

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202310-01
품목 | 말차(Matcha)
HS CODE | 2101.20-9090
국가 | 미국(U.S.A.)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 미국 뜨거운 음료 시장규모	06
2. 미국 차(Tea) 시장규모	07
3. 미국 말차 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 녹차 및 말차 전문 브랜드 진출	11
2. 녹차 자체의 맛을 강조하는 키워드 진출	12
3. '말차'와 '녹차' 이외 영양성분 다수 확인	13
4. 원산지과 인증, 효능 강조	14

IV. 유통채널

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

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 미국 말차 통관 및 검역 절차	30
2. 미국 말차 품질 인증	31
3. 미국 말차 라벨링	35
4. 미국 말차 성분 및 유해물질	41

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 복수마켓(Bokksu Market)	45
2. 월마트(Walmart)	48
3. 고셉스(GoSupps)	51

VII. 시사점

1. 시사점	55
--------	----

※ 참고문헌	57
--------	----



HS CODE : 2101.20-9090

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

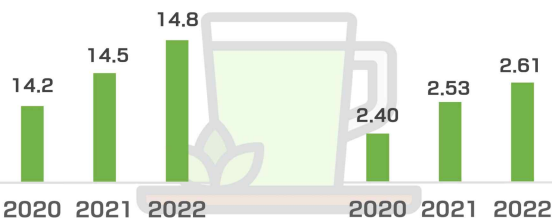
SUMMARY

미국 말차 시장

시장 현황

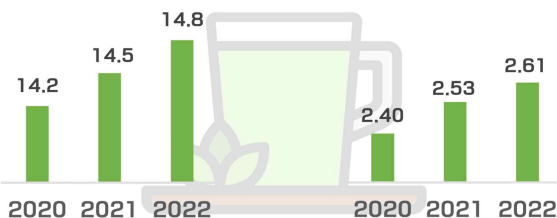
뜨거운 음료 시장규모

단위 : 십억 달러



차(Tea) 시장규모

단위 : 십억 달러

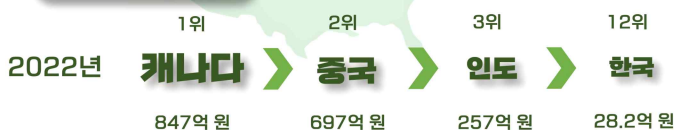


수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2101.20 기준)



국가별 수입 규모



시장 트렌드

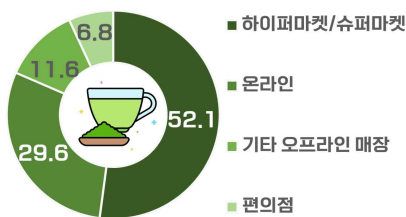
빅데이터 분석



* 미국 온라인쇼핑몰 말차 제품 322건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
협정관세율 0%

사전 준비
FDA 식품 제조시설 등록 必

품질 인증



라벨링 유의사항

필수 표기사항
영어 표기 必, 제품명, 순중량,
성분 리스트, 알레르겐 성분,
영양성분표, 원산지,
제조업체 이름 및 주소 등

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

미국 내 말차 주요 구매 요소 미국 소비자들 말차 제품 구매 시 가장 우선시하는 요소는 제품의 맛과 품질로 확인됨
주요 트렌드 최근 미국 소비자들 내 건강에 대한 관심이 증가하며 저칼로리, 천연 재료에 대한 관심 또한 증가하고 있음
주요 타겟층 건강에 민감한 소비자 및 여성 전문직들을 추천함. 또한 식품 트렌드에 관심이 많은 밀레니얼 세대와 Z세대를 추천함

Point 02.

고객사 제품 피드백 고객사 제품의 소비자 가격은 합리적인 편이며, 홍보문구로 제품이 가진 부드러운 풍미를 강조하는 방안을 추천함
추천 홍보방법 인스타그램, 페이스북, 트위터 등의 소셜 미디어 플랫폼을 활용하여 매력적인 콘텐츠를 통해 제품을 선보일 것을 권장함
추천 유통채널 유기농, 천연 식품 전문 유통업체와 일반 소매업체들과 협업하여 유통하는 전략을 추천함

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 미국 뜨거운 음료 시장규모
2. 미국 차(Tea) 시장규모
3. 미국 말차 수입규모

1. 미국 뜨거운 음료 시장규모

미국 국가 일반 정보¹⁾

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

▶ 미국 뜨거운 음료 시장규모 18.9조 원, 연평균 1.4% 성장

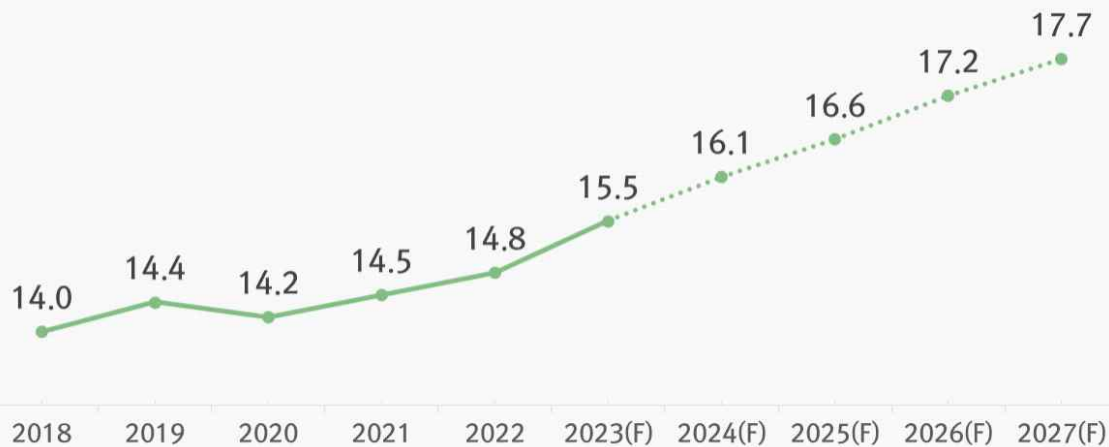
2022년 기준 미국 뜨거운 음료 시장규모는 18.9조 원이며, 최근 5년(2018-22년)간 평균 18.3조를 기록함. 5년간 연평균성장률이 1.4%인데 비해, 2019년에는 전년 대비 2.9%의 비교적 높은 시장 성장을 보임

▶ 미국 뜨거운 음료 시장규모, 향후 5년간 3.4%씩 성장 예상

미국 뜨거운 음료 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 3.4%씩 성장하여 2027년 22.5조 원을 기록할 것으로 예상됨²⁾

[표 2.1] 미국 뜨거운 음료 시장규모³⁾⁴⁾⁵⁾

단위 : 십억 달러



분류	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR ⁶⁾
뜨거운 음료 (한화추정액)	14.0 (17.8조 원)	14.4 (18.3조 원)	14.2 (18.1조 원)	14.5 (18.5조 원)	14.8 (18.9조 원)	1.4%
분류	2023(F)	2024(F)	2025(F)	2026(F)	2027(F)	CAGR
뜨거운 음료 (한화추정액)	15.5 (19.7조 원)	16.1 (20.5조 원)	16.6 (21.1조 원)	17.2 (21.9조 원)	17.7 (22.5조 원)	3.4%

자료: 스탯티스타(Statista)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022

2) 조사제품 '말차'는 유기농 말차를 파우더 형태로 가공하여 만든 제품임. 이에 고객사 제품의 특징을 기준으로 '차'의 시장규모와 상위품목인 '뜨거운 음료'의 시장규모를 조사함

3) 자료: 스탯티스타(Statista), 「Hot Drinks_United States」, 2023.08

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 1달러=1,273.80원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 미국 차(Tea) 시장규모

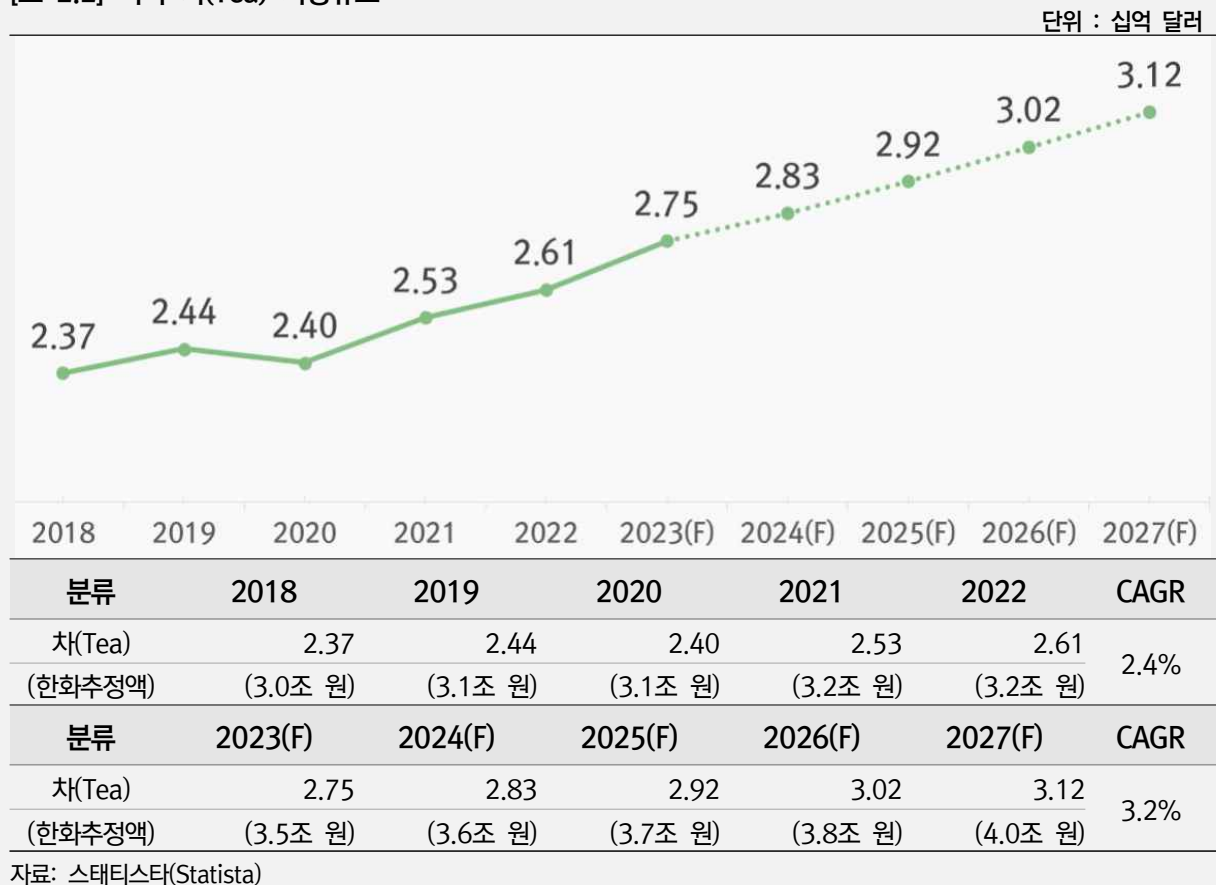
▶ 미국 차(Tea) 시장규모 3.2조 원, 연평균 2.4% 성장

2022년 기준 미국 차(Tea) 시장규모는 3.2조 원으로, 최근 5년(2018-22년)간 평균 3.1조 원의 소비량을 기록함. 최근 5년간 연평균 성장률이 2.4%인데 비해, 2021년에는 전년 대비 5.4%의 비교적 높은 시장 성장을 보임

▶ 미국 차(Tea) 시장규모, 향후 5년간 3.2%씩 성장 예상

미국 차(Tea) 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 3.2%씩 성장하여 2027년 4.0조 원을 기록할 것으로 예상됨. 최근 미국에서는 건강에 대한 관심이 증대되면서 천연재료 기반 음료의 인기가 높아졌으며, 카페에 가지 않고도 편리하게 커피를 마실 수 있는 'RTD(Ready To Drink) 커피' 수요도 크게 증가함⁷⁾

[표 2.2] 미국 차(Tea) 시장규모⁸⁾⁹⁾



7) 자료: KREI한국농촌경제연구원, 「미국, 음료시장의 특징 및 전망」, 2019.10

8) 자료: 스탯ISTA(Statista), 「Tea United States」, 2023.08

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 미국 말차 수입규모

말차 HS CODE

해당 장에서 말차는 HS CODE 2101.20으로 분류. HS CODE 제2101호의 품명은 커피·차·마테의 추출물·에센스·농축물과 이것들을 기본 재료로 한 조제품, 커피·차·마테를 기본 재료로 한 조제품, HS CODE 2101.20-9090의 품명은 기타로 확인

▶ 2018-22년 미국 HS CODE 2101.20 對글로벌 연평균성장률 10.3%

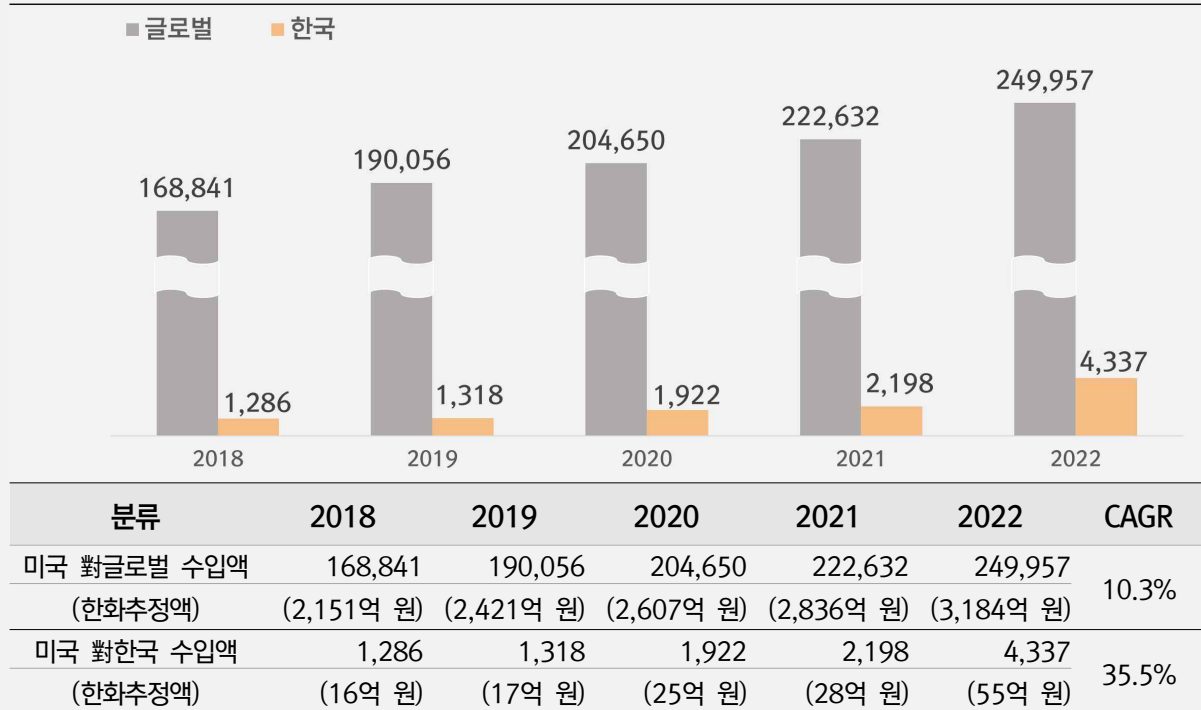
미국 HS CODE 2101.20 품목인 말차의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2018-22년)간 연평균성장률 10.3%를 보이면서 2022년도에는 3,184억 원의 수입액을 기록함. 지난 5년간 비교적 완만한 성장세를 기록했으나, 특히 2019년과 2022년에는 전년 대비 각각 13%, 12% 성장하면서 타 기간에 비해 상대적으로 높은 성장세를 기록함

▶ 미국 내 HS CODE 2101.20 품목 수입, 한국산 상위 12위

최근 5년(2018-22년)간 미국 내 말차의 對한국 수입액 평균은 28.2억 원이며 수입국 상위 12위를 차지함. 2022년 기준 수입규모 1위국 캐나다(847억 원, 27%)은 연평균성장률 5.6%를 기록했고, 2위국 중국(697억 원, 22%)은 연평균성장률 5.5%를 기록함. 3위국 인도(257억 원, 8%)는 연평균 13.8% 증가함

[표 2.3] 미국 HS CODE 2101.20 품목 수입규모¹⁰⁾¹¹⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre)

10) 자료 : ITC(International Trade Centre)

11) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 녹차 및 말차 전문 브랜드 빈출
2. 녹차 자체의 맛을 강조하는 키워드 빈출
3. '말차'와 '녹차' 이외 영양성분 다수 확인
4. 원산지과 인증, 효능 강조

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 미국 온라인매장 입점 말차

- 데이터 수집 키워드: 말차(Matcha)
- 데이터 수집량: 322건
- 데이터 수집원: 미국 온라인 쇼핑몰 아마존(Amazon)

▶ 미국 온라인매장 입점 말차 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 경쟁브랜드 ② 맛 ③ 성분 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
경쟁브랜드	엔차	Encha	71	말차카리	Matcha Kari	10
	나오키	Naoki	30	말차바	Matchabar	9
	카멜	Camel	17	두말차	Do Matcha	8
	말차러브	Matcha Love	17	딜서플먼트	Deal Supplement	4
	제이드리프말차	Jade Leaf Match	13	쿨리아	Kulia	4
맛	말차	Matcha	320	고소	Nutty	35
	녹차	Green Tea	290	구수한	Earthy	24
	달콤	Sweet	179	코코넛	Coconut	20
	크리미	Creamy	88	레몬	Lemon	19
	아로마	Aroma	50	마카	Maca	11
성분	말차	Matcha	320	크림	Cream	104
	유기농	Organic	245	버터	Butter	42
	녹차파우더	Green Tea Powder	235	비타민	Vitamin	39
	항산화제	Antioxidant	175	바닐라 추출물	Vanilla	27
	카페인	Caffeine	142	꿀	Honey	19
	우유	Milk	132	폴리페놀	Polyphenol	18
	엘 테아닌	L-theanine	112	콜라겐	Collagen	9
	설탕	Sugar	108	(-)	(-)	(-)
홍보문구	일본산	Japan	246	비건	Vegan	79
	유기농의	Organic	245	농축된	Concentration	62
	에너지 향상	Energy	162	진정효과	Calming	53
	전통있는	Traditional	138	첨가물 없음	Additives	52
	USDA 인증	USDA	98	코셔 인증	Kosher	26
	글루텐 프리	Gluten Free	92	디톡스 효과	Detox	22
	비유전자조작식품	Non GMO	84	(섭취에)편리한	Convenient	22
	초수확 제품	First Harvest	82	0 칼로리	0 Calories	13

1. 녹차 및 말차 전문 브랜드 진출

▶ ‘엔차’, ‘나오키’, 가장 인기있는 말차 브랜드

- 현지 말차 브랜드인 ‘엔차’ 관련 키워드 71건으로 가장 많이 도출되었으며, 또 다른 현지 브랜드인 ‘카멜’도 빈출됨
- 그 외 일본에서 재배한 녹차잎을 사용한 ‘나오키’ 브랜드 제품도 30건 도출됨

▶ ‘제이드리프말차’ 등 말차라떼 전문 브랜드도 검출

- ‘제이드리프말차’ 역시 일본에서 직송한 녹차잎 파우더를 판매하는 브랜드로 관련 키워드 13건 도출됨
- 말차 가루뿐만 아니라 설탕과 우유가 첨가된 말차라떼 제품도 판매 중

경쟁브랜드 ①		경쟁브랜드 ②		경쟁브랜드 ③	
					
제품명	엔차세레모니얼그레이드말차 (Encha Ceremonial Grade Matcha)	제품명	오가닉맛차그린티파우더 (Organic Matcha Green Tea Powder)	제품명	카페스타일스위트드맛차라떼 (Cafe Style Sweetened Matcha Latte)
브랜드	엔차(Encha)	브랜드	카멜(Camel)	브랜드	제이드리프말차 (Jade Leaf Matcha)
중량	30g(1.06oz)	중량	4oz	중량	5.3oz
가격	22.99달러(29,285원 ¹²⁾)	가격	9.99달러(12,725원)	가격	14.80달러(18,852원)

[표 3.1] 미국 판매 말차 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘말차’ 관련 게시물 322건 분석

12) 1달러=1,273.80원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 녹차 자체의 맛을 강조하는 키워드 빈출

▶ 맛 관련 키워드로 ‘말차’와 ‘녹차’ 키워드 이외에 ‘달콤’ 빈출

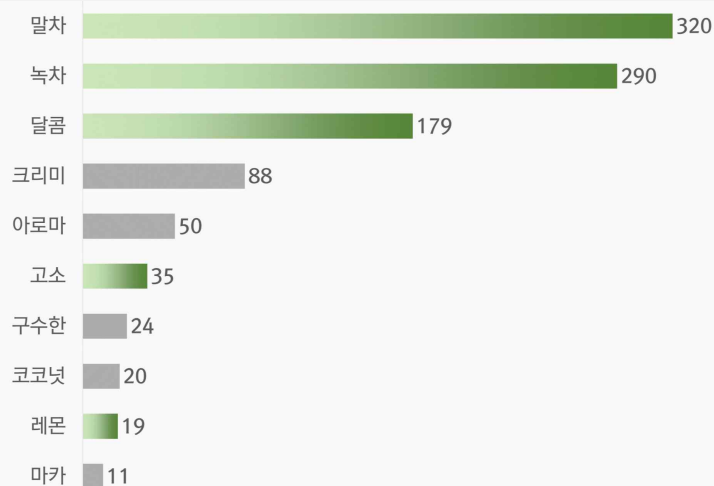
- 맛 관련 키워드 중 ‘말차’와 ‘녹차’가 각각 320, 290건으로 빈출됨
- 이를 제외하고는 ‘달콤’ 키워드가 179건으로 빈출됨
- 감미료를 넣어 달콤한 말차라떼 제품이 다수 확인됨
- 또한, 말차 가루 제품 중에는 실제 데이터 확인 결과 ‘달지 않은 (unsweeten)’ 등의 키워드 확인되기도 하였음

▶ ‘고소’와 ‘구수’ 등 말차 자체가 품고있는 맛에 대한 키워드도 확인

- 맛 관련 키워드로 ‘고소’와 ‘구수’ 각각 35, 24건 도출됨
- 녹차 자체가 품고 있는 아로마 향으로 ‘레몬’ 등의 관련 키워드는 19건 확인됨

달콤		고소		레몬	
					
제품명	오가닉스위트말차파우더 (Organic Sweet Matcha Powder)	제품명	슈페리어세레모니얼블렌드 (Superior Ceremonial Blend)	제품명	히카리세레모니얼말차 (Hikari Ceremonial Matcha)
브랜드	마이크로인그리디언트 (Micro Ingredients)	브랜드	나오키(Naoki)	브랜드	맛차풀(MATCHAFUL)
중량	24oz	중량	100g(3.5oz)	중량	30g(1.06oz)
가격	19.95달러(25,412원)	가격	39.99달러(50,939원)	가격	40.00달러(50,952원)

[표 3.2] 미국 판매 말차 맛 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘말차’ 관련 게시물 322건 분석

3. ‘말차’와 ‘녹차’ 이외 영양성분 다수 확인

▶ 말차의 주 성분인 ‘말차’와 ‘녹차파우더’가 주요 성분으로 빈출

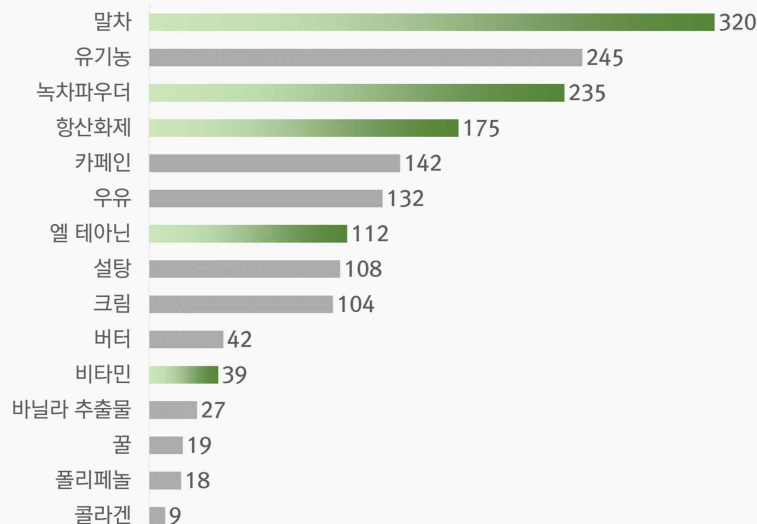
- 성분 관련 키워드 확인 결과, 말차의 주 성분인 ‘말차’와 ‘녹차파우더’가 각각 320, 235건으로 빈출됨
- ‘유기농’ 성분 관련 키워드도 245건 확인됨

▶ ‘항산화제’와 ‘비타민’, ‘엘 테아닌’ 등의 영양성분 확인

- 미국에서 판매 중인 말차의 성분 관련 키워드 확인 결과, 다양한 영양성분에 대한 키워드가 도출됨
- ‘항산화제’ 관련 키워드는 175건으로 영양성분 중 가장 많이 확인되었으며 ‘비타민’ 키워드도 빈출됨
- 아미노산의 일종인 ‘엘 테아닌’ 키워드도 112건으로 확인됨

녹차파우더		항산화제, 비타민		엘 테아닌	
					
제품명	오가닉맛차그린티파우더 (Organic Matcha Green Tea Powder)	제품명	드링크맛차 (Drink Matcha)	제품명	오가닉맛차그린티파우더 (Organic Matcha Green Tea Powder)
브랜드	에프지씨(FGC)	브랜드	맛차DNA(Matcha DNA)	브랜드	유버날(uVernal)
중량	4oz	중량	16oz	중량	4oz
가격	19.99달러(25,463원)	가격	24.85달러(31,654원)	가격	14.99달러(19,094원)

[표 3.3] 미국 판매 말차 성분 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘말차’ 관련 게시물 322건 분석

4. 원산지과 인증, 효능 강조

▶ ‘일본산’임을 강조하는 홍보문구 다수 확인

- 미국 현지에서 판매 중인 말차 홍보문구로 ‘일본산’임을 강조하는 키워드 246건으로 가장 많이 도출됨

▶ ‘유기농의’, ‘USDA 인증’, ‘코셔 인증’ 등 다양한 인증 관련 홍보문구 다수 확인

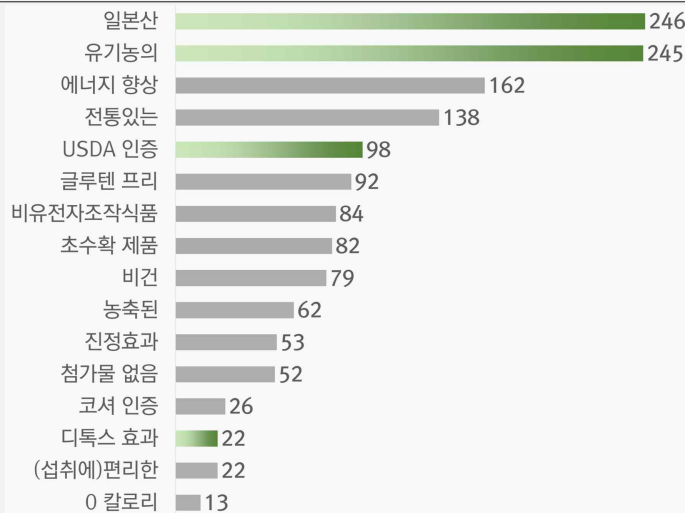
- 미국 말차 시장 내 ‘유기농의’과 ‘USDA 인증’, ‘비유전자조작식품’, ‘비건’, ‘코셔 인증’ 등 다양한 식품 인증과 관련한 홍보문구 확인됨

▶ 녹차의 효능에 대한 홍보문구도 다수 확인

- ‘진정효과’ 관련 키워드는 53건 확인되었으며, ‘디톡스 효과’ 키워드도 22건 도출됨

일본산, 유기농의		USDA 인증		디톡스 효과	
					
제품명	유기녹차 (Organic Matcha Green Tea)	제품명	오가닉맛차슈페리어컬리네리 (Organic Match Superior Culinary)	제품명	맛차마츠그린티파우더 (Matcha Matsu Green Tea Powder)
브랜드	오차앤코(Ocha & Co)	브랜드	에코히드(Eco Heed)	브랜드	데이비스티(DAVIDS TEA)
중량	3.5oz	중량	3.5oz	중량	70g(2.5oz)
가격	30.00달러(38,214원)	가격	23.99달러(30,558원)	가격	34.99달러(44,570원)

[표 3.4] 미국 판매 말차 홍보문구 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘말차’ 관련 게시물 322건 분석

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



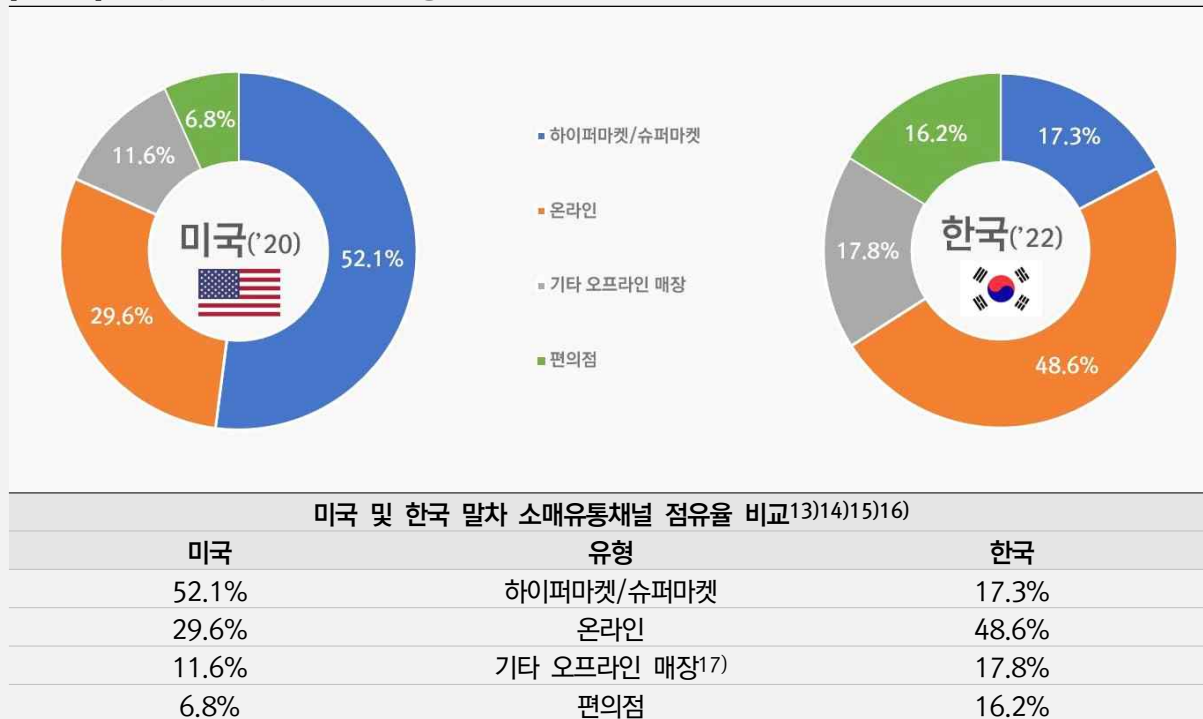
1. 미국 말차 유통채널 점유율
2. 미국 말차 주요 유통채널

1. 미국 말차 유통채널 점유율

▶ 미국 내 말차 유통채널, 오프라인 매장의 공략이 필요

2020년 기준 미국 내 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’은 52.1%의 점유율을 차지하여 말차를 포함한 식물기반식품의 유통채널 1위를 기록하였으며, 2022년 기준 한국에서 해당 채널은 점유율 17.3%를 차지함. 한국 내 1위 유통채널은 ‘온라인’으로 48.6%의 비중을 차지하였으나, 미국에서는 29.6%의 점유율을 차지하여 2위 유통채널로 드러남. 이어서 ‘기타 오프라인 매장’은 미국과 한국 각각 11.6%, 17.8%의 점유율을 차지하여 두 국가에서 모두 3위 유통채널임. 이외에도 ‘편의점’은 미국은 6.8%, 한국은 16.2%의 점유율을 차지함. 한국은 ‘온라인’과 같은 비매장 형태의 채널을 통한 유통이 활발히 이루어진 반면, 미국은 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’과 같은 오프라인 매장 형태의 채널이 주요 유통채널임을 확인함

[표 4.1] 미국 및 한국 말차 소매유통채널 점유율 비교



자료: 스탯이스타(Statista)

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

14) 자료: 스탯이스타(Statista), 「Plant-based food market size in the United States in 2020 and 2026, by distribution channel」, 2022.02

15) 자료: 스탯이스타(Statista), 「Food retail in South Korea」, 2023.03

16) 각 점유율은 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

17) 드럭스토어, 백화점 등의 채널을 포함함

2. 미국 말차 주요 유통채널 ① 노드스트롬

기업 기본 정보	기업명	노드스트롬(Nordstrom)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.nordstrom.com	
	위치	미국 전역	
	규모	매출액('22) • 150억 9,200만 달러(19조 2,242억 원 ¹⁸⁾ 기타 규모 • 매장 수('23): 358개 • 직원 수('23): 6만 명	
기업 요약		• 1901년에 설립된 미국의 백화점 • 지역적 특징에 맞춘 차별화 매장을 만드는 전략 활용 • 2017년 온라인에서 선택한 제품을 지정한 매장에서 2시간 이내에 입어볼 수 있는 '노드스트롬 로컬' 매장 오픈 • 코로나 이후 온라인 매출 비중 50%까지 확대되었으며, 상황별 선물류를 홈페이지에 제공	
매장정보	입점 가능 품목	• 여성 및 남성 기성복, 신발, 액세서리, 핸드백, 향수, 수입식품, 음료, 차, 커피 등	
	선호 제품	• 고품질의 수입식품, 미국 식품 인증을 취득한 식료품, 선물류	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보(주요 시장 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +1-888-282-6060 - 이메일: contact@nordstrom.com	

자료: 노드스트롬(Nordstrom)

사진 자료: 롤링스톤(RollingStone), 뉴욕타임즈(The New York Times)

18) 1달러=1,273.80원(2023.08.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 미국 말차 주요 유통채널 ② 블루밍데일스

기업 기본 정보	기업명	블루밍데일스(Bloomingdale's)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.bloomingdales.com	
	위치	미국 전역	
	규모	순수익('22) • 28억 달러(3조 5,666억 원) 기타 규모 • 매장 수('22): 57개 • 직원 수('22): 302명	
기업 요약		• 1861년에 설립된 미국 메이시스(Macy's)의 자회사 • 젊은 층에게 선호도가 높은 브랜드만을 모아놓고, 최소한의 디스플레이를 통해 고객의 부담감 감소 • 사전 예약을 통해 퍼스널 쇼퍼, 홈스타일리스트 등의 전문가들과 함께 쇼핑할 수 있음 • 노동자의 날, 여성의 날 등의 각 기념일 별 다양한 프로모션 제공	
매장정보	입점 가능 품목	• 여성 및 남성 기성복, 신발, 액세서리, 수입식품, 음료, 차, 커피 등	
	선호 제품	• 젊은 층에게 선호도가 높은 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보(주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +1-800-777-0000	

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

사진 자료: 블루밍데일스(Bloomingdale's)

2. 미국 말차 주요 유통채널 ③ 월마트

기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.walmart.com		
	위치	미국 전역		
	규모	매출액('22) • 4,205억 달러(535조 6,329억 원) ¹⁹⁾ 기타 규모 • 매장 수('22): 4,632개 • 직원 수('22): 160만 명		
기업 요약	• 50개 모든 주에서 매장 운영 중이며, 150개 물류 센터 보유 • 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 등 다양한 형태로 매장 운영 • 2020년 편의점 브랜드 스피드웨이(Speedway) 점포 3,900여 개 인수			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 건조과일, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등		
	선호 제품	• 유기농 제품, 신제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지에서 직접 등록 (corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier) - 매점 입점(Store&Club)과 온라인 입점(E-Commerce)을 선택하여 제안서 제출 (한국어 번역 제공) - 홈페이지 기입 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 공급자 번호[DUNS(Data Universal Numbering System: 국제 사업자 등록 번호, 지역별로 사업체를 식별하는 9자리의 고유 번호)], 납세자 식별 번호, 회사 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소, 계좌 정보 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 외 제품 설명) • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 문의사항 연락처 - 이메일: supplier64@wal-mart.com		

자료: 월마트(Walmart)

사진 자료: 월마트(Walmart)

19) 글로벌 매출액을 합한 값임

2. 미국 말차 주요 유통채널 ④ 코스트코홀세일

기업 기본 정보	기업명	코스트코홀세일(Costco Wholesale)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.costco.com			
	위치	미국 전역			
	규모	매출액('22)	• 2,227억 달러(283조 6,753억 원) ²⁰⁾		
		기타 규모	• 매장 수('22): 589개 ²¹⁾ • 직원 수('22): 20만 3,000명		
기업 요약	• 회원제 창고형 매장 형태로 운영 • 특정 지역에 한하여 투데이딜리버리(2-Day Delivery) 서비스 운영 중				
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 건조과일, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등			
	선호 제품	• 유기농 제품, 신제품			
	매장 전경	 			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 납품 관련 특징 - 코스트코는 본사에서 직접 제조업체와 거래하는 것이 일반적이며, 인하우스브로커²²⁾를 통해서도 제품을 구매함 - 내셔널 브랜드와 PB(커크랜드)제품 등 약 3,800여 개의 품목을 취급하며, 소품종의 고품질 제품을 선별해 다량 계약을 통해 공급가를 낮추는 구매 정책 - 제조업체의 경우 코스트코 매장을 방문해 유사 제품의 가격을 체크해야 함 • 유선 연락을 통한 입점 문의 - 홈페이지 하단 메뉴 'Vendors & Suppliers' 클릭 - 공급업체 선정 조건 및 절차 확인 - 입점 희망 지역 부서에 직접 문의(costco.com/vendor-inquiries.html) - 평가 기준 ① 코스트코 공급업체 행동강령 ② 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 실시 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +1-425-313-8100(Northwest Region)			

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

사진 자료: 코스트코홀세일(Costco Wholesale)

20) 글로벌 매출액을 합한 값임

2. 미국 말차 주요 유통채널 ⑤ 크로거

기업 기본 정보	기업명	크로거(Kroger)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.kroger.com	
	위치	미국 전역	
	규모	매출액('22)	• 1,378억 8,800만 달러(175조 6,417억 원)
		기타 규모	• 매장 수('23): 2,719개
	기업 요약	• 1883년 오하이오 주에서 처음 설립됨 • 슈퍼마켓과 하이퍼마켓 포맷의 채널을 운영하는 미국 소매 유통 대기업 • 매출액 기준 미국 최대 슈퍼마켓 기업 • 신선한 제품을 집 앞으로 배송하는 크로거딜리버리(Kroger Delivery) 서비스 제공 • 2022년 포춘 매거진 선정 500개 기업에 선정되었음 • 2023년 현재 앨버트슨스(Albertsons)와의 합병을 추진 중에 있음	

매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 음료류, 주류, 향신료 및 소스류, 생활용품, 문구용품 등	
	선호 제품	• 미국 내에서 브랜드 인지도가 높은 상품, 품질 신뢰도 및 높은 상품	
	매장 전경		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 신청 - 홈페이지 하단 ABOUT THE COMPANY 하위 카테고리 'Vendors & Suppliers' 클릭 (www.thekrogerco.com/vendors-suppliers) - 'Are you interested in becoming a Kroger Supplier?' 아래 'here' 클릭 - Prospect Vendor Pre-Registration 양식 작성 - 이메일을 통해 '공급업체 신청 안내 및 지침' 수신 후 추가 절차 진행
-------------	---------------------	--

자료: 크로거(Kroger)

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

21) 미국과 푸에르토리코 지역 합산 매장 수임

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

2. 미국 말차 주요 유통채널 ⑥ 트레이더조

기업 기본 정보	기업명	트레이더조(Trader Joe's)	
	기업구분	유기농 매장	
	홈페이지	www.traderjoes.com	
	위치	미국 전역	
	규모	매출액('23)	• 133억 달러(16조 9,415억 원)
		기타 규모	• 매장 수('23): 560개
기업 요약	• 미국의 유기농 식료품 체인 브랜드로, 1967년 캘리포니아에 첫 번째 매장이 개설됨 • 현재 캘리포니아 주 몬로비아에 본사를 두고 있음 • 트레이더조 자체 브랜드 식료품을 전면으로 내세우고 있음 • 트레이더조 온라인 홈페이지에서 다양한 레시피, 문화 소식, 브랜드 및 쇼핑 관련 소식을 제공하는 팟캐스트를 제공함 • 레시피 콘테스트 등의 다양한 이벤트 개최		

매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 정육, 수산물, 치즈, 유제품, 베이커리류, 음료류, 커피 및 차 등	
	선호 제품	• 유기농 식료품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 – 홈페이지 하단 우측 ‘Contact Us’ 클릭 – VENDOR INQUIRIES 메뉴 하단의 ‘Vendor Requirements’ 내용 확인 – ‘Potential Vendor Interest Form’ 클릭하여 자체 양식 작성 (www.traderjoes.com/home/contact-us/potential-vendor-form) – 입력 내용 ① 기업 및 담당자 정보(기업명, 홈페이지, 소재지, 담당자 이름, 직함, 이메일 주소, 전화번호) ② 제품 정보(제품명, 제품 종류, 제품 설명 등)
-------------	---------------------	--

자료: 트레이더조(Trader Joe's), 지피아(Zippia)

사진 자료: 트레이더조(Trader Joe's), 뉴포트비치(Newport Beach)

2. 미국 말차 주요 유통채널 ⑦ 홀푸드마켓

기업 기본 정보	기업명	홀푸드마켓(Whole Foods Market)	
	기업구분	www.wholefoodsmarket.com	
	홈페이지	유기농 매장	
	위치	텍사스(Texas) 외	
	규모	매출액('21)	• 170억 달러(21조 6,546억 원)
		기타 규모	• 매장 수('22): 500개
	기업 요약	• 텍사스 주 오스틴에 본사를 둔 미국의 다국적 유기농/웰빙 식료품 소매 체인 • 인공 색소, 향료, 방부제 등이 없는 제품만을 판매하며, 미국 USDA 인증을 취득한 유기농 상품을 취급함 • 2017년 아마존(Amazon)이 홀푸드마켓을 인수하여 모회사가 되었음 • 온라인으로 구매하여 신속하게 집으로 배송하는 '딜리버루(Deliveroo)' 서비스 제공 • 매주 테마별 세일 상품 및 프로모션 상품 제공	
매장정보	입점 가능 품목	• 유기농 신선식품, 가공식품, 유제품, 음료, 차, 커피, 와인 및 주류 등	
	선호 제품	• 유기농 식품, 미국 USDA 인증을 취득한 상품	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 신청 - 계정 생성 후 로그인 - 홈페이지 하단 About 메뉴 아래 'Information and Potential Suppliers' 클릭 - Register Here 아래 입점 링크 클릭 (supplier.wholefoodsmarket.com/uk) - 공급업체 포털에 가입한 후 72시간 뒤 로그인 - 공급업체 포털 'potential supplier page'에 입점 제품 등록	

자료: 홀푸드마켓(Whole Foods Market)

사진 자료: 어바웃아마존>About Amazon), 스릴리스트(Thrillist)

2. 미국 말차 주요 유통채널 ⑧ 스프라우츠파머스마켓

기업 기본 정보	기업명	스프라우츠파머스마켓 (Sprouts Farmers Market)	
	기업구분	유기농 매장	
	홈페이지	www.sprouts.com	
	위치	미국 전역	
	규모	기타 규모 - 매장 수('23): 380개 - 직원 수('23): 3만 1,000명	
	기업 요약	2002년 미국에서 처음 설립됨 19,000개 이상의 제품 중 약 90%는 천연 및 유기농 제품이며, 글루텐프리(Gluten-Free), 비건 제품, 목초 사육된 육류 제품, Non-GMO 등의 품목을 취급하고 있음 - 건강에 악영향을 끼치는 식품 카테고리를 판매하지 않는 것을 목표로 함 - 매년 지역 비영리단체, 푸드뱅크 등에게 작·간접적 기부를 진행하고 있음 2015년 '스프라우츠 건강한 공동체 재단(Sprouts Healthy Communities Foundation)'을 설립하여 지역단체의 복지 활동에 전념하고 있음	
매장정보	입점 가능 품목	유기농 신선식품, 가공식품, 유제품, 음료, 차, 커피, 와인 및 주류 등	
	선호 제품	유기농 식품, 공정무역 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 입점 신청 - 홈페이지 하단 ABOUT 메뉴의 'New Vendors' 클릭 (about.sprouts.com/new-item-submission) - 공급업체 정책, 숙지사항, 신청서 제출 과정, 제출 일정, 공급업체 리소스 모두 확인 'Grocery'를 클릭하여 해당 입점 신청 양식 작성 (about.sprouts.com/nip/?department=grocery) - 입력 정보 - 기업 및 담당자 정보(기업명, 위치, 담당자명, 전화번호, 이메일 주소) - 품목 정보 (제품명, 브랜드명, 개별 포장 사이즈, 판매 규격 사이즈, 원가, 소비자가격, 식품인증여부)	

자료: 스프라우츠파머스마켓(Sprouts Farmers Market)

사진 자료: 스프라우츠파머스마켓(Sprouts Farmers Market)

2. 미국 말차 주요 유통채널 ⑨ 아마존

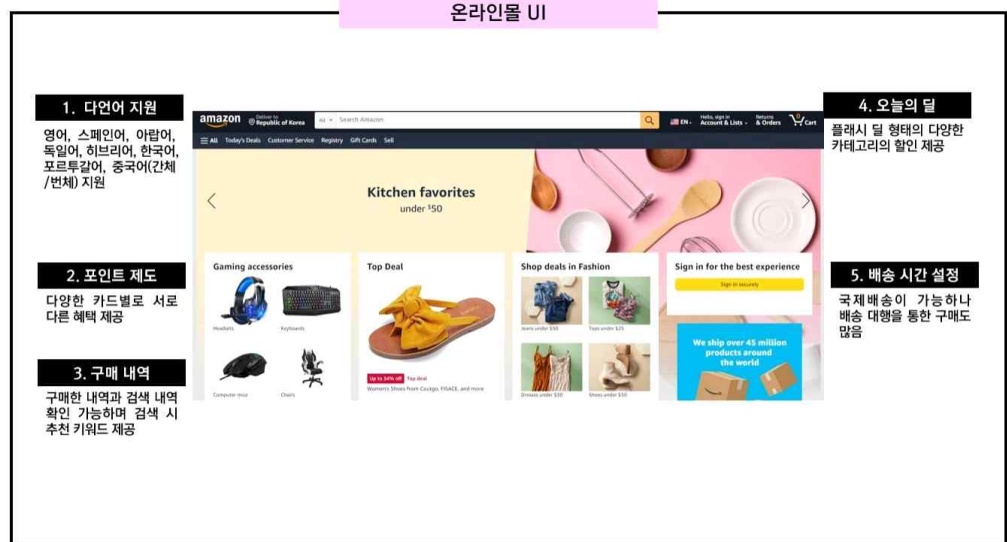
기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.amazon.com	
	규모	매출액('22)	2,140억 달러(272조 5,932억 원) ²³⁾
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 26억 회
	기업 요약	• 세계 최대의 온라인 종합 쇼핑몰로 190만 개의 기업의 상품 보유 • 스페인어, 아랍어, 독일어, 한국어 등 전 세계 언어 지원 • 아마존을 통해 분당 7,400개의 제품의 구매가 이루어짐	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	내추럴슬림(NaturalSlim), 나오키마차(Naoki Matcha) 등
		해외 판매	해외 배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	50달러 이상 구매 시 5달러 할인, 생일 기프트카드 증정 등 다양한 프로모션 상시 진행		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 (services.amazon.com/services/soa-approval-category) - Grocery&Gourmet Food 카테고리 'Requirement' 눌러 자격조건 확인 후 'Contact Us' 클릭하여 입점 문의 제출 - 홈페이지 등록 정보 ① 공급자 정보(회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) ② 제품 정보(UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량) • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 평가 기준 ① 아마존 행동 강령 준수 ② 아마존 PB 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 • 입점 가능 카테고리 20개 중 식료품 및 9개 제품군은 승인 절차 거쳐야 입점 가능	

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

사진 자료: 아마존(Amazon)

23) 글로벌 매출액을 합한 값임

온라인몰 UI ①



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

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 아마존(Amazon)
사진 자료: 아마존(Amazon)

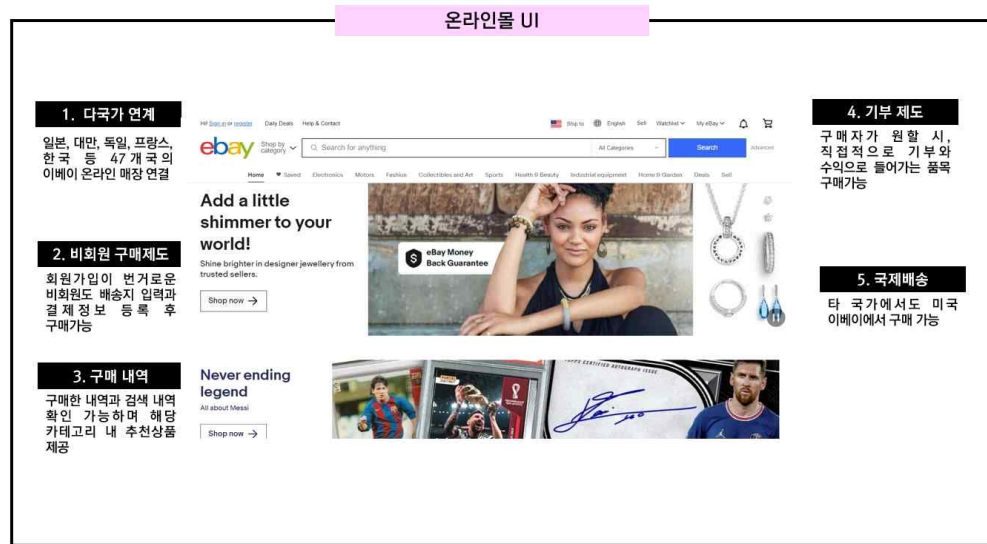
2. 미국 말차 주요 유통채널 ⑩ 이베이

기업 기본 정보	기업명	이베이(eBay)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.ebay.com	
	규모	매출액('22)	• 97억 달러(12조 7,407억 원)
		기타 규모	- 방문횟수(최근 1개월): 7억 3,420만 명 - 앱다운로드수('22): 5억 9,900만 회
	기업 요약	- 전 세계 190개 이상의 국가에서 운영됨 - 각 국가의 통화로 구매 가능 - 오늘의 특가 상품이 매일 공개됨	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	뉴트리비타샵(NutriVitaShop), 스타벅스(Starbucks) 등
		해외 판매	해외 배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	시간대별 할인 이벤트, 카테고리별 할인 이벤트 등 다양한 프로모션 진행		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 직접 등록 - 계정 생성 후 판매자(Seller) 등록 - 개인 판매자와 스토어 판매자 중 선택하여 입점 - 개인 판매자는 40개까지 무료로 등록 가능(수수료 건당 10.9%) - 기업 판매자는 250,000개까지 제품 등록 가능(월별 비용과 건당 수수료 4.8%) - 다음 웹 페이지 주소에서 판매 상품 리스트, 새 상품 등록, 판매 현황 등 판매에 관련된 다양한 정보 확인 가능 (pages.Ebay.com/seller-center/index.html) - 문의사항 연락 방법 - 아래 웹 페이지 주소에서 문의 내용의 해당 카테고리 선택 후 이메일 컨택 가능 (www.Ebay.com/help/call_us?type=ContactUs&initFrom=HOME&topicId=4000)	

자료: 이베이(eBay), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower), 매크로트렌즈(MacroTrends)

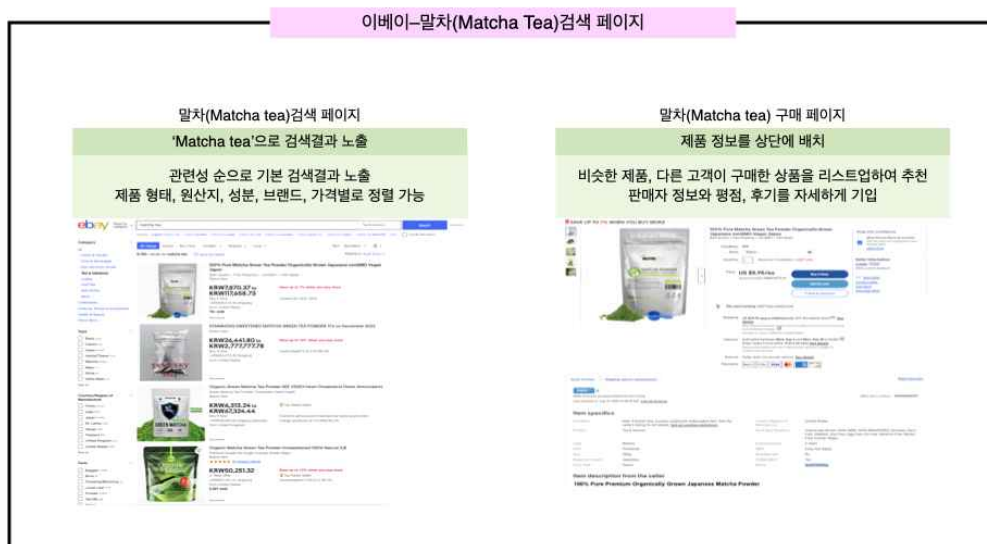
사진 자료: 이베이(eBay)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
홈페이지 접속 시, 컴퓨터 언어팩을 감지하여 사이트 자동번역

온라인몰 UI ②



제품 형태, 원산지, 브랜드, 가격 순으로 정렬 가능
판매자 정보 및 평점, 후기를 자세하게 기입하여 노출

자료: 이베이(eBay)

사진 자료: 이베이(eBay)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



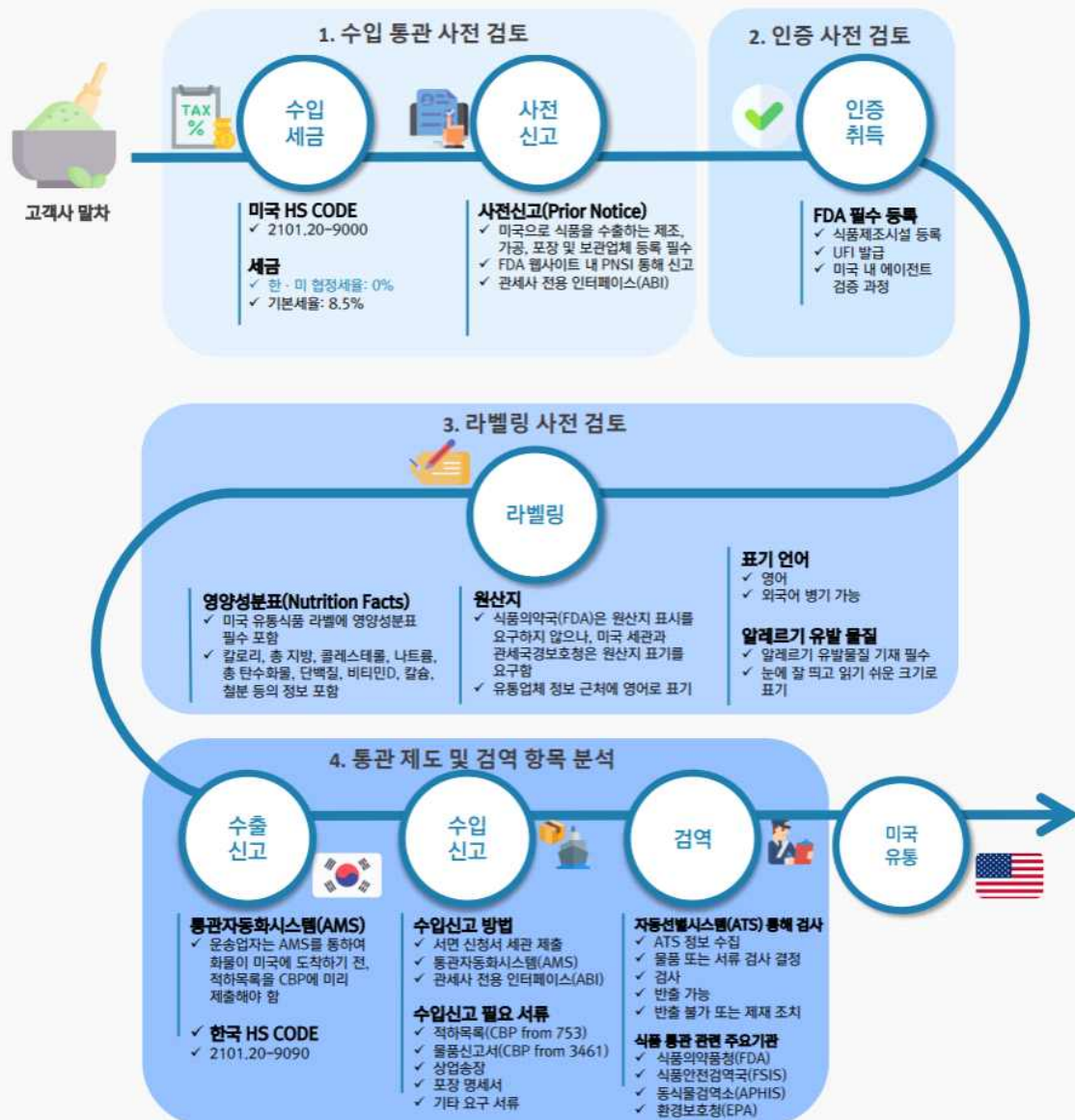
1. 미국 말차 통관 및 검역 절차
2. 미국 말차 품질 인증
3. 미국 말차 라벨링
4. 미국 말차 성분 및 유해물질

1. 미국 말차 통관 및 검역 절차²⁴⁾

▶ 미국 말차 수출 통관 단계별 주요사항

미국으로 식품 수출 시 식품안전현대화법(FSMA: Food Safety Modernization Act)에 의하여 식품 시설등록과 수입식품 사전신고가 필수임. 제품을 일반 식품으로 광고 및 유통하는 경우에 필요한 필수 사전 승인은 없으나, 규정에 어긋나는 것으로 확인되는 경우에는 유통이 금지됨

[표 5.1] 미국 말차 통관 검역 절차



자료: 식품의약품안전처, 미국 식품의약품청(FDA)

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

2. 미국 말차 품질 인증

▶ 미국 말차, 'FDA 등록' 필수

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

[표 5.2] 미국 FDA 등록 정보

	등록 정보	
	목적	
		식품이 건전하거나 안전하지 않고, 부적절하게 표기된 식품으로부터 소비자를 보호
	절차	- 식품제조시설 등록(FFR: Food Facility Registration) - FIS(FDA Industry Systems) 회원가입 및 로그인 'Food Facility Registration' 접속 - 안내되는 절차에 따라 정보 기입 - 작성 내용 검토 후 저장 - 등록 확인 - 시설 등록 완료 후 등록 번호(Registration number) 배정 - 고유시설식별번호(UFI: Unique Facility Identifier) 2021년부터 국내외 시설들은 FDA 시설등록 시 반드시 FDA가 인정하는 고유시설식별번호를 제출해야 함 - 미국 내 에이전트 검증 과정 - 미국 내 에이전트의 검증이 마칠 때까지 시설등록 및 재등록에 관한 확인 혹은 등록번호 확인은 진행되지 않음

자료: 미국 식품의약품청(FDA)

[표 5.2] 미국 FDA 등록 정보

FDA 	등록 정보	
	필수 정보	• 시설명, 주소, 전화번호 • FDA가 인정하는 시설의 고유시설식별번호(2020년 10월 1일부터) • 선호하는 시설 주소(시설의 주소와 다른 경우) • 모회사 이름, 주소 및 전화번호(해당하는 경우) • 시설 담당자 이메일 주소(해외 시설: 미국 내 에이전트의 이름, 주소, 전화번호 및 이메일 주소) • 비상시 전화번호 및 이메일 주소, 국내 시설의 경우 담당자와 비상시 담당자가 다를 경우 이메일 주소만 필요 • 시설을 담당하는 소유주 운영자 혹은 에이전트의 이름, 주소, 전화번호 및 이메일 주소 • 시설이 사용하는 모든 상표명 • 등록 서식에 적혀 있는 해당하는 식품 카테고리 • 해당하는 각 식품 카테고리에 대한 시설에서 수행된 활동 유형 • FDA의 시설 점검을 허가할 것이라는 보증 • 제출한 정보가 사실이고 정확하며 기재자의 기재 권한을 허가한다는 증명서
	주의사항	• 2년마다 등록 갱신을 해야 함(매 짝수년 10월 1일 ~ 12월 31일) • 등록의 필수 정보가 변경된 경우, 60일 이내에 FDA에 등록을 업데이트해야 함 • 모든 외국 식품 시설은 미국 FDA 대리인(US Agent)이 있어야 함

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

▶ 한국 유기농 인증, 미국 시장에서 동일하게 적용 가능

미국으로 유기농 식품을 수출하기 위해서는 미국 농무부(USDA: United States Department of Agriculture)에서 발급하고 있는 유기농 인증을 획득해야 함. 해당 인증은 농무부가 지정하고 있는 지정 인증기관을 통해 획득할 수 있음. 다만, 한국에서 이미 유기농 인증을 획득하였다면, 2014년 7월 1일부로 발효된 상호동등성협정(Equivalence Arrangement)에 따라 미국에서도 동등하게 인정받을 수 있음

[표 5.3] 한국 유기가공인증 상호동등성협정 정보

인증명	발급 기관	정보	인증 Mark
USDA Organic	미국 농무부	95% 이상 유기농 원료를 사용해야 함	
		모든 원료가 100% 유기농인 경우	

동등성 인정 요건

- 95% 이상 유기농 원료를 함유할 것
- 마지막 가공이 한국에서 이루어질 것(기타 국가에서 가공이 이루어진 경우 인정되지 않음)
 - 가공식품의 범위는 한국의 식품공전상의 분류 기준 적용
- 항생제를 사용한 축산물을 포함하지 않을 것
- 라벨에 대한 표시 사항은 수입국(미국)의 규정 적용

미국 수입 요건

- 수입증명서(NOP Import Certificate) 제출
 - 유기농 인증기관을 통해 발급
 - 수입되는 제품의 매 선적 시 해당 수입증명서 첨부 필요

라벨 사용

- 라벨의 경우 미국의 유기농 인증 라벨을 부착해야 하나, 한국의 유기농 로고도 함께 사용 가능
- 원료가 유기농이라는 점에 대한 내용 표시 필요
- 해당 내용을 인증한 인증기관 정보 기입 필요

자료: 미국 농무부(USDA), 국립농산물품질관리원

▶ 미국 식품 관련 기타 인증

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

[표 5.4] 미국 말차 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
글루텐-프리 인증	기능성 인증	미국 민간 인증	Gluten-Free Certification Organization (GFCO)	
Vegan Action	기능성 인증	미국 민간 인증	비건 인지 재단 (Vegan Awareness Foundation)	
Orthodox Union Kosher	종교적 및 문화적 인증	미국 민간 인증	Orthodox Union (OU)	
IFANCA Halal	종교적 및 문화적 인증	미국 민간 인증	미국 이슬람식품영양협의회 (IFANCA)	

자료: 각 인증기관

3. 미국 말차 라벨링

[표 5.5] 미국 말차 라벨링

주 표시면 필수 표기 사항 및 기준	1. 제품명	• 제품의 일반적인 명칭 사용 • 굵은 글씨체로, 일반적으로 라벨에 쓰인 가장 큰 단어 또는 그래픽의 반 이상의 크기로 쓰여야 하며, 제품의 가장 하단과 평행으로 표기되어야 함 • 식품이 액체가 아닌 경우 형태(Sliced, Unsliced, Halves) 등을 명시 • 활자 크기는 주표시면에 사용된 가장 큰 활자의 1/2 이상 • 외국어 표기일 경우, 영어 및 외국어 둘 다 표기 • 주스(과일 및 채소)가 들어있는 음료의 경우, 주스 함유량(%) 표기 필요
	2. 순중량	• 주 표시면 하단 30%에 위치 • 포장 용기 내부에 담겨있는 식품의 양을 표기 • 기본적으로 모든 중량 표기는 영미 파운드법(oz, lb, quart)에 따라 표기되어야 하며, 분수 또는 소수점 등의 표기도 허용되어 있음 • 그램, 밀리리터 등의 미터법 단위도 함께 표기 • 글자 크기는 세로와 가로 비율이 3:1을 넘을 수 없으며, 주 표시면의 크기에 따라 최소 폰트 높이 기준이 상이 • 고체 제품의 경우 'Net Weight'라는 단어가 반드시 포함되어야 하지만, 액체 등의 제품은 'Net Contents' 또는 'Net' 등의 단어 사용은 선택 사항
정보 표시면 필수 표기 사항 및 기준	3. 제조사, 포장업체, 유통업체의 정보, 이름 및 주소	• 제조사, 포장업체 또는 유통업체의 이름을 표기 • 제조사의 이름이나 주소가 없는 경우에는 제품과 관련된 업체명을 반드시 기재 • 제조사, 포장업체 또는 유통업체 표기는 일반적으로 정확한 도로 이름 및 번호, 도시, 집(Zip) 코드, 주 등의 정보를 모두 포함
	4. 성분 리스트	• 사용된 원재료의 중량을 기준으로 내림차순으로 나열할 것 • 통상적인 이름 사용 • 전체 제품 용량 및 무게의 2% 이하를 구성하는 성분명의 표기는 위 방식의 적용을 받지 않음 • 허가된 방부제 첨가 시 방부제의 통상 명칭 및 기능을 표기할 것 • 공인된 색소는 약어 또는 특정 이름 사용

자료: 미국 식품의약품청(FDA)

[표 5.5] 미국 말차 라벨링

정보 표시면 필수 표기 사항 및 기준	5. 알레르겐 성분	- 식품 알레르기 유발 물질(Major food allergen)이 포함된 경우 반드시 기재 - 눈에 잘 띄고 읽기 쉬운 크기로, 원재료명의 문자 크기 이상으로 표기 - 원재료명 목록에 원재료명을 쓴 뒤에 괄호 안에 알레르기 유발 식품의 일반명을 기재 'Contains'의 'C'는 반드시 대문자로 기재 - 주요 알레르기 유발물질은 우유, 달걀, 생선, 갑각류, 견과류, 밀, 땅콩, 그리고 대두 및 콩 등이 있으며, 2023년 1월 1일부터 알레르기 의무 표시 대상에 참깨도 포함됨 - 견과류의 경우에는 정확한 종류가 표기되어야 하며, 생선 또는 갑각류 동물의 경우 정확한 종에 대한 표기가 있어야 함
	6. 영양성분표	- 미국에서 판매되는 모든 식품은 라벨에 영양성분표를 포함해야 함 - 열량, 총 지방(포화지방, 트랜스지방), 콜레스테롤, 나트륨, 총 탄수화물(식이섬유, 총당, 첨가당), 단백질, 비타민D, 칼슘, 철분 등의 정보를 포함해야 함 4살 이상이 한 자리에서 일반적으로 소비하는 양을 표기하는 1회 섭취량이 포함되어야 함. FDA에서는 일부 식품들에 대해 표준 1회 섭취량을 지정하고 있음 - 영양성분표에 표준 1회 섭취량에 대한 영양 정보와 실제 해당 유닛에 포함되어있는 영양 정보를 위에 예시로 제공한 영양성분표의 오른쪽에 열을 하나 더 만들어 표기해야 함 - 일일섭취량을 기준으로 1일 영양성분 기준치(%DV)를 표기해야 함 - 수출용 제품 라벨의 면적에 따라 영양성분표의 규정된 위치가 상이하므로 반드시 확인 필요 - 영양성분표의 포맷(format)이 다양하므로 제품의 크기나 라벨의 면적에 따라 적합한 포맷을 선택하여 사용 가능
	7. 원산지	- 식품의약품국은 원산지 표시를 요구하지 않으나, 미국 세관과 관세국경보호청은 원산지 표시를 요구함 - 미국 내 유통업체의 명칭과 주소 근처에 영어로 표시할 것
	8. 표기 언어	- 반드시 영어로 표기해야 하며, 한국어 표기가 포함된 경우에는 모든 라벨 의무 표기 사항을 영어와 한국어 모두로 표기해야 함 - 영어, 한국어 이외의 언어가 라벨에 있다면, 해당 언어로도 모든 라벨 의무 표기 사항 표기

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

▶ 미국 말차 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 영어]

- ① JADE LEAF
- ② ORGANIC JAPANESE MATCHA
- ③ 100% PURE GROUND GREEN TEA POWDER
- ④ CULINARY GRADE
- ⑤ PREMIUM SECOND HARVEST MATCHA FOR LATTES, SMOOTHIES & BAKING
- ⑥ USDA ORGANIC
- ⑦ 15TEASPOONS
- ⑧ PLANT BASED
- ⑨ JAPANESE ORIGIN
- ⑩ FRESHNESS SEALED WITH OXYGEN ABSORBER
- ⑪ NET WT 1.06 OZ(30g)

[뒷면 - 영어]

- ① PURE SHADE-GROWN GREEN TEA LEAVES

[앞면 - 국문]

- ① 제이드리프(브랜드명)
- ② 유기농 일본 말차
- ③ 100% 순수 녹차 파우더
- ④ 요리 등급
- ⑤ 라떼, 스무디 & 제빵을 위한 두 번째 수확된 말차
- ⑥ USDA ORGANIC(유기농 인증)
- ⑦ 15티스푼
- ⑧ 식물 기반
- ⑨ 일본산
- ⑩ 산소흡수제로 신선하게 밀봉됨
- ⑪ 순 중량 1.06 OZ(30g)

[뒷면 - 국문]

- ① 순수 그늘에서 자란 녹차 잎

② PLANT BASED • ORGANIC •
NOTHING ADDED • GLUTEN FREE

③ Matcha is simply pure, high grade green tea leaves from Japan that are ground into an ultra-fine powder. For centuries, monks have enjoyed matcha prior to extended meditation sessions. Our tea masters bring together carefully selected leaves from our partner family farms in Japan's premiere growing regions to create a unique, well-rounded flavor profile not found anywhere else. jadeleave.com/source

④ DIRECTIONS: Culinary matcha can be used as a delicious ingredient when blending, baking or cooking with your favorite recipes. Start with a standard serving of 1/2 teaspoon(1 gram), and add more as desired.

⑤ LATTES
Add 1/2 to 1 teaspoon of matcha to your favorite milk and sweeten if desired. For hot lattes a whisk works best to mix, and for cold lattes simply shake with ice.

⑥ SMOOTHIES
Add 1/2 to 1 teaspoon of matcha to your favorite smoothie recipe. We like to use 1 cup milk(plant based or regular), 1 frozen banana, and 2 tablespoons almond butter.

⑦ BAKING
Add 1 to 3 teaspoons of matcha per cup of flour to your favorite muffin, cake, pancake or other baked good recipes for a gorgeous green color and nutritional boost.

② 식물 기반 • 유기농 • 무첨가 •
글루텐 프리

③ 말차는 일본의 순수하고 고급스러운 녹차 잎을 초미세 분말로 갈아 만든 음료입니다. 수 세기 동안 승려들은 장시간 명상을 하기 전에 말차를 즐겨 마셔왔습니다. 우리의 차 전문가들은 일본의 최고의 재배지역에 있는 파트너 농장에서 엄선된 잎을 모아 다른 곳에서 찾을 수 없는 독특하고 균형잡힌 맛을 만들어냅니다. jadeleave.com/source

④ 사용법: 요리용 말차는 블렌딩, 제빵 혹은 좋아하는 레시피를 요리할 때 맛있는 재료로 사용될 수 있습니다. 기본적으로 1/2티스푼(1g)에서 시작해 원하는 만큼 더 추가하세요.

⑤ 라떼
좋아하는 우유에 말차를 1/2에서 1티스푼을 넣고 원한다면 달달하게 조절하세요. 뜨거운 라떼의 경우 휘저어 섞는 것이 가장 좋고, 차가운 라떼의 경우 얼음과 함께 흔들어 섞으세요.

⑥ 스무디
좋아하는 스무디 레시피에 말차를 1/2에서 1티스푼을 넣으세요. 우리는 우유 1컵(식물 기반 또는 일반), 냉동 바나나 1개, 그리고 아몬드 버터 2스푼을 함께 넣는 것을 좋아합니다.

⑦ 제빵
좋아하는 머핀, 케이크, 팬케이크 또는 다른 제빵 레시피에 밀가루 1컵당 말차 1~3티스푼을 추가하세요. 이를 통해 예쁜 녹색 색상과 영양을 더할 수 있습니다.

⑧ More ideas: jadeleaf.com/recipes

⑨ Questions? support@jadeleaf.com

Nutrition Facts	
30 servings per container	
Serving size 1/2tsp(1g)	
Calories per serving 4	
Amount/Serving	%Daily value*
Total Fat 0g	0%
Saturated Fat 0g	0%
Trans Fat 0g	
Cholesterol 0mg	0%
Sodium 0mg	0%
Total Carbohydrate less than 1g	0%
Dietary Fiber less than 1g	1%
Total Sugars 0g	
Includes 0g Added Sugars	0%
Protein less than 1g	
Vitamin D 0mcg 0% • Calcium 6mg 0% • Iron 0mg 0% • Potassium 14mg 0%	

⑩ *The % Daily Value(DV) tells you how much a nutrition in a serving of food contributes to daily diet. 2,000 calories a day is used for general nutrition advice.

⑪ Ingredients: 100% Organic Japanese Matcha Green Tea Powder

⑫ Caffeine Per Serving: 16-24mg(about 1/4 cup of coffee)

⑬ Storage: Keep sealed and refrigerate for maximum freshness. Best consumed within 2 months of opening. + Discard oxygen absorber packet after opening pouch(do not eat).

⑧ 더 많은 의견: jadeleaf.com/recipes

⑨ 질문이 있다면? support@jadeleaf.com

영양성분표	
용기당 30회 제공	
제공 사이즈 1/2티스푼(1g)	
제공당 4칼로리	
1회 제공량당 함량	일일권장량*
총 지방 0g	0%
포화지방 0g	0%
트랜스지방 0g	
콜레스테롤 0mg	0%
나트륨 0mg	0%
총 탄수화물 1g 미만	0%
식이섬유 1g 미만	1%
총 당류 0g	
첨가당 0g 포함	0%
단백질 1g 미만	
비타민D 0mcg 0% • 칼슘 6mg 0% • 철분 0mg 0% • 칼륨 14mg 0%	

⑩ *일일권장량(DV)은 음식의 한 끼 분량에서 영양소가 하루 권장 섭취량에 얼마나 기여하는지를 알려줍니다. 일반적인 영양 조언을 위해 하루 2,000칼로리를 기준으로 합니다.

⑪ 재료: 100% 유기농 일본산 말차 파우더

⑫ 제공량당 카페인: 16-24mg(커피의 1/4 정도)

⑬ 보관 방법: 밀봉하여 냉장보관하면 신선도를 극대화할 수 있습니다. 개봉 후 2개월 이내에 섭취하는 것이 가장 좋습니다. + 파우치 개봉 후 산소 흡수제 패킷은 폐기하세요(먹지 마세요).

⑭ Imported by: Jade Leaf, LLC
Seattle, WA 98199
www.jadeleaf.com
Certified Organic By CCOF

⑮ Always here to help:
support@jadelaf.com

⑭ 수입업자: Jade Leaf, LLC
시애틀, WA 98199
www.jadeleaf.com
CCOF 유기농 인증

⑮ 언제든지 도와드립니다:
support@jadelaf.com

4. 미국 말차 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

GRAS(Self-Affirmed Generally Recognized As Safe)는 미국에서 판매되는 식품 원료의 안전성을 평가하는 제도이며, 식품첨가물을 ‘식품에 첨가 및 접촉하여 직접적 또는 간접적인 결과를 초래할 것으로 예상되는 물질’로 규정해 본래의 사용 목적 및 조건에서 과학적 단계를 통해 입증된 성분을 분류함. 말차를 ‘고형차’로 분류하여 관련 식품첨가물 검색 시 총 238건을 발견했으며, 하기 표는 고형차에 적용되는 미국 식품첨가물 기준 중 일부임. 더욱 상세한 정보는 미국의 연방규정집(CFR: Code of Federal Regulations) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.6] 미국 말차 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품유형	사용기준
1	사카린	Saccharin	가공식품	1회 제공량당 30mg 이하
2	사카린나트륨	Sodium saccharin		
3	사카린 칼슘	Calcium saccharin		
4	아카시아검	Gum arabic (Acacia gum)	모든 식품	[식이섬유, 유화제, 유화제염, 향료 및 보조제, 조성보조제, 가공보조제, 안정제, 증점제, 표면처리제, 텍스처라이저] (GRAS: 1.0% 이하)
5	한천	Agar		[향료, 조성보조제, 습윤제, 안정제, 증점제] (GRAS: 0.25% 이하)
6	황산 알루미늄	Aluminum sulfate		[다목적] (GRAS: GMP에 따라 사용)
7	황산 알루미늄 나트륨	Aluminum sodium sulfate		
8	인산칼슘	Calcium phosphates		
9	글리세린	Glycerin		

자료: KATI농식품수출정보

▶ 유해물질

미국 내 식품을 유통하기 위해 미국 식품의약품청(FDA: Food and Drug Administration)의 유해물질 규정을 반드시 준수해야 함. 미국은 유해물질을 ‘독성이 있는 치명적인 물질이나 병원성 및 발암성 물질’로 정의하며, 해당 물질들에 대해 식품 내 잔류한계를 규정하고 있음. 더욱 상세한 정보는 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.7] 미국 말차 유해물질 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품 유형	잔류허용기준
1	총 아플라톡신 (아플라톡신 B1, B2, G1, G2의 합)	Aflatoxin (Aflatoxin B1, B2, G1, G2(total))	모든 식품	20mcgs/kg(20ppb)
2	에마멕틴 벤조에이트	Emamectin benzoate	건조차	0.5ppm
3	플룩사메타마이드	Fluxametamide		5ppm
4	엠시피에이	MCPA		0.3ppm
5	피플르부마이드	Pyflubumide		80ppm
6	펜부코나졸	Fenbuconazole	인스턴트 차	30ppm (인스턴트 차에 한함)
7	메톡시페노자이드	Methoxyfenozide		20ppm (인스턴트 차에 한함)
8	스피노사드	Spinosad		2ppm (인스턴트 차에 한함)
9	트리플록시스트로빈	Trifloxystrobin		5ppm (인스턴트 차에 한함)
10	보스칼리드	Boscalid	차	70ppm

자료: KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

미국에서 유통되는 식품의 알레르기 유발물질은 ‘식품 알레르기 유발물질 표시 및 소비자 보호법’에 의하여 규정됨. 식품에 총 9가지의 알레르기 유발물질이 포함되는 식품은 라벨에 해당 성분명을 영어로 표기해야 함. 2023년 1월 1일부터 참깨가 9번째 알레르겐 성분으로 공식 지정되었으며, 참기름과 같이 참깨가 포함된 제품에도 해당하는 내용임

[표 5.8] 미국 알레르겐 성분 규정

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

자료: 미국 식품의약품청(FDA)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 복수마켓(Bokksu Market)
2. 월마트(Walmart)
3. 고셉스(GoSupps)

Interview ①

25)


**복수마켓
(Bokksu Market)**

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2015년 설립
 - 뉴욕주에 위치한 수입유통업 및 소매업체
 - 취급 품목: 건강보조식품, 식료품, 스낵, 소스류 등
 - 주요 수입국: 일본
 - 온라인 유통채널 보유

담당자 정보

Operations Manager

**복수마켓(Bokksu Market)
Operations Manager**

Q. 미국 소비자들이 말차 제품 구매 시, 품질, 맛, 브랜드, 유기농 원료 중 가장 우선시하는 요소는 무엇인가요? 순위별로, 이유와 함께 나열해 주세요.

가장 중요한 요소는 맛입니다. 맛은 미국 소비자들이 말차 제품을 구매할 때 영향을 미치는 가장 중요한 요인이며, 말차에 익숙하지 않은 사람들에게는 제품의 재구매 여부를 결정하는 요인이기도 합니다. 이는 맛있는 것을 추구하는, 기본적인 욕구와 가치 추구를 기반으로 하고 있으며, 제품에 대한 긍정적인 인식으로 이어집니다. 소비자들은 만족스러운 맛을 보유한 말차 제품을 원하고 있으며, 말차에 친숙해지고, 익숙해짐에 따라 재구매 가능성이 증가합니다.

2위는 품질입니다. 소비자들이 제품의 맛에 대해 긍정적인 경험을 한 이후, 제품의 품질에 더 많은 관심을 가지기 시작합니다. 고품질 말차는 말차 본연의 강한 맛을 제공하고, 이에 소비자들은 생산 과정 및 원료에 관심을 갖게 되기도 합니다. 이들은 섭취하는 제품이 프리미엄 차잎을 원료로 하고, 전통적인 방법을 통해 제조되기를 원합니다. 또한, 고품질의 말차 제품이 영양적인 측면에서 이점을 제공하고 있다고 알려져 있기에 품질은 중요한 요소입니다.

3위는 유기농 원료입니다. 일부 소비자들, 특히 말차에 대해 잘 알고 있는 소비자들은 유기농 원료로 만든 제품을 우선시하며, 유기농 말차 제품이 비유기농 제품 대비 건강상의 이점을 보유하고 있으며, 고품질인 것으로 인식합니다. 건강에 관심이 있는 소비자들은 살충제 및 화학물질 무첨가 등을 이유로 유기농 말차를 선호하는 경향이 있으며, 이러한 특성들이 발현될 때 소비자들은 유기농 원료로 만든 말차를 구매합니다.

마지막이 브랜드입니다. 기존에 알려진 브랜드는 신뢰성 및 일관된 품질을 소비자들에게 전달할 수 있지만, 이러한 브랜드 인지도를 뛰어넘는 구매 요인은 결국 맛이라고 생각합니다. 말차 제품을 처음 구매하는 소비자들은 초기에 브랜드 인지도에 따라 구매할 가능성이 있지만, 말차에 익숙해지며 자신이 선호하는 맛, 품질, 유기농 원료 등의 요소에 따라 제품을 구매할 가능성이 큼니다.

25) 사진 자료: 복수마켓(Bokksu Market)

Q. 고객사 제품은 고열량 설탕 에리트리톨과 스테비올 글리코사이드와 같은 천연 감미료를 혼합하여 제조합니다. 미국 소비자들에게 에리트리톨과 스테비올 글리코사이드를 활용한 말차 제품의 잠재적인 수요는 어떠한가요? 시중 브랜드의 말차 제품과 비교 시 차별점이 있나요?

고객사 제품의 특징을 건강에 대한 관심도가 높은 소비자들에게 어필할 수 있습니다. 고객사 제품의 원료 조합은 타 브랜드 제품과는 다르게 저칼로리, 저탄수화물 제품이기 때문에 과체중 및 당뇨병을 염려하는 소비자들이 섭취하기 좋습니다. 에리트리톨과 스테비아는 기존의 설탕 이외의 단맛을 찾는 소비자들에게 훌륭한 대체재로 작용할 수 있습니다. 현재 주요 말차 브랜드가 관련 이점을 제공하지 않기 때문에 고객사 제품은 시장에서 차별화를 꾀할 수 있으며, 건강한 제품으로 포지셔닝 가능합니다. 또한, 건강을 강조하는 전략적 마케팅을 통해 그 매력을 더욱 높일 수 있으므로 건강을 염려하는 소비자들에게 눈에 띄는 제품이 될 것으로 생각합니다.

Q. 미국 시장에서 말차 제품의 100g당 평균 가격과 주로 활용되는 용량은 어느 정도인가요?

미국 시장에서 말차 제품의 100g당 평균 가격은 10-20달러(1만 2,738-2만 5,476원²⁶⁾) 사이이며, 일부 프리미엄 말차 제품은 100g당 25-30달러(3만 1,845-3만 8,214원)에 판매되고 있습니다.

Q. 미국 내 유명한 말차 브랜드가 있다면, 이들이 사용하는 말차의 등급, 달콤한 맛을 내기 위해 사용하는 재료, 가격대, 포장 방법, 마케팅 전략 등에 대해서 알려주세요.

미국에 인기 있는 말차 브랜드로는 A사가 있습니다. 해당 브랜드는 인스턴트 말차를 사용하고 있으며, 단맛을 내기 위해서 사탕수수를 활용하고 있습니다. 해당 브랜드 제품은 3.39oz 용량을 11.99달러(1만 5,273원)에 판매하고 있으며, 우유와 섞어 마시거나 스무디를 만들어 먹기 편리한 1인분 포장을 사용하고 있습니다. 해당 브랜드는 부드럽고 맛있는 제품이자 저가 제품으로 포지셔닝하여 홍보하고 있으며, 달콤함을 강조합니다.

26) 1달러=1,273.80원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 고객사 제품 수출 시 추천하는 유통채널이 있다면 무엇인가요?

다양한 유통채널을 활용하는 것을 권장합니다. 카페 및 건강, 유기농 식품 매장과 같은 전문 소매업체들은 건강을 생각하는 소비자들을 대상으로 판매하기 좋은 채널들입니다. 또한, 아마존 및 자연식품을 판매하는 온라인 매장 내 판매를 통해 고객사 제품의 편의성을 강조하고, 많은 소비자에게 제품을 소개할 수 있습니다. 이처럼, 온라인과 오프라인을 결합한 제품 판매가 효과적일 것입니다.

Q. 고객사 제품이 타깃해야 하는 미국 소비자 그룹은 어디인가요?

건강에 민감한 밀레니얼 세대와 여성 전문직들을 타깃하는 것을 권장합니다. 말차의 미용 및 체중 관리 효능은 이들에게 유효한 키워드이며, 편의성도 효과적인 키워드이기 때문입니다. 저카페인 및 디카페인 제품을 원하는 소비자들에게 말차가 커피의 대체재임을 알리고, 아시안 지역사회와의 교류를 통해 제품을 알리는 것도 하나의 방법입니다.

Q. 고객사 제품이 미국에서 활용해야 하는 마케팅 전략은 무엇인가요?

마케팅 전략으로는 소셜미디어 마케팅 및 오프라인 마케팅을 병행하는 방법이 있습니다. 소셜미디어 내 건강 관련 인플루언서와의 협업을 통해 제품 후기 및 구매자들에게 상품을 제공하고, 오프라인에서는 카페 및 전문 판매점에서 제품 시음 행사 등을 실시할 수 있습니다. 아울러, 매장 내 성분, 이점, 효능 등을 강조한 간판과 진열대, 전단지 등을 활용하여 소비자들에게 제품을 알려야 합니다.

Q. 수입유통업체 입장에서 고객사 말차 제품을 구매한다면, 어떤 판촉 지원을 받는 것을 희망하시는지 말씀해주세요.

제품에 관한 책자와 포스터 같은 마케팅 자료, 제품 샘플, 재정적 지원, 교육 세션이 필요합니다. 이를 통해 제품의 홍보 및 캠페인 등을 효과적으로 진행할 수 있을 것이라 예상합니다.

Q. 수입유통업체 입장에서 고객사 말차 제품 수입 시, 고객사에서 주의해야 할 법적 규제나 강제 인증 사항이 있는지 말씀해주세요.

고객사는 식품안전, 포장, 표시 및 성분 요건을 포괄하는 FDA 수입 규정을 준수해야 합니다. 말차가 유기농으로 시판되는 경우 USDA 인증이 의무화되며, 감미료와 같이 첨가된 성분은 FDA 사전 승인이 필요할 수 있습니다. 정확한 관세 코드 및 관련 문서들은 통관을 위해 필수이며, 오염 물질에 대한 무작위 샘플 검사를 할 수 있기에 대비할 필요가 있습니다. 또한, 가장 최신의 수출 관련 절차에 대해 습득하고 있어야 합니다.

Interview ②

27)

월마트
(Walmart)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 1962년 설립
 - 아칸소주에 위치한 수입유통업 및 소매업체
 - 취급 품목: 식료품, 의류, 약제사리, 전자제품, 건강보조식품, 뷰티 등
 - 온/오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Senior Customer
Business Manager

월마트(Walmart)

Senior Customer Business Manager

Q. 미국 소비자들이 말차 제품 구매 시, 품질, 맛, 브랜드, 유기농 원료 중 가장 우선시하는 요소는 무엇인가요? 순위별로, 이유와 함께 나열해 주세요.

1위는 품질, 2위는 맛, 3위는 브랜드, 4위는 유기농 원료입니다. 소비자들은 뛰어난 향과 맛으로 알려진 프리미엄 차잎으로 제조된 말차 제품에 추가 비용을 지불할 의향이 있으며, 이에 품질을 가장 중시하는 편입니다. 맛은 풍부하고, 부드럽고, 살짝 달콤한 제품을 선호하며, 브랜드는 제품 신뢰도와 연관성이 있습니다. 유기농 원료 역시 중요하긴 하지만, 구매에 영향을 미치는 중대한 요소는 아닙니다. 따라서, 미국 소비자들은 좋은 품질의 맛있는 제품을 선호한다고 볼 수 있습니다.

Q. 고객사 제품은 고열량 설탕 에리트리톨과 스테비올 글리코사이드와 같은 천연 감미료를 혼합하여 제조합니다. 미국 소비자들에게 에리트리톨과 스테비올 글리코사이드를 활용한 말차 제품의 잠재적인 수요는 어떠한가요? 시중 브랜드의 말차 제품과 비교 시 차별점이 있나요?

에리트리톨과 스테비올 글리코사이드가 첨가된 말차 제품에 대한 수요는 건강에 민감한 미국 소비자들 사이에서 증가하고 있습니다. 해당 제품은 저칼로리, 천연 재료의 사용, 풍미, 그리고 혁신성 등 많은 이점을 가진 제품이기 때문에 타 말차 제품 대비 우위를 점하고 있습니다. 다만, 고급 원료 활용으로 인한 높은 생산 비용 및 판매 가격은 구매에 부정적으로 작용하기도 합니다. 전체적으로, 낮은 칼로리의 제품을 찾는 음식 소비 트렌드에 적합한 제품이라고 할 수 있습니다.

Q. 미국 시장에서 말차 제품의 100g당 평균 가격과 주로 활용되는 용량은 어느 정도인가요?

미국 시장에서 말차 제품의 100g당 평균 가격대는 5-20달러(6,369-2만 5,476원)로 매우 다양하며, 브랜드, 품질, 판매 장소에 따라 가격이 달라질 수 있습니다. 미국 시장에서 판매량을 측정하는 일반적인 단위는 온스(oz)입니다. 말차 제품은 대부분 그램(g) 혹은 온스(oz)로 표기되어 있으며, 100g 당 약 3.5oz로 환산이 가능합니다.

Q. 미국 내 유명한 말차 브랜드가 있다면, 이들이 사용하는 말차의 등급, 달콤한 맛을 내기 위해 사용하는 재료, 가격대, 포장 방법, 마케팅 전략 등에 대해서 알려주세요.

미국 내 유명한 말차 브랜드로는 J사 브랜드가 있습니다. 제품의 말차 등급은 따로 특정되지 않았지만 유기농 말차로 표기되어 있으며, 달콤한 맛을 내기 위해서 사탕수수과 쌀 껍질 등의 천연 재료를 사용하고 있는 것으로 알려져 있습니다. 가격대는 스틱 10개에 11-15달러(1만 4,012-1만 9,107원) 수준이며, 호일 및 플라스틱 포장으로 판매되고 있습니다.

해당 브랜드를 비롯하여 유사 말차 제품 브랜드들은 다양한 마케팅 전략을 시행하고 있습니다. 우선, 언제 어디서나 소비할 수 있는 다용도성을 강조하며, 제품의 편리성과 준비 과정의 단순함을 강조합니다. 건강을 염려하는 소비자들에게 소구 가능한 유기농, Non-GMO, 비건 속성을 강조하며, 커피와 에너지 드링크, 탄산음료와 같은 인기 음료의 대체재로 포지셔닝합니다. 또한, 가시성을 높이기 위해 '유기농 말차', '녹차 분말', '달콤한 말차' 및 '카페 스타일 말차 라떼 믹스'와 같은 관련 키워드를 활용하는 편입니다. 잠재 고객에게 제품을 알리고, 브랜드 신뢰성을 높이기 위해 고객 리뷰 및 추천을 효과적으로 활용하며, 월마트와 같은 주요 소매업체와 파트너십 체결을 통해 판매 영역을 확장합니다.

Q. 고객사 제품 수출 시 추천하는 유통채널이 있다면 무엇인가요?

유기농, 천연 식품의 전문 유통업체와 일반 소매업체들과 협업하여 유통하는 전략이 필요합니다. 소비자들이 관련 제품 구매 희망 시 가장 먼저 방문하는 장소가 유기농 식품 전문 판매업체들이며, 해당 채널을 활용하여 구매 가능성이 큰 고객들에게 제품을 알릴 수 있습니다. 동시에, 주요 소매업체 또는 식료품점 체인과 파트너십을 형성하면 브랜드 가시성을 크게 높이고, 시장 확장을 빠르게 촉진하여 소비자들의 신뢰를 구축할 수 있습니다. 이런 접근 방식을 통해 고객사의 말차 제품을 미국 시장에서 최적으로 포지셔닝할 수 있을 것으로 예상합니다.

Q. 고객사 제품이 타깃해야 하는 미국 소비자 그룹은 어디인가요?

말차 제품의 주요 소비층은 건강을 최우선으로 생각하고 유기농, 천연, 저열량 제품을 찾는 그룹과, 건강에 관심이 있으면서 식품 트렌드에 호기심이 많은 것으로 알려진 밀레니얼 세대와 Z세대 소비층입니다. 밀레니얼 세대와 Z세대에게 효과적으로 접근하는 방법으로는 소셜 미디어, 인플루언서, 체험 행사 등이 있습니다. 또한, 독특하고 고급스러운 음료를 좋아하는 차 및 커피 애호가들도 고려할 수 있습니다. 프리미엄 말차와 같은 제품은 경제적 수준이 높은 특정 지역, 호텔 및 웰니스 센터의 소비자들에게 매력적인 제품으로 인식될 수 있으며, 건강에 관심이 많은 노인들의 은퇴 후 거주 지역, 경로당 등에 제품을 소개하는 것도 하나의 방안이 될 수 있습니다.

Q. 고객사 제품이 미국에서 활용해야 하는 마케팅 전략은 무엇인가요?

인스타그램, 페이스북, 트위터 등의 소셜 미디어 플랫폼을 활용한 매력적인 콘텐츠 및 인플루언서 제휴를 통해 제품의 독특한 특징을 선보이는 것을 권장합니다. 잠재 고객이 말치의 맛과 품질을 직접 경험할 수 있도록 샘플링 이벤트를 지역 행사 내 진행하거나, 블로그 등의 콘텐츠 마케팅을 통해 신뢰할 수 있는 말차 브랜드 이미지를 형성하는 것을 제안합니다. 또한, 언론 매체 및 블로그 등을 통해 브랜드의 스토리와 제품 특징을 알리고, 제품 인지도를 높여야 합니다.

Q. 수입유통업체 입장에서 고객사 말차 제품을 구매한다면, 어떤 판촉 지원을 받는 것을 희망하시는지 말씀해주세요.

제품의 마케팅에 활용할 수 있는 제품의 특징을 강조한 책자, 카탈로그 등의 고품질 마케팅 자료를 원합니다. 제품 샘플과 종합적인 제품 교육도 필요하며, 매장 내 홍보를 위한 포스터와 온라인 홍보를 위한 디지털 마케팅 자료도 있으면 좋을 것 같습니다.

Interview ③

28)

고섭스(GoSupps)
CEO고섭스
(GoSupps)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 2016년 설립
 - 델라웨어주에 위치한 수입유통업 및 소매업체
 - 취급 품목: 건강보조식품, 뷰티, 건강기능식품
 - 온라인 유통채널 보유

담당자 정보

CEO

Q. 미국 소비자들이 말차 제품 구매 시, 품질, 맛, 브랜드, 유기농 원료 중 가장 우선시하는 요소는 무엇인가요? 순위별로, 이유와 함께 나열해 주세요.

1위는 맛입니다. 소비자들은 말차 제품 구매에 있어 개인 취향에 맞는 말차 제품을 찾으며, 이는 결국 맛과 밀접한 연관이 있습니다. 2위는 품질입니다. 곱게 갈아서 불순물이 없는 말차는 부드러움과 영양적인 이점이 있어 소비자들은 고품질 말차를 좋아합니다. 3위는 브랜드입니다. 브랜드는 일관된 품질 및 신뢰할 수 있는 제조 프로세스를 제공하기 때문에 시장에서 역사가 오래된 브랜드들은 긍정적인 평을 받습니다. 4위는 유기농 원료입니다. 유기농 원료는 일부 소비자들에게 중요하지만, 일반적으로 우선순위가 가장 낮은 요소입니다. 해당 순위는 일반적으로 생각했을 때 매길 수 있는 순위이며, 각 소비자의 고유한 선호도와 가치에 따라 달라질 수 있습니다.

Q. 고객사 제품은 고열량 설탕 에리트리톨과 스테비올 글리코사이드와 같은 천연 감미료를 혼합하여 제조합니다. 미국 소비자들에게 에리트리톨과 스테비올 글리코사이드를 활용한 말차 제품의 잠재적인 수요는 어떠한가요? 시중 브랜드의 말차 제품과 비교 시 차별점이 있나요?

설탕 에리트리톨 및 스테비올 글리코사이드와 같은 천연 감미료를 활용한 제품은 미국 소비자의 관심을 사로잡을 수 있을 것으로 생각합니다. 저열량 및 천연 식품에 대해 선호는 증가하고 있으며, 이미 존재하는 말차 제품의 인기와 결합 시 큰 시너지를 발휘할 수 있을 것입니다. 아울러, 스테비올 글리코사이드 및 에리트리톨의 혼합은 전통적인 감미료와 차별화되며, 더 부드럽고 상쾌한 맛을 보이기 때문에 시장 내 타 말차 브랜드와 비교 시 제품의 경쟁 우위로 작용할 수 있습니다.

Q. 미국 시장에서 말차 제품의 100g당 평균 가격과 주로 활용되는 용량은 어느 정도인가요?

미국 시장에서 말차 제품의 100g당 평균 가격은 10-25달러(1만 2,738-3만 1,845원) 수준이며, 무게는 일반적으로 온스와 그램 단위로 표기됩니다.

Q. 미국 내 유명한 말차 브랜드가 있다면, 이들이 사용하는 말차의 등급, 달콤한 맛을 내기 위해 사용하는 재료, 가격대, 포장 방법, 마케팅 전략 등에 대해서 알려주세요.

미국에서 유명한 말차 브랜드로는 M사가 있습니다. 해당 브랜드는 세레모니얼 등급의 말차를 사용하지는 않으며, 달콤한 맛을 내기 위해 사탕수수 시럽을 활용합니다. 가격대는 8온스 패키지 제품에 19.99달러(2만 5,463원) 수준이며, 포장은 개별 스틱 포장입니다. 해당 브랜드는 기존 제품 대비 편리하고, 소화가 용이한 점을 강점으로 삼고 있으며, 접근성, 단맛, 건강 인증, 1인분 포장 등의 요소를 통해 판매를 촉진하고 있습니다. 주로 활용하는 마케팅 전략으로는 이동 중 휴대가 가능한 편리성, 단맛, 말차의 향산화 효능 강조가 있습니다.

Q. 고객사 제품 수출 시 추천하는 유통채널이 있다면 무엇인가요?

건강식품 전문 업체들을 대상으로 시작하는 것을 권장합니다. 또한, 카페 문화가 활성화된 도심 지역 내 카페 및 레스토랑에서 판매하는 것도 브랜드 인지도 제고에 도움이 될 수 있습니다. 온라인 판매도 병행하는 것을 권하며, 관련 제품 유통에 경험이 있는 현지 유통업체와의 파트너십 체결이 공급망 안정화 및 간소화에 큰 도움이 될 것입니다.

Q. 고객사 제품이 타깃해야 하는 미국 소비자 그룹은 어디인가요?

밀레니얼 세대, 피트니스 애호가, 직장인, 카페 이용 고객들을 타깃하는 것을 추천합니다. 이들의 공통점은 모두 건강, 유기농, 슈퍼푸드를 추구하며, 건강에 민감하다는 특징을 가지고 있으며, 제품의 편리성 또한 이들에게는 매력적으로 다가올 수 있습니다. 말차의 에너지 증진 및 향산화 기능과 맛, 편의성에 중점을 두고, 다양한 접근 방식을 통해 제품 가시성을 극대화하기를 권합니다.

Q. 고객사 제품이 미국에서 활용해야 하는 마케팅 전략은 무엇인가요?

마케팅 전략으로는 소셜 미디어를 활용한 전략과, 오프라인의 다양한 장소에서 제품을 소개하고, 관련 회사들과의 협업을 고려하는 것을 추천합니다. 인스타그램 및 블로그에서 건강 및 웰니스 인플루언서와 협업하여 제품을 홍보할 수 있으며, 카페나 관련 박람회에서 시음 행사를 통해 제품을 직접 소개하고 제품 피드백을 주고받을 수도 있습니다. 카페, 영양 및 라이프스타일 회사와의 파트너십을 체결할 수도 있으며, 매력적인 콘텐츠 마케팅을 통해 제품의 이점을 강조하거나 구독 서비스를 통해 충성 고객을 구축하는 것도 고려할 수 있습니다.

Q. 수입유통업체 입장에서 고객사 말차 제품을 구매한다면, 어떤 판촉 지원을 받는 것을 희망하시는지 말씀해주세요.

마케팅 자료, 소셜 미디어 콘텐츠, 디지털 광고, 웹사이트 콘텐츠 등 효과적으로 제품을 알릴 수 있는 포괄적인 판촉 지원을 원합니다. 제품의 원료 소싱, 제조 과정, 건강상의 이점 등에 대한 제품 완성 단계부터 효능 대한 전반적인 교육 또한 이루어질 수 있다면, 판매 잠재력을 극대화할 수 있습니다.

Q. 수입유통업체 입장에서 고객사 말차 제품 수입 시, 고객사에서 주의해야 할 법적 규제나 강제 인증 사항이 있는지 말씀해주세요.

우선, FDA에 식품 시설을 등록할 의무가 있습니다. 또한, 말차 제품에 감미료와 같은 추가 성분이 포함되어있는 경우, FDA의 사전 승인이 필요할 수 있습니다. 제품명, 성분 목록, 영양성분 및 기타 정보에 대한 FDA 표시 지침을 준수하는 것 또한 필수이며, 주에 따라 특정 유기농 인증 요건이 있을 수 있습니다. 따라서 모든 FDA, USDA 및 기타 법적 요건 및 수입 절차를 준수할 수 있도록 미국 식품 변호사 또는 상품 중개인과 상의하는 것이 좋습니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VII 시사점



Export Insights

시장수요



미국 뜨거운 음료 시장규모는 향후 5년간 3.4%씩 증가할 것으로 전망되며, 차(Tea) 시장규모는 향후 5년간 3.2%씩 증가할 것으로 전망됨. HS CODE 2101.20의 미국 對글로벌 수입액은 지난 5년간 연평균 10.3%씩 증가했으며, 對한국 수입액은 지난 5년간 35.5%씩 증가함. 한편, 2022년 기준 미국의 말차 수입 국가들 중 수입규모 1위국인 캐나다의 연평균성장률은 5.6%를 기록함

수입유통업체 인터뷰 결과, 미국 내 소비자들의 건강에 대한 관심 증가로 말차에 대한 인기가 높아지고 있음. 또한, 말차 제품 구매 시 가장 우선시하는 요소는 제품의 맛과 품질인 것으로 확인됨. 맛 요소는 말차에 익숙하지 않은 소비자들에게는 제품의 재구매 여부를 결정하는 요인이기도 함



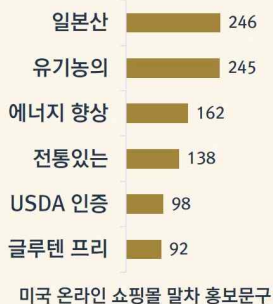
소비 특징 ①

미국 말차 시장 내
'엔차' 브랜드 인기 높음



미국 온라인 쇼핑몰 판매 말차 경쟁브랜드 키워드 분석 결과, 현지 말차 브랜드인 엔차가 가장 인기가 많은 것으로 확인됨. 이어서 일본에서 재배한 녹차잎을 사용한 나오키 브랜드 제품도 30건 도출됨. 또한, 말차 제품뿐만 아니라 설탕과 우유가 첨가된 말차라떼 제품도 확인됨

미국 말차 시장 내 맛 관련 키워드로는 말차와 녹차뿐만 아니라 달콤, 크림미, 아로마, 고소 등의 키워드도 다수 도출됨. 녹차 자체가 품고 있는 아로마 향으로 레몬 등의 관련 키워드도 19건 확인됨



소비 특징 ②

'일본산', '유기농의' 등의 제품
홍보문구 다수

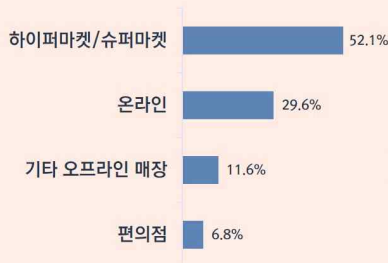


미국 말차 시장 내 '일본산' 홍보문구를 가장 많이 사용하는 것으로 확인됨. 또한, '유기농의', 'USDA 인증', '비유전자조작식품', '비건', '코셔 인증', 등 다양한 식품 인증과 관련된 제품 홍보문구도 확인됨. 말차의 효능과 관련하여 진정효과 및 디톡스 효과 관련 키워드도 확인됨

일본 온라인 쇼핑몰 판매 제품 성분 키워드 분석 결과, 말차의 주 성분인 '말차'와 '녹차파우더' 키워드가 가장 많이 도출됨. 또한, '항산화제', '비타민', '엘 테아닌' 등의 다양한 영양성분에 대한 키워드도 다수 확인됨



미국 말차 유통 비중



유통채널



미국 말차를 비롯한 식물기반식품 소매유통채널 점유율 조사 결과 하이퍼마켓/슈퍼마켓(52.1%)이 압도적으로 높은 점유율을 차지하였음. 뒤를 이어 온라인(29.6%), 드럭스토어, 백화점 등이 포함된 기타 오프라인 매장(11.6%), 편의점(6.8%) 채널이 미국 내 말차의 주요 유통채널로 확인됨

한편, 전문가 인터뷰 결과 미국 내 말차의 주요 유통채널은 유기농 식품 매장, 카페, 건강 식품 매장, 아마존과 같은 온라인 플랫폼, 식료품점 체인 등이라고 답변함

진입장벽

- ▶ Point 1) 미국 FDA 사전등록 必
- ▶ Point 2) 한국 유기농 인증 인정
- ▶ Point 3) HACCP 인증 권장



미국으로 말차 수출 시, FTA 협정세율에 따라 0%가 적용됨. 또한, 미국으로 식품 수출 시, 미국 식품의약품청을 통해 식품제조시설 등록 절차를 필수적으로 진행해야 함.

또한, 미국으로 유기농 식품을 수출하기 위해서는 미국 농무부(USDA)에서 발급하는 유기농 인증을 획득해야 함. 다만, 한국에서 유기농 인증을 획득한 경우 상호동등성협정에 따라 미국에서도 동일하게 인정받을 수 있음. 품질 인증의 경우, HACCP, 글루텐-프리 인증, 비건 인증 등이 권장됨. 라벨의 경우, 반드시 영어로 표기해야 하고, 영어 이외의 언어가 라벨에 있다면 해당 언어로도 모든 라벨 의무 표기 사항을 기입해야 함

수출 확대 전략

셀링 포인트
&
제품 경쟁력 피드백



Point 01 주요 구매 요인 수입유통업체 인터뷰 결과, 미국 소비자들 사이에서 말차 제품 구매 시 가장 우선시하는 요소는 맛과 품질로 확인됨. 맛은 풍부하고, 부드럽고, 살짝 달콤한 제품을 선호하는 경향이 있음. 또한 품질과 관련하여 곰팡이 갈아서 불순물이 없는 말차 제품을 선호한다고 답변함 따라서, 고객사 제품 홍보 시, 부드러운 맛과 높은 품질을 강조하여 홍보할 것을 권장함

Point 02 제품 피드백 수입유통업체 인터뷰 결과, 고객사 제품의 소비자 가격은 경쟁제품 가격 대비 경쟁력 있는 편인 것으로 확인됨. 또한, 용량 및 포장은 일반적인 편이지만, 더 큰 용량의 제품을 제공하는 것도 추천함. 해당 제품을 바탕으로 소셜 미디어 및 웹사이트의 구성 등 마케팅 활동에 주력할 것을 권장함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2022
2. 스태티스타(Statista), 「Hot Drinks_United States」, 2023.08
3. KREI한국농촌경제연구원, 「미국, 음료시장의 특징 및 전망」, 2019.10
4. 스태티스타(Statista), 「Tea_United States」, 2023.08
5. 스태티스타(Statista), 「Plant-based food market size in the United States in 2020 and 2026, by distribution channel」 2022.02
6. 스태티스타(Statista), 「Food retail in South Korea」, 2023.03
7. 식품의약품안전처, 「식품 수출 안내서(미국편)」, 2021
8. KATI농식품수출정보, 「식품시설 등록 : 중소기업체들을 위한 안내서」, 2018

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. 아마존(Amazon) (www.amazon.com)
4. KEB하나은행(www.kebhana.com)
5. 노드스트롬(Nordstrom) (www.nordstrom.com)
6. 블루밍데일스(Bloomingdale's) (www.bloomingdales.com)
7. 포브스(Forbes) (www.forbes.com)
8. 스프라우즈파머즈마켓(Sprouts Farmers Market) (www.sprouts.com)
9. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
10. 센서타워(Sensortower) (sensortower.com/ko)
11. 이베이(eBay) (www.ebay.com)
12. 홀푸드마켓(Whole Foods Market) (www.wholefoodsmarket.com)
13. 월마트(Walmart) (www.walmart.com)
14. 코스트코홀세일(Costco Wholesale) (www.costco.com)
15. 월스트리트저널(WSJ) (www.wsj.com)
16. 한국농수산식품유통공사(aT) (www.at.or.kr)
17. 크로거(Kroger) (www.kroger.com)
18. 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News) (www.supermarketnews.com)
19. 에피큐리어스(epicurious) (www.epicurious.com)
20. 트레이더조(Trader Joe's) (www.traderjoes.com)
21. 뉴포트비치(Newport Beach) (www.visitnewportbeach.com)
22. 지피아(Zippia) (<https://www.zippia.com>)
23. 어바웃아마존(About Amazon) (www.aboutamazon.com)
24. 스릴리스트(Thrillist) (www.thrillist.com)
25. 식품의약품안전처 (www.mfds.go.kr)
26. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
27. 미국 식품의약품청 (www.fda.gov)
28. 미국 농무부(USDA) (www.usda.gov)
29. 국립농산물품질관리원 (www.naqs.go.kr)
30. 플래티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)
31. 복수마켓(Bokksu Market) (www.bokksumarket.com)
32. 고셉스(GoSupps) (www.gosupps.com)

· 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사

· 발행 일자 | 2023.10.06

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

Copyright 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea