한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

# 2018 농식품 해외시장 맞춤조사

No. 1808-23

품 목 : 냉동 채소(Frozen Vegetable)

국 가 : 미국(USA)

# Contents

# Ⅰ. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 식품 산업현황
3. 수출입통계

## 국가 개요

넓은 영토와 풍부한 물적 및 인적 자본의 이점을 활용하여 세계 경제를 주도하는 가장 부유한 국가로 성장. 기술 및 항공산업과 같은 혁신산업 분야에서 강점을 확보하고 있어 경제적 전망이 매우 긍정적이며, 태평양과 대서양 사이에 위치함으로써 지리적 이점도 보유

달러화(USD)는 국제무역시장에서 가장 안정적이고 신뢰성 높은 화폐로 인정되어 국제 표준 화폐로 통용 중. 또한, 경제 활동에 대한 정부의 시장 개입이 거의 없는 자유시장경제 체제를 채택하고 있으며, 소비지향적 특성이 강한 내수 중심의 경제구조임. 이러한 경제적 특성은 GDP 대비 가계소비 비중이 68%라는 것을 통해 확인 가능

지난 15년 동안의 복지지출 증가와 중산층의 실질임금 하락에도 불구하고 경제는 지속적으로 성장. 그러나, 8,000억-2조 2,000억 US달러에 달하는 재원 없는 연금부채와 GDP 대비 102% 수준의 개인 부채는 국가 경제 성장을 저해하는 주요 요인으로 꼽힘. 또한, 금융서비스산업에 대한 적절한 규제의 부재는 미국에서 시작되어 전세계로 확산된 2008년 글로벌 금융위기의 원인으로 작용함

### 주요 정보

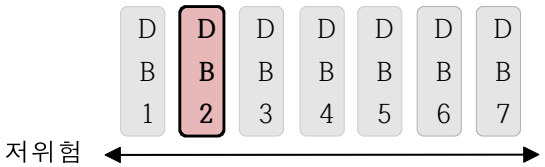
- 국명: 미합중국(United States of America)
- 수도: 워싱턴 D.C
- 대통령: 도널드 트럼프(Donald Trump) (2017.1.20.-(4년 임기))
- 인구:
  - 3억 2,500만 명(2017)
- 면적: 9,826,675km$^2$(세계 4위)
  - 북부와 남부가 각각 캐나다, 멕시코와 국경을 마주함
  - 서부는 태평양, 동부는 대서양과 접함
- 주요어: 영어, 스페인어
- 주요 도시: 뉴욕, 샌프란시스코, 휴스턴, 애틀란타, 시카고 등
- 1인당 국민소득: 61,735 US달러(2017)
- GDP: 191,640억 US달러(2017)
- 1인당 GDP: 59,063 US달러(2017)
- 경제성장률: 2.3%(2017)
- 화폐단위: US달러(USD)[1)]
- 인터넷 보급률: 76.2%(2017)
- 문맹률: 0.01%
- 기대수명: 79.2세


자료: 「Country Insight Report United States of America October 2018」, Dun & Bradstreet, 2018. 9. 13

1) 1USD = 1,122.50 KRW(KEB 하나은행 매매기준율 기준, 2018.11.07.검색)

# 1. 수출환경 및 경제지표

## □ 국가 위험등급 및 전망[2)]




| 등급 | 등급전망 |
|---|---|
| DB2 | 안정적 |

자료:「Country Insight Report United States of America October 2018」, Dun & Bradstreet, 2018. 9. 13

## □ 주요 전망

| 구 분 | 세 부 내 용 |
|---|---|
| **긍정적** | - 풍부한 인적자원과 소비시장 규모가 내수 경제의 안정화에 기여<br>- 달러 화폐의 가치 상승은 경제 성장을 견인할 주요 요인<br>- 기업세(corporate tax) 삭감으로 인한 기업들의 경제활동 활성화가 기대됨 |
| **부정적** | - 보호무역정책 강화로 국가 간 무역 관계에 긴장감 재점화. 다자주의 무역 원칙 고수로 연쇄적인 갈등이 발생할 가능성이 높음<br>- 자산 가치의 변동성이 큰 편으로 실물경제에 대한 전망은 비관적 |

자료:「Country Insight Report United States of America October 2018」, Dun & Bradstreet, 2018. 9. 13

2) D&B의 국가위험등급은 전 세계 132개 국가를 대상으로 각 국가별 정치, 경제, 사회적 측면의 다양한 요소를 수집, 조사, 분석하여 국가별 투자 및 상거래 위험 수준을 측정한 지표임. 대/내외 안보상황, 정책의 방향성 및 지속성 등의 '정치적 환경', GDP 성장률, 인플레이션율, 무역규모, 재정 및 통화정책, 재정 균형 등의 '경제 및 상업환경', 제도적 투명성, 사법체계, 계약의 준수 정도, 부패지수 등의 '사회적/ 제도적 환경' 등을 모두 반영하며, 약 9개 항목으로 구성된 국가위험지표 테이블에 따라 산출됨(자료: D&B Country Risk Indicator, Dun & Bradstreet)

## □ 주요 거시경제 지표

o 2018년 경제성장률은 2017년 대비 0.6%p 상승한 2.8%를 기록할 전망

- 미국 상무부 경제분석국(Bureau of Economic Analysis)에 따르면, 2018년 1분기 경제성장률이 2.2%를 기록하였으며, 2분기에는 4.1%로 상승할 것으로 예상
- 2분기 주요 경제 성장 요인은 가계소비지출 및 수출의 증가, 정부지출의 확대 등

o 산업적 측면에서 2018년 1분기 22개 산업군 중 14개 산업군의 경제성장 기여도가 약 90% 수준인 2.0%에 달하는 것으로 분석됨

- 2018년 1분기 경제 성장을 견인한 주요 산업은 부동산업, 임대업, 정보산업, 비내구재 제조업으로 확인됨

o 2018년 1분기 무역적자는 1,241억 달러[3]로 2017년 4분기 대비 약 6.9% 증가

- 무역적자는 2017년 4분기와 2018년 1분기의 국내총생산(GDP)이 각각 2.4%, 2.5%로 하락하는 데 영향을 미침

o 가계 소득 증가와 기업세 삭감으로 가계소비가 증가하고 내수경제가 활성화될 전망이나 물가상승률이 이를 다소 억제할 것으로 예상

**표 1.1 주요 거시경제 지표**

(단위: %)

| 구분 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018f | 2019f | 2020f | 2021f | 2022f |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 경상수지/GDP | -2.2 | -2.3 | -2.3 | -2.6 | -2.6 | -2.7 | -2.7 | -2.8 |
| 재정수지/GDP | -2.4 | -3.2 | -3.5 | -4.0 | -4.6 | -4.6 | -4.9 | -5.4 |
| 물가상승률 | 0.1 | 1.3 | 2.1 | 2.5 | 2.3 | 2.2 | 2.1 | 2.1 |
| 경제성장률 | 2.9 | 1.6 | 2.2 | 2.8 | 2.3 | 2.0 | 1.8 | 2.1 |
| 실업률 | 5.3 | 4.9 | 4.4 | 4.0 | 3.8 | 4.0 | 4.2 | 4.3 |

자료: 「Country Insight Report United States of America October 2018」, Dun & Bradstreet, 2018. 9. 13

## □ 무역통상 환경

o 수출 대비 수입 규모가 매우 큰 불균형한 무역 구조

- 미 기준금리 인상, 미-중 무역분쟁 지속 등의 영향으로 달러화 강세는 당분간 이어질 전망임. 이러한 리스크 요인들이 중첩적으로 작용할 경우 신흥국 금융불안으로 확산될 가능성에 유의해야 함

o 기존 자유무역주의가 강력한 보호무역주의로 회귀함에 따라 무역통상환경에 급격

3) 본 보고서의 달러는 미달러화를 기준으로 함

한 변화 초래

- 트럼프 정부는 주요 교역국과의 다자간 재협상에 앞서 보호무역주의를 표방하며 궁극적으로 미국 노동자와 기업의 이익을 최우선시 하는 정책의지 표명
- 미국 무역 정책의 방향성은 트럼프 정권 중기에 보다 명확해질 것으로 예상됨
- 이러한 미국 주도의 보호무역주의는 장기적으로 탈세계화(de-globalization)를 촉발시킬 수 있어 주목됨

## □ 위험 및 기회요소

| 구 분 | 세 부 내 용 |
|---|---|
| 위험 | **글로벌 투자 유치 기조 하락**<br>▸ 정책 입안과정에서 민주당과 공화당 간 소모적 대립을 반복하는 경향이 있으며, 이는 글로벌 투자유치에도 걸림돌로 작용<br>• 미국 정부 주도의 북미자유무역협정(NAFTA) 재협상은 전 세계적으로 경제 협력관계의 불안정성을 증폭시키는 기조를 형성<br>**소득의 양극화 심화**<br>▸ 중간층의 소득 하락 현상과 더불어 소득 불균형 심화는 가구 소비에 악영향을 미칠 것으로 전망<br>**정부의 보호무역정책 강화**<br>▸ 미국의 관세 정책이 완화될 것이라는 낙관적인 전망과는 반대로 미국 정부의 새로운 보호무역 강화 정책으로 국가 간 무역거래의 긴장 및 갈등이 촉발됨<br>• 미국의 EU산 철강 및 알루미늄에 대한 추가 관세부과로 시작된 미국-EU 간 무역 분쟁이 신발, 의류, 자동차 등에 대한 상호 간 보복관세 부과 등으로 격화되고 있음<br>• 또한, EU 외에도 캐나다, 멕시코 등의 주변국, 인도 등과도 추가 관세 부과로 인한 무역 분쟁 발생<br>• 특히, G2인 미국과 중국 간 무역 갈등이 심화되는 상황으로, 미국의 중국산 제품에 대한 10%(약 2천만 달러)의 추가 관세 부과 방침에 대해 중국의 대응조치가 예상됨 |
| 기회 | **미국의 경제 성장은 당분간 지속될 전망**<br>▸ 2018년 경제 성장요인은 숙련된 인적자원과 소비 활성화, 그리고 기업세(corporate tax) 삭감으로 인한 기업들의 투자 활성화로 분석됨<br>• 미국 경제는 안정기에 접어들었으며 역사상 두 번째로 긴 장기적인 경기 팽창을 기록하고 있음<br>• 세계 주요 통화의 화폐 가치가 하락하는 추세에도 불구하고 달러 가치는 점진적인 상승세에 있음<br>• 기업세(corporate tax) 개혁이 기업들의 경제 활동을 촉진함으로써 단기 경제 성장을 견인함<br>**자본력과 혁신기술, 노동시장의 유연성이 미국의 장기적인 경제성장을 견인**<br>▸ 미국 경제는 2017-2021년 연평균 2.0-2.5%의 성장률을 기록할 것으로 전망 |

| | |
|---|---|
| | • 디레버리징과 비효율적 제도는 부정적 요인, 부동산 및 사업투자 활성화, 신성장 동력 개발은 경제 성장의 긍정적 요인으로 분석되며, 이러한 요인들의 균형구조에 따라 경제성장률은 가변적일 것으로 예상 |

자료:「Country Insight Report United States of America October 2018」, Dun & Bradstreet, 2018. 9. 13

## 2. 식품산업 현황

### 1) 냉동 즉석식품 산업 현황

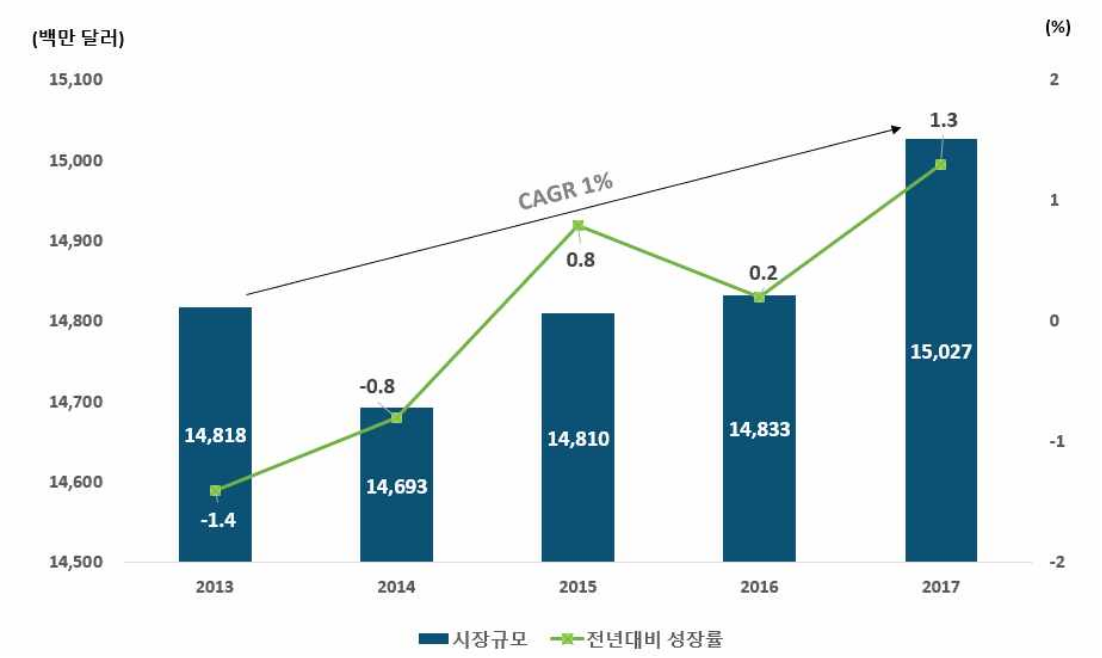
□ 시장 규모

o 2017년 시장 규모는 약 150억 달러(약 16조 8,375억원)이며, 최근 5년간(2013-2017년) 연평균성장률은 1%임

- 건강식을 찾는 소비자 증가로 인공첨가물이 많이 함유된 식품에 대한 기피 현상이 뚜렷해지면서, 냉동 즉석식품에 대한 수요는 2008년 이후 감소하는 양상을 보였음
- 그러나 2014년 이후 냉동 즉석식품 시장은 다시 성장세로 전환. 이는 냉동식품 업계가 부정적인 소비자 인식에 대응하기 위해, 유기농과 글루텐 프리 제품 등 건강하고 영양소가 풍부한 양질의 제품을 출시한 결과 등이 일부 반영된 것으로 분석됨

**표 1.2 미국 냉동 즉석식품 시장규모 및 전년대비 성장률(2013-2017)[4)]**

(단위: 백만 달러, %)

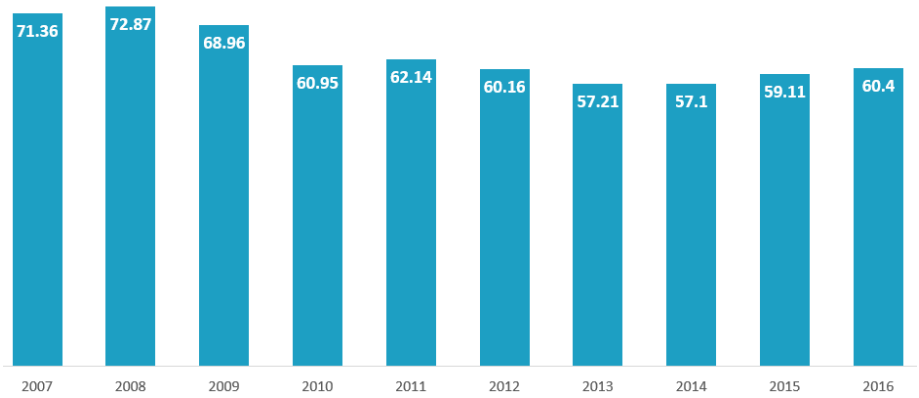



자료: Euromonitor International

4) 냉동피자(Frozen Pizza)를 제외한 시장규모임

표 1.3 미국 1인당 냉동식품 평균 소비액 변동 추이(2006-2016)

(단위: 달러)




자료:Statista(www.statista.com)

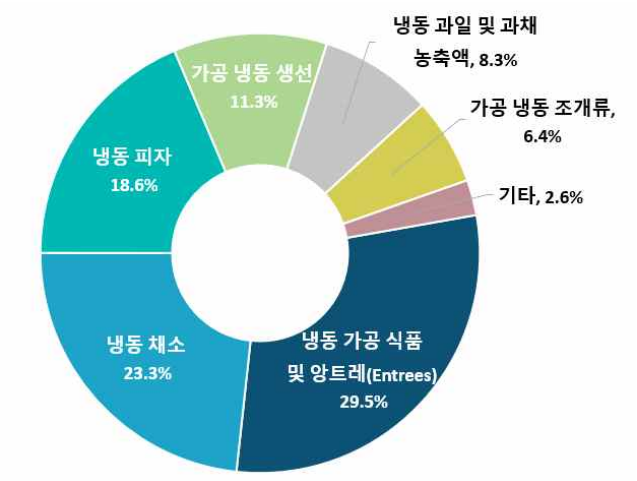
## □ 시장 특성

o 냉동 가공식품 및 앙트레(Entrees)[5]가 미국 냉동 즉석식품 시장의 29.5%를 차지하여 1위를 기록함

- 그 다음으로는 냉동 채소 23.3%, 냉동 피자 18.6%, 가공 냉동 생선 11.3%, 냉동 과일 및 과채 농축액 8.3%, 가공 냉동 조개류 6.4% 순임

표1.4 미국 냉동 즉석식품 품목별 비중 현황(2017)

(단위: %)




자료: IBISWorld(www.ibisworld.com)

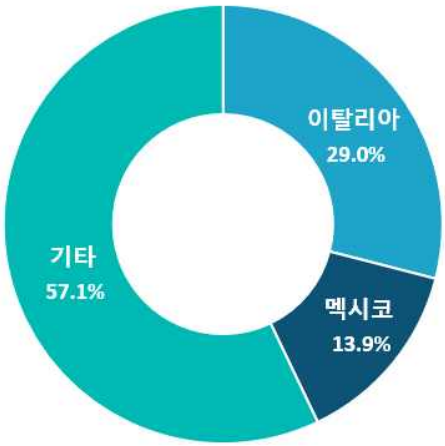
5) 앙뜨레(entrée): 식당이나 만찬에서 주요리. 또는 주요리 앞에 나오는 요리

o 이국적인 맛에 대한 수요 증가, 이탈리아와 멕시코 제품이 가장 인기

- 아시아와 중남미, 지중해 등 이국적 음식에 대한 관심이 커지면서 이들 국가의 냉장 및 냉동 즉석식품 제품이 인기를 얻고 있음
- 이탈리아 식품이 냉동 즉석식품 부문 시장점유율 29%를 기록하며 1위를 차지. 가장 인기 있는 브랜드는 스파게티 O(SpaghettiOs)와 셰프 보야르디(Chef Boyardee)임
- 미국 내 히스패닉 인구 증가로, 멕시코 음식에 대한 수요가 증가함. 가장 인기 있는 멕시코 냉장 및 냉동 제품은 에이미 냉동 부리토(Amy' S Frozen Burrito)와 타코 키트(Taco Kit) 등이 있음
- 미국인들이 에스닉 푸드(Ethnic food)[6]에 매료되면서, 이국적인 맛을 찾는 트렌드가 장기화될 전망. 이에 따라 식품업계는 서로 다른 나라의 음식을 접목한 퓨전 에스닉 푸드 출시 등 신메뉴 개발에 집중하고 있음

**표1.5 미국 에스닉 냉동 즉석식품 시장점유율(2017)**

(단위: %)




자료: IBISWorld(www.ibisworld.com)

## 2) 냉동 채소 산업 현황

### □ 시장 규모

o 2017년 시장 규모는 약 34억 달러(약 3조 8,165억원)이며, 최근 5년간(2013-2017년) 연평균성장률은 0.7%임

6) 에스닉 푸드(Ethnic food): 이국적인 느낌이 나는 제3세계의 고유한 음식을 이르는 말임. 주로 동남아, 아프리카, 중동, 유럽 지역의 전통음식이 포함됨 (자료: 박문각 시사상식사전)

- 냉동 채소 시장은 2014년 전년 대비 -4% 감소한 이후, 매년 1%대의 완만한 성장세를 유지하고 있음. 미국 소비자의 '신선' 하고 '천연 상태' 의 식품에 대한 높은 선호도가 냉동 채소 시장 성장의 제약요인이 되고 있는 것으로 분석됨

o 향후 5년간(2018f-2022f) 미국 냉동 채소 시장은 연평균 3.1% 성장하여, 2022년에는 약 39억(약 4조 4,417억원)에 달할 전망임

- 야채로 만든 쌀 및 면 제품, 야채 핑거푸드(Vegetable Tots), 콜리플라워 피자 등 최근 건강 트렌드를 반영한 고부가가치 제품이 향후 냉동 채소 시장의 성장을 견인할 것으로 보임

- 방부제와 같은 화학적 성분이 함유된 제품을 기피하는 소비자 구매 습관이 형성되면서, 상온 보관(shelf stable) 채소 제품에 대한 수요가 점차 냉동 채소 제품을 대체할 것으로 예상됨

**표1.6 미국 냉동 채소 시장규모 및 전년대비 성장률(2013-2017)**

(단위: 백만 달러, %)


자료: Euromonitor International

**표1.7 미국 냉동 채소 시장규모 및 전년대비 성장률 전망(2018f-2022f)**

(단위: 백만 달러)

| 년도 | 2018f | 2019f | 2020f | 2021f | 2022f |
|---|---|---|---|---|---|
| 시장 규모 | 3,504 | 3,614 | 3,729 | 3,835 | 3,957 |
| 연간 성장률(%) | 2.9 | 3.2 | 3.2 | 2.8 | 3.2 |

자료: Euromonitor International

## □ 시장 특성

o 가장 인기 있는 냉동 채소 품목은 청녹두(Green Peas)로, 2017년 미국 냉동창고의 약 17.4%(186,269톤)를 점유한 것으로 확인됨

- 그 외 미국 냉동창고의 점유 비중은 스위트콘 커팅 16.0%(171,189톤), 완두 9.0%(96,387톤), 당근 7.9%(84,570톤), 스위트콘 속대 7.7%(82,519톤) 등 순임

o 2018년에는 스위트콘 커팅이 청녹두를 제치고, 냉동창고 최다 점유율을 확보할 것으로 전망됨

- 그 외, 주요 냉동 채소 품목 중 스위트콘 속대, 브로콜리 및 양파의 점유율이 2018년 전년 대비 다소 증가할 것으로 예상됨

**표1.8 미국 냉동 채소 냉동창고 점유 현황(cold storage holdings)[7)]**

(단위: 톤, %)

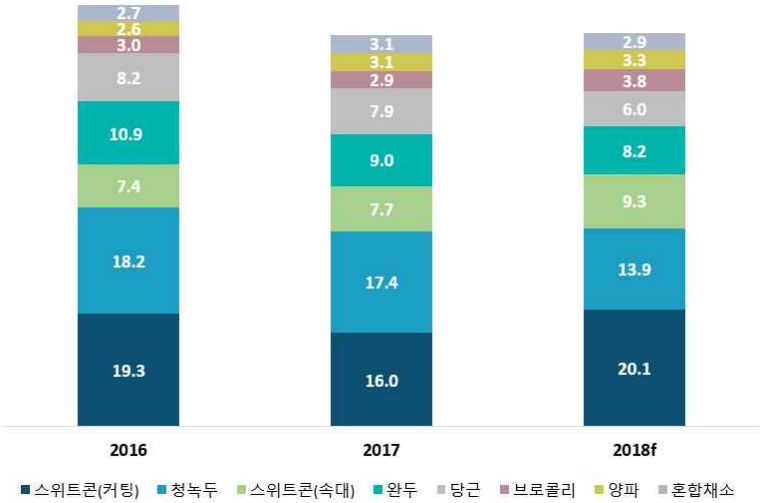
| 품목명 | 2016 | | 2017 | | 2018f | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 중량 | 비중 | 중량 | 비중 | 중량 | 비중 |
| 스위트콘(커팅) | 210,795 | 19.3 | 171,189 | 16.0 | 207,948 | 20.1 |
| 청녹두 | 198,598 | 18.2 | 186,269 | 17.4 | 144,212 | 13.9 |
| 스위트콘(속대) | 80,537 | 7.4 | 82,519 | 7.7 | 96,222 | 9.3 |
| 완두 | 118,607 | 10.9 | 96,387 | 9.0 | 85,109 | 8.2 |
| 당근 | 89,629 | 8.2 | 84,570 | 7.9 | 62,529 | 6.0 |
| 브로콜리 | 32,746 | 3.0 | 30,634 | 2.9 | 38,932 | 3.8 |
| 양파 | 28,119 | 2.6 | 33,415 | 3.1 | 34,333 | 3.3 |
| 혼합채소 | 29,754 | 2.7 | 32,904 | 3.1 | 29,732 | 2.9 |
| 오크라 | 21,109 | 1.9 | 17,609 | 1.6 | 22,689 | 2.2 |
| 호박 | 23,601 | 2.2 | 22,117 | 2.1 | 20,770 | 2.0 |
| 시금치 | 24,551 | 2.3 | 28,002 | 2.6 | 20,377 | 2.0 |
| 리마콩 | 20,674 | 1.9 | 15,335 | 1.4 | 14,887 | 1.4 |
| 콜리플라워 | 8,552 | 0.8 | 11,881 | 1.1 | 10,960 | 1.1 |
| 양배추 | 5,563 | 0.5 | 6,396 | 0.6 | 7,046 | 0.7 |
| 콜라드그린스 | 8,187 | 0.8 | 8,399 | 0.8 | 5,960 | 0.6 |
| 아스파라거스 | 5,759 | 0.5 | 5,489 | 0.5 | 4,578 | 0.4 |
| 검정눈콩 | 604 | 0.1 | 862 | 0.1 | 910 | 0.1 |
| 기타 채소 | 183,727 | 16.8 | 235,331 | 22.0 | 229,265 | 22.1 |
| **합계** | **1,091,113** | **100** | **1,069,308** | **100** | **1,036,460** | **100** |

자료: USDA, Economic Research Service

7) 원본 단위인 1,000파운드를 kg으로 환산(1,000pound=453.6kg)하여 계산한 값임

표1.9 미국 주요 냉동 채소 비중 변화 추이(2016-2018f)

(단위: %)




자료: USDA, Economic Research Service

## □ 소비 특성

o 냉동 채소는 곁들임 요리, 볶음 요리, 스프/스튜에 주로 사용됨

- 미국 비영리단체 PBH(Produce for Better Health Foundation)가 실시한 설문조사[8]에 따르면 응답자의 89%가 냉동 채소를 '곁들임 요리(Side Dish)'에 사용하는 것으로 답변. 그 외, 볶음 요리 및 스프/스튜에도 사용하고 있음
- 반면 신선 채소의 경우, 샐러드에 사용한다는 응답자의 비율이 가장 높았음(80%). 또한, 냉동 채소에 비해 다양한 요리에 활용되고 있는 것이 확인됨

표1.10 미국 주부의 신선채소 및 냉동 채소 사용 실태 비교(2014)

(단위: %)


주: 복수 응답 처리

자료: pbh(www.pbhfoundation.org)

8) Moms' Attitudes and Beliefs Related to Fruit & Vegetable Consumption 2007-2015

□ 시장 경쟁 동향

o Birds Eye는 미국 냉동 채소 시장점유율 29.5%를 확보하며 1위 차지

- Birds Eye는 미국에 본사를 둔 세계적인 냉동식품 회사로, 해산물, 고기, 야채 등의 냉동식품을 주로 생산하고 있음
- 2018년 10월 26일 코나그라 브랜즈(Conagra Brands)가 Birds Eye의 모회사인 피나클 푸즈(Pinnacle Foods)를 약 81억 달러에 인수하면서, 코나그라 브랜즈의 계열 브랜드로 편입됨[9)]
- 최근에는 100% 야채로 만든 파스타 'Veggie MadeTM Pastas' 를 출시함. 밀가루나 기타 인공 성분이 함유된 재료를 일체 사용하지 않았으나 맛은 일반 파스타와 동일하여 채식주의자 및 건강을 중요시하는 소비자에게 호응을 얻고 있음

o 냉동 채소 시장점유율 2위 브랜드인 그린 자이언트(Green Giant), 콜리플라워 제품 출시

- B&G Foods Inc의 냉동 채소 브랜드 그린 자이언트(Green Giant)는 최근 콜리플라워를 주재료한 냉동 볶음밥 제품을 출시함. 그린 자이언트의 순매출액이 지난 5분기 연속 두 자릿수 성장을 이어가면서, 향후 냉동 채소 제품 포트폴리오를 강화할 계획임을 밝힘[10)]

o PB 브랜드, 전체 냉동 채소 시장점유율 40.3%를 차지

- 품질이 좋은 상품을 보다 저렴하게 구입하고자 하는 소비자의 욕구와 높은 마진율을 올리기 위한 유통업계의 전략이 맞물리면서 미국 식음료 업계에서 PB 상품이 차지하는 비중은 점차 증가하는 추세임
- 대표적인 냉동 채소 PB 브래드는 Whole Food Market의 Whole Food 365, Costco의 Kirkland, Target의 Market Pantry, 월마트의 Great Value 등이 있음

**표1.11 미국 냉동 채소 시장 브랜드 점유율 추이(2013-2017)**

(단위: %)

| 업체명 | 브랜드명 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Pinnacle Foods Inc | Birds Eye | 25.5 | 26.0 | 27.9 | 28.9 | 29.5 |
| B & G Foods Inc | Green Giant | - | - | 14.5 | 15.0 | 17.2 |
| Schwan Food Co, The | Schwan's | 0.7 | 0.7 | 0.6 | 0.6 | 0.6 |
| General Mills Inc | Green Giant | 18.3 | 16.6 | - | - | - |

9) www.conagrabrands.com

10) Food Business News(www.foodbusinessnews.net, 보도 일자: 2018.08.06.)

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Private Label | Private label | 39.4 | 40.5 | 40.8 | 40.4 | 40.3 |
| **합계** | | **83.9** | **83.8** | **83.8** | **84.9** | **87.6** |

자료: Euromonitor International

## □ 유통채널 현황

### 그림 1.1 미국 가공 과일 및 채소 유통경로별 점유율(2017) 및 증감 추이(2012-2017)


자료: Euromonitor International

o 미국 가공 채소 및 과일 제품 약 75%는 현대적 유통채널을 통해 판매 중임

- 냉동 채소가 포함된 가공 채소 및 과일 제품은 하이퍼마켓(36.6%) 및 슈퍼마켓(31.7%)을 통해 대부분 유통되고 있음
- 소비자들은 냉동 채소와 같은 간편식 구매 시, 일괄 대량 구매하는 소비 습관이 있어, 다양한 종류의 제품이 구비된 하이퍼마켓과 슈퍼마켓을 선호함
- 특히 대형마트의 경우, 자체적으로 샐러드 바, 델리카트슨[11]을 운영하여 간편하고 신선한 가정간편식을 판매한다는 점에서 소비자의 호응을 얻고 있음

o 하드 디스카운트 스토어(Hard Discount Store)의 높은 성장세

- 전통 유통채널의 점유율은 16%로 높은 수준이나, 점차 감소하는 추세. 반면, 할

11) 델리카트슨(Delicatessen): 가공육, 샐러드, 간편식, 샌드위치 판매

인점은 하드 디스카운트 스토어의 성장세에 힘입어 빠르게 성장할 전망임

- 베인앤컴퍼니(Bain&Company)의 분석에 따르면, 하드 디스카운트 스토어[12]는 2020년까지 연평균 8-10% 성장할 전망이며 이는 전통 유통채널보다 5배 이상 빠른 속도임
- 하드 디스카운트 스토어의 대표 브랜드는 리들(Lidl)과 알디(Aldi)로, 일반 브랜드보다 2-50% 저렴한 PB상품을 주로 판매함. 식료품과 같은 생필품 가격에 대해 민감한 반응을 보이는 소비층에 큰 호응을 얻고 있음[13]

o 온라인 채널을 통한 식품구매는 증가하는 추세나, 배송 중 보관상의 문제로 판매가 크게 증가하지는 않을 것으로 전망됨

12) 하드 디스카운트 스토어(Hard Discount Store): 저가 할인매장의 형태로서, 대부분 자체상표를 달고 있는 상품을 판매하며 매우 낮은 가격으로 한정된 상품을 제공하는 소매형태의 유통채널임

13) 동아일보(news.donga.com, 보도 일자: 2017.10.16)

# 3. 수출입통계

## 수출입통계 개요

### ❖ 냉동 채소 관련 주요 수치

- HS Code 0710.90 글로벌 수입 규모 8.2억 달러(2017년)
- HS Code 0710.90 글로벌 수입 규모 중 미국의 수입 규모는 1.5억 달러, 세계 1위(2017)
- 미국의 HS Code 0710.90 국가별 수입 규모를 살펴보면, 1위 멕시코, 2위 캐나다, 3위 중국 순(2017)
- 한국의 HS Code 0710.90.000 수출량은 약 13.5톤, 수출액은 42,664달러(2017)

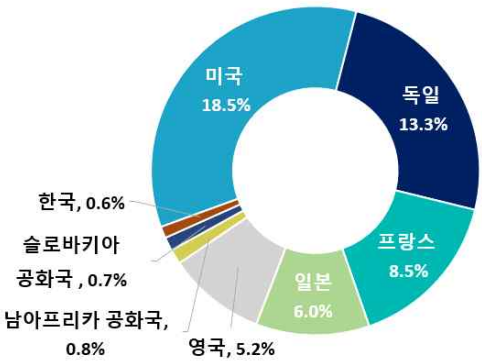
### ❖ 냉동 채소 국가별 HS CODE 분류

| 국가 | HS CODE | 품명 |
|---|---|---|
| 한국 | 0710.90.0000 | 채소류의 혼합물 |
| 미국 | 0710.90.9100 | 기타 |

### ❖ HS Code 0710.90 글로벌 수입 규모(2017)

| 수입국 | | 2017 |
|---|---|---|
| | | 금액(천 달러) |
| 글로벌 | | 825,793 |
| 1 | 미국 | 153,021 |
| 2 | 독일 | 109,749 |
| 3 | 프랑스 | 70,168 |
| 4 | 일본 | 49,447 |
| 5 | 영국 | 42,704 |
| 6 | 슬로바키아 | 6,484 |
| 21 | 한국 | 5,908 |

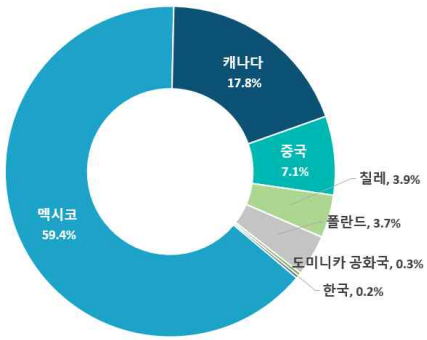
### ❖ HS Code 0710.90 글로벌 수입 비중(2017)




### ❖ 미국 HS Code 0710.90 국가별 수입 규모(2017)

| 수입국 | | 2017 |
|---|---|---|
| | | 금액(천 달러) |
| 1 | 멕시코 | 90,827 |
| 2 | 캐나다 | 27,203 |
| 3 | 중국 | 10,903 |
| 4 | 칠레 | 5,931 |
| 5 | 폴란드 | 5,720 |
| 15 | 도미니카 공화국 | 450 |
| 16 | 한국 | 369 |

### ❖ 미국 HS Code 0710.90 국가별 수입 규모 비중(2017)



## 1) 통계분석 기준 설정

### □ 통계분석 기준 설정

o 냉동 채소의 글로벌 및 미국의 수입 규모를 확인하기 위해 전 세계 공통인 HS CODE 0710.90을 조사 기준으로 설정함

- 냉동 채소의 한국 수출 규모를 확인하기 위해 HS CODE 0710.90.000 기준으로 통계조사를 진행함

표 1.13 냉동 채소 통계 기준 설정

| 조사항목 | 분류 | HS CODE |
|---|---|---|
| 글로벌 수입 규모 및 성장률 | 무역통계 | HS Code 0710.90 기준 |
| 미국 수입 규모 및 증감률 | | HS Code 0710.90 기준 |
| 한국 수출 규모 및 증감률 | | HS Code 0710.90.000 기준 |

표 1.14 냉동 채소 국가별 HS CODE 분류

| 국가 | HS CODE | 품명(한글) | 품명(영문/중문) |
|---|---|---|---|
| 한국 | 0710 | 냉동 채소(조리하지 않은 것이나 물에 삶거나 쪄서 조리한 것으로 한정한다) | Vegetables(uncooked or cooked by steaming or boiling in water), frozen |
| | **0710.90.000** | **채소류의 혼합물** | **Mixtures of vegetables** |
| 미국 | 0710 | 냉동된 야채(조리하지 아니하거나 물에 찌거나 삶은) | Vegetables(uncooked or cooked by steaming or boiling in water), frozen |
| | 0710.90 | 채소류의 혼합물 | Mixtures of vegetables |
| | **0710.90.9100** | **기타** | **Other** |

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

표 1.15 HS CODE 검색 사이트

| 구분 | 사이트명 | URL |
|---|---|---|
| HS CODE | 관세법령정보포털 3.0 | unipass.customs.go.kr/clip/index.do |
| | 세계 HS 정보시스템 | www.customs.go.kr/kcshome/getBuRyuList.po |
| | 미국 국제무역위원회 | www.usitc.gov |

## 2) 글로벌 수입통계[통계 기준: HS CODE 0710.90]

### □ 2017년 글로벌 수입 규모 1위는 미국(18.5%), 한국은 26위(0.6%)

o 2017년도 글로벌 냉동 혼합 채소류 수입 규모는 약 8억 2,579만 달러, 전년 대비 약 -2.2%p 감소함

- 글로벌 냉동 혼합 채소류의 최근 5년간(2013-2017년) 연평균성장률은 0.2%로, 2016년 전년 대비 17%p 상승하였으나, 2017년 -2.2%를 기록하며 감소세로 전환. 미국을 비롯한 상위 5개 수입국의 수입규모는 모두 증가한 반면 호주, 아일랜드, 캐나다 등 기타 국가들의 수입규모 감소가 영향을 준 것으로 분석됨

o 냉동 혼합 채소류 최대 수입국은 미국으로, 2017년 기준 수입액은 약 1억 5,302만 달러를 기록함

- 2017년도 미국의 냉동 혼합 채소류 수입 규모는 약 1억 5,302만 달러로 전체 글로벌 수입 규모의 18.5% 차지, 최근 5년간(2013-2017년) 연평균성장률은 9.3%를 기록함

- 한국의 냉동 혼합 채소류 수입 규모는 502만 달러로, 전체 글로벌 수입 규모 26위를 차지함

**표 1.16 글로벌 냉동 혼합 채소류 수입 규모 추이(2013-2017)**

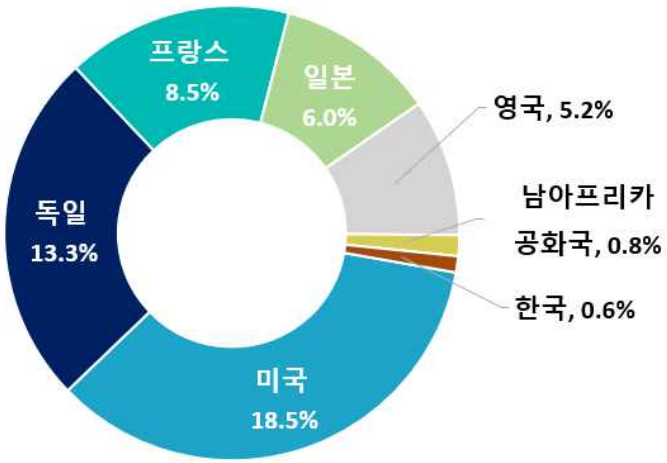
(단위: 천 달러, %)

| 수입국 | | 수입액 | | | | | 연평균성장률 (2013-2017)[14] |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | |
| **글로벌** | | 818,195 | 807,356 | 721,425 | 844,166 | 825,793 | 0.2 |
| 1 | 미국 | 107,172 | 105,160 | 117,235 | 134,444 | 153,021 | 9.3 |
| 2 | 독일 | 117,019 | 114,301 | 99,326 | 105,888 | 109,749 | -1.6 |
| 3 | 프랑스 | 96,624 | 88,608 | 68,652 | 65,580 | 70,168 | -7.7 |
| 4 | 일본 | 55,950 | 50,003 | 45,606 | 45,068 | 49,447 | -3.0 |
| 5 | 영국 | 46,716 | 52,888 | 42,369 | 39,419 | 42,704 | -2.2 |
| **26** | **한국** | 3,993 | 4,756 | 4,628 | 5,601 | 5,908 | 10.3 |

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

14) 연평균 성장률(CAGR) = (최신/최초연도)^(1/n-1개년)-1

표 1.17 글로벌 HS CODE 0710.90 수입 비중(2017년)




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

### 3) 미국 수입통계(통계 기준: HS CODE 0710.90)

□ 2017년 미국 냉동 혼합 채소류 수입 시장점유율 1위는 멕시코로 59.4%를 차지함

o 2017년 기준 미국의 냉동 혼합 채소류 수입 1위 국가는 멕시코이며, 수입액은 약 9,082만 달러로 미국 내에서 59.4%의 점유율을 차지함

- 멕시코는 2017년 냉동 채소 세계 4위 수출국이며, 2016년에는 수출액의 95%인 4억 5,400달러를 미국에 수출한 것으로 확인됨[15)]

- 냉동 혼합 채소류의 구성 품목을 확인하기 어려우나, 최근 4년간(2014-2017년) 수입 냉동 채소의 국가별 비중 중 멕시코산 브로콜리와 콜리플라워의 비중이 각각 76.5%, 72.6%인 것으로 확인됨[16)]

o 한국은 2017년 37만 달러의 수출 실적을 기록하여, 전체 수입 규모 16위를 차지함

15) worldstopexports(www.worldstopexports.com),GTA(atlas.media.mit.edu)
16) USDA(data.ers.usda.gov)

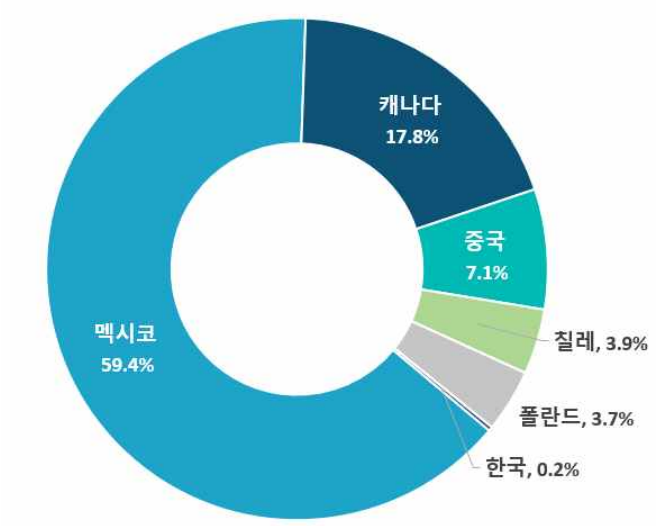
## 표 1.18 미국 냉동 혼합 채소류 수입 규모 추이(2013-2017)

(단위: 천 달러, %)

| 수입국 | | 수입액 | | | | | 연평균성장률 (2013-2017) 17) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | |
| 1 | 멕시코 | 59,001 | 58,363 | 65,107 | 75,594 | 90,827 | 11.4 |
| 2 | 캐나다 | 24,167 | 23,477 | 22,191 | 22,802 | 27,203 | 3.0 |
| 3 | 중국 | 9,227 | 9,227 | 11,619 | 11,053 | 10,903 | 4.3 |
| 4 | 칠레 | 4,714 | 4,588 | 4,759 | 9,609 | 5,931 | 5.9 |
| 5 | 폴란드 | 2,131 | 2,106 | 3,345 | 3,928 | 5,720 | 28.0 |
| **16** | **한국** | **145** | **173** | **400** | **152** | **369** | **26.3** |

주: HS code 0710.90 기준
자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

## 표 1.19 미국 국가별 냉동 혼합 채소류 시장점유율(2017)




주: HS code 0710.90 기준
자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

17) 연평균 성장률(CAGR) = (최신/최초연도)^(1/n-1개년)-1

### 4) 한국산 수출 통계 (통계기준: HS CODE 0710.90.000)

□ 2017년 한국의 냉동 혼합 채소류 전세계 수출량 및 수출액은 13.5톤, 42,664달러임

o 2017년 한국의 냉동 혼합 채소류 對 글로벌 수출량 및 수출액은 각각 13.5톤과 42,664달러를 기록하였는데, 이는 전년 대비 각각 88.9%, 87.9% 감소한 수치임

- 2017년 한국의 對 미국 냉동 혼합 채소류 수출액은 37,383달러로, 전체 수출액 비중의 87.6%를 차지함. 對 미국 수출액은 2016년 대비 89.4%p 감소하였고, 이는 전체 수출액 감소에 영향을 준 것으로 분석됨
- 한국의 냉동 혼합 채소류 글로벌 수출 규모는 작은 수준이므로 개별 수출업체의 계약 규모에 영향을 받는 것으로 보여짐

**표 1.20 한국의 냉동 혼합 채소류 글로벌 수출 동향**

(단위: kg, 달러, %)

| 연도 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|---|---|---|---|---|
| 총 중량 | 6,192 | 12,071 | 96,969 | 121,160 | 13,466 |
| 증감률 | -86.6 | 94.9 | 703.3 | 24.9 | -88.9 |
| 총 수출액 | 23,225 | 46,679 | 311,275 | 353,987 | 42,664 |
| 증감률 | -78.9 | 101.0 | 566.8 | 13.7 | -87.9 |

주: HS Code 0710.90.000기준

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

# Ⅱ. 시장 트렌드

1. 제품 트렌드
2. 소비 트렌드

## 시장 트렌드 개요

**1. 제품 트렌드**

**❖ 밀 키트(Meal Kit) 제품 인기**

- 1인 가구 증가, 간편식 및 건강식에 대한 수요 증가 등의 영향으로 밀 키트가 주목받고 있음
- 밀 키트 배달시장의 경쟁 심화
- Hello Fresh, Blue Apron 등 주요 밀 키트 업체에서 인기리에 판매 중인 다양한 한식 밀 키트 제품

**2. 소비 트렌드**

**❖ [참고] 냉동 채소 미국 소비자 및 현지 유통매장 담당자 인터뷰**

- 냉동 채소에 대한 수요는 지속적으로 증가할 전망
- 혼합채소(Mixed vegetable), 옥수수, 콜리플라워 품목을 선호하며 주로 데쳐서 곁들임 요리로 활용

# 1. 제품 트렌드

## □ 밀 키트(Meal Kit)[18] 제품 인기

o 1인 가구 증가, 간편식 및 건강식에 대한 수요 증가 등의 영향으로 밀 키트가 주목받고 있음

- 2017년 미국 오프라인 밀 키트 판매 매출이 1억 5,460달러를 기록하였으며[19], 소비자들은 밀 키트 구매에 1인당 연간 617달러를 소비하는 것으로 확인됨[20]
- 재료 구매 및 조리 시간을 절약해주고, 새로운 식재료를 활용한 이국적인 요리를 만들어볼 수 있다는 밀 키트의 장점이 부각되면서 가치, 경험 및 품질을 중요시하는 밀레니얼 세대 소비자에게 큰 호응을 얻고 있음

18) 밀 키트(meal kit): 가정에서 손쉽게 요리할 수 있도록 손질된 식재료와 소스, 조리법을 함께 박스에 담아 집 앞까지 배달해주는 서비스를 말함
19) Nielson(www.nielsen.com)
20) Second Measure(blog.secondmeasure.com)

그림 2.1 밀 키트 제품 예시

Blue Apron 신선 밀 키트


Hungry-Man 냉동 밀 키트

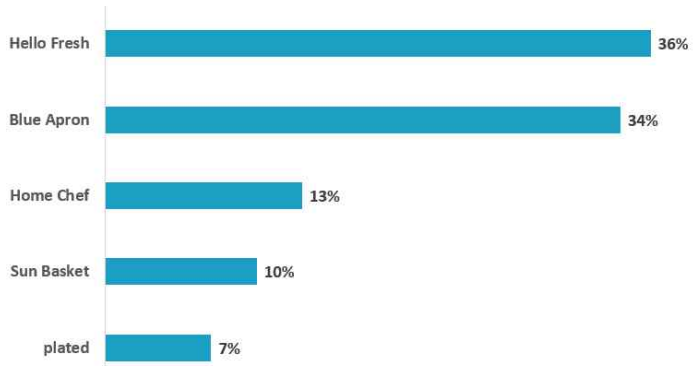
자료: zingbasket(www.zingbasket.com)
Kitchn(www.thekitchn.com)

o 밀 키트 배달시장의 경쟁 심화

- 밀 키트 딜리버리 시장을 주도하고 있는 업체는 Hello Fresh로, 2018년 3월 경쟁 브랜드인 Green Chef를 인수하면서 시장점유율 35%를 확보, Blue Apron을 제치고 밀 키트 시장 1위 기업으로 부상함
- 2018년 상반기 Hello Fresh에게 1위 자리를 빼앗긴 Blue Apron은 코스트코와 협업하여 자사 제품 유통을 더욱 확장할 계획임을 밝힘
- 그 외 2018년 3월 세 가지 종류의 밀키트 제품을 출시한 월마트, 미국 최대 요리 레시피 소개 사이트인 Allrecipes.com과의 파트너십을 통해 밀 키트 시장에 진출한 Amazon 등이 주목됨

표2.1 미국 밀 키트 시장 업체별 점유율 현황(2018.02)

(단위: %)




자료: Earnest Research(www.earnestresearch.com)

o 주요 밀 키트 업체의 한식 메뉴

- Hello Fresh, Blue Apron 등 주요 밀 키트 업체는 전통 한식 메뉴부터 퓨전 한식 메뉴 등 다양한 한식 밀 키트 제품를 판매 중임
- 한식 메뉴 중 채식 비빔밥(Vegetable Bibimbap), 돼지고기가 포함된 요리, 매운 떡볶이(Rice Cakes) 제품이 주로 판매되고 있음
- 블루 에이프런은 40가지, 헬로 프레시는 16가지의 한식 메뉴를 선보이고 있으며 두 업체 모두 배송료 포함한 2개의 요리 기준(serves 2 for 1 week) 가격은 약 60 달러 수준임
- 두푸드(Doofood)는 한식을 전문으로 하는 밀 키트 배달 업체로 다양한 한식 메뉴를 구비하고 있으며 쉬운 조리법으로 소비자에게 좋은 반응을 얻고 있음

**표2.2 미국 밀 키트 시장 업체별 점유율 현황(2018.02)**

(단위: %)

| 기업명 | 주요메뉴 | 사진 | 주요 야채 재료 |
|---|---|---|---|
| Blue Apron | 채식 비빔밥<br>(Vegetable Bibimbap) |  | • 아스파라거스<br>• 적근대<br>• 봄양파 |
| | 매운 돼지고기&밥<br>(Spicy Pork & Rice Bowls) |  | • 봄양파<br>• 무<br>• 여름호박 |
| Hello Fresh | 돼지고기&채식 비빔밥<br>(Pork and Veggie Bibimbap) |  | • 주키니<br>• 당근<br>• 봄양파<br>• 생강<br>• 양파 |
| | 치킨 타코<br>(Korean Chicken Tacos) |  | • 피망<br>• 라임<br>• 붉은 양배추<br>• 봄양파 |
| Chef's Menu | 쇠고기 볶음<br>(Beef Stir Fry) | | • 브로콜리<br>• 완두<br>• 혼합 야채 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | |  | |
| Doofood | 잡채<br>(Jabchae) |  | • 버섯<br>• 봄양파<br>• 양파<br>• 피망<br>• 당근 |

자료: Blue Apron, Hello Fresh, Doofood, Chef's menu

o 채식주의자를 위한 밀 키트 제품이 많으며, 한식 메뉴 중에서는 채식 비빔밥의 인기가 높음

| Tip |
|---|
| ▪ 한국 냉동 채소 수출업체는 밀 키트 제조 업체와 협력하여 현지인의 입맛에 맞는 채식 위주의 한식 메뉴 및 조리법을 개발할 필요성이 있음<br>▪ 미국 내에서 배송 서비스 제공에 어려움이 있다면, 월마트, HEB 등 대형마트 내 매장 판매 방식을 고려할 수 있음 |

## 2. 소비 트렌드

### [참고] 냉동 채소 미국 소비자 및 현지 유통매장 직원 인터뷰

**소비자 1 (40대 여성)**

**1) 냉동 채소류 제품 구매 시 주요 고려사항**

→ 가격. 대부분 1달러 내외인 크로거(Kroger) 제품을 주로 구매함

**2) 제품 구매 동기(언제 제품을 구매하는지?)**

→ 자주 먹기 때문에 한 번 구매 시 많은 양을 사 놓는 편임

**3) 선호하는 냉동 채소류 종류**

→ 혼합 채소(Mixed Vegetable), 옥수수, 콩 등

**4) 선호하는 냉동 채소류의 조리법**

→ 칼도(Caldo)나 메누도(Menudo)와 같이 국물 요리에 넣는 경우 삶아 먹고, 고기에 곁들여 먹을 땐 살짝 데쳐서 먹음

**5) 한국산 냉동 채소류 및 식품에 대한 인식**

→ 인지도 및 구매 경험 전무. 그러나 식당에서 한국 고기 요리는 가끔 먹는 편임

**6) 한국산 냉동 채소류 제품 구매 의향**

→ 없음

**소비자 2 (30대 여성)**

**1) 냉동 채소류 제품 구매 시 주요 고려사항**

→ 브랜드 및 종류. 브랜드는 Green Giant 제품을 선호하며, 혼자 살기 때문에 다양한 요리에 쉽게 넣어 먹을 수 있는 혼합 채소를 선호함

**2) 제품 구매 동기 (언제 제품을 구매하는지?)**

→ 저녁 메뉴에 냉동 채소가 필요한 경우 당일 구매함

**3) 선호하는 냉동 채소류 종류**

→ 혼합 채소(Mixed Vegetable). 다양한 요리에 넣어 먹을 수 있기 때문임

**4) 선호하는 냉동 채소류의 조리법**

→ 볶음면(Stir-fry) 요리 시 국수랑 같이 볶아서 먹거나 데쳐서 고기 요리에 곁들어 먹음

**5) 한국산 냉동 채소류 및 식품에 대한 인식**

→ 인지도 및 구매 경험 전무

**6) 한국산 냉동 채소류 제품 구매 의향**

→ 잘 모르겠음. 제품 구매 시 원산지를 많이 고려하지 않음

**소비자 3 (40대 여성)**

**1) 냉동 채소류 제품 구매 시 주요 고려사항**

→ 양. 가족 수가 많기 때문에 양이 많은 제품을 선호함

**2) 제품 구매 동기 (언제 제품을 구매하는지?)**

→ 요리하기 번거롭거나 시간이 부족한 경우 주로 구매함

**3) 선호하는 냉동 채소류 종류**

→ 혼합 채소(Mixed Vegetable). 옥수수

**4) 선호하는 냉동 채소류의 조리법**

→ 데쳐서 먹는 요리법을 선호함

**5) 한국산 냉동 채소류 및 식품에 대한 인식**

→ 인지도 및 구매 경험 전무

**6) 한국산 냉동 채소류 제품 구매 의향**

→ 가격이 비싸지 않다면 한국산 냉동 채소류 제품을 구매할 의향 있음

**소비자 4 (50대 여성)**

**1) 냉동 채소류 제품 구매 시 주요 고려사항**

→ 유기농 인증 제품을 선호하나 반드시 유기농 제품만을 구매하지는 않음

**2) 제품 구매 동기 (언제 제품을 구매하는지?)**

→ 당일 메뉴에 냉동 채소가 필요할 시 구매함

**3) 선호하는 냉동 채소류 종류**

→ 콜리플라워, 브로콜리 등

**4) 선호하는 냉동 채소류의 조리법**

→ 데쳐서 먹는 요리법을 선호함

**5) 한국산 냉동 채소류 및 식품에 대한 인식**

→ 인지도 및 구매 경험 전무

**6) 한국산 냉동 채소류 제품 구매 의향**

→ 자주 방문하는 유통채널(Whole Food Market)에 판매된다면 구매할 의향이 있음. 또한 제품 구매 시 원산지를 크게 고려하지 않음

**소비자 5 (20대 남성)**

**1) 냉동 채소류 제품 구매 시 주요 고려사항**

→ 가격. 다른 제품 대비 조금이라도 저렴할 경우 주로 구매함

**2) 제품 구매 동기 (언제 제품을 구매하는지?)**

→ 외식을 하거나 집에서 따로 요리하기 번거로울 때 주로 냉동 채소를 구매함

**3) 선호하는 냉동 채소류 종류**

→ 콜리플라워, 혼합 채소(Mixed Vegetable), 옥수수

**4) 선호하는 냉동 채소류의 조리법**

→ 데쳐서 먹는 요리법을 선호함

**5) 한국산 냉동 채소류 및 식품에 대한 인식**

→ 구매 경험 전무. 그러나 한국 음식은 선호하는 편임

**6) 한국산 냉동 채소류 제품 구매 의향**

→ 기존 제품보다 가격 경쟁력이 있다면 구매할 의향이 있음

**현지 유통 담당자 인터뷰 (Josh, Trader Joe's 매니저 )**

**1) 냉동 채소류 소비 트렌드**

→ 1인 가구 증가, 현대인들의 바쁜 생활 패턴 등의 영향으로 비교적 보관과 조리가 쉬운 냉동 채소를 찾는 소비자가 꾸준히 증가하는 추세임

**2) 가장 인기가 많은 한국산 냉동 채소류 브랜드**

→ Trader Joe's는 한국산 냉동 채소류를 취급하고 있지 않음. 냉동 비빔밥은 판매되고 있으나 한국산은 아닌 것으로 알고 있음

**3) 제품 입점을 위해 필요한 구체적 정보**

→ 제품 입점 관련해서는 본사가 결정함. 보통 브로커나 푸드 서비스 에이전트를 통해 입점을 하는 것으로 알고 있음

**시사점**

**1. 냉동 채소에 대한 수요는 지속적으로 증가할 전망**

→ 1인 가구 증가, 바쁜 현대인의 생활 패턴 등의 영향으로 비교적 보관과 조리가 쉬운 냉동 채소에 대한 소비자 수요가 증가하는 추세임

→ 소비자 인터뷰 결과, 나가서 먹거나 집에서 따로 요리하기 번거로운 경우, 혹은 시간이 부족한 경우 냉동 채소를 주로 구매하는 것으로 확인됨

**2. 혼합채소(Mixed vegetable), 옥수수, 콜리플라워 품목을 선호하며 주로 데쳐서 곁들임 요리로 활용**

→ 다양한 요리에 넣을 수 있어 활용도가 높고 간편한 '혼합채소'에 대한 선호도가 가장 높음

→ 최근 콜리플라워가 웰빙 식재료로 주목받으면서 이를 찾는 소비자가 증가하는 추세임

→ 냉동 채소는 주로 고기의 곁들임 요리로 데쳐서 먹거나, 면 요리와 함께 볶아서 먹는 형태가 일반적

→ 소비자 인터뷰 및 현지조사원 의견에 따르면, 미국은 채소와 밥을 비벼 먹는 식문화가 없으므로 냉동 채소 수출 시 현지 식문화에 맞는 용도로 제품 개발 및 포지셔닝을 하거나 마케팅을 통해 '한국 요리법'에 대한 인지도를 높일 필요성이 있음

**3. 한국산 냉동 채소를 주요 유통채널에 공급하여 소비자 인지도를 제고할 필요가 있음**

→ 인터뷰한 소비자 모두 공통적으로 마트에서 한국산 냉동 채소를 본 경험이 없다고 응답함

→ 원산지를 크게 고려하지 않으며, 자주 방문하는 유통채널에 판매되는 제품을 주로 구매한다는 소비 습관이 확인됨. 또한 가격에 민감하게 반응하는 소비자층이 존재함

→ 따라서 한국산 냉동 채소를 소비자들이 쉽게 구매할 수 있도록 슈퍼마켓과 같은 주요 채널에 공급하여 접근성을 높일 필요성이 있음

# Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 관세율 정보
3. 인증정보
4. 라벨링
5. 식품첨가물

## 통관 및 검역 개요

### ❖ 미국 통관 검역 절차도

| | 절차 | | 기간 | 소요 시간 | 담당 기관 |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 식품제조시설 등록 | 현행 우수관리 (CGMP) 기준 | - | 약 10일 | 식품의약국 (FDA) |
| 2 | 서류준비 | 수입신고서류 | 24시간 전 | - | 수출 및 수입업체 |
| | | 통관 서류 | 4시간 전 | | |
| 3 | 선적 및 운송 | 해상/항공 | - | 약 2~4주 | 통관업무 위탁업체 |
| 4 | 적하목록 사전 제출 | 해상 (컨테이너 화물) | 선적 24시간 전 | - | 세관국경보호국 (CBP) |
| | | 항공 | 도착 4시간 전 | | |
| 5 | 수입신고 (반출 허가 신청) | 서면 | 화물 도착 후 15일 이내 | 3일 | 식품의약국 (FDA) |
| | | 통관 자동화 시스템(AMS) | | | |
| 6 | 검역 심사 | 라벨 | 반출 허가 이전 | 약 5일 | 미국 농무부 (USDA) 소속 식품안전검사국 (FSIS) / 동식물 검역국 (APHIS) |
| | | 물품 검사 | | 약 15일 | |
| 7 | 세금 납부 및 통관 허가 | 보증금 선납부, 통관 후 관세 납부 | 관세, 세관 반입 후 10일 이내 | 약 1일 | 세관국경보호국 (CBP) |

자료: 미 세관국경보호국(CBP)

### ❖ 통관 절차별 유의사항

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

## 관세 및 세금 개요

### ❖ 미국 HS-CODE 0710.90.9100의 관세율(2018년 기준)[21]

| HS CODE 품명 | 구 분 | 관세율 | 원산지 기준 |
|---|---|---|---|
| 기타 | 기본세율 | 14% | - |
| | 한-미 FTA 특혜 관세율 | 0% | |

*** 미국 HS CODE 0710.90.9100의 경우 한-미 FTA 특혜 관세율 적용**

### ❖ 미국 부가가치세 정보

**미국 HS CODE 0710.90.9100 - 주(州)별로 상이**

### ❖ 미국 관세율 확인 방법

1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표'에서 일본을 선택한 후 확인하고자 하는 품목의 HS Code를 입력하면 해당 품목의 관세율 확인 가능

2) '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr) > FTA/관세 > 통합관세비교(한국 FTA 기준)'에서 FTA 협정 정보, 관세율 확인 가능

3) 미국 국제무역위원회 홈페이지를 통해 관세율을 직접 확인하려면, 국제무역위원회 웹사이트[22] 좌측 바에 HS CODE를 입력하면 관세율 확인 가능

| 분류 | 기관 사이트명 | URL |
|---|---|---|
| 관세율 | 관세법령정보포털 3.0 | unipass.customs.go.kr/clip/index.do |
| | 통합무역정보서비스 | www.tradenavi.or.kr |
| | 미국국제무역위원회 | www.usitc.gov/tata/hts/index.htm |

21) 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr/clip/index.do)
22) www.usitc.gov/tata/hts/index.htm

# 1. 통관 및 검역

## 1) 통관 전 각종 등록 및 제출

### □ 식품시설 등록

o 미국으로의 식품 수출을 위해서 사전에 식품시설 등록(Facility Registration)이 필수

o 바이오테러리즘법(The Bioterrorism Act)에 의거, 미국에서 인간과 동물이 섭취하는 식품을 제조, 처리, 포장, 보관하는 미국 내외 시설은 FDA에 등록되어야 하며, 등록하지 않은 외국 시설의 식품이 수입되면 시설이 등록될 때까지 제품이 입국항에 억류되거나 FDA 지시 하에 제3의 장소로 옮겨지게 됨

- 식품안전 현대화법(FSMA)에 따라 FDA에 등록했던 식품 시설은 2년마다 등록을 갱신해야 함
- 저산성식품의 경우 박테리아의 생존 및 번식이 용이하기 때문에, 해당 공장에서 생산되는 품목이 pH 4.6 이상인지 이하인지 신고하여 FDA의 관리를 받아야 함[23)]

o 식품시설 등록 이외에도, 미국의 농수산물 및 식품, 생활용품에 적용되는 위생·안전기준이 한국보다 훨씬 까다롭고 엄격하기 때문에 C-TPAT27[24)] 및 '도착 전 선적 정보 송부' 등과 같은 내용들은 반드시 숙지해야 함

**표 3.1 식품시설 등록 규정 변경사항**

| 변경 사항 | 변경 내용 | 발효일 |
|---|---|---|
| 식품 제조시설 전자등록 및 갱신 | 모든 식품 제조시설 등록 및 갱신은 전자등록시스템으로 교체. 전자등록을 할 수 없는 경우는 사유를 설명하는 전자등록면제원을 FDA에 제출해 허가를 받아야 함 | 2020.1.4. (예정) |
| 추가 자료 제출 | 시설 등록 시 FDA에서 접수 가능한 특정 시설 식별번호(UFI), 각 식품 카테고리별 시설에서 행해지는 활동, 선호하는 우편 주소지(시설의 실제 주소지와 다를 경우에 한함), 소유주 이메일 주소, 시설 관리인명, 미국 내 시설에 대한 비상연락 이메일 주소 등의 정보를 제공해야 함(단, 시설의 DUNS 번호는 제공 의무 없음) | 2020.10.1. (예정) |
| 정보 업데이트 기한 변경 | 각종 정보의 업데이트 및 허가 취소 등은 변경사항 발생 후 기존 30일 이내에서 60일 이내 등록으로 변경 | 2016.9.12 |
| 등록 허가 취소 강화 | - 시설이 더이상 영업 중이지 않거나 소유주가 변경됐는데 등록 취소를 하지 않은 경우<br>- FDA가 시설이 등록 요구 요건을 충족하지 않는다고 확인한 경우 | 2016.9.12 |

23) 저산성식품 관련 FDA 관리감독 규정(www.fda.gov/ICECI/Inspections/InspectionGuides/ucm103369.htm)

24) C-TPAT: 'Customs-Trade Partnership Against Terrorism'의 약자로 미국 관세청에서 운영하는 대테러방지 무역파트너십 프로그램

| | | |
|---|---|---|
| | - 시설의 주소지가 규정 시간 내에 업데이트 되지 않은 경우<br>- 등록이 허가받지 않은 자에 의해 요청된 경우<br>- 등록이 규정 기간 내에 갱신되지 않은 경우 | |
| 대리인 등록 | 미국 이외 시설이 등록·갱신을 위해 미국 대리인에 대한 등록 및 업데이트를 완료하면 FDA는 미국 대리인으로 등록된 자가 대리활동을 하기로 동의했는지 확인해야 하며, 관련 확인절차가 마무리될 때까지 등록·갱신을 완료할 수 없음 | 2016.9.12 |
| 식품시설 등록 갱신 의무 위반 | 민사상 영업정지 가처분 및 형사상 책임을 지며 등록되지 않은 식품 가공시설에서 제조된 식품을 미국에 반입한 자는 중범죄로 처벌받고 미국 내 영업이 금지됨 | 2016.9.12 |

자료: www.strtrade.com

### □ 적하목록 사전 제출(24 Hour Rule)[25]

o 9·11 테러 발생 이후 공급망의 보안강화를 위하여 미국이 처음으로 도입한 제도로 운송업자는 전자적 방법(AMS: Automated Manifest System)을 통하여 화물이 미국에 도착하기 전, 적하목록을 세관국경보호국(CBP)에 미리 제출하여야 함

o 제공되는 정보는 다음과 같음

- 화물에 대한 정보(품명, 상세설명, 국제적 위험품 코드, 선하증권 번호 등)
- 송하인과 수하인의 인적 정보(송하인과 수하인의 이름과 주소, 부여된 ID 등)
- 운송수단과 항해에 대한 정보(선적항, 도착항, 예정도착일, 항해번호, 선명 등)

o 적하목록을 사전에 제출하지 않으면 양하금지 조치가 내려짐

- 최초의 위반에 대해서는 벌금 5,000달러, 그 이후의 위반에 대해서는 1만 달러가 부과됨

## 2) 통관 절차

### □ 개요

o 정식통관(Formal Entry) 절차를 거쳐야 하는 경우

- Invoice 금액이 2,500 US달러 이상
- 수입허가 규제품목
- 국가의 세입보호 대상 품목
- 세관 행정업무 수행상 필요할 때의 모든 수입화물

25) TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr/CmsWeb/viewPage.req?idx=PG0000001825&natnCd=US)

o 물품신고(반출 허가, Entry/Immediate Delivery) 및 납세신고(Entry Summary)는 모두 ACE(Automated Commercial Environment: 자동무역 유통 시스템)를 통해 전자적 방법으로 제출 가능

- ACE는 그동안 매뉴얼로 진행하던 수출입 절차를 전산화함으로써 종이 서류를 없애고 통관 절차를 쉽고 빠르게 처리하도록 하는 통합 시스템
- 모든 무역 과정이 ACE를 통해 전산으로 처리되기 때문에 '싱글 윈도우(single Window)'라고도 불림
- 관계 당국과 통관 브로커는 물론 수입업자까지도 관련 물품의 처리 상황, 관세 납부액, 수입품의 위치 등을 확인할 수 있음

o 수입자는 예정관세를 물품신고 서류 또는 물품 및 납세신고 역할을 하는 납세신고 서류가 제출될 때 기탁(Deposit)해야 함. 이때, 관세 납부기한은 물품신고 서류 또는 물품 및 납세신고 역할을 하는 납세신고서류 제출 이후 물품 신고일부터 10일 이내

### ① 수입신고

o 수입신고서 제출

| | |
|---|---|
| **신고 기한** | · 물품신고는 미국 통관항(port of entry)에 도착한 날로부터 15일 이내<br>· 사전신청<br>- 해상: 본선이 미국 통관항에 도착하기 5일 전 이후부터 가능<br>- 항공: AMS를 통하여 적하목록을 사전 제출한 이후부터 가능<br>· 미국 통관항 도착 후 15일 이내에 신고 및 서류가 제출되지 못하면 세관국경보호국(CBP) 관리 하의 창고에 보관 |
| **신청인** | · 수입물품의 화주 및 그 대리인(통관 대리인, 관세사) |
| **신청 방법** | · 물품신고 방식<br>- 서면 신청서 세관 제출 방식<br>- 통관자동화시스템(AMS) 또는 관세사전용인터페이스(ABI)를 통하여 전송 |
| **제출 서류** | · 적하목록(CBP form 7533)<br>· 물품신고서(CBP form 3461)<br>· 통관할 수 있는 권리의 증명서<br>· 상업송장(Commercial Invoice)*, 제출 불가능한 경우 견적송장(Proforma Invoice)<br>· 포장명세서(Packing List)<br>· 기타 물품반출 허가를 위하여 세관장이 요구하는 서류<br>* 상업송장은 판매자, 송하인 또는 대리인에 의하여 서명되고 CBP 규정 Section 141.86[26], 141.89[27]에 따르고, 거래물품이 관습적인 방법에 의하여 포함되어 있는 경우 허용하며 포함되어야 하는 정보는 다음과 같음<br>- 물품이 도착한 통관항<br>- 물품이 합의된 시간과 장소에서 판매되기로 한 경우 그 시간과 선적지, 송하인과 수하인의 성명<br>- 물품의 구체적인 명세, 품명, 품질등급, 화인, 번호, 물품의 중량, 용적 및 수량 |

| | |
|---|---|
| | - 물품이 판매되었거나 판매되기로 합의된 경우 구매가격<br>- 통화의 종류<br>- 중량, 보험, 수수료, 케이스, 용기, 덮개, 포장비용과 관련된 모든 비용과 요금<br>- 원산지 |

## ② 물품 검사

| | |
|---|---|
| **개요** | · 세관국경보호국(CBP) 내 FDA에 수입신고서를 접수하고 수입허가를 요청<br>· FDA는 신고된 서류를 검토한 후 수입식품의 위생검사를 진행 |
| **검사 내용** | · 신고사항을 모두 완료하면 물품 및 서류심사가 시행됨. 수입식품의 경우 세관 국경보호국 내 FDA의 판단 기준에 따라 고위험군에 해당될 경우에만 해당 심사가 시행되며, 샘플검사와 서류검사가 동시에 진행됨<br>· 수입식품에 대해 FDA에서 검사가 필요 없는 식품이라고 판단할 경우에는 입국이 바로 허가됨<br>· 검사가 필요한 식품은 샘플검사 후에 안전 적합 판정을 받으면 즉시 입국이 허가되나 불합격 시 입국이 거부됨<br>· 불합격 판정에 대해서는 수입자의 이의제기가 가능함<br>· 수입식품의 경우 서류 및 샘플검사 시행 시 원산지 표기가 가장 중요한 사항이며 이를 표기하지 않을 시 총 과세 가격의 10%에 해당하는 벌금이 부과됨 |
| **샘플 검사 항목** | - 관세목적의 물품가액과 적절한 관세부과 여부<br>- 물품에 원산지 확인 라벨의 적절성 여부<br>- 수입 금지된 물품이 포함되었는지의 여부<br>- 상업송장에 물품이 기입되었는지의 여부<br>- 물품이 송장상의 수량을 초과하였는지 혹은 부족한지의 여부<br>- 화물에 불법적인 마약물질이 포함되어 있는지의 여부 |

## ③ 보증서의 제공

| | |
|---|---|
| **개요** | · 통관 시 부과될 모든 관세 및 조세 등 각종 비용의 납부를 담보하기 위해 세관에 보증서를 제출해야 함<br>· 보증서는 미국 재무부가 지정해준 보험회사에서 발행받으며, 보증금을 납부하면 통관이 완료됨 |
| **보증서 종류** | - 일회성 보증서: 한 번의 물품신고에 대하여 제공되는 보증서<br>- 계속성 보증서: 수입 횟수에 관계 없이 유효기간 1년 내의 수입 건에 대해 포괄적으로 제공되는 보증<br>- 현금 담보 |

## ④ 관세납부 및 통관완료

o 수입신고서의 처리

| | |
|---|---|
| **납부 기한** | · 관세는 세관이 서류 심사 후 납부고지서를 수입 신고인에게 발급한 날로부터 10일 이내(일요일과 법정공휴일 제외)에 납부하여야 함 |
| **납부 절차** | - 현장 납부: 납세의무자가 세관에서 발급받은 납부고지서를 세관에서 지정한 은행에 제시하고, 관세납부용 특별 계좌에 관세 납부 |

26) www.gpo.gov/fdsys/pkg/CFR-2012-title19-vol2/pdf/CFR-2012-title19-vol2-sec141-86.pdf
27) www.gpo.gov/fdsys/pkg/CFR-2012-title19-vol2/pdf/CFR-2012-title19-vol2-sec141-89.pdf

| | |
|---|---|
| | - 전자 납부: e-payment system으로 납부고지서에 따른 지정은행의 계좌에 관세 납부<br>- 관할지 세관의 승인에 따라 납세의무자가 납부하기 용이한 은행을 지정할 수 있음 |

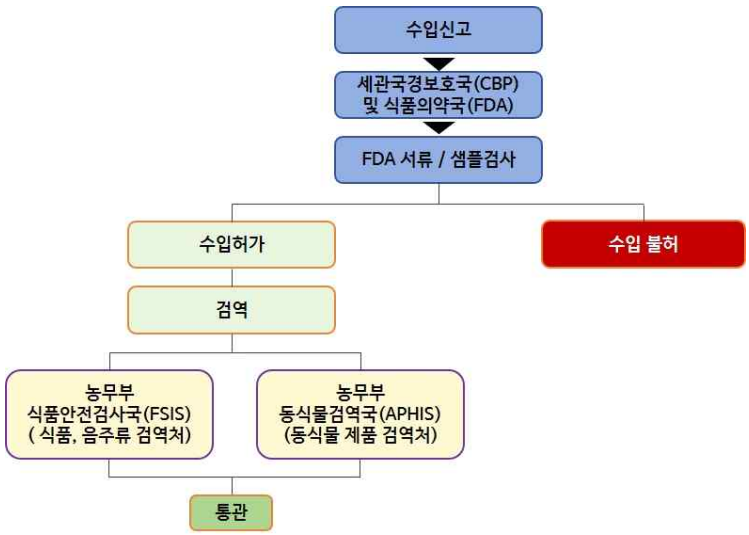
o 통관 완료

| | |
|---|---|
| **개요** | 수입신고가 적절히 이루어지고, 관세가 올바른 방법으로 결정되어 납부되면 수입물품에 대한 통관이 완료됨 |

## 3) 검역

### □ 검역 절차

**그림 3.1 수입 검역 절차**




자료: 세관국경보호국(CBP)

o 동식물검역국(Animal and Plant Health Inspection Service)은 동물 및 농산물을 포함한 식물의 검역을 담당

o 식품안전검사국(Food Safety and Inspection Service)은 육류, 가금류, 달걀 제품의 검역을 담당농산물을 포함한 식물의 검역을 담당

o 냉동 채소의 경우 동식물검역국의 검역 대상에 포함될 수 있으므로, 만약 검역을 요구할 경우 다음과 같은 절차로 검역이 진행됨

□ 냉동 채소 관련 검역 절차[28)]

| | |
|---|---|
| 기타 야채류 | 1. 등록허가증 제출<br>2. 검사 후 수입허가 |

표 3.2 동식물검역국(APHIS) 검역 절차

| 순번 | 절차 | 담당 기관 |
|---|---|---|
| 1 | 수입허가증신청 | 수입상 → 농무부 동식물검역국(APHIS) |
| 2 | 수입허가 | 동식물검역국 → 수입상 |
| 3 | 도착통지서 | 수입상 → 부두/공항검역소(CBP) |
| 4 | 도착통지서<br>전달/유통경로 통보 | 부두/공항검역소(CBP) → 동식물검역국 |
| 5 | 검역절차사항통보 | 부두/공항검역소(CBP) → 수입상 |
| 6 | 검역 | CBP 농산물 서비스 |
| 7 | 통관 | CBP |

## 2. 관세율 정보

### 1) 관세율 정보

□ 냉동 채소는 미국 HS CODE 0710.90.9100호로 분류

o 냉동 채소는 다음과 같은 처리를 거친 후, 세포조직의 파열 방지하고 냉동된 상태로부터 녹을 때 신선한 상태를 유지하기 위해 일반적으로 급속냉동법에 의하여 공업적으로 냉동시킨 채소를 의미함

- 조리하지 않은 것
- 냉동하기 전에 소금이나 설탕을 첨가한 것
- 물에 삶거나 찐 것

o 냉동 채소는 냉동 나물류로서 여러 채소가 혼합되어 있음. 한국의 관세율표 상 냉동 채소 혼합물이 특게되어 있으며 제 0710.90-0000호로 분류됨

o 미국의 경우에도 Harmonized Tariff Schedule(2018 HTSA Revision 14)상 냉동된 채

28) 동식물검역국(APHIS) 규정 Table 3-148
www.aphis.usda.gov/import_export/plants/manuals/ports/downloads/miscellaneous.pdf

소 혼합물이 특게되어 있으며 제 0710.90.9100호로 분류함. 또한 관세율에 대해 최혜국대우에 따른 비 특혜 적용세율(기본관세율)은 14%이며 수출기업 등[29](자율발급)이 한-미 FTA에 따른 FTA 특혜 원산지 증명서를 자율 발급하여 제출한다면 0%의 특혜세율을 적용받을 수 있음

**표 3.3 미국 냉동 채소 HS CODE 및 수입 관세율**

| 국가 | HS CODE | 품명(한글) | 관세율 |
|---|---|---|---|
| 한국 | 0710 | 냉동 채소(조리하지 않은 것이나 물에 삶거나 쪄서 조리한 것으로 한정한다) | - |
| | 0710.90.0000 | 채소류의 혼합물 | |
| | 0710 | 냉동된 야채(조리하지 아니하거나 물에 찌거나 삶은) | |
| 미국 | 0710.90 | 채소류의 혼합물 | - 기본세율: 14%<br>- 한미 FTA 협정세율: 0% |
| | 0710.90.9100 | 기타 | |

출처: 관세법령정보포털(unipass.customs.go.kr), 미국국제무역위원회(www.usitc.gov)

## 2) 한-미 FTA 원산지 정보

### □ 개요

o 한-미 자유무역협정(이하 '한-미FTA' 라 함)이 2012년 3월 15일부로 발효되면서 FTA 협정 품목에 해당하고 원산지 결정기준을 충족하는 경우 FTA 원산지증명서를 신청 발급하여 특혜세율 적용이 가능함

o 다만, 특혜관세를 적용받기 위해선 수입신고 수리 시까지 FTA 원산지증명서를 당국 세관에 제출하여야 함

- 수리 시까지 제출할 수 없는 경우에는 수입신고필증에 '특혜관세 사후적용' 의 문구를 기재한 후 통관하고 나서 '소급 발급' 을 기재한 원산지증명서로 수리일 이후 1년 이내에 특혜관세를 적용할 수 있음

29) 자율발급 대상은 수출자, 생산자, 수입자가 자체적으로 발급가능 함

## □ 한-미 FTA 원산지증명서 발급내용

| 구분 | 내용 | 비고 |
|---|---|---|
| 작성자 | 수출자, 생산자, 수입자 | 한-미 FTA는 자율발급 대상 |
| 언어 | 한글 또는 영문 | 수입당사국 세관당국은 수입자에게 수입 당국의 언어로 된 증명 번역본 제출을 요구할 수 있음 |
| 양식 | - 원산지 증명서식에 따라 작성된 서류<br>- 작성자·수입자·수출자의 성명·주소·전화번호, 해당 물품의 원산지 증명 정보와 품목번호 등이 기재된 서류 | |
| 서명 | 서명할 자가 지정되어야 하며 자가 서명을 발급해야 함 | |
| 사용 횟수 | 당사국 영역으로의 단일 선적 | 서면 또는 전자 증명에 명시된 기간으로 증명일부터 12개월을 초과하지 않은 기간 내 동일 상품의 복수 선적 |
| 유효기간 | 발급일로부터 4년 | |

## □ FTA 협정세율 적용 요건 및 방법

o 0710.90.9100 원산지결정기준(PSR) 충족[30]

- 수출 기업의 수출 물품에 대한 한-미 FTA 원산지증명서를 발급받기 위해서는 다음의 원산지결정기준을 반드시 충족해야 함

| HS CODE | PSR설명 |
|---|---|
| 0710.90.9100 | A change to headings 0701 through 0714 from any other chapter<br>(다른 류에 해당하는 재료로부터 생산된 것) |

o 직접운송원칙

| |
|---|
| 가. 협정관세의 적용을 받고자 하는 원산지 상품은 당사국 간 직접 운송되어야 함<br>나. 상품이 하나 이상의 비당사국을 경유하여 운송되더라도, 다음을 조건으로 직접운송된 것으로 간주<br>(1) 지리적 이유 또는 전적으로 운송상의 이유일 것<br>(2) 비당사국에서 거래 또는 소비되지 아니할 것 |

30) 미국측 협정세율표 및 원산지결정기준(Modifications to the Harmonized Tariff Schedule of the United States to Implement the United States-Korea Free Trade Agreement), United States International Trade Commission, 2012.2

(3) 상품이 하역, 운송상의 이유로 한 화물의 분리, 재선적 또는 그 상품을 양호한 상태로 보존하기 위하여 필요한 그 밖의 모든 공정 외에 비당사국에서 그 밖의 어떠한 공정도 거치지 아니할 것

○ 상품이 비당사국에서 일시보관되는 경우 그 상품은 보관되는 동안 비당사국 세관당국의 통제하에 머물러 있어야 하며, 상품의 반입일로부터 3개월을 초과할 수 없음. 불가항력의 상황이 발생하는 경우 6개월을 초과할 수 없음

# 3. 인증정보

## 1) 필수 인증

### □ 식품시설등록 (Food Facility Registration)

| Food Facility Registration | |
|---|---|
| 인증/검사명 | Food Facility Registration |
| 인증 설명 | - 미국 내 반입되는 식품의 공급을 생물학적 테러로부터 안전하게 보호하기 위하여 2002년 6월 Bioterrorism Act 제정<br>- Bioterrorism Act에 따라 2013년 12월 12일부로 미국으로 반입되는 모든 식품에 대해 사전에 음식물 시설을 등록하도록 하고 수입되는 모든 식품에 대해 사전에 통보하도록 함 |
| 등록기관 | 미국식품의약국(FDA: Food and Drug Administration) |
| 성격 | 필수 |
| 등록방법 | 전자등록과 서류등록이 있지만 인터넷을 이용한 전자등록을 권하고 있으며 시설에 관한 일반적 기록사항(시설명, 주소, 전화번호, 팩스번호, 이메일주소, 브랜드명, 미국 에이전트명, 식품의 제품 범주)을 영문으로 작성하여 FDA 웹사이트에 직접 등록 또는 FDA 에이전트 한국 지사 등을 통하여 대행 가능함 |
| 소요기간 | 직원 수에 따라 인증 심사일수 상이 |
| 유효기간 | 2년(이후 2년 단위로 갱신) |

## 2) 권장 인증

### □ ISO 22000(Food Safety Management System)[31]

| ISO 22000 | |
|---|---|
| 인증/검사명 | ISO 22000 |

| | |
|---|---|
| 인증 설명 | 식품공급사슬 내의 모든 이해관계자가 적용할 수 있는 국제규격 ISO 22000은 ISO 9001 품질경영시스템을 바탕으로 HACCP의 7원칙과 12절차를 모두 포함하고 있음 |
| 발행/검사기관 | 한국표준협회(KSA, Korean Standard Association) |
| 성격 | 권장 |
| 제출서류 | 인증심사 신청서(홈페이지를 통해 다운로드 가능) |
| 비용 | 기본 심사 수수료 약 106만 원 소요 |
| 소요기간 | 직원 수에 따라 인증 심사일수 상이 |
| 유효기관 | 3년(이후 3년 단위로 갱신) |
| 인증절차 | 문의신청 → 예비심사 → 문서 심사 → 현장 심사<br>인증심의 → 인증서 발행 등록 → 사후관리 심사 |
| 유의사항 | ISO 22000은 국제 표준의 식품 안전 경영 시스템 요구사항으로서 유통의 중간 식품 공급망을 관리하여 규정하고 있음. 식품 공급망 전반에 걸쳐 장비, 포장재, 세척제, 식품 첨가제, 원료 등의 상호 관계가 있는 기업들을 비롯해 모든 기업에 적용되는 국제 표준으로 식품과 관련된 모든 기업에 적용이 가능함 |

## □ HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point)

| 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 | 한국식품과학연구원 등[32] |
| 성격 | 권장 |
| 제출서류 | - 영업허가(신고)증 사본<br>- 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부<br>- 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적<br>- 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부<br>- 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부 |
| 비용 | 수수료 20만 원 |
| 소요기간 | 1년 전후 |
| 유효기관 | 3년(유효기간 이내 재심사 신청해야 함) |
| 인증절차 | 1) HACCP 시스템수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성<br>2) 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산공정 흐름도 작성<br>3) 생산공정의 각 단계와 도출된 유해요소를 파악하여 유해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가<br>4) 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리 사항(POA) 파악<br>5) 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정<br>6) 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선조치 |
| 이점 | - 식품안전성 향상, 식품 안전성 지속, 제품 경쟁력 확보<br>- 국제 인증 규격 |

31) 한국품질보증원(www.kqa.co.kr), NQA(www.nqa.com), BizCare(biz-care.kr)
32) 검사항목에 따른 검사기관 지정은 식약청 홈페이지 참고:

## 4. 라벨링

### □ 라벨링 관련 법적 근거

o 미국의 식품의약국(FDA, Food and Drug Administration, 이하 FDA)은 미국에서 판매되는 모든 식품의 안전, 건강 및 적절한 라벨링 표기 방식을 규정하고 있음

o 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[33)]

### □ 가공식품 라벨링 필수 표기사항

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

**표 3.4 수입식품의 미국 라벨 표기사항 상세**

| 번호 | 항목 | 설명 |
|---|---|---|
| 1 | 제품명 | - 포장용기의 주요 면에 표기<br>- 활자 크기는 라벨에 사용된 가장 큰 활자의 절반 이상이어야 함 |
| 2 | 원재료명 | - 사용된 성분의 중량을 기준으로 배열 |
| 3 | 순중량 | - 주요 면 하단 30% 위치에 표시하고, 미국 단위와 미터법 단위로 함께 표시<br>- 1회 제공량을 표시하되 실제 섭취하는 양으로 현실화해 기재 |
| 4 | 영양성분 분석표 | - 라벨의 주요 표시면, 측면 혹은 후면의 정보 표시면에 표기<br>- 제조자·유통자·포장형태를 표시한 곳과 같은 면에 표시<br>- 중량이 무거운 순서대로 기재 |
| 5 | 제조·포장·유통업체 정보 | - 제조, 포장, 유통업자명과 주소: 제조, 포장, 유통업자와 제조업자가 다를 경우, 그 회사와 제품의 관계를 명시하는 '~에서 제조한' '~에서 유통하는'과 같은 문구 표기 |
| 6 | 원산지 | - 모든 수입품은 수입 시점에 상품 및 개별 포장에 읽기 쉬운 문자로 가능한 잘 보이는 장소에 표기<br>- 영어로 원산지 국명을 표시 |
| 7 | 알레르기 유발 성분 | - 알레르기 유발 식품에서 추출된 알레르기 항원 단백질을 함유한 원료(우유, 계란, 생선, 갑각류/조개류, 견과류, 밀, 땅콩, 대두/콩)로 제조된 식품인 경우 알레르기 유발 식품의 함유 표시 |

자료: 'A Food Labeling Guide', 미국 보건복지부(HHS) 및 식품의약국(FDA)[34)]

---

mfds.go.kr/brd/m_627/view.do?seq=32378&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&multi_itm_seq=0&company_cd=&company_nm=&page=1

33) 2013년도가 가장 최근에 업데이트된 내용임

34) A Food Labeling Guide
www.fda.gov/downloads/food/guidancecomplianceregulatoryinformation/guidancedocuments/foodlabelingnutritio

## □ 라벨링 내 영양성분 표기에 관한 규정 변경[35)]

o 미국의 식품청 FDA가 소비자들에게 더 정확한 영양정보를 제공하기 위해 라벨 및 권장량 규제 최종 개정안을 2016년 5월 27일 확정함에 따라 아래 표와 같이 영양성분 표기에 관해 새롭게 개정된 라벨링으로 변경해야 함

- 해당 규정은 2018년 7월 26일부터 적용되며 연간 판매 실적 1,000만 달러 이상의 식품 제조업체는 2020년 1월 1일까지, 연간 판매 실적 1,000만 달러 미만의 업체는 기업은 2021년 1월 1일까지 새로운 영양 성분표 라벨링을 적용해야 함

o 주요 변경 사항

- 글자 크기 변화: 기존의 식품 영양 성분표는 글씨체가 작아 파악하기 힘들다는 의견을 반영하여 글씨 크기 및 두께 모두 커짐

- 실질 제공량 표시: 기존 라벨링에 제공된 양은 소비자들의 실질적인 소비량을 반영하지 못하였음. 이에 FDA는 소비자들의 현실적인 소비량을 반영하도록 법을 개정함

<table>
<tr><td>1회 제공량</td><td>• 일반적인 소비량 참고(RACC: Reference Amounts Customarily Consumed) 규정에서의 식품 Large 표기(100g (또는 mL) 혹은 그 이상)를 없애고, 대신 식품양이 150% 이상 200% 미만이면 1회 또는 2회 제공량으로 변경함</td></tr>
<tr><td rowspan="2">이중 열 라벨<br>(Dual Label)</td><td>• 식품 함유량이 RACC의 200-300%인 경우 FDA에서는 1회 섭취량 및 용기 당 섭취량에 대한 칼로리를 표시하도록 개정했으며, 밀가루와 계란과 같은 다양한 용도로 쓰이는 식품에 대해서는 이중열 라벨 표시를 제외함</td></tr>
<tr><td> 
</td></tr>
<tr><td>일반적인<br>소비량<br>참고(RACCs :</td><td>• 제과 중류, 유제품, 낙농품 및 대체재, 디저트, 디저트 토핑, 계란 및 대체재, 소스류, 당류 등의 부류에 속하는 식품에 대해 규정이 변경됨<br>• 소스가 첨가되지 않은 냉동 채소의 경우, RACCs를 85g으로, 소스</td></tr>
</table>

n/foodlabelingguide/ucm265446.pdf

35) Changes to the Nutrition Facts Label
www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/LabelingNutrition/ucm385663.htm#highlights

| | |
|---|---|
| Reference Amounts Customarily Consumed) 개정 | 가 첨가된 경우는 110g으로 규정하고 있음 |

자료: 미국 FDA[36)]

표 3.5 라벨링 표기 변경 관련 상세 규정


자료: 미국 FDA[37)]

36) www.fda.gov/downloads/food/guidanceregulation/guidancedocumentsregulatoryinformation/labelingnutrition/ucm513820.pdf

37) https://www.fda.gov/downloads/food/labelingnutrition/ucm511646.pdf

### □ 과민성 반응과 알레르기 반응 명칭 표기

o 과민성 반응과 알레르기 반응을 일으킬 수 있는 항목[38]은 유전학적인 명칭을 표기해야 하며, “천연 원재료”, “천연의 것으로 확인되는 원재료 “, ” 인공 원재료 “의 3가지의 질적인 구분과 표기를 하여야 함

o 과민증, 알레르기 반응을 일으킬 수 있는 식품 및 원재료 표기 항목

- 글루텐을 포함한 시리얼 종류

  ex) 보리, 밀, 호밀, 귀리, 소맥분, 글루텐 포함 곡물 잡종 종자 및 그 부산물

- 바닷가재, 새우와 같은 갑각류
- 달걀 및 그 제품
- 생선 및 그 제품
- 견과류 및 그 제품
- 콩 및 그 제품(콩 식용유와 같은 대두로 만든 기름은 제외)
- 우유 및 낙농품(단, 포도당인 lactose가 들어간 것)
- 잣과 같은 나무에서 취득하는 견과류와 그 파생물
- kg당 10mg이 넘는 아황산이 들어간 제품

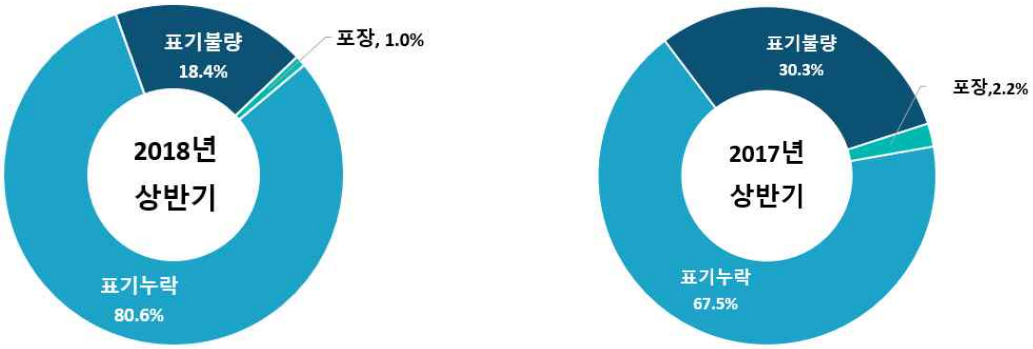
### □ 라벨링/포장 부적합으로 인한 통관 거부 사례

o 2018년 상반기 기준 가장 많은 비중을 차지한 미국의 한국산 식품 통관거부 사유는 라벨링/포장 부적합으로, 전체의 47.4%를 차지함

- 2018년 상반기 라벨링 표기 누락은 29건(80.6%), 표기불량은 7건(18.4%)를 차지함. 표기누락 중 영양소 정보를 미개재한 건수가 11건으로 가장 많았음. 그 다음으로 성분 통칭 및 관용명 미표기, 영문 라벨 미표기 순임
- 2017년과 2018년 모두 라벨링/포장 문제로 인한 통관거부 비중이 가장 높은 만큼 라벨링 규정을 꼼꼼히 확인할 필요성이 있음

38) 아세톤과 2분자의 페놀 축합에 의해 합성되는 단량체. 식품의 캔, 병마개, 식품포장재, 치과용 수지 등에 주로 사용되는 epoxy resin과 polycarbonates 생산시 기본 원료물질이며, 합성수지 제조사, 산화방지제, 염화비닐 안정제로서 첨가됨 (자료: 한국식품안전연구원)

표3.6 2017-18년 상반기 미국 한국산 식품 라벨링/포장 사유별 통관거부 건수




자료: 미국 FDA

□ 라벨링 예시

| 라벨링 예시 |
| --- |
|  |



자료: 미국 현지 조사원

# 5. 위생요건

## 1) 식품첨가물

### □ 식품첨가물 규제 체계[39)]

o 미국의 식품첨가물은 식품의약품청(FDA)이 연방식품의약품화장품법(FFDCA)과 연방규정집(Code of Federation Regulations, CFR) 제21편에 따라 규제함. 미국의 식품첨가물은 사용 가능한 물질과 사용금지물질을 각각 규정해 포지티브와 네거티브 방식을 병행한다고 볼 수 있음

o 미국의 식품첨가물 유형은 크게 승인제로 운영하는 식품첨가물과 자율신고제로 운영하는 일반적으로 안전하다고 여겨지는 성분(Generally Recognized as Safe, GRAS)으로 양분. 이외에도 식품과 의약품, 화장품의 색상을 내는데 사용하는 색소첨가물과 우리나라 건강기능식품에 해당되는 식이보충제의 원료인 신규 식이원료, 그 외에도 제도 구축 과정에서 규정상에 남아있는 사전승인 식품성분 등이 있음

- GRAS는 미국에만 있는 특수한 제도로, 안전성이 높은 식품 성분은 FDA에 자율신고하여 사용하거나 업체 자체 판단 하에 신고하지 않아도 됨
- 식품첨가물은 식품에 직접 첨 가하는 첨가물과 용기 포장 등에 첨가하여 식품과 간접 접촉하는 첨가물로 나뉘며, 가공보조제와 영양성분도 식품첨가물로 포함시킴

**표 3.7 미국 식품첨가물 종류와 관련 법령**

| 종류 | | 변경 내용 | 관리 | 법령 |
|---|---|---|---|---|
| 식품첨가물 | 직접 식품첨가물 | 식품에 직접 첨가하는 성분 | 승인 | 21CFR172 |
| | 2차 직접첨가물 | 식품처리를 위해 첨가하는 성분 (이온교환수지, 추출용매 등) | 승인 | 21CFR173 |
| | 간접 식품첨가물 | 포장 또는 가공기기의 일부로, 식품과 접촉할 수 있는 성분이나 식품에 직접 첨가하지 않음. 우리나라 식품접촉성분과 유사 | 승인 | 21CFR174 -178 |
| | 잠정 직/간접 식품첨가물 | 잠정적으로 사용 또는 접촉이 인정되는 식품첨가물 | 조건부 승인 | 21CFR180 |
| 색소첨가물(착색제) | | 식품, 의약품, 화장품 등을 착색할 때 사용 | 승인후 인증제 | 21CFR 70, 71, 73, 74, 80-82 |

39) '미국 식품첨가물 제도 및 최신현황', 식품의약품안전처, 식품안전정보원. 2016. 4.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 사전승인 식품성분 | | 식품첨가물법 개정 전(1958년) FDA 또는 농무부가 비공개 문서에서 사용이 인정된 성분(안전성이 입증된 것으로 간주되는 성분) | 승인 면제 | 21CFR181 |
| GRAS | GRAS 성분 | 일반적으로 안전하다고 여겨지는 성분(예: 소금, 설탕, 베이킹파우더 등의 식품 성분) | 신고 | 21CFR182 |
| | GRAS 사전승인 직접성분 | FDA의 과학 재검토 후 사전승인을 받은 GRAS 직접성분 | 사전 승인 | 21CFR184 |
| | GRAS 사전승인 간접성분 | FDA의 과학 재검토 후 사전승인을 받은 GRAS 간접성분 | 사전 승인 | 21CFR186 |
| 착향료 | | 착향료의 법적 정의가 없음. 다만, 식품첨가물, GRAS성분, GRAS 사전승인 성분 등 중 착향료추출물제조협회(FEMA)가 GRAS로 자체 인정한 성분 목록이 존재 | 승인 및 신고 | 21CFR172 subpart F 21CFR182 subpart A CFR21 184 |
| 식품 사용이 금지된 성분 | | 사람이 섭취하는 식품에 사용이 금지된 성분 | 사용 불가 | 21CFR189 |

자료: 미국 식품첨가물 제도 및 최신현황, 15p.

### □ 냉동 채소의 식품첨가물 관련 규제

o 업체가 사용하려는 성분이 식품첨가물 또는 GRAS인지 알고 싶다면, 식품첨가물 DB를 검색해야 하며, DB에서 성분을 찾을 수 없는 경우 FDA에 문의 필요

o 해당 성분이 사전승인 또는 GRAS 성분에 속해 DB에 등재되어 있지 않은 경우, FDA는 코덱스 첨가물 일반 기준을 고려해 답변함

**표 3.8 식품첨가물 및 착색료 관련 DB검색 사이트**

| CFR 규정 | 사이트 주소 |
|---|---|
| 21CFR70-82 착색료에 관한 규정 | www.ecfr.gov/cgi-bin/text-idx?SID=b0e2ab6a95e6022a3f9340319e593e88&tpl=/ecfrbrowse/Title21/21cfrv1_02.tpl#0 |
| 21CFR170-189 식품첨가물에 관한 규정 | www.ecfr.gov/cgi-bin/text-idx?SID=b0e2ab6a95e6022a3f9340319e593e88&tpl=/ecfrbrowse/Title21/21cfrv3_02.tpl#0 |

## 2) 유해물질

### □ 잔류농약 규제

o 잔류농약 관련 규제는 환경보호청(EPA)과 식품의약국(FDA)이 관할

o EPA는 잔류농약 허용량을 포지티브 리스트로 설정해 미국에 수입되는 식품은 각 기준을 만족시켜야 함

o 냉동 채소의 잔류농약에 관한 기준은 40CFR part180에서 확인할 수 있음

**표 3.9 잔류농약 관련 DB 검색 사이트**

| CFR 규정 | 사이트 주소 |
|---|---|
| 40CFR part180<br>잔류농약 허용량과<br>적용면제 기준 | www.ecfr.gov/cgi-bin/text-idx?SID=c1a49cebb709becc4d97639764305082&node=pt40.24.180&rgn=div5 |

## □ 중금속 및 오염물질 규제

o 중금속 및 오염물질에 관한 규제는 총괄적인 법적 수준에서 규정되어 있지 않음

o 다만 FDA는 2000년에 '식품 및 동물사료에 포함된 유독·유해물질에 관한 대책'을 발표해 19종류의 유해물질에 대해 품목별 대책 수준치를 설정

- 이 대책은 법적 구속력은 없지만 FDA 법적 조치 발동 여부를 결정할 때 기준으로 참고함. 그러므로 유해물질 함유량을 해당 기준치 밑으로 낮출 필요성이 있음

**표 3.10 중금속 및 오염물질 관련 DB검색 사이트**

| 규제명 | 사이트 주소 |
|---|---|
| Guidance for Industry: Action Levels for Poisonous or Deleterious Substances in Human Food and Animal Feed | www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/ChemicalContaminantsMetalsNaturalToxinsPesticides/ucm077969.htm |

o 또한, FDA는 1991년부터 다양한 식품에 포함된 유해물질의 총섭취연구(Total Diet Study, TDS)를 실시해 FDA 웹사이트에 게시하고 있음

- 법적으로 설정된 허용량이나 기준치는 아니지만 미국에서 소비되는 다양한 식품의 유해물질의 함유량에 대해 최소값, 최대값, 평균값 등을 알려주는 참고지표로 사용됨

# Ⅳ. 경쟁제품

1. 경쟁제품 선정
2. 오프라인
3. 온라인

## 경쟁제품 개요

### 1. 품목별 가격 현황

❖ 온·오프라인에서 유통되는 주요 인기 품목은 혼합채소, 브로콜리, 콩류(에다다메, 완두콩, 강낭콩 등)임

❖ 각 품목별 100g당 평균 가격은 브로콜리류 1.7달러, 콩류 1.1달러, 혼합채소 0.6달러 순

❖ 혼합채소류와 콩류는 0.4-0.8달러 가격대에 집중되어 있는 반면, 브로콜리류는 비교적 분산된 가격 분포를 보임

❖ 브랜드별 가격대를 비교해보면, Birds Eye와 Green Giant 제품의 가격이 비교적 높음

**❖ 주요 품목별 제품 가격 분포표**

(단위: 달러, 100g 기준 가격)


### 2. 제품 포장 현황

❖ 제품 포장은 주로 플라스틱 파우치의 형태임

## 1. 경쟁제품 선정

o 분석기준 및 지표설정

- 온·오프라인 각 채널에서 가장 인기 있고, 브랜드 인지도가 높으며, 리뷰 수가 많은 제품 중에서 선별함
- 제품 상세 스펙에서 공통으로 확인되는 용량, 가격, 포장형태, 성분 등의 항목으로 분석함

o 대표 방문 및 조사 매장[40)]

| 글로벌체인 슈퍼마켓 | | 로컬체인 슈퍼마켓 | |
|---|---|---|---|
| Target | TARGET | Whole foods | WHOLE FOODS MARKET |
| Costco | COSTCO WHOLESALE | Trader Joe's | TRADER JOE'S |
| **한인마트** | | **할인마트** | |
| 가주마켓 (California Market) | 가주마켓 California Market | Aldi | ALDI |
| H Mart | H MART | Food 4 less | FOOD 4 LESS |
| **편의점** | | | |
| Marukai Market | | MARUKAI Japanese Supermarket | |
| **온라인** | | | |
| amazon | Walmart | instacart | |
| Amazon | Walmart | Instacart | |

40) 다음 사항은 주요 경쟁제품 분석에 크게 영향을 미친 유통채널을 나타낸 것이며, Target, Costco, Food 4 less 등 16개 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 한인마트, 할인마켓, 편의점을 방문, Amazon을 포함한 온라인 유통채널을 바탕으로 분석함

## 2. 경쟁제품 분석

### 1) 오프라인

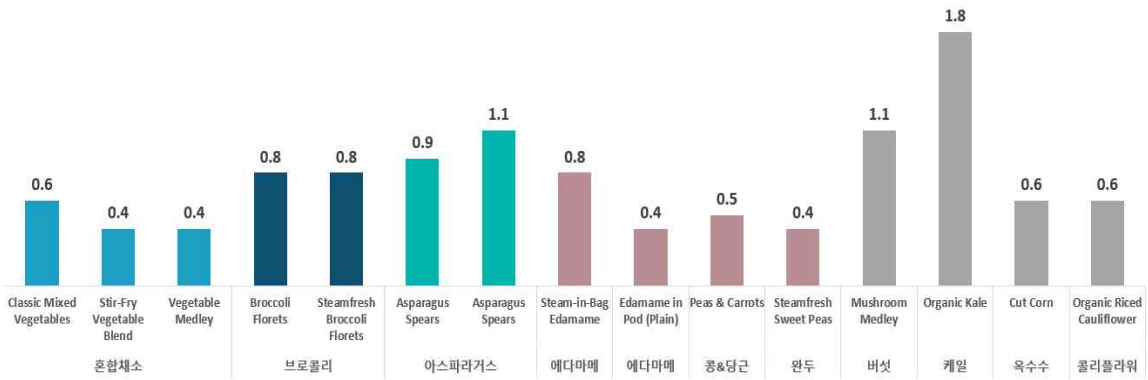
□ 냉동 채소의 평균 100g 기준 가격은 약 0.7달러(약 786원), 단일 품목으로는 케일이, 품목류는 아스파라거스류의 가격이 가장 높음

o EarthBound Farm 社의 Organic Kale의 평균 100g당 가격이 1.8달러로 가장 높음

o 품목류 기준으로는 평균 100g당 가격이 각각 아스파라거스 1.0달러, 브로콜리 0.8달러, 콩류(에다마메, 콩&당근 혼합, 완두) 0.5달러 순으로 높음

표 4.1 품목별 냉동 채소 100g당 평균가격 비교

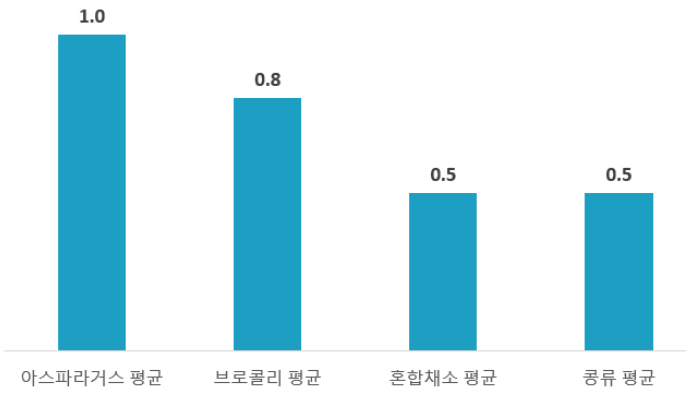
(단위: 달러)




자료: 현지조사원

표 4.2 품목 분류별 냉동 채소 100g당 평균가격 비교[41)]

(단위: 달러)




자료: 현지조사원

41) 콩류는 '에다마메, 콩&당근, 완두' 제품을 포함

□ 대부분 미국산이 많으며 조사한 제품 모두 플라스틱 파우치를 포장으로 사용함

o 현지조사한 15개의 제품 중 미국산이 7개이며, 그 외 칠레, 멕시코, 이탈리아산이 확인됨

o 냉동 채소의 조리법이 다양하기 때문에 비빔밥과 같이 특정 소스가 동봉되어 판매되는 제품은 없는 것으로 확인됨

□ 유통채널의 자사브랜드 상품(PB상품) 판매가 돋보임

o Whole Foods Market의 365 Everday Value, Aldi의 Simply Nature, Target의 Market Pantry, Costco의 Kirkland는 각각 유통사가 판매하는 PB 브랜드임

o 현지조사원의 자료에 따르면, Kroger는 할인점 Food 4 less를 보유하고 있는 미국의 종합유통업체로, 브로컬리, 옥수수, 콜리플라워 등 품목의 자사 제품을 모두 1달러당 약 340g에 판매하고 있음

□ 볶음 요리용 혼합채소 제품 판매

o 미국인들이 선호하는 에스닉 푸드 중 아시안 면 요리의 인기가 높음. 면 요리를 즐겨하는 소비층을 겨냥하여, Kirkland는 볶음요리에 들어가는 주요 채소를 혼합하여 판매함

- Morgan Stanley 자료에 따르면, 2016년도 음식 유형별 배달 서비스 분포에서 아시아푸드가 46.6%로, 피자 다음으로 높은 비중을 나타냄
- 향후 아시안푸드에 대한 수요는 지속적으로 증가할 전망으로, 볶음 요리(stir-fry)와 같이 인기 있는 아시아 요리법에 냉동 채소가 활용될 수 있도록 하는 제품기획 및 구성을 검토해 볼 필요성 있음

## □ 오프라인 경쟁제품

| 구분 | | 제품 #1 | 제품 #2 | 제품 #3 |
|---|---|---|---|---|
| 제품이미지 | 앞면 |  |  |  |
| | 뒷면 |  |  |  |
| 제품스펙 | 제품명 | Classic Mixed Vegetables | Broccoli Florets (Plain Select) | Mushroom Medley |
| | 제조사 | Birds Eye | Green Giant | Trader Joe's |
| | 원산지 | 미국 | 멕시코 | 이탈리아 |
| | 포장용기 | 플라스틱 파우치 | 플라스틱 파우치 | 플라스틱 파우치 |
| | 조사매장 | Ralphs | Ralphs | Trader Joe's |
| | 제품가격 | 2.5달러(약 2,795원) | 2.5달러(약 2,795원) | 3.5달러(약 3,918원) |
| | 중량 | 약 456g | 약 340g | 약 340g |
| | 최상품질기한[42] | 2019.09.29 | 2020.03.22 | 2020.01.26 |
| | 성분 | 옥수수, 당근, 껍질콩, 완두콩, 소금 | 브로콜리 | 샴피뇽, 느타리버섯, 그물버섯, 비단그물버섯, 올리브오일, 해바라기 기름, 파슬리, 소금, 마늘 |
| 구분 | | 제품 #4 | 제품 #5 | 제품 #6 |
| 제품이미지 | 앞면 |  |  |  |
| | 뒷면 | | | |

42) 최상품질기한(Best if Used By): 식품을 섭취해도 이상이 없을 것으로 인정되는 소비 최종 시한을 의미함. FDA는 대부분의 식품에 대해 제조일자 표기를 의무화하고 있지 않음. '최상품질기한'은 제조사가 각자의 방법을 근거로 정하며, 이 방법에 대해서는 따로 공개할 필요는 없음. 다만, 문제 발생 시 책임을 지는 구조임 (자료: USDA, www.commissaries.com/sites/default/files/2016-12/food-product-dating-usda-flyer.pdf)

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | |  |  |  |
| 제품스펙 | 제품명 | Organic Kale | Steamfresh Broccoli Florets | Steamfresh Sweet Peas |
| | 제조사 | Earthbound Farm | Birds Eye | Birds Eye |
| | 원산지 | 멕시코 | 미국 | 미국 |
| | 포장용기 | 플라스틱 파우치 | 플라스틱 파우치 | 플라스틱 파우치 |
| | 조사매장 | Whole Foods Market | Target | Target |
| | 제품가격 | 4.0달러(약 4,479원) | 2.4달러(약 2,683원) | 1.1달러(약 1,224원) |
| | 중량 | 약 227g | 약 306g | 약 283g |
| | 최상품질 기한 | 2019.11.08 | - | 2020.11.08 |
| | 성분 | 유기농 케일 | 브로콜리 | 완두콩 |
| **구분** | | **제품 #7** | **제품 #8** | **제품 #9** |
| 제품이미지 | 앞면 |  |  |  |
| | 뒷면 |  |  |  |
| 제품스펙 | 제품명 | Asparagus Spears | Vegetable Medley | Asparagus Spears |
| | 제조사 | Trader Joe's | 365 Everyday Value | 365 Everyday Value |
| | 원산지 | 페루 | 미국 | 칠레 |
| | 포장용기 | 플라스틱 파우치 | 플라스틱 파우치 | 플라스틱 파우치 |
| | 조사매장 | Trader Joe's | Whole Foods Market | Whole Foods Market |
| | 제품가격 | 3.0달러(약 3,356원) | 1.7달러(약 1,897원) | 3.7달러(약 4,142원) |
| | 중량 | 약 340g | 약 456g | 약 340g |
| | 최상품질 기한 | 2020.03.26 | 2020.01.02 | 2020.06.25 |
| | 성분 | 아스파라거스 | 당근, 완두콩, 껍질콩, 강낭콩 | 아스파라거스 |
| | 기타 사항 | | • Non-GMO<br>• 365 Everday Value는 Whole Foods Market의 자사 브랜드임 | • Non-GMO<br>• 365 Everday Value는 Whole Foods Market의 자사 브랜드임<br>• |

| 구분 | | 제품 #10 | 제품 #11 | 제품 #12 |
|---|---|---|---|---|
| 제품이미지 | 앞면 |  |  |  |
| | 뒷면 |  |  |  |
| 제품스펙 | 제품명 | Steam-in-Bag Edamame | Organic Riced Cauliflower | Stir-Fry Vegetable Blend |
| | 제조사 | Market Pantry | Green Giant | Kirkland |
| | 원산지 | 중국 | 미국 | 미국/멕시코 |
| | 포장용기 | 플라스틱 파우치 | 플라스틱 파우치 | 플라스틱 파우치 |
| | 조사매장 | Target | Costco | Costco |
| | 제품가격 | 2.4달러(약 2,683원) | 8.0달러(약 8,969원) | 7.8달러(약 8,744원) |
| | 중량 | 약 340g | 약 1.4kg | 약 2.5kg |
| | 최상품질 기한 | 2019.11.30 | 2020.04.18 | 2020.09.27 |
| | 성분 | 대두 | 유기농 콜리플라워 | 브로콜리, 완두콩, 대두, 당근, 버섯, 빨간 피망, 마름, 노란 양파 |
| | 특이사항 | Market Pantry는 Target의 자사 브랜드임 | | • Kirkland는 Costco의 자사 브랜드임<br>• Stir Fry 요리에 들어가는 야채 재료 묶음으로 구성 |
| 구분 | | 제품 #13 | 제품 #14 | 제품 #15 |
| 제품이미지 | 앞면 |  |  |  |
| | 뒷면 |  |  |  |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 제품스펙 | 제품명 | Edamame in Pod (Plain) | Peas & Carrots | Cut Corn |
| | 제조사 | Nishimoto | Springfield | Springfield |
| | 원산지 | 중국 | 미국 | 미국 |
| | 포장용기 | 플라스틱 파우치 | 플라스틱 파우치 | 플라스틱 파우치 |
| | 조사매장 | 한남체인 | 갤러리아 마켓 | 갤러리아 마켓 |
| | 제품가격 | 1.3달러(약 1,448원) | 4.0달러(약 4,479원) | 2.5달러(약 2,795원) |
| | 중량 | 약 400g | 약 907g | 약 454g |
| | 최상품질 기한 | 2020.02.01 | 2020.08 | 2020.05 |
| | 성분 | 대두 | 완두콩, 당근, 소금 | 옥수수 |

## 2] 온라인

o 온라인 유통채널의 100g당 평균가격은 1.4달러(한화 약 1,572원)임

- 아마존, 월마트, 인스타카트(Instacart)[43]에서 판매되고 있는 인기 제품을 분석한 결과, 100g당 가격이 가장 높은 제품은 Birds Eye 社의 Broccoli Florest(3.7달러)이며, 가장 낮은 제품은 Walmart의 PB 브랜드인 Great Value 제품임(0.2달러)

o 월마트 PB 브랜드인 Great Value와 기타 브랜드의 평균 가격 차이는 약 10배 수준임

- 조사한 7개 품목의 100g당 평균 가격은 약 1.9달러이며, Great Value는 품목의 종류와 관계없이 0.2달러의 동일한 가격으로 판매 중임
- Great Value가 제공하는 파격적인 가격은 온라인에서 물건을 구입하고 매장에서 픽업하는 소비자들에게 한해 제공되는 할인 혜택임

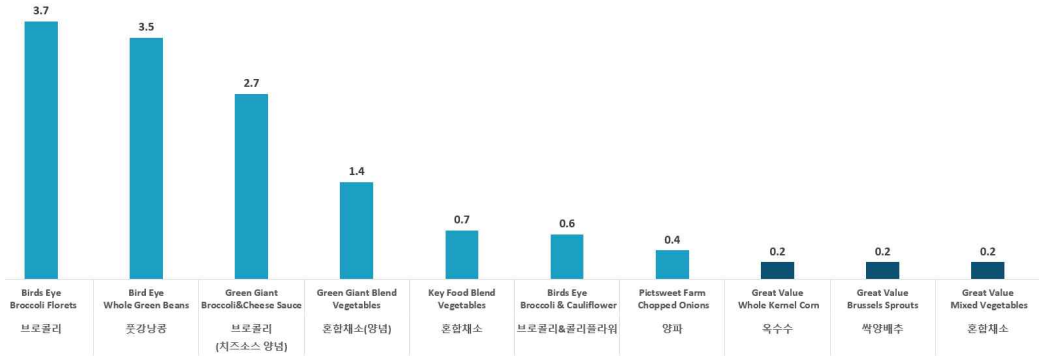
o 소스로 양념된 냉동 채소 판매

- Green Giant는 치즈소스로 양념된 냉동 브로콜리 제품 및 지중해식 소스로 양념된 혼합채소 제품을 온라인 채널에서 판매 중임

43) 인스타카트(Instacart): 2012년에 시작된 식품구매 대행업체로 쉽게 말하면 대신 장을 봐주는 서비스를 제공함. '식품업계의 우버'로 불리는 인스타카트는 마켓에 갈 시간이 없는 바쁜 직장인 부부를 타겟으로 하며, 주문한 제품을 당일 배송해 주고 있음. 현재 미국 26개 주에서 서비스 운영 중임

## 표 4.3 품목별 냉동 채소 100g당 평균 가격 비교

(단위: 달러)




자료: 현지조사원

## □ 온라인 경쟁제품

| 구분 | | 제품 #1 | 제품 #2 | 제품 #3 | 제품 #4 | 제품 #5 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 제품 이미지 | |  |  |  |  |  |
| 제품 스펙 | 제품명 | Birds Eye Steamfresh Vegetables Broccoli Florets | Green Giant Frozen Vegetables Steamers Broccoli&Cheese Sauce | Bird Eye Steamfresh Vegetables Whole Green Beans | Great Value Whole Kernel Corn | Key Food Frozen Italian Blend Vegetables |
| | 제조사 | Birds Eye | Green Giant | Birds Eye | Great Value | Key Food |
| | 제품 가격 | 37.9달러 (약 42,565원) | 30.3달러 (약 34,012원) | 35.5달러 (약 39,804원) | 0.8달러 (약 943원) | 3.1달러 (약 3,469원) |
| | 중량 | 약 1,020g (3개 묶음) | 약 1,133g (4개 묶음) | (약 1,020g) (3개 묶음) | 약 340g | 약 454g |
| | 기타 특징 | • 천연성분사용<br>• 방부제 무첨가 | • 체중관리 전문기업 웨이트워처스(WeightWatchers)승인 제품 | • 천연성분사용<br>• 방부제 무첨가 | • Walmart의 자사상품으로 가격이 매우 저렴함<br>• 위 가격은 구매 후 오프라인 매장에서 픽업할 경우에만 적용됨 | • 천연성분사용<br>• 방부제 무첨가 |

| 구분 | | 제품 #6 | 제품 #7 | 제품 #8 | 제품 #9 | 제품 #10 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 제품 이미지 | |  |  |  |  |  |
| 제 | 제품 | Pictsweet | Great Value | Birds Eye® | Great Value | Green Giant |

| 품스펙 | 명 | Farms® Recipe Helper Chopped Onions | Brussels Sprouts | Steamfresh® Mixtures Broccoli & Cauliflower | Steamable Mixed Vegetables | Steamers Seasoned Mediterranean Blend Vegetables |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 제조사 | Pictsweet Farms | Great Value | Birds Eye | Great Value | Green Giant |
| | 제품 가격 | 1.2달러 (약 1,325원) | 0.8달러 (약 943원) | 2.0달러 (약 2,211원) | 0.8달러 (약 943원) | 4.3달러 (약 4,816원) |
| | 중량 | 약 283g | 약 340g | 약 306g | 약 340g | 약 311g |
| | 기타 특징 | • 100% 미국 농토에서 자란 양파로 재배함 | • Walmart의 자사 상품으로 가격이 매우 저렴함<br>• 위 가격은 구매 후 오프라인 매장에서 픽업할 경우에만 적용됨 | | • Walmart의 자사 상품으로 가격이 매우 저렴함<br>• 위 가격은 구매 후 오프라인 매장에서 픽업할 경우에만 적용됨 | • 천연성분사용<br>• 방부제 무첨가 |

# V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

# 1. 경쟁사 선정

## □ 경쟁사 선정 기준

o 현지조사원의 실사와 온라인 검색 결과, 현재 미국 내 높은 인지도와 판매량을 기록한 냉동 채소 브랜드는 Birds Eye, Green Giant, Great Value, 365 Everyday Value로 확인됨

- 따라서 상기 네 브랜드를 경쟁사로 선정

표 5.1 냉동 채소 주요 경쟁사

| Birds Eye | Green Giant | 유통사 PB 브랜드 | |
|---|---|---|---|
| | | Great Value | 365 Everyday Value |
|  |  |  |  |

## 2. 경쟁사 분석

### ☐ Birds Eye / Conagra Brands

<table>
<tr><th colspan="4">기업 개요</th></tr>
<tr><td></td><td colspan="3">• 1922년 클래런스 버즈아이(Clarence Birdseye)가 설립한 버즈아이시푸드(Birds eye Seafoods Inc.)에서 출발하였으며 현재 해산물, 고기, 야채 등의 냉동식품을 생산하는 대형 냉동식품 업체로 성장함<br>• 2018년 4월에는 업계 최초로 해동하지 않고 즉시 조리 가능한(cook-from-frozen) 제품을 출시함. 신제품은 병아리콩&시금치 믹스, 멕시칸 콩 믹스, 이탈리안 콩 믹스 3가지 맛으로 구성됨[44]</td></tr>
<tr><td>기업명</td><td>Conagra Brands, Inc.</td><td>설립년도</td><td>1992</td></tr>
<tr><td>국가</td><td>미국</td><td>위치</td><td>121 Woodcrest Rd Cherry Hill, New Jersey,08003-3620 United States</td></tr>
<tr><td>매출액</td><td>3억 8,200만 달러(2017)</td><td>직원 수</td><td>1,500명</td></tr>
<tr><td>브랜드 취급품목</td><td>냉동 채소, 냉동과일, 즉석 조리식품 등</td><td>홈페이지</td><td>www.birdseye.com</td></tr>
<tr><td colspan="4"> 


</td></tr>
</table>

자료: Birds Eye 홈페이지, D&B hoovers, asianTrader

### ☐ Green Giant / B&G Foods

<table>
<tr><th colspan="4">기업 개요</th></tr>
<tr><td></td><td colspan="3">• 2015년 B&G Foods가 General Mills로부터 Green Giant를 7억 6,500만 달러에 인수함. 야채 튀김(Veggie tots), 야채로 만든 쌀(Riced Veggies) 등의 신제품을 성공적으로 출시, 수익성이 높은 주요 품목으로 자리잡음<br>• 2018년 2분기의 순이익은 19.7% 증가, 5분기 연속으로 두 자릿수 성장세를 보이며 B&G Foods의 성장을 견인하는 중임[45]<br>• 최근에는 100% 채소로 만든 글루텐 프리 파스타(Veggie Spirals) 제품 출시, 일반 파스타보다 최대 90% 적은 칼로리를 특징으로 하며 간편하게 다양한 요리에 활용 가능</td></tr>
<tr><td>기업명</td><td>B&G Foods, Inc.</td><td>설립년도</td><td>1996</td></tr>
<tr><td>국가</td><td>미국</td><td>위치</td><td>4 Gatehall Dr Parsippany, New Jersey,07054-4522 United States</td></tr>
<tr><td>매출액</td><td>16억 달러(2017)</td><td>직원 수</td><td>2,600명</td></tr>
<tr><td>브랜드 취급품목</td><td>냉동 채소, 통조림 채소 등</td><td>홈페이지</td><td>www.greengiant.com</td></tr>
</table>

44) asinTrader(www.asiantrader.biz, 보도 일자: 2018.04.05.)


자료: Green Giant 홈페이지, D&B hoovers, Fooddive

## ☐ Great Value / Walmart

| 기업 개요 | | | |
|---|---|---|---|
| Great Value | • Great Value는 1993년에 론칭된 Walmart의 자사 브랜드(PB)로, 식료품을 포함한 5,000개가 넘는 다양한 소비품을 취급함. 2015년 기준 월마트 매출의 85%를 차지하는 것으로 확인됨[46]<br>• 기타 글로벌 브랜드에 비해 약 20% 저렴한 가격대에 제품을 판매 중임. 약 84%의 월마트 소비자가 PB 상품을 구매하고 있으므로 Great Value의 성장 잠재력이 높은 것으로 판단됨[47]<br>• Walmart 온라인에서 인기리에 판매되고 있는 Great Value 냉동 채소 제품은 Whole Kernel Corn, Steamable Mixed Vegetables, Brussels Sprouts 등임 | | |
| 기업명 | Walmart Inc. | 설립년도 | 1945 |
| 국가 | 미국 | 위치 | 702 Sw 8Th St<br>Bentonville, Arkansas,<br>72716-6299<br>United States |
| 매출액 | 5,000억 달러(2017) | 직원 수 | 230만 명 |
| 브랜드 취급품목 | 식료품, 화장품, 전자기기 등 | 홈페이지 | www.walmart.com |


자료: Walmart 홈페이지, D&B hoovers, Packaging Digest,Channeladvisor

## ☐ 365 Everyday Value / Amazon

| 기업 개요 | |
|---|---|
| | • 365 Everyday Value는 북미 지역 등에 약 431개의 매장 보유한 미국 최대 유기농 식품 체인인 Whole Food Market의 자사 브랜드임. 2017년 아마존은 회사의 인수금액으로는 사상 최대인 137억 달러를 들여 Whole Food Market을 인수함[48] |

45) Fooddive(www.fooddive.com, 보도 일자: 2018.08.03.)
46) Packaging Digest(www.packagingdigest.com, 보도 일자: 2015.06.25)
47) Channeladvisor(www.channeladvisor.com, 보도 일자: 2018.08.10)

<table>
<tr><td> 
</td><td colspan="3">• 인수 인후, 아마존의 온라인 식료품 판매 실적이 크게 개선됨. 아마존 프레시의 2017년 9-12월 판매 실적이 이전 4개월 대비 35% 증가함. 최다 판매 상품은 유기농 시금치, 파르메산 치즈, 유기농 콜리플라워 라이스 등으로 확인됨[49]<br>• Amazon 온라인에서 인기리에 판매되고 있는 365 Everyday Value 냉동 채소 제품은 Organic Mixed Vegetables, Broccoli Florets, Organic Three Pepper Blend 등임</td></tr>
<tr><td>기업명</td><td>Walmart Inc.</td><td>설립년도</td><td>1994</td></tr>
<tr><td>국가</td><td>미국</td><td>위치</td><td>410 Terry Ave N<br>Seattle, Washington,<br>98109-5210<br>United States</td></tr>
<tr><td>매출액</td><td>1,770억 달러(2017)</td><td>직원 수</td><td>56만 명</td></tr>
<tr><td>브랜드 취급품목</td><td>유기농 및 천연 냉동 식품, 통조림 식품 등</td><td>홈페이지</td><td>www..amazon.com</td></tr>
<tr><td colspan="4"> 


</td></tr>
</table>

자료: Walmart 홈페이지, D&B hoovers, 연합뉴스, 브릿지경제

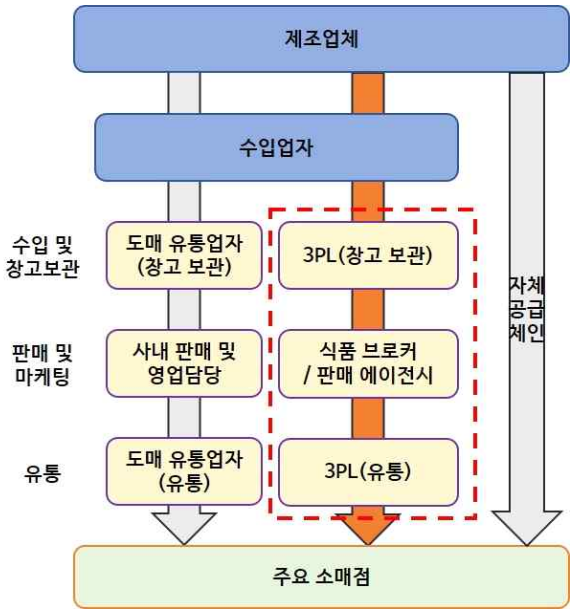
48) 브릿지경제(www.viva100.com, 보도 일자:2017.06.18)
49) 연합뉴스(www.yna.co.kr, 보도 일자: 2018.01.15)

# Ⅵ. 유통채널 현황

1. 유통채널 개황
2. 오프라인 유통채널
3. 온라인 유통채널

# 1. 유통채널 개황

표 6.1 내동식품 유통채널




자료: IBISWorld. 2018

## 1) 유통 구조

□ 미국 식품 시장은 규모와 다양성으로 인해 유통 구조가 복잡하므로, 매장 입점을 위해서는 식품 브로커/판매 에이전시의 역할이 중요함

o 미국으로 냉동제품을 수출하는 업체는 판매·마케팅을 담당하는 판매 에이전시 및 식품 브로커, 운송과 보관을 담당하는 물류사업자를 동시에 섭외해야 함

o 식품 브로커는 식료품점이나 지역 소매 체인과 긴밀한 네트워크를 형성하고 있으므로, 각 지역을 담당하는 브로커를 먼저 선정해야 함

- 제조업자는 통상적으로 식품 브로커에게 2-5%의 수수료를 지불함. 소수의 제품 및 지엽적인 지역을 관리하는 소규모 브로커(Small Brokers)와 다양한 제품을 넓은 지역에 유통하는 대규모 브로커(Large Brokers)가 있음

o 물류 사업자의 경우 주로 냉동 보관, 운송 업무 및 제조자와 소매상을 중개 업무를 담당함. 역량에 따라 수입업무도 함께 담당하는 경우도 있음

o 미국 시장에 처음 진입하는 수출업체의 경우, 특정 지역과 특정 제품에 집중할 수 있는 중소규모 식품 브로커와 접촉하는 방법이 추천됨

- 하기 표는 미국의 냉동식품을 전문적으로 취급하는 식품 브로커의 리스트임

**표 6.2 미국 냉동식품 주요 브로커 리스트**

| 번호 | 브로커 이름 | 지역 범위 | 홈페이지 주소 | 역량/능력 |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Co-Sales Specialty West | 아리조나, 캘리포니아, 및 오레곤 | www.co-sales.com | 영업 담당자가 각 유통채널 매장에 배치되어 있으며, 다양한 카테고리의 제품을 취급함 |
| 2 | Dan Mullen &Associates | 서부지역 | danmullenandassociates.com | 유제품, 냉동 & 식료품 전담 부서 존재 |
| 3 | Performance Group | 캘리포니아 | www.tpgsales.com | 비식품, 민족 정통/에스닉 식품 취급, Safeway의 브로커 역할 |
| 4 | Share Organics | 북부 캘리포니아 | www.shareorganics.com | 비식품, 민족 정통/에스닉 식품도 취급함 |
| 5 | Epic Natural Sales | 중서부, 남부 및 북동부 지역 | www.epicnatural.com | 자연 제품, 유기농 및 공정 거래 제품을 주로 취급함 |
| 6 | Empire foods | 미국 전역 | empirefoods.com | 대형마트 Koreger의 브로커 역할 |
| 7 | Sedman Food Brokage | 플로리다, 조지아, 알라바마, 루이지애나, 사우스 등 | seidmanfood.com | 멕시코, 인도, 아시아, 태국, 이탈리아, 스페인, 및 코셔(kosher) 식품과 같은 민족 정통 식품 라인 및 냉동 식품을 주로 취급 |

## 2. 오프라인 유통채널

### □ 주요 유통채널 현황

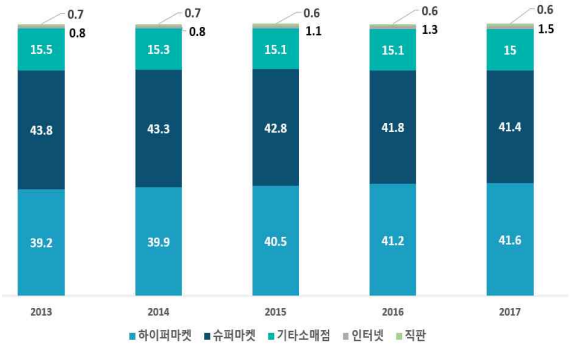
o 유로모니터에 따르면, 냉동 채소를 포함한 즉석식품은 하이퍼마켓/대형 슈퍼마켓에서 주로 판매되며, 그 비중은 2017년 기준 약 83%에 달함

o 슈퍼마켓[50]의 유형별 매출액 비중은 일반 슈퍼마켓(59%), 슈퍼센터[51](19%), 회원제 창고형 판매점(13%) 순

50) 하이퍼마켓과 슈퍼마켓은 미국 지리적 특성상 대형 유통 체인으로서 분류되며 물류 및 유통 구조의 상의 유사성을 지니므로 일반적으로 '슈퍼마켓'이라는 포괄적 개념으로 지칭함. 위 슈퍼마켓은 '하이퍼마켓'을 포함한 개념임

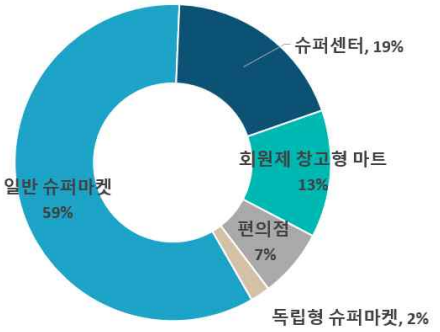
51) 슈퍼마켓과 디스카운트 스토어를 결합한 형태 미국에서는 Target, Walmart Meijer 등이 운영

표 6.3 즉석식품의 유통채널별 점유율(2013-2017년)




자료: Euromornitor International

표 6.4 슈퍼마켓 유형별 매출액 비중(2018년)




자료: Chain Store Guide. 2018.

o 식품의 총매출액 기준 상위 3개 사는 월마트(Walmart), 크로거(Kroger), 코스트코(Costco)이며, 이러한 삼각 경쟁 구도는 당분간 유지될 것으로 전망됨

표 6.5 식품 매출액에 따른 슈퍼마켓 순위 현황(2018)

(단위: 십억 달러)

| 순위 | 업체명 | 영업점 수 | 매출액 |
|---|---|---|---|
| 1 | Walmart Supercenters | 3,552 | 160.4 |
| 2 | The Kroger Co., | 3,576 | 96.8 |
| 3 | Costco Wholesale Corp., | 746 | 71.9 |
| 4 | Albertsons LLC | 2,323 | 59.7 |
| 5 | Ahold-Delhaize | 2,063 | 42.9 |
| 6 | Safeway Inc., | 1,269 | 37.0 |
| 7 | Sam's Club | 660 | 35.2 |
| 8 | Publix Super Markets Inc., | 1,167 | 33.9 |
| 9 | H-E-B | 378 | 21.1 |
| 10 | Whole Foods Market Inc., | 465 | 16.0 |

자료: Chain Store Guide. 2018

## □ 주요 슈퍼마켓 체인 현황

### o Costco

| 기업 개요 | | | |
|---|---|---|---|
| COSTCO WHOLESALE | - 최초로 회원제 출입제도를 도입한 창고형 소매점으로 주로 저가의 벌크 제품을 주로 판매함<br>- 이윤 최소화를 통한 파격적인 할인 제공, 마진이 적은 제품들을 대량 판매하는 전략으로 소비자들에 좋은 평판을 받고 있음<br>- 코스트코의 자체 브랜드인 Kirkland Signature 제품의 매출액은 약 296억원으로, 전체 코스트코 연간 매출액의 1/4에 해당됨<br>- **판매되고 있는 냉동 채소 브랜드로는 자사 PB 브랜드인 Kirkland 및 Watts Brothers Farms, Green Giant 등이 있음** | | |
| 본사 위치 | 999 Lake Dr Issaquah, Washington, 98027-5367 | 점포 수 (2018) | 746개 |
| 대표전화 | 425-313-8100 | 홈페이지 | www.costco.com |
| 매장전경 |  | |  |

자료: 현지조사원(Costco, 2018.11.14.), D&B hoover's

### o Target

| 기업 개요 | | | |
|---|---|---|---|
| TARGET | - 1902년 설립된 미국 초대형 슈퍼마켓 체인<br>- 경쟁사인 월마트가 저렴한 가격을 중요시하는 소비자를 공략하는 반면, 타깃은 이미지나 보이는 것을 중요시하는 젊은 층을 주요 고객층으로 설정함<br>- **판매되고 있는 냉동 채소 브랜드로는 자사 PB 브랜드인 Market Pantry 및 Birds Eye, Green Giant, Dorot Gardens, Simply Balanced, Alexia 등이 있음** | | |
| **본사 위치** | 1000 Nicollet Mall Minneapolis, Minnesota, 55403-2542 | **점포 수 (2018)** | 1,822개 |
| **대표전화** | 612-304-6073 | **홈페이지** | www.target.com |
| **매장 전경** |  | |  |

자료: 현지조사원(Target, 2018.11.14.), D&B hoover's

o Whole Foods Market

| 기업 개요 | | | |
|---|---|---|---|
| | - 유기농 위주의 건강한 식료품을 주로 판매하며, 타 유통채널 대비 가격은 높은 편임<br>- 유기농 제품을 전문적으로 취급하는 만큼 플라스틱 사용 최소화, 동물 보호 제품, 유독물질 비사용과 같은 환경 보호 캠페인을 마케팅에 활용<br>- Trader Joe's의 성장, 높은 가격 등으로 고전하던 중 2017년 아마존에 인수된 이후 성장세 회복 중<br>- 온라인 제품 주문 및 픽업 서비스 제공<br>- **주로 자사 브랜드인 365 Everyday Value의 냉동 완두, 옥수수, 시금치, 브로콜리, 혼합채소 등의 제품이 판매되고 있음** | | |
| **본사 위치** | 550 Bowie St<br>Austin, Texas, 78703-4644 | **점포 수 (2018)** | 465개 |
| **대표전화** | 512-477-4455 | **홈페이지** | wholefoodsmarket.com |
| **매장전경** |  |  | |

자료: 현지조사원(Whole Foods Market, 2018.11.14.), D&B hoover's

o ALDI

| 기업 개요 | | | |
|---|---|---|---|
| | - 독일계 메가 디스카운트 소매점<br>- 20개국에 1만 개가 넘는 점포를 보유하고 있으며, 2017년 기준 매출액이 500억 유로에 달함. 2022년까지 미국 전역에 2,500개의 점포 개설 계획을 발표함<br>- 저렴하고 다양한 상품을 구비해 세계 각지의 소비자들한테 인지도가 높음<br>- **주로 자사 브랜드인 Simply Nature의 유기농 시금치, 유기농 브로콜리 등의 제품이 판매되고 있음** | | |
| **본사 위치** | 1200 N Kirk Rd<br>Batavia, Illinois, 60510-1477 | **점포 수 (2018)** | 1,752개 |
| **대표전화** | 630-879-8100 | **홈페이지** | www.aldi.us/en |
| **매장전경** |  |  | |

자료: 현지조사원(ALDI, 2018.11.14.), D&B hoover's

o Food 4 Less

| 기업 개요 | | | |
|---|---|---|---|
| FOOD4LESS | - Korger의 자회사로 슈퍼마켓 업계 2위<br>- 저소득층 위주의 저가 제품 판매<br>- 캘리포니아, 일리노이, 인디애나, 오하이오 주에 매장 보유<br>- **판매되고 있는 냉동 채소 브랜드로는 자사 PB 브랜드인 Kroger 및 Birds Eye, Green Giant, Simply Truth, Flav-R-Pac 등이 있음** | | |
| **본사 위치** | 1100 W Artesia Blvd<br>Compton, California, 90220-5108 | **홈페이지** | www.food4less.com |
| **대표전경** | 310-884-9000 | | |
| **매장전경** |  |  | |

자료: 현지조사원(Food 4 Less, 2018.11.15.), D&B hoover's

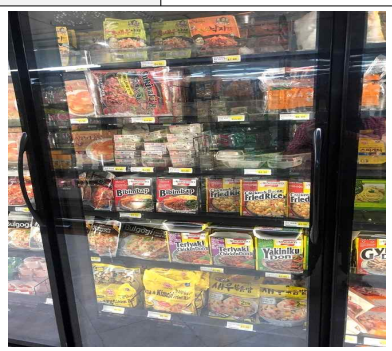
o 한남체인 / 한인마트

| 기업 개요 | | | |
|---|---|---|---|
| 한남체인 | - 캘리포니아주 내 8개의 점포를 지닌 한인마트<br>- **판매되고 있는 냉동 채소 브랜드로는 일본 브랜드인 Nishimoto, Wel Pac의 풋콩 제품이 있음** | | |
| **본사 위치** | 2740 W Olympic Blvd,<br>Los Angeles, CA 90006 | **점포 수 (2018)** | 8개 |
| **대표전화** | 714-736-5800 | **홈페이지** | hannamchain.com |
| **매장전경** |  |  | |

자료: 현지조사원(한남체인, 2018.11.16.)

o 갤러리아 마켓(Galleria Market)

<table>
<tr><th colspan="4">기업 개요</th></tr>
<tr><td></td><td colspan="3">- LA에 4개의 점포를 보유한 한인마트<br>- 3개는 Galleria Market, 1개는 HK Market이라는 이름으로 운영<br>- 판매되고 있는 냉동 채소 브랜드 및 제품으로는 Springfield의 콩&당근 믹스, 옥수수, Nishimoto의 풋콩 제품이 있음</td></tr>
<tr><td>본사 위치</td><td>3250 W.Olympic Blvd.<br>Los Agneles, CA 90006</td><td>점포 수<br>(2018)</td><td>4개</td></tr>
<tr><td>대표전화</td><td>323-733-3800</td><td>홈페이지</td><td>galleriamarket.com</td></tr>
<tr><td>매장전경</td><td colspan="3"> 

 </td></tr>
</table>

자료: 현지조사원(갤러리아 마켓, 2018.11.15.)

## 3. 온라인 유통채널

### □ 미국 온라인 시장의 두드러진 성장세

o 인구구조 변화와 디지털 기술의 혁신으로 인해 온라인 시장이 급속도로 성장하면서, 비매장을 기반으로 한 소매기업(온라인과 모바일 마켓, 홈쇼핑 등)의 매출 확대가 두드러짐

- 매장을 기반으로 한 전통적인 형태의 소매기업 매출이 2012년 2조 3,856억 달러에서 2021년 2조 6,505억 달러로 11% 성장이 예측된 반면, 비매장 기반 소매기업의 매출은 3,085억 달러에서 6,622억 달러로 115%에 달하는 높은 성장이 전망됨

- 글로벌 리서치 회사 닐슨(Nielsen)의 식품 마케팅 연구조사에 따르면 온라인 식품 매출이 2025년도에는 1,000억 달러, 전체 식품 소매 매출의 약 20%에 달할 만큼 성장잠재력이 큰 시장으로 평가됨

표6.6 미국 소매기업 매출 추이(2012-2021f)

(단위: 십억 달러)


자료: Euromonitor「Retailing in the US」

o 아마존의 홀푸드 마켓 인수에 대한 대형 유통업체들의 발빠른 대응

- 아마존은 미국 온라인 식품 매출의 18%를 차지하면서 업계 1위를 차지. 2017년 식료품 부문의 오프라인 소매사업 확장 계획을 밝히며 미국 최대 유기농 식품체인 홀푸드(Whole Foods) 마켓을 인수함
- 관련 업계는 아마존의 홀푸드 마켓 인수에 대하여 다양한 대응책을 마련 중. 알버슨스 그룹은 드럭스토어 체인 라잇에이드(Rite Aid) 인수계획을 발표하였으며, 타깃, 월마트, H-E-B는 각각 온라인 배달 서비스인 Shipt, Parcel 및 Favor를 인수하여 배송환경을 개선함
- 대형 유통업체들은 인수합병 외에도 매장 픽업 및 당일 서비스 제공 등 시장점유율 방어를 위한 다양한 소비자 편의 개선 마련. 크로거는 식료품을 온라인에서 구입한 후 픽업시간을 지정하면 하차하지 않고 매장 앞에서 픽업할 수 있는 'Click List' 서비스를 개시

표6.7 미국 대형 소매유통업체 온라인 판매 순위(2017)

(단위: 달러, %)

| 번호 | 업체명 | 매출액 | 전년 대비 증가율 |
|---|---|---|---|
| 1 | Amazon | 73억 달러 | 17.8% |
| 2 | Walmart | 26억 달러 | 29.4% |
| 3 | Ahold Delhaize | 11억 달러 | 36.5% |
| 4 | Korger | 9.8억 달러 | 15.6% |
| 5 | Blue Apron | 8.8억 달러 | 10.8% |
| 6 | Costco Wholesale | 7.8억 달러 | 8.6% |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 7 | Hello Fresh | 6.7억 달러 | 91% |
| 8 | Fresh Dierect | 6.4억 달러 | 7.3% |
| 9 | Albertsons | 5.6억 달러 | 62.6% |
| 10 | Target | 3.2억 달러 | 9.4% |

자료: One Click Retail

o 온라인으로 식료품을 구입에 대한 소비자들의 긍정적인 인식 변화

- IRI's Consumer Connect의 2017년 4분기 보고서에 따르면 미국 소비자의 28%는 온라인 식료품 구입을 선호하는 것으로 확인되는 바, 이는 전년 동기 대비 23% 늘어난 수치임

- 동 자료에서는 충동 구매 억제를 통한 비용 절감, 제품 검색 및 가격 비교의 수월성 등이 온라인 식료품 구매의 이점으로 언급됨. 또한 온라인 쇼핑을 즐긴다고 답한 응답자의 40%는 온라인 주문한 후 매장 픽업 방식을 선호하는 것으로 응답함[52)]

o 온라인 시장의 성장세 및 식료품 구매에 대한 소비자 인식 변화 등을 고려할 때, 온라인 시장이 식품업계에 미치는 영향력이 더욱 커질 것으로 판단됨. 따라서, 미국 시장 진출을 위해서는 온라인 시장 변화에 대한 모니터링과 효과적인 마케팅 전략에 대한 검토가 요구됨

## □ 음식 배달 서비스 인기

o 음식 배달 시장은 향후 5년간(2017-2021f년) 연평균 16.7% 성장하여 2021년에는 약 100억 달러에 달할 전망임

- 모바일 인터넷을 기반으로 한 비즈니스가 확장되고 배달의 접근성이 개선되면서, 현재 온라인 음식 배달 시장은 급성장 중임

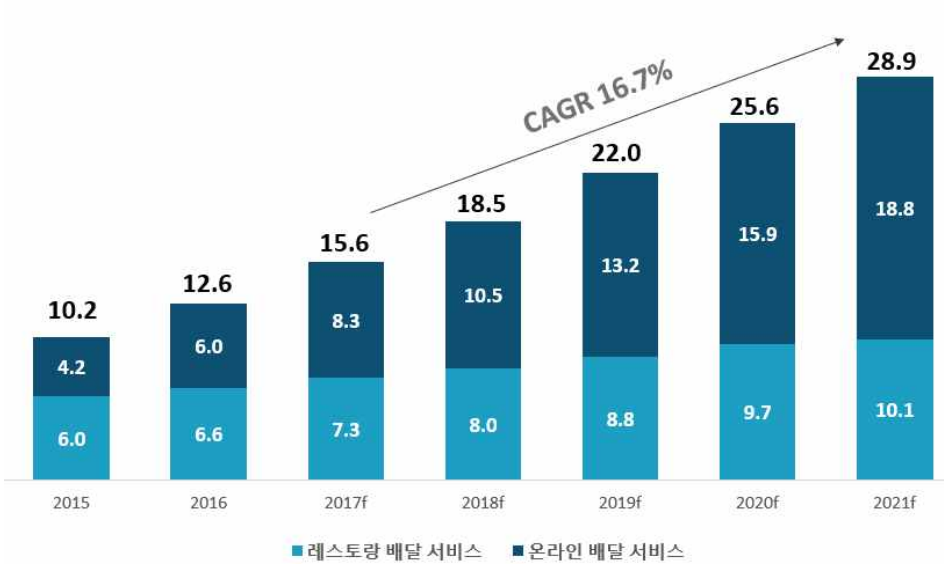
- 2017년 4월 글로벌 투자 기관 모건 스탠리(Morgan Stanley)가 6,000명의 소비자를 대상으로 실시한 설문조사에 따르면, 응답자의 45%가 지난 6개월 동안 음식 배달 서비스를 이용한 것으로 확인됨. 그 중 47%는 레스토랑에 대한 전화 주문, 34%는 레스토랑 앱/온라인 사이트를 통한 주문, 18%는 온라인 배달 전문 앱/사이트을 통한 주문으로 파악됨

- 2016년 기준으로는 레스토랑 배달 서비스를 이용한 소비자가 많았으나, 이후 5년간(2017-2021f) 온라인 음식 배달 시장은 연평균 22.7% 성장하여 2021년에는 전체 음식 배달 서비스 시장의 65.1%를 차지할 전망임

52) FoodDive(www.fooddive.com, 보도 일자: 2018.01.24)

표6.8 미국 음식 배달 서비스 시장 규모 추이(2017)

(단위: 10억 달러)




자료: Morgan Stanley

o 온라인 음식배달시장점유율 1위 기업은 그럽허브(GrubHub)

- 미국 최대 온라인 음식배달 서비스업체 그럽허브(GrubHub)는 시카고의 기숙사 생활을 하는 대학생을 주요 타겟층으로 하여 2004년에 설립된 음식 배달 전문 중개플랫폼임. 2013년 뉴욕의 경쟁업체 심리스(Seamless)를 전격 인수, 지속적인 사업 확장을 통해 현재 미국 음식 배달 서비스 시장의 49.7%를 차지하고 있음
- 그럽허브가 전망한 2018년 인기 음식으로 다수의 한식 요리가 선정됨. 포케(Poke)의 뒤를 이어 불고기 비빔밥의 월 평균 주문량이 89% 늘어날 것으로 예측되어 예상 인기 음식 3위에 올랐고, 김치 프라이스(Kimchi Fries)와 한국식 닭날개(Korean fried chicken wings)의 월 평균 주문량이 각각 75%, 45% 증가할 것으로 예측됨
- 미국 지역별로 그럽허브 이용률이 가장 높은 도시는 뉴욕시(85%)이며, 그 외 필라델피아, 보스톤, 시카고, 덴버, 워싱턴 등 주로 동부지역에 집중되어 있음

o 차량 공유 서비스 기업 우버, 우버이츠(UberEats)를 통해 온라인 배달 시장 공략

- 우버이츠(UberEats)는 차량 공유 서비스 기업 우버가 2015년 캘리포니아에서 시작한 배달음식 사업으로 올해 초 시카고와 뉴욕까지 서비스 확대, 현재 6개국 33개 도시에서 서비스 운영 중임
- Second Measure 자료에 따르면, 우버이츠는 지난 8개월간 시장점유율 평균 성장률 8%를 보이며 선두업체인 그럽허브와의 간격을 좁혀가고 있음

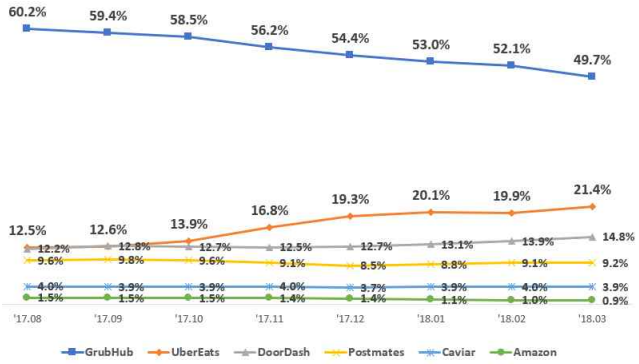
- 미국 지역별로 우버이츠 이용률이 가장 높은 도시는 엘패소시(76%)이며, 그 외 포스워스, 댈러스, 오스틴 등 주로 서남부 지역에 집중되어 있음

o 배달 음식 품목 중 에스닉 음식에 대한 수요가 증가할 전망임

- 2017년 가장 인기 있는 배달음식은 피자로 전체 배달 음식 시장의 31.6%를 점유함. 아시안·이탈리안·멕시칸 음식을 포함한 전체 에스닉 음식 시장의 점유율은 32.9%임

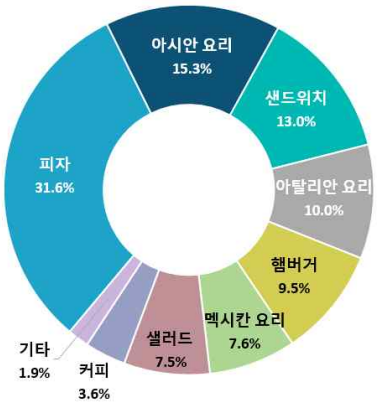
- 미국 내 히스패닉 및 아시아 인구의 증가와 음식 배달 서비스를 주로 이용하는 밀레니엄 세대들의 흥미롭고 이국적인 제품을 추구하는 소비 습관이 확산되면서 향후 배달 음식 서비스 시장 내 에스닉 음식에 대한 수요 증가는 가속화될 전망임

**표6.9 미국 음식 배달 서비스 주요 업체별 시장점유율 추이('17.08-'18.03)**




자료: Second Measure

**표6.10 미국 음식 배달 서비스 품목별 시장점유율(2017)**




자료: AlphaWise, Morgan Stanley Research

# [ 참고 문헌 ]

## ■ 참고 자료


1. 「Country Insight Report United States of America October 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.09.13.
2. 「Comparing Millenials To Other Generations」, Pew Research Center, 2018.03.16.
3. 「미국 식품첨가물 제도 및 최신현황」, 식품의약품안전처・식품안전정보원, 2016.04.
4. 「2018 Chain Store Guide」, Chain Store Guides, LLC, 2018.03.
5. 「Frozen Food In The U.S.-Trends & Opportunities」, IBISWorld, 2018.09.
6. 「pbh Moms' Attitudes and Beliefs Related to Fruit & Vegetable Consumption 2007-2015」, Pbhfoundation, 2018.
7. 「Getting Ready to Battle Grocery's Hard Discounters」, Bain&Company, 2017.05.31.
8. 「The Pizza Paradigm for Online Food Delivery」, Morgan Stanley, 2017.05.31.
9. 「Alexa, What's for Dinner Tonight?」, Morgan Stanley, 2017.07.21.
10. 「Frozen Food in the U.S」, The Swedish Trade& Invest Council, 2018.09.
11. 「Vegetables and Pulses Outlook」, USDA, 2018.10.26.
12. 「Percent of new product introductions in the top 10 product claim categories for 2009-16」, USDA
13. 「A Food Labeling Guide」, FDA
14. 「Changes to the Nutrition Facts Label」, FDA
15. 「미국 밀키트(Meal Kit) 시장의 전망」, aT농수산유통공사, 2017.08.03.
16. 「미국 내 식품 브로커 활용방안(U.S. Food Broker Report 2017)」, aT농수산유통공사, 2018.09.19.
17. 「농식품 통관거부 및 식품안전사례 동향분석」, aT농수산유통공사, 2018.10.29.


## ■ 참고 사이트


1. 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr)
2. 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)
3. International Trade Centre(www.trademap.org)
4. 통합무역정보서비스 TRADENAVI(www.tradenavi.or.kr)
5. 유로모니터(www.euromornitor.com)
6. 미국 통계국(usatrade.census.gov)
7. Statista(www.statista.com)
8. ibisworld(www.ibisworld.com)
9. pbh(www.pbhfoundation.org)
10. Food Business News(www.foodbusinessnews.net)
11. Earnest Research(www.earnestresearch.com)
12. Fooddive(www.fooddive.com)
13. Second Measure(blog.secondmeasure.com)
14. One Click Retail(oneclickretail.com)

## 2018 농식품 해외시장 맞춤조사

No. 1808-23

품 목 : 냉동 채소(Frozen Vegetable)

국 가 : 미국(USA)

---

보고서 기획 및 작성
- 한국농수산식품유통공사

---

발 행 일 2018
발 행 처 한국농수산식품유통공사 수출정보부
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227
02-6300-1119
http://www.kati.net
자료문의 aT수출정보부
02-6300-1119