 부족한지의 여부
- 화물에 불법적인 마약물질이 포함되어 있는지의 여부

출처 : TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)

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

1. 통관 및 검역절차

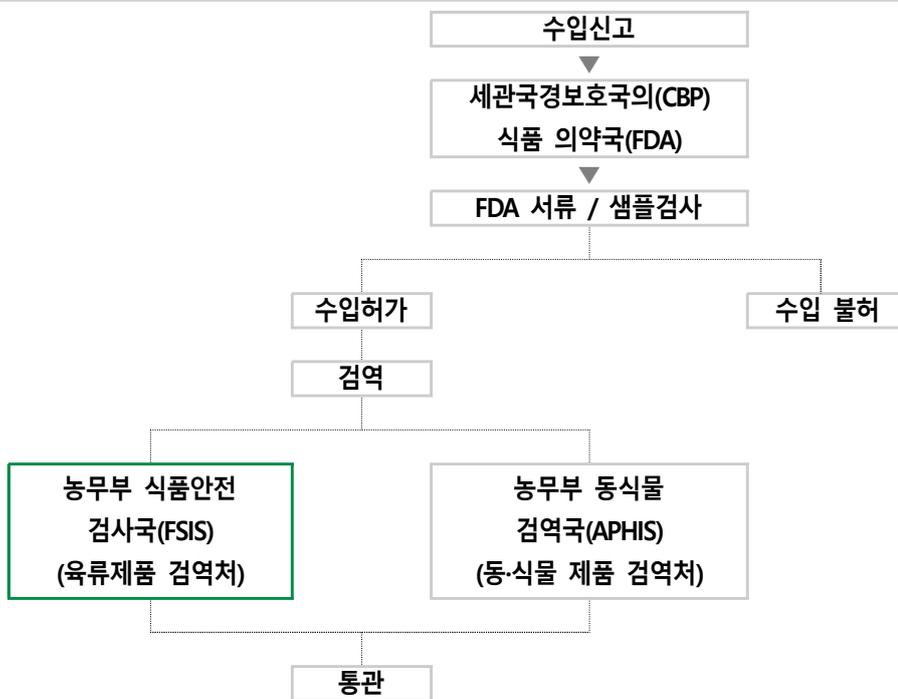
Step 04. 세금 납부

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

보증서는 ‘일회성 보증서(Single Bonds)’ 와 ‘계속성 보증서(Continuous Bonds)’, ‘현금 담보(Cash Deposit)’ 세 종류로 구분됨. ‘일회성 보증서(Single Bonds)’ 는 한 번의 물품 신고에 대하여 제공되는 보증서이며, ‘계속성 보증서(Continuous Bonds)’ 는 수입 횟수와 관계없이 유효기간 1년 내의 수입 건에 대해 포괄적으로 제공되는 보증임³⁶.

세금은 지정된 세관 보세구역에 반입된 날로부터 10일 이내(영업일 이내)에 납부해야 함. 납세신고서(CBP³⁷. form 7501), 물품의 반출이 허가된 후에 수입자 또는 대리인에게 반송된 통관 관련 서류, 상업송장 등 관세를 책정하는 데 필요한 모든 자료를 제출해야 함. 수입자는 납세신고서를 제출하는 때에 자율적으로 세번분류, 과세가격, 관세액을 결정하여 예정 관세액을 납부함. 수입자 등에 의해 작성된 납세신고에 대한 검사 생략(Paperless)이 있는 경우 납세신고서가 처리되고 예정 관세액을 납부하고 물품을 반출함. 이후에는 사후 심사를 통해 확정 관세액을 추가 납부하거나 차액을 환급받을 수 있음

표 7.4 : 미국 품목별 수입절차



출처 : 미국 관세청(www.cbp.gov)

36. traderiskguaranty, What's the Difference Between Single Entry and Continuous Customs Bonds, 2017.07.20

37. CBP 제출 시에는 유효한 절차 및 내용으로 제출이 필요

2. 관세율 정보

HS CODE 2103.90.4000의 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 ‘한국 관세법령 정보포털 3.0’ 을 활용하는 법 등이 있음

미국의 경우 ‘청국장’ 은 개별 HS CODE로 구분하지 않음. 때문에 상위 코드인 HS CODE 2103.90(기타 소스 및 소스의 조제품)을 기준으로 하며, 이는 마요네즈, 드레싱, 된장, 고추장 등을 포함하고 있으므로 해당 HS CODE를 기준으로 조사를 진행함. 상세분류는 HS CODE 2103.90.4000(효모 추출물의 무알콜 조제품[소스 제외])에 속함

HS CODE 2103.90.4000에 적용되는 기본 세율은 3.2%이지만, 한국은 한·미 FTA협정 세율 적용으로 2017년 기준 0%의 관세가 부과됨

주별로 다르게 부과되는 판매세

미국의 판매세(Sales Tax)는 최종 판매자가 일정 비율로 소비자에게 부과해 주정부에 납부하는 것으로 연방정부가 아닌 주정부에서 주관함. 2016년 3월을 기준으로 살펴보면 45개 주와 워싱턴DC에서 판매세를 징수하고 있으며, 38개 주의 지방 정부에서도 주정부와 별도로 판매세를 부과하고 있음. 판매세는 최종 판매 가격에 해당 세율을 곱해 과세가 되는데, 이는 지역마다 다른 세율로 인해 동일한 물건이라도 지역별로 구매 가격이 달라지게 됨

표 7.5 : 미국 HS CODE 분류 및 관세율 정보

국가	HS CODE	품명	관세율	
			기본세율	한·미FTA
한국	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자		
	2103.90	기타		
	2103.90.10	장류		
	2103.90.1090	-기타		
미국	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자	3.2%	0%
	2103.90	기타		
	2103.90.4000	-효모 추출물의 무알콜 조제품(소스 제외)		

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

한·미 FTA의 성과 및 추이

2017년 6월 29일에 열린 한·미 정상회담에서 한·미 FTA 재협상에 관한 논의를 함. 미국은 정권이 교체 되면서 한·미 FTA를 부정적인 시각으로 제시하고 있음. 만일 한·미 FTA 재협상이 추진될 경우, 2017년부터 2021년까지 5년간 우리나라의 수출손실액이 최대 170억 달러에 달할 것이란 분석이 나옴³⁸.

한·미 FTA 세율 적용을 위해서는 원산지 증명서 발급 필요

원산지증명서란 수출물품이 우리나라에서 재배·사육·제조·가공된 것임을 증명하는 문서임. 협정별 원산지결정기준을 충족하고 협정에서 정한 원산지 증명서를 구비해야 상대국에서 FTA 세율 적용이 가능함. 원산지증명서는 관세청, 대한상공회의소에서 발급이 가능함

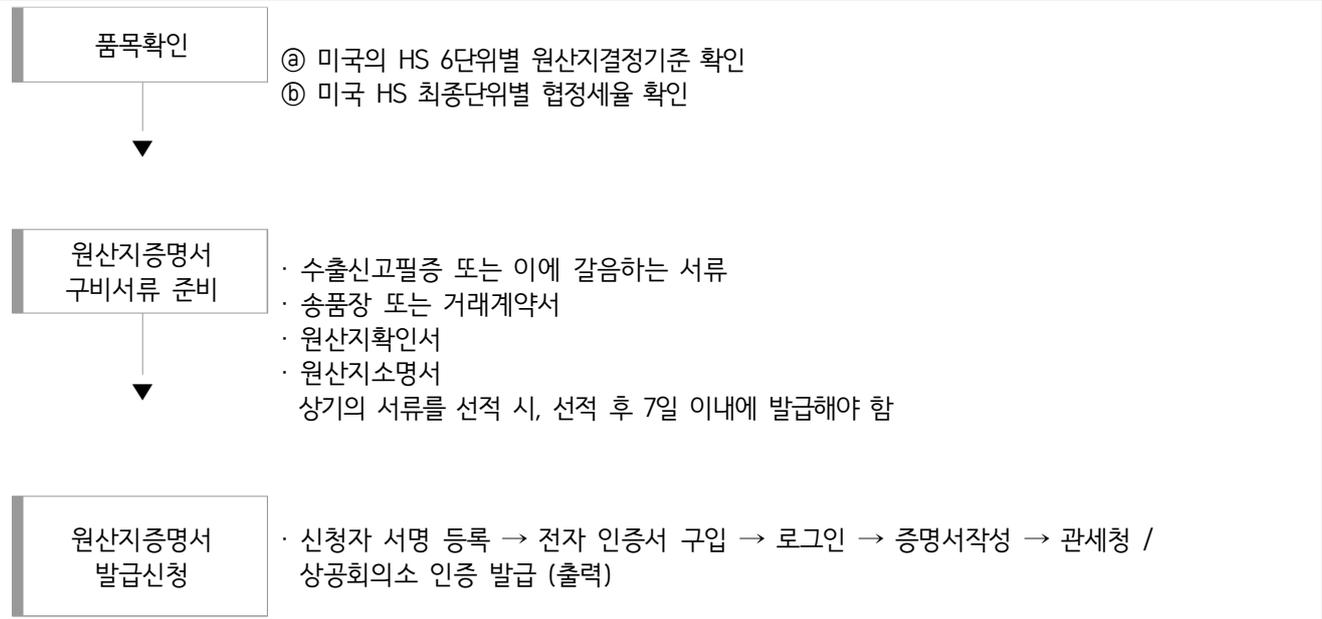
한·미 FTA 협정 제2.10조 제4항(행정수수료 및 형식)에 근거하여 원산지 상품에 대해서 미국세관은 물품취급수수료(MPF, Merchandise Processing Fee)를 부과할 수 없음(MPF는 FOB 가격의 약 0.21%를 적용하고 25달러부터 최대 485달러까지 부과할 수 있음)

원산지증명서는 증명의 발급일로부터 4년 동안 유효하며 천재지변 등 불가항력에 따라 운송이 지연된다거나 물품을 보세구역에 장치하고 일정 기간 분할하여 수입통관 하는 등의 경우에도 최대 4년 동안 해당 원산지 증명서의 효력이 인정됨. 원산지증명서 발급일은 보통 선적일 이전이지만 협정문에서 특별히 선적일 이후 발급을 금하지 아니하므로 발급 일자가 수입 신고일 이전이면 유효함

38. forbes, As Trump And Moon Meet, A Closer Look At The 'Horrible' U.S.-S. Korea Trade Pact, 2017.06.29

3. FTA 정보

표 7.6 : 한미 FTA 원산지증명서 발급 절차 및 서류



출처 : 대한상공회의소(cert.korcham.net)

4. 통관 및 검역 유의사항

가공식품 수출하기 위한 기준 규격

미국으로 가공식품 등을 수출하기 위해서는 수출 식품의 유형별 기준규격과 식품 첨가물 기준에 적합해야 하며 기준 규격이 없는 식품 유형일 경우, 기본적으로 바이오테러리즘 법(Bioterrorism Act)과 식품첨가물 표준(Food Additive)에 부합되어야 함. ‘청국장’ 은 해당 CFR code³⁹가 없는 식품으로 바이오테러리즘 법과 식품첨가물 표준을 준수해야 함

미 FDA, 식품시설 등록 및 수입식품 사전신고제

대미 수출 식품은 제조시설 FDA 등록 및 수출정보 사전보고는 근거법률 미 바이오테러방지법에 의하여 필수임. 등록대상시설은 식품 제조, 가공, 포장 및 보관하는 시설이며, 대상식품은 건강식품, 음료수, 수산물, 냉동식품 등 대부분 식료품이 해당됨. 수출식품의 사전통보는 항공화물은 도착 4시간 전, 해상화물은 8시간 전에 보고하고 FDA의 승인이 필요함. 이를 위반 시 통관 보류, 폐기 또는 반송 및 벌금 부과 대상이 됨

표 7.7 : 국내와 미국의 식품유형별 정의 및 분류 비교표

구분		국내	미국
장류	정의	<ul style="list-style-type: none"> - 동·식물성 원료에 누룩균 등을 배양하거나 메주 등을 주원료로 하여, 식염 등을 섞어 발효·숙성시킨 것을 제조·가공한 것으로 메주, 한식간장, 양조간장, 산분해간장, 효소분해간장, 혼합간장, 한식된장, 된장, 조미된장, 고추장, 조미고추장, 춘장, 청국장, 혼합장 등을 말함 	<ul style="list-style-type: none"> - 해당 CFR code없음. 단, 바이오테러리즘법 (Bioterrorism Act)과 식품첨가물 표준(Food Additive)에 부합되어야 함
	분류	<ul style="list-style-type: none"> - 메주(한식메주, 개량메주), 한식 간장(재래한식간장, 개량한식간장), 양조간장, 산분해간장, 효소분해간장, 혼합간장, 한식된장, 된장, 조미된장, 고추장, 조미 고추장, 춘장, 청국장, 혼합장, 기타장류 	

출처 : www.strtrade.com

39. 미국 행정기관이 제정·운영하는 규정(Code of Federal Regulations, CFR)

Q1. 미국의 통관절차는 어떠한가요?

“미국의 식품 통관 절차는 우선적으로 수출할 식품에 대해서 미국 보건복지부 산하 기관인 식품의약국(FDA)에 등록하여, 식품시설 등록 번호를 받아야 합니다. 식품 등록절차는 온라인으로 가능하며, 중개업자가 아닌 제조업체에서만 등록이 가능합니다. 등록이 끝난 후 운송이 진행되며 일반적으로 세관 화물을 취급하는 중개업자가 필요서류를 준비합니다. 그 후 식품에 라벨을 준비해야하므로 수입 식품에 대한 모든 라벨은 미국 식품의약국의 기준에 맞추어 영어로 표기해야 합니다. 자세한 절차는 미국 식품의약국 홈페이지에서 확인할 수 있습니다. 또한 미국 내 수입업체(유통 회사)가 해외제조시설이 미국식품안전현대화법(FSMA)을 준수하고 이에 따라 식품을 안전하게 제조·관리하고 있음을 확인하고 입증하는 수입식품 안전검증제도(FSVP)를 확인해야 합니다.”

- 미국 식품의약국
Food and Drug Administration(FDA) 담당자 Daniel과의 인터뷰 중, 2017.08

VIII. 인증 정보

※ 인증 정보 OVERVIEW

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

인증 정보 OVERVIEW

필수검사 : FSVP(해외공급자 검증 프로그램)

검사 설명	해외 식품 생산시설이 미국의 위생 및 식품안전 관리기준과 동일한 수준의 환경에서 생산활동을 하는지 검증하도록 하는 해외공급자 검증 프로그램	
검사기관	미국 식품의약청(FDA)	
성격	필수검사	
제출서류	상업송장, 포장명세서, 식품성분표, 제조공정도	
비용	제3자 인증기관에 따라 상이	
소요기간	제3자 인증기관에 따라 상이	
갱신기간	3년	
발급절차	제3자 인증기관 신청 > 서류 심사 > 샘플 테스트 > 검증 완료	

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov)

권장인증 : 유기가공식품(NOP : National Organic Program)

인증 설명	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 제도	
발행기관	FDA	
성격	선택 인증	
제출서류	HACCP 계획표 및 위해요소 분석 계획	
발급절차	예비 단계 > 위해요소 분석 계획 > HACCP 계획표 작성 및 제출	
유의사항	어육가공품, 냉동수산물, 냉동식품, 빙과류, 비가열 음료, 레토르트 식품 및 배추김치는 HACCP 인증 취득 필수	

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov)

인증 정보 OVERVIEW

🌍 권장인증 : GLOBAL G.A.P 인증

인증 설명	GLOBAL G.A.P.은 1990년대 들어 부각된 식품안전 및 환경이슈 우려에 대응하기 위해 도입된 농식품안전관리 인증으로 식품안전, 환경보호, 작업자 안전 등의 보장을 통해 생산자 및 소비자의 안전과 지속가능성을 추구하는 인증	
발행기관	FoodPLUS ※한국의 경우 GLOBAL G.A.P 홈페이지상 FITI시험연구원이 정식 검사업체로 등록된 유일한 업체임	
성격	선택 인증	
비용	의뢰자 옵션(개별생산자 또는 생산자단체) 및 규모에 따라 상이	
유효기간	인증일로부터 1년 ※인증유지를 위해 매년 정기심사 실시	
발급절차	신청서 및 관련서류 접수 > 인증수수료 납부 > GLOBAL G.A.P 데이터베이스 등록 > 심사일정 안내 > 현장심사 > 부적합사항 처리 > 인증결정 검토 > 인증 승인 > 인증서 송부	
유의사항	1) GLOBAL G.A.P 인증 유지를 위해 인증생산자 또는 생산자단체는 QMS(Quality Management System) 및 필수 관리점 100% 준수, 준필수 95% 이상 준수를 유지 2) GLOBAL G.A.P 로고·트레이드마크는 기업 간 거래(B2B) 시 박스, 컨테이너에 표시 가능. 단, 소비자에게 판매하는 제품에는 표시 불가 3) GLOBAL G.A.P 로고·트레이드마크 사용 시 GGN(GLOBAL G.A.P Number)을 함께 표기 4) GGN은 제품포장재, 운송박스, 거래문서에 표시 가능	
출처 : FITI시험연구원(www.fiti.re.kr)		

1. 인증 취득정보

FSVP 발급 기관

기관명 : FDA IMPORTS.COM, LLC
관련부서 : 미국 식품의약청(FDA)

필수검사 : 해외공급자 검증 프로그램(FSVP)

해외공급자 검증 프로그램(FSVP : Foreign Supplier Verification Program)은 미국의 식품 수입자들로 하여 해외 식품 생산시설이 미국의 위생 및 식품 안전 관리기준과 동일한 수준의 환경에서 생산활동을 하는지 검증하는 프로그램임. 등록되지 않은 외국 시설의 식품이 수입되면, 시설이 등록될 때까지 제품이 입국항에 억류되거나, FDA 지시 하에 제3의 장소로 옮겨지게 됨

해외공급자 검증 프로그램은 개별적으로 수입되는 식품에 대해 알려진, 혹은 예측 가능한 위험요소를 파악하고자 하는 것임. 생물학적(기생충·박테리아 등), 화학적(제초제·농약 등), 물리적(유리조각, 파편 등) 위험요소 등을 파악하고 관리가 필요한지를 판단함

뿐만 아니라 식품이 생산되는 제조 방법(Formulation of the food), 식품을 생산하는 기관의 컨디션, 역할, 디자인 및 장비, 원자재 및 그 외 재료, 운송방법, 재배, 수확, 제조, 공정 및 패키징 절차, 포장 및 라벨링 절차 등에 대한 검사도 진행해야 함⁴⁰.

식품 수입자는 해외 공급자의 위험요소 분석 및 평가를 기반으로 제품에 문제가 없는지 검증활동을 실행하게 됨. 또한 생산시설에 대해 매년 정기적으로 점검활동을 진행해야 함. 그러나 수입자가 문서를 통해 해외 공급자가 미국의 기준에 부합하는 생산활동을 한다고 검증할 수 있는 방안을 제시할 경우 샘플링 검사나 식품안전 기록 등의 검토를 통해서도 검증이 가능함

해외공급자 검증의 필요 여부는 아래의 URL을 통해 확인이 가능함
www.fda.gov/downloads/Food/GuidanceRegulation/FSMA/UCM472461.pdf

40. 미국 식품의약국(www.fda.gov)

1. 인증 취득정보

권장인증 : HACCP 인증

현지 매장 조사 결과, ‘청국장’ 경쟁제품은 HACCP, Global GAP 등과 같은 인증을 별도로 취득하지 않은 것을 확인함. 하지만 공신력 있는 인증을 취득한다면 식품의 안전성 측면에서 수출 시 유리할 것으로 사료됨

미국의 경우 HACCP(위해요소 중점관리기준)은 FDA에서 관리함. HACCP은 식품의 생산-제조-유통의 전 과정에서 식품의 위생에 해로운 영향을 미칠 수 있는 위해요소를 분석하여 안전성을 확보할 수 있는 단계에 중요관리점을 설정함으로써 과학적이고 체계적으로 위해요소를 제거하여 식품의 안전을 관리하는 제도임

어육가공품, 냉동수산물, 냉동식품, 빙과류, 비가열 음료, 레토르트 식품, 배추김치 같은 품목은 특별관리대상으로 HACCP을 반드시 취득해야 함. 그 밖의 대부분의 식품에서 HACCP 인증은 필수가 아니지만 식품 제조과정이 안전했다는 것을 증명하기 위해 여러 식품업체들이 취득하는 권장인증임

미국 HACCP의 경우 식품 생산업체가 FDA에 시설등록을 하면 자동으로 신청되며, 위해요소중점관리기준 검역을 통과하면 인증되고 있음. HACCP은 시설 상태에 대한 정보를 항상 최신으로 유지할 것을 요구하므로 주기적으로 정보를 업데이트하고, 변경사항이 발생하면 즉시 통지해야 함

표 8.1 : 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 분석 계획	위해요소 분석계획표 작성, 종(Species) 관련 잠재위험 규명, 절차(Process) 관련 잠재위험 규명, 잠재적인 위험요소가 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 FDA, 'Fish and Fishery Products Hazards and Controls Guidance', 2011.04.

1. 인증 취득정보

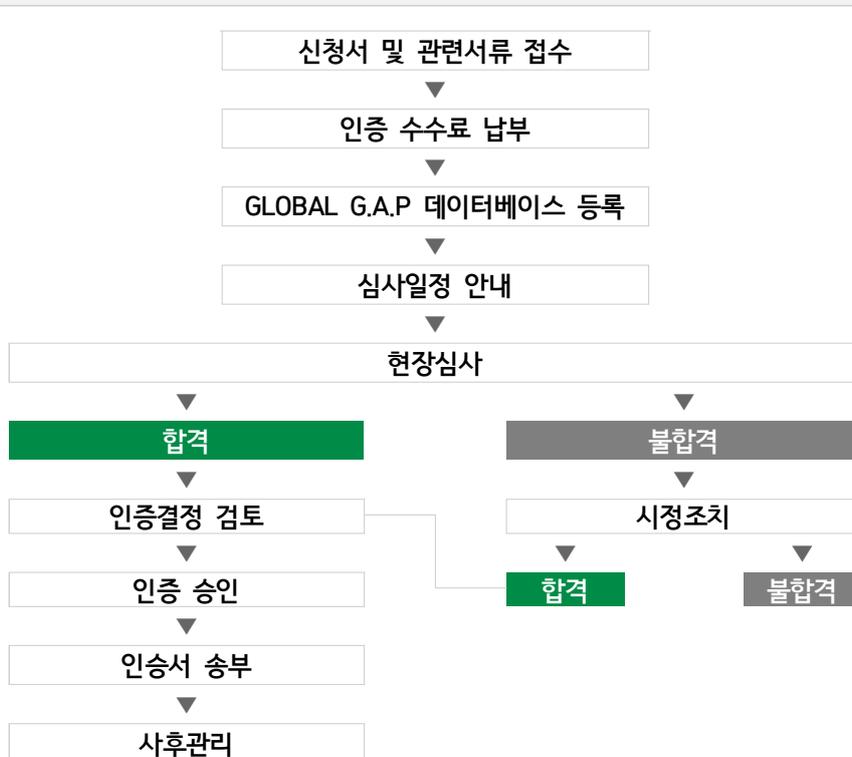
권장인증 : Global GAP 인증

Global GAP는 2006년 유럽 소매업 생산자 단체에 의해 설립됨. 1977년 EUREP가 농산물 안전기준을 만들기 위해서 EUREPGAP을 만들었고, 이것이 Global G.A.P라는 명칭으로 변경됨. 본 인증은 식품안전, 환경보호, 작업자 안전 등의 보장을 통해 생산자 및 소비자의 안전과 지속가능성을 추구함

Global GAP 신청 시 신청업체는 자신이 생산하는 품목에 맞는 자가 설문지(Self-Checklist)를 작성해야 함. 이 설문지의 내용은 유럽연합이 26개 대분류, 233개 세부 항목으로 구성하여 인증 기준이 가장 방대함. 미국의 경우 7개 대분류, 210개 세부 항목으로 구성되어 있음

GLOBAL G.A.P는 한국의 GAP 인증과 동등성이 없음. 농림축산식품부에서 2016년 1월에 발간한 ‘GAP 제도 확산을 위한 인증체계 개선방안 연구보고서’에 따르면 국내 GAP 도입 초안이 글로벌 GAP 규격을 참고하여 제작되었지만 포괄하는 기능이 부족하고 기준 자체도 상대적으로 미흡한 상태임. 또한 항목수가 상대적으로 적고 정밀하지 못하다는 평가가 있음

표 8.2 : GLOBAL G.A.P 인증 취득 절차



출처 : FITI시험연구원(www.fiti.re.kr)

2. 제출서류

Global GAP 인증신청서

: FITI시험연구원에 GLOBAL G.A.P 인증 신청 시 제출해야 하는 서류로 신청서 외에도 생산지 정보, 재배작물 정보에 대한 내용을 함께 제출해야 함



GLOBALG.A.P. 인증신청서(과채류)

접수일 :	접수번호 :	접수자 :	(인)	인증신청서 처리기간 28일
의뢰자	신청단위 [] 개별(옵션 1) [] 단체(옵션 2)			
	성명(단체명)	생산자/생산지 수		
	대표자 성명	담당자 성명 및 직책		
	주소	우)		
	(전화번호	, 이메일	, 위도 및 경도)
신청내용	신청구분 [] 최초 신청, [] 변경 신청, [] 경신 신청			
	신청범위 [] GLOBALG.A.P. V5 과실 및 채소			

상기와 같이 GLOBALG.A.P. 인증신청서를 제출합니다.

년 월 일

신청인

(서명 또는 인)

FITI 시험연구원장 귀하

작성 방법

- []에는 해당되는 곳에 O표시를 합니다.
- 모든 항목은 한글로 명확히 작성하여야 합니다.
- 신청단위는 인증을 받으려는 주체에 따라 개별 또는 단체에 O표시하며 해당되는 생산지/생산자 수를 기입합니다.
* 옵션 1 QMS : 본인이 소유한 복수생산지 인증을 원하는 생산자가 내부관리시스템을 운용하면서 생산지를 관리 하는 것
- 신청구분은 해당되는 항목에 O표 하시면 됩니다.
* 변경신청 : 인증 생산자 또는 품목에 변경사항 발생 시 선택
* 경신신청 : 인증 경신 신청 시 선택
- 접수일, 접수번호, 접수인은 FITI시험연구원에서 작성하는 항목이오니 작성하지 않으셔도 됩니다.

3. 전문가 인터뷰

Q1. 미국에 수출할 때 필수적으로 준비할 사항은 무엇인가요?

“미국으로 청국장을 수출할 때 필수로 획득해야 하는 인 증은 없습니다. 다만 식품의 안전성을 보증하기 위해 식품의 원재료 생산, 제조, 가공, 보존, 유통을 거쳐 소비자가 최종적으로 식품을 섭취하기 직전까지 각각의 단계에서 발생할 수 있는 모든 위험한 요소에 대해서 체계적으로 관리하는 HACCP(안전관리인증기준)과 미국농무부에서 유기농 재료로 만든 식품이나 공산품에 대해 유기농 비율이 95~100%일 경우에만 인증마크를 부여하는 USDA organic 마크를 받으면 미국에 제품을 수출 시 도움이 될 것이라고 사료됩니다.”

- 미국 식품의약국
Food and Drug Administration(FDA) 담당자 Daniel과의 인터뷰 중, 2017.08

Q2. 미국에 수출할 때 선택적으로 요구되는 인 증은 무엇인가요?

“HACCP, Global GAP같은 인 증들이 도움이 될 수 있습니다. 최근 농산물 현대화법이 미국에서 발효됐는데, Global GAP이 농산물 안전성에 대해서 국제적으로 인지도가 높아 미국 바이어들이 Global GAP 인 증을 요구하고 있는 추세입니다.”

- 한국 식품인 증 컨설팅사 컨트롤유니온
노진 심사원과 의 인터뷰 중 2017. 05

Q3. 한국 GAP와 Global GAP의 차이점은 무엇인가요?

“Global GAP는 유럽에서 만들어진 민간 농산물 안전 인 증 기준입니다. 유럽으로 수출되는 농산물은 대부분 Global GAP 인 증이 있어야 유통이 원활한 것으로 파악되고 있습니다. 최근 전 세계적으로 Global GAP 인 증이 농산물 안전성을 위해 통용되고 있는 인 증 기준이며 아시아, 미국, 남미, 아프리카에도 Global GAP 인 증이 확대되고 있는 추세입니다.

한국 GAP는 한국 저농약 인 증이 없어지면서 Global GAP 인 증 기준과 저농약 인 증 기준이 접목되어 농산물품질관리원에서 만들어진 기준입니다. Global GAP 인 증은 전 세계적으로 통용되는 인 증 기준이지만, 한국 GAP는 해외에서 인 정을 받지 못하는 경우가 대부분입니다.”

- 한국 식품인 증 컨설팅사 컨트롤유니온
노진 심사원과 의 인터뷰 중 2017. 05

IX. 라벨링 정보

※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

미국 포장식품 라벨링 필수 표기사항



- 제품명
- 원재료명
- 순 중량
- 영양성분 분석표
- 제조·포장업자 정보
- 유통업체 정보
- 원산지
- 알레르기 유발 성분

출처 : 현지조사(Hannamchain, 2017.07)

출처 : 미국 식품 의약국(www.fda.gov)

미국 포장식품 라벨링 상세 표기사항

항목	설명
제품명	- 통상적인 명칭을 사용해 포장용기의 주 표시면에 표기 - 활자의 크기는 주 표시면에 사용된 가장 큰 활자의 절반 크기 이상으로 표기
원재료명	- 사용된 성분의 중량을 기준으로 배열
순 중량	- 주요 면 하단 30% 위치에 표시하고, 미국 단위와 미터법 단위로 함께 표시 - 1회 제공량을 표시하되 실제 섭취하는 양으로 현실화해 기재
영양성분 분석표	- 라벨의 주 표시면과 후면에 모두 표기 가능 - 제조자·유통자·포장형태를 표시한 곳과 같은 면에 표시 - 중량이 무거운 순서대로 기재
원산지	- 모든 수입품은 수입시점에 상품 및 개별 포장에 읽기 쉬운 문자로 가능한 잘 보이는 장소에 표기 - 영어로 원산지 국명을 표시
제조·유통업체 명칭 및 주소	- 제조, 포장, 유통업자명과 주소 : 제조, 포장, 유통업자와 제조업자가 다를 경우, 그 회사와 제품의 관계를 명시하는 '~에서 제조한' '~에서 유통하는'과 같은 문구 표기
알레르기 유발 성분	- 알레르기 유발식품에서 추출된 알레르기 항원 단백질을 함유하는 식품, 원료로 제조된 식품인 경우 알레르기 유발식품의 존재 표시

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov)

1. 라벨 표기사항

라벨 표기 법령

운영기관 : 미국 식품의약국(FDA)
라벨 법령 : FDA-2004-N-0258

미국의 라벨링 규정

미국 식품 라벨링 규정은 소비자의 경제적 손실을 방지하고 위생 및 건강관리를 위해 식품에 대한 정확한 정보의 라벨을 부착하도록 함으로써 소비자가 정확하게 식품선택을 할 수 있게 하는 목적이 있음. 허위정보를 표시할 경우에는 부정 표시 식품(Misbranded Food)으로 간주하여 미국에서 수입이 금지됨. 2017년 5월간 미국에서 통관 거부된 총 5건의 식품 중 3건이 식품 표시(라벨)와 관련된 사유였으며, 세부적으로는 규정에 알맞게 구체적으로 표기되어 있지 않거나 주요 성분을 라벨에 표기하지 않은 경우가 적발됨⁴¹.

영양성분 표시 개정안 발표

미국 FDA는 2014년부터 영양성분 라벨링 개정안을 발표했으며, 이를 수입 제품에도 적용하고 있음. 개정안에 따르면, 기존의 전체적인 라벨 형태는 그대로 유지하나 소비자들이 식품을 구매할 시, 결정을 쉽게 할 수 있도록 정보를 제공해야 함. 칼로리(Calories), 컨테이너 당 제공량(Serving per Container) 및 제공량(Serving size)의 글자 크기를 크게 작성해야 함. 또한 칼로리 숫자 및 제공량은 굵은 글씨체로 기재해야 함. 새로운 규제에 의하면 첨가된 설탕(added sugar)의 'g' 을 적어야 하며 기존에 'sugars' 라고 표기했던 부분을 'total sugars' 로 변경함. 또한 설탕 항목 아래 몇 그램의 설탕이 추가되었는지를 기재해야 함. 지방의 경우 총 지방량(Total Fat), 포화지방(Saturated Fat) 및 트랜스 지방(Trans Fat)을 기재해야 하지만 지방 칼로리(Calories from Fat)는 더 이상 표기하지 않아도 됨. 비타민 및 미네랄 성분의 경우, 비타민 D 및 칼륨을 적어야하나 비타민 A와 C는 선택사항임. 해당 규제는 식품 및 음료 업체 중 천 만불 달러 이상의 판매량을 갖고 있는 제조사의 경우 2018년 7월 26일부터 발효되며, 1,000만 달러 이하의 판매량을 갖고 있는 업체의 경우 2019년 7월 26일부터 발효됨

원산지 표시

미국으로 수입되는 모든 수입품은 수입시점에 상품 및 개별 포장에 읽기 쉬운 문자로 가능한 잘 보이는 장소에, 영어로 원산지(국명)를 표시하도록 하고 있음. 원산지 표시는 모든 수입물품에 적용되며, 표시 제외대상 품목의 경우 라벨링 규정에서 구체적으로 명기하고 있음. 해당 품목은 원산지 표시 대상임

41. 미국 식품의약국(www.accessdata.fda.gov)

1. 라벨 표기사항

표 9.1 : 미국 포장식품 라벨링 상세 표기 사항

항목	설명
제품명	- 통상적인 명칭을 사용해 포장용기의 주 표시면에 표기 - 활자의 크기는 주 표시면에 사용된 가장 큰 활자의 절반 크기 이상으로 표기
원재료명	- 사용된 성분의 중량을 기준으로 배열
순 중량	- 주요 면 하단 30% 위치에 표시하고, 미국 단위와 미터법 단위로 함께 표시 - 1회 제공량을 표시하되 실제 섭취하는 양으로 현실화해 기재
영양성분 분석표	- 라벨의 주 표시면과 후면에 모두 표기 가능 - 제조자·유통자·포장형태를 표시한 곳과 같은 면에 표시 - 중량이 무거운 순서대로 기재
원산지	- 모든 수입품은 수입시점에 상품 및 개별 포장에 읽기 쉬운 문자로 가능한 잘 보이는 장소에 표기 - 영어로 원산지 국명을 표시
제조·유통업체 명칭 및 주소	- 제조, 포장, 유통업자명과 주소 : 제조, 포장, 유통업자와 제조업자가 다를 경우, 그 회사와 제품의 관계를 명시하는 '~에서 제조한' '~에서 유통하는'과 같은 문구 표기
알레르기 유발 성분	- 알레르기 유발식품에서 추출된 알레르기 항원 단백질을 함유하는 식품, 원료로 제조된 식품인 경우 알레르기 유발식품의 존재 표시

출처 : 미국 식품의약국(www.accessdata.fda.gov)

2. 라벨링 예시

라벨링 예시



출처 : 현지방문조사(Hannamchain, 2017.08)

IX. 위생 요건 정보

※ 위생 요건 OVERVIEW

1. 식품첨가물 규정

위생 요건 OVERVIEW

품목별 위생요건 조사 항목



식품 품목	조사가능항목
농·임산물 <input type="checkbox"/>	농약잔류물 <input type="checkbox"/>
수산물 <input type="checkbox"/>	식품첨가물 <input checked="" type="checkbox"/>
축산물 <input type="checkbox"/>	중금속 <input 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 type="checkbox"/>
음주류 <input type="checkbox"/>	영양성분 <input type="checkbox"/>
식자재 <input type="checkbox"/>	치료제 및 항생제 <input type="checkbox"/>

장류 수출 시 주의해야할 첨가물⁴².

물질명	함량정보
4-하이드록시메틸-2,6-디테트라부틸페놀 (4-hydroxymethyl-2,6-di-tert-butylphenol)	0.02%이하
아세트산(acetic acid)	0.15%이하(GRAS) ⁴³ .
알긴산암모늄(ammonium alginate)	0.1%(GRAS)
아세트산칼슘(calcium acetate)	0.0001%(GRAS)
염화칼슘(calcium chloride)	0.05%(GRAS)
건조효모(dried yeasts)	0.04mg/g미만
말산(malic acid)	0.7% 이하(GRAS)
글루탐산(glutamic acid)	사용기준없음(GRAS)
글루탐산칼륨(monopotassium glutamate)	사용제한없음(GRAS)
이산화규소(silicon dioxide)	2%미만
아코니트산(aconitic acid)	0.0005% 이하 (GRAS)
한천(agar-agar)	0.25%(GRAS)
아녹소머(anoxomer)	5,000ppm이하

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov)

42. 장류 수출 시 주의해야할 첨가물은 538건이 해당되며, 사용기준이 표시되어있고 주로 첨가되는 물질 위주로 나타냄

43. GRAS : Generally Recognized as Safe Substance, 일반적으로 안전하다고 볼 수 있는 물질

1. 식품첨가물 규정

청국장 수출 시 주의해야 하는 첨가물

식품첨가물의 관리기관은 FDA이며, 연방규정집(CFR)의 제21편 식품 및 의약품 (Food and Drugs)에 관한 규정에 따름. ‘청국장’에 주의해야하는 첨가물은 Part 172, 173, 182를 참고하여 조사했으며, 더 넓은 범주인 장류에 포함됨. 미국 내 모든 식품(FSIS 관리 육류 및 가금류 제외)은 연방식품의약품화장품법 및 식품안전현대화법(FSMA)을 따르고 있으며, 권한 기관은 보건부 산하 FDA임. 미국에서는 식품이나 사료가 식품의약품청(FDA)에서 허가받지 못한 식품 첨가물이나 잔류약품(Drug residue) 또는 환경보호청(EPA)의 잔류허용한계량을 넘는 잔류농약을 함유하고 있다면 법적으로 판매가 불가능함

미국의 식품첨가물 및 유해물질 규정은 문서형태가 아닌 검색 사이트로 제공되므로 CFR 검색 사이트 및 홈페이지를 참조해야 함⁴⁴. 농수산물수출지원 정보 자료를 함께 참조하여 조사한 결과, 총 538건의 첨가물을 확인했으며, 이 중 사용 허용치와 기준 정보가 명확한 것을 표 10.1에 표기함

표 10.1 : 장류 수출 시 주의해야할 첨가물

유형	종류
4-하이드록시메틸-2,6-디테트라부틸페놀 (4-hydroxymethyl-2,6-di-tert-butylphenol)	0.02%이하
아세트산(acetic acid)	0.15%이하(GRAS) ⁴⁵ .
알긴산암모늄(ammonium alginate)	0.1%(GRAS)
아세트산칼슘(calcium acetate)	0.0001%(GRAS)
염화칼슘(calcium chloride)	0.05%(GRAS)
건조효모(dried yeasts)	0.04mg/g미만
말산(malic acid)	0.7% 이하(GRAS)
글루탐산(glutamic acid)	사용기준없음(GRAS)
글루탐산칼륨(monopotassium glutamate)	사용제한없음(GRAS)
이산화규소(silicon dioxide)	2%미만
아코니트산(aconitic acid)	0.0005% 이하 (GRAS)
한천(agar-agar)	0.25%(GRAS)
아녹소머(anoxomer)	5,000ppm이하

출처 : 미국 식품의약품국(www.fda.gov)

44. URL : www.ecfr.gov/cgi-bin/text-idx?SID=53c688f4921bf41d0349dcce48a94291&mc=true&tpl=/ecfrbrowse/Title21

45. GRAS : Generally Recognized as Safe Substance, 일반적으로 안전하다고 볼 수 있는 물질

1. 식품첨가물 규정

경쟁제품 중 첨가물 성분 확인

표 10.2는 미국에서 판매되는 ‘청국장’의 경쟁제품 조사결과, 첨가물이 기재된 제품에서 추출한 표본의 목록임. 한국산 제품 중 첨가물이 함유된 제품에 확인된 것은 L-글루타민산나트륨(L-sodium glutamate), 5’-이노신산이나트륨(Disodium 5’ - Ribonucleotides), 시트르산(Citric acid), 잔탄검(Xanthan gum), 구아검(Guar gum)과 같은 첨가물임. 그 외 한국산 제품은 무첨가 물질로 이루어진 것을 확인함

수입산 제품 중 일본산에는 공통적으로 조미료의 원료인 글루타민산나트륨(Monosodium glutamate)계열의 첨가제와 다양한 종류의 산도 조절제(숙신산[Succinate], 시트르산[Citric acid], 말산[DL-Malic acid] 등)가 첨가된 것을 확인함

표 10.2 : 청국장 경쟁제품 첨가물 정보(예시)

유형	제품명	업체명	국가	첨가물
	우거지 청국장	부뚜막	한국	L-글루나민산나트륨, 5'-이노신산이나트륨
	에너지평창나또	부일농산	한국	글루타민산나트륨
	생나또	풀무원	한국	시트르산, 구아검, 잔탄검

출처 : 현지방문조사(Hannamchain, Zion, hart, 2017.08)

1. 식품첨가물 규정

표 10.3 : 청국장 경쟁제품 첨가물 정보(예시)

유형	제품명	업체명	국가	첨가물
	KAZOKU NO TEIBAN MINI4	FROZEN FERMENTED SOYBEAN	일본	글루타민산나트륨, 5'-이노신산이나트륨
	FERMENTED SOYBEANS NITO NATTO	Shirakiku	일본	잔탄검, 구아검, L-아스코르브산, 말산
	FERMENTED SOYBEANS YUUKI GOKUKOTUBU NATTOZANMAI	TAIHEI NATTO CO., LTD	일본	글루타민산나트륨, 잔탄검, Monosodium glutamate, Xanthan gum, Disodium Succinate, Citric acid, Disodium inosinate, Disodium Guanylate, Guar gum, DL-Malic acid

출처 : 현지방문조사(Hannamchain, Zion, hart, 2017.08)

※ 참고 문헌

※ 참고 자료

1. 미국 수입식품관리 및 기준규격 체계	식품의약품안전처	2016.04
2. Whole foods market experts forecast top 10 food trends for 2016	Whole Foods Market	2015.12
3. Eat This! The Healthiest Food Trends for 2017	Consumer Reports	2017.01
4. Natto: The Fermented Soy Superfood	xhealthcare	2017.09
5. Custard pudding with natto fermented soybeans? We try the new dessert craze sweeping Japan	rocketnews24	2017.02
6. Free Sample of Q-Can Plus Fermented Soy Beverage	wholemom	2017.02
7. World Wide Korea Amazon kimchi juice	sommeliertimes	2017.06
8. 과자 변신 청국장·밥알 뺀 식혜 해외 입맛 홀렸다	Agrinet	2017.05
9. 전통발효식품으로 미국시장 진출 쾌거	보건뉴스	2017.07
10. 2016 US Retail Industry Overview	Thebalance	2017.07
11. U.S. CONVENIENCE STORE COUNT	NACS online	2016.12
12. As Trump And Moon Meet, A Closer Look At The 'Horrible' U.S.-S. Korea Trade Pact	forbes	2017.06

※ 참고 사이트

1. 한국 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr
2. 미국 세관국경보호국	www.cbp.gov
3. 미국 국제무역위원회	www.usitc.gov
4. 미국 식품의약국	www.fda.gov
5. TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
6. 대한상공회의소	cert.korcham.net
7. FITI시험연구원	www.fiti.re.kr
8. 미국 농무성	www.ams.usda.gov
9. 식품가공적성정보센터	www.fpdb.kr
10. 농수산식품유통공사	kati.co.kr
11. ConsumerReports	www.consumerreports.org
12. Dr.axe	draxe.com
13. Real Foods	www.realfoods.co.kr
14. TodayOnline	www.todayonline.com