



# MINI Market Report

국가	미국
제품	비타500, 옥수수수염차, 한방의약품(청심원, 경옥고)

주관사 : aT 한국농수산물유통공사

## CONTENTS

<b>I. 미국 마케팅 방안</b> .....	<b>1</b>
1. 현지 시장 특징 .....	1
2. 현지 시장 진출 TIP .....	3
<b>II. 미국 시장 정보</b> .....	<b>7</b>
1. 건강음료 및 건강기능식품 수입 추이 .....	7
2. 건강음료 및 건강기능식품 소비 동향 .....	10
3. 보완대체의학 .....	11
4. 건강기능식품 등록 절차 .....	12
<b>III. 미국 가격 정보</b> .....	<b>15</b>
<b>IV. 미국 유통 정보</b> .....	<b>20</b>
1. 식품 유통채널 .....	20
2. 식품 유통구조 .....	23
3. 한국식품 유통현황 .....	24
<b>V. 미국 통관 정보</b> .....	<b>25</b>
1. 관세 및 기타 세금 .....	25
2. 통관 절차 .....	28
3. 통관 거부사례 .....	30
4. 통관 유의사항 .....	32
<b>VI. 미국 검역 정보</b> .....	<b>34</b>
1. 수입 식품의 검역 .....	34
2. 미국의 수입 식품 정책 .....	35
3. 미국의 수입 규제 .....	36
<b>VII. 미국 바이어 정보</b> .....	<b>38</b>

※ 참고자료

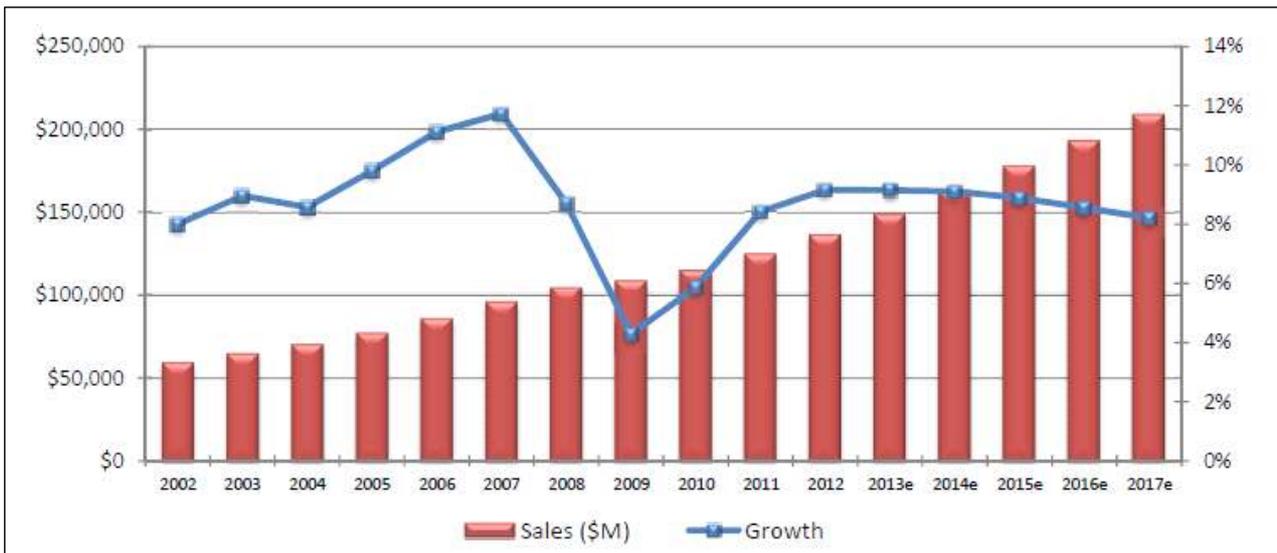
# I 미국 마케팅 방안

## 1. 현지 시장 특징

### □ 미국 건강기능식품 시장 특징

- 미국 시장조사기관인 「Nutrition Business Journal(NBJ)」에 따르면 2013년 건강기능식품을 포함한 미국의 전체 영양 산업(Nutrition Industry) 규모는 전년 대비 9.2% 증가한 1,374억 2,700만 달러로 조사됨
- 스포츠 영양제, 다이어트 제품, 천연 및 유기농 푸드가 긍정적으로 붐을 일으킨 데에 따른 것으로 분석됨
- 미국 영양 산업은 오는 2017년까지 더욱 확대될 것으로 예상되지만 성장률은 둔화될 것으로 전망됨

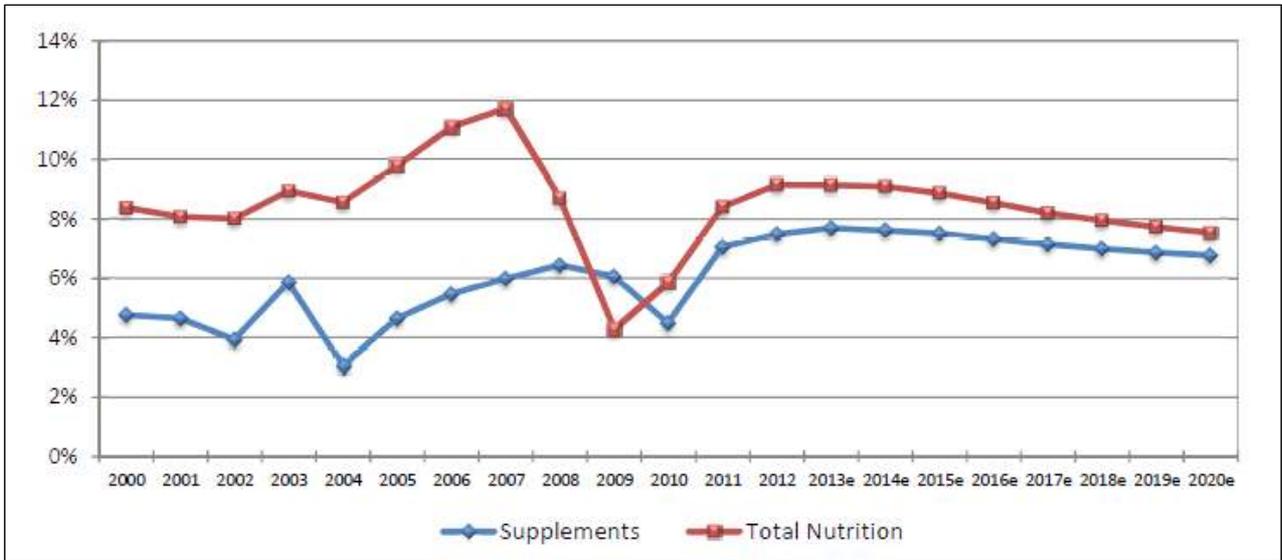
< 2001년 ~ 2020년 미국 영양 산업 매출 및 성장률 >



출처 : Nutrition Business Journal estimates. (\$mil., consumer sales)

- 전체 영양 산업 중에서도 우리나라 건강기능식품 격인 미국의 식이보충제(Dietary Supplement)산업의 성장률은 전체 영양 산업의 성장률보다 다소 낮을 것으로 전망됨

< 2000년~2020년 미국 식이보충제 산업 대 전체 영양 산업 매출 성장률 >



출처 : Nutrition Business Journal estimates. (\$mil., consumer sales)

- 미국에서 식이보충제 시장은 크게 비타민, 특수보충제, 식사대체제, 미네랄, 스포츠 영양제, 그리고 허브/보타니칼로 나눌 수 있음
- 비타민은 이미 시장에서 포화상태에 이룸에 따라 시장 점유율이 축소되고 있는 반면, 프로바이오틱스가 전년 대비 두 자리 숫자의 성장률을 보임에 따라 특수 보충제 시장은 향후 더 성장할 것으로 예상됨

□ 미국 음료 시장 특징

- 2013년 미국 음료 시장의 실적은 저조하여 지난해 일반 음료수의 시장은 1.6% 하락한 가운데, 탄산음료는 9년째 하락세를 보이고 있음
- 일반 음료수 시장은 그동안 꾸준히 성장해 2011년에는 0.8%의 성장세를, 2012년에는 1%의 성장률을 기록했지만 2013년에는 하락세를 기록함
- 다음의 표는 2013년 탄산음료 생산업체와 일반 음료수 생산업체의 시장점유율 순위와 시장 점유율의 변화를 보여줌

< 2013년 시장 점유율의 변화 >

탄산음료 생산기업			일반 음료수 생산기업		
업체명	시장점유율	전년대비	업체명	시장점유율	전년대비
Coca-cola Co.	42.4	+0.4	Coca-Cola Co	34.2	+0.2
PepsiCo	27.7	-0.4	PepsiCo	25.8	-0.5
Dr Pepper Snapple	16.9	+0.1	Dr Pepper Snapple	10.9	-0.1
Cott Corp.	4.5	-0.2	Nestle Waters	10.3	+0.1
National Beverage	2.9	flat	Cott	2.9	-0.3
Monster Beverage Co	1.6	+0.2	All other	15.9	+0.6
Red Bull	1.3	+0.2			
Rockstar	0.7	flat			
Big Red	0.7	+0.1			
Private Label	1.3	-0.4			

출처 : Beverage-Digest(<http://www.beverage-digest.com/>)

## 2. 현지 시장 진출 TIP

### □ 마케팅의 필수요소 : 전시회

- 미국에서는 연간 5,000회에 가까운 전시회가 대도시를 중심으로 개최되고 있으며 인근 지역의 유통업체나 소비자 수요자 등이 집중적으로 구매상담에 참여하기 때문에 해당 지역시장진출을 노리고 있는 업체들에게는 효과적인 마케팅 기회가 될 수 있음
- 전시회 참가는 작은 비용으로 짧은 시간에 성과를 이루어 낼 수 있는 기회로 보기 때문에 많은 미국 업체들 또한 적극 참여하고 있음
- 참가업체와 내방 바이어를 통해 짧은 사이에 한 장소에서 신제품 개발 동향과 수요 패턴의 변화를 파악할 수 있는 장점이 있음

### □ 주요 대도시의 기업환경 참조

- 뉴욕시, 북부 뉴저지, 롱 아일랜드
  - 시 지도자들의 적극적인 기업 옹호 활동 전개
  - 뉴욕 시는 교육 시스템의 낮은 질, 젊은 층의 높은 실업률, 높은 주거비용 등이 단점
  - 세계 금융, 패션, 언론, 예술, 광고 중심지로 고도 숙련된 고급 인력의 유인력 제공
  - 국제화된 고급인력확보에 유리함

---

## - 로스엔젤러스

- 주요 산업의 경제적인 구조조정
- LA-롱비치 항구는 시애틀-타코마 항구보다 컨테이너 물동량이 2배나 많음
- SAN CLARITA, ANTELOPE VALLEYS는 새로운 소매업 육성사업 지구임
- 기업, 주민들의 탈 캘리포니아 움직임으로 지난 수년간 주택 가격 상당폭 하락 지속

## - 시카고

- 다양한 사업이 발전된 도시임
- 904개 외국계 기업, 44개 외국계 은행이 소재하여 외국 기업의 주요 투자 중심지로 발전되고 있음
- 시카고는 수송 중심지로서의 전략적 위치를 가지고 있으며 미시간호 또한 해외해상운송통로로 이용되고 있음

## - 워싱턴

- 정부를 상대하는 업종이 주요 비즈니스임
- 관광, 교육도 주요산업임
- 통신, 의료, 생명공학, 전자업종기업들이 메트로폴리탄 지역에 강력한 거점을 설치중에 있음
- 교외지역 중심으로 서비스업종의 큰 폭 신장세 지속 전망
- 국내 다른 지방에서 이주해온 젊은 층(IN-MIGRANT OF YOUN-GER), 고등교육을 받은 전문직종 종사자들의 유입 확대가 이 지역 인구 증가 주요 원인

## - 휴스턴

- 최근 들어 보건서비스, 법무, 기타 전문서비스분야가 급성장하면서 경제의 다양화가 크게 진전됨
- NAFTA발효 등에 따른 미, 멕 무역확대, 중남미 경제 성장으로 양질의 항구를 갖춘 휴스턴이 국제무역센터화가 진행 중임

## - 필라델피아

- 고용 창출이 금융서비스, 제조업 분야뿐만 아니라 소매, 보건 서비스까지 확대, 첨단 기술 분야도 신장세
- 주택 가격의 변화가 심함
- 델라웨어 강 연안지역 재개발, 대중교통망과 연계된 새로운 컨벤션 센터 건설 등에 시 지도자들 자부심

#### - 보스톤

- 하버드, MIT 등 유명대학이 밀집되어 있어 고급기술 인력에의 의존도가 높은 DIGITAL EQUIPMENT CO., PRIME COMPUTER 등이 소재
- R&D산업, 첨단 산업이 새로운 산업으로 발전

#### - 디트로이트

- 미시간 주는 캐나다 관련 비즈니스가 많으며, 캐나다와의 교역 확대로 향후10여년간 남부 미시간 주 지역은 2만 5,000 명의 신규 고용 창출이 전망
- 멕시코에 대한 자동차, 부품수출 지속 확대전망

#### - 애틀랜타

- 약 350개의 국제적 규모의 기업들이 애틀랜타에 밀집
- 은행, 금융, 기타 비즈니스 서비스/교육 서비스 풍부
- 풍부한 노동력 및 인근시장 또한 장점
- 2시간 비행거리 이내 미국 인구의 80%가 살고 있으며, 애틀랜타 공항은 세계에서 2번째로 분주함(육상, 항공 교통 요지)
- 지역상권형성 가속화, 통신서비스 및 정보기술과 같은 종합 정보 서비스가 이 지역 주요 산업이기 때문에 정보화 시대인 21세기에 부상이 예상

#### □ 건강기능식품 관련 인터뷰 참고

- 미국 건강기능식품 1위 브랜드 뉴트리라이트 샘 렌보그 연구소장이 “소비자가 매장이나 인터넷 쇼핑몰 등에서 직접 건강기능식품을 고르던 시대를 이제 지나가고 개인의 체질과 건강상태 등에 맞춰 복용하는 시기와 한다.” 고 말함에 따라 건강상태와 유전정보 등을 토대로 건강기능식품을 맞춤 처방하는 미국과 캐나다 시장에 맞춰진 제품을 유통해야 함

- 
- 건강기능식품의 주요 소비자 층이 노인과 환자에서 벗어나 미용과 건강에 관심이 많은 젊은 층으로 옮겨졌고 다이어트 식품은 계속적으로 인기를 끌 것으로 전망됨

## II 미국 시장 정보

### 1. 건강음료 및 건강기능식품 수입 추이

- 비타500과 옥수수수염차를 포함할 수 있는 일반 음료는 관세율표 제 2202호에 포함되어 「설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않는 음료」로, HS CODE 「2202.90」로 분류됨

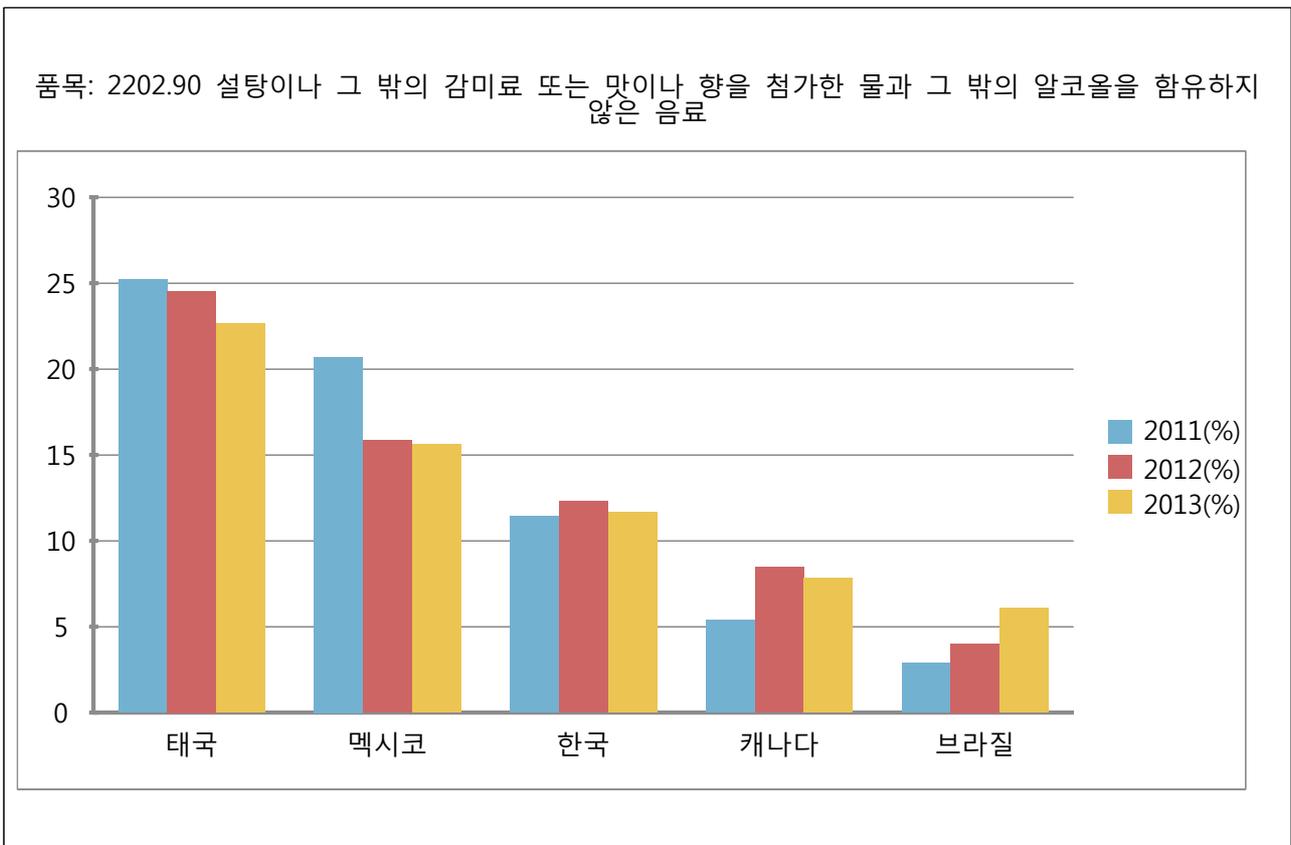
< HS CODE >

2202.90	Waters, including mineral waters and aerated waters, containing added sugar or other sweetening matter or flavored, and other nonalcoholic beverages, not including fruit or vegetable juices of heading 2009:
---------	--

출처 : 관세청 (www.customs.go.kr)

- HS CODE 「2202.90」에 대한 미국 수입 추이

< 미국 수입 통계 >



Partner Country	Value (USD)			% Share			% Change
	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2013/2012
World	338,628,139	452,472,973	499,805,851	100.00	100.00	100.00	10.46
태국	85,296,010	110,994,168	113,166,855	25.19	24.53	22.64	1.96
멕시코	70,108,572	71,703,946	78,061,745	20.70	15.85	15.62	8.87
<b>한국</b>	<b>38,696,990</b>	<b>55,810,124</b>	<b>58,243,713</b>	<b>11.43</b>	<b>12.33</b>	<b>11.65</b>	<b>4.36</b>
캐나다	18,232,089	38,338,203	39,257,295	5.38	8.47	7.85	2.40
브라질	9,821,179	18,158,019	30,467,731	2.90	4.01	6.10	67.79
필리핀	3,472,601	13,194,896	25,285,725	1.03	2.92	5.06	91.63
중국	5,586,047	17,441,480	18,563,191	1.65	3.85	3.71	6.43
인도네시아	967,701	7,236,828	15,628,425	0.29	1.60	3.13	115.96
대만	13,966,212	16,899,130	13,757,117	4.12	3.73	2.5	-18.59
독일	10,871,951	11,934,359	11,312,187	3.21	2.64	2.26	-5.21

출처 : GTA (www.tradestatistics.com/gta)

- 미국은 2013년 4억 9,980만 5,851달러에 이르는 음료품을 수입하였으며 주요 수입국은 태국, 멕시코, 한국, 캐나다, 브라질 등이 있음
  - 미국의 음료 최대 수입국은 태국으로, 2013년 태국으로부터 1억 1,316만 6,855달러의 음료를 수입하였으며 이는 전체의 약 22.64%로 전년대비 1.96% 상승한 수치임
  - 태국에 이어 멕시코가 2위로 7,806만 1,745달러 규모의 음료를 수입한 것으로 확인되었음
  - 한국은 3위로, 미국에서 5,824만 3,713달러 규모를 수입한 것으로 집계됨
  - 미국의 전체 음료 수입액은 전년 대비 10.46% 상승하였으며 국가별 수입액도 전반적으로 상승세를 보임
- 청심원 및 경옥고와 같은 한방의약품은 일반 식품으로 분류되어 관세율표 제 2106호, 「따로 분류되지 않은 조제 식료품」에 포함되고 HS CODE 「2106.90」으로 분류됨

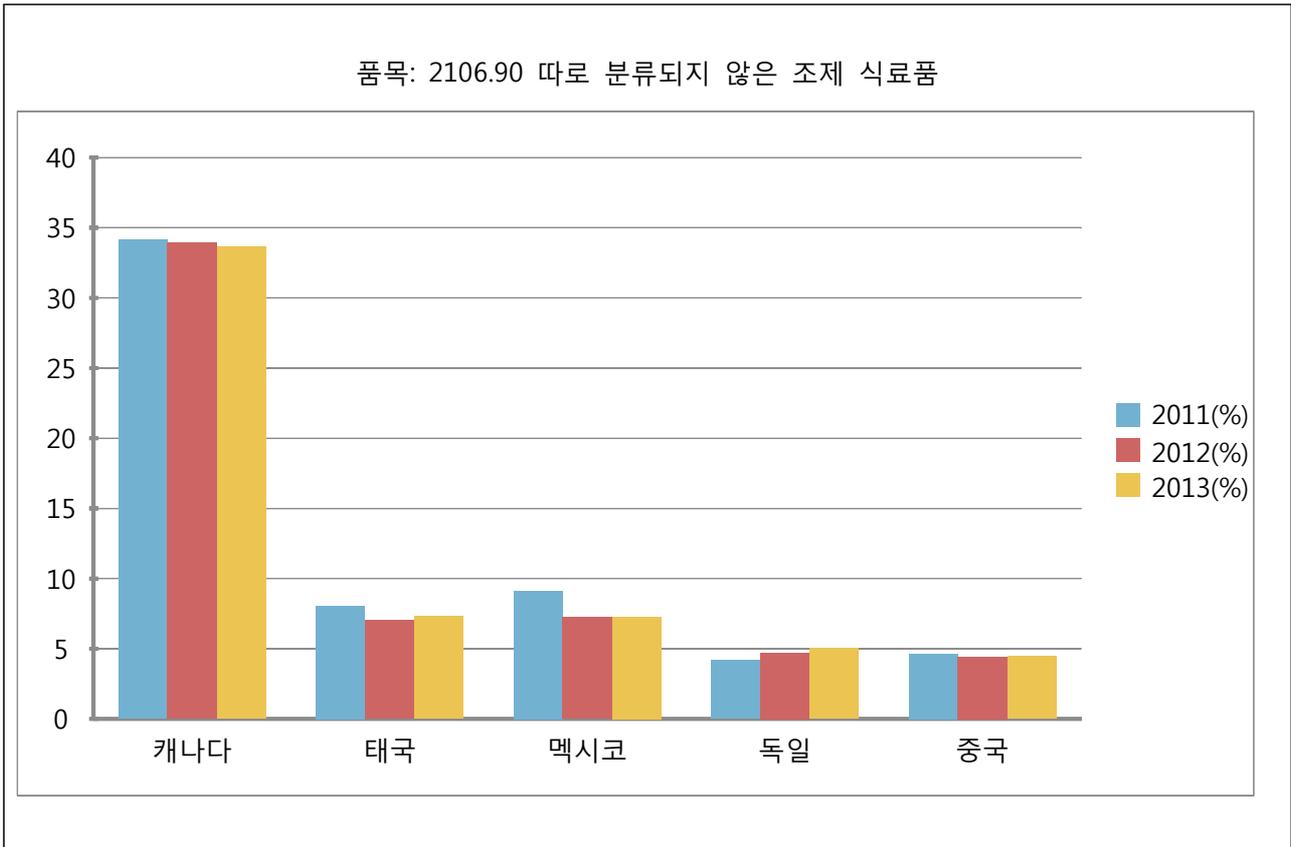
< HS CODE >

2106.90	Food preparations not elsewhere specified or included:
---------	--

출처 : 관세청 (www.customs.go.kr)

□ HS CODE 「2106.90」에 대한 미국 수입 추이

< 미국 수입 통계 >



Partner Country	Value (USD)			% Share			% Change
	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2013/2012
world	1,713,971,701	1,828,448,566	1,929,679,956	100.00	100.00	100.00	5.54
캐나다	585,351,772	620,763,967	649,361,498	34.15	33.95	33.65	4.61
태국	138,427,011	128,609,426	141,207,758	8.08	7.03	7.32	9.80
멕시코	156,813,193	132,672,093	140,335,487	9.15	7.26	7.27	5.78
독일	71,587,775	86,421,006	96,923,767	4.18	4.73	5.02	12.15
중국	79,492,348	80,963,977	86,218,457	4.64	4.43	4.47	6.49
영국	86,160,519	73,134,657	77,930,694	5.03	4.00	4.04	6.56
덴마크	10,888,323	28,212,585	73,533,972	0.64	1.54	3.81	160.64
일본	54,335,743	49,643,876	53,134,885	3.17	2.72	2.75	7.03
스웨덴	3,781,221	43,349,166	47,604,473	0.22	2.37	2.47	9.82
네덜란드	30,940,476	38,993,426	44,969,587	1.81	2.13	2.33	15.33

출처 : GTA (www.tradestatistics.com/gta)

- 미국은 2013년 19억 2,967만 9,956달러에 이르는 조제 식품류를 수입하였으며 주요 수입국은 캐나다, 태국, 멕시코, 독일, 중국 등이 있음

- 따로 분류되지 않은 조제 식품과 관련해 미국의 최대 수입국은 캐나다로, 2013년 캐나다로부터 6억 4,936만 1,498달러 규모를 수입하였으며 이는 전체의 33.65%, 전년대비 4.61% 상승한 수치임
- 캐나다에 이어 태국이 2위로 2013년 태국으로부터 1억 4,120만 7,758달러의 ‘따로 분류되지 않은 조제 식품’ 을 수입하였으며 이는 전체의 약 7.32%로 전년대비 9.80% 상승한 수치임
- 한국은 전체 10위권에는 들지 않는 것으로 확인됨
- 미국의 전체 ‘따로 분류되지 않은 조제 식품’ 수입액은 전년대비 5.54% 상승하였으며 국가별 수입액도 전반적으로 상승폭을 보임

## 2. 건강음료 및 건강기능식품 소비 동향

### □ 음료 소비 트렌드

- 2013년 6월 7일부터 9일까지 라스베이거스에서 열린 미국 건강음료 엑스포에 따르면 2013년과 2014년까지의 음료소비 트렌드는 기능성 음료, 미식의 음료, 간단하게 마실 수 있는 음료 등이 될 것으로 예상하고 있음
- 행사 주최자에 따르면 2013년과 2014년 음료 트렌드는 두 가지의 기능을 섞은 음료로 소비자들이 즐겨 마시면서도 건강관련 에너지 드링크의 효능을 가진 것임

### □ 건강기능식품 소비 트렌드

- 미국 식품영양학 전문지인 Nutrition Business Journal에 따르면, 지난 2006년부터 2012년까지 6년간 미국 식이보충제 시장에서 종합비타민제(Multivitamins)가 가장 많은 판매율을 기록함
- 이어서 스포츠 영양 보충제, 비타민 B, 비타민 K, H 등, 그리고 피시 오일이 많이 판매된 것으로 조사됨

### □ 건강기능식품 관련 통계

- 온라인 기반 전문 통계기관인 Stastita에 따르면 2012년 미국 소비자들이 건강기

---

능식품을 복용함으로써 얻긴 희망하는 효과는 다음과 같음

- 전반적으로 건강증진
- 뼈와 연골의 건강증진
- 면역력 강화
- 심장기능 강화
- 질병 예방
- 에너지 증진
- 뇌의 기능 및 기억력 향상
- 소화 기능 강화
- 콜레스테롤 수치 약화
- 시력 강화

□ 주요 소비자 및 구매 패턴

- 주요 소비자 계층

- 경제적 안정을 누리고 노령화가 시작된 베이비부머
- 건강한 생활을 추구하는 모든 소비계층

- 소비자 구매 동기

- 건강관리에 관심이 높은 소비자들에게 건강음료는 소다와 커피의 대체재로 이용될 수 있음
- 건강음료는 비교적 가격이 높은 프리미엄 시장에 속하므로 경제적으로 여유 있는 소비계층에서 추가적 비용을 지불하더라도 제품 구입을 원하는 경향
- 시중에 흔하지 않은 색다른 맛은 소비자들의 호기심을 자극

### 3. 보완대체의학

#### (Complementary and Alternative Medicine Products)

□ 미국 FDA가 정의한 보완대체의학이란 다양한 의학 및 건강보호시스템, 관행, 제품으로 전통적인 의약품으로 분류되지 않은 것을 말함

- 보완 의약품이란 기존의 전통적인 의약품과 함께 사용되는 것을 말함

---

- 대체 의약품이란 전통적인 의약품을 대체하여 사용되는 것을 말함

- 한의학은 보완대체의학으로 볼 수 있음

□ 미국국립보건원(NIH, National Institute of Health)산하 보완대체의학연구소(NCCAM, National Center for Complementary and Alternative Medicine)에 따르면 보완대체의학은 다음과 같은 4가지의 영역에 포함됨

- 생물기반 요법
- 에너지 요법
- 수기 및 신체기반 요법
- 심신의학

- 보완대체의학은 구체적인 테라피와 요법에 따라 해당 제품이 화장품, 기기, 건강기능식품, 의약품, 식품, 식품첨가물 등으로 분류되어 해당 규정을 따름

- 추가적으로 보완대체의학에 대해서는 다음과 같은 사이트를 참고해볼 수 있음  
<http://www.fda.gov/RegulatoryInformation/Guidances/ucm144657.htm>

#### 4. 건강기능식품 등록 절차

□ 우리나라에서 건강기능식품으로 불리는 제품들은 미국에서 식이보충제로 불리며 이로 등록을 하기 위해서는 우선 해당 제품의 원료가 1994년 10월 15일 이전에 판매된 적이 있는지 확인을 해봐야 함

- 1994년 10월 15일 이전에 판매된 이력이 있는 원료를 사용한 제품이라면 사업기록과 홍보책자 및 보도 자료를 제출해 FDA로부터 안전성의 검증을 받으면 됨

- 만일 1994년 10월 15일 이전에 판매된 이력이 없는 원료라면 제품을 판매하고자 하는 기업은 상당한 과학적인 증거를 통해 제품의 안전성을 입증해야함

- 1994년 10월 15일 이전에 판매된 적이 없는 식이보충제 원료는 새로운 식이원료(New Dietary Ingredient)로 불림

□ 식이보충제의 상당한 과학적인 증명

---

- 안전성 근거 자료로 FDA가 따로 규정한 제한은 없으므로 논문 또는 해당 원료를 이용해 실시한 독성연구(유전독성연구, 90일 독성연구, 이상반응을 관찰하도록 잘 설계된 임상시험)

- 포괄적인 제품 안전성 개요 : 임상 및 동물 독물학 정보를 객관적으로 요약한 것으로 제시된 조건 아래에서 섭취한다면 인간에게도 무해하다는 것을 보여주어야 함
- 독물학 연구
- 임상시험
- 기타 실험
- 사용 이력
- 기타 안전성 및 독물학 참고자료

□ 미국 약전(USP, US Pharmacopeial Convention)은 의약품, 식재료, 식이보충제의 검증, 품질, 순도, 효능에 대한 기준을 마련하는 과학적 비영리 단체로 의약품과 식품에 대한 품질, 안전성, 혜택을 보장하는 공공 기준 및 관련 프로그램을 제공하여 전 세계 건강 수준을 높이는 데에 목표를 둠

- 식이보충제 개론인 「USP DSC」를 매 3년에 한 번 개정되어 발간되니 이에 포함된 800여개의 식이보충제 원료의 식별, 강도, 품질, 그리고 순도를 포함한 모노 그래프를 참고해볼 수 있음

- 「USP DSC」는 USP의 홈페이지에서 하드카피로 구매를 해야 함

□ 신고절차

- 미국에서 식이보충제 관련 규제는 시판 전 허가가 아닌 사후관리체도로 제품 시판 전에는 허가가 아닌 통지의 형태로 FDA에 시판 75일 전 통지문을 제출하여야 함

- 통지문에는 다음과 같은 내용을 포함하도록 해야 함

- 제출자 성명과 주소
- 신규 식이원료의 명칭 (허브나 보타니칼의 경우, 저자를 포함하여 라틴 이명을 포함)
- 신규 식이원료가 들어가 있는 식이보충제 설명 : 제품에 함유된 해당 신규 식이

---

원료의 수준, 표지에 서술된 해당 제품의 사용조건, 사용 이력 또는 식이 원료를 제품 표지에 권고하였거나 제안한 조건 아래 사용하였을 때 안전할 것으로 기대되는 안전성 근거자료

- 시판 75일 전 작성되어야 하는 통지문은 다음과 같은 홈페이지에서 확인해볼 수 있음 :

<http://www.fda.gov/downloads/Food/GuidanceRegulation/UCM259759.pdf>

## III 미국 가격 정보

### □ 미국 내 가격 정보

- 정관장과 한삼인처럼 국내 브랜드가 미국으로 수출한 경우뿐만 아니라 건강기능식품을 생산하는 미국 및 캐나다 업체들도 한국 삼을 이용해 제품을 만들고 판매하는 것으로 밝혀짐

### □ 온라인 오픈 마켓 건강관련 제품 판매 현황

- 온라인 건강관련 제품 판매가격

업체명	한삼인	한삼인	한삼인
제품 이미지			
제품명	홍삼정 골드(240g)	6년근 홍삼순액(70mlx30포)	6년근 한삼 30지(300g)
가격	\$200	\$140	\$240

업체명	한삼인	Nature's Herbs	Nature's Herbs
제품 이미지			
제품명	봉밀절편홍삼(20gx10개포)	Nature's Herbs Korean Ginseng Root-50ea	Nature's Herbs Power-Herbs 50ea
가격	\$100	\$15.69	\$31.38

출처 : H Mart(<http://www.hmart.com/>), DSN(<https://www.sportsupplements.com/>)

업체명	정관장	정관장	정관장
제품 이미지			
제품명	홍삼정 차(3gx50포)	홍삼정캡슐골드(60g)	홍삼분(90g)
가격	\$50.00	\$53.00	\$56.40

업체명	정관장	정관장	정관장
제품 이미지			
제품명	정관장(150g)	Honeyed Slices(20gx10포)	Extract Limited(100g)
가격	\$153.70	\$105.00	\$115.20

출처 : 정관장 미주법인(<http://www.kgcus.com/North-America-ko.html>)

- 미국에서 판매되는 정관장 제품의 경우 대부분 가격대가 비슷하거나 낮게 책정된 것으로 확인됨

□ 온라인 오픈 마켓 음료품 판매 현황

- 온라인 에너지 드링크 판매가격

업체명	Red Bull	Monster	Rockstar
제품 이미지			
제품명	Red Bull Energy Drink(355ml)	Monster Energy Drink(473ml)	Rockstar Energy Drink(473ml)
가격	\$2.68	\$1.99	\$1.40

출처 : Wal-Mart(<http://www.walmart.com>)

- 미국 에너지 드링크의 경우, 미국 내 가장 높은 판매율을 보이는 제품은 레드불, 몬스터, 락스타 순임
- 첨가된 맛과 종류에 따라 가격은 다르지만 레드불의 가격이 비교적 높은 편이며 대부분 한 병(473ml)당 \$1~\$2대의 가격을 보이는 것으로 확인됨

- 온라인 비타민음료 판매가격

업체명	Glaceau	Gatorade	Jones Soda
제품 이미지			
제품명	Vitamin Water	Gatorade G Lemon-Lime(3.78L)	Clear American Tangerine Lime Water(33.8 fl oz)
가격	\$2.19	\$3.98	\$0.68

출처 : Wal-Mart(<http://www.walmart.com>),

– 온라인 한국 건강음료 판매가격

업체명	동화약품	동아제약	슬표 조선무약
제품 이미지			
제품명	가스활명수	박카스	위청수(10병)
가격	\$1.39	\$1.29	\$9.99

출처 : Koa Mart(<http://www.koamart.com/>), H Mart(<http://www.hmart.com/>)

– 미국 대형 유통마트가 아닌 소규모 한인 마트에 의해 수입되어 판매되는 것으로 확인됨

– 온라인 일본 에너지드링크 판매가격

업체명	Happy Bunny	Harcos	Nintendo
제품 이미지			
제품명	Spaz Juice Energy Drink(8.4oz)	Zombie Survival Energy Drink(8.4oz)	Super Mario Bros. Energy Drink(8.4oz)
가격	\$1.68	\$1.68	\$1.68

출처 : Asian Food Grocer(<http://www.asianfoodgrocer.com/>)

– 온라인 일본 차(茶) 판매가격

업체명	Ito En	Itoen	Itoen
제품 이미지			
제품명	Green Tea(67.60oz)	Jasmine Tea(67.6oz)	Oolong Tea(67.60oz)
가격	\$5.99	\$5.99	\$5.99

출처 : Asian Food Grocer(<http://www.asianfoodgrocer.com/>)

- 일본산 에너지 드링크와 차 같은 경우, 미국에서 유통은 되고 있지만 마찬가지로 아시아 식료품점이나 일본 식료품 전문 판매점에서 유통되고 있는 것으로 확인됨
- 주로 작은 캔보다는 큰 용량으로 유통되고 있는 것으로 조사됨

## IV 미국 유통 정보

### 1. 식품 유통채널

- 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

- 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, 소프트 드링크 등)이 25%, 건강 관련 비(非)식품 (미용 관련 등) 및 기타문구 용품 등이 25%를 차지하고 있음

#### □ 아시아 슈퍼마켓

##### - 한국계 슈퍼마켓

- H Mart: 미국 뉴욕, LA, 시애틀 등지에 자체 매장을 갖추고 있으며 미국 최대의 한인 마트로 손꼽힘
- Hannam Super Market: 미국 동서부에 자체 매장을 갖춘 한아름 마트와 함께 미국 2위의 한국 마트임

##### - 일본계 슈퍼마켓

- Mitsuwa: 남가주 5개, 북부 캘리포니아 1개, 시카고 1개 및 뉴저지에 1개 점포
- Nijiya: 캘리포니아 남부 6개, 북부 캘리포니아 4개, 뉴욕 1개 및 하와이 1개 점포

- Marukai: 캘리포니아 남부 7개, 북부 캘리포니아 1개, 하와이 1개 점포

- 중국계 슈퍼마켓

- 99 Ranch Market(Tawa Supermarket) : 캘리포니아 주에 25 점포 이상 있으며, 조지아, 네바다, 워싱턴에서 점포 설립을 추진 중임. 남부 캘리포니아에는 많은 아시아계 이민자가 살고 거주 구역별로 커뮤니티를 형성하면서, 다수의 중소 슈퍼마켓이 있음. 이 슈퍼마켓의 일부에서 음식이 판매되고 있지만, 특히 중국계, 한국계 슈퍼마켓에서 많은 일본 음식이 인기를 얻고 있음

□ 미국 내 소매 유통 업체 순위

< 미국 내 소매 유통 업체 순위 >

(화폐기준 : 미국달러 / 단위 : 백만달러)

순위	회사명	매출액			영업이익		
		2012년 반기	2013년 반기	증감	2012년 반기	2013년 반기	증가
1	월마트 스토어	227,075	230,900	1.7%	13,052	13,215	1.2%
2	CVS케어마크	61,512	62,011	0.8%	3,111	3,667	17.9%
3	크로거	50,791	52,765	3.9%	1,346	1,473	9.4%
4	코스트코	45,291	48,954	8.1%	1,267	1,460	15.2%
5	홈 데포	38,378	1,646	8.5%	4,283	5,112	19.4%

출처 : <http://www.ceoscoredaily.com>

□ 주요 유통업체

- Wal Mart

- 월마트 스토어 주식회사는 미국에 본사를 둔 유통 업체, 포춘 500 선정 2007년 매출 기준 세계 최대의 기업, 1962년 샘 월턴이 아칸소 주에 작은 잡화점을 시작한 것에서 시작
- 월마트는 매출액 3500억 달러로 미국 식료품 판매의 19%를 장악하고 있는 세계 최대 기업이며, 종업원 수가 190만 명으로 세계에서 가장 많은 근로자를 고용. 따라서 월마트의 정책 결정이 타 기업들에 미치는 영향이 지대. 예를 들어, 2006년 초, 월마트는 재고관리의 효율성 개선을 위한 새로운 시스템을 도입. 이 단순한 변경만으로도 세계 1위의 세계 회사 P&G의 연초 매출액이 감소. 물론 P&G의 매출액 감소는 주식 가치 급락으로 이어짐

- The Kroger

- 1883년에 오하이오 주의 신시내티에서 버너드 헨리 크로거(Bernard Henry Kroger)가 식료품점을 연 것이 시초
- 1997년 오리건 주에 기반을 둔 대형 체인인 프레드 마이어(Fred Meyer)를 인수하여 식료품 소매점 분야에서는 미국 1위로 확고히 자리 잡았고, 그 외에도 전국 각지의 여러 소매 점포들을 인수. 많은 소매업체를 인수하면서 2010년 기준으로 미국 전역에 3,609개의 점포가 있으며, 점포는 대형할인점(하이퍼마켓 포함)·기업형 슈퍼마켓·백화점·액세서리점 등 다양한 종류가 있음
- 크로거 자체 이름의 점포는 중서부와 남부에 주로 분포되어 있으며, 그 외 지역에서는 인수 이전의 이름을 그대로 쓰는 것이 많음. 본사는 여전히 오하이오 주 신시내티에 있으며, 현재 월마트 다음가는 미국 제2의 유통업체이며, 식료품 소매 및 슈퍼마켓 분야에서는 미국 최대의 업체

- Costco Wholesale Corporation

- 미국의 회원제 창고형 대형 할인점 업체로 1993년 두 창고형 할인점 업체인 프라이스클럽과 코스트코가 합병하였고, 1997년 코스트코 홀세일 코퍼레이션으로 개편
- 코스트코는 두 창고형 할인점 업체인 프라이스클럽과 코스트코의 합병한 기업으로, 1976년 회사가 프라이스클럽이라는 이름으로 처음 사업을 시작한 곳은 미국 샌디에이고 모레나 대로에 개조한 비행기 격납고였음.. 처음, 소규모 회사들만을 상대로 영업을 했던 회사는 일반 회원들에게도 서비스를 제공
- 1993년 코스트코와 프라이스 클럽이 합병하여 프라이스코스트코(PriceCostco)라는 회사가 되었고, 매장은 프라이스클럽과 코스트코의 브랜드로 운영하며, 206개 매장에서 연 160억 달러의 매출 달성. 1997년, 코스트코 홀세일 코퍼레이션으로 회사명을 변경하고, 모든 매장을 코스트코로 리뉴얼. 이후, 대한민국, 캐나다, 멕시코, 일본 등으로 매장을 확대, 2013년 6월 18일 기준 8개국에 627개의 매장을 보유
- 코스트코의 모든 매장은 회원제로 운영되고 있어, 정해진 기준에 의한 회원권을 발급받아야 함. 회원권은 전 세계 코스트코 매장에서 모두 사용 가능. (2012년 5월 24일 기준 전 세계 회원수 6,740만명)
- 각국의 코스트코 매장에서는 현금과 수표 외에 신용카드로는 코스트코와 계약을 맺은 한 회사의 카드만 사용 가능한 1국가 1카드 원칙을 고수. 미국과 캐나다에서는 아메리칸 익스프레스만 사용 가능하며 코스트코 측은 이런 원칙에 대해, 카드사 한 곳만 거래함으로써 가맹점 수수료를 부담을 줄여 제품가격을 낮추기 위한 정책이라고 하고 있으나, 소비자의 불편 때문에 대한민국 내에서는 논란이 있

있음

## 2. 식품 유통구조

### □ 건강기능식품 유통구조

- 미국의 식이보충제 판매 채널은 크게 6가지로 구분됨
  - 다단계 판매 (Multi-level Marketing)
  - 메일/DRTV/라디오
  - 대량판매 (Mass Market)
  - 전문품 소매점 (Natural & Specialty Retail)
  - 개인 전문판매원 (Practitioner)
  - 인터넷 (Internet)

< 2012년 미국 식이보충제 채널별 매출 >



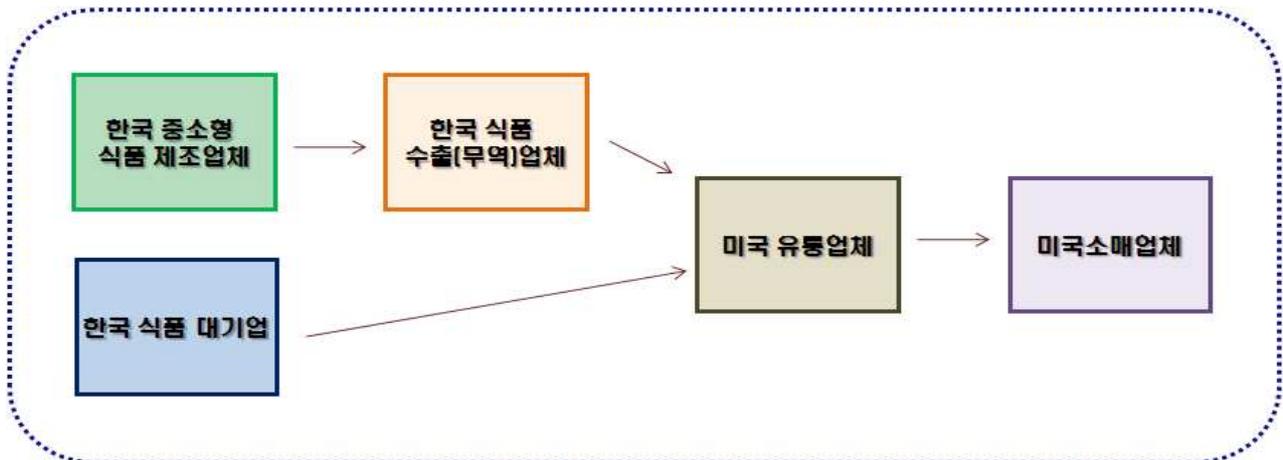
출처 : Nutrition Business Journal estimates.(\$mil., consumer sales)

- 유통 채널별로는 Natural & Specialty Retail이 36%로 가장 높은 점유율을

보였으며 Mass Market이 29%, Multi-Level Marketing이 16%, Practitioner이 8%, Internet이 6%, 그리고 Mail/DRTV/Radio가 5%순으로 그 뒤를 이음

### 3. 식품 유통현황

< 한국 식품 유통 구조 >



출처 : EC21 Research & Consulting

- 대기업 식품의 경우, 미국 유통업체에 직접 거래하는 반면, 중소형 식품기업들은 한국 내 식품 수출(무역)업체들을 통해 미국 유통업체에 제품을 납품하는 경우가 대부분인 것으로 파악되었음
  - 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 맞춰줄 수 있는 수출업체와의 거래를 선호함
  - 미국 유통업체들이 한국 식품 수출(무역)업체에 필요한 농식품 아이টে을 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 컨테이너 하나 이상의 물량을 맞춰 미국 유통업체에 납품함

# V 미국 통관 정보

## 1. 관세 및 기타 세금

### □ 관세율

- 비타500 및 옥수수수염차는 일반 음료품으로 관세율표 제 2202호, 설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않는 음료에 포함되어 HS CODE 「2202.90」으로 분류됨
- 한.미 FTA의 체결로 인해 음료수는 특별세율의 적용을 받아 리터당 0.2¢의 세율을 받음

< 관세율 >

HS CODE	품목	기본세율	협정세율
2202.90	기타 음료	4 ¢ /liter	0.2 ¢ /liter

출처 : 관세청 (www.customs.go.kr)

- 청심원 및 경옥고와 같은 한방의약품은 식품으로 분류되어 관세율표 제 2106호, 따로 분류되지 않은 조제 식료품에 포함되어 HS CODE 「2106.90」로 분류됨
- HS CODE 「2106.90」의 호(소호)해설에는 「식이보조제로 칭하여지는 조제품, 식물성 엑스, 과실농축물, 벌꿀, 과당 등을 기제로 하여 여기에 비타민류를 첨가하고 때로는 소량의 철화합물을 첨가한 것이다. 이들 조제품의 포장에는 종종 이들이 일반적인 건강이나 혹은 안녕을 유지한다는 취지가 표시되어 있다. 그러나 병의 예방 또는 치료를 목적으로 한 유사한 조제품은 포함되니 아니한다.»이 포함됨

< 관세율 >

HS CODE	품목
2106.90	따로 분류되지 않은 조제 식료품

출처 : 관세청 (www.customs.go.kr)

- 한방의약품의 세율 같은 경우, 호(소호)에 따라 달라지기 때문에 유리한 방법으로 HS CODE를 정해 수출할 수 있도록 함

## □ 관세 이외의 세금

- 특정 상품에 부과되는 국내 소비세 및 항만 유지 수수료 등을 세관이 고나런 부처를 대신하여 징수하며, 또한 세관 사용료 등을 부과함. 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 면세 제품 포함)에 대하여 세관의 요금이 징수됨
- 수수료 면제화물
  - 미국 관세율 표 제 98류 감면세 품목 ( 일부 예외 있음 )
  - 미국 속령 ( 괌, 미국령 사모아, 버진 아일랜드, 푸에르토리코 ) 상품
  - 후발 개발 도상국 상품
  - 카리브 해 경제 회복 ( CBI ) 대상 국가 상품
  - 이스라엘과 자유 무역 협정 대상 제품
- 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%(1990

---

년까지는 0.04 %)에 해당하는 從價稅을 부과하는 것으로, 1987년부터 실시하고 있으며, 수출·수입·국내화물 등에 관계없이 징수됨

- 부가가치세 : 미국에서 2012년부터는 상품이나 서비스에 대해서는 연방 부가가치세(VAT)가 없으나 대신 판매 세금이 대부분임

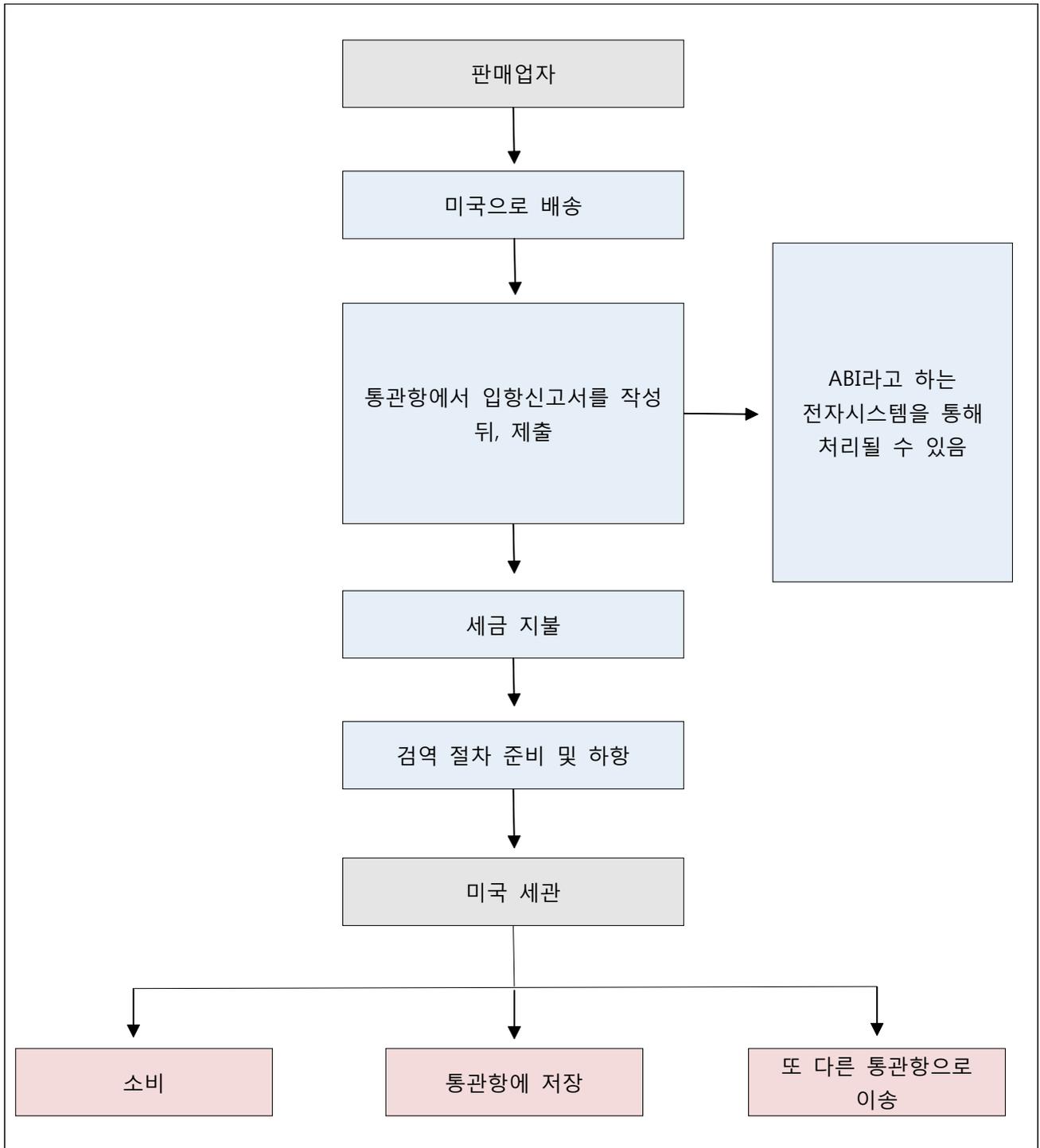
■ 일반 비즈니스 과세의 형태로 “단일 사업 세금” (SBT)으로 알려진 VAT의 형태를 사용하며 이 VAT를 사용하는 미국이 유일한 상태임

□ 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 배제대상임

## 2. 통관 절차

### □ 미국 수입통관 절차



출처 : KATI (<http://www.kati.net/>)

- 적하목록 (Manifest)를 제출 → Entry를 제출 → 물품을 반출 → 개산한 관세와 함께 Entry Summary를 제출하여 심사 → 관세를 정산

- 운송회사는 세관 입항신고 시 Manifest를 함께 제출
- 세관은 Manifest 기재내용과 일치하게 물품이 장치, 보세운송 되는지를 확인하고 수입자가 제출한 Entry 기재내용의 상호 일치 여부를 확인
- 물품 도착 후 수입자는 근무일 기준 15일 이내 수입신고 (Entry 제출)
- 수입자는 반출 후 10 영업일 이내에 개산한 관세와 함께 Entry Summary를 세관에 제출 (상품 세 번 분류, 과세가격, 관세 상정은 일단 모두 수입자가 자율적으로 결정)
- 세관은 Entry Summary를 심사하여 세액확정, 통계작성, 기타 쿼터 등의 제반 규제법령등과 일치 여부를 심사
- 수입업자가 개산하여 납부한 관세액과 심사결과 납부해야 할 세액을 비교, 과잉 납부액을 환급하고 부족액을 추가로 징수하는 절차로서 Entry 제출일로부터 1년 이내에 하는 것이 원칙
- 미국은 GATT (WTO의 전신) 산하 관세협력위원회가 채택한 국제상품분류 제도 (HS Code)에 의거, 미국의 실정에 맞게 세분한 HTSUS (Harmonized Tariff Schedule of the US )를 운용, 8단위를 기준으로 할 경우 총 9,121개에 달하는 세부 품목별로 관세율을 정해 둔 방대한 관세율표를 운용하고 있으며 아울러 상품 분류가 반드시 일반통념과 일치하는 것도 아니므로 사전에 충분히 검토하여 가장 낮은 관세율을 적용 받을 수 있는 길을 모색해야 함
- 미국은 개도국에 대해 일반특혜관세제도 (Generalized System of Preferences, GSP )를 운영하여 낮은 관세율을 적용하고 있으나, OECD에 가입할 정도로 성장한 한국은 해당이 없음. 다만, 제 3국에 투자 진출하여 미국의 원산지규정에 의해 해당 국가의 제품으로 인정받는 경우에는 GSP가 유용한 수단이 될 것임

#### □ 「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

### 3. 통관 거부사례

#### 1) 홍삼 (Korean Red Ginseng Pouch) 통관 거부

구분	내용	
통관거부일자	2013년 09월 06일	
담당 검역소	LOS-DO	
제품 코드	54FYY12	
통관 거부 사유	No English	- 403(f), 801(a)(3); MISBRANDING : 21 CFR 101.15(c)에 따른 라벨링 영어 미기재
	No Process	- 402(a)(4) 801(a)(3); ADULTERATION : 제조업체가 21 CFR 108.25(c)(2) 나 108.35(c)(2)에서 요구하는 계획된 과정에 대한 정보를 제출하지 않음

출처 : KATI (www.kati.net)

#### 2) 홍삼액 (Ginseng Extract) 통관 거부

구분	내용	
통관거부일자	2013년 07월 01일	
담당 검역소	SWI-DO	
제품 코드	25LYY99	
통관 거부 사유	LABELING	- Section 4(a); 801(a)(3) Misbranding : 이 제품은 배치, 형태 그리고/또는 제품설명서가 FPLA를 위반한 것으로 보임
	LACKS	- 403(a)(1), 801(a)(3); MISBRANDING

	FIRM	: 제품 포장 안 식품 라벨에 이름과 제조사의 위치, 유통업체, 포장 업체가 표시되어 있지 않음
	LIST INGRE	- 403(i)(2), 801(a)(3); MISBRANDING : 두 가지 이상의 식재료로 만들어진 식품으로, 라벨에는 각각의 재료에 대한 공통적인 명칭을 나열하지 않았음
	NUTRIT LBL	- 403(q); 801(a)(3); Misbranding : 이 제품은 라벨에 영양에 관한 정보가 허위, 과장된 것으로 보임

출처 : KATI (www.kati.net)

- 관세청산, 통관거절 및 반화요구 등과 같이 세관 결정에 이의가 있는 경우 불복할 수 있으나 청산일 또는 결정일로부터 90일 이내에 불복할 수 있으며 그렇지 않으면 청산 또는 결정은 최종적으로 확정되고 미국 정부, 법원, 수입자를 포함한 모든 이해관계자를 구속함
- 세관의 법률 또는 사실판단에 대한 착오는 모두 불복사유가 될 수 있으며 통관 시 자신이 예치한 금액대로 세관이 청산을 하는 경우에도 불복할 수 있으나 단, 관세청본부의 심사를 요청할 수 있는 경우는 특정한 경우로 제한됨
- 통관거절에 대한 불복의 경우, 세관은 30일 이내에 결정해야 하고, 동 기간 내에 결정을 내리지 않으면 불복을 수용하지 않은 것으로 간주하며 청산이나 기타 세관 결정과 관련한 불복에 대해서는 2년 이내에 결정을 내려야 함

< 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/>)

#### 4. 통관 유의사항

- 수출업자는 입항 신고 시, 미국 관세국경보호청(U.S. Customs and Border Protection)이 주관하는 무역자동화시스템(Automated Commercial System)에 정보를 기입하여야 하고 이 정보는 미국식약청의 Operational and Administrative System for Import Support와 함께 나중에 검역 시 사용됨
- 무역자동화시스템(Automated Commercial System)에는 다음과 같은 정보가 기입되어야 함
  - CBP entry information (CBP 입항정보)
  - entry number (입항 번호)

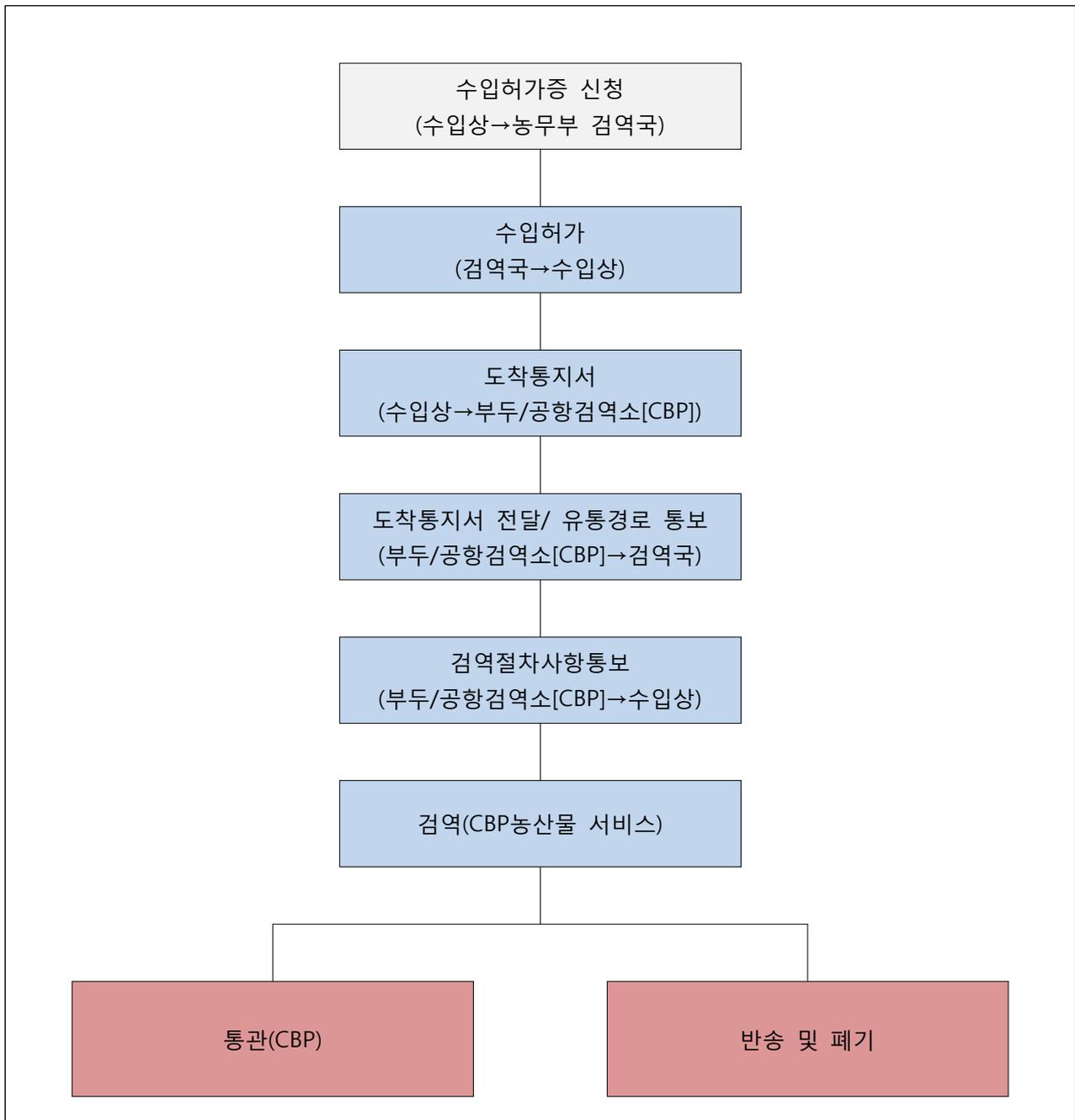
- 
- entry date (입항 날짜)
  - importer identification (수입업자 신원확인서)
  - port of entry (통관항)
  - vessel/voyage information (적재 정보)
  - filer identification (담당자 신원확인서)
  - harmonized Tariff Schedule (HTS) code for product (상품 HTS 코드)
  - information on foreign shipper (외국 운송업자 신원정보)
  - country of origin (원산지)
  - quantity (수량)
  - value (가격)
- Operatonal and Administrative System for Import Support에는 다음과 같은 정보가 추가적으로 기입되어야 함
- FDA product code (FDA 상품 코드)
  - MID code of the foreign manufacturer (해외 제조업자의 MID코드)
  - MID information of the foreign shipper, including city and country (도시와 국가를 포함한 해외 운송업자의 MID 정보)
  - Country of origin (원산지)

# VI 미국 검역 정보

## 1. 수입 식품의 검역

### □ 검역 절차

< 수입식품 검역절차 >



출처 : KATI (www.kati.net)

## 2. 미국의 수입 식품 정책

- 2001년 9.1 이후 식품 관련 테러에 대한 우려가 높아졌으며, 이에 대한 대응방안으로 2002년 바이오테러법(Public Health Security and Bio terrorism Preparednes and Response Act of 202), 2001년 식품안전현대화법(Fod Safety Modernization Act of 201)이 입법되었음
- 식품안전현대화법의 특징은 모든 식품(미국에 수출되는 식품 포함)에 위해요소 분석과 문서화를 요구한다는 점으로 사실상 HACCP(Hazard Analysis Critical Control Points)의 의무화라고 할 수 있음
- 식품안전현대화법이 요구하는 HACCP이란 알러지의 원인이 되는 알레르겐, 방사선 물질 등을 포함한 모든 생물적, 화학적, 물리적 위해요소와 함께 부패, 변질 그리고 테러리즘에 의한 의도적인 위해요소도 열거하고 있음
- 또한 미국 식품의약국(FDA\_The Department of Health and Human Services Fod and Drug Administration)의 권한을 강화해 주로 수입식품에 대한 규제를 강화하고 있음
  - 특히 수입식품의 제조 등을 행하는 시설 책임자는 위해위험이 있을 시에는 예방적 관리조치를 계획하고 실행하는 것을 의무화함
    - ※ 해외 공급업자 관리 및 의무 강화
  - 더불어 미국의 수입업자에 대해서 수입식품의 안전하다는 것을 검증하도록 의무화함
    - ※ 수입업자의 관리 및 의무 강화
- 바이오테러법은 미국 내의 식품 공급망이 위협받거나 실제 활동 중인 테러리스트의 식품 공급 테러 및 타 식품 관련 긴급한 상황으로부터 시민들을 보호하기 위한 것으로 추가적 절차 수행을 위해 FDA 역할을 강화함
- FDA는 다른 법률과 함께 「공공보건과 바이오테러 방지 및 대응법률」에 의거하여 미국 내로 수입되는 식품 및 가축사료에 대한 「Prior Notice」를 받도록 되어 있음
  - 식품 관련 시설의 등록
  - 식품 수입의 사전신고

- 식품에 관한 기록의 정비 및 보존
- 행정적 역류 조치

### 3. 미국의 수입 규제

- 수입 관련 「식품안전현대화법(FSMA)」의 주요 내용은 수입식품 안전관리 강화임
  - 수입업체의 해외공급업체 검증프로그램 의무(FSMA 301조) - 각 수입업자는 해외 식품공급업체의 생산제품이 미국법령에 적합한 지 검증할 수 있도록 규정
    - ※ 103조 위해평가, 예방조치, 기록 및 확인의무 준수
  - 자발적 수입자격자 신청 프로그램 혜택(FSMA 302조) - 해당 수입식품에 대해 신속한 검사와 통관 혜택이 있으며 인가된 제3자 기관이 검증한 시설에서 생산한 식품에 대해 신청이 가능하도록 규정
  - 고위험 식품에 대한 수입 인증서 요구가능(FSMA 303조) - 고위험 식품에 대해서 수입되기 전 고위험 식품인증을 요구할 수 있도록 규정
    - ※ 최근 미국 내 고위험 식품시설에 대한 분류기준 발표2)
  - 수입식품 선적 사전 통보 시 수입거부 이력 제출의무(FSMA 304조) - FDA는 202년 「바이오테러법」에 의거한 사전 통보 규정을 수립했으며, 본 개정은 수입 거부당한 국가명단을 포함하여 제출하도록 규정
  - 실사 거부 시 수입거부 조치(FSMA 306조)
  - FDA의 실사요청 후 24시간 혹은 약정된 시간 내에 미수락 시 수입 거부 가능
- 수입품 운송에 대한 사전 통지제도
  - 미국 관세국경보호청(CBP: the U.S. customs and Border Protection)과 FDA가 함께 수입품 검역 대상을 선정하고 있음
  - FDA는 「PREDICT\_Predictive Risk-based Evaluation for Dynamic Import Compliance Targeting」라 불리는 컴퓨터 시스템을 활용하여 검역이 필요한 선적물품의 정보를 표시하고 있음

- 
- 현재 「PREDICT」를 통한 검역 작업은 내륙항, 해항, 공항의 미국의 수입 활동의 70%를 책임지고 있으며, 수입업자는 미국 내로 반입하는 식품에 대한 제도 및 정책을 따르도록 해야 함
  
  - Prior Notice(사전통지) : 식품을 미국 내에 반입시키기 전에 사전에 FDA에 통지해야함
  - 외국 제조업자 및 식품 유통업자는 해당 식품이 허가 받기 이전에 FDA에 사전등록 해야 함

---

## Ⅶ 미국 바이어 정보

---

※ 바이어 리스트는 별도 엑셀 파일에 작성하였습니다.

---

\* 참고자료

- KATI.NET 내 미국 시장정보
- KOTRA 미국 무역관 자료
- GTA (<http://www.tradestatics.com/gta/>)
- 관세청 (<http://www.customs.go.kr>)
- Stastita (<http://www.statista.com/>)
- 미국 FDA ([www.fda.gov](http://www.fda.gov))
- 미국 관세 및 국경보호청 ([www.cbp.gov](http://www.cbp.gov))