MINI Market Report

국가	미국
제품	선식 제품

주관사 : aT 한국농수산식품유통공사

CONTENTS

Ⅰ 미국 마케팅 방안

□ 건강의 대한 관심 증대로 선식 진출 전망 긍정적

- 오늘날 미국에는 TV나 라디오·신문 등 단 하루도 비만증과 당뇨병, 그리고 암에 대한 보도가 나가지 않는 날이 없을 정도로 식생활과 관련된 각종 질병에 대한 미국 소비자들의 관심이 매우 높음

- 이를 뒷받침하는 설문조사에 의하면 미국 소비자들의 3분의 1일 정도가 쇼핑을 할 때 건강을 염두에 두고 식품을 선택하고 있는 것으로 나타나, 예전에 비해 건강을 의식하고 있는 소비자의 인구가 늘고 있다는 것을 알 수 있음

- 특히, 항산화제와 식물추출물, 그리고 미정백 곡식들이 포함되고 질병 예방과 건강 향상 등의 기능을 지닌 제품들이 높은 인기를 얻고 있음

□ 유사제품 진출 성공사례 벤치마킹 필요 : 이롬라이프 진출 사례

- 국내 대표 생식전문기업인 이롬라이프가 미국 현지 최대 건강식품 전문매장에 진출

- 이롬라이프는 미국내 최대 건강식품 유통업체중 하나인 '홀푸드' 사와 공급 계약을 맺고 미주 및 유럽 현지인의 입맛에 맞춘 생식제품을 '주보(JUVO)' 라는 이름으로 본격 출시

- 이에 따라 이롬라이프는 이미 진출해 있는 미국 캘리포니아 오렌지 카운티 지역에 이어 미국 현지 전역에 유통망을 확보

- 홀푸드는 미국 내추럴 푸드 총판매량의 16.8%를 점유하고 있으며 현지 전역에 145개 체인점에 2만 6,000여명의 직원을 고용하고 있는 현지 최대 건강식품 매장으로 이번 계약 체결로 이롬라이프는 홀푸드의 서부 및 동부 45개 매장에 입점

- 이롬라이프는 "품질검사와 시장성 조사에만 보통 1~2년이 걸리 정도로 홀푸드는 그 명성만큼이나 입점 심사가 까다롭기로 유명한 기업" 이라며 "이에 비해 6개월

만에 심사를 통과한 이번 성과는 국내 건강식품제품의 새로운 가능성을 보여준 것” 이라고 설명

- 또한 “이미 캘리포니아 오렌지 카운티 등 4개 매장에 진출해있으나 미 전역에 유통망을 보유한 매장 진출은 이번이 처음” 이라며 “우리 농산물로 만든 생식이 미국 시장의 시리얼을 대체할 수 있는 자리까지 올라서도록 역량을 집중할 방침” 이라고 첨언

- 이에 따라, 이롬라이프는 미주 유럽 현지인들의 특성에 맞는 별도의 생식브랜드인 ‘주보 (JUVO)’ 를 개발, 현지인들의 감각에 맞는 맛은 물론 제품명과 패키지 개발, 판촉전에도 나선다는 방침

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

- 미국 유통업체들에게 브랜드 인지도가 낮은 제품을 홍보하여 단기적으로 거래성사를 진행하는 것은 쉽지 않음에 따라, 한국 벤더를 대상으로 제품 홍보를 진행하고, 벤더 기업들이 납품하는 미국 유통업체에 납품하는 방안도 하나의 방법

- 대표적 수출업체인 희창물산 등 한국 벤더 업체들과 컨택한 결과, 제품 경쟁력이 있는 경우 당사가 거래하는 현지 바이어에게 제품을 추천할 의향이 있다고 함

□ 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 多
  ■ 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. 수입추이

- 선식류의 미국 HS CODE는「1104.29」에 해당함

HS CODE	품목
1104.29	그 밖의 가공한 곡물 - 기타 곡물의 것

출처 : 관세청 (www.customs.go.kr)

United States Import Statistics						
Commodity: 110429, Grains, Worked (For Example, Hulled, Pearled, Sliced Or Kibbled), Of Cereals, Nesoi						
Calendar Year: 2012 - 2013						
Partner Country		United States Dollars		% Share		% Change
		2012	2013	2012	2013	2013/2012
World		7,827,227	13,019,281	100.00	100.00	66.33
1	Canada	3,483,102	3,903,693	44.50	29.98	12.08
2	Ukraine	0	3,169,596	0.00	24.35	0.00
3	Italy	1,524,178	1,940,684	19.47	14.91	27.33
4	China	603,639	1,197,756	7.71	9.20	98.42
5	Spain	712,481	751,394	9.10	5.77	5.46
6	Taiwan	400,342	453,309	5.11	3.48	13.23
7	Russia	47,084	277,273	0.60	2.13	488.89
8	Ethiopia	165,000	242,618	2.11	1.86	47.04
9	Argentina	0	201,231	0.00	1.55	0.00
10	Thailand	272,403	169,724	3.48	1.30	- 37.69
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
12	Korea South	91,493	103,908	1.17	0.80	13.57

출처 : http://www.gtis.com/

- 미국은 2013년 총 1,301만 9,281 달러 규모의 수입을 하였고, 주요 수입국으로는 캐나다, 우크라이나, 이탈리아, 중국, 스페인이 있음

- 미국의 최대 수입국은 캐나다로 2013년 390만 3,693 달러 규모의 수입을 하였고, 이는 전년대비 12.08% 증가한 수치임

- 2위로는 우크라이나로, 2012년엔 수입이 없었고 2013년엔 316만 9,596 달러 규모의 수입을 하였음. 수입점유율은 24.35%을 기록함

- 이탈리아는 3위로, 2013년 194만 684 달러 규모의 수입을 하였고, 이는 전년대비 27.33% 증가한 수치임

- 한국은 12위를 기록하며 2013년 10만 3,908 달러 규모의 수입을 하였고, 이는 전년대비 13.57% 증가하였음

- 러시아는 2013년 27만 7273 달러 규모의 수입을 하였고, 이는 전년대비 488.89% 증가로 가장 많은 증가폭을 보였음

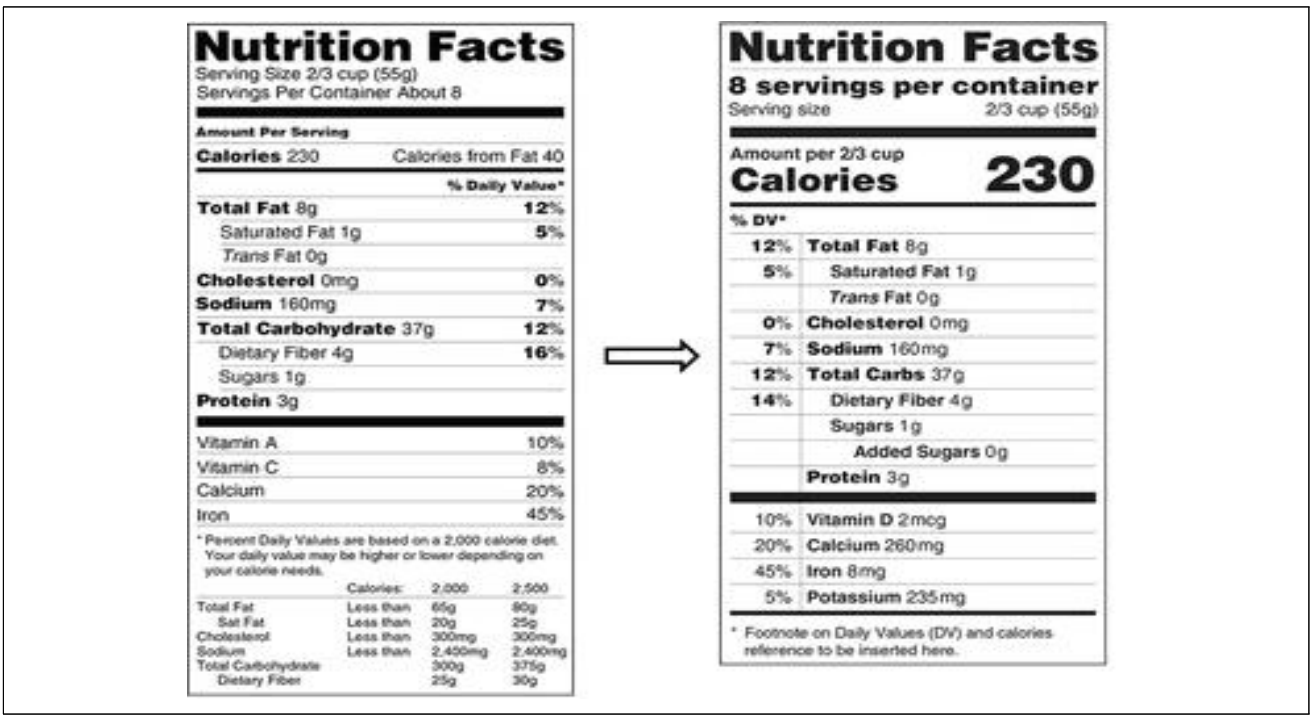
2. 선식 관련 소비 트렌드

□ 비만의 나라 미국「착한 식단」으로 다이어트 돌입

- 미국 FDA, 식품 성분표기에 대한 규제변경안 제안

  - 미국 FDA는 식단과 심장질환의 관계에 대한 최근 연구결과에 따라 식품 성분표기를 수정하는 규제변경안 발표
  - FDA가 새롭게 제안한 식품 성분표기는 기존 표기보다 칼로리 함량 문구 크기를 확대해 소비자가 칼로리 함유량을 쉽게 알아볼 수 있도록 수정
  - 또한, 설탕 첨가량도 추가로 표시해 식품 고유의 설탕 함유량과 제조사가 첨가한 설탕 함유량을 별도로 확인 가능
  - 영양 성분 표기에는 비타민D와 칼륨(potassium)의 함유량도 추가해 소비자의 해당 영양소 섭취를 권장

< 기존 식품 성분표기(좌)와 수정안(우) >



Nutrition Facts
Serving Size 2/3 cup (55g)
Servings Per Container About 8

Amount Per Serving

Calories 230	Calories from Fat 40
	% Daily Value*
Total Fat 8g	**12%**
Saturated Fat 1g	**5%**
Trans Fat 0g	
Cholesterol 0mg	**0%**
Sodium 160mg	**7%**
Total Carbohydrate 37g	**12%**
Dietary Fiber 4g	**16%**
Sugars 1g	
Protein 3g	
Vitamin A	10%
Vitamin C	8%
Calcium	20%
Iron	45%

* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily value may be higher or lower depending on your calorie needs.

	Calories:	2,000	2,500
Total Fat	Less than	65g	80g
Sat Fat	Less than	20g	25g
Cholesterol	Less than	300mg	300mg
Sodium	Less than	2,400mg	2,400mg
Total Carbohydrate		300g	375g
Dietary Fiber		25g	30g

Nutrition Facts
8 servings per container
Serving size 2/3 cup (55g)

Amount per 2/3 cup
Calories 230

% DV*	
12%	**Total Fat** 8g
5%	**Saturated Fat** 1g
	***Trans* Fat** 0g
0%	**Cholesterol** 0mg
7%	**Sodium** 160mg
12%	**Total Carbs** 37g
14%	**Dietary Fiber** 4g
	Sugars 1g
	Added Sugars 0g
	Protein 3g
10%	**Vitamin D** 2mcg
20%	**Calcium** 260mg
45%	**Iron** 8mg
5%	**Potassium** 235mg

* Footnote on Daily Values (DV) and calories reference to be inserted here.

출처 : 미국 식품의약청

– 실질적인 섭취량을 감안해 1회 제공량 조정

- FDA는 식품 성분표기의 1회 제공량(serving size)이 미국인의 실제 섭취량보다 낮게 책정돼 칼로리 함유량이 과소평가되고 있다고 판단
- 이번 규제변경안을 통해 약 17%에 달하는 식품에 대해 1회 제공량을 상향조정해 소비자가 실제 칼로리 함유량을 쉽게 계산할 수 있도록 수정

– 2006년 트랜스지방 추가 이후 첫 수정… 성분표기 확인하는 소비자 증가

- 2006년에 트랜스지방 함량 표기의 의무화 이후 처음으로 성분표기 방식 수정
- 식품 성분표기를 자주 확인하는 미국 소비자 비율이 2002년 44%에서 2008년 54%로 상승
- 식품을 처음 구매할 때 성분표기를 확인한다고 답한 소비자 중 2/3가 식품의 칼로리, 소금, 비타민, 지방 함량을 확인

– 향후 일정

■ FDA는 3월 3일 미국 관보에 해당 규제변경안을 공지할 예정이며 공지 이후 90일 동안 의견수렴절차를 걸쳐 최종 규정을 발표할 전망

□ 미국 정부의「착한 식단」차리기

- 「First' Lady 미셸 오바마의」First'(우선사항), 나쁜 식단 고치기

■ 미셸 오바마 미국 영부인은 미국 학생들의 비만율을 낮추기 위해 2010년 Let's Move 프로그램을 개설하고 학교 급식과 학생들의 식습관 개선에 노력
■ 지난 24일 미셸 오바마는 Let's Move 프로그램의 4주년을 기념하며 미국의 모든 학교에 불량식품과 음료의 마케팅을 금지하는 제안을 내놓음
■ 이번 규제는 아직 확정되지 않았지만 규제가 발효될 경우 미국 학교 내에서 탄산음료 및 과자류 자판기가 금지될 것으로 보임
■ 또한, 미셸 오바마는 미국 농무부와 함께 소비자가 자신의 칼로리 및 영양 섭취를 모니터링할 수 있도록 ChooseMyPlate.com이라는 웹사이트를 개설한 바 있음

- FDA, 트랜스지방 퇴출과 글루텐-프리(gluten-free) 권장

■ FDA는 2013년 11월 트랜스지방을 생성하는 정제가공유지 사용을 금지하는 규제변경안을 발표한 바 있으며 지난 1월 7일 의견수렴이 마감되고 곧 최종 규정 발표 예정(자세한 내용은 2013년 11월 13일자「미국의 트랜스지방과의 전쟁, 한국 중소식품업계 수출 타격 전망」참조)
■ 2006년 트랜스지방 함유량 의무화 이후 2세 이상 미국인의 트랜스지방 하루 섭취량이 2003년 4.6g에서 2010년 1.3g으로 감소했지만 고섭취자 평균이 하루 권장량인 2g을 초과해 퇴출을 결정한 것으로 판단
■ FDA는 2013년 8월 불용성 단백질인 글루텐의 섭취량을 줄이기 위해 글루텐-프리의 기준을 정하고 글루텐을 사용하지 않은 식품에 대해 자발적으로 글루텐-프리 표시를 하도록 권고

□ 다이어트계의 인기 1위, 팔레오 다이어트

- 팔레오(paleo)란「구석기 시대의」라는 뜻을 가진 형용사「팔레오리틱(paleolithic)」의 미국식 줄임말로 팔레오 다이어트는 현대인도 원시인과 같은 식단을 유지해 과체중과 만성질병을 극복할 수 있다고 주장함

■ 이러한 맥락에서 팔레오 다이어트는 수렵-채취인 다이어트, 동굴인 다이어트, 석기시대 다이어트 등으로 불리기도 함

- 2000년대 후반 서서히 유행하기 시작한 팔레오 다이어트는 2013년 구글에서 체중 감량을 위한 식단 검색어 1위를 기록하며 가장 핫한 트렌드로 자리 잡음

- 팔레오 다이어트는 250만 년 전의 원시인과 비교할 때 현대인의 유전적 신체구조는 크게 바뀐 것이 없다는 인식에서 출발함

■ 1만 년 전의 농업혁명으로 곡식을 지배하고 가축을 사육하면서 식탁에 곡류, 콩류, 유제품 같은 식품이 등장했는데, 이러한 식단으로 인해 현대인이 많은 신체적 질병을 겪고 있다고 주장함
■ 특히 신석기 시대 이후에 등장한 식재료, 즉 유제품, 곡류(가공), 콩류, 가공유, 정제된 설탕과 소금, 주류, 커피 등의 섭취를 제한하고 있음

- 팔레오 다이어트, 원시시대 식단이 형성하는 시장

■ 팔레오 다이어트는 원시시대 식재료와 조리법에 기반해 일곱가지 식품 섭취의 법칙을 제시하고 있음

1) 단백질 섭취량 확대: 육류나 해산물 등의 동물성 식품을 주식으로 해 단백질 섭취량을 일일 섭취 칼로리의 19~35% 비중으로 확대할 것을 주장함
2) 탄수화물 섭취량 제한: 전분기가 없는 신선한 과일이나 야채를 통해 일일 칼로리의 35~45%에 제한해 탄수화물을 공급해야 한다고 주장함
3) 식이섬유 섭취량 확대: 현대인이 통곡류(whole grain)에서 식이섬유를 많이 섭취할 수 있다고 믿는 것고 달리, 야채류(통곡류의 8배)와 과일(통곡류의 2배)을 통해 식이섬유를 섭취할 것을 권장함
4) 지방 섭취량 확대: 지방 섭취가 콜레스테롤과 성인병의 원인이라는 믿음과 달리, 팔레오 다이어트 식단을 통해 오메가 3, 오메가 6 불포화 지방 등의 좋은 지방의 섭취를 늘려야 한다고 주장함
5) 염분 섭취량 제한: 가공하지 않은 신선한 식재료의 섭취를 통해 염분 섭취를 제한하고 심장, 간을 비롯한 인체의 장기 기능을 향상시키는 칼륨 수치를 높여야 한다고 주장함
6) 산도 균형 유지: 현대인의 식단은 소화 과정에서 산화되는 식재료(곡류, 콩류, 치

즈, 소금 등)의 비중이 너무 높아 신장결석, 천식, 고혈압, 골격근 손실 등의 문제를 일으키기 때문에 팔레오 다이어트를 통해 산화 과정과 알칼리 과정 간의 균형을 유지해야 한다고 함

7) 미량 영양소 섭취량 확대: 탄수화물, 지방, 단백질의 3대 영양소 외에 신체에서 필요로 하는 비타민, 무기질, 항산화제, 피토케미칼 등을 팔레오 다이어트 식단을 통해 섭취해야 한다고 주장함

< 팔레오 다이어트의 식재료 >

출처 : Janes Healthy Kitchen 홈페이지

- 팔레오 다이어트의 인기 못지않게 반대론이나 회의론적 의견도 많이 등장하고 있지만, 팔레오 다이어트는 음료시장을 비롯해 서비스, 유통시장에 상당한 영향을 미치기 시작하고 있음

■ 식품 유통매장에서는 팔레오 다이어트를 위한 식자재를 구분해 전시·판매하기 시작했으며, 레스토랑에서는 팔레오 다이어트를 따르는 메뉴를 별도로 표시하는 경우가 있음

■ 뿐만 아니라 팔레오 다이어트가 새롭게 구축하는 시장에만 초점을 맞춰 팔레오 다

이어트를 따르는 식자재(방목육 등을 포함)와 조리식품을 판매하는 인터넷 쇼핑몰과 식품 배달 서비스도 등장하고 있음

- 시장조사 전문기관인 민텔(Mintel)에 따르면 팔레오 다이어트에 앞서 미국 식품시장을 강타한 글루텐 프리(Gluten free) 다이어트시장이 2013년 약 105억 달러 규모에 이르렀으며, 2016년까지 48%의 성장률을 보일 것이라 전망함

■ 이러한 조사 결과는 팔레오 다이어트시장의 무한한 성장 가능성을 보여 준다고 많은 전문가가 예측함
■ 2013년 구글에서 다이어트라는 검색어를 포함한 검색 결과 중 팔레오 다이어트(2.18%)는 글루텐 프리 다이어트(1.03%) 대비 2배가 넘는 인기를 기록해 식품시장의 주요한 트렌드로 자리 잡을 것으로 전망됨

Ⅲ 미국 가격 정보

□ Hmart 선식 가격 현황

업체명	motherlove	motherlove	motherlove
제품 이미지			
제품명	family cereal	diet cereal	일품 선식
가격(USD)	USD 59	USD 49	USD 69

출처 : http://www.hmart.com/

업체명	motherlove	motherlove	motherlove
제품 이미지			
제품명	블랙선식	수험생선식	튼튼선식
가격(USD)	USD 45	USD 45	USD 29

출처 : http://www.hmart.com/

업체명	motherlove	motherlove	motherlove
제품 이미지			
제품명	옛날 선식	당뇨환자용 선식	고혈압용 선식
가격(USD)	USD 35	USD 55	USD 59

출처 : http://www.hmart.com/

업체명	이롬생식	Arizona Farm	-
제품 이미지			
제품명	이롬생식	Cactus honey	미숫가루
가격(USD)	USD 150	USD 59.99	USD 8.99

출처 : http://www.hmart.com/

업체명	초림동이	motherlove	이롬생식
제품 이미지			
제품명	검은곡물선식	마가루	Cultivated Mountain Ginseng Natural Raw Meal (40g x 60 packs)
가격(USD)	USD 8.99	USD 59.99	USD 200

출처 : http://www.hmart.com/

업체명	Greenlife	Greenlife	Greenlife
제품 이미지			
제품명	Health+ Smoothie	Family Smoothie	Recovery Smoothie
가격(USD)	USD 17.99	USD 17.99	USD 17.99

출처 : http://www.hmart.com/

□ H&Y 선식 가격 현황

업체명	이롬	이롬	YUFIT
제품 이미지			
제품명	이롬생식	청류	S라인 A+ 네츄럴 디톡스 다이어트
가격(USD)	USD 159.99	USD 154.99	USD 58.99

출처 : http://www.hy1004.com/

업체명	HIBEE	봉평촌	배대감
제품 이미지			
제품명	ORGANIC HONEY POWDER 1LB	미숫가루 1kg	12곡 미숫가루 1KG
가격(USD)	USD 10.99	USD 11.99	USD 10.99

출처 : http://www.hy1004.com/

□ Wal-mart 식사대용품 가격 현황

- 본 온라인 사이트에서는 식사대용품(cereal) 중심으로 가격조사를 진행했음

업체명	-	-	-
제품 이미지			
제품명	Honey Nut Cheerios Cereal,	Quaker Old Fashioned Oatmeal,	Cheerios Family Size Cereal
가격(USD)	USD 4.58	USD 2.98	USD 3.98

출처 : http://www.walmart.com

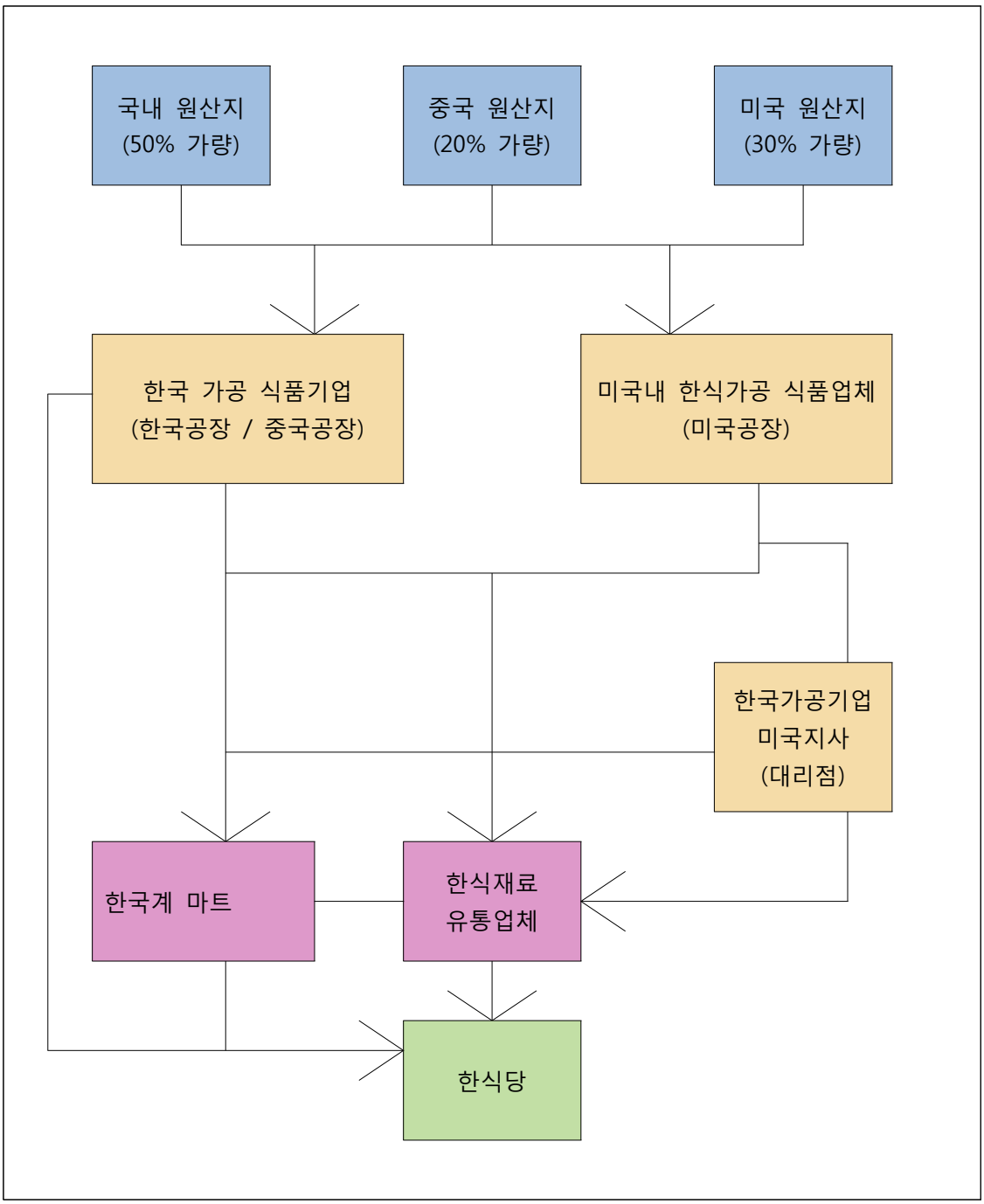
업체명	Kellogg's	Fiber	Post
제품 이미지			
제품명	Frosted Flakes Cerea	One Original Cerea	Great Grains Raisins Dates & Pecans Cereal
가격(USD)	USD 4.58	USD 3.68	USD 3.12

출처 : http://www.walmart.com

Ⅳ 미국 유통 정보

1. 식품 유통 FLOW

< 미국 내 유통경로 >



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

2. 식품 유통구조

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

□ 미국 내 장류(가공재료) 유통업자

– 미국의 식자재 유통채널은 크게 브로드라이너(Boradliners), 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, Perfomance Food Group 등이 대표적임
스페셜티 디스트리뷰터 (Speciality distributor)	전체 유통의 33%정도를 차지하며, 특정 고객층에 특정품목 위주로 공급하는 업체로 Fresh Express, —치묻 Company, 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 Brower, Golden State Foods, MBM 등이 대표적임

– 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 등을 통해 반 가공된 형태로 구매하기도 함

– 일부 식당의 경우 구매담당자가 직접 Costco나 Restaurant Depot과 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

- JFC International은 일본 식재료 공급업체인데, 일반 체인 슈퍼마켓은 물론 일식재료 공급망을 통해 기꼬망 간장,스시용 김 등을 대량으로 공급

- 대형 식재료 유통업체가 수입산을 공급받는 경우, 외국산 식재료를 생산자로부터 직접 공급 받는 경우가 대부분으로 중국, 남미에서 공급받는 물량이 가장 많음.

- SYSCO의 경우, 입찰을 통하거나 해외업체들의 오퍼를 받아들여 수입함

- 소형 식재료 유통업체일수록 제품이 전문화되어 있어, 취급 품목 종류가 적고 부분적임

3. 식품 유통채널

□ 농수산 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)과 세이프 웨이(Safeway) 파빌리온(Pavillion)을 운영하는 세이프 웨이 社(Safeway Inc.) 알버트선(Albertsons)을 운영하는 Albertsons LLC, Ralph's를 운영하는 Ralphs Grocery Company 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 있음. 또한, 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, 소프트 드링크 등)이 25%, 비 식품 건강 관련 상품(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 한남수퍼마켓과 더불어 미국 최대의 한국 마트
  - Hannam Super Market: 미국 동서부에 자체 매장을 갖춘 한아름 마트와 함께 미국 2위의 한국 마트

- 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, 워싱톤에서 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

- 1위 월마트와 매출 규모를 비교할 경우 이마트(대표 허인철)는 2.4% 수준이고 GS리테일(대표 허승조) 0.9%, 호텔롯데 0.7%,에 불과. 또 코리아세븐(대표 소진세)과 이랜드리테일(대표 윤여영)은 0.5% 규모

- 국내 주요 유통업체들이 세계 시장에서 힘을 발휘하지 못하고 있는 까닭은 주로 국내에서만 사업을 확장해 왔기 때문

□ 주요 유통업체

- Wal Mart [1)]

  - 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,

1) 홈페이지 http://www.walmartstores.com

2006년 초, 월마트는 재고관리의 효율성 개선을 위한 새로운 시스템을 도입. 이 단순한 변경만으로도 세계 1위의 세제 회사 P&G의 연초 매출액이 감소. 물론 P&G의 매출액 감소는 주식 가치 급락으로 이어짐

- The Kroger[2)]

  - 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[3)]

  - 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 코퍼레이션로 회사명을 변경하고, 모든 매장을 코스트코로 리뉴얼. 이후, 대한민국, 캐나다,

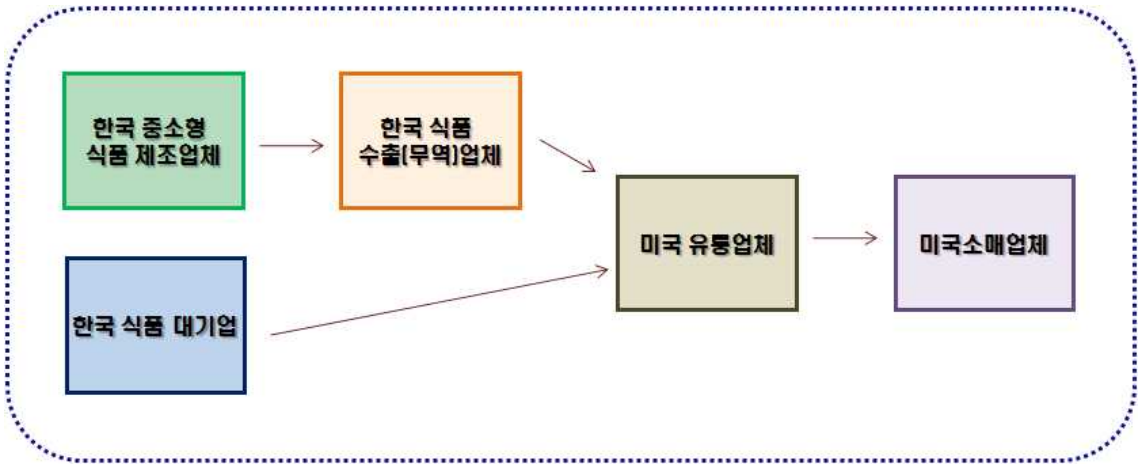
2) 홈페이지 : http://www.kroger.com
3) 홈페이지 : http://www.costco.com/

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 수수료율 부담을 줄여 제품가격을 낮추기 위한 정책이라고 하고 있으나, 소비자의 불편 때문에 대한민국 내에서는 논란이 있었음

4. 한국 식품 유통

< 한국 식품 납품 구조 >



출처 : EC21 Research&Consulting

□ 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 한

국 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 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

□ 한국 소싱업체(Buying Office) 컨택 내용 : 알엔지

– 미국 식품 납품루트
- 한국 중소 식품 제조업체가 미국 유통업체에 직접 납품하는 경우는 거의 없음
- 한국 소싱업체 통한 미국 유통업체 납품이 대부분임

– 제품 선택에 있어 가격 중요한 요건 :
- 1순위 : 가격, 2순위 : 바이어가 요구하는 스펙
- 우선적으로 제품 가격이 맞아야 협상 시작이 가능함. 가격이 맞은 후 제품 스펙에 대해 논의하는 경우가 일반적임

– 미국 유통업체에 제품을 납품할 수 있는 방안
- 제조업체가 수출하고자 하는 아이템이 있는 경우, 국내 소싱업체에 샘플과 가격을 보내주면, 국내 소싱업체가 이를 선별하여 미국 바이어에게 추천
- 국내 소싱업체가 미국 바이어가 요구하는 제품이 제품리스트에 없는 경우 적합한 제품을 찾는 경우도 있으니, 이메일 또는 우편 등을 통해 자료 및 샘플을 소개하는 것도 좋은 방안으로 판단됨

□ 한국 소싱업체(Buying Office) 정보

업체명	희창물산
주소	부산시 서구 남부민동 523-29 부산본사
웹사이트	http://www.heechang-trade.co.kr
전화	051-241-4335
팩스	051-241-2434
이메일	info@heechang-trade.co.kr
개요	1980년 설립 되었고, 미주, 유럽, 호주 및 중동 지역 등으로 농/수산물 및 일반 가공식품을 수출하는 회사. 농/수산물 원료 가공하고 제품의 냉동/냉장을 위한 시설을 부산과 인천, 용인지역에서 운영 중. 1999년 천만불 수출탑 수상 이후 지속적으로 실적을 올리고 있음
브랜드	초립동이, 프레모, POLARBIRD, HC Fresh, 삼학, 해오름, ILY, SAVE PLUS, HC Fresh, 두메산, 삼학
협력사	서울식품㈜, H mart, 우일음료㈜, HC mall, 스탠포드호텔
취급제품	1) 냉동수산가공식품 - 젓갈(명란젓, 생멸치젓, 새우젓, 아가미젓, 오징어젓, 창란젓) - 완자(새우완자,해물완자) - 소시지(롱스틱소시지) - 어묵(부산어묵,꼬치어묵) 2) 냉동일반가공식품 - 냉면, 냉동면, 만두, 빵/떡/전, 냉동과자, 반찬, 냉동유제품 3) 냉동농수산식품 - 어류/연체, 갑각/패류, 건어물, 탕, **해조**, 채소/과일, 냉동장 4) 일반가공식품 - 커피/차, 과자/캔디, 통조림, 면, 즉석식품, 조미/첨가물 5) 신선가공품/ 신선농산품 / 신선수산품 - 단무지, 유제품, 절임 / 과일, 야채, 버섯

업체명	알앤지
주소	경기도 성남시 분당구 궁내동 309-3
웹사이트	http://www.assifood.co.kr/
전화	031-711-1232
개요	- 1985년 승원실업㈜으로 시작하여 ASSI 브랜드를 만듦. - 신제품 개발과 디자인, 유통시스템에 특히 주력을 둠. - 2004년 2,000만 불 수출탑 수상 이래 지속적으로 수출을 진행 중 - 미국 동부의 리브라더스(Rhee Bros., Inc) 한국 지사가 알엔지 임 - 아씨/롯데프라자 : 해외 한인을 대상으로 한국식품 유통공급 - 현지에 매장을 운영
브랜드 및 취급 제품	① ASSI - 1976년 이래 리브라더스의 대표브랜드로 영업 중 - 제품 : 김(녹차김,도시락김) 쌈장, 어묵, 소금, 면류, 음료, 레토르트 식품, 간장, 장갑, 만두, 반찬류 등 ② YOSSINE - 1996년 설립, 500여 제품 출시 중 (만두, 냉면, 차, 튀김가루, 찌개용 스프 등) ③MATSARANG - 1999년 시작하여 주로 소스류와 양념류를 생산 - 제품 : 단무지, 명란젓, 소스류, 양념류 등 ④ HANA - 500여 일본상품 출시 - 제품 : 소바국수, 김, 미역 등 ⑤ EMPEROR - 1988년 시작으로 요리주와 굴소스 등 주요 중국식품 공급 ⑥ KABUTO - 1998년 설립, 일본식품 브랜드 - 제품 : 자루소바 등

업체명	지이스트
주소	서울 강서구 염창동 240-21 우림블루9 비지니스센터 2109호
웹사이트	www.geast.co.kr
전화	02-711-2134
팩스	02-711-2135
개요	- 2008년 3월 설립 - 한국 농산물, 수산물, 가종제품을 수출하는 무역회사 - 미국, 일본, 대만 등 10개국에 수출하고 있음
협력사	자연나라, 세일물산, 손수, 농협(북안동,서안동,남안동,함양,마천,속초),부산동부수협, 중앙식품, 칠갑농산, 담터
취급제품	- 냉동가공식품 (어묵,젓갈,냉동면,냉동밥,떡류,전류/튀김,반찬) - 냉동수산물 (**해초류**,어패류,탕,건어물) - 상온가공식품 (전통차, 면, 과자/캔디, 음료, 가루, 소스 - 신선가공품 (김치,탕류/조림,단무지,면류,떡류/죽류,절임)

No	업체명	대표자	전화	이메일
1	그린오키드	김석하	061-336-8581	-
2	시제이프세이웨이	이창근	02-2149-6462	chosk@cj.net
3	NH무역	장만진	02-2225-2361	nhfood@nhtra.co.kr
4	서희티앤에이	심옥	02-599-1002	-
5	엔에스트레이딩	김용균	062-531-0382	yoon@enstec.co.kr
6	유니통상	천두성	062-381-6567	unitradingco@yahoo.co.kr
7	호산물산	이필성	031-631-9941	info@koreanproducts.net
8	경북통상	남해복	053-851-8715	seoki1974@naver.com
9	알파인터내셔널	박병찬	051-704-9780	alpha253@hanmail.net
10	알프케이에스무역	장광석	051-741-7677	alpks21@yahoo.co.kr

11	그린상사	류옥희	051-731-9968	-
12	준인터내셔널	박영준	031-404-6399	-
13	삼건티엠	김진하	02-322-8805	ywyi034@gmail.com
14	영진무역	설진호	02-477-5779	shtradingco@yahoo.co.kr
15	경남무역	김인	055-221-3890	youngdo7@hotmail.com
16	모닝팜	성경숙	031-266-4592	morningfarm@gmail.com
17	삼이커머스	차재식	02-408-4123	semat@chol.com
18	이지쿡	이찬웅	031-677-5594	prince@ezcook.co.kr
19	팜피아	문경연	055-963-7380	-

V 미국 바이어 정보

※ 바이어 리스트는 별도 엑셀 파일로 작성하였습니다.

※ 참고자료

- GTA : http://www.gtis.com/
- 관세청 : http://www.customs.go.kr
- 구글 : http://www.google.com
- 글로벌윈도우 : http://www,globalwindow.org
- KATI : http://www.kati.net
- Hamrt : www.hmart.com
- wal-mart : www.walmart.com/
- H & Y : http://www.hy1004.com/