

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202307-03
품목 | 과일청(Fruit Marmalade)
HS CODE | 2106.90-9099
국가 | 미국(USA)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	03
-------	----

II. 시장규모

1. 미국 과일 가공품 시장규모	06
2. 미국 잼/청 시장규모	07
3. 미국 과일청 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 미국 과일청 홍보문구, '글루텐프리', '유기농' 빈출	11
2. 미국 과일청 브랜드 1위, '리고니 디 아시아고'	12
3. 미국 과일청 경쟁제품 1위, '보존 과일'	13

IV. 유통채널

1. 미국 과일청 유통채널 점유율	15
2. 미국 과일청 주요 유통채널	16

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 미국 과일청 통관 및 검역 절차	25
2. 미국 과일청 품질 인증	26
3. 미국 과일청 라벨링	29
4. 미국 과일청 성분 및 유해물질	33

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 밀크티팩토리(Milk Tea Factory)	36
2. 월마트(Walmart)	39
3. 크로거(Kroger)	42

VII. 시사점

1. 시사점	45
--------	----

※ 참고문헌	47
--------	----



HS CODE : 2106.90-9099

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

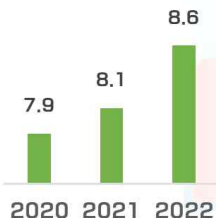
SUMMARY

미국 과일청 시장

시장 현황

과일 가공품 시장규모

단위 : 억 달러



잼/청 시장규모

단위 : 억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2106.90 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입규모



5조 3,788억원 1조 3,327억원 6,006억원 1,318억원

시장 트렌드

빅데이터 분석



* 아마존 과일청 제품 489건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
협정관세율 0%

사전 준비
FDA 등록 必
HACCP 등 식품 관련 인증 권장

권장 인증



라벨링 유의사항

필수 표기사항
제품명, 순중량, 성분 리스트, 알레르겐 성분, 영양성분표, 제조사/포장업체/유통업체 정보, 원산지, 영어 표기

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

과일청에 대한 수요 증가 미국 내 천연 및 유기농 제품에 대한 선호도와 아침 식사에 대한 중요 인식 확산에 따른 과일청 수요 증가
미국 내 과일청 인기 브랜드 본 마망, 스머커스, 사라베스, 스톤웰 등 라즈베리, 블루베리, 딸기 등 다양한 과일의 맛 제공하는 브랜드 인기
미국 내 과일청 주요 트렌드 천연 및 유기농을 포함하여 건강에 이롭거나, 독특하고 다양한 맛을 가진 과일청을 선호하는 트렌드 확산

Point 02.

추천 인증 HACCP, FSSC 22000, SQF 등 식품안전규정 준수 입증 및 소비자 신뢰도를 높일 수 있는 국제적인 인증
최근 부상하고 있는 홍보방법 소셜미디어 마케팅, 인플루언서 마케팅, 콘텐츠 마케팅 등이 현지 소비자들에게 어필할 수 있는 주요 홍보채널
추천 유통채널 슈퍼마켓, 온라인쇼핑몰, 건강식품 판매점, 전문 판매점 등을 포함한 다양한 유통채널 활용으로 초기 판매량 확보 추천

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 미국 과일 가공품 시장규모
2. 미국 잼/청 시장규모
3. 미국 과일청 수입규모

1. 미국 과일 가공품 시장규모

미국 국가 일반 정보¹⁾

면적	983만km ²
인구	3억 3,329만 명
GDP	25조 351억 달러
GDP (1인당)	75,180달러

▶ 미국 과일 가공품 시장규모 11.4조 원, 최근 5년간 성장세

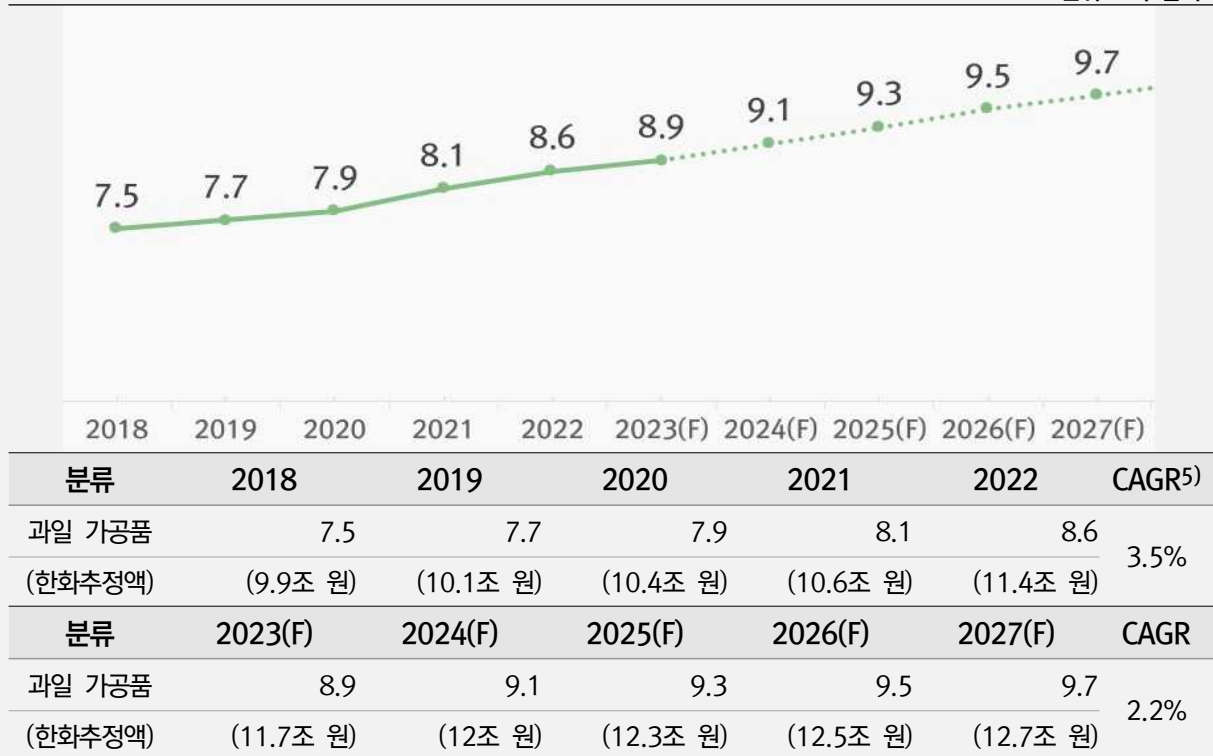
2022년 기준 미국 과일 가공품 시장규모는 11.4조 원에 달함. 최근 5년(2018-22년)간 평균 10.5조 원 규모로 연평균 3.5% 성장하였고, 2022년의 전년 대비 성장률은 7%로 다른 해보다 높은 편임

▶ 미국 과일 가공품 시장규모, 향후 5년 2.2%씩 성장 전망

미국 과일 가공품 시장은 2027년까지 연평균 2.2%씩 성장하여 2027년 12.7조 원 규모를 기록할 것으로 예상됨. 미국 내 과일 소비 유형은 생과일 형태가 55%로 1위를 차지하였고, 2위는 주스 형태로 32%, 건조/믹스 형태는 3위로 전체 규모의 2.4%를 차지함. 미국 내에서는 과일을 가공하지 않은 상태로 섭취하는 비중이 높으나 과일 가공품의 비중도 점차 높아지고 있음²⁾

[표 2.1] 미국 과일 가공품 시장규모³⁾⁴⁾

단위 : 억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022

2) 자료: 스태티스타(Statista), 「Processed & Frozen Fruits - United States」, 2023

3) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

4) 1달러=1,321.60원(2023.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

2. 미국 잼/청 시장규모

▶ 미국 잼/청 시장규모 2022년 기준 1.8조 원으로 성장세 하락

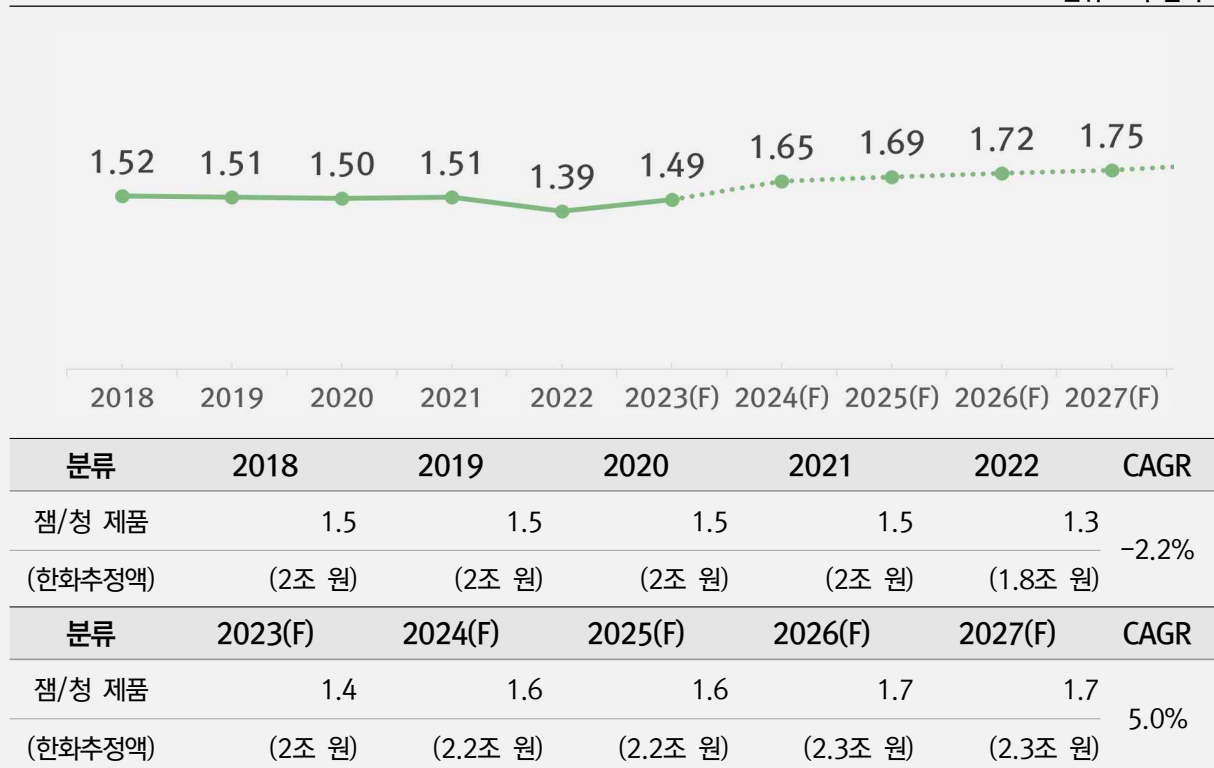
2022년 기준 미국 잼/청 제품 시장규모는 1.8조 원이며, 최근 5년(2018-22년)간 연평균성장률 -2.2%로 감소세를 보임. 미국의 잼 시장은 서양 국가 중에서도 가장 큰 규모이며, 유명 땅콩버터 브랜드 지프(JIF), 잼 브랜드 스머커스(Smucker's) 등의 브랜드를 보유함.⁶⁾ 2022년 전년 대비 8% 하락세를 보인 것을 제외하면 최근 5년(2018-22년)간 시장규모는 큰 변화 없이 유지해온 것으로도 볼 수 있음

▶ 잼/청 시장규모, 향후 5년간 5%씩 성장 전망

미국 잼/청 제품 시장규모는 2027년까지 연평균 5%씩 성장하여 2027년에는 2.3조 원 규모에 이를 것으로 예상됨. 2024년 전년 대비 11%로 비약적인 성장을 보일 것으로 전망되며, 이후에는 3% 전후로 완만하게 성장할 것으로 예측됨⁷⁾

[표 2.2] 미국 잼/청 제품 시장규모

단위 : 억 달러



자료: 스탯스타(Statista)

6) 자료: 식품산업통계정보, 「해외동향 트렌드픽 해외편 - 잼스프레드」, 2021.10

7) 자료: 스탯스타(Statista), 「Jams & Marmalades - United States」, 2023

3. 미국 과일청 수입규모

과일청 HS CODE

해당 장에서 과일청은 HS CODE 2106.90으로 분류. HS CODE 2106 품명은 따로 분류되지 않은 조제 식료품으로 확인

▶ 2018-22년 미국 對글로벌 과일청 수입액 연평균성장률 11.3%

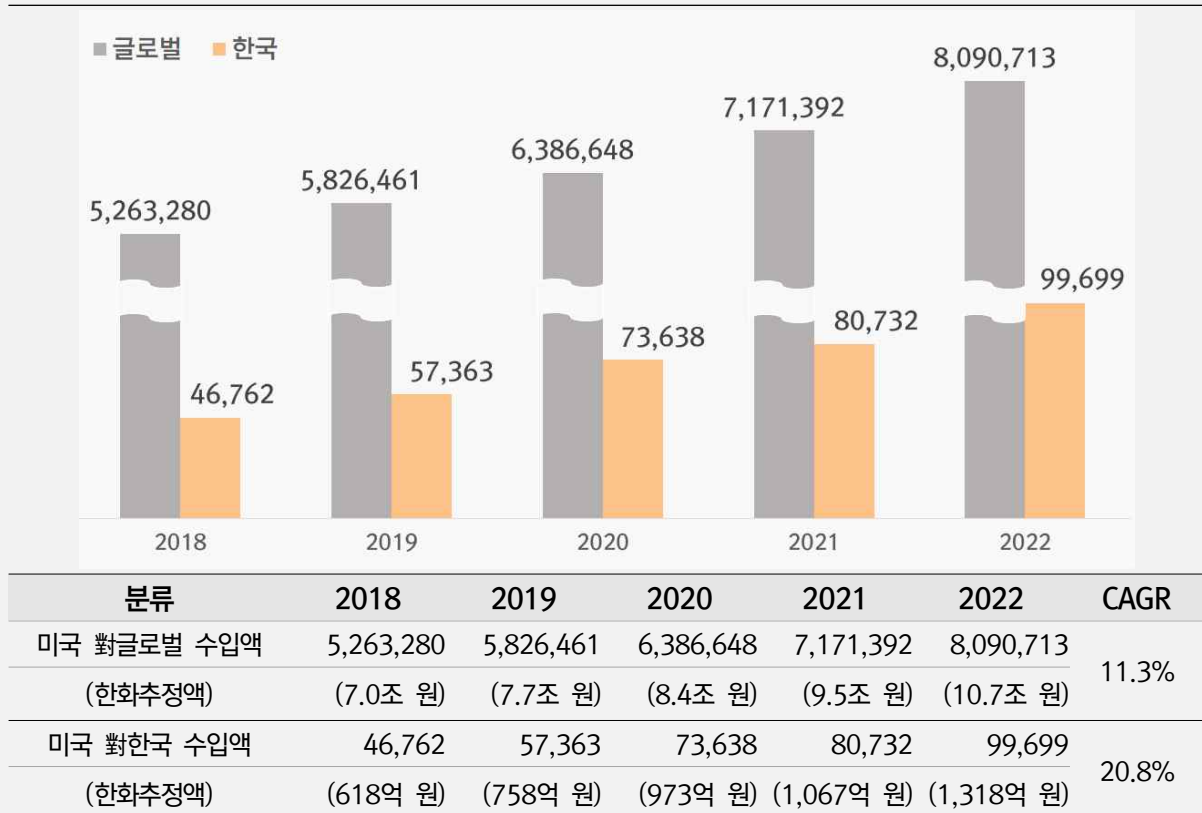
미국 과일청의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2018-22년)간 연평균 11.3% 성장함. 코로나19의 영향으로 소비자들의 건강에 대한 관심이 증가하면서 자연식품으로 취급되는 품목의 소비에 긍정적인 영향을 준 것으로 평가됨⁸⁾

▶ 미국 내 과일청 중 한국산 점유율 증가 추세

최근 5년간 對한국 수입액 평균은 947억 원이며 지난 5년(2018-22년)간 연평균성장률 20.8%를 보이면서 2022년에는 1,318억 원의 수입액을 기록함. 수입 상위국 중 1위 싱가포르의 성장률은 11.8%로 글로벌 품목 연평균성장률과 유사했고, 3위 중국은 20.8%로 10위 한국의 성장률과 유사함

[표 2.3] 미국 과일청 수입규모⁹⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre)

8) 자료: 식품산업통계정보, 「해외동향 트렌드픽 해외편 - 잼 스프레드」, 2021.10

9) 자료: ITC(International Trade Centre)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 미국 과일청 홍보문구, '글루텐프리', '유기농' 빈출
2. 미국 과일청 브랜드 1위, '리고니 디 아시아고'
3. 미국 과일청 경쟁제품 1위, '보존 과일'

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 미국 온라인매장 입점 과일청

- 데이터 수집 키워드 : 과일청(fruit marmalade)
- 데이터 수집량 : 489건
- 데이터 수집원 : 미국 온라인쇼핑몰

▶ 미국 온라인매장 입점 과일청 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 홍보문구 ② 경쟁브랜드 ③ 경쟁제품

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
홍보문구	팩 제품	pack	220	건강한	healthy	12
	글루텐프리	gluten free	92	무가당	sugar free	8
	세트 상품	set	91	키토	keto	8
	유기농의	organic	80	당뇨병 친화적인	diabetic	8
	자연의	natural	63	저칼로리의	low calorie	7
	비건의	vegan	35	BPA 프리 포장재	bpa free	3
	비유전자변형식품	non gmo	26	다양성	variety pack	2
	다양성	mix	18	칼로리가 없는	calorie free	2
	선물	gift	15	(-)	(-)	(-)
경쟁브랜드	리고니디아시아고	rigoni di asiago	52	크로프터스	crofters	5
	상달프	st. dalfour	12	디비나	divina	3
	팁트리	tiptree	11	스톤월키친	stonewall kitchen	3
	본 마망	bonne maman	11	마운틴푸릿컴퍼니	mountain fruit company	2
	사라베스	sarabeth's	9	시트러스 치오스	citrus chios	2
	마키스	marky's	6	미세스브릿지	mrs bridges	1
	스머커스	smucker's	6	치아 스매쉬	chia smash	1
	웰든팜	walden farms	5	(-)	(-)	(-)
경쟁제품	보존된 과일	preserve	170	시럽	syrup	15
	잼	jam	158	퓨레	puree	9
	스프레드	spread	77	드레싱	dressing	2

1. 미국 과일청 홍보문구, ‘글루텐프리’, ‘유기농’ 빈출

▶ 미국 온라인 판매 과일청 제품, 주로 건강 기능성 강조

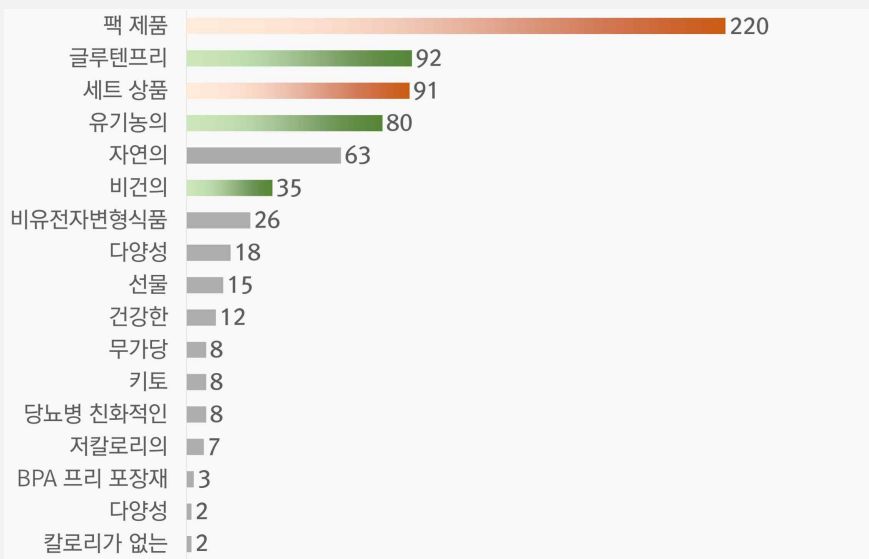
- 현지 온라인 몰에서 판매 중인 과일청 제품의 홍보문구 키워드 중 ‘글루텐프리’, ‘유기농’, ‘비건’ 각각 92, 80, 35건 검출
- 그 외에도 ‘비유전자변형식품’과 ‘무가당’, ‘키토’ 등의 건강 기능성을 강조한 제품도 다수 발견

▶ ‘팩 제품’과 ‘세트 상품’ 등 제품 형태에 대한 홍보문구도 빈출

- ‘팩 제품’ 키워드 도출 실제 제품 확인 결과, 개별 상품을 6개 한 팩으로 판매하는 상품 다수 확인
- 두 가지 이상의 맛의 제품을 하나의 ‘세트 상품’으로도 판매

글루텐프리		유기농		세트 상품	
					
제품명	오렌지 마말레이드 (Orange Marmalade)	제품명	오가닉 클레멘타인 프루트 스프레드 (Fruit Spread Blackberry Organic)	제품명	레전더리 스프레더블 프루트 (Legendary Spreadable Fruit)
브랜드	팁트리(Tiptree)	브랜드	마크스(MARKY'S)	브랜드	사라베스(Sarabeth's)
가격	12온스/16.90달러(22,335원) ¹⁰⁾	가격	12온스/13.95달러(18,436원)	가격	3-18온스/39.00달러(51,542원)

[표 3.1] 미국 판매 과일청 홍보문구 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘과일청’ 관련 게시글 489건 분석

10) 1달러=1,321.60원(2023.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 미국 과일청 브랜드 1위, ‘리고니 디 아시아고’

- ▶ 이탈리아 유기농 브랜드 ‘리고니 디 아시아고’ 키워드 빈도수 1위
 - ‘리고니 디 아시아고’ 키워드, 미국 현지 온라인 판매 과일청 경쟁브랜드 키워드 중 빈도수 52건으로 최다 빈출
 - 오렌지와 딸기, 살구, 배, 복숭아 등 다양한 맛의 제품을 판매하며 유기농을 강조하여 건강한 제품임을 강조하는 것이 특징
- ▶ 한국에서도 유명한 ‘상달프’, ‘본 마망’도 주요 경쟁 브랜드
 - 한국에서도 유기농 제품으로 유명한 ‘상달프’와 ‘본 마망’ 다수 발견
 - 물에 타먹는 청의 형태보다는 빵에 바르거나 요거트에 섞어 먹는 잼 형태의 제품이 다수

경쟁브랜드 ①		경쟁브랜드 ②		경쟁브랜드 ③	
					
제품명	피오르디프루타 오가닉 프루트 스프레드 (Fiordifrutta Fruit Spread)	제품명	블랙체리 프루트 스프레드 (Black Cherry Fruit Spread)	제품명	플럼 프리저브(Plum Preserves)
브랜드	리고니 디 아시아고 (Rigoni Di Asiago)	브랜드	상달프(St. Dalfour)	브랜드	본 마망(Bonne Maman)
가격	9.17온스/10.70달러(14,141원)	가격	10온스/10.15달러(13,414원)	가격	13온스/10.60달러(14,009원)

[표 3.2] 미국 판매 과일청 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘과일청’ 관련 게시물 489건 분석

3. 미국 과일청 경쟁제품 1위, ‘보존 과일’

▶ 미국 소비자, 절임 형태의 ‘보존 과일’ 섭취하는 경우가 다수

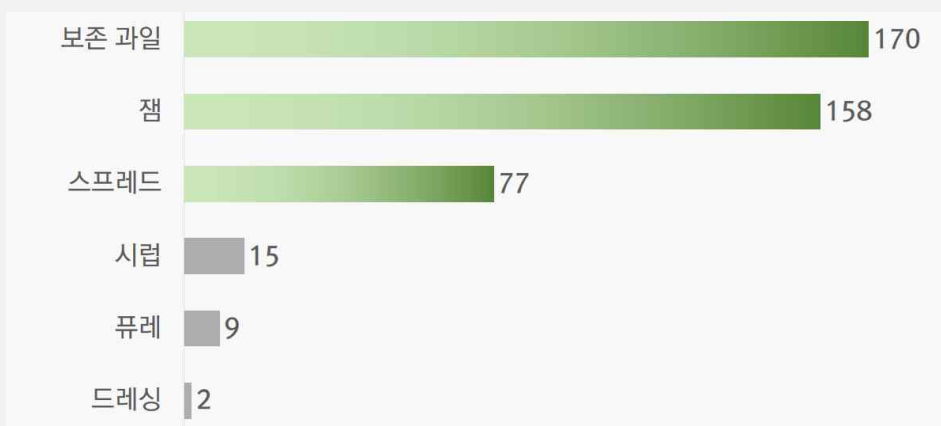
- ‘보존 과일(preserve)’은 과일 절임으로 ‘잼(jam)’과 비슷한 질감이지만 과일의 덩어리감이 살아있는 것이 특징임
- 미국 소비자들은 ‘보존 과일’을 빵과 먹거나 요거트 등에 섞어서 섭취하는 경향을 보임¹¹⁾

▶ 미국 온라인 몰, ‘잼’과 ‘스프레드’ 등 발라먹는 제품이 다수

- 미국 내에서 과일 가공식품은 ‘잼’과 ‘스프레드’ 등 빵에 발라 먹는 형태로 판매되는 경우가 다수
- 음료에 타먹는 과일청이라는 개념이 낯설게 받아들여질 수 있으므로, 적절한 섭취 방법 등에 대한 정보 제공이 필요할 전망

보존 과일		잼		스프레드	
					
제품명	사워 체리 스푼 스위트 (Sour Cherry Spoon Sweet)	제품명	레드 라즈베리 잼 (Red Raspberry Jam)	제품명	프루트 스프레드 딸기맛 (Fruit Spread, Strawberry)
브랜드	시트러스 치오스 (Citrus Chios)	브랜드	스톤월키친(Stonewall Kitchen)	브랜드	산타크루즈(Santa Cruz)
가격	13.4온스/19.95달러(26,366원)	가격	12.5온스/12.19달러(16,110원)	가격	9.5온스/11.81달러(15,608원)

[표 3.3] 미국 판매 과일청 경쟁제품 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘과일청’ 관련 게시글 489건 분석

11) 출처 : 더파이오니어우먼(The Pioneer Woman), 「Jelly vs. Jam vs. Preserves: What's What?」, 2021

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 유통채널



1. 미국 과일청 유통채널 점유율
2. 미국 과일청 주요 유통채널

1. 미국 과일청 유통채널 점유율

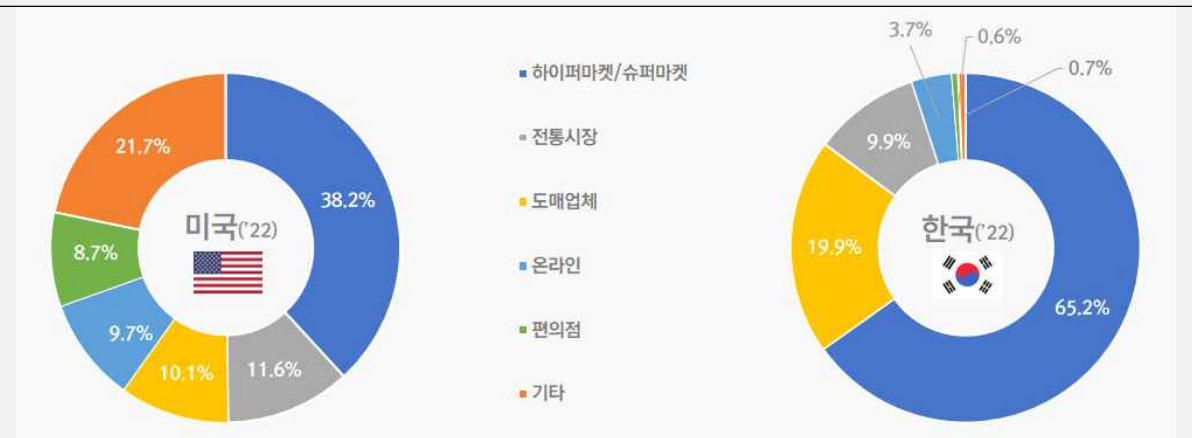
▶ 미국과 한국 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 점유율 1위

2021년 미국 ‘식료품’ 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 38.2%로 가장 높은 점유율을 보임. 한국도 해당 유통채널이 65.2%로 절반 이상의 높은 점유율을 보임. 기타²⁾를 제외하고 미국에서 2위와 3위를 기록한 유통채널은 ‘전통시장’과 ‘도매업체’로 각각 11.6%, 10.1%의 점유율을 보임. 한국도 미국과 마찬가지로 ‘전통시장’과 ‘도매업체’의 비중이 2위와 3위를 차지함

▶ 미국 과일청 온라인 소비시장, 성장 미미한 편

2021년 미국 ‘식료품’의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 9.7%로 낮은 수준을 보임. 미국 내 ‘과일 가공품’의 2020년 온라인 점유율은 2.0%였으며, 2021년 2.7% 수준에 머물며 미국 온라인 시장의 성장이 미미할 것으로 전망됨³⁾

[표 4.1] 미국과 한국 과일청 유통채널 점유율 비교¹⁴⁾¹⁵⁾



미국 점유율	유형	한국 점유율
38.2%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	65.2%
21.7%	기타	19.9%
11.6%	전통시장	9.9%
10.1%	도매업체	3.7%
9.7%	온라인	0.7%
8.7%	편의점	0.6%

자료: 스탯시타(Statista)

12) 기타는 할인점, 드럭스토어, 유기농 상점을 포함함

13) 스탯시타(Statista) 「Processed&Frozen Fruits in United States」, 2021.10

14) 스탯시타(Statista), 「Food report in United States」, 2023.02

15) 스탯시타(Statista), 「Food retail in South Korea」, 2023.02

16) ‘과일청’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, ‘식료품(Groceries)’의 정보를 확인하였으며, 유통채널별 점유율 또한 2차 가공된 자료를 바탕으로 작성된 것으로 실제 상황과 상이할 수 있음


2. 미국 과일청 주요 유통채널 ① 월마트



기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.walmart.com			
	위치	아칸소(Arkansas)			
	규모	매출액('22)	• 약 4,205억 달러(약 555조 7,328억 원) ¹⁷⁾		
	기타 규모	• 매장 수('22): 약 4,632개 • 직원 수('22): 약 160만 명			
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 50개 모든 주에서 매장 운영 중이며, 약 150개 물류센터 보유 • 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 등 다양한 형태로 매장 운영 • 2020년 편의점 브랜드 스피드웨이(Speedway) 점포 3,900여 개 인수 				
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성·남성	직업	직장인·주부
		연령대	40·50대	소득수준	중산층
매장정보	영업시간	06:00~23:00			
	주소	12840 Beach Blvd., Stanton, CA 90680			
	상권	다양한 인종이 거주하는 주거밀집지역에 위치함			
	VMD	취급 브랜드	그레이트밸류(Great Value) 프랭크푸드컴퍼니(The Frank's Food Company)		
		진열 방식	카테고리별 진열		
매장 전경	 				
입점 등록 절차	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 기업 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 공급자 번호[DUNS(Data Universal Numbering System: 국제 사업자 등록번호, 지역별로 사업체를 식별하는 9자리의 고유번호)], 납세자 식별 번호, 회사 주소, 담당자명, 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)

2. 미국 과일청 주요 유통채널 ② 크로거

기업 기본 정보	기업명	크로거(Kroger)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.kroger.com	
	위치	오하이오(Ohio)	
	규모	매출액('21) <ul style="list-style-type: none"> • 약 1,379억 달러(약 182조 2,486억 원) 기타 규모 <ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('22): 약 1,327개 • 직원 수('22): 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	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 냉동식품, 차(茶)류, 주류, 건강보조식품, 화장품, 가전제품, 의류 등
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 신선도 높은 제품, 다양한 국가의 수입식품 취급 중이나 현지 생산 제품 선호
	매장 전경	 

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 통해 사전 등록 후 제안서 제출 (www.thekrogerco.com/vendors-suppliers/become-a-supplier) - 사전 등록 시 기입한 이메일을 통해 'The Supplier Hub'로부터 제안서 관련 내용 회신 - 사전 등록 시 필요한 정보 (회사명, 사업자등록번호/납세자식별번호, 연락처) - 사업자등록번호/납세자 번호 없이 사전등록 불가 - 사전 등록 후: 이메일 화신에 첨부된 링크로 들어가 User ID와 임시 비밀번호를 이용하여 등록 절차 완료 - 제품 설명은 정해진 형식에 따라 작성 • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 평가 기준 <ol style="list-style-type: none"> ① Animal Welfare Policy 기준 충족 ② GCC¹⁸⁾ 및 KGCC¹⁹⁾ 취득 ② 크로거사의 벤더관리시스템(Supplier Hub)을 통해서만 입점 가능
-------------	---------------------	---

자료: 크로거(Kroger), 스탯스타(Statista)

사진 자료: 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews)

17) 1달러=1,321.6원(2023.06.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

19) 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 과일청 주요 유통채널 ③ 세븐일레븐

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)			
	기업구분	편의점			
	홈페이지	www.7-eleven.com			
	위치	텍사스(Texas)			
	규모	매출액('22)	• 약 787억 4,800만 달러(약 10조 4,073억 원)		
		기타 규모	• 매장 수('22): 약 9,447개		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 기준 미국 내 편의점 시장 점유율 1위 • 전 세계적으로 약 6만 8,236개 매장 보유 • 자사 브랜드인 세븐셀렉트(7-Select) 브랜드 보유 				
매장정보	입점 가능 품목	• 주류, 음료류, 냉동식품, 가공식품, 생활용품, 여행용품, 문구류 등			
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품, 신선식품, 주류, 스낵류, 포장식품 등			
	매장 전경	 			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 접속 (corp.7-eleven.com/corp/business) - 'Range Me(유통업체와 제조업체를 연결해주는 플랫폼)' 클릭 - 홈페이지 가입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (담당자명, 이메일 주소, 연락처) ② 공급 제품 정보 (제품명, 판매 가격 등 제품 설명 자유 기재) - 등록 과정 <ol style="list-style-type: none"> ① 제품 프로필 생성 ② 카테고리 매니저와 연결 및 검토 ③ 공지사항 통보 			

자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven)


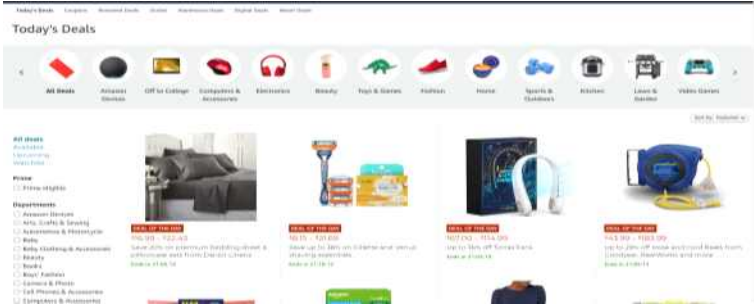
2. 미국 과일청 주요 유통채널 ④ 씨클케이

기업 기본 정보	기업명	씨클케이(Circle K)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.circlek.com	
	위치	애리조나(Arizona)	
	규모	매출액('22) • 약 12억 4,095만 달러(약 1조 6,400억 원) 기타 규모 • 매장 수('22): 약 6,621개 • 직원 수('22): 15,192명	
기업 요약	• 현재 47개 주에서 매장 운영 중이며, 대부분 주유소와 함께 운영됨 • 쿠쉬타드(Couche-Tard)에 인수되어 유럽 포함 중국, 베트남 등 25개국에서 매장 운영 중이며 14개의 지역사업부로 나뉨		
매장정보	입점 가능 품목	• 가공식품, 즉석식품, 주류, 음료류, 생활용품, 여행용품, 문구류 등	
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 등록 (www.circlek.com/form/vendor-request-form) - 홈페이지 기입 정보 ① 공급자 정보 (담당자명, 이메일 주소, 연락처, 회사명, 회사 주소, 회사 홈페이지 주소) ② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 판매 가격 등 제품 설명 자유 기재) • 문의 사항은 각 지역사업부별 문의 (www.circlek.com/contact)	

자료: 씨클케이(Circle K)

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

2. 미국 과일청 주요 유통채널 ⑤ 아마존

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)		
	홈페이지	www.amazon.com		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)		• 23억 회
		앱 다운로드 수('22)		• 2,546만 회
매출액('22)		• 2,140억 달러(약 282조 8,224억 원)		
운영방식		• 온라인마켓		
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	Smucker's, Sarabeth's, Tiptree 등	
		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"> • 홈페이지를 통한 직접등록 (services.amazon.com/services/soa-approval-category) - Grocery&Gourmet Food 카테고리 'Requirement' 눌러 자격조건 확인 후 'Contact Us' 클릭하여 입점 문의 제출 - 홈페이지 등록 정보 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량) • 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 식품 및 9개 제품군은 승인 절차 거쳐야 입점 가능 		

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

사진 자료: 아마존(Amazon)

온라인몰 UI ①

아마존

1. 다언어 지원
영어, 스페인어, 아랍어, 독일어, 히브리어, 한국어, 포르투갈어, 중국어(간체/번체) 지원

2. 포인트 제도
다양한 카드별로 서로 다른 혜택 제공

3. 구매 내역
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능 하며 검색 시 추천 키워드 제공

4. 오늘의 딜
플래시 딜 형태의 다양한 카테고리의 할인 제공

5. 국제배송
국제배송이 가능하나, 배대지를 통한 구매도 많이 이루어짐

한국어 포함한 다언어 지원
다양한 카드별 서로 다른 혜택 제공

온라인몰 UI ②

**아마존 - Fruit Syrup for Drink
검색 페이지**

Fruit Syrup for Drink 검색 페이지
'Fruit Syrup for Drink' 으로 검색결과 노출
소비자 평점 위주로 검색 결과 노출

Fruit Syrup for Drink 구매 페이지
성분함량 및 제품 정보에 집중
구매 페이지 하단에 제품 자동 추천

소비자 평점 위주로 제품 노출
제품 상세정보에는 성분함량 및 세부정보에 집중

자료: 아마존(Amazon)
사진 자료: 아마존(Amazon)

2. 미국 과일청 주요 유통채널 ⑥ 이베이

기업 기본 정보	기업명	이베이(eBay)		
	홈페이지	www.ebay.com		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)		• 7억 1,170만 회
		앱다운로드수('22)		• 약 5억 9,900만 회
매출액('21)		• 약 104억 달러(약 13조 7,446억 원)		
운영방식		• 온라인마켓		

매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	Teisseire, SCJ 등
		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	<p>등록 방법 및 등록 정보</p> <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 판매에 관련된 다양한 정보 확인 가능 (pages.Ebay.com/seller-center/index.html) • 문의사항 연락 방법 <ul style="list-style-type: none"> - 아래 웹 페이지 주소에서 문의 내용의 해당 카테고리 선택 후 이메일 컨택 가능 (www.Ebay.com/help/call_us?type=ContactUs&initFrom=HOME&topicId=4000)
-------------	--

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

사진 자료: 이베이(eBay)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI



1. 다국가 연계
일본, 대만, 독일, 프랑스, 한국, 멕시코 등 47개국의 이베이 온라인 매장 연결

2. 비회원 구매제도
회원가입이 번거로운 비회원도 배송지 입력과 결제정보 등록 후 구매 가능

3. 구매 내역
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능 하며 해당 카테고리 내 추천상품 제공

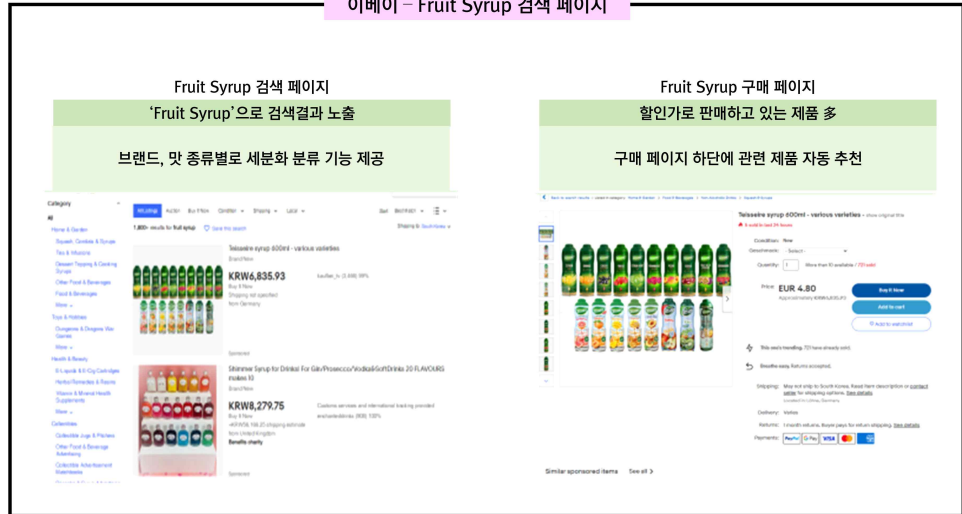
4. 기부 제도
구매자가 원할 시, 직접적인 기부와 수익으로 들어가는 품목 구매가능

5. 국제배송
타 국가에서도 미국 이베이에에서의 구매 가능

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

온라인몰 UI ②

이베이 - Fruit Syrup 검색 페이지



Fruit Syrup 검색 페이지
'Fruit Syrup'으로 검색결과 노출
브랜드, 맛 종류별로 세분화 분류 기능 제공

Fruit Syrup 구매 페이지
할인가로 판매하고 있는 제품 다
구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천

품목별, 가격별, 배송시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 이베이(eBay)
사진 자료: 이베이(eBay)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



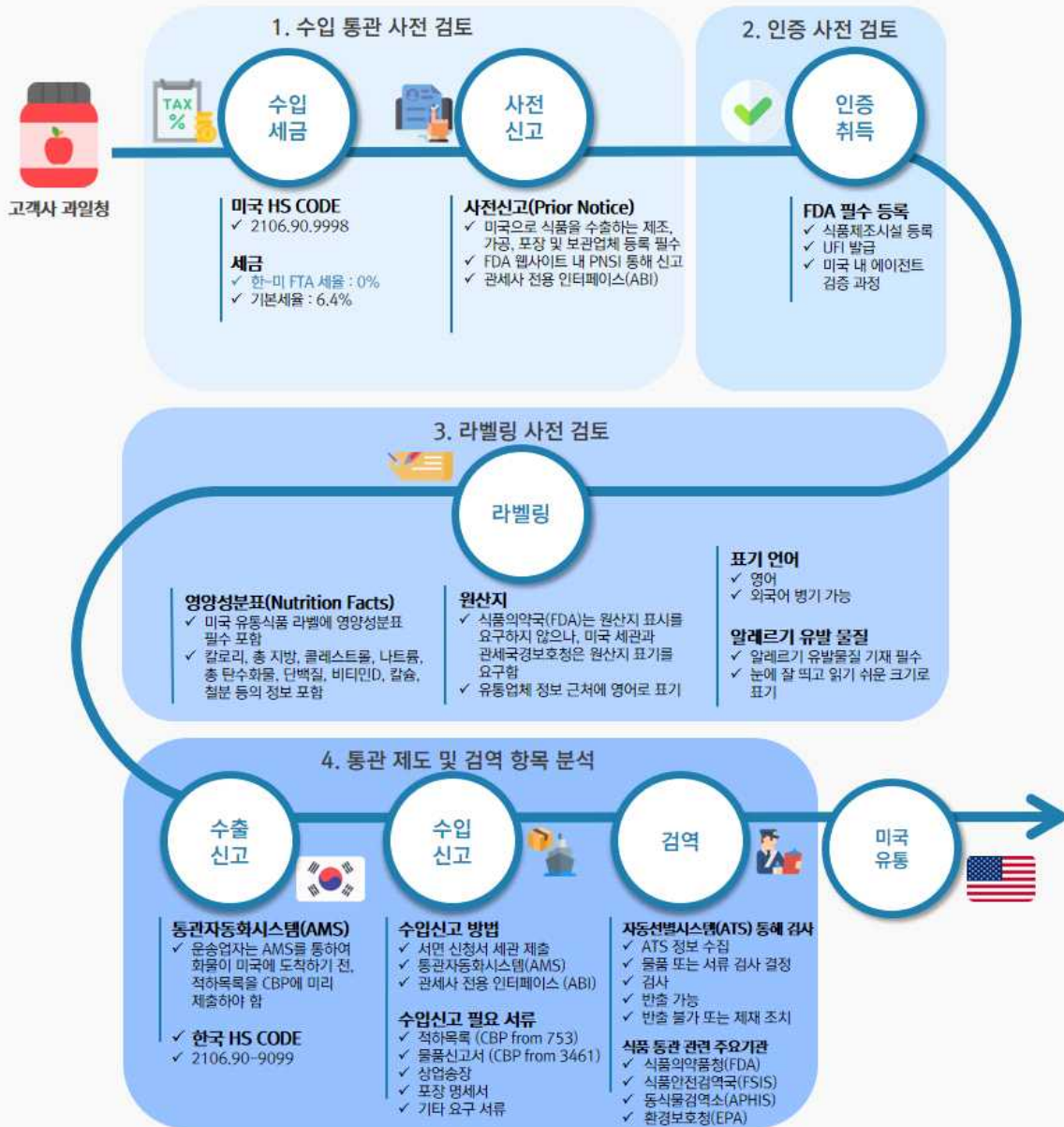
1. 미국 과일청 통관 및 검역 절차
2. 미국 과일청 품질 인증
3. 미국 과일청 라벨링
4. 미국 과일청 성분 및 유해물질

1. 미국 과일청 통관 및 검역 절차²⁰⁾

▶ 미국 과일청 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 7.1] 미국 과일청 통관 검역 절차



자료: 식품의약품안전처, 미국 식품의약품청(FDA)


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

2. 미국 과일청 품질 인증

▶ 미국 과일청, 'FDA 등록' 필수


미국으로 식품을 수출하고자 하는 국내 제조업체는 미국 식품의약품청(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 7.2] 미국 FDA 등록 정보

		등록 정보
		목적
	절차	<ul style="list-style-type: none"> • 식품제조시설 등록(FFR: Food Facility Registration) <ul style="list-style-type: none"> - FIS(FDA Industry Systems) 회원가입 및 로그인 - 'Food Facility Registration' 접속 - 안내되는 절차에 따라 정보 기입 • 작성 내용 검토 후 저장 • 등록 확인 • 시설등록 완료 후 등록 번호(Registration number) 배정 • 고유시설식별번호(UFI: Unique Facility Identifiers) • 2021년부터 국내외 시설들은 FDA 시설등록 시 반드시 FDA가 인정하는 고유시설식별번호를 제출해야 함 • 미국 내 에이전트 검증 과정 <ul style="list-style-type: none"> - 미국 내 에이전트의 검증이 마칠 때까지 시설등록 및 재등록에 관한 확인 혹은 등록번호 확인은 진행되지 않음

자료: 미국 식품의약품청(FDA)

[표 7.2] 미국 FDA 등록 정보

		등록 정보
	필수 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 시설명, 주소, 전화번호 • FDA가 인정하는 시설의 고유시설식별번호(2020년 10월 1일부터) • 선호하는 시설 주소(시설의 주소와 다른 경우) • 모회사 이름, 주소 및 전화번호(해당하는 경우) • 시설 담당자 이메일 주소(해외 시설 : 미국 내 에이전트의 이름, 주소, 전화번호 및 이메일 주소) • 비상시 전화번호 및 이메일 주소, 국내 시설의 경우 담당자와 비상시 담당자가 다를 경우 이메일 주소만 필요 • 시설을 담당하는 소유주 운영자 혹은 에이전트의 이름 주소 전화번호 및 이메일 주소 • 시설이 사용하는 모든 상표명 • 등록 서식에 적혀 있는 해당하는 식품 카테고리 • 해당하는 각 식품 카테고리에 대한 시설에서 수행된 활동 유형 • FDA의 시설 점검을 허가할 것이라는 보증 • 제출한 정보가 사실이고 정확하며 기재자의 기재 권한을 허가한다는 증명서
	주의사항	<ul style="list-style-type: none"> • 2년마다 등록 갱신을 해야 함(매 짝수년 10월 1일 ~ 12월 31일) • 등록의 필수 정보가 변경된 경우 60일 이내에 FDA에 등록을 업데이트해야 함 • 모든 외국 식품 시설은 미국 FDA 대리인(US Agent)이 있어야 함

자료: 미국 식품의약품청(FDA)

▶ 미국 식품 관련 기타 인증

미국 내 식품 관련 기타 인증으로는 HACCP, FSSC 22000 등의 글로벌 공통 인증이나 글루텐프리 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 7.3] 미국 과일청 인증 취득 정보

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

자료: 각 인증기관

3. 미국 과일청 라벨링

[표 7.4] 미국 과일청 라벨링

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

자료: 미국 식품의약품청(FDA)

[표 7.5] 미국 과일청 라벨링

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

자료: 미국 식품의약품청(FDA)

▶ 미국 과일청 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[옆면 라벨링 1]

[옆면 라벨링 2]

[윗면 라벨링]

[앞면 - 영어]

- ① SMUCKER'S
- ② Sweet Orange Marmalade

[앞면 - 국문]

- ① 제품명 : SMUCKER'S
- ② 제품명 : 달콤한 오렌지 마멀레이드

[옆면1 - 영어]

- ① ORANGE MARMALADE
- ② 18 OZ(510g)
- ③ Nutrition Facts
- ④ About 26 servings
- ⑤ Serv, size 1 Tbsp (20g)
- ⑥ Calories per serving 50
- ⑦ %DV=%Daily value
- ⑧ Amount/serving %DV*

Total Fat 0g	0%
Sodium 0mg	0%
Total Carb 13g	5%
Total Sugars 12g	-
Incl. 9g Added Sugars	19%
protein 0g	0%

[옆면1 - 국문]

- ① 오렌지 마멀레이드
- ② 18온즈(510g)
- ③ 영양 정보
- ④ 26회 분량
- ⑤ 1 티스푼 제공량 (20g)
- ⑥ 제공당 칼로리 50
- ⑦ 1일 영양성분 기준치에 대한 비율
- ⑧ 총 내용량당 %DV*

총 지방 0g	1848kJ/440kcal
나트륨 0g	2.7g
총 탄수화물 13g	15g
총 당류 12g	-
9g 첨가당 포함	19%
단백질 0g	0%

⑨ Visit our Website for delicious recipes, hard-to-find flavors, and gift ideas!

⑩ smukers.com

⑨ 맛있는 요리법, 찾기 힘든 맛, 그리고 선물을 위해 우리 웹사이트를 방문하세요!

⑩ smukers.com

[옆면2 - 영어]

① INGREDIENTS: HIGH FRUCTOSE CORN SYRUP, CORN SYRUP, ORANGE FEEL, ORANGE JUICE, FRUIT PECTIN, CITIC ACID, NATURAL ORANGE FLAVOR.

② c/TM/R THE J.M. SMUCKER COMPANY ORRVILLE, OH 44667 USA

③ Call TOLL FREE with Questions or Comments

④ REFRIGERATE AFTER OPENING

[옆면2 - 국문]

① 원료 : 고과당 옥수수 시럽, 옥수수 시럽, 오렌지 껍질, 오렌지 주스, 과일 펙틴, 시트르산, 천연 오렌지향

② c/TM/R THE J.M. SMUCKER COMPANY ORRVILLE, OH 44667 USA

③ 질문 또는 의견이 있다면 전화 주세요.

④ 개봉 후 냉장보관

[뒷면 - 영어]

① BUTTON WILL POP UP WHEN SEAL IS BROKEN

② c/TM/R THE J.M. SMUCKER COMPANY ORRVILLE, OH 44667 USA

③ Recipes~Gifts~And More~

④ www.smuckers.com

[뒷면 - 국문]

① 씌이 파손되었을 때 버튼이 올라옵니다.

② c/TM/R THE J.M. SMUCKER COMPANY ORRVILLE, OH 44667 USA

③ 레시피~선물~그리고 그 이상~

④ www.smuckers.com

4. 미국 과일청 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. 과일청을 기타 잼으로 분류하여 관련 식품첨가물 검색 시 총 259건을 발견했으며, 하기 표는 기타 잼에 적용되는 미국 식품첨가물 기준 중 일부임. 더욱 상세한 정보는 미국의 연방규정집(CFR: Code of Federal Regulations) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 7.6] 미국 과일청 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	아세틸화 모노글리세라이드	Acetylated monoglycerides	모든 식품	합리적으로 필요한 양을 초과하지 않는 수준으로
5	아코니트산	Aconitic acid		[향료 및 보조제] (GRAS: 0.0005% 이하, GMP에 따라 사용)
6	아디프산	Adipic acid		[향료, 발효제, 산도조절제] (GRAS: 0.02% 이하, GMP에 따라 사용)
7	한천	Agar		[향료, 조성보조제, 습윤제, 안정제, 증점제](GRAS: 0.25% 이하)
8	아스코르브산	Ascorbic acid		[보존료, 강화제] (GRAS: GMP에 따라 사용)
9	타르타르산 칼륨	Potassium acid tartrate	잼 및 젤리	(GRAS: [고결방지제, 보존료, 조성보조제, 습윤제, 팽창제, 산도조절제, 가공보조제, 안정제, 증점제, 계면활성제] GMP에 따라 사용)
10	타르타르산 칼륨나트륨	Sodium potassium tartrate		(GRAS: [유화제, 산도조절제] GMP에 따라 사용)
11	프로피온산나트륨	Sodium propionate		(GRAS: [보존료, 향료] GMP에 따라 사용)
12	타르타르산나트륨	Sodium tartrate		(GRAS: [유화제, 산도조절제] GMP에 따라 사용)

자료: KATI 농식품수출정보

▶ **유해물질**

미국 내 식품을 유통하기 위해 미국 식품의약품청(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) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

▶ **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 과일청에는 해당 사항이 없는 것으로 확인됨

[표 7.7 미국 과일청 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)

자료: KATI농식품수출정보

[표 7.8] 미국 알레르겐 성분 규정

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

자료: 미국 식품의약품청(FDA)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 밀크티팩토리(Milk Tea Factory)
2. 월마트(Walmart)
3. 크로거(Kroger)

Interview ①

21)


**밀크티팩토리
(Milk Tea Factory)**

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2019년에 설립된 수입유통업체로, 밀크티를 비롯한 가공식품과 다양한 식료품을 자사 오프라인 매장 및 온라인 몰에 판매 중임
 - 대만에서 주로 물품을 수입하여 판매 중

담당자 정보

Marketing Executive

밀크티팩토리(Milk Tea Factory) Marketing Executive

Q. 미국의 과일청이나 잼의 수요는 어떠한가요?

미국에서는 최근 천연 및 유기농 제품에 대한 선호도가 높아지고 있으며, 이에 따라 과일청이나 잼에 대한 관심도 점점 높아지고 있습니다. 고과당 옥수수 시럽이나 정제된 설탕보다 건강에 더 이로운 대체 성분을 사용한 제품을 찾는 경향이 있습니다. 또한, 국제 요리에 사용되는 과일청이나 잼에 대한 수요도 증가하고 있습니다.

Q. 미국의 과일청이나 잼의 트렌드는 무엇인가요?

현재 미국에서 과일청과 잼의 트렌드로는 건강에 더 좋은 감미료, 독특한 과일 향, 현지 조달 제품, 수제 제품, 다양한 활용도, 슈퍼푸드, 이국적인 재료 등이 있습니다. 소비자들은 칼로리가 낮고, 정제되지 않았으며, 무설탕에, 다양한 요리와 조리법에 활용할 수 있는, 다양한 맛을 제공하는 제품들을 찾고 있습니다.

Q. 미국에서 인기 있는 과일청이나 잼 제품은 무엇인가요?

미국에서 가장 인기 있는 과일청 및 잼 제품으로는 스머커스(Smucker's) 프루트 시럽, 본 마만(Bonne Maman) 프루트 프리저브, 토라니(Torani) 프루트 시럽, 스톤월(Stonewall) 키친 프루트 시럽, 사라베스(Sarabeth's) 프루트 프리저브 등이 있습니다. 이러한 제품들은 라즈베리, 블루베리, 딸기, 복숭아 등 다양한 과일의 맛을 제공하며, 팬케이크와 와플, 음료, 그 외 다양한 요리에 활용됩니다.

Q. 미국 현지인들의 과일청이나 잼의 섭취 방법은 어떻게 되나요?

과일청이나 잼의 섭취 방법은 다양하며, 아침 식사로서 팬케이크나 와플, 그리고 오트밀에 첨가하는 방법이 일반적입니다. 또한, 베이킹 제품의 속재료로 사용되거나, 칵테일이나 고기에 향을 첨가하는 용도로도 활용되며, 치즈와 함께 섭취하는 것도 인기가 있습니다.

Q. 현재 미국에서 유행 중인 유사한 제품이 있나요?

미국에서는 블루베리, 자몽, 라임 과일청과 유사한 제품으로 엘더플라워 시럽, 라벤더 시럽, 히비스커스 시럽, 라즈베리 라임 시럽 등이 인기가 있습니다. 이러한 제품들은 칵테일, 음료, 디저트의 감미료 및 향료로 사용되며, 블루베리, 자몽, 라임과 유사한 맛과 향을 가지고 있습니다.

21) 사진자료: 밀크티팩토리(Milk Tea Factory)

Q. 미국 시장 내 경쟁사 제품과 비교했을 때 고객사 제품의 장단점은 무엇이라고 생각하나요?

고객사 제품 장점으로는 독특한 맛 및 무설탕으로 판매되고 있다는 점이 있으며, 이는 건강에 민감한 소비자들에게 어필할 수 있습니다. 단점으로는 브랜드 인지도 및 정보 부족이 있습니다. 과일청은 다양한 방법으로 소비될 수 있지만, 고객사 제품의 낮은 브랜드 인지도와 성분, 영양정보 부족은 미국 시장 진출 시 장애물로 작용할 수 있습니다. 또한, 제품의 PE 포장은 타 친환경 포장 대비 단점으로 작용할 수 있습니다.

Q. 경쟁사 제품의 홍보 및 마케팅 전략은 무엇인가요?

미국의 과일청 및 잼 제조사들은 소셜미디어 마케팅, 인플루언서 마케팅, 무료 샘플 제공, 제품 협업, 독특한 포장 디자인 등 다양한 홍보 및 마케팅 전략을 활용합니다. 이들 전략을 통해 제품의 브랜드 인지도와 소비자 충성도를 높이고, 신규 소비자를 유치하며, 제품을 차별화하는 데 중점을 두고 있습니다.

Q. 고객사 제품은 스틱 형태의 과일주스(50g)로, 1박스당 10개의 스틱이 들어있습니다. 해당 특징이 미국 시장에서 경쟁력이 있을 것이라 생각하나요?

스틱 형태의 과일청은 그 독특한 형태와 다용도성으로 인해 미국 시장에서 경쟁력을 가질 수 있습니다.

Q. 고객사 제품은 라임 애플민트, 자몽 홍차, 블루베리 히비스커스 맛을 보유하고 있는데, 이 중 가장 수요가 높은 맛은 무엇인가요?

미국 시장의 현재 트렌드를 고려하면, 블루베리 히비스커스 맛이 가장 큰 수요를 보이며, 그 뒤를 자몽 홍차, 라임 애플민트 맛이 따르고 있습니다. 블루베리와 히비스커스는 둘다 인기 있는 맛이며, 자몽과 홍차는 전통적인 맛을 가지고 있습니다. 그러나 라임 애플민트 맛은 애플민트의 낮은 대중성 때문에 다소 수요가 낮을 수 있습니다.

Q. 현지인들의 입맛을 사로잡을 수 있도록 고객사에게 조언을 해준다면 무엇이 있나요?

지역적 기호에 맞는 새로운 맛의 제품 개발을 고려해보시길 권장합니다. 예를 들어, 복숭아, 딸기 또는 라즈베리와 같은 맛은 미국에서 인기가 있고, 고객사의 제품 라인과 잘 어울릴 것으로 판단됩니다.

Q. 고객사 제품은 HACCP 인증을 받은 제품입니다. 미국에서 과일청이나 잼 제품을 판매할 때 필요하거나 추천하는 인증이 있다면 무엇인가요?

미국에서 과일청이나 잼 제품에 가장 일반적으로 활용되는 인증은 HACCP와 FSSC 22000입니다. 이들 인증은 제품이 국제적으로 인정받은 안전 기준을 준수하고 있음을 보증하며, 식품이 안전하고 위생적인 방식으로 제조, 가공, 포장되었다는 것을 입증합니다.

Q. 미국 내 고객사 제품홍보 시, 강조해야 할 부분이 있다면 무엇인가요?

미국 시장에 고객사 제품을 홍보할 때 독특한 풍미, 무설탕, 다용도, 편리성, 천연 성분, 원산지 등을 강조할 수 있습니다.

Q. 미국은 가공된 채소와 과일이 일반적으로 슈퍼마켓에 유통되고 있지만, 온라인 시장 내 과일청의 유통 또한 증가하고 있는 것으로 알고 있는데, 고객사 제품에 권장하는 유통채널이 있다면 무엇인가요?

과일청 수출을 위한 유통채널은 목표 시장, 구매자 선호도, 물류 등의 요인에 따라 상이합니다. 잠재 유통채널로는 슈퍼마켓, 온라인 몰, 전문 상점, 수입유통업체 및 소비자 직접 판매가 있습니다. 다양한 유통채널을 활용해야 더 많은 고객에게 제품을 선보일 수 있으며, 이는 초기 매출을 확보에 가장 효과적인 방법입니다.

Q. 미국 현지 소비자들에게 어필할 수 있는 홍보방법을 추천한다면 무엇이 있나요?

미국 현지 소비자들에게 고객사 제품을 어필할 수 있는 홍보방법으로는 소셜미디어 마케팅, 인플루언서 마케팅, 샘플링, 이메일 마케팅, 콘텐츠 마케팅, 매력적인 포장 디자인 등이 있습니다.

Interview ②

22)

월마트(Walmart) Sales Analyst



월마트 (Walmart)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 1962년에 설립된 수입유통업체로, 가공식품과 다양한 식료품, 일반 소비재 등을 자사 오프라인 매장 및 온라인 몰에 판매 중임
 - 전 세계에서 물품을 수입하여 판매 중

담당자 정보

Sales Analyst

Q. 미국의 과일청이나 잼의 수요는 어떠한가요?

미국의 과일청 및 잼은 많은 사람이 즐겨 사용하는 조미료로, 천연 및 유기농 제품에 대한 선호도 증가, 아침 식사의 중요성 인식 확산, 브런치 문화 확립 등으로 인해 앞으로의 수요가 더욱 늘어날 것으로 전망됩니다. 또한, 코로나19 이후 집에서 직접 요리 및 제빵을 즐기는 트렌드도 고려하면, 이는 과일청과 잼의 수요 증가에 긍정적인 영향을 미칠 것입니다.

Q. 미국의 과일청이나 잼의 트렌드는 무엇인가요?

미국의 과일청 및 잼 시장에서 주목해야 할 트렌드는 천연 및 유기농 제품, 독특한 맛의 제품, 건강에 이로운 제품, 고급스러운 포장의 제품에 대한 수요 증가입니다. 소비자들은 시각적으로 매력적이고, 특별한 경험을 제공하는 고품질의 제품에 대해 프리미엄 가격을 주도해 가고 있습니다.

Q. 미국에서 인기 있는 과일청이나 잼 제품은 무엇인가요?

미국의 과일청 및 잼 시장에서는 다양한 브랜드와 제품들이 있습니다. 이 중에서 스머커스(Smucker's) 과일시럽, 본 마만(Bonne Maman) 마멀레이드, 스톤월 키친(Stonewall Kitchen) 시럽 및 마멀레이드, 트레이더 조(Trader Joe's)의 과일 스프레드, 사라베스(Sarabeth's)의 프리저브 및 시럽 등이 대표적인 브랜드이며, 이들은 시장에 있는 수많은 브랜드 중에서도 주목받는 제품들입니다.

Q. 미국 현지인들의 과일청이나 잼의 섭취 방법은 어떻게 되나요?

미국에서는 과일청과 잼을 토스트나 신선한 제빵류에 얹어 먹는 것이 일반적입니다. 또한, 구운 요리나 치즈와 함께 섭취하는 경우도 많습니다. 팬케이크나 프렌치토스트와 함께 섭취하거나, 칵테일의 단맛을 낸다는 등 다양한 방식으로 사용하고 있습니다. 즉, 과일청과 잼은 다양한 요리와 음료를 풍미롭게 만드는 데 활용됩니다.

Q. 현재 미국에서 유행 중인 유사한 제품이 있나요?

고객사의 제품은 특이한 맛의 조합이 독특하지만, 미국 시장에서는 이와 비슷하면서도 많은 인기를 끌고 있는 다양한 과일청들이 있습니다. 예를 들면, 블루베리 라벤더 시럽, 자몽 꿀 시럽, 라임 민트 시럽, 라즈베리 타임 시럽, 복숭아 생강 시럽 등이 있습니다. 이들 제품은 달콤한 맛과 독특한 허브의 풍미가 결합된 특이한 맛을 제공합니다.

22) 사진자료: 월마트(Walmart)

Q. 미국 시장 내 경쟁사 제품과 비교했을 때 고객사 제품의 장단점은 무엇이라고 생각하나요?

고객사의 제품은 독특한 맛과 건강상의 이점으로 특정 소비자층에서 높은 인기를 누리고 있습니다. 이러한 요소는 제품의 강점으로 볼 수 있지만, 반대로 이것이 일반적인 과일청에 비해 다양한 용도로 활용되는데 한계를 두고, 전체적인 대중성을 제한할 수 있다는 점이 주요 약점으로 여겨집니다. 특히 경쟁이 심화된 과일청 시장에서는 이러한 특성이 제품의 광범위한 인기를 얻는 데 있어 장애가 될 수 있습니다.

Q. 경쟁사 제품의 홍보 및 마케팅 전략은 무엇인가요?

미국의 과일청과 잼 시장에서 경쟁사들은 다양한 홍보 및 마케팅 전략을 적극적으로 활용하고 있습니다. 소셜미디어 마케팅, 인플루언서 마케팅, 샘플링, 패키지 디자인, 광고 및 매장 전시 등을 통해 제품의 가시성을 높이고, 소비자의 관심을 끌어, 많은 고객에게 제품을 전파하는 데 초점을 맞추고 있습니다.

Q. 고객사 제품은 스틱 형태의 과일주스(50g)로, 1박스당 10개의 스틱이 들어있습니다. 해당 특징이 미국 시장에서 경쟁력이 있을 것이라 생각하나요?

고객사의 제품은 전문적인 맛과 무설탕이라는 독특한 특성이 있으나, 대중적인 선호도를 확보하는 데는 어려움이 있을 수 있습니다. 그러나 이러한 특성은 건강에 대한 관심이 높은 소비자층에서는 매력적으로 인식될 수 있으므로, 그룹을 타겟으로 한 마케팅 전략이 필요합니다.

Q. 고객사 제품은 라임 애플민트, 자몽 홍차, 블루베리 히비스커스 맛을 보유하고 있는데, 이 중 가장 수요가 많은 맛은 무엇인가요?

블루베리 히비스커스는 블루베리의 인기와 히비스커스의 건강 이점으로 인해 가장 높은 수요를 보일 것으로 예상됩니다. 자몽 홍차는 일정한 수요를 유지할 것으로 보이지만, 애플민트의 독특한 맛을 제공하는 라임 애플민트는 상대적으로 수요가 제한적일 수 있습니다.

Q. 현지인들의 입맛을 사로잡을 수 있도록 고객사에게 조언을 해준다면 무엇이 있나요?

미국 시장에 진출하려면 현지 소비자들의 선호도와 패턴을 깊게 이해하는 것이 중요합니다. 제품의 맛을 현지화하고, 해당 지역의 재료와 문화적 특성을 고려하며, 지역 브랜드와의 협업을 추진하는 것이 좋습니다. 또한, 미국 소비자들이 단맛을 선호하는 경향이 있으므로, 제품에 적절한 단맛을 추가하는 것도 고려해보세요.

Q. 고객사 제품은 HACCP 인증을 받은 제품입니다. 미국에서 과일청이나 잼 제품을 판매할 때 필요하거나 추천하는 인증이 있다면 무엇인가요?

미국에서 과일청이나 잼 제품을 판매할 경우, 식품안전규정 준수를 입증하고 소비자 신뢰도를 높이는 인증으로는 HACCP, FSSC 22000, SQF 등 여러 인증이 있습니다. HACCP는 식품안전관리시스템 관련하여 널리 인정받는 인증이며, 미국 시장에서 제품 판매 시 적합한 인증이라고 생각합니다.

Q. 미국 내 고객사 제품홍보 시, 강조해야 할 부분이 있다면 무엇인가요?

미국 시장에서 제품을 효과적으로 홍보하기 위해, 경쟁사와 차별화되는 독특한 판매 포인트를 강조하는 것이 중요합니다. 천연 성분, 독특한 맛, 다용도성, 건강 이점, 그리고 인증 등이 강조해야 할 주요 요소들이며, 이런 특징들을 활용하면 천연 및 유기농 제품을 찾는 소비자, 새로운 맛을 선호하는 소비자, 다양한 용도의 제품을 찾는 소비자, 건강에 관심 있는 소비자, 그리고 고품질 제품을 찾는 소비자 등 다양한 고객층에 어필할 수 있습니다.

Q. 미국은 가공된 채소와 과일이 일반적으로 슈퍼마켓에 유통되고 있지만, 온라인 시장 내 과일청의 유통 또한 증가하고 있는 것으로 알고 있는데, 고객사 제품에 권장하는 유통채널이 있다면 무엇인가요?

가공된 과일과 채소를 수출할 때는 목표 시장에 효과적으로 도달하기 위한 적절한 유통채널을 선정하는 것이 중요합니다. 일반적으로 고려되는 유통채널로는 슈퍼마켓, 온라인쇼핑몰, 직접 판매, 도매 판매 등이 있습니다.

Q. 미국 현지 소비자들에게 어필할 수 있는 홍보방법을 추천한다면 무엇이 있나요?

과일청 및 잼 제품을 미국 시장에 홍보하고, 현지 소비자들에게 어필하는 방법은 다양하며, 이에는 소셜미디어 마케팅, 인플루언서 마케팅, 무역 박람회 참가, 콘텐츠 마케팅, 그리고 포장 디자인이 포함될 수 있습니다. 시각적으로 매력적이고 교육적인 콘텐츠를 제작하거나 인플루언서와의 파트너십을 구축하고, 박람회에 참가하고, 매장에서 샘플을 제공하면 브랜드 인지도를 높일 수 있습니다. 또한, 명확하고 간결한 포장 메시지를 통해 고유의 판매 포인트를 소비자에게 전달하는 것도 중요합니다.

Interview ③

23)


**크로거
(Kroger)**

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 1883년에 설립된 수입유통업체로, 가공식품과 다양한 식료품, 일반 소비재 등을 자사 오프라인 매장 및 온라인 몰에 판매 중임
 - 전 세계에서 물품을 수입하여 판매 중

담당자 정보

Sales Manager

**크로거(Kroger)
Sales Manager**
Q. 미국의 과일청이나 잼의 수요는 어떠한가요?

미국 시장에서는 과일청과 잼이 주로 아침 식사나 디저트의 토핑으로 널리 활용되고 있습니다. 건강에 대한 관심 증가로 자연 소재와 건강한 감미료에 대한 수요가 늘고 있으며, 아침 식사의 중요성 인식 증가와 미식 문화 확산으로 이러한 제품에 대한 수요는 더욱 확대될 것으로 전망됩니다. 특히 과일청의 경우, 소비자의 개별적인 맛 선호도와 지역별 문화적 특성에 따라 그 수요가 다양하게 나타나고 있습니다.

Q. 미국의 과일청이나 잼의 트렌드는 무엇인가요?

미국의 과일청이나 잼 시장에서는 자연 소재와 건강한 감미료에 대한 선호도가 두드러지고 있습니다. 이는 과일청과 잼의 주성분인 과일을 현지에서 조달하는 트렌드와 맞물려, 독특하고 다양한 맛을 선호하는 소비자층이 확장되고 있습니다.

Q. 미국에서 인기 있는 과일청이나 잼 제품은 무엇인가요?

미국 시장에서는 메이플 시럽, 딸기 잼, 블루베리 시럽, 오렌지 마멀레이드, 사과 버터, 라즈베리 시럽, 복숭아 잼, 블랙베리 잼 등 다양한 과일청이나 잼 제품이 소비자들에게 인기를 누리고 있습니다.

Q. 미국 현지인들의 과일청이나 잼의 섭취 방법은 어떻게 되나요?

미국 현지인들은 과일청이나 잼을 아침 식사 토핑, 요리의 재료, 요구르트나 오트밀과 함께 섭취하는 감미료, 컵케이크의 재료, 샐러드 드레싱, 치즈와 함께 섭취하는 조미료 등 다양한 방식으로 활용합니다. 이러한 섭취 패턴은 개인적인 취향과 지역적 특성에 따라 다양함을 보입니다.

Q. 현재 미국에서 유행 중인 유사한 제품이 있나요?

미국 시장에서는 과일청과 비슷한 속성을 가진 꿀, 견과류 버터, 과일 스프레드, 과일 소스, 아가베 등이 인기를 끌고 있습니다. 이들 제품은 주로 천연 감미료나 다양한 요리의 조미료로 활용되는 트렌드를 보이고 있습니다.

Q. 미국 시장 내 경쟁사 제품과 비교했을 때 고객사 제품의 장단점은 무엇이라고 생각하나요?

고객사 제품의 장점은 독특한 풍미와 무설탕, 다양성입니다. 그러나 단점으로는 미국 시장의 경쟁사들과 비교했을 때 다소 낮은 브랜드 인지도가 있습니다.

23) 사진자료: 크로거(Kroger)

Q. 경쟁사 제품의 홍보 및 마케팅 전략은 무엇인가요?

미국 과일청 및 잼 기업들은 소셜미디어 마케팅, 매장 내 프로모션, 제품 샘플, 포장 디자인, 온라인 광고 등 다양한 홍보 및 마케팅 전략을 사용하여 제품을 홍보하고 브랜드 인지도를 높입니다.

Q. 고객사 제품은 스틱 형태의 과일주스(50g)로, 1박스당 10개의 스틱이 들어있습니다. 해당 특징이 미국 시장에서 경쟁력이 있을 것이라 생각하나요?

고객사 제품의 제한된 사용 및 포장은 단점으로 작용한다고 생각합니다.

Q. 고객사 제품은 라임 애플민트, 자몽 홍차, 블루베리 히비스커스 맛을 보유하고 있는데, 이 중 가장 수요가 많은 맛은 무엇인가요?

미국 시장의 일반적인 맛 선호도와 추세를 기준으로 한다면, 수요가 가장 높은 맛은 블루베리 히비스커스이며, 자몽 블랙티, 라임 애플민트가 뒤를 잇는다고 생각합니다.

Q. 현지인들의 입맛을 사로잡을 수 있도록 고객사에게 조언을 해준다면 무엇이 있나요?

미국 시장에서 고객사 제품의 현지화를 위해서는 현지의 맛과 재료를 사용하고, 포장과 브랜딩을 알맞게 활용하며, 판매 채널을 확대하고, 현지의 마케팅 채널을 활용하는 것이 좋습니다.

Q. 고객사 제품은 HACCP 인증을 받은 제품입니다. 미국에서 과일청이나 잼 제품을 판매할 때 필요하거나 추천하는 인증이 있다면 무엇인가요?

미국에서 과일청 및 잼 제품을 판매하는 경우 HACCP 인증 취득을 권장합니다. 안전 품질 식품(SQF: Safety Quality Food) 또는 영국의 소매 컨소시엄(BRC: British Retail Consortium) 글로벌 표준과 같은 인증들도 도움이 될 수 있습니다.

Q. 미국 내 고객사 제품 홍보 시, 강조해야 할 부분이 있다면 무엇인가요?

미국 시장에 고객사 제품을 홍보할 때 강조해야 할 판매 포인트로는 독특한 맛, 무설탕, 다용도성, 편리성, 고품질 인증 등이 있습니다.

Q. 미국은 가공된 채소와 과일이 일반적으로 슈퍼마켓에 유통되고 있지만, 온라인 시장 내 과일청의 유통 또한 증가하고 있는 것으로 알고 있는데, 고객사 제품에 권장하는 유통채널이 있다면 무엇인가요?

고객사 제품의 잠재적인 유통채널은 슈퍼마켓, 온라인 물, 건강식품 판매점, 전문 식품 판매점 등이 있으며, 목표 시장에 대한 지식과 경험이 있는 현지 파트너와 협력하여 초기 판매량을 확보하는 것이 좋습니다.

Q. 미국 현지 소비자들에게 어필할 수 있는 홍보방법을 추천한다면 무엇이 있나요?

고객사 제품을 현지 소비자들에게 어필하기 위해서는 소셜미디어 광고, 인플루언서 마케팅, 샘플링, 온라인 리뷰, 콘텐츠 마케팅 등을 고려할 수 있습니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

Ⅶ 시사점



시장수요

미국 對 한국 과일청 수입,
꾸준한 성장세



미국 과일 가공품 시장규모는 향후 5년간 2.2% 증가, 잼/청 시장규모 또한 향후 5년간 5.0%씩 성장할 것으로 전망됨. HS CODE 2106.90(과일청)의 미국 對글로벌 수입액은 지난 5년간 연평균 11.3%씩 증가했으며, 對한국 수입액은 이를 월등히 추월하는 연평균 20.8%의 높은 성장률을 보여, 한국산 과일청에 대한 수요 증가세를 확인함

수입유통업체 인터뷰 결과, 세 개 수입유통업체 모두 미국 내 과일청에 대한 수요가 증가하고 있으며 특히 건강에 대한 관심 증가로 천연 및 유기농 제품에 대한 선호도가 높다고 답변함. 과일청을 포함하여 과일 시럽, 과일 스프레드, 과일 프리저브 등 다양한 요리와 음료를 풍미롭게 하는 과일 가공품에 대한 관심이 커지고 있음

팩 제품 220

글루텐프리 92

세트 상품 91

유기농의 80

자연의 63

미국 온라인 쇼핑물 과일청 홍보문구

소비 특징 ①

최근 과일청 트렌드
글루텐프리, 유기농, 자연의,
팩 제품, 세트상품



온라인 쇼핑물 판매 제품 키워드 분석 결과를 통해 현지 제품 및 시장 특징을 도출함

미국 과일청 시장 내 '글루텐프리', '유기농', '비건' 등의 건강 지향 트렌드가 확산되는 것으로 보이며, '비유전자변형식품', '무가당', '키토' 키워드를 통해 건강 기능성을 강조하는 것을 알 수 있음

코로나19 이후 집에서 직접 요리하는 트렌드가 확산됨에 따라, 과일청에 대한 수요가 증가였고 이는 '팩 제품'과 '세트 상품' 등의 두 가지 이상의 맛의 제품을 한 번에 구매할 수 있는 제품 형태에 대한 수요로 이어짐

리고니 디 아시아고 52

상달프 12

팁트리 11

본 마망 11

사라베스 9

미국 온라인 쇼핑물 인기 과일청 브랜드

소비 특징 ②

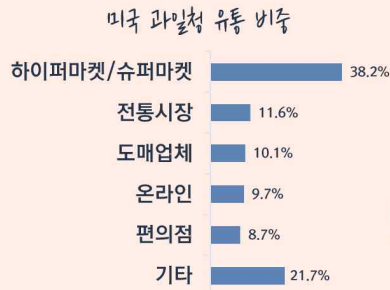
유기농 브랜드 선호



미국 현지에서 인기있는 과일청 브랜드에는 '리고니 디 아시아고', '상달프', '팁트리' 등이 있으며, 해당 브랜드들은 유기농 제품을 주로 취급하며 오렌지, 딸기, 살구, 배, 복숭아 등 다양한 맛을 제공함

미국 소비자들은 물에 타먹는 청의 형태보다는 빵에 바르거나 요거트에 섞어 먹는 잼 형태의 제품 선호. 이에 따라, '과일청' 이외에도 '보존 과일', '잼', '스프레드' 제품에 대한 수요가 높으며, 과일청에 대한 적절한 섭취 방법에 대한 정보 제공 필요





유통채널



미국 과일청 유통채널 점유율 조사 결과 하이퍼마켓/슈퍼마켓(38.2%), 전통시장(11.6%), 도매업체(10.1%)가 상위 3개 채널이며, 온라인(9.7%) 유통채널은 비교적 낮은 수준을 보임.

한편, 전문가 인터뷰 결과 소셜 미디어, 인플루언서 마케팅 등 온라인을 활용한 홍보 및 유통이 최근 부상하는 것으로 확인됨. 실제 온라인 판매 제품 확인 결과 미국 내 식료품 배달 서비스를 운영하는 플랫폼인 아마존과 이베이에서 다수의 과일청 제품이 판매되는 것을 확인함

- ▶ Point 1) FDA 등록 必
- ▶ Point 2) 필수 인증 無
- ▶ Point 3) 라벨 영어 표기 必

진입장벽



미국으로 식품 수출 시, 미국 식품의약품청(FDA)를 통한 식품 제조시설 등록 절차 진행이 필수적임. 미국으로 식품 수출 시 필수적으로 취득해야 하는 인증은 없으며, HACCP, 글루텐프리 인증, 비건 인증, 할랄 인증 등을 자유롭게 취득할 수 있음. 고객사가 보유한 HACCP 인증에 대하여서는 수입유통업체 3개社 모두 긍정적으로 평가함. 라벨의 경우, 반드시 영어로 표기해야하며, 한국어 표기가 포함된 경우에는 모든 라벨 의무 표기 사항을 영어와 한국어 모두로 표기해야 함으로 주의할 필요가 있음

수출 확대 전략

셀링 포인트
&
제품 경쟁력 피드백



Point 01 주요 구매 요인 수입유통업체 인터뷰 결과, 과일청 및 잼 제품의 주요 구매요인은 천연 성분, 독특한 맛, 고급스러운 포장, 저칼로리, 인증 등으로 확인됨. 따라서, 고객사 제품의 셀링 포인트인 '무설탕'은 미국 시장에 적합한 것으로 확인됨

Point 02 제품 경쟁력 피드백 수입유통업체 인터뷰 결과, 과일청과 유사한 제품으로 과일 시럽이나 잼이 주로 판매가 되고 있음. 특히, 주요 브랜드 제품에 대한 수요가 대다수인 만큼, 고객사는 낮은 브랜드 인지도를 높일 수 있는 홍보방법을 활용하는 것이 중요함. 또한, 음료에 타먹는 과일청이 낫설게 받아들여질 수 있으므로 적절한 섭취 방법을 함께 홍보하는 것도 필요함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 「Processed & Frozen Fruits - United States」, 2023
2. 스태티스타(Statista), 「Jams & Marmalades - United States」, 2023
3. 농식품수출정보, 「미국 건조과일 시장동향」, 2016.12
4. 식품산업통계정보, 「해외동향 트렌드픽 해외편 - 잼·스프레드」, 2021.10
5. 스태티스타(Statista) 「Processed&Frozen Fruits in United States」, 2021.10
6. 스태티스타(Statista), 「Food report in United States」, 2023.02
7. 스태티스타(Statista), 「Food retail in South Korea」, 2023.02
8. 식품의약품안전처, 「식품 수출 안내서(미국편)」, 2021
9. KATI농식품수출정보, 「식품시설 등록 : 중소기업체들을 위한 안내서」, 2018

■ 참고 사이트

1. International Trade Centre (www.intracen.org)
2. 아마존(Amazon) (www.amazon.com)
3. 이베이(eBay) (www.ebay.com)
4. 더파이오니어우먼(The Pioneer Woman) (www.thepioneerwoman.com)
5. 식품음료신문 (www.thinkfood.co.kr)
6. 월마트(Walmart) (walmart.com)
7. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
8. 크로거(Kroger) (www.kroger.com)
9. 어바웃아마존>About Amazon) (www.aboutamazon.com)
10. 세븐일레븐(7-eleven) (www.7-eleven.com)
11. 씨클케이(Circle K) (www.circlek.com)
12. 식품의약품안전처 (www.mfds.go.kr)
13. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
14. 미국 식품의약품청 (www.fda.gov)
15. 밀크티팩토리(Milk Tea Factory) (milkteafactory.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.07.21

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