한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

2021
해외시장 맞춤조사

No.	|	202111-10
품목	|	상온 김치찌개(Shelf Stable HMR Kimchi Stew)
HS CODE	|	2104.10-3000
국가	|	미국(USA)
구분	|	시장분석형

KaTi
농식품수출정보

Contents

Ⅰ. 요약 04

Ⅱ. 시장규모

1. 미국 상온 보관 수프 시장규모 06
2. 미국 상온 간편조리식품 시장규모 07
3. 미국 수프 시장점유율 08
4. 미국 간편조리식품 시장점유율 09
5. 미국 상온 김치찌개 수입규모 10
6. 한국 상온 김치찌개 수출규모 11

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 미국 상온 간편조리식품, ‘라멘’, ‘비프 스튜’ 빈출 14
2. 상온 간편조리식품 브랜드 중 ‘케이제이폴트리’ 1위, ‘애니천’은 4위 15
3. 상온 간편조리식품, 패키징이 주요 홍보 대상 & ‘전자레인지’ 빈출 16
4. 상온 간편조리식품 홍보문구, 특정 소비자층 및 건강 관련 키워드 빈출 17
5. 미국 상온 김치찌개 진출 컨셉 18

Ⅳ. 유통채널 특징

1. 미국 상온 김치찌개 유통채널 비교 20
2. 미국 상온 김치찌개 유통채널 특징 21

Contents

Ⅴ. 온·오프라인 유통채널

1. 미국 상온 김치찌개 주요 온라인 유통채널 26
2. 미국 상온 김치찌개 주요 오프라인 유통채널 32

Ⅵ. 진입장벽

1. 미국 상온 김치찌개 통관 및 검역 절차 41
2. 미국 상온 김치찌개 품질 인증 42
3. 미국 상온 김치찌개 라벨링 43
4. 미국 상온 김치찌개 성분 및 유해물질 49

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

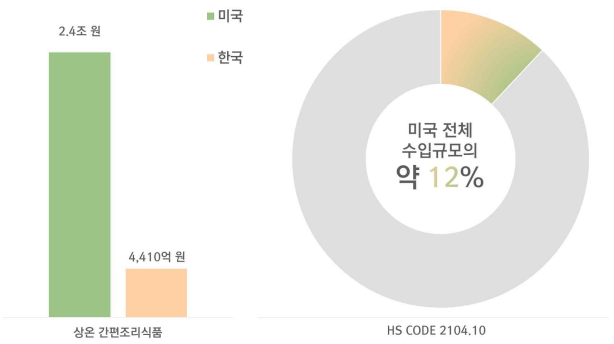
Interview ① 에이치마트(H Mart) 53
Interview ② 서울밀스(Seoul Mills) 55
Interview ③ 월마트(Walmart) 57

Ⅷ. 시사점 60

※ 참고문헌 62

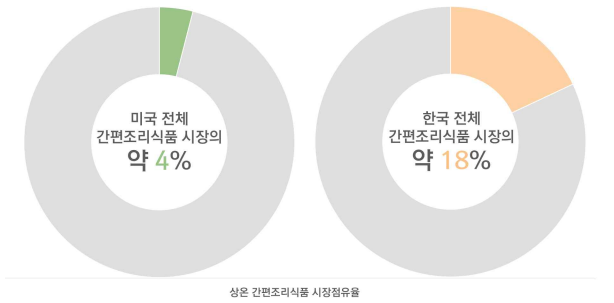
Summary

■ 수요 분석



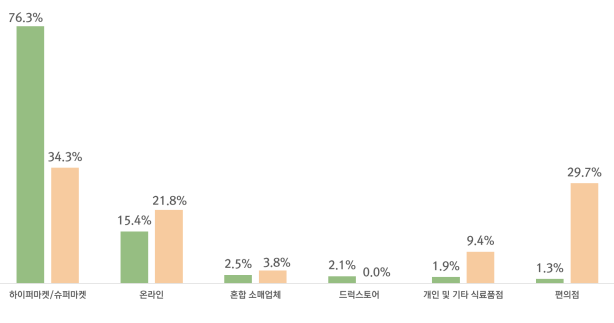
	미국	한국
상온 보관 수프 시장규모	5.2조 원	2,760억 원
상온 간편조리식품 시장규모	2.4조 원	4,410억 원
	수입(출)액	점유율
미국 對한국 상온 김치찌개 수입 현황	486억 원	12%
한국 對미국 상온 김치찌개 수출 현황	79억 원	78%

■ 시장점유율



■ 소비 특징

■ 유통채널



하이퍼마켓/ 슈퍼마켓	• 주요 유통채널 월마트 및 크로거 • 온라인 쇼핑으로의 확대, 무료 배송 서비스 등으로 코로나19의 영향을 받지 않고 매출 안정
온라인	• 주요 유통채널 아마존 및 월마트 • 커브사이드픽업 서비스 등 다양한 비대면 유통 방식을 꾀하며 큰 성장세를 보이고 있음
아시안마트/ 한인마트	• 주요 유통채널 에이치마트 및 지더블유슈퍼마켓 • 에이치마트는 미 동부에서 영업을 시작해 서부, 남부 등으로 진출을 확대해 현지 소비자 유치를 모색 중

■ 진입장벽

인증	식품안전현대화법에 의한 식품 시설 등록 및 수입식품 사전신고 필수 글루텐 프리, 비건, 할랄, 코셔 인증 등 활용
라벨링	미국 식품의약국(FDA) 기준에 따른 라벨링 규정 준수
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 전문가 평가

상온 HMR 수요	• 시장규모 크게 증가 추세이나 냉동식품보다는 인기가 없음 • 간편커리, 마파두부, 스파게티 등이 인기
고객사 상온 김치찌개 피드백	• 용량 대비 가격이 저렴해 경쟁력이 있음 • 용량 역시 적절한 용량임 • 플라스틱 패키징 역시 미국 시장에 적절함
상온 김치찌개 홍보 및 유통	• 소셜미디어 마케팅이 효과적임 • 온라인, 아시안마트, 한인마트로의 유통 추천 • 이국적인 맛 홍보하는 에스닉 마케팅 추천

■ 요약

Point 01.	• 미국 상온 간편조리식품 시장규모는 한국의 약 5배, 상온 김치찌개가 포함된 HS CODE 2104.10의 미국 수입액 중 對한국 수입 비중은 약 12%인 것으로 나타남 • 간편조리식품 주요 유통채널은 하이퍼마켓/슈퍼마켓 및 온라인 채널인 것으로 나타남
Point 02.	• 미국 상온 김치찌개 진출을 위해 식품안전현대화법에 따른 수입식품 사전신고가 필수임 • 미국 상온 김치찌개를 포함한 상온 HMR 제품은 냉동식품보다는 인기가 없으나 시장규모는 전체적으로 크게 증가 추세인 것으로 나타남

II. 시장규모

1. 미국 상온 보관 수프 시장규모
2. 미국 상온 간편조리식품 시장규모
3. 미국 수프 시장점유율
4. 미국 간편조리식품 시장점유율
5. 미국 상온 김치찌개 수입규모
6. 한국 상온 김치찌개 수출규모

1. 미국 상온 보관 수프 시장규모

미국 국가 일반 정보 1)

면적	983만 ㎢
인구	3억 3,100만 명
GDP	20조 8,070억 달러
1인당 GDP	63,416달러

▶ 미국 상온 보관 수프 시장규모 5.2조 원, 한국의 약 19배 규모

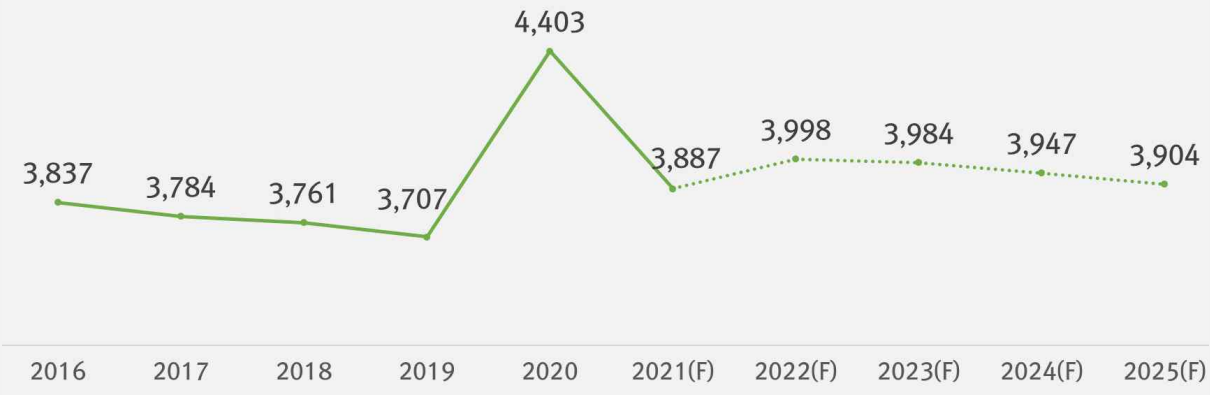
2020년 기준 미국 상온 보관 수프 시장규모는 약 5.2조 원으로 약 2,760억 원을 기록한 한국 상온 보관 수프 시장의 약 19배에 해당함. 미국 상온 보관 수프 시장은 최근 5년(2016-20년)간 연평균 3%의 성장세를 보였으며, 특히 지난해 코로나19 대유행으로 집에서 식사를 해야하는 상황이 늘어나면서 간편하고 조리가 쉬운 수프 수요가 증가함 2)

▶ 미국 상온 보관 수프 시장, 향후 성장 정체 전망

미국 상온 보관 수프 시장은 2021년에 전년 대비 12% 감소하다가 2022년에 3% 성장한 이후 3년(2023-25년)간 다소 위축될 것으로 예상됨. 향후 5년(2021-25년)간 연평균성장률은 0%를 기록할 것으로 전망됨 3)

[표 2.1] 미국 '상온 보관 수프' 시장규모 4)5)

단위 : 백만 달러



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR6)
상온 보관 수프	3,837	3,784	3,761	3,707	4,403	3%
(한화추정액)	(4.5조 원)	(4.5조 원)	(4.5조 원)	(4.4조 원)	(5.2조 원)	
분류	**2021(F)**	**2022(F)**	**2023(F)**	**2024(F)**	**2025(F)**	**CAGR**
상온 보관 수프	3,887	3,998	3,984	3,947	3,904	0%
(한화추정액)	(4.6조 원)	(4.7조 원)	(4.7조 원)	(4.7조 원)	(4.6조 원)	

자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020
2) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Soup in the US」, 2020.12
3) 조사제품 '상온 김치찌개'는 간편하게 즐길 수 있는 김치찌개로, 김치와 두부를 함께 넣고 끓인 상온 HMR 김치찌개 제품임. 이에 제품의 종류와 형태를 기준으로 '상온 보관 수프' 시장 및 '상온 간편조리식품'의 시장규모를 조사함
4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
5) 1달러=1,185.20원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용
6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 미국 상온 간편조리식품 시장규모

▶ 미국 상온 간편조리식품 시장규모 2.4조 원, 한국 대비 5배 규모

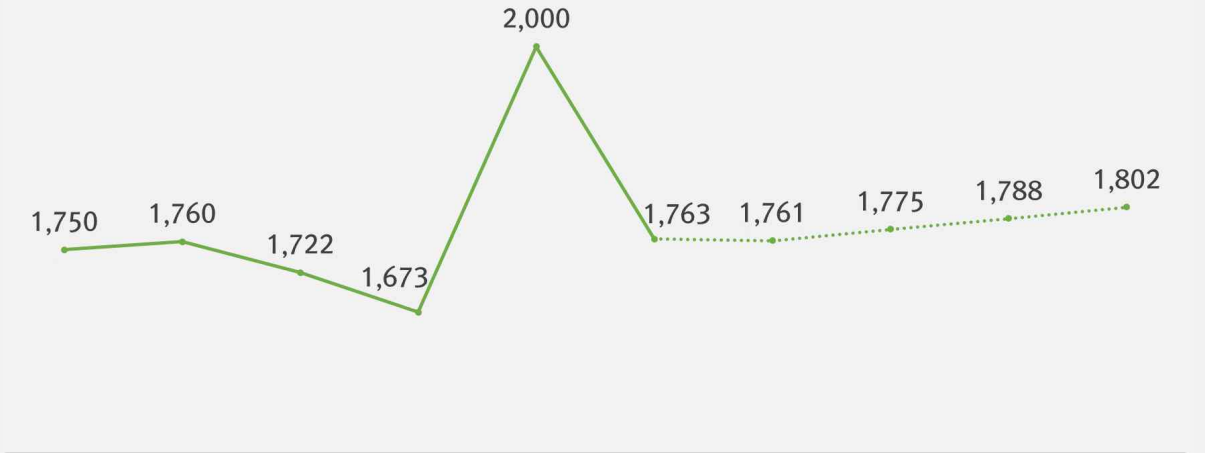
2020년 기준 미국 상온 간편조리식품 시장규모는 약 2.4조 원으로 약 4,410억 원을 기록한 한국 상온 간편조리식품 대비 약 5배에 해당함. 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률은 3%를 기록하였으며, 특히 2020년에는 식당 식사 감소의 반사효과로 간편조리식품의 수요가 급증하면서 전년 대비 20% 급성장함[7]

▶ 미국 상온 간편조리식품 시장규모, 향후 5년간 연평균성장률 1% 예상

미국 냉동 간편조리식품 시장은 2021년에 전년 대비 12% 위축되었다가 이후 4년(2022-25년)간 0-1%대의 성장을 보이며, 향후 5년(2021-25년)간 연평균성장률 1%를 기록할 것으로 예상됨

[표 2.2] 미국 '상온 간편조리식품' 시장규모[8]

단위 : 백만 달러



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
상온 간편조리식품	1,750	1,760	1,722	1,673	2,000	3%
(한화추정액)	(2.1조 원)	(2.1조 원)	(2.0조 원)	(2.0조 원)	(2.4조 원)	

분류	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	2025(F)	CAGR
상온 간편조리식품	1,763	1,761	1,775	1,788	1,802	1%
(한화추정액)	(2.1조 원)	(2.1조 원)	(2.1조 원)	(2.1조 원)	(2.1조 원)	

자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Ready Meals ni the US」, 2020.12
8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 미국 수프 시장점유율

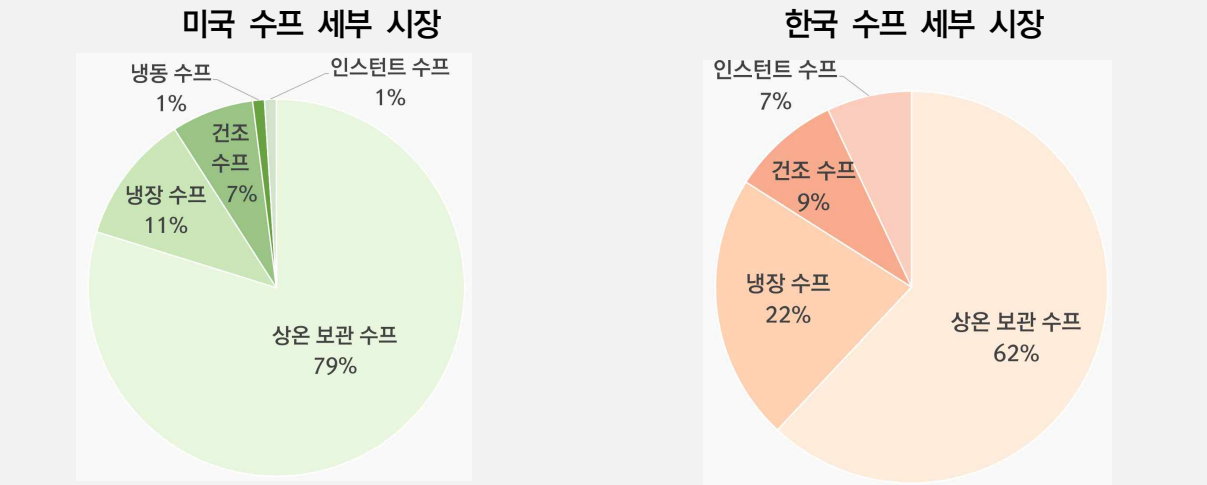
▶ 미국, 한국 시장 대비 '상온 보관 수프' 점유율 高

미국 수프(약 6.6조 원) 세부 시장과 한국 수프(약 4,430억 원) 세부 시장을 비교했을 때 미국과 한국 모두 '상온 보관 수프' 제품의 점유율이 가장 높았으나, 미국의 경우 79%로 압도적인 반면 한국은 62%로 다소 낮은 것으로 확인됨[9)]

코로나19 이전 미국 소비자들 사이에서 건강을 염두에 두고 상온 보관 수프에 비해 보다 신선하고 건강하다고 여겨지는 제품에 대한 수요가 증가하기 시작함. 그러나 코로나19로 인하여 포장된 식품에 대한 인식이 점차 변화하고 있으며, 식료품 부족에 대한 우려로 인해 포장된 식품 사재기 현상이 나타남. 상온 보관 수프의 경우 긴 유통기한과 저렴한 가격으로 전년 대비 19% 증가하는 등 수요가 급증한 것으로 나타남[10)]

[표 2.3] 2020년 미국, 한국 '수프' 시장점유율[11)]

단위 : 백분율(%)



분류	수프				
	상온 보관 수프	냉장 수프	건조 수프	냉동 수프	인스턴트 수프
미국	79	11	7	1	1
한국	62	22	9	-	7

자료: 유로모니터(Euromonitor)

9) 유로모니터상 미국 수프 시장(약 6.6조 원)과 한국 수프 시장(약 4,430억 원)의 시장점유율을 나타냄
10) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Soup in the US」, 2020.12
11) 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±0.1% 오차가 발생할 수 있음

4. 미국 간편조리식품 시장점유율

▶ 미국, 간편조리식품 내 '상온 간편조리식품' 점유율 4%

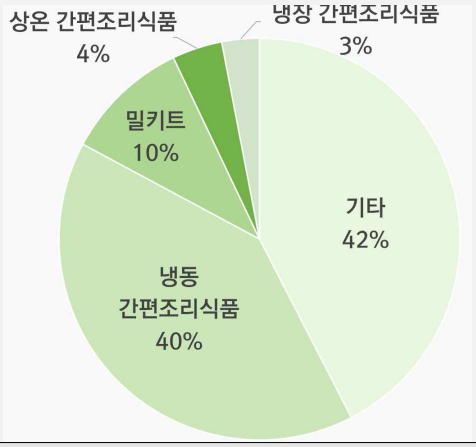
미국 간편조리식품(약 53.8조 원) 세부 시장과 한국 간편조리식품(약 2.4조 원) 세부 시장을 비교하였을 때 미국의 '상온 간편조리식품' 점유율은 4%를 기록하며 한국의 18%에 비해 낮은 점유율을 기록함. 미국 시장의 경우 '냉동 간편조리식품'과 '기타' 품목의 점유율이 40%대로 가장 높았던 반면, 한국 시장의 경우 '냉장 간편조리식품'이 36%, '냉동 간편조리식품'이 29%로 높은 점유율을 기록함[12)]

코로나19로 촉발된 비대면 소비 경향으로 온라인을 통한 식품 구입이 증가한 가운데, 특히 각종 인증을 취득한 친환경 제품의 성장세가 두드러진 것으로 확인됨. 코로나19가 잦아듦에 따라 온라인 식품 시장의 성장세는 다소 꺾이겠으나 성장이 지속될 것으로 예상되고 있으며, 비교적 유통기한이 길고 변질 위험이 적은 가공식품이 온라인 진출에 유리할 것으로 보임[13)]

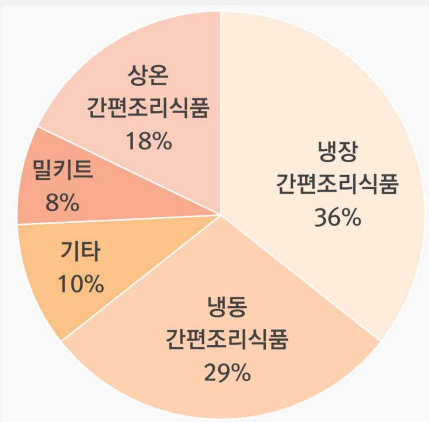
[표 2.4] 2020년 미국, 한국 '간편조리식품' 시장점유율[14)]

단위 : 백분율(%)

미국 간편조리식품 세부 시장



한국 간편조리식품 세부 시장



분류	간편조리식품				
	상온 간편조리식품	냉장 간편조리식품	냉동 간편조리식품	밀키트	기타[15)]
미국	4	3	40	10	42
한국	18	36	29	8	10

자료: 유로모니터(Euromonitor)

12) 유로모니터상 미국 간편조리식품 시장(약 53.8조 원)과 한국 간편조리식품 시장(약 2.4조 원)의 시장점유율을 나타냄
13) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Ready Meals in the US」, 2020.12
14) 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±0.1% 오차가 발생할 수 있음
15) 기타에는 '냉장 도시락', '냉장 피자', '냉동 피자', '건조 간편조리식품', '가공 샐러드'가 포함됨

5. 미국 상온 김치찌개 수입규모

● HS CODE 2104.10

조사제품 '상온 김치찌개'는 '수프·브로드(broth)와 수프·브로드(broth)용 조제품, 균질화한 혼합 조제 식료품'으로 규정된 제 2104호에 속하며, 이에 '수프·브로드(broth)와 수프·브로드(broth)용 조제품'에 해당하는 HS CODE 2104.10을 지표로 선정함

▶ 미국 HS CODE 2104.10 對글로벌 수입액, 5년간 연평균 8% 성장

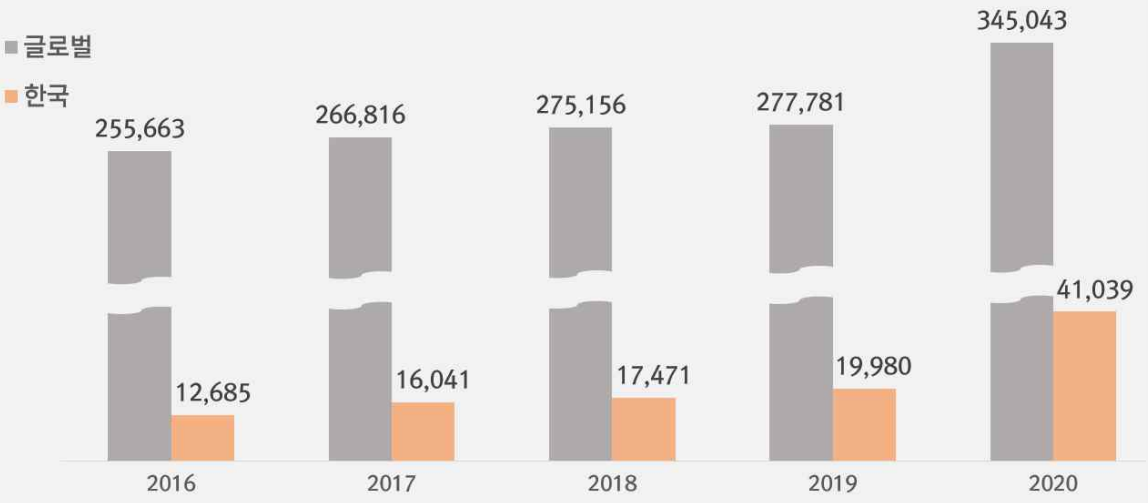
2020년 기준 미국 HS CODE 2104.10 품목의 對글로벌 수입액은 약 4,089억 원을 기록함. 지난 4년(2016-19년)간 3% 남짓하던 수입액 성장률이 2020년 기준 전년 대비 24% 상승하는 등 최근 들어 급성장한 것으로 나타남

▶ 미국 HS CODE 2104.10 수입액 중 한국산 점유율 2위

2020년 기준 미국 HS CODE 2104.10 품목의 對한국 수입액은 전년 대비 105% 증가한 약 486억 원으로, 글로벌 수입액 가운데 점유율 12%로 2위를 차지함. 글로벌 수입액 점유율 1위 국가는 캐나다(약 1,652억 원, 40%)였으며, 3위 멕시코(약 383억 원, 9%), 4위 일본(약 289억 원, 7%) 순으로 집계됨

[표 2.5] 미국 HS CODE 2104.10 수입규모 16)17)18)

단위 : 천 달러



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
미국 對글로벌 수입액	255,663	266,816	275,156	277,781	345,043	8%
(한화추정액)	(3,030억 원)	(3,162억 원)	(3,261억 원)	(3,292억 원)	(4,089억 원)	
미국 對한국 수입액	12,685	16,041	17,471	19,980	41,039	34%
(한화추정액)	(150억 원)	(190억 원)	(207억 원)	(237억 원)	(486억 원)	

자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2104.10 기준

16) 자료: ITC(International Trade Centre)
17) 1달러=1,185.20원 (2021.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)
18) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6. 한국 상온 김치찌개 수출규모

● HS CODE 2104.10-3000

조사제품 '상온 김치찌개'에 해당하는 HS CODE 2104.10-3000(채소로 만든 것)의 한국 對글로벌, 對미국 수출규모를 통해 수출 수요를 확인함

▶ 한국 HS CODE 2104.10-3000 수출액, 연평균성장률 51%

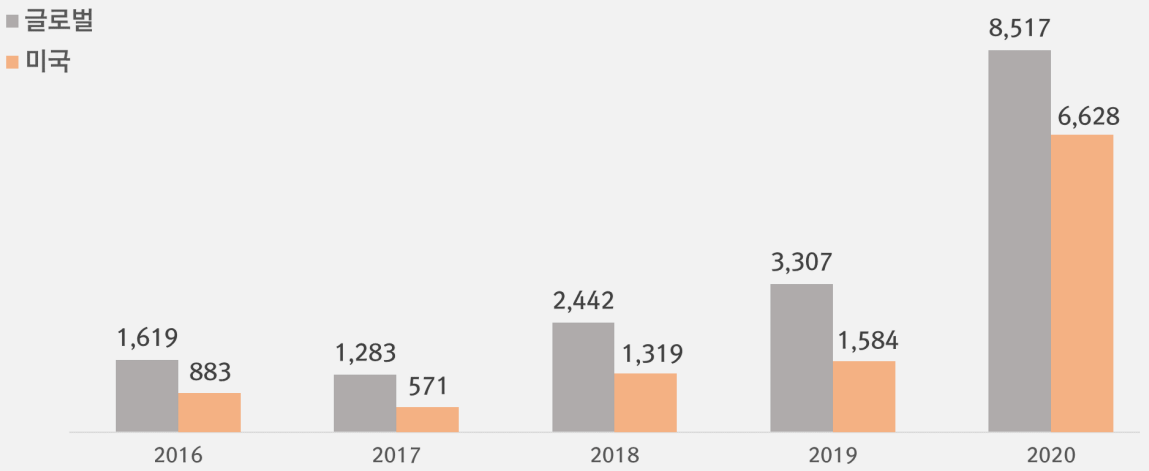
2020년 기준 한국 HS CODE 2104.10-3000 품목의 對글로벌 수출액은 전년 대비 158% 증가한 약 101억 원을 기록함. 2017년에는 전년 대비 21% 급감하였으나, 이후 3년(2018-20년)간 매년 전년 대비 높은 증가세를 보이며 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률은 51%로 집계됨

▶ 한국 HS CODE 2104.10-3000 수출액, 對미국 점유율 1위

한국 HS CODE 2104.10-3000 품목의 對미국 수출액은 지난 5년(2016-20년)간 연평균성장률 66%를 기록하며 對글로벌 수출액의 연평균성장률을 상회함. 2020년 기준 對미국 수출액은 전년 대비 318% 증가한 약 79억 원으로, 점유율 78%를 차지해 압도적인 1위인 것으로 집계됨. 그다음으로 싱가포르(약 4.4억 원, 4%), 홍콩(약 4.3억 원, 4%), 호주(약 3.7억 원, 4%) 순으로 확인됨

[표 2.6] 한국 HS CODE 2104.10-3000 수출규모[19][20]

단위 : 천 달러



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
한국 對글로벌 수출액	1,619	1,283	2,442	3,307	8,517	51%
(한화추정액)	(19억 원)	(15억 원)	(29억 원)	(39억 원)	(101억 원)	
한국 對미국 수출액	883	571	1,319	1,584	6,628	66%
(한화추정액)	(10억 원)	(7억 원)	(16억 원)	(19억 원)	(79억 원)	

자료 : KATI농식품수출정보, HS CODE 2104.10-3000 기준

19) 자료: KATI농식품수출정보
20) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 미국 상온 간편조리식품, ‘라멘’, ‘비프 스튜’ 빈출
2. 상온 간편조리식품 브랜드 중 ‘케이제이폴트리’ 1위, ‘애니천’은 4위
3. 상온 간편조리식품, 패키징이 주요 홍보 대상 & ‘전자레인지’ 빈출
4. 상온 간편조리식품 홍보문구, 특정 소비자층 및 건강 관련 키워드 빈출
5. 미국 상온 김치찌개 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 미국 온라인매장 입점 상온 김치찌개 정보 수집

- 데이터 수집 키워드: ① 상온 간편조리식품(Shelf Stable Ready Meals)
  ② 상온 수프(Shelf Stable Soup)
- 데이터 수집량 : 603건
- 데이터 수집원 : 아마존(Amazon)
  월마트(Walmart)

▶ 미국 온라인매장 입점 상온 김치찌개 특징 분석

- 데이터 분석 항목
  ① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 패키징 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
경쟁제품	라멘	Ramen	30	치킨 수프	Chicken Soup	14
	비프 스튜	Beef Stew	27	쌀국수	Rice Noodle	10
	맥앤치즈	Mac and Cheese	26	으깬 감자	Mashed Potatoes	9
	스테이크	Steak	22	김치찌개	Kimchi Stew	0
경쟁브랜드	케이제이폴트리	KJ Poultry	21	크래프트	Kraft	7
	호멜	Hormel	18	푸드 어스	Food Earth	6
	에이치엠알	HMR	16	CJ	CJ	5
	애니천	Annie Chun's	13	헬시 초이스	Healthy Choice	4
	캠벨	Campbell	9	셰퍼드 파이	Shepherd's Pie	2
	홀푸드	Whole Foods	8	벨비타	Velveeta	2
패키징	컵	Cup	70	전자레인지로 조리가능한	Microwavable	52
	파우치	Pouch	68	버라이어티 팩	Variety Pack	41
	볼	Bowl	63	전자레인지용 트레이	Microwavable Tray	33
홍보문구	글루텐 프리	Gluten Free	208	코셔	Kosher	105
	GMO 프리	Non-GMO	155	건강한	Healthy	97
	빠른	Quick	114	유기농	Organic	74
	비건	Vegan	107	채식주의	Vegetarian	73

1. 미국 상온 간편조리식품, '라멘', '비프 스튜' 빈출

▶ '라멘' 1위, 그 외 아시아식도 주로 면류

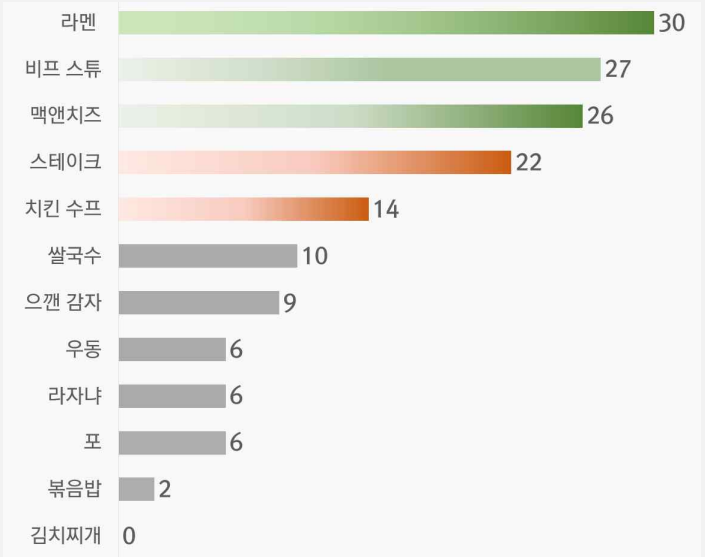
- '라멘' 키워드 30건으로 상온 간편조리식품 중 빈출 키워드 1위
- 상위 5개 키워드 중 '라멘'이 유일한 아시아식
- 그 외 아시아식은 키워드 2건인 '볶음밥' 제외하고 모두 면류
- '김치찌개' 키워드는 발견되지 않음

▶ 상위 2-5위 키워드 모두 서양식

- '비프 스튜', '맥앤치즈' 키워드 각 27, 26건으로 빈출 2, 3위
- '스테이크', '치킨 수프'도 빈출, 그 외 '으깬 감자'와 '라자냐'도 발견

1위 라멘		4위 스테이크		5위 치킨 수프	
브랜드	마루찬(Maruchan)	**브랜드**	호멜(Hormel)	**브랜드**	지네릭(Generic)
용량	85g*24개	**용량**	255g*6개	**용량**	340g*5개
가격	19.99달러(약 23,692원)[21]	**가격**	12.72달러(약 15,075원)	**가격**	39.00달러(약 46,222원)

[표 3.1] 미국 상온 간편조리식품 경쟁제품 관련 키워드



자료: 미국 온라인매장 판매 제품 내 '상온 간편조리식품' 관련 게시글 603건 분석

21) 1달러=1,185.20원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 상온 간편조리식품 브랜드 중 '케이제이폴트리' 1위, '애니천'은 4위

▶ **'케이제이폴트리(KJ Poultry)' 키워드 21건으로 1위**

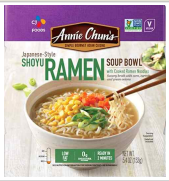
- 코셔(kosher)를 주 타겟층으로 하는 미국 브랜드
- 글루텐 프리 제품도 다수 판매 중

▶ **'호멜(Hormel)' 키워드 18건으로 빈출 키워드 2위**

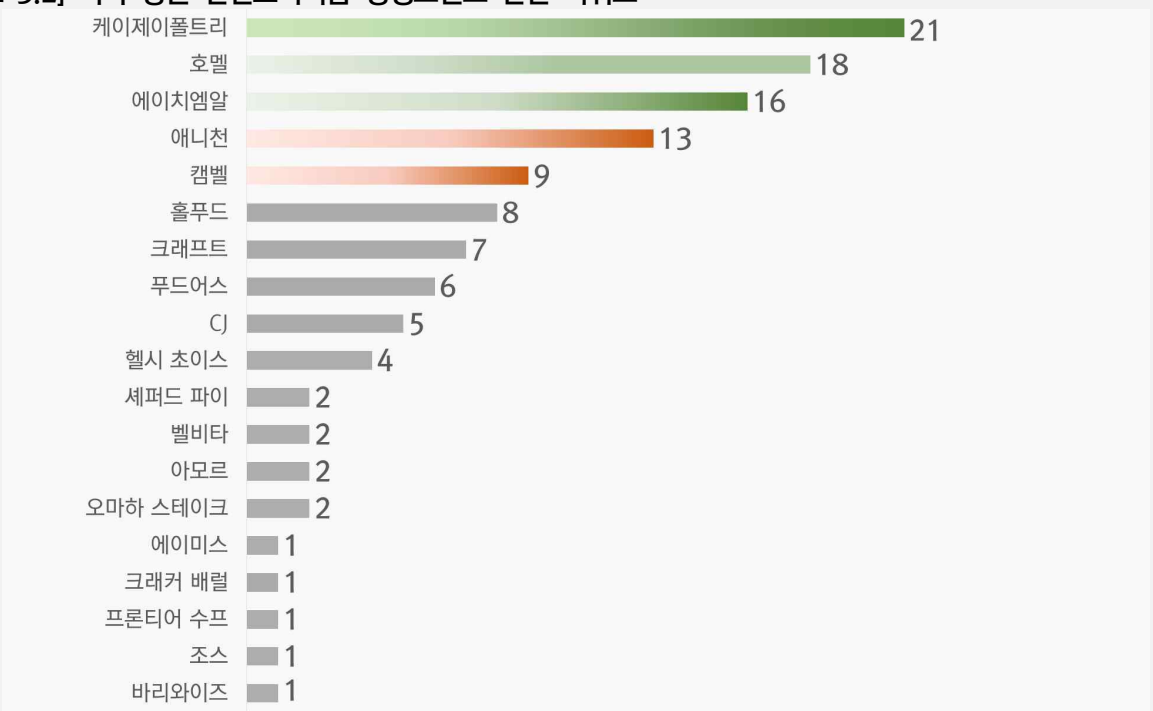
- 미국 브랜드로 햄, 소시지, 돼지고기, 소고기 등 주로 육류 가공품 판매

▶ **CJ제일제당이 인수한 '애니천(Annie Chun's)', 빈출 키워드 4위**

- '애니천', 아시아 각국의 면류를 주로 판매 중이며 흰쌀밥도 판매
- 'CJ' 마크를 달고 있으나 CJ 브랜드와 구분됨
- 키워드 5건 검출된 CJ는 햇반만 발견

1위 케이제이폴트리		2위 호멜		4위 애니천	
					
제품명	글루텐 프리 치킨 수프	**제품명**	칠리 빈스	**제품명**	소유 라멘
용량	340g*6개	**용량**	425g*8개	**용량**	153g*6개
가격	49.99달러(약 59,248원)	**가격**	14.32달러(약 16,972원)	**가격**	18.85달러(약 22,341원)

[표 3.2] 미국 상온 간편조리식품 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 미국 온라인매장 판매 제품 내 '상온 간편조리식품' 관련 게시글 603건 분석

3. 상온 간편조리식품, 패키징이 주요 홍보 대상 & '전자레인지' 빈출

▶ 패키징의 종류가 주요 홍보 대상인 것으로 보여

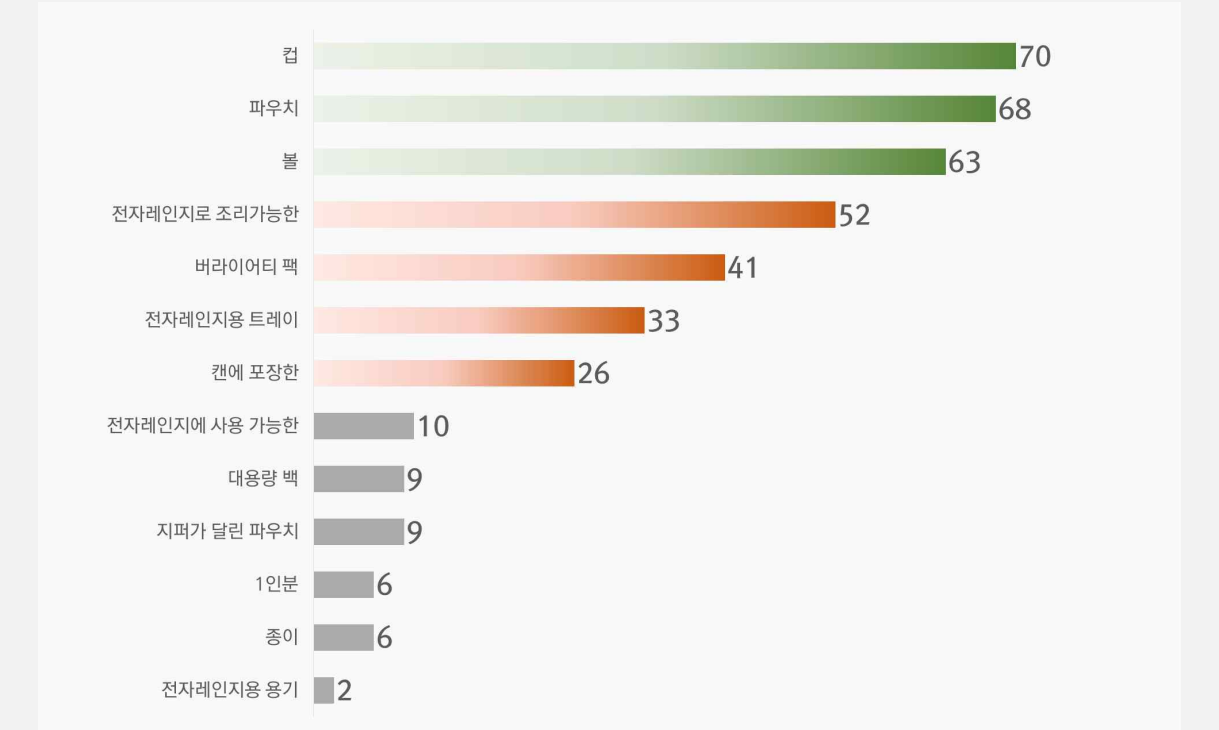
- 아마존(Amazon), 월마트(Walmart) 검색 결과, 제품명에 패키징 관련 단어가 포함된 경우 많음
- 패키징을 주로 홍보하는 제품, 그로 인한 간편함을 강조하는 경우 많음
- 패키징 종류는 획일화되지 않았으며 '컵', '파우치', '볼', '캔' 등 다양함

▶ '전자레인지' 관련 키워드 다양

- 분석한 13개의 키워드 중 '전자레인지'를 포함하는 단어 4가지
- 전자레인지로 조리가 가능한 점(짧은 조리 시간 강조)이나 전자레인지 전용 용기로 포장한 점(별도 용기 불필요) 강조

1위 컵		2위 파우치		7위 캔에 포장한	
제품명	체다 맥앤치즈	**제품명**	쌀알 크기로 썬 컬리플라워	**제품명**	비프 스튜
브랜드	크래프트(Kraft)	**브랜드**	풀그린(Fullgreen)	**브랜드**	딘티 무어(Dinty Moore)
가격	68g*4개/ 5.69달러(약 6,743원)	**가격**	200g*6개/ 25.90달러(약 30,697원)	**가격**	425g*12개/ 18.18달러(약 21,547원)

[표 3.3] 미국 상온 간편조리식품 패키징 관련 키워드



자료: 미국 온라인매장 판매 제품 내 '상온 간편조리식품' 관련 게시글 603건 분석

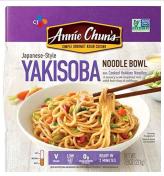
4. 상온 간편조리식품 홍보문구, 특정 소비자층 및 건강 관련 키워드 빈출

▶ 특정 소비자층을 타겟으로 한 홍보문구 다수 발견

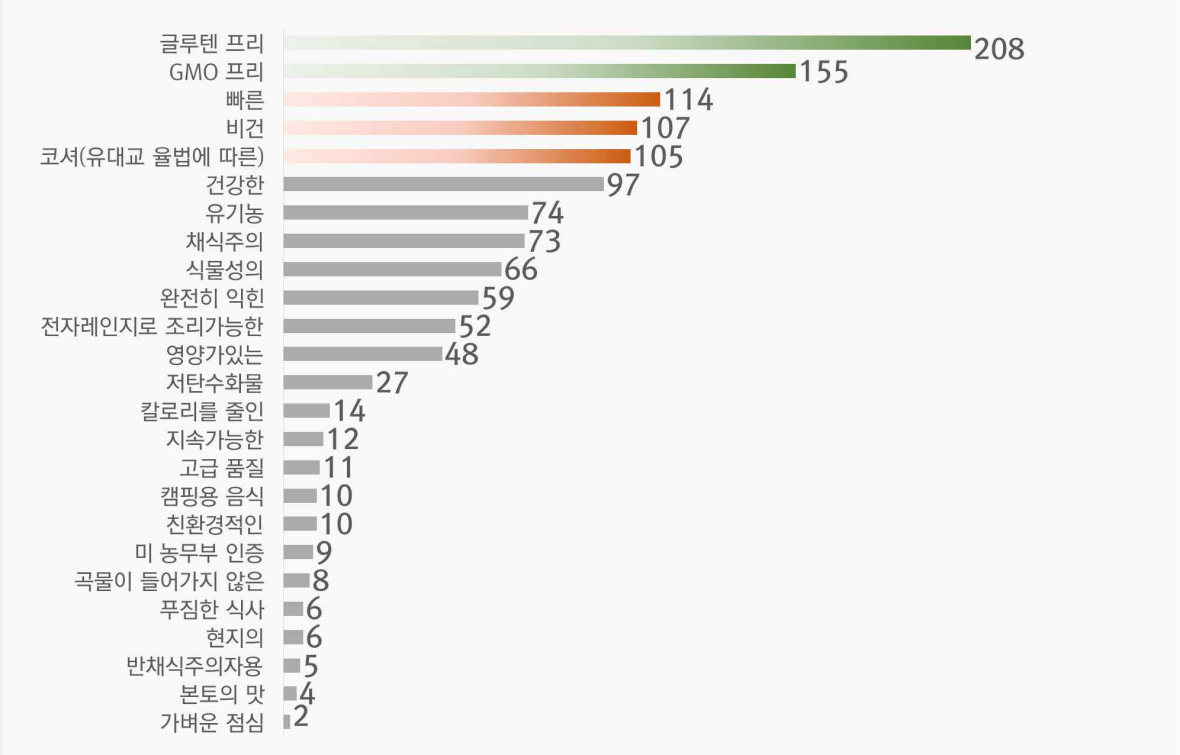
- 글루텐 불내증이 있는 소비자나 밀가루가 아예 들어가지 않은 식품을 원하는 소비자를 타겟으로 한 '글루텐 프리'가 키워드 208건으로 1위
- '비건'과 '코셔'는 키워드 각 107건, 105건으로 4, 5위

▶ 다양한 키워드에서 엿보이는 '건강' 트렌드

- 'GMO 프리'는 키워드 155건으로 2위이며 '건강한', '유기농'도 빈출
- '식물성의', '영양가있는', '저탄수화물', '칼로리를 줄인' 등 건강식이나 체중 감량을 원하는 소비자를 타겟으로 하는 키워드도 다수 발견

1위 글루텐 프리		2위 GMO 프리		5위 코셔	
					
제품명	유기농 인도 가지 커리	제품명	비건 야끼소바	제품명	비프 페퍼 스테이크 & 라이스
브랜드	푸드어스(Food Earth)	브랜드	애니천(Annie Chun's)	브랜드	케이제이폴트리(KJ Poultry)
가격	300g*6개/ 30.00달러(약 35,556원)	가격	221g*6개/ 15.48달러(약 18,346원)	가격	340g/ 12.99달러(약 15,396원)

[표 3.4] 미국 상온 간편조리식품 홍보문구 관련 키워드



자료: 미국 온라인매장 판매 제품 내 '상온 간편조리식품' 관련 게시글 603건 분석

5. 미국 상온 김치찌개 진출 컨셉

▶ 컨셉 ① _ 파우치 포장으로 보관이 간편한 글루텐 프리 김치찌개

- 볼이나 캔에 포장한 상품 대비 쓰레기가 적은 파우치 포장의 장점 어필
- 고기 없이 식물성 원료를 주재료로 만든 글루텐 프리 식사인 점 강조

▶ 컨셉 ② _ 볼에 부어 간편하게 조리하는 GMO 프리 김치찌개

- 홍보문구 2위인 'GMO 프리' 활용
- 전자레인지 전용 용기 패키징만큼 간편하고 조리 시간이 짧은 점 강조

▶ 컨셉 ③ _ 한 그릇에 영양분이 골고루 들어간 건강한 한 끼 식사

- 건강과 관련된 홍보문구가 많았던 점을 반영하여 영양적인 면 강조
- 한 그릇에 영양분이 골고루 들어가 건강하면서도 간편한 점 강조

경쟁제품	패키징	홍보문구	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
(-)	파우치	글루텐 프리	24건	고기를 넣지 않고 김치와 두부 등 식물성 원료를 기본으로 만든 [글루텐 프리] 상온 김치찌개 [파우치]에 포장해 보관이 간편합니다
(-)	볼	GMO 프리	14건	[GMO 프리] 재료만으로 만든 상온 김치찌개로 전자레인지용 [볼]에 한꺼번에 넣고 돌리면 간편한 한 끼 식사
(-)	볼	건강한	13건	영양분을 골고루 함유한 [한 그릇] 김치찌개로 [건강하고] 간편하게 한 끼 해결하세요
비프 스튜	전자레인지용 트레이	빠른	7건	[비프 스튜]처럼 맛은 진하지만 고기가 들어가지 않아 속이 편한 상온 김치찌개 [전자레인지용 용기]에 한꺼번에 붓고 [5분 돌리면] 저녁 식사 준비 끝
(-)	전자레인지용 트레이	완전히 익힌	6건	[전자레인지용 용기]나 냄비에 붓고 [3~4분만 기다리면 완성되는] 즉석 상온 김치찌개

★ 결합 키워드 발생량 : 경쟁제품/패키징/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

Ⅳ. 유통채널 특징

1. 미국 상온 김치찌개 유통채널 비교
2. 미국 상온 김치찌개 유통채널 특징

1. 미국 상온 김치찌개 유통채널 비교

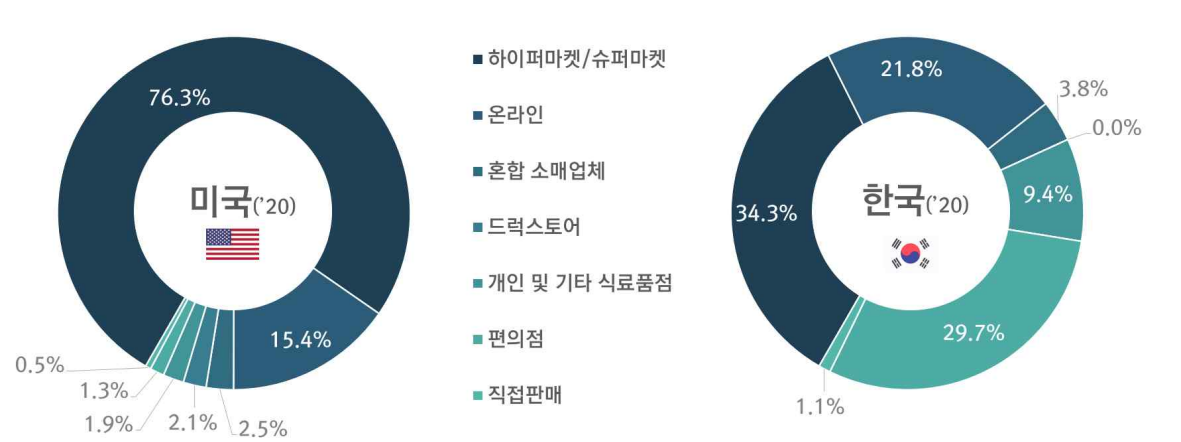
▶ 미국 '하이퍼마켓/슈퍼마켓' 점유율 압도적

2020년 미국 '즉석식품' 유통채널 중 '하이퍼마켓/슈퍼마켓'은 76.3%의 압도적 점유율을 보였으며, 한국의 34.3%와 대비했을 때도 더 높음. '하이퍼마켓/슈퍼마켓'에 이어 큰 차이를 보인 유통채널은 '편의점'임. '편의점'의 점유율은 한국이 29.7%인 반면 미국은 1.3%로 조사됨. 다음으로 '혼합 소매업체'의 점유율은 미국이 2.5%, 한국이 3.8%로 한국이 다소 높았으며, '드럭스토어'를 통한 유통은 미국에서만 존재한 것으로 나타남. '개인 및 기타 식료품점'을 통한 유통은 미국이 1.9%로 한국의 9.4% 대비 낮았음. 마지막으로 '직접판매'는 2020년 미국 유통채널의 0.5%를, 한국은 1.1%를 점유함

▶ 미국 상온 김치찌개 온라인 시장, 아직 발전단계

2020년 미국 '즉석식품'의 '온라인' 유통채널 점유율은 15.4%로 한국의 21.8% 대비 낮아 아직 상온 김치찌개의 온라인 소비시장이 발전단계인 것으로 나타남

[표 4.1] 미국 상온 김치찌개 소매유통채널 점유율



미국 및 한국 소매유통채널 점유율[22][23] 비교[24]		
미국	유형	한국
76.3%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	34.3%
15.4%	온라인	21.8%
2.5%	혼합 소매업체[25]	3.8%
2.1%	드럭스토어	0.0%
1.9%	개인 및 기타 식료품점[26]	9.4%
1.3%	편의점	29.7%
0.5%	직접판매	1.1%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

22) 2020년 기준, 미국 및 한국 '즉석식품(Ready Meals)'의 소매유통채널 점유율임
23) '상온 김치찌개'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '즉석식품(Ready Meals)'의 정보를 확인함
24) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±0.1% 오차가 발생할 수 있음
25) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함
26) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 아시안마트/한인마트를 포괄함

2. 미국 상온 김치찌개 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

미국 주요 하이퍼마켓 기업
월마트

사진자료: 포브스

▶ 미국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 월마트 및 크로거

미국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓은 월마트(Walmart), 크로거(Kroger) 등이 있음. 월마트는 2020년 미국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 유통채널의 전체 매출액 9,386억 8,100만 달러(약 1,112조 5,247억 원[27])의 31.5%를 점유했으며, 산하에 동명의 1개 브랜드를 보유함. 크로거는 2020년 전체 매출액의 12.0%를 점유했으며 산하에 크로거마켓플레이스(Kroger Marketplace), 프레드메이어(Fred Meyer) 등의 브랜드를 두고 있음

▶ 미국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 코로나19에도 불구 매출 안정적[28]

코로나19로 인한 경기침체에도 불구하고 하이퍼마켓/슈퍼마켓의 매출은 큰 타격을 입지 않은 것으로 나타남. 먼저 하이퍼마켓의 경우 선두기업인 월마트가 꾸준한 실적을 내며 하이퍼마켓 전체 매출의 안정을 견인하였으며, 슈퍼마켓의 경우 온라인 쇼핑으로의 확대를 통해 매출 구조를 다양화함. 특히 월마트는 지난 2020년 9월 무료 배송 등을 주요 골자로 하는 자체 멤버십 서비스인 '월마트플러스(Walmart+)'를 출시함

[표 4.2] 미국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20)[29]	산하 주요 브랜드
1	월마트 (Walmart)	31.5%	월마트 (Walmart)
2	크로거 (Kroger)	12.0%	크로거마켓플레이스 (Kroger Marketplace), 프레드메이어(Fred Meyer)
3	알버트슨 (Albertsons)	6.9%	세이프웨이(Safeway), 알버트슨(Albertsons)
4	어홀드유에스에이 (Ahold USA)	5.3%	스탑앤숍(Stop & Shop), 푸드라이온(Food Lion)
5	퍼브릭스슈퍼마켓 (Publix Super Markets)	4.8%	퍼브릭스 (Publix)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

27) 1달러=1,185.20원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
28) 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in the US Country Report」, 2021.02
29) 미국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 편의점

● 미국 세븐일레븐 내부 전경

사진자료: 달라스뉴스

▶ 미국 주요 편의점 업체, 세븐앤아이홀딩스

미국 주요 편의점 업체 세븐앤아이홀딩스(Seven&I Holdings)는 2020년 미국 편의점 전체 매출액 274억 7,000만 달러(약 32조 5,574억 원)의 28.7%를 점유했으며, 산하에 세븐일레븐(7-Eleven) 1개 브랜드를 보유함. 와와(Wawa)는 2020년 전체 매출액의 7.0%를 차지하였으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 두고 있음

▶ 미국 편의점 와와, 매출 증대를 위해 '옴니채널형' 운영 실시[30]

코로나19 기간 동안 미국 주요 편의점 업체인 와와는 매출 증대를 위해 '옴니채널' 형태로의 인프라 확장을 진행하고 있는 것으로 나타남. 또한 와와는 배달 플랫폼 서비스인 우버이츠(Uber Eats)와의 제휴를 통해 배달 서비스를 확대하고 있으며, 자사 모바일 어플리케이션 개편, 드라이브 스루(Drive Thru, DT) 매장 출시 등을 통해 새로운 트렌드로 자리 잡은 픽업 문화에 대응하고 있음

[표 4.3] 미국 주요 편의점 업체

순번	기업명	편의점 매출액 점유('20)[31]	산하 주요 브랜드
1	세븐앤아이홀딩스 (Seven&I Holdings)	28.7%	세븐일레븐 (7-Eleven)
2	와와 (Wawa)	7.0%	와와 (Wawa)
3	써클케이 (Circle K Stores)	1.3%	써클케이 (Circle K)
4	퀵체크 (QuickChek)	1.1%	퀵체크 (Quick Chek)
5	이지그룹 (EG Group)	0.4%	이지 (EG)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

30) 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in the US Country Report」, 2021.02
31) 미국 편의점 점유율 부문 상위 5개 기업

3) 아시안마트/한인마트

● 미국 주요 한인마트 업체
에이치마트

사진자료: 교차로월드

▶ 미국 주요 아시안마트 및 한인마트 업체, 에이치마트 및 지더블유슈퍼마켓

미국 주요 아시안마트 및 한인마트 업체로는 에이치마트(H Mart), 지더블유슈퍼마켓(GW-Supermarket), 시온마켓(Zion Market) 등이 있음. 에이치마트는 미국 내 최대 규모의 한인마트 체인으로, 현재 미 전역에서 약 102개의 점포를 운영 중임. 지더블유슈퍼마켓은 1981년 설립된 한인마트로 약 16여 개의 점포를 보유하고 있음. 또한, 자체 쇼핑 어플리케이션과 카카오톡, 위챗 채널을 보유하고 있음

▶ 지역 기반 한인마트에서 전국으로 영역을 확장하는 에이치마트

미국 내 최대 규모의 한인마트 업체인 에이치마트는 미국 뉴욕주의 퀸즈 우드사이드 지역에 '한아름마트'라는 이름으로 1호점을 설립함. 설립 당시 아시안 아메리칸은 미국 인구의 1.5%만을 차지했으나, 이후 7% 규모로 증가하였으며 이러한 인구 성장에 힘입어 에이치마트는 2020년 15억 달러(약 1조 7,778억 원)의 매출을 달성함. 미 동부 지역을 중심으로 성장한 에이치마트는 2021년 플로리다에도 첫 매장을 열었으며 한국과 아시아 인구뿐만 아니라 현지인들까지도 영입하기 위해 식품의 신선함 및 다양성을 중심으로 여러 방면을 모색 중임

[표 4.3] 미국 주요 아시안마트 업체

순번	기업명	설립연도	보유 점포 수('20)
1	에이치마트 (H Mart)	1982	약 102개
2	지더블유슈퍼마켓 (GW-Supermarket)	2004	약 16개
3	시온마켓 (Zion Market)	1981	약 7개

자료: 기업 홈페이지, 뉴욕타임즈(NYT)

4) 온라인

● **커브사이드픽업 서비스를 제공하는 월마트**

사진자료: 월마트

▶ 미국 주요 온라인 유통채널, 아마존 및 월마트

미국 주요 온라인 유통채널 아마존(Amazon)은 2020년 온라인 유통채널 전체 매출액 7,057억 4,600만 달러(약 836조 4,502억 원)의 36.4%를 점유했으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 보유함. 월마트(Walmart)는 2020년 전체 매출액의 5.6%를 점유했으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 두고 있음

▶ 코로나19가 불러온 변화, 온라인 식품시장의 다양한 형태[32)]

코로나19 여파로 2020년 미국의 온라인 식품시장은 119.1%라는 전례 없는 성장세를 기록함. 특히 온라인 채널로의 확대를 시도하는 기업들이 증가한 가운데, 아마존과 월마트가 온라인 식품시장에서도 선두 기업으로 자리함. 이외에도 온라인 결제 후 차를 타고 구매 물품을 전달받을 수 있는 '커브사이드픽업(curbside pick-up)' 서비스 등 여러 방식의 새로운 전략이 나타나는 현상에 주목할만하며, 이러한 변화에 대한 기업들의 발빠른 대응이 필요할 것으로 예상됨

[표 4.5] 미국 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20)[33)]	산하 주요 브랜드
1	아마존 (Amazon)	36.4%	아마존 (Amazon)
2	월마트 (Walmart)	5.6%	월마트 (Walmart)
3	이베이 (eBay)	4.9%	이베이 (eBay)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

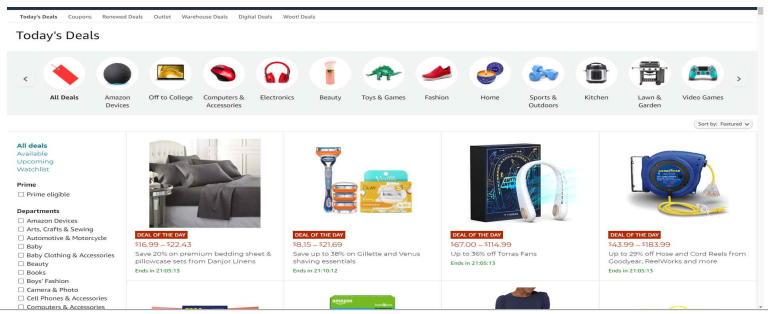
32) 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-commerce in the US Country Report」, 2021.02
33) 미국 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

1. 미국 상온 김치찌개 주요 온라인 유통채널
2. 미국 상온 김치찌개 주요 오프라인 유통채널

1. 미국 상온 김치찌개 주요 온라인 유통채널 ① 아마존

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)	amazon
	홈페이지	www.amazon.com	
	업태	온라인 종합 쇼핑몰	
	개요	방문횟수(최근 1개월)	27억 2,000만 회
		앱다운로드수('20)	500만 회
		매출('20)	약 2,569억 달러(약 304조 4,679억 원[34])
		운영방식	온라인마켓

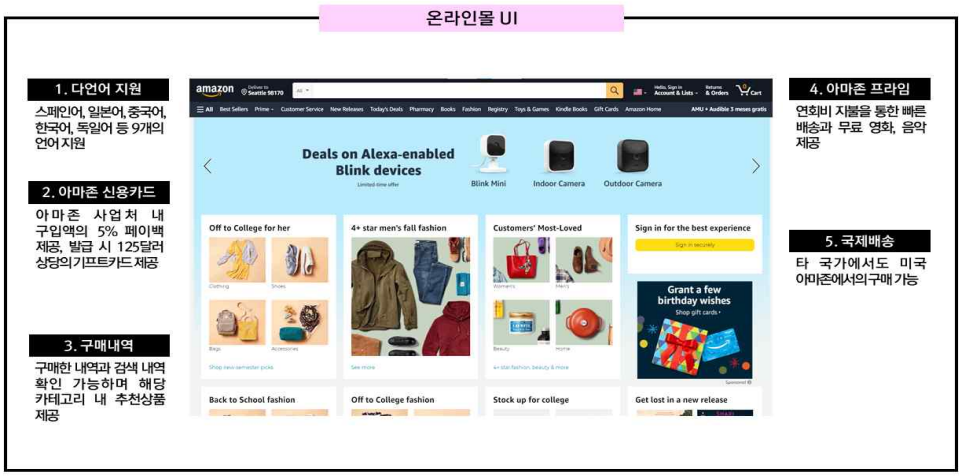
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	비비고(Bibigo), 팔도(Paldo)
		해외 판매	해외배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	50달러 이상 구매 시 5달러 할인, 생일 기프트카드 증정 등 다양한 프로모션 상시 진행		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접등록 (services.amazon.com/services/soa-approval-category) – Grocery&Gourmet Food 카테고리 'Requirement' 눌러 자격조건 확인 후 'Contact Us' 클릭하여 입점 문의 제출 – 홈페이지 등록 정보 공급자 정보(회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) 제품 정보(UPC/EAN 보유 여부, 제품종류, 예상매출액, 판매입고량) • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 평가 기준 ① 아마존 행동강령 준수 ② 아마존 PB 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 • 입점 가능 카테고리 20개 중 식료품 및 9개 제품군은 승인 절차 거쳐야 입점 가능

자료: 아마존(Amazon), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)
사진 자료: 아마존(Amazon)

34) 1달러=1,185.20원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용

온라인몰 UI ①



어플을 이용한 사진, 음성 검색 가능
나이대별, 성별, 국가별 세분된 카테고리 검색 가능

온라인몰 UI ②

품목별, 가격별, 배송 시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 아마존(Amazon)
사진 자료: 아마존(Amazon)

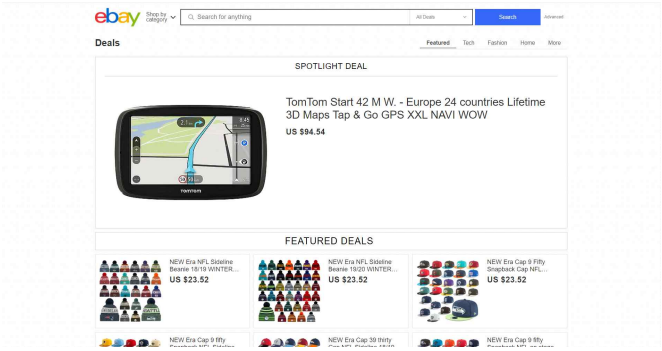
입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준)[35]							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	김치찌개	비비고 (Bibigo)	김치스튜위드토푸 (Kimchi Stew with Tofu)	한국	25.99달러 (약 3만 803원)	460g* 2개입	
2	김치찌개	팔도 (Paldo)	오모리김치스튜컵라멘 (Omori Kimchi Stew Cup Ramen)	한국	33.00달러 (약 3만 9,111원)	150g* 3개입	
3	순두부찌개	재원 (Jayone)	김치플레이버스튜 순두부찌개 (Kimchi Flavor Stew Soondubu Jjigae)	한국	11.99달러 (약 1만 4,210원)	45g	
4	김치찌개	농심 (Nongshim)	김치누들컵 (Kimchi Noodle Cup)	한국	17.00달러 (약 2만 148원)	75g* 6개입	
5	육개장	비비고 (Bibigo)	트레디셔널코리안수프 스파이시머쉬룸 (Traditional Korean Soup Spicy Mushroom)	한국	78.94달러 (약 93만 5,596원)	500g* 10개입	
6	된장찌개	비비고 (Bibigo)	코리안된장소이빈 페이스트스튜 (Korean Doenjang Soybean Paste Stew)	한국	175.00달러 (약 20만 7,410원)	460g* 18개입	
7	순두부찌개	햇반컵반 (Hetbahn Cupbahn)	마이크로웨이버블 쿡드라이스위드수프 (Microwavable Cooked Rice with Soup)	한국	16.95달러 (약 2만 89원)	173g* 2개입	

자료: 아마존(Amazon)
사진 자료: 아마존(Amazon)

35) 조사일(2021.10.31.) 기준 아마존(Amazon) 김치찌개 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

② 이베이

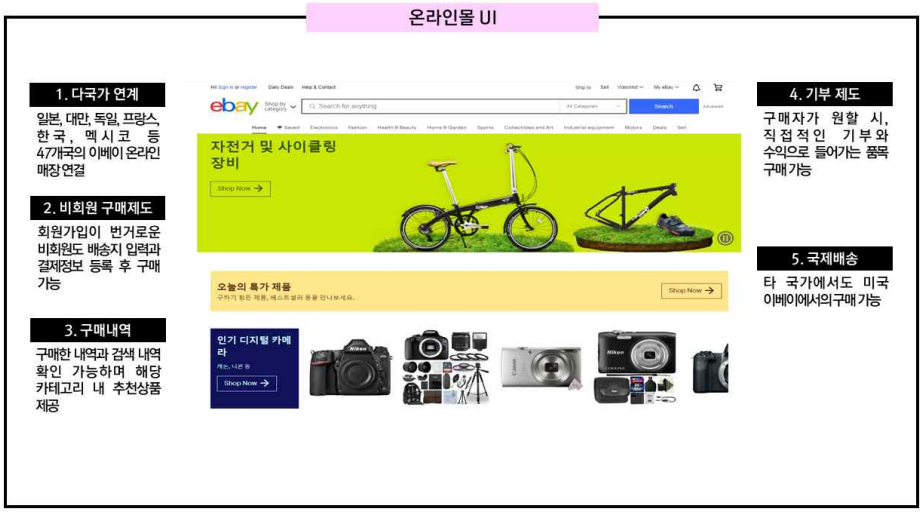
기업 기본 정보	기업명	이베이(eBay)	
	홈페이지	www.ebay.com	
	업태	온라인 종합 쇼핑몰	
	개요	방문횟수(최근 1개월)	8억 9,000만 회
		앱다운로드수('20)	200만 회
		매출('20)	약 346억 달러(약 40조 9,861억 원)
		운영방식	온라인마켓

매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	농심(Nongshim), 팔도(Paldo)
		해외 판매	해외배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	시간대별 할인 이벤트, 카테고리별 할인 이벤트 등 다양한 프로모션 진행		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 – 계정 생성 후 판매자(Seller) 등록 – 개인 판매자와 스토어 판매자 중 선택하여 입점 – 개인 판매자는 40개까지 무료로 등록 가능(수수료 건당 10.9%) – 기업 판매자는 250,000개까지 제품 등록 가능(월별 비용과 건당 수수료 4.8%) – 다음 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) • 문의사항 연락 방법: – 아래 웹 페이지 주소에서 문의 내용의 해당 카테고리 선택 후 이메일 컨택 가능 (www.Ebay.com/help/call_us?type=ContactUs&initFrom=HOME&topicId=4000)

자료: 이베이(eBay), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)
사진 자료: 이베이(eBay)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 배송국가를 특정해서 검색 가능
홈페이지 입장 시, 컴퓨터 언어팩 감지하여 사이트 자동번역

온라인몰 UI ②

품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 이베이(eBay)
사진 자료: 이베이(eBay)

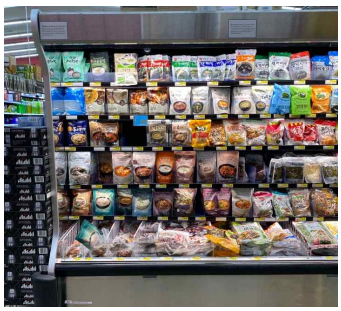
입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준)[36]							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	김치찌개	농심 (Nongshim)	김치코리안누들수프라면 (Kimchi Korean Noodle Soup Ramyun)	한국	19.99달러 (약 2만 3,692원)	85g* 12개입	
2	김치찌개	농심 (Nongshim)	보울누들수프 (Bowl Noodle Soup)	한국	23.99달러 (약 2만 8,432원)	85g* 12개입	
3	김치찌개	팔도 (Paldo)	김치누들수프 (Kimchi Noodle Soup)	한국	8.99달러 (약 1만 654원)	85g* 2개입	
4	김치찌개	비비고 (Bibigo)	김치스튜위드토푸 (Kimchi Stew with Tofu)	한국	54.95달러 (약 6만 5,126원)	460g* 6개입	
5	김치찌개	세븐일레븐 (7-Eleven)	김치스튜핫스파이시 누들수프컵라면 (Kimchi Stew Hot Spicy Noodles Soup Cup Ramen)	한국	6.99달러 (약 8,284원)	105g	
6	김치찌개	팔도 (Paldo)	오모리 김치 스튜 컵라멘 (Omori Kimchi Stew Cup Ramen)	한국	9.99달러 (약 1만 1,840원)	150g	
7	김치찌개	비비고 (Bibigo)	코리안포크김치스튜 (Korean Pork Kimchi Stew)	한국	135.00달러 (약 16만 2원)	460g* 8개입	

자료: 이베이(eBay)
사진 자료: 이베이(eBay)

36) 조사일(2021.10.31.) 기준 이베이(eBay) 김치찌개 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

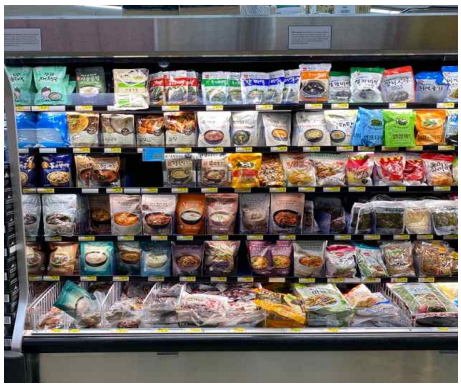
2. 미국 상온 김치찌개 주요 오프라인 유통채널 ① 에이치마트

기업 기본 정보	기업명	에이치마트(H Mart)			
	기업구분	아시안마트/한인마트			
	홈페이지	www.hmart.com			
	위치	뉴저지(New Jersey)			
	규모	매출액('20)	약 15억 달러(약 1조 7,778억 원)		
		기타 규모	• 매장 수('20): 약 102개 • 직원 수('20): 약 3,000명		
	기업 요약	• 1982년 뉴욕 맨해튼에 '한아름마트'라는 이름으로 1호점 설립 • 한아름 그룹이 운영하는 슈퍼마켓으로 현재 미국 내 최대 규모의 한인마트 체인 • 2020년 로스엔젤레스(LA) 지역 전용 카카오톡 채널 @hmart_la 개설			
소비자 정보	타깃 소비자	성별	여성·남성	직업	직장인·주부
		연령대	전연령층	소득수준	중산층

방문매장 정보	영업시간	08:00-22:00	
	주소	8911 Garden grove, Garden grove, CA 92841	
	상권	한인 상권 지역 및 동남아 커뮤니티와 밀접한 곳에 위치	
	VMD	취급 브랜드	동원(Dongwon), 비비고(Bibigo)
		진열 방식	카테고리별 진열
	매장 전경		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지에서 직접 공급자 지원서 작성 (www.hmart.com/online-affiliates) - 담당자 확인 후 제품에 대한 논의를 거친 뒤 입점 - 홈페이지 기입 정보 ① 회사명, 담당자명, 이메일, 연락처, 입점문의 등 자유 기재 • 문의사항 연락처 - 전화번호: +1-800-648-0980

자료: 에이치마트(H Mart)
사진 자료: 에이치마트(H Mart) 현지매장 방문조사

매대 제품 배치 현황		
주력 입점 제품		
	에이치마트에서는 카레를 비롯한 상온 보관 HMR 제품들과 기타 냉장 보관 HMR 제품을 분리하여 진열하고 있음. 상온 HMR 제품에는 카레, 국 및 찌개, 죽 등의 제품이 구비되어 있었고, 냉장 HMR 제품에는 국수나 국 및 찌개 등의 제품이 구비되어 있음. 종류/브랜드/맛별로 분리하여 진열함	

자료: 에이치마트(H Mart) 현지매장 방문조사
사진 자료: 에이치마트(H Mart) 현지매장 방문조사

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	김치찌개	동원 (Dongwon)	통참치김치찌개	한국	3.99달러 (약 4,729원)	460g	
2	김치찌개	비비고 (Bibigo)	두부김치찌개	한국	6.49달러 (약 7,692원)	460g	
3	김치찌개	미당 (Midang)	묵은지찌개	한국	5.99달러 (약 7,099원)	500g	
4	냉장식품	한상 (Hansang)	부대찌개	한국	8.99달러 (약 1만 655원)	550g	
5	냉장식품	한상 (Hansang)	황태해장국	한국	8.99달러 (약 1만 655원)	500g	
6	상온식품	아워홈 (Ourhome)	시원한황태해장국	한국	3.99달러 (약 4,729원)	300g	
7	상온식품	아워홈 (Ourhome)	얼큰한알탕	한국	3.99달러 (약 4,729원)	400g	
8	상온식품	이마트 (Emart)	스파이시소시지앤 베지터블수프부대찌개 (Spicy Sausage and Vegetable Soup Budae Jjigae)	한국	7.99달러 (약 9,470원)	600g	
9	상온식품	오뚜기 (Ottogi)	옛날설렁탕	한국	2.99달러 (약 3,544원)	300g	
10	상온식품	석호푸드 (Suckho Foods)	나비골민물장어탕	한국	5.99달러 (약 7,099원)	500g	

자료: 에이치마트(H Mart) 현지매장 방문조사
사진 자료: 에이치마트(H Mart) 현지매장 방문조사

② 시온마켓

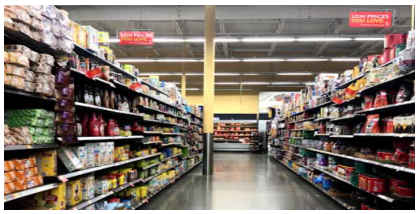
기업 기본 정보	기업명	시온마켓(Zion Market)
	기업구분	아시안마트/한인마트
	홈페이지	www.zionmarket.com
	위치	캘리포니아(California)
	규모	기타 규모 • 매장 수('21): 약 7개
	기업 요약	• 1981년 설립됨 • 캘리포니아, 텍사스, 조지아에서 매장 운영 중 • 자체 쇼핑 어플을 보유하고 있으며, 카카오톡과 위챗 채널 보유

매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 생활용품 등
	선호 제품	• 좋은 품질의 저렴한 제품
	매장 전경	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 – 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 – 전화번호: +1-858-268-3300 – 이메일: hr@zionmarket.com

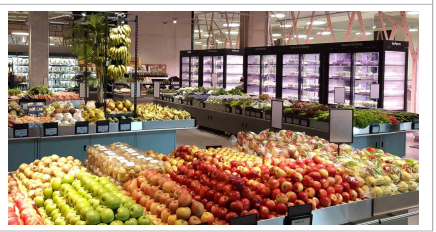
자료: 시온마켓(Zion Market)
사진 자료: 에이티아메리카(aT America)

③ 월마트

기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart)
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓
	홈페이지	www.walmart.com
	위치	아칸소(Arkansas)
	규모	매출액('20) 약 5,240억 달러(약 621조 448억 원)
		기타 규모 • 매장 수('21): 약 5,300개 • 직원 수('21): 약 160만 명
	기업 요약	• 50개 모든 주에서 매장 운영 중이며, 약 150개 물류 센터 보유 • 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 등 다양한 형태로 매장 운영 • 2020년 편의점 브랜드 스피드웨이(Speedway) 점포 3,900여 개 인수
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 건조식품, 건강보조식품, 주류, 즉석식품, 면류, 잡화류, 의류 등
	선호 제품	• 좋은 품질과 가격 경쟁력을 갖춘 제품
	매장 전경	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지에서 직접 등록 (www.corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier) – 매점 입점(Store&Club)과 온라인 입점(E-Commerce)을 선택하여 제안서 제출(한국어 번역 제공) – 홈페이지 기입 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 공급자 번호[DUNS(Data Universal Numbering System: 국제 사업자 등록 번호, 지역별로 사업체를 식별하는 9자리의 고유 번호)], 납세자 식별 번호, 회사 주소, 연락담당자, 전화번호, 이메일 주소, 계좌 정보 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 외 제품 설명) • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 문의사항 연락처 – 이메일: supplier64@wal-mart.com

자료: 월마트(Walmart)
사진 자료: 월마트(Walmart)

④ 크로거

기업 기본 정보	기업명	크로거(Kroger)
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓
	홈페이지	www.kroger.com
	위치	오하이오(Ohio)
	규모	매출액('20) 약 1,212억 달러(약 143조 6,462억 원)
		기타 규모 • 매장 수('21): 약 2,740개 • 직원 수('21): 약 46만 5,000명
	기업 요약	• 35개 주에서 매장 운영 중이며 약 44개의 물류센터 보유 • 자사 브랜드 판매 매출액이 전체의 26% 차지 • 2020년부터 매장 픽업 서비스 무료 제공
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 냉동식품, 차(茶)류, 주류, 건강보조식품, 화장품, 가전제품, 의류 등
	선호 제품	• 신선도 높은 제품, 다양한 국가의 수입 식품 취급 중이나 현지 생산 제품 선호
	매장 전경	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지 통해 사전 등록 후 제안서 제출 (www.thekrogerco.com/vendors-suppliers/become-a-supplier) – 사전등록 시 기입한 이메일을 통해 'The Supplier Hub'로부터 제안서 관련 내용 회신 – 사전등록 시 필요한 정보 (회사명, 사업자등록번호/납세자식별번호, 연락처) – 사업자등록번호/납세자번호 없이 사전 등록 불가 – 사전등록 후: 이메일 회신에 첨부된 링크로 들어가 User ID와 임시 비밀번호를 이용하여 등록 절차 완료 – 제품 설명은 정해진 형식에 따라 작성 • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 평가 기준 ① Animal Welfare Policy 기준 충족 ② GCC[37] 및 KGCC[38] 취득 ② 크로거사의 벤더관리시스템(Supplier Hub)을 통해서만 입점 가능

자료: 크로거(Kroger), 스태티스타(Statista)
사진 자료: 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews)

37) General Certificate of Conformity, 일반 소비재 적합성 인증서: 일반 소비재가 관련 안전 규칙 및 법령에서 제시하는 기준을 준수, 제품이 적합함을 확인하는 인증
38) Kroger General certificate of Conformity: 해당 상품이 연방 및 주정부 표준과 크로거(Kroger)에서 제시한 품질, 성능 등 표준을 준수하고 있음을 확인하는 인증

⑤ 세븐일레븐

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)
	기업구분	편의점
	홈페이지	www.7-eleven.com
	위치	텍사스(Texas)
	규모	매출액('20) 약 78억 8,389만 달러(약 9조 3,440억 원)
		기타 규모 • 매장 수('21): 약 9,520개
	기업 요약	• 2020년 기준 미국 내 편의점 시장 점유율 1위 • 전 세계적으로 약 6만 8,236개 매장 보유 • 자사 브랜드인 세븐셀렉트(7-Select) 브랜드 보유
매장정보	입점 가능 품목	• 주류, 음료류, 냉동식품, 가공식품, 생활용품, 여행용품, 문구류 등
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품, 신선식품, 주류, 스낵류, 포장식품 등
	매장 전경	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 직접 등록 - 홈페이지 접속(corp.7-eleven.com/corp/business) - 'Range Me(유통업체와 제조업체를 연결해주는 플랫폼)' 클릭 - 등록 과정 1. 제품 프로필 생성 2. 카테고리 매니저와 연결 및 검토 3. 공지사항 통보 - 홈페이지 기입 정보 ① 공급자 정보(담당자명, 이메일 주소, 연락처) ② 공급 제품 정보(제품명, 판매가격 등 제품 설명 자유 기재)

자료: 세븐일레븐(7-Eleven)
사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

⑥ 써클케이

기업 기본 정보	기업명	써클케이(Circle K)
	기업구분	편의점
	홈페이지	www.circlek.com
	위치	아리조나(Arizona)
	규모	매출액('20) 약 3억 5,711만 달러(약 4,232억 원)
		기타 규모 • 매장 수('21): 약 7,100개 • 직원 수('19): 약 5만 명
	기업 요약	• 현재 47개 주에서 매장 운영 중이며, 대부분 주유소와 함께 운영됨 • 쿠쉬타드(Couche-Tard)에 인수되어 유럽 포함 중국, 베트남 등 25개국에서 매장 운영 중이며 14개의 지역사업부로 나뉨

매장 정보	입점 가능 품목	• 가공식품, 즉석식품, 주류, 음료류, 생활용품, 여행용품, 문구류 등
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품
	매장 전경	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 등록 (www.circlek.com/form/vendor-request-form) – 홈페이지 기입 정보 ① 공급자 정보 (담당자명, 이메일주소, 연락처, 회사명, 회사 주소, 회사 홈페이지 주소) ② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 판매가격 등 제품 설명 자유기재) • 문의사항은 각 지역사업부별로 문의 (www.circlek.com/contact)

자료: 써클케이(Circle K)
사진 자료: 써클케이(Circle K), 씨에스피데일리뉴스(CSP Daily News)

VI. 진입장벽

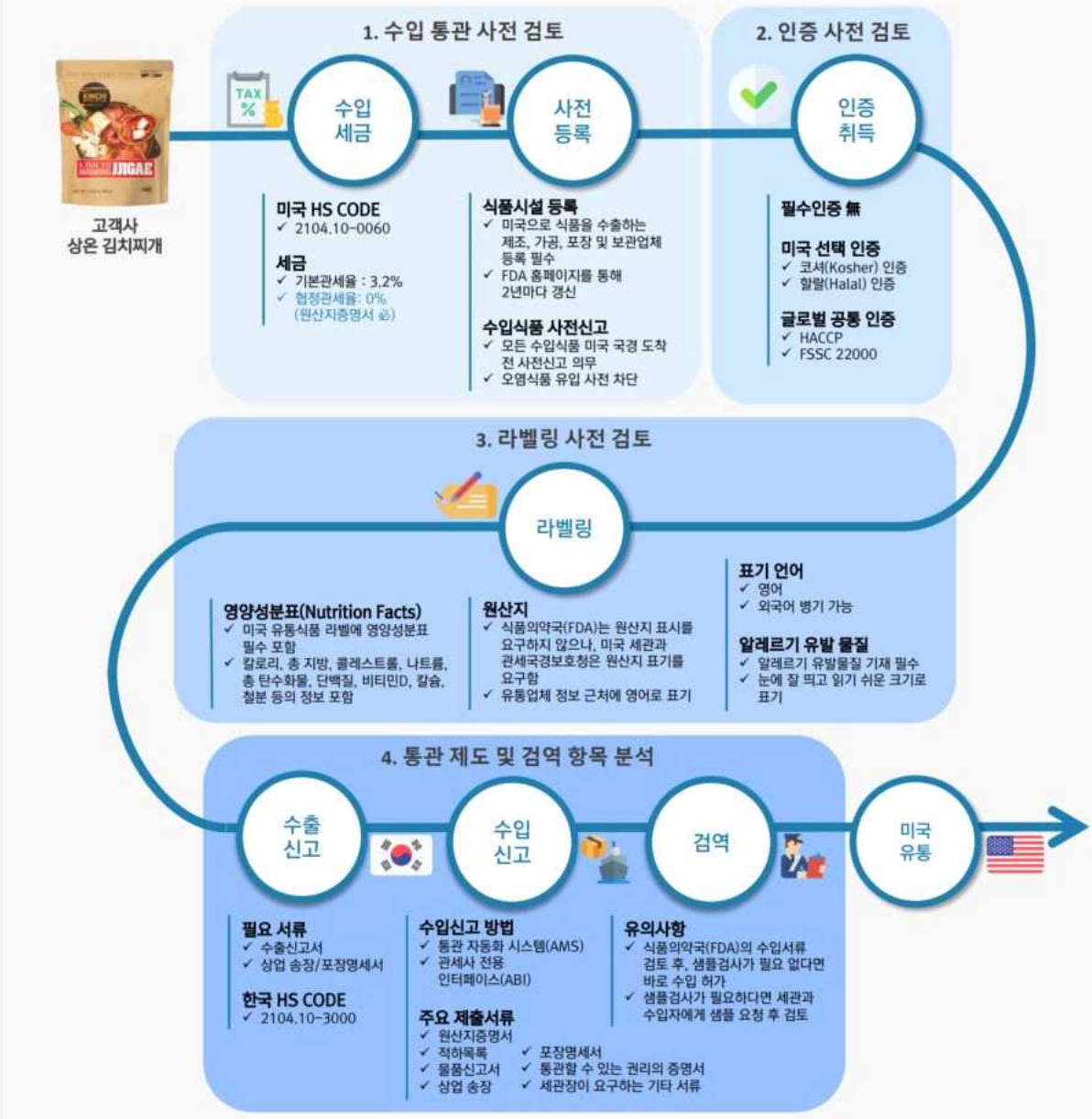
1. 미국 상온 김치찌개 통관 및 검역 절차
2. 미국 상온 김치찌개 품질 인증
3. 미국 상온 김치찌개 라벨링
4. 미국 상온 김치찌개 성분 및 유해물질

1. 미국 상온 김치찌개 통관 및 검역 절차[39)]

▶ 미국 상온 김치찌개 수출 시 통관 및 검역 주요 사항

미국으로 식품 수출 시 식품안전현대화법(Food Safety Modernization Act, FSMA)에 의하여 식품 시설 등록과 수입식품 사전신고가 필수임. 제품을 일반 식품으로 광고 및 유통하는 경우에 필요한 필수 사전 승인은 없으나, 규정에 어긋나는 것으로 확인되는 경우에는 유통이 금지됨

[표 6.1] 미국 상온 김치찌개 통관 검역 절차



자료: 관세청, 미국 식품의약국(FDA), 미국 관세국경보호청(CBP)

39) 본 보고서에서 제공되는 정보가 반드시 일치하는 것은 아니오니 참고자료로만 활용하시기 바랍니다.

2. 미국 상온 김치찌개 품질 인증

▶ 미국 수입 상온 김치찌개, 적용받는 강제 인증 無

미국으로 상온 김치찌개 수출 시에 필수적으로 받아야 하는 인증은 없는 것으로 확인됨. 다만, HACCP, FSSC 22000 등의 글로벌 공통 인증이나 글루텐 프리 인증, 비건 인증, 할랄(Halal) 인증, 코셔(Kosher) 인증과 같은 미국 민간 인증을 선택적으로 취득하여 활용할 수 있음. 할랄 인증과 코셔 인증 모두 원재료를 포함하여 생산 및 유통의 모든 과정이 해당 종교의 율법에 어긋나지 않게 진행되어야 취득할 수 있음

[표 6.2] 미국 상온 김치찌개 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
글루텐 프리 인증	기능성 인증	미국 민간 인증	Gluten-Free Certification Organization (GFCO)	
Vegan Action	기능성 인증	미국 민간 인증	비건 인지 재단 (Vegan Awareness Foundation)	
Orthodox Union Kosher	종교적 및 문화적 인증	미국 민간 인증	Orthodox Union (OU)	
IFANKA Halal	종교적 및 문화적 인증	미국 민간 인증	미국 이슬람식품영양협의회 (IFANCA)	

자료: 각 인증기관

3. 미국 상온 김치찌개 라벨링

[표 6.3] 미국 상온 김치찌개 라벨링

주 표시면 필수 표시사항 및 기준	1. 제품명	• 제품의 일반적인 명칭을 사용할 것 • 굵은 글씨체로, 일반적으로 라벨에 쓰인 가장 큰 단어 또는 그래픽의 반 이상의 크기로 쓰여야 하며, 제품의 가장 하단과 평행으로 표기되어야 함 • 식품이 액체가 아닌 경우 형태(Sliced, Unsliced, Halves) 등을 명시할 것 • 활자 크기는 주표시면에 사용된 가장 큰 활자의 1/2 이상이어야 함 • 외국어 표기일 경우, 영어 및 외국어 둘 다 표기할 것 • 주스(과일 및 채소)가 들어있는 음료의 경우, 주스 함유량(%) 표기가 필요함
	2. 순중량	• 주 표시면 하단 30%에 위치할 것 • 포장 용기 내부에 담겨있는 식품의 양을 표기할 것 • 기본적으로 모든 중량 표기는 영미 파운드법(oz, lb, quart)에 따라 표기되어야 하며, 분수 또는 소수점 등의 표기도 허용되어 있음 • 그램, 밀리리터 등의 미터법 단위도 함께 표기해야 함 • 글자 크기는 세로와 가로의 비율이 3:1을 넘을 수 없으며, 주 표시면의 크기에 따라 최소 폰트 높이 기준이 상이함 • 고체 제품의 경우 'Net Weight'라는 단어가 반드시 포함되어야 하지만, 액체 등의 제품은 'Net Contents' 또는 'Net' 등의 단어 사용은 선택 사항임
정보 표시면 필수 표시사항 및 기준	3. 제조자, 포장업체, 유통업체의 정보, 이름 및 주소	• 제조사, 포장업체 또는 유통업체의 이름을 표기해야 함 • 제조업체의 이름이나 주소가 없는 경우에는 제품과 관련된 업체명을 반드시 기재해야 함 • 제조사, 포장업체 또는 유통업체 표기는 일반적으로 정확한 도로 이름 및 번호, 도시, 집(Zip) 코드, 주 등의 정보를 모두 포함해야 함
	4. 성분 리스트	• 사용된 원재료의 중량을 기준으로 내림차순으로 나열할 것 • 통상적인 이름을 사용할 것 • 전체 제품 용량 및 무게의 2% 이하를 구성하는 성분명의 표기는 위 방식의 적용을 받지 않음 • 허가된 방부제 첨가 시 방부제의 통상 명칭 및 기능을 표기할 것 • 공인된 색소는 약어 또는 특정 이름을 사용할 것

자료: 미국 식품의약국(FDA)

정보 표시면 필수 표시사항 및 기준	5. 알레르겐 성분	• 식품 알레르기 유발 물질(Major food allergen)이 포함된 경우 반드시 기재할 것 • 눈에 잘 띄고 읽기 쉬운 크기로, 원재료명의 문자 크기 이상으로 표기할 것 • 원재료명 목록에 원재료명을 쓴 뒤에 괄호 안에 알레르기 유발 식품의 일반명을 기재할 것 • 'Contains'의 'C'는 반드시 대문자로 기재할 것 • 주요 알레르기 유발물질은 우유, 달걀, 생선, 갑각류, 견과류, 밀, 땅콩, 그리고 대두 및 콩 등 8가지임 • 견과류의 경우에는 정확한 종류가 표기되어야 하며, 생선 또는 갑각류 동물의 경우 정확한 종에 대한 표기가 있어야 함
	6. 영양성분표 (Nutrition Facts)	• 미국에서 판매되는 모든 식품은 라벨에 영양성분표를 포함해야 함 • 열량, 총 지방(포화지방, 트랜스지방), 콜레스테롤, 나트륨, 총 탄수화물(식이섬유, 총당, 첨가당), 단백질, 비타민D, 칼슘, 철분 등의 정보를 포함해야 함 • 4살 이상이 한 자리에서 일반적으로 소비하는 양을 표기하는 1회 섭취량이 포함되어야 함. FDA에서는 일부 식품들에 대해 표준 1회 섭취량을 지정하고 있음 • 영양성분표에 표준 1회 섭취량에 대한 영양 정보와 실제 해당 유닛에 포함되어있는 영양 정보를 위에 예시로 제공한 영양성분표의 오른쪽에 열을 하나 더 만들어 표기해야 함 • 일일섭취량을 기준으로 1일 영양성분 기준치(% DV)를 표기해야 함 • 수출용 제품 라벨의 면적에 따라 영양성분표의 규정된 위치가 상이하므로 반드시 확인이 필요함 • 영양성분표의 포맷(format)이 다양하므로 제품의 크기나 라벨의 면적에 따라 적합한 포맷을 선택하여 사용할 수 있음
	7. 원산지	• 식품의약국은 원산지 표시를 요구하지 않으나, 미국 세관과 관세국경보호청은 원산지 표시를 요구함 • 미국 내 유통업체의 명칭과 주소 근처에 영어로 표시할 것
	8. 표기 언어	• 반드시 영어로 표기해야 하며, 한국어 표기가 포함된 경우에는 모든 라벨 의무 표기 사항을 영어와 한국어 모두로 표기해야 함 • 영어, 한국어 이외의 언어가 라벨에 있다면, 해당 언어로도 모든 의무 표기 사항을 표기해야 함

자료: 미국 식품의약국(FDA)

▶ 미국 상온 김치찌개 라벨 샘플

[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 영문 및 국문]	[앞면 - 국문]
① Taste of Korea	① 한국의 맛
② Kimchi Soup with Pork KIMCHI JJIGAE AUTHENTIC KOREAN FLAVOR	② 돼지고기 김치찌개 김치찌개 정통 한국의 맛
③ 돼지고기 김치찌개	③ 돼지고기 김치찌개
④ QUICK HEAT AND SERVE KEEP REFRIGERATED	④ 빠른 조리 냉장 보관
⑤ BOILWING WATER 5MINS MICROWAVE 4MINS POT 4MINS	⑤ 끓는 물 5분 전자레인지 4분 냄비 4분
⑥ NET WT. 15.9OZ (450g)	⑥ 순중량 15.9OZ (450g)
[뒷면 - 영문 및 국문]	**[뒷면 - 국문]**
① Emart PK's Kimchi Soup with Pork is one of the most beloved stew-like Korean dishes made with kimchi, pork and other ingredients, such as garlic, green onions, and red pepper powder.	① 이마트 PK의 돼지고기 김치찌개는 김치, 돼지고기, 마늘, 파, 고춧가루 등의 재료로 만든 찌개와 같은 한식 중 가장 사랑받는 음식 중 하나입니다.
② Kimchi Soup with Pork 돼지고기 김치찌개	② 돼지고기 김치찌개

③ Nutritient Facts
- Serving size 1 cup (225g)
- Servings per Container 2
  Amount / serving
  120 Calories, Calories from Fat 30

		% Daily Value
Total Fat	3.5g	5%
- Saturated Fat	1.5g	8%
- Trans Fat	0g	
Cholesterol	25mg	8%
Sodium	1210mg	50%
Total Carbohydrate	13g	4%
- Dietary Fiber	6g	24%
- Sugars	6g	
Protein	8g	
Vitamin A		25%
Vitamin C		0%
Calcium		6%
Iron		30%

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

	Calories
Total Fat	Less than
- Saturated Fat	Less than
Cholesterol	Less than
Sodium	Less than
Total Carbohydrate	
- Dietary Fiber	

	2,000	2,500
Total Fat	65g	80g
- Saturated Fat	20g	25g
Cholesterol	300mg	300mg
Sodium	2,400mg	2,400mg
Total Carbohydrate	300g	375g
- Dietary Fiber	25g	30g

④ CAUTION
Do not microwave the product in pouch, or it may cause electrical disorder of microwave oven.
본 제품은 금속성 용기에 포장되어 있어 봉지 그대로 전자레인지에 넣을 경우 전자레인지 고장의 원인이 됩니다.

③ 영양정보
- 1회 제공량 1컵 (225g)
- 용기 2개당 제공량
- 중량 / 제공량
  120칼로리, 지방 30칼로리

		% 일일 섭취량
총 지방	3.5g	5%
- 포화지방	1.5g	8%
- 트랜스지방	0g	
콜레스테롤	25mg	8%
나트륨	1210mg	50%
총 탄수화물	13g	4%
- 섬유질	6g	24%
- 설탕	6g	
단백질	8g	
비타민 A		25%
비타민 C		0%
칼슘		6%
철		30%

* 하루 섭취량 비율은 2,000 칼로리 식단을 기준으로 작성되었습니다. 당신의 필요 칼로리에 따라 일일 섭취량은 더 높거나 낮을 수 있습니다.

	Calories
총 지방	더 적음
- 포화지방	더 적음
콜레스테롤	더 적음
나트륨	더 적음
총 탄수화물	
- 식이섬유	

	2,000	2,500
총 지방	65g	80g
- 포화지방	20g	25g
콜레스테롤	300mg	300mg
나트륨	2,400mg	2,400mg
총 탄수화물	300g	375g
- 식이섬유	25g	30g

④ 주의사항
본 제품은 금속성 용기에 포장되어 있어 봉지 그대로 전자레인지에 넣을 경우 전자레인지 고장의 원인이 됩니다.

⑤ BEST BEFORE: PRINTED ON PACKAGE EXP 09/11/2022	⑤ 유통기한: 제품 포장에 표시됨 유통기한 09/11/2022
⑥ 조리방법(HEATING INSTRUCTION)	⑥ 조리방법
1) 끓는 물 5분 (BOILING WATER 5Min.)	1) 끓는 물 5분
- 끓는 물에 봉지 그대로 넣고 5분간 데운 후 봉지 윗면을 잘라내고 용기에 부어서 드시면 됩니다. ※ 주의: 봉투와 내용물이 뜨거우니 주의하세요.	
- Place unopened pouch directly into a pot of boiling water. Boil for 5 minutes without covering the pot. Tear the pouch open and serve. ※ CAUTION: Pouch and contents are very hot after heating.	- 끓는 물에 봉지 그대로 넣고 5분간 데운 후 봉지 윗면을 잘라내고 용기에 부어서 드시면 됩니다. ※ 주의: 봉투와 내용물이 뜨거우니 주의하세요.
2) Contents Only 전자렌지 4분 (700W) MICROVAVE 4Min. (700W)	2) 내용물만 넣으세요. 전자렌지 4분 (700W)
- 개봉하여 내용물을 전자렌지용 용기에 부은 후 랩을 덮고 공기 구멍을 낸 후 4분간 충분히 데워 드시면 됩니다. ※ 사용하는 전자레인지에 따라 조리 시간이 달라질 수 있습니다.	
- Pour contents into a microwave-safe dish. Cover whith plastic wrap with vent holes. Cook on high heat for 4 minutes. ※ Cooking time may vary depending on the type of microwave used.	- 개봉하여 내용물을 전자렌지용 용기에 부은 후 랩을 덮고 공기 구멍을 낸 후 4분간 충분히 데워 드시면 됩니다. ※ 사용하는 전자레인지에 따라 조리 시간이 달라질 수 있습니다.
3) 냄비 4분 POT 4Min.	3) 냄비 4분
- 개봉하여 내용물을 냄비(뚝배기)에 부은 후 4분간 가열하고 끓기 시작하면 30초간 더 끓인 후 불을 끄고 드시면 됩니다.	
- Pour contents into a pot and heat for 4 minutes or untili it strarts boiling. Let stand 1 minute, before serving.	- 개봉하여 내용물을 냄비(뚝배기)에 부은 후 4분간 또는 끓기 시작할 때까지 가열하세요. 드시기 전에 1분간 기다려주세요.
※ Since appliances vary, cooking time may need adjusting.	※ 사용하는 기기가 다르므로 조리 시간에 조정이 필요할 수 있습니다.

⑦ INGREDIENTS - Water - Kimchi(Cabbage, Radish, Salt, Chili Pepper Powder, Garlic, Ginger, Monosodium Glutamate, Salt Shrimp, Sugar, Onion, Scallion) - Pork - Green Onion - Red Pepper Seasoning [Shortening(Beef Fat and Soybean Oil, Propyl Gallate and Citric Acid Added to Protect Flavor, Dimethylpolysiloxane Added as an Anti-Foaming Agent), Red Pepper Powder, Garlic, Monosodium Glutamate, Disodium Inosinate, Disodium Guanylate] - Red Pepper Powder - Fish Sauce(Anchovy Extract, Salt, Water, Fructose&Hydrolysed Vegetable Protein) - Beef Leg Bone Extract (Beef Leg Bone, Salt, Water) - Mirin(Glucose Syrup, Water Alcohol, Corn Syrup, Salt) - Soy Sauce[Water, Wheat, Soybeans, Benzoate: Less Than 1/10 or 1% As A Preservative, Salt, Soup Stock(Salt, Monosodium Glutamate, Wheat Starch, Soy Sauce(Defatted Soybean, Corn Gluten), Sugar, Beef Tallow, Glucose, Maltodextrin, Onion Powder, Garlic Powder, Less Than 2% Natural&Artificial Flavor(Milk), Beef Bone Extract, Spice, Disodium Inosinate, Beef Extract Powder, Disodium Guanylate, Citric Acid, Thiamine Hydrochloride)] - Disodium Inosinate - Disodium Guanylate - Contains Soybean, Wheat, Milk, Shrimp, Anchovy	⑦ 원재료 - 물 - 김치(양배추, 무, 소금, 고춧가루, 마늘, 생강, 글루타민산나트륨, 새우젓, 소금, 양파, 파) - 돼지고기 - 파 - 붉은 고추 시즈닝 [쇼트닝(소 및 대두 기름, 갈산프로필, 향미 유지를 위해 첨가한 구연산, 거품 방지를 위해 첨가한 디메틸폴리실록산), 고춧가루, 마늘, 글루타민산나트륨, 디소듐이노시네이트, 구아닐산이나트륨] - 고춧가루 - 액젓(멸치 추출물, 소금, 물, 과당 및 가수분해 식물성 단백질) - 소다리뼈 추출물 (소다리뼈, 소금, 물) - 미림(액상 포도당, 물주정, 옥수수 물엿, 소금) - 간장[물, 밀, 대두, 벤조산: 보존제로써 1/10 또는 1% 미만, 소금, 수프 스톡(소금, 글루타민산나트륨, 밀 전분, 간장(탈지 대두, 옥수수 글루텐), 소금, 우지, 포도당, 말토덱스트린, 양파 분말, 마늘 분말, 2% 미만의 천연 및 인공 풍미(우유), 소뼈 추출물, 향신료, 디소듐이노시네이트, 소고기추출분말, 구아닐산이나트륨, 구연산, 염산티아민)] - 이노신산이나트륨 - 구아닐산이나트륨 - 대두, 밀, 우유, 새우, 멸치를 포함하고 있습니다.
⑧ Distributed by Emart America Inc. 11165 Knott Ave. Suite C, Cypress, CA 90630	⑧ 이마트 아메리카 주식회사 유통 캘리포니아 90630, 스위트 C 사이프레스 11165 노트가
⑨ PRODUCT OF USA	⑨ 미국 제품

4. 미국 상온 김치찌개 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

미국 식품의약국(FDA, Food and Drug Administration)은 일반적으로 안전하다고 인증된 물질 GRAS(Generally Recognized As Safe) 사용에 대한 지침을 규정하고 있음. 또한, 식품첨가물을 '식품에 첨가 및 접촉하여 직접적 또는 간접적인 결과를 초래할 것으로 예상되는 물질'로 규정하여, 본래의 사용 목적 및 조건에서 과학적 단계를 통해 안전성이 입증된 성분을 GRAS로 분류함. 하기 표는 레토르트 식품과 즉석식품 및 편의식품류에 적용되는 미국 식품첨가물 기준 중 일부임. 더욱 자세한 미국 식품첨가물 규정 및 기준은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템에서 확인 가능함

[표 6.4] 고객사 상온 김치찌개에 적용될 것으로 예상되는 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품유형
1	레시틴	Lecithin	GRAS: GMP에 따라 사용	레토르트 식품, 즉석식품 및 편의식품류
2	구연산칼륨	Potassium citrate		
3	황산알루미늄	Aluminium sulfate		
4	젤란검	Gellan gum		
5	아스코빌팔미테이트	Ascorbyl palmitate		
6	프로필파라벤	Propylparaben	GRAS: 0.10% 이하	
7	메틸파라벤	Methylparaben		
8	아디프산	Adipic acid	GRAS: 0.02% 이하	
9	캐롭빈검 (로커스트빈검)	Carob bean gum (Locust bean gum)	GRAS: 0.50% 이하	
10	칼슘사카린	Calcium saccharin	1회 제공량당 30mg 이하	

자료: 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템, KATI농식품수출정보

▶ 유해물질

미국에서 식품을 유통하기 위해서는 미국 식품의약국(FDA)의 유해물질 규정을 반드시 준수해야 함. 미국은 유해물질을 독성이 있어 치명적인 물질이나 병원성 및 발암성 물질로 정의하며, 이 물질들에 대해 식품 내 잔류한계를 규정하고 있음. 하기 표는 레토르트 식품과 즉석섭취 및 편의식품류에 적용되는 미국 유해물질 규정임. 더욱 자세한 미국 유해물질 규정은 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.5] 고객사 상온 김치찌개에 적용될 것으로 예상되는 유해물질 기준

순번	유해물질명	영문명	기준치	식품유형
1	총 아플라톡신 (아플라톡신 B1, B2, G1, G2의 합)	Aflatoxin (Aflatoxin B1, B2, G1, G2(total))	20mcgs/kg (20ppb)	레토르트 식품 즉석섭취 및 편의식품류

자료: 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템, KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

미국에서 유통되는 식품의 알레르기 유발물질은 '식품 알레르기 유발물질 표시 및 소비자 보호법'에 의하여 규정됨. 식품에 총 8가지의 알레르기 유발물질이 포함되는 식품은 라벨에 해당 성분명을 영어로 표기해야 함. 2023년 1월 1일부터 참깨가 9번째 알레르겐 성분으로 공식 지정될 예정이며, 참기름과 같이 참깨가 포함된 제품에도 해당하는 내용임. 현재 확인 가능한 고객사 상온 김치찌개 성분과 미국 알레르겐 필수표기 성분을 비교한 결과는 하기 표와 같음

[표 6.6] 고객사 상온 김치찌개 알레르겐 성분 분석

순번	표시 의무 여부	대상	고객사 상온 김치찌개 포함 여부
1	의무	우유	(-)
2	의무	달걀	(-)
3	의무	생선	V (Anchovy Extract-A)
4	의무	갑각류	(-)
5	의무	견과류	(-)
6	의무	땅콩	(-)
7	의무	대두	V (Soy Bean)
8	의무	밀	(-)

자료: 미국 식품의약국(FDA)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 에이치마트(H Mart)

Interview ② 서울밀스(Seoul Mills)

Interview ③ 월마트(Walmart)

Interview ① 에이치마트(H Mart)

40)

에이치마트 (H Mart)

수입·유통업체

담당자 정보

Store Manager

에이치마트(H Mart)
Store Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

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

Q. 미국 내 인기 있는 상온 HMR 제품은 무엇인가요?

최근 미국 내 간편식품 시장의 규모는 매우 크게 증가하였고, 특히 상온식품보다는 냉동식품의 수요가 매우 높습니다. 인기 있는 HMR 제품은 냉동 버거나 미트볼 펜네 파스타, 파스타 에 파졸리(Pasta e Fagioli[41]) 등의 냉동 파스타이며 상온식품 중에 특출나게 인기 있는 제품은 없어보이나, 스튜, 리소토, 비프 스트로가노프(Beef Stroganoff[42]) 제품류가 인기 있습니다.

Q. 현재 취급 제품 중, 가장 판매량이 높은 HMR 제품은 무엇인가요?

골든커리(Golden Curry)의 엑스트라 핫 커리 제품은 230g에 3.49달러(한화 약 4,140원[43])로, 독특한 매운 맛과 비건 제품인 점 때문에 인기 있습니다. 또한, 하우스푸드(House Foods)의 중국식 마파두부는 150g에 3.99달러(한화 약 4,730원)에 판매되고 있으며 비비고 두부 김치찌개는 460g에 6.99달러(한화 약 8,280원)입니다.

Q. 미국에서 판매되기에 고객사 제품의 가격 및 용량은 어떤가요?

고객사 제품의 경우 500g에 소매가 5.1달러(한화 약 6,040원)로, 비비고의 두부 김치찌개 제품과 비교하여 가격이 저렴합니다. 고객사 제품의 용량과 가격 모두 적절한 편이며, 미국에서 판매되기에 경쟁력이 있어 보입니다.

40) 사진자료: 에이치마트(H Mart) 홈페이지
41) 이탈리아의 대표 파스타로, 콩으로만 소스를 만들며 육류가 들어가지 않음
42) 소고기, 양파, 버섯 등을 볶아 수프에 넣은 다음, 러시아식 사워크림을 곁들인 러시아 대표 요리
43) 1달러=1,185.20원 (2021.10.01., KEB 하나은행 매매기준율)

Q. 상온 HMR 제품에 있어서 플라스틱 파우치 패키징이 적절한가요?

상온 HMR 제품 패키징으로 플라스틱 파우치 패키지는 적절한 포장 용기이며, 현재 미국에서 판매되고 있는 대부분의 상온 HMR 제품도 해당 용기를 사용하고 있습니다. 소비자 평가 중에서도 불편하다는 의견은 없었습니다.

Q. 고객사 제품의 주요 소비자는 누구일 것으로 예상하시나요?

고객사 제품의 주요 소비자는 아시아인이 될 것으로 보이며 특히 한국 소비자들은 상온 HMR 찌개류 제품에 익숙하고 자주 구매하고 있습니다. 두부 김치찌개를 먹어본 현지 미국 소비자들의 평가도 좋은 편입니다. 미국 소비자들은 한국 음식, 멕시코 음식 등 이국적인 음식들을 자주 시도해보고 있습니다. 미국 내 한국 음식의 수요도 점점 증가하고 있으며 미국인들도 한국 요리 특유의 매운맛을 좋아합니다.

Q. 미국에서 판매되고 있는 상온 HMR 제품의 주요 홍보 문구는 무엇인가요?

주로 상온 HMR 제품은 조리의 편리성과 인스턴트 식품이라도 맛과 품질이 떨어지지 않는다는 점을 위주로 홍보하고 있습니다. 마케팅 예산이 된다면 다양한 채널을 통해 홍보하는 것이 좋지만, 그렇지 않다면 소셜미디어 마케팅이 가장 효과적입니다. 이 외에도 오프라인 시식 프로모션도 좋은 홍보 방법 중 하나입니다.

Q. 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

온라인 및 아시안마트로 유통하는 것을 추천합니다. 가장 좋은 방법은 미국 내 한국 소매업체와 파트너쉽을 맺는 것입니다. 한식과 같이 각 나라의 특색 있는 음식의 경우, 해당 국가 음식을 전문적으로 취급하는 유통업체에서 구매할 수 있다는 인식이 있으며 타겟 소비자를 끌어들이기에도 좋습니다.

Interview ② 서울밀스(Seoul Mills)

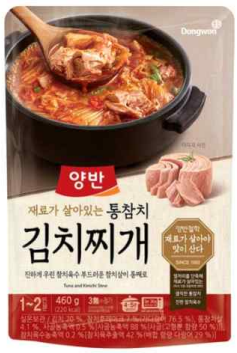
44)

서울밀스 (Seoul Mills)

수입·유통업체

담당자 정보

Sales Representative



서울밀스(Seoul Mills)
Sales Representative

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

서울밀스는 2005년에 설립된 한국산 제품 전문 수입유통업체로 식품, 생활용품, 뷰티 제품 등을 취급하고 있습니다. 식품류 중에서는 소스 및 조미료, 즉석식품, 스낵류, 반찬 등을 취급하고 있으며 자사 온라인 홈페이지를 통해 판매를 진행하고 있습니다.

Q. 미국 내 인기 있는 상온 HMR 제품은 무엇인가요?

미국인들의 라이프 스타일이 점점 더 바빠지면서, 집에서 요리하는 경우가 줄고 있습니다. 때문에 최근 미국 내 간편식품의 수요는 빠르게 증가하고 있습니다. 상온 HMR 시장에서 가장 인기 있는 제품군은 시리얼 같은 아침용 인스턴트 제품, 수프, 스낵 등입니다.

Q. 현재 취급 제품 중, 가장 판매량이 높은 HMR 제품은 무엇인가요?

한국 '양반'사의 참치김치찌개는 조리가 쉽고 한국 전통적인 맛을 가진 제품으로 수요가 높으며, 460g에 5.6달러(한화 약 6,640원)에 판매되고 있습니다. 또한, '양반'의 볶음김치도 영양이 풍부하고 칼로리가 낮아 인기 있으며 가격은 80g에 1.8달러(한화 약 2,130원)입니다. 한편 '담가'사의 김치 청국장도 인기 있는 제품 중 하나로, 200g*8개입에 80.99달러(한화 약 95,990원)에 판매되고 있습니다.

Q. 미국에서 판매되기에 고객사 제품의 가격 및 용량은 어떤가요?

저희 업체에서는 '비비고'의 김치찌개도 취급하고 있는데, 460g에 8.59달러(한화 약 10,180원)에 판매되고 있습니다. 고객사 제품의 경우, '비비고' 제품을 포함하여 현지에서 판매되고 있는 유사제품보다 용량 대비 가격이 저렴한 편입니다.

44) 사진자료: 서울밀스(Seoul Mills) 홈페이지

Q. HMR 제품에 있어서 플라스틱 파우치 패키징이 적절한가요?

미국 시중의 많은 상온 HMR 제품은 플라스틱 패키징을 사용하고 있습니다. 그밖에 냉동 HMR 제품의 경우 영하 40도 정도의 저온에도 견딜 수 있는 폴리에틸렌 수축 필름(Polyethylene shrink film) 패키지가 가장 많이 사용됩니다.

Q. 고객사 제품의 주요 소비자는 누구일 것으로 예상하나요?

고객사 제품의 주요 소비자는 젊은 층, 직장인, 여행객 등일 것으로 예상됩니다. 아시안 음식이라고 해서 미국에 거주하고 있는 아시안 소비자들에게만 인기 있는 것이 아니라 로컬 소비자들에게도 수요가 있을 것으로 예상됩니다.

Q. 미국에서 판매되고 있는 상온 HMR 제품의 주요 홍보 문구는 무엇인가요?

고객사 제품의 주요 소비자는 젊은 층이기 때문에, 유튜브 등의 소셜미디어를 통해 홍보하는 것이 가장 효과적이며 음식 분야의 인플루언서와 함께 마케팅을 진행하는 것도 좋습니다.

모 브랜드의 홍보문구인 'The only bad Kimchi is no Kimchi(유일하게 나쁜 김치는 김치를 먹지 않는 것이다)'처럼 기억하기 쉬운 캐치프레이즈를 사용하거나, 'Enjoy the savory and spicy blend(감칠맛과 매운맛을 동시에 즐겨보세요)' 같이, 새로운 맛을 시도해보자는 취지로 홍보하는 것이 중요합니다. 또한, 조리가 간편하다는 점도 반드시 강조해야 합니다.

Q. 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

가장 효과적인 유통채널은 아시안 및 한국 식품을 전문적으로 취급하는 온라인 플랫폼입니다. 저희 업체의 경우, 최근 코로나19 사태 이후 매출이 크게 증가했습니다.

Interview ③ 월마트(Walmart)

45)

월마트 (Walmart)

유통업체

담당자 정보

Category Manager

월마트(Walmart)
Category Manager

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

월마트는 1969년에 설립된 세계 최대의 유통업체로, 현재 28개국에 11,700여 개의 매장을 운영하고 있습니다. 자사 온라인 홈페이지에서도 판매를 진행 중이며 신선식품, 가공식품, 생활용품 등 다양한 식제품을 취급하고 있습니다.

Q. 미국 내 상온 HMR 시장 동향은 어떤가요?

코로나19 펜데믹 사태로 인해, 미국 내 대부분의 산업이 타격을 받았고 전반적인 경제 상황이 악화된 한편, 간편식품 시장은 매우 크게 성장하였습니다. 조리가 편리하여 빠르게 먹을 수 있다는 점 때문에 소비자 선호도가 높습니다. 또한 이전과 달리 여러번 쇼핑을 할 수 없는 상태에서 상온 HMR 제품은 보관이 용이하기 때문에 수요가 늘어나고 있습니다.

Q. 현재 취급 제품 중, 가장 판매량이 높은 HMR 제품은 무엇인가요?

미라클누들(Miracle Noodle)의 스파게티 마리나라 제품은 조리가 쉽고 칼로리가 낮아 인기 있으며 10온스(약 283g)에 5.99달러(한화 약 7,100원)입니다. 키친앤러브(Kitchen & Love) 버라이어티 팩은 비건 제품이며 6팩에 31.13달러(한화 약 36,900원)에 판매되고 있습니다. 해당 제품은 한 번에 여러 가지 제품을 구매할 수 있고 여행에 최적화되어 있어 수요가 높습니다. 또한, 테이스티바이트(Tasty Bite)의 태국 커리는 매운 맛으로 인기 있으며 10온스(약 283g) * 6팩에 36.4달러(한화 약 41,140원)입니다.

Q. 미국에서 판매되기에 고객사 제품의 가격 및 용량은 어떤가요?

현재 '비비고'의 김치찌개 제품을 460g에 17.99달러(한화 약 21,320원)에 판매하고 있는데, 이와 비교했을 때 고객사 제품의 가격은 매우 저렴한 편입니다. 그러나, 미국 시장에서는 한국 제품 뿐만 아니라 글로벌 브랜드와 함께 경쟁해야 합니다.

45) 사진자료: 월마트(Walmart) 홈페이지

Q. 상온 HMR 제품에 있어서 플라스틱 파우치 패키징이 적절한가요?

상온 HMR 패키징은 제품 변질을 막아주어야 하며, 밀봉 및 보관이 용이해야 합니다. 현재 미국 내 많은 상온 HMR 브랜드에서도 플라스틱 포장을 사용하고 있습니다.

Q. 고객사 제품의 주요 소비자는 누구일 것으로 예상하나요?

상온 HMR 제품은 편리함 및 시간 절약이 가장 중요한 셀링포인트입니다. 직장인 및 젊은 층의 경우, 조리 과정을 모두 생략하고 가열만 하여 섭취하면 되는 간편식품을 매우 선호하고 있습니다. 또한, 해당 소비층은 다양한 요리를 시도해보고자 하는 경향이 있으며 한식에 대한 평가는 좋은 편입니다.

Q. 미국에서 판매되고 있는 HMR 제품의 주요 홍보 문구는 무엇인가요?

소수 인종이나 민족에 집중한 마케팅 전략인 에스닉 마케팅(Ethnic marketing)은 매우 효과적인 마케팅 중 하나로, 이국적인 맛을 시도해보고자 하는 소비자들을 끌어들일 수 있습니다. 간편한 요리방법과 함께 이국적인 맛을 내는 핵심 재료를 중점적으로 홍보하는 것이 중요합니다. 가장 효과적인 홍보 채널은 소셜미디어와 유튜브 등의 온라인 플랫폼입니다.

Q. 추천하는 유통채널은 무엇인가요?

온라인 플랫폼을 통해 유통하는 것이 가장 쉽고 비용적으로도 효율적인 방법입니다. 그러나, 아직 오프라인 마트에서 다양한 제품을 직접 비교해보고 구매하는 소비자들도 많기 때문에 오프라인 하이퍼마트 및 슈퍼마켓으로 유통하는 것도 중요합니다.

미국(USA)

인터뷰 대상 선정

인터뷰 대상 기업체 선정
· 수입·유통업체 ○
· 유통업체 ○

	에이치마트 (H Mart)	서울밀스 (Seoul Mills)	월마트 (Walmart)
업태 ▶	수입·유통업체	수입·유통업체	유통업체
상온 김치찌개 ▶ 취급			
	상온 김치찌개	상온 김치찌개	상온 김치찌개

사진 자료: 에이치마트, 서울밀스, 월마트 제품 판매 페이지

미국(USA)

수입·유통업체 인터뷰 요약

고객사	상온 HMR 수요	가격/용량/패키징	홍보 및 유통채널
에이치마트 (H Mart) 수입·유통업체	• 미국 내 간편식품 시장규모 크게 증가 추세이나 냉동식품보다는 인기 없음 • 간편커리, 마파두부, 두부 김치찌개 제품 인기	• 가격 저렴하여 경쟁력 있음 • 용량 적절함 • 패키지 적절함	• 소셜미디어 마케팅이 효과적임 • 온라인, 아시안마트로 유통 추천 • 한국 소매업체와 파트너쉽 맺는 것이 좋음
서울밀스 (Seoul Mills) 수입·유통업체	• 간편식품 수요 증가 추세 • 참치김치찌개, 볶음김치, 김치 청국장 제품 인기	• 용량 대비 가격 저렴함 • 다수의 상온 HMR 제품도 플라스틱 패키징 사용 중	• 주요 소비자는 젊은 층이기 때문에 소셜미디어 및 인플루언서 마케팅 추천 • 온라인 한인마트로 유통 추천
월마트 (Walmart) 유통업체	• 간편식품 시장 크게 성장 • 스파게티, 각종 간편식 모음 버라이어티 팩, 간편커리 인기	• 가격 매우 저렴함 • 많은 상온 HMR 브랜드에서도 플라스틱 패키징 사용 중	• 이국적인 맛을 위주로 홍보하는 에스닉 마케팅 추천 • 온라인 홍보 및 유통이 효과적이나, 오프라인 마트 유통도 중요함

(*) 현지 경쟁품 취급 수입·유통업체 인터뷰 3개사

Ⅷ. 시사점

Export Insights

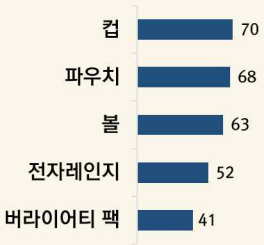
미국 온라인매장 상온 간편조리식품 경쟁제품 관련 키워드

소비 특징 ①

상온 간편조리식품 주요 경쟁제품 키워드, 라멘 및 비프 스튜

온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 상온 간편조리식품의 주요 경쟁제품 키워드로 라멘 관련 키워드가 가장 빈출되는 것이 확인되었음. 뒤이어 비프 스튜, 스테이크, 치킨 수프 등 육류 제품과 관련된 키워드가 빈출하였음. 맥앤치즈, 쌀국수, 우동, 포 등 한 끼 대체 면 요리 제품 관련 키워드 역시 다량 도출되었음. 한편 고객사 제품과 비슷한 김치찌개 관련된 키워드는 도출되지 않았음

한편, 온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 상온 간편조리식품의 브랜드 키워드로 케이제이폴트리 브랜드 관련 키워드가 가장 빈출하였음. 뒤이어 호멜, 에이치엠알 브랜드 관련 키워드가 빈출하였음. 한편 도출된 19개 브랜드 중 아시아 각국의 면 요리를 간편조리식품화해 판매하고 있는 애니천 브랜드 관련 키워드가 빈출 순위 4위로 나타남



미국 온라인매장 상온 간편조리식품 패키징 관련 키워드

소비 특징 ②

상온간편조리식품 주요 패키징 키워드, 컵 및 파우치

온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 상온 간편조리식품의 주요 패키징 키워드로 컵 관련 키워드가 가장 빈출하는 것으로 나타남. 이는 별도의 용기가 필요 없도록 포장한 제품이 많은 것과 관련있는 것으로 보임. 뒤이어 파우치 관련 키워드가 많이 도출했으며, 컵과 비슷한 키워드인 볼 관련 키워드도 많이 도출되는 것으로 나타남. 패키징 키워드 자체로 제품을 홍보하는 제품도 많이 도출되었으며, 이는 제품의 간편함을 강조하기 위한 것으로 보임

한편, 미국 현지 상온 김치찌개 수입 · 유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 소비자들에게 플라스틱 파우치 패키지가 익숙한 패키지인 것으로 나타났으며, 다른 다수 상온 HMR 제품들 역시 플라스틱 파우치 패키지가 일반적인 것으로 나타남

미국 온라인매장 상온 간편조리식품 홍보문구 관련 키워드

소비 특징 ③

상온 간편조리식품 주요 홍보문구 키워드, 건강 관련 키워드 多

온라인매장 판매 제품 키워드 분석 결과, 판매 중인 상온 간편조리식품의 주요 홍보문구 키워드로 '글루텐 프리', 'GMO 프리', '비건', '코셔' 등 건강과 관련된 홍보문구 키워드가 빈출한 것으로 나타남. '빠른' 등 간편함을 강조하는 홍보문구 키워드 역시 많이 도출되었으나, 건강 관련 홍보문구 키워드에 비해서는 적게 도출되었음

한편, 미국 현지 상온 김치찌개 수입 · 유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 추천 홍보 방식으로 이국적인 맛을 홍보하는 에스닉 마케팅이 추천되었으며, 소셜미디어 및 인플루언서를 활용한 마케팅이 담당자들 사이에 언급되었음

미국 간편조리식품 유통채널 점유율

유통채널

하이퍼마켓/슈퍼마켓, 온라인이 주류

상온 김치찌개가 포함된 미국 간편조리식품 유통채널 점유율 조사 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 76.3%로 가장 많은 점유율을 보였음. 뒤이어 온라인이 15.4%의 점유율을 보였으며, 아시안마트 및 한인마트가 포함된 개인 및 기타 식료품점은 1.9%의 점유율을 보임. 미국 간편조리식품 유통채널 점유율 가운데 한국 점유율과 가장 큰 차이를 보이는 유통채널은 편의점으로, 미국 점유율이 1.3%로 전체 유통채널 중 낮은 비중에 속하는 반면 한국 점유율은 29.7%의 높은 비중을 보임

한편, 미국 상온 김치찌개 수입 · 유통업체 3개사를 선정해 담당자와 인터뷰를 진행한 결과, 담당자 3명 모두 온라인 유통채널로의 진출을 추천하였음. 특히 1명의 담당자는 온라인 한인마트로의 유통을 추천한다고 언급하였음. 오프라인 유통채널로의 진출 역시 2명의 담당자가 언급하였으며, 아시안마트 및 슈퍼마켓으로의 진출이 추천되었음

- Point 01. 미국 수출 위해 식품안전현대화법 따른 수입식품 사전신고 절차 필수
- Point 02. 미국 수출 제품 라벨링, 식품의약국(FDA) 기준 준수

진입장벽

상온 김치찌개 제품을 미국에 수출 시, 식품안전현대화법(Food Safety Modernization Act, FSMA)에 의하여 식품 시설 등록과 수입식품 사전신고가 필수인 것으로 나타남. 인증의 경우 필수 취득 인증은 없으나, HACCP 등 글로벌 공통 인증 및 비건, 할랄, 코셔 인증과 같은 미국 민간 인증을 선택적으로 취득하여 활용할 수 있음. 미국 수출 제품은 식품의약국(FDA)에서 규정한 라벨링 기준을 준수해야 하며, 식품첨가물 최대허용량은 GMP 기준을 지켜야 하는 것으로 나타남. 한편, 고객사 제품의 경우 레토르트 식품군에 포함되므로 아플라톡신 함유 기준치를 준수하는 것이 중요한 것으로 조사됨

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Soup in the US」, 2020.12
2. 유로모니터(Euromonitor), 「Ready Meals in the US」, 2020.12
3. 식품음료신문, 「[마켓트렌드] 미국 온라인 식품 시장 54% 고성장…K-푸드 적극 공략 필요」, 2021.07
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in the US」, 2021.02
5. 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in the US Country Report」, 2021.02
6. 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-commerce in the US Country Report」, 2021.02
7. 미국 식품의약국(FDA), 「Food Allergen Labelling and Consumer Protection Act(FALCPA)」, 2004

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. 식품음료신문 (www.thinkfood.co.kr)
5. 아마존(Amazon) (amazon.com)
6. 월마트(Walmart) (walmart.com)
7. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
8. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
9. 이베이(eBay) (www.ebay.com)
10. 달라스뉴스(Dallas News) (www.dallasnews.com)
11. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
12. 워싱턴포스트(The Washington Post) (www.washingtonpost.com)
13. 에이티아메리카(aT America) (www.atcenteramerica.com)
14. 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews) (www.supermarketnews.com)
15. 세븐일레븐 (7-Eleven) (www.7-eleven.com)
16. 포브스(Forbes) (www.forbes.com)
17. 크로거(Kroger) (www.kroger.com)
18 워싱턴포스트(The Washington Post) (www.washingtonpost.com)
19. 어바웃아마존(About Amazon) (www.aboutamazon.com)
20. 교차로월드(Kyocharoworld) (www.kyocharoworld.com)
21. 뉴욕타임즈(NYT) (www.nytimes.com)
22. 에이치마트(H Mart) (www.hmart.com)
23. 시온마켓(Zion Market) (www.zionmarket.com)
24. 써클케이(Circle K) (www.circlek.com)
25. 씨에스피데일리(CSP Daily) (www.csapdaily.com)
26. 국가관세종합정보망 서비스 (unipass.customs.go.kr/clip/index.do)
27. 통합무역정보서비스 (tradenavi.or.kr)
28. 미국 식품의약국(FDA) (www.fda.gov)
29. 미국 관세국경보호청(CBP) (www.cbp.gov)
30. 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템 (ecfr.federalregister.gov)
31. 비건액션(Vegan Action) (vegan.org)
32. 오소독스유니온코셔(Orthodox Union Kosher) (www.oukosher.org)
33. 아이에프에이엔시에이(IFANCA) 한국 지사 (www.ifanca.co.kr)
34. 서울밀스(Seoul Mills) (www.seoulmills.com)

aT 한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

· 발행 겸 편집 | aT 한국농수산식품유통공사
· 발 행 일 자 | 2021.11.12

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

Copyright 2021 aT 한국농수산식품유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea

KaTi
농 식 품 수 출 정 보