

2019년

# 해외시장 맞춤형조사



- No. 1912-28
- 품목 : 기능성 음료(Functional Beverage)
- 국가 : 미국(U.S.A)
- 구분 : 시장분석형

# Content

## I. Market Size (시장규모)

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

## II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	11
1. 식습관 개선과 환경보호 목적의 기능성 음료 구매 多	17
2. 미국 소비자, 차(Tea) 형태의 건강기능음료 선호	18
3. 미국 혈당조절제품, 주로 알약 형태로 판매돼	19
4. 미국 소비자, 아이스플랜트를 건강식품으로 인식하는 수준 낮아	20

## III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	22
1. 미국 기능성 음료 유통구조	23
2. 미국 기능성 음료 주요 유통업체	24
3. 미국 기능성 음료 B2C 소매채널	26

## IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	47
1. 미국 기능성 음료 인증 취득	48
2. 미국 기능성 음료 사전 심사	50
3. 미국 기능성 음료 업체·제품 등록	51
4. 미국 기능성 음료 라벨 심의	52
5. 미국 기능성 음료 서류 준비	56
6. 미국 기능성 음료 세금 납부	57
7. 미국 기능성 음료 검역 심사	59

## V. Expert Interview (전문가 인터뷰)

SUMMARY	61
Interview ① 더비타민쇼피(The Vitamin Shoppe)	63
Interview ② 월그린(Walgreens)	65
Interview ③ 엘름드러그&엘름웰니스(Elm Drugs & Elm Wellness)	67
Interview ④ 엔엑스티스포츠뉴트리션(NXT Sports Nutrition)	68
Interview ⑤ 비타코스트(Vitacost)	70

* 참고문헌	72
--------	----

# I. Market Size

## SUMMARY

1. 미국 기능성 음료 시장규모
2. 미국 기능성 음료 수출입 시장규모
3. 미국 기능성 음료 소비자 규모



# Market Size

(시장규모)

## 미국 (U.S.A)

### 기능성 음료 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 기능(당 수치 완화), 제품의 품목(기능성 음료)

- 미국 체중관리 및 웰빙<sup>1)</sup> 시장규모  
..... 55억 8,800만 달러('18)
- 미국 영양음료 보조제<sup>2)</sup> 시장규모  
..... **12억 6,700만 달러('18)**

(\*) Euromonitor International



## 기능성 음료 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 품목(기능성 음료)

- 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



## 기능성 음료 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품 '기능성 음료'는 당(糖) 수치 완화 기능을 보유하며, 아이스플랜트(채소) 100%로 만들어진 기능성 음료임. 이에 잠재 소비시장규모 확인을 위해 '당뇨병 환자 인구 규모'와 '영양음료 보조제 소비량', '주스 소비량'을 확인함

- |   |  |
|---|--|
| <p>① 미국 당뇨병 환자 인구 규모 ('19)</p> <p>미국 내 당뇨병 환자 수 ..... 3,488만 명</p> <p>② 미국 영양음료 보조제 소비량 ('13-'18)</p> <p>2014년 ..... 14만 3,000톤</p> <p>2015년 ..... 15만 4,000톤</p> <p>2016년 ..... 15만 5,000톤</p> <p>2017년 ..... 15만 1,000톤</p> <p>2018년 ..... 15만 4,000톤</p> | <p>③ 미국 주스 소비량 ('18)</p> <p>주스 ..... 108억 9,300리터 (100%)</p> <p>주스(과즙 24% 이하) ..... 53억 8,800만 리터 (51%)</p> <p>과즙 100% 주스 ..... 42억 3,000만 리터 (39%)</p> <p>넥타 ..... 8억 3,200만 리터 (8%)</p> <p>코코넛 워터 및 플랜트 워터 ..... 1억 7,200만 리터 (2%)</p> |
|---|--|

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

1) 체중관리 및 웰빙(Weight Management and Wellbeing): 식대용식품, 비만방지용 일반의약품, 체중감량용 차, 체중감량용 보조제 등을 포함함  
 2) 영양음료 보조제(Supplement Nutrition Drinks): 식사를 대체할 수 있는 다이어트 강화제로서의 음료이나 식대용식품 범주 안에는 포함되지 않음. 영양 부족 방지용 영양 보충제이며 당뇨치료용 영양음료를 포함함  
 3) HS CODE 2106.90: 해당 코드는 따로 분류되지 않은 기타 조제 식료품을 지칭함. 기능성 음료 품목을 반영하여 지표로 선정함

## 1. 미국 기능성 음료 시장규모

### 미국 국가 일반 정보)

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 '기능성 음료'는 아이스플랜트(채소)를 활용한 음료를 환과 함께 음용할 수 있도록 만든 혈당조절 및 다이어트 보조용 기능성 음료임. 이에 제품의 기능(당 수치 완화)과 품목(기능성 음료)을 기준으로 '체중관리 및 웰빙' 시장과 '영양음료 보조제' 시장을 조사함

#### ▶ 2014-2018년, 미국 '체중관리 및 웰빙' 시장 연평균성장률 2%

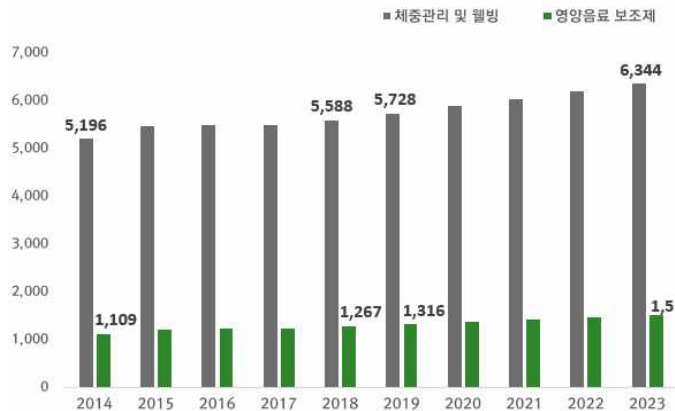
2018년 미국의 '체중관리 및 웰빙' 시장규모는 55억 8,800만 달러로 집계되었으며 과거 5년(2014-2018년)간 연평균 2%씩 증가함. 2018년 기준 '영양음료 보조제' 시장규모는 12억 6,700만 달러로 과거 5년간 연평균 3%씩 증가함. 유로모니터에 따르면, 미국 내 식사대용식품의 종류와 대상 소비자층이 확대되면서 해당 시장의 규모가 점차 증가하는 것으로 확인됨<sup>4)</sup>

#### ▶ 2019-2023년, 미국 '영양음료 보조제' 시장 연평균성장률 4% 예상

2019년 '영양음료 보조제' 시장규모는 13억 1,600만 달러로 추산되며, 향후 5년(2019-2023년)간 연평균성장률은 4%로 예상됨. 2019년 '체중관리 및 웰빙' 시장규모는 57억 2,800만 달러로 추산되며, 향후 5년간 성장률은 3%로 예상됨

[표 1.1] '체중관리 및 웰빙', '영양음료 보조제' 시장규모<sup>5)6)</sup>

단위: 백만 달러



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR ('14-'18)
상위 품목	체중관리 5,196 (6조 539억 원)	5,465 (6조 367억 원)	5,492 (6조 3,987억 원)	5,475 (6조 3,789억 원)	5,588 (6조 5,106억 원)	2%
해당 품목	영양음료 1,109 (1조 2,921억 원)	1,196 (1조 3,935억 원)	1,220 (1조 4,214억 원)	1,216 (1조 4,168억 원)	1,267 (1조 4,762억 원)	3%
전망	2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR ('19-'23)
상위 품목	체중관리 5,728 (6조 6,737억 원)	5,878 (6조 8,485억 원)	6,029 (7조 244억 원)	6,185 (7조 2,061억 원)	6,344 (7조 3,914억 원)	3%
해당 품목	영양음료 1,316 (1조 5,333억 원)	1,366 (1조 5,915억 원)	1,415 (1조 6,486억 원)	1,463 (1조 7,045억 원)	1,511 (1조 7,605억 원)	4%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

4) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Weight Management and Wellbeing in the US」, 2019.10

5) 1달러=1,165.10원 (2020.01.23., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림함

7) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

## 2. 미국 기능성 음료 수출입 시장규모

HS CODE 2106.90: 해당 코드는 '따로 분류되지 않은 기타 조제 식료품'을 지칭함.  
기능성 음료 품목을 반영하여 지표로 선정함

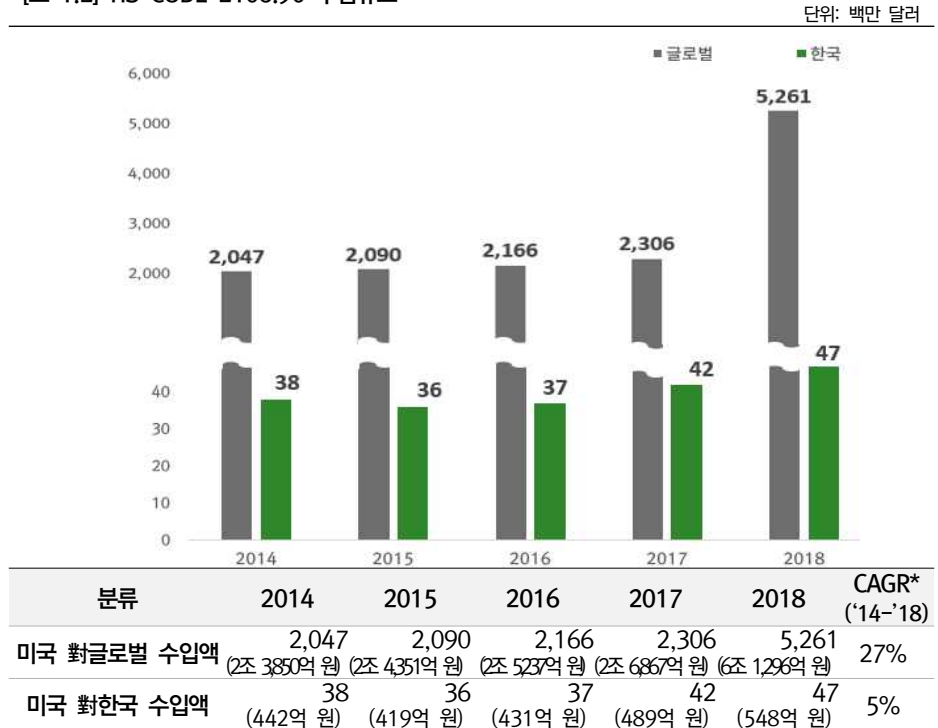
### ▶ 2014-2018년, 미국 對글로벌 수입액 연평균성장률 27%

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 4,700만 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=1,165.10원 (2020.01.23., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

### 3. 미국 기능성 음료 소비 시장규모

#### 1) 미국 당뇨병 환자 인구 규모

조사 제품 ‘기능성 음료’는 당 수치 완화 기능을 보유하며, 아이스플랜트(채소) 100%로 만들어진 기능성 음료임. 이에 잠재 소비시장규모 확인을 위해 ‘당뇨병 유병률’과 ‘기능성 음료 소비량’, ‘채소를 포함하는 음료 소비량’을 확인함

#### ▶ 2019년, 미국 당뇨병 환자, 미국 전체 인구의 약 11%

2019년 미국 인구의 3,488만 881명이 당뇨병을 보유한 것으로 확인되며, 이는 미국 전체 인구의 약 11%에 달하는 수치임. 지난 5년(2015-2019)간 미국 내 당뇨병 환자의 수는 연평균 2.1%씩 증가함

미국의 질병통제예방센터에 따르면,<sup>10)</sup> 남성 당뇨 환자의 수가 여성보다 더 많으며, 인종 기준으로는 아메리칸 인디언 및 알래스카 원주민이 당뇨병을 보유한 비율이 가장 높은 것으로 확인됨. 또한, 지역별 당뇨병 환자의 비율을 따졌을 때 웨스트 버지니아주가 16.2%로 가장 높았으며, 콜로라도주가 7%로 가장 낮은 것으로 확인됨

[표 1.3] 미국 당뇨병 환자 인구<sup>11)12)13)</sup>

단위: 만 명



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR* ('15-'19)
환자 수	3,209	3,198	3,413	3,435	3,488	2.1%
유병률	(10.0%)	(9.9%)	(10.5%)	(10.5%)	(10.6%)	-

자료: 질병통제예방센터(Centers for Disease Control and Prevention), 미국 인구조사국(US Census Bureau)

10) 질병통제예방센터(Centers for Disease Control and Prevention), 「Behavioral Risk Factor Surveillance System, 2018」, 2018

11) 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

12) 당뇨병 환자 인구수는 미국 내 당뇨병 환자의 비율을 전체 인구 수에 곱하여 계산함

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

2) 미국 내 영양음료 보조제 소비량

▶ 2014~2018년, 영양음료 보조제 소비량 연평균성장률 2%

미국의 연간 영양음료 보조제 소비량은 지난 5년(2014-2018년)간 연평균성장률 2%를 기록하였음. 2017년 영양음료 보조제 소비량은 전년 대비 다소 감소하는 듯 보였으나, 이내 바로 반등하여 2018년에는 15만 4,000천 톤을 기록함. 향후 5년(2019-2023년)간 연평균성장률은 1%로 예상되며, 2019년 연간 영양음료 보조제 소비량은 전년대비 2% 상승한 15만 6,000톤으로 추산됨. 2019년부터 2023년까지는 영양음료 보조제 소비량이 꾸준히 증가하여, 2023년에는 16만 5,000톤까지 기록할 것으로 전망됨

[표 1.4] 미국 연간 영양음료 보조제 소비량<sup>14)</sup>

단위: 천 톤(t)



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR ('14-'18)
영양음료 보조제 소비량	143	154	155	151	154	2%
전망	2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR ('19-'23)
영양음료 보조제 소비량	156	159	161	163	165	1%

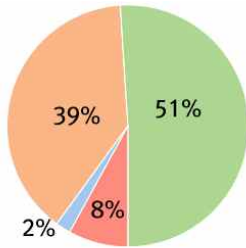
자료 : 유로모니터(Euromonitor)

14) 원 데이터(단위: 천 톤)는 모두 반올림하여 작성함



3) 미국 채소를 포함하는 음료 소비량

2018년 미국 '주스' 소비량 점유율



■ 과즙 100% 주스  
■ 주스(과즙 24%이하)  
■ 넥타  
■ 코코넛 워터 및 플랜트 워터

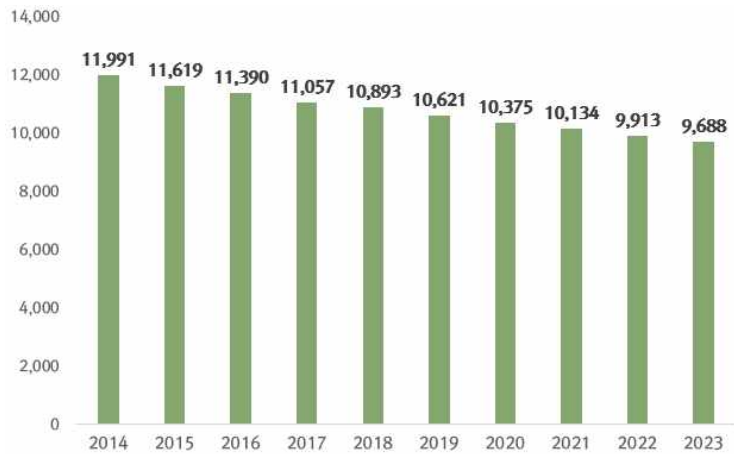
▶ 2013-2018년 미국 '주스' 소비량 연평균 2%씩 감소

미국 '주스'<sup>15)</sup> 소비량은 지난 5년(2014-2018년)간 연평균 2%의 감소세를 기록하며 2018년 108억 9,300만 리터를 기록함. '주스'의 소비량은 향후 5년(2019-2023년)간 연평균 2%의 감소세를 유지하며 2023년에는 96억 8,800만 리터를 기록할 것으로 보임

유로모니터에 따르면,<sup>16)</sup> 2018년 기준 '주스' 하위시장 중 '과즙 24% 이하 주스'<sup>17)</sup> 소비량은 53억 8,800만 리터로 전체 '주스' 소비량 중 가장 큰 규모인 51%를 차지함. '과즙 100% 주스'<sup>18)</sup> 소비량이 42억 3,000만 리터로 전체 시장 2위인 39%를 차지했으며 '넥타'<sup>19)</sup> 소비량은 8억 3,200만 리터(8%)로 3위, '코코넛 워터 및 플랜트 워터'<sup>20)</sup> 소비량이 1억 7,200만 리터(2%)로 4위를 차지함

[표 1.5] '주스' 소비량<sup>21)</sup>

단위: 백만 리터(백만 L)



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR ('14-'18)
주스	11,991	11,619	11,390	11,057	10,893	-2%
분류	2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR ('19-'23)
주스	10,621	10,375	10,134	9,913	9,688	-2%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

15) 주스(Juice): 과일이나 채소로 만들어진 모든 종류의 포장된 주스를 포함함. 기계 처리 되거나, 정제 되거나, 신선한 형태의 과일채소 과육, 과실퓨레를 포함함  
 16) 유로모니터(Euromonitor), 「Juice in the US」, 2019.12  
 17) 과즙 24% 이하 주스 (Juice Drinks (up to 24% Juice)): 신선한 과즙 또는 농축액 함량이 24%를 넘지 않는 주스  
 18) 과즙 100% 주스 (100% Juice): 정제 여부에 상관없이 과일 농축액 100%로 이루어진 주스  
 19) 넥타(Nectar): 냉동 여부에 상관없이 과일 농축액 또는 저온 살균한 과실퓨레 및 과일채소의 과육을 이용해 제조된 모든 주스를 포함하며, 설탕이나 물이 첨가될 수 있음  
 20) 코코넛 워터 및 플랜트 워터(Coconut and Other Plant Waters): 코코넛 또는 뿌리 식물/채소로부터 얻어진 액체로 제조된 포장 음료를 포함함  
 21) 원 데이터(단위: 백만 리터)는 모두 반올림함

## II. Market Trend

### SUMMARY

1. 식습관 개선과 환경보호 목적의 기능성 음료 구매 多
2. 미국 소비자, 차(Tea) 형태의 건강기능음료 선호
3. 미국 혈당조절제품, 주로 알약 형태로 판매되
4. 미국 소비자, 아이스플랜트를 건강식품으로 인식하는 수준 낮아



# Market Trend

(시장트렌드)

## 미국 (U.S.A) 기능성 음료 시장트렌드



FDA의 CBD 첨가 식품 승인여부에 관심 높아  
'CBD 첨가된 건강기능음료 시중에 판매 중'



기능성 음료 대다수는 스포츠 및 에너지 드링크  
'기능성 음료 중 건강기능음료는 일부 차지'

### ■ U.S.A Issue ①

미국 소비자 기능성 음료 구매 요인,  
식습관 개선과 환경보호

'기능성 음료 중 콤부차와 식물성 우유 인기'

### ■ U.S.A Issue ②

미국 건강기능음료,  
차(Tea) 형태가 인기

'면역력 개선 효능 가진 건강기능음료가 보편적'



혈당조절 기능 보유한 비타민 인기  
'채식주의자 타겟의 혈당조절제품도 판매돼'



아이스플랜트의 건강 기능에 대한 홍보 필요  
'아이스플랜트 건강 식품 재료로 포지셔닝 선행되어야'

### ■ U.S.A Issue ③

미국 혈당조절제품,  
주로 알약형태로 판매

'음료 유형의 혈당조절제품 중에는 차(Tea) 보편적'

### ■ U.S.A Issue ④

미국 소비자,  
아이스플랜트 주로 반려식물로 인식

'아이스플랜트 건강식품으로 인식하는 수준은 낮아'

## 데이터 분석 프로세스

### ○ 데이터 분석 요약

●  
**데이터 수집**  
 소스원  
  
 (미국 온라인 쇼핑몰 4개,  
 언론매체 4개, SNS 5개)

●  
**데이터 분류**  
 키워드집  
 (기능성 음료 연관 키워드집)



●  
**데이터 분석**  
 - 연관어 분석





1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.01
수집 데이터	7,713건

데이터 정제

정제 키워드	기능성 음료 (Functional Drink)
정제 데이터	2,374건

○ 데이터 수집

- 미국 기능성 음료 관련 데이터 소스원

[표 2.1] 미국 데이터 소스원 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	amazon	www.amazon.com	온라인쇼핑몰
02	ebay	www.ebay.com	온라인쇼핑몰
03	walmart	www.walmart.com	온라인쇼핑몰
04	target	www.target.com	온라인쇼핑몰
05	bon appetit	www.bonappetit.com	언론매체
06	food navigator	www.foodnavigator-usa.com	언론매체
07	byrdie	www.byrdie.com	언론매체
08	well good	www.wellandgood.com	언론매체
09	quora	www.quora.com	SNS
10	reddit	www.reddit.com	SNS
11	wattpad	www.wattpad.com	SNS
12	pinterest	www.pinterest.co.kr	SNS
13	tumblr	www.tumblr.com	SNS

○ 데이터 분석 키워드집

- 미국 기능성 음료 관련 데이터 소스원 사전조사

[표 2.2] 미국 기능성 음료 관련 데이터 소스원 리스트

bon appetit		amazon		Quora	
현지 언론 매체, 기능성 음료 관련 이슈		현지 온라인 쇼핑몰, 기능성 음료 인기 유형		현지 SNS, 아이스플랜트 인식 유형	
키워드 ①	건강	키워드 ①	에너지	키워드 ①	꽃
키워드 ②	CBD	키워드 ②	차(Tea)	키워드 ②	다육식물
키워드 ③	콤부차	키워드 ③	허브의	키워드 ③	키우다(Grow)
키워드 ④	식물성	키워드 ④	면역력	키워드 ④	원예(Garden)

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 미국 기능성 음료 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 미국 기능성 음료 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	제품 유형 및 특성	음료	drink	0		
			차	tea	0		
에너지	energy			0			
스파클링	sparkling			0			
게토레이	gatorade			0			
갈증 해소제	quencher			0			
유기농의	organic		0				
채식의	vegan		0				
중국의	chinese			0			
허브의	herbal		0				
비타민	vitamin			0			
알약	capsule		0				
파우더	powder			0			
액체	liquid		0				
제품 기능	면역	immune		0			
	뇌	brain		0			
	간	liver	0				
	디톡스	detox	0				
	소화	digestive	0				
	신장	kidney	0				
	혈	blood	0				
당뇨	diabetic	0					
제품 이슈	건강	health	0				
	칸나비디올	CBD		0			
	콤부차	kombucha		0			
	식물	plant	0				
	유제품의	diary		0			

3.1) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

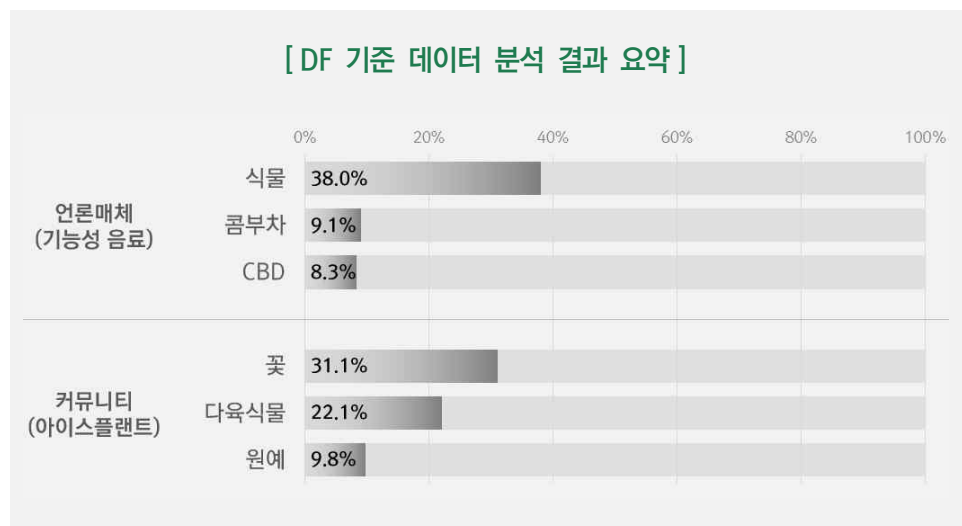
1. 미국 언론매체와 커뮤니티에서 기능성 음료 검색어로 관련 기사 및 게시물 수집
2. 주요 키워드 추출하기 위해 TF-DF<sup>22)</sup>와 TF-IDF<sup>23)</sup> 값을 기준으로 선별
3. 주요 키워드가 포함된 문건 수(DF) 산출
4. DF 값을 전체 문서 수로 나눠 비율 산출

※ 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				
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)



22) 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

23) TF-IDF란 어떤 단어가 특정 문서 내에서 얼마나 중요한 것인지를 나타내는 통계적 수치임. 공식은 단어 빈도(TF)와 역문서 빈도(IDF)를 곱한 값

3.2) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 온라인 쇼핑몰에서 추출한 문건을 대상으로 분석함
2. '기능성 음료 및 혈당조절제품'을 검색해서 나온 상품을 인기순으로 나열해 상품 한 개를 하나의 문서로 간주해 총 10페이지까지의 상품명을 수집함 (쇼핑몰마다 다르나 평균적으로 한 페이지당 약 20건의 상품 게시)
3. 상품명 내 키워드 출현 빈도(TF) 산출

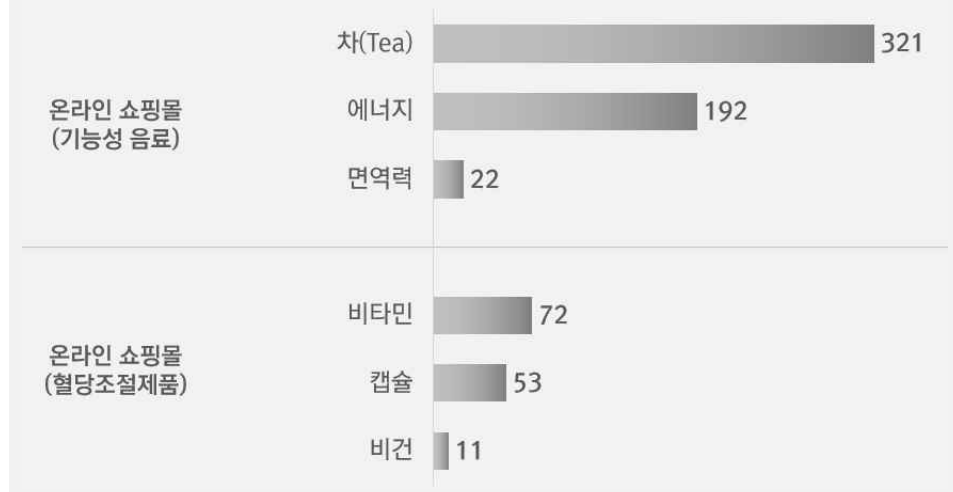
※ TF, Term Frequency 개념

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. 식습관 개선과 환경보호 목적의 기능성 음료 구매 多

### ▶ 미국 소비자, FDA의 CBD 첨가 식품 승인 여부에 대한 관심 높아

미국 내에서 이슈가 되고 있는 기능성 음료 관련 정보를 파악하기 위해 언론매체 4곳에서 ‘기능성 음료’를 검색해 나온 기사 760건을 분석함. LDA 분석 기법<sup>24)</sup>을 활용했으며, 분석 결과 총 3가지의 관련 이슈를 파악함. 첫 번째로 ‘칸나비디올(CBD)<sup>25)</sup> 첨가 식품 FDA 승인 여부’가 많은 관심을 받고 있음. 현재 CBD가 첨가된 식품이 시중에 판매 중이나, FDA는 안전성이 입증되지 않았다는 이유로 CBD 첨가 식품 판매를 금지하고 있어, 승인 여부에 대한 소비자와 관련 기업들의 관심이 큰 상황임<sup>26)</sup>

### ▶ 미국 기능성 음료 시장, 콤부차와 식물성 우유 인기

두 번째로, 미국 기능성 음료 시장 내 ‘콤부차’가 많은 인기를 끌고 있음. 콤부차는 발효과정에서 탄산이 발생하나, 디톡스, 다이어트 및 면역력 개선 효과를 보유했기에, 탄산음료 대체제 및 식습관 개선용 음료로서 많은 소비자들이 콤부차를 찾고 있음. 세 번째로, 건강과 더불어 환경보호를 목적으로 식물성 단백질을 섭취하는 소비자가 많아지면서 식물성 우유(두유, 아몬드 우유 등) 제품에 대한 관심이 높아지는 중임. 이를 통해 주로 기존의 건강하지 않은 식습관(탄산음료 소비) 개선과 환경보호 목적의 기능성 음료 구매가 많이 일어난다는 사실을 알 수 있음

### ▶ 미국 언론매체 내 기능성 음료 관련 주요 이슈

① FDA, 칸나비디올(CBD) ② 콤부차 ③ 식물성

[표 2.4] 미국 언론매체 내 ‘기능성 음료’ 언급된 기사 주요 키워드

TOPIC 1		TOPIC 2		TOPIC 3	
제품	69.7%	건강	54.6%	음식	53.4%
건강	54.6%	재료	48.8%	기반한	51.4%
시장	51.4%	음료	41.2%	식물	38.0%
천연의(natural)	42.1%	브랜드	38.9%	프로틴	37.8%
음료	32.8%	유익	33.0%	유제품의	27.4%
요구(claim)	18.6%	섬유질	20.3%	우유	24.1%
FDA	12.2%	프로바이오틱스	12.9%	코코넛	17.5%
CBD	8.3%	발효된	9.3%	고기(meat)	14.2%
대마(hemp)	7.5%	콤부차	9.1%	콩	11.2%

자료 : 미국 언론매체 내 ‘기능성 음료’ 관련 뉴스 760건 분석 (18.01 - 20.01)  
 값 설명: 해당 키워드 포함 문건 수/매체 총 문건 수(%)

24) LDA 분석기법: LDA란 문서 내 어떤 주제들이 존재하는지 파악하기 위한 분석 기법 중 하나임

25) 칸나비디올(CBD): 주로 대마초에서 발견되는 화학 성분으로, 마리아나의 주성분인 식물성 칸나비노이드의 한 종류

26) 슈퍼마켓 뉴스(www.supermarketnews.com), 「FDA clarifies regulatory stance on CBD products」, 2019.11

## 2. 미국 소비자, 차(Tea) 형태 건강기능음료 선호

▶ 미국 온라인 쇼핑몰, 인기 기능성 음료의 대다수는 스포츠 및 에너지 드링크  
 인기 기능성 음료의 특성을 살펴보고자, 온라인 쇼핑몰 총 4곳에서 ‘기능성 음료’ 정보를 수집함. 상품명 분석 결과, ‘에너지’, ‘스파클링’, ‘게토레이’, ‘갈증 해소’, ‘단백질’ 등 대체로 에너지 드링크, 스포츠 드링크 관련 키워드가 빈출하여, 기능성 음료 중 스포츠 및 에너지 드링크의 인기는 여전히 높은 것을 확인함

▶ 건강기능음료로는 차(Tea) 형태가 다, 주로 면역력 증가에 도움

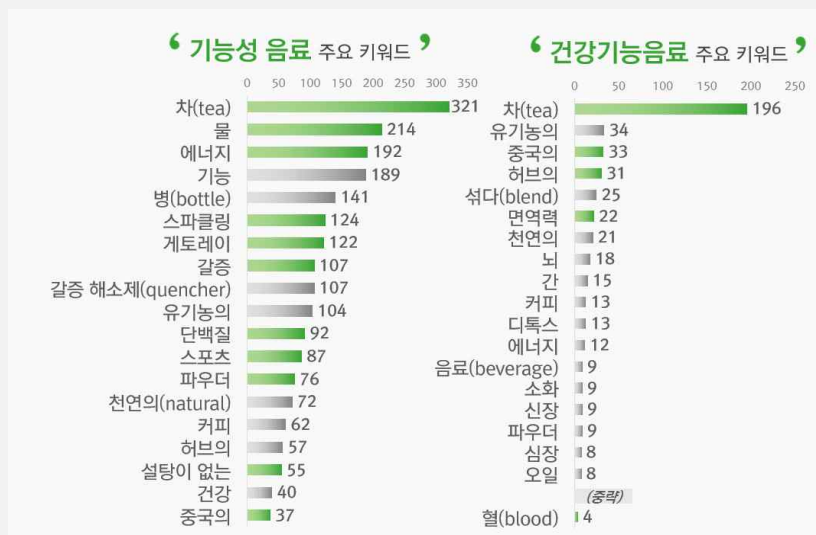
▶ 혈(Blood) 건강 개선 음료는 많지 않아

건강과 관련된 기능성 음료를 분석하기 위해 상품명에 건강(Health), 기능(Function) 키워드가 포함된 제품만 따로 추출해 분석함. 그 결과, ‘차(Tea)’ 제품이 압도적으로 많았으며, ‘커피’, ‘음료(beverage)’, ‘파우더’ 순으로 뒤를 이음. 효능 기준으로는 ‘면역력’ 증가에 도움이 되는 음료가 많았고, 다음으로 ‘뇌’, ‘간’, ‘디톡스’, ‘소화’, ‘신장’ 순으로 빈출함. ‘혈(Blood)’ 건강에 관련된 제품은 총 210개의 제품 중 4개에 불과함

▶ 미국 온라인 쇼핑몰 내 기능성 음료, 건강기능음료 주요 키워드

① 에너지, 스포츠 ② 차(Tea) ③ 면역력

[표 2.5] 미국 온라인 쇼핑몰 내 ‘기능성 음료’, ‘건강기능음료’ 주요 키워드



자료 : 미국 온라인 쇼핑몰 내 ‘기능성 음료’ 상품 1,135개, ‘건강기능음료’ 상품 210개 분석 (18.01 - 20.01)  
 값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

### 3. 미국 혈당조절제품, 주로 알약 형태로 판매돼

#### 시나몬 혈당조절제품



제품명	네이처스 원더 (Nature's Wonder) 시나몬 캡슐
가격	5.5달러 (한화 약 6,408원) <sup>27)</sup>
용량	7.5g(500mg*150개)
출처: 아마존 (amazon.com)	

#### 액상 혈당조절제품



제품명	굿 스테이트 (Good State) 혈당조절제
가격	19.99달러 (한화 약 23,290원)
용량	240ml
출처: 이베이 (ebay.com)	



제품명	헴프 슈퍼 사이다 (Hemp Super Cider)
가격	15.99달러 (한화 약 18,630원)
용량	240ml
출처: 아마존 (amazon.com)	

#### ▶ 미국 혈당조절제품, 알약 형태가 인기

#### ▶ 음료 유형의 혈당조절제품 중에는 ‘차(Tea)’ 형태가 보편적

미국 내 인기 있는 혈당조절 제품은 어떤 특성을 지니고 있는지 분석하기 위해 혈당조절 제품 357개의 상품명을 분석함. 데이터 분석 결과 ‘캡슐’, ‘정제(Tablet)’, ‘캐플렛(Caplet)<sup>28)</sup>’ 등 알약 종류와 관련된 키워드가 빈출하여, 주로 알약 형태의 혈당조절 제품이 판매되는 것을 확인함. 음료 형태 제품도 26건 출현하여 많지 않은 편이나, 비교적 ‘차(Tea)’가 가장 많은 것으로 확인됨

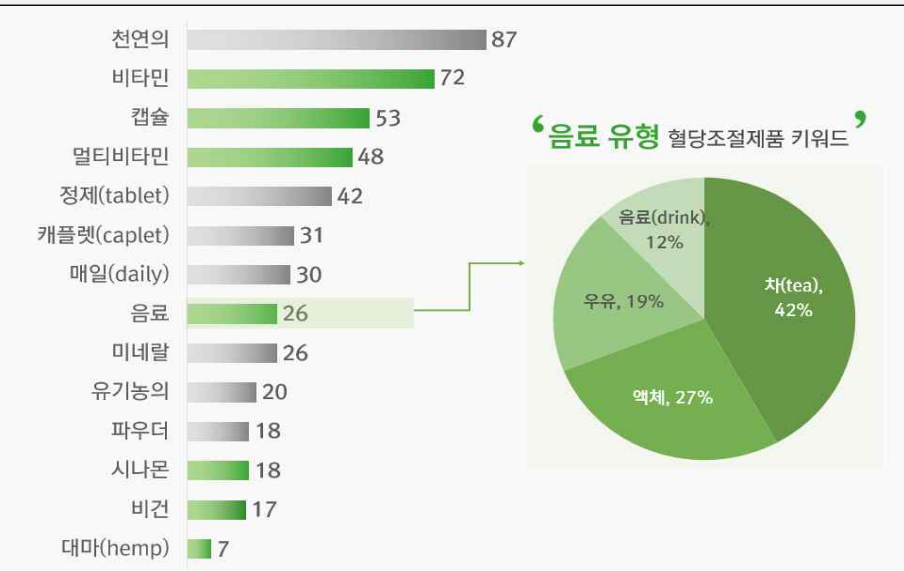
#### ▶ 혈당조절제품 중 ‘비타민’ 제품 선호, 채식주의자 타깃 제품도 판매돼

‘비타민’, ‘멀티비타민’ 키워드가 빈출하여, 혈당조절 기능을 가진 비타민 제품이 많다는 점을 알 수 있음. ‘비건(Vegan)’, ‘베지테리언(Vegetarian)’ 등 채식 관련 키워드도 출현하여, 채식주의자나 채식을 선호하는 소비자 타깃의 제품들을 확인함. 혈당조절 제품용 식물성 추출 재료로는 시나몬, 대마(hemp)가 출현함. 그 수가 많지는 않으나, 채식 관련 키워드와 식물성 재료 키워드가 출현한 것을 통해 아이스플랜트로 조제된 기능성 음료의 시장성을 어느 정도 확인할 수 있음

#### ▶ 미국 온라인 쇼핑몰 내 혈당조절 상품 주요 키워드

① 캡슐 ② 비타민 ③ 비건

[표 2.6] 미국 온라인 쇼핑몰 내 ‘혈당조절’ 상품 주요 키워드



자료: 미국 온라인 쇼핑몰 내 ‘혈당조절’ 제품 357건 분석 (18.01 - 20.01)  
 값 설명: 해당 키워드 빈도 총합(TF)

27) 1달러=1,165.10원 (2020.01.23, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

28) 캐플렛(Caplet): 캡슐과 정제(Tablet)의 합성어로, 캡슐 모양의 정제를 뜻함. 일반 정제를 삼키기 쉽도록 캡슐 모양으로 변형함

#### 4. 미국 소비자, 아이스플랜트를 건강식품으로 인식하는 수준 낮아

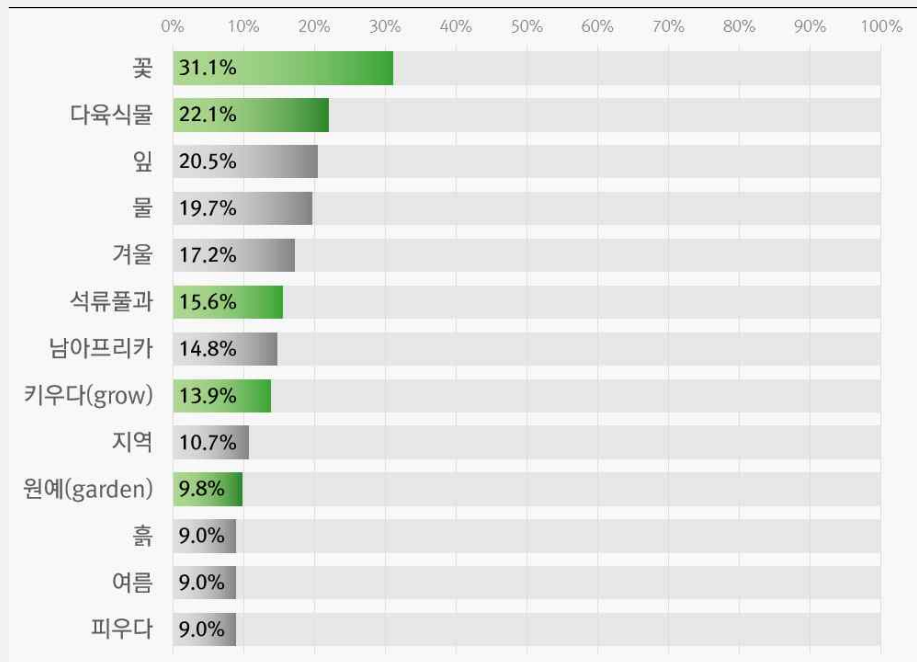
##### ▶ 아이스플랜트, 미국 내 주로 반려식물로 인식돼

‘아이스플랜트’의 인지도를 살펴보기 위해 미국 커뮤니티 내 아이스플랜트가 언급된 게시글 총 122건을 분석함. 데이터 분석 결과 ‘꽃’, ‘다육식물(Succulent)’, ‘석류플과(Aizoaceae)’, ‘남아프리카’, ‘키우다(Grow)’, ‘원예(Garden)’ 등의 키워드가 빈출됨. 이에 원문을 살펴본 결과, 앞의 키워드들에서 유추할 수 있듯이 미국 소비자들이 아이스플랜트를 건강식품 재료보다 반려식물로서 인식하는 경향이 강한 편임을 확인함. 이에 따라 아이스플랜트로 조제된 건강기능음료가 미국 시장에 진입하기 위해서는 아이스플랜트 자체의 인지도 제고와 함께 아이스플랜트를 식품으로 섭취 시 얻을 수 있는 효능, 건강상의 이점을 알리는 것이 우선일 것으로 예상됨

##### ▶ 미국 커뮤니티 내 아이스플랜트 게시글 주요 키워드

① 꽃 ② 다육식물 ③ 키우다(grow)

[표 2.7] 미국 커뮤니티 내 ‘아이스플랜트’ 게시글 주요 키워드



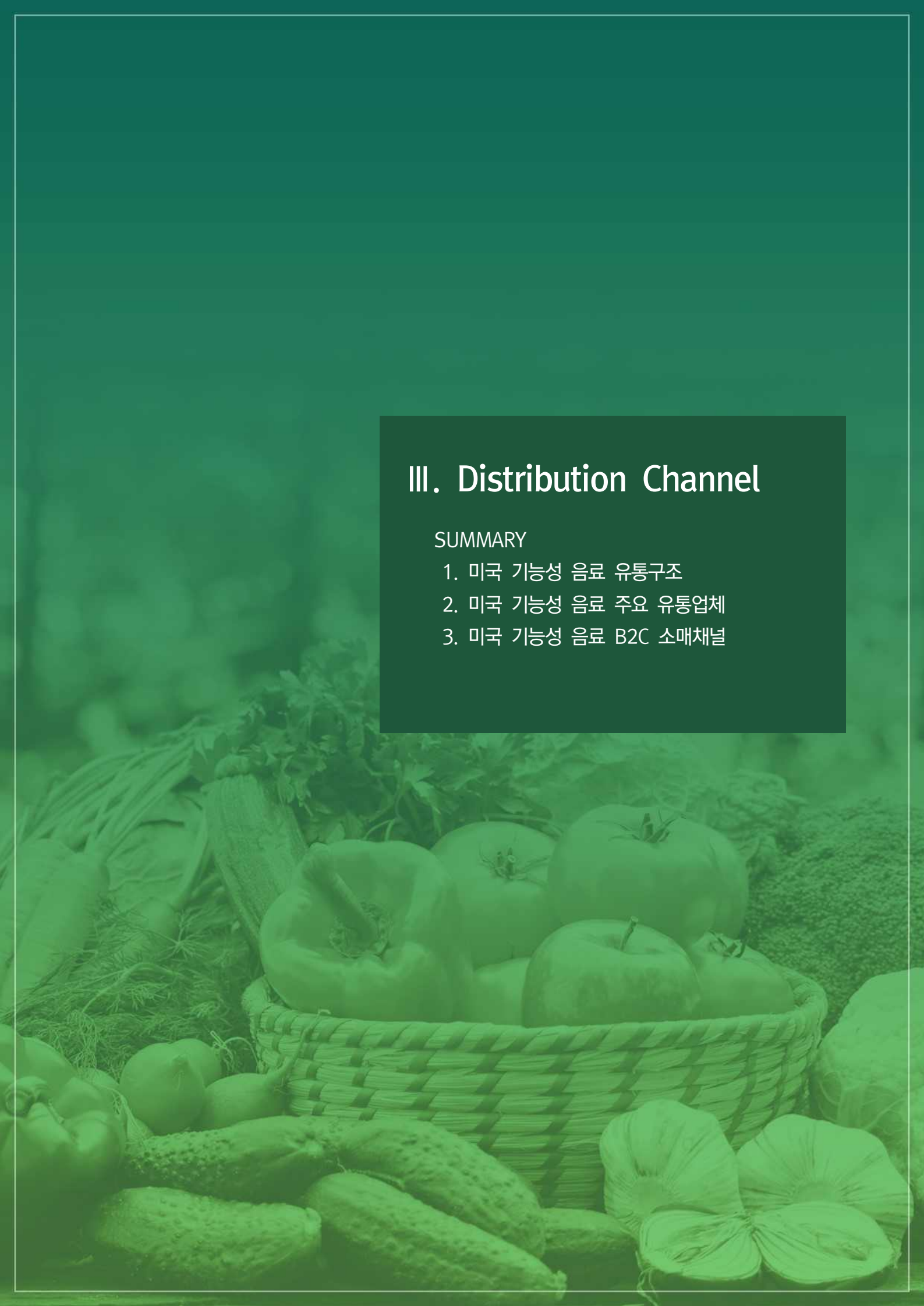
자료 : 미국 커뮤니티 내 ‘아이스플랜트’ 관련 게시글 122건 분석 (18.01 - 20.01)  
 값 설명: 해당 키워드 포함 문건 수/매체 총 문건 수(%)



### III. Distribution Channel

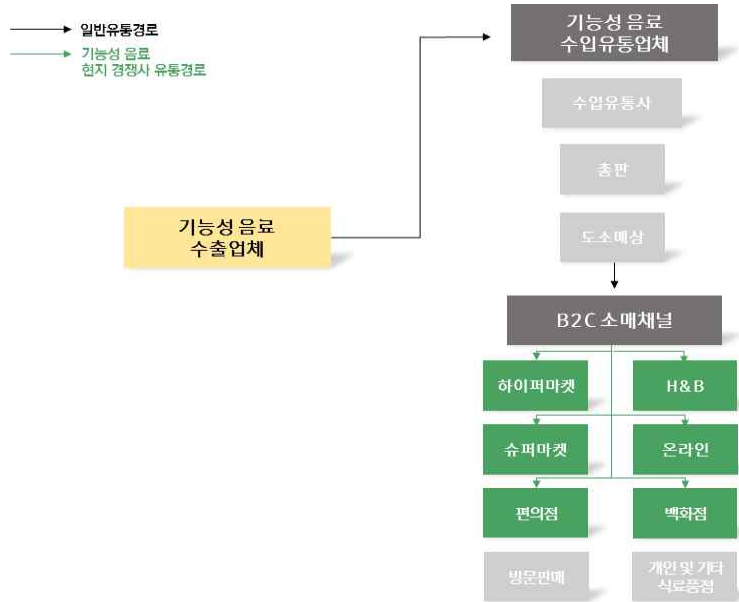
#### SUMMARY

1. 미국 기능성 음료 유통구조
2. 미국 기능성 음료 주요 유통업체
3. 미국 기능성 음료 B2C 소매채널



# Distribution Channel

(유통채널)



## 미국 (U.S.A) 기능성 음료<sup>29)</sup> 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 <sup>30)</sup>	주요 채널 <sup>31)</sup>
B2C 소매 채널	H&B	30.4%	월그린(Walgreens), 씨브이에스(CVS), 라이트에이드(Rite Aid), 세포라(Sephora), 지엔씨(GNC)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	22.9%	크로거(Kroger), 퍼블릭스(Publix), 세이프웨이(Safeway), 월마트(Walmart), 홀푸드마켓(Whole Foods Market),
	백화점	17.2%	메이시스(Macy's), 콜스(Kohl's)
	온라인	12.6%	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 타겟(Target)
	개인 및 기타 식료품점 <sup>32)</sup>	8.2%	가주마켓(GAJU Market), 에이치마트(Hmart)
	방문판매	5.6%	메리케이(Mary Kay), 암웨이(Amway)
	편의점	3.1%	세븐일레븐(7-Eleven), 와와(Wawa), 써클케이(Circle K)

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

29) '기능성 음료'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '컨슈머헬스(Consumer Health)'의 정보를 확인함

30) 2019년 기준, 미국 내 '컨슈머헬스(Consumer Health)'의 유통채널 점유율임

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

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

## 1. 미국 기능성 음료 유통구조

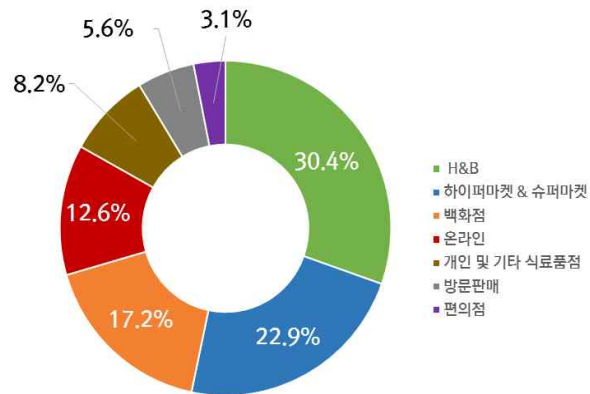
### ▶ 미국 기능성 음료 주요 채널

‘H&B(30.4%), 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(22.9%), 백화점(17.2%), 온라인(12.6%)’

품목 구분 및 분류

품목	기능성 음료
구분	건강보조식품
범주	컨슈머헬스 (Consumer Health)

[표 3.1] 미국 기능성 음료 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 미국 기능성 음료 유통채널 현황

채널 유형	기능성 음료 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	H&B	30.4%	월그린(Walgreens), 씨비에스(CVS), 라이트에이드(Rite Aid), 세포라(Sephora), 지엔씨(GNC)
	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	22.9%	크로거(Kroger), 퍼블릭스(Publix), 세이프웨이(Safeway), 월마트(Walmart), 홀푸드마켓(Whole Foods Market),
	백화점	17.2%	메이시스(Macy's), 콜스(Kohl's)
	온라인	12.6%	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 타겟(Target)
	개인 및 기타 식료품점	8.2%	가주마켓(GAJU Market), 에이치마트(Hmart)
	방문판매	5.6%	메리케이(Mary Kay), 암웨이(Amway)
	편의점	3.1%	세븐일레븐(7-Eleven), 와와(Wawa), 씨클케이(Circle K)

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

## 2. 미국 기능성 음료 주요 유통업체

- ▶ H&B, 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓, 백화점, 온라인이 대표적  
추가로, 편의점에서 유사 품목 판매가 확인되어 조사 채널에 포함

[표 3.3] 미국 기능성 음료 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 <sup>33)</sup> )	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	월그린 (Walgreens)	H&B	약 983억 9,200만 달러 (약 114조 6,365억 원)	월그린(Walgreens), 네슬레(Nestle), 애벗 뉴트리션 (Abbott Nutrition)	○
2	씨브이에스 (CVS)	H&B	약 1,945억 7,900만 달러 (약 226조 7,040억 원)	씨브이에스(CVS), 덱스포(Dex4), 애벗 뉴트리션 (Abbott Nutrition)	○
3	라이트에이드 (Rite Aid)	H&B	약 216억 3,956만 달러 (약 25조 2,123억 원)	트리비디아 헬스 (Trividia Health), 애벗 뉴트리션 (Abbott Nutrition)	○
4	월마트 (Walmart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 5,144억 달러 (약 599조 3,274억 원)	네슬레(Nestle), 이쿼트(Equate), 애벗 뉴트리션 (Abbott Nutrition), 엔터렉스(Enterex)	○
5	크로거 (Kroger)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 1,212억 달러 (약 141조 2,101억 원)	네슬레(Nestle), 애벗 뉴트리션 (Abbott Nutrition), 다논(Dannon), 라라푸드(Lala Foods)	○

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

33) 1달러=1,165.10원 (2020.01.23., KEB 하나은행 매매기준율 기준)



순번	기업명	기업구분	규모 (매출액)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	Safeway (세이프웨이)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 608억 달러 (약 70조 8,381억 원)	네슬레(Nestle), 애벗 뉴트리션 (Abbott Nutrition), 덱스포(Dex4), 트리비디아 헬스 (Trividia Health)	0
7	콜스 (Khol's)	백화점	약 202억 달러 (약 23조 5,350억 원)	소다 스트림 (Soda Stream), 핏 앤 액티브 (Fit&Active)	0
8	써클케이 (Circle K)	편의점	약 14억 5,780만 달러 (약 1조 6,985억 원)	네이키드 주스 (Naked Juice), 머슬 밀크 (Muscle Milk),	0
9	세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	약 188억 5,133만 달러 (약 21조 9,637억 원)	캘리포니아 팜스 (Califia Farms), 브레인 주스 (Brain Juice)	0
10	아마존 (Amazon)	온라인	약 1,414억 달러 (약 164조 7,451억 원)	릴리 온(Reli On), 덱스포(Dex4), 트리비디아 헬스 (Trividia Health), 애벗 뉴트리션 (Abbott Nutrition)	0




자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

### 3. 미국 기능성 음료 B2C 소매채널

#### 1) H&B



#### ① 월그린(Walgreens)

	기업명	월그린(Walgreens)	
	홈페이지	www.walgreens.com	
	위치	일리노이(Illinois)	
	규모	매출액(*18)	약 983억 9,200만 달러 (약 114조 6,365억 원)
기타 규모		매장 수(*18): 약 9,451개	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1901년 설립</li> <li>- 2014년 월그린부츠얼라이언스(Walgreens Boots Alliance Inc.)로 합병</li> <li>- 유럽과 아시아 11개국에서 부츠(Boots) 매장 운영</li> <li>- 미국에서는 월그린(Walgreens)과 듀엔리드(Duane Reade) 매장을 운영</li> </ul>		
기업 요약	 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 하반기 미국 내 월그린 매장 200여 곳 폐쇄 발표 등 2022년까지 운영비용 절감을 목표</li> <li>- 2019년 9월 버지니아 내 드론 배송 서비스 시범 운영</li> <li>- 2019년 9월 프레드스(Fred's Inc)<sup>34</sup> 드럭스토어 재고, 처방 기록, 고객 기록 등을 약 940만 (한화 약 111억 원)달러에 매입</li> <li>- 2018년 전년 대비 매출액 17.2% 증가</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	글루코스 리퀴드 (Glucose Liquid)
		종류	포도당 음료
		용량	60ml
		원산지	미국

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

사진자료: 뉴욕포스트(NYPost), 씨엔엔(CNN)

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

**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, 향수류, 가구류 생활용품, 유아용품, 애견용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 장기적인 협력 및 안정적인 공급 중시</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	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 직접등록                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 자사 공급업체 포털인 SupplierNet 가입하여 입점 절차 진행</li> <li>- 벤더번호 필요</li> <li>- 홈페이지 New Vendor 클릭하여 공급업체 필수 요건 확인 (webapp.walgreens.com/SupplierNet/login.htm)</li> </ul> </li> <li>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</li> </ol>	
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 평가 기준 ① 모든 절차는 전자무역 형식으로 진행</li> <li>· 평가 기준 ② 입점 제품 정보 전자문서 형식으로 제출</li> <li>· 평가 기준 ③ MSDS 제출<sup>35)</sup></li> <li>· 평가 기준 ④ 보험증명서 보유</li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 공급업체 포털 SupplierNet 운영</li> <li>- Corporate Distribution Center 이용과 Direct Store Delivery 중 선택</li> <li>- Direct Store Delivery 선택 시 유선연락 통해 따로 입점 문의 (+1-852-2738-3401)</li> </ul>	
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> <li>· <b>Optima Sales (식품 브로커)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 : optimasales.com</li> <li>- 전화번호 : +1-904-318-6030</li> <li>- 기업소개 : 월그린을 포함한 드럭스토어, 슈퍼마켓 등 납품 및 판매 활동 지원</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 월그린홈페이지(Walgreens) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

35) 물질안전보건자료(Material Safety Data Sheets, MSDS)로 규정에 따른 취급유의사항을 담은 정보



② 씨브이에스(CVS)

기업 기본 정보	기업명	씨브이에스(CVS)	
	홈페이지	www.cvs.com	
	위치	로드아일랜드(Rhode Island)	
	규모	매출액(*18)	약 1,945억 7,900만 달러 (약 226조 7,040억 원)
기타 규모		매장 수(*18): 약 9,900개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1963년 설립되어 미국, 브라질에서 매장 운영</li> <li>- 씨브이에스 헬스(CVS Health)<sup>36)</sup>의 자회사</li> <li>- 2018년 12월 건강보험업체 애트나(Aetna)를 인수하여 건강관리 서비스 확대</li> <li>- 약 1,100개의 미닛클리닉(Minute Clinic) 매장 운영하여 매장 내 PA<sup>37)</sup>가 간단한 질병에 대한 처방전 발급</li> <li>- 6개 도시에서 일반약품과 식품에 한해 당일배송 서비스 개시</li> </ul>		
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2020년 1월 헬스허브(HealthHub) 지점 13개 개설</li> <li>- 2019년 9월, 약 1,500개의 매장을 간단한 의료서비스를 제공하는 헬스허브(HealthHUBs)로의 변화 발표</li> <li>- 2019년에 100개 매장, 2020년에 50개 매장을 오픈 예정이며, 온라인 판매가 증가함에 따라 점차 매장 증설을 줄여나갈 것을 발표</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	글루코스 리퀴드 샷 (Glucose Liquid Shot)
		종류	포도당 음료
		용량	50ml
		원산지	미국

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

36) 미국 최대 규모의 드럭스토어 체인 중심의 헬스케어 서비스 기업

37) PA(Physician Assistant) : 의사 보조사

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: 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>	
<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. 홈페이지에서 직접 등록</p> <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> <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>
	<p><b>등록 조건</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 평가 기준 ① WERCSmart<sup>38)</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>
	<p><b>특이사항</b></p>	<p>온라인몰 입점, 매장 직접 납품, 물류센터 납품 등 공급업체 종류에 따라 제출해야하는 서류 양식이 다르며, 홈페이지 통해 확인 가능</p>
<p><b>벤더 리스트</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· <b>Optima Sales (식품 브로커)</b> <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

38) 제조업체와 소매업체를 연결하는 플랫폼





③ 라이트에이드(Rite Aid)

	기업명	라이트에이드(Rite Aid)	
	홈페이지	www.riteaid.com/shop	
	위치	펜실베이니아(Pennsylvania)	
	규모	매출액('19)	약 216억 3,956만 달러 (약 25조 2,123억 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>- 18개 주에서 매장 운영하는 미국 내 3번째 규모의 드럭 스토어 체인점</li> <li>- 2017년 9월 1,932개 매장과 물류센터 3곳을 월그린 (Walgreens)에, 2018년 매장 2,500개를 앨버트슨스 (Albertsons)<sup>39)</sup>에 매각</li> <li>- 전체 사업은 리테일 파머시 부문과 파머시 서비스 부문으로 나누어 운영</li> </ul>	
			
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 10월 낙스케어 애널리틱스(NarxCare Analytics)와 제휴하여 데이터베이스 개선</li> <li>- 2019년 내 약 10개 라이트에이드 매장이 월그린 매장으로 전환될 예정</li> <li>- 2019년 매장 내 아마존 픽업 서비스 운영을 개시하여 연말까지 서비스 제공 매장 1,500여곳으로 확대 계획</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명	글루코스 샷 (Glucose Shot)
		종류	포도당 음료
		용량	60ml
		원산지	미국

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

39) 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, 의약품, 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	<ol style="list-style-type: none"> <li>홈페이지에서 직접 등록                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 메뉴 Corporate Information 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> </ul> </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> </ol>	
	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>40)</sup> 신용평가보고서 제출</li> </ul>	
	특이사항	RangeMe를 통해 바이어와 컨택하여 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

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

2) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓



① 월마트(Walmart)

	기업명	월마트(Walmart)
	홈페이지	www.walmart.com
	위치	아칸소(Arkansas)
	규모	<p>매출액('19) 약 5,144억 달러 (약 599조 3,274억 원)</p> <p>기타 규모 - 매장 수('19): 약 4,769개 - 직원 수('19): 약 220만 명</p>
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1962년 7월 설립</li> <li>- 월마트(Walmart) 내 13개 자사 브랜드 운영</li> <li>- 10개국에서 이커머스(E-Commerce) 사이트 운영</li> <li>- 슈퍼센터(Supercenter)와 디스카운트스토어(Discount Stores)와 같은 다양한 형태로 매장 운영</li> <li>- 50개 모든 주에서 매장 운영</li> </ul>	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 약 150개의 물류 센터를 통해 폭넓은 유통 채널 운영</li> <li>- 온라인 쇼핑사이트 한 달 기준 1억 명 이상의 사용자 달성</li> </ul>	
		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 3분기 신선식품 매출액이 크게 증가했으며, 계속해서 품목 다양화 및 품질 개선을 실시할 예정</li> <li>- 2019년 5월부터 일부지역 매장에서 멤버십 가입 시 하루 만에 배송을 받아볼 수 있는 배송서비스 '갯프리넥스트데이딜리버리(Get Free Next Day Delivery)' 운영</li> <li>- 2018년 인도 플립카트(Flipkart) 인수와 아스다(Asda)의 과반 주식을 영국 기업 J. 세인스버리(J Sainsbury PLC)에 매각</li> </ul>	
유사제품 정보		<p>제품명 부스트 글루코스 컨트롤 (Boost Glucose Control)</p> <p>종류 포도당 음료</p> <p>용량 237ml</p> <p>원산지 스위스</p>

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

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: 향신료, 신선식품, 건조식품, 건강보조식품, 차(茶)류, 즉석식품, 면류 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>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	1. 홈페이지를 통한 직접 문의 <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>41</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> 2. 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 조건	<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>42</sup>)</li> </ul>
	특이사항	<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 충족해야 함</li> <li>- 문의사항 연락처 이메일: supplier64@wal-mart.com</li> </ul>
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Savino Sales and Marketing (식품 브로커)                         <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

41) Data Universal Numbering System, 국제 사업자 등록 번호

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



② 크로거(Kroger)

	기업명	크로거(Kroger)	
	홈페이지	www.kroger.com	
	위치	오하이오(Ohio)	
	규모	매출액('18)	약 1,212억 달러 (약 141조 2,101억 원)
기업 기본 정보	기타 규모	매장 수 ('18): 약 2,800개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1883년 설립</li> <li>- 35개 주에서 매장 운영 및 44개의 물류센터 보유</li> <li>- 자사 브랜드 판매 매출액이 전체 매출의 26% 차지</li> <li>- 크로거 제로 헝거(Kroger Zero Hunger), 제로웨이스트 이노베이션펀드(Zero Waste Innovation Fund) 등 다양한 캠페인 전개<sup>43)</sup></li> <li>- 티몰(Tmall), 마이크로소프트(Microsoft)와 파트너십 체결</li> <li>- 2018년 하루 평균 약 1,100만 건의 거래가 이루어지며 이 중 약 97%는 로열티 카드를 통한 거래</li> </ul>	
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2020년 1월 온라인 식료품 주문 전문 자동화 시설 준공 발표</li> <li>- 2020년부터 매장 픽업 서비스 무료로 제공할 예정</li> <li>- 2019년 11월 브랜드 로고와 슬로건 교체</li> <li>- 2018년 온라인 판매 58% 증가</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	글루세나 (Glucerna)
		종류	포도당 음료
		용량	237ml
		원산지	미국

자료: 크로거(Kroger) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News)  
 사진자료: 크로거(Kroger) 홈페이지

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



입점 및 협력 정보

<p><b>입점 제품 특징</b></p>	<p>• <b>입점 가능 품목</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 차(茶)류, 스낵류, 건강보조식품, 주류 등</li> <li>- 일반: 뷰티용품, 생활용품, 완구류, 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>	
<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. 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</p> <p>사전등록 시</p> <p>① 공급자 정보 (회사명, 사업자등록번호/납세자식별번호, 연락처) - 사업자등록번호/납세자번호 없이 사전 등록 불가</p> <p>사전등록 후</p> <p>② 이메일 화신에 첨부된 링크로 들어가 User ID와 임시 비밀번호 이용하여 등록 절차 완료 - 제품 설명은 정해진 형식에 따라 작성</p> <p>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</p>
	<p><b>등록 조건</b></p>	<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>44)</sup> 취득</li> </ul>
	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 크로거사의 벤더관리시스템 (Supplier Hub)을 통해서만 입점 가능</li> <li>- 제안서 검토 최소 1주 소요</li> <li>- 기업 및 공급자 다양성 추구</li> </ul>
<p><b>벤더 리스트</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· GLENMOOR BROKERAGE (식품 브로커)</li> <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

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



③ 세이프웨이(Safeway)

기업 기본 정보	기업명	세이프웨이(Safeway)	
	홈페이지	safeway.com	
	위치	캘리포니아(California)	
	규모	매출액 ('18)	약 608억 달러 <sup>45)</sup> (약 70조 8,381억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수 ('18): 약 900개	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1915년 설립</li> <li>- 미국, 캐나다, 멕시코에서 운영 중이며, 미국 내 캘리포니아에 가장 많은 매장 위치</li> <li>- 2015년 알버트슨(Albertsons) 기업에 인수</li> <li>- 다양한 자체제작 브랜드 보유</li> <li>- 온라인 몰 운영</li> </ul>		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2020년 1월 코인미(Coinme)와 협력하여 비트코인 구매 서비스 제공</li> <li>- 2019년 12월 하와이 와이파후(Waipahu)에 매장 개장</li> <li>- 2012년 12월 테이크오프 테크놀로지(Takeoff Technologies)와 파트너십 체결하여 세이프웨이 2개 매장에 MFC<sup>46)</sup> 활성화</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	글루코스 샷 (Glucose Shot)
		종류	포도당 음료
		용량	2oz
		원산지	미국

자료: 세이프웨이(Safeway) 홈페이지, 알버트슨(Albertsons) 기업 홈페이지, 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News), 유로모니터(Euromonitor), 컴퍼니팩트시트(Company fact sheet), 프로그레시브그로서(Progressive Grocer)  
 사진 자료: 세이프웨이(Safeway) 홈페이지

45) 알버트슨(Albertsons) 기업 전체 매출액

46) MFC(Micro-fulfillment center): 상품 보관 및 적재, 재고 관리, 포장, 출하, 배송 등을 일괄적으로 물류센터의 기능을 하는 시스템

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: 신선식품, 육류, 스낵류, 즉석식품, 냉동식품, 차(茶)류, 음료류, 주류 등</li> <li>- 일반: 유아용품, 애완동물, 청소용품, 운동기구, 잡화류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유기농 제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 온라인 몰에서 아시아 식품 카테고리 제공</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	홈페이지에서 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 메뉴 Suppliers 클릭</li> <li>- Prospective Vendors 아래 Learn More 클릭</li> <li>- Range Me 가입 후 입점 희망하는 제품 등록</li> <li>- 바이어 컨택 및 입점 논의</li> </ul>	
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 평가 기준 ① 제품 UPC 바코드<sup>47)</sup> 탑재</li> <li>· 평가 기준 ② 알버트슨 윤리 강령 준수</li> </ul>	
	특이사항	문의사항 연락처: <a href="mailto:supplier.support@safeway.com">supplier.support@safeway.com</a>	
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Optima Sales &amp; Marketing (식품 브로커)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 : <a href="http://optimasales.com">optimasales.com</a></li> <li>- 전화번호 : +1-904-318-6030 / 이메일 : <a href="mailto:jeff@optimasales.com">jeff@optimasales.com</a></li> <li>- 기업소개 : 세이프웨이 등 다양한 유통업체 납품 및 판매 활동지원</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 세이프웨이(Safeway) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

47) GTIN(Global Trade Item Number)을 포함한 바코드여야 함

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 5,350억 원)
기업 요약	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 타깃으로 백화점 운영</li> <li>- 미국 동부를 중심으로 49개주에서 매장 운영</li> <li>- 미국 전역에 14개의 물류센터 운영</li> <li>- 다양한 캠페인 진행하며 지역사회 공헌 중시</li> <li>- 모든 매장에서 온라인 쇼핑과 제품픽업 서비스 가능</li> </ul>	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 세계에서 가장 윤리적인 기업(World's Most Ethical Companies)으로 선정</li> <li>- 2018년 3월 식품품 부문 강화를 위해 슈퍼마켓 기업 알디(Aldi)와 협력 체결</li> <li>- 모든 매장에서 아마존리턴즈 서비스 운영</li> </ul>		
	유사제품 정보		제품명
종류			다이어트 음료
용량			325ml
원산지			미국

자료: 콜스(Kohl's) 홈페이지, 포브스(Forbes), 더블유인사이트(Winsight)  
 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>- 식료품 종류 다양하지 않음</li> <li>- 식료품은 주로 프리미엄 브랜드 제품을 세트 형태로 판매</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<p>1. 홈페이지 통해 직접등록 (corporate.kohls.com/company/suppliers/become-a-supplier)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 콜스 사의 포탈 Jaggaer Network에서 계정 생성</li> <li>- 페이지에 제품 등록</li> <li>- 등록 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자이름, 공급자 번호/DUNS 번호, 납세자 식별 번호, 회사 주소, 계좌 정보 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 원가, 소비자가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 포트폴리오, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> <p>2. 벤더 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 로컬 에이전트 소싱</li> <li>- 로컬 에이전트를 통한 등록</li> </ul>	
	특이사항	문의사항 연락처: KohlsSuppliers@Kohls.com	

자료: 콜스(Kohl's) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



4) 편의점



① 써클케이(Circle K)

	<b>기업명</b>	써클케이(Circle K)		
	<b>홈페이지</b>	www.circlek.com		
	<b>위치</b>	아리조나(Arizona)		
	<b>규모</b>	<b>총매출('18)</b>	약 14억 5,780만 달러 (약 1조 6,985억 원)	
		<b>기타 규모</b>	직원 수: 약 63,000명	
<b>기업 기본 정보</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1951년 설립</li> <li>- 아리조나주와 뉴멕시코주에서 체인점 운영 시작</li> <li>- 13개의 지역 사업부로 나뉘어져 운영</li> <li>- 2003년 알리망타시옹 쿠쉬타르(Alimentation Couche-Tard)에 인수되어 유럽을 포함한 중국, 베트남 등 25개국 내 약 6,800개의 매장 운영</li> <li>- 2015년 모회사에서 운영되던 써클케이, 스타토일(Statoil), 코너스톤(Corner Store) 등 타 매장들을 글로벌써클케이(Global Circle K)로 통합</li> <li>- 대부분 매장 주유소와 함께 운영</li> </ul>			
	<b>기업 요약</b>	 		
<b>기업 최근 이슈</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 약 700개의 매장, 리브랜딩 작업 진행</li> <li>- 2018년 6월 건강 스무디 제조 기업 부스트유어셀프(Boost Yourself)와 협력 체결</li> <li>- 2018년 전년 대비 매출액 약 4.1% 증가</li> </ul>			
<b>유사제품 정보</b>		<b>제품명</b>	플러스 프로바이오틱스 (Plus Probiotics)	
		<b>종류</b>	유산균 음료	
		<b>용량</b>	450ml	
		<b>원산지</b>	미국	

자료: 써클케이(Circle K) 홈페이지, 더발틱타임즈(The Baltic Times)

사진 자료: EC21R&C 자체 현지 조사

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, 즉석식품, 캔디류, 스낵류, 주류, 음료류, 소스류 등</li> <li>- 일반: 생활용품, 여행용품, 문구류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존 플랫폼에 없는 신제품</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>		
<p><b>입점 등록 절차</b></p>	<p><b>등록 유형</b></p>	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<p>홈페이지에서 직접 입점문의 작성</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 필요정보 및 제품 설명 자유롭게 기재 후 제출 (<a href="http://www.circlek.com/form/vendor-request-form">www.circlek.com/form/vendor-request-form</a>)</li> <li>- 홈페이지 가입 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (담당자명, 이메일주소, 연락처, 회사명, 회사 주소, 회사 홈페이지 주소)</li> <li>② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 판매가격 등 제품 설명 자유기재)</li> </ul> </li> </ul>	
	<p><b>특이사항</b></p>	<p>문의사항은 각 지역사업부별로 문의(<a href="http://www.circlek.com/contact">www.circlek.com/contact</a>)</p>	
<p><b>벤더 리스트</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>National Sales and Marketing(식품 브로커)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 : <a href="http://nsmnetwork.com">nsmnetwork.com</a></li> <li>- 전화번호 : 1-314-473-1599 / 이메일 : <a href="mailto:tbush@NSMNetwork.com">tbush@NSMNetwork.com</a></li> <li>- 기업소개 : 미국 내 편의점 체인 납품 및 판매 활동 지원</li> <li>- 지역별로 담당자 및 연락처 다름</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 써클케이(Circle K) 홈페이지



② 세븐일레븐(7-Eleven)

	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)	
	홈페이지	www.7-eleven.com	
	위치	텍사스(Texas)	
	규모	총매출('18)	약 188억 5,133만 달러 <sup>48)</sup> (약 21조 9,637억 원)
기타 규모		매장 수('18): 약 9,340개 <sup>49)</sup>	
기업 기본 정보	- 1927년 설립 - 2019년 기준, 미국 내 약 9,340개 매장 운영 - 전 세계적으로 약 68,236개 매장 보유 - 세븐나우(7NOW) 앱을 통하여 배달 서비스 제공 (약 9,100개 매장에 적용) - 2004년 자체브랜드 '세븐셀렉트(7-Select)' 출시 - 지속적인 온라인 및 모바일 서비스 개발에 주력		
기업 요약	 		
기업 최근 이슈	- 2019년 5월 LA 지역 식음료 신상품 출시 - 2019년 상반기 건강 슬러시 음료 출시 - 2018년 9월 유제품 제조 기업 캘리포니아팜스(Califia Farms)와 협력 체결		
유사제품 정보		제품명	프로바이오틱 요거트 (Probiotic Yogurt)
		종류	유산균 음료
		용량	750ml
		원산지	미국

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지, 그로서리다이브(Grocery Dive), 뉴호프(Newhope), 씨스토어(CStore), 비즈니스와이어(Business Wire)  
 사진 자료: EC21R&C 자체 현지 조사

48) 북미 매장 통합 매출액

49) 매장 수: 미국 기준 9,340개 / 글로벌 기준 68,236개

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 주류, 음료류, 소스류, 냉동식품, 가공식품, 즉석식품, 캔디류 등</li> <li>- 일반: 생활용품, 여행용품, 문구류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존 플랫폼에 없는 신제품</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>		
<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>홈페이지에서 직접 등록 (corp.7-eleven.com/corp/business)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이지 내 Range Me 클릭</li> <li>- Range Me 가입 후 입점 희망하는 제품 등록</li> <li>- 바이어 컨택 및 입점 논의</li> <li>- 홈페이지 가입 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (담당자명, 이메일 주소, 연락처)</li> <li>② 공급 제품 정보 (제품명, 판매가격 등 제품 설명 자유기재)</li> </ul> </li> </ul>	
	<p>특이사항</p>	<p>아리바(Ariba)<sup>50)</sup> 공급업체 관리 솔루션을 사용하고 있음</p>	
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Optima Sales &amp; Marketing (식품 브로커)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 : <a href="http://optimasales.com/">optimasales.com/</a></li> <li>- 전화번호 : 1-904-318-6030 / 이메일 : <a href="mailto:jeff@optimasales.com">jeff@optimasales.com</a></li> <li>- 기업소개 : 월마트, 홀푸드마켓, 세븐일레븐, 크로거 등의 납품 및 판매 활동지원</li> </ul> </li> </ul>		

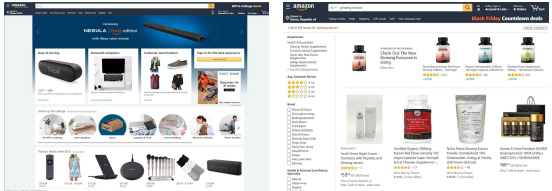

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지

50) 캘리포니아 주에 위치한 미국 소프트웨어 및 정보 기술 서비스 회사

5) 온라인



① 아마존(Amazon)

	<b>기업명</b>	아마존(Amazon)								
	<b>홈페이지</b>	www.amazon.com								
	<b>위치</b>	워싱턴(Washington)								
	<b>규모</b>	<table border="1"> <tr> <td><b>매출액('18)</b></td> <td>약 1,414억 달러<sup>51)</sup> (약 164조 7,451억 원)</td> </tr> <tr> <td><b>기타 규모</b></td> <td>직원 수('18): 약 647,500명</td> </tr> </table>	<b>매출액('18)</b>	약 1,414억 달러 <sup>51)</sup> (약 164조 7,451억 원)	<b>기타 규모</b>	직원 수('18): 약 647,500명				
<b>매출액('18)</b>	약 1,414억 달러 <sup>51)</sup> (약 164조 7,451억 원)									
<b>기타 규모</b>	직원 수('18): 약 647,500명									
<b>기업 기본 정보</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1994년 7월 설립</li> <li>- 세계 최대의 온라인 쇼핑중개업 회사</li> <li>- 전 세계적으로 175개의 물류센터를 보유하고 있으며, 그 중 110여개가 미국에 위치</li> <li>- 물류비용 절감과 배송 단축을 위한 완전 자동화 물류 센터 개발 중</li> <li>- 2017년 홀푸드마켓 인수하여 오프라인 식료품 시장 확장에 주력</li> <li>- 오프라인 매장인 아마존고(Amazon Go)와 아마존4-스타(Amazon 4-Star) 런칭</li> </ul>									
<b>기업 요약</b>										
<b>기업 최근 이슈</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 2019년 9월 아마존 온라인물 현금결제서비스 '아미존페이코드(Amazon PayCode)' 런칭</li> <li>- 2019년 9월 아마존고 시애틀 퍼스트힐 지점 오픈</li> <li>- 2019년 9월 음악 스트리밍 서비스 아마존뮤직HD(Amazon Music HD) 런칭</li> <li>- 2019년 2분기 매출액 20% 증가</li> </ul>									
<b>유사제품 정보</b>		<table border="1"> <tr> <td><b>제품명</b></td> <td>글루코스 샷 (Glucose Shot)</td> </tr> <tr> <td><b>종류</b></td> <td>포도당 음료</td> </tr> <tr> <td><b>용량</b></td> <td>60ml</td> </tr> <tr> <td><b>원산지</b></td> <td>미국</td> </tr> </table>	<b>제품명</b>	글루코스 샷 (Glucose Shot)	<b>종류</b>	포도당 음료	<b>용량</b>	60ml	<b>원산지</b>	미국
<b>제품명</b>	글루코스 샷 (Glucose Shot)									
<b>종류</b>	포도당 음료									
<b>용량</b>	60ml									
<b>원산지</b>	미국									

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

사진자료: 아마존(Amazon) 홈페이지

51) 북미지역 매출액



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: 신선식품, 유제품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 음료류, 차(茶)류 등</li> <li>- 일반: 서적류, 전자제품, 가전제품, 주방용품, 생활용품, 운동기구, 악기류, 화장품, 완구류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존 플랫폼에 없는 신제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 홍삼 조제품 판매</li> </ul> </li> </ul>			
<p><b>입점 등록 절차</b></p>	<p><b>등록 유형</b></p>	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록	
	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<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>		
	<p><b>등록 조건</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 평가 기준 ① 아마존 행동강령 준수</li> <li>· 평가 기준 ② 아마존 자체 브랜드 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증<sup>52)</sup></li> </ul>		
<p><b>벤더 리스트</b></p>	<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 : 아마존을 포함한 다양한 유통업체 납품 및 판매 활동 지원</li> </ul> </li> </ul>			

자료: 아마존(Amazon) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

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

## IV. Customs·Quarantine

### SUMMARY

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

### 인증 취득

미국으로 제품 수출 시, 필요하거나 선택 가능한 인증 정보를 제공함

### 기능성 음료

기능성 음료 품목은 건강기능식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 미국 수입 건강기능식품 ‘적용 받는 강제 인증 有’

미국으로 기능성 음료 제품이 진출 시 반드시 취득해야하는 강제 인증은 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 기능성 음료 사전 심사

### 사전 심사

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

### 기능성 음료

기능성 음료 품목은 건강기능식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 미국 기능성 음료 제품 수출을 위한 사전 심사 ‘불필요’
- ▶ 미국 기능성 음료 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 가이드에 따라 사전 통지 절차를 수행하면 됨. 사전 통지 절차의 경우 어떤 운송수단을 사용하느냐에 따라 제출 기한이 정해져 있기 때문에 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 기능성 음료 업체·제품 등록

#### 업체·제품 등록

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

#### 기능성 음료

기능성 음료 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)



<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</li> <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 식이보충제가 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>

자료 : 미국 식품의약국(FDA)

▶ 미국 기능성 음료 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

앞면(영어)

- ① 브랜드명 : REMEDY ORGANICS
- ② 제품명 : CACAO ESSENTIALS
- ③ 주원료 : almond milk, peruvian cacao nibs, medjool dates, ashwagandha, maca, probiotics
- ④ 보유인증 : USDA Organics, NON GMO, GLUTEN FREE, DAIRY FREE, SOY FREE
- ⑤ 용량 : 12 FL OZ(355ml)

앞면(국문)

- ① 브랜드명 : REMEDY ORGANICS
- ② 제품명 : CACAO ESSENTIALS
- ③ 주원료 : 아몬드 우유, 페루비안 카카오닙스, 메드줄 대추, 아슈와간다, 마카, 프로바이오틱스
- ④ 보유인증 : USDA Organics, NON GMO, GLUTEN FREE, DAIRY FREE, SOY FREE
- ⑤ 용량 : 12 FL OZ(355ml)

뒷면(영어)

- ① 성분 및 기능 :  
Almonds - Heart Health  
Hemp seeds - Brain Health  
Chia seeds - Digestive Health  
Maca - Energy  
Ashwaganha - Immune Health  
Probiotics - Gut Health  
Protein - Muscle Recovery
- ② 제품 설명 : Sweetened by nature  
Carragenen free, Learn more at [www.remedyorganics.com](http://www.remedyorganics.com)
- ③ 섭취방법 : Shake well & consume within 3 days of opening

뒷면(국문)

- ① 성분 및 기능 :  
아몬드 - 심장 건강  
헴프씨드 - 뇌 건강  
치아씨드 - 소화기능  
마카 - 에너지  
아슈와간다 - 면역력  
프로바이오틱스 - 장건강  
단백질 - 근육 회복
- ② 제품 설명 : 천연 원료로 단 맛을 낸 카라진 사용되지 않은, 더 많은 정보는 [www.remedyorganics.com](http://www.remedyorganics.com)
- ③ 섭취방법 : 잘 흔들어 섭취하십시오. 개봉 후 3일 이내로 섭취하십시오.

④ 보관방법 : Keep Refrigerated

⑤ 영양성분표(Nutrition Facts) :

Serving Size 1 12FL OZ(355ml)			
	Amount for serving		% Daily Value
<b>Calories</b>	180 cal		
Calories From Fat	85 cal		
<b>Total Fat</b>	8g		10%
Saturated Fat	0g		15%
Trans Fat	0g		
<b>Cholesterol</b>	0mg		0%
<b>Sodium</b>	135mg		6%
<b>Total Carbohydrate</b>	21g		7%
Dietary Fiber	3g		12%
Sugars	12g		
<b>Protein</b>	15g		
Vitamin E	60%	Vitamin D	20%
Calcium	50%	Iron	8%
*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet.			

⑥ 원료: ALMOND MILK\*, PROPRIETARY PROTEIN BLEND (PEA PROTEIN\*, SUNFLOWER PROTEIN\*, QUINOA PROTEIN\*), MEDJOOOL DATES\*, HEMP SEEDS\*, CHIA SEEDS\*, CACAO NIBS\*, HONEY\*, MACA ROOT\*, ASHWAGANDHA\*, VANILLA EXTRACT\*, ACACIA FIBER\*, CACAO POWDER\*, BACILLUS COAGULANS GBI - 30 PROBIOTIC.

⑦ 제조업체 : Remedy Organics  
Englewood Cliffs, NJ 07632  
www.remedyyorganics.com  
CERTIFIED ORGANIC BY NOFA-NY

④ 보관방법 : 냉장 상태를 유지하십시오.

⑤ 영양성분표 :

1회 제공량 12FL OZ(355ml)			
	1회 제공량		% 일일 기준치
<b>칼로리</b>	180 cal		
지방 칼로리	85 cal		
<b>총 지방</b>	8g		10%
포화 지방	0g		15%
트랜스지방	0g		
<b>콜레스테롤</b>	0mg		0%
<b>나트륨</b>	135mg		6%
<b>총 탄수화물</b>	21g		7%
식이섬유	3g		12%
당	12g		
<b>단백질</b>	15g		
비타민 E	60%	비타민 D	20%
칼슘	50%	철	8%
*일일 기준치에 대한 비율은 2000칼로리를 기준으로 작성되었음			

⑥ 원료: 아몬드 우유, 혼합 단백질(완두콩 단백질, 해바라기 단백질, 퀴노아 단백질), 메드즐 대추, 햄프씨드, 치아씨드, 카카오닙스, 꿀, 마카뿌리, 아슈와간다, 바닐라익스트랙트, 아카시아 섬유, 카카오 분말, 30유산균-BACILLUS COAGULANS GBI

⑦ 제조업체 : Remedy Organics  
Englewood Cliffs, NJ 07632  
www.remedyyorganics.com  
CERTIFIED ORGANIC BY NOFA-NY

## 5. 미국 기능성 음료 서류 준비

### 서류 준비

미국으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보를 제공함

### 기능성 음료

기능성 음료 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>53)</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)

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



## 6. 미국 기능성 음료 세금 납부

### 세금 납부

미국으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보를 제공함

### 기능성 음료

기능성 음료 품목은 건강기능식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

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

기능성 음료 수입 시 미국에서는 HS CODE 2106(따로 분류되지 않은 조제 식료품)의 2106.90.9898(기타) 세번이 적용됨.<sup>54)</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>55)</sup> 소요
- 수입 서류 심사 기간은 8시간 소요
- 통관 비용은 175달러(약 20만 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	
	2106.90.90	기타	
	2106.90.909	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)

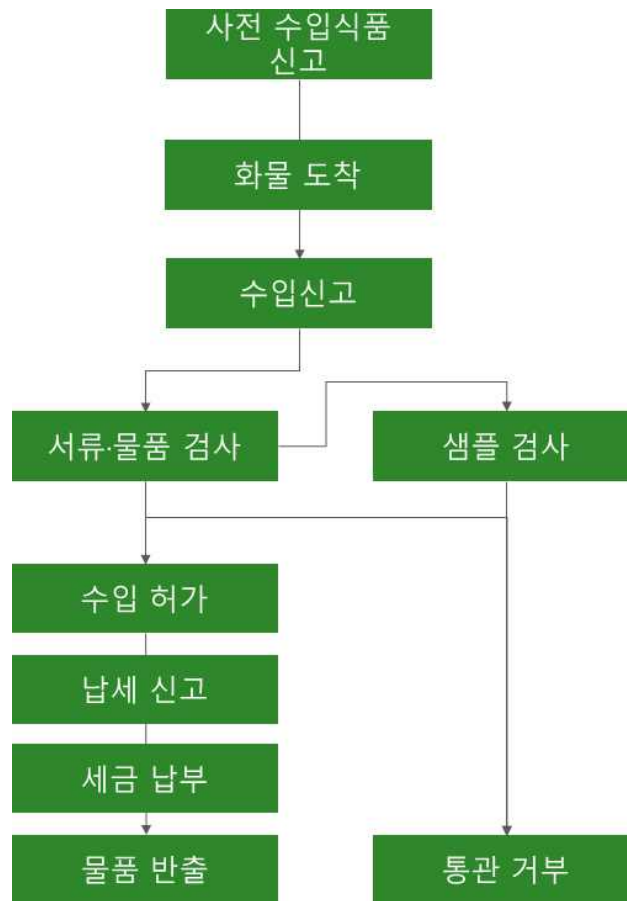
54) 미국의 경우 HS Code 6자리에 해당하는 2106.90 중 기능성 음료에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 미국 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있음. 미국의 HS Code(HTSUS)에 관하여 확인하기 위해서는 관련 정보 페이지인 CROSS(Customs Rulings Online Search System)를 활용할 수 있고, 확인되지 않는 경우 미국 세관국경보호국(CBP)으로 문의할 수 있음

55) 1달러=1,165.10달러 (2020.01.23, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 7. 미국 기능성 음료 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)
일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질	식품첨가물	Riboflavin	GMP <sup>56)</sup>
		Acesulfame potassium	450mg/kg
	유해물질	Aflatoxin (aflatoxin B1, B2, G1, G2(total))	20mcgs/kg (20ppb)

자료 : 미국 세관국경보호국(CBP), KATI농식품수출정보

56) 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

- ▶ 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

● 기능성 음료

기능성 음료 품목의 첨가물 규정은 KATI 식품 유형 분류 중 음료류의 과일·채소류음료로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

[표 4.9] 미국 건강기능식품 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)
안정제, 증점제 등	알긴산암모늄	Ammonium alginate	GRAS: 0.1% 이하 <sup>57)</sup>
안정제, 증점제	알긴산칼슘	Calcium alginate	GRAS: 0.3% 이하
향미증진제, 산도조절제 등	아세트산	Acetic acid	GRAS: 0.15% 이하, GMP에 따라 사용
향미증진제, 산도조절제 등	염화칼슘	Calcium chloride	GRAS: 0.05% 이하, GMP에 따라 사용
안정제, 증점제 등	덱스트린	Dextrin	GRAS: GMP에 따라 사용
영양강화제	젖산철	Ferrous lactate	GRAS: GMP에 따라 사용
향료	황산제이철	Ferric sulfite	GRAS: GMP에 따라 사용
향미증진제, 산도조절제 등	말산	Malic acid	GRAS: 0.7% 이하, GMP에 따라 사용
영양강화제, 안정제 등	염화칼륨	Potassium chloride	GRAS: GMP에 따라 사용

자료 : KATI농식품수출정보, 미국 식품의약국(FDA)

57) 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

## V. Expert Interview

### SUMMARY

- Interview ① 더비타민쇼피  
(The Vitamin Shoppe)
- Interview ② 월그린(Walgreens)
- Interview ③ 엘름드러그&엘름웰니스  
(Elm Drugs & Elm Wellness)
- Interview ④ 엔엑스티스스포츠뉴트리션  
(NXT Sports Nutrition)
- Interview ⑤ 비타코스트(Vitacost)

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Demand and Considerations



- 인터뷰 기업 : 더비타민쇼피  
(The Vitamin Shoppe)  
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Daphne  
(Store Manager)

### 채소로 만든 캡슐, 알약 형태의 제품 수요는 많은 편

현지 소비자들은 채소로 만든 기능성 음료의 맛과 향을 싫어하기 때문에, 음료 형태보다 캡슐과 알약 제형의 제품 수요가 많은 편입니다.

### 소비자들은 제품 구매 시, 브랜드와 효능을 고려함

미국에는 노화 방지, 소화 장애 개선, 혈당 조절 등의 다양한 효능을 갖춘 건강보조식품이 있으며, 현지인들은 제품 구매 시, 브랜드 인지도와 효능을 고려합니다.

## Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 월그린  
(Walgreens)  
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Natasha  
(Sales Assistant)

### 기능성 음료의 수요는 많은 편

미국에는 다양한 종류의 기능성 음료가 있으며, 수요 또한 많은 편입니다. 하지만 제품 대부분이 식욕 억제, 체중 감소의 다이어트 효능을 갖추고 있습니다.

### 소비자들은 채소로 만든 기능성 음료를 선호하지 않음

미국 내 비건과 채식주의자들은 알약, 캡슐, 분말 형태의 제품을 선호합니다. 미국 소비자 대부분이 채소로 만든 기능성 음료의 맛과 향이 별로일 것으로 생각합니다.

## Market Preference and Demand



- 인터뷰 기업 : 엘름드러그&엘름웰니스  
(Elm Drugs & Elm Wellness)  
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Devontae  
(Sales Associates)

### 알약, 캡슐 형태의 건강보조식품을 선호

미국인들은 알약과 캡슐 형태의 건강보조식품을 선호하며, 음료 형태는 휴대가 불편하고 먹기 번거롭다고 생각합니다.

### 채소로 만든 기능성 음료의 수요는 적은 편

미국 사람들은 채소로 만든 음료의 맛과 향을 싫어하기 때문에, 해당 제품의 수요는 적습니다.

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Trend and Considerations



- 인터뷰 기업 : 엔엑스티스포츠뉴트리션  
(NXT Sports Nutrition)  
온라인 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Fakhri M.  
(Owner)

### 섭취 목적에 따라 선택하는 제품 제형이 상이함

미국 소비자들은 혈압 조절, 당뇨병 치료, 면역력 강화의 효능을 위해서는 캡슐, 알약, 가루 제형의 건강보조식품을 구매하고, 독소 제거, 피부 개선을 위해서는 기능성 음료를 구매합니다.

### 제품 구매 시, 제품의 제형을 가장 중시

미국 사람들은 건강보조식품 구매 시, 제품의 제형을 가장 중시합니다. 그중, 아무런 맛과 향이 나지 않는 알약 형태의 수요가 가장 많은 편입니다.

## Market Preference and Demand



- 인터뷰 기업 : 비타코스트  
(Vitacost)  
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. LeRoy Ridgel  
(Operation Manager)

### 다양한 맛의 기능성 음료를 선호

미국 소비자들은 비건 전용 음료의 맛과 향에 거부감이 있었습니다. 하지만 최근 말차, 라벤더, 코코넛 등 다양한 맛의 기능성 음료가 출시됨에 따라, 해당 제품에 우호적인 반응을 보입니다.

### 노화 방지 제품은 고소득층에게서 수요가 많은 편

노화 방지 제품은 일반 건강보조식품보다 높은 가격대를 형성하고 있어, 고소득층에게서 수요가 많은 편입니다.



## Interview ① 더비타민쇼피(The Vitamin Shoppe)

58)

### 더비타민쇼피

(The Vitamin Shoppe)

전문가 소속

더비타민쇼피

(The Vitamin Shoppe)

소매업체

전문가 정보

Ms. Daphne

(Store Manager)



### 더비타민쇼피(The Vitamin Shoppe)

## Store Manager, Ms. Daphne

#### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 1977년에 설립된 건강보조식품 전문 소매업체로, 취급 품목으로는 기능성 음료, 단백질, 비타민, 다이어트 보조제 등이 있습니다. 미국 내 온라인 쇼핑몰과 약 780개의 오프라인 매장을 운영하고 있습니다. 네이처스웨이(Natures Way), 가든오브라이프(Garden of Life), 올리(Olly) 등 미국산 제품만을 판매하고 있습니다.

#### Q. 미국 내 기능성 음료 트렌드는 어떻게 되나요?

미국에는 다양한 종류의 기능성 음료가 있으며, 수요 또한 많은 편입니다. 유명 브랜드로는 퓨처바이오틱스(Futurebiotics), 네이처스플러스(Natures Plus), 가든오브라이프(Garden of Life) 등이 있습니다. 기능성 음료는 제품 성분에 따라 노화 방지, 소화 장애 개선, 혈당 조절, 신장 기능 강화, 관절 강화 등 각기 다른 효능을 갖추고 있으며, 소비자들은 브랜드 인지도와 제품 효능을 고려해 제품을 구매합니다.

#### Q. 채소로 만든 건강보조식품의 수요는 어떠한가요?

미국에는 채소로 만든 기능성 음료의 종류가 다양한 편이지만, 캡슐과 알약 형태에 비해 음료 제형의 수요는 매우 낮은 편입니다. 소비자들은 채소로 만든 기능성 음료의 맛과 향을 싫어하고, 아무 맛이 나지 않는 채소 성분의 캡슐, 젤리, 알약 형태의 제품을 선호하기 때문입니다. 또한 액체 형태는 아니지만, 물에 타 먹을 수 있는 비건 전용 단백질 파우더가 소비자들 사이에서 수요가 많은 편입니다.

58) 사진자료: 더비타민쇼피(The Vitamin Shoppe) 홈페이지 ([www.vitaminshoppe.com](http://www.vitaminshoppe.com))

### Q. 미국 내 혈당 조절과 노화 방지의 효능을 갖춘 제품에는 무엇이 있나요?

미국에는 혈당 조절과 노화 방지의 효능을 동시에 갖춘 제품은 없습니다. 혈당 조절 효능을 갖춘 기능성 음료로는 퓨처바이오틱스(Futurebiotics)의 어드벤스드 콜로이드 크로미움 바나듐(Advanced Colloidal Chromium Vanadium)이 유명하며, 노화방지로는 네오셀(NeoCell)의 리퀴드콜라겐+C(Liquid Collagen+C)의 제품이 유명합니다.

### Q. 알약과 함께 먹는 기능성 음료, 판매 시 수요가 있을까요?

미국에서 알약과 함께 먹는 기능성 음료가 판매된다면, 수요가 많지 않을 것 같습니다. 미국 사람들은 알약, 캡슐, 젤리 타입의 간편하게 먹을 수 있는 건강기능식품을 선호하는 경향이 있습니다. 하지만 해당 제품이 제품의 품질, 가격 부문에서 비교우위가 있다면, 소비자들은 약간의 불편함을 감수할 것으로 생각합니다.

## Interview ② 월그린(Walgreens)

59)

월그린  
(Walgreens)

전문가 소속

월그린  
(Walgreens)  
소매업체

전문가 정보

Ms. Natasha  
(Sales Assistant)

Walgreens



월그린(Walgreens)

Sales Assistant, Ms. Natasha

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

당사는 1901년에 설립된 소매업체로, 기능성 음료, 비타민, 건강보조제, 의약품 등을 취급하고 있습니다. 미국 내 온라인 쇼핑몰과 9,000개 이상의 오프라인 매장을 운영하고 있습니다.

**Q. 미국 내 기능성 음료의 판매 현황은 어떠한가요?**

미국에는 다양한 종류의 기능성 음료가 있으며, 수요 또한 많은 편입니다. 하지만 일반적으로 기능성 음료 제품은 식욕 억제, 체중 감소를 목적으로 한 상품입니다. 대표적인 브랜드로는 카네이션(Carnation), 스페셜케이(Special K), 부스트(Boost)가 있으며 하기와 같은 상품들이 인기가 있습니다.

구분	제품명	중량	가격(60)
1	부스트 하이 프로틴 뉴트리셔널 드링크 (Boost High Protein Nutritional Drink)	8.0oz x 12 pack	18.99달러 (22,125원)
2	카네이션 블랙퍼스트 에센셜 컴플리트 뉴트리셔널 드링크 (Carnation Breakfast Essentials Complete Nutritional Drink Rich Milk Chocolate )	8.0oz x 6 pack	6.99달러 (8,144원)
3	스페셜 케이 프로틴 셰이크 (Special K Protein Shakes Milk Chocolate)	10.0oz x 4 pack	7.49달러 (8,727원)
4	부스트 오티멈 어드밴스드 뉴트리셔널 드링크 (Boost Optimum Advanced Nutritional Drink)	8.0oz x 4 pack	9.99달러 (11,639원)

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

60) 1달러=1,165.10원 (2020.01.23., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

### Q. 미국 내 건강보조식품과 유사한 기능성 음료는 어떠한 제품이 있나요?

다이어트 이외의 기능성 음료로는 글루세나(Glucerna)사의 당뇨병을 위한 영양 셰이크 음료(Diabetes Nutritional Shake Ready-to-Drink) 제품이 있습니다. 이 제품은 혈당 조절을 하는 사람들을 위해 고안된 음료이며 혈당관리에 도움이 되는 저분해 탄수화물을 이용하였습니다. 8.0oz \* 6팩 제품을 10.79달러(12,571원)에 판매합니다. 또한 면역력에 좋은 것으로 유명한 퀀텀(Quantum)사의 엘더베리 식이보조 시럽(Elderberry Dietary Supplement Syrup)이 유명합니다. 사람들은 이 제품을 음료나 차에 섞어 마십니다.

### Q. 채소로 만든 기능성 음료의 수요는 어떠한가요?

미국 내 채소로 만든 알약, 캡슐, 분말 형태의 제품 수요는 많으나, 기능성 음료의 수요는 매우 적은 편입니다. 미국 내 비건과 채식주의자들은 채소로 만든 기능성 음료의 맛과 향이 별로일 것으로 생각하기 때문입니다.

### Q. 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 할까요?

지금까지 미국에서 알약과 함께 먹는 기능성 음료를 본 적이 없으나, 현지인들은 섭취 방식을 귀찮아할 가능성이 큽니다. 따라서 제품 가격이나 성분 등의 비교우위를 강조할 필요가 있습니다. 또한 소비자들에게 혈당 조절과 노화 방지 효능을 갖춘 기능성 음료가 출시됐다고 홍보하는 것이 중요합니다. 현재 취급 중인 기능성 음료 대부분이 체중 감량, 식욕 억제, 근육 강화의 효능만을 갖추고 있기 때문입니다.

## Interview ③ 엘름드러그&엘름웰니스 (Elm Drugs & Elm Wellness)

61)

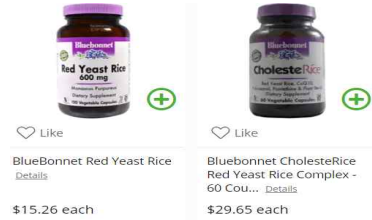
엘름드러그&엘름웰니스  
(Elm Drugs & Elm  
Wellness)

전문가 소속

엘름드러그&엘름웰니스  
(Elm Drugs & Elm  
Wellness)  
소매업체

전문가 정보

Mr. Devontae  
(Sales Associates)



### 엘름드러그&엘름웰니스(Elm Drugs & Elm Wellness) Sales Associates, Mr. Devontae

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

당사는 2010년에 설립된 소매업체로, 기능성 음료, 유기농 식료품, 비타민, 의약품, 건강보조식품을 취급하고 있습니다. 메르카토(Mercato) 사이트를 통해 온라인으로 제품을 판매하고 있으며, 미국 뉴욕 지역에 오프라인 매장 1곳을 보유하고 있습니다.

**Q. 미국 내 건강보조식품 트렌드는 어떻게 되나요?**

미국인들 사이에서 알약, 캡슐, 젤리 형태의 건강보조식품 수요가 꾸준히 증가하고 있습니다. 하지만 음료 형태의 제품은 다른 제형의 제품보다 수요가 적은 편입니다. 현지인들은 음료 형태는 휴대가 불편하고 먹기 번거롭다고 생각하기 때문입니다.

**Q. 채소로 만든 기능성 음료의 수요는 어떠한가요?**

미국 내 채소로 만든 건강보조식품의 수요는 많은 편입니다. 하지만 미국 사람들은 채소로 만든 음료의 맛과 향을 싫어하기 때문에, 음료 제형의 제품 수요는 매우 적습니다. 실제 채소로 만든 캡슐과 알약 형태는 먹기 편한 형태이고 아무런 맛이 나지 않아, 비건과 채식주의자에게서 인기가 높습니다.

**Q. 미국 내 인기가 높은 기능성 음료에는 무엇이 있나요?**

비타민 음료와 에너지 음료의 수요가 많으며, 기능성 음료로는 면역력 강화의 효능이 있는 제품의 인기가 높은 편입니다. 유명 브랜드로는 네이처바이탈리티(Nature Vitality), 레미디카카오(Remedy Cacao), 비타민주스(Vitamin Juice), 케비타(KeVita), 뉴트리바이오틱(NutriBiotic)이 있습니다. 해당 제품들은 제품 성분에 따라 면역력 강화, 호흡기 질환 치료, 혈압 조절, 노화 방지 등 각기 다른 효능을 갖추고 있습니다.

61) 사진자료: 엘름드러그&엘름웰니스(Elm Drugs & Elm Wellness) 홈페이지 (www.elmdrugs.com)

## Interview ④ 엔엑스티스포츠뉴트리션 (NXT Sports Nutrition)

62)

엔엑스티스포츠뉴트리션  
(NXT Sports Nutrition)

전문가 소속

엔엑스티스포츠뉴트리션  
(NXT Sports Nutrition)  
온라인 소매업체

전문가 정보

Mr. Fakhri M.  
(Owner)



### 엔엑스티스포츠뉴트리션(NXT Sports Nutrition) Owner, Mr. Fakhri M.

#### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 2011년에 설립된 온라인 소매업체로, 취급 품목으로는 기능성 음료, 비타민, 다이어트 보조제, 비건용 건강보조식품 등이 있습니다. 올맥스(Allmax), 뉴챗터(New Chapter), 비피아이스포츠(BPI Sports), 듀라바디(Dura Body) 등 약 27개 브랜드를 취급하고 있습니다.

#### Q. 미국 내 건강보조식품 트렌드가 어떻게 되나요?

미국에는 다양한 종류의 건강보조식품이 있습니다. 건강보조식품 대부분이 캡슐, 알약, 젤리, 가루 제형으로 되어 있으며, 기능성 음료는 흔하지 않습니다. 또한 제품 효능에 따라 제품 제형이 상이한 편입니다. 혈압 조절, 당뇨병 치료, 면역력 강화의 효능이 있는 제품들은 주로 캡슐, 알약, 가루 제형이며, 독소 제거, 피부 개선의 효능이 있는 제품들은 음료 형태로 출시되고 있습니다.

#### Q. 미국 소비자들은 제품 구매 시, 무엇을 고려하나요?

미국 소비자들은 건강보조식품 구매 시, 제품의 제형을 가장 중시합니다. 그중, 알약과 젤리 형태의 수요가 많은 편입니다. 일반 소비자들은 해당 제형은 아무런 맛과 향이 나지 않으며, 먹기에도 편하다고 인식합니다. 또한 젤리 형태는 어린이들이 먹기에도 부담이 없으므로, 아이를 둔 부모들에게 인기가 높습니다. 액체 형태는 셀 수 있고, 부피가 크므로 소비자들은 해당 제형의 제품을 선호하지 않습니다.

62) 사진자료: 엔엑스티스포츠뉴트리션(NXT Sports Nutrition) 홈페이지 ([www.nxtsupplements.com](http://www.nxtsupplements.com))

### Q. 미국 내 채소로 만든 건강보조식품의 트렌드는 어떠한가요?

최근 미국 사람들 사이에서, 채소로 만든 건강보조식품의 인지도가 높아졌습니다. 현지인들은 해당 제품이 다른 제품보다 성분과 품질이 좋아, 건강에 더 이롭다고 인식하는 경향이 있습니다. 하지만 무맛, 무취, 편리성 이유로 음료보다 알약과 캡슐 제형의 제품 수요가 많습니다.

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

건강보조식품이 미국으로 수출될 경우, US-FDA의 조건 외에 특별히 요구되는 인증과 조건은 없는 것으로 알고 있습니다. 하지만 당사에서 취급 중인 건강보조식품들은 '100% 채소로 만들어짐, 글루텐프리, B Corporation 인증, GMO 프리' 등의 문구를 통해, 취득한 인증을 홍보하고 있습니다.



## Interview ⑤ 비타코스트(Vitacost)

63)

비타코스트  
(Vitacost)

전문가 소속

비타코스트  
(Vitacost)  
소매업체

전문가 정보

Mr. LeRoy Ridgel  
(Operation Manager)



비타코스트(Vitacost)

Operation Manager, Mr. LeRoy Ridgel

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

당사는 1994년에 설립된 소매업체로, 기능성 음료, 비타민, 다이어트보조제, 유기농 제품 등을 취급하고 있습니다. 온라인 쇼핑몰과 라스베이거스에 오프라인 매장 1 곳을 운영하고 있습니다. 자체 PB 상품 외에도, 가든오브라이프(Garden of Life), 네이처스웨이(Nature's Way), 뉴챕터(New Chapter), 솔가(Solgar) 등 약 2,500개의 브랜드에서 출시된 45,000개 이상의 제품을 취급하고 있습니다.

**Q. 미국 내 인기가 높은 기능성 음료는 무엇인가요?**

미국에서의 건강보조식품 수요는 지속해서 증가하고 있으며, 기능성 음료 또한 수요가 많아지는 추세입니다. 그 중, 인기가 높은 제품으로는 골드트레드(Goldthread), 심플트루스(Simple Truth) 브랜드에서 출시한 제품이 있습니다. 골드트레드(Goldthread) 제품은 350mL에 4.3달러(5,009원)<sup>64)</sup>이며, 심플트루스(Simple Truth)는 8캔에 4달러(4,660원)입니다.

**Q. 비건 전용 기능성 음료의 수요는 어떠한가요?**

당사는 다양한 브랜드에서 출시한 비건 전용 기능성 음료의 제품을 취급하고 있으며, 해당 제품의 수요는 많은 편입니다. 유명 브랜드로는 골드트레드(Goldthread), 리플(Ripple) 등이 있습니다. 과거 소비자들은 비건 전용 음료의 맛과 향이 별로다고 생각했습니다. 하지만 최근 코코넛, 말차, 라벤더 등 다양한 맛의 비건 전용 기능성 음료가 출시됨에 따라, 해당 제품들은 비건과 채식주의자들에게서 수요가 많습니다.

**Q. 취급 중인 제품의 효능은 무엇인가요?**

제품마다 효능이 상이합니다. 스트레스 관리, 관절 강화, 소화 장애 개선, 수면 장애 치료, 피부 개선, 독소 제거, 혈액 순환 등의 효능을 갖춘 다양한 제품들이 있습니다.

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

64) 1달러=1165.10원(2020.01.23.,KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

필수로 요구되는 인증은 없으나, GMO프리, 글루텐프리, USDA 유기농, 코셔 인증 등을 취득할 것을 추천합니다. 해당 인증들은 제품 품질을 보장해, 소비자에게 신뢰성을 주기 때문입니다. 실제 당사에서 취급 중인 제품 중 USDA 유기농 인증을 받은 제품은 다른 제품과 비교했을 때, 수요가 많은 편에 속합니다.

### Q. 제품을 효과적으로 판매하기 위해서는 어떻게 해야 할까요?

현재 미국에는 알약과 함께 먹는 기능성 음료 형태가 없는 것으로 알고 있습니다. 따라서 홍보나 시음회를 통해 제품 인지도를 높이는 것이 필요합니다. 또한, 노화 방지의 효능을 갖춘 제품은 일반 건강보조식품보다 높은 가격대를 형성하고 있어, 주로 고소득층에게서 수요가 많습니다. 따라서 해당 계층을 공략할 전략이 필요할 것으로 생각합니다.

## [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. 유로모니터(Euromonitor), 「Weight Management and Wellbeing in the US」, 2019.10
3. 질병통제예방센터(Centers for Disease Control and Prevention), 「Behavioral Risk Factor Surveillance System, 2018」, 2018
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Juice in the US」, 2019.12
5. 「FDA clarifies regulatory stance on CBD products」, 슈퍼마켓 뉴스(www.supermarketnews.com), 2019.11
6. 「WalgreensBootsAlliance Annual Report 2018」, Walgreens, 2018.
7. 「CVS Annual Report 2018」, CVS, 2018.
8. 「Rite Aid Annual Report 2018」, Rite Aid, 2018.
9. 「2019 Annual Report」, Walmart, 2018.
10. 「Interactive Proxy Statement & 2018 Annual Report」, Kroger, 2018
11. 「Amazon Annual Report 2018」, Amazon, 2018.

### ■ 참고 사이트

1. 유로모니터(www.portal.euromonitor.com)
2. International Trade Center(www.trademap.org)
3. 외교부(www.mofa.go.kr)
4. 미국 인구조사국(www.census.gov)
5. 질병통제예방센터(Centers for Disease Control and Prevention) (www.cdc.gov)
6. 아마존 (amazon.com)
7. 이베이 (ebay.com)
8. 월그린(Walgreens) 홈페이지 (walgreens.com)
9. 씨브이에스(CVS) 홈페이지 (www.cvs.com)
10. 나스닥(Nasdaq) 홈페이지 (www.nasdaq.com)
11. 라이트에이드(Rite Aid) 홈페이지 (riteaid.com/shop)
12. 월마트(Walmart) 홈페이지 (www.walmart.com)
13. 웨그먼스(Wegmans) 홈페이지 (wegmans.com)
14. 크로거(Kroger) 홈페이지 (www.kroger.com)
15. 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News) 홈페이지 (www.supermarketnews.com)
16. 세이프웨이(Safeway) 홈페이지 (safeway.com)
17. 알버트슨(Albertsons) 기업 홈페이지 (www.albertsons.com)
18. 콜스(Kohl's) 홈페이지 (www.kohls.com)
19. 더블유인사이트(Winsight) 홈페이지 (www.winsightgrocerybusiness.com)
20. 써클케이(Circle K) 홈페이지 (www.circlek.com)
21. 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지 (www.7-eleven.com)
22. 타겟(Target) 홈페이지 (www.target.com)
23. 이터시애틀(Eater Seattle) 홈페이지 (seattle.eater.com)
24. 앱닷컴(app.com) 홈페이지 (www.app.com)
25. 로이터(Reuters) 홈페이지 (www.reuters.com)

## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

26. 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News) 홈페이지 (www.supermarketnews.com)
27. 프로그레시브그로서(Progressive Grocer) 홈페이지 (progressivegrocer.com)
28. 미국 농무부(USDA) (www.usda.gov)
29. 미국 식품의약국(FDA) (www.fda.gov)
30. 미국 세관국경보호국(CBP) (www.cbp.gov)
31. FTA종합지원센터 (okfta.kita.net)
32. 관세법령정보포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
33. 미국 관세 정보 시스템(USITC) (dataweb.usitc.gov)
34. CROSS (rulings.cbp.gov)
35. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사  
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사  
발 행 일 : 2020.02.21.

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

