



2021 해외시장 맞춤형조사

No.		202111-01
품목		냉동 치즈볼(Frozen HMR Cheese Ball)
HS CODE		1905.90-1090
국가		미국(USA)
구분		시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 미국 냉동 제과제빵류 시장규모	06
2. 미국 냉동 간편조리식품 시장규모	07
3. 미국 제과제빵류 시장점유율	08
4. 미국 간편조리식품 시장점유율	09
5. 미국 냉동 치즈볼 수입규모	10
6. 한국 냉동 치즈볼 수출규모	11
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 미국 냉동 간편조리식품, ‘스테이크’, ‘닭가슴살’ 빈출, 간식류는 적어	14
2. 냉동 간편조리식품 브랜드 중 ‘린 쿠키진’ 빈출, ‘브라지 바이트’도 주목	15
3. 미국 냉동 간편조리식품 패키징, 간편함과 다양함 추구 경향 보여	16
4. 미국 냉동 간편조리식품 홍보문구, ‘간편함’과 ‘건강’으로 요약 가능	17
5. 미국 냉동 치즈볼 진출 컨셉	18
IV. 유통채널 특징	
1. 미국 냉동 치즈볼 유통채널 비교	20
2. 미국 냉동 치즈볼 유통채널 특징	21

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

1. 미국 냉동 치즈볼 주요 온라인 유통채널	26
2. 미국 냉동 치즈볼 주요 오프라인 유통채널	31

VI. 진입장벽

1. 미국 냉동 치즈볼 통관 및 검역 절차	40
2. 미국 냉동 치즈볼 품질 인증	41
3. 미국 냉동 치즈볼 라벨링	42
4. 미국 냉동 치즈볼 성분 및 유해물질	47

VII. 수입·유통업체 인터뷰

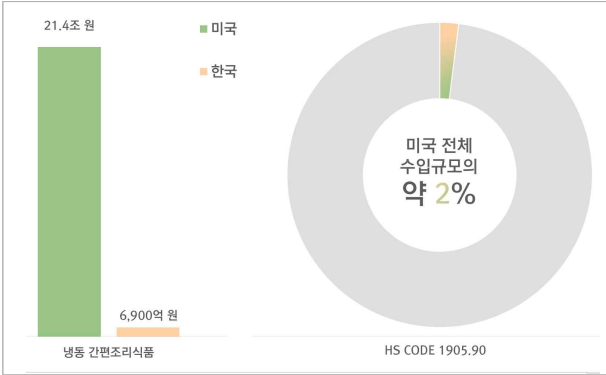
Interview ① 월마트(Walmart)	51
Interview ② 월그린(Walgreens)	53
Interview ③ 타겟(Target)	55

VIII. 시사점

※ 참고문헌	60
--------	----

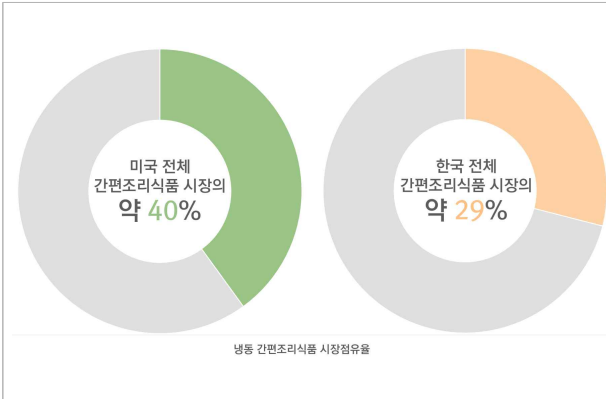
Summary

■ 수요 분석



	미국	한국
냉동 제과제빵류 시장규모	2.8조 원	480억 원
냉동 간편조리식품 시장규모	21.4조 원	6,900억 원
수입(출)액		점유율
미국 對한국 냉동 치즈볼 수입 현황	925억 원	2%
한국 對미국 냉동 치즈볼 수출 현황	373억 원	27%

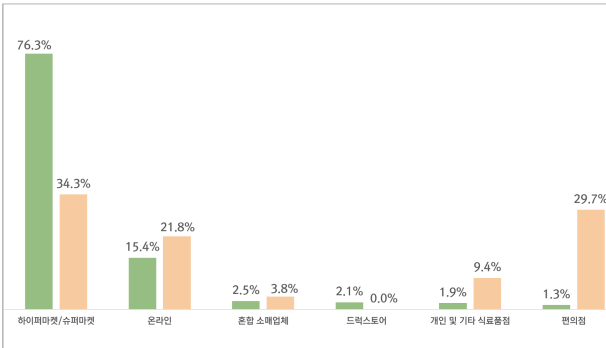
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



하이퍼마켓/슈퍼마켓	- 주요 유통채널 월마트 및 크로거 - 온라인 쇼핑으로의 확대, 무료 배송 서비스 등으로 코로나19의 영향을 받지 않고 매출 안정
온라인	- 주요 유통채널 아마존 및 월마트 - 커브사이드픽업 서비스 등 다양한 비대면 유통 방식을 꾀하며 큰 성장세를 보이고 있음
아시안마트/한인마트	- 주요 유통채널 에이치마트 및 지더블유슈퍼마켓 - 에이치마트는 미 동부에서 영업을 시작해 서부, 남부 등으로 진출을 확대해 현지 소비자 유치를 모색 중

■ 진입장벽

인증	식품안전현대화법에 의한 식품 시설 등록 및 수입식품 사전신고 필수 글루텐프리, 비건, 할랄, 코셔 인증 등 활용
라벨링	미국 식품의약국(FDA) 기준에 따른 라벨링 규정 준수
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 전문가 평가

냉동 치즈볼 경쟁제품 현황	2.5~6달러 사이의 제품이 유통되고 있음 - 치즈 및 갈릭 플레이버 제품이 인기있으며, 달콤한 맛 제품은 흔하지 않아 시장성이 있음
냉동 치즈볼 적정 패키징	- 소비자들에게는 종이 박스 패키지가 익숙함 - 플라스틱 파우치의 단점은 딱히 없으나, 최근 친환경적인 종이 패키징을 소비자들이 선호함
냉동 치즈볼 홍보 방법	- 쉽고 빠른 준비를 강조한 홍보문구 사용 - 소스와 함께 먹을 수 있다는 점 위주로 홍보 - 트랜스지방이 없다는 점을 홍보하는 것도 좋음

■ 요약

Point 01.	- 미국 냉동 간편조리식품 시장규모는 한국의 약 31배, 냉동 치즈볼이 포함된 HS CODE 1905.90의 미국 수입액 중 對한국 수입 비중은 약 2%인 것으로 나타남 - 간편조리식품 주요 유통채널은 하이퍼마켓/슈퍼마켓 및 온라인 채널인 것으로 나타남
Point 02.	- 미국 냉동 치즈볼 진출을 위해 식품안전현대화법에 따른 수입식품 사전신고가 필수임 - 미국 냉동 치즈볼 현지 경쟁제품은 2.5~6달러 사이 가격대 제품이 주로 유통되고 있음

II. 시장규모

1. 미국 냉동 제과제빵류 시장규모
2. 미국 냉동 간편조리식품 시장규모
3. 미국 제과제빵류 시장점유율
4. 미국 간편조리식품 시장점유율
5. 미국 냉동 치즈볼 수입규모
6. 한국 냉동 치즈볼 수출규모

1. 미국 냉동 제과제빵류 시장규모

미국 국가 일반 정보¹⁾

면적	983만 km ²
인구	3억 3,100만 명
GDP	20조 8,070억 달러
1인당 GDP	63,416달러

▶ 미국 냉동 제과제빵류 시장규모 2.83조 원, 한국의 '59배'

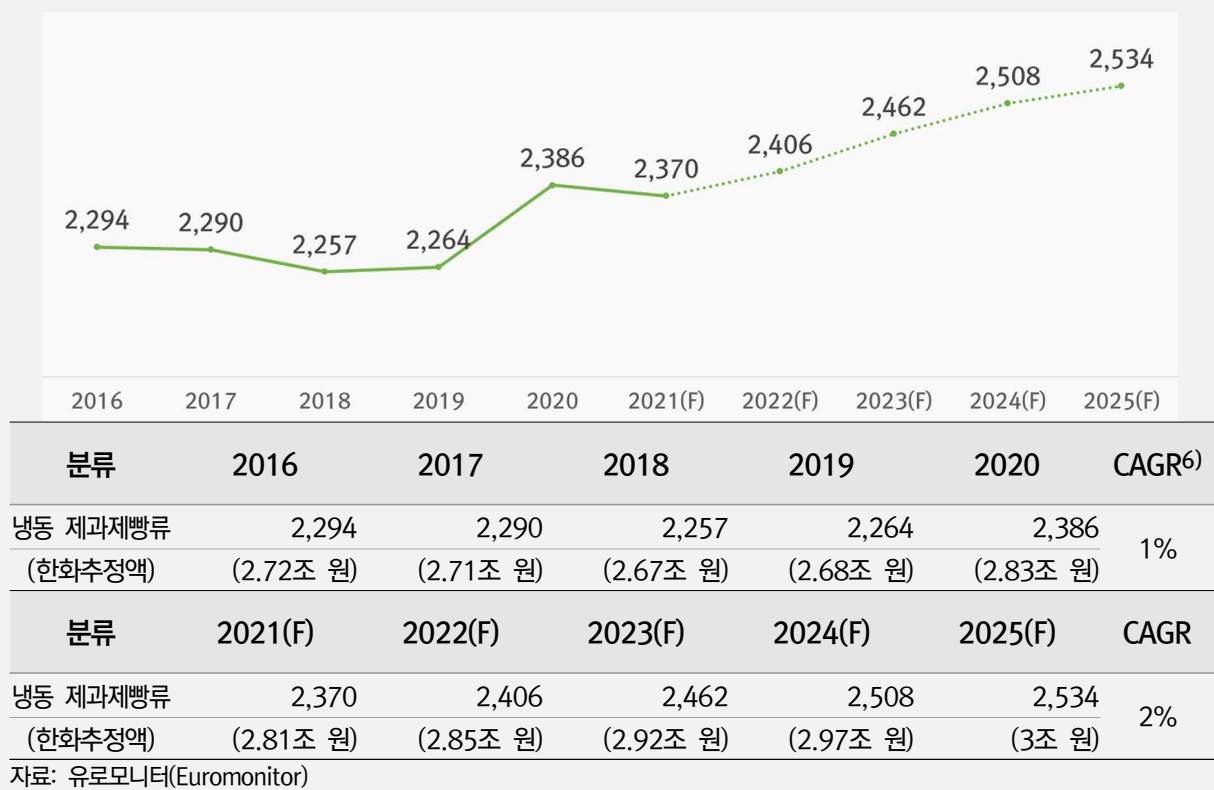
2020년 기준 미국 냉동 제과제빵류 시장규모는 전년 대비 5% 상승한 약 2.83조 원으로, 약 480억 원을 기록한 한국 냉동 제과제빵류 시장의 약 59배 규모에 해당함. 미국 냉동 제과제빵류 시장은 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률 1%를 기록함

▶ 미국 냉동 제과제빵류 시장, 향후 지속적 상승 전망

미국 냉동 제과제빵류 시장은 향후 5년(2021-25년)간 연평균성장률 2%를 기록할 것으로 예상되며, 2025년 기준 약 3조 원의 시장규모를 달성할 것으로 전망됨²⁾³⁾

[표 2.1] 미국 '냉동 제과제빵류' 시장규모⁴⁾⁵⁾

단위 : 백만 달러



1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 조사제품 '냉동 치즈볼'은 크림치즈볼, 모짜리치즈볼, 갈릭치즈볼 등 다양한 종류의 냉동 HMR 제품으로, 에어프라이어 및 전자레인지 사용하여 간편하게 먹을 수 있는 치즈볼 제품임. 이에 제품의 종류와 섭취형태를 기준으로 '냉동 제과제빵류' 시장과 '냉동 간편조리식품' 시장규모를 조사함

3) 자료: 식품음료신문, 「[마켓트렌드] 재상승하는 미국 냉동식품...맛별·1인 가구 선호도 증가」, 2019.06

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 1달러=1,185.20원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 미국 냉동 간편조리식품 시장규모

▶ 미국 냉동 간편조리식품 시장규모, 약 21.4조 원 기록

2020년 기준 미국 냉동 간편조리식품 시장규모는 약 21.4조 원으로, 약 6,900억 원을 기록한 한국 냉동 간편조리식품 시장의 약 31배 규모에 해당함. 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률은 5%를 기록하였으며, 특히 2020년에 전년 대비 13% 급성장하는 등 미국 냉동 간편조리식품 시장이 빠른 성장속도를 보인 것으로 나타남

▶ 미국 냉동 간편조리식품 시장규모, 향후 5년간 연평균 4% 성장 전망

미국 냉동 간편조리식품 시장은 2021년에 전년 대비 5% 감소했다가 이후 4년(2022-25년)간 다시 상승세를 이어나갈 것으로 예상됨. 최근 미국에서 간편하게 조리해먹을 수 있는 제품에 대한 수요가 눈에 띄게 증가하였으며, 향후에도 이러한 추세가 지속될 것으로 예상됨⁷⁾

[표 2.2] 미국 ‘냉동 간편조리식품’ 시장규모⁸⁾

단위 : 백만 달러



7) 자료: 식품음료신문, 「마켓트렌드」 재상승하는 미국 냉동식품…맛별·1인 가구 선호도 증가, 2019.06

8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

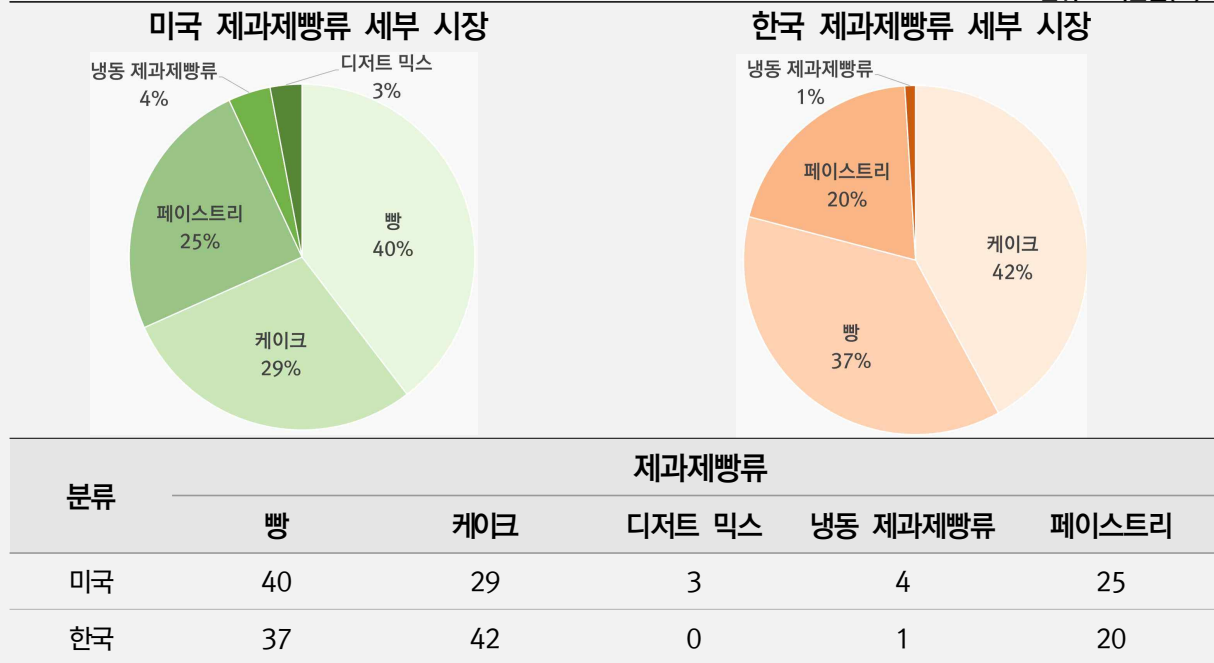
3. 미국 제과제빵류 시장점유율

▶ 미국, 한국 시장 대비 ‘냉동 제과제빵류’ 점유율 고

미국 제과제빵류(약 79.3조 원) 세부 시장과 한국 제과제빵류(약 4조 원) 세부 시장을 비교하였을 때, 미국의 ‘냉동 제과제빵류’ 점유율은 4%로, 점유율이 1% 불과한 한국 ‘냉동 제과제빵류’ 대비 규모와 점유율 부문 모두에서 높은 편으로 나타남. 미국에서는 특히 ‘빵’의 점유율이 40%로 가장 높았으며 다음으로 ‘케이크’와 ‘페이스트리’가 각각 29%, 25%의 점유율을 차지함⁹⁾

[표 2.3] 2020년 미국, 한국 ‘제과제빵류’ 시장점유율¹⁰⁾

단위 : 백분율(%)



자료: 유로모니터(Euromonitor)

9) 유로모니터상 미국 제과제빵류 시장(약 79.3조 원)과 한국 제과제빵류 시장(약 4조 원)의 시장점유율을 나타냄

10) 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±.1% 오차가 발생할 수 있음

4. 미국 간편조리식품 시장점유율

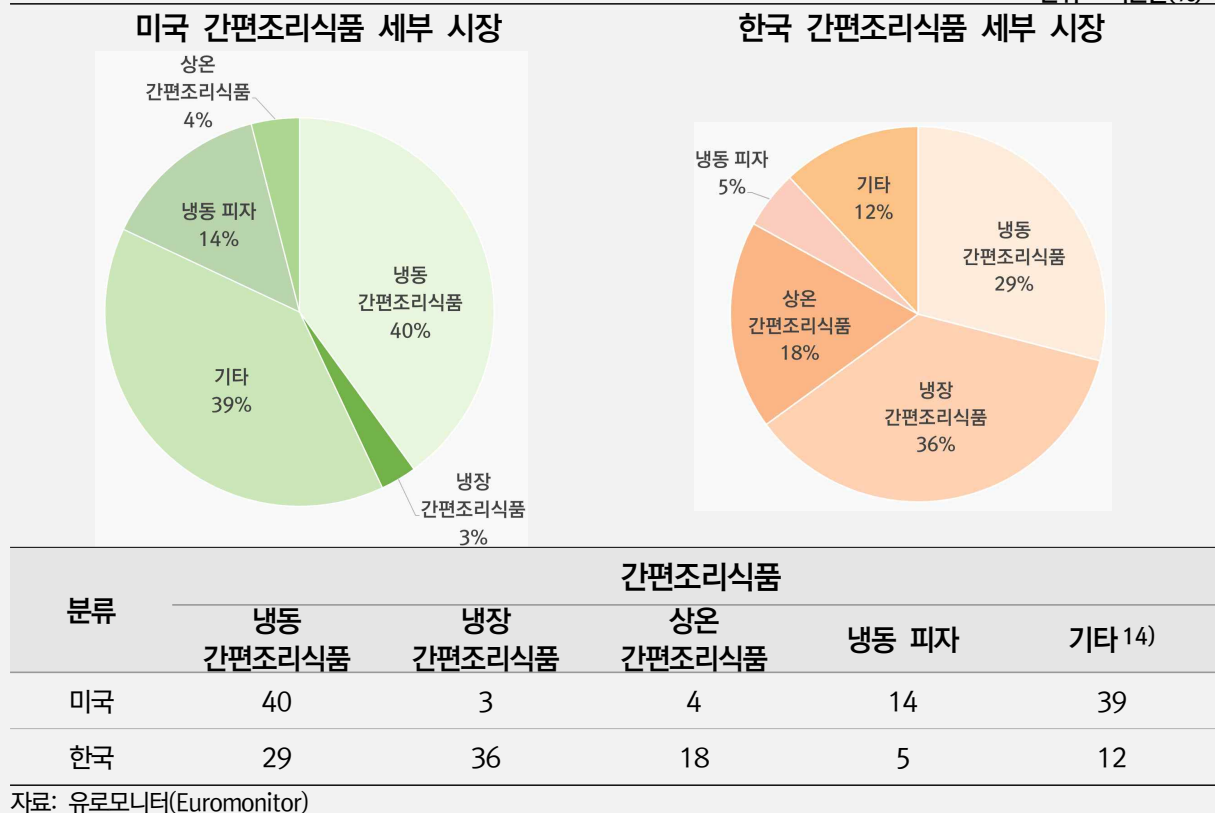
▶ 미국, 간편조리식품 중 냉동 간편조리식품 점유율 1위

미국 간편조리식품(약 53.8조 원) 세부 시장과 한국 간편조리식품(약 2.4조 원) 세부 시장을 비교하였을 때, 미국은 냉동 간편조리식품이 40%의 점유율로 1위를 기록한 반면 한국은 29%의 점유율로 2위를 차지한 것으로 나타남. 한편, 냉장 간편조리식품의 경우 미국은 3%의 점유율에 그친 반면, 한국은 36%의 점유율을 기록하였는데 이러한 간편조리식품 세부 시장의 차이는 양국의 간편식 문화 차이에서 비롯된 것으로 판단됨¹¹⁾

한편 미국에서는 냉동 식품이 정크푸드라는 인식이 자리잡고 있었으나, 기업들이 냉동 식품의 영양적인 측면을 강조하는 등 적극적인 이미지 개선에 나선 결과 이러한 인식이 점점 변화하고 있음. 더불어 보관이 용이하고 빠르고 간편하게 섭취할 수 있는 냉동 식품이 맞벌이 부부 및 1인 가구 증가 등 미국 주요 소비층의 라이프스타일과 부합하면서 향후 냉동 식품의 수요는 지속적으로 증가할 것으로 예상됨¹²⁾

[표 2.4] 2020년 미국, 한국 ‘간편조리식품’ 시장점유율¹³⁾

단위 : 백분율(%)



11) 유로모니터상 미국 간편조리식품 시장(약 53.8조 원)과 한국 간편조리식품 시장(약 2.4조 원)의 시장점유율을 나타냄

5. 미국 냉동 치즈볼 수입규모

HS CODE 1905.90

조사제품 '냉동 치즈볼'은 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 물품으로 규정된 제 1905호에 속하며, 이에 기타 제품에 해당하는 HS CODE 1905.90을 지표로 선정함

▶ 미국 HS CODE 1905.90 對글로벌 수입액, 5년간 연평균 10% 성장

2020년 기준 미국 HS CODE 1905.90 품목의 對글로벌 수입액은 전년대비 7% 증가한 약 5.0조 원을 기록함. 최근 5년(2016~2020년)간 對글로벌 수입액은 연평균성장률 10%를 기록하였으나, 그 증가폭은 매년 다소 낮아지는 추세를 보이며 성장속도가 둔화되는 모습인 것으로 나타남

▶ 미국 HS CODE 1905.90 수입액 가운데 한국산 점유율 2%

2020년 기준 미국 HS CODE 1905.90 품목의 對한국 수입액은 전년대비 29% 증가한 약 952억 원으로, 글로벌 수입액 가운데 점유율 2%로 7위를 차지함. 글로벌 수입액 점유율 1위 국가는 캐나다(약 2.6조 원, 51%)였으며, 이어서 멕시코(약 8,054억 원, 16%), 이탈리아(약 2,238억 원, 4%) 순으로 집계됨

[표 2.5] 미국 HS CODE 1905.90 수입규모¹⁵⁾¹⁶⁾



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 1905.90 기준

12) 식품음료신문, 「마켓트렌드 재상승하는 미국 냉동식품·맛별아·1인 가구 선호도 증가」, 2019.06

13) 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±0.1% 오차가 발생할 수 있음

14) 기타에는 '냉장 런치키트', '냉장 피자', '밀키트', '건조 간편조리식품', '간편식 샐러드'가 포함됨

15) 자료: ITC(International Trade Centre)

16) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6. 한국 냉동 치즈볼 수출규모

HS CODE 1905.90-1090

조사제품 '냉동 치즈볼'에 해당하는 HS CODE 1905.90-1090(기타)의 한국, 글로벌, 미국 수출규모를 통해 수출 수요를 확인함

▶ 한국 HS CODE 1905.90-1090 수출액, 연평균성장률 10%

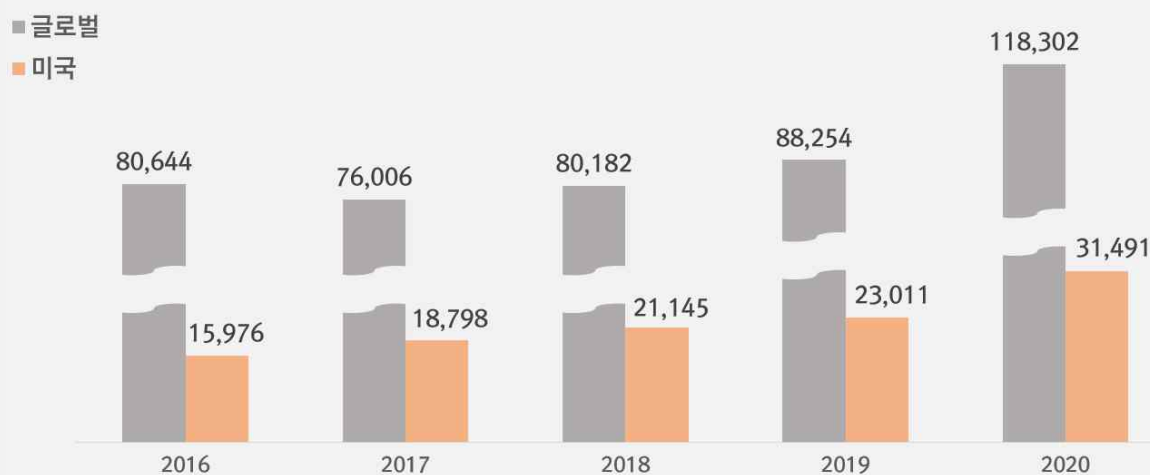
2020년 기준 한국 HS CODE 1905.90-1090 품목의 글로벌 수출액은 전년 대비 34% 증가한 약 1,402억 원을 기록함. 이러한 성장폭은 최근 5년(2016-2020)간 기록한 연평균성장률 10%를 웃도는 수치이며, 수출액 역시 2016년 수출액 대비 약 1.5배 증가한 규모임

▶ 한국 HS CODE 1905.90-1090 수출액, 미국 점유율 1위

한국 HS CODE 1905.90-1090 품목의 미국 수출액은 최근 5년(2016-2020)간 연평균성장률 18%를 기록함. 2020년 기준 미국 수출액은 전년 대비 37% 증가한 약 373억 원으로, 점유율 27%를 차지하여 1위로 집계됨. 미국에 이어 중국(약 181억 원, 13%), 대만(약 137억 원, 10%), 호주(약 116억 원, 8%) 순으로 점유율이 높은 것으로 나타남

[표 2.6] 한국 HS CODE 1905.90-1090 수출규모¹⁷⁾¹⁸⁾

단위 : 천 달러



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
한국 對 글로벌 수출액	80,644	76,006	80,182	88,254	118,302	10%
(한화추정액)	(956억 원)	(901억 원)	(950억 원)	(1,046억 원)	(1,402억 원)	
한국 對 미국 수출액	15,976	18,798	21,145	23,011	31,491	18%
(한화추정액)	(189억 원)	(223억 원)	(251억 원)	(273억 원)	(373억 원)	

자료 : KATI농식품수출정보, HS CODE 1905.90-1090 기준

17) 자료: KATI농식품수출정보

18) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 미국 냉동 간편조리식품, ‘스테이크’, ‘닭가슴살’ 빈출, 간식류는 적어
2. 냉동 간편조리식품 브랜드 중 ‘린 쿠키진’ 빈출, ‘브라지 바이츠’도 주목
3. 미국 냉동 간편조리식품 패키징, 간편함과 다양함 추구 경향 보여
4. 미국 냉동 간편조리식품 홍보문구, ‘간편함’과 ‘건강’으로 요약 가능
5. 미국 냉동 치즈볼 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 미국 온라인매장 입점 냉동 치즈볼 정보 수집

- 데이터 수집 키워드: 냉동 간편조리식품(Frozen Ready Meals)
- 데이터 수집량 : 377건
- 데이터 수집원 : 아마존(Amazon)
월마트(Walmart)

▶ 미국 온라인매장 입점 냉동 치즈볼 특징 분석

- 데이터 분석 항목
① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 패키징 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
경쟁제품	스테이크	Steak	31	마카로니	Macaroni	10
	닭가슴살	Chicken Breast	16	으깬 감자	Mashed Potatoes	7
	미트볼	Meatball	14	치즈빵	Cheese Bread	2
	라자냐	Lasagna	11	모짜렐라 스틱	Mozzarella Sticks	1
경쟁브랜드	린 쿠이진	Lean Cuisine	21	에이치엠알	HMR	6
	트레이더 조스	Trader Joe's	13	에이미스	Amy's	6
	헬시초이스	Healthy Choice	13	케이제이폴트리	KJ Poultry	4
	마리 칼렌더	Marie Callender	12	나이트호크	Night Hawk	4
	스타우퍼스	Stouffer's	10	오마하 스테이크	Omaha Steaks	4
	뱅켓	Banquet	7	브라지바이츠	Brazi Bites	2
패키징	트레이	Trays	46	버라이어티 팩	Variety Pack	18
	전자레인지로 조리할 수 있는	Microwaveable	20	개별로	Individually	9
	대용량	Bulk	19	볼	Bowls	8
홍보문구	빠른	Quick	48	편리한	Convenient	20
	건강한	Healthy	39	코셔(유대교 율법에 따른)	Kosher	13
	글루텐 프리	Gluten Free	32	유기농	Organic	10
	채식주의	Vegetarian	26	비건	Vegan	10

1. 미국 냉동 간편조리식품, ‘스테이크’, ‘닭가슴살’ 반출, 간식류는 적어

▶ 대부분 식사류, 간식류는 적어

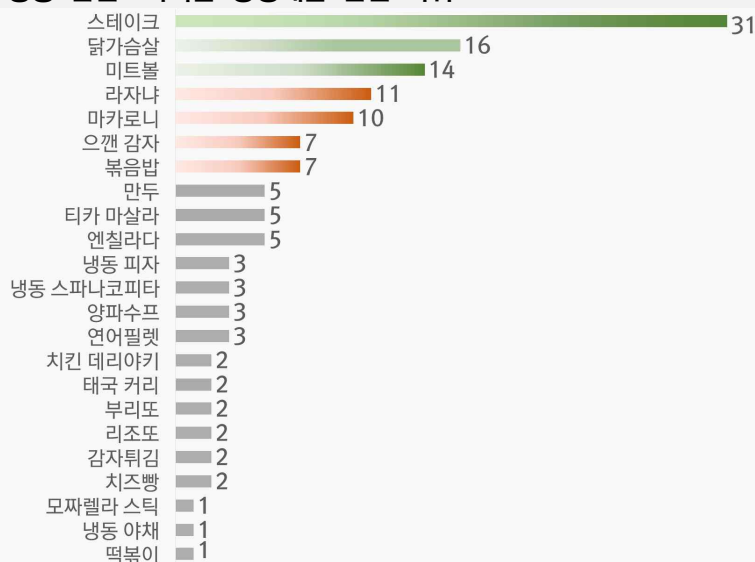
- ‘스테이크’ 키워드 31건으로 큰 격차로 1위
- ‘닭가슴살’과 ‘미트볼’은 각 16, 14건으로 2, 3위
- 추출 키워드 중 간식류나 사이드류는 ‘으깬 감자’, ‘감자튀김’, ‘치즈빵’, ‘모짜렐라 스틱’ 4가지 뿐

▶ 냉동 치즈볼의 상위 키워드인 치즈 바이트(Cheese Bites)도 다양

- 미국 온라인매장에 ‘치즈 바이트’ 검색 시 다양한 제품 나옴
- 그러나 ‘냉동 간편조리식품’으로 검색 시 냉동 치즈볼이 몇 개 발견되지 않는 것으로 보아 ‘냉동 간편조리식품’의 대표적 식품은 아닌 것으로 보임

1위 스테이크		2위 닭가슴살		11위 치즈빵	
					
브랜드	나이트호크(Night Hawk)	브랜드	타이슨(Tyson)	브랜드	브라지바이츠(Brazi Bites)
용량	170g	용량	1,130g	용량	330g*8개
가격	2.78달러(약 3,295원) ¹⁹⁾	가격	9.19달러(약 10,891원)	가격	67.95달러(약 80,534원)

[표 3.1] 미국 냉동 간편조리식품 경쟁제품 관련 키워드



자료: 미국 온라인매장 판매 제품 내 ‘냉동 간편조리식품’ 관련 게시글 377건 분석

19) 1달러=1,185.20원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

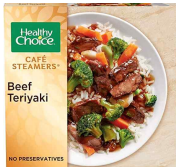
2. 냉동 간편조리식품 브랜드 중 ‘린 쿠키진’ 반출, ‘브라지바이츠’도 주목

▶ ‘린 쿠키진’ 키워드 21건으로 1위

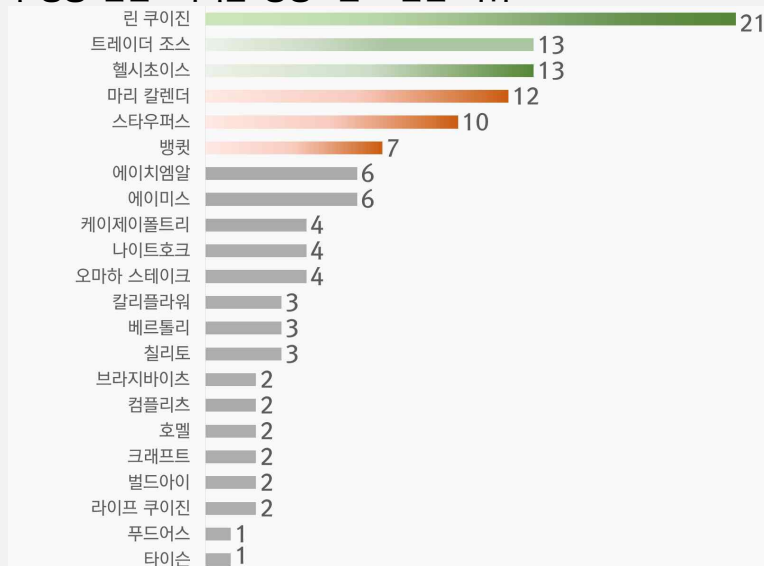
- 공동 2위인 ‘트레이더 조스’, ‘헬시 초이스’와 큰 격차로 1위
- 네슬레(Nestle)가 모회사로 건강과 웰빙에 초점을 맞춘 브랜드²⁰⁾

▶ 검출된 22개 브랜드 중 ‘치즈 바이츠’ 제조 기업은 1개

- ‘치즈 바이츠’를 주력으로 하는 브랜드는 ‘브라지바이츠(Brazi Bites)’
- 브라지바이츠는 브라질 치즈빵 제조회사로 모두 글루텐 프리 제품
- 치즈를 기본으로 콩, 육류, 시나몬 등 다양한 재료로 채운 치즈빵 판매
- 온라인매장 내 ‘냉동 간편조리식품’으로 검색 시 상품 수 적으나 ‘치즈 바이츠’로 검색 시 브라지바이츠 제품 다양하게 검색됨

1위 린 쿠키진		공동 2위 트레이더 조스		공동 2위 헬시 초이스	
					
제품명	치킨 페투치니 크림 파스타	제품명	치킨 만두	제품명	냉동 간편조리식품 버라이어티 팩
용량	260g*6개	용량	170g*8개	용량	270g*5개
가격	79.99달러(약 94,804원)	가격	83.99달러(약 99,545원)	가격	88.99달러(약 105,471원)

[표 3.2] 미국 냉동 간편조리식품 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 미국 온라인매장 판매 제품 내 ‘냉동 간편조리식품’ 관련 게시물 377건 분석

20) 네슬레(Nestle) 홈페이지

3. 미국 냉동 간편조리식품 패키징, 간편함과 다양함 추구 경향 보여

▶ ‘트레이’, ‘전자레인지로 조리할 수 있는’에서 간편함 추구 경향 보여

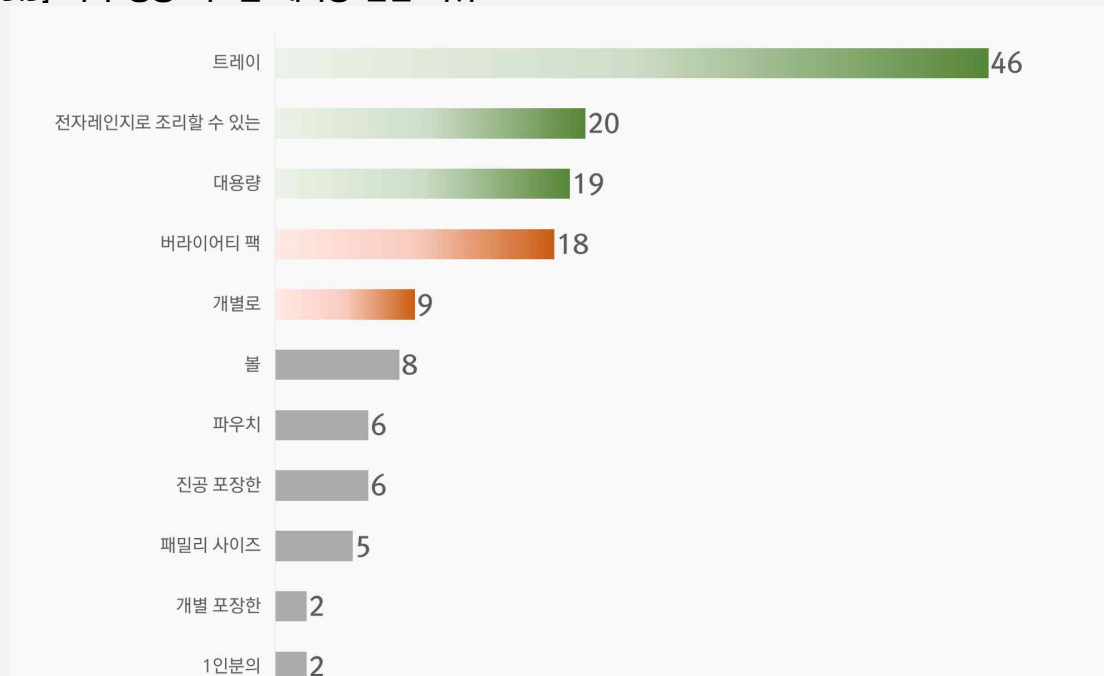
- ‘트레이’ 키워드 46건으로 패키징 관련 빈출 키워드 1위
- 별도의 용기 필요 없도록 트레이에 포장한 제품 많아
- ‘전자레인지로 조리할 수 있는’은 키워드 20건으로 2위
- 패키징 상위 키워드와 홍보문구 1위 키워드인 ‘빠른’, 연관 있어 보임

▶ ‘버라이어티 팩’도 빈출

- ‘버라이어티 팩’ 키워드 18건으로 4위
- 여러가지 맛 묶음 판매로 다양한 맛을 원하는 소비자에 어필하는 상품 많아

1위 트레이		2위 전자레인지로 조리할 수 있는		4위 버라이어티 팩	
					
제품명	스테이크	제품명	마카로니 앤 치즈	제품명	비건 밀 버라이어티 팩
브랜드	호멜(Hormel)	브랜드	크라프트(Kraft)	브랜드	알파푸즈(Alpha Foods)
가격	255g*6개/ 12.72달러(약 15,076원)	가격	198g*36개/ 89.99달러(약 106,656원)	가격	255g*8개/ 69.99달러(약 82,952원)

[표 3.3] 미국 냉동 치즈볼 패키징 관련 키워드



자료: 미국 온라인매장 판매 제품 내 ‘냉동 간편조리식품’ 관련 게시글 377건 분석

4. 미국 냉동 간편조리식품 홍보문구, ‘간편함’과 ‘건강’으로 요약 가능

▶ ‘빠른’, ‘편리한’ 상위 키워드로 ‘간편함’ 추구 경향 보여

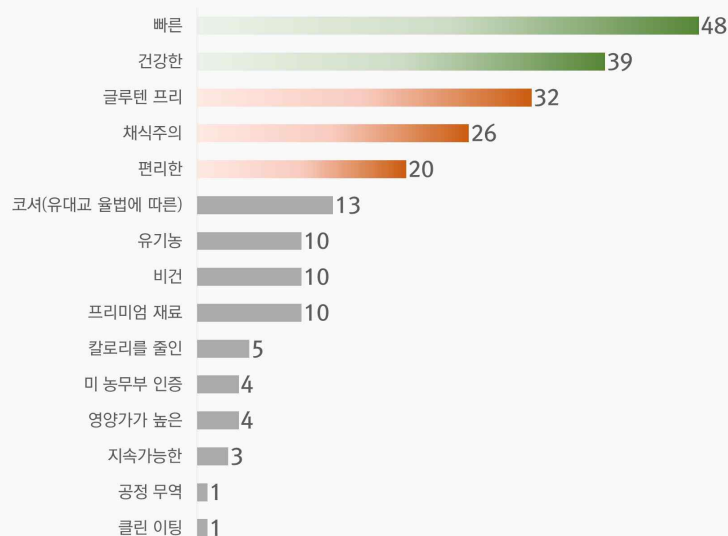
- ‘빠른’ 키워드 48건으로 홍보문구 관련 빈출 키워드 1위
- ‘편리한’은 키워드 20건으로 15개 키워드 중 5위
- 빠른 식사 해결을 목적으로 냉동 간편조리식품을 구입하는 경향 있어 보임

▶ 다양한 키워드에서 엿보이는 ‘건강’ 트렌드

- 2위인 ‘건강한’을 비롯, ‘유기농’, ‘칼로리를 줄인’, ‘영양가가 높은’, ‘클린 이팅(clean eating)²¹⁾’은 건강 및 웰빙 관련 키워드
- ‘프리미엄 재료’, ‘미 농무부 인증’, ‘지속가능한’, ‘공정 무역’ 등에서도 정직한 재료를 추구하는 경향 보임

1위 빠른		2위 건강한		4위 채식주의	
					
제품명	치킨 앤 치즈 엠파나다	제품명	클래식 버라이어티 팩	제품명	티카 마살라
브랜드	사가턱키친 (Saugatuck Kitchens)	브랜드	더굿키친 (The Good Kitchen)	브랜드	트레이더조스(Trade Joe's)
가격	1,700g/ 214.99달러(약 254,806원)	가격	312g*5개/ 79.99달러(약 94,804원)	가격	255g*8개/ 79.99달러(약 94,804원)

[표 3.4] 미국 냉동 간편조리식품 홍보문구 관련 키워드



자료: 미국 온라인매장 판매 제품 내 ‘냉동 간편조리식품’ 관련 게시글 377건 분석

21) 자연과 가장 가까운 식재료를 섭취하는 식습관

5. 미국 냉동 치즈볼 진출 컨셉

- ▶ **컨셉 ① _ 전자레인지용 트레이에 포장해 간편한 채식주의 치즈볼**
 - 전자레인지용 트레이로 패키징과 홍보문구에서 유추 가능한 ‘간편함’ 반영
 - 성분 강조하여 채식주의 식단에 추가할 수 있는 점 홍보
- ▶ **컨셉 ② _ 스테이크에 곁들여 먹으면 좋은 진공 포장한 냉동 치즈볼**
 - 냉동 간편조리식품 중 빈출 1위인 ‘스테이크’ 활용
 - 진공 포장으로 냉동실 보관에도 맛이 변하지 않는 점 강조
- ▶ **컨셉 ③ _ 파우치에 담아 들고 다니기 편한 글루텐 프리 치즈 바이트**
 - 들고 다니기 편한 파우치 포장으로 간식으로 먹기 좋은 점 강조
 - 글루텐 프리 강조하는 ‘브라지 바이트’ 벤치마킹하여 소비자층 확대

경쟁제품	패키징	홍보문구	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
(-)	트레이	채식주의	6건	전자레인지용 [트레이]에 간편 포장하고 치즈와 고구마, 팥을 주재료로 [채식주의자]도 먹을 수 있는 냉동 치즈볼
스테이크	진공 포장	(-)	4건	[진공 포장]으로 맛을 보존한 [스테이크]에 곁들여 먹으면 궁합이 좋은 냉동 치즈볼
(-)	버라이어티 팩	빠른	3건	[버라이어티 팩]으로 바쁜 아침 맛있고 [간편하게] 7가지 맛을 모두 즐겨보세요
볶음밥	(-)	빠른	3건	전자레인지로 [빠르고] 간편하게 조리 가능한 [볶음밥] 등에 사이드로 곁들이면 좋은 냉동 치즈볼
치즈빵	파우치	글루텐 프리	2건	[파우치]에 포장해 들고 다니기 편한 [글루텐 프리] [치즈 바이트]

★ 결합 키워드 발생량 : 경쟁제품/패키징/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

1. 미국 냉동 치즈볼 유통채널 비교
2. 미국 냉동 치즈볼 유통채널 특징

1. 미국 냉동 치즈볼 유통채널 비교

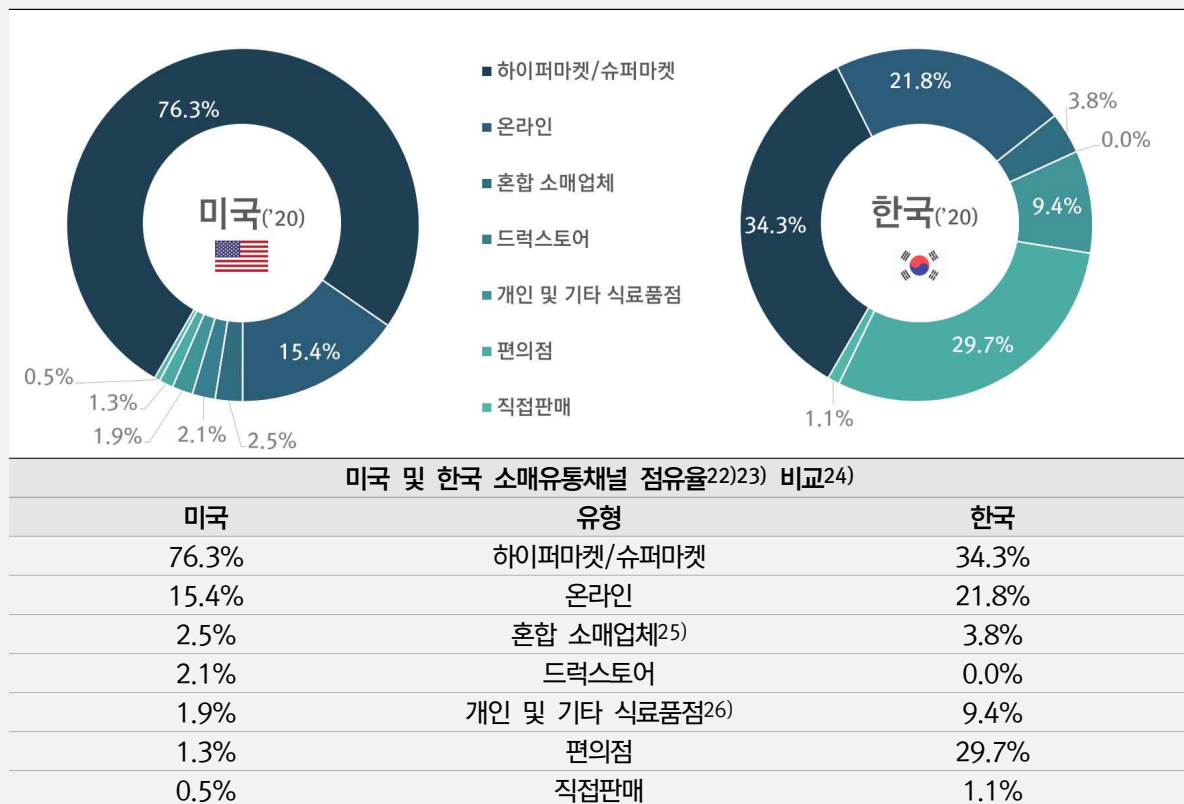
▶ 미국 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 점유율 압도적

2020년 미국 ‘간편조리식품’ 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’은 76.3%의 압도적 점유율을 보였으며, 한국의 34.3%와 대비했을 때도 더 높음. ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’에 이어 큰 차이를 보인 유통채널은 ‘편의점’임. ‘편의점’의 점유율은 한국이 29.7%인 반면 미국은 1.3%로 조사됨. 다음으로 ‘혼합 소매업체’의 점유율은 미국이 2.5%, 한국이 3.8%로 한국이 다소 높았으며, ‘드럭스토어’를 통한 유통은 미국에서만 존재한 것으로 나타남. ‘개인 및 기타 식료품점’을 통한 유통은 미국이 1.9%로 한국의 9.4% 대비 낮았음. 마지막으로 ‘직접판매’는 2020년 미국 유통채널의 0.5%를, 한국은 1.1%를 점유함

▶ 미국 냉동 치즈볼 온라인 시장, 아직 발전단계

2020년 미국 ‘간편조리식품’의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 15.4%로 한국의 21.8% 대비 낮아 아직 냉동 치즈볼의 온라인 소비시장이 발전단계인 것으로 나타남

[표 4.1] 미국 냉동 치즈볼 소매유통채널 점유율



미국 및 한국 소매유통채널 점유율²²⁾²³⁾ 비교²⁴⁾

미국	유형	한국
76.3%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	34.3%
15.4%	온라인	21.8%
2.5%	혼합 소매업체 ²⁵⁾	3.8%
2.1%	드럭스토어	0.0%
1.9%	개인 및 기타 식료품점 ²⁶⁾	9.4%
1.3%	편의점	29.7%
0.5%	직접판매	1.1%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

22) 2020년 기준, 미국 및 한국 ‘간편조리식품(Ready Meals)’의 소매유통채널 점유율임

23) ‘냉동 치즈볼’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘간편조리식품(Ready Meals)’의 정보를 확인함

24) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±0.1% 오차가 발생할 수 있음

25) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

26) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 아시안마트/한인마트를 포괄함

2. 미국 냉동 치즈볼 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

● 미국 주요 하이퍼마켓 기업 월마트



사진자료: 포브스

▶ 미국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 월마트 및 크로거

미국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓은 월마트(Walmart), 크로거(Kroger) 등이 있음. 월마트는 2020년 미국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 유통채널의 전체 매출액 9,386억 8,100만 달러(약 1,112조 5,247억 원²⁷⁾)의 31.5%를 점유했으며, 산하에 동명의 1개 브랜드를 보유함. 크로거는 2020년 전체 매출액의 12.0%를 점유했으며 산하에 크로거마켓플레이스(Kroger Marketplace), 프레드메이어(Fred Meyer) 등의 브랜드를 두고 있음

▶ 미국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 코로나19에도 불구하고 매출 안정적²⁸⁾

코로나19로 인한 경기침체에도 불구하고 하이퍼마켓/슈퍼마켓의 매출은 큰 타격을 입지 않은 것으로 나타남. 먼저 하이퍼마켓의 경우 선두기업인 월마트가 꾸준한 실적을 내며 하이퍼마켓 전체 매출의 안정을 견인하였으며, 슈퍼마켓의 경우 온라인 쇼핑으로의 확대를 통해 매출 구조를 다양화함. 특히 월마트는 지난 2020년 9월 무료 배송 등을 주요 골자로 하는 자체 멤버십 서비스인 ‘월마트플러스(Walmart+)’를 출시함

[표 4.2] 미국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20) ²⁹⁾	산하 주요 브랜드
1	월마트 (Walmart)	31.5%	월마트 (Walmart)
2	크로거 (Kroger)	12.0%	크로거마켓플레이스 (Kroger Marketplace), 프레드메이어(Fred Meyer)
3	알버트슨 (Albertsons)	6.9%	세이프웨이(Safeway), 알버트슨(Albertsons)
4	어홀드 (Ahold USA)	5.3%	스탑앤숍(Stop & Shop), 푸드라이온(Food Lion)
5	퍼블릭스슈퍼마켓 (Publix Super Markets)	4.8%	퍼블릭스 (Publix)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

27) 1달러=1,185.20원(2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

28) 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in the US Country Report」, 2021.02

29) 미국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 편의점

● 미국 세븐일레븐 내부 전경



사진자료: 달라스뉴스

▶ 미국 주요 편의점 업체, 세븐앤아이홀딩스

미국 주요 편의점 업체 세븐앤아이홀딩스(Seven&I Holdings)는 2020년 미국 편의점 전체 매출액 274억 7,000만 달러(약 32조 5,574억 원)의 28.7%를 점유했으며, 산하에 세븐일레븐(7-Eleven) 1개 브랜드를 보유함. 와와(Wawa)는 2020년 전체 매출액의 7.0%를 차지하였으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 두고 있음

▶ 미국 편의점 와와, ‘옴니채널형’ 운영으로 매출 증대 꾀해³⁰⁾

코로나19 기간 동안 미국 주요 편의점 업체인 와와는 매출 증대를 위해 ‘옴니채널’ 형태로의 인프라 확장을 꾀하고 있는 것으로 나타남. 또한 와와는 배달 플랫폼 서비스인 우버이츠(Uber Eats)와의 제휴를 통해 배달 서비스를 확대하고 있으며, 자사 모바일 어플리케이션 개편, 드라이브 스루(Drive Thru, DT) 매장 출시 등을 통해 새로운 트렌드로 자리 잡은 픽업 문화에 대응하고 있음

[표 4.3] 미국 주요 편의점 업체

순번	기업명	편의점 매출액 점유('20) ³¹⁾	산하 주요 브랜드
1	세븐앤아이홀딩스 (Seven&I Holdings)	28.7%	세븐일레븐 (7-Eleven)
2	와와 (Wawa)	7.0%	와와 (Wawa)
3	써클케이 (Circle K Stores)	1.3%	써클케이 (Circle K)
4	퀵체크 (QuickChek)	1.1%	퀵체크 (Quick Chek)
5	이지그룹 (EG Group)	0.4%	이지 (EG)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

30) 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in the US Country Report」, 2021.02

31) 미국 편의점 점유율 부문 상위 5개 기업

3) 아시안마트/한인마트

● 미국 주요 한인마트 업체
에이치마트



사진자료: 교차로월드

▶ 미국 주요 아시안마트 및 한인마트 업체,
에이치마트 및 지더블유슈퍼마켓

미국 주요 아시안마트 및 한인마트 업체로는 에이치마트(H Mart), 지더블유슈퍼마켓(GW-Supermarket), 시온마켓(Zion Market) 등이 있음. 에이치마트는 미국 내 최대 규모의 한인마트 체인으로, 현재 미 전역에서 약 102개의 점포를 운영 중임. 지더블유슈퍼마켓은 1981년 설립된 한인마트로 약 16여 개의 점포를 보유하고 있음. 또한, 자체 쇼핑 어플리케이션과 카카오톡, 위챗 채널을 보유하고 있음

▶ 지역 기반 한인마트에서 전국으로 영역을 확장하는 에이치마트

미국 내 최대 규모의 한인마트 업체인 에이치마트는 미국 뉴욕주의 퀸즈 우드사이드 지역에 ‘한아름마트’라는 이름으로 1호점을 설립함. 설립 당시 아시안 아메리칸은 미국 인구의 1.5%만을 차지했으나, 이후 7% 규모로 증가하였으며 이러한 인구 성장에 힘입어 에이치마트는 2020년 15억 달러(약 1조 7,778억 원)의 매출을 달성함. 미 동부 지역을 중심으로 성장한 에이치마트는 2021년 플로리다에도 첫 매장을 열었으며 한국과 아시아 인구뿐만 아니라 현지인들까지도 영입하기 위해 식품의 신선함 및 다양성을 중심으로 여러 방안을 모색 중임

[표 4.3] 미국 주요 아시안마트 업체

순번	기업명	설립연도	보유 점포 수('20)
1	에이치마트 (H Mart)	1982	약 102개
2	지더블유슈퍼마켓 (GW-Supermarket)	2004	약 16개
3	시온마켓 (Zion Market)	1981	약 7개

자료: 기업 홈페이지, 뉴욕타임즈(NYT)

4) 온라인

●
 커브사이드픽업 서비스를
 제공하는 월마트



사진자료: 월마트

▶ 미국 주요 온라인 유통채널, 아마존 및 월마트

미국 주요 온라인 유통채널 아마존(Amazon)은 2020년 온라인 유통채널 전체 매출액 7,057억 4,600만 달러(약 836조 4,502억 원)의 36.4%를 점유했으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 보유함. 월마트(Walmart)는 2020년 전체 매출액의 5.6%를 점유했으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 두고 있음

▶ 코로나19가 불러온 변화, 온라인 식품시장의 다양한 형태³²⁾

코로나19 여파로 2020년 미국의 온라인 식품시장은 119.1%라는 전례 없는 성장세를 기록함. 특히 온라인 채널로의 확대를 시도하는 기업들이 증가한 가운데, 아마존과 월마트가 온라인 식품시장에서도 선두 기업으로 자리함. 이외에도 온라인 결제 후 차를 타고 구매 물품을 전달받을 수 있는 ‘커브사이드픽업(curbside pick-up)’ 서비스 등 여러 방식의 새로운 전략이 나타나는 현상에 주목할만하며, 이러한 변화에 대한 기업들의 발빠른 대응이 필요할 것으로 예상됨

[표 4.5] 미국 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20) ³³⁾	산하 주요 브랜드
1	아마존 (Amazon)	36.4%	아마존 (Amazon)
2	월마트 (Walmart)	5.6%	월마트 (Walmart)
3	이베이 (eBay)	4.9%	이베이 (eBay)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

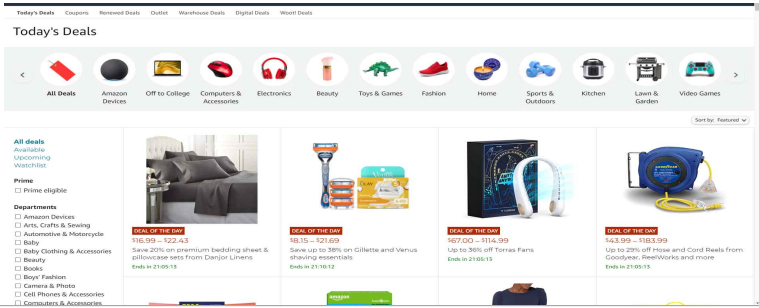
32) 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-commerce in the US Country Report」, 2021.02

33) 미국 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

1. 미국 냉동 치즈볼 주요 온라인 유통채널
2. 미국 냉동 치즈볼 주요 오프라인 유통채널

1. 미국 냉동 치즈볼 주요 온라인 유통채널 ① 아마존

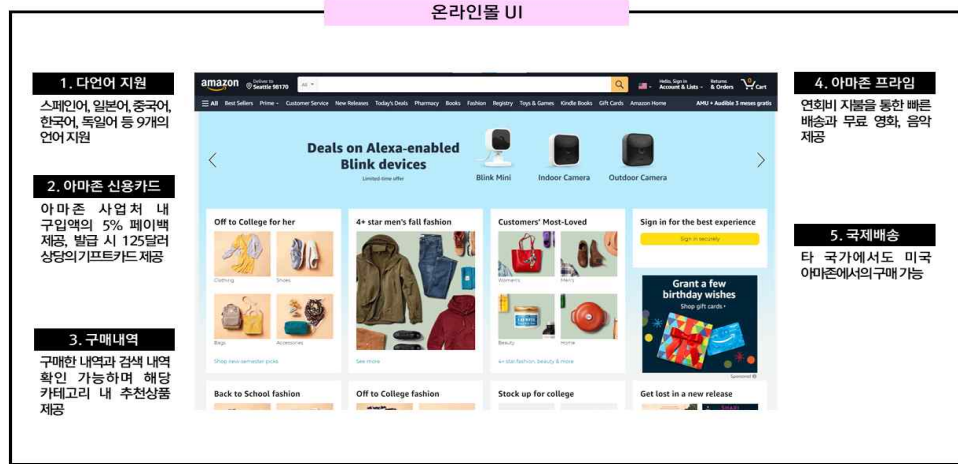
기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)	
	홈페이지	www.amazon.com	
	업태	온라인 종합 쇼핑몰	
	개요	방문횟수(최근 1개월)	27억 2,000만 회
		앱다운로드수('20)	500만 회
		매출('20)	약 2,569억 달러(약 304조 4,779억 원 ³⁴⁾)
		운영방식	온라인마켓
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	콘아그라(Conagra), 브라씨바이트(Brazi Bites)
		해외 판매	해외배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	50달러 이상 구매 시 5달러 할인, 생일 기프트카드 증정 등 다양한 프로모션 상시 진행		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접등록 (services.amazon.com/services/soa-approval-category) - Grocery&Gourmet Food 카테고리 'Requirement' 눌러 자격조건 확인 후 'Contact Us' 클릭하여 입점 문의 제출 - 홈페이지 등록 정보 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품종류, 예상매출액, 판매입고량) • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 평가 기준 ① 아마존 행동강령 준수 ② 아마존 PB 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 • 입점 가능 카테고리 20개 중 식료품 및 9개 제품군은 승인 절차 거쳐야 입점 가능	

자료: 아마존(Amazon), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 아마존(Amazon)

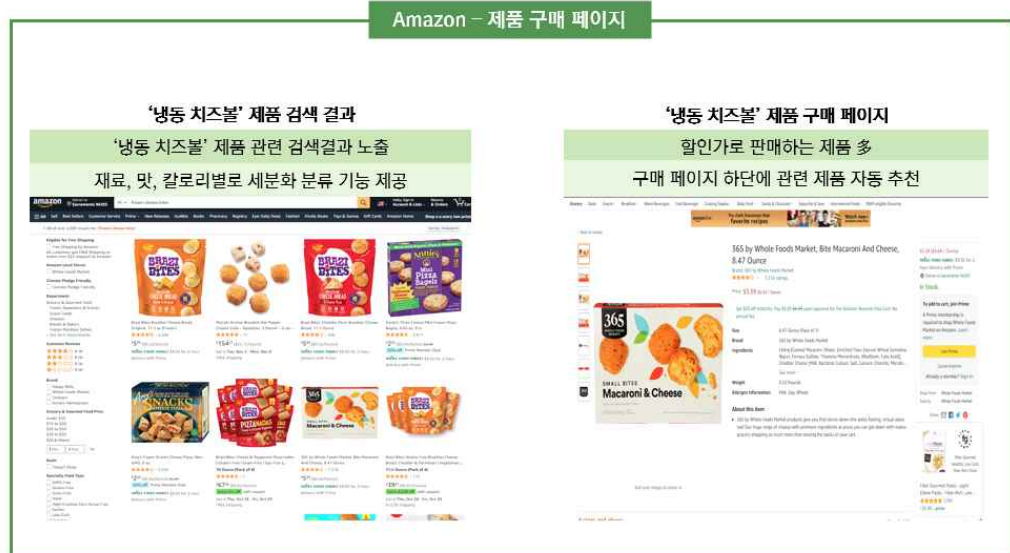
34) 1달러=1,185.20원(2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①



어플을 이용한 사진, 음성 검색 가능
나이대별, 성별, 국가별 세분된 카테고리 검색 가능

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송 시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 아마존(Amazon)

사진 자료: 아마존(Amazon)

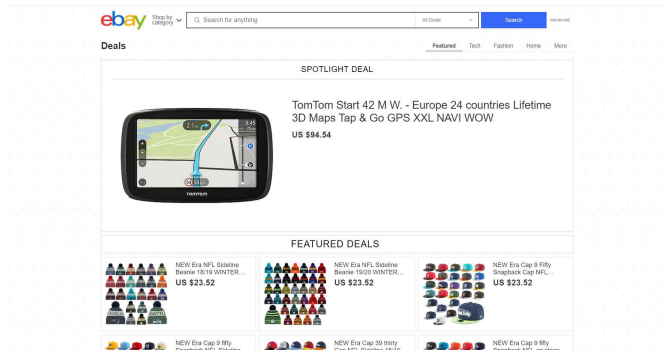
입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ³⁵⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	치즈 스틱	콘아그라 (Conagra)	콘아그라더맥스홀그레인 모짜렐라피자스틱 (Conagra The Max Whole Grain Mozzarella Pizza Stick)	미국	210.00달러 (약 24만 8,892원)	66g * 192개입	
2	치즈볼	브라찌바이트 (Brazi Bites)	브라찌바이트글루텐프리 브라질리언치즈브레드 (Brazi Bites Gluten-Free Brazilian Cheese Bread)	브라질	39.97달러 (약 4만 7,372원)	330g * 4팩	
3	치즈 스틱	더인벤처그룹 (The Inventure Group)	티지아이프라이데이즈 모짜렐라스틱 (T.G.I. Friday's Mozzarella Sticks)	미국	20.55달러 (약 2만 4,356원)	63.8g * 6팩	
4	치즈 스틱	라라티나델리시오사 (La Latina Deliciosa)	라라티나델리시오사 테케노구르멧치즈핑거 (La Latina Deliciosa Tequeno Gourmet Cheese Finger)	베네수엘라	62.00달러 (약 7만 3,482원)	30g * 50개입	
5	치즈 스틱	맥케이스 (Mackays)	맥케이스파마산치즈스틱 (Mackays Parmesan Cheese Stick)	미국	8.01달러 (약 9,493원)	113g	
6	치즈볼	풀무원	풀무원프로즌모짜렐라치즈볼 (Pulmuone Frozen Mozzarella Cheese Balls)	한국	23.99달러 (약 2만 8,433원)	360g	
7	치즈 스틱	슈완스 (Schwans)	비컨스트리트카페 치즈스터프스틱 (Beacon Street Cafe Cheese Stuffed Sticks)	미국	129.90달러 (약 15만 3,957원)	61g * 200개입	

자료: 아마존(Amazon)

사진 자료: 아마존(Amazon)

35) 조사일(2021.10.27.) 기준 아마존(Amazon) 냉동 치즈볼 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

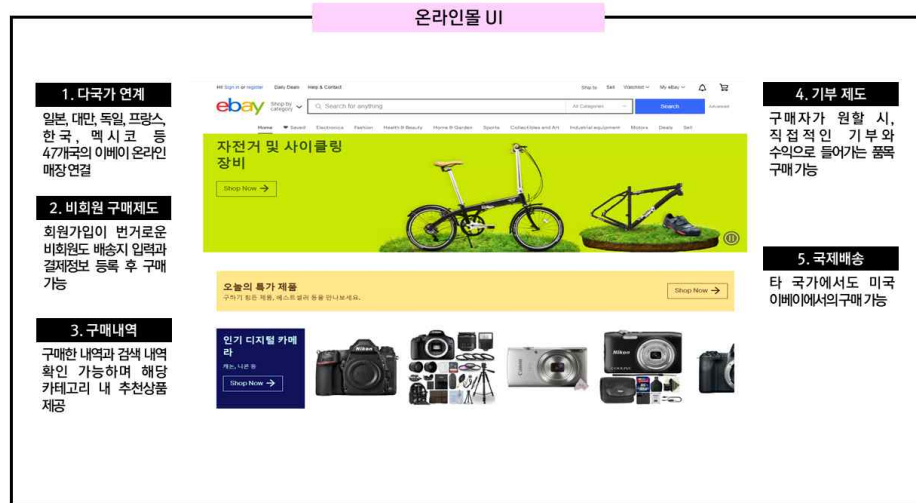
② 이베이

기업 기본 정보	기업명	이베이(eBay)	
	홈페이지	www.ebay.com	
	업태	온라인 종합 쇼핑몰	
	개요	방문횟수(최근 1개월)	8억 9,000만 회
		앱다운로드수('20)	200만 회
매출('20)		약 346억 달러(약 41조 79억 원)	
	운영방식	온라인마켓	
			
매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	(냉동 치즈볼 제품 미입점)
		해외 판매	해외배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	시간대별 할인 이벤트, 카테고리별 할인 이벤트 등 다양한 프로모션 진행		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 - 계정 생성 후 판매자(Seller) 등록 - 개인 판매자와 스토어 판매자 중 선택하여 입점 - 개인 판매자는 40개까지 무료로 등록 가능(수수료 건당 10.9%) - 기업 판매자는 250,000개까지 제품 등록 가능(월별 비용과 건당 수수료 4.8%) - 다음 웹 페이지 주소에서 판매 상품 리스트, 새 상품 등록, 판매 현황 등 판매에 관련된 다양한 정보 확인 가능 (pages.Ebay.com/seller-center/index.html) • 문의사항 연락 방법: - 아래 웹 페이지 주소에서 문의 내용의 해당 카테고리 선택 후 이메일 컨택 가능 (www.Ebay.com/help/call_us?type=ContactUs&initFrom=HOME&topicId=4000)	

자료: 이베이(eBay), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

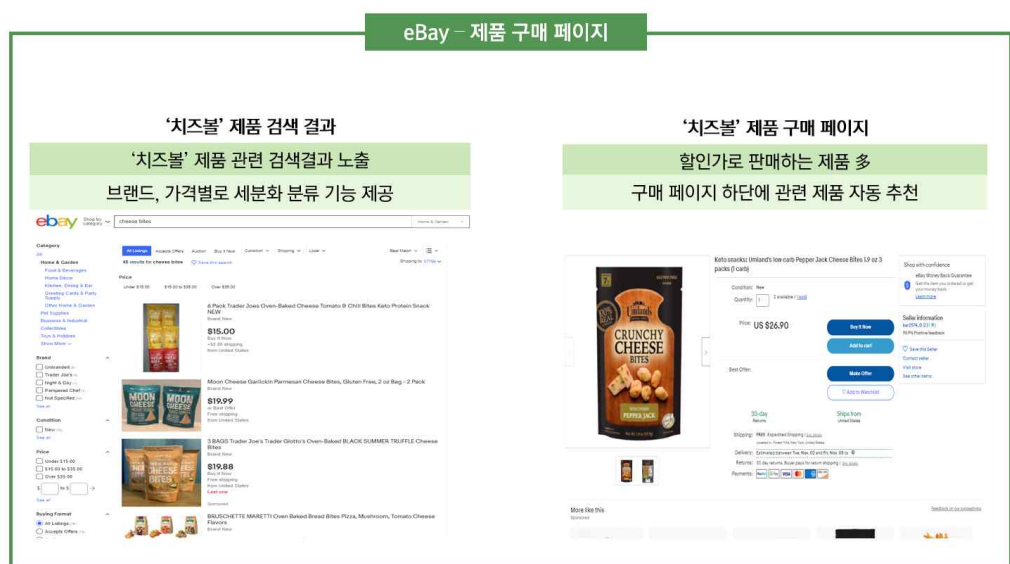
사진 자료: 이베이(eBay)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 배송국가를 특정해서 검색 가능
홈페이지 입장 시, 컴퓨터 언어팩 감지하여 사이트 자동번역

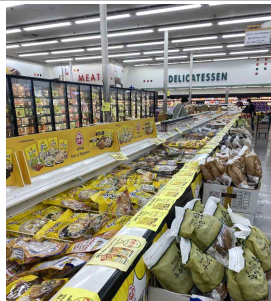
온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 이베이(eBay)
사진 자료: 이베이(eBay)

2. 미국 냉동 치즈볼 주요 오프라인 유통채널 ① 시온마켓

기업 기본 정보	기업명	시온마켓(Zion Market)			
	기업구분	아시안마트/한인마트			
	홈페이지	www.zionmarket.com			
	위치	캘리포니아(California)			
	규모	기타 규모 • 매장 수('21): 약 7개			
	기업 요약	1981년 설립됨 - 캘리포니아, 텍사스, 조지아에서 매장 운영 중 - 자체 쇼핑 어플을 보유하고 있으며, 카카오톡과 위챗 채널 보유			
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성·남성	직업	직장인·주부
		연령대	전연령층	소득수준	중산층
방문매장 정보	영업시간	08:00~21:00			
	주소	5400 Beach Blvd., Buena park, CA 90621			
	상권	한인 식당 및 상점들이 밀집된 몰 내에 위치하고 있음			
	VMD	취급 브랜드	삼립(Samlip), 동원(Dongwon)		
		진열 방식	카테고리별 진열		
	매장 전경	 			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 - 전화번호: +1-858-268-3300 - 이메일: hr@zionmarket.com			

자료: 시온마켓(Zion Market)

사진 자료: 에이티아메리카(aT America), 시온마켓(Zion Market) 현지매장 방문조사

매대 제품 배치 현황

주력 입점 제품



시온마켓에서는 치즈볼을 포함한 각종 냉동 HMR 상품을 매장 중간에 위치한 냉동고에 모두 진열하여 판매 중임. 종류/브랜드/맛별로 나누었으며, 할인 상품의 경우 별도로 표기해둠. 인기가 많거나 대량 입점된 상품의 경우 진열대의 넓은 면적을 차지하여 소비자들이 쇼핑을 하는 중에도 쉽게 인식할 수 있을 정도임

자료: 시온마켓(Zion Market) 현지매장 방문조사

사진 자료: 시온마켓(Zion Market) 현지매장 방문조사

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	냉동식품	삼립(Samlip)	크리스피치즈폰duk볼	한국	4.99달러 (약 5,914원)	280g	
2	냉동식품	동원(Dongwon)	오븐에구운 모짜렐라치즈볼	한국	6.99달러 (약 8,285원)	330g	
3	냉동식품	동원(Dongwon)	치즈미니핫도그	한국	7.99달러 (약 9,470원)	405g	
4	냉동식품	해태(Haetae)	아삭한단호박볼	한국	3.00달러 (약 3,555원)	350g	
5	냉동식품	해태(Haetae)	통모짜렐라핫도그	한국	4.99달러 (약 5,914원)	400g	
6	냉동식품	오뚜기(Ottogi)	REAL바삭한 오리지널핫도그	한국	5.99달러 (약 7,100원)	400g	
7	냉동식품	오뚜기(Ottogi)	REAL바삭한 모짜소떡핫도그	한국	5.99달러 (약 7,100원)	500g	
8	냉동식품	동원(Dongwon)	더블치즈스틱	한국	7.99달러 (약 9,470원)	400g	
9	냉동식품	제이원(Jayone)	오징어튀김	한국	10.99달러 (약 1만 3,025원)	1kg	
10	냉동식품	아씨(assi)	김말이튀김	한국	4.99달러 (약 5,914원)	500g	

자료: 시온마켓(Zion Market) 현지매장 방문조사

사진 자료: 시온마켓(Zion Market) 현지매장 방문조사

② 에이치마트

기업 기본 정보	기업명	에이치마트(H Mart)			
	기업구분	아시안마트/한인마트			
	홈페이지	www.hmart.com			
	위치	뉴저지(New Jersey)			
	규모	매출액('20)	약 15억 달러(약 1조 7,778억 원)		
		기타 규모	• 매장 수('20): 약 102개 • 직원 수('20): 약 3,000명		
기업 요약	• 1982년 뉴욕 맨해튼에 ‘한아름마트’라는 이름으로 1호점 설립 • 한아름 그룹이 운영하는 슈퍼마켓으로 현재 미국 내 최대 규모의 한인마트 체인 • 2020년 로스엔젤레스(LA) 지역 전용 카카오톡 채널 @hmart_la 개설				
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 스낵류, 음료류, 건강식품, 주방용품, 전자제품 등			
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품			
	매장 전경	 			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지에서 직접 공급자 지원서 작성 (www.hmart.com/online-affiliates) - 담당자 확인 후 제품에 대한 논의를 거친 뒤 입점 - 홈페이지 기입 정보 ① 회사명, 담당자명, 이메일, 연락처, 입점문의 등 자유 기재 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +1-800-648-0980			

자료: 에이치마트(H Mart), 뉴욕타임즈(NYT)

사진 자료: 교차로월드(Kyocharoworld)

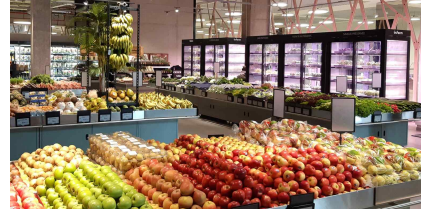
③ 월마트

기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.walmart.com	
	위치	아칸소(Arkansas)	
	규모	매출액('20) 약 5,240억 달러(약 621조 448억 원) 기타 규모 • 매장 수('21): 약 5,300개 • 직원 수('21): 약 160만 명	
기업 요약		• 50개 모든 주에서 매장 운영 중이며, 약 150개 물류 센터 보유 • 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 등 다양한 형태로 매장 운영 • 2020년 편의점 브랜드 스피드웨이(Speedway) 점포 3,900여 개 인수	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 건조식품, 건강보조식품, 주류, 즉석식품, 면류, 잡화류, 의류 등	
	선호 제품	• 좋은 품질과 가격 경쟁력을 갖춘 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지에서 직접 등록 (www.corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier) - 매점 입점(Store&Club)과 온라인 입점(E-Commerce)을 선택하여 제안서 제출 (한국어 번역 제공) - 홈페이지 기입 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 공급자 번호[DUNS(Data Universal Numbering System: 국제 사업자 등록 번호, 지역별로 사업체를 식별하는 9자리의 고유 번호)], 납세자 식별 번호, 회사 주소, 연락담당자, 전화번호, 이메일 주소, 계좌 정보 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 외 제품 설명) • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 문의사항 연락처 - 이메일: supplier64@wal-mart.com	

자료: 월마트(Walmart)

사진 자료: 월마트(Walmart)

④ 크로거

기업 기본 정보	기업명	크로거(Kroger)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.kroger.com		
	위치	오하이오(Ohio)		
	규모	매출액('20)	약 1,212억 달러(약 143조 6,462억 원)	
		기타 규모	• 매장 수('21): 약 2,740개 • 직원 수('21): 약 46만 5,000명	
기업 요약	• 35개 주에서 매장 운영 중이며 약 44개의 물류센터 보유 • 자사 브랜드 판매 매출액이 전체의 26% 차지 • 2020년부터 매장 픽업 서비스 무료 제공			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 차(茶)류, 주류, 건강보조식품, 화장품, 가전제품, 의류 등		
	선호 제품	• 신선도 높은 제품, 다양한 국가의 수입 식품 취급 중이나 현지 생산 제품 선호		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지 통해 사전 등록 후 제안서 제출 (www.thekrogerco.com/vendors-suppliers/become-a-supplier) - 사전등록 시 기입한 이메일을 통해 'The Supplier Hub'로부터 제안서 관련 내용 화신 - 사전등록 시 필요한 정보 (회사명, 사업자등록번호/납세자식별번호, 연락처) - 사업자등록번호/납세자번호 없이 사전 등록 불가 - 사전등록 후: 이메일 화신에 첨부된 링크로 들어가 User ID와 임시 비밀번호를 이용하여 등록 절차 완료 - 제품 설명은 정해진 형식에 따라 작성 • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 평가 기준 ① Animal Welfare Policy 기준 충족 ② GCC³⁶⁾ 및 KGCC³⁷⁾ 취득 ② 크로거사의 벤더관리시스템(Supplier Hub)을 통해서만 입점 가능		

자료: 크로거(Kroger), 스탯티스타(Statista)

사진 자료: 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews)

36) General Certificate of Conformity, 일반 소비자 적합성 인증서: 일반 소비자가 관련 안전 규칙 및 법령에서 제시하는 기준을 준수, 제품이 적합함을 확인하는 인증

⑤ 세븐일레븐

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.7-eleven.com	
	위치	텍사스(Texas)	
	규모	매출액('20)	약 78억 8,389만 달러(약 9조 3,440억 원)
매장정보	기업 요약	기타 규모	• 매장 수('21): 약 9,520개
		2020년 기준 미국 내 편의점 시장 점유율 1위 - 전 세계적으로 약 6만 8,236개 매장 보유 - 자사 브랜드인 세븐셀렉트(7-Select) 브랜드 보유	
	입점 가능 품목	주류, 음료류, 냉동식품, 가공식품, 생활용품, 여행용품, 문구류 등	
매장정보	선호 제품	기존 플랫폼에 없는 신제품, 신선식품, 주류, 스낵류, 포장식품 등	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 직접 등록 - 홈페이지 접속 (corp.7-eleven.com/corp/business) 'Range Me(유통업체와 제조업체를 연결해주는 플랫폼)' 클릭 - 등록 과정 - 제품 프로필 생성 - 카테고리 매니저와 연결 및 검토 - 공지사항 통보 - 홈페이지 기입 정보 - 공급자 정보 (담당자명, 이메일 주소, 연락처) - 공급 제품 정보 (제품명, 판매가격 등 제품 설명 자유 기재)	

자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

37) Kroger General certificate of Conformity: 해당 상품이 연방 및 주정부 표준과 크로거(Kroger)에서 제시한 품질, 성능 등 표준을 준수하고 있음을 확인하는 인증

⑥ 써클케이

기업 기본 정보	기업명	써클케이(Circle K)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.circlek.com	
	위치	아리조나(Arizona)	
	규모	매출액('20) 약 3억 5,711만 달러(약 4,232억 원) 기타 규모 • 매장 수('21): 약 7,100개 • 직원 수('19): 약 5만 명	
기업 요약		• 현재 47개 주에서 매장 운영 중이며, 대부분 주유소와 함께 운영됨 • 쿠쉬타드(Couche-Tard)에 인수되어 유럽 포함 중국, 베트남 등 25개국에서 매장 운영 중이며 14개의 지역사업부로 나뉨	
매장 정보	입점 가능 품목	• 가공식품, 즉석식품, 주류, 음료류, 생활용품, 여행용품, 문구류 등	
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 등록 (www.circlek.com/form/vendor-request-form) - 홈페이지 기입 정보 ① 공급자 정보 (담당자명, 이메일주소, 연락처, 회사명, 회사 주소, 회사 홈페이지 주소) ② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 판매가격 등 제품 설명 자유기재) • 문의사항은 각 지역사업부별로 문의 (www.circlek.com/contact)	

자료: 써클케이(Circle K)

사진 자료: 써클케이(Circle K), 씨에스피데일리뉴스(CSP Daily News)

VI. 진입장벽

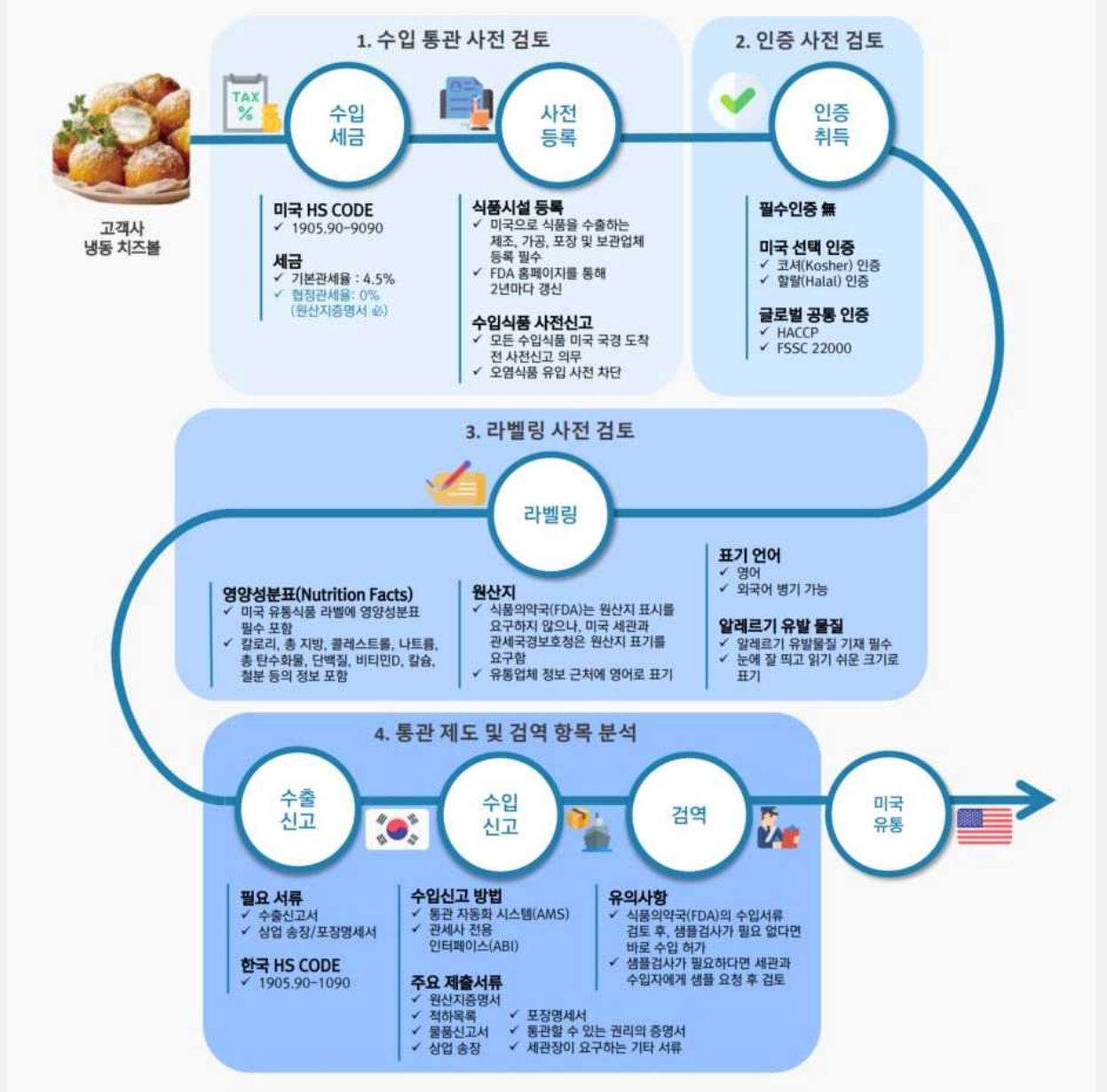
1. 미국 냉동 치즈볼 통관 및 검역 절차
2. 미국 냉동 치즈볼 품질 인증
3. 미국 냉동 치즈볼 라벨링
4. 미국 냉동 치즈볼 성분 및 유해물질

1. 미국 냉동 치즈볼 통관 및 검역 절차³⁸⁾

▶ 미국 냉동 치즈볼 수출 시 통관 및 검역 주요 사항

미국으로 식품 수출 시 식품안전현대화법(Food Safety Modernization Act, FSMA)에 의하여 식품 시설 등록과 수입식품 사전신고가 필수임. 제품을 일반 식품으로 광고 및 유통하는 경우에 필요한 필수 사전 승인은 없으나, 규정에 어긋나는 것으로 확인되는 경우에는 유통이 금지됨

[표 6.1] 미국 냉동 치즈볼 통관 검역 절차



자료: 관세청, 미국 식품의약품(FDA), 미국 관세국경보호청(CBP)

38) 본 보고서에서 제공되는 정보가 반드시 일치하는 것은 아니오니 참고자료로만 활용하시기 바랍니다.

2. 미국 냉동 치즈볼 품질 인증

▶ 미국 수입 냉동 치즈볼, 적용받는 강제 인증 無

미국으로 냉동 치즈볼 수출 시에 필수적으로 받아야 하는 인증은 없는 것으로 확인됨. 다만, HACCP, FSSC 22000 등의 글로벌 공통 인증이나 글루텐프리 인증, 비건 인증, 할랄(Halal) 인증, 코셔(Kosher) 인증과 같은 미국 민간 인증을 선택적으로 취득하여 활용할 수 있음. 할랄 인증과 코셔 인증 모두 원재료를 포함하여 생산 및 유통의 모든 과정이 해당 종교의 율법에 어긋나지 않게 진행되어야 취득할 수 있음

[표 6.2] 미국 냉동 치즈볼 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
글루텐프리 인증	기능성 인증	미국 민간 인증	Gluten-Free Certification Organization (GFCO)	
Vegan Action	기능성 인증	미국 민간 인증	비건 인지 재단 (Vegan Awareness Foundation)	
Orthodox Union Kosher	종교적 및 문화적 인증	미국 민간 인증	Orthodox Union (OU)	
IFANKA Halal	종교적 및 문화적 인증	미국 민간 인증	미국 이슬람식품영양협의회 (IFANCA)	

자료: 각 인증기관

3. 미국 냉동 치즈볼 라벨링

[표 6.3] 미국 냉동 치즈볼 라벨링

주 표시면 필수 표시사항 및 기준	1. 제품명	• 제품의 일반적인 명칭을 사용할 것 • 굵은 글씨체로, 일반적으로 라벨에 쓰인 가장 큰 단어 또는 그래픽의 반 이상의 크기로 쓰여야 하며, 제품의 가장 하단과 평행으로 표기되어야 함 • 식품이 액체가 아닌 경우 형태(Sliced, Unsliced, Halves) 등을 명시할 것 • 활자 크기는 주표시면에 사용된 가장 큰 활자의 1/2 이상이어야 함 • 외국어 표기일 경우, 영어 및 외국어 둘 다 표기할 것 • 주스(과일 및 채소)가 들어있는 음료의 경우, 주스 함유량(%) 표기가 필요함
	2. 순중량	• 주 표시면 하단 30%에 위치할 것 • 포장 용기 내부에 담겨있는 식품의 양을 표기할 것 • 기본적으로 모든 중량 표기는 영미 파운드법(oz, lb, quart)에 따라 표기되어야 하며, 분수 또는 소수점 등의 표기도 허용되어 있음 • 그램, 밀리리터 등의 미터법 단위도 함께 표기해야 함 • 글자 크기는 세로와 가로 비율이 3:1을 넘을 수 없으며, 주 표시면의 크기에 따라 최소 폰트 높이 기준이 상이함 • 고체 제품의 경우 'Net Weight'라는 단어가 반드시 포함되어야 하지만, 액체 등의 제품은 'Net Contents' 또는 'Net' 등의 단어 사용은 선택 사항임
정보 표시면 필수 표시사항 및 기준	3. 제조자, 포장업체, 유통업체의 정보, 이름 및 주소	• 제조사, 포장업체 또는 유통업체의 이름을 표기해야 함 • 제조업체의 이름이나 주소가 없는 경우에는 제품과 관련된 업체명을 반드시 기재해야 함 • 제조사, 포장업체 또는 유통업체 표기는 일반적으로 정확한 도로 이름 및 번호, 도시, 집(Zip) 코드, 주 등의 정보를 모두 포함해야 함
	4. 성분 리스트	• 사용된 원재료의 중량을 기준으로 내림차순으로 나열할 것 • 통상적인 이름을 사용할 것 • 전체 제품 용량 및 무게의 2% 이하를 구성하는 성분명의 표기는 위 방식의 적용을 받지 않음 • 허가된 방부제 첨가 시 방부제의 통상 명칭 및 기능을 표기할 것 • 공인된 색소는 약어 또는 특정 이름을 사용할 것

자료: 미국 식품의약국(FDA)

정보 표시면
필수 표시사항
및 기준

5. 알레르겐 성분

- 식품 알레르기 유발 물질(Major food allergen)이 포함된 경우 반드시 기재할 것
- 눈에 잘 띄고 읽기 쉬운 크기로, 원재료명의 문자 크기 이상으로 표기할 것
- 원재료명 목록에 원재료명을 쓴 뒤에 괄호 안에 알레르기 유발 식품의 일반명을 기재할 것
- 'Contains'의 'C'는 반드시 대문자로 기재할 것
- 주요 알레르기 유발물질은 우유, 달걀, 생선, 갑각류, 견과류, 밀, 땅콩, 그리고 대두 및 콩 등 8가지임
- 견과류의 경우에는 정확한 종류가 표기되어야 하며, 생선 또는 갑각류 동물의 경우 정확한 종에 대한 표기가 있어야 함

6. 영양성분표
(Nutrition
Facts)

- 미국에서 판매되는 모든 식품은 라벨에 영양성분표를 포함해야 함
- 열량, 총 지방(포화지방, 트랜스지방), 콜레스테롤, 나트륨, 총 탄수화물(식이섬유, 총당, 첨가당), 단백질, 비타민D, 칼슘, 철분 등의 정보를 포함해야 함
- 4살 이상이 한 자리에서 일반적으로 소비하는 양을 표기하는 1회 섭취량이 포함되어야 함. FDA에서는 일부 식품들에 대해 표준 1회 섭취량을 지정하고 있음
- 영양성분표에 표준 1회 섭취량에 대한 영양 정보와 실제 해당 유닛에 포함되어있는 영양 정보를 위에 예시로 제공한 영양성분표의 오른쪽에 열을 하나 더 만들어 표기해야 함
- 일일섭취량을 기준으로 1일 영양성분 기준치(% DV)를 표기해야 함
- 수출용 제품 라벨의 면적에 따라 영양성분표의 규정된 위치가 상이하므로 반드시 확인이 필요함
- 영양성분표의 포맷(format)이 다양하므로 제품의 크기나 라벨의 면적에 따라 적합한 포맷을 선택하여 사용할 수 있음

7. 원산지

- 식품의약품은 원산지 표시를 요구하지 않으나, 미국 세관과 관세국경보호청은 원산지 표시를 요구함
- 미국 내 유통업체의 명칭과 주소 근처에 영어로 표시할 것

8. 표기 언어

- 반드시 영어로 표기해야 하며, 한국어 표기가 포함된 경우에는 모든 라벨 의무 표기 사항을 영어와 한국어 모두로 표기해야 함
- 영어, 한국어 이외의 언어가 라벨에 있다면, 해당 언어로도 모든 의무 표기 사항을 표기해야 함

자료: 미국 식품의약국(FDA)

▶ 미국 냉동 치즈볼 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 영문 및 국문]

- ① 바삭한 통단팥볼
Crispy RED BEAN BALLS
STUFFED WITH RICH SWEET RED BEANS
- ② KEEP FROZEN
FULLY COOKED
HACCP CERTIFIED
- ③ NET WT.: 12.3OZ (350g)
- ④ IN THE AIR FRYER
IN THE TOASTER OVEN

[앞면 - 국문]

- ① 바삭한 통단팥볼
바삭한 통단팥볼
풍부하게 채워진 단팥
- ② 냉동 보관
조리가 완료된 상태
HACCP 인증
- ③ 순중량: 12.3OZ (350g)
- ④ 에어프라이어 또는 오븐 토스터로
조리하세요.

[뒷면 - 영문]

- ① Ingredients:
 - Bread Mix
[Mixed formulation(Food Starch Modified, Sugar, Skim Milk Powder), Wheat Flour, Sugar, Repeseed Oil, Mixed Milk Powder, Glucono-Delta-Lactone, Salt, Processed Cereal Product, Sodium Bicarbonate]
 - Sweet Red Bean Paste(Red Bean, Acidity Regulator, Sugar, Corn Syrup, Salt, Food Starch Modified)

[뒷면 - 국문]

- ① 원재료:
 - 빵 반죽
[혼합제형(변성식품, 설탕, 탈지분유), 밀가루, 설탕, 재종유, 혼합분유, 글루코노델타락톤, 소금, 곡물가공품, 탄산수소나트륨]
 - 단팥 페이스트(단팥, 산도조절제, 설탕, 옥수수시럽, 소금, 변성식품 전분)

- Water
- Bread Crumbs[Wheat Flour, Glucose, Shortening, Salt, Yeast, Mixed Formulation(Ammonium ChLoride, Calcium Sulfate, Amylase, Vitamin C)]
- Soybean Oil(Soybean Oil, d-Tocopherol Concentrate)
- Contains: Red Bean, Wheat, Soy, Milk

② Storage Condition:
Keep Frozen (below -18℃)

③ Cooking Instructions:
Keep frozen until ready to prepare. Due to differences in appliances, cooking times may vary and require adjustment.

1) Air Fryer Recipes

- Remove packaging completely and cook 5 balls at 360F for 8 minutes.
- ※ Please adjust the time 1-2 minutes according to the preference of crispness.

2) Toaster Oven Recipes

- Preheat broiler to 370F.
- Place 5 balls on the tray and cook for 10 minutes.
- ※ Please adjust the time 1-2 minutes according to the preference of crispness.

④ Cautions:

Product will be HOT. For food safety, quality and through cooking, please follow the cooking instructions.

- 물
- 빵가루[밀가루, 포도당, 쇼트닝, 소금, 이스트, 혼합제염(염화암모늄, 황산칼슘, 아밀라아제, 비타민 C)]

- 대두유(대두유, 델타토코페롤 농축액)

- 단팥, 밀, 대두, 우유를 함유함

② 보관조건:
냉동 보관 (-18℃ 이하)

③ 조리 방법:
조리 전에는 냉동 보관하세요. 조리 기구의 차이로 조리 시간이 달라질 수 있으며 조정이 필요합니다.

1) 에어프라이어 조리법

- 포장을 완전히 제거하고 볼 5개를 8분간 360F에서 조리하세요.

※ 선호에 따라 바삭함을 조절하기 위해 조리 시간을 1-2분 조절해주세요.

2) 오븐 토스터 조리법

- 그릴을 370F까지 예열하세요.
- 트레이에 볼을 5개 놓고 10분간 조리하세요.

※ 선호에 따라 바삭함을 조절하기 위해 조리 시간을 1-2분 조절해주세요.

④ 주의사항:

제품이 뜨거울 수 있습니다. 식품 안전, 품질 및 조리를 위해서 조리 방법을 따라주세요.

⑤ Nutrition Facts

- About 3 serving per container
- Serving size: 3.7oz (105g)
- Amount per serving 360 Calories

		% Daily Value
Total Fat	12g	15%
- Saturated Fat	1.1g	5%
- Trans Fat	0g	
Cholesterol	0mg	0%
Sodium	270mg	12%
Total Carbohydrate	61g	22%
- Dietary Fiber	2g	7%
- Total sugars	20g	
-- Includes Added Sugars	10g	20%
Protein	4g	
Vitamin D	0mcg	0%
Calcium	27mg	2%
Iron	0.8mg	4%
Potassium	95mg	2%

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

⑥ Only For California

- Warning:
This product can expose you to chemicals including lead, which is known to the state of California to cause cancer or birth defects or other reproductive harm. For more information, visit www.P65Warning.ca.gov

- ⑦ Best If Used By Date:
DEC.24.2021

⑤ 영양정보

- 1박스에 3회분 제공
- 1회 제공량: 3.7oz (105g)
- 회당 제공량 360칼로리

		% 일일 섭취량
총 지방	12g	15%
- 일반 지방	1.1g	5%
- 트랜스 지방	0g	
콜레스테롤	0mg	0%
나트륨	270mg	12%
총 탄수화물	61g	22%
- 식이섬유	2g	7%
- 총 설탕	20g	
-- 첨가 설탕 포함	10g	20%
단백질	4g	
비타민 D	0mcg	0%
칼슘	27mg	2%
철	0.8mg	4%
칼륨	95mg	2%

* % 일일 섭취량(DV)의 % 기준은 식품 1회분의 영양소가 일일 식단에 얼마나 기여하는지 알려줍니다. 2,000칼로리는 일반적인 영양학적 조언에 사용되는 일일 열량 기준입니다.

⑥ 캘리포니아에만 해당됨

- 경고:
이 제품은 납을 포함한 화학 물질에 노출될 수 있으며, 이는 캘리포니아주에서 암, 선천적 기형 또는 기타 생식 기능 장애를 일으키는 것으로 알려져 있습니다. 자세한 내용은 www.P65Warning.ca.gov을 방문해주세요.

- ⑦ 이 날짜까지 소비하면 가장 좋음:
2021년 12월 24일

4. 미국 냉동 치즈볼 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

미국 식품의약국(FDA, Food and Drug Administration)은 일반적으로 안전하다고 인증된 물질 GRAS(Generally Recognized As Safe) 사용에 대한 지침을 규정하고 있음. 또한, 식품첨가물을 ‘식품에 첨가 및 접촉하여 직접적 또는 간접적인 결과를 초래할 것으로 예상되는 물질’로 규정하여, 본래의 사용 목적 및 조건에서 과학적 단계를 통해 안전성이 입증된 성분을 GRAS로 분류함. 하기 표는 냉동식품, 간편조리식품 및 편의식품류에 적용되는 미국 식품첨가물 기준 중 일부임. 더욱 자세한 미국 식품첨가물 규정 및 기준은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템에서 확인 가능함

[표 6.4] 고객사 냉동 치즈볼에 적용되는 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품유형
1	레시틴	Lecithin	GRAS: GMP에 따라 사용	냉동식품, 간편조리식품 및 편의식품류
2	구연산칼륨	Potassium citrate		
3	황산알루미늄	Aluminium sulfate		
4	바이오틴	Biotin		
5	아스코빌팔미테이트	Ascorbyl palmitate		
6	알긴산암모늄	Ammonium alginate	GRAS: 0.10% 이하	
7	메틸파라벤	Methylparaben		
8	프로필파라벤	Propylparaben		
9	알긴산칼슘	Calcium alginate	GRAS: 0.30% 이하	
10	알긴산칼륨	Potassium alginate	GRAS: 0.01% 이하	

자료: 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템, KATI농식품수출정보

▶ 유해물질

미국에서 식품을 유통하기 위해서는 미국 식품의약국(FDA)의 유해물질 규정을 반드시 준수해야 함. 미국은 유해물질을 독성이 있어 치명적인 물질이나 병원성 및 발암성 물질로 정의하며, 이 물질들에 대해 식품 내 잔류한계를 규정하고 있음. 하기 표는 냉동식품, 즉석섭취 및 편의식품류에 적용되는 미국 유해물질 규정임. 더욱 자세한 미국 유해물질 규정은 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.5] 고객사 냉동 치즈볼에 적용되는 유해물질 기준

순번	유해물질명	영문명	기준치	식품유형
1	총 아플라톡신 (아플라톡신 B1, B2, G1, G2의 합)	Aflatoxin (Aflatoxin B1, B2, G1, G2(total))	20mcgs/kg (20ppb)	냉동식품 즉석섭취 및 편의식품류

자료: 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템, KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

미국에서 유통되는 식품의 알레르기 유발물질은 ‘식품 알레르기 유발물질 표시 및 소비자 보호법’에 의하여 규정됨. 식품에 총 8가지의 알레르기 유발물질이 포함되는 식품은 라벨에 해당 성분명을 영어로 표기해야 함. 2023년 1월 1일부터 참깨가 9번째 알레르겐 성분으로 공식 지정될 예정이며, 참기름과 같이 참깨가 포함된 제품에도 해당하는 내용임. 고객사 냉동 치즈볼에 적용되는 미국 알레르겐 필수표기 성분 목록은 하기 표와 같음

[표 6.6] 고객사 냉동 치즈볼 알레르겐 성분 분석

순번	표시 의무 여부	대상	고객사 냉동 치즈볼 포함 여부
1	의무	우유	√ (치즈)
2	의무	달걀	(-)
3	의무	생선	(-)
4	의무	갑각류	(-)
5	의무	견과류	(-)
6	의무	땅콩	(-)
7	의무	대두	(-)
8	의무	밀	√ (밀가루)

자료: 미국 식품의약국(FDA)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 월마트(Walmart)

Interview ② 월그린(Walgreens)

Interview ③ 타겟(Target)

Interview ① 월마트(Walmart)

39)

●
월마트
(Walmart)

유통업체

담당자 정보

Sales Representative

월마트(Walmart)
Sales Representative

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

월마트는 1969년에 설립된 세계 최대의 유통업체로, 현재 28개국에 11,700여 개의 매장을 운영하고 있습니다. 자사 온라인 홈페이지에서도 판매를 진행 중이며 신선식품, 가공식품, 생활용품 등 다양한 식제품을 취급하고 있습니다.

Q. 미국 내 인기 있는 냉동식품은 무엇인가요?

냉동식품류 중 가장 판매량이 높은 제품은 치즈바이츠와 모차렐라 스틱입니다. 스토퍼스(Stouffer's)의 치즈바이츠 제품은 12~14온스(약 340~397g)에 5.28달러(한화 약 6,260원⁴⁰⁾)이며 팜리치(Farm Rich)의 모차렐라 치즈스틱은 52온스(약 1.5kg)에 10.38달러(한화 약 12,300원)에 판매되고 있습니다.

Q. 270g 용량 및 8,000원 소비자가격은 미국에서 판매되기에 적절한가요?

현재 저희 업체에서 취급하고 있는 치즈볼 유사제품의 경우, 270g에 2.5~3.5달러(한화 약 2,960~4,150원) 정도에 판매되고 있습니다. 이를 미루어볼 때 해당 가격은 매우 높은 편입니다.

Q. 플라스틱 파우치 패키징에 대한 소비자들의 인식은 어떤가요?

플라스틱 파우치는 냉동식품류에 흔히 사용되는 패키지이며, 소비자들도 해당 패키지를 싫어하지는 않습니다. 그러나, 미국에서 치즈바이츠(cheese bites) 제품이 오랫동안 종이 박스 패키징을 사용해왔기 때문에, 미국 소비자들에게 종이 박스가 익숙할 수도 있습니다. 현재는 세르젠토(Sargento)의 콜비잭 치즈스틱 제품을 포함하여 다양한 브랜드들이 플라스틱 파우치를 패키징을 사용하기도 합니다.

39) 사진자료: 월마트(Walmart) 홈페이지

40) 1달러=1,185.20원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율)

Q. 고객사 제품이 미국에서 시장성이 있을까요?

고객사 제품의 주요 소비자는 요리를 싫어하는 사람들이나, 일이 바빠서 빠르고 편리하게 식사를 하고자 하는 소비자들일 것으로 예상됩니다. 치즈와 갈릭 플레이버는 미국에서 인기 있으나, 달콤한 맛의 치즈볼은 새롭고 신선한 제품입니다. 해당 제품은 새로운 맛을 도전해보고자 하는 소비자들이 주로 구매할 것으로 보이며, 시장성이 있습니다.

Q. 미국 내 냉동식품 홍보 시, 주로 사용되는 키워드는 무엇인가요?

미국 내 냉동식품은 쉽고 빠르게 준비할 수 있다는 점과 다양한 소스에 찍어 먹을 수 있다는 점을 강조하여 홍보하고 있습니다. 또한, 냉동식품류는 배가 고파서 먹기 보다는 입이 심심하여 간식으로 먹는 경우가 더 많기 때문에 맛을 위주로 마케팅하고 있습니다.

Q. 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

냉동식품의 경우, 소비자들이 오프라인 매장에 직접 방문하여 쇼핑하면서 여러 가지 제품을 구매할 가능성이 높고, 온라인 배송으로 제품이 녹는 경우가 있어 온라인보다 오프라인에서 수요가 높습니다. 그렇기 때문에 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 소매점 등을 추천하며, 온라인 플랫폼에서도 같이 판매하는 것이 판매량을 높이는 데 도움이 될 것입니다. 최근 미국에서는 코로나19로 인해 온라인 매출이 상승하여 오프라인과 온라인 매출이 비슷해졌으나, 경제가 서서히 회복되면서 오프라인의 매출량이 돌아오고 있습니다.

Interview ② 월그린(Walgreens)

41)

월그린
(Walgreens)

유통업체

담당자 정보

Grocery Manager



월그린(Walgreens) Grocery Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

월그린은 1901년에 설립된 드럭스토어로, 미국 내 가장 큰 약국 체인 기업이며 현재 미국에 총 7,000여 개의 매장을 보유하고 있습니다. 주로 헬스&뷰티 제품, 비타민 등의 영양보충제, 미네랄 등 다양한 의약품들을 취급하고 있으며 신선식품, 냉동식품, 스낵류, 음료류도 판매하고 있습니다.

Q. 미국 내 인기 있는 냉동식품은 무엇인가요?

현재 저희 업체에서는 베이글바이츠(Bagel Bites)의 치즈&페퍼로니 피자 스낵을 판매하고 있으며 판매량도 높은 편입니다. 해당 제품은 18.6온스(약 527g)에 5.99달러(한화 약 7,100원)입니다.

Q. 270g 용량 및 8,000원 소비자가격은 미국에서 판매되기에 적절한가요?

유사 냉동 간편식 제품과 비교하였을 때 높은 편입니다. 저희 업체에서 취급하고 있는 제품은 500g에 6달러(한화 약 7,110원) 이하의 가격에 판매하고 있습니다. 제품의 질이 좋은 프리미엄 제품이거나, 특별한 플레이버가 있다면 가격대가 올라갈 수는 있지만, 그럼에도 270g에 8,000원은 높은 가격입니다.

Q. 고객사 제품의 패키징은 어떤가요?

미국에서 치즈바이츠 제품은 종이 박스 패키징을 오랫동안 사용하였기 때문에 소비자들도 이에 익숙하며 업계 내 표준으로 자리 잡았습니다. 소비자들에게 익숙한 종이 박스 제품이 더 눈에 띌 가능성이 있어, 치즈볼 판매 시 종이 박스 패키징을 사용하는 것이 좋을 것이라고 생각합니다.

Q. 고객사 제품이 미국에서 시장성이 있을까요?

냉동식품은 쉽고 빠르게 먹을 수 있는 제품으로, 주요 소비자는 일이 바빠 시간이 없거나 식사 준비에 많은 시간을 쓰기 싫어하는 사람들입니다. 플레이버의 경우, 미국 소비자들은 주로 매운 맛을 선호하며 치즈&페퍼로니 맛이 매우 인기 있습니다. 이에 비해 달콤한 맛은 흔하지 않은 새로운 플레이버입니다.

Q. 미국 내 냉동식품 홍보 시, 주로 사용되는 키워드는 무엇인가요?

냉동식품은 오븐에만 넣으면 쉽게 완성되기 때문에 식사 준비가 쉽다는 점을 중점으로 홍보하고 있습니다. 또한, 건강을 고려하는 소비자들이 늘어나면서 브랜드들은 인공 조미료나 트랜스지방이 들어가지 않았다는 점을 강조하여 홍보하기도 합니다.

Q. 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

식료품을 전문적으로 취급하는 온라인 플랫폼으로 유통할 것을 추천합니다. 최근 미국에서는 온라인 판매로 성공을 거둔 브랜드들이 많습니다. 그러나, 온라인 판매에서 주의해야 할 것은 유통이 지속적으로 이루어져야 한다는 것입니다. 온라인 시장 내 트렌드는 매우 빠르게 변화하고 대체 제품이 많기 때문에, 제품이 품질되는 순간 소비자들은 바로 다른 브랜드로 눈길을 돌리게 됩니다.

Interview ③ 타겟(Target)

42)

●
타겟
(Target)

유통업체

담당자 정보

Food Sales
Representative



타겟(Target) Food Sales Representative

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

타겟은 1962년에 설립된 미국 대형 할인마트로, 미국 내 여덟 번째로 큰 종합 유통업체입니다. 식품, 건강기능식품, 생활용품 등을 취급하고 있으며 약 2,000개의 오프라인 매장과 자사 온라인 쇼핑몰을 운영하고 있습니다.

Q. 미국 내 인기 있는 냉동식품은 무엇인가요?

현재 2가지 제품이 가장 인기 있는데, 마켓팬트리(Market Pantry)의 마카로니&치즈바이트는 8온스(약 227g)에 3.49달러(한화 약 4,140원)이며, 필굿푸드(Feel Good Foods)의 글루텐프리 치즈바이트는 7온스(약 200g)에 5.49달러(한화 약 6,510원)에 판매되고 있습니다.

Q. 270g 용량 및 8,000원 소비자가격은 미국에서 판매되기에 적절한가요?

용량은 적절하나, 가격은 매우 높습니다. 원재료 가격이 높거나 품질이 좋다면 가격이 높은 경우가 있지만, 이를 고려하더라도 높은 가격대입니다. 또한 인증, 라벨링, 평판 등으로 브랜드 가치가 높다면 가격이 높을 수도 있으나 신생 브랜드의 경우 기존 브랜드보다 가격이 낮아야 승산이 있습니다.

Q. 플라스틱 파우치 패키징에 대한 소비자들의 인식은 어떤가요?

플라스틱 파우치 패키징을 사용하고 있는 브랜드들도 많고 패키징 상의 단점은 크게 없습니다. 그러나, 최근 소비자들은 친환경적인 종이 패키징을 선호하고 있기 때문에 종이 박스 패키징을 더욱 추천합니다. 또한, 패키징 관련 수입 규정도 있을 수 있어, 반드시 수입 전 확인이 필요합니다.

Q. 고객사 제품이 미국에서 시장성이 있을까요?

냉동식품의 주요 소비자는 청장년층이며 주로 학생이나 직장인이 많습니다. 치즈 및 모차렐라는 미국 내 가장 인기 있는 플레이버 중 하나입니다. 달콤한 맛의 냉동 치즈류 제품이 인기 있다고 말할 수는 없지만, 소비자들은 음식에 달콤한 토핑을 올려 먹기도 하기 때문에, 어느 정도 시장성이 있습니다.

Q. 미국 내 냉동식품 홍보 시, 주로 사용되는 키워드는 무엇인가요?

일반적으로 냉동식품의 경우, 식사 준비가 쉽다는 점과 맛을 중점으로 홍보하고 있습니다. 특히 치즈바이트 제품 홍보 시 ‘크리스피(crispy)’, ‘치즈 맛(cheesy)’, ‘치즈가 녹는(melty)’ 등의 키워드가 주로 사용됩니다.

Q. 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

현재 미국 시장에서 가장 효과적인 유통채널은 온라인 플랫폼입니다. 작년부터 온라인 플랫폼의 판매량이 크게 증가했으며 소비자들도 편리한 온라인 쇼핑을 즐기고 있습니다. 또한, 온라인 플랫폼은 신규 브랜드 및 제품을 홍보하는데 비용적인 측면에서 효율적입니다.

미국(USA)	월마트 (Walmart)	월그린 (Walgreens)	타겟 (Target)
인터뷰 대상 선정	유통업체	유통업체	유통업체
인터뷰 대상 기업체 선정 · 유통업체 ○	냉동 치즈 제품 취급		
			
	치즈바이트	치즈&페퍼로니 피자 스낵	치즈바이트
사진 자료:	월마트, 월그린, 타겟 제품 판매 페이지		

미국(USA)			
유통업체 인터뷰 요약			
고객사	가격 및 용량	패키징 및 플레이버	홍보 및 유통채널
월마트 (Walmart) ----- 유통업체	8,000원 가격 매우 높은 편 270g에 2.5-3.5달러 (약 3,000-4,100원)이 일반적	- 소비자들에게 종이 박스가 더 익숙하나, 플라스틱 파우치도 흔히 사용됨 - 치즈, 갈릭 플레이버가 인기 - 달콤한 맛은 신선함	- 쉽고 빠른 준비, 다양한 소스와 함께 먹을 수 있다는 점 위주로 홍보 - 오프라인 매장 유통 추천
월그린 (Walgreens) ----- 유통업체	8,000원 가격 매우 높은 편 - 경쟁 제품은 500g에 6달러(약 7,100원) 이하	- 종이 박스 패키징 추천 - 매운 맛이 인기 - 달콤한 맛은 흔하지 않음	- 인공 조미료 및 트랜스지방이 없다는 점을 홍보하기도 함 - 온라인 플랫폼 유통 추천
타겟 (Target) ----- 유통업체	- 용량은 적절함 8,000원 가격 매우 높은 편 - 신생 브랜드는 기존 브랜드보다 가격이 낮아야 함	- 플라스틱 파우치의 단점은 없음 - 친환경적인 종이 패키징 선호 추세 - 치즈 및 모차렐라 인기 - 달콤한 맛 시장성 있음	- 식사 준비가 쉽다는 점과 맛을 중점으로 홍보 - 온라인 플랫폼 유통 추천

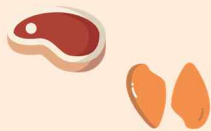
(*) 현지 경쟁품 취급 유통업체 인터뷰 3개사

VIII. 시사점



미국 온라인매장 냉동 간편조리식품 경쟁제품 관련 키워드

소비 특징 ① 냉동 간편조리식품 주요 경쟁제품 키워드, 스테이크 및 닭가슴살



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 냉동 간편조리식품의 주요 경쟁제품 키워드로 스테이크 관련 키워드가 가장 빈출되는 것이 확인되었음. 뒤이어 닭가슴살, 미트볼 등 육류 제품과 관련된 키워드가 빈출하였음. 라자냐, 마카로니, 옹큰 감자, 볶음밥 등 한 끼 대체 요리 제품은 육류 제품들보다는 빈출 정도가 낮았음. 한편 고객사 제품과 비슷한 치즈빵, 모짜렐라 스틱 등과 관련된 키워드도 도출되었음

한편, 온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 냉동 간편조리식품의 브랜드 키워드로 린 쿠이진 관련 키워드가 가장 빈출하였음. 뒤이어 트레이더 조스, 헬시초이스 브랜드 관련 키워드가 빈출하였음. 도출된 22개 브랜드 관련 키워드 중 고객사 제품과 유사한 치즈 바이트 제품을 전문으로 판매하는 브랜드는 브라지바이츠 브랜드 1개 뿐인 것으로 나타남



미국 온라인매장 냉동 간편조리식품 패키징 관련 키워드

소비 특징 ② 냉동 간편조리식품 주요 패키징 키워드, 트레이 및 전자레인지



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 냉동 간편조리식품의 주요 패키징 키워드로 트레이 관련 키워드가 가장 빈출하는 것으로 나타남. 이는 별도의 용기가 필요 없도록 포장한 제품이 많은 것과 관련있는 것으로 보임. 뒤이어 전자레인지 관련 키워드가 많이 도출되었으며, 이는 홍보문구 관련 키워드 1위인 '빠른' 키워드와 연관성이 있음. 이 외에 여러가지 맛 제품을 묶음으로 판매하는 버라이어티 팩 관련 키워드 역시 빈출하는 것으로 나타남

한편, 미국 현지 냉동 치즈볼 수입·유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 소비자들에게는 종이 박스 패키지가 익숙한 것으로 나타났음. 담당자들은 플라스틱 파우치 포장 역시 미국 시장에서 막히 단점은 없으나 최근 미국 소비자들이 친환경적인 종이 패키징을 더 선호한다고 답변함



미국 온라인매장 냉동 간편조리식품 홍보문구 관련 키워드

소비 특징 ③ 냉동 간편조리식품 주요 홍보문구 키워드, 간편함 및 건강



온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 냉동 간편조리식품의 주요 홍보문구 키워드로 '빠른', '편리한' 등 간편함과 관련된 홍보문구 키워드가 빈출한 것으로 나타남. 또한 '건강한', '글루텐 프리', '채식주의' 등 건강 관련 홍보문구 키워드 역시 빈출하였음. 기타 건강 관련 도출 키워드로는 '코셔', '유기농', '비건', '칼로리를 줄임', '영양가가 높음' 등이 있으며, '지속가능한', '공정 무역' 등 기업 철학 관련 키워드는 적게 도출되었음

한편, 미국 현지 냉동 치즈볼 수입·유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 추천 홍보문구로 쉽고 빠른 준비를 강조한 홍보문구 사용이 추천되었으며, 섭취 방법과 관련해 소스와 함께 찍어먹을 수 있다는 점, 건강과 관련해 트랜스지방이 없다는 점을 홍보하는 것도 좋다는 담당자들의 피드백이 있었음



미국 간편조리식품 유통채널 점유율

유통채널 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 온라인이 주류



냉동 치즈볼이 포함된 미국 간편조리식품 유통채널 점유율 조사 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 76.3%로 가장 많은 점유율을 보였음. 뒤이어 온라인이 15.4%의 점유율을 보였으며, 아시안마트 및 한인마트가 포함된 개인 및 기타 식료품점은 1.9%의 점유율을 보임. 미국 간편조리식품 유통채널 점유율 가운데 한국 점유율과 가장 큰 차이를 보이는 유통채널은 편의점으로, 미국 점유율이 1.3%로 전체 유통채널 중 낮은 비중을 속하는 반면 한국 점유율은 29.7%의 높은 비중을 보임

한편, 미국 냉동 치즈볼 수입·유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 담당자 3명 중 2명은 코로나19 이후 판매량 증가 및 신규 브랜드 홍보 시 비용적인 측면에서 효율적이라는 이유로 온라인 플랫폼으로의 유통을 추천하였음. 나머지 1명은 냉동 식품군의 경우 소비자들이 오프라인 매장에 직접 방문해 쇼핑하는 경향이 있고 온라인 배송 시 늦는 문제로 하이퍼마켓/슈퍼마켓 등의 오프라인 채널을 추천하였음

▶ Point 01. 미국 수출 위해 식품안전현대화법
따른 수입식품 사전신고 절차 필수

▶ Point 02. 미국 수출 제품 라벨링,
식품의약국(FDA) 기준 준수

진입장벽



냉동 치즈볼 제품을 미국에 수출 시, 식품안전현대화법(Food Safety Modernization Act, FSMA)에 의하여 식품 시설 등록과 수입식품 사전신고가 필수인 것으로 나타남. 인증의 경우 필수 취득 인증은 없으나, HACCP 등 글로벌 공통 인증 및 비건, 할랄, 코셔 인증과 같은 미국 민간 인증을 선택적으로 취득하여 활용할 수 있음. 한편, 미국 수출 제품은 식품의약국(FDA)에서 규정한 라벨링 기준을 준수해야 함

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 식품음료신문, 「[마켓트렌드] 재상승하는 미국 냉동식품…맛별이·1인 가구 선호도 증가」, 2019.06
2. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in the US Country Report」, 2021.02
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in the US Country Report」, 2021.02
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-commerce in the US Country Report」, 2021.02
5. 미국 식품의약국(FDA), 「Food Allergen Labelling and Consumer Protection Act(FALCPA)」, 2004

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. 식품음료신문 (www.thinkfood.co.kr)
5. 아마존(Amazon) (amazon.com)
6. 월마트(Walmart) (walmart.com)
7. 네슬레(Nestle) (nestle.com)
8. 브라지 바이츠(Brazi Bites) (brazibites.com)
9. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
10. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
11. 이베이(eBay) (www.ebay.com)
12. 홀푸드마켓(Whole Foods Market) (www.wholefoodsmarket.com)
13. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
14. 워싱턴포스트(The Washington Post) (www.washingtonpost.com)
15. 씨에스피데일리뉴스(CSP Daily News) (www.cspdailynews.com)
16. 세븐일레븐(7-Eleven) (www.7-eleven.com)
17. 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews) (www.supermarketnews.com)
18. 포브스(Forbes) (www.forbes.com)
19. 월마트(Walmart) (www.walmart.com)
20. 크로거(Kroger) (www.kroger.com)
21. 워싱턴포스트(The Washington Post) (www.washingtonpost.com)
22. 어바웃아마존>About Amazon) (www.aboutamazon.com)
23. 교차로월드(Kyocharoworld) (www.kyocharoworld.com)
24. 뉴욕타임즈(NYT) (www.nytimes.com)
25. 에이치마트(H Mart) (www.hmart.com)
26. 시온마켓(Zion Market) (www.zionmarket.com)
27. 에이티아메리카(aT America) (www.atcenteramerica.com)
28. 국가관세종합정보망 서비스 (unipass.customs.go.kr/clip/index.do)
29. 통합무역정보서비스 (tradenavi.or.kr)
30. 미국 식품의약국(FDA) (www.fda.gov)
31. 미국 관세국경보호청(CBP) (www.cbp.gov)
32. 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템 (ecfr.federalregister.gov)
33. 비건액션(Vegan Action) (vegan.org)
34. 오소독스유니온코셔(Orthodox Union Kosher) (www.oukosher.org)
35. 아이에프에이엔시케이(IFANCA) 한국 지사 (www.ifanca.co.kr)
36. 월그린(Walgreens) (www.walgreens.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2021.11.05

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

Copyright 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea