

# 2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202308-11  
품목 | 땅콩 스프레드(Peanut Spread)  
HS CODE | 2008.11-1000  
국가 | 미국(USA)



# CONTENTS

## 2023 수출기업 맞춤형 시장조사

### 시장 분석형

#### I. 요약

---

1. 요약	04
-------	----

#### II. 시장규모

---

1. 미국 스프레드 시장규모	06
2. 미국 땅콩 스프레드 시장규모	07
3. 미국 땅콩 스프레드 수입규모	08

#### III. 시장트렌드

---

1. 땅콩 스프레드, '스키피' 및 '피터팬' 브랜드 인기	11
2. '땅콩', '초콜릿', '꿀' 등 다양한 맛 유통	12
3. '자연의', '글루텐프리' 등 건강과 관련된 홍보문구 빈출	13
4. 팩 및 '병' 형태 패키징이 가장 많아	14

#### IV. 유통채널

---

1. 미국 땅콩 스프레드 유통채널 점유율	16
2. 미국 땅콩 스프레드 주요 유통채널	17

# CONTENTS

## 2023 수출기업 맞춤형 시장조사

### 시장 분석형

#### V. 진입장벽

---

1. 미국 땅콩 스프레드 통관 및 검역 절차	28
2. 미국 땅콩 스프레드 품질 인증	29
3. 미국 땅콩 스프레드 라벨링	32
4. 미국 땅콩 스프레드 성분 및 유해물질	36

#### VI. 수입·유통업체 인터뷰

---

1. 크로거(Kroger)	40
2. 에이치-이-비(H-E-B)	42
3. 월마트(Walmart)	44

#### VII. 시사점

---

1. 시사점	47
--------	----

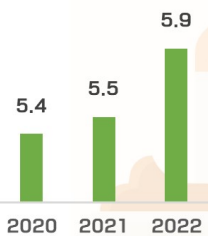
※ 참고문헌	49
--------	----

# 미국 땅콩 스프레드 시장

## 시장 현황

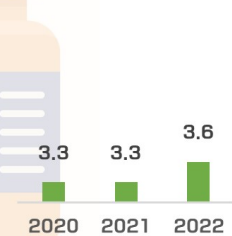
### 스프레드 시장규모

단위: 십억 달러



### 땅콩 스프레드 시장규모

단위: 십억 달러



## 수출입 현황

### 수출입 현황 (HS CODE 2008.11 기준)

단위: 천 달러

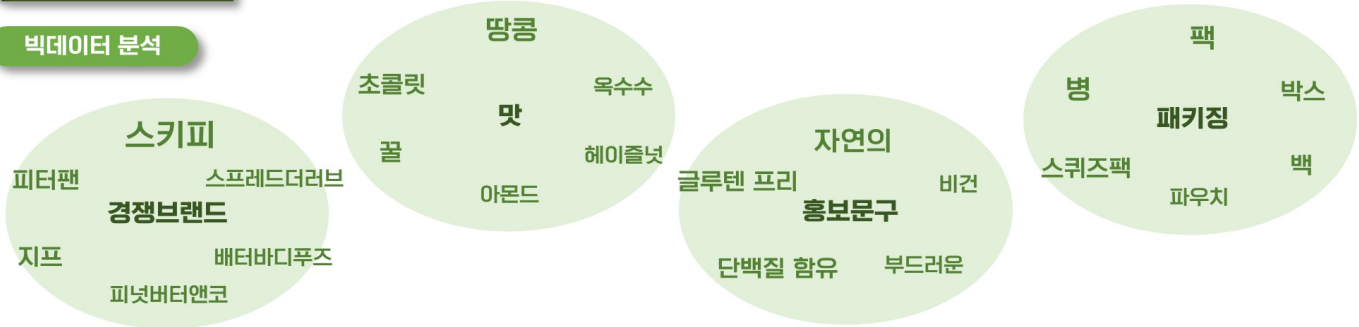


### 국가별 수입규모



## 시장 트렌드

### 빅데이터 분석



\* 아마존 땅콩 스프레드 제품 568건 분석 결과

## 주요 유통채널

### 유통채널 점유율



## 통관 및 제도

### 수출 통관 유의사항

- 세금**: 기본세율 0%
- 사전 준비**: 식품 시설등록, 수입식품 사전신고

### 권장 인증



### 라벨링 유의사항

- 필수 표기사항**: 영어 표기 必
- 제품명, 순중량, 제조자, 포장업체, 유통업체의 정보, 이름 및 주소, 성분 리스트, 알레르겐 성분, 영양성분표, 원산지 표기 필요

## 수입유통업체 인터뷰

### 인터뷰 대상 :



### Point 01.

땅콩 스프레드 수요 코로나19 이후 가정 내 식사가 증가하면서 땅콩 스프레드가 가정에서 필수품이 되었을 정도로 수요가 증가하였음  
 고객사 제품 수요 기준 미국 유통 제품과 다른 맛 등의 독특한 특징을 보여준다면 수요가 있을 것으로 보임  
 고객사 제품 포지셔닝 '건강한 아시아 땅콩 스프레드' 제품으로 포지셔닝해 미국내 중상류층 소비자를 타겟팅할 것을 추천함

### Point 02.

고객사 제품 가격 피드백 고객사 제품의 FOB 가격인 200g에 7.93달러는 미국 땅콩 스프레드 시장에서 비싼 편임  
 고객사 제품 포장 피드백 유리병 포장이 고급스러운 느낌을 주며, 제품 특징을 부각시키는 독특한 패키징 디자인으로 개선한 것을 추천함  
 고객사 제품 적정 유통채널 독특한 제품을 모아 판매하는 글로벌 슈퍼마켓이나 소규모 독립 식료품점, 고급 레스토랑, 카페로의 유통을 추천함



2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

## II 시장규모



1. 미국 스프레드 시장규모
2. 미국 땅콩 스프레드 시장규모
3. 미국 땅콩 스프레드 수입규모

## 1. 미국 스프레드 시장규모

### 미국 국가 일반 정보<sup>1)</sup>

면적	983만 km <sup>2</sup>
인구	3억 3,329만 명
GDP	25조 351억 달러
GDP (1인당)	7만 5,180달러

### ▶ 미국 스프레드 시장규모 7.7조 원, 연평균 2.7% 성장

2022년 기준 미국 스프레드 시장규모는 7.7조 원에 달했으며, 전년 대비 7.3% 성장하였음. 최근 5년(2018-22년)간 미국 스프레드 시장의 연평균 성장률은 2.7%로 나타났으며, 5년간 시장규모 평균은 7.2조 원을 기록함

### ▶ 미국 스프레드 시장규모, 향후 5년간 2.7%씩 성장 예상

미국 스프레드 시장은 최근 5년(2018-22년)간 시장규모 감소세 없이 성장을 지속했으며, 2018년 대비 2022년 시장규모가 1.1배 증가한 것으로 나타남. 미국 스프레드 시장규모는 향후 5년(2023-27년)간 연평균 2.7%씩 성장하여 2027년 9.1조 원 규모를 기록할 것으로 예상됨<sup>2)</sup>

[표 2.1] 미국 스프레드 시장규모<sup>3)4)5)</sup>



자료: 스탯시타(Statista)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022

2) 조사 제품 '땅콩 스프레드'의 종류와 원재료를 기준으로 '스프레드'와 하위품목인 '땅콩 스프레드' 시장규모를 조사함

3) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

4) 1달러=1,312.80원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

5) 자료: 스탯시타(Statista), 「Spreads United States」, 2023.05

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

## 2. 미국 땅콩 스프레드 시장규모

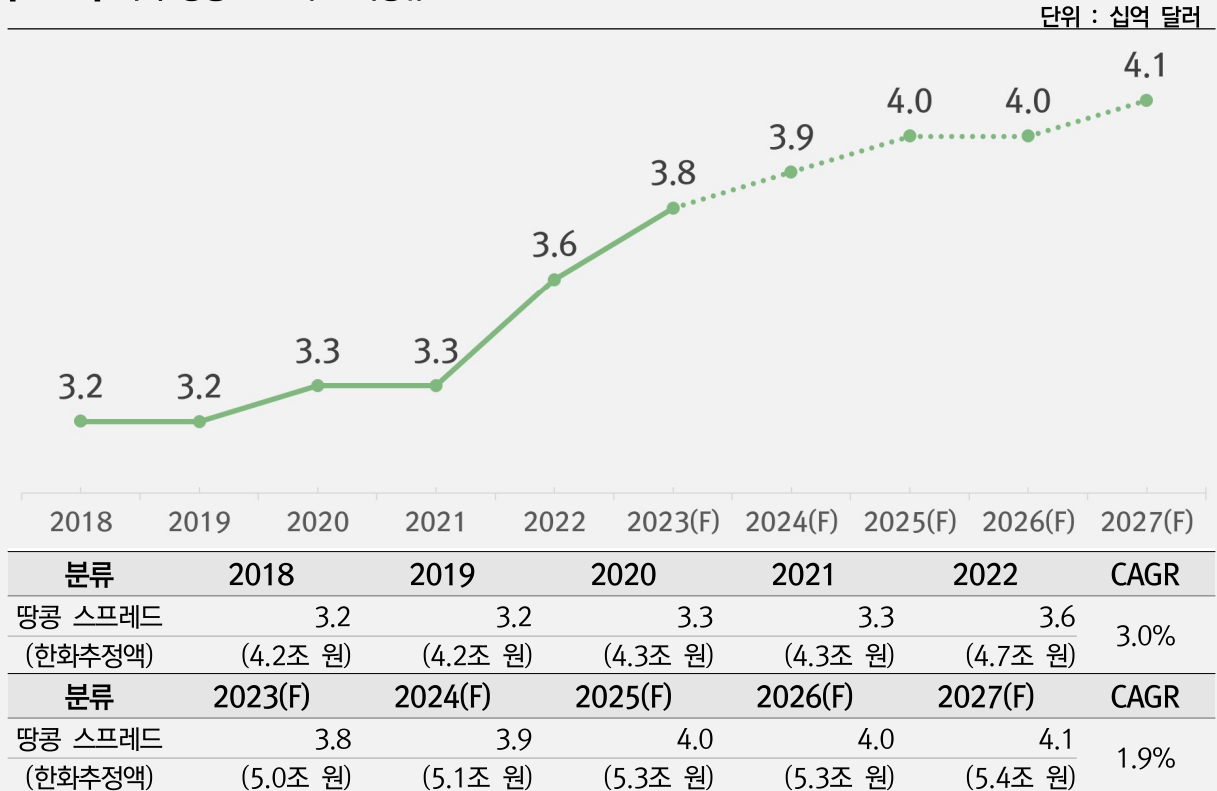
### ▶ 미국 땅콩 스프레드 시장규모 4.7조 원, 연평균 3.0% 성장

2022년 기준 미국 땅콩 스프레드 시장규모는 4.7조 원에 달했으며, 전년 대비 9.1% 성장하였음. 최근 5년(2018-22년)간 미국 땅콩 스프레드 시장의 연평균 성장률은 3.0%로 나타났으며, 5년간 시장규모 평균은 4.4조 원을 기록함

### ▶ 미국 땅콩 스프레드 시장규모, 향후 5년간 1.9%씩 성장 예상

미국 땅콩 스프레드 시장은 최근 5년(2018-22년)간 시장규모 감소세 없이 성장을 지속했으며, 2018년 대비 2022년 시장규모가 1.1배 증가한 것으로 나타남. 미국 땅콩 스프레드 시장규모는 향후 5년(2023-27년)간 연평균 1.9%씩 성장하여 2027년 5.4조 원 규모를 기록할 것으로 예상됨. 한편 최근 미국에서 스프레드 소비 시 잼류에 들어가는 다량의 설탕이 과체중, 심장병, 충치 등의 원인이 될 수 있다는 사실이 재조명되며, 견과류 스프레드와 같은 저칼로리 스프레드 소비를 권장하는 추세인 것으로 나타남<sup>7)</sup>

[표 2.2] 미국 땅콩 스프레드 시장규모



자료: 스탯시타(Statista)

7) 자료: 모던인텔리전스(Mordor Intelligence), 「미국 식품 스프레드 시장 규모 및 점유율 분석 - 성장 동향 및 예측(2023-2028)」, 2022

### 3. 미국 땅콩 스프레드 수입규모

#### 땅콩 스프레드 HS CODE

해당 장에서 땅콩 스프레드는 HS CODE 2008.11로 분류. HS CODE 제 2008호의 품명은 그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분. HS CODE 2008.11-1000의 품명은 땅콩 비누로 확인

#### ▶ 2018-22년 미국 對글로벌 품목 수입액 연평균 성장률 -0.7%

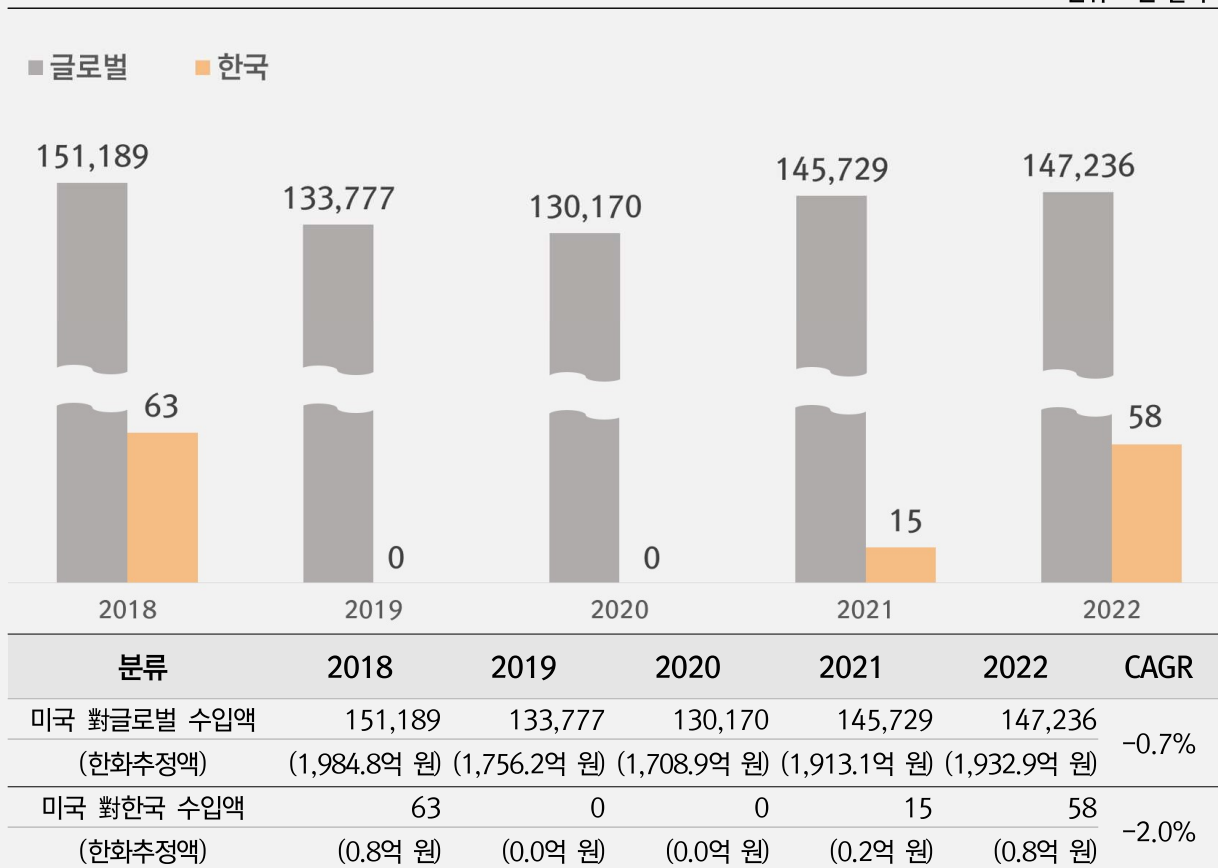
미국 HS CODE 2008.11 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2018-22년)간 연평균 성장률 -0.7%를 보였으며, 2022년에는 1,932.9억 원의 수입액을 기록함. 2018년부터 2022년까지 對글로벌 수입액은 성장과 감소를 반복하고 있으며, 2022년에는 전년 대비 1.0% 성장한 것으로 나타남

#### ▶ 미국 내 품목 수입액 중 한국산 점유율은 미미한 수준

최근 5년간 미국 對한국 품목 평균 수입액은 0.4억 원이며, 지난 5년(2018-22년)간 연평균 성장률 -2.0%를 기록하였음. 2022년에는 수입액 0.8억 원, 수입액 점유율 0.04%로 미국 對글로벌 수입액 점유율 20위를 기록함. 한편, 2022년 기준 미국 對글로벌 수입액 점유율 1위는 캐나다(743.5억 원, 38.5%), 2위는 멕시코(700.0억 원, 36.2%), 3위는 아르헨티나(266.9억 원, 13.8%)로 나타남

[표 2.3] 미국 HS CODE 2008.11 수입규모<sup>8)</sup>

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre)

8) 자료: ITC(International Trade Centre), HS CODE 2008.11 기준



2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# III 시장트렌드



1. 땅콩 스프레드, '스키피' 및 '피터팬' 브랜드 인기
2. '땅콩', '초콜릿', '꿀' 등 다양한 맛 유통
3. '자연의', '글루텐프리' 등 건강과 관련된 홍보문구 빈출
4. 팩' 및 '병' 형태 패키징이 가장 많아

## 소비 제품 특징 분석 프로세스

### ▶ 미국 온라인매장 입점 땅콩 스프레드

- 데이터 수집 키워드 : 땅콩 스프레드(Peanut Spread), 땅콩 버터(Peanut Butter)
- 데이터 수집량 : 568건
- 데이터 수집원 : 미국 온라인쇼핑몰 아마존(Amazon)

### ▶ 미국 온라인매장 입점 땅콩 스프레드 특징 분석

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

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
경쟁 브랜드	스키피	Skippy	94	베터바디푸즈	Betterbody Foods	17
	피터팬	Peter Pan	33	스프레드더러브	Spread the Love	12
	지프	JIF	25	해피벨리	Happy Belly	11
	피넛버터앤코	Peanut Butter&Co	21	산타크루즈오가닉	Santa Cruz Organic	7
맛	땅콩	Peanut	537	헤이즐넛	Hazelnut	25
	초콜릿	Chocolate	53	옥수수	Corn	20
	꿀	Honey	30	코코아	Cocoa	16
	아몬드	Almond	28	코코넛	Coconut	14
홍보문구	자연의	Natural	247	비건	Vegan	109
	글루텐프리	Gluten Free	188	Non-GMO	Non-GMO	95
	단백질 함유	Protein	184	방부제	Preservative	88
	부드러운	Smooth	168	유기농	Organic	88
패키징	팩 형태	Pack	280	파우치	Pouch	17
	병	Jar	201	가방	Bag	12
	스퀴즈팩	Squeeze	33	박스	Box	8

## 1. 땅콩 스프레드, ‘스키피’ 및 ‘피터팬’ 브랜드 인기

### ▶ ‘스키피’ 및 ‘피터팬’ 브랜드 관련 키워드 빈출

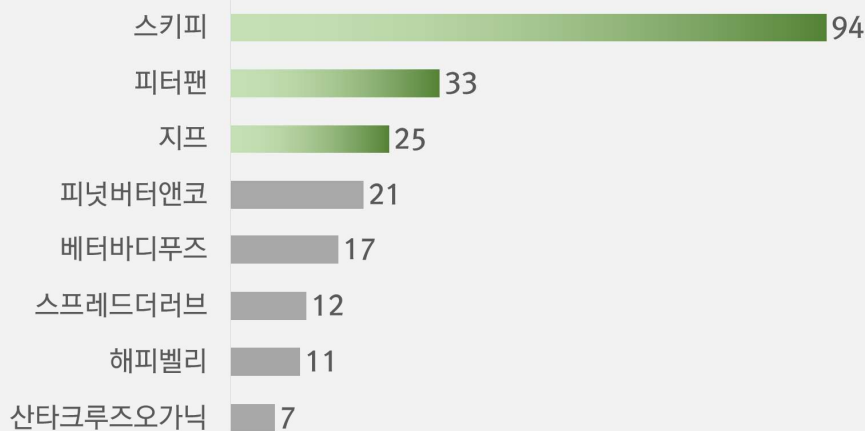
- ‘스키피’, ‘피터팬’ 브랜드 관련 키워드가 각각 94, 33건으로 가장 빈출
- ‘스키피’ 및 ‘피터팬’은 타 브랜드 대비 당도가 높은 땅콩 스프레드를 판매

### ▶ 미국 땅콩 스프레드 소비, 브랜드 제품 외 PB상품 판매 증가

- 한편, 미국에서는 땅콩 스프레드 판매 1위 브랜드 지프 및 잼 제품으로 유명한 스머커스(Smucker’s) 브랜드가 미국 전체 시장 점유율의 약 3분의 1을 차지하고 있는 것으로 나타남
- 그러나 코로나19 팬데믹 이후 경제 불확실성과 함께 소비를 줄이는 경향이 높아지면서 비교적 저렴한 PB 상품의 판매가 증가하고 있는 것으로 나타남<sup>9)</sup>

스키피		피터팬		지프	
					
제품명	크리미 피넛버터	제품명	크런치 오리지널 피넛버터	제품명	크리미 피넛버터
브랜드	스키피(Skippy)	브랜드	피터팬(Peter Pan)	브랜드	지프(JIF)
중량	2.27kg	중량	462g*12개입	중량	1.13kg*4개입
가격	15.43달러(20,257원 <sup>10)</sup> )	가격	27.48달러(36,076원)	가격	43.39달러(56,962원)

[표 3.1] 미국 판매 땅콩 스프레드 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘땅콩 스프레드’ 관련 게시물 568건 분석

9) 자료: 소몰리에타임즈, ‘세계 ‘잼 & 스프레드’ 트렌드, 달콤한 초콜릿 & 땅콩버터 인기’, 2021.10

10) 1달러=1,312.80원(2023.07.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2. '땅콩', '초콜릿', '꿀' 등 다양한 맛 유통

### ▶ 땅콩 스프레드 맛 '땅콩', '초콜릿', '꿀' 키워드 반출

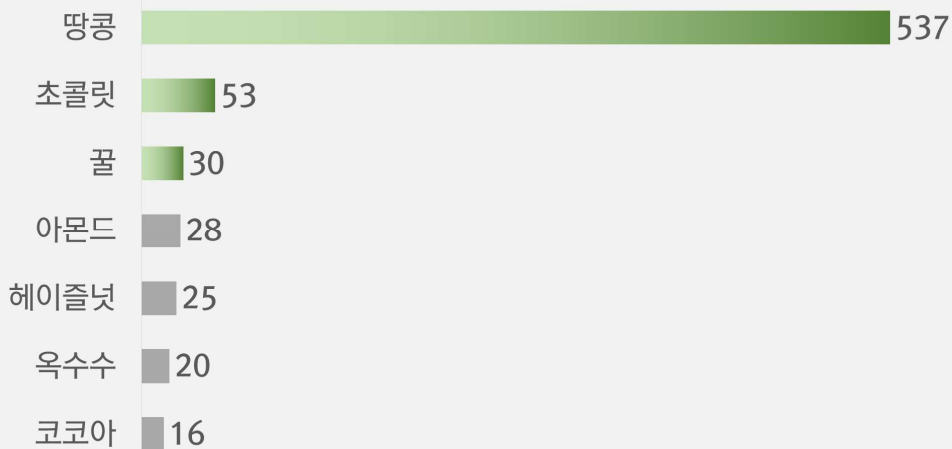
- 맛 관련 키워드로 땅콩이 537건, 초콜릿이 53건, 꿀이 30건 도출
- 땅콩 스프레드 브랜드 중 가장 다양한 맛의 땅콩 스프레드 제품을 판매하고 있는 브랜드는 피넛버터앤코(Peanut Butter&Co)로 조사

### ▶ 코로나19로 땅콩 스프레드 수요 증가

- 한편, 코로나19 팬더믹 이후 건강에 관심을 가지는 미국 소비자가 늘어나면서 자연식품으로 취급되는 꿀과 유통기한이 비교적 긴 견과류 스프레드의 판매가 활력을 띄게 됨
- 이와 함께 미국에서는 외로움, 지루함을 떨쳐버리고 기분전환을 하려는 소비자가 증가하면서 달콤한 초콜릿 스프레드 제품 수요도 증가함<sup>1)</sup>

땅콩		초콜릿		꿀	
					
제품명	해피벨리 크런치 피넛버터	제품명	다크 초콜레티 드림스 피넛버터	제품명	스키피 로스티드 허니 넛 크림 피넛버터
브랜드	해피벨리(Happy Belly)	브랜드	피넛버터앤코 (Peanut Butter&Co)	브랜드	스키피(Skippy)
중량	1.13kg	중량	454g*6개입	중량	462g
가격	5.86달러(7,693원)	가격	42.03달러(55,177원)	가격	9.87달러(12,957원)

[표 3.2] 미국 판매 땅콩 스프레드 맛 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '땅콩 스프레드' 관련 게시물 568건 분석

11) 자료: 소몰리에타임즈, '세계 '잼 & 스프레드' 트렌드, 달콤한 초콜릿 & 땅콩버터 인기', 2021.10



### 3. ‘자연의’, ‘글루텐프리’ 등 건강과 관련된 홍보문구 빈출

▶ **땅콩 스프레드 주요 홍보문구, ‘자연의’ 및 ‘글루텐프리’ 빈출**

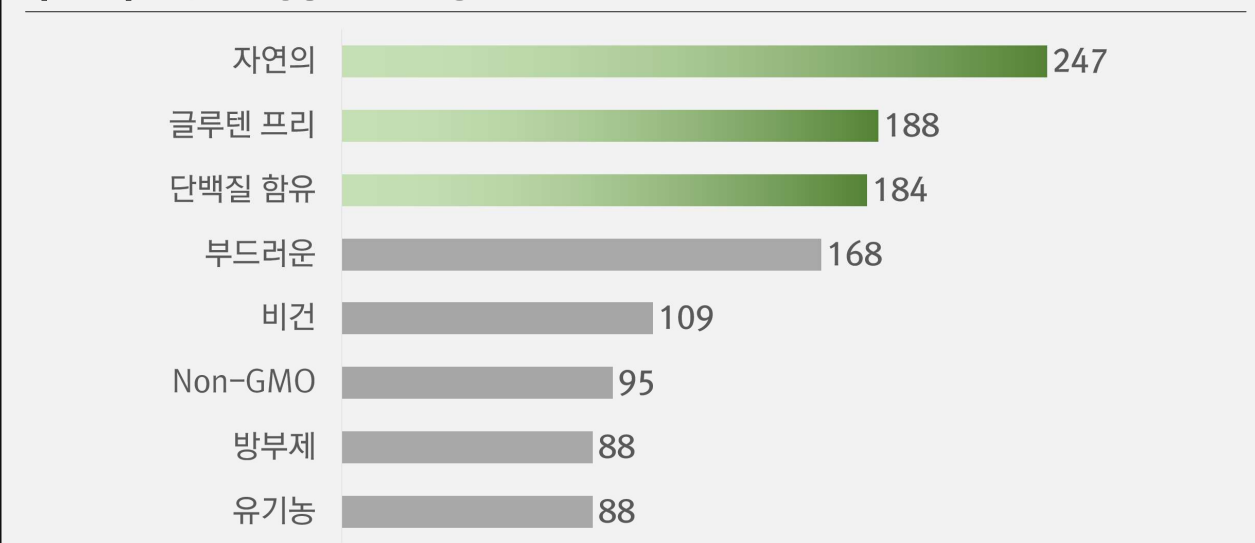
- ‘자연의’, ‘글루텐 프리’ 관련 키워드가 각각 247, 188건 도출
- 대체로 건강 관련 홍보문구 키워드가 다수 도출되었으며, 그 외 ‘부드러운’ 등 맛과 관련된 키워드도 다수 도출되는 것이 확인됨

▶ **땅콩 스프레드, 건강식품으로 인식되는 경향**

- 건강을 위해 땅콩 스프레드를 먹는 사람들의 증가로 홍보문구에서도 건강 관련 키워드를 주로 찾아볼 수 있음
- 홍보문구에 등장하지 않더라도 상위 키워드인 ‘글루텐 프리’, ‘단백질 함유’와 관련해서는 미국에서 유통되는 대부분의 땅콩 스프레드 경쟁제품이 공통적으로 가지고 있는 특징인 것으로 확인됨

자연의		글루텐 프리		단백질 함유	
					
제품명	스키피 크리미 내추럴 피넛버터	제품명	저스틴스 클래식 피넛 버터 스프레드	제품명	오가닉 파우더 피넛버터
브랜드	차이나야 마스터스카야 (Чайная мастерска)	브랜드	저스틴스(Justin's)	브랜드	피비앤미(PB&Me)
중량	1.13kg*2개입	중량	794g	중량	453g
가격	19.35달러(25,403원)	가격	12.13달러(15,924원)	가격	13.99달러(18,366원)

[표 3.3] 미국 판매 땅콩 스프레드 홍보문구 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘땅콩 스프레드’ 관련 게시물 568건 분석

## 4. ‘팩’ 및 ‘병’ 형태 패키징이 가장 많아

### ▶ 땅콩 스프레드 패키징, ‘팩’ 및 ‘병’ 형태가 많아

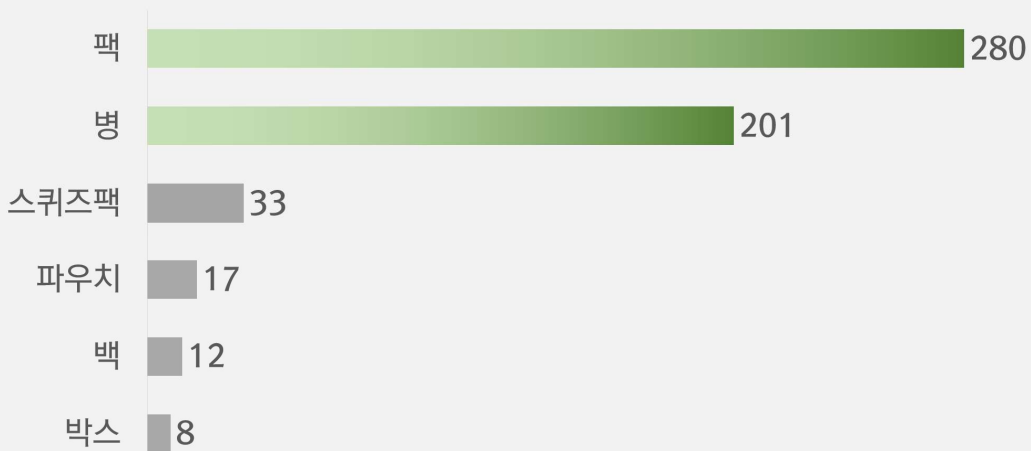
- 땅콩 스프레드 패키징 관련 키워드 조사 결과 ‘팩 형태’가 280건으로 1위, ‘병’이 201건으로 2위를 차지함
- 실제 온라인쇼핑몰에서 판매되고 있는 땅콩 스프레드 제품 중에는 ‘병’ 형태 제품이 일반적인 것으로 확인

### ▶ ‘스퀴즈팩’, ‘파우치’ 등 새로운 포장 방식 관련 키워드도 도출

- ‘스퀴즈팩’, 환경보호를 위한 종이 ‘파우치’ 등의 새로운 포장 방식 관련 키워드도 일부 도출되었으나, 일반 ‘팩’ 및 ‘병’ 관련 키워드보다 도출 수가 낮은 것으로 미루어 보아 아직 미국 땅콩 스프레드 시장에서 대중적인 포장 방식은 아닌 것으로 분석됨

팩		병		스퀴즈팩	
					
제품명	저스틴스 클래식 피넛버터스프레드	제품명	피터팬 내추럴 크리미 피넛버터	제품명	스키피 스퀴즈 크리미 피넛버터
브랜드	저스틴스(Justin's)	브랜드	피터팬(Peter Pan)	브랜드	스키피(Skippy)
중량	32g*10개입	중량	462g*12개입	중량	170g*6개입
가격	14.55달러(19,102원)	가격	46.89달러(61,557원)	가격	23.72달러(31,140원)

[표 3.4] 미국 판매 땅콩 스프레드 패키징 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘땅콩 스프레드’ 관련 게시물 568건 분석

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# IV 유통채널



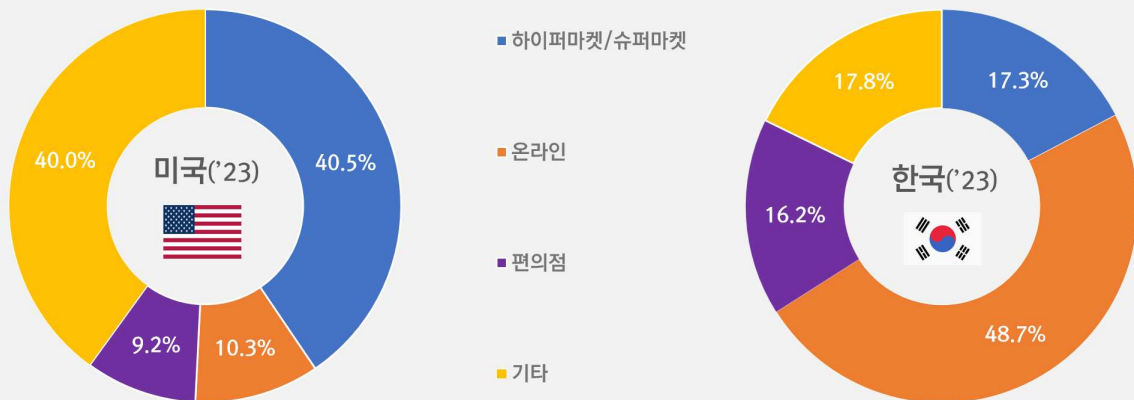
1. 미국 땅콩 스프레드 유통채널 점유율
2. 미국 땅콩 스프레드 주요 유통채널

## 1. 미국 땅콩 스프레드 유통채널 점유율

### ▶ 미국 땅콩 스프레드 비롯한 식물성 식품 제품, 오프라인 우세

2023년 미국 땅콩 스프레드 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’은 40.5%로 가장 높은 점유율을 보였으며, 한국 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 점유율인 17.3%와 비교했을 때 상당한 비중의 점유율인 것으로 확인됨. 이어서 미국의 유통채널에서 ‘온라인’이 10.3%, ‘편의점’이 9.2%의 점유율을 차지함. ‘온라인’ 채널의 경우 21.4%로 한국에서 ‘온라인’ 유통채널 점유율인 48.4%의 절반에 못 미치는 점유율임. 따라서 미국의 땅콩 스프레드를 포함한 식료품에 있어 오프라인 유통채널이 우세한 것을 알 수 있으며 이를 고려한 진출 전략이 필요함

[표 4.1] 미국 땅콩 스프레드 유통채널 점유율



미국 및 한국 땅콩 스프레드 유통채널 점유율 비교<sup>12)13)14)15)</sup>

미국	유형	한국
40.5%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	17.3%
10.3%	온라인	48.7%
9.2%	편의점	16.2%
40.0%	기타 <sup>16)</sup>	17.8%

자료: 스탯ISTA(Statista)

12) 2020년 기준, 미국 ‘식료품’과 2022년 기준, 한국 ‘식품’의 소매유통채널 점유율임

13) ‘땅콩 스프레드’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘식료품’과 ‘식품’ 카테고리의 정보를 확인함

14) 자료: 스탯ISTA(Statista), 「Food retail in South Korea」, 2023.05

15) 자료: 스탯ISTA(Statista), 「Food report US」, 2023.02

16) 본 보고서에서 기타매장은 백화점, 소형 식료품점 등을 포함함



## 2. 미국 땅콩 스프레드 주요 유통채널 ① 메이시스

기업 기본 정보	기업명	메이시스(Macy's)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.macys.com	
	위치	뉴욕(New York)	
	규모	매출액('22)	<ul style="list-style-type: none"> <li>257억 달러(33조 7,390억 원<sup>17)</sup>)</li> </ul>
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('23): 504개</li> <li>직원 수('22): 9만 4,570명</li> </ul>	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>1858년 미국 뉴욕에서 창립된 미국 백화점 브랜드</li> <li>대표 점포는 뉴욕 헤럴드 스퀘어에 위치</li> <li>본사는 오하이오 주 신시내티에 있었으나, 2020년 뉴욕으로 이전</li> <li>2007년 시카고 스테이트 스트리트(State Street) 본점 지하에 20,000평방피트 규모의 식료품 전문점을 입점시켜 운영 중</li> <li>페이스북, 인스타그램, 트위터 등 다양한 SNS를 활용해 제품 홍보</li> </ul>		
매장정보	입점가능품목	식료품, 가정용품, 가구, 액세서리, 의류 등	
	선호제품	유기농식품, 프리미엄 식품	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>유선 연락을 통한 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                         <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (주요 시장 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그)</li> </ul> </li> <li>문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호 : +1-513-573-7912</li> <li>- 이메일: <a href="mailto:supplierdiversity@macys.com">supplierdiversity@macys.com</a></li> <li>- 기타사항은 메이시스 제공 벤더 스탠다드(Vendor Standards) 참조 (<a href="http://macysnet.com/mdocweb/documents.aspx?document=Vendor%20Standards">macysnet.com/mdocweb/documents.aspx?document=Vendor%20Standards</a>)</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 메이시스(Macy's), 컴퍼니마켓캡(Companies Market Cap), 스크랩히어로(Scrape Hero), 스태티스타(Statista)

사진 자료: 메이시스(Macy's), 구글 지도(Google Map)

17) 1달러=1,312.80원(2023.07.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)




## 2. 미국 땅콩 스프레드 주요 유통채널 ② 월마트

기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.walmart.com		
	위치	아칸소(Arkansas)		
	규모	매출액('22) • 4,205억 달러(552조 324억 원) 기타 규모 • 매장 수('22): 4,632개 • 직원 수('22): 160만 명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 50개 모든 주에서 매장 운영 중이며, 약 150개 물류 센터 보유</li> <li>• 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 등 다양한 형태로 매장 운영</li> <li>• 2020년 편의점 브랜드 스피드웨이(Speedway) 점포 3,900여 개 인수</li> </ul>			
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신선식품, 건조 과일, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등</li> </ul>		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유기농 제품, 신제품</li> </ul>		
	매장 전경			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지에서 직접 등록 (www.corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier)</li> <li>- 매점 입점(Store&amp;Club)과 온라인 입점(E-Commerce)을 선택하여 제안서 제출 (한국어 번역 제공)</li> <li>- 홈페이지 기입 정보                         <ol style="list-style-type: none"> <li>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, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소, 계좌 정보 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 외 제품 설명)</li> </ol> </li> <li>• 로컬 에이전트를 통한 등록</li> <li>• 문의사항 연락처</li> <li>- 이메일: supplier64@wal-mart.com</li> </ul>		

자료: 월마트(Walmart)

사진 자료: 월마트(Walmart)

## 2. 미국 땅콩 스프레드 주요 유통채널 ③ 코스트코홀세일

기업 기본 정보	기업명	코스트코홀세일(Costco Wholesale)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.costco.com			
	위치	워싱턴(Washington)			
	규모	매출액('22)	• 2,227억 달러(292조 3,606억 원)		
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 매장 수('22): 589개<sup>18)</sup></li> <li>• 직원 수('22): 20만 3,000명</li> </ul>		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 회원제 창고형 매장형태로 운영</li> <li>• 특정 지역에 한해 2-Day Delivery 서비스 운영 중</li> </ul>				
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신선식품, 건조 과일, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등</li> </ul>			
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유기농 제품, 신제품</li> </ul>			
	매장 전경	 			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 납품 관련 특징                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 코스트코는 본사에서 직접 제조업체와 거래하는 것이 일반적이며, 인하우스브로커(9)를 통해서도 제품을 구매함</li> <li>- 내셔널 브랜드와 PB(커크랜드)제품 등 약 3,800여 개의 품목을 취급하며, 소품종의 고품질 제품을 선별해 다량 계약을 통해 공급가를 낮추는 구매 정책</li> <li>- 제조업체의 경우 코스트코 매장을 방문해 유사 제품의 가격을 체크해야 함</li> </ul> </li> <li>• 유선 연락을 통한 입점 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 메뉴 'Vendors &amp; Suppliers' 클릭</li> <li>- 공급업체 선정 조건 및 절차 확인</li> <li>- 입점 희망 지역부서에 직접 문의 (costco.com/vendor-inquiries.html)</li> <li>- 평가 기준                                 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 코스트코 공급업체 행동강령</li> <li>② 공인검사기관에서 TPI 실시</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +1-425-313-8100 (Northwest Region)</li> </ul> </li> </ul>			

자료: 코스트코홀세일(Costco Wholesale), 월스트리트저널(WSJ), 한국농수산물유통공사(aT)

사진 자료: 코스트코홀세일(Costco Wholesale)

18) 미국과 푸에르토리코 지역 합산 매장 수임

19) 코스트코홀세일은 앤더슨데이몬(Anderson Day-mon Worldwide)을 인하우스브로커로 지정함

## 2. 미국 땅콩 스프레드 주요 유통채널 ④ 크로거

기업 기본 정보	기업명	크로거(Kroger)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.kroger.com		
	위치	오하이오(Ohio)		
	규모	매출액('21) • 1,379억 달러(181조 351억 원) 기타 규모 • 매장 수('22): 1,327개 • 직원 수('22): 46만 5,000명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 35개 주에서 매장 운영 중이며 약 44개의 물류센터 보유</li> <li>• 자사 브랜드 판매 매출액이 전체의 26% 차지</li> <li>• 2020년부터 매장 픽업 서비스 무료 제공</li> </ul>			
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신선식품, 냉동식품, 차(茶)류, 주류, 건강보조식품, 화장품, 가전제품, 의류 등</li> </ul>		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신선도 높은 제품, 다양한 국가의 수입식품 취급 중이나 현지 생산 제품 선호</li> </ul>		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지 통해 사전 등록 후 제안서 제출 (www.thekrogerco.com/vendors-suppliers/become-a-supplier)</li> <li>- 사전 등록 시 기입한 이메일을 통해 'The Supplier Hub'로부터 제안서 관련 내용 회신</li> <li>- 사전 등록 시 필요한 정보 (회사명, 사업자등록번호/납세자식별번호, 연락처)</li> <li>- 사업자등록번호/납세자 번호 없이 사전등록 불가</li> <li>- 사전 등록 후: 이메일 회신에 첨부된 링크로 들어가 User ID와 임시 비밀번호를 이용하여 등록 절차 완료</li> <li>- 제품 설명은 정해진 형식에 따라 작성</li> <li>• 로컬 에이전트를 통한 등록</li> <li>• 평가 기준                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① Animal Welfare Policy 기준 충족</li> <li>② GCC<sup>20)</sup> 및 KGCC<sup>21)</sup> 취득</li> <li>② 크로거사의 벤더관리시스템(Supplier Hub)을 통해서만 입점 가능</li> </ul> </li> </ul>		

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

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



## 2. 미국 땅콩 스프레드 주요 유통채널 ⑤ 홀푸드마켓

기업 기본 정보	기업명	홀푸드마켓(Whole Foods Market)		
	기업구분	유기농매장		
	홈페이지	www.wholefoodsmarket.com		
	위치	텍사스(Texas)		
	규모	매출액('21)	<ul style="list-style-type: none"> <li>4,698억 2,000만 달러(616조 7,797억 원)</li> </ul>	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('23): 514개</li> <li>직원 수('23): 9만 1,000명</li> </ul>	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>1980년 설립되었으며, 미국 내 대표적인 유기농 식품 전문 판매 업체임</li> <li>2017년 아마존(Amazon)에 인수되었으며, 아마존 프라임나우(Prime Now)를 통해 온라인 판매 및 배송 진행</li> <li>판매 제품의 50% 이상이 유기농 식품</li> </ul>		
매장정보	입점가능품목	신선식품, 즉석식품, 가공식품, 스낵류, 차(茶)류, 가전제품, 가구 잡화 등		
	선호제품	원산지가 명확히 표기된 식품, 유기농 식품, 비건·저지방·저당 등 건강 식품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>홈페이지를 통한 직접 등록 (www.rangeme.com/wholefoods)</li> <li>- 계정 생성 후 제품 등록</li> <li>- 홈페이지 기입 정보                             <ol style="list-style-type: none"> <li>공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 기업 연 매출, 전화번호 및 이메일)</li> <li>공급 제품 정보 (제품군, 브랜드명, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 등)</li> </ol> </li> <li>- 'Unacceptable Ingredients for Food List'에 포함된 식품첨가물 미포함해야 함</li> <li>- INFORMATION FOR POTENTIAL SUPPLIERS에서 품질 기준서 참고하여 모든 구성 성분 기입 (www.wholefoodsmarket.com/information-potential-suppliers)</li> <li>문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +1-512-477-4455</li> <li>- 이메일: customer.questions@wholefoods.com</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 홀푸드마켓(Whole Foods Market), 스탯시타(Statista), 워싱턴포스트(The Washington Post)

사진 자료: 어바웃아마존>About Amazon)

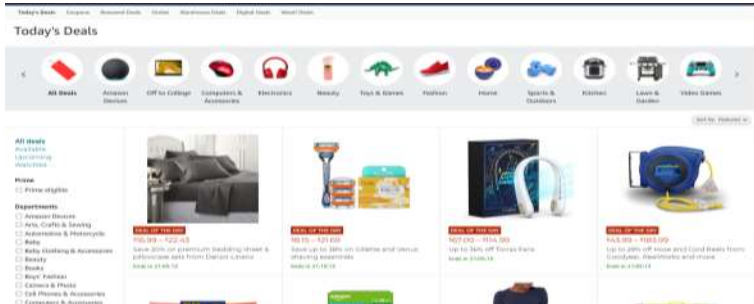
## 2. 미국 땅콩 스프레드 주요 유통채널 ⑥ 트레이더조

기업 기본 정보	기업명	트레이더조(Trader Joe's)	
	기업구분	유기농매장	
	홈페이지	www.traderjoes.com	
	위치	캘리포니아(California)	
	규모	매출액('22)	<ul style="list-style-type: none"> <li>133억 달러(17조 4,602억 원)</li> </ul>
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('22): 560개</li> <li>직원 수('22): 5만 명</li> </ul>	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>1967년 설립되었으며, 1979년 독일 슈퍼마켓 기업 '알디노드(Aldi Nord)'에 인수되었으나 현재 독립적으로 운영 중</li> <li>공급자로부터 직접 물건을 구입 후 트레이더조(Trader Joe's) PL(자체상품)화 등의 방식을 통해 고품질 제품을 합리적인 가격에 판매함</li> <li>2020년 미국 슈퍼마켓 소비자만족도조사 1위</li> </ul>		
매장정보	입점가능품목	유기농 제품, 신선식품, 비건음식, 스낵류, 음료류, 주류, 원예용품 등	
	선호제품	현지에서 생산한 고품질의 제품 선호, 유기농 제품	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>홈페이지에서 직접 등록 (www.traderjoes.com/home/contact-us/potential-vendor-form)</li> <li>홈페이지 기입 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (회사명, 홈페이지, 주소, 연락 담당자, 이메일 주소, 전화번호 등)</li> <li>② 공급 제품 정보 (제품명, 카테고리, 원산지, 식품안전규정 준수 여부 등)</li> </ul> </li> <li>정보 기입 이후 벤더 승인 대기</li> <li>다음 웹 주소에서 공급자 준수 조건 및 제품 품질 규정 등 확인 가능 (www.traderjoes.com/home/contact-us/potential-vendor-requirement)</li> <li>기타 특이사항 및 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>자체 배송은 현재 제공하고 있지 않으며, 아마존 등 제3 플랫폼을 통해서 가능</li> </ul> </li> <li>문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>전화번호 : +1-626-599-3700</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 트레이더조(Trader Joe's), 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews)

사진 자료: 트레이더조(Trader Joe's), 비즈니스인사이드(Businessinsider)

## 2. 미국 땅콩 스프레드 주요 유통채널 ⑦ 아마존

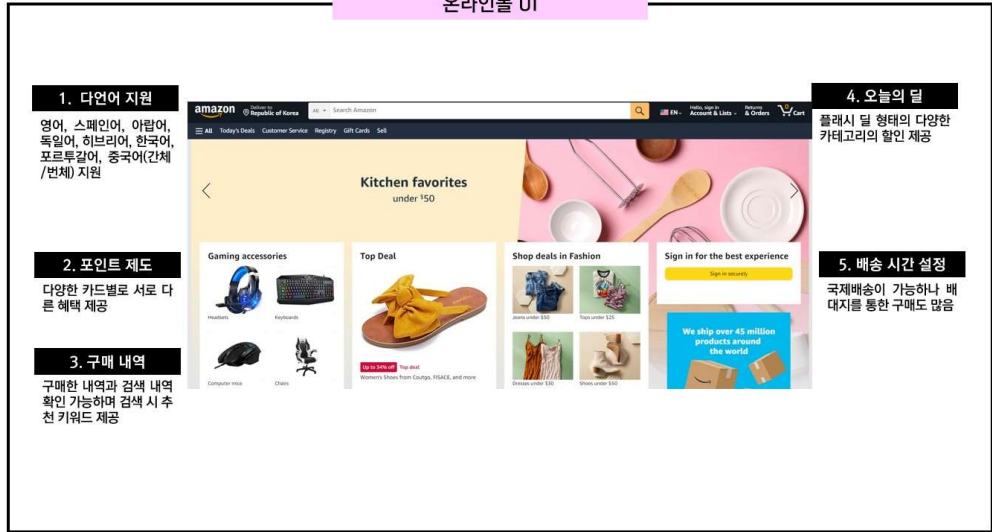
기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.amazon.com	
	규모	매출액('22)	• 2,140억 달러(280조 9,392억 원)
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 약 23억 명 • 앱다운로드수('20): 2,546만 회
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 세계 최대의 온라인 종합 쇼핑몰</li> <li>• 스페인어, 아랍어, 독일어, 한국어 등 전세계 언어 지원</li> <li>• 아마존을 통해 분당 7,400개의 제품의 구매가 이루어짐</li> <li>• 2021년 자연 재해로 피해 입은 지역 비상 용품 기부</li> <li>• 190만 개의 기업들을 사이트에 보유함</li> </ul>	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	온유어헝거(Own your hunger)
		해외 판매	해외배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	50달러 이상 구매 시 5달러 할인, 생일 기프트카드 증정 등 다양한 프로모션 상시 진행		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접등록 (services.amazon.com/services/soa-approval-category)</li> <li>- Grocery&amp;Gourmet Food 카테고리 'Requirement' 눌러 자격조건 확인 후 'Contact Us' 클릭하여 입점 문의 제출</li> <li>- 홈페이지 등록 정보                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일)</li> <li>② 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품종류, 예상매출액, 판매입고량)</li> </ul> </li> <li>• 로컬 에이전트를 통한 등록</li> <li>• 평가 기준                             <ul style="list-style-type: none"> <li>① 아마존 행동강령 준수</li> <li>② 아마존 PB 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증</li> </ul> </li> <li>• 입점 가능 카테고리 20개 중 식료품 및 9개 제품군은 승인 절차 거쳐야 입점 가능</li> </ul>	

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

사진 자료: 아마존(Amazon)

온라인몰 UI ①

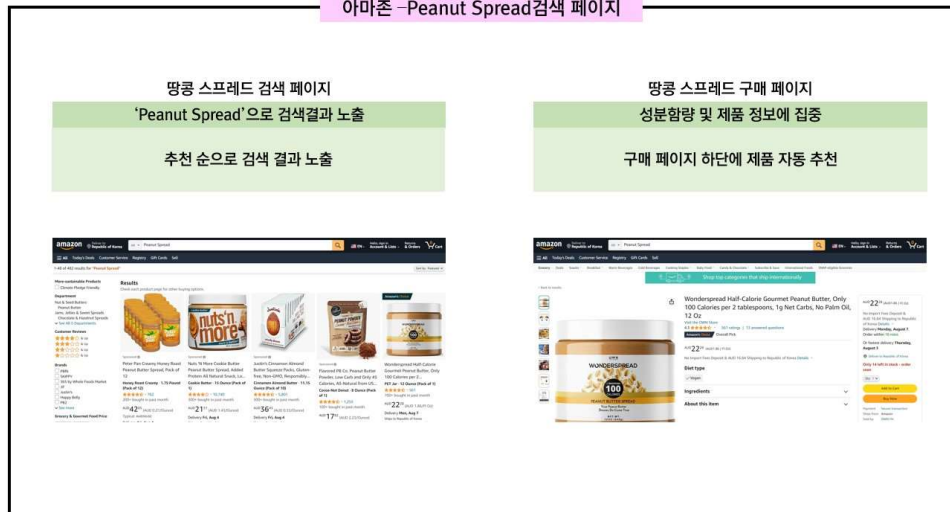
온라인몰 UI



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능  
번역 검색 가능하여 접근성 용이

온라인몰 UI ②


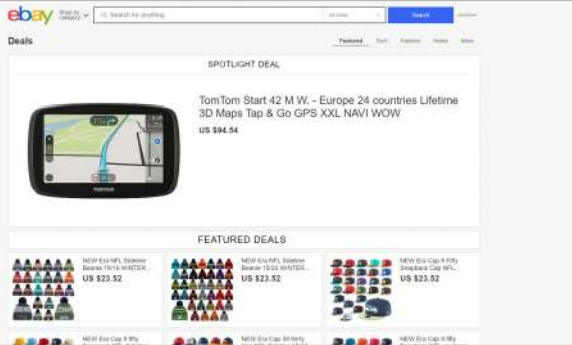
아마존 - Peanut Spread 검색 페이지



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

자료: 아마존(Amazon)  
사진 자료: 아마존(Amazon)

## 2. 미국 땅콩 스프레드 주요 유통채널 ⑧ 이베이

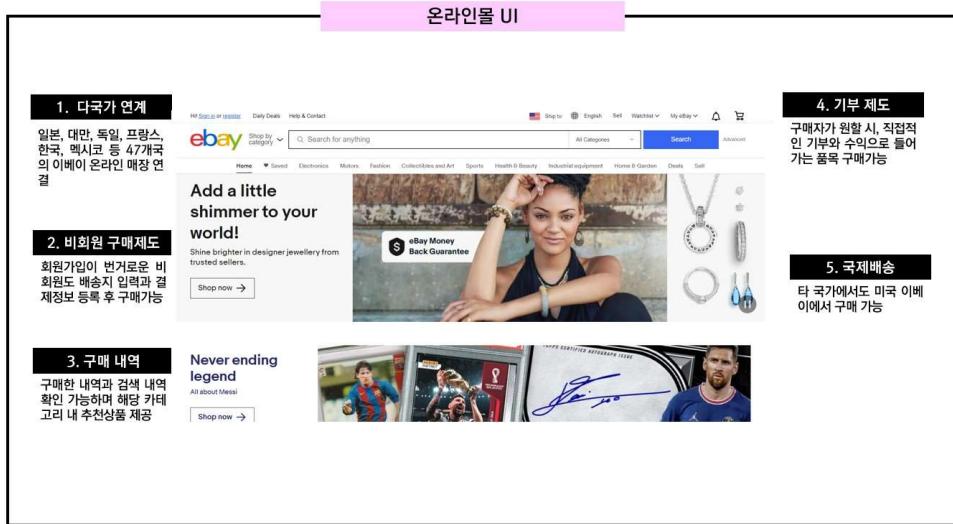
기업 기본 정보	기업명	이베이(eBay)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰 	
	홈페이지	www.ebay.com	
	규모	총매출('21)	• 104억 달러(13조 6,531억 원)
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 7억 1,170만 명 • 앱다운로드수('22): 5억 9,900만 회
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전 세계 190개 이상의 국가에서 운영됨</li> <li>• 각 국가의 통화로 구매 가능</li> <li>• 오늘의 특가 상품이 매일 공개됨</li> </ul>	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	그레이트밸류(Great Value)
		해외 판매	해외배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	시간대별 할인 이벤트, 카테고리별 할인 이벤트 등 다양한 프로모션 진행		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 계정 생성 후 판매자(Seller) 등록</li> <li>- 개인 판매자와 스토어 판매자 중 선택하여 입점</li> <li>- 개인 판매자는 40개까지 무료로 등록 가능(수수료 건당 10.9%)</li> <li>- 기업 판매자는 250,000개까지 제품 등록 가능(월별 비용과 건당 수수료 4.8%)</li> <li>- 다음 웹 페이지 주소에서 판매 상품 리스트, 새 상품 등록, 판매 현황 등 판매에 관련된 다양한 정보 확인 가능 (pages.Ebay.com/seller-center/index.html)</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락 방법 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 아래 웹 페이지 주소에서 문의 내용의 해당 카테고리 선택 후 이메일 컨택 가능 (www.Ebay.com/help/call_us?type=ContactUs&amp;initFrom=HOME&amp;topicId=4000)</li> </ul> </li> </ul>	

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

사진 자료: 이베이(eBay)

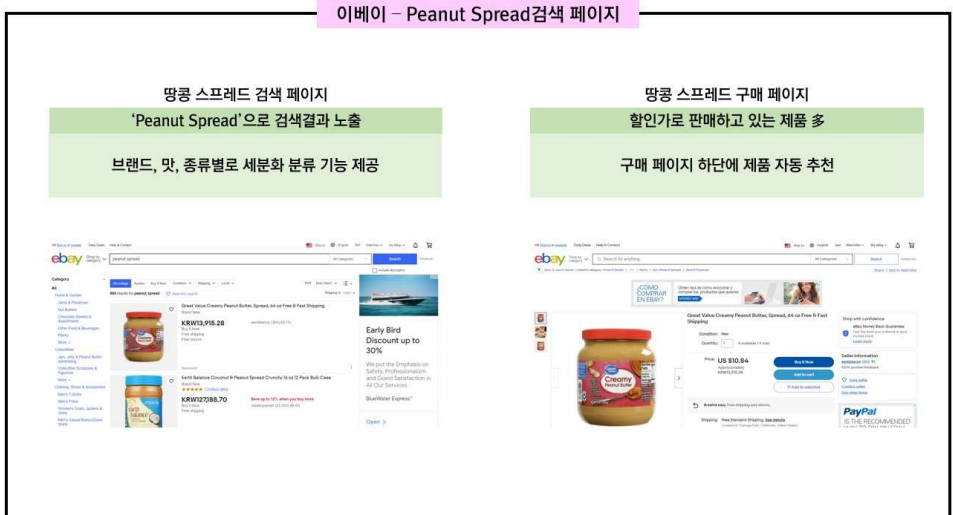


온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능  
홈페이지 입장 시, 컴퓨터 언어팩을 감지하여 사이트 자동번역

온라인몰 UI ②



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

자료: 이베이(eBay)  
사진 자료: 이베이(eBay)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# V 진입장벽



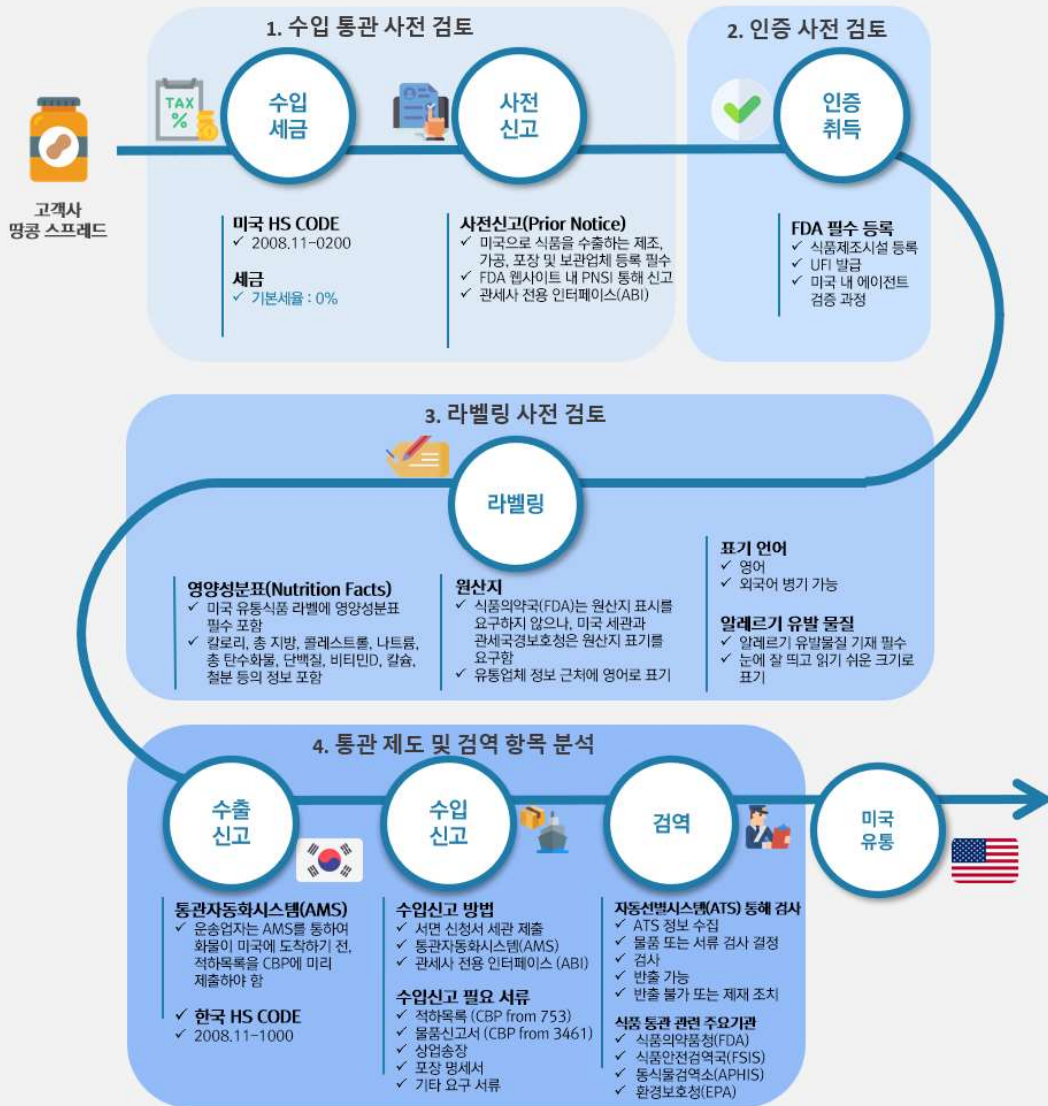
1. 미국 땅콩 스프레드 통관 및 검역 절차
2. 미국 땅콩 스프레드 품질 인증
3. 미국 땅콩 스프레드 라벨링
4. 미국 땅콩 스프레드 성분 및 유해물질

# 1. 미국 땅콩 스프레드 통관 및 검역 절차<sup>22)</sup>

## ▶ 미국 땅콩 스프레드 수출 통관 단계별 주요사항

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

[표 5.1] 미국 땅콩 스프레드 통관 검역 절차



자료: 식품의약품안전처, 미국 식품의약처(FDA: Food and Drug Administration)


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

## 2. 미국 땅콩 스프레드 품질 인증

### ▶ 미국 땅콩 스프레드, ‘FDA 등록’ 필수


미국으로 식품을 수출하고자 하는 국내 제조업체는 미국 식품의약처(FDA: Food and Drug Administration)를 통해 식품 제조시설 등록 절차를 필수적으로 진행해야 함. 식품 제조시설 등록 신청은 2020년 1월 4일부터 온라인을 통해서만 등록 신청을 진행하도록 규정이 변경됨. 따라서 등록을 수행하고자 하는 수출업체는 온라인을 통해 FDA에 등록해야 함

[표 5.2] 미국 FDA 등록 정보

		등록 정보
	목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품이 건전하지 않고 안전하지 않으며, 부적절하게 표기된 식품으로부터 소비자를 보호</li> </ul>
	절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품제조시설 등록(FFR: Food Facility Registration)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- FIS(FDA Industry Systems) 회원가입 및 로그인</li> <li>- ‘Food Facility Registration’ 접속</li> <li>- 안내되는 절차에 따라 정보 기입</li> </ul> </li> <li>작성 내용 검토 후 저장</li> <li>등록 확인</li> <li>시설 등록 완료 후 등록 번호(Registration number) 배정</li> <li>고유시설식별번호(UFI)</li> <li>2021년부터 국내외 시설들은 FDA 시설등록 시 반드시 FDA가 인정하는 고유시설식별번호를 제출해야 함</li> <li>미국 내 에이전트 검증 과정                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국 내 에이전트의 검증이 마칠 때까지 시설등록 및 재등록에 관한 확인 혹은 등록번호 확인은 진행되지 않음</li> </ul> </li> </ul>
	필수 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>시설명, 주소, 전화번호</li> <li>FDA가 인정하는 시설의 고유시설식별번호(2020년 10월 1일부터)</li> <li>선호하는 시설 주소(시설의 주소와 다른 경우)</li> <li>모회사 이름, 주소 및 전화번호(해당하는 경우)</li> <li>시설 담당자 이메일 주소(해외 시설 : 미국 내 에이전트의 이름, 주소, 전화번호 및 이메일 주소)</li> </ul>

자료: 미국 식품의약처(FDA: Food and Drug Administration)

[표 5.2] 미국 FDA 등록 정보

등록 정보	
	<p><b>필수 정보</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 비상시 전화번호 및 이메일 주소, 국내 시설의 경우 담당자와 비상시 담당자가 다를 경우 이메일 주소만 필요</li> <li>• 시설을 담당하는 소유주 운영자 혹은 에이전트의 이름 주소 전화번호 및 이메일 주소</li> <li>• 시설이 사용하는 모든 상표명</li> <li>• 등록 서식에 적혀 있는 해당하는 식품 카테고리</li> <li>• 해당하는 각 식품 카테고리에 대한 시설에서 수행된 활동 유형</li> <li>• FDA의 시설 점검을 허가할 것이라는 보증</li> <li>• 제출한 정보가 사실이고 정확하며 기재자의 기재 권한을 허가한다는 증명서</li> </ul>
	<p><b>주의사항</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2년마다 등록 갱신을 해야 함(매 짝수년 10월 1일 - 12월 31일)</li> <li>• 등록의 필수 정보가 변경된 경우 60일 이내에 FDA에 등록을 업데이트해야 함</li> <li>• 모든 외국 식품 시설은 미국 FDA 대리인(US Agent)이 있어야 함</li> </ul>

자료: 미국 식품의약처(FDA: Food and Drug Administration)



▶ 미국 식품 관련 기타 인증

미국 내 식품 관련 기타 인증으로는 HACCP, FSSC 22000 등의 글로벌 공통 인증이나 글루텐 프리(Gluten-free) 인증, 비건 인증, 할랄(Halal) 인증, 코셔(Kosher) 인증과 같은 미국 민간 인증이 있음. 할랄 인증과 코셔 인증 모두 원재료를 포함하여 생산 및 유통의 모든 과정이 해당 종교의 율법에 어긋나지 않게 진행되어야 취득할 수 있음

[표 5.3] 미국 땅콩 스프레드 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 Mark
HACCP 인증	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
Gluten-Free 인증	기능성 인증	미국 민간 인증	Gluten-Free Certification Organization (GFCO)	
Vegan Action 인증	기능성 인증	미국 민간 인증	비건 인지 재단 (Vegan Awareness Foundation)	
Orthodox Union Kosher 인증	종교적 및 문화적 인증	미국 민간 인증	Orthodox Union (OU)	
Halal 인증	종교적 및 문화적 인증	미국 민간 인증	미국 이슬람식품영양협의회 (IFANCA: Islamic Food and Nutrition Council of America)	

자료: 각 인증기관

### 3. 미국 땅콩 스프레드 라벨링

[표 5.4] 미국 땅콩 스프레드 라벨링

주 표시면 필수 표시사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품의 일반적인 명칭 사용</li> <li>• 굵은 글씨체로, 일반적으로 라벨에 쓰인 가장 큰 단어 또는 그래픽의 반 이상의 크기로 쓰여야 하며, 제품의 가장 하단과 평행으로 표기되어야 함</li> <li>• 식품이 액체가 아닌 경우 형태(Sliced, Unsliced, Halves) 등을 명시</li> <li>• 활자 크기는 주표시면에 사용된 가장 큰 활자의 1/2 이상</li> <li>• 외국어 표기일 경우, 영어 및 외국어 둘 다 표기</li> <li>• 주스(과일 및 채소)가 들어있는 음료의 경우, 주스 함유량(%) 표기 필요</li> </ul>
	2. 순중량	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주 표시면 하단 30%에 위치</li> <li>• 포장 용기 내부에 담겨있는 식품의 양을 표기</li> <li>• 기본적으로 모든 중량 표기는 영미 파운드법(oz, lb, quart)에 따라 표기되어야 하며, 분수 또는 소수점 등의 표기도 허용되어 있음</li> <li>• 그램, 밀리리터 등의 미터법 단위도 함께 표기</li> <li>• 글자 크기는 세로와 가로의 비율이 3:1을 넘을 수 없으며, 주 표시면의 크기에 따라 최소 폰트 높이 기준이 상이</li> <li>• 고체 제품의 경우 'Net Weight'라는 단어가 반드시 포함되어야 하지만, 액체 등의 제품은 'Net Contents' 또는 'Net' 등의 단어 사용은 선택 사항</li> </ul>
정보 표시면 필수 표시사항 및 기준	3. 제조사, 포장업체, 유통업체의 정보, 이름 및 주소	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제조사, 포장업체 또는 유통업체의 이름을 표기</li> <li>• 제조업체의 이름이나 주소가 없는 경우에는 제품과 관련된 업체명을 반드시 기재</li> <li>• 제조사, 포장업체 또는 유통업체 표기는 일반적으로 정확한 도로 이름 및 번호, 도시, 집(Zip) 코드, 주 등의 정보를 모두 포함</li> </ul>
	4. 성분 리스트	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사용된 원재료의 중량을 기준으로 내림차순으로 나열할 것</li> <li>• 통상적인 이름 사용</li> <li>• 전체 제품 용량 및 무게의 2% 이하를 구성하는 성분명의 표기는 위 방식의 적용을 받지 않음</li> <li>• 허가된 방부제 첨가 시 방부제의 통상 명칭 및 기능을 표기할 것</li> <li>• 공인된 색소는 약어 또는 특정 이름 사용</li> </ul>

자료: 미국 식품의약처(FDA: Food and Drug Administration)

[표 5.4] 미국 땅콩 스프레드 라벨링

정보 표시면 필수 표시사항 및 기준	5. 알레르겐 성분	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품 알레르기 유발 물질(Major food allergen)이 포함된 경우 반드시 기재</li> <li>• 눈에 잘 띄고 읽기 쉬운 크기로, 원재료명의 문자 크기 이상으로 표기</li> <li>• 원재료명 목록에 원재료명을 쓴 뒤에 괄호 안에 알레르기 유발 식품의 일반명을 기재</li> <li>• ‘Contains’의 ‘C’는 반드시 대문자로 기재</li> <li>• 주요 알레르기 유발물질은 우유, 달걀, 생선, 갑각류, 견과류, 밀, 땅콩, 그리고 대두 및 콩 등이 있으며, 2023년 1월 1일부터 알레르기 의무 표시 대상에 참깨도 포함됨</li> <li>• 견과류의 경우에는 정확한 종류가 표기되어야 하며, 생선 또는 갑각류 동물의 경우 정확한 종에 대한 표기가 있어야 함</li> </ul>
	6. 영양성분표	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미국에서 판매되는 모든 식품은 라벨에 영양성분표를 포함해야 함</li> <li>• 열량, 총 지방(포화지방, 트랜스지방), 콜레스테롤, 나트륨, 총 탄수화물(식이섬유, 총당, 첨가당), 단백질, 비타민D, 칼슘, 철분 등의 정보를 포함해야 함</li> <li>• 4살 이상이 한 자리에서 일반적으로 소비하는 양을 표기하는 1회 섭취량이 포함되어야 함. FDA에서는 일부 식품들에 대해 표준 1회 섭취량을 지정하고 있음</li> <li>• 영양성분표에 표준 1회 섭취량에 대한 영양 정보와 실제 해당 유닛에 포함되어있는 영양 정보를 위에 예시로 제공한 영양성분표의 오른쪽에 열을 하나 더 만들어 표기해야 함</li> <li>• 일일섭취량을 기준으로 1일 영양성분 기준치(% DV)를 표기해야 함</li> <li>• 수출용 제품 라벨의 면적에 따라 영양성분표의 규정된 위치가 상이하므로 반드시 확인 필요</li> <li>• 영양성분표의 포맷(format)이 다양하므로 제품의 크기나 라벨의 면적에 따라 적합한 포맷을 선택하여 사용 가능</li> </ul>
	7. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품의약품국은 원산지 표시를 요구하지 않으나, 미국 세관과 관세국경보호청은 원산지 표시를 요구함</li> <li>• 미국 내 유통업체의 명칭과 주소 근처에 영어로 표시할 것</li> </ul>
	8. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 반드시 영어로 표기해야 하며, 한국어 표기가 포함된 경우에는 모든 라벨 의무 표기 사항을 영어와 한국어 모두로 표기해야 함</li> <li>• 영어, 한국어 이외의 언어가 라벨에 있다면, 해당 언어로도 모든 의무 표기 사항 표기</li> </ul>

자료: 미국 식품의약처(FDA: Food and Drug Administration)

▶ 미국 땅콩 스프레드 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[윗면 라벨링]

[앞면 - 영어]

- ① SKIPPY
- ② CREAMY PEANUT BUTTER
- ③ 1134g
- ④ 7g Protein
- ⑤ NO PRESERVATIVES, ARTIFICIAL FLAVOR OR COLORS
- ⑥ Website: www.peanutbutter.com
- ⑦ SEE NUTRITION INFORMATION FOR A FAT AND SATURATED FAT CONTENT

[앞면 - 국문]

- ① 제품명 : SKIPPY
- ② 크림 땅콩 버터
- ③ 1134g
- ④ 단백질 7g
- ⑤ 방부제, 인공 조미료 또는 색소 무첨가
- ⑥ 홈페이지: www.peanutbutter.com
- ⑦ 지방과 포화지방 함유량에 대한 영양 정보를 확인하세요.

[옆면 - 영어]

- ① Usage: Morning, noon, night, delight
- ② \*The % Daily Value (DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2,000 calories in a day is used for general nutrition advice.

[옆면 - 국문]

- ① 용도: 아침, 점심, 저녁, 파티
- ② \*일일 섭취 권장량(DV)은 식품 1회 제공량에 포함된 영양소가 일일 식단에 얼마나 기여하는 지를 나타냅니다. 일반적인 영양 조언에는 일일 2,000 칼로리를 척도로 삼습니다.

- ③ Ingredients: Roasted peanuts, sugar, hydrogenated vegetable oil(cottonseed, soybean, rapeseed oil), salt

Nutrition Facts	
About 14 servings per container	
Serving size 2 Tbsp (32g)	
Amount per serving	190
<b>Calories</b>	
%Daily Value	
<b>Total Fat</b> 16g	21%
Saturated Fat 3g	
Trans Fat 0g	
Cholesterol 0mg	0%
Sodium 150mg	7%
<b>Total Carb</b> onhydrate 6g	2%
Dietary Fiber 2g	7%
Total Sugars 3g	
Includes 2g Added Sugars	4%
<b>Protein</b> 7g	7%
Vitamin D 0mcg 0%	Calcium 0mg 0%
Iron 0.4mg 2%	Potassium 90mg 2%
Vitamin E 1.5mg 10%	Niacin 3.2mg 20%

- ④ Distributed by: Hormel Foods Sales LLC, 1 Hormel Place, Austin, MN 55912
- ⑤ Skippy Foods 1-855-475-4779
- ⑥ Gluten Free
- ⑦ Good source of Vitamin E

[뒷면 - 영어]

- ① Best if used by SEP0724

- ③ 성분: 구운 땅콩, 설탕, 하이드로제네이티드 식물성 오일(목화씨, 콩, 유채), 소금

영양성분표	
개당 약 14회분	
2 큰술 제공량 (32g)	
1회 제공량	190
<b>칼로리</b>	
%일일 권장량	
<b>총 지방</b> 16g	21%
포화지방 3g	
트랜스지방 0g	
콜레스테롤 0mg	0%
나트륨 150mg	7%
<b>총 탄수화물</b> 6g	2%
식이섬유 2g	7%
총 설탕량 3g	
첨가당 2g 포함	4%
<b>단백질</b> 7g	7%
비타민 D 0mcg 0%	칼슘 0mg 0%
철분 0.4mg 2%	칼륨 90mg 2%
비타민 E 1.5mg 10%	니아신 3.2mg 20%

- ④ 유통사: Hormel Foods Sales LLC, 1 Hormel Place, Austin, MN 55912
- ⑤ Skippy Foods 1-855-475-4779
- ⑥ 글루텐 프리
- ⑦ 비타민 E의 좋은 공급원

[뒷면 - 영어]

- ① 권장사용기간: 2024년 9월 24일



## 4. 미국 땅콩 스프레드 성분 및 유해물질

### ▶ 식품첨가물

GRAS(Generally Recognized As Safe)는 미국에서 판매되는 식품 원료의 안전성을 평가하는 제도이며, 식품첨가물을 ‘식품에 첨가 및 접촉하여 직접적 또는 간접적인 결과를 초래할 것으로 예상되는 물질’로 규정해 본래의 사용 목적 및 조건에서 과학적 단계를 통해 입증된 성분을 분류함. 땅콩 스프레드를 ‘땅콩 또는 견과류가공품류’로 분류하여 관련 식품첨가물 검색 시 총 242건을 발견했으며, 하기 표는 땅콩 또는 견과류가공품류에 적용되는 미국 식품첨가물 기준 중 일부임. 더욱 상세한 정보는 미국의 연방규정집(CFR) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.5] 미국 땅콩 스프레드 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용 기준	사용 기준
1	사카린	Saccharin	가공식품	1회 제공량당 30mg 이하
2	사카린나트륨	Sodium saccharin		
3	사카린칼슘	Calcium saccharin		
4	아라비아검	Gum arabic (Acacia gum)	견과류 및 견과류 제품	(GRAS: [조성보조제, 표면처리제])(GRAS: [조성보조제, 표면처리제] 8.3% 이하)
5	프로필렌글리콜	Propylene glycol		(GRAS: [고결방지제, 산화방지제, 반죽강화제, 유향제, 향료, 조성보조제, 습윤제, 가공보조제, 용매 및 용제, 안정제, 증점제, 계면활성제, 텍스처라이저] 5% 이하, GMP에 따라 사용)
6	멘헤이든 오일	Menhaden oil	견과류 제품	(GRAS: 5.0% 이하, 이 성분은 에이코사펜타엔산과 도코사헥사엔산의 총 섭취량이 한 명당 일일 3.0g을 넘지 않도록 해야 함. 이 성분을 안전하게 사용하기 위해서는 Menhaden oil은 에이코사펜타엔산과 도코사헥사엔산의 주요 공급원이 되는 다른 오일을 함께 사용해서는 안됨. 부분적으로 경화된 기름 및 경화된 Menhaden oil은 이 장의 Sec. 170.3(n)(12)에 정의된대로 현행 GMP를 초과하지 않는 수준에서 식품에 식용지방이나 기름으로 사용됨, GMP에 따라 사용)

자료: KATI농식품수출정보

▶ **유해물질**

미국 내 식품을 유통하기 위해 미국 식품의약처(FDA)의 유해물질 규정을 반드시 준수해야 함. 미국은 유해물질을 독성이 있어 치명적인 물질이나 병원성 및 발암성 물질로 정의하며, 해당 물질들에 대해 식품 내 잔류한계를 규정하고 있음. 더욱 상세한 정보는 미국 연방규정집(CFR: Code of Federal Regulations) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.6] 미국 땅콩 스프레드 유해물질 분석

물질명(한글)	물질명(영문)	식품 유형	잔류허용기준
총 아플라톡신 (아플라톡신 B1, B2, G1, G2의 합)	Aflatoxin (Aflatoxin B1, B2, G1, G2(total))	모든 식품	20mcgs/kg(20 ppb)
총 아플라톡신 (아플라톡신 B1, B2, G1, G2의 합)	Aflatoxin (Aflatoxin B1, B2, G1, G2(total))	땅콩 식품	220mcgs/kg 이하
클레토딴	Clethodim	견과류 및 견과류 제품	0.20ppm 미만
플루엔설폰	Fluensulfone		4.0ppm 미만
			0.01ppm 미만
셀펜트라존	Sulfentrazone		0.15ppm 미만
플루오피콜라이드	Fluopicolide	땅콩	0.03ppm
이프플루페노퀸	Ipflufenquin	아몬드	0.01ppm
플루디옥소닐	Fludioxonil	혼합견과류	견과 종류에 따라 최대잔류기준이 상이 : 0.01-0.2 ppm

자료: KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

미국에서 유통되는 식품의 알레르기 유발물질은 ‘식품 알레르기 유발물질 표시 및 소비자 보호법’에 의하여 규정됨. 식품에 총 9가지의 알레르기 유발물질이 포함되는 식품은 라벨에 해당 성분명을 영어로 표기해야 함. 2023년 1월 1일부터 참깨가 9번째 알레르겐 성분으로 공식 지정되었으며, 참기름과 같이 참깨가 포함된 제품에도 해당하는 내용임. 하기 표는 미국에서 식품 유통 시 제품 라벨에 필수로 표기해야 하는 알레르기 유발물질 목록임. 고객사 땅콩 스프레드 제품 중 필수 표시 의무가 있는 알레르겐 물질은 땅콩으로 확인됨

[표 5.7] 미국 알레르겐 성분 규정

순번	표시 의무 여부	대상	고객사 땅콩 스프레드 포함 여부
1	의무	우유	-
2	의무	달걀	-
3	의무	생선	-
4	의무	갑각류	-
5	의무	견과류	-
6	의무	땅콩	V
7	의무	대두	-
8	의무	밀	-
9	의무	참깨	-

자료: 미국 식품의약처(FDA: Food and Drug Administration)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 크로거(Kroger)
2. 에이치-이-비(H-E-B)
3. 월마트(Walmart)

## Interview ①

23)



크로거  
(Kroger)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 1883년 설립
  - 오하이오, 미국에 위치
  - 자사 웹사이트를 통한 온라인 유통, 미국 전역의 슈퍼마켓을 통한 오프라인 유통
  - 주요 수입국으로는 일본, 베트남, 한국 그리고 전 세계 대부분의 나라

담당자 정보

Manager

## 크로거(Kroger) Manager

**Q. 코로나19 이전과 비교하여 미국 내 땅콩 스프레드 소비와 관련하여 변화된 트렌드나 이슈가 있나요? 있다면 무엇인지 설명해주세요.**

땅콩 스프레드와 관련하여 큰 변화는 없었습니다. 하지만 최근에 소비자들이 건강을 챙길 수 있는 제품에 더 끌리는 경향이 생겼습니다.

**Q. 미국에서 땅콩 스프레드는 주로 빵에 발라 먹는 방식으로 소비됩니다. 땅콩 스프레드의 다른 유용한 용도도 있나요?**

땅콩 스프레드는 빵에 바르는 것 외에도 스무디나 셰이크에 첨가하기도 합니다. 첨가함으로써 음료에 풍미를 더해줍니다.

**Q. 미국에는 이미 다양한 브랜드의 땅콩 스프레드 제품이 판매되고 있습니다. 그렇다면 한국산 땅콩 스프레드가 미국 시장에 진출할 경우, 현지 소비자들의 반응과 수요 측면에서 어떤 점을 기대할 수 있을까요?**

미국인들은 글로벌한 맛에 개방적입니다. 한국 땅콩 스프레드가 이미 미국에 존재하는 다른 땅콩 스프레드와 다른 독특한 맛을 보여준다면, 초기에 소비자들이 관심을 보일 것으로 예상합니다.

**Q. 미국에서 땅콩 스프레드 제품이 비건, 코셔, 할랄 등의 인증을 획득할 경우, 소비자들의 선호도가 더 높아지나요?**

예, 미국은 다양한 민족과 인종의 집합체이기 때문에 도움이 될 것입니다. 특히 코셔와 할랄에 대한 인증은 더 많은 소비자에게 쉽게 다가갈 수 있게 해줄 것입니다.

**Q. 경쟁제품과 비교하여 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇인가요?**

다른 나라에서 온 제품이라 사람들이 호기심을 가질 것입니다. 추가로 아시아 제품은 더 건강한 면을 보이는 경향이 있습니다. 다른 요소들은 가격에 따라 달라질 것입니다.

**Q. 경쟁제품은 어떤 홍보 및 마케팅 전략을 사용하나요?**

사실, 홍보 전략을 크게 따르지 않습니다. 하지만 경쟁제품의 경우 소셜 미디어 캠페인이 필요하다고 생각합니다.



**Q. 고객사 제품의 가격, 원산지, 인증, 포장에 대한 피드백을 부탁드립니다.**

고객사 제품의 FOB 가격인 200g에 7.93달러(1만 411원<sup>24)</sup>)는 꽤 비싼 편입니다. 이는 아직 소매가가 아니기 때문입니다. 유기농이거나 일반 소비자의 호기심을 자극할 만한 특별한 재료가 들어가지 않는 한, 해당 가격은 땅콩 스프레드로써는 정말 비싼 가격입니다. 한국산 제품이란 점을 앞서 말씀드렸듯이 아시아 제품이 더 건강해보이는 이미지가 있어 이점을 보일 것으로 보입니다. HACCP 인증 취득 사실은 제품 신뢰도를 높일 수 있으나 특별히 강점을 보일 수는 없을 겁니다. 앞서 설명드렸다시피 다른 다양한 인증을 취득한다면 강점이 될 수 있을 것입니다. 고객사 제품 패키지 이미지는 깔끔하고, 심플합니다. 다른 제품들보다 미니멀한 디자인이라 오히려 미국 시장에서 좋은 반응을 보일 것으로 보입니다.

**Q. 고객사의 땅콩 스프레드 제품을 수출하기 위한 권장 유통채널과 그 이유를 함께 알려주세요.**

슈퍼마켓, 식료품점, 바자회가 좋은 유통채널이 될 것입니다. 제품이 약간 비싸기에 일요일 시장이나 시장 바자회를 방문하는 사람들에게 어필할 수 있습니다.

**Q. 고객사의 땅콩 스프레드 제품을 마케팅하기에 가장 적합한 미국 내 소비자층에 대한 의견을 제시해 주세요.**

고객사 제품의 가격으로 인해 중, 상류층이 대상이 될 것 같습니다. 중, 상류층 소비자들 중 해외 브랜드에 더 개방적인 사람들이 많기 때문에 적합해보입니다.

**Q. 고객사의 땅콩 스프레드 제품을 미국에서 홍보하기 위한 효과적인 전략과 방법을 제안해 주십시오.**

제품이 새롭고 가격이 조금 비싼 편이기에, 슈퍼마켓과 같은 B2C 유통채널보다는 고급 레스토랑이나 카페와의 제휴 등 B2B 채널을 통한 진출이 소비자에게 고객사 제품을 소개하는 좋은 방법일 수 있습니다.

24) 1달러=1,312.80원(2023.07.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## Interview ②

25)



에이치-이-비(H-E-B)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 텍사스, 미국에 위치
  - 1905년 설립
  - 웹사이트를 통한 온라인 유통, 미국과 멕시코 주변의 420여개의 매장을 통한 오프라인 유통
  - 전 세계 대부분의 나라로부터 수입

담당자 정보

Manager

### 에이치-이-비(H-E-B) Manager

**Q. 코로나19 이전과 비교하여 미국 내 땅콩 스프레드 소비와 관련하여 변화된 트렌드나 이슈가 있나요? 있다면 무엇인지 설명해주세요.**

코로나19 기간 동안 가정 내 식사가 증가하면서 땅콩 스프레드는 사람들의 가정에서 필수품이 되었습니다. 코로나19 이후 외식 시장이 다시 회복된 후에도 땅콩 스프레드 수요는 건강 상의 이유로 꾸준히 증가하고 있습니다.

**Q. 미국에서 땅콩 스프레드는 주로 빵에 발라 먹는 방식으로 소비됩니다. 땅콩 스프레드의 다른 유용한 용도도 있나요?**

셰이크에 땅콩 스프레드를 넣어 단맛을 더하고 견과류의 식감을 더하기도 합니다. 또한 사테(Satay) 소스 같은 짭짤한 소스를 만드는 요리에도 사용합니다.

**Q. 미국에는 이미 다양한 브랜드의 땅콩 스프레드 제품이 판매되고 있습니다. 그렇다면 한국산 땅콩 스프레드가 미국 시장에 진출할 경우, 현지 소비자들의 반응과 수요 측면에서 어떤 점을 기대할 수 있을까요?**

아시아 음식은 일반적으로 건강에 좋다는 이미지가 있습니다. 새로운 땅콩 스프레드 브랜드가 이를 보여줄 수 있다면 구매자의 호기심을 끌 수 있을 것입니다.

**Q. 미국에서 땅콩 스프레드 제품이 비건, 코셔, 할랄 등의 인증을 획득할 경우, 소비자들의 선호도가 더 높아지나요?**

맞습니다. 식품에 대한 특정 인증을 받으면 브랜드를 더 신뢰할 수 있고, 신뢰할 수 있음을 증명할 수 있기 때문입니다. 비건, 코셔, 할랄 인증은 미국 시장에서 제품이 일정 수준 이상을 충족한다는 것을 보증하는 역할을 합니다.

**Q. 경쟁제품과 비교하여 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇인가요?**

이미 미국 시장을 선점하고 있는 브랜드들은 소비자들의 브랜드 충성도가 형성되어 있기 때문에 고객사 제품이 미국을 진출할 때 가장 극복하기 힘든 점일 것으로 보입니다. 그러나 고객사 제품이 한국산 제품인 것이 오히려 강점으로 떠오를 수 있습니다. 원산지 자체가 다른 제품들과 제일 차별화될 수 있는 점이기 때문입니다.

**Q. 경쟁제품은 어떤 홍보 및 마케팅 전략을 사용하나요?**

제품 샘플링과 데모는 일반적으로 사용되는 유용한 마케팅 전략입니다.

**Q. 고객사 제품의 가격, 원산지, 인증, 포장에 대한 피드백을 부탁드립니다.**

참고로, 당사 PB 제품의 18oz 제품 가격은 2.58달러(3,387원)입니다. 200g에 7.93달러(1만 411원)는 FOB의 가격으로서는 약간 비쌉니다. 고객사 제품의 경우 신제품이고 미국 소비자들이 사용해보려면 더 매력적인 가격이 필요합니다. 따라서 더 낮은 가격 책정을 추천합니다. 한국산 제품이란 점은 건강한 아시아 음식이라는 이미지를 함께 내포할 수 있어 좋습니다. HACCP 인증을 취득한 사실 역시 건강 이미지와 직결됩니다. 원산지와 인증을 함께 강조하면 소비자들에게 '건강한 땅콩 스프레드 제품'이란 인식을 심어주기 용이할 것으로 보입니다. 마지막으로 유리병 포장은 고급스러운 느낌을 주기 때문에 지금 고객사 제품 가격을 조금이나마 뒷받침해줄 근거는 될 수 있겠으나, 소비자들은 처음 보는 제품의 가격을 가장 중요시하므로 해당 부분을 보완해야 할 것으로 보입니다.

**Q. 고객사의 땅콩 스프레드 제품을 수출하기 위한 권장 유통채널과 그 이유를 함께 알려주세요.**

식료품점과 글로벌 슈퍼마켓을 통해 유통한다면 다른 나라의 브랜드에 관심이 있는 사람들이 제품을 볼 수 있을 것입니다. 두 방식을 추천합니다.

**Q. 고객사의 땅콩 스프레드 제품을 마케팅하기에 가장 적합한 미국 내 소비자층에 대한 의견을 제시해 주세요.**

건강한 아시아 땅콩 스프레드 제품으로 포지셔닝한다면, 지금의 가격 기준에서는 상대적으로 부유한 소비자들을 대상으로 마케팅하는 것이 적합해 보입니다.

**Q. 고객사의 땅콩 스프레드 제품을 미국에서 홍보하기 위한 효과적인 전략과 방법을 제안해 주십시오.**

소셜 미디어 서비스 활용을 추천합니다. 소셜 미디어는 직장을 다니며 온라인에서 인기 있는 제품을 확인할 여유가 있는 사람들에게 다가갈 수 있는 좋은 방법입니다.

## Interview ③

26)



월마트  
(Walmart)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
  - 아칸소(Arkansas) 주, 미국에 위치
  - 1962년 설립
  - 웹사이트를 통한 온라인 유통, 미국에 위치한 4000여개의 매장을 통한 오프라인 유통
  - 전 세계 대부분의 나라로부터 수입

담당자 정보

Manager

### 월마트(Walmart) Manager

**Q. 코로나19 이전과 비교하여 미국 내 땅콩 스프레드 소비와 관련하여 변화된 트렌드나 이슈가 있나요? 있다면 무엇인지 설명해주세요.**

모든 미국 가정에는 적어도 한 병의 땅콩 스프레드 제품이 집에 있다고 합니다. 게다가 코로나19 기간 동안 사람들이 집에 더 완벽한 식료품 보관을 하는 데 익숙해졌기 때문에 그 수가 증가한 것 같습니다.

**Q. 미국에서 땅콩 스프레드는 주로 빵에 발라 먹는 방식으로 소비됩니다. 땅콩 스프레드의 다른 유용한 용도도 있나요?**

땅콩 스프레드의 경우 일반적으로는 간식용으로 사용됩니다. 그렇다고 빵에만 국한되지는 않습니다. 땅콩 스프레드는 프레즐, 사과 슬라이스, 크래커 및 기타 스낵에 첨가할 수 있습니다. 땅콩 스프레드는 우리가 먹는 음식 전반에 견과류의 풍미를 추가해주는 용도로 사용됩니다.

**Q. 미국에는 이미 다양한 브랜드의 땅콩 스프레드 제품이 판매되고 있습니다. 그렇다면 한국산 땅콩 스프레드가 미국 시장에 진출할 경우, 현지 소비자들의 반응과 수요 측면에서 어떤 점을 기대할 수 있을까요?**

새로운 브랜드라는 참신함으로 시도해보는 것은 좋을 수 있습니다. 하지만 물론, 브랜드 인지도와 신뢰도에 따라 다르겠지만, 일부 사람들은 평소 식료품 저장고에 자주 넣던 제품 대신 새로운 제품을 사용하는 것을 꺼릴 수 있습니다.

**Q. 미국에서 땅콩 스프레드 제품이 비건, 코셔, 할랄 등의 인증을 획득할 경우, 소비자들의 선호도가 더 높아지나요?**

미국 소비자들은 알레르기 유발 물질에 대한 인식을 매우 중요하게 생각합니다. 비건, 코셔, 할랄 인증을 취득한 제품이라면 소비자는 자신의 식단 선호도와 제한 사항에 맞는 제품을 더 잘 식별할 수 있으므로 선호도가 높아질 것으로 보입니다. 인증 마크와 함께 성분의 부재 또는 존재 여부를 표시하면 큰 도움이 될 것입니다.

**Q. 경쟁제품은 어떤 홍보 및 마케팅 전략을 사용하나요?**

경쟁제품은 패키징에 신경을 쓰는 전략을 사용합니다. 포장 자체가 소비자에게 제품을 알리기 위한 가장 좋은 방법이기 때문입니다. 제품의 특징을 직관적으로 알 수 있는 패키징을 활용하면, 같은 땅콩 스프레드 제품들 사이에서도 제품의 특징점이 부각되기 때문에, 많은 땅콩 스프레드 경쟁제품들은 패키징 디자인에 신경을 쓰는 편입니다. 따라서, 고객사 땅콩 스프레드 제품도 평범한 패키징에서 벗어나 소비자를 사로잡을 수 있는 독특한 디자인으로 승부해보면 어떨까 생각합니다.

26) 사진 자료: 월마트(Walmart)

**Q. 고객사 제품의 가격에 대한 피드백을 부탁드립니다.**

고객사 제품 소비자가격인 11달러(1만 4,441원)는 높은 가격이지만, 한국산이기 때문에 소비자들이 가격 허용 범위와 관련해 더 개방적인 시각으로 고객사 제품을 바라볼 수도 있습니다. 하지만 해당 가격이라면 구매에 망설이는 망설이는 소비자들이 더 많을 것 같습니다. 유통업체나 수입업체 입장에서도 FOB가격이 7.93달러(1만 411원) 정도라면 아직 미국에서 잘 알려지지 않은 제품의 제품 치고는 다소 높은 가격에 해당합니다.

**Q. 고객사의 땅콩 스프레드 제품을 수출하기 위한 권장 유통채널과 마케팅하기에 가장 적합한 미국 내 소비자층에 대한 의견을 제시해 주세요.**

슈퍼마켓과 신기한 제품을 취급하는 소규모의 독립 식료품점을 통해 유통하는 것을 추천합니다. 그리고, 고객사의 땅콩 스프레드 제품은 미국 내 중상류층을 대상으로 마케팅한다면 효율적일 것 같습니다.

**Q. 고객사의 땅콩 스프레드 제품을 미국에서 홍보하기 위한 효과적인 전략과 방법을 제안해 주십시오.**

외국 브랜드로서 홍보하는 캠페인이 좋아 보입니다. 추가로 무료 시식 캠페인을 통해 사람들에게 맛을 알리는 것도 좋습니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

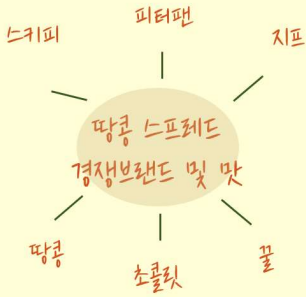
# Ⅶ 시사점







## 소비 특징 ①

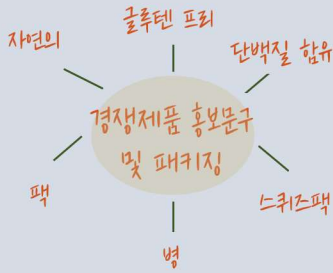


① 경쟁브랜드; 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 땅콩 스프레드 경쟁브랜드를 조사한 결과, '스키피' 브랜드 관련 키워드가 94건으로 가장 많이 도출되었음. 뒤이어 '피터팬' 브랜드 관련 키워드가 33건으로 빈출하였으며, '스키피' 및 '피터팬' 브랜드는 타 브랜드 대비 당도가 높은 땅콩 스프레드 제품을 온라인쇼핑몰을 통해 판매하고 있는 것이 확인되었음. 한편, 코로나19 이후 경제 불확실성과 함께 미국에서 소비를 줄이는 경향이 높아지면서 땅콩 스프레드 역시 비교적 저렴한 PB 상품의 판매가 증가하고 있는 것으로 나타남

② 맛; 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 땅콩 스프레드 맛을 조사한 결과, '땅콩' 관련 키워드가 537건으로 가장 많이 도출되었으며, 뒤이어 '초콜릿' 관련 키워드가 53건, '꿀' 관련 키워드가 30건으로 빈출하는 것이 확인되었음. 이와 관련해 미국에서는 코로나19 팬데믹 이후 건강에 관심을 가지는 소비자가 늘어나면서 자연식품을 취급되는 꿀과 유통기한이 비교적 긴 견과류 스프레드의 판매가 활력을 띄게 된 것으로 조사되었음. 또한 외로움, 지루함을 떨쳐버리고 기분전환을 하려는 소비자들이 달콤한 초콜릿 스프레드를 소비하면서 해당 제품 수요도 증가한 것으로 나타남. 맛 관련된 기타 키워드로는 '아몬드' 관련 키워드 28건, '헤이즐넛' 관련 키워드 25건 등 땅콩 외 견과류 관련 키워드가 빈출했음



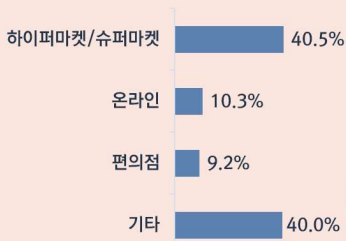
## 소비 특징 ②



① 경쟁제품 홍보문구; 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 땅콩 스프레드 경쟁제품 홍보문구를 조사한 결과, '자연의' 관련 키워드가 247건으로 가장 많이 도출된 것이 확인되었음. 뒤이어 '글루텐 프리' 관련 키워드가 188건, '단백질 함유' 관련 키워드가 184건 도출되는 등 대부분 건강과 관련된 홍보문구 키워드가 빈출하는 경향을 보였음. 그 외 '부드러운' 관련 키워드가 168건 도출되는 등 맛과 관련된 홍보문구도 사용하고 있는 것이 확인되었음

② 경쟁제품 패키징; 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 땅콩 스프레드 경쟁제품 패키징을 조사한 결과, '팩' 관련 키워드가 280건으로 가장 많이 도출된 것이 확인되었음. 뒤이어 '병' 관련 키워드가 201건으로 빈출하였으며, 실제 온라인쇼핑몰에서 판매되고 있는 땅콩 스프레드 제품 패키징은 병 형태가 일반적인 것으로 조사되었음. 이 외 '스퀴즈팩' 관련 키워드가 33건, '파우치' 관련 키워드가 17건 도출되는 등 새로운 포장 방식의 제품이 일부 도출되었으나, 키워드 도출량에서 상위 2개 포장방식 키워드와 상당한 차이를 보여 아직 미국 땅콩 스프레드 시장에서 대중적인 포장 방식은 '팩' 및 '병' 포장인 것으로 분석됨

미국 일용소비재 소매유통채널 유통 비중



## 유통채널



미국 내 고객사 땅콩 스프레드 제품의 잠재 소매유통채널을 조사한 결과, '하이퍼마켓/슈퍼마켓'의 점유율이 40.5%로 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타남. 뒤이어 '온라인'이 10.3%, '편의점'이 9.0%의 점유율을 차지하였음. 한국의 잠재 소매유통채널과 비교 시, 미국에서는 상대적으로 '하이퍼마켓/슈퍼마켓'을 통한 거래가 한국(17.3%)보다 높았으며, '온라인' 유통채널을 통한 거래는 한국(48.7%)보다 비중이 낮은 것으로 조사되어 이를 고려한 유통채널 진출 전략이 필요함



- ▶ Point 1) 식품 시설등록 必
- ▶ Point 2) 수입식품 사전신고 必
- ▶ Point 3) 강제 인증 無
- ▶ Point 4) 라벨 영어 표기 必

## 진입장벽



미국으로 식품 수출 시, 식품안전현대화법 의하여 식품 시설등록과 수입식품 사전신고가 필수인 것으로 나타남. 시설등록의 경우, 미국으로 식품을 수출하고자 하는 국내 제조업체는 미국 식품의약처를 통해 식품 제조시설 등록 절차를 필수적으로 진행해야 하는 것으로 조사되었음. 한편 미국 내 식품을 판매하기 위해 필수적으로 받아야 하는 인증은 없는 것으로 확인되었으며, HACCP, FSSC 22000 등의 글로벌 공통 인증이나 글루텐 프리(Gluten-free) 인증, 비건 인증, 할랄(Halal) 인증, 코셔(Kosher) 인증과 같은 미국 민간 인증을 선택적으로 취득해서 활용할 수 있는 것으로 나타남. 제품 라벨링의 경우 제품명, 순중량, 제조사, 포장업체, 유통업체의 정보, 이름 및 주소, 성분 리스트, 알레르기 성분, 영양성분표, 원산지 등이 기재되어야 하며, 표기 시 영어로 작성되어야 함

## 수출 확대 전략

제품 진출 전략  
&  
제품 피드백



**Point 01 제품 진출 전략** 미국 현지 땅콩 스프레드 수입유통업체와의 인터뷰 결과, 미국 소비자들은 글로벌한 맛에 개방적이기 때문에, 고객사 땅콩 스프레드 제품이 이미 미국에 존재하는 다른 땅콩 스프레드와 다른 독특한 맛 등의 특징을 보여준다면 초기부터 소비자들의 관심을 모으는 것이 가능할 것으로 전망됨. 미국에서 아시아 제조 제품은 더 건강하다는 이미지가 있기 때문에, 최근 미국 소비자들이 건강을 챙길 수 있는 제품을 더 선호하는 흐름에 맞춰 고객사 제품 포지셔닝을 진행할 필요가 있을 것으로 보임. 이에 따라 고객사 제품이 한국산 제품인 점을 강조해 소비자들의 브랜드 충성도가 높은 기존 제품들과 차별화하고, 고객사 제품의 특징을 직관적으로 알 수 있는 독특한 패키징 디자인을 개발해 제품의 특징점을 부각하는 방법이 인터뷰 응답자들에게 추천되었음. 고객사 제품의 진출 권장 유통채널로는 온라인보다는 오프라인 유통채널인 슈퍼마켓, 바자회 등이 언급되었으며, 특히 슈퍼마켓 중에서도 독특한 제품을 모아 판매하는 글로벌 슈퍼마켓이나 소규모 독립 식료품점을 통한 유통이 추천되었음. B2B 채널로는 고객사 제품 가격대가 비싼 편이기 때문에, 고급 레스토랑이나 카페와의 제휴를 통한 진출이 소비자에게 고객사 제품을 소개할 수 있는 좋은 방법이라는 인터뷰 응답자의 의견이 있었음. 한편 고객사 제품의 홍보 타겟 소비자층과 관련해서는 '건강한 아시아 땅콩 스프레드' 제품으로 포지셔닝하는 전제 하에 미국 내 중상류층 소비자를 타겟팅하여, 소셜미디어를 통한 브랜드 홍보 및 무료 시식 캠페인을 진행하는 것이 인터뷰 응답자들로부터 추천되었음

**Point 02 제품 피드백** 미국 현지 땅콩 스프레드 수입유통업체와의 인터뷰 결과, 고객사 제품의 FOB 가격인 200g에 7.93달러(1만 411원) 가격대는 비싼 편인 것으로 나타남. 고객사 제품은 신제품이기 때문에 미국 소비자들이 처음 고객사 제품을 사용해보기 위해 더 매력적인 가격 책정이 필요할 것으로 보임. 이와 관련해 유리병 포장이 고급스러운 느낌을 주기 때문에 고객사 제품 가격을 뒷받침해줄 수 있으나, 소비자들은 처음 제품을 접할 때 가격을 가장 중요시하므로, 해당 부분을 우선적으로 보완해야 한다는 인터뷰 응답자의 의견이 있었음. 보유 인증의 경우, 현재 취득한 HACCP 인증에 대한 인터뷰 응답자들의 긍정적인 피드백이 있었으며, 보다 다양한 소비자들에게 제품을 판매하기 위해 코셔 및 할랄 인증 취득이 유리하다는 인터뷰 응답자의 의견이 있었음. 또한 인증 마크와 함께 알레르기 유발 물질 관련 성분 부재 및 존재 여부를 패키징에 표시하면 소비자가 제품 구매 시 큰 도움이 될 것이라는 의견도 있었음



## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 「Spreads United States」, 2023.05
2. 모더인텔리전스(Mordor Intelligence), 「미국 식품 스프레드 시장 규모 및 점유율 분석 - 성장 동향 및 예측(2023-2028)」, 2022
3. 소물리에타임즈, '세계 '잼 & 스프레드' 트렌드, 달콤한 초콜릿 & 땅콩버터 인기', 2021.10
4. 스태티스타(Statista), 「Food reatil in South Korea」, 2023.05
5. 스태티스타(Statista), 「Food report US」, 2023.02
6. 스크랩히어로(Scrape Hero), 「Number of Macys stores in the United States in 2023」, 2023.07
7. 스태티스타(Statista), 「Number of employees of Macy's Inc. worldwide from 2010 to 2022」, 2023.05
8. 식품의약품안전처, 「식품 수출 안내서(미국편)」, 2021

### ■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. International Trade Centre (www.intracen.org)
4. 아마존(Amazon) (www.amazon.com)
5. 메이시스(Macy's) (www.macys.com)
6. 컴퍼니마켓캡(Companies Market Cap) (companiesmarketcap.com)
7. 월마트(Walmart) (www.walmart.com)
8. 코스트코홀세일(Costco Wholesale) (www.costco.com)
9. 월스트리트저널(WSJ) (www.wsj.com)
10. 한국농수산물유통공사(aT) (www.at.or.kr)
11. 크로거(Kroger) (www.kroger.com)
12. 홀푸드마켓(Whole Foods Market) (www.wholefoodsmarket.com)
13. 워싱턴포스트(The Washington Post) (www.washingtonpost.com)
14. 어바웃아마존>About Amazon) (www.aboutamazon.com)
15. 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews) (www.supermarketnews.com)
16. 트레이더조(Trader Joe's) (www.traderjoes.com)
17. 비즈니스인사이드(Businessinsider) (www.businessinsider.com)
18. 롤링스톤(RollingStone) (www.rollingstone.com)
19. 뉴욕타임즈(The New York Times) (www.nytimes.com)
20. 지피아(Zippia) (www.zippia.com)
21. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
22. 센서타워(Sensortower) (sensortower.com)
23. 이베이(eBay) (www.ebay.com)
24. 식품의약품안전처 (www.mfds.go.kr)
25. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
26. 미국 식품의약처(FDA: Food and Drug Administration) (www.fda.gov)
27. 에이치-이-비(H-E-B) (www.heb.com)



- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.08.18

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

Copyright 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.  
Printed in Korea