

2019 년 해외시장 맞춤조사



- No. 1905-13
- 품목 : 유기농 발효탄산음료
- 국가 : 미국 (U.S.A)
- 구분 : 시장분석형

- 사업명 : 2019년 해외시장 맞춤조사
- 주관기관 : 한국농수산물유통공사

Contents

I. Market Size (시장규모)

SUMMARY	4
1. 미국 유기농 발효탄산음료 시장규모	5
2. 미국 유기농 발효탄산음료 수출입 시장규모	6
3. 미국 유기농 발효탄산음료 소비 시장규모	7

II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	10
1. 미국 음료 시장 트렌드, 건강을 위한 음료	18
2. 미국 소비자, 저칼로리, 천연/자연(발효) 음료 선호	19
3. 건강 이미지를 보유한 향/맛 음료, 수요 증가 예상	20
4. 천연재료를 통한 밝고 선명한 색 음료, 수요 증가 예상	21

III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	23
1. 미국 유기농 발효탄산음료 유통구조	24
2. 미국 유기농 발효탄산음료 주요 유통업체	25
3. 미국 유기농 발효탄산음료 B2C 소매채널	26

IV. Customs·Quarantine (세관·검역)

SUMMARY	32
1. 미국 유기농 발효탄산음료 인증 취득	33
2. 미국 유기농 발효탄산음료 사전 심사	36
3. 미국 유기농 발효탄산음료 업체·제품 등록	37
4. 미국 유기농 발효탄산음료 라벨 심의	38
5. 미국 유기농 발효탄산음료 서류 준비	42
6. 미국 유기농 발효탄산음료 세금 납부	43
7. 미국 유기농 발효탄산음료 검역 심사	44

V. Expert Interview(전문가 인터뷰)

SUMMARY	47
Interview ① 레인포레스트 디스트리뷰션(Rainforest Distribution)	48
Interview ② 하나 푸드 디스트리뷰터스(Hana Food Distributors)	49

* 참고문헌	50
--------	----

I. Market Size

SUMMARY

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

Market Size

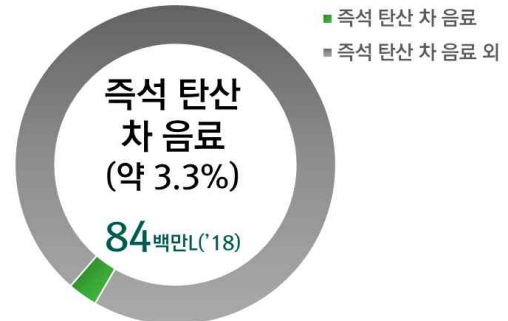
(시장규모)

미국 (U.S.A)

유기농 발효탄산음료 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 생산 공정(자연 발효), 유사제품(콤부차) 포함 여부

- 미국 즉석 차 음료(RTD Tea)¹⁾ 시장규모
..... 3,510백만 리터('18)
- 미국 즉석 탄산 차 음료(Carbonated RTD Tea)²⁾ 시장규모
..... **84백만 리터('18)**

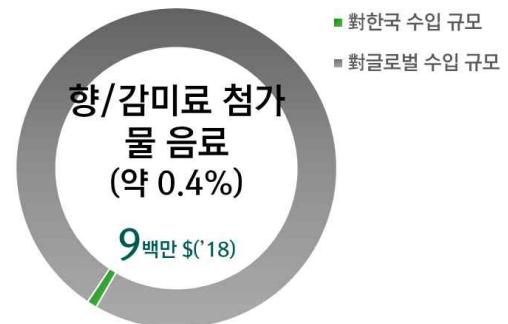


(*) Euromonitor International

유기농 발효탄산음료 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 성분(정제수, 포도당, 과당), 원료(유기농 발효원액, 유기농설탕, 탄산가스, 천연레몬향)

- HS CODE 2202.10³⁾
미국 對 글로벌 '향/감미료 첨가한 물 음료' 수입 규모
..... 2,558백만 달러('18)
- HS CODE 2202.10
미국 對 한국 '향/감미료 첨가한 물 음료' 수입 규모
..... **9백만 달러('18)**



(*) International Trade Centre

유기농 발효탄산음료 소비 시장규모

지표 설정 기준: 유기농 발효탄산음료 특징점은 '유기농' '건강효능', '미용효과'임
이에 수요가 예측되는 고소득층, 여성의 규모를 조사하고, 건강음료 섭취율을 확인함

- | | |
|----------------------------|----------------------------------|
| ① 고소득층 성장률 (1971~2016년) | ② 여성 인구 비율 (2017년) |
| 고소득층 5% | 전체 인구 3억 2,515만 명 (100%) |
| 저소득·중간소득층 -5% | 중산층 인구 1억 6,421만 명 (50.5%) |
| ③ 건강음료 섭취 증가율 (2017~2018년) | |
| 생수 4% | |
| 일회용 차 음료 2.5% | |
| 농축음료 4.5% | |

(*) Pew Research Center / Worldbank / Euromonitor International

- 1) 즉석 차 음료(RTD Tea): 침출차 또는 추출차로서 즉석에서 음용 가능하도록 포장된 차 음료를 가리킴. 감미료나 탄산, 다양한 맛을 내는 첨가제 포함할 수 있음
- 2) 즉석 탄산 차 음료(Carbonated RTD Tea): '즉석 차 음료(RTD Tea)' 하위 품목으로, 즉시 음용 가능한 자연발효 음료 제품을 지칭함. 본 보고서의 유기농 발효탄산음료의 생산 공정인 '자연 발효' 방식이 부합하며 유사 제품인 콤부차를 포함하는 품목이기에 해당 지표로 선정함
- 3) HS CODE 2202.10: 설탕 및 기타 감미료와 향 등을 첨가한 물로서 탄산수와 광천수를 포함함. 유기농 발효 탄산제품의 성분은 정제수, 발효원액과 포도당/과당과 같은 당당류이기에 해당 HS CODE를 선정함

1. 미국 유기농 발효탄산음료 시장규모

미국 국가 일반 정보

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

조사 시장 : '즉석 발효탄산음료(Carbonated RTD Tea)'는 구매 즉시 음용 가능한 자연발효 음료 제품을 지칭함. 본 보고서의 유기농 발효탄산음료는 '자연 발효'되었으며 '패트병' 패키지 형태로 즉시 음용이 가능하기에 해당 지표 선정함(이 지표는 유사 제품인 콤부차도 포함함). '즉석 발효탄산음료'의 상위개념인 '즉석 차 음료'(RTD Tea) 소비량도 함께 확인하여 전반적인 시장규모를 알아보고자 함

▶ 미국 즉석 발효탄산음료(Carbonated RTD Tea)

2018년 기준, 미국 국내 즉석 차 음료 소비량은 35억 1,000만 리터(ℓ), 즉석 발효탄산음료 소비량은 8,410만 리터(ℓ)로 집계됨. 각 시장은 2014년부터 2018년까지 연평균성장률 4.6%, 38.4%를 기록함

2019년, 즉석 차 음료 소비량은 36억 150만 리터(ℓ), 즉석 발효음료 소비량은 9,990만 리터(ℓ)로 추산되며 향후 5년 성장률은 과거 5개년보다 낮은 2.4%, 9.6%로 예상됨

[표 1.1] 즉석 발효탄산음료(Carbonated RTD Tea) 시장규모

단위 : 백만 리터



분류		2014	2015	2016	2017	2018	CAGR (‘14-’18)
상위 품목	즉석 차 음료	2,930.3	3,147.2	3,330.1	3,423.2	3,510	4.6%
해당 품목	즉석발효 탄산음료	22.9	39.4	49.5	66.5	84.1	38.4%
전망		2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR (’19-’23)
상위 품목	즉석 차 음료	3,601.5	3,694	3,786.3	3,876.4	3,965.3	2.4%
해당 품목	즉석발효 탄산음료	99.9	113.3	125	134.9	144.2	9.6%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

2. 미국 유기농 발효탄산음료 수출입 시장규모

HS CODE 2202.10: 해당 HS CODE는 설탕 및 기타 감미료와 향 등을 첨가한 물로서 탄산수와 광천수를 포함함. 유기농 발효 탄산제품의 성분은 정제수, 발효원액과 포도당/과당과 같은 단당류이기에 해당 HS CODE 선정함

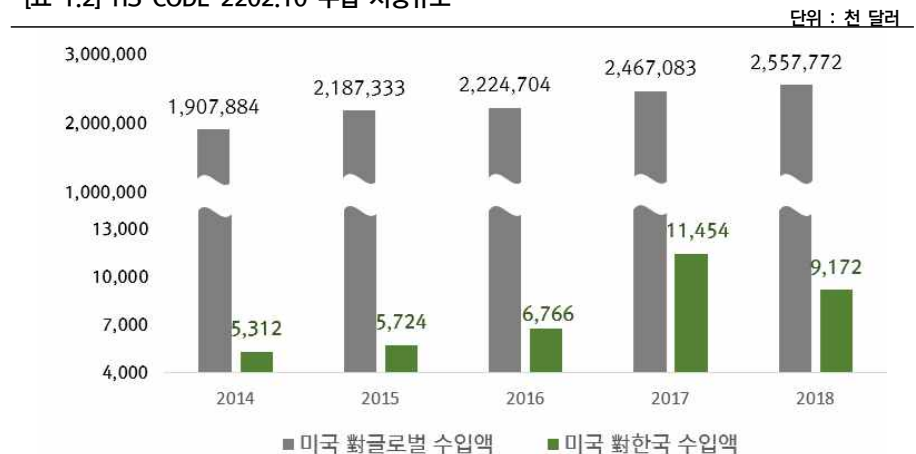
▶ 미국 HS CODE 2202.10 對글로벌 수입 25억 5,777만 달러

2018년 기준, 미국에서 HS CODE 2202.10 품목의 對글로벌 전체 수입 금액은 25억 5,777만 달러이며, 최근 5개년(2014-2018년)간 연평균 7.6%의 성장률을 기록함. 2014년 이후 지속적으로 수입액 규모가 증가하고 있음

▶ 2014-2018년, 미국 對한국 수입금액 연평균 성장률 14.6%

2018년 기준 미국의 對한국 HS CODE 2202.10 품목 수입액은 약 917만 달러로 집계됨. 이는 전체 수입액의 약 0.4%로, 수입액 규모 순위에서 전체 국가 중 14위를 기록함. 2017년에는 전년 대비 69.3% 증가하였으나 2018년에는 2017년 대비 19.9% 감소함

[표 1.2] HS CODE 2202.10 수입 시장규모



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR ('14-'18)
미국 對글로벌 수입액	1,907,884 (2.2조 원)	2,187,333 (2.6조 원)	2,224,704 (2.6조 원)	2,467,083 (2.9조 원)	2,557,772 (3조 원)	7.6%
미국 對한국 수입액	5,312 (63억 원)	5,724 (67억 원)	6,766 (80억 원)	11,454 (135억 원)	9,172 (108억 원)	14.6%

자료: ITC(International Trade Centre), HS CODE 2202.10 기준

3. 미국 유기농 발효탄산음료 소비 시장규모

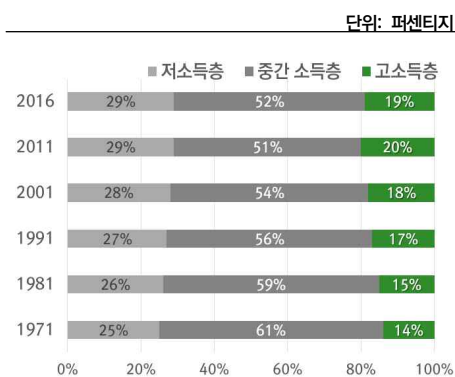
유기농 발효탄산음료 특징점은 '유기농' '건강효능', '미용효과'임.
이에 수요가 예측되는 고소득층, 여성의 규모를 조사하고, 건강음료 섭취율을 확인함

1) 미국 고소득층 규모 및 분포

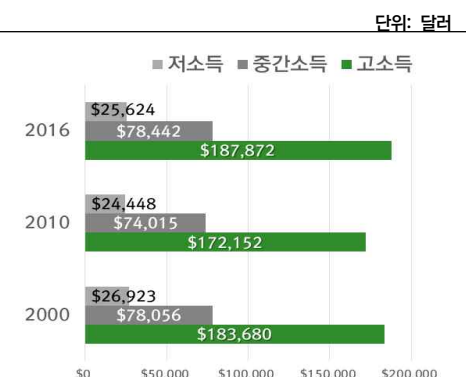
▶ 미국 고소득층 비율 및 중위소득 증가

2016년, 미국 퓨리서치센터(Pew Research Center)에 따르면 저소득층 및 중간 소득층의 비율이 1971년 86%에서 2016년 81%로 감소한데 비해, 고소득층은 1971년 14%에서 2016년 19%로 약 5%p 증가함. 2016년 3인 가족 기준, 고소득층 내 중위소득은 18만 7,872달러로 2010년의 17만 2,152달러에서 약 9.1% 증가하였으며, 이는 중간소득층 및 저소득층의 중위소득 증가율인 6.0%와 4.8% 보다 높은 수치로 나타남⁴⁾

[표 1.3] 소득층 규모

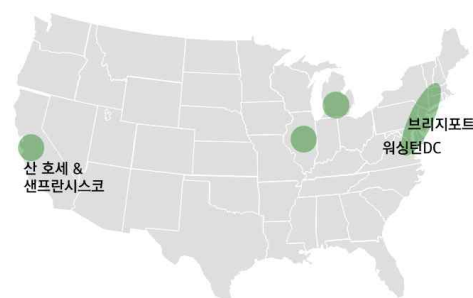


[표 1.4] 소득층별 중위소득 (3인가구 기준)



자료: 퓨리서치센터(Pew Research Center)

▶ 미국 고소득층 주로 동북부와 캘리포니아에 분포



출처: Pew Research Center (www.pewresearch.org) (2018.09.06)

2016년, 미국의 고소득층은 주로 동북부와 캘리포니아의 해안 지역에 분포하는 것으로 나타남. 산호세, 워싱턴, 샌프란시스코, 브리지포트의 성인 거주자의 30-32%가 고소득층에 속함. 이들이 거주하는 대부분의 지역은 첨단산업지구, 상업지구 등으로 보임

4) 자료: 퓨리서치센터(Pew Research Center), 「The American middle class is stable in size, but losing ground financially to upper-income families」, 2018.09.06

2) 미국 여성 인구 수

▶ 미국 여성 인구 수 변동 거의 없어

2013-2017년 간 미국 내 여성 인구는 꾸준히 증가하여, 2017년에 약 1억 6천만 명으로 집계됨. 이는 미국 총 인구의 50%이며, 같은 기간 전체 인구 중 여성 비율은 50%로 동일하게 유지되어 있음

[표 1.5] 미국, 여성 인구 수

단위: 명	
연도	여성 인구 수 (총 인구 대비 %)
2013	159,802,914 (50.6%)
2014	160,928,430 (50.5%)
2015	162,071,376 (50.5%)
2016	163,204,718 (50.5%)
2017	164,213,691 (50.5%)

출처: 세계은행(World Bank) (www.data.worldbank.org) (2019.06.03)

3) 건강음료에 대한 수요 증가

▶ 건강에 대한 관심으로 관련 음료수요 증가

미국 음료시장 내 건강, 유기농 등에 대한 관심이 증가하며 탄산음료, 주스와 같은 음료의 수요가 감소하고 있음. 탄산음료 시장의 경우, 2014년 이후 연 평균 0.8%의 감소율을 보이고 있으며, 향후 5년(2019-2023년)간도 감소세를 이어갈 것으로 보임

이와 반대로 생수와 차 음료 등, 첨가물이 적은 음료의 시장은 성장하고 있음. 농축과즙 등을 사용한 주스류 시장이 2018년에 전년대비 4.5% 증가하였으며, 향후 5년 간 3.9%의 연평균 성장률을 보일 것으로 예측됨

[표 1.6] 음료 시장 비율 및 증감율

품목	2018년 섭취량 (백만 리터)	전년대비 증감율	CAGR (2014-2018)	CAGR (2019-2023)
생수 ⁵⁾	34,578.3	4%	6%	3.7%
일회용 차 음료	3,510.0	2.5%	4.6%	2.4%
농축음료 ⁶⁾	16.3	4.5%	1.8%	3.9%
일회용 커피 음료	589.6	6.8%	10.9%	3.8%
에너지 음료	2,338.2	2.7%	4.2%	2.4%
스포츠 음료	4,928.7	-5.5%	-0.4%	-3%
탄산음료	32,284.3	-0.4%	-0.8%	-0.2%
주스 음료	10,777.7	-2.5%	-2.6%	-1.4%

출처: 유로모니터(Euromonitor), 「Market Sizes」 (2019.06.04)

5) 생수(Bottled Water): 무탄산수(먹는 샘물, 미네랄, 정수), 탄산수(먹는 샘물, 미네랄, 정수), 기능수 등이 있으며, 소량의 맛 첨가 포함

6) 농축음료(Concentrates): 액상농축음료(Liquid Concentrates)와 파우더농축음료(Powder Concentrates)포함. 모두 섭취 전 물에 희석하는 과즙이나 가루 음료를 지칭함

II. Market Trend

SUMMARY

1. 미국 음료 시장 트렌드, 건강을 위한 음료
2. 미국 소비자, 저칼로리, 천연/자연(발효) 음료 선호
3. 건강 이미지를 보유한 향/맛 음료, 수요 증가 예상
4. 천연재료를 통한 밝고 선명한 색 음료, 수요 증가 예상

Market Trend

(시장트렌드)

미국 (U.S.A)

탄산 대체 음료 트렌드 예측



미국 소비자, 탄산음료의 대체음료 선호
‘대(茶)류, 과일음료, 천연재료음료 등 선호’



식음료를 통한 질병의 예방·치료에 대한 인식 확산
‘식음료에 포함된 영양소와 성분에 대한 관심 증대’

■ U.S.A Issue ①

미국 음료 시장,
건강을 위한 음료 트렌드

‘일부 지방정부, 인공감미료 규제를 위해 음료에 설탕세 부과’

■ U.S.A Issue ②

미국 소비자,
저칼로리, 천연·자연(발효) 음료 선호

‘건강에 도움이 되는 첨가물이 포함된 음료 선호’



생강맛 음료는 건강 증진이라는 이미지 보유
‘겨울철에 특히 수요 증가’



건강음료, 색상 선호까지 만족시키기에는 어려움
‘천연재료로 밝고 선명한 색을 보유한 안전티에 대한 수요 증가 예상’

■ U.S.A Issue ③

건강 이미지를 보유한 향·맛 음료,
수요 증가 예상

‘신맛과 쓴맛, 생강이 보유한 건강 이미지로 수요 증가 예상’

■ U.S.A Issue ④

천연재료를 통한 밝고 선명한 색 음료,
수요 증가 예상

‘미국소비자, 밝고 선명한 색의 음료를 선호’

빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 요약

●
데이터 수집
소스원


(미국 농식품 매체 63개)
(미국 온라인마켓 4개)

●
데이터 분류
키워드집


(미국 탄산 대체 음료
연관 키워드집)

●
데이터 분석
워드투벡터 기법
감성분석 기법



1) 데이터 수집

○ 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.cnn.com/food-retail	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	Progersive Grocer	www.progressivegrocer.com	비즈니스 매체
32	Gourmet Retailer	www.gourmetretailer.com	농식품 매체
33	Supermarket News	www.supermarketnews.com	비즈니스 매체
34	Sumermarket Guru	www.supermarketguru.com/articles	비즈니스 매체
35	Ranker	www.ranker.com	농식품 매체

빅데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간 18.01~19.05

수집 데이터 90,027건

데이터 정제

정제 키워드 음료 (Drink)

정제 데이터 10,821건

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'sHealth	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

- 음료 관련 소비자 댓글

[표 2.2] 미국 음료 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

○ 빅데이터 분석 키워드집

- 미국 음료 시장 관련 매체 사전조사

[표 2.3] 미국 음료 시장 관련 매체 리스트

키워드 수립 근거				
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드	미국 음료정보지, 음료 트렌드 및 시장 전	미국 식품매체, 미국 음료 시장 전망	미국 식품매체, 미국 음료 시장 전망
매체	조사기관 및 현지매체 전망 음료 키워드	키워드 ① 건강음료	키워드 ① 유기농	키워드 ① 쓴맛
		키워드 ② 웰빙	키워드 ② 기능성	키워드 ② 건강음료
		키워드 ③ 풍미	키워드 ③ 발효음료	키워드 ③ 식물기반
		키워드 ④ 색조	키워드 ④ 콤부차	키워드 ④ 발효음료
기타	10,821건 데이터 수집 결과, 상위 노출 키워드			

- 미국 대체음료 빅데이터 분석 키워드집

[표 2.4] 미국 탄산 대체 음료 시장 관련 분석 키워드

구분	키워드		수립 근거 ^(*)		
	한국어	영어	참여기업	관련매체	기타
탄산 대체 음료 (Alternative drinks)	차	Tea		○	○
	레몬에이트	Lemonade		○	
	탄산수	Sparkling water / Seltzer	○	○	○
	발효음료	Fermented drink	○		○
	콤부차	Kombucha	○	○	
	코코넛워터	Coconut water		○	○
	과즙 음료	Juice drink / fruit nectar		○	○
	에너지 드링크	Energy drink		○	
	광천수	Mineral water		○	
	커피	Coffee		○	
재료(성분) (Ingredients)	천연	Natural	○	○	
	유기농	Organic	○	○	
	발효	Fermented beverage	○	○	
	영양소	Nutrition	○	○	
	감미료	Sweeteners		○	
	디카페인	De-cafeinated	○		○
	설탕	Sugar / Sugary		○	○
	효소	Enzyme	○	○	○
효능 (Functional)	신선	Fresh / Freshness	○		
	합성	Synthetic		○	○
	청량	Refresh	○		○
	웰빙	Wellness		○	○
	에너지	Strength / Healthier		○	○
	항산화	Antioxidants	○	○	
	다이어트	Diet		○	○
	노화방지	Detoxification / Anti-aging			
	수면	Sleep		○	○
	건강	Healthier	○	○	○

풍미(맛/향) (Functional)	달콤한	Swe	○		
	사과	Apple	○		
	블루베리	Blueberry		○	○
	라즈베리	Raspberry		○	○
	라임	Lime		○	○
	귤/오렌지	Mandarin/Orange		○	○
	딸기	Strawberry		○	○
	체리	Cherry		○	○
	레몬	Lemon / Lymonade	○	○	○
	복숭아	Peach	○		○
	혼합	Mixed	○		
색 (Color)	파란색	Blue			○
	다채로운	Colorful		○	
	밝은	Bright	○	○	
	투명한	Transparen	○		
	강렬한	Bold		○	○
	빛나는	Luminous		○	○
	오렌지	Orange		○	○
	녹색	Green		○	○

키워드 수립 근거
'Bing liu lexicon'
감성어 사전 활용

- 미국 감성 분석 키워드집

[표 2.5] 미국 대체 탄산 음료 시장 관련 감성 분석 키워드

긍정 감성어 (2,007개 활용)		부정 감성어 (약 4,783개 활용)	
1	abound	1	abnormal
2	abounds	2	abolish
3	abundance	3	abominable
4	abundant	4	abominably
5	accessable	5	abominate
6	accessible	6	abomination
7	acclaim	7	abort
8	acclaimed	8	aborted
9	acclamation	9	aborts
10	accolade	10	abrade
11	accolades	11	abrasive
12	accommodative	12	abrupt
13	accomodative	13	abruptly
.....			
2007	zippy	4,783	zombie

3) 데이터 분석 -1

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적 수립

- 미국 음료시장에서 소비자들의 수요 현황을 파악함
- 탄산 대체음료에 대한 미국 소비자들의 소비 트렌드를 도출하고자 함

○ 빅데이터 분석 기법

- 워드투벡터 기법 (Word2Vec)
- 키워드를 벡터화함으로서 단어간의 연산과 분류 수행
- 미국 내 소비자들이 탄산음료의 대체재로써 선호하는 음료 분석

○ 빅데이터 분석 값 정의

- 값 : 해당 키워드와 탄산 키워드 간의 밀접도를 나타내는 수치
- 값이 낮을수록 탄산 키워드와 밀접한 관계 보유
- 값이 높을수록 탄산 키워드와 밀접하지 않은 관계 보유

워드투벡터 기법
(Word2Vec)

[탄산음료 대체 음료로 미국 소비자가 선호하는 음료]

순위	대체음료	값	순위	대체음료	일치정도
1	ginger (생강차)	0.75	51	orange (오렌지 음료)	0.95
2	tippy (홍차)	0.77	52	april	0.95
3	moringa (모링가 음료)	0.79	53	cannabis	0.95
4	power (에너지 음료)	0.79	54	peach (복숭아)	0.95
5	grape (포도 음료)	0.80	55	west	0.96
6	watmelon (수박 음료)	0.80	56	earl (얼그레이티)	0.96
7	pepsi	0.81	57	lime (라임티)	0.96
8	guarana	0.81	58	ginseng (인삼차)	0.96
9	teasource (티소스)	0.82	59	darjeeling (다즐링차)	0.96
10	english	0.83	60	ippodo (입포도)	0.97
11	twinnings	0.84	61	mountain	0.97
12	pop	0.84	62	wine (와인)	0.97
13	brazilian	0.84	63	functional (기능성)	0.97
14	teapot	0.84	64	pernod (칵테일)	0.97
15	irish	0.85	65	organic (유기농)	0.97
16	mexican	0.85	66	pumpkin (호박)	0.98
...			...		
50	일본 센차	0.95	100	Herbal (허브티)	1.06

3) 데이터 분석 -2

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적 수립

- 미국 소비자들이 탄산 대체음료에 대한 선호 취향을 확인하기 위함
- 수요가 증가되는 탄산 대체음료의 특징을 제언하고자 함

○ 빅데이터 분석 기법

- 감성분석 기법 (Sentiment Analysis)
- 특정 키워드에 대한 소비자들의 긍정/부정여부 확인
- 미국 탄산 대체음료 시장에서의 소비자 선호 취향 분석

○ 빅데이터 분석 값 정의

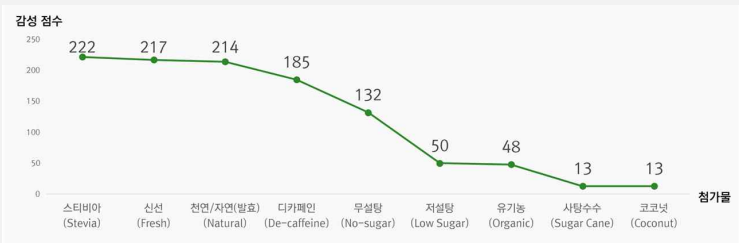
- 소비자가 작성한 리뷰를 통하여 특정 키워드에 대한 긍정/부정적 감정을 수치화
- 특정 키워드에 대하여 호감, 긍정적인 감정을 보유할수록 크기가 증가

●

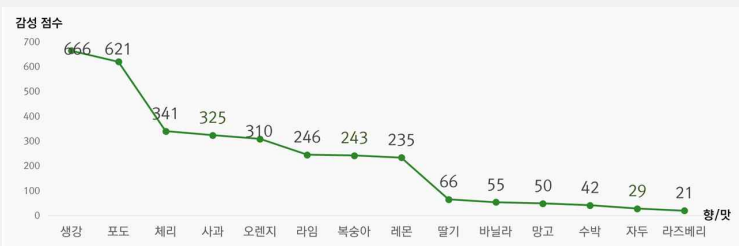
감성분석 기법
(Sentiment Analysis)

[미국 소비자, 탄산 대체음료 선호 취향]

첨가물



향·맛



색상



1. 미국 음료 시장 트렌드, 건강을 위한 음료

설탕세 부과 중인 지방정부

지방정부	적용 음료
콜로라도 볼더	가당음료
펜실베이니아 필라델피아	설탕 인공감미료 포함한 모든 음료
워싱턴 시애틀	가당음료
캘리포니아 알바니	가당음료
캘리포니아 버클리	가당음료
캘리포니아 오클랜드	가당음료
캘리포니아 샌프란시스코	가당음료

※ 알코올, 우유 등 일부 음료 제외

자료 : 미국조세정책센터
(Tax Policy Center)

- ▶ 미국 지방정부 일부, 인공감미료 규제를 위한 ‘설탕세’ 부과
- ▶ 미국 필라델피아, 규제 적용 이후 가당 음료 소비 규모 약 38% 감소

미국 일부 지방정부에서는 자국민의 비만율·성인병 억제와 건강 유지를 목적으로 가당 음료에 ‘설탕세(Sugar-Sweetened beverage Product Tax)’를 부과함. 해당 규제는 탄산음료 및 에너지음료 등의 가당 음료를 대상으로 하며 포함된 설탕의 양 또는 해당 음료의 용량에 따라 세금 규모가 적용됨.⁷⁾ 규제를 적용하는 지방정부에서 관련 제품의 소비가 감소하고 있으며 특히, 설탕 및 인공감미료를 포함한 음료를 규제 대상으로 하는 필라델피아에서 해당 음료 소비 규모는 약 38% 감소함⁸⁾

- ▶ 미국 음료 소비자, 건강을 위해 다류 및 홈메이드 과일 음료 등 선호
- ▶ 미국 음료 제조사, 소비자 선호도에 따른 자연(발효) 및 유기농 음료 출시

소비자들의 건강에 대한 관심과 정부의 관련 규제로 미국 음료시장은 기존의 인공감미료가 포함된 탄산음료에서 탄산 대체 음료로 변화함. 미국 소비자들은 탄산 대체 음료로 집에서 건강하게 마실 수 있는 다류(茶類), 과일음료 및 천연재료를 활용한 음료 등을 선호하는 것으로 나타남. 식음료 매체 랩슬리(Repsly)에 따르면 소비자들은 건강, 다이어트, 무가당, 저당 등 음료를 선호⁹⁾하고 있으며, 제조사들 또한 소비자 수요에 따라 자연(발효) 및 유기농 음료 등을 출시하고 있음¹⁰⁾

구분별 대체음료 선호도

구분	대체음료
탄산음료	생강차, 홍차 발효음료 등
펩시	녹차, 생강차 등
콜라	사과주스, 생강차 등
마운틴듀	홍차, 유기농차 화이트차 등

- ▶ 미국 소비자, 대체음료 관련 선호도

① 생강차 ② 홍차 ③ 모링가 음료 등 선호 / 발효음료는 48위

[표 2.6] 미국 소비자, 대체음료 선호도

순위	대체음료	일치정도	순위	대체음료	일치정도
1	생강차	0.75	...		
2	홍차(Tippy)	0.77	66	얼그레이	0.96
3	모링가 음료	0.79	67	라임 음료	0.96
...			...		
47	커피	0.94	94	겐마이차(현미녹차)	1.05
48	발효음료	0.94	95	페퍼민트차	1.05
...			96	콤부차	1.05
50	일본 센차	0.95	...		

자료 : 미국 탄산 음료 연관 ‘기사, 포스팅, 댓글’ 10,821건 분석 (18. 01 - 19. 06)

7) 미국조세정책센터(Tax Policy Center)

8) 미국의학협회지(Journal of American Medical Association), 「Association of a Beverage Tax on Sugar-Sweetened and Artificially Sweetened Beverages With Changes in Beverage Prices and Sales at Chain Retailers in a Large Urban Setting.」, 2019.05

9) 랩슬리(Repsly), Alternative Beverages: What They Are And Where They're Headed, 2019.06.12

10) 비즈니스리더(Business Leader), MAKING A SPLASH IN 2019: SOFT DRINK TRENDS, 2019.01.18

2. 미국 소비자, 저칼로리, 천연·자연(발효)의 건강음료 선호

미국 소비자 선호,
탄산 대체 음료 효능

순위	효능	감성
1	다이어트	695
2	건강	219
3	청량(소화)	75
4	에너지	41
5	노화방지	7

자료 : 관련 기사 10,821건 분석

▶ 미국 음료 소비자, 저칼로리 다이어트 등 건강에 도움이 되는 음료 선호

미국 소비자들은 다이어트, 건강 등의 효능이 있는 음료를 선호하는 것으로 나타남. 현지 마켓리서치 기관인 그랜드뷰리서치(Grand View Research)에 따르면, 건강에 대한 사회적 인식이 높아짐에 따라 소비자들은 건강을 고려한 식음료 구매 및 저칼로리 음료를 선호¹¹⁾하고 있음. 소비자의 수요 변화에 따라 미국 음료 시장도 건강과 칼로리를 고려한 음료 중심으로 변화하고 있음¹²⁾

▶ 미국 소비자, 스티비아 사용 음료, 신선음료, 천연·자연(발효)음료 선호

최근 식음료를 통한 질병 예방·치료에 대한 인식이 확산되면서, 미국 소비자들 사이에서 식음료에 포함된 영양소와 성분에 대한 관심이 증대됨. 미국 식품매체 푸드다이브(Fooddive)에 따르면, 미국 소비자들은 음료가 건강에 미치는 영향에 대한 관심이 높아지면서, 저설탕 음료나 좋은 재료를 사용한 음료를 선호하는 것으로 나타남.¹³⁾ 이에 따라, 설탕 대신 스티비아 음료, 신선음료, 천연·자연(발효) 음료 등을 선호하고 있으며, 향후 천연·자연(발효)음료에 대한 선호도는 더욱 높아질 것으로 예상됨¹⁴⁾

▶ 미국 소비자, 대체음료 첨가물 관련 선호도

① 스티비아 ② 신선 ③ 천연·자연(발효) 등

[표 2.7] 미국 소비자, 대체음료 첨가물 관련 선호도



자료 : 미국 탄산 음료 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 10,821건 분석 (18. 01 - 19. 06)

11) 마켓워치(Marketwatch), 「Demand for Functional Beverages Grows as Consumer Shift Towards Healthy Choices.」, 2018.12.13

12) 볼드비즈니스(Bold Business), 「Health-Conscious Consumers And The Demand For Holistic Nutrition.」, 2019.03.06

13) 푸드다이브(Fooddive), 「Stevia-sweetened product launches jumped 31% last year.」, 2019.03.30

14) 푸드다이브(Fooddive), 「Consumers are demanding more from their beverage experiences.」, 2018.01.22

3. 건강 이미지를 보유한 향과 맛의 음료, 수요 증가 예상

● 미국 소비자, 탄산 대체 음료 맛

순위	효능	감성
1	단맛 (Sweet)	1,394
2	상큼한 맛 (Fresh)	529
3	다양한 맛 (Variety)	277
4	플레인 (Plain)	71
5	쓴맛 (Bitter)	41
6	신맛 (Sour)	36

자료 : 관련 기사 10,821건 분석

▶ 미국 소비자, 단맛, 상큼한 맛 등의 음료 선호

▶ 향후, 건강을 위해 신맛, 쓴맛 음료에 대한 수요 증가 예상

미국 소비자들은 음료의 단맛을 높게 선호하고 있으며, 상큼한 맛과 함께 쓴맛, 신맛 등도 선호하는 것으로 나타남. 언론 매체 포브스(Forbes)와 식품 매체 푸드 잉그레디언트퍼스트 (Food Ingredients First)에 따르면, 향후 소비자들의 단맛에 대한 선호도는 감소¹⁵⁾하는 반면, 쓴맛과 신맛은 건강에 도움이 된다고 인식하고 있기 때문에 쓴맛과 신맛 음료의 수요는 높아질 것으로 예상함¹⁶⁾

▶ 미국 소비자, 건강 증진 이미지를 보유한 생강 맛 음료 선호

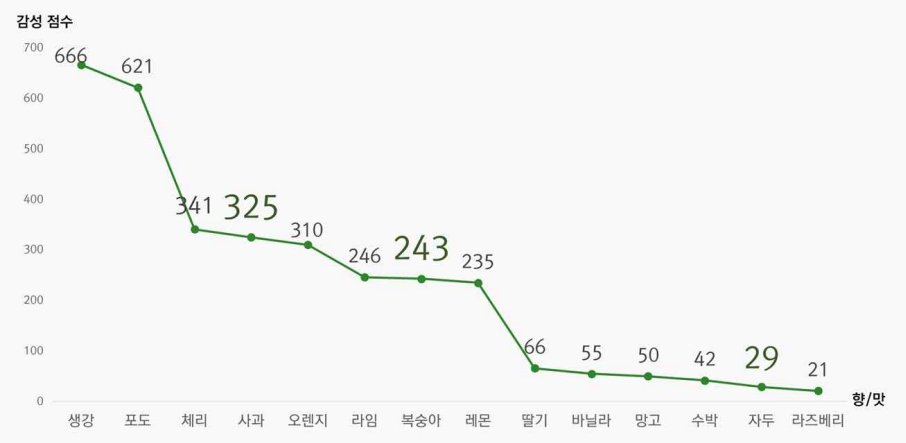
▶ 향후, 건강 증진과 타문화의 풍미를 느낄 수 있는 음료 선호 예상

미국 소비자들은 생강의 맛과 향이 나는 음료를 선호하고 있음. 글로벌 향신료 제조사 트리트(Trealt)에 따르면, 추운 날 특히 인기 있는 생강 맛 음료는 소비자 사이에서 건강 증진의 이미지를 보유하고 있어 인기를 보이고 있음.¹⁷⁾ 현지 음료정보지 베버리지데일리(Beverage Daily)에 따르면, 향후 타문화의 풍미를 느끼면서 건강에 도움이 될 수 있는 유자, 구아바 음료 등에 대한 수요가 높아질 것으로 예상함¹⁸⁾

▶ 미국 소비자, 대체음료의 향/맛 관련 선호도

① 생강 ② 포도 ③ 체리 ④ 사과

[표 2.8] 미국 소비자, 대체음료의 향/맛 관련 선호도



자료 : 미국 탄산 음료 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 10,821건 분석 (18. 01 - 19. 06)

15) 포브스(Forbes), 「10 Macro Trends Impacting Food And Beverage Innovation In 2019」, 2019.01.08.

16) 푸드잉그레디언트퍼스트(Food Ingredients First), 「2019 beverage trends: Bitter flavors, cold brew teas and probiotics are on the menu, says Trealt」, 2019.01.09

17) 트리트(Trealt), 「5 FLAVOURS OF FALL」, 2018.09.27

4. 천연재료를 통해 밝고 선명한 색의 음료, 선호도 증가 예상

▶ 미국 소비자, 오렌지색, 초록색, 파란색 등의 밝고 선명한 색의 음료 선호

미국 소비자들은 오렌지색, 초록색, 파란색 등 밝고 선명한 색상의 음료를 선호하는 것으로 나타남. 현지 음료정보지 베버리지데일리(Beverage Daily)의 2019년 음료 트렌드에 따르면, 미국 소비자들은 음료를 선택할 때 밝고 선명한 색상을 선호하고 있음

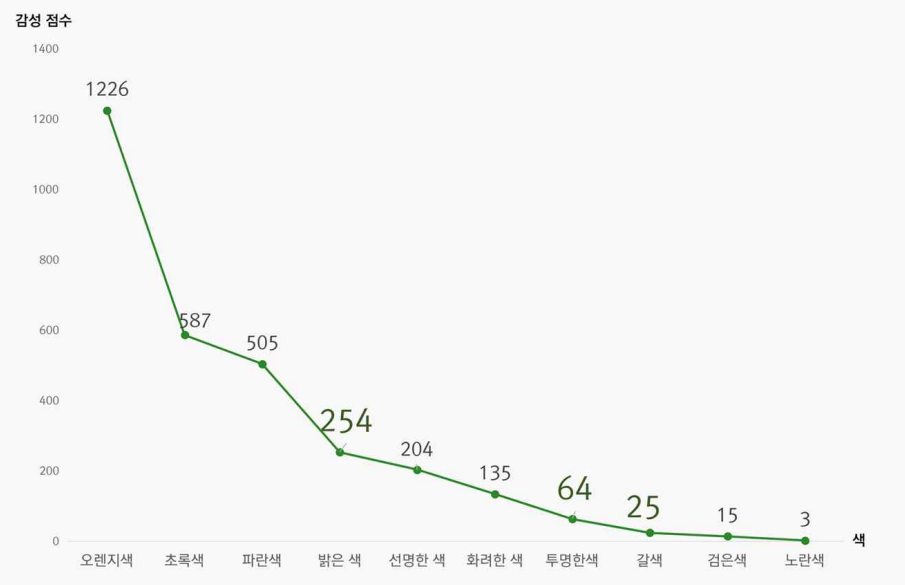
▶ 천연재료를 이용한 밝고 선명한 색의 음료, 향후 수요 증대 예상

음료 중 소비자의 건강을 고려하면서 음료의 색상까지 만족시킬 수 있는 음료는 많지 않음. 베버리지데일리에 따르면, 향후 안찬티(Butterfly-pea flower tea)의 수요가 증가할 것으로 예상됨. 안찬티는 천연 재료로, 물에 녹으면 선명한 파란색을 띠고 레몬 등 산성이 첨가되면 자연적으로 보라색으로 변화하는 성질을 보유했으며 안토시아닌이 풍부하여 건강에 도움이 되는 특징이 있음¹⁹⁾

▶ 미국 소비자, 대체음료의 색상 선호도

① 오렌지 색 ② 초록색 ③ 파란색 ④ 밝은 색 ⑤ 선명한 색

[표 2.9] 미국 소비자, 대체음료의 색상 선호도



자료 : 미국 탄산 음료 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 10,821건 분석 (18. 01 - 19. 06)

18) 베버리지데일리(Beverage Daily), 「2019 beverage trends: Top predictions for the coming year」, 2018.12.05.

19) 베버리지데일리(Beverage Daily), 「2019 beverage trends: Top predictions for the coming year」, 2018.12.05.

III. Distribution Channel

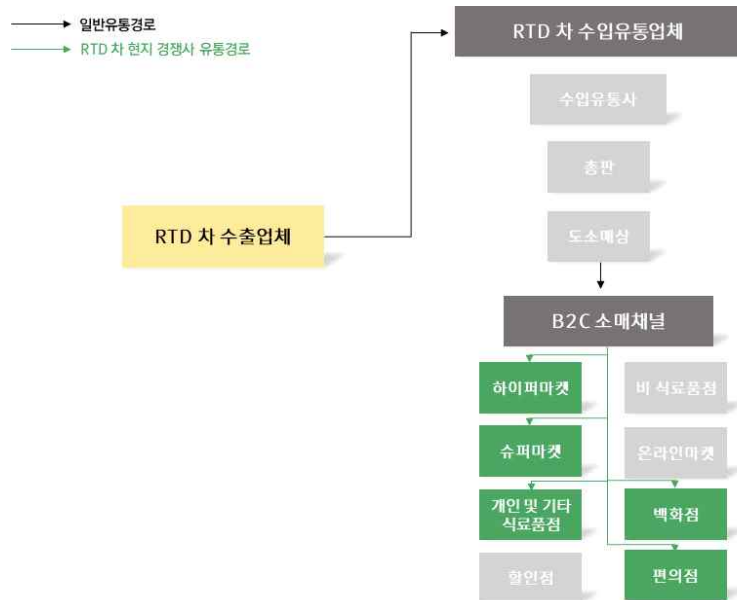
SUMMARY

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



Distribution Channel

(유통채널)



미국 (U.S.A)

RTD 차²⁰⁾ 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ²¹⁾	주요 채널 ²²⁾
B2C 소매 채널	개인 및 기타 식료품점 ²³⁾²⁴⁾	44.6%	Gajumarket, Littletokyo Market Place
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	31.7%	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
	편의점	8.5%	7-Eleven, Wawa, Quick Chek, Circle K, AMPM
	백화점	5.9%	Kohl's, Nordstrom, Sears, Saks Fifth Avenue
	온라인 및 방문판매	3.9%	Amazon.com Inc, Walmart Inc
	할인점	3.6%	Aldi, Save-A-Lot, Grocery Outlet, Pricerite, Ruler Foods, Lidl
	비 식료품점	1.8%	(-)

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

20) 유기농 발효 차의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 'RTD 차'의 정보로 확인함

21) 2018년 기준, 미국 내 RTD 차의 유통채널 점유율임

22) 채널 분류에 따른 미국 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계기업도 포함됨

23) 기타 식료품점은 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 키오스크를 포함한 개인 식료품점을 뜻함

24) 개인 식료품점의 경우, 특정 채널에 대한 조사가 불가능하여 조사 대상을 체인점을 보유하지 않은 한인마트로 조사함

1. 미국 유기농 발효탄산음료 유통구조

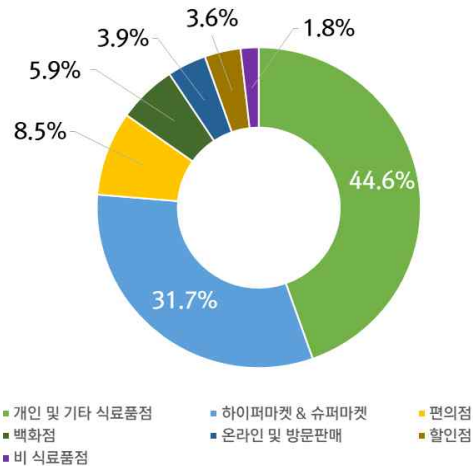
품목 구분 및 분류

품목	유기농 발효탄산음료
구분	즉석 발효차 음료
범주	RTD Tea

▶ 미국 RTD 차 주요 채널

‘개인 및 기타 식료품점(44.6%), 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(31.7%), 편의점(8.5%), 백화점(5.9%)’

[표 3.1] 미국 RTD 차 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 미국 RTD 차 유통채널 현황

채널 유형	RTD Tea 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	개인 및 기타 식료품점	44.6%	Gajumarket, Littletokyo Market Place
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓 ²⁵⁾	31.7%	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
	편의점	8.5%	7-Eleven, Wawa, Quick Chek, Circle K
	백화점	5.9%	Kohl's, Nordstrom, Sears, Saks Fifth Avenue
	온라인 및 방문판매	3.9%	Amazon.com Inc, Walmart Inc
	할인점	3.6%	Aldi, Save-A-Lot, Grocery Outlet, Pricerite, Ruler Foods, Lidl
	비 식료품점	1.8%	(-)

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

25) 유로모니터에 따르면, 판매 면적에 따라 하이퍼마켓(2,500평방미터)과 슈퍼마켓(400~2,500평방미터)을 분류함. 다만, 2개 채널의 특징이 유사하여 통합된 수치로 유통채널을 조사함(하이퍼마켓 : 15.4% / 슈퍼마켓 : 16.3%)

2. 미국 유기농 발효탄산음료 주요 유통업체

▶ 미국 RTD 차 취급 유통채널, 하이퍼마켓과 슈퍼마켓이 대표적

[표 3.3] 미국 RTD 차 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액) ²⁶⁾	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	가주마켓 (GAL Market)	개인 및 기타 식료품점	(-)	A사, B사, C사, 립톤(Lipton), 이토엔(ITOEN)	0
2	에이치마트 (Hmart)	하이퍼마켓 (한인마트)	약 9억 6백 만 달러 (약 1조 697억 원)	A사, B사, C사, D사, 금품명차, 이토엔(ITOEN), 루시아(Lucia), 상가리아(Sangaria)	0
3	월마트 (Walmart)	하이퍼마켓	약 5,144억 달러 (약 607조 3,521억 원)	유지도(Ujido), 립톤(Lipton), 알로비톡(Alovitox), 네이처스 트루 (Nature's truth), 골드픽(Gold Peak), 아리조나(Arizona), 쥐티스 언라이트드 콤부차 진저에이드(Enlightened Kombucha Gingerade), 스냅플(Snapple)	0
4	세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	(-)	세븐 셀렉트 (7-Select Tea)	0
5	시어스 (Sears)	백화점	약 167억 달러 (약 19조 7,177억 원)	타조(TAZO), 티스 티 오가닉 (Teas'Tea Organic), 루나(RUNA), 마루(MARU), 립톤(Lipton), 디허브(Dherbs), 요기(Yogi) 티릭서 허벌 (TEALIXIR HERBAL), 콤부차 원더 드링크 (Kombucha Wonder Drink)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

26) 1달러=1,180.7원 (2019.06.11, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

3. 미국 유기농 발효탄산음료 B2C 소매채널

1) 개인 및 기타 식료품점



① 가주마켓(GAJU Market)

기업 기본 정보	기업명	가주마켓(GAJU Market)	
	홈페이지	www.gajumarketplace.com	
	위치	캘리포니아(California)	
	규모 ²⁷⁾	매장 수('19): 54개	
	기업 요약 ²⁸⁾	- 1987년 설립된 한인타운 최초의 대형 한인마켓으로 2019년 기준 약 54개의 매장을 보유함 - 2008년 매장 재개발을 위해 철거 - 2011년 한인타운 베벌리 거리에 새로운 The G 타운 건설 예정이었으나, 여러 가지 문제로 지연됨 - 2015년 12월 가주마켓플레이스 건설	
기업 최근 이슈			
			
기업 최근 이슈	- 이만성 前 회장(설립자)이 세상을 떠나면서 상속과 관련된 유서 문제로 한차례 큰 논란이 있었음 - 경영상태로 불안정으로 인해 이현순 대표 '가주마켓플레이스'를 둘러싼 여러 소송건이 역임(채권 그룹과의 지분을 관련한 이슈) - 현재까지 가주마켓의 소유인 가주마켓플레이스 쇼핑몰은 운영이 잘되고 있으나, 2층과 3층의 입주가 완료되지 않은 상태임		
	입점 제품 특징	*다양하고 싸고 질 좋은 상품 구비 - 질 좋은 육류 제품 구비를 통하여 신선 제품 품질 승부 * 다양성 추구하며 제품 비율을 적절하게 배분 - 기존 전통적인 마켓에서 볼 수 없었던 특별한 종류의 식재료도 구비 - 다양한 국가의 식료품부터 지역 커뮤니티에서 요구하는 물품 구비 노력 *현지 거주 한국인 맞춤 판매 전략 - 자체 생산하여 좋은 퀄리티를 유지하는 김치 판매 - 젊은 층을 공략하기 위한 최신 한국산 편의 식품 구비	
유사제품 정보			제품명
	종류		액상차
	용량		340ml
	원산지		한국

자료: 가주마켓(GAJUmarket) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 가주마켓(GAJU MARKET) 홈페이지, LA중앙일보(The Korea Daily)

27) 가주마켓(GAJUmarket) 홈페이지(www.gajumarketplace.com)

28) 가주마켓(GAJUmarket) 홈페이지(www.gajumarketplace.com)

2) 하이퍼마켓



① 에이치마트(Hmart)

기업 기본 정보	기업명	에이치마트(Hmart)	
	홈페이지	www.hmart.com	
	위치	뉴저지(New Jersey)	
	규모 ²⁹⁾	매출액(*16) ³⁰⁾	약 9억 6백 만 달러 (약 1조 697억 원)
		기타 규모	매장 수(*19): 97개
기업 요약	- 1982년 설립 - 한아름 그룹이 운영하는 슈퍼마켓으로 현재 미국 내 최대 규모의 아시아마트임		
	 		
기업 최근 이슈	- 6월 7일 캘리포니아 샌디에고에 Hmart Balboa점을 추가로 정식 오픈함		
입점 절차 및 협력 정보	Step 1. 홈페이지를 통하여 공급자 지원서를 작성 가능 (www.hmart.com/online-affiliates/) Step 2. 담당자가 확인 후 연락.제품에 대한 논의를 거친 뒤 입점하게 됨		
유사제품 정보		제품명	이토엔 (ITOEN)
		종류	액상차
		용량	500ml
		원산지	일본

자료: 에이치마트(Hmart)홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 에이치마트(Hmart)홈페이지, 뉴 컬럼스(New Columns)

29) 더 머큐리뉴스(The Mercury News)(www.mercurynews.com), 「Korean supermarket readies new north San Jose store.», 2018.03.01, 비즈니스 와이어(Business Wire)(www.businesswire.com), 에이치마트(Hmart) 홈페이지(www.hmart.com), 유로모니터(Euromonitor)

30) 1달러=1,180.7원 (2019.06.11, KEB 하나은행 매매기준율 적용)



② 월마트(Walmart)

기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart)	
	홈페이지	www.walmart.com	
	위치	알칸사(Arkansas)	
	규모 ³¹⁾	매출액('18) ³²⁾	약 5,144억 달러 (약 607조 3,521억 원)
		기타 규모	매장 수('19): 5,362개 직원 수('19): 약 1,500,000명
기업 요약	- 1962년 설립 - 세계에서 가장 큰 규모의 하이퍼마켓으로 미국 내 3,568개 지점 보유 - 2018년 약 215,000명 직원을 승진시킴 - 평균 시간당 14.35달러의 급여 제공 - 26개국을 대상으로 서비스 제공		
			
기업 ³³⁾ 최근 이슈	- 고객이 집에 없는 경우에도 식료품을 제공할 수 있는 서비스를 제공함 - 전자상거래 확장중		
입점 절차 및 협력 정보	Step1. Dun & Bradstreet에 판매제품을 등록 Step2. 월마트 홈페이지 내 지원서 형식에 맞추어 업체정보 및 제품설명 작성 Step3. 제품에 대한 보험, 샘플, 라벨 송부 Step4. 추후 관리자로부터 연락을 받으면 해당 지역 매장 관리자를 찾아가 세부 정보 제공 및 공장 실사 필요 Step5. 법적 서류 진행 및 벤더 등록 완료		
유사제품 정보		제품명	쥘티스 언라이튼드 콤부차 진저에이드 (GT'S Enlightened Kombucha Gingerade)
		종류	발효차
		용량	454ml
		원산지	미국

자료: 월마트(Walmart) 홈페이지

사진 자료: 월마트(Walmart) 홈페이지, 더비즈니스저널(THE BUSINESS JOURNALS)

31) 월마트(Walmart) 홈페이지(corporate.walmart.com), 2019 월마트 연차보고서(Walmart Releases 2019 Annual Report)

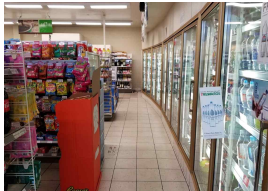
32) 1달러=1,180.7원 (2019.06.11, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

33) 월마트 뉴스룸(Walmart Newsroom)(news.walmart.com)

3) 편의점



① 세븐일레븐(7-Eleven)

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)		
	홈페이지	www.7-eleven.com		
	위치	텍사스(Texas)		
	규모	매장 수('19): 약 9,340개 ³⁴⁾		
	기업 요약 ³⁵⁾	- 1927년 설립 - 2019년 기준, 미국 내 약 9,340개 매장을 운영 - 전 세계적으로 약 68,236개의 매장을 보유함 - 최근 딜리버리 앱을 통해 공원, 해변 등 야외 배송 시작 		
기업 최근 이슈	- 세븐나우(7NOW) 앱을 통하여 배달 서비스를 제공함 (9,100개 매장에 적용) - 온라인 주문을 통해 가정과 야외에서 모두 구매할 수 있는 시스템 목표 - 실내 좌석, 신선한 커피, 압착 주스, 유기농 식품 등을 판하는 실험적인 랩스토어(Lab store) 오픈 - 프라이빗브랜드(PB)인 에너지 드링크 라인 '퀘이크(Quake) 런칭			
입점 절차 및 협력 정보	Step1. 홈페이지 비즈니스 사이트에 접속 (https://corp.7-eleven.com/corp/business) Step 2. Ariba의 공급업체 관리 솔루션을 사용하고 있기 때문에 해당 포털에 접속 Step 3. 새로운 벤더 등록 신청서를 작성하여 회사 정보 등록			
유사제품 정보		제품명	퓨리티티 (PuriTea)	
		종류	액상차	
		용량	547ml	
		원산지	미국	

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지
 사진 자료: EC21R&C 자체 현지 조사

34) 매장 수 : 미국 기준 9,340개 / 글로벌 기준 68,236개

35) 자료: 그로서리다이브(Grocery Dive)(www.grocerydive.com), 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지 (www.7-eleven.com)

4) 백화점



① 시어스(Sears)

기업 기본 정보	기업명	시어스(Sears)		
	홈페이지	www.sears.com		
	위치	일리노이(Illinois)		
	규모	매출액('17)	약 167억 달러 (약 19조 7,177억 원)	
		기타 규모	직원 수('17): 약 89,000명	
	기업 요약	- 1925년 시카고에 소매 매장을 첫 개설하면서 미국 전역의 대형 쇼핑몰로 자리 잡아가기 시작함 - Kmart 체인을 운영하며 미국 최대 소매회사였음 - 1989년 Walmart에게 월간 판매량을 추월당함 - 2018년 파산 절차를 시작하며 약 166개의 점포를 정리하였음 - 현재 파산 유예 기간 중에 있으며 회생하기 위한 노력이 지속되고 있음		
 				
기업 최근 이슈	- 파산 위기에 놓여있으나, 'Shop Your Way'라는 새로운 슬로건을 내세우며 향후 3년 동안 부동산 판매로 최소 6억 5천만 달러를 모금 할 예정임 - 새로운 슬로건과 함께 Sears Home & Life라고 부르는 매장을 대상으로 가정용품에 집중 중임			
입점 절차 및 협력 정보	Step 1. 홈페이지 내 '미래의 벤더/공급자 프로필 양식' 지원서 작성 (searsholdings.com) Step 2. 지원서에 회사정보(Dun & Bradstreet 번호, 회사명, 주소, 업태, 지원서 제출 경험), 제품 설명, 제품 장점 등의 항목 작성 후 이메일 (prospective_vendors@searshc.com)로 지원서 제출 Step 3. 지원서는 구매부서 또는 서비스부서로 전달되어 심사될 예정 Step 4. 해당부서에서 지원서에 기재한 주소로 연락			
유사제품 정보			제품명	콤부차 원더 드링크 (Kombucha Wonder Drink)
			종류	발효차
			용량	414ml
			원산지	미국

자료: 시어스(Sears) 홈페이지, 비비씨 뉴스(BBC News), 씨엔엔 비즈니스(CNN BUSINESS), 스테티스타(Statista), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 시어스(Sears) 홈페이지

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

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

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	- 강제 인증 有 - 주스에 대한 HACCP 인증 필요	(-)
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 제조 시설에 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 - 유기농 수입증명서류 - 한국 취득 유기농 인증도 사용 가능	(*) 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 발효탄산음료 인증 취득

인증 취득

미국으로 제품 수입 시,
위해 필요하거나 선택
가능한 인증 정보 제공

유기농 발효탄산음료

유기농 발효탄산음료
품목은 일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

▶ 미국 수입 일반가공식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

미국으로 수출하고자 하는 일반가공식품이 현지 진출 시 꼭 취득해야하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 일반가공식품의 식품 검역을 담당하고 있는 미국 식품의약국은 주스(Juice)³⁶⁾ 또는 주스를 함유하고 있는 음료(Beverage) 제품에 대하여 HACCP 인증을 받도록 의무적으로 규정하고 있음. 100%이지 아니한 일부 주스를 원료로 사용한 음료류 제품의 경우, 해당 음료의 제조 공정에 대하여 HACCP 인증을 요구하고 있지 않음. 하지만 원료로 사용되는 주스의 경우 해당 인증 환경에서 제조되어야 함

미국에서 할랄 인증을 받고자 하는 경우 다양한 기관으로부터 해당 인증을 취득할 수 있는 데, 미국 시장에서는 할랄 인증기관인 IFANCA를 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	필수	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	
BRCGS 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

36) 주스는 하나 또는 하나 이상의 과일 또는 채소의 추출 또는 착즙된 액체, 하나 또는 하나 이상의 과일 또는 채소의 먹을 수 있는 펄레, 그 액체 또는 펄레의 농축물을 의미함

[표 4.2] 미국 식품 인증 취득

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

자료 : 각 인증기관

▶ 한국 유기농인증, 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 유기농인증 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 식품공전상의 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

2. 미국 유기농 발효탄산음료 사전 심사

사전 심사

미국으로 제품 수입 시,
품목에 대한 사전 규제
심사제도 정보 제공

유기농 발효탄산음료

유기농 발효탄산음료
품목은 일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 미국 일반가공식품 수출을 위해 사전 심사 ‘불필요’
- ▶ 미국 일반가공식품 수입 전 식품의약품국으로 ‘사전 수입 통지 필요’

사전 수입 통지 절차는 바이오테러리즘법(Bioterrorism Act)에 의거하여 식품에 대해 효율적인 통관 검역 절차를 수행하기 위하여 시행됨. 미국 식품의약품국을 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 식품의약품 행정 업무 페이지(www.access.fda.gov)를 통하여 PNSI(Prior Notice System Interface) 접속 후, 미국 식품의약품국에서 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 4.4] 미국 수입 전 사전 통지

적용 규제	바이오테러리즘법(Bioterrorism Act)
발행 기관	미국 식품의약품국(FDA)
기간	각각의 운송 수단 별 지정된 시간 이전에 미국 식품의약품국으로의 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(제품 일반명 또는 시장명, 패키징 및 수량 정보) e. 제조사 정보(식품 제조시설 등록 번호) f. 수출업체 정보 g. 최종 수취인 정보

자료 : 미국 식품의약품국(FDA)

3. 미국 유기농 발효탄산음료 업체·제품 등록

업체·제품 등록

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

유기농 발효탄산음료

유기농 발효탄산음료
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 4일부터 온라인을 통해서만 등록 신청을 진행하도록 규정이 변경될 예정이므로 내년부터 등록을 수행하고자하는 국내 식품 제조업체의 경우 온라인 페이지를 통하여 등록 신청을 진행해야함

[표 4.5] 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, 긴급 시 연락처 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 적용 가능한 카테고리 h. 각 식품 제품 카테고리별로 시설에서 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 허가예의 확인 j. 대표자, 대리인 또는 운영자(책임이 있는)로부터 수취한 제출한 시설에 대한 정보의 정확성 및 진실성에 대한 확인
비용	무료

자료 : 미국 식품의약국(FDA)

4. 미국 유기농 발효탄산음료 라벨 심의

▶ 미국 라벨 규정

[표 4.6] 미국 라벨 관리 규정

라벨 심의	적용 규제	FD&C Act, Fair Packaging and Labeling Act	
미국으로 제품 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	세부 규정	Guidance for Industry : A Food Labeling Guide	
● 유기농 발효탄산음료 유기농 발효탄산음료 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함	라벨 표기사항 (항목)	· 제품명(이미테이션 제품은 제품명에 ‘이미테이션’ 표기) · 용량(용량은 순중량으로만 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) · 원산지 · 제조업체정보	
		표기 언어	외국어 표기도 가능하나 모든 필수정보는 동시에 영어로도 표기되어야함
	그림	그림의 경우 정보를 가리거나, 소비자가 잘 못 이해하지 않도록 해야함	
	용량	순중량 정보는 패키지 내부의 식품 용량을 나타내야함. 종량, 숫자 형태로 표기되어야 함. 일반적으로 고체, 점성, 응고 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 4.7] 미국 라벨 관리 규정

세부 내용	음료 제품 라벨 표기 유의사항 · 탄산음료를 포함한 음료에 주스라는 명칭이 들어가거나, 라벨에 소비자로 하여금 주스를 연상케 하는 과일 등의 표기가 있는 경우 라벨에 주스의 함량을 필수적으로 표기해야함 · 주스의 함량은 다른 그래픽이나 배경과 대조되도록 작성되어야 함. 채소 또는 과일의 이름이 들어가야함 · ‘맛을 가미한(Flavor 또는 Flavored)’ 정도의 함량의 경우 주스의 함량 정보를 표기하지 않아도 무방함 · 주스 함량 100% 미만의 음료의 경우, ‘음료(Beverage 또는 Drink)’, ‘칵테일(Cocktail)’이라는 내용이 포함 되어야함 · 여러 종류의 과일 또는 채소가 사용된 경우, 과일 또는 채소를 내림차순으로 하여 표시하여야 하나 모든 원료를 표기하지 않을 수 있음 – ex. “Apple Juice in a Blend of Two Other Fruit Juices”
-------	--

자료 : 미국 식품의약국(FDA)

▶ 미국 일반가공식품 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

앞면(영어)

- ① 브랜드명 : PURE LEAF
 ② 설명 : OUR REAL-BREWED DIFFERENCE
 Taste iced tea the way it was meant to be: brewed from real tea leaves, fresh-picked, carefully dried, and expertly brewed. Pure Leaf is never made from powder, so you can enjoy the delicious taste of real-brewed iced tea in every bottle.
 ③ 원산지 : BREWED IN USA
 ④ 보관법 : Refrigerate After Opening

앞면(국문)

- ① 브랜드명 : 퓨어 리프
 ② 설명 : 우리의 진짜 브루는 다릅니다. 아이스티를 맛보기 위해: 신선하게 채취하여 조심스럽게 말린 진짜 차 잎으로 전문적으로 우렸습니다. Pure Leaf는 절대로 가루로 만들지 않으며, 진짜로 우린 맛있는 아이스티를 병으로 매일 즐길 수 있습니다.
 ③ 원산지 : 미국에서 우림
 ④ 보관법 : 개봉 후 냉장보관 하시오

뒷면(영어)

- ① 성분 : Nutrition Facts
 Serving Size 1 bottle
 Amount Per Serving
 Calories 0 %Daily Value
 Total Fat 0g 0%
 Sodium 5mg 0%
 Total carbohydrate 0g 0%
 Sugars 0g
 Protein 0g

뒷면(국문)

- ① 성분 : 영양성분
 1병당 제공량
 제공량당 양
 칼로리 0, %1일 단위
 총 지방 0g 0%
 나트륨 5mg 0%
 총 탄수화물 0g 0%
 설탕 0g
 단백질 0g



[뒷면 라벨링]

뒷면(영어)

Not a significant source of calories from fat, saturated fat, trans fat, cholesterol, dietary fiber, vitamin A, vitamin C, calcium and iron.
 *Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet.
 ② 원료 : BREWED BLACK TEA, CITRIC ACID, CAFFEINE CONTENT: 84mg/18.5 fl oz
 ③ 설명 : Questions or comments please keep this package and call 1-866-612-2076
 Refrigerate after openings. Please recycle
 ④ 제조사 : Manufactured by INDEPENDENT PRODUCES FOR THE PEPSI/LIPTON TEA PARTNERSHIP, PURCHASE, NEW YORK 10577. LIPTON, A DIVISION OF UNILEVER

뒷면(국문)

지방, 콜레스테롤, 식이섬유, 비타민A, 비타민C, 칼슘, 철분, 포화지방으로부터 나오는 칼로리의 주요 원천은 아닙니다.
 *1일 단위 용량은 2,000칼로리를 기준으로 합니다.
 ② 원료 : 우려낸 홍차, 구연산, 카페인함량: 84mg/18.5fl oz
 ③ 설명 : 문의사항이나 코멘트는 패키지를 보관한 후 1-866-612-2076로 전화해주세요.
 개봉 후 냉장 보관하세요. 재활용품입니다.
 ④ 제조사 : 독립 제조사인 THE PEPSI/LIPTON TEA PARTNERSHIP, PURCHASE, NEW YORK 10577. LIPTON, A DIVISION OF UNILEVER 제조

5. 미국 유기농 발효탄산음료 서류 준비

서류 준비

미국으로 제품 수입 시,
통관 과정에서 요구되는
서류 정보 제공

유기농 발효탄산음료

유기농 발효탄산음료
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. 우리나라에서는 작성해야 하는 필수 항목을 포함한 원산지증명서 권고 양식을 두고 있어, 해당 서식³⁷⁾을 활용하여 쉽게 작성 가능함

[표 4.8] 미국 통관 서류

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

자료 : 미국 세관국경보호국(CBP), 미국 식품의약국(FDA)

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

6. 미국 일반가공식품 세금 납부

세금 납부

미국으로 제품 수입 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

유기농 발효탄산음료

유기농 발효탄산음료
품목은 일반가공식품으로
분류하여 일반가공식품에
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 미국 일반가공식품 HS CODE 2202.10.0060, 관세율 0% 적용
- ▶ 한-미 FTA 발효로 협정세율 적용

일반가공식품 중 음료류의 경우 미국에서는 HS CODE 2202.10 (설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다))의 2202.10.00(기타) 세번을 사용하여 수입됨.³⁸⁾ 미국 수입 시 기본 세율은 리터당 0.2센트의 세율을 적용받으나, 한국산 제품의 경우 2012년 3월 15일부로 발효된 한-미 FTA로 협정 세율을 적용받아 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)³⁹⁾ 소요
- 수입 서류 심사 기간은 8시간 소요
- 통관 비용은 175달러(한화 약 20만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 2시간 소요

[표 4.9] 한국·미 HS CODE 비교 및 미국 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)	
	2202.10	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)	
	2202.10.9000	기타	
미국	2202.10.00	설탕 또는 기타 감미료를 첨가하거나 맛이 난 광수와 탄산수를 포함하는 물	
		탄산 청량 음료	
	2202.10.0040	기타	
	2202.10.0060	기타	
관세	기본관세율	0.2¢/liter	
	협정 세율	0%	
판매세		최대 7.25%	

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

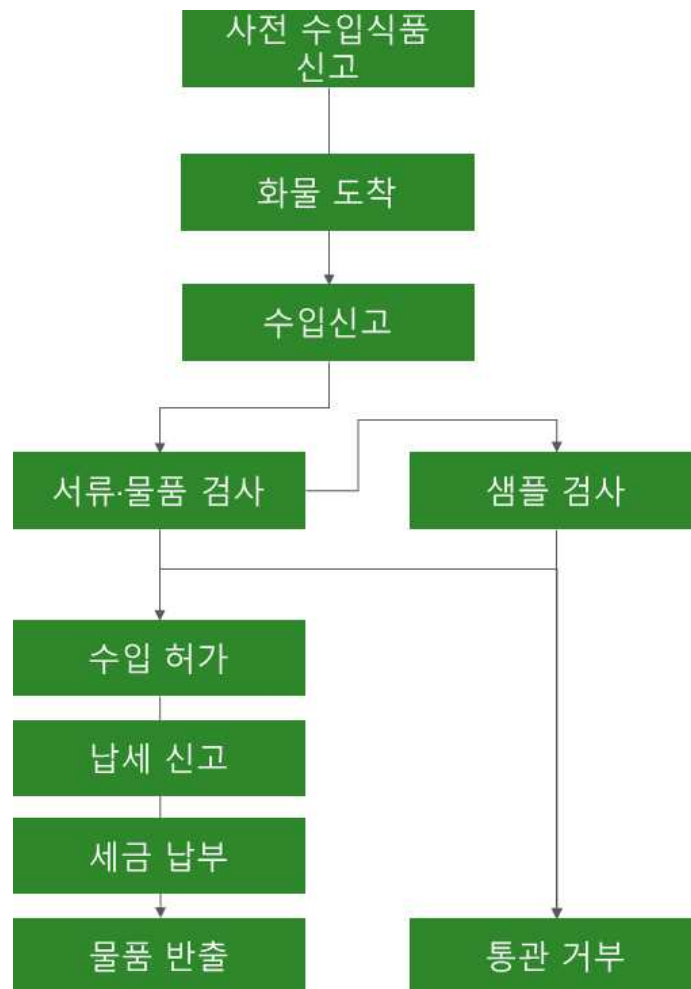
38) 미국 세번의 경우 HS Code 6자리에 해당하는 2202.10 중 한방 발효 음료에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 미국 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있음. 미국의 HS Code(HTSUS)에 관하여 확인하기 위해서는 관련 정보 페이지인 CROSS(Customs Rulings Online Search System)을 활용할 수 있고, 확인되지 않는 경우 미국 세관국경보호국(CBP)으로 문의할 수 있음

39) 1달러=1,187.00원 (2019.06.10, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

7. 미국 검역 심사 절차

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

[표 4.10] 미국 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질	식품첨가물	acasia (gum arabic)	GRAS: 2.0% 이하
		acesulfame potassium	GMP
	유해물질	Aflatoxin (aflatoxin B1, B2, G1, G2 (total))	20mcgs/kg (20ppb)

자료 : 미국 세관국경보호국(CBP), KATI농식품수출정보

- ▶ 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 발효탄산음료

유기농 발효탄산음료
품목의 첨가물 규정은
KATI 식품 유형 분류 중
음료류의 탄산음료류로
분류하여 탄산음료류에
해당하는 정보를 제공함

[표 4.11] 미국 일반가공식품 식품 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)	비고
산도조절제	아세트산	acetic acid	GRAS ⁴⁰⁾ : 0.15% 이하, GMP ⁴¹⁾	
향료, 보조제	아코니트산	aconitic acid	GRAS: 0.0005% 이하, GMP	
향료, 발효제, 산도조절제	아디프산	adipic acid	GRAS: 0.02% 이하, GMP	
습윤제, 안정제, 증점제	알긴산암모늄	ammonium alginate	GRAS: 0.1% 이하	
향미증진제, 산도조절제	시트르산암모늄	ammonium citrate, dibasic(ammonium citrate)	GRAS: GMP	
착색료	안나토색소	annatto extract	GMP	
보존료, 강화제	아스코르브산	ascorbic acid	GRAS: GMP	
보존료	팔미트산아스코빌	ascorbyl palmitate	GRAS: GMP	
보존료	아스코르브산칼슘	calcium ascorbate	GRAS: GMP	

자료 : KATI농식품수출정보

40) 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

41) 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

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 레인포레스트 디스트리뷰션
(Rainforest Distribution)

Interview ② 하나 푸드 디스트리뷰터스
(Hana Food Distributors)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Trend



- 인터뷰 기업 : Rainforest Distribution (유통업체)
- 인터뷰 담당자 : Manager, Mr. Fred

無카페인 건강 음료 시장성 高

미국 내 유기농 음료의 시장은 인기가 급증하고 있습니다. 만약 건강음료 중 콤부차와 비슷하지만 카페인 함유가 되어 있지 않았다면, 소비자들은 관심을 많이 가질 것으로 판단되며 시장성이 높다고 할 수 있습니다.

맥주, 진(Gin) 등 알코올 제품을 대체하는 건강음료

최근 미국에서는 건강을 중요하게 생각하는 소비자들이 증가하면서 맥주나 진(Gin) 대신에 알코올 맛이 나면서도 건강한 콤부차의 인기가 부상하고 있습니다.

건강음료, 대학생이나 젊은 직장인들이 구매

수자사나 헬스에이드사에서 판매하는 유기농 제품들이 인기 있으며, 동북부지역에서는 주로 대학생이나 젊은 직장인들이 구매합니다.

Market Awareness and Distribution



- 인터뷰 기업 : Hana Food Distributor (유통업체)
- 인터뷰 담당자 : Ms. Amy (Manager)

유통채널이 확대되고 있는 건강음료

현지에서 수요가 증가하고 있는 건강음료인 건강 에이드와 콤부차는 주로 대형마트에서 판매가 되고 있지만, 최근에는 주스 Bar과 카페에서도 커피와 더불어 판매가 되고 있습니다.

미국에서 인기있는 건강 음료는 진저에이드, 루트비어(Rootbeer)

유기농 시장이 커지면서 유기농 음료에 대한 인기도 더불어 증가하고 있습니다. 현재 미국에서 판매되고 있는 건강음료는 진저에이드와 루트비어(Rootbeer)입니다.

미국에서 건강음료의 주요 소비자는 대학생과 젊은 직장인

자사가 건강음료를 판매하고 있는 동북부지역에서는 건강음료를 주로 대학생이나 젊은 직장인들이 소비하고 있으며, 유기농 제품들이 인기가 많습니다.

Interview ① 레인포레스트 디스트리뷰션 (Rainforest Distribution)

레인포레스트 디스트리뷰션
(Rainforest Distribution)

전문가 소속

레인포레스트 디스트리뷰션
(Rainforest Distribution)
유통 업체

전문가 정보

Mr. Fred
(Sales Manager)



Rainforest Distribution

Mr. Fred (세일즈 매니저)

Q. 헬스에이드(Health ade) 음료의 제품의 수요 현황이 어떻게 되나요?

최근 현지에서 유기농 음료의 인기가 급증하고 있으며, 대표적인 형태는 콤부차입니다. 만약 귀사의 제품이 콤부차처럼 건강음료지만 콤부차와 다르게 카페인이 함유되어 있지 않다면, 현지 소비자들은 관심을 가질 것으로 판단됩니다. 정확한 수요를 알 수는 없지만 시장성이 높다고 할 수 있습니다.

Q. 미국 내 콤부차와 같은 유사제품의 트렌드가 어떻게 되나요?

미국 내에서 ‘헬스 에이드(Health ade)’ 또는 콤부차를 즐겨 마시는 대부분의 소비자들은 건강을 중요하게 생각하는 경향이 있으며, 이러한 경향은 미국 내에 빠르게 확산되고 있습니다. 이로 인해 최근 미국에서는 맥주나 진(Gin)과 같은 알코올 대체 음료로 알코올맛이 나면서, 건강을 지킬 수 있는 콤부차가 부상하고 있습니다.

Q. 미국 내 건강음료의 소비층은 누구이며, 인기제품은 무엇인가요?

자사가 건강음료를 판매하고 있는 동북부지역에서는 건강음료를 주로 대학생이나 젊은 직장인들이 소비하고 있으며, 인기 있는 제품으로는 수자(Suja)사와 헬스에이드(Health-Ade)사에서 출시되는 유기농 음료 제품들입니다.

42),45) 사진 출처: 레인포레스트 디스트리뷰션 (Rainforest Distribution) 홈페이지 (rainforestdistribution.com)

Interview ② 하나 푸드 디스트리뷰터스 (Hana Food Distributors)

하나 푸드 디스트리뷰터스
(Hana Food Distributors)

전문가 소속

하나 푸드 디스트리뷰터스
(Hana Foods Distributors)
유통업체

전문가 정보

Ms. Amy
(Purchasing Manager)



44)

Hana Food Distributors

Mr. Amy (구매 담당자)

Q. 건강 음료의 수요 및 판매처는 어떻게 되나요?

미국에서 음료를 구매하는 많은 소비자들은 건강한 삶을 추구하는 노력을 하고 있으며, 이로 인해 건강음료에 대한 수요는 증가하고 있습니다. 특히, 건강 에이드는 최근 미국 소비자들에게 인기가 증가하고 있는 제품으로, 콤부차와 같이 대형 마트와 편의점에서 주로 판매가 되고 있습니다. 또한, 최근 주스 Bar와 카페에서도 커피와 더불어 콤부차를 포함한 다양한 건강음료를 판매하고 있습니다.

Q. 현재 인기 건강 음료 사이에서 좋은 시장성을 가지려면 어떻게 해야 하나요?

최근 미국의 유기농 시장의 규모가 커지면서 유기농 음료에 대한 인기가 많아지고 있으며, 현재 미국에서 판매되고 있는 건강 에이드 중 가장 인기가 많은 제품은 재 활용이 가능한 병이나 알루미늄 캔으로 포장된 진저에이드와 루트비어(Rootbeer)입니다. 이처럼 현지에서 좋은 시장성을 가지는 건강음료가 되기 위해서는 콤부차와 비슷하지만, 건강을 생각해 카페인이나 설탕이 덜 들어가 있으며, 달달한 맛을 가지고 있어야 합니다.

44) 사진 출처: 하나 푸드 디스트리뷰터스 (Hana Food Distributors) 홈페이지 (hanafoodinc.com)

[참고문헌]

■ 참고자료

1. 「Association of a Beverage Tax on Sugar-Sweetened and Artificially Sweetened Beverages With Changes in Beverage Prices and Sales at Chain Retailers in a Large Urban Setting」, 2019.05

■ 참고 사이트

1. 유로모니터 (www.portal.euromonitor.com)
2. International Trade Center (www.trademap.org)
3. 세계은행[World Bank] (www.data.worldbank.org)
4. Pew Research Center(www.pewresearch.org)
5. 미국조세정책센터(Tax Policy Center, www.taxpolicycenter.org)
6. KATI (www.kati.net)
7. 미국 농무부 (www.usda.gov)
8. 미국 식품의약국 (www.fda.gov)
9. 미국 세관국경보호국 (www.cbp.gov)
10. FTA종합지원센터(okfta.kita.net)
11. 베버리지데일리(www.beveragedaily.com)
12. 포브스(Forbes, www.forbes.com)
13. 볼드비즈니스(Bold Business, www.boldbusiness.com)
14. 푸드다이버(Fooddive, www.fooddive.com)
15. 푸드인그레디언트퍼스트(Food Ingredients First, www.foodingredientsfirst.com)
16. 더 머큐리뉴스(The Mercury News)(www.mercurynews.com)
17. 월마트 뉴스룸(Walmart Newsroom)(news.walmart.com)

발행 겸 편집 : aT 한국농수산물유통공사
발행일자 : 2019.06.21

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

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved. Printed in Korea

