



2020

해외시장 맞춤형조사

No. | 202007-38

품목 | 숙취해소제(Hangover Helper)

국가 | 미국(U.S.A)

구분 | 시장분석형

사업명 : 2020 해외시장 맞춤형조사

주관기관 : 한국농수산물유통공사

Contents

I. 요약(Summary)	4
----------------	---

II. 시장규모(Market Size)

1. 미국 숙취해소제 시장규모	13
2. 미국 숙취해소제 수출입 시장규모	14
3. 미국 숙취해소제 소비 시장규모	15

III. 시장트렌드(Market Trend)

1. 미국 숙취해소제, 음료 및 알약 형태 보편적	24
2. 미국 숙취해소제 주 소비층, 파티를 즐기는 성인남녀	25
3. 미국 숙취해소제 관련 이슈, 진입장벽 강화 및 대체음료 진입	26
4. 미국 소비자, 해장으로 피자 많이 섭취, 외국 해장문화에도 관심	27

IV. 유통채널(Distribution Channel)

1. 미국 숙취해소제 유통구조	29
2. 미국 숙취해소제 주요 유통업체	30
3. 미국 숙취해소제 B2C 소매채널	32

Contents

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 미국 숙취해소제 인증 취득	53
2. 미국 숙취해소제 사전 절차	55
3. 미국 숙취해소제 라벨 심의	57
4. 미국 숙취해소제 서류 준비	61
5. 미국 숙취해소제 세금 납부	62
6. 미국 숙취해소제 검역 심사 절차	63
7. 미국 관련 규제 정보	64

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 월그린(WalGreens)	67
Interview ② 지앤씨(GNC)	69
Interview ③ 맥스그로서(Mexgrocer)	70
Interview ④ 월마트(Walmart)	72
Interview ⑤ 에이치마트(H Mart)	73

VII. 시장진출제언(Export Insights)

※ 참고문헌	78
--------	----

I . 요약(Summary)

Summary

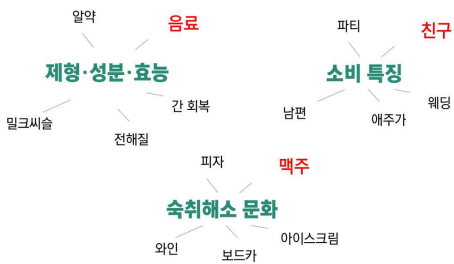
▶ 주요 분석

		수치	전문가 인터뷰
시장규모	비타민 및 건강보조식품	36.4조 원	미국 내 숙취해소제의 인지도는 낮은 편 - 주요 소비층은 20~40대 - 스프링브레이크, 크리스마스 등의 기념일에 숙취해소제 판매 증가
	강정제	1.6조 원	
	복합 식이보조제	1.4조 원	
수입규모	글로벌	6.9조 원	
	한국	689억 원	
소비 시장규모	인구수 상위 주	캘리포니아, 텍사스, 플로리다	
	20~50대 인구수	1억 7,242만 명	
	알코올 섭취량 상위 주	뉴햄프셔, 칼럼비아, 델라웨어	



▶ 소비 트렌드 (빅데이터 분석)

		연관 키워드 순위	전문가 인터뷰
제형	음료	1st / 103건	숙취해소 위해 이온음료와 진통제를 섭취하거나 숙취 예방 패치 사용 - 숙취해소 효능에 대한 기대 높아 - 경쟁제품 중 블로우피시 제품이 유명
	알약	2nd / 87건	
소비 특징	친구	1st / 375건	
	파티	2nd / 223건	
숙취해소 문화	맥주	1st / 40건	
	피자	2nd / 37건	

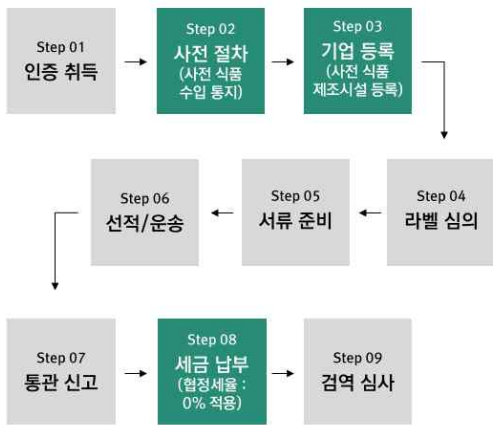


▶ 유통 채널

		시장 점유율	전문가 인터뷰
	H&B	19.4%	아마존, 이베이 채널 등 온라인 통한 유통이 대다수 - 일반적인 오프라인 채널 통한 판매는 적은 편 - 바(Bar), 펍(Pub) 내 또는 주변 소매점에서 판매
	온라인	19.1%	
	창고형 할인매장	17.7%	
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	16.1%	
	개인 및 기타 식료품점	12.7%	
	방문판매	11.6%	
	기타	3.4%	

▶ 통관 및 검역

		핵심 키워드	전문가 인터뷰	
인증취득	필수	필수인증 없음	FDA 통한 사전 업체 등록 필수 - 건강 효능 관련 광고 원할 시 FDA 건강기능식품 등록 절차 거쳐야 함	
	선택	GMP, HACCP, ISO22000		
	사전절차	필수		사전 식품 수입 통지, 사전 식품 제조시설 등록
사전절차	신청 기관	FDA		
	라벨 표기사항	미국라벨표준 준수		
	서류 준비사항	원산지증명서 등 6건		
세금납부	기본세율	6.4%		
	협정세율	0%		
	판매세	0~9.55%		



- ▶Point 01. 미국 숙취해소제 인지도는 아직 미미한 편이나 20~40대 젊은 층 중심으로 수요 증가 중임
- ▶Point 02. 전문가 5명 모두 유통·홍보 채널로 온라인 커머스 및 소셜 미디어 언급함
- ▶Point 03. 음료, 알약 제형이 보편적이며 소비자들의 숙취해소 효능에 대한 기대감이 큼

Market Size

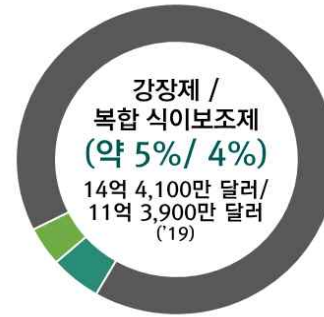
(시장규모)

미국 (U.S.A)

숙취해소제 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 용도(숙취해소제), 형태(환·액상형)

- 미국 비타민 및 건강보조식품¹⁾ 시장규모
..... 304억 900만 달러('19)
- 미국 강장제²⁾, 복합 식이보조제³⁾ 시장규모
..... **25억 8,000만 달러('19)**



- 강장제
- 복합 식이보조제
- 비타민 및 건강보조식품(강장제, 복합 식이보조제 제외)

(*) Euromonitor International

숙취해소제 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(따로 분류되지 않은 조제식료품)

- HS 2106.90⁴⁾ '따로 분류되지 않은 조제식료품-기타'
미국 對 글로벌 수입 규모
..... 57억 9,967만 2,000달러('19)
- HS 2106.90 '따로 분류되지 않은 조제식료품-기타'
미국 對 한국 수입 규모
..... **5,745만 2,000달러('19)**



- 對한국 수입규모
- 對글로벌 수입규모 (한국 외)

(*) International Trade Centre

숙취해소제 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '숙취해소제'는 주류 소비가 가능한 성인 남녀 모두가 소비층으로 예상됨. 이에 소비 시장규모 확인을 위해 '미국 지역별 인구'와 '연령대별 인구'를 조사함. 또한, '미국 지역별 1인당 알코올 섭취량', '미국 연령대별 알코올 소비 빈도'를 조사하여 미국 내 음주 인구의 규모를 확인함

- ① 미국 지역별 인구('18)
 - 캘리포니아 3,955만 7,000명
 - 텍사스 2,870만 2,000명
 - 플로리다 2,129만 9,000명
- ② 미국 연령대별 인구 규모('18)
 - 20대 4,543만 5,335명
 - 30대 4,369만 9,605명
 - 40대 4,046만 1,436명
- ③ 미국 지역별 1인당 알코올 섭취량('18)
 - 평균 9.8리터
 - 뉴햄프셔주 17.7리터
 - 칼럼비아 14.3리터
- ④ 미국 연령대별 알코올 소비 빈도(일주일에 한번 이상)('19)
 - 18-27세 45%
 - 28-36세 49%
 - 37-52세 47%
 - 53-71세 42%
 - 72세 이상 60%

(*) US Census Bureau, Trend Source, National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism

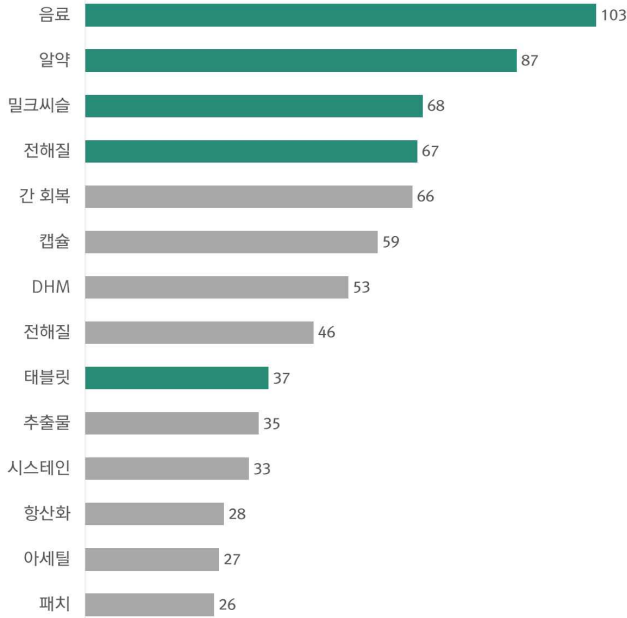
1) 비타민 및 건강보조식품(Vitamins and Dietary Supplements): 비타민제, 강장제, 복합 식이보조제를 포괄함
 2) 강장제(Tonics): 액상 농축제형, 미니드링크, 경구형 젤 형태로 판매되는 건강보조식품을 포함함
 3) 복합 식이보조제(Combination Herbal/Traditional Dietary Supplements): 오메가 지방산, 인삼, 기타 제품이 복합된 형태의 식이보조제를 지칭함
 4) HS CODE 2106.90: '숙취해소제'는 '따로 분류되지 않은 조제식료품-기타'에 속하며 이에 HS CODE 2106.90을 지표로 선정함

Market Trend

(시장트렌드)

미국 (U.S.A)

숙취해소제 소비 실태 분석 결과



■ 미국 숙취해소제 인식
음료·알약 제형 빈출
밀크씨슬·전해질 성분 빈출
한국 브랜드 B사·C사 진출



■ 미국 숙취해소제 주요 소비 트렌드

소비층, '파티 즐기는 성인'

'파티 문화에 친숙한 미국인'
'남성보다는 여성의 언급비중 높아'

'규제강화 및 대체제품 등장'

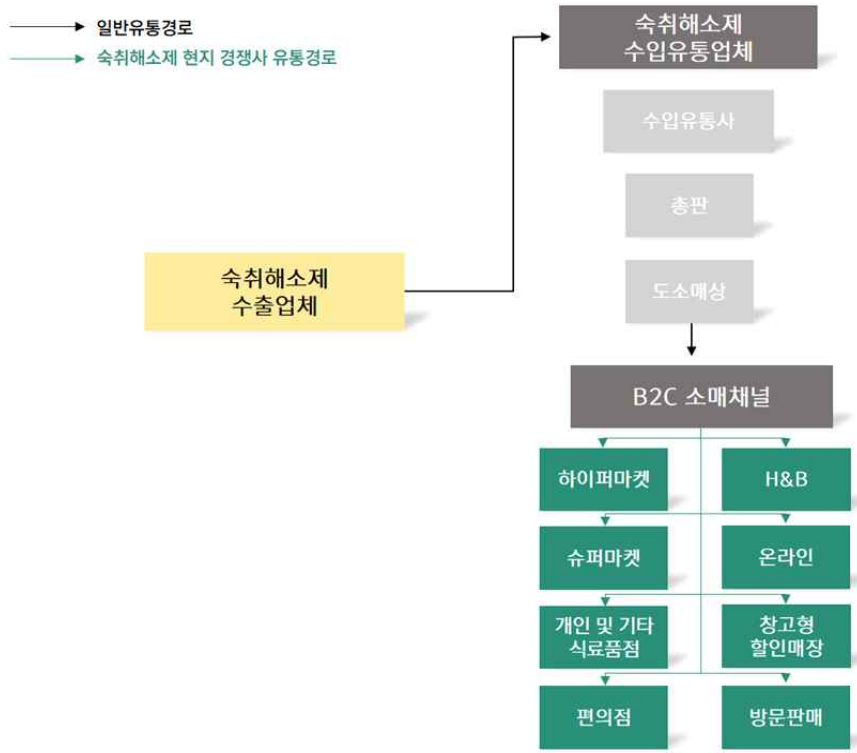
'식품의약품 불법 숙취해소제에 경고'
'CBD음료, 숙취해소 성분으로 기대'

해장 문화, '피자'

'저렴하고 배달가능한 피자 선호'
'해외 숙취방식에도 높은 관심'

Distribution Channel

(유통채널)



미국 (U.S.A)

숙취해소제 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ⁵⁾⁶⁾	주요 채널 ⁷⁾
B2C 소매 채널	H&B	19.4%	씨브이에스(CVS), 월그린(Walgreens), 라이트에이드(Rite Aid), 지엔씨(GNC)
	온라인	19.1%	아마존(Amazon), 이베이(Ebay), 타겟(Target)
	창고형 할인매장	17.7%	샘스클럽(Sam's Club), 코스트코(Costco)
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	16.1%	크로거(Kroger), 퍼블릭스(Publix), 세이프웨이(Safeway), 월마트(Walmart), 에이치이비(H-E-B), 마이어(Meijer)
	개인 및 기타 식료품점 ⁸⁾⁹⁾	12.7%	허클베리스네츄럴마켓(Huckleberry's Natural Market)
	방문판매	11.6%	암웨이(Amway), 허벌라이프(Herbalife)
	편의점	3.0%	세븐일레븐(7-Eleven), 와와(Wawa), 씨클케이(Circle K)
	기타	0.4%	(-)

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

5) 2019년 기준, 미국 내 '비타민 및 식이보조제(Vitamins and Dietary Supplements)'의 유통채널 점유율임

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

7) 채널 분류에 따른 미국 유통채널로 현지 외 외국계 기업도 포함됨

8) 개인 및 기타 식료품점은 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 식료품점과 키오스크를 포함함

9) 본 보고서에서는 개인 및 기타 식료품점을 건강식품 판매점으로 조사함

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> • 미국 일반가공식품 수출을 위한 인증 ‘無’ 	(*) 미국 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> • 사전 수입 식품 통지 필요 • 수입 전 식품 제조 시설 등록 필요 	(*) 미국 식품의약국 - PNSI(사전 수입 식품 통지) - Registration of Food Facilities (식품 시설 등록) - 문의처 : www.fda.gov
Step 03. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> • 라벨 표기사항 - 미국 라벨 규정 준수 	(*) 미국 식품의약국 - FDA 라벨 규정 - 문의처 : www.fda.gov
Step 04. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> - 일반 서류 - 원산지증명서 	(*) 미국 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov (*) 세관국경보호국 - 문의처 : www.cbp.gov
Step 05. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> • 포워딩 업체 섭외 	(-)
Step 06. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> • 수입 신고 - 전자 또는 서면으로 신고 - 적하목록, 물품신고서, 상업송장 등 	(*) 세관국경보호국 - 문의처 : www.cbp.gov (*) 미국 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov
Step 07. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> • HS-CODE 2106.90-9898 사용 • 관세율 0% • 판매세 주별로 상이 - 0 - 9.55% 	(*) 세관국경보호국 - 문의처 : www.cbp.gov - 참조처 : USITC 데이터웹 (dataweb.usitc.gov)
Step 08. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> • 관능 검사 - ATSC에 의해 분류 후 물품 또는 서류 심사 • 제품 검사 - 서류 심사 진행 후 샘플 검사 여부 결정 	(*) 세관국경보호국 - 문의처 : www.cbp.gov (*) 미국 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Awareness and Product



- 인터뷰 기업 : 월그린
(Walgreens)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Penny
(Product Manager)

미국 내 숙취해소제의 인지도는 낮은 편

미국은 높은 주류 소비량에 비해 숙취해소제의 인지도는 낮습니다. 젊은 층들은 과도한 음주 후 다음날 숙취해소제를 찾기보다는 자연스럽게 숙취가 해소될 때까지 안정을 취하는 편입니다.

미국 내 가장 인기 있는 숙취해소제는 블로우피시 제품

미국에서 가장 유명한 숙취해소제는 블로우피시(Blowfish)의 제품입니다. 블로우피시는 미국 브랜드로 가격이 저렴하며, 미국 식품의약국(FDA, Food and Drug Administration)의 승인을 받은 제품이기 때문에 소비자 신뢰도가 높습니다.

Market Customer and Promotion



- 인터뷰 기업 : 지앤씨
(GNC)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Jordan
(Administration Staff)

숙취해소제의 주 소비자는 20-30대, 효능을 가장 중시

숙취해소제의 주 소비계층은 20-30대로, 소비자들은 숙취해소제 구매 시 실질적인 숙취 해소 효능을 가장 중시합니다. 현재 미국 내 판매되고 있는 숙취해소제 보다 더욱 효능이 확실한 제품이 출시된다면 충분히 경쟁력이 있을 것으로 예상됩니다.

소비자 인지도 상승을 위해서는 소셜미디어 광고가 효과적

초기 시장 진입 시 소비자 인지도를 높이기 위해서는 주류 제품과 함께 소셜미디어를 통한 광고 또는 바(Bar)나 클럽 등에서 주류와 함께 판매하는 마케팅 등이 효과적입니다.

Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 멕스그로서
(Mexgrocer)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. John
(Sales Manager)

숙취해소제, 크리스마스나 스프링브레이크 시기에 판매량 급상승

숙취해소제는 1년 중 크리스마스나 스프링브레이크 등 주류 소비량이 많은 시기에 판매량이 집중적으로 상승하며, 아칸소와 미시시피주와 같은 미국 남부 농업지대보다는 LA나 뉴욕 등의 대도시에서 주로 판매되고 있습니다.

두통 및 위통증과 갈증을 모두 해소할 수 있는 제품이 인기

숙취해소제는 두통과 위 통증을 완화해주는 진정효과와 갈증을 해소해 주는 수분 보충(Hydration)효과를 둘 다 가지고 있다는 점에서 인기를 얻고 있습니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Distribution and Preference



- 인터뷰 기업 : 월마트
(Walmart)
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Ashely
(Customer Service)

숙취해소제는 주로 온라인에서 판매

숙취해소제는 주로 온라인에서 구매할 수 있으며, 대부분의 오프라인 약국에서는 숙취해소제에 대한 소비자 수요가 상당히 낮기 때문에 잘 판매하지 않습니다. 숙취에 시달리는 소비자들은 오프라인 약국을 찾아다니며 제품을 구매하기가 어렵기 때문에 미리 온라인으로 제품을 주문하는 편입니다.

확실한 효과의 숙취해소제는 충분히 경쟁력 있을 것

현재 미국에서 판매 중인 숙취해소제 대부분은 숙취해소를 목적으로 나온 제품들이 아니라 숙취의 증상인 구토, 속쓰림, 근육통, 두통, 갈증 중 하나의 증상을 완화해주는 제품들입니다. 따라서 숙취해소에 특화된 제품이 출시된다면 쉽게 소비자의 구매를 이끌어 낼 수 있을 것이며 충분히 시장 내 경쟁력이 있을 것으로 예상됩니다.

Market Demand and Distribution



- 인터뷰 기업 : 에이치마트
(H Mart)
수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Usha Suryabansi
(Sales Assistant)

최근 숙취해소제 수요 증가 추세

최근 확실한 효과를 가진 숙취해소제가 미국 시장 내 출시되면서 숙취해소제에 대한 수요가 상승하고 있는 추세입니다. 일반적으로 숙취해소알약(정) 보다는 숙취해소음료의 판매량이 높습니다.

소셜미디어를 통한 마케팅이 효과적

숙취해소제의 주 소비자는 젊은 층이기 때문에, 젊은 층들의 관심을 끌기에 가장 좋은 플랫폼은 소셜 미디어입니다. 소셜 미디어를 통한 마케팅으로 먼저 온라인 유통업체에 입점하여 소비자 반응을 살핀 다음 오프라인으로 판매하는 것이 효과적입니다.

II. 시장규모(Market Size)

1. 미국 숙취해소제 시장규모
2. 미국 숙취해소제 수출입 시장규모
3. 미국 숙취해소제 소비시장 규모

1. 미국 숙취해소제 시장규모

미국 국가 일반 정보¹²⁾

면적	983만 km ²
인구	3억 2,823만 명(19)
GDP	21조 4,390억 달러
GDP (1인당)	67,426달러

조사 시장: 조사 제품 '숙취해소제'는 효모추출물을 비롯한 다양한 원료가 혼합된 환-스틱형 제품임. 이에 숙취 해소라는 제품의 용도를 기준으로 '비타민 및 건강보조식품'으로 분류하고 환 형태의 제품을 '복합 식이보조제', 액체 형태의 스틱 제품을 '강장제'로 정의하여 시장규모를 조사함

▶ 2015-2019년, 미국 '비타민 및 건강보조식품' 시장규모 연평균성장률 4.0%

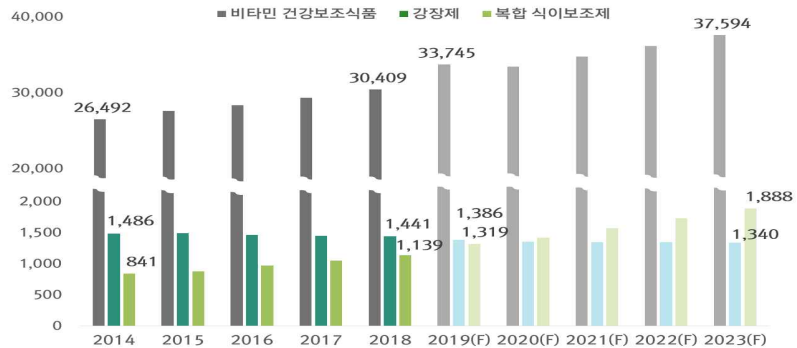
지난 5년(2015-2019년)간 미국의 '비타민 및 건강보조식품' 시장규모는 꾸준한 성장세를 유지하며 연평균 4% 증가하여 2019년 304억 900만 달러를 기록함. '복합 식이보조제' 시장도 동기간 8%의 연평균성장률을 보임. 반면 '강장제' 시장규모는 2016년을 제외하고 꾸준히 감소하여, 지난 5년간 연평균 1%의 감소세를 보임

▶ 2020-2024년, 미국 '복합 식이보조제' 시장 연평균성장률 7.4% 예측

향후 5년(2020-2024년)간 미국 '비타민 및 건강보조식품' 시장은 연평균 1.7%의 성장세를 보이면서, 2024년 375억 9,400만 달러를 기록할 것으로 예상됨. '복합 식이보조제' 시장의 경우 동기간 연평균 7.4% 성장하여 2021년에는 강장제 시장규모를 넘어설 것으로 예측됨. 반면 '강장제' 시장의 경우 동기간 연평균 0.2%의 감소세를 보일 것으로 예상됨

[표 1.1] '비타민 건강보조식품', '강장제', '복합 식이보조제' 시장규모¹⁰⁾¹¹⁾

단위 : 백만 달러



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR (15-'19)
상위	26,492	27,604	28,335	29,321	30,409	4.0%
품목	(31.8조 원)	(33.1조 원)	(34조 원)	(35.1조 원)	(36.4조 원)	
해당	1,486	1,489	1,460	1,449	1,441	-1.0%
	품목	(1.8조 원)	(1.8조 원)	(1.7조 원)	(1.7조 원)	
복합	841	877	968	1,049	1,139	8.0%
	품목	(1.0조 원)	(1.1조 원)	(1.2조 원)	(1.3조 원)	
전망	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	CAGR (20-'24)
상위	33,745	33,411	34,756	36,150	37,594	1.7%
품목	(40.4조 원)	(40조 원)	(41.7조 원)	(43.3조 원)	(45.1조 원)	
해당	1,386	1,353	1,347	1,343	1,340	-0.2%
	품목	(1.6조 원)	(1.6조 원)	(1.6조 원)	(1.6조 원)	
복합	1,319	1,418	1,569	1,726	1,888	7.4%
	품목	(1.6조 원)	(1.7조 원)	(1.9조 원)	(2.1조 원)	

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

10) 1달러=1,198.50원 (2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

11) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

12) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 미국 숙취해소제 수출입 시장규모

HS CODE 2106.90: 조제제품인 '숙취해소제'는 효모추출물을 비롯한 다양한 원료가 혼합된 제품임. 이에 '따로 분류되지 않은 조제식료품-기타'에 해당하는 HS CODE 2106.90을 지표로 선정함

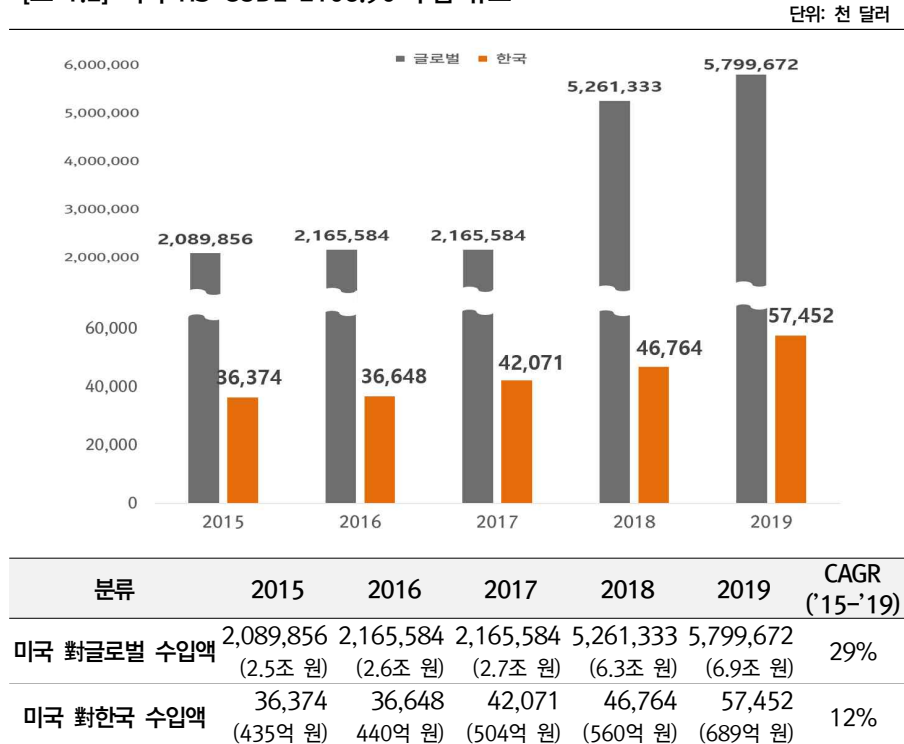
▶ 2015-2019년, 미국 對글로벌 수입액 연평균성장률 29%

미국 HS CODE 2106.90 對글로벌 수입액은 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 29%의 성장률을 보임. 2015년 약 20억 8,986만 달러였던 對글로벌 수입액은 2019년까지 꾸준히 증가함. 2019년 기준 對글로벌 수입액 1위 국가는 싱가포르로 29억 7,996만 달러(3조 5,714억 원)의 수입 규모를 기록함. 이는 전체 수입액의 51%에 해당하는 수치임¹³⁾

▶ 2015-2019년 미국 對한국 수입액 연평균성장률 12%

2019년 HS CODE 2106.90의 미국 對한국 수입액은 5,745만 2,000달러임. 이는 對글로벌 수입액의 0.9%에 해당하며, 한국은 해당 품목 수입 국가 중 14위를 기록함. 미국의 對한국 수입액은 지난 5년(2015-2019년)간 매년 증가하였으며, 12%의 연평균성장률을 기록함

[표 1.2] 미국 HS CODE 2106.90 수입 규모¹⁴⁾



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

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

14) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 미국 숙취해소제 소비 시장규모

1) 미국 지역별 인구

단위: 만 명

지역	2018년 인구
1 남부	12,475
2 서부	7,799
3 중서부	6,831
4 동북부	5,611

자료 : 미국 인구조사국

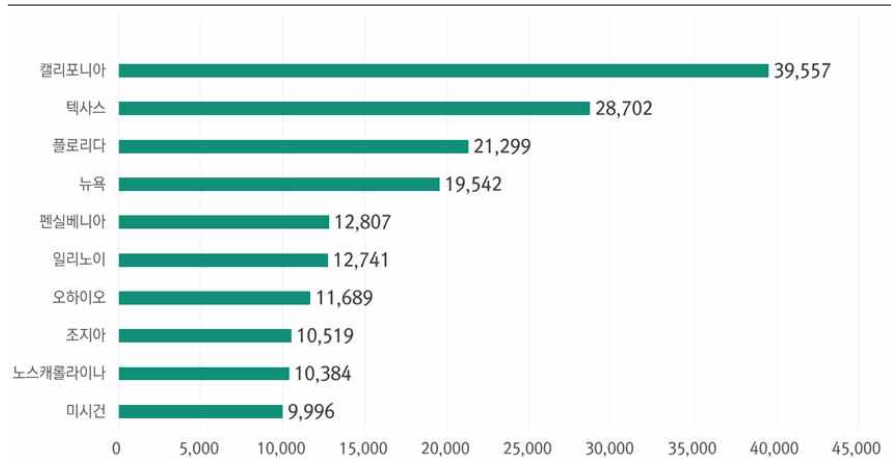
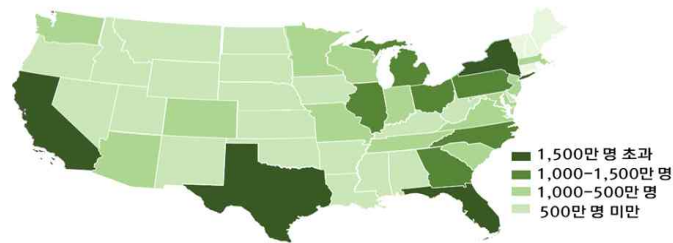
조사제품 '숙취해소제'는 주류 소비가 가능한 성인 남녀 모두가 소비층으로 예상됨. 이에 '미국 지역별 인구', '미국 연령대별 인구 규모'를 확인함. 또한 '미국 1인당 알코올 섭취량', '미국 연령대별 알코올 소비 빈도'를 조사하여 미국 내 숙취해소제의 잠재적 수요 규모를 확인함

▶ 2018년 미국 남부 인구, 전체 인구의 26% 차지

미국 인구조사국(US Census Bureau)에 따르면, 2018년 기준 미국의 인구수는 총 3억 2,716만 명임. 미국의 지리적 구분은 남부, 서부, 중서부, 동북부로 구분됨.¹⁵⁾ 남부가 1억 2,475만 명으로 가장 많은 인구수를 기록했으며, 미국 전체 인구수의 26%에 이룸. 주 기준으로는 캘리포니아 주의 인구수가 3,955만 7,000명으로 가장 많은 것으로 확인되며, 이는 전체 인구의 8%에 해당하는 규모임¹⁶⁾

[표 1.3] 2018년 미국 지역별 인구¹⁷⁾¹⁸⁾

단위: 천 명



자료 : 미국 인구조사국(US Census Bureau)

15) 미국 인구조사국(US Census Bureau)의 지역 구분 기준

16) 미국 인구조사국(US Census Bureau), 「Acs Demographic And Housing Estimates」, 2018

17) 조사일 기준(2020.08.11.) 미국 주별 인구를 파악할 수 있는 최신 자료임

18) 인구수의 경우 반올림되어 작성된 수치로, 합산 시 전체 수치가 미달, 초과될 수 있음

2) 미국 연령대별 인구 규모

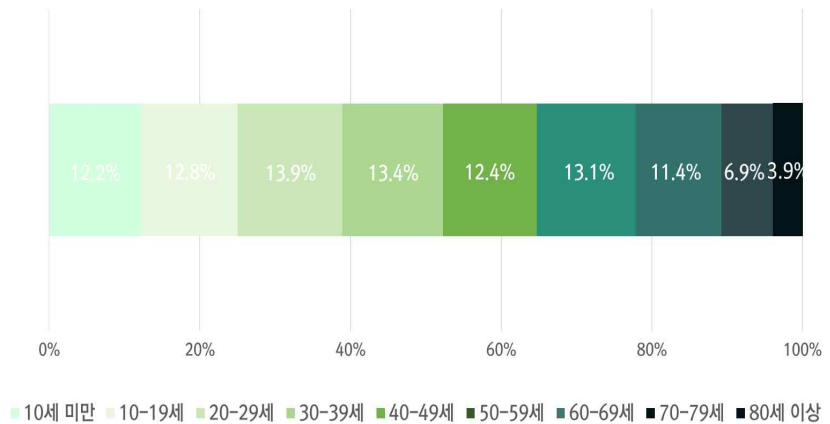
▶ 2018년, 미국 내 20-50대 인구 전체인구의 52.8%

미국 인구조사국에 따르면, 2018년 미국 20-50대 인구는 전체의 52.8%를 차지하며 총 약 1억 7,242만 명으로 집계됨. 20-50대 인구 중 여성 인구수가 남성 인구수보다 1,155명 많음

20대의 경우 약 4,544만 명으로 전체 인구의 13.9%를 차지함. 특히 20대 남성의 경우 약 2,322만 명으로, 연령대 및 성별로 분류한 조사 대상군 전체에서 가장 많은 인구수를 기록함. 30대의 경우 약 4,370만 명으로 전체 인구의 13.4%를 차지했으며, 40대와 50대는 각각 전체 인구의 12.4%, 13.1%를 차지함. 반면 80세 이상 인구는 전체 인구의 3.9%를 기록함

[표 1.4] 2018년 미국 내 연령대별 인구 규모¹⁹⁾

단위 : %, 명



	전체	남성	여성
0-9세	40,005,917	20,448,192	19,557,725
10-19세	41,976,748	21,433,748	20,543,000
20-29세	45,435,335	23,220,385	22,214,950
30-39세	43,699,605	21,982,061	21,717,544
40-49세	40,461,436	20,061,405	20,400,031
50-59세	42,825,549	20,946,534	21,879,015
60-69세	37,418,544	17,764,349	19,654,195
70-79세	22,672,489	10,355,946	12,316,543
80세 이상	12,671,811	4,916,059	7,755,752
전체 인구	327,167,434	161,128,679	166,038,755
20-50대 인구	172,421,925	86,210,385	86,211,540

자료 : 미국 인구조사국(US Census Bureau)

19) 미국 인구조사국(US Census Bureau), 「Acs Demographic And Housing Estimates」, 2018

3) 미국 지역별 1인당 알코올 섭취량

● 단위: 리터

지역	2018년 알코올 섭취량
1 서부	9.5
2 동북부	9.1
3 중서부	9.0
4 남부	8.4

자료 : 국립 알코올남용·중독연구소

●

미국 인구 상위 10개 주 2018년 1인당 알코올 섭취량
단위: 리터

지역	2018년 알코올 섭취량
1 캘리포니아	9.4
2 텍사스	8.6
3 플로리다	9.9
4 뉴욕	8.4
5 펜실베이니아	8.9
6 일리노이	9.0
7 오하이오	7.7
8 조지아	7.2
9 노스캐롤라이나	8.2
10 미시건	8.9

자료 : 국립 알코올남용·중독연구소

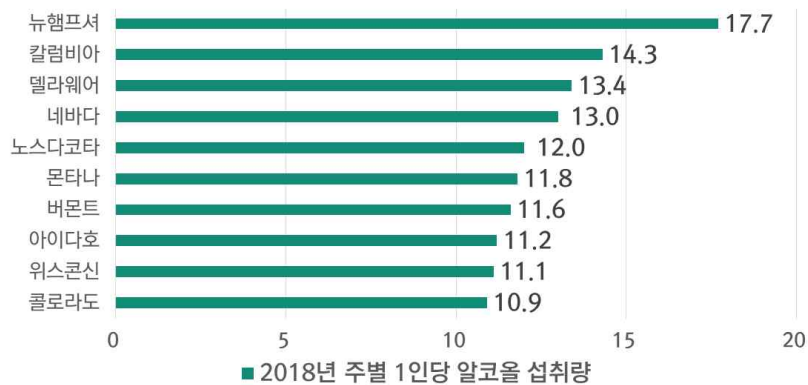
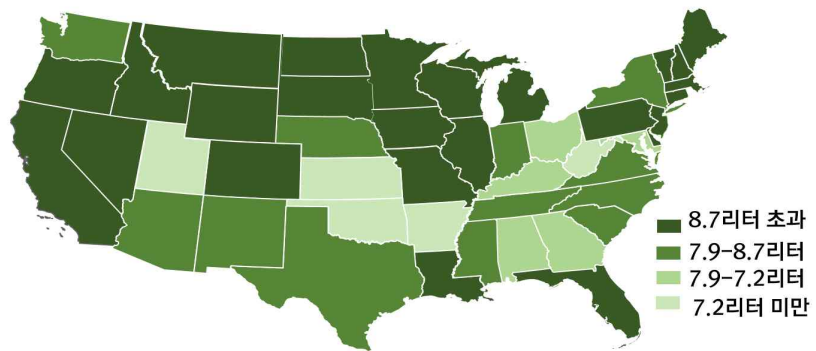
▶ 미국 1인당 연평균 알코올 섭취량 8.9리터

국립 알코올남용·중독연구소(National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism)에 따르면, 14세 이상 미국인의 연평균 알코올 섭취량은 8.9리터임. 지역별로 보면 서부가 9.5리터로 가장 많으며, 남부는 8.4리터로 다른 주 보다 알코올 섭취량이 적었음 알코올 섭취량이 가장 많은 주는 뉴햄프셔주이며 1년에 17.7리터의 알코올을 소비함. 그 뒤로 칼럼비아주와 델라웨어주가 각각 14.3리터, 13.3리터로 2위와 3위에 오름. 알코올 섭취량이 가장 적은 주는 웨스트 버지니아주로 2018년에 6.6리터의 알코올을 섭취함²⁰⁾

인구가 가장 많은 주인 캘리포니아주의 경우 9.4리터의 알코올을 섭취했으며, 인구수 상위 10개주 중 가장 알코올 섭취가 많은 주는 플로리다주로 2018년 9.9리터의 알코올 섭취량을 기록함

[표 1.5] 2018년 미국 지역별 1인당 평균 알코올 섭취량²¹⁾

단위 : 리터



자료 : 국립 알코올남용·중독연구소(National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism)

20) 국립 알코올남용·중독연구소(National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism), 「Apparent Per Capita Alcohol Consumption: National, State, And Regional Trends, 1977-2018」, 2020

21) 환산된 데이터(알코올 섭취량)는 모두 반올림됨

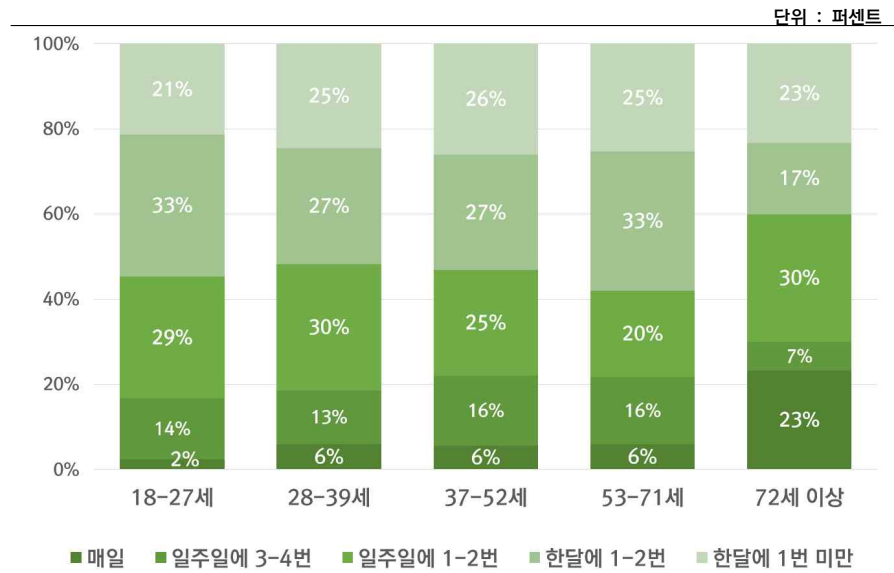
4) 미국 연령대별
알코올 소비 빈도

▶ 72세 이상 인구의 60%, 일주일에 한 번 이상 알코올 소비

시장 조사 기관 트렌드소스(Trend Source)가 18세 이상 미국인을 대상으로 한 설문조사 결과 72세 이상 인구의 23%가 매일 알코올을 소비한다고 대답함. 28-36세, 37-52세, 53-71세는 모두 6%의 비율로 매일 알코올을 소비한다고 응답함

일주일에 한 번 이상 알코올을 소비하는 연령대는 72세 이상이 1위로 60%를 기록함. 2위는 49%인 28-39세이며, 3위는 37-52세로 47%를 기록함. 또한 72세 이상을 제외한 타 연령대는 비슷한 알코올 소비 빈도를 보이는 것으로 조사됨

[표 1.6] 2019년 미국 연령대별 알코올 소비 빈도²²⁾



자료 : 트렌드소스(Trend Source)

22) 트렌드소스(Trend Source), 「2019 ALCOHOL INDUSTRY REPORT 2019」, 2019

Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 미국 숙취해소제, 음료 및 알약 형태 보편적
2. 미국 숙취해소제 주 소비층, 파티를 즐기는 성인남녀
3. 미국 숙취해소제 관련 이슈, 진입장벽 강화 및 대체음료 진입
4. 미국 소비자, 해장으로 피자 많이 섭취, 외국 해장문화에도 관심

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

데이터 수집 소스원



(미국 매체 20개)

농식품
(기사, 포스팅, 댓글)



데이터 수집
67,602건

- ① 미국 숙취해소제 관련 기사 데이터 수집(*)
 - 수집원 : 미국 온라인 쇼핑몰, 언론매체, 커뮤니티
- ② 미국 숙취해소제 관련 소비자 데이터 수집(*)
 - 수집원 : Amazon(www.amazon.com)
 - Ebay(www.ebay.com)
 - Reddit(www.Reddit.com)

데이터 분류 키워드집



(숙취해소제 연관 키워드집)

숙취, 숙취해소
(검색어)



데이터 정제
5,240건

- ① 수집 데이터 정의
 - 수집 키워드 : 숙취(Hangover), 숙취해소(Anti Hangover)
- ② 수집 데이터 정제
 - 정제 데이터 추출 : 숙취해소제 관련 데이터 5,240건 추출

데이터 분석 - 연관어 분석

연관어 분석
(시장 트렌드 분석)



데이터 분석
미국 숙취해소제
소비 실태 분석

- ① 데이터 분석 배경 및 목적
 - 미국 숙취해소제 소비 실태 분석
- ② 데이터 분석 기법 선정
 - 키워드 분석
 - 숙취해소제 관련 키워드집 구축(**)
 - 키워드별 발생 빈도 및 연관 문서 군집 분석(***)
- ③ 데이터 분석 값 도출 및 검증
 - 현지 매체 조사를 통한 데이터 분석 값 검증

1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집	
수집 기간	18.01 - 20.07
수집 데이터	67,602건
데이터 정제	
정제 키워드	숙취(Hangover), 숙취해소 (Anti Hangover)
정제 데이터	5,240건

○ 데이터 수집

- 미국 온라인쇼핑몰, 언론매체, 커뮤니티

[표 2.1] 미국 언론 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Amazon	www.amazon.com	온라인쇼핑몰
02	Ebay	www.ebay.com	온라인쇼핑몰
03	Reddit	www.reddit.com	숙취해소 커뮤니티
04	Eat This	www.eatthis.com	언론매체
05	Delish	www.delish.com	언론매체
06	FOOD NAVIGATOR	www.foodnavigator-usa.com	언론매체
07	Beverage Daily	www.beveragedaily.com	언론매체
08	Retail Dive	www.retaildive.com	언론매체
09	Beverage Industry	www.bevindustry.com	언론매체
10	Just Drink	www.just-drinks.com	언론매체
11	Greatist	greatist.com	언론매체
12	Well and Good	www.wellandgood.com	언론매체
13	Food and Wine	www.foodandwine.com	언론매체
14	Beverage Net	www.bevnet.com	언론매체
15	Natural Food Series	www.naturalfoodseries.com	언론매체
16	NRN	www.nrn.com	언론매체
17	Best Food Eat	www.bestproducts.com	언론매체
18	NPR	www.npr.org	언론매체
19	Omaha Magazine	omahamagazine.com	언론매체
20	Google News	www.google.co.kr	뉴스포털

○ 데이터 분석 키워드집

- 미국 숙취해소제 관련 데이터 사전조사

[표 2.2] 미국 숙취해소제 관련 매체 리스트



현지 온라인 쇼핑몰 숙취해소제 특징 및 후기		현지 온라인 쇼핑몰 숙취해소제 특징		현지 커뮤니티 숙취 관련 고민	
키워드 ①	파티	키워드 ①	전해질 음료	키워드 ①	파티 문화
키워드 ②	여성	키워드 ②	밀크시슬	키워드 ②	구토
키워드 ③	음료	키워드 ③	알약	키워드 ③	두통
키워드 ④	건강	키워드 ④	한국 브랜드 진출	키워드 ④	피자, 아이스크림

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 미국 숙취해소제 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 미국 숙취해소제 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드	영어	수립 근거 ^(*)			
					참여기업	기타		
참여 기업	참여기업 사용 키워드	숙취해소제 키워드	숙취해소	Anti Hangover, Hangover Prevent	0	0		
			환(태블릿)	Tablet	0	0		
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립		비타민	Vitamin	0	0		
			포켓	Pocket	0	0		
			헛개나무	Oriental raisin tree	0			
			산사나무	awthorn	0			
			음료	Drink		0		
			알약	Pill		0		
			밀크씨슬	Milk Thistle		0		
			전해질	Electrolyte		0		
			간 회복	Liver Recovery		0		
			캡슐	Capsule		0		
			DHM	DHM		0		
			시스테인	Cysteine		0		
			추출물	Extract		0		
			숙취 문화 키워드		패치	Patch		0
					숙취	Hangover	0	0
					밤	Night		0
					두통	Headache		0
					친구	Friend		0
피곤한	Tired				0			
구역질	Nausea				0			
맥주	Beer				0			
끔찍한	Horrible				0			
탈수	Dehydration				0			
애주가	Drinker		0					
보드카	Vodka		0					

빅데이터 분석 프로세스

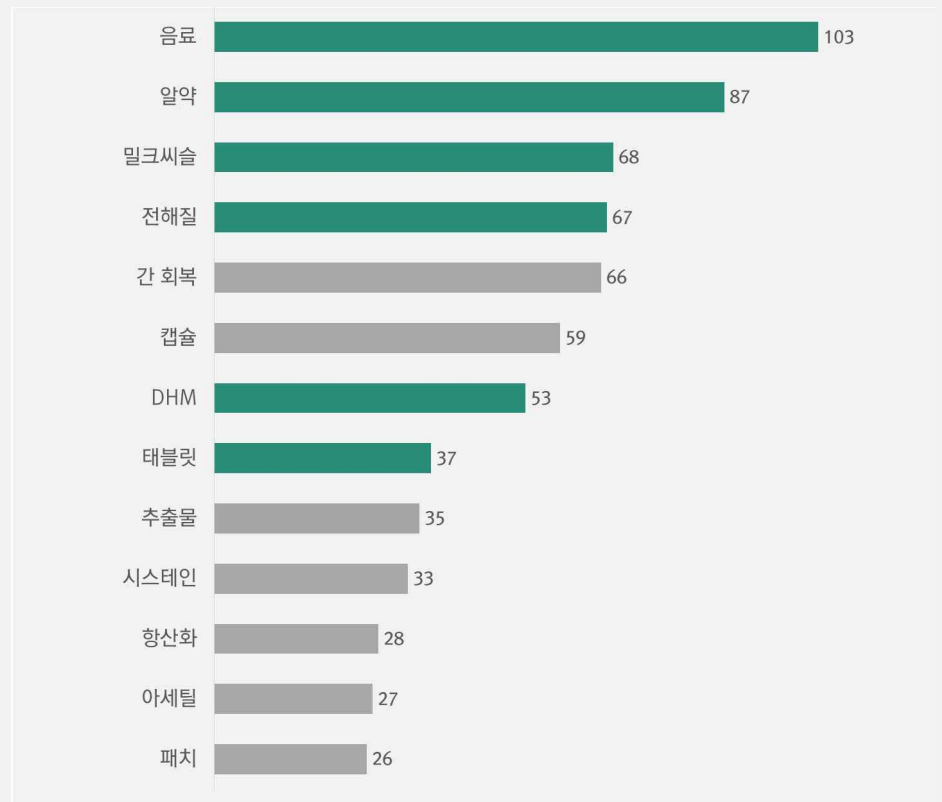
○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 미국 소비자의 숙취해소제 소비 실태 분석
 - ① 미국 숙취해소제 인기 제형·성분·효능
 - ② 미국 숙취해소제 주 소비층
 - ③ 미국 숙취해소제 주 소비 특징 및 트렌드
 - ④ 미국 숙취해소 문화

○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석
 - ① 온라인쇼핑몰 ‘숙취해소제’ 제형·성분·효능 키워드 분석
 - ② 온라인쇼핑몰 ‘숙취해소제’ 구매후기 소비자 키워드 분석
 - ③ 구매후기·커뮤니티 ‘숙취’ 문화 키워드 분석
- 토픽 분석
 - ① 언론매체·커뮤니티 ‘숙취해소제’ 토픽 분석

[미국 숙취해소제 분석 결과]



1. 미국 숙취해소제, 음료 및 알약 형태 보편적

● 미국에 진출한 한국의 숙취해소제 제품



제품명 숙취해소 상쾌환

판매가 27,566원
(23.0 달러²³⁾)

용량 3g x 10개입

- 간편하고 휴대하기 쉬운 제품
- 음주 30분전 섭취

자료 : 아마존
(www.amazon.com)

▶ 미국 숙취해소제, 음료 또는 알약 제형 많아

미국 주요 온라인 쇼핑몰 내 거래되고 있는 숙취해소제를 분석한 결과, 음료 또는 알약 형태의 숙취해소제 제품이 가장 많이 거래되고 있음. 음료로는 전해질 이온 음료나 밀크씨슬 등 허브 추출물을 토대로 한 음료가 많이 거래되고 있으며 의약품 회사들의 숙취해소 알약도 많이 거래됨. 한국 숙취해소 브랜드로는 B사의 숙취해소음료, C사의 숙취해소 환 제품 등이 진출해있음

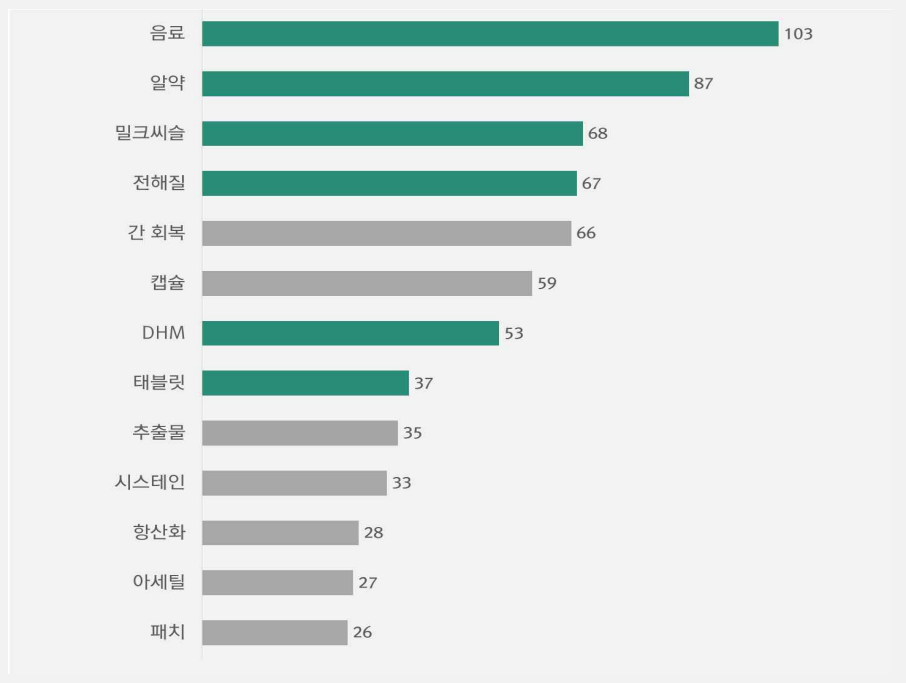
▶ 미국 숙취해소제 성분, 밀크씨슬 많이 빈출

숙취해소제 성분으로는 밀크씨슬이 가장 많이 언급되었음. 현지 미국의 언론매체인 그레이티스트(Greatest)도 밀크씨슬의 간기능 회복 등의 효능을 소개하고 있음.²⁴⁾ 밀크씨슬 외 전해질, 시스테인, DHM(Dihydromyricetin, 헛개열매 추출물) 등이 숙취해소 주요 성분으로 많이 활용되고 있음

▶ 미국 숙취해소제 제형·성분·효능

① 제형 - 음료·알약 ② 성분 - 밀크씨슬·전해질·DHM

[표 2.4] 미국 숙취해소제 제형·성분·효능 분석



자료 : 미국 온라인쇼핑몰 '숙취해소제' 330건 분석 (18.01 - 20.07)

23) 1달러=1,198.50원 (2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

24) 그레이티스트(Greatest), 「Does Milk Thistle Actually Have Health Benefits? What The Science Says」, 2020.07.17

2. 미국 숙취해소제 주 소비층, 파티를 즐기는 성인남녀

● 미국 숙취해소제 관련 댓글

- 파티에 찾아오는 지인들 중 술을 잘 못마시고 숙취에 어려움을 겪는 이들이 있다. 이들을 위해 숙취해소제를 주문해두었다.
- 크리스마스 파티에서 폭음을 하고는 겨우 일어났다. 숙취때문에 괴로웠고, 준비해둔 숙취해소제를 먹고 겨우 정신을 차릴 수 있었다.

자료 : 아마존
(www.amazon.com)

▶ 파티에 참석하는 성인 남녀, 미국 숙취해소제 주 소비층

미국에서 숙취해소에 큰 관심을 보인 소비층은 파티에 참석하는 성인으로, 미국의 파티 문화가 숙취해소제 소비에 큰 영향을 끼침. 미국 소비자들은 디너파티, 칵테일파티, 생일파티 등 여러 파티를 자주 진행하며 파티를 가기 전 또는 후에 숙취해소제를 구입하는 것으로 드러남

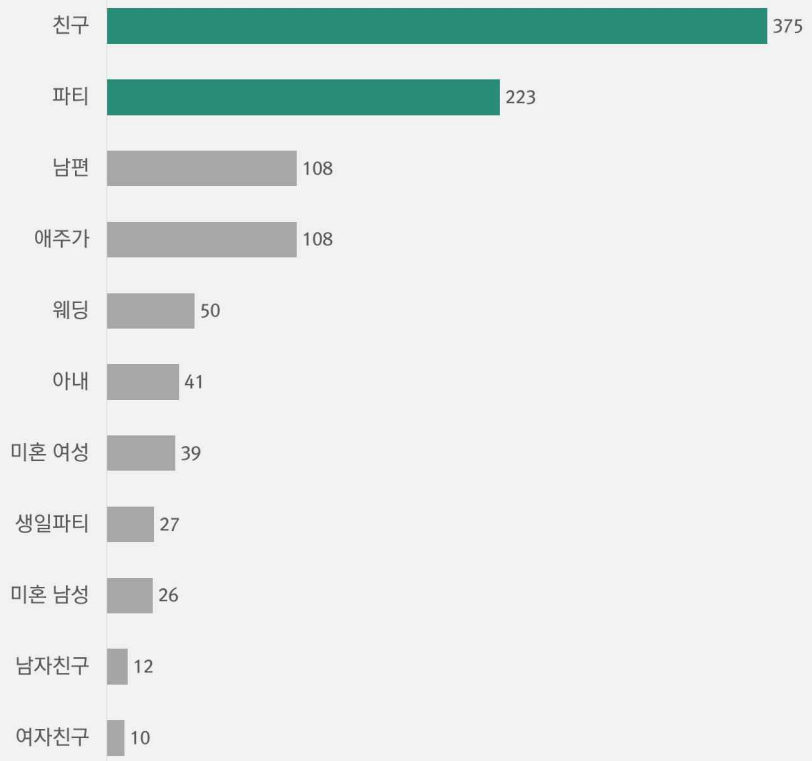
▶ 미국 숙취해소제 주 소비층, 남성보다는 여성 빈출

특이사항으로 미국 숙취해소제 소비층 중 남성보다는 여성 쪽에서 좀 더 구매후기가 많은 것으로 집계됨. 여성이 남성보다 알코올 분해력이 떨어지는 편으로 비교적 더 높은 관심을 보였으며, 여성들이 남성(남편, 남자친구)에게 숙취해소제를 선물하는 경우가 남성 측에서 여성에게 선물하는 경우보다 더 많았음

▶ 미국 숙취해소제 주 소비층

① 파티에 참석한 성인 남녀 ② 남성보다는 여성 빈출

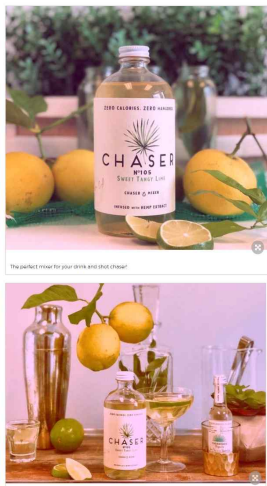
[표 2.5] 미국 숙취해소제 주 소비층



자료 : 미국 '숙취해소제' 구매후기 및 커뮤니티 '숙취' 포함 문서 4,189건 분석 (18.01 - 20.07)

3. 미국 숙취해소제 이슈, 진입장벽 강화 및 대체음료 진입

CBD 성분이 주입된
숙취해소음료 '체이서'



자료 : 드링크체이서
(www.drinkchaser.co)

▶ 미 식품의약청, 불법 숙취해소제에 대해 경고

2020년 7월, 미국 식품의약청(FDA)은 숙취해소제를 판매하는 7개 회사를 대상으로, 승인되지 않은 숙취해소제를 불법적으로 판매한 것에 대해 경고함. 숙취의 치료, 완화, 예방 관련 문구를 소구하며, 식이보충제(Dietary Supplements)로 라벨링된 제품은 연방 식품, 의약품 및 화장품법에 따라 승인을 받아야 함²⁵⁾

▶ CBD음료, 숙취해소 대안으로 부상

미국에 CBD²⁶⁾기반 제품이 보급됨에 따라 CBD 음료가 새로운 숙취해소음료로 기대를 모으고 있음. 미국 언론매체 버디(Byrdie)는 CBD가 탈수 증상과 메스꺼움, 구토에 매우 우수하다는 측면을 지적하며 훌륭한 숙취해소제가 될 수 있을 것이라 언급함.²⁷⁾ 위호베버리지(WeHo Bev Co)는 CBD 성분을 주입한 음료 '체이서(Chaser)'를 출시했으며 숙취해소에 강력한 효능이 있다고 홍보함²⁸⁾

▶ 미국 숙취해소제 트렌드 및 이슈

① 美 FDA 숙취해소제 경고 ② CBD 음료 대두

[표 2.6] 미국 숙취해소제 관련 주제 키워드 및 기사

TOPIC 01	TOPIC 02	TOPIC 03
키워드	키워드	키워드
와인	FDA	무알코올
숙취	가짜	숙취
레스토랑	숙취	음료
라스베이거스	해로운	CBD
트위터	적발	증상
천연	코코넛	대마
피자	합량	브랜드
아이스크림	경고	대안
데킬라	비타민	등장
진저	과장	유망

기사 제목	매칭확률
안호이지 부시, 무알콜성 맥주 진출	0.99983
CBD 함유 강장제 브랜드, 500만 달러 유치	0.99964
CBD 성분은 음료업계에서 새로운 기회를 제공	0.99960
허브를 이용한 대체 숙취해소제 부상	0.99958
PBR, 숙취 달한 무알콜성 맥주 출시	0.99945
CBD 음료, 주류의 대안으로 떠올라	0.99943

자료 : 미국 언론매체 '숙취' 포함 문서 66건 분석 (18.01 - 20.07)

25) 식품의약청(FDA), 「FDA Warns Companies Illegally Selling Hangover Remedies」, 2020.07.29

26) CBD(칸나비디올, Cannabidiol): 대마초에서 발견되는 화학 성분인 칸나비노이드 종류 중 하나임

27) 버디(Byrdie), 「CBD Might Be Able to Cure Your Hangover—And Everything That Comes With It」, 2019.09.15

28) PR뉴스와이어(PR Newswire), 「WeHo Bev Co. Develops First-ever Zero-Calorie, CBD-infused Chaser」, 219.09.27

4. 미국 소비자, 해장으로 피자 많이 섭취, 외국 해장문화에도 관심

● 미국 숙취해소제 관련 댓글

- 머리가 꼭 깨질 것만 같다. 피자를 한 판 주문했는데 먹고 좀 쉴 예정이다.
- 이 영상을 봐! 멕시코인들의 숙취해소를 위한 마법의 음료인데 정말 신기하지 않아? 조합법이 신기해!

자료 : 레딧(Reddit.com)

▶ 미국인, 피자·아이스크림 숙취해소를 위해 자주 먹어

미국인들의 숙취해소 및 해장 목적으로 가장 많이 섭취한다고 응답한 음식은 피자다. 피자는 가격이 저렴하고, 집에서 손쉽게 배달을 받을 수 있다는 측면에서 해장 음식으로 각광받고 있음. 피자 다음으로 많이 언급된 음식은 아이스크림이며 사과주스·스튜 등을 언급하는 경우도 종종 확인됨

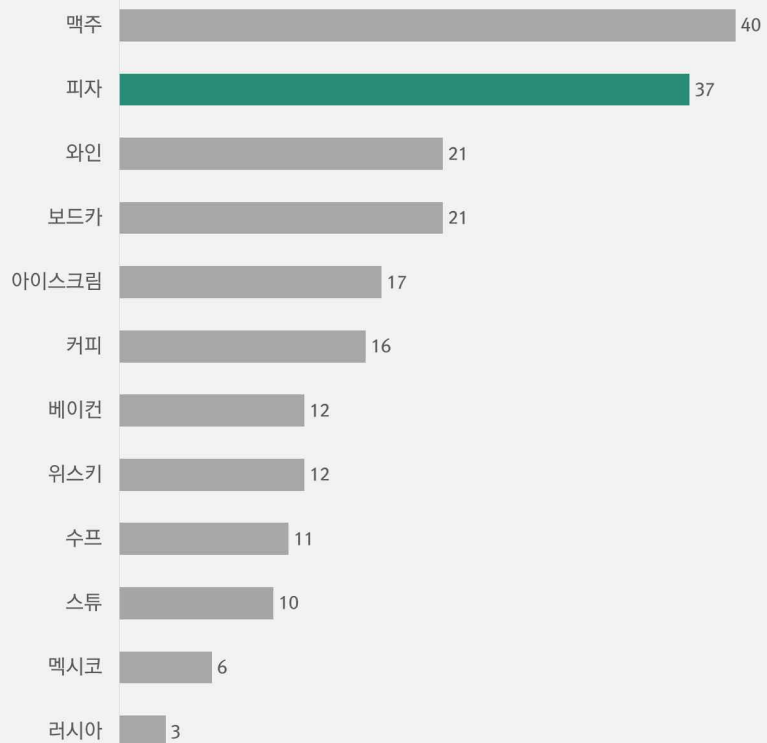
▶ 미국인, 해외 숙취해소 방식에 많은 관심 보여

특이사항으로 미국인들은 외국의 해장 문화에도 높은 관심을 보였음, 한국식 해장 문화에 대해 언급한 경우는 없었지만 멕시코 농촌에서 소비하는 해장 음료, 러시아의 해장 요리 등에 대해서 게시글을 공유하고 댓글을 남기는 경우가 다수 확인됨

▶ 미국 숙취해소 문화 키워드

① 피자·아이스크림 ② 멕시코·러시아 등 해외 해장문화에 관심

[표 2.7] 미국 숙취해소 문화 키워드 분석



자료 : 미국 커뮤니티 '숙취' 포함 문서 294건 분석 (18.01 - 20.07)

IV. 유통채널(Distribution Channel)

1. 미국 숙취해소제 유통구조
2. 미국 숙취해소제 유통업체
3. 미국 숙취해소제 B2C 채널

1. 미국 숙취해소제 유통구조

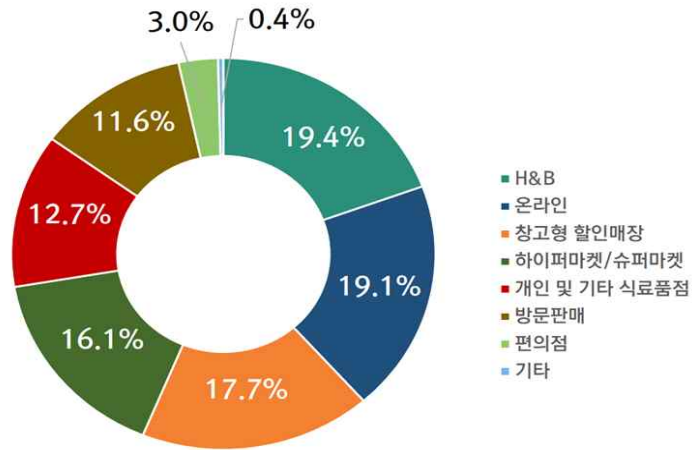
품목 구분 및 분류

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

▶ 미국 숙취해소제 주요 채널

‘H&B(19.4%), 온라인(19.1%), 창고형 할인매장(17.7%)’

[표 3.1] 미국 숙취해소제 유통채널 별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 미국 숙취해소제 유통채널 현황

채널 유형	숙취해소제 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	H&B	19.4%	씨브이에스(CVS), 월그린(Walgreens), 라이트에이드(Rite Aid), 지엔씨(GNC)
	온라인	19.1%	아마존(Amazon), 이베이(Ebay), 타겟(Target)
	창고형 할인매장	17.7%	샘스클럽(Sam's Club), 코스트코(Costco)
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	16.1%	크로거(Kroger), 퍼블릭스(Publix), 세이프웨이(Safeway), 월마트(Walmart), 에이치이비(H-E-B), 마이어(Meijer)
	개인 및 기타 식료품점	12.7%	허클베리스네츄럴마켓 (Huckleberry's Natural Market)
	방문판매	11.6%	암웨이(Amway), 허벌라이프(Herbalife)
	편의점	3.0%	세븐일레븐(7-Eleven), 와와(Wawa), 써클케이(Circle K)
	기타	0.4%	(-)

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

2. 미국 숙취해소제 주요 유통업체

▶ ‘H&B, 온라인, 창고형 할인매장이 대표적’

[표 3.3] 미국 숙취해소제 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²⁹⁾ , 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	씨비이에스 (CVS)	H&B	2,567억 7,600만 달러 (약 307조 7,460억 원)	블로우피쉬 (Blowfish), 씨비에스헬스 (CVS Health), 드라마민 (Dramamine), 나우젠(Nauzene)	0
2	월그린 (Walgreens)	H&B	약 1,369억 달러 (약 164조 747억 원)	보이론(Boiron), 월그린스(Walgreens), 에메트롤(Emetrol), 나우젠(Nauzene)	0
3	지엔씨 (GNC)	H&B	약 20억 6,820만 달러 (약 2조 4,787억 원)	네버투형오버 (Never Too Hungover), 허벌잡(Herbal Zap)	0
4	월마트 (Walmart)	하이퍼마켓/ 슈퍼마켓	약 5,240억 달러 (약 628조 140억 원)	드링크와이즈 (Drink Wise), 드링크이지 (Drink Easy), 소스내츄럴 (Source Naturals), 심킨즈 (Simpkins)	0
5	크로거 (Kroger)	하이퍼마켓/ 슈퍼마켓	약 1,211억 6,000만 달러 (약 145조 2,103억 원)	구디스 (Goody's), 디톡시케이티드 (Detoxicated), 블로우피쉬 (Blowfish), 크로거(Kroger)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

29) 1달러=1,198.50원(2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	에이치이비 (H-E-B)	하이퍼마켓/ 슈퍼마켓	약 280억 달러 (약 33조 5,580억 원)	행오버(Hang Over) 드라마민 (Dramamine), 나우젠(Nauzen), 보니(Bonnie)	0
7	퍼블릭스 (Publix)	하이퍼마켓/ 슈퍼마켓	약 381억 달러 (약 45조 6,629억 원)	비포(B4), 마이랜드스(Mylands), 드라마민 (Dramamine), 보니(Bonnie), 페디아라이트 (Pedialyte)	0
8	아마존 (Amazon)	온라인	약 2,805억 달러 (약 336조 1,793억 원)	스라이브플러스 (Thrive+), 네버투헝오버 (Never Too Hungover), 넌(Nuun), 애프터드링크 (Afterdrink)	0
9	이베이 (Ebay)	온라인	약 107억 달러 (약 12조 8,240억 원)	퍼플트리 (Purpletree), 플라이바이(Flyby), 네버투헝오버 (Never Too Hungover), 엔고브(Engov)	0
10	세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	약 188억 5,133만 달러 (약 22조 5,933억 원)	모어(More), 페디아라이트 (Pedialyte)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor.com)

3. 미국 숙취해소제 B2C 소매채널

1) H&B



① 씨브이에스(CVS)

	기업명	씨브이에스(CVS)	
	홈페이지	www.cvs.com	
	위치	로드아일랜드(Rhode Island)	
	규모	매출액('19)	2,567억 7,600만 달러 (약 307조 7,460억 원)
기타 규모		매장 수('19): 약 9,967개	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> CVS Health³⁰⁾의 자회사로, 1963년 설립되어 미국, 브라질에서 매장 운영 2018년 12월 건강보험업체 애트나(Aetna)를 인수하여 건강관리 서비스 확대 약 1,100개의 미닛클리닉(MinuteClinic) 매장 내 PA³¹⁾가 간단한 질병에 대한 처방전 발급 6개 도시에서 일반의약품과 식품에 한해 당일 배송 서비스를 개시하였으며, 점차 확장할 계획 	
			
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> 2021년 말까지 약 1,500개의 매장에 간단한 의료서비스를 제공하는 헬스허브(HealthHUB) 센터 추가 계획 2020년 8월 클라우드 베이스 소프트웨어 업체 세일즈포스(Salesforce)와 파트너십 계약, 코로나19 모니터링 서비스 구상중 	
유사제품 정보		제품명	블로우피쉬포항오버 (Blowfish for Hangovers)
		종류	숙취해소제
		용량	12정
		원산지	미국

자료: 씨브이에스(CVS) 홈페이지, 씨브이에스헬스(CVSHealth) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 씨앤비씨(CNBC), 모바일헬스뉴스(Mobile Health News)
사진자료: 뉴욕포스트(NYPost), 씨브이에스(CVS) 홈페이지

30) 미국 최대 규모의 드럭스토어 체인 중심의 헬스케어 서비스 기업

31) PA(Physician Assistant) : 의사 보조사

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품, 유제품, 냉동식품, 가공식품, 즉석식품, 건조식품, 주류, 스낵류, 캔디류, 음료류 등 - 일반: 청소용품, 유아용품, 위생용품, 생활용품, 애완용품, 화장품, 의약품, 약세서리류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 장기적인 협력 및 안정적인 공급 중시 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 자체 PB 브랜드 씨비에스헬스(CVS Health) 의약품 및 건강보조식품 판매 - 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품이 많음 		
	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 Corporate Information 카테고리 내 Suppliers 클릭 - 공급업체 규정 및 행동강령 확인 - Potential Suppliers 클릭하여 RangeMe 가입 후 제품 등록 (cvssuppliers.com) • 로컬 에이전트를 통한 등록 	
	<p>등록 조건</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 평가 기준 ① WERCSmart³²⁾ 통해 제품 등록 후 인증 • 평가 기준 ② 공급업체 행동강령 준수 • 평가 기준 ③ 지정 공인검사기관에서 제조시설 TPI (Third Party Inspection) 실시 	
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 몰 입점, 매장 직접 납품, 물류센터 납품 등 공급업체 종류에 따라 제출해야하는 서류 양식이 다르며, 홈페이지를 통해 확인 가능 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-401-765-1500 - 이메일: MerchandisingInquires@cvshealth.com 	
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Optima Sales (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : optimasales.com - 전화번호 : +1-904-318-6030 - 이메일 : jeff@optimasales.com - 기업소개 : CVS를 포함한 드럭스토어, 슈퍼마켓 등 납품 및 판매 활동 지원 		

자료: 씨비에스(CVS) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

32) 제조업체와 소매업체를 연결하는 플랫폼



② 월그린(Walgreens)

기업 기본 정보	기업명	월그린(Walgreens)	
	홈페이지	www.walgreens.com	
	위치	일리노이(Illinois)	
	규모	매출액('19)	약 1,369억 달러 (약 164조 747억 원)
기업 요약	기타 규모	매장 수('19): 약 9,277개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1901년 설립 • 2014년 월그린부츠얼라이언스(Walgreens Boots Alliance Inc.)로 합병 • 유럽과 아시아 11개국에서 부츠(Boots) 매장 운영 • 미국에서는 월그린(Walgreens)과 듀엔리드 (Duane Reade) 매장을 운영 	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2025년까지 진료가 가능한 전문의 상주 매장 700개까지 오픈 계획 • 2020년 7월 프라이머리 서비스 케어(주치의 케어) 업체 빌리지엠디 (Village MD)에 10억 달러 투자 • 2020년 3월, 코로나19 사태에 대한 대응방안으로 24시간 의약품 상담서비스 월그린스파머시챗(Walgreens Pharmacy Chat)과 드라이브 스루 약국 시스템 도입 		
	유사제품 정보		제품명 넥스보미카 행오버릴리프 (Nux Vomica Hangover Relief)
		종류	숙취해소제
		용량	3포
		원산지	프랑스

자료: 월그린(Walgreens) 홈페이지, 월그린부츠얼라이언스(Walgreens Boots Alliance) 홈페이지, 비즈니스와이어(Businesswire), 유로모니터(Euromonitor)
 사진자료: 뉴욕포스트(NYPPost), 씨엔엔(CNN)

입점 및 협력 정보


입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품, 냉동식품, 유제품, 즉석식품, 간편식품, 스낵류, 캔디류, 음료류, 주류 등 - 일반: 화장품, 향수류, 가구류, 잡화류, 약세서리류, 생활용품, 청소용품, 유아용품, 애완용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 장기적인 협력 및 안정적인 공급 중시 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 자사 공급업체 포탈 SupplierNet에 가입하여 입점 절차 진행 - 벤더번호 필요 - 홈페이지 New Vendor 클릭하여 공급업체 필수 요건 확인 (www.webapp.walgreens.com/SupplierNet/login.htm) - 계정 생성 후 상품 등록 • 로컬 에이전트를 통한 등록 	
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 평가 기준 ① 모든 절차는 전자무역 형식으로 진행 • 평가 기준 ② 입점 제품 정보 전자문서 형식으로 제출 • 평가 기준 ③ MSDS 제출³³⁾ • 평가 기준 ④ 보험증명서 보유 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 공급업체 포탈 SupplierNet 운영 • SupplierNet 하단 'Contact Us' 탭을 통해 문의사항 관련 컨택 가능 • Corporate Distribution Center 이용과 Direct Store Delivery 중 선택 • Direct Store Delivery 선택 시 유선연락 통해 따로 입점 문의 (+1-852-2738-3401) 	
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> • Optima Sales (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : optimasales.com - 전화번호 : +1-904-318-6030 - 이메일 : jeff@optimasales.com - 기업소개 : 월그린을 포함한 드럭스토어, 슈퍼마켓 등 납품 및 판매 활동 지원 		

자료: 월그린(Walgreens) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

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



③ 지엔씨(GNC)

	기업명	지엔씨(GNC)	
	홈페이지	www.gnc.com	
	위치	펜실베니아(Pennsylvania)	
	규모	매출액('19)	약 20억 6,820만 달러 ³⁴⁾ (약 2조 4,787억 원)
기타 규모		• 매장 수('20): 약 4,800개 ³⁵⁾ • 직원 수('18): 약 1만 5,500명	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 1935년 설립 • 멕시코, 칠레 등 50개국에서 약 1,941개 매장 운영 • 8개의 PB 브랜드 보유 • 라이트에이드(Rite Aid), 샘스클럽(Sam's Club), 펫스마트(Pet Smart)에 제품 납품 • 온라인 몰, 직영점, 해외 가맹점, 도매 매장 등 다양한 옴니채널 구축 		
기업 요약	 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 8월 기업 구조조정 절차 진행 중 • 2020년 5월 코로나19 사태의 여파로 매출액 10.1% 감소 • 2020년 펜실베니아 주 33개 매장 폐점 		
유사제품 정보		제품명	네버투헝오버 드링크에이드 (Never Too Hungover Drinkade)
		종류	숙취해소음료
		용량	6병
		원산지	미국

자료: 지엔씨(GNC) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 스탯스타(Statista), 리테일다이브(Retail Dive) 피츠버그비즈니스타임즈(Pittsburgh Business Times)
사진 자료: 지엔씨(GNC) 홈페이지, 파코오피스(parcoffice)

34) 미국과 캐나다의 통합 매출액임

35) 미국, 캐나다의 총 매장 수

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품, 다이어트식품, 스낵류, 캔디류, 음료류 등 - 일반: 의약품, 화장품, 구강청결용품, 생활용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 - 장기적인 협력 및 안정적인 공급 중시 - 건강보조식품 및 다이어트식품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 자체 브랜드 내 다양한 다이어트 식품 보유 - 제품 라벨에 알레르기 주의 정보 반드시 포함 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 ABOUT GNC 카테고리의 New Vendors 클릭하여 Range Me 통해 입점 문의 진행 - Range Me 계정 생성 후 제품 등록 - Range Me 제품 등록 과정 <ol style="list-style-type: none"> ① 제품 프로필 생성 ② 카테고리 매니저와 연결 및 검토 ③ 공지사항 통보 - 제품 프로필 기입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보: 담당자명, 이메일 주소, 연락처 ② 공급 제품 정보: 제품명, 브랜드명, 제품 사진, 판매가격 등 - 입점 승인 후 벤더 포탈 가입 • 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 평가 기준 ① 자사의 제품 품질 기준 충족 여부 • 평가 기준 ② 원료 공급업체일 경우 GMP³⁶⁾ 획득 여부
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-877-GNC-4700 - 다음 웹페이지를 통해 채팅, 이메일을 통한 컨택 가능 (www.gnc.com/help/contact-us.html)
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> • CPG Brokers & Associates (식품, 비식품 브로커 및 마케팅 컨설팅) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : www.cpgbrokers.com - 문의사항은 홈페이지 통해서 제출 - 기업소개 : 지엔씨 포함한 드럭스토어, 슈퍼마켓 등 납품 및 판매 활동 지원 	

자료: 지엔씨(GNC) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

36) Good Manufacturing Practice: 우수약품제조관리기준

2) 하이퍼마켓/슈퍼마켓



① 월마트(Walmart)

	기업명	월마트(Walmart)	
	홈페이지	www.walmart.com	
	위치	아칸소(Arkansas)	
	규모	매출액('20)	약 5,240억 달러 (약 628조 140억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('20): 약 4,756개 • 직원 수('20): 약 220만 명
	기업 요약	<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 • 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"> • 2020년 하반기 애틀란타(Atlanta), 시카고(Chicago)에 저가 의료 서비스(Low Cost Health Care) 신규지점 영업 예정 • 2020년 야후메일(Yahoo Mail)을 통한 온라인 쇼핑물 운영을 위해 버라이즌미디어(Verizon Media)와 파트너십 계약 		
유사제품 정보		제품명	드링크오버 (Drink Over)
		종류	숙취해소제
		용량	12정
		원산지	미국

자료: 월마트(Walmart) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 월스트리트저널(Wall Street Journal), 포브스(Forbes), 뉴욕타임즈(The New York Times), 폭스비즈니스(Fox Business)
 사진자료: 월마트(Walmart) 홈페이지, 더블유아이티에프뉴스(Witf.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 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 좋은 품질과 가격 경쟁력을 갖춘 제품 선호 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 문의 (www.corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier) - 체크리스트 참고하여 필요 정보 및 서류 확인 - 매점 입점(Store&Club)과 온라인 입점(E-Commerce)을 선택하여 제안서 제출 (한국어 번역 제공) - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자이름, 공급자 번호/DUNS³⁷⁾ 번호, 납세자 식별 번호, 회사 주소, 연락담당자, 전화번호, 이메일 주소, 계좌 정보 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매 가격, 제품 설명) • 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 인증³⁸⁾
	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 • 미국이 아닌 타 국가에서 직수입 공급자로서 납품하려면 다음 이메일 주소로 컨택 • 이메일: gsnwpodt@wal-mart.com • 문의사항 연락처: 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: savinosalesandmarketing.com - 전화번호: +1-(0)479-799-8311 - 기업소개: 월마트, 샘스클럽의 납품 및 판매 활동 지원 	

자료: 월마트(Walmart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

37) Data Universal Numbering System, 국제 사업자 등록 번호

38) 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('19)	약 1,211억 6,000만 달러 (약 145조 2,103억 원)
기타 규모		<ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('20): 약 2,920개³⁹⁾ • 직원 수('19): 약 45만 3,000명 	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 1883년 설립 • 미국 내 35개 주에서 매장 운영하며 약 44개의 물류센터 보유 • 자사 브랜드 판매 매출액이 전체 매출의 26% 차지 • 티몰(Tmall), 마이크로소프트(Microsoft) 등 다양한 회사와 파트너십 체결 • 2018년 일평균 약 1,100만 건의 거래가 이루어지며 이 중 약 97%는 로열티카드를 통한 거래 		
기업 요약	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>		
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 		
유사제품 정보		제품명	구디스행오버 패스트페인릴리프 (Goody's Hangover Fast Pain Relief)
		종류	숙취해소제
		용량	4포
		원산지	미국

자료: 크로거(Kroger) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 씨에스피데일리뉴스(CSP Dailynews)
사진자료: 크로거(Kroger) 홈페이지

39) 슈퍼마켓 2,750개 지점과 보석상 170개 지점 포함 총 매장 수

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: 의약품, 화장품, 위생용품, 생활용품, 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	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 통해 사전 등록 후 제안서 제출 (www.thekrogerco.com/vendors-suppliers/become-a-supplier) - 사전등록 시 기입한 이메일을 통해 'The Supplier Hub'에서 제안서 관련 내용 회신 - 사전등록 시 필요한 정보 (회사명, 사업자등록번호/납세자식별번호, 연락처) - 사업자등록번호/납세자번호 없이 사전 등록 불가 - 사전등록 후: <ol style="list-style-type: none"> ① 이메일 회신에 첨부된 링크로 들어가 User ID와 임시 비밀번호를 이용하여 등록 절차 완료 ② 제품 설명은 정해진 형식에 따라 작성 • 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 평가 기준 ① Animal Welfare Policy 기준 충족 • 평가 기준 ② GCC⁴⁰⁾ 및 KGCC⁴¹⁾ 인증 취득
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 크로거사의 벤더 관리 시스템(Supplier Hub)을 통해서만 입점 가능 • 제안서 검토 최소 1주 소요 • 기업 및 공급자 다양성 추구 • 문의사항 연락처 이메일: SupplierCompliance@kroger.com
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 기업 납품 및 판매 활동 지원 	

자료: 크로거(Kroger) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

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

41) 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 에이치이비(H-E-B)

기업 기본 정보	기업명	에이치이비(H-E-B)	
	홈페이지	www.heb.com	
	위치	텍사스(Texas)	
	규모	총매출('19)	약 280억 달러 (약 33조 5,580억 원)
기업 요약	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('18): 약 350개 • 직원 수('19): 약 11만 6,000명 	
		<ul style="list-style-type: none"> • 1905년 설립 • 2018년 배달 업체 Favor 인수 • 텍사스(Texas)주에서 약 150개의 매장 운영 • 지역 사회 공헌 기업으로서 사회적 가치 실현 중시 • 절약, 자원 재사용 등의 활동을 펼치는 친환경 기업 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 8월, FDA 권고사항인 글루텐 알러지 위험 미표시 라벨로 인해 블루치즈살몬버거 전량 리콜 • 2020년 7월 푸드앤와인매거진(Food&Wine Magazine) 선정 미국 최고의 슈퍼마켓 7위 	
유사제품 정보		제품명	퍼스트에이드샷테라피 (First Aid Shot Therapy)
		종류	숙취해소음료
		용량	40ml
		원산지	미국

자료: 에이치이비(H-E-B) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), 미국식품의약국(FDA), 포브스(Forbes), 코퍼스크리스티비즈니스뉴스(Corpus Christi Business News), 휴스턴크로니컬(Houston Chronicle) 사진 자료: 에이치이비(H-E-B) 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: 스낵류, 조리완제품, 음료류, 주류, 곡류, 견과류, 과채류, 신선식품, 유제품, 가공식품, 냉동식품, 소스류, 스낵류, 건강보조식품 등 - 일반: 의류, 잡화류, 액세서리류, 가정용품, 생활용품, 뷰티용품, 유아용품, 애완용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 현지 기업 상품 선호 - 텍사스주 생산 상품 선호 - 유기농 제품 선호 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p> <p style="text-align: center;"> <input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록 </p>	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 다음 웹주소를 통해 상품 등록 가능 (www.supplier.heb.com) - 해당하는 공급자 타입 선택 후 계정 생성 (resale 또는 non resale) - 페이지 상단의 Systems 탭에서 등록 제품 관련 정보, SSO 애플리케이션 기록, 영수증 및 결제 관련 정보 등 확인 가능 - 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 텍사스 납세자 식별 번호, 회사 홈페이지주소, DUNS번호, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 설명 자유기재) • 벤더 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 로컬 에이전트 소싱 - 로컬 에이전트를 통한 등록
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 본사가 미국에 있는 공급업체를 선호함 • 미국 국적 사회적 약자 경영인 우대 • 규모가 작은 미국 현지 기업 우대 • 텍사스주 기업 우대
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Torcasio Sales+Marketing (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지: www.torcaciosales.com - 전화번호: +1-210-530-9700 - 팩스: +1-210-530-9705 - 기업소개: H-E-B에 납품 및 판매 활동 지원 	

자료: 에이치이비(H-E-B) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



④ 퍼블릭스(Publix)

기업 기본 정보	기업명	퍼블릭스(Publix)								
	홈페이지	www.publix.com								
	위치	플로리다(Florida)								
	규모	<table border="1"> <tr> <td>매출액(*19)</td> <td>약 381억 달러⁴²⁾ (약 45조 6,629억 원)</td> </tr> <tr> <td>기타 규모</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ·매장 수(*19): 약 1,241개 ·직원 수(*19): 약 20만 명 </td> </tr> </table>	매출액(*19)	약 381억 달러 ⁴²⁾ (약 45조 6,629억 원)	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> ·매장 수(*19): 약 1,241개 ·직원 수(*19): 약 20만 명 				
매출액(*19)	약 381억 달러 ⁴²⁾ (약 45조 6,629억 원)									
기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> ·매장 수(*19): 약 1,241개 ·직원 수(*19): 약 20만 명 									
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1930년 설립 • 미국에서 가장 큰 소매업체 사원주주회사⁴³⁾ • 1998년에서 2019년 까지 포춘지 선정 가장 일하기 좋은 100대 기업 • 2018년 전년도 대비 4.4% 매출 증가 									
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 포브스(Forbes)가 선정한 여성이 일하기 좋은 기업 • 2020년 자선기업 유니타이드웨이(United Way)의 가장 큰 기업 기증자 									
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>비포리커버리행오버 드링크 (B4-Recovery hangover drink)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>숙취해소음료</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>250ml</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>미국</td> </tr> </table>	제품명	비포리커버리행오버 드링크 (B4-Recovery hangover drink)	종류	숙취해소음료	용량	250ml	원산지	미국
제품명	비포리커버리행오버 드링크 (B4-Recovery hangover drink)									
종류	숙취해소음료									
용량	250ml									
원산지	미국									

자료: 퍼블릭스(Publix) 홈페이지, 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News), 러더포드소스(Rutherford Source) 탐파베이비즈니스저널(Tampa Bay Business Journal), 비즈니스와이어(Businesswire), 인스타카트(Instacart), 유로모니터(Euromonitor), 사진 자료: 퍼블릭스(Publix) 홈페이지

42) 퍼블릭스(Publix) 기업 전체 매출액

43) 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: 음료류, 주류, 신선식품, 육류, 냉동식품, 가공식품, 유제품, 스낵류, 소스류 건조식품, 건강보조식품 등 - 일반: 유아용품, 생활용품, 목욕용품, 화장품, 위생용품, 청소용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 좋은 품질의 다양한 제품 - 플로리다주 로컬 기업의 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>	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 다음 웹 주소에서 Retail Product Supplier 항목 선택 (corporate.publix.com/business/publix-business-connection/retail-product-supplier) - 임명요청양식 작성(검토 기간 약 2주 소요) - 제품 데이터 양식(Publix Item Data Form), 제품 샘플 양식(Product Sample Form) 작성 - 제품 데이터 양식의 Comments 항목에 제품 가격과 제품 기타 정보 작성 필수 - 작성한 양식 본사 구매부서에 우편으로 송부 • 로컬 에이전트를 통한 등록
<p>벤더 리스트</p>	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 해당제품이 'RangeMe'에 이미 등록되어 있는 경우, 'RangeMe'를 통해 해당 제품을 미리 보낼 수 있음 (www.rangeme.com/publix) • 본사 주소 <ul style="list-style-type: none"> - 3300 Publix Corporate Pkwy, Lakeland, FL, 33811 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화: +1-(0)33802-0407 (본사 구매부서)
	<p>• Performance Sales & Marketing(식품 브로커)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지: psmfl.us - 전화번호: +1-(0)813-882-0440 x 100 - 이메일: rodr@psmfl.us - 기업소개: 플로리다 주에 위치한 퍼브릭스, 케히, 어소시에이티드 그로서 오브 플로리다 등의 소매업체에 납품 및 판매 활동 지원 	

자료: 퍼브릭스(Publix) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

3) 온라인



① 아마존(Amazon)

	기업명	아마존(Amazon)								
	홈페이지	www.amazon.com								
	위치	워싱턴(Washington)								
	규모	매출액('19)	약 2,805억 달러 ⁴⁴⁾ (약 336조 1,793억 원)							
기업 기본 정보	기타 규모	직원 수('18): 약 64만 7,500명								
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1994년 7월 설립된 온라인 쇼핑중개업 회사 • 현재 전 세계적으로 175개의 물류센터 보유하고 있으며, 그중 110여 개가 미국에 위치 • 물류비용 절감과 배송시간 단축을 위한 완전 자동화 물류센터 개발 중 • 2017년 홀푸드마켓(Whole Foods Market)을 인수하여 오프라인 식료품 시장 확장 계획 • Amazon Go, Amazon 4-Star 오프라인 매장을 런칭하여 오프라인 영역을 지속 확대할 계획 								
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 8월 플로리다주레이크랜드(Lakeland)에 대규모 물류 허브 신설 공사 진행중 • 2020년 꾸준한 주가 성장률을 보일 전망이라고 예측 • 2020년 무인자동차 제조 스타트업 줌스(Zoox) 인수 협상 중 									
	유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>치어스리스토어 (Cheers Restore)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>숙취해소제</td> </tr> <tr> <td>중량</td> <td>36정</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>미국</td> </tr> </table>	제품명	치어스리스토어 (Cheers Restore)	종류	숙취해소제	중량	36정	원산지
제품명	치어스리스토어 (Cheers Restore)									
종류	숙취해소제									
중량	36정									
원산지	미국									

자료: 아마존(Amazon) 홈페이지, 이터시애틀(Eater Seattle), 유로모니터(Euromonitor), 씨엔비씨(CNBC), 비비씨뉴스(BBC NEWS), 야후파이낸스(Yahoo Finance)
사진자료: 아마존(Amazon) 홈페이지

44) 2019년 통합 매출액(sales revenue)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 건강보조식품, 신선식품, 유제품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 면류, 곡류, 음료류, 차(茶)류, 음료류, 주류 등 - 일반: 서적류, 전자제품, 가전제품, 주방용품, 생활용품, 운동기구, 악기류, 화장품, 완구류, 의류, 잡화류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 프라임나우(Prime Now)⁴⁵⁾ 서비스를 통해 주류 판매 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 통한 직접 등록 (services.amazon.com/services/soa-approval-category) <ul style="list-style-type: none"> - Grocery & Gourmet Food 카테고리 'Requirement' 눌러 자격조건 확인 후 'Contact Us' 클릭하여 입점 문의 제출 - 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) ② 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품종류, 예상매출액, 판매입고량) • 로컬 에이전트를 통한 등록 	
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> • 평가 기준 ① 아마존 행동강령 준수 • 평가 기준 ② 아마존 자체 브랜드 공급업체일 경우에는 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증⁴⁶⁾ 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능한 카테고리 20개 중 식료품을 포함한 10개 제품군은 승인절차 거쳐야 입점 가능 	
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> • National Sales Solutions (식음료 브로커, 브랜드 마케팅) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지: nationalsalessolutions.com - 전화번호: +1-(0)636-527-7115 / 팩스: +1-(0)636-527-2116 - 기업소개: 아마존 포함한 다양한 유통업체 납품 및 판매 활동 지원 		

자료: 아마존(Amazon) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

45) 일정 구독료를 지급하고 1시간 내에 물건을 배송해주는 서비스

46) Amfori BSCI, Better Work(BW), Responsible Business Alliance(RBA), SMETA, SA8000 Standard 인증



② 이베이(Ebay)

	기업명	이베이(Ebay)	
	홈페이지	www.ebay.com	
	위치	캘리포니아(California)	
	규모	매출액('19)	약 107억 달러 ⁴⁷⁾ (약 12조 8,240억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1995년 9월 12일 서비스 런칭 • 2000년 등록된 판매자 수 1,200만 명 달성 • 2002년 페이팔(Paypal)과 아이바자(iBazaar) 인수 • 2008년 세계 각국에 이커머스 서비스 제공 시작 • 2015년 인도 이커머스 플랫폼 플립카트(Flipkart) 인수 • 2020년 190개국에서 운영하며, 전 세계적으로 1억 8,300만 명의 판매자가 등록됨 	
			
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> • 2020년부터 간편결제 시스템 ‘애프터페이(Afterpay)’ 도입 • 2020년 온라인 대출업체 렌딩포인트(Lending Point)와 파트너십 계약, 셀러에게 \$500-\$25,000 대출 서비스 제공 	
유사제품 정보		제품명	퍼플트리 행오버큐어애프리벤션 (Purple Tree Hangover Cure and Prevention)
		종류	숙취해소제
		용량	30정
		원산지	미국

자료: 이베이(Ebay) 홈페이지, 엠에스엔머니(MSN Money), 씨넷(C Net), 텔레그래프(Telegraph),
뉴스페이퍼닷컴(Newspapers.com)
사진 자료: 이베이(Ebay) 홈페이지

47) Ebay 글로벌 통합 매출액(USD)

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: 스낵류, 캔디류 음료류, 주류, 유제품, 신선식품, 냉동식품, 차(茶)류, 영양제류, 건강기능식품 등 - 일반: 전자제품, 의류, 액세서리류, 화장품, 스포츠용품, 유아용품, 완구류, 자동차용품, 청소용품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 배송이 빠른 제품 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 계정 생성 후 판매자(Seller) 등록 - 개인판매자와 스토어판매자 중 선택하여 입점 - 개인 판매자는 40개까지 무료로 등록할 수 있으며, 판매 수수료 건당 10.9% 지불 - 기업 판매자는 250,000개까지 제품 등록이 가능하며, 월별 비용과 건당 수수료 4.8% 지불 - 아래 웹 페이지 주소에서 판매 상품 리스트, 새 상품 등록, 판매 현황 등 판매에 관련된 다양한 정보 확인 가능 (https://pages.ebay.com/seller-center/index.html)
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ebay가 자체적으로 벤더 역할을 함 	

자료: 이베이(Ebay) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

4) 편의점



① 세븐일레븐(7-Eleven)

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)	
	홈페이지	www.7-eleven.com	
	위치	텍사스(Texas)	
	규모	총매출 ('18)	약 188억 5,133만 달러 ⁴⁸⁾ (약 22조 5,933억 원)
기타 규모		매장 수 ⁽²⁰⁾ : 약 8,070개 ⁴⁹⁾	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1927년 설립 • 2018년 기준 미국 내 편의점 시장 점유율 1위 • 전 세계적으로 약 6만 8,236개 매장 보유 • 자사브랜드인 세븐셀렉스(7-Select) 브랜드 보유 • 지속적인 온라인 및 모바일 서비스 개발을 통해 소비자들에게 편리함 제공 		
 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 8월 패션 브랜드 포에버21(Forever 21)과 콜라보레이션 런칭 • 2020년 8월 편의점 브랜드 스피드웨이(Speedway) 인수 계획 발표, 2021년 1분기에 계약 종료 • 2020년 8월 자체 PB 베이커리 라인 론칭 계획 발표 		
유사제품 정보		제품명	모닝리커버리 (Morning Recovery)
		종류	숙취해소음료
		용량	100ml
		원산지	미국

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지, 그로서리다이브(Grocery Dive), 피알뉴스와이어(PRnewswire), 푸드앤와인(Food&Wine), 8에이비씨뉴스(8abc News), 씨스토어디시전(Cstoredecisions)
사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지

48) 북미 매장 통합 매출액

49) 미국 매장 수

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 주류, 음료류, 소스류, 냉동식품, 가공식품, 즉석식품, 스낵류 등 - 일반: 생활용품, 여행용품, 문구류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품, 신선식품, 주류, 스낵류, 포장식품, PB⁵⁰⁾상품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품이 많음 		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 접속 (www.corp.7-eleven.com/corp/business) - 'Range Me⁵¹⁾' 링크 클릭 (www.rangeme.com/7-eleven) - 계정 생성 후 제품 등록 - Range Me 등록 과정 <ol style="list-style-type: none"> ① 제품 프로필 생성 ② 카테고리 매니저와 연결 및 검토 ③ 공지사항 통보 - 제품 프로필 기입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (담당자명, 이메일 주소, 연락처) ② 공급 제품 정보 (제품명, 판매가격 등 제품 설명 자유기재) 	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> • 'Range Me'를 통한 입점 등록 	
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> • Optima Sales & Maketing (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지: optimasales.com - 전화번호: +1-(0)904-318-6030 / 이메일: jeff@optimasales.com - 기업소개: 월마트, 홀푸드마켓, 세븐일레븐, 크로거 등 납품 및 판매 활동지원 		

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지, 레인지미(Range Me)

50) PB(Private Brand): 자체상품, 제조설비를 갖추지 않은 백화점과 할인점 등 유통업체가 독자적으로 개발한 고유 브랜드 상품

51) 유통업체와 제조업체를 연결해주는 플랫폼

V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 미국 숙취해소제 인증 취득
2. 미국 숙취해소제 사전 절차
3. 미국 숙취해소제 라벨 심의
4. 미국 숙취해소제 서류 준비
5. 미국 숙취해소제 세금 납부
6. 미국 숙취해소제 검역 심사 절차
7. 미국 관련 규제 정보

1. 미국 숙취해소제 인증 취득

인증 취득

미국으로 제품 수출 시,
필요하거나 선택 가능한
인증 정보 제공

숙취해소제

숙취해소제 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

▶ 미국 수입 일반가공식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

미국으로 수출하고자 하는 숙취해소제 제품이 현지 진출 시 꼭 취득해야하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 일반가공식품의 식품 검역을 담당하고 있는 미국 식품의약국(FDA, Food and Drug Administration)은 식품의 안전이나 제조에 관하여 별도의 인증을 부과하고 있지 않음. 다만 HACCP, ISO 22000 등과 같이 식품의 생산과 그 안전성에 대한 인증의 경우 선택적으로 획득하여 활용할 수 있음

[표 4.1] 미국 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
GMP	식품 생산 안전 인증	선택	지방식품의약품안전처	
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	

자료 : 각 인증기관

[표 4.2] 미국 식품 인증 취득

HACCP	절차	기간
	서류제출>서류심사>현장 확인 및 심사>판정>인증	40일
	서류	비용
	신청서, 식품안전관리인증계획서, 영업/사업자 등록증 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	120~130만원
IFS	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	약 24주
	서류	비용
	신청서 등	약 900~1,000만원
BRC Food Safety	절차	기간
	인증의뢰>사전심사>현장심사>부적합 사항 시정 조치>인증발급	-
	서류	비용
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900~1,000만원
FSSC 22000	절차	기간
	서류제출>1차 현장 평가>2차 현장 평가>인증>사후관리 심사	-
	서류	비용
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500~600만원
GMP	절차	기간
	서류제출>서류검토>현지확인 및 시설조사>판정>허가증 발급	14~20일
	서류	비용
	신청서, 품질관리인 선임신고서, 품질 관리실의 기계기구류 목록 등	5~20만원

자료 : 각 인증기관

2. 미국 숙취해소제 사전 절차

사전 절차

미국으로 제품 수출 시, 품목에 대한 사전 규제 및 심사제도 정보 제공

숙취해소제

숙취해소제 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

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

미국으로 식품 수입 시 미국 식품의약품국(FDA)을 통하여 사전 수입 식품 통지(Prior Notice of Imported Foods) 절차를 거쳐야 함. 해당 절차는 바이오테러리즘법(Bioterrorism Act)에 의거하여 식품의 효율적인 통관 검역 절차를 위하여 시행됨

사전 식품 수입 통지는 미국 식품의약품국(FDA) 홈페이지⁵²⁾를 통하여 PNSI(Prior Notice System Interface) 접속 후, 미국 식품의약품국에서 제시하고 있는 가이드 및 그 절차에 따라 진행하면 됨. 사전 통지 절차의 경우 어떤 운송수단을 통하여 진행하느냐에 따라 제출 기한이 정해져 있기 때문에 해당 시간 이전에 제출되어야 함. 절차 진행 시, 미국 세관국경보호국(United States Customs and Border Protection)에서 정한 개인 또는 법인을 통해 진행할 수 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 식품의약품국(FDA)
기간	각각의 운송 수단 별 지정된 시간 이전에 미국 식품의약품국으로의 사전 통지 절차가 완료될 것 <ul style="list-style-type: none"> • 도로운송을 통해 수입되는 경우 : 도착 2시간 전 • 철도운송을 통해 수입되는 경우 : 도착 4시간 전 • 항공운송을 통해 수입되는 경우 : 도착 4시간 전 • 해상운송을 통해 수입되는 경우 : 도착 8시간 전
필요 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 수입업체 정보(업체명, 주소) • 운송 정보(선하증권 또는 항공화물운송장 등 적절한 운송 정보) • 출발 국가 정보 • 제품 정보(제품 일반명 또는 시장명, 패키징 및 수량 정보) • 제조사 정보(식품 제조시설 등록 번호) • 수출업체 정보 • 최종 수취인 정보

자료: 미국 식품의약품국(FDA, Food and Drug Administration)

52) www.access.fda.gov

- ▶ 미국 일반가공식품 통관을 위해 ‘사전 식품 제조시설 등록 필요’
- ▶ 미국 식품의약국(FDA)을 통해 온라인으로 등록 가능

미국은 2003년 발효된 바이오테러리즘법에 의거하여 미국 내에서 식품을 제조, 처리, 포장, 보관하는 시설과 자국에서 식품을 가공하여 미국으로 수출하고자 하는 기업 모두에게 식품시설등록(Facility Registration) 의무를 부과하고 있음. 이에 따라 미국으로 식품을 수출하고자 하는 국내 업체는 미국 식품의약국(FDA)을 통해 식품 제조시설 등록을 필수적으로 진행해야함. 등록되지 않은 시설의 식품 수입 시, 통관이 거부될 수 있음. 최근 코로나19로 인해 일시적으로 원격 수입업체 검사를 실시하고 있음⁵³⁾

[표 4.4] 미국 사전 식품 제조시설 등록 절차

적용 규제	바이오테러리즘법(Bioterrorism Act)
발행 기관	미국 FDA 산하 FDA Industry System 온라인 홈페이지 : www.access.fda.gov
필요 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 시설명, 주소, 전화번호, 긴급 시 연락처 • 선호 메일 주소 • 모회사명, 주소, 전화번호(해당 시설이 자회사에 해당하는 경우) • 해당 시설이 사용하는 모든 상표 • 책임 대표자의 이름, 주소, 전화번호, 이메일 주소 • 시설을 통해 제조, 가공, 포장하고 있는 식품의 적용 가능한 카테고리 • 각 식품 제품 카테고리별로 시설에서 수행하고 있는 행위 • 식품·의약품·화장품법(FD&C Act)이 정하는 시간과 방법에 따라 미국 식품의약국(FDA)이 시설을 조사해도 된다는 대표자의 확인 • 제출 시설 정보의 정확성 및 진실성에 대한 책임 대표자의 확인
비용	무료

자료 : 미국 식품의약국(FDA)

53) 미국 식품의약국(FDA) 홈페이지의 식품 수입업자를 위한 규정(FSVP, Foreign Supplier Verification Programs for Importers of Food for Humans and Animals)에서 최근 변경 사항 참조(2020.04.03)

3. 미국 숙취해소제 라벨 심의

▶ 미국 라벨 규정

● 라벨 심의

미국으로 제품 수출 시,
요구되는 제품에 대한
라벨 규정 정보 제공

● 숙취해소제

숙취해소제 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

[표 4.5] 미국 라벨 관리 규정

적용 규제	FD&C Act, Fair Packaging and Labeling Act	
세부 규정	Guidance for Industry : A Food Labeling Guide	
라벨 표기사항 (항목)	<ul style="list-style-type: none"> • 제품명 • 용량 • 원산지 • 원료 정보 • 알레르기 정보 • 성분정보 • 1회 제공량 • 기타 주의 문구(건강 유의 사항에 관한 문구 등) • 제조업체정보 	
세부 내용	표기 언어	외국어 표기도 가능하나 모든 필수정보는 동시에 영어로도 표기되어야함
	그림	그림의 경우 정보를 가리거나, 소비자가 잘 못 이해하지 않도록 해야 함
	용량	용량의 단위는 미리 단위와 파운드 단위를 병기해야 함 순중량 정보는 패키지 내부의 식품 용량, 중량, 숫자 형태로 표기되어야 함 일반적으로 고체, 점성, 응고 제품의 경우 중량으로 표기되어야 함 용량은 순중량으로만 나타내야 함
	라벨 표기사항 (가이드)	제품의 전면에 표기되어야하며, 최소한 가장 큰 라벨 면에서 1/2만큼을 차지하도록 표기되어야 함 바닥과 평행하게 작성되어야 함
	제품명	소비자가 이해하기 쉬운 일반적인 이름이어야 함 일반적 식품의 모방(대체품)인 경우 '모방' 제품이라는 표시를 제품의 이름과 동일한 크기로 작성해야함
	원료 정보	원료의 일반적인 명칭을 사용해야 함 양이 많은 것부터 적은 순으로 기입해야함 원료정보는 제조사, 유통사 정보와 같은 면에 기입되어야 함
	원산지	최소한 1/16인치로 표기하여야 함 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>성분 정보는 원료 정보와 같은 페이지에 기입되어야 함</p>
		<p>반드시 박스 형태로 표기해야 함</p>
		<p>칼로리, 용기 당 제공량 또는 1회 제공량의 표기 글자 크기를 키우고 진하게 하여 강조해야 함</p>
		<p>비타민 D, 칼슘, 철분 및 칼륨의 1일 제공량 비율과 실제 중량을 표시해야 함. 단, 기타 비타민 및 미네랄의 중량도 자발적 표시가 가능함</p>
		<p>성분 정보⁵⁴⁾ 각주에 '1일 제공량 비율(%)는 1일 제공량 대비 해당 영양소의 비율임. 1일 제공량은 하루 2,000 칼로리를 기준으로 함.'이라고 명시해야함</p>
		<p>설탕의 양(g)과 비율(%)을 필수적으로 표시해야함</p>
		<p>'총 지방', '포화 지방', '트랜스 지방'의 표시는 필수이지만 지방의 칼로리 표시는 요구되지 않음</p>
		<p>제품이 1회분 이상인 경우, 칼로리와 영양소의 양을 '1회분'과 '1포장분'으로 이중 표기해야함</p>
		<p>알레르기 정보 주요 알레르기원: 우유, 달걀, 생선, 갑각류, 조개, 땅콩, 대두, 밀, 견과류</p>
		<p>유기농 표기 유의사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • 유기농 원료의 함량이 70%를 넘는 경우 다음과 같이 표기할 수 있음. 이 경우 유기농 마크는 사용할 수 없음 <ul style="list-style-type: none"> - 'made with organic 0000' 또는 'made with organic ingredients' - 소금과 물을 제외한 70% 이상의 원료가 인증된 유기농 재료여야 하며, 유기농 인증을 부여한 기관명을 적시해야함 (e.g. Certified Organic by 00000 Certification Inc.) • 유기농 원료의 함량이 70% 이하인 경우 다음과 같이 표기할 수 있음 <ul style="list-style-type: none"> - 소금과 물을 제외한 70% 이하의 원료가 유기농 원료인 경우, 유기농 마크를 표기할 수 없으며 원료 표기 시 해당 원료가 유기농이라는 점만 표기 가능함 (e.g. Ingredients: Organic green tea, Organic lemon, ...)

자료 : 미국 식품의약국(FDA)

54) 미국 식품의약국(FDA), 「Docket No. FDA-2012-N-1210」, 2012
미국 식품의약국(FDA), 「Docket No. FDA-2004-N-0258」, 2004

▶ 미국 숙취해소제 라벨 샘플



- ① 제품종류
- ② 제품명
- ③ 제품설명
- ④ 용량

[앞면 라벨링]



- ① 섭취방법
- ② 원료 정보
- ③ 원산지
- ④ 수입 및 유통 업체
- ⑤ FDA 등록번호

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 영문]

- ① Type : Hangover Solution
- ② Name : DAWN 808
- ③ Information : NATURAL HERB TEA
- ④ Capacity : 4.5 FL OZ(140ml)

[앞면 - 국문]

- ① 제품종류: 숙취해소제
- ② 제품명: 여명 808
- ③ 제품 설명: 천연 허브차
- ④ 용량: 4.5 플루이드 온스(140ml)

[뒷면 - 영문]

- ① method of ingestion : For best taste serve chilled Take Dawn 808 anytime before, during, and after drinking
- ② Ingredient information : Water, Asparagine Acid, Beta Carotein, Alder, Licorice Root, MoutainAsh, Honey, Gourd
- ③ Origin : Made In Korea
- ④ Importer and distributor : LOLKO LLC 2910 AmwilerCourt NW, Atlandta, GA 30360 USA
- ⑤ FDA Registration : No. 2022 038

[뒷면 - 국문]

- ① 섭취방법 : 차갑게 마시는 것이 가장 좋습니다. 음주 전, 중, 후 여명 808을 드세요.
- ② 원료 정보 : 물, 아스파라긴산, 베타 카로틴, 알더, 감초 뿌리, 마가목, 꿀, 조롱박
- ③ 원산지 : 한국산
- ④ 수입 및 유통업체 : LOLKO LLC 2910 에밀러코트 NW, 애틀란타, GA 30360 미국
- ⑤ FDA 등록번호 : No. 2022 038



① 성분

② 원산지

[옆면 라벨링]

[옆면 - 영문]

① Nutrition facts

Nutrition Facts

Serving Size 1 Can(140ml)
serving per Container 1

Amount Per Serving		
Calories 70	Calories from Fat 0	%Daily Value *
Total Fat		0%
Total Carbohydrate	17g	6%
Sugars	16g	
Protein	0g	
Iron	3%	

*Not a significant source of saturated fat, cholesterol, sodium, dietary fiber, vitamin A vitamin C and calcium

*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calories needs:

② Origin : MADE IN KOREA

[옆면 - 국문]

① 영양성분표

영양 성분

제공량 1캔 (140ml)
용기당 제공 횟수 1회

제공당 용량		
열량 70	지방에 의한 열량 0	%1일 기준치 *
총 지방		0%
총 탄수화물	17g	6%
당분	16g	
단백질	0g	
철분	3%	

*포화 지방, 콜레스테롤, 나트륨, 식이 섬유, 비타민 A 비타민 C 및 칼슘의 중요한 공급원이 아닙니다.

**1일 영양성분 기준치에 대한 비율은 2,000칼로리를 기준으로 개인의 필요 열량에 따라 다를 수 있음

② 원산지 : 한국산

4. 미국 숙취해소제 서류 준비

서류 준비

미국으로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
서류 정보 제공

숙취해소제

숙취해소제 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

원산지증명서 기재 정보

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

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

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

원산지증명서의 경우 자율증명방식으로 자신이 생산한 제품에 대하여 스스로 발행한 원산지확인서 또는 원산지소명서를 근거로 하여 원산지증명을 할 수 있음. 특별히 정해진 양식은 없으나 반드시 기재되어야 하는 정보가 있어 해당 정보에 유의해야 함. 우리나라에서는 작성 필수 항목을 포함한 원산지증명서 권고 양식을 두고 있어, 해당 서식⁵⁵⁾을 활용하여 쉽게 작성 가능함

[표 4.6] 미국 통관 서류

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

자료 : 미국 세관국경보호국(CBP), 미국 식품의약국(FDA)

55) FTA종합지원센터(okfta.kita.net) 'FTA 활용' 항목의 '원산지증명서발급-자율증명방식' 페이지를 통해 확인 가능함

5. 미국 숙취해소제 세금 납부

세금 납부

미국으로 제품 수출 시,
통관 과정에서 요구되는
세금 정보 제공

숙취해소제

숙취해소제 품목은
일반가공식품으로 분류하여
해당하는 정보를 제공함

- ▶ 미국 숙취해소제 HS-CODE 2106.90-9898, 관세율 0% 적용
- ▶ 한-미 FTA 발효로 협정세율 '적용'

숙취해소제의 경우 미국에서는 HS-CODE 2106의 2106.90-9898 세번을 사용하여 수입됨.⁵⁶⁾ 미국 수입 시 기본 세율은 6.4%를 적용받으나 한국산 제품의 경우 2015년 12월 20일부로 발효된 한-미국 FTA 협정으로 협정 세율을 적용받아 0% 관세율이 적용됨. 관세 외에도 판매세(Sales Tax)를 납부해야하며 해당 세율은 최소 0%⁵⁷⁾에서 최대 9.55%⁵⁸⁾ 주(State) 별로 달리 적용됨

- 수입 서류 심사비용에 100달러(한화 약 12만 원)⁵⁹⁾ 소요
- 수입 서류 심사 기간은 8시간 소요
- 통관 비용은 175달러(한화 약 21만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 2시간 소요

[표 4.7] 한국·미국 HS CODE 비교 및 미국 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	2106	다로 분류되지 않은 조제 식료품	
	2106.90	기타	
	2106.90-9099	기타	
미국	2106.90-9898	기타	
관세	기본관세율	6.4%	
	협정 세율	0%	
판매세	0 - 9.55% (주 별로 달리 적용)		

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 미국 관세 정보 시스템(USITC),
미국 세무 정책 재단 (Tax Foundation)

56) 미국 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 2106.90 중 숙취해소제에 해당되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단은 미국 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 미국 관세청을 통한 확인이 필요함

57) 알래스카(Alaska), 델라웨어(Delaware), 몬타나(Montana), 뉴햄프셔(New Hampshire), 오레곤(Oregon) 등 5개 주 기준, 2020

58) 테네시(Tennessee) 기준, 2020

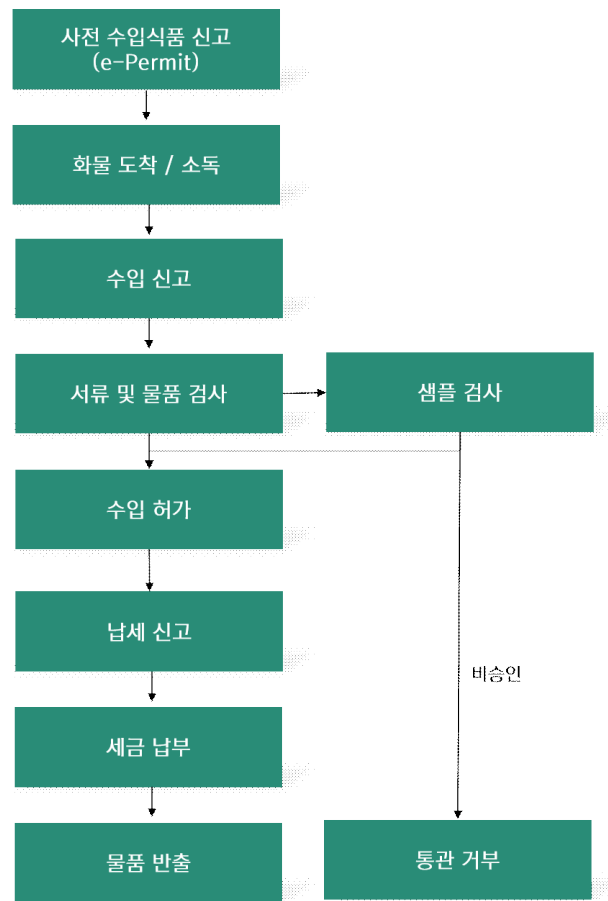
59) 1달러=1,198.50원 (2020.07.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6. 미국 숙취해소제 검역 심사 절차

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

수입 신고 후, 미국 세관국경보호국(CBP)은 통관자동화시스템(ATS, Automated Targeting System)의 기준에 따라 수입 물품의 위험도를 심사함. 화물 위험도에 따라 실물검사 또는 서류검사 등의 차등검사제도가 진행됨

[표 4.8] 미국 일반가공식품 통관 프로세스



- ▶ 미국 숙취해소제 식품 첨가물 규정 확인 필요

[표 4.9] 미국 식품 첨가물 규정 확인 방법

사이트	KATI농식품수출정보(www.kati.net)
국가	미국
식품유형	기타 식품류>기타 가공품 그외 분류>그외 식품(식품첨가물, 건강기능식품 등)

7. 수출 대상국가(미국) 관련 규제 정보

▶ 미국 해외에서 반입되는 수입 식품에 대한 안전성 규제 강화

미국은 식품안전현대화법(FSMA, Food Safety Modernization Act)를 기반으로 식품의 제조부터 유통, 리콜까지 광범위하게 규제하고 있음. 특히, 해외에서 반입되는 수입 식품에 대한 안전성 강화를 위한 방향으로 적용지침을 확대하고 있기 때문에, 미국에 식품을 수출하고자 하는 업체는 이를 상시 확인해야함. 수출업자가 주의해야하는 규정은 다음과 같음

[표 4.10] 미국 식품안전현대화법(FSMA)

적용 규제	해외공급자검증프로그램(FSVP, Foreign Supplier Verification Program)
	미국으로 수입되는 식품이 미국의 안전규정에 따라 생산되었다는 것을 인증하는 프로그램
내용	<ul style="list-style-type: none"> • 위험성 평가 : 최소 3년마다 진행 • 위험성 평가 내용 <ul style="list-style-type: none"> - 생물학적 위험(기생충, 박테리아 외), 화학적 위험(방사선 위험, 살충제 및 잔존 약물, 천연 독소, 식품 분해, 비승인 식품 첨가물 또는 색소 및 음식 알레르기), 물리적 위험(유리 외) • 위험성 평가 요소 : <ul style="list-style-type: none"> - 식품의 배합, 식품 생산시설 및 설비의 상태, 기능 및 설계 - 원재료 및 기타 성분, 운송 방식, 수확, 재배, 제조, 포장 과정, 포장 및 라벨 표시, 저장 및 유통, 용도, 위생(직원의 위생 상태를 포함)
적용 규제	수입업자자율관리프로그램(VQIP, Voluntary Qualified Importer Program)
	안전 기준을 충족시키는 수입업자를 대상으로 미국 입국 절차를 신속하게 처리할 수 있도록 사전에 신청하는 제도
내용	<ul style="list-style-type: none"> • 혜택 : <ul style="list-style-type: none"> - VQIP 신청서에 포함된 모든 식품에 대해 신속한 입국 처리 - 샘플링 검사 필요 여부 사전 제공 - 온라인 승인 시 즉시 출하 가능 • 자격 획득 요건 : FSVP 표준을 만족하고, 공인된 제3의 인증기관으로부터 공급업체의 시설 인증을 획득하고, 운송 및 식품 보호와 관련된 규정을 준수해야함

자료: 미국 식품의약국(FDA)

▶ 미국 숙취해소제 수출 기업의 식이보충제 및 의약품 규정 검토 필요

미국에서는 건강기능식품과 유사한 개념으로 ‘식이보충제(Dietary Supplement)’가 있으며, 이는 식사를 보충하기 위한 식이원료(Dietary Ingredient)를 함유하는 제품을 의미함

미국 식품, 의약품 및 화장품법⁶⁰⁾에 따르면 특정 증상을 치료, 완화, 예방하기 위한 제품은 의약품으로 간주되며 제품 라벨에 식이보충제로 표시하더라도 의약품법을 적용함. 의약품은 미국 식품의약국(FDA)의 승인을 취득해야 하며 효능, 복용량, 부작용 등에 대한 평가를 받아야함

최근 미국 식품의약국(FDA)은 숙취해소 제품을 판매한 7개 업체에 대해 승인되지 않은 신의약품의 판매 및 FDA 약품 평가를 받지 않은 것으로 시정 공문을 발행함⁶¹⁾. 따라서 숙취해소 제품을 식이보충제로 미국에 판매하고자 하는 기업이라면, 아래의 일부 시정 공문 내용을 검토하여 제품 라벨 표기에 주의를 기울여야함

[표 4.11] 미국 식품의약국(FDA)의 숙취해소 제품 경고 사례

업체명	위반 사례
더블 우드 (Double Wood)	<ul style="list-style-type: none"> • 위반 이유 <ul style="list-style-type: none"> - 웹사이트에 자사 제품을 효과적인 숙취 예방 보충제로 기재함 - ‘암펠롭신(제품의 성분)’을 숙취 증상 완화제로 기재함 • 제재 이유 <ul style="list-style-type: none"> - 숙취 증상을 완화하는 제품은 ‘신의약품’으로 분류함 - 신의약품은 해당 약물이 안전하고 효과적임을 입증하는 과학적 데이터 및 정보를 기반으로 FDA의 승인을 취득해야함
비타해븐 (Vita Heaven)	<ul style="list-style-type: none"> • 위반 이유 : 자사 제품이 숙취를 완화하고, 숙취를 유발하는 알코올 분해 성분이 들어 있다고 기재함 • 제재 이유 : 위와 동일
해피아우어비타민 (Happy Hour Vitamins)	<ul style="list-style-type: none"> • 위반 이유 : N-아세틸 시스테인이 숙취를 증가시키는 아세트알데이드의 해독을 도와주고, 밀크 씨슬, 찹쌀 가루, 아티 초크 잎 추출물이 간을 보호한다고 기재함 • 제재 이유 : 미국의 식이 보충제 규정 및 신의약품 규정 미충족

자료: 미국 식품의약국(FDA)

60) 미국 의회(United States Congress), 「Federal Food, Drug, and Cosmetic Act」, 2020 개정

61) 2020.07.29. 미국 식품의약국(FDA) 홈페이지 참조

VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

- Interview ① 월그린(WalGreens)
- Interview ② 지앤씨(GNC)
- Interview ③ 맥스그로서(Mexgrocer)
- Interview ④ 월마트(Walmart)
- Interview ⑤ 에이치마트(H Mart)

Interview ① 월그린(WalGreens)

62)

● 월그린

(WalGreens)

전문가 소속

월그린
(WalGreens)
유통업체

연락처
+1-800-925-4733

전문가 정보

Ms. Penny
(Product Manager)




월그린(WalGreens)

Product Manager, Ms. Penny

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

월그린은 1901년에 설립된 드럭스토어로, 미국 내 가장 큰 약국 체인기업이며 현재 미국에 총 7,000여개의 매장을 보유하고 있습니다. 주로 헬스&뷰티 제품, 비타민 등의 영양보충제, 미네랄 등 다양한 의약품들을 취급하고 있습니다.

Q. 미국 내 숙취해소제의 인식과 수요는 어떤가요?

미국은 높은 주류 소비량에 비해 숙취해소제의 인지도는 낮습니다. 젊은 층들은 과도한 음주 후 다음날 숙취에 대해 크게 신경 쓰지 않으며 숙취해소제를 찾기보다는 자연스럽게 숙취가 해소될 때까지 안정을 취하는 편입니다.

Q. 미국 내 숙취해소제의 주 소비자는 누구인가요?

숙취해소제의 주 소비자는 20-40대입니다. 특히 대학생의 경우 스프링브레이크(Spring Brake)⁶³⁾ 기간의 주류 소비량이 가장 높는데, 해당 시기에 숙취해소제 판매량도 비교적 높은 편입니다. 또한 매일 출근해야 하는 직장인들도, 그 전날 저녁 음주 시 일상생활에 지장을 주지 않기 위해 숙취해소제를 많이 구매하는 편입니다.

Q. 미국 내에서 판매되고 있는 숙취해소제 제품이 있나요?

미국에서 가장 유명한 숙취해소제는 블로우피시(Blowfish)의 제품입니다. 블로우피시는 미국 국내 브랜드로 가격이 저렴하며, 미국 식품의약국(FDA, Food and Drug Administration)의 승인을 받은 제품이기 때문에 소비자 신뢰도가 높습니다.

62) 사진자료: 월그린(WalGreens) 홈페이지

63) 1930년대 미국의 대학교에서 시작된 이른 봄의 휴가 기간이며, 학기가 되기 전 한 학년의 마지막 방학임. 주로 3월 1일 ~ 4월 15일 사이 1-2주 동안 진행됨

Q. 숙취해소제는 주로 어디에서 판매되고 있나요?

숙취해소제 제품의 경우 온라인으로의 유통이 가장 활발한 편입니다. 미국 내 대형 유통업체인 아마존(Amazon)이나 월마트(Walmart)에서는 소형 약국이나 슈퍼마켓에서보다 쉽게 숙취해소제 제품을 구매할 수 있습니다. 또한 주로 술을 마시는 공간인 바, 펍, 클럽 근처의 소매점에서 숙취해소제를 판매하기도 합니다.

Q. 미국으로 숙취해소제 수출 시, 필수적인 통관 절차가 있나요?

미국 식품의약국(FDA)은 수입 제품 및 해당 제품 공정의 안전성을 관리·감독하는 기관입니다. 따라서 미국으로 식품을 수출하고자 하는 업체는 수입 전 미국 식품의약국(FDA)에 사전 업체 등록을 진행해야 합니다. 업체 주소, 연매출, 세금 정보 등의 기본 서류들을 제출한 후 미국 당국의 승인이 있어야 수출 절차를 진행할 수 있습니다.

Interview ② 지앤씨(GNC)

64)

●
지앤씨
(GNC)

전문가 소속

지앤씨
(GNC)
유통업체

연락처
+1-301-737-2821

전문가 정보

Mr. Jordan
(Administration Staff)



지앤씨(GNC)

Administration Staff, Mr. Jordan

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

지앤씨는 1935년에 설립된 영양제 전문 제약업체로, 현재 세계 50개국에 진출해있으며 약 9,000여개의 매장을 운영하고 있습니다. 주요 취급 품목은 비타민, 단백질, 영양보충제, 에너지식품, 건강식품 등이 있습니다.

Q. 미국 내 숙취해소제의 소비 트렌드는 어떤가요?

미국은 아직 숙취해소제 시장이 크게 발달하지 않아 시중에서 쉽게 접할 수 있는 제품은 블로우피시(Blowfish) 제품이 거의 유일합니다. 숙취해소제의 주 소비계층은 20-30대로, 소비자들은 실질적인 숙취 해소 효능을 가장 중시합니다. 그러나 해당 제품은 미국 내 점유율에 비하여 효과가 미미하다는 평이 있기에, 숙취에 더욱 효과적인 제품이 출시된다면 충분히 경쟁력이 있을 것으로 예상됩니다.

Q. 미국 내 숙취해소제의 주요 유통 채널 및 홍보 방법은 무엇인가요?

블로우피시는 제품 출시 시, 주류 제품과 함께 소셜미디어를 통한 광고를 진행하였습니다. 또한 바(Bar)나 클럽 등에서 주류와 함께 판매하기도 하였는데, 해당 마케팅이 매우 효과적이었기 때문에 초기 시장 진입에 성공할 수 있었습니다.

Q. 미국으로 숙취해소제 수출 시 주의해야 할 점이 있나요?

식품에 대한 건강 관련 효능을 광고하고 싶다면 반드시 미국 식품의약국(FDA)에 건강기능식품 등록 절차를 거쳐야 합니다. 또한 전체 성분의 95% 이상이 유기농 제품이라면, USDA⁶⁵⁾ 유기농 인증(USDA Organic Certification)을 받아야 하며 이는 USDA가 지정한 80개의 인증기관에서 발급받을 수 있습니다.

64) 사진자료: 지앤씨(GNC) 홈페이지

65) 미국 농무부, United States Department of Agriculture

Interview ③ 멕스그로서(Mexgrocer)

66)

멕스그로서 (Mexgrocer)

전문가 소속

멕스그로서
(Mexgrocer)
수입유통업체

연락처

+1-858-270-0577

전문가 정보

Mr. John
(Sales Manager)



멕스그로서(Mexgrocer)

Sales Manager, Mr. John

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

멕스그로서는 2000년에 설립된 수입유통업체로 주로 멕시코 식재료를 취급하고 있습니다. 멕시코 음료, 스낵, 통조림, 디저트 등 다양한 식품들을 판매하고 있으며 미국 캘리포니아에 위치한 매장과 자사 온라인 홈페이지를 통해서 판매를 진행하고 있습니다.

Q. 미국 내 숙취해소제의 판매 동향은 어떤가요?

저희 업체에서는 네버투헝오버(Never Too Hangover)와 드링크에이드(Drink Ade)사의 제품을 판매하고 있습니다. 숙취해소제는 1년 중 크리스마스나 스프링브레이크 등 주류 소비량이 많은 시기에 판매량이 집중적으로 상승하며, 아칸소와 미시시피주와 같은 미국 남부 농업지대보다는 LA나 뉴욕 등의 대도시에서 주로 판매되고 있습니다.

Q. 미국 내 숙취해소제의 인식 및 수요는 어떤가요?

불과 몇 년 전까지만 해도 숙취해소제에 대한 미국 내 인식이 전무하였으나, 블로우피시(Blowfish)사의 숙취해소제 제품 출시로 인해 점차 인지도가 상승하고 있습니다. 그러나 트렌드에 민감한 젊은 층을 제외하고는 아직까지 미국 내에서 숙취해소제는 대중화되지 않았습니다.

Q. 미국에서는 어떤 식으로 숙취를 해결하나요?

미국 사람들은 숙취를 해소하고자 할 때, 두통제 및 진통제와 이온음료를 섭취하는 편입니다. 그러나 숙취해소전용으로 나온 제품은 두통과 위 통증을 완화해주는 진정효과와 갈증을 해소해 주는 수분 보충(Hydration)효과를 둘 다 가지고 있다는 점에서 인기를 얻고 있습니다.

Q. 미국으로 숙취해소제 수출 시 효과적인 홍보 및 유통 방법이 있나요?

소비자들은 숙취해소제 구매 시 효능을 가장 중요시하기 때문에 ‘효과적인 숙취 해소!(Treating Hangover Effectively!)’라는 의미의 슬로건이 가장 큰 마케팅 전략입니다. 또한 숙취해소제는 주로 온라인에서 판매되고 있기 때문에 미국 내 대부분의 소비자들이 사용하고 있는 아마존(Amazon), 월마트(Walmart) 등에서 좋은 소비자 평가를 받아야 이후 오프라인으로도 유통채널을 확대할 수 있습니다.

Interview ④ 월마트(Walmart)

67)

●
월마트
(Walmart)

전문가 소속

월마트
(Walmart)
유통업체

연락처
+1-800-925-6278

전문가 정보

Ms. Ashley
(Customer Service)




월마트(Walmart)

Customer Service, Mr. Ashley

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

월마트는 1969년에 설립된 세계 최대의 유통업체로, 전 세계 기업 중 연 매출 1위를 기록하였습니다. 현재 세계 27개국에 11,300여개의 매장을 운영하고 있으며 미국 식료품 판매의 약 19%를 담당하고 있습니다.

Q. 미국에서 판매 중인 숙취해소제 제품은 어떤 것이 있나요?

현재 미국에는 숙취해소 제품보다는 숙취를 예방해주는 제품들이 많이 판매되고 있습니다. 예를 들어, 음주 45분 전 몸에 부착하는 바이톡스더행오버패치(BYTOX The Hangover Patch)는 구토 및 두통 증상을 완화해주는 것이 아니라, 알코올이 체내 비타민 흡수를 저하시키기 때문에 미리 음주 전 비타민을 공급해주는 효과를 가지고 있습니다.

Q. 미국 내 숙취해소제 제품은 주로 어디에서 판매되고 있나요?

숙취해소제는 주로 온라인에서 구매할 수 있으며, 대부분의 오프라인 약국에서는 숙취해소제에 대한 소비자 수요가 상당히 낮기 때문에 잘 판매하지 않습니다. 숙취에 시달리는 소비자들은 오프라인 약국을 찾아다니며 제품을 구매하기가 어렵기 때문에 미리 온라인으로 제품을 주문하는 편입니다.

Q. 미국으로 숙취해소제 수출 시, 조사사항이 있나요?

현재 미국에서 판매 중인 숙취해소제 대부분은 숙취해소를 목적으로 나온 제품들이 아니라 숙취의 증상인 구토, 속쓰림, 근육통, 두통, 갈증 중 하나의 증상을 완화해주는 제품들입니다. 따라서 숙취해소에 특화된 제품이 출시된다면 쉽게 소비자의 구매를 이끌어 낼 수 있을 것이며 충분히 시장 내 경쟁력이 있을 것으로 예상됩니다. 그러나 확실한 숙취해소 효과가 증명되어야만 소비자들의 재구매로 이어질 것입니다.

Interview ⑤ 에이치마트(H Mart)

68)

● 에이치마트 (H Mart)

전문가 소속

에이치마트
(H Mart)
수입유통업체

연락처

+1-212-695-3283

전문가 정보

Ms. Usha Suryabansi
(Sales Assistant)



에이치마트(H Mart)

Sales Assistant, Ms. Usha Suryabansi

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

에이치마트는 1982년에 설립된 수입유통업체로 뉴욕, 뉴저지, 캘리포니아 등 미국 내 대부분의 도시에서 매장을 운영하고 있습니다. 주로 한국 브랜드 위주의 아시아 식품을 취급하며 육류, 농수산물, 유제품, 반찬류, 간편식품 등 다양한 제품들을 판매하고 있습니다.

Q. 미국 내 숙취해소제에 대한 인식은 어떤가요?

숙취해소제는 음주가 잦은 젊은 층의 소비자들에게 많이 알려져 있지만, 효능에 대한 마케팅에 비해 실질적으로 숙취해소에 효과적이지 않다는 소비자들의 평가가 있습니다. 그러나 최근 더욱 확실한 효과를 가진 숙취해소제가 출시 되면서 해당 제품에 대한 수요가 상승하고 있는 추세입니다. 일반적으로 숙취해소알약(정) 보다는 숙취해소음료의 판매량이 높습니다.

Q. 미국에서 숙취해소제의 주요 구매 요인은 무엇인가요?

숙취해소제는 적당한 음주를 즐긴 소비자보다는 과음을 하여 숙취에 시달리는 소비자들이 주로 구매합니다. 숙취로 고생하고 있는 소비자의 입장에서는 신체적으로 힘든 상황에서 복용하는 제품이기 때문에 확실한 숙취해소 효과를 기대합니다. 만약 숙취해소제 복용 후에도 소비자 스스로 느껴지는 효과가 없다면 제품의 구매를 돈낭비라고 생각할 것입니다. 따라서 미국으로의 숙취해소제 진출 시 뚜렷한 숙취해소 효과에 대한 과학적인 입증이 반드시 뒷받침 되어야 합니다.

Q. 미국 내에서 판매되고 있는 숙취해소제 제품은 어떤 마케팅을 사용하나요?

저희 업체에서 취급하고 있는 여명808(Dawn 808)의 경우, ‘숙취는 이제 안녕!(Say Goodbye to Hangover!)’이라는 캐치프레이즈로 마케팅을 진행하였습니다. 해당 제품은 간편하게 마실 수 있는 캔 제품이기 때문에 소비자 선호도가 높으며, 숙취해소 효과에 대한 재미있는 마케팅 문구로 입소문을 통해 유명세를 얻었습니다.

Q. 미국으로 숙취해소제 수출 시 효과적인 유통 및 홍보 채널은 무엇인가요?

숙취해소제는 미국 내 인지도는 있지만 대중적이지는 않아, 슈퍼마켓 등의 오프라인 채널 보다는 주로 온라인에서 판매되고 있습니다. 숙취해소제의 주 소비자는 젊은 층이기 때문에, 젊은 층들의 관심을 끌기에 가장 좋은 플랫폼은 소셜 미디어입니다. 소셜 미디어를 통한 마케팅으로 먼저 온라인 유통업체에 입점하여 소비자 반응을 살핀 다음 오프라인으로 판매하는 것이 효과적입니다.

Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)

Export Insights

01 시장규모

비타민 및 건강보조식품 36.4조 원
 강장제 1.6조 원
 복합 식이 보조제 1.4조 원

02 소비특징

미국 숙취해소제, 음료 또는 알약 제형 多
 밀크씨슬, 전해질 등의 성분 키워드 빈출
 주요 소비자층은 파티를 즐기는 성인남녀로 확인돼
 숙취해소 문화 관련 피자, 아이스크림 등의 음식 빈출

06 전문가인터뷰

- 01. 숙취해소제 인지도 아직 미미
- 02. 온라인 통한 유통 및 홍보 多
- 03. 효능에 대한 기대감 높아

03 유통채널

H&B 19.4%
 온라인 19.1%
 창고형 할인매장 17.7% 등
 전문가 인터뷰 결과 온라인 유통이 대다수

05 세금/관세

한-미 FTA 체결로 협정세율 0%

04 통관/검역

사전 식품 수입 통지
 사전 식품 제조 시설 등록 필수



A사 숙취해소제

강장제/복합 식이보조제
 시장규모(*19)

1.6조 원/1.4조 원

각각 전체 비타민 및 건강보조식품
 시장의 5%, 4% 차지
 복합 식이보조제 시장의 성장 예상



조사 제품의 제형을 기준으로 복합 식이보조제와 강장제의 미국
 시장규모를 조사함. 비타민 및 건강보조식품 대비 점유율은 크지
 않으나, 복합 식이보조제는 추후 시장 성장이 예상됨. 주 소비층으로
 예상되는 미국 20~50대 인구는 전체 인구의 53%를 차지하며, 특히
 20대 남성의 규모가 조사 대상군 중 가장 많았음. 인구수 상위
 지역은 캘리포니아주, 텍사스주, 플로리다주로 확인되며 알코올
 섭취량 상위 지역은 뉴햄프셔주, 컬럼비아주, 델라웨어주로 확인됨

숙취해소제 소비특징

음료·알약 형태의 숙취해소제 보편적

밀크씨슬, 전해질, 시스테인 등의 성분 키워드 빈출
 주요 소비자층은 파티를 즐기는 성인남녀

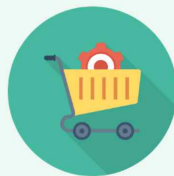


미국 온라인 쇼핑몰 내 판매되고 있는 숙취해소제 분석 결과 음료
 또는 알약 형태의 제품이 가장 많았으며, 성분 관련 밀크씨슬 추출물,
 전해질, 시스테인 등이 빈출함. 주 소비층으로 파티에 참석하는 성인
 남녀가 확인되어, 파티 참석 전이나 후에 숙취해소제를 구입하는
 것으로 드러남. 숙취해소 문화 관련 피자, 아이스크림 등의 음식이
 빈출함

숙취해소제 유통채널

온라인 통한 유통·홍보 보편적

H&B 19.4%
 온라인 19.1%
 창고형 할인매장 17.7%
 이외 바(Bar), 펍(Pub) 등도 주요 오프라인 판매 채널



숙취해소제의 상위 카테고리인 비타민 및 식이보조제 유통채널 점유율 조사
 결과, H&B, 온라인, 창고형 할인매장, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 16~19%
 정도의 유사한 점유율을 보임. 인터뷰 결과 모든 전문가가 숙취해소제의
 주요 유통채널로 온라인을 언급했으며, 특히 소셜 미디어를 통해 주류와
 함께 유통·홍보하는 것을 추천함. 숙취해소제가 아직 미국 내 보편화되지
 않은 만큼, 일반적인 오프라인 유통채널보다는 바(Bar), 펍(Pub) 등의
 내부나 근처 소매점에서 판매되는 경우가 많다고 답변함



통관 및 검역

미국 숙취해소제 수출 시 사전 식품 제조시설 등록 필요

강제 인증, 사전 심사는 없으나
사전 수입 통지·사전 식품 제조시설 등록 필요



숙취해소제는 미국 수출 시 일반가공식품으로 분류되며, 적용받는 강제 인증이나 사전 심사는 없음. 그러나 FDA를 통해 사전 수입 통지와 식품 제조 시설 등록 절차를 필수적으로 거쳐야 함. 라벨은 영어 기재가 필수이며 기타 외국어 병기가 가능함. 관세 업무는 허가받은 통관 브로커를 통해서 진행 가능하며, 한-FTA 체결로 협정세율 0%를 적용받음

전문가 인터뷰

01. 숙취해소제 인지도 아직 미미
02. 온라인을 통한 유통·홍보 중요
03. 숙취해소에 효과에 대한 기대 高

전문가 5명 중 3명 이상이
공통으로 제시한 소비 트렌드

전문가 5명 중 3명 이상이 숙취해소제의 낮은 수요 및 주 소비층, 온라인을 통한 유통·홍보 의 중요성, 제품 주 구매 요인 및 선호 유형에 대해 언급함. 미국의 주류 소비량은 높은 편임 에도 불구하고, 숙취해소제 시장은 아직 크게 형성되지 않음. 하지만 트렌드에 민감한 20-40대를 중심으로 수요가 증가하는 중임. 숙취해소제 대신 이온음료와 진통제를 함께 섭취하거나, 음식을 통해 숙취를 해소하는 문화가 형성되어 있음. 전문가 모두 온라인 및 소셜 미디어를 통한 유통·홍보를 추천함. 또한, 시중에 뚜렷한 선도 제품이 없으며, 과음 후에 숙취해소제를 복용하는 만큼 기타 요소보다 제품의 효능에 대한 소비자 기대감이 큰 상황임

진출제언



01. 제품 수요 미국 내 숙취해소제는 아직 대중화되지 않았으나, 경쟁 제품의 선전과 함께 20-40대를 중심으로 수요가 증가 중임. 미국인들은 숙취해소제를 복용하기보다는 자연스럽게 숙취가 해소되기를 기다리거나, 이온음료와 진통제, 숙취 예방 패치, 음식 섭취 등을 통해 숙취를 해소하는 것으로 확인됨. 스프링브레이크, 크리스마스 등 주류 판매가 증가하는 기간에 숙취해소제의 판매량도 함께 증가함
02. 유통채널 오프라인 약국이나 슈퍼마켓 등을 통한 숙취해소제 유통은 적으며, 젊은 층이 온라인으로 구매하는 경우가 대다수임. 따라서, 먼저 소셜 미디어나 온라인 커머스를 통해 주류와 함께 유통 및 홍보하여 소비자 반응을 살피는 것을 추천함. 또한 오프라인 채널로는 주로 바(Bar), 펍(Pub) 내부나 근처 소매점이 언급됨
03. 구매 요인 미국 내 숙취해소 효과를 전면에 내세운 제품이 적어, 숙취해소 효과에 대한 소비자들의 기대감이 큼. 이에, 숙취해소 효과를 증명할 수 있는 인증이나, 숙취해소 효과 관련 캐치프레이즈를 소구한다면 효과적인 시장 진입이 가능할 것임. 제품 형태로는 액체, 알약 형태가 보편적인 것으로 확인됨



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 국립 알코올남용·중독연구소(National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism), 「Apparent Per Capita Alcohol Consumption: National, State, And Regional Trends, 1977-2018」, 2020
2. 국제보건기구(WHO, World Health Organization), 「Global status report on alcohol and health 2018」, 2018
3. 미국 식품의약국(FDA), 「Food Labeling: Revision of the Nutrition and Supplement Facts Labels」, 2020
4. 미국 의회(United States Congress), 「Federal Food, Drug, and Cosmetic Act」, 2020 개정
5. 미국 식품의약국(FDA), 「A Food Labeling Guide-Guidance for Industry」, 2013
6. 미국 인구조사국(US Census Bureau), 「ACS Demographic And Housing Estimates」, 2018
7. 트렌드소스(Trend Source), 「2019 ALCOHOL INDUSTRY REPORT 2019」, 2019

■ 참고 사이트

1. 국립 알코올남용·중독연구소(National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism) (www.niaaa.nih.gov)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. 관세정보법령포털 (unipass.customs.go.kr)
4. 그레이티스트(Greatest) (greatist.com)
5. 그로서리다이브(Grocery Dive) (www.grocerydive.com)
6. 뉴스페이퍼닷컴(Newspapers.com) (www.newspapers.com)
7. 뉴욕타임즈(The Newyork Times) (www.nytimes.com)
8. 뉴욕포스트(NYPost) (www.nypost.com)
9. 더블유아이티에프뉴스(Witf.News) (www.witf.org)
10. 두잉비즈니스(Doing Business) (doingbusiness.org)
11. 드링크체이서(Drinkchaser) (www.drinkchaser.com)
12. 러더포드소스(Rutherford Source) (www.rutherfordsource.com)
13. 레딧(Reddit), (Reddit.com)
14. 리테일다이브(Retail Dive) (www.retaildive.com)
15. 맥스그로서(Mexgrocer) (www.mexgrocer.com)
16. 모바일헬스뉴스(Mobile Health News) (mobilehealthnews.com)
17. 미국 세관 국경보호국 (www.cbp.gov)
18. 미국 세무 정책 재단 (Tax Foundation) (taxfoundation.org)
19. 미국 식품의약국(Food and Drug Administration) (www.fda.gov)
20. 미국 연방 관보(Federal Register) (ecfr.federalregister.gov)
21. 미국식품의약국(FDA) (www.fda.gov)
22. 미국 인구조사국(US Census Bureau) (www.census.gov)
23. 미국연방규정집(Code of Federal Regulations) (ecfr.gov)
24. 버디(Byrdie) (www.byrdie.com)
25. 비즈니스와이어(Businesswire) (www.businesswire.com)
26. 세븐일레븐(7-Eleven) (www.7-eleven.com)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

27. 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News) (www.supermarketnews.com)
28. 스타티스타(Statista) (www.statista.com)
29. 식품의약청(FDA) (www.fda.gov)
30. 씨넷(C Net) (www.cnet.com)
31. 씨브이에스(CVS) (www.cvs.com)
32. 씨브이에스헬스(CVSHealth) (www.cvshealth.com)
33. 씨에스피데일리뉴스(CSP Dailynews) (www.cspdailynews.com)
34. 씨엔비씨(CNBC) (www.cnbc.com)
35. 씨엔엔(CNN) (www.cnn.com)
36. 아마존(Amazon) (www.amazon.com)
37. 야후파이낸스(Yahoo Finance) (www.finance.yahoo.com)
38. 에이치마트(H Mart) 홈페이지(www.hmart.com)
39. 에이치이비(H-E-B) (www.heb.com)
40. 엠에스엔머니(MSN Money) (www.msn.com)
41. 월그린(Walgreens) (www.walgreens.com)
42. 월그린부츠얼라이언스(Walgreens Boots Alliance) (www.walgreensbootsalliance.com)
43. 월마트(Walmart) (www.walmart.com)
44. 월스트리트저널(Wall Street Journal) (www.wsj.com)
45. 유로모니터(Euromonitor) (www.euromonitor.com)
46. 이베이(Ebay) (www.ebay.com)
47. 이터시애틀(Eater Seattle) (seattle.eater.com)
48. 인스타카트(Instacart) (www.instacart.com)
49. 지엔씨(GNC) (www.gnc.com)
50. 카티(Kati) 홈페이지(www.kati.net)
51. 코퍼스크리스티비즈니스뉴스(Corpus Christi Business News) (www.ccbiznews.com)
52. 크로거(Kroger) (www.kroger.com)
53. 탐파베이비즈니스저널(Tampa Bay Business Journal) (www.bizjournals.com/tampabay)
54. 텔레그래프(Telegraph) (www.telegraph.co.uk)
55. 트렌드소스(Trend Source) (<https://www.trendsource.com>)
56. 파코오피스(Parcoffice) (www.parcoffice.com)
57. 퍼블릭스(Publix) (www.publix.com)
58. 포브스(Forbes) (www.forbes.com)
59. 폭스비즈니스(Fox Business) (www.foxbusiness.com)
60. 피알뉴스와이어(PR Newswire), www.prnewswire.com
61. 피츠버그비즈니스타임즈(Pittsburgh Business Times) (www.bizjournals.com/pittsburgh)
62. 휴스턴크로니클(Houston Chronicle) (www.houstonchronicle.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2020.09.01

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

Copyright 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved.

Printed in Korea