

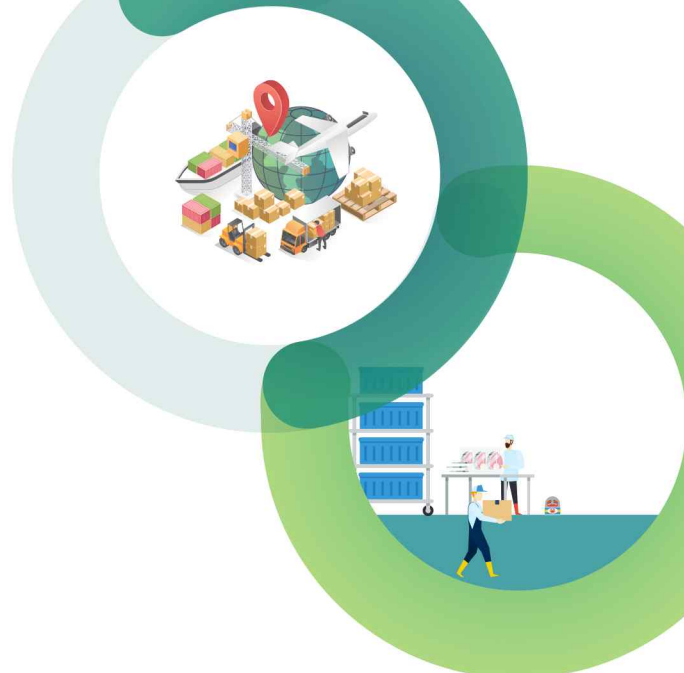


2022 수산물 수출기업 맞춤형 시장조사



No. | 202211-03
품목 | 소금
HS CODE | 2501.00-9010
국가 | 미국(U.S.A)
구분 | 시장분석형

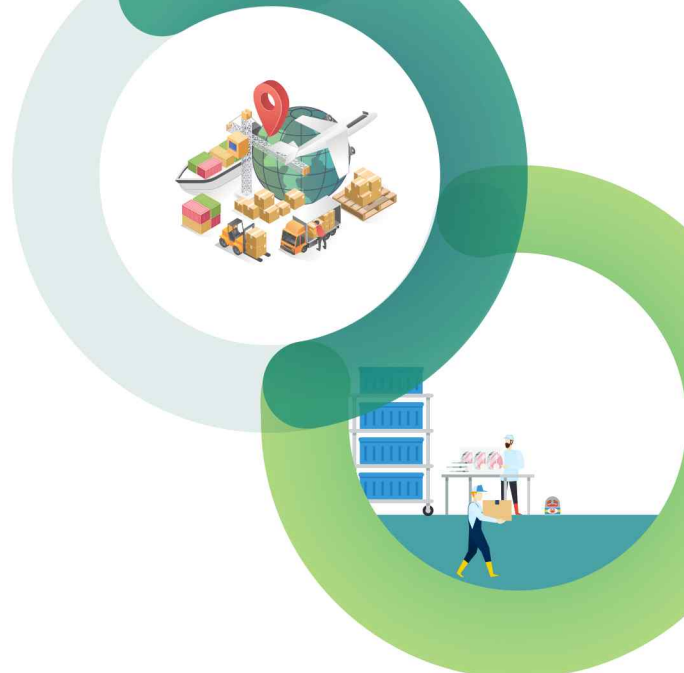




CONTENTS

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 미국 소금 시장규모	06
2. 한국 소금 생산규모	07
3. 미국 소금 수입규모	08
4. 미국 소금 수입금액	09
III. 시장트렌드	
1. 미국 소금 경쟁제품, '천일염' 1위	11
2. 미국 소금, '그라인더' 패키징 최다 빈출	12
3. 소금의 효능으로는 제품에 포함된 미네랄 종류 언급	13
4. 미국 소금, 제품 생산 방식 및 인증 토대로 홍보 진행	14
IV. 유통채널	
1. 미국 소금 유통채널 비교	16
2. 미국 소금 유통채널 특징	17
3. 미국 소금 B2C 유통채널	21





CONTENTS

V. 진입장벽

1. 소금 통관 및 검역 절차	29
2. 소금 수출 전 사전 준비	30
3. 소금 국내 수출 신고 및 통관	41
4. 소금 국내 수출 검역 및 검사	43
5. 소금 미국 수입 신고 및 통관	45
6. 소금 미국 수입 검역 및 검사	47

VI. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 울타리유에스에이(Wooltari USA)	49
Interview ② 인산케이힐링(Insan K Healing)	51
Interview ③ 월마트(Walmart)	53

※ 참고문헌	55
--------	----



Summary

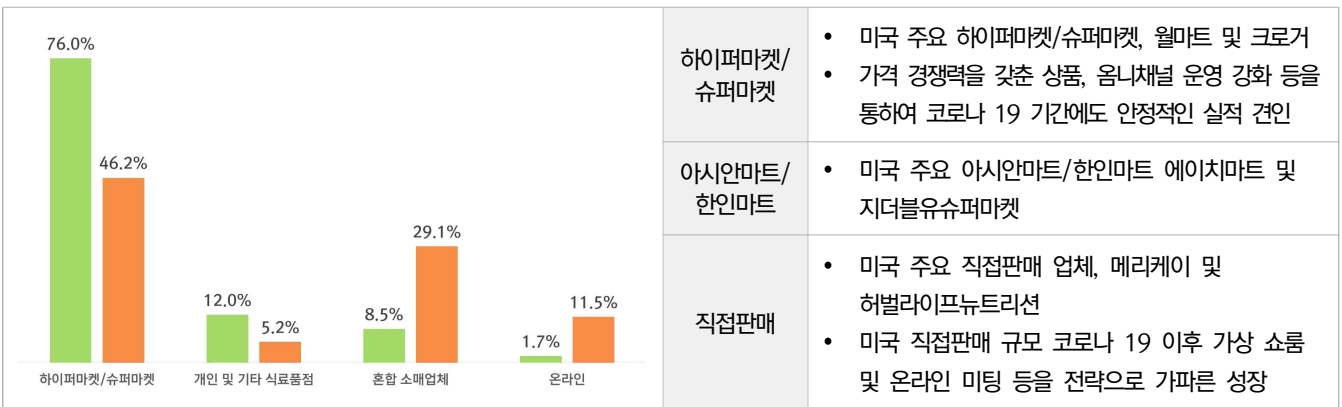
■ 시장분석



■ 시장트렌드



■ 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"> 수산가공식품은 수출 시 검역대상 지정검역물에 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, 선허증권, 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"> 소금 품목에 대한 현지 소비자 수요 높은 편 미국 소비자들은 식품의약국(FDA)에서 권장하는 일일 나트륨 섭취량 대비 소금을 많이 섭취하므로, 소금 품목에 대한 시장 전망 좋은 편으로 예상
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> 현지 소비자들은 주로 요리의 목적으로 소금을 구매하며, 치유 목적의 소금 구매는 매우 제한적 가격이 비교적 비싼 치유 목적의 소금, 죽염 등은 보편적인 수요는 적 편이나, 현지에서 인지도를 얻은 B사 죽염 제품은 충성도가 높은 소비자층 보유

(*) A사-B사 : 한국 경쟁사명 이니셜 처리





II. 시장규모

1. 미국 소금 시장규모
2. 한국 소금 생산규모
3. 미국 소금 수입규모
4. 미국 소금 수입금액

1. 미국 소금 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 소금 시장규모 약 3,362억 원

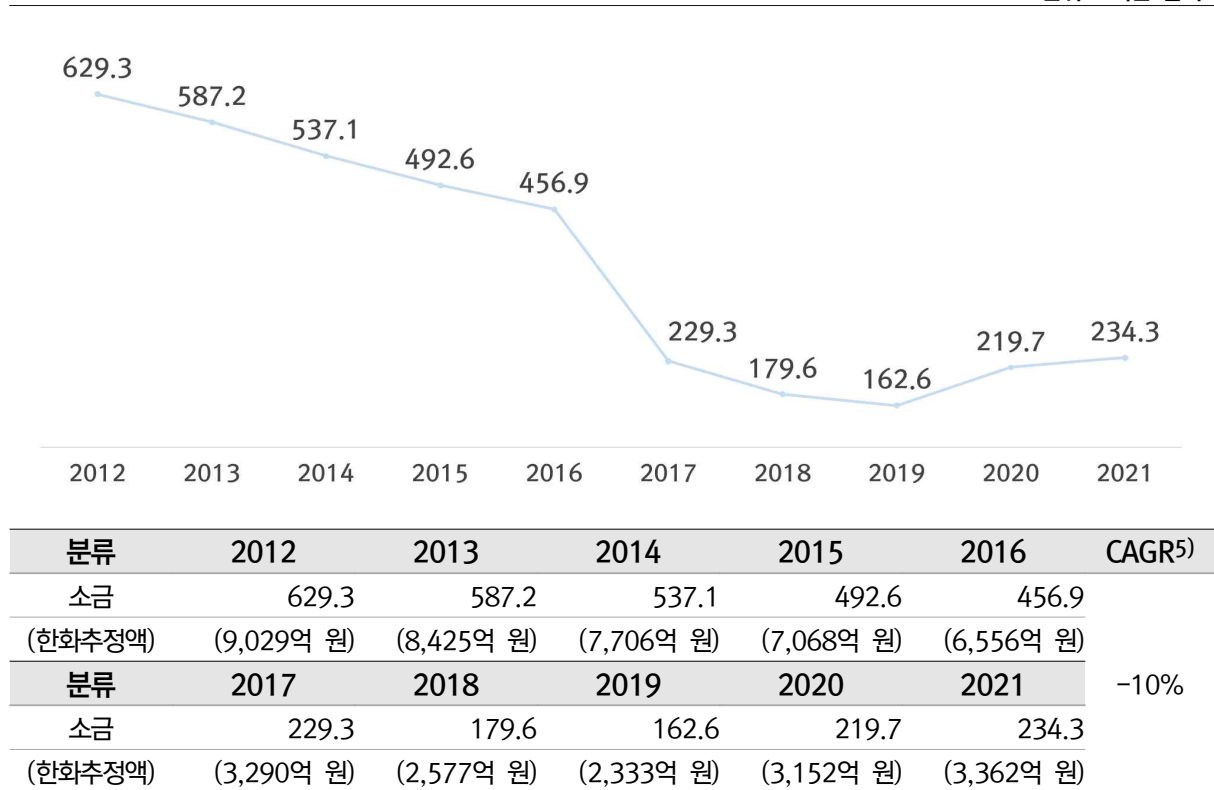
2021년 기준 미국의 소금(Table salt) 시장규모는 전년 대비 7%가량 증가한 약 3,362억 원으로 집계됨. 미국 소금 시장규모는 지난 10년(2013-2022년) 동안 증감을 반복하며 연평균 10% 감소한 것으로 확인됨

▶ 미국 소금 소비량, 2019년 기준 전 세계 7위

2019년 기준 미국의 일일 소금 섭취량은 9g으로 세계보건기구(WHO)의 권장 섭취량인 5g의 두 배 가까이 섭취하는 것으로 나타남. 2019년 기준 미국의 일일 소금 소비량은 전세계 7위이며, 1위는 중국(10.9g), 2위는 몬테네그로(10.7g), 3위는 포르투갈(10.5g)로 확인됨²⁾

[표 2.1] 미국 '소금' 시장규모⁴⁾

단위 : 백만 달러



자료: 이비스월드(ibisworld)

1) 외교부, 「국가개황」, 2021

2) 스태티스타(Statista), 「Salt consumption worldwide as of 2019, by country (in grams per day)」

3) 세계보건기구(WHO), 「Salt Reduction」, 2020.04

4) 1달러=1,434.80원(2022.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

2. 한국 소금 생산규모⁶⁾

▶ 2021년 한국 소금 생산규모 총 35만 4,722톤

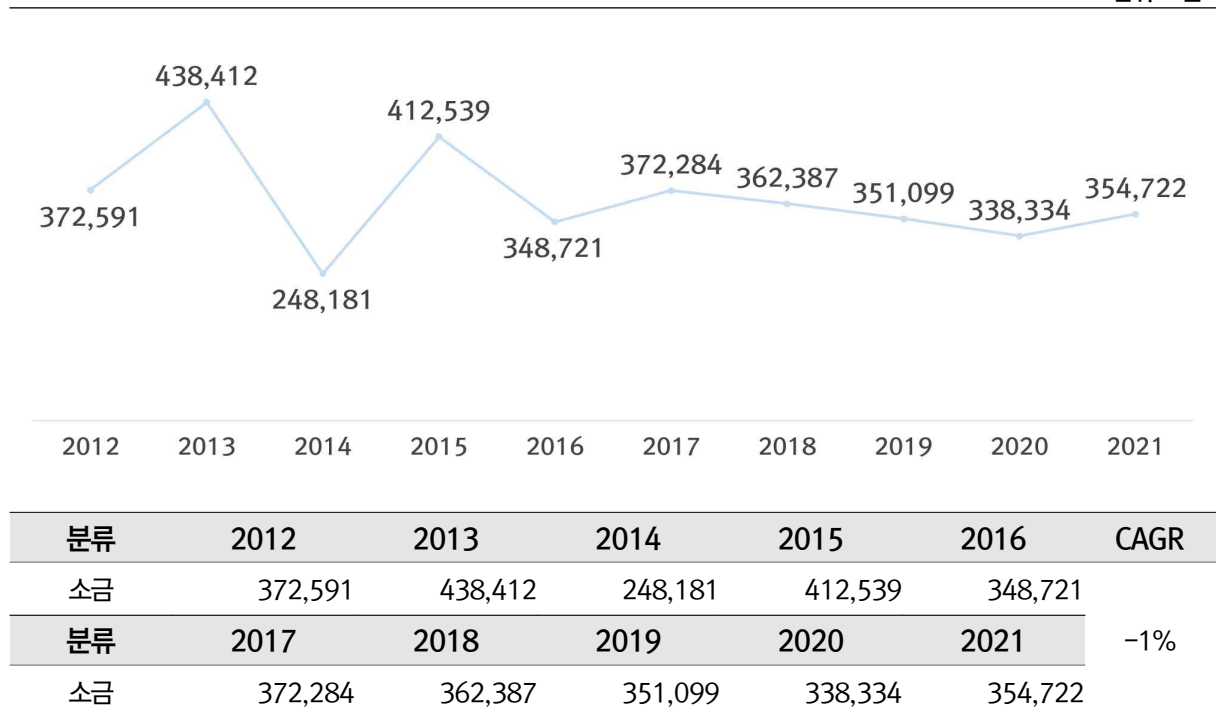
2021년 기준 한국 소금(Table salt) 생산규모는 총 35만 4,722톤으로 집계됨. 식품의약품안전처에서 발표한 지난 10년(2012-2021년)간 ‘식품 및 식품첨가물 생산실적’에 따르면, 소금(Table Salt)은 천일염, 재제소금, 태움·용융소금, 정제소금, 가공소금, 기타소금의 합으로 집계됨. 조사 기간 중 처음 3년(2012-2014년) 동안은 천일염, 재제소금, 태움·용융소금, 정제소금, 가공소금의 생산량이 집계되었으나 이후 기타 소금도 생산량 집계에 포함됨

▶ 한국 소금 생산규모 완만한 감소세

한국의 소금 생산규모는 지난 10년(2012-2021년) 중 2013년에 43만 8,412톤 고점 이후 감소세로 전환되며 해당 기간 생산량이 연평균 1%가량 감소한 것으로 확인됨. 2021년 기준 소금 생산규모는 전년 대비 5% 증가했으나 조사 기간의 첫 해인 2012년 수준을 회복하지는 못했음

[표 2.2] 한국 ‘소금’ 생산규모⁷⁾⁸⁾

단위 : 톤



자료: 식품의약품안전처

6) 식품의약품안전처, 「식품 및 식품첨가물 생산실적」, 2012~2021

7) 2015~2021년 한국 ‘소금’ 생산규모는 천일염, 재제소금, 태움·용융소금, 정제소금, 기타소금, 가공소금의 합을 의미함

8) 2012~2014년 한국 ‘소금’ 생산규모는 천일염, 재제소금, 태움·용융소금, 정제소금, 가공소금의 합

3. 미국 소금 수입규모

● 소금 HS CODE

해당 장에서 소금은 'HS CODE 2501.00'으로 분류됨
 HS CODE 제2501호의 품명은 '소금(식탁염과 변성염을 포함한 다), 순염화나트륨[수용액(水溶液)인지 또는 고결(固結)방지제나 유동제를 첨가한 것인지에 상관없다]과 바닷물'임
 'HS CODE 2501.00-9010'의 품명은 '식염'임

▶ HS CODE 2501.00 미국 對글로벌 수입액 약 1.2조 원

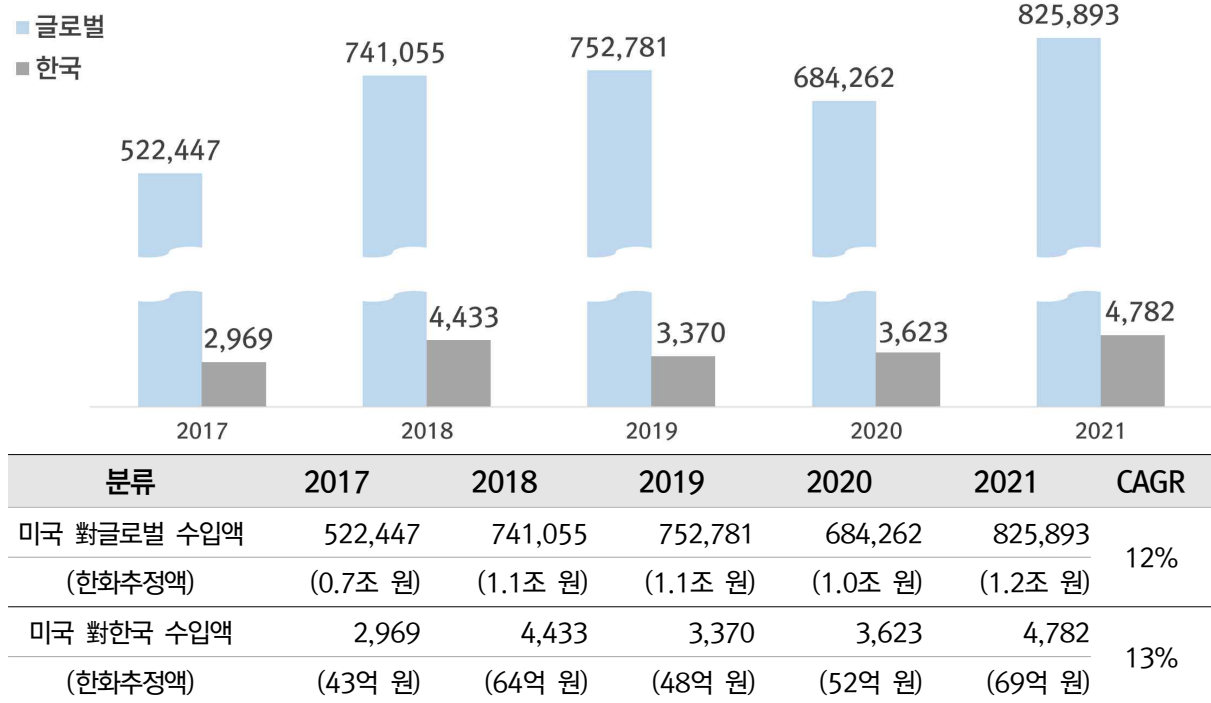
2021년 기준 HS CODE 2501.00 품목의 미국 對글로벌 수입액은 전년 대비 21%가량 증가한 약 1.2조 원으로 집계됨. 해당 품목의 최근 5년(2017-2021년)간 미국 對글로벌 수입액은 연평균 12%의 증가세를 보였음

▶ HS CODE 2501.00 미국 對한국 수입액 20위

2021년 기준 HS CODE 2501.00의 미국 對한국 수입액은 약 69억 원으로 전체 수입액 기준 20위(점유율 약 1%)를 차지했으며, 지난 5년(2017-2021년)간 연평균 13% 증가세를 보임. 미국은 HS CODE 2501.00 품목의 수입을 주로 캐나다(약 3,563억 원, 점유율 30%)와 칠레(약 3,220억 원, 점유율 27%)에 의존하고 있으며, 이외에도 주요 수입국으로는 멕시코(약 1,072억 원, 점유율 9%)가 있는 것으로 확인됨

[표 2.3] 미국 '소금' 수입규모⁹⁾¹⁰⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre)

9) 자료: ITC(International Trade Centre)

10) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

4. 미국 소금 수입금액

▶ 미국 HS CODE 2501.00, 1톤당 수입단가 약 7만 원

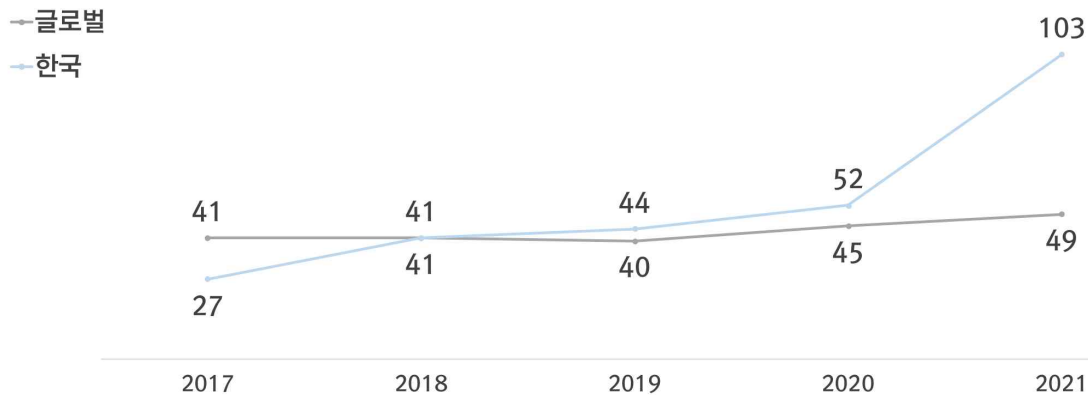
2021년 기준 HS CODE 2501.00의 미국 對글로벌 단위당 수입금액은 전년 대비 9%가량 상승한 약 7만 원으로 확인됨. 해당 품목의 수입단가는 최근 5년(2016-2020년) 동안 연평균 5% 상승함

▶ 미국 HS CODE 2501.00 수입단가, 한국 47위

2021년 기준 HS CODE 2501.00의 미국 對한국 수입단가는 14만 7,784원으로 글로벌 47위에 해당함. 해당 품목의 미국 對글로벌 수입단가 순위는 1위 케이맨 제도(약 1,794만 원), 2위 튀니지(약 919만 원), 3위 UAE(약 717만 원)로 확인됨

[표 2.4] 미국 ‘소금’ 단위당 수입금액¹¹⁾¹²⁾

단위 : 달러/톤, 톤



분류	2017	2018	2019	2020	2021	CAGR
미국 對글로벌 수입금액	41	41	40	45	49	5%
(한화추정액)	(5.9만 원)	(5.9만 원)	(5.7만 원)	(6.5만 원)	(7.0만 원)	
미국 對글로벌 수입량	12,608,908	17,858,490	18,654,649	15,211,330	16,842,211	8%
미국 對한국 수입금액	27	41	44	52	103	40%
(한화추정액)	(3.9만 원)	(5.9만 원)	(6.3만 원)	(7.5만 원)	(14.8만 원)	
미국 對한국 수입량	108,669	108,737	77,151	69,323	46,339	-19%

자료 : ITC(International Trade Centre)

11) 자료: ITC(International Trade Centre)

12) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨



III. 시장트렌드

1. 미국 소금 경쟁제품, '천일염' 1위
2. 미국 소금, '그라인더' 패키징 최다 빈출
3. 소금의 효능으로는 제품에 포함된 미네랄 종류 언급
4. 미국 소금, 제품 생산 방식 및 인증 토대로 홍보 진행

1. 미국 소금 경쟁제품, ‘천일염’ 1위

▶ 미국 소금 경쟁제품 중 ‘천일염’ 빈출 키워드 1위

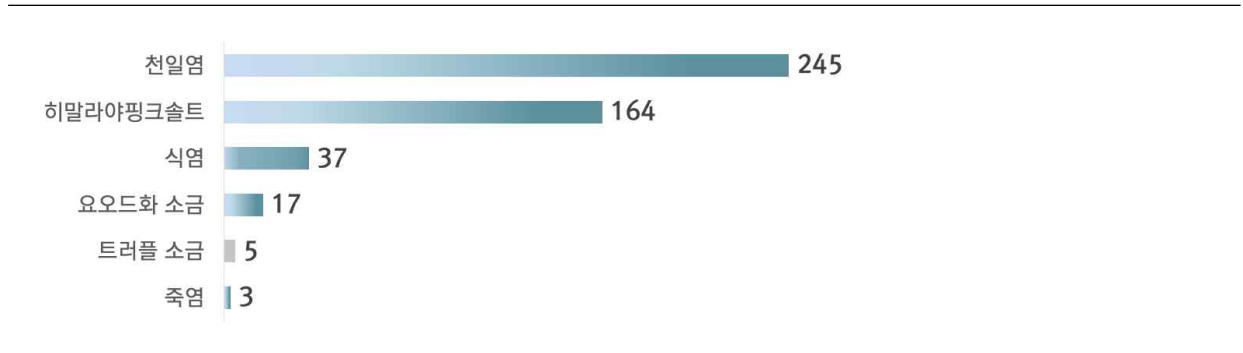
- 미국 현지 온라인 물 조사 결과 소금 카테고리 내 ‘천일염’이 최다 빈출 키워드
- 천일염 외에도 ‘히말라야핑크솔트’ 및 일반적인 ‘식염(Table Salt)’이 각각 164건, 37건 등장하며 상위권 차지

▶ 미국 온라인 물, 대부분 조미료 개념의 소금 제품 판매

- 검색 결과 상단에 배치되는 대부분의 제품은 일반적으로 조리 중이나 완료 후 맛을 가미하기 위해 사용되는 일반적인 용도의 소금이었음
- ‘죽염’ 키워드는 3건 등장했으며, 조사 당시 판매 중인 제품은 모두 한국산 제품이라는 점 등 현지인들에게는 생소한 제품인 것으로 보여짐

1위 천일염		2위 히말라야핑크솔트		4위 요오드화 소금	
					
브랜드	셀리나네추럴리 (Selina Naturally)	브랜드	히말라얀셰프 (Himalayan Chef)	브랜드	굿솔트(GoodSalt)
분류	천일염	분류	히말라야핑크솔트	분류	소금
용량	454g	용량	4.5g * 12개입	용량	350g * 3개입
가격	9.95달러(약 14,276원 ¹³⁾)	가격	15.99달러(약 22,942원)	가격	14.99달러(약 21,508원)

[표 3.1] 미국 소금 경쟁제품 관련 키워드



자료: 미국 온라인 물 판매 ‘소금’ 제품 분석

13) 1달러=1,434.80원(2022.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)




2. 미국 소금, ‘그라인더’ 패키징 최다 빈출

▶ 미국 소금 제품 다수가 ‘그라인더’ 형태로 판매 중

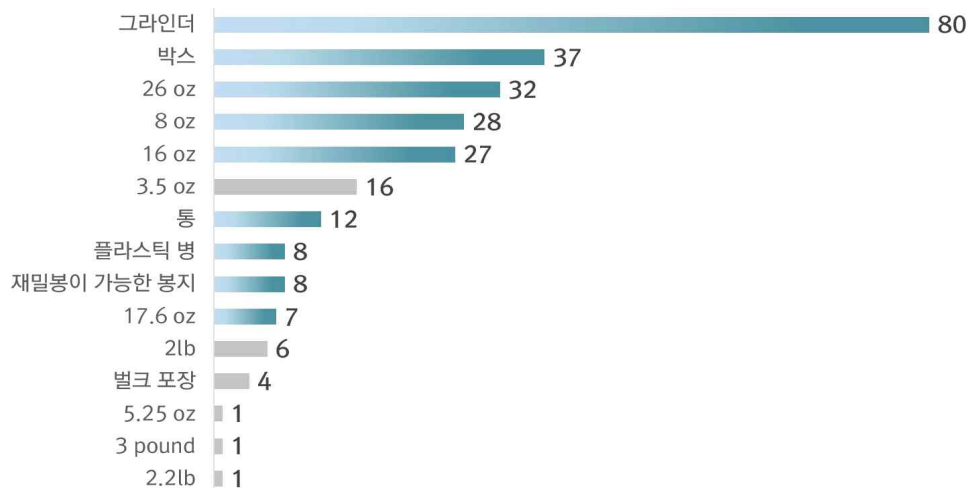
- ‘그라인더’ 키워드 80건 등장하며 패키징 키워드 1위
- 앞서 살펴본 바와 같이 일반적인 식사 시 활용되는 종류의 소금이 판매되고 있는 소금 제품의 대다수라는 점과 연결
- 이외에도 ‘박스’나 ‘플라스틱 병’ 등 포장재 외에도 값이 비교적 저렴하거나 용량이 큰 제품은 ‘재밀봉이 가능한 봉지’에 포장

▶ 이외의 키워드는 대부분 무게 언급

- 패키징 관련 특이 키워드는 없었으며, 포장재 외에는 대부분 ‘26oz’나 ‘8oz’ 등 제품의 용량과 관련된 키워드가 등장

1위 그라인더		2위 박스		9위 재밀봉이 가능한 봉지	
					
브랜드	더스파이스랩(The Spice Lab)	브랜드	마니세비츠(Manischewitz)	브랜드	페퍼메이트(Pepper Mate)
분류	히말라야핑크솔트 외	분류	코셔 소금	분류	천일염
용량	1kg (소금만)	용량	1.8kg	용량	340.2g
가격	20.95달러(약 30,059원)	가격	11.99달러(약 17,203원)	가격	14.99달러(약 21,508원)

[표 3.2] 미국 소금 패키징 관련 키워드



자료: 미국 온라인 몰 판매 ‘소금’ 제품 분석

3. 소금의 효능으로는 제품에 포함된 미네랄 종류 언급

▶ 미국 소금 효능 키워드 1위, ‘미네랄’

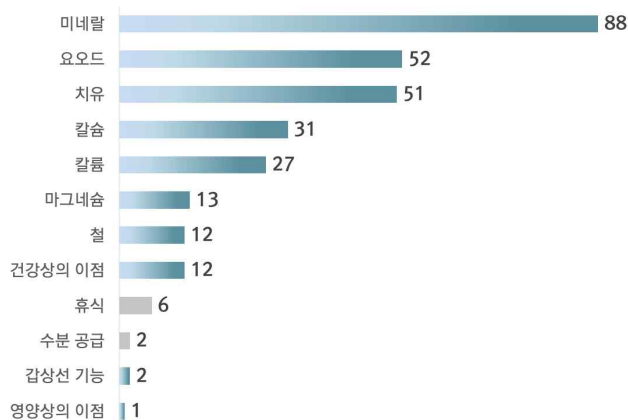
- ‘미네랄’ 키워드가 88건 등장하여 최다 빈출 키워드
- 다만, 이는 고객사 제품의 특징점과는 사뭇 다르게 식용 소금 중에서도 천일염이나 히말라야핑크솔트에 주로 사용되는 키워드로 보임
- ‘미네랄’의 종류인 ‘칼슘’이나 ‘칼륨’, ‘마그네슘’, ‘철’ 등도 다수 활용되는 키워드

▶ 직접적인 효과를 강조한 키워드로는 ‘치유’, ‘갑상선 기능’ 등

- ‘치유’ 키워드는 근육이나 피부 상황 개선 등을 타겟으로 한 목욕용 제품에 주로 활용
- ‘갑상선 기능’ 항상 효능을 지닌 소금 제품은 건강기능식품으로 포지셔닝되어 있었고, 기타 해조류나 허브도 함께 포함되었음이 강조

3위 치유		8위 건강상의 이점		11위 갑상선 기능	
					
브랜드	어반릴리프(Urban ReLeaf)	브랜드	윌로우앤에버렛 (Willow&Everett)	브랜드	솔라레이(Solaray)
분류	소금 가공품	분류	히말라야핑크솔트	분류	소금 가공품
용량	약 85g (3 ounces)	용량	1kg	용량	100개입
가격	13.87달러(약 19,901원)	가격	7.77달러(약 11,148원)	가격	10.49달러(약 15,051원)

[표 3.3] 미국 소금 효능 관련 키워드



자료: 미국 온라인 물 판매 ‘소금’ 제품 분석

4. 미국 소금, 제품 생산 방식 및 인증 토대로 홍보 진행

▶ **최다 빈출 키워드는 ‘천연의’**

- ‘천연의’ 260건 등장하며 빈출 키워드 1위, ‘유기농’ 키워드도 45건 등장
- 이외에도 ‘고품질’ 등 품질을 직접적으로 언급한 키워드도 존재

▶ **인증 관련 키워드 다수 등장**

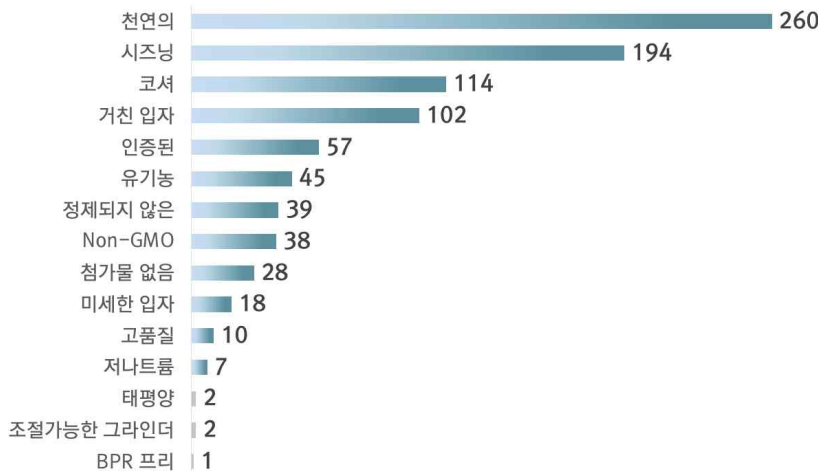
- 대표적인 소금 종류로 인식되고 있는 ‘코셔’는 114건 등장했으며 ‘인증된’은 미국 농무부(USDA)와 관련하여 다수 사용됨
- 직접적인 인증이 있는 것은 아니나 ‘정제되지 않은’, ‘첨가물 없음’, ‘저나트륨’ 등 건강한 소금과 조미료 제품에 기대되는 여러 키워드 활용

▶ **이외에 상위권에 등장한 키워드는 식용 소금과 관련된 내용**

- 2위 빈출 키워드인 ‘시즈닝’이나 ‘거친 입자’, ‘미세한 입자’ 등 조미 시 사용되는 소금의 특징을 언급한 키워드 다수 등장

1위 천연의		5위 인증된		12위 저나트륨	
브랜드	제인스크레이지믹스드업 (Jane's Crazy Mixed-Up)	브랜드	샌프란시스코솔트컴퍼니 (San Francisco Salt Co.)	브랜드	모튼(Morton)
분류	소금 가공품	분류	소금 가공품	분류	소금
용량	269g * 20개입	용량	907g	용량	311g * 2개입
가격	14.99달러(약 21,508원)	가격	14.99달러(약 21,508원)	가격	12.99달러(약 18,638원)

[표 3.4] 미국 소금 홍보문구 관련 키워드



자료: 미국 온라인 몰 판매 ‘소금’ 제품 분석



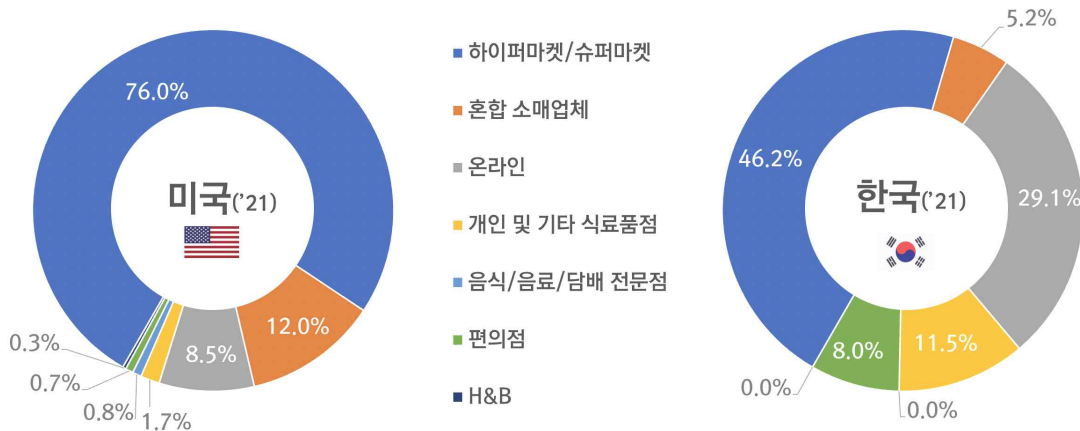
IV. 유통채널

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

1. 미국 소금 유통채널 비교

▶ 미국 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 점유율 전체 유통채널 중 가장 높아
 2021년 미국 및 한국의 ‘소스, 드레싱 및 조미료’ 유통은 소매판매 점유율 1위 채널을 제외하고 상이한 구조를 보임. 먼저, 미국에서 76.0%를 점유한 미국의 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 외에 유의미한 유통점유율을 보인 소매판매 채널은 ‘혼합 소매업체’(12.0%)와 ‘온라인’(8.5%)이었으며, 기타 채널의 점유율은 미미한 수준으로 확인됨. 반면, 한국에서는 전체의 46.2%가 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’을 통해 유통되었고, 뒤를 이어 ‘온라인’이 29.1%를 점유함. 이외에도 ‘개인 및 기타 식료품점’(11.5%) 및 ‘편의점’(8.0%)이 유의미한 점유율을 보임

[표 4.1] 미국 소금 소매유통채널 점유율



미국 및 한국 소매유통채널 점유율 ¹⁴⁾ ¹⁵⁾ 비교 ¹⁶⁾		
미국	유형	한국
76.0%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	46.2%
12.0%	혼합 소매업체	5.2%
8.5%	온라인	29.1%
1.7%	개인 및 기타 식료품점 ¹⁷⁾	11.5%
0.8%	음식/음료/담배 전문점	0.0%
0.7%	편의점 ¹⁸⁾	8.0%
0.3%	H&B	0.0%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

14) 2021년 기준, 미국 및 한국 ‘소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)’의 소매유통채널 점유율임
 15) ‘소금’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘소스, 드레싱 및 조미료(Sauces, Dressings and Condiments)’의 정보를 확인함
 16) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음
 17) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 아시안마트/한인마트를 포괄함
 18) 본 보고서에서 편의점은 주유소매점을 포괄함

2. 미국 소금 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 1,263조 7,438억 원¹⁹⁾)의 31.8%를 점유했으며, 크로거(Kroger)는 2021년 업계 전체 매출액의 10.9%를 차지함

▶ 미국 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 가격 경쟁력 앞세워 소비자 유인²⁰⁾²¹⁾

미국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업계는 2021년 코로나19 완화 후로도 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. 이외에도 하이퍼마켓/슈퍼마켓 기업이 출시한 자체상표 상품 등 가격 경쟁력을 필두로 소매판매 업계 내 지위를 공고히 할 것으로 예상됨. 미국 하이퍼마켓/슈퍼마켓에서 판매되고 있는 수산물 제품은 주로 손질된 냉동 및 가공 제품이며, 종류는 새우, 필렛 형태의 흰살 생선이나 오징어 링 등이 있음

[표 4.2] 미국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('21) ²²⁾	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)

2) 아시안마트/한인마트

▶ **미국 주요 아시안마트/한인마트, 에이치마트 및 지더블유슈퍼마켓**
 미국 내 주요 아시안마트/한인마트 업체로는 에이치마트(H Mart)와 지더블유슈퍼마켓(GW-Supermarket), 시온마켓(Zion Market) 등이 있음. 에이치마트는 미국 내 최대 규모의 한인마트 체인으로, 현재 미 전역에서 약 70여 개의 점포를 운영하고 있음

[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)

19) 1달러=1,345.10원(2022.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
 20) 유로모니터(Euromonitor), 「Hypermarkets in the US Country Report」, 2022.02
 21) 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in the US Country Report」, 2022.02
 22) 미국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

3) 직접판매

▶ 미국 주요 직접판매 업체, 메리케이 및 허벌라이프뉴트리션

미국의 주요 직접판매 업체 메리케이(Mary Kay)는 2021년 기준 미국 직접판매 부문 전체 매출액 289억 7,510 달러(약 41조 5,735억 원)의 5.9%를 점유하였으며, 허벌라이프뉴트리션(Herbalife Nutrition)은 전체 매출액의 5.5%를 점유함

▶ 미국 직접판매, 건강식품에 대한 뜨거운 관심으로 성장 중²³⁾24)

미국 직접판매 규모는 코로나 19 이후 가파르게 성장했으며 2021년에도 소매판매액 기준 전년 대비 약 6% 증가함. 직접판매 카테고리 중에서도 ‘컨슈머헬스(Consumer Health)’는 2020년과 2021년에 각각 전년 대비 11.3%, 6.1% 증가하여 2021년 기준 56억 3,580만 달러(약 8조 862억 원) 규모를 달성했는데, 이는 건강 및 면역력에 대한 소비자 의식이 상승했다는 점이 주요 요인임. 코로나 19 이후 가상 쇼룸 및 온라인 미팅 등을 통해 더 많은 소비자에게 다가가는 전략을 펼치고 있으며, 특히 소비자들이 온라인 또는 대면으로 행사를 참가 방식에 대한 선택지를 마련하여 참여를 유도하고 있음

[표 4.4] 미국 주요 직접판매 업체

순번	기업명	직접판매 매출액 점유('21) ²⁵⁾	산하 주요 브랜드
1	메리케이 (Mary Kay)	5.9%	메리케이 (Mary Kay)
2	허벌라이프뉴트리션 (Herbalife Nutrion)	5.5%	허벌라이프뉴트리션 (Herbalife Nutrion)
3	멜라루카 (Melaleuca)	4.4%	멜라루카 (Melaleuca)
4	메디패스트 (Medifast)	4.4%	메디패스트 (Medifast)
5	암웨이 (Amway)	4.1%	암웨이 (Amway)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

23) 유로모니터(Euromonitor), 「Direct Selling in the US Country Report」, 2022.02

24) 다이렉트셀링어소시에이션(Direct Selling Association, DSO), 「Direct Selling in the United States」, 2021

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 요인²⁶⁾²⁷⁾

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 추후에도 지속될 것으로 보임. 인플레이션으로 소비자들의 가격 민감도가 상승한 점이 추가적인 성장 요인으로 작용한 것으로 보이며, 주요 플레이어 중에서는 인적 및 물적 공급망 관리에 성공한 아마존닷컴이 매출액의 40%를 차지하는 성과를 냄

[표 4.5] 미국 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('21) ²⁸⁾	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)

25) 미국 직접판매 점유율 부문 상위 5개 기업

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

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

28) 미국 온라인 유통채널 점유율 부문 상위 5개 기업



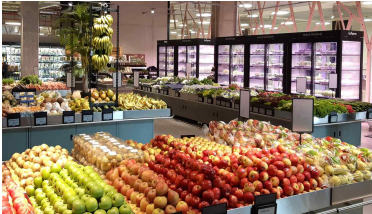
3. 미국 소금 B2C 유통채널 ① 월마트

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 • 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 소금 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 GCC29) 및 KGCC30) 취득 ② 크로거사의 벤더관리시스템(Supplier Hub)을 통해서만 입점 가능 		

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

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

30) 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 소금 B2C 유통채널 ③ 에이치마트

기업 기본 정보	기업명	에이치마트(H Mart)	
	기업구분	아시아마트/한인마트	
	홈페이지	www.hmart.com	
	위치	뉴저지(New Jersey)	
	규모	매출액('20)	약 15억 달러(한화 약 2조 177억 원)
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('21): 75개 직원 수('20): 약 3,000명 	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 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 	
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 즉석식품, 스낵류, 음료류, 건강식품, 주방용품, 전자제품 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> 기존 플랫폼에 없는 신제품, 아시아 식품, 한국 식품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지에서 직접 공급자 지원서 작성 (www.hmart.com/online-affiliates) - 담당자 확인 후 제품에 대한 논의를 거친 뒤 입점 - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 회사명, 담당자명, 이메일, 연락처, 입점문의 등 자유 기재 문의사항 연락처 - 전화번호: +1-800-648-0980 	

자료: 에이치마트(H Mart), 뉴욕타임즈(New York Times)

사진 자료: 교차로월드(Kyocharoworld)


3. 미국 소금 B2C 유통채널 ④ 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	<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 소금 B2C 유통채널 ⑤ 암웨이

기업 기본 정보	기업명	암웨이(Amway)	
	기업구분	직접판매	
	홈페이지	www.amway.com	
	위치	미시건(Michigan)	
	규모	매출액('21) 약 89억 달러(약 12조 7,697억 원) 기타 규모 • 직원 수('20): 약 1만 5,000명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1959년 미국에서 설립되었으며 현재 전 세계 약 80여 개국에서 사업 진행 • 2021년, y-o-y 4% 증가하여 전 세계에서 약 89억 원의 매출 규모 달성 • 대표 상품인 뉴트리라이트(Nutrilite)가 매출의 절반 이상을 차지 • 2022년 우크라이나-러시아 전쟁 발발 이후 러시아 시장에서의 사업 중단 		
매장정보	입점가능품목	• 건강기능식품, 다이어트 보조용 식품, 가공식품, 생할용품 등	
	선호제품	• 공급이 안정적인 제품, 가격 경쟁력이 있는 제품	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 등록 (supplier.amway.com/new-supplier-form/) - 등록 시 필요한 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 연락 담당자, 전화번호, 이메일, 지역 및 주소) ② 공급 제품 정보 (홈페이지 및 관련 정보, 암웨이에 제공할 수 있는 것) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등 128MB까지 첨부 가능) - 해당 페이지를 통해 배송, 제품 요건 등 확인 가능 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-616-787-1648 - 이메일: IntegrationCenter-b2b@amway.com 	

자료: 암웨이(Amway)

사진 자료: 암웨이(Amway)

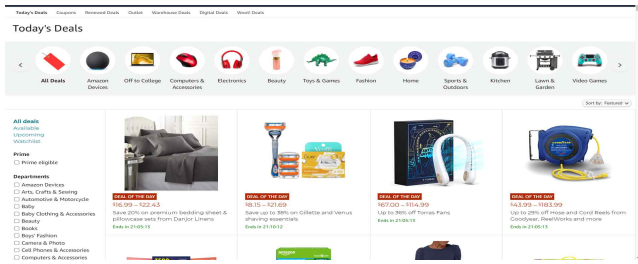
3. 미국 소금 B2C 유통채널 ⑥ 아마존

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
----------	---------------	---

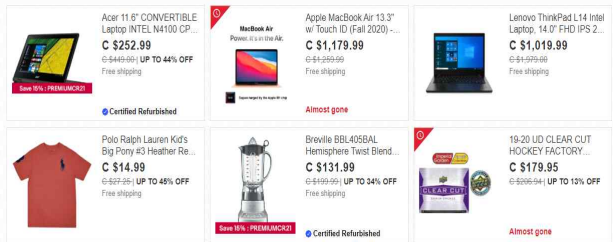
자료: 아마존(Amazon), 시밀러웹(Similarweb), 스탯스타(Statista)

사진 자료: 아마존(Amazon)

3. 미국 소금 B2C 유통채널 ⑦ 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) ³¹⁾	
		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)

31) 2021년 이베이(eBay) 전체 매출액임



V. 진입장벽

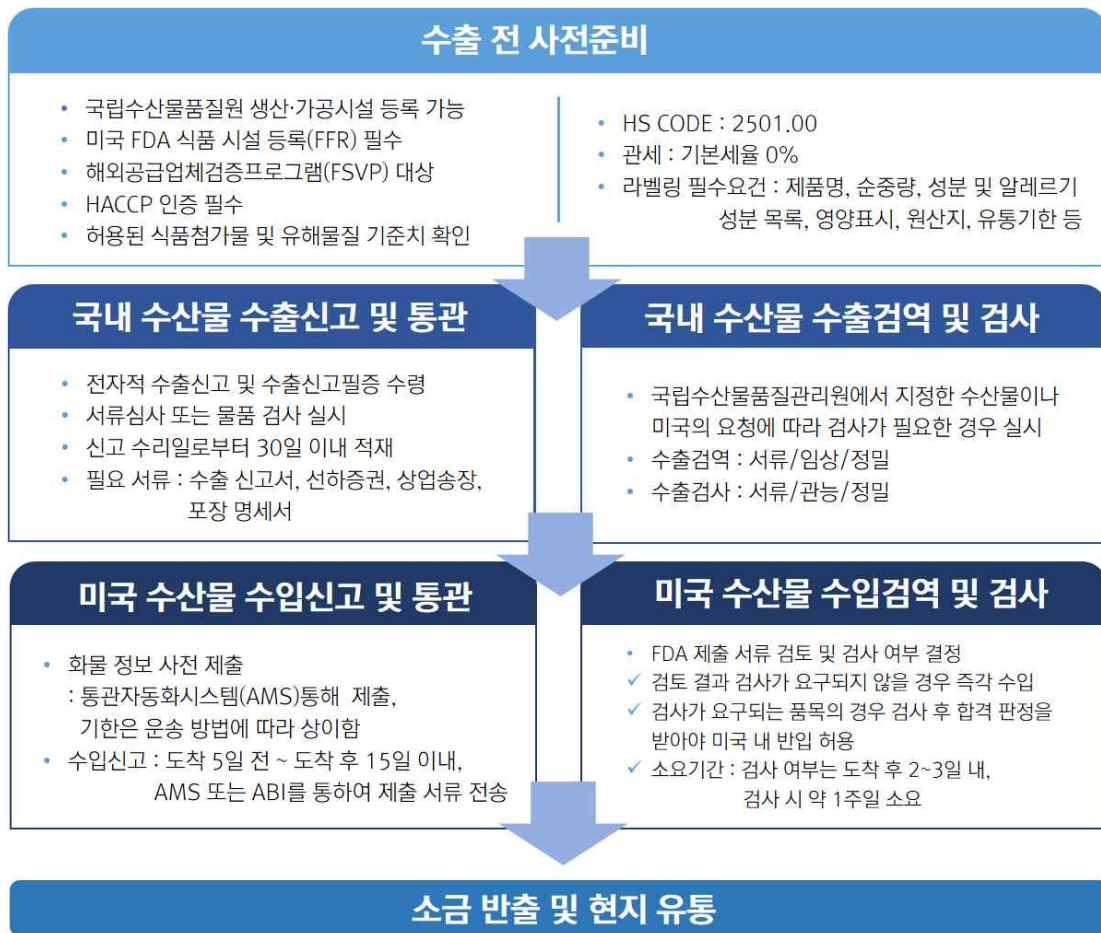
1. 소금 통관 및 검역 절차
2. 소금 수출 전 사전 준비
3. 소금 국내 수출 신고 및 통관
4. 소금 국내 수출 검역 및 검사
5. 소금 미국 수입 신고 및 통관
6. 소금 미국 수입 검역 및 검사

1. 소금 통관 검역 및 절차³²⁾

▶ 미국 소금 수출 시 통관 절차별 참고사항

미국으로 소금 수출 시, 사전에 생산 및 가공시설을 국립수산물품질관리원에 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 소금 통관 검역 절차³³⁾



자료: 관세청, 국립수산물품질관리원, 미국 식품의약국(FDA)

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


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

2. 소금 수출 전 사전 준비

▶ 미국 소금, 미국 FDA에 식품 시설 등록 必

미국으로 소금 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, FDA에 등록된 식품 시설정보는 짝수 해마다 갱신해야 하며, 10월 1일부터 12월 31일까지 갱신 기간이므로 기등록 기업은 해당 기간에 갱신을 마쳐야 함³⁴⁾

[표 5.2] 미국 FDA 식품 시설 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)

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

▶ 미국 소금, 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 않을 것으로 예상됨³⁵⁾

[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)

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

▶ 미국 소금, HS CODE 및 관세율 확인

미국으로 소금 수출 시, 세율은 기본세율에 따라 결정됨. 미국 관세 신청 및 납부 관리는 미국 관세국경보호청(CBP)이 담당함. 고객사 제품의 경우 기본세율 0%의 적용을 받으므로 소금 유형에 상관없이 관세가 부과되지 않으므로 원산지 증명서 발급이 필수가 아니나, 원산지 증명서 발급 후 수출과정에서 활용할 수 있음. 원산지 증명서는 대한상공회의소를 통해 발급받을 수 있으며, 미국의 경우 원산지 증명서 발급 시 ‘자율발급’ 방식이어야 함. 수출자, 생산자, 수입자가 발급 대상이며, 해당 관련 자세한 내용은 관세청 FTA포털을 통해 확인할 수 있음

[표 5.4] 소금 HS CODE

소금 HS CODE 품목 정의	소금(식탁염과 변성염을 포함한다), 순염화나트륨[수용액(水溶液)인지 또는 고결(固結)방지제나 유동제를 첨가한 것인지에 상관없다]과 바닷물 - 식염
소금 한국 HS CODE	2501.00-9010
소금 미국 HS CODE	2501.00-0000
관세	기본세율
	0%

자료: 관세법령정보포털, 통합무역정보서비스, FTA 포털

▶ 미국 소금, HACCP 인증 필수

미국으로 소금 수출 시, HACCP 인증을 필수로 취득해야 함. 특히 고객사 제품은 미국에서 ‘일반식품’으로 분류되어 FDA 해산물 HACCP 적용으로 FSVP가 면제되지 않을 것으로 예상되므로 HACCP을 필수로 취득해야 함. 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 소금 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)	기능성 인증	미국 민간 인증	비건 인지 재단 (Vegan Awareness Foundation)	
유대인 코셔 인증 (Orthodox Union Kosher)	종교적 및 문화적 인증	미국 민간 인증	Orthodox Union (OU)	

자료: 각 인증기관

▶ 미국 소금 적용 식품첨가물 기준

KATI농식품수출정보에서는 국가별 식품유형별 식품첨가물 기준에 대한 규정을 제공하고 있음. 미국으로 소금 수출 시 적용되는 식품첨가물 조사를 위해 ‘조미식품 - 식염’으로 검색 결과 총 250건의 식염 적용 식품첨가물 및 사용기준이 조회됨. 하기 표는 그중 일부를 다루고 있으며 전체 기준은 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템이나 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.6] 식염에 적용될 수 있는 미국 식품첨가물 기준³⁶⁾³⁷⁾³⁸⁾

물질명(한글)	물질명(영문)	식품 유형	사용기준
폴리소베이트 80	polysorbate 80	굵은 소금 제품	최종 염화나트륨 첨가물의 최대량이 10ppm 초과 불가
칼슘사카린	Calcium saccharin	가공식품	1회 제공량 당 30mg 이하
탄산칼륨	Potassium carbonate	가공식품	GRAS: GMP에 따라 사용
황산알루미늄	Aluminium sulfate	모든 식품	GRAS: GMP에 따라 사용
젤란검	Gellan gum	모든 식품	GRAS: GMP에 따라 사용
아스코빌팔미테이트	Ascorbyl palmitate	모든 식품	GRAS: GMP에 따라 사용
프로필파라벤	Propylparaben	모든 식품	GRAS: 0.10% 이하
메틸파라벤	Methylparaben	모든 식품	GRAS: 0.10% 이하
알긴산암모늄	Ammonium alginate	모든 식품	GRAS: 0.10% 이하
에틸포메이트	Ethyl formate	모든 식품	GRAS: 0.01% 이하

자료: 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템, KATI농식품수출정보

36) 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
 37) 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
 38) 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템, 21CFR172. 「FOOD ADDITIVES PERMITTED FOR DIRECT ADDITION TO FOOD FOR HUMAN CONSUMPTION」

▶ 미국 소금 적용 유해물질 기준

미국에서 소금을 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 잔류허용 기준을 규정하고 있음. KATI농식품수출정보 내 유해물질 데이터 베이스에 따르면 미국은 식염에 대해 ‘아플라톡신(Aflatoxin B1, B2, G1, G2)’에 대한 기준치를 규정하고 있음. 전체 잔류물질 정보 및 기준치는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.7] 미국 소금 관련 잔류물질 정보

구분	물질명	허용기준
1	아플라톡신 (Aflatoxin B1, B2, G1, G2)	20 mcgs/kg(20 ppb)

자료: KATI농식품수출정보

▶ 미국 소금, 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 권고함³⁹⁾

[표 5.8] 미국 소금 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)

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

[표 5.8] 미국 소금 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

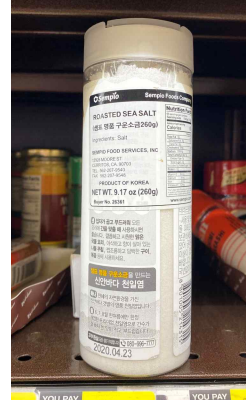
자료: 미국 식품의약국(FDA)

[표 5.8] 미국 소금 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 소금 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링 ①]

[앞면 - 영문]

[앞면 - 국문]

① Sempio Roasted Sea Salt

① 샘표 구운소금

[뒷면① - 영문]

[뒷면① - 국문]

① Sempio

① 샘표

② ROASTED SEA SALT

② 구운 소금

③ Ingredients : salt

③ 재료 : 소금

④ SEMPIO FOOD SERVICES, INC

④ 샘표푸드 서비스

⑤ 12928 MOORE ST

⑤ 12928 무어스트리트

⑥ CERRITOS, CA 90703

⑥ 세리토스 캘리포니아 90703

⑦ TEL 562-207-9540
FAX 562-207-9548

⑦ 전화 562-207-9540
팩스 562-207-9548

⑧ PRODUCT OF KOREA

⑧ 한국산

⑨ NET WT. 9.17oz (260g)

⑨ 순중량 9.17oz (260g)

⑩ buyer No. 26361

⑩ 판매자 번호 26361



[뒷면 라벨링 ②]

[뒷면② - 영문]

①

Nutrition Facts	
96 servings per container	
Serving size	1/4tsp (2.7g)
amount per serving	
Calories	0
	%Daily Value*
Total fat	0g 0%
Saturated Fat	0g 0%
Trans Fat	0g
Cholesterol	0mg 0%
Sodium	1160mg 50%
Total Carbohydrate	0g 0%
Dietary Fiber	0g 0%
Total sugars	0g 0%
Includes	0g Added Sugars 0%
Protein	0g
Vitamin D	0mcg 0%
Calcium	4mg 0%
Iron	0mg 0%
Potassium	12mg 0%
*The % Daily Value(DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2,000 calories a day is used for general nutrition advice.	

[뒷면② - 국문]

①

영양정보	
1용기당 96회 제공량	
1회 제공량	1/4tsp (2.7g)
1회 제공량	
칼로리	0
	% 1일 영양성분 기준치
Total fat	0g 0%
Saturated Fat	0g 0%
Trans Fat	0g
Cholesterol	0mg 0%
Sodium	1160mg 50%
Total Carbohydrate	0g 0%
Dietary Fiber	0g 0%
Total sugars	0g 0%
Includes	0g Added Sugars 0%
Protein	0g
Vitamin D	0mcg 0%
Calcium	4mg 0%
Iron	0mg 0%
Potassium	12mg 0%
*1일 영양성분 기준치에 대한 비율은 2,000칼로리 기준이므로 개인의 필요에 따라 달라질 수 있습니다.	

3. 소금 국내 수출 신고 및 통관

▶ 미국 소금, 국내 수출 신고 및 통관

미국으로 소금 수출 시, 국립수산물품질관리원에 생산 및 가공시설을 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 5.9] 미국 소금 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 5.10] 미국 소금 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. 소금 국내 수출 검역 및 검사

▶ 미국 소금, 국립수산물품질관리원 수출 검역 및 검사 불필요

질병의 전염을 방지하기 위해 검역대상으로 지정된 수산물에 대해 검역을 시행하며 자세한 사항은 하기의 표와 같음. 수산가공식품의 경우, 수출 검역대상 지정 수산물에 해당하지 않는 것으로 확인되며, 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 5.11] 미국 소금 국내 수출 검역

<p>수출 검역대상 지정 수산물</p>	<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 	
<p>수출 검역 절차</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 국립수산물품질관리원으로 신청서 접수 • 필요에 따라 서류검사(신청서 및 첨부서류 적정성 검토), 임상검사(유형·행동, 외부조건 및 해부학적 소견, 종합소견), 정밀검사(병리조직학적, 분자생물학적 분석 등) 실시 • 검역 판정 후 검역증명서 교부 	
<p>검역 대상 전염병 목록</p>	<p>어류</p>	<p>유행성조혈기괴사증, 잉어봄바이러스병, 바이러스성출혈성패혈증, 전염성연어빈혈증, 참돔이리도바이러스병, 잉어허피스바이러스병, 유행성궤양증후군, 자이로닥틸루스증, 틸라피아레이크바이러스병, 연어알파바이러스병</p>
<p>패류</p>	<p>패류</p>	<p>보나미아감염증, 마르테일리아감염증, 퍼킨수스감염증, 제노할리오티스캘리모니엔시스감염증, 소금바이러스성폐사증</p>
<p>갑각류</p>	<p>갑각류</p>	<p>가재전염병, 전염성피하및조혈기괴사증, 노란머리병, 흰반점병, 타우라증후군, 전염성근괴사증, 희꼬리병, 십각류무지개바이러스, 괴사성산체장염, 급성간체장괴사병</p>

자료: 국립수산물품질관리원

[표 5.11] 미국 소금 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 5.12] 미국 소금 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. 소금 미국 수입 신고 및 통관

▶ 미국 소금, 수입 신고 및 통관 절차

미국의 식품 수입에 대한 통관 담당 기관은 관세국경보호청(CBP)이며, 미국으로 수입되는 모든 식품은 미국 도착 이전에 화물과 관련한 정보를 미국 관세국경보호청에 의무적으로 사전에 통지할 필요가 있음. 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 가능해짐⁴⁰⁾

[표 5.13] 미국 소금 수입 신고 및 통관 절차

1. 물품 도착 및 수입 신고 전 준비	화물정보 사전 제출	<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
		<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
		<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
		<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

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

[표 5.13] 미국 소금 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. 소금 미국 수입 검역 및 검사

▶ 미국 소금, 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 5.14] 미국 소금 수입 검역 및 검사 절차⁴¹⁾⁴²⁾⁴³⁾

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)

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

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

43) 한국해양수산개발원, 「주요 수산물 수출국 수출절차」



VI. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 울타리유에스에이(Wooltari USA)

Interview ② 인산케이힐링(Insan K Healing)

Interview ③ 월마트(Walmart)

Interview ① 울타리유텔에이(Wooltari USA)

44)

울타리유텔에이
(Wooltari USA)

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

담당자 정보

Sales Representative



울타리유텔에이(Wooltari USA) Sales Representative

Q. 미국에서 소금의 수요는 어떠한가요? 특히, 한국산 죽염의 수요와 미국 소비자 인식은 어떠한가요?

미국 소비자들이 식품의약국(FDA)에서 권장하는 양보다 평균적으로 더 많은 소금을 섭취하고 있기에 미국에서 소금에 대한 전반적인 수요는 좋은 편입니다. 최근 미국에서 건강에 관한 관심이 높아지면서 건강한 소금에 대한 소비가 증가하고 있습니다. 소수의 미국 소비자들은 한국산 죽염의 건강상 이점에 대해 잘 알고 있지만, 높은 가격 때문에 구매까지 이어지는 경우는 적은 편입니다.

Q. 미국 소비자들은 일반적으로 소금을 어떻게 섭취하나요? 또한, 미국에서 가장 많이 유통되는 소금은 무엇인가요?

미국 소비자들은 집에서 요리한 음식을 통해 소금을 섭취하기도 하지만 대부분은 가공식품에 들어간 소금을 섭취합니다. 미국에서 가장 많이 유통되는 소금은 일반 소금이며, 코셔 소금(Kosher Salt)과 바다 소금도 선호도가 있는 편입니다.

Q. 미국 소비자들은 하루 나트륨 섭취량에 유의하고 있나요?

미국 식품의약국(FDA)은 소금을 하루에 2,300mg 미만으로 섭취할 것을 권장하고 있지만, 미국인들의 하루 평균 나트륨 섭취량은 약 3,400mg입니다. 이는 미국 소비자들이 식품 식약처(FDA)의 지침과 권장 사항을 심각하게 받아들이지 않고 있다는 것을 보여줍니다. 현 상황을 지속한다면 미국에서는 국가적으로 심각한 건강문제가 발생할 것입니다.

Q. 미국 소비자들이 소금을 구매할 때 고려하는 요소는 무엇인가요?

현지 소비자들에게 가장 중요한 것은 맛입니다. 미국 식품식약처(FDA)이 나트륨 과소비에 대해 엄중한 경고를 했음에도 불구하고 소비자들은 맛을 중요하게 생각해 많은 양의 소금을 섭취하고 있습니다. 미국 소비자들은 소금 과다섭취의 부정적인 영향에 대해 잘 알고 있으나 음식의 맛을 더 우선시합니다.

Q. 미국 소비자들은 요리할 때만 소금을 사용하나요? 코로나 증상 완화나 가래 제거와 같이 치료를 목적으로 소금을 사용하는 때도 있나요?

일반적으로 미국 소비자들은 요리할 때 소금을 사용하며, 그 외에도 집에서 샐러드와 수프를 만들거나, 간식을 만들 때 소금을 사용합니다. 80% 이상의 현지 소비자들은 일반 소금을 사용하며, 치료를 목적으로 소금을 구매하는 사람은 극소수입니다. 치료용 소금에 대한 소비자 인식이 부족하며 시중 가격이 높게 책정되었기 때문입니다. 몇몇 미국 소비자들은 가래, 알레르기, 천식 등의 치료를 위해 소금을 구매합니다. 또한, 의사가 치료를 위해 소금을 처방할 때도 치료용 소금을 사용합니다. 현재 미국에서 코로나 환자의 치료에 도움이 되는 소금 제품을 판매하는 업체가 있는지는 확실하지 않습니다.

Q. 현지 바이어들은 일반적으로 어떻게 소금을 수입하나요?

미국 바이어들 중 일부 대기업은 캐나다, 칠레, 이집트, 아일랜드 등의 국가에서 소금을 수입합니다.

Q. 현지 바이어들과 잘 협력하는 방법이나 팁은 무엇인가요?

현지 바이어들은 주로 현지 유통업체로부터 소금을 구매합니다. 현지 바이어를 유치하는 가장 좋은 방법은 합리적인 가격을 제시하고 포장에 잘 되어있는 양질의 제품을 판매하는 것입니다.

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

저희 업체에서는 A사의 죽염 제품을 판매하고 있습니다. 해당 제품이 300g에 15.95달러(약 22,885원⁴⁵⁾)에 판매되고 있다는 점과 비교했을 때 고객사 제품의 가격이 저렴한 편은 아닙니다. 다만, 미국에서 일반적으로 자연치유 효과를 홍보하며 판매하는 죽염은 가격이 비싸기에 걱정할 필요는 없을 것 같습니다. 저희 업체에서 판매하고 있는 죽염 제품도 가격이 비싼 편이지만 가격과 상관없이 좋은 품질의 제품을 찾는 고객들의 수요가 있습니다.

Q. 미국으로 소금을 수출할 때 유의할 사항이 있나요?

식품의약국(FDA)에서 식품에 대해 광고를 할 때 매우 엄격한 지침이 있습니다. 예를 들어, 업체에서 판매하는 소금에 전염병 치료에 효과적이라고 광고할 경우 적절한 과학적 증거가 필요합니다. 과학적 증거 없이 광고한다면 문제가 발생할 수 있으므로 미국 시장에서 제품 판매가 금지될 수 있습니다.

45) 1달러=1,434.80원(2022.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ② 인산케이힐링(Insan K Healing)

46)

인산케이힐링 (Insan K Healing)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 미국 로스앤젤레스에 있는 한국 토종 건강식품 유통 전문업체
 - 온·오프라인 채널에서 인삼, 생강, 죽염 등 한국산 건강 보조식품 위주 취급하고 있음

담당자 정보

Online Marketing



인산케이힐링(Insan K Healing) Online Marketing

Q. 미국에서 소금의 수요는 어떠한가요? 특히, 한국산 죽염의 수요와 미국 소비자 인식은 어떠한가요?

미국에서 소비자들의 소금 섭취량이 증가하면서 수요가 증가했으며, 향후 미국 소금 시장 전망도 계속 성장세일 것으로 보입니다. 저희 업체는 현재 죽염을 비롯한 자연 건강식품들만 취급하고 있습니다. 미국에서 한국산 죽염의 수요는 천천히 계속 증가하고 있습니다. 미국에서 죽염의 주요 타겟층은 주로 아시아계 소비자, 특히 한국인 소비자입니다. 현지 소비자들 사이에서 죽염은 거의 알려지지 않았기 때문에 수요도 제한적입니다. 하지만 최근 들어 미국 현지 소비자들 사이에서도 죽염에 대한 인식과 수요가 조금씩 생기고 있습니다.

Q. 미국 소비자들은 일반적으로 소금을 어떻게 섭취하나요? 또한, 미국에서 가장 많이 유통되는 소금은 무엇인가요?

미국 소비자들은 주로 패스트푸드를 통해 소금을 섭취하고 있습니다. 미국 현지인들 사이에서 일상적인 음식으로 자리 잡은 패스트푸드는 소금 함량이 높은 음식입니다. 미국에서 가장 흔히 볼 수 있는 소금은 천일염과 정제염이며, 죽염과 같은 치료용 소금은 미국인들 사이에서 거의 알려지지 않았고 수요도 없는 편입니다.

Q. 미국 소비자들은 하루 나트륨 섭취량에 유의하고 있나요?

미국 식품의약국(FDA)은 건강과 소금 과소비 사이의 부정적인 상관관계에 대한 인식을 심어주기 위해 끊임없이 노력하고 있습니다. 과도한 소금 소비와 관련된 지침 사항을 지속해서 발표하고 있지만, 미국 소비자들은 권장 수준 이상의 소금 섭취를 멈추지 않고 있습니다.

Q. 미국 소비자들이 소금을 구매할 때 고려하는 요소는 무엇인가요?

일반화하기는 어렵지만, 미국 소비자들은 가격에 민감한 편입니다. 따라서 미국 소비자들이 소금을 구매할 때 가격과 맛은 매우 중요한 고려사항입니다. 죽염과 같은 다양한 종류의 소금이 가진 효과나 건강상 이점은 미국 소비자들 사이에서 거의 알려지지 않은 것으로 보입니다.

Q. 미국 소비자들은 요리할 때만 소금을 사용하나요? 코로나 증상 완화나 가래 제거와 같이 치료를 목적으로 소금을 사용하는 때도 있나요?

미국 소비자들은 요리할 때, 간을 맞출 때, 수프를 만들 때, 등 다양한 용도로 소금을 사용합니다. 미국에서 자연치유 소금 중 하나인 죽염의 수요는 적은 편이지만 충성도가 높은 소비자층이 있습니다. 저희 업체에서도 B사의 '3X 죽염' 제품을 판매하고 있습니다. 죽염이 신체에 활력을 불어 넣어주고, 소화, 배변 등을 원활하게 도와주는 효능을 가지고 있는 것을 알고 있지만, 코로나 치료에 직접 효과가 있는 죽염 제품이 미국 시장에서 판매되고 있는지는 모르겠습니다.

Q. 현지 바이어들은 일반적으로 어떻게 소금을 수입하나요?

저희 업체는 죽염 등 자연치료 관련 제품만 취급합니다. 미국에서 죽염에 대한 수요가 제한적이기 때문에 한국에서 죽염을 수입하면서 다른 제품들도 병행 수입하고 있습니다.

Q. 현지 바이어들과 잘 협력하는 방법이나 팁은 무엇인가요?

미국에서 소금을 판매하는 브랜드는 거의 광고를 하지 않습니다. 소금 제조 회사가 건강상 이점을 강조한다면 현지 바이어들의 이목을 끌 수 있으리라 생각합니다. 이는 건강한 소금에 대한 인식을 키워 현재 과도한 나트륨 섭취로 인해 건강상에 적신호가 들어온 미국 소비자들에게 매력적으로 다가갈 수 있는 좋은 방법이라 생각합니다.

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

저희 업체에서는 1kg에 '3X 죽염' 분말 제품을 69.95달러(약 100,364원)에 판매하고 있습니다. 해당 제품의 브랜드는 미국 소비자들 사이에서 평판이 좋은 브랜드이며 가격 경쟁력이 상당히 높은 편입니다. 해당 제품의 가격을 고려할 때 고객사 제품의 가격은 비싼 편입니다. 현지에서 소금을 비교적 비싼 가격에 판매한다면, 코로나 치료와 같은 실질적인 이점이 있어야만 수요가 있을 것으로 보입니다. 미국 소비자는 비싼 소금을 요리를 위한 재료로 사지 않을 것입니다.

Q. 미국으로 소금을 수출할 때 유의할 사항이 있나요?

미국으로 소금을 수출하기 위해서는 미국 식품의약국(FDA)과 식품 안전 인증에서 요구하는 지침을 준수한 라벨링이 필수적입니다.

Interview ③ 월마트(Walmart)

47)

●

월마트
(Walmart)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 1962년 아칸소주에서 처음 설립된 미국의 하이퍼마켓 체인으로 현재 24개의 국가에서 10,585개의 점포를 운영하고 있음
 - 연간 매출이 약 5,700억 달러인 세계 최대 기업 중 하나이자 220만 명의 직원을 보유하고 있음

담당자 정보

Sales Manager



월마트(Walmart) Sales Manager

Q. 미국에서 소금의 수요는 어떠한가요? 특히, 한국산 죽염의 수요와 미국 소비자 인식은 어떠한가요?

미국 소비자들의 짭짤한 음식을 좋아하는 입맛 때문에 미국 식품 시장에서 소금의 수요는 매년 조금씩 증가하고 있습니다. 최근 한국산 죽염은 현지 소비자들 사이에서 인기를 얻고 있으며 최근 몇 년간 판매량이 급증하고 있습니다. 미국 소비자들 사이에서 죽염이 어느 정도 알려져 있으며, 한국산 죽염이 정기적으로 수요가 있는 것으로 보입니다.

Q. 미국 소비자들은 일반적으로 소금을 어떻게 섭취하나요? 또한, 미국에서 가장 많이 유통되는 소금은 무엇인가요?

미국 소비자들이 소금을 섭취하는 방법은 다양합니다. 요리할 때 간을 맞추는 용도로 사용되는 것이 가장 흔하지만, 식탁 위에 두고 요리에 추가하며 먹기도 합니다. 미국 소금 시장에서 판매되는 제품의 60% 이상이 가공식품과 음식점에서 사용됩니다. 미국에서 일상적으로 소비되는 음식인 통조림 수프, 런치 미트(Lunch meats), 냉동 식품(Frozen dinner) 등은 제조과정에서부터 많은 나트륨을 포함합니다. 미국에서 가장 많이 소비되는 소금의 비율은 일반 소금이 대략 80% 정도이고, 코셔 소금(Kosher Salts)이 10%로 그 뒤를 잇고 있습니다.

Q. 미국 소비자들은 하루 나트륨 섭취량에 유의하고 있나요?

대부분의 미국 소비자는 일상적으로 과도한 양의 나트륨을 섭취합니다. 미국 식품의약국(FDA)은 나트륨 섭취가 높을수록 뇌졸중과 심장병의 주요 원인인 고혈압 발병률이 높아지기에 소비자들이 과도한 소금 섭취를 지양하도록 하고 있습니다. 그러나 미국 소비자들은 건강보다는 짭짤한 맛을 선호하기에 식품의약국의 이러한 권고사항을 무시하는 경우가 많습니다. 이러한 상황 때문에 식품의약국에서는 식품 제조 회사가 식품을 제조할 때 나트륨을 적게 사용하기를 권장하고 있습니다.

Q. 미국 소비자들이 소금을 구매할 때 고려하는 요소는 무엇인가요?

대다수의 미국 소비자들은 소금을 구매할 때 가격을 중요하게 고려합니다. 그렇기에 소금을 판매하는 브랜드 간의 가격 차이는 거의 없습니다. 미국 소금 시장에서 가격으로 경쟁을 하기에는 어려움이 있으므로 브랜드들은 소금의 차별된 맛이나 매력적인 포장방식으로 소비자들에게 다가가야 합니다.

Q. 미국 소비자들은 요리할 때만 소금을 사용하나요? 코로나 증상 완화나 가래 제거와 같이 치료를 목적으로 소금을 사용하는 때도 있나요?

미국 소비자들은 베이킹이나 요리할 때, 채소를 절이거나 음식을 조미할 때 주로 소금을 사용합니다. 치료목적의 소금인 죽염은 미국에서 꽤 잘 판매되고 있으며 정기적으로 구매하는 고객층도 있습니다. 현재 미국 시장에서는 B사사의 제품이 높은 인지도가 있습니다. 해당 브랜드가 판매하는 죽염 제품은 항산화와 심장 기능 유지, 혈액 순환 등 건강상 이점이 많은 제품입니다. 저희 업체에서는 코로나 치료 효과를 홍보하는 소금 제품을 따로 취급하고 있지 않습니다.

Q. 현지 바이어들과 잘 협력하는 방법이나 팁은 무엇인가요?

제품에 대한 긍정적인 '입소문'과 '소셜미디어' 마케팅이 도움이 되리라 생각합니다. 고객사 브랜드가 미국 소비자에게 신뢰를 얻는다면 현지 바이어들에게 어필될 수 있을 것입니다.

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

저희 업체에서는 B사의 자주색 죽염을 취급하고 있습니다. 이 제품은 60g에 34.95달러(약 50,146원)에 판매되고 있는데, 해당 제품과 비교하면 고객사 제품의 가격은 합리적입니다. 하지만 미국에서 B사 이미 탄탄한 소비자 기반을 확보한 브랜드라는 점을 유의할 필요가 있습니다. 미국에서 고객사 제품을 출시한다면 기존 브랜드보다 상대적으로 저렴한 가격에 판매하다가 브랜드 인지도가 생긴 뒤 가격을 올려도 좋을 것 같습니다.

Q. 미국으로 소금을 수출할 때 유의할 사항이 있나요?

미국 식품의약국(FDA)에서 요구하는 영양성분표 및 제품과 관련된 인증사항을 빠짐없이 기재해야 합니다. 제품의 원산지, 제품 유효기간 등 모든 표시기준을 엄격히 준수할 필요가 있습니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 「Salt consumption worldwide as of 2019, by country (in grams per day)」
2. 식품의약품안전처, 「식품 및 식품첨가물 생산실적, 2012~2021」
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Hypermarkets in the US Country Report」, 2022.02
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in the US Country Report」, 2022.02
5. 유로모니터(Euromonitor), 「Direct Selling in the US Country Report」, 2022.02
6. 다이렉트셀링어소시에이션(Direct Selling Association, DSO), 「Direct Selling in the United States」, 2021
7. 유로모니터(Euromonitor), 「E-commerce in the US Country Report」, 2022.02
8. 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-Commerce in the US Country Report」, 2022.02
9. 해양수산부, 「농수산물품질관리법」 제71조, 2022.06
10. 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템, 21CFR101. FOOD LABELING(식품라벨링)
11. 한국해양수산개발원, 「주요 수산물 수출국 수출절차」
12. 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템, 21CFR172. FOOD ADDITIVES PERMITTED FOR DIRECT ADDITION TO FOOD FOR HUMAN CONSUMPTION(사람이 소비하는 식품에 직접 첨가할 수 있는 식품첨가물)

■ 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. 스태티스타(Statista) (www.statista.com/)
5. 식품의약품안전처 (www.mfds.go.kr/index.do)
6. 세계보건기구(WHO) (www.who.int)
7. 아마존(Amazon) (www.amazon.com)
8. 월마트(Walmart) (www.walmart.com)
9. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
10. 뉴욕타임즈(New York Times) (www.nytimes.com)
11. 크로거(Kroger) (www.kroger.com)
12. 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews) (www.supermarketnews.com)
13. 에이치마트(H Mart) (www.hmart.com)
14. 교차로월드(Kyocharoworld) (www.kyocharoworld.com)
15. 시온마켓(Zion Market) (www.zionmarket.com)
16. 에이티아메리카(aT America) (atcenteramerica.com)
17. 암웨이(Amway) (www.amway.com)
18. 이베이(eBay) (www.ebay.com)
19. 미국 관세국경보호청(CBP) (www.cbp.gov)
20. 미국 식품의약품(FDA) (www.fda.gov)
21. 미국 식품의약품 산업시스템(FDA Industry System) (www.access.fda.gov)
22. 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템 (www.ecfr.gov)
23. 미국 해양대기국(NOAA) (www.fisheries.noaa.gov)
24. 관세청 (www.customs.go.kr)
25. 통합무역정보서비스 (www.tradenavi.or.kr)
26. 관세법령포털 (unipass.customs.go.kr)
27. 국립수산물품질관리원 (www.nfqs.go.kr)

28. 해양수산해외산업포털 (www.kmi.re.kr)
29. FTA포털(Yes FTA) (www.customs.go.kr/ftaportalkor/main.do)
30. 씨푸드소스(SeafoodSource) (www.seafoodsource.com)
31. 울타리유에스에이(Wooltari USA) (wooltariusa.com)
32. 인산케이힐링(Insan K Healing) (www.insanhealing.com)

