

2019년 해외시장 맞춤형조사



- No. 2002-19
- 품목 : 파프리카(Paprika)
- 국가 : 미국(U.S.A)
- 구분 : 시장분석형

Contents

I. Market Size (시장규모)

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

II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	12
1. 가장 대중적인 빨간 파프리카, 수요 증가중인 피칸테·미니 파프리카	17
2. 파프리카 맛 키워드 빈출도 ‘단·매운·신·아삭한’ 순	18
3. 파프리카 주요 음식 레시피 ‘샐러드 & 소시지페퍼’	19
4. 파프리카 규제 및 인증 ‘아동결식방지건강법과 유기농 인증’	20

III. Distribution Channel (유통채널)

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

IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	47
1. 미국 파프리카 인증 취득	48
2. 미국 파프리카 사전 심사	50
3. 미국 파프리카 업체·제품 등록	51
4. 미국 파프리카 라벨 심의	53
5. 미국 파프리카 서류 준비	56
6. 미국 파프리카 세금 납부	57
7. 미국 파프리카 검역 심사	59

V. Expert Interview (전문가 인터뷰)

SUMMARY	62
Interview ① 홀푸드마켓(Whole Food Market)	64
Interview ② 푸드바자슈퍼마켓 (Food Bazaar Supermarket)	66
Interview ③ 웨그먼스(Wegmans)	67
Interview ④ 모턴윌리엄즈(Morton Williams)	68
Interview ⑤ 미국식품의약국(U.S. Food & Drug Administration)	70

* 참고문헌	71
--------	----

I. Market Size

SUMMARY

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



Market Size

(시장규모)

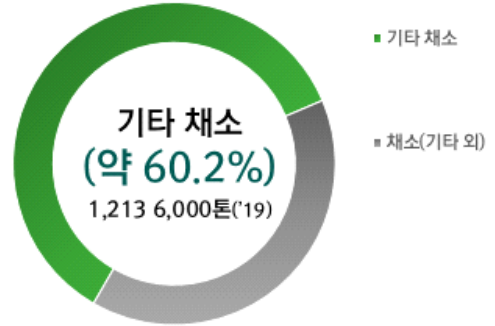
미국 (U.S.A)

파프리카¹⁾ 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(파프리카)

- 미국 채소²⁾ 시장규모
..... 2,015만 2,000톤('19)
- 미국 기타 채소³⁾ 시장규모
..... **1,213만 6,000톤('19)**

(*) Euromonitor International

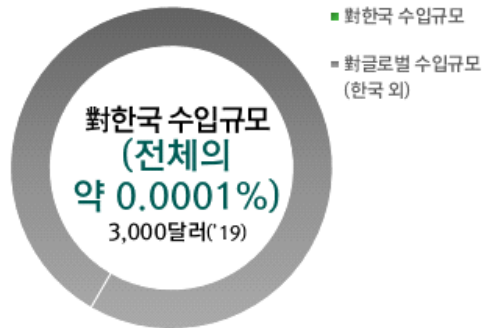


파프리카 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(파프리카)

- HS 0709.60⁴⁾
미국 對 글로벌 '단고추(벨타입으로 한정)' 수입규모
..... 17억 9,443만 1,000달러('19)
- HS 0709.60
미국 對 한국 '단고추(벨타입으로 한정)' 수입규모
..... **3,000달러('19)**

(*) International Trade Centre



파프리카 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사 제품 '파프리카'의 전반적인 잠재 소비시장규모 확인을 위해 '미국 연령별, 성별 인구규모', '미국 내 한인 교민 수'를 조사함. 또한 미국 내 '파프리카' 시장 현황을 파악하기 위해 '미국 내 1인당 파프리카 소비량'과 '미국 내 파프리카 생산량'을 확인함

- | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------------------------------|-------------------------------|-----|---------------------------|-----|---------------------------|-----|---------------------|-----|---------------------------|-----|---------------------------|-----|---------------------------|--------|---------------------------|--------|--------------------|--|------|----------------|-------|-------------------|-------|-------------------|-------|-------------------|
| <p>① 미국 연령대별 인구 규모('18)</p> <table border="0"> <tr><td>전체</td><td>..... 3억 2,716만 7,000 명(100%)</td></tr> <tr><td>10대</td><td>..... 4,197만 7,000 명(13%)</td></tr> <tr><td>20대</td><td>..... 4,543만 5,000 명(14%)</td></tr> <tr><td>30대</td><td>..... 4,370만 명(13%)</td></tr> <tr><td>40대</td><td>..... 4,046만 1,000 명(12%)</td></tr> <tr><td>50대</td><td>..... 4,282만 6,000 명(13%)</td></tr> <tr><td>60대</td><td>..... 3,741만 9,000 명(11%)</td></tr> <tr><td>70대 이상</td><td>..... 35,34만 4,000 명(11%)</td></tr> </table> <p>② 미국 내 한인 교민 수('19)</p> <table border="0"> <tr><td>재외동포 수</td><td>..... 254만 6,982 명</td></tr> </table> | 전체 | 3억 2,716만 7,000 명(100%) | 10대 | 4,197만 7,000 명(13%) | 20대 | 4,543만 5,000 명(14%) | 30대 | 4,370만 명(13%) | 40대 | 4,046만 1,000 명(12%) | 50대 | 4,282만 6,000 명(13%) | 60대 | 3,741만 9,000 명(11%) | 70대 이상 | 35,34만 4,000 명(11%) | 재외동포 수 | 254만 6,982 명 | <p>③ 미국 연간 1인당 파프리카 소비량('18)</p> <table border="0"> <tr><td>파프리카</td><td>..... 11.2 파운드</td></tr> </table> <p>④ 미국 내 파프리카 생산 면적('17-'19)</p> <table border="0"> <tr><td>2017년</td><td>..... 4만 2,200에이커</td></tr> <tr><td>2018년</td><td>..... 3만 9,700에이커</td></tr> <tr><td>2019년</td><td>..... 3만 8,300에이커</td></tr> </table> <p style="text-align: right;">※최신 3개년 수치를 제시함</p> | 파프리카 | 11.2 파운드 | 2017년 | 4만 2,200에이커 | 2018년 | 3만 9,700에이커 | 2019년 | 3만 8,300에이커 |
| 전체 | 3억 2,716만 7,000 명(100%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10대 | 4,197만 7,000 명(13%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 20대 | 4,543만 5,000 명(14%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 30대 | 4,370만 명(13%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 40대 | 4,046만 1,000 명(12%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 50대 | 4,282만 6,000 명(13%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 60대 | 3,741만 9,000 명(11%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 70대 이상 | 35,34만 4,000 명(11%) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 재외동포 수 | 254만 6,982 명 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 파프리카 | 11.2 파운드 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2017년 | 4만 2,200에이커 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2018년 | 3만 9,700에이커 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2019년 | 3만 8,300에이커 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

(*) US Census Bureau, USDA, Euromonitor, Statista

1) 신선파프리카(Fresh Paprika) : 한국에서 파프리카로 통용되는 채소의 다른 영문명인 벨페퍼(Bell Pepper), 스위트페퍼(Sweet Pepper)에 대해 조사함
 2) 채소(Vegetables): 컬리플라워, 브로콜리, 옥수수, 토마토, 양파와 기타 채소 등 요리되거나 가공되지 않은 신선 채소를 총칭함. 시장에서 판매되는 절인 채소와 같이 포장되지 않은 가공 채소도 이에 포함됨
 3) 기타 채소(Other Vegetables): 요리되거나 가공되지 않은 기타 신선 채소로, 토마토와 양파는 포함하지 않음
 4) HS CODE 0709.60: 조사 제품 '파프리카'는 '단고추(벨타입으로 한정)'에 해당하는 HS 0709.60을 지표로 선정함

1. 미국 파프리카 시장규모

미국 국가 일반 정보⁸⁾

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

조사 시장: 조사 제품 '파프리카'의 종류(파프리카)를 기준으로 '채소' 시장과 '기타 채소' 시장을 조사함

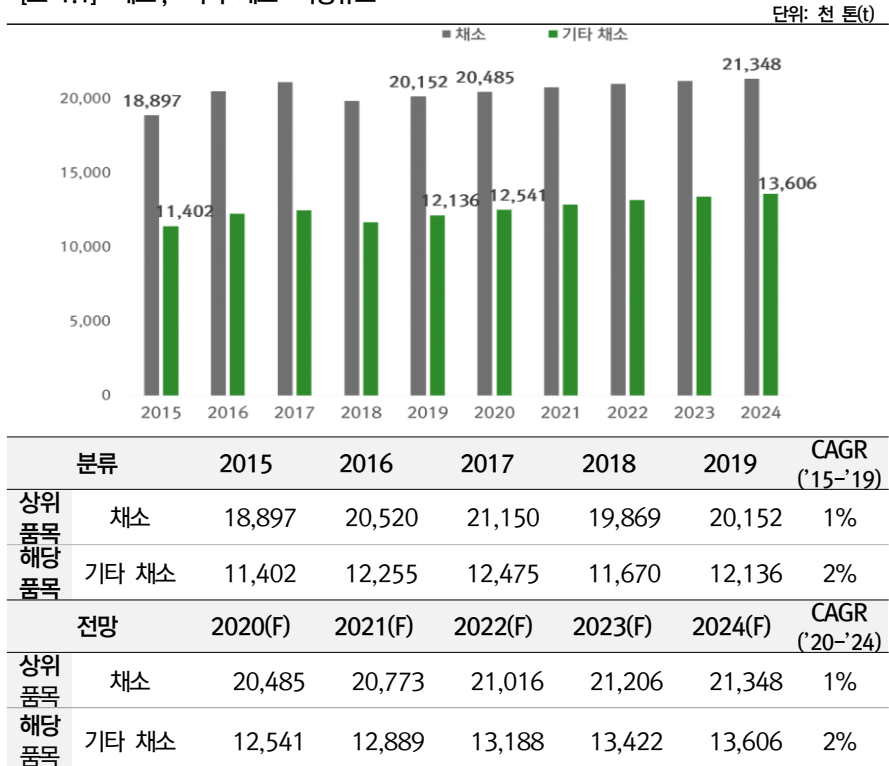
▶ 2015-2019년, 미국 '채소' 시장 규모 2,015만 2,000톤(t)

2019년 미국 '채소' 시장 규모는 2,015만 2,000톤(t), '기타 채소' 시장 규모는 1,213만 6,000톤으로 추산됨. 유로모니터에 따르면, 미국 내 건강 및 웰빙에 대한 관심이 높아지며 신선 채소에 대한 소비자 수요가 증가하고 있음⁵⁾

▶ 2020-2024년, 미국 '기타 채소' 시장 연평균성장률 2% 예상

미국 '채소' 시장은 향후 5년(2020년-2024년)간 연평균성장률 1%를 기록하며, 2024년 2,134만 8,000톤에 달할 것으로 예상됨. 동기간 미국 '기타 채소' 시장은 연평균 2%씩 꾸준하게 성장하여 2024년 1,360만 6000톤을 기록할 것으로 전망됨

[표 1.1] '채소', '기타 채소' 시장규모⁶⁾⁷⁾



자료 : 유로모니터(Euromonitor)

5) 유로모니터(Euromonitor), 「Vegetables in the US」, 2020.02

6) 1달러=1,256.00원 (2020.03.25., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

7) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림함

8) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 미국 파프리카 수출입 시장규모

HS CODE 0709.60: 해당 코드는 '단고추(벨 타입으로 한정)'를 지칭함. 이에 제품의 종류(파프리카)를 반영하여 해당 HS CODE를 선정함

▶ 2015-2019년, 미국 對글로벌 수입액 연평균성장률 8%

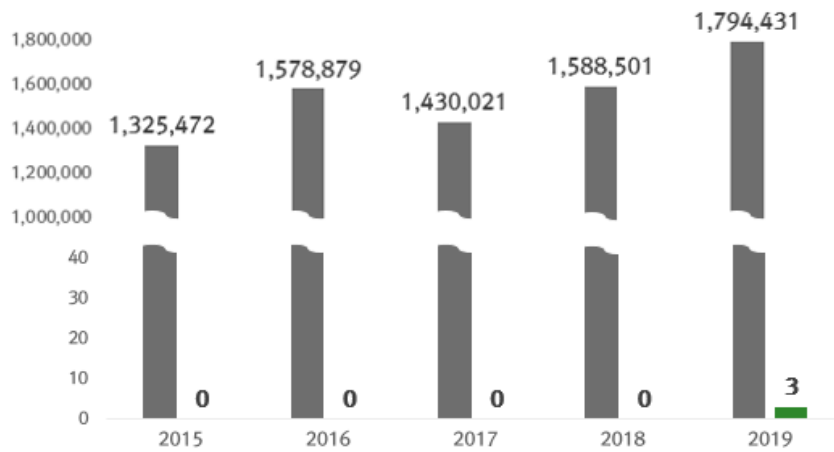
미국 HS CODE 0709.60 품목 對글로벌 수입액은 지난 5년(2014-2018년)간 연평균성장률 8%를 기록함. 해당 품목의 수입액은 2016년부터 2018년까지 증감을 반복하다 2019년 전년대비 13% 증가하여 17억 9,443만 1,000달러에 달함

▶ 2019년, 미국 對한국 수입액 3,000달러

2018년 기준, 한국은 미국 HS CODE 0709.60 품목 수입국 중 23위 수입 국가임. 동기간 수입액 기준 1위 국가는 멕시코로 12억 9,090만 3,000달러 (약 1조 6,200억 원)를 기록함. 2018년까지 HS CODE 0709.60 품목 관련 한국과의 교류가 전혀 없었으며 2019년 3,000달러의 수입액을 기록함

[표 1.2] HS CODE 0709.60 수입규모⁹⁾¹⁰⁾

단위: 천 달러



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR* ('15-'19)
미국 對글로벌 수입액	1,325,472 (1.66조 원)	1,578,879 (1.98조 원)	1,430,021 (1.80조 원)	1,588,501 (2.00조 원)	1,794,431 (2.25조 원)	8%
미국 對한국 수입액	0	0	0	0	3 (376만 원)	(-)

자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 0709.60 기준

9) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림함

10) 1달러=1,256.00원 (2020.03.25., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

3. 미국 파프리카 소비 시장규모

1) 미국 연령별, 성별 인구규모

조사 제품 ‘파프리카’의 전반적인 잠재 소비시장규모 확인을 위해 ‘미국 연령별, 성별 인구규모’, ‘미국 내 한인 교민 수’를 조사함. 또한 미국 내 ‘파프리카’ 시장 현황을 파악하기 위해 ‘미국 내 1인당 파프리카 소비량’과 ‘미국 내 파프리카 생산량’을 확인함

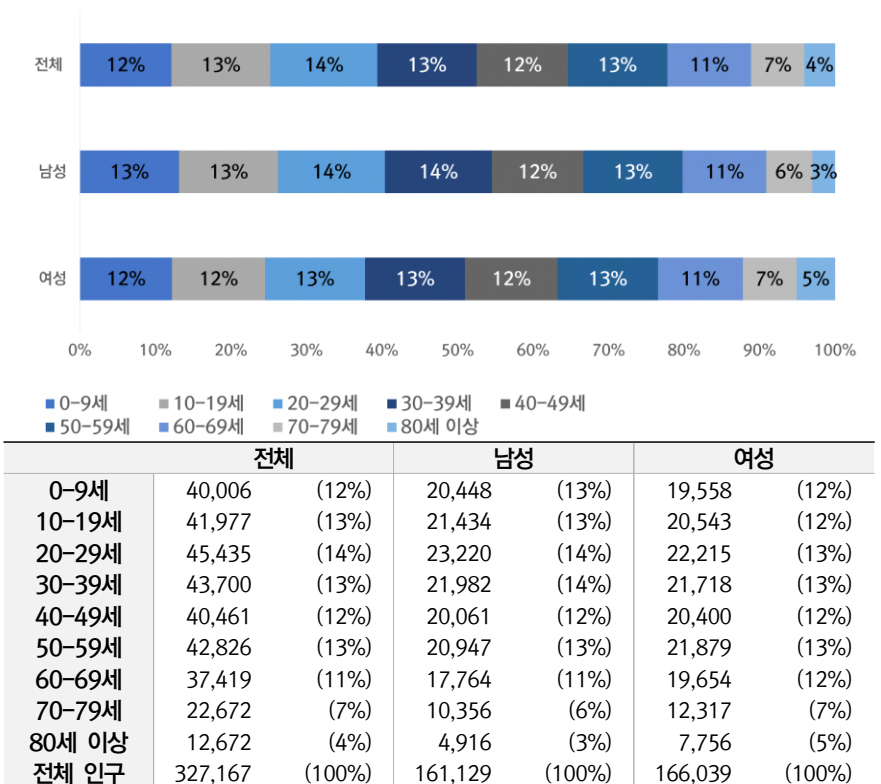
▶ 2018년, 미국 20대 인구규모 4,543만 5,000명으로 연령대 기준 1위

미국 인구조사국에 따르면,¹¹⁾ 2018년 미국 총 인구는 3억 2,716만 7,000명임. 이 중 남성 인구는 1억 6,112만 9,000명으로 전체 인구의 49%를, 여성 인구는 1억 6,603만 9,000명으로 전체 인구의 51%를 차지함

미국 전체 인구 중 20대가 4,543만 5,000명(전체 인구의 14%)로 가장 많으며, 다음으로 30대가 4,370만 명(13%)으로 2위, 50대가 4,282만 6,000명으로 3위를 차지함. 연령대별 남성 인구규모는 20대, 30대, 10대 순이며 여성 인구규모는 20대, 50대, 30대 순임

[표 1.3] 2018년 미국 연령별, 성별 인구규모¹²⁾

단위: 천 명



자료: 미국 인구조사국(US Census Bureau)

11) 자료: 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

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

2) 미국 내 한인 교민 수



미국 지역 구분

남가주 외 3개 주 남가주, 아리조나주, 네바다주, 뉴멕시코주
뉴욕 외 4개 주 뉴욕주, 뉴저지주, 펜실베이니아주, 코네티컷주, 델라웨어주
일리노이주 외 12개 주 일리노이주, 미시간주, 오하이오주, 인디애나주, 위스콘신주, 미네소타주, 미조리주, 아이오와주, 캔사스주, 네브라스카주, 사우스다코타주, 노스다코타주, 켄터키주
알라바마주 외 7개 주 알라바마주, 플로리다주, 조지아주, 노스캐롤라이나주, 사우스캐롤라이나주, 테네시주, 푸에르토리코, 버진아일랜드
북가주 외 3개 주 북가주, 콜로라도주, 유타주, 와이오밍주
버지니아주 외 3개 주 버지니아주, 메릴랜드주, 워싱턴DC, 웨스트버지니아주
텍사스 주 외 4개 주 텍사스주, 오클라호마주, 미시시피주, 알칸소주, 루이지애나주
워싱턴주 외 3개 주 워싱턴주, 오레곤주, 아이다호, 몬태나주
메사추세츠주 외 4개 주 메사추세츠주, 뉴햄프셔주, 로드아일랜드주, 메인주, 버몬트주
하와이주, 아메리칸 사모아
알래스카
괌, 사이판

▶ 2019년, 미국 내 재외동포 약 255만 명

외교부에 따르면,¹³⁾ 2019년 전체 재외동포 수는 약 255만 명이며 이 중 재외국민은 41.8%에 해당하는 약 106만 명, 외국국적동포(시민권자)는 58.1%에 해당하는 약 148만 명임. 재외국민 중 일반체류자¹⁴⁾는 22%(약 56만 명)이며, 영주권자는 16.8%(약 43만 명), 유학생은 3%(약 8만 명)로 나타남

미국 내 재외동포가 가장 많은 지역은 '남가주 외 3개 주(아리조나, 네바다, 뉴멕시코)'로 68만 명(26.5%)이 거주 중이며, 이 중 재외국민은 25만 명, 외국국적동포(시민권자)는 43만 명으로 확인됨

[표 1.4] 2019년 미국 내 한인 인구 분포

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

자료: 외교부

13) 자료: 외교부, 「재외동포현황2019」, 2019

14) 재외국민 중 영주권자와 유학생을 제외한 나머지 인원을 지칭함

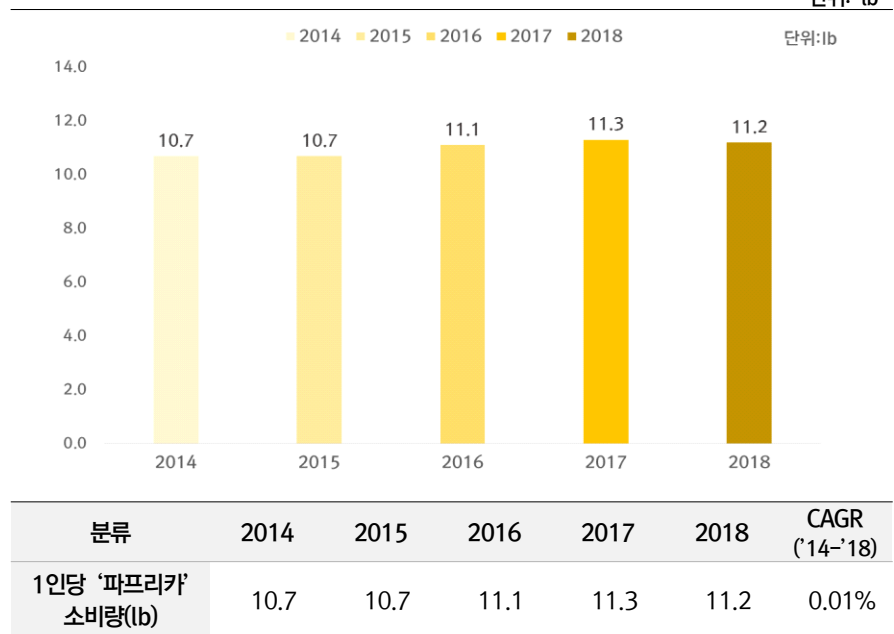
3) 미국 1인당 ‘파프리카’ 소비량

▶ 2018-2022년, 미국 1인당 연간 ‘파프리카’ 소비량 연평균성장률 0.01%

미국의 1인당 ‘파프리카’ 소비량은 2014년 10.7 파운드를 기록하고 2018년까지 연평균 0.01%씩 꾸준히 증가하여, 2018년에는 11.2 파운드에 달할 것으로 전망됨. 유로모니터에 따르면, 건강하고 균형 잡힌 식습관을 유지하는 데 있어 ‘채소’ 섭취의 중요성이 강조되면서, 미국 내 ‘기타 채소’를 포함한 ‘채소’ 소비량이 꾸준히 성장할 것으로 전망됨¹⁵⁾

스타티스타 자료에 따르면 미리 세척한(pre-washed) 또는 미리 손질해 잘라 놓은(pre-cut) 채소 상품들이 편리함을 추구하는 소비자들에게 큰 인기를 끌고 있음. 더불어, 소비자 개인의 식습관에 대한 관심이 늘고 웰빙 식생활을 추구하는 경향이 짙어지면서 유기농 채소에 대한 소비자 수요가 늘어날 것이 예상됨

[표 1.5] 미국 1인당 연간 ‘파프리카’ 소비량¹⁶⁾



자료 : 스태티스타(Statista)

15) 유로모니터(Euromonitor), 「Vegetables in the US」, 2020.02

16) 원 데이터(단위: lb)는 모두 반올림하여 작성함

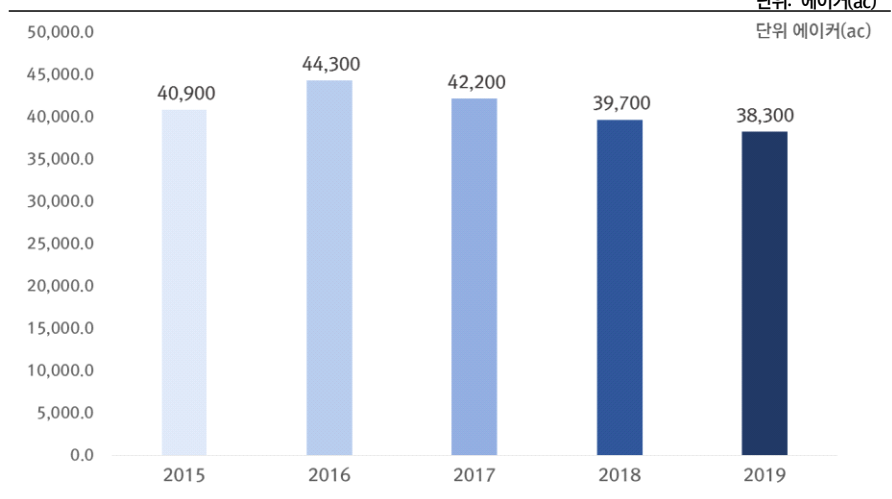
4) 미국 내 파프리카 생산 면적

▶ 2019년, 미국 내 파프리카 생산 면적 3만 8,300에이커(ac)

미국 농무부에 따르면 2019년 미국 내 파프리카 생산 면적은 3만 8,300에이커 (약 1억 5,499만 m²)로 나타남. 2016년 미국 파프리카 생산 면적은 4만 900에이커 (약 1억 6,552만 m²)를 기록한 후 2016년 0.08% 소폭 상승하여 4만 4,300에이커(약 1억 7,928만 m²)에 이른 것으로 확인됨. 이후 미국 내 파프리카 생산 면적은 2019년까지 지속적으로 감소세를 보이며 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 0.02% 하락함

플로리다주립대학교가 발표한 보고서에 따르면,17) 2017년 기준 아시아 지역이 전 세계 파프리카 생산량의 70%를 차지함. 중국이 전 세계 파프리카 생산 1위 국가로, 멕시코와 인도네시아가 그 뒤를 이음. 이와 더불어 미국, 스페인, 터키가 파프리카 생산 주도 국가에 포함됨

[표 1.6] 2015-2019년 미국 내 '파프리카' 생산 면적



자료 : 미국 농무부(US Department of Agriculture)

17) 플로리다주립대학교 IFAS Extension, 「An Overview of the US Bell Pepper Industry」, 2017.12.

II. Market Trend

SUMMARY

1. 가장 대중적인 빨간 파프리카, 수요 증가중인 파칸테·미니 파프리카
2. 파프리카 맛 키워드 빈출도 '단, 매운, 신, 아삭한' 순
3. 파프리카 주요 음식 레시피 '샐러드 & 소시지피퍼'
4. 파프리카 규제 및 인증 '아동결식방지건강법과 유기농 인증'



Market Trend

(시장트렌드)

미국 (U.S.A) 파프리카¹⁸⁾ 시장트렌드



미국에서 가장 인기있는 파프리카 품종은 ‘빨간 파프리카’
남아프리카의 피칸테 파프리카, 부드러운 맛으로 최근 수요 증가



달콤한 맛에 친숙한 미국 소비자
파프리카 맛에 있어서도 단 제품 인지도 높게 도출

■ U.S.A Issue ①

가장 대중적인 빨간 파프리카,
수요 증가중인 피칸테·미니 파프리카
파프리카 제품 중 ‘빨간 파프리카’ 키워드 최다 빈출

■ U.S.A Issue ②

파프리카 맛 키워드 빈출도
‘단(117건), 매운(100건), 신(35건), 아삭한(28건)’
단 맛·매운 맛 키워드 빈출도 ‘전체 맛 키워드 중 73.5%



미국에서 인기있는 파프리카 음식 ‘소시지페퍼’
이탈리아에서 유래된 미국 대표 파프리카 요리



아동결식방지건강법(H.H.F.K.A)
‘학교 급식 업체는 반드시 채소를 식단에 포함할 것’

■ U.S.A ③

파프리카 주요 음식 레시피
‘샐러드 & 소시지페퍼’
이외 레시피 구운 파프리카, 고추 순대, 헬리시 등

■ U.S.A ④

파프리카 규제 및 인증
‘아동결식방지건강법과 유기농 인증’
미국 농부무 유기농 인증을 취득한 파프리카 제품 시중 판매

18) 신선 파프리카는 미국에서 벨페퍼(Bell Pepper), 스위트페퍼(Sweet Pepper)로 통용됨

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

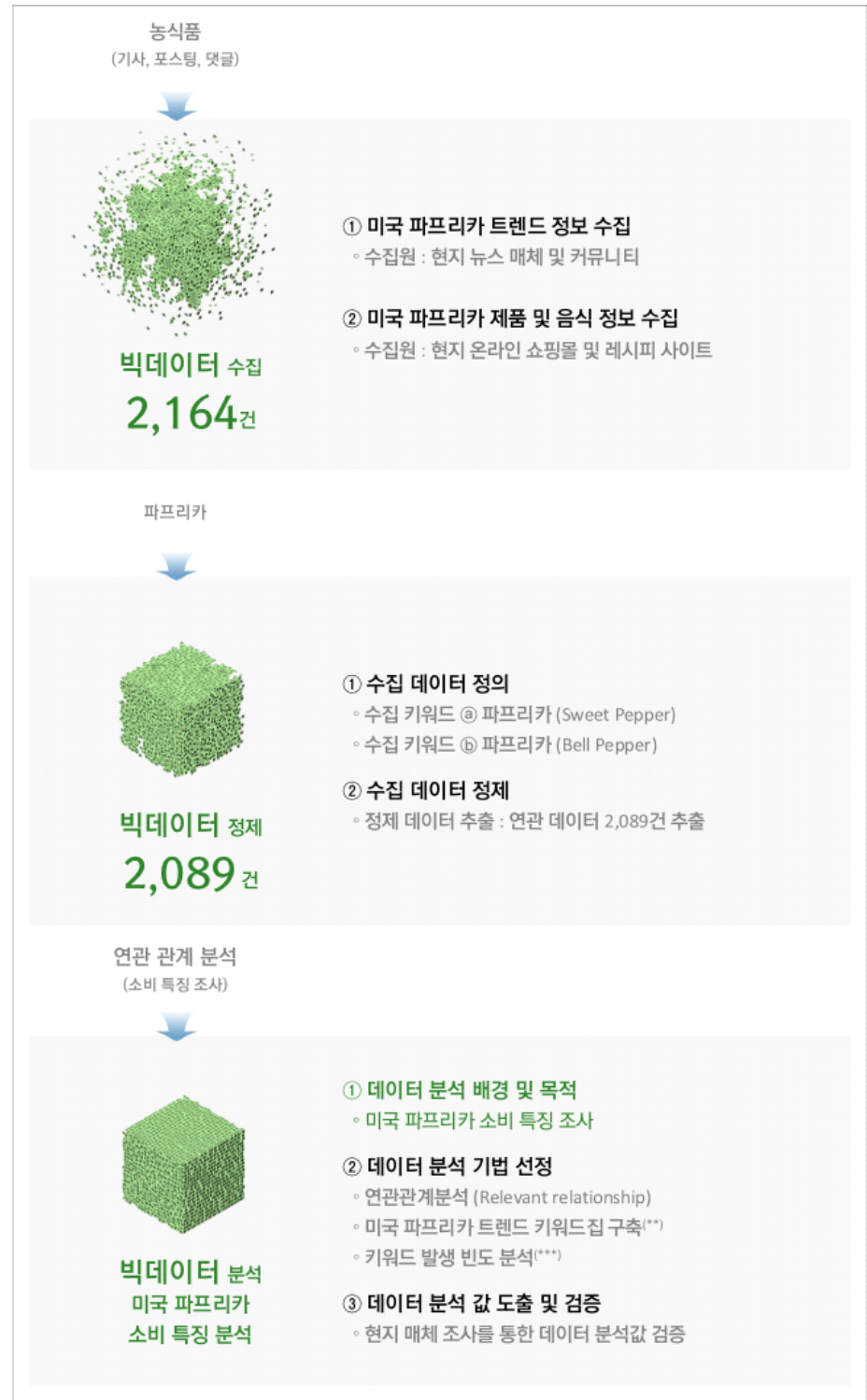
데이터 수집 소스원



(미국 온라인 쇼핑몰 5개,
미국 뉴스매체 5개,
미국 레시피 3개,
미국 커뮤니티 4개)

데이터 분류 키워드집 (파프리카)

데이터 분석 - 연관어 분석



1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 - 20.02
수집 데이터	2,164건

데이터 정제

정제 유형	파프리카
정제 데이터	2,089건

○ 빅데이터 수집

- 미국 파프리카 관련 데이터 소스원 리스트

[표 2.1] 미국 파프리카 소스원 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Wegmans	shop.wegmans.com	온라인쇼핑몰
02	Walmart	www.walmart.com	온라인쇼핑몰
03	Amazon	www.amazon.com	온라인쇼핑몰
04	H.E.B	www.heb.com	온라인쇼핑몰
05	Piedmont Farm And Garden	www.piedmontfarmandgarden.com	온라인쇼핑몰
06	Facty Health	facty.com	뉴스매체
07	Live Strong	www.livestrong.com	뉴스매체
08	Health Fitness Revolution	www.healthfitnessrevolution.com	뉴스매체
09	Dr. Axe	draxe.com	뉴스매체
10	Healthline	www.healthline.com	뉴스매체
11	A Couple Books	www.acouplecooks.com	레시피
12	Simply Recipes	www.simplyrecipes.com	레시피
13	Food Network	www.foodnetwork.com	레시피
14	Quora	www.quora.com	커뮤니티
15	Reddit	www.reddit.com	커뮤니티
16	Tumblr	www.tumblr.com	커뮤니티
17	Yahoo answers	answers.yahoo.com	커뮤니티

[표 2.2] 미국 파프리카 데이터 수집 온라인 쇼핑몰

				
웨그먼스	월마트	아마존	HEB	피드몬트

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 미국 파프리카 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 미국 파프리카 관련 분석 키워드

●

키워드 수립 근거

참여기업	한국 개발사 사용 키워드
상위도출	상위 빈도 도출 키워드

분류	키워드		수립 근거(*)	
	의미	영어	참여기업	상위 도출
제품 (Product)	파프리카(단고추)	Sweet Pepper	○	○
	파프리카(단고추)	Bell Pepper	○	○
	빨간 파프리카	Red Pepper	○	○
	초록 파프리카	Green Pepper	○	○
	노란 파프리카	Yellow Pepper	○	○
	피칸테 페퍼	Piquant Pepper		○
	고스트 페퍼	Ghost Pepper		○
	칠리 페퍼	Chili Pepper		○
	미니 파프리카	Mini sweet Pepper		○
	할라페뇨 페퍼	Jalapeno Pepper		○
	바나나 페퍼	Banana Pepper		○
	체리 페퍼	Cherry Pepper(Pimiento)		○
	포블라노 페퍼	Poblano Pepper		○
	쿠바넬레 페퍼	Cubanel Pepper		○
맛 (Taste)	달콤한	Sweet	○	○
	매운	Spicy		○
	신	Sour		○
	아삭한	Crispy	○	○
	쓴	Bit		○
	아삭한	Crunchy	○	○
	짠	Salty		○
레시피 (Recipe)	샐러드	Pepper Salad		○
	소시지 페퍼	Sausage and Pepper		○
	구운 파프리카	Roasted Peppers		○
	고추 순대	Stuffed Pepper		○
	파프리카 렐리시	Pepper Relish		○
	파프리카 수프	Pepper Soup		○
	파프리카 소스	Pepper Sauce		○
	파프리카 젤리	Pepper Jelly		○
	고추 잡채	Pepper Steak		○

3) 데이터 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 미국 온라인 쇼핑몰 및 레시피 사이트 내 파프리카(Sweet Pepper) 관련 상품 인기순 나열
2. 인기순으로 나열된 상품 한 개를 하나의 문서로 간주해 총 10페이지까지의 인기 상품 정보를 크롤링 함
(쇼핑몰마다 다르나 평균적으로 한 페이지당 약 20건의 상품 게시)
3. 상품명 내 키워드 출현 빈도(TF) 산출
(상품명의 경우 문장이 짧고 중복 키워드가 적어 DF 값과 유사함)

※ TF, Term Frequency 개념

문서 1	문서 2	문서 3		
빅데이터가 다양한 가치를 만들어내기 시작하면서 사람들은 빅데이터를 '원유'에 비유하기 시작했다. 기름이 없으면 기기가 돌아가지 않듯, 빅데이터 없이 정보시대를 보낼 수 없다는 의미에서다.....	미 국세청의 사례는 빅데이터의 활용 사례 중 일부다. 이제 빅데이터를 적절하게 처리하고 분석하면 미 국세청의 사례처럼 예전에는 생각도 못했던 일들도 가능해졌다. 대체 빅데이터가 뭐길래?	미국 국세청은 2011년 대용량 데이터와 IT기술을 결합해 '통합형 탈세 및 사기 범죄 방지 시스템'을 구축했다. 사기 방지 솔루션으로 이상 징후를 미리 찾아냈는데, 예측 모델링을 통해 납세자의...		
키워드 빈도 산출 방식	문서1	문서2	문서3	TOTAL
TF, Term Frequency (키워드 출현 빈도)	3	3	0	6회
DF, Document Frequency (키워드 포함 문서 수)	포함	포함	비포함	2건

●
연관어 분석
(Keyword Analytics)

[미국 파프리카 관련 데이터 분석 결과]

구분	키워드	도출	구분	키워드	도출	
제품	빨강 (Red)	63	맛	달콤한 (Sweet)	117	
	초록 (Green)	21		매운 (Spicy)	100	
	노랑 (Yellow)	9		신 (Sour)	35	
	피칸테 (Piquant)	7		아삭한 (Crispy)	28	
	미니 (Mini)	6		쓴 (Bit)	7	
레시피	샐러드 (Salad)	50	규제	인증 (Certification)	52	
	소시지 페퍼 (Sausage & pepper)	22		규정 (Regulation)	51	
	구운 (Roasted Pepper)	13			라벨 (Label)	28
	고추 순대 (Stuffed pepper)	11				
	파프리카 렐리시 (Pepper Relish)	5				

1. 가장 대중적인 빨간 파프리카, 수요 증가중인 피칸테·미니 파프리카

피칸테 파프리카



브랜드 페파듀(Peppadew)

용량 400g

단가 11,178원¹⁹⁾
(8.9달러)

자료 : 월마트(Walmart)

크림치즈리코타



자료 : 이렌즈키친(Errenskitchen)

▶ 미국에서 가장 대중적인 '빨간 파프리카(Red Bell Pepper)'

미국 온라인 쇼핑몰 내 판매중인 파프리카 제품 키워드 분석 결과 가장 빈출도가 높은 제품은 '빨간 파프리카(Red Bell Pepper)', 63건²⁰⁾로 나타남. 빨간 파프리카는 미국에서 가장 인기있는 파프리카 종으로 분류되고 있으며 제품 특유의 달콤함 맛으로 그 선호도가 높은 것으로 파악됨²⁰⁾

▶ 피칸테(Piquante)와 미니(Mini) 등의 파프리카 품종도 시중 판매

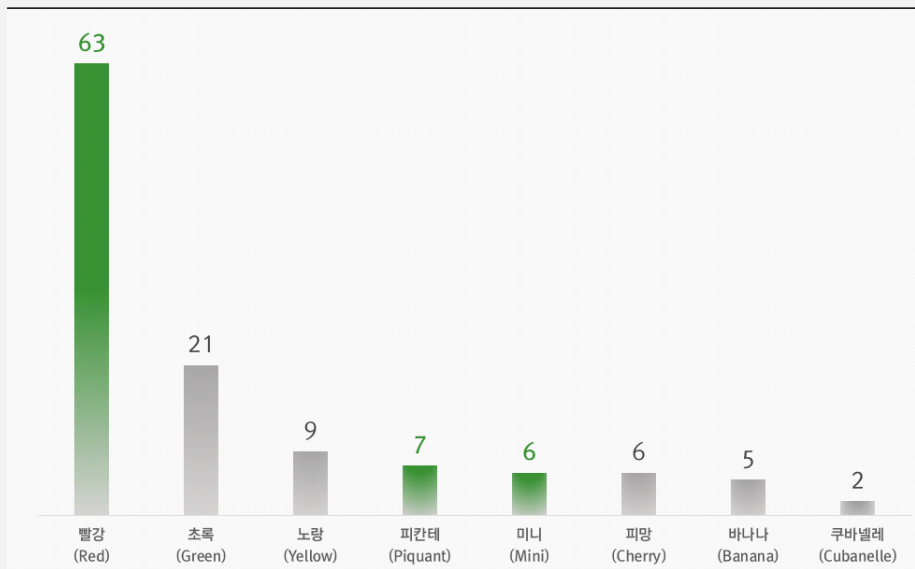
▶ 남아프리카 피칸테 파프리카 '부드러운 맛'으로 '리코타' 등의 음식에 사용

'빨강, 초록, 노랑 파프리카'를 제외한 파프리카 제품 빈출 키워드는 '피칸테(Piquante)와 미니(Mini)'로 조사됨. 특히 남아프리카에서 생산되는 피칸테 파프리카는 미국에서 아직은 낯선 제품으로 분류되지만, 부드러운 식감을 기반으로 현지 레스토랑에서 '크림치즈리코타(간식), 소시지 볶음' 등의 음식에 활용되고 있음²¹⁾

▶ 미국 파프리카 연관 주요 발생 제품 키워드

① 빨강(Red) ② 초록(Green) ③ 검정(Black) ④ 노랑(Yellow)

[표 2.4] 미국 온라인 쇼핑몰 '파프리카' 연관 발생 제품 키워드 수



자료 : 미국 온라인 쇼핑몰 내 '파프리카' 관련 게시물 294건 분석
값 설명 : 해당 키워드 발생 건 수

19) 더스프루스잇츠(The Spruce Eats), 「9 Types of Delicious Sweet Peppers」, 2019.11.25

20) 올라(Oola), 「Peppadew Peppers: What Are They And How To Use Them」, 2019.07.22

21) 1달러 = 1,256.0원(2020.03.25. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 파프리카 맛 키워드 빈출도 ‘단·매운·신·아삭한’ 순

- ▶ 미국인들이 가장 선호하는 파프리카 맛은 '단 맛'
- ▶ 달콤한 맛에 친숙한 미국 소비자의 식습관은 '파프리카 소비에도 영향'

미국 레시피 사이트에 등록된 파프리카 관련 맛 키워드 분석 결과 가장 빈출도가 높은 맛은 '달콤한(Sweet), 117건'으로 나타남. 단 맛이 강한 빨간 파프리카가 미국에서 가장 대중적인 제품으로 나타난 것과 이어지는 결과이며, 단 맛에 친숙한 미국인의 식습관을 엿 볼 수 있는 부분이기도 함²²⁾

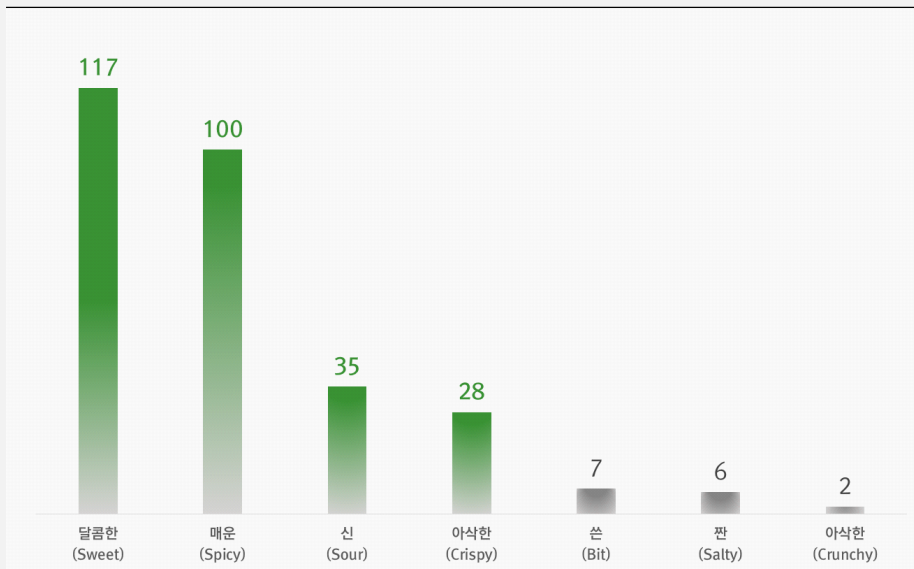
- ▶ 단 맛 이외 '매운 맛, 신 맛, 아삭한 맛' 순 키워드 빈출

단 맛에 이어 주로 빈출된 맛 키워드는 '매운(Spicy) 100건, 신(Sour) 35건, 아삭한(Crispy) 28건' 등으로 나타남. 미국 현지 시장에 진출한 파프리카 제품 중 매운 맛이 강한 품종은 '피망(Cherry Pepper)', 아삭한 식감이 강한 품종은 '초록 파프리카(Green Pepper)' 등이 있음

- ▶ 미국 파프리카 연관 주요 발생 맛 키워드

① 달콤한(Sweet) ② 매운(Spicy) ③ 신(Sour) ④ 아삭한(Crispy)

[표 2.5] 미국 레시피 사이트 '파프리카' 연관 발생 맛 키워드 수



자료 : 미국 레시피 사이트 내 '파프리카' 관련 게시물 1,385건 분석
 값 설명 : 해당 키워드 발생 건 수

22) 사이언스아메리칸(Science American), 「Why Does Sugar Taste So Good?」, 2020.02.06

3. 파프리카 주요 음식 레시피 ‘샐러드 & 소시지 페퍼’

● 샐러드 연관 키워드 발생 수

키워드	빈도
콩 샐러드 (Bean salad)	12
파스타 샐러드 (Pasta salad)	12
치킨 샐러드 (Chicken salad)	8
옥수수 샐러드 (Corn salad)	7
감자 샐러드 (Potato salad)	6
콘브레드 샐러드 (Combread salad)	5

자료 : 미국 파프리카 레시피 사이트 게시물 1,385건 분석

▶ 파프리카 '콩, 파스타, 치킨, 옥수수, 감자' 등과 함께 샐러드로 섭취

미국 레시피 사이트에 등록된 파프리카 음식 중 가장 빈출도가 높은 키워드는 ‘샐러드 (Salad), 50건’로 나타남. 대표적인 파프리카 첨가 샐러드 음식으로는 ‘콩 샐러드, 파스타 샐러드, 치킨 샐러드, 옥수수 샐러드, 콘브레드 샐러드’ 등이 파악됨

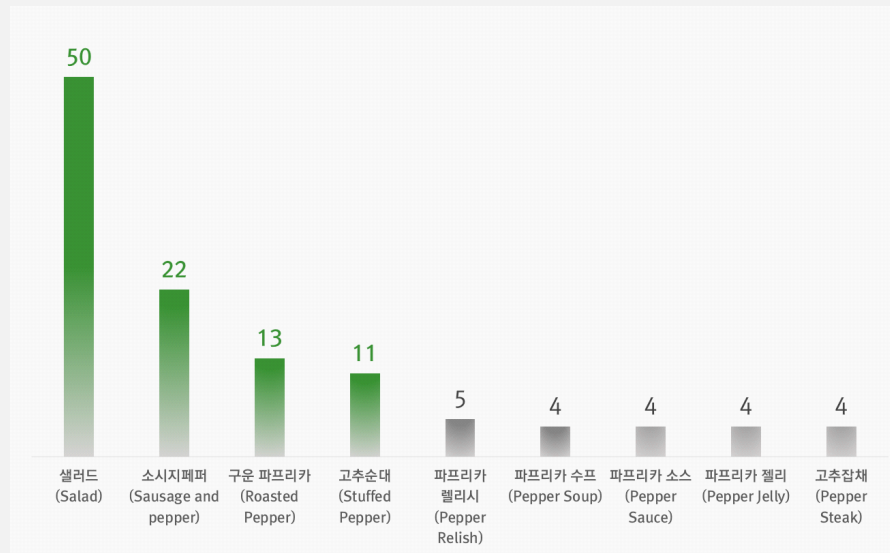
▶ 이탈리아계 미국 음식 '소시지 페퍼 (Sausage Pepper)'

샐러드에 이어 빈출된 파프리카 음식 키워드는 ‘소시지 페퍼 (Sausage Pepper)’임. 소시지 페퍼는 소시지와 파프리카를 기본 재료로 활용한 볶음 음식으로 이탈리아에서 유래되었으나 현재는 미국의 대표적인 요리로 분류되고 있음. 이밖에도 미국 음식 매체 커플쿡스(Couple Cooks)에서는 미국에서 가장 인기있는 파프리카 음식으로 ‘① 고추 순대 (Stuffed Pepper), ② 샌드위치(Sandwich), ③ 구운 야채 (Roasted Vegetable), ④ 부리토 (Burrito), ⑤ 파히타(Fajitas)²³⁾’ 등을 선정하기도 함²⁴⁾

▶ 미국 파프리카 연관 주요 발생 음식 키워드

- ① 샐러드(Salad) ② 소시지 페퍼(Sausage Pepper)
- ③ 구운 파프리카(Roated Pepper) ④ 고추 순대 (Stuffed Pepper)

[표 2.6] 미국 레시피 사이트 ‘파프리카’ 연관 발생 음식 키워드 수



자료 : 미국 레시피 사이트 내 ‘파프리카’ 관련 게시물 1,385건 분석
 값 설명 : 해당 키워드 발생 건 수

23) 파히타(Frijitas) : 토르티야에 다양한 야채와 고기 등을 싸서 먹는 텍스멕스 요리

24) 커플쿡스(Couple Cooks), 「15 Favorite Bell Pepper Recipes」, 2019.11.25

4. 파프리카 규제 및 인증 ‘아동결식방지건강법과 유기농 인증’

● 아동결식방지건강법
제정 전, 미국 학교 급식



자료 : 브릴리언트뉴스
(Brilliant News)

● 유기농 인증
취득 파프리카



제품	파프리카
용량	454g
단가	7,410원 (5.9달러)

자료 : 크로거(Kroger)

▶ 미국 정부 '학교 급식 업체는 반드시 채소와 과일을 식단에 포함시킬 것'

미국 정부는 2010년 학생들의 비만 등 건강문제와 결식을 방지하기 위한 목적으로 '아동결식방지건강법(H.H.F.K.A - Healthy, Hunger-Free Kids Act)을 제정함. 해당 법률에는 '야채와 과일 등의 음식을 식단에 포함시킬 것과 비만의 원인이 되는 열량과 염분을 규제할 것' 등의 내용이 포함됨. 파프리카 역시 해당 법률의 영향을 받아 학교를 대상으로 한 건강식 추천 메뉴로 다양한 매체를 통해 소개되고 있음²⁵⁾

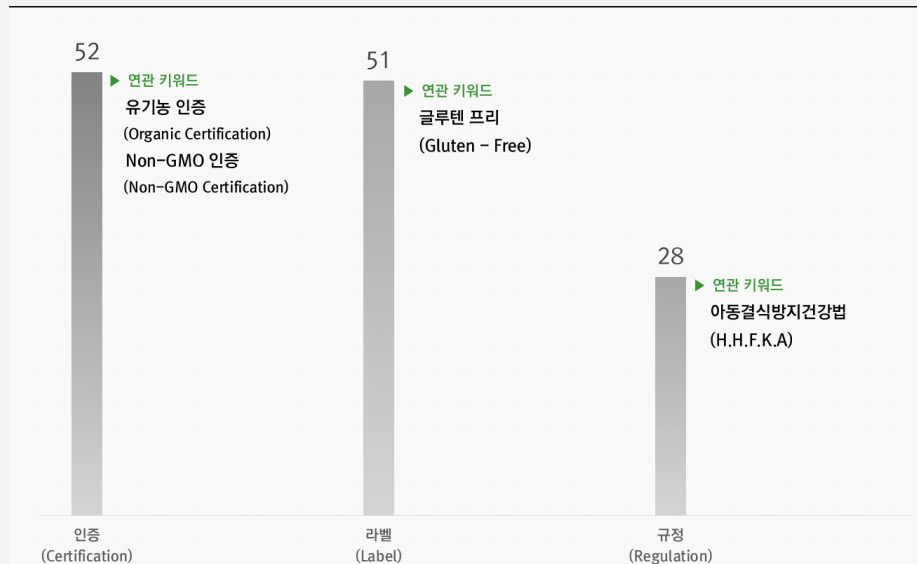
▶ 파프리카 연관 주요 인증 '미국 농무부 유기농 인증(USDA Organic)'

파프리카와 연관되어 주로 도출된 인증 키워드는 미국 농무부 유기농 인증(USDA Organic Certification)²⁶⁾이 파악됨. 실제 미국 시장에 시판중인 신선 파프리카 중 일부 제품은 해당 인증을 취득하여 포장 용기의 홍보 문구 등으로 활용하기도 함

▶ 미국 파프리카 연관 주요 발생 규제 키워드

- 인증 : 미국 농무부 유기농 인증 (USDA, Organic Certification)
Non-GMO 인증 (Non-GMO Certification)
- 라벨 : 글루텐프리 (Gluten Free) '파프리카 가공식품 위주'
- 규정 : 아동결식방지건강법 (H.H.F.K.A)

[표 2.7] 미국 농식품 매체 '파프리카' 연관 발생 규제 키워드 수



자료 : 미국 농식품 매체 내 '파프리카' 관련 게시글 410건 분석
값 설명 : 해당 키워드 발생 건 수

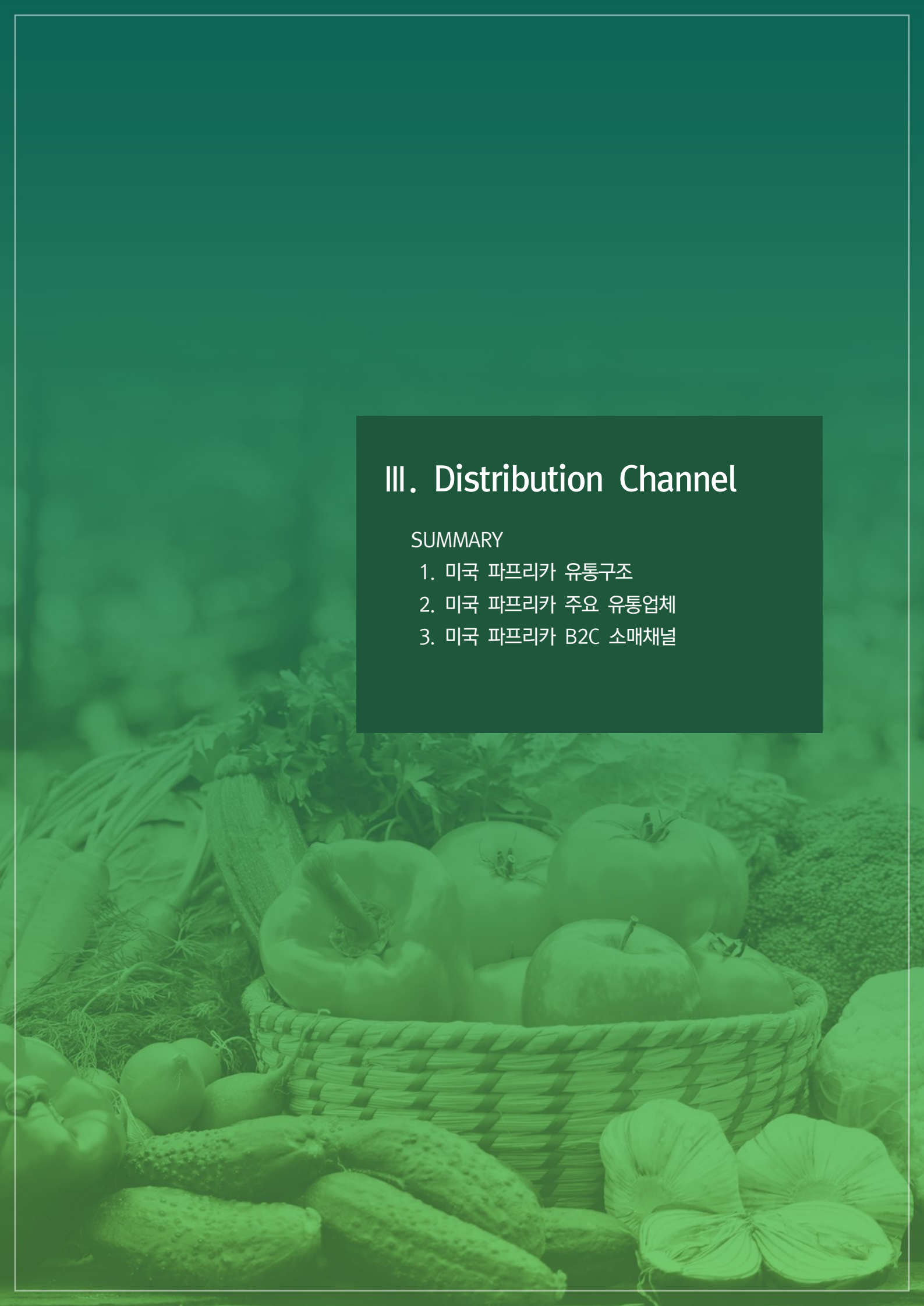
25) 닥터엑스(Dr. Axe), 「School Lunches: What Schools Are Getting Wrong and What to Do About It」, 2019.11.17

26) 미국 농무부(USDA), 「USDA Organic」

III. Distribution Channel

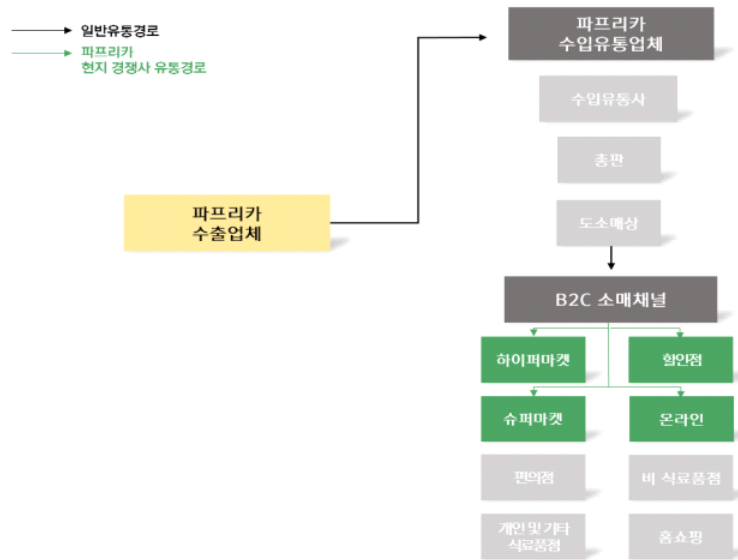
SUMMARY

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



Distribution Channel

(유통채널)



미국 (U.S.A)

파프리카²⁷⁾²⁸⁾ 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ²⁹⁾	주요 채널 ³⁰⁾
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	66%	크로거(Kroger), 퍼블릭스(Publix), 세이프웨이(Safeway), 월마트(Walmart), 트레이더조 (Trader Joe's), 웨그먼스(Wegmans), 마이어(Meijer)
	개인 및 기타 식료품점 ³¹⁾	13.8%	가주마켓(GAJU Market), 에이치마트(Hmart)
	할인점	11.7%	알디(Aldi), 코스트코(Costco)
	온라인	3.3%	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 타겟(Target)
	편의점	2.7%	세븐일레븐(7-Eleven), 와와(Wawa), 써클케이(Circle K)
	H&B	2.5%	월그린(Walgreens), 씨비에스(CVS)

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

27) 신선 파프리카는 미국에서 벨페퍼(Bell Pepper), 스위트페퍼(Sweet Pepper)로 통용됨

28) '파프리카'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '신선식품(Fresh Food)'의 정보를 확인함

29) 2019년 기준, 미국 내 '신선식품(Fresh Food)'의 유통채널 점유율임

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

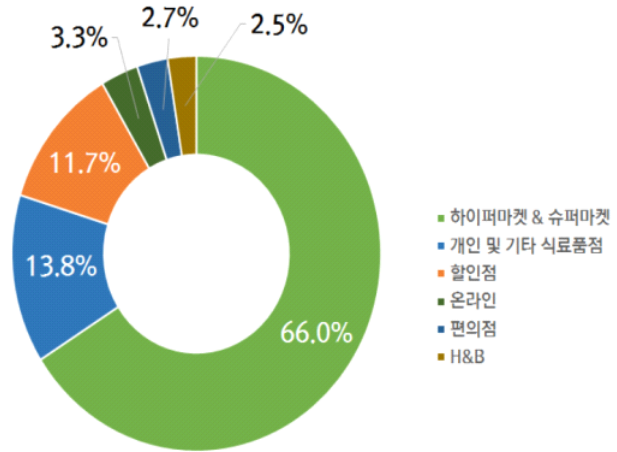
31) 개인 및 기타 식료품점은 개별적으로 운영되는 채널들의 집합으로, 자체 체인점을 보유하지 않은 키오스크 및 음식/음료/담배 전문점을 포함함

1. 미국 파프리카 유통구조

품목 구분 및 분류	
품목	파프리카
구분	파프리카, 벨페퍼, 스위트페퍼
범주	신선식품 (Fresh Food)

▶ 미국 파프리카 주요 채널
 ‘하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(66%), 개인 및 기타 식료품점(13.8%), 할인점(11.7%)’

[표 3.1] 미국 파프리카 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 미국 파프리카 유통채널 현황

채널 유형	파프리카 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	66%	크로거(Kroger), 퍼블릭스(Publix), 세이프웨이(Safeway), 월마트(Walmart), 트레이더조(Trader Joe's), 웨그먼스(Wegmans), 마이어(Meijer)
	개인 및 기타 식료품점	13.8%	가주마켓(GAJU Market), 에이치마트(Hmart)
	할인점	11.7%	알디(Aldi), 코스트코(Costco)
	온라인	3.3%	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 타겟(Target)
	편의점	2.7%	세븐일레븐(7-Eleven), 와와(Wawa), 써클케이(Circle K)
	H&B	2.5%	월그린(Walgreens), 씨브이에스(CVS)

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

2. 미국 파프리카 주요 유통업체

▶ 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓, 할인점이 대표적

추가로, 온라인에서 유사 품목 판매가 확인되어 조사 채널에 포함

[표 3.3] 미국 파프리카 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ³²⁾)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	월마트 (Walmart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 5,144억 달러 (약 646조 864억 원)	페로패밀리팜 (Pero Family Farms) 선셋 (Sunset) 마켓사이드 (Marketside)	0
2	크로거 (Kroger)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 1,212억 달러 (약 152조 2,272억 원)	크로거(Kroger) 심플트루스올가닉 (Simple Truth Organic) 벨라피나 (Bellafina)	0
3	세이프웨이 (Safeway)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 608억 달러 (약 76조 3,648억 원)	시그니처팜 (Signature Farms) 세이프웨이팜 (Safeway Farms) 오올가닉 (O Organic)	0
4	트레이더조 (Trader Joe's)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 133억 달러 (약 16조 7,048억 원)	트레이더조 (Trader Joe's) 포어스팜 (4Earth Farms)	0
5	wegmans (Wegmans)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 92억 달러 (약 11조 5,552억 원)	wegmans (Wegmans)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

32) 1달러=1,256.00원 (2020.03.25., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	퍼블릭스 (Publix)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 361억 달러 (약 45조 3,416억 원)	퍼블릭스 (Publix) 벨라피나 (Bellfina) 페로패밀리팜 (Pero Family Farms)	0
7	마이어 (Meijer)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 174억 달러 (약 21조 8,544억 원)	마이어 (Meijer)	0
8	코스트코 (Costco)	할인점	약 1,022억 8,600만 달러 (약 128조 5,968억 원)	윈드셋팜 (Windset Farms) 선셀렉트 (Sun Seselect) 선셋 (Sunset)	0
9	알디 (Aldi)	할인점	약 135억 달러 (약 16조 9,560억 원)	마스터스터치 (Master's Touch) 무치팜 (Mucci Farms) 선셋 (Sunset)	0
10	타겟 (Target)	온라인	약 52억 8,470만 달러 (약 6조 6,376억 원)	페로패밀리팜 (Pero Family Farms) 버드아이 (Birds Eye) 심플리밸런스드 (Simply Balanced)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 미국 파프리카 B2C 소매채널

1) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓



① 월마트(Walmart)

	기업명	월마트(Walmart)	
	홈페이지	www.walmart.com	
	위치	아칸소(Arkansas)	
	규모	<p>매출액('19) 약 5,144억 달러 (약 646조 864억 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"> - 1962년 7월 설립 - 월마트(Walmart) 내 13개 자사 브랜드 운영 - 10개국에서 이커머스(E-Commerce) 사이트 운영 - 슈퍼센터(Supercenter), 디스카운트스토어(Discount Stores) 등 다양한 형태로 매장 운영 - 50개 모든 주에서 매장 운영 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 약 150개의 물류 센터를 통해 폭넓은 유통 채널 운영 - 온라인 쇼핑사이트 월평균 사용자 수 1억 명 이상 		
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 3분기 신선식품 매출액이 크게 증가했으며, 계속해서 품목 다양화 및 품질 개선을 실시할 예정 - 2019년 5월부터 일부 지역 매장에서 멤버십 가입 시 익일 배송이 가능한 '겟프리넥스트데이딜리버리(Get Free Next Day Delivery)' 배송 서비스를 운영 		
유사제품 정보		제품명	믹스드벨페퍼 (Mixed Bell Pepper)
		종류	파프리카
		용량	149g
		원산지	미국

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

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 건조식품, 건강보조식품, 차(茶)류, 즉석식품, 면류 등 - 일반: 의류, 화장품, 완구류, 가구류, 잡화류, 전자제품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 좋은 품질과 가격 경쟁력을 갖춘 제품 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	1. 홈페이지를 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 체크리스트 참고하여 필요 정보 및 서류 확인 - 매점 입점(Store&Club)과 온라인 입점(E-Commerce)을 선택하여 제안서 제출 (한국어 번역 제공) (www.corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier) - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자이름, 공급자 번호/DUNS³³) 번호, 납세자 식별 번호, 회사 주소, 연락담당자, 전화번호, 이메일 주소, 계좌 정보 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 외 제품 설명) 2. 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 제조시설 정보 및 Audit 실시 결과보고서 제공 · 평가 기준 ② Dun & Bradstreet 등록 · 평가 기준 ③ GFSI 인증³⁴)
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - Walmart.com 홈페이지를 통해 판매 중개 서비스 제공 (marketplace.walmart.com) - 식료품 납품 시, 월마트 식료품 준수 사항 'Walmart Food Safety Requirements'를 충족해야 함 - 문의사항 연락처 이메일: supplier64@wal-mart.com
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> · Savino Sales and Marketing (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : savinosalessandmarketing.com - 전화번호 : +1-(0)479-799-8311 - 기업소개 : 월마트, 샘스클럽의 납품 및 판매 활동 지원 	

자료: 월마트(Walmart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

33) DUNS(Data Universal Numbering System): 국제 사업자 등록 번호, 지역별로 사업체를 식별하는 9자리의 고유 번호

34) 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 152조 2,272억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	기타 규모	매장 수 (*18): 약 2,800개
	<ul style="list-style-type: none"> - 1883년 설립 - 35개 주에서 매장 운영 및 44개의 물류센터 보유 - 자사 브랜드 판매 매출액이 전체 매출의 26% 차지 - 크로거 제로 헝거(Kroger Zero Hunger), 제로웨이스트 이노베이션펀드(Zero Waste Innovation Fund) 등 다양한 캠페인 전개³⁵⁾ - 티몰(Tmall), 마이크로소프트(Microsoft)와 파트너십 체결 - 2018년 하루 평균 약 1,100만 건의 거래가 이루어지며 이 중 약 97%는 로열티 카드를 통한 거래 		
		 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2020년 1월 온라인 식료품 주문 전문 자동화 시설 준공 발표 - 2020년부터 매장 픽업 서비스 무료 제공 예정 - 2019년 11월 브랜드 로고와 슬로건 교체 		
유사제품 정보		제품명	트라이칼라페퍼 (Tri-Color Peppers)
		종류	파프리카
		용량	567g
		원산지	미국

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

35) 2017년부터 크로거가 실시한 기아 제로, 폐기물 제로 캠페인으로 2025년까지 기아와 음식물 쓰레기 감소를 목표로 기금을 조성

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 차(茶)류, 스낵류, 건강보조식품, 주류 등 - 일반: 뷰티용품, 생활용품, 완구류, 세탁용품, 가전제품, 의류 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 국가의 수입식품을 취급하고 있으나 현지 생산 제품 선호 - 신선도 높은 제품 선호 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	1. 홈페이지 통해 사전 등록 후 제안서 제출 (www.thekrogerco.com/vendors-suppliers/become-a-supplier) - 사전등록 시 기입한 이메일을 통해 The Supplier Hub로부터 제안서 관련 내용 회신 - 사전등록 시 필요한 정보: (회사명, 사업자등록번호/납세자식별번호, 연락처) - 사업자등록번호/납세자번호 없이 사전 등록 불가 - 사전등록 후: 이메일 회신에 첨부된 링크로 들어가 User ID와 임시 비밀번호를 이용하여 등록 절차 완료 - 제품 설명은 정해진 형식에 따라 작성 2. 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 조건	· 평가 기준 ① Animal Welfare Policy 기준 충족 · 평가 기준 ② GCC ³⁶⁾ 및 KGCC ³⁷⁾ 인증 취득
	특이사항	- 크로거사의 벤더관리시스템 (Supplier Hub)을 통해서만 입점 가능 - 제안서 검토 최소 1주 소요 - 기업 및 공급자 다양성 추구
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> • GLENMOOR BROKERAGE (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : glenmoorbrokerage.com - 전화번호 : +1-(0)602-414-0060 이메일 : ericglenn@glenmoorbrokerage.com - 기업소개 : 크로거 및 다양한 리테일 기업의 납품 및 판매 활동 지원 	


자료: 크로거(Kroger) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

36) GCC(General Certificate of Conformity): 일반 소비재 적합성인증서, 일반 소비재(General Use Product)가 관련 안전 규칙 및 법령에서 제시하는 기준을 준수, 제품이 적합함을 인증하는 서류

37) KGCC(Kroger General Certificate of Conformity): 해당 상품이 연방 및 주정부 표준과 크로거(Kroger)에서 제시한 품질, 성능 등 표준을 준수하고 있음을 확인하는 인증



③ 세이프웨이(Safeway)

	기업명	세이프웨이(Safeway)	
	홈페이지	www.safeway.com	
	위치	캘리포니아(California)	
	규모	매출액('18)	약 608억 달러 ³⁸⁾ (약 76조 3,648억 원)
기타 규모		매장 수 ('18): 약 900개	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 1915년 설립 - 미국, 캐나다, 멕시코에서 운영 중이며, 미국 내 캘리포니아에 가장 많은 매장 위치 - 2015년 미국 유통업체 알버트슨(Albertsons)에 인수 - 다양한 자체제작 브랜드 보유 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 온라인 몰 운영 		
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2020년 1월 코인미(Coinme)와 협력하여 비트코인 구매 서비스 제공 - 2019년 12월 하와이 와이파후(Waipahu)³⁹⁾에 매장 개장 		
유사제품 정보		제품명	스윗미니페퍼 (Sweet Mini Peppers)
		종류	미니파프리카
		용량	907g
		원산지	미국

자료: 세이프웨이(Safeway) 홈페이지, 알버트슨(Albertsons Company) 홈페이지, 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News), 유로모니터(Euromonitor), 프로그레시브그로서(Progressive Grocer)

사진 자료: 세이프웨이(Safeway) 홈페이지

38) 모회사 알버트슨(Albertsons)의 매출액

39) 수 천개의 비트코인 ATM을 보유하고 정식 라이선스를 인정받은 암호화폐회사

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 육류, 스낵류, 즉석식품, 냉동식품, 음료류, 주류 등 - 일반: 유아용품, 애완용품, 청소용품, 운동기구, 잡화류 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인 몰에서 아시아 식품 카테고리 제공 		
입점 등록 절차	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
등록 방법 및 등록 정보	<ol style="list-style-type: none"> 1. 홈페이지를 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 'Suppliers' 클릭 - 'Prospective Vendors' 아래 'Learn More' 클릭 - Range Me 가입 후 입점 희망하는 제품 등록 - 바이어 컨택 및 입점 논의 2. 로컬 에이전트를 통한 등록 		
등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 제품 UPC 바코드⁴⁰⁾ 탑재 · 평가 기준 ② 알버트슨 윤리 강령 준수 		
특이사항	문의사항 연락처: supplier.support@safeway.com		
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> · Optima Sales & Marketing (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : optimasales.com - 전화번호 : +1-(0)904-318-6030 / 이메일 : jeff@optimasales.com - 기업소개 : 세이프웨이 등 다양한 유통업체의 납품 및 판매 활동지원 		

자료: 세이프웨이(Safeway) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

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

TRADER JOE'S

④ 트레이더조(Trader Joe's)

기업 기본 정보	기업명	트레이더조(Trader Joe's)	
	홈페이지	www.traderjoes.com	
	위치	캘리포니아(California)	
	규모	매출액('17)	약 133억 달러 (약 16조 7,048억 원)
기업 요약	기타규모	- 직원 수('18): 약 1만 명 - 매장 수('18): 약 488개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1958년 설립되어 편의점 형태로 10년간 매장 운영 - 제품 리콜이 자주 진행되는 편 - 홈페이지에서 자체 팟캐스트⁴¹⁾ 진행 - 타사와 공급계약을 맺고 일부 가공하여 자체 브랜드로 판매 - 타사에 비해 비교적 저렴한 가격 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2020년 1월 친환경포장 사업 확대 - 2019년 6월 메사추세츠주, 캘리포니아주, 워싱턴디씨에 매장 오픈 - 2019년 제품 포장 과정에서 약 180만kg 규모의 플라스틱 사용량 감축 - 2019년부터 뉴욕 주 배송서비스 중단 		
유사제품 정보		제품명	트라이칼라벨페퍼 (Tricolor Bell Peppers)
		종류	파프리카
		중량	567g
		원산지	미국

자료: 트레이더조(Trader Joe's) 홈페이지, 이터(Eater), 비즈니스인사이드(Business Insider), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 트레이더조(Trader Joe's) 홈페이지, 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News)

41) 사용자들이 원하는 프로그램을 선택하여 자동으로 구독할 수 있도록 하는 인터넷 방송

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 즉석식품, 면류, 주류, 음료류, 소스류, 건강보조식품 등 - 일반: 화장품, 생활용품, 욕실용품, 문구류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 글루텐프리, 비건 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 인공 조미료 함유 제품, GMO 제품 판매하지 않음 - GMA와 HACCP 인증 제품만 취급 - 자체 제작 상품 비율이 높음 - 다양한 인증 구성을 포괄하는 제품군 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. 홈페이지에서 명시된 조건 확인 후 제안서 작성 (www.traderjoes.com/contact-us/new-vendor-requirements) - 홈페이지 기입 정보 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 회사주소, 연락담당자, 전화번호, 이메일 주소) ② 공급 제품 정보 (제품명, 현재 판매유통채널, 정보원산지 등 자유기재)</p> <p>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</p>
	<p>등록 조건</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 미국 내 타 공급 소매점이 없어야 함 · 평가 기준 ② GMO-Free · 평가 기준 ③ MSG-Free · 평가 기준 ④ 인공 향미료 無 · 평가 기준 ⑤ 인공 색소 無 · 평가 기준 ⑥ 트랜스지방 無 · 평가 기준 ⑦ 인공 방부제 無 · 평가 기준 ⑧ 영양 분석 자료 제출 · 평가 기준 ⑨ FDA 및 USDA 승인 시설에서 생산 · 평가 기준 ⑩ GMP 및 HACCP 안전 인증 취득
	<p>특이사항</p>	<p>제조사 직접 벤더 등록 필요</p>
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> · Silk Road Flavors (식음료 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : silkroadflavors.com - 전화번호 : +1-(0)425-802-6812 / 이메일 : info@silkroadflavors.com - 기업소개 : 트레이더조 납품 및 판매 활동 지원⁴²⁾ 	

자료: 트레이더조(Trader Joe's) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

42) 트레이더조의 경우, 제조사 직접 벤더 등록이 필요하기 때문에 '제품 소개 및 홍보' 활동 등에 대한 지원 업무만 수행



⑤ 웨그먼스(Wegmans)

	기업명	웨그먼스(Wegmans)	
	홈페이지	www.wegmans.com	
	위치	뉴욕(New york)	
	규모	매출액 ('18)	약 92억 달러 (약 11조 5,552억 원)
		기타 규모	- 매장 수('19): 약 99개 - 직원 수('19): 약 4만 9,000명
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 1916년 설립 - 약 4만개의 제품을 판매하고 있고, 그 중 유기농 제품이 약 4,000개 이상 - 미식요리수업과 체계적인 직원 교육 실시 - 자선과 기부 및 직원 학비 보조 등을 진행하며 지역사회에서 신뢰받는 기업 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 인스타카트(Instacart)⁴³를 통해 배송서비스 제공 		
	 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2020년 인스타카트를 통해 배달 서비스 지역 확대 - 2019년 100대 기업 중 기업평판(해리스폴평판지수(Harris Poll Reputation Quotient®) 1위 기록 		
유사제품 정보		제품명	웨그먼스믹스드페퍼패밀리팩 (Wegmans Mixed Peppers Family Pack)
		종류	파프리카
		용량	907g
		원산지	미국

자료: 웨그먼스(Wegmans) 홈페이지, 체인스토어에이저(Chainstoreage), 유로모니터(Euromonitor)
 사진자료: 웨그먼스(Wegmans)홈페이지

43) 2012년 설립된 식료품 배달 및 픽업 서비스를 제공하는 미국 회사

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<p>• 입점 가능 품목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 스낵류, 주류, 음료류, 차(茶)류, 유제품, 냉동식품, 가공식품, 신선식품 등 - 일반: 유아용품, 주방용품, 생활용품, 홈케어용품, 애견용품 등 <p>• 선호제품</p> <ul style="list-style-type: none"> - 유기농 제품 - 신선도가 높은 제품 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>1. RangeMe⁴⁴⁾ 홈페이지 통한 직접 등록 (bitly.kr/TCxYx2t)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ‘Merchandising’ 메뉴의 ‘New Suppliers’ 클릭 - 등록 과정 <ul style="list-style-type: none"> ① 제품 프로필 생성 ② 카테고리 매니저와 연결 및 검토 ③ 공지사항 통보 - 홈페이지 가입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 기업 연매출, 이메일) ② 공급 제품 정보 (제품군, 브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매가격) <p>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</p>
	<p>등록 조건</p>	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 제품 UPC 바코드⁴⁵⁾ 탑재 · 평가 기준 ② 12개월 단위로 공인검사기관에서 3자검사(Third Party Inspection)를 실시해야 함⁴⁶⁾
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 직접 등록 시 ‘Range Me’를 통해 입점 등록 - 자사 홈페이지에서 계약 체결 후 제출해야하는 서류 양식 제공
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> · WJ Brader & Associates (식품 브로커) - 홈페이지 : wjbrader.com - 전화번호 : +1-(0)716-685-6085 - 기업소개 : 웨그먼스 납품 및 판매 활동지원 	

자료: 웨그먼스(Wegmans) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

44) 유통업체가 새로운 제품을 찾게 도와주는 제품소싱플랫폼

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



⑥ Publix(퍼브릭스)

기업 기본 정보	기업명	Publix(퍼브릭스)	
	홈페이지	www.publix.com	
	위치	플로리다(Florida)	
	규모	매출액(*18)	약 361억 달러 ⁴⁷⁾ (약 45조 3,416억 원)
기업 요약	기타 규모	- 매장 수(*19): 약 1241개 - 직원 수(*19): 약 20만 명	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1930년 설립 - 미국에서 가장 큰 소매업체 사원주주회사⁴⁸⁾ - 1998년에서 2019년 까지 포춘지 선정 가장 일하기 좋은 100대 기업으로 선정 - 2018년 전년도 대비 4.4% 매출 증가 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 100대 기업 중 기업평판(해리스폴평판지수(Harris Poll Reputation Quotient®) 6위 기록 - 2019년 10월 민간의료서비스 업체 디보티드 케어(Devoted Care)와 독감 예방접종을 위한 파트너십 체결 - 2019년 6월 풀무원 김치 전 매장에 입점 		
	유사제품 정보		제품명
		종류	미니파프리카
		용량	340g
		원산지	미국

자료: 퍼브릭스(Publix) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 비즈니스와이어(Businesswire)
사진 자료: 퍼브릭스(Publix) 홈페이지

46) 선호업체 1순위는 Bureau Veritas, 2순위는 ANSECO이며 그 외 Intertek, SGS, Shuster and MTSD도 가능

47) 퍼브릭스(Publix) 기업 전체 매출액

48) 회사의 사원이 주주가 되어 주식의 일부를 소유하는 회사

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 주류, 신선식품, 육류, 냉동식품, 유제품, 스낵류, 건강보조식품 등 - 일반: 유아용품, 주거생활용품, 목욕용품, 뷰티제품, 위생용품 등 • 선호 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 좋은 품질의 다양한 제품 		
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 홈페이지를 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 회사구매담당자에게 연락 (corporate.publix.com/business/publix-business-connection/retail-product-supplier) - 임명요청양식 작성 - 제품 데이터 양식, 제품 샘플 양식 제출 2. 로컬 에이전트를 통한 등록 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 해당제품이 RangeMe에 이미 등록되어 있을 경우 www.rangeme.com/publix를 통해 해당 제품을 미리 보낼 수 있음 - 문의사항 연락처 전화: +1-(0)33802-0407 (본사 구매부서) 	
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Performance Sales & Marketing(식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : psmfl.us - 전화번호 : +1-(0)813-882-0440 x 100 이메일 : rodr@psmfl.us - 기업소개 : 플로리다주에 위치한 퍼브릭스, 케히, 어소시에이티드 그로서 오브 플로리다 등의 소매업체에 납품 및 판매 활동 지원 		

자료: 퍼브릭스(Publix) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



⑦ 마이어(Meijer)

	기업명	마이어(Meijer)	
	홈페이지	www.meijer.com	
	위치	미시간(Michigan)	
	규모	매출액('18)	약 174억 달러 (약 21조 8,544억 원)
		기타 규모	- 매장 수('18): 약 240개 ⁴⁹⁾ - 직원 수('18): 약 8만 명
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 1934년 설립 - 약 22만 여 개의 제품 및 600종류 이상의 신선제품 판매 - 지역별 후원 프로그램 통해 지역 사회 공헌 중시 - 자사 제작 유기농 라인 제품 판매 - 심플리기브(Simply Give)⁵⁰⁾와 같은 캠페인을 진행하고 미국암학회 등 의료기관 후원 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 125개 이상의 현지 기업과 계약 체결 		
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 모든 오하이오 주 매장에 Shop&Scan 무인결제시스템 도입 - 2018년 기업평등지수(이퀄리티인덱스(Corporate Equality Index)) 95% 달성 		
유사제품 정보		제품명	마이어벨페퍼 (Meijr Bell Pepper)
		종류	파프리카
		중량	180g
		원산지	미국

자료: 마이어(Meijer) 홈페이지

사진 자료: 마이어(Meijer) 홈페이지, 씨에스피데일리뉴스(CSP Daily News)

49) 6개 주에 매장 위치

50) 소비자들이 기부함으로써 불우이웃에게 식량을 제공하는 프로그램

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 가공식품, 신선식품, 가공식품, 즉석식품, 유제품, 소스류, 음료류, 주류, 스낵류 등 - 일반: 유아용품, 생활용품, 주방용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 신선제품군 현지 생산 선호 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 매장마다 해당 지역에서 생산된 제품 판매 - 다양한 형태의 프로모션 제공 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<p>홈페이지를 통한 등록 (www.meijervendornet.com/ProspectiveVendor/Pages/default.aspx)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 해당 사이트 가입 및 계정 생성 - 홈페이지에 정보 기입 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <p>① 공급자 정보 (공급 업체명, 웹사이트주소, 연락처, 회사주소, 연락담당자, 전화번호 및 이메일)</p> <p>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 제조사 정보, 주요 판매유통채널 정보)</p> <p>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 사전 승인 후 제안서 제출 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지에 정보 등록 후 이메일로 제안서 작성 링크 회신 - 문의사항 연락처: meijervendor@meijer.com 	

자료: 마이어(Meijer) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 할인점



① 코스트코(Costco)

	기업명	코스트코(Costco)	
	홈페이지	www.costco.com	
	위치	워싱턴(Washington)	
	규모	매출액('18)	약 1,022억 8,600만 달러 (약 128조 5,968억 원)
기업 기본 정보	기타 규모	- 매장 수('18): 533개 - 직원 수('18): 24만 5,000명	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1983년 설립되어 현재 11개국에서 768개의 매장 운영 - 회원제 창고형 매장 형태로 운영되며, 일반 도소매점에 비해 저렴한 가격으로 제품 판매 - 자사 브랜드 커클랜드시그니처(Kirkland Signature) 내 다양한 제품 보유하고 있으며, 2018년 해당 브랜드 제품 매출액은 약 390억 달러 - 특정 지역 한해 2-Day Delivery 배송서비스 운영 - 매장 멤버십 갱신률 90% 이상 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 11월 온라인 식료품 배달 서비스 기업 인스타카트(Instacart)와 제휴하여 처방약 1시간 내 배송 서비스 시범운영 개시 - 2019년 9월 Don Lee Farms와 제휴하여 약 770개의 매장에서 Better Than Beef Burger 판매 개시 - 2019년 6, 7월 기준 이커머스 부문 매출액 전년대비 약 20% 증가 		
	유사제품 정보		제품명
종류			미니파프리카
용량			680g
원산지			캐나다

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

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 유제품, 냉동식품, 스낵류, 캔디류, 건강보조식품, 즉석식품, 소스류, 곡물류, 육류, 해산물류 등 - 일반: 화장품, 스포츠용품, 서적류, 애완용품, 유아용품, 의류, 가구류, 조리기구, 전자제품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 품질이 뛰어난 상품 - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 판매 제품은 대부분 대용량이거나 대량으로 판매 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	1. 유선연락 통해 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 'Vendors & Suppliers' 클릭 - 공급업체 선정 조건 및 절차 확인 - 입점 희망 지역부서에 직접 문의 (costco.com/vendor-inquiries.html) - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 2. 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 코스트코 글로벌 공급업체 행동강령 준수 · 평가 기준 ② 공인검사기관에서 TPI 실시
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 Northwest Region: +1-(0)425-313-8100
	벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> · ADW Acosta (식품, 비식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : www.adwww.com - 전화번호 : +1-(0)425-507-3100 / 홈페이지 통해 문의사항 제출 - 기업소개 : 코스트코 납품 및 판매 활동 지원

자료: 코스트코(Costco) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



② 알디(Aldi)

	기업명	알디(Aldi)		
	홈페이지	corporate.aldi.us		
	위치	일리노이(Illinois)		
	규모	매출액('17)	약 135억 달러 (약 16조 9,560억 원)	
기업 기본 정보	기타 규모	- 매장 수('18): 약 2,000개 - 직원 수('19): 약 2만 5,000명		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1961년 독일에서 오픈한 세계 최초의 할인점 - 독일 대형 식품점으로 1976년 아이오하(Iowa)에 미국 첫 매장을 오픈 - 90% 이상의 식료품이 알디가 직접 선정한 독점 브랜드 - 2022년까지 월마트(Walmart), 크로거(Kroger)에 이어 2,500여 곳을 운영하는 미국 내 3위 규모의 식료품 전문점이 목표 		
		 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2020년까지 100개 매장 추가 개장 목표 - 2019년 11월 온라인 식료품 배달 서비스 인스타카트를 통해 주류 판매 개시 			
유사제품 정보		제품명	미니스윗페퍼 (Mini Sweet Peppers)	
		종류	미니파프리카	
		용량	227g	
		원산지	멕시코	

자료: 알디(Aldi) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 데일리스타(Dailystar), 페이먼트(Pymnts), 더선(The Sun)

사진 자료: 아메리카-리테일(America-retail), 알디(Aldi) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 육류, 해산물, 유제품, 빵류, 곡류, 면류, 소스류, 음료류, 건강보조식품, 스낵류 등 - 일반: 유아용품, 화장품, 애완용품, 청소용품, 세제류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농 제품 - 글루텐 프리 제품 - 장기적인 협력 및 안정적인 공급 중시 		
<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>홈페이지 통한 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 상단 메뉴의 'Suppliers' 클릭 - 'Supplier Responsibilities' 클릭하여 입점 조건 및 기준 확인 - 'Supplemental Submission Forms' 링크 통해 공급자 지원서 다운로드 - 지원서 작성 후 이메일 또는 우편 전송 	
	<p>등록 조건</p>	<p>· 평가 기준 ① 알디 표준제조지침 및 윤리규범 준수</p>	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 이메일 제출하면 담당자가 확인 후 3주 내에 검토 후 회신 - 문의사항 연락처: supplierinfo@aldi.us 	
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ADW Acosta (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : www.csn-net.com - 전화번호 : +1-(0)612-259-8848 / 이메일: angelak@csnbrokers.com - 기업소개 : 알디 납품 및 판매 활동 지원 		

자료: 알디(Aldi) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 온라인



① 타겟(Target)

	기업명	타겟 (Target)	
	홈페이지	www.target.com	
	위치	미네소타(Minesota)	
	규모	매출액('18) 약 52억 8,470만 달러 (약 6조 6,376억 원) 기타 규모 - 매장 수 ('19): 약 1,851개	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 1902년 오프라인 매장 설립 - 1999년 온라인 몰을 런칭하여 미국을 중심으로 운영 - 1,000개의 매장에서 Drive-Up 서비스 개시하여 픽업 지점 운영 - 2018년 오프라인 매장 매출액이 3.2% 증가한 것에 비해 온라인 몰 매출액은 36% 증가함 - 온라인 몰 투자를 계속해서 늘려갈 계획 		
기업 요약			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 9월 20주년 기념 300여개의 인기품목 할인행사 진행 - 2019년 1분기 온라인 매출액 42% 증가 - 2018년 4분기 온라인 몰 매출액이 전체 매출의 10% 기록 		
유사제품 정보		제품명	프레시랩스탑라이트벨페퍼 (Freshwrap Stoplight Bell Peppers)
		종류	파프리카
		용량	567g
		원산지	미국

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

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<p>• 입점 가능 품목</p> <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 유제품, 육류, 수산식품, 냉동식품, 스낵류, 캔디류, 건강보조식품, 즉석식품, 면류, 소스류 등 - 일반: 화장품, 스포츠용품, 서적류, 애완용품, 유아용품, 의류, 가구류, 조리기구, 전자제품 등 <p>• 선호제품</p> <ul style="list-style-type: none"> - 품목별로 가격 경쟁력이 있는 제품 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 정보	<p>1. 홈페이지를 통한 직접 등록</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 More 카테고리 'Suppliers' 클릭 - 공급업체 행동강령, 제품 품질 보증 및 세부요건 등 확인 - 입점 허가 시 이메일로 관련 절차 회신 후 Partners Online portal 가입 (corporate.target.com/about/products-services/suppliers) <p>2. 로컬 에이전트를 통한 등록</p>
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 보험증명서 보유 · 평가 기준 ② 타겟 공급업체 행동강령 준수 · 평가 기준 ③ 특정 카테고리 한해 GMP 인증 취득 의무 · 평가 기준 ④ 공인검사기관에서 TPI 실시 · 평가 기준 ⑤ 국제식품안전협회 기준 충족
	특이사항	문의사항 연락처: +1-(0)800-440-0680
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> · Target Food Brokers (식품 브로커) - 홈페이지 : targetfoodbrokers.com - 전화번호 : +1-(0)902-468-3088 / 이메일 : sales@targetfoodbrokers.com - 기업소개 : 타겟 납품 및 판매 활동 지원 	

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

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

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

1. 미국 파프리카 인증 취득

인증 취득

미국으로 제품 수출 시, 필요하거나 선택 가능한 인증 정보를 제공함

파프리카⁵¹⁾

파프리카 품목은 농산물로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

▶ 미국 수입 일반가공식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

미국으로 파프리카 수출 시 반드시 취득해야하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 일반가공식품의 식품 검역을 담당하고 있는 미국 식품의약국은 식품의 안전이나 제조에 관하여 별도의 인증 의무를 부과하고 있지 않음. 다만, 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 IFANCA을 통하여 획득할 수 있음

[표 4.1] 미국 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 마크
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

51) 신선 파프리카는 미국에서 벨페퍼(Bell Pepper), 스위트페퍼(Sweet Pepper)로 통용됨

[표 4.2] 미국 식품 인증 취득

		절차	기간
HACCP		서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
		서류	비용
		신청서, 식품안전관리인증계획서 등	20만원
ISO 22000		절차	기간
		서류제출>인증계약>계획통보>서류심사>현장심사>시정 조치>인증 심의>인증>사후관리심사>갱신 심사	-
		서류	비용
		신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	-
IFS		절차	기간
		인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
		서류	비용
		신청서 등	약 900~1,000만원
BRCGS 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 파프리카 사전 심사

사전 심사

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

파프리카

파프리카 품목은 농산물로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 미국 파프리카 제품 수출을 위한 사전 심사 ‘불필요’
- ▶ 미국 파프리카 제품 수입 전 식품의약품으로 ‘사전 수입 통지 필요’

사전 수입 통지 절차는 바이오테러리즘법(Bioterrorism Act)에 의거하여 식품 통관 검역 절차를 효율적으로 수행하기 위해 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)를 통하여 PNSI(Prior Notice System Interface) 접속 후, 미국 식품의약국에서 제시하는 가이드 및 그 절차에 따라 사전 통지 절차를 수행하면 됨. 사전 통지 절차의 경우 어떤 운송수단을 사용하느냐에 따라 제출 기한이 다르므로 해당 기간 내에 제출해야 함. 해당 절차는 필요한 정보를 가지고 있는 사람이라면 누구나 진행할 수 있음. 즉, 당사자가 직접 사전 수입 식품 통지를 제출하거나 대리인을 통해 제출할 수 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 파프리카 업체·제품 등록

업체·제품 등록

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

파프리카

파프리카 품목은 농산물로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 미국 일반가공식품 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 변경됨. 따라서 등록을 수행하고자하는 국내 식품 제조업체의 경우 온라인 페이지를 통하여 등록 신청을 진행해야함

[표 4.4] 미국 사전 식품 제조시설 등록 절차

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

업체·제품 등록

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

파프리카

파프리카 품목은 농산물로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 미국 파프리카⁵²⁾ 품질 오차범위, 크기, 모양, 색 등의 규격 명시
- ▶ 파프리카 등급 팬시(Fancy), 넘버원(NO.1), 넘버투(NO.2)

미국으로 파프리카 수출 시, 수출자는 상품의 색상 및 종류 등을 기재하여 상품 등록을 진행할 수 있음. 미국 농무부는 상품 검역 시, 수출자가 설정한 상품 종류에 따라 검사를 진행하여 등급을 부여함. 검사 항목은 포장, 크기, 결합, 색상 등이 있으며, 등급은 팬시(Fancy), 넘버원(No.1), 넘버투(No.2)로 나뉨. 각 항목의 세부사항 및 조건은 농무부의 검역 규정에 기재되어 있음

[표 4.5] 미국 파프리카 검역 규정 중 크기, 색상, 품질 허용오차

적용 규정	Peppers Shipping Point and Market Inspection Instructions March 2016	
발행기관	미국 농무부(USDA, United States Department of Agriculture)	
세부내용	크기	팬시(Fancy) — 지름 3인치 이상 길이 3.5인치 이상
		넘버원(No.1) — 지름 2.5인치 이상 길이 2.5인치 이상
		넘버투(No.2) — 요구사항 없음
	색상 ⁵³⁾	파프리카 색상 설정 시, 한 로트(lot)에 들어있는 상품의 90% 이상이 동일한 색상을 띠어야 함 각각 다른 색을 띠는 파프리카가 한 로트에 해당할 경우, 두 가지 이상의 색을 설정할 수 있음(ex. No.1 red and yellow) 제품의 변색은 결함으로 취급되지만, 색상 불일치 여부는 제품의 결함으로 취급되지 않음 특정 색상(ex. red, yellow 등)의 조건에 부합하지 않는 상품은 요청 하에 ‘혼합 색상’으로 분류될 수 있음
품질 허용 오차	팬시(Fancy) — 상자당 총 결함은 상품의 10%를 넘지 않아야 하며, 그 중 심각한 결함의 비율이 절반(전체의 5%) 이하여야 함	
	넘버원(No.1) — 상자당 제품의 크기 기준에 부합하지 않는 제품이 10% 이하여야 함	
	넘버투(No.2) — 상자당 총 결함은 상품의 10%를 넘지 않아야 하며, 그 중 심각한 결함의 비율이 절반(전체의 5%) 이하여야 함	

자료 : 미국 농무부(USDA)

52) 미국 농림부(USDA) 규정에서 파프리카는 스위트페퍼(Sweet Pepper)로 명명하고 있음

53) 미국 농림부(USDA), Sweet Peppers Grades and Standars (Tolerances, §51.3274)

4. 미국 파프리카 라벨 심의

▶ 미국 라벨 규정

[표 4.6] 미국 라벨 관리 규정

● 라벨 심의	● 라벨 표기사항 (항목)	● 파프리카
미국으로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보를 제공함	파프리카 품목은 농산물로 분류하여 해당하는 정보를 제공함	
적용 규제	FD&C Act, Fair Packaging and Labeling Act	
세부 규정	Guidance for Industry : A Food Labeling Guide	
세부 내용	라벨 표기사항 (항목)	라벨 표기사항 (가이드)
	<ul style="list-style-type: none"> · 제품명(이미테이션 제품은 제품명에 ‘이미테이션’ 표기) · 용량(‘순중량’으로만 표기) · 원산지 · 원료 정보(원료의 일반적인 명칭을 사용할 것) · 알레르기 정보(주요 알레르기원: 우유, 달걀, 생선, 갑각류, 조개, 땅콩, 대두, 밀, 견과류) · 성분정보(양식은 규정에 따름) · 1회 제공량 · 기타 주의 문구(건강 유의 사항에 관한 문구 등) · 제조업체정보 	
	표기 언어	외국어 표기도 가능하나 모든 필수정보는 동시에 영어로도 표기되어야함
	그림	그림의 경우 정보를 가리거나, 소비자가 오인하지 않도록 해야함
	용량	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
	제품명	제품의 전면에 표기되어야하며, 최소한 가장 큰 라벨 면에서 1/2만큼을 차지하도록 표기되어야 함. 바닥과 평행하게 작성되어야 함. 소비자가 이해하기 쉬운 일반적인 이름이어야 함
	원료 정보	양이 많은 것부터 적은 순으로 기입해야함 원료정보는 제조사, 유통사 정보와 같은 면에 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
	성분 정보	성분 정보는 원료 정보와 같은 페이지에 기입되어야 함. 반드시 박스 형태로 작성해야 함. 성분 정보를 나타내는 시트는 정해진 글자 크기와 양식에 따라 작성되어야 함
	원산지	눈에 잘 띄도록 작성되어야함. 유통업체 정보가 표기 되어 있다면, 해당 정보와 같이 위치해야함

자료 : 미국 식품의약국(FDA)

<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 성분이 포함되었음을 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>신선농산물(신선과일 및 채소)의 경우 알레르기 표기를 하지 않아도 됨</p>			

자료 : 미국 식품의약국(FDA)

▶ 미국 파프리카 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

앞면(영어)

- ① 브랜드명 : Signature Farms
- ② 제품명 : Sweet MINI PEPPERS
- ③ 제품설명 : GUARANTEED FRESH, RIPE AND DELICIOUS
WASH BEFORE USE
- ④ 중량 : NET WT 32 OZ(2LB) 907g

앞면(국문)

- ① 인증 : 시그니처 팜스
- ② 브랜드명 : 스위트 미니 페퍼스
- ③ 제품설명 : 신선 보증, 잘 익고 맛있음
- ④ 중량 : 순중량 330g

뒷면(영어)

- ① 원료(Ingredients) : Sweet Mini Peppers
- ② 유통업체(Distributed by) : BETTER LIVING BRAND LCC
P.O BOX 99
PLEASANTON CA 94566-0009
1-888-723-3929
www.betterlivingbrandsLLC.com
PERISHABLE
- ③ 보관방법 : KEEP REFRIGERATED
- ④ 회사소개 : Welcome to the extraordinary flavors, textures, and colors of Signature Farms. You can find all the produce and vegetables you want under the sun—crispy greens, perfectly ripened fruit, and all the colors of the vegetable rainbow.
- ⑤ 품질보증 : Our promise - Quality & Satisfaction 100% guaranteed of your money back.

뒷면(국문)

- ① 원료 : 미니 피망
- ② 유통업체 : BETTER LIVING BRAND LCC
P.O BOX 99
PLEASANTON CA 94566-0009
1-888-723-3929
www.betterlivingbrandsLLC.com
쉽게 상함
- ③ 보관방법 : 냉장보관
- ④ 회사소개 : 평범하지 않은 맛, 식감, 색감의 시그니처 팜에 오신 것을 환영합니다. 여러분들이 원하는 태양 아래의 신선한 녹색 야채와 완벽하게 숙성된 과일, 무지개 색의 야채들을 만나보실 수 있습니다.
- ⑤ 품질보증 : 우리의 약속 - 품질과 만족도를 100% 보장하며, 아닐 경우에는 환불해드립니다.

5. 미국 파프리카 서류 준비

서류 준비

미국으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보를 제공함

파프리카

파프리카 품목은 농산물로 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 서식⁵⁴⁾을 활용하면 쉽게 작성할 수 있음

[표 4.7] 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)

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

6. 미국 파프리카 세금 납부

세금 납부

미국으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보를 제공함

파프리카

파프리카 품목은 농산물로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 미국 신선 파프리카 HS CODE 0709.60.4055, 관세율 0% 적용
- ▶ 한-미 FTA 발효로 협정세율 적용

신선 파프리카 수입 시 미국에서는 HS CODE 0709.60(피망류 또는 고추류 과실)의 0709.60.4055(기타 단 피망류(오색 고추)) 세번이 적용됨.⁵⁵⁾ 미국 수입 시 기본 세율은 kg당 4.7센트(약 59원)가 적용되나 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 13만 원)⁵⁶⁾ 소요
- 수입 서류 심사에 8시간 소요
- 통관 비용에 175달러(약 22만 원) 소요
- 통관에 2시간 소요

[표 4.8] 한국·미국 HS CODE 비교 및 미국 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	0709	기타 채소류(신선 채소와 냉장 채소를 포함함)	
	0709.60	피망류 또는 고추류 과실	
	0709.60.1000	단고추(피망류로 한정함)	
미국	0709.60.4055	기타 단 피망류(오색 고추)	
관세	기본관세율	4.7¢/kg	
	협정 세율	0%	
판매세		최대 7.25%	

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

55) 미국의 경우 HS Code 6자리에 해당하는 0709.60 중 신선파프리카에 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

56) 1달러=1,256.00원 (2020.03.25, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

- ▶ 미국 분말형 파프리카 HS CODE 0904.22.2000, 관세율 0% 적용
- ▶ 한-미 FTA 발효로 협정세율 적용

세번 0904는 신선 과채류가 아닌 향신료로 분류됨. 향신료로 사용되는 분말형 파프리카 수입 시 미국에서는 HS CODE 0904.22(분쇄 또는 분말형 고추류(고춧가루, 파프리카, 빨간 피망을 포함함)의 0904.22.2000(파프리카) 세번이 적용됨. 미국 수입 시 기본 세율은 kg당 3센트(약 38원)가 적용되나 한-미 FTA 발효로 0%의 협정 세율을 적용받음. 신선 파프리카와 마찬가지로 관세 외에도 판매세(Sales Tax)를 납부해야하며 해당 세율은 최대 7.25%이고 주(State)마다 달리 적용됨

[표 4.9] 한국·미국 HS CODE 비교 및 미국 수입 세율

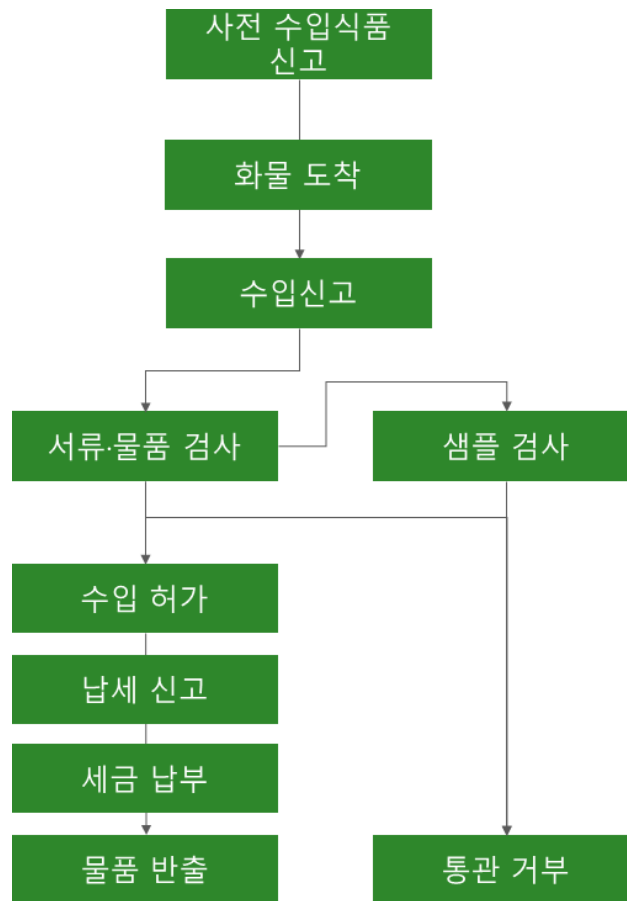
구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	0904	후추속 식물의 열매, 건조 또는 잘게 부순 고추류나 피망류의 과실	
	0904.22.0000	잘게 부순 고추류 또는 피망류 과실	
미국	0904.22	분쇄 또는 분말형 고추류(고춧가루, 파프리카, 빨간 피망을 포함함)	
	0904.22.2000	파프리카	
관세	기본관세율	3¢/kg	
	협정 세율	0%	
판매세		최대 7.25%	

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

7. 미국 파프리카 검역 심사 절차

- ▶ 미국 수입 식품, 서류 검사에 따라 물품 검사 실시
- ▶ 도착 전 사전 수입 식품 신고 필요

[표 4.10] 미국 통관 프로세스



	유형	명칭	잔류허용 기준(ppm)
연관 규제 첨가물 및 물질	농약 잔류물	Chlorantraniliprole	1.4
		Flubendiamide	0.6
		Captan	0.05

자료 : 미국 세관국경보호국(CBP), 미국 식품의약국(FDA), KATI농식품수출정보

- ▶ 미국 식품의약국의 농약 규정을 통해 확인 가능
- ▶ 미국 연방규정집 잔류 농약 규정 데이터베이스를 통해서도 확인 가능

● 식품 첨가물 규정

미국으로 제품 수출 시,
요구되는 식품 첨가물,
유해 물질에 관한 규정
정보를 제공함

● 파프리카

파프리카 품목의
농약 잔류물 정보는
식품의약국(FDA)의 규정에
따라 정보를 제공함

[표 4.11] 미국 농산물 잔류 농약 규정

기능	이름	영문이름	잔류허용 기준(ppm)
살균제	메톡시페노자이드	Methoxyfenozide	2.0
살충제	노발루론	Novaluron	1.0
살충제	알드린	Aldrin	0.05
살충제	디엘드린	Dieldrin	0.05
제초제	아세타미프리드	Acetamiprid	0.2
살균제	피리다벤	Pyridaben	0.6
살충제	클로르데인	Chlordane	0.1
살균제	메트라페논	Metrafenone	0.9
제초제	펜프로파트린	Fenpropathrin	1.0

자료 : 미국 세관국경보호국(CBP), 미국 식품의약국(FDA)

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 홀푸드마켓(Whole Food Market)

Interview ② 푸드바자슈퍼마켓
(Food Bazaar Supermarket)

Interview ③ 웨그먼스(Wegmans)

Interview ④ 모턴윌리엄즈(Morton Williams)

Interview ⑤ 미국식품의약국
(U.S. Food & Drug Administration)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 홀푸드마켓
(Whole Food Market)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Margini
(Produce Department)

미국에서의 파프리카 수요는 많음

미국에서의 파프리카 수요는 많습니다. 과거 미국 소비자들은 빨간색 파프리카를 선호했으나, 최근에는 플라스틱 봉지에 다양한 색의 파프리카가 들어있는 제품을 선호합니다.

미국 소비자들은 오프라인 매장에서 파프리카를 구매하는 것을 선호함

미국 소비자들은 온라인 쇼핑몰보다 오프라인 매장에서 파프리카를 구매하는 것을 선호합니다. 오프라인 매장에서 제품의 품질과 신선도를 확인할 수 있기 때문입니다.

Market Preference and Origin



- 인터뷰 기업 : 푸드바자슈퍼마켓
(Food Bazaar Supermarket)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Kim
(Produce Department)

미국 사람들은 빨간색과 초록색 파프리카를 선호함

미국 사람들은 빨간색과 초록색 파프리카를 선호합니다. 미국 소비자들은 빨간색 파프리카는 스페인 요리에 활용하고, 초록색은 샐러드용으로 먹습니다.

미국에서는 멕시코산 파프리카를 취급함

미국에서는 7-10월에만 생산량이 많고, 해당 기간을 제외하곤 제품 공급에 한계가 있습니다. 따라서 미국은 1년 내내 생산이 가능한 멕시코산 파프리카를 수입하고 있습니다.

Market Demand and Origin



- 인터뷰 기업 : 웨그먼스
(Wegmans)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Kimberly
(Product Expert)

미국에서의 파프리카 수요는 증가하고 있음

최근 미국 소비자들 사이에서 파프리카의 영양가가 풍부하고, 칼로리가 낮다고 알려짐에 따라, 미국에서의 파프리카 수요가 지속 증가하고 있습니다.

미국에서는 캐나다, 멕시코산 파프리카의 수요가 많음

미국산 파프리카의 공급량이 감소함에 따라, 미국은 다양한 국가에서 파프리카를 수입하고 있습니다. 캐나다산 파프리카는 5-6월에, 멕시코산 제품은 1년 내내 수요가 많습니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Demand and Trend



- 인터뷰 기업 : 모턴윌리엄즈
(Morton Williams)
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Andrew
(Product Expert)

미국에서의 파프리카 수요는 많은 편

미국에서의 파프리카 수요는 많은 편으로, 명절이나 크리스마스 등 기념일에 제품의 수요가 급증합니다.

최근 파프리카 품질과 신선도를 중시하는 소비자들이 늘고 있음

미국 소비자들은 가격이 저렴한 미국산 파프리카를 가장 선호했으나, 최근에는 파프리카 품질과 신선도를 중시하는 소비자들이 늘고 있습니다.

Customs Requirements and Certification



- 인터뷰 기업 : 미국식품의약국
(U.S. Food & Drug Administration)
정부기관
- 인터뷰 담당자 : Ms. Nadien
(Director)

신선 채소 처리 과정에 따라 규제가 다름

신선 채소가 잘리지 않은 채로 미국에 수출한다면, 이는 농장 제품에 해당하는 규제를 받습니다. 하지만 신선 채소가 창고에서 보관되거나 가공된다면, 다른 규제가 적용됩니다.

미국으로의 수출이 제한되는 경우가 존재함

제품이 식품위생검역 절차를 거치지 않았거나, 회사가 식품의약국에 등록되지 않았을 경우, 제품이 제시간에 도착하지 않았을 때, 미국으로의 수출이 제한될 수 있습니다.

Interview ① 홀푸드마켓(Whole Food Market)

57)

● 홀푸드마켓

(Whole Food Market)

전문가 소속

홀푸드마켓

(Whole Food Market)

소매업체

전문가 정보

Ms. Margini

(Produce Department)



WHOLE FOODS MARKET™

Whole Trade® Yellow Bell Peppers

\$2.99/lb



WHOLE FOODS MARKET™

Whole Trade® Organic Red Bell Peppers

\$3.99/lb

홀푸드마켓(Whole Food Market)

Produce Department, Ms. Margini

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 1980년에 설립된 소매업체로, 미국에서 온라인 쇼핑몰과 약 300개의 오프라인 매장을 운영하고 있습니다. 채소류, 유제품, 과일류, 음료류, 냉동식품 등의 식료품을 취급하고 있으며, 유기농 제품과 품질이 우수한 제품을 선별해 판매하고 있습니다.

Q. 미국에서의 파프리카 수요는 어떠한가요?

개인, 음식점, 호텔, 피자 가게 등 다양한 고객들이 파프리카를 구매하며 미국에서의 파프리카 수요는 많습니다. 과거 미국 소비자들은 단품으로 나온 빨간색 파프리카를 선호했으나, 최근에는 다양한 색의 파프리카가 플라스틱 봉지에 들어있는 제품을 선호합니다. 미국 사람들은 샐러드용으로 파프리카를 생으로 먹거나, 채소, 닭고기, 소고기와 볶아 밥과 곁들여 먹습니다.

Q. 미국 사람들이 선호하는 파프리카의 특징은 무엇인가요?

미국 사람들은 미국 농무부에서 발급한 유기농(Organic) 인증을 받은 파프리카를 선호합니다. 미국 소비자들이 특별히 선호하는 파프리카의 원산지는 없습니다. 겨울에 미국산 파프리카 공급량이 부족해 당사는 캐나다와 멕시코산 제품을 취급하고 있는데, 수입 제품 또한 수요가 많습니다. 파프리카에는 캘리포니아, 오하이오 등 생산지만 표기되고 제품 브랜드는 표기되지 않습니다. 간혹 몇몇 슈퍼마켓은 자사 라벨을 붙여 파프리카를 판매하곤 합니다.

57) 사진자료: 홀푸드마켓(Whole Food Market) 홈페이지 (wholefoodsmarket.com)

Q. 미국에서의 파프리카 판매처는 어디인가요?

미국의 식료품 매장, 온라인 쇼핑몰 등에서 파프리카를 취급하고 있습니다. 그중, 미국 사람들은 오프라인 매장에서 파프리카를 구매하는 것을 선호합니다. 오프라인 매장에서 직접 제품의 품질과 신선도를 확인할 수 있기 때문입니다.

Q. 파프리카의 가격은 어떻게 되나요?

당사에서 취급 중인 파프리카는 색과 유기농 여부에 따라 가격에 차이가 있습니다. 그중, 빨간색 파프리카가 가장 비싸고 유기농 파프리카는 일반 파프리카보다 약 30% 비쌉니다. 일반 초록색 파프리카는 454g에 1.79달러(약 2,248원)⁵⁸⁾이고, 유기농의 초록색 파프리카는 454g에 2.49달러(약 3,127원)입니다. 또한 유기농 노란색, 빨간색 파프리카는 454g에 각각 2.99달러(약 3,755원)와 3.99달러(약 5,011원)입니다.

58) 1달러=1,256.00원(2020.03.25., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ② 푸드바자슈퍼마켓 (Food Bazaar Supermarket)

59)

푸드바자슈퍼마켓
(Food Bazaar Supermarket)

전문가 소속

푸드바자슈퍼마켓
(Food Bazaar Supermarket)
소매업체

전문가 정보

Mr. Kim
(Produce Department)



푸드바자슈퍼마켓(Food Bazaar Supermarket) Produce Department, Mr. Kim

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 1988년에 설립된 소매업체로, 미국 7개 도시에 약 26개의 오프라인 매장과 온라인 쇼핑몰을 운영하고 있습니다. 현지에서 생산하거나 해외로부터 직접 수입한 채소류, 과일류, 육류, 해산물, 유제품, 냉동식품 등을 취급하고 있습니다.

Q. 미국 사람들은 파프리카를 어떻게 활용하나요?

미국 사람들은 샐러드, 샌드위치, 수프 등에 파프리카를 활용하거나 구운 파프리카로 소스를 만듭니다. 또한 미국에는 멕시코 요리의 인기가 높아, 미국 소비자와 미국에 거주하는 멕시코 사람들은 타코나 퀘사디아를 만들 때 파프리카를 활용합니다.

Q. 미국 사람들이 선호하는 파프리카의 특징은 무엇인가요?

미국 사람들은 빨간색과 초록색 파프리카를 선호합니다. 빨간색 파프리카는 향과 맛이 강해, 스페인 요리에 잘 어울린다는 특징이 있습니다. 또한 초록색 파프리카는 가격이 저렴하다는 특징이 있고, 미국 사람들은 주로 샐러드용으로 초록색 파프리카를 구매합니다.

Q. 파프리카 원산지는 어떻게 되나요?

미국 주(州)마다 기후에 차이가 있어 파프리카를 재배할 수 있는 시기가 다르지만, 7-10월에 미국산 파프리카의 생산량이 가장 많습니다. 해당 기간을 제외하곤 미국산 파프리카의 공급량이 많지 않습니다. 따라서 미국은 멕시코와 캐나다 등에서 생산한 파프리카를 취급하고 있습니다. 특히 멕시코산 파프리카는 1년 내내 생산할 수 있다는 특징이 있어, 미국은 주로 멕시코에서 파프리카를 수입합니다.

59) 사진자료: 푸드바자슈퍼마켓(Food Bazaar Supermarket) 홈페이지 (foodbazaar.com)

Interview ③ 웨그먼스(Wegmans)

60)

웨그먼스
(Wegmans)

전문가 소속

웨그먼스
(Wegmans)
소매업체

전문가 정보

Ms. Kimberely
(Product Expert)

Wegmans



웨그먼스(Wegmans)

Product Expert, Ms. Kimberely

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 1916년에 설립된 소매업체로, 채소류, 과일류, 유제품, 가공식품, 주류 등을 취급하고 있습니다. 뉴욕에 본사를 두고 있으며, 뉴욕, 펜실베이니아, 뉴저지, 버지니아 등에 약 101개의 오프라인 매장과 온라인 쇼핑몰을 운영하고 있습니다.

Q. 미국에서의 파프리카 수요는 어떠한가요?

최근 미국 소비자들 사이에서 파프리카의 영양소가 풍부하고, 칼로리가 낮다고 알려짐에 따라, 미국에서의 파프리카 수요가 지속 증가하고 있습니다. 파프리카는 일반 가정, 호텔, 레스토랑 등에서 수요가 많습니다. 일반 소비자들은 각자 취향에 맞게 파프리카를 생으로 먹거나 소고기, 버섯 등과 볶아서 먹습니다. 레스토랑과 호텔은 음식의 향이나 색깔을 위해 파프리카를 활용합니다.

Q. 파프리카의 원산지는 어떻게 되나요?

미국산 파프리카의 공급량이 감소함에 따라, 미국은 멕시코, 캐나다, 네덜란드, 스페인 등에서 파프리카를 수입하고 있습니다. 5-6월에는 캐나다에서 생산한 파프리카의 수입량이 많고, 멕시코에서 생산한 제품은 1년 내내 수요가 많습니다. 그중, 당사는 멕시코산 파프리카를 취급하고 있습니다.

Q. 한국산 파프리카 판매 시, 수요가 있을까요?

한국산 파프리카를 미국에 판매한다면, 수요가 많지 않을 것으로 생각합니다. 이미 미국은 멕시코로부터 충분한 양의 파프리카를 수입하고 있기 때문입니다. 또한, 한국산 신선 채소 수입 절차가 다소 까다롭다고 생각해 미국 소매업체들은 한국산 제품을 취급할 것 같지 않습니다. 멕시코에서 수입한 초록색, 빨간색 파프리카는 454g에 각각 3달러(약 3,768원), 4달러(약 5,024원)입니다. 이와 비교했을 때 한국산 파프리카에 가격 및 품질 경쟁력이 있다면, 시장 반응이 나쁘지 않을 것으로 생각합니다.

60) 사진자료: 웨그먼스(Wegmans) 홈페이지 (wegmans.com)

Interview ④ 모턴윌리엄즈(Morton Williams)

61)

모턴윌리엄즈
(Morton Williams)

전문가 소속

모턴윌리엄즈
(Morton Williams)
소매업체

전문가 정보

Mr. Andrew
(Product Expert)



\$1.15 each
Green Bell Pepper
At \$2.49/lb



\$3.00 each
Red Bell Pepper
At \$5.99/lb

모턴윌리엄즈(Morton Williams)

Product Expert, Mr. Andrew

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

당사는 1946년에 설립된 식료품 전문 소매업체로, 온라인 쇼핑몰과 뉴욕에 약 16개의 오프라인 매장을 운영하고 있습니다. 채소류, 과일류, 냉동식품, 가공식품 등을 취급하고 있으며, 현지 유통업체를 통해 납품받고 있습니다.

Q. 미국에서의 파프리카 수요는 어떻게 되나요?

미국에서의 파프리카 수요는 많은 편으로, 그중, 명절이나 크리스마스 등 기념일에 제품의 수요가 급증합니다. 일반 가정과 식당이 파프리카를 구매하고, 특히 미국에 거주하는 멕시코 사람에서 수요가 많습니다. 미국 사람들은 음식의 풍미와 색깔을 더해주는 용도로 파프리카를 활용합니다.

Q. 미국 소비자들은 파프리카 구매 시, 무엇을 고려하나요?

미국 소비자들은 파프리카 구매 시, 가격을 중시합니다. 따라서 미국 소비자들은 가격이 저렴한 미국산 파프리카를 가장 선호합니다. 실제 미국에서 생산한 파프리카는 수입 제품보다 50% 정도 저렴합니다. 하지만 최근에는 파프리카 품질과 신선도를 중시하는 소비자들이 늘어나고 있습니다. 이들은 가격이 비싸더라도 유기농 인증을 받은 파프리카를 선호합니다.

Q. 취급 제품의 가격은 어떻게 되나요?

당사는 초록색 파프리카와 빨간색 파프리카를 개당 1.15달러(약 1,444원)와 3달러(약 3,768원)에 판매하고 있습니다. 팩에 포장한 초록색 파프리카는 454g에 1.26달러(약 1,583원)이고, 노란색과 빨간색 파프리카가 섞여 있는 제품은 454g에 5.99달러(약 7,523원)입니다. 미국산 파프리카의 공급량이 많은 시기에는 해당 가격보다 10-15% 저렴합니다.

61) 사진자료: 모턴윌리엄즈(Morton Williams) 홈페이지 (www.mortonwilliams.com)

Q. 미국 소비자들이 선호하는 파프리카의 특징은 무엇인가요?

미국에는 초록, 빨강, 노랑, 주황색의 파프리카가 있으며, 개인의 취향에 따라 선호하는 파프리카가 다릅니다. 일반적으로 미국 소비자들은 빨간색 파프리카가 가장 잘 익은 것으로 생각하고, 해당 제품에 비타민 C가 풍부하고 영양소가 풍부하다고 생각합니다. 또한 샐러드 등 생으로 파프리카를 먹을 경우, 미국 사람들은 빨간색과 초록색 파프리카를 선호합니다.

Interview ⑤ 미국식품의약국 (U.S. Food & Drug Administration)

62)

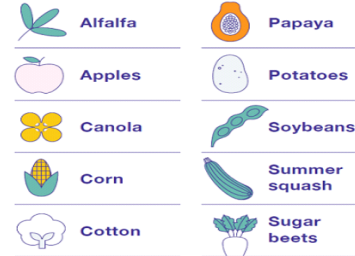
●
미국식품의약국
(U.S. Food & Drug
Administraion)

전문가 소속

미국식품의약국
(U.S. Food & Drug
Administraion)
정부기관

전문가 정보

Ms. Nadien
(FDA Agent)



미국식품의약국(US FDA) FDA Agent, Ms. Nadien

Q. 기관과 기관 활동을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

유에스에프디에이(US FDA)는 1906년에 설립된 미국 보건복지부 산하의 식품의약청으로 식품과 의약품을 관리 및 규제하고 있습니다.

Q. 미국으로의 신선 채소 수출 시, 주의사항에는 무엇이 있나요?

미국은 신선 채소 수입 시, 수입 절차가 다소 까다롭습니다. 우선, 제조회사와 수입업체가 미국 식품의약청에 등록돼 있어야 합니다. 또한 신선 채소 처리 과정에 따라 규제가 다릅니다. 신선 채소가 잘리지 않은 채로 미국에 수출한다면, 농장 제품으로 간주해 농장 제품에 해당하는 규제를 받습니다. 하지만 신선 채소가 창고에 저장됐거나 가공된다면, 농장 제품과는 다른 규제를 적용합니다.

Q. 미국으로의 수출이 제한되는 경우에는 무엇이 있나요?

제품이 식품위생검역 절차를 거치지 않았거나, 회사가 식품의약국에 등록되지 않았을 경우, 미국에서 요구하는 제품 라벨을 만족하지 못할 때 미국으로의 수출이 제한될 수 있습니다. 이 밖에 신선 채소는 유통 기한이 짧으므로, 미국에 제시간에 도착하지 않을 때도 문제가 생길 수 있습니다. 미국으로의 신선 채소 수출 절차는 다소 까다롭기 때문에, 현지에서 신선 채소를 취급하고 있는 유통업체와 협업할 것을 추천합니다.

Q. 제품 라벨에는 어떤 내용이 들어가나요?

제품 라벨에는 제조사명, 현지 유통업체명, 유통기한 등이 기재돼야 합니다. 대용량의 채소를 수출할 경우 영양성분표를 작성할 필요가 없으나, 그렇지 않을 경우 일반 식품 라벨을 따라야 합니다.

62)사진자료: 유에스에프디에이(US FDA) 홈페이지 (www.fda.gov)

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 「Costco Annual Report, 2018」, Costco, 2018.
2. 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
3. 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
4. 「재외동포현황2019」, 외교부, 2019.
5. 유로모니터(Euromonitor), 「Vegetables in the US」, 2020.02
6. 플로리다주립대학교 IFAS Extension, 「An Overview of the US Bell Pepper Industry」, 2017.12.

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(www.portal.euromonitor.com)
2. International Trade Center(www.trademap.org)
3. 외교부 (www.mofa.go.kr)
4. 스태티스타 (www.statista.com)
5. 미국 인구조사국 (www.census.gov)
6. 플로리다주립대학교 IFAS Extension (edis.ifas.ufl.edu)
7. 미국 농무부 (www.usda.gov)
8. 미국 농무부(USDA) (www.usda.gov)
9. 미국 식품의약국(FDA) (www.fda.gov)
10. 미국 세관국경보호국(CBP) (www.cbp.gov)
11. FTA종합지원센터 (okfta.kita.net)
12. 관세법령정보포털(UNIPASS) (unipass.customs.go.kr)
13. 미국 관세 정보 시스템(USITC) (dataweb.usitc.gov)
14. CROSS (rulings.cbp.gov)
15. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
16. 더스프루스잇츠(The Spruce Eats), www.thespruceeats.com
17. 올라(Oola), www.oola.com
18. 사이언스아메리칸(Science American), www.scientificamerican.com
19. 커플쿡스(Couple Cooks), www.acouplecooks.com
20. 닥터엑스(Dr. Axe), draxe.com
21. 미국 농무부(USDA), www.usda.gov
22. 월마트(Walmart) 홈페이지 (walmart.com)
23. 유로모니터(Euromonitor) 홈페이지 (euromonitor.com)
24. 크로거(Kroger) 홈페이지 (kroger.com)
25. 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News) 홈페이지 (supermarketnews.com)
26. 세이프웨이(Safeway) 홈페이지 (safeway.com)
27. 알버트슨기업(Albertsons Company) 홈페이지 (albertsonscorporation.com)
28. 프로그레시브그로서(Progressive Grocer) 홈페이지 (progressivegrocer.com)
29. 트레이더조(Trader Joe's) 홈페이지 (www.traderjoes.com)
30. 이터(Eater) 홈페이지 (eater.com)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

31. 비즈니스인사이드(Business Insider) 홈페이지 (www.businessinsider.com)
32. 웨그먼스(Wegmans) 홈페이지 (wegmans.com)
33. 체인스토어에이지(Chainstoreage) 홈페이지 (chainstoreage.com)
34. 퍼블릭스(Publix) 홈페이지 (publix.com)
35. 비즈니스와이어(Businesswire) 홈페이지 (businesswire.com)
36. 마이어(Meijer) 홈페이지 (meijer.com)
37. 코스트코(Costco) 홈페이지 (costco.com)
31. 씨엔비씨(CNBC) 홈페이지 (cnbc.com)
32. 알디(Aldi) 홈페이지 (www.aldi.us)
33. 데일리스타(Dailystar) 홈페이지 (www.dailystar.co.uk)
34. 페이먼트(Pymnts) 홈페이지 (www.pymnts.com)
35. 더선(The Sun) 홈페이지 (thesun.co.uk)
36. 타겟(Target) 홈페이지 (target.com)
37. 타겟기업(Corporate Target) 홈페이지 (corporate.target.com)
38. 홀푸드마켓(Whole Food Market) 홈페이지 (wholefoodsmarket.com)
39. 푸드바자슈퍼마켓(Food Bazaar Supermarket) 홈페이지 (foodbazaar.com)
40. 웨그먼스(Wegmans) 홈페이지 (wegmans.com)
41. 모턴윌리엄즈(Morton Williams) 홈페이지 (www.mortonwilliams.com)
42. 유에스에프디에이(US FDA) 홈페이지 (www.fda.gov)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2020.04.17.

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

