한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

2019 년

해외시장 맞춤조사

- No. 1905-11
- 품목 : 유기농 현미과자 (Organic Brown Rice Snacks)
- 국가 : 미국 (U.S.A)
- 구분 : 시장분석형

· 사업명 : 2019년 해외시장 맞춤조사
· 주관기관 : 한국농수산식품유통공사

Kati
농식품수출정보

Contents

Ⅰ. Market Size (시장규모)

SUMMARY 4

1. 미국 유기농 현미과자 시장규모 5
2. 미국 유기농 현미과자 수출입 시장규모 6
3. 미국 유기농 현미과자 소비자 규모 7

Ⅱ. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY 11

1. 미국 유기농 현미과자, '채식주의자, 유아(어린이), 다이어트용' 17
2. 미국 유기농 현미과자, '다이어트 간식 스낵, 아침식사 대용으로 소비' 18
3. 미국 유기농 현미과자, '저칼로리의 영양가가 풍부한 건강식' 19
4. 미국 유기농 현미과자, '비즈니스, 사무실, 학교, 운동, 여행에서' 20

Ⅲ. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY 22

1. 미국 유기농 현미과자 유통구조 23
2. 미국 유기농 현미과자 주요 유통업체 24
3. 미국 유기농 현미과자 B2C 소매채널 25

Ⅳ. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY 31

1. 미국 유기농 현미과자 인증 취득 32
2. 미국 유기농 현미과자 사전 심사 37
3. 미국 유기농 현미과자 업체·제품 등록 38
4. 미국 유기농 현미과자 라벨 심의 39
5. 미국 유기농 현미과자 서류 준비 43
6. 미국 유기농 현미과자 세금 납부 44
7. 미국 유기농 현미과자 검역 심사 45

Ⅴ. Expert Interview (전문가 인터뷰)

SUMMARY 48

Interview ① 더 글루텐 프리 샵(The Gluten Free Shoppe) 49

Interview ② 한양마트(Hanyang Mart) 50

* 참고문헌 51

Ⅰ. Market Size

SUMMARY

1. 미국 유기농 현미과자 시장규모
2. 미국 유기농 현미과자 수출입 시장규모
3. 미국 유기농 현미과자 소비 시장규모

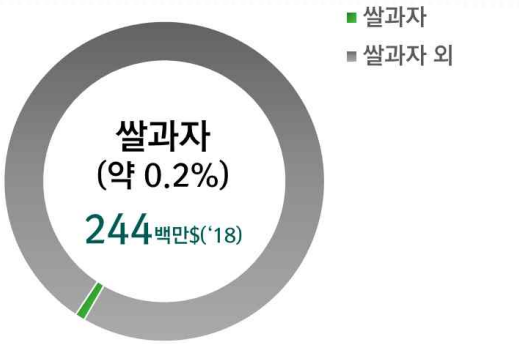
Market Size
(시장규모)

미국 (U.S.A)

유기농 현미과자 시장규모

지표 설정 기준: 제품 품목(과자) 및 원료(쌀)

- 미국 과자[1] 시장규모
  ..... 120,798백만 달러 ('18)
- 미국 쌀과자[2] 시장규모
  ..... 244백만 달러 ('18)



(*) Euromonitor International

유기농 현미과자 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(과자, 쌀과자)

- HS CODE 1905.90.1050[3]
  미국 對글로벌 파이/비스킷/기타 베이커리 제품 수입 규모
  ..... 457.1백만 달러 ('18)
- HS CODE 1905.90.1050
  미국 對한국 '파이/비스킷/기타 베이커리 제품 수입 규모
  ..... 4.3백만 달러 ('18)

(*) International Trade Centre

유기농 현미과자 소비 시장규모

지표 설정 기준: 제품 특장점 ('간편한 섭취', '건강', '유기농') 및 미국 시장 특징('다민족 국가')
이에 수요가 예측되는 '직장인 연령별, 성별 규모', '채식주의자, 비건 규모', '인종 분포' 조사[4]

① 미국 통상 근로자 규모 ('18)

총 통상 근로자	115,402천 명 (100%)
남자	66,314천 명 (57.5%)
여자	49,088천 명 (42.5%)

② 미국 채식주의자[5], 비건[6] 규모 ('18)

총 인구	327,170천 명(100%)
채식주의자	16,359천 명(5%)
비건	9,815천 명(3%)

③ 인종 분포 ('18)(F)

총 인구	327,892천 명 (100%)
백인	250,922천 명 (76.5%)
흑인	43,863천 명 (13.4%)
아시아인	19,157천 명 (5.8%)
아메리카 인디언 및 알래스카 원주민	4,143천 명 (1.3%)
하와이 원주민 및 태평양 섬주민	792천 명 (0.2%)
2개 이상 인종	9,014천 명 (2.7%)

(*) United States Bureau of Labor Statistics, Gallup, United States Census Bureau

1) 과자(Snacks): 일반 과자류 총괄
2) 쌀과자(Rice Snacks): '과자' 품목의 하위 품목으로서, 아시아 원산지의 쌀과자류
3) HS CODE 1905.90.1050: 빵, 파이, 케이크, 비스킷, 푸딩과 그 밖의 베이커리 제품 (코코아, 과일, 견과류 또는 사탕류 함유 여부는 상관없음)을 지칭함. 유기농 현미과자의 품목(스낵)과 제품원료(현미)를 반영하여 해당 HS CODE를 선정함
4) 미국 채식주의자, 비건 규모관련 총인구수는 조사 시점 2018년도 실제 인구수를 조사하여 작성함. 반면 인종 분포 내 총인구수는 2017년 총인구수를 기준으로 2018년도 총인구수를 예측하여 조사됨에 따라 서로 수치가 다름
5) 채식주의자: 육류 섭취를 금하는 자(생선, 유제품 등은 섭취). 비건을 포함하지 않음
6) 비건: 육류, 생선, 유제품 등 모든 동물성 제품의 섭취를 금하는 자

1. 미국 유기농 현미과자 시장규모

조사 시장: 제품의 품목인 '과자'와 원료인 쌀을 바탕으로 한 '쌀과자' 시장을 조사함

미국 국가 일반 정보[10]

면적	983만 ㎢
인구	3억 2,789만 명
GDP	20조 5,130억 달러
GDP (1인당)	62,518달러

▶ 미국 '과자' 시장, 2014-2018년 연평균성장률(CAGR)[7] 2.9%

2018년 기준, 미국의 '과자' 시장규모는 약 1,207억 9,800만 달러로 집계되었으며 2014-2018년까지 연평균 2.9% 증가함. 하위 품목인 '쌀과자' 시장규모는 약 2억 4,400만 달러로 과거 5년 동안 평균적으로 4.3% 증가한 것으로 나타남. 미국 과자 시장에서 맛있으면서도 건강한 스낵에 대한 수요가 높아지는 가운데 곡물 스낵인 쌀과자가 소비자에게 인기를 끌고 있음. 더불어 유기농, 친환경 원료의 제품 인기가 더욱 높아질 것으로 예상됨[8]

▶ 2019년 '쌀과자' 시장 2억 5,800만 달러 예상

2019년, '과자', '쌀과자' 시장규모는 각각 약 1,256억 3,800만 달러, 약 2억 5,800만 달러로 추산되며, 두 시장은 향후 5년(2019-2023년)간 각 3.7%와 4.0%의 평균 성장률을 기록하며 확대될 것으로 예상됨

[표 1.1] '과자', '쌀과자' 시장규모[9]

단위 : 백만 달러

분류		2014	2015	2016	2017	2018	CAGR ('14-'18)
상위 품목	과자	107,894 (128조 원)	111,314 (132조 원)	114,241 (136조 원)	117,117 (139조 원)	120,798 (143조 원)	2.9%
해당 품목	쌀과자	206 (2,448억 원)	214 (2,536억 원)	230 (2,733억 원)	233 (2,761억 원)	244 (2,898억 원)	4.3%
전망		2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR ('19-'23)
상위 품목	과자	125,638 (149조 원)	130,574 (155조 원)	135,444 (161조 원)	140,458 (167조 원)	145,524 (173조 원)	3.7%
해당 품목	쌀과자	258 (3,062억 원)	272 (3,227억 원)	284 (3,370억 원)	294 (3,490억 원)	302 (3,581억 원)	4.0%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

7) 연평균성장률(CAGR): Compounded Annual Growth Rate
8) 유로모니터(Euromonitor, 「Savoury Snacks in USA, Analysis Report」, 2018.09
9) 1달러=1,186.70원 (2019.06.10, KEB 하나은행 매매기준율 적용)
10) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr), 유로모니터(Euromonitor)

2. 미국 유기농 현미과자 수출입 시장규모

HS CODE 1905.90.1050: 해당 코드는 빵, 파이, 케이크, 비스킷, 푸딩과 그 밖의 베이커리 제품 (코코아, 과일, 견과류 또는 사탕류 함유 여부는 상관없음)을 지칭함. 유기농 현미과자의 품목인 '스낵'과 원료인 '현미'를 반영하여 지표로 선정함

▶ 2014-2018년, 미국 對글로벌 수입 금액 연평균성장률 10.3%

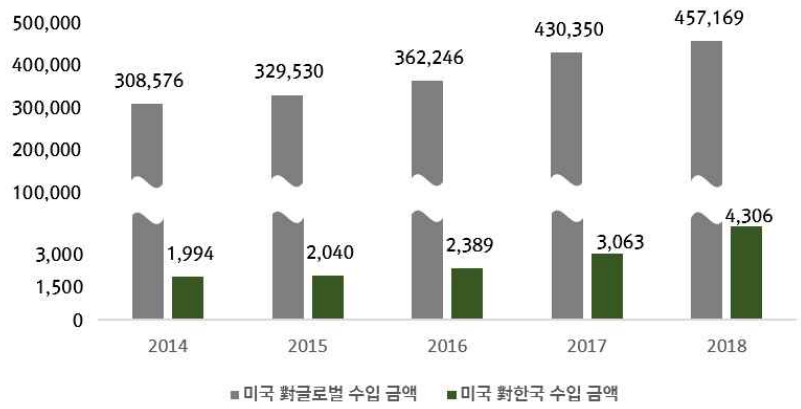
2018년 기준 미국 HS CODE 1905.90.1050 품목의 對글로벌 수입 금액은 약 4억 5,717만 달러를 기록했으며, 2014-2018년 동안 연평균성장률 10.3%를 기록함. 해당 품목의 수입 금액은 2014년 이래 꾸준히 증가 중에 있음

▶ 2018년 미국 對한국 수입 금액 431만 달러

2018년 기준 미국 HS CODE 1905.90.1050 품목의 對한국 수입 금액은 약 431만 달러로, 수입 규모 기준 15위를 차지함. 對한국 수입 금액은 對글로벌 수입 금액과 같이 꾸준히 증가 중이며 지난 5년간(2014-2018년) 연평균성장률 21.2%를 기록함

[표 1.2] HS CODE 1905.90.1050 수입 규모

단위 : 천 달러



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR* ('14-'18)
미국 對글로벌 수입 금액	308,576 (3,662억 원)	329,530 (3,911억 원)	362,246 (4,299억 원)	430,350 (5,107억 원)	457,169 (5,425억 원)	10.3%
미국 對한국 수입 금액	1,994 (24억 원)	2,040 (24억 원)	2,389 (28억 원)	3,063 (36억 원)	4,306 (51억 원)	21.2%

자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 1905.90.1050 기준

3. 미국 유기농 현미과자 소비 시장규모

1) 미국 내 통상 근로자 규모

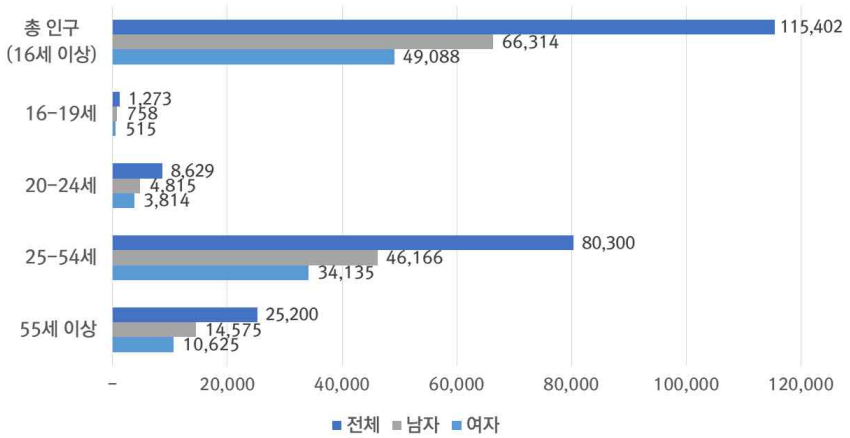
유기농 현미과자의 특장점은 '간편한 섭취', '건강', '유기농'임. 이에 해당하는 '직장인 연령별, 성별 규모'와 '채식주의자, 비건의 규모'를 조사함. 또한, 미국이 다민족 국가임을 고려하여 잠재 소비자 지표를 '인종'으로 설정하여 인종 분포 확인함

▶ **2018년 스낵 주요 소비 직장인 20-54세, 8,893만 명**

미국 노동통계국에 따르면 2018년 미국 내 16세 이상의 통상 근로자[11] 수는 총 1억 1,540만 명으로 추산됨. 스낵 주요 소비자 연령층[12]에 해당하는 20-54세는 총 8,893만 명이며 이 중 남성은 5,098만 명, 여성은 3,794만 명으로 집계됨

[표 1.3] 2018년 통상 근로자 수

단위: 천 명



	전체	남자	여자
16-19세	1,273	758	515
20-24세	8,629	4,815	3,814
25-54세	80,300	46,166	34,135
55세 이상	25,200	14,575	10,625
총 계	115,402	66,314	49,088

자료: 미국 노동통계국(Bureau of Labor Statistics)

11) 통상근로자(Full-time worker): 본 보고서에서는 주 35시간(점심시간 1시간 제외)이상 근무하는, 16세 이상인 자를 통상 근로자라고 지칭함
12) 시장조사 기업 민텔에 따르면, 미국 스낵 소비자 중 하루에 4회 이상 스낵을 섭취하는 연령 비율이 23-40세가 25%, 41-52세가 10%, 53-71세가 9%로 나타남

2) 미국 내 채식주의자, 비건

▶ **2018년 미국 내 채식주의자(Vegetarian) 5%, 비건(Vegan) 3%**

2018년 7월, 갤럽의 여론조사[13]에 의하면 미국의 18세 이상 성인 중 5% (약 1,639만 명)가 채식주의자, 3%(약 982만 명)가 비건이라고 답변함. 동일한 여론조사의 2012년 답변 결과는 채식주의자가 5%, 비건이 2%로, 지난 6년간 채식주의자와 비건의 비중에 큰 변화가 없는 것으로 나타남

▶ **18-49세 채식주의자와 비건의 비율 50세 이상 비율의 약 2배**

해당 조사에 따르면 30-49세 인구의 11%, 18-29세 인구의 10%가 비건·채식주의자인 것으로 조사됨. 이에 대비하여 50-64세, 65세 이상에서 비건과 채식주의자라고 밝힌 비율은 각각 4%, 5%이며, 연령별 비건·채식주의자 비율을 살펴보았을 때 18-49세의 비건·채식주의자 인구가 50-64세 대비 약 두 배인 것으로 보임

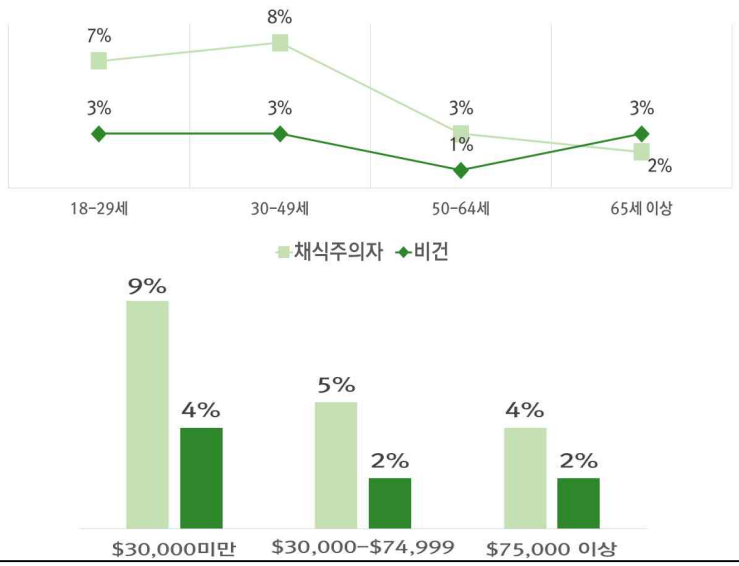
또한, 소득수준별 비건 혹은 채식주의자는 연소득 3만미만 인구 중 약 13%를 차지하는 것으로 조사되었으며, 연소득 7만 5천 이상은 6%로 연소득 3만 미만인 인구의 비율이 약 두 배가량 많은 것으로 조사됨

[표 1.4] 미국 채식주의자, 비건 규모

질문: 평소 식습관 고려 시, 당신은 채식주의자 혹은 비건입니까?		'예' 답변 비율
채식주의자 (Vegetarian)	2018년	5%
	2012년	5%
	2001년	6%
	1999년	6%
비건 (Vegan)	2018년	3%
	2012년	2%

자료 : 갤럽(Gallup)

[표 1.5] 미국 채식주의자, 비건의 연령별 비율 및 소득수준별 비율



자료 : 갤럽(Gallup)

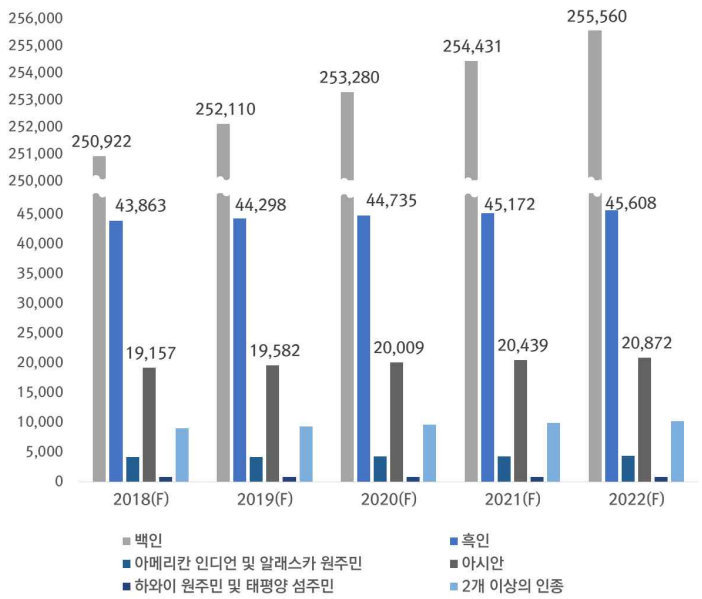
3) 미국 내 인종 분포

▶ 미국 내 인종 분포도

미국 인구조사국(United States Census Bureau)에 따르면 2018년 총인구 중 백인이 76.5%로 가장 규모가 크며, 흑인 13.4% 아시아인 5.8%로 나타남. 해당 인종의 향후 5개년(2018-2022년) 연평균성장률은 각각 0.5%, 1%, 2.2%로 나타나 아시아인의 규모가 비교적 빠르게 성장할 것으로 예상됨

[표 1.6] 미국 내 인종 분포

단위 : 천 명



	총인구수	백인	흑인	아메리칸 인디언 및 알래스카 원주민	아시아인	하와이 원주민 및 태평양 섬주민	2개 이상 인종
2018(F)	327,892	250,922	43,863	4,143	19,157	792	9,014
2019(F)	330,269	252,110	44,298	4,188	19,582	803	9,289
2020(F)	332,639	253,280	44,735	4,232	20,009	813	9,570
2021(F)	334,998	254,431	45,172	4,277	20,439	824	9,856
2022(F)	337,342	255,560	45,608	4,321	20,872	834	10,147
CAGR ('18-'22)	0.7%	0.5%	1%	1.1%	2.2%	1.3%	3%

자료 : 미국 인구조사국(US Census Bureau)

13) 갤럽은 2018년 7월 1일-11일 간, US 50개주와 콜롬비아 특별구의 18세 이상의 성인 1,033명을 대상으로 전화로 여론 조사를 진행함

II. Market Trend

SUMMARY

1. 미국 유기농 현미과자, '채식주의자, 유아(어린이), 다이어트용'
2. 미국 유기농 현미과자, '다이어트 간식 스낵, 아침식사 대용으로 소비'
3. 미국 유기농 현미과자, '저칼로리의 영양가가 풍부한 건강 간식'
4. 미국 유기농 현미과자, '비즈니스, 사무실, 학교, 운동, 여행에서'

Market Trend
(시장트렌드)

미국 (U.S.A)
곡물과자 소비 트렌드

미국 채식 시장, 연간 20% 내외 성장중
'시장조사기관 스태티스타(Statista) 2018년 1월 발표'

글루텐 프리 식이요법 소비층 공략
'세스마크(Sesmark) Rice Thins'

■ U.S.A Issue ①
곡물과자 주요 소비 고객,
채식주의자, 유아(어린이), 다이어트 인구
'여성 소비자 비율은 남성 대비 5배 이상'

■ U.S.A Issue ②
곡물과자 주요 소비 시점,
다이어트 혹은 아침식사 대용
'곡물, 쌀, 씨앗류 스낵 소비자 기준'

미국 글루텐 프리 식품 시장, 글로벌 41.5% 차지
'시장조사기관 스태티스타(Statista) 조사 결과'

점심식사 대용, 곡물과자 섭취
'미국 곡물/쌀과자 소비자 리뷰'

■ U.S.A Issue ③
곡물과자 주요 제품 관심 키워드,
건강, 저칼로리, 영양
'달콤, 유기농, 글루텐, 신선 등의 키워드도 언급'

■ U.S.A Issue ④
곡물과자 주요 섭취 장소,
직장(업무), 운동, 여행
'학교, 파티, 집 등의 키워드도 언급'

빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 요약

농식품
(기사, 포스팅, 댓글)

데이터 수집 소스원

(미국 농식품 매체 63개)
(미국 온라인마켓 및 커뮤니티 4개)

빅데이터 수집
90,027건

① 미국 농식품 기사 및 포스팅 데이터 수집(*)
- 수집원 : 현지 농식품 매체, 농식품 잡지, 농식품 블로그

② 미국 곡물과자 소비자 댓글 수집(*)
- 곡물과자
- 수집원 : 아마존 (www.amazon.com)
  월마트 (www.Walmart.com)
  타깃 (www.target.com)
  레딧 (www.reddit.com)

곡물/쌀과자
(Grain/Rice Snack)

데이터 분류 키워드집

(미국 곡물과자 연관 키워드집)

빅데이터 정제
1,528

① 수집 데이터 정의
- 수집 키워드 ⓐ 건강 스낵 (Healthy Snack)
- 수집 키워드 ⓑ 곡물과자 (Grain Snack)
- 수집 키워드 ⓒ 쌀과자 (Rice Snack)

② 수집 데이터 정제
- 정제 데이터 추출 : 소스 연관 데이터 1,528건 추출

연관 관계 분석
(소비 제품 유형 및 소비 성향 조사)

데이터 분석 CDJ 기법

빅데이터 분석
건강 스낵
소비 패턴 분석

① 데이터 분석 배경 및 목적
- 미국 건강 스낵 마케팅을 위한
  적합 소비자, 적합 판매 시점, 적합 제품 등을 추천

② 데이터 분석 기법 선정
- CDJ기법 (Consumer Decision Journey)
- 소비자, 제품, 시점, 채널별 키워드집 구축(**)
- 소비자, 제품, 시점, 채널별 다빈출 데이터 분석(***)

③ 데이터 분석 값 도출 및 검증
- 현지 매체 조사를 통한 데이터 분석값 검증

1) 데이터 수집

빅데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 – 19.05
수집 데이터	90,027건

데이터 정제

정제 키워드	Healthy snack
정제 데이터	1,528건

○ 빅데이터 수집

- 미국 농식품 매체, 잡지, 포스트

[표 2.1] 미국 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	National Restaurant Association	www.restaurant.org	미국 레스토랑 협회
02	Food Beast	www.foodbeast.com	농식품 매체
03	Food Business News	www.foodbusinessnews.net	농식품 매체
04	Trend Hunter	www.trendhunter.com/food	농식품 매체
05	Greatist	greatist.com/food-trends	농식품 매체
06	Fox News	www.foxnews.com	비즈니스 매체
07	Prevention	www.prevention.com	라이프스타일 잡지
08	Pop Sugar	www.popsugar.com	라이프스타일 잡지
09	Food Channel	www.foodchannel.com	농식품 매체
10	Food and Wine	www.foodandwine.com/news	농식품 매체
11	Food Navigator	www.foodnavigator.com	농식품 매체
12	Food and Nutrition	www.foodandnutrition.org	농식품 매체
13	Shape	www.shape.com	라이프스타일 잡지
14	Omaha Magazine	omahamagazine.com	라이프스타일 잡지
15	NPR	www.npr.org/sections/food	라이프스타일 잡지
16	News Observer	www.newsobserver.com	비즈니스 매체
17	Food Management	www.food-management.com	농식품 매체
18	Chain Storage	www.chainstoreage.com	비즈니스 매체
19	Forbes Retail	www.forbes.com/retail	비즈니스 매체
20	CNBC Food Retail	www.cnbc.com/food-retai	비즈니스 매체
21	WSJ Retail	www.wsj.com/news/business	비즈니스 매체
22	Retail Touch Point	www.retailtouchpoints.com	비즈니스 매체
23	Retail Wire	www.retailwire.com	비즈니스 매체
24	Retail Dive	www.retaildive.com	비즈니스 매체
25	Business Insider Retail	www.businessinsider.com/retail	비즈니스 매체
26	Retail Customer Experience	www.retailcustomerexperience.com	비즈니스 매체
27	Smart Brief	www.smartbrief.com	비즈니스 매체
28	Food Business News	www.foodbusinessnews.net	농식품 매체
29	Beverage Daily	www.beveragedaily.com	농식품 매체
30	Retail Leader	retailleader.com	비즈니스 매체
31	Progressive Grocer	www.progressivegrocer.com	비즈니스 매체
32	Gourmet Retailer	www.gourmetretailer.com	농식품 매체
33	Supermarket News	www.supermarketnews.com	비즈니스 매체
34	Supermarket Guru	www.supermarketguru.com/articles	비즈니스 매체
35	Ranker	www.ranker.com	농식품 매체

36	the Top 10s	www.thetoptens.com/food	농식품 매체
37	Candy USA	www.candyusa.com	농식품 매체
38	Dairy Foods	www.dairyfoods.com	농식품 매체
39	Baking Business	www.bakingbusiness.com	농식품 매체
40	Meat + Poultry	www.meatpoultry.com	농식품 매체
41	Prepared Food	www.preparedfoods.com	농식품 매체
42	Best Food eat	www.bestproducts.com/eats	농식품 매체
43	Eat this	www.eatthis.com	농식품 매체
44	Refrigerated &Frozen Food	www.refrigeratedfrozenfood.com	농식품 매체
45	the Drink Business	www.thedrinksbusiness.com	농식품 매체
46	Just Drink	www.just-drinks.com	농식품 매체
47	Wine Business News	www.winebusiness.com	농식품 매체
48	Wine Spectator	www.winespectator.com	농식품 매체
49	Craftbeer	www.craftbeer.com	농식품 매체
50	Drink Preneur	www.drinkpreneur.com	농식품 매체
51	Beverage Net	www.bevnet.com	농식품 매체
52	Food Beverage News	www.foodbev.com	농식품 매체
53	CSP Daily News	www.cspdailynews.com	농식품 매체
54	Beverage Digest	www.beverage-digest.com	농식품 매체
55	ASIAN IN AMERICA MAG	www.asianinamericamag.com	농식품 매체
56	WHOLE FOODS MAGAZINE	wholefoodsmagazine.com	농식품 매체
57	HUFFPOST	www.huffpost.com	비즈니스 매체
58	THE GUARDIAN	www.theguardian.com	비즈니스 매체
59	Bakeryandsnacks	www.bakeryandsnacks.com	농식품 매체
60	Women's Health	www.womenshealthmag.com	여성 잡지
61	Well and good	www.wellandgood.com	농식품 매체
62	Beverage Digest	www.beverage-digest.com	농식품 매체
63	Natural Food Series	www.naturalfoodseries.com	농식품 매체

- 곡물과자 관련 소비자 댓글

[표 2.2] 미국 곡물과자 소비자 리뷰(댓글) 수집원

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Amazon	www.amazon.com	온라인 쇼핑몰
02	Walmart	www.walmart.com	온라인 쇼핑몰
03	Target	www.target.com	온라인 쇼핑몰
04	Reddit	www.reddit.com	SNS 채널

2) 데이터 분류

키워드 수립 근거

참여 기업	한국 개발사 사용 키워드
경쟁사	미국 공급업체 사용 키워드
기타	1,528건 데이터 수집 결과, 상위 노출 키워드

○ **빅데이터 분석 키워드집**

- 미국 곡물과자 사전 경쟁 제품 조사

[표 2.3]

브랜드	Bamboo Lane	**브랜드**	Sesmark	**브랜드**	Laiki
제품명	라이스 롤	**제품명**	라이스 씬즈	**제품명**	라이스 크레커
소비자	비건	**소비자**	(-)	**소비자**	식사 대용, 코셔
제품 특징	Gluten Free	**제품 특징**	Gluten Free	**제품 특징**	Gluten Free

- 미국 곡물과자 빅데이터 분석 키워드집

[표 2.4]

분류	항목	키워드		키워드 수립 근거(*)		
		한국어	영어	참여기업	경쟁사	기타
Who (소비자)	곡물과자 소비자 유형	여성	Woman ..	○		
		남성	Man ..			○
		채식주의자	Vegan	○	○	○
		어린이(유아)	Kid		○	○
		다이어트 인구	Dieter		○	○
		노인	Senior			○
When (언제)	곡물과자 섭취 시점	식이요법	Diet		○	○
		아침식사	Breakfast	○		○
		점심식사	Lunch			○
		저녁식사	Dinner			○
		식사대용	Snacking	○	○	○
		스포츠	Sports			○
		운동	Exercise			○
What (제품)	곡물과자 제품 특징	건강한	Healthy	○	○	○
		칼로리	Calorie			○
		영양	Nutrition			○
		달콤한	Sweet		○	○
		유기농	Organic	○	○	○
		글루텐	Gluten	○	○	○
		신선한	Fresh			○
		자연	Natural			○
		에너지	Energy			○
		신진대사	Metabolism			○
Where (어디서)	곡물과자 섭취 장소	사무실	Office	○		○
		학교	School			○
		집	House			○
		여행	Travel			○
		러닝	Running			○
		워킹	Walking			○

3) 데이터 분석

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적 수립

- 미국 소비자의 곡물과자 소비 형태를 분석하기 위함
- 미국 곡물과자 마케팅을 위한 적합 소비자, 제품, 시점, 장소를 추천하고자 함

○ 빅데이터 분석 기법 선정

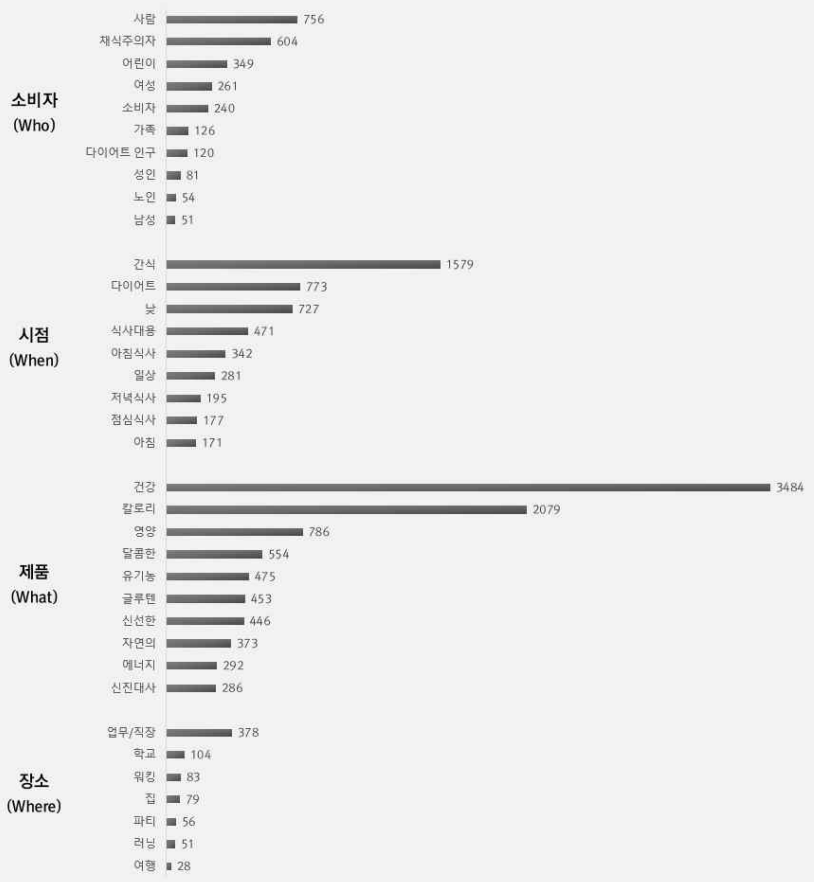
- CDJ 기법(Consumer Decision Journey)
- 소비자 일상 경험 체계를 기반으로 수요를 분석하기 위함
  (Who - 소비자, When - 시점, What - 제품, Where - 장소)
- 미국 내 Who(주요 곡물과자 소비자), When(주요 곡물과자 소비 시점), What(주요 곡물과자 소비 제품), Where(주요 곡물과자 소비 장소)을 도출

○ 빅데이터 분석 값 정의

- 분석 값 : 곡물과자 연관 해당 키워드 발생 건 수

CDJ 기법
(Consumer Decision Journey)

[미국 곡물과자 빅데이터 분석 결과]



1. 미국 유기농 현미과자, '채식주의자, 유아(어린이), 다이어트용'

"식품 의학 이슈로, 일반 식품을 함부로 섭취하는게 어려워졌다. 채식으로 즐길 수 있는 스낵류라 제품을 구매하였다."
- Amazon, Rice rollers 소비자 제품 구매 평가

"아이들이 건강하고 맛있게 섭취할 수 있는 채식 스낵이다."
- Amazon, Rice crackers 소비자 제품 구매 평가

▶ 곡물과자 소비자들의 제품 평가, '채식, 유아, 다이어트' 언급 빈도 높아

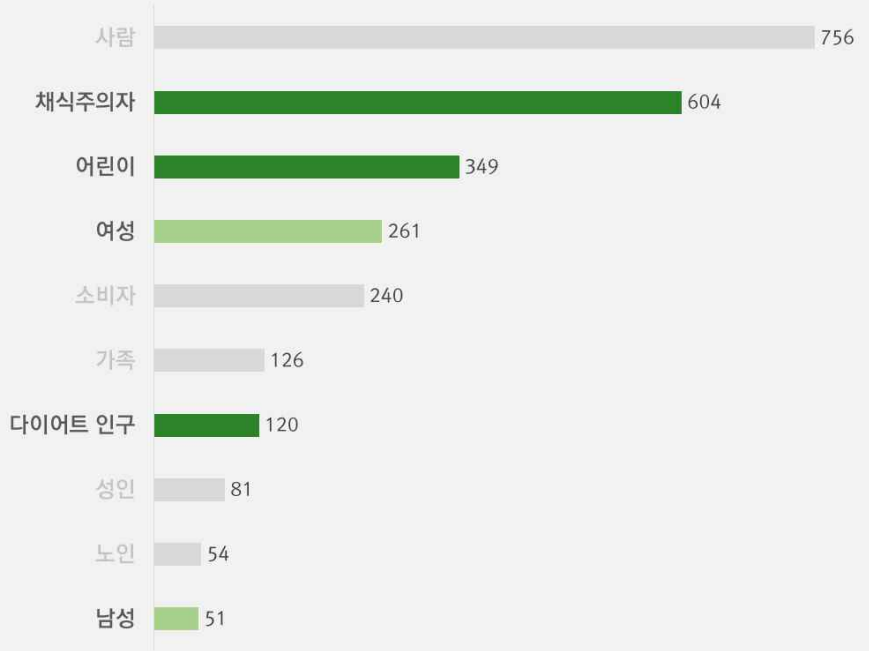
미국의 곡물과자 관련 소비 키워드를 분석한 결과, '채식주의자', '어린이', '다이어트 인구'를 주 소비층으로 파악할 수 있음. 특히, 채식주의자 키워드가 총 604건으로 가장 높은 수치를 보였으며, 미국 소비자 구매 평가와 종합했을 때 곡물과자가 채식으로 즐길 수 있는 스낵 제품으로 평가되는 것을 확인할 수 있음. 한편 스태티스타(Statista)에 따르면, 미국의 채식 음식 시장은 2017년 기준 전년 대비 23%의 성장률로 2억 달러(한화 약 2,371억 원)의 판매 규모를 기록하였으며 앞으로도 확대될 것으로 전망됨[14]

▶ 곡물과자 소비자 '여성 소비자 키워드, 남성 대비 5배 이상 도출'

[표 2.5] 키워드 분석 결과에 의하면 곡물과자의 주 소비자는 여성으로 확인할 수 있음. '여성 소비자 키워드'[15]는 총 261건으로 '남성 소비자 키워드'[16] 51건 대비 5배 이상 높게 나타남

[표 2.5] 미국 곡물과자, 소비 연관 키워드 발생 빈도

단위 : 키워드 발생 빈도



자료 : 미국 곡물과자 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 1,528건 / 키워드 28,213건 분석 (18. 01 - 19. 05)

14) 자료: 스태티스타(Statista) (www.statista.com), 2019.06.15
15) 여성 소비자 키워드 : Woman, Mom, She, Daughter, Sister, Girl 등
16) 남성 소비자 키워드 : Man, Father, He, Son, Brother, Boy 등

2. 미국 유기농 현미과자, '다이어트 간식 스낵, 아침식사 대용으로 소비'

"저지방 다이어트를 하고 있다면, 이 제품은 좋은 선택이다."
- Amazon, Rice crackers 소비자 제품 구매 평가

"하루의 시작을 알차게 만드는 훌륭한 아침 식사다."
- Amazon, Rice rollers 소비자 제품 구매 평가

▶ 저지방 다이어트 · 글루텐 프리 식이요법 소비층, 곡물과자 구매 관심

미국 소비자들에게 곡물과자는 다이어트를 위한 건강식품으로 인지되고 있음. 라이스 크래커(Rice crackers) 소비자들의 경우는 저지방 다이어트, 대부분의 곡물과자류 소비자들의 경우는 글루텐 프리 식이요법 때문에 제품을 선택한 것으로 나타남

[표 2.6] 미국 곡물과자 주요 제품 홍보 강점

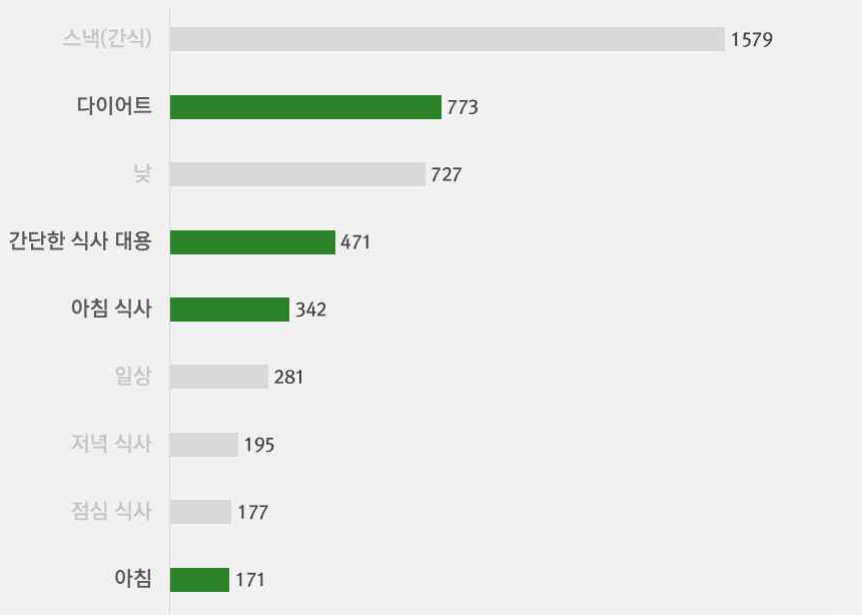
Bamboo-Lane 라이스 롤	Shelly senbei 라이스 크래커	Laiki 라이스 크래커	Kame 라이스 크래커	Sesmark 라이스 씬즈
글루텐 프리/저지방	글루텐 · 콜레스테롤 프리	글루텐 프리	글루텐 프리	글루텐 프리/저지방

▶ 간단한 아침식사 대용으로 주로 섭취

[표 2.7] 키워드 분석 결과에 의하면, 곡물과자는 간단한 아침식사 대용 식품으로도 즐겨 섭취되고 있는 것으로 나타남. 라이스롤(Rice rollers)의 소비자들은 곡물과자의 낮은 칼로리가 가벼운 아침식사에 적합하다고 평가를 하고 있음

[표 2.7] 미국 곡물과자, 소비 연관 키워드 발생 빈도

단위 : 키워드 발생 빈도



자료 : 미국 곡물과자 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 1,528건 / 키워드 28,213건 분석 (18. 01 - 19. 05)

3. 미국 유기농 현미과자, '저칼로리의 영양가가 풍부한 건강 간식'

"저염, 저당, 글루텐이 없는 45칼로리의 롤 스낵이다."
- Amazon, Rice rollers 소비자 제품 구매 평가

▶ **곡물과자 소비자들의 제품 평가, '건강, 저칼로리, 영양'**

미국 소비자들은 곡물과자를 저칼로리의 영양가가 풍부한 건강 간식으로 평가함. 미국의 곡물과자 관련 키워드 분석 결과를 보면, '건강'이 가장 많이 언급되었고 '칼로리'와 '영양' 등 건강과 관련된 키워드가 다양하게 나타나는 것을 확인할 수 있음

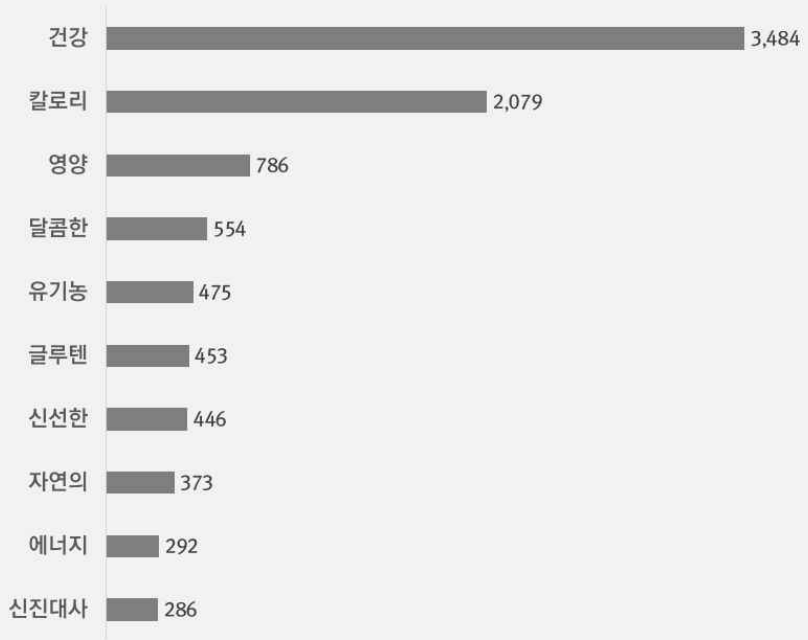
▶ **'유기농, 글루텐 프리, 자연 식품', 현지 소비자 주요 제품 구매 평가**

▶ **미국 글루텐 프리 시장, 전세계 41.5% 차지[17)]**

미국 내 식품 알레르기와 식품 불내증에 대한 관심이 높아지고 있음. 특히 미국은 전 세계 글루텐 프리 시장의 41.5%를 차지할 정도로 글루텐 성분에 민감함. 따라서 곡물과자의 미국 소비자 구매 평가에서도 '글루텐 프리'가 제품의 주요 특징으로 자주 언급됨

[표 2.8] 미국 곡물과자, 소비 연관 키워드 발생 빈도

단위 : 키워드 발생 빈도



자료 : 미국 곡물과자 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 1,528건 / 키워드 28,213건 분석 (18. 01 - 19. 05)

17) 자료: 스태티스타(Statista) (www.statista.com), 2019.06.15

4. 미국 유기농 현미과자,'비즈니스, 사무실, 학교, 운동, 여행에서'

"점심식사를 즐기는 것보다, 업무중에 끊임없이 쌀 크래커를 먹는다. 지방이 적고 맛이 좋다."
- Amazon, Rice cracker 소비자 제품 구매 평가

▶ 곡물과자 소비자 '직장, 학교, 운동, 여행' 등지에서 제품 섭취

곡물과자 소비 키워드 빈도 분석 결과, 미국 소비자들은 곡물과자를 주로 직장 혹은 학교에서 섭취하는 것으로 나타남. 특히, '업무/직장' 키워드가 총 378건으로 가장 높은 수치를 기록했으며, 곡물과자 소비자 평가에서도 주로 업무 중이나 직장에서 쌀 스낵을 먹고 있다는 의견들을 확인할 수 있음

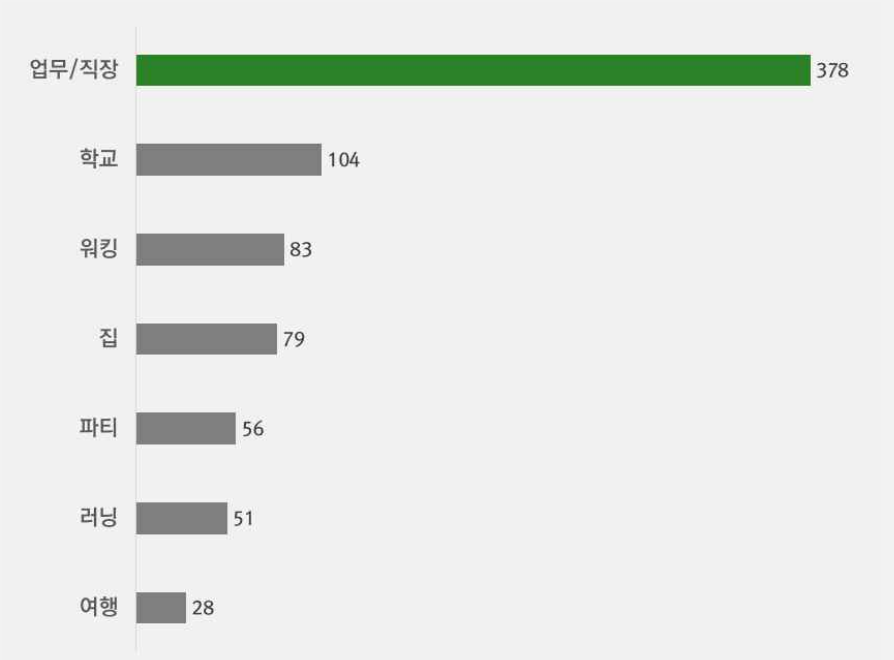
쌀 크래커의 제품 구매 평가에 따르면, 쌀 크래커가 지방이 적고 맛이 좋아서 업무 중에 즐겨 먹는다고 함

▶ 미국 여행 및 음식 블로그, '건강한 여행용 간식으로 곡물과자 추천'

곡물과자 소비 관련 키워드로 '워킹'(83건), '러닝'(51건), '여행'(28건)도 찾아볼 수 있음. 실제로 미국 여행 및 음식 블로그에서는 여행 중 간편하게 챙겨 먹을 수 있는 건강식으로 다양한 제품과 함께 쌀 스낵을 추천함[18][19]

[표 2.9] 미국 곡물과자, 소비 연관 키워드 발생 빈도

단위 : 키워드 발생 빈도



자료 : 미국 곡물과자 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 1,528건 / 키워드 28,213건 분석 (18. 01 - 19. 05)

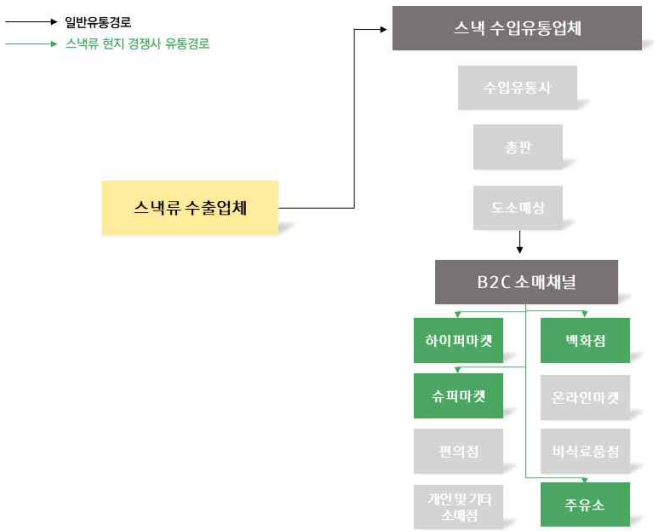
18) 자료: 고팜트레블(GoFamTravel), 「Travel With the Best Snacks!」, 2018.12.02
19) 자료: 마이도메인(mYDOMAIN), 「Traveling? 16 Healthy Snacks That Are Perfect for Packing」, 2019.04.29

Ⅲ. Distribution Channel

SUMMARY

1. 미국 유기농 현미과자 유통구조
2. 미국 유기농 현미과자 주요 유통업체
3. 미국 유기농 현미과자 B2C 소매채널

Distribution Channel
(유통채널)



미국 (U.S.A)

간편 스낵류(Savoury Snacks)[20] 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율[21]	주요 채널[22]
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓[23]	55.7%	Walmart, Kroger, Kmart, Publix, Safeway, H-E-B, Whole Foods, Shoprite, Food Lion, Wegmans, Stop & Shop, ZionMarket, Galleria market, Hmart, A.R. Supermarket, Hannam Chain Super Market, Whole Foods Market, Trader Joe's
	주유소	15.2%	Chevron, ExxonMobil, Shell, Marathon, Alimentation Couche-Tard
	백화점	12.5%	Kohl's, Nordstrom, Sears, Saks Fifth Avenue
	개인 및 기타 소매점	6.0%	Gaju market, Littletokyo Market Place
	비 식료품점[24]	4.9%	(-)
	편의점	3.6%	7-Eleven, Wawa, QuickChek, Circle K
	온라인마켓	2.1%	Amazon.com Inc, Walmart Inc

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

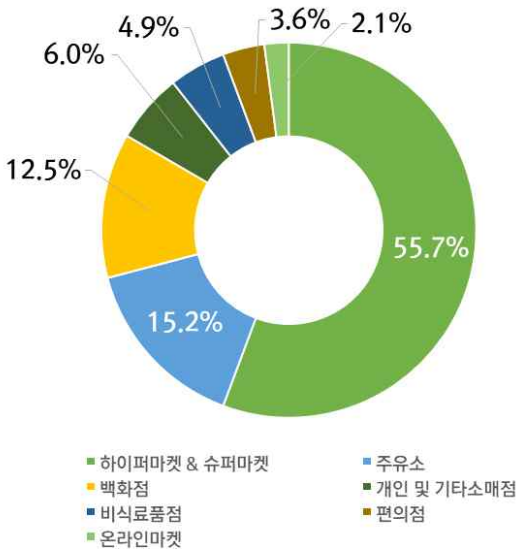
20) 유기농 현미과자의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '간편 스낵류(Savoury Snacks)'의 정보로 확인함
21) 2018년 기준, 미국 내 간편 스낵류(Savoury Snacks)의 유통채널 점유율임
22) 채널 분류에 따른 미국 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계 기업도 포함됨
23) 판매 면적에 따라 하이퍼마켓(2,500평방미터)과 슈퍼마켓(400~2,500평방미터)을 분류함. 다만, 2개 채널의 특징이 유사하여 본보고서에서는 두개 채널을 통합한 수치로 유통채널을 조사함(채널별 점유율: 하이퍼마켓 : 18.4%, 슈퍼마켓 : 37.3%)
24) 비 식료품점: 의류 및 신발 전문 소매점, 전자 및 가전 소매점, 건강 및 미용 전문 소매점, 가정용품 소매점 등을 포함

1. 미국 유기농 현미과자 유통구조

품목 구분 및 분류	
품목	유기농 현미과자
구분	쌀과자
범주	간편스낵류 (Savoury Snacks)

▶ 미국 간편스낵류(Savoury Snacks) 주요 채널 '하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(55.7%), 주유소(15.2%), 백화점(12.5%)'

[표 3.1] 미국 간편스낵류(Savoury Snacks) 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 미국 간편스낵류(Savoury Snacks) 유통채널 현황

채널 유형	간편스낵류(Savoury Snacks) 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	55.7%	Walmart, Kroger, Kmart, Publix, Safeway, H-E-B, Shoprite, Food Lion, Wegmans, Stop & Shop, ZionMarket, Galleria market, Hmart, A.R. Supermarket, Hannam Chain Super Market, Whole Foods Market, Trader Joe's
	주유소	15.2%	Chevron, ExxonMobil, Shell, Marathon, Alimentation Couche-Tard
	백화점	12.5%	Kohl's, Nordstrom, Sears, Saks Fifth Avenue
	개인 및 기타 소매점	6.0%	Gaju market, Littletokyo Market Place
	비 식료품점	4.9%	(-)
	편의점	3.6%	7-Eleven, Wawa, QuickChek, Circle K
	온라인마켓	2.1%	Amazon.com Inc, Walmart Inc

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

2. 미국 유기농 현미과자 주요 유통업체

▶ **미국 간편 스낵류(Savoury Snacks) 취급 유통채널, 하이퍼마켓과 슈퍼마켓이 대표적**

[표 3.3] 미국 간편 스낵류(Savoury Snacks) 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액)[25]	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	크로거 (Kroger)	하이퍼마켓	약 1,212억 달러 (약 143조 1,008억 원)	제이원(JayOne), 크런치 롤러스 (Crunchy Rollers), 퀘이커(Quaker), 켈로그(Kellogg's)	O
2	홀푸드마켓 (Whole Foods Market)	슈퍼마켓 (유기농 식품마트)	약 160억 달러 (약 18조 8,912억 원)	블루다이아몬드 (Blue diamond), 365 에브리데이 밸류 (365 EVERYDAY VALUE), 당푸드(Dang foods)	O
3	트레이더 조 (Trader Joe's)	슈퍼마켓	약 133억 달러 (약 15조 7,033억 원)	트레이더 조 (Trader Joe's)	O
4	쉐브론 (Chevron)	주유소	약 1,290억 달러 (약 152조 3,103억 원)	켈로그(Kellogg's), 네이처밸리 (Nature valley)	O
5	엑슨모빌 (ExxonMobil)	주유소	약 2,793억 달러 (약 329조 7,695억 원)	켈로그(Kellogg's), 벨비타(Belvita)	O

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

25) 1달러=1,180.80원 (2019.06.11, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3. 미국 유기농 현미과자 B2C 소매채널

1) 하이퍼마켓

① 크로거(Kroger)

기업 기본 정보[26]	기업명	크로거(Kroger)	
	홈페이지	www.kroger.com	
	위치	신시내티(Cincinnati)	
	규모	매출액('18)	약 1,212억 달러 (약 143조 1,008억 원)
		기타 규모	매장 수('19): 3,902개 직원 수('19): 약 453,000명
	기업 요약	- 1883년 설립 - 세계에서 두 번째로 큰 규모의 하이퍼마켓으로 미국 내 3,902개 지점 보유 - 미국의 34개의 주에서 다양한 소매점을 운영하고 있음 - 2017년에 약 44만 9천명을 고용하여 월마트에 이어 미국에서 두 번째로 큰 규모의 직원을 보유함 	
기업 최근 이슈	- 크로거(Kroger)와 오카도(Ocado) 미국 최초 하이테크 고객 만족센터 착공 - 크로거(Kroger)와 룹(Loop) 독점적인 소매 파트너쉽 체결		
입점 절차 및 협력 정보[27]	Step 1. 더크로거 Supplier Hub(공급 업체 관리 시스템)에 벤더 사전 등록 (www.thekrogerco.com/vendors-suppliers/become-a-supplier) Step 2. 더크로거 홈페이지 내 사전 등록 지원서 형식에 맞추어 업체정보 (회사 이름, 고용주 식별 번호(EIN)/ 개인 납세자 식별 번호(ITIN)) 등록 Step 3. 지원서 제출 후, Supplier Hub의 아이디와 임시 비밀번호 발급 Step 4. 발급된 임시 비밀번호 사용하여 Supplier Hub 페이지에서 로그인 후, 프로필 업데이트 가능 Step 5. Dun & Bradstreet에 판매제품 등록 * SVA, W8/W9*세금 신고 확인서), 보험 인증서 등의 서류 제출 필요		
유사제품 정보		제품명	제이원 크런치 라이스 스낵 (JayOne Crunchy Rice Snack)
		종류	쌀과자
		용량	2.8 oz(79g)
		원산지	미국

자료: 크로거(Kroger) 홈페이지
사진 자료: 크로거(Kroger) 홈페이지, 옐프(Yelp) 홈페이지

26) 크로거(Kroger) 홈페이지 (www.thekrogerco.com), 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
27) 크로거(Kroger) 공급자 지원서 페이지 (www.thekrogerco.com/vendors-suppliers/become-a-supplier)

2) 슈퍼마켓(유기농 식품마트)

① 홀푸드마켓(Whole Foods Market)

기업 기본 정보	기업명	홀푸드마켓(Whole Foods Market)	
	홈페이지	www.wholefoodsmarket.com	
	위치	오스틴(Austin)	
	규모	매출액('17)[28]	약 160억 달러 (약 18조 8,912억 원)
		기타 규모[29]	매장 수('19): 501개 직원 수('19): 약 95,000명
	기업 요약[30]	- 1980년 설립 - 인공첨가제가 포함되지 않는 유기농 식품 전문 - USDA 유기농 인증, 비건 식품 등으로 제품 관리 - 2017년 아마존이 인수하여 온라인 주문 및 배달 서비스 강화 	
기업 최근 이슈	- 아마존은 푸드마켓의 식료품 배달 서비스를 13개의 도시로 확장 - 미국, 영국, 캐나다의 매장에서 플라스틱 사용을 줄일 것을 발표함		
입점 절차 및 협력 정보	* 각 지역의 특성 및 소비 패턴 등에 맞는 제품을 판매하거나 구매하고 각 지역별 품목별로 특화된 바이어를 보유 Step 1. 인터넷 사이트를 통해 제품 관련 정보 및 신청서 제출 (www.rangeme.com/whole-foods-landing) Step 2. 지역별 바잉오피스에서 개별 검토 후 제품의 승인 여부 검토 Step 3. 바이어오피스에서 제품을 테스트하기 위해 제품샘플 송부 요청 Step 4. 샘플 검토 통과 시 제품에 대한 승인 및 배송 가능		
유사제품 정보		제품명	세서미 라이스 크래커 (Sesame Rice Crackers)
		종류	쌀과자
		용량	3.57oz(101g)
		원산지	미국

자료: 홀푸드마켓(Whole Foods Market) 홈페이지
사진 자료: 홀 푸드 마켓 뉴스룸(Whole Foods Market Newsroom) 홈페이지

28) 비즈니스 스트래티지 허브(Business Strategy Hub) 홈페이지 (bstrategyhub.com)
29) 홀푸드마켓(Whole Foods Market) 미디어 홈페이지 (media.wholefoodsmarket.com)
30) 홀푸드마켓(Whole Foods Market) 홈페이지 (www.wholefoodsmarket.com), 그로서리다이브(Grocery dive) 홈페이지 (www.grocerydive.com)

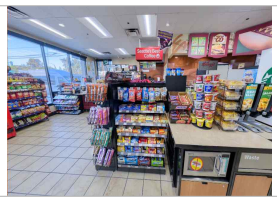
② 트레이더 조(Trader Joe's)

기업 기본 정보	기업명	트레이더 조(Trader Joe's)	
	홈페이지	www.traderjoes.com	
	위치	패서디나(Pasadena) HQ : 몬로비아(Monrovia)	
	규모	매출액('17)	약 133억 달러 (약 15조 7,033억 원)
		기타 규모	매장 수('17): 474개 직원 수('19): 약 10,001명
	기업 요약	- 1958년 설립 - 다양한 제품을 현지 및 해외 소규모 공급 업체로부터 직접 구매하여 자체 브랜드로 판매를 함 	
기업 최근 이슈	- 6월 14일 Laguna Hills(캘리포니아주)에 새로운 매장이 오픈하였음 - 일부 매장(IA, IL, IN, KS, KY, MI, MN, MO, NE, OH, WI)에 살로넬라균이 발견된 멜론에 대한 리콜조치가 있었음		
입점 절차 및 협력 정보	Step 1. 홈페이지에서 온라인 폼 작성 및 등록 (www.traderjoes.com → Become a New Vendor) Step 2. 제조사 직접 벤더 등록 필요(벤더 및 브로커를 통한 구매 활동 없음)		
유사제품 정보		제품명	오가닉 헴프 시드 바 (Organic Hemp Seed Bars)
		종류	건강바
		용량	4.4oz(125g)
		원산지	미국

자료: 쇼비즈치트시트(showbiz cheat sheet)
사진 자료: 트레이더 조(Trader Joe's) 홈페이지

3) 주유소

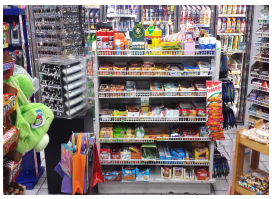
① 쉐브론 엑스트라마일(Chevron ExtraMile)[31]

기업 기본 정보	기업명	쉐브론 엑스트라마일(Chevron ExtraMile)
	홈페이지	www.chevronextramile.com
	위치	샌라몬(San Ramon)
	매출액('18)	약 1,290억 달러 (약 152조 3,103억 원)
	기업 요약	- 쉐브론(Chevron)과 잭슨푸드스토어(Jacksons Food Stores)의 합작회사로 현재 800개 이상의 편의점을 개점하였음 - 대부분 쉐부론 주요소에 입점하여 있음 
기업 최근 이슈	- 2018년 11월 800번째 매장을 오픈함 - 2027년까지 전국 1,400곳의 매장 오픈을 목표로 함	
입점 제품 특징[32]	*운전자들을 위한 제품 - 장거리 운전자들을 위한 간편식이 주로 준비되어 있음 - 99센트 소프트드링크와 커피와 도넛 세트, 스틱형 피자와 콘 도그 등의 메뉴를 판매하고 있음 - 레드불, 몬스터 등 장거리 운전자들을 위한 에너지 드링크와 함께 나초칩, 감자칩 칩스류가 가장 많이 판매되고 있음	
유사제품 정보		제품명: 켈로그 라이스 크리스피 트리츠 (Kellogg's Rice Krispies Treats) 종류: 쌀과자 용량: 1.48oz(42g) 원산지: 미국

자료: 쉐브론 엑스트라마일(Chevron ExtraMile) 홈페이지
사진 자료: 피들러그룹(Fiedler group) 홈페이지, 쉐브론 엑스트라마일(Chevron ExtraMile) 홈페이지

31) 엑스트라마일(ExtraMile)의 경우, 쉐브론(Chevron)과 잭슨스 푸드 스토어(Jacksons Food Stores)의 합자회사로 대부분의 쉐브론(Chevron) 주유소에 입점 되어 있음
32) 쉐브론엑스트라마일(ChevronExtramile)(https://www.chevronextramile.com/)

② 엑스모빌(ExxonMobil)

기업 기본 정보[33]	기업명	엑슨모빌(ExxonMobil)	
	홈페이지	corporate.exxonmobil.com	
	위치	어빙(Irving)	
	규모	매출액('18)	약 2,793억 달러 (약 329조 7,695억 원)
		기타 규모('18)	주유소: 약 20,000개 운영(글로벌)
	기업 요약	- 미국의 석유회사로 엑슨(Exxon)이 모빌(Mobil)을 인수하여 세계최대의 석유기업이 되었음 - On The Run 상표 및 프랜차이즈 네트워크를 보유하고 있으며 스토어에는 다양한 식료품 포함 생활 용품을 판매하고 있음 	
기업 최근 이슈	- 엑슨모빌 리워드 출시 주유소, 세차장 및 편의점 이용시 포인트를 적립하고 교환할 수 있는 프로그램		
입점 절차 및 협력 정보	Step 1. 엑손모빌콜라보래이트 사이트에서 신규 공급자 가입 가능 Step 2. 신규 조달 등록 플랫폼 'Smart.GEP.com1'을 이용하여 기업 정보 등록 Step 3. 담당자의 연락 후 제품에 대한 등록 진행		
유사제품 정보		제품명	켈로그 라이스 크리스피 트리츠 (Kellogg's Rice Krispies Treats)
		종류	쌀과자
		용량	1.59oz(45g)
		원산지	미국

자료: 엑슨모빌(ExxonMobil) 홈페이지
사진 자료: 엑슨모빌(ExxonMobil) 홈페이지, 커피스탑드라이브스루(CoffeeStop Drive-thru) 홈페이지

33) 엑슨모빌(ExxonMobil) 홈페이지 (corporate.exxonmobil.com)

Ⅳ. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 미국 유기농 현미과자 인증 취득
2. 미국 유기농 현미과자 사전 심사
3. 미국 유기농 현미과자 업체·제품 등록
4. 미국 유기농 현미과자 라벨 심의
5. 미국 유기농 현미과자 서류 준비
6. 미국 유기농 현미과자 세금 납부
7. 미국 유기농 현미과자 검역 심사

Customs · Quarantine
(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	• 강제 인증 無	(-)
Step 02. 사전 심사	• 사전 수입 식품 통지 - 제품의 도착항 도착 이전 수입 식품 통지 필요	(*) 미국 식품의약국 - PNS(사전 수입 식품 통지) - 문의처 : www.fda.gov
Step 03. 업체·제품 등록	• 식품 시설 등록 - 수출 전 식품 제조시설에 대한 등록	(*) 미국 식품의약국 - Registration of Food Facilities (식품 시설 등록) - 문의처 : www.fda.gov
Step 04. 라벨 심의	• 라벨 표기사항 - 별도 심의 사항 없음 - 미국 식품의약국 규정 준수	(*) 미국 식품의약국 - FDA 라벨 규정 - 문의처 : www.fda.gov
Step 05. 서류 준비	• 일반 서류 • 원산지 증명서	(*) 미국 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov (*) 세관국경보호국 - 문의처 : www.cbp.gov
Step 06. 선적 및 운송	• 포워딩 업체 섭외	(-)
Step 07. 통관 신고	• 수입신고 - 서면 또는 ACE를 이용하여 신청 - 적하목록, 물품신고서, 상업송장 등	(*) 세관국경보호국 - 문의처 : www.cbp.gov (*) 미국 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov
Step 08. 세금 납부	• 납세 신고 - 도착 전 7일, 도착 후 10일 이내에 신고 - ACE 시스템을 이용하여 납부 • 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등 • 관세율 0% • 판매세 주별로 상이(최대 7.25%)	(*) 세관국경보호국 - 문의처 : www.cbp.gov - 참조처 : dataweb.usitc.gov
Step 09. 검역 심사	• 물리(관능) 검사 - ATS에 의해 분류 후 물품 또는 서류 검사 • 제품 검사 - 제출 받은 서류를 바탕으로 서류 심사 진행 후 샘플 검사 여부 결정	(*) 세관국경보호국 - 문의처 : www.cbp.gov (*) 미국 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov

1. 미국 유기농 현미과자 인증 취득

인증 취득

미국으로 제품 수입 시, 필요하거나 선택적으로 취득 가능한 인증 정보 제공

유기농 현미과자

유기농 현미과자 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

▶ 미국 수입 일반가공식품 '적용 받는 강제 인증 無'

미국으로 수출하고자 하는 유기농 현미과자 제품이 현지 진출 시 꼭 취득해야하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 일반가공식품의 식품 검역을 담당하고 있는 미국 식품의약국은 식품의 안전이나 제조에 관하여 별도의 인증을 부과하고 있지 않음. 다만, HACCP, ISO 22000 등과 같이 식품의 생산과 그 안전성에 대한 인증의 경우 선택적으로 획득하여 활용할 수 있음

미국에서 할랄 인증을 받고자 하는 경우 다양한 기관으로부터 해당 인증을 취득할 수 있는 데, 미국 시장에서는 할랄 인증기관인 IFANCA을 통하여 할랄 인증을 획득할 수 있음

[표 4.1] 미국 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRC Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	
HALAL	식품 생산 인증	선택	IFANCA (Islamic Food and Nutrition Council of America)	

자료 : 각 인증기관

[표 4.2] 미국 식품 인증 취득

HACCP	절차	기간
	서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
	서류	비용
	신청서, 식품안전관리인증계획서 등	20만원
ISO 22000	절차	기간
	서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
	서류	비용
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	-
IFS	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
	서류	비용
	신청서 등	약 900~1,000만원
BRC Food Safety	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
	서류	비용
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900~1,000만원
FSSC 22000	절차	기간
	서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
	서류	비용
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500~600만원
HALAL	절차	기간
	신청서제출>서류 평가>인증 비용 산정>현장평가(미팅>서류 재검토>현장검사>마무리 미팅>평가서 작성)>승인여부 결정	-
	서류	비용
	제품 상세정보, 사용 원료 정보, 위생관련 정보 등	-

자료 : 각 인증기관

▶ 한국 유기농 인증 미국 시장에서 '동일하게 적용 가능'

미국으로 유기농 식품을 수출하기 위해서는 미국 농무부에서 발급하고 있는 유기농인증을 획득해야함. 해당 인증은 농무부가 지정하고 있는 지정 인증기관을 통하여 획득 가능함. 다만, 한국에서 이미 유기농 인증을 획득하였다면, 2014년 7월 1일부로 발효된 상호동등성협정(Equivalence Arrangement)에 따라 미국에서도 동일하게 인정받을 수 있음. 제품의 수입 신고 시, 이를 입증할 수 있도록 미국 당국에서 요구하는 수입증명서(NOP Import Certificate)를 제출해야함

[표 4.3] 한국 유기가공인증 상호동등성협정 정보

인증명	발급 기관	정보	인증 Mark
USDA Organic	미국 농무부 (USDA)	95% 이상 유기농 원료를 사용해야함	
USDA Organic		모든 원료가 100%인 경우	
동등성 인정 요건			
a. 95% 이상 유기농 원료를 함유할 것 b. 마지막 가공이 한국에서 이루어질 것(기타 국가에서 가공이 이루어진 경우 인정되지 않음) - 가공식품의 범위는 한국의 식품공정상의 분류 기준 적용 c. 항생제를 사용한 축산물을 포함하지 않을 것 d. 라벨에 대한 표시 사항은 수입국(미국)의 규정 적용			
미국 수입 요건			
a. 수입증명서(NOP Import Certificate) 제출 - 유기농 인증기관을 통해 발급 - 수입되는 제품의 매 선적 시 마다 해당 수입증명서 첨부 필요			
라벨 사용			
- 라벨의 경우 미국의 유기농 인증 라벨을 부착해야 하나, 한국의 유기농 인증 로고도 같이 사용 가능 - 원료가 유기농이라는 점에 대한 내용 표시 필요 - 해당 내용을 인증한 인증기관 정보 기입 필요			

자료 : 미국 농무부(USDA), 국립농산물품질관리원

▶ 코셔 인증, 다양한 글로벌 인증기관 존재

코셔 인증이란 유대교 율법에 따라 제조된 식품에 부여되는 인증으로, 원재료와 가공 전반을 포괄함. 미국에서 코셔 인증을 수행하고 있는 인증기관은 약 80개 이상이 존재하며, 다양한 기관들이 유대교 율법에 따라 코셔 인증을 부여하고 있음. 미국으로 제품을 수출하는 데에 있어 코셔 인증이 필수는 아니며, 정부 당국에서도 코셔 인증을 획득하는 데에 대한 별도의 규정을 두고 있지 않음. 수출업체의 선택에 따라 획득 가능하며, 글로벌 코셔 인증기관을 통하여 인증을 받을 수 있음

[표 4.4] 코셔 인증 정보

인증명	발급 기관	인증 Mark
KOSHER	전 세계 약 16,000여개 (미국 내 80여 개 이상)	

코셔 인증 절차

a. 신청서 제출(기관 별로 제시하는 양식에 맞춰 신청서 제출)
b. 신청서 내용에 따라 인증 서비스 진행을 위한 비용 견적
c. 방문 검사
  - 인증기관에서 파견한 전문가, 신청 기업의 공장 직접 방문 및 검사 진행
  - 방문 결과에 대하여 보고서 작성 후 본사 송부
d. 접수된 보고서에 대하여 심사 진행
  - 심사 결과에 따라 인증 여부 결정
  - 보완 사항 도출 시 해당 내용 신청 기업으로 송부하여 추가 정보 요청
e. 인증에 대한 계약 체결
f. 인증서 발급 완료

인증 비용

a. 평균 약 4,000 ~ 6,000달러 (기관별로 상이)

유의 사항

- 제품의 생산과 관련된 모든 공정 라인이 코셔에 해당해야 함
- 제조 공정에서 사용되는 모든 원재료가 코셔 제품에 해당해야 함
- 원재료에 비 코셔 제품이 있는 경우 대체 원료를 사용해야 함

자료 : 각 코셔 인증기관, 해외식품인증 정보포털

▶ 비건 인증, 다양한 비건 인증 기관 존재

유기농, 코셔, 할랄 인증과 마찬가지로 비건 인증은 미국으로 제품을 수출 할 때 받아야 하는 필수인증은 아님. 미국은 할랄 인증과 비건(Vegan) 인증을 획득하는 것에 대하여 당국의 허가 등의 요구사항은 없음. 전 세계적으로 인증업무를 수행하는 기관부터 지역 기관까지 다양한 비건 인증기관이 있기 때문에 해당 인증기관을 통하여 획득할 수 있음

[표 4.5] 비건 인증 정보

인증명	발급 기관	인증 Mark
Vegan	관련 협회 또는 인증 전문기관	Vegetarian Society APPROVED / CERTIFIED VEGAN vegan.org / Vegan / EUROPEAN VEGETARIAN UNION VEGETARIEN
비건 인증 절차		
a. 신청서 제출(기관 별로 제시하는 양식에 맞춰 신청서 제출) - 제품에 사용되는 원재료에 대한 정보 - 가공 방법 - 포장 방법 등 각 기관이 서류 심사를 위해 요구하는 서류 b. 서류 검사 c. 샘플 제품에 대한 검사(기관별로 진행 여부 상이) d. 심사 결과에 따라 인증서 발급 여부 결정 e. 인증 비용 납부 f. 인증서 발급 완료		
인증 발급 기간		
a. 7일 ~ 60일 (기관별로 상이)		
비건 인증 기준[34]		
- 도축에 의해 생산된 원료를 포함하지 않을 것 - 계란을 사용하는 경우, 방목 상태에서 생산된 계란만 사용 할 것 - 생산과정에서 상호 오염이 일어나지 않을 것 - GMO 원료를 사용하지 않을 것		

자료 : 각 비건 인증기관

34) 각 기관별로 세부 요건이 상이하여 세부적인 비건 인증 기준의 경우 각 기관별로 별도의 확인이 필요함

2. 미국 유기농 현미과자 사전 심사

사전 심사

미국으로 제품 수입 시, 품목에 대한 사전 규제 심사제도 정보 제공

유기농 현미과자

유기농 현미과자 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

▶ **미국 일반가공식품 수출을 위해 사전 심사 '불필요'**

▶ **미국 일반가공식품 수입 전 식품의약국으로 '사전 수입 통지 필요'**

사전 수입 통지 절차는 바이오테러리즘법에 의거하여 식품에 대해 효율적인 통관 검역 절차를 수행하기 위하여 시행됨. 미국 식품의약국을 통하여 수입하고자 하는 식품에 대한 사전 수입 식품 통지(Prior Notice of Imported Foods)를 하도록 규정하고 있음. 해당 사전 식품 수입 통지는 온라인 미국 식품의약국 행정 업무 페이지(www.access.fda.gov)를 통하여 PNSI(Prior Notice System Interface) 접속 후, 미국 식품의약국에서 제시하고 있는 가이드 및 그 절차에 따라 사전 통지 절차를 수행하면 됨. 사전 통지 절차의 경우 어떤 운송수단을 통하여 진행하느냐에 따라 제출 기한이 정해져 있기 때문에 해당 시간 이전에 제출되어야 함. 해당 사전 수입 식품 통지 절차는 미국 세관국경보호국에서 정한 개인 또는 법인을 통해 진행할 수도 있으며 수출을 진행하는 미국 세관국경보호국이 정하지 않은 개별 기업이 진행할 수도 있음

[표 4.6] 미국 수입 전 사전 통지

적용 규제	바이오테러리즘법(Bioterrorism Act)
발행 기관	미국 식품의약국(FDA)
기간	각각의 운송 수단 별 지정된 시간 이전에 미국 식품의약국으로의 사전 통지 절차가 완료될 것 a. 도로운송을 통해 수입되는 경우 : 도착 2시간 전 b. 철도운송을 통해 수입되는 경우 : 도착 4시간 전 c. 항공운송을 통해 수입되는 경우 : 도착 4시간 전 d. 해상운송을 통해 수입되는 경우 : 도착 8시간 전
필요 정보	a. 수입업체 정보(업체명, 주소) b. 운송 정보(선하증권 또는 항공화물운송장 등 적절한 운송 정보) c. 출발 국가 정보 d. 제품 정보(품목명, 제품명, 포장 및 수량 정보) e. 제조사 정보(식품 제조시설 등록 번호) f. 수출업체 정보 g. 최종 수취인 정보

자료 : 미국 식품의약국(FDA)

3. 미국 유기농 현미과자 업체·제품 등록

업체·제품 등록

미국으로 제품 수입 시, 요구되는 업체 또는 제품 등록제도 정보 제공

유기농 현미과자

유기농 현미과자 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

▶ **미국 일반가공식품 통관을 위해 사전 '식품 제조시설 등록 필요'**

▶ **미국 식품의약국(FDA)의 '온라인 또는 서면'으로 등록 가능**

2002년 발효된 바이오테러리즘법(Bioterrorism Act)은 미국 내에서 식품을 제조하는 제조시설과 미국으로 식품을 제조하여 수출하는 해외 제조시설 모두에게 등록 의무를 부과하고 있음. 이에 따라 미국으로 식품을 수출하고자 하는 국내 제조업체는 미국 식품의약국(FDA)을 통해 식품 제조시설 등록을 필수적으로 진행해야함. 식품 제조시설 등록 신청은 현재까지 온라인과 서면을 통해 가능하도록 되어 있음. 그러나 2020년 1월 4일부터는 온라인을 통해서만 등록 신청을 진행하도록 규정이 변경될 예정이므로 내년부터 등록을 수행하고자하는 국내 식품 제조업체의 경우 온라인 페이지를 통하여 등록 신청을 진행해야함

[표 4.7] 미국 사전 식품 제조시설 등록 절차

적용 규제	바이오테러리즘법(Bioterrorism Act), 식품현대화법(FSMA)
발행 기관	미국 식품의약국(FDA) - 온라인 : www.access.fda.gov - 오프라인 : U.S. Food and Drug Administration, Food Facility Registration (HFS-681) 5001 Campus Dr. College Park, MD 20740 - FAX : +1-301-436-2804
필요 정보	a. 시설명, 주소, 전화번호, 긴급연락처 b. 선호 메일 주소 c. 모회사명, 주소, 전화번호(해당 시설이 자회사에 해당하는 경우) d. 해당 시설이 사용하는 모든 상표 e. 대표자, 대리인 또는 운영자(책임이 있는)의 이름, 주소, 전화번호 f. 대표자, 대리인 또는 운영자(책임이 있는)의 이메일 주소 g. 시설을 통해 제조, 가공, 포장하고 있는 식품의 카테고리 h. 각 식품 제품 카테고리별로 시 제조시설 내 수행하고 있는 행위 I. 대표자, 대리인 또는 운영자(책임이 있는)로부터 수취한 식품·의약품·화장품법(FD&C Act)이 정하는 시간과 방법에 따라 미국 식품의약국(FDA)이 시설을 조사해도 된다는 허가 j. 대표자, 대리인 또는 운영자(책임이 있는)로부터 수취한 제조시설에 대한 정보의 정확성 및 진실성에 대한 보장
비용	무료

자료 : 미국 식품의약국(FDA)

4. 미국 유기농 현미과자 라벨 심의

라벨 심의

미국으로 제품 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공

유기농 현미과자

유기농 현미과자 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

▶ 미국 라벨 규정

[표 4.8] 미국 라벨 관리 규정

적용 규제	FD&C Act, Fair Packaging and Labeling Act		
세부 규정	Guidance for Industry : A Food Labeling Guide		
세부 내용	라벨 표기사항 (항목)	· 제품명(이미테이션 제품은 제품명에 '이미테이션' 표기) · 용량(용량은 순중량으로 나타낼 것) · 원산지 · 원료 정보(원료의 일반적인 명칭을 사용 할 것) · 알레르기 정보(주요 알레르기원: 우유, 달걀, 생선, 갑각류, 조개, 땅콩, 대두, 밀, 견과류) · 성분정보(양식은 규정이 정하고 있는 바에 따름) · 1회 제공량 · 기타 주의 문구(건강 유의 사항에 관한 문구 등) · 제조업체정보	
	라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	외국어 표기도 가능하나 모든 필수정보는 동시에 영어로도 표기되어야함
		그림	그림의 경우 정보를 가리거나, 소비자가 잘 못 이해하지 않도록 해야 함
		용량	순중량 정보는 패키지 내부의 식품 용량을 나타내야함. 중량, 숫자 형태로 표기되어야 함. 일반적으로 고체, 점성이 있는, 응고된 제품의 경우 중량으로 표기되어야 함. 만약 액체인 경우 액체 표기 단위로 표기해야 함. 용량의 단위는 미터 단위와 파운드 단위를 병기해야 함
		제품명	제품의 전면에 표기되어야하며, 최소한 가장 큰 라벨 면에서 1/2만큼을 차지하도록 표기되어야 함. 바닥과 평행하게 작성되어야 함. 소비자가 이해하기 쉬운 일반적인 이름이어야 함
		원료 정보	양이 많은 것부터 적은 순으로 기입해야함 원료정보는 제조사, 유통사 정보와 같은면에 기입되어야 함. 정보의 크기는 최소한 1/16인치 사이즈 크기여야 함. 물의 경우 가공을 위해 주요하게 추가되었다면, 원료에 기입되어야 하나, 사용되었더라도 가공 과정에서 증발되는 등의 과정이 있었다면 적지 않아도 됨
		성분 정보	성분 정보는 원료 정보와 같은 페이지에 기입되어야 함. 반드시 박스 형태로 작성해야 함. 성분 정보를 나타내는 시트는 정해진 글자 크기와 양식에 따라 작성되어야 함
		원산지	눈에 잘 띄도록 작성되어야함. 유통업체 정보가 표기 되어 있다면, 해당 정보와 같이 위치해야함

자료 : 미국 식품의약국(FDA)

[표 4.9] 미국 라벨 관리 규정

세부 내용	유기농 표기 유의사항	· 유기농 원료의 함량이 70%를 넘는 경우 다음과 같이 표기할 수 있음 –“made with organic 0000” 또는 “made with organic ingredients” –소금과 물을 제외한 70% 이상의 원료가 인증된 유기농 재료여야 하며, 원료에 대한 유기농 인증을 부여한 기관명을 적시해야함 (e.g. Certified Organic by 00000 Certification Inc.) · 유기농 원료의 함량이 70% 이하인 경우 다음과 같이 표기할 수 있음 –소금과 물을 제외한 70% 이하의 원료가 유기농 원료인 경우, 원료(Ingredients) 표기시에 해당 원료가 유기농이라는 점만 표기 가능함 (e.g. Ingredients: Organic green tea, Organic lemon, ...)

자료 : 미국 식품의약국(FDA)

▶ 미국 일반가공식품 라벨 샘플

[앞면 라벨링]	[뒷면 라벨링]
앞면(영어)	**앞면(국문)**
① 제품명 : peeled SNACKS ② 설명 : gently dried ORGANIC banana, mango&pineapple ③ 제조사 : paradise found ④ 용량 : NET WT 3.5 OZ (100g)	① 제품명 : 필드 스낵 ② 설명 : 부드럽게 말린 유기농 바나나, 망고&파인애플 ③ 제조사 : paradise found ④ 용량 : 순중량 3.5 OZ (100g)
뒷면(영어)	**뒷면(국문)**
① 성분 : Nutrition Facts 2.5 servings per container Serving size 1/2 cup (40g) Calories Per Serving 120 Per Container 310 Total Fat 0g, Saturated Fat 0g, Trans Fat 0g, Cholesterol 0mg, Sodium 720mg, Total Carbohydrate 28g, Dietary Fiber 1g, Total Sugars 23g, Protein 1g, Vitamin D 0%, Calcium 2%, iron 6% *The Daily Value tells you how much a nutrient in a serving of contributes to a daily diet. 2,000 calories a day is used for general nutrition advice.	① 성분 : 성분정보 2.5 패키지 당 제공량 제공량 1/2 컵 (40g) 칼로리 120 1회 제공량 당, 310 파우치 당 총 지방 0g, 포화지방 0g, 트랜스지방 0g, 콜레스테롤 0mg, 나트륨 720mg, 총 탄수화물 28g, 식이섬유 1g, 총 설탕 23g, 단백질 1g, 비타민 D 0%, 칼슘 2%, 철분 6% *1일 제공량은 1일 동안 섭취해야 하는 영양성분의 양을 의미. 1일 섭취 열량은 2,000을 기준으로 함

[옆면 라벨링]

뒷면(영어)	뒷면(국문)
② 원료 : INGREDIENTS: organic bananas, organic mangos, organic pineapples. ③ 유통업체 : Distributed by Peeled Inc., Brooklyn, NY 11215 ④ 인증기관 : Certified Organic by Quality Assurance International ⑤ 원산지 : Product of Mexico, Peru, and Sri Lanka ⑥ 알레르기 정보 : Allergen: made in a facility that also produces soy, tree nuts and wheat products ⑦유통기한 : FRESHEST BY 06/02/2020	② 원료 : 원료: 유기농 바나나, 유기농 망고, 유기농 파인애플 ③ 유통업체 : Peeled Inc., Brooklyn, NY 11215에 의해 유통 ④ 인증기관 : Quality Assurance International 유기농 인증 ⑤ 원산지 : 멕시코, 페루, 스리랑카 제품 ⑥ 알레르기 정보 : 알레르기: 대두, 견과류, 밀 제품을 제조하는 생산시설에서 생산됨 ⑦ 유통기한 : 2020년 6월 2일까지

5. 미국 유기농 현미과자 서류 준비

서류 준비

미국으로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

유기농 현미과자

유기농 현미과자 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

원산지증명서 기재 정보

- 증명인의 성명
- 상품의 수입자
- 상품의 수출자
- 상품의 생산자
- 품목분류와 품명
- 상품이 원산지 상품임을 증명하는 정보
- 증명일
- 증명 유효기간

▶ **미국 FTA 원산지증명서 준비 필요**

▶ **미국 관세 업무, 허가받은 통관 브로커를 통해서 진행 가능**

미국의 수입신고는 수출입 당사자, 운송업체 또는 각 당사자의 위임을 받은 브로커를 통하여 수입통관 업무를 진행할 수 있음. 통관업무 당사자는 수입 신고부터 물품의 반출까지 모든 통관 업무를 진행해야 함. 수입 물품 관세에 대한 내용에 관해서는 동 업무를 수행할 수 있도록 허가받은 사람만이 절차를 수행할 수 있음. 해당 수입 신고 및 그 절차는 ACE(Automated Commercial Environment) 시스템을 통하여 진행됨

원산지증명서의 경우 자율증명방식으로 자신이 생산한 제품에 대하여 스스로 발행한 원산지확인서 또는 원산지소명서를 근거로 하여 원산지증명을 할 수 있음. 특별히 정해진 양식은 없으나 반드시 기재되어야 하는 정보가 있어 해당 정보에 유의해야 함. 한국의 경우 원산지증명서에 작성해야 하는 필수 항목을 포함한 원산지증명서 권고 양식을 두고 있어, 해당 서식[35]을 활용하여 손쉽게 작성 가능함

[표 4.10] 미국 통관 서류

구분	서류명		발급기관
일반 서류	수입신고서 (CBP Form 7501)		(-)
	선적	상업송장 (또는 견적송장)	(-)
		포장 명세서	(-)
		구매주문서	(-)
		선하증권	(-)
	원산지 증명서		수출업체 / 관세청

자료 : 미국 세관국경보호국(CBP), 미국 식품의약국(FDA)

35) FTA종합지원센터(okfta.kita.net) 'FTA활용' 항목의 '원산지증명서발급-자율증명방식' 페이지를 통해 확인 가능함

6. 미국 유기농 현미과자 세금 납부

세금 납부

미국으로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

유기농 현미과자

유기농 현미과자 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

▶ **미국 일반가공식품 HS CODE 1905.90.1090, 관세율 0% 적용**

▶ **한-미 FTA 발효로 협정세율 적용**

유기농 현미과자의 경우 미국에서는 HS CODE 1905.90 (기타)의 1905.90.1090 (기타) 세번을 사용하여 수입됨.[36] 미국 수입 시 기본 세율은 0%로, 별도의 협정 세율을 적용받지 않더라도 0% 세율을 적용받음. 관세 외에도 판매세(Sales Tax)를 납부해야하며 해당 세율은 최대 7.25%이고 주(State) 별로 달리 적용됨

- 수입 서류 심사비용에 100달러(한화 약 11만 원)[37] 소요
- 수입 서류 심사 기간은 8시간 소요
- 통관 비용은 175달러(한화 약 20만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 2시간 소요

[표 4.11] 한국·미국 HS CODE 비교 및 미국 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	1905	빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품(코코아를 함유하였는지에 상관없다), 성찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼(sealing wafer)·라이스페이퍼(rice paper)와 그 밖에 이와 유사한 물품	
	1905.90	기타	
	1905.90.10	베이커리 제품	
	1905.90.1050	**쌀과자**	
미국	1905.90.10	식빵, 가루반죽, 케이크, 비스킷과 비슷한 가열제품 그리고 푸딩, 또는 쵸콜렛, 과일을 포함하지 못하면서, 너트 또는 제과	
	1905.90.1090	**기타**	
관세	기본관세율	0%	
	협정 세율	0%	
판매세	최대 7.25%		

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 미국 관세 정보 시스템(USITC)

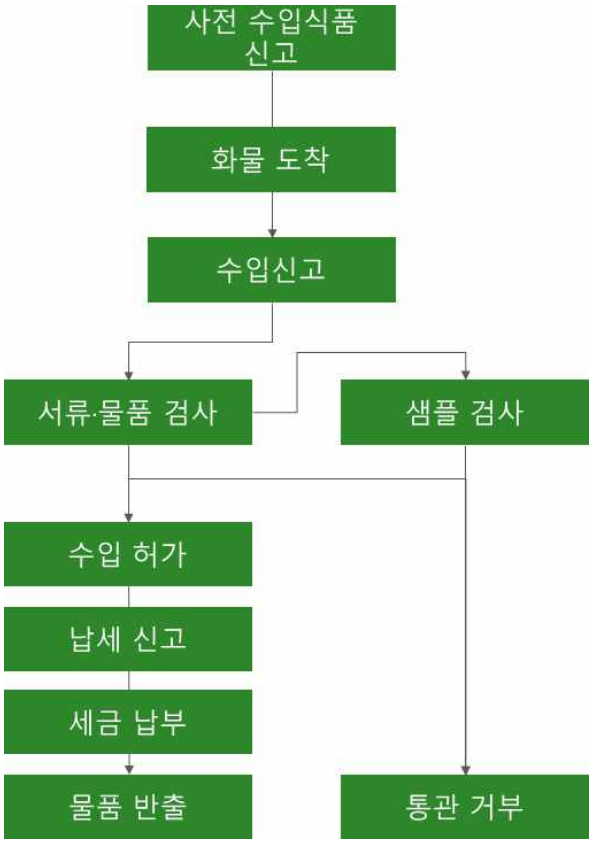
36) 미국 세번의 경우 HS Code 6자리에 해당하는 1905.90 중 유기농 현미과자에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 미국 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있음. 미국의 HS Code(HTSUS)에 관하여 확인하기 위해서는 관련 정보 페이지인 CROSS(Customs Rulings Online Search System)를 활용할 수 있고, 확인되지 않는 경우 미국 세관국경보호국(CBP)으로 문의할 수 있음

37) 1달러=1,180.80원 (2019.06.11, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

7. 미국 유기농 현미과자 검역 심사

- 미국 일반가공식품, 서류 검사에 따라 물품 검사 실시
- 도착전 사전 수입 식품 신고 필요

[표 4.12] 미국 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질	식품첨가물	acasia (gum arabic)	GRAS[38]: 1.0% 이하
		acesulfame potassium	GMP[39]
	유해물질	Aflatoxin (aflatoxin B1, B2, G1, G2 (total))	20mcgs/kg (20ppb)

자료 : 미국 세관국경보호국(CBP), KATI농식품수출정보

38) GRAS (Generally Recognized As Safe): 미국 FDA가 과학적 근거를 기반으로 안전성을 승인함으로써 '일반적으로 안전하다고 간주되는 물질'을 의미함. GRAS 물질은 식품 최대허용치가 설정되어있지 않지만, 자체 제한량(Self Limiting Level)으로 사용량이 제한되기도 함
39) GMP (Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

▶ 미국 식품의약국의 첨가물, 유해물질 규정을 통해 확인 가능
▶ KATI 식품첨가물 및 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인 가능

식품 첨가물 규정

미국으로 제품 수입 시, 요구되는 식품 첨가물, 유해 물질에 관한 규정

유기농 현미과자

유기농 현미과자 품목의 첨가물 규정은 KATI 식품 유형 분류 중 과자류, 빵류 또는 떡류의 빵류로 분류하여 빵류에 해당하는 정보를 제공함

[표 4.13] 미국 일반가공식품 식품 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)	비고
산도조절제	아세트산	acetic acid	GRAS: 0.15% 이하, GMP	
향료, 보조제	아코니트산	aconitic acid	GRAS: 0.003% 이하, GMP	
향료, 발효제, 산도조절제	아디프산	adipic acid	GRAS: 0.05% 이하, GMP	
착색료	안나토색소	annatto extract	GMP	
보존료, 강화제	아스코르브산	ascorbic acid	GRAS: GMP	
보존료	팔미트산아스코빌	ascorbyl palmitate	GRAS: GMP	
보존료	아스크로브산칼슘	calcium ascorbate	GRAS: GMP	
보존료, 고결방지제 등	염화칼슘	calcium chloride	GRAS: 0.3% 이하, GMP	
칼슘강화제, 산도조절제 등	구연산칼슘	calcium citrate	GRAS: GMP	

자료 : KATI농식품수출정보

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 더 글루텐 프리 샵
(The Gluten Free Shoppe)

Interview ② 한양마트
(Hanyang Mart)

Expert Interview
(전문가 인터뷰)

Market Demand and Distribution

· 인터뷰 기업 : Gluten Free Shoppe
(글루텐 프리 식품 전문유통업체)
· 인터뷰 담당자 : Mr. Steven
(General Manager)

현미과자 및 글루텐 프리 식품에 대한 수요는 점차 증가하고 있는 추세

현재 미국에서는 현미과자 등 글루텐 프리 식품에 인기가 증가하고 있는 추세입니다. 글루텐 프리 식품을 찾는 고객은 점차 많아지고 있습니다. 현미과자 제품의 경우 아시안 고객들이 가장 많이 찾는 편입니다.

현미과자의 주요 판매처는 유기농 식품, 글루텐 프리 식품 전문매장

현미과자 등 글루텐 프리 제품이 주로 판매되는 매장은 저희 매장과 같은 유기농 식품, 글루텐 프리 식품 전문매장입니다. 최근에는 이러한 유기농 식품 전문매장, 글루텐 프리 식품 전문매장이 주요 도시에 많기 때문에 현미과자와 같은 글루텐 프리 식품을 흔히 찾아 볼 수 있습니다. 전문매장을 방문할 수 없는 시골에 거주하는 사람들은 주로 온라인 매장을 통해 글루텐 프리 식품을 구매합니다.

Market Awareness and Distribution

· 인터뷰 기업 : Hanyang Mart
(한인마트)
· 인터뷰 담당자 : Ms. Kim
(Store Manager)

현미과자 및 비건 식품보다 누룽지, 유기농 식품 인지도 더 높은 편

저희 매장을 방문하시는 고객들은 현미과자 보다는 누룽지 제품을, 비건 식품보다는 유기농 식품을 더 많이 찾습니다. 비건 식품이나 현미과자는 건강에 좋은 식품으로 현지(미국)에서도 다들 잘 알고 있을 거라 생각합니다. 다만 아직까지는 유기농 식품에 대한 인지도가 더 높으며 유기농 식품을 찾는 고객들이 더 많습니다.

현미과자 주요 판매처는 유기농 식품 전문매장, 가격은 다소 비싼 편

현미과자는 주로 유기농 식품, 글루텐 프리 식품 전문매장이 아니면 찾아보기 어렵습니다. 더불어 유기농 식품, 글루텐 프리 식품 전문매장에서 판매하는 현미과자 제품들은 가격도 비싼 편입니다. 그나마 저렴한 가격에 현미과자 제품을 구매할 수 있는 곳은 저희 매장과 같은 한인마트나 아시안 마트입니다.

Interview ① 더 글루텐 프리 샵 (The Gluten Free Shoppe)

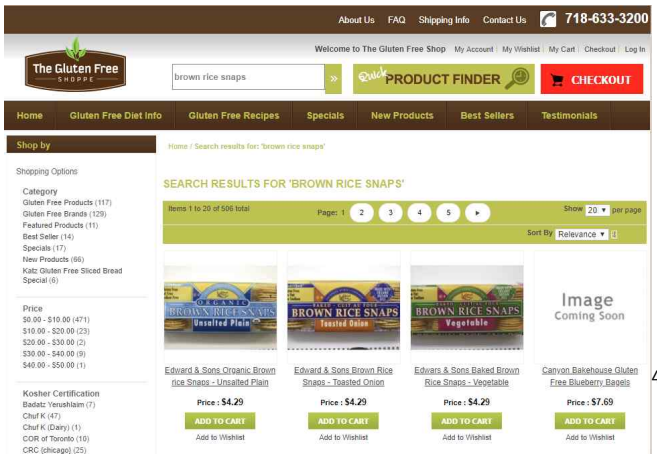
더 글루텐 프리 샵
(The Gluten Free Shoppe)

전문가 소속

더 글루텐 프리 샵
(The Gluten Free Shoppe)
글루텐 프리 식품 전문유통업체

전문가 정보

Mr. Steven
(General Manager)



40)

The Gluten Free Shoppe

Mr. Steven (General Manager)

Q. 회사 소개와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

더 글루텐 프리 샵은 글루텐 프리 제품을 전문적으로 취급하는 온라인 & 오프라인 전문매장입니다. 저희 오프라인 매장은 브루클린에 위치해 있습니다. 현재 온라인 매장을 통해 미국 전역으로 제품을 판매하고 있으며 약 900여가지의 글루텐 프리 제품을 다루고 있습니다.

Q. 현재 미국 내 현미과자 및 글루텐 프리 제품에 수요가 있나요?

현재 국내(미국)에서는 현미과자 제품뿐만 아니라 다양한 글루텐 프리 제품에 대한 인기가 증가하고 있습니다. 현미과자 제품의 경우 아직까지는 주로 아시안 고객들이 많이 찾고 있습니다. 저희가 판매하는 글루텐 프리 제품의 경우 특히 글루텐 알레르기가 있는 고객들이 많이 찾고 있습니다.

Q. 현미과자는 주로 어디서 유통되나요?

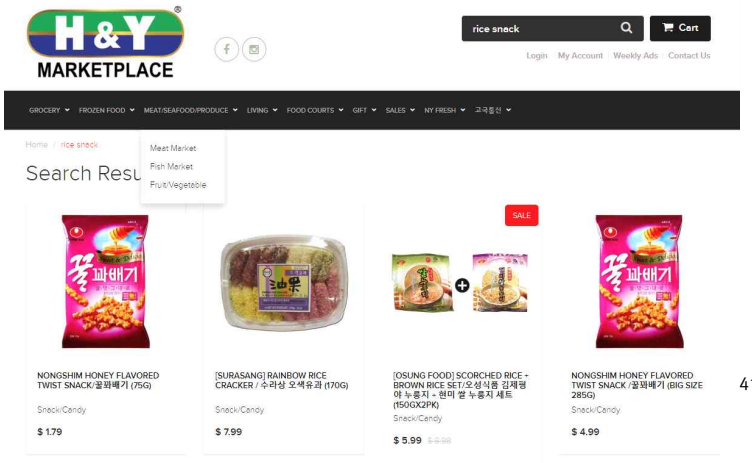
보통 유기농 전문매장을 통해 현미과자 제품이나 글루텐 프리 제품들은 판매됩니다. 최근에는 유기농 매장, 글루텐 프리 매장이 많아져 현미과자 제품이나 글루텐 프리 제품을 들을 흔히 볼 수 있습니다. 이러한 전문매장은 주로 소비자가 몰리는 대도시 중심가에 위치해 있는 경우가 많습니다. 때문에 시골이나 외곽에 거주하는 고객들은 온라인 매장을 통해 글루텐 프리 제품을 구매합니다.

40) 사진 자료 : 더 글루텐 프리 샵(The Gluten Free Shoppe) 홈페이지 (www.theglutenfreeshoppe.com)

Interview ② 한양마트 (Hanyang Mart)

한양마트
(Hanyang Mart)

전문가 소속
한양마트 (Hanyang Mart) 한인마트
전문가 정보
Ms. Kim (Strore Manager)



41)

Hanyang Mart

Ms. Kim (Store Manager)

Q. 회사 소개와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

저희 한양마트는 미국에서 30년간 한국 식품을 전문적으로 취급하고 있는 한인마트입니다. 1986년 뉴욕에 첫 매장을 오픈한 이래 현재는 뉴욕 내 2개 매장, 뉴저지 내 1개 오프라인 매장을 운영하고 있으며 온라인 매장을 통해 미국 전역으로 한국 식품을 판매하고 있습니다.

Q. 현미과자 및 비건 식품에 대한 인식은 어떤가요?

저희 매장을 찾는 고객분들은 현미과자 보다는 누룽지를 찾는 고객이 더 많습니다. 대부분의 고객들이 현미과자나 비건 식품에 대해서는 알고 있을 거라 생각합니다. 다만 비건 식품이나 현미과자 보다는 유기농 식품에 대한 수요가 더 큽니다. 저희 매장을 찾으시는 고객분들은 동양인이 가장 많습니다. 누룽지나 현미과자 같은 제품을 찾는 분들도 동양인 고객들이 가장 많은 편입니다.

Q. 현지에서 현미과자를 판매하는 매장이 많나요?

유기농 식품 전문매장이나 글루텐 프리 식품 전문매장이 아니면 현미과자를 파는 매장은 많지 않습니다. 다만 유기농 식품 전문매장이나 글루텐 프리 식품 전문매장은 판매하는 제품의 가격이 다소 비싼 편입니다. 실질적으로 저렴한 가격에 현미과자를 구매할 수 있는 매장은 저희와 같은 한인마트 아니면 아시안 마트 밖에 없습니다.

41) 사진 자료 : 한양마트(Hanyang Mart) 홈페이지 (www.hanyangmart.com)

[참고문헌]

■ 참고자료

1. 유로모니터(Euromonitor, 「Savoury Snacks in USA, Analysis Report」, 2018.09

■ 참고 사이트

1. 유로모니터 (www.portal.euromonitor.com)
2. International Trade Center (www.trademap.org)
3. Bureau of Labor Statistics (www.bls.gov)
4. Gallup (www.gallup.com)
5. US Census Bureau (www.census.gov)
6. 외교부 (www.mofa.go.kr)
7. Mintel (www.mintel.com)
8. 아마존(Amazon) 홈페이지 (www.amazon.com)
9. GoFamTravel (GoFamTravel.com)
10. mYDOMAIN (mYDOMAIN.com)
11. Statista (www.statista.com)
12. 크로거(Kroger) 홈페이지 (www.thekrogerco.com)
13. 옐프(Yelp) 홈페이지 (www.yelp.com)
14. 홀푸드마켓(Whole Foods Market) 홈페이지 (www.wholefoodsmarket.com)
15. 비즈니스 스트래티지 허브(Business Strategy Hub) 홈페이지 (bstrategyhub.com)
16. 그로서리다이브(Grocery dive) 홈페이지 (www.grocerydive.com)
17. 쇼비즈치트시트(showbiz cheat sheet) 홈페이지 (www.cheatsheet.com)
18. 트레이더 조(Trader Joe's) 홈페이지 (www.traderjoes.com)
19. 쉐브론 엑스트라마일(Chevron ExtraMile) 홈페이지(www.chevronextramile.com)
20. 피들러그룹(Fiedler group) 홈페이지 (www.fiedlergroup.com)
21. 엑슨모빌(ExxonMobil) 홈페이지 (corporate.exxonmobil.com)
22. 커피스탑드라이브스루(CoffeeStop Drive-thru) 홈페이지 (coffeestopdrivethru.com)
23. 미국 농무부(USDA) (www.usda.gov)
24. 국립농산물품질관리원 (www.naqs.go.kr)
25. 해외식품인증 정보포털 (www.foodcerti.or.kr)
26. 미국 식품의약국(FDA) (www.fda.gov)
27. 미국 세관국경보호국(CBP) (www.cbp.gov)
28. FTA종합지원센터 (okfta.kita.net)
29. 관세법령정보포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
30. 미국 관세 정보 시스템(USITC) (dataweb.usitc.gov)
31. CROSS (rulings.cbp.gov)
32. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
33. 더 글루텐 프리 샵(The Gluten Free Shoppe) 홈페이지 (www.theglutenfreeshoppe.com)
34. 한양마트(Hanyang Mart) 홈페이지 (www.hanyangmart.com)
35, 고팜트레블(GoFamTravel) (www.gofamtravel.com)
36, 마이도메인(mYDOMAIN) (www.mydomaine.com)

aT 한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

발행 겸 편집 : aT 한국농수산식품유통공사
발행일자 : 2019.06.19

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

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right Reserved. Printed in Korea

Kati
농식품수출정보