



2020

# 해외시장 맞춤형조사

No. | 202008-13

품목 | 피클(Pickle)

국가 | 미국(U.S.A)

구분 | 시장분석형

# Contents

<b>I. 요약(Summary)</b>	04
<b>II. 시장규모(Market Size)</b>	
1. 미국 피클 시장규모	13
2. 미국 피클 수출입 시장규모	14
3. 미국 피클 소비 시장규모	15
4. 미국 피클 생산 시장규모	17
<b>III. 시장트렌드(Market Trend)</b>	
1. 미국 피클 이슈, '신제품 개발 및 담그기 공유'	23
2. 미국 피클 특징, '마늘·팩·미국 브랜드·코셔 인증' 다수	24
3. 피클 레시피, '디핑 소스 및 수프' 연관 높아	25
4. 유아용 피클 판매, 미국 내 여론 엇갈려	26
<b>IV. 유통채널(Distribution Channel)</b>	
1. 미국 피클 유통구조	28
2. 미국 피클 주요 유통업체	29
3. 미국 피클 B2C 소매채널	31
4. 미국 피클 B2B 소매채널	41

# Contents

## V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 미국 피클 인증 취득	52
2. 미국 피클 사전 절차	56
3. 미국 피클 라벨 심의	59
4. 미국 피클 서류 준비	63
5. 미국 피클 세금 납부	64
6. 미국 피클 검역 심사 절차	65
7. 미국 관련 규제 정보	66

## VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 웨어하우스115(Warehouse 115)	68
Interview ② 피클가이즈(Pickle Guys)	70
Interview ③ 월마트(Walmart)	72
Interview ④ 웹스토랑스토어(WebstaurantStore)	74
Interview ⑤ 미국 관세청(US Customs Department)	76

## VII. 시장진출제언(Export Insights)

※ 참고문헌	81
--------	----

# I . 요약(Summary)

# Summary

## ▶ 수요 분석

		수치	전문가 인터뷰	
<p>절인 식품 (소스, 드레싱 및 조미료 시장의 약 9.8%)</p>	<p>피클 대한국 수입규모 (對글로벌 수입규모의 약 0.1%)</p>	시장규모	소스, 드레싱 및 조미료 29조 2,279억 원	요리 재료, 반찬, 단독 섭취 등 다양한 방식으로 섭취 - 인기 피클 브랜드, 블라식과 마운트올리브
		수입규모	절인 식품 2조 8,761억 원	
소비 시장규모	글로벌	718억 원		
	한국	6,850만 원		
소비 시장규모	피클 소비 비율	75%		
	두 병 이상 섭취 비율	32.4%(한 달 기준)		

## ▶ 소비 트렌드 (빅데이터 분석)

		연관 키워드 순위	전문가 인터뷰	
<p>피클 이슈</p>	<p>피클 특징</p>	피클 이슈	코로나19 2nd / 18건	코로나19 영향, 면역력 강화 목적 피클 수요 증가 - 햄버거와 샌드위치 재료로 잘 어울림
		피클 이슈	레시피 4th / 13건	
피클 특징	피클 특징	마늘 2nd / 275건		
	피클 특징	Kosher 5th / 113건		
피클 레시피	피클 레시피	디핑 소스 0.27(상관계수)		
	피클 레시피	수프 0.19(상관계수)		

## ▶ 유통채널

		시장 점유율	전문가 인터뷰
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	79.0%	미국 첫 진출 시 슈퍼마켓, 편의점 등 오프라인 매장 진출 추천
	혼합 소매업체	12.1%	
	온라인	5.4%	
	개인 및 기타 식료품점	1.7%	
	기타	1.8%	

## ▶ 통관 및 검역

		핵심 키워드	전문가 인터뷰	
	인증취득	필수	필수인증 없음	미국 식품의약국(FDA) 통한 식품 제조시설 등록 필수 - 미국 식품의약국(FDA)과의 소통 도와줄 식품 대리인 추천
		선택	유기농 인증, HACCP, Kosher	
	사전절차	필수	사전 식품 통지 사전 식품 시설 등록	
		라벨 표기사항	미국 식품의약국(FDA)	
		서류 준비사항	원산지증명서 외 7건	
	세금납부	FTA 협정 관세율	9.6%	
		판매세	0~9.55%	

- ▶Point 01. 미국 소비자, 다양한 방식으로 피클 섭취하며 수요 높아
- ▶Point 02. 미국 식품의약국(FDA) 통한 피클 제조시설 등록 필수
- ▶Point 03. Kosher 및 유기농 인증받은 피클 제품 선호

# Market size

(시장규모)

## 미국(U.S.A)

### 피클 시장규모

지표 설정 기준: 제품 원료(오이), 제품 유형(절인 식품)

• 미국 소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)<sup>1)</sup> 시장규모

..... 264억 5,300만 달러('19)

• 미국 절인 식품(Pickled Products)<sup>2)</sup> 시장규모

..... **26억 300만 달러('19)**

(\*) Euromonitor International



- 절인 식품
- 소스, 드레싱 및 조미료

### 피클 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품 원료(오이), 제품 유형(절인 식품)

• HS 2001.10<sup>3)</sup> '오이에 식초를 첨가하여 절인 식품' 미국 **對** 글로벌 수입규모

..... 6,502만 달러('19)

• HS 2001.10 '오이에 식초를 첨가하여 절인 식품' 미국 **對** 한국 수입규모

..... **6만 2,000달러('19)**

(\*) International Trade Centre



- 對한국 수입규모
- 對글로벌 수입규모

### 피클 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '피클'은 미국에서 수요가 높으며, 다양한 제품군과 다수의 경쟁사가 존재함. 이에 소비자 규모 및 인기 브랜드를 파악하고자 '미국 피클 소비자 규모'와 '미국 인기 피클 브랜드'를 조사함

① 미국 피클 소비자 수('20)      ② 미국 인기 피클 브랜드('20)

2017년	..... 2억 3,809만 명	블라식	..... 30%
2018년	..... 2억 3,428만 명	클로센	..... 16%
2019년	..... 2억 4,143만 명	마운트올리브	..... 15%
2020년	..... 2억 4,585만 명	프라이빗라벨	..... 14%
2021년(F)	..... 2억 4,755만 명	하인즈	..... 8%
2022년(F)	..... 2억 4,931만 명	델몬트	..... 7%
2023년(F)	..... 2억 5,103만 명	피터파이버스	..... 1%
2024년(F)	..... 2억 5,273만 명	기타	..... 9%

### 피클 생산 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '피클'은 오이에 식초를 첨가하여 절인 식품임. 이에 해당 품목의 생산규모를 파악하고자 '미국 주별 4년간 오이 생산량'을 조사함

① 미국 주별 오이 생산량('16-'19)

미시간	..... 105만 7,350톤
플로리다	..... 84만 4,925톤
조지아	..... 34만 975톤
노스캐롤라이나	..... 31만 6,650톤
캘리포니아	..... 28만 4,775톤
위스콘신	..... 10만 6,225톤
텍사스	..... 8만 7,865톤
앨라배마	..... 8만 5,225톤

(\*) 스태티스타(Statista), 미 농무부 농업통계국(National Agricultural Statistics Service)

1) 소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments): 상온 소스, 드레싱 및 양념, 절인 식품 등을 포괄함  
 2) 절인 식품(Pickled Products): 식초 또는 소금물에 절여 보존된 과일 및 야채 제품을 포괄하며, 통조림이나 기타 용기에 담긴 제품  
 3) HS CODE 2001.10: 조사제품 '피클'은 오이에 식초를 첨가하여 절인 식품임. 이에 제품 유형(절인 식품), 제품 원료(오이)를 바탕으로 '식초나 초산으로 조제하거나 보존처리한 채소·과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분'을 포괄하는 HS CODE 2001.10을 지표로 설정함

# Market Trend

(시장트렌드)

## 미국(U.S.A)

피클 소비 실태 분석 결과

### 미국 '피클' 주요 연관어 분석



#### 미국 '피클' 뉴스매체 키워드

연관어	발생량
주스	20
코로나19	18
달콤한	17
레시피	13
매운	12
레스토랑	12
샌드위치	10
맥주	10
홈메이드	9
...	
발렌타인	5

미국 뉴스매체 피클 362건 분석



#### 미국 '피클' 온라인쇼핑몰 리스트

연관어	발생량
팩	495
마늘	275
항아리	238
달콤한	148
Kosher	113
올리브	95
라임	85
블라식社	80
오이	76
...	
양파	14

미국 피클 판매현황 1,626건 분석

피클 이슈

코로나19 18건  
홈메이드 9건

코로나19로  
집에서 담그는 문화



피클 특징

마늘 275건  
올리브 95건

올리브, 마늘 등  
피클 재료 수요 多



피클 레시피 (상관계수)

디핑 소스 0.27  
수프 0.19

디핑 소스나  
수프로 많이 조리



유아용 피클 유무

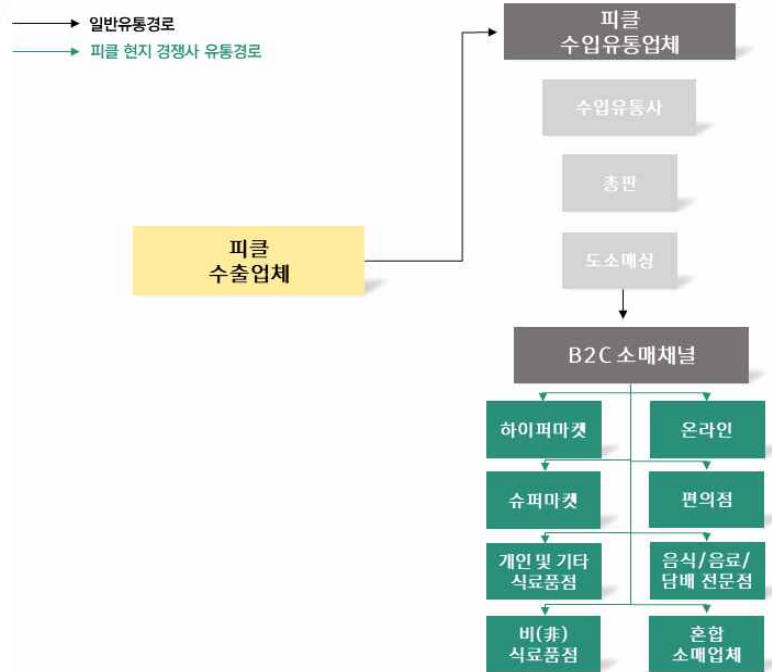
블라식社  
마운트올리브社

코셔 및 저염 강조  
캐릭터 상품 홍보



# Distribution Channel

(유통채널)



## 미국(U.S.A)

### 피클 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 <sup>4)5)</sup>	주요 채널 <sup>6)</sup>
B2C 소매채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	79.0%	크로거(Kroger), 퍼블릭스(Publix), 세이프웨이(Safeway), 월마트(Walmart), 트레이더조(Trader Joe's), 마이어(Meijer)
	혼합 소매업체 <sup>7)</sup>	12.1%	블루밍데일스(Bloomingdale's), 콜스(Kohl's)
	온라인	5.4%	아마존(Amazon), 이베이(Ebay), 타겟(Target)
	개인 및 기타 식료품점 <sup>8)</sup>	1.7%	에이치마트(H Mart), 가주마켓(Gaju Market), 시온마켓(Zion Market), 한남체인(Hannam Chain)
	음식/음료/담배 전문점	0.8%	(-)
	편의점 <sup>9)</sup>	0.7%	세븐일레븐(7-Eleven), 와와(Wawa), 써클케이(Circle K)
	비(非) 식료품점 <sup>10)</sup>	0.3%	씨브이에스(CVS), 지엔씨(GNC), 월그린(Walgreens)
B2B 유통채널	프랜차이즈 레스토랑	(-)	아웃백(Outback), 올리브가든(Olive Garden), 버팔로와일드윙스(Buffalo Wild Wings)
	피클 유통업체	(-)	웨어하우스115(Warehouse 115), 웹스토랑스토어(Webstaurant Store)

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

4) 2020년 기준, 미국 내 '소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)' 유통채널 점유율임

5) '피클'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)'의 정보를 확인함

6) 채널 분류에 따른 미국 유통채널로 현지 외국계 기업도 포함됨

7) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점, 아울렛을 포함함

8) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 한인마트를 포함함

9) 본 보고서에서 편의점은 주유소 매점을 포함함

10) 본 보고서에서 비(非) 식료품점은 드러그스토어 등을 포함함



# Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미국 일반가공식품 수출을 위한 인증 ‘無’</li> <li>- 한국 유기농 인증, 미국 시장에서 ‘적용 가능’</li> <li>- 코셔 인증 취득 추천</li> </ul>	(*) 미국 농무부 - 문의처 : <a href="http://www.usda.gov">www.usda.gov</a>
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사전 수입 식품 통지 필요</li> <li>• 사전 식품 시설 등록 필요</li> </ul>	(*) 미국 식품의약국 - PNSI(사전 수입 식품 통지) - Registration of Food Facilities (식품 시설 등록) - 문의처 : <a href="http://www.fda.gov">www.fda.gov</a>
Step 03. 라벨 심의	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 라벨 표기사항</li> <li>- 국가명 라벨 규정 준수</li> </ul>	(*) 미국 식품의약국 - FDA 라벨 규정 - 문의처 : <a href="http://www.fda.gov">www.fda.gov</a>
Step 04. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 일반 서류</li> <li>- 원산지증명서</li> </ul>	(*) 미국 식품의약국 - 문의처 : <a href="http://www.fda.gov">www.fda.gov</a> (*) 미국 세관국경보호국 - 문의처 : <a href="http://www.cbp.gov">www.cbp.gov</a>
Step 05. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 포워딩 업체 섭외</li> </ul>	(-)
Step 06. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입 신고</li> <li>- 전자 또는 서면으로 신고</li> <li>- 적하목록, 물품신고서, 상업송장 등</li> </ul>	(*) 미국 세관국경보호국 - 문의처 : <a href="http://www.cbp.gov">www.cbp.gov</a> (*) 미국 식품의약국 - 문의처 : <a href="http://www.fda.gov">www.fda.gov</a>
Step 07. 세금 납부	<ul style="list-style-type: none"> <li>• HS-CODE 2001.10-0000 사용</li> <li>• FTA 협정 관세율 9.6%</li> <li>• 판매세 주별로 상이</li> <li>- 0-9.55%</li> </ul>	(*) 미국 세관국경보호국 - 문의처 : <a href="http://www.cbp.gov">www.cbp.gov</a>
Step 08. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 화물 도착 전 사전 수입 식품 신고</li> <li>- 통관자동화시스템(ATS)에 의한 위험도 심사</li> <li>- 위험도 따라 실물 또는 서류 심사</li> </ul>	(*) 미국 세관국경보호국 - 문의처 : <a href="http://www.cbp.gov">www.cbp.gov</a> (*) 미국 식품의약국 - 문의처 : <a href="http://www.fda.gov">www.fda.gov</a>

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Trend and Preference



- 인터뷰 기업 : 웨어하우스115  
(Warehouse 115)  
도·소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Ashley  
(Custom Sales Manager)

### 코로나19 영향으로 면역력 향상에 도움이 되는 피클 수요 급증하는 추세

외출 제한으로 집에서 식사하는 횟수가 늘었고, 피클의 면역력 향상 기능이 알려져 수요가 급증했습니다. 절인 야채인 피클은 비타민, 철분 칼슘 등 필수 영양소의 공급원이기 때문에 면역력을 강화하는 데 도움이 됩니다.

### 유리병에 포장된 딜 피클의 인기 가장 높아

현지 소비자들은 딜을 넣고 단순히 오이를 절인 딜 피클을 가장 선호하며 인기 브랜드는 개인의 기호에 따라 다양합니다. 일반적인 포장 방법은 유리병에 담아 금속 마개로 밀폐해 피클의 품질을 보존하는 것입니다.

## Market Trend and Preference



- 인터뷰 기업 : 피클가이즈  
(Pickle Guys)  
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Mike  
(Manager)

### Non-GMO와 유기농 피클의 인기 많아져

현지 소비자의 취향과 선호도는 매우 다양하지만 최근 건강에 대한 관심이 높아지며 Non-GMO 피클, 소금함량이 낮은 피클, 신선한 유기농 피클을 찾는 소비자가 늘어나고 있습니다.

### 맛과 서비스의 일관성을 유지하는 것이 브랜드 인기 비결

고객이 특정 브랜드를 꾸준히 찾는 비결은 피클의 일관된 맛과 친절한 서비스입니다. 피클가이즈, 블라시, 마운트올리브는 고객의 입맛과 선호도를 충족해 높은 소비자 만족도를 얻고 있는 브랜드입니다.

## Market Preference and Distribution



- 인터뷰 기업 : 월마트  
(Walmart)  
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Michael Kim  
(Store Lead)

### 피클 섭취 방법과 제품 선택 기준 다양해

피클은 주로 샌드위치나 햄버거 등 다른 음식에 곁들여 먹지만, 단독으로 섭취하기도 합니다. 소비자들은 피클을 구매할 때 맛과 가격, 포장, USDA 인증을 고려합니다.

### 슈퍼마켓, 하이퍼마켓 위주로 수출해 인지도 높은 이후 온라인 진출

체인점을 가진 대형 유통채널에는 소비자에게 제품 설명을 하고 구매를 유도하는 직원이 있습니다. 사람들은 낯선 제품을 온라인으로 구매하지 않기 때문에 인지도를 올린 뒤 전자상거래 판매를 시작하는 것이 효과적입니다.

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Preference and Distribution



- 인터뷰 기업 : 웹스토랑스토어 (WebstaurantStore) 유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Joseph Bello (Manager)

### 맛, 가격, 브랜드, 인증, 섭취 상황 등을 고려해 섭취하는 편

소비자들은 맛을 우선순위로 고려한 후, 가격과 브랜드를 고려합니다. 최근 USDA 유기농 인증을 보유한 제품의 인기가 높습니다. 이외에도 피클과 함께 먹는 음식에 따라 선호되는 제품이 달라질 수 있습니다.

### 현지 시장 진출 초기, 특정 소비자를 타깃한 소매점에 유통

제품의 원산지과 관련된 소비자를 타깃으로 하고 그에 맞는 소매점을 찾는 것이 가장 좋습니다. 이것은 시장 내 인지도를 높이는 데 도움이 될 것이며, 점차 미국 소비자의 입맛을 이해하고 맞춰가면서 일반 소비자에게 제품을 판매할 수 있을 것입니다.

## Market Barrier and Regulation



- 인터뷰 기업 : 미국 관세청 (US Customs Department) 정부산하기관
- 인터뷰 담당자 : Mr. Mike (Agent)

### 한국산 피클 수출 가능, 하지만 까다로운 절차 수반

한국산 피클은 미국으로 수출 가능하며 미국 식품 의약국(FDA)과 미국 농무부(USDA), 미국 관세국경 보호청(CBP)의 규정과 준수사항을 따라야 합니다. 선하증권, 상업송장, 포장명세서 등 다양한 서류가 필요하며 많은 절차를 거쳐야 합니다.

### 미국 식품의약국과 소통 위한 식품 대리인 추천

미국으로 피클을 수출하기 위해서는 미국 식품의약국(FDA)을 통해 사전에 식품 제조시설을 등록해야 합니다. 특히 수입업자가 FDA와의 소통을 도와줄 자격증을 보유한 식품 대리인(Food Agent)을 두는 것을 추천합니다.

## II. 시장규모(Market Size)

1. 미국 피클 시장규모
2. 미국 피클 수출입 시장규모
3. 미국 피클 소비 시장규모
4. 미국 피클 생산 시장규모

## 1. 미국 피클 시장규모

### 미국 국가 일반 정보<sup>14)</sup>

면적	983만km <sup>2</sup>
인구	3억 2,823만 명
GDP	21조 4,390억 달러
GDP (1인당)	67,426달러

조사시장: 조사제품 ‘피클’은 오이를 식초에 절여 보존 처리한 식품임. 이에 제품 원료(오이), 유형(절인 식품)을 기준으로 식초 또는 소금물에 절여 보존된 과일 및 야채 제품인 ‘절인 식품’ 시장규모와 그 상위 품목인 ‘소스, 드레싱 및 조미료’ 시장규모를 조사함

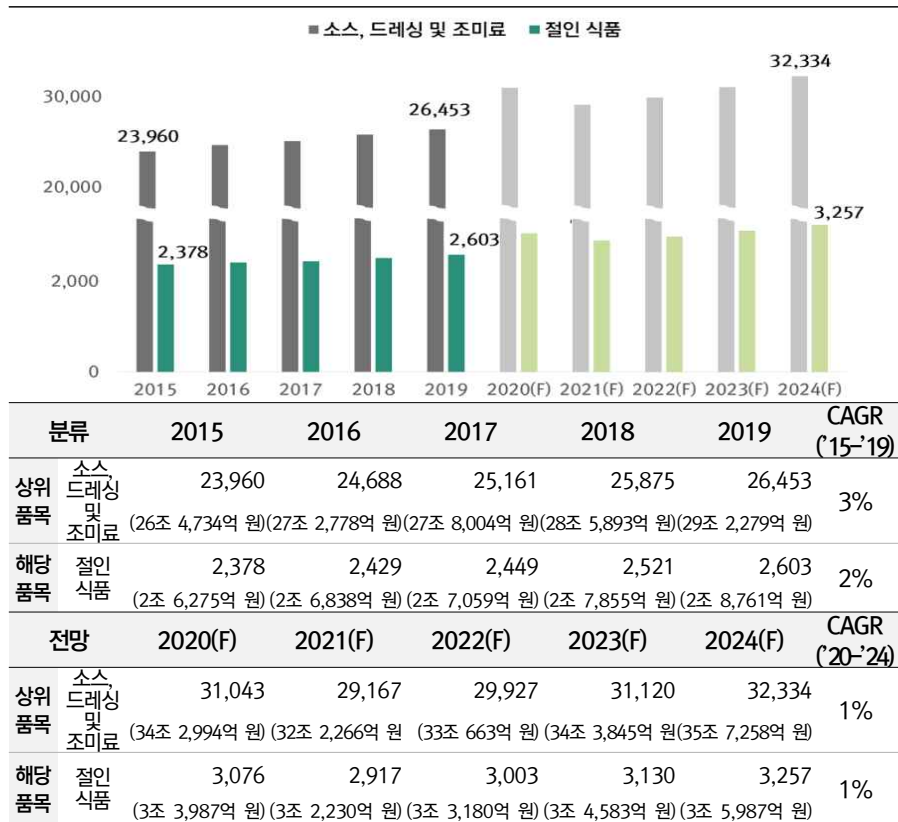
▶ **2015-2019년, 미국 ‘소스, 드레싱 및 조미료’ 시장규모, 연평균성장률 3%**  
 지난 5년(2015-2019년)간 미국 ‘소스, 드레싱 및 조미료’ 시장규모는 연평균 3% 성장세로 증가하여 2019년 264억 5,300만 달러를 기록함. 동기간 ‘절인 식품’ 시장규모는 연평균 2%의 성장률을 보이며 2019년 26억 300만 달러를 기록함

▶ **2020-2024년, 미국 ‘절인 식품’ 시장, 연평균성장률 1% 예상**

향후 5년(2020-2024년)간 미국 ‘소스, 드레싱 및 조미료’ 시장규모는 연평균 1%의 성장률을 보이며 2024년 323억 3,400만 달러를 기록할 것으로 예상됨. 동기간 ‘절인 식품’ 시장규모는 연평균 1%의 성장률을 보이며 2024년 32억 5,700만 달러를 기록할 것으로 예측됨

[표 2.1] 미국 ‘소스, 드레싱 및 조미료’, ‘절인 식품’ 시장규모<sup>11)12)13)</sup>

단위: 백만 달러



자료: 유로모니터(Euromonitor)

11) 자료: 유로모니터(Euromonitor)

12) 1달러=1,104.90원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

13) 환산된 데이터(단위: 달러, 원)는 모두 반올림됨

14) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

## 2. 미국 피클 수출입 시장규모

### 2019년 미국 HS CODE 2001.10 품목 수입상대국 순위

단위: 천 달러

순위	국가	시장규모
1	인도	35,702
2	캐나다	5,767
3	터키	4,246
4	독일	3,983
5	베트남	2,768

자료: ITC

조사제품 ‘피클’은 오이에 식초를 첨가하여 절인 식품임. 이에 제품 유형(절인 식품), 원료(오이)를 바탕으로 ‘식초나 초산으로 조제하거나 보존처리한 채소·과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분’을 포괄하는 HS CODE 2001.10을 지표로 설정함

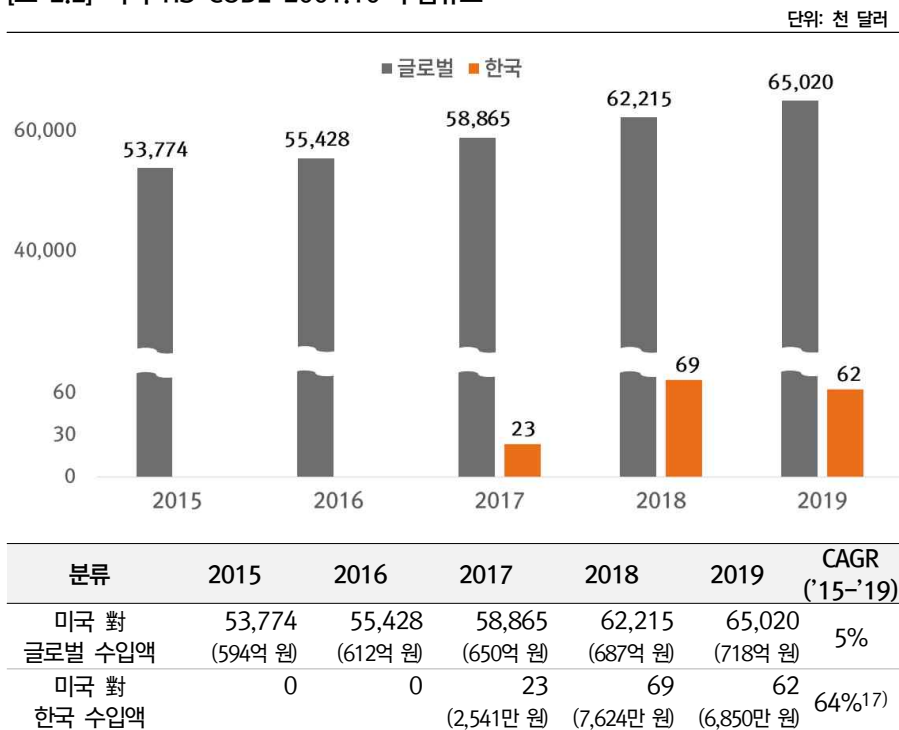
#### ▶ 2015-2019년, 미국 對글로벌 수입액 연평균성장률 5%

미국 HS CODE 2001.10 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 5%의 성장세를 보이며 2015년 5,377만 달러에서 2019년 6,502만 달러까지 증가함. 2019년 글로벌 수입액 기준 1위 국가는 인도로, 전체 수입액의 약 55%를 차지하며 3,570만 달러(약 394억 4,714만 원)를 기록함

#### ▶ 2017-2019년, 미국 對한국 수입액 연평균성장률 64%

미국 HS CODE 2001.10 품목의 對한국 수입액은 지난 3년(2017-2019년)간 연평균 64%의 성장세를 보이며 2017년 2만 3,000달러에서 2019년 6만 2,000달러까지 증가함. 미국 HS CODE 2001.10 품목의 對한국 수입액은 2019년 기준 미국 전체 수입액의 약 0.1%를 차지하며 미국 對글로벌 수입국 중 24위를 기록함

[표 2.2] 미국 HS CODE 2001.10 수입규모<sup>15)16)</sup>



자료: ITC(International Trade Centre), HS CODE 2001.10 기준

15) 환산된 데이터(단위: 달러, 원)는 모두 반올림됨

16) 자료: ITC(International Trade Centre)

17) 수치가 집계된 '17-'19년도의 연평균성장률임

### 3. 미국 피클 소비 시장규모

#### 1) 미국 피클 소비자 규모

조사제품 '피클'은 미국에서 수요가 높은 제품이며, 다양한 제품군과 다수의 경쟁사가 존재함. 이에 제품의 소비자 규모 및 인기 브랜드를 파악하고자 '미국 피클 소비자 규모'와 '미국 인기 피클 브랜드'를 조사함

#### 2020년 미국 피클 종류별 섭취량<sup>19)20)21)</sup>

단위: %	
피클 종류	비율
딜 피클(상온)	38.7%
딜 피클(냉장)	23.4%
브레드앤버터 피클	19.1%
스위트 피클	13.5%
기타	5.3%

자료: 스태티스타

#### 2020년 미국 소비자 한 달 피클 섭취량

단위: %	
섭취량	비율
6병 이상	1.6%
4-5병	3.4%
3병	8.5%
2병	18.9%
1병	32.1%
1병 미만	28.5%
미섭취	7%

자료: 스태티스타

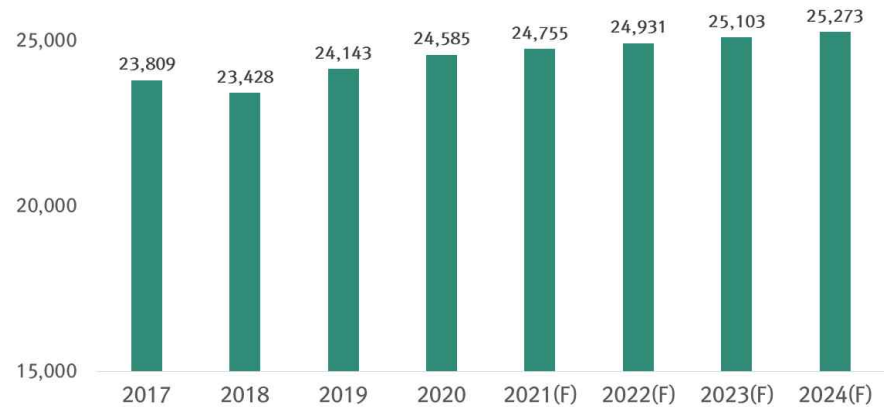
#### ▶ 2020년, 미국 피클 소비자 수 2억 4,585만 명

스태티스타(Statista)에 따르면, 2020년 미국의 피클 소비자 수는 2억 4,585만 명으로 미국 전체 인구 3억 2,823만 명 중 75%에 달하는 것으로 조사됨. 또한, 미국 피클 소비자 수는 연평균 2%의 성장세로 증가하여 2024년에는 2억 5,273만 명에 이를 것으로 전망됨

같은 조사에서 미국 소비자들의 한 달 피클 섭취량을 조사한 결과 32.1%가 한 병을 섭취한다고 응답하였으며, 32.4%는 두 병 이상을 섭취한다고 응답함. 미국 소비자들 가장 선호하는 피클 종류는 딜(Dill) 피클로, 상온 보관형 딜 피클 섭취량이 전체 섭취량의 38.7%를 차지하였고, 냉장 보관형 딜 피클 섭취량은 전체 섭취량의 23.4%를 차지함

[표 2.3] 미국 피클 소비자 수<sup>18)</sup>

단위: 만 명



분류	2017	2018	2019	2020
피클 소비자 수	23,809	23,428	24,143	24,585
분류	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)
피클 소비자 수	24,755	24,931	25,103	25,273

자료: 스태티스타(Statista)

18) 자료: 스태티스타(Statista), 「Simmons Winter 2020 NHCS 12-Month」, 2020

19) 딜(Dill) 피클: 오이를 향신료인 딜 줄기 잎과 함께 소금에 절인 식품으로 일반적 형태의 피클이 이에 해당함

20) 브레드앤버터(Bread and Butter) 피클: 딜 피클보다 식초와 설탕의 함량이 높여 빵과 함께 곁들여 먹기 쉽게 만든 형태의 피클

21) 스위트(Sweet) 피클: 단맛을 내는 식초, 설탕 및 향신료의 혼합물에 절인 형태의 피클

▶ **블라식 제품, 2020년 미국 피클 시장 점유율 30%**

2) 미국 인기 피클 브랜드

2018-2019년  
미국 인기 피클 브랜드  
단위: 만 명

브랜드명	구매자 수	
	2018	2019
블라식	9,585	9,795
클로센	5,064	5,263
마운트 올리브	4,398	4,715
프라이빗 라벨	4,209	4,388
하인즈	2,993	2,906
델몬트	2,369	2,286
피터 파이프스	262	266
기타	2,829	2,999

자료: 스탠티스타

스태티스타(Statista)에 따르면, 2020년 미국 피클 시장에서 블라식 제품이 점유율 30%를 차지함. 블라식은 2018년, 2019년에 이어 2020년에도 미국 피클 시장 1위를 고수하고 있음. 클로센과 마운트올리브는 각각 점유율 16%, 15%를 보이며 2위와 3위를 차지함

특히, 블라식의 코셔 딜 스피어스 제품의 경우 미국의 제품 리뷰 플랫폼 베스트(Best)가 선정한 베스트 11 피클 중 하나로, 클래식한 스타일과 아삭아삭한 식감을 선호하는 소비자들에게 많은 인기를 끌고 있음.<sup>22)</sup> 실제 블라식은 품질, 맛, 신뢰 및 혁신에 입각한 원칙을 고수하며 다양한 종류의 제품을 끊임없이 개발하고 출시하고 있음. 또한, 바쁜 일상에 지친 소비자들이 블라식 제품에 쉽게 접근할 수 있도록 블라식 제품을 이용한 다양한 라이프스타일을 제안하고 있음<sup>23)</sup>

[표 2.4] 2020년 미국 인기 피클 브랜드<sup>24)</sup>

단위: 만 명



브랜드명	주요제품	구매자 수(만)	점유율
블라식(Vlasic)	블라식 코셔 딜 스피어스	9,818	30%
클로센(Claussen)	클로센 코셔 딜 스피어 피클	5,137	16%
마운트올리브(Mt. Olive)	마운트올리브 코셔 딜 피클	5,056	15%
프라이빗라벨(Private Label) <sup>25)</sup>	-	4,809	14%
하인즈(Heinz)	하인즈 햄버거 딜 칩스 피클	2,686	8%
델몬트(Del Monte)	델몬트 스위트 딜 피클	2,299	7%
피터파이퍼스(Peter Piper's)	피터파이퍼스 코셔 딜 피클	185	1%
기타	-	3,143	9%
전체	-	33,133	100%

자료: 스탠티스타(Statista)

22) 자료: 베스트(Best), 「We Found the Best Pickles in all the Land to Satisfy Any Craving」, 2019

23) 자료: 블라식(Vlasic)

24) 자료: 스탠티스타(Statista), 「Simmons Winter 2020 NHCS 12-Month」, 2020

25) 본 조사에서 Private Label은 자체브랜드(PB)상품을 포괄함



## 4. 미국 피클 생산 시장규모

### 1) 미국 주별 4년간 오이 생산량

#### 2019년 주별 오이 생산량<sup>29)</sup>

단위 : 톤

주	생산량
미시간	297,000
플로리다	172,500
조지아	91,000
노스캐롤라이나	82,650
캘리포니아	54,400
위스콘신	-
텍사스	-
앨라배마	-
뉴저지	-
오하이오	-
델라웨어	-
사우스캐롤라이나	-
기타	49,685

자료: 미국농무부농업통계국

조사제품 ‘피클’은 오이를 식초에 절여 보존 처리한 식품임. 이에 미국 내 해당 식품 생산 및 제조에 필요한 원료 재배 규모를 파악하기 위해 ‘미국 주별 4년간 오이 생산량’을 조사함

### ▶ 미시간, 지난 4년간 미국 오이 생산량 1위

미국농무부농업통계국(National Agricultural Statistics Service)의 조사에 따르면, 지난 4년간 미국 내 오이 생산량이 가장 많은 주는 미시간으로 105만 7,350톤을 생산하였으며, 플로리다가 84만 4,925톤을 생산하여 2위를 차지함. 특히 미시간주는 피클용 오이 생산에 주력하고 있음.<sup>26)</sup> 미시간주는 오이 재배의 용이한 조건인 배수가 잘되는 토양과 따뜻한 기후를 가지고 있음

미시간의 피클 산업 규모는 꾸준히 성장하는 추세임. 2016년 미시간의 피클용 오이 재배 수익은 4,700만 달러(519억 원)에 달했으며, 2018년에는 약 142km<sup>2</sup> 면적의 피클용 오이를 수확하여 미국 내에서 가장 많이 피클용 오이를 재배함<sup>27)</sup>

[표 2.5] 미국 주별 4년간('16-'19) 오이 생산량<sup>28)</sup>

단위: 톤



주	생산량(톤)	주	생산량(톤)
미시간(Michigan)	1,057,350	앨라배마(Alabama)	85,225
플로리다(Florida)	844,925	뉴저지(New Jersey)	62,545
조지아(Georgia)	340,975	오하이오(Ohio)	44,325
노스캐롤라이나(North Carolina)	316,650	사우스캐롤라이나(South Carolina)	10,400
캘리포니아(California)	284,775	델라웨어(Delaware)	11,570
위스콘신(Wisconsin)	106,225		
텍사스(Texas)	87,865	기타	78,610

자료: 미국농무부농업통계국(National Agricultural Statistics Service)

26) 자료: 미국식품의약국(Food and Drug Administration), 「Cucumbers」, 2016

27) 자료: 크레인스디트로이트비즈니스(Crain's Detroit Business), 「Why Michigan is the center of the 'picklaverse」, 2019

28) 자료: 미국농무부농업통계국(National Agricultural Statistics Service)

29) '-' 표시 부분은 해당 통계에 집계되지 않음

### Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 미국 피클 이슈, '신제품 개발 및 담그기 공유'
2. 미국 피클 특징, '마늘·팩·미국 브랜드·코셔 인증' 다수
3. 피클 레시피, '디핑 소스 및 수프' 연관 높아
4. 유아용 피클 판매, 미국 내 여론 엇갈려

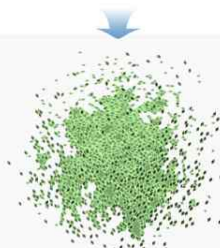
## 데이터 분석 프로세스

### ○ 데이터 분석 요약

#### 데이터 수집 소스원



농식품  
(기사, 포스팅, 댓글)



데이터 수집  
**83,591**건

① 미국 피클 관련 기사 데이터 수집(\*)

◦ 수집원 : 미국 온라인쇼핑몰, 언론매체, 커뮤니티

② 미국 피클 관련 소비자 데이터 수집(\*)

◦ 수집원 : Amazon(www.amazon.com)

Ebay(www.ebay.com)

Reddit(www.Reddit.com)

#### 데이터 분류 키워드집



(피클 연관 키워드집)

피클  
(검색어)



데이터 정제  
**2,597**건

① 수집 데이터 정의

◦ 수집 키워드 : 피클(Pickle)

② 수집 데이터 정제

◦ 정제 데이터 추출 : 피클 관련 데이터 2,597건추출

#### 데이터 분석 (연관어 분석)

연관어 분석  
(시장 트렌드 분석)



데이터 분석  
**미국 피클  
소비 실태 분석**

① 데이터 분석 배경 및 목적

◦ 미국 피클 소비 실태 분석

② 데이터 분석 기법 선정

◦ 키워드 분석

◦ 피클 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 - 21.01
수집 데이터	83,591건
데이터 정제	
정제 키워드	피클 (Pickle)
정제 데이터	2,597건

○ 데이터 수집

- 미국 피클 관련 매체, 온라인쇼핑몰

[표 3.1] 미국 언론 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Amazon	www.amazon.com.au	온라인쇼핑몰
02	Ebay	www.ebay.com.au	온라인쇼핑몰
03	Taste	www.taste.com.au	언론매체
04	SBS	www.sbs.com.au/food	언론매체
05	Food and Drink Business	www.foodanddrinkbusiness.com.au	언론매체
06	Mens Health	www.menshealth.com.au	언론매체
07	Womens Health	www.womenshealth.com.au	언론매체
08	Canbara Times	www.canberratimes.com.au	언론매체
09	Inside FMCG	insidefmcg.com.au	언론매체
10	Food Mag	www.foodmag.com.au	언론매체
11	Sydney Morning Host	www.smh.com.au	언론매체
12	Body and Soul	www.bodyandsoul.com.au	언론매체
13	Google News	www.google.co.kr	뉴스포털

○ 데이터 분석 키워드집

- 미국 피클 관련 매체 사전조사

[표 3.2] 미국 피클 관련 매체 리스트





현지 온라인쇼핑몰 피클 특징		현지 온라인쇼핑몰 피클 특징		현지 뉴스매체 피클 이슈	
키워드 ①	마늘	키워드 ①	팩	키워드 ①	건강식
키워드 ②	올리브	키워드 ②	바구니	키워드 ②	저염 제품 출시
키워드 ③	유아용 판매 적은 편	키워드 ③	현지 브랜드 다수	키워드 ③	홈메이드
키워드 ④	유기농	키워드 ④	코셔	키워드 ④	다른 제품 융합

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 미국 피클 관련 데이터 분석 키워드집

[표 3.3] 미국 피클 관련 분석 키워드

키워드 수립 근거		분류	키워드		수립 근거 <sup>(*)</sup>	
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드		의미	영어	참여기업	기타
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립	피클 원료	피클	Pickle	0	0
			피클 담그기	Pickling		0
			마늘	Garlic		0
			올리브	Olive		0
			오이	Cucumber	0	0
				Gherkins		0
			라임	Lime		0
			아스파라거스	Asparagus		0
			아티초크	Artichoke		0
			자우어크라우트	Sauerkraut		0
		피클 특징	팩	Pack		0
			항아리	Jar		0
			슬라이스	Slice		0
			칩	Chip		0
			프리미엄	Premium		0
			유기농	Organic		0
			코셔	Kosher		0
			케토	Keto		0
			달콤한	Sweet		0
			매운	Spicy		0
		저염	Low Salt		0	
		순한맛	Mild	0	0	
		피클 레시피	피자	Pizza		0
			샌드위치	Sandwich		0
			샐러드	Salad		0
			파스타	Pasta		0
			디핑 소스	Dip		○
			햄버거	Burger		○

## 빅데이터 분석 프로세스

### ○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 미국 소비자의 피클 소비 실태 분석

- ① 미국 피클 시장 이슈 및 트렌드
- ② 미국 내 인기 피클 특징(맛, 포장 형태, 원산지, 브랜드)
- ③ 미국 내 피클과 함께 먹는 음식 종류
- ④ 피클 제품 존재 유무

### ○ 빅데이터 분석 기법 선정

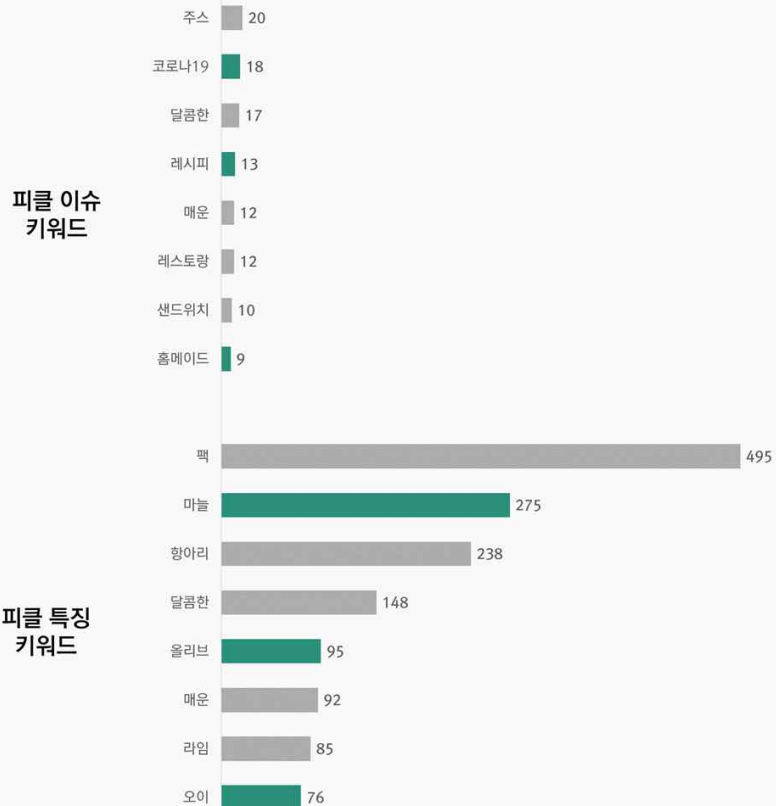
- 연관어 분석

- ① 뉴스매체 ‘피클’ 연관어 분석
- ② 온라인쇼핑몰 ‘피클’ 연관어 분석
- ③ 온라인쇼핑몰 ‘유아용 피클’ 분석

- 상관계수 분석

- ① 레시피사이트 ‘피클’ 상관계수 분석

### [ 미국 피클 분석 결과 ]



## 1. 미국 피클 이슈, '신제품 개발 및 담그기 공유'

### ● 피클 주스 상품 이미지



자료: 아마존(amazon.com)

### ● 미국 기념일 타겟 피클 바구니 상품 이미지



자료: 닥터피클(docpickle.com)

#### ▶ 미국 피클, '스낵/음료/주류' 등에 접목

미국에서 피클은 보조 음식이 아니라 단일 식품으로도 인기를 얻고 있음. 미국 농무부 발표에 따르면 미국인은 1년에 평균 9파운드(4kg)의 피클을 섭취함.<sup>30)</sup> 특히 피클 맛 팝콘, 피클 튀김, 피클 음료, 피클 맛 맥주 등 피클을 이용한 다양한 식품이 판매되고 있음. 또한, 발렌타인과 크리스마스에 맞춰 기념행사 제품으로도 출시됨<sup>31)</sup>

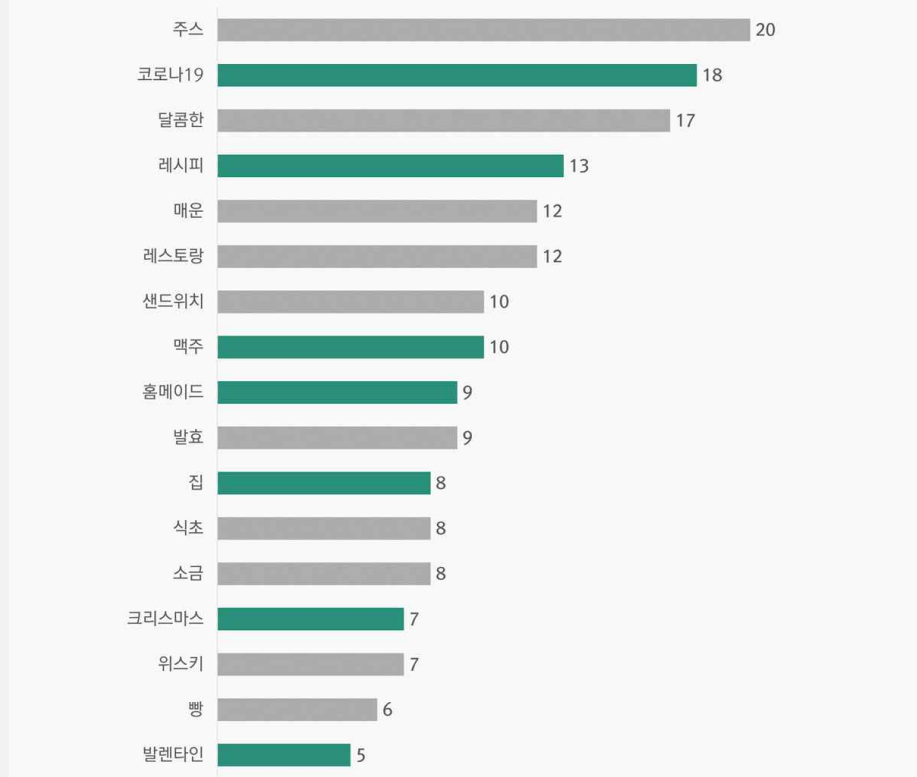
#### ▶ 미국 소비자를 위한 집에서 피클 담그기 레시피 공유

현지 주요 뉴스매체에서 피클 관련 연관어를 분석한 결과 최근 '코로나19', '홈메이드', '레시피' 등의 키워드가 빈출됨. 이는 미국의 코로나19 확산으로 '집에서 피클을 직접 담그는 방법'에 대한 관심이 높아져, 레시피 공유 등 관련 기사의 증가로 이어진 것으로 분석됨

#### ▶ 미국 피클 이슈

- ① 다양한 제품으로 출시
- ② 집에서 담그기 레시피 확대

[표 3.4] 미국 뉴스매체, '피클' 연관어



자료: 미국 뉴스매체, '피클' 제품 362건 분석 결과

30) 미국 농무부(USDA), 「In a Pickle: Benefits of Fermented Cucumbers」, 2019

31) CNN, 「National Pickle Day: 5 facts that make pickles a big dill」, 2020.11.14

## 2. 미국 피클 특징, ‘마늘·팩·미국 브랜드·코셔 인증’ 다수

### ▶ 미국, 오이 피클보다는 마늘·올리브 재료/미국 브랜드 제품이 주류

미국 온라인쇼핑몰의 ‘피클’ 제품 1,626건을 분석한 결과 오이 피클(Gherkins)보다 현지에서 재배되는 ‘마늘’, ‘올리브’ 제품이 더 많이 발견되었음

특히 판매 제품의 상당수가 미국 현지 브랜드임. 스태티스타에 따르면 2020년 미국인들이 가장 많이 구매하는 피클 브랜드는 블라식(Vlasic), 클로센(Claussem), 마운트올리브(Mt. Olive), 하인즈(Heinz) 순이며, 상위 5개 인기 제품 모두 미국 브랜드로 확인됨<sup>32)</sup>

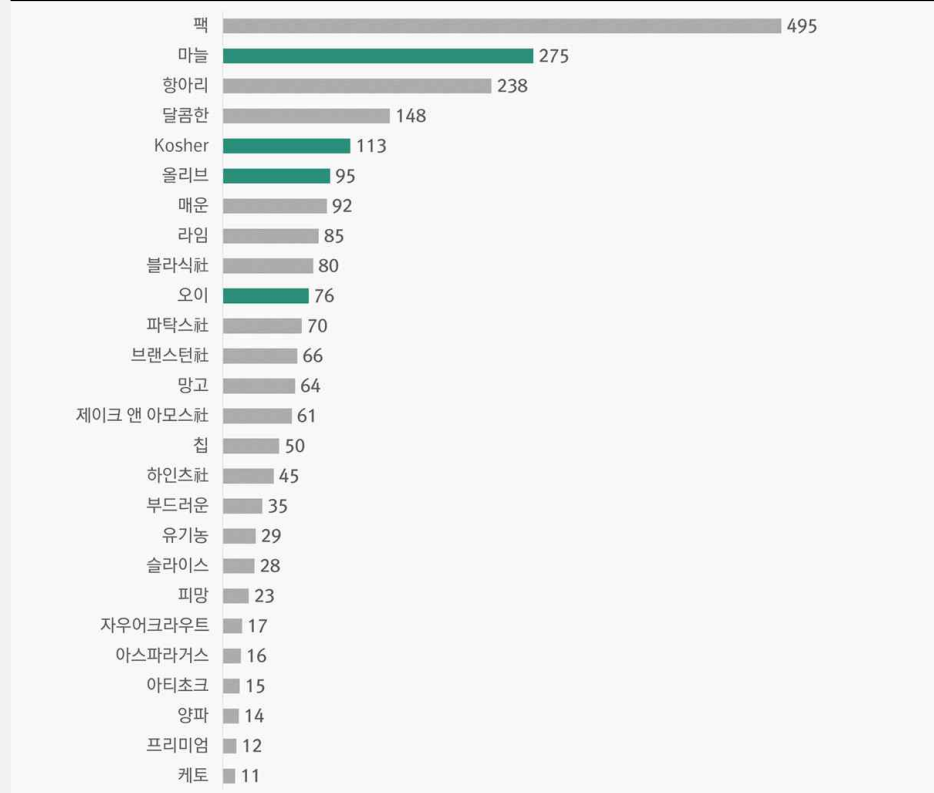
### ▶ 미국 피클 포장·인증, 팩 형태 및 코셔 인증 다수

현지 온라인쇼핑몰의 피클 판매 현황을 보았을 때 항아리 병을 활용한 포장보다 팩 형식의 포장이 더 많았음. 피클의 인증 현황을 분석한 결과, 유기농보다 코셔(Kosher: 유대교 율법에 따라 만든 식품) 인증을 취득한 제품이 더 많았음

### ▶ 미국 피클 연관어 분석

#### ① 마늘·올리브 피클 주류 ② 피클 팩 포장 및 코셔 인증 취득

[표 3.5] 미국 온라인쇼핑몰, ‘피클’ 연관어



자료: 미국 온라인쇼핑몰, ‘피클’ 제품 1,626건 분석

32) 스태티스타(Statista), 「U.S. population: Which brands of pickles do you eat most often?」, 2020



### 3. 피클 레시피, '디핑 소스 및 수프' 연관 높아

#### ● 피클 디핑 소스 및 수프 이미지



Pickle Dip  
COPYKAT RECIPES  
★★★★★ 931



Dill Pickle Soup  
NOBLE PIG  
★★★★★ 1k

자료: 여블리  
(www.yummly.com)

#### ▶ 피클, '디핑 소스' 및 '수프' 연관 높아

미국 레시피사이트의 '피클'에 대한 상관계수 분석 결과 '디핑 소스(0.27)' 및 '수프(0.19)' 검색에 대한 상관계수가 가장 높게 나타남. 상관계수가 높을수록 키워드 간 연관성이 높음을 나타냄. 미국에서는 피클과 치즈가 섞인 디핑 소스를 나초나 튀김 요리와 곁들여 먹고, 크림 및 각종 야채와 피클을 함께 넣은 수프를 만들어 먹음

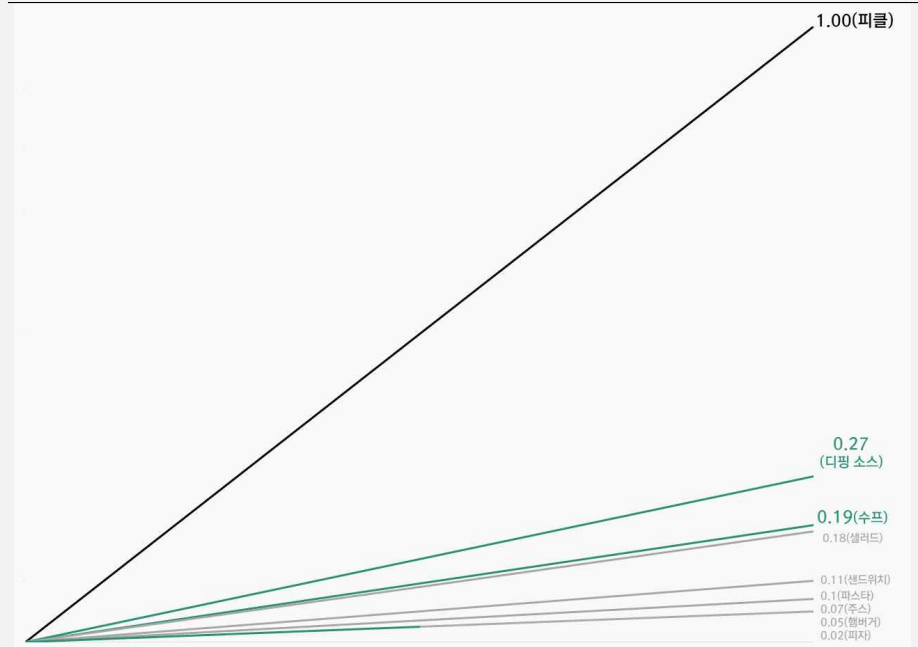
#### ▶ 피클, '피자' 보다 '샐러드', '샌드위치', '파스타' 연관 높아

미국에서는 한국과 달리 피자와 피클을 같이 먹지 않음. '피클'에 대한 키워드 분석 결과 함께 곁들여 먹는 식품은 샐러드(0.182), 샌드위치(0.118), 파스타(0.106), 햄버거(0.05) 순으로 확인됨. 따라서 미국 피클 시장 진출을 위해서는 현지 식습관을 고려한 전략이 필요함

#### ▶ 미국 피클 레시피

- ① 디핑 소스·수프 ② 샐러드·샌드위치

[표 3.6] 미국 레시피사이트, '피클' 상관계수 분석 결과



자료: 미국 레시피사이트, '피클' 609건 분석  
값설명: 상관계수는 0-1의 값을 가지며, 1에 가까울수록 상관이 높음

#### 4. 유아용 피클 판매, 미국 내 여론 엇갈려

##### ▶ 블라식, 유아용 피클 제품 판매

미국 유아용 피클 제품으로 블라식(Vlasic)의 ‘블라식 코셔 딜 어린이용 통 피클’ 있음. 제품 라벨에 판매 문구로 ‘어린이 포함 전 연령 타겟’, ‘저염식’을 강조하며 캐릭터를 넣어 저 연령층 소비자를 대상으로 판매 중임. 마운트올리브(Mt. Olive)의 제품, ‘Mt. 올리브 피클팩 코셔 딜 뷔띠 프 4팩’의 경우 누구나 먹기 쉽게 팩 형식으로 소포장 되어 있어 낮은 연령대의 소비자에게 접근성이 좋음

##### ▶ 유아용 피클 판매, 미국 내에서 적절성에 대해 여론 갈려

현지에서 유아의 피클 섭취 적절성에 대한 논란이 있음. 긍정적으로 보는 소비자는 어린 아이들이 섭취하는 데 문제가 없다는 의견이나, 부정적으로 보는 소비자는 다량의 염분과 강한 산성이 아이들의 소화계통이나 피부에 문제를 일으킬 수 있다는 의견임<sup>33)</sup>

따라서 현지에 있는 유아용 피클 제품에 대한 여론을 반영하여 단점을 보완하는 마케팅 필요함

##### ▶ 미국 유아용 피클 판매 현황

###### ① 코셔·저염 강조 ② 캐릭터 홍보

[표 3.7] 미국 ‘유아용 피클’ 판매 현황

제품 이미지	제품명	판매 가격 <sup>34)</sup>	특징
	블라식 코셔 딜 어린이용 통 피클 (680g)	32달러 (35,472원)	고소한 풍미와 아삭함이 특징인 아이들을 위한 간식용 피클  재밀봉 보관이 가능한 항아리 포장
	마운트 올리브 피클팩 코셔 딜 뷔띠 프 4팩 (104g)	7.09달러 (7,859원)	단일 팩 포장으로 이동 중에 먹기 편함

자료: 미국 온라인쇼핑몰, ‘유아용 피클’ 판매현황

33) 캔아이기브마이베이비(Can I Give My Baby), 「Can I Give My Baby a Pickle?」

34) 1US달러=1,108.50원 (2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## IV. 유통채널(Distribution Channel)

1. 미국 피클 유통구조
2. 미국 피클 주요 유통업체
3. 미국 피클 B2C 소매채널
4. 미국 피클 B2B 소매채널

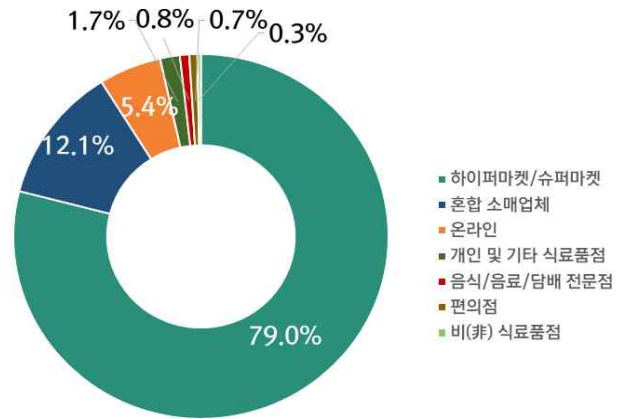
## 1. 미국 피클 유통구조

품목 구분 및 분류	
품목	피클
구분	절인 식품
범주	소스 드레싱 및 조미료 (Sauces, Dressings and Condiments)

### ▶ 미국 피클 유통구조

‘하이퍼마켓/슈퍼마켓(79.0%)’

[표 4.1] 미국 피클 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 4.2] 미국 피클 유통채널 현황

채널 유형	피클 유통채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	79.0%	크로거(Kroger), 퍼블릭스(Publix), 세이프웨이(Safeway), 월마트(Walmart), 트레이더조(Trader Joe's), 마이어(Meijer)
	혼합 소매업체	12.1%	블루밍데일스(Bloomingdale's), 콜스(Khol's)
	온라인	5.4%	아마존(Amazon), 이베이(Ebay), 타겟(Target)
	개인 및 기타 식료품점	1.7%	에이치마트(H mart), 가주마켓(Gaju Market), 시온마켓(Zion Market), 한남체인(Hannam Chain)
	음식/음료/담배 전문점	0.8%	(-)
	편의점	0.7%	세븐일레븐(7-Eleven), 와와(Wawa), 써클케이(Circle K)
	비(非) 식료품점	0.3%	씨브이에스(CVS), 지엔씨(GNC), 월그린(Walgreens)
B2B 유통채널	프렌차이즈 레스토랑	(-)	아웃백(Outback), 올리브가든(Olive Garden), 버팔로와일드윙스(Buffalo Wild Wings)
	피클 유통업체	(-)	웨어하우스115(Warehouse 115), 웹스토랑스토어(Webstaurant Store)

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

## 2. 미국 피클 주요 유통업체

▶ 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 대표적

▶ 추가로 프랜차이즈 레스토랑, 피클 유통 현황이 파악되어 조사채널에 포함함

[표 4.3] 미국 피클 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장수) <sup>35)</sup>	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	월마트 (Walmart)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 5,240억 달러 (약 578조 9,676억 원)	블라식(Vlasic), 하인즈(Heinz), 마운트올리브(Mt. Olive), 윌클스(Wickles)	0
2	마이어 (Meijer)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 190억 달러 (약 20조 9,931억 원)	마이어(Meijer), 블라식(Vlasic), 마운트올리브(Mt. Olive)	0
3	크로거 (Kroger)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 1,211억 6,000만 달러 (약 133조 8,696억 원)	크로거(Keoger), 블라식(Vlasic), 맥클루어(Mc Clure's)	0
4	아마존 (Amazon)	온라인	약 2,805억 달러 (약 309조 9,244억 원)	블라식(Vlasic), 마운트올리브(Mt. Olive), 프리아푸드(Priya Foods)	0
5	이베이 (Ebay)	온라인	약 108억 달러 (약 11조 9,329억 원)	블라식(Vlasic), 하인즈(Heinz), 마운트올리브(Mt. Olive), 선라이즈(Sunrise)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

35) 1달러=1,104.90원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 유통망 수)	입점 브랜드,	유사제품 취급경험
6	아웃백 (Outback)	프랜차이즈 레스토랑	약 26억 3,500만 달러 (약 2조 9,114억 원)	아웃백(Outback)	0
7	올리브가든 (Olive Garden)	프랜차이즈 레스토랑	약 40억 1,000만 달러 (약 4조 4,306억 원)	올리브가든 (Olive Garden)	0
8	버팔로와일드윙스 (Buffalo Wild Wings)	프랜차이즈 레스토랑	약 36억 6,900만 달러 (약 4조 538억 원)	버팔로와일드윙스 (Buffalo Wild Wings)	0
9	웨어하우스115 (Warehouse 115)	피클 유통업체	유통망 수('20): 약 300곳	마운트올리브 (Mt. Olive), 하인즈(Heinz), 베이밸리(Bay Valley)	0
10	웹스토랑스토어 (Webstaurant Store)	피클 유통업체	약 8,400만 달러 (약 928억 원)	벨로사(Belosa), 카니발킹 (Carnival King), 비엔지(B&G)	0



자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

### 3. 미국 피클 B2C 소매채널

#### 1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓



##### ① 월마트(Walmart)

	기업명	월마트(Walmart)								
	홈페이지	www.walmart.com								
	위치	아칸소(Arkansas)								
	규모	<table border="1"> <tr> <td>매출액('20)</td> <td>약 5,240억 달러 (약 578조 9,676억 원)</td> </tr> <tr> <td>기타 규모</td> <td>매장 수('20): 약 4,756개 직원 수('20): 약 220만 명</td> </tr> </table>	매출액('20)	약 5,240억 달러 (약 578조 9,676억 원)	기타 규모	매장 수('20): 약 4,756개 직원 수('20): 약 220만 명				
매출액('20)	약 5,240억 달러 (약 578조 9,676억 원)									
기타 규모	매장 수('20): 약 4,756개 직원 수('20): 약 220만 명									
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1962년 7월 설립</li> <li>• 월마트(Walmart) 내 13개 자사 브랜드 운영</li> <li>• 10개국에서 이커머스(E-Commerce) 사이트 운영</li> <li>• 슈퍼센터(Supercenter), 디스카운트스토어(Discount Stores) 등 다양한 형태로 매장 운영</li> <li>• 50개 모든 주에서 매장 운영</li> </ul>									
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 약 150개의 물류 센터 통해 폭넓은 유통채널 운영</li> <li>• 온라인 쇼핑사이트 월평균 사용자 수 1억 명 이상</li> </ul>									
										
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 야후(Yahoo)를 통한 온라인 물 운영을 위해 버라이즌 미디어(Verizon Media)와 파트너십 계약</li> <li>• 2020년 대형 매장 위주로 비대면 결제 시스템 구축</li> </ul>									
유사제품 정보		<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>마일드리스위트앤스파이스 피클스 (Mildly Sweet &amp; Spicy Pickles)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>딜 피클</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>710ml</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>미국</td> </tr> </table>	제품명	마일드리스위트앤스파이스 피클스 (Mildly Sweet & Spicy Pickles)	종류	딜 피클	용량	710ml	원산지	미국
제품명	마일드리스위트앤스파이스 피클스 (Mildly Sweet & Spicy Pickles)									
종류	딜 피클									
용량	710ml									
원산지	미국									

자료: 월마트(Walmart), 유로모니터(Euromonitor), 월스트리트저널(Wall Street Journal), 포브스(Forbes), 뉴욕타임즈(The New York Times), 폭스비즈니스(Fox Business), 씨엔엔(CNN)  
 사진자료: 월마트(Walmart), 더블유아이티에프뉴스(WITF News)

입점 및 협력 정보

<p><b>입점 제품 특징</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 건조식품, 건강보조식품, 차(茶)류, 즉석식품, 면류 등</li> <li>- 일반: 의류, 화장품, 완구류, 가구류, 잡화류, 전자제품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 좋은 품질과 가격 경쟁력을 갖춘 제품 선호</li> </ul> </li> </ul>	
<p><b>입점 등록 절차</b></p>	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 문의 (<a href="http://www.corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier">www.corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier</a>)             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 체크리스트 참고하여 필요 정보 및 서류 확인</li> <li>- 매점 입점(Store&amp;Club)과 온라인 입점(E-Commerce)을 선택하여 제안서 제출 (한국어 번역 제공)</li> </ul> </li> <li>- 홈페이지 기입 정보             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 공급자 번호/DUNS<sup>36</sup>) 번호, 납세자 식별번호, 회사 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소, 계좌 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매 가격, 제품 설명)</li> </ul> </li> <li>• 로컬 에이전트를 통한 등록</li> </ul>
<p><b>벤더 리스트</b></p>	<p><b>등록 조건</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 평가 기준             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제조시설 정보 및 Audit 실시 결과보고서 제공</li> <li>- Dun &amp; Bradstreet 등록</li> <li>- GFSI 인증<sup>37)</sup></li> </ul> </li> </ul> <p><b>특이사항</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Walmart.com 홈페이지를 통해 판매 증대 서비스 제공 (<a href="http://marketplace.walmart.com">marketplace.walmart.com</a>)</li> <li>• 식료품 납품 시, 월마트 식료품 준수 사항 'Walmart Food Safety Requirements'를 충족해야 함</li> <li>• 미국이 아닌 타 국가에서 직수입 공급자로서 납품 시             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: <a href="mailto:gsnwpodt@wal-mart.com">gsnwpodt@wal-mart.com</a></li> <li>- 문의사항 연락처: <a href="mailto:supplier64@wal-mart.com">supplier64@wal-mart.com</a></li> </ul> </li> </ul> <p><b>벤더 리스트</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Savino Sales and Marketing (식품 브로커)             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지: <a href="http://savinosalessandmarketing.com">savinosalessandmarketing.com</a></li> <li>- 전화번호: +1-479-799-8311</li> <li>- 기업소개: 월마트, 샘스클럽의 납품 및 판매 활동 지원</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 월마트(Walmart), 유통채널 담당자와의 인터뷰

36) 국제 사업자 등록번호 (Data Universal Numbering System, DUNS)

37) 국제 식품 안전 협회 인증 (Global Food Safety Initiative, GFSI). 없을 시 Third-Party Food Safety Audits 실시가 요구됨





## ② 마이어(Meijer)

기업 기본 정보	기업명	마이어(Meijer)	
	홈페이지	www.meijer.com	
	위치	미시간(Michigan)	
	규모	매출액('19)	약 190억 달러 (약 20조 9,931억 원)
기업 기본 정보	기타 규모	매장 수('20): 약 245개 <sup>38)</sup> 직원 수('20): 약 8만 명	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1934년 설립</li> <li>• 약 22만여 개의 제품 및 600종류 이상의 신선제품 판매</li> <li>• 지역별 후원 프로그램을 통해 지역 사회 공헌 중시</li> <li>• 자사 제작 유기농 라인 판매</li> <li>• 약 125개 이상의 현지 기업과 계약 체결</li> </ul>	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2021년 클리블랜드 주에 6번째 슈퍼센터 지점 오픈 예정</li> <li>• 2020년 위스콘신, 일리노이, 미시건, 오하이오 4개 주에 5개의 초대형 슈퍼센터(Supercenter) 지점 오픈</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	마이어스위트렐리시 (Meijer Sweet Relish)
		종류	스위트 피클
		용량	473ml
		원산지	미국

자료: 마이어(Meijer), 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News), 클리블랜드닷컴(Cleveland.Com), 피알뉴스와이어(PR Newswire)

사진자료: 마이어(Meijer), 씨에스피데일리뉴스(Csp Daily News)

38) 6개 주에 매장 위치(마이어 주유소 미포함)




**입점 및 협력 정보**

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

자료: 마이어(Meijer), 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 크로거(Kroger)

	기업명	크로거(Kroger)			
	홈페이지	www.kroger.com			
	위치	오하이오(Ohio)			
	규모	<table border="1"> <tr> <td>매출액('19)</td> <td>약 1,211억 6,000만 달러 (약 133조 8,696억)</td> </tr> <tr> <td>기타 규모</td> <td>매장 수('20): 약 2,920개<sup>39)</sup> 직원 수('19): 약 45만 3,000명</td> </tr> </table>	매출액('19)	약 1,211억 6,000만 달러 (약 133조 8,696억)	기타 규모
매출액('19)	약 1,211억 6,000만 달러 (약 133조 8,696억)				
기타 규모	매장 수('20): 약 2,920개 <sup>39)</sup> 직원 수('19): 약 45만 3,000명				
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1883년 설립</li> <li>• 미국 35개 주에서 매장 운영하며 약 44개의 물류센터 보유</li> <li>• 자사 브랜드 판매 매출액이 전체 매출의 26% 차지</li> <li>• 티몰(Tmall), 마이크로소프트(Microsoft) 등 다양한 회사와 파트너십 체결</li> </ul>				
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2018년 일 평균 약 1,100만 건의 거래가 이루어지며 이 중 약 97%는 로열티카드 통한 거래</li> </ul>				
	 				
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 1월 온라인 식료품 주문 전문 자동화 시설 준공 발표</li> <li>• 2020년부터 매장 픽업 서비스 무료 제공 예정</li> <li>• 2개의 매장에 배달 서비스 확장</li> </ul>				
유사제품 정보		제품명	코셔딜스피어스 (Kosher Dill Spears)		
		종류	딜 피클		
		용량	710ml		
		원산지	미국		

자료: 크로거(Kroger), 유로모니터(Euromonitor), 씨에스피데일리뉴스(CSP Dailynews), 비즈니스인사이드(Business Insider)  
사진자료: 크로거(Kroger)

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"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 차(茶)류, 스낵류, 건강보조식품, 주류 등</li> <li>- 일반: 의약품, 화장품, 위생용품, 생활용품, 세탁용품, 가전제품, 의류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다양한 국가의 수입식품을 취급하고 있으나 현지 생산 제품 선호</li> <li>- 신선도 높은 제품 선호</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지 통해 사전 등록 후 제안서 제출 (www.thekrogerco.com/vendors-suppliers/become-a-supplier)</li> <li>- 사전등록 시 기입한 이메일을 통해 'The Supplier Hub'에서 제안서 관련 내용 회신</li> <li>- 사전등록 시 필요한 정보 (회사명, 사업자등록번호/납세자식별번호, 연락처)</li> <li>- 사업자등록번호/납세자번호 없이 사전 등록 불가</li> <li>- 사전등록 후:                     <ol style="list-style-type: none"> <li>① 이메일 회신에 첨부된 링크로 들어가 User ID와 임시 비밀번호를 이용하여 등록 절차 완료</li> <li>② 제품 설명은 정해진 형식에 따라 작성</li> </ol> </li> <li>• 로컬 에이전트를 통한 등록</li> </ul>
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 평가 기준                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- Animal Welfare Policy 기준 충족</li> <li>- GCC<sup>40)</sup> 및 KGCC<sup>41)</sup> 인증 취득</li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 크로거사의 벤더 관리 시스템(Supplier Hub)을 통해서만 입점 가능</li> <li>• 제안서 검토 최소 1주 소요</li> <li>• 기업 및 공급자 다양성 추구</li> <li>• 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: SupplierCompliance@kroger.com</li> </ul> </li> </ul>
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GLENMOOR BROKERAGE(식품 브로커)                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지: glenmoorbrokerage.com</li> <li>- 전화번호: +1-602-414-0060</li> <li>- 이메일: ericglenn@glenmoorbrokerage.com</li> <li>- 기업소개: 크로거 및 다양한 리테일 기업 납품 및 판매 활동 지원</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 크로거(Kroger), 유통채널 담당자와의 인터뷰

40) 일반소비재 적합성 인증서(General Certificate of Conformity, GCC)로 일반 소비재 관련 안전 규칙 및 법령 기준 준수 인증

41) 크로거 일반소비재 적합성 인증서(Kroger General Certificate of Conformity KGCC): 연방 및 주정부 표준과 크로거(Kroger)에서 제시한 품질, 성능 등 표준 준수 인증

2) 온라인



① 아마존(Amazon)

	<b>기업명</b>	아마존(Amazon)								
	<b>홈페이지</b>	www.amazon.com								
	<b>위치</b>	워싱턴(Washington)								
	<b>규모</b>	<table border="1"> <tr> <td><b>매출액('19)</b></td> <td>약 2,805억 달러<sup>42)</sup> (약 309조 9,244억 원)</td> </tr> <tr> <td><b>기타 규모</b></td> <td>직원 수('18): 약 64만 7,500명</td> </tr> </table>	<b>매출액('19)</b>	약 2,805억 달러 <sup>42)</sup> (약 309조 9,244억 원)	<b>기타 규모</b>	직원 수('18): 약 64만 7,500명				
<b>매출액('19)</b>	약 2,805억 달러 <sup>42)</sup> (약 309조 9,244억 원)									
<b>기타 규모</b>	직원 수('18): 약 64만 7,500명									
<b>기업 기본 정보</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1994년 7월 설립된 세계 최대의 온라인쇼핑몰</li> <li>• 현재 전 세계적으로 175개의 물류센터를 보유하고, 그 중 110여 개가 미국에 위치</li> <li>• 2017년 홀푸드마켓(Whole Foods Market)을 인수하여 오프라인 식료품 시장 확장 계획</li> <li>• 아마존고(Amazon Go), 아마존포스타(Amazon 4-Star) 오프라인 매장을 론칭하여 오프라인 영역을 지속확대할 계획</li> </ul>									
<b>기업 요약</b>										
<b>기업 최근 이슈</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 워싱턴주 레드몬드(Redmond) 지역에 두 번째 오프라인 매장 아마존고(Amazon Go) 오픈</li> <li>• 2020년 무인자동차 제조 스타트업 족스(Zoox) 인수</li> </ul>									
<b>유사제품 정보</b>		<table border="1"> <tr> <td><b>제품명</b></td> <td>마운트올리브햄버거딜칩스 (Mt. Olive Hamburger Dill Chips)</td> </tr> <tr> <td><b>종류</b></td> <td>딜 피클</td> </tr> <tr> <td><b>용량</b></td> <td>473ml</td> </tr> <tr> <td><b>원산지</b></td> <td>미국</td> </tr> </table>	<b>제품명</b>	마운트올리브햄버거딜칩스 (Mt. Olive Hamburger Dill Chips)	<b>종류</b>	딜 피클	<b>용량</b>	473ml	<b>원산지</b>	미국
<b>제품명</b>	마운트올리브햄버거딜칩스 (Mt. Olive Hamburger Dill Chips)									
<b>종류</b>	딜 피클									
<b>용량</b>	473ml									
<b>원산지</b>	미국									

자료: 아마존(Amazon), 이터시에틀(Eater Seattle), 유로모니터(Euromonitor), 야후파이낸스(Yahoo Finance), 더그로서(The Grocer), 그로서리다이브(Grocery Dive)  
사진자료: 아마존(Amazon)

42) 2019년 글로벌 통합 매출액

입점 및 협력 정보

<p><b>입점 제품 특징</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 유제품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 면류, 곡류, 음료류, 차(茶)류, 주류 등</li> <li>- 일반: 서적류, 전자제품, 가전제품, 주방용품, 생활용품, 운동기구, 악기류, 화장품, 완구류 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기존 플랫폼에 없는 신제품</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 일정 구독료를 지급하면 1시간 내 물건을 배송해주는 서비스인 프라임나우 (Prime Now)를 통한 주류 판매</li> </ul> </li> </ul>		
<p><b>입점 등록 절차</b></p>	<p><b>등록 유형</b></p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p><b>등록 방법 및 등록 정보</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지 통한 직접 등록 (services.amazon.com/services/soa-approval-category)</li> <li>- Grocery &amp; Gourmet Food 카테고리 'Requirement' 눌러 자격조건 확인 후 'Contact Us' 클릭하여 입점 문의 제출</li> <li>- 등록 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일)</li> <li>② 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 제조사 정보, 주요 유통채널 정보)</li> </ul> </li> <li>• 로컬 에이전트를 통한 등록</li> </ul>	
	<p><b>등록 조건</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 아마존 행동강령 준수</li> <li>• 아마존 자체 브랜드 공급업체일 경우에는 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증<sup>43)</sup></li> </ul>	
	<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 입점 가능한 카테고리 20개 중 식품품을 포함한 10개 제품군은 승인절차 거쳐야 입점 가능</li> </ul>	
<p><b>벤더 리스트</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• National Sales Solutions (식음료 브로커, 브랜드 마케팅)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지: nationalsalesolutions.com</li> <li>- 전화번호: +1-636-527-7115</li> <li>- 팩스: +1-636-527-2116</li> <li>- 기업소개: 아마존 포함한 다양한 유통업체 납품 및 판매 활동 지원</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 아마존(Amazon), 유통채널 담당자와의 인터뷰

43) 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 108억 달러 <sup>44)</sup> (약 11조 9,329억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1995년 9월 12일 서비스 론칭</li> <li>• 2000년 등록된 판매자 수 1,200만 명 달성</li> <li>• 2002년 페이팔(Paypal)과 아이바자(iBazaar) 인수</li> <li>• 2008년 세계 각국에 이커머스 서비스 제공 시작</li> <li>• 2015년 인도 이커머스 플랫폼 플립카트(Flipkart) 인수</li> <li>• 2020년 190개국에서 운영하며, 전 세계적으로 1억 8,300만 명의 판매자가 등록됨</li> </ul>	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년부터 간편결제 시스템 ‘애프터페이(Afterpay)’ 도입</li> <li>• 2020년 온라인 대출업체 렌딩포인트(Lending Point)와 파트너십 셀러에게 500-25,000달러 대출 서비스 제공</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명	선라이즈코쇼딜홀피클스 (Sunraised Kosher Dill Whole Pickles)
		종류	딜 피클
		용량	710ml
		원산지	미국

자료: 이베이(Ebay), 엠에스엔머니(MSN Money), 씨넷(CNet), 텔레그래프(Telegraph), 뉴스페이퍼닷컴(Newspapers.com)

사진자료: 이베이(Ebay)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 스낵류, 캔디류 음료류, 주류, 유제품, 신선식품, 냉동식품, 차(茶)류, 영양제류, 건강기능식품 등</li> <li>- 일반: 전자제품, 의류, 액세서리류, 화장품, 스포츠용품, 유아용품, 완구류, 자동차용품, 청소용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 배송이 빠른 제품</li> </ul> </li> </ul>	
<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"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 계정 생성 후 판매자(Seller) 등록</li> <li>- 개인 판매자와 스토어 판매자 중 선택하여 입점</li> <li>- 개인 판매자는 40개까지 무료로 등록 가능 (수수료 건당 10.9%)</li> <li>- 기업 판매자는 250,000개까지 제품 등록 가능 (월별 비용과 건당 수수료 4.8%)</li> <li>- 아래 웹 페이지 주소에서 판매 상품 리스트, 새 상품 등록, 판매 현황 등 판매에 관련된 다양한 정보 확인 가능 (pages.Ebay.com/seller-center/index.html)</li> </ul> </li> </ul>
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ebay가 자체적으로 벤더 역할을 함</li> </ul>	

자료: 이베이(Ebay), 유통채널 담당자와의 인터뷰



## 4. 미국 피클 B2B 유통채널

### 1) 프랜차이즈 레스토랑



#### ① 아웃백(Outback)

	기업명	아웃백(Outback)	
	홈페이지	www.outback.com	
	위치	플로리다(Florida)	
	규모	매출액('19)	약 26억 3,500만 달러 (약 2조 9,114억 원)
기타 규모		매장 수('20): 약 726개	
프랜차이즈 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1988년 설립</li> <li>• 미국 내 726개, 해외 167개 매장 보유</li> <li>• 호주식 스테이크 하우스를 테마로 하는 캐주얼 다이닝 레스토랑</li> <li>• 2018년 도어대쉬(Door Dash)를 독점 배달 담당 업체로 파트너십 체결</li> <li>• 홈페이지나 우버이츠 등 모바일 플랫폼을 통한 주문 접근성 확대</li> </ul>	
		 	
프랜차이즈 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 12월 기프트카드 사용고객에게 드라이브업 컨시어지 서비스 제공</li> <li>• 코로나19와 관련해 위생 기준 강화, 직원 개인 보호 장비 착용 및 앱을 통한 언택트 결제 활성화</li> </ul>	
취급 제품		이름	피클
		종류	피클
		용량	(-)
		원산지	미국

자료: 아웃백(Outback), 아웃백(Outback) 페이스북, 레스토랑비즈니스온라인(Restaurant Business Online), 에프에스알매거진(FSR Magazine)  
사진자료: 아웃백(Outback) 인스타그램

## 입점 및 협력 정보

프랜차이즈 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 메뉴           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 육류: 스테이크, 립, 베이컨, 안심 로스트, 양고기, 치킨, 숯불구이 등</li> <li>- 일반: 해산물, 파스타, 샐러드, 수프, 감자튀김, 음료수 등</li> </ul> </li> <li>• 특이사항           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 호주 테마의 미국식 요리를 판매하는 레스토랑</li> <li>- 시즌별 다양한 프로모션 제공 및 메뉴 조합 추천</li> <li>- 홈페이지 회원 등록 시 할인 혜택 제공</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
접촉 방법	접촉 방법 및 필요 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지에서 직접 문의           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 Contact 클릭</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보               <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소 등)</li> <li>② 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +1-813-282-1225</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 아웃백(Outback)



② 올리브가든(Olive Garden)

	<b>기업명</b>	올리브가든(Olive Garden)	
	<b>홈페이지</b>	www.olivegarden.com	
	<b>위치</b>	플로리다(Florida)	
	<b>규모</b>	<b>매출액('20)</b>	약 40억 1000만 달러 (약 4조 4,306억 원)
<b>기타 규모</b>		매장 수('20): 약 868개	
<b>프랜차이즈 기본 정보</b>	<b>기업 요약</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1982년 설립</li> <li>• 캐주얼 다이닝 레스토랑으로, 미국 내 최대의 이탈리아 프랜차이즈 브랜드</li> <li>• 미국, 캐나다 등 7개 국가에 프랜차이즈 매장 보유</li> <li>• 자동차 픽업, 배달 서비스 제공</li> <li>• 라이프타임 파스타 패스(Lifetime Pasta Pass) 도입</li> </ul>	
		 	
<b>프랜차이즈 최근 이슈</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 온라인 결제 후 픽업 주차장에 도착하면 상품을 전달해주는 카사이드 서비스 제공</li> <li>• 글루텐이 함유되지 않은 식단이나 채식주의자를 위한 메뉴 별도로 마련</li> </ul>	
<b>취급 제품</b>		<b>이름</b>	샐러드
		<b>종류</b>	샐러드 <sup>45)</sup>
		<b>용량</b>	(-)
		<b>원산지</b>	미국

자료: 올리브가든(Olive Garden), 스태티스타(Statista), 씨엔비씨(CNBC), 월스트리트 저널(Wall Street Journal)  
사진자료: 올리브가든(Olive Garden), 유튜브(Youtube)

45) 피클 함유 샐러드

입점 및 협력 정보

프랜차이즈 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>메뉴</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 육류: 스테이크, 치킨 파르미치아나, 치킨 페투치네, 미트볼 등</li> <li>- 일반: 해산물, 라자냐, 파스타, 수프, 케이크, 피자, 샐러드, 음료 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국식 이탈리아인 푸드 프랜차이즈 레스토랑</li> <li>- 매년 기간 한정 혹은 평생 파스타를 무제한 제공하는 패스 판매</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
	접촉 방법 및 필요 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지에서 직접 문의</li> <li>• 홈페이지 하단 Contact Us 클릭</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소 등)</li> <li>② 관심 매장 정보 (매장 국가, 주소, 방문 유형 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul>	
특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: info@olivegarden.com</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 올리브가든(Olive garden)



③ 버팔로와일드윙스(Buffalo Wild Wings)

	기업명	버팔로와일드윙스(Buffalo Wild Wings)	
	홈페이지	www.buffalowildwings.com	
	위치	애틀랜타(Atlanta)	
	규모	매출액('19)	약 36억 6900만 달러 (약 4조 538억 원)
기타 규모		매장 수('20): 약 1,220개	
프랜차이즈 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1982년 설립</li> <li>• 게임 시청과 식사를 함께할 수 있는 미국 최대 스포츠 바 브랜드</li> <li>• 미국 모든 주와 캐나다, 인도, 베트남 등 10여 개국에 매장 보유</li> <li>• BetMGM과 파트너십을 맺고 앱을 통한 배당 게임을 진행해 스포츠 팬덤을 타겟팅</li> </ul>	
		 	
프랜차이즈 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 리그 오브 레전드 챔피언십 공식 스포츠 바 지정</li> <li>• 2020년 4월 1일 모바일 앱을 통한 모든 주문 무료 배송</li> </ul>	
취급 제품		이름	프라이드피클스 (Fried Pickles)
		종류	딜 피클 튀김
		용량	(-)
		원산지	미국

자료: 버팔로와일드윙스(Buffalo Wild Wings), 인스파이어브랜드(Inspire Brands), 스크레이프히어로(Scrapehero), 레스토랑비즈니스온라인(Restaurant Business Online)  
 사진자료: 버팔로와일드윙스(Buffalo Wild Wings), 버팔로와일드윙스(Buffalo Wild Wings) 인스타그램

## 입점 및 협력 정보

프랜차이즈 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>취급 메뉴</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 육류: 순살 치킨, 닭날개 튀김, 비비큐 샐러드, 베이컨 등</li> <li>- 일반: 햄버거, 샌드위치, 감자튀김, 치즈, 케이크, 아이스크림, 음료수 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 게임, 스포츠와 관련된 다양한 프로모션 제공</li> <li>- 피클이 햄버거 재료로 사용되거나 사이드메뉴로 피클 튀김 판매</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록	
접촉 방법 접촉 방법 필요 정보	접촉 방법 및 필요 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지에서 직접 문의</li> <li>• 홈페이지 하단 FAQ &amp; CONTACT US 클릭</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보               <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +1-866-704-0777</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 버팔로와일드윙스(Buffalo Wild Wings)

2) 피클 유통업체



① 웨어하우스115(Warehouse 115)

	기업명	웨어하우스115(Warehouse 115)	
	홈페이지	www.warehouse115.com	
	위치	애틀랜타(Atlanta)	
	규모	기타 규모	유통망 수('20): 약 300개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2016년 설립</li> <li>• 50년 이상의 식품 유통 경험을 바탕으로 온라인 플랫폼 개설</li> <li>• 미국 전역에 300여 개 이상의 전략적 유통망 보유</li> <li>• 약 17,000여 개의 식품과 생활용품 판매</li> <li>• FedEx, UPS 통한 신속한 배달서비스 제공</li> </ul>	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품 물류 플랫폼 그린래빗(Green Rabbit)과 파트너십 체결</li> <li>• 홈페이지 내 이메일 등록 후 최신 할인 소식을 구독할 수 있으며 무료배송이나 할인 쿠폰 제공 중</li> </ul>	
주요 제품	제품명	하인즈코셔딜피클슬라이스 (Heinz Kosher Dill Pickle Slices)	
	종류	딜 피클	
	용량	2.92L	
	원산지	미국	

자료: 웨어하우스115(Warehouse 115), 웨어하우스115(Warehouse 115) 페이스북  
사진자료: 웨어하우스115(Warehouse 115)

## 입점 및 협력 정보

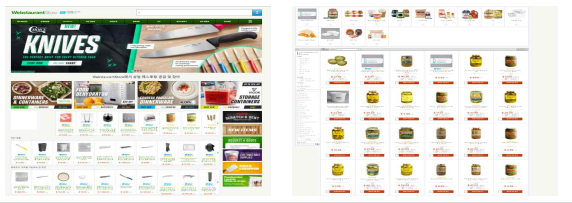

기업 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>주요 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 피클: 딜 피클, 켈리시 피클, 스위트 피클, 올리브 피클, 슬라이스 피클 등</li> <li>- 기타: 생활용품, 일회용품, 파티용품, 음료수, 조미료 등</li> </ul> </li> <li>• <b>유통 현황</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- B2C: 자체 온라인쇼핑몰 등</li> <li>- B2B: 호텔, 카페, 의료시설, 레스토랑, 학교 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대용량, 소비 절약이 가능한 온라인 도매 공급업체</li> <li>- 여러 제품을 원스톱으로 쇼핑할 수 있는 온라인 플랫폼</li> </ul> </li> </ul>	
	<p>등록 유형</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록      <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>	
접촉 방법	<p>접촉 방법 및 필요 정보</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지 하단 이메일 기입 후 직접 문의 혹은 유선 문의             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의 시 필요한 일반적 정보                 <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +1-678-961-4606</li> <li>- 이메일: hi@warehouse115.com</li> </ul> </li> </ul>

자료: 웨어하우스115(Warehouse 115)





## ② 웹스토랑스토어(Webstaurant Store)

	기업명	웹스토랑스토어(Webstaurant Store)	
	홈페이지	www.webstaurantstore.com	
	위치	펜실베이니아(Pennsylvania)	
	규모	매출액('18)	약 8,400만 달러 (약 928억 원)
기타규모		직원 수('18): 133명	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2004년 설립</li> <li>• 프랜차이즈 레스토랑, 개인 레스토랑 등 식품 서비스 업체 대상으로 한 B2B 온라인 스토어</li> <li>• 레스토랑용 장비, 식기, 테이블, 식품, 인테리어 용품 등 다양한 품목 판매</li> <li>• 대형 프랜차이즈를 위한 대량 구매 및 맞춤형 컨설팅 서비스 제공</li> <li>• 레스토랑 관련 사업 자료 제공</li> </ul>	
			
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2021년 1월 식품 제조 장비 프로모션 진행</li> <li>• 2020년 레스토랑 운영 및 마케팅 관련 콘텐츠 업데이트</li> </ul>	
주요 제품		제품명	비엔지센델코셔딜피클 (B&G San-Del Kosher Dill Pickles)
		종류	딜 피클
		용량	약 3.7L
		원산지	미국

자료: 웹스토랑스토어(Webstaurant Store), 웹스토랑스토어(Webstaurant Store) 페이스북, 둔앤브랜드스트리트(Dun and Bradstreet)

사진자료: 웹스토랑스토어(Webstaurant Store)

## 입점 및 협력 정보

기업 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>주요 제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 피클: 딜 피클, 켈리시 피클, 슬라이스 피클 등</li> <li>- 기타: 테이블, 식기, 조리기구, 청소용품, 가구, 레스토랑용 냉장고 등</li> </ul> </li> <li>• <b>유통 현황</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- B2C: 자체 온라인쇼핑몰 등</li> <li>- B2B: 레스토랑, 프랜차이즈 음식점 등</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 24시간 고객 상담 서비스 제공</li> <li>- 6개 창고를 보유하여 미국 전역에 신속배달 가능</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
접촉 방법	접촉 방법 및 필요 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 문의 (<a href="http://www.webstaurantstore.com/vendor-application">www.webstaurantstore.com/vendor-application</a>)</li> <li>- 하단에 Apply Now 작성</li> <li>- 문의 시 필요한 일반적 정보               <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소, 홈페이지, 업체 유형 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (제품 종류, 제품 인증, 제품 원산지, 판매 가격, 판매량, SKU, EDI 활용 여부 등)</li> <li>③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그, 제품 사진 등을 URL을 통해 첨부 가능)</li> </ol> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +1-717-392-7472</li> <li>- 이메일: <a href="mailto:help@webstaurantstore.com">help@webstaurantstore.com</a></li> </ul> </li> </ul>	

자료: 웹스토랑스토어(Webstaurant Store)

## V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

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

## 1. 미국 피클 인증 취득

### 인증 취득

미국으로 제품 수출 시,  
필요하거나 선택 가능한  
인증 정보 제공

### 피클

피클 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 미국 수입 일반가공식품 ‘적용받는 강제 인증 無’

미국으로 수출하고자 하는 피클 제품이 현지 진출 시 꼭 취득해야 하는 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

피클 제품은 HACCP, ISO 22000 등과 같이 식품의 생산과 그 안전성에 대한 인증을 선택적으로 획득하여 활용할 수 있음. 단, 주스와 해산물 식품에 관하여 별도로 HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point) 인증 관리 제도를 운영 중이며 미국 수출 시 필수적으로 취득해야 함

[표 5.1] 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 5.2] 미국 식품 인증 취득

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



자료: 각 인증기관

▶ 한국 유기농 인증, 미국 시장에서 ‘동일하게 적용 가능’

미국으로 유기농 식품을 수출하기 위해서는 미국 농무부(USDA, United States Department of Agriculture)에서 발급하고 있는 유기농 인증을 획득해야 함. 해당 인증은 농무부(USDA)가 지정하고 있는 지정 인증기관을 통하여 획득 가능함

다만, 한국에서 이미 유기농 인증을 획득하였다면, 2014년 7월 1일부로 발효된 상호동등성협정(Equivalence Arrangement)에 따라 미국에서도 동일하게 인정받을 수 있음. 제품의 수입신고 시, 이를 입증할 수 있도록 미국 당국에서 요구하는 수입증명서(National Organic Program Import Certificate)를 제출해야 함

[표 5.3] 한국 유기농인증 상호동등성협정 정보

인증명	발급 기관	정보	인증 Mark
USDA Organic	미국 농무부 (USDA)	95% 이상 유기농 원료 사용	
USDA Organic		모든 원료가 100%인 경우	

동등성 인정 요건

- 95% 이상 유기농 원료를 함유할 것
- 마지막 가공이 한국에서 이루어질 것
  - 기타 국가에서 가공이 이루어진 경우 인정되지 않음
  - 가공식품의 범위는 한국의 식품공전 상의 분류 기준 적용
- 항생제를 사용한 축산물을 포함하지 않을 것
- 라벨에 대한 표시 사항은 수입국(미국)의 규정 적용

미국 수입 요건

- 수입증명서(NOP Import Certificate) 제출
  - 유기농 인증기관을 통해 발급
  - 수입되는 제품의 매 선적 시마다 해당 수입증명서 첨부 필요

라벨 사용

- 라벨의 경우 미국의 유기농 인증 라벨을 부착해야 하나, 한국의 유기농 인증 로고도 같이 사용 가능
- 원료가 유기농이라는 점에 관한 내용 표시 필요
- 해당 내용을 인증한 인증기관 정보 기입 필요


자료: 미국 농무부(USDA), 국립농산물품질관리원

### ▶ 미국 시장 내 피클 제품, 주로 ‘코셔 인증’ 보유

코셔(Kosher) 인증이란 유대교 율법에 따라 제조된 식품에 부여되는 인증으로, 원재료와 가공 전반을 포괄함. 미국에서 코셔 인증을 수행하고 있는 인증기관은 약 80개 이상이 존재하며, 다양한 기관들이 유대교 율법에 따라 코셔 인증을 부여하고 있음

미국으로 제품을 수출하는 데에 있어 코셔 인증이 필수는 아니며, 정부 당국에서도 코셔 인증을 획득하는 데에 대한 별도의 규정을 두고 있지 않음. 그러나 미국에서 판매되는 대부분의 피클 제품이 코셔 인증을 획득하고 있어 해당 인증 획득 시 마케팅에 활용할 수 있음

[표 5.4] 코셔 인증 정보

인증명	발급 기관	인증 Mark
KOSHER	전 세계 약 16,000여 개 (미국 내 80여 개 이상)	

#### 코셔 인증 절차

1. 신청서 제출(기관별로 제시하는 양식에 맞춰 신청서 제출)
2. 신청서 내용에 따라 인증 서비스 진행을 위한 비용 견적
3. 방문 검사
  - 인증기관에서 파견한 전문가, 신청 기업의 공장 직접 방문 및 검사 진행
  - 방문 결과에 대하여 보고서 작성 후 본사 송부
4. 접수된 보고서에 대하여 심사 진행
  - 심사 결과에 따라 인증 여부 결정
  - 보완 사항 도출 시 해당 내용 신청 기업으로 송부하여 추가 정보 요청
5. 인증에 대한 계약 체결
6. 인증서 발급 완료

#### 미국 수입 요건

- 평균 약 4,000 ~ 6,000달러 (기관별로 상이)

#### 라벨 사용

- 제품의 생산에 관여하는 모든 공정 라인이 코셔에 해당해야 함
- 제조 공정에서 사용되는 모든 원재료가 코셔 제품에 해당해야 함
- 원재료에 비 코셔 제품이 있는 경우 다른 대체 원료를 사용해야 함

자료: 각 코셔 인증기관, 해외식품인증정보포털

## 2. 미국 피클 사전 절차

### 사전 절차

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

### 피클

피클 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

▶ 미국 일반가공식품 수출을 위해 사전 심사 ‘불필요’

▶ 미국 일반가공식품, 수입 전 식품의약품국으로 ‘사전 수입 식품 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 수입 식품 통지 절차의 경우 어떤 운송 수단을 통하여 진행하느냐에 따라 제출 기한이 정해져 있기 때문에 해당 시간 이전에 제출되어야 함. 미국 식품의약품국(FDA) 홈페이지<sup>46)</sup>를 통하여 PNSI(Prior Notice System Interface) 접속 후, 식품의약품국(FDA)에서 제시하고 있는 가이드 및 절차에 따라 진행할 수 있음

[표 5.5] 미국 수입 전 사전 통지

적용 규제	미국 식품의약품국(FDA), 「바이오테러리즘법(Bioterrorism Act)」, 2002
발행 기관	미국 식품의약품국(FDA)
기간	각각의 운송 수단별 지정된 시간 이전에 미국 식품의약품국으로의 사전 통지 절차가 완료될 것 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 도로운송을 통해 수입되는 경우: 도착 2시간 전</li> <li>• 철도운송을 통해 수입되는 경우: 도착 4시간 전</li> <li>• 항공운송을 통해 수입되는 경우: 도착 4시간 전</li> <li>• 해상운송을 통해 수입되는 경우: 도착 8시간 전</li> </ul>
필요 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입업체 정보(업체명, 주소)</li> <li>• 운송 정보(선하증권 또는 항공화물운송장 등 적절한 운송 정보)</li> <li>• 출발 국가 정보</li> <li>• 제품 정보(제품 일반명 또는 시장명, 패키징 및 수량 정보)</li> <li>• 제조사 정보(식품 제조시설 등록 번호)</li> <li>• 수출업체 정보</li> <li>• 최종 수취인 정보</li> </ul>

자료: 미국 식품의약품국(FDA)

46) 미국 식품의약품국(FDA) 등록 ([www.access.fda.gov](http://www.access.fda.gov))



▶ 미국 일반가공식품 통관을 위해 ‘사전 식품 시설 등록 필요’

▶ 미국 식품의약국(FDA) 통해 온라인 등록 가능

미국은 2003년 발효된 바이오테러리즘법에 의거하여 미국 내에서 식품을 제조, 처리, 포장, 보관하는 시설과 자국에서 식품을 가공하여 미국으로 수출하고자 하는 기업 모두에게 식품 시설 등록(Facility Registration) 의무를 부과하고 있음에 따라 미국으로 식품을 수출하고자 하는 국내 업체는 미국 식품의약국(FDA)을 통해 식품 시설 등록을 필수적으로 진행해야 함. 등록되지 않은 시설의 식품 수입 시, 통관이 거부될 수 있음. 다만, 최근 코로나19로 인해 일시적으로 원격 수입업체 검사를 실시하고 있음<sup>47)</sup>

[표 5.6] 미국 사전 식품 제조시설 등록 절차

적용 규제	미국 식품의약국(FDA), 「바이오테러리즘법(Bioterrorism Act)」, 2002
발행 기관	미국 FDA 산하 FDA Industry System 온라인 홈페이지: <a href="http://www.access.fda.gov">www.access.fda.gov</a>
필요 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 시설명, 주소, 전화번호, 긴급 시 연락처</li> <li>• 선호 메일 주소</li> <li>• 모회사명, 주소, 전화번호(해당 시설이 자회사에 해당하는 경우)</li> <li>• 해당 시설이 사용하는 모든 상표</li> <li>• 책임 대표자의 이름, 주소, 전화번호, 이메일 주소</li> <li>• 시설을 통해 제조, 가공, 포장하고 있는 식품의 적용 가능한 카테고리</li> <li>• 각 식품 제품 카테고리별로 시설에서 수행하고 있는 행위</li> <li>• 식품·의약품·화장품법(FD&amp;C Act)이 정하는 시간과 방법에 따라 미국 식품의약국(FDA)이 시설을 조사해도 된다는 대표자의 확인</li> <li>• 제출 시설 정보의 정확성 및 진실성에 대한 책임 대표자의 확인</li> </ul>
비용	무료

자료: 미국 식품의약국(FDA)

47) 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)

▶ 미국 식품안전 사고 사전예방을 위한 식품안전현대화법(FSMA) 실행

▶ 미국 수출 식품, 해외공급업체 검증프로그램(FSVP) 의무

미국은 2011년 1월 사전예방을 통한 식품공급의 안전성 보장 및 국민건강 보호를 목적으로 식품안전현대화법(FSMA, Food Safety Modernization Act)을 제정함. 식품안전현대화법에 수입 식품의 안정성을 보장하기 위해 FDA의 해외공급업체 검증프로그램(FSVP, Foreign Supplier Verification Programs)을 실시하였는데 이에 따라 미국으로 식품을 수출하는 수출업체는 해당 식품이 미국 내 식품가공업체와 같이 위해요소 분석과 예방관리 기준에 따라 생산되었음을 입증해야 함

현재 미국은 사고 대응 중심의 HACCP(Hazard Analysis Critical Control Point)보다 사고 예방 중심의 HARPC(Hazard Analysis and Risk-based Preventive Controls) 기준에 중점을 두고 있음. 이에 따라 수출업체는 HARPC 기준에 따라 식품이 생산됨을 제조, 가공, 포장, 저장, 유통 등의 사항이 충족함을 평가받게 됨

[표 5.7] 미국 해외공급업체 검증프로그램(FSVP) 정보

적용 규제	미국 식품의약국(FDA), 「식품안전현대화법(Food Safety Modernization Act)」, 2011
실시절차	수입업체는 미국 식품의약국(FDA)에서 해외공급업체 검증프로그램 실시를 허가받은 후, 수출업체의 제품을 각 기준에 따라 자체 분석 및 평가
위해요소 분석 및 평가	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 생물학적, 화학적, 물리적 위해요소 평가</li> <li>• 위해요인이 발생할 가능성 및 그에 따른 피해 평가</li> <li>• 시설 위생 상태, 원재료, 성분, 가공절차, 유통절차 등 평가</li> </ul>
면제 대상	<ul style="list-style-type: none"> <li>• FDA의 HACCP 규정을 준수하는 어류 및 어류가공품, 주스 제품</li> <li>• 연구 또는 평가용 식품</li> <li>• 개인 섭취용 식품</li> <li>• 주류 및 주류에 사용할 목적으로 수입한 특정 원재료 및 원료</li> <li>• 추가 수출 및 가공용으로 수입한 식품</li> <li>• 저산성 식품</li> <li>• 일부 육류, 가공육 및 난류 가공품</li> <li>• 환적(transshipment) 대상 식품</li> <li>• 해외 국가에서 추가 제조 혹은 가공되지 않고 수출되어 미국으로 재반입 될 미국산 제품</li> </ul>

자료: 미국 식품의약국(FDA)

### 3. 미국 피클 라벨 심의

#### ▶ 미국 라벨 규정

[표 5.8] 미국 라벨 관리 규정

● 라벨 심의	● 라벨 표기사항 (항목)	<p>미국 연방거래위원회(FTC, Federal Trade Commission), 「Fair Packaging and Labeling Act」, 1967</p> <p>미국 식품의약국(FDA), 「A Food Labeling Guide-Guidance for Industry」, 2013</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품명</li> <li>• 용량</li> <li>• 원산지</li> <li>• 원료 정보</li> <li>• 알레르기 정보</li> <li>• 성분정보</li> <li>• 1회 제공량</li> <li>• 기타 주의 문구(건강 유의 사항에 관한 문구 등)</li> <li>• 원산지</li> <li>• 제조업체정보</li> </ul>								
<p>미국으로 제품 수출 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공</p>	● 피클	<p>피클 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함</p>								
	세부 내용	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">표기 언어</td> <td>외국어 표기도 가능하나 모든 필수정보는 동시에 영어로도 표기되어야 함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">그림</td> <td>그림의 경우 정보를 가리거나, 소비자가 잘못 이해하지 않도록 해야 함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">용량</td> <td>용량의 단위는 미리(ml) 단위와 파운드(pound) 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</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">라벨 표기사항 (가이드)</td> <td> <p>제품의 전면에 표기되어야 하며, 최소한 가장 큰 라벨 면에서 1/2만큼을 차지하도록 표기되어야 함</p> <p>바닥과 평행하게 작성되어야 함</p> <p>제품명 소비자가 이해하기 쉬운 일반적인 이름이어야 함 일반적 식품의 모방(대체품)인 경우 '모방' 제품이라는 표시를 제품의 이름과 동일한 크기로 작성해야 함</p> <p>원료 정보 원료의 일반적인 명칭을 사용해야 함 양이 많은 것부터 적은 순으로 기입해야 함 원료 정보는 제조사, 유통사 정보와 같은 면에 기입되어야 함 최소한 1/16인치(inch)로 표기하여야 함</p> <p>원산지 눈에 잘 띄도록 작성되어야 함 유통업체 정보가 표기되어 있다면, 해당 정보와 같이 위치해야 함</p> </td> </tr> </table>	표기 언어	외국어 표기도 가능하나 모든 필수정보는 동시에 영어로도 표기되어야 함	그림	그림의 경우 정보를 가리거나, 소비자가 잘못 이해하지 않도록 해야 함	용량	용량의 단위는 미리(ml) 단위와 파운드(pound) 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)	<p>제품의 전면에 표기되어야 하며, 최소한 가장 큰 라벨 면에서 1/2만큼을 차지하도록 표기되어야 함</p> <p>바닥과 평행하게 작성되어야 함</p> <p>제품명 소비자가 이해하기 쉬운 일반적인 이름이어야 함 일반적 식품의 모방(대체품)인 경우 '모방' 제품이라는 표시를 제품의 이름과 동일한 크기로 작성해야 함</p> <p>원료 정보 원료의 일반적인 명칭을 사용해야 함 양이 많은 것부터 적은 순으로 기입해야 함 원료 정보는 제조사, 유통사 정보와 같은 면에 기입되어야 함 최소한 1/16인치(inch)로 표기하여야 함</p> <p>원산지 눈에 잘 띄도록 작성되어야 함 유통업체 정보가 표기되어 있다면, 해당 정보와 같이 위치해야 함</p>
표기 언어	외국어 표기도 가능하나 모든 필수정보는 동시에 영어로도 표기되어야 함									
그림	그림의 경우 정보를 가리거나, 소비자가 잘못 이해하지 않도록 해야 함									
용량	용량의 단위는 미리(ml) 단위와 파운드(pound) 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)	<p>제품의 전면에 표기되어야 하며, 최소한 가장 큰 라벨 면에서 1/2만큼을 차지하도록 표기되어야 함</p> <p>바닥과 평행하게 작성되어야 함</p> <p>제품명 소비자가 이해하기 쉬운 일반적인 이름이어야 함 일반적 식품의 모방(대체품)인 경우 '모방' 제품이라는 표시를 제품의 이름과 동일한 크기로 작성해야 함</p> <p>원료 정보 원료의 일반적인 명칭을 사용해야 함 양이 많은 것부터 적은 순으로 기입해야 함 원료 정보는 제조사, 유통사 정보와 같은 면에 기입되어야 함 최소한 1/16인치(inch)로 표기하여야 함</p> <p>원산지 눈에 잘 띄도록 작성되어야 함 유통업체 정보가 표기되어 있다면, 해당 정보와 같이 위치해야 함</p>									

자료: 미국 식품의약국(FDA)

<p>세부 내용</p>	<p>라벨 표기사항 (가이드)</p>	<p>성분정보는 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><b>성분정보<sup>48)</sup></b> 각주에 '1일 제공량 비율(%)은 1일 제공량 대비 해당 영양소의 비율임</p>
		<p>1일 제공량은 하루 2,000 칼로리를 기준으로 함.'이라고 명시해야 함</p>
		<p>설탕의 양(g)과 비율(%)을 필수적으로 표시해야 함</p>
		<p>'총 지방', '포화 지방', '트랜스지방'의 표시는 필수이지만 지방의 칼로리 표시는 요구되지 않음</p>
		<p>제품이 1회분 이상인 경우, 칼로리와 영양소의 양을 '1회분'과 '1포장분'으로 이중 표기해야 함</p>
		<p><b>알레르기 정보</b> 주요 알레르기원 : 우유, 달걀, 생선, 갑각류, 조개, 땅콩, 대두, 밀, 견과류</p>
		<p><b>유기농 표기 유의사항</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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"> <li>- 'made with organic 0000' 또는 'made with organic ingredients'</li> <li>- 소금과 물을 제외한 70% 이상의 원료가 인증된 유기농 재료여야 하며, 유기농 인증을 부여한 기관명을 적시해야 함 (e.g. Certified Organic by 00000 Certification Inc.)</li> </ul> </li> <li>• 유기농 원료의 함량이 70% 이하인 경우 다음과 같이 표기할 수 있음                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 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, ...)</li> </ul> </li> </ul>

자료: 미국 식품의약국(FDA)

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

▶ 미국 피클 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[옆면 라벨링]

[앞면 - 영문]

- ① No Artificial DYES
- ② vlasic
- ③ -BIG CRUNCH-  
Kosher Dill  
Baby Wholes
- ④ 16FL OZ  
(1PT) 473ml
- ⑤ Kosher 인증마크
- ⑥ Colored with Tumeric

[앞면 - 국문]

- ① 인공색소 넣지 않음
- ② vlasic
- ③ 오독오독 씹히는  
코셔 딜  
자르지 않은 작은 제품
- ④ 16액량 온스  
(1PT) 473ml
- ⑤ 코셔 인증마크
- ⑥ 강황으로 색상 냄

[옆면 - 영문]

- ① Keep refrigerated after opening
- ② no Yellow No 5 / No Artificial Flavors  
0 Calories per serving  
Pickles, a 0 calorie food  
Scan here for more food information.
- ③ Call here more food information  
: 1-800-421-3265  
www.vlasic.com

[옆면 - 영문]

- ① 개봉 후에는 냉장보관해주세요
- ② 황색 5번 / 인공감미료 첨가하지 않음  
1회 제공량 당 0칼로리  
피클, 0칼로리 식품  
더 많은 정보를 얻고 싶으시다면 여기를  
스캔하세요.
- ③ 더 많은 정보를 위해서는 전화하세요.  
: 1-800-421-3265  
www.vlasic.com

④ **Ingredients**  
: Cucumbers, water, distilled vinegar, contains 2% or less of: salt, calcium chloride, polysorbate 80, turmeric extract(color), natural flavore, potassium metabisulfite(preservative)

⑤

<p><b>Nutrition Facts</b> Serving : usually 9, <b>Serv. Size: about 1 Pickle (28g)</b> Amount per Serving: <b>Calories 0,</b> <b>Total Fat</b> 0g(0% DV), Sat. Fat 0g(0% DV), Trans Fat 0g, <b>Chloest.</b> 0mg(0% DV), <b>Sodium</b> 280mg(12% DV), <b>Total Carb.</b> 1g(0% DV), Fiber 0g(0% DV) total sugar 0g(Incl. 0g added sugars, 0% DV), <b>Protein</b> 0g, Vit. D(0% DV), calcium(0% DV), Iron(0% DV), potas.(0% DV).</p>
--

⑥ **CONAGRA BRANDS**  
P.O. BOX 3534, CHICAGO, IL 60654

④ **원료**  
: 오이, 물, 증류식초  
2% 이하 포함: 소금, 염화칼슘, 폴리소베이트 80, 강황 추출물(색), 천연 감미료, 메타중아황산칼륨(보존료)

⑤

<p><b>영양정보</b> 제공량 : 약 9회분, <b>1회분 제공량: 약 1피클(28g)</b> 1회분 당 영양 성분: <b>칼로리 0,</b> <b>총 지방</b> 0g(0% DV), 포화지방 0g(0% DV), 트랜스 지방 0g, <b>콜레스테롤</b> 0mg(0% DV), <b>나트륨</b> 280mg(12% DV), <b>총 탄수화물</b> 1g(0% DV), 식이섬유 0g(0% DV), 총 당 0g(추가된 당 0g 포함, 0% DV), <b>단백질</b> 0g, 비타민 D(0% DV), 칼슘(0% DV), 철분(0% DV), 칼륨(0% DV).</p>
---

⑥ **CONAGRA BRANDS**  
P.O. BOX 3534, 시카고, 일리노이 60654

## 4. 미국 피클 서류 준비

### 서류 준비

미국으로 제품 수출 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

### 피클

피클 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

### 원산지증명서 기재 정보

- 증명인 성명
- 상품 수입자
- 상품 수출자
- 상품 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 수입 신고는 수출입 당사자, 운송업체 또는 각 당사자의 위임을 받은 브로커를 통하여 수입통관 업무를 진행할 수 있음. 통관업무 당사자는 수입 신고부터 물품의 반출까지 모든 통관업무를 진행해야 함. 수입 물품 관세에 관한 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

화물 도착 하루 전에 화물전자신고시스템(AMS, Automated Manifest System)을 통해 적하목록을 미국 세관국경보호국(CBP, Customs and Border Protection)에 제출해야 하며 수입 물품의 현지 도착 후에는 수입신고서를 제출해야 함

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 서식<sup>49)</sup>을 활용하여 쉽게 작성 가능함

[표 5.9] 미국 통관 서류

구분	서류명	발급기관
일반 서류	수입신고서 (CBP Form 7501)	미국 세관국경보호국(CBP)
	적하목록	(-)
	상업송장 (또는 견적송장)	(-)
	포장명세서	(-)
	구매주문서	(-)
	선하증권	(-)
	원산지 증명서	수출업체 / 관세청

자료: 미국 세관국경보호국(CBP), 미국 식품의약국(FDA)

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

## 5. 미국 피클 세금 납부

### 세금 납부

미국으로 제품 수출 시,  
통관 과정에서 요구되는  
세금 정보 제공

### 피클

피클 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 미국 피클 HS-CODE 2001.10-0000, FTA 협정 관세율 0% 적용

피클의 경우 미국에서는 HS-CODE 2001의 2001.10-0000 세번을 사용하여 수입됨.<sup>50)</sup> 미국 수입 시 한-미 FTA 협정 관세율 9.6%를 적용받으며, 관세 외에도 판매세(Sales Tax)를 납부해야 함. 판매세 세율은 최소 0%<sup>51)</sup>에서 최대 9.55%로<sup>52)</sup> 주(State)별로 달리 적용됨

- 수입 서류 심사비용에 100달러(한화 약 11만 원)<sup>53)</sup> 소요
- 수입 서류 심사 기간은 8시간 소요
- 통관 비용은 175달러(한화 약 19만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 2시간 소요

[표 5.10] 한국·미국 HS CODE 비교 및 미국 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류
한국	2001	식초나 초산으로 조제하거나 보존처리한 채소·과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분
	2001.10-0000	오이류
미국	2001.10-0000	게르킨 <sup>54)</sup> 을 포함한 오이
관세	FTA 협정 관세율	9.6%
판매세		0-9.55% (주별로 달리 적용)

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

50) 미국 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 2001.10 중 피클에 해당하는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단은 미국 세관 당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 미국 관세청을 통한 확인이 필요함

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

52) 테네시(Tennessee) 기준, 2020

53) 1달러=1,104.90원(2020.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

54) 피클용 작은 오이를 일컫음

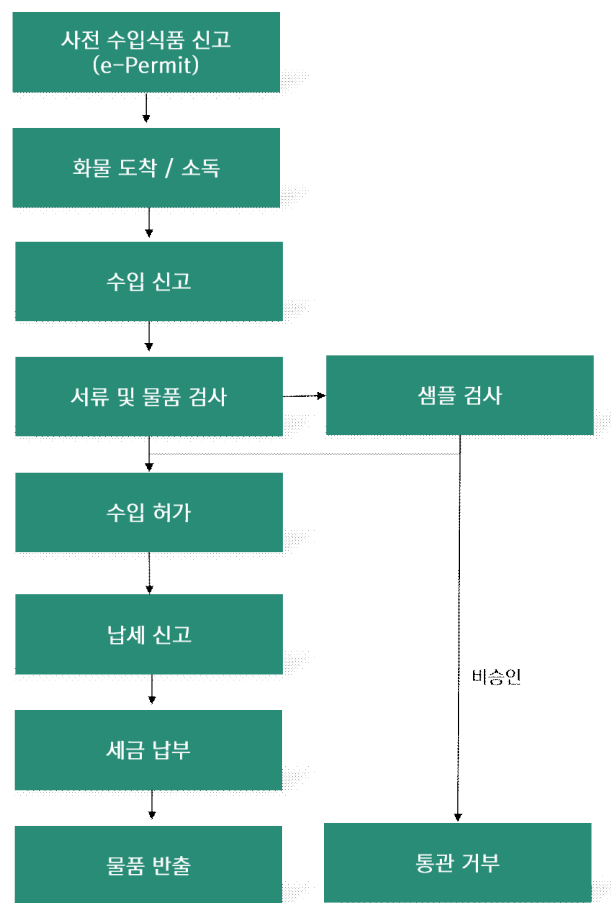


## 6. 미국 피클 검역 심사 절차

- ▶ 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 서류 검사 등의 차등검사제도가 진행됨

[표 5.11] 미국 일반가공식품 통관 프로세스



- ▶ 미국 피클 식품 첨가물 규정 확인 필요

[표 5.12] 미국 식품 첨가물 규정 확인 방법

사이트	농식품수출정보(KATI) (www.kati.net) > 제도 > 식품첨가물
국가	미국
식품유형	절임류 또는 조림류 > 절임식품

## 7. 미국 관련 규제 정보

### ▶ 미국 피클 관련하여 별도의 표준 규정 보유

미국 농무부는 2019년 5월, 기존 1991년 4월에 발효된 규정을 대신하여 피클에 대한 신규 표준 규정을 발표함. 해당 표준 규정은 필수적으로 지켜야 하는 것은 아니며 시장에서 품질 제고를 위하여 자발적으로 사용하도록 하는 표준임

해당 표준에는 피클의 스타일, 피클의 사이즈, 포장의 종류, 제품 포장·용량·원료에 대한 권고 사항, 등급 체계와 각 등급 체계에 대한 세부적인 배점 방법에 대해 다루고 있음

[표 5.13] 피클에 대한 표준 정보

항목	내용
스타일	<ul style="list-style-type: none"> <li>총 6개 종류</li> <li>Whole style</li> <li>whole, mixed sizes style</li> <li>Sliced lengthwise style</li> </ul>
포장의 종류	<ul style="list-style-type: none"> <li>3개의 대분류와 22개의 소분류로 구분</li> <li>소금에 절여진 타입(Cured type)</li> <li>신선-팩 타입(Fresh-pack type)<sup>55)</sup></li> <li>냉장보관 타입(Refrigerated type)</li> </ul>
사이즈	<ul style="list-style-type: none"> <li>총 7개 사이즈</li> <li>스몰(Small) : 2.7cm(1.06in) 이상 3.5cm(1.5in) 미만</li> <li>라지(Large) : 3.8cm(1.5in) 이상 4.4cm(1.73in) 미만</li> </ul>
용량	<ul style="list-style-type: none"> <li>어떤 타입의 포장인지에 따라 최소 용량의 기준을 정해줌</li> </ul>
등급 체계	<ul style="list-style-type: none"> <li>Grade A: 요구사항을 모두 적절히 만족해 90점 이상 획득하는 경우</li> <li>Grade B: 80점 이상의 점수로 요구사항을 만족하는 경우</li> <li>Substandard: B 등급 이하의 요구사항을 만족하는 경우</li> </ul>
품질 평가 기준	<ul style="list-style-type: none"> <li>분석적 요구사항</li> <li>맛과 냄새</li> <li>색상</li> <li>일정한 사이즈</li> <li>결점</li> <li>질감</li> </ul>

자료: 미국 식품의약국(FDA)

55) 소금에 절이거나 발효되지 않은 채로 식초와 기타 보존료만 사용하여 포장한 형태를 의미함

## VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 웨어하우스115(Warehouse 115)

Interview ② 피클가이즈(Pickle Guys)

Interview ③ 월마트(Walmart)

Interview ④ 웹스토랑스토어(WebstaurantStore)

Interview ⑤ 미국 관세청(US Customs Department)

## Interview ① 웨어하우스115(Warehouse 115)

56)

웨어하우스115  
(Warehouse 115)

전문가 소속

웨어하우스115  
(Warehouse 115)  
도·소매업체연락처  
+1-678-961-4606

전문가 정보

Ms. Ashley  
(Custom Sales Manager)웨어하우스115(Warehouse 115)  
Custom Sales Manager, Ms. Ashley

## Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

웨어하우스115는 2016년에 설립된 도·소매 유통업체로 미국 전역에 300여 개 이상의 유통망을 보유하고 있습니다. 식품, 생활용품 등 다양한 품목을 취급하고 있으며 주로 온라인 플랫폼을 통해 낮은 가격의 대용량 제품을 유통하고 있습니다.

## Q. 미국 피클 시장 내 이슈 및 트렌드는 무엇인가요?

최근 코로나19 영향으로 외출이 제한되어 집에서 식사하는 횟수가 늘었고, 피클이 면역력 향상에 도움이 된다는 사실이 알려져 피클 수요가 많아졌습니다. 소비자들은 음식을 통해 면역력을 강화하고자 건강에 도움이 되는 음식을 찾고 있습니다.

특히 절인 야채는 비타민, 철분, 칼슘 등 필수 영양소의 공급원이기 때문에 피클에 대한 수요가 급증했습니다. 한편, 최근 피클 업계 내에서는 우수한 품질과 안정적인 가격을 유지하기 위해 재료의 가격변동에 대처하는 것이 이슈입니다.

## Q. 미국 내 인기 피클의 특징은 무엇인가요?

시장에는 홀 피클, 슬라이스 피클 등 다양한 종류의 피클이 있지만, 미국 소비자들 사이에서 딜 피클이 가장 인기 있는 종류입니다. 딜 피클은 딜을 넣고 오이를 단순히 절여 만든 것입니다. 일반적인 포장 방법은 유리병에 담은 후 금속 마개를 달아 피클의 온전한 상태를 유지하는 것입니다. 피클은 보통 햄버거, 샌드위치 등을 취급하는 식당에서 사용되며 반찬으로 제공되기도 합니다. 하인즈(Heinz), 베이밸리(Bay Valley), 슈워츠(Schwartz), 마운트올리브(Mt. Olive) 등은 인기 브랜드로 소비자 사이에서 높은 평가를 받고 있습니다.

### Q. 미국 현지에서 피클과 함께 먹는 음식은 무엇인가요?

피클은 대부분 샌드위치와 햄버거 재료로 사용되거나 입가심용으로 곁들여 먹습니다. 사실 피클은 어떠한 음식과도 잘 어울리며 다양한 방법으로 소비될 수 있습니다. 소비자들은 더욱 풍부한 식사를 위해서 요리와 피클을 곁들여 먹습니다.

### Q. 시장 내에서 병에 포장된 피클 중 특별한 용도를 갖는 제품이 있나요?

병에 담긴 피클 제품은 다양한 종류가 있습니다. 예를 들면, 미국에서 매우 인기 있는 방식으로 제조하고 오랜 기간 소비자들의 사랑을 받아온 마운트올리브(Mt. Olive)는 브레드앤버터칩스(Bread and butter chips)나 코셔딜스피어스 (Kosher Dill Spears)와 같이 여러 종류를 출시하였습니다. 이외에도 햄버거나 샌드위치와 함께 먹으면 너무 잘 어울린다는 호평을 받는 햄버그딜칩스(Hamburger Dill chips) 등 한 브랜드 내에서도 다양한 종류의 피클을 판매하고 있습니다.

## Interview ② 피클가이즈(Pickle Guys)

57)

### ● 피클가이즈 (Pickle Guys)

전문가 소속

피클가이즈  
(Pickle Guys)  
소매업체

연락처  
+1-212-656-9739

전문가 정보

Mr. Mike  
(Manager)



### 피클가이즈(Pickle Guys) Manager, Mr. Mike

#### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

피클가이즈는 2000년에 설립되었으며, 현재까지 동유럽식 전통 피클 제조방식을 유지하고 있는 피클 소매 유통업체입니다. 개점 당시 주변에 유사업체가 많았으나 현재는 뉴욕 로어 이스트 사이드에 유일하게 남은 피클 판매매장입니다. 피클 외에도 절인 토마토, 절인 파인애플 등을 취급하고 있습니다.

#### Q. 미국 피클 시장 내 이슈 및 트렌드는 무엇인가요?

미국은 세계 각국의 사람들이 모여드는 특성상 소비자들의 취향과 선호도가 매우 다양합니다. 이로 인해 많은 국제 및 현지 기업들이 소비자들의 개인적인 입맛이나 기대에 부응하기 위해 경쟁하고 있습니다.

현지 시장 내 Non-GMO와 유기농 피클의 인기가 높아졌고, 피클 판매자는 새로운 기회로 인식하고 있습니다. 소비자들은 소금함량이 낮은 피클과 유기농 피클을 선택하고 있으며 저희 매장에서는 신선한 딜과 마늘을 넣은 전통 오이피클의 수요가 높습니다.

#### Q. 미국 내 인기 피클의 특징은 무엇인가요?

미국에서 가장 인기 있고 흔한 피클은 자르지 않은 오이에 딜을 넣고 절인 피클입니다. 특유의 신맛이 나며 통째로 혹은 세로로 얇게 썰어 포장한 것이 주요 특징입니다. 특히 식당에서 가장 인기가 많은 피클은 신맛과 단맛을 함께 가지고 있는 코셔딜(Kosher Dill)입니다.

---

**Q. 미국 현지에서 피클과 함께 먹는 음식은 무엇인가요?**

현지 사람들은 감자 샐러드, 치킨 샐러드, 다진 고기 요리에 피클을 같이 먹거나 애플타이저 겸 단독으로 먹기도 합니다. 이처럼 피클은 개인이 원하는 대로 다양한 방법으로 섭취될 수 있습니다. 예를 들면 덜 피클을 튀겨 먹거나, 피클 슬라이스를 빵이나 반죽과 함께 튀겨 색다른 요리로 만들 수 있습니다.

**Q. 미국 내 인기 있는 피클 브랜드는 무엇인가요?**

저희 브랜드는 일관된 맛과 서비스를 제공하기 때문에 현지에서 매우 인기가 많고 신뢰도가 높습니다. 매장 방문 시 친절한 서비스를 제공하고 고객의 다양한 입맛과 선호도를 충족시킨 것도 인기 비결이라고 생각합니다. 따라서 고객들은 주기적으로 저희 매장을 방문하며, 호평을 해주십니다. 블라식(Vlasic)과 마운트올리브(Mt. Olive) 또한 소비자만족도가 높고 추천할 만한 브랜드입니다. 이들은 미국 레스토랑에 납품 중이며, 소비자층을 빠르게 넓혀가고 있습니다.

## Interview ③ 월마트(Walmart)

58)

●  
**월마트**  
 (Walmart)

전문가 소속

월마트  
 (Walmart)  
 유통업체

연락처  
 +1-800-925-6278

전문가 정보

Mr. Michael Kim  
 (Store Lead)




### 월마트(Walmart)

### Store Lead, Mr. Michael Kim

#### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

월마트는 1962년 설립된 미국의 대형 유통업체입니다. 현재 26개 국가에 11,400여 개의 매장을 운영하고 있으며 신선식품, 가공식품, 가전제품, 의류 등 다양한 생활용품을 취급합니다. 자체 온라인몰을 운영하며 해당 채널을 통해 전 세계 월마트 지점에서 상품을 주문할 수 있습니다.

#### Q. 미국 내에서 피클을 어떤 방식으로 섭취하나요?

피클 종류에 따라 다르지만 주로 다른 식사와 함께 반찬처럼 섭취합니다. 소비자들은 슬라이스 형태의 피클을 햄버거나 샌드위치의 재료로 넣어 먹거나 잘게 다져 핫도그나 소시지와 함께 먹는 것을 선호합니다. 이외에도 피클을 단독적으로 섭취할 수도 있습니다.

#### Q. 미국 내에서 피클을 구매할 때 중요하게 생각하는 요인은 무엇인가요?

현지인들은 피클 브랜드를 선택할 때 맛, 가격, 포장을 가장 중요하게 고려하며, USDA와 같은 인증이 소비자의 결정에 큰 영향을 미치기도 합니다. 따라서 피클 브랜드들이 소비자의 신뢰를 얻기 위해서는 앞서 말한 여러 요인을 일관성 있게 유지하는 것이 매우 중요합니다.

#### Q. 미국 내 가장 인기 있는 피클 브랜드는 무엇인가요?

마운트올리브(Mt. Olive), 블라식(Vlasic), 그레이트밸류(Great Value)가 소비자 사이에서 큰 인기를 끌고 있으며 맛과 향이 인기 비결입니다. 이 브랜드들은 햄버거, 감자 샐러드, 참치 샌드위치 등 다른 음식과 함께 먹을 때 잘 어울립니다. 특히 마운트올리브의 피클은 함께 먹는 요리와 완벽하게 어우러집니다.



---

### Q. 미국에 피클을 수출할 때 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

수입 피클의 경우 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 기타 식료품 및 편의점과 월마트와 같은 체인점을 통해 판매를 시작하는 것이 좋습니다. 이런 유통채널에는 브랜드를 처음 접하는 고객에게 제품을 소개하는 직원이 있기 때문입니다. 소비자가 매장에서 제품과 관련된 질문을 하면 담당 판매직원은 고객에게 설명을 통해 제품을 구매하도록 유도할 수 있습니다.

물론 코로나19로 인해 온라인 쇼핑이 활성화되는 추세입니다. 하지만 고객들은 낯선 제품에 대해 추천을 받기 전까지 온라인 구매를 하지 않기에, 오프라인에서 신제품을 먼저 출시하는 것이 영업에 도움이 될 것입니다. 이후 인지도를 얻고 고객 평가가 좋으면 전자상거래를 통한 판매가 매우 효과적일 것입니다.

## Interview ④ 웹스토랑스토어(WebstaurantStore)

59)

● 웹스토랑스토어  
(WebstaurantStore)

전문가 소속

웹스토랑스토어  
(WebstaurantStore)  
유통업체연락처  
+1-717-392-7472

전문가 정보

Mr. Joseph Bello  
(Manager)

## 웹스토랑스토어(WebstaurantStore) Manager, Mr. Joseph Bello

### Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

웹스토랑스토어는 2004년에 설립된 유통업체로, 빠른 배송을 위해 미국 내 6개의 창고를 보유하고 있으며 자동 컨베이어 시스템을 도입했습니다. 식품 서비스 산업과 관련된 34만 개 이상의 레스토랑 식기, 가구, 장비, 일회용품 등을 취급하고 있습니다.

### Q. 미국 내에서 피클을 어떤 방식으로 섭취하나요?

피클은 샌드위치, 햄버거나 샐러드의 재료로 사용되고 있습니다. 대부분 피클은 요리와 함께 먹지만 그 방식은 소비자 취향에 따라 많이 달라집니다. 어떤 소비자들은 피클을 에피타이저 삼아 먹기도 하고 단독으로 먹기도 합니다. 특히 축제에서 피클이 단독 요리로 제공되는 경우도 많습니다.

### Q. 미국 내에서 피클을 구매할 때 중요하게 생각하는 요인은 무엇인가요?

피클의 맛이 본인 입맛에 잘 맞는지가 가장 중요한 요인입니다. 맛 다음으로 가격과 브랜드가 중요한 구매요인입니다. 최근 현지 소비자들 사이에서 유기농 인증 제품을 구매하는 것이 트렌드이며, 따라서 USDA 인증을 보유한 제품의 가치가 높아지고 있습니다.

그밖에 피클에 들어간 식초, 소금, 오일, 기타 향신료는 자연적으로 산성화되기 때문에, 제품의 품질 유지를 위해 적절한 보관과 포장이 중요합니다. 따라서 소비자들은 피클 구매 시 피클 제조 방법이나 보관 방법에 대해 질문하기도 합니다.

### Q. 미국 내 가장 인기 있는 피클 브랜드는 무엇인가요?

저희 업체는 다양한 브랜드 제품을 취급하고 있으며, 네이션스(Nathan's), 비앤지(B&G), 에픽피클스(Epic Pickles), 하비스트프레쉬(Harvest Fresh)가 매장에서 가장 인기 높은 브랜드입니다. 네이션스의 피클은 달고 매운 맛으로 샌드위치나 버거와 완벽하게 잘 어울립니다. 이처럼 피클의 인기는 섭취 목적과 장소에 달려있습니다. 어떤 제품은 레스토랑 업계 내에서 높은 수요를 가지고, 어떤 제품은 가정용으로 많이 판매되고 있습니다.

### Q. 미국에 피클을 수출할 때 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

제품의 원산지과 관련된 소비자를 타겟으로 하고 그에 맞는 소매점을 찾는 것이 가장 좋습니다. 이것은 시장 내 인지도를 높이는 데 도움이 될 것이며, 점차 미국 소비자의 입맛을 이해하고 맞춰가면서 일반 소비자에게 제품을 판매할 수 있을 것입니다. 그밖에 인기 온라인 플랫폼을 통해 제품을 판매한다면 소비자들이 매번 매장을 방문하지 않고도 쉽게 주문할 수 있습니다.

### Q. 프랜차이즈 레스토랑의 공급업체가 되기 위한 등록 절차는 무엇인가요?

저희 업체는 다양한 프랜차이즈 식당에 피클을 공급하고 있지만, 해당 레스토랑에 대한 정보는 공유하지 않습니다. 만약 그들의 공급업체가 되기를 희망한다면 온라인으로 공급업체 신청서를 작성해 제출하면 됩니다. 이후에 관련 부서에서 제품을 평가하여 그들의 사업에 적합하다면 등록을 승인할 것입니다.

### Q. 현지 아이들을 타겟층으로 설정할 때 무슨 맛이 선호되나요?

현지 시장에서 아이들만을 위한 피클은 거의 없습니다. 독특한 피클 디자인이 경쟁 우위로 작용하기는 어렵다고 생각합니다. 일반적으로 아이들은 너무 매운 것을 좋아하지 않으므로 시중의 제품보다 단맛을 조금 더 넣는다면 아이들의 관심을 끌 수 있을 것입니다.

## Interview ⑤ 미국 관세청(US Customs Department)

60)

●  
미국 관세청  
(US Customs Department)

전문가 소속

미국 관세청  
(US Customs Department)  
정부산하기관

연락처  
+1-503-326-3230

전문가 정보

Mr. Mike  
(Agent)



## 미국 관세청(US Customs Department) Agent, Mr. Mike

### Q. 회사에 대해 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

미국 관세청은 합법적인 여행 및 무역을 촉진하는 동시에 국경 관리, 세관에 대한 업무를 수행하는 미국 국토보안부 산하 정부기관입니다. 주로 수입물품에 부과되는 관세, 내국세 및 수수료 징수, 관세법 관련 업무를 맡아 수행하고 있습니다.

### Q. 미국으로 한국산 피클의 수출이 가능한가요?

한국산 피클은 미국으로 수출 가능하지만, 식품 안전과 표준을 보장하기 위해 미국 식품의약국(FDA)과 미국 농무부(USDA) 및 미국 관세국경 보호청(CBP)의 규정과 준수사항을 따라야 합니다.

### Q. 미국으로 피클 수출 시 필요한 통관 절차는 무엇인가요?

미국의 식품 통관 및 검역 평가 과정은 엄격합니다. 많은 문서 및 절차 준수를 요구하며, 제대로 준수되지 않는다면 수출이 취소될 수 있습니다. 선하증권, 상업 송장, 포장명세서, 세관 채권, 엔트리 요약, 식품 라벨링에 관한 서류가 필요합니다.

수출 프로세스가 긴 편이므로 언제든지 문제가 발생할 수 있습니다. 따라서 전체 프로세스를 안내할 수 있는 세관 브로커를 거치는 것이 좋습니다. 절임 제품의 라벨에 표시해야 할 주요 사항은 원산지, 제조사 및 유통업체의 이름과 주소, 브랜드 로고이며 라벨도 영어로 기재해야 합니다.

60) 사진자료: 미국 관세청(US Customs Department) 홈페이지

---

### Q. 피클 제조 및 유통과 관련한 주의사항은 무엇인가요?

미국으로 피클을 수입하기 위해서는 미국 식품의약국(FDA)을 통해 사전에 식품 제조시설을 등록해야 합니다. 제품 라벨은 미국 세관국경보호국(CBP)에서 정한 지침 및 모든 세관 양식에 따라야 합니다.

특히 수입업자가 FDA와의 소통을 도와줄 자격증을 보유한 식품 대리인(Food Agent)을 두는 것을 추천합니다. FDA는 식품의 안전성과 관련된 요구사항 발생 시 해당 사항이 충족되도록 식품 대리인과 소통할 것입니다.

### Q. 피클 칼로리 및 성분 규제와 관련한 주의사항은 무엇인가요?

FDA는 제품 라벨링에 관한 정보와 관련된 지침을 제공하고 있습니다. 라벨링에 대한 정보는 원산지, 영양 정보 및 성분 정보 등이 포함되어야 합니다. FDA는 제품의 크기와 포장에 따라 사용할 수 있는 다양한 라벨링 형식을 발행하고 있으므로, FDA 웹사이트를 방문해 라벨링 카테고리를 확인할 것을 제안 드립니다.

## Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)

# Export Insights

## 01 시장규모

소스, 드레싱 및 조미료 시장규모 약 29조 원  
절인 식품 시장규모 약 3조 원

## 02 제품 수요

미국 피클 소비 비율 75%  
두 병 이상 피클 섭취 비율(한 달 기준) 32.4%

## 06 전문가인터뷰

코로나19 영향, 면역력 향상위해 피클 소비  
요리 재료, 단독 섭취 등 다양한 섭취방법  
USDA 인증 보유 제품 구매



A사  
피클

## 03 시장트렌트

코로나19 영향, 집에서 피클 담기  
Kosher 인증 받은 피클 제품 다수  
디핑 소스와 수프에 피클 첨가

## 05 통관/검역

사전 식품 통지 및 시설 등록  
FTA 협정 관세율 9.6%



## 04 유통채널

하이퍼마켓/슈퍼마켓 79.0%  
혼합 소매업체 12.1%  
온라인 5.4%



미국 절인 식품 시장규모('19)

소스, 드레싱 및 조미료 시장  
29조 2,279억 원

절인 식품 시장 2조 8,761억 원  
등급별 피클 수입액 중 對한국 0.1%



2019년 미국 소스, 드레싱 및 조미료 시장규모는 29조 2,279억 원이며, 절인 식품 시장규모는 2조 8,761억 원으로 집계됨. 미국의 오이 피클 전체 수입액 중 對한국 수입액은 약 0.1%를 차지함

제품 수요

미국 피클 소비자 비율 75%  
두 병 이상 섭취 비율 32.4%

미국 인기 브랜드 1위 블락식  
딜 피클(상온/냉장) 섭취 비율 62.1%



미국 피클 소비자 수는 2억 4,585만 명이며, 한 달동안 피클 한 병을 섭취하는 비율은 32.1%, 두 병 이상을 섭취하는 비율은 32.4%로 나타남. 블락식 제품이 피클 시장 점유율 30%를 차지하며, 딜 피클이 가장 인기 있는 종류임

시장 트렌드

홈메이드 피클  
Kosher 인증 피클

디핑 소스와 수프에 첨가하여 섭취  
샌드위치, 파스타와 함께 섭취



코로나19 영향으로 집에서 피클 만드는 방법에 대한 관심이 높아짐. 온라인쇼핑몰에는 유기농 인증보다 Kosher(코셔) 인증을 받은 제품이 많음. 특히 미국 소비자는 피자보다 샌드위치나 파스타와 함께 먹는 것으로 확인됨



# Export Insights

유통채널

**하이퍼마켓/슈퍼마켓**  
79.0%

혼합 소매업체 12.1%  
온라인 5.4%



미국 피클 B2C 채널 중 하이퍼마켓/슈퍼마켓의 유통비율이 79%를 차지함.  
B2B 채널 중 웨어하우스115나 웹스토랑스토어를 통해 학교, 식당, 호텔 등으로 유통하는 것도 추천함

통관 및 검역

**사전 식품 통지 및 시설 등록**  
FTA 협정 관세율 9.6%

USDA 인증 획득 추천  
원산지증명서 준비 필수



미국으로 피클을 수출하기 위해서 수입 전 식품 통지와 제조시설 등록이 필요함.  
관세율은 한-미 FTA 협정 관세율인 9.6%를 적용받을 수 있으며, 이를 위해 원산지증명서를 반드시 준비해야함

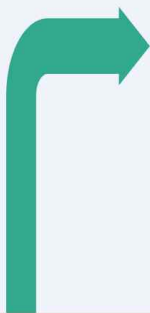
전문가 인터뷰

**면역력 향상위한 피클 소비**  
다양한 피클 섭취 방법  
USDA 인증 보유 제품 구매



최근 코로나19 영향으로 건강에 대한 관심이 높아졌고 면역력 향상을 위해 피클 소비가 증가함. 소비자들은 피클을 요리와 함께 먹거나 단독으로 먹기도 하며, USDA 인증이 구매요인으로 작용함

## 진출제언



**Point 01. USDA 유기농 인증 & Kosher 인증 획득**  
미국 소비자가 피클 제품 구매 시 고려하는 인증을 획득하는 것을 추천함

**Point 02. 전 연령층의 소비자 타겟**  
미국 소비자의 높은 피클 섭취량과 다양한 섭취 방법을 볼 때 전 연령층을 타겟으로 하는 것을 추천함. 어린이를 타겟으로 할 경우 설탕이 아닌 건강한 성분이 함유된 제품 출시를 제언함

**Point 03. 샌드위치&햄버거 프랜차이즈 / 납품 업체와 계약**  
미국은 한국과 달리 피클을 피자보다 샌드위치나 햄버거와 함께 섭취함. 따라서 샌드위치나 햄버거 업체와 계약하거나 학교, 식당, 호텔 등으로 납품하는 웨어하우스115나 웹스토랑스토어와 계약함을 추천함





## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2020
2. 스태티스타(Statista), 「Simmons Winter 2020 NHCS 12-Month」, 2020
3. 베스트(Best), 「We Found the Best Pickles in all the Land to Satisfy Any Craving」, 2019
4. 미국식품의약국(FDA, Food and Drug Administration), 「Cucumbers」, 2016
5. 크레인스디트로이트비즈니스(Crain's Detroit Business), 「Why Michigan is the center of the 'pickleverse」, 2019
6. 스태티스타(Statista), 「Industry revenue of bread and bakery product manufacturing in the U.S. 2011-2023」, 2020
7. 스낵푸드앤홀세일베이커리(Snack Food & Wholesale Bakery), 「State of the Industry Bakery 2020」, 2020
8. 미국 정부(Government of U.S.A), 「8/2015/TT-BYT」, 2015
9. 미국 식품의약국(FDA, Food and Drug Administration), 「바이오테러리즘법(Bioterrorism Act)」, 2002
10. 미국 식품의약국(FDA, Food and Drug Administration), 「식품안전현대화법(Food Safety Modernization Act)」, 2011
11. 미국 연방거래위원회(FTC, Federal Trade Commission), 「Fair Packaging and Labeling Act」, 1967
12. 미국 식품의약국(FDA, Food and Drug Administration), 「A Food Labeling Guide-Guidance for Industry」, 2013
13. 미국 식품의약국(FDA, Food and Drug Administration), 「Docket No. FDA-2012-N-1210」, 2012
14. 미국 식품의약국(FDA, Food and Drug Administration), 「Docket No. FDA-2004-N-0258」, 2004
15. 미국 의회(United States Congress), 「Federal Food, Drug, and Cosmetic Act」, 2020
16. 미국 식품의약국(FDA, Food and Drug Administration) 「CPG Sec 505.200」, 1988
17. 미국 식품의약국(FDA, Food and Drug Administration), 「21 CFR 101.22(i)(2)」, 2019

### ■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) ([www.portal.euromonitor.com](http://www.portal.euromonitor.com))
2. 외교부 ([www.mofa.go.kr](http://www.mofa.go.kr))
3. 국제무역센터(International Trade Center) ([www.trademap.org](http://www.trademap.org))
4. 스태티스타(Statista) ([www.statista.com](http://www.statista.com))
5. 블라식(Vlasic) ([www.vlasic.com](http://www.vlasic.com))
6. 미 농무부 농업통계국(NASS) ([www.quickstats.nass.usda.gov](http://www.quickstats.nass.usda.gov))
7. 미국 농무부(USDA) (<https://www.usda.gov>)
8. 씨엔엔(CNN) ([edition.cnn.com](http://edition.cnn.com))
9. 스태티스타(Statista) ([www.statista.com](http://www.statista.com))
10. 캔아이기브마이베이비(Can I Give My Baby) ([canigivemybaby.com](http://canigivemybaby.com))
11. 월마트(Walmart) ([www.walmart.com](http://www.walmart.com))
12. 월스트리트저널(Wall Street Journal) ([www.wsj.com](http://www.wsj.com))
13. 포브스(Forbes) ([www.forbes.com](http://www.forbes.com))
14. 뉴욕타임즈(The Newyork Times) ([www.nytimes.com](http://www.nytimes.com))
15. 폭스비즈니스(Fox Business) ([www.foxbusiness.com](http://www.foxbusiness.com))
16. 더블유아이티에프뉴스(WITF News) ([www.witf.org](http://www.witf.org))
17. 마이어(Meijer) ([www.meijer.com](http://www.meijer.com))
18. 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News) ([www.supermarketnews.com](http://www.supermarketnews.com))
19. 클리브랜드닷컴(Cleveland.com) ([www.cleveland.com](http://www.cleveland.com))
20. 피알뉴스와이어(Pr Newswire) ([www.prnewswire.com](http://www.prnewswire.com))
21. 씨에스피데일리뉴스(CSP Daily News) ([www.cspdailynews.com](http://www.cspdailynews.com))
22. 크로거(Kroger) ([www.kroger.com](http://www.kroger.com))
23. 비즈니스인사이드(Business Insider) ([www.businessinsider.com](http://www.businessinsider.com))
24. 아마존(Amazon) ([www.amazon.com](http://www.amazon.com))
25. 이터시애틀(Eater Seasttle) ([www.seattle.eater.com](http://www.seattle.eater.com))

## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

26. 야후파이낸스(Yahoo Finance) ([www.finance.yahoo.com](http://www.finance.yahoo.com))
27. 더그로서(The Grocer) ([www.thegrocer.co.uk](http://www.thegrocer.co.uk))
28. 그로서리다이브(Grocery Dive) ([www.grocerydive.com](http://www.grocerydive.com))
29. 이베이(Ebay) ([www.Ebay.com](http://www.Ebay.com))
30. 엠에스엔머니(MSN Money) ([www.msn.com/en-ca/money](http://www.msn.com/en-ca/money))
31. 씨넷(C Net) ([www.cnet.com](http://www.cnet.com))
32. 텔레그래프(Telegraph) ([www.telegraph.com](http://www.telegraph.com))
33. 뉴스페이퍼(Newspaper) ([www.newspapers.com](http://www.newspapers.com))
34. 아웃백(Outback) ([www.outback.com](http://www.outback.com))
35. 아웃백(Outback) 페이스북 ([www.facebook.com/outback](http://www.facebook.com/outback))
36. 레스토랑비즈니스온라인(Restaurant Business Online) ([www.restaurantbusinessonline.com](http://www.restaurantbusinessonline.com))
37. 에프에스알매거진(FSR Magazine) ([www.fsrmagazine.com](http://www.fsrmagazine.com))
38. 아웃백(Outback) 인스타그램 ([www.instagram.com/outback](http://www.instagram.com/outback))
39. 올리브가든(Olivegarden) ([www.olivegarden.com](http://www.olivegarden.com))
40. 스태티스타(Statista) ([www.statista.com](http://www.statista.com))
41. 유튜브(Youtube) ([www.youtube.com](http://www.youtube.com))
42. 씨엔비씨(CNBC) ([www.cnn.com](http://www.cnn.com))
43. 버팔로와이드윙스(Buffalo Wild Wings) ([www.buffalowildwings.com](http://www.buffalowildwings.com))
44. 인스파이어브랜드(Inspire Brands) ([www.stories.inspirebrands.com](http://www.stories.inspirebrands.com))
45. 스크레이프히어로(Scrapehero) ([www.scrapehero.com](http://www.scrapehero.com))
46. 버팔로와이드윙스(Buffalo Wild Wings) 인스타그램 ([www.instagram.com/bwwings](http://www.instagram.com/bwwings))
47. 웨어하우스115(Ware House 115) ([www.warehouse115.com](http://www.warehouse115.com))
48. 웨어하우스115(Ware House 115) 페이스북 ([www.facebook.com/wh115](http://www.facebook.com/wh115))
49. 웹스토랑스토어(Webstaurant Store) ([www.webstaurantstore.com](http://www.webstaurantstore.com))
50. 웹스토랑스토어(Webstaurant Store) 페이스북 ([www.facebook.com/WebstaurantStore](http://www.facebook.com/WebstaurantStore))
51. 둔앤브랜스트리트(Dun and Bradstreet) ([www.dnb.com](http://www.dnb.com))
52. 미국 연방 관보(Federal Register) ([ecfr.federalregister.gov](http://ecfr.federalregister.gov))
53. 미국 식품의약국(Food and Drug Administration) ([www.fda.gov](http://www.fda.gov))
54. 미국 세무 정책 재단(Tax Foundation) ([taxfoundation.org](http://taxfoundation.org))
55. 미국 세관 국경보호국(CBP, Customs and Border Protection) ([www.cbp.gov](http://www.cbp.gov))
56. 미국연방규정집(Code of Federal Regulations) ([ecfr.gov](http://ecfr.gov))
57. 두잉비즈니스(Doing Business) ([doingbusiness.org](http://doingbusiness.org))
58. 관세정보법령포털 ([unipass.customs.go.kr](http://unipass.customs.go.kr))
59. 농식품수출정보(Kati) ([www.kati.net](http://www.kati.net))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.02.05

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 2020 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.  
Printed in Korea