



MINI Market Report

국가	북미(미국)
제품	토마토 고추장

주관사 : aT 한국농수산물유통공사

CONTENTS

I. 미국 시장 정보	1
1. 글로벌 고추장 수입추이	1
2. 미국 고추장 시장동향	3
II. 미국 가격 정보	8
1. 미국 고추장 판매현황	8
2. 미국 고추장 판매가격	9
III. 미국 유통 정보	13
1. 미국 유통 FLOW	13
2. 미국 유통구조	14
3. 미국 유통채널	15
4. 한국 중소기업 제품 유통	19
IV. 미국 통관 정보	25
1. 미국 통관절차	25
2. 미국 관세	27
3. 미국 원산지 표시제도	29
V. 미국 라벨링 정보	35

* 참고자료

미국 시장 정보



1. 글로벌 고추장 수입추이

□ 토마토고추장은 전체 식품 카테고리에서 「기타가공소스」으로 분류되며 가장 근접한 HS CODE는 「HS코드 2103.90.1030」로 파악되었음

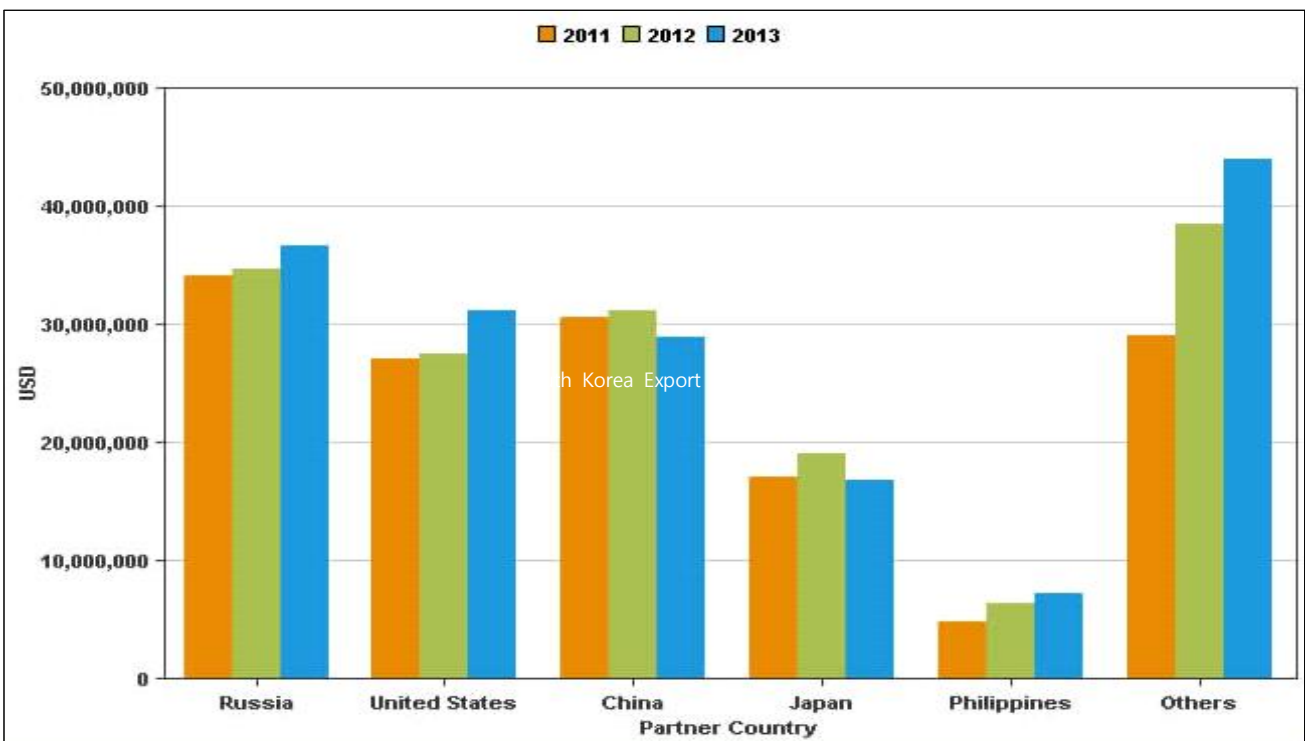
< 표 1-1 HS CODE >

2103.00	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료 및 겨자의 분·조분과 그 조제품
2103.90	양념 혼합 조미료. 된장, 춘장, 고추장 등 기타 조제품
2103.90.1030	고추장
2103.20.2000	토마토 소스

출처 : 관세청 (www.customs.go.kr)

□ HS CODE 「2103.90」에 대한 글로벌 수입 추이

< 표 1-2 > 글로벌 고추장 수출 통계



Partner Country		US Dollars		
		2011	2012	2013
World		142,852,873	157,345,940	164,901,191
1	Russia	34,092,778	34,678,385	36,685,476
2	United States	27,050,531	27,572,424	31,194,187
3	China	30,647,223	31,225,336	28,938,569
4	Japan	17,055,387	19,068,152	16,820,134
5	Philippines	4,861,727	6,338,143	7,302,211
6	Australia	3,781,087	5,315,039	6,125,036
7	Canada	2,104,940	3,248,215	3,789,248
8	Vietnam	2,675,633	2,860,040	3,755,420
9	Nigeria	1,484,114	2,316,269	3,440,814
10	Malaysia	957,838	1,692,762	3,034,753

출처 : GTA (<http://www.tradestatistics.com/gta/>)

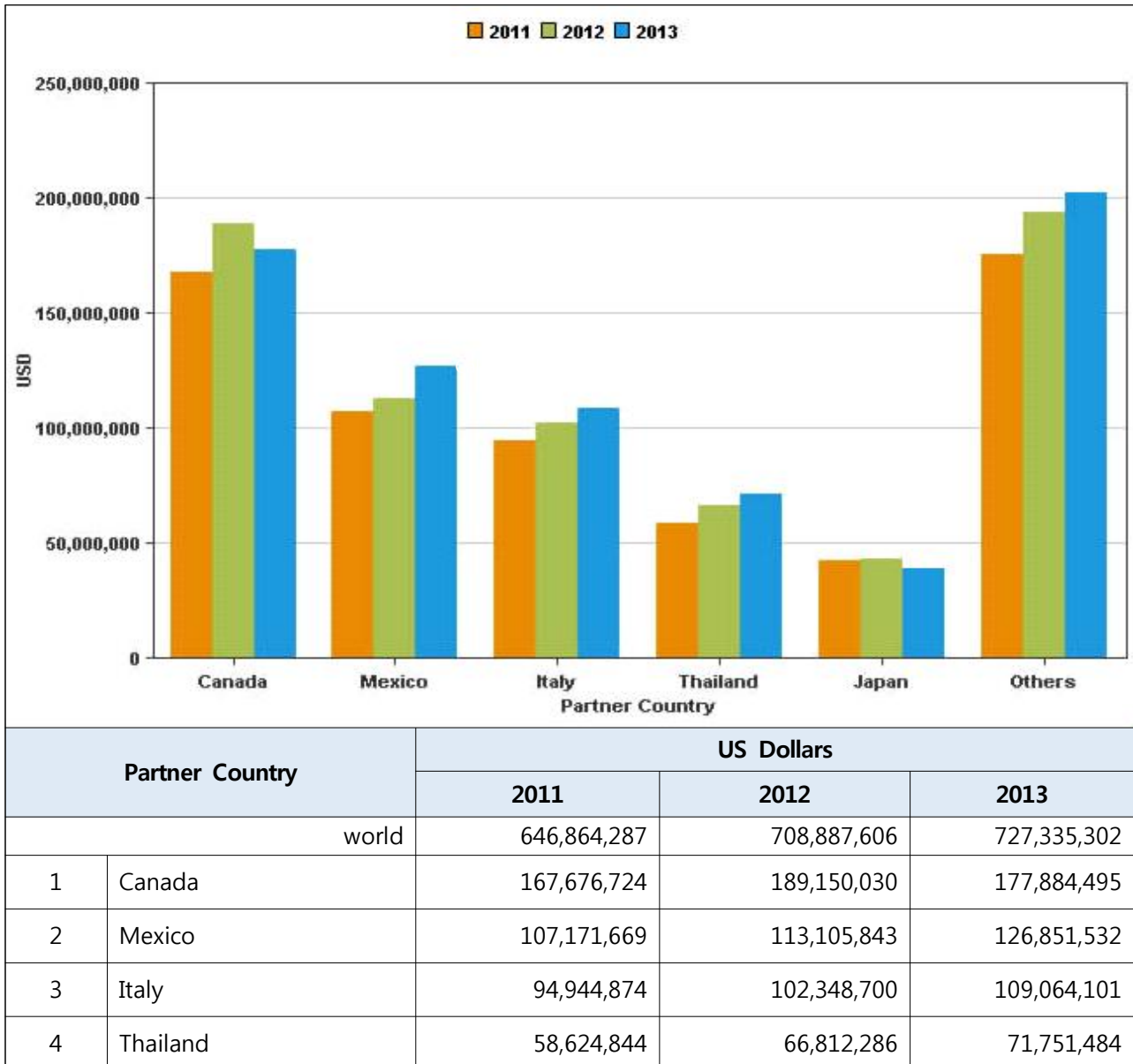
- HS CODE 2103.90에 대해 한국으로부터 가장 많이 수입하는 지역은 러시아로 조사되었으며, 이어 미국, 중국, 일본 순으로 수입량이 많은 것으로 집계 되었음.

2. 미국 고추장 시장 동향

□ 미국 고추장 수입동향

- 주요 수입국으로는 2013년 캐나다가 전년 대비 5.97% 감소한 1억 7,700만 달러, 멕시코가 12.12% 증가한 1억 2,600만 달러, 이탈리아가 6.60% 증가한 1억 900만 달러, 일본이 8.96% 감소한 3,900만 달러로 집계되었음
- 한국의 2013년 수입 규모는 지속적으로 성장해 전년 대비 7.13% 증가한 1,600만 달러를 기록함

< 표 1-3 미국 고추장 수입통계 >



5	Japan	42,458,841	43,317,850	39,388,106
6	China	33,316,116	38,374,243	38,180,875
7	Korea South	12,549,790	15,109,169	16,245,835
8	Australia	7,761,020	9,914,807	12,650,565
9	Philippines	9,415,987	11,659,652	10,519,071
10	Dominican Republic	12,411,719	10,944,324	9,843,787

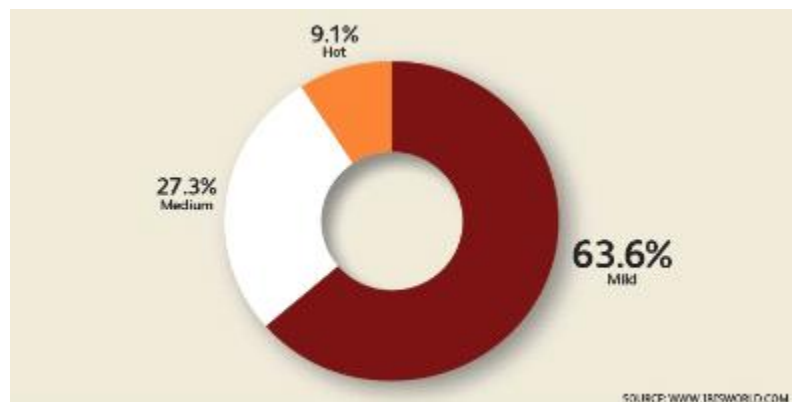
출처 : GTA (<http://www.tradestatistics.com/gta/>)

- 고추장의 주요 수입국에는 중국, 미국, 일본 등 총 8개국이 있음
- 미국 NBC 방송에 2013년 가장 핫한 트렌드 음식의 하나로 고추장 소개
- 김치와 한국 라면이 미국 유통업체로 진출하면서 한국 핫소스에 대한 관심 증가
- 2012년 고추장을 가장 많이 수입한 곳은 중국으로 24만 6,860 달러를 기록하였으며, 이는 전년도 동기대비 11.3% 감소한 수치임

□ 미국 핫소스 시장

- 미국 핫소스시장 규모는 2008년부터 연평균 5.8% 성장해 2013년 11억 달러 규모에 이르는 것으로 관측
- 매운 정도에 따라 순한맛과 중간단계 핫소스 시장이 9000만 달러로 90.9%,매운맛은 1000만 달러로 9.1%를 차지

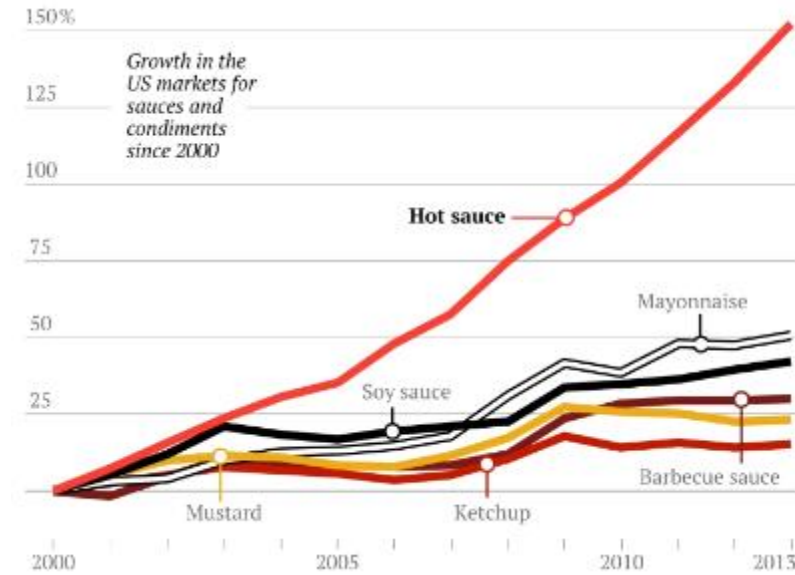
< 표 1-4 미국 핫소스 맛 분류도 >



출처: IBIS World

- 미국 내 핫소스 시장은 다른 소스시장이 소폭 상승한 데 반해 급격히 상승함

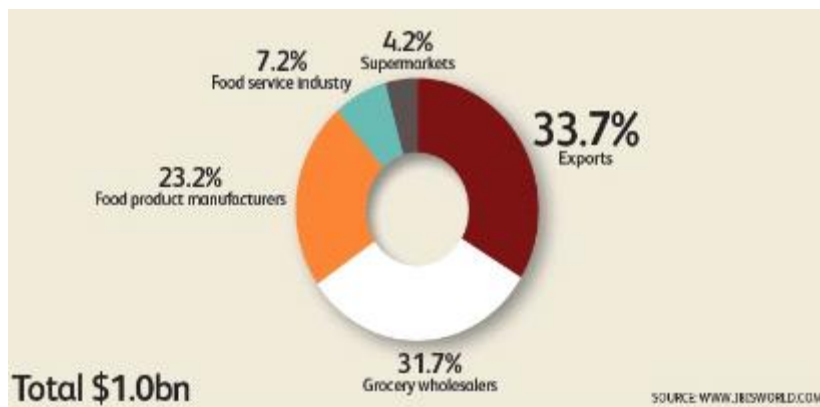
< 표 1-5 미국 내 소스별 점유율 >



출처: Euromonitor

- 미국 핫소스시장은 히스패닉과 아시아계의 인구가 증가하면서 급성장하며, 2016년까지 연평균 4.3%씩 성장해 12억 7,300만 달러에 이를 것으로 전망됨
- 미국 핫소스시장의 주요 구매자는 식품 도매(31.7%), 음식제조업(23.2%), 음식점(7.2%), 대형마트(4.2%)로 구분

< 표 1-6 미국 핫소스시장 주요 구매 구분 >



출처: IBIS World

- 유통 채널은 주로 핫소스 제조기업에서 도매기업을 통해 음식제조업, 식품도매, 음식점, 대형마트로 유통되고, 최근 온라인시장의 소비 증가로 인해 중간단계인 도매업이 사라지는 추세

□ 생산동향

- 국내 제품을 수출하거나 일본 기업과 합작 투자하여 생산, 또는 일본 기업이 단독으로 생산하는 세 가지 경우로 나누어짐
- 일본 장류 생산 및 유통 기업인 Kikkoman은 Spicy Miso, Spicy Asiana Ketchup 등으로 고추장을 생산하고 있음
- 고추장 단품을 생산하는 것뿐만 아니라, 볶음이나 구이류 등 가공 식품류에 가미되어 생산하고 있음
- 하지만 대부분은 국내 기업으로부터 조달 받은 기술, 원재료로 국내 현지 법인에서 생산하는 경우가 일반적임

□ 소비동향

- 한국산 고추장은 주로 한인 마트에서 유통되고 있으며 미국의 코스트코, 홀푸드 마켓, 트레이더 조와 같은 대형마트나 음식점에서 찾아보기는 힘들.
- 2013년 미국 NBC 방송에 한국 고추장이 소개되면서 한국 식품이 웰빙 푸드라는 인식이 높아져 핫소스에 대한 관심도 증가하는 추세임. 또한, 미국인 식습관을 반영해 핫소스 타입의 튜브 용기식으로 나온 한국 고추장이 수입됨.
- 미국 내 핫소스 시장은 다른 소스시장이 소폭 상승한 데 반해 급격히 상승함.

□ 경쟁 동향

- 경쟁제품으로는 주로 미국인들이 많이 소비하는 Tabasco, Redhot 소스, 베트남 쌀국수 음식점을 통해 많이 알려진 Sriracha 소스, 히스패닉 시장에서 주로 소비되는 Cholula 소스로 이루어짐.
- 주요 경쟁기업으로 Tabasco 타바스코 소스 제조사로 잘 알려진 McIlhenny Company가 전체 시장의 18.3%, Reckitt Benckiser가 12.0%, Bruce Foods Corp가 2.6% 그 외 캐나다, 멕시코, 태국, 한국 등의 진출 회사가 차지함

< 표 1-7 미국 시판되는 경쟁제품 >

제조업체명	상품명	가격 (소비자 가격)	단위	원산지(수출국)
Mcllhenny Company	Tabasco	\$ 2.95	5oz	미국
Reckitt Benckiser	Frank's Redhot	\$ 3.39	12oz	미국
Huy Fong Foods Inc	Sriracha	\$ 3.66	17oz	미국 (베트남 중국계)
Cholula	Original	\$ 3.95	5oz	멕시코



출처 : www.global_window.org

II 미국 가격 정보



1. 미국 고추장 판매 현황

□ 주요 판매현황

- 미국과 캐나다를 포함하는 미국 지역은 다른 주요 고추장 수입국가에 비해 고추장 수요가 증가되고 있는 추세이며, 여러 나라들의 문화가 융합되어 있는 미국 지역 시장 진출을 고려해 볼만함.
- 미국 식품 도매, 음식 제조업, 대형마켓의 바이어들의 구매 시 고려 사항으로 FDA로부터의 승인 여부와 Food Ingredient Label 및 Nutrition Label 등의 식품 라벨에 관한 엄격한 절차로 심사함.
- 미국 핫소스 시장에 진출하기 위해서는 이미 한국의 김치나 여러 나라 음식이 판매되는 미국의 대형마트 코스트코, 홀푸드, 크로거, 트레이더 조 등과 같은 유통업체를 통한 진출이 필요함.

□ 한국산 판매 현황

- CJ 해찬들의 ‘애니천 고추장소스’가 출시 2년 만에 미국 메인스트림 유통채널 5000개 점포 입점.
- 미국 최대의 유기농, 천연식품 전문 매장으로 신뢰도가 높은 ‘홀푸드마켓(Whole Food’s Market)’, 중서부 대형유통업체 ‘마이어(Meijer)’ 미국 유통순위 2위인 크로거(Kroger) 계열의 서부지역 최대 슈퍼마켓 ‘렐프스(Ralph’s)’ 등 미국 내 소비자들의 인지도와 신뢰도가 높은 주요 유통채널 입점에 성공, 고추장을 ‘세계인의 핫소스’로 도약시키기 위한 첫 단계가 성공적으로 이뤄졌다는 평가.
- 순한 맛으로 출시되어 재외동포뿐만 아니라 현지인들 사이에서도 다양한 요리법에 적용시키는 등 다양한 소비가 이루어지고 있음.
- 미국 현지에서는 ‘푸드 & 와인’, ‘Cooking Light’, ‘SHAPE’ 등 식음료, 건강

관련 잡지들에 ‘바비큐요리에 잘 어울리는 매운 맛 소스’ 로 소개되었으며 미국 국영방송 PBS의 13부작 김치 다큐멘터리 ‘김치 연대기’ 에서 주인공 장조지 셰프가 해찬들 장류를 이용해 요리하는 등 소비를 늘리려는 다양한 시도 중임

2. 미국 고추장 판매가격

1) soup 매장 고추장 판매 현황




※ Soup은 한 매장이 아닌 각 분야의 매장들이 모여 드럭스토어 같이 저렴하고 좋은 물건을 폭넓게 선택할 수 있는 매장임. 각 나라별 품목별 다양한 종류의 물품을 구매할 수 있고 소비자 층도 미국 현지의 구매자들이 대다수임

업체명	해찬들	Huy Fong Inc	Cholula
제품 이미지			
제품명	Annie chun's Gochujang Sauce 10oz	Sriracha Hot Chili Sauce 28oz	Original Hot Sauce, 5 oz, 2 pk
가격	USD\$ 5.09	USD\$ 6.69	USD\$ 5.09

출처 : <http://www.soap.com/p/>

2) E-bay 매장 고추장 판매 현황

업체명	해찬들	청정원	진미
제품 이미지			

			
제품명	gochujang 200g	Roasted Beef Hot Pepper Paste 2.12 oz	Red pepper paste Garlic Gochujang 500g
가격	USD\$ 9.80	USD\$ 10.99	USD\$ 24.99

출처 : [/http://www.ebay.com](http://www.ebay.com)

3) Qoo-10 매장 고추장 판매 현황

※ Qoo-10은 쇼핑몰로 미국 뿐 만 아니라, 싱가포르, 도쿄, 인도네시아, 말레이시아, 상해, 홍콩, 서울 지점이 있고, 세계 각지의 물품을 구매 할 수 있음

업체명	청정원	청정원	청정원
제품 이미지			
제품명	Gochujang 17.64 oz	Roasted Beef Hot Pepper Paste 2.12 oz	Korean Traditional Hot Red Pepper Paste_3.4kg
가격	USD\$ 19.	USD\$ 9.99	USD\$ 70

출처 : <http://www.qoo10.com/>

4) H-mart (한아름마트) 사이트 판매 현황

업체명	청정원	해오름	해오름
제품 이미지			
제품명	우리쌀로만든 달매운	햇고추장 500g	참쌀고추장 1kg

	고추장 500g		
가격	USD\$ 5.99	USD\$ 4.99	USD\$ 6.99

출처 : <http://www.hmart.com/>

5) 한양마트 매장 판매 현황

업체명	삼진식품	삼진식품	신송식품
제품 이미지			
제품명	왕 매운 고추장 1kg	왕 볶음 고추장 500g	신송초고추장 1kg
가격	USD\$ 8.99	USD\$ 8.99	USD\$ 5.99

홈페이지 : <http://www.hy1004.com/magento/>

6) 롯데, 아씨플라자 마트 매장 판매 현황

업체명	Huy Fong	아씨, 롯데 자체제작	아씨, 롯데 자체제작
제품 이미지			
제품명	SAMBAL OELEK 1kg	아씨 진품 고추장 500g	고추장불고기양념 1kg
가격	USD\$ 3.29	USD\$ 6.59	USD\$ 6.04

출처 : <http://www.lotteplaza.com>

7) 한아름 마트 매장 판매 현황

업체명	해오름	KRAFT	TABASCO
제품 이미지			
제품명	햇고추장 500g	Spicy honey BBQ Sauce 510g	Smoked Red jalapenos 148ml
가격	USD\$ 4.99	USD\$ 2.79	USD\$ 4.99

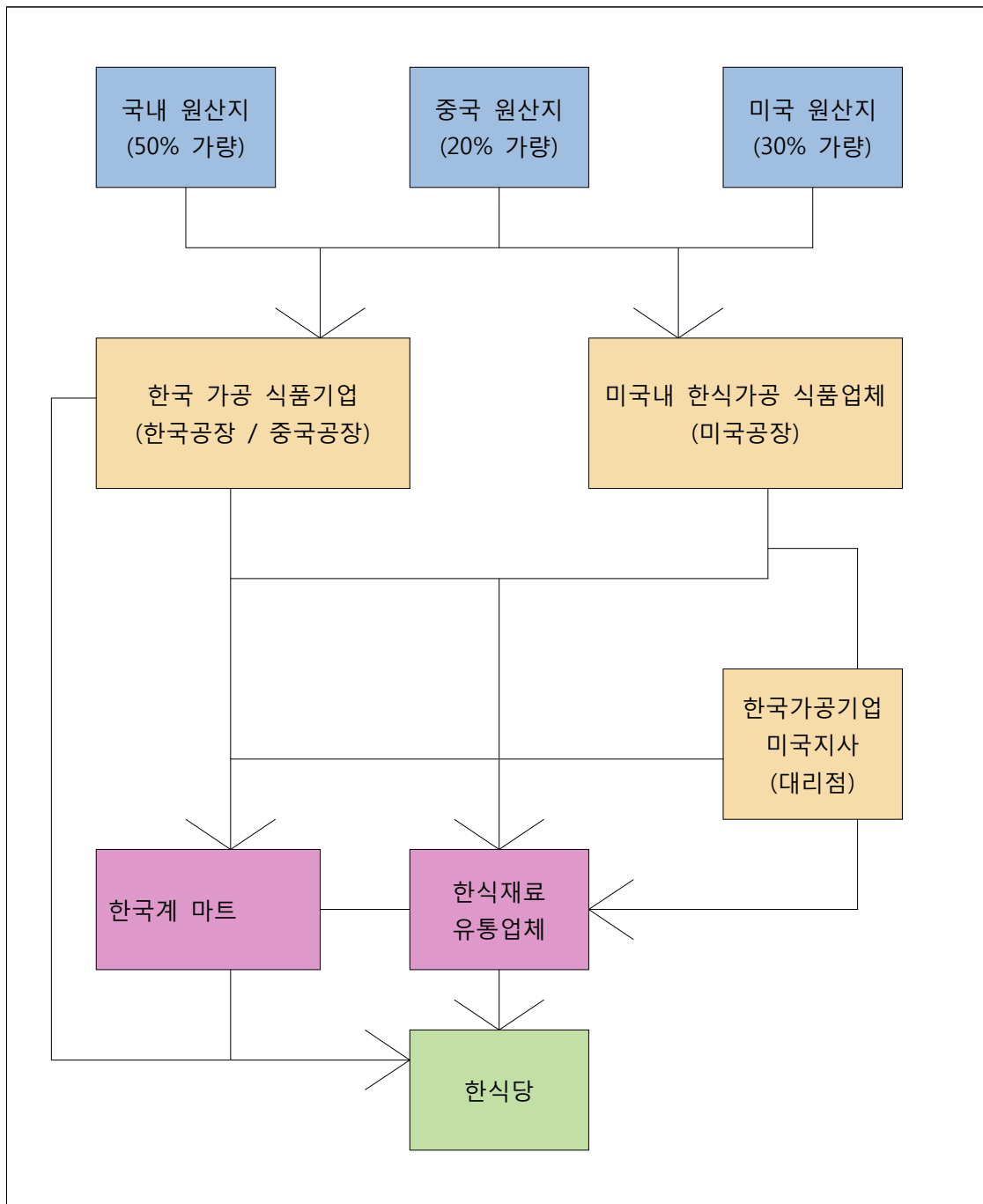
홈페이지 : <http://hmart.com>

미국 유통 정보



1. 미국 유통 FLOW

<표 3-1> 미국 내 유통경로



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

2. 미국 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(Broadliners), 스페셜티 디스트리뷰터 (Specialty distributor), 시스템 디스트리뷰터 (Systems distributors) 등으로 구분됨.

<표 3-2> 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, —치문 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 일식 재료 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 부분 적임

3. 미국 유통채널

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

<표 3-3> 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) 과 빌리온(Pavillion)을 운영하는 세이프 웨이 社(Safeway Inc.) 알버트선 (Albertsons)을 운영하는 Albertsons LLC, Ralph's를 운영하는 Ralphps Grocery Company 등이 있음.
- 고객의 대부분은 점포에서 반경 1 ~ 2마일 (1.6 ~ 3.2km)에 거주하고 있기 때문

에 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 한남슈퍼마켓과 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, 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

< 표 3-4 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, 2006년 초, 월마트는 재고관리의 효율성 개선을 위한 새로운 시스템을 도입.

1) 홈페이지 <http://www.walmartstores.com>

이 단순한 변경만으로도 세계 1위의 세제 회사 P&G의 연초 매출액이 감소. 물론 P&G의 매출액 감소는 주식 가치 급락으로 이어짐

- The Kroger²⁾

- 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 Corporation³⁾

- 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

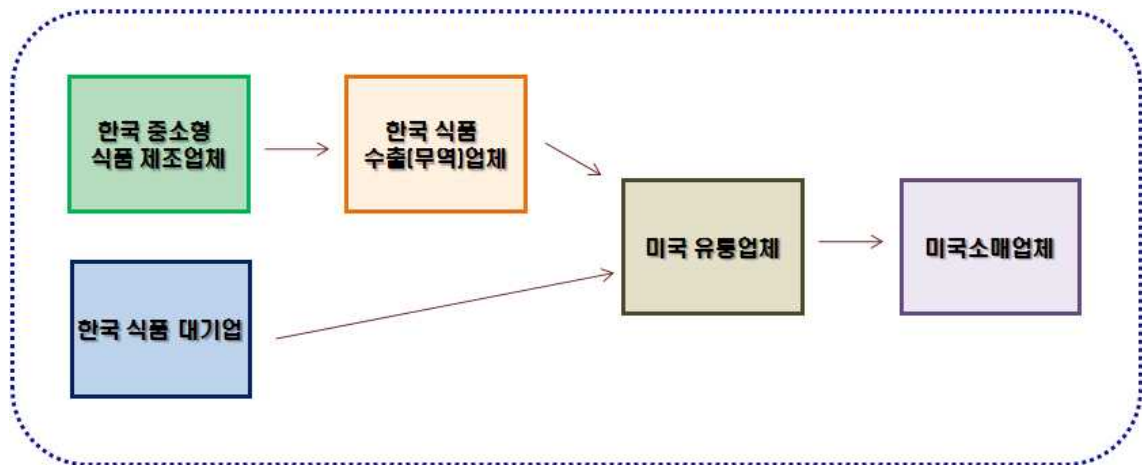
2) 홈페이지 : <http://www.kroger.com>

3) 홈페이지 : <http://www.costco.com/>

- 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 있었음

4. 한국 중소기업 제품 유통

< 표 3-5 한국 제품 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 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 보유하

고 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(주), H mart, 우일음료(주), HC mall, 스탠포드호텔
취급제품	<ol style="list-style-type: none"> 1) 냉동수산가공식품 <ul style="list-style-type: none"> - 젓갈(명란젓, 생멸치젓, 새우젓, 아가미젓, 오징어젓, 창란젓) - 완자(새우완자,해물완자) - 소시지(롱스틱소시지) - 어묵(부산어묵,꼬치어묵) 2) 냉동일반가공식품 <ul style="list-style-type: none"> - 냉면, 냉동면, 만두, 빵/떡/전, 냉동과자, 반찬, 냉동유제품 3) 냉동농수산물식품 <ul style="list-style-type: none"> - 어류/연체, 갑각/패류, 건어물, 탕, 해조, 채소/과일, 냉동장 4) 일반가공식품 <ul style="list-style-type: none"> - 커피/차, 과자/캔디, 통조림, 면, 즉석식품, 조미/첨가물 5) 신선가공품/ 신선농산물 / 신선수산물 <ul style="list-style-type: none"> - 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	<ul style="list-style-type: none"> - 1985년 승원실업(주)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 알앤지 임 - 아씨/롯데프라자 : 해외 한인을 대상으로 한국식품 유통공급 - 현지에 매장을 운영
브랜드 및 취급 제품	<p>① ASSI</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1976년 이래 리브라더스의 대표브랜드로 영업 중 - 제품 : 김(녹차김,도시락김) 짬장, 어묵, 소금, 면류, 음료, 레토르트 식품, 간장, 장갑, 만두, 반찬류 등 <p>② YOSSINE</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1996년 설립, 500여 제품 출시 중 (만두, 냉면, 차, 튀김가루, 찌개용 스프 등) <p>③MATSARANG</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1999년 시작하여 주로 소스류와 양념류를 생산 - 제품 : 단무지, 명란젓, 소스류, 양념류 등 <p>④ HANA</p> <ul style="list-style-type: none"> - 500여 일본상품 출시 - 제품 : 소바국수, 김, 미역 등 <p>⑤ EMPEROR</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1988년 시작으로 요리주와 굴소스 등 주요 중국식품 공급 <p>⑥ KABUTO</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1998년 설립, 일본식품 브랜드 - 제품 : 자루소바 등

업체명	지이스트
주소	서울 강서구 염창동 240-21 우림블루9 비즈니스센터 2109호
웹사이트	www.geast.co.kr
전화	02-711-2134
팩스	02-711-2135
개요	<ul style="list-style-type: none"> - 2008년 3월 설립 - 한국 농산물, 수산물, 가공제품을 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	<ul style="list-style-type: none"> - 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	서히티앤에이	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	-

IV 미국 통관 정보



1. 미국 통관절차

□ 통관절차 flow chart

< 그림 4-1 > 통관절차 flow chart



출처 : 글로벌윈도우

□ 미 관세법 기본 원칙

- 1994년 1월부터 발효된 세관근대화법으로 인해 관세행정의 전산화의 기틀을 마련하였고, 자율적이고 성실한 신고에 의한 신속한 통관 등 많은 혜택을 보게 되었음
- 관세청의 유권해석 결정제도에 의하여 수입품목에 사전 품목분류, 과세가격, 원산지결정, 원산지표시, 특혜관세 해당여부 등에 대하여 유권해석을 문의함으로써 가능하다면 유리한 관세율의 적용과 관세부담을 줄일 수 있음
- 미국은 WCO(세계관세협력기구)가 채택한 국제상품분류제도 (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 상품분류가 반드시 일반통념과 일치하는 것도 아니므로 사전에 충분히 검토하여 가장 낮은 관세율을 적용받을 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, 제3국에 투자 진출하여, 미국의 원산지규

정에 의해 해당 국가의 제품으로 인정받는 경우에는 GSP가 유용한 수단이 될 것임

- 카리브해연안국가의 물품 및 미 도서속령(괌, 버진아일랜드 등) 산품에 대해서는 특혜관세를 제공함
- 보세가공면세수입제도 (HTSUS 9802.00.60 및 9802.00.80)
 - 9802.00.60은 미국에서 제조한 금속제품이 해외로 수출되었다가, 추가적 가공을 위해 재수입되는 경우, 해외에서의 부가된 가치에 대해서만 과세하도록 규정
 - 9802.00.80은 미국내에서 제조한 부품이 조립을 목적으로 수출된 뒤 원래의 물리적 특성을 잃지 않은 상태에서 조립되어 미국으로 재수입되는 경우에 전체 가격 중 미국산 부품의 가치를 제외한 부분에 대해서만 과세하도록 규정하고 있음
- 미국과 자유무역협정을 체결한 국가에 대한 특혜관세: NAFTA(멕시코 및 캐나다), DR-CAFTA(도미니카공화국 등 6개국), 이스라엘 및 기타 8개국과 맺은 자유무역협정에 의한 특혜관세
- 특별무역법에 의한 특혜관세 : CBERA(파나마 등 18개국), AGOA(사하라 사막이 남의 아프리카 국가로서 남아공 등 38개국), ATPDEA(콜롬비아, 에쿠아도르, 페루), CBTPA(Barbados 등 8개국)에 대한 특혜관세
- 특정한 적성국가에 대해서는 고율의 관세를 적용하고 있음 (쿠바, 북한 2개국만 적용)
 - 이라크, 리비아, 수단, 소말리아 등은 Office of Foreign Assets Control의 규제 대상국이나, OFAC의 허가를 받을 경우 관세율은 일반 관세율 적용

□ 품목분류 제도

- 품목분류의 최종해석 권한이 미관세청에 있으며, 분류제도의 법적타당성 검토는 국제무역국(Office of International Trade) 산하 법규담당부서(Executive Director, Regulations & Rulings), 개별품목의 분류결정은 뉴욕에 있는 전국수입상품전문부서(NCSD, National Commodity Specialist Division)
- 품목분류에 대한 사전조회는 신청자, 관련 당사자의 성명, 주소, 제조자 ID Code,

수입예정항구, 수출국 및 상품수입국 등 거래내용 등을 기재한 문서로 요청하며, 요청후 30일 이내에 회신을 받을 수 있음

- 또한 품목에 대한 완전한 설명, 수입물품이 미국에서 사용되는지 여부와 상업적, 통상적인 기술적 사항, 화학분석이 필요한 경우 제조과장, 기타 판정에 도움이 되는 정보 등도 아울러 제공

2. 미국 관세

□ 관세 : 관세는 일반 관세, 특별 관세 및 법정 관세 등 3 가지로 구성되어 있음

- 일반 세율 : 최혜국위한 관세
- 특별 세율 : 우대 조치가 적용되는 국가에 적용됨. 자세한 내용은 "특혜 등 특별 조치"항목 참조.
- 법정 세율 : 쿠바와 북한 2 개국에 적용되는 관세. 예전에는 공산권 국가를위한 관세였지만, 대상이 점차 줄어 2001년말 아프가니스탄과 베트남이 제외되어, 현재는 상기 2 개국만 대상임

□ 관세의 종류

- 관세는 품목에 따라 從價稅, 從量稅 또는 양자가 같이 부과

□ 과세 기준 : 수입 FOB 가격을 기준으로 과세함

- 수입화물의 수입 물량(무게, 부피 또는 수량)과 수입 가격(FOB 기준)을 기준으로 관세율표에 따라 자진 신고로 납부함. 품목에 따라 從量 과세, 從價 과세 또는 병용 과세가 적용됨
- FOB 가격이 미국 달러 이외의 (외국)통화일 경우, 선택증권 기재되는 수출 시점의 공정 환율(분기별로 발표되는)를 사용하도록 규정되어 있음. 또한, 상무부가 결정한 특수 관세로 반덤핑 관세와 상계 관세가 부과될 수 있음(관세율표는 HS 분류에 따라 구성되고, 매년 1월 1일 부로 개정됨)
- 수입시 수입자가 납부하는 관세는 예상 납부(Estimate Duty)이며, 1년 이내 (보

통 4개월 이내)에 세관이 결정한 확정 관세와 차이가 있다면, 이 차액을 징수하거나 환급함. 이것을 관세 청산(Liquidation)이라고 함

□ 우대 조치 : 특혜관세

- 미국이 타국을 우대하는 특혜관세 제도는 다음과 같음

- 일반 특혜 관세 제도 (Generalized System of Preferences : GSP)
- 자동차 제품 무역법 (Automotive Products Trade Act)
- 민간 항공기 무역 협정 (Agreement on Trade in Civil Aircraft)
- 북미 자유 무역 협정 (North American Free Trade Agreement : NAFTA)
- 아프리카 성장 기회 법 (African Growth and Opportunity Act)
- 카리브해 경제 회복 촉진법 (Caribbean Basin Economic Recovery Act)
- 미국 이스라엘 자유 무역 협정 (United States - Israel Free Trade Area)
- 안데스 특혜 무역 법 (Andean Trade Preference Act)
- 미국 요르단 자유 무역 협정 (United States - Jordan Free Trade Area Implementation Act)
- 제품 무역 협정 (Agreement on Trade in Pharmaceutical Products)
- 염료에 대한 중간 화학 물질에 관한 우루과이 라운드 양허 (Uruguay Round Concessions on Intermediate Chemicals for Dyes)
- 미국 카리브해 무역법 (United States - Caribbean Basin Trade Partnership Act)

□ 관세 이외의 세금

- 특정 상품에 부과되는 국내 소비세 및 항만 유지 수수료 등을, 세관이 관련 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 수입시 징수
 - 맥주
 - 와인 (술 포함)
 - 발효주
 - 에탄올

- 주류
 - 향기 물질을 함유하는 음료
 - 담배 제품
- 상업화물 세관 사용자료 (Custom User Fees) : 아래 면제화물을 제외한 모든 화물 (관세 면제 제품 포함)에 대하여 세관의 요금에 징수됨
- 현행 수수료율 (1995년 개정) : 수입 신고 금액(FOB 가격)의 0.21%(최저 25 달러 ~ 최고 485 달러). 그러나 NAFTA의 발효로 캐나다 및 멕시코 제품은 없음. 매뉴얼(비 전산화) 신고의 경우 6 달러가 추가됨
 - 수수료 면제화물
 - * 미국 관세율표 제 98 류 감면세 품목 (일부 예외 있음)
 - * 미국 속령 (괌, 미국령 사모아, 버진 아일랜드, 푸에르토리코) 상품
 - * 후발 개발 도상국 상품
 - * 카리브해 경제 회복 (CBI) 대상 국가 상품
 - * 이스라엘과 자유 무역 협정 대상 제품,
- 항만 유지 수수료
- 수자원 개발법(1986년 Public Law 99 - 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

3. 원산지 표시제도

□ 원산지

- 원산지 표시 관련 법령
 - 미 관세법 제 1304조(수입물품 및 용기의 표기)
 - 동법 시행령 제 134.0 - 134.55(원산지 표기)
- 원산지 표시 의무화 대상 품목

- 표시 의무화 대상 물품 : 모든 외국산 물품
(미국산 물품에 대한 원산지 표기는 의무사항이 아님)
- 표시 의무 예외 물품
 - 원산지 표기가 불가능한 물품
 - 선적 전에 물품을 손상하지 않고, 표기가 불가능한 품목
 - 표기 비용이 지나치게 많아 수입 자체가 불가능한 경우
 - 용기에 표기된 내용이 충분히 원산지를 나타내는 경우
 - 가공되지 않은 원료
 - 수입물품이 판매용이 아닌 경우
 - 원산지를 은닉할 목적이 아니며, 수입자에 의해 가공되거나 사용할 예정인 물품
 - 물품의 성질상 최종 사용자가 원산지를 알 수 있는 경우
 - 수입 시점으로부터 20년 전에 생산된 물품
- 원산지 표시 예외 품목(J-List 예외 품목)
 - 예술 작품, 구슬, 단추, 계란, 꽃, 유리, 종이, 가축, 목재, 나사 등
 - 다만, 상기 목록의 물품이 포장용기에 담겨져 수입될 경우, 포장 용기에 원산지 국 표시 의무화
- NAFTA 국가 물품에 대한 원산지 표시 면제
 - 예술 작품
 - 관세율표상 6904.10(건축용 벽돌), 8541(반도체 디바이스), 8542(전자집적회로) 물품

□ 원산지 표시 언어 및 허위 표시 제재

- 원산지 국명 영어(Full English Name) 표기(관세법 1304조)

- 원산지 국명에 대해 착오를 일으킬 가능성이 있는 경우, 국명 외에 추가 기재 요구 가능
- NAFTA 원산지 물품의 경우 영어, 불어, 스페인어로 표기 가능

- 원산지 표시 위반시 처리

- 원산지 표시가 관세법 규정에 부합되지 않은 경우, 수출하거나 폐기
- 원산지를 적정하게 수정·기재하여 수입하는 경우, 물품 가액의 10%에 해당하는 관세를 추가 징수

- 원산지 표시 위반 시 제재

- 원산지 정보를 은닉, 폐기, 제거, 변경하는 경우, 최초 위반에 대해 10만 달러 이하의 벌금 또는 1년 이하의 징역(또는 벌금/징역 병과)에 처함
- 2회 이상 위반 시 25만 달러 이하의 벌금 또는 1년 이하의 징역(또는 벌금/징역 병과)에 처함

□ 미국의 원산지국명 표기

- 원산지 국명 표기 인정 범위 및 관련 법

- 국명이란 정치적 실체로서의 국가를 의미하며, 본토 외부에 위치한 식민지, 속령, 보호령 등은 별개의 국가로 취급
- 자치권이 인정되어온 홍콩, 마카오 등에 대해서는 중국 반환 이후에도 계속 독립적인 원산지 표기 인정

- Made in EU' 원산지 표시 인정 여부

- EU 지역에서 생산된 제품인 경우에도 EU가 아닌 개별 국가명을 표기하며, 현재 미국에 수입되는 유럽 국가의 제품에는 개별 국가명이 표기되어 수입되고 있음
- 또한 원산지 표기 이외에도 미 관세법 상 반덤핑/보복관세 부과 등 세관업무에 EU 국가의 경우에도 ISO 국가코드가 사용되고 있음
- NAFTA(캐나다, 멕시코) 국가 제품인 경우에도 개별 국가명을 표기

□ J-List 예외 품목

- Art, works of.
- Articles classified under subheadings T.D. 66-153.
- 9810.00.15, 9810.00.25, 9810.00.40 and 9810.00.45, Harmonized Tariff Schedule of the United States.
- Articles entered in good faith as antiques and rejected as unauthentic.
- Bagging, waste.
- Bags, jute.
- Bands, steel.
- Beads, unstrung.
- Bearings, ball, $\frac{5}{8}$ -inch or less in diameter.

-
- Blanks, metal, to be plated.
 - Bodies, harvest hat.
 - Bolts, nuts, and washers.
 - Briarwood in blocks.
 - Briquettes, coal or coke.
 - Buckles, 1 inch or less in greatest dimension.
 - Burlap.
 - Buttons.
 - Cards, playing.
 - Cellophane and celluloid in sheets, bands, or strips.
 - Chemicals, drugs, medicinal, and similar substances, when imported in capsules, pills, tablets, lozenges, or troches.
 - Cigars and cigarettes.
 - Covers, straw bottle.
 - Dies, diamond wire, unmounted.
 - Dowels, wooden.
 - Effects, theatrical.
 - Eggs.
 - Feathers.
 - Firewood.
 - Flooring, not further manufactured than T.D.s 49750; 50366(6).
 - Flowers, artificial, except bunches.
 - Flowers, cut.
 - Glass, cut to shape and size for use in clocks, hand, pocket, and purse mirrors, and other glass of similar shapes and sizes, not including lenses or watch crystals.
 - Glides, furniture, except glides with prongs.
 - Hairnets.
 - Hides, raw.
 - Hooks, fish (except snelled fish hooks)... T.D. 50205(3).
 - Hoops (wood), barrel.
 - Laths.
 - Leather, except finished.
 - Livestock.
 - Lumber, sawed... T.D.s 49750; 50366(6).

-
- Metal bars, except concrete reinforcement bars; billets, blocks, blooms; ingots; pigs; plates; sheets, except galvanized sheets; shafting; slabs; and metal in similar forms.
 - Mica not further manufactured than cut or stamped to dimensions, shape or form.
 - Monuments.
 - Nails, spikes, and staples.
 - Natural products, such as vegetables, fruits, nuts, berries, and live or dead animals, fish and birds; all the foregoing which are in their natural state or not advanced in any manner further than is necessary for their safe transportation.
 - Nets, bottle, wire.
 - Paper, newsprint.
 - Paper, stencil.
 - Paper, stock.
 - Parchment and vellum.
 - Parts for machines imported from same country as parts.
 - Pickets (wood).
 - Pins, tuning.
 - Plants, shrubs and other nursery stock.
 - Plugs, tie.
 - Poles, bamboo.
 - Posts (wood), fence.
 - Pulpwood.
 - Rags (including wiping rags) Rails, joint bars, and tie plates covered by subheadings 7302.10.10 through 7302.90.00, Harmonized Tariff Schedule of the United States.
 - Ribbon.
 - Rivets.
 - Rope, including wire rope; cordage; cords; twines, threads, and yarns.
 - Scrap and waste.
 - Screws.
 - Shims, track.
 - Shingles (wood), bundles of (except T.D. 49750. bundles of red-cedar shingles).
 - Skins, fur, dressed or dyed.

-
- Skins, raw fur.
 - Sponges.
 - Springs, watch.
 - Stamps, postage and revenue, and other T.D. 66-153.
 - articles covered in subheadings 9704.00.00 and 4807.00.00, Harmonized Tariff Schedule of the United States.
 - Staves (wood), barrel.
 - Steel, hoop.
 - Sugar, maple.

V 미국 라벨링 정보



□ 식품표시 제도

- FDA가 관할하며, 식품명, 내용물의 실중량, 원재료명, 영양분석표 등을 주 표시면 (식품을 구매할 때 소비자에게 통상 보이는 면)이나 정보표시 (주 표시면의 바로 오른쪽)에 기재
- 식품표시제도의 일반적인 원칙이 적용되나 예외조항이 있음
 - 원재료표시: 이 조항은 2개 이상의 성분으로 구성된 식품에 적용되는 것으로 신선 농산물의 경우 그 자체가 하나의 성분을 이루므로 적용대상에서 제외
 - 영양분석표: 영양분석표 면제 대상으로 포장표기를 할 필요가 없으나 주요 식품의 경우 구매시점 (소매점)에서 소비자들이 알 수 있도록 진열대 별도표기 권장

□ 기본 표기 사항

- 식품의 명칭은 통상적인 명칭을 사용해 표기하며 포장용기의 주표시에 표기해야 하고 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 표시해야함
- 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 함. 또한 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 함. 표시 원칙은 영문으로 하

여야 하며, 외국어의 병기도 가능. 사용명칭은 쉽게 인식될 수 있어야 하고, 식품형상의 표현은 인식하기가 용이해야 함. 식품명은 반드시 主표시면에 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. 식품의 명칭은 포장의 바닥과 평행하게 써져야 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 표시해야 함. 그러나 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 기재해야 함. 용기안의 식품에 부가된 물이나 다른 액체는 실중량 표시에 포함. 충전매개체가 포함된 경우 충전매개체를 제거한 무게가 실중량. 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 것

을 원칙으로 함. 표시하는 원재료명은 원칙적으로 구체적인 명칭으로 표시하고, 일부 예외를 제외하고는 집합적 명칭을 표시해서는 안됨

- 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 표시해야 함. 이 경우 수입식품은 미국 세관의 원산지 기재에 관한 사항에 따라 원산지를 표기해야 함

- 일자 표기

- 미국 연방규제에는 유효기간 등의 표시가 의무화되어 있지는 않음. 다만, 유아용 식품에는 ‘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 함. 그러나 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 면제대

상으로 영양표시를 하지 않아도 됨

- 표시방법과 관련, 영양정보는 주표시면이나 정보표시 면에도 표시할 수 있고, 주표시면과 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 경우에, 제조자는 각각의 소포장에 일일이 영양정보 표시를 하거나 한 개의 포장에 통합적으로 표시할 수 있음
- 전이지방과 알레르기유발 식품에 대해서는 성분표시가 2006년부터 강화. 이로 인해 식품공급자는 영양정보 표시란에 전이지방 함량을 표시하고, 별도로 콜레스테롤 함량을 표시해야 함. 전체 지방함량에서 포화지방을 표시하고, 별도로 콜레스테롤 함량을 표시해야 함. 그러나 식품에서 전체 지방함량이 0.5g 이하인 경우 전이지방 함량을 표시할 필요가 없음
- 알레르기 유발식품에서 추출된 알레르기 항원 단백질을 함유한 식품원료로 제조된 식품일 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 적용됨. 그러나 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. 신선농산물은 또 미국산이나 수입산에 관계없이 농산물마케팅국(AMS)이 지정한 20여개 품목은 AMS의 등급규정에 따라 등급을 표기해야 함. 등급표기는 식품표시제도를 주관하는 FDA가 아닌 농산물마케팅국(AMS)에서 관장함. 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
- 건강보조식품은 "ginseng"처럼 성분표기를 해야 하고, 순중량을 표시해야 함. 복용법과 함께 일반식품의 영양분석표와 같이 일회분 용량, 활성성분 함량 등을 기

재해야 함. 성분명세의 경우 일반 명칭으로 함량이 많은 것에서 작은 것의 순으로 기재하고, 제조업자나 포장업자 또는 유통업자의 명칭과 주소를 표기해야 함. 식품표시 라벨에 “Dietary supplement” 라는 표시를 인쇄해서 표시해야 함

□ 유자차 라벨링 표기의 예

< 그림 5-1 > 유자차 라벨링 표기



출처 : KATI (www.kati.net)

□ 라벨링 스티커의 예

< 그림 5-2 > 라벨링 스티커의 예



출처 : KATI (www.kati.net)

□ 통관 또는 현지 유통시 문제

– 라벨링 표기를 하지 않은 경우

- 현재 미국에 반입되는 한국 식품 가운데 15%정도가 라벨링을 하지 않거나 부정 표시를 해서 수입이 거부되는 사례가 있음.
- 한국에서 생산하는 제품이더라도 현지에 반입될 때 스티커 작업을 하면 통관시 전혀 문제가 없음. 아래는 웅진음료에서 생산한 토마토 음료로 스티커를 장착한 뒤 수출한 예임.

* 참고자료

미국 식약청(FDA) : www.fda.gov
미국 관세청 : www.customs.gov
미국 농무부(USDA) : www.usda.gov
미국 동식물검역소(APHIS) : www.aphis.usda.gov
미국 식품안전검사국(FSIS) : www.fsis.usda.gov
< 표 1-1 HS CODE > - www.customs.go.kr
< 표 1-2 > 글로벌 고추장 수출 통계 - <http://www.tradestatistics.com/gta/>
< 표 1-3 미국 고추장 수입통계 > - <http://www.tradestatistics.com/gta/>
< 표 1-4 미국 핫소스 맛 분류도 > - IBIS World
< 표 1-5 미국 내 소스별 점유율 > - Euromonitor
< 표 1-6 미국 핫소스시장 주요 구매 구분 > - IBIS World
< 표 1-7 미국 시판되는 경쟁제품 > - www.globalwindow.org
< 표 3-1 > 미국 내 유통경로 - <http://www.kati.net/>
< 표 3-2 > 미국 내 유통채널 - <http://www.kati.net/>
< 표 3-3 > 미국 MGR 부문 점포 수 현황 - <http://www.businessmonitor.com/>
< 표 3-4 > 미국 내 소매 유통 업체 순위 - <http://www.ceoscoredaily.com>
< 표 3-5 한국 제품 납품 구조 > - EC21 Research&Consulting
< 그림 4-1 > 통관절차 flow chart - www.globalwindow.org
< 그림 5-1 > 유자차 라벨링 표기 - www.kati.net
< 그림 5-2 > 라벨링 스티커의 예 - www.kati.net