

2019년 해외시장 맞춤형조사



- No. 1910-05
- 품목 : 홍삼농축액(Red Ginseng Extract)
- 국가 : 미국(U.S.A)
- 구분 : 시장분석형

Content

I. Market Size (시장규모)

SUMMARY	4
1. 미국 홍삼농축액 시장규모	5
2. 미국 홍삼농축액 수출입 시장규모	6
3. 미국 홍삼농축액 소비 시장규모	7

II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	10
1. 건강식품으로서 홍삼 인지도 낮은 편	16
2. 인삼 및 홍삼, 미용 제품, 에너지 음료, 성(性)기능 개선제로 언급돼	17
3. 홍삼 식·음료, 캡슐형 보조식품과 차(Tea) 제품 다수 진출	18
4. 홍삼의 효능 체감하지만 쓴 맛이 가장 큰 비선호 요인	19

III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	21
1. 미국 홍삼농축액 유통구조	22
2. 미국 홍삼농축액 유통업체	23
3. 미국 홍삼농축액 B2C 소매채널	25

IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	46
1. 미국 홍삼농축액 인증 취득	47
2. 미국 홍삼농축액 사전 심사	49
3. 미국 홍삼농축액 업체·제품 등록	50
4. 미국 홍삼농축액 라벨 심의	51
5. 미국 홍삼농축액 서류 준비	55
6. 미국 홍삼농축액 세금 납부	56
7. 미국 홍삼농축액 검역 심사	57

V. Expert Interview (전문가 인터뷰)

SUMMARY	61
Interview ① 파썸(Parchem)	63
Interview ② 아메리칸 진생(American Ginseng)	64
Interview ③ 프린스 오브 피스(Prince of Peace)	65
Interview ④ 텐 렌스 티(Ten Ren's Tea)	66
Interview ⑤ 루트 테라(Root Terra)	67

* 참고문헌	68
--------	----

I. Market Size

SUMMARY

1. 미국 홍삼농축액 시장규모
2. 미국 홍삼농축액 수출입 시장규모
3. 미국 홍삼농축액 소비 시장규모



Market Size

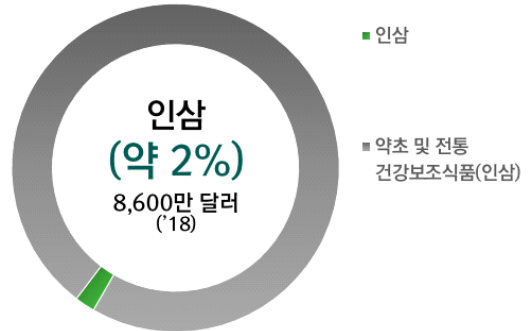
(시장규모)

미국 (U.S.A)

홍삼농축액 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 원료(홍삼)와 종류(건강보조식품)

- 미국 약초 및 전통 건강보조식품(Herbal/Traditional Dietary Supplements)¹⁾ 시장규모
..... 42억 9,400만 달러 ('18)
- 미국 인삼(Ginseng)²⁾ 시장규모
..... **8,600만 달러 ('18)**

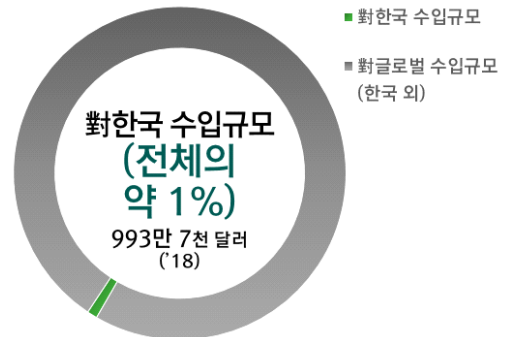


(*) Euromonitor International

홍삼농축액 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 유형(조제 식료품)

- HS 1302.19³⁾ '식물성 수액과 추출물-기타'
미국 對 글로벌 수입규모
..... 8억 6,796만 9천 달러 ('18)
- HS 1302.19 '식물성 수액과 추출물-기타'
미국 對 한국 수입규모
..... **993만 7천 달러 ('18)**



(*) International Trade Centre

홍삼농축액 소비 시장규모

지표 설정 기준: '홍삼농축액'은 홍삼농축액 100%를 원료로 하며 면역력 강화, 피로회복, 체력증진 등의 효능을 지닌 프리미엄 건강기능식품임. 이에 고가 제품 구매력을 보유한 지역을 검토하기 위하여 '미국 지역별 소득분포'를 확인함. 또한 홍삼 건강기능식품에 익숙한 미국 내 한인들을 예상 소비자로 선정하여 '미국 내 지역별 한인 분포'를 조사함

① 미국 지역별 1인당 가처분소득 ('18)

전체	4만 8,101달러
워싱턴 D.C.	7만 167달러
코네티컷주	6만 5,063달러
메사추세츠주	6만 1,147달러
뉴저지주	5만 9,180달러
뉴욕	5만 8,005달러

※상위 5개 지역의 소득규모를 제시함

② 미국 내 지역별 한인 분포 ('19)

전체	255만 명
남가주 외 3개 주	68만 명(26.5%)
뉴욕 외 4개 주	42만 명(16.5%)
일리노이 외 12개 주	33만 명(12.8%)
알라바마 외 7개 주	24만 명(9.5%)
북가주 외 3개 주	23만 명(8.9%)

※상위 5개 지역의 한인규모를 제시함

(*) BEA, 외교부

1) 약초 및 전통 건강보조식품(Herbal/Traditional Dietary Supplements): 주로 식물성 또는 전통적인 재료들로 만들어진 건강식품보조제로, 전통 의학적 사용을 위한 동물 원료 제품도 포함함

2) 인삼(Ginseng): 중국 또는 기타 전통 약재로 널리 알려진 약초로, 면역체계 유지와 에너지 및 체력 개선, 최음제 효과가 있음(홍삼 포함)

3) HS CODE 1302.19: 조사 제품 '홍삼농축액'은 홍삼농축액 100%로 만들어진 건강기능식품임. 이에 '식물성 수액과 추출물-기타'에 해당하는 HS CODE 1302.19를 지표로 선정함

1. 미국 홍삼농축액 시장규모

미국 국가 일반 정보⁶⁾

면적	938만 km ²
인구	3억 2,717만 명 (2018)
GDP	20조 5,130억 달러
GDP (1인당)	62,518달러

조사 시장: 조사 제품 '홍삼농축액'은 홍삼 100%로 이루어졌으며 면역력 강화, 피로회복, 체력증진 등의 효능을 지닌 건강기능식품임. 이에 제품의 원료(홍삼)와 종류(건강기능식품)를 기준으로 '약초 및 전통 건강보조식품'과 '인삼'의 시장규모를 조사함

▶ 2014-2018년, 미국 '약초 및 전통 건강보조식품' 시장 연평균성장률 6%

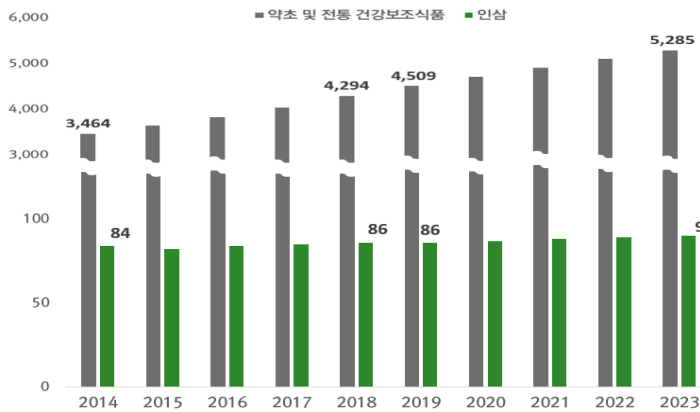
지난 5년(2014-2018년)간 미국의 '약초 및 전통 건강보조식품' 시장은 연평균 6%의 성장률로 꾸준히 증가하여, 2018년 42억 9,400만 달러의 시장규모를 기록함. 한편, '인삼' 시장의 경우, 동기간 1%의 낮은 연평균성장률을 보여, 2018년 8,600만 달러의 시장규모를 기록함. 이는 '약초 및 전통 건강보조식품' 시장의 2%를 차지하는 규모임

▶ 2019-2023년, 미국 '인삼' 시장 연평균성장률 1% 예측

미국 '약초 및 전통 건강보조식품' 시장은 향후 5년(2019-2023년)간 연평균 4%의 성장률로 성장 동향을 이어갈 것으로 예측됨. '인삼' 시장은 동기간 1%의 연평균성장률을 이어갈 것으로 보임

[표 1.1] '약초 및 전통 건강보조식품', '인삼' 시장규모⁴⁾⁵⁾

단위: 백만 달러



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR (14-18)
상위 품목	약초 및 전통 건강보조식품 (4.1조 원)	3,639 (4.3조 원)	3,824 (4.5조 원)	4,042 (4.8조 원)	4,294 (5.1조 원)	6%
해당 품목	인삼 (990억 원)	84 (967억 원)	82 (990억 원)	84 (1,002억 원)	86 (1,014억 원)	1%
전망	2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR (19-23)
상위 품목	약초 및 전통 건강보조식품 (5.3조 원)	4,716 (5.6조 원)	4,909 (5.8조 원)	5,098 (6.0조 원)	5,285 (6.2조 원)	4%
해당 품목	인삼 (1,014억 원)	86 (1,025억 원)	87 (1,037억 원)	88 (1,049억 원)	89 (1,061억 원)	1%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

4) 1달러=1,178.70원(2019.11.28., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

5) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 미국 홍삼농축액 수출입 시장규모

HS CODE 1302.19: 조사 제품 '홍삼농축액'은 홍삼농축액 100%로 만들어진 건강기능식품임. 이에 '식물성 수액과 추출물-기타'에 해당하는 HS CODE 1302.19를 지표로 선정함

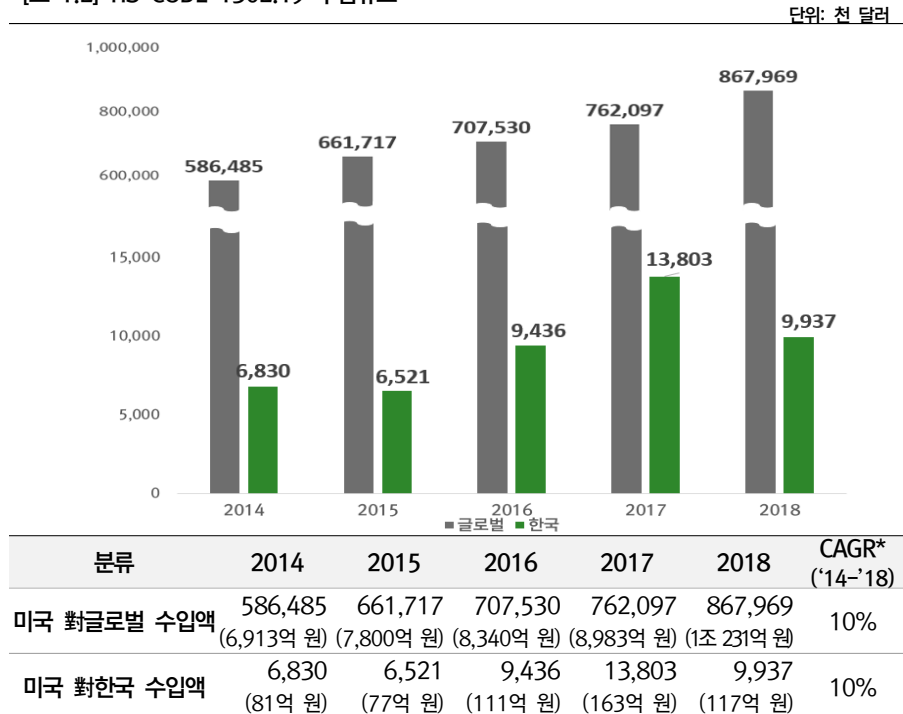
▶ 2014-2018년, 미국 對글로벌 수입액 연평균성장률 10%

미국 HS CODE 1302.19 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2014-2018년)간 연평균 10%의 성장률로 매년 꾸준히 성장함. 특히 HS CODE 1302.19 품목의 2018년 對글로벌 수입액은 전년대비 14% 성장하여 8억 6,796만 9천 달러의 수입규모를 기록함

▶ 2014-2018년 미국 對한국 수입액 연평균성장률 10%

미국 HS CODE 1302.19의 수입 국가 중 한국은 11위 수입 국가로, 對한국 수입액은 對글로벌 수입액의 1%를 차지함. 對한국 수입액은 2015년 전년대비 5% 감소하였으나, 2016년, 2017년 전년대비 40% 이상 증가하며 수입규모를 회복함. 그러나 2018년 전년대비 28% 감소하여 993만 7천 달러의 수입규모를 기록함

[표 1.2] HS CODE 1302.19 수입규모⁷⁾



자료: ITC(International Trade Centre) HS CODE 1302.19 기준

7) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 미국 홍삼농축액 소비 시장규모

1) 미국 내 지역별 소득규모

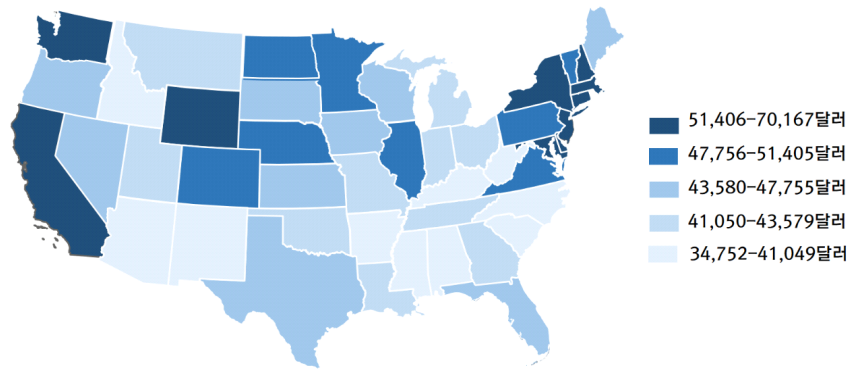
‘홍삼농축액’은 홍삼농축액 100%를 원료로 하며 면역력 강화, 피로회복, 체력증진 등의 효능을 지닌 프리미엄 건강기능식품임. 이에 고가 제품 구매력을 보유한 지역을 검토하기 위하여 ‘미국 지역별 소득분포’를 확인함. 또한 홍삼 건강기능식품에 익숙한 미국 내 한인인을 예상 소비자로 선정하여 ‘미국 내 지역별 한인 분포’를 조사함

▶ 2018년, 미국 1인당 가처분소득 1위 지역 워싱턴 D.C.

미국 경제분석국(Bureau of Economic Analysis)에 따르면⁸⁾, 2018년 미국의 1인당 평균 가처분소득⁹⁾은 4만 8,101달러(5,670만 원)이며, 소득 상위 지역은 주로 캘리포니아의 해안 지역과 동북부에 위치한 것으로 나타남. 워싱턴 D.C.의 1인당 가처분소득이 7만 167달러로 가장 높았으며, 다음으로 코네티컷주(6만 5,063달러), 메사추세츠주(6만 1,147달러)가 2위, 3위를 차지함

[표 1.3] 2018년 미국 지역별 1인당 가처분소득¹⁰⁾

단위: 달러



상위 10개 지역	1인당 연평균 가처분소득	하위 10개 지역	1인당 연평균 가처분소득
워싱턴 D.C.	70,167 (8,271만 원)	미시시피주	34,752 (4,096만 원)
코네티컷주	65,063 (7,669만 원)	웨스트버지니아주	37,061 (4,368만 원)
메사추세츠주	61,147 (7,207만 원)	뉴멕시코주	38,068 (4,487만 원)
뉴저지주	59,180 (6,976만 원)	켄터키주	38,075 (4,488만 원)
뉴욕	58,005 (6,837만 원)	앨라배마주	38,215 (4,504만 원)
워싱턴주	55,452 (6,536만 원)	아칸소주	39,171 (4,617만 원)
메릴랜드주	55,128 (6,498만 원)	사우스캐롤라이나주	39,401 (4,644만 원)
뉴햄프셔주	54,991 (6,482만 원)	아이다호주	39,587 (4,666만 원)
캘리포니아주	54,800 (6,459만 원)	아리조나주	39,955 (4,709만 원)
와이오밍주	54,713 (6,449만 원)	노스캐롤라이나주	41,049 (4,838만 원)

자료: 경제분석국(Bureau of Economic Analysis)

8) 경제분석국(Bureau of Economic Analysis), 「United States, Per Capita disposable personal income, 2018」, 2019.9.24

9) 가처분소득: 개인소득에서 개인의 세금과 세외부담, 즉 이자지급 등 비소비지출을 공제하고 여기에 이전소득(사회보장금·연금 등)을 보탠 것으로서, ‘가처분소득=개인소비+개인저축’으로 나타낼 수 있음. 즉, 개인소득 중 소비·저축을 자유롭게 할 수 있는 소득

10) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

▶ 2019년, 미국 내 재외동포 약 255만 명

2) 미국 내 지역별 한인분포

2019년 기준, 전체 재외동포 수는 약 255만 명이며 이 중 재외국민은 약 41.8%에 해당하는 106만 명, 외국국적동포(시민권자)는 약 58.1%에 해당하는 148만 명임. 재외국민 중 일반체류자¹⁾는 22%(약 56만 명)이며, 영주권자는 16.8%(약 43만 명), 유학생은 3%(약 8만 명)로 나타남

미국 내 재외동포가 가장 많은 지역은 ‘남가주 외 3개 주(뉴아리조나, 네바다, 뉴멕시코)’로 68만 명(26.5%)이 거주하고 있으며, 이 중 재외국민은 25만 명, 외국국적동포(시민권자)는 43만 명으로 확인됨

[표 1.4] 2019년 미국 재외동포 규모

지역	재외동포 총수	영주권자	재외국민		계	외국국적 동포 (시민권자)
			체류자			
			일반	유학생		
총 합계	2,546,982	426,643	560,566	77,717	1,064,926	1,482,056
남가주 외 3개 주 ¹²⁾	676,079	113,118	126,644	11,156	250,918	425,161
뉴욕 외 4개 주 ¹³⁾	421,222	59,268	125,451	15,280	199,999	221,223
일리노이주 외 12개 주 ¹⁴⁾	325,135	39,112	67,749	12,427	119,288	205,847
알라바마주 외 7개 주 ¹⁵⁾	242,544	42,641	82,167	5,614	130,422	112,122
북가주 외 3개 주 ¹⁶⁾	227,649	34,635	63,485	14,083	112,203	115,446
버지니아주 외 3개 주 ¹⁷⁾	179,780	27,548	4,994	3,297	35,839	143,941
텍사스 주 외 4개 주 ¹⁸⁾	178,145	42,502	49,334	4,777	96,613	81,532
워싱턴주 외 3개 주 ¹⁹⁾	160,181	50,458	6,533	5,890	62,881	97,300
하와이주, 아메리칸 사모아	66,824	3,253	20,106	731	24,090	42,734
메사추세츠주 외 4개 주 ²⁰⁾	56,351	11,432	11,561	4,189	27,182	29,169
알래스카	6,246	876	113	30	1,019	5,227
괌, 사이판	6,826	1,800	2,429	243	4,472	2,354

* 자료: 외교부

- 11) 재외국민 중 영주권자와 유학생을 제외한 나머지 인원을 지칭함
- 12) 남가주, 아리조나주, 네바다주, 뉴멕시코주
- 13) 뉴욕주, 뉴저지주, 펜실베이니아주, 코네티컷주, 델라웨어주
- 14) 일리노이주, 미시간주, 오하이오주, 인디애나주, 위스콘신주, 미네소타주, 미조리주, 아이오와주, 캔사스주, 네브라스카주, 사우스다코타주, 노스다코타주, 켄터키주
- 15) 알라바마주, 플로리다주, 조지아주, 노스캐롤라이나주, 사우스캐롤라이나주, 테네시주, 푸에르토리코, 버진아일랜드
- 16) 북가주, 콜로라도주, 유타주, 와이오밍주
- 17) 버지니아주, 메릴랜드주, 워싱턴DC, 웨스트버지니아주
- 18) 텍사스주, 오클라호마주, 미시시피주, 알칸소주, 루이지애나주
- 19) 워싱턴주, 오레곤주, 아이다호주, 몬태나주
- 20) 메사추세츠주, 뉴햄프셔주, 로드아일랜드주, 메인주, 버몬트주

II. Market Trend

SUMMARY

1. 건강식품으로서 홍삼 인지도 낮은 편
2. 인삼 및 홍삼, 미용 제품, 에너지 음료, 성(性)기능 개선제로 언급돼
3. 홍삼 식·음료, 캡슐형 보조식품과 차(Tea) 제품 다수 진출
4. 홍삼의 효능 체감하지만 쓴 맛이 가장 큰 비선호 요인



Market Trend

(시장트렌드)

미국 (U.S.A)

홍삼농축액 시장트렌드



미국 소비자들의 주요 건강 이슈는 '영양 및 체중'
'건강식품과 관련해 영양 > 식단 > 체중 순으로 나타나'



미국 커뮤니티 내 미용 관련 문의에 홍삼 제품 제안
'미용 외 원기 회복 및 성기능 개선에도 효과'

■ U.S.A Issue ①

건강식품으로서

홍삼 인지도 낮은 편

'미국 커뮤니티, 건강식품으로 영양, 체중 조절 언급 소비자 多'

■ U.S.A Issue ②

홍삼, 에너지 음료 대체제 및 성(性)기능 개선제로 다수 언급

'주로 레드불, 몬스터, 마카(Macca)와 비교 언급됨'



미국 온라인 쇼핑물, '홍삼' 미용 제품 다수 빈출
'마스크, 오일, 크림, 샴푸 키워드 다수 빈출'



캡슐형, 분말형, 음료형 홍삼 제품 모두 효과 있어
'제품 후기에 에너지, 체감, 만족 키워드 공통 빈출'

■ U.S.A Issue ③

홍삼 식·음료 제품 중 캡슐형 보조제가 다수

'미용 외에는 캡슐형 보조제와 차(Tea) 종류 많아'

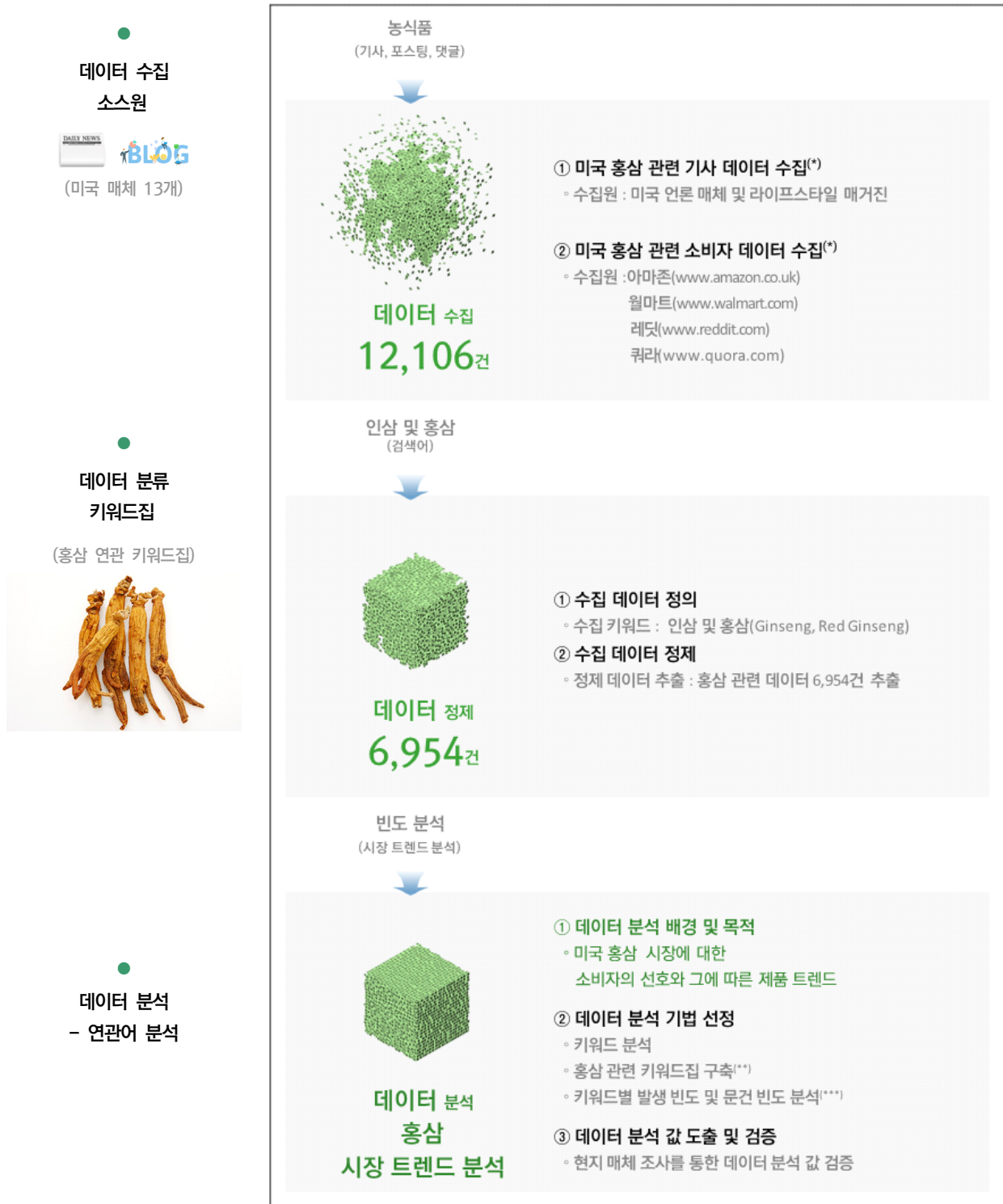
■ U.S.A Issue ④

홍삼의 쓴 맛이 가장 큰 비선호 요인

'효능은 체감하지만 쓴 맛 때문에 캡슐형 제품 선호'

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약



1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 19.11
수집 데이터	12,106

데이터 정제

정제 키워드	인삼, 홍삼 (Ginseng, Red Ginseng)
정제 데이터	6,954

○ 데이터 수집

- 미국 홍삼 관련 매체, 잡지, 포스트

[표 2.1] 미국 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Stylecraze	www.stylecraze.com	언론매체
02	The New York Times	www.nytimes.com	언론매체
03	The Washington Post	www.washingtonpost.com	언론매체
04	Wholefoods Magazine	wholefoodsmagazine.com	언론매체
05	Natural Food Series	www.naturalfoodseries.com	언론매체
06	Well and Good	www.wellandgood.com	언론매체
07	Better nutrition	www.betternutrition.com	언론매체
08	Webmed	www.webmd.com	언론매체
09	VOA News	www.voanews.com	언론매체
10	Amazon	www.amazon.com	온라인 쇼핑몰
11	Walmart	www.walmart.com	온라인 쇼핑몰
12	Quora	www.quora.com	커뮤니티
13	Reddit	www.reddit.com	커뮤니티

○ 데이터 분석 키워드집

- 미국 홍삼 관련 매체 사전조사

[표 2.2] 미국 홍삼 관련 매체 리스트

The New York Times

Quora

amazon

현지 언론 매체,
홍삼 관련 이슈

현지 커뮤니티,
홍삼 관련 소비자 의견

현지 온라인 쇼핑몰,
인기 홍삼 제품 유형

키워드 ①	키워드 ②	키워드 ③	키워드 ④
당뇨병	천연의	한국	의학의
탈모 예방	피부	에너지 드링크	보조제
마스크 팩	크림	삼푸	캡슐

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 미국 홍삼 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 미국 홍삼 관련 분석 키워드

●

키워드 수립 근거

참여 기업	한국 개발사 사용 키워드
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립

분류	키워드		수립 근거 ^(*)		
	의미	해당국가 언어(영어)	참여기업	경쟁기업	기타
제품 유형	한국산	Korean	0		
	마스크	Mask			0
	피부	Skin			0
	오일	Oil			0
	크림	Cream			0
	샴푸	Shampoo			0
	캡슐	Capsules		0	
	팅크제	Tincture			0
	에센스	Essence			0
	차	Tea		0	
	음료	Drink	0	0	
	보조제	Supplement	0	0	
	경쟁 제품군	마카	Macca		0
에너지 드링크		Energy Drink		0	0
레드불		Red Bull		0	0
몬스터		Monster		0	0
효능 및 특성	보습	Moisturizing			0
	원기 회복	Energy Boost	0		0
	리비도	Libido			0
	성(性)	Sexual			0
	스태미나	Stamina			0
	쓴 맛	Bitter	0		0
	맛	Taste	0		0
비싼	Expensive	0		0	

3.1) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 미국 커뮤니티 내 건강식품 게시글 및 온라인 쇼핑몰 홍삼 제품 후기 추출
2. 주요 키워드 추출하기 위해 TF-DF* 값을 기준으로 선별
3. 주요 키워드가 포함된 문건 수(DF) 산출

* TF-DF란 ‘문서 내 특정 키워드 출현 비율’과 ‘전체 문서 중 특정 키워드를 포함한 문서 비율’을 곱한 값임. 이는 심도 있게 다뤄진 이슈 키워드를 살펴보기 위해 연구자가 산출한 값임

4. DF 값을 전체 문서 수로 나눠 비율 산출

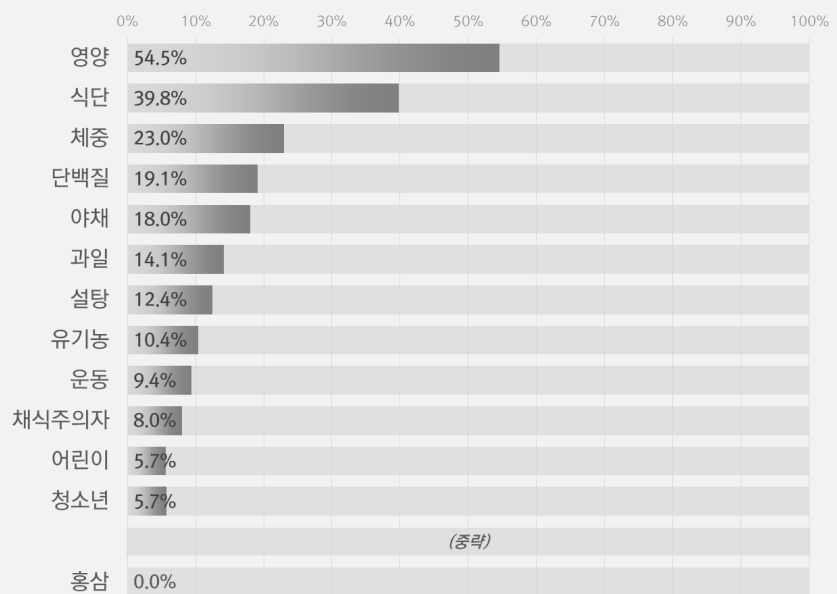
※ DF, Document Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다.....	미 국세청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국세청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래?	미국 국세청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의...

키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●
연관어 분석
(Keyword Analytics)

[미국 건강식품 관련 데이터 분석 결과]



3.2) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 미국 온라인 쇼핑물 내 ‘홍삼’을 검색해서 나온 상품을 인기순으로 나열
2. 인기순으로 나열된 상품 한 개를 하나의 문서로 간주해 총 10page까지의 인기 상품 정보를 크롤링 함
(쇼핑몰마다 다르나 평균적으로 한 페이지당 약 20건의 상품 게시)
3. 상품명 내 키워드 출현 빈도(TF) 산출
(상품명의 경우 문장이 짧고 중복 키워드가 적어 DF 값과 유사함)

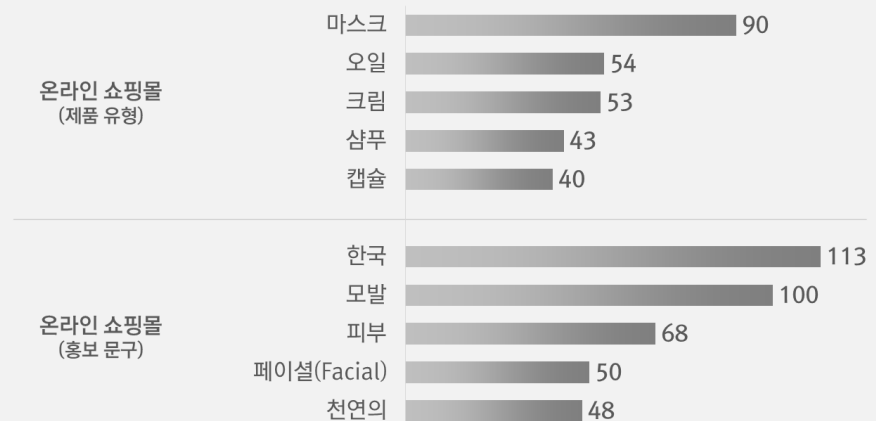
※ TF, Term Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다.....	미 국세청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국세청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래?	미국 국세청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의...

키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●
연관어 분석
(Keyword Analytics)

[미국 인삼 및 홍삼 제품 데이터 분석 결과]



1. 건강식품으로서 홍삼 인지도 낮은 편

▶ 미국 커뮤니티, 건강식품으로 홍삼 언급 소비자 無

미국 소비자들이 건강을 위해 섭취하는 식품은 주로 무엇인지를 알아보기 위해 조사한 커뮤니티(Quora, Reddit) 내 ‘건강식품(Health Food)’을 검색해 나온 글을 분석함. 데이터 분석 결과, 야채, 과일 등 채식 위주의 식단으로 건강 관리를 하는 것으로 나타남. 주목할만한 점은 2018년부터 작성된 건강식품 관련 글 중 인삼이나 홍삼을 언급한 소비자는 없어, 건강식품으로서의 홍삼 인지도는 높지 않다는 점을 알 수 있음

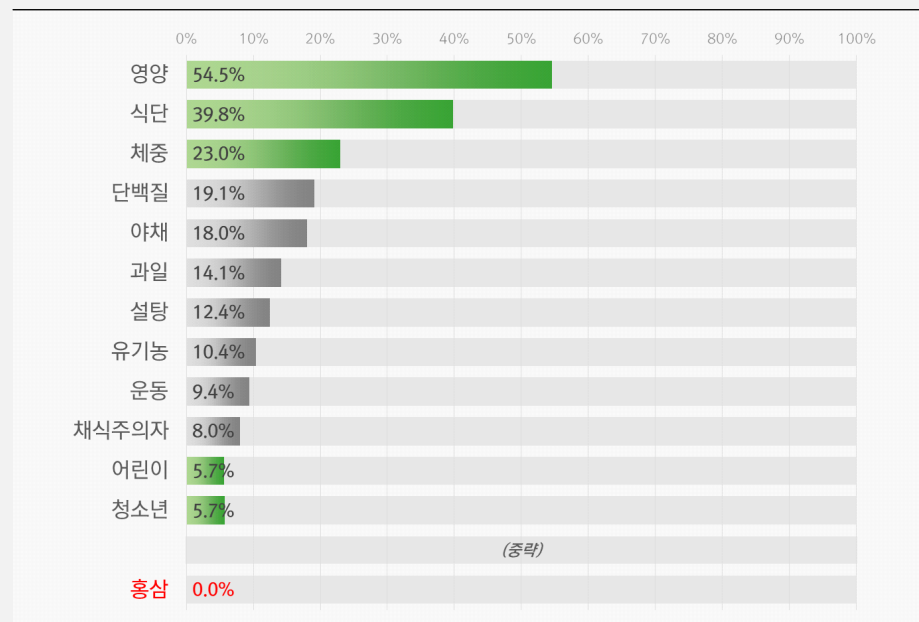
▶ 미국 소비자들의 주요 건강 이슈는 ‘영양’ ‘체중 관리’

건강식품으로서 홍삼이 주목받지 못하는 이유는 미국 소비자들의 건강 이슈가 ‘영양’ 및 ‘체중 관리’에 초점이 맞춰져 있기 때문인 것으로 보임. 미국에서는 인삼 및 홍삼 제품을 대체로 원기 회복 목적으로 구매하고 있어²¹⁾ 영양이나 다이어트 식품으로 언급될 확률이 높지 않음. 이 밖에 ‘어린이’, ‘청소년’ 키워드 빈출도 순위권에 나타나 자녀의 영양 섭취를 염려하는 소비자가 적지 않은 것으로 보임

▶ 미국 커뮤니티 내 건강식품 관련 키워드

① 영양, 식단, 체중 ② 어린이, 청소년

[표 2.4] 미국 커뮤니티 내 ‘건강식품’ 주요 키워드



자료 : 미국 커뮤니티(Quora, Reddit) 내 ‘건강식품’ 관련 게시물 2,826건 분석 (18.01 - 19.11)
 값 설명: 해당 키워드 포함 문건 수/매체 총 문건 수(%)

21) 19page의 인삼 및 홍삼 제품 후기 분석 결과 참조

2. 인삼 및 홍삼, 미용 제품, 에너지 음료, 성(性)기능 개선제로 언급돼

Q. 탈모방지용으로

어떤 제품이 좋은가요?

A. **한국산 홍삼 추출물**이 들어간 마마얼쓰(Mamaearth) 샴푸를 추천해요. 모근 강화와 탈모 방지에 효과적이고 머리도 빨리 자라요.

출처: 퀴라(www.quora.com)

Q. 레드불을 마셔도

왜 효과가 없는걸까요?

A. 레드불은 카페인과 설탕이 베이스인 음료입니다. 카페인 내성이 있는 경우에는 효과를 보지 못하므로

인삼이나 마황차를 드셔보세요.

출처: 퀴라(www.quora.com)

Q. 마카와 인삼의

가장 큰 차이는 무엇인가요?

A. **마카와 인삼 모두 성기능 개선에 효과가 있지만 마카가 좀더 해당 기능과 연관이 높습니다.** 인삼은 스트레스 해소와 인지능력 개선, 염증 완화에도 효과가 있습니다.

출처: 퀴라(www.quora.com)

▶ 인삼 및 홍삼이 답변된 게시물 중 미용 관련 문의가 다수

미국 커뮤니티에 내 소비자가 작성한 답변 중 홍삼 및 인삼 키워드가 언급된 게시물 153건을 추출함. 주로 어떤 질문에 인삼 및 홍삼이 답변되었는지를 살펴보기 위해 게시글의 제목을 분석했으며, 분석 결과 ‘마스크’, ‘모발’, ‘샴푸’ 등 미용 관련 문의가 다수임

▶ 미국 인삼 및 홍삼, 에너지 음료 대체제로 언급돼

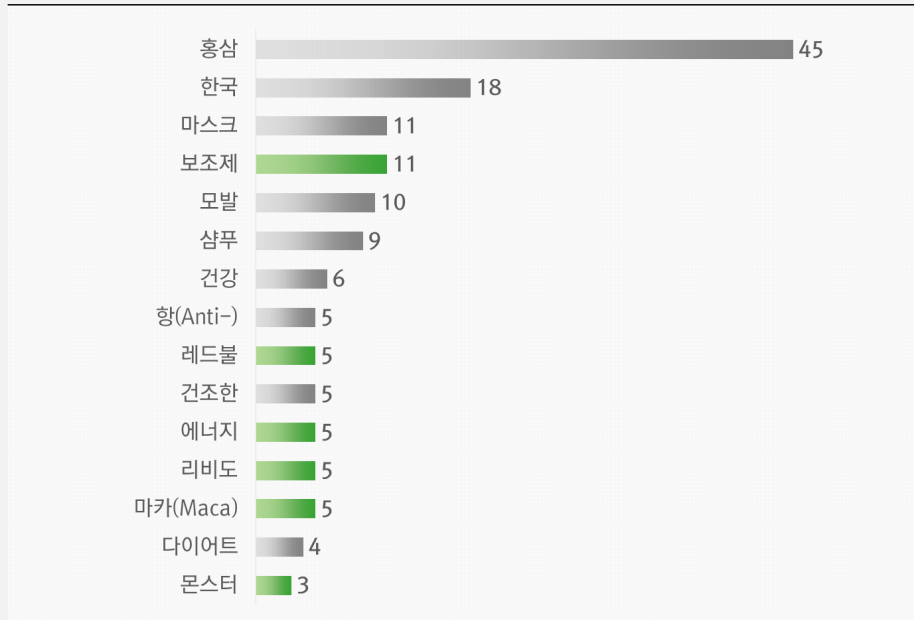
▶ 성(性)기능 개선 효과가 있는 마카(Macca)와도 자주 비교

미용 외에 홍삼 및 인삼이 답변된 문의 글 중 보조제, 에너지 음료(ex. 레드불, 몬스터), 그리고 마카 키워드가 순위권에 나타남. 문의 내용을 살펴본 결과 에너지 드링크를 마셔도 충분한 각성 효과를 보지 못하거나 부작용으로 인해 대체제를 찾는 경우가 많았으며, 이에 대한 답변으로 인삼 및 홍삼을 권유함. 마카(Macca)의 경우 페루의 인삼으로 알려져 있어 홍삼과 자주 비교되며, 마카의 주 효능은 성(性)기능 개선임

▶ 미국 커뮤니티 내 홍삼 및 인삼 관련 키워드

① 마스크, 샴푸 ② 보조제 ③ 에너지 음료 ④ 마카(Macca)

[표 2.5] 미국 커뮤니티 내 ‘홍삼 및 인삼’ 주요 키워드



자료 : 미국 커뮤니티 내 ‘홍삼 및 인삼’ 관련 게시물 153건 분석 (18.01 - 19.11)

그래프 값 설명: 해당 키워드 빈도 총합

3. 홍삼 식·음료, 캡슐형 보조식품과 차(Tea) 제품 다수 진출

● 홍삼 추출물이 들어간 샴푸



제품명	한방 샴푸
원산지	한국
제품유형	샴푸 & 컨디셔너
용량	각 500ml
가격	19.95달러(22) (한화 약 23,515원)
효능	탈모 방지 모발 탄력 증진 두피 열기 감소

출처: 아마존(amazon.com)

● 차로 우려마실 수 있는 건(乾)홍삼 제품



제품명	6년근 한국산 홍삼
원산지	중국
제품유형	말린 뿌리
용량	16 온스
가격	139.99달러 (한화 약 165,006원)
후기	제품명은 한국산으로 표기되어 있지만 실제 원산지는 중국이네요

출처: 아마존(amazon.com)

▶ 미국 온라인 쇼핑몰, ‘홍삼’ 마스크 팩, 크림, 샴푸 등 미용 제품 다수 진출
미국 온라인 쇼핑몰을 통해 주로 판매되는 홍삼 제품 유형을 살펴 봄. 가장 두드러지는 키워드는 ‘마스크’, ‘오일’, ‘크림’, ‘샴푸’ 등으로 앞서 살펴본 바와 같이 미용 제품으로 인지도가 높음

▶ 홍삼 식·음료 제품으로 ‘캡슐’, ‘차(Tea)’ 유형 가장 많아

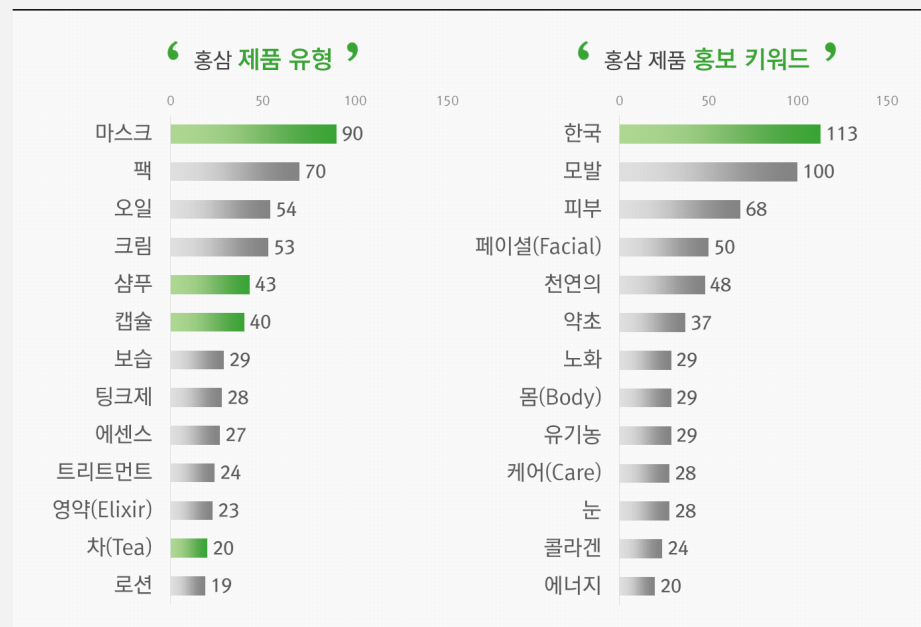
▶ 홍삼 제품의 가장 대표적인 홍보 문구는 ‘한국산’

식·음료 유형으로 눈여겨볼만한 홍삼 제품은 ‘캡슐’, ‘차(Tea)’ 유형임. 특히 홍보 문구로 ‘한국산’임을 강조하는 경우가 많음. 미국 소비자들 사이에서도 홍삼의 원산지는 중요한 고려 요소인 것으로 보임. 일례로 건(乾) 홍삼 제품을 구매한 소비자는 구매한 제품이 효과는 있었지만, 한국산으로 알고 구매했으나 중국산으로 표기되어 있어서 이를 정정해야 한다는 의견이 있었음

▶ 미국 온라인 쇼핑몰 내 인기 홍삼 제품 키워드

① 마스크, 샴푸 ② 캡슐 ③ 차(Tea) ④ 한국

[표 2.6] 미국 온라인 쇼핑몰 내 ‘홍삼’ 제품 주요 키워드



자료 : 미국 온라인 쇼핑몰 내 ‘홍삼’ 제품 406건 분석 (18.01 - 19.11)
값 설명: 해당 키워드 빈도 총합

22) 1달러=1,178.70원 (2019.11.28, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

4. 홍삼의 효능 체감하지만 쓴 맛이 가장 큰 비선호 요인

캡슐형 홍삼 건강보조식품



용량	1,000mg
가격	39.95달러 (한화 약 47,089원)
후기	복용한지 5일만에 효과 봤어요. 기운이 생기는 것 같습니다.

출처: 아마존(amazon.com)

분말형 인삼 제품



용량	1,000mg
가격	22.95달러 (한화 약 27,051원)
후기	정말 끈적한 맛이에요. 캡슐형으로 구매하시길 추천해요.

출처: 아마존(amazon.com)

음료형 홍삼 제품



용량	50ml * 30파우치
가격	37.90달러 (한화 약 44,672원)
후기	살짝 달아서 먹기 편합니다.

출처: 아마존(amazon.com)

▶ 인기 홍삼 및 인삼 제품 후기, ‘에너지’, ‘체감’ 키워드 공통 빈출

식·음료 유형의 홍삼 및 인삼 제품에 대한 미국 소비자의 구매 평가를 살펴봄. 후기 수가 가장 많으면서 유형이 서로 다른 제품 3개를 선정해 후기 데이터를 추출함. ‘캡슐’형 건강보조식품 리뷰가 2,992건으로 가장 많았으며, ‘분말’형이 166건, ‘음료’ 제품이 51건으로 그 뒤를 이음. 먼저 제품 유형과 상관없이 ‘에너지’, ‘체감’이란 키워드가 공통적으로 다수 빈출함. 이를 통해 주로 자양강장제 및 에너지 드링크 대응으로 홍삼 제품을 구매한다는 점을 알 수 있음. 또한 체감, 만족 등의 키워드를 통해 실제 효과를 본 소비자가 많은 것으로 보임

▶ 캡슐형 제품 선호 이유, 쓴 맛이 가장 큰 이유

구매 후기가 가장 많은 캡슐 제품과 가장 큰 차이점은 ‘맛’인 것으로 나타남. 캡슐형은 물과 함께 삼켜서 섭취하기 때문에 맛을 느끼지 못하지만, 분말이나 음료 제품은 직접적으로 맛이 느껴진다는 점이 소비자의 선호도에 영향을 미치는 것으로 보임. 분말 제품은 쓴맛이 난다는 평이 많았고, 이에 따라 단 맛이 나는 제품과 섞어서 스무디나 주스로 만들어 마시는 것으로 나타남. 반면 음료 제품은 제품 자체에 단 맛이 가미되어 있어서 달콤하다는 평도 있었음

▶ 미국 온라인 쇼핑몰 내 인기 홍삼 제품 후기 분석

① 에너지 ② 효과 체감 ③ 맛

[표 2.7] 미국 온라인 쇼핑몰 내 인기 홍삼 제품 후기 주요 키워드

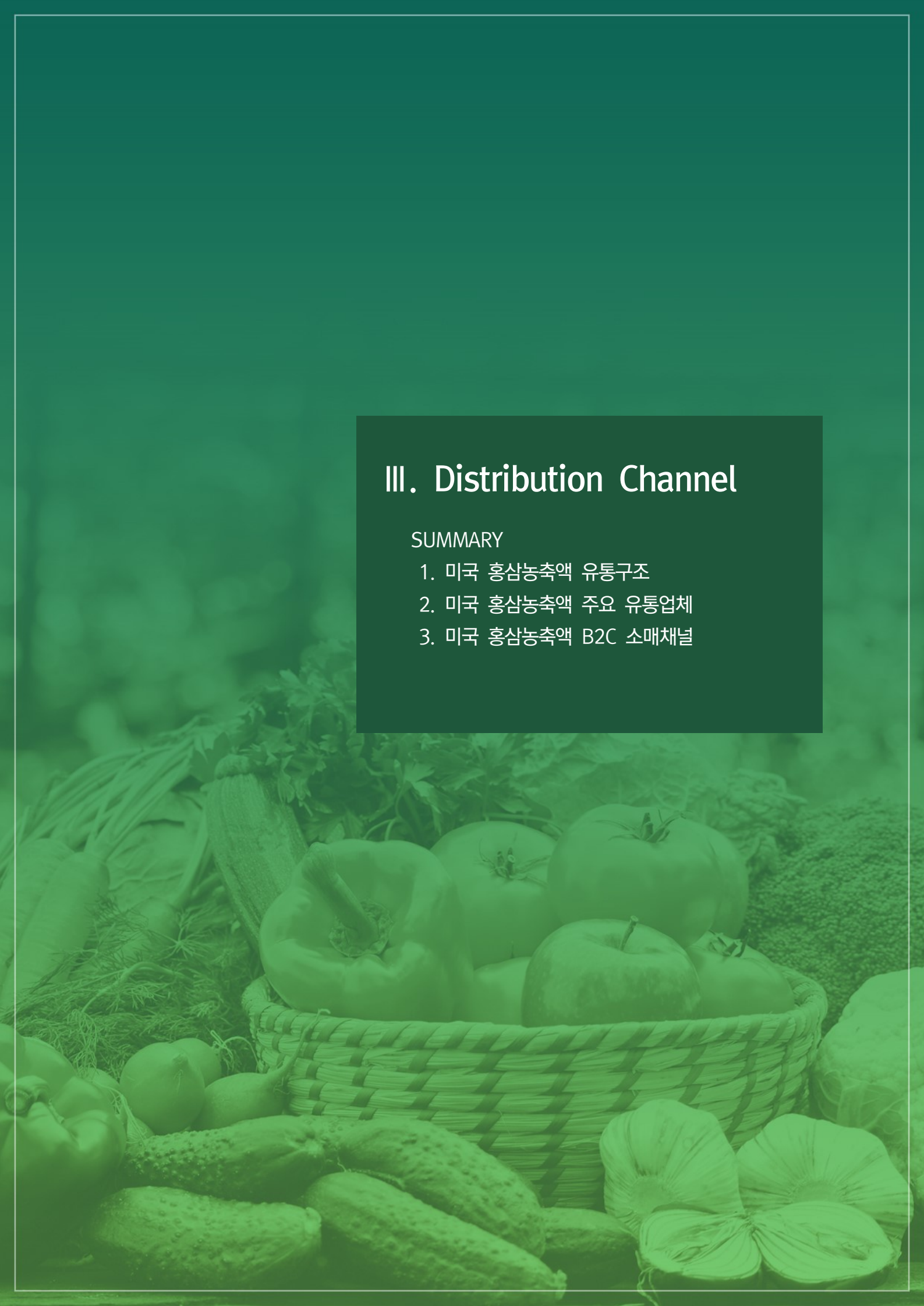
‘캡슐 제품’ 키워드	DF	‘분말 제품’ 키워드	DF	‘음료 제품’ 키워드	DF
에너지	36.4%	맛	33.1%	맛	31.4%
체감하다	11.5%	에너지	20.5%	에너지	7.8%
차이	7.1%	쓴(Bitter)	17.5%	체감하다	7.8%
추천	6.8%	체감하다	12.0%	만족	7.8%
증진(Boost)	6.6%	추천	12.0%	품질	5.9%
만족	5.6%	스무디	10.2%	달콤한(Sweet)	5.9%
한국	5.3%	만족	9.6%	원료	5.9%
품질	4.9%	품질	8.4%	추천	5.9%
도움이 되다	4.1%	아침	8.4%	어머니	5.9%
효과	4.0%	보조제	7.2%	비싼	5.9%
아침	3.9%	차	6.0%	제 값 하는	3.9%
보조제	3.8%	물	5.4%	한국	3.9%
훌륭한	2.8%	주스	5.4%	가격	3.9%
스테미나	2.7%	쉬다	4.8%	인공적인	2.0%

자료 : 미국 온라인 쇼핑몰 내 홍삼 캡슐형 제품 2,992건, 분말형 166건, 음료형 51건 분석 (18.01 - 19.11)
값 설명: 해당 키워드 포함 문건 수/매체 총 문건 수(%)

III. Distribution Channel

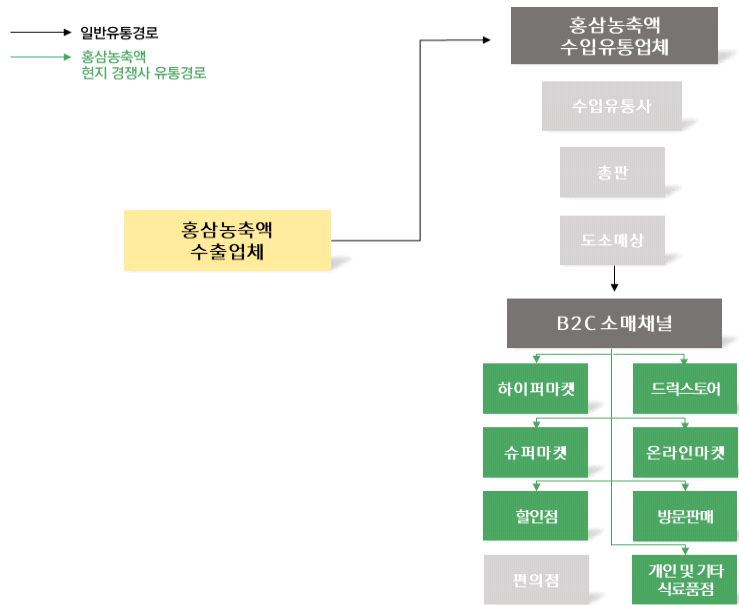
SUMMARY

1. 미국 홍삼농축액 유통구조
2. 미국 홍삼농축액 주요 유통업체
3. 미국 홍삼농축액 B2C 소매채널



Distribution Channel

(유통채널)



미국 (U.S.A)

홍삼농축액 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ²³⁾	주요 채널 ²⁴⁾
	드럭스토어	20.2%	월그린(Walgreens), 씨브이에스(CVS), 라이트에이드(Rite Aid), 세포라(Sephora), 지엔씨(GNC)
	할인점	18.1%	코스트코(Costco), 샘스클럽(Sam's Club), 타겟(Target), 월마트(Walmart), 케이마트(Kmart)
	온라인	17.3%	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 메이시스(Macy's), 타겟(Target)
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	16.5%	크로거(Kroger), 월마트(Walmart), 홀푸드마켓(Whole Foods), 쇼프라이트(Shoprite), 트레이더조(Trader Joe's)
	개인 및 기타 식료품점 ²⁵⁾	13.0%	한남체인(Hannam Chain), 에이치마트(Hmart), 가주마켓(GAJU Market)
	방문판매	11.9%	로단+필드(Rodan + Fields), 메리케이(Mary Kay), 암웨이(Amway)
	편의점	3.0%	세븐일레븐(7-Eleven), 와와(Wawa), 써클케이(Circle K)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

23) '홍삼농축액'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '비타민 및 식이보조제(Vitamins and Dietary Supplements)'의 정보를 확인함

24) 채널 분류에 따른 미국 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계기업도 포함됨

25) 개인 및 기타 식료품점은 개별적으로 운영되는 채널들의 집합으로, 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 키오스크 및 음식/음료/담배 전문점을 포함함

1. 미국 홍삼농축액 유통구조

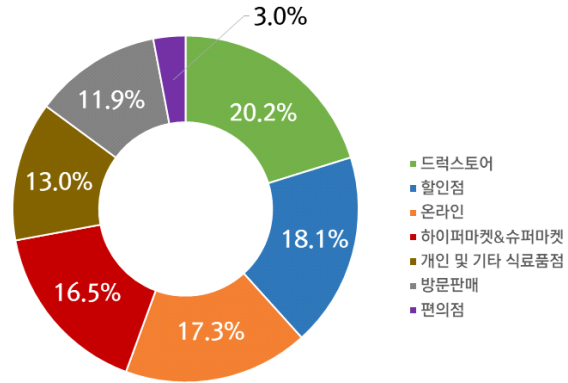
▶ 미국 홍삼농축액 주요 채널

‘드럭스토어(20.2%), 할인점(18.1%), 온라인(17.3%), 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(16.5%)’

품목 구분 및 분류

품목	홍삼농축액
구분	건강보조식품
범주	비타민 및 식이보조제 (Vitamins and Dietary Supplements)

[표 3.1] 미국 홍삼농축액 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 미국 홍삼농축액 유통채널 현황

채널 유형	홍삼농축액 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	드럭스토어	20.2%	월그린(Walgreens), 씨브이에스(CVS), 라이트에이드(Rite Aid), 세포라(Sephora), 지엔씨(GNC)
	할인점	18.1%	코스트코(Costco), 샘스클럽(Sam's Club), 타겟(Target), 월마트(Walmart), 케이마트(Kmart)
	온라인	17.3%	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 메이시스(Macy's), 타겟(Target)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	16.5%	크로거(Kroger), 월마트(Walmart), 홀푸드마켓(Whole Foods), 쇼프라이트(Shoprite), 트레이더조(Trader Joe's)
	개인 및 기타 식료품점	13.0%	한남체인(Hannam Chain), 에이치마트(Hmart), 가주마켓(GAJU Market)
	방문판매	11.9%	로단+필드(Rodan + Fields), 메리케이(Mary Kay), 암웨이(Amway)
	편의점	3.0%	세븐일레븐(7-Eleven), 와와(Wawa), 씨클케이(Circle K)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

2. 미국 홍삼농축액 주요 유통업체

- ▶ **드럭스토어, 할인점, 온라인, 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓이 대표적**
추가로, 홍삼농축액의 유사제품이 확인된 아시아마트를 조사 채널에 포함

[표 3.3] 미국 홍삼농축액 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁶⁾)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	씨브이에스 (CVS)	드럭스토어	1,945억 7,900만 달러 (약 229조 3,503억 원)	네이처스바운티 (Nature's Bounty), 네이처스트루스 (Nature's Truth), 아리조나(Arizona)	0
2	월그린 (Walgreens)	드럭스토어	약 983억 9,200만 달러 (약 115조 9,747억 원)	보타닉초이스 (Botanic Choice), 네이처스트루스 (Nature's Truth), 파이니스트뉴트리션 (Finest Nutrition)	0
3	코스트코 (Costco)	할인점	약 1,022억 8,600만 달러 (약 120조 5,645억 원)	트루네이처 (True Nature), 프린스오브피스 (Prince of Peace)	0
4	알디 (Aldi)	할인점	약 135억 달러 (약 15조 9,125억 원)	아리조나(Arizona), 웰비(Welby)	0
5	아마존 (Amazon)	온라인	약 2,329억 달러 (약 274조 5,192억 원)	A사, B사, C사, D사	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

26) 1달러=1,178.70원 (2019.11.28., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

순 번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	타겟 (Target)	온라인	약 52억 8,470만 달러 (약 6조 2,291억 원)	네이처메이드 (Nature Made), 네이처스트루스 (Nature's Truth), 네이처스바운티 (Nature's Bounty)	0
7	월마트 (Walmart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 5,003억 달러 (약 589조 7,036억 원)	메이슨(Mason), 스완슨(Swanson), 스프링밸리 (Spring Valley), 네이처스바운티 (Nature's Bounty)	0
8	크로거 (Kroger)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 1,212억 달러 (약 142조 8,584억 원)	네이처스웨이 (Nature's Way), 임페리얼 엘릭시어 (Imperial Elixir), 비타코스트(Vita Cost), 프린스오브피스 (Prince of Peace)	0
9	한남체인 (Hannam Chain)	아시안마트	매장 수('19): 7개	A사, E사	0
10	에이치마트 (Hmart)	아시안마트	약 9억 600만 달러 (약 1조 1,315억 원)	A사, F사	0



자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 미국 홍삼농축액 B2C 소매채널

1) 드럭스토어



① 씨브이에스(CVS)

	기업명	씨브이에스(CVS)	
	홈페이지	www.cvs.com	
	위치	로드아일랜드(Rhode Island)	
	규모	매출액('18)	1,945억 7,900만 달러 (약 229조 3,503억 원)
기타 규모		매장 수('18): 약 9,900개	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - CVS Health²⁷⁾의 자회사로, 1963년 설립되어 미국, 브라질에서 매장 운영 - 2018년 12월 건강보험업체 애트나를 인수하여 건강관리 서비스 확대 - 약 1,100개의 미닛클리닉(MinuteClinic) 매장 운영하여 매장 내 PA²⁸⁾가 간단한 질병에 대한 처방전 발급 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 6개 도시에서 일반약품과 식품에 한해 당일배송 서비스 개시하였으며 점차 늘려나갈 계획 		
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 11월 매출 부진한 22개 매장을 2020년에 폐점할 것을 발표 - 2019년 9월, 약 1,500개의 매장을 간단한 의료서비스를 제공하는 HealthHUBs로의 변화 발표 		
유사제품 정보		제품명	코리안 진생 (Korean Ginseng)
		종류	영양제
		용량	75정
		원산지	미국

자료: 씨브이에스(CVS) 홈페이지, 씨브이에스헬스(CVSHealth) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 씨브이에스 2018 연간보고서(CVS Annual Report 2018), 씨엔비씨(CNBC) 홈페이지
 사진자료: 뉴욕포스트(NYPost), 씨브이에스(CVS) 홈페이지

27) 미국 최대 규모의 드럭스토어 체인 중심의 헬스케어 서비스 기업임

28) PA(Physician Assistant) : 의사 보조사

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품, 스낵류, 캔디류 등 - 일반: 유아용품, 위생용품, 생활용품, 화장품, 의약품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 장기적인 협력 및 안정적인 공급 중시 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품이 많음 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	1. 홈페이지에서 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 Corporate Information 카테고리 내 Suppliers 클릭 - 공급업체 규정 및 행동강령 확인 - Potential Suppliers 클릭하여 RangeMe 가입 후 제품 등록 (cvssuppliers.com) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 2. 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① WERCSmart²⁹⁾ 통해 제품 등록 후 인증 · 평가 기준 ② 공급업체 행동강령 준수 · 평가 기준 ③ 지정 공인검사기관에서 제조시설 TPI(Third Party Inspection) 실시
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 온라인몰 입점, 매장 직접 납품, 물류센터 납품 등 공급업체 종류에 따라 제출해야하는 서류 양식이 다르며, 홈페이지 통해 확인 가능
	벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> · Optima Sales (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : optimasales.com - 전화번호 : +1-904-318-6030 - 기업소개 : CVS 포함한 드럭스토어, 슈퍼마켓 등 납품 및 판매 활동 지원

자료: 씨비에스(CVS) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

29) 제조업체와 소매업체를 연결하는 플랫폼



② 월그린(Walgreens)

	기업명	월그린(Walgreens)	
	홈페이지	www.walgreens.com	
	위치	일리노이(Illinois)	
	규모	매출액('18)	약 983억 9,200만 달러 (약 115조 9,747억 원)
기타 규모		매장 수('18): 9,451개	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1901년 설립 - 2014년 Walgreens Boots Alliance Inc.로 합병되었으며, 미국에서는 월그린(Walgreens), 듀엔리드(Duane Reade) 매장을 운영하며, 유럽과 아시아 11개국에서 부츠(Boots) 매장 운영 - 미국 전체인구 약 78%의 거주지역이 월그린 매장 반경 약 8km 이내 위치 	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 하반기 미국 내 월그린 매장 200여곳 폐쇄 발표 등 2022년까지 운영비용 절감을 목표 - 2019년 9월 버지니아 내 드론 배송 서비스 시범 운영 - 2019년 9월 Fred's Inc³⁰ 드럭스토어 재고, 처방 기록, 고객 기록 등을 약 940만 달러(한화 약 111억 원)에 매입 - 2018년 전년 대비 매출액 17.2% 증가 	
유사제품 정보		제품명	코리아진생 (Korean Ginseng)
		종류	영양제
		용량	90정
		원산지	미국

자료: 유로모니터(Euromonitor), 월그린(Walgreens) 홈페이지, 월그린부츠얼라이언스(Walgreens Boots Alliance) 홈페이지, 월그린부츠얼라이언스 연간보고서 2018(Walgreens Boots Alliance Annual Report 2018)

사진자료: 뉴욕포스트(NYPPost), 씨엔엔(CNN)

30) 미국 소매점 체인으로, 약 400개의 매장 중 155개의 드럭스토어 운영

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품, 스낵류, 캔디류, 음료류, 다이어트식품 등 - 일반: 화장품, 향수류, 렌즈용품, 생활용품, 유아용품, 애견용품, 가구류, 의약품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 장기적인 협력 및 안정적인 공급 중시 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 직접등록 <ul style="list-style-type: none"> - 자사 공급업체 포털인 SupplierNet 가입하여 입점 절차 진행 - 벤더 번호 필요 - 홈페이지 New Vendor 클릭하여 공급업체 필수 요건 확인 (webapp.walgreens.com/SupplierNet/login.htm) 2. 로컬 에이전트를 통한 등록 	
	<p>등록 조건</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 모든 절차는 전자무역 형식으로 진행 · 평가 기준 ② 입점 제품 정보 전자문서 형식으로 제출 · 평가 기준 ③ MSDS 제출³¹⁾ · 평가 기준 ④ 보험증명서 보유 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 공급업체 포털 SupplierNet 운영 - Corporate Distribution Center 이용과 Direct Store Delivery 중 선택 - Direct Store Delivery 선택 시 유선연락 통해 따로 입점 문의 (+1-852-2738-3401) 	
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> · Optima Sales (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : optimasales.com - 전화번호 : +1-904-318-6030 - 기업소개 : 월그린 포함한 드럭스토어, 슈퍼마켓 등 납품 및 판매 활동 지원 		


자료: 월그린홈페이지(Walgreens) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

31) Material Safety Data Sheets로 규정에 따른 취급유의사항을 담은 정보

2) 할인점



① 코스트코(Costco)

	기업명	코스트코(Costco)								
	홈페이지	www.costco.com								
	위치	워싱턴(Washington)								
	규모	매출액('18)	약 1,022억 8,600만 달러 (약 120조 5,645억 원)							
기업 기본 정보	기타 규모	매장 수('18): 533개 직원 수('18): 245,000명								
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1983년 설립되어 현재 11개국에서 768개의 매장 운영 - 회원제 창고형 매장 형태로 운영되며, 일반 도소매점에 비해 저렴한 가격으로 제품 판매 - 자사 브랜드 커클랜드 시그니처(Kirkland Signature) 내 다양한 제품 보유하고 있으며, 2018년 해당 브랜드 제품 매출액은 약 390억 달러 - 특정 지역 한해 2-Day Delivery 배송서비스 운영 - 매장 멤버십 갱신률 90% 이상 - 온라인몰 매출액은 전체 매출액의 약 4% 차지 								
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 11월 인스타카트(Instacart)³²⁾와 제휴하여 처방약 1시간 내 배송 서비스 시범운영 개시 - 2019년 9월 Don Lee Farms와 제휴하여 약 770개의 매장에서 Better Than Beef Burger 판매 개시 - 2019년 6,7월 기준 이커머스 부문 매출액 전년대비 약 20% 증가 									
	유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>진생루트티 (Ginseng Root Tea)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>차</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>144g</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>미국</td> </tr> </table>	제품명	진생루트티 (Ginseng Root Tea)	종류	차	용량	144g	원산지
제품명	진생루트티 (Ginseng Root Tea)									
종류	차									
용량	144g									
원산지	미국									

자료: 코스트코(Costco) 홈페이지, 씨엔비씨(CNBC) 홈페이지, 코스트코 2018 연간 보고서(Costco Annual Report 2018), 유로모니터(Euromonitor)
 사진자료: 코스트코(Costco) 홈페이지, 브리타니카(Britannica)

32) 온라인 식료품 배달 서비스

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 유제품, 냉동식품, 스낵류, 캔디류, 건강보조식품, 즉석식품, 소스류, 곡물류, 육류, 해산물 등 - 일반: 화장품, 스포츠용품, 서적류, 애완용품, 유아용품, 의류, 가구류, 조리기구, 전자제품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품질이 뛰어난 상품 - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 판매 제품은 대부분 대용량이거나 대량으로 판매 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	1. 유선연락 통해 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 Vendors & Suppliers 클릭 - 공급업체 선정 조건 및 절차 확인 - 입점 희망 지역부서에 직접 문의 (costco.com/vendor-inquiries.html) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 2. 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 코스트코 글로벌 공급업체 행동강령 준수 · 평가 기준 ② 공인검사기관에서 TPI 실시
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 Northwest Region: +1-425-313-8100
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> · ADW Acosta (식품, 비식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : www.adww.com - 전화번호 : +1-425-507-3100 / 홈페이지 통해 문의사항 제출 - 기업소개 : 코스트코 납품 및 판매 활동 지원 	

자료: 코스트코(Costco) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 알디(Aldi)

기업 기본 정보	기업명	알디(Aldi)	
	홈페이지	corporate.aldi.us	
	위치	일리노이(Illinois)	
	규모	매출액('17)	약 135억 달러 (약 15조 9,125억 원)
기업 요약	기타 규모	- 매장 수('18): 약 2,000개 - 직원 수('19): 약 25,000명	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1961년 독일에서 오픈한 세계 최초의 할인점 - 독일 대형 식품점으로 1976년 아이오와(Iowa)에 미국 첫 매장을 오픈 - 90% 이상의 식품품이 ALDI가 직접 선정한 독점 브랜드 - 2022년까지 월마트(Walmart), 크로거(Kroger)에 이어 2,500여 곳을 운영하는 미국 내 3위 규모의 식품품 전문점이 목표 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 11월 온라인 식품품 배달 서비스 인스타카트(Instacart) 통해 주류 판매 개시 - 2020년까지 100개 매장 추가 개장 목표 	
유사제품 정보		제품명	오메가쓰리 피쉬오일 (Omega 3 Fish Oil)
		종류	영양제
		용량	100정
		원산지	미국

자료: 알디(ALDI) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 데일리스타(Dailystar), 페이먼트(PYMNTS), 더썬(The Sun) 사진자료: 아메리카-리테일(America-retail), 알디(Aldi) 홈페이지

입점 및 협력 정보

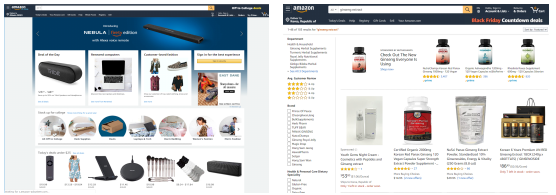

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 육류, 해산물, 유제품, 빵류, 곡류, 면류, 소스류, 음료류, 건강보조식품, 스낵류 등 - 일반: 유아용품, 화장품, 애완용품, 청소용품, 세제류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농 제품 - 글루텐 프리 제품 - 장기적인 협력 및 안정적인 공급 중시 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지 통해 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 메뉴의 Suppliers 클릭 - Supplier Responsibilities 눌러 입점 조건 및 기준 확인 - 'Supplemental Submission Forms' 링크 통해 공급자 지원서 다운로드 - 지원서 작성 후 이메일 또는 우편 전송 (supplierinfo@aldi.us) 	
	등록 조건	· 평가 기준 ① 알디 표준제조지침 및 윤리규범 준수	
	특이사항	- 이메일 제출하면 담당자가 확인 후 3주 내에 검토 후 회신	
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> · ADW Acosta (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : www.csn-net.com - 전화번호 : +1-612-259-8848 / 이메일: angelak@csnbrokers.com - 기업소개 : 알디 납품 및 판매 활동 지원 		

자료: 알디(ALDI) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 온라인



① 아마존(Amazon)

	기업명	아마존(Amazon)	
	홈페이지	www.amazon.com	
	위치	워싱턴(Washington)	
	규모	매출액('18)	약 2,329억 달러 ³³⁾ (약 274조 5,192억 원)
기타 규모		직원 수('18): 647,500명	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 1994년 7월 설립된 세계 최대의 온라인 쇼핑중개업 회사 - 현재 전세계적으로 175개의 물류센터 보유하고 있으며, 그 중 110여개가 미국에 위치 - 물류비용 절감과 배송 단축을 위한 완전 자동화 물류센터 개발 중 - 2017년 홀푸드마켓(Whole Foods Market)을 인수하여 오프라인 식료품 시장 확장 계획 - Amazon Go, Amazon 4-Star 오프라인 매장 런칭하여 계속해서 오프라인 영역을 확대할 계획 		
기업 요약			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 2분기 매출액 20% 증가 - 2019년 9월 아마존 온라인물 현금결제방식 Amazon PayCode 런칭함 - 2019년 9월 Amazon Go 시애틀 퍼스트힐 지점 오픈 - 2019년 9월 음악 스트리밍 서비스 Amazon Music HD 런칭함 		
유사제품 정보		제품명	6년근 프리미엄 홍삼정
		종류	홍삼농축액
		용량	240g x 4
		원산지	한국

자료: 아마존(Amazon) 홈페이지, 이터시애틀(Eater Seasttle), 유로모니터(Euromonitor), 아마존 연간보고서 2018(Amazon Annual Report 2018)
 사진자료: 아마존(Amazon) 홈페이지

33) 북미지역 매출액은 약 1,414억 달러

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 유제품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 면류, 곡류, 음료류, 차류, 주류, 건강보조식품 등 - 일반: 서적류, 전자제품, 가전제품, 주방용품, 생활용품, 운동기구, 악기류, 화장품, 완구류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 홍삼 조제품 판매 			
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록	
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 통해 등록 (services.amazon.com/services/soa-approval-category) - Grocery & Gourmet Food 카테고리 Requirement 눌러 자격조건 확인 후 Contact Us 클릭하여 입점 문의 제출 - 등록 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) ② 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품종류, 예상매출액, 판매입고량) 2. 로컬 에이전트를 통한 등록 		
	<p>등록 조건</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 아마존 행동강령 준수 · 평가 기준 ② 아마존 자체 브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증³⁴⁾ 		
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 입점 가능한 카테고리 20개 중 식료품을 포함한 10개 제품군은 승인절차 거쳐야 입점 가능 		
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> · National Sales Solutions (식음료 브로커, 브랜드 마케팅) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : nationalsalesolutions.com - 전화번호 : +1-636-527-7115 / 팩스 : +1-636-527-2116 - 기업소개 : 아마존 포함한 다양한 유통업체 납품 및 판매 활동 지원 			

자료: 아마존(Amazon) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

34) Amfori BSCI, Better Work(BW), Responsible Business Alliance(RBA), SMETA, SA8000 Standard 인정



② 타겟(Target)

	기업명	타겟 (Target)								
	홈페이지	www.target.com								
	위치	미네소타(Minesota)								
	규모	<table border="1"> <tr> <td>매출액('18)</td> <td>약 52억 8,470만 달러 (약 6조 2,291억 원)</td> </tr> <tr> <td>기타 규모</td> <td>매장 수('19): 1,851개</td> </tr> </table>	매출액('18)	약 52억 8,470만 달러 (약 6조 2,291억 원)	기타 규모	매장 수('19): 1,851개				
매출액('18)	약 52억 8,470만 달러 (약 6조 2,291억 원)									
기타 규모	매장 수('19): 1,851개									
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 1902년 설립되었으며, 1999년 온라인몰 런칭하여 미국을 중심으로 운영 - 1,000개의 매장에서 Drive-Up 서비스 개시하여 픽업 지점 운영 - 2018년 오프라인 매장 매출액이 3.2% 증가한 것에 비해 온라인몰 매출액은 36% 증가함 - 온라인몰 투자를 계속해서 늘려갈 계획 									
기업 요약										
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 9월 20주년 기념 300여개의 인기품목 할인행사 진행 - 2019년 1분기 온라인 매출액 42% 증가 - 온라인 매출액 5년 동안 25%씩 지속적으로 증가 - 2018년 4분기 온라인몰 매출액이 전체 매출의 10% 기록 									
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>투메릭 커큐민 캡슐 (Turmeric Curcumin Capsules)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>영양제</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>50정</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>미국</td> </tr> </table>	제품명	투메릭 커큐민 캡슐 (Turmeric Curcumin Capsules)	종류	영양제	용량	50정	원산지	미국
제품명	투메릭 커큐민 캡슐 (Turmeric Curcumin Capsules)									
종류	영양제									
용량	50정									
원산지	미국									

자료: 타겟(Target) 홈페이지, 타겟기업(Corporate Target) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor) 사진자료: 타겟(Target) 홈페이지

입점 및 협력 정보



<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 유제품, 육류, 해산물, 냉동식품, 스낵류, 캔디류, 건강보조식품, 즉석식품, 면류, 소스류 등 - 일반: 화장품, 스포츠용품, 서적류, 애완용품, 유아용품, 의류, 가구류, 조리기구, 전자제품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 정보</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 유선연락 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 More 카테고리 Suppliers 클릭 - 공급업체 행동강령, 제품 품질 보증 및 세부요건 등 확인 - 입점 허가 시 이메일로 관련 절차 화신 후 Partners Online portal 가입 (corporate.target.com/about/products-services/suppliers) 2. 로컬 에이전트를 통한 등록 	
	<p>등록 조건</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 보험증명서 보유 · 평가 기준 ② 타겟 공급업체 행동강령 준수 · 평가 기준 ③ 특정 카테고리 한해 GMP 인증 취득 의무 · 평가 기준 ④ 공인검사기관에서 TPI 실시 · 평가 기준 ⑤ 국제식품안전협회 기준 충족 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처: +1-800-440-0680 	
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> · Target Food Brokers (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : targetfoodbrokers.com - 전화번호 : +1-902-468-3088 / 이메일 : sales@targetfoodbrokers.com - 기업소개 : 타겟 납품 및 판매 활동 지원 		

자료: 타겟 기업(Corporate Target) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

4) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓



① 월마트(Walmart)

	기업명	월마트(Walmart)	
	홈페이지	www.walmart.com	
	위치	아칸소(Arkansas)	
	규모	매출액('18)	약 5,003억 달러 (약 589조 7,036억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	기타 규모	- 매장 수('18): 4,756개 - 직원 수('18): 약 150만 명
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1962년 7월 설립 - Walmart 내 13개 자사 브랜드 운영 - 10개국에서 E-Commerce 사이트 운영 - 슈퍼센터(Supercenter)와 디스카운트스토어(Discount Stores)와 같은 다양한 형태로 매장 운영 - 50개 모든 주에서 매장 운영 - 약 150개의 물류 센터 보유하여 폭넓은 유통 채널 운영 - 온라인 쇼핑사이트 한 달 기준 1억 명 이상의 사용자 달성 	
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 3분기 신선식품 매출액 크게 증가했으며, 계속해서 품목을 다양화 및 품질 개선할 예정 - 2019년 5월부터 일부지역 매장에서 멤버십 가입 시 하루 만에 배송을 받아볼 수 있는 Get Free Next Day Delivery 배송서비스 운영 - 2018년 인도 플립카트(Flipkart) 인수와 아스다(Asda)의 과반 주식을 지분을 영국 기업 J. 세인스버리(J. Sainsbury PLC)에 매각 		
유사제품 정보		제품명	코리아안진생 (Korean Ginseng)
		종류	영양제
		용량	60정
		원산지	한국

자료: 월마트(Walmart) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진자료: 월마트(Walmart) 홈페이지, 더블유아이티에프뉴스(Wif.News)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<p>• 입점 가능 품목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 향신료, 신선식품, 건조식품, 건강보조식품, 차류, 즉석식품, 면류, 스낵류 등 - 일반: 의류, 화장품, 완구류, 가구류, 잡화류, 전자제품 등 <p>• 선호제품</p> <ul style="list-style-type: none"> - 좋은 품질과 가격 경쟁력을 갖춘 제품 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<p>1. 홈페이지를 통한 직접 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> - 체크리스트 참고하여 필요 정보 및 서류 확인 - 매점 입점(Store&Club)과 온라인 입점(E-Commerce)을 선택하여 제안서 제출 (한국어 번역 제공) (www.corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier) - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자이름, 공급자 번호/DUNS³⁵) 번호, 납세자 식별 번호, 회사 주소, 연락담당자, 전화번호, 이메일 주소, 계좌 정보 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 외 제품 설명) <p>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</p>
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 제조시설 정보 및 Audit 실시 결과보고서 제공 · 평가 기준 ② Dun & Bradstreet 등록 · 평가 기준 ③ GFSI 인증³⁶)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - Walmart.com 홈페이지 통해 판매 중개 서비스 제공 (marketplace.walmart.com) - 식료품 납품 시, 월마트 식료품 준수 사항 'Walmart Food Safety Requirements'를 충족해야함 - 문의사항 연락처 이메일: supplier64@wal-mart.com
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> · Savino Sales and Marketing (식품 브로커) - 홈페이지 : savinosalessandmarketing.com - 전화번호 : +1-479-799-8311 - 기업소개 : 월마트, 샘스클럽 납품 및 판매 활동 지원 	

자료: 월마트(Walmart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

35) Data Universal Numbering System, 국제 사업자 등록 번호

36) 인증 없을 시 Third-Party Food Safety Audits 실시해야 함



② 크로거(Kroger)

	기업명	크로거(Kroger)								
	홈페이지	www.kroger.com								
	위치	오하이오(Ohio)								
	규모	<table border="1"> <tr> <td>매출액(*18)</td> <td>약 1,212억 달러 (약 142조 8,584억 원)</td> </tr> <tr> <td>기타 규모</td> <td>매장 수(*18): 약 2,800개</td> </tr> </table>	매출액(*18)	약 1,212억 달러 (약 142조 8,584억 원)	기타 규모	매장 수(*18): 약 2,800개				
매출액(*18)	약 1,212억 달러 (약 142조 8,584억 원)									
기타 규모	매장 수(*18): 약 2,800개									
기업 기본 정보	<p> - 1883년 설립 - 35개 주에서 매장 운영과 44개의 물류센터 보유 - 자사 브랜드 판매 매출액이 전체 매출 26%를 차지 - 2018년 온라인 세일 58% 증가 - 크로거 제로 헝거(Kroger Zero Hunger), 제로웨이스트이노베이션펀드 (Zero Waste Innovation Fund) 등 다양한 캠페인 전개³⁷⁾ </p> <p> 기업 요약 - Tmall, Microsoft 등 다양한 회사들과 파트너십 체결 - 2018년 하루 평균 약 1,100만 건의 거래가 이루어지며 이 중 약 97%는 로열티 카드를 통한 거래 </p>									
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2020년부터 매장 픽업 서비스 무료로 제공할 예정 - 2019년 11월 브랜드 로고와 슬로건 교체 - 2018년 대비 음식물쓰레기 배출량 9% 감소 등 친환경적 행보 - 2018년 온라인 세일 58% 증가 									
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>레드파낙스 진생익스트랙텀 (Red Panax Ginseng Extractum)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>홍삼음료</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>300ml</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>미국</td> </tr> </table>	제품명	레드파낙스 진생익스트랙텀 (Red Panax Ginseng Extractum)	종류	홍삼음료	용량	300ml	원산지	미국
제품명	레드파낙스 진생익스트랙텀 (Red Panax Ginseng Extractum)									
종류	홍삼음료									
용량	300ml									
원산지	미국									

자료: 크로거(Kroger) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진자료: 크로거(Kroger) 홈페이지

37) 크로거가 2017년부터 실시한 가아 제로, 폐기물 제로 캠페인. 2025년까지 가아와 음식물 쓰레기 감소를 목표로 기금을 조성함

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 차류, 스낵류, 건강보조식품, 주류, 음료류, 유제품 등 - 일반: 뷰티용품, 생활용품, 완구류, 세탁용품, 가전제품, 의류 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 국가의 수입식품을 취급하고 있으나 현지 생산 제품 선호 - 신선도 높은 제품 선호 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	1. 홈페이지 통해 사전 등록 후 제안서 제출 (www.thekrogerco.com/vendors-suppliers/become-a-supplier) - 사전등록 시 기입한 이메일을 통해 The Supplier Hub로부터 제안서 관련 내용 화신 사전등록 시 ① 공급자 정보 (회사명, 사업자등록번호/납세자식별번호, 연락처) - 사업자등록번호/납세자번호 없이 사전 등록 불가 사전등록 후 ② 이메일 화신에 첨부된 링크로 들어가 user ID와 임시 비밀번호 이용하여 등록 절차 완료 - 제품 설명은 정해진 형식에 따라 작성 2. 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① Animal Welfare Policy 기준 충족 · 평가 기준 ② GCC 및 KGCC 인증³⁸⁾ 취득
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 크로거사의 벤더관리시스템 (Supplier Hub) 통해서만 입점 가능 - 제안서 검토 최소 1주 소요 - 기업 및 공급자 다양성 추구
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> · GLENMOOR BROKERAGE (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : glenmoorbrokerage.com - 전화번호 : +1-602-414-0060 이메일 : ericglenn@glenmoorbrokerage.com - 기업소개 : 크로거 및 다양한 리테일 기업 납품 및 판매 활동 지원 	

자료: 크로거(Kroger) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

38) GCC: General Certificate of Conformity, KGCC: Kroger General Certificate of Conformity

5) 아시안마트



① 한남체인(Hannam Chain)

기업 기본 정보	기업명	한남체인(Hannam Chain)	
	홈페이지	hannamchain.com	
	위치	캘리포니아(California)	
	규모	매장 수('19): 7개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1988년 6월 설립 - 풀러턴(Fullerton)에 첫 매장 오픈을 시작으로 뉴저지 주 1개, 캘리포니아 주 6개의 매장 운영 - 매장 내 은행, 핸드폰대리점, 여행사, 카페 등 입점 - 매주 자사 홈페이지를 통해 제품 할인 정보 제공 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 명절마다 선물 기획세트 판매 - 2019년 김치가 슈퍼푸드로 알려지면서 판매량 증가 - 2019년 말 캘리포니아 델라모에 매장 오픈 예정 - 2019년 7월부터 한국산 양파 수입 및 판매 		
유사제품 정보		제품명	홍삼정 에브리타임
		종류	홍삼농축액
		용량	30포 (300ml)
		원산지	한국

자료: 한남체인(Hannam Chain Supermart) 홈페이지, 코리아타임즈(Koreatimes), 지마켓(GMarket), 유로모니터(Euromonitor)

사진자료: 한남체인(Hannam Chain Supermart) 홈페이지, 한국인삼공사

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 수산물, 육류, 즉석식품, 캔디류, 스낵류, 주류, 건강식품, 음료류, 소스류, 유제품 등 - 일반: 위생용품, 주방용품, 전자제품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 매장 내 정관장 매장 입점 - 한국산 공산품이 저렴한 편임 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	유선 연락을 통한 직접 문의 - 문의사항 연락처: +1-714-736-5800	

자료: 한남체인(Hannam Chain Supermart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 에이치마트(Hmart)

기업 기본 정보	기업명	에이치마트(Hmart)	
	홈페이지	www.hmart.com	
	위치	뉴저지(New Jersey)	
	규모	매출액('16)	약 9억 600만 달러 (약 1조 1,315억 원)
기타 규모		매장 수('18): 97개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1982년 설립 - 한아름 그룹이 운영하는 슈퍼마켓으로 현재 미국 내 최대 규모의 아시안마트 - 2007년부터 캘리포니아 남부에 매년 매장 1개씩 오픈 - 2013년 연 매출 10억 달러 돌파 		
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 11월 대만 음식 페스티벌 개최 - 2019년 10월 버지니아 페어팩스(FairFax) 지점 오픈 - 2019년 6월 캘리포니아 샌디에고에 발보아(Balboa) 지점 오픈 - 2019년 1월부터 일부 매장에서 '오래식품' 가정간편식 제품 4종 판매 	
유사제품 정보		제품명	코리안레드진생익스트랙트스틱 (Korean Red Ginseng Extract Stick)
		종류	홍삼농축액
		용량	300g
		원산지	한국

자료: 에이치마트(Hmart) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진자료: 에이치마트(Hmart) 홈페이지, 뉴칼럼스(New COLUMNS)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 즉석식품, 캔디류, 신선식품, 스낵류, 주류, 건강식품, 음료류, 소스류, 유제품 등 - 일반: 생활용품, 위생용품, 주방용품, 전자제품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 한국산 공산품이 저렴한 편임 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지에서 직접 공급자 지원서 작성 (www.hmart.com/online-affiliates) - 담당자 확인 후 제품에 대한 논의를 거친 뒤 입점 - 홈페이지 기입정보 : 회사명, 담당자명, 이메일, 연락처, 입점문의 자유기재	
	특이사항	- 문의사항 연락처: +1-800-648-0980	

자료: 에이치마트(Hmart)홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 미국 홍삼농축액 인증 취득
2. 미국 홍삼농축액 사전 심사
3. 미국 홍삼농축액 업체·제품 등록
4. 미국 홍삼농축액 라벨 심의
5. 미국 홍삼농축액 서류 준비
6. 미국 홍삼농축액 세금 납부
7. 미국 홍삼농축액 검역 심사

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> · 수입 건강기능식품 GMP 인증 필수 	(*) 미국 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> · 사전 수입 식품 통지 - 제품의 도착항 도착 이전 수입 식품 통지 필요 	(*) 미국 식품의약국 - PNS(사전 수입 식품 통지) - 문의처 : www.fda.gov
Step 03. 업체·제품 등록	<ul style="list-style-type: none"> · 식품 시설 등록 - 수출 전 식품 제조 시설에 대한 등록 · 수입 건강기능식품 GMP 인증 필수 	(*) 미국 식품의약국 - Registration of Food Facilities (식품 시설 등록) - 문의처 : www.fda.gov
Step 04. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> · 라벨 표기사항 - 별도 심의 사항 없음 - 미국 식품의약국 규정 준수 	(*) 미국 식품의약국 - FDA 라벨 규정 - 문의처 : www.fda.gov
Step 05. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> · 일반 서류 · 원산지 증명서 	(*) 미국 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov (*) 세관국경보호국 - 문의처 : www.cbp.gov
Step 06. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> · 포워딩 업체 섭외 	(-)
Step 07. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> · 수입신고 - 서면 또는 ACE를 이용하여 신청 - 적하목록, 물품신고서, 상업송장 등 	(*) 세관국경보호국 - 문의처 : www.cbp.gov (*) 미국 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov
Step 08. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> · 납세 신고 - 도착 전 7일, 도착 후 10일 이내에 신고 - ACE 시스템을 이용하여 납부 · 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등 · 관세율 1% · 판매세 주별로 상이(최대 7.25%) 	(*) 세관국경보호국 - 문의처 : www.cbp.gov - 참조처 : dataweb.usitc.gov
Step 09. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> · 물리(관능) 검사 - ATS에 의해 분류 후 물품 또는 서류 검사 · 제품 검사 - 제출 받은 서류를 바탕으로 서류 심사 진행 후 샘플 검사 여부 결정 	(*) 세관국경보호국 - 문의처 : www.cbp.gov (*) 미국 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov

1. 미국 홍삼농축액 인증 취득

인증 취득

미국으로 제품 수입 시,
위해 필요하거나 선택
가능한 인증 정보 제공

홍삼농축액

홍삼농축액 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

▶ 미국 수입 건강기능식품 ‘GMP 인증 필수’

미국에서는 건강기능식품과 유사한 개념으로 ‘식이보충제(Dietary Supplement)’가 있으며, 이는 식사를 보충하기 위한 식이원료(Dietary Ingredient)를 함유하는 제품을 의미함. 식이원료로는 비타민, 무기질, 허브, 식물류, 아미노산, 효소, 조직, 과립자, 대사산물과 그 추출물 혹은 농축물이 있음. 이러한 식이보충제를 제조, 포장, 표시 혹은 보관하거나 미국 내에서 보충제를 유통하는 모든 업체는 식품·의약품 품질관리기준(Good Manufacturing Practice)을 준수해야 하고, 표지에는 사용한 모든 원재료를 표기해야 함

이외에도 HACCP, ISO 22000 등과 같이 식품의 생산과 그 안전성에 대한 인증의 경우 선택적으로 획득하여 활용할 수 있음

[표 4.1] 미국 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	
GMP	식품 품질 관리 인증	필수	미국 식품의약국(FDA)	

자료 : 각 인증기관

[표 4.2] 미국 식품 인증 취득

	절차	기간
HACCP	서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
	서류	비용
	신청서, 식품안전관리인증계획서 등	20만원
ISO 22000	절차	기간
	서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
	서류	비용
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	-
IFS	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
	서류	비용
	신청서 등	약 900-1,000만원
BRC Food Safety	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
	서류	비용
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900-1,000만원
FSSC 22000	절차	기간
	서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
	서류	비용
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500-600만원
GMP	절차	기간
	신청서제출>서류 평가>실사일정협의>실태조사>인증발급	90-180일
	서류	비용
	직원, 공장 및 부지, 시설, 비품, 품질관리 등에 대한 문서	기업 규모에 따라 상이

자료 : 각 인증기관

2. 미국 홍삼농축액 사전 심사

사전 심사

미국으로 제품 수입 시, 품목에 대한 사전 규제 심사제도 정보 제공

홍삼농축액

홍삼농축액 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 미국 일반가공식품 수출을 위해 사전 심사 ‘불필요’
- ▶ 미국 일반가공식품 수입 전 식품의약국으로 ‘사전 수입 통지 필요’

사전 수입 통지 절차는 바이오테러리즘법에 의거하여 식품에 대해 효율적인 통관 검역 절차를 수행하기 위하여 시행됨. 미국 식품의약국을 통하여 수입하고자 하는 식품에 대한 사전 수입 식품 통지(Prior Notice of Imported Foods)를 하도록 규정하고 있음. 해당 사전 식품 수입 통지는 온라인 미국 식품의약국 행정 업무 페이지(www.access.fda.gov)를 통하여 PNSI(Prior Notice System Interface) 접속 후, 미국 식품의약국에서 제시하고 있는 가이드 및 그 절차에 따라 사전 통지 절차를 수행하면 됨. 사전 통지 절차의 경우 어떤 운송수단을 통하여 진행하느냐에 따라 제출 기한이 정해져 있기 때문에 해당 시간 이전에 제출되어야 함. 해당 사전 수입 식품 통지 절차는 미국 세관국경보호국에서 정한 개인 또는 법인을 통해 진행할 수도 있으며 수출을 진행하는 미국 세관국경보호국이 정하지 않은 개별 기업이 진행할 수도 있음

[표 4.3] 미국 수입 전 사전 통지

적용 규제	바이오테러리즘법(Bioterrorism Act)
발행 기관	미국 식품의약국(FDA)
기간	각각의 운송 수단 별 지정된 시간 이전에 미국 식품의약국으로의 사전 통지 절차가 완료될 것 a. 도로운송을 통해 수입되는 경우 : 도착 2시간 전 b. 철도운송을 통해 수입되는 경우 : 도착 4시간 전 c. 항공운송을 통해 수입되는 경우 : 도착 4시간 전 d. 해상운송을 통해 수입되는 경우 : 도착 8시간 전
필요 정보	a. 수입업체 정보(업체명, 주소) b. 운송 정보(선하증권 또는 항공화물운송장 등 적절한 운송 정보) c. 출발 국가 정보 d. 제품 정보(제품 일반명 또는 시장명, 패키징 및 수량 정보) e. 제조사 정보(식품 제조시설 등록 번호) f. 수출업체 정보 g. 최종 수취인 정보

자료 : 미국 식품의약국(FDA)

3. 미국 홍삼농축액 업체·제품 등록

업체·제품 등록

미국으로 제품 수입 시,
요구되는 업체 또는 제품
등록제도 정보 제공

홍삼농축액

홍삼농축액 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 미국 일반가공식품 통관을 위해 사전 ‘식품 제조시설 등록 필요’
- ▶ 미국 식품의약국(FDA)의 ‘온라인 또는 서면’으로 등록 가능

2002년 발효된 바이오테러리즘법(Bioterrorism Act)은 미국 내에서 식품을 제조하는 제조시설과 미국으로 식품을 제조하여 수출하는 해외 제조시설 모두에게 등록 의무를 부과하고 있음. 이에 따라 미국으로 식품을 수출하고자 하는 국내 제조업체는 미국 식품의약국(FDA)을 통해 식품 제조시설 등록을 필수적으로 진행해야함. 식품 제조시설 등록 신청은 현재까지 온라인과 서면을 통해 가능하도록 되어 있음. 그러나 2020년 1월 4일부터 온라인을 통해서만 등록 신청을 진행하도록 규정이 변경될 예정이므로 내년부터 등록을 수행하고자하는 국내 식품 제조업체의 경우 온라인 페이지를 통하여 등록 신청을 진행해야함

[표 4.4] 미국 사전 식품 제조시설 등록 절차

적용 규제	바이오테러리즘법(Bioterrorism Act), 식품현대화법(FSMA)
발행 기관	미국 식품의약국(FDA) - 온라인 : www.access.fda.gov - 오프라인 : U.S. Food and Drug Administration, Food Facility Registration (HFS-681) 5001 Campus Dr. College Park, MD 20740 - FAX : +1-301-436-2804
필요 정보	a. 시설명, 주소, 전화번호, 긴급 시 연락처 b. 선호 메일 주소 c. 모회사명, 주소, 전화번호(해당 시설이 자회사에 해당하는 경우) d. 해당 시설이 사용하는 모든 상표 e. 대표자, 대리인 또는 운영자(책임이 있는)의 이름, 주소, 전화번호 f. 대표자, 대리인 또는 운영자(책임이 있는)의 이메일 주소 g. 시설을 통해 제조, 가공, 포장하고 있는 식품의 적용 가능한 카테고리 h. 각 식품 제품 카테고리별로 시설에서 수행하고 있는 행위 i. 대표자, 대리인 또는 운영자(책임이 있는)로부터 수취한 식품·의약품·화장품법(FD&C Act)이 정하는 시간과 방법에 따라 미국 식품의약국(FDA)이 시설을 조사해도 된다는 허가예의 확인 j. 대표자, 대리인 또는 운영자(책임이 있는)로부터 수취한 제출한 시설에 대한 정보의 정확성 및 진실성에 대한 확인
비용	무료

자료 : 미국 식품의약국(FDA)

4. 미국 홍삼농축액 라벨 심의

▶ 미국 라벨 규정

[표 4.5] 미국 라벨 관리 규정

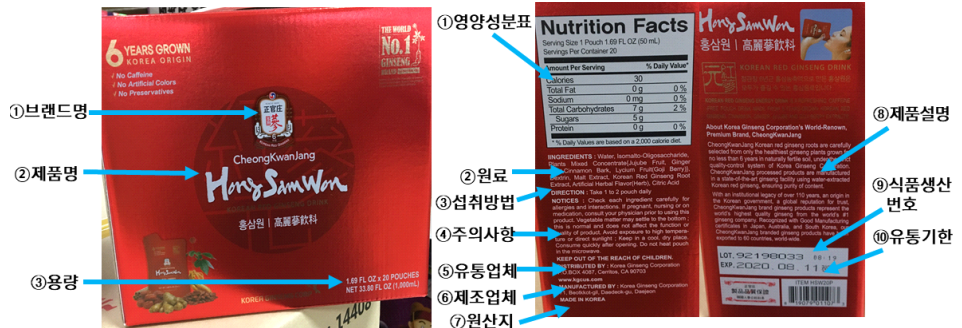
● 라벨 심의	적용 규제	FD&C Act, Fair Packaging and Labeling Act														
● 홍삼농축액	세부 규정	Guidance for Industry : A Food Labeling Guide														
● 홍삼농축액 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함	라벨 표기사항 (항목)	<ul style="list-style-type: none"> · 제품명(이미테이션 제품은 제품명에 ‘이미테이션’ 표기) · 용량(용량은 순중량으로만 나타낼 것) · 원산지 · 원료 정보(원료의 일반적인 명칭을 사용 할 것) · 알레르기 정보(주요 알레르기원: 우유, 달걀, 생선, 갑각류, 조개, 땅콩, 대두, 밀, 견과류) · 성분정보(양식은 규정이 정하고 있는 바에 따름) · 1회 제공량 · 기타 주의 문구(건강 유의 사항에 관한 문구 등) · 원산지 · 제조업체정보 														
	세부 내용	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">표기 언어</td> <td>외국어 표기도 가능하나 모든 필수정보는 동시에 영어로도 표기되어야함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">그림</td> <td>그림의 경우 정보를 가리거나, 소비자가 잘 못 이해하지 않도록 해야함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">용량</td> <td>순중량 정보는 패키지 내부의 식품 용량을 나타내야함. 종량, 숫자 형태로 표기되어야 함. 일반적으로 고체, 점성, 응고 제품의 경우 중량으로 표기되어야 함. 만약 액체인 경우 액체 표기 단위로 표기해야 함. 용량의 단위는 미터 단위와 파운드 단위를 병기해야 함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">라벨 표기사항 (가이드) 제품명</td> <td>제품의 전면에 표기되어야하며, 최소한 가장 큰 라벨 면에서 1/2만큼을 차지하도록 표기되어야 함. 바닥과 평행하게 작성되어야 함. 소비자가 이해하기 쉬운 일반적인 이름이어야 함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">원료 정보</td> <td>양이 많은 것부터 적은 순으로 기입해야함 원료정보는 제조사, 유통사 정보와 같은면에 기입되어야 함. 정보의 크기는 최소한 1/16인치 사이즈 크기여야 함. 물의 경우 가공을 위해 주요하게 추가되었다면, 원료에 기입되어야 하나, 사용되었다라도 가공 과정에서 증발되는 등의 과정이 있었다면 적지 않아도 됨</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">성분 정보</td> <td>성분 정보는 원료 정보와 같은 페이지에 기입되어야 함. 반드시 박스 형태로 작성해야 함. 성분 정보를 나타내는 시트는 정해진 글자 크기와 양식에 따라 작성되어야 함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">원산지</td> <td>눈에 잘 띄도록 작성되어야함. 유통업체 정보가 표기 되어 있다면, 해당 정보와 같이 위치해야함</td> </tr> </table>	표기 언어	외국어 표기도 가능하나 모든 필수정보는 동시에 영어로도 표기되어야함	그림	그림의 경우 정보를 가리거나, 소비자가 잘 못 이해하지 않도록 해야함	용량	순중량 정보는 패키지 내부의 식품 용량을 나타내야함. 종량, 숫자 형태로 표기되어야 함. 일반적으로 고체, 점성, 응고 제품의 경우 중량으로 표기되어야 함. 만약 액체인 경우 액체 표기 단위로 표기해야 함. 용량의 단위는 미터 단위와 파운드 단위를 병기해야 함	라벨 표기사항 (가이드) 제품명	제품의 전면에 표기되어야하며, 최소한 가장 큰 라벨 면에서 1/2만큼을 차지하도록 표기되어야 함. 바닥과 평행하게 작성되어야 함. 소비자가 이해하기 쉬운 일반적인 이름이어야 함	원료 정보	양이 많은 것부터 적은 순으로 기입해야함 원료정보는 제조사, 유통사 정보와 같은면에 기입되어야 함. 정보의 크기는 최소한 1/16인치 사이즈 크기여야 함. 물의 경우 가공을 위해 주요하게 추가되었다면, 원료에 기입되어야 하나, 사용되었다라도 가공 과정에서 증발되는 등의 과정이 있었다면 적지 않아도 됨	성분 정보	성분 정보는 원료 정보와 같은 페이지에 기입되어야 함. 반드시 박스 형태로 작성해야 함. 성분 정보를 나타내는 시트는 정해진 글자 크기와 양식에 따라 작성되어야 함	원산지	눈에 잘 띄도록 작성되어야함. 유통업체 정보가 표기 되어 있다면, 해당 정보와 같이 위치해야함
표기 언어	외국어 표기도 가능하나 모든 필수정보는 동시에 영어로도 표기되어야함															
그림	그림의 경우 정보를 가리거나, 소비자가 잘 못 이해하지 않도록 해야함															
용량	순중량 정보는 패키지 내부의 식품 용량을 나타내야함. 종량, 숫자 형태로 표기되어야 함. 일반적으로 고체, 점성, 응고 제품의 경우 중량으로 표기되어야 함. 만약 액체인 경우 액체 표기 단위로 표기해야 함. 용량의 단위는 미터 단위와 파운드 단위를 병기해야 함															
라벨 표기사항 (가이드) 제품명	제품의 전면에 표기되어야하며, 최소한 가장 큰 라벨 면에서 1/2만큼을 차지하도록 표기되어야 함. 바닥과 평행하게 작성되어야 함. 소비자가 이해하기 쉬운 일반적인 이름이어야 함															
원료 정보	양이 많은 것부터 적은 순으로 기입해야함 원료정보는 제조사, 유통사 정보와 같은면에 기입되어야 함. 정보의 크기는 최소한 1/16인치 사이즈 크기여야 함. 물의 경우 가공을 위해 주요하게 추가되었다면, 원료에 기입되어야 하나, 사용되었다라도 가공 과정에서 증발되는 등의 과정이 있었다면 적지 않아도 됨															
성분 정보	성분 정보는 원료 정보와 같은 페이지에 기입되어야 함. 반드시 박스 형태로 작성해야 함. 성분 정보를 나타내는 시트는 정해진 글자 크기와 양식에 따라 작성되어야 함															
원산지	눈에 잘 띄도록 작성되어야함. 유통업체 정보가 표기 되어 있다면, 해당 정보와 같이 위치해야함															

자료 : 미국 식품의약국(FDA)

세부 내용	유기농 표기 유의사항	<ul style="list-style-type: none"> · 유기농 원료의 함량이 70%를 넘는 경우 다음과 같이 표기할 수 있음. 이 경우 유기농 마크는 사용할 수 없음 <ul style="list-style-type: none"> - “made with organic 0000” 또는 “made with organic ingredients” - 소금과 물을 제외한 70% 이상의 원료가 인증된 유기농 재료여야 하며, 유기농 인증을 부여한 기관명을 적시해야함 (e.g. Certified Organic by 00000 Certification Inc.) · 유기농 원료의 함량이 70% 이하인 경우 다음과 같이 표기할 수 있음 <ul style="list-style-type: none"> - 소금과 물을 제외한 70% 이하의 원료가 유기농 원료인 경우, 유기농 마크를 표기할 수 없으며 원료(Ingredients)에 대한 표기시에 해당 원료가 유기농이라는 점만 표기 가능함 (e.g. Ingredients: Organic green tea, Organic lemon, ...)
	건강 관련 표기 유의사항	<ul style="list-style-type: none"> · 건강 관련 표기는 식품이나 식이보조제의 건강관련 문구, 상징 등 식품 내용물, 질병, 건강과 관련된 표기를 의미함 <ul style="list-style-type: none"> - 건질병의 위험성을 줄이는 내용이어야 하며 질병의 진단, 치유, 완화 또는 치료에 대한 주장이나 표기는 금지됨 - 식이보조제 라벨은 영양소 및 구성요소의 기능에 대해 표기가 가능하지만 질병에 대한 표기와 관련이 없어야 함 - 영양소 부족에 대한 질병 표기(예; 비타민 C 부족 괴혈병 등)는 할 수 없음

자료 : 미국 식품의약국(FDA)

▶ 미국 일반가공식품 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[옆면 라벨링]

앞면(영문)

앞면(국문)

- ① 브랜드명 : Cheong * *
- ② 제품명 : Hong Sam Won
- ③ 용량 : 1.69FL OZ * 20 Pouches
Net 33.80FL OZ(1,000ml)

- ① 브랜드명 : 정 * *
- ② 제품명 : 홍삼원
- ③ 용량 : 50ml * 20팩
총 1,000ml

옆면(영문)

옆면(국문)

- ① 영양성분표 : Nutrition Facts
Serving size 1pouch : 50ml
20 servings per container
Amount Per Serving
% Daily Value
Calories 30
Total Fat 0g 0%
Sodium 0mg 0%,
Total Carbohydrate 7g 2%
Sugars 5g
Protein 0g
* % Daily Values are based on a 2,000 calorie diet
- ② 원료(Ingredients) : Water, Isomalto-Oligosaccharide, Plant mixed concentrate(Jujube fruit, Ginger Root, Cinnamon bark, Lycium fruit(Goji berry)), Dextrin, Malt extract, Korean red ginseng root extract, Artificial herbal flavor(Herb), Citric acid

- ① 영양성분표 : 성분정보
한 팩당 : 50ml
총 20회 제공량
1회 제공당
% 하루 섭취권장량
칼로리 30
총 지방 0g 0%
나트륨 0mg 0%
총 탄수화물 7g 2%
총 당 5g
단백질 0g
*1일 제공량은 1일 2,000칼로리를 기준으로 함
- ② 원료 : 물, 이소말토올리가카라이드, 식물혼합농축액(대추, 생강뿌리, 계피껍질, 구기자 과일(고지베리)), 덱스트린, 말트추출물, 한국산 홍삼뿌리추출물, 인공약초향(허브), 시트릭산

- ③ 섭취방법 : Take 1 to 2 pouch daily
- ④ 주의사항 : Check each ingredient carefully for allergies. If pregnant or on medication, consult your physician prior to using this product. Avoid exposure to direct sunlight. Keep in a cool, dry place. Consume directly after opening, Do not heat pouch in the microwave. Keep out of reach of children
- ⑤ 유통업체 : Distributed by, Korea Ginseng Corporation P.O BOX 4087,Cerritos CA 90703
www.kgcus.com
- ⑥ 제조업체 : Manufactured by, Korea Ginseng Corporation 71, Beotkkot-gil, Daedeok-gu, Dajeon
- ⑦ 원산지 : Made in Korea
- ⑧ 제품설명 : Korean red ginseng energy drink is a refreshing caffeine free drink made from 6 years grown korean red ginseng extract
- ⑨ 식품생산번호 : 92198033
- ⑩ 유통기한 : 2020.08.11

- ③ 섭취방법 : 일일 1-2 팩 섭취
- ④ 주의사항 : 섭취 전, 영양성분표를 확인하여 알레르기 성분을 확인할 것. 임신 중이거나 약을 복용하고 있는 경우, 섭취 전 의사와 상담할 것. 직사광선을 피하고 건조하고 서늘한 곳에 보관할 것. 전자레인지로 인해 열을 가하지 말 것. 어린 아이의 손에 닿지 않는 곳에 보관할 것.
- ⑤ 유통업체 : 한국인삼공사
P.O BOX 4087,Cerritos CA 90703
www.kgcus.com
- ⑥ 제조업체 : 한국인삼공사
대전 대덕구 벚꽃길 71
- ⑦ 원산지 : 한국산
- ⑧ 제품설명 : 한국산 홍삼 에너지 음료는 6년근 홍삼농축액으로 만들어졌으며, 카페인이 함유되어 있지 않은 음료입니다
- ⑨ 식품생산번호 : 92198033
- ⑩ 유통기한 : 2020.08.11

5. 미국 홍삼농축액 서류 준비

서류 준비

미국으로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

홍삼농축액

홍삼농축액 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

원산지증명서 기재 정보

- 증명인의 성명
- 상품의 수입자
- 상품의 수출자
- 상품의 생산자
- 품목분류와 품명
- 상품이 원산지 상품임을 증명하는 정보
- 증명일
- 증명 유효기간

- ▶ 미국 FTA 원산지증명서 준비 필요
- ▶ 미국 관세 업무, 허가받은 통관 브로커를 통해서 진행 가능

미국의 수입신고는 수출입 당사자, 운송업체 또는 각 당사자의 위임을 받은 브로커를 통하여 수입통관 업무를 진행할 수 있음. 통관업무 당사자는 수입 신고부터 물품의 반출까지 모든 통관 업무를 진행해야 함. 수입 물품 관세에 대한 내용에 관해서는 동 업무를 수행할 수 있도록 허가받은 사람만이 절차를 수행할 수 있음. 해당 수입 신고 및 그 절차는 ACE(Automated Commercial Environment) 시스템을 통하여 진행됨

원산지증명서의 경우 자율증명방식으로 자신이 생산한 제품에 대하여 스스로 발행한 원산지확인서 또는 원산지소명서를 근거로 하여 원산지증명을 할 수 있음. 특별히 정해진 양식은 없으나 반드시 기재되어야 하는 정보가 있어 해당 정보에 유의해야 함. 우리나라에서는 작성해야 하는 필수 항목을 포함한 원산지증명서 권고 양식을 두고 있어, 해당 서식³⁹⁾을 활용하여 쉽게 작성 가능함

[표 4.6] 미국 통관 서류

구분	서류명	발급기관
일반 서류	수입신고서 (CBP Form 7501)	(-)
	상업송장 (또는 견적송장)	(-)
	포장 명세서	(-)
	구매주문서	(-)
	선하증권	(-)
	원산지 증명서	수출업체 / 관세청

자료 : 미국 세관국경보호국(CBP), 미국 식품의약국(FDA)

39) FTA종합지원센터(okfta.kita.net) 'FTA활용' 항목의 '원산지증명서발급-자율증명방식' 페이지를 통해 확인 가능함

6. 미국 홍삼농축액 세금 납부

세금 납부

미국으로 제품 수입 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

홍삼농축액

홍삼농축액 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 미국 일반가공식품 HS CODE 1302.19.4140, 관세율 1% 적용
- ▶ 한-미 FTA 발효로 협정세율 적용

홍삼농축액의 경우 미국에서는 HS CODE 1302.19 (기타)의 1302.19.4140 (기타) 세번을 사용하여 수입됨.⁴⁰⁾ 미국 수입 시 기본 세율은 10%의 세율을 적용받으나, 한국산 제품의 경우 협정 세율을 적용받아 1% 세율을 적용받음. 관세 외에도 판매세(Sales Tax)를 납부해야하며 해당 세율은 최대 7.25%이고 주(State) 별로 달리 적용됨

- 수입 서류 심사비용에 100달러(한화 약 12만 원)⁴¹⁾ 소요
- 수입 서류 심사 기간은 8시간 소요
- 통관 비용은 175달러(한화 약 21만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 2시간 소요

[표 4.7] 한국·미 HS CODE 비교 및 미국 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	1302	식물성 수액과 추출물(extract), 펙틴질, 펙티닝 산염(pectinate)과 펙틴산염(pectate), 식물성 원료에서 얻은 한천·그 밖의 점질물과 시커너(thickener)(변성 가공했는지에 상관없다)	
	1302.19	기타	
	1302.19.1210	홍삼 추출물(extract)	
미국	1302.19.4140	기타	
관세	기본관세율	10%	
	협정 세율	1%	
판매세			최대 7.25%

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 미국 관세 정보 시스템(USITC)

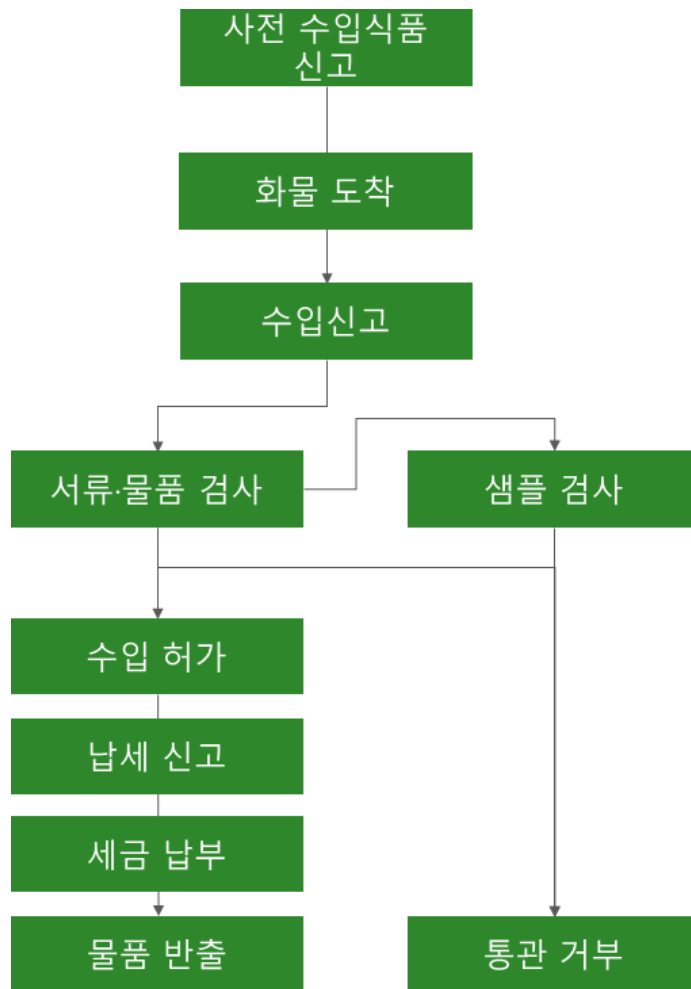
40) 미국 세번의 경우 HS Code 6자리에 해당하는 1302.19 중 홍삼농축액에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 미국 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있음. 미국의 HS Code(HTSUS)에 관하여 확인하기 위해서는 관련 정보 페이지인 CROSS(Customs Rulings Online Search System)를 활용할 수 있고, 확인되지 않는 경우 미국 세관국경보호국(CBP)으로 문의할 수 있음

41) 1달러=1,178.70원달러 (2019.11.28., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

7. 미국 홍삼농축액 검역 심사

- ▶ 미국 건강기능식품, 서류 검사에 따라 물품 검사 실시
- ▶ 도착전 사전 수입 식품 신고 필요

[표 4.8] 미국 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
건강기능식품 연관 규제 첨가물 및 물질	식품첨가물	alitame	300mg/kg
		acesulfame potassium	450mg/kg
	유해물질	Aflatoxin (aflatoxin B1, B2, G1, G2 (total))	20mcgs/kg (20ppb)

자료 : 미국 세관국경보호국(CBP), KATI농식품수출정보

- ▶ 미국 식품의약국의 첨가물, 유해물질 규정을 통해 확인 가능
- ▶ KATI 식품첨가물 및 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인 가능

●
식품 첨가물 규정

미국으로 제품 수입 시,
요구되는 식품 첨가물,
유해 물질에 관한 규정

●
홍삼농축액

홍삼농축액 품목의
첨가물 규정은 미국 첨가물
규정의 식품 유형 분류 중
'13.5 특수영양용도를 위한
식품 중 건강기능식품'으로
분류하여 해당하는 정보를
제공함

[표 4.9] 미국 건강기능식품 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)	비고
감미료	네오탄	neotame	300mg/kg	
산화방지제, 착향제	아스코빌팔미테이트	ascorbyl esters	500mg/kg	
감미료	아스파탐	aspartame	1,000mg/kg	
방부제	벤조산염	benzoates	2,000mg/kg	
식용색소	식용색소청색	brilliant blue fcf	300mg/kg	
방부제	소르베이트	sorbates	1,500mg/kg	
감미료	스테비올 배당체	steviol glycoside	600mg/kg	
식용색소	카로티노이드	carotenoids	300mg/kg	
감미료	시클라메이트	cyclamates	400mg/kg	

자료 : KATI농식품수출정보, 미국 식품의약국(FDA)

- ▶ 미국 식품의약국의 첨가물, 유해물질 규정을 통해 확인 가능
- ▶ KATI 식품첨가물 및 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인 가능

식품 첨가물 규정

미국으로 제품 수입 시,
요구되는 식품 첨가물,
유해 물질에 관한 규정

홍삼농축액

홍삼농축액 품목의
첨가물 규정은 KATI
식품 유형 분류 중 기타
농산가공품류로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

[표 4.10] 미국 일반가공식품 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)	비고
향미증진제	아세트산	acetic acid	GMP ⁴²⁾	
향료 및 보조제	아코니트산	aconitic acid	GRAS ⁴³⁾ : 0.0005% 이하, GMP	
향료, 발효제, 산도조절제	아디프산	adipic acid	GRAS: 0.02% 이하 GMP	
착색료	안나토색소 ⁴⁴⁾	annatto extract	GMP	
보존료, 강화제	아스코르브산	ascorbic acid	GRAS: GMP	
습윤제, 안정제, 증점제	알긴산암모늄	ammonium alginate	GRAS: 0.1% 이하	
칼슘강화제	젖산칼슘	calcium lactate	GRAS	
보존료, 고결방지제 등	염화칼슘	calcium chloride	GRAS: 0.05% 이하 GMP	
칼슘강화제, 산도조절제 등	구연산칼슘	calcium citrate	GRAS: GMP	

자료 : KATI농식품수출정보, 미국 식품의약국(FDA)

42) GMP(Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

43) GRAS(Generally Recognized As Safe): 미국 FDA가 과학적 근거를 기반으로 안전성을 승인함으로써 '일반적으로 안전하다고 간주되는 물질'을 의미함. GRAS 물질은 식품 최대허용치가 설정되어있지 않지만, 자체 제한량(Self Limiting Level)으로 사용량이 제한되기도 함

44) 첨가된 캔디수수를 사용하지 않는 한, 제 401조에 따라 정체성 기준이 공표된 식품을 착색하는데 사용되지 않을 수도 있다. 착색된 색상은 그런 스탠다드에 의해 허가된다

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 파참 (Parchem)

Interview ② 아메리칸 진생
(American Ginseng)

Interview ③ 프린스 오브 피스 (Prince of Peace)

Interview ④ 텐 렌스 티 (Ten Ren's Tea)

Interview ⑤ 루트 테라 (Root Terra)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 파첸 (Parchem) 유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Jared (Sales Manager)

미국 내 홍삼의 수요는 계속해서 증가하는 추세

홍삼의 수요는 계속해서 증가하고 있습니다. 현지 소비자들은 홍삼의 효능에 대해 잘 알고 있으며, 홍삼은 미국인들에게 건강에 좋은 식품으로 널리 알려져 있습니다.

홍삼가공품 중 분말과 캡슐의 선호도가 높음

저희는 홍삼을 농축액, 오일, 분말, 뿌리 등의 형태로 판매하고 있습니다. 현지 소비자들은 캡슐이나 분말 형태로 된 홍삼가공품을 선호합니다.

Market Customers and Trend



- 인터뷰 기업 : 아메리칸 진생 (American Ginseng) 수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Andrew (Owner)

홍삼은 중산층 이상의 소비자들이 구매

홍삼의 수요는 계속해서 증가하고 있는 추세이며, 올해의 홍삼 판매량도 꽤 높았습니다. 홍삼은 주로 중산층 이상의 소비자들이 구매합니다.

미국에서 판매하는 홍삼의 품질 및 가격대는 다양함

미국 내 홍삼을 취급하는 현지 및 해외 업체가 많으며, 취급하는 홍삼의 종류도 상이하여 가격대가 다양합니다. 따라서 소비자들은 경제력에 따라 홍삼 제품을 선택적으로 구매할 수 있습니다.

Market Demand and Distribution



- 인터뷰 기업 : 프린스 오브 피스 (Prince of Peace) 수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Teresa (Product Manager)

홍삼의 수요는 계속해서 증가할 것으로 예상

미국 내 홍삼은 모든 연령대의 소비자들에게 인기가 높습니다. 이에 따라 홍삼은 더욱 다양한 형태로 출시되고 있으며, 계속해서 수요가 증가할 것으로 예상됩니다.

홍삼가공품은 허브류 및 식이보조제 전문 매장에서 판매

홍삼가공품은 미국 전역의 홍삼 전문 매장 및 허브류와 기타 보조식품을 취급하는 대부분의 매장에서 판매합니다. 이 외에도 일반 슈퍼마켓이나 마트를 통해 판매할 수 있습니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Trend and Customers



- 인터뷰 기업 : 텐 렌스 티
(Ten Ren's Tea)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Turek
(Administrator)

미국 내 홍삼의 인지도는 높은 편

미국은 고품질의 야생 인삼을 생산하는 국가 중 하나이며, 대부분의 일반 마트에서 인삼 및 홍삼 제품을 판매하기 때문에 미국 내 홍삼의 인지도는 높은 편입니다.

홍삼가공품은 청소년과 성인 모두에게 수요가 많음

많은 미국인들은 홍삼이 신체 에너지 및 전반적인 건강에 도움이 된다는 점을 잘 인지하고 있으며, 홍삼가공품은 청소년들과 성인 모두에게 수요가 많습니다.

Market Preference and Customers



- 인터뷰 기업 : 루트 테라
(Root Terra)
온라인 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Alen
(Director)

홍삼은 모든 연령대의 소비자들이 선호하는 건강식품

홍삼은 어린 아이부터 노년층까지 모두에게 도움이 되는 건강식품으로, 다양한 연령대, 성별 및 인종의 소비자들에게 수요가 있습니다.

홍삼 섭취 기간에 따라 선호하는 가공 형태 상이

홍삼제품을 처음 섭취하기 시작하는 입문자들은 홍삼 음료 및 차 제품을 선호하며, 홍삼가공품을 평소에 즐겨 먹는 소비자들은 홍삼농축액을 선호하는 경향이 있습니다.

Interview ① 파첸(Parchem)

45)

파첸
(Parchem)

전문가 소속

파첸
(Parchem)
유통업체

전문가 정보

Mr. Jared
(Sales Manager)



- Coatings, Adhesives Sealants, Elastomers
- Industrial Products, Petrochemical, Oleochemicals
- Plastics, Rubber
- Nutrition, Botanicals, Certified Organic
- Cosmetic, Personal Care, Consumer Products
- Catalysts, Metallic Salts, Rare Earths
- Industrial & Institutional
- Textiles, Dyes, Finishes, Pretreatment
- Military, Aerospace, Electronic
- Food, Beverage, Sweeteners
- Oil Gas Drilling
- Pharmaceuticals, APIs, OTC, Excipients

파첸(Parchem)

Sales Manager, Mr. Jared

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

파첸은 1999년에 설립된 유통업체로 원료를 주로 취급합니다. 최근에는 취급 품목을 늘려 홍삼농축액을 포함한 건강기능식품, 의약품, 일반식품, 음료를 모두 판매하고 있습니다. 홍삼과 관련된 제품은 농축액뿐만 아니라, 분말, 뿌리, 오일 등을 취급하고 있습니다.

Q. 미국 내 홍삼의 수요 및 인지도가 어떻게 되나요?

미국 내 홍삼 생산량은 매우 적은데도 불구하고 미국 시장에서 홍삼이 판매된 기간은 굉장히 오래되었습니다. 홍삼의 수요는 계속해서 증가하고 있으며, 홍삼가공품은 다양한 연령대의 소비자들이 구매합니다. 현지 소비자들은 홍삼의 효능에 대해 잘 알고 있으며, 홍삼은 미국인들에게 건강식품으로 널리 알려져 있습니다.

Q. 현지 소비자들이 선호하는 홍삼가공품의 형태는 무엇인가요?

저희는 홍삼을 농축액, 오일, 분말, 뿌리 등의 형태로 판매하고 있습니다. 다른 소매업체에서는 음료의 형태로도 판매합니다. 현지 소비자들은 분말이나 캡슐 형태로 된 홍삼가공품을 선호합니다.

Q. 제품 수출 시 주의해야 할 사항이 있나요?

미국으로 홍삼농축액을 수출하기 위해서는 미국 식품의약국으로부터 해당 제품을 허가받아야 합니다. USDA를 선택적으로 취득할 경우 제품 판매에 플러스 요인으로 작용할 것이며, 제품이 유기농이라면 유기농 인증을 취득하는 것이 제품 신뢰도를 상승시키는 데에 도움이 될 것입니다.

45) 사진자료: 파첸(Parchem) 홈페이지 (www.parchem.com)

Interview ② 아메리칸 진생(American Ginseng)

46)

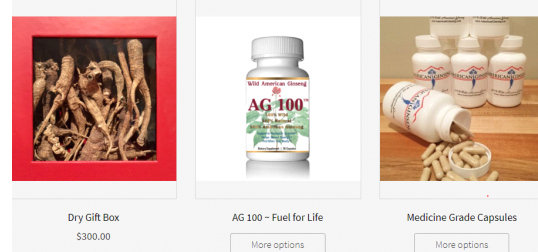
아메리칸 진생 (American Ginseng)

전문가 소속

아메리칸 진생
(American Ginseng)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Andrew
(Owner)



아메리칸 진생(American Ginseng) Owner, Mr. Andrew

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

아메리칸 진생은 90년 이상의 업력을 보유하고 있는 수입유통업체로, 미국 내 최상의 야생 인삼을 취급하고 있습니다. 취급 품목으로는 야생인삼, 인삼 분말, 캡슐 등이 있으며, 미국뿐만 아니라 홍콩으로도 수출하고 있습니다.

Q. 앞으로 홍삼의 수요 및 주 소비자층이 어떻게 되나요?

홍삼의 수요는 계속해서 증가하고 있는 추세이며, 올해의 홍삼 판매량도 꽤 높았습니다. 홍삼은 주로 중산층 이상의 소비자들이 구매하며, 저희는 취급하는 일부 제품을 홍삼의 수요가 많은 한국과 중국으로 수출하고 있습니다.

Q. 미국 시장에서 홍삼의 인지도는 어느 정도인가요?

홍삼은 미국 시장에서 인기가 높을 뿐만 아니라, 원기회복에 효과적인 건강식품으로서 인지도도 매우 높습니다. 또한, 미국 내 홍삼을 취급하는 현지 및 해외 업체가 많으며, 취급하는 홍삼의 종류도 상이하여 가격대가 다양합니다. 따라서 현지 소비자들은 각자의 경제력에 따라 다양한 종류의 홍삼 중 선택하여 구매할 수 있습니다.

Q. 홍삼가공품은 주로 어디서 판매하나요?

홍삼은 허브류를 취급하는 매장 및 식이보조제 전문 매장에서 판매하며, 최근에는 일부 마트에서도 홍삼가공품을 취급합니다. 이 외에도 많은 온라인 매장에서 홍삼가공품을 판매하며, 가장 흔한 홍삼가공품은 홍삼캡슐입니다.

46) 사진자료: 아메리칸 진생(American Ginseng) 홈페이지 (www.americanginseng.com)

Interview ③ 프린스 오브 피스(Prince of Peace)

47)

프린스 오브 피스
(Prince of Peace)

전문가 소속

프린스 오브 피스
(Prince of Peace)
수입유통업체

전문가 정보

Ms. Teresa
(Product Manager)



sku: C-70052
Prince of Peace Red Ginseng
Royal Jelly, 30x10cc
***** | 0 Reviews
\$11.95



sku: C-70050
Prince of Peace Red Ginseng
Royal Jelly, 10x10cc
***** | 0 Reviews
\$4.95



sku: C-70021
Pine Brand Red Panax Ginseng
Extract with Alcohol, 30x10cc
***** | 0 Reviews
\$11.95

프린스 오브 피스(Prince of Peace)

Product Manager, Ms. Teresa

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

프린스 오브 피스는 1983년에 설립된 수입유통업체로, 식품류를 주로 취급하고 있습니다. 취급 품목으로는 음료수, 식이보충제, 차 등이 있습니다. 미국 외에도 홍콩, 중국, 말레이시아에 지사를 보유하고 있으며, 대부분의 식품은 자체 라벨을 부착하여 판매합니다.

Q. 미국 내 홍삼의 인지도가 어느 정도인가요?

미국 내 홍삼의 인기는 매우 높으며, 모든 연령대의 소비자들에게 원기회복 외에도 다양한 효능이 있는 식품으로 유명합니다. 홍삼은 부작용이 적은 건강식품으로도 유명하여, 미국 시장 내 수요가 급증하고 있습니다. 이에 따라 홍삼은 음료, 차, 보조식품의 형태로 다양하게 출시되고 있으며, 앞으로도 계속해서 수요가 증가할 것으로 예상됩니다.

Q. 현지 소비자들이 선호하는 홍삼가공품의 형태는 무엇인가요?

저희 매장의 판매량을 바탕으로 했을 때, 홍삼농축액의 인기가 가장 높으며 캡슐로 된 제품의 인기는 상대적으로 떨어집니다. 저희 매장에서 판매량이 가장 높은 제품은 인스턴트 홍삼차입니다. 해당 제품은 섭취가 간편하고 기호에 따라 꿀이나 기타 식품을 추가하여 먹기에 좋아 선호도가 높습니다.

Q. 홍삼농축액은 어떠한 유통채널을 통해 판매하는 것이 좋을까요?

홍삼가공품은 미국 전역의 홍삼 전문 매장 및 허브류와 기타 식이보조제를 취급하는 대부분의 매장에서 판매하며, 일반 슈퍼마켓이나 마트를 통해서도 판매할 수 있습니다. 제품 판매는 현지의 공급업체를 통한 경우 훨씬 더 수월하게 진행할 수 있습니다.

47) 사진자료: 프린스 오브 피스(Prince of Peace) 홈페이지 (shop.popus.com)

Interview ④ 텐 렌스 티(Ten Ren's Tea)

48)

텐 렌스 티
(Ten Ren's Tea)

전문가 소속

텐 렌스 티
(Ten Ren's Tea)
소매업체

전문가 정보

Ms. Turek
(Administrator)



November 25, 2019
Best holiday gifts?
Read more



September 13, 2019
Fresh American Ginseng
Read more



August 04, 2019
Gift sets for upcoming holiday
Read more

텐 렌스 티(Ten Ren's Tea) Administrator, Ms. Turek

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

텐 렌스 티는 1953년에 설립된 소매업체로, 미국 현지산과 한국산 인삼 및 차 제품을 판매하고 있습니다. 미국 내 27개의 매장을 보유하고 있으며, 미국 외의 국가까지 포함해 총 200여 개의 매장을 운영 중에 있습니다.

Q. 미국 내 홍삼의 인지도가 어떻게 되나요?

대부분의 미국인들은 홍삼에 대해 잘 알고 있습니다. 미국은 고품질의 야생 인삼을 생산하는 몇 안 되는 국가 중 하나이며, 현지의 많은 일반 마트에서도 인삼 및 홍삼 제품을 판매하기 때문에 미국 내 홍삼의 인지도는 높은 편입니다. 많은 미국인들은 홍삼이 신체 에너지 및 전반적인 건강에 도움이 된다는 점을 잘 인지하고 있습니다.

Q. 미국 내 홍삼가공품의 수요가 어느 정도 인가요?

저희는 홍삼농축액을 취급하고 있으며, 홍삼농축액의 수요는 홍삼 분말이나 캡슐보다 많습니다. 저희 업체는 60년이 넘는 기간 동안 홍삼가공품을 취급해왔습니다. 미국 내 홍삼가공품의 수요는 증가하고 있으며, 계속해서 증가세를 유지할 것으로 예상됩니다. 홍삼가공품은 청소년들과 성인 모두에게 수요가 많으며, 어린이들은 홍삼의 쓴 맛으로 인해 선호하지 않는 편입니다.

Q. 홍삼가공품의 유통과정이 어떻게 되나요?

저희는 홍삼가공품을 한국 및 미국의 제조업체로부터 공급받고 있습니다. 이전에는 중국산 홍삼도 판매했으나, 미국 시장에서는 고품질 홍삼의 수요가 많기 때문에 중국산 홍삼을 더 이상 취급하고 있지 않습니다. 홍삼가공품은 홍삼 관련 제품을 취급하는 온·오프라인 매장과 일부 마트에서 판매할 수 있습니다.

48) 사진자료: 텐 렌스 티(Ten Ren's Tea) 홈페이지 (ten-ren-tea.myshopify.com)

Interview ⑤ 루트 테라(Root Terra)

49)

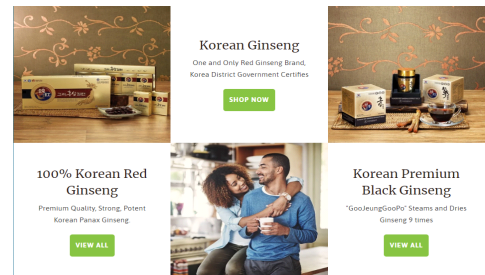
루트 테라
(Root Terra)

전문가 소속

루트 테라
(Root Terra)
온라인 소매업체

전문가 정보

Mr. Alen
(Director)

루트 테라(Root Terra) Director, Mr. Alen

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

루트 테라는 한국 제품을 주로 취급하는 온라인 소매업체로, 취급 품목으로는 한국산 화장품, 스킨케어용품, 홍삼농축액, 음료 등이 있습니다. 취급하는 제품은 온라인 홈페이지 외에도 미국 내 10개의 소매업체로 유통하고 있습니다.

Q. 미국 내 홍삼의 수요가 어떻게 되나요?

홍삼은 캐나다와 미국 시장에서 꽤나 안정적인 수요를 유지하고 있습니다. 저희는 한국산 홍삼의 품질이 가장 뛰어나다고 생각하여 한국산 홍삼가공품을 취급하고 있습니다. 홍삼은 어린 아이부터 노년층까지 모두에게 도움이 되는 건강식품으로, 다양한 연령대, 성별 및 인종의 소비자들에게 수요가 있습니다.

Q. 현지 소비자들이 선호하는 홍삼가공품의 형태는 무엇인가요?

가장 선호하는 홍삼가공품은 각 소비자들의 취향에 따라 상이합니다. 일반적으로 홍삼제품을 처음 섭취하기 시작하는 입문자들은 홍삼 음료 및 차 제품을 선호하며, 홍삼가공품을 평소에 즐겨 먹는 소비자들은 캡슐이나 홍삼농축액을 선호하는 경향이 있습니다. 전반적으로 홍삼농축액보다 캡슐의 판매량이 더 높습니다.

Q. 홍삼농축액은 주로 어디서 판매하나요?

홍삼농축액은 홍삼가공품을 전문적으로 판매하는 온·오프라인 매장 외에도 허브류를 취급하는 매장이거나 식이보조제 전문 매장을 통해 판매할 수 있습니다. 제품 판매 시 HACCP, ISO 14001:2004, GAP, GMP 등 식품 안전 및 품질을 증명할 수 있는 인증을 선택적으로 취득할 경우 제품 판매에 도움이 될 수 있습니다.

49) 사진자료: 루트 테라(Root Terra) 홈페이지 (rootterra.com)

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 「United States, Per Capita disposable personal income, 2018」, 경제분석국(Bureau of Economic Analysis), 2019.9.24
2. 「재외동포현황2019」, 외교부
3. 「Walgreens Boots Alliance Reports Fiscal Year 2018 Results」, Walgreens Boots Alliance, 2018.10.11.
4. 「2018 Annual Report」, CVS Health, 2018.
5. 「Annual report: AMAZON COM INC」, Amazon, 2018.
6. 「Annual report 2018」, Costco wholesales」, Costco, 2018.09.02.
7. 「CVS Health exec: Retail giant wants to create a Netflix-like healthcare experience」, Fiercehealthcare, 2019.09.10.
8. 「Costco now serving up new 'better than beef' burger」, FoxBusiness, 2019.09.24.
9. 「Walgreens, FedEx Express Partner With Google Parent on Drones」, TransportTopics, 2019.09.25.
10. 「Walgreens to Buy Bankrupt Fred's Pharmacy Assets for \$9.4 Million」, Bloomberg Law, 2019.09.27.
11. 「Target's digital sales grew 10X faster than in-store sales in 2018, as retailer adjusts to battle Amazon」, Geekwire, 2019.03.05.

■ 참고 사이트

1. 유로모니터 (www.portal.euromonitor.com)
2. International Trade Center (www.trademap.org)
3. 외교부(www.mofa.go.kr)
4. 미국 경제분석국(www.bea.gov)
5. 씨브이에스(CVS) 홈페이지 (cvs.com)
6. 씨브이에스헬스(CVSHealth) 홈페이지 (cvshealth.com)
7. 월그린(Walgreens) 홈페이지 (walgreens.com)
8. 월그린스부츠얼라이언스(WalgreensBootsAlliance) 홈페이지 (walgreensbootsalliance.com)
9. 코스트코(Costco) 홈페이지 (costco.com)
10. 알디(Aldi) 홈페이지 (corporate.aldi.us)
11. 데일리스타(Dailystar) 홈페이지 (dailystar.co.uk)
12. 더선(TheSun) 홈페이지 (thesun.co.uk)
13. 아마존(Amazon) 홈페이지 (www.amazon.com)
14. 이터시애틀(Eater Seasttle) (seattle.eater.com)
15. 타겟(Target) 홈페이지 (target.com)
16. 타겟(Target) 기업 홈페이지 (corporate.target.com)
17. 월마트(Walmart) 홈페이지 (walmart.com)
18. 크로거(Kroger) 홈페이지 (kroger.com)
19. 비즈니스인사이드(Business Insider) 홈페이지 (businessinsider.com)
20. 한남체인마트(Hannam Chain Supermart) 홈페이지 (hannamchain.com)
21. 에이치마트(Hmart) 홈페이지 (hmart.com)
22. 씨엔비씨(CNBC) 홈페이지 (cnbc.com)
23. 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News) 홈페이지 (supermarketnews.com)
24. 파이먼트(PYMNTS) 홈페이지 (pymnts.com)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

25. 파참(Parchem) 홈페이지 (www.parchem.com)
26. 아메리칸 진생(American Ginseng) 홈페이지 (www.americanginseng.com)
27. 프린스 오브 피스(Prince of Peace) 홈페이지 (shop.popus.com)
28. 텐 렌스 티(Ten Ren's Tea) 홈페이지 (ten-ren-tea.myshopify.com)
29. 루트 테라(Root Terra) 홈페이지 (rootterra.com)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2019.12.13.

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

Copyright 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

