

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

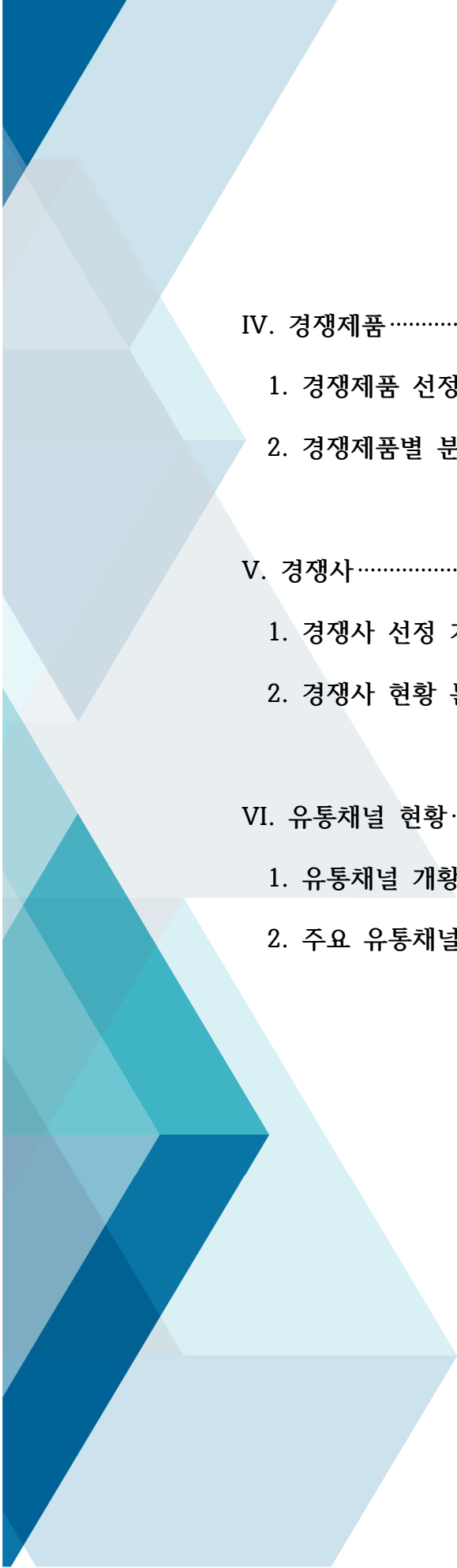
No: 1811-05

품목: 건조과일 침출차(Dried Fruit Leached Teas)

국가: 미국(USA)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	4
1. 수출환경 및 경제지표	6
2. 차(茶) 산업 현황	9
3. 수출입통계 및 생산통계	15
II. 시장 트렌드	16
1. 음료 시장 트렌드	18
2. 차(茶) 시장 트렌드	19
3. 건조과일차 시장 동향	20
III. 통관 및 제도	23
1. 통관 및 검역	26
2. 인증정보	34
3. 라벨링	37
4. 위생요건	41



IV. 경쟁제품	43
1. 경쟁제품 선정 기준	45
2. 경쟁제품별 분석	46
V. 경쟁사	56
1. 경쟁사 선정 기준	57
2. 경쟁사 현황 분석	58
VI. 유통채널 현황	62
1. 유통채널 개황	64
2. 주요 유통채널별 세부 현황	67



I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 차(茶) 산업 현황
3. 수출입통계 및 생산통계

국가 개요

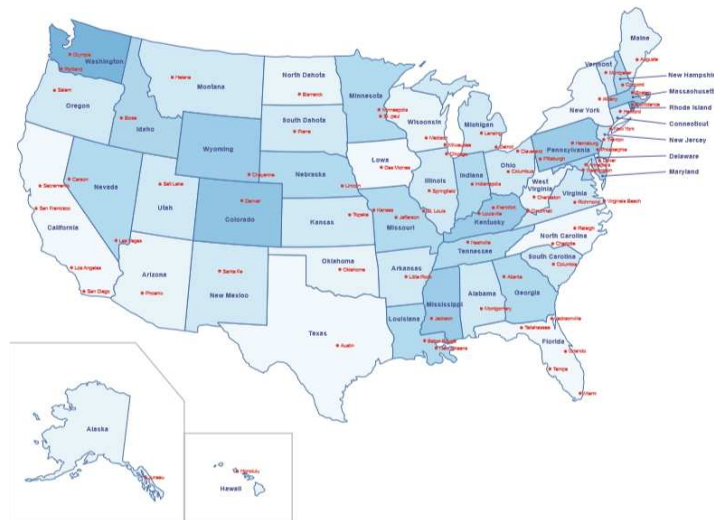
넓은 영토와 풍부한 물적·인적 자본의 이점을 활용하여 세계 경제를 주도하는 가장 부유한 국가로 성장. 현재, 기술 및 항공 산업과 같은 혁신 산업 분야에서 강점을 확보하고 있어 경제적 전망이 매우 긍정적. 태평양과 대서양 사이에 위치함으로써 지리적 이점 보유.

미국의 화폐 달러화(USD)는 국제무역시장에서 가장 안정적이고 신뢰성 높은 화폐로 인정되어 국제 표준 화폐로 통용 중. 또한, 경제활동에 대한 정부의 시장 개입이 거의 없는 자유 시장 경제 체제를 채택하고 있으며, 소비 지향적 특성이 강한 내수 중심의 경제구조임. 이러한 경제적 특성은 GDP 대비 가계소비 비중이 68%라는 것을 통해 확인 가능.

지난 15년 동안 복지지출 증가와 중산층의 실임금 하락에도 불구하고 미국 경제는 지속적으로 성장. 그러나, 8,000억~2조 2,000억 달러에 달하는 자원 없는 연금부채와 GDP 대비 102% 수준의 개인 부채는 국가 경제성장을 저해하는 주요 요인으로 꼽힘. 또한, 금융서비스 산업에 대한 적절한 규제 부재는 미국에서 시작되어 전 세계로 확산된 2008~2009년 글로벌 금융위기의 원인이기도 하였음.

주요 정보

- ▶ 국명: 미합중국(United States of America)
- ▶ 수도: 워싱턴 D.C
- ▶ 대통령: 도널드 트럼프(Donald Trump)
(2017.1.20.-(4년 임기))
- ▶ 인구:
 - 3억 2,500만 명(2017)
- ▶ 면적: 9,826,675km²(세계 4위)
 - 북부와 남부가 각각 캐나다, 멕시코와 국경을 마주함
 - 서부는 태평양, 동부는 대서양과 접하고 있음
- ▶ 주요어: 영어, 스페인어
- ▶ 주요 도시: 뉴욕, 샌프란시스코, 휴스턴, 애틀란타, 시카고 등
- ▶ 1인당 국민소득: 61,735¹⁾달러(2017)
- ▶ GDP: 191,640억 달러(2017)
- ▶ 1인당 GDP: 59,063 달러(2017)
- ▶ 경제성장률: 2.3%(2017)
- ▶ 화폐단위: US 달러(USD)
- ▶ 인터넷 보급률: 76.2%(2017)
- ▶ 문맹률: 0.01%
- ▶ 기대수명: 79.2세



자료: 「Country Insight Snapshot United States of America June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.6.22

1) 동 보고서에서 달러는 미 달러를 의미

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망²⁾

	등급	등급전망
	DB2	안정적

자료: 「Country Insight Snapshot United States of America June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.6.22

□ 주요 전망

구 분	세 부 내 용
긍정적	<ul style="list-style-type: none"> - 풍부한 인적자원과 소비시장 규모는 내수경제의 안정화에 기여 - 기업세(corporate tax) 삭감으로 인한 기업들의 경제활동 활성화가 기대됨
부정적	<ul style="list-style-type: none"> - 미국의 보호무역정책 고수 및 다자주의에 대한 지속적 거부감 표명은 미국 수출 산업 성장에 타격을 입힐 가능성이 높음 - 자산 가치의 변동성이 큰 편으로 실물경제에 대한 전망은 비관적임

자료: 「Country Insight Snapshot United States of America January 2019」, Dun & Bradstreet, 2019.1.11.

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

□ 주요 거시경제 지표

- 2018년 경제성장률은 2017년 대비 0.6%p 상승한 2.8%를 기록한 것으로 추산
 - 주요 경제성장 요인은 △ 2017년 12월에 통과된 세제개혁 효과로 가처분소득이 늘어남에 따른 가계소비지출 증가, △ 법인세 인하 및 설비투자 인센티브 정책으로 인한 기업투자 증가, △ 수출 증가 등임
- 미국의 쌍둥이 적자 규모가 점점 더 확대될 전망
 - 트럼프 집권 이후 법인세 인하 및 부자 감세 등으로 세수는 줄어들었으나, 지출은 크게 줄이지 않았기 때문에 재정적자가 더 심화되고 있는 상황
 - 미국의 만성적인 경상수지 적자 문제는 △ 낮은 저축률 및 소비 증가, △ 미국 제조업 부문의 무역적자 심화, △ 중간재 및 자본재 수입 증가 등으로 인해 점점 더 확대될 전망
- 물가상승률은 내수경제 활성화를 다소 억제할 것으로 예상

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2016	2017	2018e	2019f	2020f	2021f	2022f	2023f
경상수지/GDP	-2.3	-2.3	-2.4	-2.5	-2.7	-2.7	-2.7	-2.8
재정수지/GDP	-3.2	-3.5	-4.5	-4.8	-4.9	-4.9	-5.4	-5.2
물가상승률	1.3	2.1	2.4	2.3	2.2	2.1	2.1	2.1
경제성장률	1.6	2.2	2.8	2.5	1.9	1.8	2.1	2.3
실업률	4.9	4.4	3.9	3.8	4.0	4.2	4.3	4.3

자료: 「Country Insight Snapshot United States of America January 2019」, Dun & Bradstreet, 2019.1.11.

□ 무역통상 환경

- 수출 대비 수입 규모가 매우 큰 불균형 구조
- 마중 무역협상에 대한 낙관 속에 미 달러의 가치는 다소 하락하는 경향을 보이기도 하였으나, 이는 단기적인 기대감일 뿐 장기적인 무역 환경은 여전히 불투명한 상황
 - 對중 관세 인상 연기, 미국의 농산물에너지 구매 확대 등에 대한 양측 간 입장이 좁혀지며 낙관론 대두
 - 한편, 마중의 핵심 쟁점은 △ 지식재산권 보호, △ 중국 시장 접근 개선, △ 중국 정부의 국영 기업에 대한 보조금 금지, △ 중국 진출 미국 기업에 대한 기술 이전 장요 금지 등으로 양측 간 입장이 첨예하게 대립되어 왔음

□ 위험 및 기회요소

구 분	세 부 내 용
위험	<p>글로벌 투자 유치 기조 하락</p> <ul style="list-style-type: none"> • 정책 입안과정에서 민주당과 공화당 간 소모적 대립이 반복되는 경향이 있으며, 이는 글로벌 투자유치에도 걸림돌로 작용 <p>소득의 양극화 심화</p> <ul style="list-style-type: none"> • 중간 소득 하락 현상과 더불어 소득 불균형 심화는 가구 소비에 악영향을 미칠 것으로 전망 <p>미·중 무역협상의 낙관론에도 불구하고 무역 환경의 불확실성 여전</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2018년 중반, 미국이 약 2,000억 달러 규모의 중국산 수입품에 대하여 25%의 관세부과 방침을 추진하겠다고 선언한 이후, 미·중 무역 분쟁의 격화가 예상 되었으나, 2018년 말, 미·중 정상회담을 통해 양측 간 협상에 진전을 보임 • 그러나, 이는 단기적인 진전일 뿐 장기적인 관점에서는 불확실성이 여전
기회	<p>자본력과 혁신기술, 노동시장의 유연성이 미국의 장기적인 경제성장을 견인</p> <ul style="list-style-type: none"> • 미국 경제는 2017-2021년 연평균 2.0-2.5%의 성장률을 기록할 것으로 전망 • 2017년 말 시행된 세제 개혁의 경기부양 효과 감소하는 등 미국 경기가 위축 조짐을 나타내고는 있으나, 불황의 가능성은 낮은 것으로 전문가들은 분석 • 디레버리징과 비효율적 제도는 부정적 요인, 부동산 및 사업투자 활성화, 신성장 동력 개발은 경제 성장의 긍정적 요인으로 분석되며, 이러한 요인들의 균형 구조에 따라 경제성장률은 가변적일 것으로 예상

자료: 「Country Insight Snapshot United States of America January 2019」, Dun & Bradstreet, 2019.1.11.

2. 차(茶) 산업 현황

1) 차(茶) 시장 규모

□ 미국 차(茶) 협회³⁾에 따르면, 미국 가정의 약 80%가 차(茶)를 소비

- 2017년 기준 미국의 차(茶) 소비량은 약 38억 갤런으로, 약 840억 잔에 달하는 분량임
 - 전체 차 소비량의 약 86%는 홍차, 13%는 녹차이고, 기타 차로 우롱차, 백차, 흑차 등을 마시는 것으로 조사됨
- 음용 방식으로는 전체 소비량 중 약 80%가 아이스티임
- 또한, 밀레니얼 세대의 87%가 차(茶)를 마시는 것으로 조사됨

□ 차(茶) 산업은 연평균 성장률 3-5%로 꾸준히 성장할 전망

- 특히, 다양성, 편의성, 건강상 이점, 지속가능성, 용이성, 지속적인 혁신, 독특한 풍미 등의 장점을 가진 고급 스페셜티티 부문의 성장이 두각을 나타낼 것으로 예상됨

□ 매년 미국의 차(茶) 수입은 꾸준한 편으로, 특히 녹차의 비중이 가장 높음

- 차(茶) 수입 규모 면에서 미국은 러시아, 파키스탄에 이어 세 번째로 큰 나라
- 2017년 기준 전체 미국의 홍차 및 녹차 수입량은 2억 7,900만 파운드(약 12만 6,550톤)로, 2016년 대비 소폭 감소
- 핫티와 스페셜티티의 수입은 꾸준히 성장하고 있는 추세
- 전체 차류 중 녹차의 인기는 다소 감소했으나, 수입 비중은 약 13.2%로 여전히 가장 높음⁴⁾

□ 미국 차(茶) 소매 매출 규모, 2014년 이후로 감소세

- 미국 차(茶)의 매출액과 매출량은 각각 약 24억 7,100만 달러와 약 3만 6,900톤으로 전년 대비 각각 0.6%와 3.4% 감소
- 소매 매출액 기준으로는 과일차 및 허브차가 45.8%로 가장 비중이 높았고, 그 뒤를 이어 홍차(34.6%), 녹차(13.0%)의 순으로 조사됨

3) Tea Association of the U.S.A. Inc.(미국 차(茶) 협회)

4) Shelley Perkins, 'Top 5 U.S. Tea Industry Trends', worldteaacademy, 2018.2.9

- 홍차 중에서는 스페셜티 티백 홍차(16.3%), 스탠다드 티백 홍차(12.2%)의 순으로 소매 매출액 비중이 높았음
- o 소매 매출량 기준으로는 홍차가 48.5%로 가장 비중이 높았고, 그 뒤를 이어 과일차 및 허브차(35.3%), 녹차(11.8%) 순
- 과일차 및 허브차는 꾸준히 증가하는 추세를 보임
- 스탠다드 홍차는 2013년 이후로 감소세를 보인 반면, 스페셜티 루즈 홍차는 증가세, 스페셜티 티백 홍차는 2014년 이후로 감소세를 나타냄

표 1.2 미국 차(茶) 소매 매출액 추이(2013-2017년)

(단위: 백만 달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	점유율(%) (2017)
홍차	909	943	914	888	855	34.6
- 스탠다드 홍차	460	474	441	412	375	15.2
• 스탠다드 루즈 홍차	79	83	83	78	73	3.0
• 스탠다드 티백 홍차	381	391	358	334	302	12.2
- 스페셜티 홍차	448	470	473	476	480	19.4
• 스페셜티 루즈 홍차	58	62	64	71	76	3.1
• 스페셜티 티백 홍차	390	408	409	405	404	16.3
과일차 및 허브차	962	1,052	1,091	1,102	1,132	45.8
녹차	330	355	334	326	322	13.0
인스턴트차	-	-	-	-	-	-
기타 차	192	194	182	169	162	6.6
합계	2,393	2,544	2,521	2,485	2,471	100

자료: 「TEA IN THE USA」, Euromonitor International, 2018.2.

표 1.3 미국 차(茶) 소매 매출량 추이(2013-17년)

(단위: 톤, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	점유율(%) (2017)
홍차	19,758	19,973	19,250	18,896	17,855	48.5
- 스탠다드 홍차	12,407	12,445	11,793	11,510	10,447	28.3
• 스탠다드 루즈 홍차	1,942	1,999	2,018	1,966	1,932	5.2
• 스탠다드 티백 홍차	10,466	10,447	9,775	9,544	8,515	23.1
- 스페셜티 홍차	7,390	7,527	7,457	7,387	7,408	20.1
• 스페셜티 루즈 홍차	1,170	1,222	1,242	1,338	1,400	3.8
• 스페셜티 티백 홍차	6,220	6,306	6,214	6,048	6,008	16.3
과일차 및 허브차	11,331	12,090	12,483	13,090	13,007	35.3
녹차	4,553	4,820	4,652	4,424	4,339	11.8
인스턴트차	-	-	-	-	-	-
기타 차	1,938	1,927	1,919	1,758	1,651	4.5
합계	37,580	38,810	38,304	38,168	36,852	100

자료: 「TEA IN THE USA」, Euromonitor International, 2017.2.

2) 차(茶) 시장 동향

□ 제3의 물결 속에서 온트레이드⁵⁾ 차(茶) 산업 현황

- 온트레이드 차(茶) 소비는 2014년 이래 점진적인 성장세를 거두어왔고, 2017년에도 Agro Tea, David's Tea, Starbucks와 같은 매장이 호황을 누리는 등 온트레이드 차(茶) 매출량은 더욱 증가할 전망이다
- 오프트레이드⁶⁾ 차(茶) 소비 매출량은 증가세이나, 2014년 이후 증가폭은 다소 주춤
- 2017년에는 소비자들의 요구를 반영한 다양한 차(茶) 제품이 출시됨
- 미국 소비자들은 스탠다드 홍차나 녹차 외에 다양한 풍미를 즐기기 위해 다양한 허브 블렌딩을 시도하거나 차의 기능성에 더욱 관심을 갖는 추세

□ 차(茶) 산업의 핵심 경쟁 요소는 원산지와 제조법을 강조한 스토리텔링

- 차 생산 과정에서의 다양한 투입 요소들을 파악해 구매 시 고려하는 세심한 소비자가 증가함에 따라, 제조업체는 차의 원산지나 제조법에 대해 더 많은 정보를 제공하도록 요구받고 있음
- 고메티(gourmet tea)는 미래 성장 전망이 밝으며, 스토리텔링 프로세스에서 생산자의 작업 조건과 제조 방식의 투명성을 강조하는 것이 중요시되는 추세

□ 풍미를 강조한 루즈티의 견고한 성장세

- 루즈티는 고메티(gourmet tea)에 대한 수요 급증을 반영하며 2017년에 견고한 양적 성장을 기록
 - 고메티(gourmet tea) 제조업체는 차를 끓이는 과정에서 최고의 풍미를 보장하기 위해 루즈 형태를 선택하는 경향이 증가
 - 이러한 이유로 티백 형태의 차에 대한 관심은 점차 줄어들고 있는 추세
- 최고의 풍미를 얻기 위해 가정에서도 차를 끓이는데 더 많은 시간과 노력을 들이는 경향이 나타남
- 이러한 양상은 커피의 제3의 물결에 이어 차(茶)의 제3의 물결⁷⁾ 도래를 암시

5) 온트레이드(on-trade): 레스토랑, 카페, 바, 패스트푸드점, 배달, 테이크아웃 서비스, 푸드코트, 길거리 매장을 포함하며 호텔, 면세점, 단체급식 시스템(학교와 병원 구내식당, 감옥, 병원, 군대)은 제외

6) 오프트레이드(off-trade): 온트레이드 매장을 제외한 일반 소매점

3) 차(茶) 경쟁 현황

□ 차(茶) 산업 선두 기업, 유니레버(Unilever)와 스타벅스(Starbucks)

- 2017년 기준 유니레버 유나이티드 스테이츠社(Unilever United States Inc)와 스타벅스社(Starbucks Corp)가 각각 소매가 기준 차(茶) 기업 점유율에서 12.5%와 7.7%를 차지하며 1, 2위를 기록
- 한편, 유니레버社(Unilver)의 점유율은 감소세이며, 스타벅스社(Starbucks)는 증가세를 보임
- 그 뒤를 이어 비글로우社(RC Bigelow)와 트와이닝社(R. Twining & Co Ltd)가 각각 점유율 7.4%와 6.7%를 차지하며 3, 4위를 차지

표 1.4 소매가 기준 차(茶) 기업⁸⁾ 점유율(2013-2017년)

(단위: %)

기업명	2013	2014	2015	2016	2017
Unilever United States Inc	16.7	16.8	15.4	14.3	12.5
Starbucks Corp	5.0	5.8	6.2	7.0	7.7
RC Bigelow Inc	8.2	7.8	7.8	7.9	7.4
R. Twining & Co Ltd	6.0	6.2	6.4	6.5	6.7
Yogi Tea Co	2.7	3.1	3.8	4.5	5.1
Traditional Medicinals	2.9	3.2	3.6	4.2	4.3
Hain Celestial Group Inc, The	4.3	4.0	3.7	3.6	3.5
Reily Foods Co	3.0	3.0	2.8	2.7	2.7
RedCo Foods Inc	3.2	3.0	2.5	2.4	2.2
Stash Tea Co	1.8	1.6	1.7	1.6	1.6
Tetley USA Inc	1.4	1.2	1.1	1.1	1.1
Natrol Inc	0.3	0.3	0.3	0.3	0.4
Triple Leaf Tea Inc	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2
Private Label	4.4	4.4	4.3	4.1	4.1
Others	39.8	39.3	40.1	39.6	40.5
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 「TEA IN THE USA」, Euromonitor International, 2018.2.

7) '제3의 물결'은 미국에서 시작된 스페셜티 커피 트렌드를 말함. 제1의 물결은 커피를 품질보다는 단지 카페인에 의한 각성제로 소비하던 20세기 중반까지의 대량 생산 시스템에 기반을 둔 커피 소비 패턴을 의미. 제2의 물결은 1960년대 말 피츠 커피(Peel's Coffee-스타벅스 창업자가 미국 샌프란시스코에 설립한 브랜드) 등을 필두로 시작됨. 커피 품질이 개선되고 에스프레소 관련 음료의 대중화와 발전이 이루어졌으나 여전히 커피 맛과 품질에 가장 결정적인 커피 생두와 산지에 대한 관심이 적었고, 대형 커피 가맹점을 통해 간편일물적인 커피를 제공하던 시기. 이에 비해 제3의 물결은 커피 산지의 특성과 다양한 가공 방식에 따른 맛과 품질의 변화, 커피 산지의 지속가능성 문제, 커피 농가와 소비자 스페셜티 커피 회사 간의 긴밀한 관계, 기존과는 다른 가격 기준과 방식의 무역거래, 각각의 커피가 가진 맛의 특성을 어떻게 로스팅하고 추출해 한 잔의 컵으로 표현할 것인가에 대한 기술적 관심, 이를 뒷받침할 만한 관련 기계들의 개선 작업, 소비자들에게 이런 커피를 어떻게 경험하게 할 것인가에 대한 소통 및 마케팅 방식의 창안 등 커피 산업 전반에 문화적 충격과 실질적 변화를 가져온 일련의 흐름을 가리킴.
출처: 서필훈, '스페셜티 커피가 일으킨 제3의 물결', 시사저널, 2016.4.7 19:12:58 (www.sisajournal.com)

8) NBO(National Brand Owner) 기준

□ 차(茶) 산업 선두 브랜드, 립톤(Lipton)과 비글로우(Bigelow)

- 유니레버 유나이티드 스테이츠社(Unilver United States Inc)의 립톤(Lipton)과 비글로우(RC Bigelow Inc)의 비글로우(Bigelow)가 2017년 기준 차(茶) 브랜드 점유율 12.5%와 7.4%를 차지하며 1, 2위로 시장을 선도
- 립톤(Lipton)의 브랜드 점유율은 감소세인 반면, 트와이닝즈(Twinings)와 요기티(Yogi Tea)는 증가세를 보임
- 그 뒤를 이어 트와이닝社(R, Twining & Co Ltd)의 트와이닝즈(Twinings)와 요기티社(Yogi Tea Co)의 요기티(Yogi Tea)가 6.7%와 5.1%를 차지하며 3, 4위를 차지

□ 스타벅스社의 티바나(Teavana)와 타조티(Tazo Tea), 2017년 매출액 큰 폭 증가

- 2011년부터 스페셜티 루즈 홍차의 인기가 상승해 왔으며, 티바나(Teavana)는 매출액에서 두 자리 수 성장률을 기록하여 매출량 상위를 차지
- 티바나(Teavana)는 특히, 기타 과일차 및 허브차 부문에서 선두 브랜드 자리를 유지
- 2014년부터 립톤(Lipton)의 매출액은 점진적으로 감소한 반면, 티바나(Teavana)는 꾸준한 상승세를 기록

□ 중소 브랜드의 빠른 성장

- 실적 면에서 홍차나 녹차 외에 중소 브랜드들이 빠르게 성장하는 추세
- 유기농 녹차의 선두 기업인 하인 셀레스셜(Hain Celestial)의 2017년 매출액 감소
- 한편, 유기농 녹차의 전체 매출액은 다양한 소규모 틈새시장을 통해 성장하는 추세

□ 요기(Yogi), 과일차 및 허브차의 기능성 강조에 힘입어 2017년 매출 상승

- 미국 소비자들이 특정 영양소 섭취 및 건강을 위해 차를 선택하는 경향이 나타남에 따라, 요기(Yogi) 브랜드는 피부 건강 등의 기능성을 강조하는 다양한 제품을 홍보
- 주요 경쟁자인 트래디셔널 메디컬널즈(Traditional Medicinals)는 요기(Yogi)로 대체되며 성장률이 둔화되는 반면, 요기(Yogi)는 2011년부터 매출액이 증가

표 1.5 소매가 기준 차(茶) 브랜드⁹⁾ 점유율(2014-2017년)

(단위: %)

브랜드명	기업명	2014	2015	2016	2017
Lipton(Unilever Group)	Unilever United States Inc	16.8	15.4	14.3	12.5
Bigelow	RC Bigelow Inc	7.8	7.8	7.9	7.4
Twinings(Associated British Foods Plc)	R. Twining & Co Ltd	6.2	6.4	6.5	6.7
Yogi Tea(East West Tea Co LLC)	Yogi Tea Co	3.1	3.8	4.5	5.1
Teavana	Starbucks Corp	3.1	3.4	3.9	4.4
Traditional Medicinals	Traditional Medicinals	3.2	3.6	4.2	4.3
Celestial Seasonings	The Hain Celestial Group Inc	4.0	3.7	3.6	3.5
Tazo Tea	Starbucks Corp	2.7	2.8	3.0	3.3
Luzianne	Reily Foods Co	3.0	2.8	2.7	2.7
Salada(Teekanne GmbH & Co KG)	RedCo Foods Inc	2.4	2.0	1.8	1.8
Stash Tea	Stash Tea Co	1.6	1.7	1.6	1.6
Tetley(Tata Global Beverages Ltd.)	Tetley USA Inc	1.2	1.1	1.1	1.1
Red Rose(Teekanne GmbH & Co KG)	RedCo Foods Inc	0.6	0.6	0.5	0.5
Laci Le Beau(Aurobindo Pharma Ltd)	Natrol Inc	0.3	0.3	0.3	0.4
Triple Leaf	Triple Leaf Tea Inc	0.1	0.1	0.1	0.2
Private Label	Private Label	4.4	4.3	4.1	4.1
Others	Others	39.3	40.1	39.6	40.5
합계		100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 「TEA IN THE USA」, Euromonitor International, 2018.2.

9) LBN(Local Brand Name) 기준

3. 수출입통계 및 생산통계

□ 건조과일 침출차 통계 기준 설정

- 건조과일 침출차의 글로벌 및 프랑스 수입 통계, 한국산 수출 통계 분석을 위해 HS CODE¹⁰⁾를 통계기준으로 설정함¹¹⁾
- 한국의 경우, 건조과일 침출차는 HS CODE 2106.90.9090(품명: 기타)에 해당됨
- 미국의 경우, 건조과일 침출차는 HS CODE 2106.90.9898(품명: 기타)에 해당됨
- 단, 특정 과일이 100% 포장되는 경우에는 해당 과일의 가공식품으로 분류되어 제 2008호의 기타 과채 가공식품으로 분류되나, 과일을 비롯한 허브 등이 혼합된 팩이 라면 제2106호의 기타 세번으로 분류됨
 - 또한, 특정 과일이 100% 포장되는 경우는 과실별로 세번이 상이함

표 1.6 건조과일 침출차의 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품
	2106.90	기타
	2106.90.9090	기타
프랑스	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품
	2106.90	기타
	2106.90.9898	기타

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

□ 건조과일 침출차의 글로벌/미국 수입 통계, 한국산 건조과일 침출차의 수출 통계

- 동 건은 건조과일 침출차만이 해당되는 HS CODE가 없으므로 자료 추출 및 분석을 생략함

10) HS CODE는 6자리는 전세계 공통, 7-10번째 숫자는 각 나라마다 다르게 구성

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



II. 시장 트렌드

1. 음료 시장 트렌드
2. 차(茶) 시장 트렌드
3. 건조과일차 시장 동향

시장 트렌드 개요

1. 음료 시장 트렌드

- ❖ 미국 음료 기업, 충성고객 이탈방지 및 건강음료 개발의 투 트랙 전략 채택
- ❖ 다이어트 소다류의 매출 부진과 대조적으로, 생수 및 과일향 생수, RTD 차, 콤부차¹²⁾의 인기 상승세
- ❖ 각성 효과가 있는 에너지 드링크, RTD 커피 판매의 긍정적 성과
- ❖ 음료 시장 변화에 대응하여 미국의 대표 음료 브랜드들도 다양한 시도 중

2. 차(茶) 시장 트렌드

- ❖ 구매 패턴이 천연티, 스페셜티티 및 웰니스티로 전환되는 추세
- ❖ RTD 차(茶), 견고한 성장세를 지속하여 2017년에 전년 대비 4% 성장
- ❖ 티백차 시장의 정체와 대조적으로, 병차 부문 중 콤부차의 성장이 두드러짐

3. 건조과일차 시장 동향

- ❖ 건조과일 침출차, 지역 협동조합 및 온라인 유통채널에서만 유통

12) 콤부차는 홍차버섯차라고도 불리며, 설탕을 탄 홍차에 홍차버섯 종균을 넣어 발효시킨 배양액을 물에 희석하여 마시는 음료를 의미함. 현재 유럽, 미국, 호주 등지에서 다양한 건강 효과 때문에 인기를 끌고 있음.

1. 음료 시장 트렌드

□ 미국 음료 기업, 충성고객 이탈방지 및 건강음료 개발의 투 트랙 전략 채택

- 미국 음료 기업은 소비자의 건강에 대한 높은 관심을 반영한 ‘건강’을 강조하는 제품을 다양하게 개발 및 출시하는 한편, 기존 음료에 대한 꾸준한 수요를 반영하여 탄산, 카페인 음료 시장의 축소를 최대한 지연시키려는 투 트랙 전략을 채택¹³⁾
- 소비자의 건강에 대한 인식 확산으로 인해, 2017년에 미국 역사상 처음으로 1인당 생수 소비량이 1인당 탄산음료 소비량을 넘어섬¹⁴⁾
- 프리미엄 음료 제품에 대한 관심이 확대되고 있으며, 가격이 저렴한 생수의 인기 상승을 일정 부분 상쇄하고 있음

□ 다이어트 소다류의 매출 부진과 대조적으로 생수 및 과일향 생수, RTD 차, 콤부차의 인기 상승세

- 설탕세(Sugar Tax) 도입에 따라, 시카고, 필라델피아 등 주요 도시들이 가당 음료수에 높은 세금을 부과했으며, 그 외 도시에서도 탄산이 첨가된 다이어트 소다류 매출이 부진
- 탄산음료에 대한 대용 음료로 생수 또는 극히 적은 향을 첨가한 생수를 선호
- 과일향이 첨가된 La Croix 제품 및 유사제품, RTD(Ready-to-drink) 차, 콤부차와 같은 음료가 많은 인기를 끌고 있음

□ 각성 효과가 있는 에너지 드링크, RTD 커피 판매의 긍정적 성과

- 소비자의 다양한 니즈에 따른 음료 시장의 변화에 맞서, 미국 음료 기업은 각성 효과가 있는 에너지 드링크, 설탕을 첨가한 RTD 커피 등을 소비자에게 어필하고 있어, 당분간 가당 음료에 대한 수요는 유지될 것으로 전망

□ 음료 시장 변화에 대응하여 미국의 대표 음료 브랜드들도 다양한 시도 중

- 코카콜라는 시장점유율 하락을 겪었으나, 주스류, RTD 커피, RTD 차 분야에서 일정 부분 성과를 거두어 이를 상쇄
- 펍시는 유니레버와 협업으로 Pure Leaf 브랜드의 프리미엄 제품인 Tea House를 출시하는 등 적극적으로 건강 음료 마케팅을 추진 중¹⁵⁾

13) 윤선용, ‘美, 음료시장 ‘건강’ 트렌드 소비 양극화, 식품외식경제, 2018.4.30. 09:27 (www.foodbank.co.kr)

14) 2000년 기준 1인당 생수와 탄산음료 소비량은 각각 약 17갤런과 약 52갤런이었던 반면, 2017년에는 각각 약 42갤런과 약 37.5갤런으로, 생수 소비량이 탄산음료 소비량을 넘어선 것은 미국 역사상 처음인 것으로 조사됨
자료: Beverage Marketing Corp

15) 「SOFT DRINKS IN THE USA」, Euromonitor International, 2018.2.

2. 차(茶) 시장 트렌드

□ 구매 패턴이 천연티, 스페셜티티, 웰니스티로 전환되는 추세

- 차(茶)의 건강상 이점에 대한 인식 확대로, 최근 5년간(2013-2017년) 핫티 매출이 15% 이상 증가
- 천연티 매출이 2017년에 전년 대비 6% 증가하는 등 인기 상승
- 웰니스티, 루즈 그린티, 백차는 티백차 및 박스차 부문에서 괄목할 만한 성장을 기록
 - 2017년 루즈 그린티와 백차 매출이 티백차 및 박스차 부문에서 33.3% 이상 성장한 반면, 웰니스티 판매는 5.8% 성장에 그침

□ RTD 차(茶), 견고한 성장세를 지속하여 2017년에 전년 대비 4% 성장

- 2017년 18억 갤런 이상을 소비한 것으로 추정됨
- 캔 및 병제품인 RTD 차(茶) 제품의 시장점유율은 50%를 약간 밑도는 수준으로, 향후 5년간(2018-2022년) 30-35% 가량 더욱 성장할 것으로 전망됨(연평균 성장률 4-6% 예상)

□ 티백차 시장의 정체와 대조적으로, 병차 부문 중 콤포지트의 성장이 두드러짐

- 주요 대형 유통채널의 병 음료 냉장 판매대에는 각종 브랜드와 다양한 맛의 콤포지트를 쉽게 접할 수 있음
- 최근 몇 년 동안 영양제 시장에서 면역력과 음식 소화에 도움이 되는 활산균(probiotics)이 큰 인기를 끌고 있었는데, 콤포지트에는 이 활산균이 많이 함유되어 있는 것으로 알려짐
- 할리우드 스타들이 SNS에 콤포지트를 언급하면서 더욱 인기를 끌었으며, 크래프트 비어 처럼 콤포지트를 생산해 파는 창업가들도 점차 증가하는 추세
- 홀푸드마켓(Whole Foods Market) 내 콤포지트 탭 바(bar)에서 리필 서비스를 제공 중¹⁶⁾

16) 자료: 현지조사원

3. 건조과일차 시장 동향

□ 건조과일 침출차, 지역 협동조합 및 온라인 유통채널에서만 유통

- 현지조사원에 따르면, 오프라인 유통채널에서는 건조과일 침출차 제품을 찾아보기 어려웠음
- 온라인 조사 결과, 미국산 1개 제품과 한국산 1개 제품 만이 Amazon.com을 통해 유통되고 있는 것을 확인함
- 미국산 1개 제품의 경우, 설립된 지 얼마 안 된 Vocé Tea라는 기업에서 9종의 건조과일 침출차를 11개 제품 형태로, 지역 협동조합인 Boise Co-op 매장과 Amazon.com에서 판매 중을 확인함
 - 동 미국 기업은 천연 유기농 원료만을 사용하여 제조 중이었으며, 당뇨병 환자인 아들을 고려하여 만들었으므로, 無설탕, 無첨가물, 無색소, 無방부제, 無카페인 제품임을 강조
 - 또한, 티백의 재질을 생분해 재료인 옥수수 섬유 메쉬 티백으로 제작하여, 친환경적인 면도 고려하였음을 강조하고 있음
- 한국산 1개 제품의 경우, 제주감귤과 당근을 슬라이스로 절단하여 파우치에 넣어 판매하는 제품으로 Amazon.com에서 고가에 판매 중

□ 현지 소비자 인터뷰에서는 일반 과일차에 대한 부정적인 응답이 대다수였으며, 이는 유로모니터 자료에서의 과일차 및 허브차에 대한 최근 매출 증가세와는 대조적

- 5명의 소비자 인터뷰에 따르면, 일반 과일차는 향만 가미했을 뿐 건강에도 그다지 도움이 안 된다는 인식이 대다수로 구매 의향이 거의 없었으며, 건조과일차 신제품에 대해서도 관심이 없었음
- 유통 담당자와의 인터뷰에 따르면, 일반 과일차는 주로 젊은 층, 그 중에서도 여성이 더 많이 구매하는 것으로 조사됨
- 한편, 유로모니터에 따르면, 과일차 및 허브차의 매출액이 최근 5년간(2013-2017년) 꾸준한 증가세를 보여 왔으므로, 5명의 소비자 의견이 다수의 의견을 대변한다고 볼 수 없다고 여겨지며 참고로만 활용하는 것이 권장됨
 - 유로모니터에 따르면, 티바나(Teavana)가 과일차 및 허브차 부문에서 선두 브랜드 자리를 지키고 있으며, 요기(Yogi) 역시 과일차 및 허브차의 기능성 강조에 힘입어 2017년 매출이 증가한 것으로 조사됨

[현지 소비자 인터뷰 (한국인 1명, 미국인 4명)]

구분	소비자 1	소비자 2
소비자 정보	국적: 한국인 나이: 40대 성별: 여성 직업: 가정주부 인터뷰 장소: H 마트 매장	국적: 미국인(백인) 나이: 50대 성별: 여성 직업: 주얼리 부티크 점장 인터뷰 장소: Whole Foods 매장
1. 차류 구매 빈도	항상 마시므로, 필요할 때마다 구매	매달 1-2회 구매
2. 주로 구매하는 차 종류	옥수수차	녹차, 디톡스차, 에르바 마떼
3. 차류 구매 시 고려 사항	가격, 세일하는 제품 선호	유기농 제품을 선호, 가격과 맛도 고려함
4. 건조과일 차 구매 여부	구매 경험 없음	과일차가 아니라 과일조미료 차로 여겨져 구매하지 않음
5. 한국산 건조과일 차 판매 시 구매 의향	없음. 스타벅스의 시원한 과일차는 좋아하는 편임. 미국산 과일차 맛이 더 좋아 한국산 건조과일 차를 구매할 의향은 없음	없음. 과일차 자체에 관심이 별로 없음. 제대로 된 과일차는 비싸고, 시장에서도 찾기 쉽지 않음
구분	소비자 3	소비자 4
소비자 정보	국적: 미국인(백인) 나이: 30대 성별: 남성 직업: 회사원 인터뷰 장소: Vons 매장	국적: 미국인(히스패닉) 나이: 40대 성별: 여성 직업: 대학교수 인터뷰 장소: Target 매장
1. 차류 구매 빈도	아내가 항상 마셔서 자주 구매	매달 필요한 만큼 구매
2. 주로 구매하는 차 종류	홍차, 콤부차	에르바 마떼, 녹차
3. 차류 구매 시 고려 사항	가격과 브랜드, 세일하는 제품 선호	에르바 마떼는 특정 제품만 사고, 녹차는 저렴한 제품을 구매
4. 건조과일 차 구매 여부	구매 경험 없음. 시원한 과일차는 마셔본 적 있으나, 따뜻한 과일차는 마셔본 적 없음. 아내가 마시는 것을 본 적 있음.	구매 경험 없음. 몇 번 마셔본 적은 있지만, 뜨거운 과일차는 맛이 없었음. 시원한 과일차는 괜찮은 편이지만, 주스를 사는 편이 낫다고 생각함.
5. 한국산 건조과일 차 판매 시 구매 의향	없음. 과일차에 대한 관심이 별로 없음.	없음. 과일차에 대한 관심이 별로 없음.

구분	소비자 5
소비자 정보	국적: 미국인(히스패닉) 나이: 20대 성별: 여성 직업: 학생 인터뷰 장소: Ralphs 매장
1. 차류 구매 빈도	자주 마시므로, 자주 구매
2. 주로 구매하는 차 종류	홍차, 녹차, 백차. 크게 가리지 않고 그때그때 마시고 싶은 차를 구매.
3. 차류 구매 시 고려 사항	맛, 적당한 가격
4. 건조과일 차 구매 여부	구매 경험 없음. 싱겁고 몸에 좋다고 생각하지 않음.
5. 한국산 건조과일 차 판매 시 구매 의향	잘 모르겠음

[유통업체 담당자 인터뷰 (유기농 매장 직원)]

구분	유통업체 담당자
담당자 정보	국적: 미국인 나이: 30대 성별: 남성 직업: 매니저 인터뷰 장소: A 유기농 매장
1. 차류 매출 규모	공개 불가
2. 인기 제품	에르바 마떼 제품이 특히 잘 판매되고, 콤부차(병차)도 꾸준히 인기
3. 주 고객층	20대부터 60대까지 다양하며, 여성 고객의 비율이 조금 더 높음
4. 차류 판매/고객 구입 시 고려 사항	유기농 제품에 대한 선호도가 높은 편임. 가격은 항상 민감한 부분이지만, 우리 매장은 좋은 제품을 취급하므로, 가격이 상대적으로 좀 더 높은 편
5. 과일차 매출 규모	녹차나 홍차에 비해 현저하게 낮은 편
6. 과일차 고객층	과일차는 젊은 층에게 주로 판매되며, 여성 고객의 비율이 더욱 높음
7. 과일차 판매/고객 구입 시 고려 사항	유기농 제품, 좋은 재료



Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생요건

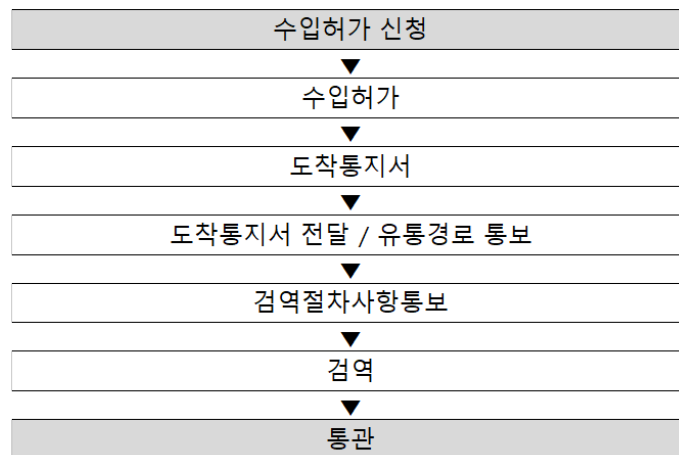
통관 및 검역 개요

❖ 미국 식품 수입 프로세스

• 미국으로 식품을 수출하기 위해서는 다음의 수출입 프로세스를 이행해야 함

번호	프로세스	주요내용	체크사항
1	수입신고 전 준비	- 사전통보 - 라이선스	- 자동무역 유통 시스템 (Automated Commercial Environment, ACE)
2	수입신고	- 수입 신고 - 증빙서류 제출	- 적하목록 - 물품신고서 - 상업송장 - 선하증권/항공화물운송장 - 기타 구비서류 등
3	통관 심사 (검역)	- 통관심사 - 증빙서류 제출	- 테일게이트 검역 - 이동 검역 - 밀매 검역 - 농산물 검역
4	관세 납부	- 세관 보증서 - 납세 신고서 - 통관 관련 서류 - 관세 관련 서류	- 일회성 보증서 - 연속성 보증서
5	물품검사 및 반출	- 물품 검사(대상 물품) - 물품 반출	

❖ 검역 절차



자료: 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)

관세 및 세금 개요

❖ 미국 HS CODE 2106.90.9898의 협정세율¹⁷⁾

HS CODE	품명	구분	기본세율	협정세율
2106.90.9898	기타	한-미 FTA	6.4%	Free

❖ 미국 주요 주별 판매세(Sales Tax) 정보

미국은 부가가치세가 아닌 판매세 제도를 채택하고 있으며, 각 주마다 판매세율이 상이함. 또한, 식료품의 경우 면세인 지역도 있으므로 수출 시 미국 세정관리자 연합회 사이트(<https://www.taxadmin.org/current-tax-rates>)에서 확인 필요

주 이름	판매세	주 이름	판매세
캘리포니아	식료품 면세	델라웨어	전제품 면세
뉴저지	식료품 면세	오레곤	전제품 면세

❖ 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, 원산지 기준 확인 가능
- 3) 미국의 경우 해당 HS CODE에 대한 관세율은 미국 관세청(www.cbp.gov) 혹은 종합관세스케줄 (Harmonized Tariff Schedule, HTSUS)을 통해 조회 가능

분류	기관 사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	통합무역정보서비스	www.tradenavi.or.kr
	미국 관세청	www.cbp.gov
	종합관세스케줄	rulings.cbp.gov

¹⁷⁾ 자료: 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)

1. 통관 및 검역

1) 통관 절차 전 수행 업무¹⁸⁾

□ 식품시설 등록

- 미국에 식품을 수출하기 위해서는 C-TPAT¹⁹⁾ 및 ‘도착 전 선적 정보 송부’ 등과 같은 내용들을 반드시 숙지해야 하며, 특히 사전에 식품 시설 등록(Facility Registration)이 반드시 필요함
- 바이오 테러리즘 법(The Bioterrorism Act)에 의거해 미국에서 인간과 동물이 섭취하는 식품을 제조, 처리, 포장, 보관하는 미국 내외 시설은 FDA에 등록되어야 하며, 등록하지 않은 외국 시설의 식품이 수입되면 시설이 등록될 때까지 제품이 입국항에 억류되거나 FDA 지시 하에 제3의 장소로 옮겨지게 되며, 식품안전현대화법(FSMA)에 따라 FDA에 등록했던 식품 시설은 2년마다 등록을 갱신해야 함

□ 적하목록 사전 제출(24 Hour Rule)²⁰⁾

- 9·11 테러발생 이후 공급망의 보안강화를 위하여 미국이 처음으로 도입한 제도로써 운송업자는 전자적 방법(AMS; Automated Manifest System)을 통하여 화물이 미국에 도착하기 전, 적하목록을 세관국경보호국(CBP)에 미리 제출하여야 함
- 제공되는 정보로는 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)가 있음
- 적하목록을 사전에 제출하지 않으면 양하 금지 조치가 내려지게 되며 최초의 위반에 대해서는 벌금 5,000달러, 그 이후의 위반에 대해서는 벌금 1만 달러가 부과됨

18) 자료: 무역협회(KITA) (www.kita.net)

19) C-TPAT: Customs-Trade Partnership Against Terrorism의 약자로 미국 관세청에서 운영하는 대테러방지 무역파트너십 프로그램임

20) 자료: TRADENAVI(<http://www.tradenavi.or.kr/CmsWeb/viewPage.req?idx=PG0000001825&natnCd=US>)

2) 통관 및 검역 절차

- 미국은 금액이 2,500달러 이상이거나, 수입허가 규제품목, 국가의 세입 보호 대상 품목과 세관 행정업무 수행상 필요할 때의 모든 수입화물에 대해서는 정식통관(Formal Entry)을 통과해야 함
- 물품신고 및 납세신고는 모두 자동무역 유통 시스템(Automated Commercial Environment)²¹⁾을 통해 전자적 방법으로 제출 가능
 - 모든 무역 과정이 자동무역 유통시스템을 통해 전산화되기 때문에 ‘싱글 윈도우(Single Window)’라고도 불리며, 관계 당국과 통관 브로커는 물론이고 수입업자까지도 통관 현황을 확인할 수 있음

□ 수입 신고 전 준비

- 미 식약청(Food and Drug Administration, FDA)은 세관과 협력하여 2003년 12월 12일부터 수입식품의 사전 통보를 의무화함
 - 수입식품이 미국에 도착하기 전, 수입식품의 사전통보자료를 직접 제출받아서 분석 평가할 시간을 확보하고 검사에 집중하며 오염식품의 유입을 차단하기 위한 목적
 - 육류와 가금류를 제외한 거의 모든 국내산 및 수입산 식음료 제품을 관할하는 미 식약청은 연방 식품의약품화장품법(FD&C Act)에 근거해 독성 및 유해물질 포함, 유해한 식품 첨가제 포함, 또는 오염 또는 유해한 환경에서 식품이 가공포장보관 되는 것을 규제하기 위해서 사전 통보를 지정
- 수입업자가 사전에 고지한 수입 서류 및 통관 당국(DBP)의 입국장 문서 검토 내용이 식약청의 데이터베이스 OASIS(Operational and Administration System for Import Support)에 입력되면 이를 통해 식약청 검역관이 선적물의 위험도를 판단하고 세부 검사 여부를 결정
 - 모니터링을 통한 위반사항이 적발되면 재표기, 재처리 등의 시정조치, 입국거부, 압류 또는 폐기 등의 조치를 취할 수 있고 과거 기록이나 추정 등을 통해 ‘물리적 검사 없는 억류(Detention without Physical Examination)’가 가능

21) 수기로 진행하던 수출입 절차를 전산화함으로써 종이 서류를 없애고 통관절차를 쉽고 빠르게 처리하는 시스템

□ 수입신고

- 수입신고는 미국 통관항에 선박이 도착한 날로부터 15일 이내에 수입물품의 화주 및 그 대리인이 함
 - 미국 통관항 도착 후 15일 이내에 신고 및 서류가 제출되지 아니하는 때에는 미국 관세국경보호청 관리 하의 창고에 보관
- 사전 수입신고 제도가 있으며 신청방법은 해상로와 항공로 이동방식에 따라 상이함
 - 해상: 본선이 미국 통관항에 도착하기 5일 전 이후부터 가능
 - 항공: AMS를 통하여 적하목록을 사전 제출한 이후부터 가능
- 서명 신청서를 세관에 제출하거나 통관자동화시스템(Automated Manifest System, AMS) 혹은 관세사전용인터페이스(Automated Broker Interface, ABI)를 통해 전송하는 두 가지 방식이 있음

표 3.1 수입신고 서류

제출서류	- 적하목록(CBP form 7533)
	- 물품신고서(CBP form 3461)
	- 통관할 수 있는 권리의 증명서
	- 상업송장(Commercial Invoice) * 제출 불가능한 경우 견적송장(Pro forma Invoice)
	- 포장명세서(Packing List)
	- 기타 물품반출 허가를 위하여 세관장이 요구하는 서류

□ 통관 심사

- 신고된 물품 중 미국관세청의 자동타겟시스템(Autmated Targeting System, ATS)²²⁾를 통해 고위험군으로 판정되는 화물 또는 식품안전법과 같은 법적 규제에 의하여 검사가 요구되는 화물을 선별하여 실물검사 또는 서류검사 실시

표 3.2 통관심사 항목

제출서류	- 관세 목적의 물품 가액과 관세를 부과할 수 있는 상태인지 여부
	- 물품에 원산지 또는 요구되는 화인 또는 라벨이 표시되어 있는지 여부와 적절한 방식으로 표시되었는지 여부
	- 화물에 수입금지된 물품이 포함되었는지 여부
	- 물품이 정확하게 송장에 기입되었는지 여부
	- 물품이 송장상의 수량을 초과하는지 또는 부족분이 있는지 여부
	- 화물에 불법적인 마약물질이 포함되어 있는지 여부

22) 우리나라 선사가 미국 관세청으로 선적 24시간 전에 전자적으로 제출하는 선적 정보를 토대로 미국 적하목록 선별 시스템

- 통관심사를 위한 검역 방식은 테일게이트 검역(Tail Gate Exam), 이동 검역(Mobile Exam, ME), 밀매 검역(Contraband Exam, CE), 농산물 검역(Agriculture Exam, AE)으로 분류됨
 - 가장 일반적인 방식은 테일게이트 검역(Tail Gate Exam)으로 세관에서 아이템별로 샘플을 채취하여 검사
 - 이동 검역(Mobile Exam, ME)은 검사 해당 화물의 전량을 모두 하역해 놓고 선적 서류와 대조해 보는 방법
 - 밀매 검역(Contraband Exam, CE)은 수입 금지품이나 밀수품 전담반이 특별한 목적을 갖고 검사하는 가장 세밀한 검사방법
 - 농산물 검역(Agriculture Exam, AE)은 농산물 수입검역 전담반이 검역을 담당하고 때로는 농산물이 아닌 화물도 검사

표 3.3 검역 절차

순서	내용
1	수입허가증신청(수입상 → 농무부 식품안전검사국)
2	수입허가(농무부 식품안전검사국 → 수입상)
3	도착통지서(수입상 → 부두/공항검역소(CBP))
4	도착통지서 전달/유통경로 통보(부두/공항검역소(CBP) → 식품안전검사국)
5	검역절차사항통보(부두/공항검역소(CBP) → 수입상)
6	검역(CBP 농산물 서비스)
7	통관(CBP)

□ 관세 납부

- 관세는 지정된 세관 보세구역에 물품이 반입된 날로부터 영업일 기준 10일 이내에 납부해야 하며 관세사전용인터페이스(Automated Broker Interface, ABI)를 통해 전자적 방법으로 제출 가능
 - 수입자가 물품신고와 납세신고에 필요한 정보를 기재한 상업송장을 관세사 등에 전달하면 관세청 전자통관시스템을 통해 미국관세청에 해당 데이터가 송신
 - 기존 통관자동화시스템(Automated Manifest System)과 관세사 전용인터페이스(Automated Broker Interface, ABI)를 대체하는 새로운 시스템인 자동무역 유통 시스템(Automated Commercial Environment)이 도입됨
- 관세 납부 절차에 필요한 관련서류는 1) 납세신고서, 2) 물품 반출 후 수입자에게

반송된 통관 관련 서류, 3) 상업송장과 같은 관세 책정에 필요한 모든 서류(송장, 반출신고서, 포장명세서 등)가 필요

- 수입자는 통관 시에 부과될 모든 관세와 조세 및 각종 비용의 납부를 담보하기 위하여 세관에 보증서(Bonds)를 제공할 의무가 있음
 - 일회성 보증서(Single Bonds): 한 번의 물품신고에 대하여 제공되는 보증
 - 연속성 보증서(Continuous Bonds): 수입 횟수에 관계 없이 유효기간 1년 내의 수입 건에 대하여 포괄적으로 제공하는 보증

□ 물품반출 및 사후심사

- 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

2) 관세율

- 미국의 관세율은 미국 국제무역위원회(USITC, United States International Commission)가 세번 코드인 HS 코드를 기준으로 부과하고 있음
- 건조과일(허브혼합)은 관세율표상 제2106호의 용어에서 ‘(14) 서로 다른 종의 식물이나 부분(종자나 과실 포함)의 혼합물로 구성되어 있거나, 단일이나 서로 다른 종의 식물이나 식물의 부분(종자나 과실 포함)에 한 가지 종류 이상의 식물성 추출물과 같은 그 밖의 물질을 혼합한 것으로 구성되어 있는 물품. 이러한 물품은 그대로 소비되는 것이 아니라 식물성 침출액이나 식물성 차[예: 완하(緩下: laxative)·통편(通便: purgative)·이뇨(利尿: diuretic)·구풍(驅風: carminative) 기능을 하는 것들]나 병의 회복이나 일반적인 건강과 안녕에 기여되는 물품 등의 제조용에 사용하는 종류의 것이다. 이 호에는 특정한 질병에 대하여 특효가 있는 활성 성분을 포함한 치료용이나 예방용의 침출액의 제품을 포함하지 않는다(제3003호나 제3004호).’라고 규정
- 해당물품은 제8류 건조과실과 제9류 차류의 혼합물이므로 제2106호로 분류함
- 한국과 미국의 경우 해당물품에 대한 특계된 세번이 존재하지 않으므로 기타 세번인

제2106.90.9090호(한국), 제 2106.90.9898호(미국)으로 분류함

- 미국의 제2106.90.9898호의 기본세율은 6.4%이고, 한-미 FTA협정세율은 0%임
- 따라서, 원산지 결정기준 및 직접운송원칙 충족 시 FTA특혜원산지 증명서를 발급 받아 협정세율을 적용받는 것이 유리함

표 3.4 미국 HS CODE 2106.90.9898의 협정세율²³⁾

HS CODE	품명	구 분	기본세율	협정세율
2106.90.9898	기타	한-미 FTA	6.4%	Free

3) 한-미 FTA 원산지 정보

□ 원산지증명서²⁴⁾

- 한-미 자유무역협정(이하 ‘한-미FTA’라 함)이 2012.03.15.부로 발효되면서 FTA 협정 품목에 해당하고 원산지 결정기준을 충족하는 경우 FTA 원산지증명서를 신청 발급 하여 특혜세율 적용이 가능함
 - 다만, 특혜관세를 적용받기 위해선 수입신고 수리 시까지 당국 세관에 제출하여야 하며, 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 적용할 수 있음
- 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

□ 원산지증명서 발급

- 한-미 FTA의 원산지 증명방식은 자율발급 방식을 채택하고 있어 관세청이 제공하는 권고서식을 활용하는 것을 권장

23) 자료: 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)

24) 자료: 한-미 FTA 협정문

표 3.5 한-미 FTA 원산지증명서 발급 절차

구분	내용	비고
작성자	수출자, 생산자, 수입자	한-미 FTA는 자율발급 대상임
언어	한글 또는 영문	수입당사국 세관당국은 수입자에게 수입당국 언어로 된 증명서 번역본 제출을 요구할 수 있음
양식	- 원산지 증명서식에 따라 작성된 서류 - 작성자·수입자·수출자의 성명·주소·전화번호, 해당물품의 원산지 증명정보와 품목번호 등 기재된 서류	
서명	서명할 자가 지정되어야 하며 자가 서명 발급	
사용 횟수	당사국 영역으로의 단일 선적	서면 또는 전자 증명에 명시된 기간으로서 증명일 부터 12개월 초과하지 않은 기간 이내 동일 상품의 복수 선적
유효기간	발급일로부터 4년	

□ 원산지결정기준(PSR)

- 수출기업이 수출물품에 대해 한-미 FTA 원산지증명서를 발급받기 위해서는 다음의 원산지결정기준을 반드시 충족하여야 함

표 3.6 2106.90.9898의 원산지결정기준

HS CODE	PSR 설명
2106	<ol style="list-style-type: none"> 제2106.90호의 비타민 또는 무기질로 강화된 단일 과실 또는 채소의 농축 주스: 다른 류에 해당하는 재료(제0805호, 제2009호 및 제2202.90호의 것은 제외한다)로부터 생산된 것 제2106.90호의 비타민 또는 무기질로 강화된 혼합주스: 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것으로 한정한다. <ul style="list-style-type: none"> 가. 다른 류에 해당하는 재료(제0805호 및 제2009호의 것 및 제2202.90호의 혼합주스는 제외한다)로부터 생산된 것 나. 제21류 내의 다른 소호와 제2009호에 해당하는 재료, 제2202.90호의 혼합주스 또는 다른 류에 해당하는 재료로부터 생산된 것. 다만, 단일 과실·채소 주스 또는 단일 비당사국의 여러가지 주스 성분이 원액(single strength)상태로 그 물품의 전용량의 60% 이하인 것으로 한정한다. 제2106.90호의 알코올성 합성조제품: 다른 소호에 해당하는 재료(제2203호 부터 제2209호까지의 것은 제외한다)에서 생산된 것 제2106.90호의 당시럽: 다른 류에 해당하는 재료(제17류의 것은 제외한다)로부터 생산된 것

	<p>5. 제2106.90호의 것으로 우유 고형분의 함유량이 전체 중량의 10%를 초과하는 것: 다른 류에 해당하는 재료(제4류의 것 및 우유 고형분의 함유량이 전체 중량의 10%를 초과하는 제1901.90호의 낙농 조제품은 제외한다)로부터 생산된 것</p> <p>6. 제2106.90호의 젤라틴으로 포장한 과실로 과실의 함유량이 전체 중량의 20%를 초과하는 것: 다른 류에 해당하는 재료(제20류의 것은 제외한다)로부터 생산된 것</p> <p>7. 제2106.90호의 인삼 조제품: 다른 호에 해당하는 재료(제1211.20호 및 제1302.19호의 것은 제외한다)로부터 생산된 것</p> <p>8. 기타: 다른 류에 해당하는 재료로부터 생산된 것</p>
--	--

□ 직접운송원칙


- 가. 협정관세의 적용을 받고자 하는 원산지 제품은 당사국 간 직접 운송되어야 함
- 나. 제품이 하나 이상의 비당사국을 경유하여 운송되더라도, 다음을 조건으로 직접 운송된 것으로 간주
 - 지리적 이유 또는 전적으로 운송 상의 이유일 것
 - 비당사국에서 거래 또는 소비되지 아니할 것
 - 제품이 하역, 운송 상의 이유로 한 화물의 분리, 재 선적 또는 그 제품을 양호한 상태로 보존하기 위하여 필요한 그 밖의 모든 공정 외에 비당사국에서 그 밖의 어떠한 공정도 거치지 아니할 것
- 제품이 비당사국에서 일시 보관되는 경우, 그 제품은 보관되는 동안 비당사국 세관 당국의 통제 하에 머물러 있어야 하며, 제품의 반입일로부터 3개월을 초과할 수 없고, 불가항력의 상황이 발생하는 경우 6개월을 초과할 수 없음

2. 인증정보

- 미국에서는 산업별로 생산자 적합성 선언(자체 인증으로 제조제품이 기 수립된 안전이나 품질 등에 관한 기준을 충족했다는 자체선언)이나 산업협회별 자발인증제도가 보편적으로 활용되며, 정부 차원의 강제 인증은 드물게 사용
- 미 정부는 제품이 강제 준수 요건을 충족하지 못했을 경우 생산자나 공급자 및 유통업체에 제재 조치를 취하며, 산업별 협회의 자발적 인증 활동이 효과적이지 않거나 적합하지 않다고 판단할 시에만 제품의 강제 요건 준수 판정에 직접 관여함
- 미 의회는 국가적인 차원에서 규제가 필요하다고 판단 시, 특정연방기관에 일정 권한을 부여하는 법안을 통과, 당해 연방기관이 공공 의견 수렴과정을 거쳐 일련의 규정을 제정하도록 하는데, 동 규정과 함께 인증 제도도 도입되는 것이 보편적
- 따라서 강제적 성격의 인증제도는 아니나 제품의 안정성과 신뢰성을 제고하기 위해 식품안전관리인증기준 혹은 식품안전경영시스템과 같은 인증을 취득할 것을 권장함

□ 식품안전관리인증기준(HACCP)²⁵⁾

표 3.7 식품안전관리기준 인증 개요


인증/검사명	HACCP	
발행/검사기관	식품의약품안전처	
성격	권장	
인증 설명	식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 함	
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	
인증절차	<ol style="list-style-type: none"> 1) HACCP 시스템수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성 2) 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산공정 흐름도를 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)을 파악 5) 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정 6) 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선조치 	

25) Hazard Analysis and Critical Control Point

□ 식품안전경영시스템(ISO22000)²⁶⁾

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

표 3.8 식품안전경영시스템 인증 개요

인증/검사명	ISO 22000	
발행/검사기관	한국품질보증원, AFAQ EAQA Korea	
성격	권장	
인증 설명	식품안전을 보장하기 위해 식품위해요소를 사전 예방 관리하는 자율적인 식품 안전관리 시스템. 고객 만족을 위해 식품안전경영시스템 수립 및 운영할 수 있는 국제적인 인증	
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> - 심사 신청서 - 사업자등록증 	
비용	신청비 60만 원(심사비는 산정 기준에 따라 상이)	
소요기간	심사 단계별 소요시간에 따라 인증 심사일수 상이하나 2주 정도 소요	
유효기간	3년	
인증절차	<ol style="list-style-type: none"> 1) 등록 신청서 작성 2) 인증 심사 1단계 <ul style="list-style-type: none"> - 경영시스템 매뉴얼이 ISO 22000을 준수하는지 확인 - 수행상태 및 인증범위 확인 - 시정조치 계획에 동의하는 보고서 발행 3) 인증 심사 2단계 <ul style="list-style-type: none"> - 생산방법, 관리, PRP 등 인증범위 내 프로세스 활동에 대한 샘플 심사 - 시스템 규격의 준수 정도 문서화 - HACCP 계획 및 절차서, 직원 능력 및 지식 테스트 4) 한글 및 영문 인증서 발행 5) 사후 심사관리 정기적으로 실시 	

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

□ USDA 유기농 인증(USDA Organic)

- 한국 사업자의 경우, 유기농 원료 95% 이상으로 가공식품을 만들고 정부로부터 유기농 인증을 받으면, 한·미 유기농식품 상호동등성 인정 협정을 통해 USDA 유기농 인증마크 부착 후 수출 가능

표 3.9 USDA 유기농 인증 개요


인증/검사명	USDA 유기농 인증	
발행/검사기관	미국 농무성(United States Department of Agriculture, USDA)가 인정하는 인증기관 - 유기농 인증은 미국 농무부 공인 인증기관을 통해 진행되며 약 80개의 기관이 인증업무와 사후관리를 담당 - USDA 지정 인증기관 조회: https://www.ams.usda.gov/services/organic-certification	
성격	선택	
인증 설명	- 미국 USDA 유기농 정의 유기농이란, 재배기간 중 8년간 합성비료, 방사선처리, 합성농약을 사용하지 않고 농산물의 농사방법과 가공방법 등을 규정. 또한 물과 소금을 제외한 전체 성분의 95-100%가 유기농 성분이어야 함 - USDA는 미국 내에서 생산되고 판매되는 식품들의 재배 및 경작을 관할하며 미 농무부 내에 NOP Program(National Organic Program)으로 유기농농산물과 가공식품에 대한 인증을 책임지고 있음 - 검정색 라벨: 100% 유기농 성분인 제품 - 유기농법만 사용하고 유기농 재료만을 포함한 제품은 100% 유기농 제품으로 인정받아 USDA 마크뿐만 아니라 100% Organic 글귀 사용 가능 - 녹색 라벨: 95% 이상 유기농 성분인 제품 - 최소 95% 이상의 성분이 유기농인 제품. USDA의 유기농 인증표시와 인증마크 사용 가능	

표 3.10 한·미 유기농식품 상호동등성 인정 협정 개요

협정명	한·미 유기농식품 상호동등성 인정 협정
발효일	2014년 7월 1일
법적 근거	친환경농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률 제25조 유기식품에 대한 인증을 시행하는 외국정부가 우리나라와 같은 수준의 원칙과 기준을 적용하여 동등하거나 그 이상의 인증 제도를 운영하고 있는 경우, 동등성 인정 가능(상호주의 원칙 적용)
내용	- 한·미 양국이 상대국의 유기농식품 인증을 서로 인정해 주기 위해 맺은 협정 - 협정에 따라, 한국 사업자는 유기농 원료 95% 이상으로 가공식품을 만들고 정부로부터 유기농 인증을 받으면 미국 농무부(USDA)의 유기농 인증 로고를 부착하여 수출 가능

3. 라벨링

라벨링 정보 개요

❖ 판매 중인 건조과일 침출차 라벨링 예시



(앞면)



(옆·뒷면)

(앞면)

- ▶ 제품명
- ▶ 제조사
- ▶ 중량

(뒷면)

- ▶ 영양성분
- ▶ 원료
- ▶ 제조사 정보

자료: 현지조사원

❖ 미국 가공식품 라벨링 의무 표기사항 (영양표시 및 교육에 관한 법, Nutrition Labeling and Education Act)

항목	설명
제품명	- 패키지의 주요 면에 표기함 - 활자 크기는 라벨에 사용된 가장 큰 활자의 절반 크기 이상
제조사	- 제조사명과 주소
수입사	- 수입자명과 주소
중량	- 주요 면 하단에 위치하며, 미국 단위와 미터법 단위로 표기 - 1회 제공량 별도 표기
영양성분	- 중량 기준으로 내림차순 정렬 - 제조자와 수입자 정보와 동일한 면에 기재
알러지 정보	- 알러지 유발 성분이 함유된 식품 원료로 제조된 식품의 경우 알러지 정보 표기

자료: 미국 식약청(www.fda.gov)

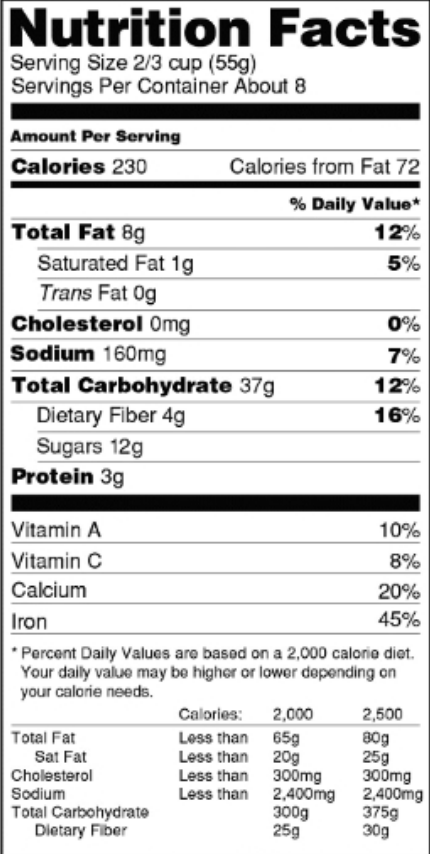

□ 라벨링 관련 법적 근거

- 미국의 식약청(Food and Drug Administration)은 미국에서 판매되는 모든 식품의 안전, 건강 및 적절한 라벨링 표기 방식을 규정하고 있음
- 미국식약청의 주관 하에 ‘Labeling Act’ 연방법이 시행되고 있으며 제조자와 수입자에게 적절한 라벨링 표기법에 대한 정보를 제공하고 있음
 - ‘A Food Labeling Guide’는 라벨링 표기에 대한 매우 세부적인 내용까지 체계를 마련한 안내서로 라벨링의 정의를 영양성분정보와 영양정보에 국한한 것이 아닌 전체 패키징 관련 정보 표기법으로 범위를 확장해 해석하고 있음(가장 최근 개정 시기는 2013년)
- 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 법적 규제안은 연방공보(Federal Register)에서 실효일 전에 발표하고 매년 Title 21 of the CODE of Federal Regulations(CFR)에 반영됨

□ 신규 라벨링 규정

- 미국 식약청은 2016년 5월 1일 영양 및 성분분석과 제공량(Nutrition Facts and Supplement Facts Label and Serving Size) 라벨링의 세부규정을 최종결정했으며 시행일과 차등적용 대상에 대한 논의를 마침
- FDA는 신규로 제정된 영양 및 성분분석과 제공량에 관한 라벨링 표기법의 시행 기간을 2018년 7월 26일부터 2020년 1월 1일까지로 정함
 - 기업의 매출액 기준으로 규제 대상 범위를 확대해갈 방침으로 연매출액 천만 달러 미만의 기업인 경우 신규 라벨링법을 1년 정도 지연하여 준수하도록 기간 조정. 따라서, 종료 시점은 2021년 1월 1일까지임
- 신규 라벨링은 다이어트, 만성질환-비만, 심장질환과 같은 의학적 정보를 보다 효과적으로 제공하는데 주력했으며 가독성 있고 직관적으로 정보를 표기하여 소비자의 편의성을 높임
 - 기존 라벨링과 비교하여 수정된 내용은 1) 1회 제공량 정보 확대, 2) 칼로리 정보 확대, 3) 1일 영양섭취량 기준 갱신, 4) 당량(sugar)과 가당(added sugar)을 별도 표기, 5) 영양성분의 실제함유량 추가, 6) 일일권장 섭취량과 칼로리에 대한 설명 각주 방식으로 추가 등이 있음


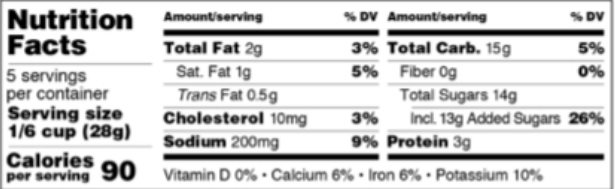
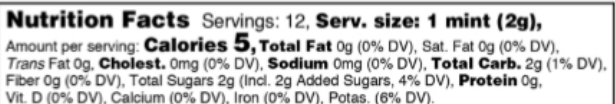
표 3.11 라벨링 비교

구분	기존 라벨링	신규 라벨링																												
라벨링 이미지	 <p>Nutrition Facts Serving Size 2/3 cup (55g) Servings Per Container About 8</p> <hr/> <p>Amount Per Serving</p> <p>Calories 230 Calories from Fat 72</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% Total Carbohydrate 37g 12% Dietary Fiber 4g 16% Sugars 12g</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="1"> <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</p> <p>Serving size 2/3 cup (55g)</p> <hr/> <p>Amount per serving</p> <p>Calories 230</p> <hr/> <p style="text-align: right;">% Daily Value*</p> <p>Total Fat 8g 10% Saturated Fat 1g 5% Trans Fat 0g</p> <p>Cholesterol 0mg 0% Sodium 160mg 7% Total Carbohydrate 37g 13% Dietary Fiber 4g 14% Total Sugars 12g Includes 10g Added Sugars 20%</p> <p>Protein 3g</p> <hr/> <p>Vitamin D 2mcg 10% Calcium 260mg 20% Iron 8mg 45% Potassium 235mg 6%</p> <p><small>The % Daily Value (DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2,000 calories a day is used for general nutrition advice.</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																											

자료: 미국 식약청(www.fda.gov)

- 한편, 일반적으로 단일열형(single-column) 표기방식을 따르고 있으나 제품특성에 따라 이중열형(dual-column), 판상형(Tabular Format), 선형형(Linear Format) 라벨링을 구분하여 표기해야 함

표 3.12 기타 라벨링 유형

구분	라벨링 이미지
<p>이중열형 (dual-column)</p>	
<p>판상형 (Tabular Format)</p>	
<p>선형형 (Linear Format)</p>	

자료: 미국 식약청(www.fda.gov)

4. 위생요건

- 미국 FDA는 식품안전을 주관하는 국가기관으로 식품의 병원균, 독성, 농약잔류량, 그리고 기타 오염물질을 관리·감독하고 있음
 - 2003년 바이오 테러리즘 법(The Bioterrorism Act) 발효 후, 식품 수입 시 미국 식약청(FDA) 등록을 의무화하고 있음

□ FTA는 병원균으로 인한 식품문제 발생 시, 관련 제품 회수를 의무화함

- 미국은 매년 4,800만 건의 병원균 피해가 발생하고 있으며 이 중 1/6이 식품 관련 문제
 - 128,000명이 입원치료, 3,000명이 사망
- 병원균 관련 문제 발생 시, FDA는 식품안전현대화법(FSMA, FDA Food Safety Modernization Act)에 의거하여 식품 제조 및 생산자가 제품을 회수하도록 의무화함
 - 실제 병원균 문제가 발생하지 않더라도 발생 가능성이 있는 제품이 모두 강제 회수 대상에 해당됨

□ 식약청(FDA)은 식품·의약품·화장품법(FD&C Act)의 제409조항에 의거하여 식품첨가물 규정을 명시하고 있음

- 식약청은 안전하다고 판단되는 식품성분은 GRAS(Generally Recognized as Safe)로 분류하여 연방규격집(CODE of Federal Regulation)에 공시하고 있으며 제21장에 식 약품에 관한 코드가 분류되어 있어 ‘21 CFR part’이라고도 불림
 - ‘21 CFR part’는 매년 4월 1일에 수정됨
- 차류의 경우, 해당 CFR CODE가 없으며, 모든 식품류에 적용되는 바이오 테러리즘 법(The Bioterrorism Act)에 부합되어야 함
- 차류는 타 식품을 제조하기 위해 투입되는 식품첨가물이 아닌 완성품으로서, 미국 식품첨가물 표준에서 정하는 식품첨가물²⁷⁾의 정의에는 해당되지 않음
- 그러나, 완제품이 과실 및 과채 가공품으로 분류되는 경우에는 수출하기 전 농림축산 검역본부에서 실시하는 수출식품 접수하여 검역을 받아야 하며, 검역에 합격한 경우에만 식물검역 증명서가 발급되며 이 후 수출이 가능함

27) 식품첨가물은 식품의 구성성분이 되거나 식품의 특성에 직접 또는 간접적으로 영향을 주는 결과를 초래 또는 그러한 결과를 가져올 것으로 기대되는 성분(식품의 생산, 제조, 충전, 가공, 조리, 처리, 포장, 수송 또는 저장 목적으로 하는 모든 성분 및 방사선 급원을 포함)임

□ 가공식품의 농약잔류량에 관한 내용은 21 CFR part의 170.19조에 명시

- FDA는 2987년부터 농약잔류량 모니터링 프로그램을 운영해 연간보고서를 발행하고 있으며 가장 최근은 지난해 11월 2015년 보고서(Pesticide Residue Monitoring Program Fiscal Year 2015 Pesticide Report)를 FDA 홈페이지에 제공하고 있음
- 가공식품의 원료가 되는 신선농산물의 농약잔류량은 식품·의약품·화장품법(FD&C Act)의 408조에 규정되어 있는 허용기준을 준수해야 함
 - 제조시설과 제조과정에서 농약잔류물을 제거하는 운영방식을 충족하는지 가공식품이 원료가 되는 농산물의 농약잔류량의 허용치를 초과하지 않아야 함
 - 가공식품의 농화학 잔류량이 원료농산물의 허용치보다 높을 경우, 식품·의약품·화장품법(FD&C Act) 409조항의 허용범위를 위반하는지 확인하고 이를 초과하는 가공식품은 불순 판정
 - 가공되지 않은 농산품에 허용된 잔류량보다 더 높은 성분을 함유할 경우 합법적으로 다른 식원료와 같이 가공되는 행위가 금지됨. 특히 다른 식원료와 함께 가공되어 총잔류량 비율이 하락한다 하더라도 허용되지 않음
- 가공식품의 원료가 되는 신선농산물의 농약잔류량은 식품·의약품·화장품법(FD&C Act)의 408조에 규정되어 있는 허용기준을 준수해야 함
- 미국 FDA에서 건조과일에 대한 허용 농약 및 농약잔류기준을 정하고 있으며 해당 기준에 충족하지 않으면 미국 내로 수입통관이 불가하므로 해당 제품의 농약 잔류 기준을 확인해야 함²⁸⁾

28) 잔류 농약 기준 검색 사이트: <https://globalmrl.com/db#pesticides/>




IV. 경쟁제품

1. 경쟁제품 선정 기준
2. 경쟁제품별 분석

경쟁제품 온·오프라인(현지) 조사 개요

제품분석 결과(평균)

	과일차 및 건조과일차 평균가격	< 과일차 > 오프라인(10g당): 약 1.56달러(약 1,750원) 온라인(10g당): 약 1.49달러 ²⁹⁾ (약 1,670원) < 건조과일차 > 온라인(1개 티백 또는 파우치): 약 1.32달러(약 1,350원)
	원료(성분)	과일차: 유기농 또는 비유기농 성분을 블렌딩하여 제조 건조과일차: 과일을 잘라 말려서 제조
	포장형태	< 과일차 > (겉) 종이 상자, 스테인레스 통, 비닐 또는 플라스틱 통 (안) 티백 또는 파우치 형태 < 건조과일차 > (겉) 플라스틱 상자 또는 종이 상자 (안) 티백 또는 파우치 형태

대표 분석제품 상세

		
- 제품명: Voce Tea Sampler - 제조사: Voce Tea(미국) - 특성: • 전 성분 모두 유기농 인증 받은 건조과일 • 無설탕, 無향, 無방부제 • 無카페인, 無GMO, 비건 - 성분: 유기농 레몬, 유기농 사과, 유기농 베리 등	- 제품명: Pink Fruit Detox Tea, Dried Tangerine from Jeju Island, Red Beet - 제조사: D사(한국) - 특성: • 디톡스 기능 강조 • 한국산 원료 사용 강조 • 그린 탄제린 슬라이스 2개, 탄제린 슬라이스 1개, 당근 1조각을 파우치에 포장 - 성분: 한국산 그린 탄제린 60%, 한국산 탄제린 36%, 한국산 당근	- 제품명: Yogi Tea Office Favorites Flavor Variety Pack - 제조사: Yogi Tea Co - 특성: • 비GMO 성분으로 만든 100% 천연 허브차 • 비건, 無인공향, 無방부제 - 성분: 유기농 계피, 유기농 생강, 캐모마일 등 - 인증: USDA ORGANIC, Non-GMO Project Verified

- 오프라인 유통채널에서는 건조과일 침출차를 찾을 수 없었으며, 일반 과일차 종류도 적었음. 일반 과일차에는 차, 허브, 과일 성분이 함께 포함되어 있으나 과일 함유량은 매우 적으며, 과일 향을 내는 제품이 대다수였음.
- 온라인 유통채널에서는 건조과일 침출차 종류가 미국산 1종, 한국산 1종이 있었음. 일반 과일차 종류는 대기업 브랜드 제품을 포함하여 매우 다양하였으며, 유기농 또는 비유기농 제품들이 있었음. 유기농 제품이 비유기농 제품에 비하여 가격이 높았음.

29) 1달러 = 1,123.50원(KEB 하나은행 매매기준율 기준(2019.2.20.))

1. 경쟁제품 선정기준 및 지표

□ 분석기준 및 지표설정

- 미국은 넓은 지리적 여건과 다인종·다민족 문화, 다양한 제품 속성 등으로 인해 유통 구조가 고도로 세분화된 시장임
- 현지조사원이 직접 미국 내 주요 매장을 방문하여 현지 시장 조사 실행
- 온라인 경쟁제품을 선정하기 위해 2017년 식품 매출액 3위를 차지한 유통 플랫폼 Amazon에서 판매하는 차 제품 중 과일차 제품을 중심으로 조사 대상을 선정

□ 분석기준 및 지표 설정





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

□ 대표 방문매장





- 오프라인:
 - 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓: Vons, Whole Foods Market, Ralphs
 - 드럭스토어: CVS pharmacy, Walgreens
 - 한인마켓: H Mart, Galleria Plaza
- 온라인:
 - Amazon.com

2. 경쟁제품별 분석

1) 오프라인

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (뒤)		
제품 스펙	제조사	Celestial Seasonings	The Republic of Teas
	제품명	Fruit Tea Sampler	PassionFruit Papaya
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 5종의 과일차 제품(라즈베리, 체리, 복숭아 패션, 산딸기, 블루베리) - 실제 과일 함유량은 매우 적음 - 無카페인 	<ul style="list-style-type: none"> - 홍차에 과일을 혼합
	포장 용기	박스, 티백	캔, 티백
	성분	<ul style="list-style-type: none"> - 라즈베리: 히비스커스, 로즈힙, 구운 치커리, 오렌지 껍질, 블랙베리 잎, 천연 라즈베리 조미료, 라즈베리, 라즈베리 잎 - 체리: 히비스커스, 로즈힙, 구운 치커리, 블랙베리 잎, 산사나무, 천연 조미료, 카모마일, 체리 - 복숭아 패션: 오렌지 껍질, 로즈힙, 산사나무, 카모마일, 천연 복숭아 조미료, 블랙베리 잎, 히비스커스, 복숭아, 구연산, 파프리카 - 산딸기: 히비스커스, 구운 치커리, 오렌지 껍질, 블랙베리 잎, 천연 조미료, 구연산 - 블루베리: 히비스커스, 오렌지 껍질, 천연 조미료, 블랙베리 잎, 블루베리, 블루베리 잎 	<p>홍차, 해바라기 꽃잎, 패션과일, 파파야/파인애플 조미료</p>
	조사매장	Walgreens	Whole Foods Market
	용량(g)	40g(티백 18개)	80g(티백 50개)
	제품가격	3.99달러(약 4,480원)	10.49달러(약 11,790원)
인증	-	-	

자료: 현지조사원

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (옆/뒤)		
제품 스펙	제조사	Tazo	Bigelow
	제품명	Berry Trifle Black Tea	Organic Green Tea with Pomegranate
	제품특성	- 홍차에 3종류의 베리를 넣어 제조한 차	- 녹차에 여러 재료를 혼합하여 제조한 제품 - 유기농 제품
	포장 용기	캔, 티백	박스, 티백
	성분	혼합 홍차, 말린 베리 조각 (딸기, 라즈베리, 블루베리), 천연 조미료	유기농 녹차, 유기농 히비스커스, 유기농 감초, 유기농 로즈힙, 천연 체리 조미료, 유기농 석류 껍질
	조사매장	Vons	CVS pharmacy
	용량(g)	33g(티백 15개)	36g(티백 20개)
	제품가격	9.49달러(약 10,660원)	4.09달러(약 4,600원)
인증	-	USDA Organic	

자료: 현지조사원

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (옆/뒤)		
제품 스펙	제조사	Adagio Teas	Teavana
	제품명	Organic Blueberry White Tea	Peach Tranquility
	제품특성	- 백차에 블루베리 향을 첨가 - 유기농 제품	- 허브차에 다양한 재료를 블렌딩하여 제조한 차
	포장 용기	플라스틱, 티백	플라스틱, 티백
	성분	백차, 블루베리, 천연 조미료	사과, 로즈힙, 설탕절임 파인애플, 카모마일, 복숭아, 감초, 방취목, 카모마일 꽃가루, 천연 조미료
	조사매장	Ralphs	Vons
	용량(g)	15g(티백 10개)	55.5g(티백 15개)
	제품가격	5.49달러(약 6,170원)	6.99달러(약 7,850원)
인증	USDA Organic	-	




구분		제품 #7	제품 #8
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (옆/뒤)		
제품 스펙	제조사	Guayaki	McCabe
	제품명	Yerba Mate (Traditional)	Ruby Beet Tea
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 예르바라는 남미산 허브로 제조한 마떼차 - 건강에 좋다고 알려져 최근에 많은 인기를 얻고 있는 제품 - 루즈 티(No 티백) 	<ul style="list-style-type: none"> - 말린 비트로 제조한 제품 - 유기농 원료 사용 - 루즈 티(No 티백)
	포장 용기	플라스틱	플라스틱
	성분	유기농 예르바 마떼	유기농 비트
	조사매장	Ralphps	H 마트
	용량(g)	454g	80g
	제품가격	14.99달러(약 16,840원)	6.99달러(7,850원)
	인증	USDA Organic, Kosher, Non-GMO Certified, Certified Fair Trade	USDA Organic

자료: 현지조사원

구분		제품 #9	제품 #8
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (옆/뒤)		
제품 스펙	제조사	T사	B사
	제품명	돼지감자차	모과차
	제품특성	- 구운 돼지감자로 제조한 제품 - 한국산	- 모과, 생강, 설탕으로 만든 과일청 제품
	포장 용기	플라스틱	유리병
	성분	구운 돼지감자 100%	가당 모과 슬라이스, 생강채, 백설탕,
	조사매장	H 마트	갤러리아 플라자
	용량(g)	120g	620g
	제품가격	5.99달러(6,930원)	11.99달러(13,470원)
	인증	-	-

자료: 현지조사원



2) 온라인





구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (옆/뒤)		
제품 스펙	제조사	Voce Tea	D사
	제품명	Voce Tea Sampler (Box of 8 Tea Bags)	Pink Fruit Detox Tea, Dried Tangerine from Jeju Island, Red Beet
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 전 성분 모두 유기농 인증을 획득한 건조과일 분말 - 無설탕, 無향, 無방부제 - 無카페인, 無GMO, 비건 	<ul style="list-style-type: none"> - 디톡스 기능 강조 - 한국산 원료 사용 강조 - 그린 탄제린 슬라이스 2개, 탄제린 슬라이스 1개, 당근 1조각을 파우치에 포장
	포장용기	겉: 플라스틱 상자, 안: 티백	겉: 종이 상자, 안: 파우치
	성분	<ul style="list-style-type: none"> - Lemon ginger: 유기농 레몬, 유기농 생강, - Berries cherries: 유기농 스트로베리, 유기농 블루베리, 유기농 체리 - Cherry lemon apple: 유기농 체리, 유기농 레몬, 유기농 사과 - Apple cranberry orange: 유기농 사과, 유기농 크랜베리, 유기농 오렌지, 유기농 계피 - Mango pineapple coconut: 유기농 망고, 유기농 파인애플, 유기농 코코넛 - Lemon raspberry mint: 유기농 레몬, 유기농 라즈베리, 유기농 스피어민트 - Goldenberry banana cinnamon: 유기농 골든베리, 유기농 바나나, 유기농 계피 - Strawberry orange mint: 유기농 스트로베리, 유기농 오렌지, 유기농 민트 	<p>한국산 그린 탄제린 60%, 한국산 탄제린 36%, 한국산 당근</p>
	조사 온라인 매장	AMAZON (www.amazon.com)	AMAZON (www.amazon.com)
	용량(g)	티백 8개	45g(파우치 30개)
제품가격	10.99달러(12,350원)	38.99달러(43,810원)	
인증	-	-	

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제조사	Stash Tea	Acorus
제품 스펙	제품명	Stash Tea, Fruity Herbal Tea Six Flavor Assortment	ACORUS Summer Taste natural fruit tea set of six different flavours
	제품특성	- 과일향 티백 차 - 無GMO	- 100% 천연 티 - 허브 전문가와 약사가 블렌딩 하여 제조 - 無인공색소, 無첨가제 - 無카페인, 無설탕
	포장용기	겉: 종이, 안: 티백	겉: 알루미늄 통, 안: 티백
	성분	- Wild Raspberry Hibiscus: 히비스커스, 레몬그라스, 로즈힙, 오렌지껍질, 라즈베리 향 등 - Meyer Lemon: 로즈힙, 레몬 그라스, 오렌지껍질, 히비스커스, 메이어 레몬오일, 등 - Mango Passionfruit: 오렌지껍질, 로즈힙, 히비스커스, 망고 향 등 - Lemon Ginger: 레몬그라스, 생강 뿌리, 레몬 향, 생강 향 등 - Acai Berry: 히비스커스, 로즈힙, 레몬그라스, 오렌지 껍질, 아카이 분말 등 - Strawberry Pomegranate: 루이보스, 로즈힙, 라즈베리 잎, 히비스커스 꽃, 석류 향, 딸기 향 등	- Wild Strawberries: 건조과일(사과, 초크베리, 가시나무), 히비스커스, 스트로베리, 향 - Raspberries: 히비스커스, 사과, 로즈힙 열매, 엘더베리, 라즈베리, 천연향 - Mint and Citrus Fruit: 건조과일(사과, 로즈힙), 치커리 뿌리, 페퍼민트, 스피어민트 잎, 히비스커스, 블랙베리 잎, 감귤류 과일(레몬, 오렌지, 라임) 껍질, 레몬그라스 허브, 감초 - Apples and Cranberries: 사과, 히비스커스, 로즈 열매, 치커리 뿌리, 크랜베리, 블랙베리, 라즈베리 열매 향 - Apples and Cinnamon: 사과, 히비스커스, 계피, 블랙베리 잎, 치커리 뿌리, 로즈 열매, 향, 사과식초 - Various Fruit Tea: 히비스커스, 사과, 로즈힙 열매, 엘더베리, 오렌지 껍질, 초크베리, 레몬 에이드, 천연향
	조사 온라인 매장	AMAZON (www.amazon.com)	AMAZON (www.amazon.com)
	용량(g)	214g(티백 116개) (32-38g(티백 18-20개) x 6박스)	150g(티백 60개)
	제품가격	14.99달러(5,610원)	20.65달러(23,200원)
	인증	B Corp 인증	GMP 인증, HACCP 인증

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (옆/뒤)		
제품 스펙	제조사	RC Bigelow Inc.	Yogi Tea Co
	제품명	Bigelow Herbal Tea Variety Pack, (Mint Medley, Cozy Chamomile, Orange & Spice, Sweet Dreams, Perfect Peach, and Lemon Ginger)	Yogi Tea Office Favorites Flavor Variety Pack
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 민트메들리, 오렌지&스파이스, 스위트 드림즈, 퍼펙트 피치, 레몬 진저 허브 티백 - 無카페인, 無글루텐 	<ul style="list-style-type: none"> - 비GMO³⁰) 성분으로 만든 100% 천연 허브차 - 비건, 無인공향, 無방부제
	포장용기	겉: 종이, 안: 티백	겉: 종이, 안: 티백
	성분	<ul style="list-style-type: none"> - Bigelow Cozy Chamomile: 캐모마일 - Bigelow Mint Medley: 스피어민트, 페퍼민트 - Bigelow Orange & Spice: 오렌지, 향신료 - Bigelow Sweet Dream: 캐모마일, 민트 - Bigelow Perfect Peach: 로즈히프, 히비스커스, 복숭아, 향신료 - Bigelow Ginger Peach: 레몬, 생강, BC 30 	<ul style="list-style-type: none"> - Calming: 캐모마일, 라벤더, 감초, 펜넬 - Kava Stress Relief: 카바, 계피, 인도 사르사 뿌리, 구주콩 꼬투리 - Refreshing Mint Vital Energy: 생강, 계피, 박하, 페퍼민트, 유기농 홍차, 녹차잎 추출물 등 - Echinacea Immune Support: 유기농 자주루드베키아 허브, 자주루드베키아 말린뿌리추출물 등 - Ginger: 유기농 생강 뿌리, 유기농 레몬그라스, 유기농 감초 뿌리, 유기농 페퍼민트잎, 유기농 후추 - Green Tea Energy: 유기농 녹차잎, 유기농 레몬그라스, 유기농 인삼 뿌리, 유기농 가시오갈피 뿌리 등
	조사 온라인 매장	AMAZON (www.amazon.com)	AMAZON (www.amazon.com)
	용량(g)	205g(티백 118개) (20-42g(티백 18-20개) x 6박스)	183g(티백 96개) (26-36g(티백 16개) x 6박스)
	제품가격	20.94달러(약 22,920원)	32.99달러(약 37,070원)
	인증	-	USDA ORGANIC, Non-GMO Project Verified

30) 비유전자변형식품(Non-GMP)

구분		제품 #7	제품 #8
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (옆/뒤)	<p>INGREDIENTS: CHAMOMILE FLOWERS, HIBISCUS CORNUS, PEPPERMINT, LICORICE ROOT, PETALS, CAYENNE PEPPER, ORGANIC GINGER, ORGANIC CINNAMON, ORGANIC BLACK PEPPER, ORGANIC CARDAMOM, ORGANIC CLOVES, ORGANIC STEAM BLENDED.</p> <p>INGREDIENTS: HIBISCUS FLOWERS, NATURAL FLAVORS, LICORICE ROOT, ORGANIC PEPPERMINT, ORGANIC LEMONGRASS, FRUIT, PURE EXTRACT, FOOD GRADE, NATURAL POLYMER.</p> <p>INGREDIENTS: EARL GREY: ORGANIC BLACK TEA, NATURAL FLAVORS AND ORGANIC CORNFLOWER PETALS. ENGLISH BREAKFAST: ORGANIC BLACK TEA, GREEN MANGO PEACH, ORGANIC GREEN TEA, ORGANIC MANGO CUBES, ORGANIC PEPPERMINT, ORGANIC GINGER ROOT, ORGANIC GREEN HONEYBUSH AND NATURAL FLAVORS, CHAMOMILE CITRUS, ORGANIC CHAMOMILE, ORGANIC HIBISCUS, ORGANIC ROSE HIP, ORGANIC PEPPERMINT, ORGANIC LEMONGRASS, ORGANIC LEMON VERBENA, ORGANIC LICORICE ROOT AND NATURAL FLAVORS, GINGER LEMONGRASS, ORGANIC GINGER, ORGANIC LEMONGRASS, ORGANIC LICORICE ROOT, ORGANIC LEMON PEEL AND ORGANIC PEPPERMINT.</p>	
제품 스펙	제조사	Starbucks Corp	Tea Forte
	제품명	Tazo Assorted Tea Sampler 20ct (Pack of 6)	SINGLE STEEPS Classic Sampler Loose Leaf Tea Sampler, Assorted Variety Tea Box
	제품특성	- TAZO 차 샘플러 6팩 - 캄 카모마일, 차이 오가닉, 패션, 얼그레이, 젠, 어웨이크 잉글리쉬 브레이크퍼스트	- USDA 인증 유기농 차 샘플러 - 과일, 향신료, 허브 함유
	포장용기	겉: 종이, 안: 티백	겉: 종이, 안: 파우치
	성분	- TAZO Calm chamomile: 카모마일 꽃, 히비스커스 꽃, 스피어민트 잎, 장미 꽃잎 등 - TAZO chai organic: 유기농 홍차, 유기농 생강, 유기농 시나몬 등 - TAZO passion: 히비스커스 꽃, 천연 열대향, 레몬산 등 - TAZO earl grey: 베르가못 에센스를 블렌딩한 홍차 - TAZO zen: 녹차, 레몬 베르베나 잎, 스피어민트 잎 등 - TAZO awake english breakfast: 홍차 블렌드	- Earl Grey: 유기농 홍차, 천연향, 유기농 옥수수 꽃잎 - English Breakfast: 유기농 홍차 - Green Mango Peach: 유기농 녹차, 유기농 망고 조각, 유기농 페퍼민트, 유기농 생강, 천연향 등 - Chamomile Citron: 유기농 캐모마일, 유기농 히비스커스, 유기농 로즈힙, 유기농 레몬그라스 등 - Ginger Lemongrass: 유기농 생강, 유기농 레몬그라스, 유기농 레몬껍질 등
	조사 온라인 매장	AMAZON (www.amazon.com)	AMAZON (www.amazon.com)
	용량(g)	275g(티백 120개) (26-54g(티백 20개) x 6박스)	63g(파우치 15개)
	제품가격	28.37달러(약 31,870원)	14.25달러(16,010원)
	인증	-	EU 유기농 인증, USDA ORGANIC

구분		제품 #9	제품 #10
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (옆/뒤)		
제품 스펙	제조사	Traditional Medicinals	Hain Celestial Group Inc, The
	제품명	Ginger Aid	Celestial Seasonings Herbal Tea, True Blueberry, 20 Count (Pack of 6)
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> - 소화에 도움 - 매운 생강맛, 약간 달콤하고 레몬맛이 남 	<ul style="list-style-type: none"> - 야생 블루베리와 블랙베리 잎을 섞어 과일향과 맛이 남 - 無카페인, 無글루텐 - 無인공향료, 無착색료, 無인공방부제
	포장용기	겉: 종이, 안: 티백	겉: 종이, 안: 티백
	성분	유기농 생강 근경, 유기농 블랙베리 잎, 유기농 스테비아 잎, 유기농 레몬머틀 잎	히비스커스, 로즈힙, 오렌지 껍질, 천연 블루베리향, 기타 천연향, 블랙베리 잎, 야생 블루베리, 블루베리 잎
	조사 온라인 매장	AMAZON (www.amazon.com)	AMAZON (www.amazon.com)
	용량(g)	32g(티백 15개)	45g(티백 20개)
	제품가격	26.95달러(약 30,280원)	15.17달러(약 17,640원)
	인증	USDA Organic, Non-GMO Project Verified, Kosher Certification, Certified B Corporation	-



V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정 기준
2. 경쟁사 현황 분석

1. 경쟁사 선정 기준

□ 방법론 1. 오프라인 매장 조사

- 오프라인:
 - 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓: Vons, Whole Foods Market, Ralphs
 - 드럭스토어: CVS pharmacy, Walgreens
 - 한인마켓: H Mart, Galleria Plaza

□ 방법론 2. 온라인 쇼핑몰 조사

- 키워드: 과일차, 건조과일 침출차(Fruit Tea, Dried Fruit Tea Bags)
- 온라인 쇼핑몰 분석
 - Amazon.com

□ 방법론 3. 유로모니터 차 기업 점유율 순위 조사

- 유로모니터의 2017년 소매가 기준 NBO(National Brand Owner) 차 기업 점유율에서 과일차를 생산하는 상위 3위 기업과 건조과일 침출차 전문 1개 기업을 조사함

□ 세 가지 방법론을 통한 주요 경쟁사 도출

미국			
RC Bigelow Inc	R. Twining & Co Ltd	Yogi Tea Co	Voce Tea
			
온·오프라인 판매	온·오프라인 판매	온·오프라인 판매	온라인 판매

2. 경쟁사 현황 분석

□ RC Bigelow Inc

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - Bigelow 가족의 소유 하에 운영되는 기업 - Bigelow 브랜드의 홍차, 녹차, 백차, 허브차, 디카페인차, 아이스차, 루즈티, 코코넛 워터 등을 판매하고 있으며, 120종의 차 제품 중에서 홍차, 오렌지 껍질, 향신료 블렌드가 가장 인기있는 제품임 - Bigelow 차는 코네티컷(Connecticut), 아이다호(Idaho), 켄터키(Kentucky)에서 생산되며, 식료품 소매업체, 대량 판매점, 식품 서비스 업계를 통해 전국적으로 판매 		
	기업 유형	식음료 제조업체	소재지
취급품목	차류	직원 수	350명(2017년)
매출액	9,500만 달러(2017년)	설립연도	1945년
홈페이지	www.bigelowtea.com		
대표 제품			

자료: Bigelow Tea Company(www.bigelowtea.com), Amazon(www.amazon.com), D&B Hoovers

□ R. Twining & Co Ltd

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> - 홍차, 가향 홍차, 과일차 및 허브차, 녹차, 다즐링, 아쌈, 백차, 디카페인차, 유기농차, 브렉퍼스트차, 차이티, 레드부쉬/루이보스차, 공정무역차 등을 생산 - 선물 세트, 차 상자 등의 형태, 주전자, 찻잔, 접시가 포함된 차 제품, 비스킷, 케이크, 마멀레이드, 보존 식품, 초콜릿, 맥아 음료, 커피, 설탕 스틱, 시럽과 같은 제품을 포함한 차 제품도 판매 - 모기업: Twining Crosfield and Company Ltd. 			
	기업 유형	차 제조업체	소재지	미국, 그린스보로(Greensboro)
	취급품목	차류	직원 수	-
	매출액	480만 달러(미국)(2017년)	설립연도	1979년
홈페이지	www.twiningusa.com			
대표 제품				

자료: D&B Hoovers

□ Yogi Tea Co

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 개인 소유 기업으로 오레곤 주 스프링 필드(Springfield)에 본사를 둔 이스트 웨스트 티 컴퍼니(East West Tea Company, LLD)가 운영 - 유기농 및 천연 허브 보충차 제품을 생산하는 업체로 USDA 인증 유기농 제품을 많이 보유 - 요기티는 현대 과학, 전통 중국 의학, 인도의 고대 전인 치유 시스템인 아유르베다(Ayurveda)의 입증된 지식의 결합을 기반으로 함 - 요기 컬렉션은 전 세계에서 재배된 100가지 이상의 이국적인 향신료와 식물 성분을 결합하여 만든 60종류의 허브차, 녹차, 홍차 등으로 구성 - 요기티는 천연식품점 또는 건강식품점, 대형 시장 소매점, 주요 식료품 체인점 뿐만 아니라 온라인을 통해 미국 전역에 판매 		
	기업 유형	차 제조업체	소재지
취급품목	차류	직원 수	220명(미국)(2017년)
매출액	34만 7,000달러(2017년)	설립연도	1989년
홈페이지	www.yogitea.com, yogiproducts.com		
대표 제품			
인증	<ul style="list-style-type: none"> - USDA 유기농 인증 - Certified B Corporation 인증 		

자료: Yogi Tea Co(www.yogitea.com), Amazon(www.amazon.com), D&B Hoovers

□ Vocé Tea

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 프리미엄 과일차 제조업체 - 설립 배경: 동 기업 창립자인 Jeff Snyder씨는 중국 역사·종교학 교수로서, 당뇨병에 걸린 아들이 마실 수 있는 무설탕 차 제품을 만들게 됨 - 유기농 원료 사용, 가공과정 최소화, 생분해 재료 옥수수 섬유 메쉬 티백, 無설탕, 無첨가물, 無색소, 無방부제, 無카페인 제품임을 강조 - 주요 판매 매장은 보이시 협동조합(Boise Co-op) 매장과 아마존 등임 		
	기업 유형	과일차 제조업체	소재지
취급품목	과일차류	직원 수	-
매출액	-	설립연도	2018년
홈페이지	www.vocetea.com		
대표 제품			

자료: Vocé Tea(www.vocetea.com), D&B Hoovers



VI. 유통채널 현황

- 1. 유통채널 개황**
- 2. 주요 유통채널별 세부 현황**

유통채널 현황 개요

❖ 미국 상위 8개 소매 유통채널 매출액 순위(2017년)

소매유통채널 및 아울렛 유형	식품 매출액 (10억 달러/2017)	아울렛 수 (2017)	본점
Walmart	374.80	5,328	벤토빌, 아르크 (Bentoville, Ark)
The Kroger Co.	115.89	3,902	신시내티 (Cincinnati)
Amazon	102.96	456	시애틀 (Seattle)
Costco	93.08	518	이사과 워시 (Issaquah Wash)
The Home Depot	91.91	1,968	애틀랜타 (Atlanta)
Walgreens Boots Alliance	82.75	7,980	디어필드, III (Deerfield, Ill)
CVS Health Corporation	79.54	9,778	운소켓 (Woonsocket, R.I.)
Target	71.88	1,822	미네아폴리스 (Minneapolis)

❖ 미국 차 유통구조 및 점유율(2017년)



❖ 미국에서 개최되는 차(茶) 박람회

무역쇼	웹사이트	설명	위치
World Tea Expo	www.worldteaexpo.com	세계 차 박람회	라스베이거스

1. 유통채널 개황

1) 미국 유통채널 현황

- 2017년 기준 미국 소매 유통채널에서 월마트(Walmart)가 3,748억 달러로 매출 1위를 달성
 - 그 뒤를 이어 더 크로거(The Kroger)와 아마존(Amazon)이 각각 1,159억 달러, 1,030억 달러로 각각 2, 3위를 기록
 - 2017년 기준 월마트의 매장 수는 5,328개, 더 크로거의 매장 수는 3,902개, 아마존의 매장 수는 456개로 확인됨
 - 미국 소매업계의 매출 순위는 비교적 고정적인 경향을 보이고 있음
 - 전년도에 아마존(Amazon)이 7위를 차지하였다가 금년도 순위가 크게 상승한 것을 제외하고, 상위 10위 내 9개의 다른 소매점들의 순위는 큰 변동이 없었음
 - 미 상무부 통계에 따르면, 2018년 기준 전자 상거래를 통해 판매되는 상품은 9%에 불과한 것으로 조사됨³¹⁾

표 6.1 미국 상위 8개 소매 유통채널 매출액 순위(2017년)

소매 유통채널명	식품 매출액(2017) (억 달러)	아울렛 수 (2017)	본점
Walmart	3,748	5,328	벤토빌, 아르크(Bentoville, Ark)
The Kroger Co.	1,159	3,902	신시내티(Cincinnati)
Amazon	1,030	456	시애틀(Seattle)
Costco	931	518	이사과 워시(Issaquah Wash)
The Home Depot	919	1,968	애틀랜타(Atlanta)
Walgreens Boots Alliance	828	7,980	디어필드, III(Deerfield, Ill)
CVS Health Corporation	795	9,778	운소켓(Woonsocket, R.I.)
Target	719	1,822	미네아폴리스(Minneapolis)

자료: 'STORES TOP RETAILERS 2018', Kantar Consulting(stores.org)

31) '2018 Top 100 Retailers', Kantar Consulting (stores.org)

2) 미국 유통채널 전망

□ 미국 소매업은 연 3.2~3.8% 성장할 것으로 전망되며 경쟁 심화가 예상됨

- 기존 대형 브랜드들은 온라인 및 매장 운영을 통해 혁신을 계속해 나가고 있으며, 소비자는 더욱 많은 선택권을 갖게 될 것으로 예상
- 온라인 또는 앱 기반 플레이어들이 계속해서 등장하고 있으며, 소비자의 쇼핑 경험에 대한 기대치는 꾸준히 높아질 것으로 전망됨
- 이에 따라, 점포 유형, 유통채널 등에 따라 경쟁이 심화될 것으로 예상됨

3) 차(茶) 산업 유통구조

□ 현대적 식료품 소매점에서의 매출 비중이 절반 이상을 차지

- 차(茶) 산업 유통 구조는 크게 점포 판매와 무점포 판매로 구분 가능하며, 대부분의 매출은 점포 판매에서 발생되고, 특히 현대적 식료품 소매점 매출 비중이 절반 이상을 차지
- 차(茶)는 2017년 기준 점포 판매 비중이 97.5%로 무점포 판매 비중보다 월등히 높으며, 점포 판매 매출은 2013년 97.7% 대비 2017년 97.5%로 0.2%포인트 가량 매우 소폭 하락
- 점포 판매 내에서는 식료품 소매점 판매 비중이 90.9%로, 현대적 식료품 소매점 53.8%, 전통적 식료품 소매점 37.1%로 조사됨
 - 현대적 식료품 판매점 내에서는 슈퍼마켓과 하이퍼마켓에서의 매출이 각각 27.2%, 22.5%로 가장 높은 것으로 조사되었는데, 슈퍼마켓의 매출액은 2013년 27.7% 대비 소폭 감소세, 하이퍼마켓에서의 매출은 2013년 22.0% 대비 소폭 증가세를 보임
 - 전통적 식료품 소매점 내, 기타 식료품 소매점에서의 매출이 34.3%를 기록하며, 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓에서보다도 매출이 가장 높은 것을 확인
- 무점포 판매 비중은 점포 판매 비중 대비 현저히 낮으나, 자동판매기 및 인터넷 판매의 증가세에 힘입어 무점포 판매 매출이 상승하는 양상을 나타냄
 - 자동판매기 매출은 2013년 0.1% 대비 2017년 0.2%로 증가세, 인터넷 판매는 2013년 1.3% 대비 2017년 1.7%로 상승

표 6.2 차 유통구조 및 점유율(2017년)



자료: Euromonitor International

4) 세계 차(茶) 박람회(World Tea Expo)

□ 차 박람회는 차 관련 시장의 중요한 정보 유통 채널

- 라스베이거스 세계 차 박람회(World Tea Expo)는 매년 라스베이거스에서 개최되며, 전 세계 차(茶) 업계 관계자들이 모여 차 산업의 최신 시장과 산업동향 분석, 아이템 창출, 신 바이어 개척, 제품 프로모션, 고부가가치 사업창출 등에 관한 정보를 공유
- 관련 정보는 www.worldteaexpo.com에서 확인 가능




표 6.3 미국에서 개최되는 차(茶) 박람회

무역쇼	웹사이트	설명	장소
World Tea Expo	www.worldteaexpo.com	세계 차 박람회	라스베이거스

2. 주요 유통채널별 세부 현황

1) 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓

Vons

기업 개요			
	- 1906년에 설립된 슈퍼마켓 - 325개의 점포를 운영 중이며 대부분 남가주와 네바다주 남쪽에 위치 - 온라인으로 제품 주문 및 픽업 서비스 제공 - 모기업: Safeway(1997-2015) / Albertsons(2015-현재)		
	본사 소재지	미국, 캘리포니아(California) 주, 로스앤젤레스(LA)	설립연도
매출액	-	점포 수	325개
홈페이지	www.vons.com	직원 수	-
상세 사항	- 녹차, 홍차, 백차 등에 과일 성분이 함유된 제품들은 있었으나, 건조과일 칩출처는 없었음		
매장 전경			
	매장 입구		차 제품 진열대

자료: 현지조사원(2019.2.5.), D&B Hoovers




□ Whole Foods Market

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 홀푸드마켓은 미국에서 유일하게 유기농 식품만을 전문적으로 판매하는 슈퍼마켓 체인점으로 가격도 비싼 편 - 현재 미국과 캐나다 영국에 지점이 설립되어 있으며 체인점을 운영하고 있음 - 기업 미션을 '고품질과 건강한 식품을 제공함으로써 소비자의 건강과 활력 증대'로 정하고 인공첨가제와 복제동물을 원료로 하는 제품 판매를 금지함 - 2017년 8월 28일 아마존에 인수 합병되면서 다시 성장하고 있는 추세 - 온라인 주문 및 픽업 서비스 제공 		
	본사 소재지	미국, 텍사스(Texas) 주, 오스틴(Austin)	설립연도
매출액	연 160억 3,000만 달러 (2017년 9월)	점포 수	전 세계 470개(2017년 9월) 미국 내 448개(2017년 9월)
홈페이지	www.wholefoodsmarket.com	직원 수	전 세계 89,000명(2017년 9월)
상세 사항	- 조사 매장 중 티 종류가 가장 많았고, 녹차, 홍차, 백차 등에 과일 성분이 함유된 제품들은 있었으나, 건조과일 칩출차는 없었음		
매장 전경			
	매장 입구		차 제품 진열대

자료: 「Whole Foods Market, Inc. Annual Report on Form 10-K For the Fiscal year Ended september 24 2017」, 2008., 현지조사원(2019.2.5.), D&B Hoovers

2) 드럭스토어

□ CVS pharmacy

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 미국 내에서 가장 큰 드럭스토어 - 처방약, 처방전 없이 구매할 수 있는 의약품, 건강식품, 화장품, 뷰티제품, 간편식 등을 포함한 다양한 제품을 진열 판매 중 - 모기업: CVS Health <ul style="list-style-type: none"> • 1,100개의 Minute Clinic이라는 진료소와 Diabetes Care Centers라는 당뇨병 관리 센터를 운영 중 		
본사 소재지	미국, 로드아일랜드 (Road Island) 주, 운소켓(Woonsocket)	설립연도	1963년
매출액	CVS Health: 약 185억 원(2017년)	점포 수	CVS Health: 9,800개(2018년 5월)
홈페이지	www.cvs.com	직원 수	CVS Health: 약 203,000명(2017년)
상세 사항	- 진열 중인 차 종류가 많지는 않았으며, 건조과일 침출차는 없었음		
매장 전경			
	매장 입구	차 제품 진열대	

자료: 「CVS Health 2017 Annual Report」, 2018, 현지조사원(2019.2.5.), D&B Hoovers

□ Walgreens

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 미국 내에서 CVS pharmacy 다음으로 큰 드럭스토어 - 처방전, 식품, 헬스제품, 생필품을 포함한 다양한 제품을 진열 판매 중 - 모기업: Walgreens Boots Alliance <ul style="list-style-type: none"> ● 사업부문은 크게 미국 내 드럭스토어, 해외 드럭스토어, 약품 도매업, 총 3개 부문으로 구분 ● 미국 내 드럭스토어 매출은 2018년 기준 약국 72%, 소매 28%를 기록 ● 해외 드럭스토어 매출은 2018년 기준 약국 35%, 소매 65%를 기록 		
	본사 소재지 미국, 일리노이(Illinois) 주, 데어필드(Deerfield)	설립연도 1901년	
매출액 Walgreens Boots Alliance: 약 1,315억 달러(2018년)	점포 수 총: 14,327개(2018년) - 미국 내: 9,560개(2018년) - 전 세계: 4,767개(2018년)		
홈페이지 www.walgreens.com	직원 수 25개국에 약 415,000명(2018년)		
상세 사항	- 진열 중인 차 종류가 매우 적었으며, 건조과일 침출차는 없었음		
매장 전경			
	매장 입구		차 제품 진열대

자료: 현지조사원(2019.2.5.), D&B Hoovers

3) 한인마켓

□ H Mart

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 1982년에 창업한 한인 슈퍼마켓 - 미국 내 점포 수가 64개로 한인마켓 중에서는 규모가 가장 큼 (동부에 더 많은 수의 점포가 있으나 서부로도 점포를 빠르게 확장하고 있음) - 온라인으로 주문 가능 - 모기업: HanAhReum Group 		
	본사 소재지	미국, 뉴저지(New Jersey) 주, 린드허스트(Lyndhurst)	설립연도
매출액	9억 600만 달러(2016년)	점포 수	미국 내 64개(2018년 10월)
홈페이지	www.hmart.com	직원 수	2,500명(2014년)
상세 사항	- 다양한 한국산 차를 취급 중이며, 미국 내 주류 브랜드 제품은 거의 없음		
매장 전경			
	매장 입구		차 제품 진열대

자료: George Avalos, 'Korean supermarket readies new north', The Mercury News, 2018.3.1. 5:01pm updated, H Mart(www.hmart.com), 현지조사원(2019.2.5.), D&B Hoovers

□ 갤러리아 플라자(Galleria Plaza)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 미국 LA 한인타운에 위치한 종합쇼핑몰인 갤러리아 플라자는 쇼핑몰, 푸드 코트, 한인마켓으로 구성되어 있음 - 한국의 의류, 화장품, 식당 브랜드가 일부 입점해 있으며 대부분 개인사업자 매장 - 한국인이 운영하는 미용실, 안경점, 이동통신 대리점이 위치한 복합공간 - 갤러리아 플라자의 한인마트 브랜드만 버몬트 주에 별도로 운영 중 		
	본사 소재지	미국, 캘리포니아(California) 주, 로스앤젤레스(L.A.)	설립연도
매출액	830만 달러	점포 수	4개
홈페이지	www.galleriamarket.com	직원 수	160명
상세 사항	- 다양한 한국산 차를 취급 중이며, 미국 내 주류 브랜드 제품은 거의 없음		
매장 전경			
	매장 입구		차 제품 진열대

자료: 현지조사원(2019.2.5.), D&B Hoovers

[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. 「Country Insight Snapshot United States of America January 2018」, Dun & Bradstreet, 2019.1.11.
2. 「TEA IN THE USA」, Euromonitor International, 2018.2.
3. 「SOFT DRINKS IN THE USA」, Euromonitor International, 2018.2.
4. 「Whole Foods Market, Inc. Annual Report on Form 10-K For the Fiscal year Ended september 24 2017」, 2018.
5. 「CVS Health 2017 Annual Report」, 2018.

■ 참고 사이트

1. 서필훈, '스페셜티 커피가 일으킨 제3의 물결', 시사저널, 2016.4.7 19:12:58 (www.sisajournal.com)
2. Shelley Perkins, 'Top 5 U.S. Tea Industry Trends', worldteaacademy, 2018.2.9. (www.worldteaacademy.com)
3. 윤선용, '美, 음료시장 '건강' 트렌드 소비 양극화, 식품외식경제, 2018.4.30. 09:27 (www.foodbank.co.kr)
4. 'STORES TOP RETAILERS 2018', Kantar Consulting (stores.org)
5. George Avalos, 'Korean supermarket readies new north', The Mercury News, 2018.3.1. 5:01pm updated
6. 관세법령정보포털 3.0 (unipass.customs.go.kr)
7. 세계 HS 정보시스템 (www.customs.go.kr)
8. 미국 관세청 (www.usit.gov)
9. International Trade Center (www.trademap.org)
10. 통합무역정보서비스 (www.tradenavi.or.kr)
11. 관세청종합솔루션 YES FTA (www.customs.go.kr)
12. 무역협회 (www.kita.net)
13. 미국 차(茶) 협회 (www.teausa.com)
14. 한국품질보증원 (www.nqa.com), Biz Care(biz-care.kr)
15. 미국 식약청 (www.fda.org)
16. 아마존 (www.amazon.com)
17. 유니레버 (www.unilever.com)
18. RC Bigelow (www.bigelowtea.com)
19. R. Twinning (www.twinningsusa.com)
20. Yogi Tea (www.yogitea.com)
21. Voce Tea (www.vocetea.com)
22. World Tea Expo (www.worldteaexpo.com)
23. Vons (www.vons.com)
24. Whole Foods Market (www.wholefoodsmarket.com)
25. CVS pharmacy (www.cvs.com)
26. Walgreens (www.walgreens.com)
27. H mart (www.hmart.com)
28. 갤러리아 플라자 (www.galleriamarket.com)

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No: 1811-05

품목: 건조과일 침출차(Dried Fruit Leached Teas)

국가: 미국(USA)

보고서 기획 및 작성

- 한국농수산물유통공사

발행일 2018

발행처 한국농수산물유통공사 수출정보부
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227
02-6300-1119 <http://www.kati.net>

자료문의 aT수출정보실
02-6300-1119

- 본 자료는 한국농수산물유통공사 농식품수출정보 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.