



# MINI Market Report

국가	미국
제품	교막통조림, 교막다시다

주관사 : aT 한국농수산물유통공사

## CONTENTS

<b>I. 미국 마케팅 방안</b>	<b>1</b>
<b>II. 미국 시장 정보</b>	<b>4</b>
1. 꼬막통조림 수입추이	4
2. 꼬막다시다 수입추이	5
<b>III. 미국 가격 정보</b>	<b>7</b>
1. 꼬막통조림 가격동향	7
2. 조미료(다시다) 가격동향	8
<b>IV. 미국 유통 정보</b>	<b>9</b>
1. 미국 유통 FLOW	9
2. 미국 유통구조	10
3. 미국 유통채널	11
<b>V. 미국 통관 정보</b>	<b>12</b>
1. 미국 관세율	12
2. 미국 식품 통관 시 유의사항	13
3. 미국 통관절차	13
4. 미국 통관 거부사례	14
<b>VI. 미국 검역 정보</b>	<b>16</b>
<b>VII. 미국 라벨링 정보</b>	<b>17</b>
<b>VIII. 미국 바이어 정보</b>	<b>21</b>

※ 참고자료

## ※ 조사개요 및 일정 ※

### 1. 조사 개요

- 조사 국가 : 미국
- 조사제품 : 꼬막 통조림, 꼬막다시다
- 조사 항목 : 총 8항목
  - 시장동향, 가격동향, 유통동향
  - 통관정보, 검역정보, 라벨링 및 식품 첨가물
  - 바이어 발굴
  - 마케팅 방안

### 2. 조사 일정

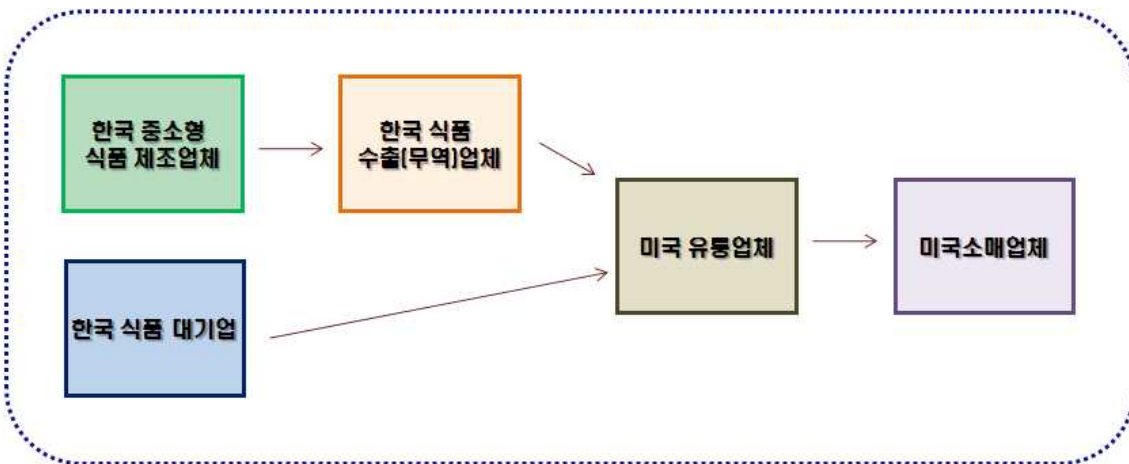
STEP	내용	완료일
조사 신청	- 미니조사 신청서 접수	7월 11일
조사 착수	- 조사국가/제품/항목 확인, 조사 담당자 배정	7월 12일
1차 정보수집	- 미국 시장 국내외 정보 수집	7월 24일
중간 보고	- 미국 미니조사 중간보고서 작성	7월 25일
2차 정보 수집	- 미국 정보 보강 작업 - 미국 바이어 구축 및 컨택 - 미국 마케팅 방안 수립	9월 4일
최종 보고	- 완료 보고서 작성 및 송부	9월 5일

# I 미국 마케팅 방안

## □ 미국 시장 단기적 접근 전략 : 한국 벤더(buying office) 통해 한인마트에 제품 납품

- 장기적으로는 미국 현지 유통업체를 통해 판로 개척을 하는 것이 가장 바람직하겠지만, 미국 유통업체들에게 브랜드 인지도가 낮은 제품을 홍보하여 단기적으로 거래성사를 진행하는 것은 쉽지 않음
- 이에 따라, 한국 벤더 기업들을 대상으로 제품 홍보를 진행하고, 벤더 기업들이 납품하는 미국 유통업체에 납품하는 방안도 하나의 방법이 될 수 있음
- 대표적 수출업체인 희창물산 등 한국 벤더 업체들과 컨택한 결과, 제품 경쟁력이 있는 경우 당사가 거래하는 현지 바이어에게 제품을 추천할 의향이 있다고 함

### ※ 한국 식품의 미국 시장내 유통 루트



- 위 도표에서 볼수 있듯이, 식품 대기업의 경우 미국 유통업체에 직접 거래하는 반면 중소형 식품기업들은 한국 내 식품 수출(무역)업체들을 통해 미국 유통업체에 제품을 납품하는 경우가 대부분인 것으로 파악되었음
- 이는 미국 유통업체들은, 대규모 물량 거래가 가능한 한국 식품 대기업과는 직접 거래를 원하지만, 거래 물량이 적은 중소 식품기업의 경우 직접 거래하는 것 보다 한국 내에서 자신들이 원하는 다양한 제품을 소싱할 뿐만 아니라 물량 또한 맞춰 줄 수 있는 수출업체와의 거래를 선호함

- 미국 유통업체들이 한국 식품 수출(무역)업체에 필요한 농식품 아이템을 요청하면, 해당 식품 수출업체들은 자신들이 거래하고 있는 한국 제조업체들이 보유하고 있는 제품을 추천하며 미국 유통업체가 최종 컨펌하면 해당 제품을 필요 물량만큼 납품함
- 한국 식품 수출업체들은 여러 제품을 합쳐 1 컨테이너 이상의 물량을 맞춰 미국 유통업체에 납품함

□ 미국 시장 중기적 접근 전략 : 아시아계 유통업체 통한 제품 납품

- 일본, 중국 화교 등 아시아계 유통업체를 대상으로 한 홍보마케팅 활동이 효과적일 수 있음
  - 중국 또는 일본 바이어 1개사와 긴밀한 관계 구축을 함으로써 다른 시장에 거점을 두고 있는 중국 바이어들을 소개받아 시장을 넓혀가는 경우가 많
  - 특히, 중국 화교 바이어들의 경우 전세계에 거점을 구축하고 있으며, 서로 끈끈한 관계를 구축하고 있기 때문에, 좋은 제품에 대해 서로 소개하고 추천하는 경우가 많다고 함
- 사례 : 건강식품 제조업체인 A사의 경우, 일본 대형 유통업체 미국 지사를 통해 미국 시장 진입에 성공하였음
  - A사 해외영업 담당자 曰, “ 당사도 초창기에는 미국 백인 유통업체를 통한 진입을 시도하였지만 성과가 전무하였다. 이에 당사가 거래하고 있는 일본 바이어를 활용하여 해당 바이어의 미국 지사를 통해 현지 매장에 제품을 납품하고 있다. 일부 식품 대기업을 제외 하고 중견 및 중소 식품 기업이 현지 미국 유통업체와 거래하는 것은 사실상 불가능한 수준이다. 특히, 현지 시장에서 제품에 대한 인지도가 낮은 식품의 경우에는 현지 유통업체에게 제품을 이해시키는 기간도 상당히 오래 걸리기 때문이다. 같은 아시아계의 경우 식품 관련 문화가 유사한 부분이 많이 때문에 이들을 통해 미국 시장을 진출하는 것이 더 용이할 것으로 생각된다.”

□ 미국 시장 장기적 접근 전략 : 미국계 유통업체 통한 제품 납품

---

- 지속적인 홍보 활동을 통한 제품에 대한 인식 및 인지도 제고 필요

- 미국에서 개최되는 식품 관련 전시회에 참가하여 미국 바이어를 대상으로 시식행사 등 적극적인 홍보 활동을 전개해야 할 것임
- 전시회 종료 후, 확보된 바이어들을 대상으로 주기적인 Remind Mail 및 Remind Call도 주효할 것임
- 바이어 별로 구매 타이밍이 다르며, 각각의 납품처의 요구사항도 변동사항이 많기 때문. 적정 시기 또는 우연한 계기로 거래가 성사되는 경우도 있음

## II 미국 시장 정보

### 1. 꼬막통조림 수입추이

- 꼬막통조림은 전체 식품 카테고리에서 「조제하거나 보존처리한 갑각류·연체동물·그 밖의 수생(水生) 무척추동물」으로 분류되며 가장 근접한 HS CODE는 「1605.56.1010 (새조개)」로 파악되었음

< HS CODE >

1605.00	조제하거나 보존처리한 갑각류·연체동물·그 밖의 수생(水生) 무척추동물
1605.56	클램(clam), 새조개, 피조개
1605.56.1010	밀폐용기에 넣은 것

출처 : 관세청 (www.customs.go.kr)

- HS CODE 「1605.56」에 대한 미국의 수입 추이
  - 미국은 2013년 4,134만 7,221 달러 규모의 조제, 보존 처리한 조개류 식품을 수입하였으며, 주요 수입국은 중국, 인도네시아, 베트남, 태국, 칠레 등이 있음
  - 미국의 최대 수입국은 중국으로, 2013년 중국으로부터 2,683만 5,890 달러의 조제, 보존 처리한 조개류 식품을 수입하였으며, 이는 전년 대비 11.9% 증가한 수치임
  - 중국에 이어 인도네시아에서 467만 9,744 달러, 베트남에서 410만 9,275 달러 규모의 조제, 보존 처리한 조개류 식품을 수입한 것으로 집계되었음
  - 미국은 2013년에 한국으로부터 4만 9,859 달러 규모의 조제, 보존 처리한 조개류 식품을 수입한 것으로 파악되었으며, 이는 전년 대비 11.8% 증가한 수치임

< 미국 조개류 수입추이 >

Commodity: 160556, Clams, Cockles And Arkshells, Prepared Or Preserved						
	Partner Country	United States Dollars		%Share		% Change
		2012	2013	2012	2013	2013/2012
	World	38,795,117	41,347,221	100.00	100.00	6.58
1	China	23,981,059	26,835,890	61.81	64.90	11.90
2	Indonesia	3,516,655	4,679,744	9.06	11.32	33.07
3	Vietnam	4,792,711	4,109,275	12.35	9.94	-14.26
4	Thailand	3,572,358	3,381,087	9.21	8.18	-5.35
5	Chile	1,207,556	1,416,177	3.11	3.43	17.28
6	Japan	272,371	270,086	0.70	0.65	-0.84
7	Peru	336,916	194,678	0.87	0.47	-42.22
8	Malaysia	48,881	120,000	0.13	0.29	145.49
9	Philippines	0	96,717	0.00	0.23	0.00
10	Spain	33,139	80,349	0.09	0.19	142.46
11	<b>Korea, South</b>	<b>44,597</b>	<b>49,859</b>	<b>0.11</b>	<b>0.12</b>	<b>11.80</b>

출처 : GTA (<http://www.gtis.com/gta/>)

## 2. 꼬막다시다 수입추이

- 꼬막통조림은 전체 식품 카테고리에서 「소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자」으로 분류되며 가장 근접한 HS CODE는 「2103.90.9030 (혼합조미료)」로 파악되었음

< HS CODE >

2103.00	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자
2103.90	기타
2103.90.9030	혼합조미료

출처 : 관세청 ([www.customs.go.kr](http://www.customs.go.kr))

- HS CODE 「2103.90」에 대한 미국의 수입 추이

- 미국은 2013년 7억 2,733만 5,302 달러 규모의 기타 혼합조미료를 수입하였으며, 주요 수입국은 캐나다, 멕시코, 이탈리아, 태국 등이 있음



- 미국의 기타조미료류 최대 수입국은 캐나다로, 2013년 캐나다로부터 1억 7,788만 4,495 달러 규모의 기타 혼합조미료를 수입하였으며, 이는 전년 대비 -5.9% 감소한 수치임
- 캐나다에 이어 멕시코에서 1억 2,685만 1,532 달러, 이탈리아에서 1억 906만 4,101달러 규모의 기타 혼합조미료류 식품을 수입한 것으로 집계되었음
- 미국은 2013년에 한국으로부터 1,624만 5,835 달러 규모의 기타 혼합조미료류 식품을 수입한 것으로 파악되었으며, 이는 전년 대비 7.5% 증가한 수치임

< 미국 혼합조미료 수입추이 >

Commodity: 210390, Sauces And Preparations Therefor, Neso; Mixed Condiments And Mixed Seasonings						
	Partner Country	United States Dollars		%Share		% Change
		2012	2013	2012	2013	2013/2012
	World	708,887,606	727,335,302	100.00	100.00	2.60
1	Canada	189,150,030	177,884,495	26.68	24.46	-5.96
2	Mexico	113,105,843	126,851,532	15.96	17.44	12.15
3	Italy	102,348,700	109,064,101	14.44	15.00	6.56
4	Thailand	66,812,286	71,751,484	9.42	9.86	7.39
5	Japan	43,317,850	39,388,106	6.11	5.42	-9.07
6	China	38,374,243	38,180,875	5.41	5.25	-0.50
<b>7</b>	<b>Korea South</b>	<b>15,109,169</b>	<b>16,245,835</b>	<b>2.13</b>	<b>2.23</b>	<b>7.52</b>
8	Australia	9,914,807	12,650,565	1.40	1.74	27.59
9	Philippines	11,659,652	10,519,071	1.64	1.45	-9.78
10	Dominican Republic	10,944,324	9,843,787	1.54	1.35	-10.06

출처 : GTA (<http://www.gtis.com/gta/>)

## III 미국 가격 정보

### 1. 미국 꼬막통조림 가격동향

□ 미국 「Tienda」社 온라인매장 꼬막통조림 가격 현황

- 미국 「Tienda」社는 미국의 스페인 식품 유통 업체이며, 온라인에서 꼬막통조림이 판매되고 있음

업체명	Smiling Fish	GOURMET
제품명	Seasoned Cockles	Conservas de Cambados Cockles
원산지	태국	스페인
제품 이미지		
제품정보	할랄 인증 제품	꼬막, 물, 소금을 재료로 만들어짐/ 가격이 다소 비싸다는 인식이 있음
가격	USD 1.85 (3.2oz.)	USD 33.95 (2oz.)

출처 : <http://www.tienda.com/>

## 2. 미국 조미료(다시다) 가격동향

□ 미국 「H mart」社 온라인매장 조미료(다시다) 가격 현황

- 미국 「H mart」社는 미국 내 경쟁력 있는 아시아 식품점으로 온라인 및 오프라인 매장을 겸하고 있음

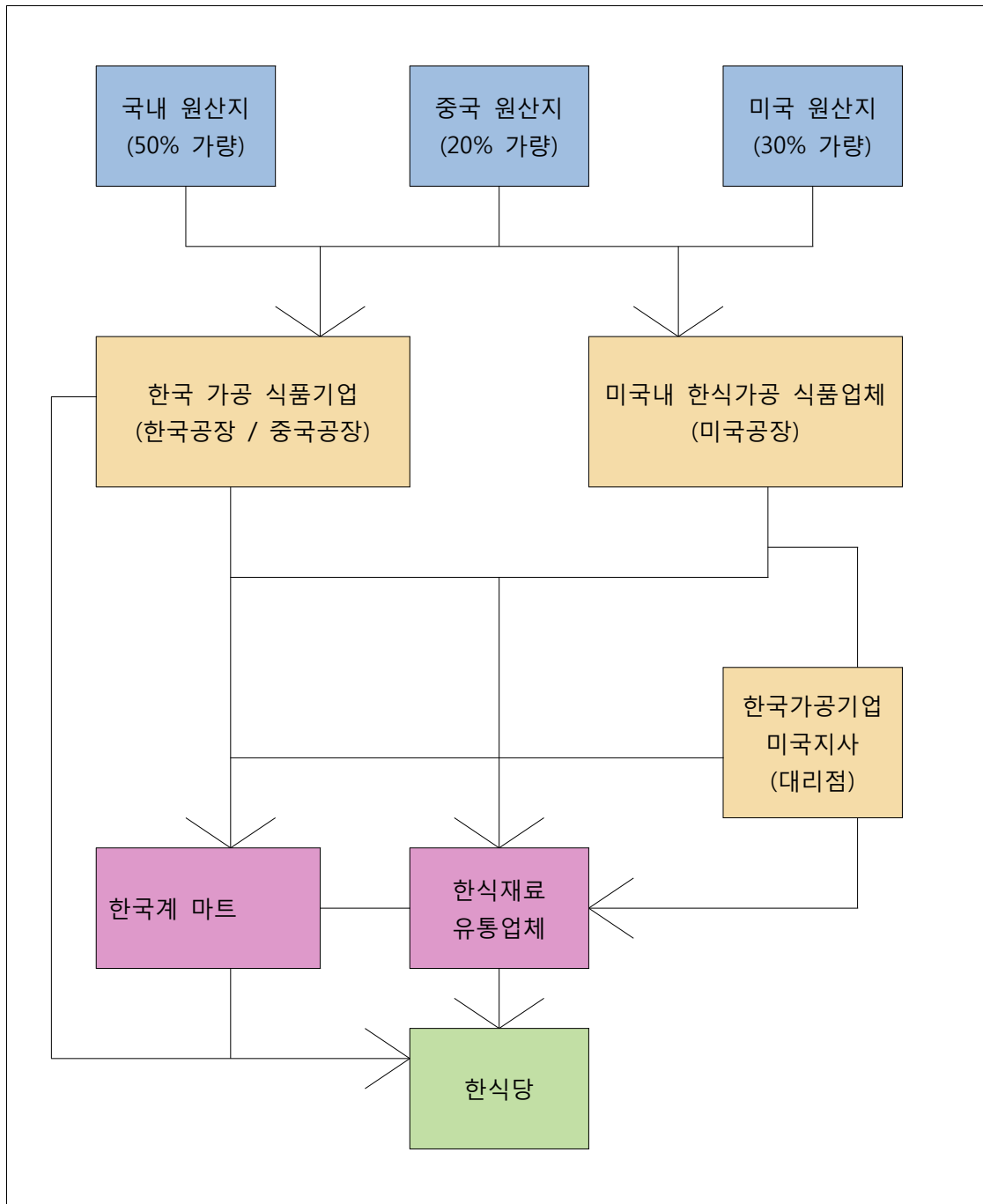
업체명	CJ	CJ
제품명	SANDULAE-SEAFOOD DASIDA	Anchovy Flavored Soup Stock
원산지	한국	한국
제품 이미지		
제품정보	해산물 다시다	멸치 다시다
가격	USD 6.49 (3.5oz.)	USD 4.99 (10.58oz.)

출처 : <http://www.hmart.com/>

## IV 미국 유통 정보

### 1. 미국 유통 FLOW

< 미국 내 유통경로 >



※ 한국 식품 수출업체들은 여러 제품을 합쳐 1 컨테이너 이상의 물량을 맞춰 미국 유통업체에 납품

## 2. 미국 유통구조

□ 미국 내 유통업계의 주요업체로는 「SYSCO」, 「US Foodservice」, 「Performance Food Group」, 「McLane Company」, 「MBM Corporation」社 등 5개 기업이 700억 달러(2008년 기준) 이상의 매출을 기록하였음

□ 미국 내 장류(가공재료) 유통업자

- 미국의 식자재 유통채널은 크게 브로드라이너(Broadliners), 스페셜티 디스트리뷰터(Specialty distributor), 시스템 디스트리뷰터(Systems distributors) 등으로 구분됨

< 미국 내 유통채널 >

브로드 라이너 (Broadliners)	미국 식자재 유통의 약 50%를 차지하는 대형업체로 식재료, 주방기기, 소모품 등 모든 것을 취급하며 SYSCO, US Foodservice, Gordon Food Service, Performance Food Group 등이 대표적임
스페셜티 디스트리뷰터 (Specialty distributor)	전체 유통의 33%정도를 차지하며, 특정 고객층에 특정품목 위주로 공급하는 업체로 Fresh Express, Vistar, Costco, Smart&Final 등이 대표적임
시스템 디스트리뷰터 (Systems distributors)	식자재 유통의 17% 정도를 차지하는데, 편의점, 병원, 호텔 등을 상대로 한 낮은 가격과 신속한 배달서비스를 제공하며 AmeriServe, Martin Broyer, Golden State Foods, MBM 등이 대표적임

출처 : KATI (<http://www.kati.net>)

- 미국 내 대규모 프랜차이즈 업체들은 입찰형식을 통해 샘플자료를 받아 보고 구매처를 결정하며, 이를 가공하는 Central Kitchen을 두고 유통하고 있음
- 소규모 프랜차이즈 식당의 경우 식자재 전문 유통업체인 「SYSCO」, 「JFC, Aramark」社 등을 통해 반 가공된 형태로 구매하기도 함
- 일부 식당의 경우 구매담당자가 직접 「Costco」社나 「Restaurant Depot」社과 같은 식재료 도매 마트를 방문해서 구입하거나 농산물 도매시장, 일반 슈퍼마켓에서 구매하기도 함

□ 외국산 식재료 유통 및 공급 체계

- 외국산 식재료를 공급받는 대부분의 식당들은 직수입보다는 수입 도매업체와 현지 무역업체를 통해 구매함

- 대형 식재료 유통업체가 수입산을 공급받는 경우, 외국산 식재료를 생산자로부터 직접 공급 받는 경우가 대부분으로 중국, 남미에서 공급받는 물량이 가장 많음
- 「SYSCO」社의 경우, 입찰을 통하거나 해외업체들의 오퍼를 받아들여 수입함
- 소형 식재료 유통업체일수록 제품이 전문화되어 있어, 취급 품목 종류가 적고 부분적임

### 3. 미국 유통채널

- 농수산물 식품의 유통은 크게 슈퍼마켓, 대형 도매점, 자연건강 지향 매장, 아시아 슈퍼마켓, 약국, 편의점 등 6 가지의 유통 형태가 있음

< 미국 MGR 부문 점포 수 현황 >

단위 : 개수

구분	2008	2009	2010	2011
슈퍼마켓	53,667	54,333	53,921	53,875
하이퍼마켓	5,367	5,133	5,102	5,104
할인점	32,200	32,900	33,125	33,200
편의점	27,433	37,900	37,100	37,159
합 계	128,667	130,266	129,248	129,338

출처: Business Monitor Information(2013.3.7.)

- 캘리포니아의 주요 슈퍼마켓 체인으로는 「본즈(Vons)」社과 세이프 웨이(Safeway) 파 빌리온(Pavillion)을 운영하는 「세이프 웨이(Safeway Inc.)」社, 알버트선 (Albertsons) 을 운영하는 「Albertsons LLC」社, Ralph's를 운영하는 「Ralphs Grocery Company」社 등이 있음
- 고객의 대부분은 점포에서 반경 1~2마일 (1.6~3.2km)에 거주하고 있기 때문에 점포 주변의 인종 구성이 상품을 구성하는데 있어서 매우 중요한 요소가 되고 있으며, 인근 경쟁 업체의 상품 구성을 항상 염두에 두고 제품을 선택하고 있음
- 「식품 마케팅 협회 (Food Marketing Institute)」에 따르면, 일반적인 슈퍼마켓의 상품 구성을 보면, 야채-과일-유제품-냉동 식품 등이 전체의 50%를 차지하고 있으며, 포장 식품(간식, 소프트드링크 등)이 25%, 비 식품 건강 관련 상품(미용 관련 등) 및 기타 문구용품 등이 25%를 차지하고 있음

# V 미국 통관 정보

## 1. 미국 관세율

- 꼬막통조림의 HS CODE는 「1605.56.0500 어육을 포함하는 물품 ; 조제밀」 으로 분류되며 기본 세율은 0%로 조사됨
- 꼬막다시다의 HS CODE는 「2103.90.4000 효모엑스의 알코올을 함유하지 않는 조제품 (양념을 제외한다) ; 혼합 조미료」 으로 분류되며 기본 세율은 3.2%로 조사됨
- 관세 이외의 세금
  - 관세 이외에 세관이 다른 기관을 대신하여 징수하는 세금과 수수료는 다음과 같음
    - 국내 소비세 : 다음의 수입화물에 대한 국내 소비세는 세관이 국세청 (IRS)을 대신하여 수입 시 징수
      - 맥주
      - 와인 (술 포함)
      - 발효주
      - 에탄올
      - 주류
      - 향기 물질을 함유하는 음료
      - 담배 제품
  - 상업화물 세관 사용료 (Custom User Fees) : 아래 면제화물을 제외한 모든 화물 (관세 면제 제품 포함)에 대하여 세관의 요금을 징수됨
    - 현행 수수료율 (1995년 개정) : 수입 신고 금액(FOB 가격)의 0.21%(최저 25 달러 ~ 최고 485 달러)이나, NAFTA의 발효로 캐나다 및 멕시코 제품은 없으며, 매뉴얼(비 전산화) 신고의 경우 6 달러가 추가됨
  - 항만 유지 수수료

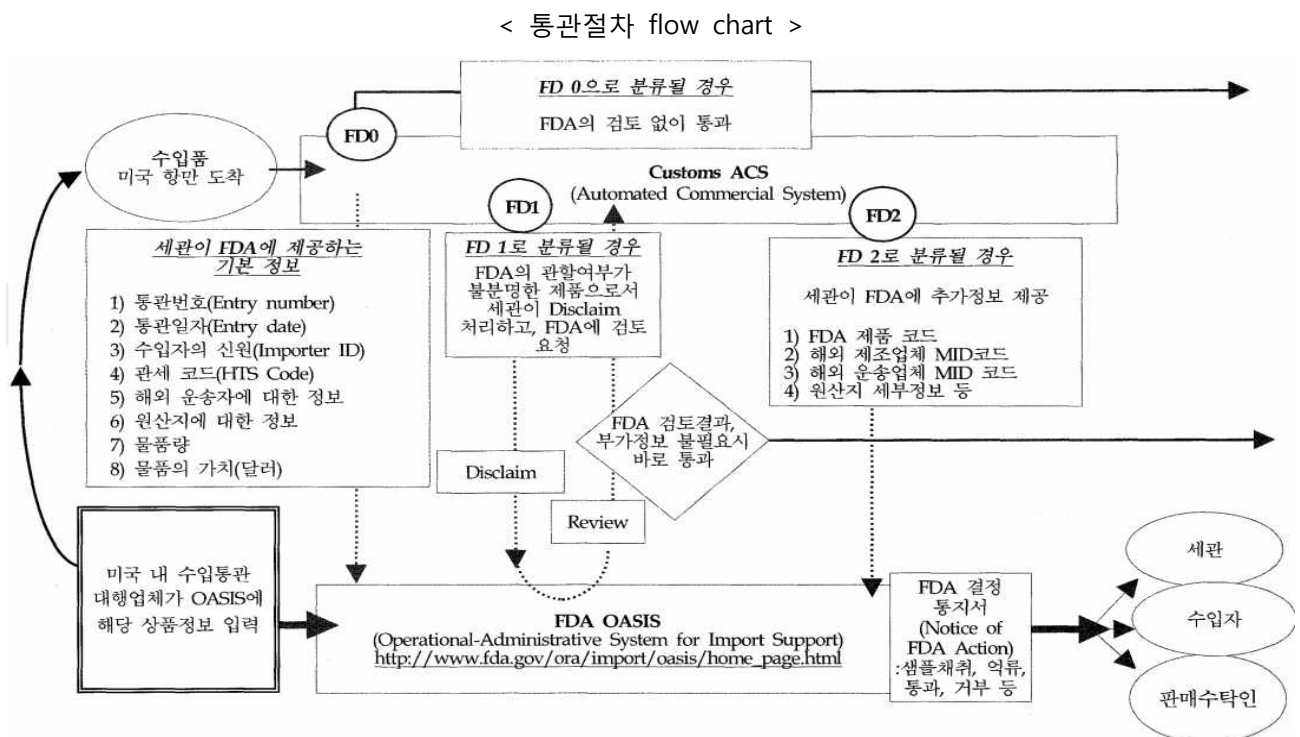
- 수자원 개발법(1986년 Public Law99 - 662)에 규정된 바와 같이, 미국의 항만을 이용하는 자(화주)에게 화물(수출입 및 일부 국내화물)의 0.125%(1990년까지는 0.04 %)에 해당하는 從價稅을 부과하는 것으로, 1987년부터 실시하고 있으며, 수출·수입·국내화물 등에 관계없이 징수됨

## 2. 미국 식품 통관 시 유의사항

- 수입신고 대상금액: \$2,500이상 (그 이하는 목록통관), 단 FDA/OGA 수입제한품목은 \$250이상에 한해 수입신고 필요함
- 식품·과자류 품목에서는 비스킷, 베이커리, 조제커피, 차, 조제과실, 견과류, 설탕과자, 초콜릿식품, 소스·혼합조미료가 목록통관 배제대상이며, 꼬막다시다가 혼합조미료로 분류될 경우 수입신고를 해야 함

## 3. 미국 통관절차

- 미 수입통관 절차



출처 : KOTRA (www.kotra.or.kr/)



## □ 「FDA」의 통관검사

- 「FDA의 Office of Regulatory Affair(ORA)」에서 작성한 내부 매뉴얼 (Regulatory Procedure Manual)에 따르면, 「FDA」의 통관검사는 미국 세관의 ACS(Automated Commercial System)와 「FDA」의 OASIS(Operational and Administrative System for Import Support)에 입력되어 있는 수입화물 정보를 기초로 하여 이루어짐
- 미국 세관이 「FDA」로 통보하는 수입물품(식품, 의료기기, 의약품, 화장품 등) 정보는 FD 0, FD 1, FD 2 등 3개의 코드로 분류되며, FD 0 코드는 「FDA」의 별도 검토(Review)없이 통관이 가능한 품목, FD 1 코드는 FDA의 관할 여부가 불분명하여 「FDA」의 검토(Review)가 필요한 품목, FD 2 코드는 「FDA」에 상세 정보 제공이 필요한 품목을 의미함
- FD 2 코드로 분류될 경우, 세관은 FDA 제품코드, 해외 제조업체 MID 코드, 해외 운송업체 MID코드, 원산지 세부정보 등을 제공해야 함

## 4. 미국 통관 거부사례

- 한국산 상품에 대한 주요 통관거부 사유를 살펴보면, 식품은 제조공정 정보 미등록(위반 코드명 No process4), 의료기기는 연방 식품·약품·화장품법(FD&C Act) 510조 (j)항에 따른 기기 미등록(위반 코드명 Not Listed), 의약품은 승인받지 않은 신약(위반 코드명 Unapproved), 화장품은 화장품 라벨링법 미준수(위반 코드명 CSTIC LBLG)가 가장 빈번히 일어나는 통관거부 사유로 나타남
- 식품의 통관거부 현황을 세부 품목별로 살펴보면 쥐포, 굴, 복어, 멸치, 콩치, 마른 오징어, 조개, 젓갈류와 같은 해산물(33.6%)에 대한 통관거부가 가장 빈번히 일어났으며, 드링크류(19.5%), 인삼제품(18%), 캔디류(17.2%) 등에 대한 통관거부가 뒤를 이음
- 「FDA」는 통관거부 사유에 대하여 별도의 위반 코드를 부여하며, 한국산 상품에서 주로 볼 수 있는 위반 코드와 해당 품목은 아래와 같음

< 통관거부 사례 >

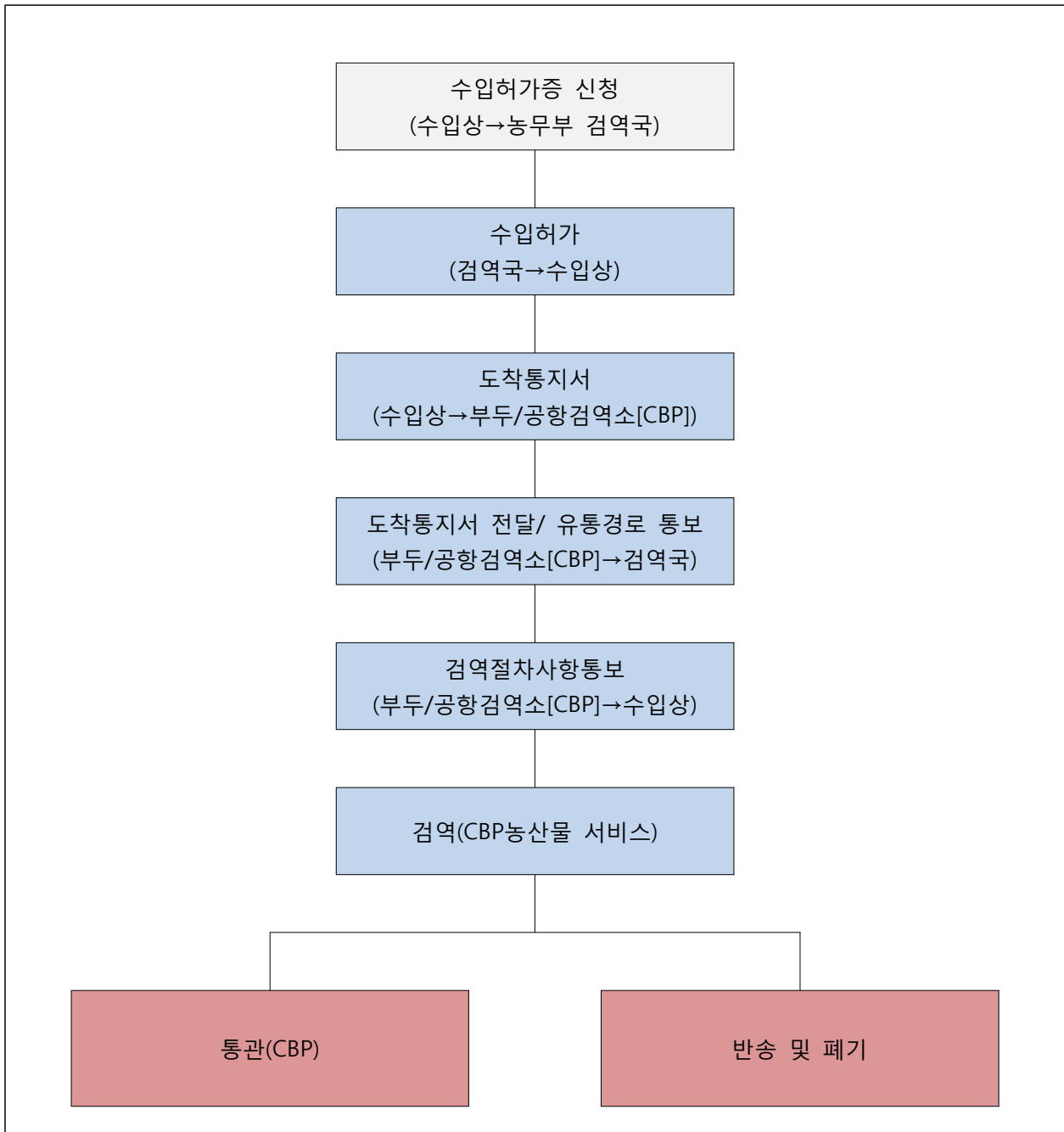
위반 코드명	통관거부 사유	주요 해당 품목군
False	제품 라벨이나 포장에 소비자에게 오해를 불러일으킬 수 있는 정보가 눈에 띄게 표시되어 있음	식품, 의료기기
Filthy	전체적으로 또는 부분적으로 관련 제품에서 오물이 보이고 부패한 물질 또는 식용으로 적합하지 않은 물질을 사용함	식품
Health C	해당 제품이 허가받지 않은 영양소를 함유하고 있고, 건강효과에 대한 검증되지 않은 정보를 제공함에 따라 소비자에게 오해를 불러일으킬 수 있음	식품
Labeling	제품의 라벨 위치, 정보 제공 형식과 내용이 '공정포장-라벨링 법규'(FPLA: Fair Packaging and Labeling Act)를 위반함	식품, 화장품
Lacks Firm	제품 라벨에 제조업체, 포장업체, 유통업체의 이름과 주소에 대한 정보가 제대로 나타나지 않음	식품, 의료기기, 의약품
Lacks N/C	제품 라벨에 내용물의 무게, 개수 등 수량 파악이 가능한 정보가 제대로 나타나지 않음	식품, 의료기기, 의약품
List Ingre	여러 가지 성분(Ingredient)으로 이루어진 제품의 라벨에 각 성분의 이름이 제대로 나타나지 않음	식품
Needs FCE	21 CFR 108.25 (c)(1) 또는 108.35 (c)(1) 조항에 따라 요구되는 저산(低酸) 통조림이나 산화 음식 제조업체로 등록되어 있지 않음	식품
No English	영어 라벨이 부착되어 있지 않음	의료기기, 식품, 화장품, 의약품
No Process	21 CFR 108.25 (c)(2) 또는 108.35 (c)(2) 조항에 따라 요구되는 제조공정 정보를 제대로 등록하지 않음 (저산(低酸) 통조림이나 산화 음식 제조업체에 해당)	식품
Nutrit LBL	제품 라벨에 반드시 기재해야 할 영양소 정보가 제대로 나타나지 않음	식품
Salmonella	인체에 해로운 살모넬라균을 함유하고 있음	식품
Unsafe Col	안전하지 않은 색소 첨가제(color additive)를 함유하고 있음	식품, 화장품

출처 : FDA (<http://www.fda.gov/>)

## VI 미국 검역 정보

### □ 식품 검역 절차

< 식품 검역 절차 >



출처 : KATI (<http://www.kati.net/>)

- 미국에서 동식물의 검역 및 식품위생에 대한 업무는 농무성 산하의 APHIS (Animal and Plant Health Inspection)에서 담당하고 있음

## Ⅶ 미국 라벨링 정보

### □ 기본 표기사항

- 식품의 명칭은 통상적인 명칭을 사용해 표기하며 포장용기의 주표시에 표기해야하고 활자의 크기는 라벨에서 사용된 가장 큰 활자의 절반 크기이상이어야 함
- 순중량의 표시는 주요면의 하단 30%위치에 표시하고 미국단위와 미터단위로 함께 표시해야 함
- 제조사, 포장자, 유통자의 명칭과 주소는 성분 표시면과 같은 면에 기재해야 하며 예외가 없는 한 완전한 주소를 표시해야 함
- 성분표시는 라벨의 주요 표시면, 측면 혹은 후면의 정보표시면에 표기할 수 있으나 제조사, 포장자 혹은 유통자와 같은 면에 표시해야 함
- 성분의 목록순서는 중량이 무거운 것에서 가벼운 것의 순으로 하고 통상명칭으로 기재해야 하며 알레르기를 일으키는 주요성분도 반드시 표시해야만 함
- 특히 영양성분 표시(Nutrition Fact)는 검사를 통해 1인분을 기준으로 영양소가 정확히 언급되어야 하며 일일 섭취량 표시가 필수적임
- 식품의 명칭
  - 식품의 명칭은 「statement of identity」로 표시되어야 하고 표시 원칙은 영문으로 하여야 하며, 외국어의 병기도 가능함
  - 사용명칭은 쉽게 인식될 수 있어야 하고, 식품형상의 표현은 인식하기가 용이해야 함
  - 반드시 주표시면에 표기해야 하며, 표시면의 인쇄 중 가장 큰 것의 1/2 이상의 크기여야 함
  - 식품이 일반적·통상적인 명칭을 갖는 경우 이를 식품명으로 사용하며, 일반적·통상적 명칭이 없을 경우에는 그 식품을 적절하게 설명하는 명칭을 사용하여 제품을 잘못 알리는 일이 없도록 해야 함
  - 포장된 식품이 액체가 아닌 경우 ‘가늘게 썰어진 것인지(sliced)’, ‘썰지 않은 것인지(unslice)’, ‘반으로 잘라진 것인지(halves)’ 등의 식품형태를 명시
  - 어떤 신제품이 기존에 있던 식품과 유사하며 기존 식품의 대체제로 사용될 때 만약 그 신제품이 기존의 것보다 필수 비타민·무기질·단백질 함량이 낮다면, 신제품에는

‘모방(imitation)’이라는 표시를 해야 하며, 식품명과 같은 글자 크기와 선명도로 표기해야 함

- 과일이나 채소의 그림, 맛이나 외관, 라벨표기 등으로 소비자가 주스를 함유했을 거라고 생각할 수 있는 음료는 주스의 함량을 %로 표시해야하나 향미를 위해 소량의 주스가 함유된 음료에는 주스 함량을 표시하지 않아도 됨
- 100% 주스로 만들어진 음료는 ‘주스’라고 표시할 수 있으나, 100% 미만으로 희석된 음료는 음료, 드링크, 칵테일의 의미를 갖도록 표시해야 함
- 혼합과일이나 채소주스의 명칭을 표시할 때는 향미목적으로 사용되어 표시가 면제된 경우를 제외하고는 주된 주스부터 부피에 따라 내림차순으로 표시해야 함

#### - 정미중량의 표시

- 식품의 중량은 용기 또는 포장 등의 중량을 제외한 정미중량, 즉 실중량을 기재해야하며 용기안의 식품에 부가된 물이나 다른 액체는 실중량 표시에 포함됨
- 충전매개체가 포함된 경우 충전매개체를 제거한 무게가 실중량이며, 내용물의 중량은 미터법(grams, kilograms, milliliters, liters)과 미국 통상단위법(ounce, pounds, fluid ounces)에 따라 두 가지로 표기해야 함

#### - 원재료명의 표기

- 원재료의 표기는 식품에 사용한 스파이스, 향료, 착색료 및 첨가물을 포함하는 것을 원칙으로 함
- 표시하는 원재료명은 원칙적으로 구체적인 명칭으로 표시하고, 일부 예외를 제외하고는 집합적 명칭을 표시해서는 안 됨
- 원재료명 목록(Ingredient list)이란 식품에 사용된 각각의 원재료를 주된 것부터 내림차순(중량이 많은 것부터 적은 순서로 쓰는 방식)으로 나열하는 것을 말함
- 원재료명 목록은 식품명, 제조자, 포장업자, 유통업자의 주소 등이 있는 면과 같은 면에 있어야 하고, 영양표시, 제조자, 포장업자, 유통업자 주소의 앞이나 뒤에 표시할 수 없음
- 허가된 방부제를 식품에 첨가할 경우 원재료명에 그 방부제의 일반적 또는 통상적 명칭을 기재해야 함
- 파프리카, 튜메린, 샤프론 등 색소로도 사용되는 향신료는 ‘파프리카’와 같이 실제 명칭을 기재하거나, ‘향신료와 색소’라는 용어로 표시함
- 인공색소는 공인된 색소의 경우 약어 또는 특정의 명칭을 사용하고, 공인되지 않은 색소의 경우 ‘인공색소(artificial color)’라고 표시하거나 일반적이고 통상적인 명칭을 사용

#### - 제조업자·포장업자·유통업자의 표시

- 식품제조업자·유통업자의 명칭, 사업장의 위치를 명확히 하여 정보표시면에 표시해야하며, 이 경우 수입식품은 미국 세관의 원산지 기재에 관한 사항에 따라 원산지를 표기해야 함

– 일자 표기

- 미국 연방규제에는 유효기간 등의 표시가 의무화되어 있지는 않음. 다만, 유아용식품에는 ‘Expiration date’의 표시를 해야 함

– 영양정보 표시

- 미국의 식품표시제도는 해당식품의 영양에 관한 표시(New Nutrition Label)를 의무적으로 표기토록 하고 있음
- 이에 따라 포장당 1회분량, 1회 분량당 영양소 함유량 등을 표시해야 하나, 식사보조용 식품, 의료용 식품, 소매되기 전 가공이나 포장을 위해 큰 포장 단위로 운송되는 식품, 주문 가공생선, 상자단위의 계란, 판매용이 아닌 소비자를 위해 증정용으로 만든 식품 등은 영양표시 면제대상으로 영양표시를 하지 않아도 됨
- 표시방법과 관련, 영양정보는 주 표시면이나 정보표시 면에도 표시할 수 있고, 주 표시면과 정보 표시면에 충분한 공간이 없는 경우에는 대체면에 표시할 수 있음
- 아침식사용 씨리얼이나 날개로 먹을 수 있는 아이스크림과 같이 한 포장 안에 여러 개의 소포장이 되어있는 제품의 경우에는, 제조자는 각각의 소포장에 일일이 영양정보 표시를 하거나 한 개의 포장에 통합적으로 표시할 수 있음
- 전이지방과 알레르기유발 식품에 대해서는 성분표시가 2006년부터 강화되어, 식품공급자는 영양정보 표시란에 전이지방 함량을 표시하고 별도로 콜레스테롤 함량을 표시해야 함
- 전체 지방함량에서 포화지방을 표시하고 별도로 콜레스테롤 함량을 표시해야 하나 식품에서 전체 지방함량이 0.5g 이하인 경우 전이지방 함량을 표시할 필요가 없음
- 알레르기 유발식품에서 추출된 알레르기 항원 단백질을 함유한 식품원료로 제조된 식품 일 경우 식품라벨의 성분 표시란에 알레르기 유발식품의 존재 표시를 의무화 하고 있음
- 표시는 식품명을 적은 후 괄호안에 알레르기 유발성분의 일반명을 기재하거나, 성분리스트를 적은 후 「contain」이라는 용어를 사용하여 알레르기 성분을 표기해야 함
- 신선농산물도 미국의 식품표시제도의 일반적인 원칙이 적용되며, 2개 이상의 성분으로 구성된 일반 식품의 경우 원재료명을 표기해야 하나 신선농산물은 그 자체가 하나의 성분을 이루기 때문에 원재료명을 표시하지 않아도 됨
- 영양분석표 또한 포장표기를 할 필요가 없으나 주요 식품의 경우 구매시점에서 소비자들이 알 수 있도록 진열대별로 표시할 것을 권장하고 있음
- 미국산이나 수입산에 관계없이 「농산물마케팅국(AMS)」이 지정한 신선농산물 20여개

---

품목은 AMS의 등급규정에 따라 등급을 표기해야 함

- 등급표기는 식품표시제도를 주관하는 FDA가 아닌 농산물마케팅국(AMS)에서 권장하며, 지정품목 외에는 자발적으로 표시하면 됨
- 건강보조식품에 대한 라벨링규정은 1997년 제정된 DSHEA(Dietary Supplement Health and Education Act)에 따라 시행되고 있으며, 현재 미국에서 유통되는 인삼제품들은 대부분 이러한 규정을 적용받고 있음

---

## VIII 미국 바이어 정보

---

※ 바이어 리스트는 별도 엑셀 파일로 작성하였습니다.



---

※ 참고자료

- GTA : <http://www.gtis.com/gta/>
- 미국 관세청 : [www.customs.gov](http://www.customs.gov)
- 식약처 : [www.mfds.go.kr/](http://www.mfds.go.kr/)
- 관세청 : [www.customs.go.kr/](http://www.customs.go.kr/)
- 세계 HS 정보시스템 : <http://www.customs.go.kr/>
- H mart : <http://www.hmart.com/>
- LA TIENDA : <http://www.tienda.com/>