



2020

# 해외시장 맞춤형조사

No. | 202011-17

품목 | 현미유(Rice Bran Oil)

국가 | 미국(U.S.A)

구분 | 시장분석형

# Contents

I. 요약(Summary)	02
II. 시장규모(Market Size)	
1. 미국 현미유 시장규모	13
2. 미국 현미유 수출입 시장규모	14
3. 미국 현미유 소비 시장규모	15
III. 시장트렌드(Market Trend)	
1. 미국 식용유 트렌드, ‘건강’이 화두… 현미유 언급 적어	22
2. 현미유, 미국에서 낮은 점유율 보여	23
3. 미국 프리미엄 식용유, 올리브유 강세	24
4. 미국 소비자, ‘건강’한 ‘튀김’ 목적 현미유 구매 최다	25
IV. 유통채널(Distribution Channel)	
1. 미국 현미유 유통구조	27
2. 미국 현미유 주요 유통업체	28
3. 미국 현미유 B2C 소매채널	30

# Contents

## V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

1. 미국 현미유 인증 취득	51
2. 미국 현미유 사전 절차	55
3. 미국 현미유 라벨 심의	59
4. 미국 현미유 서류 준비	63
5. 미국 현미유 세금 납부	64
6. 미국 현미유 검역 심사 절차	65
7. 미국 관련 규제 정보	66

## VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 셰프샵(Chef Shop)	68
Interview ② 볼크아포테케리(Bulk Apothecary)	70
Interview ③ 월마트(Walmart)	72
Interview ④ 에이치마트(Hmart)	74
Interview ⑤ 모턴윌리엄스(Morton Williams)	76

## VII. 시장진출제언(Export Insights)

※ 참고문헌	81
--------	----

# I . 요약(Summary)

# Summary

## ▶ 수요 분석

		수치	전문가 인터뷰
	시장규모	식용유: 4조 원 기타 식용유: 0.3조 원	프리미엄 식용유 인기가 높아지는 추세 - 미국 소비자들은 건강한 성분의 식용유를 찾고 있어 충분히 시장성 있을 것
	수입규모	글로벌: 3,905억 원 한국: 9억 원	
소비 시장규모	1인당 건강관리 비용	1,156만 원	
	미국 가계 소득 평균	7,787만 원	

## ▶ 소비트렌드 (빅데이터 분석)

		연관 키워드 순위	전문가 인터뷰
	식용유 소비 특징	건강: 1st / 42,936건 칼로리: 2nd / 17,618건	프리미엄 식용유의 주요 구매요인은 건강기능 성분 - 일반적으로 사용되는 올리브유에 비해 현미유의 인지도는 낮은 편이나 수요가 증가하는 추세 - 현미유, 마사지나 아로마테라피에도 사용
	현미유 인식	튀김: 1st / 95건 건강: 2nd / 76건	
프리미엄 식용유	올리브	1st / 431건	
	유기농	2nd / 223건	

## ▶ 유통채널

		시장 점유율	전문가 인터뷰
	하이퍼마켓/슈퍼마켓	81.7%	(-)
	혼합 소매업체	5.6%	
	온라인	5.5%	
	개인 및 기타 식료품점	5.2%	
	기타	2%	

## ▶ 통관 및 검역

		핵심 키워드	전문가 인터뷰
	인증취득	필수: 필수인증 없음 선택: GMP, HACCP, 유기농, 비건	미국 수출 전 FDA에 식품 시설 등록은 필수 - 원산지 증명서에는 업체 정보, 품목 분류 등의 증빙자료가 포함되어야 함 - 원료 및 성분정보를 정확히 기재해야 함
	사전절차	필수: 사전 수입 식품 통지, 사전 식품 시설 등록 선택: 사전심사, FDA 등록	
라벨 표기사항		미국 식품의약국(FDA)	
서류 준비사항		원산지증명서 외 3건	
세금납부	기본관세율	3.2%	
	협정세율	0%	
	판매세	0-9.55%	

- ▶Point 01. 프리미엄 식용유의 수요는 높아지는 추세로 향후 전체 식용유 시장에서의 점유율이 확대될 것
- ▶Point 02. 미국 내 현미유의 인지도는 낮은 편이나 기능성 오일로 알려져 식용 이외에 미용을 위한 용도로도 사용됨
- ▶Point 03. 하이퍼마켓/슈퍼마켓을 비롯한 오프라인 유통채널을 통해 판매되며 온라인은 5.5%로 낮은 점유율을 보임

# Market Size

(시장규모)

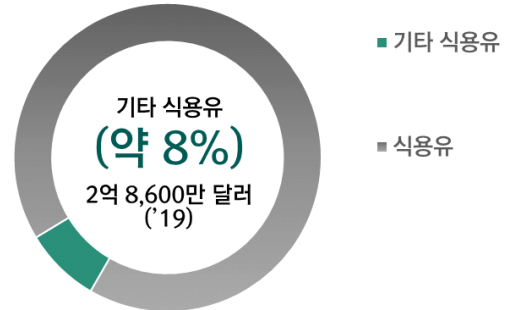
## 미국(U.S.A)

### 현미유 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(식용유), 원료(식물성 종자)

- 미국 식용유(Edible Oil)<sup>1)</sup> 시장규모  
..... 36억 9,700만 달러('19)
- 미국 기타 식용유(Other Edible Oil)<sup>2)</sup> 시장규모  
..... **2억 8,600만 달러('19)**

(\*) Euromonitor International

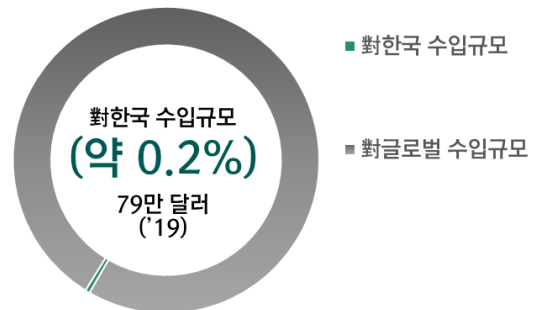


### 현미유 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(기름), 원료(현미)

- HS 1515.90<sup>3)</sup> '현미를 기반으로 만들어진 식물성 기름 제품'  
미국 對글로벌 수입규모  
..... 3억 4,455만 달러('19)
- HS 1515.90 '현미를 기반으로 만들어진 식물성 기름 제품'  
미국 對한국 수입규모  
..... **79만 달러('19)**

(\*) International Trade Centre



### 현미유 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품인 '현미유'는 현미를 가공하여 만든 식용유 제품임. 이에 건강에 민감한 소비층의 소비규모를 파악하기 위해 '미국 1인당 건강관리 비용'을 조사함. 또한 소득규모에 따른 잠재 소비시장 규모를 파악하기 위해 '미국 가계 소득 분포'를, 잠재 경쟁기업의 동향을 파악하기 위해 '미국 식용유 브랜드 점유율'을 조사함

#### ① 미국 1인당 건강관리 비용('20)

2016년	8,800달러
2017년	9,101달러
2018년	9,415달러
2019년	9,787달러
2020년	10,196달러

#### ② 미국 가계 소득 분포('19)

25,000달러 미만	2,222만 가구
25,000-49,999달러	2,497만 가구
50,000-74,999달러	2,133만 가구
75,000-99,999달러	1,575만 가구
100,000-149,999달러	1,930만 가구
150,000-199,999달러	880만 가구
200,000만 달러 이상	1,042만 가구

#### ③ 미국 식용유 브랜드별 매출 규모('20)

필리포베리오	2억 2,600만 달러
베르톨리	1억 8,100만 달러
폼페이안	1억 7,800만 달러
캘리포니아올리브랜치	1억 5,700만 달러
클라비타	6,100만 달러
스펙트럼내추럴스	4,000만 달러
스타	3,400만 달러
보티첼리	3,200만 달러
프라이빗라벨	6억 6,100만 달러
기타	4억 4,700만 달러

(\*) 메디케어서비스센터(CMS), 미국인구조사국(US Census Bureau), 유로모니터(Euromonitor)

1) 식용유(Edible Oil): 올리브, 과일, 씨앗 등으로 만든 포장 된 액체 식용유를 포괄함

2) 기타 식용유(Other Edible Oil): 코코넛, 포도씨, 땅콩 및 식물성 종자유를 포괄함

3) HS CODE 1515.90: 조사제품 '식용유'는 현미를 기반으로 만들어진 식물성 기름 제품임. 이에 제품의 종류(기름), 원료(현미)를 바탕으로 '비휘발성 식물성 지방 및 기름과 그 분획물 중 쌀로 만든 것'을 포괄하는 HS CODE 1515.90을 지표로 설정함

# Market Trend

(시장트렌드)

## 미국 (U.S.A)

현미유 소비 실태 분석 결과

### 미국 '현미유' 주요 연관어 분석



#### 미국 '식용유' 뉴스매체 트렌드

연관어	발생량
건강	42,938
칼로리	17,618
닭고기	17,169
식물성	14,071
옥수수	12,567
올리브	9,466
콩	9,043
케토	2,763
...	
현미유	516

미국 뉴스매체 12,937건 분석



#### 미국 '현미유' 온라인 쇼핑몰 소비자 후기

연관어	발생량
튀김	95
건강	76
발연점	50
열	31
품질	29
피부	21
콜레스테롤	18
베이킹	16
...	
담백함	11

미국 온라인쇼핑몰 현미유 335건 분석

#### 식용유 트렌드

건강 42,938건  
현미유 516건

건강 키워드 언급 다수  
현미유 언급량 적어



#### 현미유 판매 현황

콩기름 31건  
현미유 6건

인기 식물성 기름 중  
콩기름 제품 강세



#### 프리미엄 식용유 유형

올리브 431건  
유기농 223건

프리미엄 올리브유  
제품 강세



#### 현미유 소비자 후기

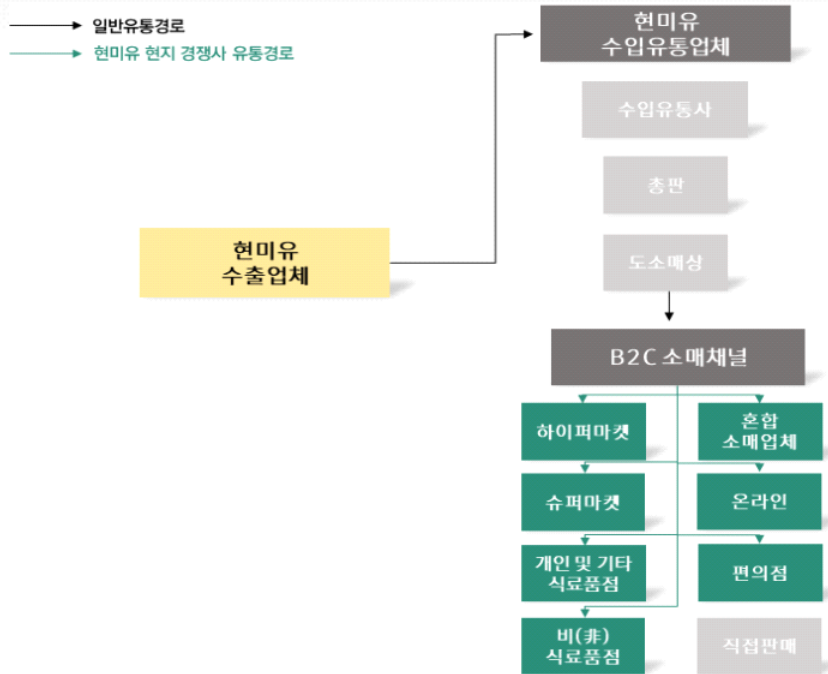
튀김 95건  
건강 76건

높은 발연점으로  
튀김 용도로 이용



# Distribution Channel

(유통채널)



## 미국(U.S.A)

### 현미유 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 <sup>4)5)</sup>	주요 채널 <sup>6)</sup>
B2C 소매 채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	81.7%	크로거(Kroger), 퍼블릭스(Publix), 세이프웨이(Safeway), 월마트(Walmart), 트레이더조(Trader Joe's), 마이어(Meijer)
	혼합 소매업체 <sup>7)</sup>	5.6%	블루밍데일스(Bloomingdale's)
	온라인	5.5%	아마존(Amazon), 이베이(Ebay), 타겟(Target)
	개인 및 기타 식료품점 <sup>8)</sup>	5.2%	에이치마트(Hmart), 가주마켓(Gaju Market), 시온마켓(Zion Market), 한남체인(Hannam Chain)
	편의점 <sup>9)</sup>	1.4%	세븐일레븐(7-Eleven), 와와(Wawa), 씨클케이(Circle K)
	비(非) 식료품점 <sup>10)</sup>	0.6%	스프라우츠파머스마켓(Sprouts Farmers Market), 홀푸드마켓(Whole Food Market)

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

4) 2020년 기준, 미국 내 '식용유(Edible Oils)' 유통채널 점유율임

5) '현미유'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '식용유(Edible Oils)'의 정보를 확인함

6) 채널 분류에 따른 미국 유통채널로 현지 외국계 기업도 포함됨

7) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포함함

8) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 한인마트를 포함함

9) 본 보고서에서 편의점은 주유소 매점을 포함함

10) 본 보고서에서 비(非) 식료품점은 유기농매장, 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 <b>유기농 인증</b>, 미국 시장에서 ‘동일하게 적용 가능’</li> <li>- <b>비건 인증</b>, 다양한 인증 기관 존재</li> </ul>	(*) 미국 식품의약국 - 문의처 : <a href="http://www.fda.gov">www.fda.gov</a> (*) 미국 비건 액션 기관 - 문의처 : <a href="http://www.vegan.org">www.vegan.org</a>
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>사전 수입 식품 통지 필요</b></li> <li>• <b>사전 식품 시설 등록 필요</b></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>• <b>라벨 표기사항</b></li> <li>- 미국 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> (*) 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>	(*) 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 2106.90-9898 사용</li> <li>• <b>협정 관세율 0%</b></li> <li>• 판매세 주별로 상이</li> <li>- 0-9.55%</li> </ul>	(*) 세관국경보호국 - 문의처 : <a href="http://www.cbp.gov">www.cbp.gov</a> - 참조처 : USITC 데이터웹 ( <a href="http://dataweb.usitc.gov">dataweb.usitc.gov</a> )
Step 08. 검역 심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 관능 검사</li> <li>- ATS에 의해 분류 후 물품 또는 서류 심사</li> <li>• 제품 검사</li> <li>- 서류 심사 진행 후 샘플 검사 여부 결정</li> </ul>	(*) 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 Consumption and Preference



- 인터뷰 기업 : 셰프샵  
(Chef Shop)  
소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Andrew  
(Operation Manager)

### 미국 내 콩기름의 소비량이 가장 많음

미국 내 식용유는 일반적으로 콩기름, 카놀라유, 팜유, 코코넛오일, 올리브유, 해바라기씨유, 땅콩기름이 사용되고 있으며 이 중, 콩기름의 소비량이 가장 많습니다.

### 프리미엄 식용유는 가격보다 품질이 중요

식용유 구매 시 가격도 중요한 구매요인 중 하나이지만, 현미유 같은 프리미엄 식용유의 경우 가격이 높아 고소득층이 주로 구매하는 편이기 때문에 품질이 가장 중요합니다.

## Market Demand and Barrier



- 인터뷰 기업 : 볼크아포테케리  
(Bulk Apothecary)  
유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Michelle  
(Sales Manager)

### 현미유 수요 증가 추세, 마사지나 테라피에 주로 사용

미국에서는 일반적으로 많이 사용되고 있는 올리브유 등의 식용유에 비하여 현미유의 인지도는 아직 낮은 편입니다. 그러나 현미유의 수요는 점점 증가하고 있는 추세이며, 요리에 사용하기보다는 마사지나 아로마테라피 등에 사용하는 경우가 더 많습니다.

### 식품 시설 등록 및 원산지 증명서 구비 필수

미국으로 식품을 수출하기 위해서는 수입 전 미국 식품의약청(FDA)에 식품 시설을 등록해야 합니다. 또한, 원산지 증명서에는 업체 정보, 품목 분류, 원산지에서 재배·수확·가공·생산된 제품이라는 증빙자료가 포함되어야 합니다.

## Market Strategy and Customer



- 인터뷰 기업 : 월마트  
(Walmart)  
유통업체
- 인터뷰 담당자 : M. Brian  
(Sales Representative)

### 현미유, 틈새시장을 노려 건강기능효과 위주의 홍보 필요

A사의 현미유는 틈새시장을 공략할 수 있을 것으로 보입니다. 아직 미국에서 현미유의 수요가 높지 않은 것은 사실이지만, 현미유의 좋은 성분이나 건강기능효과가 잘 알려진다면, 수요는 증가할 것으로 예상됩니다.

### 건강기능 성분을 중요시하는 소비자를 타겟으로 할 것을 추천

현미유의 경우, 건강기능 성분을 중요시하는 소비자들이 주로 구매할 것으로 예상됩니다. 또는, 웰빙을 추구하거나 건강상의 이유로 지방 섭취를 줄이고자 하는 소비자들은 無-콜레스테롤, 無-트랜스지방 식용유를 찾기 때문에, 해당 소비계층을 타겟으로 할 것을 추천합니다.

# Expert Interview

(전문가 인터뷰)

## Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 에이치마트 (Hmart) 수입유통업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Kim (Online Orders In-Charge)

### 식용유 수요 증가 추세, 올리브유의 수요 매우 높음

전반적으로 미국 내 식용유의 수요는 증가하고 있으며 그 중 올리브유의 수요가 매우 높습니다. 올리브유는 심장 질환 및 암 예방, 콜레스테롤 감소, 혈압 수치 감소, 혈당 조절 등의 기능이 있어 건강을 중요시하는 소비자들의 선호도가 높기 때문입니다.

### 식용유, 콜레스테롤과 트랜스지방 함량이 중요

전 세계적으로 건강에 대한 중요성이 증대되고 있고 건강한 식품을 찾는 소비자들이 많아졌습니다. 식용유의 경우에도, 콜레스테롤과 트랜스지방의 함량이 주요 구매요인이 되었습니다.

## Market Customer and Strategy



- 인터뷰 기업 : 모턴윌리엄스 (Morton Williams) 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Johnny (Manager)

### 현미유의 주요 소비자는 고소득층

현미유는 카놀라유, 올리브유 등과 같이 프리미엄 식용유에 속하여 일반적인 식용유보다 가격이 높은 편이므로 비교적 고소득층에서 많이 구매하고 있습니다.

### 건강한 식용유의 수요가 높은 지금이 가장 적절한 수출 시기

현재 미국 소비자들의 건강 및 웰빙에 대한 인식이 높아지면서 건강한 식습관의 중요성이 강조되고 있습니다. 그러므로 건강한 식용유가 트렌드로 떠오르고 있는 지금이 현미유 수출에 가장 적절한 시기일 것으로 생각합니다.

## II. 시장규모(Market Size)

1. 미국 현미유 시장규모
2. 미국 현미유 수출입 시장규모
3. 미국 현미유 소비 시장규모

## 1. 미국 현미유 시장규모

### 미국 국가 일반 정보<sup>13)</sup>

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

### 2019년 지역별 식용유 판매량

단위: 백만 달러

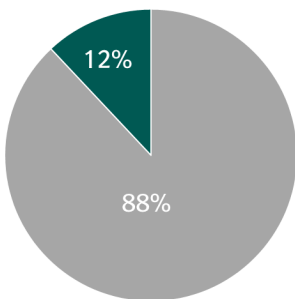
지역	판매량
아시아태평양	56,619
중동 및 아프리카	13,137
서유럽	12,635
남미	9,685
동유럽	5,054
북미	4,092
오세아니아	509

자료: 유로모니터

### 2020년 식용유 시장규모 내 유기농 식용유 시장규모

단위: %

■ 식용유 ■ 유기농 식용유



자료: 유로모니터

조사 시장: 조사제품 ‘현미유’는 현미를 가공하여 만든 식용유 제품임. 이에 제품의 종류(식용유), 원료(식물성 종자)를 바탕으로 코코넛, 포도씨, 땅콩 및 식물성 종자유를 포괄하는 ‘기타 식용유’ 및 상위 품목인 ‘식용유’ 시장규모를 조사함

#### ▶ 2015-2019년, 미국 ‘식용유’ 시장규모, 연평균성장률 1%

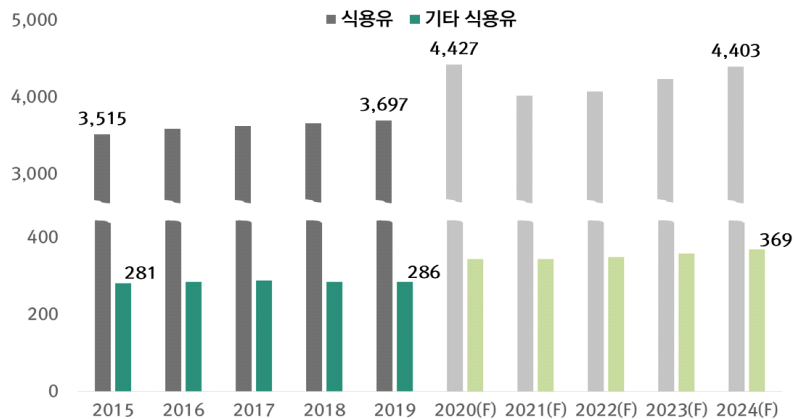
지난 5년(2015-2019년)간 미국 ‘식용유’ 시장규모는 연평균 1%의 성장률을 기록하며 2015년 35억 1,500만 달러에서 2019년 36억 9,700만 달러로 증가함. 동기간 ‘기타 식용유’ 시장규모도 연평균 1%의 성장률을 기록하며 2015년 2억 8,100만 달러에서 2019년 2억 8,600만 달러로 증가함

#### ▶ 2020-2024년, ‘기타 식용유’ 시장규모, 연평균성장률 2% 예상

향후 5년(2020-2024년)간 미국 ‘식용유’ 시장규모는 1% 미만의 성장률로 2020년 대비 소폭 상승하여 2024년 44억 300만 달러를 기록할 것으로 예상됨. 동기간 ‘기타 식용유’ 시장규모는 연평균 2%의 성장률로 2020년 3억 4,500달러에서 2024년 3억 6,900달러까지 증가할 것으로 예측되어 전체 식용유 시장 내 기타 식용유의 점유율이 상승할 것으로 보임

[표 2.1] 미국 ‘식용유,’ ‘기타 식용유’ 시장규모<sup>11)12)</sup>

단위 : 백만 달러



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR ('15-'19)
상위 품목	식용유 (3조 9,839억 원)	3,588 (4조 666억 원)	3,631 (4조 1,154억 원)	3,664 (4조 1,528억 원)	3,697 (4조 1,902억 원)	1%
해당 품목	기타 식용유 (3,185억 원)	281 (3,242억 원)	286 (3,264억 원)	288 (3,230억 원)	285 (3,242억 원)	1%
전망	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	CAGR ('20-'24)
상위 품목	식용유 (5조 176억 원)	4,427 (4조 5,631억 원)	4,026 (4조 6,231억 원)	4,079 (4조 8,033억 원)	4,238 (4조 9,904억 원)	0%
해당 품목	기타 식용유 (3,910억 원)	345 (3,899억 원)	344 (3,967억 원)	350 (4,069억 원)	359 (4,182억 원)	2%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

11) 1달러=1,133.40원(2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 미국 현미유 수출입 시장규모

HS CODE 1515.90: 조식제품 '식용유'는 현미를 기반으로 만들어진 식물성 기름 제품임 이에 제품의 종류(기름), 원료(현미)를 바탕으로 '비휘발성 식물성 지방 및 기름과 그 분획물 중 짙로 만든 것'을 포괄하는 HS CODE 1515.90을 지표로 설정함

### 2019년 미국 HS CODE 1515.90 품목 수입상대국 순위

단위: 천 달러

순위	국가	수입규모
1	멕시코	98,873
2	스페인	55,900
3	캐나다	21,663
4	프랑스	21,048
5	중국	19,839

자료: ITC

### ▶ 2015-2019년, 미국 對글로벌 수입액 연평균성장률 15%

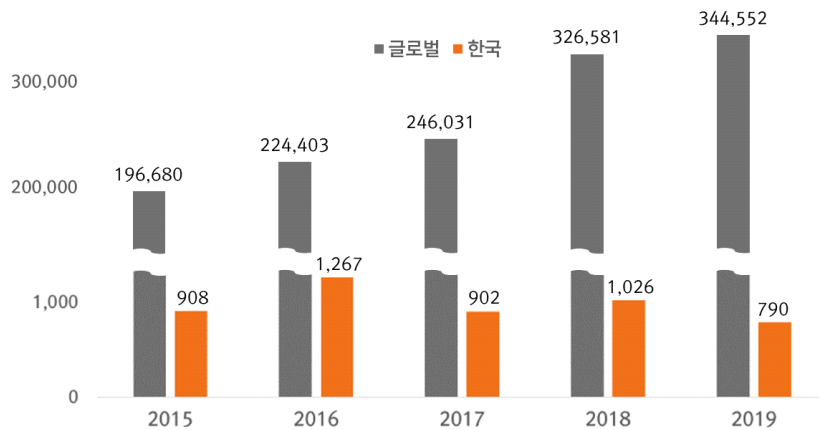
미국 HS CODE 1515.90 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 15%의 성장세를 보이면서 2015년 1억 9,668만 달러에서 2019년 3억 4,455만 달러로 대폭 증가함. 미국 HS CODE 1515.90 품목 수입상대국 1위는 멕시코로 확인되며 2019년 기준 對미국 수입액은 미국 전체 수입액의 약 29%인 9,887만 3,000달러(약 1,121억 원)를 기록함

### ▶ 2015-2019년, 미국 對한국 수입액 연평균 3% 하락세

미국 HS CODE 1515.90 품목의 對한국 수입액은 지난 5년(2015-2019년)간 연평균 3%의 하락세를 보이며 2015년 90만 8,000달러에서 2019년 79만 달러로 감소함. 특히, 미국 HS CODE 1515.90 품목의 對한국 수입액은 2016년 126만 7,000달러에서 2017년 90만 2,000달러로 대폭 하락하였으며 2019년 기준 미국 전체 수입액의 약 0.2%를 차지함, 이는 미국 對글로벌 수입국 중 33위 수준의 수입액임

[표 2.2] 미국 HS CODE 1515.90 수입규모<sup>14)15)</sup>

단위 : 천 달러



분류	2015	2016	2017	2018	2019	CAGR* ('15-'19)
미국 對 글로벌 수입액	196,680 (2,229억 원)	224,403 (2,543억 원)	246,031 (2,789억 원)	326,581 (3,701억 원)	344,552 (3,905억 원)	15%
미국 對 한국 수입액	908 (10억 원)	1,267 (14억 원)	902 (10억 원)	1,026 (12억 원)	790 (9억 원)	-3%

자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 1515.90 기준

12) 환산된 데이터(단위: 달러, 원)는 모두 반올림됨

13) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020

14) 자료: ITC(International Trade Centre)

### 3. 미국 현미유 소비 시장규모

#### 1) 미국 1인당 건강관리 비용

● 건강관리 업체 판매액<sup>18)</sup>

단위: 천만 달러

연도	판매액
2017	33,337
2018	34,407
2019	35,450

자료: 미국인구조사국

● 2018년 미국 건강관련 지출 분포<sup>19)</sup>

단위: in %

분야	비율
병원치료	33%
진료 및 임상서비스	20%
치과 서비스	4%
기타 전문서비스	3%
처방약	9%
기타 의료 제품	3%
요양시설	5%
자택 치료 서비스	3%
기타 건강 서비스	5%
건강보험	7%
공공행정	1%
공공보건	3%
투자	5%

자료: 메디케어서비스센터

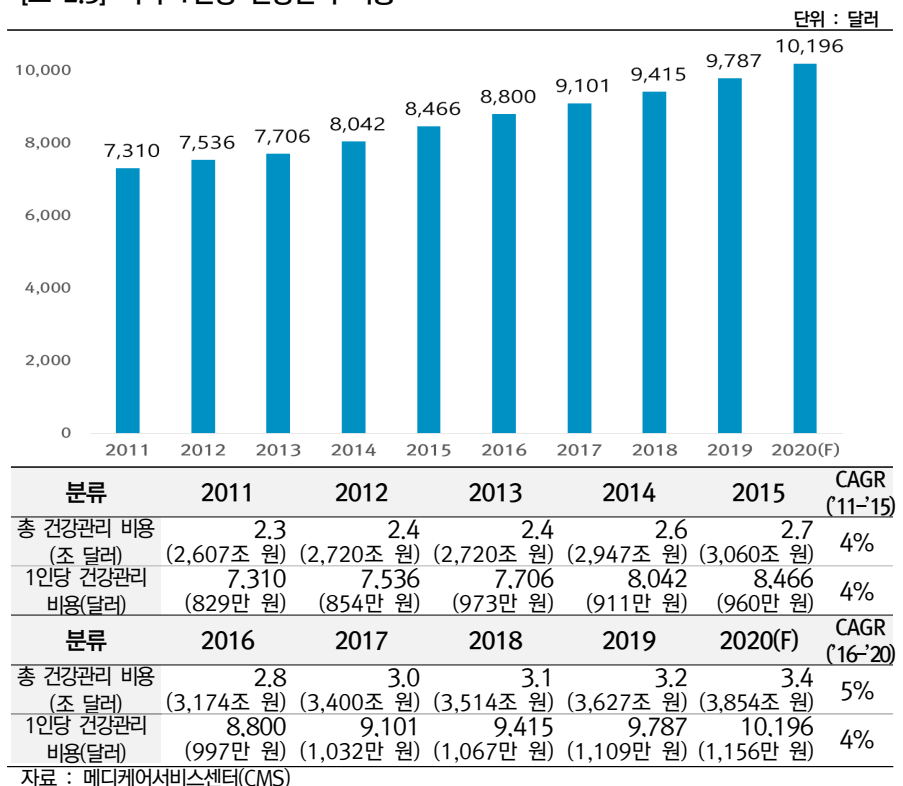
조사제품인 '현미유'는 비타민 함량이 높으며 콜레스테롤과 트랜스지방을 함유하지 않은 건강 식용유 제품임. 이에 건강한 식재료를 선호하는 미국인의 소비규모를 파악하기 위해 '미국 1인당 건강관리 비용'을 조사함

#### ▶ 2016-2020년, 미국 '총 건강관리 비용' 시장 연평균성장률 5%

미국 메디케어서비스센터(Centers for Medicare & Medicaid Services)에 따르면, 2020년 기준 미국의 총 건강관리 비용은 3조 4,000억 달러를 기록할 것으로 전망되며, 5년(2016-2020년)간 5%의 연평균성장률을 보일 것으로 예측됨. 2020년 기준 1인당 건강관리 비용은 약 1만 196달러로, 2016년부터 5년간 4% 증가하였음. 또한 의료서비스를 제외한 개인 건강관리에 쓰이는 비용은 전체 지출의 5%에 해당하는 것으로 나타남

미국인구조사국(US Census Bureau)에 따르면, 건강관련 제품 매장의 판매액은 지난 3년(2017-2019년)간 꾸준히 증가했으며, 2019년 3,545억 달러(약 401조 원)의 판매액을 기록함. 이러한 증가세는 총 건강관리 비용, 1인당 건강관리 비용 증가에 비례해 나타나고 있으며 향후 이러한 증가세는 지속될 것으로 예측됨

[표 2.3] 미국 1인당 건강관리 비용<sup>16)17)</sup>



15) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

16) 자료: 메디케어서비스센터(Centers for Medicare & Medicaid Services), 「National Health Expenditure Accounts」, 2020

17) 환산된 데이터(단위: 달러, 원)는 모두 반올림됨

2) 미국 가계 소득 분포

조사제품인 ‘현미유’는 유카농, Non-GMO 인증을 받은 프리미엄 식용유 제품임. 이에 소비자들의 소득 규모에 따른 프리미엄 식용유에 대한 잠재 소비시장 규모를 파악하기 위해 ‘미국 가계 소득 분포’를 조사함

● 미국 가계 소득 평균<sup>23)24)</sup>  
단위 : 달러

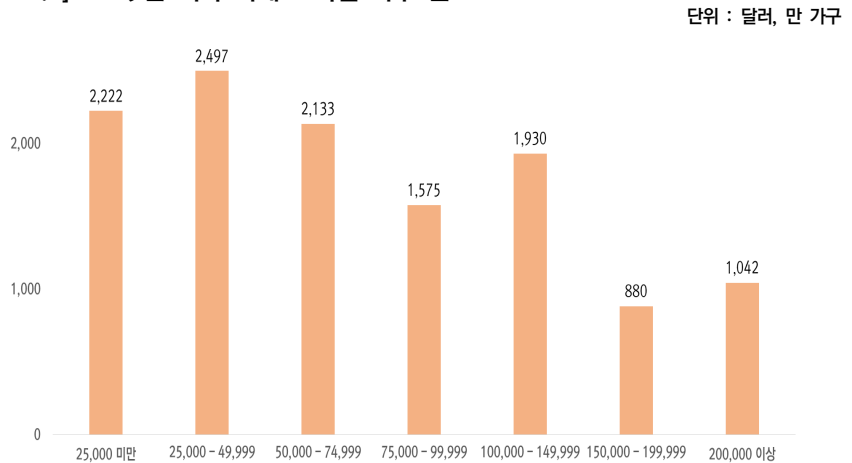
년도	가계 소득
2014	55,613 (6,303만 원)
2015	58,476 (6,628만 원)
2016	60,309 (6,835만 원)
2017	62,626 (7,098만 원)
2018	64,324 (7,290만 원)
2019	68,703 (7,787만 원)

자료 : 미국인구조조사국

▶ 2019년 미국 중상위 계층 5,427만 가구

미국인구조조사국(US Census Bureau)에 따르면, 미국의 평균 가계 소득은 2014년 55,613달러에서 2019년 68,703달러로 연평균 4.3% 증가하였음. 2019년의 경우 5,427만 가구가 평균 가계 소득보다 높은 75,000달러 이상의 가계 소득을 기록한 것으로 확인됨. 이 중 가계 소득이 200,000달러 이상인 고소득 가구는 1,042만 가구임. 스태티스타(Statista)에 따르면, 2020년 미국 고액순자산 보유자 수<sup>20)</sup>는 약 1,740만 명으로 세계에서 가장 많은 것으로 확인됨<sup>21)</sup>

[표 2.4] 2019년 미국 가계 소득별 가구 분포<sup>22)</sup>



단위 : 달러, 만 가구

가계 소득	가구 수
25,000 미만 (약 2,834만 원 미만)	2,222
25,000 - 49,999 (약 2,834만 원 - 약 5,667만 원)	2,497
50,000 - 74,999 (약 5,667만 원 - 약 8,500만 원)	2,133
75,000 - 99,999 (약 8,500만 원 - 약 1억 1,334만 원)	1,575
100,000 - 149,999 (약 1억 1,334만 원 - 약 1억 7,000만 원)	1,930
150,000 - 199,999 (약 1억 7,000만 원 - 약 2억 2,668만 원)	880
200,000 이상 (약 2억 2,668만 원 이상)	1,042

자료 : 미국인구조조사국(US Census Bureau)

18) 자료: 미국인구조조사국(US Census Bureau), 「Estimates of Monthly Retail and Food Services Sales by Kind of Business」, 2019

19) 자료: 메디케어서비스센터(CMS), 「California Health Care Almanac - Health Care Costs 101」, 2020

20) 고액순자산 보유자: 부동산을 제외한 금융자산이 100달러 이상인 자

21) 자료: 스태티스타(Statista), 「Key Market Indicators」, 2020

22) 자료: 미국인구조조사국(US Census Bureau), 「Household Income in the Past 12 Months」, 2020



### 3) 미국 식용유 브랜드 및 기업별 매출규모

조사제품인 ‘현미유’는 현미를 가공하여 만든 식용유 제품임. 이에 미국 식용유 시장 내 경쟁 기업을 파악하기 위해 ‘미국 식용유 브랜드 및 기업별 매출규모’를 조사함

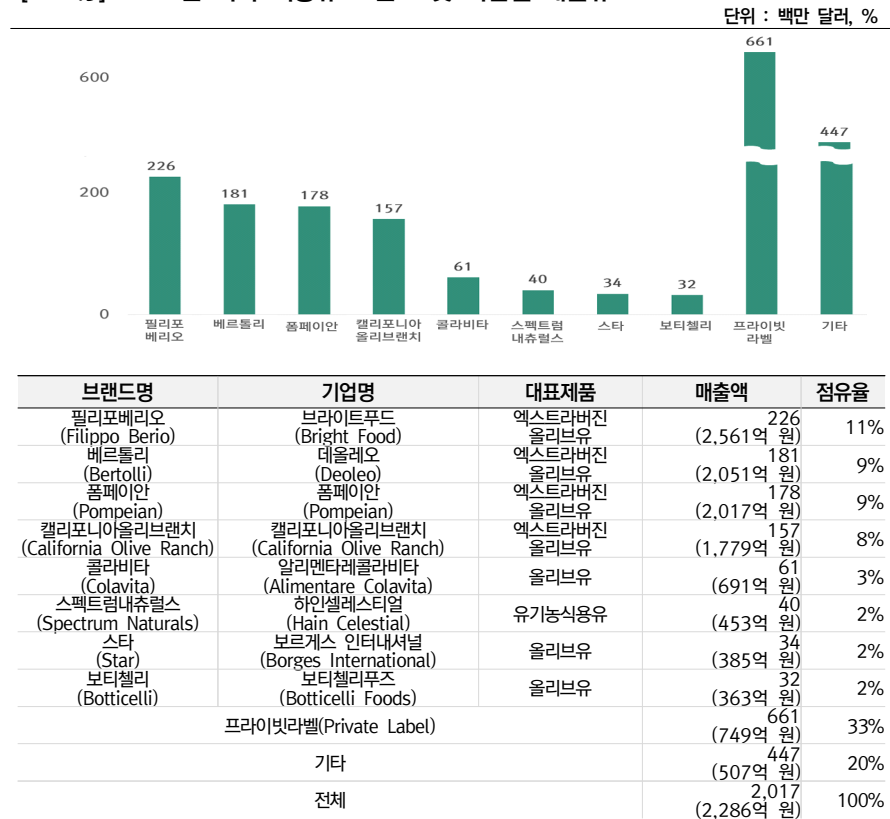
#### ▶ 식용유 시장 내 프라이빗라벨의 높은 점유율

유로모니터(Euromonitor)에 따르면, 2020년 미국 식용유 시장 매출 규모는 총 20억 1,700만 달러임. 그 중 프라이빗라벨<sup>25)</sup>의 점유율이 33%로 전체 시장규모의 1/3을 차지함. 미국 소비자들의 프라이빗라벨 제품의 품질에 대한 신뢰도가 높아짐에 따라 기존 대형 식용유 브랜드의 입지는 더욱 좁아지고 있음

#### ▶ 필리포베리오, 2020년 미국 식용유 브랜드 매출 1위

식용유 브랜드 중에서는 필리포베리오(Filippo Berio)가 2억 2,590만 달러로 전체 시장의 점유율의 11% 차지하며 1위를 차지함. 스태티스타(Statista)의 통계에 따르면, 2020년 90일 동안 필리포베리오의 식용유를 구매한 적이 있는 소비자의 수는 1,209만 명이며, 3쿼트(2.8리터) 이상 구매한 소비자의 수는 122만 명으로 확인됨<sup>26)</sup>

[표 2.5] 2020년 미국 식용유 브랜드 및 기업별 매출규모<sup>27)28)</sup>



자료 : 유로모니터(Euromonitor)

23) 자료: 미국인구조사국(US Census Bureau), 「Income and Poverty in the United States 2019」, 2020

24) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

25) 본 조사에서 프라이빗라벨(Private Label)은 자체브랜드(PB)상품을 포함함

26) 자료: 스태티스타(Statista), 「Quarts of Filippo Berio salad or cooking oil used in the last 90 days in the U.S. 2020」, 2020

27) 본 조사에서 매출은 RSP(소매 채널에서 판매된 제품의 총 수량과 판매 당시 소매 금액을 곱한 값)을 의미함

28) 환산된 데이터(단위: 달러, 원)는 모두 반올림됨

### Ⅲ. 시장트렌드(Market Trend)

1. 미국 식용유 트렌드, '건강'이 화두... 현미유 언급 적어
2. 현미유, 미국에서 낮은 점유율 보여
3. 미국 프리미엄 식용유, 올리브유 강세
4. 미국 소비자, '건강'한 '튀김' 목적 현미유 구매 최다

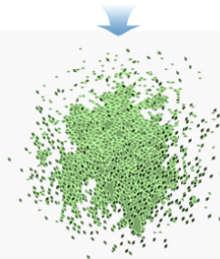
## 데이터 분석 프로세스

### ○ 데이터 분석 요약

#### 데이터 수집 소스원



농식품  
(기사, 포스팅, 댓글)



데이터 수집  
**19,317**건

#### ① 미국 식용유 관련 기사 데이터 수집(\*)

◦ 수집원 : 미국 언론매체

#### ② 베트남 식용유 및 현미유 관련 소비자 데이터 수집(\*)

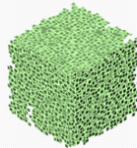
◦ 수집원 : Amazon(www.amazon.com)  
Walmart(www.walmart.com)

#### 데이터 분류 키워드집



(현미유 연관 키워드집)

식용유 및 현미유  
(검색어)



데이터 정제  
**14,055**건

#### ① 수집 데이터 정의

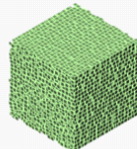
◦ 수집 키워드 : 식용유(Cooking Oil)  
현미유(Rice Bran Oil)

#### ② 수집 데이터 정제

◦ 정제 데이터 추출 : 식용유 및 현미유 관련 데이터 14,055건 추출

#### 데이터 분석 (연관어 분석)

연관어 분석  
(시장 트렌드 분석)



데이터 분석  
미국 현미유  
소비 실태 분석

#### ① 데이터 분석 배경 및 목적

◦ 미국 현미유 소비 실태 분석

#### ② 데이터 분석 기법 선정

◦ 키워드 분석  
◦ 식용유 및 현미유 관련 키워드집 구축(\*\*)  
◦ 키워드별 발생 빈도 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 - 20.10
수집 데이터	19,317건

데이터 정제

정제 키워드	식용유(Cooking Oil) 현미유(Rice Bran Oil)
정제 데이터	14,055건

○ 데이터 수집

- 미국 현미유 관련 매체, 온라인쇼핑몰

[표 3.1] 미국 언론 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Amazon	www.amazon.com	온라인쇼핑몰
02	Walmart	www.walmart.com	온라인쇼핑몰
03	Food Navigator	www.foodnavigator-usa.com	언론매체
04	Washington Post	www.washingtonpost.com	언론매체
05	Eat this, Not That!	www.eatthis.com	언론매체

○ 데이터 분석 키워드집

- 미국 현미유 관련 매체 사전조사

[표 3.2] 미국 현미유 관련 매체 리스트

			
현지 온라인쇼핑몰 현미유 소비자 후기	현지 온라인쇼핑몰 인기 프리미엄 식용유 유형	현지 언론매체 식용유 이슈	
키워드 ①	튀김	키워드 ①	건강
키워드 ②	건강	키워드 ②	유기농
키워드 ③	발연점	키워드 ③	냉압착
키워드 ④	열	키워드 ④	코코넛
		키워드 ⑤	식물성
		키워드 ⑥	케토

2) 데이터 분류

○ 데이터 분석 키워드집

- 미국 현미유 관련 데이터 분석 키워드집

[표 3.3] 미국 현미유 관련 분석 키워드

●

키워드 수립 근거	
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립

분류	키워드		수립 근거 <sup>(*)</sup>	
	의미	영어	참여기업	기타
식용유 키워드	현미유	Rice Bran Oil	○	○
	건강	Health		○
	칼로리	Calories		○
	식물성	Vegetable	○	○
	옥수수	Corn		○
	올리브	Olive		○
	콩	Soybeans		○
	케토	Keto		○
현미유 키워드	튀김	Fry	○	○
	발연점	Smoke Poin	○	○
	열	Heat	○	○
	품질	Quality		○
	피부	Skin		○
	콜레스테롤	Cholesterol		○
	담백함	Not Greasy	○	○
프리미엄 식용유 키워드	올리브	Olive		○
	유기농	Organic		○
	냉압착	Cold Pressed		○
	코코넛	Coconut		○
	Non-GMO	Non-GMO		○
	건강	Health		○
	케토	Keto		○

## 빅데이터 분석 프로세스

### ○ 빅데이터 분석 배경 및 목적

- 미국 소비자의 현미유 소비 실태 분석

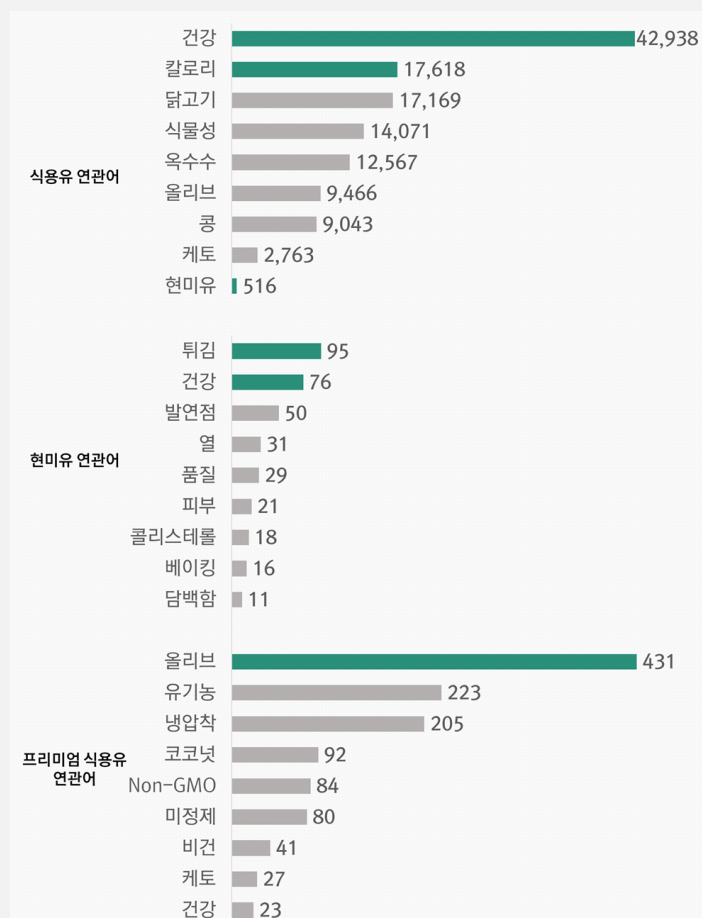
- ① 미국 식용유 소비 트렌드
- ② 미국 인기 현미유 현황
- ③ 미국 인기 프리미엄 식용유 유형
- ④ 미국 현미유 소비자 인식

### ○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 연관어 분석

- ① 언론 매체 ‘식용유’ 연관어 분석
- ② 온라인쇼핑몰 ‘현미유’ 연관어 분석
- ③ 온라인쇼핑몰 ‘프리미엄 식용유’ 연관어 분석
- ④ 온라인쇼핑몰 소비자 후기 ‘현미유’ 연관어 분석

### [ 미국 현미유 분석 결과 ]



## 1. 미국 식용유 트렌드, ‘건강’이 화두… 현미유 언급 적어

### ▶ 건강 관련 키워드 강세

‘식용유’가 언급된 미국 뉴스를 분석한 결과, ‘칼로리’, ‘유기농’, ‘케토’와 같은 ‘건강’ 관련 키워드의 빈도가 두드러짐. 미국 매체는 지방이 그 자체로 고칼로리를 함유하고 있고, 트랜스지방의 경우 비만, 심장질환 및 암과 같은 각종 질병을 유발할 수 있다고 언급함

### ▶ 식물성 기름 관련 이슈 다수

미국 언론매체에서 ‘식용유’의 연관어를 분석한 결과, 식물성 기름과 관련된 키워드가 다수 발견됨. 식물성 기름 유형 관련 키워드 중 ‘옥수수’, ‘올리브’, ‘콩’, ‘코코넛’, ‘팜유’, ‘해바라기씨’ 등이 고빈도로 산출되었고, ‘현미유’에 대한 언급량은 비교적 적게 확인됨. ‘비건’ 및 ‘케토’와 같이 라이프스타일과 관련된 키워드의 빈도 또한 높게 산출됨

#### 미국 ‘식용유’ 관련 뉴스

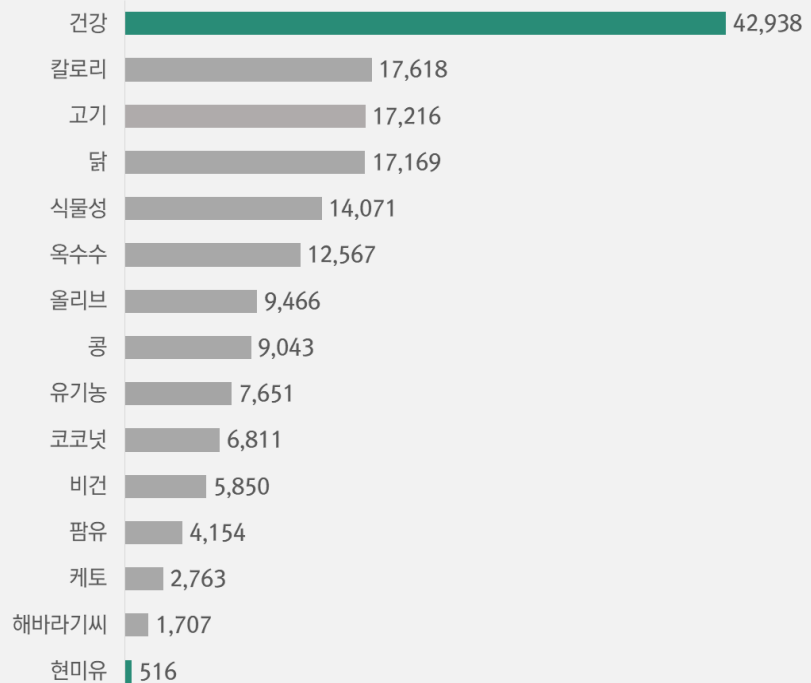
· WHO는 트랜스 지방이 함유된 식용유 대신, 건강한 식용유를 섭취하길 권장하고 있다.

자료 : Food Navigator  
(www.foodnavigator-usa.com)

### ▶ 미국 내 식용유 트렌드

#### ① 건강 ② 식물성 기름

[표 3.4] 미국 언론매체, ‘식용유’ 연관어



자료 : 미국 언론매체 ‘식용유’ 12,937건 분석

## 2. 현미유, 미국에서 낮은 점유율을 보여

### ▶ 미국 내 현미유, 4개 브랜드의 6개 제품 강세

미국 온라인쇼핑몰에서 현미유 제품을 분석한 결과, 4개 브랜드의 총 6개 제품이 식물성 기름 최다 판매 제품 100개 목록에 포함된 것으로 확인됨. ‘Tophe’, ‘Kevala’, ‘Gamma One’ 및 ‘Heavenly Chef’로 구성된 미국 현미유 판매 대표 브랜드들은 공통적으로 Non-GMO, 트랜스지방 제로, 감마 오리지널 함유를 비롯해 비타민 E 함유 및 심장질환 예방을 내세워 제품을 홍보하고 있음

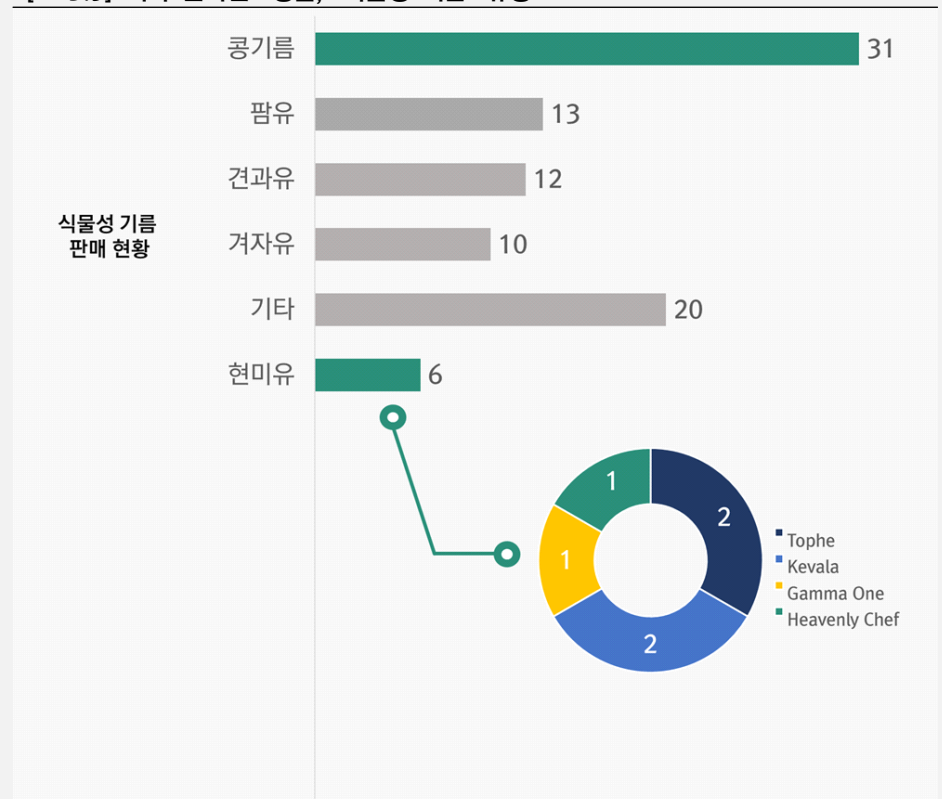
### ▶ 미국 식물성 기름, 콩기름 우세… 현미유 점유율 낮아

미국 온라인쇼핑몰에서 올리브유 및 코코넛 오일을 제외한 식물성 기름 최다 판매 제품 100개를 분석했을 때, 콩기름 함유 제품의 빈도가 두드러짐. 이어, ‘팜유’, ‘견과유’ 및 ‘겨자유’ 제품의 빈도가 유의미하게 산출됨. 한편, 현미유 제품의 빈도는 6건으로 비교적 낮은 점유율을 보임

### ▶ 미국 ‘현미유’ 판매 현황

#### ① 콩기름 ② 현미유

[표 3.5] 미국 온라인쇼핑몰, ‘식물성 기름’ 유형



자료 : 미국 온라인쇼핑몰 ‘식물성 기름’ 100건 분석



### 3. 미국 프리미엄 식용유, 올리브유 강세

#### ▶ 미국 프리미엄 식용유, ‘올리브유’ 점유율 높아

미국 온라인쇼핑몰에서 ‘프리미엄 식용유’를 분석한 결과, ‘올리브유’ 제품이 다른 유형의 제품에 비해 압도적으로 높은 빈도를 보여주고 있으며, 이와 관련된 ‘그리스’ 및 ‘이탈리아’ 키워드의 빈도 또한 높게 산출됨. 올리브유에 이어 ‘코코넛 오일’, ‘참기름’ 및 ‘아보카도 오일’ 형태의 제품이 빈출되는 것으로 나타남

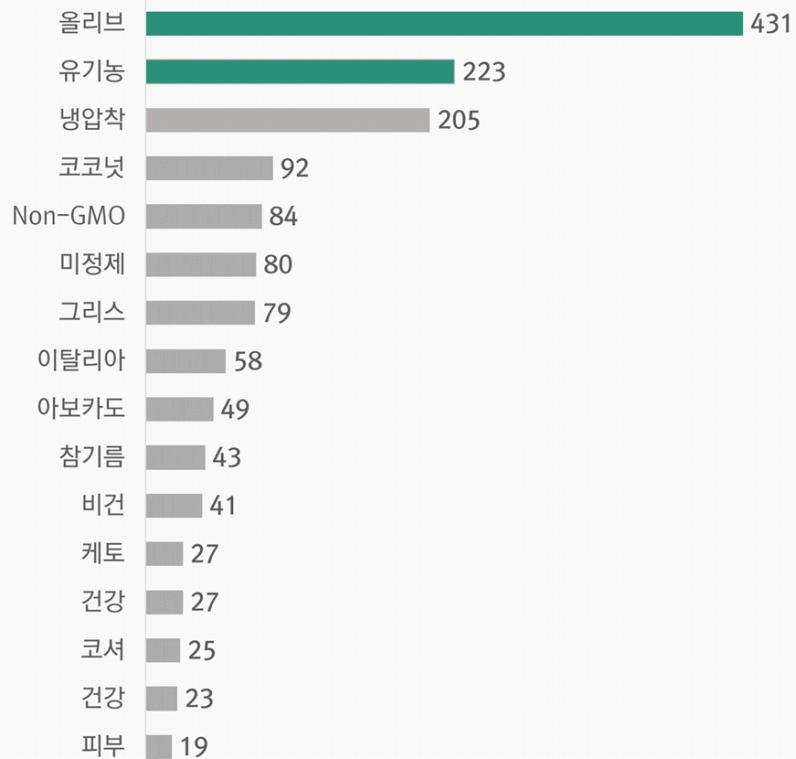
#### ▶ 건강 관련 키워드 빈도 다수 발견

미국 온라인쇼핑몰에서 ‘프리미엄 식용유’ 관련 키워드를 분석한 결과, ‘유기농’의 빈도가 두드러짐. 아울러 ‘냉압착’, ‘미정제’와 같은 식용유의 특수한 가공 방식을 비롯해 ‘Non-GMO’, ‘비건’ 및 ‘코셔’와 같은 식품인증을 취득한 제품과 관련된 키워드의 빈도 또한 유의미하게 산출됨. 한편, 프리미엄 식용유를 마용 목적으로 사용하는 소비자를 겨냥한 ‘피부’ 키워드가 포함된 제품의 빈도 또한 확인됨

#### ▶ 미국 프리미엄 식용유 특징

##### ① 올리브 ② 유기농

[표 3.6] 미국 온라인쇼핑몰, ‘프리미엄 식용유’ 연관어



자료 : 미국 온라인쇼핑몰 ‘프리미엄 식용유’ 683건 분석

#### 4. 미국 소비자, ‘건강’한 ‘튀김’ 목적 현미유 구매 최다

##### 미국 ‘현미유’ 구매 후기

- 현미유는 최고의 식용유 중 하나입니다. 맛이 강하지 않고 향산화성분이 풍부하며 높은 발연점을 가지고 있습니다.
- 현미유가 심혈관 건강에 좋다는 사실은 이 제품을 애용하는 이유 중 하나입니다.
- 요리와 피부 미용에 환상적인 제품입니다.

자료 : 아마존  
(www.amazon.com)

##### ▶ 미국 소비자, 튀김 목적 현미유 구매

미국 온라인쇼핑몰에 등록된 현미유 제품에 대한 소비자 리뷰를 분석했을 때, ‘튀김’ 및 ‘발연점’에 대한 빈도가 높게 산출됨. 미국 소비자들은 현미유가 발연점이 높고 재료 본연의 맛을 해치지 않아 튀김 목적으로 해당 제품을 사용하고 있다고 밝힘. 한편, ‘베이킹’ 목적으로 현미유를 사용한다고 언급한 후기의 빈도 또한 유의미한 결과치를 보임

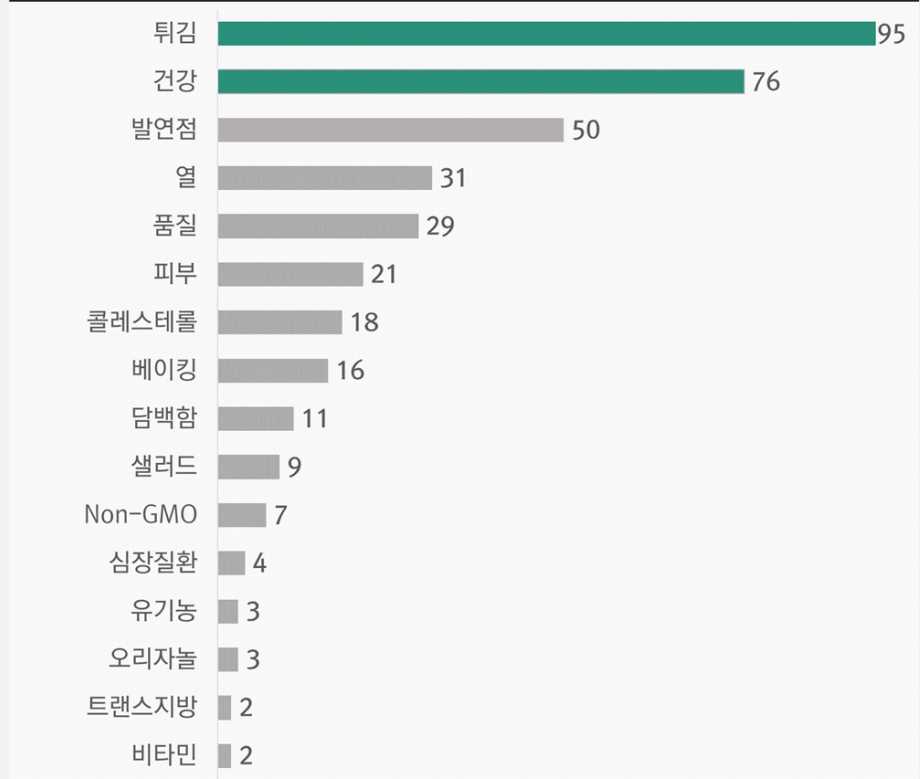
##### ▶ 미국 소비자, ‘건강’한 현미유’ 긍정 평가

미국 온라인쇼핑몰에 등록된 현미유 제품에 대한 소비자 리뷰를 분석했을 때, ‘건강’ 키워드가 높은 빈도를 보여주고 있음. 소비자들은 현미유의 맛에 만족함과 동시에 제품의 콜레스테롤 함유 여부, Non-GMO, 심장질환 예방, 유기농, 오리지널 함유 등에 관심을 보임. 한편, 프리미엄 식용유와 유사하게 현미유를 피부 미용 목적에 사용하는 소비자들이 확인됐으며, 이에 따라 ‘피부’ 키워드의 빈도 또한 높게 산출됨

##### ▶ 미국 ‘현미유’ 소비 트렌드

① 튀김 ② 건강

[표 3.7] 미국 ‘현미유’ 연관어



자료 : 미국 온라인쇼핑몰 소비자 후기 335건 분석

## IV. 유통채널(Distribution Channel)

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

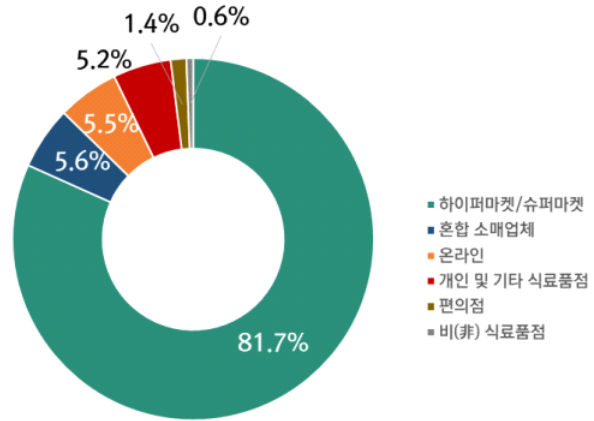
## 1. 미국 현미유 유통구조

품목 구분 및 분류	
품목	현미유
구분	현미유
범주	식용유 (Edible Oils)

### ▶ 미국 현미유 유통구조

‘하이퍼마켓/슈퍼마켓(46.7%), 개인 및 기타 식료품점(24.6%), 온라인(20.3%)’

[표 4.1] 미국 현미유 유통채널 별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 4.2] 미국 현미유 유통채널 현황

채널 유형	현미유 유통채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매채널	하이퍼마켓/슈퍼마켓	81.7%	크로거(Kroger), 퍼블릭스(Publix), 세이프웨이(Safeway), 월마트(Walmart), 트레이더조(Trader Joe's), 마이어(Meijer)
	혼합 소매업체	5.6%	블루밍데일스(Bloomingdale's)
	온라인	5.5%	아마존(Amazon), 이베이(Ebay), 타겟(Target)
	개인 및 기타 식료품점	5.2%	에이치마트(Hmart), 가주마켓(Gaju Market), 시온마켓(Zion Market), 한남체인(Hannam Chain)
	편의점	1.4%	세븐일레븐(7-Eleven), 와와(Wawa), 씨클케이(Circle K)
	비(非) 식료품점	0.6%	스프라우츠파머스마켓(Sprouts Farmers Market), 홀푸드마켓(Whole Food Market)

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

## 2. 미국 현미유 주요 유통업체

### ▶ 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 대표적

[표 4.3] 미국 현미유 진출 가능 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 <sup>29)</sup> , 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	월마트 (Walmart)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 5,240억 달러 (약 593조 9,016억 원)	바자프레시스 (Baja Precious), 닥터어도러블 (Dr.Adrobale), 케발라 (Kevala)	0
2	마이어 (Meijer)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 190억 달러 (약 21조 5,346억 원)	마이어(Meijer), 크리스코(Crisco), 베르톨리(Bertolli)	0
3	크로거 (Kroger)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 1,211억 6,000만 달러 (약 137조 3,227억)	엘린데일(Ellyndale), 크로거(Kroger), 베르톨리(Bertolli)	0
4	퍼블릭스 (Publix)	하이퍼마켓 / 슈퍼마켓	약 381억 달러 (약 43조 1,825억 원)	퍼블릭스(Publix), 크리스코(Crisco), 고야(Goya)	0
5	아마존 (Amazon)	온라인	약 2,805억 달러 (약 317조 9,187억 원)	토페(Tophé), 엘린데일(Ellyndale), 아마존프레시 (Amazon Fresh)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

29) 1달러=1,133.40원(2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준을 적용)

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	이베이 (Ebay)	온라인	약 108억 달러 (약 12조 2,407억 원)	마졸라(Mazola), 커클랜드(Kirkland), 테스코(Tesco)	0
7	에이치마트 (Hmart)	개인 및 기타 식품점 (한인마트)	매장 수('20): 약 61개	S사, O사, B사	0
8	한남체인 (Hannam Chain)	개인 및 기타 식품점 (한인마트)	매장 수('20): 8개	B사, H사, Q사	0
9	스프라우츠 파머스마켓 (Sprouts Farmers Market)	비(非) 식품점 (유기농 매장)	약 56억 달러 (약 6조 3,470억 원)	스프라우츠파머스마켓 (Sprouts Farmers Market), 나파(Napa), 폼페란(Pompelan)	0
10	홀푸드마켓 (Whole Food Market)	비(非) 식품점 (유기농 매장)	약 170억 달러 (약 19조 2,678억 원)	365홀푸드마켓 (365 Whole Food Market)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

### 3. 미국 현미유 B2C 소매채널

#### 1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓



##### ① 월마트(Walmart)

	기업명	월마트(Walmart)	
	홈페이지	www.walmart.com	
	위치	아칸소(Arkansas)	
	규모	매출액('20)	약 5,240억 달러 (약 593조 9,016억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('20): 약 4,756개</li> <li>직원 수('20): 약 220만 명</li> </ul>
	기업 요약	<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> <li>약 150개의 물류 센터를 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 Mail)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		제품명	라이스브랜오일 (Rice Bran Oil)
		종류	현미유
		용량	3.7L
		원산지	미국

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

## 입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 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>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 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 (공급자이름, 공급자 번호/DUNS<sup>30</sup>) 번호, 납세자 식별번호, 회사 주소, 연락담당자, 전화번호, 이메일 주소, 계좌 정보 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>	
	등록 조건	<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>31)</sup></li> </ul> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Walmart.com 홈페이지를 통해 판매 중개 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>	
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Savino Sales and Marketing (식품 브로커)</b> <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

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

31) 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 21조 5,346억 원)
기업 요약	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('20): 약 245개<sup>32)</sup></li> <li>직원 수('20): 약 8만 명</li> </ul>	
	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 클리브랜드 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	베지터블오일 (Vegetable Oil)
		종류	식용유
		용량	1.4L
		원산지	미국

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

사진 자료: 마이어(Meijer), 씨에스피데일리뉴스(Csp Daily News)

32) 6개 주에 매장 위치(마이어 주유소 미포함)

## 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: 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>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록 (<a href="http://www.meijervendornet.com/ProspectiveVendor/Pages/default.aspx">www.meijervendornet.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                 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급 업체명, 웹사이트주소, 연락처, 회사주소, 연락담당자, 전화번호 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> </ol> </li> </ul> </li> <li>- 사전 승인 후 제안서 제출</li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지에 정보 등록 후 이메일로 제안서 작성 링크 회신</li> <li>- 문의사항 연락처 : 이메일 : <a href="mailto:meijervendor@meijer.com">meijervendor@meijer.com</a></li> </ul>

자료: 마이어(Meijer), 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 크로거(Kroger)

	기업명	크로거(Kroger)	
	홈페이지	www.kroger.com	
	위치	오하이오(Ohio)	
	규모	매출액('19)	약 1,211억 6,000만 달러 (약 137조 3,227억)
기업 기본 정보	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매장 수('20): 약 2,920개<sup>33)</sup></li> <li>• 직원 수('19): 약 45만 3,000명</li> </ul>	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1883년 설립</li> <li>• 미국 내 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> <li>• 2018년 일 평균 약 1,100만 건의 거래가 이루어지며 이 중 약 97%는 로열티카드를 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	라이스브랜오일 (Rice Bran Oil)
		종류	현미유
		용량	500ml
		원산지	미국

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

## 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>34)</sup> 및 KGCC<sup>35)</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>• <b>GLENMOOR BROKERAGE(식품 브로커)</b> <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

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

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

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

Publix.

④ 퍼블릭스(Publix)

기업 기본 정보	기업명	퍼블릭스(Publix)	
	홈페이지	www.publix.com	
	위치	플로리다(Florida)	
	규모	매출액('19)	약 381억 달러 <sup>36)</sup> (약 43조 1,825억 원)
기업 기본 정보	기타 규모	매장 수('19): 약 1,241개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1930년 설립</li> <li>• 미국에서 가장 큰 소매업체 사원주주회사<sup>37)</sup></li> <li>• 1998-2019년 포춘(Fortune)지 선정 가장 일하기 좋은 100대 기업</li> </ul>	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 9월 롤리(Raleigh) 지역에 약 4200m<sup>2</sup> 규모 신규 점포 개점</li> <li>• 2020년 2분기 매출액 1분기 대비 21.8% 증가</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	엑스트라라이트 올리브오일 (Extra Light Olive Oil)
		종류	올리브유
		용량	500ml
		원산지	미국

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

36) 퍼블릭스(Publix) 기업 전체 매출액

37) 회사의 사원이 주주가 되어 주식의 일부를 소유하는 회사

## 입점 및 협력 정보

<b>입점 제품 특징</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 음료류, 주류, 신선식품, 육류, 냉동식품, 가공식품, 유제품, 스낵류, 소스류, 건조식품, 차(茶)류, 건강보조식품 등</li> <li>- 일반: 유아용품, 생활용품, 목욕용품, 화장품, 위생용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 좋은 품질의 다양한 제품</li> <li>- 플로리다 주 로컬 기업의 제품</li> </ul> </li> </ul>	
<b>입점 등록 절차</b>	<b>등록 유형</b>	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
	<b>등록 방법 및 등록 정보</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 문의             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 다음 웹 주소에서 Retail Product Supplier 항목 선택 (<a href="http://corporate.publix.com/business/publix-business-connection/retail-product-supplier">corporate.publix.com/business/publix-business-connection/retail-product-supplier</a>)</li> <li>- 등록 요청 양식 작성(검토 기간 약 2주 소요)</li> <li>- 제품 데이터 양식(Publix Item Data Form), 제품 샘플 양식(Product Sample Form) 작성</li> <li>- 제품 데이터 양식의 Comments 항목에 제품 가격과 제품 기타 정보 작성 필수</li> <li>- 작성한 양식 본사 구매부서에 우편으로 송부</li> </ul> </li> <li>• 로컬 에이전트를 통한 등록</li> </ul>
	<b>특이사항</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해당제품이 'RangeMe'에 이미 등록되어 있는 경우, 'RangeMe'를 통해 해당 제품을 미리 보낼 수 있음 (<a href="http://www.rangeme.com/publix">www.rangeme.com/publix</a>)</li> <li>• 본사 주소             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 3300 Publix Corporate Pkwy, Lakeland, FL, 33811</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호 : +1-33-802-0407(본사 구매부서)</li> </ul> </li> </ul>
<b>벤더 리스트</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Performance Sales &amp; Marketing(식품 브로커)             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 : <a href="http://psmfl.us">psmfl.us</a></li> <li>- 전화번호 : +1-813-882-0440</li> <li>- 이메일 : <a href="mailto:rodr@psmfl.us">rodr@psmfl.us</a></li> <li>- 기업소개 : 플로리다 주에 위치한 퍼블릭스 등의 소매업체에 납품 및 판매 활동 지원</li> </ul> </li> </ul>	

자료 : 퍼블릭스(Publix), 유통채널 담당자와의 인터뷰

2) 온라인



① 아마존(Amazon)

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)	
	홈페이지	www.amazon.com	
	위치	워싱턴(Washington)	
	규모	매출액('19) 기타 규모	약 2,805억 달러 <sup>38)</sup> (약 317조 9,187억 원) 직원 수('18): 약 64만 7,500명
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1994년 7월 설립된 세계 최대의 온라인쇼핑몰</li> <li>• 현재 전 세계적으로 175개의 물류센터를 보유하고 있으며, 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), 아마존포스트(Amazon 4-Star) 오프라인 매장을 론칭하여 오프라인 영역을 지속확대할 계획</li> </ul>		
기업 최근 이슈	<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 죽스(Zoox) 인수</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	라이스브랜오일 (Rice Bran Oil)
종류		현미유	
용량		1.9L	
원산지		미국	

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

38) 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 지급하고 1시간 내에 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 자체브랜드 공급업체일 경우에는 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증<sup>39)</sup></li> </ul>	
<p><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 입점 가능한 카테고리 20개 중 식품류를 포함한 10개 제품군은 승인절차 거쳐야 입점 가능</li> </ul>		
<p><b>벤더 리스트</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>National Sales Solutions (식음료 브로커, 브랜드 마케팅)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지: nationalsalesolutions.com</li> <li>- 전화번호: +1-636-527-7115</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

39) 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>40)</sup> (약 12조 2,407억 원)
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1995년 9월 12일 서비스 런칭</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 계약, 셀러에게 500-25,000달러 대출 서비스 제공</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	베지터블오일 (Vegetable Oil)
		종류	식용류
		용량	1.2L
		원산지	미국

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

40) 2019년 글로벌 통합 연간 순수익

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>- 개인판매자와 스토어판매자 중 선택하여 입점</li> <li>- 개인 판매자는 40개까지 무료로 등록 가능 (수수료 건당 10.9%)</li> <li>- 기업 판매자는 250,000개까지 제품 등록이 가능하며 (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 (<a href="https://pages.Ebay.com/seller-center/index.html">https://pages.Ebay.com/seller-center/index.html</a>)</li> </ul> </li> </ul>
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 컨택 방법                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 아래 웹 페이지 주소에서 문의 내용의 해당 카테고리 선택 후 이메일 컨택 가능 (<a href="http://www.Ebay.com/help/call_us?type=ContactUs&amp;initFrom=HOME&amp;topicId=4000">www.Ebay.com/help/call_us?type=ContactUs&amp;initFrom=HOME&amp;topicId=4000</a>)</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

3) 개인 및 기타 식료품점  
(한인마트)



① 에이치마트(Hmart)

기업 기본 정보	기업명	에이치마트(Hmart)	
	홈페이지	www.hmart.com	
	위치	뉴저지(New Jersey)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 약 61개 <sup>41)</sup>
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1982년 설립</li> <li>• 한아름 그룹이 운영하는 슈퍼마켓으로 현재 미국 내 최대 규모의 아시안마트</li> <li>• 2007년부터 캘리포니아 남부에 매년 매장 1개씩 오픈</li> </ul>		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 로스엔젤레스(LA) 지역 전용 카카오톡 채널 @hmart_la 개설</li> <li>• 2020년 로스엔젤레스 시티센터 (LA City Center) 지점 신규 오픈</li> <li>• 2020년 하와이(Hawaii) 2호점 매장 임대사업 중</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	국내에서 직접 만든 콩기름
종류		콩기름	
용량		1.8L	
원산지		한국	

자료: 에이치마트(Hmart), 유로모니터(Euromonitor), 실리콘밸리닷컴(SiliconValley.com), 퍼시픽비즈니스뉴스(Pacific Business News)  
사진 자료: 에이치마트(Hmart)

41) 미국 내 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: 즉석식품, 캔디류, 신선식품, 스낵류, 주류, 건강보조식품, 소스류 등</li> <li>- 일반: 생활용품, 위생용품, 주방용품, 전자제품 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>- 한국산 공산품이 저렴한 편임</li> </ul> </li> </ul>	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지에서 직접 공급자 지원서 작성 (www.hmart.com/online-affiliates)             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 담당자 확인 후 제품에 대한 논의를 거친 뒤 입점</li> <li>- 홈페이지 기입정보 : 회사명, 담당자명, 이메일, 연락처, 입점문의 자유기재</li> </ul> </li> </ul>
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호 : +1-800-648-0980</li> <li>- 이메일 : online@hmart.com</li> </ul> </li> </ul>

자료: 에이치마트(Hmart), 유통채널 담당자와의 인터뷰

② 한남체인(Hannam Chain)



	기업명	한남체인(Hannam Chain)	
	홈페이지	hannamchain.com	
	위치	캘리포니아(California)	
	규모	기타 규모	매장 수('20): 8개
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1988년 6월 설립</li> <li>• 풀러턴(Fullerton)에 첫 매장 오픈을 시작으로 뉴저지 주 1개, 캘리포니아 주 6개의 매장 운영</li> <li>• 매장 내 은행, 핸드폰 대리점, 여행사, 카페 등 입점</li> <li>• 매주 자사 홈페이지를 통해 제품 할인 정보 제공</li> </ul>	
		 	
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2020년 델라모(Del Amo) 지점 매장 오픈 예정</li> <li>• 2020년 설날 기념 전라남도 특산물 특판 행사 개최</li> </ul>	
유사제품 정보		제품명	튀김전용유
		종류	콩기름
		용량	1,8L
		원산지	한국

자료: 한남체인(Hannam Chain), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 한남체인(Hannam Chain), 트립닷컴(Trip.com), 옐프(Yelp)

**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, 육류, 즉석식품, 캔디류, 스낵류, 주류, 건강보조식품, 음료류, 소스류, 유제품 등</li> <li>- 일반: 위생용품, 주방용품, 전자제품 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>- 매장 내 정관장 매장 입점</li> <li>- 한국산 공산품이 저렴한 편</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>• 유선 연락 혹은 이메일을 통한 입점 문의                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 문의 및 등록 시 필요한 일반적 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 담당자 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 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><b>특이사항</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 문의사항 연락처                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일 : flhannam@gmail.com</li> <li>- 전화번호 : +1-714-736-5800</li> <li>- 팩스 : +1-714-736-5805</li> </ul> </li> </ul>

자료: 한남체인(Hannam Chain), 유통채널 담당자와의 인터뷰

4) 비(非) 식료품점  
(유기농 매장)



① 스프라우츠파머마켓(Sprouts Farmers Market)

기업 기본 정보	기업명	스프라우츠파머마켓(Sprouts Farmers Market)	
	홈페이지	www.sprouts.com	
	위치	애리조나(Arizona)	
	규모	매출액('19)	약 56억 달러 (약 6조 3,470억 원)
기업 기본 정보	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('20): 약 362개</li> <li>직원 수('20): 약 35,000명</li> </ul>	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>2002년 설립</li> <li>2012년 슈퍼마켓 브랜드 섀플라워(Sunflower) 인수</li> <li>2013년 나스닥(NASDAQ)상장</li> <li>2016년 스프라우츠(Sprouts) 모바일 어플 론칭</li> </ul>	
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>2020년 미국 전역에 10개 매장 추가 오픈 계획</li> <li>2020년 온라인주문 픽업 서비스 시작</li> <li>2020년 장기적으로 성장 가능성이 있는 슈퍼마켓 및 유통 분야 나스닥(NASDAQ) 상장주로 선정</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	카놀라오일 (Canola Oil)
		종류	카놀라유
		용량	946ml
		원산지	미국

자료: 스프라우츠파머마켓(Sprouts Farmers Market), 야후파이낸스(Yahoo Finance)  
사진 자료: 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News), 푸드비즈니스뉴스(Food Business News)

## 입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>입점 가능 품목</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품: 신선식품, 가공식품, 냉동식품, 반조리식품, 조리완제품, 스낵류, 음료류, 주류, 영양제 등</li> <li>- 일반: 화장품, 위생용품, 유아용품, 청소용품, 애완용품 등</li> </ul> </li> <li>• <b>선호제품</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현지에서 생산한 고품질의 제품 선호</li> </ul> </li> <li>• <b>특이사항</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 애리조나(Arizona)주와 플로리다(Florida)주의 생산품이 많음</li> </ul> </li> </ul>		
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록	<input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 등록           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 아래 웹 주소에서 등록하려는 상품의 카테고리에 해당하는 디렉토리에 들어가 필요 정보 작성 (<a href="http://about.sprouts.com/new-item-submission">about.sprouts.com/new-item-submission</a>)</li> <li>- 필수 작성 정보               <ol style="list-style-type: none"> <li>① Produce 카테고리 선택</li> <li>② 이름, 연락처, 브로커 여부 작성</li> <li>③ 상품 기본 정보 기입</li> <li>④ 광고, 홍보 등 기타 상품 프로필 등록</li> <li>⑤ 벤더 승인 대기</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>• 이메일을 통한 컨택           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 육류, 해산물, 제과 및 제빵류, 조리완제품 등의 입점 등록을 원하는 경우</li> <li>- 이메일 : <a href="mailto:submissions@sprouts.com">submissions@sprouts.com</a></li> <li>- 현재 판매하고 있지 않은 제품 또는 카테고리의 상품 등록을 원하는 경우</li> <li>- 이메일 : <a href="mailto:indirectprocurement@sprouts.com">indirectprocurement@sprouts.com</a></li> </ul> </li> </ul>	
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="http://about.sprouts.com/new-item-submission">about.sprouts.com/new-item-submission</a> 웹 주소에서 벤더 정책, 공지사항, 제품 품질 기준, 제품 등록 현황 및 캘린더 등 다양한 정보 확인 가능</li> <li>• 문의사항 연락처: <a href="mailto:submissions@sprouts.com">submissions@sprouts.com</a></li> </ul>	

자료: 스프라우츠파머즈마켓(Sprouts Farmers Market)





## ② 홀푸드마켓(Whole Food Market)

	기업명	홀푸드마켓(Whole Foods Market)	
	홈페이지	www.wholefoodsmarket.com	
	위치	텍사스(Texas)	
	규모	매출액('19)	약 170억 달러 (약 19조 2,678억 원)
기업 기본 정보	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('18): 약 500개</li> <li>직원 수('18): 약 9만 5,000명</li> </ul>	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>1980년 설립</li> <li>42개주에서 482개의 유기농 전문매장 운영</li> <li>2017년 아마존에 인수</li> <li>아마존 프라임나우(Prime Now)를 통해 온라인 판매</li> <li>최근 매출액 부진</li> <li>2020년 아마존 투자 증대 예상</li> </ul>	
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> <li>2020년 아마존에서 구매한 물품을 홀푸드마켓에서 환불신청 가능</li> <li>2020년 전 매장에서 35\$이상 구입한 아마존 프라인 멤버십 회원들에게 무료 픽업 서비스 개시</li> </ul>		
유사제품 정보		제품명	카놀라오일 (Canola Oil)
		종류	카놀라유
		용량	946ml
		원산지	미국

자료: 홀푸드마켓(Whole Foods Market), 비즈나우(Bisnow), 리즈뉴스(Risnews), 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews)  
 사진 자료: 홀푸드마켓(Whole Foods Market)

## 입점 및 협력 정보

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

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

## V. 통관·검역(Customs·Quarantine)

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

## 1. 미국 현미유 인증 취득

### 인증 취득

미국으로 제품 수출 시,  
필요하거나 선택 가능한  
인증 정보 제공

### 현미유

현미유 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

### ▶ 미국 수입 일반가공식품 ‘적용받는 강제 인증 無’

미국으로 수출하고자 하는 현미유 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.

필수는 아니지만, HACCP, ISO 22000 등과 같이 식품의 생산과 그 안전성에 대한 인증의 경우 선택적으로 획득하여 활용할 수 있음. 하지만 현지 소비자에게 식품 안전 및 위생에 대한 신뢰를 주기 위해 가능한 취득하는 것이 효과적임

[표 5.1] 미국 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
GMP	식품 생산 안전 인증	선택	지방식품의약품안전처	
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 원료를 사용	
USDA Organic		모든 원료가 100%인 경우	
<b>동등성 인정 요건</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 95% 이상 유기농 원료를 함유할 것</li> <li>• 마지막 가공이 한국에서 이루어질 것               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 기타 국가에서 가공이 이루어진 경우 인정되지 않음</li> <li>- 가공식품의 범위는 한국의 식품공전 상의 분류 기준 적용</li> </ul> </li> <li>• 항생제를 사용한 축산물을 포함하지 않을 것</li> <li>• 라벨에 대한 표시 사항은 수입국(미국)의 규정 적용</li> </ul>			
<b>미국 수입 요건</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 수입증명서(NOP Import Certificate) 제출               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 유기농 인증기관을 통해 발급</li> <li>- 수입되는 제품의 매 선적 시 해당 수입증명서 첨부 필요</li> </ul> </li> </ul>			
<b>라벨 사용</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 라벨의 경우 미국의 유기농 인증 라벨을 부착해야 하나, 한국의 유기농 인증 로고도 같이 사용 가능</li> <li>• 원료가 유기농이라는 점에 관한 내용 표시 필요</li> <li>• 해당 내용을 인증한 인증기관 정보 기입 필요</li> </ul>			

자료 : 미국 농무부(USDA), 국립농산물품질관리원

## 2. 미국 현미유 사전 절차

### 사전 절차

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

### 현미유

현미유 품목은 일반가공식품으로 분류하여 해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 미국 일반가공식품 수출을 위해 사전심사 ‘불필요’

#### ▶ 미국 일반가공식품 수입 전 식품의약품국으로 ‘사전 수입 식품 통지 필요’

미국으로 식품 수입 시 미국 식품의약품국(FDA, Food and Drug Administration)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 운송수단을 통하여 진행하느냐에 따라 제출 기한이 정해져 있기 때문에 해당 시간 이전에 제출되어야 함. 미국 식품의약품국(FDA) 홈페이지<sup>42)</sup>를 통하여 PNSI(Prior Notice System Interface) 접속 후, 해당 홈페이지에서 제시하고 있는 가이드 및 절차에 따라 진행할 수 있음

[표 5.4] 미국 수입 전 사전 통지

적용 규제	미국 식품의약품국(FDA), 「바이오테러리즘법(Bioterrorism Act)」, 2002
발행 기관	미국 식품의약품국(FDA)
기간	<p>각각의 운송 수단 별 지정된 시간 이전에 미국 식품의약품국으로의 사전 통지 절차가 완료될 것</p> <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)

42) www.access.fda.gov

▶ 미국 일반가공식품 통관을 위해 ‘사전 식품 시설 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 식품 시설 등록(Facility Registration) 의무를 부과하고 있음. 이에 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>43)</sup>

[표 5.5] 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)

43) 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 미국 식품의약국(FDA)의 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) 기준을 중심으로 두고 있음. 이에 따라 수출업체는 HARPC 기준에 따라 식품이 생산됨을 제조, 가공, 포장, 저장, 유통 등의 사항이 충족함을 평가받게 됨

[표 5.6] 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>• 미국 농무부(USDA)에서 독점 관리하는 육류, 가금류 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 현미유 라벨 심의

#### ▶ 미국 라벨 규정

##### ● 라벨 심의

미국으로 제품 수출 시,  
요구되는 제품에 대한  
라벨 규정 정보 제공

##### ● 현미유

현미유 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

[표 5.7] 미국 라벨 관리 규정

적용 규제	미국 연방거래위원회(FTC, Federal Trade Commission), 「Fair Packaging and Labeling Act」, 1967												
세부 규정	미국 식품의약국(FDA), 「A Food Labeling Guide-Guidance for Industry」, 2013												
세부 내용	라벨 표기사항 (항목)	<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>											
	라벨 표기사항 (가이드)	<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 잘 못 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;">제품명</td> <td>제품의 전면에 표기되어야 하며, 최소한 가장 큰 라벨 면에서 1/2만큼을 차지하도록 표기되어야 함 바닥과 평행하게 작성되어야 함 소비자가 이해하기 쉬운 일반적인 이름이어야 함 일반적 식품의 모방(대체품)인 경우 '모방' 제품이라는 표시를 제품의 이름과 동일한 크기로 작성해야 함 굵은 폰트타입으로, 일반적으로 라벨에 프린트된 가장 큰 단어 또는 그래픽의 최소 반 이상의 크기로 프린트되어야 함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">원료 정보</td> <td>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</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">원산지</td> <td>눈에 잘 띄도록 작성되어야 함 유통업체 정보가 표기되어 있다면, 해당 정보와 같이 위치해야 함</td> </tr> </table>	표기 언어	외국어 표기도 가능하나 모든 필수정보는 동시에 영어로도 표기되어야 함	그림	그림의 경우 정보를 가리거나, 소비자가 잘 못 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	제품명	제품의 전면에 표기되어야 하며, 최소한 가장 큰 라벨 면에서 1/2만큼을 차지하도록 표기되어야 함 바닥과 평행하게 작성되어야 함 소비자가 이해하기 쉬운 일반적인 이름이어야 함 일반적 식품의 모방(대체품)인 경우 '모방' 제품이라는 표시를 제품의 이름과 동일한 크기로 작성해야 함 굵은 폰트타입으로, 일반적으로 라벨에 프린트된 가장 큰 단어 또는 그래픽의 최소 반 이상의 크기로 프린트되어야 함	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	원산지
표기 언어	외국어 표기도 가능하나 모든 필수정보는 동시에 영어로도 표기되어야 함												
그림	그림의 경우 정보를 가리거나, 소비자가 잘 못 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												
제품명	제품의 전면에 표기되어야 하며, 최소한 가장 큰 라벨 면에서 1/2만큼을 차지하도록 표기되어야 함 바닥과 평행하게 작성되어야 함 소비자가 이해하기 쉬운 일반적인 이름이어야 함 일반적 식품의 모방(대체품)인 경우 '모방' 제품이라는 표시를 제품의 이름과 동일한 크기로 작성해야 함 굵은 폰트타입으로, 일반적으로 라벨에 프린트된 가장 큰 단어 또는 그래픽의 최소 반 이상의 크기로 프린트되어야 함												
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												
원산지	눈에 잘 띄도록 작성되어야 함 유통업체 정보가 표기되어 있다면, 해당 정보와 같이 위치해야 함												

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 글 자 크기를 키우고 잔하께 하여 강조해야 함</p> <p>비타민 D, 칼슘, 철분 및 칼륨의 1일 제공량 비율 과 실제 중량을 표시해야 함 단, 기타 비타민 및 미네랄의 중량도 지발적 표시가 가능함</p>
		<p><b>성분 정보<sup>44)</sup></b></p> <p>각주에 '1일 제공량 비율(%)은 1일 제공량 대 비 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', '트랜스 지방'의 표시는 필수 이지만 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></p> <p>주요 알레르기원 : 우유, 달걀, 생선, 갑각류, 조개, 땅콩, 대두, 밀, 견과류</p> <p>- 견과류와 생선 혹은 갑각류 동물의 경우 정 확한 종류 및 종에 대한 표기가 있어야 함</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>
		<p><b>기타</b></p> <p>질병 관련 효능을 표기할 수 없음 ex)'improves joint pain' 등은 식품에 표기될 수 없음</p> <p>성분표기, 영양성분표, 제조사, 포장업체 또는 유통업체명 표기는 서로 사이에 다른 그래픽이 나 문구 없이 같이 표기되어야 함</p>

자료 : 미국 식품의약국(FDA)

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

▶ 미국 현미유 라벨 샘플



- ① 제품명
- ② 원산지



- ① 제품명
- ② 유통기한
- ③ 영양정보
- ④ 재료
- ⑤ 유통사

[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 영문]

- ① Product name  
: Esencia Mild Flavor rice bran oil
- ② Place of origin  
: Product of Spain Original brand

[앞면 - 국문]

- ① 제품명 : 에센시아 순한 맛 쌀겨 오일
- ② 원산지 : 스페인산 오리지널 브랜드

[뒷면 - 영문]

- ① Product name : Esencia Rice brand oil
- ② Expiration date  
: Best by 08/29/2021 L.24118
- ③ Nutrition facts

Nutrition Facts		
66 Serving per container	1 Tbsp	
Serving Size	(15mL)	
Amount per serving	<b>Calories</b>	130
	%Daily Value *	
Total fat	14g	18%
Saturated fat	3g	15%
Trans fat	0g	
Polyunsaturated fat	5g	
Monounsaturated fat	6g	
Sodium	0mg	0%
Total carbohydrate	0g	0%
Protein	0g	

Not a significant source of cholesterol, dietary fiber, total sugars, added sugars, vitamin D, iron and potassium. The % Daily Value (DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2,000 calorie a day is used for general nutrition advice

[뒷면 - 국문]

- ① 제품명 : 에센시아 쌀겨 오일
- ② 유통기한 : 2021/08/29 이전까지
- ③ 영양정보

영양정보	
한용기 66인분 제공	1 Tbsp
제공량	(15mL)
1인분당 제공량	130

칼로리		
	%하루제공량 *	
총 지방	14g	18%
일반지방	3g	15%
트랜스 지방	0g	
다불포화 지방	5g	
일포화성	6g	
나트륨	0mg	0%
총 탄수화물	0g	0%
단백질	0g	

플레스테롤, 식이섬유, 총 당분, 첨가 당분, 비타민 D, 철분 그리고 칼륨의 주요 공급원은 아님

\*하루권장량(DV) 컨테이너당 제공량을 알려줍니다. 일반적으로 2,000 칼로리를 하루 권장량으로 한다.

④ Ingredients : Refined rice brand oil

⑤ Distribution

: Distributed by Grand supercenter inc.  
300 Chubb Avenue, yndhurst, NJ  
07071 Product of Spain

④ 재료 : 정제된 쌀겨 오일

⑤ 유통사

: 그랜드 슈퍼센터 300 추브 애비뉴,  
린드허스트 뉴저지, 07071 스페인산

## 4. 미국 현미유 서류 준비

### 서류 준비

미국으로 제품 수출 시,  
통관 과정에서 요구되는  
서류 정보 제공

### 현미유

현미유 품목은  
일반가공식품로 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 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)에 제출해야 하며 수입 물품의 현지 도착 후에는 수입신고서를 제출해야 함. 또한 발생할 수 있는 잠재적 관세 및 세금을 위해 CBP에 보증금에 대한 증거를 첨부해야 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>45)</sup>을 활용하여 쉽게 작성 가능함

[표 5.8] 미국 통관 서류

구분	서류명	발급기관
일반 서류	수입신고서 (CBP Form 7501)	미국 세관국경보호국(CBP)
	적하목록 (CBP Form 7533)	미국 세관국경보호국(CBP)
	상업송장 (또는 견적송장)	(-)
	포장 명세서	(-)
	구매주문서	(-)
	선하증권	(-)
	원산지 증명서	수출업체 / 관세청

자료 : 미국 세관국경보호국(CBP), 미국 식품의약국(FDA)

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

## 5. 미국 현미유 세금 납부

### 세금 납부

미국으로 제품 수출 시,  
통관 과정에서 요구되는  
세금 정보 제공

### 현미유

현미유 품목은  
일반가공식품으로 분류하여  
해당하는 정보를 제공함

#### ▶ 미국 현미유 HS-CODE 1515.90-8090, 관세율 0% 적용

#### ▶ 한-미 FTA 발효로 협정 세율 '적용'

현미유의 경우 미국에서는 HS-CODE 1515의 1515.90-8090 세번을 사용하여 수입됨.<sup>46)</sup> 미국 수입 시 3.2%의 기본 세율을 적용받으나 한국산 제품의 경우 2012년 3월 15일부로 발효된 한-미국 FTA 협정으로 협정 세율을 적용받아 0% 관세율이 적용됨. 관세 외에도 판매세(Sales Tax)를 납부해야 하며 해당 세율은 최소 0%<sup>47)</sup>에서 최대 9.55%로<sup>48)</sup> 주(State)별로 달리 적용됨

- 수입 서류 심사비용에 100달러(한화 약 11만 원)<sup>49)</sup> 소요
- 수입 서류 심사 기간은 8시간 소요
- 통관 비용은 175달러(한화 약 20만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 2시간 소요

[표 5.9] 한국·미국 HS CODE 비교 및 미국 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류
한국	1515	그 밖의 비취발성인 식물성 지방과 기름[호호바유(jojoba oil)를 포함한대과 그 분획물(정제했는지에 상관없으며 화학적으로 변성 가공한 것은 제외한다)]
	1515.90	기타
	1515.90-9010	쌀겨기름과 그 분획물
미국	1515.90-8090	기타
관세	기본관세율	3.2%
	협정 세율	0%
판매세	0 - 9.55% (주별로 달리 적용)	

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

46) 미국 세번의 경우 HS CODE 6자리에 해당하는 1515.90 중 현미유에 해당하는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단은 미국 세관 당국의 판단과는 차이가 있을 수 있어 미국 관세청을 통한 확인이 필요함

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

48) 테네시(Tennessee) 기준, 2020

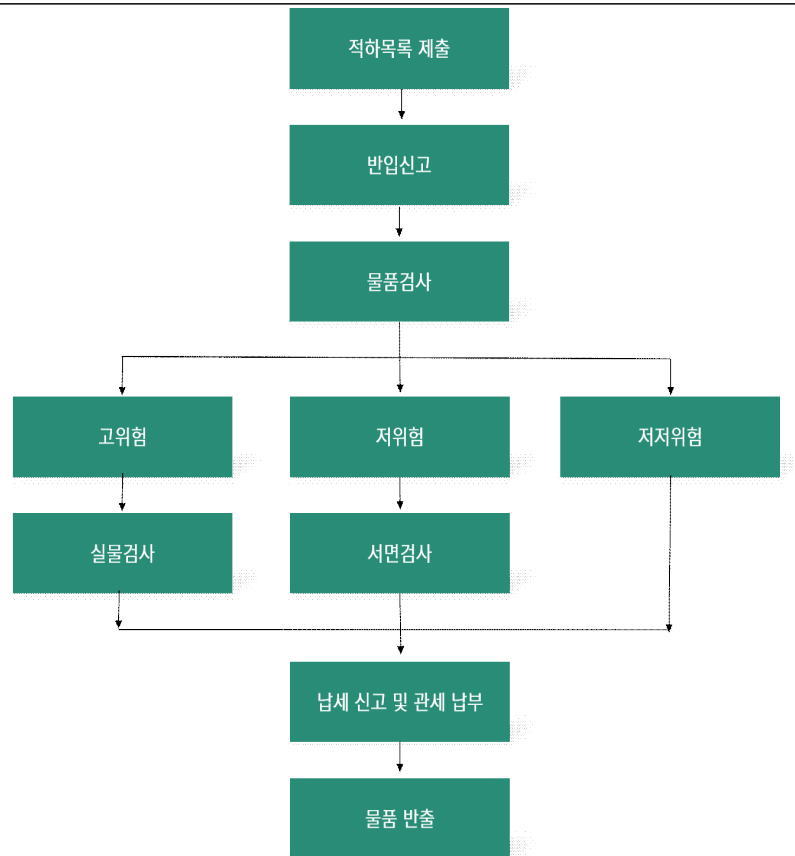
49) 1달러=1,133.40원 (2020.11.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 6. 미국 현미유 검역 심사 절차

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

수입신고 후, 미국 세관국경보호국(CBP)은 통관자동화시스템(ATS, Automated Targeting System)의 기준에 따라 수입 물품의 위험도를 심사함. 3단계 화물 위험도에 따라 실물검사 또는 서류 검사 등의 차등검사제도가 진행됨

[표 5.10] 미국 일반가공식품 통관 프로세스



- ▶ 미국 현미유 식품 첨가물 규정 확인 필요

[표 5.11] 미국 식품 첨가물 규정 확인 방법

사이트	KATI농식품수출정보(www.kati.net) > 제도 > 식품첨가물
국가	미국
식품유형	식용유지류 > 미강유(현미유)



## 7. 미국 관련 규제 정보

- ▶ 미국으로 식품 수출 시 식품첨가물 성분 확인, 알레르기 표기 등에 주의
- ▶ 현미유의 경우 식품첨가물 총 265건 확인 필요

미국 연방규정(Title 21 Part 182)에서는 일반적으로 안전하다고 인정되는 물질(GRAS, Generally Recognized As Safe) 사용에 대한 지침을 규정하고 있음. 그러므로 미국 식품의약국(FDA)에서 제공하는 식품첨가물 데이터베이스 및 규정 정보 시스템을 활용하여 성분규제 현황에 대해 주기적으로 확인해야 함

현미유의 경우 산화방지를 위해 들어가는 첨가물에 대한 주의가 요구됨. 특히 미국은 식품첨가물 관련 제정 및 개정이 빈번하게 이루어지는 만큼, 원활한 수출을 위해서는 미국 식품의약국(FDA)의 식품첨가물 규정을 사전에 충분히 검토해야 함

[표 5.12] 현미유 식품첨가물 조사

성분명 (영문)	성분명 (국문)	유형	최대허용함량 (GRAS)
Anoxomer	무산화질소	식품에 함유된 유지	[산화방지제]식품의 유지(fat and oil content of the food) 함량에 따라 5,000ppm 이하
Adipic Acid	아디프산	유지	[향료, 발효제, 산도조절제] (GRAS: 0.3% 이하, GMP에 따라 사용)
Caprylic Acid	카프릴산	유지	(GRAS: [향료 및 보조제] 0.005% 이하, GMP에 따라 사용)
Isopropyl Citrate	시트르산이소프로필	유지	(GRAS: [산화방지제, 격리제, 용매 및 용제] GMP에 따라 사용)
Monoglyceride Citrate	모노글리세리드	유지	[산화방지제] 혼합물 중량의 200ppm 이하
Oxystearin	옥시스테아린	식물성 기름	[결정 방지제(crystallization inhibitor)] 오일 또는 쇼트닝 총 중량의 0.125% 이하
Sodium Lauryl Sulfate	라우릴황산나트륨	식물성기름 및 동물성 지방	[습윤제] 10ppm 이하
Propylene Glycol	프로필렌 글라이콜	모든 식품	(GRAS: [고결방지제, 산화방지제, 반죽강화제, 유화제, 향료, 조성보조제, 습윤제, 가공보조제, 용매 및 용제, 안정제, 증점제, 계면활성제, 텍스처라이저] 2.0% 이하, GMP에 따라 사용)

자료 : 미국 식품의약국(FDA), KATI농식품수출정보

### ▶ 알레르기 표기 주의

또한, 알레르기를 유발할 수 있는 물질이 포함된 경우 이를 필수적으로 표기해야 함. 미국 식품 알레르기 표시 및 소비자보호법<sup>50)</sup>은 주요 식품 알레르기 항원을 ‘땅콩, 콩(대두), 우유, 계란, 생선, 갑각류, 견과류, 밀’ 8가지로 규정함. 식품 라벨링에 주요 알레르기 항원을 표기할 경우 ‘성분명(항원명)’ 또는 ‘(항원명) 함유’의 방식으로 표기하여야 함

### ▶ 라벨링 및 식품첨가물 규정 준수 가이드라인 참고 필요

2020년 미국 식품의약국(FDA)은 소규모 업체 법률 준수 가이드(SECG, Small Entity Compliance Guide)를 제작하여 소규모 업체가 개정된 영양성분표 기준을 준수할 수 있도록 조항을 설명함. 해당 가이드라인에는 제품 라벨링 및 식품첨가물 규정에 대한 해석 및 권고 사항들이 포함되어 있으므로 수출 대비 시 도움이 될 것으로 예상됨. 자세한 내용은 미국 식품의약국(FDA) 홈페이지에서 확인할 수 있음

### ▶ 통관 시 라벨링 & 식품첨가물에 대한 주의

미국 식용유지류 통관 시 라벨링과 식품첨가물, 두 가지 사례로 거부되는 경우가 빈번하므로 주의가 요구됨

[표 5.13] 미국 식용유지류 통관 거부 사례

제품 유형	위반내용
야채씨유	<ul style="list-style-type: none"> <li>라벨 또는 라벨링에 기재된 진술 및 다양한 정보가 현저하게 두드러지지 않거나 일반인이 구입 및 사용의 관습조건을 쉽게 읽고 이해할 수 없을 경우 부정표시 식품으로 간주함</li> <li>필수 라벨 정보가 영어로 표기되지 않음</li> </ul>
겨자기름	<ul style="list-style-type: none"> <li>안전하지 않은 식품 첨가물을 포함하거나 함유하고 있음</li> </ul>
식물원유	<ul style="list-style-type: none"> <li>해당 식품이 2가지 이상의 성분으로 합성 가공되어 있으며, 제품의 라벨에 각 성분의 통칭이나 관용명이 표기되어 있지 않음</li> </ul>

자료 : 통합무역정보서비스(TradeNAVI)

50) 미국 보건복지부(U.S. Department of Health and Human Services), 「The Food Allergen Labeling and Consumer Protection Act of 2004: FALCPA」, 2018 개정

## VI. 전문가인터뷰(Expert Interview)

Interview ① 셰프샵(Chef Shop)

Interview ② 볼크아포테케리(Bulk Apothecary)

Interview ③ 월마트(Walmart)

Interview ④ 에이치마트(Hmart)

Interview ⑤ 모턴윌리엄스(Morton Williams)

## Interview ① 셰프샵(Chef Shop)

51)

●  
셰프샵  
(Chef Shop)

전문가 소속

셰프샵  
(Chef Shop)  
소매업체

연락처

+1-206-286-9988

전문가 정보

Mr. Andrew  
(Operation Manager)

**ChefShop.com**  
eat simply! live well!



셰프샵(Chef Shop)

Operation Manager, Mr. Andrew

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

셰프샵은 1997년에 설립된 식자재 전문 소매업체로, 시애틀에서 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 판매를 진행하고 있습니다. 주요 취급 품목은 제과제빵류, 베이킹 재료, 커피, 소스류, 허브, 오일, 파스타, 조미료 등입니다.

**Q. 미국 내 식용유 및 프리미엄 식용유의 수요는 어떤가요?**

미국에서 식용유는 일반적으로 콩기름, 카놀라유, 팜유, 코코넛오일, 올리브유, 해바라기씨유, 땅콩기름이 사용되고 있으며 이 중, 콩기름의 소비량이 가장 많습니다. 최근 프리미엄 식용유의 인기가 높아지기 시작하면서 땅콩기름의 수요도 증가하였습니다.

**Q. 미국 내 프리미엄 식용유의 주요 구매요인은 무엇인가요?**

모든 식용오일과 마찬가지로 프리미엄 식용유에서 가장 기본적인 것은, 음식이 팬에 달라붙지 않도록 하는 것입니다. 또한, 원재료의 맛을 해치지 않으면서 트랜스지방 함량이 낮아야 합니다. 물론 가격도 중요한 구매요인 중 하나이지만, 프리미엄 식용유의 경우 가격이 높아 고소득층이 주로 구매하는 편이기 때문에 품질이 가장 중요합니다.

또한, 식용유는 각각 조리방법과 쓰임새가 다르므로 요리에 맞는 기름을 선택해야 합니다. 올리브유, 카놀라유 등 식용유별 특성에 맞는 요리가 있으며 튀김용 기름의 경우 고가의 프리미엄 식용유는 잘 사용하지 않습니다.

51) 사진 자료: 셰프샵(Chef Shop)

### Q. 미국 내 현미유의 인지도는 어떤가요?

미국 내 현미유의 인지도는 높은 편이며, 점점 소비량도 많아지고 있는 추세입니다. 소비자들의 건강에 대한 인식이 높아지면서 현미유같이 콜레스테롤 함량이 낮은 식용유의 수요가 증가했습니다. 또한, 현미유는 비타민 E가 다량 함유되어 있고 항산화 성분도 풍부하여 인기 있습니다.

### Q. 현재 업체에서 취급하고 있는 현미유는 무엇인가요?

저희 업체에서는 에센셜팬트리(Essentials Pantry)의 현미유를 취급하고 있습니다. 해당 제품은 미국산 제품으로 Non-GMO 인증을 받았으며 0.5갤런(약 1.9L) 제품이 15달러(한화 약 17,000원<sup>52)</sup>)에 판매되고 있습니다.

### Q. 미국으로 A사 현미유 수출 시, 시장성이 있을까요?

현재 미국에서는 유기농, Non-GMO, 無-콜레스테롤, 無-트랜스지방 등의 이슈가 트렌드로 자리 잡았으며 관련 제품의 수요는 앞으로도 계속해서 증가할 전망입니다. 비만 등의 건강 문제가 당뇨병 및 심장 질환 등의 질병으로 이어지고 있고 건강의 중요성이 나날이 강조되면서, 미국 소비자들은 건강한 성분의 제품을 찾고 있습니다. 이에, 현미유 같은 프리미엄 식용유의 수요도 상승하여, A사의 제품도 충분히 시장성이 있을 것으로 예상됩니다.

52) 1달러=1,133.40원(2020.11.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## Interview ② 볼크아포테케리(Bulk Apothecary)

53)

●  
볼크아포테케리  
(Bulk Apothecary)

전문가 소속

볼크아포테케리  
(Bulk Apothecary)  
유통업체

연락처

+1-888-728-7612

전문가 정보

Ms. Michelle  
(Sales Manager)



### 볼크아포테케리(Bulk Apothecary) Sales Manager, Ms. Michelle

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

볼크아포테케리는 2010년에 설립된 미국 내 가장 큰 천연재료 및 에센셜오일 전문 업체 중 하나로, 자사 온라인 홈페이지를 통해 판매를 진행하고 있습니다. 오일류 중에서는 현미유, 올리브유, 팜유, 호박씨유, 참기름, 코코넛오일 등을 취급하고 있습니다.

**Q. 미국 내 프리미엄 식용유의 트렌드는 어떤가요?**

최근 미국에서는 건강에 악영향을 끼치지 않는 기능성 프리미엄 식용유가 트렌드로 떠오르고 있습니다. 소비자들은 건강에 좋은 성분이 함유된 식용유, 최소한의 가공을 거친 식용유, 유기농 식용유 제품 등을 선호하며 환경친화적인 패키징을 사용한 제품을 찾는 소비자들도 점점 많아지고 있습니다.

**Q. 미국 내 프리미엄 식용유의 주요 구매요인은 무엇인가요?**

프리미엄 식용유의 주요 구매요인은 건강기능 성분입니다. 건강에 대한 인식이 제고됨에 따라 소비자들은 가공공정, 유기농 여부, 건강기능효과 등을 중요시하며 방부제나 화학 첨가물이 들어있지 않은 제품을 선호합니다. 또한, 유통기한이 긴 제품도 인기가 높습니다.

**Q. 미국 내 현미유의 인지도는 어떤가요?**

미국에서 일반적으로 많이 사용되고 있는 올리브유 등의 식용유에 비하여 현미유의 인지도는 낮은 편입니다. 그러나 현미유의 수요는 점점 증가하고 있는 추세이며, 요리에 사용하기보다는 마사지나 아로마테라피 등에 사용하는 경우가 더 많습니다.

---

### Q. 미국으로 A사 현미유 수출 시, 시장성이 있을까요?

유기농, Non-GMO, 無-콜레스테롤, 無-트랜스지방, 비타민 다량 함유 등의 특징을 가진 제품은 미국 내 인기가 많습니다. 특히 유기농, Non-GMO, 無-콜레스테롤 제품은 미국 내 오랫동안 꾸준히 수요가 매우 높은 제품이기 때문에 A사 제품의 경우, 현재 미국 내 트렌드에 적합한 제품일 것으로 예상됩니다.

### Q. 미국으로 A사 현미유 수출 시, 주의해야 할 통관 절차는 무엇인가요?

미국으로 식품을 수출하기 위해서는 수입 전 미국 식품의약청(FDA, Food and Drug Administration)에 식품 시설을 등록해야 합니다. 또한, 원산지 증명서도 제출해야 하며 증명서에는 업체 정보, 품목 분류, 원산지에서 재배·수확·가공·생산된 제품이라는 증빙자료가 포함되어야 합니다. 이 외에도 상품에 원료 및 성분정보가 정확하게 기재되어야 합니다.

## Interview ③ 월마트(Walmart)

54)

●  
월마트  
(Walmart)

전문가 소속

월마트  
(Walmart)  
유통업체

연락처

+1-800-925-6278

전문가 정보

Mr. Brian  
(Sales Representative)

Walmart 



월마트(Walmart)

Sales Representative, Mr. Brian

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

월마트는 1962년에 설립된 세계 최대의 유통업체로, 전 세계 기업 중 연 매출 1위를 기록하였습니다. 현재 세계 27개국에 11,300여 개의 매장을 운영하고 있으며 미국 식료품 판매의 약 19%를 담당하고 있습니다.

**Q. 현재 업체에서 취급하고 있는 제품 중 인기 있는 식용유의 종류는 무엇인가요?**

저희 업체에서는 올리브유, 채소유(Vegetable Oil), 참기름, 코코넛오일, 카놀라유, 해바라기씨유 등 다양한 종류의 식용유를 취급하고 있으며 해당 제품 중에는 유기농 인증을 받은 제품도 있습니다. 미국에서는 콩기름, 올리브유, 코코넛오일이 가장 인기 있습니다.

**Q. 현재 업체에서 취급하고 있는 현미유는 무엇인가요?**

저희 업체에서는 닥터어도러블(Dr. Adorable), 바자프레셔스(Baja Precious), 네이처스오일(Nature's Oil) 등 다양한 브랜드의 현미유를 판매하고 있습니다. 현미유의 용량은 8온즈(약 227g)부터 64온즈(약 1.8kg)까지 다양합니다.

닥터어도러블의 제품은 8온즈(약 227g)에 8.89달러(한화 약 10,080원), 32온즈(약 907g)에 23.99달러(약 27,200원)이며, 바자프레셔스의 제품은 1갤런(약 3.8L)에 25.99달러(약 29,460원)입니다.

**Q. 미국 내 현미유의 인지도는 어떤가요?**

미국 내 현미유의 인지도는 다른 식용유에 비해 비교적 낮은 편으로 미국 현지 소비자들에게 현미유의 활용법과 건강기능효과가 잘 알려져 있지 않기 때문입니다. 현미유는 일반적인 식용오일 대비 높은 가격에 판매되고 있어, 주로 고소득층에서 구매하고 있습니다.



### Q. 미국으로 A사 현미유 수출 시, 시장성이 있을까요?

A사의 현미유는 틈새시장을 공략할 수 있을 것으로 보입니다. 아직 미국에서 현미유의 수요가 높지 않은 것은 사실이지만, 비타민 E가 풍부하고 불포화지방산이 다량 함유되어 있다는 점이나 건강기능효과가 있다는 점이 잘 알려진다면, 수요는 증가할 것으로 예상됩니다.

### Q. 미국으로 A사 현미유 수출 시, 타겟 소비층을 어떻게 설정하는 것이 좋을까요?

현미유의 경우, 건강기능 성분을 중요시하는 소비자들이 주로 구매할 것으로 예상됩니다. 또는, 웰빙을 추구하거나 건강상의 이유로 지방 섭취를 줄이고자 하는 소비자들은 無-콜레스테롤, 無-트랜스지방 식용유를 찾기 때문에, 해당 소비계층을 타겟으로 할 것을 추천합니다.

## Interview ④ 에이치마트(Hmart)

55)

●  
에이치마트  
(Hmart)

전문가 소속

에이치마트

(Hmart)

수입유통업체

연락처

+1-201-507-9900

전문가 정보

Mr. Kim

(Online Orders

In-Charge)



에이치마트(Hmart)

Online Orders In-Charge, Mr. Kim

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

에이치마트는 1982년에 설립된 수입유통업체로 뉴욕, 뉴저지, 캘리포니아 등의 도시에서 매장을 운영하고 있습니다. 주로 한국 제품 위주의 아시안 식품을 취급하며 육류, 농수산물, 유제품, 반찬류, 간편식품 등 다양한 제품들을 판매하고 있습니다.

**Q. 미국 내 프리미엄 식용유의 트렌드는 어떤가요?**

전반적으로 미국 내 식용유의 수요는 증가하고 있으며 그 중 올리브유의 수요가 매우 높습니다. 올리브유는 심장 질환 및 암 예방, 콜레스테롤 감소, 혈압 수치 감소, 혈당 조절 등의 기능이 있어 건강을 중요시하는 소비자들의 선호도가 높기 때문입니다. 이러한 트렌드로 인해 소비자들은 프리미엄 식용유 구매 시 건강기능효과를 중요시하며 이 외에도 추출 방법, 맛, 색, 원산지 등을 고려합니다.

**Q. 미국 내 현미유의 인지도는 어떤가요?**

대부분의 현지 소비자들은 현미유와 그 효능에 대해 잘 알고 있으며 점점 인기를 얻고 있는 추세입니다. 현미유는 다양한 영양 성분이 들어있으며 그에 따른 건강기능 효과도 있기 때문에 건강을 중요시하는 소비자들이 현미유를 찾고 있습니다.

**Q. 미국으로 A사 현미유 수출 시, 시장성이 있을까요?**

전 세계적으로 건강에 대한 중요성이 증대되고 있고 건강한 식품을 찾는 소비자들이 많아졌습니다. 식용유의 경우에도, 콜레스테롤과 트랜스지방의 함량이 주요 구매요인이 되었으며, 소비자들은 더 건강한 식용유를 찾기 시작했습니다. 이러한 흐름과 함께 현재 미국에서는 A사의 제품과 같이 유기농, Non-GMO, 無-콜레스테롤, 無-트랜스지방, 비타민 다량 함유 등의 특징을 가진 제품의 수요가 매우 높습니다.

55) 사진 자료: 에이치마트(Hmart)

## Interview ⑤ 모턴윌리엄스(Morton Williams)

56)

●  
**모턴윌리엄스**  
 (Morton Williams)

전문가 소속

모턴윌리엄스  
 (Morton Williams)  
 소매업체

연락처  
 +1-718-933-5910

전문가 정보

Mr. Johnny  
 (Manager)



**모턴윌리엄스(Morton Williams)**

**Manager, Mr. Johnny**

**Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.**

모턴윌리엄스는 1946년에 설립된 슈퍼마켓으로, 미국 뉴욕에 16개의 매장을 운영하고 있으며 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 판매를 진행하고 있습니다. 주요 취급 품목은 육류, 농수산물, 유제품, 스낵, 음료, 간편식품 등입니다.

**Q. 현재 업체에서 취급하고 있는 식용유와 현미유는 무엇인가요?**

저희 업체에서는 겨자유(Mustard Oil), 참기름, 버진(Virgin) 올리브유, 옥수수유, 채소유(Vegetable Oil) 등 다양한 제품을 판매하고 있습니다. 다양한 종류의 식용유를 판매하고 있는 만큼 브랜드도 라투랑겔(La Tourangelle), 모니니(Monini), 마졸라(Mazola), 팔레르모(Palermo's), 필리포(Flippo) 등으로 다양합니다.

또한, 현미유도 취급하고 있으며 주로 미국 현지산 제품을 판매하고 있습니다. 가격대는 평균 0.5갤런(1.9mL)에 13.5달러(한화 약 15,300원)에서 17.5달러(한화 약 19,830원)에 형성되어 있습니다.

**Q. 미국 내 현미유의 수요는 어떤가요?**

미국 현지에서 현미유의 수요는 어느 정도 있는 편이지만, 올리브유, 옥수수유, 참기름의 수요가 더 높습니다. 그러나 '건강한 식용유'의 중요성이 강조되고 있는 만큼 현미유의 수요도 상승하고 있습니다. 현미유는 Non-GMO, 無-콜레스테롤 제품으로 알려져 있으며 포화지방산 성분이 다량 함유되어 있어 혈액 내 콜레스테롤 수치를 감소시켜주고 심장 질환을 예방하는 기능을 가지고 있습니다.

---

**Q. 미국 내 현미유의 주요 소비자는 누구인가요?**

현미유는 프리미엄 식용유에 속하여 일반적인 식용유보다 가격이 높은 편입니다. 웰빙을 추구하는 소비자들이 많아지면서 프리미엄 식용유 시장이 지속적인 성장세를 보여, 이전보다는 프리미엄 식용유의 수요가 증가했지만, 현재로서 현미유는 비교적 고소득층에서 많이 구매하고 있습니다.

**Q. 미국으로 A사 현미유 수출 시, 시장성이 있을까요?**

미국 내 건강한 식용유가 트렌드로 떠오르고 있는 지금이 현미유 수출에 가장 적절한 시기일 것으로 생각합니다. 미국 소비자들의 건강 및 웰빙에 대한 인식이 높아지면서 건강한 식습관의 중요성이 강조되고 있습니다. 소비자 중에는 더 건강한 식습관을 위해 기능성 식용유로 바꾸어 비만 관련 문제를 해결하고자 하는 경우도 있습니다.

## Ⅶ. 시장진출제언(Export Insights)

# Export Insights

## 01 시장규모

미국 '기타 식용유' 시장 규모 약 2.8억 달러  
고소득 가구 수 세계 1위로 프리미엄 시장 형성  
프라이빗라벨 제품의 부상으로 기존 브랜드의 입지 축소

## 02 시장트렌드

식용유 관련 건강키워드 다수  
프리미엄 올리브유 제품 강세  
'유기농', '냉압착', 'Non-GMO', '비건' 등의 트렌드 확인

## 06 전문가인터뷰

건강기능성 식용유의 수요 꾸준함  
시장 진출에 적절한 시기

## 03 소비특징

현미유, 발연점 높아 튀김요리에 사용  
피부 미용 목적으로도 소비  
제품의 효능 및 영양성분 정보에 민감

## 05 통관/검역

FDA 사전 식품 시설 등록 필수  
식품첨가물 및 알레르기 성분 규정 확인  
협정 세율 0% 적용

## 04 유통채널

하이퍼마켓/슈퍼마켓 위주로 유통

A사 현미유

기타 식용유 시장규모('19)  
약 2억 8,600만 달러

전체 식용유 시장의 8% 차지  
향후 점유율 확대될 것으로 예상



미국 내 현미유 시장은 프리미엄 건강 식용유 시장의 성장과 함께  
향후 전체 식용유 시장 내 점유율을 확대해 나갈 것으로 기대됨. 미국  
시장 내 전통적으로 강세인 올리브유를 주력 제품으로 한 브랜드  
점유율(각 2-11%) 못지않게 프라이빗라벨 제품의 점유율이 33%로  
높다는 점과 1인당 건강관리 비용의 증대와 높은 소득에 기반한  
두터운 프리미엄 제품 수요가 이를 뒷받침함

식용유 시장트렌드  
건강관련 키워드 다수  
기능성에 주목

건강관리를 위한 식용유 인기



미국 내 건강관리를 위한 '유기농', 'Non-GMO', '냉압착' 식용유  
제품이 주목받고 있으며 '비건', '케토'와 같이 라이프 스타일과  
관련된 제품에 대한 관심도 높은 것으로 확인됨. 이는 트랜스지방이  
함유된 식용유 대신 건강한 식용유를 섭취하고자 하는 미국  
소비자의 인식 변화에 의한 것으로 식용유 원료에 따른 발연점과  
관련된 건강정보 또한 일반적인 것으로 확인됨

현미유 소비특징  
고소득층 위주 소비

튀김요리 및 피부미용  
제품 효능 및 영양성분에 민감



미국 시장 내 현미유는 프리미엄 식용유로 분류되어 고소득층 위주로  
소비되고 있으며 영양성분과 기능성에 대한 정보가 주요 구매요인인  
것으로 확인됨. 주로 식용을 목적으로 하나 피부미용을 위한 오일로도  
판매되고 있으며, 현지 소비자는 발연점이 높은 현미유를 튀김요리에  
활용하는 것으로 알려짐



# Export Insights

## 유통채널 하이퍼마켓/슈퍼마켓

그 외 혼합 소매업체, 온라인,  
개인 및 기타 식료품점으로 유통



일반적으로 식용유의 B2C 유통채널은 하이퍼마켓/슈퍼마켓으로 시장 내 81.7% 점유율을 차지함. 유명 하이퍼마켓/슈퍼마켓 체인은 오래전부터 자사 PB(Private Brand)제품을 출시하여 일반 식용유 분야에서 가격경쟁력을 확보하였으며, 이에 신규진입 브랜드의 경우 제품 다양화와 프리미엄 전략을 취하고 있는 것으로 여겨짐. 온라인 유통채널의 점유율은 5%대로 백화점, 기타 식료품점과 비슷한 수준임

## 통관 및 검역

### 산화제: 식품첨가물 확인 FDA 식품 시설 등록 필수

산화제 식품첨가물 성분 확인  
알레르기 표기, 라벨 규정 준수



미국 현미유 수출 시 취득해야 하는 강제 인증은 없음. 현미유는 일반가공식품으로 분류되어, 통관을 위해 FDA에 '식품 시설 등록'이 요구되는데 최근 코로나19로 인해 원격 검사를 실시하고 있음. 현미유에 산화제가 첨가된 경우 식품첨가물 성분을 반드시 확인해야 하며 알레르기 표기 및 라벨 규정 또한 준수해야함

## 전문가 인터뷰: 수요 및 인지도

### 건강기능성 중시 소비자 대상 A사 제품, 시장 적합성 높아

시장 진출에 적절한 시기



전문가 인터뷰에 따르면, 일반적인 식용유에 비해 현미유의 인지도는 낮은 편이나, 건강기능성을 중시하는 소비자에 의한 수요는 꾸준히 존재함. 특히 A사의 유기농, Non-GMO, 無-콜레스테롤, 無-트랜스지방, 비타민 다량 함유 등의 제품특징은 현재 미국 시장의 트렌드와 잘 맞아 시장 적합성이 높은 것으로 판단되며 바이어들의 취급 의향 또한 높은 것으로 확인됨

## 진출제언



Point 01. 미국 시장 내 건강한 식용유에 대한 수요가 높음에도 아직까지 현미유에 대한 인지도는 낮은 수준으로 경쟁제품 및 브랜드 또한 적음

Point 02. 건강 기능성 식품을 선호하는 소비자 및 프리미엄 제품의 구매력을 지닌 고소득층이 주요 구매 고객인 것으로 확인됨. 일반 식용유의 가격 경쟁이 치열한 한편 프리미엄 제품의 경우 효능이 주요 구매 요인이므로 제품 효능을 강조한 마케팅전략이 적절할 것으로 예상됨

Point 03. 하이퍼마켓/슈퍼마켓의 B2C유통채널 점유율이 압도적이므로, 이들 매장의 유기농 제품 코너에 입점하거나, 온라인 및 SNS 건강관련 매체를 통한 홍보와 연계하여 관심 소비자가 손쉽게 판매채널로 유입될 수 있도록 설치할 것을 제언함



## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 메디케어서비스센터(Centers for Medicare & Medicaid Services), 「National Health Expenditure Accounts」, 2020
2. 미국인구조조사국(US Census Bureau), 「Estimates of Monthly Retail and Food Services Sales by Kind of Business」, 2019
3. 메디케어서비스센터(CMS), 「California Health Care Almanac - Health Care Costs 101」, 2020
4. 스태티스타(Statista), 「Key Market Indicators」, 2020
5. 미국인구조조사국(US Census Bureau), 「Household Income in the Past 12 Months」, 2020
6. 미국인구조조사국(US Census Bureau), 「Income and Poverty in the United States 2019」, 2020
7. 스태티스타(Statista), 「Quarts of Filippo Berio salad or cookingoil used in the last 90 days in the U.S. 2020」, 2020
8. 미국 식품의약국(FDA), 「Bioterrorism Act」, 2002
9. 미국 식품의약국(FDA), 「Food Safety Modernization Act」, 2011
10. 미국 연방거래위원회(FTC, Federal Trade Commission), 「Fair Packaging and Labeling Act」, 1967
11. 미국 식품의약국(FDA), 「A Food Labeling Guide-Guidance for Industry」, 2013
12. 미국 식품의약국(FDA), 「Docket No. FDA-2012-N-1210」, 2012
13. 미국 식품의약국(FDA), 「Docket No. FDA-2004-N-0258」, 2004
14. 미국 식품의약국(FDA), 「Food Allergen Labelling and Consumer Protection Act of 2004 (FALCPA)」, 2018 개정

### ■ 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. 푸드네비게이터(Food Navigator) ([www.foodnavigator-usa.com](http://www.foodnavigator-usa.com))
6. 아마존(Amazon) ([www.amazon.com](http://www.amazon.com))
7. 월마트(Walmart) ([www.walmart.com](http://www.walmart.com))
8. 월스트리트저널(Wall Street Journal) ([www.wsj.com](http://www.wsj.com))
9. 포브스(Forbes) ([www.forbes.com](http://www.forbes.com))
10. 뉴욕타임즈(The Newyork Times) ([www.nytimes.com](http://www.nytimes.com))
11. 폭스비즈니스(Fox Business) ([www.foxbusiness.com](http://www.foxbusiness.com))
12. 씨엔엔(CNN) ([www.cnn.com](http://www.cnn.com))
13. 마이어(Meijer) ([www.meijer.com](http://www.meijer.com))
14. 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News) ([www.supermarketnews.com](http://www.supermarketnews.com))
15. 클리브랜드닷컴(Cleveland.com) ([www.cleveland.com](http://www.cleveland.com))
16. 피알뉴스와이어(PR Newswire) ([www.prnewswire.com](http://www.prnewswire.com))
17. 크로거(Kroger) ([www.kroger.com](http://www.kroger.com))
18. 씨에스피데일리뉴스(CSP Daily News) ([www.cspdailynews.com](http://www.cspdailynews.com))
19. 비즈니스인사이드(Business Insider) ([www.businessinsider.com](http://www.businessinsider.com))
20. 퍼블릭스(Publix) ([www.publix.com](http://www.publix.com))
21. 러더포드소스(Rutherford Source) ([rutherfordsource.com](http://rutherfordsource.com))
22. 탐파베이비즈니스저널(Tampa Bay Business Journal) ([www.bizjournals.com/tampabay](http://www.bizjournals.com/tampabay))
23. 비즈니스와이어(Businesswire) ([www.businesswire.com](http://www.businesswire.com))
24. 인스타카트(Instacart) ([www.instacart.com](http://www.instacart.com))
25. 잭슨데일리레코드(Jaxondailyrecord) ([www.jaxdailyrecord.com](http://www.jaxdailyrecord.com))



## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

26. 아마존(Amazon) ([www.amazon.com](http://www.amazon.com))
27. 이터시애틀(Eater Seattle) ([www.seattle.eater.com](http://www.seattle.eater.com))
28. 더그로서(The Grocer) ([www.thegrocer.co.uk](http://www.thegrocer.co.uk))
29. 야후파이낸스(Yahoo Finance) ([www.finance.yahoo.com](http://www.finance.yahoo.com))
30. 그로서리다이브(Grocery Dive) ([www.grocerydive.com](http://www.grocerydive.com))
31. 이베이(Ebay) ([www.Ebay.com](http://www.Ebay.com))
32. 엠에스엔머니(MSN Money) ([www.msn.com/en-ca/money](http://www.msn.com/en-ca/money))
33. 씨넷(C Net) ([www.cnet.com](http://www.cnet.com))
34. 텔레그래프(Telegraph) ([www.telegraph.com](http://www.telegraph.com))
35. 뉴스페이퍼(Newspaper) ([www.newspapers.com](http://www.newspapers.com))
36. 에이치마트(Hmart) ([www.hmart.com](http://www.hmart.com))
37. 실리콘밸리닷컴(SiliconValley.com) ([www.SiliconValley.com](http://www.SiliconValley.com))
38. 퍼시픽비즈니스뉴스(Pacific Business News) ([www.bizjournals.com/pacific](http://www.bizjournals.com/pacific))
39. 한남체인(Hannam Chain) ([hannamchain.com](http://hannamchain.com))
40. 스프라우츠파머스마켓(Sprouts Farmers Market) ([www.sprouts.com](http://www.sprouts.com))
41. 홀푸드마켓(Whole Foods Market) ([www.wholefoodsmarket.com](http://www.wholefoodsmarket.com))
42. 비즈나우(Bisnow) ([www.bisnow.com](http://www.bisnow.com))
43. 리즈뉴스(Risnews) ([risnews.com](http://risnews.com))
44. 미국 식품의약국 산업시스템(FIS, Food and Drug Administration Industry Systems) ([access.fda.gov](http://access.fda.gov))
45. 미국 식품의약국(Food and Drug Administration) ([fda.gov](http://fda.gov))
46. 미국 세무정책재단(Tax Foundation) ([taxfoundation.org](http://taxfoundation.org))
47. 미국 세관 국경보호국(CBP, Customs and Border Protection) ([cbp.gov](http://cbp.gov))
48. 미국연방규정집(Code of Federal Regulations) ([ecfr.gov](http://ecfr.gov))
49. 두잉비즈니스(Doing Business) ([doingbusiness.org](http://doingbusiness.org))
50. 관세정보법령포털 ([unipass.customs.go.kr](http://unipass.customs.go.kr))
51. 카티(Kati) ([kati.net](http://kati.net))
52. 셰프샵(Chef Shop) ([chefshop.com](http://chefshop.com))
53. 볼크아포테케리(Bulk Apothecary) ([bulkapothecary.com](http://bulkapothecary.com))
54. 월마트(Walmart) ([walmart.com](http://walmart.com))
55. 에이치마트(Hmart) ([hmart.com](http://hmart.com))
56. 모턴윌리엄스(Morton Williams) ([mortonwilliams.com](http://mortonwilliams.com))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.01.22

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