

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사


No. 1811-30

품 목 : 건조 감귤(Dried Mandarin Orange)

국 가 : 미국(United States of America)

Contents

I. 국가 정보 및 시장통계	04
1. 수출환경 및 경제지표	06
2. 식품산업 현황	10
3. 수출입통계	19
II. 시장 트렌드	25
1. 제품 트렌드	27
2. 소비 트렌드	29
3. 유통 트렌드	32
III. 통관 및 제도	33
1. 통관 및 검역	36
2. 인증정보	44
3. 라벨링	47
4. 위생요건	49
IV. 경쟁제품	52
1. 경쟁제품 선정	54
2. 경쟁제품 분석	55



V. 경쟁사.....	63
1. 경쟁사 선정.....	64
2. 경쟁사 분석.....	65
V. 유통채널.....	70
1. 유통채널 개황.....	71
2. 주요 유통채널 분석.....	76



I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 식품산업 현황
3. 수출입통계

국가 개요

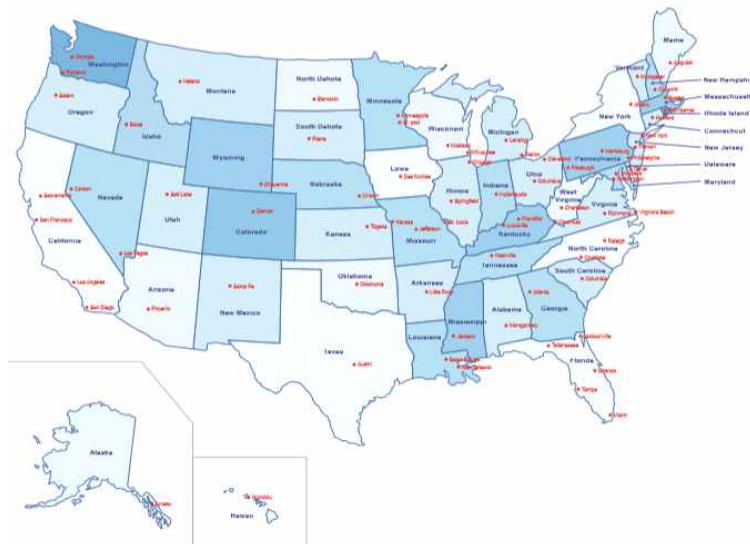
미국은 미주 대륙 북부에 위치하고 있으며 북쪽으로 캐나다, 남쪽으로 멕시코와 국경을 접하고 있음. 1776년 대영 제국으로부터 독립하고 18세기 제1·2차 세계대전에 참전 및 승리한 이후 소련과의 냉전 체제에서 급부상하여 자본주의 진영을 이끄는 선두자 역할을 하게 됨

미국의 3대 주요 산업은 금융·부동산(13.4%), 전문서비스(12.1%), 제조업(11.7%)으로, 영국과 함께 세계금융의 중심지이며 전 세계 최대 규모의 금융시장을 보유하고 있음. 기후 면에서는 남북의 위도차가 커 남부 플로리다의 아열대로부터 하와이의 열대, 북부 알래스카의 한대에 이르기까지 기후 조건이 다양함

2016년 11월 8일 치러진 대통령 선거에서 공화당의 도널드 트럼프가 제45대 대통령으로 당선된 이후 환태평양경제동반자협정(TPP) 탈퇴, 불법이민 단속 강화, 파리 기후변화협약 탈퇴 등의 미국우선주의 및 보호무역주의를 내세우고 있음

주요 정보

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▶ 국명: 미합중국
(The United States of America) ▶ 수도: 워싱턴 D.C.
(Washington, District of Columbia) ▶ 대통령: 도널드 트럼프(Donald John Trump) ▶ 인구: 약 3억 2,819만 명(2018년) ▶ 면적: 937만km²(한반도의 약 42배) ▶ 공식어: 영어(일부 지역은 스페인어도 통용) | <ul style="list-style-type: none"> ▶ 주요 도시: 뉴욕, 로스앤젤레스, 시카고 등 ▶ GDP: 19조 9,601억 달러(2018년)¹⁾ ▶ 1인당 GDP: 5만 1,337 달러(2017년) ▶ 경제성장률: 2.2%(2017) ▶ 화폐단위: 달러(Dollar, USD)²⁾ ▶ 종교: 기독교/가톨릭(70.6%), 유대교(1.9%), 불교(0.7%), 이슬람(0.9%), 힌두교(0.7%) ▶ 인터넷 보급률: 95.6%(2017) |
|---|---|



자료: 「Country Insight Snapshot United States of America December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.07, internetworldstats, 2017.12 자료 종합

1) 본 보고서의 달러는 미 달러화를 기준으로 함
 2) 1달러(USD) = 1,123원(KRW)(KEB하나은행 고시 기준, 2019.02.20)

1. 수출환경 및 경제지표

□ 국가 위험등급 및 전망³⁾

	등급	등급전망
	DB2	안정적

자료: 「Country Insight Snapshot United States of America December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.07

□ 주요 전망

구분	세부내용
긍정적	<ul style="list-style-type: none"> - 완전고용 수준의 노동 시장과 높은 소비율에 힘입은 탄탄한 내수기반 보유 - 지속적인 경제 성장 및 트럼프 정부의 친기업 정책에 따른 민간소비 및 투자 확대 기조
부정적	<ul style="list-style-type: none"> - 글로벌 무역분쟁의 확산 가능성은 기업 투자의 하방 위험으로 작용함 - 무역분쟁 및 관세부과 정책이 단기적으로 거시경제에 미치는 영향은 제한적이나 향후 확대될 시 장기적으로 경기 성장세가 위축될 가능성이 존재

자료: 「Country Insight Snapshot United States of America December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.07

3) 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 안보 상황, 정책의 방향성 및 지속성 등의 '정치적 환경', GDP 성장률, 인플레이션율, 무역 규모, 재정 및 통화정책, 재정 균형 등의 '경제 및 상업 환경', 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

- 경상수지는 2008년 글로벌 금융위기 후 극복되는 추세였으나 2013년부터 다시 악화되기 시작함
 - 경상수지 적자의 내부적 요인은 ①낮은 저축률 ②재정적자의 고착화 ③산업구조의 변화 ④해외직접투자의 증가로 분석됨
 - 외부적 요인으로는 ①신흥국의 과잉저축 ②안전자산에 대한 수요 ③신흥국 통화의 저평가 등을 들 수 있음
- 2018년 기준 재정수지는 GDP 대비 -4.5%의 적자를 기록할 전망
 - 향후 베이비 붐 세대의 은퇴, 인구 고령화 등으로 법정 지출이 증가하여 재정적자 비율이 현재보다 더 높아질 것으로 전망됨
- 물가상승률은 2018년 기준 2.4%로 연준 목표 수준인 2%대를 유지할 전망
 - 경기 및 고용 호조 지속에 따른 유희생산자원 축소, 유가 상승 등으로 2017년에 연준 목표였던 2%를 넘어선 2.1%를 기록하여 저인플레이션이 고착화될 것이라는 우려를 불식시킴
- 무역장벽이 기업 심리에 부담으로 작용하면서 향후 경제 성장 속도가 둔화될 전망
 - 2017년부터 2018년 상반기까지 지속된 경제 성장은 일자리 창출을 촉진하고 실업률을 낮추는 데 기여
 - 한편 트럼프 정부의 보호무역주의 기조로 해외 기업들의 수출경쟁력 약화에 대한 우려가 커지며 2018년 하반기 이후 경기 부양 분위기가 둔화되고 있음
- 2018년 실업률은 1969년 12월 이후 최저치인 3.8%를 기록할 전망
 - 노동시장은 완전고용 수준이거나 이를 넘어선 것으로 평가되며 취업자 수가 높은 증가세를 유지하고 있음

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f	2023f
경상수지/GDP	-2.3	-2.3	-2.4	-2.4	-2.6	-2.5	-2.6	-2.7
재정수지/GDP	-3.2	-3.5	-4.5	-4.9	-4.9	-4.9	-5.4	-5.2
물가상승률	1.3	2.1	2.4	2.2	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	3.8	4.0	4.0	4.2	4.3	4.3

자료: 「Country Insight Snapshot United States of America December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.07

□ 무역통상 환경

- 정치, 경제, 사회적으로 안정되어 있고 정부가 모든 형태의 외국인 투자에 대해 개방적인 정책을 견지하고 있음
 - 2017-2018 세계경제포럼(WEF) 경쟁력 보고서(Global Competitiveness Index)에서 스위스에 이어 가장 경쟁력 있는 시장 2위로 선정되며 특히 노동효율성, 금융시장 성숙도, 기술수용 적극성 등을 포함하는 효율성 증진 부분에서 상위권을 차지
 - 세계은행이 발표한 '2018년 사업하기 좋은 나라(Ease of Doing Business)' 조사에서 82.54점을 기록해 세계 6위로 선정되는 등 사업 환경이 호의적임
 - 외국 자본도 국내 자본과 동일하게 대우하고 있으며 외국 기업에 대해 자유로운 기업 활동을 보장하는 동시에 각종 금융 인센티브를 제공하고 있음
- 對중국 무역 갈등 심화로 인해 중국과 협상을 진행하는 한편 관세부과 등 압박을 가하는 투트랙 전략을 지속할 전망
 - 중국에 대한 통상정책이 미국 의회에서도 초당적인 지지를 얻고 있어 미중 갈등이 상당히 장기화될 전망
 - 2019년부터 이루어질 WTO 개혁 논의는 중국의 국영기업 보조금 견제를 위한 WTO 보조금 통보 의무와 분쟁해결을 위한 제소기구 개편 방안 중심으로 진행될 것으로 보임
- 외국인 직접투자는 글로벌 금융위기 이후 꾸준한 증가세를 이어왔으나 트럼프 행정부가 들어선 2017년 급감함
 - 외국인 투자를 통한 외국의 미국 선진 기술침탈을 방지하기 위해 CFIUS(외국인투자위원회)의 권한과 심사범위를 대폭 확대하는 법이 통과됨
- 트럼프 정부의 자유무역협정(FTA, NAFTA) 재협상 및 수입규제 등 통상정책 압박으로 인한 수출 환경 변화
 - 미 정부의 보호 무역을 통한 자국 제조업 일자리 회복과 부품 현지 조달 확대 정책에 따른 대미 수출 부진이 장기화될 우려가 있음
 - 자국 이익을 우선시하는 내용이 다수 반영된 미국-멕시코-캐나다간 협정(USMCA)이 앞으로 추진될 무역협정에 영향을 미칠 것으로 보임

□ 위험 및 기회 요소

구 분	세 부 내 용
위험 요소	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 미국의 보호무역주의 기조에 따른 불확실성으로 수입산 자동차, 철강관 및 철강선 등에 위기 요인이 존재 <ul style="list-style-type: none"> • 2018년 8월 미국-멕시코 NAFTA 재협상이 타결됨에 따라 역내(미국-멕시코) 생산 비중이 75%(기존 62%에서 13% 증가) 이상 되는 완성차에 한해 무관세 혜택을 받을 수 있기에 역내 생산 부품 도입 비중이 높아질 것으로 전망 ▶ 외국인 투자를 통한 미국의 선진 기술 침탈 방지법 발효 <ul style="list-style-type: none"> • 중국 등에서 미국의 지적재산권을 침탈하여 첨단기술 분야에서 최소의 개발비용으로 미국을 추월하는 성과를 내고 있다는 우려가 미국 정부 내에서 고조됨 • 개정 전 외국인대미국투자승인위원회(CFIUS)가 검토 가능한 거래는 인수합병, 합작투자 등을 통해 국가 안보에 위협이 될 수 있는 분야의 미기업의 경영권을 외국 정부 혹은 기업이 인수할 때에 국한되어 있었으나, 해당 법이 입법됨에 따라 부동산 거래, 소수지분 투자 등도 검토 대상에 포함됨
기회 요소	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 미국의 대중 통상제재인 무역통상법 301조의 영향으로 한국에 소싱 전환 기회 도래 <ul style="list-style-type: none"> • 그동안 중국에서 다양한 상품 및 부품들을 조달해 오던 미국의 주요 기업들은 중국 상품 대신 인근 경쟁 국가로부터의 소싱 전환에 관심을 보이고 있음 • 품질이 중요시되는 부품 및 IT 제품, 화장품과 일반 생활 소비재 관련하여 중국 외 다른 국가 제품 소싱으로 연결될 수 있을 것으로 분석됨 ▶ 경제 활성화와 고용창출을 위해 대규모 공공인프라 현대화 작업 투자 예정 <ul style="list-style-type: none"> • 투자 자원 문제 해결을 위해 민간 및 해외 자본의 참여 활성화를 계획하고 있어 민-관 협력(PPP) 시장이 확대될 전망 • 공공 인프라 투자에 연방정부가 차지하는 비중은 지속적으로 감소하고 있으며, 주·지방정부가 전체 투자의 75% 이상을 담당하고 있음 ▶ 2019년 초 5G 무선통신이 미국 내 최소 30개 지역에서 런칭될 예정 <ul style="list-style-type: none"> • 5G 무선통신에 대한 투자는 약 2,750억 달러 규모일 것이며, 이는 약 5,000달러에 이르는 GDP 증가와 300만 개 이상의 새 일자리 창출을 이끌어낼 전망

자료: 「Country Insight Report United States of America December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.17

2. 식품산업 현황

1) 시트러스류 시장 동향

□ 미국의 시트러스류 분류

- 미국의 시트러스류(Citrus)는 크게 오렌지(Orange), 탄젤로(Tangelo), 탠저린(Tangerine)·만다린(Mandarin), 레몬(Lemon)·라임(Lime), 자몽(Grapefruit)으로 분류됨⁴⁾
 - 오렌지는 시트러스류 과일 중 미국에서 가장 판매율이 높고 주로 주스 재료로 쓰임
 - 만다린은 중국에서 유래한 품종으로 크기가 다양하나 오렌지보다 작고 단맛이 나고 붉은 빛을 띠고 있으며 껍질이 부드러워 제거하기 쉬움
 - 플로리다에서는 2016년부터 ‘탠저린·만다린(Tangerines and Mandarins)’ 분류에 탄젤로(Tangelo)도 포함함

그림 1.1 시트러스류의 품종별 분류

		
오렌지	탄젤로	탠저린·만다린
		
레몬	라임	자몽

자료: PMA Presents

4) Food Product Environmental Footprint Literature Summary: Citrus, State of Oregon Department of Environmental Quality, 2017.10

- 만다린은 오렌지보다 작은 크기의 시트러스류를 통칭하는데 각 하위 분류는 엄격하게 구별이 이루어지지 않음
 - 탠저린은 만다린에 속하며 만다린보다 껍질이 얇고 부드러우며 중심 부분이 붉은 것이 특징이며 사쓰마나 클레멘타인보다는 크기가 큼
 - 미국 현지 시장에서는 탠저린·만다린을 엄격하게 구분하지 않으며 대부분 만다린의 하위 분류인 탠저린을 상위 분류인 ‘만다린’으로 표기하고 있음
 - 사쓰마는 일본산 품종으로 표면이 울퉁불퉁하며 씨가 없어 통조림 제조에 많이 쓰이는데 만다린 통조림은 보통 사쓰마를 원료로 사용한 것
 - 클레멘타인은 1970년대 스페인에서 처음 수입되어 캘리포니아에서 재배하고 있으며 현재 미국 시장에서 가장 판매율이 높은 만다린 오렌지 제품 중 하나인 Cuties 사의 제품이 클레멘타인 중에 해당됨
- 한국의 제주 감귤은 사쓰마와 거의 흡사한 형태이나 현지에서는 보편적으로 만다린 오렌지(Mandarin Orange) 또는 탠저린 오렌지(Tangerine Orange)라고 칭함

그림 1.2 만다린의 품종별 분류

		
탠저린	사쓰마	클레멘타인

□ 시트러스류 시장 현황

- 미국의 시트러스류 생산은 캘리포니아(California)와 플로리다(Florida)에서 이루어짐
 - 플로리다의 전체 시트러스류 재배 면적 중 89%가 오렌지로 미국 내에서는 가장 많은 오렌지를 생산하는 지역이며 전 세계에서 브라질 다음으로 2위를 차지하고 있음
 - 플로리다의 오렌지와 자몽 생산은 2017년 기준 미국 전체 생산량 중 각각 56%, 54%를 차지하고 있으나 만다린의 경우 캘리포니아보다 훨씬 적은 생산량을 기록

5) www.freshfromflorida.com/Agriculture-Industry/Florida-Agriculture-Overview-and-Statistics

- 플로리다는 소비세 부과 대상에 오렌지, 자몽, 탠저린, 탄젤로, 탄골(Tangor)이 지정되어 있으며 만다린, 레몬, 라임은 제외
- 캘리포니아의 만다린 재배 면적은 1990년대 약 5,000ac⁶⁾였던 것에 비해 현재 약 50,000ac로 10배 증가하였으며 미국 전체 만다린 생산의 대부분을 차지하고 있음
- o 미국의 시트러스류(감귤류) 소비는 전 세계에서 12%를 차지하며 오렌지, 레몬, 자몽, 탠저린, 라임 순으로 많음
 - 오렌지 주스는 전체 주스 소비 중 63%, 시트러스류 주스 중 90%의 비중을 차지
 - 1인당 1년간 시트러스류 소비량은 평균 80파운드(약 36kg)를 상회하며 만다린의 소비량이 매년 평균 5파운드씩 증가하는 추세
 - 오렌지, 레몬, 라임 주스 중 절반이 브라질, 멕시코 등지로부터의 수입품이며 탠저린·만다린은 4분의 1이 수입되고 있음
- o 썬키스트(Sunkist)에 의하면, 최근에는 오렌지 판매가 주춤하고 있으며 2016년 기준 만다린 소비는 전체 시트러스류 중 37%를 차지⁷⁾
 - 전통적으로 오렌지가 시트러스류 중 가장 강자였으나 최근에는 더 달고 껍질을 쉽게 벗길 수 있는 만다린 종류인 사쓰마와 골드 너겟(Gold Nugget)⁸⁾이 인기
 - Sun Pacific 사의 브랜드 Cuties는 아이들을 위한 영양 간식이라는 마케팅으로 부모들이 과자나 간식 대신 만다린을 소비하도록 유도하여 매출 상승을 이끌어냄

□ 지역별 시트러스류 생산 시기 및 월별 생산량

- o 플로리다의 경우 시트러스류 생산 시기는 매년 9월부터 시작하여 수확은 6월부터 이루어지는데 이 중 탠저린의 재배는 9월, 수확은 4월에 이루어짐⁹⁾

표 1.2 월별 시트러스류 재배 및 판매 현황(플로리다)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
탄젤로	○									○	○	○
탠저린	○	○	○	○						○	○	○
자몽	○	○	○	○						○	○	○

자료: FCM.com

6) 에이커, 약 4,047m²

7) www.producebusiness.com/california-mandarin-oranges-rise-top/

8) 캘리포니아 대학교 리버사이드에서 개발한 품종으로 만다린의 일종

9) Florida Citrus Statistics, Florida Department of Agriculture and Consumer Services, 2018.03

- 캘리포니아의 경우 오렌지는 연중 재배되며 만다린이 시장에 판매되는 성수기는 11월부터 이듬해 5월까지임¹¹⁾
 - 오렌지와 레몬은 연중무휴로 재배됨
 - 만다린은 11월부터 3월까지 주로 생산되며 4월부터 6월까지는 온실 재배 혹은 냉장 보관으로 시장에 판매됨

표 1.3 월별 시트러스류 재배 및 판매 현황(캘리포니아)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
오렌지	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
자몽	○	○	○	○								○
라임	○	○	○	○						○	○	○
레몬	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
만다린	○	○	○	○	○	○					○	○

자료: Citrus Fruits 2018 Summary, USDA, 2018.08

10) flocitrusmutual.com/citrus-101/citrusseasons.aspx

11) cuesa.org/eat-seasonally/charts/fruit

2) 탠저린·만다린¹²⁾ 시장 동향

□ 탠저린·만다린 생산 및 소비 현황

- 2017년 전세계 탠저린·만다린 생산은 전년과 비슷한 수치인 약 3,000만 톤을 기록
 - 탠저린·만다린 최대 생산 국가 1위는 중국이고 유럽과 미국이 각각 2위와 3위를 차지했으며 미국은 6위를 기록
 - 미국의 2017년 탠저린·만다린 생산량은 허리케인으로 인해 전년 대비 60% 수준으로 감소함에 따라 소비량도 전년 대비 17.9% 감소한 80만 톤 수준을 기록

표 1.4 국가별 탠저린·만다린 생산량 추이(2013-2017년)

(단위: 천 톤)

국가	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017 연평균성장률 ¹³⁾
글로벌	26,474	28,294	28,740	30,183	29,902	3.1%
1 중국	17,850	19,400	20,200	20,600	21,200	4.4%
2 유럽	3,213	3,474	3,086	3,421	2,975	-1.9%
3 터키	880	960	1,040	1,300	1,310	10.5%
4 모로코	1,160	1,003	1,065	1,278	1,020	-3.1%
5 일본	1,124	1,040	933	1,070	990	-3.1%
6 미국	700	810	861	937	799	3.4%
7 한국	672	697	635	600	560	-4.5%
8 이스라엘	139	205	190	243	265	17.5%
9 남아프리카	195	203	226	261	230	4.2%
10 아르헨티나	370	350	350	320	400	2.0%

자료: Citrus: World Markets and Trade, USDA, 2018.07

표 1.5 국가별 탠저린·만다린 소비량 추이(2013-2017년)

(단위: 천 톤)

국가	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017 연평균성장률
글로벌	30,848	28,173	29,040	29,282	29,369	-1.2%
1 중국	6,865	6,043	6,446	6,718	7,070	0.7%
2 유럽	5,549	5,333	5,407	5,990	5,631	0.4%
3 브라질	6,036	5,196	4,940	4,759	5,010	-4.6%
4 멕시코	3,312	2,947	2,929	2,873	2,852	-3.7%
5 이집트	1,385	1,350	1,380	1,380	1,480	1.7%
6 터키	1,284	1,310	1,366	1,402	1,450	3.1%
7 미국	1,357	1,263	1,346	1,235	1,008	-7.1%
8 모로코	820	688	811	822	800	-0.62%
9 베트남	661	602	695	678	680	0.71%
10 러시아	467	438	470	425	436	-1.70%

자료: Citrus: World Markets and Trade, USDA, 2018.07

12) 탠저린이 만다린의 하위 분류이나 미 농무부에서 탠저린·만다린을 통칭하여 같은 종류로 분류한 기준을 따름

13) 연평균성장률 = (최신/최초연도)^{1/n개년}-1

□ 탠저린·만다린 재배 면적 및 단위면적당 생산량

- 미국의 탠저린·만다린 생산 규모는 캘리포니아가 가장 크며 캘리포니아의 탠저린 생산은 전체 시트러스류 중 88%를 차지
 - 한편 플로리다는 2017년 기준 캘리포니아 재배 면적의 약 15% 수준의 재배 면적과 약 26% 수준의 면적당 생산량을 기록
- 최근 3년간(2015-2017년) 전국의 탠저린·만다린 재배 면적은 증가하였으나 면적당 생산량은 2017년 감소
 - 허리케인 이마(Irma)가 2017년 9월 미국에 상륙하여 플로리다의 시트러스류 산업 이익은 전년 대비 70% 감소했으며 7억 6,000만 달러(약 8,534억 원)의 손실을 입고 재배 면적도 감소

표 1.6 지역별 탠저린·만다린 재배 면적 및 단위면적당 생산량 추이(2015-2017년)

(단위: ac, 상자¹⁴)

구분	캘리포니아		플로리다	
	재배 면적	면적당 생산량	재배 면적	면적당 생산량
2015	57,000	381	8,300	170
2016	59,000	403	9,400	172
2017	62,000	310	9,300	81

자료: 「Citrus Fruits 2018 Summary」, USDA, 2018.08

표 1.7 전국 탠저린·만다린 재배 면적 및 면적당 생산량 추이(2015-2017년)

(단위: ac, 상자)



자료: Citrus Fruits 2018 Summary, USDA, 2018.08

14) 출하장 운송용 상자(90lb, 약 40kg)

□ 텐저린·만다린 출하량 추이

- 지역별 출하량 및 출하 가격 분류는 텐저린·만다린의 판매 용도에 따라 신선용과 가공용으로 나뉨
 - 캘리포니아는 신선용의 출하량이 가공용보다 약 3.4배 많은 반면 플로리다는 약 1.8배 많은 수치
 - 한편 플로리다의 가공용 텐저린·만다린은 주스, 기름, 향수, 조미료, 애완동물 사료 등으로 제조되며 잔량이 신선용으로 출하됨
- 전체 출하량 추이를 살펴보면 가공용보다 신선용 텐저린·만다린 출하량이 2배 이상 많으며 2017년에는 3배 이상 격차가 벌어짐
 - 가공 과일보다 신선 과일을 찾는 소비자가 많은 요인은 과일 소비의 주된 요인이 영양분 섭취 및 건강식이기 때문인 것으로 분석됨

표 1.8 지역별 텐저린·만다린 출하량 추이(2015-2017년)

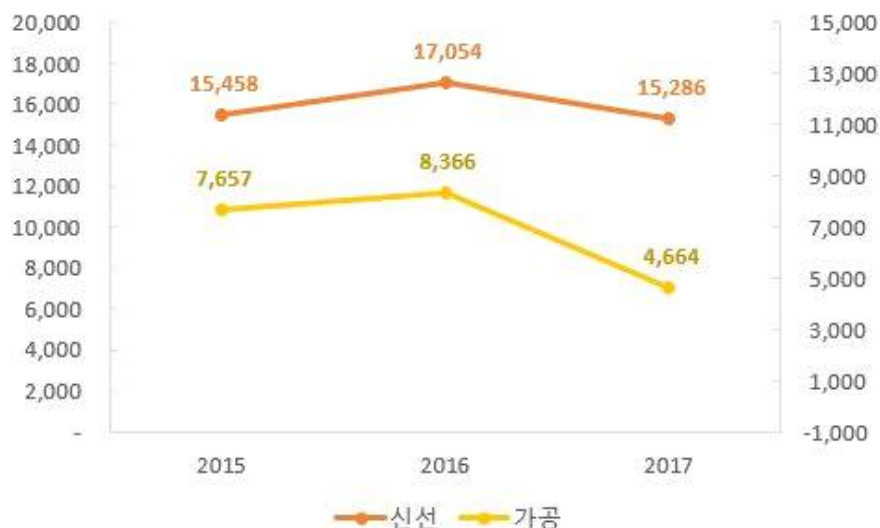
(단위: 천 상자)

구분	캘리포니아			플로리다		
	신선	가공	총	신선	가공	총
2015	14,500	7,200	21,700	958	457	1,415
2016	16,200	7,600	23,800	854	766	1,620
2017	14,800	4,400	19,200	486	264	750

자료: 「Citrus Fruits 2018 Summary」, USDA, 2018.08

표 1.9 전체 텐저린·만다린 출하량 추이(2015-2017년)

(단위: 천 상자)



자료: Citrus Fruits 2018 Summary, USDA, 2018.08

3) 건조 과일 시장 동향

□ 건조 과일 시장 규모

- 도시 인구 및 1인당 소득이 증가하며 스낵류 소비가 늘어남에 따라, 제과점 및 과자점 등에서 건조 과일 구매가 증가하고 있음
 - 견과류 믹스, 초콜릿 바, 시리얼 바, 요거트 등에 첨가되는 재료로 사용됨
- 건조 과일 시장 규모는 2018년 기준 약 11억 2,400만 달러(약 1조 2,620억 원)을 기록하며 전년 대비 1.1% 성장
 - 편의점과 같은 현대적 유통채널과 온라인 쇼핑몰의 발전으로 제품 접근성이 향상되어 소비자가 식료품을 쉽게 구매할 수 있게 됨

표 1.10 건조 과일 판매액 추이(2014-2018년)



자료: Euromonitor International

□ 건조 과일 종류별 소비 현황

- 1인당 건조 과일의 연간 소비량은 2017년 기준 약 2.2파운드(약 1.0kg)를 기록하며 전년 대비 9.3% 감소
 - 이는 신선 과일의 1인당 연간 소비량이 약 116.1파운드로 전년 대비 3.2% 증가한 것으로 인해 건조 과일의 소비가 상대적으로 감소한 것으로 분석됨

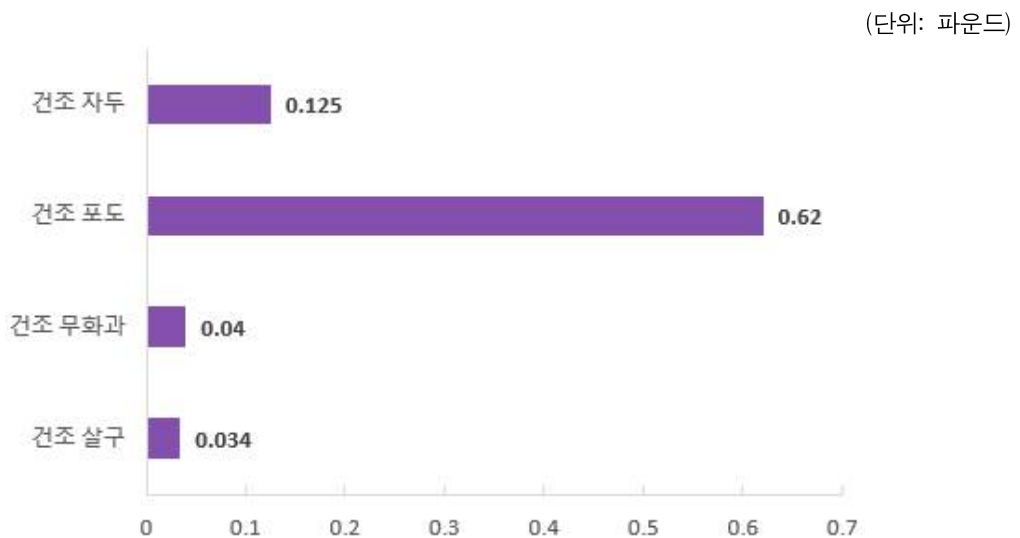
표 1.11 1인당 연간 건조 과일 소비량(2013-2017년)



자료: Statista

- 미국 소비자들이 즐겨 먹는 대표적인 건조 과일 종류는 건조 살구, 무화과, 포도, 자두이며 이 중 건조 포도가 1인당 연간 소비량 0.62파운드(약 0.28kg)로 가장 높음
- 건조 포도와 건조 자두는 전 세계 1인당 소비량 순위 1위를 차지했으며 무화과와 살구는 각각 3위와 4위를 기록

표 1.12 1인당 연간 건조 과일 종류별 소비량(2016년)¹⁵⁾



자료: Nuts&Dried Fruits Statistical Yearbook 2017/2018, International Nut&Dried Fruit

15) 2016년이 가장 최신 자료

3. 수출입통계

수출입통계 개요

❖ 건조 감귤 관련 주요 수치

- 글로벌 HS CODE 2008.30 수입 규모 약 7억 8,000만 달러(2017년)
- 미국 HS CODE 2008.30.4600 수입 규모 약 3억 2,800만 달러, 세계 1위(2017년)
- 미국 HS CODE 2008.30.4600 수입 시장점유율 1위 중국(96.7%)
- 한국산 감귤 가공품의 對글로벌 수출량 약 729톤, 수출액 약 215만 달러(2018년)

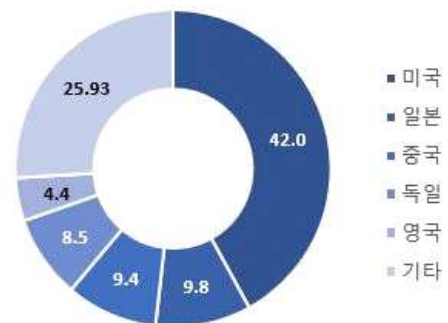
❖ 건조 감귤 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
미국	2008.30.4600	기타
한국	2008.30.9000	기타

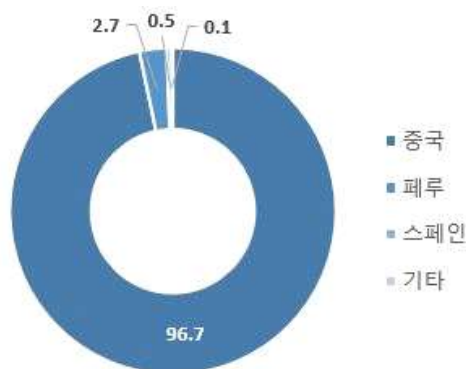
❖ 글로벌 HS CODE 2008.30 수입액 규모(2017)

수입국	2017	
	금액(천 달러)	
글로벌	780,382	
1 미국	328,063	
2 일본	76,175	
3 중국	73,531	
4 독일	66,062	
5 영국	34,198	

❖ 글로벌 HS CODE 2008.30 수입액 비중(2017)



❖ 미국 HS CODE 2008.30.4600 국가별 수입액 비율(2017)



1) 통계분석 기준 설정

□ 건조 감귤 통계 기준 설정

- 건조 감귤의 전 세계 및 미국 수입 통계, 한국산 수출 통계를 확인하기 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정¹⁶⁾

□ 건조 감귤의 HS CODE¹⁷⁾는 미국 2008.30.4600, 한국 2008.30.9000

- 글로벌 수입 규모를 파악하기 위해 HS CODE 2008.30, 미국 수입 규모를 파악하기 위해 HS CODE 2008.30.4600, 한국산 건조 감귤의 수출 규모를 파악하기 위해 HS CODE 2008.30.9000을 통계 기준으로 설정

표 1.13 건조 감귤 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
글로벌	2008.30	기타 조제 처리한 감귤류 과실
미국	2008.30	감귤류 과실(그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분, 설탕이나 그 밖의 감미료나 주정을 첨가했는지에 상관없으며 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)
	2008.30.4600	기타
한국	2008.30	감귤류 과실(그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분, 설탕이나 그 밖의 감미료나 주정을 첨가했는지에 상관없으며 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)
	2008.30.9000	기타

표 1.14 HS CODE 검색 사이트

구분	사이트명	URL
HS CODE	관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
	세계 HS 정보시스템	www.customs.go.kr/kcshome/getBuRyuList.po
	미국 국제무역위원회	hts.usitc.gov

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

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

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

2) 글로벌 수입 통계(통계기준: HS CODE 2008.30)

□ 2017년 글로벌 수입 규모 1위 국가는 미국

- 2017년 전 세계 HS CODE 2008.30의 수입 규모는 약 7억 8,000만 달러로, 최근 5년간 (2013~2017년) 연평균성장률은 -1.0%
 - 1위는 미국으로, 2017년 기준 약 3억 2,800만 달러(42.0%)를 수입하며 가장 큰 비중을 차지하고 있음
 - 그 뒤를 일본(9.8%)과 중국(9.4%)이 아시아 국가 중 상위권에 진입하며 2위와 3위를 차지하였으며 중국은 지난 5년간(2013-2017년) 연평균성장률 11.9%를 보이며 빠르게 증가하고 있음
- 미국은 지난 5년간(2013-2017년) 수입액 3억 달러대를 지속적으로 유지해오며 증감을 반복하고 있으나 전체적으로는 연평균성장률 -2.5%를 기록하며 서서히 감소하는 추세

표 1.15 글로벌 HS CODE 2008.30 수입 규모 추이(2013-2017년)

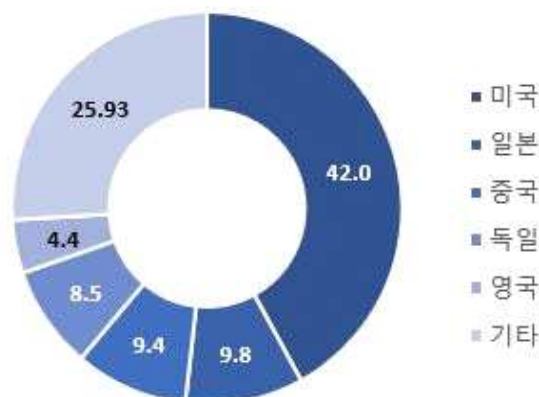
(단위: 천 달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017 연평균성장률
글로벌	813,220	771,213	781,507	763,570	780,382	-1.0%
1 미국	362,573	334,225	342,371	344,566	328,063	-2.5%
2 일본	78,737	66,392	66,711	74,169	76,175	-0.8%
3 중국	46,917	43,764	66,809	50,831	73,531	11.9%
4 독일	69,324	64,111	61,819	57,642	66,062	-1.2%
5 영국	47,307	47,679	38,539	35,414	34,198	-7.8%

자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

표 1.16 국가별 HS CODE 2008.30 수입액(2017년)

(단위: %)



자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

3) 미국 수입 통계(통계기준: HS CODE 2008.30.4600¹⁸⁾)

□ 2017년 미국의 HS CODE 2008.30.4600 수입국 1위는 중국이며, 한국은 미집계

- 미국의 HS CODE 2008.30.4600 수입액은 2017년 기준 약 1억 5,000만 달러로, 전년 대비 -6.5% 감소
- 미국의 HS CODE 2008.30.4600 수입국 1위는 중국으로 96.7%의 압도적인 수입 규모를 차지함
 - 2017년 기준 중국으로부터의 수입액은 약 1억 4,400만 달러를 기록
 - 2016년 이전까지 스페인이 수입국 2위였으나 2017년 기준 페루가 약 400만 달러로 2위를 차지(2.7%)
- 미국의 한국산 HS CODE 2008.30.4600의 수입액은 집계되지 않음

표 1.17 미국 HS CODE 2008.30.4600 수입 규모 추이(2013-2017년)

(단위: 천 달러)

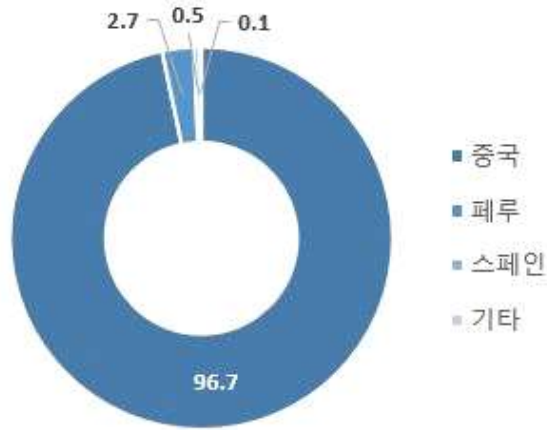
구분	2013	2014	2015	2016	2017	2013-2017 연평균성장률
글로벌	195,685	186,201	182,647	181,224	149,272	-6.5%
1 중국	195,193	185,419	181,913	180,655	144,413	-7.3%
2 페루	0	0	0	0	4,045	-
3 스페인	475	631	677	507	748	12.0%
4 태국	18	11	0	21	66	38.4%
5 스위스	0	0	0	5	0	-
6 필리핀	0	0	0	36	0	-
7 홍콩	0	108	25	0	0	-
8 이탈리아	0	34	31	0	0	-

자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

18) HS CODE 2008.30.4600의 범위는 오렌지, 레몬, 석회, 자몽, 금귤, 시트론 등을 제외한 기타 감귤류 과실 전체이므로, 감귤의 단독 교역 규모는 더 작을 수 있음

표 1.18 미국 HS CODE 2008.30.4600 수입액 비율(2017년)

(단위: %)



자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

□ 미국 HS CODE 2008.30.4600 월별 수입 통계

표 1.19 미국 HS CODE 2008.30.4600
주요 수입국 최근 3개년 월별 수입 규모(2016-2018년)

(단위: 천 달러)

구 분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	
중국	2018	3,329	2,317	4,877	21,447	26,933	23,111	17,784	13,447	11,733	12,998	-	-
	2017	2,362	846	1,039	10,882	16,472	21,520	23,223	14,884	11,446	14,097	12,419	15,223
	2016	2,746	1,340	1,044	17,117	18,772	23,738	23,539	20,682	17,145	16,761	18,717	19,054
스페인	2018	-	-	-	113	75	36	159	72	-	66	-	-
	2017	33	33	-	60	-	61	76	144	33	157	92	58
	2016	-	-	-	101	69	68	67	70	-	33	66	33
스위스	2018	-	-	-	-	-	-	18	-	-	-	-	-
	2017	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	2016	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
태국	2018	-	-	-	313	192	35	11	45	-	-	-	-
	2017	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	66
	2016	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

4) 한국 수출 통계(통계기준: HS CODE 2008.30.9000)

□ 한국산 HS CODE 2008.30.9000 對글로벌 수출 규모

- 한국산 HS CODE 2008.30.9000 對글로벌 수출량은 2017년 기준 약 612톤을 기록하며 전년 대비 약 66.6% 증가
 - 이는 2013년 약 311톤을 기록했던 것에 비해 약 2.0배 증가한 수치이며 최근 5년간(2013-2017년) 연평균성장률은 18.4%
- 對글로벌 수출액은 2017년 기준 약 177만 4,000달러를 기록하며 전년 대비 약 47.6% 증가
 - 이는 2013년 약 102만 5,000달러를 기록했던 것에 비해 약 1.7배 증가한 수치이며 최근 5년간(2013-2017년) 연평균성장률은 14.7%

표 1.20 한국산 HS CODE 2008.30.9000 글로벌 수출 통계

(단위: 톤, 천 달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
중량 (연 증가율)	311 (△26.4%)	381 (22.6%)	268 (△29.7%)	368 (37.1%)	612 (66.6%)
금액 (연 증가율)	1,025 (△32.2%)	1,331 (29.9%)	875 (△34.3%)	1,202 (37.4%)	1,774 (47.6%)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

□ 한국산 HS CODE 2008.30.9000 對미국 수출 규모

- 對미국 수출량은 2017년 기준 약 62톤을 기록하며 전년 대비 약 5.3% 감소
- 최근 5년간(2013-2017년) 對미국 수출액은 등락을 거듭하고 있으나 전반적으로 미미한 추세

표 1.21 한국산 HS CODE 2008.30.9000 對미국 수출 통계

(단위: 톤, 천 달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017
중량 (연 증가율)	29 (89.1%)	50 (72.7%)	60 (21.3%)	65 (8.4%)	62 (△5.3%)
금액 (연 증가율)	100 (92.8%)	162 (62.0%)	200 (23.1%)	219 (9.6%)	200 (△8.5%)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)



II. 시장 트렌드

1. 제품 트렌드
2. 소비 트렌드
3. 유통 트렌드

시장 트렌드 개요

1. 제품 트렌드

- ❖ 만다린 슬라이스는 심미적 효과를 부여하기 때문에 주로 선물용으로 제작
- ❖ 프리미엄 시장을 타겟으로 하는 일본의 한라봉 ‘데코폰(Dekopon)’
- ❖ 가장 인기있는 만다린 제품은 Cuties와 Halos

2. 소비 트렌드

- ❖ 간편하고 편리한 식품을 추구하는 현대 미국 소비자
- ❖ 건강한 먹거리에 대한 소비자들의 관심이 높아지고 있음
- ❖ 먹기 편리한 씨 없는 과일을 선호하는 경향이 증가하는 추세
- ❖ 현지 소비자 인터뷰

3. 유통 트렌드

- ❖ 현지 유통채널 담당자 인터뷰

1. 제품 트렌드

□ 만다린 슬라이스는 심미적 효과를 부여하기 때문에 주로 선물용으로 제작

- 선물 가게 Santa Barbara Company와 Fromagination는 자사 온라인 쇼핑몰에서 Dardimans California의 제품인 만다린 슬라이스를 판매
 - Dardimans California는 캘리포니아산 딸기, 오렌지, 만다린, 레몬 등의 과일을 무첨가제·무방부제로 건조하여 슬라이스 형태로 판매하는 제조업체로, 여러 식료품 상점에 납품하고 있음
 - 캘리포니아에 위치한 Santa Barbara Company는 고급 식료품 판매를 표방하며 Dardimans California의 블러드 오렌지, 만다린 과일 슬라이스 등을 선물용으로 판매
 - Fromagination은 Dardimans California 제품인 만다린, 파인애플, 배, 사과, 자몽 등의 과일 슬라이스를 판매
 - 두 판매처의 동일 제품의 판매 가격은 각각 2달러(약 2,246원)와 8달러(약 8,984원)로 상이함

그림 2.1 과일 슬라이스 제품



□ 프리미엄 시장을 타겟으로 하는 일본의 한라봉 '데코폰(Dekopon)'¹⁹⁾

- 2011년 미국 시장에 진출한 이후 현재 1파운드에 4~7달러 정도로 판매되고 있음
 - 이는 보통 만다린 기준 한 박스 가격과 비슷한 수준으로, 데코폰의 재배가 일반 만다린보다 까다로운 것이 원인

19) www.seattletimes.com/life/food-drink/mandarins-oranges-rising-stars-in-american-fruit-bowl-at-their-peak/

- o 1970년대 일본에서 오렌지와 만다린을 혼합시켜 만든 종으로, 미국 내에서 '스모 텐저린(Sumo Tangerine)'이라고도 불림
- 표면이 울퉁불퉁하며 윗부분이 껍질을 제거하기 쉽도록 돌출되어 있으며 씨가 없음
- 전국 Whole Foods Marker, 중부 Wegmans, 텍사스의 Central Market, 워싱턴주의 Town & Country 등에서 주로 1월 중순부터 3월까지 판매됨

그림 2.2 시판 중인 데코폰 품종

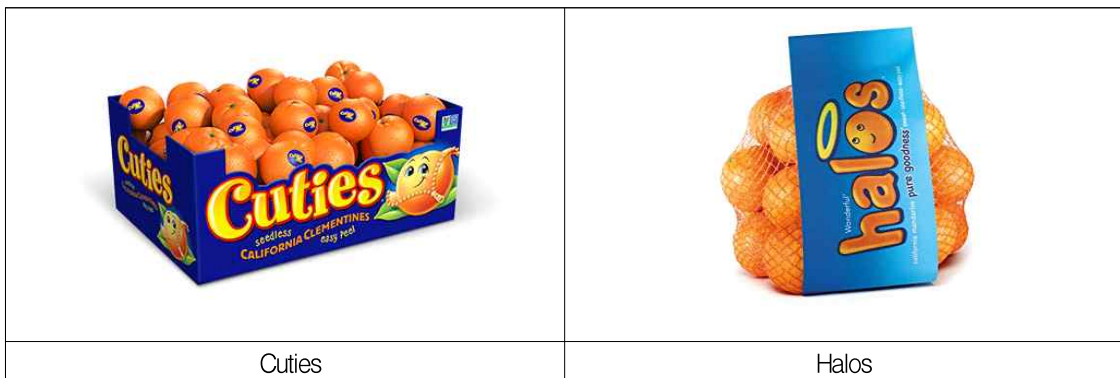


자료: Central Market

□ 가장 인기있는 만다린 제품은 Cuties와 Halos

- o Sun Pacific 사, Wonderful Citrus 사의 씨앗 없는 만다린 제품인 Cuties와 Halos는 1월 말부터 4월까지 주로 재배 및 판매되며 최근 오렌지보다 높은 판매율을 보임
- Sun Pacific의 Cuties는 클레멘타인이 1980년대 처음 스페인에서 미국으로 수입된 이후 1999년부터 캘리포니아에서 재배되고 있음
- Wonderful Citrus에서는 자몽, 레몬, 라임, 발렌시아 오렌지, 탄젤로 등의 시트러스류를 취급하며 이 중 만다린의 판매율이 가장 높음

그림 2.3 Cuties와 Halos

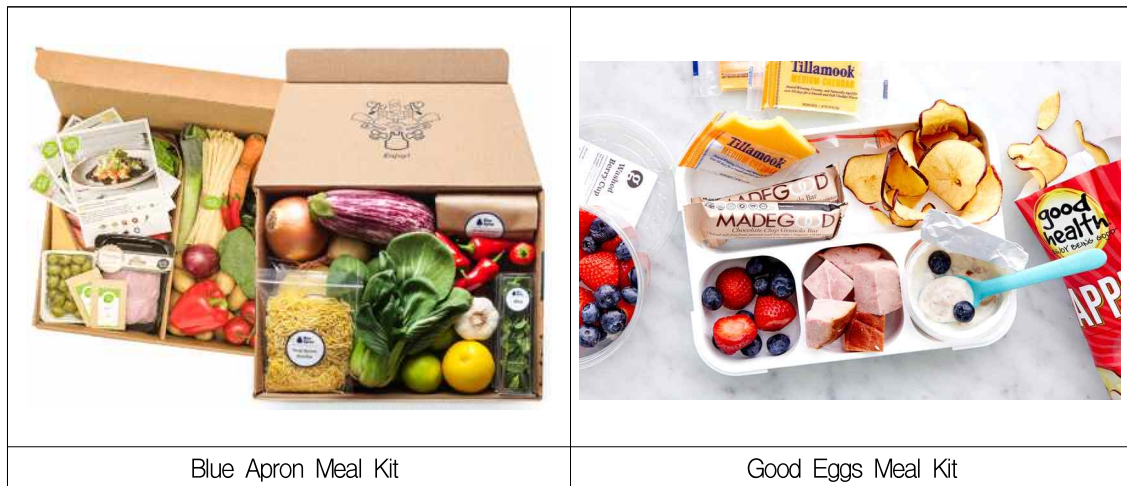


2. 소비 트렌드

□ 간편하고 편리한 식품을 추구하는 현대 미국 소비자

- 1980~2000년대까지는 가족 중심의 베이비부머 세대를 타겟으로 먹기 편리한 식품이 인기를 끌었음
 - 주방 가전 역시 채소, 과일, 고기류 같은 신선식품을 빠르고 간편하게 조리할 수 있는 제품인 멀티쿠커, 믹싱볼 등이 베스트셀러로 등극함
- 최근 인구 고령화, 재택 근무자의 증가 등으로 가정에서 시간을 보내는 인구가 증가하며 편리하게 식사를 준비할 수 있는 제품인 '밀키트(Meal Kit)'가 유행²⁰⁾
 - 외식 대신 집에서 온라인 쇼핑을 이용하여 끼니를 해결하는 소비자가 늘어남
 - Blue Apron Meal Kit에서는 집밥을 간단하게 준비할 수 있도록 식재료와 조리법을 배달해주는 서비스를 제공하는데, 한 끼 식사 분량만큼 식재료를 손질하여 포장해주며 소비자 취향에 따라 메뉴를 선택해 주문이 가능함
 - Good Eggs Meal Kits는 어린이용 밀키트에 과일, 요거트, 시리얼 바 등과 함께 건조 사과 칩을 제공하는 등 건강식을 표방하고 있음²¹⁾

그림 2.4 밀키트(Meal Kit) 제품 구성 예시



자료: www.foodbusinessnews.net

20) www.foodbusinessnews.net/articles/11044-a-measured-approach-to-meal-kits

21) www.goodeggs.com/sfbay/bundlessfbay/kids-lunch-kit/59ab383927cc08000b2671c1

□ 건강한 먹거리에 대한 소비자들의 관심이 높아지고 있음

- 인공적이지 않은 자연 식재료를 사용하고 가공 과정을 최소화한 먹거리에 대한 선호도가 높음
 - 인공첨가물이 아닌 자연 식재료로 만든 음식을 가리키는 'Real food' 및 품질이 좋고 안전성이 확보된 편리하고 기능적인 식품이 인기
 - 곡물과 식물 기반 식품 및 음료의 수요도 증가하고 있어 향후 경쟁력은 더욱 높아질 것으로 전망됨
- 이와 같은 건강 트렌드에 따라 식재료와 식품 제조 과정을 최소화한 제품인 'Simple Ingredient'가 부상하면서 건조 간식(고구마 말랭이, 쌀과자 등)의 성공 가능성이 높아짐
 - 건조 조미김의 경우 이미 미국 시장에서 큰 인기를 끌고 있음
- 모든 영양 성분을 표시한 'Clean Label'이 부착된 식품을 선호²²⁾
 - 2016년 국제식량정보협회에서 실시한 설문조사에 따르면, 응답자 중 47%의 소비자들이 식품 라벨에 표시된 영양 성분을 살펴보고 건강한 식단 혹은 자연주의 먹거리인지 판단 후 구매하는 경향이 있음²³⁾
 - 응답자의 41%는 건강한 식단이란 '인공적 성분이나 보존제가 첨가되지 않은 식품'이라고 답했으며 29%가 자연주의 먹거리란 '보존제와 첨가제가 없는 식품'이라고 답함

□ 먹기 편리한 씨 없는 과일을 선호하는 경향이 증가하는 추세

- Sun Pacific에 따르면, 최근 시장에서 씨가 있는 과일은 가격에 관계없이 판매율이 낮음²⁴⁾
 - 블루베리나 씨 없는 포도처럼 편리하고 먹기 쉬운 과일을 선호하는 경향이 증가함
 - Ruby Tango, Kishu Mandarin, Pixie, Gold Nugget 등 모두 씨 없는 만다린 종류로 인기가 높은 반면 Daisy SL은 씨가 있어 상대적으로 선호도가 낮음
- 이는 신선 과일이라도 가공식품처럼 편리하게 먹을 수 있는 것을 선호하는 소비 경향이 증가하고 있는 것으로 분석됨

22) www.pkgbranding.com/blog/consumer-demand-for-clean-label-moves-food-packagers-to-re-assess-strategy

23) www.foodsafetyandinspections.com/eneletter/embracing-the-clean-label-movement/#References

24) www.seattletimes.com/life/food-drink/mandarins-oranges-rising-stars-in-american-fruit-bowl-at-their-peak/


현지 소비자 인터뷰

1. 30대 여성, 백인, Trader Joe's 이용	
① 말린 과일 제품 중 어떤 과일을 가장 선호하십니까?	말린 망고를 가장 선호
② 말린 과일 구매 시 어떤 유통채널을 선호하십니까?	Trader Joe's, Whole Foods Market
③ 말린 과일 구매 시 제품 선택 기준은 무엇입니까?	맛과 저렴한 가격
④ 말린 감귤 제품을 먹어본 경험이 있습니까?	없음. Trader Joe's에서 말린 귤 제품을 본 적은 있으나 구매해보지 않았으며 귤 자체를 거의 먹지 않아서 손이 가지 않음
⑤ 한국산 말린 감귤 제품을 구매해 본 적 있거나 구매할 의사가 있습니까?	없음. 한국 과일이 유명한지 잘 모르겠음
2. 40대 여성, 한국인, Galleria Market 이용	
① 말린 과일 중 어떤 과일을 가장 선호하십니까?	말린 과일을 자주 먹는 편은 아니지만 말린 망고를 가장 선호
② 말린 과일 구매 시 어떤 유통채널을 선호하십니까?	저렴한 가격 때문에 Costco나 Trader Joe's를 선호
③ 말린 과일 구매 시 제품 선택 기준은 무엇입니까?	저렴한 가격
④ 말린 감귤 제품을 먹어본 경험이 있습니까?	한국산 제품을 선물받아 먹어본 경험 있음. 그러나 말린 귤보다 신선 귤이 더 맛있는 것 같음
⑤ 한국산 말린 감귤 제품을 구매해 본 적 있거나 구매할 의사가 있습니까?	미국 시장에서는 한국산 과일을 보기 힘들어 구매해 본 적 없음
3. 40대 여성, 백인, Whole Foods Market 이용	
① 말린 과일 중 어떤 과일을 가장 선호하십니까?	말린 망고와 바나나칩을 좋아하는데, 말린 망고는 탄수화물이 높은 편이라 체중 증가가 신경쓰임
② 말린 과일 구매 시 어떤 유통채널을 선호하십니까?	가깝고 제품의 질이 좋은 Whole Foods Market을 선호함. 가격이 비싸긴 하지만 식품에는 투자할 필요가 있다고 생각함
③ 말린 과일 구매 시 제품 선택 기준은 무엇입니까?	맛, 선호하는 과일
④ 말린 감귤 제품을 먹어본 경험이 있습니까?	없음. 말린 오렌지를 먹어봤는데 맛이 없어서 말린 귤도 선호하지 않으나 귤 자체는 선호함
⑤ 한국산 말린 감귤 제품을 구매해 본 적 있거나 구매할 의사가 있습니까?	없음. 가능하면 미국산 제품을 먹고 싶음

3. 유통 트렌드

현지 유통채널 담당자 인터뷰

Trader Joe's 매장 매니저	
① 가장 인기있는 말린 과일 제품	자사 브랜드 제품이 제일 인기가 높으며 그 중 말린 망고 소비가 높음. 대부분의 제품을 OEM으로 생산하여 판매하고 있으며 말린 과일 종류도 무설탕, 설탕, 칠리, 유기농 등 종류가 다양한 것이 특징임
② 말린 과일의 주 소비 계층	20대부터 60대까지 보편적으로 선호하는데 그 중 40~50대의 선호도가 가장 높음. 해당 매장의 주 소비층이 어린 자녀를 둔 부모 및 가족 단위가 높은 것이 이유인 것으로 분석됨
③ 말린 과일 중 말린 감귤 판매가 차지하는 비중	말린 과일 중 감귤 제품의 판매가 가장 저조함. 귤 자체가 인기 있는 과일이 아니기 때문
④ 수입산 말린 과일 및 말린 감귤의 선호도	말린 망고의 인기가 높다 보니 태국산의 판매율이 가장 높으며, 말린 감귤 역시 태국산이 많음. 한국산 감귤 제품에 대해서는 아는 바가 거의 없음



Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생요건

통관 및 제도 개요

❖ 수입통관 절차

미국에서 건조 감귤을 수입하는 경우 다음의 절차에 따라 수입통관이 이루어짐

번호	절차	주요 내용	유의 사항
1	수입신고 전 준비	<ul style="list-style-type: none"> - 식품시설 등록(Facility Registration) - 농림축산검역본부 검역 - 서류 준비 - 적하목록 사전 제출 	식품 시설 등록 규정 변경사항 및 변경 예정사항 숙지
2	수입신고	<ul style="list-style-type: none"> - 전자적 방법인 ACE로 제출 가능 - 화물이 미국에 도착한 후 15일 이내에 신고 및 보증금 준비 	수입신고서, 보증서, 물품 검사 관련 사항 숙지
3	관세 납부	<ul style="list-style-type: none"> - 수입 신고일로부터 10일 이내 예정관세 기탁 - 건조 감귤은 HS CODE 제 2008.30.4600 관세율 적용 	한-미 FTA 협정세율을 적용하는 것이 유리
4	통관 완료	<ul style="list-style-type: none"> - 수입신고서 및 관세 납부 완료 	-

❖ 미국 HS CODE 2008.30.4600관세율

HS CODE	구 분	관세율	원산지 기준
2008.30.4600 (기타)	기본세율	kg당 0.28센트	-
	한-미 무역협정 (AKFTA)	0%	수출당사국의 영역에서 완전생산된 것

❖ 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) 해당 HS CODE에 대한 관세율을 미국 국제무역위원회에서 직접 확인하려면 미국 국제무역위원회 웹사이트(hts.usitc.gov)에서 조회 가능

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

❖ 인증정보

인증명	발행기관	성격	내용
식품시설등록 (Food Facility Registration)	미국식품의약국(FDA)	필수	2013년 12월부터 전 수입제품에 의무적으로 적용됨
ISO 22000	한국표준협회	권장	유해한 제품의 유통을 근절시키기 위함이 목적
HACCP	한국식품과학연구원 등	권장	식품의 미생물 오염 등 위험을 방지하고 식품의 안전을 확보하기 위함

❖ 라벨링

- 식품의약국(FDA)은 미국에서 판매되는 모든 식품의 안전, 건강 및 적절한 라벨링 표기 방식을 규정하고 있음
- 제품명, 순중량, 영양성분, 제조업자 또는 유통업자 주소, 알레르기 유발 성분, 제품 코드 등을 명시해야 함

❖ 위생규정

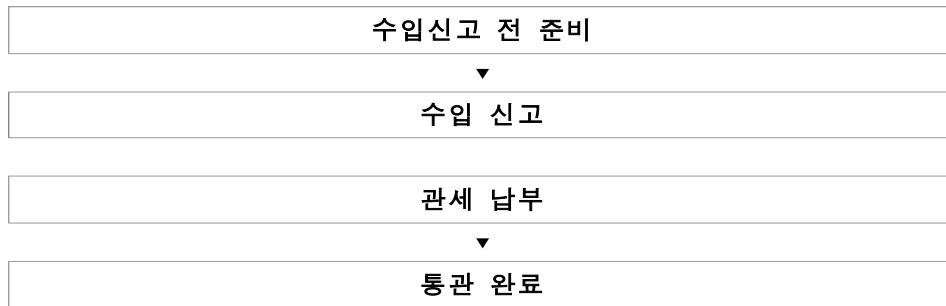
- 식품의약국(FDA)는 21 CFR Part 131-169에서 식품첨가물 함량 기준을 규정
- 건조 감귤의 유해물질 허용기준은 FDA의 유해물질 관련 법규인 식품 및 의약품법 제406조에 기반한 규칙을 따름

1. 통관 및 검역

1) 수입 통관 절차

- 미국에서 건조 감귤을 수입하는 경우 다음의 절차에 따라 수입통관이 이루어짐

그림 3.1 미국 건조 감귤 수입 절차



□ 수입신고 전 준비

- 사전에 식품시설 등록(Facility Registration)을 필수적으로 해야 함
 - 미국의 농수산물 및 식품, 생활용품에 적용되는 위생안전기준은 한국보다 훨씬 까다롭고 엄격하여 C-TPAT²⁵⁾ 및 ‘도착 전 선적 정보 송부’ 등과 같은 내용들을 반드시 숙지해야 함
 - 바이오테러리즘법(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 지시하에 제3의 장소로 옮겨지게 됨
 - 식품안전 현대화법(FSMA)에 따라 FDA에 등록했던 식품 시설은 2년마다 등록을 갱신해야 함
- 식품 시설 등록규정 변경사항 및 변경 예정사항은 아래와 같음

25) Customs-Trade Against Terrorism, 미국 관세청에서 운영하는 대 테러 방지 무역파트너십 프로그램

변경 사항	변경 내용	발효일
식품 제조시설 전자등록 및 갱신	모든 식품 제조시설 등록 및 갱신은 전자등록시스템으로 바뀜. 전자등록을 할 수 없는 경우는 그 사유를 설명하는 전자등록면제원을 FDA에 제출해 허가를 받아야 함	2020.01.04
추가 자료 제출	시설 등록 시 FDA에서 접수 가능한 특정 시설 식별번호(UFI), 각 식품 카테고리별 시설에서 행해지는 활동, 선호하는 우편 주소지(시설의 실제 주소지와 다를 경우에 한함), 소유주 이메일 주소, 시설 관리인명, 미국 내 시설에 대한 비상연락 이메일 주소 등의 정보를 제공해야 함(단 시설의 DUNS 번호는 제공 의무 없음)	2020.10.01
정보 업데이트 기한 변경	각종 정보의 업데이트 및 허가 취소 등은 변경사항 발생 후 기존 30일 이내에서 60일 이내 등록으로 변경	2016.09.12
등록 허가 취소 경우 확대	<ul style="list-style-type: none"> - 시설이 더이상 영업 중이지 않거나 소유주가 변경되었는데 등록 취소를 하지 않은 경우 - FDA가 시설이 등록 요구 요건을 충족하지 않는다고 확인한 경우 - 시설의 주소지가 규정 시간 내에 업데이트되지 않은 경우 - 등록이 허가받지 않은 자에 의해 요청된 경우 - 등록이 규정 기간 내에 갱신되지 않은 경우 	2016.09.12
대리인 등록	미국 이외 시설이 등록·갱신을 위해 미국 대리인에 대한 등록 및 업데이트를 완료하면 FDA는 미국 대리인으로 등록된 자가 대리활동을 하기로 동의했는지 확인해야 하며, FDA는 관련 확인절차가 마무리될 때까지 등록·갱신을 완료할 수 없음	2016.09.12
식품 시설 등록 갱신 의무 위반	민사상 영업정지 가처분 및 형사상 책임을 지며 등록되지 않은 식품 가공시설에서 제조된 식품을 미국에 반입한 자는 중범죄로 처벌받고 미국 내 영업이 금지됨	2016.09.12

- o 미국으로 과실 및 과채 가공품을 수출하고자 하는 수출자는 수출하기 앞서 농림축산검역본부에서 실시하는 수출식물검역을 접수하여 검역을 받아야 함
 - 수출국의 허용농약, 잔류농약기준 검역에 합격한 경우에만 식물검역증명서가 발급되며 이후 수출이 가능함
 - 미국 FDA에서는 꿀에 대한 허용 농약 및 농약잔류기준을 정하고 있으며 해당 기준에 충족되지 않으면 미국 내로 수입통관이 불가함
 - 식품 검역 절차 관련 제반 사항은 아래와 같음

구분	담당 기관
수입 허가증 신청	수입업자 → 농무부 식품안전검사국
수입허가	식품안전검사국 → 수입업자
도착 통지서	수입업자 → 부두/공항검역소(CBP)
도착 통지서 전달 및 유통경로 통보	부두/공항검역소(CBP) → 식품안전검사국
검역 절차사항 통보	부두/공항검역소(CBP) → 수입업자
검역	CBP 농산물 서비스
통관	CBP

o 서류 준비

- 미국 식품 수출에 필요한 서류로는 선하증권(또는 항공화물운송장), 상업송장, 세관수입 신고서, 구매 확인서, 포장 명세서, 화물인도 지시서, 수입허가 증빙서류, 수출국 식물검역증명서 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

o 적하목록 사전 제출(24 Hour Rule)

- 9·11 테러 발생 이후 공급망의 보안 강화를 위하여 미국이 처음으로 도입한 제도로 운송업자는 전자적 방법(Automated Manifest System, AMS)을 통하여 화물이 미국에 도착하기 전 적하 목록을 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
- 적하 목록을 사전에 제출하지 않으면 양하 금지 조치가 내려지게 되며 최초의 위반에 대해서는 벌금 5,000달러, 그 이후의 위반에 대해서는 벌금 1만 달러가 부과됨

□ 수입신고

- 인보이스 금액이 2,500달러 이상이거나, 국가의 세입 보호 대상 품목과 세관 행정 업무 수행상 필요할 때의 모든 수입 화물에 대해서는 정식 통관을 통해야 함
 - 물품신고(Entry/Immediate Delivery) 및 납세신고(Entry Summary)는 모두 ACE (Automated Commercial Environment, 자동무역 유통 시스템)를 통해 전자적 방법으로 제출 가능함
 - ACE는 그동안 수기로 진행하던 수출입 절차를 전산화하여 종이 서류를 없애고 통관 절차를 쉽고 빠르게 처리하도록 하는 하나의 시스템으로, 관계 당국과 통관 브로커 및 수입업자 모두 관련 물품의 처리 과정 및 관세를 조회할 수 있음
- 수입자는 화물이 미국에 도착한 후 15일 이내에 관세사에게 수입신고를 하고 통관을 위한 보증금을 준비해야 함
- 수입신고서의 제출 관련 제반 사항은 아래와 같음

구분	내용
신고 기한	물품신고(Entry/Immediate Delivery)는 미국 통관항에 도착한 날로부터 15일 이내 <ul style="list-style-type: none"> - 사전 신청 <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 이내에 신고 및 서류가 제출되지 아니하는 때에는 세관국경보호국(CBP) 관리 하의 창고에 보관
신청인	수입물품의 화주 및 그 대리인(통관 대리인, 관세사)
신청 방법	물품신고 방식 <ul style="list-style-type: none"> - 서면 신청서 세관 제출 방식 - 통관자동화시스템(AMS) 또는 관세사전용인터페이스(ABI)를 통하여 전송
제출 서류	적하목록(CBP form 7533) <ul style="list-style-type: none"> - 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

- 보증서의 제공 관련 제반 사항은 아래와 같음

구분	내용
개요	미국은 통관 시에 부과될 모든 관세 및 조세 등 각종 비용의 납부를 담보하기 위해 세관에 보증서를 제출해야 함. 보증서는 미국 재무부가 지정해 준 보험회사에서 발행받으며, 보증금을 납부하면 통관이 완료됨
보증서 종류	<ul style="list-style-type: none"> - 일회성 보증서: 한 번의 물품신고에 대해 제공되는 보증서 - 계속성 보증서: 수입 횟수에 관계 없이 유효기간 1년 내의 수입 건에 대해 포괄적으로 제공되는 보증 - 현금 담보

○ 물품 검사 관련 제반 사항은 아래와 같음

구분	내용
개요	세관국경보호국(CBP) 내 FDA에 수입신고서를 접수하고 수입허가를 요청해야 함. FDA는 신고된 서류를 검토한 후 수입식품의 위생검사를 진행함
검사 내용	<ul style="list-style-type: none"> - 수입식품에 대해 FDA에서 검사가 필요없는 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 이의제기가 가능함 - 신고사항을 모두 완료하면 물품 및 서류심사가 시행됨. 수입식품의 경우 세관 국경보호국 내 FDA의 판단 기준에 따라 고위험군에 해당될 경우에만 해당 심사가 시행되며, 샘플검사와 서류검사가 동시에 진행됨. 서류 및 샘플검사 시행 시 원산지 표기가 가장 중요한 사항이며 이를 표기하지 않을 시 과세 가격의 10%에 해당되는 벌금이 부과됨
샘플검사 항목	<ul style="list-style-type: none"> - 관세 목적의 물품가액과 적절한 관세부과 여부 - 물품에 원산지 확인 라벨의 적절성 여부 - 수입 금지된 물품이 포함되었는지의 여부 - 상업 송장에 물품이 기입되었는지의 여부 - 물품이 송장상의 수량을 초과하였는지 혹은 미달되었는지의 여부 - 화물에 불법적인 마약물질이 포함되었는지의 여부

□ 관세 납부

○ 물품의 수입 신고일로부터 10일 이내에 예정관세를 기탁해야 하며 납부 절차는 현장 납부, 전자 납부 등으로 구분됨

- 현장 납부의 경우 납세 의무자가 세관에서 발급받은 납부 고지서를 세관에서 지정한 은행에 제시하고, 관세 납부용 특별 계좌에 관세 납부

- 전자 납부의 경우 e-payment system으로 납부고지서에 따른 지정 은행의 계좌에 관세 납부
- 관할지 세관의 승인에 따라 납세 의무자가 납부하기 용이한 은행을 지정할 수 있음
- o 건조 감귤은 HS CODE 제2008.30.4600의 관세율이 적용됨
 - 관세청 '관세법령정보포털'을 통해 관세율을 확인할 수 있으며, FTA 세율의 경우 한국무역협회 '통합무역정보서비스 TradeNAVI'의 FTA/관세 메뉴를 활용하여 조회할 수 있음
 - 미국의 경우 미국 국제무역위원회 홈페이지를 통해 관세율 확인 가능

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

- o 미국에서 본 물품에 기본세율을 적용하는 경우 kg당 0.28센트의 세율이 부과되지만 한-미 FTA 협정을 적용하는 경우 0%의 세율이 부과되므로 FTA 협정세율을 적용하는 것이 유리함
 - 다만, 원산지 결정기준과 직접운송기준을 충족하고 특혜원산지 증명서를 발급받아야 적용받을 수 있으므로 수입자가 세율이나 원산지 결정기준 등 유리한 협정 조건을 인지하여야 함

표 3.2 미국 건조 감귤 HS CODE 및 관세율

HS CODE	품명(국문)	품명(영문)	관세율
2008.30	감귤류 과실(그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분, 설탕이나 그 밖의 감미료나 주정을 첨가했는지에 상관없으며 따로 분류되지 않은 것으로 한정한다)	Citrus fruit(otherwise prepared or preserved, whether or not containing added sugar or other sweetening matter or spirit, not elsewhere specified or included)	<ul style="list-style-type: none"> - 기본세율: kg당 0.28센트 - 한-미 FTA 협정세율: 0%
2008.30.4600	기타	Other	

□ 통관 완료

- o 수입신고서가 적절히 이루어지고 관세가 올바른 방법으로 결정되어 납부되면 수입 물품에 대한 통관이 완료됨

2) FTA 정보

□ 미국 FTA 특이사항 및 한-미 FTA 개요

- 한-미 FTA는 2012년 3월 15일에 발효됨에 따라 FTA 협정 품목에 해당하고 원산지 결정 기준을 충족하는 경우 FTA 원산지 증명서를 신청 발급하여 특혜세율 적용이 가능함
 - 다만 특혜 관세를 적용받기 위해서는 수입신고 수리 시까지 당국 세관에 제출해야 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 적용할 수 있음

□ FTA 원산지 기준²⁶⁾을 충족하는 FTA 협정세율 적용 요건

- FTA의 특혜관세 혜택을 받기 위해서는 ①원산지 결정기준과 ②직접운송기준 조건을 충족해야 하며 ③FTA 특혜 원산지 증명서를 발급받아야 함
 - 미국 건조 감귤의 HS CODE의 원산지 결정 기준(P SR)은 다음과 같음

FTA 협정	HS CODE	원산지 결정 기준(P SR)
한-미 FTA	2008.30	<ul style="list-style-type: none"> - 다른 류에 해당되는 재료로부터 생산된 것. 다만, 제20류의 주석에 따른 요건을 충족한 것에 한정한다 - 제20류의 주석: 냉동, 물·소금물·천연주스를 사용한 포장(통조림 포장을 포함한다) 또는 볶음(건조 상태 또는 기름의 사용)의 방법으로 조제 또는 저장처리(냉동, 포장 또는 볶음에 부수적으로 수반되는 공정을 포함한다)한 제2001호부터 제2008호까지의 채소·과실 및 견과류 조제품은 채소·과실 및 견과류(신선한 것에 한정한다)가 체약당사국에서 전부 생산된 경우에만 원산지 물품으로 취급된다. 더욱이 복숭아, 배 또는 살구를 포함(단독 또는 다른 과일과 혼합하여 사용된 것도 포함한다)하는 제2008호의 과실 조제품은 복숭아, 배 또는 살구가 체약당사국에서 전부 생산된 경우에만 원산지 물품으로 취급된다.

26) 교역제품의 국적을 판단하는 기준으로서, 어떤 물품이 한 나라에서 전적으로 생산되는 경우 당해 생산국을 원산지로 함은 기준인 완전생산기준과 품목별 기준으로 실질적으로 상이한 제품으로 만들어 세번(稅番)이 변경되면 원산지 물품으로 인정하는 세번변경기준(CTH : change of tariff heading), 생산국 내에서 일정 수준 이상의 부가가치가 발생해야 인정하는 부가가치기준(RVC : regional value contents), 특정한 생산공정이 수행돼야 인정하는 가공공정기준 등이 있음

- 직접운송원칙에 따라 계약 상대국이 아닌 제3국을 경유하거나, 제3국에서 선적된 경우에는 계약상대국을 그 물품의 원산지로 인정하지 않음

표 3.3 직접운송원칙

구분	내용
개념	원산지 기준을 충족한 물품인 경우에도 계약 상대국이 아닌 제3국을 경유하거나, 제3국에서 선적된 경우에는 계약상대국을 그 물품의 원산지로 인정하지 않음
유의사항	<ul style="list-style-type: none"> - 협정관세의 적용을 받고자 하는 원산지 상품은 당사국 간 직접 운송되어야 함 - 상품이 하나 이상의 비당사국을 경유하여 운송되더라도, 다음을 조건으로 직접 운송된 것으로 간주 <ul style="list-style-type: none"> • 지리적 이유 또는 전적으로 운송상의 이유일 것 • 비당사국에서 거래 또는 소비되지 아니할 것 - 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 것 - 상품이 비당사국에서 일시 보관되는 경우, 그 상품은 보관되는 동안 비당사국 세관당국의 통제 하에 머물러 있어야 하며 상품의 반입일로부터 3개월을 초과할 수 없음. 불가항력의 상황이 발생하는 경우 6개월을 초과할 수 없음

- FTA 특혜 원산지증명서는 수출품이 FTA 협정에서 정한 원산지기준을 충족하였음을 확인하는 서류로서, 수입국에서 FTA 특혜관세를 적용받기 위해 통관 시 제출

구분	내용	비고
작성자	수출자, 생산자, 수입자	한-미 FTA는 자율발급 대상임
언어	한글 또는 영문	수입당사국 세관 당국은 수입자에게 수입당국 언어로 된 증명 번역본 제출을 요구할 수 있음
양식	<ul style="list-style-type: none"> - 원산지 증명서식에 따라 작성된 서류 - 작성자·수입자·수출자의 성명, 주소, 전화번호, 해당 물품의 원산지 증명 정보와 품목번호 등이 기재된 서류 	
서명	서명할 자가 지정되어야 하며 자가 서명 발급해야 함	
사용 횟수	당사국 영역으로의 단일 선적	서면 또는 전자 증명에 명시된 기간으로서 증명일로부터 12개월을 초과하지 않은 기간 이내 동일 상품의 복수 선적
유효 기간	발급일로부터 4년	

2. 인증정보

1) 필수 인증

식품시설등록(Food Facility Registration)

인증/검사명	Food Facility Registration
인증 설명	미국 내 반입되는 식품의 공급을 생물테러로부터 안전하게 보호하기 위하여 2002년 6월 Bioterrorism Act를 제정하였으며, 2013년 12월 12일부로 미국으로 반입되는 모든 식품에 대해 사전에 음식물 시설을 등록하도록 하고 수입되는 모든 식품에 대해 사전에 통보하도록 함
등록 기관	미국식품의약국(Food and Drug Administration, FDA)
성격	필수
등록 방법	<ul style="list-style-type: none"> - 전자등록과 서류등록이 있지만 인터넷을 이용한 전자등록을 권하고 있음 - 시설에 관한 일반적 기록사항(시설명, 주소, 전화번호, 팩스번호, 이메일주소, 브랜드명, 미국 에이전트명, 식품의 제품범주)을 영문으로 작성하여 FDA 웹 사이트에 직접 등록 또는 FDA 에이전트 한국지사 등을 통하여 대행 가능함
소요 기간	직원 수에 따라 인증 심사일수 상이
유효 기간	2년(이후 2년 단위로 갱신)

2) 권장 인증

ISO 22000²⁷⁾


- o 인증 신청은 한국표준협회 홈페이지에서 신청서를 다운로드하여 작성 후, FAX로 송부하여 접수

인증 로고	
인증/검사명	ISO 22000
인증 설명	식품공급사슬 내의 모든 이해관계자가 적용할 수 있는 국제규격이며 ISO 9001 품질경영시스템을 바탕으로 HACCP의 7원칙과 12절차를 모두 포함

27) 한국품질보증원, NQA, Biz Care

발행/검사기관	한국표준협회(KSA), 한국품질보증원
성격	권장
제출 서류	인증심사 신청서(홈페이지를 통해 다운로드 가능)
비용	기본 심사 수수료(약 106만 원)
소요 기간	직원 수에 따라 인증 심사일수 상이
유효 기간	3년(이후 3년 단위로 갱신)
인증 절차	문의신청 → 예비심사 → 문서 심사 → 현장 심사 → 인증심의 → 인증서 발행 등록 → 사후관리 심사
유의 사항	<ul style="list-style-type: none"> - ISO 22000은 국제 표준의 식품 안전 경영 시스템 요구사항으로, 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 적용 가능함

□ 식품안전관리인증기준(HACCP)²⁸⁾

인증 로고	
인증/검사명	HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point)
인증 설명	식품을 만드는 과정에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해 요인들이 발생할 수 있는 여건을 차단하여 소비자들에게 안전하고 깨끗한 제품을 공급하기 위해 시스템적으로 식품의 안전을 관리하는 제도
발행/검사기관	한국식품과학연구원 등 ²⁹⁾
성격	권장
제출 서류	<ol style="list-style-type: none"> 1. 영업허가(신고)증 사본 2. 사업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부 3. 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적 4. 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부 5. 업종별 또는 품0목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부
비용	수수료 20만 원
소요 기간	1년 전후

28) Hazard Analysis and Critical Control Point

유효 기간	3년(유효기간 이내 재심사 신청 필요)
인증 절차	<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 생산 공정 흐름도를 작성 3. 생산공정의 각 단계와 도출된 유해요소를 파악하여 유해요소 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 유해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지의 여부를 파악할 수 있는 한계치 설정 6. 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선조치

29) 검사항목에 따른 검사기관 지정은 다음 식약청 홈페이지 참고:
mfds.go.kr/brd/m_627/view.do?seq=32378&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&multi_itm_seq=0&company_cd=&company_nm=&page=1

3. 라벨링

□ 라벨링 관련 법률 및 규정

- 식품의약품국은 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 성분정보와 영양정보에 국한한 것이 아닌 전체 패키징 관련 정보 표기법으로 범위를 확장해 해석하고 있음(마지막 개정 시기는 2013년)

□ 건조 과일 라벨링 규정

- 공급업자는 상업용 라벨링 및 포장을 사용할 수 있으며 제품을 식별할 수 있도록 2013년 1월 발효된 FDA 규정의 모든 사항에 부합하여야 하거나 미 농무부(USDA)에서 지정한 포장 및 라벨링 규격을 사용하여야 함
- 유통업자의 브랜드를 표기하는 라벨링은 사용 금지
- 모든 식품은 상업적으로 허용되는 새 용기에 포장해야 하며 건조 과일은 IFB에서 규정하는 규격 및 크기의 용기에 포장해야 함
- 순중량이 3파운드(약 1.36kg) 이하인 경우는 표 3.4에서 안내하는 FDA의 최소 라벨링 규정을 따라야 함
- 제품 포장 디자인은 흑백 이외 색을 최소 2가지 이상 사용하여야 하며 포장 용기가 투명하지 않아 제품이 보이지 않는 경우 그림 혹은 사진으로 나타내야 함
- 제품 용기의 경우 상업적 라벨링과 USDA 라벨링을 혼용하여 사용할 수 없으며 또한 두 개 이상의 상업적 라벨링을 동시에 사용할 수 없음

표 3.4 FDA의 최소 라벨링 규정

구분	세부 사항
라벨링 표기사항	1. 제품의 이름 2. 순중량 3. 영양성분 4. 제조업자 또는 유통업자 주소 5. 알레르기 유발 성분(해당 성분을 함유하고 있을 경우) 6. 제품 인증서 혹은 리콜의 경우 식별 가능한 제품 코드

자료: Commodity Specification for Dried Fruit USDA, 2017.09

□ 건조 만다린 라벨링 예시

항목	설명																																																					
제품 이미지	<p>외관</p> 	<p>라벨링</p>  <p>Nutrition Facts Serving Size about 14 pieces (40g) Servings Per Container about 4</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Amount Per Serving</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Calories 140</td> <td>Calories from Fat 0</td> </tr> <tr> <th colspan="2">% Daily Value*</th> </tr> <tr> <td>Total Fat 0g</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Saturated Fat 0g</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Trans Fat 0g</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Cholesterol 0mg</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Sodium 50mg</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Total Carbohydrate 34g</td> <td>11%</td> </tr> <tr> <td>Dietary Fiber 2g</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>Sugars 30g</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Protein 0g</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Vitamin A 0%</td> <td>Vitamin C 15%</td> </tr> <tr> <td>Calcium 2%</td> <td>Iron 2%</td> </tr> </tbody> </table> <p>* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs. Calories: 2,000 2,500</p> <table border="1"> <tbody> <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> </tbody> </table> <p>Calories per gram: Fat 9 • Carbohydrate 4 • Protein 4</p> <p>INGREDIENTS: MANDARIN ORANGE SEGMENTS, SUGAR, SULFUR DIOXIDE (FOR FRESHNESS) DISTR. & SOLD EXCLUSIVELY BY: TRADER JOE'S, MONROVIA, CA 91016 PRODUCT OF THAILAND CAUTION: MAY CONTAIN SEEDS.</p>	Amount Per Serving		Calories 140	Calories from Fat 0	% Daily Value*		Total Fat 0g	0%	Saturated Fat 0g	0%	Trans Fat 0g		Cholesterol 0mg	0%	Sodium 50mg	2%	Total Carbohydrate 34g	11%	Dietary Fiber 2g	7%	Sugars 30g		Protein 0g		Vitamin A 0%	Vitamin C 15%	Calcium 2%	Iron 2%	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
	Amount Per Serving																																																					
Calories 140	Calories from Fat 0																																																					
% Daily Value*																																																						
Total Fat 0g	0%																																																					
Saturated Fat 0g	0%																																																					
Trans Fat 0g																																																						
Cholesterol 0mg	0%																																																					
Sodium 50mg	2%																																																					
Total Carbohydrate 34g	11%																																																					
Dietary Fiber 2g	7%																																																					
Sugars 30g																																																						
Protein 0g																																																						
Vitamin A 0%	Vitamin C 15%																																																					
Calcium 2%	Iron 2%																																																					
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																																																			
제품명	Soft & Juicy Mandarins																																																					
중량	6oz(약 170g)																																																					
성분	꿀, 설탕, 구연산, 이산화황																																																					
유통업체	이름	Trader Joe's																																																				
	주소	Monrovia, CA 91016																																																				

자료: 현지조사원(2019.01.14)

4. 위생요건

□ 건조 감귤의 식품 유형 분류

- 미국의 경우 FDA의 식품관련 규정인 연방규정(Code of Federal Regulations) 중에 '제21편 식품 및 의약품'과 '제9편 동물 및 동물제품'에서 각각 식품의약품과 식품안전검사국의 관할 수입식품에 대한 규정을 제시하고 있음
 - 식품첨가물 및 유해물질 관련 DB에 사용된 미국의 식품유형목록에 대한 출처는 '일반 규정 및 유해물질 규정 내 식품첨가물에 따른 식품유형 구분(21 CFR Part 73-74, Part 172, Part 180-182, Part 184)'에 따름
- 21 CFR Part 170에서 식품의 유형과 카테고리를 명시하며 21 CFR Part 131-169에서 식품의 정의와 표시사항 및 첨가할 수 있는 물질의 기준을 명시하고 있음
 - 이에 따라 식품의 종류는 703개로 분류되며, 이 중 건조 감귤은 분류 번호 388. 건조 과채(Dehydrated fruits and vegetables)로 분류됨

표 3.5 건조 감귤의 식품유형 분류

분류 번호	미국의 식품유형(영문)	미국의 식품유형(번역)
388	Dehydrated fruits and vegetables	건조 과채

자료: FDA

□ 건조 감귤의 식품첨가물 허용기준

- FD&C Act 201(s)에 따르면 미국의 식품첨가물은 식품의 구성성분이 되거나 식품의 특성에 직접 혹은 간접적으로 영향을 끼치기 위해 의도적으로 사용되는 물질을 의미하며, 식품의 제조, 가공, 처리, 보존, 포장, 수송 등에 사용되는 물질을 의미함
 - 식품의 성분이 되거나 식품의 특성에 영향을 미치는 효과를 달성하는데 필요한 최소량으로 사용하는 일반사용기준이 적용된다는 의미
 - 고결방지제, 거품제거제, 산화방지제, 감미료, 보존료, 착색료, 유화제 혹은 안정제, 향료, 향미증진제, 습윤제, 영양강화제, 금속이온제거제, 그 외 다용도 식품첨가물을 가리킴
- 미국의 식품첨가물 사용기준 표기에 대한 범례는 다음과 같음
 - 일반사용기준이란 식품첨가물 규정에 등재되어 있으며, 식품 중에 첨가되는 첨가

물의 양은 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 달성하는데 필요한 최소량으로 사용하는 일반사용기준이 적용된다는 의미

- GMP란 식품첨가물 규정에 등재되어있어 해당품목에 사용할 수 있으나, 사용기준이 정해져 있지 않은 경우로 우수제조관리기준(Good Manufacturing Practice, GMP)에 따라 식품분류에 따른 최소적정량을 사용할 수 있다는 의미

- 불검출이란 해당품목에 검출되면 안 된다는 의미

o 식품첨가물 규정에서 사용을 금지하고 있는 물질 목록 및 함량 기준은 다음과 같음

표 3.6 건조 감귤 식품첨가물 함량 기준

식품 유형	물질명	함량 기준
건조 과채	lactylic esters of fatty acids	[유화제, 가소제(plasticizers), 또는 계면활성제 surface-active agents)] 물리적, 기술적 효과를 위해 요구되는 양보다 크지 않게 사용
	petrolatum	[활택제, 밀봉제(sealing agent), 광택제(polishing agent)] 탈수 과일과 채소의 0.02%를 초과할 수 없음
	white mineral oil	[활택제] 말린 과일과 채소의 0.02%를 초과할 수 없음
과일	sodium metasilicate	(GRAS: [가공보조제] 세척 및 알칼리 박피에 사용, GMP에 따라 사용)
과채	synthetic isoparaffinic petroleum hydrocarbons	[코팅제(coatings)] GMP를 초과하지 않는 양
생과채	morpholine	[보호 코팅제(protective coating)] 합리적으로 필요한 양을 초과하지 않는 수준
	petrolatum	[보호 코팅제] GMP를 초과하지 않는 양
	polysorbate 60	[유화제] 의도된 효과를 얻기 위해 필요한 최소량으로 단독 사용하거나 sorbitan monostearate와 함께 사용할 경우 172.878 섹션에 따르는 백색 광유(white mineral oil) 및/또는 섹션 172.886에 따르는 petroleum wax는 보호 코팅을 위한 유화제로 사용
	rice bran wax	[코팅제] 50ppm 이하
	sorbitan monostearate	[보호코팅제] 의도된 효과를 위해 요구되는 최소한의 양
	white mineral oil	[보호 코팅제] GMP를 초과하지 않는 양

자료: FDA

□ 건조 감귤의 유해물질 허용기준

- 미국 유독 및 유해물질의 허용량은 FDA의 유해물질 관련 법규인 식품 및 의약품법 제 406조에 기반한 규칙에 규정됨
 - 현재 연방규정에는 PCB류에 대해서만 규칙(제21편 109항)으로 잠정잔류허용농도가 설정되어 있고, 일반 유해물질에 대해서는 지침서("Action Levels for Poisonous or Deleterious Substances in Human Food and Animal Feed")와 CPG(Compliance Policy Guide)에서 Action Level의 값이 설정되어 있음
- 유해물질 3가지는 농약(Pesticide), 동물용의약품(Veterinary medicine), 기타(Others)로 분류되며 각각 P, V, O로 표기함
 - 유해물질 규정에서 사용을 금지하고 있는 물질 목록 및 함량 기준은 다음과 같음

표 3.7 건조 감귤 유해물질 허용기준

식품 유형	물질명	함량 기준	유해물질 분류
모든 식품	Aflatoxin (aflatoxin B1, B2, G1, G2(total))	20mcgs/kg(20ppb)	P
건조 과채	Afidopyropen	0.50ppm	O
	Tolfenpyrad	4.0ppm	O

자료: FDA



IV. 경쟁제품

1. 경쟁제품 선정
2. 경쟁제품 분석

경쟁제품 가격 개요

제품별 가격 비교

- 건조 감귤은 다양한 용량으로 판매되고 있으며 가격 분석을 위해 1g을 기준으로 설정
- 조사한 13개의 건조 감귤 제품의 평균 가격은 오프라인(3개)과 온라인 소매점(10개)이 각각 1g당 0.06달러(약 67원)과 0.10달러(약 112원)
- 오프라인 소매점 기준 최고가 브랜드는 1g당 0.13달러(약 146원)인 Crispy Green 제품이며, 최저가 브랜드는 Trader Joe's 자체 브랜드 PB 상품으로 1g당 0.02달러(약 22원)임
- 온라인 소매점 기준 최고가 브랜드는 1g당 0.23달러(약 258원)인 Fruit Salad 제품이며, 최저가 제품은 Nutty and Fruity 제품으로 1g당 0.02달러(약 22원)임

❖ 오프라인 소매점

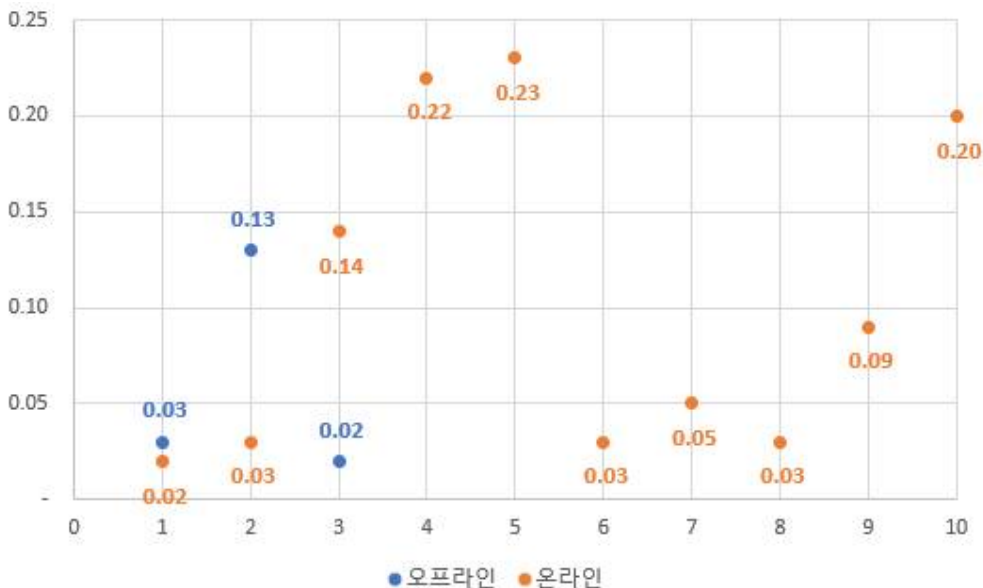
- 총 3개의 건조 감귤 1g당 평균 가격은 0.06달러(약 67원)이며 모두 수입산 제품
- 2.29~7.99달러(약 2,567~8,957원)의 가격대가 형성되어 있음

❖ 온라인 소매점

- 총 10개의 건조 감귤 1g당 평균 가격은 0.10달러(약 112원)이며 모두 수입산 제품
- 1.99~28.99달러(약 2,235~32,556원)의 가격대가 형성되어 있음
- 총 2개의 한국산 제품은 1g당 평균 0.14달러(약 157원), 나머지 8개 제품은 1g당 평균 0.09달러(약 101원)

제품별 1g당 가격 분포도³⁰⁾

(단위: 달러/g)



30) 세로축은 1g당 가격이며 가로축은 제품 번호를 의미

1. 경쟁제품 선정

□ 경쟁제품 선정 기준

- 의뢰 제품인 건조 감귤의 경우 유통채널의 형태에 따라 제품 취급 형태가 상이하여 경쟁제품 조사처를 오프라인과 온라인으로 분류하여 조사
- 건조 과일 시장에서 판매되는 귤 제품군 및 탠저린·만다린 제품군을 조사 대상으로 선정
 - 미국 현지 시장에서 유통채널에서 감귤이 판매되는 경우 모두 조사하였으나 한국의 감귤과 정확히 일치하는 품종이 없어 시트러스류 중 감귤과 가장 비슷한 품종인 탠저린·만다린까지 범위를 확대
 - 의뢰 제품과 일치하는 제품군인 건조 감귤(탠저린·만다린) 슬라이스 및 이와 유사한 형태인 건조 감귤(탠저린·만다린) 제품까지 포함
- 현지 생산 제품과 해외 수입 제품 간의 비교를 위해 현지 제품, 수입 제품, 한국산 제품을 모두 선정

□ 분석기준 및 지표설정

- 제품 상세 속성에서 공통으로 확인되는 원산지, 성분, 용량, 가격, 유통기한, 포장 형태, 제품 특성 등을 분석 지표로 설정
- 미국 현지 건조 감귤 판매 현황 및 제품별 동향 분석을 위해 현지 조사원이 오프라인 및 온라인 유통채널을 방문하여 조사 대상으로 설정한 제품군의 제품 속성을 조사
 - 오프라인 제품 특성 분석을 위해 제품의 특징 및 매대 진열 현황 등을 조사
 - 온라인 제품 특성 분석을 위해 제품 형태, 판매 현황, 섭취 용도 등을 조사

2. 경쟁제품 분석

1) 오프라인

구분		제품 1	
이미지	제품 이미지	<p>앞면</p> 	<p>뒷면</p> 
	매장 이미지	<p>제품 진열대</p> 	<p>매장 외관</p> 
제품 속성	제품명	건조 귤(Dried Mandarin Orange)	
	제조사	Forever Green Food Inc.	
	원산지	태국	
	성분	귤, 설탕, 구연산, 메타중아황산나트륨	
	용량	80g	
	가격	2.29달러(약 2,571.67원)	
	유통기한	2020.03	
	포장 형태	비닐 파우치	
	제품 특성	<ul style="list-style-type: none"> - 섬유질과 비타민C가 풍부하다는 설명 기재 - 한인마켓 과일 코너에서 판매되고 있는 유일한 말린 귤 제품 	
조사 매장	The Plaza Market		

자료: 현지조사원(2018.01.24)

구분		제품 2	
이 미 지	제품 이미지	앞면	뒷면
			
	매장 이미지	제품 진열대	매장 외관
			
제 품 속 성	제품명	바삭한 탠저린(Crispy Fruit all tangerine)	
	제조사	Crispy Green	
	원산지	중국	
	성분	귤 1컵	
	용량	60g	
	가격	7.99달러(약 8,972.77원)	
	유통기한	2021.05.22	
	포장 형태	비닐 파우치	
	제품 특성	<ul style="list-style-type: none"> - 비유전자변형(Non-GMO) 제품으로, 고가 제품군에 속함 - 과일 스낵류 코너에 진열되어 있으며 감귤 제품은 진열대 가 장 끝 부분에 위치 	
조사 매장	Whole Foods Market		

자료: 현지조사원(2018.01.24)

구분		제품 3	
이 미 지	제품 이미지	앞면	뒷면
			
	매장 이미지	제품 진열대	매장 외관
			
제 품 속 성	제품명	부드럽고 과즙이 풍부한 만다린(Soft&Juicy Mandarins)	
	제조사	N/A	
	원산지	태국	
	성분	꿀, 설탕, 구연산, 이산화황	
	용량	170g	
	가격	2.99달러(약 3,357.77원)	
	유통기한	2019.09.13	
	포장 형태	비닐 지퍼백	
	제품 특성	<ul style="list-style-type: none"> - 오렌지, 레몬, 블루베리와 함께 진열대 가장 하단에 위치해 있음 - Trader Joe's 유통매장의 자체 브랜드 PB 상품 	
조사 매장	Trader Joe's		

자료: 현지조사원(2018.01.24.)

2) 온라인

구분		제품 1	제품 2
이 미 지	제품 이미지 (앞면)		
	제품명	탠저린 (Tangerines)	건조 귤 (Dried Mandarin Orange)
제 품 속 성	제조사	Nutty and Fruity	Forever Green Food Inc.
	원산지	터키	중국
	성분	귤, 설탕, 구연산	귤, 설탕, 구연산, 방부제
	용량	16oz(약 454g)	24oz(약 680g)
	가격	9.99달러(약 11,218.77원)	17.99달러(약 20,202.77원)
	포장 형태	비닐 지퍼백	비닐 지퍼백
	제품 특성	<ul style="list-style-type: none"> - 탠저린을 쪄낸 후 한 알씩 말려 가공한 형태 - 온라인 쇼핑몰 외 전용 온라인 몰인 'Bee Fruity & Nutty' 에서도 판매 중 - 바쁜 현대인들과 아이들을 위한 영양 간식으로 소개 	<ul style="list-style-type: none"> - 귤을 쪄낸 후 한 알씩 말려 가공한 형태 - 아마존에서 말린 귤 제품 검색 시 상위에 노출된 제품 - 지방이 낮고 비타민C 함량이 높으며, 여행용 혹은 아이들 캠핑 간식용으로 소개
	조사 매장	Amazon	Amazon

자료: 현지조사원(2018.01.24.)

구분		제품 3	제품 4
이 미 지	제품 이미지 (앞면)		
	제품명	아삭한 만다린 슬라이스 (Crunchy Mandarin Slices)	바삭한 만다린 슬라이스 (Crispy Mandarin Slices)
제 품 속 성	제조사	Dardimans California	Dardimans California
	원산지	미국	미국
	성분	만다린	만다린
	용량	42g	9g
	가격	5.99달러(약 6,726.77원)	1.99달러(약 2,234.77원)
	포장 형태	종이 상자	비닐 파우치
	제품 특성	<ul style="list-style-type: none"> - 캘리포니아산 만다린을 슬라이스 후 말려 가공한 형태 - 방부제 및 설탕 미첨가 - 시트러스류 제품 중 가장 인기가 많은 제품 - 샐러드, 초콜릿, 요거트, 아사이볼, 흠무스 등과 곁들여 먹을 수 있으며 위스키, 코냑, 맥주 안주용으로 소개 	<ul style="list-style-type: none"> - 만다린을 슬라이스 후 말려 가공한 형태 - 캘리포니아산 만다린을 사용, 방부제 및 설탕 미첨가 - 슬라이스 두께는 1/16 인치(약 0.16cm) - 오프라인의 경우 유기농 마켓, 공항, 호텔 등에서 판매
	조사 매장	dardimans.com	dardimans.com

자료: 현지조사원(2018.01.24.)

구분		제품 5	제품 6
이 미 지	제품 이미지 (앞면)		
	제품 속 성	<p>순수 귤 과자 (Real Mandarin Orange Pieces)</p> <p>제조사: Fruit Stand</p> <p>원산지: 터키</p> <p>성분: 귤</p> <p>용량: 24g</p> <p>가격: 5.53달러(약 6,210.19원)</p> <p>포장 형태: 비닐 지퍼백</p> <p>제품 특성</p> <ul style="list-style-type: none"> - 귤을 쪼갠 후 한 알씩 말려 가공한 형태 - 방부제 및 설탕, 보존제, 인공 색소 무첨가 - 아마존 자체 브랜드 PB 상품 <p>조사 매장: Amazon</p>	<p>건조 귤 (Dried Mandarin Oragnes)</p> <p>Green Bulk</p> <p>N/A</p> <p>귤, 설탕, 구연산, 이산화황</p> <p>2.2파운드(약 998g)</p> <p>28.99달러(약 32,555.77원)</p> <p>비닐 파우치</p> <p>제품 특성</p> <ul style="list-style-type: none"> - 귤을 쪼갠 후 한 알씩 말려 가공한 형태 - 아마존에서 말린 귤 제품 검색 시 가장 리뷰가 많은 제품 - 간식용 및 제과제빵용 재료로 소개 <p>조사 매장: Amazon</p>

자료: 현지조사원(2018.01.24.)

구분		제 품 7	제 품 8
이 미 지	제 품 이미지 (앞면)		
	제 품 명	웨지 모양 건조 탠저린 (Tangerine Wedges, Dried)	웨지 모양 건조 탠저린 (Dried Tangerine Wedges)
제 품 속 성	제 조 사	Olive Nation	Oh! Nuts
	원 산 지	미국	N/A
	성 분	탠저린(85%), 설탕(13.4%), 구연산(1.3%), 이산화황(0.3%)	꿀, 설탕, 구연산, 이산화황
	용 량	8oz ³¹⁾ (약 227g)	16oz(약 454g)
	가 격	10.99달러(약 12,341.77원)	13.99달러(약 15,710.77원)
	포 장 형 태	비닐 파우치	비닐 파우치
	제 품 특 성	<ul style="list-style-type: none"> - 탠저린을 쪄낸 후 한 알씩 말려 가공한 형태 - 인공 색소 및 향료 무첨가 - 아마존 외 온라인 쇼핑몰에서 판매하는 소수 꿀 제품 - 간식용, 요리용으로 소개 	<ul style="list-style-type: none"> - 탠저린을 쪄낸 후 한 알씩 말려 가공한 형태 - 코셔(Kosher Pareve)³²⁾ 식품 인증 획득
조 사 매 장	Amazon	www.ohnuts.com	

자료: 현지조사원(2018.01.24.)

31) 1oz = 28.349523g

32) 유대교 율법은 음식물 제한 규정인 코셔(Kosher)에 따라 식품을 3가지(육류, 낙농품, Pareve)로 분류하고 있으며 인증 절차가 까다롭고 엄격하다고 알려져 있어 최근 미국 내 코셔 인증 식품이 안정성의 이유로 인기가 높아지는 추세

구분		제품 9	제품 10
이 미 지	제품 이미지 (앞면)		
	제품명	드라이 미 크레이지 감귤 말랭이 (Dry Me Crazy Dried Tangerine)	아비삭 과일칩 귤 (Abishag Orange Chips)
제 품 속 성	제조사	Dano	남도미향
	원산지	한국	한국
	성분	귤 99.9%, 비타민C 0.1%	귤
	용량	11oz(약 311g)	14g
	가격	26.99달러(약 30,309.77원)	2.78달러(약 3,121.94원)
	포장 형태	비닐 파우치	비닐 지퍼백
	제품 특성	<ul style="list-style-type: none"> - 한국산 제주도 감귤을 쪼갠 후 한 알씩 말려 가공한 형태 - 방부제 및 설탕, 보존제, 인공 색소 무첨가 - 요거트, 샐러드용으로 소개 - 현재 아마존에서 한국 가격(2,900원)보다 비싼 가격으로 판매하고 있으며 판매율이 저조하여 재고가 적음 	<ul style="list-style-type: none"> - 한국산 제주 감귤을 슬라이스 후 말려 가공한 형태 - 방부제 및 설탕, 보존제, 인공 색소 무첨가 - 현재 아마존에서 5개 묶음으로 13.92달러(약 15,632.16원)에 판매하고 있으나 판매율은 저조 - 저온열풍건조방식으로 건조
	조사 매장	Amazon	Amazon

자료: 현지조사원(2018.01.24.)



V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사 분석

1. 경쟁사 선정

□ 경쟁사 선정 기준

- 미국 내 건조 과일 시장에서 건조 감귤 및 탠저린·만다린을 제조·유통하는 기업을 조사 대상으로 선정
 - 앞서 오프라인(3개) 및 온라인(10개) 경쟁 제품으로 선정된 제품군의 제조·유통업체 중 건조 감귤(만다린, 탠저린) 제품을 취급하거나 의외 제품과 가장 유사한 형태의 제품군을 취급하는 기업을 조사
- 대내외적 비교가 용이하도록 현지 기업(3개)과 한국 기업(2개)을 고루 선정
 - 현지 기업: Crispy Green, Nutty and Fruity, Dardimans California
 - 한국 기업: N사, D사

□ 분석기준 및 지표설정

- 각 기업별 기본 기업 정보, 판매 현황, 대표 제품 등의 항목을 공통으로 분석
 - 기본 기업 정보 분석을 위해 기업 유형, 홈페이지, 취급품목, 연락처, 소재지, 설립 연도 등을 조사
- 미국 현지 건조 감귤 시장 현황 및 기업별 동향 분석을 위해 현지 조사를 실시
 - 판매 현황 분석을 위해 조사 대상 기업의 보유 제품군 및 관련 특성 등을 조사

2. 경쟁사 분석

□ Crispy Green

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 미국계 건조 과일 제조 및 유통업체로, 건조 과일 제품이 주력 생 산품 - 시장조사기관 닐슨(Nielsen)에 따르면 2018년 상반기 미국 소매점 기준 냉동 건조 과일 브랜드 중 판매율 1위를 차지 - 미국과 캐나다 아마존에서 공식 판매자로 등록되어 있음 		
	기업 유형	식품 제조업체	홈페이지
취급 품목	사과, 바나나, 망고, 파인애플 등	연락처	+1 973 679 4515
소재지	Crispy Green Inc. 10 Madison Road, Suite D, Fairfield, New Jersey, 07004	설립연도	2004년
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 모든 제품의 과일을 냉동 건조하며 방부제 및 설탕, 보존제, 인공 색소 무첨가 - 1봉지에 60칼로리 미만으로 건강 간식이라는 점을 마케팅 포인트 로 내세움 - 시트러스류 과일 중에는 탠저린을 다루며 그 외 사과, 바나나, 망고, 파인애플, 배, 캔털루프 건조 가공품을 제조 		
대표 제품			
	건조 탠저린 (Crispy Fruit all tangerine)		건조 사과 (Crispy Fruit all apple)

자료: 현지조사원(2018.01.04)

□ Nutty and Fruity

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 미국계 견과류 및 과일 가공품 제조업체로, 단품 및 선물용 묶음 제품 등을 다양하게 취급 - 현재 Giant Eagle, Sunset Foods, Joe Randazzo's 등 21개 과일 가공품 및 유기농 유통채널에 자사 제품을 납품하고 있음 - 전용 온라인몰인 'Bee Fruity & Nutty'에서 말린 과일을 포함한 다양한 형태의 과일 가공품을 판매하고 있음 		
	기업 유형	식품 제조업체	홈페이지
취급 품목	건조 과일, 견과류, 초콜릿 시럽 과일 등	연락처	+1 855 683 6889
소재지	14506 Garfield Ave, Paramount, CA, United States	설립연도	1950년
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 탠저린의 경우 초콜릿 시럽을 가미한 탠저린 제품도 판매 - 건조 귤 슬라이스(Mandarin Orange Slices)도 판매했으나 현재는 판매 종료된 상태 - 혼합 견과류 및 건조 파인애플, 건조 망고 등 60여 개 이상의 제품에 코셔(Kosher Pareve) 식품 인증 획득 		
대표 제품			
	건조 탠저린	다크 초콜릿 시럽 탠저린	건조 귤 슬라이스 (판매 종료)



자료: 현지조사원(2018.01.04)

□ Dardimans California

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> - 미국계 건조 과일 슬라이스 제조업체로, 캘리포니아산 시트러스류 과일을 전문적으로 취급(하와이산 파인애플 제외) - Fromagination, Santa Barbara Company, Knack Shops 등 다수의 선물용품 취급점에 납품하고 있음 - 한국에 California Crisps라는 이름으로 수입 및 유통되고 있음 (www.california-crisps.com) 			
	기업 유형	식품 제조업체	홈페이지	dardimans.com
	취급 품목	건조 과일로 만든 슬라이스, 사탕, 초콜릿	연락처	+1 818 849 5770
	소재지	91405 Burnet Avenue, 7737 Van Nuys, CA	설립연도	N/A
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 냉동 건조나 자연 건조가 아닌 특별한 건조 방식을 사용하여 과일의 비타민을 보존하였으며, 방부제 및 설탕, 보존제, 인공 색소 무첨가 - 만다린 외에도 사과, 블러드 오렌지, 자몽, 만다린, 배, 파인애플 건조 슬라이스 제품을 판매하며 만다린 슬라이스 제품의 인기에 힘입어 최근 오렌지 슬라이스 제품이 출시됨 - 간식용, 프리미엄, 선물용으로 용도를 나누어 용량과 포장을 차별화 			
대표 제품				
	건조 만다린 슬라이스 (선물용)	건조 만다린 슬라이스 (간식용)	신제품 건조 오렌지 슬라이스 (프리미엄)	

자료: 현지조사원(2018.01.04)

□ N사

기업 개요			
-	- 전라남도의 농수산물 공동브랜드로, 도내 중소기업과 농어민들의 판로개척을 위해 설립되었으며 친환경농산물과 가공식품 등을 판매 - 2012년 LA MBC 미주지사와 협약을 맺고 미국 공중파 홈쇼핑에 진출하여 굴비, 매실 장아찌, 녹차, 전통차, 한과 등을 인기리에 판매		
기업 유형	식료품 제조업체	홈페이지	www.namdomihyang.com
취급 품목	농산물, 수산물, 축산물, 반찬류, 가공식품 등	연락처	+82 2 780 3645
소재지	01414 서울특별시 도봉구 마들로11가길 12 (창동) 다모아빌딩 301-1호	설립연도	2006년
판매 현황	- ‘아비삭 과일칩 8종세트’ 제품은 건조 과일 슬라이스 형태로, 딸기, 바나나, 무화과, 사과, 배, 감, 굴, 포도를 판매하고 있음 - 미국 내 아마존에는 현재 ‘아비삭 과일칩 굴’만 판매되고 있음		
대표 제품			
	아비삭 과일칩 굴		

자료: 현지조사원(2018.01.04)

□ D사

기업 개요			
-	<ul style="list-style-type: none"> - 다이어트 제품 전문 브랜드로, 저염저당 및 저자극 식품류를 전문적으로 취급 - 다이어트 정보 앱 '다노' 및 다이어트 식단 전문 쇼핑몰 '다노샵'과 1:1 다이어트 코칭 프로그램 업계 1위인 '마이다노'를 서비스 중 - 미국, 일본, 중국을 포함한 총 7개국에 수출 중이며 미국의 경우 아마존 풀필먼트(fulfillment) 서비스³³⁾를 통해 판매하고 있음 		
기업 유형	온라인 쇼핑몰	홈페이지	www.danoshop.net
취급 품목	스낵, 의류 등	연락처	+82 2 2135 1885
소재지	서울시 마포구 백범로 134	설립연도	2013년
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 아마존에서 제주도산 말린 귤 제품 2가지를 판매하고 있으며 그 중 다이어트용 건과일워터 제품인 '오늘의 물 제주핑크'의 판매율 및 선호도가 월등히 높음 		
대표 제품			
	건조 감귤		오늘의 물 제주핑크

자료: 현지조사원(2018.01.04)

33) 이커머스(E-Commerce) 판매상품의 입고, 포장을 포괄하는 물류센터를 운영하는 서비스



VI. 유통채널

1. 유통채널 개황
2. 주요 유통채널 분석

1. 유통채널 개황

1) 소매 유통업 현황

□ 미국 도매상의 종류 및 특성

- 도매상은 크게 상인 도매상(Merchant Wholesalers)과 에이전트(Agent), 브로커(Broker)로 구분됨
 - 상인 도매상은 디스트리뷰터(Distributor)라고도 불리는 유통업자로 제품의 소유권을 갖고 독립회사를 운영하는 도매상
 - 에이전트와 브로커는 제품의 소유권은 없지만 상품의 매매를 위한 역할을 담당하며 거래가 성사될 때 수수료를 받고 경우에 따라 일을 시작하기 전에 컨설팅 비용을 요구하기도 함
 - 제품별로 3~10%, 신선식품의 경우 최대 15%로 품목과 판매실적, 마켓 규모에 따라 커미션 규모가 정해짐
- 브로커는 냉동, 델리, 신선 식품, 기타 식품류, 제빵제품 등 식품 품목별로 나뉘어져 있으며 해당 분야의 전문 지식과 마켓과의 거래 경험, 바이어와의 네트워크를 통해 제조업체를 대신해 미 전역의 판매를 담당
 - 납품하고자 하는 제품을 분석하고 현지 트렌드에 맞게 마케팅도 수행함

□ 미국 소매상의 종류 및 특성

- 형태와 규모, 영업방식에 따라 나뉘는데 전통적인 슈퍼마켓, 회원제 창고형 매장, 대형 드럭스토어, 달러스토어, 편의점 등이 있음
 - 슈퍼마켓은 식료품과 일용잡화를 한 곳에서 취급하는 가장 대중적인 소매점
 - 회원제 창고형 매장은 대용량 위주의 제품을 판매하고 있고 대표적인 마켓으로 코스트코나 샘스클럽, BJ홀 세일클럽 등이 있음
 - 드럭스토어는 주로 의약품을 판매하지만 화장품과 캔디, 스낵, 음료, 잡지, 잡화 등도 판매하며 월그린이나 CVS와 같은 대형 드럭스토어는 최근 식료품 코너를 확대하고 있음
 - 달러스토어는 다양한 제품을 저렴하게 판매하는 곳으로, 대용량보다는 소포장이 많음

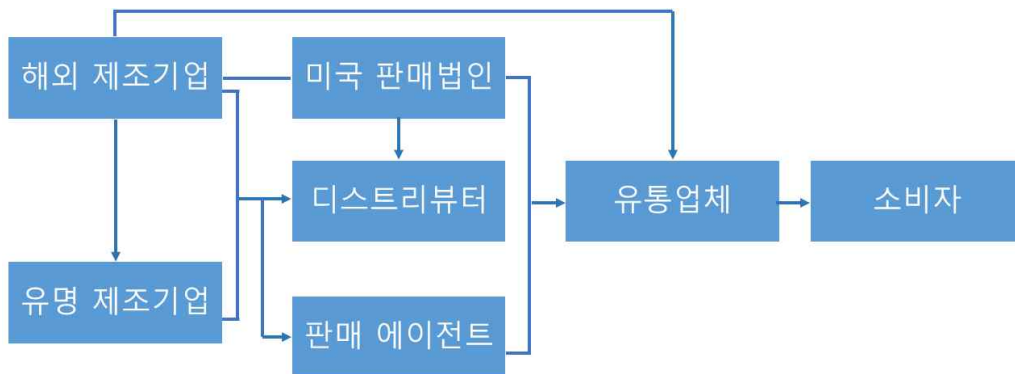
로 가격 경쟁력이 좋음

- 편의점은 도시나 외곽지역에 위치한 소규모 상점으로 주유소와 같이 위치한 경우가 많으며 식료품을 비롯한 주류, 음료, 스낵, 잡지 등을 취급

□ 식료품 소매 시장의 유통구조

- 대형마켓 및 슈퍼마켓은 직접 구매하지 않고 벤더와 같은 중간도매상을 거쳐 구매
 - 공급업체 선정에는 현지 물류창고 운영을 통해 제품 불량 검수와 각종 AS를 제공할 수 있는 업체를 선호하며 신뢰성에 높은 비중을 두고 있음
 - 유기농 식품 전문 대형마켓의 경우 제조업체로부터 직접 구매하기도 함
- 대형 드럭스토어의 경우 간단한 식품류, 과자류 등 다양한 제품을 벤더 및 파트너사로부터 구매
- 전자상거래 유통채널은 아직 브랜드 인지도가 높지 않은 제품의 경우 1차 유통 타격을 온라인으로 결정하고 소셜 네트워크 서비스(SNS)를 통한 프로모션 및 아마존 판매를 통한 인지도 구축이 보편적

그림 6.1 미국 식료품 소매 시장 유통구조



자료: 연구자 작성

- 최근에는 제조업체가 소매업체를 거치지 않고 소비자에게 직접 판매하는 'direct-to-consumer' 방식이 대세
 - 미국 소매유통시장의 지각변동으로 중소 규모 소매업체들이 문을 닫는 사태가 이어지면서, 제품을 판매하는 아웃렛이 사라지고 자체브랜드 제품만을 판매하는 소매점이 증가하는 추세

□ 소매 유통업의 품목별 시장 규모

- 소매상의 업태는 형태와 규모, 영업방식 등이 각각 다르고 새로운 형태가 계속 출현하고 있어 분류방법이 다양함
- 영업 점포 보유 유무에 따라 점포 소매점과 무점포 소매점으로 나눌 수 있음
 - 점포 소매점은 전문점(Specialty Store), 할인점(Discount Store), 백화점(Department Store), 슈퍼마켓(Supermarket), 편의점(Convenience Store), 슈퍼스토어(Super Store), 콤비네이션스토어(Combination Store), 하이퍼마켓(Hypermarket), 카탈로그점, 창고형 점포 등이 있음
 - 무점포 소매점은 방문판매, 우편판매, 전화주문판매, 첨단미디어판매, 온라인판매, 자동판매기 등이 있음
- 미 상무부에 따르면, 2017년 기준 소매 유통시장의 매출액은 약 5조 9,886억 달러로 전년 대비 4.7% 성장
 - 자동차 및 자동차 부품 시장이 전체 소매 유통시장의 20.7% 비중을 차지했으며 식료품은 12.3%를 차지함
 - 2017년 전년 대비 가장 높은 성장률을 기록한 품목은 10.6% 성장한 무점포 소매 유통으로, 이는 온라인 시장의 급속한 성장을 증명하는 수치

표 6.1 품목별 소매업 매출액 규모 추이(2014-2017년)

(단위: 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	연평균 성장률
자동차 및 부품	1,054,999	1,131,480	1,179,985	1,236,767	4.1%
가구 및 인테리어	105,922	113,116	117,892	124,550	4.1%
전자제품	112,627	112,627	105,948	104,472	-1.9%
건축 및 정원 용품	337,375	351,696	370,500	399,382	4.3%
식료품	687,128	704,102	717,407	737,992	1.8%
의류 및 액세서리	266,381	272,359	275,077	279,414	1.2%
잡화점	701,651	709,838	709,151	727,730	0.9%
건강 및 개인용품	304,554	320,771	332,020	340,048	2.8%
주유소	549,995	452,764	426,810	466,600	-4.0%
스포츠 및 취미 용품	88,973	91,036	91,966	89,248	0.1%
기타 소매 유통	122,361	126,227	129,164	133,538	2.2%
무점포 소매 유통	481,645	522,497	576,156	637,175	7.2%
요식업	607,005	655,875	689,204	711,723	4.1%
총 계	5,420,617	5,563,162	5,721,280	5,988,639	2.5%

자료: 미 상무부

2) 오프라인 유통채널 현황

□ 오프라인 유통채널 종류별 현황

- 미국의 오프라인 유통채널은 크게 할인체인점 업계, 전문점, 대형 할인체인점, 백화점으로 분류할 수 있음
- 할인체인점 업계는 거의 모든 상품을 두루 취급하고, 백화점과 전문점들은 고급 의류 등 일반상품과 건강/미용용품, 고급 식품류에 특화되는 경향을 보임
 - 할인체인점들은 가격과 품질 면에서 다양한 상품을 구비하고 백화점과 전문점, 약국 체인망(Drug Store)의 가장 강력한 경쟁상대로 부상하고 있음
 - 또한 식품류를 취급하기 시작하며 매장규모를 더욱 대형화해 슈퍼센터로 변모하는 경향을 보이고 있음
- 전문점은 거의 모든 종류의 상품을 판매하는 할인체인점이나 백화점과는 달리 취급 상품이 전문화된 유통 업체로 전자제품을 전문적으로 취급
 - 전문매장의 강점은 초대형 매장에 전문 분야와 관련된 다양한 브랜드 제품을 다양한 가격대에 제공해 소비자에게 선택의 기회를 넓혀준다는 점임
 - 최근 전문화된 제한된 제품군으로는 매출액을 증대하기에는 역부족이라 제품 수요가 많고 매장면적은 적게 차지하면서도 제품 날개당 가격이 비싼 제품을 판매하기 시작
- 대형 할인체인점은 저소득층을 겨냥한 저렴한 가격대의 의류 및 신발, 가정용 가구, 공구류 등은 물론 식품류 등 가장 폭넓은 제품군을 취급
 - 저렴한 가격에 다양한 상품을 취급하고, 매장 대형화, 매장 분위기 고급화를 통해 빠르게 성장하고 있음
- 백화점 업계는 제품 순환 주기가 짧고 마진율이 높은 의류, 신발, 화장품 등의 판매에 집중하며, OEM 방식을 통해 자체 브랜드 제품(Private Label)을 개발해 판매
 - 중저가 제품을 과감하게 도입해서 고객을 유치하는데 이용하며, 한 예로 맨하튼에 소재한 초고가 백화점인 Bergdorf Goodman은 5층에 중저가 의류와 액세서리 제품을 진열해 고객들로부터 호평을 받고 있으며 새로운 고객 창출에 기여하고 있음

3) 온라인 유통채널 현황

□ 과거 전자상거래가 미진했던 분야의 온라인 쇼핑이 활성화될 전망

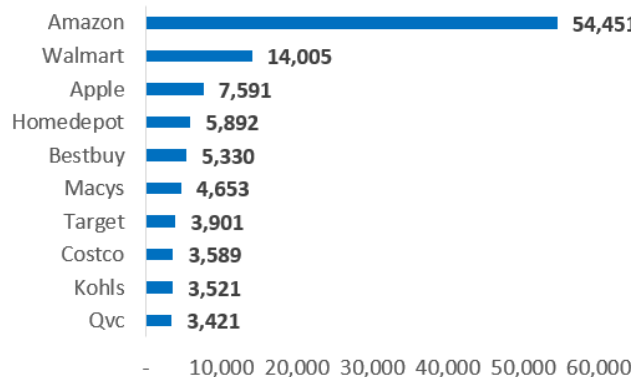
- 다른 품목에 비해 온라인 시장 성장 속도가 느렸던 식품과 요식업계 부문이 빠르게 성장하는 추세
 - 신선식품, 식당, 음식, 밀키트 시장의 규모가 성장하고 있으며 이에 따라 식품 관련 제조·소매업체와 레스토랑 운영업체 등의 전자상거래 활용도가 성패를 가르는 중요한 요인이 될 것
- 많은 소매업체가 매출 극대화를 위해 온-오프라인 매장 활용 전략을 구사할 것
 - 온라인 판매에 따른 오프라인 매장의 매출 타격은 올해도 계속해서 이어질 전망
 - 소비자들은 온라인과 오프라인 매장의 경계 파괴를 요구하지만, 실제로 많은 소매업체들이 온라인상에서 더 많은 프로모션을 제공할 것으로 예상됨
- 북미 시장에서 월마트, 코스트코를 중심으로 한 오프라인 유통업체들의 온라인 관련 투자가 빠르게 확대되고 있음

□ 전자 상거래 업체 매출 순위

- 시장조사업체 Statista에 따르면, 2017년 기준 미국 내 전자상거래 업체 매출 1위는 약 544억 5,000만 달러(약 61조 1,470억 원)의 매출을 기록한 아마존
- 월마트가 2위로 그 뒤를 따르고 있으나 아마존이 약 3.9배 많은 수치로 압도적인 점유율을 보이며 시장을 독점하고 있는 형태

그림 6.2 미국 전자상거래 업체 매출 순위(2017년)

(단위: 백만 달러)



자료: Statista

2. 주요 유통채널 분석

□ 유통채널 선정 기준

- 미국 현지 시장에서 건조 감귤(텐저린·만다린) 및 건조 과일을 유통하는 채널을 조사 대상으로 선정
 - 유통채널 형태를 오프라인과 온라인 유통채널로 분류
- 오프라인 유통채널의 경우 유기농 식료품을 전문적으로 취급하거나 한국 식품 회사와의 거래 경험이 있어 진출 가능성이 높은 곳을 선정
 - 조사 대상(4개): Trader Joe's, Whole Foods Market, H-E-B, H Mart
- 온라인 유통채널의 경우 시장 내 점유율이 높거나(그림 6.2 참조) 유기농 식료품 및 한국 식품을 전문으로 취급하는 곳을 선정
 - 조사 대상(5개): Amazon, Walmart, ShopFoodEx, Fresh Direct, Koalmart

□ 분석기준 및 지표설정

- 각 유통채널별 기본 정보, 판매 현황 등의 항목을 공통으로 분석
- 미국 현지 유통채널 현황 및 판매 동향 분석을 위해 현지 조사를 실시
 - 각 유통채널의 판매 현황 분석을 위해 의뢰 제품과 일치하거나 유사한 제품군 및 한국 제품 보유 현황 등을 조사

1) 오프라인 유통채널

□ Trader Joe's

기업 개요			
TRADER JOE'S®	<ul style="list-style-type: none"> - 유기농 제품 취급 비중이 높으며 및 자사 브랜드 PB 상품이 많은데, 주류 슈퍼마켓에서 취급하지 않는 이색적인 수입제품을 적은 품목과 저렴한 가격으로 판매 - 유기농 마켓 시장에서 라이벌 기업인 'Whole Foods Market'보다 가격대가 저렴한 편 - 중국산 식품의 안전성에 대한 소비자들의 우려로 인해 2008년부터 중국산 식품 판매 중단 		
채널 형태	슈퍼마켓	설립연도	1958년
대표 전화	+1 626 599 3700	홈페이지	www.traderjoes.com
본사 위치	800 S Shamrock Ave; Monrovia, California 91016	점포 수	474개
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 다문화 맞춤형 비즈니스 전략의 일환으로 김, 김치, 음료 등의 한국산 식품을 수입하고 있어 향후 더 다양한 한국 식문화의 진출 가능성도 있을 것으로 보임 - 한국식 LA 갈비(Korean Style Beef Short Ribs)를 자체 브랜드 PB 상품으로 판매하고 있음 - 말린 과일, 견과류의 진열대는 견과류 코너 사이에 위치하고 있으며 망고 제품의 비중이 가장 높고, 꿀 제품은 가장 하단에 배치되어 있음 		
관련 이미지			
	제품 진열대	매장 내부 및 외관	

자료: 현지조사원(2018.01.04)

□ Whole Foods Market

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 미국 최대 규모의 천연 유기농산물 전문 슈퍼마켓 체인점으로, 유기농 제품을 선호하는 소비자가 증가함에 따라 시장 경쟁력이 더욱 향상되고 있음 - 유기농산물, 수산물, 각종 건조 및 냉동식품을 포함한 야채류, 생활용품 등을 취급하며 주요 유기농 제품 인증마크를 요구 - 주요 고객층은 웰빙 및 친환경 제품에 대한 관심이 높은 도시 지역의 중산층 		
	채널 형태	슈퍼마켓	설립연도
대표 전화	+1 512 477 4455	홈페이지	www.wholefoods.com
본사 위치	550 Bowie St. Austin, TX 78703-4648	점포 수	479개
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 가공식품은 주로 중국, 일본 등지에서 수입하며 건강식품 및 건강 주스는 캐나다, 영국에서 수입함 - 일반 소품과 소비자 의존도가 낮은 브랜드에 한해 자사 브랜드화 (PB상품화)해서판매하고 있음 - 말린 과일은 견과류 코너의 끝부분에 위치해있으며 망고, 사과 제품의 비중이 높고 꿀 제품은 가장 하단에 배치되어 있음 		
관련 이미지			
	제품 진열대		

자료: 현지조사원(2018.01.04)

□ H-E-B

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 미국 텍사스 지역을 중심으로 식료품 유통으로 시작하여 현재는 각종 생활소비재까지 취급하는 하이퍼마켓으로, 텍사스 지역 주민의 신뢰도 및 충성도가 높음 - 2017년 포브스(Forbes)가 선정한 미국의 최대 민간기업 12위를 차지하였으며, 전체 식료품 시장에서 점유율 2.4%로 5위를 차지 - 김 등의 한국 식품을 자체 브랜드 PB 상품으로 생산하는 등 한국 식품에 대한 확장 의지가 높으며 한국 식품회사와의 거래 경험 다수 		
	채널 형태	슈퍼마켓	설립연도
대표 전화	+1 800 432 3113	홈페이지	www.heb.com
본사 위치	646 S Flores St, San Antonio, Texas 78204	점포 수	미국 340개, 멕시코 55개
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지에서 취급 제품을 활용한 다양한 레시피를 제공하여 소비자의 구매를 유도하고 있음 - 약 1300여 개의 건조 과일 및 견과류 제품을 취급하고 있으나 오렌지, 탠저린, 만다린 등을 포함한 시트러스류의 제품은 통조림이나 젤리 형태가 대부분 - 스낵류 및 과일류 혼합 도시락 제품을 자체 브랜드 PB 상품으로 개발하여 판매하고 있음 		
관련 이미지			
	제품 진열대		매장 내부 및 외관

자료: 현지조사원(2018.01.04)


□ H Mart

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 한아름 그룹이 운영하는 슈퍼마켓 체인점으로, 미국 내 가장 큰 아시안 마켓이며 다문화, 다인종 전략으로 소수인종 시장을 공략하고 있음 - 초기에는 한국인을 주요 고객층으로 삼았지만 고객 범위가 점차 확대되어 현재 전체 고객의 70% 이상이 비한국계 소비자 - 최근에 한인 마켓 'The Plaza Market'을 인수하여 2019년 2월부터 플래그십 스토어로 운영할 예정 		
	채널 형태	슈퍼마켓	설립연도
대표 전화	+1 201 507 9900	홈페이지	www.hmart.com
본사 위치	300 Chubb Ave Lyndhurst, NJ 07071	점포 수	65개
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 한국, 중국, 일본 등 아시아 지역에서 수입한 가공식품, 청과류 및 미국 내 직영농장의 협력 농장에서 재배한 채소 등을 판매 - 가공식품, 스낵, 식재료, 건강 보조제 등에 이르는 다양한 식품군과 가전제품, 생활용품 등을 취급하며 한국산 제품 비중이 높음 - 건조 가공식품은 견과류, 김스낵 등이 있으며 과일 제품은 젤리 형태 외에 거의 찾아볼 수 없음 		
관련 이미지			
	매장 내부		

자료: 현지조사원(2018.01.04)

2) 온라인 유통채널

□ Amazon

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> - 세계 최대 온라인 유통망으로, 도서·음악·DVD·비디오를 시작으로 하여 생활용품, 전자제품, 식료품 등 다양한 제품과 서비스를 제공 - 취급 제품군이 다양하여 특정 계층을 타깃 고객으로 설정하지 않고 지속적인 상품 다각화를 통해 광범위한 계층의 고객을 확보하는 것이 목표 			
	채널 형태	온라인 쇼핑몰	설립연도	1994년
대표 전화	+1 206 266 1000	홈페이지	www.amazon.com	
본사 위치	410 Terry Avenue North Seattle, WA 98109-5210, USA			
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 꿀의 경우 말린 꿀부터 슬라이스 꿀 제품도 있으나 미국 내에서 인지도가 있는 제조사의 제품 외에는 판매율이 저조함 - 한국 제조사 남도미향의 '아비삭 과일칩'의 경우 리뷰가 없으며 재고가 9개 남은 상태이며, 다노샵의 '드라이 미 크레이지 감귤 말랭이' 제품의 경우 소비자 리뷰가 2개 			

자료: 현지조사원(2018.01.04)

□ Walmart

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> - 전통적인 오프라인 유통시장의 성장률 둔화에 대한 타개책으로 2016년 하반기부터 전자상거래 사업자들을 인수하는 등 사업을 확장하며 시장을 적극적으로 공략하려는 움직임을 보이고 있음 - 시장조사업체 Statista에 따르면, 2017년 미국 내 전자상거래 업체 순위 중 2위를 차지하며 아마존(1위) 다음으로 가장 높은 매출을 기록함 		
	채널 형태	온라인 쇼핑몰	설립연도
대표 전화	+1 800 741 5367	홈페이지	www.walmart.com
본사 위치	702 Sw 8th St., Bentonville, AR, 72716		
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 온라인 쇼핑몰 중 가장 다양한 종류의 건조 과일 제품을 취급하고 있음 - 굴 가공식품의 경우 'Dole', 'Delmonte' 브랜드 등 자국 브랜드 통조림 제품이 다수이며, 일부 일본산 건조 굴 제품을 판매하기도 하나 판매율은 저조한 상황 		
입점 절차	<ul style="list-style-type: none"> - 다음 주소에서 안내하는 입점 절차를 따라 공식 판매점으로 등록할 수 있음: marketplace.walmart.com 		
관련 이미지	 <p>관련 이미지</p>		
<p>굴 가공식품 판매 화면</p>			


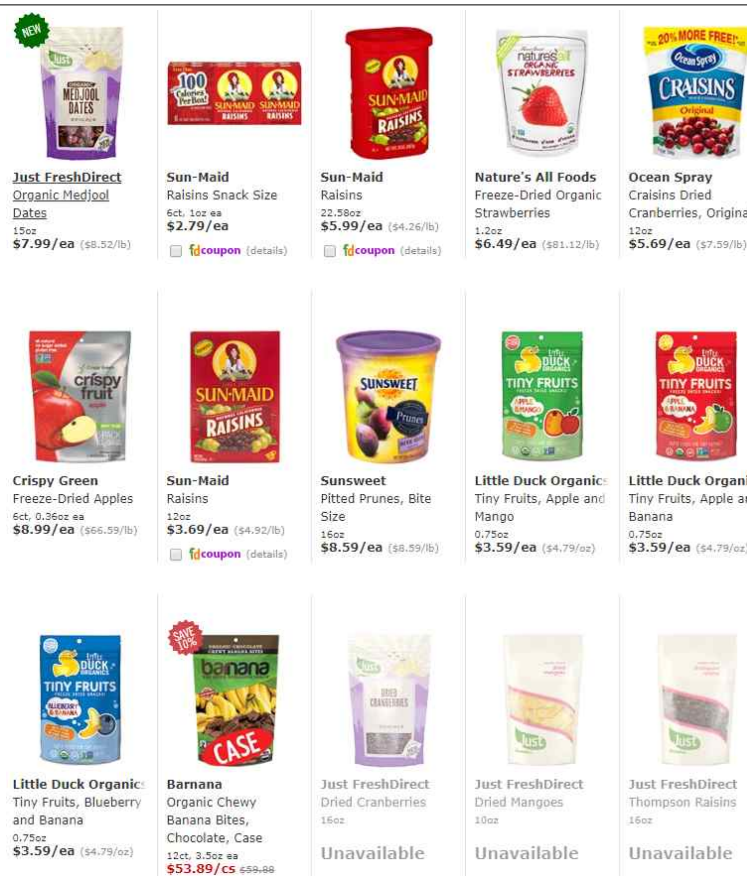
자료: 현지조사원(2018.01.04)

□ ShopFoodEx

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> - 2002년 버지니아주에서 바쁜 현대인들을 위한 온라인 식료품 배달 서비스 업체로 시작하여 2008년 미국 전역(50개 주)으로 서비스를 확장한 이후 현재는 해외 배송 서비스도 진행하고 있음 - 다양한 식료품과 생활용품을 판매하며 저렴한 가격으로 소비자 이용률이 높음 			
	채널 형태	온라인 쇼핑몰	설립연도	2002년
대표 전화	+1 540 354 1565	홈페이지	www.shopfoodex.com	
본사 위치	1948 Franklin Road, SW, Suite 201-B Roanoke, VA 24014			
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 건조 과일의 경우 'Nutty and Fruity', 'Made in Nature', 'Sunkist' 등 자국 브랜드 제품만 판매되고 있으며 귤은 통조림과 젤리 제품이 대다수 - 한국 식품은 양념장 등이 판매되고 있음 			
관련 이미지				
				
<p>귤 가공식품 판매 화면</p>				

자료: 현지조사원(2018.01.04)

□ Fresh Direct

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> - 코서 인증 식품 및 글루텐 프리 식품 등 유기농 식료품을 전문적으로 취급 - 신선한 제품을 제공하고자 뉴욕, 워싱턴 등 특정 7개 주만 배달이 가능하며 2012년부터 해당 지역에 출장연회 서비스(Catering Service) 제공 			
	채널 형태	온라인 쇼핑몰	설립연도	2003년
대표 전화	+1 866 283 7374	홈페이지	freshdirect.com	
본사 위치	US New York Bronx 2 Saint Anns Ave 10454			
판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 한국 식품은 배, 김치, 바비큐 소스 등 4개의 제품을 판매 - 건조 딸기, 건포도와 어린이용 작은 건조과일칩 등 20여 가지의 건조 과일 제품을 취급하나 이 중 절반 가량이 재고가 없는 상태 			
관련 이미지				
	건조 과일 판매 화면			

자료: 현지조사원(2018.01.04)

□ Koamart

기업 개요			
	- 캘리포니아에 위치한 한국 식품 전문 온라인 상점으로 출발하여, 현재는 한국, 일본, 중국 등 아시아권 문화의 식료품을 취급하고 있음		
채널 형태	온라인 쇼핑몰	설립연도	2004년
대표 이메일	la082@hotmail.com	홈페이지	www.koamart.com
본사 위치	3692 Grayburn road Pasadena, CA 91107		
판매 현황	- 한국 식품은 쌈장, 물엿, 맛김치, 부침가루 등 식재료부터 라면, 커피, 우유 등 식료품 등 다양하게 판매 - 건조 가공식품은 건표고버섯, 미역, 쥐포, 멸치, 새우 등이 판매됨		
관련 이미지	<div style="display: flex; flex-wrap: wrap; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> Ramen - Bags</div> <div style="text-align: center;"> Ramen - Bowl / Cup</div> <div style="text-align: center;"> Cooked Rice</div> <div style="text-align: center;"> Canned Food</div> <div style="text-align: center;"> Kitchenware</div> <div style="text-align: center;"> Snack & Desserts</div> <div style="text-align: center;"> Dried Food</div> <div style="text-align: center;"> Drinks & Beverages</div> <div style="text-align: center;"> Seaweed & Laver</div> <div style="text-align: center;"> Tea & Coffee</div> <div style="text-align: center;"> Refrigerated & Pickled food</div> <div style="text-align: center;"> Instant Soup</div> <div style="text-align: center;"> Kimchi</div> <div style="text-align: center;"> Rice & Grains</div> <div style="text-align: center;"> Condiments & Spices</div> <div style="text-align: center;"> Noodle</div> <div style="text-align: center;"> One step Sauce & Topping</div> <div style="text-align: center;"> Porridge</div> <div style="text-align: center;"> Other Food</div> <div style="text-align: center;"> Tofu & Organic food</div> </div> <p style="text-align: center;">판매 제품 소개 화면</p>		

자료: 현지조사원(2018.01.04)

[참고 문헌]

■ 참고 자료

1. 「Country Insight Snapshot United States of America December 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.12.07
2. 「Country Insight Report United States of America January 2019」, Dun & Bradstreet, 2018.12.17
3. 「Food Product Environmental Footprint Literature Summary: Citrus」, State of Oregon Department of Environmental Quality, 2017.10
4. 「Citrus: World Markets and Trade」, USDA, 2018.07
5. 「Citrus Fruits 2018 Summary」, USDA, 2018.08
6. 「Florida Citrus Statistics」, Florida Department of Agriculture and Consumer Services, 2018.03
7. 「2018-19 California Navel Orange Objective Measurement Report」, California Department of Food and Agriculture, 2018.9.12

■ 참고 사이트

1. Internet World Stats(www.internetworldstats.com)
2. Euromonitor International(www.portal.euromonitor.com)
3. 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr)
4. 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)
5. International Trade Centre(www.trademap.org)
6. KATI농식품수출정보(www.kati.net)
7. 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr/clip/index.do)
8. 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)
9. 미국 국제무역위원회(hts.usitc.gov)
10. 대한민국 관세청(www.customs.go.kr)
11. Produce made Simple(producemadesimple.ca)
12. Florida Department of Agriculture and Consumer Services(www.freshfromflorida.com)
13. Produce Business(www.producebusiness.com)
14. Florida Citrus Mutual(flcitrusmutual.com)
15. CUESA(cuesa.org)
16. Santa Barbara Company(www.santabarbaracompany.com)
17. Fromagination(fromagination.com)
18. The Seattle Times(www.seattletimes.com)
19. Central Market(centralmarket.com)
20. Food Business News(www.foodbusinessnews.net)
21. Good Eggs(www.goodeggs.com)
22. PKG Branding(www.pkgbranding.com)
23. Food Safety Magazine(www.foodsafetymagazine.com)
24. Statista(www.statista.com)
25. USDA(usda.gov)

2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No. 1811-30

품 목 : 건조 감귤(Dried Mandarin Orange)

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

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