



**2021**

# 해외시장 맞춤형조사

No. | 202111-22  
품목 | 인삼꿀(Ginseng Honey)  
HS CODE | 2106.90-3019  
국가 | 미국(U.S.A)  
구분 | 시장분석형

# Contents

<b>I. 요약</b>	04
<b>II. 시장규모</b>	
1. 미국 인삼 시장규모	06
2. 미국 건강보조식품 시장점유율	07
3. 미국 약초 및 전통 건강보조식품 시장점유율	08
4. 미국 인삼꿀 수입규모	09
5. 한국 인삼꿀 수출규모	10
<b>III. 소비 제품 특징 및 이슈</b>	
1. 미국 인삼꿀, 진세노사이드, 사포닌 성분 강조	13
2. 미국 인삼꿀 패키징, 병 패키징이 대세인 가운데 스틱도 눈길	14
3. 미국 인삼꿀 효능으로 에너지 증진과 면역 홍보	15
4. 미국 인삼꿀, 품질과 건강 트렌드 강조한 문구가 대세	16
5. 미국 인삼꿀 진출 컨셉	17
<b>IV. 유통채널 특징</b>	
1. 미국 인삼꿀 유통채널 비교	19
2. 미국 인삼꿀 유통채널 특징	20

# Contents

## V. 온·오프라인 유통채널

- |                        |    |
|------------------------|----|
| 1. 미국 인삼꿀 주요 온라인 유통채널  | 25 |
| 2. 미국 인삼꿀 주요 오프라인 유통채널 | 31 |

## VI. 진입장벽

- |                      |    |
|----------------------|----|
| 1. 미국 인삼꿀 통관 및 검역 절차 | 38 |
| 2. 미국 인삼꿀 품질 인증      | 39 |
| 3. 미국 인삼꿀 라벨링        | 40 |
| 4. 미국 인삼꿀 성분 및 유해물질  | 44 |

## VII. 수입·유통업체 인터뷰

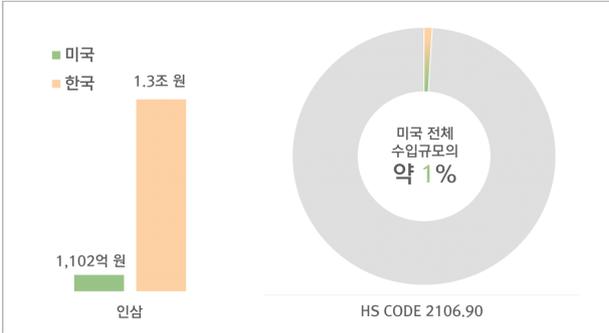
- |                                |    |
|--------------------------------|----|
| Interview ① 월마트(Walmart)       | 48 |
| Interview ② 서울 밀스(Seoul Mills) | 50 |
| Interview ③ 에이치 마트(H Mart)     | 52 |

## VIII. 시사점

- |        |    |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 58 |
|--------|----|

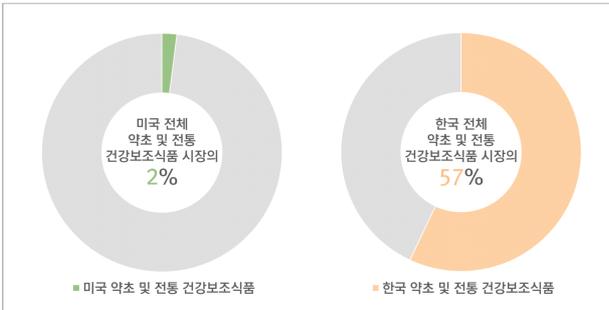
# Summary

## ■ 수요 분석



	미국	한국
인삼 시장규모	1,102억 원	1.3조 원
	<b>수입(출)액</b>	<b>점유율</b>
미국 對한국 HS CODE 2106.90 수입 현황	873억 원	1%
한국 對미국 HS CODE 2106.90-3019 수출 현황	2.9억 원	12%

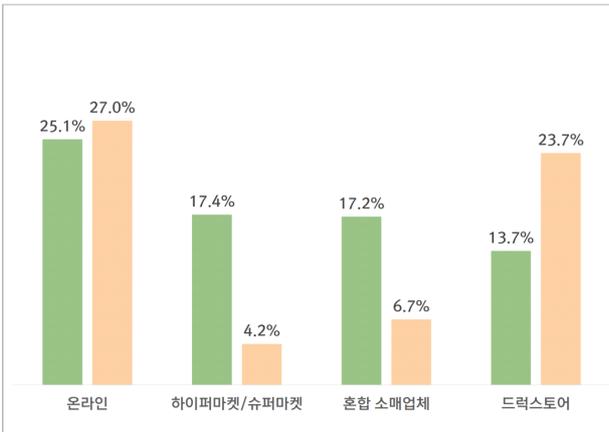
## ■ 시장점유율



## ■ 소비 특징



## ■ 유통채널



하이퍼마켓/슈퍼마켓	<ul style="list-style-type: none"> <li>미국 내 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 코로나19로 인한 경기침체에도 비교적 안정적인 매출 유지</li> <li>한국산 홍삼 및 관련 건강보조 제품, 코스트코와 같은 대형 브랜드에 입점하여 판매 중</li> </ul>
유기농매장	<ul style="list-style-type: none"> <li>2005년 133억 달러 규모의 유기농 식품시장, 2020년 564억 달러로 약 324% 성장</li> </ul>
온라인	<ul style="list-style-type: none"> <li>코로나19로 2020년 미국 온라인 식품시장 급격한 성장</li> <li>온라인 결제 후 차를 타고 제품을 찾을 수 있는 '커브사이드픽업' 서비스 등 새로운 전략 등장</li> </ul>

## ■ 진입장벽

인증/사전등록	필수 인증 없음. 코셔, 할랄, 글루텐프리 등 미국 선택 인증을 취득하여 활용 가능
라벨링	영어 표기 필수, 외국어 병기 가능. 알레르겐 성분 표기 필수
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

## ■ 수입·유통업체 평가

수요	<ul style="list-style-type: none"> <li>캡슐, 알약, 젤리 형태의 인삼 추출물 및 농축액 제품 인기</li> <li>한국산 제품을 포함한 수입 제품이 대다수</li> </ul>
고객사 제품 피드백	<ul style="list-style-type: none"> <li>현재 미국 시장에서 판매 중인 경쟁 인삼꿀 제품 대비 높은 가격으로 조정할 필요가 있어 보임</li> <li>고객사 제품의 유리병, 스틱 포장은 적절한 형태</li> </ul>
유통채널	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 플랫폼을 통한 유통 추천</li> </ul>

## ■ 요약

Point 01.	<ul style="list-style-type: none"> <li>최근 5년(2016-20년)간 미국 인삼 시장 연평균 3% 성장, 2020년 기준 전년 대비 약 6.9% 성장</li> <li>코로나19의 영향으로 미국에서 면역력 증진 등의 효능을 가진 인삼에 대한 수요 증가</li> </ul>
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> <li>인삼의 쓴맛을 선호하지 않는 미국 소비자를 고려해 '아카시아 꿀을 함유해 인삼의 쓴맛을 줄인 인삼 제품'이라는 점을 강조</li> <li>고객사 제품의 유리병, 스틱 포장은 미국 시장에서 판매하기에 적합함. 하지만 가격은 프리미엄 성분과 중량을 고려하더라도 경쟁제품 대비 다소 높은 편이므로 가격에 대한 조정이 필요해 보임</li> </ul>

## II. 시장규모

1. 미국 인삼 시장규모
2. 미국 건강보조식품 시장점유율
3. 미국 약초 및 전통 건강보조식품 시장점유율
4. 미국 인삼꿀 수입규모
5. 한국 인삼꿀 수출규모

## 1. 미국 인삼 시장규모

미국 국가 일반 정보<sup>1)</sup>

면적	983만km <sup>2</sup>
인구	3억 3,100만 명
GDP	20조 8,070억 달러
1인당 GDP	63,416달러

### ▶ 미국 인삼 시장규모, 최근 연평균 3% 성장 기록

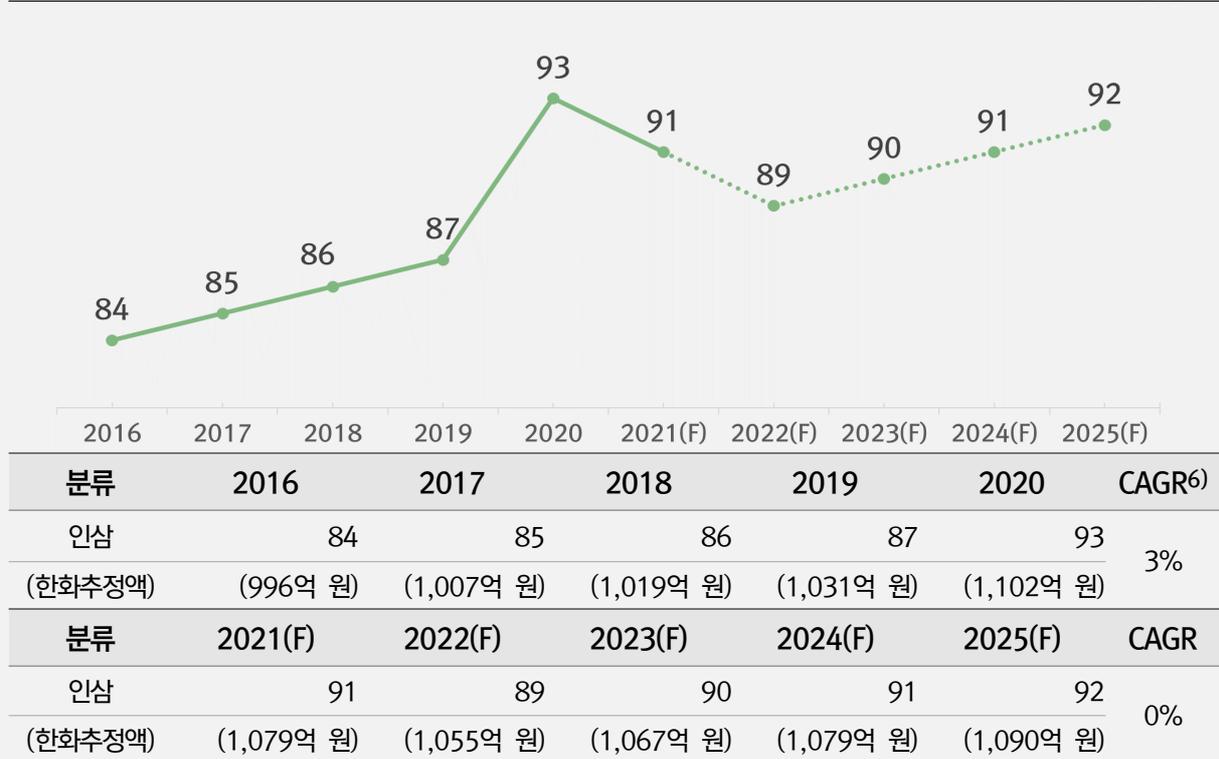
2020년 미국 '인삼' 시장규모는 약 1,102억 원을 기록하였으며, 이는 약 1.3조 원을 기록한 한국 '인삼' 시장의 8% 규모에 해당함. 또한, 미국의 '인삼' 시장은 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률 3%를 기록하는 등 꾸준한 성장세를 이어나간 것으로 나타남

### ▶ 미국 인삼 시장규모, 향후 성장 가능성 미지수

향후 5년(2021-25년)간 미국 인삼 시장규모는 연평균성장률 0%를 기록하는 등 뚜렷한 성장세를 보이지 못할 것으로 전망됨. 2025년 기준 미국 인삼 시장규모는 약 1,090억 원을 기록할 것으로 예상되며, 이는 2020년 시장규모 대비 다소 감소한 수치임<sup>2)3)</sup>

[표 2.1] 미국 인삼 시장규모<sup>4)5)</sup>

단위 : 백만 달러



자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

2) 조사시장: 조사제품 '인삼'은 붉은 인삼과 자연숙성 아카시아 꿀을 혼합시킨 제품으로, 선물로 용이하고 실온보관이 가능함. 이에 제품의 종류(약초 및 전통 건강보조식품)와 주성분(인삼)을 기준으로 '인삼'의 시장규모를 조사함

3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in the US Country Report」, 2021.10

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

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

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

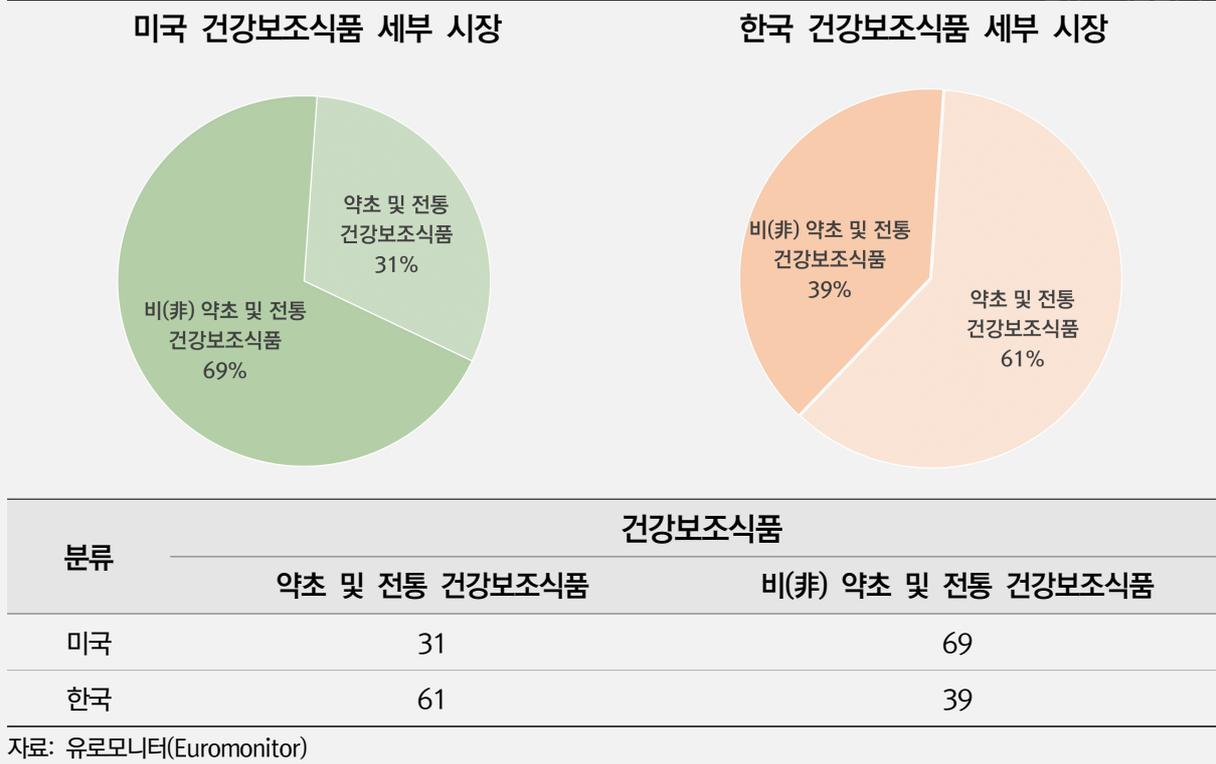
## 2. 미국 건강보조식품 시장점유율

▶ **미국 약초 및 전통 건강보조식품, 건강보조식품 시장 약 31% 차지**  
 미국의 ‘건강보조식품’(약 21조 원) 세부 시장과 한국의 ‘건강보조식품’(약 3.7조 원) 세부 시장을 비교하였을 때, 미국은 ‘약초 및 전통 건강보조식품’ 점유율이 31%, ‘비(非) 약초 및 전통 건강보조식품’ 점유율이 69%인 것으로 나타남. 반면, 한국은 ‘약초 및 전통 건강보조식품’이 점유율 61%로 우세한 것으로 나타나, 양국의 ‘건강보조식품’ 시장 구성에 차이가 있는 것으로 보임<sup>7)</sup>

한편, 향후 미국 ‘건강보조식품’ 시장 내에서 ‘약초 및 전통 건강보조식품’이 차지하는 비중이 점차 높아질 것으로 보임. 향후 5년(2021-25년)간 ‘비(非) 약초 및 전통 건강보조식품’의 연평균성장률은 2%인 반면, ‘약초 및 전통 건강보조식품’은 4%를 기록할 것으로 전망되며, 이에 따라 미국 ‘약초 및 전통 건강보조식품’의 점유율은 2025년 기준 약 33%로 2020년에 비해 다소 상승할 것으로 예상됨

[표 2.2] 2020년 미국, 한국 ‘건강보조식품’ 시장점유율<sup>9)</sup>

단위 : 백분율(%)



7) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in the US Country Report」, 2021.10

8) 유로모니터상 미국 건강보조식품 시장(약 21조 원)과 한국 건강보조식품 시장(약 3.7조 원)의 시장점유율을 나타냄

9) 점유율은 소수점 첫째 자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

### 3. 미국 약초 및 전통 건강보조식품 시장점유율

▶ 미국 약초 및 전통 건강보조식품 시장 내 인삼 점유율 2% 불과  
미국 약초 및 전통 건강보조식품(약 6.5조 원) 세부 시장과 한국 약초 및 전통 건강보조식품(약 2.3조 원) 세부 시장을 비교하였을 때, 미국은 ‘종합 건강보조식품’이 26%의 점유율로 1위를 기록하였으나 ‘인삼’은 2%의 점유율로 최하위권에 머무름. 반면, 한국은 ‘인삼’이 57%의 점유율로 압도적인 1위를 차지하며 미국과 상반된 세부 시장 구성을 보임<sup>10)11)</sup>

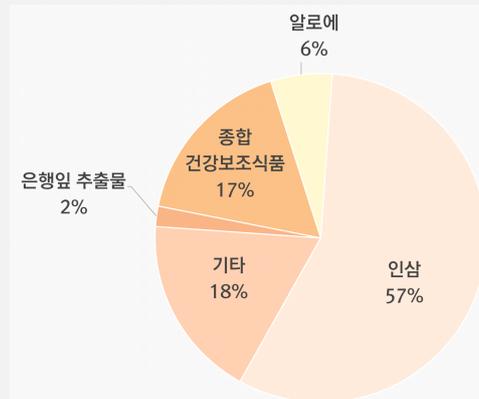
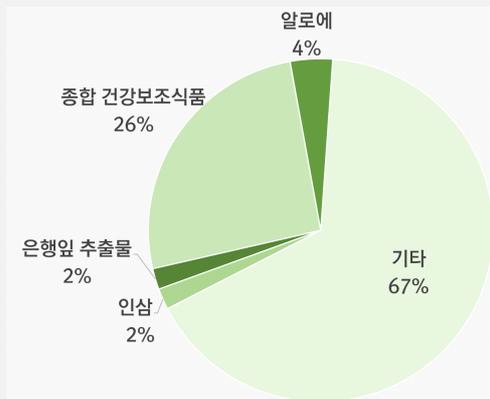
한편, 미국에서는 코로나19 등의 이유로 ‘면역력 증강’에 대한 관심이 높아짐에 따라, 인삼의 사포닌 성분에 주목하는 소비자들이 증가하고 있음. 특히, 미국 소비자들은 인삼의 쓴맛을 선호하지 않는 경향이 있어, 쓴맛을 줄인 인삼음료, 엑기스, 절편 등 다양한 인삼 관련 제품들이 출시되며 미국 내 인삼에 대한 인지도가 증가하고 있음<sup>12)</sup>

[표 2.3] 2020년 미국, 한국 ‘약초 및 전통 건강보조식품’ 시장점유율<sup>13)</sup>

단위 : 백분율(%)

미국 약초 및 전통 건강보조식품 세부 시장

한국 약초 및 전통 건강보조식품 세부 시장



분류	약초 및 전통 건강보조식품				
	인삼	종합 건강보조식품	알로에	은행잎 추출물	기타
미국	2	26	4	2	67
한국	57	17	6	2	18

자료: 유로모니터(Euromonitor)

10) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in the US」, 2021.10

11) 유로모니터상 미국 약초 및 전통 건강보조식품 시장(약 6.5조 원)과 한국 약초 및 전통 건강보조식품 시장(약 2.3조 원)의 시장점유율을 나타냄

12) 리얼푸드(REAL FOODS), 「‘면역력’ 관심으로 미국에서 주목하는 인삼」, 2021.03

13) 점유율은 소수점 첫째 자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

## 4. 미국 인삼꿀 수입규모

### HS CODE 2106.90

조사대상 '인삼꿀은 따로 분류되지 않은 조제 식료품으로 규정된 제 2106호에 속하며, 그 중 '가탕에 해당하는 HS CODE 2106.90을 지표로 선정함

#### ▶ 미국 HS CODE 2106.90 對글로벌 수입액 약 7.6조 원

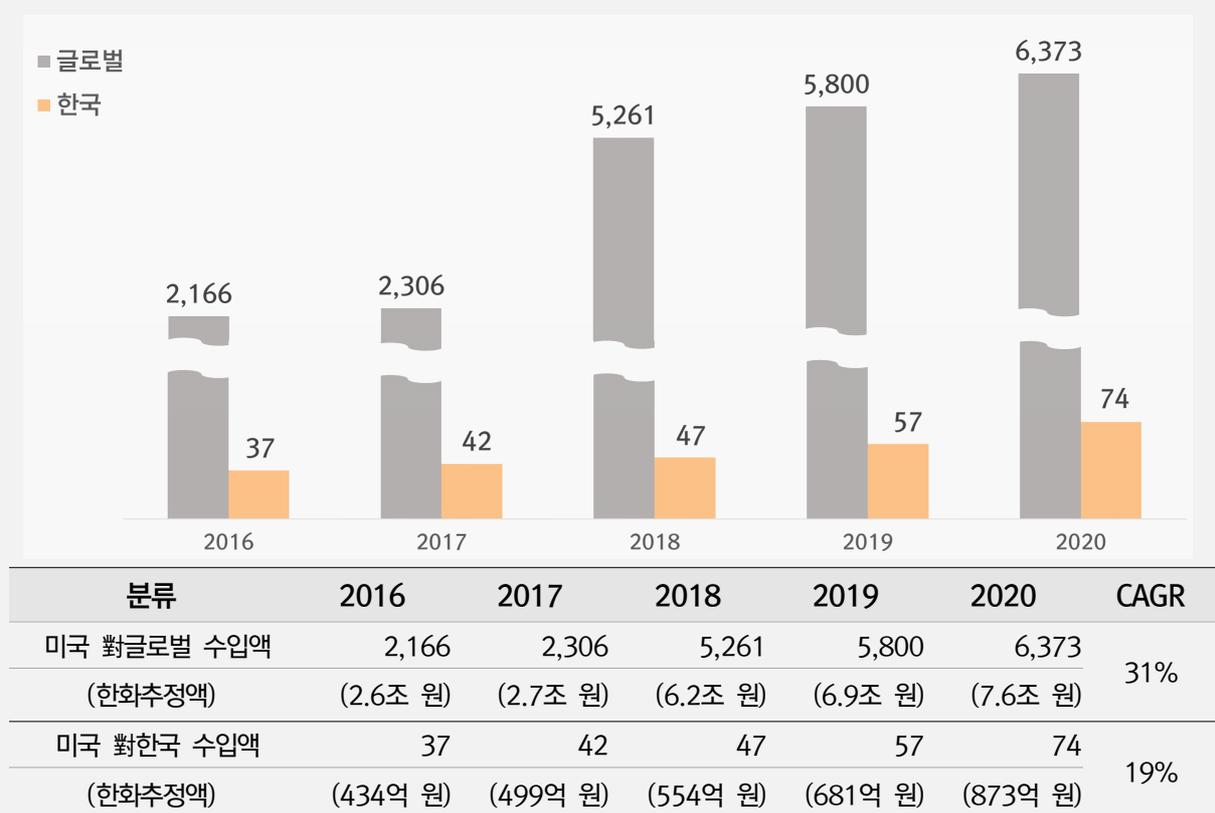
2020년 미국 HS CODE 2106.90 품목의 對글로벌 수입액은 전년 대비 10% 상승한 약 7.6조 원을 기록함. 특히, 2018년 수입액이 전년 대비 약 2.3배 성장하는 등 가파른 상승세를 이어나갔으며, 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률 31%를 기록하는 등 성장세를 이어나가고 있음

#### ▶ 미국 HS CODE 2106.90 對한국 수입액, 점유율 1%로 전체 13위

2020년 미국 HS CODE 2106.90 품목의 對한국 수입액은 전년 대비 28% 성장한 약 873억 원을 기록하였으며, 최근 5년(2016-20년)간 연평균 19%의 성장률을 기록함. 미국 對글로벌 수입액 기준 1위 국가는 싱가포르로, 약 3.8조 원의 수입액으로 미국 전체 수입액의 절반을 차지함. 뒤이어 캐나다(약 9,789억 원, 13%), 중국(약 4,012억 원, 5%) 순으로 이어짐

[표 2.4] 미국 HS CODE 2106.90 수입규모<sup>14)15)</sup>

단위 : 백만 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2106.90 기준

14) 자료: ITC(International Trade Centre)

15) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

## 5. 한국 인삼꿀 수출규모

HS CODE 2106.90-3019

조사제품 '인삼꿀'에 해당하는 HS CODE 2106.90-3019(기타)의 한국 對글로벌, 對미국 수출규모를 통해 수출 수요를 확인함

### ▶ 한국 HS CODE 2106.90-3019 수출액 연평균성장률 -13%

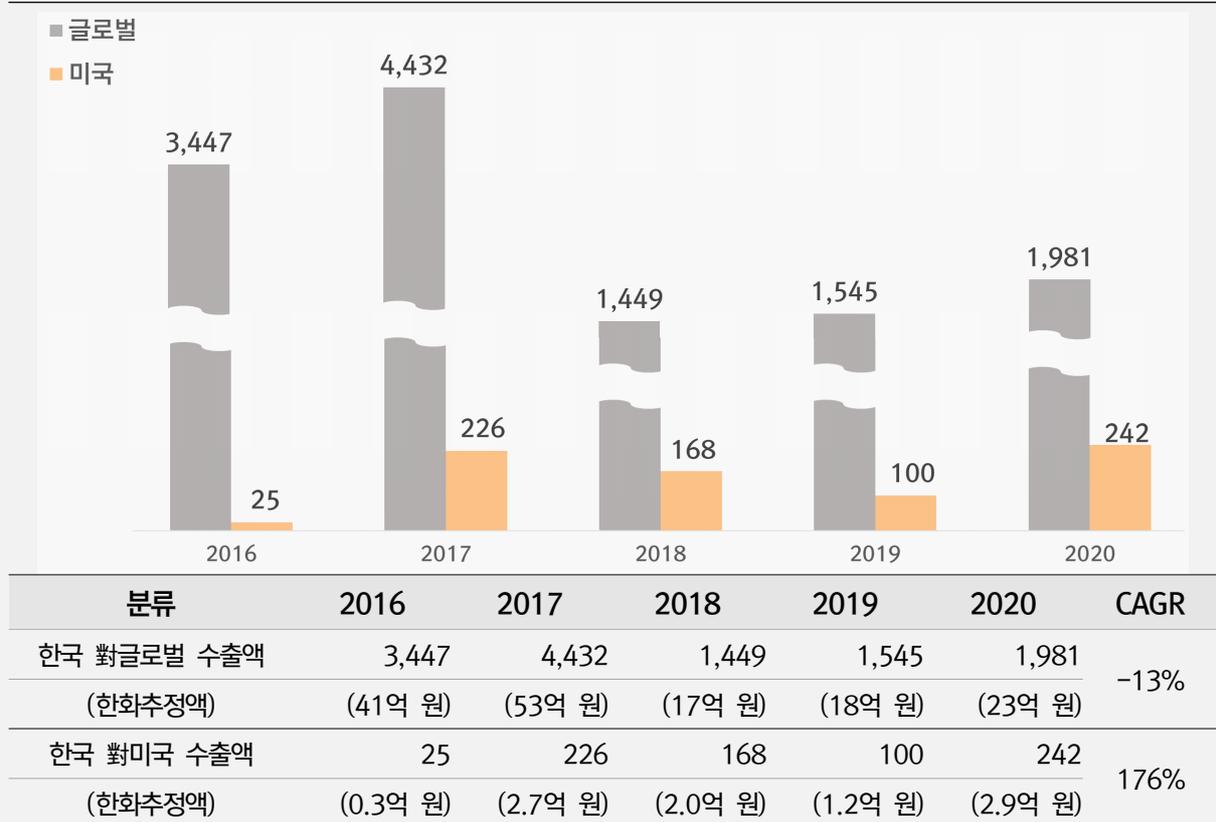
2020년 한국 HS CODE 2106.90-3019 품목의 對글로벌 수출액은 전년 대비 28% 상승한 약 23억 원을 기록함. 반면, 2018년 수출액은 전년 대비 67% 감소한 약 17억 원이었으며, 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률은 -13%로 하락세를 보임

### ▶ 한국 HS CODE 2106.90-3019 對미국 수출액, 점유율 12%로 전체 4위

2020년 기준 한국 HS CODE 2106.90-3019 품목의 對미국 수출액은 전년 대비 142% 상승한 약 2.9억 원을 기록하였으며, 최근 5년(2016-20년)간 연평균 176%의 가파른 상승세를 기록한 것으로 나타남. 글로벌 수출액 기준 1위 국가는 베트남으로, 2020년 약 6.3억 원의 수출액으로 전체 27%를 차지함 뒤이어 이란(약 5.7억 원, 24%), 홍콩(약 4.5억 원, 19%) 순으로 이어짐

[표 2.5] 한국 HS CODE 2106.90-3019 수출규모<sup>16)17)</sup>

단위 : 천 달러



자료 : KATI농식품수출정보, HS CODE 2106.90-3019 기준

16) 자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

17) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

## Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 미국 인삼꿀, 진세노사이드, 사포닌 성분 강조
2. 미국 인삼꿀 패키징, 병 패키징이 대세인 가운데 스틱도 눈길
3. 미국 인삼꿀 효능으로 에너지 증진과 면역 홍보
4. 미국 인삼꿀, 품질과 건강 트렌드 강조한 문구 빈출
5. 미국 인삼꿀 진출 컨셉

## 소비 제품 특징 분석 프로세스

### ▶ 미국 온라인매장 입점 인삼꿀 정보 수집

- 데이터 수집 키워드: 인삼꿀(ginseng honey)
- 데이터 수집량 : 816건
- 데이터 수집원 : 미국 온라인매장

### ▶ 미국 온라인매장 입점 인삼꿀 특징 분석

- 데이터 분석 항목
  - ① 성분 ② 패키징
  - ③ 효능 ④ 홍보문구

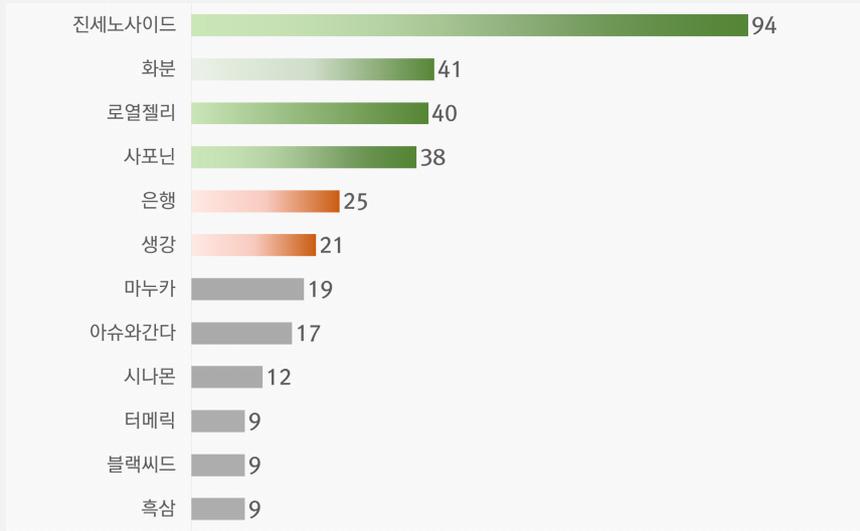
항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
효능	증진	boost	200	스트레스	stress	85
	에너지	energy	192	스태미너	stamina	80
	면역의	immune	111	기억력	memory	78
	집중력	focus	91	퍼포먼스	performance	78
성분	진세노사이드	ginsenoside	94	마누카	manuka	19
	화분	pollen	41	아슈와간다	ashwagandha	17
	로열젤리	royal jelly	40	시나몬	cinnamon	12
	사포닌	saponin	38	터메릭	turmeric	9
	은행	biloba	25	블랙씨드	black_seed	9
	생강	ginger	21	흑삼	black_ginseng	9
패키징	병	bottle	79	파우치	pouch	19
	상자	box	50	스틱	stick	18
	단지	jar	29	유리	glass	10
홍보문구	천연	natural	212	글루텐프리	gluten free	109
	품질	quality	161	프리미엄	premium	109
	Non-GMO	Non-GMO	128	비건	vegan	91
	순수한	pure	122	인증	certified	74

## 1. 미국 인삼꿀, 진세노사이드 및 사포닌 성분 강조

- ▶ ‘진세노사이드’, ‘사포닌’ 등 인삼의 유효성분을 강조한 문구 다수
  - ‘진세노사이드’ 키워드 94건으로 압도적인 빈출 순위 1위
  - ‘진세노이드’, 38건 등장한 ‘사포닌’ 키워드에 비해 빈출
- ▶ ‘화분’, ‘로열젤리’와 같이 별 관련 성분 많이 검출돼
  - ‘화분’ 41건, ‘로열젤리’ 40건 등장하며 성분 빈출도 각 3위, 4위 기록
  - 일반 꿀보다 영양가가 높고 면역 증진에 도움이 될 것으로 예상됨
- ▶ ‘은행’, ‘생강’과 같이 혈액순환에 좋은 성분 함유
  - ‘은행’ 키워드 25건으로 성분 키워드 빈출 순위 3위를 기록함
  - ‘생강’ 키워드 21건 빈출하며, 인삼의 혈액순환 효능을 보조함

1위 진세노사이드		3위 로열젤리		6위 생강	
					
제품명	홍삼봉밀정차	제품명	디스트럭티브 파워 허니	제품명	로열하니 진저 & 진생
브랜드	포천 인삼 (Pocheon Insam)	브랜드	에이알앤알(AR&R)	브랜드	액시얼 카이저 (EKSEER AL KAISAR)
가격	240ml/\$24.18(28,658원) <sup>18)</sup>	가격	10gX20/\$41.95(49,719원)	가격	250g/\$20.59(24,403원)

[표 3.1] 미국 인삼꿀 성분 관련 키워드



자료: 미국 온라인매장 판매 제품 내 ‘인삼꿀’ 관련 게시물 816건 분석

18) 1달러=1,185.20원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

## 2. 미국 인삼꿀 패키징, 병 패키징이 대세인 가운데 스틱도 눈길

### ▶ 병과 단지 형태의 인삼꿀 패키징이 대부분

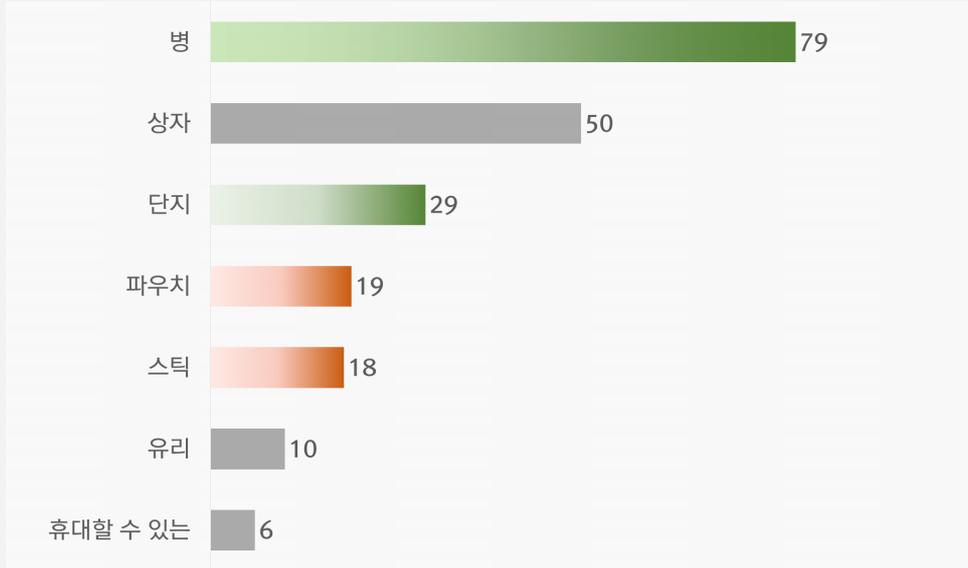
- ‘병’ 키워드, ‘단지’ 키워드 각각 79건, 29건으로 가장 보편적인 인삼꿀 패키징 타입으로 예상됨
- 병은 떠먹는 타입과 짜먹는 타입으로 패키징이 나뉨

### ▶ ‘파우치’, ‘스틱’과 같이 휴대성을 강조한 제품에 주목

- ‘파우치’, ‘스틱’ 키워드는 19건, 18건 빈출하며, 병 또는 단지 형태 대비 비중이 떨어지나 편의성과 휴대성 면에서 차별성 있는 패키징임
- 제품 상세 설명에 ‘on the go’와 같이 휴대성을 강조한 문구들로 제품의 편리성을 강조

1위 병		3위 단지		4위 파우치	
					
제품명	100% 퓨어 로우& 언필터드 허니	제품명	로우 허니 워드 레드 진생	제품명	허니 워드 진생 스푼
브랜드	네이처 네이츠 (Nature Nate's)	브랜드	그린보우(Greenbow)	브랜드	헤마니(HEMANI)
가격	910g/\$9.65(11,437원)	가격	311g/\$17.99(21,321원)	가격	9gX10/\$10.77(12,764원)

[표 3.2] 미국 인삼꿀 패키징 관련 키워드



자료: 미국 온라인매장 판매 제품 내 ‘인삼꿀’ 관련 게시물 816건 분석

### 3. 미국 인삼꿀 효능으로 에너지 증진과 면역 홍보

▶ ‘에너지’, ‘증진’, ‘면역’ 등 건강 관련 문구의 강세

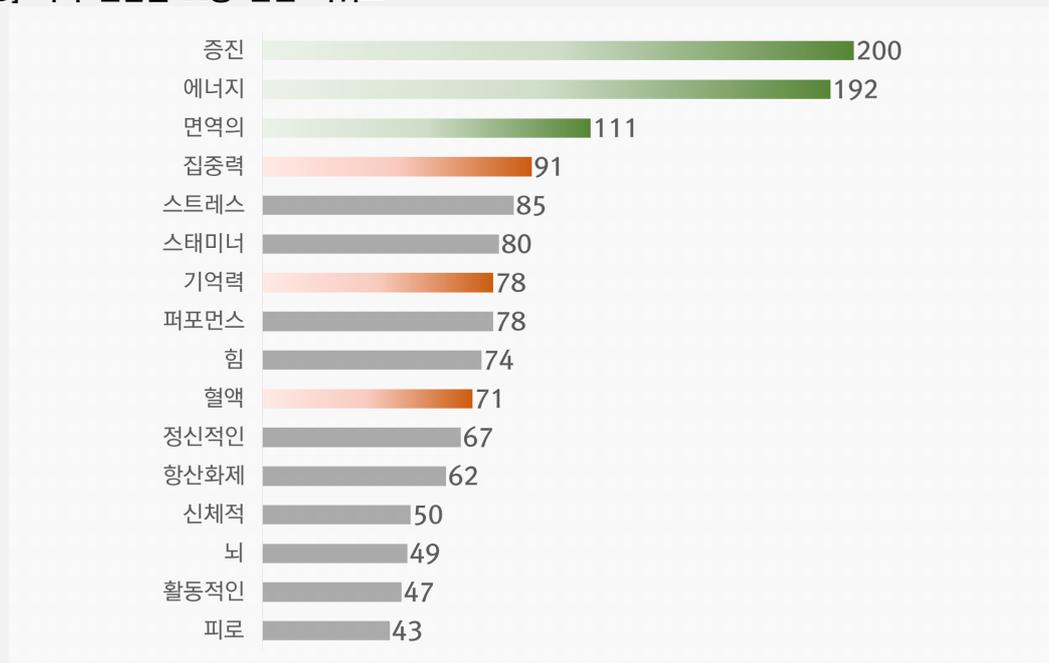
- ‘증진(boost)’ 키워드는 200건으로, 전체 효능 관련 빈출 순위 1위
- ‘스태미너’ 키워드 빈출량 80건, ‘힘’ 키워드 빈출량 74건 등 신체 에너지, 정력을 강조한 문구도 눈에 띄임

▶ 두뇌활동, 혈액순환과 관련된 효능도 상위권 랭킹

- ‘집중력’, ‘기억력’과 같은 두뇌 관련 효능은 각각 91건, 78건으로 4위, 7위 기록해 인삼꿀 효능으로 자주 활용되고 있음
- ‘혈액’ 키워드는 71건으로 혈액순환 관련 효능도 빈출함

1위 증진		3위 면역의		6위 스태미너	
					
제품명	헬미스 허니 포 VIP	제품명	와일드 플라워 로우 허니	제품명	믹스드 허벌 페이스트
브랜드	헬미스(Helmi's)	브랜드	비키퍼스 내추럴스 (BEEKEEPER'S NATURALS)	브랜드	로투스(Lotus)
가격	10gX24/\$30(35,556원)	가격	500g/\$15,99(18,951원)	가격	\$29.99(35,544원)

[표 3.3] 미국 인삼꿀 효능 관련 키워드



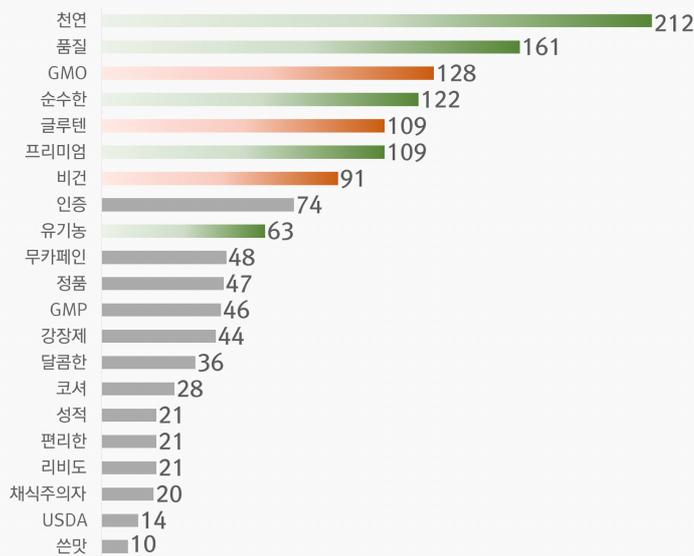
자료: 미국 온라인매장 판매 제품 내 ‘인삼꿀’ 관련 게시물 816건 분석

### 4. 미국 인삼꿀, 품질과 건강 트렌드 강조한 문구 빈출

- ▶ ‘천연’, ‘순수’, ‘프리미엄’과 같이 꿀의 품질 강조한 문구 대다수
  - 자연 유래 원료인 ‘천연’ 키워드 212건으로 빈출량 1위
  - ‘순수’와 같이 부산물을 섞지 않았거나, 엄선한 원료를 강조하는 ‘프리미엄’ 키워드도 각각 122건, 109건으로 4위와 6위 기록
- ▶ ‘Non-GMO’, ‘글루텐프리’, ‘비건’과 같은 건강 트렌드 추구 경향
  - 최근 식품류에 공통적으로 많이 쓰이는 문구들로 인삼꿀에도 적용됨
  - ‘GMP’, ‘코셔’, ‘USDA’ 등의 인증도 함께 홍보하는 추세임
- ▶ 무카페인이나 성기능 홍보문구도 자주 등장해
  - ‘무카페인’은 카페인 없이 에너지 증진 효과를 주기 때문에 자주 활용됨
  - ‘강장제’, ‘성적인’, ‘리비도’와 같이 성기능 관련 문구도 눈에 띄어

1위 천연		2위 순수		3위 GMO	
					
제품명	로열 오가닉 허니	제품명	유기농 인삼꿀	제품명	블랙 시드 허니 워드 진저
브랜드	파라마운트 콜렉션스 (Paramount Collection's)	브랜드	원루트(Oneroot)	브랜드	무제자 알-시파 (Mujezat Al-Shifa)
가격	10gX24/\$49.95(59,200원)	가격	300g/\$17.99(21,321원)	가격	250g/\$14.99(17,766원)

[표 3.4] 미국 인삼꿀 홍보문구 관련 키워드



자료: 미국 온라인매장 판매 제품 내 ‘인삼꿀’ 관련 게시물 816건 분석

## 5. 미국 인삼꿀 진출 컨셉

- ▶ 컨셉 ① \_ 고품질의 천연재료를 사용한 건강에 좋은 인삼꿀
  - 홍보문구 1위인 ‘천연’을 활용해 품질에 대한 강조 문구로 활용
  - 쓴맛에 거부감이 있는 미국 소비자들에게 ‘달콤하지만 건강한’ 천연꿀
- ▶ 컨셉 ② \_ 진세노사이드가 풍부해 에너지 증진 효과가 탁월한 한국산 인삼꿀
  - 인삼 원조국인 ‘한국산’ 키워드 활용하여 원산지과 품질을 동시에 공략
  - 진세노사이드가 사포닌보다 3배 가까이 높은 빈도로 활용되고 있어 에너지 증진 효과를 직관적으로 어필할 수 있을 것으로 분석됨
- ▶ 컨셉 ③ \_ 기억력과 집중력 강화에 도움이 되는 카페인 프리 인삼꿀
  - 효능 키워드 7위인 ‘기억력’ 활용해 집중력 향상을 강조
  - 카페인으로 인한 부작용이 없으면서도 카페인 효과인 집중력, 기억력 향상에 도움이 됨을 강조

성분	효능	홍보문구	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
설탕	건강	천연	11건	[천연] 100% 순수 꿀로 [달콤하게] 즐길 수 있는 [건강]에 좋은 인삼꿀
진세노사이드	증진	한국	8건	[진세노사이드]를 풍부하게 함유한 [한국산] 인삼으로 제조해 즉각적인 [에너지 증진] 효과를 주는 인삼꿀
무카페인	기억력	(-)	8건	커피같은 카페인 음료와 달리 [무카페인] 성분으로 [기억력] 증진에 도움을 주는 인삼꿀
(-)	증진	강장제	7건	[기운을 북돋을] 뿐만 아니라 [성기능]에도 도움이 되는 인삼꿀
사포닌	피로	한국	7건	[사포닌]이 풍부해 [피로해소]에 효과가 있는 [한국산] 인삼꿀

★ 결합 키워드 발생량 : 원료(맛)/패키징/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

## IV. 유통채널 특징

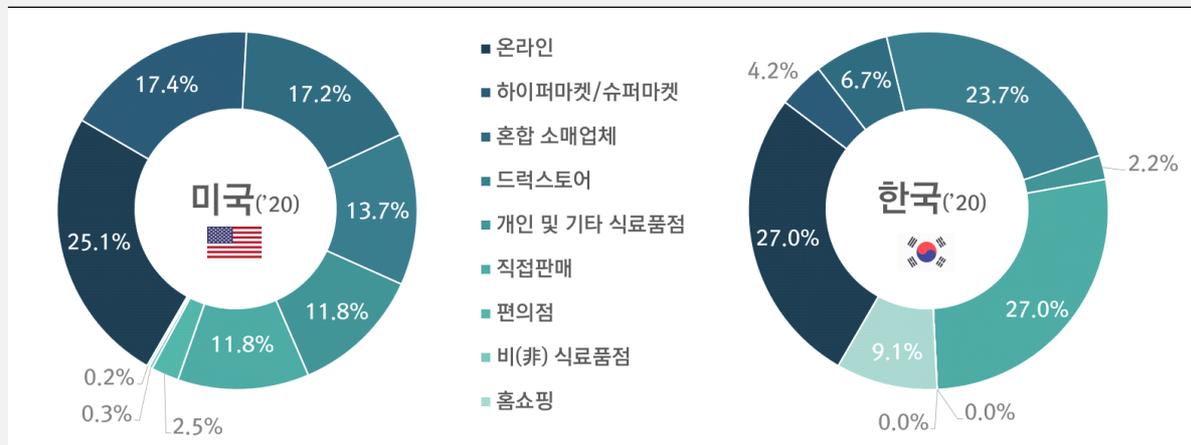
1. 미국 인삼꿀 유통채널 비교
2. 미국 인삼꿀 유통채널 특징

## 1. 미국 인삼꿀 유통채널 비교

### ▶ 미국 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’, ‘혼합 소매업체’ 점유율, 한국 대비 높아

2020년 미국 ‘비타민 및 식이보조제’ 유통채널 중 ‘온라인’의 점유율은 25.1%로, 미국 유통채널 점유율 중 가장 높았으나, 한국의 27.0% 대비 다소 낮았음. ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’의 점유율은 미국이 17.4%, 한국이 4.2%로 미국이 약 10%p 이상 높았으며, ‘혼합 소매업체’ 또한 미국이 약 10%p 더 높은 점유율을 보임. 그 다음으로 ‘드럭스토어’는 미국에서 13.7%를 점유한 반면, 한국에서는 23.7%를 점유하며 한국 유통채널 중 ‘온라인’과 ‘직접판매’ 다음으로 높은 비중을 차지함. ‘개인 및 기타 식료품점’과 ‘직접판매’의 경우 미국에서의 점유율은 두 채널 모두 11.8%를 나타냈으나, 한국은 전자가 2.2%, 후자가 27.0%의 점유율을 나타내며 큰 차이를 보임

[표 4.1] 미국 인삼꿀 소매유통채널 점유율



미국 및 한국 소매유통채널 점유율<sup>19)20)</sup> 비교<sup>21)</sup>

미국	유형	한국
25.1%	온라인	27.0%
17.4%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	4.2%
17.2%	혼합 소매업체 <sup>22)</sup>	6.7%
13.7%	드럭스토어	23.7%
11.8%	개인 및 기타 식료품점 <sup>23)</sup>	2.2%
11.8%	직접판매	27.0%
2.5%	편의점	0.0%
0.3%	비(非) 식료품점	0.0%
0.2%	홈쇼핑	9.1%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

19) 2020년 기준, 미국 및 한국 ‘비타민 및 식이보조제(Vitamins and Dietary Supplements)’의 소매유통채널 점유율임

20) ‘인삼꿀’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘비타민 및 식이보조제(Vitamins and Dietary Supplements)’의 정보를 확인함

21) 각 점유율은 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

22) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

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

## 2. 미국 인삼꿀 유통채널 특징

### 1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

● 미국 주요 하이퍼마켓 기업  
월마트



사진자료: 포브스

#### ▶ 미국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 월마트 및 크로거

미국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓으로는 월마트(Walmart), 크로거(Kroger) 등이 있음. 월마트는 2020년 미국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 유통채널 전체 매출액 9,386억 8,100만 달러(약 1,112조 5,247억 원<sup>24)</sup>)의 31.5%를 점유했으며, 산하에 동명의 1개 브랜드를 보유함. 크로거는 2020년 미국 전체 매출액의 12.0%를 점유했으며 산하에 크로거마켓플레이스(Kroger Marketplace), 프레드메이어(Fred Meyer) 등의 브랜드를 두고 있음

#### ▶ 미국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 코로나19에도 불구하고 매출 안정적<sup>25)26)</sup>

코로나19로 인한 경기침체에도 불구하고 하이퍼마켓/슈퍼마켓의 매출은 온라인 채널로의 확대 등 유통 구조를 다양화시키며 큰 타격을 입지 않은 것으로 나타남. 월마트는 지난 2020년 9월 무료 배송 등을 주요 골자로 하는 자체 멤버십 서비스인 ‘월마트플러스(Walmart+)’를 출시함. 특히, 미국에서 한국산 홍삼 및 관련 건강보조 제품은 코스트코(Costco)와 같은 대형 하이퍼마켓/슈퍼마켓 브랜드에 입점하여 판매 중임

[표 4.2] 미국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유(*20) <sup>27)</sup>	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)

24) 1달러=1,185.20원(2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

26) 리얼푸드(REAL FOODS), 「‘면역력’ 관심으로 미국에서 주목하는 인삼」, 2021.03

2) 유기농매장

미국 주요 유기농매장  
홀푸드마켓



사진자료: 슈퍼마켓뉴스

▶ 미국 주요 유기농매장, 홀푸드마켓과 트레이더조

미국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 중 유기농 및 신선식품 전문 판매 주요 업체로는 홀푸드마켓(Whole Foods Market), 트레이더조(Trader Joe's), 스프라우츠파머스마켓(Sprouts Farmers Market) 등이 있음. 홀푸드마켓과 트레이더조는 2020년 미국 슈퍼마켓 전체 매출액 5,877억 8,100만 달러(약 696조 6,380억 원)의 2.7%를 점유했으며, 스프라우츠파머스마켓은 전체 매출액의 1.1%를 점유함

▶ 코로나19에 대한 유기농매장 업체의 각기 다른 행보(28)29)30)

지난 2005년 133억 달러 규모였던 유기농 식품시장은 2020년 564억 달러로 증가했으며, 유기농 전문 슈퍼마켓 업체뿐만 아니라 월마트, 코스트코(Costco)와 같은 기타 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체도 유기농 제품을 취급하고 있음. 유기농 식품시장의 성장이 지속될 것으로 예상되는 가운데, 전반적인 슈퍼마켓 업계의 오프라인 매장 매출 감소 및 무인매장화, 옴니채널형 운영 등 비대면 및 디지털 전환 추세에 대한 유기농 업체들의 반응이 어떠한지 주목할 만함. 먼저, 아마존(Amazon)의 홀푸드마켓은 무인매장을 개설하고 있는 한편, 스프라우츠파머스마켓은 오프라인 매장 신규 개설을 이어갈 것이라 밝힘. 마지막으로 트레이더조는 오프라인 매장 서비스 품질 향상에 더 투자할 계획임

[표 4.3] 미국 주요 유기농매장 업체

순번	기업명	매출액('20)	매장 수('20)
1	홀푸드마켓 <sup>31)</sup> (Whole Foods Market)	약 159억 달러 (약 18조 8,447억 원)	약 500개
2	트레이더조 (Trader Joe's)	약 159억 달러 (약 18조 8,447억 원)	약 530개
3	스프라우츠파머스마켓 (Sprouts Farmers Market)	약 65억 달러 (약 7조 7,038억 원)	약 360개

자료: 유로모니터(Euromonitor), 스탯티스타(Statista)

27) 미국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

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

29) 푸드앤와인(FOOD&WINE), 「Why Trader Joe's Won't Do Delivery or Pickup」, 2020.04

30) 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews), 「Sprouts Farmers Market moves forward with new stores, strategy」, 2021.08

31) 2017년 아마존(Amazon)에 인수되었으며, 이후 홀푸드마켓의 GBO(Global Brand Owner)는 아마존으로 변경됨

3) 아시안마트/한인마트

● 미국 주요 한인마트 업체  
에이치마트



사진자료: 교차로월드

▶ 미국 주요 아시안마트 및 한인마트 업체,  
에이치마트 및 지더블유슈퍼마켓

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

▶ 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 증가함. 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 모색하고 있음

[표 4.4] 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 형태<sup>32)</sup>

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) <sup>33)</sup>	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 인삼꿀 주요 온라인 유통채널
2. 미국 인삼꿀 주요 오프라인 유통채널

# 1. 미국 인삼꿀 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 <sup>34</sup> )		
운영방식	온라인마켓			



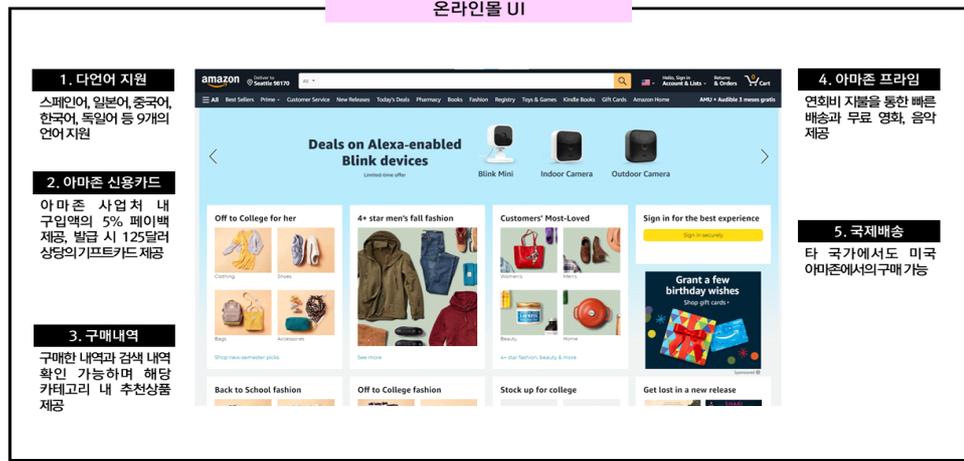
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	그린바우(Greenbow), 원루트(Oneroot)
		해외 판매	해외배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

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	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접등록 (services.amazon.com/services/soa-approval-category)</li> <li>- Grocery&amp;Gourmet Food 카테고리 'Requirement' 눌러 자격조건 확인 후 'Contact Us' 클릭하여 입점 문의 제출</li> <li>- 홈페이지 등록 정보 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품종류, 예상매출액, 판매입고량)</li> <li>• 로컬 에이전트를 통한 등록</li> <li>• 평가 기준                         <ul style="list-style-type: none"> <li>① 아마존 행동강령 준수</li> <li>② 아마존 PB 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증</li> </ul> </li> <li>• 입점 가능 카테고리 20개 중 식품 및 9개 제품군은 승인 절차 거쳐야 입점 가능</li> </ul>
-------------	---------------------	--

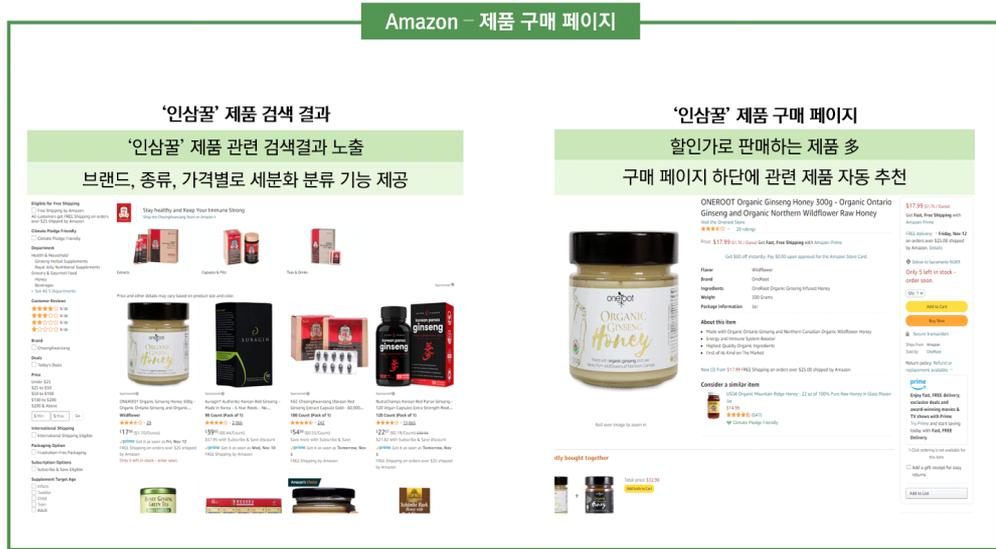
자료: 아마존(Amazon), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)  
사진 자료: 아마존(Amazon)

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)

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

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) <sup>35)</sup>							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	인삼꿀	그린바우 (Greenbow)	로우허니워드레드진생 (Raw Honey with Red Ginseng)	미국	17.99달러 (약 2만 1,321원)	311g	
2	인삼꿀	원루트 (Oneroot)	오가닉진생허니 (Organic Ginseng Honey)	캐나다	17.99달러 (약 2만 1,321원)	300g	
3	인삼 절편	강원인삼 (Gangwoninsam)	6이어허니드코리아레드 진생홀루트 (6 year Honeyed Korean Red Ginseng Whole Root)	한국	99.99달러 (약 11만 8,508원)	37.5g * 8개입	
4	인삼차	더리퍼블릭오브티 (The Republic of Tea)	허니진생그린티 (Honey Ginseng Green Tea)	미국	12.65달러 (약 1만 4,992원)	1.5g * 50개입	
5	인삼꿀	에센셜팰리스 (Essential Palace)	요힘비바크허니 워드레드진생 (Yohimbe Bark Honey with Red Ginseng)	미국	34.99달러 (약 4만 1,470원)	453g	
6	인삼차	셀레셜시즌닝 (Celestial Seasonings)	허니레몬진생 (Honey Lemon Ginseng)	미국	15달러 (약 1만 7,778원)	2.1g * 20개입	
7	인삼차	애리조나그린티 (Arizona Green tea)	애리조나그린티 워드진생앤드허니 (Arizona Green Tea with Ginseng & Honey)	미국	23.23달러 (약 2만 7,532원)	340ml * 12개입	

자료: 아마존(Amazon)

사진 자료: 아마존(Amazon)

35) 조사일(2021.11.07.) 기준 아마존(Amazon) 인삼꿀 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	대한레드진생프로모션 (Daehan Red Ginseng promotion), 센메이렌(Senmeiren)
		해외 판매	해외배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

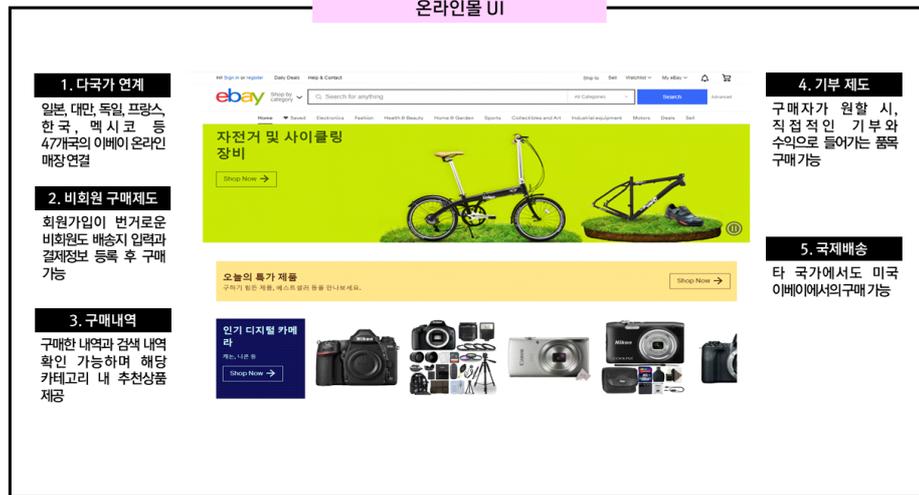
주요 프로모션 정보	
	시간대별 할인 이벤트, 카테고리별 할인 이벤트 등 다양한 프로모션 진행

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 계정 생성 후 판매자(Seller) 등록</li> <li>- 개인 판매자와 스토어 판매자 중 선택하여 입점</li> <li>- 개인 판매자는 40개까지 무료로 등록 가능(수수료 건당 10.9%)</li> <li>- 기업 판매자는 250,000개까지 제품 등록 가능(월별 비용과 건당 수수료 4.8%)</li> <li>- 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)</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락 방법:                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 웹 페이지 주소에서 문의 내용의 해당 카테고리 선택 후 이메일 컨택 가능 (www.Ebay.com/help/call_us?type=ContactUs&amp;initFrom=HOME&amp;topicId=4000)</li> </ul> </li> </ul>
-------------	---------------	--

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

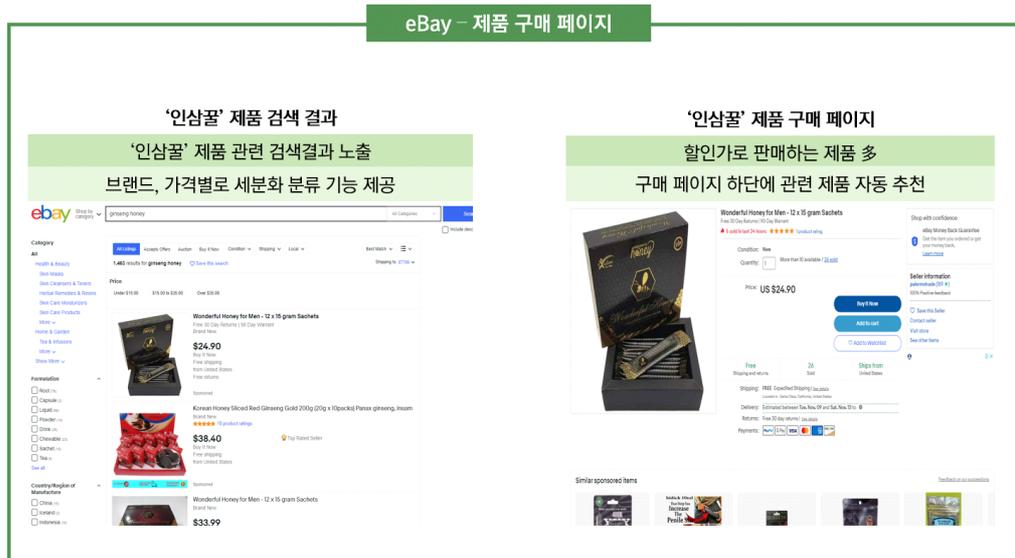
사진 자료: 이베이(eBay)

온라인몰 UI ①



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

온라인몰 UI ②



품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능  
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 이베이(eBay)  
사진 자료: 이베이(eBay)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) <sup>36)</sup>							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	인삼 절편	대한레드진생 프로모션 (Daehan Red Ginseng promotion)	코리아허니슬라이스 레드진생골드 (Korean Honey Sliced Red Ginseng Gold)	한국	38.4달러 (약 4만 5,511원)	20g * 10개입	
2	인삼 절편	센메이렌 (Senmeiren)	허니진생슬라이스 (Honey Ginseng Slice)	중국	38.99달러 (약 4만 6,210원)	250g	
3	인삼차	로알킹 (Royal King)	코리아진생드링크엑스트라 스트렝스워드홀진생루트앤드허니 (Korean Ginseng Drink Extra Strength with Whole Ginseng Root & Honey)	한국	45.95달러 (약 5만 4,459원)	120ml * 10개입	
4	인삼 절편	코리아레드진생 (Korean Red Ginseng)	코리아레드진생루트허니슬라이스 (Korean Red Ginseng Root Honeyed Sliced)	한국	55.09달러 (약 6만 5,292원)	20g * 10개입	
5	인삼차	애리조나그린티 (Arizona Green tea)	애리조나그린티워드진생앤드허니 (Arizona Green Tea with Ginseng & Honey)	미국	21.99달러 (약 2만 6,062원)	340ml * 12개입	
6	인삼 스틱	코리아진생 (Korean Ginseng)	허니레드진생스틱 (Honey Red Ginseng Stick)	한국	39.4달러 (약 4만 6,696원)	10g * 30개입	
7	인삼 절편	농협 (Nonghyup)	진생허니드슬라이스레드진생젤리 (Jinseng Honeyed Sliced Red Ginseng Jelly)	한국	55.21달러 (약 6만 5,434원)	20g * 10개입	

자료: 이베이(eBay)

사진 자료: 이베이(eBay)

36) 조사일(2021.11.07.) 기준 이베이(eBay) 인삼품 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

## 2. 미국 인삼꿀 주요 오프라인 유통채널 ① 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 50개 모든 주에서 매장 운영 중이며, 약 150개 물류 센터 보유</li> <li>• 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 등 다양한 형태로 매장 운영</li> <li>• 2020년 편의점 브랜드 스피드웨이(Speedway) 점포 3,900여 개 인수</li> </ul>		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신선식품, 건조식품, 건강보조식품, 주류, 즉석식품, 면류, 잡화류, 의류 등</li> </ul>	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 좋은 품질과 가격 경쟁력을 갖춘 제품</li> </ul>	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지에서 직접 등록 (www.corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier)</li> <li>- 매점 입점(Store&amp;Club)과 온라인 입점(E-Commerce)을 선택하여 제안서 제출(한국어 번역 제공)</li> <li>- 홈페이지 가입 정보                         <ul style="list-style-type: none"> <li>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)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 외 제품 설명)</li> </ul> </li> <li>• 로컬 에이전트를 통한 등록</li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: supplier64@wal-mart.com</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 월마트(Walmart)

사진 자료: 월마트(Walmart)

## ② 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('21): 약 2,740개</li> <li>직원 수('21): 약 46만 5,000명</li> </ul>		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>35개 주에서 매장 운영 중이며 약 44개의 물류센터 보유</li> <li>자사 브랜드 판매 매출액이 전체의 26% 차지</li> <li>2020년부터 매장 픽업 서비스 무료 제공</li> </ul>		

매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>신선식품, 냉동식품, 차(茶)류, 주류, 건강보조식품, 화장품, 가전제품, 의류 등</li> </ul>	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>신선도 높은 제품, 다양한 국가의 수입 식품 취급 중이나 현지 생산 제품 선호</li> </ul>	
	매장 전경		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>홈페이지 통해 사전 등록 후 제안서 제출 (www.thekrogerco.com/vendors-suppliers/become-a-supplier)</li> <li>- 사전등록 시 기입한 이메일을 통해 'The Supplier Hub'로부터 제안서 관련 내용 수신</li> <li>- 사전등록 시 필요한 정보 (회사명, 사업자등록번호/납세자식별번호, 연락처)</li> <li>- 사업자등록번호/납세자번호 없이 사전 등록 불가</li> <li>- 사전등록 후: 이메일 회신에 첨부된 링크를 통해 User ID와 임시 비밀번호를 이용하여 등록 절차 완료</li> <li>- 제품 설명은 정해진 형식에 따라 작성</li> <li>로컬 에이전트를 통한 등록</li> <li>평가 기준             <ol style="list-style-type: none"> <li>Animal Welfare Policy 기준 충족</li> <li>GCC<sup>37)</sup> 및 KGCC<sup>38)</sup> 취득</li> <li>크로거사의 벤더관리시스템(Supplier Hub)을 통해서만 입점 가능</li> </ol> </li> </ul>
-------------	---------------------	---

자료: 크로거(Kroger), 스탯스타(Statista)

사진 자료: 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews)

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

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

### ③ 홀푸드마켓

기업 기본 정보	기업명	홀푸드마켓(Whole Foods Market)		
	기업구분	유기농매장		
	홈페이지	www.wholefoodsmarket.com		
	위치	텍사스(Texas)		
	규모	매출액('20)	약 159억 달러(약 18조 8,447억 원)	
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('21): 약 500개</li> <li>직원 수('21): 약 9만 명</li> </ul>		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>1980년 설립되었으며, 미국 내 대표적인 유기농 식품 전문 판매 업체임</li> <li>2017년 아마존(Amazon)에 인수되었으며, 아마존 프라임나우(Prime Now)를 통해 온라인 판매 및 배송 진행</li> <li>판매 제품의 50% 이상이 유기농 식품</li> </ul>		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>신선식품, 즉석식품, 가공식품, 스낵류, 차(茶)류, 가전제품, 가구 잡화 등</li> </ul>		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>원산지가 명확히 표기된 식품, 유기농 식품, 비건·저지방·저당 등 건강 식품</li> </ul>		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>홈페이지를 통한 직접 등록 (www.rangeme.com/wholefoods)</li> <li>- 계정 생성 후 제품 등록</li> <li>- 홈페이지 기입 정보</li> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 기업 연 매출, 전화번호 및 이메일)</li> <li>② 공급 제품 정보 (제품군, 브랜드명, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 등)</li> <li>- 'Unacceptable Ingredients for Food List'에 포함된 식품첨가물 미포함해야 함</li> <li>- INFORMATION FOR POTENTIAL SUPPLIERS에서 품질 기준서 참고하여 모든 구성 성분 기입 (www.wholefoodsmarket.com/information-potential-suppliers)</li> </ul>		

자료: 홀푸드마켓(Whole Foods Market), 스탯시타(Statista), 워싱턴포스트(The Washington Post)

사진 자료: 어바웃아마존>About Amazon)

④ 트레이더조

기업 기본 정보	기업명	트레이더조(Trader Joe's)	
	기업구분	유기농매장	
	홈페이지	www.traderjoes.com	
	위치	캘리포니아(California)	
	규모	매출액('20)	약 159억 달러(약 18조 8,447억 원)
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('20): 약 530개</li> <li>직원 수('20): 약 1만 명</li> </ul>	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>1967년 설립되었으며, 1979년 독일 슈퍼마켓 기업 '알디노드(Aldi Nord)'에 인수되었으나 현재 독립적으로 운영 중</li> <li>공급자로부터 직접 물건을 구입 후 트레이더조(Trader Joe's) PL(자체상품)화 등의 방식을 통해 고품질 제품을 합리적인 가격에 판매함</li> <li>2020년 미국 슈퍼마켓 소비자만족도조사 1위</li> </ul>	
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>유기농 제품, 신선식품, 비건 음식, 스낵류, 음료류, 주류, 원예용품 등</li> </ul>	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>현지에서 생산한 고품질의 제품 선호, 유기농 제품</li> </ul>	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>홈페이지에서 직접 등록 (www.traderjoes.com/home/contact-us/potential-vendor-form)</li> <li>홈페이지 기입 정보                         <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (회사명, 홈페이지, 주소, 연락 담당자, 이메일 주소, 전화번호 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (제품명, 카테고리, 원산지, 식품안전규정 준수 여부 등)</li> </ul> </li> <li>정보 기입 이후 벤더 승인 대기</li> <li>다음 웹 주소에서 공급자 준수 조건 및 제품 품질 규정 등 확인 가능 (www.traderjoes.com/home/contact-us/potential-vendor-requirement)</li> <li>기타 특이사항 및 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>자체 배송은 현재 제공하고 있지 않으며, 아마존 등 제3 플랫폼을 통해서 가능</li> <li>전화번호: +1-626-599-3700</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 트레이더조(Trader Joe's), 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews)

사진 자료: 트레이더조(Trader Joe's), 비즈니스인사이드(Businessinsider)

### ⑤ 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('20): 약 102개</li> <li>직원 수('20): 약 3,000명</li> </ul>	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>1982년 뉴욕 맨해튼에 '한아름마트'라는 이름으로 1호점 설립</li> <li>한아름 그룹이 운영하는 슈퍼마켓으로 현재 미국 내 최대 규모의 한인마트 체인</li> <li>2020년 로스엔젤레스(LA) 지역 전용 카카오톡 채널 @hmart_la 개설</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>신선식품, 즉석식품, 스낵류, 음료류, 건강식품, 주방용품, 전자제품 등</li> </ul>	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>기존 플랫폼에 없는 신제품</li> </ul>	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>홈페이지에서 직접 공급자 지원서 작성 (www.hmart.com/online-affiliates)</li> <li>- 담당자 확인 후 제품에 대한 논의를 거친 뒤 입점</li> <li>- 홈페이지 기입 정보</li> <li>① 회사명, 담당자명, 이메일, 연락처, 입점문의 등 자유 기재</li> <li>문의사항 연락처</li> <li>- 전화번호: +1-800-648-0980</li> </ul>	

자료: 에이치마트(H Mart), 뉴욕타임즈(NYT)

사진 자료: 교차로월드(Kyocharoworld)

## ⑥ 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1981년 설립됨</li> <li>• 캘리포니아, 텍사스, 조지아에서 매장 운영 중</li> <li>• 자체 쇼핑 어플을 보유하고 있으며, 카카오톡과 위챗 채널 보유</li> </ul>	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 생활용품 등</li> </ul>	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 좋은 품질의 저렴한 제품</li> </ul>	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +1-858-268-3300</li> <li>- 이메일: hr@zionmarket.com</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 시온마켓(Zion Market)

사진 자료: 에이티아메리카(at America)

## VI. 진입장벽

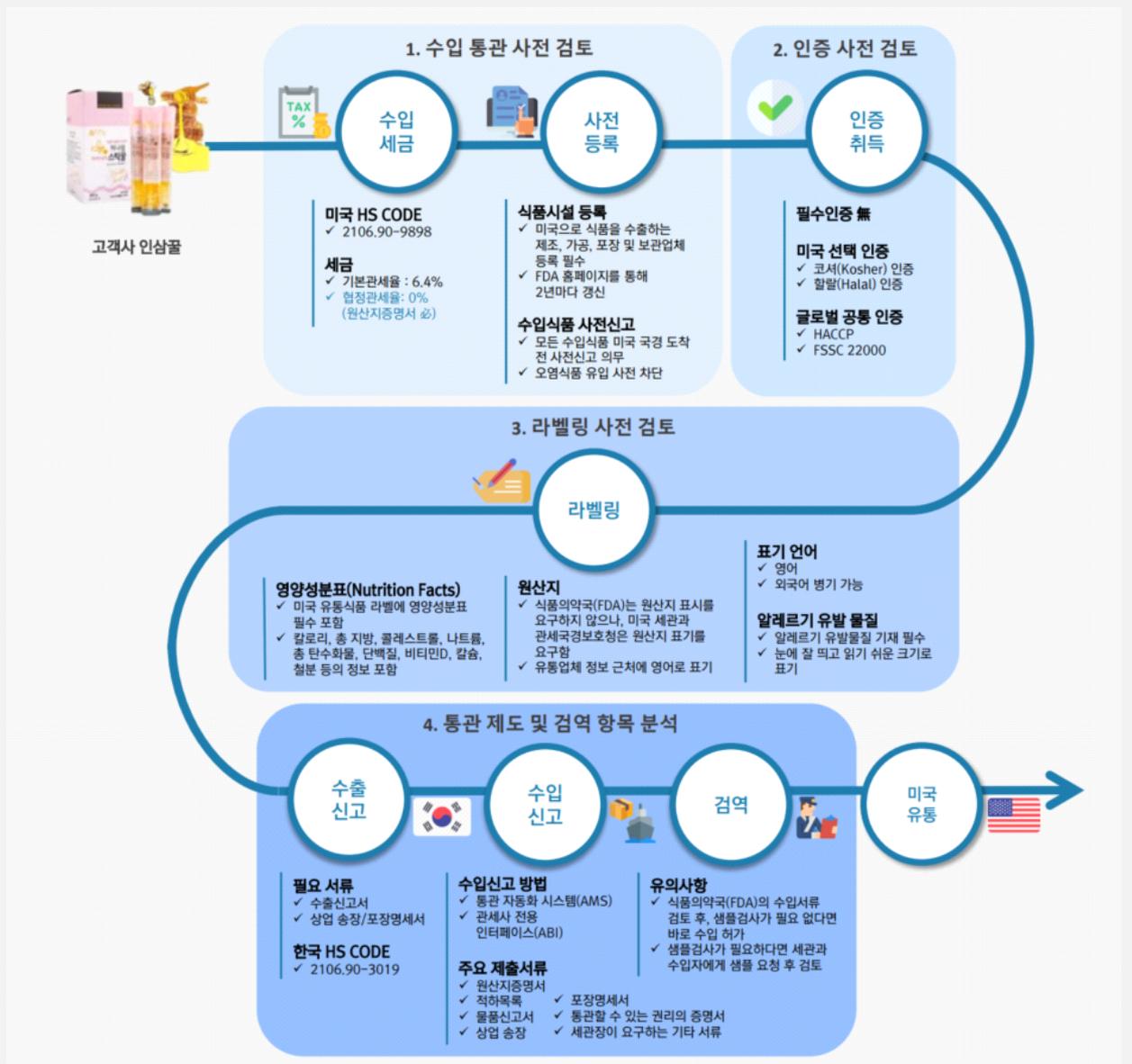
1. 미국 인삼꿀 통관 및 검역 절차
2. 미국 인삼꿀 품질 인증
3. 미국 인삼꿀 라벨링
4. 미국 인삼꿀 성분 및 유해물질

### 1. 미국 인삼꿀 통관 및 검역 절차<sup>39)</sup>

#### ▶ 미국 인삼꿀 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 인삼꿀 통관 검역 절차



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

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

## 2. 미국 인삼꿀 품질 인증

### ▶ 미국 수입 인삼꿀, 적용받는 강제 인증 無

미국으로 인삼꿀 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 인삼꿀 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 인삼꿀 라벨링

[표 6.3] 미국 인삼꿀 라벨링

주 표시면 필수 표시사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품의 일반적인 명칭을 사용할 것</li> <li>• 굵은 글씨체로, 일반적으로 라벨에 쓰인 가장 큰 단어 또는 그래픽의 반 이상의 크기로 쓰여야 하며, 제품의 가장 하단과 평행으로 표기되어야 함</li> <li>• 식품이 액체가 아닌 경우 형태(Sliced, Unsliced, Halves) 등을 명시할 것</li> <li>• 활자 크기는 주표시면에 사용된 가장 큰 활자의 1/2 이상이어야 함</li> <li>• 외국어 표기일 경우, 영어 및 외국어 둘 다 표기할 것</li> <li>• 주스(과일 및 채소)가 들어있는 음료의 경우, 주스 함유량(%) 표기가 필요함</li> </ul>
	2. 순중량	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주 표시면 하단 30%에 위치할 것</li> <li>• 포장 용기 내부에 담겨있는 식품의 양을 표기할 것</li> <li>• 기본적으로 모든 중량 표기는 영미 파운드법(oz, lb, quart)에 따라 표기되어야 하며, 분수 또는 소수점 등의 표기도 허용되어 있음</li> <li>• 그램, 밀리리터 등의 미터법 단위도 함께 표기해야 함</li> <li>• 글자 크기는 세로와 가로 비율이 3:1을 넘을 수 없으며, 주 표시면의 크기에 따라 최소 폰트 높이 기준이 상이함</li> <li>• 고체 제품의 경우 'Net Weight'라는 단어가 반드시 포함되어야 하지만, 액체 등의 제품은 'Net Contents' 또는 'Net' 등의 단어 사용은 선택 사항임</li> </ul>
정보 표시면 필수 표시사항 및 기준	3. 제조자, 포장업체, 유통업체의 정보, 이름 및 주소	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제조사, 포장업체 또는 유통업체의 이름을 표기해야 함</li> <li>• 제조업체의 이름이나 주소가 없는 경우에는 제품과 관련된 업체명을 반드시 기재해야 함</li> <li>• 제조사, 포장업체 또는 유통업체 표기는 일반적으로 정확한 도로 이름 및 번호, 도시, 집(Zip) 코드, 주 등의 정보를 모두 포함해야 함</li> </ul>
	4. 성분 리스트	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사용된 원재료의 중량을 기준으로 내림차순으로 나열할 것</li> <li>• 통상적인 이름을 사용할 것</li> <li>• 전체 제품 용량 및 무게의 2% 이하를 구성하는 성분명의 표기는 위 방식의 적용을 받지 않음</li> <li>• 허가된 방부제 첨가 시 방부제의 통상 명칭 및 기능을 표기할 것</li> <li>• 공인된 색소는 약어 또는 특정 이름을 사용할 것</li> </ul>

자료: 미국 식품의약국(FDA)

[표 6.3] 미국 인삼꿀 라벨링

정보 표시면 필수 표시사항 및 기준	5. 알레르겐 성분	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품 알레르기 유발 물질(Major food allergen)이 포함된 경우 반드시 기재할 것</li> <li>• 눈에 잘 띄고 읽기 쉬운 크기로, 원재료명의 문자 크기 이상으로 표기할 것</li> <li>• 원재료명 목록에 원재료명을 쓴 뒤에 괄호 안에 알레르기 유발 식품의 일반명을 기재할 것</li> <li>• ‘Contains’의 ‘C’는 반드시 대문자로 기재할 것</li> <li>• 주요 알레르기 유발물질은 우유, 달걀, 생선, 갑각류, 견과류, 밀, 땅콩, 그리고 대두 및 콩 등 8가지임</li> <li>• 견과류의 경우에는 정확한 종류가 표기되어야 하며, 생선 또는 갑각류 동물의 경우 정확한 종에 대한 표기가 있어야 함</li> </ul>
	6. 영양성분표 (Nutrition Facts)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미국에서 판매되는 모든 식품은 라벨에 영양성분표를 포함해야 함</li> <li>• 열량, 총 지방(포화지방, 트랜스지방), 콜레스테롤, 나트륨, 총 탄수화물(식이섬유, 총당, 첨가당), 단백질, 비타민D, 칼슘, 철분 등의 정보를 포함해야 함</li> <li>• 4살 이상이 한 자리에서 일반적으로 소비하는 양을 표기하는 1회 섭취량이 포함되어야 함. FDA에서는 일부 식품들에 대해 표준 1회 섭취량을 지정하고 있음</li> <li>• 영양성분표에 표준 1회 섭취량에 대한 영양 정보와 실제 해당 유닛에 포함되어있는 영양 정보를 위에 예시로 제공한 영양성분표의 오른쪽에 열을 하나 더 만들어 표기해야 함</li> <li>• 일일섭취량을 기준으로 1일 영양성분 기준치(% DV)를 표기해야 함</li> <li>• 수출용 제품 라벨의 면적에 따라 영양성분표의 규정된 위치가 상이하므로 반드시 확인이 필요함</li> <li>• 영양성분표의 포맷(format)이 다양하므로 제품의 크기나 라벨의 면적에 따라 적합한 포맷을 선택하여 사용할 수 있음</li> </ul>
	7. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품의약품국은 원산지 표시를 요구하지 않으나, 미국 세관과 관세국경보호청은 원산지 표시를 요구함</li> <li>• 미국 내 유통업체의 명칭과 주소 근처에 영어로 표시할 것</li> </ul>
	8. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 반드시 영어로 표기해야 하며, 한국어 표기가 포함된 경우에는 모든 라벨 의무 표기 사항을 영어와 한국어 모두로 표기해야 함</li> <li>• 영어, 한국어 이외의 언어가 라벨에 있다면, 해당 언어로도 모든 의무 표기 사항을 표기해야 함</li> </ul>

자료: 미국 식품의약품국(FDA)

▶ 미국 인삼꿀 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 영문]

- ① EXPORT
- ② 海外輸出品
- ③ KOREAN GINSENG TEA
- ④ NET WT. 7.05 OZ  
(100 TEA PACKETS) 2 grams each
- ⑤ MANUFACTURED BY KOREA GINSENG MFG.CO., LTD.  
- FAX : 02-2278-5975  
- South Korea

[앞면 - 국문]

- ① 수출
- ② 해외수출품
- ③ 고려 인삼 차
- ④ 내용량 7.05 온스  
(티팩 100개) 각 2g
- ⑤ 제조업체 고려 인삼 주식회사  
- 팩스 : 02-2278-5975  
- 대한민국

[뒷면 - 영문]

- ① KOREAN GINSENG TEA
- ② This is a food product which is manufactured as a granular (or powdered) form available to meet user's taste.

[뒷면 - 국문]

- ① 고려 인삼 차
- ② 본 제품은 사용자의 입맛에 맞게 과립 형태로 제조된 식품입니다.

③ It is chiefly made from extract of Korean Ginseng, the speciality of the Republic of Korea.

④ [Directions]

- Please enjoy this tea. Put one or two teabags into a glass of cold or hot water and stir well.
- Add sweetener with honey if desired.

⑤ Nutrition Facts

- Serving Size 1 bag (2g) Servings Per Container 100
- Amount Per Serving Calories 8  
Calories from Fat 0

		% Daily Value
Total Fat	0.01g	0%
- Saturated Fat	0g	0%
- Trans Fat	0g	0%
Cholesterol	0mg	0%
Sodium	0.08mg	0%
Total Carbohydrate	2g	1%
- Dietary Fiber	0g	0%
Less than		
- Sugars Less than	1.54g	
Protein	0.01g	
Vitamin A		0%
Vitamin C		0.09%
Calcium		0.06%
Iron		0.01%

\* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily value may be higher or lower depending on your calories needs

⑥ Ingredients

- Ginseng Extract 10%
- Lactos 10%
- Glucose 80%

③ 이것은 한국의 특산품인 인삼 추출물로 만들어졌습니다.

④ 정보

- 한 개 또는 두 개의 티백을 찬물이나 뜨거운 물에 넣고 잘 저어서 드세요.
- 기호에 따라 설탕이나 꿀을 넣어주세요.

⑤ 영양 정보

- 2g 티백 100개당
- 1회 제공량당 8칼로리, 지방 0

		% 하루 섭취량
총 지방	0.01g	0%
- 일반 지방	0g	0%
- 트랜스 지방	0g	0%
콜레스테롤	0mg	0%
나트륨	0.08mg	0%
단일 불포화지방	2g	1%
- 섬유질	0g	0%
- 설탕	1.54g	
단백질	0.01g	
비타민 A		0%
비타민 C		0.09%
칼슘		0.06%
칼륨		0.01%

\* 하루 섭취량은 2,000칼로리를 기준으로 함. 일일 섭취량은 필요한 열량에 따라 더 높거나 낮을 수 있음

⑥ 재료

- 인삼 추출물 10%
- 락토스 10%
- 포도당 80%

## 4. 미국 인삼꿀 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 벌꿀류에 적용되는 미국 식품첨가물 기준 중 일부임. 더욱 자세한 미국 식품첨가물 규정은 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.4] 벌꿀류에 적용되는 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품유형
1	말토덱스트린	maltodextrin	GRAS: GMP에 따라 사용	벌꿀류
2	사카린 소다	sodium saccharin		
3	아스코르브산나트륨	sodium ascorbate		
4	글리세린	glycerin		
5	염화철	ferric chloride		
6	알기산칼슘	calcium alginate	GRAS: 0.3% 이하	
7	메틸파라벤	methylparaben		
8	알긴산칼륨	potassium alginate	GRAS: 0.01% 이하	
9	카라야 고무	sterculia gum	GRAS: 0.002% 이하	
10	칼슘사카린	Calcium saccharin	1회 제공량 당 30mg 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 벌꿀류에 적용되는 미국 유해물질 규정임. 더욱 자세한 미국 유해물질 규정은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템에서 확인 가능함

[표 6.5] 벌꿀류에 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)	벌꿀류

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 인삼꿀 원재료에는 미국에서 식품 유통 시 반드시 표기해야 하는 알레르기 유발성분이 포함되지 않는 것으로 확인됨

[표 6.6] 고객사 인삼꿀 알레르겐 성분 분석

순번	표시 의무 여부	대상	고객사 인삼꿀 포함 여부
1	의무	우유	-
2	의무	달걀	-
3	의무	생선	-
4	의무	갑각류	-
5	의무	견과류	-
6	의무	땅콩	-
7	의무	대두	-
8	의무	밀	-

자료: 미국 식품의약국(FDA)

# Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 월마트(Walmart)

Interview ② 서울 밀스(Seoul Mills)

Interview ③ 에이치 마트(H Mart)

## Interview ① 월마트(Walmart)

40)

●  
월마트  
(Walmart)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
  - 1962년 미국 아칸소주에 설립된 유통업체
  - 식품, 미용용품, 가정용품 등 다양한 제품 취급
  - 미국 각지에 월마트 오프라인 매장 운영
  - 자사 온라인 사이트 통한 판매 진행

## 담당자 정보

Manager



## 월마트(Walmart) Manager

### Q. 미국에서 판매되는 인삼꿀 제품과 인기 있는 인삼 제품은 어떤 것인가요?

미국에서 판매되는 인삼꿀 제품은 대부분 수입산입니다. 미국에서 생산되는 인삼꿀 제품 역시 있으나 그 수가 적은 편이며, 그 원재료는 거의 수입에 의존합니다. 가장 인기있는 인삼 제품은 인삼 추출물 및 농축액 제품입니다. 주로 캡슐, 알약 및 젤리 형태이며, 섭취하기 편리하다는 이점이 있어 인기가 많은 편입니다.

### Q. 고객사 제품의 가격은 미국에서 판매되기에 적절한가요?

고객사 제품의 가격대는 다소 높은 편이라 생각됩니다. 저희 업체에서 판매하는 한국산 6년근 홍삼 추출액 스틱형 30개입 제품은 89달러(한화 약 105,483원<sup>1)</sup>)에 판매되고 있습니다. 고객사 제품에 비교적 고급 재료로 인식되는 아카시아 꿀이 함유된 점을 고려하더라도, 149,000원은 다소 높은 가격이라 생각합니다. 미국에서 판매하기에 적절한 가격대는 100달러(한화 약 118,520원) 미만이며, 고객사 제품의 양을 고려하면 90-95달러(한화 약 106,668원-112,594원)이 적절한 가격이라고 생각합니다.

### Q. 고객사 제품의 패키징은 미국에서 판매되기에 적절한가요?

고객사 제품은 유리병과 스틱 형태로 미국에서 판매되기에 적합하며, 이는 현재 미국 내 판매되고 있는 다른 인삼꿀 제품과 유사한 포장형태입니다. 현재 저희 업체에서 판매하고 있는 미조마(Mijoma) 사의 6년근 홍삼꿀 제품 역시 고객사 제품의 패키징과 유사한 스틱 형태의 제품이며, 인삼&로열젤리 제품 또한 섭취하기 쉬운 유리병 제품입니다. 현재까지 이러한 패키징으로 인해 문제가 발생한 경우는 없습니다.

40) 사진자료: 월마트(Walmart) 홈페이지

41) 1달러=1,185.20원(2021.10.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

---

**Q. 고객사 제품의 특징이 미국 시장에서 좋은 셀링포인트가 될 수 있을까요?**

소비자들은 인삼 섭취를 통한 면역력 강화, 에너지 공급 및 피로 회복과 같은 효능을 기대하고 제품을 구매합니다. 이러한 이유를 제외하고 다른 효능을 기대하고 제품을 구매하는 소비자는 거의 없습니다.

한편 인삼의 쓴맛을 잡아주는 아카시아 꿀은 좋은 셀링포인트로 작용할 것으로 기대됩니다. 인삼 추출물과 꿀을 혼합한 제품을 구매하는 소비자 대부분은 비교적 적은 쓴맛과 앞서 말씀드린 건강 관련 효능을 기대하고 구매하는 편입니다. 따라서 고객사 제품과 같이 꿀과 인삼을 조합한 고객사 제품은 현지 소비자들에게 좋은 셀링포인트가 될 수 있다고 생각합니다.

## Interview ② 서울 밀스(Seoul Mills)

42)

### 서울 밀스 (Seoul Mills)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
  - 2005년 미국 뉴저지에 설립된 소매업체
  - 한국산 제품 전문 취급 매장
  - 식품류, 생활용품, 미용용품 등 한국산 제품 주력 판매

### 담당자 정보

Owner



## 서울 밀스(Seoul Mills) Owner

### Q. 미국에서 판매되는 인삼꿀 제품과 인기 있는 인삼 제품은 어떤 것인가요?

인삼 제품은 미국 전역에서 쉽게 구매할 수 있으며, 인삼꿀 역시 쉽게 구매할 수 있는 제품입니다. 한국산 인삼 제품은 건강과 관련된 효능, 특히 기력보충 및 면역력 강화 등의 효능으로 미국 내에서 인기가 높아지고 있습니다. 그중에서도 인삼 추출물(Ginseng Extracts)이 미국에서 가장 인기있는 제품 형태입니다. 인삼 제품 대부분은 수입산이며, 특히 한국산 제품이 많은 편입니다.

### Q. 고객사 제품의 가격은 미국에서 판매되기에 적절한가요?

고객사 제품의 가격은 미국에서 판매하기에는 비싼 편입니다. 따라서 미국 수출을 위해서는 가격을 조정할 필요가 있다고 생각합니다. 고급 원료를 사용한 것을 고려하더라도 고객사 제품은 미국 시장에서 비싼 편에 속합니다. 참고로, 저희 업체는 힐링엔팜(HealingNFarm)사의 한국산 500g 인삼꿀 제품을 18.73달러 (한화 약 22,200원)에 판매하고 있습니다.

### Q. 고객사 제품의 패키징은 미국에서 판매되기에 적절한가요?

고객사 제품의 포장은 플라스틱과 유리병으로, 이는 미국에서 적합한 포장입니다. 그중에서도 미국에서는 유리병 제품이 선호도가 높은 편입니다. 또한, 인삼의 유형과 형태가 포장과 관련이 많습니다. 저희 업체에서 판매 중인 힐링엔팜(HealingNFarm) 브랜드의 인삼꿀 제품 역시 고객사 제품의 패키징과 유사한 유리병 형태로, 보관이 용이하고 신선도를 유지할 수 있다는 장점이 있습니다.

### Q. 고객사 제품의 특징이 미국 시장에서 좋은 셀링포인트가 될 수 있을까요?

말씀해주신 고객사 제품의 특징은 미국 소비자에게 판매하기에 충분한 셀링포인트가 될 수 있다고 생각합니다. 현재 미국에서 인삼 제품의 효능은 이미 널리 알려져 있으며, 인삼을 구매하고자 하는 소비자들은 그들의 필요에 맞는 인삼 형태나 제형을 사전 조사를 통해 파악하고 있습니다.

### Q. 고객사 제품이 온라인 채널에서 판매하기에 적합한가요?

고객사 제품은 온라인 소매업체를 통해 판매하는 것을 추천합니다. 온라인 플랫폼은 소비자들이 구체적인 선택을 쉽고 빠르게 할 수 있다는 점에서 가장 유리하기 때문에, 인삼 제품을 꼼꼼하게 따지는 소비자들이 이용하기에 좋은 경로가 될 수 있다고 생각합니다. 많은 소비자가 오프라인에서 그들이 찾는 인삼 제품을 구매하지 못하는 경험을 했기 때문에 이들 대다수가 인삼 제품을 찾기 쉬운 온라인을 통해 제품을 구매합니다. 판매자 입장에서도 온라인 판매를 통해 제품을 관리하고 판매하는 것이 오프라인 유통과 비교하여 장점이 많다고 생각합니다.

### Q. 고객사 제품을 일반 가공식품으로 수출해도 문제가 없나요?

미국 내 가공식품 수입에 대한 규칙과 규제가 자주 변동되기 때문에, 미국으로 제품을 수출하고자 하는 업체는 이러한 부분을 정기적으로 업데이트해야 합니다. 참고로, 미국 내 공식적으로 승인된 수입 에이전트들이 있으며, 이들을 통해 통관 절차를 비교적 어렵지 않게 해결하실 수 있습니다.

## Interview ③ 에이치 마트(H Mart)

43)

에이치 마트  
(H Mart)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
  - 1980년 미국 뉴저지에 설립된 슈퍼마켓
  - 한국산 식료품, 미용용품 등 다양한 한국 제품 판매
  - 온라인 채널 운영

## 담당자 정보

Sales Representative

에이치 마트(H Mart)  
Sales Representative

## Q. 미국에서 판매되는 인삼꿀 제품과 인기 있는 인삼 제품은 어떤 것인가요?

인삼꿀 제품은 미국 전역에서 구매할 수 있으며, 특히 한국 제품을 전문으로 취급하는 매장에서 쉽게 찾아볼 수 있습니다. 다만, 인삼꿀 제품은 현재 미국 내 인기있는 홍삼 제품들과 비교하기에는 아직은 무리가 있습니다.

인삼 제품은 한국을 비롯한 아시아 국가로부터 주로 수입되며, 미국 소비자들에게 신뢰도와 인기 모두 높은 편입니다. 그중에서도 인삼 젤리와 인삼 추출물의 수요가 가장 많습니다. 인삼 뿌리 또한 소비자들에게 인기가 좋은 편입니다. 이러한 제품들은 현재 미국 인삼 시장에서 가장 많이 판매되는 형태이며, 섭취하기 쉽고 각자 매일 복용량을 조절할 수 있어 인기가 많습니다.

## Q. 고객사 제품의 가격은 미국에서 판매되기에 적절한가요?

고객사 제품 가격은 미국에서 판매되기에 다소 높은 가격이라고 생각합니다. 현재 미국 내 인삼 수요층은 특정 소득층에 한정되어있지 않고 다양한 소득층으로 구성되어 있습니다. 그중에서 품질이 좋은 제품이라면 충분히 높은 가격을 지불할 용의가 있는 소비자들도 있습니다. 그들이 인삼을 구매하는 주된 목적은 체력보충 및 면역력 강화이며, 만약 해당 제품이 그들에게 면역력 강화와 피로 회복의 효과를 완벽히 가져다준다면 비싼 가격은 큰 문제가 되지 않을 것입니다.

## Q. 가격 및 타깃 소비층 설정에 대한 피드백이 있으신가요?

방금 말씀드린 바와 같이, 좋은 품질의 제품을 구매하고자 하는 소비자에게 가격은 큰 걸림돌이 되지 않습니다. 이러한 소비자가 많지는 않지만, 이들은 높은 가격을 지불할 충분한 여력이 되며 제품을 반복하여 구매하는 경향이 있습니다. 따라서 고객사에서는 어떤 소비자를 주요 타깃층으로 설정할 것인지에 대해 고려해야 합니다. 많은 수의 소비자를 대상으로 하는 경우, 현재 고객사 제품의 가격은 높은 편이기 때문에 가격을 조정할 필요가 있습니다. 그러나 품질을 중요시하며 소득이 높은 소비자를 주요 타깃층으로 하는 경우에는 가격보다 제품의 품질에 더욱 힘을 쏟을 것을 추천합니다.

43) 사진자료: 에이치 마트(H Mart) 홈페이지

### Q. 고객사 제품의 패키징 미국에서 판매되기에 적절한가요?

포장의 주된 목적은 인삼의 변질을 막고 유통기한을 늘리는 것입니다. 고객사 제품의 포장형태인 플라스틱 파우치와 유리병 형태 모두 이러한 역할을 충분히 할 수 있다고 생각합니다. 또한, 플라스틱 및 유리병 포장형태는 보관이 편리하며, 소비자들에게도 비교적 친숙한 형태이므로 미국에서 판매하기에 적절한 패키징이라고 생각합니다.

### Q. 고객사 제품의 특징이 미국 시장에서 좋은 셀링포인트가 될 수 있을까요?

고객사 제품의 면역력 강화 및 체력증진과 같은 인삼의 다양한 효능은 인삼 제품 판매 시 좋은 셀링포인트로 작용할 수 있습니다. 또한, 아카시아 꿀을 사용하여 쓴맛을 줄였다는 점 또한 소비자의 긍정적인 인식을 얻을 수 있을 것입니다. 현재 저희 업체에서는 '인삼꿀 허브 토닉 차(Red Ginseng Honey Herb Tonic Tea)'를 판매하고 있습니다. 이는 인삼차 제품으로, 인삼의 다양한 효능을 얻을 수 있는 동시에 달콤한 맛의 제품으로 특히 인기가 많습니다. 소비자들에게 어필할 수 있는 포인트가 많은 제품은 긍정적인 판매 실적을 기대할 수 있습니다.

### Q. 고객사 제품을 판매하기에 적절한 유통채널은 어떤 것이 있나요?

온라인 이커머스(E-commerce) 매장, 특히 한국 수입제품을 전문으로 판매하는 매장을 통해 유통하시는 것을 추천합니다. 미국 소비자들은 한국산 진품 인삼 제품을 한국 온라인 소매업체를 통해서 쉽게 구매할 수 있다는 사실을 잘 알고 있습니다. 또한, 온라인 채널은 오프라인 채널에 비해 제품을 한 번에 파악하기 쉬운 환경을 제공하기 때문에, 진품 인삼 제품을 구매하고자 하는 소비자들에게 신뢰를 줄 수 있는 장점이 있습니다.

### Q. 고객사 제품이 일반 가공식품으로 수출되어도 문제가 없나요?

고객사 제품이 정확히 어떤 카테고리에 해당하는지는 확인하기 어렵습니다. 생(生)인삼 형태로 수입되는지, 가공되어 수입되는지에 따라서도 다르게 분류되기 때문에, 이 부분은 좀 더 확인해볼 필요가 있습니다.

<b>미국(USA)</b> 인터뷰 대상 선정  인터뷰 대상 기업체 선정 · 유통업체 ○ · 소매업체 ○ · 슈퍼마켓 ○	<b>월마트</b> (Walmart)	<b>서울 밀스</b> (Seoul Mills)	<b>에이치 마트</b> (H Mart)
	업태 ▶ 유통업체	소매업체	슈퍼마켓
	취급 ▶	 홍삼스틱	 인삼청
사진 자료: 월마트, 서울 밀스, 에이치 마트 제품 판매 페이지			

<b>미국(USA)</b> 유통·소매·슈퍼마켓 업체 인터뷰 요약			
고객사	미국 내 인삼꿀 제품 수요	고객사 제품 피드백	추천 유통채널
<b>월마트</b> (Walmart)  유통업체	<ul style="list-style-type: none"> <li>인삼꿀 제품 판매 중</li> <li>인삼 추출물 및 농축액 인기, 캡슐·알약·젤리 제형 인기</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>100달러 미만이 적합</li> <li>플라스틱/유리병 포장은 미국에서 판매되기에 적절한 형태</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 플랫폼 적절함</li> </ul>
<b>서울 밀스</b> (Seoul Mills)  소매업체	<ul style="list-style-type: none"> <li>미국 전역에서 쉽게 구매 가능</li> <li>인삼 추출물 형태가 가장 인기</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>가격 비싼 편이므로 조정이 필요함</li> <li>플라스틱/유리병 형태 적합, 그 중 유리병 형태 선호</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 소매업체 추천, 판매자 입장에서 제품 관리 용이할 것</li> </ul>
<b>에이치 마트</b> (H Mart)  슈퍼마켓	<ul style="list-style-type: none"> <li>미국 전역, 특히 한국 전문 매장에서 쉽게 구매 가능</li> <li>젤리·추출물·뿌리 형태가 인기</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>가격 높은 편이며, 주력 타깃층 설정 필요</li> <li>플라스틱/유리병 형태는 미국 내 판매에 적합</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 이커머스 매장 및 한국 수입제품 전문판매점 추천</li> </ul>
(*) 현지 경쟁품 취급 유통업체, 소매업체, 슈퍼마켓 인터뷰 3개사			

# VIII. 시사점

## 시장수요

기타 인삼제품,  
한국 對미국 수출액  
176% 성장



2020년 미국 인삼 시장은 약 1,102억 원 규모로, 약 1.3조 원을 기록한 한국 인삼 시장의 약 8% 크기에 해당함. 해당 시장은 최근 5년(2016-2020)간 연평균성장률 3%를 달성한 것으로 확인됨. 미국의 약초 및 전통 건강보조식품 시장 내 인삼의 점유율은 2%로 한국의 57% 대비 낮아, 미국 건강보조식품 시장에서 인삼 제품은 아직 큰 비중을 차지하지 못한 것으로 예상됨. 다만, 최근 미국에서는 코로나19 등의 이유로 면역력 증강에 대한 관심이 높아지며 인삼 및 홍삼 제품의 인지도가 확대되고 있음. 특히, 면역력과 관련하여 인삼의 사포닌 성분에 주목하는 소비자가 증가하고 있음. 또한, HS CODE 2106.90의 미국 對한국 수입액은 최근 5년간 19%를 기록하였으며 기타 인삼제품의 한국 對미국 수출액은 최근 5년간 176% 성장하는 등 가파른 상승세를 보이고 있음

## 소비 특징

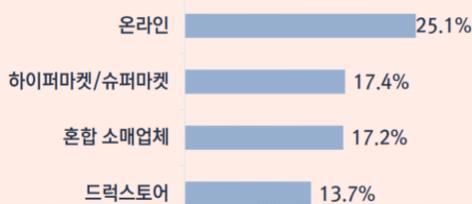


미국 온라인 쇼핑물  
인삼제품 홍보문구 관련 키워드

미국 온라인 쇼핑물에 판매되는 인삼제품의 홍보문구를 분석한 결과, 품질 및 성분 관련 키워드의 등장 빈도가 높았음. '천연' 키워드가 1위, '품질', '순수한', '프리미엄' 키워드가 각각 2, 4, 6위를 차지하였으며, 미국 내에서 '순수한 성분'과 '높은 품질'을 위주로 인삼제품을 홍보하는 업체가 많다는 것을 확인함. 또한, 'GMO'와 '글루텐' 키워드가 상위권을 차지한 것을 통해 특정 성분을 함유하지 않은 제품을 찾는 현지 소비자도 존재한다는 것을 예상할 수 있음. 현지 수입유통업체는 인삼 제품을 구매하는 미국 소비자들은 대체로 면역력 강화, 피로 회복, 체력 증진 등의 효능을 기대한다고 언급함

미국 온라인 쇼핑물에서 판매 중인 인삼제품의 성분 관련 키워드로는 '진세노이드', '사포닌'이 각각 1위, 4위를 차지하였으며, 패키징과 관련하여서는 '병'과 '스틱'이 각각 1위와 5위를 차지함. 이러한 결과를 통해, 인삼을 로스팅하여 진세노사이드인 Rh1 함량은 3.5배 이상 증가시키고 인삼 분말에 벌꿀을 혼합하여 사포닌 성분을 4배 향상시킨 인삼제품이라는 점이 고객사 제품의 셀링포인트가 될 수 있을 것으로 예상됨. 또한, 인삼의 쓴맛을 선호하지 않는 현지 소비자를 고려하여 고객사 제품을 '아카시아 꿀과 혼합하여 쓴맛을 줄인 인삼 제품'으로 포지셔닝 할 수 있을 것으로 보임

## 유통채널



미국 인삼제품 유통채널 점유율

2020년 미국 인삼제품 유통채널 확인 결과, 온라인 점유율이 25.1%로 가장 큰 비중을 차지한 것으로 확인됨. 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율은 17.4%로, 한국의 4.2% 대비 4배 이상 높았음. 코로나19의 영향으로 2020년 미국 온라인 식품시장은 전년 대비 119.1% 성장하며 급격한 확장세를 보임. 그 예시로, 미국의 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체 월마트는 무료배송 서비스를 제공하는 자체 멤버십, 온라인으로 주문 후 차에서 구매 물품을 전달받을 수 있는 '커브사이드픽업' 등 새로운 전략을 통해 온라인 진출을 시도함. 현지 수입유통업체 또한 인삼 제품 유통 경로로 온라인 플랫폼, 특히 한국산 제품을 전문적으로 취급하는 매장을 추천함. 온라인 채널은 오프라인 매장과 비교하여 제품을 한 번에 파악하기 쉬워, 인삼 제품을 꼼꼼히 비교하고 구매하는 소비자를 대상으로 판매하기에 적절하다는 것을 그 이유로 꼽음. 판매업체 입장에서 재고 관리 측면에서 지리적인 한계가 없어 유리하다는 의견도 존재함



# Export Insights

## 수출 확대 전략



아카시아 꿀과 혼합하여  
쓴맛이 덜한 인삼 제품으로  
포지셔닝 필요

코로나19의 영향으로 미국에서 면역력 증강과 피로 회복 등의 효능으로 알려진 인삼에 대한 수요가 증가하고 있음. 기타 인삼제품 분류의 한국 對미국 수출규모 또한 최근 들어 급격한 성장세를 보임. 인삼의 성분과 관련하여 면역력 증진에 도움이 되는 진세노이드와 사포닌은 로스팅한 인삼 분말과 아카시아 꿀을 원재료로 사용한 고객사 제품에 특히 풍부한 성분이므로, 이를 제품 홍보에 활용할 수 있음. 또한, 미국 소비자들이 선호하지 않는 인삼의 쓴맛을 잡아주는 아카시아 꿀이 고객사 제품의 셀링포인트가 될 수 있을 것으로 기대됨. 이 점을 이용하여 고객사 제품을 '아카시아 꿀을 함유하여 쓴맛이 덜한 인삼 제품'으로 포지셔닝 할 수 있음. 수입유통업체 인터뷰를 통해 고객사 제품의 유리병과 스틱 포장 형태는 미국 시장에서 판매하기에 적절하나, 가격은 타 제품 대비 다소 비싼 편이라는 의견이 있으므로 가격에 대한 고려가 필요해 보임



## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Dietary Supplements in the US Country Report」, 2021.10
2. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in the US Country Report」, 2021.02
3. 리얼푸드(REAL FOODS), 「‘면역력’ 관심으로 미국에서 주목하는 인삼」, 2021.03
4. 푸드앤와인(FOOD&WINE), 「Why Trader Joe’s Won’t Do Delivery or Pickup」, 2020.04
5. 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews), 「Sprouts Farmers Market moves forward with new stores, strategy」, 2021.08
6. 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-commerce in the US Country Report」, 2021.02
7. 미국 식품의약국(FDA), 「Food Allergen Labelling and Consumer Protection Act(FALCPA)」, 2004

### ■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) ([www.portal.euromonitor.com](http://www.portal.euromonitor.com))
2. 리얼푸드(REAL FOODS) ([www.realfoods.co.kr](http://www.realfoods.co.kr))
3. 국제무역센터(International Trade Center) ([www.trademap.org](http://www.trademap.org))
4. KATI농식품수출정보 ([www.kati.net](http://www.kati.net))
5. 아마존(Amazon) ([www.amazon.com](http://www.amazon.com))
6. 이베이(Ebay) ([www.ebay.com](http://www.ebay.com))
7. 시밀러웹(Similarweb) ([www.similarweb.com](http://www.similarweb.com))
8. 센서타워(Sensortower) ([www.sensortower.com](http://www.sensortower.com))
9. 달라스뉴스(Dallas News) ([www.dallasnews.com](http://www.dallasnews.com))
10. 스타티스타(Statista) ([www.statista.com](http://www.statista.com))
11. 워싱턴포스트(The Washington Post) ([www.washingtonpost.com](http://www.washingtonpost.com))
12. 에이티아메리카(aT America) ([www.atcenteramerica.com](http://www.atcenteramerica.com))
13. 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews) ([www.supermarketnews.com](http://www.supermarketnews.com))
14. 홀푸드마켓(Whole Foods Market) ([www.wholefoodsmarket.com](http://www.wholefoodsmarket.com))
15. 포브스(Forbes) ([www.forbes.com](http://www.forbes.com))
16. 월마트(Walmart) ([www.walmart.com](http://www.walmart.com))
17. 크로거(Kroger) ([www.kroger.com](http://www.kroger.com))
18. 워싱턴포스트(The Washington Post) ([www.washingtonpost.com](http://www.washingtonpost.com))
19. 어바웃아마존>About Amazon) ([www.aboutamazon.com](http://www.aboutamazon.com))
20. 교차로월드(Kyocharoworld) ([www.kyocharoworld.com](http://www.kyocharoworld.com))
21. 뉴욕타임즈(NYT) ([www.nytimes.com](http://www.nytimes.com))
22. 에이치마트(H Mart) ([www.hmart.com](http://www.hmart.com))
23. 시온마켓(Zion Market) ([www.zionmarket.com](http://www.zionmarket.com))
24. 트레이더조(Trader Joe’s) ([www.traderjoes.com](http://www.traderjoes.com))
25. 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews) ([www.supermarketnews.com](http://www.supermarketnews.com))
26. 비즈니스인사이드(Businessinsider) ([www.businessinsider.com](http://www.businessinsider.com))
27. 국가관세종합정보망 서비스 홈페이지 ([unipass.customs.go.kr/clip/index.do](http://unipass.customs.go.kr/clip/index.do))
28. 통합무역정보서비스 홈페이지 ([tradenavi.or.kr](http://tradenavi.or.kr))
29. 미국 식품의약국(FDA) 홈페이지 ([www.fda.gov](http://www.fda.gov))
30. 미국 관세국경보호청(CBP) 홈페이지 ([www.cbp.gov](http://www.cbp.gov))
31. 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템 ([ecfr.federalregister.gov](http://ecfr.federalregister.gov))
32. 비건 액션(Vegan Action) 홈페이지 ([vegan.org](http://vegan.org))
33. OU 코셔(Orthodox Union Kosher) 홈페이지 ([www.oukosher.org](http://www.oukosher.org))
34. IFANCA 한국 지사 홈페이지 ([www.ifanca.co.kr](http://www.ifanca.co.kr))
35. 서울 밀스(Seoul Mills) ([www.seoulmills.com/](http://www.seoulmills.com/))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.11.19

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