

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사


No. 1810-43

품 목 : 기능성 음료(Functional Beverage)

국 가 : 미국(United States of America)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	04
1. 수출환경 및 경제지표	06
2. 음료 산업 현황 및 전망	09
3. 수출입통계	19
II. 시장 트렌드	20
1. 정책 이슈	21
2. 제품 트렌드	21
3. 소비자 트렌드	24
III. 통관 및 제도	28
1. 통관 및 검역	31
2. 인증정보	40
3. 라벨링	43
4. 위생규정	47
IV. 경쟁제품	49
1. 경쟁제품 선정	51
2. 경쟁제품 분석	52



V. 경쟁사	63
1. 경쟁사 선정	64
2. 경쟁사 분석	65
VI. 유통채널	69
1. 유통채널 개황	70
2. 주요 유통채널 분석	74



I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 음료 산업 현황 및 전망
3. 수출입통계

국가 개요

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

미국의 화폐 달러화(USD)는 국제무역시장에서 가장 안정적이고 신뢰성 높은 화폐로 인정되어 국제 표준 화폐로 통용되고 있음. 또한, 경제활동에 대한 정부의 시장 개입이 거의 없는 자유시장 경제 체제를 채택하고 있으며, 소비지향적 특성이 강한 내수중심의 경제구조임. 이러한 경제적 특성은 GDP의 68%에 달하는 가계소비 비중을 통해 확인됨

지난 15년 동안의 복지지출 증가와 중산층의 실임금 하락에도 불구하고 미국 경제는 지속적으로 성장함. 그러나, 8000억~2조2000억 달러에 달하는 재원 없는 연금부채와 GDP 대비 102% 수준의 개인 부채는 국가 경제성장을 저해하는 주요 요인으로 지적된 바 있음. 게다가, 금융서비스산업에 대한 적절한 규제 부재가 2008~2009년 경제 침체를 유발한 원인이 됨

주요 정보

- ▶ 국명: 미합중국
(United States of America)
- ▶ 수도: 워싱턴 D.C
- ▶ 대통령: 도널드 트럼프
(Donald Trump)
(2017.1.20.~(4년 임기))
- ▶ 인구: 324.5백만명(2017)
- ▶ 면적: 9,826,675km²(세계 4위)
 - 북부와 남부가 각각 캐나다, 멕시코와 국경을 마주함
 - 서부와 동부는 태평양과 대서양으로 둘러싸여 있음
- ▶ 주요어: 영어, 스페인어
- ▶ 주요 도시: 뉴욕, 샌프란시스코, 휴스턴, 애틀랜타, 시카고 등
- ▶ 1인당 국민소득: 61,735 US달러(2017)
- ▶ GDP: 191,640억 US달러(2017)
- ▶ 1인당 GDP: 59,063 US달러(2017)
- ▶ 경제성장률: 2.3%(2017)
- ▶ 화폐단위: 달러(USD)¹⁾
- ▶ 인터넷 보급률: 76.2%(2017)
- ▶ 문맹률: 0.01%
- ▶ 기대수명: 79.2세



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

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망²⁾

	등급	등급전망
	DB2	안정적

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

□ 주요 전망

구 분	세 부 내 용
긍정적	<ul style="list-style-type: none"> - 완전고용에 가까운 노동시장과 내수 시장의 안정화로 견고한 기초체력을 보유함 - 세금법(Tax bill) 통과로 비즈니스 전망이 긍정적이며 자본적 지출의(CAPEX, Capital expenditures)³⁾ 확대가 전망됨
부정적	<ul style="list-style-type: none"> - 보호무역정책 강화로 국가 간 무역 관계에 긴장감을 재점화함 - 감세 및 일자리 정책안⁴⁾ 통과로 정부 재정수지 적자가 심화될 것으로 예상됨 - 자산 가치에 대한 가격 변동성이 실물경제에 악영향을 미칠 수 있음

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

1) 1 USD = 1,121 KRW(KEB 하나은행 매매기준율 기준, 2019.1.16.)

2) D&B의 국가위험등급은 전 세계 132개 국가를 대상으로 각 국가별 정치, 경제, 사회적 측면의 다양한 요소를 수집, 조사, 분석하여 국가별 투자 및 상거래 위험 수준을 측정한 지표임. 대/내외 안보상황, 정책의 방향성 및 지속성 등의 '정치적 환경', GDP 성장률, 인플레이션율, 무역규모, 재정 및 통화정책, 재정 균형 등의 '경제 및 상업환경', 제도적 투명성, 사법체계, 계약의 준수 정도, 부패지수 등의 '사회적/ 제도적 환경' 등을 모두 반영하며, 약 9개 항목으로 구성된 국가위험지표 테이블에 따라 산출됨. 자료: D&B Country Risk Indicator, Dun & Bradstreet

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

4) Tax Cut and Job Act

□ 주요 거시경제 전망 지표

- 2018년 GDP 대비 경상수지 및 재정수지 적자는 전년 대비 더욱 확대되어 각각 -2.6%와 -4.2%를 기록할 것으로 전망
 - 미국은 만성적인 경상수지 및 재정수지 적자국으로 경제성장세가 이어짐에 따라 적자폭이 확대될 것으로 예상됨
- 2018년 물가상승률 또한 전년 대비 확대되어 2.5%에 이를 것으로 전망됨
 - 가계 소득 증가와 법인세 삭감이 내수경제 활성화로 이어짐
- 2018년 경제성장률은 전년 대비 0.5%p 상승한 2.8%를 기록할 전망
 - 미국 상무부 경제분석국⁵⁾에 따르면, 2018년 2분기 경제성장률이 전분기 대비 4.2% 상승
 - 2분기 경제성장은 트럼프 행정부의 감세 정책에 따른 소비 확대와 중국산 제품에 대한 고율의 관세 부과가 주요 요인으로 분석됨
 - 한편 상당수의 경제학자들은 미국의 경제성장률 둔화가 불가피하며, 재정부양 효과가 소진될 것임을 경고함

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지/GDP	-2.2	-2.3	-2.3	-2.6	-2.6	-2.7	-2.7	-2.8
재정수지/GDP	-2.4	-3.2	-3.5	-4.2	-4.6	-4.6	-4.9	-5.4
물가상승률	0.1	1.3	2.1	2.5	2.3	2.2	2.1	2.1
실질경제성장률	2.9	1.6	2.2	2.8	2.3	2.0	1.8	2.1
실업률	5.3	4.9	4.4	4.0	3.8	4.0	4.2	4.3

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

5) Bureau of Economic Analysis

□ 무역통상 환경

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

□ 위험 및 기회요소

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

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

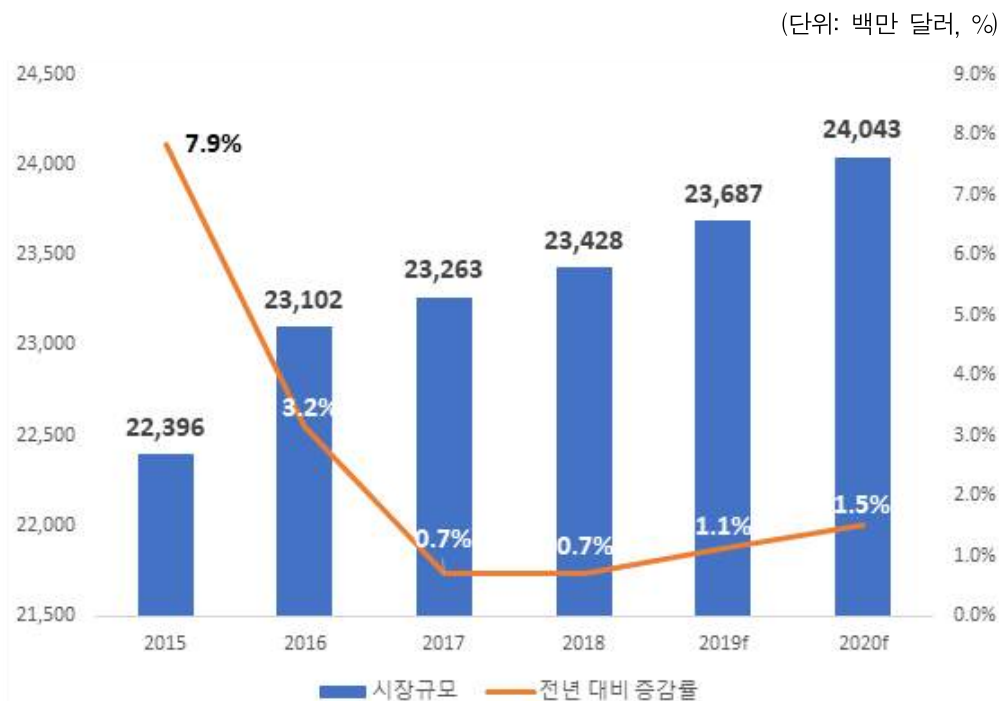
2. 음료 산업⁶⁾ 현황 및 전망

1) 기능성 음료 산업

□ 기능성 음료 시장 현황

- 기능성 음료 시장은 2015-2020년간 연평균 성장률(이하 CAGR)⁷⁾ 1.4%를 기록할 전망
 - 기능성 음료에는 수분, 에너지, 카페인 공급 등의 효과를 강조하는 음료 제품이 포함됨
 - 2017년에는 전년 대비 성장률이 0.7%에 그쳐 시장이 성숙기에 접어드는 징후를 나타내고 있으며, 이에 따라 향후에도 더딘 성장세를 기록할 것으로 전망됨

표 1.2 기능성 음료 시장 성장 추이(2015-2020년)



자료: Euromonitor International

6) 의뢰업체의 제품 특성을 고려하여 에너지 음료와 스포츠 음료 시장을 분석 대상으로 선정함

7)
$$CAGR = \left(\frac{\text{End month}}{\text{Start month}} \right)^{\frac{1}{\text{Number of years}}} - 1$$

□ 기능성 음료 시장 전망

- Natural Products Insider에 따르면 소비자들은 기능성 음료 제품의 디자인과 효능에 더욱 주목하고 있음
 - 제품 디자인, 영양, 효능 등의 측면에서 인위적이고 인공적인 느낌이 강하게 드는 기능성 음료 제품은 더이상 소비자들의 선택을 받지 못할 것
 - 이는 기능성 음료 시장 경쟁이 더욱 치열해지면서 혁신적이지 못한 제품은 시장에 진입하기 어려움을 시사
- 소비자들의 다양한 니즈에 특화된 맞춤형 효능 및 영양소를 갖춘 기능성 음료 개발이 필수적
 - 예를 들어 다이어트 음료는 여성들을 위한 제품이 일반적이었지만 이제는 남녀 모두를 대상으로 한 제품이 필요함
 - 다이어트 음료뿐만 아니라 모든 기능성 음료 제품에서 소비자 니즈를 파악한 제품 개발의 필요성이 대두되고 있음

2) 에너지 및 스포츠 음료 산업

□ 에너지 음료⁸⁾ 시장 현황

- 에너지 음료 판매량은 2018년 약 24억 7,000만 리터를 기록하며 전년 대비 2.7% 성장
- 2015-2020년 에너지 음료 판매량의 연평균 성장률은 2.5%로 향후 소폭의 둔화를 보일 것으로 예상

표 1.3 에너지 음료 매출량 추이 및 전망(2015-2020년)



자료: Euromonitor International

8) 에너지를 끌어올리기 위해 제조된 기능성 음료로서 높은 수치의 카페인을 함유한 음료. 일반적으로 육체 피로 시의 영양 보급 등을 목적으로 시중에 판매되고 있음

- o 에너지 음료 매출액 규모는 2018년 약 156억 8,000만 달러를 기록하며 전년 대비 3% 성장
- o 2015-2020년 에너지 음료 매출액의 연평균 성장률은 3%로 향후에도 유사한 성장 추세를 이어갈 것으로 예상
 - 에너지 음료 제품은 판매량의 감소에도 불구하고 천연 카페인 및 감미료 등을 이용한 고부가가치 제품 출시의 영향으로 매출 규모는 증가할 전망

표 1.4 에너지 음료 매출액 추이 및 전망(2015-2020년)

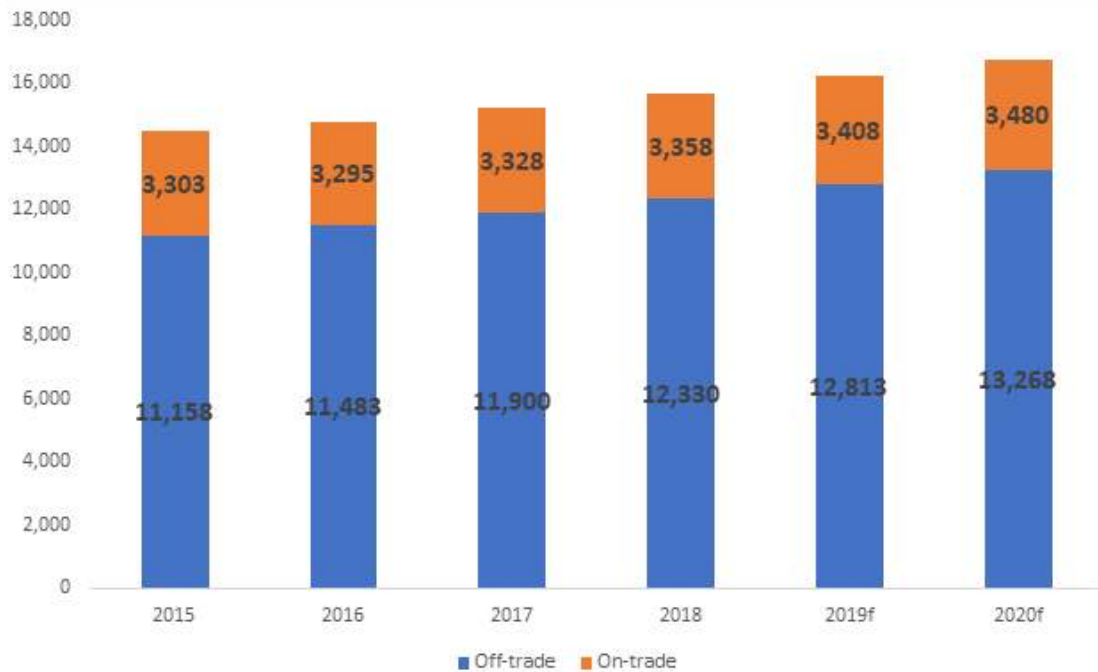


자료: Euromonitor International

표 1.5 에너지 음료 매출액 및 유통경로별 비중(2015-2020년)

(단위: 백만 달러)

구분	2015	2016	2017	2018	2019f	2020f
On-trade ⁹⁾ 매출액	3,303	3,295	3,328	3,358	3,408	3,480
비중	22.8%	22.3%	21.9%	21.4%	21%	20.8%
Off-trade 매출액	11,158	11,483	11,900	12,330	12,813	13,268
비중	77.2%	77.7%	78.1%	78.6%	79%	79.2%



자료: Euromonitor International

- o 유통채널별 매출액은 Off-trade 비중이 압도적으로, 2015-2020년 평균 78%의 점유율을 보일 것으로 전망
- o 2015-2020년 에너지 음료 매출액의 유통채널별 연평균 성장률은 On, Off-trade 각각 3.5%, 1.1%임

9) On&Off-trade는 주로 음료, 주류판매와 관련하여 사용되는 용어로 On-trade는 바, 레스토랑, 카페, 호텔 및 기타 사 식당을 통해서 판매되는 것을 의미하며, Off-trade는 일반 소매점을 통한 판매를 나타냄

□ 에너지 음료 시장 전망

- 유로모니터에 따르면 에너지 음료는 설탕 함유와 관련된 부정적인 이슈에 크게 영향받지 않음
 - 에너지 음료 제조사들이 저칼로리, 저당 에너지 음료 제품 등 웰빙을 강조한 제품을 꾸준히 출시하기 때문
- 건강에 대한 관심도가 증가하였음에도 불구하고 소비자들은 고카페인 에너지 음료를 꾸준히 소비함
 - 현대 사회의 과중한 업무량과 다양한 종류의 스트레스가 에너지 음료에 대한 수요를 견인하고 있으며, 웰빙을 추구하는 소비패턴이 아직 이를 상쇄시키지 못하는 것으로 분석됨
- 새롭고 다양한 맛을 지닌 신제품 개발이 안정적 성장의 원동력
 - 소비자들은 새로운 맛을 경험하기 위해 신제품을 꾸준히 소비하는 것으로 파악되며, 그 중 열대과일 맛의 인기가 높은 것으로 보임
 - 천연재료를 사용하는 제조업체들이 늘어남에 따라 자연 친화적 음료를 구매하는 소비자들이 증가할 것으로 전망

□ 스포츠 음료¹⁰⁾ 시장 현황

- 스포츠 음료 판매량은 2018년 약 50억 리터를 기록하며 전년 대비 -5.3% 기록
- 2015-2020년 에너지 음료판매량의 연평균 성장률은 -3.4%로 지속적인 마이너스 성장을 기록할 것으로 전망

표 1.6 스포츠 음료 매출량 추이 및 전망(2015-2020년)

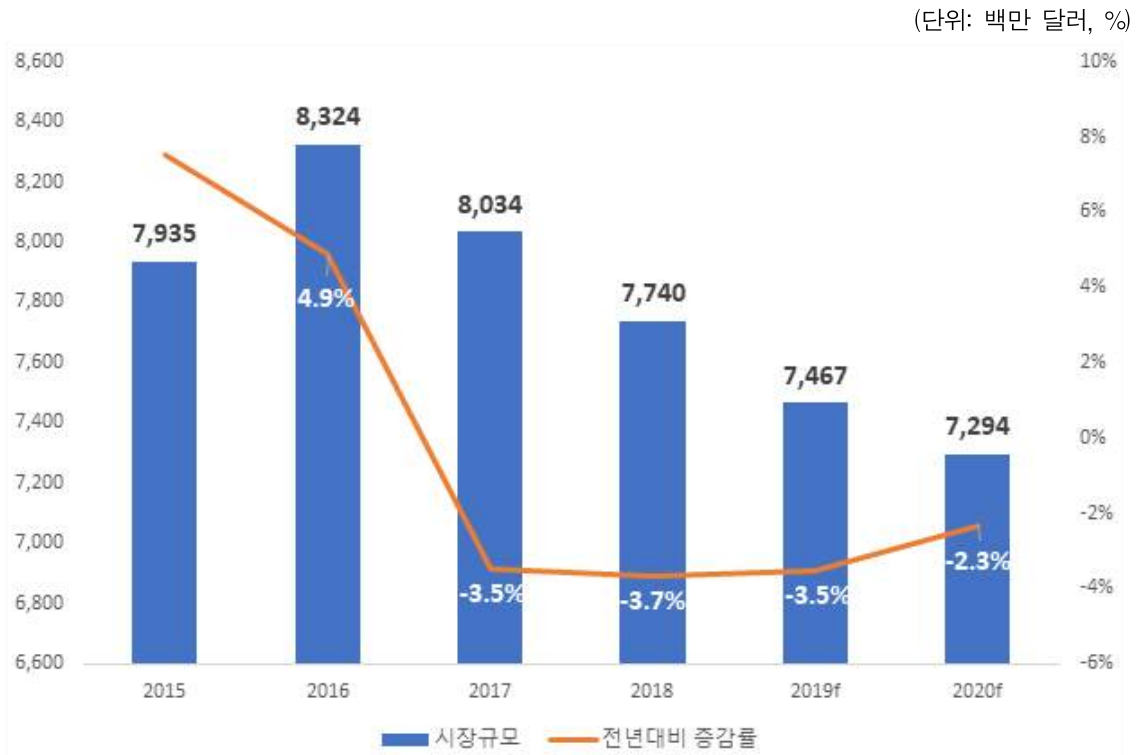


자료: Euromonitor International

10) 운동 중 땀의 배설로 인해 소실된 나트륨이나 칼륨 등의 무기질(즉 전해질) 및 운동 중 피로회복에 필요한 당질, 비타민 B1, B2, C가 포함되어 마시기 쉽도록 조미료 등이 첨가된 음료

- o 스포츠 음료 매출액 규모는 2018년 약 77억 4,000만 달러를 기록하며 전년 대비 -3.7% 감소
- o 2015-2020년 스포츠 음료 매출액 규모의 연평균 성장률은 -1.7%로 향후 지속적인 마이너스 성장을 기록할 것으로 전망

표 1.7 에너지 음료 매출액 추이 및 전망(2015-2020년)

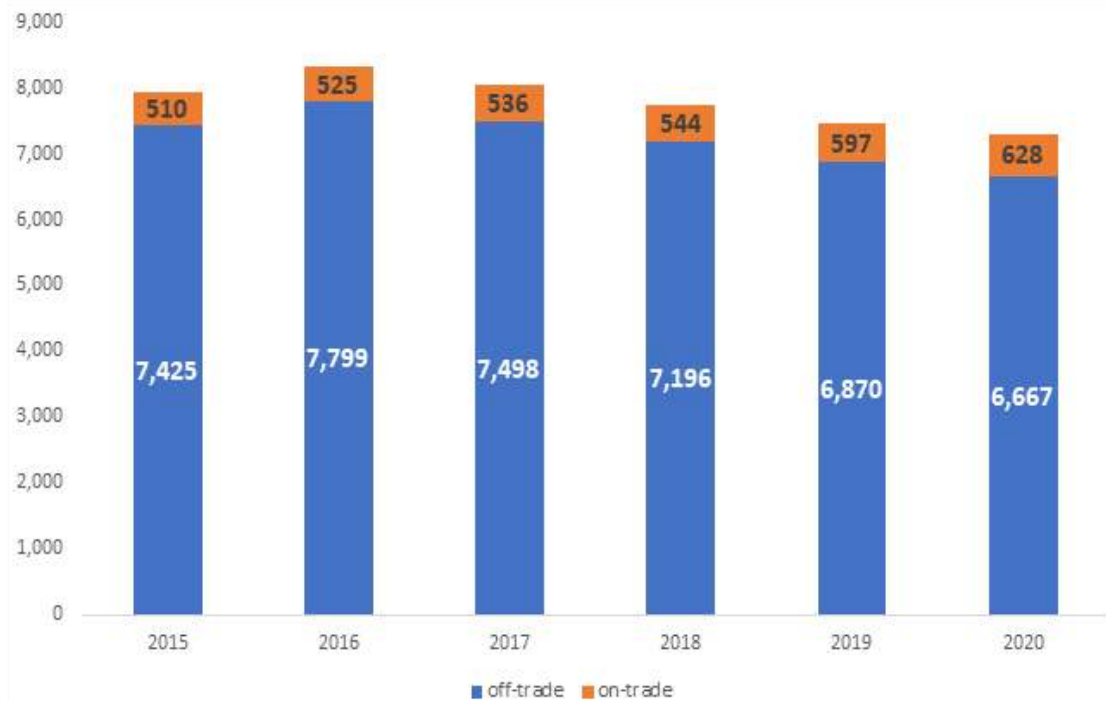


자료: Euromonitor International

표 1.8 스포츠 음료 매출액 유통채널별 비중(2015-2020년)

(단위: 백만 달러)

구분	2015	2016	2017	2018	2019f	2020f
On-trade 매출액	510	525	536	544	597	628
비중	6.9%	6.7%	7.2%	7.6%	8.7%	9.4%
Off-trade 매출액	7,425	7,799	7,498	7,196	6,870	6,667
비중	93.6%	93.7%	93.3%	93.0%	92.0%	91.4%



자료: Euromonitor International

- 유통채널별 매출액은 Off-trade 비중이 압도적으로 높으며, 2015-2020년 평균 93%의 점유율을 차지
- 2015-2020년 스포츠 음료 매출액의 유통채널별 연평균 성장률은 On, Off-trade 각각 4.2%, -2.1%임

□ 스포츠 음료 시장 전망

- 2015-2020년 스포츠 음료의 매출량과 매출액의 연평균 성장률은 각각 -3.4%, -1.7%로 향후 전망은 밝지 못함
- 기존 스포츠 음료의 주 목적은 수분 공급 및 보충이지만 스포츠 음료에 함유된 다량의 설탕과 색소, 인공 조미료 등이 건강에 해롭다는 인식이 소비자들에게 보편적으로 자리잡음
- 이에 따라 생수 등스포츠 음료를 대신할 대체 음료의 수요가 증가함

표 1.9 국가별 1인당 생수 소비량 증감 비교

(단위: 갤런)

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

자료: International Bottled Water Association

- 최근 전 세계적으로 기능성 음료 소비량이 증가하는 가운데 2017년 기준 미국의 1인당 생수 소비량은 42.1갤런(약 159리터)에 달하여 기능성 음료 제품 중 4위의 소비량을 기록
- 참고로 미국의 1인당 생수 소비량은 2012~2017년 연평균 36.2% 성장

3. 수출입통계

1) 통계분석 기준 설정

□ 기능성 음료 통계 기준 설정

○ 기능성 음료의 글로벌 및 미국 수입 통계와 한국산 수출 통계를 확인하기 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정함¹¹⁾

□ 기능성 음료의 HS CODE¹²⁾는 한국과 미국 모두 2202.99.9000로 설정

○ 글로벌 수입 규모 파악을 위해 HS CODE 2202.99, 미국과 한국의 수출입 규모를 파악하기 위해 HS CODE 2202.99.9000을 통계 기준으로 설정

표 1.10 기능성 음료의 항목별 통계 기준 설정

조사 항목	통계 기준			
글로벌 수입 통계	HS CODE	2202.99	품명	물, 과일 또는 야채 주스, 우유, 맥주를 제외한 비 알코올 음료
미국 수입 통계		2202.99.9000		기타 음료(기능성 음료)
한국산 수출 통계		2202.99.9000		기타 음료(기능성 음료)

표 1.11 기능성 음료의 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)
	2202.99	기타
	2202.99.9000	기타
미국	2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과일 주스와 채소 주스는 제외한다)
	2202.99	기타
	2202.99.9000	기타

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

○ 그러나 상기 HS CODE는 매우 다양한 품목을 동시에 포함하기 때문에 기능성 음료를 특정하여 통계 자료를 파악하기에는 어려움이 있으므로 생략하기로 함

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

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



II. 시장 트렌드

1. 정책이슈
2. 제품 트렌드
3. 소비자 트렌드

1. 정책 이슈

□ 설탕 함유 음료에 대한 설탕세 부과

- 세계보건기구(WHO) 자문위원회는 2016년 만성질환으로 분류되는 비만을 줄이고자 설탕이 다량 함유된 음료를 제조하는 업체에 설탕세 부과를 권고함
 - 2018년 기준 주요 설탕세 도입 국가는 미국, 멕시코, 프랑스, 벨기에, 영국 등
 - 미국에서는 일부 주(州)의 도시에서 설탕세를 도입해 이를 통해 확보한 세수를 공보건, 학교 운영 등을 위해 사용
- 미국에서는 유통업자에게도 설탕세를 부과하며 도시별로 세율은 상이하지만 1oz당 0.01~0.02달러(약 11~22원)
 - 업계에서는 이에 대응하여 과세대상에서 제외되는 천연 감미료를 사용한 무설탕 음료 제품을 출시

2. 제품 트렌드

□ 한국산 식재료로 제조된 음료 인기

- 스포츠 음료, 에너지 음료로 대표되던 기존의 기능성 음료 시장에 새로운 형태의 제품이 등장하기 시작함
 - 이를테면 건강식품의 이미지가 강하고 다소 생소했던 인삼, 녹차, 오미자 음료가 일반화됨
 - 새로운 식자재로 맛을 살린 제품에 대한 관심도가 높아 전통적인 한국 식자재의 사용은 기능성 음료 시장 진출 시 중요한 소구점이 될 것으로 보임

□ 무가당 스포츠 음료 제품 출시

- 미국의 대표 스포츠 음료 브랜드 게토레이는 2018년 6월 무설탕 제품인 게토레이 제로를 출시
 - 설탕세의 도입과 건강에 대한 소비자들의 높은 관심은 음료 제조업체의 저당, 무가당 제품의 출시를 촉진함

- 건강을 중시하는 트렌드로 인해 기존 기능성 음료 시장의 성장이 둔화되고 있는 가운데, 제조업체에는 웰빙 음료 제품 개발이 필수적인 과제가 됨
- o 최근 기능성 음료 시장에서도 설탕이 아닌 유기농 재료가 함유된 제품을 선호하는 것으로 나타남

□ 단백질 워터¹³⁾

- o 건강 트렌드와 기능성 음료 시장 확대, 소비자들의 인지도가 높은 성분이라는 요인 등이 맞물려 단백질 워터에 대한 수요 증가
- Global Insights에 따르면 미국 내 단백질 음료 시장은 2015년 40억 달러 규모에서 2019년 67억 달러까지 성장할 전망

그림 2.1 단백질 워터

	
제품 특징	무가당 제품, 혹은 사탕수수 또는 스티비아를 첨가해 단맛을 내는 제품들이 있음. 보통 1회 제공량당 적게는 7g부터 많게는 약 40g까지의 단백질을 함유하고 있음
대표 제품	Trimino Protein Infused Water와 Fizzique, Protein20 Optimum Nutrition, Clear Protein, CoCo Libre, Isopure, FitWhey 등

13) FoodDive Natural, Product Insider

□ 커피맛 에너지 음료 출시

- o 에너지 음료와 커피는 카페인 함유 음료로서 경쟁 관계에 있으며, 건강 중시 트렌드로 인해 에너지 음료보다 커피의 수요가 늘어남
 - 에너지 음료 제조업체는 이러한 트렌드에 맞춰 커피와 에너지 음료를 혼합한 음료를 출시
 - Rockstar사의 Rockstar Roasted Coffee and Energy가 있으며, Monster사 JAVA Monster도 인기를 끌고 있음
 - 이러한 제품은 기존 커피 소비자들의 에너지 음료 소비를 유인하는 긍정적 효과가 기대됨

그림 2.2 커피맛 혼합 에너지 음료



3. 소비자 트렌드

□ 기능성 음료 소비자 인터뷰

성별: 남성 나이: 26 세
1) 기능성 음료를 자주 소비하는 편인지? - 주 3회 이상 음용. 시험 기간에는 빈도가 더 높음
2) 주로 소비하는 기능성 음료는 어떤 것인지? - 에너지 음료를 주로 마심
3) 가장 선호하는 기능성 음료 브랜드는? - Monster Energy Company의 Monster Energy
4) 기능성 음료를 구입하는 주된 경로는? - 학교 매점에 다양한 종류가 구비되어 있어 구입이 용이함
5) 한국산 기능성 음료에 대해 들어보거나 구입해본 경험이 있는지? - 없음
6) 한국산 기능성 음료가 미국 음료 시장에 진출한다면 구입할 의향이 있는지? - 시도해볼 의향은 있음
7) 각종 기능성 음료 제품이 강조하는 효능에 대해 신뢰도가 높은 편인지? - 5점 만점에 3점 정도. 기능에 대한 신뢰는 있지만 인체의 무해성에 대한 신뢰도는 별로 없음
성별: 남자 나이: 30 대
1) 기능성 음료를 자주 소비하는 편인지? - 주 1~2회 음용
2) 주로 소비하는 기능성 음료는 어떤 것인지? - 비타민 음료, 수분 보충을 위한 스포츠 음료
3) 가장 선호하는 기능성 음료 브랜드는? - Hint사의 Hint Water
4) 기능성 음료를 구입하는 주된 경로는? - 주로 학교 매점에서 구입함

5) 한국산 기능성 음료에 대해 들어보거나 구입해본 경험이 있는지?

- 배를 원료로 한 음료를 마셔본 경험이 있음

6) 한국산 기능성 음료가 미국 음료 시장에 진출한다면 구입할 의향이 있는지?

- 구매가 용이하다면 구입할 의사 있음

7) 각종 기능성 음료 제품이 강조하는 효능에 대해 신뢰도가 높은 편인지?

- 거의 없음

성별: 남자 나이: 20 대

1) 기능성 음료를 자주 소비하는 편인지?

- 거의 매일 마심

2) 주로 소비하는 기능성 음료는 어떤 것인지?

- 콤부차, 비타민 음료

3) 가장 선호하는 기능성 음료 브랜드는?

- Health-Ade Kombucha의 Kombucha

4) 기능성 음료를 구입하는 주된 경로는?

- 아마존을 통해 대용량으로 구입

5) 한국산 기능성 음료에 대해 들어보거나 구입해본 경험이 있는지?

- 없음

6) 한국산 기능성 음료가 미국 음료 시장에 진출한다면 구입할 의향이 있는지?

- 시도해볼 의향 있음

7) 각종 기능성 음료 제품이 강조하는 효능에 대해 신뢰도가 높은 편인지?

- 체감상 느껴지는 효과는 특별히 없는 것 같음

성별: 여자 나이: 20 대

1) 기능성 음료를 자주 소비하는 편인지?

- 주 1~2회 이상 음용함. 시험 기간에는 빈도가 더 높음

2) 주로 소비하는 기능성 음료는 어떤 것인지?

- 에너지 음료와 비타민 음료

<p>3) 가장 선호하는 기능성 음료 브랜드는? - Glaceau사의 비타민 워터</p> <p>4) 기능성 음료를 구입하는 주된 경로는? - 매우 쉽게 발견할 수 있는 제품이라 특별히 정해진 구입 경로는 없음</p> <p>5) 한국산 기능성 음료에 대해 들어보거나 구입해본 경험이 있는지? - 본 적은 있지만 구입한 경험은 없음</p> <p>6) 한국산 기능성 음료가 미국 음료 시장에 진출한다면 구입할 의향이 있는지? - 시도해볼 의향 있음</p> <p>7) 각종 기능성 음료 제품이 강조하는 효능에 대해 신뢰도가 높은 편인지? - 5점 만점에 4점 정도</p>

자료: 현지조사원 인터뷰


□ 유통 담당자 인터뷰

미국 최대규모 한국/아시아 식료품점 체인 H mart/Cambridge 지점 담당자
<p>1) 음료 코너에서 기능성 음료가 차지하는 비중은? - 지점별로 상이하지만 본 매장의 경우 18%</p> <p>2) 소비자들이 기능성 음료를 많이 찾는지? - 인종·계절로 다름. 중국인의 경우 차 음료를 많이 찾는 편임. 비타민 음료의 경우 겨울철에 많이 판매되며, 에너지 음료와 숙취 해소음료는 시험기간 전후로 많이 팔리는 경향이 있음</p> <p>3) 가장 인기 있는 기능성 음료는? - Monster Energy와 Redbull과 같은 에너지 음료가 가장 잘 판매됨</p> <p>4) 기능성 음료의 판매 전략은 무엇인지? - Monster의 경우 코카콜라 그룹 소속이기 때문에 프로모션을 진행하는 경우가 종종 있음. RedBull의 경우 별다른 전략을 취하지 않아도 판매량이 높음(sells itself). 후발주자나 신제품의 경우 시음행사를 진행하는 편</p> <p>5) 연령별, 성별로 선호하는 기능성 음료는 무엇인지? - Monster Energy와 Redbull과 같은 에너지 음료는 주 소비층이 남자이며 40대 이상 소비자는 잘 구매하지 않는 편</p>

6) 한국산 기능성 음료가 매장에 입점한다면 어떤 소비자 반응이 예상되는가?

- 이미 입점한 한국산 자양강장제, 숙취 해소음료, 유산균 음료 등이 꾸준히 판매되는 것으로 미루어 볼때 기본적인 시장 규모는 존재하는 것으로 판단. 그러나 이런 음료의 주 소비층은 아시아계이기 때문에 본 매장과 같은 아시안 마트 이외의 다른 유통채널에선 어떤 반응일지 예측하기 어려움

자료: 현지조사원 인터뷰



Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생규정

통관 및 제도 개요

❖ 미국 통관 검역 절차도

구분	절차		기간	소요 시간	담당 기관
1	식품제조시설 등록	현행 우수관리 (CGMP) 기준	-	약 10일	식품의약국 (FDA)
2	서류준비	수입신고서류	24시간 전	-	수출 및 수입업체
		통관 서류	4시간 전		
3	선적 및 운송	해상/항공	-	약 2~4주	통관업무 위탁업체
4	적하목록 사전 제출	해상 (컨테이너 화물)	선적 24시간 전	-	세관국경보호국 (CBP)
		항공	도착 4시간 전		
5	수입신고 (반출 허가 신청)	서면	화물 도착 후 15일 이내	3일	식품의약국 (FDA)
		통관 자동화 시스템(AMS)			
6	검역 심사	라벨	반출 허가 이전	약 5일	미국 농무부 (USDA) 소속 식품안전검사국 (FSIS) / 동식물 검역국 (APHIS)
		물품 검사		약 15일	
7	세금 납부 및 통관 허가	보증금 선 납부, 통관 후 관세 납부	관세, 세관 반입 후 10일 이내	약 1일	세관국경보호국 (CBP)

❖ 미국 HS CODE 2202.99.9000 관세

HS CODE	품명	관세율
2202.99.9000 (기타음료)	기본세율	리터당 0.2센트
	한-미 FTA	0%

❖ 부가가치세 정보

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

❖ 미국 관세율 확인 방법

- 1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표'에서 미국을 선택한 후 확인하고자 하는 품목의 HS Code를 입력하면 해당 품목의 관세율 확인 가능
- 2) '통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr) > FTA/관세 > 통합관세비교(한국 FTA 기준)'에서 FTA 협정 정보, 관세율 확인 가능
- 3) 미국 국제무역위원회 홈페이지를 통해 관세율을 직접 확인하려면, 국제무역위원회 웹사이트 좌측바에 HS CODE를 입력하면 관세율 확인 가능

분류	기관 사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	통합무역정보서비스	www.tradenavi.or.kr
	미국 국제 무역위원회	www.usitc.gov/tata/hts/index.htm

❖ 인증정보

인증명	발행/검사기관	성격	제출서류
식품시설등록	미국식품의약국	필수	시설에 관한 일반적 기록사항을 영문 작성
식품안전관리인증기준(HACCP)	한국 식품의약품안전처	권장	- 영업허가(신고)증 사본 - 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부 - 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적 - 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부 - 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부
식품안전경영시스템(ISO22000)	한국표준협회	권장	인증심사 신청서

❖ 라벨링

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

- 제품명, 제조사, 수입사, 중량, 영양성분

❖ 위생규정

미국의 연방규정인 Title 21 of the Code of Federal Regulations(CFR)에 식품첨가물 유해물질 관련 허용기준을 마련하고 있음

1. 통관 및 검역

1) 통관 및 검역 절차

□ 사전 절차

(1) 식품시설 등록

- 미국의 농수산물 및 식품, 생활용품에 적용되는 위생·안전기준은 한국보다 까다롭고 엄격함. 따라서 C-TPAT¹⁴⁾ 및 ‘도착 전 선적 정보 송부’ 등과 같은 내용들은 반드시 숙지해야 함. 특히 미국에 식품을 수출하기 위해서는 사전에 식품 시설 등록 (Facility Registration)을 필수적으로 해야 함
 - 바이오 테러리즘법(The Bioterrorism Act)에 의거, 미국에서 인간과 동물이 섭취하는 식품을 제조, 처리, 포장, 보관하는 미국 내외 시설은 식품의약국(Food and Drug Administration, 이하 FDA)에 등록되어야 하며, 등록하지 않은 외국 시설의 식품이 수입되면 시설이 등록될 때까지 제품이 입국항에 억류되거나 식품의약국 (FDA) 지시하에 제3의 장소로 옮기게 됨
 - 식품안전 현대화법(FSMA, Food Safety Modernization Act)에 따라 식품의약국(FDA)에 등록했던 식품 시설은 2년마다 등록을 갱신해야 함

14) C-TPAT: Customs-Trade Partnership Against Terrorism의 약자로 미국 관세청에서 운영하는 대 테러방지 무역 파트너십 프로그램임

(2) 저산성 식품(Low-acid Canned Food)과 산성화(Acidified Food) 식품¹⁶⁾

구분	내용
개요	<ul style="list-style-type: none"> - pH 4.6 이상일 경우 저산성 식품으로 분류되며 수분 활성도가 0.85 이상일 경우 박테리아가 제품 안에서 생존 가능하고 번식을 할 수 있기 때문에 미국 반입 전 FDA에서 해당 제품의 공장등록과 공정등록을 해서 FDA에서 별도의 번호를 부여하여 특별한 관리를 함 - 산성화 식품(Acidified Food)은 수분 활성도 0.85 이상의 식품에 산의 첨가를 통해 pH 4.6 이하로 생산한 식품을 의미하며 저산성 식품과 마찬가지로 미국 반입 전 FDA에 공장등록과 공정등록을 하는 특별 관리대상임
등록방법	<ul style="list-style-type: none"> - 등록방법은 등록 서식인 FDA 2541을 가공 시설별로 작성하여 FDA에 송부해야 함 - 공장등록은 FCE(Food Canning Establishment)라고 하며, 공정등록은 SID(Submission Identifier)라고 하는데 FCE는 생산 공장이 변경이 없는 한 1회만 하면 되지만 SID는 해당 제품에 대하여 모두 하여야 함 - 공장등록¹⁵⁾은 공장 주소(영문), 전화번호, 팩스번호, 그 공장에서 생산되는 전 품목(제품이 pH 4.6 이상인지 이하인지를 밝혀야 함)등을 작성하여 FDA에 제출해야 함
등록면제 물품	<ul style="list-style-type: none"> - 저산성 식품과 산성화 식품의 공장 및 공정등록 면제의 경우는 다음과 같음 <ol style="list-style-type: none"> 1. 산성식품(자연적으로, 혹은 정상적으로 pH 4.6 이하) 2. 산성식품(드레싱, 조미료) 3. 알코올음료 4. 탄산음료 5. 발효 식품(산을 생성하는 미생물에 의해 산도가 4.6 이하로 될 경우) 6. 수분 활성도 0.85 이하의 식품 7. 냉장 보관되어 판매되고 배포되는 식품(‘상하기 쉬움, 냉장용’으로 표기된 경우) 8. 잼, 젤리 등(21 CFR 150)의 식품 9. 미국 농무부의 육류 및 가금류 검사 프로그램 하에서 가공된 식품 10. 열 가공을 하지 않은 식품 11. 밀폐된 용기에 포장되지 않은 식품

15) 공정등록에 필요한 사항은 FCE No.(소유하고 있다면), 공장주소, 공장대표자명, 제품명, 제품의 형태나 종류, 충전 물질(예, 시럽, 식용유), 살균기 제조사명, 살균방법, 충전기 제조사명, 충전 방법, 살균시험일자, 시험 기관명, 충전 살균 시험 일자, 시험 기관명, 컨테이너 종류(예, 철캔, 알루미늄캔, 유리병, 기타), 수분활성도, 정상 pH 수치(Processing 하기 전)와 Maximum pH 수치(Processing 한 후), 다른 중요한 Control Factors 등의 검사 자료가 필요함

16) 자료: ① CFR - Code of Federal Regulations Title 21, FDA, 2018.4.1.
 ② 미국 수산물 수입 통관 제도, 한국해양수산개발원, 2015.12
 ③ 트레이드 내비

(3) 서류 준비

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

(4) 적하목록 사전 제출(24 Hour Rule)

- 9·11 테러 발생 이후 공급망의 보안강화를 위하여 미국이 처음으로 도입한 제도로 운송업자는 전자적 방법(AMS; Automated Manifest System)을 통하여 화물이 미국에 도착하기 전, 적하목록을 세관국경보호국(U.S. Customs and Border Protection, 이하 CBP)에 미리 제출하여야 함
- 제공되는 정보는 다음과 같음
 - 화물에 대한 정보(품명, 상세설명, 국제적 위험품 코드, 선하증권 번호 등)
 - 송하인과 수하인의 인적 정보(송하인과 수하인의 이름과 주소, 부여된 ID 등)
 - 운송수단과 항해에 대한 정보(선적항, 도착항, 예정도착일, 항해번호, 선명 등)
- 적하목록을 사전에 제출하지 않으면 양하 금지 조치가 내려짐
 - 최초의 위반에 대해서는 벌금 5,000달러, 그 이후의 위반에 대해서는 1만 달러가 부과됨

□ 수입신고

- 수입신고 금액이 2,500달러 이상이거나, 수입허가 규제품목, 국가의 세입보호 대상 품목과 세관 행정업무 수행상 필요할 때의 모든 수입화물에 대해서는 정식통관(Formal Entry)을 통해야 함
 - 물품신고(Entry/Immediate Delivery) 및 납세신고(Entry Summary)는 모두 자동무역 유통 시스템(Automated Commercial Environment, 이하 ACE)¹⁷⁾을 통해 전자적 방

법으로 제출 가능함

- o 수입자는 화물이 미국에 도착한 후 15일 이내에 관세사에게 수입신고를 하고 통관을 위한 보증금을 준비해야 함

표 3.1 수입신고서의 제출

구분	내용
신고기한	<p>물품신고는 미국 통관항(port of entry)에 도착한 날로부터 15일 이내</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사전신청 <ul style="list-style-type: none"> - 해상: 본선이 미국 통관항에 도착하기 5일 전 이후부터 가능 - 항공: AMS를 통하여 적하목록을 사전 제출한 이후부터 가능 • 미국 통관항 도착 후 15일 이내 신고 및 서류가 제출되지 아니하는 때에는 세관국경보호국(CBP) 관리 하의 창고에 보관
신청인	<ul style="list-style-type: none"> • 수입물품의 화주 및 그 대리인(통관 대리인, 관세사)
신청방법	<ul style="list-style-type: none"> - 통관자동화시스템(AMS) 또는 관세사전용인터페이스(ABI)를 통하여 전송
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> - 적하목록(CBP form 7533) - 물품신고서(CBP form 3461) - 통관할 수 있는 권리의 증명서 - 상업송장(Commercial Invoice)*, 제출 불가능한 경우 견적송장(Pro forma Invoice) - 포장 명세서(Packing List) - 기타 물품반출 허가를 위하여 세관장이 요구하는 서류

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

□ 보증서의 제공

- 통관 시에 부과될 모든 관세 및 조세 등 각종 비용의 납부를 담보하기 위해 세관에 보증서를 제출해야 함. 보증서는 미국 재무부가 지정해준 보험회사에서 발행받으며, 보증금을 납부하면 통관이 완료됨
- 보증서의 종류는 다음과 같음
 - 일회성 보증서: 한 번의 물품신고에 대하여 제공되는 보증서
 - 계속성 보증서: 수입 횟수에 관계없이 유효기간 1년 내의 수입 건에 대해 포괄적으로 제공되는 보증
 - 현금 담보

□ 물품 검사

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

표 3.2 샘플 검사 항목

구분	내용
1	관세 목적의 물품 가액과 적절한 관세부과 여부
2	물품에 원산지 확인 라벨의 적절성 여부
3	수입 금지된 물품이 포함되었는지의 여부

4	상업송장에 물품이 기입되었는지의 여부
5	물품이 송장상의 수량을 초과하였는지 혹은 부족한지의 여부
6	화물에 불법적인 마약물질이 포함되어 있는지의 여부

□ 관세 납부

- 관세는 지정된 세관 보세구역에 물품이 반입된 날로부터 영업일 기준 10일 이내에 납부해야 하며 관세사 전용 인터페이스(ABI, Automated Broker Interface)를 통해 전자적 방법으로 제출 가능
 - 관할지 세관의 승인에 따라 납세의무자가 납부하기 용이한 은행을 지정할 수 있음

표 3.3 관세 납부 방법

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

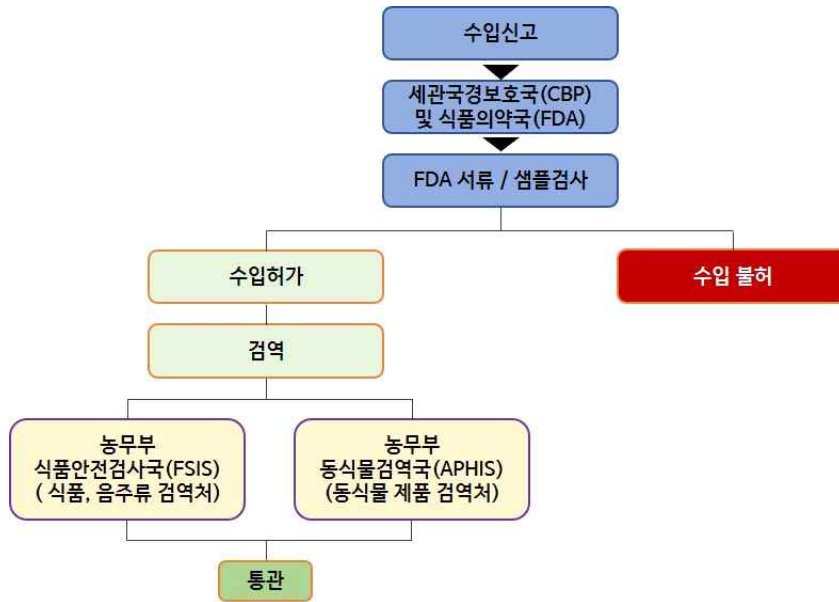
□ 물품반출

- 물품은 수입자 등에 의해 작성된 납세신고가 적합하다고 판단되는 경우 검사 생략 (Paperless)으로 처리되고 반출됨
 - 납세신고서가 처리되고 예정 관세액을 납부 및 물품 반출
- 신고된 품목분류, 과세가격, 납부세액, FTA 원산지 증명 등에 대한 사후 심사가 진행될 수 있음

□ 식품 검역

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

그림 3.1 식품 수입 검역 절차



자료: 미국 세관국경보호국

- 동·식물검역국(Animal and Plant Health Inspection Service)은 동물 및 농산물을 포함한 식물의 검역을 담당하는 한편, 식품안전검사국(Food Safety and Inspection Service)은 육류, 가금류, 달걀 제품 등의 검역을 담당

2) 관세율

□ 기능성 음료의 HS CODE 및 관세율

표 3.4 기능성 음료의 관세율

HS 코드	품명	관세율
2202.99.9000 (기타 음료)	기본세율	리터당 0.2센트
	한-미 FTA	0%

- 본 물품은 울금, 물엿, 수연산 등을 혼합하여 제조한 직접 음용이 가능하도록 액상을 유리제 용기에 소매 포장함
 - 관세율표상 제2202호에는 “설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물 (광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과실 주스와 채소 주스는 제외한다)”가 분류되며, 동 호 해설서 (B)항 ‘기타 알코올을 함유하지 아니한 음료’에서 “직접 음료에 공하는 기타 음료: 예로 우유와 코코아 등을 기제로 하여 만든 것이 있다.”라고 해설하고 있음
 - 따라서 본 물품은 제2202호로 분류될 수 있으며 한국과 미국에 따로 특계된 세번이 존재하지 않아 한국과 미국 모두 동일 세번인 제2202.99-9000호(기타 음료)로 분류함
- HS CODE 2202.99.9000호의 현지 관세율은 리터당 0.2센트(0.2¢/liter)이며 한-미 FTA 협정세율은 0%이므로 원산지 결정기준 및 직접운송원칙 충족 시 FTA 특혜원산지 증명서를 발급받아 협정세율을 적용받는 것이 유리함

3) 한-미 FTA 원산지 정보

- 한-미 자유무역협정(이하 한-미 FTA)이 2012년 3월 15일부로 발효되면서 FTA협정 품목에 해당하고 원산지 결정기준을 충족하는 경우 FTA 원산지 증명서를 신청 발급하여 특혜세율 적용이 가능
 - 특혜관세를 적용받기 위해선 수입신고 수리 시까지 당국 세관에 제출하여야 함
 - 수리 시까지 제출할 수 없는 경우에는 수입신고 필증에 “특혜관세 사후적용”의 문구를 기재한 후 통관하고 나서 “소급 발급”을 기재한 원산지 증명서로 수리일 이후 1년 이내 특혜관세를 적용받을 수 있음

□ 원산지 증명서

- 한-미 FTA의 적용을 위한 원산지 증명서는 기관발급의 여타 원산지 증명서처럼 대한민국세관이나 상공회의소에서 발급되는 것이 아닌 각 기업이 자율적으로 발급
 - 한-미 FTA 협정에서는 원산지 증명서 권고서식을 명시하고 있으며, 수출자는 권고서식을 사용하거나 기타 자율서식을 사용해도 무방함
- 수출자는 원산지 리스크 관리 및 자체 확인프로그램을 도입하여 기업이 수출하는 제품별, 품목별로 원산지 결정이 원활히 이루어져, 관세 혜택의 핵심인 원산지 증명서를 발급받을 수 있도록 해야 함
- 한-미 FTA의 원산지 증명방식은 자율발급 방식을 채택하고 있어 관세청이 제공하는 권고서식을 활용하길 권장함
- FTA 협정관세의 적용을 받고자 하는 원산지 상품은 1) 직접운송의 원칙¹⁸⁾과 2) 원산지 결정기준을 충족해야 함
 - 기타음료의 경우 HS CODE 2202.90의 원산지결정기준을 따름

표 3.5 원산지결정기준

HS 코드	기준
2202.90	기타: 다른 류에 해당하는 재료로부터 생산된 것

18) 당사국 간 직접 운송되어야 하며, 비당사국을 경유하여 운송되더라도 1) 지리적 이유 또는 전적으로 운송상의 이유 일 것, 2) 비당사국에서 거래 또는 소비되지 아니할 것, 3) 상품이 하역, 운송상의 이유로 한 화물의 분리, 재선적 또는 그 상품을 양호한 상태로 보존하기 위하여 필요한 그 밖의 모든 공정 외에 비당사국에서 그 밖의 어떠한 공정도 거치지 아니할 것의 기준을 충족해야 함


2. 인증정보

□ 식품시설등록(Food Facility Registration)

인증/검사명	Food Facility Registration
인증 설명	<ul style="list-style-type: none"> - 미국 내 반입되는 식품의 공급을 생물학적 테러로부터 안전하게 보호하기 위하여 2002년 6월 Bioterrorism Act 제정 - Bioterrorism Act에 따라 2013년 12월 12일부로 미국으로 반입되는 모든 식품에 대해 사전에 음식물 시설을 등록하도록 하고 수입되는 모든 식품에 대해 사전에 통보하도록 함
등록기관	미국식품의약국(FDA: Food and Drug Administration)
성격	필수
등록방법	전자등록과 서류등록이 있지만 인터넷을 이용한 전자등록을 권하고 있으며 시설에 관한 일반적 기록사항(시설명, 주소, 전화번호, 팩스번호, 이메일, 브랜드명, 미국 에이전트명, 식품의 제품 범주)을 영문으로 작성하여 식품의약국(FDA) 웹사이트에 직접 등록 또는 식품의약국(FDA) 에이전트 한국 지사 등을 통하여 대행 가능함
소요기간	직원 수에 따라 인증 심사일수 상이
유효기관	2년(이후 2년 단위로 갱신)

□ 식품안전관리인증기준(HACCP)¹⁹⁾


o 인증신청은 이메일, 우편 혹은 방문 접수가 가능하며 서울, 부산, 경인, 대구, 광주, 대전의 6개 지원에서 접수

인증마크	
인증/검사명	HACCP
인증 설명	식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 함
발행/검사기관	식품의약품안전처
성격	권장
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> - 영업허가(신고)증 사본 - 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부 - 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적 - 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부 - 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부
비용	수수료 20만 원
소요기간	1년 전후
유효기간	3년(유효기간 이내 재심사 신청해야 함)
인증절차	<ol style="list-style-type: none"> 1) HACCP 시스템 수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성 2) 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산공정 흐름도 작성 3) 생산공정의 각 단계와 도출된 위해요소를 파악하여 위해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가 4) 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리 사항(POA) 파악 5) 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정 6) 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선조치
이점	<ul style="list-style-type: none"> - 식품안전성 향상 - 식품 안전성 지속 - 제품 경쟁력 확보 - 국제 인증 규격

19) Hazard Analysis and Critical Control Point

□ 식품안전경영시스템(ISO22000)²⁰⁾

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

인증마크	
인증/검사명	ISO 22000
인증 설명	식품공급사슬 내의 모든 이해관계자가 적용할 수 있는 국제규격 ISO 22000은 ISO 9001 품질경영시스템을 바탕으로 HACCP의 7원칙과 12절차를 모두 포함하고 있음
발행/검사기관	한국표준협회, 한국품질보증원
성격	권장
제출서류	인증심사 신청서(홈페이지를 통해 다운로드 가능)
비용	기본 심사 수수료는 기업의 규모 및 투입심사관의 1인 하루 노동량(Man-day)기준에 따라 상이하며 지방일 경우 추가 출장비 발생함(1인 하루 노동량 기준에 의거 소기업 72만원, 중견기업 90만원, 대기업 105만원)
소요기간	직원 수에 따라 인증 심사일수 상이
유효기관	3년(이후 3년 단위로 갱신)
인증절차	문의신청 → 예비심사 → 문서 심사 → 현장 심사 인증심의 → 인증서 발행 등록 → 사후관리 심사
유의사항	ISO 22000은 국제 표준의 식품 안전 경영 시스템 요구사항으로서 유통의 중간 식품 공급망을 관리하여 규정하고 있음. 식품 공급망 전반에 걸쳐 장비, 포장재, 세척제, 식품 첨가제, 원료 등의 상호 관계가 있는 기업들을 비롯해 모든 기업에 적용되는 국제 표준으로 식품과 관련된 모든 기업에 적용이 가능함

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

3. 라벨링

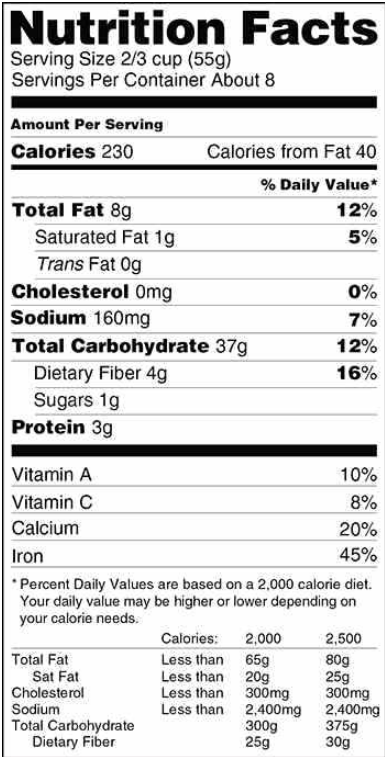
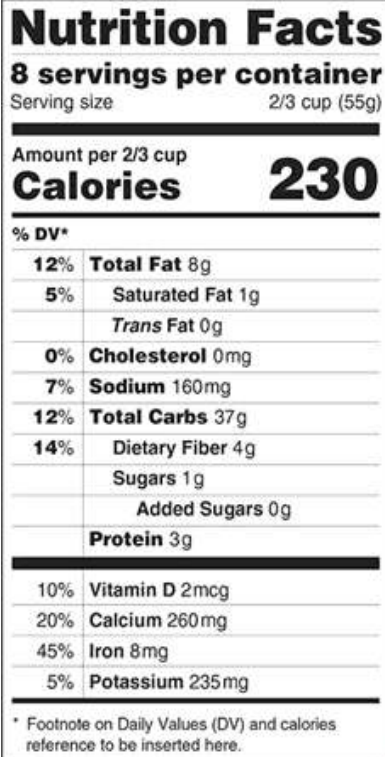
□ 라벨링 관련 법적 근거

- 미국 식품의약국(FDA)은 미국에서 판매되는 모든 식품의 안전, 건강 및 적절한 라벨링 표기 방식을 규정하고 있음
 - ‘A Food Labeling Guide’ 는 라벨링 표기에 대한 매우 세부적인 내용까지 체계를 마련한 안내서로 라벨링의 정의를 성분 정보와 영양 정보에 국한한 것이 아닌 전체 패키징 관련 정보 표기법으로 범위를 확장해 해석하고 있음
- 한편, 동 보고서는 1990년에 제정된 연방법(Public Law 101-535) 영양표시 및 교육에 관한 법(Nutrition Labeling and Education Act)의 영향을 받는 라벨링을 조사범위로 정의하고자 함
 - 해당 법은 영양성분을 의무적으로 표기할 것을 규정하는 법적 근거
 - 라벨링과 관련된 신규 규제안은 연방 공보(Federal Register)에서 실효일 전에 발표하고 매년 연방 규격(Title 21 of the Code of Federal Regulations)에 반영됨
- 식품 라벨링 규정은 소비자의 정확한 식품선택을 돕기 위해 실시되고 있으며 라벨에 허위정보가 있을 경우 부정 표시식품(Misbranded Food)으로 간주하여 수입이 금지됨
 - 제품명, 제조·유통업체 명칭 및 주소, 원재료명, 영양성분 분석표, 중량, 알레르기 유발 성분을 반드시 영문으로 기재해야 함
 - 식품 명칭의 경우, 포장 용기의 주요 면에 표기해야 하며 라벨에 사용된 가장 큰 활자의 절반 크기 이상이어야 함
 - 순 중량은 주요면 하단에 위치해야 하며, 미국 단위²¹⁾와 미터법 단위²²⁾로 표시해야 하며 성분표시는 주 표시 면과 후면에 모두 표시가 가능함
 - 영양성분은 라벨의 주 표시면 및 후면에 모두 표기 가능하며 제조·포장·유통업체를 표시한 곳과 같은 면에 표시함
- 2014년 개정 이후 식품 라벨링 규정이 강화되면서 영양표시 중 1회 권장량 기준이 실제 섭취하는 양으로 표시기준이 강화되었으므로 주의가 요구됨
 - 2018년 7월 26일부터 준수 필요. 소규모 사업체들은 준수기한 1년 연장 또는 매년 갱신 가능

21) 미국 단위: Ounces(온스), Pounds(파운드), Fluid ounces(액상온스)

22) 미터 단위: g, kg, ml, l

□ 개정 전 식품영양 정보 라벨과 개정 후 식품 영양 정보 라벨 비교

	개정 전	개정 후																												
라벨링 예시	 <p>Nutrition Facts Serving Size 2/3 cup (55g) Servings Per Container About 8</p> <hr/> <p>Amount Per Serving Calories 230 Calories from Fat 40</p> <hr/> <p style="text-align: right;">% Daily Value*</p> <p>Total Fat 8g 12% Saturated Fat 1g 5% Trans Fat 0g</p> <p>Cholesterol 0mg 0% Sodium 160mg 7%</p> <p>Total Carbohydrate 37g 12% Dietary Fiber 4g 16% Sugars 1g</p> <p>Protein 3g</p> <hr/> <p>Vitamin A 10% Vitamin C 8% Calcium 20% Iron 45%</p> <p><small>* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily value may be higher or lower depending on your calorie needs.</small></p> <table border="0"> <tr> <td></td> <td>Calories:</td> <td>2,000</td> <td>2,500</td> </tr> <tr> <td>Total Fat</td> <td>Less than</td> <td>65g</td> <td>80g</td> </tr> <tr> <td>Sat Fat</td> <td>Less than</td> <td>20g</td> <td>25g</td> </tr> <tr> <td>Cholesterol</td> <td>Less than</td> <td>300mg</td> <td>300mg</td> </tr> <tr> <td>Sodium</td> <td>Less than</td> <td>2,400mg</td> <td>2,400mg</td> </tr> <tr> <td>Total Carbohydrate</td> <td></td> <td>300g</td> <td>375g</td> </tr> <tr> <td>Dietary Fiber</td> <td></td> <td>25g</td> <td>30g</td> </tr> </table>		Calories:	2,000	2,500	Total Fat	Less than	65g	80g	Sat Fat	Less than	20g	25g	Cholesterol	Less than	300mg	300mg	Sodium	Less than	2,400mg	2,400mg	Total Carbohydrate		300g	375g	Dietary Fiber		25g	30g	 <p>Nutrition Facts 8 servings per container Serving size 2/3 cup (55g)</p> <hr/> <p>Amount per 2/3 cup Calories 230</p> <hr/> <p>% DV*</p> <p>12% Total Fat 8g 5% Saturated Fat 1g 0% Cholesterol 0mg 7% Sodium 160mg 12% Total Carbs 37g 14% Dietary Fiber 4g Sugars 1g Added Sugars 0g</p> <hr/> <p>Protein 3g</p> <hr/> <p>10% Vitamin D 2mcg 20% Calcium 260mg 45% Iron 8mg 5% Potassium 235mg</p> <p><small>* Footnote on Daily Values (DV) and calories reference to be inserted here.</small></p>
	Calories:	2,000	2,500																											
Total Fat	Less than	65g	80g																											
Sat Fat	Less than	20g	25g																											
Cholesterol	Less than	300mg	300mg																											
Sodium	Less than	2,400mg	2,400mg																											
Total Carbohydrate		300g	375g																											
Dietary Fiber		25g	30g																											
1회 제공량	최소한의 1회 제공량 설정	실질 섭취기준량으로 1회 제공량 설정																												
주요성분	주요성분 작은 글씨	주요성분 글씨 확대																												
추가가당 성분	없음	가당 성분 표기																												
라벨 구조	Daily Value(DV)가 오른쪽에 표시	Daily Value(DV)가 왼쪽에 표기 비타민D, 칼슘, 칼륨 등 설명 추가																												
설명	없음	일일 권장섭취량과 칼로리에 대한 설명																												

자료: FDA(Food and Drug Administration)

□ 라벨링 규정 개정 이후 기능성 음료 제품 라벨링 권고사항

- 기능성 음료 시장에 진출할 신제품은 ‘건강’ 기능 제품을 강조할 필요가 있음
 - 높은 설탕 함유량이 건강에 미치는 해로운 영향이 소비자들에게 보편적인 인식으로 자리 잡음에 따라 설탕 함량을 줄이고 건강에 이로운 영양소를 함유한 제품이란 정보를 라벨링에 강조할 필요가 있음

□ 기능성 음료의 라벨링 필수 표기 사항

- 미국에 유통이 허가되는 기능성 음료의 라벨링 필수 표기목록은 표 3.6과 같음

표 3.6 가공식품 라벨링 필수 표기 목록

구분	내용
제품명	- 패키지의 주요 면에 표기함 - 활자 크기는 라벨에 사용된 가장 큰 활자의 절반 크기 이상
제조사	- 제조사명과 주소
수입사	- 수입사명과 주소
중량	- 주요 면 하단에 위치하며, 미국 단위와 미터법 단위로 표기 - 1회 제공량을 실질 제공량으로 의무 표시
영양성분	- 중량 기준으로 내림차순 정렬 - 칼로리 글자 크기 확대 - 제조자와 수입자 정보와 동일한 면에 기재 - 개정안에 따라 가당 성분(added sugar)에 대한 추가적인 성분 기재 의무

자료: FDA(Food and Drug Administration)

□ 한국산 기능성 음료 라벨링 예시

- 현지 시장에서 유통되고 있는 기능성 음료의 라벨링은 하기 표 3.7에서 확인할 수 있음

표 3.7 한국산 기능성 음료 라벨링 예시

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

자료: 현지조사원(사진촬영일: 2018.12.15.)

4. 위생규정

□ 기능성 음료는 식품의약국(FDA)의 위생 및 품질 규제가 존재함

- 미국 연방정부는 기능성 음료 품목에 대해 연방 식품, 약품, 화장품 법(Federal Food, Drug, and Cosmetic Act, 이하 FFDC Act)과 연방법전인 ‘Title 21 of the Code of Federal Regulations’ 를 준수할 것을 명함
 - 식품 규제 기관의 집행 근거가 되는 법률들은 연 법전 ‘Title 21 of the Code of Federal Regulations’ 의 해당 장마다 산재되어 있음

□ 식약청(FDA)은 식품·의약품·화장품법(FD&C Act)에 따라 기능성 음료의 위생 규정을 명시하고 있음

- 식약청은 안전하다고 판단되는 식품성분은 GRAS(Generally Recognized as Safe)로 분류하여 연방규격집(CFR, Code of Federal Regulation)²³⁾에 공시하고 있으며 제21장에 식약품에 관한 코드가 분류되어 있어 ‘21 CFR Part’ 이라고도 불림
 - ‘21 CFR Part’ 는 매년 4월 1일에 수정됨
- 기능성 음료와 관련된 식품첨가물 규정은 표 3.8과 같음

23) CFR Part에 명시되어 있지 않은 첨가물은 원칙적으로 사용할 수 없으며, 사용을 원할 경우 FDA 허가가 필요함

표 3.8 기능성 음료 관련 식품첨가물 허용 기준

구분	첨가물	기능	허용기준
1	adipic acid	향료, 발효제	0.005% 이하, GMP ²⁴⁾ 준수
2	ammonium citrate, dibasic	향미증진제	GMP 준수
3	corn silk and corn silk extract	향료	20ppm
4	diacetyl tartaric acid esters of mono- and diglycerides	유화제	GMP 준수
5	isopropyl citrate	산화방지제	GMP 준수
6	licorice and licorice derivatives	향미증진제	0.15% 이하
7	malic acid	향미증진제	3.4% 이하, GMP 준수
8	manganese citrate	영양강화제	GMP 준수
9	manganese gluconate	영양강화제	GMP 준수
10	manganese sulfate	영양강화제	GMP 준수
11	menhaden oil ²⁵⁾	지방유	0.5% 이하
12	potassium sulfate	향료 및 보조제	0.015% 이하, GMP 준수
13	sodium propionate	보존료, 향료	GMP 준수
14	stearyl citrate	산화방지제	GMP 준수
15	sucrose acetate isobutyrate	안정제	최종 음료의 300ppm 이하
16	tributyrin	합성 향료	GMP 준수
17	glycine	붕쇄제	최종 음료에서 0.2% 초과불가

자료: FDA(Food and Drug Administration)

□ 유해물질 규정

o 기능성 음료와 관련된 유해물질 규정은 표 3.9와 같음

표 3.9 기능성 음료의 유해물질 허용 기준

유해물질	최대 허용량(ppb) ²⁶⁾
Aflatoxin(aflatoxin B1, B2, G1, G2) ²⁷⁾	20

자료: FDA(Food and Drug Administration)

24) GMP(Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용 기준이 설정되지 않았을 경우이며, 해당식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함. FDA는 우수제조관리기준 가이드를 홈페이지에 제공하고 있음

25) 이 성분은 에이코사펜타엔산과 도코사헥사엔산의 총 섭취량이 한 명당 일일 3.0g을 넘지 않도록 해야 함. 이 성분을 안전하게 사용하기 위해서는 Menhaden oil은 에이코사펜타엔산과 도코사헥사엔산의 주요 공급원이 되는 다른 오일을 함께 사용해서는 안 됨

26) 1ppb(Parts Per Billion)=0.0000001%

27) 본 유해물질은 분류 기준 규정에 따라 기타로 분류됨



IV. 경쟁제품

- 1. 경쟁제품 선정**
- 2. 경쟁제품 분석**

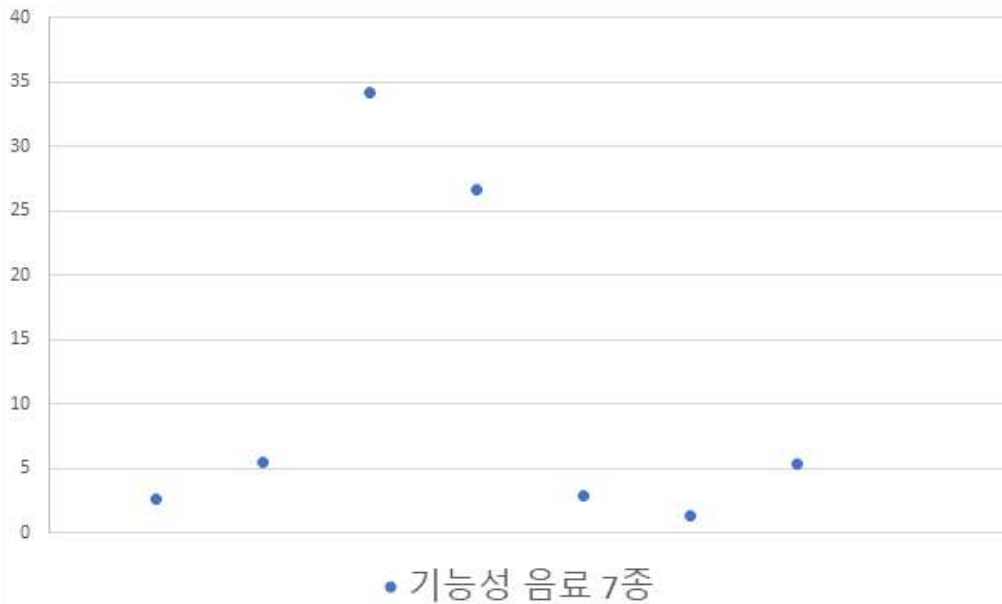
경쟁제품 개요

유통채널별 가격 현황

- 중점 조사대상 유통채널에서 주로 확인된 기능성 음료는 에너지 음료와 일부 건강 기능성 차 음료임
- 조사된 7개의 기능성 음료 제품의 오프라인 평균 가격은 500ml 당 11.21달러(약 12,500원)
- 온라인 채널의 경우 주로 12묶음 혹은 24묶음 상품을 판매하며 온라인 유통채널 별로 동일 상품 가격이 매우 상이함
- 가장 고가 제품은 500ml당 34.2달러(약 38,280원)인 5 Hour Energy임
- 대부분의 기능성 음료 제품은 1.3~5.5 달러(약 1,454~6,150원)의 가격대가 형성되어 있음

기능성 음료 7종제품 오프라인 가격 분포도

(단위: 달러/500ml)



1. 경쟁제품 선정

□ 오프라인 쇼핑물 선정

- 미국은 넓은 지리적 여건과 다인종·다민족 문화, 다양한 제품 속성 등으로 인해 유통 구조가 고도로 세분화된 시장임
- 기능성 음료 매출 비중이 높은 점포소매점을 우선적으로 선정하고 업체의 희망 유통채널 조사를 고려하여 현지조사원이 직접 매장을 방문하여 시장조사 실시
 - 드럭스토어²⁸⁾는 CVS/Pharmacy, 편의점은 7-Eleven을 선정했으며, 미국 전역으로 발달한 한인마트 체인 소매점인 H mart를 추가하여 조사 실시

□ 온라인 쇼핑물 선정

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

□ 분석기준 및 지표설정

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

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

2. 경쟁제품 분석

□ 오프라인 제품

구분		제품 #1	
이미지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제품 속성	제품명	Health Ade Kombucha	
	제조사	Health-Ade LLC	
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 건강에 좋은 효능이 알려지면서 최근 인기리에 판매 중인 콤부차 음료 - 세련된 제품 디자인과 다양한 맛 	
	유통기한	2년	
	제조국	미국	
	용량	473ml	
	조사채널	H mart	
	가격	4.99달러(약 5,600원)	





자료: 현지방문조사(H mart, 2018.12.15.)

구분		제품 #2	
이미지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제품 속성	제품명	RedBull The Coconut Edition	
	제조사	Red Bull N.A., Inc.	
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 미국에서 가장 인기 있는 에너지 음료 중 하나 - 새로운 맛의 제품을 꾸준히 개발하고 출시해 건강과 웰빙으로의 이미지 제고에 나섬 	
	유통기한	2년	
	제조국	미국	
	용량	355ml	
	조사채널	H mart	
가격	3.99달러(약 4,500원)		

자료: 현지방문조사(H mart, 2018.12.15.)

구분		제품 #3	
이미지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제품 속성	제품명	Red Ginseng Water with Hovenia	
	제조사	C사	
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 한국산 식재료를 원료로 한 홍삼 음료 - 최근 아시아의 이색 건강 음료가 인기 - 박스 단위의 대량으로 판매하고 있으며 현지조사 시점에는 35% 할인 행사 진행 중 	
	유통기한	표기 관독 불가	
	제조국	한국	
	용량	340ml	
	조사채널	H mart	
	가격	0.88달러(약 985원)	




자료: 현지방문조사(H mart, 2018.12.15.)

구분		제품 #4	
이 미 지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제 품 속 성	제품명	Red Bull Energy Drink	
	제조사	Red Bull N.A., Inc.	
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 미국에서 가장 인기 있는 에너지 음료 중 하나 - 새로운 맛의 제품을 꾸준히 개발하고 출시해 건강과 웰빙으로의 이미지 제고에 나섬 	
	유통기한	2년	
	제조국	미국	
	용량	250ml	
	조사채널	CVS/Pharmacy	
	가격	2.49달러(약 2,780원)	



자료: 현지방문조사(CVS/Pharmacy), 2018.12.15.

구분		제품 #5	
이미지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제품 속성	제품명	Rockstar Energy Drink	
	제조사	Rockstar Inc.	
	제품특성	- 다양한 맛이 있으며 할인 제품이 많음	
	유통기한	2년	
	제조국	미국	
	용량	250ml	
	조사채널	CVS/Pharmacy	
	가격	2.49달러(약 2,780원)	





자료: 현지방문조사(CVS/Pharmacy), 2018.12.15.

구분		제품 #6	
이미지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제품 속성	제품명	Legacy	
	제조사	Saratoga Juice Bar, LLC.	
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 용량 대비 비싼 가격 - 다양한 유기농 재료를 음료화한 건강 기능성 음료 	
	유통기한	-	
	제조국	미국	
	용량	56ml	
	조사채널	CVS/Pharmacy	
	가격	2.99달러(약 3,350원)	

자료: 현지방문조사(CVS/Pharmacy), 2018.12.15.

구분		제품 #7	
이미지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제품 속성	제품명	5 Hour Energy	
	제조사	Living Essentials Marketing, LLC.	
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 카페인 섭취 목적으로 제조된 드링크 형태의 에너지 음료 제품 - 다른 에너지 음료 제품에 비해 용량 대비 가격이 비쌈 - 계산대 옆 제품 진열대에서 쉽게 찾아볼 수 있는 제품 	
	유통기한	-	
	제조국	미국	
	용량	57ml	
	조사채널	7-Eleven	
	가격	3.99달러(약 4,500원)	

자료: 현지방문조사(7-Eleven), 2018.12.15.

구분		제품 #8	
이 미 지	제품 이미지		
	매장 이미지		
제 품 속 성	제품명	Monster Energy Drink	
	제조사	Monster Energy Company	
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 미국의 가장 대표적인 에너지 음료이며 시장 점유율 1위 제품 - 건강 관련 이슈를 극복하기 위해 꾸준한 신제품 출시 - 경쟁사 제품(Red Bull)에 비해 저렴 	
	유통기한	2년	
	제조국	미국	
	용량	480ml	
	조사채널	7-Eleven	
	가격	2캔 4.29달러(약 4,800원)	

자료: 현지방문조사(7-Eleven), 2018.12.15.

□ 온라인 제품

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이 미 지	제품 이미지		
	온라인 쇼핑몰	Amazon	Costco
제품 스 펙	URL	https://www.amazon.com/Red-Bull-Editions-Variety-Pack/dp/B06XJTJC/CJ/ref=sr_1_4_s_it?s=grocery&ie=UTF8&qid=1546378727&sr=1-4&keywords=red+bull	https://www.costco.com/5-hour-Energy-Shot%2c-Extra-Strength%2c-Berry-Flavor-1.93-fl.-oz%2c-24-count.product.100389727.html
	원산지	미국	미국
	제품명	Red Bull Editions Variety Pack	5-hour Energy Shot, Extra Strength, Berry Flavor
	브랜드	Red Bull	Living Essentials, LLC
	유통기한	2년	2년
	제품가격	53.95달러(약 60,400원)	45.99달러(약 51,500원)
	중량	14 X 355ml	24 X 57ml
	성분	Carbonated Water, Sucrose, Glucose, Citric Acid, Taurine, Sodium Bicarbonate, Magnesium Carbonate, Caffeine, Niacinamide, Calcium Pantothenate, Pyridoxine HCl, Vitamin B12, Natural and Artificial Flavors, Colors	Taurine, Glucuronic acid(as or from glucuronolactone), Malic Acid, N-Acetyl L-Tyrosine, L-Phenylalanine, Caffeine, Citicoline

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지		
	온라인 쇼핑몰	Costco 외 2곳	Walmart 외 1곳
제품 스펙	URL	https://www.costco.com/Red-Bull-Sugar-Free-Energy-Drink-8.4-fl.-oz-%2c-24-pack.product.100368220.html	https://www.walmart.com/ip/Kombucha-Wonder-Drink-Tetley-Green-Tea-Lemon-Case-8-4oz-PACK-OF-24/980897649
	원산지	미국	미국
	제품명	Red Bull Sugar Free Energy Drink	Wonder Drink Kombucha, Organic Green Tea with Lemon Sparkling Fermented Tea
	브랜드	Red bull	Kombucha Wonder Drink
	유통기한	2년	6개월 내 섭취
	제품가격	Costco: 40.99달러(약 46,000원) Amazon: 59.99달러(약 67,170원) Walmart: 35.68달러(약 39,900원)	Walmart: 67.02달러(약 75,000원) Amazon: 87달러(약 97,400원)
	중량	24 X 355ml	24 X 355ml
	성분	Carbonated Water, Citric Acid, Taurine, Sodium Bicarbonate, Magnesium Carbonate, Caffeine, Niacinamide, Calcium Pantothenate, Pyridoxine HCl, Vitamin B12, Natural and Artificial Flavors, Colors	Filtered water, Organic cane sugar, Organic brewed black tea, Organic brewed green tea, Organic lemon extract, Kombucha yeast, and bacteria cultures

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 이미지		
	온라인 쇼핑몰	Walmart	Walmart 외 1곳
제품 스펙	URL	https://www.walmart.com/ip/20-Cans-Monster-Lo-Carb-Energy-Drink-16-Fl-Oz/388323581	https://www.walmart.com/ip/Hint-Water-Variety-Pack-Blackberry-Watermelon-Cherry-Pineapple-16-Fl-Oz-12-Ct/193442066
	원산지	미국	미국
	제품명	Monster Lo-Carb Energy Drink	Hint Water Variety Pack
	브랜드	Monster Energy	Hint
	유통기한	2년	N/A
	제품가격	29.98달러(약 33,600원)	Walmart: 19.89달러(약 22,300원) Amazon: 23달러(약 25,750원)
	중량	20 X 473ml	12 X 473ml
	성분	Carbonated water, Natural flavors, Erythritol, Lemon Pulp, Citric Acid, Taurine, Sodium Citrate, Panax Ginseng Extract, L-Carnitine, L-Tartrate, Potassium Sorbate (preservative), Caffeine, Sucralose, Sodium Benzoate (preservative), Niacinamide (Vit. B3), Acesulfame Potassium, D-Calcium Pantothenate (Vit. B5), Salt Guarana extract, D-Glucuronolactone, Inositol, Pyridoxine Hydrochloride (Vit. B6), Yellow #5, Yellow #6, Cyanocobalamin (Vit. B12)	Purified water, natural flavors from non-GMO plants



V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정

□ 방법론 01. 점포소매점 조사

- 매출액 비중이 높은 유통채널을 선행 조사한 후 현지조사원이 점포소매점을 방문함
 - 하이퍼마켓: Costco
 - 슈퍼마켓: Target
 - 편의점: 7-Eleven
 - 드럭스토어: CVS/Pharmacy
 - 아시안 마켓(한인마트): Hmart
- 업계관계자와 소비자 인터뷰 진행

□ 방법론 02. 무점포소매점 조사

- 기능성 음료와 관련성 높은 키워드(Functional Beverage, Energy Drink, Sports Drink 등)로 제품 검색
- 식품 유통 규모가 큰 온라인 플랫폼(Amazon, Walmart, Costco, Target) 분석

□ 경쟁사 선정 결과

- 기능성 음료 시장의 음료별로 각각 상위 2개 브랜드가 압도적인 점유율을 차지함
 - 스포츠 음료 중 상위 2개 브랜드가 약 93%, 에너지 음료의 경우 상위 2개 브랜드가 약 83%의 점유율을 보유하고 있는 것으로 조사됨(2018년 기준)²⁹⁾
- 상기 선정 요소들을 종합해 다음과 같이 4개의 경쟁사를 선정함


표 5.1 주요 경쟁사

미국	오스트리아	미국	미국
Monster Beverage Corp	Red Bull GmbH	Coca-Cola Co, The	Pepsi Co
			

29) Euromonitor International

2. 경쟁사 분석

□ Monster Beverage Corp

기업 개요				
기업정보	 <ul style="list-style-type: none"> - 한센 소다, 몬스터 에너지를 포함한 과일 주스, 에너지 음료, 청량음료 제조기업 - 에너지 음료 시장의 약 절반을 차지 			
	기업명	Monster Beverage Corp	설립년도	1985년
	기업형태	음료 제조업	직원 수	전 세계 2,900명 이상
	대표번호	951-739-6200	매출액	약 33억 달러
	국가	미국	위치	1 Monster Way Corona, California, 92879-7101 United States
취급품목	에너지 음료	홈페이지	www.monsterbevcorp.com	
제품				
	<Monster Energy>		<Monster Energy-Low Calorieori>	
				
		<Monster Energy Ultra Sugar Free Energy Drink>		
마케팅 전략	<ul style="list-style-type: none"> - 과감한 제품 로고와 문구로 소비자들에게 강렬한 인상을 심음 - 일반 광고 채널을 통해 마케팅하지 않고 레이싱 스포츠, 격투 스포츠를 후원하며 자사 제품을 알림 - 글로벌 기업 코카콜라의 유통망을 활용하는 등 협력관계를 구축해 비용을 절감 			

자료: Monster 홈페이지, D&B Hoover's

□ Red Bull GmbH

기업 개요					
기업정보	 <p>- 오스트리아의 음료 회사인 레드불 유한회사(Red Bull GmbH)가 제조하여 판매하는 카페인 에너지 음료 기업</p>				
	기업명	Red Bull GmbH	설립년도	1987년	
	기업형태	음료 제조업	직원 수	약 271명	
	대표번호	66265820	매출액	약 37억 달러	
	국가	오스트리아	위치	Am Brunnen 1 Fuschl Am See, Salzburg, 5330 Austria	
취급품목	에너지 음료	홈페이지	RedBull.com		
제품					
	<Red Bull Energy Drink>		<Red Bull Energy Drink 자두 시나몬 맛>		<Red Bull Energy Drink-Sugar Free>
	<p>마케팅 전략</p> <p>- 바이럴 마케팅, 스포츠 마케팅을 통해 도전하는 기업의 이미지를 형성함</p> <p>- 총 예산의 30%를 스포츠 마케팅에 투자할 정도로 과감한 전략을 보이며, 특히 익스트림 스포츠를 후원하며 역동적인 브랜드 이미지를 소비자에게 각인시킴</p>				

자료: RedBull 홈페이지, D&B Hoover's

□ Coca-Cola Co, The

기업 개요				
기업정보	기업명	Coca-Cola Co, The	설립년도	1886년
	기업형태	음료 제조업	직원 수	약 8,000명(미국)
	대표번호	404-676-2121	매출액	약 350억 달러
	국가	미국	위치	1 Coca-Cola Plz Atlanta, Georgia, 30313-2499 United States
	취급품목	탄산음료, 기능성 음료	홈페이지	www.coca-colacompany.com
제품				
	<Powerade>		<Powerade Zero>	
마케팅 전략	<ul style="list-style-type: none"> - 건강에 대한 높아진 관심도를 의식하여 최근 무설탕, 제로 칼로리 스포츠 음료를 출시함 - 유명 운동선수를 광고 모델로 기용하여 스포츠 음료로서의 효능을 강조함 			

자료: Pepsi Co 홈페이지, D&B Hoovers, 현지조사원

□ Pepsi Co

기업 개요				
기업정보	 <ul style="list-style-type: none"> - 세계적인 음료 제조 기업으로 Pepsi, Mountain Dew, Tropicana, Gatorade, Aquafina water와 같은 브랜드를 보유하고 있음 			
	기업명	Pepsi Co	설립년도	1949년
	기업형태	식품 제조 및 유통업	직원 수	약 1,500명(미국)
	대표번호	914-767-6000	매출액	약 220억 달러
	국가	미국	위치	700 Anderson Hill Rd Purchase, New York, 10577-1444 United States
취급품목	탄산음료, 기능성 음료	홈페이지	www.pepsico.com/	
제품				
	<Gatorade Tropical>		<Gatorade Lemon-Lime>	
마케팅 전략				
	<Gatorade Thirst Quencher Cool Blue>			
<ul style="list-style-type: none"> - 운동선수를 위한 음료라는 점을 강조하며 스포츠 음료의 대표 제품임을 소비자들에게 각인시킴 - 미국의 인기 스포츠 경기 현장 곳곳에 게토레이 제품을 비치하는 등 적극적인 스포츠 마케팅 전략을 펼침 				

자료: Pepsi Co 홈페이지, D&B Hoovers, 현지조사원



VI. 유통채널

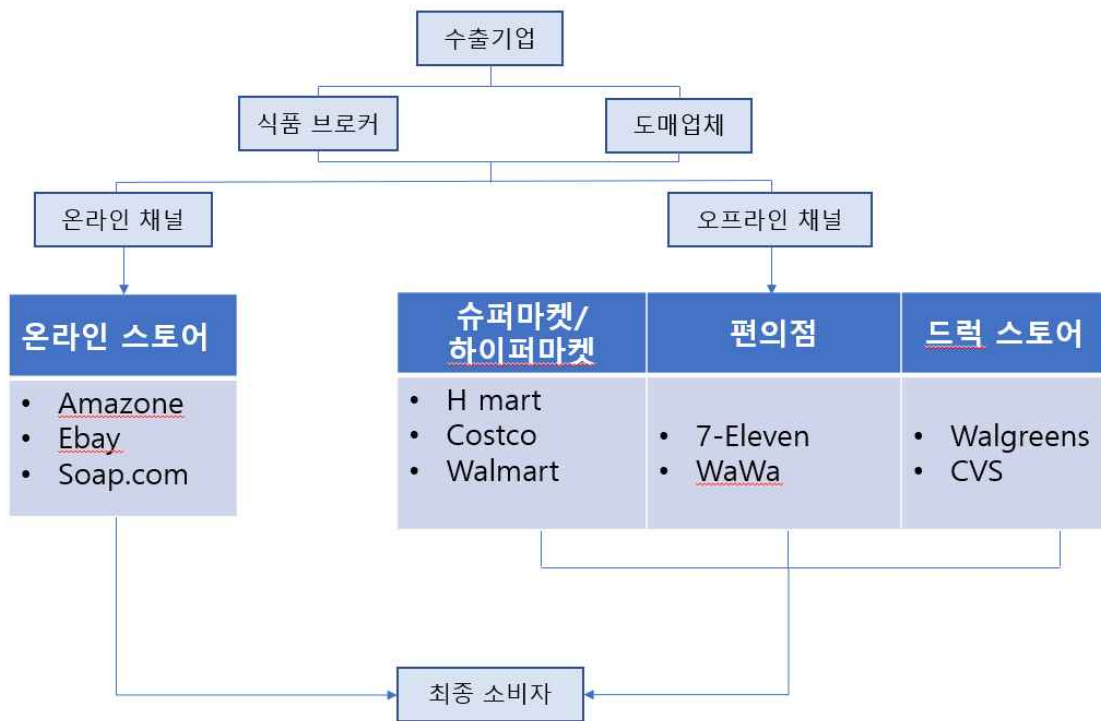
1. 유통채널 개황
2. 주요 유통채널 분석

1. 유통채널 개황

□ 기능성 음료 시장의 유통채널³⁰⁾

- 개괄적인 미국의 기능성 음료 유통 구조는 그림 6.1과 같음
 - 기능성 음료의 주 유통채널은 점포 소매점(오프라인)으로, 약 96%의 판매량 비중을 차지함(2018년 기준)

그림 6.1 기능성 음료 시장의 유통 구조



30) 데스크 리서치와 현지조사 결과 기능성 음료에 특화된 유통 채널이 있는 것이 아니기에 유통채널 개황과 분석은 일반 음료 유통 채널을 기반으로 작성하였음

표 6.1 기능성 음료 채널별 판매 비중(2018년 판매량 기준)

(단위: %)

소매채널	제품 종류별	
	에너지 음료	스포츠 음료
점포 소매점 채널 소계	95.6	96.3
식료품 전문점	82.0	89.2
현대 식료품 전문점	70.0	82.9
편의점	11.6	2.3
할인점	4.0	2.6
주유소 내 식품점	37.5	19.0
하이퍼마켓	11.5	26.1
슈퍼마켓	5.5	32.9
전통 식료품 전문점	12.0	6.3
독립 식품점	5.9	5.7
기타 식료품점	6.1	0.6
혼합 소매점	8.3	6.0
비식료품 전문점	5.3	1.2
무점포 소매점 채널 소계	4.4	3.7
자판기	1.3	0.9
온라인판매	3.1	2.8
합계	100.0	100.0

자료: Euromonitor International, 2019.01

1) 오프라인 유통채널

□ 주요 점포 소매점은 하이퍼 마켓, 슈퍼마켓, 편의점, 주유소 내 식품점

- 에너지 음료의 경우 고카페인 음료라는 특성상 장거리 운전자들이 많이 방문하는 주유소 내 식품점이 약 38%의 큰 판매 비중을 차지하고 있음
 - 편의점과 하이퍼 마켓의 판매 비중은 약 23%로 주유소 내 식품점과 더불어 전체 판매량의 60%를 차지
- 스포츠 음료의 경우 하이퍼 마켓과 슈퍼마켓에서 전체 판매량의 약 60%가 판매됨
- 미국은 도시 간 거리가 멀어 주유소 내 식품점이 발달된 편이며, 주요 유통업체인 세븐일레븐, Walmart는 ‘Gas Station&Convenience³¹⁾’ 형태로 진출해 접근성이 높다는 장점이 있음

표 6.2 주요 오프라인 유통업체

점포소매점			
하이퍼마켓		슈퍼마켓	
Costco		Target	
Walmart		Wegmans	
아시안마트(한인 마트)		편의점	
H Mart		7-Eleven	
드럭스토어			
CVS			

31) 2018년 기준 Gas Station&Convenience1위 업체는 7-Eleven

2) 온라인 유통채널

□ 무점포소매점인 온라인을 통한 기능성 음료 구매 비중은 약 3~4%

○ 온라인을 통해 기능성 음료를 구매하는 소비자 비중은 최근 5년간(2014~2018년) 약 3%를 유지하며 큰 변동은 없었음

□ 온라인 플랫폼의 성장

○ 온라인과 모바일 이용자 수가 급증하면서 온라인 채널을 통한 소비 활동이 증가³²⁾하는 가운데 2018년 기준 미국의 주요 식품 온라인 유통업체는 표 6.3과 같음

표 6.3 주요 온라인 식품 유통업체

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

자료: eMarketer(2018.09.14.)

32) 2018년 온라인 유통채널의 매출액 규모는 5,260억 달러로 전망되며, 매출액 상위 10개 기업의 시장 점유율은 70.1%로 추정됨

2. 주요 유통채널 분석

□ 유통채널 선정 기준

- 유로모니터의 기능성 음료 채널별 판매 비중(2018년 기준)과 현지조사 결과 관련 제품을 보유한 유통채널을 종합하여 선정

1) 하이퍼마켓(Hypermarket)

□ Walmart

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 세계 최대 규모의 소매점으로 하이퍼마켓, 할인마트, 식품 전문 소매점을 구분하여 유통채널을 운영하고 있음 - 미국뿐만 아니라, 캐나다와 멕시코에서도 매출액 1위의 식품소매점으로 자리잡고 있음 		
D-U-N-S Number	05-195-7769	설립연도	1962년
본사 위치	999 Lake Dr Ste 200 Issaquah, Washington, 98027-5367 United States	점포 수	11,718개 (2018년 1월 기준)
대표전화	1 (800) 925-6278	홈페이지	walmart.com
매장 전경			

자료: Walmart 홈페이지, D&B Hoover's

□ Costco

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 회원제로 운영되는 창고형 마트로 Walmart와 Sam's Club의 회원 규모를 앞섬 - 미국 44개 주를 비롯해 한국, 호주, 스페인과 같은 해외지점을 포함하여 9천만 명의 회원 수 확보 - 약 3,700개 제품을 유통하고 있으며 보험과 여행과 같은 서비스 상품도 판매 		
	D-U-N-S Number	10-339-1843	설립년도
본사 위치	999 Lake Dr Ste 200 Issaquah, Washington, 98027-5367 United States	점포 수	1,822개
대표전화	425-313-8100	홈페이지	www.costco.com
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - 세계 최초로 회원제 마트 콘셉트의 매장을 도입 - 2018년 7월 기준 전 세계에 751개 지점을 운영하는 세계 최대 규모의 유통기업 - 미국을 비롯한 캐나다, 멕시코, 영국, 일본, 한국, 대만, 호주, 스페인, 아이슬란드, 프랑스에 입점 - 대량 포장 제품을 저가에 공급하여 개인사업자 혹은 대가족의 소비패턴에 적합 		
매장 전경			

자료: Costco 홈페이지, D&B Hoover's

2) 슈퍼마켓(Supermarket)

□ Target

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 미국 전역에 251개 매장이 존재하는 종합유통채널이자 대형 할인마트로서 Walmart의 뒤를 이은 2위 기업 - 업계 1위인 Walmart에 대한 차별화로 젊고 감각적인 이미지로 포지셔닝하고 있음 - 시장 특성에 따라 도시형 마트인 CityTarget과 편의점 형태인 Target Express로 브랜드 확장 		
D-U-N-S Number	00-696-1700	설립년도	1902년
본사 위치	1000 Nicollet Mall Minneapolis, Minnesota, 55403-2542, United States	점포 수	1,822개
대표전화	612-304-6073	홈페이지	www.target.com
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - 대부분의 음료 제품을 판매하고 있으며 스포츠 음료의 판매 비중이 높음 		
매장 전경			

자료: Target 홈페이지, D&B Hoover's

□ Wegmans

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 뉴욕주의 로체스터에서 처음으로 시작된 소매점으로 뉴욕주(현재 46개)를 중심으로 발달함 - 펜실베이니아(18개), 메릴랜드(8개), 뉴저지(9개), 메사추세츠(6개), 버지니아(11개)로 확대됨 		
D-U-N-S Number	05-965-0069	설립년도	1916년
본사 위치	Wegmans Food Markets 1500 Brooks Avenue P.O. Box 30844 Rochester, NY 14603-0844	점포 수	약 98개 (2018년 기준)
대표전화	585-328-2550	홈페이지	https://www.wegmans.com
매장 전경	 		

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

3) 드럭스토어(Drug Store)

□ Walgreens

기업 개요			
	- 처방 의약품과 일반 의약품, 뷰티 제품 및 화장품, 편의점 제품 등 다양한 제품을 판매함		
D-U-N-S® Number	17-672-9788	설립년도	1969년
본사 위치	401-765-1500	점포 수	약 9,800개 (2018년 기준)
대표전화	1 - 800 - 925 - 4733	홈페이지	www.cvs.com
세부사항	- 타 유통채널보다 다양한 에너지 음료 제품을 판매하고 있음 - 동일 제조사의 제품이더라도 여러 가지 맛과 향을 판매하여 제품 구성이 다양함		
매장 전경			

자료: 현지조사원(Walgreens, 2018.12.15.), CVS/Pharmacy 홈페이지, D&B Hoover's

4) 편의점

□ 7-Eleven

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 일본 지주회사 세븐 앤 아이 홀딩스가 소유하고 있는 편의점 체인 - 일반 가공식품뿐 아니라 생필품과 편의용품을 판매 - 2018년 기준 주유소 내 식품점 점유율 1위³³⁾ 		
D-U-N-S Number	00-734-7602	설립년도	1927년
본사 위치	3200 Hackberry Rd Irving, Texas, 75063-0131 United States	점포 수	약 7,851개 (2018년 기준)
대표전화	1 (972) 828-0711	홈페이지	www.7-eleven.com
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - 진열대의 제품이 유형별로 잘 구분되어 있어 쇼핑이 용이함 - 'TWIST.POP.GO'라는 문구로 음료 전용 코너가 눈에 띄게 갖춰져 있음 - 5-hours 에너지 음료의 경우 전용 가판대가 따로 마련됨 		
매장 전경	 		

자료: 현지조사원(Wawa, 2018.12.15.), 7-Eleven 홈페이지, D&B Hoover's

5) 아시안 마켓(한인마트)

□ Hmart

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - Hanahreum Group이 운영하는 한인마트 체인점으로 미국, 캐나다, 영국에 위치함 - '한아름'이라는 의미에서 착안한 'H'기호를 기업명의 정체성으로 선택 		
D-U-N-S Number	21-779-7981	설립년도	1982년
본사 위치	Lyndhurst, New Jersey, U.S.	점포 수	약 61개
대표전화	1 (800) 648-0980	홈페이지	https://www.hmart.com/
세부사항	<ul style="list-style-type: none"> - 한인 마트이기에 한국산 기능성 음료 제품을 많이 판매함 - 일반 에너지 음료, 기능성 음료뿐만 아니라 한국 전통 약재를 이용한 음료 제품도 판매 		
매장 전경	 		

자료: 현지 조사원(Hmart, 2018.12.15.), Hmart 홈페이지, D&B Hoover's

33) www.thebalancesmb.com/largest-convenience-store-chains-2892782

[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. 「Country Insight Snapshot United States of America Oct 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.10.05.
2. 「Food Labeling Guide」, FDA 2013
3. 「음료류 국내생산 및 해외시장 동향」, aT식품수출부 2017
4. 「미국 식품첨가물및유해물질조사」, 2017
5. 「가공식품 세분시장 현황_음료류 시장」, aT한국농수산물유통공사, 2017

■ 참고 사이트

1. Dun & Bradstreet(www.dnbcountryrisk.com/)
2. Industrial Statistics Portal, United States Census Bureau(www.census.gov)
3. Beverage Marketing Corporation(<http://www.portal.euromonitor.com/>)
4. International Trade Centre(www.trademap.org)
5. Beverage Marketing Corporation(www.beveragemarketing.com)
6. International Bottled Water Association(www.bottledwater.org)
7. Euromonitor International(<http://www.portal.euromonitor.com>)
8. Wegmans(www.wegmans.com)
9. Seven Eleven(www.7-eleven.com)
10. Kroger(www.kroger.com)
11. Amazon(www.amazon.com)
12. Walmart(<http://walmart.com/>)
13. Target(www.target.com)
14. United States International Trade Commission(<https://www.usitc.gov>)
15. National Academy of Science(<http://www.nasonline.org/>)
16. La Croix(<https://www.lacroixwater.com/>)
17. Biz Care(biz-care.kr)
18. Foodtoday(www.foodtoday.or.kr)
19. D&B Hoover's(<https://app.avenion.com/>)
20. United States Customs and Border Protection(<https://www.cbp.gov>)
11. U.S. Food and Drug Administration(<https://www.fda.gov/>)
12. Pepsi Co(<http://www.pepsico.com/>)
13. Coca Cola(www.coca-cola.com)
14. 주 로스앤젤레스 대한민국 총영사관(<http://overseas.mofa.go.kr/us-losangeles-ko>)

15. www.thebalancesmb.com
16. Hmart(<https://www.hmart.com>)
17. 통합무역정보서비스(<http://www.tradenavi.or.kr>)
18. 농식품수출정보(www.kati.net/)
19. 한국품질보증원(www.kqa.co.kr)
20. 대한민국 관세청(<http://www.customs.go.kr>)
21. 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do)
22. 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr/kcshome/getBuRyuList.po)

2018 농식품 해외시장 맞춤조사

No. 1810-43

품 목 : 기능성 음료(Functional Beverage)

국 가 : 미국(United States of America)

보고서 기획 및 작성

- 한국농수산물유통공사

발 행 일 2018

발 행 처 한국농수산물유통공사 수출정보부
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227

02-6300-1119 <http://www.kati.net>

자료문의 aT수출정보부

02-6300-1119

- 본 자료는 원본으로 본문 전체는 한국농수산물유통공사 농수산물수출정보 사이트 www.kati.net에서 보실 수 있습니다.
- 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전제, 복사는 법에 저촉됩니다.