

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

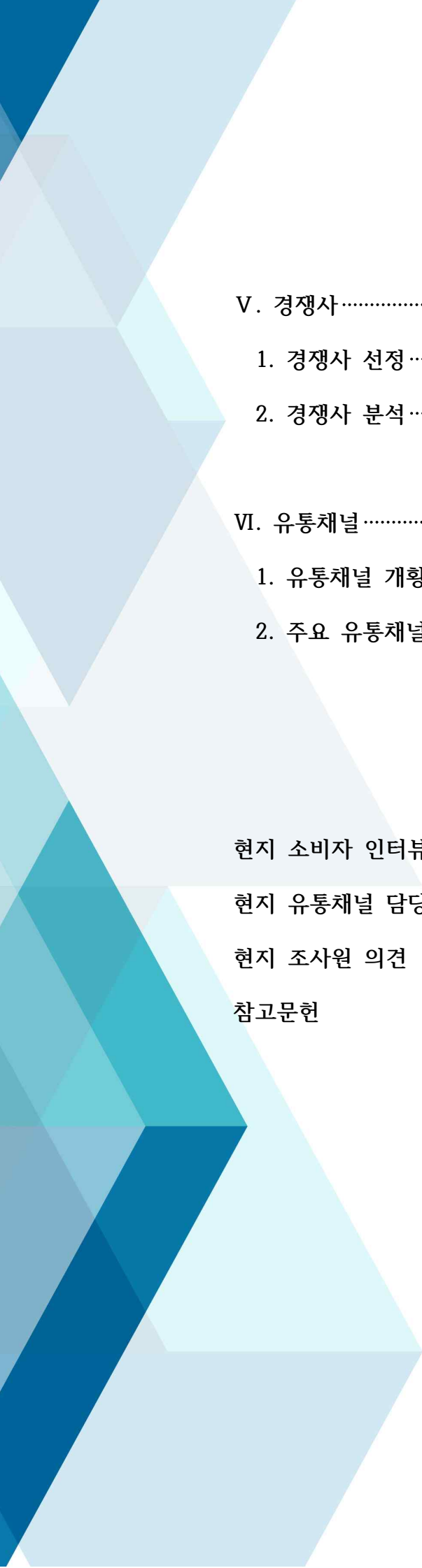
No. 1805-13

품 목 : 쌀스낵(Rice Snack)

국 가 : 미국(United States of America)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	04
1. 수출환경 및 경제지표	06
2. 식품 산업현황	10
3. 수출입통계	14
II. 시장 트렌드	21
1. 소비 트렌드	23
2. 제품 트렌드	27
3. 유통 트렌드	28
III. 통관 및 제도	30
1. 통관 및 검역	33
2. 인증정보	39
3. 라벨링	44
4. 위생규정	48
IV. 경쟁제품	52
1. 경쟁제품 선정	53
2. 경쟁제품 분석	54



V. 경쟁사.....	65
1. 경쟁사 선정	65
2. 경쟁사 분석	66
VI. 유통채널	69
1. 유통채널 개황	70
2. 주요 유통채널 분석	73

현지 소비자 인터뷰

현지 유통채널 담당자 인터뷰

현지 조사원 의견

참고문헌



I. 국가 정보 및 시장통계

- 1. 수출환경 및 경제지표**
- 2. 식품 산업현황**
- 3. 수출입통계**

국가 개요

넓은 영토와 풍부한 물적 및 인적 자본의 이점을 활용해 세계 경제를 주도하는 가장 부유한 국가로 성장함. 현재 기술 및 항공산업과 같은 혁신산업 분야에 강점을 확보해 경제적 전망이 매우 긍정적인 한편 태평양과 대서양 사이에 위치하여 지리적 이점도 보유하고 있음

미국의 화폐 달러화(USD)는 국제무역시장에서 가장 안정적이고 신뢰성 높은 화폐로 인정되어 국제 표준 화폐로 통용되고 있음. 또한, 경제활동에 대한 정부의 시장 개입이 거의 없는 자유시장 경제 체제를 채택하고 있으며, 소비지향적 특성이 강한 내수중심의 경제구조임. 이러한 경제적 특성은 GDP의 68%에 달하는 가계소비 비중을 통해 확인됨

지난 15년 동안의 복지지출 증가와 중산층의 실임금 하락에도 불구하고 미국 경제는 지속적으로 성장함. 그러나, 8000억~2조2000억 달러에 달하는 채원 없는 연금부채와 GDP 대비 102% 수준의 개인 부채는 국가 경제성장을 저해하는 주요 요인으로 지적된 바 있음. 게다가, 금융서비스산업에 대한 적절한 규제 부재가 2008~2009년 경제 침체를 유발한 원인이 됨

주요 정보

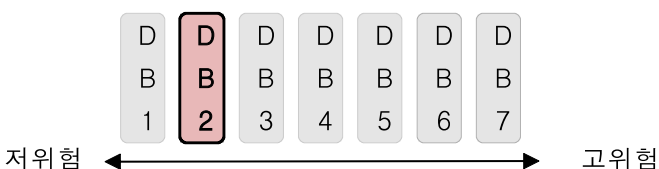
- ▶ 국명: 미합중국
(United States of America)
- ▶ 수도: 워싱턴 D.C
- ▶ 대통령: 도널드 트럼프
(Donald Trump)
(2017.1.20.~(4년 임기))
- ▶ 인구: 324.5백만명(2017)
- ▶ 면적: 9,826,675km²(세계 4위)
 - 북부와 남부가 각각 캐나다, 멕시코와 국경을 마주함
 - 서부와 동부는 태평양과 대서양으로 둘러싸여 있음
- ▶ 주요어: 영어, 스페인어
- ▶ 주요 도시: 뉴욕, 샌프란시스코, 휴스턴, 애틀랜타, 시카고 등
- ▶ 1인당 국민소득: 61,735 US달러(2017)
- ▶ GDP: 191,640억 US달러(2017)
- ▶ 1인당 GDP: 59,063 US달러(2017)
- ▶ 경제성장률: 2.3%(2017)
- ▶ 화폐단위: 달러(USD)
- ▶ 인터넷 보급률: 76.2%(2017)
- ▶ 문맹률: 0.01%
- ▶ 기대수명: 79.2세



자료: 「Country Insight Snapshot United States of America June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.6.22.

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망¹⁾

	등급	등급전망
	DB2	안정적

자료: 「Country Insight Snapshot United States of America June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.6.22.

□ 주요 전망

구 분	세 부 내 용
긍정적	- 풍부한 인적자원과 소비시장 규모는 내수경제의 안정화에 기여 - 미달러 화폐의 가치 상승은 미국 경제 성장을 견인할 주요 요인 - 기업세(corporate tax) 삭감으로 인한 기업들의 경제활동 활성화가 기대 됨
부정적	- 보호무역정책 강화로 국가 간 무역 관계에 긴장감을 재점화함. 다자주의 무역 원칙을 고수함으로 인해 연쇄적인 갈등이 발생할 가능성이 높음 - 자산 가치의 변동성이 큰 편으로 실물경제에 대한 전망은 비관적임

자료: 「Country Insight Snapshot United States of America June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.6.22.

1) D&B의 'DB' 위험 지표는 한 국가에서 비즈니스를 수행하는 위험에 대한 상대적인 국가 간 평가를 제공하는 것으로서, 국가 차원의 요인들이 2년의 기간에 걸쳐 수출 결제 및 투자 수익에 대한 예측가능성에 미치는 위험을 나타냄. 'DB' 위험 지표는 국가별 위험 카테고리로서 다음의 4가지 종합 지수로 구성됨. ▲ 정치위험, ▲ 상업위험, ▲ 거시경제위험, ▲ 외부위험. 첫째, 정치위험은 국내외 안보 상황, 정책 역량 및 일관성, 국가가 비즈니스 환경을 조성하는지 여부를 결정하는 기타 요인을 포함. 둘째, 상업위험은 계약의 신성함, 사법능력, 규제투명성, 체제의 부패정도, 비즈니스 환경이 상업 거래 이행을 용이하게 하는지 여부를 결정하는 기타 요인을 포함. 셋째, 거시경제위험은 물가 상승률, 재정적자, 통화공급증가, 국가가 지속가능한 경제 성장을 제공할 수 있는지 여부와 비즈니스 기회에 상응하는 확장시킬 수 있는지 여부를 결정하는 모든 거시경제 요인을 포함함. 넷째, 외부위험은 경상 수지, 자본 흐름, 외환 보유고, 대외채무 규모, 무역 및 대외투자부채를 충당하기에 충분한 외화를 창출할 수 있는지 여부를 결정하는 요인을 포함

자료: D&B Country Risk Indicator, Dun & Bradstreet

□ 주요 거시경제 지표

- 2018년 경제성장률은 2017년에 비해 0.4%p 상승한 2.7%를 기록할 전망
 - 미국 상무부 경제분석국(Bureau of Economic Analysis)에 따르면, 2018년 1분기 경제성장률이 2.2%를 기록하였으며, 2분기에는 4.1%로 증가 예상
 - 2분기 주요 경제성장 요인은 가계소비지출 및 수출의 증가, 정부지출의 확대 등임
- 산업적 측면에서 2018년 1분기 22개 산업군 중 14개 산업군의 경제성장 기여도가 약 90% 수준인 2.0%에 달하는 것으로 분석됨
 - 2018년 1분기 경제성장을 견인한 주요 산업은 부동산업, 임대업, 정보산업, 비내구재 제조업으로 확인됨
- 2018년 1분기 미국의 무역적자는 1,241억 달러로 2017년 4분기 대비 약 6.9% 증가
 - 무역적자는 2017년 4분기와 2018년 1분기에 국내총생산(GDP)을 각각 2.4%, 2.5% 하락에 영향을 줌
- 가계 소득 증가와 기업세 삭감으로 가계소비가 증가하고 내수경제가 활성화될 전망이나 물가상승률이 이를 다소 억제할 것으로 예상됨

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지	-2.4	-2.7	-2.7	-2.6	-2.6	-2.7	-2.7	-2.7
재정수지/GDP	-2.4	-3.2	-3.6	-2.8	-3.3	-3.6	-4.0	-4.5
물가상승률	0.1	1.3	2.1	2.5	2.3	2.2	2.1	2.1
경제성장률	2.4	1.6	2.3	2.7	2.3	1.8	1.8	1.8
실업률	5.3	4.9	4.4	4.0	3.8	4.0	4.2	4.3

자료: 「Country Insight Snapshot United States of America June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.6.22.

□ 무역통상 환경

- 수출 대비 수입규모가 매우 큰 불균형한 무역구조
 - 미 달러화의 강세로 무역수지 적자 문제로 이어지지는 않음
- 기존 자유무역주의가 강력한 보호무역주의로 회귀함에 따라 무역통상환경에 급격한 변화 초래
 - 보호무역주의 체제에서 다자간의 교역국과 재협상을 실행할 것을 발표, 궁극적인 목표는 “Putting American workers and businesses first”로 설정
 - 미국 무역 정책의 방향성은 트럼프 정권 중기에 보다 명확해질 것으로 보이며, 미국 근로자와 사업체에 악영향을 미치는 무역협정은 폐기하고 재협상을 타결할 수 있도록 하는 정책방향이 예상됨
 - 이러한 미국 주도의 보호무역주의는 탈세계화(de-globalization)에 장기적인 동력이 될 수 있어 주목됨

□ 위험 및 기회요소

구 분	내 용
위험	글로벌 투자 유치 기조 하락 ▶ 정책 입안과정에서 민주당과 공화당 간 소모적 대립을 반복하는 경향이 있으며, 글로벌 투자유치에도 걸림돌로 작용 • 미국 정부 주도의 북미자유무역협정(NAFTA) 재협상은 전 세계적으로 경제협력관계의 불안정성을 증폭시키는 기조를 형성함 소득의 양극화 심화 ▶ 중간 소득 하락 현상과 더불어 소득 불균형 심화는 가구 소비에 악영향을 미칠 것 정부의 보호무역정책 강화 ▶ 미국의 관세 정책이 완화될 것이라는 낙관적인 전망과는 반대로 미국 정부의 새로운 보호무역 강화 정책으로 국가 간 무역거래의 긴장 및 갈등이 촉발됨 • 미국의 EU산 철강 및 알루미늄에 대한 추가 관세부과로 시작된 미국-EU간 무역 분쟁이 신발, 의류, 자동차 등에 대한 상호간 보복관세 부과 등으로 격화되고 있음 • 또한, EU 외에도 캐나다, 멕시코 등의 주변국, 인도 등과도 추가 관세 부과로 인한 무역 분쟁 발생 • 특히 G2인 미국과 중국 간 무역 갈등이 심화되는 상황으로, 미국의 중국산

	제품에 대한 10%(약 2천만 달러)의 추가 관세 부과 방침에 대해 중국의 대응 조치가 예상됨
기회	미국의 경제 성장은 당분간 지속될 전망 ▶ 2018년 경제 성장요인은 숙련된 인적자원과 소비 활성화, 그리고 기업세 (corporate tax) 삭감으로 인한 기업들의 투자 활성화로 분석됨 • 미국 경제는 안정기에 접어들었으며 역사상 두 번째로 긴 장기적인 경기 팽창을 기록하고 있음 • 세계 주요 통화의 화폐가치가 하락하는 추세에도 불구하고 미달러 가치는 점진적인 상승세에 있음 • 기업세(corporate tax) 개혁이 기업들의 경제 활동을 촉진함으로써 단기 경제 성장을 견인함 자본력과 혁신기술, 노동시장의 유연성이 미국의 장기적인 경제성장을 견인 ▶ 미국 경제는 2017~2021년 연평균 2.0%~2.5%의 성장률을 기록할 것으로 전망 • 디레버리징과 비효율적 제도는 부정적 요인, 부동산 및 사업투자 활성화, 신 성장 동력 개발은 경제 성장의 긍정적 요인으로 분석되며, 이러한 요인들의 균형구조에 따라 경제성장률은 가변적

자료: 「Country Insight Snapshot United States of America June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.6.22.

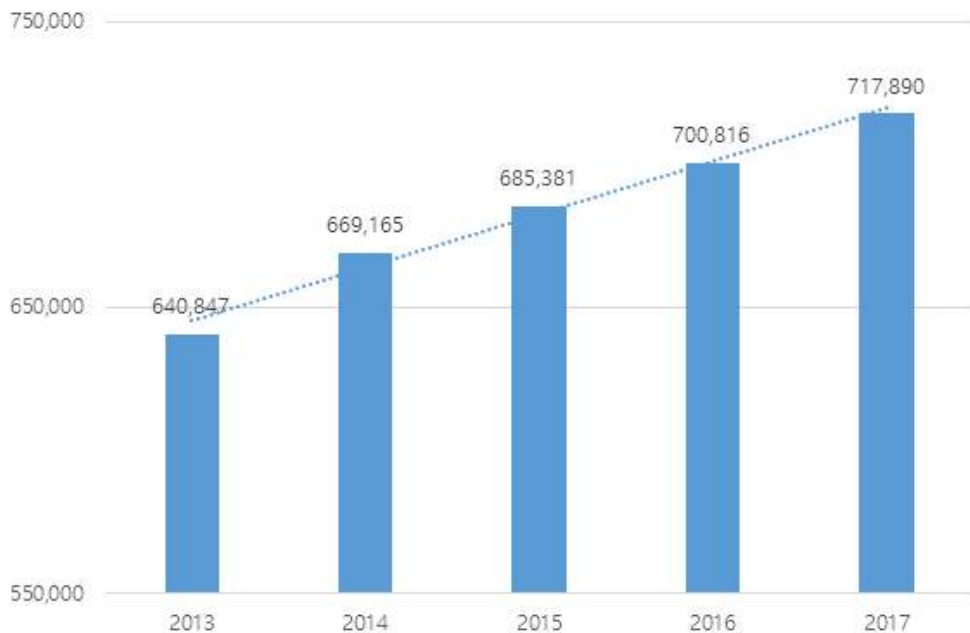
2. 식품산업 현황

□ 가공식품 소매 시장 현황

- 미국 식품 소매 매출액(NAICS 445 기준²⁾)은 2017년 약 717,890백만 달러를 기록하였으며, 최근 5년(2013-2017년) 연평균성장률은 2.9%임

그림 1.1 미국 가공식품 소매 매출액 추이(2013~2017년)

(단위: 백만 달러)



자료: Industrial Statistics Portal, United States Census Bureau, 2018.06.04.

□ 가공식품 유통 현황

- 미국 내 유통채널별 가공식품 판매액은 점포유통채널이 압도적으로 비중이 큰 편
 - 최근 5년(2013년~2017년) 점포유통채널을 통한 가공식품 판매비중이 약 97~98%에 달함

2) 북미산업분류체계(NAICS, North American Industry Classification System)로 미국 연방통계청에서 미국 산업 경제와 관련 있는 통계데이터를 분석하기 위해 산업을 분류하는 체계이면서, 북중미 국가인 캐나다, 멕시코 정부와 공통으로 산업분류체계를 구축하고 정기적으로 산업현황을 반영하여 재정비하고 있음. 2자리 코드로 20개의 산업을 분류하며 최소 코드단위는 6자리로 세분화됨

- 현대적 유통채널의 경우 최근 5년 간 비슷한 비중(약 74%)을 나타내고 있으며, 하위 채널 중에는 슈퍼마켓(약 40%)과 하이퍼마켓(약 24%)이 주를 이룸
- 기존 주류 유통채널인 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓 외에 편의점, 할인마트 등의 비중이 증가하는 추세

표 1.2 미국 가공식품 유통채널별 매출 비중 추이(2013~2017년)

(단위: %)

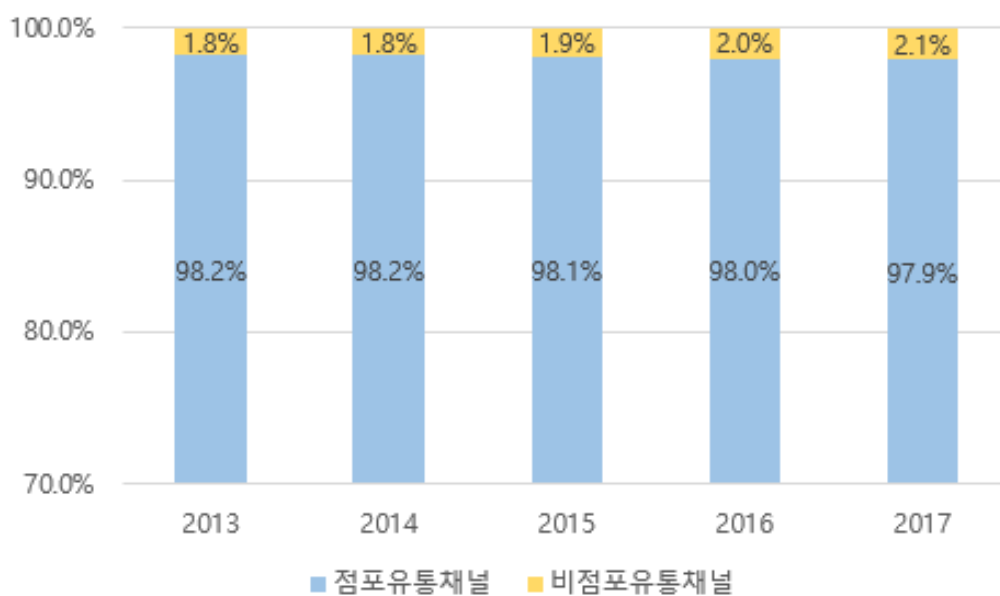
구 분	2014	2015	2016	2017	2018f	연평균 증가율
1. 점포소매점	98.2	98.2	98.1	98.0	97.9	-0.1%
1) 식품소매점	84.6	84.5	84.4	84.3	84.1	-0.1%
① 현대식품소매점	74.5	74.7	74.7	74.6	74.4	0.0%
- 편의점	2.4	2.5	2.5	2.5	2.5	1.0%
- 할인마트	2.9	2.8	2.8	2.9	3.0	0.9%
- 포코트 소매점	3.7	3.8	3.9	4.0	4.0	2.0%
- 하이퍼마켓	23.8	24.2	24.4	24.5	24.7	0.9%
- 슈퍼마켓	41.7	41.4	41.0	40.8	40.2	-0.9%
② 전통식품소매점	10.1	9.9	9.6	9.6	9.7	-1.0%
- 식품/음료/담배특판점	4.7	4.6	4.5	4.7	4.7	0.0%
- 독립소형식품소매점	4.9	4.8	4.7	4.5	4.5	-2.1%
- 기타식품소매점	0.5	0.5	0.4	0.4	0.5	0.0%
2) 비식품소매점	4.1	4.0	4.0	4.0	3.9	-1.2%
① 헬스 및 뷰티 특판점	3.1	3.1	3.1	3.0	2.9	-1.7%
② 기타	1.0	0.9	0.9	1.0	1.0	0.0%
3) 혼합형소매점	9.5	9.6	9.7	9.8	9.9	1.0%
2. 비점포소매점 ³⁾	1.8	1.8	1.9	2.0	2.1	3.9%
1) 자판기 판매	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.0%
2) 온라인 판매	0.8	0.9	1.0	1.1	1.2	10.7%
3) 직접 판매	0.4	0.3	0.3	0.3	0.3	-6.9%
총 계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0%

자료: Euromonitor International

- 비점포유통채널을 통한 판매액은 최근 5년 간 약 3.9%의 연평균성장률을 기록하였으나, 유통비중은 여전히 2% 대의 미미한 수준

3) 물리적 매장이 존재하지 않는 유통채널로 자판기 판매, 온라인 판매, 직접 판매가 이에 해당됨

그림 1.2 가공식품 점포유통채널 비중 추이(2013~2017년)



자료: Euromonitor International

□ 스낵시장 현황

- 미국의 스낵시장 매출액은 2018년 104,589백만 달러로 최고치를 기록할 것으로 전망됨. 47,723백만 달러의 매출액을 기록한 2012년과 비교 시 최근 7년 동안 약 2배 이상 성장
 - 2014년~2018년 연평균 매출액증가율은 14.7%로 성장률이 높은 시장임

표 1.3 미국 스낵시장 매출액 추이(2014~2018년)

(단위: 백만달러, %)

구분	2014	2015	2016	2017	2018f	연평균 증가율
매출액	60,328	70,165	80,547	91,268	104,589	14.7%
전년대비 성장률	12.4%	16.3%	14.8%	13.3%	14.6%	-

자료: Euromonitor International

그림 1.3 미국 스낵 매출액과 성장률 추이(2014~2018년)

(단위: 백만달러, %)



자료: Euromonitor International

- o 2017년 기준, 미국 스낵의 대표적인 브랜드는 매출액 순으로 Lay's, Doritos, Cheetos, Ruffles이며, 이는 모두 PepsiCo Inc 브랜드임
 - 매출액 기준, 상위 10개 브랜드 가운데 PepsiCo Inc가 보유한 브랜드가 6개이며, 이 브랜드들의 시장점유율이 32.4%에 달하는 독보적 영향력을 가지고 있음
 - 매출액 1위 Lay's의 시장점유율은 12.4%

3. 수출입통계

수출입통계

❖ 쌀스낵 관련 주요 수치

- 글로벌 쌀스낵 수입 규모 약 1,012백만 달러(2017년)
- 미국 쌀스낵 수입 규모 약 138백만 달러, 세계 1위(2017년)
- 미국 쌀스낵 수입 시장점유율 1위 캐나다(43.8%), 2위 스페인, 3위 대한민국 순(2017년)
- 한국산 쌀스낵 수출량은 약 2천톤, 수출액은 약 7백 8십만 달러(2017년)

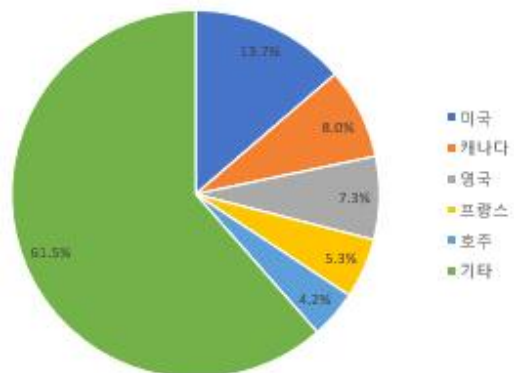
❖ 쌀스낵 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1904.90.9000	기타(곡물가공품)
미국	1904.90.1040	기타(아가리쿠스 속이 아닌 식용 누룽지)

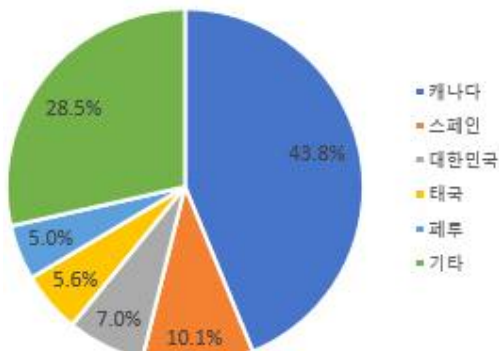
❖ 글로벌 쌀스낵 수입 규모(2017)

수입국		2017 금액(천달러)
글로벌		1,011,684
1	미국	138,477
2	캐나다	80,968
3	영국	73,922
4	프랑스	53,442
5	호주	42,798

❖ 글로벌 쌀스낵 수입 비중(2017)



❖ 미국 쌀스낵 수입 비중(2017)



❖ 한국산 쌀스낵 수출 규모(2017)

수출국		2017 금액(천달러)
글로벌		7,822
1	필리핀	2,632
2	미국	2,305
3	중국	892
4	대만	450
5	영국	329

1) 통계분석 기준 설정

□ 쌀스낵 통계 기준 설정

- 누룽지의 글로벌 및 미국 수입 통계 및 누룽지의 한국산 수출 통계를 확인하기 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고⁴⁾, 미국의 시장 규모를 파악하기 위해 품목 키워드를 조사 기준으로 설정

□ 쌀스낵의 HS CODE⁵⁾는 한국 1904.90.9000, 미국 1904.90.1040으로 설정

- 글로벌 수입 규모 파악을 위해 HS CODE 1904.90, 미국 수입 규모를 파악하기 위해 HS CODE 1904.90.1040, 한국산 누룽지 수출 규모를 파악하기 위해서 HS CODE 1904.90.9000을 통계 기준으로 설정

표 1.4 쌀스낵 항목별 통계 기준 설정

조사 항목	통계 기준			
글로벌 수입 통계	HS CODE	1904.90	품명	기타
미국 수입 통계		1904.90.9000		기타
한국산 수출 통계		1904.90.1040		기타

표 1.5 쌀스낵 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1904	곡물이나 곡물 가공품을 팽창시키거나 볶아서 얻은 조제 식료품[예: 콘 플레이크(corn flake)]과 낱알 모양이나 플레이크(flake) 모양인 곡물(옥수수는 제외한다)과 그 밖의 가공한 곡물(고운 가루·부순 알곡·거친 가루는 제외하고 사전조리나 그 밖의 방법으로 조제한 것으로서 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)
	1904.90	기타
	1904.90.9000	기타
미국	1904	곡물 또는 곡물 산물의 팽창 또는 배소에 의해 얻어진 조리 식품 (예를 들면, 콘플레이크) ; 곡물 (옥수수를 제외하고) 낱알상에서 또는 (분<粉>, 분쇄물 및 조분을 제외하고) 플레이크 또는 기타 가공곡물의 (사전 요리되거나 다른 채 조제된 것) 형태
	1904.90	기타
	1904.90.1040	기타

자료: 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)

4) 의뢰 제품의 HS CODE를 확인하는 방법으로는 한국관세무역개발원에서 발간한 '2018 HS품목별 수출입통관편람'을 조회하거나, 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 방법 등이 있음

5) HS CODE는 6자리는 전세계 공통, 7-10번째 숫자는 각 나라마다 다르게 구성되어 있으며, 한국과 미국은 10자리를 사용하고 있음

표 1.6 HS CODE 검색 사이트

구분	사이트명	URL
HS CODE	관세법령정보포털 3.0	https://unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	세계 HS 정보시스템	http://www.customs.go.kr/kcshome/getBuRyulList.po
	미국 관세청	https://www.usitc.gov/tata/hts/bychapter/index.htm

2) 글로벌 수입 통계(통계기준: HS CODE 1904.90)

□ 2017년 글로벌 수입 규모 1위는 미국(9.6%)

- 2017년 글로벌 쌀스넥 수입 규모는 약 1,012백만 달러로 2013-2017년 연평균성장률 2.0%를 기록
 - 수입액 1위 국가인 미국은 2017년 기준 약 139백만 달러를 수입하였으며, 최근 5년 간 연평균 3.6% 감소
 - 상위 5개국 가운데 프랑스와 호주가 각 5.3%, 7.4%의 연평균성장률을 기록하여 수입 규모가 빠르게 증가하는 추세
- 2017년 수입액 상위 5개국(미국: 13.7%, 캐나다: 8.0%, 영국: 7.3%, 프랑스: 5.3%, 호주: 4.2%)이 38.5% 비중을 차지함

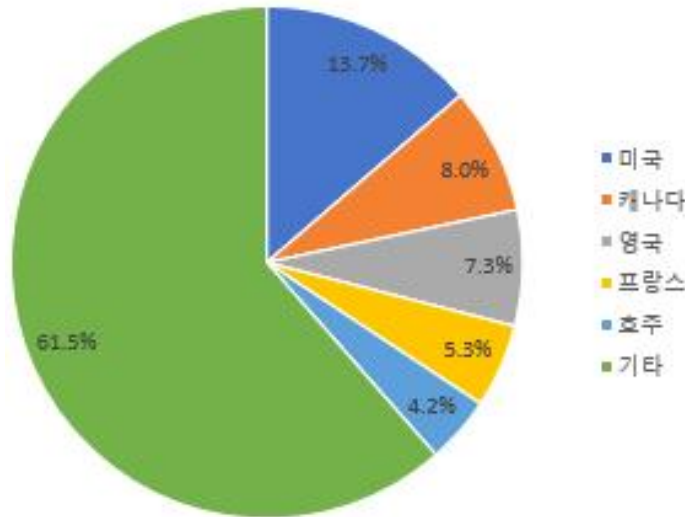
표 1.7 글로벌 쌀스넥 수입 규모 추이(2013~2017년)

(단위: 천 US달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 성장률
글로벌	942,527	955,705	933,712	943,190	1,011,684	2.0%
1 미국	151,679	160,878	160,031	135,843	138,477	-3.6%
2 캐나다	109,371	101,326	92,722	76,451	80,968	-3.3%
3 영국	68,438	73,423	66,364	66,700	73,922	2.7%
4 프랑스	34,021	42,404	43,545	51,118	53,442	5.3%
5 호주	41,245	40,379	32,187	38,779	42,798	7.4%

자료: International Trade Centre

그림 1.4 국가별 쌀스낵 수입 비중(2017년)



자료: International Trade Centre

3) 미국 수입 통계(통계기준: HS CODE 1904.90)

□ 2016년 미국 내 쌀스낵 수입 시장 점유율 1위는 캐나다 (43.8%)

- 2017년 미국의 수입액 1위 국가는 캐나다로, 최근 5년 간 수입액이 연평균 13.7% 감소했으나 2위 스페인과는 여전히 큰 격차를 나타냄
 - 뒤를 이어, 스페인, 한국, 태국이 각각 약 14백만 달러, 약 10백만 달러, 약 8백만 달러를 수입하여, 연평균 9.2%, 17.6%, 18.1%의 성장률 기록
 - 수입 규모 상위 5개국(캐나다: 43.8%, 스페인: 10.1%, 대한민국: 7.0%, 태국: 5.6%, 페루: 5.0%)의 점유율이 71.5%로 전체 수입액의 2/3 이상 차지
- 한국으로부터의 쌀스낵 수입액은 2016년과 2017년 전년 대비 각각 39%, 26% 증가
- 한편, 페루로부터 쌀스낵 수입액은 연평균 170.5%로 급성장하여 2013년 약 12만 9천 달러에서 2017년 약 7백만 달러로 증가

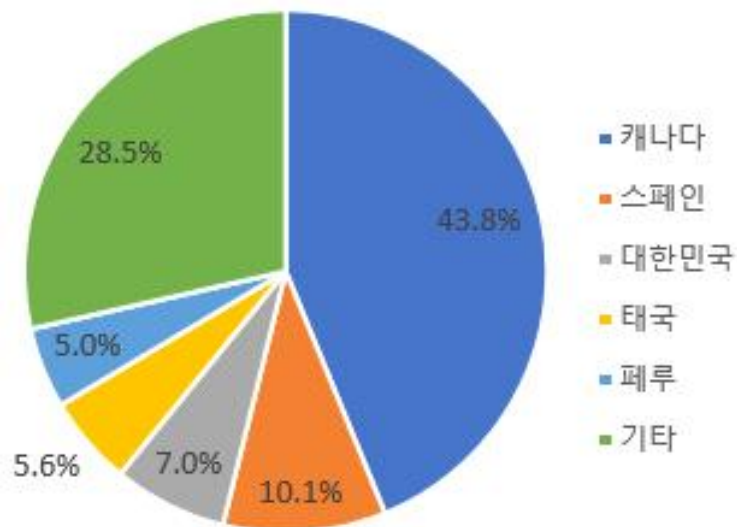
표 1.8 미국 쌀 스낵 수입 규모 추이(2013~2017년)

(단위: 천 US달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 성장률
글로벌	151,679	160,878	160,031	135,843	138,477	-2.3%
1 캐나다	109,522	114,724	105,731	67,576	60,652	-13.7%
2 스페인	9,812	11,622	11,646	13,789	13,947	9.2%
3 대한민국	5,094	5,399	5,545	7,698	9,732	17.6%
4 태국	3,965	3,657	2,743	4,266	7,714	18.1%
5 페루	129	787	5,329	5,984	6,911	170.5%

자료: International Trade Centre

그림 1.5 미국 쌀 스낵 수입 비중(2017년)



자료: International Trade Centre

4) 한국산 수출 통계(통계기준: HS CODE 1904.90.9000)

□ 2017년 한국산 쌀스낵 수출액은 약 8백만 달러이며 수출량은 2,316톤 기록

○ 2017년 전년 대비 수출액과 수출량이 각각 11%와 9% 상승함

□ 한국산 쌀스낵의 글로벌 수출액과 수출량은 2014년에 최고치를 기록

○ 한국의 쌀스낵 수출액은 2013년 전년 대비 42.1%로 대폭 하락하였으나, 2014년에 약 9백만 달러를 기록하여 15.4% 증가

- 2013~2017년 수출액 및 수출량은 증감을 반복한 바, 뚜렷한 경향성을 나타내지 않음

- 연간 80만 달러 내외의 수출 규모를 고려할 때, 개별 계약의 성사 여부에 따라 실적 수치가 변동되는 것으로 추정됨

표 1.9 한국산 쌀스낵 수출 추이(2013~2017년)

(단위: 천 US달러, 톤)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
금액	7,799	8,999	7,476	7,006	7,822
(연 증감률)	(△42.1%)	(15.4%)	(△16.9%)	(△6.3%)	(11.7%)
중량	2,251	2,564	2,332	2,122	2,316
(연 증감률)	(△31.4%)	(13.9%)	(△9.0%)	(△9.0%)	(9.1%)

자료: K-Stat

□ 한국 쌀스낵의 對미국 수출은 하락 추세

○ 2017년 對미국 쌀스낵 수출액은 전년 대비 약 0.2% 증가한 230만 달러, 수출량은 0.2% 감소한 약 256톤을 기록

○ 2017년 쌀스낵 수출액 및 수출량은 2013년 대비 각각 45%, 33% 수준으로 감소

- 한국산 쌀스낵 수출 감소 요인은 현지화 전략 부족, 국내 물가 상승으로 인한 가격경쟁력 하락, 미국 건강스낵시장 내 다양한 대체제의 증가 등으로 분석됨

표 1.10 한국산 쌀스낵의 對미국 수출 추이(2013~2017년)

(단위: 천 US달러, 톤)

연도	2013	2014	2015	2016	2017
금액 (연 증감률)	5,119 (△29.8%)	4,972 (△2.9%)	3,566 (△28.3%)	2,300 (△35.5%)	2,305 (0.2%)
중량 (연 증감률)	1,606 (△22.5%)	1,642 (2.2%)	1,029 (△37.3%)	527 (△48.8%)	526 (△0.2%)

자료: K-Stat



II. 시장 트렌드

1. 소비 트렌드
2. 제품 트렌드
3. 유통 트렌드

시장 트렌드 개요

1. 소비 트렌드

- ❖ 미국인의 하루 평균 스낵 소비 빈도 증가
- ❖ 미국인은 스낵에 건강과 탐닉의 이미지를 동시에 투영하여 인식
- ❖ 건강한 스낵을 소비하는 소비자 증가
- ❖ 제품의 원재료부터 제조, 패키징까지 생산과정 전반에 관한 포괄적 정보 요구
- ❖ 브랜드 선호에 따른 구매의도가 높음

2. 제품 트렌드

- ❖ 글루텐 프리, 알러지 프리, 구운 제조 방식과 같은 건강함을 추구하는 스낵 제품은 장기 트렌드로 자리 잡음
- ❖ 스페셜티 식품⁶⁾ 시장의 발달

3. 유통 트렌드

- ❖ 스낵 매출의 주 유통채널은 점포소매점
- ❖ 이동거리가 긴 지리적 특성으로 인해 포코트소매점의 유통규모가 큰 편
- ❖ 온라인을 통한 스낵 판매 비중이 빠르게 증가하는 등 구매패턴이 변화하고 있음

1. 소비 트렌드

□ 미국인의 하루 평균 스낵 소비 빈도 증가

- 미국인의 절반은 하루에 2~3회 스낵을 소비하고 있으며, 스낵섭취 빈도가 증가하는 추세
 - 2015년과 2017년 소비자의 스낵 섭취 빈도를 비교한 결과, 1일 1회 이상은 약 94%로 변화가 없었으나, 1일 2~3회 섭취는 51%에서 55%로 증가했으며, 1일 1회 이하로 섭취하는 소비자 비중은 29%에서 24%로 감소함⁷⁾
- 밀레니엄 세대(23~40세)가 스낵 소비를 주도하고 있으며, 전 세대에서 일평균 2.5회 이상 스낵을 섭취함
 - 연령별로 1일 4회 이상 스낵을 섭취하는 비중의 경우 밀레니엄 세대(23세~40세)가 25%, X세대(41~52세)와 베이비부머 세대(53~71세)가 각각 10%와 9%임

□ 미국인은 스낵에 건강과 탐닉의 이미지를 동시에 투영하여 인식

- 영국의 시장조사 기관인 Mintel에 따르면 미국인의 스낵 소비성향은 건강추구형과 쾌락추구형으로 구분됨
- 쾌락추구형의 경우 스낵 섭취를 통해 자기보상과 즐거움의 가치를 지향하는 경향이 높음
 - 50%의 소비자는 즐거움을 위해 스낵을 섭취하며 28%의 소비자는 건강보다 맛을 더 중요한 구매속성으로 생각한다(응답함⁸⁾)
 - 37%의 소비자는 동기부여를 위한 자기보상 수단으로 스낵을 섭취하는 것으로, 24%의 소비자는 실제로 스낵 섭취를 통해 스트레스 해소를 경험한다고 답변
- 건강추구형은 자기관리와 건강을 목적으로 스낵을 소비함
 - 17%의 미국인은 체중 감량을 목적으로 스낵을 섭취한다고 밝혔으며, 이는 2015년의 10%보다 7%p 상승한 수치
 - 또한, 28%의 소비자는 2017년 자신이 섭취한 스낵이 전년 대비 더욱 건강에 도

6) 스페셜티(specialty) 식품은 주식류인 스테이블(stable) 식품의 반대되는 개념으로, 성분이 한정되고 독특한 풍미를 지닌 커피, 치즈, 오일, 꿀, 초코릿, 캐비어, 향료, 소스, 유제품, 소세지, 훈제 육류 등을 일컬음

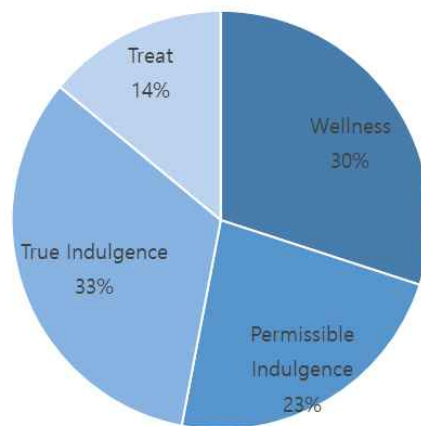
7) Mintel(2017.06.13.)

8) Mintel(2017.06)

움이 된다고 인식하여 소비자가 스낵에 기대하는 건강 및 영양학적 측면이 강화되고 있음을 의미함

- 2017년을 기준으로 건강추구형과 쾌락추구형 소비성향이 균형을 이루고 있어 전통적으로 쾌락추구형 소비와 연관성이 높았던 스낵 시장이 변화하고 있음
 - 미국의 시장조사 기관인 IRI⁹⁾는 스낵을 건강과 탐닉의 양극적 성격에 따라 4가지 범주로 분류, 1) 'Wellness'는 건강한 성분 중심, 2) 'Permissible Indulgence'는 성분과 맛을 장점을 균형적으로 공존, 3) 'True indulgence'는 성분보다 쾌락적 즐거움을 추구, 4) 'Treat'은 완벽히 쾌락적 만족감을 추구하는 껌, 초콜렛, 사탕과 같은 당류를 일컬음
 - 'Wellness' 범주에 해당하는 제품 소비는 전년 대비 0.4%p 하락했으나 30%의 시장점유율 기록했으며, 'Permissible Indulgence' 제품의 경우 전년 대비 2.5%p 매출액이 상승하여 23%의 시장점유율을 나타냄

그림 2.1 스낵 특성에 따른 시장점유율



자료: IRI

□ 건강한 스낵을 소비하는 소비자 증가

- 스낵을 건강함과 에너지 충전과 같은 개념으로 인식하는 소비자는 스낵을 아침에 소비하는 경향이 높은 반면 달콤함, 편안함, 탐닉과 같은 이미지로 인식하는 소비자는 스낵을 저녁에 소비하는 패턴을 보이며, 소비하는 스낵 종류에도 차이가 있음

9) IRI(2017.04.18.)

- 아침에 스낵을 소비하는 소비자의 비율은 2017년 23%로 전년 대비 3%p 상승하여 건강함을 추구하는 스낵 소비가 증가하는 추세
- 이러한 소비자의 경우 신선함, 비타민과 미네랄 함유, 천연성분, 통곡물을 선호하며 기능성, 알러지프리, 다이어트와 관련성이 높은 제품에 대한 매력도를 높게 평가

□ 제품의 원재료부터 제조, 패키징까지 생산과정 전반에 관한 포괄적 정보 요구

- o Innova Market Insights는 유념 혹은 유심을 의미하는 ‘mindfulness’를 2018년의 첫 번째 식품 트렌드로 선정, 소비자가 식품을 소비할 때 제품에 대한 정보를 면밀하게 검토하는 태도로 변화하고 있음을 시사¹⁰⁾
- 10명 중 7명의 미국 소비자는 제품 구매 전 식품과 음료의 성분목록을 알기 원한다고 응답. 식품과 음료에 대해 정확하게 이해하고 신뢰하는 기업과 브랜드를 선택
- 이러한 소비자 트렌드를 반영하여 제품 포장에 식품 제조에 대한 윤리경영을 나타내는 문구를 표기하는 경향 높아짐(2010년 대비 2018년 7배 증가)
- 미국의 대표적인 드럭스토어인 CVS는 2017년 미국 전역의 2,367개 매장에 ‘snacks that give back’ 섹션을 설치하여 공정무역, 재활용 패키지, 無GMO, 탄소중립 등의 인증을 활용하여 윤리적 원칙을 준수한 기업의 스낵 브랜드를 모아 별도로 진열하고 있음
- o 실제로 소비자의 57%는 라벨링을 통해 칼로리, 지방, 당분 정보를 확인하는 소비 습관이 중요하다고 응답

그림 2.2 ‘Snacks that give back’ 판매대



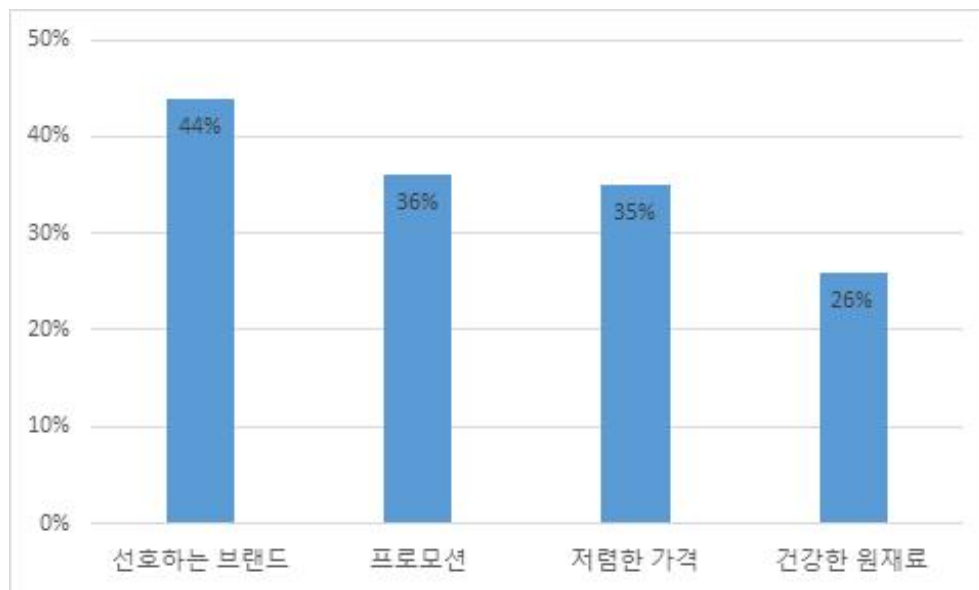
자료: Chain Drug Review

10) Forbes(2017.12.13.)

□ 브랜드 선호도가 중요한 구매요인으로 작용

- 선호하는 스낵 브랜드에 대한 소비자의 충성도가 높은 편으로 소비자 이탈이 낮은 편
 - 스낵 소비 시, 제품 구매를 유도하는 요인으로 브랜드, 프로모션, 가격, 원재료 순으로 조사됨
 - 세일, 샘플링 및 번들링 등과 같은 프로모션에 의한 소비자 유입 가능성도 있으나 이러한 성향을 가진 소비자의 경우 장기적인 브랜드 충성도를 기대하기 어려움

그림 2.3 스낵 소비 요인¹¹⁾



자료: Mintel(2017.06)

11) 설문 대상은 18세 이상의 인터넷 사용자 1,887명

2. 제품 트렌드

□ 글루텐 프리, 알러지 프리, 구운 제조 방식과 같은 건강함을 추구하는 스낵 제품은 장기 트렌드로 자리 잡음

- 글루텐프리 시장은 지속적으로 확대되어 2016년 35억 달러에 달하였으며, 이는 전년 대비 12.6%p 증가한 수치. 2020년에 47억 달러까지 증가할 것으로 전망되는 바, 스낵시장도 이를 반영한 제품 생산에 집중하는 전략이 나타나고 있음¹²⁾
 - 영국의 시장조사 기관인 Mintel에 따르면 2016년 글루텐프리 스낵의 신규 런칭 비율은 2011년 대비 11.3%p 증가한 것으로 분석됨
- 알러지프리 제품 수는 전 세계적으로 2012년 15,000개에서 2017년 35,000개로 증가하였으며, 이는 미국 스낵시장에 국한된 현상이 아닌 전 세계적인 트렌드로 자리 잡았음을 의미함
- 퀴노아, 치아씨드와 같은 고대 곡물의 인기 현상을 통해 소비자는 인공적으로 글루텐을 제거한 재료가 아닌 천연재료로 제조된 제품을 선호함을 파악할 수 있음
 - 아마란스, 퀴노아, 메밀, 수수, 테프와 같은 천연 글루텐프리 곡물은 건강에 대한 관심이 높은 소비자들 사이에서 이상적인 식재료로 인기가 높아지고 있음
- 소비자는 건강과 체중 감량을 위해 성분을 파악하여 제품을 구매하는 경향을 나타내며, 이로 인해 제조과정이 복잡해지고 비용(가격)이 증가할 수밖에 없는 구조. 다만, 소비자는 이를 기꺼이 수용할 의사가 있는 것으로 분석됨

□ 스페셜티 식품¹³⁾ 시장의 발달

- 미국의 스페셜티 시장은 빠르게 성장하고 있으며, 쌀과자류 역시 그 중 하나임 (2015년 대비 2017년 64.1% 증가)
 - 2017년 미국인의 65%가 스페셜티 식품을 구입했으며, 소매시장과 식품 서비스 분야의 스페셜티 식품의 총 매출규모는 온라인 매출 22억 달러를 포함하여 1,403억 달러에 이룸. 이는 전년 대비 12.9% 증가한 것으로 전체 식품 시장 매출 증가율인 1.4%에 비해 9배나 빠른 성장세

¹²⁾ Prepared Foods(2018.05.29.)

¹³⁾ 스페셜티(specialty) 식품은 주식류인 스테이블(stable) 식품의 반대되는 개념으로, 성분이 한정되고 독특한 풍미를 지닌 커피, 치즈, 오일, 꿀, 초코릿, 캐비어, 향료, 소스, 유제품, 소세지, 훈제 육류 등을 일컬음

- 연령이 낮을수록 스페셜티 식품에 관심이 많은 것으로 나타남. I세대(18세~23세)는 구매력은 높지 않지만 스페셜티 식품에 관해 가장 잘 알고 관심이 많으며 소비가 가장 많은 세대는 밀레니얼 세대(24세~41세)임

3. 유통 트렌드

□ 스낵 매출의 주 유통채널은 점포소매점

- 2018년 점포소매점의 매출 비중이 96%에 이를 전망으로, 점진적으로 하락하는 추세(연평균성장률 -0.3%)이나 여전히 압도적 비중을 차지함
- 비점포소매점의 경우 연평균 9.3%의 빠른 증가세를 나타내고 있으나, 2018년 매출 비중이 4%로 전망되는 등 절대적 비중은 크지 않음

□ 이동거리가 긴 지리적 특성으로 인해 포코트소매점의 유통규모가 큰 편

- 포코트소매점은 주유소와 함께 입점한 소매점을 의미하며, 자가 차량이용률이 높은 미국은 포코트소매점의 이용빈도가 높은 편
- 2018년 포코트소매점의 스낵 매출액 비중은 15.2%를 기록할 전망으로 연평균증가율은 1.9%임
- 포코트소매점을 이용하는 소비자는 건강추구형 소비보다 쾌락추구형 소비를 더 많이 하는 편으로 입점 제품도 자극적인 스낵류에 집중되어 있음

표 2.1 유통채널별 스낵 매출액 비중

구 분	2014	2015	2016	2017	2018f	연 평균 증가율
1. 점포소매점	97.2	97.0	96.8	96.4	96.0	-0.3%
1) 식품소매점	79.6	79.6	79.2	78.9	78.6	-0.3%
① 현대식품소매점	76.7	76.7	76.4	76.2	76.0	-0.2%
- 편의점	3.3	3.4	3.4	3.5	3.6	2.2%
- 할인마트	1.4	1.4	1.4	1.5	1.6	3.4%
- 포코트 소매점	14.1	14.5	14.6	14.9	15.2	1.9%
- 하이퍼마켓	18.3	18.3	18.3	18.3	18.4	0.1%
- 슈퍼마켓	39.7	39.1	38.7	38.0	37.3	-1.5%

② 전통식품소매점	3.0	2.9	2.8	2.7	2.6	-3.5%
-식품/음료/담배 특판점	1.1	1.0	1.0	1.0	1.0	-2.4%
- 독립소형식품소매점	1.7	1.7	1.6	1.5	1.4	-4.7%
- 기타식품소매점	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.0%
2) 비식품소매점	5.1	5.0	5.1	5.0	4.9	-1.0%
① 헬스 및 뷰티 특판점	3.2	3.1	3.1	3.0	2.9	-2.4%
② 기타	1.9	1.9	2.0	2.0	2.0	1.3%
3) 혼합형 소매점	12.4	12.4	12.5	12.5	12.5	0.2%
2. 비점포소매점 ¹⁴⁾	2.8	3.0	3.2	3.6	4.0	9.3%
총 계	2.1	2.1	2.1	2.0	1.9	-2.5%

자료: Euromonitor International

□ 온라인을 통한 스낵 판매 비중이 빠르게 증가하는 등 구매패턴이 변화하고 있음

- 온라인판매는 2014년 0.8%에서 2018년 2.1%로 연평균 27.3% 증가할 전망
- 디지털 커머스의 발달로 배송을 통한 식표품 구매에 익숙해지면서 매장을 방문하는 횟수와 머무는 시간이 줄어들고 있음¹⁵⁾
 - 미국은 디지털커머스가 가장 빠르게 발달하고 있는 국가로 디지털커머스 시장을 안정적으로 완성했으며 타 국가로 플랫폼 서비스를 수출하고 있음
 - 대표적인 디지털커머스 서비스로는 Instacart와 Google Express가 있으며 소비자에게 식품을 도어투도어(Door to Door)로 배달하는 서비스인 Fresh Direct와 Peapod, AmazonFresh의 등장으로 디지털커머스 발달이 촉진되고 있음
- 한편, 온라인을 통한 제품 구매 시, 스낵이 파손될 우려가 있고 가격이 비싸다는 인식이 여전히 있음

14) 물리적 매장이 존재하지 않는 유통채널로 온라인판매와 자판기판매가 이에 해당됨

15) Euromonitor International(2018.02.28.)



Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생규정

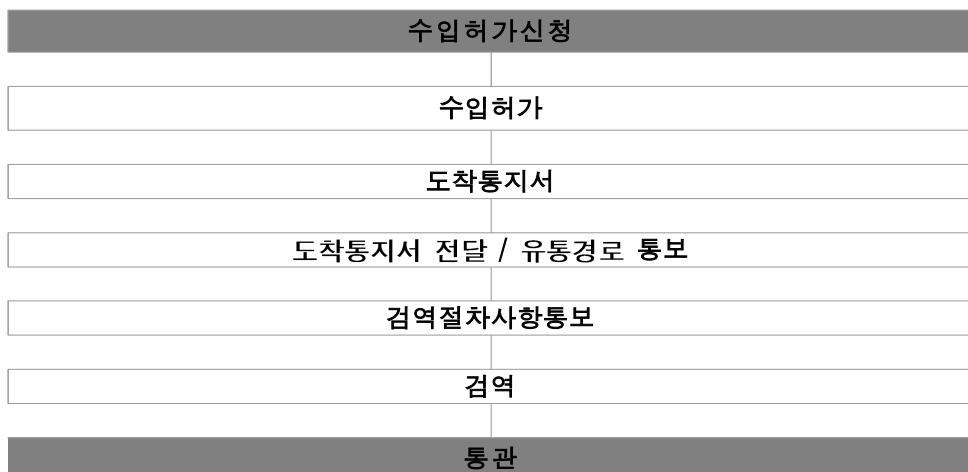
통관 및 검역 개요

❖ 미국 수출 프로세스

미국으로 스낵류를 수출하기 위해서는 다음과 같이 수출입 프로세스를 이행해야 함

번호	프로세스	주요내용	체크사항
1	수입 신고 전 준비	· 사전통보 · 라이선스	· 자동무역 유통 시스템(ACE, Automated Commercial Environment)
2	수입 신고	· 수입신고 · 증빙서류 제출	· 적하목록 · 물품신고서 · 상업송장 · 선하증권/항공화물운송장 · 기타 구비서류 등
3	통관 심사 (검역)	· 수입신고 · 증빙서류 제출	· 테일게이트검역 · 이동검역 · 밀매검역 · 농산물 검역
4	관세 납부	· 세관 보증서 · 납세신고서 · 통관 관련 서류 · 관세 관련 서류	· 일회성보증서 · 연속성 보증서
5	물품검사 및 반출	· 물품검사(대상 물품) · 물품 반출	

❖ 검역 절차



자료: tradenavi.or.kr

관세 및 세금 개요

❖ 미국 HS CODE 1904.90.10.1040

HS CODE	품명	관세율
1904.90.1040 (기타(아가리쿠스 속이 아닌 식용 누룽지))	최혜국	14%
	한-미 FTA	0%

❖ 부가가치세

미국은 수입단계에서 수입자에게 부과되는 부가가치세 제도가 아닌 최종소비자에 한해 판매세(Sales Tax) 제도를 취하는 국가임. 따라서 수입자가 부가가치세를 납부할 필요 없음¹⁶⁾

❖ 미국 FTA 정보

2012년 3월 15일 한-미 FTA가 발효. FTA협정 품목에 해당하고 원산지결정 조건에도 부합할 경우, FTA원산지 증명서를 신청 및 발급하여 협정 관세율 적용이 가능함

❖ 미국 관세율 확인 방법

- 1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표에서 미국을 선택한 후 확인하고자 하는 품목의 HS Code를 입력하면, 해당 품목의 관세율 확인이 가능
- 2) '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr) > FTA/관세 > 통합관세비교(한국 FTA기준)'에서 FTA 협정 정보, 관세율, 원산지 기준 확인이 가능
- 3) 미국의 경우 해당 HS CODE에 대한 관세율은 미국 관세청(www.cbp.gov) 혹은 종합관세스케줄(HTSUS, Harmonized Tariff Schedule)을 통해 조회 가능

분류	기관 사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	통합무역정보서비스	www.tradenavi.or.kr
	미국 관세청	www.cbp.gov
	종합관세스케줄	https://rulings.cbp.gov

1. 통관 및 검역

1) 통관 및 검역 절차

- 미국은 금액이 2,500달러 이상이거나, 수입허가 규제품목, 국가의 세입보호 대상 품목과 세관 행정업무 수행상 필요할 때의 모든 수입화물에 대해서는 정식통관(Formal Entry)을 통과해야 함
- 물품신고 및 납세신고는 모두 자동무역 유통 시스템(ACE, Automated Commercial Environment)¹⁷⁾을 통해 전자적 방법으로 제출 가능
- 모든 무역 과정이 자동무역 유통시스템을 통해 전산화되기 때문에 '싱글 윈도우(single Window)'라고도 불리며, 관계 당국과 통관 브로커는 물론이고 수입업자가 지도 통관 현황을 확인할 수 있음

□ 수입 신고 전 준비

- 美 식약청(FDA, Food and Drug Administration)은 세관과 협력하여 2003년 12월 12일부터 수입식품의 사전 통보를 의무화함
- 수입식품이 미국에 도착하기 전, 수입 식품의 사전통보자료를 직접 제출 받아서 분석 평가할 시간을 확보하고 검사에 집중하며 오염식품의 유입을 차단하기 위한 목적
- 육류와 가공육류를 제외한 거의 모든 국내산과 수입산 식음료 제품을 관할하는 美 식약청은 연방 식품·의약품·화장품법(FD&C Act)에 근거해 독성 및 유해 물질 포함, 유해한 식품 첨가제 포함, 또는 오염 또는 유해한 환경에서 식품이 가공·포장·보관되는 것을 규제하기 위해서 사전통보를 지정
- 수입업자가 사전에 고지한 수입 서류 및 통관당국(CBP)의 입국장 문서 검토 내용이 식약청의 데이터베이스 OASIS(Operational and Administrative System for Import Support)에 입력되면 이를 통해 식약청 검역관이 선적물의 위험도를 판단하고 세부 검사 여부를 결정
- 모니터링을 통해 위반 사항이 적발되면 재표기, 재처리 등의 시정조치, 입국거부, 압류 또는 폐기 등의 조치를 취할 수 있고 과거 기록이나 추정 등을 통해 '물리적

16) 한국조세연구원(2011.04)

17) 매뉴얼로 진행하던 수출입 절차를 전산화함으로써 종이 서류를 없애고 통관절차를 쉽고 빠르게 처리하도록 하는 하나의 시스템

검사 없는 억류(DWPE: Detention without Physical Examination)'가 가능

□ 수입신고

- 수입신고는 미국 통관항에 선박이 도착한 날로부터 15일 이내에 수입물품의 화주 및 그 대리인이 함
 - 미국 통관항 도착 후 15일 이내에 신고 및 서류가 제출되지 아니하는 때에는 미국관세국경보호청 관리 하의 창고에 보관
- 사전 수입신고제도가 있으며 신청방법은 해상로와 항공로 이동방식에 따라 상이함
 - 해상: 본선이 미국 통관항에 도착하기 5일전 이후부터 가능
 - 항공: AMS를 통하여 적하목록을 사전제출한 이후부터 가능
- 서면 신청서를 세관에 제출하거나 통관자동화시스템(AMS, Automated Manifest System) 혹은 관세사전용인터페이스(ABI, Automated Broker Interface)를 통해 전송하는 두 가지 방식이 있음

표 3.1 수입신고 서류

내 용	
제 출 서 류	- 적하목록 (CBP form 7533)
	- 물품신고서 (CBP form 3461)
	- 통관할 수 있는 권리의 증명서
	- 상업송장(Commercial Invoice) * 제출 불가능한 경우 견적송장(Pro forma Invoice)
	- 포장 명세서(Packing List)
	- 기타 물품반출 허가를 위하여 세관장이 요구하는 서류

□ 통관심사

- 신고된 물품 중 미국관세청의 자동타겟시스템(ATS, Automated Targeting System)¹⁸⁾을 통해 고위험군으로 판정되는 화물 또는 식품안전법과 같은 법적 규제에 의하여 검사가 요구되는 화물을 선별하여 실물검사 또는 서류 검사 실시

18) 우리나라 선사가 미국 관세청으로 선적 24시간 전에 전자적으로 제출하는 선적 정보를 토대로 미국 적하목록 선별 시스템

표 3.2 통관심사 항목

내 용	
검 사 항 목	- 관세 목적의 물품 가액과 관세를 부과 할 수 있는 상태인지 여부
	- 물품에 원산지 또는 요구되는 화인 또는 라벨이 표시되어 있는지 여부 와 적절한 방식으로 표시되었는지 여부
	- 화물에 수입금지 된 물품이 포함되어있는지 여부
	- 물품이 정확하게 송장에 기입되었는지 여부
	- 물품이 송장상의 수량을 초과하는지 또는 부족분이 있는지 여부
	- 화물에 불법적인 마약물질이 포함되어 있는지 여부

- 통관심사를 위한 검역 방식은 테일게이트검역(Tail Gate Exam), 이동검역(Mobile Exam, ME), 밀매검역(Contraband Exam, CE), 농산물 검역(Agriculture Exam, AE)으로 분류됨
- 가장 일반적인 방식은 테일게이트검역(Tail Gate Exam)으로 세관에서 아이템별로 샘플을 채취하여 검사
- 이동검역(Mobile Exam, ME)은 검사 해당 화물의 전량을 모두 하역해 놓고 선적 서류와 대조해 보는 방법
- 밀매검역(Contraband Exam, CE)은 수입 금지품이나 밀수품 전담반이 특별한 목적을 갖고 검사하는 가장 세밀한 검사방법
- 농산물 검역(Agriculture Exam, AE)은 농산물 수입검역 전담반이 검역을 담당하고 때로는 농산물이 아닌 화물도 검사

표 3.3 검역 절차

순서	내 용
1	수입허가증신청(수입상 → 농무부 동식물 검역국)
2	수입허가(농무부 동식물 검역국 → 수입상)
3	도착통지서(수입상 → 부두/공항검역소[CBP])
4	도착통지서 전달/유통경로 통보(부두/공항검역소[CBP] → 동식물 검역국)
5	검역절차사항통보(부두/공항검역소[CBP] → 수입상)
6	검역(CBP농산물 서비스)
7	통관(CBP)

□ 관세 납부

- 관세는 지정된 세관 보세구역에 물품이 반입된 날로부터 영업일 기준 10일 이내에 납부해야 하며 관세사전용인터페이스(ABI, Automated Broker Interface)을 통해 전자적 방법으로 제출 가능
 - 수입자가 물품신고와 납세신고에 필요한 정보를 기재한 상업송장을 관세사 등에 전달하면 관세청 전자통관시스템을 통해 미국관세청에 해당 데이터가 송신
 - 기존 통관자동화시스템(AMS, Automated Manifest System)과 관세사 전용인터페이스(ABI, Automated Broker Interface)를 대체하는 새로운 시스템인 자동무역 유통 시스템(ACE, Automated Commercial Environment)이 도입됨
- 관세납부 절차에 필요한 관련서류는 1) 납세신고서, 2) 물품반출 후 수입자에게 반송된 통관관련 서류, 3) 상업송장과 같은 관세 책정에 필요한 모든서류(송장, 반출신고서, 포장명세서 등)가 필요
- 수입자는 통관 시에 부과될 모든 관세와 조세 및 각종 비용의 납부를 담보하기 위하여 세관에 보증서(Bonds)¹⁹⁾를 제공할 의무가 있음
 - 일회성 보증서(Single Bonds): 한 번의 물품신고에 대하여 제공되는 보증
 - 연속성 보증서(Continuous Bonds): 수입 횟수에 관계 없이 유효기간 1년 내의 수입 건에 대하여 포괄적으로 제공되는 보증

□ 물품반출 및 사후심사

- 물품은 수입자 등에 의해 작성된 납세신고가 적합하다고 판단되는 경우 검사 생략(Paperless)으로 처리되고 반출됨
 - 납세신고서가 처리되고 예정 관세액을 납부 및 물품 반출
- 신고된 품목분류, 과세가격, 납부세액, FTA 원산지 증명 등에 대한 사후 심사가 진행될 수 있음

19) 일반적으로 미국 재무부가 정하는 보험회사에서 발행하는 보증증서 제공

2) 관세율

- 미국의 관세율은 미국 국제무역위원회(USITC, United States International Commission)가 세번 코드인 HS 코드를 기준으로 부과하고 있음
- 곡물스낵의 한국 HS 코드는 제1904909000호에 분류되며, 미국의 경우 동 물품을 제1904900140호에 분류하고 있음
- 최혜국대우에 따른 비특혜적용세율은 14%이며, 수출기업이 한-미 FTA에 따른 FTA 특혜원산지증명서를 자율발급하여 제출한다면 0%의 특혜세율을 적용받을 수 있음

3) 한-미 FTA 원산지 정보

- 美 국제무역위원회(USITC)에서는 한미 FTA에 따른 관세인하 스케줄을 반영하여 새로운 관세율표 게재하고 있음

□ 원산지증명서

- 한-미 FTA의 적용을 위한 원산지증명서는 기관발급의 여타 원산지증명서처럼 대한민국세관이나 상공회의소에서 발급되는 것이 아닌 각 기업이 자율적으로 발급
 - 한-미FTA 협정에서는 원산지증명서 권고서식을 명시하고 있으며, 수출자는 권고서식을 사용하거나 기타 자율서식을 사용해도 무방함
- 수출자는 원산지 리스크 관리 및 자체 확인프로그램을 도입하여 기업이 수출하는 제품별, 품목별로 원산지 결정이 원활히 이루어져, 관세 혜택의 핵심인 원산지 증명서를 발급받을 수 있도록 해야 함

□ 증명서 발급

- 한-미 FTA의 원산지 증명방식은 자율발급 방식을 채택하고 있어 관세청이 제공하는 권고서식을 활용하길 권장함
- 190490 누룽지스낵의 원산지 결정기준은 원재료가 국내산일 경우에만 인정
- 원산지 증명서 발급을 위해 FTA 원산지 규정, HS 품목 분류, 원가회계, 통관, 무역 실무에 관한 지식 및 어학능력을 갖춘 업무 수행 능력이 요구됨

표 3.4 원산지증명서 발급 절차

순서	구분	내용
1	수출물품 HS 코드 확인	출물품 HS코드 및 한미 FTA별 양허 대상 확인
2	한미 FTA 원산지 기준 확인	원산지 기준은 한미 FTA별, 품목별로 차이가 있음
3	한미 FTA 원산지 충족 확인	한미 FTA별 원산지 충족 여부 파악
4	C/O 작성 및 발급	한미 FTA별 원산지 증명서 작성 및 발급
5	C/O 발급내역 및 입증자료 보관	원산지의 확인요청에 대응하기 위해 원산지 증명서 발급내역 및 관련 입증자료를 5년간 보관
6	원산지 검증 및 실사	한미 FTA 원산지 적정성에 대한 검증 및 실사

자료: 산업통상자원부

o 원산지증명서와 관련된 증빙서류는 그림3.1과 같으며 증명서 발급 후 보관이 필요함

그림 3.1 원산지증명서 권고서식

미합중국과의 협정에 따른 원산지증명서의 서식
Certificate of Origin
Korea-US Free Trade Agreement

1. Export or (수출자)	Name (성명)	2. Blanket Period (원산지포괄증명기간) YYYY MM DD YYYY MM DD (년) (월) (일) (년) (월) (일) From _____ To _____ (부터) (까지)			
	Address(주소)				
	Telephone (전화)				
	Fax (팩스)				
	E-mail (전자주소)				
3. Producer (생산자)	Name (성명)	4. Importer (수입자) Name (성명) Address(주소) Telephone (전화) Fax (팩스) E-mail (전자주소)			
	Address(주소)				
	Telephone (전화)				
	Fax (팩스)				
	E-mail (전자주소)				
5. 원 산 지 증 명 대 상 물 품 내 역					
Serial No. (연번)	Description of Good(s) (품명·규격)	Quantity & Unit (수량 및 단위)	HS No. (품목번호 HS 6단위)	Preference Criterion ¹⁾ (원산지결정기준)	Country of Origin (원산지 국가)
6. Observations: (특이사항) I certify that: 본인은 다음 사항을 확인합니다. - The information in this document is true and accurate and I assume the responsibility for proving such representations. I understand that I am liable for any false statements or material omissions made on or in connection with this document. 상기 서식에 기재된 내용은 사실이고 정확하며, 기재된 사항에 대한 책임은 본인에게 있습니다. 이 증명서 또는 이와 관련한 허위 진술 또는 중대한 사실 누락에 대해서는 본인에게 책임이 있음을 확인합니다. - I agree to maintain, and present upon request, documentation necessary to support this Certificate, and to inform, in writing, all persons to whom the Certificate was given of any changes that would affect the accuracy or validity of this Certificate. 본인은 이 증명서를 입증하는데 필요한 문서를 보관하며, 요청이 있을 경우 이를 제출할 뿐 아니라, 이 증명서의 정확성이나 유효기간에 영향을 미치는 기타 변동사항에 대해서 이 증명서를 받은 관계자들에게 서면으로 통보할 것에 동의합니다. - The goods originate in the territory of one or both Parties and comply with the origin requirements specified for those goods in the Korea -United State of America Free Trade Agreement. 해당 물품은 대한민국과 미합중국간의 자유무역협정에 따른 원산지결정기준을 충족하고 있음을 확인합니다. This Certificate consists of _____ pages, including all attachments. 이 증명서는 첨부서류를 포함하여 총 _____장으로 구성되어 있습니다.					
7. Authorized Signature (서명권자의 서명) Name: (직명자 성명) YYYY MM DD (년) (월) (일)			Company (회사명) Title (직위) Telephone : (전화번호) Fax: (팩스번호)		

1) Originating goods in accordance with Article 6.1(a) of the Agreement(미합중국과의 협정 제6.1조 가호에 따른 원산지물품): WO
 Originating goods in accordance with Article 6.1(b) of the Agreement(미합중국과의 협정 제6.1조 나호에 따른 원산지물품): PSR
 Originating goods in accordance with Article 6.1(c) of the Agreement(미합중국과의 협정 제6.1조 다호에 따른 원산지물품): PE
 * 수입자, 생산자 란은 기재 생략 가능하며, 한글본과 영문본 선택하여 사용할 수 있습니다.

자료: 관세청

2. 인증정보

- 미국에서는 산업별로 생산자 적합성 선언(자체 인증으로 제조제품이 기 수립된 안전이나 품질 등에 관한 기준을 충족했다는 자체선언)이나 산업협회별 자발인증제도가 보편적으로 활용되며, 정부 차원의 강제 인증은 드물게 사용
- 미 정부는 제품이 강제 준수 요건을 충족하지 못했을 경우 생산자나 공급자 및 유통 업체에 제재 조치를 취하며, 산업별 협회의 자발적 인증 활동이 효과적이지 않거나 적합하지 않다고 판단할 시에만 제품의 강제 요건 준수 판정에 직접 관여함
- 미 의회가 국가적인 차원에서 규제가 필요하다고 판단 시, 특정연방기관에 일정 권한을 부여하는 법안을 통과하여 당해 연방기관이 공공 의견 수렴과정을 거쳐 일련의 규정을 제정하도록 하는데, 동 규정과 함께 인증 제도도 도입되는 것이 보편적
- 따라서 강제적 성격의 인증제도는 아니나 제품의 안전성과 신뢰성을 제고하기 위해 식품안전관리인증기준 혹은 식품안전경영시스템과 같은 인증을 취득할 것을 권장함

□ 식품안전관리인증기준(HACCP)²⁰⁾

표 3.5 식품안전관리기준 인증 개요

HACCP		
인증/검사명	HACCP	
인증 설명	식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 함	
발행/검사기관	식품의약품안전처	
성격	권장	
제출서류	- 영업허가(신고)증 사본 - 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부 - 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적 - 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부 - 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부	
비용	수수료 20만 원	
소요기간	1년 전후	
유효기간	3년	
인증절차	1) HACCP 시스템수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성 2) 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산공정 흐름도를 작성 3) 생산공정의 각 단계와 도출된 유해요소를 파악하여 유해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가 4) 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리 사항(POA)을 파악 5) 모든 유해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정 6) 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선조치	

20) Hazard Analysis and Critical Control Point

- o 인증 신청은 이메일, 우편 혹은 방문 접수가 가능하며 서울, 부산, 경인, 대구, 광주, 대전의 6개 지원에서 접수

그림 3.2 식품안전관리기준 신청서

식품안전관리인증기준(HACCP)적용업소 인증(연장) 신청서					
※ 첨부서류는 아래를 참고하시기 바라며, 색상이 어두운 부분은 신청인이 적지 않습니다.					
접수번호	접수일	발급일	처리기간	인증: 40일 연장: 60일	
신청인	영업신고(등록) 번호		영업신고(등록) 연월일		
	영업소명		전화번호 E-mail :		
	소재지	분사			
		공장(사업장) ※ 집단급식소 등 위탁운영의 경우 그 이름과 소재지, 신고번호를 기재			
	대표자 설명		생년월일 (외국인의 경우 외국인 등록번호)	유대전화	
HACCP팀장		생년월일	전화 유대전화		
신청 내용	HACCP적용 식품명(유형)		인증번호		
	HACCP적용 규모 ☐ 일반 ☐ 소규모 ※ 소규모 HACCP : 해당물류의 연 매출액 3억원 미만이거나 종업원 수가 2인 미만인 경우				
	HACCP적용 품목명(유형) 1년간 생산실적				
	품목명	생산실적(단위: 천원)	품목명	생산실적(단위: 천원)	
	품목명	생산실적(단위: 천원)	품목명	생산실적(단위: 천원)	
「식품위생법」 제48조제3항·제48조의2제2항 및 같은 법 시행규칙 제63조제1항·제68조의2제2항에 따른 식품안전관리인증기준적용업소 인증 또는 인증 유효기간의 연장을 신청합니다.					
년 월 일 신청인 (서명 또는 인)					
한국식품안전관리인증원장 귀하					
첨부서류	1. 「식품위생법」 제48조제1항에 따라 작성한 적용대상 식품별 식품안전관리인증계획서(음식관리절의 판저 기준, 부식처리 방법, 개선조치 및 검증방법을 기술한 자체 계획서 등을 포함한다)				우우호
	2. 식품안전관리인증적용업소 인증서 첨부본 제48조의2제1항에 따른 인증 유효기간의 연장을 신청하는 경우만 제출합니다)				200,000원
처리절차					
신청서 작성 신청인 → 접수 → 서류검토 (HACCP 관리 계획서) → 현지 확인 및 평가 (HACCP 실시 상황 평가) → 판정 → 발자 → HACCP 적용업소 인증서 발급 ※ 제48조제12항에 따른 위탁기관 (HACCP 적용업소 인증 담당부서)					

□ 식품안전경영시스템(ISO22000)²¹⁾

- 인증신청은 한국표준협회 홈페이지에서 신청서를 다운로드하고 작성 후, FAX로 송부하여 접수

표 3.6 식품안전경영시스템 인증 개요

ISO 22000		
인증/검사명	ISO 22000	
인증 설명	식품안전을 보장하기 위해 식품위해요소를 사전 예방 관리하는 자율적인 식품안전관리 시스템. 고객 만족을 위해 식품안전경영시스템 수립 및 운영할 수 있는 국제적인 인증	
발행/검사기관	한국품질보증원, AFAQ EAQA Korea	
성격	권장	
제출서류	- 심사 신청서 - 사업자등록증	
비용	신청비 60만 원 (심사비는 산정 기준에 따라 상이)	
소요기간	심사 단계별 소요시간에 따라 인증 심사일수 상이하나 2주 정도 소요	
유효기간	3년	
인증절차	1) 등록 신청서 작성 2) 인증 심사 1단계 - 경영시스템 매뉴얼이 ISO 22000에 준수하는지 확인 - 수행상태 및 인증범위 확인 - 시정조치 계획에 동의하는 보고서 발행 3) 인증 심사 2단계 - 생산방법, 관리, PRP 등 인증범위 내 프로세스 활동에 대한 샘플 심사 - 시스템 규격의 준수 정도 문서화 - HACCP 계획 및 절차서, 직원 능력 및 지식 테스트 4) 한글 및 영문 인증서 발행 5) 사후 심사관리 정기적으로 실시	

21) 한국품질보증원 (www.kqa.co.kr), NQA(www.nqa.com), Biz Care(biz-care.kr)

그림 3.3 ISO 인증심사 신청서

인증심사 신청서					
이 신청서는 귀 조직의 인증심사일수 및 심사비용을 산정하기 위한 것이오니, 모든 해당 항목을 정확히 기록하여 아래의 연락처로 송부해 주시기 바랍니다. 기록된 모든 정보는 비밀이 보장됩니다. ■ 전화: (02)6009-4671 ~ 9 팩스: (02)6009-4689					
1. 조직 정보					
연락처	조직명			대표자	접수번호 (또는 ISO 직성)
	성명		부서		직책
	전화		휴대폰		현장 직 언어 ☐ 한국어(필수X) ☐ 외국어()
	팩스		E-mail		관리 직 언어 ☐ 한국어(필수X) ☐ 외국어()
2. 인증신청 현황					
사업장명	주소			인원수 (정규/비정규)	고대근무 형태 (고대인원 및 고대시간)
신청표준	☐ ISO 9001:2008 ☐ ISO 14001:2004 / ☐ ISO 9001:2015 ☐ ISO 14001:2015 ☐ K-OHSMS 18001 ☐ ISO 22000 ☐ TL 9000(H/S/V:해당사항에 O표) ☐ 녹색경영시스템(GMS) ☐ ISO 50001 ☐ ISO 20121 ☐ ISO 55001 ☐ ISO 22301 ☐ ISO 37001 ☐ 기타 ()				
인증 신청범위	제품/ 서비스			산업분류코드 ※ KS X 1003 참조	
	활동	☐ 설계/개발 ☐ 제조 ☐ 설치 ☐ 공사 ☐ 판매 ☐ 부가서비스 ☐ 기타()			
신청 외 제품/서비스 ※ 25개 이하의 신청범위에 기재 불가한 인증대상외에 포함된다면 양분하는 경우, 기재불가능에 대한 조치를 수행할 수 있습니다. ※ 인증대상 신청범위 2개 이상인 경우에는 3. 복수사업장 현황에 기재해 주십시오.					
3. 복수사업장 현황					
복수사업장 인증조건	1. 모든 사업장이 동일한 법인에 속해 있습니까?			☐ 예 ☐ 아니오	
	2. 모든 사업장이 동일한 관리시스템으로 운영됩니까?			☐ 예 ☐ 아니오	
	3. 모든 사업장의 내부심사가 종합적으로 운영됩니까?			☐ 예 ☐ 아니오	
사업장명	주소			인원수 (정규/비정규)	고대근무 형태 (고대인원 및 고대시간)
4. 지원사업장 현황					
※ 주사업장(생산현장 또는 주 사업장)과 별도로 지원기능(설계, 구매, 물류창고 등)을 담당하는 사업장이 주 사업장과 떨어져 별도로 존재하는 경우 기재하여 주십시오.					
사업장명	주소			인원수	지원기능
5. 건설업종 추가설문					
1. 업종별 시공현장 수 : (예: 건축 5개, 토목 6개)					
2. 해당 심사현장의 총공사 긍정진행률은 몇 %입니까? % 30~80%인 긍정 중에서 기록					
첨부 : 1) 설문서 2) 사업자등록증 사본 3) 공정도 4) 소독제, 청소집계표 또는 노동부에 신고된 공인된 근거자료(전체 고용인원이 확인되는 경우 생략 가능)					
위와 같이 경영시스템 인증심사 제안을 요청합니다. 신청자 인 20 . . . 한국표준협회 귀중					

3. 라벨링

□ 라벨링 관련 법적 근거

- 미국의 식품의약국(FDA, Food and Drug Administration, 이하 FDA)은 미국에서 판매되는 모든 식품의 안전, 건강 및 적절한 라벨링 표기 방식을 규정하고 있음
- 미국식약청의 주관 하에 ‘Labeling Act’ 연방법이 시행되고 있으며 제조자와 수입자에게 적절한 라벨링 표기법에 대한 정보를 제공하고 있음
 - ‘A Food Labeling Guide’는 라벨링 표기에 대한 매우 세부적인 내용까지 체계를 마련한 안내서로 라벨링의 정의를 영양성분정보와 영양정보에 국한한 것이 아닌 전체 패키징 관련 정보 표기법으로 범위를 확장해 해석하고 있음(2013년도가 가장 최근 업데이트)
- 한편, 동 보고서는 1990년에 제정된 연방법(public law 101-535) 영양표시 및 교육에 관한 법(Nutrition Labeling and Education Act)의 영향을 받는 라벨링을 조사범위로 정의하고자 함
 - 해당 법은 영양성분을 의무적으로 표기할 것을 규정하는 법적 근거
 - 라벨링과 관련된 신규 법적 규제안은 연방공보(Federal Register)에서 실효일 전에 발표하고 매년 Title 21 of the Code of Federal Regulations(CFR)에 반영됨

□ 가공식품 라벨링 필수 표기사항

- 미국에 유통이 허가되는 가공식품의 라벨링 필수 표기목록은 표 3.7과 같음

표 3.7 가공식품 라벨링 필수 표기 목록

구분	내용
제품명	- 패키지의 주요 면에 표기함 - 활자 크기는 라벨에 사용된 가장 큰 활자의 절반크기 이상
제조사	- 제조사명과 주소
수입사	- 수입사명과 주소
중량	- 주요 면 하단에 위치하며, 미국 단위와 미터법 단위로 표기 - 1회 제공량 별도 표기

영양성분	- 중량 기준으로 내림차순 정렬 - 제조자와 수입자 정보와 동일한 면에 기재
알러지 정보	- 알러지 유발 성분이 함유된 식품원료로 제조된 식품의 경우 알러지 정보 표기

자료: FDA(Food and Drug Administration)

- o 현지 시장에서 유통되고 있는 쌀스낵의 라벨링은 하기 표 3.8에서 확인할 수 있음

표 3.8 라벨링 예시

구분	이미지	
	<전면>	<후면>
- 제품명 - 제조사 - 수입사 - 중량 - 영양성분 - 알러지정보		

자료: 현지조사원(사진촬영일:2018.07.25.)

□ 신규 라벨링 규정

- o 미국 식품의약국(FDA)은 2016년 5월 1일 영양 및 성분분석과 제공량(Nutrition Facts and Supplement Facts Label and Serving Size)라벨링의 세부규정을 최종결정했으며 시행일과 차등적용 대상에 대한 논의를 마침
- o 식품의약국(FDA)은 신규로 제정된 영양 및 성분분석과 제공량에 관한 라벨링 표기법의 시행기간을 2018년 7월 26일부터 2020년 1월 1일까지로 정함
 - 기업의 매출액 기준으로 규제 대상 범위를 확대해갈 방침으로 연매출액 천만 달러 미만의 기업인 경우 신규 라벨링법을 1년 정도 지연하여 준수하도록 기간 조정. 따라서 종료시점은 2021년 1월 1일까지임

- 신규 라벨링은 다이어트, 만성질환-비만, 심장질환과 같은 의학적 정보를 보다 효과적으로 제공하는데 주력했으며 가독성 있고 직관적으로 정보를 표기하여 소비자의 편의성을 높임
- 기존 라벨링과 비교하여 수정된 내용은 1) 1회 제공량 정보 확대, 2) 칼로리 정보 확대, 3) 1일 영양섭취량 기준 갱신, 4) 당량(sugar)과 가당(added sugar)을 별도 표기, 5) 영양성분의 실제함유량 추가, 6) 일일 권장 섭취량과 칼로리에 대한 정보 추가 등이 있음

표 3.9 라벨링 비교

구분

기존 라벨링

신규 라벨링

라벨링
이미지

Nutrition Facts

Serving Size 2/3 cup (55g)
Servings Per Container About 8

Amount Per Serving

Calories 230 Calories from Fat 72

% Daily Value*

Total Fat 8g **12%**

Saturated Fat 1g **5%**

Trans Fat 0g

Cholesterol 0mg **0%**

Sodium 160mg **7%**

Total Carbohydrate 37g **12%**

Dietary Fiber 4g **16%**

Sugars 12g

Protein 3g

Vitamin A 10%

Vitamin C 8%

Calcium 20%

Iron 45%

* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet.
Your daily value may be higher or lower depending on
your calorie needs.

	Calories:	2,000	2,500
Total Fat	Less than	65g	80g
Sat Fat	Less than	20g	25g
Cholesterol	Less than	300mg	300mg
Sodium	Less than	2,400mg	2,400mg
Total Carbohydrate		300g	375g
Dietary Fiber		25g	30g

Nutrition Facts

8 servings per container

Serving size ① 2/3 cup (55g)

Amount per serving

Calories ② 230

% Daily Value*

Total Fat 8g ③ **10%**

Saturated Fat 1g **5%**

Trans Fat 0g

Cholesterol 0mg **0%**

Sodium 160mg **7%**

Total Carbohydrate 37g **13%**

Dietary Fiber 4g **14%**

Total Sugars 12g

④ Includes 10g Added Sugars **20%**

Protein 3g

Vitamin D 2mcg ⑤ 10%

Calcium 260mg 20%

Iron 8mg 45%

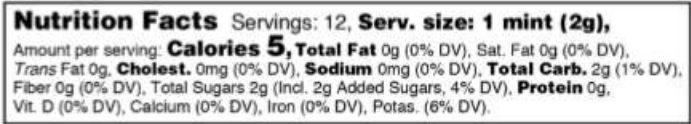
Potassium 235mg 6%

* The % Daily Value (DV) tells you how much a nutrient in
a serving of food contributes to a daily diet. 2,000 calories
a day is used for general nutrition advice. ⑥

자료: FDA(Food and Drug Administration)

- 한편, 일반적으로 단일열형(single-column) 표기방식을 따르고 있으나 제품특성에 따라 이중열형(dual-column)과 판상형(Tabular Format), 선형형(Linear Format)으로 라벨링을 구분하여 표기해야 함

표 3.10 기타 라벨링 유형

구분	라벨링 이미지
이중열형 (dual-column)	
판상형 (Tabular Format)	
선형형 (Linear Format)	

자료: FDA(Food and Drug Administration)

4. 위생규정

- 미국 식품의약국(FDA)은 식품안전을 주관하는 국가기관으로 식품의 병원균, 독성, 농약잔류량, 그리고 기타 오염물질을 관리·감독하고 있음
- 2003년 바이오테러법(Bioterrorism Act) 발효 후, 식품 수입 시 미국 식품의약국(FDA) 등록을 의무화하고 있음

□ FTA는 병원균으로 인한 식품문제 발생 시, 관련 제품 회수를 의무화 함

- 미국은 매년 48백만 건의 병원균 피해가 발생하고 있으며 이 중 1/6이 식품 관련 문제
- 128,000명이 입원치료, 3,000명이 사망
- 병원균 관련 문제 발생 시, 식품의약국(FDA)은 식품안전근대화법(FSMA, FDA Food Safety Modernization Act)에 의거하여 식품 제조 및 생산자가 제품을 회수하도록 의무화 함
- 실제 병원균 문제가 발생하지 않더라도 발생 가능성이 있는 제품이 모두 강제 회수 대상에 해당됨
- 최근 스낵류의 살모넬라균 확산은 사회적 이슈²²⁾로 대두됨
- 미국의 대표적인 크래커 브랜드인 리츠(Ritz)의 리콜 사건 발생함. 리츠(Riz) 제조 회사인 Mondelez International에 원료를 납품하는 업체의 유청파우더에서 살모넬라균이 검출되어 제품 리콜 결정. 이후, 2명이 리츠(Ritz) 크래커를 섭취 후 복통을 호소한 것으로 밝혀짐
- 같은 유청파우더를 원재료로 사용하는 생산망을 이용하는 업체에 연쇄적으로 피해가 발생할 우려가 있음
- 현재까지 관련 환자를 확인 한 바 없음에도 불구하고 같은 유청파우더를 공급받은 Pepperidge Farm이 자발적으로 Goldfish 크래커를 회수하기로 결정했으며, 스낵류는 아니지만 Flower Foods와 Pinnacle Food도 Swiss Rolls과 일부 빵 품목을 리콜, Pinnacle Foods의 Hungry Man은 조사 중에 있음

22) New York Times(2018.07.23)

표 3.11 2018년 스낵 리콜

구분	브랜드	제품명	시행일	내용
1		<Goldfish® Crackers>	7월 23일	살모넬라균 감염 위험
2		<Ritz>	7월 21일	살모넬라균 감염
3		<Utz® Carolina Style Barbeque Potato Chips>	7월 20일	콩알러지 유발
4		<Dill Pickle Flavored Potato Chips>	7월 16일	우유알러지 유발

자료: FDA(Food and Drug Administration)

□ 식약청(FDA)은 식품·의약품·화장품법(FD&C Act)의 제409조항에 의거하여 식품첨가물 규정을 명시하고 있음

○ 식약청은 안전하다고 판단되는 식품성분은 GRAS(Generally Recognized as Safe)로 분류하여 연방규격집(CFR, Code of Federal Regulation)에 공시하고 있으며 제21장에 식약품에 관한 코드가 분류되어 있어 ‘21 CFR part’이라고도 불림

- ‘21 CFR part’는 매년 4월 1일에 수정됨

○ 직접식품첨가제는 라벨링의 영양 및 성분분석표에 직접 표기되는 성분을 의미하며, 간접식품첨가제는 포장 및 저장 과정에서 소량 첨가되는 물질로 식품코팅제가 예가 될 수 있고 간접식품첨가제는 식품의약품(FDA)에 안전성 검증 절차를 통과해야 함

- 일레로, 잔탄검(Xanthan Gum)은 식품의 점착성을 증가시키는 기능을 하는 첨가물

로 셀러드드레싱, 푸딩, 초콜렛우유에 사용되는 직접식품첨가제

- 연방규격집(CFR) 상에 스낵류와 연관성이 높은 식품첨가물이 320여개 물질로 파악되며 규격집 상의 명시되지 않은 첨가물은 원칙적으로 사용 할 수 없음
- 표 3.12는 320여개 물질 가운데 물질명이 알파벳 B에 해당하는 정보를 요약함

표 3.12 스낵류 관련 일부 식품첨가물

구분	첨가물	기능	허용기준
1	bacterially-derived carbohydrase enzyme preparation	효소제	GMP ²³⁾
2	bacterially-derived protease enzyme preparation	효소제	GMP
3	bakers yeast glycan	안정제 및 증점제	GMP
4	beeswax(yellow and white)	향료 및 보조제, 윤활제, 표면처리제	0.002% 이하
5	bentonite	가공보조제	GMP
6	benzoic acid	보존료	0.1% 이하
7	biotin	강화제	GMP
8	bromelain	효소제	GMP
9	butylated hydroxy anisole(bha)	보존료	식품 제조에 필수 지방 함량을 포함하여 총 항산화제 함량이 0.02% 이상인 경우

자료: FDA(Food and Drug Administration)

- 한편, 스낵류 수출 시, 주의해야 할 유해물질은 Aflatoxin으로 20mcgs/kg(20ppb)의 허용기준을 준수해야 함

□ 가공식품의 농약잔류량에 관한 내용은 21 CFR part의 170.19조에 명시

- FDA는 1987년부터 농약잔류량 모니터링 프로그램을 운영해 연간보고서를 발행하고 있으며 2017년 11월 가장 최근 수정된 보고서(Pesticide Residue Monitoring Program Fiscal Year 2015 Pesticide Report)를 FDA 홈페이지에 제공하고 있음
- 가공식품의 원료가 되는 신선농산품의 농약잔류량은 식품·의약품·화장품법(FD&C

23) GMP(Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용 기준이 설정되지 않았을 경우이며, 해당식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함. FDA는 우수제조관리기준 가이드를 홈페이지에 제공하고 있음

Act)의 408조에 규정되어 있는 허용기준을 준수해야 함

- 1) 제조시설이 완비되어야하고 2) 제조과정에서 농약잔류물을 제거하는 방식을 준수해야하며 3) 가공식품의 원료가 되는 농산물의 농약잔류량이 규정법 상의 허용치를 충족해야 함
- 가공식품의 농화학 잔류량이 원료농산물의 허용치보다 높을 경우, 식품·의약품·화장품법(FD&C Act) 409조항의 허용범위를 위반하는지 확인하고 초과 시 불순 판정함
- 가공되지 않은 농산품에 허용된 잔류량보다 더 높은 성분을 함유할 경우 합법적으로 다른 식원료와 같이 가공되는 행위가 금지됨. 특히 다른 식원료와 함께 가공되어 총잔류량 비율이 하락한다 하더라도 허용되지 않음



IV. 경쟁제품

- 1. 경쟁제품 선정**
- 2. 경쟁제품 분석**

1. 경쟁제품 선정

□ 오프라인 쇼핑물 선정

- 미국은 넓은 지리적 여건과 다인종·다민족 문화, 다양한 제품 속성 등으로 인해 유통 구조가 고도로 세분화된 시장임
- 미국 스낵 매출 비중이 높은 오프라인 채널을 우선적으로 선정하고 현지조사원이 직접 매장을 방문하여 시장조사 실행
 - 매출 비중이 높은 슈퍼마켓과 하이퍼마켓을 포함하는 개념인 대형체인마트는 네셔널체인 마트(Target, Costco, Vons, Ralphs)와 로컬체인 마트(Whole Foods Market, Trader Joe's)로 분류했으며, 아시안 마트(Galleria Market)와 소형할인마트(Food 4 less)를 추가하여 조사 진행

□ 온라인 쇼핑물 선정

- 온라인 경쟁제품을 선정하기 위해 식품 매출액 1, 2위 유통 플랫폼(Walmart, Amazon)²⁴⁾의 스낵 제품 조사

□ 분석기준 및 지표설정

- 제품 상세 속성에서 공통으로 확인되는 용량, 가격, 포장형태, 성분 등의 항목으로 분석함

24) Forbes(2018.1.18.)

2. 경쟁제품 분석

□ 오프라인 경쟁제품

구분		제 품 #1
이 미 지	제 품 이미지	 
		 
제 품 속 성	제 품 명	Good Thins: The Rice One (Veggie Blend와 Simply Salt)
	제 조 사	Nabisco
	제 품 특성	- 쌀이 주성분인 제품. 모든 주류 마켓에서 볼 수 있음 - 맛의 종류가 매우 다양 (쌀이 주성분이 아닌 제품들도 많음) - 콜레스테롤 없음 - 다른 대형 마켓에서도 입점된 제품
	포 장 용 기	박스
	성 분	쌀가루, 말린 빨강 피망, 말린 옥수수, 말린 검은콩, 홍화유, 말린 사탕수수 시럽, 호박가루, 소금, 양파가루 등
	조 사 매 장	Target
	용 량	100g
	제 품 가 격	US\$3.19(약 3,600원 ²⁵⁾)
	유통 기 한	2018.10..20(제 조 일 부터 1년)
	인 증	Gluten Free, Kosher

자료: 현지조사원(Target, 2018.07.21)

25) 2018년 8월 14일 신한은행 고시환율 기준 (USD1=1,28.50원)

구분		제 품 #2	제 품 #3
이 미 지	제 품 이미지 (전면)		
	제 품 이미지 (후면)		
제 품 속 성	제 품명	Off the Eaten Path Rice, Peas, Black Beans Veggie Crisps	Perfectly Crisp Quinoa
	제 조사	Rare Fare Foods	Raison D'etre Bakery
	제 품특성	- 맛과 식감에 집중 - 타 대형 마켓에서도 유통 - 쌀/현미 스낵과는 다르게 봉지과자로 출시	- 슈퍼마켓에서 파는 제품 중에서는 식감이 누룽지랑 제일 비슷한 제품 - 퀴노아가 주재료
	포장 용기	플라스틱 파우치	플라스틱 박스
	성분	쌀가루, 해바라기씨유, 말린 완두, 말린 녹두, 말린 검은콩, 바다소금, 방부제 등	파르메산 치즈, 퀴노아 등
	조사매장	Target	Whole Foods Market
	용량	177g	85g
	제 품가격	US\$3.69(약 4,160원)	US\$6.99(약 7,890원)
	유통기한	2018.12.18(제조일부터 1년)	2018.09.22(제조일부터 1년)

자료: 현지조사원(Target, 2018.07.21./ Whole Foods Market, 2018.07.22)

구분		제 품 #4	제 품 #5
이 미 지	제 품 이미지 (전면)		
	제 품 이미지 (후면)		
제 품 속 성	제 품명	M제 품	G제 품
	제 조사	H사	S사
	제 품특성	- 수입품(한국) - 수입사는 Remond Grocery Corporation	- 수입품(한국) - 수입사는 왕글로벌넷
	포장 용기	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
	성분	쌀 등	쌀 등
	조사매장	갤러리아 마켓(버몬트점)	갤러리아 마켓(버몬트점)
	용량	280g	500g
	제 품가격	US\$5.99(약 6,760원)	US\$7.99(약 9,016원)
	유통기한	2019.01.23.(제 조일부터 1년)	2018.11.19.(제 조일부터 1년)

자료: 현지조사원(갤러리아마켓, 2018.07.22)

구분		제 품 #6	제 품 #7
이 미 지	제 품 이미지 (전면)		
	제 품 이미지 (후면)		
제 품 속 성	제 품명	A제 품	S제 품
	제 조사	D사	O사
	제 품특성	- 수입 품(한국) - 수입사는 Pacific Food Co.	- 수입 품(한국) - 수입사는 Jayone Foods, Inc
	포장 용기	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
	성분	쌀99.8%, 통글레0.2%	쌀 100%
	조사매장	갤러리아 마켓(버몬트점)	갤러리아 마켓(버몬트점)
	용량	1kg	150g
	제 품가격	US\$9.99(약 11,273원)	US\$2.99(약 3,370원)
	유통기한	제 조일부터 1년	2019.05.15 (제 조일부터 1년)

자료: 현지조사원(갤러리아마켓, 2018.07.22)

구분		제 품 #8	제 품 #9
이 미 지	제 품 이미지 (전면)		
	제 품 이미지 (후면)		
제 품 속 성	제 품명	Organic Crunchy Rice Rollers	Brown Rice Organic Rice Cakes (Lightly Salted)
	제 조사	Chef Bobo Brand, Inc.	Lundberg Family Farms
	제 품 특성	- 주류마켓에서 파는 한국형 쌀과자 (미국산)	- 유기농, Non-GMO, - 쌀이 주원료의 100%에 가까운 제품
	포장 용기	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
	성분	유기농 통밀 현미, 유기농 현미 시럽, 유기농 설탕, 한천	쌀, 팜유, 바다소금, 해바라기 레시틴 등
	조사매장	Costco (Los Feliz 지점, Los Angeles)	Trader Joe's
	용량	14oz	8.5oz (241g)
	제 품가격	US\$8.99(약 10,110원)	US\$2.99(약 4,160원)
	유통기한	제 조일부터 1년	2013.03.12

자료: 현지조사원(Costco, 2018.08.04./ Trader Joe's, 2018.07.25)

구분		제품 #10	제품 #11
이미지	제품 이미지 (전면)		
	제품 이미지 (후면)		
제품 속성	제품명	Crunchy Nutty Rice Bites with Quinoa & Cranberries	Rice Crackers
	제조사	Trader Joe's	Safeway
	제품특성	- 쌀조제품 - 트레이더 조의 독자상품 - 글루텐 없음	- Safeway의 PB 쌀과자 - 미국 주요 대형마켓에서 취급하는 쌀제조 식품에 비해 성분이 간단한 편
	포장 용기	플라스틱 파우치	플라스틱 파우치
	성분	현미, 백미, 현미 시럽, 설탕, 호박씨, 말린 가당 크랜베리, 알몬드, 캐슈, 퀴노아, 야자 쇼트닝, 바다소금, 천연 조미료 등	쌀가루, 홍화유, 소금 등
	조사매장	Trader Joe's	Vons(La Crescenta 지점)
	용량	142g	99g
	제품가격	US\$2.99(약 4,160원)	US\$2.99(약 3,370원)
	유통기한	제조일로부터 1년	제조일로부터 1년

자료: 현지조사원(Trader Joe's, 2018.07.25./ Vons, 2018.07.25)

□ 온라인 경쟁제품

구분		제 품 #1	
이 미 지	제 품 이미지		
	온라인 판매 이미지		Natural Nectar Chocodream Crispy Rice Stix Gluten Free Original 4.4 oz ★★★★★ 1 reviews Natural Nectar Walmart # 558150091 \$4.68 Out of stock Qty: 1 Get In-Stock Alert Shipping not available Pickup not available ✪ Sold & shipped by Walmart
제 품 속 성	제 품명	Crispy Rice Stix	
	제 조사	Natural Nectar	
	제 품 특성	- 無글루텐	
	포 장 용기	박스	
	성 분	쌀가루, 설탕, 식물성 기름, 탈지 분유, 코코아 가루, 헤이즐넛, 바다소금, 콩 레시틴, 바닐라, 말토덱스트린 등	
	조사매장	Walmart.com	
	용량	125g	
	제 품가격	US2.98(약 3,320원)	
	인 증	Kosher, 글루텐 프리	

자료: Walmart 홈페이지, 현지조사원

구분		제 품 #2	
이 미 지	제 품 이 미 지		
	온라인 판매 이미지	Showing 1-20 of 1,739 results Refine by Price Top Brands Store Availability Sort by Best Match Departments Food Snacks, Cookies & Chips Rice Cakes Snack Crackers Nabisco Crackers Granola Bars & Snack Bars Showing result for "rice snack". Search instead for "ricesnack".  Quaker Rice Crisps, Cheddar Cheese, 6.06 oz Bag (Packaging May Vary) ★ ★ ★ ★ ★ 672 - Made with corn and whole grain brown rice - 13g whole grains per serving - Gluten Free and no high fructose corn syrup - Low fat and low cholesterol - Popped. Never fried \$2.98 \$0.00 / oz Free shipping on orders over \$35 Free pickup today	
제 품 속 성	제 품 명	Quaker Rice Crisps (Cheddar Cheese)	
	제 조 사	Quaker Oats	
	제 품 특성	- 오토밀로 유명한 Quaker Oats의 제품 - 6가지의 맛이 있으며, 체다맛의 인기가 가장 높음 - 저지방, 저콜레스테롤 - 기름에 튀기지 않고 구움	
	포 장 용 기	박스	
	성 분	통밀 현미 가루, 제분된 옥수수, 해바라기씨유, 유청, 소금, 말토덱스트린, 체타/블루 치즈, 면실유, 버터, MSG, 젖산, 인산 삼칼슘, 인산 나트륨, 젖산칼슘, 구연산, 아라비아검, 천연 조미료, 아나토 추출물, 치즈, 토크페롤 등	
	조 사 매 장	Walmart.com	
	용 량	172g	
	제 품 가 격	US\$2.98(약 3,380원)	

자료: Walmart 홈페이지, 현지조사원

구분		제 품 #3	
이 미 지	제 품 이미지		
	온라인 판매 이미지		
제 품 속 성	제 품명	Bamboo Lane Crunchy Rice Rollers - Organic Brown Rice	
	제 조사	Natural Nectar	
	제 품특성	- 아마존에서 'rice snack'으로 검색했을 때 제일 상위에 뜨는 제 품 - 여러 가지 제품라인 중 현미와 백미가 인기 제 품 - 코스트코에서 파는 제 품은 미국산이었으나 아마존에서 파는 같은 상품은 한국산으로 유통채널별로 원산지가 다름 - 다양한 인증(School Safe, Non-GMO, Gluten Free, USDA Organic)	
	포장 용기	플라스틱 파우치	
	성분	유기농 통밀 현미, 유기농 현미 시럽, 유기농 설탕, 한천 등	
	조사매장	Amazon.com	
	용량	100g x4pack = 400g	
	제 품가격	US\$12.50(약 14,190원)	

자료: Amazon 홈페이지, 현지조사원

구분		제 품 #4									
이 미 지	제 품										
	온라인 판매	Scorched Rice Chip (2.1ozX5pack/case)구수한 누룽지(60gX5pack/1case) (1 CASE) Ottogi ★★★★☆ 4 customer reviews  Price: \$11.00 + \$6.00 shipping In Stock. Ships from and sold by lucky1211. 3 Sizes: 1 CASE <table><tr><td>1 CASE</td><td>2 CASES</td><td>4 CASES</td></tr><tr><td>\$11.00</td><td>\$19.00</td><td>\$35.00</td></tr><tr><td></td><td>(\$9.50)</td><td>(\$8.75)</td></tr></table> This item ships to Korea; Republic of (South Korea). Deliver to Korea, Republic of Qty: 1 Turn on 1-click ordering Add to Cart Add to List Other Sellers on Amazon 4 new from \$11.00		1 CASE	2 CASES	4 CASES	\$11.00	\$19.00	\$35.00		(\$9.50)
1 CASE	2 CASES	4 CASES									
\$11.00	\$19.00	\$35.00									
	(\$9.50)	(\$8.75)									
제 품 속 성	제 품명	Y제 품									
	제 조사	O사									
	제 품특성	- 아마존에서 'nurungji'로 검색했을 때 제일 상위에 뜨는 제 품 - 누룽지를 아는 사람이 아니면 찾을 수 없음(검색키워드: ' nurungji' 혹은 'scorched rice snack') - 가격이 비싼 편									
	포장 용기	박스									
	성분	쌀, 옥수수 가루, 소금 등									
	조사매장	Amazon.com									
	용량	300g									
	제 품가격	US\$11.00(약 12,420원)									

자료: Amazon 홈페이지, 현지조사원



V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정

□ 방법론 01. 오프라인 쇼핑물 조사

- 매출액 비중이 높은 유통채널을 선행 조사한 후 현지조사원이 직접 오프라인 매장을 방문
 - 네셔널체인 슈퍼마켓: Target, Costco, Vons, ralphs
 - 로컬체인 슈퍼마켓: Whole Foods Market, Trader Joe's
 - 아시안 마켓(한인마트): Galleria Market
 - 할인마트: Food4Less
- 업계관계자와 소비자 인터뷰 진행

□ 방법론 02. 온라인 쇼핑물 조사

- 라이스 스낵과 관련성 높은 키워드(Rice Snack, Nurungji, Scorched Rice Snack 등)로 제품 검색
 - 식품 유통규모가 큰 온라인 플랫폼(Amazon, Walmart) 분석
- 온·오프라인 쇼핑물 조사와 스낵 브랜드 시장점유율 순위를 참고하여 경쟁사 3개 업체를 선정함
- 주류시장의 쌀스낵 브랜드는 Quaker와 Lundberg, Kellogg's 3가지 정도로 구분되며 1위와 2위 브랜드는 각각 67.3%, 6.9%의 점유율을 기록함(2017년 기준)²⁶⁾

표 5.1 주요 경쟁사

미국	미국	한국
Mondelez International	Lundberg Family Farms	O사
		-

26)Euromonitor International

2. 경쟁사 분석

□ Mondelez International

기업 개요				
	- 국제적인 스낵 제조 기업으로 Cadbury and Milka chocolates, LU, Nabisco, and Oreo biscuits, Trident gum, Tang과 같은 브랜드를 보유함 - 브랜드별로 시장 범위를 다르게 설정. 지역, 국가, 국제브랜드로 포트폴리오를 다양하게 구성하여 브랜드 특성에 맞는 시장에 공략			
기업정보	기업명	Mondelez International, Inc.	설립년도	2012년
	기업형태	식품 제조업	기업규모	2,000명(미국)
	대표번호	847-943-4000	매출액	2500백만 달러
	국가	미국	위치	3 Parkway North Blvd Ste 300 Deerfield, Illinois, 60015-2565
	취급품목	스낵과 음료	홈페이지	https://www.mondelezinternational.com/
제품				
	<simply Salt>	<Veggie Blend>	<Garlic&Herb>	
마케팅 전략	- 다양한 인증과 문화가 공존하는 미국 시장의 특성을 반영하여 제품라인을 12개로 확대 - 쌀, 감자, 병아리콩,オート밀을 주성분으로 제품을 1차 구분하고 각 제품의 맛과 세부 원료에 따라 차별화를 시도하고 있음 - 건강한 스낵 소비가 높은 미국 소비자를 대상으로 글루텐프리, 저지방과 같은 메시지가 명확하게 전달되는 직관적인 패키지 디자인			

자료: Mondelez International 홈페이지, D&B hoover's, 현지조사원

□ Lundberg Family Farms

기업 개요				
기업정보	 - 고품질의 쌀을 생산하면서 쌀가공품을 제조하는 가족경영기업 - 친환경과 지속 가능 경영의 원칙을 지향함			
	기업명	Lundberg Family Farms	설립년도	1937년
	기업형태	쌀가공품 제조업	기업규모	-
	대표번호	415-458-5831	매출액	8만 1천 달러
	국가	미국	위치	119 Oakmont Ave San Rafael, California, 94901-1233
	취급품목	쌀, 쌀스낵, 쌀시럽, 냉동식품	홈페이지	www.lundberg.com
제품				
	<LIGHTLY SALTED>		<SALT-FREE>	
				
		<ORGANIC SALTED CARAMEL RICE CAKE>		
마케팅 전략	- 쌀에 특화된 시장을 집중적으로 마케팅 - 모든 제품은 글루텐프리, 無GMO이며 저염, 무염 제품도 출시하여 건강을 추구 - 쌀스낵 제품에 대한 아시아인의 소비층이 견고하기 때문에 미역, 참깨간장, 모찌떡 맛과 같은 제품을 많이 출시하는 편			

자료: Lundberg홈페이지, D&B hoover's, 현지조사원

□ O 사

기업 개요				
(로고생략)	- 친환경 누룽지, 약과 등 건강한 농식품 제조 기업 - 누룽지 업계에서 최초 HACCP 인증 획득			
기업정보	기업명	오***	설립년도	1991년
	기업형태	식품제조업	기업규모	-
	대표번호	063-544-5***	매출액	-
	국가	한국	위치	전라북도 김제시
	취급품목	누룽지, 약과	홈페이지	http://www.o****.co.kr
제 품				
	현미누룽지			
마케팅 전략	현미누룽지		쌀누룽지	
	대용량 쌀누룽지		- 2003년 처음으로 미국 수출을 시작 - 미국의 한인마트인 갤러리아마켓에 입점함 - '건강한 한끼'로 누룽지를 스낵뿐만 아니라 식사대용으로 마케팅함	

자료: O사 홈페이지, 현지조사원



VI. 유통채널

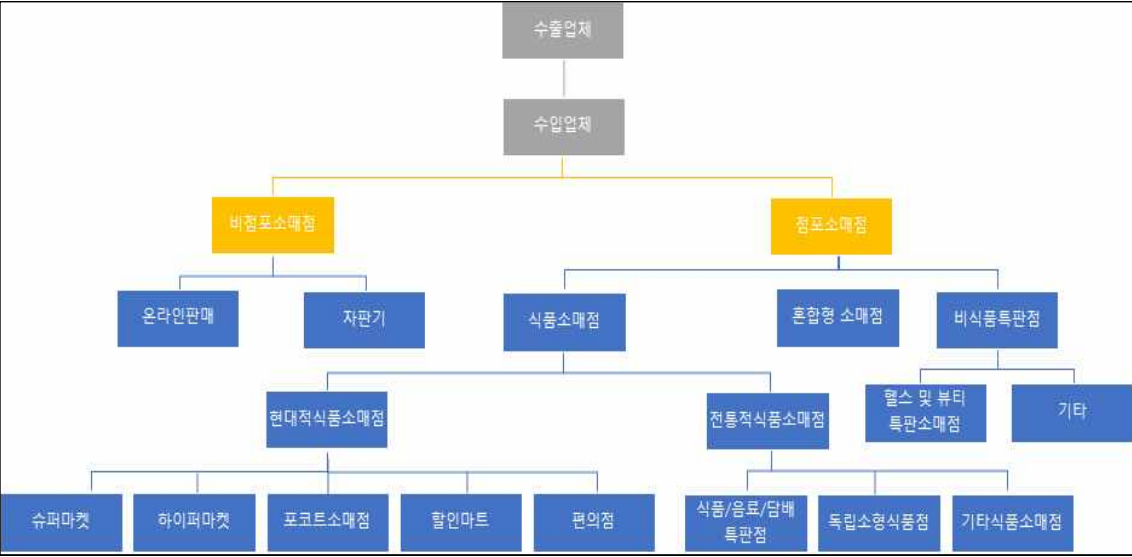
1. 유통채널 개황
2. 주요 유통채널 분석

1. 유통채널 개황

□ 스낵 시장의 유통채널

- 개괄적인 미국의 스낵 유통구조는 그림 6.1과 같음
 - 스낵의 주 유통채널은 점포소매점으로서, 약 96%의 매출비중을 차지함
 - 비점포소매점인 온라인 판매 비중이 급격히 증가하는 추세이나 여전히 절대적 비중은 크지 않음
- 점포소매점 중 스낵이 가장 많이 유통되는 채널은 슈퍼마켓으로 매출액 비중의 약 37.3% 차지

그림 6.1 스낵시장의 유통구조



1) 오프라인 유통채널

□ 주요 점포소매점 채널은 슈퍼마켓

- 슈퍼마켓과 하이퍼마켓, 포코트소매점을 통한 스낵의 매출액 비중이 연간 약 72%를 상회하고 있음
- 유로모니터에 따르면 2014년~2018년 식품소매점의 매출액 비중이 소폭 하락하여 76.7%에서 76.0%로 0.7%p 감소

표 6.1 주요 오프라인 유통업체

점 포 소매점			
내셔널체인 슈퍼마켓		로컬체인 슈퍼마켓	
Target		Whole Foods Market	
costco		Trader Joe's	
Walmart		Wegmans	
아시안마트(한인마트)		할인마트	
H Mart		99 Cents Only Stores	
갤러리아 마켓		Food 4 Less ²⁷⁾	
편의점			
7-Eleven		CVS	

자료: 현지조사원

2) 온라인 유통채널

□ 비점포소매점인 온라인쇼핑몰을 통한 판매량 급증

- 2014년 0.8%를 기록했던 온라인 판매 비중은 2018년 2.1%로 약 3배까지 증가할 전망
 - 식품 분야 온라인 쇼핑몰 1위 기업인 Amazon의 2017년 스낵 매출액은 전년 대비 42% 증가한 2,150만 달러를 기록

□ 배송 서비스의 발달이 온라인 유통 채널의 성장 견인

- 미국은 지리적 특성 상, 구매활동을 위한 이동 거리가 긴 편으로 소비자 편의성을 고려한 배송서비스가 인기를 얻고 있는 추세
- 따라서 대부분의 유통 기업은 식품 배송서비스를 도입했으며 서비스는 안정화 단계를 지나 차별화 및 서비스 세분화를 시도하고 있음
 - Instacart는 유통업체가 아닌 배송서비스 전문 업체로 190개의 유통업체와 제휴 하에 신선제품부터 냉동, 가공식품까지 저렴한 비용으로 배송²⁷⁾
 - Walmart가 운영하는 배송서비스를 2가지로 구분, Walmart Free 2day Shipping은 모든 품목에 대한 배송을 2일 내 제공하나 신선식품과 냉동식품을 배송서비스에서 제외하고 있으며 Walmart Grocery의 경우 식품을 당일 배송한다는 장점이 있으나 6개 지역으로 한정
 - Amazon의 Amazon Prime Now는 프라임 멤버십 회원만을 대상으로 30개 지역에서 서비스하고 있어 허들이 높으며 Amazon Fresh 배송서비스는 오전 10시 주문 시 오후 배송으로 신선식품에 최적화된 서비스로 평가받고 있으나 일부 지역에서만 시행
 - 2018년 8월 16일 주요 유통기업 중 하나인 Kroger는 자사 슈퍼마켓 체인점인 Giant의 첫 배송서비스를 도입할 계획을 발표, Arizona 피닉스 지역에 한하여 시범적으로 시행할 예정²⁹⁾

27) Food4Less (미국 주류 마켓인 Ralphs를 소유하고 있는 Kroger가 운영하는 저가마켓. 주소비층은 중남미 사람들 및 저소득층)

28) USA TODAY(2018.02.21.)

29) USA TODAY(2018.08.16)

2. 주요 유통채널 분석

1) 내셔널체인 체인 슈퍼마켓(National Chain Supermarket)

□ Target

기업 개요			
	- 미국 전역에 251개 매장이 존재하는 종합유통채널로 대형 할인 마트로서 Walmart 뒤를 이은 2위 기업 - 업계 1위인 Walmart에 대한 차별화로 젊고 감각적인 이미지로 포지셔닝하고 있음		
D-U-N-S Number	00-696-1700	설립년도	1902년
본사 위치	1000 Nicollet Mall Minneapolis, Minnesota, 55403-2542, United States	점포 수	251개
대표전화	612-304-6073	홈페이지	https://www.target.com/
세부사항	- Walmart가 식품유통채널을 세분화하는 마케팅 전략으로 Walmart Supercenter을 분리한 것처럼 Target도 SuperTarget 사업 전개 - 시장 특성에 따라 도시형 마트인 CityTarget과 편의점 형태인 Target Express로 브랜드 확장		
매장전경			

자료: 현지조사원(Target, 2018.07.21.), Target 홈페이지, D&B Hoover's

□ Costco

기업 개요			
	- 회원제로 운영되는 창고형마트로 Walmart와 Sam's Club의 회원 규모를 앞섬 - 미국 44개 주를 비롯해 한국, 호주, 스페인과 같은 해외지점을 포함하여 9천만 명의 회원 수 확보 - 약 3,700개 제품을 유통하고 있으며 보험과 여행과 같은 서비스 상품도 판매		
D-U-N-S Number	10-339-1843	설립년도	1976년
본사 위치	999 Lake Dr Ste 200 Issaquah, Washington, 98027-5367 United States	점포 수	519개
대표전화	425-313-8100	홈페이지	https://www.costco.com/
세부사항	- 세계 최초로 회원제 마트 컨셉을 도입 - 2018년 7월 기준 전 세계에 751개 지점을 운영하는 세계 최대 규모의 유통기업 - 미국을 비롯한 캐나다, 멕시코, 영국, 일본, 한국, 대만, 호주, 스페인, 아이슬란드, 프랑스에 입점 - 대량 포장 제품을 저가에 공급하는 특징이 있어 개인사업자 혹은 대가족을 소비패턴에 적합한 채널		
매장전경	 		

자료: 현지조사원(Costco, 2018.08.04.), Costco 홈페이지, D&B Hoover's

2) 로컬 체인 슈퍼마켓(Local Chain Supermarket)

□ Whole Foods Market

기업 개요			
	- 홀푸드마켓은 미국에서 유일하게 유기농식품만을 전문적으로 판매하는 슈퍼마켓 체인점 - 현재 미국과 캐나다 영국에 지점이 설립되어 있으며 체인점을 운영하고 있음(전 세계 약 91,000명의 직원)		
D-U-N-S Number	09-373-5686	설립년도	1980년
본사 위치	550 Bowie St Austin, Texas, 78703-4644 United States	점포 수	479개
대표전화	512-477-4455	홈페이지	https://www.wholefoodsmarket.com/
세부사항	- 기업 미션을 ‘고품질과 건강한 식품을 제공하여 소비자의 건강과 활기 증진’ 정하고 인공첨가제와 복제동물을 원료로 하는 제품 판매를 금지함 - 2017년 8월 28일 아마존에 인수합병됨		
매장전경	 		

자료: 현지조사원(Whole Foods Market, 2018.07.25.), Whole Foods Market 홈페이지, D&B Hoover's

□ Trader Joe's

기업 개요			
	- 미국 40개 주에 약 480개의 지점을 운영하고 있는 식품 유통기업으로 고퀄리티 제품을 취급함		
	D-U-N-S® Number	00-622-6666	설립년도 1958년
	본사 위치	800 S Shamrock Ave Monrovia, California, 91016-6346 United States	점포 수 479개
	대표전화	626-599-3700	홈페이지 www.traderjoes.com
세부사항	- 'your neighborhood grocery store' 컨셉으로 소비자와 친숙한 이미지 - 약 4,000개의 제품 취급하는 대형업체 - 질 좋은 자사 브랜드PB(Private Brand) 제품 비중이 높아 고객의 로열티로 높은 편임		
매장전경	 		

자료: 현지조사원(Trader Joe's, 2018.07.25.), Trader Joe's 홈페이지, D&B Hoover's

3) 아시아 마켓(한인마트)

□ Galleria Plaza

기업 개요				
	- 미국 LA 한인타운에 위치한 종합쇼핑몰인 갤러리아플라자는 쇼핑몰, 푸드코트, 한인마켓으로 구성되어 있음 - 한국의 의류, 화장품, 식당 브랜드가 일부 입점해 있으며 대부분 개인사업자 매장 - 한국인이 운영하는 미용실, 안경점, 이동통신 대리점이 위치한 복합공간			
	D-U-N-S Number	-	설립년도	1980년
본사 위치	3250 W Olympic Blvd. #400 Los Angeles, CA. 90006	점포 수	2개	
대표전화	323-733-6000	홈페이지	http://galleriasc.com/	
세부사항	- 갤러리아 플라자의 한인마트 브랜드만 버몬트주에 별도로 운영하고 있음			
입정 방법	유통사 혹은 브로커를 통해서 수출			
	한인마트 브로커	Remond Grocery Corp.	삼진 글로벌넷	Jayone Foods, Inc.
	전화번호	323-262-7500	02-3299-0900 (한국)	562-633-7400
매장전경				
				

자료: 현지조사원(Galleria Plaza, 2018.07.22), Galleria Plaza 홈페이지, D&B Hoover's

4) 할인마트

□ Food4Less

기업 개요			
Food4Less	- 주요 슈퍼마켓 대비 저렴한 가격으로 식품을 유통하는 기업 - Kroger가 운영하는 29개의 자회사 중 하나		
D-U-N-S® Number	09-407-6525	설립년도	1977년
본사 위치	1132 W Branch Street Arroyo Grande, California, 93420-1906 United States	점포 수	약 140개
대표전화	805-481-1276	홈페이지	https://www.food4less.com/
세부사항	- 저가격 전략으로 서비스 비중을 낮춰 수익을 창출하는 사업구조 - 'Zero Hunger and Zero Waste'를 기업 비전으로 정해 기업의 사회적 책임과 친환경 경영 이미지를 강조 - 캘리포니아, 일리노이, 인디애나, 오하이오를 중심으로 매장 운영		
매장전경	 		

자료: 현지조사원(Food4Less, 2018.07.25.), Food4Less홈페이지, D&B Hoover's

❖ [현지 소비자 인터뷰]

구분	 <40대 히스패닉 남성>	 <30대 백인 여성>
Q1: 제품 구입 시, 고려 요소는 무엇입니까?	아내를 위해 건강한 성분의 제품을 구매하는 편이나 너무 고가의 제품은 피함	글루텐프리 제품을 선호함. 아이들을 위해 유기농제품을 구매하고 있으며 나를 위한 제품은 건강과 맛을 균형적으로 고려하여 구매하는 편
Q2: 수입산 제품을 선호하십니까?	수입산과 국내산에 상관없이 맛을 최우선적으로 고려	식료품 구매 시, 수입품을 별도로 진열해둔 판매대를 따로 살펴해보지 않으며 수입산 제품에 대한 선호도는 없음
Q3: 한국 산 스낵을 경험한 적이 있습니까?	한국 산 스낵을 여러 종류를 먹어봤지만 누룽지를 알지 못함. 쌀로 만든 스낵을 먹어봤지만 너무 건조하고 싱거워서 구매할 의사는 없음	한국인 친구를 통해 알게 된 한국 스낵을 때때로 구매하나 한국산 쌀과자를 먹어본 적은 없음. 누룽지는 모르지만 스시를 파는 음식점에서 누룽지와 비슷한 음식(spicy tuna on crispy rice)을 먹어본 경험이 있음
Q4: 선호하는 수입식품 품목 및 원산지가 있습니까?	멕시코인이라 멕시코 수입식품을 구매하며 아시안 식품을 구매하지 않음	없음

❖ [현지 유통채널 담당자 인터뷰]

	 <Trader Joe's 매니저>	 <C사(한국) 직원>
유통 경로 컨택 포인트	본사 바이어와 직접 컨택하여 공식적인 유통 절차를 거쳐야 함	대형 마켓에 납품하려면 브로커 를 통해야함. C사는 예전보다 규모도 커지고 공장도 세웠지만 여전히 브로커를 통해 납품을 하고 있음. 트레이더 조에 OEM 으로도 C사 제품(만두)이 납품 되고 있음
소비자 소비 트렌드	건강한 음식에 대한 관심이 증대 되고 있음. 무조건적인 글루텐프 리 선호 현상에 대한 회의적인 시각이 대두되고 있지만 소비자는 아직까지 글루텐프리 제품을 맹신하는 경향이 높음	영양학적으로 건강한 제품을 선호
한국산 제품(or 아시아 제품)의 강점	미국 전역에 대한 의견은 모르 지만 LA에서 한식의 인기가 많 아지는 추세임. 당사에서 유통 하는 아시안제품의 비중도 늘고 있음.	한국음식은 건강하다는 인식이 있기 때문에 한식의 이미지를 통한 마케팅이 효과적임
해당 품목과 관련하여 유의해야 하는 법규 및 규제	잘 모르겠음	모든 원재료가 유기농이어야 유 기농 인증을 획득할 수 있어 허 들이 높은 편임. 누룽지의 경우 원재료가 많지 않아 유기농 인 증을 받기 수월할 것으로 예상 됨. 인증 소비자의 신뢰를 높이 는데 도움이 되지만 발급 비용 이 비싸기 때문에 선택적으로 인증을 받는 것이 도움이 됨
한국제품(or 아시아 제품)을 유통하며 어떠한 제품이 인기가 많은가?	김과 만두	왕만두(왕교자)

❖ [현지 조사원 의견]

쌀스낵으로서 낮은 인지도

일반 마켓에 들어가 있는 쌀스낵들은 대부분 미국 대기업에서 만드는 제품들이었고, 누룽지와는 맛과 식감 등 차이가 큼. 한국에서도 익숙한 쌀과자인 Crunchy Rice Roller는 Chef Bobo Brand, Inc라는 미국기업에서 제조와 유통을 하고 있어 미국인들도 꽤 친숙하게 느끼는 제품이 되었지만 누룽지는 주류시장에서 여전히 생소한 제품임

누룽지의 영어식 표기는 직관성이 떨어짐

2014년에 발표한 번역 표준안 자료에 따르면 누룽지의 영어표현은 'scorched rice'임. 누룽지에 대해 생소한 미국인들에게는 탄 음식/스낵으로 받아들일 소지가 많기 때문에 접근성이 떨어지는 영어식 표현이라고 생각됨

자극적인 맛에 익숙한 미국인의 입맛

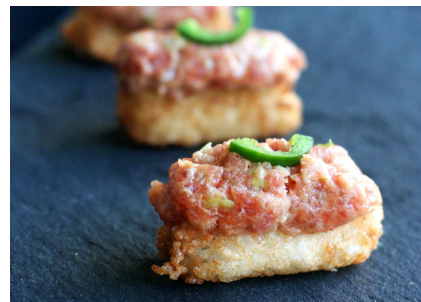
미국 내 대기업에서 제조하는 쌀/현미를 사용하는 제품들은 대부분 양념이나, 조미료, 혹은 설탕 등을 이용해서 감칠맛을 내고 있음. 개인적으로 가장 비슷하다고 생각했던 제품인 Perfectly Crisp Quinoa도 치즈로 풍미를 더했음. 그에 비해 일반 누룽지는 대부분 현미가 주재료거나 현미가 유일한 재료이기 때문에 미국인들에게는 조금 싱겁게 느껴질 것이라 생각됨

'김'처럼 기회시장을 포착

제품화된 누룽지는 대개 미국인을 대상으로 운영하는 마트가 아닌 아시안마트 혹은 한인 마켓에서 취급하고 있었음. 주류 마켓에서는 볼 수 없는 제품이기에 가능성이 없는 건 아니지만, 위에서 언급한 대로 아직은 접근성이 떨어짐. 김 같은 경우는 처음에는 인식이 별로 좋지 않았던 음식인데 (특이한 식감, 특이한 맛, 색깔), 지금은 미국 시장에서 가장 선호하는 아시안 제품 중 하나가 되었음

인지도는 낮지만 식재료로써 사용범위 확대

소비자 인터뷰에서 언급되었던 'spicy tuna on crispy rice'의 경우는 많은 스시집에서 볼 수 있는 메뉴임. 미국인들이 누룽지를 인식하고 음식을 접하는 것은 아니지만 이러한 방법으로 누룽지가 소비되고 있고 누룽지에 친숙해지고 있음을 의미함



미국시장에 맞춤형 제품개발과 건강한 이미지를 내세운 마케팅 필요

주류시장의 진입장벽은 매우 높아 보이지만 맛에 다양성을 가지고 건강한 이미지를 유지한다면 좋은 결과로 이어질 수도 있다고 생각함

[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. 「Top Reason US Consumers Say They Snack Is To Treat Themselves」, Mintel, 2017.6.13.
2. 「US Snacking Motivations and Attitudes Market Report」, Mintel, 2017.06.
3. 「2017 State of the Snack Food Industry」, IRI, 2017.04.18.
4. 「10 Food Trends That Will Shape 2018」, Forbes, 2017.12.13.
5. 「Improving the quality and range of gluten-free snacks and baked goods」, Prepared Foods, 2018.05.29
6. 「CVS Pharmacy makes Times Square debut」, Chain Drug Review, 2017.09.27.
7. 「Convenience Trends Driving Disruption in Packaged Food」, Euromonitor International, 2018.02.28
8. 「Mind Over Milkshakes: Mindsets, Not Just Nutrients, Determine Ghrelin Response」, Alia J. Crum, William R. Corbin, American Psychology Association,, 2011.07.
9. 「U.S. International Trade in Goods and Services Report」, United States Census Bureau, 2018.06.04.
10. 「Online Grocery Sales To Reach \$100 Billion In 2025; Amazon Is Current And Future Leader」, Forbes, 2018.01.18.
11. 「Kroger's will start driverless grocery delivery in this town」, USA TODAY, 2018.08.16.
12. 「How Amazon Prime Now compares to Instacart, Walmart and other grocery delivery rivals」, USA TODAY, 2018.02.21.
13. 「2018 미국 스페셜티(Specialty) 식품 시장」, aT한국농수산물유통공사, 2018.06.30.
14. 「주요국의 조세제도」, 한국조세연구원, 2011.04

■ 참고 사이트

1. Dun & Bradstreet(www.dnbcountryrisk.com/)
2. Bureau of Economic Analysis(<http://www.bea.gov/news/glance>)
3. Euromonitor International(<http://www.portal.euromonitor.com/>)
4. International Trade Centre(www.trademap.org)
5. Korea Town Galleria(<http://koreatowngalleria.com>)
6. Trader's Joe(<https://www.traderjoes.com>)
7. Whole Foods Market(<https://www.wholefoodsmarket.com>)
8. Target(www.target.com/)
9. Lundberg Family Farms(www.lundberg.com)
10. Mondelez International(www.mondelezinternational.com)

11. Amazon(www.amazon.com)
12. Walmart(<http://walmart.com/>)
13. United States International Trade Commission(www.usitc.gov)
14. U.S. Customs and Border Protection(www.cbp.gov/)
15. K-stat(<http://stat.kita.net/>)
16. Food4Less(<https://www.food4less.com/>)
17. Biz Care(biz-care.kr)
18. NQA(www.nqa.com)
19. 통합무역정보서비스(<http://www.tradenavi.or.kr>)
20. 농식품수출정보(www.kati.net/)
21. 한국품질보증원(www.kqa.co.kr)
22. 산업통상자원부(<http://www.motie.go.kr>)
23. 대한민국 관세청(<http://www.customs.go.kr>)
24. 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do)
25. 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr/kcshome/getBuRyuList.po)

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No 1805-13

품 목 : 쌀스낵(Rice Snack)

국 가 : 미국(United States of America)

보고서 기획 및 작성

- 한국농수산물유통공사

발 행 일 2018

발 행 처 한국농수산물유통공사 수출정보부

(58217) 전라남도 나주시 문화로 227

02-6300-1119 <http://www.kati.net>

자료문의 aT수출정보부

02-6300-1119

○ 본 자료는 원본으로 본문 전체는 한국농식품유통공사 농수산물수출정보 사이트 www.kati.net에서
보실 수 있습니다.

○ 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.

○ 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전제, 복사는 법에 저촉됩니다.