

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1810-21

품 목 : 광천수(Mineral Water)

국 가 : 미국(United States of America)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	04
1. 수출환경 및 경제지표	06
2. 생수 산업 현황	09
3. 수출입통계	16
II. 시장 트렌드	22
1. 정책 이슈	24
2. 소비 트렌드	26
3. 제품 트렌드	27
4. 유통 트렌드	28
III. 통관 및 제도	33
1. 통관 및 검역	36
2. 인증정보	42
3. 라벨링	45
4. 위생규정	47
IV. 경쟁제품	52
1. 경쟁제품 선정	54
2. 경쟁제품 분석	55



V. 경쟁사	66
1. 경쟁사 선정	67
2. 경쟁사 분석	68
VI. 유통채널	71
1. 유통채널 개황	72
2. 주요 유통채널 분석	75



I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 생수 산업 현황
3. 수출입통계

국가 개요

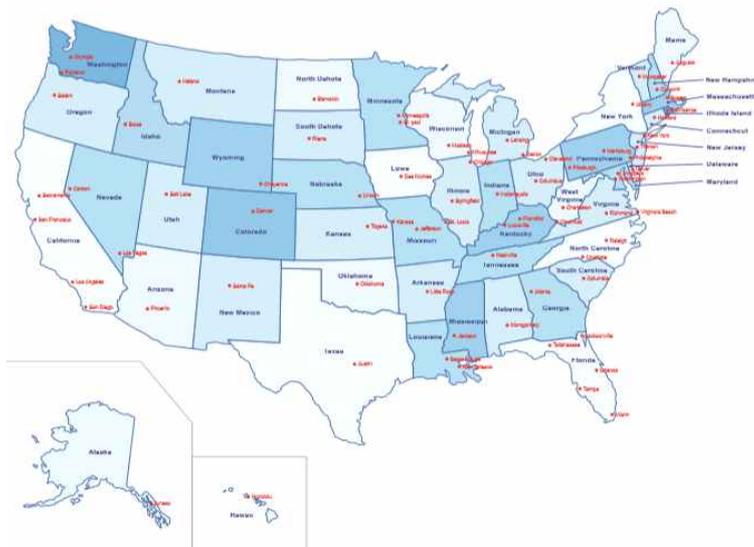
넓은 영토와 풍부한 물적 및 인적 자본의 이점을 활용해 세계 경제를 주도하는 가장 부유한 국가로 성장함. 현재 기술 및 항공산업과 같은 혁신산업 분야에 강점을 확보해 경제적 전망이 매우 긍정적인 한편 태평양과 대서양 사이에 위치하여 지리적 이점도 보유하고 있음

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 자원 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 Oct 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.10.05

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망¹⁾

	등급	등급전망
	DB2	안정적

자료: 「Country Insight Snapshot United States of America Oct 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.10.05

□ 주요 전망

구 분	세 부 내 용
긍정적	<ul style="list-style-type: none"> - 완전고용에 가까운 노동시장과 내수 시장의 안정화로 견고한 기초체력을 보유함 - 세금법(Tax bill) 통과로 비즈니스 전망이 긍정적이며 자본적 지출의(CAPEX, Capital expenditures)²⁾ 확대가 전망됨
부정적	<ul style="list-style-type: none"> - 보호무역정책 강화로 국가 간 무역 관계에 긴장감을 재점화함 - 감세 및 일자리 정책안³⁾ 통과로 정부 재정수지 적자가 심화될 것으로 예상됨 - 자산 가치에 대한 가격 변동성이 실물경제에 악영향을 미칠 수 있음

자료: 「Country Insight Snapshot United States of America Oct 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.10.05

1) 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 측정하는 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

2) CAPEX: 자본적 지출을 의미하며 미래의 이윤을 창출하기 위해 지출된 비용을 의미함. 고정 자산에 관한 지출 중에서 고정 자산의 가치를 증가시키고 또한 가용연수를 증가시키는 지출

3) Tax Cut and Job Act

□ 주요 거시경제 전망 지표

- 2018년 GDP 대비 경상수지 및 재정수지 적자는 전년 대비 더욱 확대되어 각각 -2.6%와 -4.2%를 기록할 것으로 전망
 - 미국은 만성적인 경상수지 및 재정수지 적자국으로 경제성장세가 이어짐에 따라 적자폭이 확대될 것으로 예상됨
- 2018년 물가상승률 또한 전년 대비 확대되어 2.5%에 이를 것으로 전망됨
 - 가계 소득 증가와 법인세 삭감이 내수경제 활성화로 이어짐
- 2018년 경제성장률은 전년 대비 0.5%p 상승한 2.8%를 기록할 전망
 - 미국 상무부 경제분석국⁴⁾에 따르면, 2018년 2분기 경제성장률이 전분기 대비 4.2% 상승
 - 2분기 경제성장은 트럼프 행정부의 감세 정책에 따른 소비 확대와 중국산 제품에 대한 고율의 관세 부과가 주요 요인으로 분석됨
 - 한편 상당수의 경제학자들은 미국의 경제성장률 둔화가 불가피하며, 재정부양 효과가 소진될 것임을 경고함

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	-4.2	-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
실질경제성장률	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 Snapshot United States of America Oct 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.10.05

4) Bureau of Economic Analysis

□ 무역통상 환경

- 수출 대비 수입규모가 매우 큰 불균형한 무역구조
 - 특히 2018년 9월 무역적자는 498조원 규모로 전년 동기 대비 10.1% 증가함
- 기존의 자유무역주의에서 보호무역주의로 무역통상 기조가 변화함
 - 현재 보호무역주의의 목표는 “Putting American workers and businesses first”이며 미국 근로자와 사업체에 악영향을 미치는 무역협정을 폐기하고 재협상을 추진 중
 - 미국 주도의 보호무역주의가 장기적인 관점의 탈세계화(de-globalization)에 시발점이 될 수 있다는 점에서 주목됨

□ 위험 및 기회요소

구 분	내 용
장단기 경제전망	<p>미국-멕시코-캐나다(USMCA) 무역 협상 타결</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 2018년 10월 협정 타결로 무역 불확실성이 제거됨 • 6년마다 협상을 재수정 하는 방식으로 진행됨 • 미국은 멕시코에 생산기지를 둔 글로벌 완성차 업체에 부품 현지화율을 높일 것을 요구함 <p>미중 무역전쟁 영향</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 미중 무역전쟁으로 인해 상당량의 중국산 제품에 관세가 부과됨 • 관세 부과가 소비자 물가 상승으로 이어지거나 수입의 국내산업화로 대체될 가능성이 상존함 • 장기적 관점에서 미국 기업의 이익률이 축소될 가능성도 배제할 수 없음 <p>미연방공개시장위원회(FOMC)의 기준금리 인상</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 2018년 9월말 미국 연준이 기준금리를 연 2~2.25%로 인상(0.25% 인상) • 10년 만기 미국 국채수익률은 3.2%로 2011년 이후 최고치 기록 • 부채에 대한 이자율 부담이 증가할 것으로 전망됨 <p>기업 부채 최고치 경신</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 기업부채의 증가는 장기적인 관점에서 위기 요소임 • 비금융권의 부채는 2018년 2분기 GDP의 46.2%를 차지하며 최고치를 경신함 • 특히 레버리지율이 높은 자산에 대하여 리스크 요인이 높음

자료: 「Country Insight Snapshot United States of America Oct 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.10.05

2. 생수 산업 현황

□ 생수 시장 규모

- 2016년 기준 미국의 생수 제조액(NAICS 312112 기준⁵⁾)은 약 6,880백만 달러(약 7조 7,700억⁶⁾)를 기록하였으며, 최근 5년(2012-2016년) 연평균 성장률은 -1.1%임
- 생수 제조액은 2014년 전년 대비 9.7% 감소한 이후 회복세에 있음

그림 1.1 생수 제조액 증감 추이(2012-2016년)



자료: Industrial Statistics Portal, United States Census Bureau

□ 생수 시장 현황 및 동향

- 국제 생수 협회(International Bottled Water, 이하 IBWA)⁷⁾에 따르면 미국의 생수 판매량은 2017년 처음으로 탄산음료를 추월하였으며, 2018년까지 2년 연속 전체 음료 시장에서 가장 많은 판매량을 기록
- 2017년 기준 생수는 전년 대비 7% 증가한 약 519억 리터였으며, 매출액은 8.8% 증가한 185억 달러를 기록함

5) 북미산업분류체계(NAICS, North American Industry Classification System)로 미국 연방 통계청에서 미국 산업 경제와 관련 있는 통계 데이터를 분석하기 위해 산업을 분류하는 체계이면서, 북중미 국가인 캐나다, 멕시코 정부와 공동으로 산업분류체계를 구축하고 정기적으로 산업 현황을 반영하여 재정비하고 있음. 2자리 코드로 20개의 산업을 분류하며 최소 코드 단위는 6자리로 세분됨. Bottled Water Manufacturing은 312112 코드로 분류되고 있으며 2018년 11월 기준 2016년도까지 집계된 데이터를 공개하고 있음

6) 1 US달러 = 1,129.70(KRW)(KEB하나은행 고시기준, 2018.11.27.)

7) 국제생수협회(International Bottled Water)는 식품의약국(FDA)의 생수(Bottled Water) 정의를 따르고 있음 - 지하수, 증류수, 광천수, 정제수, 탄산수, 천연수, 역삼투수, 탈이온수, 약수

- 탄산음료의 매출 규모는 13년 연속 감소함
- 음료마케팅협회(Beverage Marketing Corporation)는 2018년 미국의 1인당 생수 소비량이 50갤런(약 189리터)에 이를 것으로 전망⁸⁾

표 1.2 생수의 1인 소비량 증감 추이(2010-2017년)

(단위: 갤런)

년도	1인 소비량	연증감률
2010	28.3	2.7%
2011	29.2	3.1%
2012	30.9	5.8%
2013	32.2	4.1%
2014	34.3	6.5%
2015	36.7	7.1%
2016	39.6	8.0%
2017	42.1	6.2%

자료: Beverage Marketing Corporation

- o 미국인들은 마트에서 구입하는 생수를 일반재가 아닌 사치재로 인식해 음. 99%의 미국인들이 음용이 허용된 수돗물을 공급받음에 따라 수돗물을 마시는 것이 일반적인 문화였으며, 휴대용 정수기가 널리 보급되면서 생수 시장의 성장을 제약함
- 2008년 이후로 음용하는 수돗물의 소비 비중은 감소한 것으로 파악됨. 미국의 경기침체 시기였던 2007~2008년 음용 수돗물 소비 비중은 23.7%로 최고치를 기록했으나, 이후 지속적으로 감소하여 2016년 9.2%까지 하락함⁹⁾

그림 1.2 국민 1인 당 생수와 탄산음료 소비량 변화

(단위: 갤런)



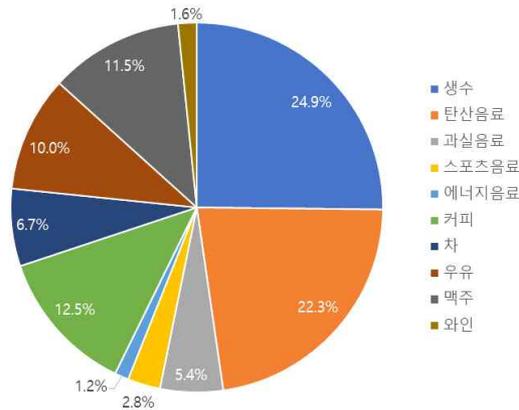
8) Beverage Daily(2018.06.01.)

9) Beverage Daily(2017.05.02.)

- o 1) 건강학적 이점, 2) 야간 섭취 가능, 3) 보관상의 편의성(냉장보관 불필요), 4) 상수도 위생에 대한 우려 등이 생수 소비 증가의 주요 요인으로 분석됨¹⁰⁾

- 생수는 주로 칼로리와 당류 섭취를 낮추려는 소비자들이 찾던 음료에서 범용적으로 소비되는 음료로 자리 잡음

그림 1.3 음료 유형별 판매량 비중(2017년)



자료: International Bottled Water Association

- o 최근 전 세계적으로 생수 소비량이 증가하는 가운데 2017년 기준 미국의 1인당 생수 소비량은 42.1갤런(약 159리터)에 달하여 생수 소비량 4위를 기록

- 미국의 1인당 생수 소비량은 2012~2017년 연평균 36.2% 성장

표 1.3 국가별 1인당 생수 소비량 증감 비교

(단위: 갤런)

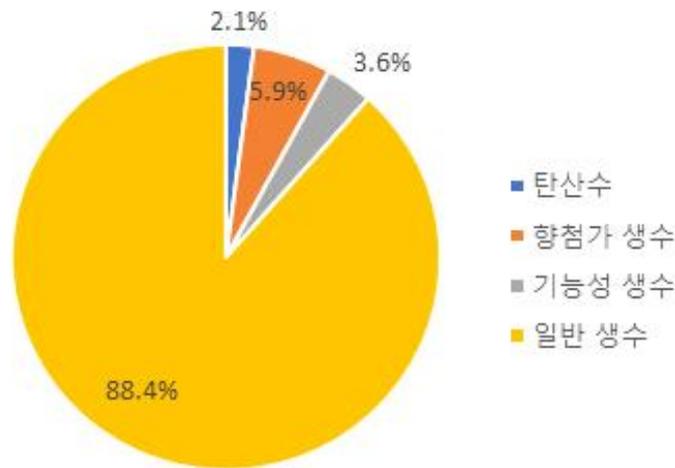
구분	국가	1인 소비량		증가율
		2012	2017	
1	멕시코	62.2	67.2	8.0%
2	태국	46.9	57.5	22.6%
3	이탈리아	47.7	48.2	1.0%
4	미국	30.9	42.1	36.2%
5	독일	36.6	37.9	3.6%
6	프랑스	35.8	36.4	1.7%
7	벨기에	34.6	35.1	1.4%
8	아랍에미레이트	25.3	33.9	34.0%
9	스페인	30.9	32.6	5.5%
10	인도네시아	20.1	30.9	53.7%
14	한국	20.1	28.5	41.8%

자료: International Bottled Water Association

10) International Bottled Water Association(2017.07)

- 유로모니터의 기준에 따르면 생수는 탄산수, 향 첨가 생수, 기능성 생수, 일반 생수로 분류됨¹¹⁾
- 2017년 기준, 일반 생수의 비중이 88.4%를 차지하여 다른 유형의 생수 대비 가장 높은 판매 비중을 나타냄
 - 일반 생수 다음으로 향 첨가 생수(5.9%), 기능성 생수(3.6%), 탄산수(2.1%) 순

그림 1.4 생수 유형별 판매량 비중(2017년)



자료: Euromonitor International

- 최근 5년간(2013~2017년) 4가지 유형의 생수 모두 판매량이 증가하는 추세를 나타내었으며, 전체 생수 판매량의 연평균 증가율은 6.7%를 기록함
 - 향 첨가 생수와 기능성 생수의 판매량이 각각 연평균 증가율 16.3%와 11.2%를 기록하며 높은 성장세를 나타냄
 - 전체 생수 유형 가운데 일반 생수(이하 생수)¹²⁾의 절대적인 판매량은 증가하고 있으나 타 유형 대비 비중이 점차 감소하는 추세로, 2013년 약 90%에서 2017년 88.4%로 하락함

11) 생수(Bottled Water): 탄산수, 샘물 및 정제수 등 포함/ 탄산수(Carbonated Bottled Water): 향을 첨가하지 않고 기능성 없는 탄산수/ 향 첨가 생수(Flavored Bottled Water): 향을 첨가한 생수/ 기능성 생수(Functional Bottled Water): 생산과정에서 영양소 (영양소, 비타민, 산소, 인삼 등)를 첨가한 탄산수나 생수(스포츠 및 에너지 음료는 제외)/ 일반 생수(Still Bottled Water): 탄산이나 맛, 영양소 등을 첨가하지 않는 생수

12) 본 보고서는 광천수(미네랄 워터) 시장 현황 분석을 위해 기타 생수 유형을 제외하고, 일반 생수 시장만을 분석 범주로 제한함. 따라서 이하 '생수'의 개념은 유로모니터의 분류체계의 일반 생수의 정의와 일괄 동일하게 적용함

표 1.4 유형별 생수 판매량 증감 추이(2013-2017년)

(단위: 백만 리터)

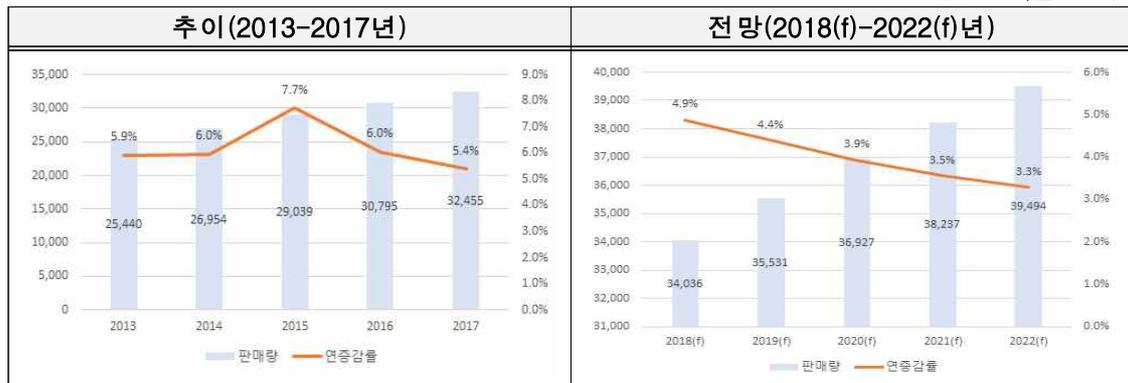
구분	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 증가율
생수	28,260	30,009	32,465	34,615	36,695	6.7%
- 탄산수	503	572	638	702	770	11.2%
- 향 첨가 생수	1,184	1,378	1,607	1,865	2,163	16.3%
- 기능성 생수	1,134	1,105	1,182	1,252	1,308	3.6%
- 일반 생수 (비중) ¹³⁾	25,440 (90.0%)	26,954 (89.8%)	29,039 (89.4%)	30,795 (89.0%)	32,455 (88.4%)	6.3% -

자료: Euromonitor International

- 최근 5년(2013~2017년), 생수의 판매량은 연평균 6.3% 증가하여 2017년 약 32,455백만 리터를 기록함
- 향후 5년(2018~2022년), 생수 판매량의 연평균 증가율은 최근 5년 대비 2.5%p 하락한 3.8%를 기록하여 시장 성장 속도가 둔화될 전망으로, 2022년 판매량은 39,494백만 리터로 예상됨

그림 1.5 생수 판매량 증감 추이와 전망

(단위: 백만 리터)



자료: Euromonitor International

□ 경쟁 동향

- 2017년 판매량 기준 상위 5개 브랜드는 Nestlé Pure Life, Dasani, Aquafina, Poland Spring, Deer Park이며, Nestle 社가 1위와 4, 5위 브랜드를 보유하고 있음
- 2위와 3위는 Coca-Cola Co 社와 PepsiCo Inc 社의 브랜드임

13) 생수 대비 일반 생수 비중

- 판매량 1위 브랜드인 Nestlé Pure Life의 시장점유율은 약 9.7%로 파악됨
- o 자사 브랜드(PB) 제품의 활발한 시장 진입으로 생수 시장의 경쟁이 가속화되는 추세임
 - 대형 유통사가 별도로 런칭한 자사 브랜드(PB) 생수 제품들이 적극적으로 시장 진입한 결과, 상대적으로 고가인 기존 브랜드의 경쟁력 약화
 - 일반 브랜드 제품들은 급속한 시장점유율 하락에 대응하기 위해 가격을 조정하였으며, 일반 브랜드와 자사 브랜드(PB) 제품 간의 가격 격차가 줄어들면서 시장경쟁이 점차 심화되고 있는 상황
 - 자사브랜드(PB)의 생수 시장 비중은 최근 5년간(2013~2017년) 연평균 2.1% 증가하여 39.0%와 42.3%에 도달함¹⁴⁾

그림 1.6 주요 자사브랜드(PB) 제품



자료: 각社 홈페이지

□ 생수 유통 현황

- o 소비자가 매일 소비하는 생수는 제품 특성상 주기적으로 고정적인 지출을 유발하기 때문에 비용 절감형 소비를 지향하는 경향이 높음. 따라서, 대형마트를 통한 매출 비중이 높음
 - 국제생수협회(IBWA)에 따르면 소비자의 33.6%는 대형마트, 멤버십제 마트, 할인마

14) Euromonitor International

트, 온라인과 같이 제품을 저가로 공급하는 채널을 통해 구매하는 것으로 분석되었으며, 25.9%는 일반 식품점을, 4.7%는 편의점, 2.2%는 드럭스토어를 이용하는 한편 나머지 33.6%는 자판기, 학교와 같은 기타 채널을 이용함(2016년 기준)

- 미국 내 유통채널별 생수 매출 비중은 무점포소매점 대비 점포소매점이 압도적으로 높음
 - 최근 5년(2013~2017년) 점포소매점을 통한 생수 판매 비중이 80%를 상회함
- 현대적 유통채널의 경우 최근 5년간 비슷한 비중(약 65%)을 나타내고 있으며, 하위 채널 중에서는 슈퍼마켓(약 30%)과 하이퍼마켓(약 20%)이 주를 이룸
 - 슈퍼마켓의 비중이 연평균 -1.1%의 감소세를 나타내는 반면 하이퍼마켓(1.1%)과 할인마트(5.7%)의 비중은 증가하는 추세
- 무점포소매점을 통한 매출 비중은 최근 5년간 약 -1.7% 감소하였는데, 이는 직접판매¹⁵⁾의 비중 감소에 따른 영향으로 분석됨

표 1.5 유통채널별 생수 매출 비중 현황 및 추이(2013-2017년)

(단위: %)

구 분	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 증가율
1. 점포소매점	81.9	81.9	82.2	82.7	83.1	0.4%
1) 식품소매점	66.5	66.3	66.5	67.0	67.2	0.3%
① 현대적 식품소매점	65.4	65.2	65.4	65.9	65.7	0.1%
- 편의점	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	0.0%
- 할인마트	4.0	4.2	4.4	4.7	5.0	5.7%
- 포코트소매점	9.1	9.0	9.2	9.0	8.9	-0.6%
- 하이퍼마켓	19.7	20.0	20.0	20.3	20.6	1.1%
- 슈퍼마켓	30.2	29.6	29.4	29.5	28.9	-1.1%
② 전통적 식품소매점	1.1	1.1	1.1	1.1	1.5	8.1%
- 식품/음료/담배특판점	-	-	-	-	-	-
- 독립소형식품소매점	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.0%
- 기타식품소매점	0.8	0.8	0.8	0.8	1.2	10.7%
2) 혼합형소매점	8.7	9.2	9.4	9.8	10.1	3.8%
3) 비식품소매점	6.7	6.4	6.3	5.9	5.7	-4.0%
2. 무점포소매점 ¹⁶⁾	18.1	18.1	17.8	17.3	16.9	-1.7%
1) 자판기 판매	2.0	2.1	2.2	2.2	2.2	2.4%
2) 홈쇼핑	-	-	-	-	-	-
3) 온라인 판매	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.0%
3) 직접 판매	15.9	15.8	15.4	14.8	14.4	-2.4%
총 계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-

자료: Euromonitor International

15) 제조업자가 총판 및 도매상 등 중간유통망을 거치지 않는 판매방식으로, 직접판매에는 방문판매가 포함됨

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

3. 수출입통계

수출입통계

❖ 광천수 관련 주요 수치

- 글로벌 광천수 수입 규모 약 2,680백만 달러(2017년)
- 미국 광천수 수입 규모 약 466백만 달러, 세계 1위(2017년)
- 미국 광천수 수입의 국가별 수입비중은 1위 이탈리아(39.1%), 2위 프랑스, 3위 멕시코 순(2017년)
- 한국산 광천수의 對미국 수출액과 수출량은 각각 약 6,848천 달러, 16,455톤(2017년)

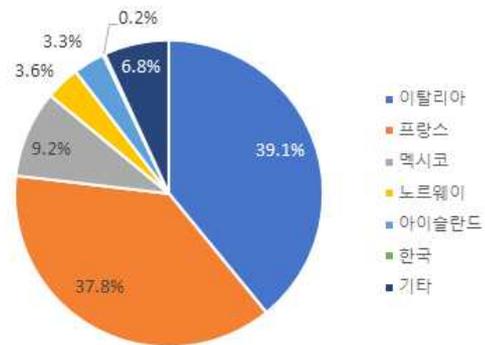
❖ 국가별 생수 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2201.10.0000	광천수와 탄산수
미국	2201.10.0000	광천수와 탄산수

❖ 글로벌 광천수 수입 규모

수입국		2017 금액(천 달러)
글로벌		2,680,141
1	미국	465,862
2	벨기에	225,288
3	독일	221,838
4	영국	165,021
5	일본	159,229

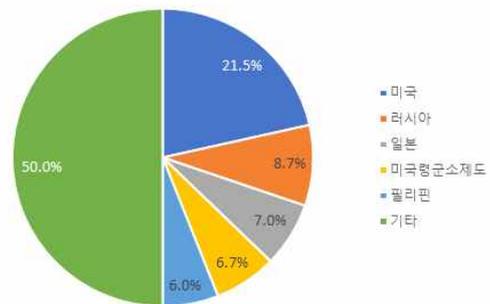
❖ 미국의 국가별 광천수 수입 비중(2017)



❖ 한국산 광천수 수출 규모

수입국		2017 금액(천 달러)
글로벌		6,849
1	미국	1,472
2	러시아	599
3	일본	481
4	미국령 군소제도	462
5	필리핀	410

❖ 한국산 광천수의 국가별 수출 비중(2017)



1) 통계분석 기준 설정

□ 생수 통계 기준 설정

- 생수의 글로벌 및 미국 수입 통계와 한국산 수출 통계를 확인하기 위해 HS 코드를 통계 기준으로 설정함¹⁷⁾

□ 생수의 HS 코드¹⁸⁾는 한국과 미국 모두 2201.10.0000으로 설정

- 글로벌 수입 규모 파악을 위해 HS 코드 2201.10, 미국과 한국의 수출입 규모를 파악하기 위해 HS 코드 2201.10.0000를 통계 기준으로 설정

표 1.6 광천수의 항목별 통계 기준 설정

조사 항목	통계 기준			
글로벌 수입 통계	HS CODE	2201.10	품명	광천수와 탄산수
미국 수입 통계		2201.10.0000		광천수와 탄산수
한국산 수출 통계		2201.10.0000		광천수와 탄산수

표 1.7 광천수의 국가별 HS 코드 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2201	물(천연이나 인조 광천수와 탄산수를 포함하며, 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가하지 않은 것으로 한정한다)과 얼음과 눈
	2201.10	광천수와 탄산수
	2201.10.0000	광천수와 탄산수
미국	2201	물(천연이나 인조 광천수와 탄산수를 포함하며, 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가하지 않은 것으로 한정한다)과 얼음과 눈
	2201.10	광천수와 탄산수
	2201.10.0000	광천수와 탄산수

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

표 1.8 HS 코드 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/getBuRyuList.po
	미국 국제무역위원회	https://www.usitc.gov/tata/hts/bychapter/index.htm

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

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

2) 글로벌 수입 통계(통계기준: HS CODE 2201.10)

□ 2017년 글로벌 수입 규모 1위는 미국(7.9%)임

- 2017년 광천수의 글로벌 수입 규모는 약 2,680백만 달러로 최근 5년(2013~2017년) 연평균증가율은 1.3%를 기록
 - 최대 수입국인 미국은 2017년 기준 약 466백만 달러를 수입하였으며, 최근 5년(2013~2017년) 9.7%의 연평균 증가율을 기록하여 수입액 상위 5개국 가운데 가장 빠른 증가세를 나타냄
- 수입 규모 상위 5개국(미국:17.3%, 벨기에:5.6%, 독일:5.4%, 영국: 4.5%, 일본: 4.4%)의 비중이 37.1%에 달함

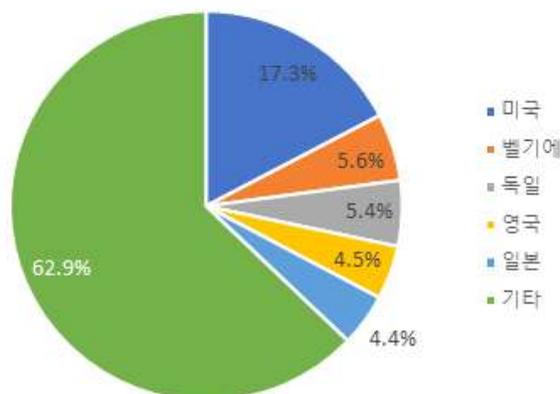
표 1.9 글로벌 광천수 수입 규모 추이(2013-2017년)

(단위: 천 달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 증가율
글로벌	2,545,645	2,782,127	2,564,931	2,590,758	2,680,141	1.3%
1 미국	321,901	364,668	386,573	422,939	465,862	9.7%
2 벨기에	275,560	301,155	276,787	265,262	225,288	-4.9%
3 독일	222,665	236,363	213,679	216,653	221,838	-0.1%
4 영국	148,225	194,804	195,625	168,125	165,021	2.7%
5 일본	223,748	191,940	182,112	181,782	159,229	-8.2%

자료: International Trade Centre

그림 1.7 국가별 광천수 수입 비중(2017년)



자료: International Trade Centre

3) 미국 수입 통계(통계기준: HS CODE 2201.10.0000)

- 2017년 미국 광천수 수입 시장 점유율 1위는 이탈리아(39.1%)이며, 한국은 16위 (0.2%)
 - 2017년 기준 이탈리아의 對미국 수출액은 약 182백만 달러를 기록하여 점유율 1위 (39.1%)를 기록, 최근 5년간(2013~2017년) 연평균 10.2%의 증가 추세를 보임
 - 한국의 對미국 수출액은 연평균 12.7%로 증가하여 2017년 기준 약 989천 달러를 기록, 수입액 규모 16위를 차지함. 다만, 미국 시장 내 점유율은 미미한 수준(0.2%)

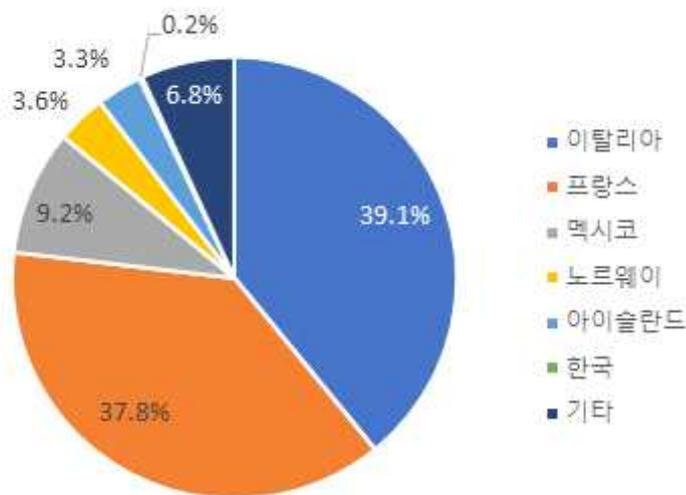
표 1.10 미국 광천수 수입 규모 추이(2013-2017년)

(단위: 천 달러, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	연평균 성장률
글로벌	321,901	364,668	386,573	422,859	466,031	9.7%
1 이탈리아	123,640	135,317	166,677	164,309	182,234	10.2%
2 프랑스	133,874	148,355	131,334	158,908	176,015	7.1%
3 멕시코	21,162	25,428	25,887	32,045	42,753	19.2%
4 노르웨이	13,597	16,999	21,158	22,148	16,807	5.4%
5 아이슬란드	7,303	10,116	11,085	15,742	15,466	20.6%
16 한국	612	598	651	564	989	12.7%

자료: International Trade Centre

그림 1.8 미국 광천수 수입 비중(2017년)



자료: International Trade Centre

4) 한국산 수출 통계(통계기준: HS CODE 2201.10.0000)

□ 2017년 한국산 광천수 수출액은 약 6,848천 달러이며 수출량은 약 16,455톤

- 한국산 광천수의 글로벌 수출액은 최근 5년간(2013~2017년) 연평균 2.6% 증가
 - 최근 3년간(2013~2017년) 수출액 및 수출량은 증감을 반복하는 등 뚜렷한 경향성을 나타내지 않았으며 수출액 증가분보다 수출량 증가분이 더 큼

표 1.11 한국산 광천수 수출 추이(2013-2017년)

(단위: 천 달러, 톤)

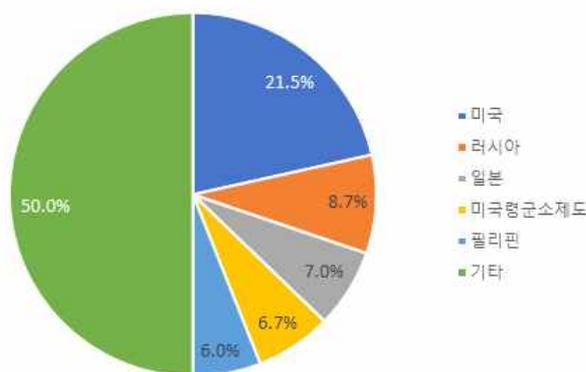
구분	2013	2014	2015	2016	2017
수출액	5,456	5,497	8,579	6,042	6,848
(연 증감률)	(△0.5%)	(0.7%)	(56.1%)	(△29.6%)	(13.3%)
수출량	13,697	14,139	15,908	15,823	16,455
(연 증감률)	(△2.7%)	(3.2%)	(12.5%)	(△0.5%)	(4.0%)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

□ 한국산 광천수의 수출액 비중 1위 국가는 미국

- 2017년 기준 한국산 생수의 對미국 수출액은 전체 수출액의 약 21.5%에 해당하는 약 1,427천 달러임
 - 2, 3위인 러시아와 일본의 수출액 비중이 각각 8.7%와 7.0%를 기록하여 1위와의 격차가 큰 편으로 나타남

그림 1.9 국가별 한국산 광천수 수출 비중(2017년)



자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

□ 2017년 한국산 광천수의 對미국 수출액 및 수출량은 각각 약 1,472천 달러와 약 3,933톤

- 2017년의 전년 대비 수출액과 수출량은 각각 14.5%와 17.3% 증가
 - 최근 5년간(2013~2017년) 수출액과 수출량의 연평균 증가율은 각각 2.6%와 7.2%를 기록함
- 2016년을 제외한 최근 5년간(2013~2017년) 한국산 광천수의 對미국 수출은 꾸준히 증가하였으나, 수출 규모는 약 17억 수준으로 크지 않음

표 1.12 한국산 광천수의 對미국 수출 추이(2013-2017년)

(단위: 천 달러, 톤)

연도	2013	2014	2015	2016	2017
수출액 (연 증감률)	1,069 (15.9%)	1,131 (5.9%)	1,322 (16.8%)	1,286 (△2.7%)	1,472 (14.5%)
수출량 (연 증감률)	2,465 (27.7%)	2,629 (6.7%)	3,321 (26.3%)	3,354 (1.0%)	3,933 (17.3%)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)



II. 시장 트렌드

1. 정책이슈
2. 소비 트렌드
3. 제품 트렌드
4. 유통 트렌드

시장 트렌드 개요

1. 정책 이슈

- ❖ 건강을 위협하는 낙후된 상하수도시설에 대한 국가적 차원의 정비 촉구 움직임
- ❖ 가공 포장된 생수의 오염 이슈 발생

2. 소비 트렌드

- ❖ 저가의 자사 브랜드(PB) 제품을 중심으로 묶음포장 소비 증가
- ❖ 프리미엄 생수의 꾸준한 인기
- ❖ 알칼리 물의 건강학적 이점 대한 논란 촉발

3. 제품 트렌드

- ❖ 향 첨가, 무당 생수제품의 소비 증가
- ❖ 프리미엄 제품은 일반 제품 대비 저용량, 소포장 판매

4. 유통 트렌드

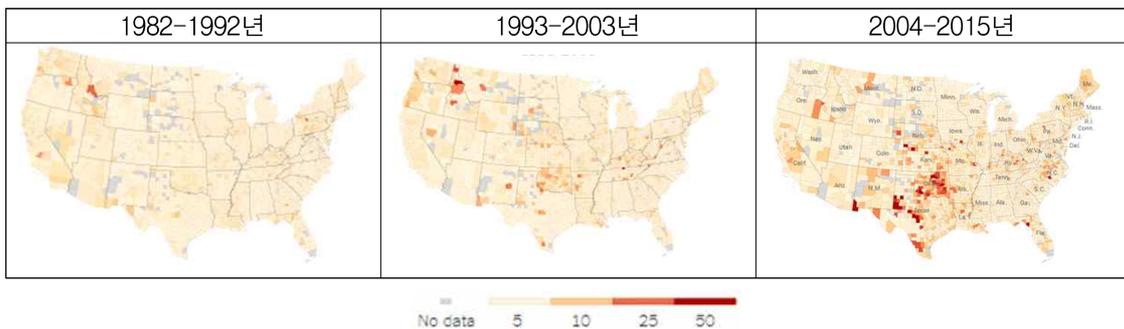
- ❖ 프리미엄과 자사브랜드(PB) 제품을 소비자 접근이 좋은 매대에 진열

1. 정책 이슈

□ 건강을 위협하는 낙후된 상하수도시설에 대한 국가적 차원의 정비 촉구 움직임

- 최근 20~30년간, 미국 연방정부 주도의 상하수도 검사 결과, 1982년도 이후로 상하수도 시스템의 3~10%가 매년 안전음용수법(Safe Drinking Water Act) 기준을 위반하고 있는 것으로 드러남¹⁹⁾
- 이는 2015년 기준, 약 21백만의 미국인이 비위생적인 물에 노출되어 있던 것을 의미하며 특히, 기반시설 정비를 위한 재정적 지원이 부족한 지역(텍사스, 오클라호마 등)을 중심으로 많은 위반 건이 발생함

그림 2.1 지역별 상하수도 안전 위반 증가 추이



자료: The New York Times(2018.04.27.)

- 상하수도 위생 문제는 2015년 미시건의 'Flint Crisis'로 인해 촉발되었으며, 최근 다른 지역에서도 연쇄적으로 상하수도 문제가 발생함으로써 국가적 문제로 부상(소화장애를 일으킬 수 있는 납, 질산염, 비소 등의 오염성분 검출)
- 'Flint Crisis'는 미시건에서 약 10만 명 거주자가 높은 수준의 납성분에 노출된 사건으로, 사건 발생 이후 해당 지역의 거주자들은 수돗물 사용이 금지되었으며 2020년까지 식수를 비롯한 생활용수로써 가공 포장된 생수를 공급받을 예정
- 2018년 8월 디트로이트 주정부는 수돗물에서 기준치 이상의 납과 구리 성분이 검출되면서 학교들에 대해 공공수도시설을 일시적으로 폐쇄할 것을 명령했으며 그 결과 16개의 학교에 생수가 공급됨²⁰⁾

19) National Academy of Science

20) Reuters(2018.08.30.)

- 환경보호청(Environmental Protection Agency, 이하 EPA)는 재정 부족으로 위생 기준을 준수하지 못하는 지역들에 대한 처벌은 정당성이 없음을 인정하면서 국가적 차원에서 납과의 전쟁(“war of lead”)을 선포하는 한편, 상하수도 인프라를 현대화 하는 국가적 사업을 추진해야 함을 촉구
- 2018년 11월 미 중간선거에서 상하수도 및 공공기반시설 정비 필요성이 쟁점화되었으며, 국민들로부터 전폭적인 지지를 받은 것으로 분석됨²¹⁾

□ 가공 포장된 생수의 오염 이슈 발생

- 2018년 3월 뉴욕주립대가 미국을 비롯한 9개 국²²⁾의 생수 250개의 오염도 연구를 발표한 결과, 플라스틱병의 포장과정에서 미립자로 인한 오염현상이 확인됨²³⁾
 - 세계적인 생수 브랜드인 Aqua, Aquafina, Dasani, Evian, Nestle Pure Life, San Pellegrino가 포함되어 있어 큰 파장을 일으킴
 - 생수를 포장하고 저장 및 운반되는 과정에서 플라스틱병 자체에 의해 오염되는 것으로 확인했으며, 리터 당 평균 10.4개 플라스틱 미립자와 325개의 초미세입자 325개가 발견됨
- 플라스틱 미립자는 암, 성기능 장애, ADHD, 자폐증 발병 요인으로 알려져 전문가 들은 수돗물이 가공 포장된 생수보다 안전하다는 의견을 피력함
- 현재까지 생수의 플라스틱 포장에 관한 오염 규제가 부재²⁴⁾하여 세계보건기구 (WTO)를 비롯한 학계 및 산업계의 경고가 이어지고 있음

21) The Conversation(2018.11.07.)

22) 브라질, 중국, 인도, 인도네시아, 케냐, 레바논, 멕시코, 태국

23) the Straits Times(2018.03.15.)

24) Earth Day(2018.03.23.)

2. 소비 트렌드

□ 저가의 자사 브랜드(PB) 제품을 중심으로 묶음포장 소비 증가

- 국제생수협회(IBWA)에 따르면 생수 1갤런(약 3.79리터)당 평균 가격은 1.11달러 (2016년 기준)이지만 판매되는 제품 유형과 브랜드가 매우 다양하여 폭넓은 가격 범위를 나타냄
 - 슈퍼마켓 혹은 하이퍼마켓에서 대량 구매를 통해 비용을 절감하는 소비 패턴이 확 인됨
- 유통채널의 자사 브랜드(Private Brand, 이하 PB) 제품이 강세를 보이는 대량포장 생수의 개당 가격이 꾸준히 하락함
 - 멤버십제나 가격할인 프로모션과 같은 마케팅 전략이 활발하게 전개되는 미국 시장의 특성이 자사 브랜드(PB) 생수의 가격 하락 요인으로 분석됨
 - 가격하락이 생수의 소비 촉진으로 이어지고 있음

□ 프리미엄 생수의 꾸준한 인기

- 프리미엄 브랜드의 생수 제품들은 자분정(Artesian Water)이나 천연수(Spring Water) 이라는 점을 강조하거나, 자연적으로 생성된 알칼리수임을 차별점으로 하여 활발하 게 시장에 진입 중임
 - 최근 pH 밸런스화 전해질, 생산지 등을 다각적으로 고려하는 소비자가 늘어나면 서 프리미엄 제품들도 이를 적극적으로 반영한 제품 개발을 추진 중
- 미국의 프리미엄 생수 시장은 Wonderful Co LLC社의 Fiji와 Coca-Cola社의 Glacear Smartwater가 최근 몇 년 동안 우위를 점하고 있음
 - 프리미엄 시장의 지속적인 성장 추세에 따라 PepsiCo 社는 2016년 12월 LIFEWTR 를 런칭함

□ 알칼리 물의 건강학적 이점 대한 논란 촉발

- 최근 일부 생수들을 중심으로 pH가 8~10 사이의 알칼리 물이 몸에 좋다는 광고가

확산되면서 효능을 확인하려는 움직임이 포착됨

- 알칼리 수를 판매하는 기업들은 알칼리 수가 에너지 공급과 독소 해소에 도움이 되며 수분 충전에 최적화된 물이며, 이온수의 경우 두통과 암에도 도움이 된다고 주장함
- 그러나, 높은 pH의 물 섭취가 신체에 긍정적 영향을 미친다는 주장을 지지할만한 과학적 근거도 없다는 것이 일반적인 의학 전문가들의 견해로 밝혀짐²⁵⁾

3. 제품 트렌드

□ 향을 첨가한 무당 탄산수 제품의 소비 증가

- 탄산음료에서 생수로의 소비 전환이 예상되는바, 과일 향을 첨가한 탄산수가 당분간 전체 생수 시장의 성장을 견인할 것으로 전망됨²⁶⁾

- 향 첨가 탄산수 매출 규모는 최근 5년간(2013~2017년) 연평균 11.2% 성장함
- 설탕이 함유된 음료를 피하는 소비 추세에 따라 당이 첨가된 탄산수 및 생수를 집중적으로 판매하는 기업들도 전략을 변경하여 무당(Unsweetened) 제품을 출시하고 있음

* National Beverage Corp 社の 브랜드 La Croix가 대표적인 예로 무당 제품을 출시하면서 2013년 20위권 밖에서 2017년 9위로 시장 점유율이 상승함²⁷⁾

그림 2.2 La Croix의 무당 탄산수



자료: La Croix 홈페이지

25) The New York Times(2018.04.27.)

26) Euromonitor International(2018.02)

27) Euromonitor International

□ 프리미엄 제품은 일반 제품 대비 저용량, 소포장 판매

- 프리미엄 제품은 일반제품에 대비하여 용량이 작고, 소포장의 묶음 형태로 판매
 - 현지 점포소매점 조사 결과, 프리미엄 제품은 슈퍼마켓과 드럭스토어, 한인마트 모두 6개 묶음 포장 제품과 단일제품을 판매하고 있었으며, 편의점의 경우 단일제품만을 판매. 단, 하이퍼마켓의 경우 브랜드에 따라 프리미엄 제품도 최대 24개까지 묶음 판매하는 경우도 확인됨. 한편, 일반제품의 경우 24~40개 묶음포장 판매가 일반적임
 - 용량의 경우에도 일반제품은 500ml와 같은 저용량부터 3L가 넘는 대용량 제품까지 다양하나, 프리미엄 제품의 용량은 500ml~1L 범위 내

4. 유통 트렌드

□ 프리미엄과 자사브랜드(PB) 제품을 소비자 접근이 좋은 매대에 진열

- 프리미엄 제품은 주로 매대 상단 혹은 중간에 위치하여 소비자가 쉽게 찾을 수 있도록 진열되어 있음
 - 슈퍼마켓의 경우 프리미엄 제품들은 일반제품들과 매대를 구분하여 진열하거나 같은 매대에 진열하더라도 상단 혹은 중간에 진열하여 소비자의 접근성을 높임
 - 각 유통채널은 대부분 자사브랜드(PB)를 보유하고 있는 것으로 파악되었으며, 매장마다 자사 브랜드 제품의 판매 비중이 높은 것으로 확인됨

그림 2.3 Walgreens와 Target의 자사브랜드(PB) 진열



❖ [현지 소비자 인터뷰]

구분	소비자			
질문	 <30대 중반>	 <60대 중반>	 <50대 후반>	 <20대 후반>
Q1: 제품 구입 시, 고려 요소는 무엇입니까?	원산지	브랜드, 성분, 자연친화적 포장용기	휴대성	가격, 브랜드
Q2: 한국산 제품 경험이 있습니까?	네	아니요	아니요	아니요
Q3: 한국산 제품을 구매할 의사가 있습니까??	네 - 한국 스프링 워터가 수입 되면 당연히 구매하겠음	네 -	네	네 - 가격이 저렴하다면 구매 의사 있음
Q4: 선호하는 제품이나 브랜드가 있습니까?	Crystal Geyser	Evian SmartWater Essentina - 맛이 좋으면서 pH가 7이상의 제품 선호	Poland Spring Deet Park Spring Water	아니요
Q4: 프리미엄과 일반제품의 차이점이 있습니까?	아니요 - 가격이 비싸면 프리미엄 제품이라고 생각하지만 사실 맛이나 기능에서 차이를 느낄 수 없음	네 - 알칼리수이면서 맛이 좋을수록 프리미엄 제품이라고 생각함	아니요	아니요 - 단지 가격차이만 있다고 생각함

구분	소비자			
질문	 <40대 초반>	 <30대 초반>	 <30대 후반>	 <20대 중반>
Q1: 제품 구입 시, 고려 요소는 무엇입니까?	가격, 브랜드, 첨가향	가격, 인지도	가격, 인지도	가격
Q2: 한국산 생수를 마셔본 경험이 있습니까?	아니요	아니요	아니요 - 현지 매장에서 본 적 없음	아니요
Q3: 한국산 제품을 구매할 의사가 있습니까??	네	네	네	네 - 가격이 너무 높지 않다면 구매하고 싶음
Q4: 선호하는 제품이나 브랜드가 있습니까?	아니요	아니요	아니요	아니요
Q4: 프리미엄과 일반제품의 차이점이 있습니까?	네 - 차이를 모르겠으나 프리미엄 제품이 더욱 자연친화적일 것이라고 생각함	네 - 프리미엄제품의 경우 정화 과정이 더욱 세밀하여 깨끗할 것이라고 생각함	네 - 에비앙과 같은 프리미엄 제품이 일반 제품 대비 더욱 맛이 좋음	아니요 - 물은 단지 마실 수 있을 만큼 정화가 되면 충분함

❖ [현지 유통채널 담당자 인터뷰]

구분	유통채널 담당자		
질문	 <Hmart 매니저>	 <Walgreens 매니저>	 <Costco 직원>
Q1: 생수 시장 트렌드	- 미국 시중에 판매되는 제품들의 종류도 다양하고 경쟁력도 있어서 한국산 신제품의 시장 가능성이 있을지 의문	- PB제품의 판매량이 높은 편 - 매주 가격 프로모션을 진행하는 제품들을 매장에서 잘 보이는 진열대에 배치하기 때문에 판매가 잘되는 편	- 코스트코 PB제품의 판매량이 높은 편
Q2: 제품 납품 희망 시, 조연 사항	- 보통 미국의 도매 수입업체를 통해 미국시장으로 진출하는 방법이 일반적임	잘 모르겠음	잘 모르겠음
Q3: 납품 절차	- Hmart는 용역업체의 구매팀이 한국에서 수입할만한 제품을 직접 검토하고 기업과 계약을 통해 수입을 진행함 - 때때로 Hmart 지점의 매니저가 수입하고 싶은 제품이 있다면 직접 본사로 요청하는 경우도 있음	- 지점의 매니저급에서는 알기 어려운 정보임	- 코스트코 본사의 구매팀으로 연락하여 생수품목 담당자와 납품절차에 관한 논의를 해야 함 (TEL.703-406-6800)

❖ [현지 조사원 의견]

경쟁우위 제품들의 입지가 견고한 생수 시장

미국 현지에서 생산되지 않지만 미국인들에게 인지도가 높은 프리미엄 워터는 Evian과 Fiji가 있음. 두 제품 모두 미국에서 관리, 운영되고 있기 때문에 현지 시장에 최적화된 제품 개발과 홍보 및 프로모션이 가능하다고 생각함. 또한, 두 제품이 현지 시장에서 오랜 시간 구축한 명성과 신뢰 때문에 경쟁제품들이 진입하기 어려운 시장임. 따라서 한국산 프리미엄 제품이라면 미국인들의 니즈를 충족시킬만한 확실한 차별화 요소들을 필요로 함

지역 특성에 따라 유통되는 제품 차이 존재

지역별 소득수준에 따라 유통되는 제품 간의 차이가 있음. 유통채널 또한 소득수준이 높은 지역에 Wegmans, Wholefood Market, Trader Joe's와 같은 상대적으로 고급 소매점이 자리잡고 있고 이에 따라 유통되는 프리미엄 제품도 많은 차이를 나타냄

프리미엄 제품들은 패키지 디자인에 주력

프리미엄 제품과 일반제품 간의 패키지 디자인 차이가 큰 편임. 대중적인 생수 브랜드인 Poland Spring이나 Costco의 PB제품 등 저가격대 제품의 경우 플라스틱 용기가 얇고 뚜껑 사이즈가 작기 때문에 재활용하기 매우 쉽게 제조됨. 한편, 프리미엄 제품의 경우 LIFEWTR처럼 예술가들과 콜라보레이션을 하거나 차별적인 디자인적 요소를 도입하는 등 소비자의 이목을 끌 수 있는 패키지 전략을 구사하고 있음. 이처럼 저가의 제품은 실용성을 지향하는 친환경 마케팅을, 고가의 제품은 프리미엄 마케팅을 채택하고 있음



Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생규정

통관 및 제도 개요

❖ 미국 통관 검역 절차도

구분	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)

❖ 미국 HS CODE 2201.10.0000 관세

HS CODE	품명	관세율
2201.10.0000 (광천수와 탄산수)	기본세율	리터당 0.26센트
	한-미 FTA	0%

❖ 부가가치세 정보

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

❖ 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 좌측바에 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
	미국 국제 무역위원회	www.usitc.gov/tata/hts/index.htm

❖ 인증정보

인증명	발행/검사기관	성격	제출서류
식품시설등록	미국식품의약국	필수	시설에 관한 일반적 기록사항을 영문 작성
식품안전관리인증기준(HACCP)	식품의약품안전처	권장	- 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
식품안전경영시스템(ISO22000)	한국표준협회	권장	인증심사 신청서

❖ 라벨링

식품의약국(FDA)의 연방규정인 Title 21 of the Code of Federal Regulations(CFR)에 따라 에 따라 광천수의 라벨링 표기 필수사항을 다음과 같이 명시함

- 제품명, 제조사, 수입사, 중량, 영양성분

❖ 위생규정

미국의 연방규정인 Title 21 of the Code of Federal Regulations(CFR)에 따라 화학물질, 불소 중금속, 휘발성유기화합물, 농약잔류량 및 기타 화학유기물, 살균제 관련 허용기준을 마련하고 있음

1. 통관 및 검역

1) 통관 및 검역 절차

□ 사전 절차

(1) 식품시설 등록

- 미국의 농수산물 및 식품, 생활용품에 적용되는 위생·안전기준은 한국보다 까다롭고 엄격함. 따라서 C-TPAT²⁸⁾ 및 ‘도착 전 선적 정보 송부’ 등과 같은 내용들은 반드시 숙지해야 함. 특히 미국에 식품을 수출하기 위해서는 사전에 식품 시설 등록(Facility Registration)을 필수적으로 해야 함
 - 바이오 테러리즘법(The Bioterrorism Act)에 의거, 미국에서 인간과 동물이 섭취하는 식품을 제조, 처리, 포장, 보관하는 미국 내외 시설은 식품의약국(Food and Drug Administration, 이하 FDA)에 등록되어야 하며, 등록하지 않은 외국 시설의 식품이 수입되면 시설이 등록될 때까지 제품이 입국항에 억류되거나 식품의약국(FDA) 지시 하에 제3의 장소로 옮겨지게 됨
 - 식품안전 현대화법(FSMA, Food Safety Modernization Act)에 따라 식품의약국(FDA)에 등록했던 식품 시설은 2년마다 등록을 갱신해야 함

(2) 서류 준비

- 미국으로 식품을 수입신고할 때는 제반 서류들을 준비해야 함. 미국 식품 수출에 필요한 서류로는 선하증권(또는 항공화물운송장), 상업송장, 세관수입 신고서, 구매확인서, 포장 명세서, 화물인도지시서, 수입허가증빙서류 등임
 - 수입자는 미국 내 수입식품 신고 시, 상업송장에 물품이 도착한 통관항, 물품이 합의된 시간과 장소에서 판매되기로 한 경우 그 시간과 선적지, 송하인과 수하인의 성명, 물품의 구체적인 명세, 품명, 품질등급, 화인, 번호, 물품의 중량, 용적 및 수량, 물품이 판매되었거나 판매되기로 합의된 구매가격, 통화의 종류, 원산지를 기입해야 함

28) C-TPAT: Customs-Trade Partnership Against Terrorism의약자로 미국 관세청에서 운영하는 대 테러 방지 무역파트너십 프로그램임

(3) 적하목록 사전 제출(24 Hour Rule)

- 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(U.S. Customs and Border Protection, 이하 CBP)에 미리 제출하여야 함
- 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)
- 적하목록을 사전에 제출하지 않으면 양하 금지 조치가 내려짐
 - 최초의 위반에 대해서는 벌금 5,000달러, 그 이후의 위반에 대해서는 1만 달러가 부과됨

□ 수입신고

- 수입신고 금액이 2,500달러 이상이거나, 수입허가 규제품목, 국가의 세입보호 대상 품목과 세관 행정업무 수행 상 필요할 때의 모든 수입화물에 대해서는 정식통관(Formal Entry)을 통해야 함
 - 물품신고(Entry/Immediate Delivery) 및 납세신고(Entry Summary)는 모두 자동무역 유통 시스템(Automated Commercial Environment, 이하 ACE)²⁹을 통해 전자적 방법으로 제출 가능함
- 수입자는 화물이 미국에 도착한 후 15일 이내에 관세사에게 수입신고를 하고 통관을 위한 보증금을 준비해야 함

29) 자동무역 유통 시스템(ACE)은 그동안 매뉴얼로 진행하던 수출입 절차를 전산화함으로써 종이 서류를 없애고 통관 절차를 쉽고 빠르게 처리하도록 하는 하나의 시스템임. 모든 무역 과정이 ACE를 통해 전산화되기 때문에 '싱글 윈도우(single Window)'라고도 불리며, 관계 당국과 통관 브로커는 물론이고 수입업자까지도 관련 물품이 어떻게 처리되고 관세를 얼마나 냈으며, 또 수입품의 위치가 어디쯤 있는지도 확인할 수 있게 됨

표 3.1 수입신고서의 제출

구분	내용
신고기한	물품신고(Entry, 원문 참조) 는 미국 통관항(port of entry)에 도착한 날로부터 15일 이내 • 사전신청 - 해상: 본선이 미국 통관항에 도착하기 5일 전 이후부터 가능 - 항공: AMS를 통하여 적하목록을 사전 제출한 이후부터 가능 • 미국 통관항 도착 후 15일 이내에 신고 및 서류가 제출되지 아니하는 때에는 세관국경보호국(CBP) 관리 하의 창고에 보관
신청인	- 수입물품의 화주 및 그 대리인(통관 대리인, 관세사)
신청방법	- 통관자동화시스템(AMS) 또는 관세사전용인터페이스(ABI)를 통하여 전송
제출서류	- 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

□ 물품 검사

- 세관국경보호국(CBP) 내 식품의약국(FDA)에 수입신고서를 접수하고 수입허가를 요청해야 함. 식품의약국(FDA)은 신고된 서류를 검토한 후 수입식품의 위생검사를 진행함
- 수입식품에 대해 식품의약국(FDA)에서 검사가 필요 없는 식품이라고 판단할 경우에는 입국이 바로 허가됨
 - 검사가 필요한 식품은 샘플검사 후에 안전 적합 판정을 받으면 즉시 입국이 허가되나 불합격 시 입국이 거부됨
 - 불합격 판정에 대해서는 수입자의 이의 제기가 가능함
- 신고사항을 모두 완료하면 물품 및 서류심사가 시행됨. 수입식품의 경우 세관 국경보호국(CBP) 내 식품의약국(FDA)의 판단 기준에 따라 고위험군에 해당될 경우에만 해당 심사가 시행되며, 샘플검사와 서류검사가 동시에 진행됨
 - 수입식품의 경우 서류 및 샘플검사 시행 시 원산지 표기가 가장 중요한 사항이며 이를 표기하지 않을 시 총 과세 가격의 10%에 해당하는 벌금이 부과됨

표 3.2 샘플검사 항목

구분	내용
1	관세목적의 물품가액과 적절한 관세부과 여부
2	물품에 원산지 확인 라벨의 적절성 여부
3	수입 금지된 물품이 포함되었는지의 여부
4	상업송장에 물품이 기입되었는지의 여부
5	물품이 송장상의 수량을 초과하였는지 혹은 부족한지의 여부
6	화물에 불법적인 마약물질이 포함되어 있는지의 여부

□ 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
 - 관할지 세관의 승인에 따라 납세의무자가 납부하기 용이한 은행을 지정할 수 있음

표 3.3 관세 납부 방법

구분	방법	내용
1	현장납부	납세의무자가 세관에서 발급받은 납부고지서를 세관에서 지정한 은행에 제시하고, 관세납부용 특별 계좌에 관세 납부
2	전자납부	e-payment system으로 납부고지서에 기재된 지정은행 계좌로 관세 납부

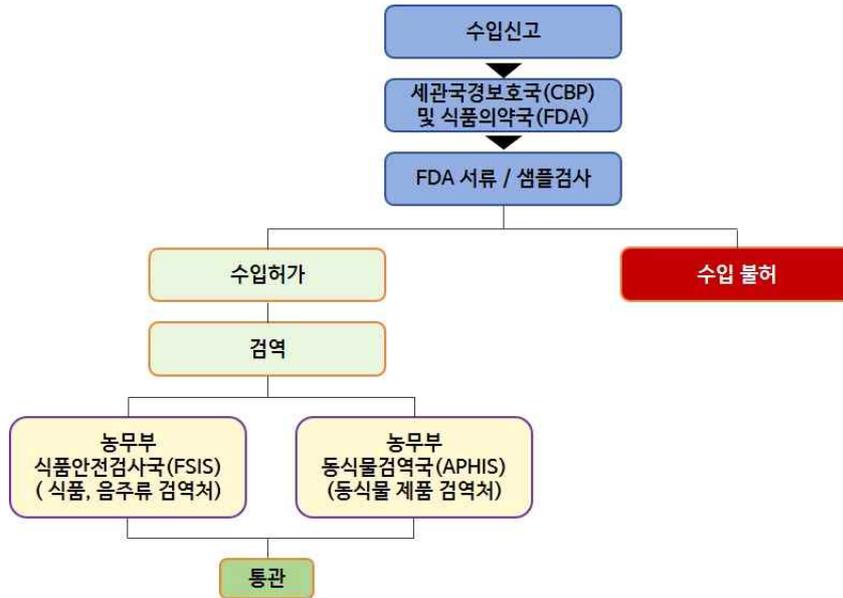
□ 물품반출

- 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

□ 식품 검역

- 미국으로 식품 수출 시, 위생 및 안전상의 문제로 그림 3.1와 같이 검역 절차를 따라야 함

그림 3.1 식품 수입 검역 절차



자료: 미국 세관국경보호청

- 동·식물검역국(Animal and Plant Health Inspection Service)은 동물 및 농산물을 포함한 식물의 검역을 담당하는 한편, 식품안전검사국(Food Safety and Inspection Service)은 육류, 가금류, 달걀 제품 등의 검역을 담당
- 광천수의 경우 미네랄을 포함하고 있어 식품안전검사국의 검역 대상이 됨

2) 관세율

- 설탕 등의 감미료가 첨가되지 않은 광천수의 경우 HS 코드 제 2201.10.0000호로 분류됨
- HS 코드 2201.10.0000호의 관세율은 리터당 0.26센트(0.26¢/liter)이며 한-미 FTA협정세율은 0%이므로 원산지 결정기준 등 충족 시 FTA 특혜원산지 증명서를 발급받아 협정세율을 적용받는 것이 유리함

표 3.4 광천수의 관세율

HS 코드	품명	관세율
2201.10.0000 (광천수와 탄산수)	기본세율	리터당 0.26센트
	한-미 FTA	0%

3) 한-미 FTA 원산지 정보

- 한-미 자유무역협정(이하 한-미 FTA)이 2012년 3월 15일부로 발효되면서 FTA협정 품목에 해당하고 원산지 결정기준을 충족하는 경우 FTA 원산지증명서를 신청 발급하여 특혜세율 적용이 가능
 - 특혜관세를 적용받기 위해선 수입신고 수리 시까지 당국 세관에 제출하여야 함
 - 수리 시까지 제출할 수 없는 경우에는 수입신고 필증에 “특혜관세 사후적용”의 문구를 기재한 후 통관하고 나서 “소급 발급”을 기재한 원산지 증명서로 수리일 이후 1년 이내 특혜관세를 적용받을 수 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
- 한-미 FTA의 원산지 증명방식은 자율발급 방식을 채택하고 있어 관세청이 제공하는 권고서식을 활용하길 권장함
- FTA 협정관세의 적용을 받고자 하는 원산지 상품은 1) 직접운송의 원칙³⁰⁾과 2) 원산지 결정기준을 충족해야 함
 - 광천수의 경우 HS 코드 2201의 원산지결정기준을 따름

표 3.5 원산지결정기준

HS 코드	기준
2201	다른 류에 해당하는 재료로부터 생산된 것

30) 당사국 간 직접 운송되어야 하며, 비당사국을 경유하여 운송되더라도 1) 지리적 이유 또는 전적으로 운송상의 이유 일 것, 2) 비당사국에서 거래 또는 소비되지 아니할 것, 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 것의 기준을 충족해야 함

2. 인증정보

식품시설등록(Food Facility Registration)

Food Facility Registration	
인증/검사명	Food Facility Registration
인증 설명	<ul style="list-style-type: none"> - 미국 내 반입되는 식품의 공급을 생물학적 테러로부터 안전하게 보호하기 위하여 2002년 6월 Bioterrorism Act 제정 - 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 식품의약국(FDA) 웹사이트에 직접 등록 또는 식품의약국(FDA) 에이전트 한국 지사 등을 통하여 대행 가능함
소요기간	직원 수에 따라 인증 심사일수 상이
유효기관	2년(이후 2년 단위로 갱신)

□ 식품안전관리인증기준(HACCP)³¹⁾

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

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	<ul style="list-style-type: none"> - 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(유효기간 이내 재심사 신청해야 함)	
인증절차	<ol style="list-style-type: none"> 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 흐름도 작성 3) 생산공정의 각 단계와 도출된 위해요소를 파악하여 위해요소 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) 파악 5) 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정 6) 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선조치 	
이점	<ul style="list-style-type: none"> - 식품안전성 향상 - 식품 안전성 지속 - 제품 경쟁력 확보 - 국제 인증 규격 	

31) Hazard Analysis and Critical Control Point

□ 식품안전경영시스템(ISO22000)³²⁾

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

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
유효기간	3년(이후 3년 단위로 갱신)
인증절차	문의신청 → 예비심사 → 문서 심사 → 현장 심사 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

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

3. 라벨링

□ 라벨링 관련 법적 근거

- 미국의 식품의약국(FDA)은 미국에서 판매되는 모든 식품의 안전, 건강 및 적절한 라벨링 표기 방식을 규정하고 있음
 - ‘A Food Labeling Guide’는 라벨링 표기에 대한 매우 세부적인 내용까지 체계를 마련한 안내서로 라벨링의 정의를 성분정보와 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 규제안은 연방공보(Federal Register)에서 실효일 전에 발표하고 매년 연방규격(Title 21 of the Code of Federal Regulations)에 반영됨

□ 생수의 라벨링 필수 표기사항

- 식품의약국(FDA)의 라벨링규제에 따르면 광천수라도 영양 정보에 표준화된 미네랄 성분의 경우 1일 표준 섭취량(DRV, daily refernce value)과 1일 권장섭취량(RDI, reference daily intake)을 의무적으로 표기해야 하나 이를 제외한 미네랄이거나 미네랄 성분이 미미할 경우 의무적으로 라벨링 표기를 할 필요가 없음(21 CFR 101.4(a); 21 CFR 101.4(c))
- 미국에 유통이 허가되는 생수의 라벨링 필수 표기목록은 표 3.6과 같음

표 3.6 가공식품 라벨링 필수 표기 목록

구분	내용
제품명	- 패키지의 주요 면에 표기함 - 활자 크기는 라벨에 사용된 가장 큰 활자의 절반 크기 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

자료: FDA(Food and Drug Administration)

o 현지 시장에서 유통되고 있는 생수의 라벨링은 하기 표 3.7에서 확인할 수 있음

표 3.7 라벨링 예시

항목	설명	
이미지		
	<전면>	<후면>
제품명	Fiji Natural Artesian Water	
제조사	Wonderful Co LLC, Tel: 1.877.426.3453, Website: fijewater.com	
수입사	Natural Waters of Viti Limited	
중량	500ml	
영양정보	Silica: 93mg/L, Calcium: 18mg/L, Magnesium: 15mg/L, pH: 7.7, Bicarbonates: 152mg/L, Total Dissolved Solids: 222mg/L	

자료: 현지조사원(사진촬영일: 2018.11.09.)

4. 위생규정

□ 생수는 식품의약국(FDA)와 주정부 차원에서 위생 및 품질 규제가 존재함

- 미국 연방정부는 생수 품목에 대해 연방 식품, 약품, 화장품 법(Federal Food, Drug, and Cosmetic Act, 이하 FFDC)과 연방규격인 ‘Title 21 of the Code of Federal Regulations’를 준수할 것을 명함
- 연방 식품, 약품, 화장품 법(FFDC)의 제410조항에 따르면 생수(Bottled Water)³³⁾는 공공의 건강과 높은 연관성이 있음을 강조하면서 미국 환경보호청(EPA)에서 규제하는 수돗물(Tap Water)의 위생 기준을 준수해야 할 정당성을 부여함
- 이에 따라 식품의약국(FDA)은 90가지 물질에 대해 생수의 품질관리 기준을 마련했으며(21 C.F.R. § 165.110 (b)), 대부분은 환경보호청(EPA)이 수돗물(Tap Water)의 위생규정을 위해 마련한 최대오염수준(Maximum Contaminant Levels, MCL)을 따름. 단, 차이점은 식품첨가물 기준이 추가됨
 - 생수 관련 위생 규제 관리는 식품의약국(FDA)의 산하기관인 식품안전·응용영양센터(Center for Food Safety and Applied Nutrition)에서 주관하고 있으며 법령 시행 및 검역은 주와 지방정부의 협조로 이루어지고 있음
- 또한 50개 주정부와 콜롬비아 행정구역이 별도로 설치한 보건 및 위생부처에서 생수 품질관리가 중복으로 시행하고 있음

□ 생수 수출 시, FDA 승인 필수

- 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 미국식품의약국(FDA) 등록을 의무화하고 있으며 생수도 바이오테러법의 적용을 받음

33) 식품의약국(FDA)는 다음에 해당하는 개념들을 생수로 포괄 정의함(21 C.F.R. § 165.110 (a))- 지하수, 증류수, 미네랄 워터, 정제수, 탄산수, 천연수, 역삼투수, 탈이온수, 약수

□ 식약청(FDA)은 식품·의약품·화장품법(FD&C Act)에 따라 생수의 위생 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
- 생수와 관련된 식품첨가물은 표 3.8와 같음

표 3.8 생수 관련 식품첨가물 허용 기준

구분	첨가물	기능	허용기준
1	Sodium metasilicate	부식 방지제	GMP ³⁴⁾
2	Silver nitrate solution	항균제	17mg/kg
3	hydrogen peroxide solution	항균제	23mg/kg

자료: FDA(Food and Drug Administration)

□ 유해물질 규정

- 1974년에 제정 후 1996년 개정된 안전음용수법(Safe Drinking Water Act)는 미국 환경보호청(EPA)의 주도하에 수도물(Tap Water) 품질을 관리할 수 있도록 연방법전(USC)에 최소기준(42 U.S.C.³⁵⁾ 300g-1)을 정하도록 권한을 부여하고 있으며 공공수도시스템을 운영하는 모든 개인 및 사업체는 이를 준수해야 함
- 향후 식품의약품국(FDA)는 21 CFR의 규제를 통해 시중에 판매되는 생수(Bottled Water)를 대상으로 연방법전의 기준보다 더 강화된 연방규정 기준을 마련함. 동 보고서에서는 이에 따라 식품의약품국(FDA)의 규제 내용만을 다루기로 함
 - 생수로 정의되는 물은 총용 존 고형물(Total Dissolved Solids) 1kg당 250ppm 미만을 함유한 경우를 의미함. 따라서 이를 초과하는 광천수의 경우 별도의 기준의 적용받을 수 있음
- 생수에 해당하는 화학물질 허용 규정은 표 3.9과 같음

34) 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

35) 연방법전(USC, United State Code)는 의회에 의해 발효된 법으로 행정기관이 제정 및 운영하는 연방규정(CFR, Code of Federal Regulation)과 차이가 있음

표 3.9 생수의 화학물질 허용기준

물질	최대허용량(mg/liter)
염화물(chloride)	250
철(iron)	0.03
망간(Manganese)	0.05
페놀류(Phenols)	0.001
총용존 고형물(Total dissolved solids)	500
아연(Zinc)	50

*주: 광천수(Mineral Water)는 페놀류를 제외하고 허용량 기준을 준수할 의무 없음
 자료: FDA(Food and Drug Administration)

- 불소성분은 치아 건강에 유익하다고 알려진 바 있어 불소를 함유한 생수가 판매되고 있음. 그러나 불소는 온도에 취약한 물질로 이에 따른 보관온도 규정을 따로 마련하고 있음
 - 불소가 함유된 물과 무 함유된 물의 허용량이 상이함
 - 최대 온도는 1년 기준으로 평균 온도를 의미함
 - 수입 생수의 경우 불소가 함유된 물과 무 함유된 물은 각각 1.4mg과 0.8mg이 최대허용량임

표 3.10 생수의 불소 허용기준

최대온도(°F)	최대허용량(mg/liter)	
	불소 함유물	불소 무함유물
53.7 이하	2.4	1.7
53.8-58.3	2.2	1.5
58.4-63.8	2.0	1.3
63.9-70.6	1.8	1.2
70.7-79.2	1.6	1.0
79.3-90.5	1.4	0.8

자료: FDA(Food and Drug Administration)

- 한편, 생수의 중금속 허용량 기준은 식품·의약품·화장품법(FD&C Act)의 제410조 항에 따르면 환경보호청(EPA)의 기준에 착안했음을 밝히고 있으며 제165조 항에 해당 기준이 명시되어 있음
 - 질산염과 아질산염은 총합이 10mg을 초과해서는 안 됨

표 3.11 생수의 중금속 허용기준

최대 허용량 (mg/kg)														
비소	안티모니	바륨	베릴륨	카드뮴	크로뮴	구리	시안화물	납	수은	니켈	질산염	아질산염	셀레늄	탈륨
0.010	0.006	2	0.004	0.005	0.1	1.0	0.2	0.005	0.002	0.1	10	1	0.05	0.002

자료: FDA(Food and Drug Administration)

o 휘발성유기화학물(Volatile Organic Chemicals) 규정은 표 3.12와 같음

표 3.12 생수의 휘발성 유기화학물 허용기준

화학물(CAS Reg. No ³⁶)	최대 허용량 (mg/kg)
Benzene (71-43-2)	0.005
Carbon tetrachloride (56-23-5)	0.005
o- Dichlorobenzene (95-50-1)	0.6
p- Dichlorobenzene (106-46-7)	0.075
1,2-Dichloroethane (107-06-2)	0.005
1,1-Dichloroethylene (75-35-4)	0.007
cis-1,2-Dichloroethylene (156-59-2)	0.07
trans-1,2-Dichloroethylene (156-60-5)	0.1
Dichloromethane (75-09-2)	0.1
1,2-Dichloropropane (78-87-5)	0.005
Ethylbenzene (100-41-4)	0.7
Monochlorobenzene (108-90-7)	0.1
Styrene (100-42-5)	0.1
Tetrachloroethylene (127-18-4)	0.005
Toluene (108-88-3)	1
1,2,4-Trichlorobenzene (120-82-1)	0.07
1,1,1-Trichloroethane (71-55-6)	0.20
1,1,2-Trichloroethane (79-00-5)	0.005
Trichloroethylene (79-01-6)	0.005
Vinyl chloride (75-01-4)	0.02
Xylenes (1330-20-7)	10

자료: FDA(Food and Drug Administration)

o 환경보호청(EPA)은 부수적인 최대 오염물 수준을 위한 허용량 기준을 표 3.13와 같이 40 CFR part의 제 143조 항에 명시함

36) 미국의 대표적인 화학 학회인 Chemical Abstracts Service(CAS)가 화학물질을 구분하기 위해 부여한 코드

표 3.13 생수의 부수적 오염물 허용 기준

물질	최대 허용량 (mg/kg)
Aluminum	0.2
Silver	0.1
Sulfate	250.0

*주: 광천수(Mineral Water)는 Sulfate 허용량 기준을 준수할 의무 없음
 자료: FDA(Food and Drug Administration)

o 식품의약국(FDA)는 1987년부터 농약잔류량 모니터링 프로그램을 운영해 연간보고서 (Pesticide Residue Monitoring Program Fiscal Year 2016 Pesticide Report)를 식품의약국(FDA) 홈페이지에 제공하고 있음

- 2016년, 열음을 포함하여 생수 제품 4건을 모니터링 결과, 위반 건이 없음

표 3.14 생수의 기타 합성 화학유기물 및 농약잔류량 허용기준

화학물(CAS Reg. No)	최대 허용량 (mg/kg)
Alachlor (15972-60-8)	0.002
Atrazine (1912-24-9)	0.003
Benzo(a)pyrene (50-32-8)	0.0002
Carbofuran (1563-66-2)	0.04
Chlordane (57-74-9)	0.002
Dalapon (75-99-0)	0.2
1,2-Dibromo-3-chloropropane (96-12-8)	0.0002
2,4-D (94-75-7)	0.07
Di(2-ethylhexyl)adipate (103-23-1)	0.4
Di(2-ethylhexyl)phthalate (117-81-7)	0.006
Dinoseb (88-85-7)	0.007
Diquat (85-00-7)	0.02
Endothall (145-73-3)	0.1
Endrin (72-20-8)	0.002
Ethylene dibromide (106-93-4)	0.00005
Glyphosate (1071-53-6)	0.7
Heptachlor (76-44-8)	0.0004
Heptachlor epoxide (1024-57-3)	0.0002
Hexachlorobenzene (118-74-4)	0.001
Hexachlorocyclopentadiene (77-47-4)	0.05
Lindane (58-89-9)	0.0002
Methoxychlor (72-43-5)	0.04
Oxamyl (23135-22-0)	0.2
Pentachlorophenol (87-86-5)	0.001
PCB's (as decachlorobiphenyl) (1336-36-3)	0.0005
Picloram (1918-02-1)	0.5
Simazine (122-34-9)	0.004
2,3,7,8-TCDD (Dioxin) (1746-01-6)	3×10^{-8}
Toxaphene (8001-35-2)	0.003
2,4,5-TP (Silvex) (93-72-1)	0.05



IV. 경쟁제품

- 1. 경쟁제품 선정**
- 2. 경쟁제품 분석**

경쟁제품 개요

유통채널별 가격 현황

- 생수는 다양한 용량으로 판매되고 있으며 일반제품의 경우 묶음판매가 주를 이루고 있음. 가격 분석을 위해 500ml(16.9oz)를 기준으로 설정하고 500ml 단일 제품의 가격 정보를 파악할 수 없는 경우 묶음 제품을 채택하여 단일제품 가격을 환산하여³⁷⁾ 분석함
- 조사된 11개의 생수 제품의 평균 가격은 점포소매점(오프라인)과 무점포소매점(온라인)이 각각 500ml 당 1.56달러(약 1,762원)와 1.25달러(약 1,412원)임
- 온라인 대비 오프라인 채널, 무점포소매점 대비 점포소매점의 가격대가 높은 편임
- 가장 고가 제품은 500ml당 2.99달러(약 3,377원)인 Fiji이며, 가장 저가는 Kirkland Signature Water Bottle로 500ml당 0.07달러(약 79원)임 온라인 채널을 통해 유통되고 있음(점포소매점 가격 기준)

❖ 점포소매점(오프라인) 채널

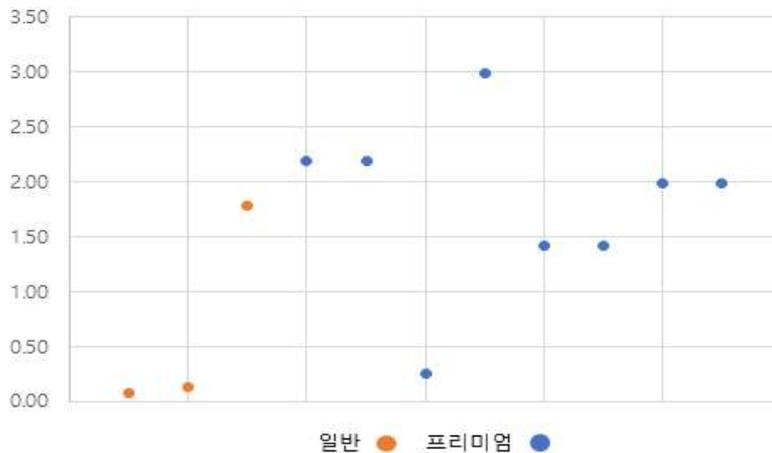
- 총 11개의 생수 500ml당 평균 가격은 1.56달러(약 1,762원)
- 0.07~2.99달러(약 79~3,377원)의 가격대가 형성되어 있음
- 총 3개의 일반제품은 500ml당 평균 0.67달러(약 757원)인 반면 프리미엄 제품은 평균 1.80(약 2,033원)달러

❖ 무점포소매점(온라인) 채널

- 총 11개의 생수 500ml당 평균 가격은 1.25달러(약 1,412원)
- 0.12~2.82달러(약 136~3,185원)의 가격대가 형성되어 있음
- 총 3개의 일반제품은 500ml당 평균 0.26달러(약 294원)인 반면 프리미엄 제품은 평균 1.52(약 1,717원)달러

제품유형별 생수 가격 분포도

(단위: 달러(USD)/ 500ml)



37) Kirkland Signature Water Bottle, Poland Spring, CORE, Evian, Glaceau Smartwater과 같이 묶음 판매되는 경우는 단일

1. 경쟁제품 선정

□ 오프라인 쇼핑물 선정

- 미국은 넓은 지리적 여건과 다인종·다민족 문화, 다양한 제품 속성 등으로 인해 유통 구조가 고도로 세분화된 시장임
- 생수 매출 비중이 높은 점포소매점을 우선적으로 선정하고 현지조사원이 직접 매장을 방문하여 시장조사 실시
 - 하이퍼마켓은 Costco와 Walmart, 슈퍼마켓은 Target과 Wegmans, 드럭스토어³⁸⁾는 Walgreens, 편의점은 Wawa를 선정했으며, 미국 전역으로 발달한 한인마트 체인 소매점인 Hmart를 추가하여 조사 실시

□ 온라인 쇼핑물 선정

- 온라인 경쟁제품을 선정하기 위해 식품 매출액 규모가 큰 유통 플랫폼(Walmart, Amazon)의 생수 제품 조사

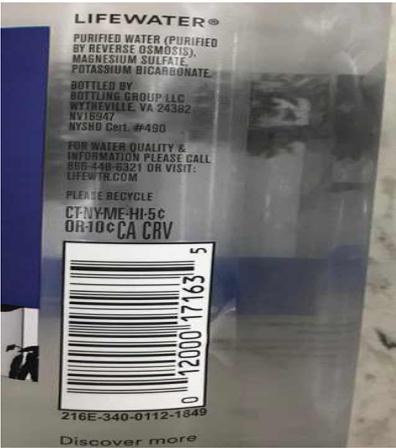
□ 분석기준 및 지표설정

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

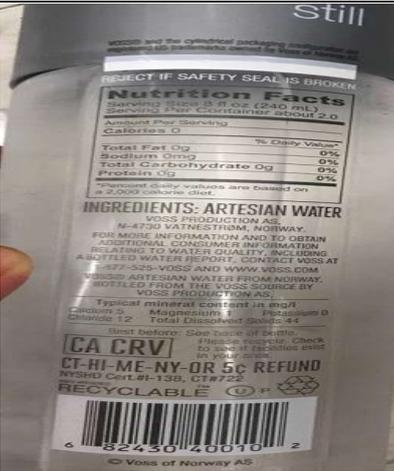
가격으로 환산함

38) 미국의 드럭스토어는 전문의약품을 판매하는 약국과 식품 및 생활용품을 판매하는 편의점의 성격을 동시에 가지고 있음

2. 경쟁제품 분석

구분		제품1	
이미지	제품 이미지	 	
	매장 이미지	 	
제품 속성	제품명	LIFEWTR	
	제조사	Pepsico	
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 6개 묶음제품은 5.99달러에 판매 - 2개에 3달러에 가격 프로모션을 진행 중 - 전해질로 pH 균형을 조절 - Yinka IloriLaercio, Redondor와 같은 세계적인 예술가들이 패키지 디자인 	
	유통기한	-	
	제조국	미국	
	용량	500ml	
	조사 채널	오프라인	Walgreens
		온라인	Walmart
가격	오프라인	2.19달러(약 2,474원)	
	온라인	1.78달러(약 2,011원)	

자료: 현지방문조사(Walgreens, 2018.11.09.), Walmart 홈페이지

구분		제품2		
이미지	제품 이미지			
	매장 이미지	N/A		
제품 속성	제품명	VOSS		
	제조사	VOSS of Norway ASA		
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 노르웨이산 물 - 2개에 2.50달러에 가격 프로모션을 자주하는 편 - 패키지 디자인이 고급스러움 		
	유통기한	2020.01		
	제조국	노르웨이		
	용량	500ml		
	조사 채널	오프라인	Walgreens	
		온라인	Amazon	
가격	오프라인	2.19달러(약 2,474원)		
	온라인	1.50달러(약 1,695원)		

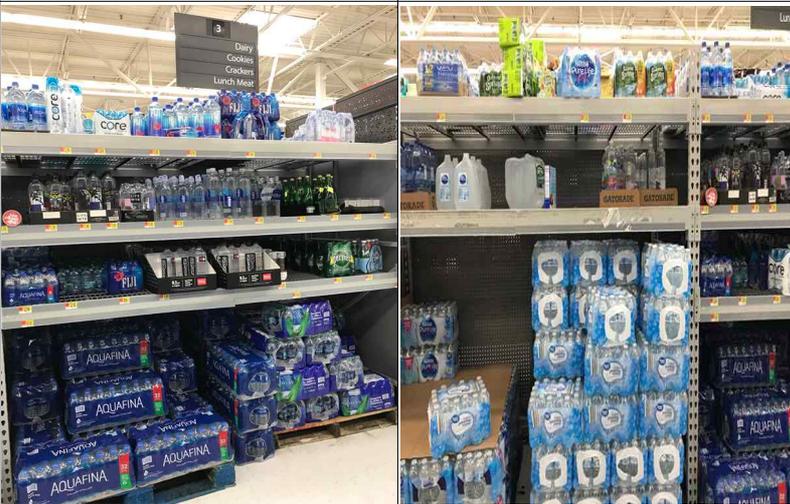
자료: 현지방문조사(Walgreens, 2018.11.09.), Amazon 홈페이지

구분		제품3		
이 미 지	제품 이미지			
	매장 이미지			
제 품 속 성	제품명	Kirkland Signature Water Bottle		
	제조사	Kirkland		
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 500ml 40개 묶음이 2.99달러로 매우 저렴함 - 점포소매점의 경우 Costco에서만 독점적으로 유통함 - 온라인 판매의 경우 다양한 채널에서 판매되고 있음 		
	유통기한	-		
	제조국	미국		
	용량	500ml * 40개		
	조사 채널	오프라인	Costco	
		온라인	Amazon	
가격	오프라인	2.99달러(약 3,378원)		
	온라인	4.78달러(약 5,340원)		

자료: 현지방문조사(Costco, 2018.11.09.), Amazon 홈페이지

구분		제 품 4		
이 미 지	제 품 이 미 지			
	매 장 이 미 지			
제 품 속 성	제 품 명	Poland Spring 100% Natural Spring Water		
	제 조 사	Nestlé		
	제 품 특 성	<ul style="list-style-type: none"> - 데일리 섭취용을 판매되는 대중적인 생수 브랜드 - 환경을 고려하여 얇은 플라스틱 용기를 사용하여 포장 제조 		
	유통기한	2020.03.31		
	제 조 국	미국		
	용 량	500ml * 40개		
	조 사 채 널	오프라인	Costco	
		온라인	Amazon	
가 격	오프라인	5.49달러(약 6,202원)		
	온라인	19.94달러(약 22,526원)		

자료: 현지방문조사(Costco, 2018.11.09.), Amazon 홈페이지

구분		제 품 5		
이 미 지	제 품 이 미 지			
	매 장 이 미 지			
제 품 속 성	제 품 명	CORE Hydration		
	제 조 사	Core Nutrition, LLC		
	제 품 특 성	<ul style="list-style-type: none"> - 뚜껑을 컵으로 사용할 수 있도록 제조한 패키지 디자인 - 역삼투 생수로 염화칼슘과 염화마그네슘이 풍부한 프리미엄 제품 		
	유통기한	2020.09.28.		
	제 조 국	미국		
	용 량	500ml * 6개		
	조 사 채 널	오프라인	Walmart	
		온라인	Walmart	
가 격	오프라인	2.99달러(약 3,378원)		
	온라인	5.98달러(약 6,756원)		

자료: 현지방문조사(Walmart, 2018.11.09.), Walmart 홈페이지

구분		제 품 6		
이 미 지	제 품 이 미 지			
	매 장 이 미 지			
제 품 속 성	제 품 명	Fiji Natural Artesian Water		
	제 조 사	Wonderful Co LLC		
	제 품 특 성	<ul style="list-style-type: none"> - 대표적인 프리미엄 워터 - 화산암에서 오랫동안 자연 정화된 물 - 목넘김이 부드럽고 부드러운 맛을 강조 - 피지섬에서 생산됨 		
	유통 기 한	2020.04.14.		
	제 조 국	미국		
	용 량	500ml		
	조 사 채 널	오프라인	Target	
		온라인	Walmart	
가 격	오프라인	2.99달러(약 3,378원)		
	온라인	1.24달러(약 1,401원)		

자료: 현지방문조사(Target, 2018.11.09.), Amazon 홈페이지

구분		제품7		
이 미 지	제품 이미지			
	매장 이미지			
제 품 속 성	제품명	evian Natural Spring Water		
	제조사	Dannon		
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 오프라인에서 단일 제품은 1L제품(1.99달러)만을 판매 - 500ml 제품은 6개 묶음(9.49달러)으로 판매 - 미국의 테니스 대회인 'US OPEN'의 공식 후원사로서 한시적으로 패키지에 홍보 중 - 프랑스 알프스 고산 지역에서 생성되어 15년간 자연 정화된 물 		
	유통기한	2020.03.17.		
	제조국	프랑스		
	용량	500ml * 6개		
	조사 채널	오프라인	Wegmans	
		온라인	Amazon	
가격	오프라인	8.49달러(약 9,591원)		
	온라인	16.9달러(약 19,092원)		

자료: 현지방문조사(Wegmans, 2018.11.09.), Amazon 홈페이지

구분		제 품 8		
이 미 지	제 품 이 미 지			
	매 장 이 미 지			
제 품 속 성	제 품 명	Glaceau Smartwater		
	제 조 사	Coca-Cola Co		
	제 품 특 성	<ul style="list-style-type: none"> - 날개 제품은 850ml(1.99달러)와 1L제품(2.49달러)만을 판매하고 있었음 - 850ml제품은 스포츠캡(뚜껑)으로 제조하여 운동이나 야외 활동을 하는 소비자를 타겟으로 함 - 500ml 제품은 6개 묶음(9.49달러)으로 판매 		
	유통기한	2020.06.18.		
	제 조 국	미국		
	용 량	500ml * 6개		
	조 사 채 널	오프라인	Wegmans	
		온라인	Walmart	
가 격	오프라인	8.49달러(약 9,591원)		
	온라인	9.98달러(약 11,274원)		

자료: 현지방문조사(Wegmans, 2018.11.09.), Walmart 홈페이지

구분		제 품 9		
이 미 지	제품 이미지			
	매장 이미지			
제 품 속 성	제품명	WAIAKEA		
	제조사	Walakea Inc		
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 2개 구매 시, 3.50달러에 할인 프로모션 진행 중 - 하와이 화산섬에서 자연적으로 정화된 물로 전해질이 풍부한 알칼리수 - 탄소중립화 인증을 받은 자연친화적인 패키지 용기 		
	유통기한	-		
	제조국	미국		
	용량	500ml		
	조사 채널	오프라인	Wawa	
		온라인	Amazon	
가격	오프라인	1.99달러(약 2,248원)		
	온라인	37.71달러(약 42,601원)(500ml*24개)		

자료: 현지방문조사(Wawa, 2018.11.09.), Amazon 홈페이지

구분		제 품 10		
이 미 지	제 품 이 미 지			
	매 장 이 미 지			
제 품 속 성	제 품 명	Deer Park		
	제 조 사	Nestlé		
	제 품 특 성	<ul style="list-style-type: none"> - Wawa에 진열된 생수 제품 중 가장 높은 비율을 차지 - 2개에 2.50달러로 할인 프로모션 진행 중 - 100% 천연수 - 미국 피츠버그의 Deer Park에서 생산 		
	유통기한	2018.08.09.		
	제 조 국	미국		
	용 량	500ml*24개		
	조 사 채 널	오프라인	Wawa	
		온라인	Costco	
가 격	오프라인	1.79달러(약 2,022원)		
	온라인	3.99달러(약 4,508원)		

자료: 현지방문조사(Wawa, 2018.11.09.), Costco 홈페이지

구분		제품11		
이 미 지	제품 이미지			
	매장 이미지		N/A	
제 품 속 성	제품명	Kona Deep		
	제조사	Kona Deep Corporation		
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 다른 마트들에서 찾기 어려운 제품 - 전해질이 풍부한 천연수임을 홍보 - 3,000 feet 해양 심층수 - 하와이산 		
	유통기한	2019.12		
	제조국	미국		
	용량	500ml		
	조사 채널	오프라인	Hmart	
		온라인	Amazon	
가격	오프라인	1.99달러(약 2,248원)		
	온라인	32.90달러(약 37,167원)(500ml*24개)		

자료: 현지방문조사(Hmart, 2018.11.09.), Amazon 홈페이지



V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정

□ 방법론 01. 점포소매점 조사

- 매출액 비중이 높은 유통채널을 선행 조사한 후 현지조사원이 점포소매점을 방문함
 - 하이퍼마켓: Walmart, Costco
 - 슈퍼마켓: Target, Wegmans
 - 편의점: Wawa
 - 드럭스토어: Walgreens
 - 아시안 마켓(한인마트): Hmart
- 업계관계자와 소비자 인터뷰 진행

□ 방법론 02. 무점포소매점 조사

- 프리미엄 생수와 관련성 높은 키워드(Premium Bottled Water, Bottled Water, Bottled Still Water, Spring Water, Natural Water 등)로 제품 검색
- 식품 유통규모가 큰 온라인 플랫폼(Amazon, Walmart, Costco, Target) 분석

□ 경쟁사 3개 업체를 선정

- 판매량 상위 13개 브랜드 가운데 프리미엄 브랜드 2개와 최근 신규 시장 진입에 성공한 브랜드 1개를 선정함
 - 현지 주류시장의 생수 브랜드 중 판매량 기준 상위 13개 브랜드가 약 40%의 점유율을 보유하고 있는 것으로 조사됨(2017년 기준)³⁹⁾

표 5.1 주요 경쟁사

프랑스	미국	미국
Danone	Wonderful Co LLC	Pepsi Co
		

39)Euromonitor International

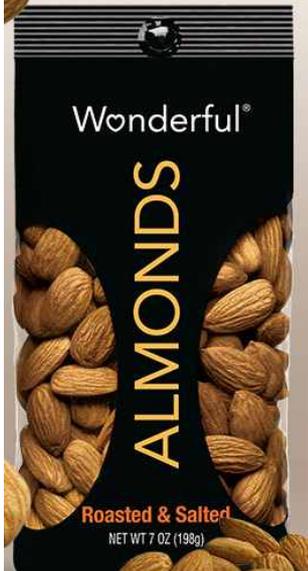
2. 경쟁사 분석

□ Danone

기업 개요				
기업정보	 <ul style="list-style-type: none"> - Danone은 프랑스에 본사를 둔 글로벌 기업으로 유제품과 생수를 주로 제조 및 유통하고 있음 - Danone은 미국시장에서 기업명의 정체성을 유지하기 위해 기업명을 Dannon으로 표기하여 같은 발음을 갖도록 유도하고 있음 - 2017년 북미 본사를 별도로 설립한 후 유제품 브랜드 위주로 운영하고 있음 			
	기업명	Danone	설립년도	2017년
	기업형태	식품 제조업	직원 수	10만 명 이상 (전 세계)
	대표번호	+33 1 44 35 20 20	매출액	약 247억 유로
	국가	프랑스	위치	17, boulevard Hausmann, 75009, Paris, France
취급품목	유제품과 생수	홈페이지	www.dannon.com	
제품				
	<Evian의 Water>		<Horizon Organic의 Whole Milk>	<Dannon의 Vanilla Yogurt>
마케팅 전략	<ul style="list-style-type: none"> - Dannon은 미국에 19개의 브랜드를 운영하고 있으며 대부분 유제품이 이에 속함. 타겟 소비층을 구분하여 브랜드 전략에 차별화를 추진하고 있음 - 대표적인 생수 브랜드는 에비안이며 그 외에도 10개의 브랜드를 보유함 - 에비안의 경우 2017년에 설립된 북미 본사에서 운영하는 브랜드는 아님 			

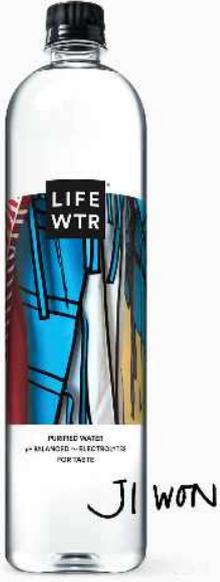
자료: Dannon 홈페이지, D&B Hoover's, 현지조사원

□ Wonderful Co LLC

기업 개요				
	- 미국 캘리포니아에 설립된 기업으로 전 세계 13개 국가(캐나다, 중국, 한국, 멕시코 홍콩, 호주 등)로 유통하고 있음			
	기업명	Wonderful Co LLC	설립년도	2010년
기업정보	기업형태	식품 제조업	직원 수	약 250명
	대표번호	(310) 966-5700	매출액	약 15억 달러
	국가	미국	위치	11444 West Olympic Blvd. Los Angeles, CA 90064
	취급품목	생수, 와인, 견과류, 오렌지 등	홈페이지	www.wonderful.com
	제품			
	<Fiji Water>	<Justin Wines>	<Wonderful Almonds>	
마케팅 전략	- 캘리포니아를 중심으로 오렌지와 견과류를 생산하는 업체로 성장했으며 미국 내에서 FIJI 유통권을 확보하는 등 확장하고 있는 단계			

자료: Wonderful Co LLC 홈페이지, D&B Hoover's, 현지조사원

□ Pepsi Co

기업 개요				
기업정보	 <ul style="list-style-type: none"> - 세계적인 음료 제조 기업으로 Pepsi, Mountain Dew, Tropicana, Gatorade, Aquafina water와 같은 브랜드를 보유하고 있음 			
	기업명	Pepsi Co	설립년도	1949년
	기업형태	식품 제조 및 유통업	직원 수	약 1,500명(미국)
	대표번호	914-767-6000	매출액	약 220억 달러
	국가	미국	위치	700 Anderson Hill Rd Purchase, New York, 10577-1444 United States
취급품목	탄산음료, 생수, 스낵	홈페이지	http://www.pepsico.com/	
제품				
	<Ji won Choi>		<Jamall Osterholm>	
마케팅 전략	<ul style="list-style-type: none"> - 2016년 첫 출시 브랜드인 LIFEWTR는 점포소매점의 경우 Walmart, 무점포소매점은 Amazon을 중심으로 유통하고 있음 - 매 에디션마다 예술가들과 콜라보 마케팅을 추진하여 다양한 패키지 디자인을 선보임. 현재 6개의 에디션을 선보였으며 매번 3명의 예술가가 3개의 패키지를 선보이고 있음 			

자료: Pepsi Co 홈페이지, D&B Hoovers, 현지조사원



VI. 유통채널

1. 유통채널 개황
2. 주요 유통채널 분석

1. 유통채널 개황

□ 생수 시장의 유통채널

- 개괄적인 미국의 생수 유통구조는 그림 6.1과 같음
 - 생수의 주 유통채널은 점포소매점으로서, 약 83.1%의 판매량 비중을 차지함(2017년 기준)
 - 무점포소매점인 온라인판매 비중이 급격히 증가하는 추세이나 여전히 절대적 비중은 크지 않음
- 점포소매점 중 생수 가장 많이 유통되는 채널은 슈퍼마켓과 하이퍼마켓으로 각각 판매량 비중의 약 28.9%와 20.6% 차지

그림 6.1 생수 시장의 유통구조



1) 오프라인 유통채널

□ 주요 점포소매점 채널은 슈퍼마켓

- 슈퍼마켓과 하이퍼마켓을 통한 생수의 판매량 비중이 연간 약 50%를 차지함
- 유로모니터에 따르면 최근 5년간(2013~2017년) 식품소매점의 판매량 비중이 소폭 상승하여 66.5%에서 67.2%로 0.3%p 증가

표 6.1 주요 오프라인 유통업체

점포소매점			
하이퍼마켓		슈퍼마켓	
Costco		Target	
Walmart		Wegmans	
아시안마트(한인마트)		편의점	
H Mart		7-Eleven	
-	-	Wawa	
드럭스토어		할인마트	
Walgreens		99 Cents Only	
CVS		Dollar Tree	

자료: 현지조사원

2) 온라인 유통채널

□ 무점포소매점인 온라인을 통한 생수 구매 비중 0.2%

- 온라인을 통해 생수를 구매하는 소비자 비중은 최근 5년간(2013~2017년) 약 0.2%를 유지하며 큰 변동은 없었음

□ 온라인 플랫폼의 성장

- 온라인과 모바일 이용자 수가 급증하면서 온라인채널을 통한 소비 활동이 증가⁴⁰⁾하는 가운데 2018년 기준 미국의 주요 식품 온라인 유통업체는 표 6.2과 같음

표 6.2 주요 온라인 식품 유통업체

구분	업체명	기업 로고	매출액 비중(2018년)
1	Amazon		49.1%
2	eBay		6.6%
3	Walmart		3.7%
4	Costco		1.2%

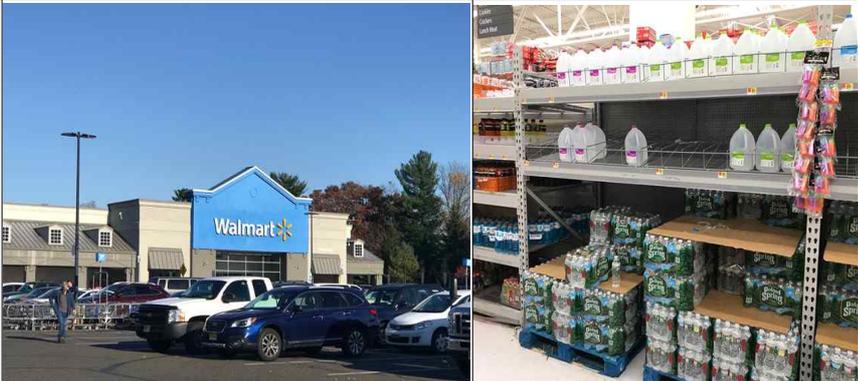
자료: eMarketer(2018.09.14.)

40) 2018년 온라인 유통채널의 매출액 규모는 526십억 달러로 전망되며, 매출액 상위 10개 기업의 시장점유율은 70.1%로 추정됨

2. 주요 유통채널 분석

1) 하이퍼마켓(Hypermarket)

□ Walmart

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 세계 최대 규모의 소매점으로 하이퍼마켓, 할인마트, 식품전문소매점을 구분하여 유통채널을 운영하고 있음 - 미국을 포함하여 캐나다와 멕시코에서도 매출액 1위의 식품소매점으로 자리 잡고 있음 		
D-U-N-S Number	05-195-7769	설립년도	1962년
본사 위치	999 Lake Dr Ste 200 Issaquah, Washington, 98027-5367 United States	점포 수	11,718개 (2018년 1월 기준)
대표전화	1 (800) 925-6278	홈페이지	http://walmart.com
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - 자사 브랜드인 'Greate Value' 생수를 보유하고 있으며 1갤런(약 3.79리터)기준 60센트로 매우 저렴하게 판매 중 - 프리미엄 생수는 주로 날개 판매되며 매대 가장 상단과 중간에 진열됨 		
입점 방법	<ul style="list-style-type: none"> - Walmart 공식 홈페이지에서 신규 공급자를 모집하고 있음 - URL을 통해 공급자 계정을 생성하고 납품 절차 진행 <p>* URL: http://prod.walmart.psdops.com/newcorpus/suppliers/apply-to-be-a-supplier</p>		
매장전경			

자료: 현지조사원(Walmart, 2018.11.09.), Walmart 홈페이지, D&B Hoover's

□ Costco

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> - 회원제로 운영되는 창고형 마트로 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	1,822개	
대표전화	425-313-8100	홈페이지	https://www.costco.com/	
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - 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 - 자사 브랜드 Kirkland Signature Water Bottle을 40개(500ml 기준) 묶음 제품을 2.99달러에 판매하고 있음 			
입점방법	<ul style="list-style-type: none"> - 입점을 희망하는 신규 공급자는 입점을 희망하는 지역과 지점을 아래 URL에서 확인 후 직접 컨택 후 입점 절차 진행 * URL: https://www.costco.com/vendor-inquiries.html 			
매장전경	 			

자료: 현지조사원(Costco, 2018.11.09.), Costco 홈페이지, D&B Hoover's

2) 슈퍼마켓(Supermarket)

□ Target

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 미국 전역에 251개 매장이 존재하는 종합유통채널로 대형 할인 마트로서 Walmart 뒤를 이은 2위 기업 - 업계 1위인 Walmart에 대한 차별화로 젊고 감각적인 이미지로 포지셔닝하고 있음 - 시장 특성에 따라 도시형 마트인 CityTarget과 편의점 형태인 Target Express로 브랜드 확장 		
D-U-N-S Number	00-696-1700	설립년도	1902년
본사 위치	1000 Nicollet Mall Minneapolis, Minnesota, 55403-2542, United States	점포 수	1,822개
대표전화	612-304-6073	홈페이지	https://www.target.com/
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - 판매량 기준 1~2위를 차지하는 브랜드 Dasani와 프리미엄 제품인 Core가 할인 판매 중 - 자사 브랜드인 'Market Pantry'를 보유하고 있으며 128온즈(약 3.63kg)를 22센트에 판매 중 - 자사 브랜드를 제외하고 Poland Spring의 판매 비중이 높은 편 - 프리미엄 제품의 경우 날개 판매가 일반적이고 매대 가장 상단에 진열 		
매장전경	 		

자료: 현지조사원(Target, 2018.11.09.), Target 홈페이지, D&B Hoover's

□ Wegmans

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 뉴욕주의 로체스터에서 처음으로 시작된 소매점으로 뉴욕주(현재 46개)를 중심으로 발달함 - 펜실베이니아(18개), 메릴랜드(8개), 뉴저지(9개), 메사추세츠(6개), 버지니아(11개)로 확대됨 		
D-U-N-S Number	05-965-0069	설립년도	1916년
본사 위치	Wegmans Food Markets 1500 Brooks Avenue P.O. Box 30844 Rochester, NY 14603-0844	점포 수	약 98개 (2018년 기준)
대표전화	585-328-2550	홈페이지	https://www.wegmans.com/
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - 자사 Wegmans 브랜드인 생수를 보유하고 있으며 500ml 기준 15개 묶음 제품을 4.79달러에 판매하고 있음 - 프리미엄 제품은 주로 날개 판매하며 매대 최상단에 진열하고 있음 		
매장전경	 		

자료: 현지조사원(Wegmans, 2018.11.09.), Wegmans 홈페이지, D&B Hoover's

3) 드럭스토어(Drug Store)

□ Walgreens

기업 개요			
	- 의약품과 식품소매점이 결합된 형태의 드럭스토어로서 미국에서 CVS에 이어 두 번째 큰 규모		
D-U-N-S® Number	07-960-8595	설립년도	1901년
본사 위치	200 Wilmot Road, Deerfield, Illinois, United States	점포 수	약 9,540개
대표전화	1 - 800 - 925 - 4733	홈페이지	www.walgreens.com
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - 묶음 판매하는 제품은 상온에 진열하고 날개 제품은 냉장보관함 - 날개 판매하는 경우 자사 제품을 상단과 중단, 하단 모두 일부 진열하고 있으며 주로 중단에 프리미엄 제품을 진열 - 프리미엄 제품도 6개씩 묶음 판매하고 있음 - 자사 브랜드인 'NICE' 생수를 500ml 기준 24개 묶음으로 2.99에 판매 		
입점절차	<ul style="list-style-type: none"> - Walgreens 공식 홈페이지에서 신규 공급자를 모집하고 있음 - SupplierNet URL을 통해 공급자 계정을 생성하고 납품 절차 진행 * URL: https://webapp.walgreens.com/SupplierNet/login.htm		
매장전경			

자료: 현지조사원(Walgreens, 2018.11.09.), Walgreens 홈페이지, D&B Hoover's

4) 편의점

□ Wawa

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 미국 동부를 중심으로 운영되는 편의점 체인으로 펜실베이니아, 뉴저지, 델라웨어, 메릴랜드, 버지니아, 워싱턴 D.C, 플로리다에 위치함 - 주유소와 나란히 입점하는 비중이 높은 편의점(약 500개) 		
D-U-N-S Number	00-228-4958	설립년도	1964년
본사 위치	Red Roof, 260 W. Baltimore Pike Wawa, Pennsylvania 19063	점포 수	약 800개 (2018년 기준)
대표전화	1 (800) 444-9292	홈페이지	https://www.wawa.com/
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - 모든 제품이 냉장 보관되어 날개로 판매되고 있음 - 판매하고 있는 제품 중 Deer Park의 비중이 높음 - 프리미엄 제품들은 냉장보관 매대 하단에 진열 		
매장전경			

자료: 현지조사원(Wawa, 2018.11.09.), Wawa 홈페이지, D&B Hoover's

5) 아시안 마켓(한인마트)

□ Hmart

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - Hanahreum Group이 운영하는 한인마트 체인으로 미국과 캐나다, 영국에 위치함 - '한아름'이라는 의미에서 착안한 'H'기호를 기업명의 아이덴티티로 선택 		
D-U-N-S Number	21-779-7981	설립년도	1982년
본사 위치	Lyndhurst, New Jersey, U.S.	점포 수	약 61개
대표전화	1 (800) 648-0980	홈페이지	https://www.hmart.com/
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - 자사 브랜드인 'I want' 생수를 500ml 기준 24개 묶음으로 3.99에 판매하며 현지방문조사 시점에 2.49달러에 할인 판매 중이었음 - 한인 마트임에도 불구하고 한국산 브랜드 생수를 찾을 수 없었으며 자사 브랜드와 Poland Spring의 판매 비중이 높은 편 - 날개 판매 제품 가운데 Kona Deep은 다른 유통채널에서 찾아볼 수 없었던 생소한 브랜드 		
매장전경	 		

자료: 현지조사원(Hmart, 2018.11.09.), Hmart 홈페이지, D&B Hoover's

[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. 「Country Insight Snapshot United States of America Oct 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.10.05.
2. 「Bottled water is America's favorite drink! Bottled water takes to top in US」, Beverage Daily, 2018.06.01.
3. 「Bottled water in the US」, Euromonitor International, 2018.02.
4. 「Soda Loses Its U.S. Crown: Americans Now Drink More Bottled Water」, Wall Street Journal, 2017.03.09.
5. 「Beverage Marketing Corporation: Bottled water will continue as 'undisputed' top player of beverage market」, Beverage Daily, 2017.05.02.
6. 「Bottled Water 2017 Staying Strong」, International Bottled Water Association, 2017.07.
7. 「Is Alkaline Water Really Better for You?」, The New York Times, 2018.04.27.
8. 「NO SIGNS OF FIZZING OUT: AMERICA'S LOVE OF SPARKLING WATER REMAINS STRONG THROUGH AUGUST」, Nielsen, 2018.08.24.
9. 「Detroit to shut off drinking water in schools after lead found」, Reuters, 2018.08.30.
10. 「2 economic policies likely to change with Democrats in control of House」, The Conversation, 2018.11.07.
11. 「Top bottled water brands contaminated with plastic particles: Report」, the Straits Times, 2018.03.15.
12. 「The Invisible Plastic Particles in Our Drinking Water」, Earth Day, 2018.03.23.
13. 「Here Are the Places That Struggle to Meet the Rules on Safe Drinking Water」, the New York Times, 2018.02.12.
14. 「Top 10 US Companies*, Ranked by Retail Ecommerce Sales Share, 2018」, emarketer, 2018.09.14.

■ 참고 사이트

1. Dun & Bradstreet(www.dnbcountryrisk.com/)
2. Industrial Statistics Portal, United States Census Bureau(www.census.gov)
3. Beverage Marketing Corporation(<http://www.portal.euromonitor.com/>)
4. International Trade Centre(www.trademap.org)
5. Beverage Marketing Corporation(www.beveragemarketing.com)
6. International Bottled Water Association(www.bottledwater.org)
7. Euromonitor International(<http://www.portal.euromonitor.com/>)

8. Wegmans(www.wegmans.com)
9. Seven Eleven(www.7-eleven.com)
10. Kroger(www.kroger.com)
11. Amazon(www.amazon.com)
12. Walmart(<http://walmart.com/>)
13. Target(www.target.com)
14. United States International Trade Commission(<https://www.usitc.gov>)
15. National Academy of Science(<http://www.nasonline.org/>)
16. La Croix(<https://www.lacroixwater.com/>)
17. Biz Care(biz-care.kr)
18. NQA(www.nqa.com)
19. D&B Hoover's(<https://app.avenion.com/>)
20. United States Customs and Border Protection(<https://www.cbp.gov>)
11. U.S. Food and Drug Administration(<https://www.fda.gov/>)
12. Dannon(<http://www.dannon.com/>)
13. Wonderful Co LLC(<https://www.wonderful.com/>)
14. Pepsi Co(<http://www.pepsico.com/>)
15. Wawa(<https://www.wawa.com>)
16. Hmart(<https://www.hmart.com>)
17. 통합무역정보서비스(<http://www.tradenavi.or.kr>)
18. 농식품수출정보(www.kati.net/)
19. 한국품질보증원(www.kqa.co.kr)
20. 대한민국 관세청(<http://www.customs.go.kr>)
21. 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do)
22. 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr/kcshome/getBuRyuList.po)

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1810-21

품 목 : 광천수(Mineral Water)

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 한국농수산물유통공사 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 무단전재, 복사는 법에 저촉됩니다.