

2019

# 해외시장 맞춤형조사



- No. 1912-27
- 품목 : 멀티비타민(Multivitamin)
- 국가 : 미국(U.S.A)
- 구분 : 시장분석형

# Content

## I. Market Size (시장규모)

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

## II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	12
1. 현지 건강기능식품, '면역' 강화 효능, '비타민' 제품 선호	17
2. '비타민 보조제', '모발', '피부' 개선 효능 보유 제품 다수	18
3. 눈 건강 '보조제', '맛'과 '복용' 요인으로 '구미' 형태 제품 多	19
4. 현지 소비자, '비타민 보조제' 안전성에 대한 우려	20

## III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	22
1. 미국 멀티비타민 유통구조	23
2. 미국 멀티비타민 주요 유통업체	24
3. 미국 멀티비타민 주요 소매채널	26

## IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	47
1. 미국 멀티비타민 인증 취득	48
2. 미국 멀티비타민 사전 심사	49
3. 미국 멀티비타민 업체·제품 등록	50
4. 미국 멀티비타민 라벨 심의	51
5. 미국 멀티비타민 서류 준비	56
6. 미국 멀티비타민 세금 납부	57
7. 미국 멀티비타민 검역 심사	58

## V. Expert Interview (전문가 인터뷰)

SUMMARY	61
Interview ① 월그린(Walgreens)	63
Interview ② 비타코스트(Vitacost)	65
Interview ③ 더비타민쇼피(The Vitamin Shoppe)	67
Interview ④ 내추럴바디(Natural Body)	69
Interview ⑤ 비타민월드(Vitamin World)	70

* 참고문헌	71
--------	----

# I. Market Size

## SUMMARY

1. 미국 멀티비타민 시장규모
2. 미국 멀티비타민 수출입 시장규모
3. 미국 멀티비타민 소비자 규모

# Market Size

(시장규모)

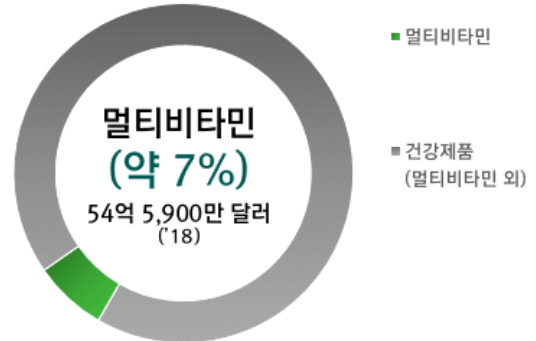
## 미국 (USA)

### 멀티비타민 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(멀티비타민)

- 미국 건강제품<sup>1)</sup> 시장규모  
..... 750억 9,900만 달러('18)
- 미국 멀티비타민<sup>2)</sup> 시장규모  
..... **54억 5,900만 달러('18)**

(\*) Euromonitor International

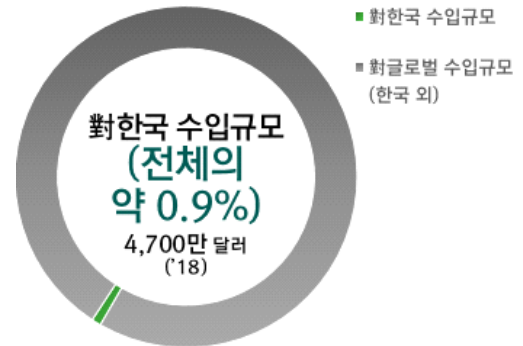


## 멀티비타민 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(멀티비타민)

- HS 2106.90<sup>3)</sup>  
미국 **對**글로벌 '따로 분류되지 않은 기타 조제 식료품' 수입규모  
..... 52억 6,100만 달러('18)
- HS 2106.90  
미국 **對**한국 '따로 분류되지 않은 기타 조제 식료품' 수입규모  
..... **4,700만 달러('18)**

(\*) International Trade Centre



## 멀티비타민 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품 '멀티비타민'은 면역력 향상, 혈행 개선 등의 기능을 보유하며, 소나무 잎 추출물로 만들어진 멀티비타민임. 이에 잠재 소비시장규모 확인을 위해 '연령대 및 성별 인구 규모', '인종별 인구 규모', '멀티비타민 섭취량', '비타민 및 건강보조식품 중 멀티비타민의 시장규모'를 확인함

- |   |  |
|---|--|
| <p>① 미국 연령대별 인구 규모 ('18)</p> <p>전체 ..... 3억 2,716만 7천 명(100%)</p> <p>10대 ..... 4,197만 7천 명(13%)</p> <p>20대 ..... 4,543만 5천 명(14%)</p> <p>30대 ..... 4,370만 명(13%)</p> <p>40대 ..... 4,046만 1천 명(12%)</p> <p>50대 ..... 4,282만 6천 명(13%)</p> <p>60대 ..... 3,741만 9천 명(11%)</p> <p>70대 이상 ..... 35,34만 4천 명(11%)</p> | <p>② 미국 내 인종 분포 ('18)</p> <p>총 인구 ..... 3억 2,789만 2천 명 (100%)</p> <p>백인 ..... 2억 5,092만 2천 명 (76.5%)</p> <p>흑인 ..... 4,386만 3천 명 (13.4%)</p> <p>아시아인 ..... 1,915만 7천 명 (5.8%)</p> <p style="text-align: right;">※상위 3개 인종규모를 제시함</p> |
| <p>③ 미국 연간 1인당 멀티비타민 섭취량 ('18)</p> <p>멀티비타민 ..... 142.7통</p>  | <p>④ 비타민 및 건강보조식품 중 멀티비타민의 시장규모 ('18)</p> <p>비타민 및 건강보조식품 ..... 293억 2,100만 달러(100.0%)</p> <p>멀티비타민 ..... 54억 5,900만 달러(18.6%)</p>   |

(\*) US Census Bureau, Council for Responsible Nutrition, Euromonitor

1) 건강제품(Consumer Health): 일반의약품(OTC), 비타민 및 식이 보조제품(VDS), 스포츠 영양식품(Sports Nutrition), 체중 조절 식품, 웰빙 관련 식품을 포함함

2) 멀티비타민(Multivitamin): 단일 제품 복용으로 다양한 종류의 보충 영양소와 표준 규정량 이상의 영양소를 섭취할 수 있는 멀티비타민을 뜻함. 유기농업으로 재배된 무첨가 제품으로 만들어진 멀티비타민을 포함함

3) HS CODE 2106.90: 조사 제품 '멀티비타민'은 15가지의 비타민과 미네랄을 함유한 비타민임. 이에 '따로 분류되지 않은 조제식품-기타'에 해당하는 HS CODE 2106.90을 지표로 선정함

## 1. 미국 멀티비타민 시장규모

### 미국 국가 일반 정보<sup>7)</sup>

면적	938만 km <sup>2</sup>
인구	3억 2,717만 명 (2018)
GDP	20조 5,130억 달러
GDP (1인당)	6만 2,518달러

조사 시장: 조사 제품 ‘멀티비타민’은 한국산 소나무 추출물로 만들어진 건강기능식품으로, 비타민 A와 비타민 D 등을 함유하여 면역력 강화, 혈행 개선 등의 기능을 지닌 멀티비타민임. 이에 제품의 품목을 고려하여 ‘건강제품 시장’ 및 ‘멀티비타민 시장’을 조사함

#### ▶ 2014-2018년, 미국 ‘건강제품’ 시장 연평균성장률 5%

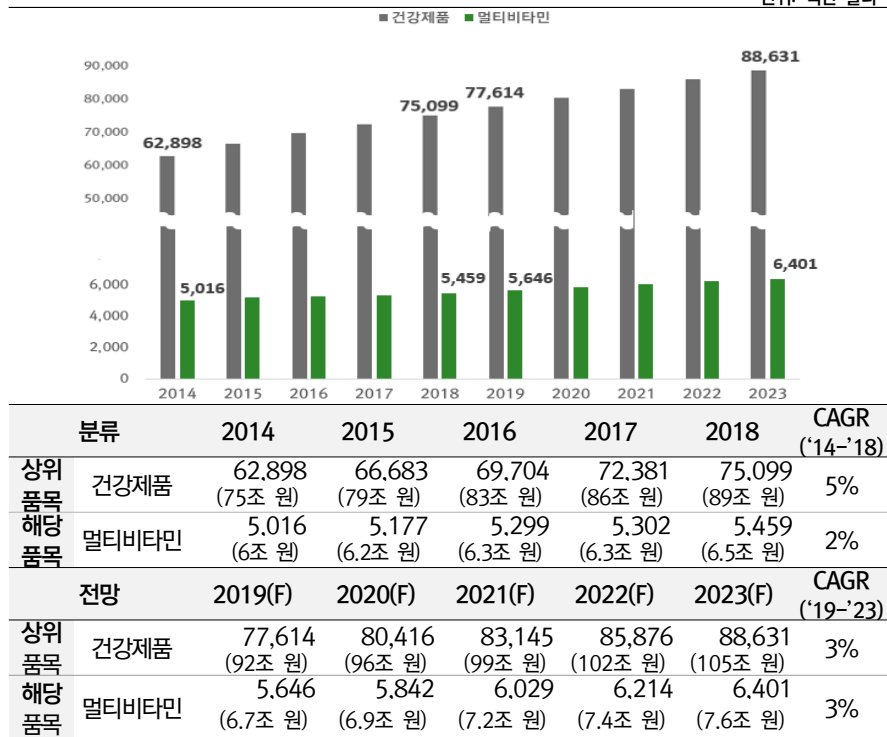
2018년 미국의 ‘건강제품’ 시장규모는 750억 9,900만 달러로 집계되었으며 과거 5년(2014-2018년)간 연평균 5%씩 증가함. 2018년 기준 ‘멀티비타민’ 시장규모는 54억 5,900만 달러로 과거 5년간 연평균 2%씩 증가함. ‘건강제품’ 시장과 ‘멀티비타민’ 시장은 2014년 이후 매년 증가세를 기록하고 있음

#### ▶ 2019-2023년, 미국 ‘멀티비타민’ 시장 연평균성장률 3% 예상

2019년 미국 ‘건강제품’ 시장규모는 776억 1,400만 달러, ‘멀티비타민’ 시장규모는 56억 4,600만 달러로 추산됨. 미국 소비자들의 건강에 대한 관심이 증가하면서 향후 5년(2019-2023년)간 ‘건강제품’ 시장과 ‘멀티비타민’ 시장 모두 연평균 3%씩 성장할 것으로 전망됨<sup>4)</sup>

[표 1.1] ‘건강제품’, ‘멀티비타민’ 시장규모<sup>5)6)</sup>

단위: 백만 달러



자료 : 유로모니터(Euromonitor)

4) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Consumer Health in the US」, 2019.10

5) 1달러=1,189.40원 (2020.02.05., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림함

7) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

## 2. 미국 멀티비타민 수출입 시장규모

HS CODE 2106.90: 해당 코드는 ‘따로 분류되지 않은 기타 조제 식료품’을 지칭함. 이에 제품의 품목(멀티비타민)을 반영하여 해당 HS CODE를 선정함

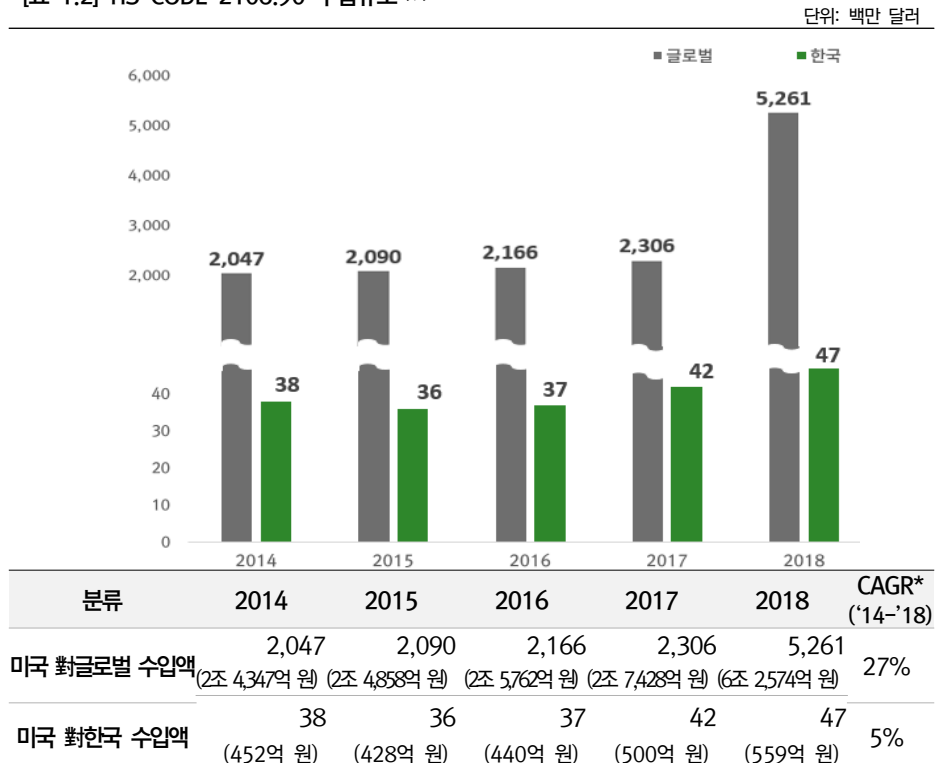
### ▶ 2014-2018년, 미국 對글로벌 수입액 연평균성장률 27%

미국 HS CODE 2106.90 품목 對글로벌 수입액은 지난 5년(2014-2018년)간 연평균성장률 27%를 기록함. 해당 품목의 수입액은 2014년부터 2017년까지 큰 변동이 없었으나, 2018년에 전년 대비 128% 급증하여 52억 6,100만 달러의 수입액을 기록함

### ▶ 2018년 미국 對한국 수입액 4,676만 4천 달러

2018년 미국 HS CODE 2106.90 품목 對한국 수입액은 4,700만 달러임. 2015년 전년대비 4% 감소한 후 2016년부터 증가세를 지속하여, 지난 5년간 연평균성장률 5%를 기록함. 2018년 기준, 한국은 미국 HS CODE 2106.90 품목 수입국 중 4위 수입 국가이며, 전체 수입액의 0.9%를 차지함

[표 1.2] HS CODE 2106.90 수입규모<sup>8)9)</sup>



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

8) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림함

9) 1달러=1,189.40원 (2020.02.05., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

### 3. 미국 멀티비타민 소비 시장규모

#### 1) 미국 연령별, 성별 인구 규모

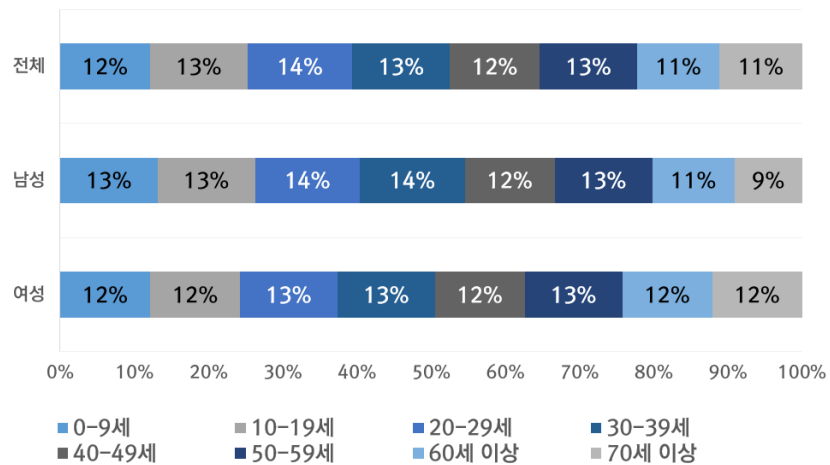
조사 제품 ‘멀티비타민’은 면역력 향상, 혈행 개선 등의 기능을 보유하며, 한국산 소나무 잎 추출물로 만들어진 멀티비타민임. 이에 잠재 소비시장규모 확인을 위해 ‘연령대 및 성별 인구 규모’, ‘인종별 인구 규모’, ‘멀티비타민 섭취량’, ‘비타민 및 건강보조식품 중 멀티비타민의 시장규모’를 확인함

#### ▶ 미국 남성 인구 전체의 49%, 여성 인구 전체의 51%

2018년 미국 총 인구는 총 3억 2,716만 7천 명임. 이 중 남성 인구는 1억 6,112만 9천 명으로 전체 인구의 49%를, 여성 인구는 1억 6,603만 9천 명으로 전체 인구의 51%를 차지함. 미국 전체 인구 중 20대 인구가 총 4,543만 5천명으로 가장 많으며, 전체 인구의 14%를 차지함. 그 다음으로는 30대 인구가 4,370만 명(전체 인구의 13%)으로 2위, 50대 인구가 4,282만 6천 명으로 3위를 차지함<sup>10)</sup>

[표 1.3] 2018년 미국 연령대별 인구 분포<sup>11)</sup>

단위: 천 명



	전체		남성		여성	
0-9세	40,006	(12%)	20,448	(13%)	19,558	(12%)
10-19세	41,977	(13%)	21,434	(13%)	20,543	(12%)
20-29세	45,435	(14%)	23,220	(14%)	22,215	(13%)
30-39세	43,700	(13%)	21,982	(14%)	21,718	(13%)
40-49세	40,461	(12%)	20,061	(12%)	20,400	(12%)
50-59세	42,826	(13%)	20,947	(13%)	21,879	(13%)
60-69세	37,419	(11%)	17,764	(11%)	19,654	(12%)
70세 이상	35,344	(11%)	15,272	(9%)	20,073	(12%)
전체 인구	327,167	(100%)	161,129	(100%)	166,039	(100%)

자료: 미국 인구조사국(US Census Bureau)

10) 미국 인구조사국(US Census Bureau), 「Annual Estimates of the Resident Population for Selected Age Groups by Sex for the United States, States, Counties, and Puerto Rico Commonwealth and Municípios」, 2019.06

11) 인구수와 비율(%)은 반올림되어 작성된 수치로, 합산 시 전체 수 또는 전체 비율(%)이 미달, 초과될 수 있음

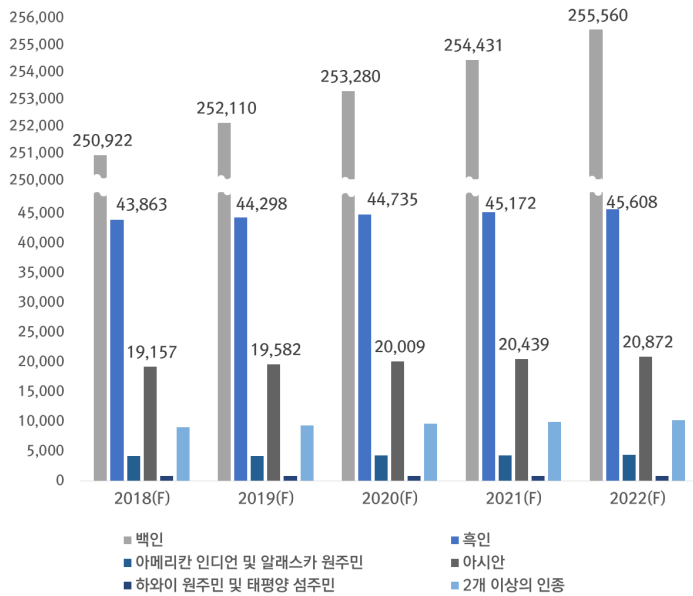
▶ 미국 인구 중 아시아인 규모가 상대적으로 빠르게 증가

2) 미국 내 인종 분포

미국 인구조사국에 따르면 2018년 총 인구 중 백인이 76.5%로 가장 규모가 크며, 흑인 13.4% 아시아인 5.8%로 나타남. 백인, 흑인, 아시아인의 2018년부터 2022년까지 5년간의 연평균성장률은 각각 0.5%, 1%, 2.2%로 나타나 아시아인의 규모가 비교적 빠르게 성장할 것으로 예상됨

[표 1.4] 미국 내 인종 분포<sup>12)13)</sup>

단위: 천 명



	총 인구	백인	흑인	아메리칸 인디언 및 알래스카 원주민	아시아인	하와이 원주민 및 태평양 섬주민	2개 이상 인종
2018(F)	327,892	250,922	43,863	4,143	19,157	792	9,014
2019(F)	330,269	252,110	44,298	4,188	19,582	803	9,289
2020(F)	332,639	253,280	44,735	4,232	20,009	813	9,570
2021(F)	334,998	254,431	45,172	4,277	20,439	824	9,856
2022(F)	337,342	255,560	45,608	4,321	20,872	834	10,147
CAGR ('18-'22)	0.7%	0.5%	1%	1.1%	2.2%	1.3%	3%

\* 자료 : 미국 인구조사국(US Census Bureau)

12) 인구수는 반올림되어 작성된 수치로, 합산 시 전체 수가 미달, 초과될 수 있음

13) 소비자표 1번과 2번의 미국 2018년 총 인구수는 동일 기관인 미국 인구조사국에서 집계한 수치이나, 조사 방법론의 차이로 정확히 일치하지 않음



3) 미국 멀티비타민 섭취량

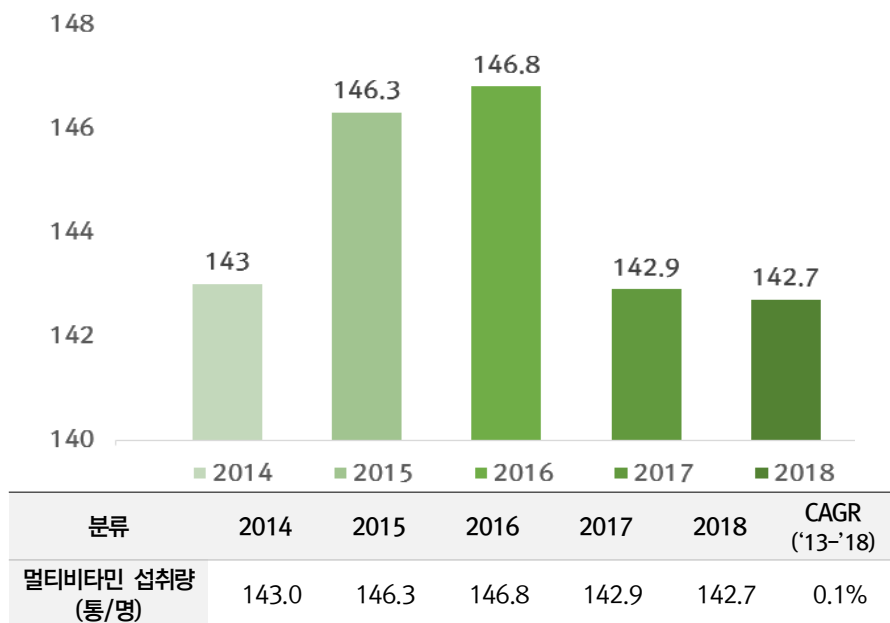
▶ 2013-2018년 미국 1인당 연간 멀티비타민 섭취량 연평균성장률 0.1%

미국의 1인당 연간 멀티비타민 섭취량은 2014-2018년간 연평균 0.1%씩 증가하여, 2018년에는 142.7통을 기록함. 2016년까지는 섭취량이 꾸준히 증가하는 추세였으나, 2017년과 2018년에 각각 3%, 0.1%의 감소세를 보임

미국 영양보조식품산업협회<sup>14)</sup>에서 실시한 설문조사에 따르면 미국의 18-34세 인구의 57%, 35-54세 인구의 58%, 55세 이상 인구의 55%가 멀티비타민을 섭취하는 것으로 조사됨. 그 이유로는 전반적인 건강관리, 영양소와 에너지 보충으로 나타남

[표 1.5] 미국 1인당 연간 멀티비타민 섭취량<sup>15)16)</sup>

단위: 통



자료 : 유로모니터(Euromonitor), 미국 인구조사국(United States Census Bureau)

14) 미국 영양보조식품산업협회(Council for Responsible Nutrition), 「2018 CRN Consumer Survey on Dietary Supplements: October 10, 2018」

15) 원 데이터(단위: 통)은 모두 반올림하여 작성함

16) 미국 인구조사국(US Census Bureau), 「Annual Estimates of the Resident Population for Selected Age Groups by Sex for the United States, States, Counties, and Puerto Rico Commonwealth and Municípios」, 2019.06

4) 비타민 및 건강보조식품  
중 멀티비타민의 시장규모

▶ 2014-2018년, 미국 ‘비타민 및 건강보조식품’ 시장 연평균성장률 4%

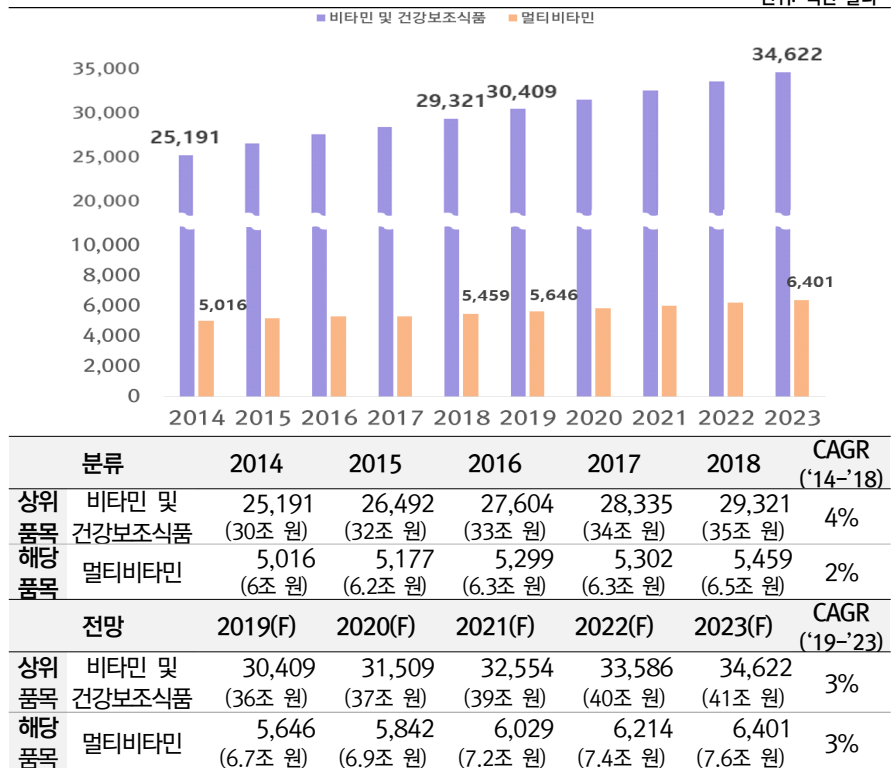
2018년 기준 미국의 ‘비타민 및 건강보조식품’ 시장규모는 293억 2,100만 달러로 집계되었으며 과거 5년(2014-2018년)간 연평균성장률 4%를 기록하였음. 이는 ‘멀티비타민’의 5개년 평균성장률인 2%보다 큰 수치인 것으로 확인됨. 그러나 ‘비타민 및 건강보조식품’ 시장과 ‘멀티비타민’ 시장 모두 향후 5년(2019-2023)간 동일하게 3%의 연평균성장률을 기록할 것으로 보임

▶ 2018년, 미국 ‘멀티비타민’ 시장 ‘비타민 및 건강보조식품’ 시장의 18.6% 차지

2014년 ‘멀티비타민’의 시장규모는 50억 1,600만 달러로, ‘비타민 및 건강보조식품’ 시장규모의 20%를 차지함. 이후, ‘멀티비타민’의 시장규모는 2%대의 낮은 성장률을 보인 반면, ‘비타민 및 건강보조식품’의 시장규모는 4%대의 비교적 높은 성장률을 보였음. 이에 따라 ‘멀티비타민’ 시장이 ‘비타민 및 건강보조식품’ 시장에서 차지하는 비율이 점차 줄어들어 2018년에는 19%를 기록함

[표 1.6] ‘비타민 및 건강보조식품’, ‘멀티비타민’ 시장규모<sup>17)18)</sup>

단위: 백만 달러



자료 : 유로모니터(Euromonitor)

17) 1달러=1,189.40원 (2020.02.05., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

18) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림함

## II. Market Trend

### SUMMARY

1. 현지 건강기능식품, '면역' 강화 효능, '비타민' 제품 선호
2. '비타민 보조제', '모발', '피부' 개선 효능 보유 제품 다수
3. 눈 건강 '보조제', '맛'과 '복용' 요인으로 '구미' 형태 제품 다
4. 현지 소비자, '비타민 보조제' 안전성에 대한 우려



# Market Trend

(시장트렌드)

## 미국 (U.S.A.) 건강기능식품 시장트렌드



‘태블릿’과 ‘캡슐’ 형태의 제품 선호  
‘다수 건강보조제 ‘천연’ 제품임을 강조’



특정 대상 맞춤형 ‘비타민 보조제’ 다출  
“여성”, ‘남성’, ‘연령’ 등 특정 맞춤형

■ U.S.A. Issue ①  
미국 건강기능식품,  
‘면역’ 강화 효능 선호  
‘제품으로’ ‘비타민’ 제품 선호

■ U.S.A. Issue ②  
‘비타민 보조제’,  
‘모발’, ‘피부’ 개선 효능 보유 제품 다  
‘현지 온라인 쇼핑몰 해당 효능 강조 제품 판매 中’



‘눈 건강 보조제, ‘루테인’, ‘지아잔틴’ 성분 함유 제품 다  
‘이 외의 다수 현지 제품, ‘비타민’, ‘빌베리’ 등 성분 포함’



현지 소비자, 커뮤니티 통해 비타민 보조제 정보 공유  
‘복용이 신체에 미칠 수 있는 영향, 보조제의 효능 등 정보 게시’

■ U.S.A. Issue ③  
눈 건강 ‘보조제’,  
‘소프트젤’, ‘구미’ 형태 제품 다  
‘흡수율’, ‘식감’, ‘맛’의 요인으로 ‘구미’형태 선호

■ U.S.A. Issue ④  
현지 소비자,  
‘비타민 보조제’ 안전성 우려  
‘다수 게시글, 의사와의 상담 후 복용 권유’

## 데이터 분석 프로세스

### ○ 데이터 분석 요약

#### 데이터 수집 소스원



(미국 온라인 쇼핑몰 6개,  
커뮤니티 4개)

#### 데이터 분류 키워드집

(건강기능식품, 비타민 보조제  
연관 키워드집)



#### 데이터 분석 - 연관어 분석



1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.01
수집 데이터	11,778

데이터 정제

정제 키워드	건강기능식품, 비타민 보조제 (Health Supplement, Vitamin Supplement)
정제 데이터	6,538

○ 데이터 수집

- 미국 건강기능식품 관련 온라인 쇼핑몰, 커뮤니티

[표 2.1] 미국 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Amazon	www.amazon.com	온라인 쇼핑몰
02	Target	www.target.com	온라인 쇼핑몰
03	Puritan's Pride	www.puritan.com	온라인 쇼핑몰
04	Walgreens	www.walgreens.com	온라인 쇼핑몰
05	Walmart	www.walmart.com	온라인 쇼핑몰
06	GNC live well	www.gnc.com	온라인 쇼핑몰
07	Quora	www.quora.com	커뮤니티
08	Reddit	www.reddit.com	커뮤니티
09	Researchgate	www.researchgate.net	커뮤니티
10	Tumblr	www.tumblr.com	커뮤니티

○ 데이터 분석 키워드집

- 미국 건강기능식품 관련 매체 사전조사

[표 2.2] 미국 건강기능식품 관련 매체 리스트

amazon		TARGET		Quora	
현지 온라인 쇼핑몰, 건강기능식품 관련 이슈		현지 온라인 쇼핑몰, 비타민 보조제 특성		현지 소비자 커뮤니티, 비타민 보조제 선호 현황	
키워드 ①	면역	키워드 ①	모발	키워드 ①	영향(효과)
키워드 ②	수면	키워드 ②	피부	키워드 ②	추천
키워드 ③	태블릿	키워드 ③	루테인	키워드 ③	예방
키워드 ④	캡슐	키워드 ④	지아잔틴	키워드 ④	의사

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 미국 건강식품 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 미국 건강식품 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 <sup>(*)</sup>		
			의미	해당국가 언어(영어)	참여기업	경쟁기업	기타
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드	효능	피부	Skin	○		
			눈	Eye, Eye Vision	○		
활력	Energy, Strength			○			
모발	Hair			○			
혈액	Blood				○		
수면	Sleep			○			
면역	Immune			○	○		
항산화	Antioxid			○	○		
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	성분	루테인	Lutein		○	
			비타민	Vitamin	○	○	
			지아잔틴	Zeaxanthin		○	
			빌베리	Bilberry		○	
			오메가	Omega		○	
			아스타크산틴	Astaxanthin		○	
형태			태블릿	Tablet		○	
			캡슐	Capsul		○	○
			소프트젤	Softgel	○		
			구미	Gummy		○	
			파우더	Powder		○	
			오일	Oil		○	
			액체	Liquid			○

3) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 온라인 쇼핑몰, 커뮤니티에서 추출한 문건을 대상으로 분석함
2. '건강기능식품'을 검색해서 나온 상품을 인기순으로 나열해 상품 한 개를 하나의 문서로 간주하여 총 10페이지까지의 상품명들을 수집함 (쇼핑몰마다 다르나 평균적으로 한 페이지당 약 20건의 상품 게시)
3. 상품명 내 키워드 출현 빈도(TF) 산출

※ 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)

[ TF 기준 데이터 분석 결과 요약 ]





## 1. 현지 건강기능식품, ‘면역’ 강화 효능, ‘비타민’ 제품 선호

●  
현지 온라인 쇼핑물,  
‘면역’ 강화 효능 ‘비타민’ 제품



제품명	이뮤너서포트 (Immune Support)
제조사	라이프뉴트리션 (Life Nutrition)
성분	비타민C, 비타민E, 녹차 잎, 심황 분말, 버섯 복합물 등
효능	면역력 강화
형태	캡슐 형태
홍보 문구	천연, 웰빙 등

출처: 아마존(www.amazon.com)

### ▶ 현지 건강기능식품, ‘면역’ 강화 효능, ‘비타민’ 제품 多

미국 내 건강기능식품<sup>19)</sup> 정보를 확인하기 위하여 현지 온라인 쇼핑물을 대상으로 관련 주요 제품 정보를 수집함. 분석 결과 현지에서는 ‘면역(Immune)’ 강화 효능 보유 제품이 가장 선호되고 있으며, 제품 중에는 ‘비타민(Vitamin)’에 대한 선호도가 가장 높은 것으로 확인됨. 이외에 빈출된 효능 관련 키워드로 ‘활력(Strenght)’, ‘수면(Sleep)’ 등이 있었으며, 제품으로 ‘글루코사민(Glucosamin)’, ‘멜라토닌(Melatonin)’ 등이 빈출됨

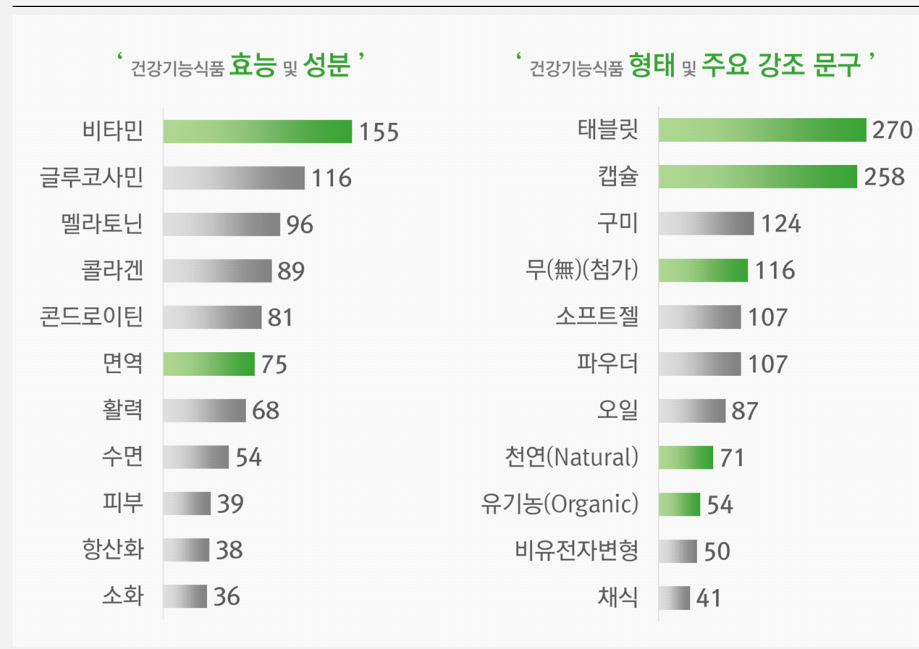
### ▶ ‘태블릿’과 ‘캡슐’ 형태의 ‘천연’ 강조 건강 보조제 多

현지 건강기능식품 형태로는 ‘태블릿(Tablet)’과 ‘캡슐(Capsule)’이 보편적이며, 홍보 문구로 ‘무(첨가)(Free)’, ‘천연(Natural)’ 등을 강조한 제품이 다수 존재함. 이외에 ‘유기농(Organic)’과 ‘비유전자변형(Non-GMO)’ 등의 인증 관련 키워드가 빈출됨

### ▶ 미국 온라인 쇼핑물 내 건강기능식품 주요 이슈

① 태블릿 ② 비타민 ③ 무(無)(첨가) ④ 면역

[표 2.4] 미국 온라인 쇼핑물 내 ‘건강’ 주요 키워드



자료 : 미국 온라인 쇼핑물 내 ‘건강’ 제품 1,322개 분석 (18.01 - 20.01)  
값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

19) 현지 온라인 쇼핑물에서는 ‘건강기능식품’에 대한 상품을 따로 분류하지 않기 때문에, 현지 온라인 쇼핑물에서 ‘보조제(Supplement)’ 중 ‘건강(Health)’으로 검색되는 제품을 대상으로 분석을 실시함

## 2. '비타민 보조제', '모발', '피부' 개선 효능 보유 제품 다수

●  
 현지 온라인 쇼핑몰,  
 '모발' 효능 강조 비타민 보조제



**제품명** 헤어그로스에센셜  
 (Hair Growth Essentials)

**제조사** 바이 내추럴  
 (Vie Naturelle)

**성분** 비타민A, C, D, E, B-1,  
 B-2, B6, B12, 칼슘 등  
 29가지 성분 포함

**효능** 모발 개선, 탈모방지  
 피부 및 손톱 건강 개선

**제품  
 대상** 여성, 남성

**가격  
 및  
 용량** 19.99달러(23,678원) /  
 90개 태블릿(Tablet)  
 ※ 30일 용량

**형태** 태블릿 형태

출처: 아마존(www.amazon.com)

### ▶ '모발', '피부', '활력' 효능 보유 '비타민 보조제' 선호

미국 내에서 건강기능식품으로 가장 선호되는 '비타민' 제품 정보 확인을 위해 현지 온라인 쇼핑몰에서 '비타민 보조제(Vitamin Supplement)' 관련 키워드를 수집함. 건강기능식품 대비 '비타민 보조제' 효능 키워드 분석 결과 현지에서 '비타민 보조제'는 특히 '모발', '피부', '활력' 개선 효능 제품으로 선호되고 있는 것으로 확인됨. 현지 온라인 쇼핑몰 아마존(Amazon) 등에서도 '유전적', '폐경기', '스트레스', '면역체계' 등의 문제로 인한 '모발' 손실 방지, '피부' 개선을 위한 '비타민 보조제'들을 소개하고 있음.<sup>20)</sup> 이외에 '비타민 보조제' 관련 효능으로 '피부', '건강', '면역', '활력(Strength)' 등의 순으로 도출됨.

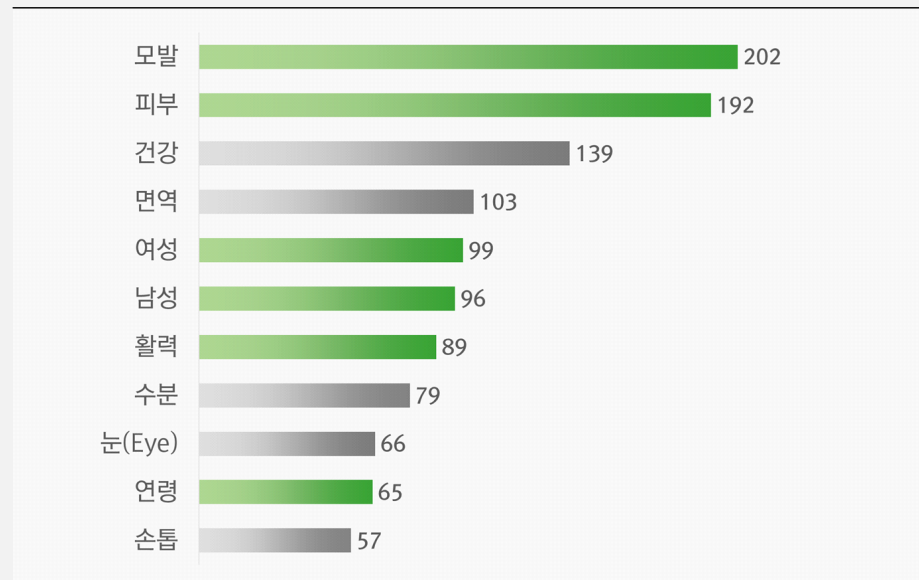
### ▶ 특정 대상 맞춤형 '비타민 보조제' 多

분석 결과 주목할 키워드로 '여성(Women)', '남성(Men)', '연령(Age)' 등의 키워드가 다수 빈출됨. 이는 현지 비타민 보조제가 특정 성별 또는 연령대를 대상으로 한 맞춤형 제품이 다수 존재하기 때문인 것으로 유추할 수 있음

### ▶ 미국 온라인 쇼핑몰 내 '비타민 보조제' 관련 주요 이슈

① 모발 ② 피부 ③ 여성, 남성, 연령

[표 2.6] 미국 온라인 쇼핑몰 내 '비타민 보조제' 주요 키워드



자료 : 미국 온라인 쇼핑몰 내 인기 '비타민 보조제' 제품 1,778개 분석 (18.01 - 20.01)  
 값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

20) 1달러= 1,184.50원(2020.02.11.,KEB 하나은행 매매기준을 적용)

21) 「These Vitamins Promise To Make Your Hair Grow Faster」, 아마존(Amazon), 2019.01.19

### 3. 눈 건강 ‘보조제’, ‘맛’과 ‘복용’ 요인으로 ‘구미’ 형태 제품 다

●  
현지 온라인 쇼핑몰,  
‘루테인’ 포함 눈 건강 ‘보조제’



제품명	아이비타민&미네랄서플리먼트 (Eye Vitamin & Mineral Supplement)
제조사	오큐비테 (Ocuvite)
성분	루테인, 지아잔틴, 오메가3, 비타민C, 비타민E, 아연 등
제품 대상	50세 이상 성인
가격 / 용량	21.99달러(26,047원) / 90개 소프트젤(Softgel) ※ 90일 분량
형태	소프트젤 형태

출처: 타겟(www.Target.com)

●  
현지 온라인 쇼핑몰,  
‘루테인’ 포함 눈 건강 ‘보조제’



제품명	아이케어구미즈 (Eye Care Gummies)
제조사	메리루스오가닉 (Mary Ruth Organics)
성분	루테인, 지아잔틴
제품 대상	전 연령 ※ 12세 미만 안부 문약자 상담 후 복용
가격/ 용량	23.95달러(28,369원) / 90개 구미(Gummy) ※ 45일 분량
형태	구미 형태 (딸기맛)
홍보 문구	채식, Non-GMO,

출처: 아마존(www.amazon.com)

#### ▶ 현지 눈 건강 ‘보조제’, ‘루테인’, ‘지아잔틴’ 성분 함유 제품 다

미국 내 눈 건강 관련 ‘보조제’ 특성을 확인하기 위하여, 현지 온라인 쇼핑몰을 대상으로 ‘시력(Eyevision)’과 관련된 키워드를 수집함. 분석 결과 현지 눈 건강 관련 ‘보조제’는 ‘루테인(Lutein)’을 포함하고 있는 제품이 가장 많은 것으로 확인되었으며, ‘지아잔틴(Zeaxanthin)’, ‘비타민(Vitamin)’, ‘빌베리(Bilberry)’, ‘아스타크산틴(Astaxanthin)’, ‘오메가(Omega)’ 등의 순으로 키워드가 빈출됨

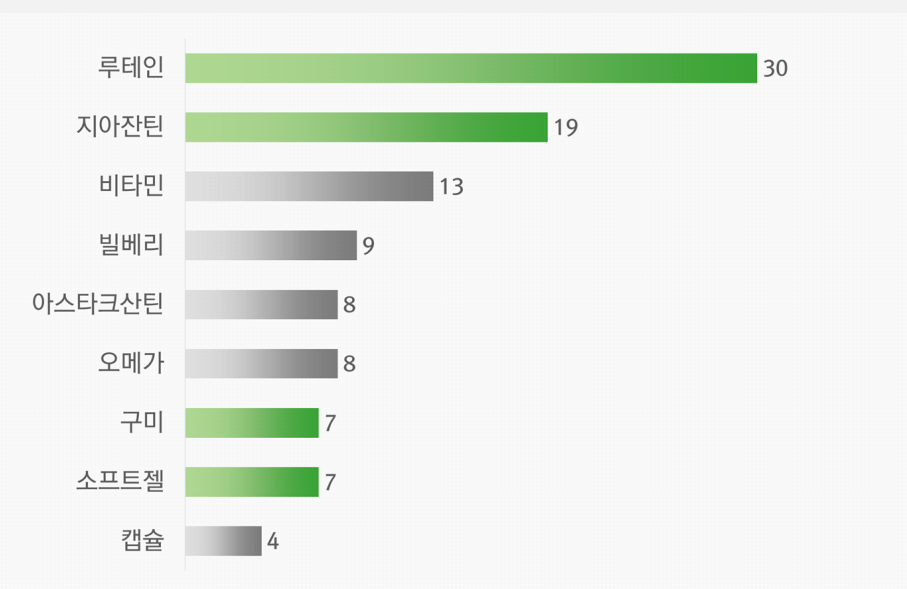
#### ▶ 눈 건강 ‘보조제’, ‘소프트젤’과 ‘구미’ 형태 제품 선호

현지 눈 건강 ‘보조제’ 형태를 확인한 결과, ‘건강기능식품’과 비교하였을 때 특히 ‘구미(Gummy)’, ‘소프트젤(Softgel)’에 대한 빈출 빈도가 높게 나타남. 이는 ‘루테인’, ‘오메가’ 등 주요 성분의 흡수율을 높이기 위하여 ‘소프트젤’ 형태가 다수인 것으로 확인되었으며, ‘구미’ 형태 제품은 식감과 맛에 대한 거부감이 적다는 장점으로 인하여 눈 건강 ‘보조제’에 선호되는 형태인 것으로 확인됨

#### ▶ 미국 온라인 쇼핑몰 내 시력 건강 관련 주요 이슈

- ① 루테인 ② 지아잔틴 ③ 구미, 소프트젤

[표 2.7] 미국 온라인 쇼핑몰 내 ‘시력’ 건강 관련 주요 키워드



자료 : 미국 온라인 쇼핑몰 내 ‘시력’ 관련 보조제 163개 분석 (18.01 - 20.01)  
값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

#### 4. 현지 소비자, '비타민 보조제' 안전성에 대한 우려

##### ● 소비자 커뮤니티, 비타민 보조제 관련 게시물 일부

“건강을 유지하기 위하여, 비타민 보조제를 추천합니다. 비타민 보조제 복용은 영양소 부족으로 야기되는 질병을 예방하는 효과를 가져올 수 있습니다.”

“비타민 D의 부족은 탈모로 이어질 수 있습니다. 비타민 D가 포함된 보조제는 추가 탈모를 예방하는 효능을 갖고 있습니다.”

“비타민 보조제는 성분에 따라 다양한 효능을 보유하고 있습니다. 질병을 앓고 있는 환자들은 의사와의 상담 후 복용하는 것이 필요합니다.”

출처: 퀴라(www.quora.com)

##### ▶ 현지 소비자, 비타민 섭취 방법, 효능 등 정보 공유를 위한 커뮤니티 사용

미국 소비자들이 비타민 보조제를 언급하는 주제를 확인하기 위하여 현지 주요 소비자 커뮤니티 내 게시글을 대상으로 LDA 분석<sup>22)</sup>을 실시, 총 3가지 주제를 도출함. 첫 번째와 두 번째 주제 관련 키워드로는 ‘영향’, ‘추천’, ‘예방’과 ‘모발’, ‘효능’ 등 효능과 관련된 단어가 다수 빈출됨. 해당 키워드들 관련 현지 게시글을 확인한 결과, 현지 소비자들은 ‘비타민 보조제’ 복용에 대한 이점, 비타민 제품 복용이 신체에 미칠 수 있는 영향 등에 대한 정보를 확인하고자 하는 것을 확인할 수 있었음. 또한, 많은 소비자들이 ‘모발’, ‘항산화’ 등 비타민 보조제의 효능에 대한 정보 공유로 인한 것으로 확인됨

##### ▶ 현지 소비자, 비타민 보조제 복용에 대한 ‘안전성’ 우려

##### ▶ 다수 소비자, 의사와의 상담 후 복용할 것을 권유

세 번째의 주제는 주로 비타민 보조제의 안전성과 부작용 관련 내용들이 다수 확인됨. 도출된 주요 키워드는 ‘처방전’, ‘의사’, ‘확인’ 등 제품에 대한 안전성과 관련된 키워드로 관련 게시글은 비타민 보조제로 인한 부작용 등에 대한 내용을 포함하고 있음. 부작용과 관련하여 다수의 소비자들은 복용 전 의사와의 상담 후 복용할 것을 권유하고 있는 것을 확인할 수 있었음

##### ▶ 미국 제품 소비자 리뷰 및 커뮤니티 사이트 비타민 관련 주요 키워드

##### ① 식이보충식품 ② 품질 ③ 성분

[표 2.7] 미국 소비자 리뷰 및 커뮤니티 사이트 ‘비타민’ 제품 주요 키워드

TOPIC 1		TOPIC 2		TOPIC 3	
Dietary	식이보충식품	Hair	모발	Prescription	처방전
Body	신체	Benefit	효능(이점)	Doctor	의사
Absorb	흡수	Blood	혈액	Managing	관리
Effect	영향(효과)	Function	기능	Experience	경험
Recommend	추천	Energy	에너지	Tread	위험
Prevention	예방	Bone	뼈	Check	확인
Nutrition	영양소	Antioxid	항산화	Pain	통증
		Sleep	수면	Condition	컨디션

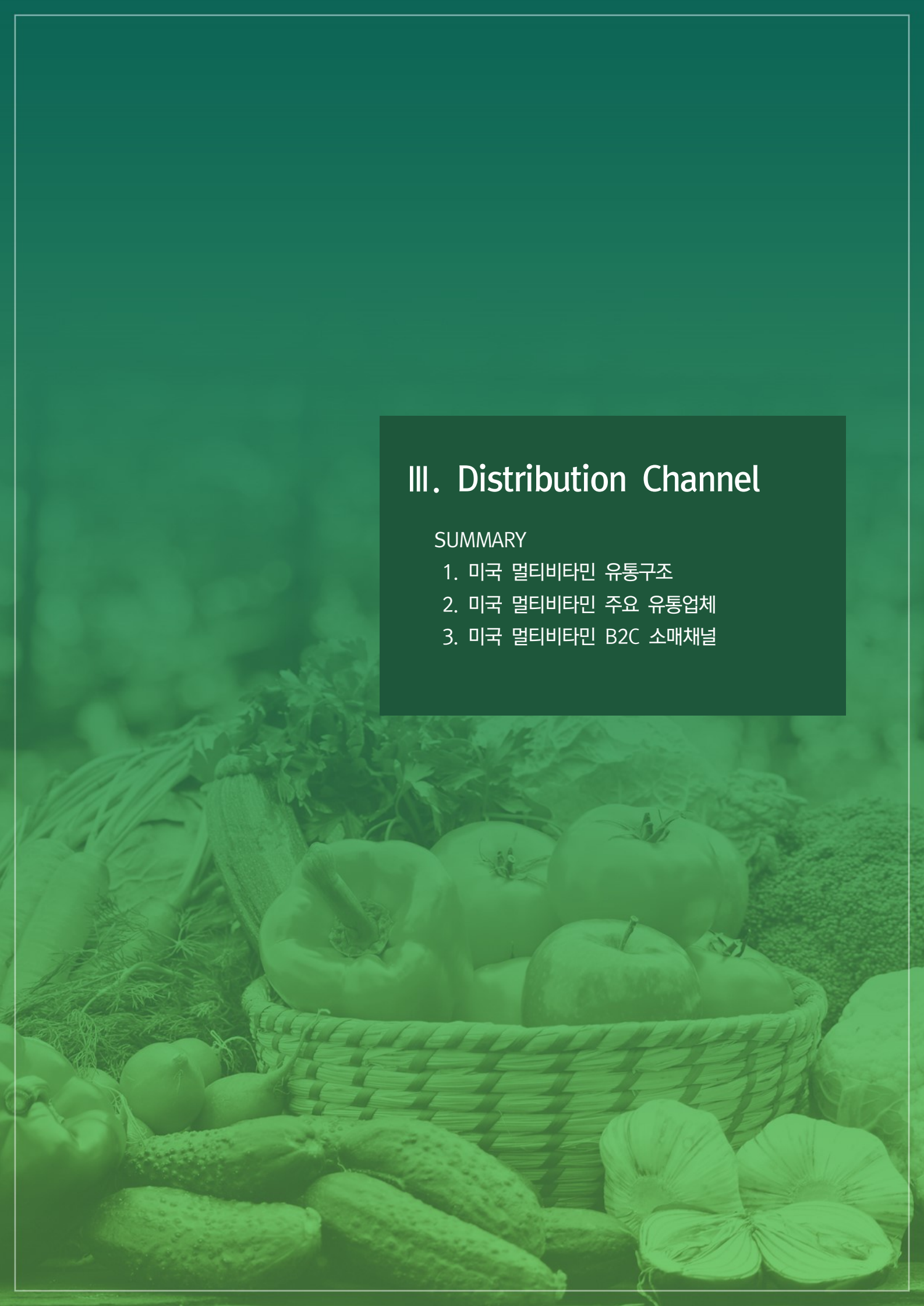
자료 : 미국 커뮤니티 사이트 ‘비타민 보조제’ 관련 593건 분석 (18.01 - 19.11)  
 값 설명: 소비자 커뮤니티 사이트 ‘비타민 보조제’ 관련 주요 도출 키워드

22) LDA란 문서 내 어떤 주제들이 존재하는지 파악하기 위한 분석 기법 중 하나임

### III. Distribution Channel

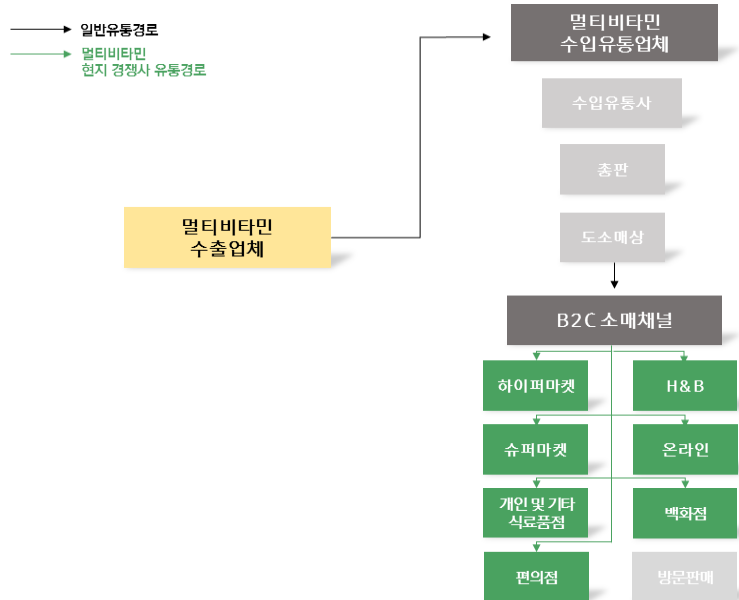
#### SUMMARY

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



# Distribution Channel

(유통채널)



## 미국 (U.S.A)

### 멀티비타민<sup>23)</sup> 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 <sup>24)</sup>	주요 채널 <sup>25)</sup>
B2C 소매 채널	H&B	19.6%	라이트에이드(Rite Aid), 씨브이에스(CVS), 월그린(Walgreens), 지엔씨(GNC)
	온라인	19.3%	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 타겟(Target)
	백화점	17.7%	블루밍데일스(Bloomingdale's), 콜스(Kohl's), 메이시스(Macy's), 제이씨페니(JC Penney)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	16.1%	크로거(Kroger), 홀푸드마켓(Whole Foods Market), 월마트(Walmart), 쇼프라이트(Shoptite), 트레이더조(Trader Joe's)
	개인 및 기타 식료품점 <sup>26)</sup>	12.7%	(-)
	방문판매	11.6%	암웨이(Amway)
	편의점	3%	세븐일레븐(7-Eleven), 와와(Wawa), 씨클케이(Circle K)

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

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

24) 2019년 기준, 미국 내 '비타민 및 식이보조제(Vitamins and Dietary Supplements)'의 유통채널 점유율임

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

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

### 1. 미국 멀티비타민 유통구조

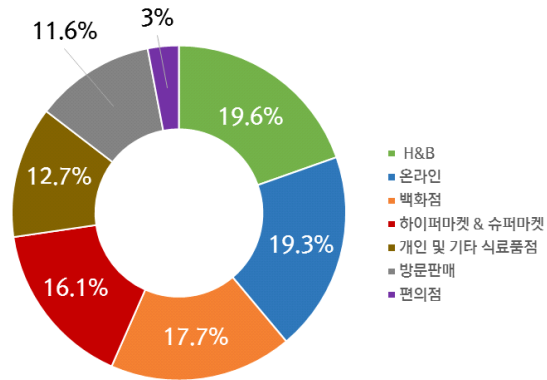
품목 구분 및 분류

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

▶ 미국 멀티비타민 주요 채널

‘H&B(19.6%), 온라인(19.3%), 백화점(17.7%), 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(16.1%)’

[표 3.1] 미국 멀티비타민 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 미국 멀티비타민 유통채널 현황

채널 유형	멀티비타민 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	H&B	19.6%	라이트에이드(Rite Aid), 씨브이에스(CVS), 월그린(Walgreens), 지엔씨(GNC)
	온라인	19.3%	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 타겟(Target)
	백화점	17.7%	블루밍데일스(Bloomingdale's), 콜스(Kohl's), 메이시스(Macy's), 제이씨페니(JC Penney)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	16.1%	크로거(Kroger), 월마트(Walmart), 홀푸드마켓(Whole Foods Market), 쇼프라이트(Shoprite), 트레이더조(Trader Joe's)
	개인 및 기타 식료품점	12.7%	(-)
	방문판매	11.6%	암웨이(Amway)
	편의점	3%	세븐일레븐(7-Eleven), 와와(Wawa), 씨클케이(Circle K)

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

## 2. 미국 멀티비타민 주요 유통업체

### ▶ H&B, 온라인, 백화점, 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓이 대표적

[표 3.3] 미국 멀티비타민 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 <sup>27)</sup> )	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	라이트에이드 (Rite Aid)	H&B	약 216억 3,956만 달러 (약 24조 9,526억 원)	라이트에이드 (Rite Aid), 네이처스바운티 (Nature's Bounty), 지엔씨(GNC)	○
2	씨브이에스 (CVS)	H&B	1,945억 7,900만 달러 (약 224조 3,690억 원)	네이처스바운티 (Nature's Bounty), 맥시헬스 (Maxi Health), 뉴챕터 (Newchapter)	○
3	지엔씨 (GNC)	H&B	약 19억 5,120만 달러 (약 2조 2,499억 원)	뉴제닉스(Nugenix), 지엔시허벌플러스 (Gnc herbal plus), 교릭(Kyolic)	○
4	아마존 (Amazon)	온라인	약 2,329억 달러 (약 268조 5,570억 원)	파인폴른 (Pine Pollen), 스프라우트맨 (Sproutman), 라보뉴트리션 (LABO Nutrition)	○
5	타겟 (Target)	온라인	약 52억 8,470만 달러 (약 6조 938억 원)	가든오브라이프 (Garden of Life), 네이처메이드 (Nature Made), 이멀전-C (Emergen-C)	○

자료: 각 기업 홈페이지, 엘리멘테이션쿠체타드 연간보고서 2019(Alimentation Couche-Tard Annual report 2019), 이터(Eater), 유로모니터(Euromonitor)

27) 1달러=1,153.10

원(2020.01.15., KEB 하나은행 매매기준을 기준)



순번	기업명	기업구분	규모 (매출액)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	콜스 (Kohl's)	백화점	약 202억 달러 (약 23조 2,926억 원)	세로바이탈 (Sero Vital)	0
7	제이씨페니 (JC Penney)	백화점	약 117억 달러 (약 13조 4913억 원)	페리컨MD (Perricone MD), 꼬달리(Caudalie)	0
8	월마트 (Walmart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 5,003억 달러 (약 576조 8,960억 원)	나우(Now), 스완슨(Swanson), 소스내추럴스 (Source Naturals)	0
9	크로거 (Kroger)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 1,212억 달러 (약 139조 7,557억 원)	네이처스바운티 (Nature's Bounty), 네이처메이드 (Nature Made), 센트룸(Centrum)	0
10	홀푸드마켓 (Whole Foods Market)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 157억 달러 (약 18조 1,037억 원)	홀푸드마켓 (Whole Foods Market), 365에브리데이벨류 (365 Everyday value), 블루보닛(Bluebonnet)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

### 3. 미국 멀티비타민 B2C 소매채널

#### 1) H&B



#### ① 라이트에이드(Rite Aid)

	기업명	라이트에이드(Rite Aid)		
	홈페이지	www.riteaid.com/shop		
	위치	펜실베이니아(Pennsylvania)		
	규모	매출액('19)	약 216억 3,956만 달러 (약 24조 9,526억 원)	
기타 규모		매장 수('19): 약 2,469개		
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1962년 설립</li> <li>- 미국 내 18개 주 중 3번째로 큰 규모의 드럭스토어 체인점</li> <li>- 2017년 9월 1,932개 매장과 물류센터 3곳을 월그린(Walgreens)에, 2018년 매장 2,500개를 알버트슨스(Albertsons)<sup>28)</sup>에 매각</li> <li>- 전체 사업은 리테일 파머시 부문과 파머시 서비스 부문으로 나누어 진행</li> </ul>		
				
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 10월 닉스케어애널리틱스(NarxCare Analytics)와 제휴하여 데이터베이스 개선</li> <li>- 2019년 내 약 10개 라이트에이드 매장을 월그린(Walgreens) 매장으로 전환할 계획</li> <li>- 2019년 매장 내 아마존 픽업 서비스 개시 및 연말까지 서비스 제공 매장 1,500여 곳으로 확장</li> </ul>		
	유사제품 정보		제품명	그레이프시드익스트랙트 (Grape Seed Extract)
			종류	포도종자추출물
용량			100정	
원산지			미국	

자료: 라이트에이드(Rite Aid) 홈페이지, 이투데이(Etoday), 앱닷컴(App.com), 로이터(Reuters), 라이트에이드 2018 연간보고서(Rite Aid Annual Report 2018), 유로모니터(Euromonitor), 사진자료: 라이트에이드(Rite Aid) 홈페이지

28) 미국 유통업체

입점 및 협력 정보



입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 건강보조식품, 스낵류, 캔디류, 음료류 등</li> <li>- 일반: 화장품, 전자제품, 잡화류, 위생용품, 유아용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 품질이 뛰어난 상품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품이 많음</li> </ul> </li> </ul>	
	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"> <li>- 홈페이지 하단 메뉴 Corporate Info 카테고리 내 Suppliers Portal 클릭</li> <li>- Find out How to Submit Your Products to the Rite Aid Category Management Team here 클릭하여 RangeMe 가입 후 제품 등록</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> 2. 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 평가 기준 ① 제품 종류에 따른 유효기간 준수</li> <li>· 평가 기준 ② 공급업체 행동강령 준수</li> <li>· 평가 기준 ③ 연 단위로 보험 증명서 제출</li> <li>· 평가 기준 ④ D&amp;B<sup>29)</sup> 신용평가보고서 제출</li> </ul>
	특이사항	RangeMe를 통해 바이어와 연락하여 포탈 가입 후 추가 정보 제공
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> <li>· CSN (식품 브로커)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 : csn-net.com</li> <li>- 전화번호 : +1-612-259-8848 / 이메일 : davet@csnbrokers.com</li> <li>- 기업소개 : 라이트에이드를 포함한 드럭스토어, 슈퍼마켓 등 납품 및 판매 활동 지원</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 라이트에이드(Rite Aid) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

29) 던앤브래드스트리트, 세계 최대의 기업정보/신용평가 기업으로, 전 세계 기업의 신용정보, 마케팅정보, 구매정보 및 의사결정 지원 서비스제공



② 씨브이에스(CVS)

	기업명	씨브이에스(CVS)	
	홈페이지	www.cvs.com	
	위치	로드아일랜드(Rhode Island)	
	규모	매출액(*18)	1,945억 7,900만 달러 (약 224조 3,690억 원)
기타 규모		매장 수(*18): 약 9,900개	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- CVS Health<sup>30)</sup>의 자회사로, 1963년 설립되어 미국, 브라질에서 매장 운영</li> <li>- 2018년 12월 건강보험업체 애트나(Aetna)를 인수하여 건강관리 서비스 확대</li> <li>- 약 1,100개의 미닛클리닉(MinuteClinic) 매장 운영하여 매장 내 PA<sup>31)</sup>가 간단한 질병에 대한 처방전 발급</li> <li>- 6개 도시에서 일반약품과 식품에 한해 당일배송 서비스를 개시하였으며, 점차 확장할 계획</li> </ul>	
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2021년 말까지 약 1,500개의 매장에 간단한 의료서비스를 제공하는 헬스 허브(HealthHUB) 센터를 추가</li> <li>- 2019년 11월, 매출 부진 매장 22개를 2020년에 폐점할 것을 발표</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	데일리멀티플에센셜테블릿 (Daily Multiple Essential Tablets)
		종류	멀티비타민
		용량	365정
		원산지	미국

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

30) 미국 최대 규모의 드럭스토어 체인 중심의 헬스케어 서비스 기업

31) PA(Physician Assistant) : 의사 보조사

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 건강보조식품, 스낵류, 캔디류 등</li> <li>- 일반: 유아용품, 위생용품, 생활용품, 화장품, 의약품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 장기적인 협력 및 안정적인 공급 중시</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품이 많음</li> </ul> </li> </ul>	
	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"> <li>- 홈페이지 하단 메뉴 Corporate Information 카테고리 내 Suppliers 클릭</li> <li>- 공급업체 규정 및 행동강령 확인</li> <li>- Potential Suppliers 클릭하여 RangeMe 가입 후 제품 등록 (cvssuppliers.com)</li> </ul> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> 2. 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 평가 기준 ① WERCSmart<sup>32)</sup> 통해 제품 등록 후 인증</li> <li>· 평가 기준 ② 공급업체 행동강령 준수</li> <li>· 평가 기준 ③ 지정 공인검사기관에서 제조시설 TPI(Third Party Inspection) 실시</li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 온라인 몰 입점 매장 직접 납품, 물류센터 납품 등 공급업체 종류에 따라 제출해야하는 서류 양식이 다르며, 홈페이지를 통해 확인 가능</li> </ul>
	벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Optima Sales (식품 브로커)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 : optimasales.com</li> <li>- 전화번호 : +1-904-318-6030</li> <li>- 기업소개 : CVS를 포함한 드럭스토어, 슈퍼마켓 등 납품 및 판매 활동 지원</li> </ul> </li> </ul>

자료: 씨비에스(CVS) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

32) 제조업체와 소매업체를 연결하는 플랫폼



③ 지엔씨(GNC)

	기업명	지엔씨(GNC)	
	홈페이지	www.gnc.com	
	위치	펜실베이니아(Pennsylvania)	
	규모	매출액('18)	약 19억 5,120만 달러 <sup>33)</sup> (약 2조 2,499억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	기타 규모	- 매장 수('18): 약 3,206개 <sup>34)</sup> - 직원 수('18): 약 15,500명
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1935년 설립</li> <li>- 멕시코, 칠레 등 약 50개국에서 약 1,941개의 가맹점 운영</li> <li>- 8개의 자체브랜드 보유</li> <li>- 라이트에이드(Rite Aid), 샘스클럽(Sam's Club), 펫스마트(PetSmart)에 제품 납품</li> <li>- 온라인 몰, 직영점, 해외 가맹점, 도매 매장 등 다양한 옴니채널 구축</li> </ul>	
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 라이트에이드 매장 입점 계약 2021년까지 연장</li> <li>- 2020년 말까지 약 700-900개의 매출 부진 매장 폐쇄 예정</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	파인박크 에센셜 (Pine Bark Essentials)
		종류	소나무 껍질 추출물
		용량	30정
		원산지	미국

자료: 지엔씨(GNC) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 지엔씨 2018 연간보고서(GNC Annual Report 2018)

사진 자료: 지엔씨(GNC) 홈페이지, 파크오피스(parcoffice)

33) 미국과 캐나다의 통합 매출액임

34) 미국, 캐나다의 총 매장 수임

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 건강보조식품, 의약품, 다이어트식품, 스낵류, 캔디류, 음료류 등</li> <li>- 일반: 화장품, 생활용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존 플랫폼에 없는 신제품</li> <li>- 장기적인 협력 및 안정적인 공급 중시</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 자체 브랜드 내 다양한 다이어트 식품 보유</li> <li>- 제품 라벨에 알레르기 주의 정보 반드시 포함</li> </ul> </li> </ul>		
	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 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 메뉴 ABOUT GNC 카테고리의 New Vendors 클릭하여 Range Me 통해 입점 문의 진행</li> <li>- 입점 승인 후 벤더 포탈 가입</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> <p>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</p>	
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 평가 기준 ① 자사 제품 품질 기준 충족</li> <li>· 평가 기준 ② 원료 공급업체일 경우 GMP<sup>35)</sup> 반드시 충족</li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처: +1-412-288-4600</li> </ul>	
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> <li>· CPG Brokers &amp; Associates (식품, 비식품 브로커 및 마케팅 컨설팅)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 : cpgbrokers.com</li> <li>- 문의사항은 홈페이지 통해서 제출</li> <li>- 기업소개 : 지엔씨 포함한 드럭스토어, 슈퍼마켓 등 납품 및 판매 활동 지원</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 지엔씨(GNC) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

35) Good Manufacturing Practice: 우수약품제조관리기준

2) 온라인



① 아마존(Amazon)

	기업명	아마존(Amazon)	
	홈페이지	www.amazon.com	
	위치	워싱턴(Washington)	
	규모	매출액('18)	약 2,329억 달러 <sup>37)</sup> (약 268조 5,570억 원)
기업 기본 정보	기타 규모	직원 수('18): 약 647,500명	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1994년 설립된 세계 최대의 온라인 쇼핑중개업 회사</li> <li>- 현재 전 세계적으로 175개의 물류센터 보유하고 있으며, 그 중 110여개가 미국에 위치</li> <li>- 물류비용 절감과 배송 단축을 위한 완전 자동화 물류 센터 개발 중</li> <li>- 2017년 홀푸드마켓(Whole Foods Market)을 인수하여 오프라인 식료품 시장 확장</li> <li>- 아마존고(Amazon Go), 아마존포스타(Amazon 4-Star) 등을 런칭하며 오프라인 영역 확대 계획</li> </ul>	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 9월 아마존 온라인 물, 현금결제시스템 '아마존페이코드(Amazon PayCode)' 도입</li> <li>- 2019년 9월 아마존고 시애틀 퍼스트힐 지점 오픈</li> <li>- 2019년 9월 음악 스트리밍 서비스 아마존뮤직HD(Amazon Music HD) 런칭</li> </ul>		
	유사제품 정보		제품명
종류	송화가루		
용량	90정		
원산지	미국		

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

37) 북미지역 매출액은 약 1,414억 달러



입점 및 협력 정보

<b>입점 제품 특징</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 유제품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 면류, 곡류, 음료류, 차(茶)류, 주류 등</li> <li>- 일반: 서적류, 전자제품, 가전제품, 주방용품, 생활용품, 운동기구, 화장품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존 플랫폼에 없는 신제품</li> </ul> </li> </ul>		
<b>입점 등록 절차</b>	<b>등록 유형</b>	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
	<b>등록 방법 및 등록 정보</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 직접 등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 통해 등록 (services.amazon.com/services/soa-approval-category)</li> <li>- Grocery &amp; Gourmet Food 카테고리 Requirement 눌러 자격조건 확인 후 Contact Us 클릭하여 입점 문의 제출</li> <li>- 등록 정보                                     <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일)</li> <li>② 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품종류, 예상매출액, 판매입고량)</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</li> </ol>	
	<b>등록 조건</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 평가 기준 ① 아마존 행동강령 준수</li> <li>· 평가 기준 ② 아마존 자체 브랜드 공급업체일 경우 공인검사 기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과를 통해 품질 기준 충족 인증<sup>38)</sup></li> </ul>	
	<b>특이사항</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 입점 가능한 카테고리 20개 중 식료품을 포함한 10개 제품군은 승인절차 거쳐야 입점 가능</li> </ul>	
<b>벤더 리스트</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· <b>National Sales Solutions (식음료 브로커, 브랜드 마케팅)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 : nationalsalesolutions.com</li> <li>- 전화번호 : +1-636-527-7115 / 팩스 : +1-636-527-2116</li> <li>- 기업소개 : 아마존 포함한 다양한 유통업체 납품 및 판매 활동 지원</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 아마존(Amazon) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

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



② 타겟(Target)

기업 기본 정보	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 938억 원)</td> </tr> <tr> <td>기타 규모</td> <td>매장 수('19): 약 1,851개</td> </tr> </table>	매출액('18)	약 52억 8,470만 달러 (약 6조 938억 원)	기타 규모	매장 수('19): 약 1,851개				
매출액('18)	약 52억 8,470만 달러 (약 6조 938억 원)									
기타 규모	매장 수('19): 약 1,851개									
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1902년 설립</li> <li>- 1999년 온라인 몰을 런칭하여 미국을 중심으로 운영</li> <li>- 1,000개의 매장에서 드라이브업(Drive-Up) 서비스 개시하여 픽업 지점 운영</li> <li>- 온라인 몰 운영에 투자를 확대할 계획</li> </ul>									
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 9월 20주년 기념 300여개의 인기품목 할인행사 진행</li> <li>- 2019년 1분기 온라인 매출액 42% 증가</li> <li>- 온라인 매출액 5년 동안 25%씩 지속적으로 증가</li> <li>- 2018년 오프라인 매장 매출액이 3.2% 증가한 것에 비해 온라인 몰 매출액은 36%로 크게 증가함</li> </ul>									
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>마이카인드올가닉맨스데일 리멀티비타민 (My kind Organic Men's Daily Multivitamin)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>비타민</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>30정</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>미국</td> </tr> </table>	제품명	마이카인드올가닉맨스데일 리멀티비타민 (My kind Organic Men's Daily Multivitamin)	종류	비타민	용량	30정	원산지	미국
제품명	마이카인드올가닉맨스데일 리멀티비타민 (My kind Organic Men's Daily Multivitamin)									
종류	비타민									
용량	30정									
원산지	미국									

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

입점 및 협력 정보

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

자료: 타겟기업(Corporate Target) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 백화점



① 콜스(Kohl's)

기업 기본 정보	기업명	콜스(Kohl's)								
	홈페이지	www.kohls.com								
	위치	위스컨신(Wisconsin)								
	규모	연매출('18) 약 202억 달러 (약 23조 2,926억 원)  기타 규모 직원 수('18): 약 129,000명 매장 수('18): 약 1,100개								
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1962년 설립</li> <li>- 중산층 고객을 타겟으로 백화점 운영</li> <li>- 미국 동부를 중심으로 49개주에서 매장 운영</li> <li>- 미국 전역에 14개의 물류센터 운영</li> <li>- 여러 제품군에서 다양한 프로모션 진행</li> <li>- 지역사회 공헌 목적의 캠페인 다수 진행</li> <li>- 모든 매장에서 온라인쇼핑과 제품픽업 서비스 가능</li> <li>- 모든 매장에서 아마존리턴즈 서비스 운영</li> </ul>									
기업 최근 이슈	- 2019년 세계에서 가장 윤리적인 기업(World's Most Ethical Companies)으로 선정									
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>세로바이탈어드밴스드 (SeroVital Advanced)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>식이보충제</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>180정</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>미국</td> </tr> </table>	제품명	세로바이탈어드밴스드 (SeroVital Advanced)	종류	식이보충제	용량	180정	원산지	미국
제품명	세로바이탈어드밴스드 (SeroVital Advanced)									
종류	식이보충제									
용량	180정									
원산지	미국									

자료: 콜스(Kohl's) 홈페이지, 포브스(Forbes) 홈페이지  
 사진 자료: 유에스에이투데이(USA.today) 홈페이지, 콜스(Kohl's) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 주류, 음료류, 신선식품, 소스류 등</li> <li>- 일반: 생활용품, 유아용품, 패션용품, 화장품, 가구 잡화 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식료품의 종류는 다양하지 않으나, 주로 프리미엄 브랜드 제품을 세트 형태로 판매</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지를 통한 직접등록 (<a href="http://corporate.kohls.com/company/suppliers/become-a-supplier">corporate.kohls.com/company/suppliers/become-a-supplier</a>)</li> <li>- 콜스 사의 포털 Jaggaer Network에서 계정 생성 (<a href="http://www.jaggaer.com/network">www.jaggaer.com/network</a>)</li> <li>- 페이지에 제품 등록</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의사항 연락처: <a href="mailto:KohlsSuppliers@Kohls.com">KohlsSuppliers@Kohls.com</a></li> </ul>

자료: 콜스(Kohl's) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 제이씨페니(JC Penney)

	<b>기업명</b>	제이씨페니(JC Penney)		
	<b>홈페이지</b>	www.jcpenney.com		
	<b>위치</b>	텍사스(Texas)		
	<b>규모</b>	<b>총매출('18)</b>	약 117억 달러 (약 13조 4913억 원)	
<b>기업 기본 정보</b>	<b>기타 규모</b>	- 매장 수('18): 약 850개 - 직원 수('18): 약 9,5000명		
	<b>기업 요약</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1902년 설립</li> <li>- 1994년 의류·가구 온라인 몰 '제이씨피닷컴(jcp.com)'을 오픈하면서 온라인 몰 시장 선도</li> <li>- 온라인 주문 상품을 픽업지역에서 받을 수 있고 당일 픽업도 가능</li> <li>- 11개의 공급체인 시설 보유</li> </ul>		
		 		
<b>기업 최근 이슈</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019 다이버시티(DiversityInc)가 선정한 다채로운 리더십(Diverse Leadership) 부문에서 1위 선정</li> <li>- 2019 에너지스타(Energy Star)의 지속가능우수성(Sustained Excellence) 파트너로 선정</li> <li>- 2019년 밀리터리프렌들리(Military Friendly) 고용주로 선정</li> </ul>			
<b>유사제품 정보</b>		<b>제품명</b>	바인엑스퍼트다이어터 리서플리먼트 (Vinexpert Dietary Supplement)	
		<b>종류</b>	안티에이징 케어 포도 캡슐	
		<b>중량</b>	30정	
		<b>원산지</b>	프랑스	

자료: 제이씨페니(JC Penney) 홈페이지, 글로브뉴스와이어(Globenewswire) 홈페이지, 힙2세이브(Hip2save) 홈페이지  
 사진 자료: 플리커(Flicker), 멀티채널머스탈트(Multichannelmerchant) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 입점 가능 품목                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 스낵류, 건강보조식품, 음료류 등</li> <li>- 일반: 생활용품, 유아용품, 패션용품, 화장품, 가구 잡화, 헤어용품 등</li> </ul> </li> <li>• 특이사항                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식료품보다는 물품 위주로 구성</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 유선 또는 이메일을 통한 직접 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자 가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 공급자 준수사항 존재</li> <li>- EDI<sup>39)</sup>를 통한 공급자 전자문서교환서비스 제공</li> <li>- 서플라이어 다이버시티(Supplier Diversity) 프로그램을 통해 소수계층의 공급자 보호</li> <li>- 문의사항 연락처 전화번호: 1-800-322-1189 이메일: support@jcp.com</li> </ul>

자료: 제이씨페니(JC Penney) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

39) 전자문서교환

4) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓



① 월마트(Walmart)

기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart)		
	홈페이지	www.walmart.com		
	위치	아칸소(Arkansas)		
	규모	매출액('18)	약 5,003억 달러 (약 576조 8,960억 원)	
		기타 규모	- 매장 수('18): 약 4,756개 - 직원 수('18): 약 150만 명	
기업 요약	- 1962년 설립 - 월마트 내 13개 자사 브랜드 운영 - 10개국에서 이커머스(E-Commerce) 사이트 운영 - 슈퍼센터(Supercenter)와 디스카운트스토어(Discount Stores) 등 다양한 형태로 매장 운영 - 50개 모든 주에서 매장 운영 - 약 150개의 물류 센터 및 폭넓은 유통 채널 보유 - 온라인 쇼핑사이트 한 달 기준 1억 명 이상의 사용자 기록			
기업 최근 이슈		- 2019년 3분기 신선식품 매출액이 크게 증가했으며, 지속적으로 품목 다양화 도모 - 2019년 5월부터 일부지역 매장에서 멤버십 가입 시 하루 만에 배송을 받아볼 수 있는 배송서비스 '겟프리넥스트데이딜리버리(Get Free Next Day Delivery)' 개시		
유사제품 정보		제품명	파인바크익스트랙트 (Pine Bark Extract)	
		종류	소나무 껍질 추출물	
		용량	90정	
		원산지	미국	

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



입점 및 협력 정보

<p><b>입점 제품 특징</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 향신료, 신선식품, 건조식품, 건강보조식품, 차(茶)류, 즉석식품 등</li> <li>- 일반: 의류, 화장품, 완구류, 가구류, 잡화류, 전자제품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 좋은 품질과 가격 경쟁력을 갖춘 제품</li> </ul> </li> </ul>		
<p><b>입점 등록 절차</b></p>	<p><b>등록 유형</b></p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<p>1. 홈페이지를 통한 직접 문의</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 체크리스트 참고하여 필요 정보 및 서류 확인</li> <li>- 매점 입점(Store&amp;Club)과 온라인 입점(E-Commerce)을 선택하여 제안서 제출 (한국어 번역 제공) (www.corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier)</li> <li>- 홈페이지 기입 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자이름, 공급자 번호/DUNS<sup>40)</sup> 번호, 납세자 식별 번호, 회사 주소, 연락담당자, 전화번호, 이메일 주소, 계좌 정보 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 외 제품 설명)</li> </ul> </li> </ul> <p>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</p>	
	<p><b>등록 조건</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 평가 기준 ① 제조시설 정보 및 Audit 실시 결과보고서 제공</li> <li>· 평가 기준 ② Dun &amp; Bradstreet 등록</li> <li>· 평가 기준 ③ GFSI 인증<sup>41)</sup></li> </ul>	
	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Walmart.com 홈페이지 통해 판매 중개 서비스 제공 (marketplace.walmart.com)</li> <li>- 식료품 납품 시, 월마트 식료품 준수 사항 'Walmart Food Safety Requirements'를 충족해야함</li> <li>- 문의사항 연락처 이메일: supplier64@wal-mart.com</li> </ul>	
<p><b>벤더 리스트</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· <b>Savino Sales and Marketing(식품 브로커)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 : savinosalesandmarketing.com</li> <li>- 전화번호 : +1-479-799-8311</li> <li>- 기업소개 : 월마트, 샘스클럽 납품 및 판매 활동 지원</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 월마트(Walmart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

40) Data Universal Numbering System: 국제 사업자 등록 번호

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



② 크로거(Kroger)

	<b>기업명</b>	크로거(Kroger)		
	<b>홈페이지</b>	www.kroger.com		
	<b>위치</b>	오하이오(Ohio)		
	<b>규모</b>	<b>매출액(*18)</b>	약 1,212억 달러 (약 139조 7,557억 원)	
<b>기업 기본 정보</b>	<b>기업 요약</b>	<b>기타 규모</b>	매장 수(*18): 약 2,800개	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1883년 설립</li> <li>- 35개 주에서 매장 운영</li> <li>- 44개의 물류센터 보유</li> <li>- 자사 브랜드 판매 매출액이 전체 매출 26%를 차지</li> <li>- 크로거 제로 헝거(Kroger Zero Hunger), 제로웨이스트 이노베이션펀드(Zero Waste Innovation Fund) 등 다양한 캠페인 전개<sup>42)</sup></li> <li>- 티몰(Tmall), 마이크로소프트(Microsoft) 등과 파트너십 체결</li> </ul>			
<b>기업 최근 이슈</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2020년부터 매장 픽업 서비스를 무료로 제공할 예정</li> <li>- 2019년 11월 브랜드 로고 및 슬로건 교체</li> <li>- 2018년 대비 음식물쓰레기 배출량 9% 감소 등 친환경적 행보</li> <li>- 2018년 온라인 세일 58% 증가</li> <li>- 2018년 하루 평균 약 1,100만 건의 거래가 이루어지며 이 중 약 97%는 로열티 카드를 통한 거래</li> </ul>			
	<b>유사제품 정보</b>		<b>제품명</b>	어덜트 멀티비타민 (Adult Multivitamin)
		<b>종류</b>	멀티비타민	
		<b>용량</b>	200정	
		<b>원산지</b>	미국	

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

42) 크로거가 2017년부터 실시한 기아 제로, 폐기물 제로 캠페인. 2025년까지 기아와 음식물 쓰레기 감소를 목표로 기금을 조성함

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<p>• <b>입점 가능 품목</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 차(茶)류, 스낵류, 건강보조식품 등</li> <li>- 일반: 화장품, 생활용품, 세탁용품, 가전제품, 의류 등</li> </ul> <p>• <b>특이사항</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 국가의 수입식품을 취급하고 있으나 현지 생산 제품 선호</li> <li>- 신선도 높은 제품 선호</li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<p>1. 홈페이지 통해 사전 등록 후 제안서 제출 (www.thekrogerco.com/vendors-suppliers/become-a-supplier)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 사전등록 시 기입한 이메일을 통해 The Supplier Hub로부터 제안서 관련 내용 회신</li> </ul> <p>사전등록 시</p> <p>① 공급자 정보 (회사명, 사업자등록번호/납세자식별번호, 연락처)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 사업자등록번호/납세자번호 없이 사전 등록 불가</li> </ul> <p>사전등록 후</p> <p>② 이메일 회신에 첨부된 링크로 들어가 user ID와 임시 비밀번호 이용하여 등록 절차 완료</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품 설명은 정해진 형식에 따라 작성</li> </ul> <p>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</p>
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 평가 기준 ① Animal Welfare Policy 기준 충족</li> <li>· 평가 기준 ② GCC 및 KGCC 인증<sup>43)</sup> 취득</li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 크로거사의 벤더관리시스템 (Supplier Hub) 통해서만 입점 가능</li> <li>- 제안서 검토 최소 1주 소요</li> <li>- 기업 및 공급자 다양성 추구</li> </ul>
벤더 리스트	<p>· GLENMOOR BROKERAGE (식품 브로커)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 : glenmoorbrokerage.com</li> <li>- 전화번호 : +1-602-414-0060</li> <li>이메일 : ericglenn@glenmoorbrokerage.com</li> <li>- 기업소개 : 크로거 및 다양한 리테일 기업 납품 및 판매 활동 지원</li> </ul>	

자료: 크로거(Kroger) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

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



③ 홀푸드마켓(Whole Foods Market)

기업 기본 정보	기업명	홀푸드마켓(Whole Foods Market)	
	홈페이지	www.wholefoodsmarket.com	
	위치	텍사스(Texas)	
	규모	총매출('16)	약 157억 달러 (약 18조 1,037억 원)
기업 기본 정보	기타 규모	- 매장 수('18): 약 500개 - 직원 수('18): 약 95,000명	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1980년 설립</li> <li>- 42개주에서 482개의 유기농 전문매장 운영</li> <li>- 2017년 아마존에 인수</li> <li>- 아마존 프라임나우(Prime Now)를 통해 온라인 판매 진행</li> <li>- 최근 매출액 부진</li> <li>- 2020년 아마존 투자 증대 예상</li> </ul>	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 오하이오 주 내 11번째 매장 오픈</li> <li>- 2019년 2분기 기준 판매제품 평균가격이 전년대비 약 2.5% 감소하는 등 제품가격 인하 정책 전개</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	Pycnogenol Pine Bark Extract (피크노제놀파인발크익스 트랙트)
종류		소나무 껍질 추출물	
중량		60정	
원산지		미국	

자료: 홀푸드마켓(Whole Foods Market) 홈페이지, 비즈나우(Bisnow), 더모틀리풀(The Motely Fool), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 홀푸드마켓(Whole Foods Market) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p><b>입점 제품 특징</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 가공식품, 신선식품, 차(茶)류, 즉석식품, 스낵류, 캔디류, 주류, 음료류, 건강식품, 소스류 등</li> <li>- 일반: 유아용품, 가전제품, 화장품, 가구 잡화 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 원산지가 명확히 표기된 식품</li> <li>- 판매제품 55%이상이 유기농식품(Non-GMO)</li> <li>- 비건(Vegan), 저지방, 무설탕 등의 다양한 종류의 제품 선호</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 경쟁업체 대비 가격대가 다소 높은 편임</li> </ul> </li> </ul>	
<p><b>입점 등록 절차</b></p>	<p><b>등록 유형</b></p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<p>1. RangeMe 홈페이지 통한 직접 등록 (www.rangeme.com/whole-foods-landing)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 계정 생성 후 제품 등록</li> <li>- 홈페이지 기입 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 기업 연매출, 전화번호 및 이메일)</li> <li>② 공급 제품 정보 (제품군, 브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매가격)</li> </ul> </li> </ul> <p>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</p>
	<p><b>등록 조건</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 평가 기준 ① 홈페이지에서 제공되는 Unacceptable Ingredients for Food List 에 포함되는 식품첨가물 미포함</li> <li>· 평가 기준 ② Non-GMO</li> </ul>
	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- INFORMATION FOR POTENTIAL SUPPLIERS에서 품질 기준서 참고하여 모든 구성성분 기입 (www.wholefoodsmarket.com/information-potential-suppliers)</li> </ul>
<p><b>벤더 리스트</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· <b>Optima Sales &amp; Maketing (식품 브로커)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 : optimasales.com</li> <li>- 전화번호 : 1-904-318-6030 / 이메일 : jeff@optimasales.com</li> <li>- 기업소개 : 월마트, 홀푸드마켓, 세븐일레븐, 크로거 등 납품 및 판매 활동지원</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 홀푸드마켓(Whole Foods Market) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

## IV. Customs·Quarantine

### SUMMARY

1. 미국 멀티비타민 인증 취득
2. 미국 멀티비타민 사전 심사
3. 미국 멀티비타민 업체·제품 등록
4. 미국 멀티비타민 라벨 심의
5. 미국 멀티비타민 서류 준비
6. 미국 멀티비타민 세금 납부
7. 미국 멀티비타민 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"> <li>강제 인증 有</li> <li>CGMP 인증 필요</li> </ul>	(*) 한국 식품의약품안전처 - 문의처 : www.mfds.go.kr
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>사전 수입 식품 통지</li> <li>제품의 도착항 도착 이전 수입 식품 통지 필요</li> </ul>	(*) 미국 식품의약국 - PNS(사전 수입 식품 통지) - 문의처 : www.fda.gov
Step 03. 업체·제품 등록	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품 시설 등록</li> <li>수출 전 식품 제조 시설에 대한 등록</li> </ul>	(*) 미국 식품의약국 - Registration of Food Facilities (식품 시설 등록) - 문의처 : www.fda.gov
Step 04. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> <li>라벨 표기사항</li> <li>미국 식품의약국 규정 준수</li> </ul>	(*) 미국 식품의약국 - FDA 라벨 규정 - 문의처 : www.fda.gov
Step 05. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> <li>일반 서류</li> <li>원산지 증명서</li> </ul>	(*) 미국 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov (*) 세관국경보호국 - 문의처 : www.cbp.gov
Step 06. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> <li>포워딩 업체 섭외</li> </ul>	(-)
Step 07. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입신고</li> <li>서면 또는 ACE를 이용하여 신청</li> <li>적하목록, 물품신고서, 상업송장 등</li> </ul>	(*) 세관국경보호국 - 문의처 : www.cbp.gov (*) 미국 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov
Step 08. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> <li>납세 신고</li> <li>도착 전 7일, 도착 후 10일 이내에 신고</li> <li>ACE 시스템을 이용하여 납부</li> <li>통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등</li> <li>관세율 0%</li> <li>판매세 주별로 상이(최대 7.25%)</li> </ul>	(*) 세관국경보호국 - 문의처 : www.cbp.gov - 참조처 : dataweb.usitc.gov
Step 09. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>물리(관능) 검사</li> <li>ATS에 의해 분류 후 물품 또는 서류 검사</li> <li>제품 검사</li> <li>제출 받은 서류를 바탕으로 서류 심사 진행 후 샘플 검사 여부 결정</li> </ul>	(*) 세관국경보호국 - 문의처 : www.cbp.gov (*) 미국 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov

## 1. 미국 멀티비타민 인증 취득

### 인증 취득

미국으로 제품 수출 시, 필요하거나 선택 가능한 인증 정보를 제공함

### 멀티비타민

멀티비타민 품목은 건강기능식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

### ▶ 미국 수입 건강기능식품 ‘적용 받는 강제 인증 有’

미국으로 멀티비타민 제품이 진출 시 반드시 취득해야하는 강제 인증이 있는 것으로 확인됨. 건강기능식품의 식품 검역을 담당하고 있는 미국 식품의약국은 건강기능식품 제품에 대하여 CGMP 인증을 받도록 의무적으로 규정하고 있음. 또한, HACCP, ISO 22000 등과 같이 식품의 생산과 그 안전성에 대한 인증의 경우 선택적으로 획득하여 활용할 수 있음

할랄 인증을 받고자 하는 경우 다양한 기관으로부터 해당 인증을 취득할 수 있으며, 미국 시장에서는 할랄 인증기관인 IFANCA를 통하여 할랄 인증을 획득할 수 있음

[표 4.1] 미국 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 마크
CGMP	식품 생산 안전 인증	필수	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
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	
HALAL	식품 생산 인증	선택	IFANCA (Islamic Food and Nutrition Council of America)	

자료 : 각 인증기관



[표 4.2] 미국 식품 인증 취득

	절차	기간
CGMP	서류제출>서류검토>현장실사 및 시설조사>판정>인증 발급	14일
	서류	비용
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	-
HACCP	절차	기간
	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
HALAL	절차	기간
	신청서제출>서류 평가>인증 비용 산정>현장평가(미팅)>서류 재검토>현장검사>마무리 미팅>평가서 작성>승인여부 결정	-
	서류	비용
	제품 상세정보, 사용 원료 정보, 위생관련 정보 등	-

자료 : 각 인증기관

## 2. 미국 멀티비타민 사전 심사

### 사전 심사

미국으로 제품 수출 시, 품목에 대한 사전 규제 심사제도 정보를 제공함

### 멀티비타민

멀티비타민 품목은 건강기능식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 미국 멀티비타민 제품 수출을 위한 사전 심사 ‘불필요’
- ▶ 미국 멀티비타민 제품 수입 전 식품의약국으로 ‘사전 수입 통지 필요’

사전 수입 통지 절차는 바이오테러리즘법에 의거하여 효율적인 식품 통관 검역 절차를 수행하기 위하여 시행됨. 미국 식품의약국을 통하여 수입하는 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](http://www.access.fda.gov))를 통하여 PNSI(Prior Notice System Interface) 접속 후, 미국 식품의약국에서 제시하는 가이드 및 그 절차에 따라 진행됨. 사전 통지 절차의 경우 운송수단에 따라 제출 기한이 정해지며, 해당 기간 이전에 제출해야 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 멀티비타민 업체·제품 등록

#### 업체·제품 등록

미국으로 제품 수출 시, 요구되는 업체 또는 제품 등록제도 정보를 제공함

#### 멀티비타민

멀티비타민 품목은 건강기능식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 미국 건강기능식품 통관을 위한 사전 ‘식품 제조시설 등록 필요’
- ▶ 미국 식품의약국(FDA)에서 ‘온라인’ 등록만 가능

2002년 발효된 바이오테러리즘법(Bioterrorism Act)은 미국 내에서 식품을 제조하는 제조시설과 외국에서 식품을 제조하여 미국으로 수출하는 해외 제조시설 모두에게 등록 의무를 부과하고 있음. 이에 따라 미국으로 식품을 수출하고자 하는 국내 제조업체는 미국 식품의약국(FDA)을 통해 식품 제조시설 등록 절차를 필수적으로 진행해야함. 식품 제조시설 등록 신청은 2019년까지 온라인과 서면을 통해 가능하였으나 2020년 1월 4일부터 온라인을 통해서만 등록 신청을 진행하도록 규정이 변경되어 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 : <a href="http://www.access.fda.gov">www.access.fda.gov</a> - 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 멀티비타민 라벨 심의

#### ▶ 미국 라벨 규정

[표 4.5] 미국 라벨 관리 규정

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

자료 : 미국 식품의약국(FDA)

<p>세부 내용</p>	<p>라벨 표기사항 (가이드)</p>	<p>알레르기표기</p> <p>주요 알레르기 성분은 8개의 주요 식품 또는 그 식품 그룹 또는 식품으로부터 추출된 단백질을 포함하는 성분을 의미</p> <p>우유, 달걀, 생선, 갑각류, 조개, 땅콩, 대두, 견과류, 밀</p> <p>8개 주요 알레르기 성분을 제외한 기타 알레르기 식품의 경우 라벨 표기 의무 제외</p> <p>식품 제조에 사용되는 착색료, 감미료 등의 모든 식품첨가물과 기타 원료에 해당</p> <p>원료 정보를 작성하며 일반명/관용명의 알레르기 성분을 표기 하거나 또는 별도로 해당하는 알레르기 성분을 포함하고 있음을 원료 정보에 붙여서 작성하거나 원료 정보 그 다음에 바로 표기 할 것</p> <p>별도로 표기를 하는 경우 글자 크기는 원료 정보의 글자 크기보다 작지 않도록 할 것</p> <p>견과류, 생선, 갑각류, 조개류의 경우 정확한 해당 원료명을 기재할 것 e.g. 견과류의 경우 아몬드, 호두 등</p> <p>원료에 포함되어 있지 않은 알레르기 성분에 대한 “May Contain” 문구 미표기 가능</p>
	<p>건강기능식품 제품 라벨 표기 유의사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 건강기능식품에 사용할 수 있는 건강관련 강조 표시는 “건강강조표시 (health claim)”와 “구조/기능 강조표시 (structure/function claim)” 및 “영양소함량 강조표시 (nutrient content claim)”가 있음             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 건강강조표시 (health claim)는 “상당한 과학적 합의 (Significant Scientific Agreement,SSA)에 의한 강조표시 (NLEA 또는 FDAMA에 의해 허가)와 제한적 건강강조표시(영양증진을 위한 소비자 건강정보 발의에 의해 허가)의 2가지 유형이 있음</li> <li>- 구조/기능 강조표시(Structure/Function claim)는 식이 보충제가 신체의 구조, 또는 기능에 영향을 줄 수 있다는 것을 나타내는 기술이며, 영업자는 시판 30일 이내에 FDA에 통지해야 함</li> <li>- 영양소함량 강조표시(nutrient content claim)는 식품 내 영양소 수준을 직간접적으로 나타내는 정보표시이며, 통상적으로 섭취 기준량 대비 영양소요량을 고려하여 승인됨</li> </ul> </li> </ul>

자료 : 미국 식품의약국(FDA)

▶ 미국 멀티비타민 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

앞면(영어)

- ① 브랜드명 : Nature's Way
- ② 제품설명 : Orchard Fruits/Garden Veggies-dried blend(100mg) High Potency B-Vitamins-convert food to energy
- ③ 제품명 : Alive! Women's Energy Multi-vitamin · Multi-mineral
- ④ 제품분류 : DIETARY SUPPLEMENT
- ⑤ 용량 : Once daily 50 Tablets



[뒷면 라벨링]

앞면(국문)

- ① 브랜드명 : Nature's Way
- ② 제품설명 : 과수원 과일/정원 채소-건조 혼합물 (100mg) 높은 효능의 비타민 B-음식을 에너지로 전환
- ③ 제품명 : Alive! Women's Energy Multi-vitamin · Multi-mineral
- ④ 제품분류 : 건강보조식품
- ⑤ 용량 : 하루 한 알, 총 50알

뒷면(영어)

- ① 섭취방법(Suggested Use) : Take 1 tablet daily, preferably with food. If you are pregnant, nursing or taking any medications, consult a healthcare professional before use. Not formulated for use in men or children. Do not exceed recommended use.
- ② 영양성분표(Supplement Facts) :

Serving Size 1 Tablet		
	Amount for serving	% Daily Value
Vitamin A	900 mcg	100%
Vitamin C	90 mg	100%
Vitamin D3	50 mcg	250%
Vitamin E	15 mg	100%
Vitamin K	120 mcg	100%
Thiamin	2.4 mg	200%
Riboflavin	2.6 mg	200%

뒷면(국문)

- ① 섭취방법 : 하루에 한 알씩 섭취하십시오. 임신 중이거나 약을 복용하고 있는 경우, 사용 전에 전문가와 상담하십시오. 남자나 어린아이를 위한 제조된 제품이 아닙니다. 권장 사용량을 초과하지 마십시오.
- ② 영양성분표 :

1회 섭취량		
	섭취량	% 일일 섭취량
비타민 A	900 mcg	100%
비타민 C	90 mg	100%
비타민 D3	50 mcg	250%
비타민 E	15 mg	100%
비타민 K	120 mcg	100%
티아민	2.4 mg	200%
리보플라빈	2.6 mg	200%

Niacin	less than 1g	100%
Vitamin B6	10mg	250%
Folate	16 mg	100%
Vitamin B12	4.25 mg	500%
Biotin	400 mcg DFE	100%
Pantothenic Acid	12 mcg	150%
Calcium	30 mcg	20%
Iron	7.5 mg	100%
Iodine	260 mg	100%
Magnesium	18 mg	12%
Zinc	150 mcg	100%
Selenium	50 mg	100%
Copper	11 mg	100%
Manganese	55 mcg	100%
Orchard Fruits & Garden Veggies Powder Blend: Blueberry, Orange, Carrot, Pomegranate, Plum, Strawberry, Apple, Beet, Pear, Tomato, Raspberry, Broccoli, Cherry, Spinach, Cauliflower, Grape, Acai, Asparagus, Banana, Brussels Sprout, Cabbage, Cranberry, Cucumber, Pea,	100 mg	**
Boron	150 mcg	**
Lutein	100 mcg	**

\*Based on a 2,000 calorie diet.

- ③ 원료(Other Ingredients) : Calcium Carbonate, Cellulose, Orchard Fruits™ and Garden Veggies™ Blend (Blueberry, Orange, Pomegranate, Kale, Parsley, Spinach, Wheat Grass, Asparagus, Brussels Sprout, Strawberry, Plum, Pear, Tomato, Broccoli, Apple, Beet, Cauliflower, Raspberry, Banana, Cranberry, Pea, Pineapple, Pumpkin, Cabbage, Carrot, Garlic), Magnesium Oxide, Ascorbic Acid (Vitamin C), (Vitamin E), Ferrous Fumarate (Iron), Sodium ...
- ④ 주의사항 : Accidental overdose of iron-containing products is a leading cause of fatal poisoning in children under 6. Keep this product out of reach of children. In case of accidental overdose, call a doctor or poison control center immediately  
If you are pregnant, nursing, or taking medications, consult a healthcare professional before use.

니아신	less than 1g	100%
비타민 B6	10mg	250%
엽산	16 mg	100%
비타민 B12	4.25 mg	500%
비오틴	400 mcg DFE	100%
판토텐산	12 mcg	150%
칼슘	30 mcg	20%
철	7.5 mg	100%
요오드	260 mg	100%
마그네슘	18 mg	12%
아연	150 mcg	100%
셀레늄	50 mg	100%
구리	11 mg	100%
망간	55 mcg	100%
과수원 과일 & 정원 채소 혼합 분말: 블루베리, 오렌지, 석류, 플럼, 딸기, 애플, 비트, 피어, 토마토, 라스베리, 브로콜리, 체리, 체리, 시금치, 콜리플라워, 그레이트 이카 이, 아스파라거스, 바나나, 브뤼셀 스프라우트, 양배추, 크랜베리, 오이, 완두콩	100 mg	**
붕소	150 mcg	**
루테인	100 mcg	**

\*일일 권장 칼로리 2,000칼로리를 기준으로 하였음

- ③ 원료: 탄산칼슘, 셀룰로오스, 과일 채소 혼합 분말(블루베리, 오렌지, 석류, 케일, 파슬리, 시금치, 밀풀, 아스파라거스, 브뤼셀 스프라우트, 딸기, 자두, 배, 토마토, 브로콜리, 사과, 비트, 콜리플라워, 산딸기, 바나나, 크랜베리, 완두콩, 파인애플, 호박, 양배추, 당근, 마늘, 산화마그네슘, 아스코르빅산(비타민C),(비타민 E), 페러스 후마레이트(아이언), 나트륨 ...
- ④ 주의사항 : 철분이 함유된 제품을 과다 복용할 경우 6살 이하의 어린이에게 치명적인 식중독을 일으킬 수 있음. 아이들의 손이 닿지 않는 곳에 보관할 것. 실수로 과다 복용했을 경우, 즉시 의사나 병원에 연락하여 조치를 취해야함. 임신 중이거나 약물을 복용하고 있을 경우에는 섭취 전에 의료 전문가와의 상담이 필요함

## 5. 미국 멀티비타민 서류 준비

### 서류 준비

미국으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보를 제공함

### 멀티비타민

멀티비타민 품목은 건강기능식품으로 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 물품 반출까지 모든 통관 업무를 진행해야 함. 수입 물품 관세에 대해서는 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 진행할 수 있음. 특별히 정해진 양식은 없으나 반드시 기재해야 하는 정보가 있어 유의해야 함. 우리나라에서는 작성해야 하는 필수 항목을 포함한 원산지증명서 권고 양식을 두고 있어, 해당 서식<sup>44)</sup>을 활용하면 쉽게 작성할 수 있음

[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)

44) FTA종합지원센터(okfta.kita.net) ‘FTA활용’ 항목의 ‘원산지증명서발급-자율증명방식’ 페이지를 통해 확인 가능함



## 6. 미국 멀티비타민 세금 납부

### 세금 납부

미국으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보를 제공함

### 멀티비타민

멀티비타민 품목은 건강기능식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 미국 건강기능식품 HS CODE 2106.90.9898, 관세율 0% 적용
- ▶ 한-미 FTA 발효로 협정세율 적용

멀티비타민 수입 시 미국에서는 HS CODE 2106(따로 분류되지 않은 조제 식료품)의 2106.90.9898(기타) 세번이 적용됨.<sup>45)</sup> 미국 수입 시 기본 세율은 6.4%이나 한-미 FTA 발효로 0%의 협정 세율을 적용받음. 관세 외에도 판매세(Sales Tax)를 납부해야하며 해당 세율은 최대 7.25%이고 주(State)마다 달리 적용됨

- 수입 서류 심사비용에 100달러(약 12만 원)<sup>46)</sup> 소요
- 수입 서류 심사 기간은 8시간 소요
- 통관 비용은 175달러(약 21만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 2시간 소요

[표 4.7] 한국·미국 HS CODE 비교 및 미국 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	
	2106.90	기타	
	2106.90.9099	기타	
미국	2106.90.9898	기타	
관세	기본관세율	6.4%	
	협정 세율	0%	
판매세		최대 7.25%	

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

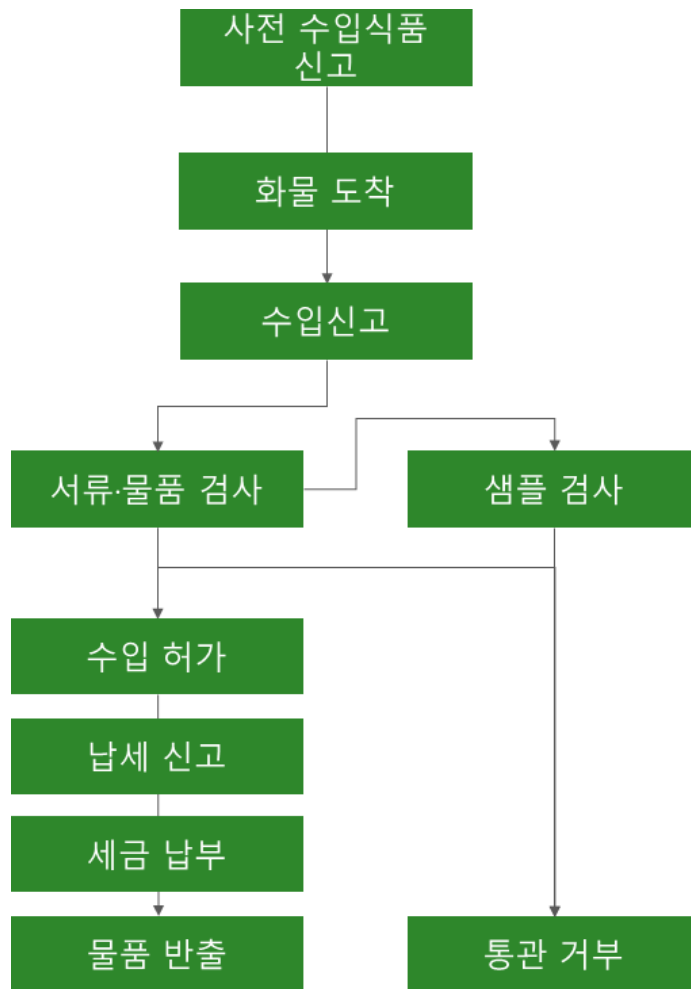
45) 미국의 경우 HS Code 6자리에 해당하는 2106.90 중 멀티비타민에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 미국 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있음. 미국의 HS Code(HTSUS)에 관하여 확인하기 위해서는 관련 정보 페이지인 CROSS(Customs Rulings Online Search System)를 활용할 수 있고, 확인되지 않는 경우 미국 세관국경보호국(CBP)으로 문의할 수 있음

46) 1달러=1,189.40달러 (2020.02.05, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 7. 미국 멀티비타민 검역 심사 절차

- ▶ 미국 건강기능식품, 서류 검사에 따라 물품 검사 실시
- ▶ 도착 전 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	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 수출 시,  
요구되는 식품 첨가물,  
유해 물질에 관한 규정  
정보를 제공함

●  
멀티비타민

멀티비타민 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)
착색료	인디고틴	Indigotin	300mg/kg
산화방지제, 착향제	아스코빌팔미테이트	Ascorbyl esters	500mg/kg
감미료	아스파탐	Aspartame	1,000mg/kg
방부제	벤조산염	Benzoates	2,000mg/kg
착색료	식용색소청색	Brilliant blue fcf	300mg/kg
방부제	소르베이트	Sorbates	1,500mg/kg
감미료	스테비올 배당체	Steviol glycoside	600mg/kg
착색료	카로티노이드	Carotenoids	300mg/kg
감미료	시클라메이트	Cyclamates	400mg/kg

자료 : KATI농식품수출정보, 미국 식품의약국(FDA)

## V. Expert Interview

### SUMMARY

Interview ① 월그린(Walgreens)

Interview ② 비타코스트(Vitacost)

Interview ③ 더비타민쇼피

(The Vitamin Shoppe)

Interview ④ 내추럴바디(Natural Body)

Interview ⑤ 비타민월드(Vitamin World)

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Customers and Promotion



- 인터뷰 기업 : 월그린  
(Walgreens)  
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Debbie  
(Customer Relation)

### 멀티비타민의 주 고객은 노인, 아이를 둔 부모, 여성

멀티비타민의 주 고객층은 노인으로, 이외에도 아이를 둔 부모와 여성들 사이에서 수요가 많습니다. 노인들은 소화 장애 개선을 목적으로, 임산부들은 영양 보충을 위해 제품을 구매합니다.

### 다양한 할인 행사를 진행

당사는 멀티비타민 판매와 관련해 동일 상품에 한해 50% 할인, 1+1, 5%-20% 할인을 적용, 샘플 제공 등의 다양한 할인 행사를 진행하고 있습니다.

## Market Demand and Sales



- 인터뷰 기업 : 비타코스트  
(Vitacost)  
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Jennifer Fichtner  
(Accountat)

### 미국 내 멀티비타민 수요는 증가하는 추세

미국 내 멀티비타민 산업이 매년 1%-2% 성장할 만큼, 제품 수요가 지속해서 증가하고 있습니다. 특히 70세 이상의 노인들 사이에서 수요가 많습니다.

### 온라인에서 판매량이 많은 편

멀티비타민은 약국, 드럭스토어 등의 오프라인 매장과 온라인에서 판매되고 있으며, 그중 온라인에서의 판매량이 많은 편입니다.

## Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 더비타민쇼피  
(The Vitamin Shoppe)  
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Mike Berkery  
(Inventory Control  
Manager)

### 미국 내 멀티비타민 수요는 증가하는 추세

최근 미국 소비자들 사이에서 건강에 대한 인식이 강해짐에 따라, 멀티비타민 수요 또한 증가하는 추세입니다. 특히 여성과 나이 많은 사람들에게서 인기가 높은 편입니다.

### 소비자들은 온라인 구매를 더 선호

온라인 쇼핑물은 오프라인 매장보다 더 다양한 브랜드의 제품을 취급하고 있고, 각종 할인 행사를 진행해, 소비자들은 온라인 구매를 더 선호하는 편입니다.

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Customers and Promotion



- 인터뷰 기업 : 내추럴바디  
(Natural Body)  
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Ulises  
(Sales Assistant)

### 여성들이 멀티비타민의 주 고객층

멀티비타민의 주 고객층은 여성이며, 주로 임신 중인 여성들 사이에서 제품 수요가 많은 편입니다.

### 다양한 제품 홍보 방안이 존재

제조사들은 잡지와 소셜미디어 플랫폼을 통해 제품의 효능을 홍보하고 있으며, 이외에도 제품 팸플릿 제공, 샘플 제공, 할인 행사 등을 진행하고 있습니다.

## Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 비타민월드  
(Vitamin World)  
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Elle  
(Customer Care  
Representative)

### 타깃 고객이 명확한 제품의 수요가 많은 편

남녀노소 만인이 섭취할 수 있는 제품보다 어린이, 임산부, 남성 등 타깃 고객이 명확한 제품의 수요가 많은 편입니다.

### 소비자들은 알약, 젤리 제형을 선호

젤리, 액체, 알약, 캡슐 등 다양한 제형의 제품을 취급하고 있으며, 소비자들은 알약과 젤리 제형을 선호합니다.

## Interview ① 월그린(Walgreens)

47)

월그린  
(Walgreens)

전문가 소속

월그린  
(Walgreens)  
소매업체

전문가 정보

Ms. Debbie  
(Customer Relation)

*Walgreens*

FREE  
Gift



Walgreens One Daily  
Multivitamin + Iron  
365 ea

FREE  
Gift



Nature Made  
Multivitamin 300 ea

### 월그린(Walgreens)

## Customer Relation, Ms. Debbie

#### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 1901년에 설립된 소매업체로, 9,000개 이상의 오프라인 매장과 온라인 쇼핑몰을 운영하고 있습니다. 멀티비타민, 건강보조식품, 의약품, 화장품, 가정용품 등을 취급하고 있습니다. 취급 브랜드로는 리뉴라이프(Renew Life), 월그린(Walgreens), 네이처스웨이(Nature's Way), 얼라인(Align), 슈프(Schiff) 등이 있습니다.

#### Q. 미국 내 멀티비타민 수요 및 주 고객층은 어떻게 되나요?

미국 내 멀티비타민 수요는 꾸준히 증가하고 있으며, 캡슐과 분말 형태보다 알약과 젤리 제형이 인기가 높습니다. 주 고객층은 노인이며, 노인들은 주로 소화 장애 개선을 목적으로 멀티비타민을 먹습니다. 이외에도 아이를 둔 부모들과 임신한 여성들 사이에서도 수요가 많은 편입니다. 임신부는 비타민에 함께 함유된 철분, 칼슘, 미네랄, 마그네슘 등 영양 보충을 위해 해당 제품을 구매합니다.

#### Q. 취급 제품의 효능 및 가격은 어떻게 되나요?

제품 성분마다 구체적인 효능이 다르기는 하지만, 공통적인 효능에는 심장질환 예방, 신진대사 촉진, 면역력 강화, 관절 강화 등이 있습니다. 월그린(Walgreens) 제품은 365정에 12달러(14,272원)<sup>48)</sup>이며, 네이처메이드(Nature Made)는 300정에 20달러(23,788원), 비타퓨전(Vitafusion)은 젤리 제형으로 150개에 13.5달러(16,056원)입니다.

47) 사진자료: 월그린(Walgreens) 홈페이지 (www.walgreens.com)

48) 1달러=1,189.40원(2020.02.05., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

### Q. 미국 내 할인 행사는 어떻게 진행되고 있나요?

당사는 멀티비타민과 관련해 다양한 할인 행사를 진행하고 있습니다. 일반적으로 5%~20% 할인을 진행하나 동일 상품 구매에 따른 50% 할인 행사나 1+1 행사, 혹은 샘플 제공 행사 등을 진행합니다. 오프라인과 달리 온라인에서는 항상 제품을 할인해 주고 샘플을 제공하므로, 소비자들은 온라인 구매를 더 선호하는 편입니다.

### Q. 제품의 수요를 높이기 위해서 어떻게 해야 할까요?

미국 소비자들은 멀티비타민을 구매할 때 브랜드 평판을 중시합니다. 따라서 미국에서는 적극적인 제품 홍보를 통해 브랜드 인지도를 높이는 것이 중요합니다. 또한 최근 미국 내 멀티비타민 생산업체들은 잡지, 뉴스 등의 매체 외에도 다양한 소셜미디어 플랫폼을 이용해 마케팅 전략을 추진하고 있습니다. 만약 미국으로의 수출을 고려하고 있다면, 소셜미디어를 통해 제품을 알리는 것이 필요합니다.



## Interview ② 비타코스트(Vitacost)

49)

비타코스트  
(Vitacost)

전문가 소속

비타코스트  
(Vitacost)  
소매업체

전문가 정보

Ms. Jennifer Fichtner  
(Accountant)



Vitacost Synergy Ultra®  
MultiVitamin -- 540 Capsules & 12...  
★★★★★ (9)  
\$134.99



Vitacost Synergy Once Daily®  
Multivitamin -- 60 Capsules  
★★★★★ (786)  
\$18.99

### 비타코스트(Vitacost)

## Accountant, Ms. Jennifer Fichtner

### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 1994년에 설립된 건강보조식품 전문 소매업체로, 비타민, 유기농 제품, 건강식품, 다이어트보조제 등 약 2,500개의 브랜드에서 출시된 45,000여 개의 제품을 취급하고 있습니다. 주로 온라인 쇼핑몰을 통해 제품을 판매하고 있으며, 라스베이거스에 오프라인 매장 한 곳을 보유하고 있습니다.

### Q. 미국 내 멀티비타민의 수요 및 고객층은 어떻게 되나요?

미국 내 멀티비타민 산업이 매년 1%-2%의 성장률을 보일 만큼, 제품 수요는 지속해서 증가하는 추세입니다. 당사는 캡슐, 젤리 등 다양한 제형의 멀티비타민을 취급하고 있으며, 그중 젤리 제형의 수요가 많은 편입니다. 고객의 연령대는 다양하게 분포되어 있으며, 70세 이상의 노인들 사이에서 수요가 가장 많습니다. 수요가 가장 적은 연령대는 9세-17세입니다. 여성들 사이에서 인기가 높으며, 제품의 전체 판매량 중 여성의 구매율이 약 55%를 차지하고 있습니다.

### Q. 미국 내 제품 홍보는 어떻게 이루어지고 있나요?

소매업체에서 홍보를 진행하기보다, 멀티비타민 제조사들이 자체적으로 홍보를 담당하고 있습니다. 주로 잡지, 신문, 텔레비전, 소셜미디어를 통해 제품을 홍보합니다. 이외에도 최근에는 스포츠 유명인사와 인플루언서 등이 관절 문제 해결, 면역력 강화, 지방을 감소, 만성질환 예방 등의 제품 효능을 홍보해, 소비자들의 관심을 끌어내고 있습니다.

49) 사진자료: 비타코스트(Vitacost) 홈페이지 (www.vitacost.com)

### Q. 멀티비타민의 주요 판매처는 어디인가요?

멀티비타민은 약국, 드럭스토어, 건강보조식품 판매처, 온라인 쇼핑몰 등 다양한 곳에서 판매되고 있으며, 그중 온라인 쇼핑몰에서 판매량이 가장 많습니다. 오프라인 매장은 고객의 니즈에 맞춰 전문가들이 제품을 추천해주는 방식을 이용하고 있으나, 요즘 소비자들은 자신이 원하는 브랜드가 이미 정해져 있어 별도의 상담 없이 온라인으로 제품을 구매합니다.

### Q. 제품 수출 시, 요구되는 인증 및 조건에는 무엇이 있나요?

당사는 소매업체라 구체적인 사안을 말씀드리기 어려울 것 같습니다만, 취급 중인 제품 대다수가 ICS 유기농 인증, 글루텐프리, 코셔 인증 등을 받았습니다. 이외에도 미국약전(US Pharmacopeia)과 FDA 인증을 받은 제품들이 있습니다. 미국 소비자들은 해당 인증들이 제품의 품질을 보장한다고 생각하므로, 관련 인증을 받는 것이 소비자와의 신뢰성을 높일 방안입니다.

## Interview ③ 더비타민쇼피(The Vitamin Shoppe)

50)

### 더비타민쇼피

(The Vitamin Shoppe)

#### 전문가 소속

더비타민쇼피

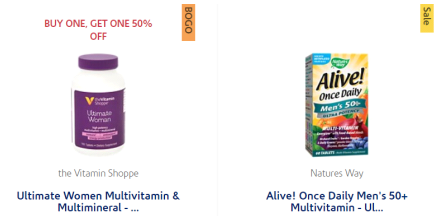
(The Vitamin Shoppe)

소매업체

#### 전문가 정보

Mr. Mike Berkery

(Inventory Control Manager)



### 더비타민쇼피(The Vitamin Shoppe)

## Inventory Control Manager, Mr. Mike Berkery

#### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 1977년에 설립된 소매업체로 미국 내 약 780개의 오프라인 매장과 온라인 쇼핑몰을 운영하고 있습니다. 취급 품목으로는 비타민, 단백질, 다이어트보조제, 슈퍼푸드 등이 있으며, 미국산 제품만을 판매하고 있습니다. 자사에서 생산한 제품 외에도, 네이처스웨이(Natures Way), 가든오브라이프(Garden of Life), 옵티멈뉴트리션(Optimum Nutrition) 등의 제품을 취급하고 있습니다.

#### Q. 미국 내 멀티비타민 수요가 어떻게 되나요?

최근 미국 소비자들 사이에서 건강에 대한 인식이 강해짐에 따라, 멀티비타민의 수요 또한 증가하는 추세입니다. 실제 미국인 대다수가 만성질환 예방, 관절 강화 등 건강상의 목적으로 매일 멀티비타민을 섭취하고 있습니다. 특히 여성과 나이가 많은 사람들에게 인기가 높은 편입니다.

#### Q. 미국 소비자들은 제품 구매 시, 무엇을 고려하나요?

미국 소비자들은 멀티비타민 구매 시, 가격과 제품 제형 외에도 브랜드 인지도와 품질을 중시합니다. 당사에서 취급 중인 제품 중 올리(Olly) 제품이 인기가 높은 편입니다. 해당 제품은 소셜미디어 플랫폼으로 다양한 홍보 활동을 진행해 인지도가 높은 편이며, 소비자들 사이에서 고품질의 제품으로 유명합니다.

#### Q. 취급 중인 제품의 가격은 어떻게 되나요?

브랜드마다 가격이 다릅니다. 당사의 자체 브랜드 상품은 180정에 26달러(30,294원)이며, 네이처스웨이(Natures Way)와 가든오브라이프(Garden of Life)는 60정에 각각 13달러(15,462원), 42달러(49,828원)입니다.

50) 사진자료: 더비타민쇼피(The Vitamin Shoppe) 홈페이지 (www.vitaminshoppe.com)

### Q. 멀티비타민의 주 판매처는 어디인가요?

오프라인 매장과 온라인 쇼핑몰에서 멀티비타민을 판매하고 있으며, 그중 온라인에서 판매량이 많은 편입니다. 오프라인 매장은 제품 재고에 한계가 있어, 다양한 브랜드의 제품을 취급하지 못한다는 문제점이 있습니다. 하지만 온라인 쇼핑몰은 다양한 제품을 판매하는 것 외에도 매번 색다른 할인 행사를 진행하여 소비자들은 온라인 구매를 더 선호하는 편입니다.

### Q. 취급 중인 멀티비타민의 제형은 어떻게 되나요?

당사는 캡슐, 알약, 젤리, 액체 등 다양한 제형의 멀티비타민을 취급하고 있습니다. 그중 젤리 제형은 아이들과 여성들 사이에서 수요가 많은 편이며, 캡슐과 알약 제형은 남성들 사이에서 인기가 높습니다.

## Interview ④ 내추럴바디(Natural Body)

51)

●  
내추럴바디  
(Natural Body)

전문가 소속

내추럴바디  
(Natural Body)  
소매업체

전문가 정보

Mr. Ulises  
(Sales Assistant)



### 내추럴바디(Natural Body)

## Sales Assistant, Ms. Ulises

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

당사는 1996년에 설립된 소매업체로, 취급 품목으로는 비타민, 단백질, 다이어트보조제 등이 있습니다. 뉴욕 내 5곳의 오프라인 매장과 온라인 쇼핑몰을 운영하고 있으며, 미국산 제품 외에도 현지 유통업체를 통해 수입 제품을 판매하고 있습니다.

**Q. 미국 내 멀티비타민 수요는 어떻게 되나요?**

미국 내 전반적인 건강보조식품 시장은 성장하는 추세입니다. 그중 멀티비타민 인기는 높은 편이며, 판매 또한 안정적인 편입니다. 멀티비타민은 여성들 사이에서 수요가 많으며, 주로 임신 중인 여성들이 멀티비타민을 섭취합니다. 이외에도 당사는 어린이와 남성 전용 멀티비타민을 취급하고 있습니다. 어린이들은 주로 성장을 위해 멀티비타민을 섭취하며, 남성은 영양 보충과 몸매 관리를 위해 제품을 먹는 편입니다.

**Q. 멀티비타민의 주 판매처는 어디인가요?**

멀티비타민은 약국, 드럭스토어, 슈퍼마켓 등 다양한 곳에서 판매되고 있으며, 그중 온라인에서의 판매량이 가장 많습니다. 소비자들은 온라인에서 다양한 브랜드의 제품을 훨씬 저렴한 가격에 제품을 구매할 수 있기 때문입니다. 이외에도 소비자들은 온라인에서 다른 사용자들의 남긴 솔직한 후기를 접할 수 있어, 오프라인보다 온라인 구매를 더 선호하는 경향이 있습니다.

**Q. 취급 제품의 홍보 방안에는 무엇이 있나요?**

멀티비타민 제조업체들은 잡지와 소셜미디어 플랫폼 등을 통해 관절 강화, 심신안정, 암 예방, 면역 강화 등 제품의 효능을 적극적으로 홍보합니다. 이외에도 제품 팸플릿 제공, 샘플 제공, 할인 행사 등을 진행하고 있습니다.

51) 사진자료: 내추럴바디(Natural Body) 홈페이지 ([www.naturalbodyinc.com](http://www.naturalbodyinc.com))

## Interview ⑤ 비타민월드(Vitamin World)

52)

비타민월드  
(Vitamin World)

전문가 소속

비타민월드  
(Vitamin World)  
소매업체

전문가 정보

Ms. Elle  
(Customer Care Representative)



비타민월드(Vitamin World)

Customer Care Representative, Ms. Elle

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

당사는 1977년에 설립된 소매업체로, 미국 내 약 123개의 오프라인 매장을 보유하고 있습니다. 비타민, 단백질, 다이어트 보조제 등을 취급하고 있으며, 자사에서 생산한 제품 외에도, 퍼모믹스(Performix), 가든오브라이프(Garden of Life), 옵티멈뉴트리션(Optimum Nutrition) 제품을 판매하고 있습니다.

**Q. 미국 내 수요가 많은 멀티비타민은 무엇인가요?**

미국 내 다양한 연령대의 소비자들이 멀티비타민을 구매하고 있으며, 최근에는 어린이를 둔 부모들 사이에서 인기가 높은 편입니다. 또한 남녀노소 만인이 함께 섭취할 수 있는 제품보다 어린이, 임산부, 남성 전용 등 타깃 고객이 정해진 제품의 수요가 많은 편입니다. 수요가 많은 제품의 효능으로는 신진대사 강화, 면역력 강화, 성장 촉진 등이 있습니다.

**Q. 제품의 주 판매처는 어디인가요?**

멀티비타민은 오프라인 매장보다 온라인 쇼핑몰에서 판매량이 많은 편입니다. 온라인은 오프라인보다 더 다양한 브랜드의 제품을 취급하고 있기 때문입니다. 또한 최근에는 온라인상으로도 전문가와 제품 추천 등의 상담을 할 수 있어, 소비자들은 굳이 오프라인 매장에 갈 필요가 없습니다.

**Q. 취급 제품의 특징은 무엇인가요?**

취급 중인 식물성 멀티비타민은 주로 과일, 허브, 곡물을 원재료로 사용합니다. 몇몇 제조업체는 자체적으로 생산한 합성비타민을 사용하기도 하며, 락토스와 칼슘을 응집제로 이용합니다. 당사는 젤리, 액체, 알약, 캡슐 등 다양한 형태의 제품을 취급하고 있으며, 그중 소비자들은 알약과 젤리 제형을 가장 선호합니다. 또한 제품 대부분이 파라벤프리, 글루텐프리, 비건, 유기농, GMO프리 등의 인증을 받았습니다.

52) 사진자료: 비타민월드(Vitamin World) 홈페이지 (www.vitaminworld.com)

## [참고문헌]

### ■ 참고자료

1. 미국 인구조사국(US Census Bureau), 「Annual Estimates of the Resident Population for Selected Age Groups by Sex for the United States, States, Counties, and Puerto Rico Commonwealth and Municipios」, 2019.06
2. 미국 인구조사국(US Census Bureau), 「Projected Population by Single Year of Age, Sex, Race and Hispanic Origin for the United States: 2016 to 2060」, 2018.09
3. 미국 영양보조식품산업협회(Council for Responsible Nutrition), 「2018 CRN Consumer Survey on Dietary Supplements: October 10, 2018」, 2018.10
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Consumer Health in the US」, 2019.10
5. 「Yixintang 2019 first three quarters: 6216 stores, revenue of 7.66 billion, net profit of 480 million!」, Finance Sina, 2019.10.31.
6. 「아마존 연간보고서 2018(Amazon Annual Report 2018)」, Amazon, 2018.
7. 「Rite Aid Annual Report 2018」, Rite Aid, 2018.
8. 「CVS Annual Report 2018」, CVS, 2018.
9. 「GNC Annual Report 2018」, GNC, 2018.

### ■ 참고 사이트

1. 유로모니터([www.portal.euromonitor.com](http://www.portal.euromonitor.com))
2. International Trade Center([www.trademap.org](http://www.trademap.org))
3. 외교부([www.mofa.go.kr](http://www.mofa.go.kr))
4. 미국 영양보조식품산업협회([www.cmusa.org](http://www.cmusa.org))
5. 미국 인구조사국([www.census.gov](http://www.census.gov))
6. 아마존(Amazon) 홈페이지([www.amazon.com](http://www.amazon.com))
7. 타겟(Target) 홈페이지([www.target.com](http://www.target.com))
8. 퀴라(Quora) 홈페이지([www.quora.com](http://www.quora.com))
9. 이터시애틀(Eater Seattle) ([seattle.eater.com](http://seattle.eater.com))
10. 타겟기업(Corporate Target) 홈페이지 ([corporate.target.com](http://corporate.target.com))
11. 제이씨페니(JC Penney) 홈페이지 ([jcpenny.com](http://jcpenny.com))
12. 글로브뉴스와이어(Globenewswire) 홈페이지 ([globenewswire.com](http://globenewswire.com))
13. 힙2세이브(Hip2save) 홈페이지 ([hip2save.com](http://hip2save.com))
14. 라이트에이드(Rite Aid) 홈페이지 ([riteaid.com](http://riteaid.com))
15. 이투데이(Etoday) 홈페이지 ([etoday.co.kr](http://etoday.co.kr))
16. 앱닷컴(App.com) 홈페이지 ([app.com](http://app.com))
17. 로이터(Reuters) ([reuters.com](http://reuters.com))
18. 씨브이에스(CVS) 홈페이지 ([cvs.com](http://cvs.com))
19. 씨브이에스헬스(CVSHealth) 홈페이지 ([cvshealth.com](http://cvshealth.com))
20. 씨엔비씨(CNBC) 홈페이지 ([cnbc.com](http://cnbc.com))
21. 지엔씨(GNC) 홈페이지 ([gnc.com](http://gnc.com))
22. 파크오피스(Parcoffice) 홈페이지 ([parcoffice.com](http://parcoffice.com))
23. 월마트(Walmart) 홈페이지 ([walmart.com](http://walmart.com))
24. 더블유아이티에프뉴스(Witf.News) 홈페이지 ([witf.org](http://witf.org))
25. 크로거(Kroger) 홈페이지 ([kroger.com](http://kroger.com))
26. 홀푸드마켓(Whole Foods Market) 홈페이지 ([www.wholefoodsmarket.com](http://www.wholefoodsmarket.com))

## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

27. 비즈나우(Bisnow) 홈페이지 (bisnow.com)
28. 더모틀리폴(The Motely Fool) 홈페이지 (fool.com)
29. 콜스(Kohl's) 홈페이지 (kohl's.com)
30. 포브스(Forbes) 홈페이지 (forbes.com)
31. 유에스에이투데이(USA.today) 홈페이지 (usatoday.com)
32. 미국 농무부(USDA) (www.usda.gov)
33. 미국 식품의약국(FDA) (www.fda.gov)
34. 미국 세관국경보호국(CBP) (www.cbp.gov)
35. FTA종합지원센터 (okfta.kita.net)
36. 관세법령정보포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
37. 미국 관세 정보 시스템(USITC) (dataweb.usitc.gov)
38. CROSS (rulings.cbp.gov)
39. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)



사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사  
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사  
발 행 일 : 2020.02.14.

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

