

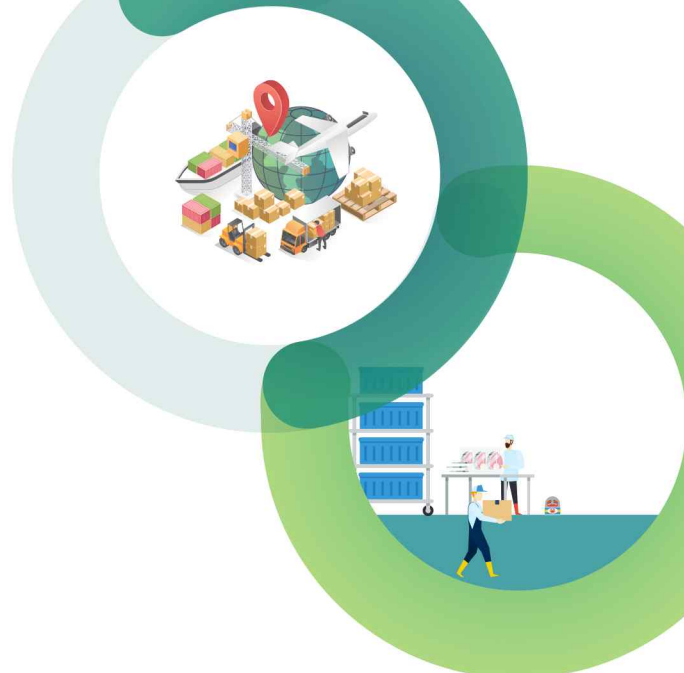


2022 수산물 수출기업 맞춤형 시장조사



No. | 202211-05
품목 | 생선죽
HS CODE | 2104.10-2000
국가 | 미국(U.S.A)
구분 | 시장분석형

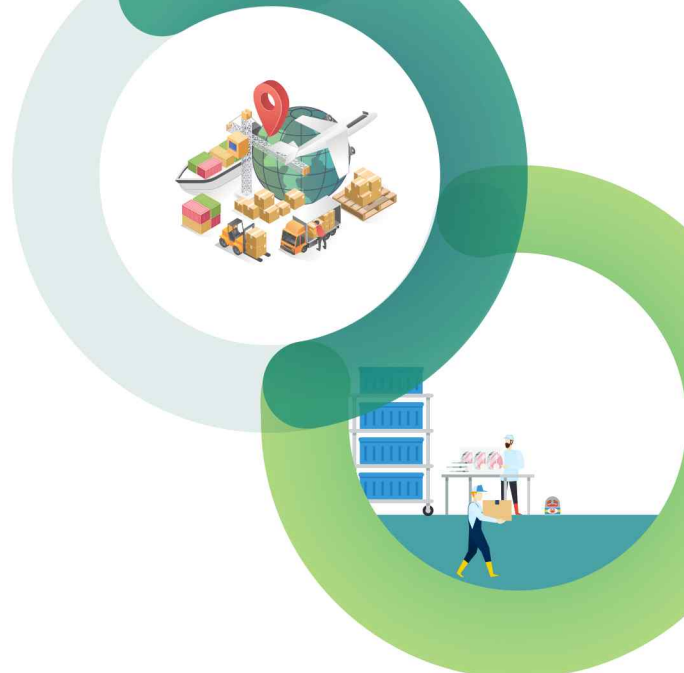




CONTENTS

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 미국 수산가공식품 시장규모	06
2. 한국 수산가공식품 시장규모	07
3. 미국 생선죽 수입규모	08
4. 미국 생선죽 수입금액	09
III. 시장트렌드	
1. 코로나 19 이후 미국 수산물 소비 증가	11
2. 미국, 특정 수산물 외에는 수산물 가공품이 인기 더 높아	12
3. 생선죽, 아시아계 소비자에게는 매우 익숙한 음식	13
4. 생선과 곡물이 포함된 여러 음식	14
IV. 유통채널	
1. 미국 생선죽 유통채널 비교	16
2. 미국 생선죽 유통채널 특징	17
3. 미국 생선죽 B2C 유통채널	21





CONTENTS

V. 진입장벽

1. 생선죽 통관 및 검역 절차	30
2. 생선죽 수출 전 사전 준비	31
3. 생선죽 국내 수출 신고 및 통관	45
4. 생선죽 국내 수출 검역 및 검사	47
5. 생선죽 미국 수입 신고 및 통관	49
6. 생선죽 미국 수입 검역 및 검사	51

VI. 수입·유통업체 인터뷰

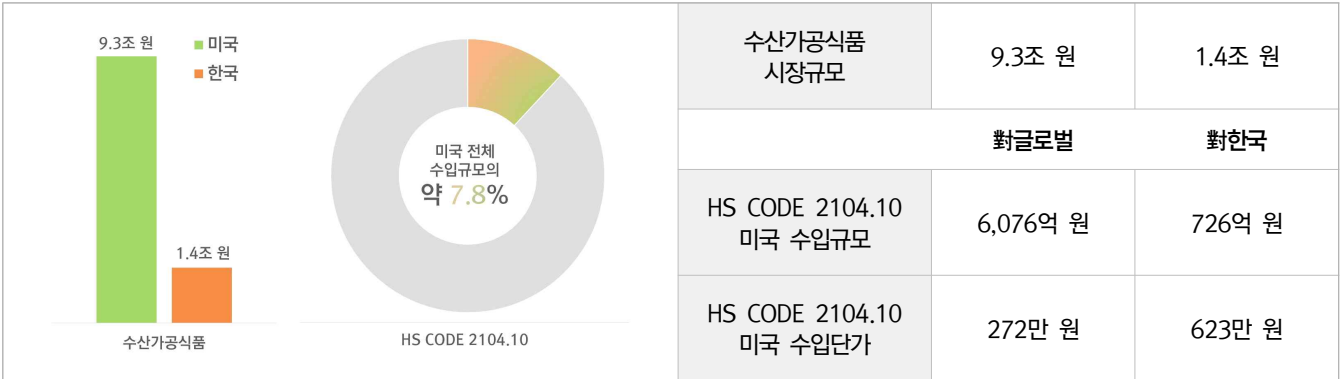
Interview ① 울타리(Wooltari)	53
Interview ② 코퍼리버씨푸드(Copper River Seafoods)	56
Interview ③ 에이치마트(H Mart)	58

※ 참고문헌	61
--------	----



Summary

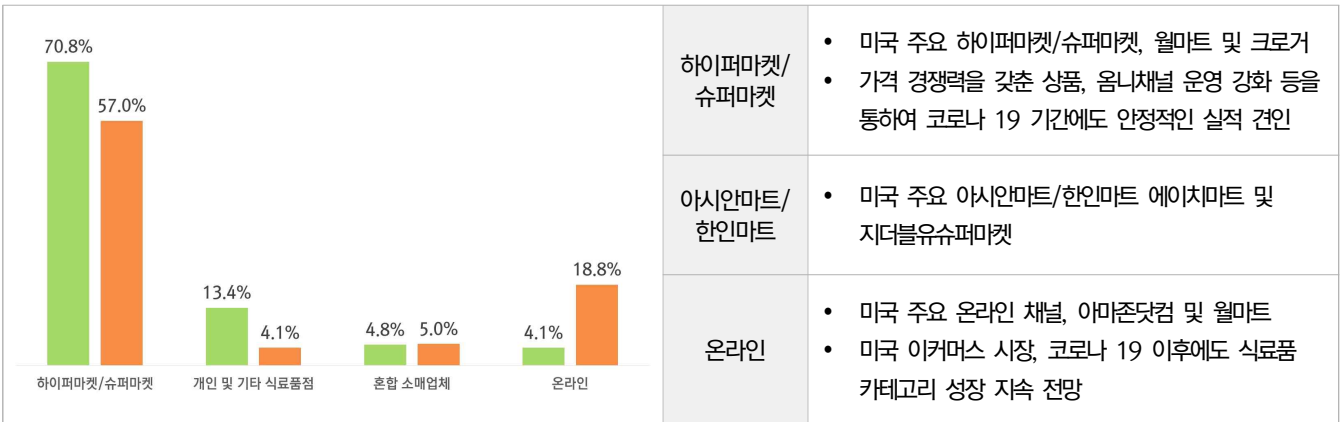
■ 시장분석



■ 시장트렌드

Topic ①	미국 수산물 소비량, 코로나 19 이후 상승 추세
Topic ②	미국 수산물가공식품 시장, 건강 및 웰빙 의식 향상으로 성장 전망
Topic ③	현지에서 인기 있는 죽 유사 제품으로 포리지, 콘지 등이 있으나, 닭고기나オート밀 등으로 만든 품목이 인기
Topic ④	콘지 조리 시 사용되는 생선은 주로 광어, 대구 등의 환살 생선

■ 유통채널



■ 진입장벽

담당 기관	<ul style="list-style-type: none"> 미국 식품의약국, 미국 해양대기국, 미국 관세국경보호청 등 	국내 수출 검역 및 검사	<ul style="list-style-type: none"> 수산물가공식품은 수출 시 검역대상 지정검역물품에 해당 無
수출 전 사전 준비	<ul style="list-style-type: none"> HACCP 인증 취득 必 미국, 수산물 수입 모니터링 확대 	미국 수입신고 및 통관	<ul style="list-style-type: none"> 미국 수입식품, 도착 이전에 화물 관련 정보 관세국경보호청에 사전 통지 必
국내 수출신고 및 통관	<ul style="list-style-type: none"> 수출신고 및 통관 시 수출신고서, 선하증권, 송장 등 제출 필요 	미국 수입검역 및 검사	<ul style="list-style-type: none"> 미국 식품의약국 수입 경보에 유의 업체로 지정될 경우 향후 통관 거부 가능성 있으므로 주의 필요

■ 수입·유통업체 인터뷰

Point 01.	<ul style="list-style-type: none"> 미국에서 수산물가공식품 시장은 수요가 높은 시장 현지에서 인기 있는 생선가공식품은 주로 냉동, 훈제, 통조림 등의 형태 현지에서 죽은 주로 미국에 거주하는 아시아계 소비자들이 구매
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> 최근 온라인을 통한 수산물가공식품 구매가 증가하는 추세이므로 고객사 진출 채널로 온라인 추천 미국 소비자들이 즐겨 먹는 '포리지', 'オート밀' 등의 죽 유사 제품이 있으나, 한국식 죽에 대한 인식은 부족하므로 SNS 등을 통한 효과적인 마케팅 방법 추천

(*) A사-B사 : 한국 경쟁사명 이니셜 처리





II. 시장규모

1. 미국 수산가공식품 시장규모
2. 한국 수산가공식품 시장규모
3. 미국 생선죽 수입규모
4. 미국 생선죽 수입금액

1. 미국 수산가공식품 시장규모

● 미국 국가 일반 정보¹⁾

면적	983만km ²
인구	3억 3,189만 명
GDP	24조 8,000억 달러
1인당 GDP	7만 4,725달러

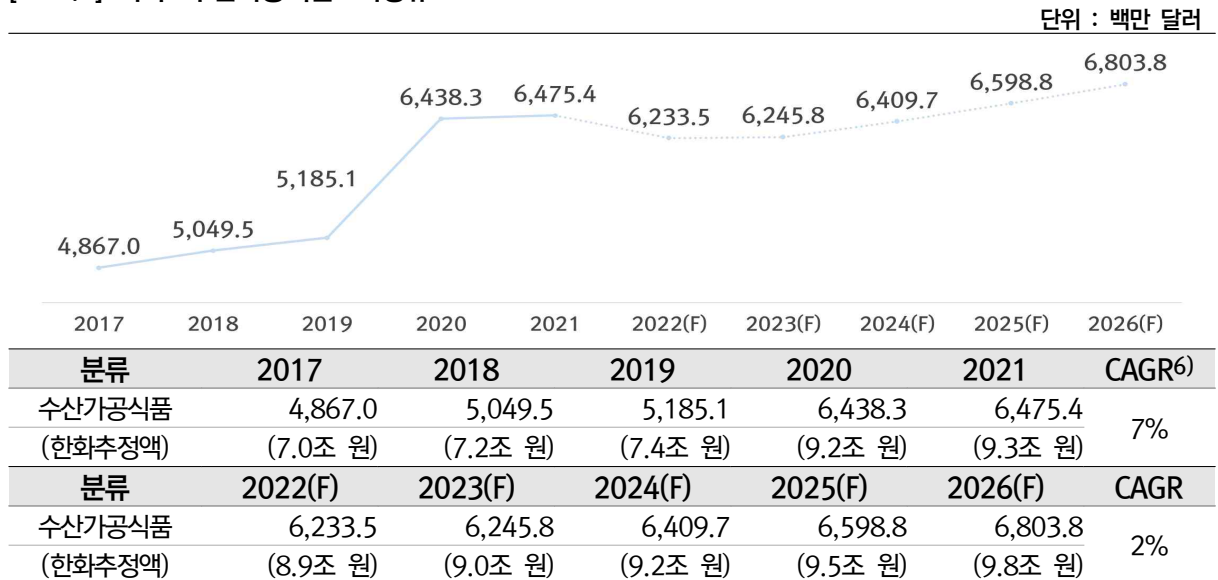
▶ 2021년 미국 수산가공식품 시장규모 약 9.3조 원

2021년 미국 수산가공식품(Processed Seafood) 시장규모는 전년 대비 1%가량 성장한 약 9.3조 원으로, 품목별로는 냉동 수산가공식품(44%), 상온 수산가공식품(42%), 냉장 수산가공식품(14%) 순으로 확인됨. 미국 해당 시장은 지난 5년(2017-2021년)간 연평균 7% 성장한 것으로 확인됨

▶ 미국 수프 시장, 향후 5년간 연평균 2% 성장 전망

미국 수프 시장은 향후 5년(2022-2027년) 동안 연평균 2% 성장하여 2027년까지 약 73억 달러 규모에 이를 것으로 전망됨. 해당 시장은 완조리/인스턴트 수프(44%)와 통조림 액상 수프(35%)가 시장 대부분을 양분하고 있으며, 분말 수프(13%), 냉장 수프(6%)가 그 뒤를 잇는 가운데 냉동 수프 및 초고온살균(UHT) 수프 점유율은 1%에 그쳤음. 지난 5년간 수프 맛별 1-3위는 치킨 누들, 육류 및 채소, 토마토가 차지해 수산물 맛 수프는 상위권에서 발견되지 않음. 생선이나 조개류 및 야채를 넣어 걸쭉하게 만든 수프인 ‘클램 차우더(Clam chowder)’는 해당 기간 6위를 차지함²⁾³⁾

[표 2.1] 미국 ‘수산가공식품’ 시장규모⁴⁾⁵⁾



자료: 유로모니터(Euromonitor)

1) 외교부, 「국가개황」, 2021

2) 인더스트리ARC(IndustryARC), 「U.S. Soup Market size Rerpot, 2022-2017

3) 유로모니터(Euromonitor), 「Cooking Ingredients and Meals_Analysis by Flavour」

4) 미국 '생선족' 세부 품목에 대한 시장규모가 집계되지 않아 유로모니터 '수산가공식품(Processed Seafood)' 시장규모를 조사함

5) 1달러=1,434.80원(2022.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 한국 수산가공식품 시장규모

▶ 2021년 한국 수산가공식품 시장규모 약 1.4조 원

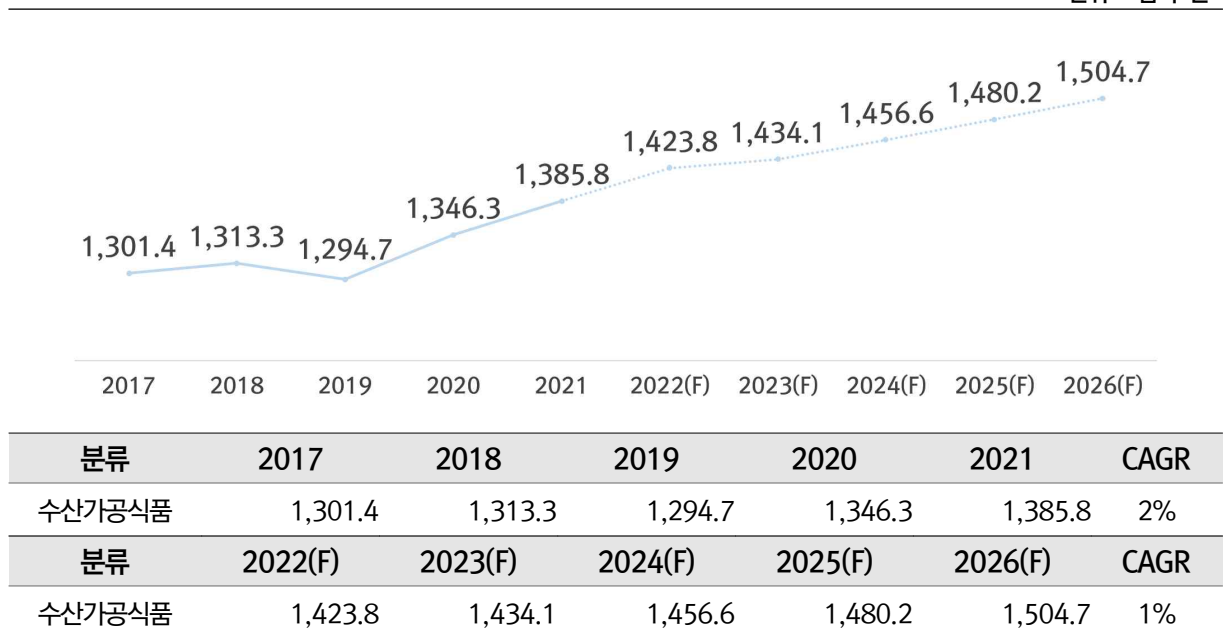
2021년 기준 한국 수산가공식품(Processed Seafood) 시장규모는 미국 시장의 약 15%에 해당하는 1조 4조 원으로 집계됨. 품목별로는 상온 수산가공식품(54%)이 과반을 차지했으며, 냉장 수산가공식품은 37%, 냉동 수산가공식품은 9%를 점유함. 지난 5년(2017-2021년) 중 전년 대비 시장규모가 위축된 2019년을 제외하고 매년 전년 대비 증가세를 보이며 해당 기간 연평균성장률 2%를 기록했음

▶ 한국 수산가공식품 시장규모, 향후 완만한 성장 관측

한국 수산식품 산업 영역은 차츰 가공품에서 고차 가공품으로 확대되는 추세로, 최근에는 코로나 19 여파로 가정간편식(HMR) 외에도 밀키트 등 새로운 형태의 제품이 등장하고 있음. 또한, 한국 소비자들은 쉽게 섭취할 수 있는 제품, 간식 형태의 제품에 대해 점점 더 큰 관심을 보이고 있어 이에 대응하기 위한 제품 개발이 필요한 것으로 보임. 한국 수산가공식품 시장규모는 향후 5년(2022-2026년) 동안 연평균성장률 1%를 보이며, 2026년에 시장규모가 약 1.5조 원에 이를 것으로 전망됨⁷⁾

[표 2.2] 한국 ‘수산가공식품’ 시장규모

단위 : 십억 원



자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 한국수산경제, 「우리나라 수산가공산업 현황 분석」, 2020.11

3. 미국 생선죽 수입규모

● 생선죽 HS CODE

해당 장에서 생선죽은 'HS CODE 2104.10'으로 분류됨
 HS CODE 제2104호의 품명은 '수프·브로드(broth)와 수프·브로드(broth)용 조제품, 균질화한 혼합 조제 식료품'임
 'HS CODE 2104.10-2000'의 품명은 '어류로 만든 것'임

▶ HS CODE 2104.10 미국 對글로벌 수입액 약 6,076억 원

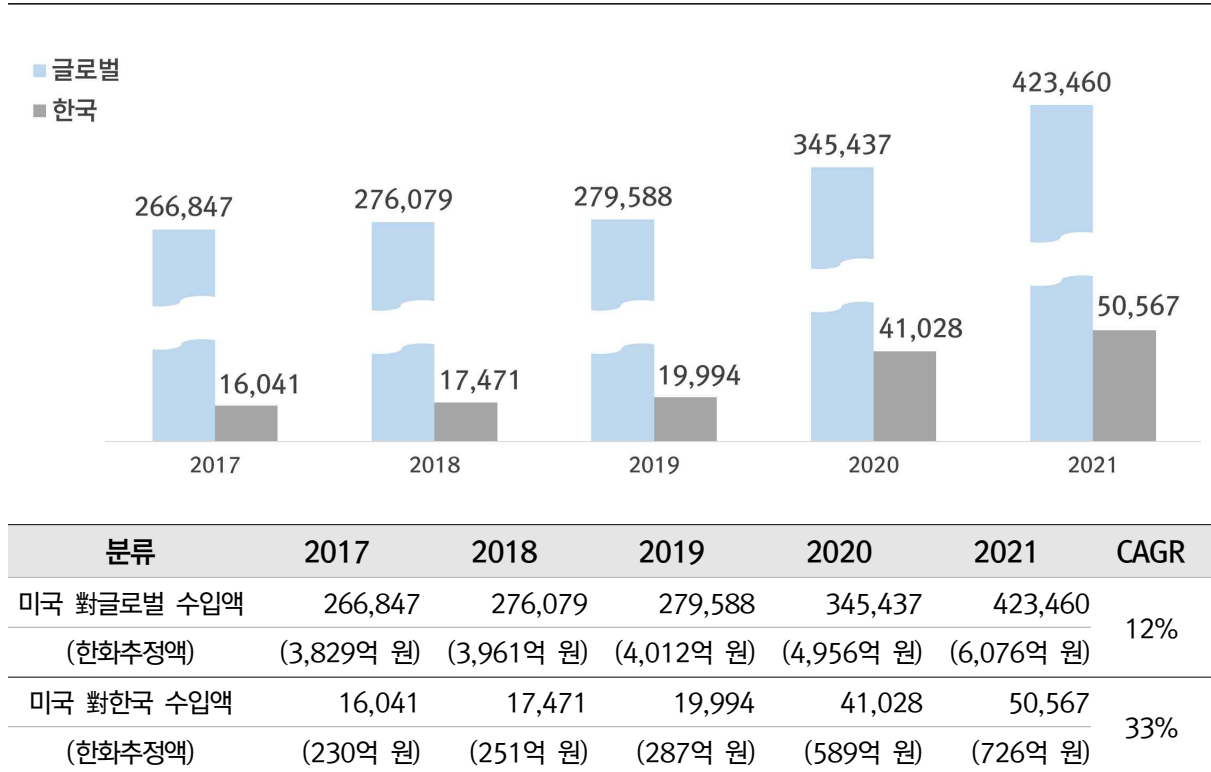
2021년 기준 HS CODE 2104.10 품목의 미국 對글로벌 수입액은 약 6,076억 원으로 집계됨. 해당 품목의 미국 對글로벌 수입액은 최근 5년(2017-2021년) 중 처음 3년 동안은 전년 대비 완만한 성장세를 보였으나 2020년 기준 24%, 2021년 기준 23% 급증하면서 해당 기간 연평균 12%의 성장률을 기록함

▶ HS CODE 2104.10 미국 對한국 수입액 3위

2021년 기준 HS CODE 2104.10의 미국 對한국 수입액은 약 726억 원으로 전체 수입액 기준 3위(점유율 약 12%)를 차지했으며, 지난 5년(2017-2021년)간 연평균 33%의 가파른 성장세를 기록함. HS CODE 2104.10의 미국 對글로벌 수입액 기준 1위는 캐나다(약 2,250억 원), 2위는 멕시코(약 877억 원) 순으로 확인됨

[표 2.3] 미국 '생선죽' 수입규모⁸⁾⁹⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre)

8) 자료: ITC(International Trade Centre)

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

4. 미국 생선죽 수입금액

▶ 미국 HS CODE 2104.10, 1톤당 수입단가 약 272만 원

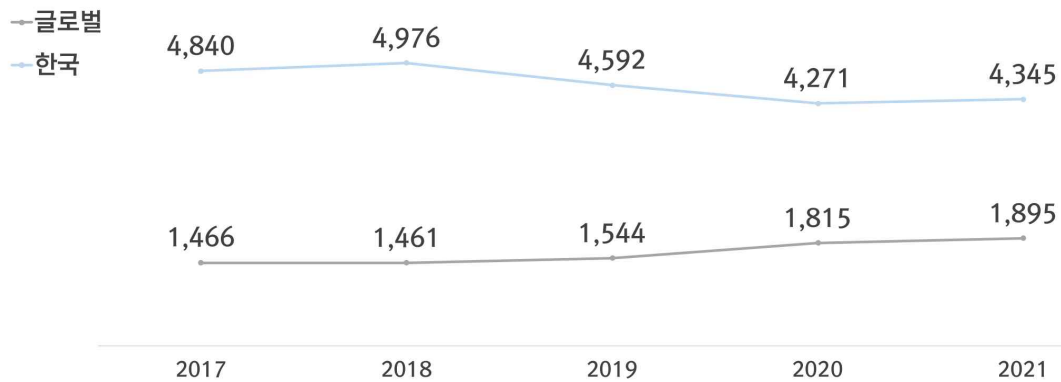
2021년 기준 HS CODE 2104.10의 미국 對글로벌 수입단가는 전년 대비 약 4% 상승한 272만 원으로 집계됨. 해당 품목의 수입단가는 최근 5년(2017-2021년) 동안 연평균 7% 상승함

▶ 미국 HS CODE 2104.10 수입단가, 한국 35위

2021년 기준 HS CODE 2104.10의 미국 對한국 수입단가는 약 623만 원으로 글로벌 35위에 해당함. 지난 5년(2017-2021년) 동안 해당 품목의 미국 對한국 수입량은 연평균 37% 증가한 한편, 수입단가는 연평균 3%의 하락세를 보였음. 해당 품목의 미국 對글로벌 수입단가 순위는 1위 노르웨이(약 5,428만 원), 2위 싱가포르(약 2,535만 원), 3위 볼리비아(약 2,152만 원)로 확인됨

[표 2.4] 미국 '생선죽' 단위당 수입금액¹⁰⁾¹¹⁾

단위 : 달러/톤, 톤



분류	2017	2018	2019	2020	2021	CAGR
미국 對글로벌 수입금액	1,466	1,461	1,544	1,815	1,895	7%
(한화추정액)	(210만 원)	(210만 원)	(222만 원)	(260만 원)	(272만 원)	
미국 對글로벌 수입량	182,011	188,920	181,101	190,271	223,445	5%
미국 對한국 수입금액	4,840	4,976	4,592	4,271	4,345	-3%
(한화추정액)	(694만 원)	(714만 원)	(659만 원)	(613만 원)	(623만 원)	
미국 對한국 수입량	3,314	3,511	4,354	9,606	11,639	37%

자료 : ITC(International Trade Centre)

10) 자료: ITC(International Trade Centre)

11) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨



III. 시장트렌드

1. 코로나 19 이후 미국 수산물 소비 증가
2. 미국, 특정 수산물 외에는 수산물 가공품이 인기 더 높아
3. 생선죽, 아시아계 소비자에게는 매우 익숙한 음식
4. 생선과 곡물이 포함된 여러 음식

1. 코로나 19 이후 미국 수산물 소비 증가

▶ 미국 수산물 소비량, 코로나 19 이후 소폭 상승

2021년 기준 미국 수산물 소매판매량은 전년 대비 약 9% 상승한 200만 톤이었으며, 소매판매액은 285억 달러(약 40조 8,918억 원¹²⁾) 규모였음. 소매판매는 향후 5년간 연평균 5%씩 상승하여 2026년에는 375억 달러(약 53조 8,050억 원) 규모를 달성할 것으로 전망됨. 다만, 수산물 소비량 자체는 소폭 상승한 수준인데, 이는 미국 소비자들이 기존에는 주로 외식업체에서 수산물을 섭취하다, 코로나 19 이후 집에서 수산물을 조리한 후 섭취하는 비중이 높아진 것이 요인인 것으로 분석됨. 특히, 가정 내 취식을 염두에 둔 냉장 수산물 가공식품의 성장세가 두드러진 것으로 나타남

▶ 냉동 수산물에 대한 수요 증가

수산물, 특히 신선 수산물에 대한 거부감이 높은 미국에서 냉동 및 냉장 수산물에 대한 수요가 증가하고 있음. 특히 냉동 기술의 발달로 갓 잡은 생선과 수산물을 곧바로 냉동시켜 제품화시킬 수 있게 되었고, 이에 냉동 수산식품에 대해 ‘안전하다’라는 이미지를 소비자들이 갖게 되면서 수요가 더욱 늘어날 것으로 보임. 2021년 기준 냉동 및 냉장 수산물은 전체 소매판매의 70%를 차지할 정도로 높은 수요를 보였으며, 그중 냉동 수산물 소매판매는 전년 대비 2.8%, 2019년 대비 40.8% 증가한 72억 달러(약 10조 3,306억 원) 규모를 달성함¹³⁾¹⁴⁾¹⁵⁾¹⁶⁾

[표 3.1] 미국 수산물 소매 시장

구분	단위 : 백만 달러				
	2017	2018	2019	2020	2021
물고기 (Fish)	5,653.1	5,900.9	6,114.8	7,763.4	8,679.4
갑각류 (Crustaceans)	6,409.1	6,671.0	7,063.2	9,563.6	10,986.6
물고기 및 해산물 (Fish and Seafood)	18,404.8	19,065.4	19,575.6	25,381.5	28,497.9
연체류 (Molluscs and Cephalopods)	6,342.6	6,493.5	6,397.6	8,054.6	8,831.8

자료: 유로모니터(Euromonitor)

12) 1달러=1,434.80원(2022.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

13) 유로모니터(Euromonitor), 「Fresh Food in the US Country Report」, 2022.02

14) KMI한국해양수산개발원 해외시장분석센터, 「미국의 수산물 시장동향 조사분석 보고서」, 2018.06

15) 세계양식학회지(Journal of the World Aquaculture Society), 「Retail market trends for seafood in the United States」, 2022.08

16) 씨푸드소스(SeafoodSource), 「US fresh, frozen seafood retail sales set records in 2021」, 2022.01

2. 미국, 특정 수산물 외에는 수산물 가공품이 인기 더 높아

▶ 미국 소비자가 가장 많이 섭취하는 수산물, ‘새우’

미국 현지인들이 가장 선호하는 수산물은 새우인 것으로 나타남. 2014년 기준 1인당 새우 1.8kg을 소비했으며, 이는 1인당 전체 식용 수산물 소비량 대비 27% 비중임. 이외에도 2020-2021년 기준 슈퍼마켓에서 판매된 수산물 중에서도 가장 높은 비율을 차지했는데, 소매판매액 기준 49억 2,100만 달러 규모였으며, 뒤를 이어 연어, 참치, 게, 랍스터 등이 차지하는 등 갑각류 수산물에 대한 선호가 두드러짐

▶ 수산가공식품 시장, 건강 및 웰빙 의식 향상으로 성장 전망

전통적으로 미국 소비자들의 주된 단백질 공급원은 붉은 고기나 가금류로, 수산물은 이들에 비해 선호도가 낮았음. 또한, 수산물 중에서도 비린 맛이 적은 갑각류나 흰살 생선의 소비가 주된 비율을 차지함. 그러나 코로나 19 이후 건강 및 라이프스타일 측면에서 육류 대신 수산물을 찾기 시작한 소비자가 증가하고 있으며, 이에 수산물 가공식품의 성장세가 기타 육류 제품의 성장세와 유사한 수준에 이름. 또한, 인간과 환경 모두를 아우르는 지속가능한 소비에 대한 관심이 일반적인 소비 패턴으로 자리 잡고 있음. 가공육과 달리 수산물의 1인당 소비량이 지속적으로 변화하고 있는 상황과 이러한 현지 소비 동향을 고려해볼 때 가공육과 달리 수산물의 소비량은 향후 몇 년 동안 꾸준히 증가할 것으로 예상됨¹⁷⁾¹⁸⁾¹⁹⁾²⁰⁾²¹⁾²²⁾

[표 3.2] 2020년 미국 종류별 1인당 수산물 소비량

구분	전체	새우	연어	틸라피아	알래스카 대구	대구	계
파운드 (Pound)	19	5	2.83	1.07	0.88	0.57	0.52

자료: 미국 해양대기청(NOAA)

17) 씨푸드소스(SeafoodSource), 「Top 10 list of most-consumed seafood species in US revealed」, 2022.05

18) KMI한국해양수산개발원 해외시장분석센터, 「미국 권역별 수산물·수산식품 시장동향」, 2019.17

19) 세계양식학회지(Journal of the World Aquaculture Society), 「Retail market trends for seafood in the United States」, 2022.08

20) KMI한국해양수산개발원 해외시장분석센터, 「미국의 수산물 시장동향 조사분석 보고서」, 2018.06

21) 미국 해양대기청(NOAA), 「Fisheries of the United States 2019」, 2021.05

22) 유로모니터(Euromonitor), 「Staple Foods in the US Country Report」, 2022. 02

3. 생선죽, 아시아계 소비자에게는 매우 익숙한 음식

▶ 미국의 일반적인 수산물 소비 행태

미국은 수산물의 위생 문제에 경각심이 높으며, 수산물을 어떻게 조리해야 할지에 대한 지식이 적어 조리가 간편한 HMR, 냉동 또는 통조림 형태의 가공 수산물을 선호함. 또한, 일반 소매점보다는 레스토랑으로 납품되는 수산물의 비중이 더 높은 편이며, 수입 수산물은 대부분 현지인 대상의 유통채널보다는 수산물 음식에 친숙한 아시아계가 주로 거주하는 서부 지역의 하이퍼마켓/슈퍼마켓이나 레스토랑을 통해 유통됨

▶ 미국 내 생선 및 죽 관련 음식

미국은 전통적으로 신선 음식 소비에 대한 경각심이 높고, 수산물 또한 제한된 종류가 대부분의 소비량을 차지하고 있음. 생선죽과 유사한 상품은 죽(rice porridge)이나 콘지(Congee),オート밀 포리지, 리조토 등이 있으며, 곡물이 제외된 음식은 생선 수프나 생선 스투 등이 있음. 콘지는 쌀, 콩으로 만드는 미음과 유사한 음식으로, 아시아계 소비자에게 더 익숙한 식품임. 콘지는 닭고기가 첨가된 것이 가장 대중적이나, 생선이 포함된 콘지도 다수 존재함. 다만, 이는 현지 소비자에게 익숙한 품목은 아니며, 아시아계 채널이나 온라인 물을 통해서 판매되는 것으로 보임. 현지인에게 익숙한 리조토나 스투 등의 이탈리아 음식도 수산물이 포함되지 않은 식품 위주였으며, 현지인 대상의 유통채널에서는 새우나 게와 같은 갑각류 수산물을 포함한 제품만을 판매하고 있는 경우가 대부분임²³⁾²⁴⁾²⁵⁾²⁶⁾

[그림 3.1] 미국 수산물 전문 레스토랑



고급 수산물 레스토랑



캐주얼 다이닝



저가형 수산물 프랜차이즈

자료: 오션프라임(Ocean Prime), 락피쉬그릴(Rock Fish Grill), 캡틴디스씨푸드(Captain D's Seafood)

23) KMI한국해양수산물개발원 해외시장분석센터, 「미국 권역별 수산물·수산물식품 시장동향」, 2019.17
 24) KMI한국해양수산물개발원 해외시장분석센터, 「미국의 수산물 시장동향 조사분석 보고서」, 2018.06
 25) 더카운터(The Counter), 「Seventy percent of seafood is purchased when dining out」, 2020.04
 26) 씨푸드소스(SeafoodSource), 「Survey on US seafood consumption contains surprises」, 2019.01

4. 생선과 곡물이 포함된 여러 음식

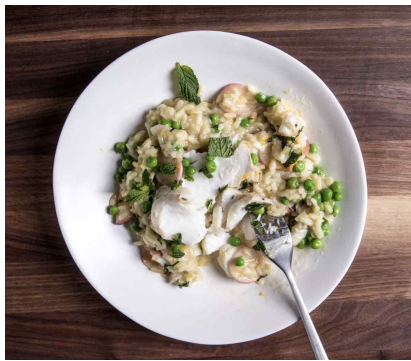
▶ 가공 수산식품에 대한 선호가 지배적

미국에서는 주로 갑각류 제품을 원물로 구매하여 그릴에 구워 먹거나, 바로 조리하여 먹을 수 있는 HMR 제품, 그리고 손질되어 간편한 조리가 가능한 냉동 제품을 선호하는데, 수산물의 경우 통조림 참치나 필렛 형태로 가공된 냉동 넙치, 훈제 연어, 튀김 새우용 냉동 제품이 대표적인 것으로 조사됨

▶ 대표적인 생선 및 곡물 레시피

수산물을 원물 그대로 조리한 식품(스테이크, 조림, 튀김 등)을 선호하는 미국에서 유명한 수산물 요리로는 새우나 랍스터를 활용한 것, 칼라마리로 불리는 오징어 튀김, 연어·대구·농어 스테이크 등이 있음. 아시아 음식을 소개하는 여러 레시피 사이트에서 생선이 들어간 콘지 조리 시 선보이고 있는 생선 종류는 대부분 광어나 대구 등 흰살 생선인 것으로 보임. 생선 리조토의 경우에도 대부분 흰살 생선을 활용한 레시피였으며, 스투의 경우 이탈리아(지중해)식으로 조리된 토마토 스투에 생선 및 기타 수산물이 포함된 레시피가 다수임. 다만, 생선보다는 새우나 홍합, 조개가 주된 재료로 소개되는 경우가 많았음. 소매 유통채널에서 판매되는 제품 중에서는 클램차우더나 새우와 홍합이 주로 포함된 토마토 스투 밀키트 정도가 조사 대상 품목과 유사한 제품임²⁷⁾²⁸⁾

[그림 3.2] 레시피 사이트에 소개된 흰살 생선 리조토와 생선 콘지



자료: 푸드앤와인(Food & Wine), 더웍스오브라이프(The Woks of Life)

27) 캐나다 농업부(Agriculture Canada), 「Fish and seafood trends in the United States」, 2022

28) KMI한국해양수산개발원 해외시장분석센터, 「미국의 수산물 시장동향 조사분석 보고서」, 2018.06



IV. 유통채널

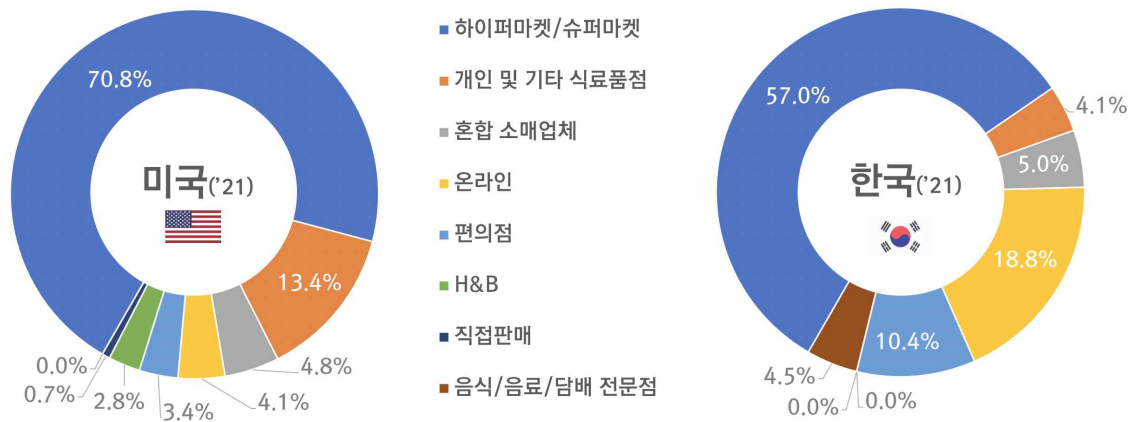
1. 미국 생선죽 유통채널 비교
2. 미국 생선죽 유통채널 특징
3. 미국 생선죽 B2C 유통채널

1. 미국 생선족 유통채널 비교

▶ 미국 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 점유율 70.8% 육박

2021년 기준 미국의 ‘가공육, 수산가공품 및 육류대체품’ 중 70.8%가 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’을 통해 유통되었으며, 한국에서는 동 채널을 통해 57.0%가 유통된 것으로 나타남. 미국 기준 2위 채널은 ‘개인 및 기타 식료품점’으로, 13.4%를 점유하며 한국(4.1%)과 약 10%p의 차이를 보인 것으로 확인됨. 한국 기준 두 번째로 높은 유통 점유율을 차지한 채널은 ‘온라인’이었으며, 해당 채널의 유통점유율은 미국과 한국에서 각각 4.1%, 18.8%인 것으로 조사됨

[표 4.1] 미국 물회 소매유통채널 점유율



미국 및 한국 소매유통채널 점유율 ²⁹⁾³⁰⁾ 비교 ³¹⁾		
미국	유형	한국
70.8%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	57.0%
13.4%	개인 및 기타 식료품점 ³²⁾	4.1%
4.8%	혼합 소매업체	5.0%
4.1%	온라인	18.8%
3.4%	편의점 ³³⁾	10.4%
2.8%	H&B	0.0%
0.7%	직접판매	0.0%
0.0%	음식/음료/담배 전문점	4.5%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

29) 2021년 기준, 미국 및 한국 ‘가공육, 수산가공품 및 육류대체품(Processed meat, seafood and alternatives to meat)’의 소매유통채널 점유율임

30) ‘생선족’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘가공육, 수산가공품 및 육류대체품(Processed meat, seafood and alternatives to meat)’의 정보를 확인함

31) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

32) 본 보고서에서 ‘개인 및 기타 식료품점’은 ‘아시안마트/한인마트’ 및 ‘수산물 전문점’을 포괄함

33) 본 보고서에서 ‘편의점’은 ‘주유소매점’을 포괄함

2. 미국 생선죽 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

▶ 미국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체, 월마트 및 크로거

미국의 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체 월마트(Walmart)는 2021년 미국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 전체 매출액 9,395억 1,660만 달러(약 1,348조 184억 원³⁴⁾) 중 31.8%를 점유하였으며, 크로거(Kroger)는 전체 2021년 업계 전체 매출액의 10.9%를 차지함

▶ 미국 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 가격 경쟁력 앞세워 소비자 유인³⁵⁾36)

미국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업계는 코로나 19 완화 후에도 계속된 재택 근무 기조로 인해 외식 대비 가정 내 취식 비중이 예년 대비 늘어나며 매출 방어에 성공하였으며, 슈퍼마켓의 수산물 매출 또한 함께 증가한 것으로 나타남. 특히, 업계 내 대다수 기업이 옴니채널 운영 강화 및 상품 구성 라인 강화를 통해 전반적인 소비 경험을 개선했다는 점도 매출 상승 원인 중 하나임. 현지 하이퍼마켓/슈퍼마켓에서 판매되고 있는 수산식품은 주로 손질된 냉동 및 가공 제품이며, 조사 대상 품목과 유사한 HMR 제품은 통조림 클램차우더나 간편 리조토, 오트밀 등 매우 제한적이었음

[표 4.2] 미국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유(‘21) ³⁷⁾	산하 주요 브랜드
1	월마트 (Walmart)	31.8%	월마트슈퍼센터(Walmart Supercenter), 월마트네이버후드마켓 (Walmart Neighbourhood Market)
2	크로거 (Kroger)	10.9%	크로거(Kroger), 크로거마켓플레이스(Kroger Marketplace), 프레드메이어스토어즈(Fred Meyer Stores)
3	알버트슨 (Albertsons)	6.5%	세이프웨이(Safeway), 알버트슨(Albertsons)
4	어홀드델하이즈 (Ahold Delhaize)	5.1%	스탑앤숍(Stop & Shop), 푸드라이온(Food Lion), 자이언트(Giant)
5	퍼블릭스슈퍼마켓 (Publix Super Markets)	5.0%	퍼블릭스(Publix)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

34) 1달러=1,434.80원(2022.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

35) 유로모니터(Euromonitor), 「Hypermarkets in the US Country Report」, 2022.02

36) 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in the US Country Report」, 2022.02

37) 미국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 아시안마트/한인마트

▶ 미국 아시안마트/한인마트, 에이치마트 및 지더블유슈퍼마켓³⁸⁾

미국의 주요 아시안마트/한인마트업체로는 에이치마트(H Mart) 및 지더블유슈퍼마켓(GW-Supermarket), 시온마켓(Zion Market) 등이 있음. 에이치마트는 미국 내 최대 규모의 한인마트 체인으로, 현재 미 전역에서 약 70여 개의 점포를 운영 중임

[표 4.3] 미국 주요 아시안마트/한인마트 업체

순번	기업명	설립연도	매장 수('21)	홈페이지
1	에이치마트 (H Mart)	1982년	75개	www.hmart.com
2	99랜치마켓 (99 Ranch Market)	1984년	57개	www.99ranch.com
3	지더블유슈퍼마켓 (GW-Supermarket)	2004년	18개	www.gw-supermarket.com
4	시온마켓 (Zion Market)	1981년	7개	www.zionmarket.com
5	아시안푸드마켓 (Asian Food Markets)	1992년	6개	www.asianfoodmarkets.com
6	판-아시아슈퍼마켓 (Pan-Asia Supermarket)	-	5개	www.panasiasupermarket.com

자료: 기업 홈페이지, 뉴욕타임즈(New York Times)

38) 어민신문, 「미국 오징어 시장 동향」, 2021.04

3) 편의점

▶ 미국 주요 편의점 업체, 세븐앤아이홀딩스

미국 주요 편의점 업체 세븐앤아이홀딩스(Seven & Holdings)는 2021년 기준 미국 편의점 전체 매출액 1,509억 8,390만 달러(약 216조 6,317억 원)의 13.1%를 점유했으며, 얼리멘테이션쿠쉬타드(Alimentation Couche-Tard)는 2021년 전체 매출액의 5.8%를 점유함

▶ 세븐일레븐, 배달과 푸드서비스 기반으로 공격적인 확장 전략 펼쳐³⁹⁾

미국 편의점 업계는 2020년에 현지 국내 여행 증가로 주유소 매장의 성장세가, 2021년에는 코로나 19 완화 후 기존 소비 패턴이 돌아오면서 편의점 매장의 성장세가 두드러짐. 선두 기업인 세븐앤아이홀딩스는 2021년 5월 스피드웨이(Speedway) 인수를 완료하며 경쟁업체들과의 격차를 더욱 공고히 하였으며, 간편 식품 및 배달 서비스 특화 등 소비자들이 편의점에 기대하는 요소를 선진적으로 충족시키며 코로나 19 이후로도 그 입지를 확고히 하고 있음. 현재 편의점 업계에서는 아침 식사 대용식 및 푸드서비스 부문에서의 경쟁이 심화되고 있으며, 인력 및 물류 관리 측면에서 아마존(Amazon)의 첨단기술이 반영된 아마존고(Amazon Go)의 향후 행보에도 주목하고 있음

[표 4.4] 미국 주요 편의점 업체

순번	기업명	편의점 매출액 점유('21) ⁴⁰⁾	산하 주요 브랜드
1	세븐앤아이홀딩스 (Seven & I Holdings)	13.1%	세븐일레븐(7-Eleven), 스피드웨이(Speedway)
2	얼리멘테이션쿠쉬타드 (Alimentation Couche-Tard)	5.8%	씨클케이(Circle K)
3	와와 (Wawa)	4.2%	와와(Wawa)
4	퀵트립코퍼레이션 (QuikTrip Corp.)	3.1%	퀵트립(QuikTrip)
5	머피유에스에이 (Murphy USA)	2.4%	머피유에스에이(Murphy USA)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

39) 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in the US Country Report」, 2022.02

40) 미국 편의점 점유율 부문 상위 5개 기업

4) 온라인

▶ 미국 주요 온라인 유통채널, 아마존닷컴 및 월마트

미국의 주요 온라인 유통업체 아마존닷컴(Amazon.com)은 2021년 미국 온라인 유통채널 전체 매출액 7,874억 6,610만 달러(약 1,129조 8,564억 원) 중 40.7%를 점유하였으며, 월마트(Walmart)는 2021년 업계 전체 매출액의 8.2%를 차지함

▶ 미국 온라인 유통채널, 공급망 관리가 성패 가른 요인⁴¹⁾⁴²⁾

최근 유례없는 성장세를 보인 미국 이커머스 시장은 코로나 19 상황이 어느 정도 안정된 2021년에도 그 기세를 이어갔는데, 전체 온라인 유통채널 시장은 전년 대비 19% 성장했으며 그 중 식료품 카테고리 또한 20% 성장하여 874억 5,450만 달러(약 125조 4,797억 원) 규모를 달성함. 기존 소매유통업체의 옴니채널화 및 식료품 배달의 활성화 등으로 식료품 이커머스의 성장세는 지속될 것으로 전망됨. 인플레이션으로 소비자들의 가격 민감도가 상승한 점이 추가적인 성장 요인으로 작동했으며, 주요 플레이어 중에서는 인적 및 물적 공급망 관리에 성공한 아마존닷컴이 매출액의 40%를 차지하는 성과를 낸 것으로 확인됨

[표 4.5] 미국 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('21) ⁴³⁾	산하 주요 브랜드
1	아마존닷컴 (Amazon.com)	40.7%	아마존 (Amazon)
2	월마트 (Walmart)	8.2%	월마트 (Walmart)
3	애플 (Apple)	5.3%	애플 (Apple)
4	이베이 (eBay)	4.5%	이베이 (eBay)
5	타겟 (Target)	2.3%	타겟 (Target)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

41) 유로모니터(Euromonitor), 「E-Commerce in the US Country Report」, 2022.02

42) 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-Commerce in the US Country Report」, 2022.02

43) 미국 온라인 유통채널 점유율 부문 상위 5개 기업



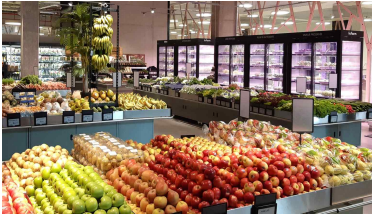
3. 미국 생선죽 B2C 유통채널 ① 월마트

기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.walmart.com	
	위치	아칸소(Arkansas)	
	규모	매출액('20)	약 5,240억 달러(약 704조 8,324억 원)
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('21): 약 5,300개 • 직원 수('21): 약 160만 명 	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 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	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 건조과일, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 유기농 제품, 가격 경쟁력이 있는 제품 	
	매장 전경	 	
협력방법	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 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 <ul style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: supplier64@wal-mart.com 	

자료: 월마트(Walmart)

사진 자료: 월마트(Walmart)

3. 미국 생선족 B2C 유통채널 ② 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 163조 261억 원)	
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('21): 약 2,740개 직원 수('21): 약 46만 5,000명 		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 35개 주에서 매장 운영 중이며 약 44개의 물류센터 보유 자사 브랜드 판매 매출액이 전체의 26% 차지 2020년부터 매장 픽업 서비스 무료 제공 		
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 냉동식품, 차(茶)류, 주류, 건강보조식품, 화장품 등 		
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> 신선도 높은 제품, 수입 식품 취급 중이나 현지 생산 제품 선호 		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 통해 사전등록 후 제안서 제출 (www.thekrogerco.com/vendors-suppliers/become-a-supplier) - 이메일로 '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 링크 접속 후 User ID와 임시 비밀번호를 이용하여 등록 절차 완료 - 제품 설명은 정해진 형식에 따라 작성 • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> ① Animal Welfare Policy 기준 충족 ② GCC⁴⁴⁾ 및 KGCC⁴⁵⁾ 취득 ② 크로거사의 벤더관리시스템(Supplier Hub)을 통해서만 입점 가능 		

자료: 크로거(Kroger), 스탯스타(Statista)

사진 자료: 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews)

44) General Certificate of Conformity, 일반 소비자 적합성 인증서: 일반 소비자가 관련 안전 규칙 및 법령에서 제시하는 기준을 준수, 제품이 적합함을 확인하는 인증

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

3. 미국 생선족 B2C 유통채널 ④ 시온마켓

기업 기본 정보	기업명	시온마켓(Zion Market)	
	기업구분	아시아마트/한인마트	
	홈페이지	www.zionmarket.com	
	위치	캘리포니아(California)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('21): 약 7개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1981년 설립된 한인마트 업체 • 캘리포니아, 텍사스, 조지아에서 총 7개 매장 운영 중 • 자체 쇼핑 어플을 보유하고 있으며, 카카오톡과 위챗 채널 보유 	
매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 생활용품 등	
	선호제품	• 좋은 품질의 저렴한 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일, 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: hr@zionmarket.com - 전화번호: +1-858-268-3300 	

자료: 시온마켓(Zion Market)

사진 자료: 에이티아메리카(aT America)

3. 미국 생선죽 B2C 유통채널 ⑤ 세븐일레븐

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)			
	기업구분	편의점			
	홈페이지	www.7-eleven.com			
	위치	텍사스(Texas)			
	규모	매출액('21)	약 238억 4,000만 달러(약 34조 3,506억 원)		
	기업 요약	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('21): 1만 2,689개 • 2022년 기준 미국 내 편의점 시장 점유율 1위 • 2022년 기준 전 세계 18개국에서 약 8만 1,000여 개의 매장 운영 • 자체 상표 상품으로 세븐셀렉트(7-Select) 브랜드 보유 • 2021년 알래스카산 대구로 만든 한 입 크기의 '피쉬바이츠' 출시 		
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 주류, 음료류, 냉동식품, 가공식품, 생활용품, 여행용품, 문구류 등 			
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 자체 상표, 신선식품, 주류, 스낵 및 캔디류, 포장식품 등 			
	매장 전경	<div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 접속 (corp.7-eleven.com/corp/supplier-partners) - 'Range Me(유통업체와 제조업체를 연결해주는 플랫폼)' 클릭 - 등록 과정 <ol style="list-style-type: none"> 1. 제품 프로필 생성 2. 카테고리 매니저와 연결 및 검토 3. 공지사항 통보 - 홈페이지 기입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (담당자명, 이메일 주소, 연락처) ② 공급 제품 정보 (제품명, 판매 가격 등 제품 설명 자유 기재) 			

자료: 세븐일레븐(7-Eleven), 씨에스피데일리뉴스(CSP Daily News)

사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

3. 미국 생선죽 B2C 유통채널 ⑥ 씨클케이

기업 기본 정보	기업명	씨클케이(Circle K)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.circlek.com		
	위치	애리조나(Arizona)		
	규모	매출액('21)	약 53억 1,510만 달러(약 7조 6,261억 원)	
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('21): 7,150개 직원 수('21): 약 9만 8,000명 		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 현재 47개 주에서 매장 운영 중이며, 대부분 주유소와 함께 운영됨 얼리멘테이션쿠슈타드(Alimentation Couche-Tard)에 인수되어 유럽을 포함한 캐나다, 중국, 베트남 등 25개국에서 매장 운영 중이며 14개의 지역사업부로 나뉨 		
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> 가공식품, 즉석식품, 주류, 음료류, 생활용품, 여행용품, 문구류 등 		
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> 기존 플랫폼에 없는 신제품 		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 입점 등록 (www.circlek.com/form/vendor-request-form) - 홈페이지 가입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (담당자명, 이메일 주소, 연락처, 회사명, 회사 주소, 회사 홈페이지 주소) ② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 판매 가격 등 제품 설명 자유 기재) 문의 사항은 각 지역 사업부별 문의 (www.circlek.com/contact) 		

자료: 씨클케이(Circle K)

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

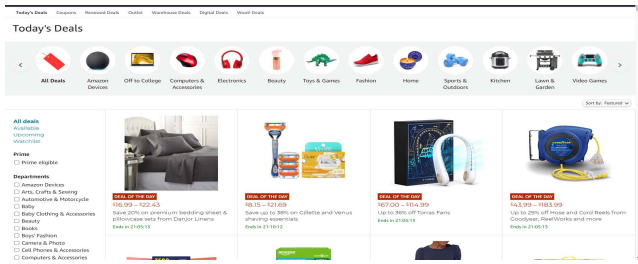
3. 미국 생선죽 B2C 유통채널 ⑦ 아마존

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.amazon.com	
	규모	매출액('21)	4,698억 2,200만 달러(약 631조 9,576억 원)
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 24억 회
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1994년 설립됨 • 아마존의 첨단 물류 기술을 활용한 편의점이나 슈퍼마켓 등 다양한 오프라인 유통채널을 운영 중이며, 백화점을 통해서도 오프라인 확장 전략 실행 중 • 친환경 식료품 전문 슈퍼마켓인 홀푸드마켓(Whole Foods Market) 소유 	



매장 운영 정보	홈페이지 정보	해외 판매	해외판매 가능
		운영 방식	온라인마켓
		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	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접등록 (services.amazon.com/services/soa-approval-category) - 'Grocery&Gourmet Food' 카테고리 내 'Requirement'에서 자격조건 확인 후 'Contact Us' 클릭하여 입점 문의 제출 - 홈페이지 등록 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) ② 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품종류, 예상매출액, 판매입고량) • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 평가 기준 <ol style="list-style-type: none"> 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 식료품과 9개 제품군은 승인 절차를 거친 후 입점 가능
----------	---------------	---

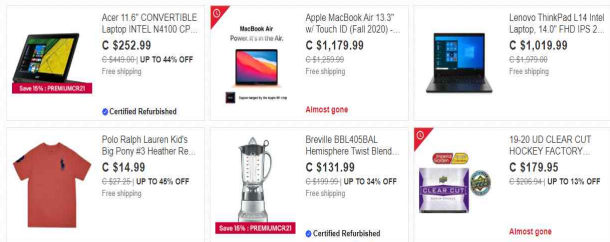
자료: 아마존(Amazon), 시밀러웹(Similarweb), 스탯스타(Statista)

사진 자료: 아마존(Amazon)

3. 미국 생선죽 B2C 유통채널 ⑧ 이베이

기업 기본 정보	기업명	이베이(eBay)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰 		
	홈페이지	www.ebay.com		
	규모	매출액('21)	104억 2,000만 달러(약 14조 1598억 원) ⁴⁶⁾	
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 7억 20만 회	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1995년 미국에서 설립되었으며, 현재 전세계 30여 개국에서 운영 중임 • 3자 판매 형식으로 운영되고 있는 대표적인 온라인 종합 쇼핑몰 			

매장 운영 정보	홈페이지 정보	해외 판매	해외판매 가능
		운영 방식	온라인마켓
		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	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 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 판매와 관련된 다양한 정보 확인 가능 (pages.Ebay.com/seller-center/index.html) • 문의사항 연락 방법: <ul style="list-style-type: none"> - 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), 스탯티스타(Statista)

사진 자료: 이베이(eBay)

46) 2021년 이베이(eBay) 전체 매출액임



V. 진입장벽

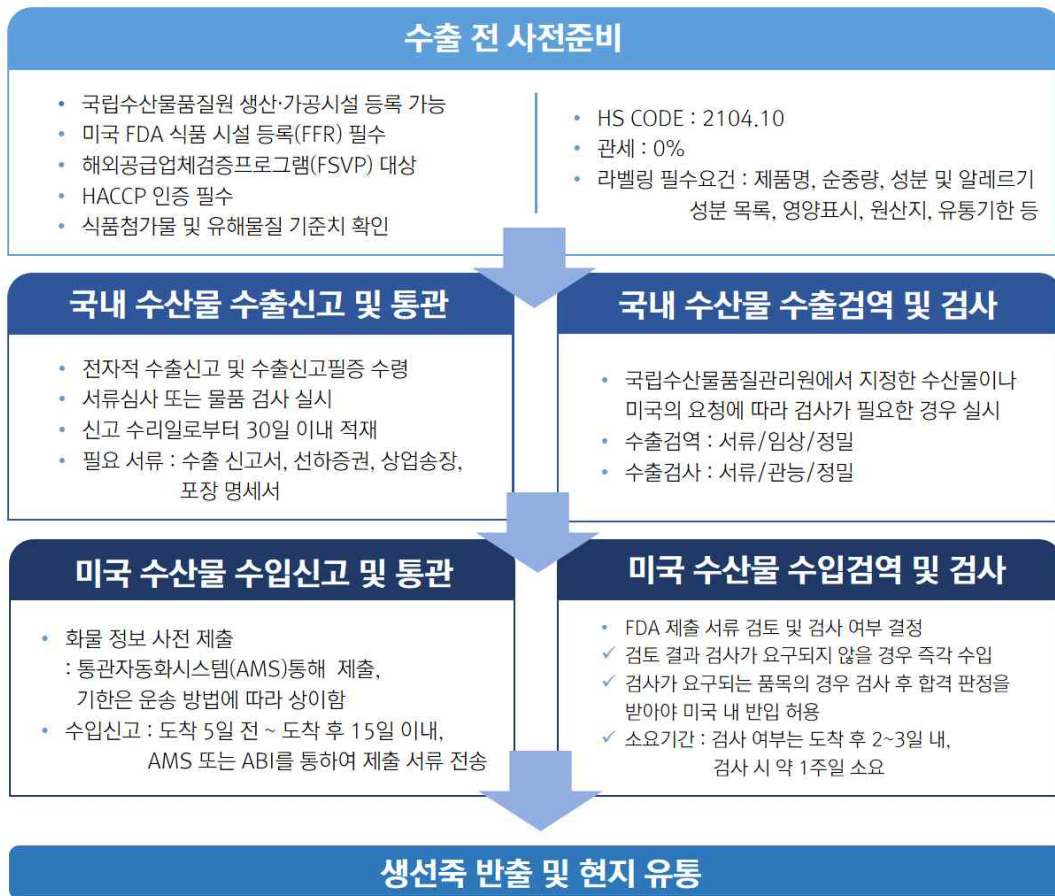
1. 생선죽 통관 및 검역 절차
2. 생선죽 수출 전 사전 준비
3. 생선죽 국내 수출 신고 및 통관
4. 생선죽 국내 수출 검역 및 검사
5. 생선죽 미국 수입 신고 및 통관
6. 생선죽 미국 수입 검역 및 검사

1. 생선죽 통관 검역 및 절차⁴⁷⁾

▶ 미국 생선죽 수출 시 통관 절차별 참고사항

미국으로 생선죽 수출 시, 국립수산물품질관리원에 생산 및 가공시설을 사전에 등록할 수 있으며, 등록번호가 발급되면 국립수산물품질관리원은 관련 정보를 미국 식품의약국(FDA)에 통보함. 미국 식품의약국에도 제조, 가공, 포장 및 보관과 관련한 시설을 등록한 후 식품 시설등록번호(FFR)를 받아야 수입 식품 통관 절차를 진행할 수 있음. 화물정보 사전 제출과 수입신고는 통관자동화시스템(AMS)을 통해 진행할 수 있으며, 해당 절차를 통해 제출된 정보를 바탕으로 미국 식품의약국이 검사 여부를 결정함

[표 5.1] 미국 생선죽 통관 검역 절차⁴⁸⁾



자료: 관세청, 국립수산물품질관리원, 미국 식품의약국(FDA)

47) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.


48) 농수산물 품질관리법 제 74조에 따르면, 위생관리기준에 맞는 수산물의 생산·가공시설을 운영하는 자는 생산·가공시설 등을 해양수산부장관에게 등록하고 해당 시설에서 생산·가공·출하하는 수산물 수산·가공품에 대하여 해당 사실을 표시하거나 광고할 수 있음

2. 생선죽 수출 전 사전 준비

▶ 미국 생선죽, 미국 FDA에 식품 시설 등록 必

미국으로 생선죽 수출 시, 미국 식품의약국(FDA)에 제조, 가공, 포장 및 보관과 관련한 시설을 등록한 후 식품 시설등록번호(FFR)를 받아야 수입 식품 통관 절차를 진행할 수 있음. 식품의 샘플만 보내는 경우에도 반드시 시설등록번호가 필요하며, FDA 등록 신청 이후 미국 수입업자가 확인해야 등록번호가 부여됨. 시설 등록은 FDA 산업시스템(FIS)을 통해 온라인으로 진행 가능하며 하기와 같은 정보를 입력해야 함. 또한, 미국 식품의약청에 등록된 식품 시설정보는 짝수 해마다 갱신되어야 하고, 10월 1일부터 12월 31일까지가 갱신 기간이므로 FDA 식품 시설 기등록 기업은 해당 기간에 갱신을 마쳐야 함⁴⁹⁾

[표 5.2] 미국 FDA 등록

FDA 등록 정보			
인증명	FDA 등록	인증 성격	미국 내 국가 인증
마크		인증기관	미국 식품의약국 (FDA, Food and Drug Administration)
신청 절차	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 시스템을 통해 고유시설식별번호 제출 및 식품의약국 산업시스템 계정 등록 • 식품 시설정보 기재 • 미국 대리인을 통해 검증(FDA) • 등록 정보 검증 • 등록 확인 및 등록번호 발급(FFR, Food Facility Registration) 		
입력 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 시설명 및 상세주소, 추가 주소, 대체 상호명 • 업체명 및 주소, 비상연락정보, 미국 대리인 정보, 담당자 정보 • 제품 유형(생산 품목), 시설 운영 시기 • FDA 검사에 대한 동의 		
인정 범위	<ul style="list-style-type: none"> • 식품시설등록을 식품의약국이 공장에 대한 허가를 내주거나 인증을 한 것처럼 광고하는 것은 과대광고 또는 허위 광고로 간주할 수 있음 • FDA의 ‘승인’과 ‘등록’은 별개이며, 해당 인증은 ‘등록’에 해당함. ‘FDA 승인’이라는 광고를 하기 위해서는 안전성·유효성 검증을 통과해야 함 		
소요비용	<ul style="list-style-type: none"> • 자체 온라인 등록 시 시설등록비는 발생하지 않음 • 품목에 따라 취득비, 성분 검사비, 등록대행 수수료, 컨설팅비가 발생할 수 있음 		
소요기간	<ul style="list-style-type: none"> • 약 2주가 소요되며, 2년마다(10월 1일~12월 31일 사이) 온라인, 팩스, 우편으로 등록 또는 재등록을 해야 함 		

자료: 미국 식품의약국 산업시스템(FDA Industry Systems)

49) 미국 식품의약국 「산업시스템, FURLS 식품 시설 등록 모듈(FFRM)」

▶ 미국 생선죽, 해외공급업체 검증 프로그램(FSVP) 대상

해외공급업체 검증 프로그램(FSVP, Foreign Supplier Verification Program)은 해외 공급업체가 적절한 예방관리와 미국 식품 안전 규정을 준수하여 식품을 생산하고 있음을 입증하고, 공급자의 식품이 오염되거나 알레르기 유발물질 표시 등과 관련하여 오류가 없도록 수입업자가 참여해야 하는 프로그램임. 해당 프로그램은 반드시 FSVP 요건을 충족시킬 책임이 있는 FSVP 수입업자가 미국에 있어야 적용할 수 있음. 단, 하기 표와 같이 HACCP 규정을 준수하는 어류 및 수산물의 경우 검증이 면제됨. 고객사 제품은 미국에서 ‘일반식품’으로 분류되어 FSVP의 면제 대상에 해당하지 않는 것으로 확인됨⁵⁰⁾

[표 5.3] 미국 수출 식품 해외공급업체 검증프로그램(FSVP) 정보

적용 대상	<ul style="list-style-type: none"> 수입 제의를 받은 식품의 미국 소유주나 수탁자 미국으로 수입 시 미국 소유주나 수탁자가 없을 경우, 서면 동의서에서 확인되는 해외 소유주 또는 수탁자의 미국 대리인 또는 대표가 해외공급업체 프로그램 수입업자가 됨
시행 절차	<ul style="list-style-type: none"> 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"> 생물학적, 화학적, 물리적 위해요소 평가 위해 요인이 발생할 가능성 및 그에 따른 피해 평가 시설 위생 상태, 원재료, 성분, 가공절차, 유통절차 등 평가
면제 대상	<ul style="list-style-type: none"> FDA의 HACCP 규정을 준수하는 어류 및 수산물(Fish and Fishery products) 또는 어류 및 수산물에 사용하기 위한 특정 성분 주스 제품 또는 주스 제품에 사용하기 위한 특정 성분 연구 또는 평가용 식품 개인 소비를 위해 수입된 식품 주류와 주류에 사용할 목적으로 수입한 특정 원재료 및 원료 추가 수출 및 가공용으로 수입한 식품 USDA에서 규제하는 특정 육류, 가금류 및 난류 가공품 환적(transshipment) 대상 식품 해외 국가에서 추가 제조 혹은 가공되지 않고 수출되어 미국으로 재반입 될 미국산 제품

자료: 미국 식품의약국(FDA)

50) 미국 식품의약국(FDA), 「FSMA Final Rule on Foreign Supplier Verification Programs (FSVP) for Importers of Food for Humans and Animals」

▶ 미국 생선죽, HS CODE 및 관세율 확인

미국으로 생선죽 수출 시, 세율은 한·미 FTA 협정세율, 기본세율에 따라 결정됨. 미국 관세 신청 및 납부 관리는 미국 관세국경보호청(CBP)이 담당함. 고객사 제품의 경우 한·미 FTA 협정세율의 적용을 받으므로 관세가 부과되지 않으며, 무관세 특혜 수혜를 위해 원산지 증명서 발급이 필요하며 대한상공회의소를 통해 발급받을 수 있음. 미국의 경우, 원산지 증명서 발급 시 ‘자율발급’ 방식이어야 하며, 수출자, 생산자, 수입자가 발급 대상임. 더욱 자세한 내용은 관세청 FTA포털을 통해 확인할 수 있음

[표 5.4] 생선죽 HS CODE

생선죽 HS CODE 품목 정의	수프·브로드(broth)와 수프·브로드(broth)용 조제품, 균질화한 혼합 조제 식료품 - 어류 또는 기타 해산물을 기반으로 한 것	
생선죽 한국 HS CODE	2104.10-2000	
생선죽 미국 HS CODE	2104.10-0040	
관세	1순위 한·미 FTA 협정세율	2순위 기본세율
	0%	3.2%

자료: 관세법령정보포털, 통합무역정보서비스, FTA 포털

▶ 미국 생선죽, HACCP 인증 필수

미국으로 생선죽 수출 시, HACCP 인증은 필수로 취득해야 함. 특히 고객사 제품은 미국에서 ‘일반식품’으로 분류되어 FDA 해산물 HACCP 적용으로 FSVP가 면제되지 않기때문에 HACCP을 필수로 취득해야 하는 것으로 확인됨. 또한, 고객사가 기존에 취득한 인증에 더하여 생산 안전 관련 글로벌 공통 인증이나 비건, 유기농, 코셔 인증과 같은 미국 민간 인증을 선택적으로 취득하여 활용할 수 있음

[표 5.5] 미국 생선죽 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
친환경 유기농 인증	유기농 인증	글로벌 민간 인증	NATURE & PROGRES 유기농업 민간 협회	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	영국 민간 인증	BRCGS 지정 인증기관	
비건 인증 (Vegan Action)	가능성 인증	미국 민간 인증	비건 인지 재단 (Vegan Awareness Foundation)	
IFANCA Halal	종교적 및 문화적 인증	미국 민간 인증	미국 이슬람식품영양협의회 (IFANCA, Islamic Food and Nutrition Council of America)	
유대인 코셔 인증 (Orthodox Union Kosher)	종교적 및 문화적 인증	미국 민간 인증	Orthodox Union (OU)	

자료: 각 인증기관

▶ 미국, 수산물 수입 모니터링 확대로 수입규제 강화 전망

미국은 국민건강과 식량 안보를 위해 ‘식품안전현대화법(FSMA, Food Safety Modernization Act)’을 제정하고 이를 기반으로 식품 안전을 위한 정책의 기반을 구축해나가고 있음. 미국의 식품 이력 추적 시스템은 식품 업체의 기록 관리 요건을 구축하여 식품 안전 관련 사고 발생 시 원인 식품의 직선/직후 이력을 파악하기 위해 여러 모델을 두고 있음. 지난 2021년 10월에는 수산물 수입 모니터링 프로그램(SIMP)의 적용 대상을 13개 종에서 모든 종으로 확대하는 내용을 담은 법안이 통과됨⁵¹⁾⁵²⁾

[표 5.6] 미국 수산물 수입 모니터링(SIMP)

구분	내용
SIMP 적용 대상 (13종)	① 전복(Abalone) ② 대서양 대구(Atlantic cod) ③ 대서양 대게(Blue Crab, Atlantic) ④ 만새기(Dolphinfish, Mahi Mahi) ⑤ 그루퍼(Grouper) ⑥ 킹크랩(King crab, red) ⑦ 태평양 대구(Pacific cod) ⑧ 도미(Red snapper) ⑨ 해삼(Sea cucumber) ⑩ 상어(Sharks) ⑪ 새우(Shrimp) ⑫ 황새치(Swordfish) ⑬ 참치(Tuna)
수입업체 의무 보고사항	<ul style="list-style-type: none"> • 생산자 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 선박명 기국 - 어업권의 증명(허가, 시설 등록, 라이선스 번호) - 선박 고유 식별부호(Unique Vessel Identifier)(있는 경우) - 어구 종류 • 생산활동 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 어종(ASFIS 코드) - 양륙 또는 하역 일자 - 양륙 또는 하역 시 제품 형태(수량 및 중량 포함) - 어획 및 양식 지역(양식시설 주소) - 최초 양륙 지점 - 양륙인명 또는 운송인명 • 수입업체 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 명칭, 소속, 연락처 정보 - 국제수산물무역허가(IFTP) 번호 - 관리 연속성(Chain of custody)에 관한 기록 유지 - 제품 환적 정보(선박신고, B/L) - 제품 가공, 재가공, 혼합 관련 기록

자료: 미국 해양대기국(NOAA)

51) 미국 연방의회, 「불법 어업 및 강제 노동 방지법(Illegal Fishing and Forced Labor Prevention Act)」

52) 미국 해양대기국(NOAA), 「Seafood Import Monitoring Program」

▶ 미국 생선죽, 광어 관련 잠재적 위험요소 및 유해물질 기준 존재⁵³⁾

미국 식품의약국(FDA)의 ‘어류 및 수산제품 위험 및 통제(Fish and Fishery Products Hazards and Controls Guidance)’에 따르면, 척추동물종 관련 잠재적 위험요소 중 광어(넙치)와 관련된 잠재적 위험 요소가 존재함. 광어(넙치)와 관련하여 기생충 위험(Parasite Hazards)과 환경 화학 위험(Environmental Chemical Hazards) 등을 잠재적 위험으로 규정하고 있으며, 수산물 가공 시 발생할 수 있는 잠재적 공정 관련 위험에 대하여 규정하고 있음. 해당 보고서 내 ‘FDA 및 EPA의 안전 수준과 관련한 규정 및 지침’에서는 일반 생선과 관련된 유해물질 기준치를, 규정 전문은 미국 식품의약국(FDA) 홈페이지에서 확인할 수 있음. 미국 FDA 행정부 수입경고 사이트에서 공개하는 한국 수산물에 관한 통관거부 사례에 따르면, 금지 성분 함유, 유해물질 존재 등이 다수 확인되므로 해당 규정 기준치 준수에 주의할 필요가 있음⁵⁴⁾

[표 5.7] 미국 척추동물종 관련 잠재적 위험 요소

일반명 (Market name)	학명	잠재적 위험 요소				
		기생충 위험	자연독소 위험	히스타민 위험	환경 화학 위험	양식용 약물 위험
넙치 (Halibut)	Hippoglossus spp.	✓				
넙치 (Halibut, aquacultured)	Hippoglossus spp.	✓			✓	✓

자료: 미국 식품의약국(FDA)

[표 5.8] 미국 생선죽 공정 관련 잠재적 위험요소

완제품 식품	포장 유형	잠재적 위험 요소					
		병원성 박테리아 - 온도남용	보툴리눔 독소	병원성 박테리아 - 조리, 저온살균	알레르기 항원 및 식품 과민증 물질	금속 포함	유리 포함
완전조리식품	산소 감소 포장	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	환원된 산소 이외 포장	✓		✓	✓	✓	✓

자료: 미국 식품의약국(FDA)

53) 미국 식품의약국(FDA), 「Fish and Fishery Products Hazards and Controls Guidance」, 2022.06

54) 미국 식품의약국 행정부, 「Number of Import Alerts by Country/Area」

[표 5.9] 미국 일반 생선 관련 유해물질 기준치⁵⁵⁾

유형	유해물질	기준치
동물성 약물 (Animal Drug)	클로람페니콜, 클렌부테롤, 디에틸스틸베스트롤, 디메트리다졸, 이프로니다졸, 플루오로퀴닐론, 글리코펩타이드	허용되지 않음
생물학 물질 (Biological)	황색포도상구균	포도상구균 장독소 양성 또는 비위생적인 상태를 나타내는 수준
화학물질 (Chemical)	올드린과 디엘드린	≥ 0.3ppm
	클로르데인	≥ 0.3ppm
	델타메트린	> 0.1ppm
	클로르데콘	≥ 0.3ppm
	헵타클로르 및 헵타클로르 에폭사이드	≥ 0.3ppm
	메틸수은	≥ 1.0ppm
	미렉스	≥ 1.0ppm
	페녹술람	> 0.01ppm
	폴리염화비페닐(PCB)	≥ 2.0ppm
	토프라메존	> 0.05ppm
천연독소 (Natural Toxins)	도모익산	≥ 20mg/kg 도모산
	삭시톡신	≥ 0.8mg/kg 삭시톡신 등가물
물리적 물질 (Physical)	이물질	길이 0.3(7mm) ~ 1.0(25mm)

자료: 미국 식품의약국(FDA)

55) 미국 식품의약국(FDA), 「Fish and Fishery Products Hazards and Controls Guidance」, 2022.06

▶ 미국 생선죽 적용 식품첨가물 기준

KATI농식품수출정보에서는 국가 및 식품유형별 식품첨가물 기준에 대한 규정을 제공하고 있음. 미국으로 생선죽 수출 시 적용되는 식품첨가물 조사를 위해 ‘레토르트식품’으로 검색 결과 총 238건의 레토르트식품 적용 식품첨가물 및 사용기준이 조회됨. 하기 표는 그중 일부를 다루고 있으며 전체 기준은 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템이나 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음. 한편, 고객사 제품에 함유된 식품첨가물 중 ‘L-글루탐산나트륨’의 경우 마요네즈, 샐러드드레싱, 캔으로 된 식품에 대한 사용기준만 조회되며, 레토르트식품에 대한 적용기준은 확인되지 않음

[표 5.10] 고객사 생선죽에 적용될 수 있는 미국 식품첨가물 기준⁵⁶⁾⁵⁷⁾⁵⁸⁾

물질명(한글)	물질명(영문)	식품 유형	사용기준
사카린	saccharin	가공식품	1회 제공량 당 30mg 이하
나트륨 사카린	sodium saccharin	가공식품	1회 제공량 당 30mg 이하
칼슘 사카린	calcium saccharin	가공식품	1회 제공량 당 30mg 이하
아라비아 검	Gum arabic (Acacia gum)	레토르트 식품	GRAS: 1.0% 이하
아세트산	acetic acid	레토르트 식품	GRAS: 0.15% 이하, GMP에 따라 사용
아코니트산	aconitic acid	레토르트 식품	GRAS: 0.0005% 이하, GMP에 따라 사용
모노암모늄 글루타메이트	monoammonium glutamate	레토르트 식품	GRAS: GMP에 따라 사용
암모늄 알지네이트	ammonium alginate	레토르트 식품	GRAS: 0.1% 이하

자료: 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템, KATI농식품수출정보

56) GRAS (Generally Recognized As Safe): 미국 FDA가 과학적 근거를 기반으로 안전성을 승인함으로써 ‘일반적으로 안전하다고 간주되는 물질’을 의미함. GRAS 물질은 식품 최대허용치가 설정되어있지 않지만, 자체 제한량(Self Limiting Level)으로 사용량이 제한되기도 함
 57) GMP (Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품 유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당 식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함
 58) 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템, 「21CFR172. FOOD ADDITIVES PERMITTED FOR DIRECT ADDITION TO FOOD FOR HUMAN CONSUMPTION」

▶ 미국 생선죽, 라벨링 규정

미국으로 수입되는 수산물을 포함한 모든 식품은 미국 식품의약국(FDA) 규정에 따라 라벨링 표기가 의무임. 수산물을 포함한 모든 식품은 제품명, 순중량, 원재료명, 영양표시 등을 기재해야 하며 원산지 표시도 의무임. 전면 표기 부분에는 식품명과 식품 내용물을 표기해야 하며, 정보 표기 면에는 영양성분표, 원재료, 알레르기 유발 성분, 제조사 및 배급사, 원산지를 표기해야 함. 다만, 포장형태가 아닌 수산물의 영양성분표기는 의무사항은 아니나, 선반 라벨, 표지판, 포스터와 같은 적절한 수단을 사용하여 표기할 수 있으며 주로 소비되는 20개의 비가공 수산물에 대해서는 미국 소매점에서 영양표시를 하도록 권고하고 있음⁵⁹⁾

[표 5.11] 미국 생선죽 라벨링

라벨 표시사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> • 제품의 일반적인 명칭을 기재함 • 활자 크기는 주표시면에 사용된 가장 큰 활자의 1/2 이상으로 표기함 • 식품이 액체가 아닌 경우 형태(Sliced, Unsliced, Halves) 등으로 명시함 • 외국어 표기일 경우, 영어 및 외국어를 병기함
	2. 순중량	<ul style="list-style-type: none"> • 주 표시면 하단 30%에 위치하게 표시함 • 포장 용기 내부에 담겨있는 식품의 양을 의미함 • 기본적으로 모든 중량 표기는 영미 파운드법(oz, lb, quart)에 따라 표기되어야 하며, 그램(g), 밀리리터(ml) 등의 미터법 단위도 함께 표기함
	3. 제조사, 포장업체, 유통업체의 정보, 이름 및 주소	<ul style="list-style-type: none"> • 제조사, 포장업체 또는 유통업체의 이름을 표기함 • 제조업체의 이름이나 주소가 없는 경우에는 제품과 관련된 업체명을 반드시 기재함 • 제조사, 포장업체 또는 유통업체 표기는 일반적으로 정확한 도로이름 및 번호, 도시, 집(Zip) 코드, 주 등의 정보를 모두 포함함

자료: 미국 식품의약국(FDA)

59) 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템, 「21CFR101. FOOD LABELING」

[표 5.11] 미국 생선죽 라벨링

라벨 표시사항 및 기준	4. 성분 목록	<ul style="list-style-type: none"> • 사용된 원재료의 중량을 기준으로 내림차순으로 나열함 • 통상적인 이름을 사용함 • 전체 제품 용량 및 무게의 2% 이하를 구성하는 성분명의 표기는 위 방식의 적용을 받지 않음 • 허가된 방부제 첨가 시 방부제의 통상 명칭 및 기능을 표기함
	5. 알레르겐 성분	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 알레르기 유발 물질(Major food allergen)이 포함된 경우 반드시 기재함 • 눈에 잘 띄고 읽기 쉬운 크기로, 원재료명의 문자 크기 이상으로 표기함 • 주요 알레르기 유발물질 : 어류, 갑각류/조개류, 우유, 계란, 견과류, 밀, 땅콩, 대두/콩
	6. 영양성분표 (Nutrition Facts)	<ul style="list-style-type: none"> • 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 포함함 • 4살 이상이 한 자리에서 일반적으로 소비하는 양을 표기하는 1회 섭취량이 포함되어야 함. FDA에서는 일부 식품들에 대해 표준 1회 섭취량을 지정하고 있음 • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 수입산의 경우 반드시 원산지를 기재해야 하고 수입품을 유통하는 업체의 주소 또한 필수 기재 대상임 • 원산지 표시 의무는 미국 식품의약국에서 관리하는 라벨링 규정과는 별도로 미국 관세청에서 주관하는 내용이며, 이를 위반할 경우 미국 무역 세관법을 위반하게 되므로 유의해야 함 • 원산지는 반드시 표준 영어로 국가를 표기해야 하며, 눈에 잘 띄는 곳에 지워지거나 분실되지 않게 표기해야 함

자료: 미국 식품의약국(FDA)

[표 5.11] 미국 생선죽 라벨링

정보 표시면 필수 표시사항 및 기준	8. 유통기한	<ul style="list-style-type: none"> • 제조업체는 제조 일자 혹은 유통기한을 제품에 표기하여 소비자들이 제품 안전성을 확보할 수 있도록 권고함
	9. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> • 반드시 영어로 표기해야 하며, 한국어 표기가 포함된 경우에는 모든 라벨 의무 표기 사항을 영어와 한국어 모두로 병기해야 함 • 영어, 한국어 이외의 언어가 라벨에 있다면, 해당 언어로도 모든 의무 표기 사항을 표기해야 함

자료: 미국 식품의약국(FDA)

▶ 미국 생선죽 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 영문]

[앞면 - 국문]

- ① CJ FOODS
- ② RICE PORRIDGE WITH ABALONE
- ③ Rice, Tender abalone and mushrooms simmered in a deep, flavorful broth
- ④ QUALITY YOU CAN TASTE
- ⑤ 1. 100% Korean rice
- ⑥ 2. Deep, savory broth
- ⑦ 3. Tender abalone and flavorful mushrooms
- ⑧ It's convenient because it has handles.
- ⑨ 1 Serving
NET WT. 9.88oz(280g)
- ⑩ Conveniently package with spoon
- ⑪ Store at room temperature
- ⑫ 1min 30sec (at 1000w)
Microwavable

- ① 씨제이 푸드
- ② 전복죽
- ③ 쌀, 부드러운 전복과 버섯을 깊은 풍미와 좋은 육수에 끓여낸 요리
- ④ 당신이 맛볼 수 있는 품질
- ⑤ 1. 100% 한국산 쌀
- ⑥ 2. 깊고 고소한 육수
- ⑦ 3. 부드러운 전복과 풍미가 좋은 버섯
- ⑧ 손잡이가 있어 편리합니다.
- ⑨ 1회 제공당
순중량 9.88oz (280g)
- ⑩ 스푼이 있어 편리합니다.
- ⑪ 실온에서 보관
- ⑫ 전자레인지(1000W)에서 1분 30초

[뒷면 - 영문]

- ① RICE PORRIDGE WITH ABALONE
- ② Rice, Tender abalone and mushrooms simmered in a deep, flavorful broth

③

Nutrition Facts	
1 Serving per container serving size 1bowl (280g)	
Amount per serving Calories 150	
% Daily value*	
Total Fat 2g	3%
Saturated Fat 0g	0%
Trans Fat 0g	
Cholesterol 0mg	0%
Sodium 570mg	25%
Total Carbohydrate 28g	10%
Dietary Fiber 2g	7%
Total Sugar 0g	
Includes 0g Added Sugars	0%
Protein 5g	
Vit D 0mcg 0%	Calcium 10mg 0%
Iron 0.2mg 2%	Potas. 50mg 2%
*The % Daily value(DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to daily diet. 2,000 calories a daily is used general nutrition advice.	

- ④ Ingredients: water, rice, abalone, sticky rice, less than 2% of shiitake mushroom, king oyster mushroom, rice bran oil, sesame oil, kelp extract, maltodextrin, salt, green onion extract, modified tapioca starch, yeast extract, monosodium glutamate, disodium inosinate, disodium guanylate, lecithin, contains soybean, sesame

[뒷면 - 영문]

- ① 전복죽
- ② 쌀, 부드러운 전복과 버섯을 깊은 풍미와 좋은 육수에 끓여낸 요리

③

영양정보	
총제공량(1회)	
1회 제공량	280g
1회제공량	
칼로리	150
% 1일 권장량	
총지방 2g	3%
포화지방 0g	0%
트랜스지방 0g	
콜레스테롤 0mg	0%
나트륨 570mg	25%
총탄수화물 28g	10%
식이섬유 2g	7%
총당류 0g	
가당류 0g	0%
Protein 5g	
비타민 D 0mcg 0%	칼슘 10mg 0%
철 0.2mg 2%	칼륨 50mg 2%
% 1일 권장량은 1회 제공량을 통해 얻게 되는 영양소를 1일 권장량의 백분율로 나타낸 것입니다. 일반적으로 일일 열량으로 사용하는 2000 칼로리를 기준으로 작성되었습니다.	

- ④ 재료 : 물, 쌀 전복, 참쌀, 표고버섯 2% 미만, 왕느타리버섯, 쌀겨 오일, 참기름, 다시마 추출물, 말토덱스트린, 소금, 대파 추출물, 변형된 타피오카 전분, 효모 추출물, 글루탐산나트륨, 이노신산나트륨, 구아닐산나트륨, 레시틴 콩, 참깨 첨가



[옆면 라벨링 ①]

[옆면 라벨링 ②]

[옆면 ① - 영문]

[옆면 ① - 국문]

- ① Best before : (Month.Day.Year)
06.12.23

- ① 유통기한 : (월, 일, 년도)
06.12.23

[옆면 ② - 영문]

[옆면 ② - 국문]

- ① RICE PORRIDGE WITH ABALONE
- ② Rice, Tender abalone and mushrooms simmered in a deep, flavorful broth

- ① 전복죽
- ② 쌀, 부드러운 전복과 버섯을 깊은 풍미와 좋은 육수에 끓여낸 요리

3. 생선족 국내 수출 신고 및 통관

▶ 미국 생선족, 국내 수출 신고 및 통관

미국으로 생선족 수출 시, 생산 및 가공시설을 국립수산물품질관리원에 등록할 수 있으며, 등록번호가 발급되면 국립수산물품질관리원은 관련 정보를 미국 식품의약국에 통보함. 수출 신고 및 수출 통관 절차는 국내 관세청을 통해 진행할 수 있음. 일부 선상 수출 신고, 현지 수출 어패류 신고, 원양수산물 수출 신고의 경우에는 선적 또는 수출 후 신고가 가능하며, 이는 관세청의 수출통관 사무처리에 관한 고시에 따름

[표 5.12] 미국 생선족 국내 수출 신고

수출 신고 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 관세청 시스템을 통해 전자적 신고 • 수출 신고는 수출업체와 그를 대신하는 관세사·관세법인·통관취급법인·완제품제공자 명의로 가능함 • 수출화주는 관세법에 따라 신고 및 제출한 자료를 수리일로부터 3년만 보관 <ul style="list-style-type: none"> ① 수출신고필증 ② 수출품 가격 결정에 관한 자료 ③ 수출 거래 관련 계약서 또는 이에 갈음하는 서류 ④ 반송신고필증 등
수출 신고 절차	<ul style="list-style-type: none"> • 수출품이 장치된 소재지의 관할세관장에 품명, 규격, 수량, 가격 등 정확한 사실을 신고 • 수출 신고 후 관련 서류는 전자 제출 또는 전자 이미지 형태로 통관 시스템(UNIPASS)로 전송 • 수출 신고 수리 후 전자 날인된 수출신고필증 수령 • 수출 신고 수리일로부터 30일 이내에 선박 등 운송수단에 적재 필요

자료: 관세청

[표 5.13] 미국 생선죽 국내 수출통관

<p>수출통관 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 우범 물품 선별시스템, 무작위선별 방식에 의한 선별 또는 서류 심사 후 필요할 때, 물품 검사를 하며, 우범성이 낮은 경우에는 신속통관을 함 	
<p>수출통관 절차</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 수출하고자 하는 물품을 세관에 수출 신고 • 수출 물품 선별 후 서류 심사 또는 물품 검사 • 수출 신고 후 수리 • 선적 	
<p>서류 구비</p>	<p>수출 신고서</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 물품을 수출하기 위해 세관에 수출 신고 수리 요청 • 세관장은 신고 내용이 관세법상 적정 여부 판단 후 수리함 • 수출업체는 전자문서로 작성된 신고자료를 통관 시스템에 전송 • 수출 신고서는 상업 송장과 포장명세서 등을 근거로 작성해야 함
	<p>선하증권</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 화주와 선박회사 간 체결한 해상운송 계약에 따라 선박회사가 화주로부터 물 적재 또는 영수하였음을 증명하기 위해 발행하는 유가증권
	<p>상업송장</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 거래되는 물품의 특성과 내용 명세를 상세하고 정확하게 작성한 서류 • 계약 물품의 정확한 규격과 수량, 포장상태, 화인 등을 상세하게 표시
	<p>포장명세서</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 선적화물의 포장 및 포장 단위별 명세, 단위별 순중량·총중량, 화인, 포장 일련번호 등을 기재한 서류

자료: 관세청

4. 생선죽 국내 수출 검역 및 검사

▶ 생선죽, 국립수산물품질관리원 수출 검역 및 검사 선택

질병의 전염을 방지하기 위해 검역대상으로 지정된 수산물에 대해 검역을 시행하며 자세한 사항은 하기의 표와 같음. 수산가공식품의 경우, 수출 검역대상 지정 수산물에 해당하지 않는 것으로 확인됨. 또한, 수출 수산물 검사는 수출상대국의 요청에 따라 검사가 필요한 경우로서, 해양수산부장관이 정하고 고시한 수산물 및 수산가공품과 해양수산부 장관 고시 지정해역에서 생산 및 채취한 품목은 수출 검사 의무 대상임. 미국의 경우 신선·냉장·냉동 이매패류에 대해 검사를 요구하고 있음

[표 5.14] 미국 생선죽 국내 수출 검역

수출 검역대상 지정 수산물	<ul style="list-style-type: none"> • 이식용 수산 생물(정액 또는란을 포함) • 식용, 관상용, 시험 연구조사용 수산 동물 중 어류·패류·갑각류(정액 또는란을 포함) • 수산 생물 제품 중 냉동 또는 냉장한 전복류 및 굴 • 수산 생물 전염병의 병원체 또는 이를 포함한 진단액류가 들어있는 물건 • 냉동·냉장 새우류 등 	
수출 검역 절차	<ul style="list-style-type: none"> • 국립수산물품질관리원으로 신청서 접수 • 필요에 따라 서류검사(신청서 및 첨부서류 적정성 검토), 임상검사(유영·행동, 외부조건 및 해부학적 소견, 종합소견), 정밀검사(병리조직학적, 분자생물학적 분석 등) 실시 • 검역 판정 후 검역증명서 교부 	
검역 대상 전염병 목록	어류	유행성조혈기괴사증, 잉어봄바이러스병, 바이러스성출혈성패혈증, 전염성연어빈혈증, 참돔이리도바이러스병, 잉어허피스바이러스병, 유행성궤양증후군, 자이로닥틸루스증, 틸라피아레이크바이러스병, 연어알파바이러스병
	패류	보나미아감염증, 마르테일리아감염증, 퍼킨수스감염증, 제노할리오티스캘리모니엔시스감염증, 생선죽바이러스성폐사증
	갑각류	가재전염병, 전염성피하및조혈기괴사증, 노란머리병, 흰반점병, 타우라증후군, 전염성근괴사증, 희꼬리병, 십각류무지개바이러스, 괴사성산체장염, 금성간황장괴사병

자료: 국립수산물품질관리원

[표 5.14] 미국 생선죽 국내 수출 검역

제출서류	<ul style="list-style-type: none"> • 이식승인서 사본(수산자원관리법 제35조 제1항 제5호에 따라 이식승인을 받은 수산 동물을 수출하는 경우) • 검량 기관이 발행한 신청 중량 확인서(신청인의 희망에 한함)
수출 검역 유의사항	<ul style="list-style-type: none"> • 지정검역물에 대해 수입국에서 수출 검역을 요구하지 않는 경우 예외적으로 검역 면제 • 서류검사는 2일, 임상검사는 3일, 정밀검사는 15일 소요 • 신청 수수료 별도 발생하지 않으나 정밀검사 시행 시 비용 발생 • 검역 시행장 지정 또는 변경 신청을 위해서는 검역시행장 지정(변경) 신청서와 시설평면도, 검역시설 임대계약서, 검역관리인 선임계약서 사본, 수의사 또는 질병관리사 면허증사본을 첨부해 각 국립수산물품질관리원 각 지원처에 방문 제출해야 함

자료: 국립수산물품질관리원

[표 5.15] 미국 생선죽 국내 수출 검사

수출 검사 절차	<ul style="list-style-type: none"> • 국립수산물품질관리원으로 신청서 접수 • 필요에 따라 서류검사(제품생산 일지, 분석일지 검토), 관능검사(형태, 설탕, 선별, 온도, 잡물 등), 정밀검사(무작위 표본 검사 - 세균수, 대장균, 중금속, 항생물질 등) 실시 • 검사 판정 후 합격 시, 검사 합격 증명서 교부
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> • 수산물 또는 수산가공품 검사신청서 1부 • 생산·가공일지 • 위임장 등
수출 검역 유의사항	<ul style="list-style-type: none"> • 수산제품의 포장에는 품명, 국가명, 생산·가공시설 명칭 및 등록번호 표기 • 검사 신청인 또는 수입국이 요청하는 기준·규격에 의한 검사는 그 기준·규격이 명시된 서류 또는 검사 생략에 관한 서류를 첨부하여 신청 • 일반적으로 처리기한은 3일이며, 정밀검사 시행 시 7일 소요 • 자세한 수산물·수산가공품 검사 기준과 생산·가공시설 및 해역의 위생관리기준, 지정해역의 지정 고시는 국립수산물품질관리원에서 확인 가능

자료: 국립수산물품질관리원

5. 생선족 미국 수입 신고 및 통관

▶ 미국 생선족, 수입 신고 및 통관 절차

미국의 식품 수입에 대한 통관 담당 기관은 관세국경보호청(CBP)임. 미국으로 수입되는 모든 식품은 미국 도착 이전에 화물과 관련한 정보를 미국 관세국경보호청(CBP)에 의무적으로 사전 통지해야 함. 수입업체는 사전통지시스템 인터페이스(PNSI)를 활용하여 온라인으로 화물에 대한 정보를 입력할 수 있음. 또한, 수입업체는 화물 도착 5일 전부터 15일 이후 이내에 미국 관세국경보호청 통관자동화시스템을 통해 수입 신고를 진행해야 함. 이후 검사검역 단계를 통과하여 물품반출이 허가된 경우 최종적으로 관세를 납부하고 미국 내 유통이 가능해짐⁶⁰⁾

[표 5.16] 미국 생선족 수입 신고 및 통관 절차

<p>1. 물품 도착 및 수입 신고 전 준비</p>	<p>화물정보 사전 제출</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 화물 도착 전 전자적 방법의 통관자동화시스템(AMS)을 활용하여 화물에 대한 정보, 송하인과 수하인의 인적 정보, 운송수단과 항해에 대한 정보를 사전에 제출해야 함 <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • 제출 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 화물에 대한 정보: 품명, 상세설명, 국제적 위험품코드, 선하증권 번호 등 - 송하인과 수하인의 인적 정보: 송하인과 수하인의 이름과 주소, ID 등 - 운송수단과 항해에 대한 정보 : 선적항, 도착항, 예정도착일, 항해번호, 선명 등 <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • 사전신고를 제출해야 하는 최소 기한 : <ul style="list-style-type: none"> - 육로로 도착하기 2시간 전까지 - 철로로 도착하기 4시간 전까지 - 항공으로 도착하기 4시간 전까지 - 해상으로 도착하기 8시간 전까지 <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • 위반 시 처벌 규정 <ul style="list-style-type: none"> - 적하목록 사전제출을 하지 않은 경우, 미국 통관항에서 양하 금지 조치 - 최초 위반에 대하여 벌금 5천 달러, 그 이후의 위반에 대해서 벌금 1만 달러가 부과됨
------------------------------	-------------------	---

자료: 미국 관세국경보호청(CBP), 통합무역정보서비스

60) 미국 관세국경보호청(CBP), 「Importing into the United States : A Guide for Commercial Importers」

[표 5.16] 미국 생선족 수입 신고 및 통관 절차

2. 수입신고	<ul style="list-style-type: none"> • 미국으로 수입되는 식품은 선박 혹은 항공을 통해 미국에 도착하기 5일 전부터 도착 후 15일 이내의 기간에 수입신고를 해야 함 • 사전신청 <ul style="list-style-type: none"> - 해상운송의 경우 본선이 미국 통관항에 '도착하기 5일 전'부터 가능함 - 항공운송의 경우 통관자동화시스템(AMS)를 통하여 적하목록을 사전제출한 이후부터 가능함 			
	<table border="1"> <tr> <td>신고방식</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • 서면 신청서 세관 제출 • 통관자동화시스템(AMS) 또는 관세사 전용 인터페이스(ABI) 통하여 전송 </td> </tr> <tr> <td>제출서류</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> • 적하목록(CBP form 7533) • 물품신고서(CBP form 3461) • 통관할 수 있는 권리의 증명서 • 상업송장(Commercial Invoice, C/I) • 상업송장 제출이 불가능할 경우 견적송장(Proforma Invoice) • 포장 명세서(Packing List) • 기타 물품반출 허가를 위하여 세관장이 요구하는 서류 </td> </tr> </table>	신고방식	<ul style="list-style-type: none"> • 서면 신청서 세관 제출 • 통관자동화시스템(AMS) 또는 관세사 전용 인터페이스(ABI) 통하여 전송 	제출서류
신고방식	<ul style="list-style-type: none"> • 서면 신청서 세관 제출 • 통관자동화시스템(AMS) 또는 관세사 전용 인터페이스(ABI) 통하여 전송 			
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> • 적하목록(CBP form 7533) • 물품신고서(CBP form 3461) • 통관할 수 있는 권리의 증명서 • 상업송장(Commercial Invoice, C/I) • 상업송장 제출이 불가능할 경우 견적송장(Proforma Invoice) • 포장 명세서(Packing List) • 기타 물품반출 허가를 위하여 세관장이 요구하는 서류 			
3. 검사검역	<ul style="list-style-type: none"> • 수입업자가 사전에 통지한 수입 서류와 관세국경보호청(CBP)의 검토 내용이 FDA 데이터베이스에 입력되며, 이를 통해 FDA가 세부 검사 여부를 결정함 • 일정 기준에 따라 고위험군으로 판정되는 화물 또는 기타 법에 의해 검사가 요구되는 화물을 선별한 뒤 실물검사 또는 서류검사가 진행됨 			
3. 관세납부 및 반출	<ul style="list-style-type: none"> • 물품 검사가 끝나면 수입자는 관세, 조세 등 각종 비용을 납부함 <ul style="list-style-type: none"> - FDA의 수입 서류 검토 - 결과에 따라 별도의 검사가 요구되지 않는다고 판단될 시 즉각 수입이 허가되며, 검사가 요구되는 농수산물의 경우 FDA 샘플 조사를 거친 후 합격 판정을 받을 시 수입이 허가됨 			
	<ul style="list-style-type: none"> • 납세 신고서가 처리되고 관세액을 납부하게 되면 물품을 반출 <ul style="list-style-type: none"> - 지정된 보세구역에 물품이 반입된 지 10일 이내로 납세신고서를 제출하고 예정 납세액을 납부함 			
4. 사후심사	<ul style="list-style-type: none"> • 완료된 통관 물품에 대해 통관이 적법하게 이뤄졌는지 반출된 화물에 대한 사후심사 진행 • 이후 먼저 납부한 예상 관세액과 비교하여 초과된 납부액은 환급하고, 부족한 납부액은 추가 징수하며 납세 신고서를 제출한 날로부터 1년 이내 진행됨 			

자료: 미국 관세국경보호청(CBP), 통합무역정보서비스

6. 생선족 미국 수입 검역 및 검사

▶ 생선족, 제출된 서류 FDA 검토 후 수입검사 여부 결정

미국 관세국경보호청(CBP)은 수입업체가 사전통지한 내용과 수입신고 시 제출된 정보를 바탕으로 검토하여 미국 식품의약국(FDA)에 수입허가 결정을 요청하며, 이를 통해 미국 식품의약국이 화물 검사 여부를 결정함. 검사가 필요하다고 판단될 경우 미국 동식물검역국(APHIS)에서 샘플을 수거해 검사를 진행함. 또한, 식품 수출 시 안전성 기준에 유의하여 통관거부 이력이 남지 않도록 유의해야 함. 미국 식품의약국 수입 경보에 의해 유의 업체로 지정된 생산·수출 업체는 향후 대미 수출 시에도 통관이 거부될 확률이 높을 수 있으므로 특별한 주의가 요구됨

[표 5.17] 미국 생선족 수입 검역 및 검사 절차⁶¹⁾⁶²⁾⁶³⁾

수입 검역 검사	<ul style="list-style-type: none"> 수입업체가 사전통지한 내용 및 수입신고 시 제출된 정보 및 서류를 바탕으로 미국 관세국경보호청(CBP)에서는 해당 내용을 검토하여 식품의약국(FDA)에 수입허가 결정을 요청하며, 이를 통해 FDA가 화물의 검사 여부를 결정함 만일 FDA의 검토 결과, 별도의 검사가 요구되지 않을 경우 즉각적으로 수입허가됨 검사가 요구되는 품목의 경우 APHIS의 검사를 거쳐 합격 판정을 받아야만 미국 내 반입이 허용됨 물품 검사 여부는 도착 후 2~3일 내 결정되며, 검사 시 물품반출까지는 약 1주일 소요됨
	<ul style="list-style-type: none"> 미국 식품의약국(FDA)은 제출된 서류를 기반으로 수입 수산물이 자국에서 규정한 식품 안전관리인증기준(HACCP)을 준수하였는지 여부를 중점적으로 검토함 - 미국은 직접적인 수입 수산물 검사 외 HACCP 준수 여부, 제3자 인증프로그램 등을 활용하여 수입 수산물의 안전성을 확보함 - 만일 검사 품목으로 지정되었으나 통과하지 못한 수산물은 통관이 즉시 거부될 수 있으며, 이러한 경우에 해당하는 품목은 FDA 홈페이지에 별도로 고시됨

자료: 미국 식품의약국(FDA)

61) 씨푸드소스(SeafoodSource), 「FDA embarks on new strategy for imported food inspections」

62) 미국 식품의약국(FDA), 「Recalls, Market Withdrawals, & Safety Alerts」

63) 한국해양수산개발원, 「주요 수산물 수출국 수출절차」



VI. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 울타리(Wooltari)

Interview ② 코퍼리버씨푸드(Copper River Seafoods)

Interview ③ 에이치마트(H Mart)

Interview ① 울타리(Wooltari)

64)

울타리(Wooltari)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 미국의 대형 한인마트 체인점으로 로스앤젤레스, 뉴욕, 뉴저지, 버지니아 등 미국 내 총 일곱 개의 도시에서 점포를 운영하고 있음
 - 약 1,200종의 한국 식료품 및 공산품을 취급하고 있으며 주요 도시들에서 배송 서비스를 제공하고 있음

담당자 정보

Sales Representative



울타리(Wooltari) Sales Representative

Q. 미국에서 수산가공식품의 수요는 어떠한가요?

미국 소비자들은 요리하기 간편하고 가격이 저렴한 가공식품을 좋아하지만 미국에서 수산가공식품은 절대적인 규모가 다른 시장 대비 매우 크지는 않습니다. 미국에서 취급하는 수산가공식품 종류는 참치, 정어리, 새우 등을 가공한 식품으로 제한적이며 소수의 품목이 계속해서 시장을 지배하고 있습니다.

Q. 미국에서 가장 인기 있는 생선가공식품은 무엇인가요?

미국 시장에서 인기 있는 생선가공식품은 참치 통조림과 정어리 통조림입니다. 보통 소금에 절인 제품이나 훈제 제품들이 인기가 있는 편입니다.

Q. 미국 소비자들은 주로 어떻게 생선을 요리하나요?

미국에서는 주로 생선을 튀기거나 스투에 넣어서 먹습니다. 주로 양파, 토마토, 감자와 같은 다양한 채소와 생선을 곁들여 먹으며, 몇몇 소비자들은 코스 요리를 먹을 때 생선을 간식이나 애피타이저로 먹기도 합니다.

Q. 미국에서 죽에 대한 시장 수요는 어떠한가요?

죽은 미국에서 널리 소비되는 식품입니다. 미국 소비자들은 주로 도토리, 귀리, 옥수수과 같은 곡물을 넣어 만든 죽을 즐겨 먹습니다. ‘쉬림프 앤 그리츠(Shrimp and Grits)⁶⁵⁾’로 만든 죽도 최근 미국에서 인기 있는 죽 요리 중 하나입니다.

64) 사진자료: 울타리(Wooltari)

65) 쉬림프 앤 그리츠(Shrimp and Grits) : 미국 남부에서 많이 먹는 옥수수죽과 유사한 음식으로 밀가루로 만든 스투에 새우를 혼합해서 조리함

Q. 미국 소비자들은 해산물 죽을 즐겨 먹나요? 미국에서 인기 있는 해산물 죽의 종류는 어떤 것이 있나요?

미국에서 인기 있는 해산물 죽 메뉴로는 앞서 언급했던 베이컨 기름에 구운 새우를 크림 같은 그리츠 위에 올려 서빙되는 '쉬림프 앤 그리츠(Shrimp and Grits)'가 있습니다. 일부는 여기에 베이컨과 체다치즈를 추가해 먹기도 하고 일부는 뜨거운 향신료나 토마토, 계란후라이를 추가하는 등 다양한 방식으로 즐기는 죽입니다.

Q. 고객사 제품이 미국에 거주하는 아시아계 소비자뿐만 아니라 현지 소비자에게도 인기가 있을까요? 현지 소비자에게 생선죽이 좋은 반응을 얻기 위해 조언해주실 내용이 있나요?

현재 미국에서 광어죽을 구매하는 주요 고객층은 아시아계 소비자입니다. 하지만 미국 현지 소비자들도 알래스카산 광어를 선호하고, 죽 또한 미국에서 일상적으로 소비되는 음식이므로 고객사 제품이 미국 소비자들에게 매력적으로 다가갈 가능성이 충분히 있어 보입니다. 다만, 한국산 광어죽은 미국 소비자들이 섭취하는 죽의 형태와 다소 차이가 있어, 고객사 제품이 미국 소비자들의 취향에 맞아야 하며 그렇지 않으면 틈새 수요로 인해 인기를 보장하기 어려울 것입니다. 마케팅 전략은 어떤 소비자를 타겟층으로 고려하는지에 따라 달라질 것으로 보입니다. 만약 틈새시장을 대상으로 하는 경우 고객사 제품 그대로를 소비자에게 알려 인지도를 높일 수 있겠지만 광범위한 미국 소비자를 대상으로 하려면 미국 소비자 선호도에 알맞게 제품의 맛을 조정하는 게 좋을 듯합니다.

Q. 미국 소비자들은 주로 어디에서 생선가공식품을 구매하나요? 미국에서 고객사 제품을 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요?

미국 현지 소비자들은 주로 식료품점이나 수산 시장에서 생선과 수산물을 구매하는데, 생선죽의 경우 온라인 판매 수요가 더 높을 것 같습니다. 온라인 채널은 지리적 제한 없이 제품을 노출할 수 있어 판매로 이어질 가능성이 높기 때문입니다.

Q. 고객사 제품이 현지에서 경쟁력을 가질 수 있을 것으로 생각하나요?

저희 업체에서는 A사의 '완도 가자미죽'을 판매하고 있습니다. 해당 제품의 가격은 320g에 6.29달러(약 9,025원⁶⁶⁾)라는 점과 비교했을 때 고객사 제품의 가격은 매우 경쟁력 있습니다. 고객사 제품의 원재료인 완도산 광어는 한국 소비자들이 주요 고객층이므로 제품의 자체적인 특징과 맛은 정말 매력적이지만 미국 현지 소비자에게 적합한지는 확신할 수 없습니다. 생선죽을 좋아하는 소비자들로 이루어진 틈새시장이 존재하지만, 시장의 성장 가능성은 불투명합니다.

66) 1달러=1,434.80원(2022.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. 미국 소비자들에게 고객사 제품을 홍보할 수 있는 효과적인 방법은 무엇인가요?

미국에서 효과적인 마케팅을 하기 위해서는 우선 소비자들에게 고객사 제품을 알리고, 일상적인 식단에서 벗어나 새로운 음식에 도전할 수 있도록 유도해야 합니다. 이런 종류의 매력적인 캠페인을 진행한다면 인기를 얻을 수 있을 것이라고 생각합니다.

Q. 미국으로 죽을 비롯한 생선가공식품을 수출할 때 유의해야 할 사항이 있나요?

미국으로 수산가공식품을 수출하기 위해서는 미국 식품의약국(FDA)에서 요구하는 가이드라인을 따르는 것이 매우 중요합니다. 또한, 식품안전관리인증기준(HACCP)에 따른 식품위생법을 준수하고 있는지 유의해야 합니다.

Interview ② 코퍼리버씨푸드(Copper River Seafoods)

67)

코퍼리버씨푸드 (Copper River Seafoods)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 1996년 알래스카(Alaska)주에 설립된 수산물 공급업체이자 소매기업
 - 지역 기반의 공급자들과 협력해 생선, 어패류, 갑각류 등 다양한 신선 수산물 및 가공 수산물 제품을 취급하고 있음

담당자 정보

General Manager



코퍼리버씨푸드(Copper River Seafoods) General Manager

Q. 미국에서 수산가공식품의 수요는 어떠한가요?

미국 소비자들은 수산가공식품을 좋아하지만, 대체로 쇠고기나 닭고기를 더욱 선호합니다. 또한, 수산가공식품에 대한 수요가 있어도 모든 품목이 골고루 인기가 있는 것은 아닙니다.

Q. 미국에서 가장 인기 있는 생선가공식품은 무엇인가요?

미국 소비자들은 집에서 생선 요리를 하거나 식당에서 생선 요리를 먹는 것을 좋아합니다. 미국에서 인기 있는 생선가공식품은 냉동이나 통조림 형태의 생선 필레(Fillets), 스테이크 등이 있습니다. 하지만 생선가공식품 중 즉석조리 제품들은 여전히 비인기 품목입니다.

Q. 미국 소비자들은 주로 어떻게 생선을 요리하나요?

미국 소비자들은 튀기거나 스테이크 형식의 구운 생선 요리를 좋아합니다. 그래서 생선 스틱(Fish Sticks)과 생선 샌드위치(Fish Sandwich)가 인기 있는 품목입니다.

Q. 미국에서 죽에 대한 시장 수요는 어떠한가요?

미국에서 죽은 아침 식사 등으로 소비되어 인기 있는 메뉴입니다. 그러나 해산물로 만든 죽에 대한 수요는 미미한 편이며 오트밀이 미국의 대표적인 죽입니다.

Q. 미국 소비자들은 해산물 죽을 즐겨 먹나요? 미국에서 인기 있는 해산물 죽의 종류는 어떤 것이 있나요?

미국 소비자들은 해산물 죽에 대해 잘 알지 못합니다. 해산물 죽은 미국에서 소수의 고객층만 찾는 잘 알려지지 않은 제품입니다.

Q. 고객사 제품이 미국에 거주하는 아시아계 소비자뿐만 아니라 현지 소비자에게도 인기가 있을까요? 현지 소비자에게 생선죽이 좋은 반응을 얻기 위해 조언해주실 내용이 있나요?

고객사 제품은 미국 소비자 유형에 맞지 않으며 소비자 취향에도 매우 적합한 제품은 아니기에 미국 시장에서 수요가 제한적일 것으로 보입니다. 고객사 제품이 이국적인 맛을 가지고 있더라도 수요는 여전히 제한적일 수 있습니다. 미국 소비자들 사이에서 인기를 얻기 위해서는 효과적인 마케팅이 필수적이며, 잠재적인 미국 소비자들에게 고객사 제품과 같은 음식이 있다는 것을 먼저 알리는 것이 중요할 것으로 보입니다.

Q. 미국 소비자들은 주로 어디에서 생선가공식품을 구매하나요? 미국에서 고객사 제품을 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요?

미국 현지 소비자들은 주로 오프라인 매장에서 생선가공식품을 구매합니다. 그러나 최근 몇 년 동안 미국 젊은 연령층과 중년층은 온라인 채널에서도 생선가공식품을 구매하고 있으므로, 고객사 제품의 미국 진출 채널로 온라인 채널을 추천합니다. 온라인에서는 다양한 신제품이 많이 출시되고, 새로운 음식에 도전하는 소비자들이 더욱 쉽게 제품을 접할 수 있기 때문입니다.

Q. 고객사 제품이 현지에서 경쟁력을 가질 수 있을 것으로 생각하나요?

소매 가격과 FOB 가격을 비교해봤을 때 고객사 제품의 가격은 현지에서 경쟁력이 있어 보입니다. 고객사의 제품은 미국에서 흔하게 볼 수 있는 제품은 아니므로 희귀성이 있으나 이국적인 음식을 맛보고자 하는 소비자들만이 고객사 제품에 관심을 가질 것으로 보입니다. 또한, 미국 소비자들은 HACPP 인증을 비롯해 고객사 제품의 세부 인증사항에 신뢰감과 안전성을 느끼며 만족할 것이라고 생각합니다.

Q. 미국 소비자들에게 고객사 제품을 홍보할 수 있는 효과적인 방법은 무엇인가요?

온라인 마케팅이 효과적일 것으로 예상되며 그중에서 특히 소셜 미디어를 통한 마케팅은 제품 홍보에 큰 도움이 될 수 있습니다. 소셜 미디어는 고객사 제품을 소비자들에게 쉽게 노출할 수 있고 제품에 대한 소비자들의 관심을 키울 수 있기 때문입니다. 음식에 관심이 많은 소비자가 미국에서 생선죽 시장의 문을 연다면, 입소문으로 더 많은 소비자를 끌어들이 수 있을 것입니다.

Q. 미국으로 죽을 비롯한 생선가공식품을 수출할 때 유의해야 할 사항이 있나요?

미국으로 생선가공식품을 수출하려면 미국 식품의약국(FDA)에서 요구하는 중요한 지침을 엄격하게 준수해야 합니다. 안전한 생산과 유통을 위해서 따라야 하는 평가와 검사도 있으니 이 부분을 사전에 숙지할 필요가 있습니다.

Interview ③ 에이치마트(H Mart)

68)

에이치마트(H Mart)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 1982년 퀸즈에서 첫 매장을 시작으로 미국 전역에 97개의 점포를 운영하고 있음
 - 북미 지역 전체 슈퍼마켓 중 상위 50위 내에 드는 체인점이며 미국 내에서 가장 빠르게 성장하는 대형 한인 슈퍼마켓 체인점

담당자 정보

Sales Representative



에이치마트(H Mart) Sales Representative

Q. 미국에서 수산가공식품의 수요는 어떠한가요?

최근 들어 해산물 채식주의 식단을 고수하는 페스카테리언(Pescatarians) 소비자가 점점 늘어나는 추세로 인해 미국에서 수산가공식품은 수요가 있는 편입니다. 또한, 쉽게 구할 수 있으며 바로 섭취할 수 있는 식품에 대한 수요도 계속해서 확대되고 있습니다.

Q. 미국에서 가장 인기 있는 생선가공식품은 무엇인가요?

미국에서 인기 있는 생선가공식품은 주로 냉동, 통조림 형태입니다. 훈제된 생선이나 소금에 절인 생선 또한 인기 있는 생선가공식품 품목입니다. 이 외에 다른 방식으로 가공된 생선가공식품의 수요는 많지 않은 편입니다.

Q. 미국 소비자들은 주로 어떻게 생선을 요리하나요?

미국 소비자들은 생선을 스투의 주요 재료로 사용하거나, 튀기거나, 굽는 등 다양한 방식으로 요리하여 섭취합니다. 다만 대다수의 미국 소비자들은 레스토랑이나 음식점에서 생선이나 해산물 요리를 즐기는 것을 선호합니다.

Q. 미국에서 죽에 대한 시장 수요는 어떠한가요?

미국 소비자들 사이에서 죽은 꾸준히 판매되는 제품은 아닙니다. 저희 업체에서 죽을 구매하는 소비자는 주로 미국에 거주하는 아시아계 소비자입니다. 미국에서 인기 있는 죽 종류로는 팥죽, 계란 야채죽 등이 있습니다.

Q. 미국 소비자들은 해산물 죽을 즐겨 먹나요? 미국에서 인기 있는 해산물 죽의 종류는 어떤 것이 있나요?

해산물 죽은 미국에서 널리 인기 있는 품목은 아닙니다. 미국 내 해산물 죽 시장은 이국적인 수산가공식품에 대한 소비자 관심이 증가하게 되면서 성장한 시장입니다. 미국에서 판매되는 해산물 죽의 종류에는 참치죽과 전복죽 등의 제품이 있지만, 주요 구매자는 대부분 미국에 거주하는 아시아계 소비자입니다.

Q. 고객사 제품이 미국에 거주하는 아시아계 소비자뿐만 아니라 현지 소비자에게도 인기가 있을까요? 현지 소비자에게 생선죽이 좋은 반응을 얻기 위해 조언해주실 내용이 있나요?

고객사 제품과 유사한 범위의 상품들이 이미 미국에서 알려져 있지만, 아시아계 소비자 외에 미국 현지 소비자는 거의 구매하지 않습니다. 해당 제품에 대한 현지인들의 인식이 부족하며, 이미 미국 소비자들이 선호하는 참치, 연어, 새우 등의 다른 수산가공식품이 많이 있기 때문입니다. 그래서 고객사 제품과 유사한 제품군을 맛볼 수 있는 식문화 체험 행사 같은 것을 해보는 것도 도움이 될 것 같습니다. 또한, 미국 소비자 취향에 맞는 새로운 요리를 개발할 셰프들과 협력하는 것도 중요한 홍보수단이 될 수 있을 것입니다.

Q. 미국 소비자들은 주로 어디에서 생선가공식품을 구매하나요? 미국에서 고객사 제품을 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요?

일반적으로 생선가공식품은 지역 내의 식료품점과 슈퍼마켓 등에서 판매합니다. 하지만 현재 많은 미국 소비자들이 온라인 플랫폼을 통해 정기적으로 식품을 주문하고 있으므로 오프라인과 온라인 채널 모두를 활용하는 것이 좋을 것입니다. 하나의 유통채널은 한계가 있기에, 비용이 더 많이 들더라도 다양한 고객층에 접근 가능한 온·오프라인 채널을 모두 갖춘 것을 제안합니다.

Q. 고객사 제품이 현지에서 경쟁력을 가질 수 있을 것으로 생각하나요?

미국에서 유통되고 있는 생선죽 제품으로는 B사의 4.99달러(약 7,160원)에 판매되고 있는 참치죽과 5.99달러(약 8,594원)에 판매되고 있는 전복죽이 있습니다. 이들 제품과 비교했을 때 고객사 제품은 가격 경쟁력이 있습니다. 또한, 고객사 제품의 세부 인증사항, 건강상 이점, 셀링포인트 등은 기존 고객들의 선호를 유도하며 미국 시장 성장에 도움이 될 것으로 보입니다.

Q. 미국 소비자들에게 고객사 제품을 홍보할 수 있는 효과적인 방법은 무엇인가요?

고객사 제품에 대한 프로모션은 여러 측면에서 접근해야 합니다. 이국적이면서 건강한 음식 문화를 홍보하는 것이 가장 중점을 두어야 하는 부분입니다. 또한, 고객사 제품의 장점인 풍부한 영양과 건강상 이점을 강조하는 홍보 영상을 SNS 등에 꾸준히 올리는 방법도 효과가 있을 것으로 보입니다.

Q. 미국으로 죽을 비롯한 생선가공식품을 수출할 때 유의해야 할 사항이 있나요?

미국 식품의약국(FDA)은 생선가공식품 수입 자격을 갖추는 데 필요한 규정과 준수 사항을 엄격하게 요구하며 수입식품의 제조업체와 가공업체의 안전성 확인을 위해 해외현장 실사를 시행하고 있습니다. 고객사 제품을 효과적으로 미국에 수출하기 위해서는 투명하고 안전한 생산 설비를 보유하는 것이 중요합니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 인터스트리ARC(IndustryARC), 「U.S. Soup Market size Rerpot, 2022-2017」
2. 한국수산경제, 「우리나라 수산가공산업 현황 분석」, 2020.11
3. 유로모니터(Euromonitor), Cooking Ingredients and Meals_Analysis by Flavour
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Fresh Food in the US Country Report」, 2022.02
5. 유로모니터(Euromonitor), 「Staple Foods in the US Country Report」, 2022.02
6. KMI한국해양수산개발원 해외시장분석센터, 「미국 권역별 수산물·수산식품 시장동향」, 2019.17
7. KMI한국해양수산개발원 해외시장분석센터, 「미국의 수산물 시장동향 조사분석 보고서」, 2018.06
8. 더카운터(The Counter), 「Seventy percent of seafood is purchased when dining out」, 2020.04
9. Journal of the World Aquaculture Society, 「Retail market trends for seafood in the United States」, 2022.08
10. 씨푸드소스(SeafoodSource), 「Survey on US seafood consumption contains surprises」, 2019.01
11. 씨푸드소스(SeafoodSource), 「US fresh, frozen seafood retail sales set records in 2021」, 2022.01
12. 씨푸드소스(SeafoodSource), 「Top 10 list of most-consumed seafood species in US revealed」, 2022.05
13. 캐나다 농업부(Agriculture Canada), 「Fish and seafood trends in the United States」, 2022
14. 유로모니터(Euromonitor), 「Hypermarkets in the US Country Report」, 2022.02
15. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in the US Country Report」, 2022.02
16. 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in the US Country Report」, 2022.02
17. 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-Commerce in the US Country Report」, 2022.02
18. 어민신문, 「미국 오징어 시장 동향」, 2021.04
19. 해양수산부, 「농수산물품질관리법」 제71조, 2022.06
20. 미국 식품의약국(FDA), 「Fish and Fishery Products Hazards and Controls Guidance」, 2022.06
21. 미국 연방규정집(CFR 전자시스템, 21CFR101. FOOD LABELING(식품라벨링)
22. 미국 연방의회, 「불법 어업 및 강제 노동 방지법(Illegal Fishing and Forced Labor Prevention Act)」
23. 한국해양수산개발원, 「주요 수산물 수출국 수출절차」

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.euromonitor.com)
2. 유엔식량농업기구(Food and Agriculture Organization of the United Nations) (www.fao.org)
3. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
4. 인터스트리아크(IndustryARC) (www.industryarc.com/)
5. 미국 해양대기청(NOAA) (fisheries.noaa.gov)
6. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
7. 뉴욕타임즈(New York Times) (www.nytimes.com)
8. 월마트(Walmart) (www.walmart.com)
9. 크로거(Kroger) (www.kroger.com)
10. 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews) (www.supermarketnews.com)
11. 에이치마트(H Mart) (www.hmart.com)
12. 교차로월드(Kyocharoworld) (www.kyocharoworld.com)
13. 시온마켓(Zion Market) (www.zionmarket.com)
14. 에이티아메리카(aT America) (atcenteramerica.com)
15. 세븐일레븐(7-Eleven) (www.7-eleven.com)
16. 씨클케이(Circle K) (www.circlek.com)
17. 씨에스피데일리뉴스(CSP Daily News) (cspdailynews.com)

18. 아마존(Amazon) (www.amazon.com)
19. 이베이(eBay) (www.ebay.com)
20. 미국 관세국경보호청(CBP) (www.cbp.gov)
21. 미국 식품의약국(FDA) (www.fda.gov)
22. 미국 식품의약국 산업시스템(FDA Industry System) (www.access.fda.gov)
23. 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템 (www.ecfr.gov)
24. 미국 해양대기국(NOAA) (www.fisheries.noaa.gov)
25. 관세청 (www.customs.go.kr)
26. 통합무역정보서비스 (www.tradenavi.or.kr)
27. 관세법령포털 (unipass.customs.go.kr)
28. 국립수산물품질관리원 (www.nfqs.go.kr)
29. 해양수산해외산업포털 (www.kmi.re.kr)
30. FTA포털(Yes FTA) (www.customs.go.kr/ftaportalkor/main.do)
31. 씨푸드소스(SeafoodSource) (www.seafoodsource.com)
32. 울타리(Wooltari) (wooltariusa.com)
33. 코퍼리버씨푸드(Copper River Seafoods) (www.copperriverseafoods.com)
34. 에이치마트(H Mart) (www.hmart.com)

