



# 2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 디핑 소스(Dipping Sauce)

Country : 미국(United States of America)

# Contents

<b>I. 시장 통계</b> .....	4
1. 통계분석 기준 설정 .....	6
2. 무역통계 종합분석 .....	7
3. 품목통계 종합분석 .....	9
<b>II. 시장 트렌드</b> .....	11
1. Market Trend 01. 미국의 소스 기호 변화 .....	13
2. Market Trend 02. 스낵 소비 증가 .....	14
3. Market Trend 03. 소스의 다변화 모색 .....	15
4. Market Trend 04. 미국의 라벨링법 .....	16
<b>III. 경쟁제품 현지조사</b> .....	17
1. 경쟁제품 선정 .....	19
2. 정량 분석 .....	20
3. 정성 분석 .....	21
4. 현지 방문 조사자료 .....	23
<b>IV. 경쟁사 분석</b> .....	30
1. 경쟁사 선정 .....	32
2. 경쟁사별 현황 파악 .....	33
<b>V. 유통구조 현황</b> .....	36
1. 현지 진출 주요 경로 .....	38
2. 전문가 인터뷰 .....	41
<b>VI. 유통업체 현황</b> .....	42
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보 .....	44

# Contents

<b>Ⅶ. 통관 및 검역 정보</b> .....	49
1. 통관 및 검역 절차 .....	52
2. 관세율 정보 .....	56
3. FTA 정보 .....	57
4. 통관 및 검역 주의사항 .....	58
5. 통관거부사례 .....	60
<b>Ⅷ. 인증 정보</b> .....	61
1. 인증 취득정보 .....	64
2. 인증 취득제품 .....	68
3. 제출서류 .....	70
4. 전문가 인터뷰 .....	71
<b>Ⅸ. 라벨링 정보</b> .....	72
1. 라벨 표기사항 .....	74
2. 라벨링 예시 .....	76
<b>X. 위생요건 정보</b> .....	78
1. 식품첨가물 규정 .....	80
2. 기타 위생기준 규정 .....	81
<b>※ 참고문헌</b> .....	82



# I. 시장 통계

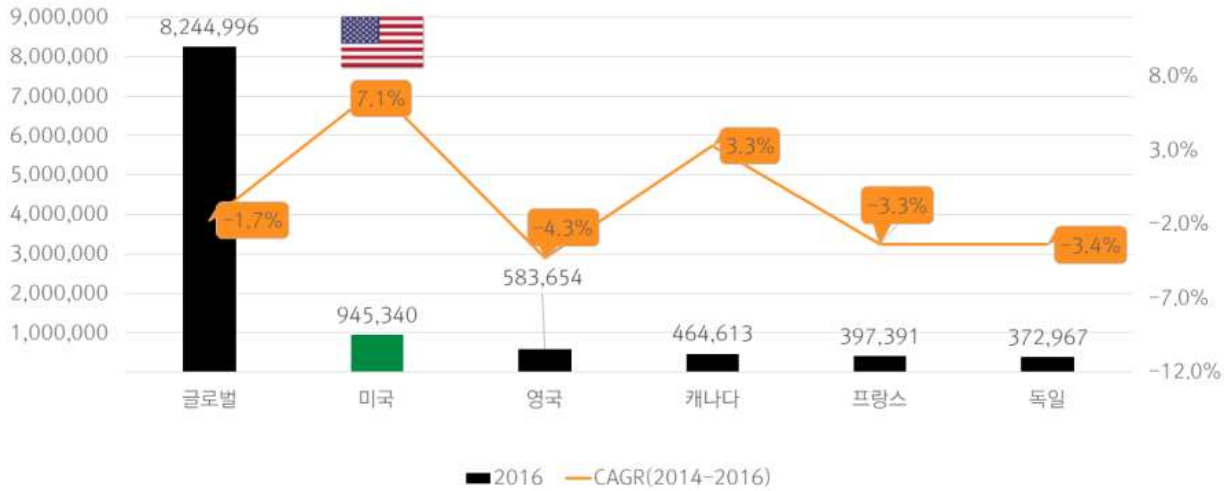
## ※ 시장 통계 OVERVIEW

1. 통계분석 기준 설정
2. 무역통계 종합분석
3. 품목통계 종합분석

# 시장 통계 OVERVIEW

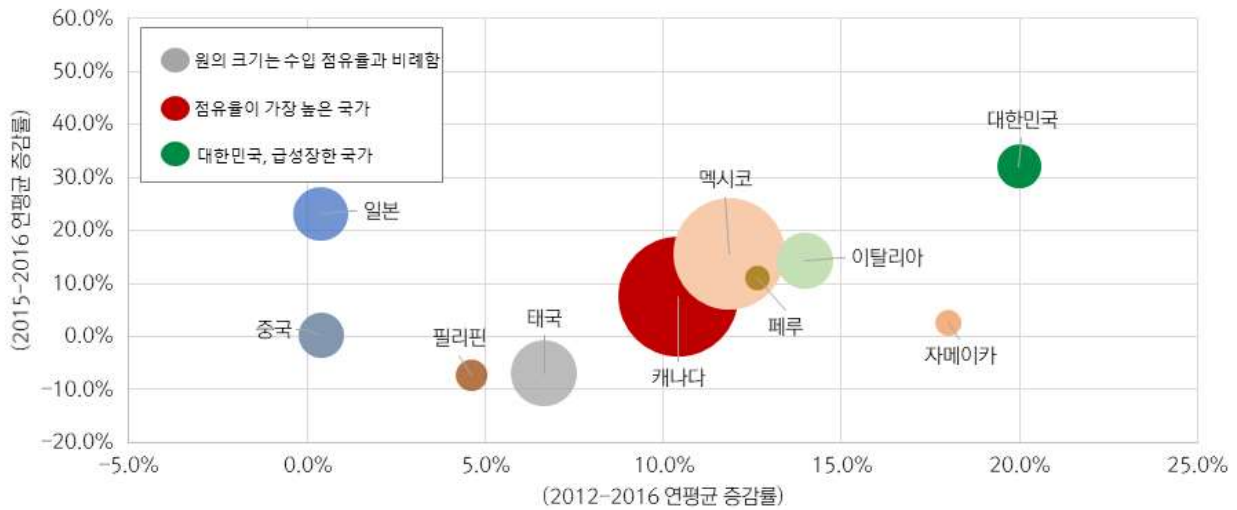
글로벌 HS CODE 2103.90 수입액 규모 및 증감률(2014 ~ 2016)

단위 : 천 달러, %



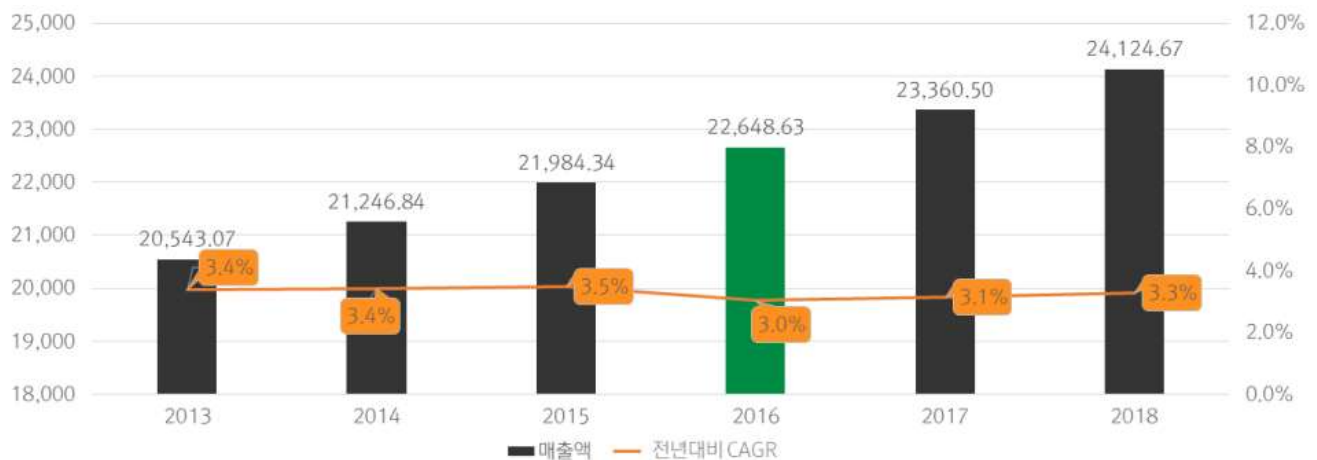
미국 HS CODE 2103.90.9091 수입 점유율 및 성장률 비교 1.2.3.

단위 : %



미국 시즈닝, 드레싱 & 소스 시장 규모 및 증감률(2013 ~ 2018)

단위 : 백만 달러, %



※2017~2018년도 수치는 전망치임

1. 거품형 그래프 내 원의 크기는 글로벌 시장 내 점유율(비중)을 나타냄
2. 거품형 그래프 내 원이 우측에 가까울수록 최근 3년간 높은 수입 증가세를 나타낸 국가임
3. 거품형 그래프 내 원이 상측에 가까울수록 최근 1년간 높은 수입 증가세를 나타낸 국가임

# 1. 통계분석 기준 설정

## HS CODE 확인 사이트

1	한국 관세법령정보포털 3.0 unipass.customs.go.kr
2	TradeNAVI www.tradenavi.or.kr
3	미국국제무역위원회 hts.usitc.gov/hts_search.asp

## 디핑소스 통계 기준 설정

디핑소스 품목의 시장성 판단을 위해 통계 조사를 진행함. 글로벌 및 미국의 수입통계 확인을 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고 조사 대상국의 시장규모 파악을 위해 품목 키워드를 조사 기준으로 설정함.

## 수입 통계 기준, HS CODE 2103.90.9091로 설정

글로벌 및 미국 내 디핑소스의 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 2103.90을 수입통계 분석 기준으로 설정함. 미국의 HS CODE 2103.90 하위 카테고리인 2103.90.9091(소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자 중 기타)을 미국 수입통계 분석 기준으로 설정함

표 1.1 : 디핑소스 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	2103.90
	미국 수입규모 및 성장률		2103.90.9091
품목 통계	시즈닝, 드레싱 & 소스 시장 규모	품목 키워드	Seasoning, Dressing & Sauce

표 1.2 : 미국 내 디핑소스 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자
	2103.90	기타
	2208.90.9090	기타
미국	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자
	2103.90	기타
	2103.90.9091	기타

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr), 미국국제무역위원회(hts.usitc.gov)

4. 의뢰사 제품에 적합한 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 '관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람'을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 '품목분류정보'를 검색하거나 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

## 2. 무역통계 종합분석

### 글로벌 수입액 3개년 연평균 성장률<sup>5</sup>. -1.7%

2016년 기준 HS CODE 2103.90의 글로벌 수입규모는 82억 4,499만 6,000 달러로 2014년부터 2016년까지 연평균 1.7%의 하락세를 기록함. 수입 1위국 미국의 수입규모는 9억 4,534만 달러로 연평균 7.1%의 상승세를 나타냄. 2위인 영국은 5억 8,365만 4,000달러로 연평균 4.3%의 하락세를 나타냄

### 미국 내 한국산 수입 규모 6위

미국의 HS CODE 2103.90.9091 수입액 규모는 4억 9,062만 달러로 2014년 이후 3년간 연평균 7.1%의 상승세를 보임. 2016년 기준 미국 내 HS CODE 2103.90.9091 품목 최대 수입국은 캐나다로 1억 4,179만 8,000달러의 수입액을 기록함

2016년 기준 미국 내 HS CODE 2103.90.9091 관련 한국산 수입액은 2,421만 7,000달러로 6위를 차지함. 2014년 이후 3년간 연평균 성장률은 27.4%로 미국 내 수입액 상위 5개국에 비해 월등한 성장률을 기록함

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 2103.90 수입액 규모(2014 ~ 2016)

(단위 : 천 달러, %)

수입국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014-2016)
글로벌	8,534,177	8,093,451	8,244,996	100.0%	-1.7%
1 미국	823,645	868,983	945,340	11.5%	7.1%
2 영국	636,676	581,065	583,654	7.1%	-4.3%
3 캐나다	435,446	457,989	464,613	5.6%	3.3%
4 프랑스	425,403	378,670	397,391	4.8%	-3.3%
5 독일	399,579	359,166	372,967	4.5%	-3.4%
기타	5,813,428	5,447,578	5,481,031	66.5%	-2.9%

출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

표 1.4 : 미국 HS CODE 2103.90.9091 수입액 규모(2014 ~ 2016)

(단위 : 천 달러, %)

수입국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014-2016)
글로벌	427,446	462,643	490,620	100.0%	7.1%
1 캐나다	118,100	131,889	141,798	28.9%	9.6%
2 멕시코	101,835	108,272	125,295	25.5%	10.9%
3 태국	36,500	40,738	37,914	7.7%	1.9%
4 이탈리아	26,846	30,393	34,752	7.1%	13.8%
5 일본	21,857	21,710	26,734	5.4%	10.6%
6 대한민국	14,927	18,341	24,217	4.9%	27.4%
기타	107,381	111,300	99,910	20.4%	-3.5%

출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

5. 연평균 성장률 = 최신훈/최초연도<sup>(1/n-1)</sup> - 1

## 2. 무역통계 종합분석

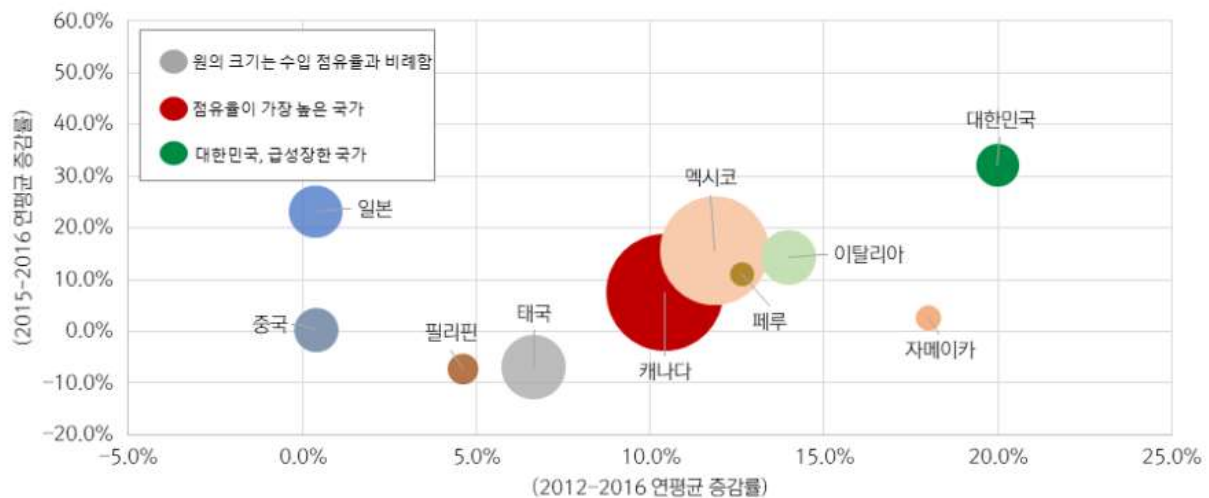
### 캐나다, 미국 시장에서 수입액 점유율 가장 높아

2012년 이후 최근 5년간 HS CODE 2103.90.9091 관련 미국 수입국 중 캐나다가 27.4%의 가장 높은 점유율을 확보한 국가였던 것으로 집계됨. 한편, 상위 10개국 중 5년간 연평균 성장률이 가장 높았던 국가와 2015년 대비 2016년 성장률이 급상승한 국가는 한국으로 5년간 연평균 20.0%의 성장률을, 최근 1년간은 32.0%의 큰 증가세를 보임. 최근 1년간 태국, 필리핀을 제외한 대부분의 국가에서 수입액이 증가한 것으로 나타남

표 1.5 : 미국 HS CODE 2103.90.9091 수입 점유율 및 증감률 비교<sup>6,7,8</sup>.

(단위 : %)

수입국가	2012-2016 점유율	CAGR(2012-2016)	CAGR(2015-2016)
1 캐나다	★27.4%	10.4%	7.5%
2 멕시코	24.0%	11.9%	15.7%
3 태국	8.3%	6.7%	-6.9%
4 이탈리아	6.3%	14.0%	14.3%
5 일본	5.8%	0.4%	23.1%
6 중국	4.0%	0.4%	0.3%
7 대한민국	3.8%	★20.0%	★32.0%
8 필리핀	1.8%	4.6%	-7.3%
9 자메이카	1.3%	18.0%	2.6%
10 페루	1.2%	12.6%	11.2%



출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

- 거품형 그래프 내 원의 크기는 글로벌 시장 내 점유율(비중)을 나타냄
- 거품형 그래프 내 원이 우측에 가까울수록 최근 3년간 높은 수입 증가세를 나타낸 국가임
- 거품형 그래프 내 원이 상측에 가까울수록 최근 1년간 높은 수입 증가세를 나타낸 국가임



### 3. 품목통계 종합분석

#### 글로벌 시즈닝, 드레싱 & 소스 시장규모, 2014년 이후 연평균 3.3% 감소

2016년 기준 글로벌 시즈닝, 드레싱 & 소스의 시장규모는 998억 3,185만 달러로 집계되었으며 2014년부터 2016년까지 3.3%의 하락세를 보임. 1위국인 미국의 시장규모는 226억 4,863만 달러로 최근 3개년 연평균 3.2%의 증가세를 나타내었으며, 2016년 기준 22.7%의 점유율을 차지함. 2위국 일본은 137억 9,727만 달러로 최근 3개년 연평균 1.6%의 증가세를 나타냄

#### 미국 시즈닝, 드레싱 & 소스 시장, 2017년부터 3.3% 상승 전망

미국의 2016년 시장규모는 226억 4,863만 달러로, 글로벌 시즈닝, 드레싱 & 소스 시장 내 점유율 22.7%를 차지하여 1위를 차지하고 있음. 2013년 이후 4년간 성장률은 3.3%의 상승세를 나타내고 있음

2017년 시즈닝, 드레싱 & 소스의 시장규모는 233억 6,050만 달러, 2018년에 241억 2,467만 달러로 향후 2년간 3.3%의 증가세를 보일 것으로 전망됨

표 1.6 : 글로벌 시즈닝, 드레싱 & 소스(Seasoning, Dressing & Sauce) 시장규모(2014~2016)

(단위 : 백만 달러)

국가	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2014-2016)
글로벌	106,686.77	98,126.40	99,831.85	100.00%	-3.3%
1 미국	21,246.84	21,984.34	22,648.63	22.7%	3.2%
2 일본	13,357.47	11,979.83	13,797.27	13.8%	1.6%
3 중국	11,892.29	12,618.06	13,011.85	13.0%	4.6%
4 영국	4,969.70	4,702.77	4,225.53	4.2%	-7.8%
5 독일	4,836.49	4,093.10	4,119.99	4.1%	-7.7%
기타	48,163.72	40,820.30	40,036.87	40.1%	-8.8%

출처 : GlobalData(<http://consumer.globaldata.com>)

표 1.7 : 미국 시즈닝, 드레싱 & 소스(Seasoning, Dressing & Sauce) 시장규모(2013~2016)<sup>9)</sup>

(단위 : 백만 달러)

	매출액(백만 달러)	전년대비 CAGR	CAGR(2013-2016) vs CAGR(2017-2018)
2013	20,543.07	3.4%	3.3% (2013-2016)
2014	21,246.84	3.4%	
2015	21,984.34	3.5%	
2016	22,648.63	3.0%	
2017	23,360.50	3.1%	3.3% (2017-2018)
2018	24,124.67	3.3%	

출처 : GlobalData(<http://consumer.globaldata.com>)

9. 2017, 2018년 데이터는 전망치임

### 3. 품목통계 종합분석

#### 미국 시즈닝, 드레싱 & 소스 시장 내에서, 4위를 차지한 디핑소스

2016년 기준 전체 시즈닝, 드레싱 & 소스(Seasoning, Dressing, & Sauce) 시장에서 품목별 점유율을 보면, 조사 제품인 디핑소스가 35억 2,066만 달러 규모로, 15.5% 점유율을 차지하고 있음

#### 소스 시장 대체로 상승세, 토마토 페이스트가 가장 상승률 높아

2013년 이후 미국 시즈닝, 드레싱 & 소스 시장 내 품목 전반이 2.3-4.7% 내외의 상승세를 보이고 있으며, 가장 상승률이 높은 제품은 4.7%의 상승세를 기록한 토마토 페이스트와 푸레인 것으로 나타남

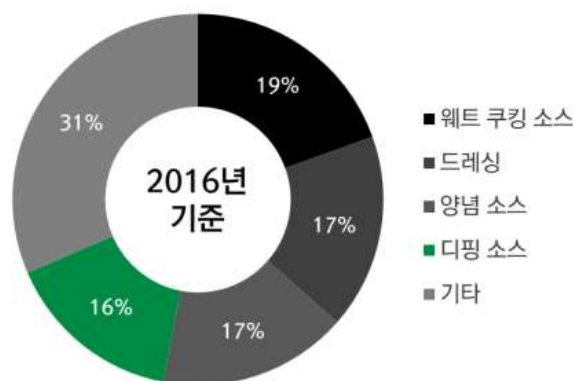
미국 소스 시장에서 웨트 쿡킹 소스, 드레싱, 양념소스, 디핑소스는 비슷한 규모로 시장을 점유하고 있음

표 1.8 : 미국 시즈닝, 드레싱 & 소스(Seasoning, Dressing & Sauce) 세부 품목별 시장규모 (단위 : 백만 달러)

	2013	2014	2015	2016	2016 점유율	CAGR(2013-2016)
전체	20,543.07	21,246.84	21,984.34	22,648.63	100%	3.3%
웨트 쿡킹 소스	4,009.68	4,153.49	4,304.33	4,417.72	19.5%	3.3%
드레싱	3,478.09	3,607.28	3,742.74	3,845.40	17.0%	3.4%
양념 소스	3,498.75	3,582.80	3,670.06	3,742.51	16.5%	2.3%
디핑 소스	3,163.97	3,277.06	3,395.72	3,520.66	15.5%	3.6%
허브, 향신료 & 시즈닝	1,867.03	1,924.96	1,985.67	2,041.98	9.0%	3.0%
처트니 & 렐리시	1,655.43	1,719.39	1,786.49	1,857.29	8.2%	3.9%
뷔용 & 스톡	1,315.60	1,365.00	1,416.82	1,471.08	6.5%	3.8%
드라이 쿡킹 소스	885.60	917.18	950.23	985.06	4.3%	3.6%
토마토 페이스트와 푸레	668.91	699.68	732.29	766.91	3.4%	4.7%

출처 : GlobalData(<http://consumer.globaldata.com>)

표 1.9 : 미국 시즈닝, 드레싱 & 소스(Seasoning, Dressing & Sauce) 세부 품목별 시장점유율(2016) 10. (단위 : %)



출처 : GlobalData(<http://consumer.globaldata.com>)

10. 원 그래프에서 기타는 허브, 향신료 & 시즈닝, 처트니 & 렐리시, 뷬용 & 스톡, 드라이 쿡킹 소스 및 토마토 페이스트와 푸레를 포함함



## Ⅱ. 시장 트렌드

### ※ 시장 트렌드 OVERVIEW

Market Trend 01. 미국의 소스 기호 변화

Market Trend 02. 스낵 소비 증가

Market Trend 03. 소스회사들의 전략 변화

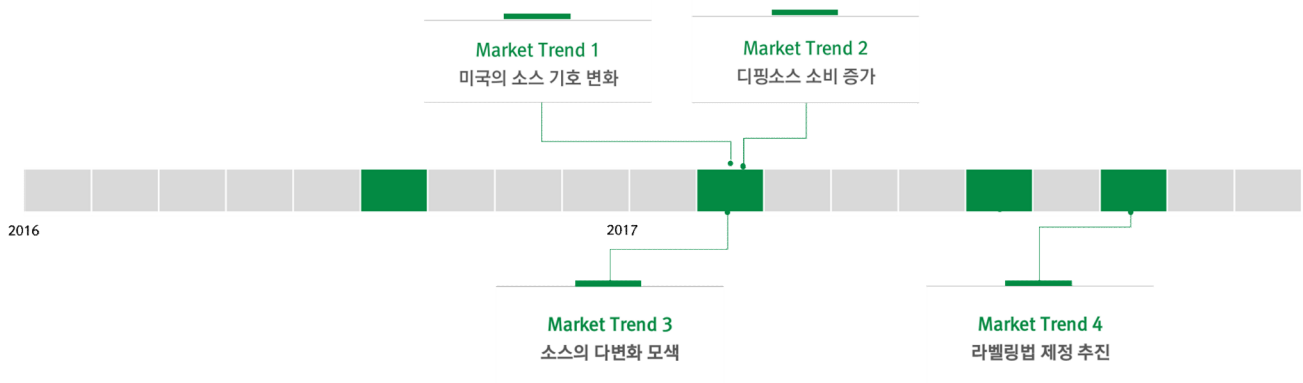
Market Trend 04. 미국의 라벨링법

# 시장 트렌드 OVERVIEW

## 빅데이터 분석 개요

조사목적	미국 소스, 드레싱, 양념류 시장 최신 트렌드 분석
수집 기간	2016.01.01. ~ 2017.09.06
수집 방법	토픽 모델링을 통한 이슈 선정. 이슈 시계열 분석
수집 채널	미국 식품사업정보원
입력 키워드	Sauce, dips
도출 기사	총 609건

## 트렌드 타임라인



### Market Trend 01. 미국의 소스 기호 변화

- 미국 내 소비자들은 소스를 고를 때 건강한 제품을 선호하는 경향이 있으며, 미국 소비자의 30%가 인공적인 성분 첨가 여부를 확인함
- 미국 소비자들은 건강하면서도 강하고 다양한 맛을 느낄 수 있는 소스를 선호함. 소비자들이 즐겨 찾던 케첩과 마요네즈 같은 소스보다 이국적이면서도 매운 맛이 나는 에스닉 소스에 대한 선호도가 높음

### Market Trend 02. 디핑소스 소비 증가

- 미국의 밀레니얼 세대 소비자들은 스낵을 밥 대신 즐겨먹는 '스내키피케이션(snackification) 트렌드'를 주도하고 있음. 최근 고단백질의 휴대가 간편한 스낵에 대한 소비가 늘어나면서 스낵을 찍어먹는 디핑(Dipping) 소스의 소비도 증가함

### Market Trend 03. 소스의 다변화 모색

- 미국 내 소스 제조업체들은 케첩, 마요네즈와 같은 기존 소스의 판매량이 저조하자 기존 소스에 소비자들이 선호하는 이국적이고 강한 맛을 첨가하여 신제품을 출시하고 있음

### Market Trend 04. 라벨링법 제정 추진

- 미국 내 식품 칼로리와 영양 정보 확인에 민감한 반응하는 경향으로 인해 GMO 라벨링법, 칼로리 라벨링법 등 다양한 라벨링법 제정이 추진되고 있음

**미국 소비자들, 건강하고 새로운 소스에 대한 관심 증가**

미국 내 소비자들은 소스를 고를 때 건강한 첨가물이 함유된 소스와 강하고 다양한 이국적인 맛의 소스를 선호하는 경향이 있음<sup>11</sup>.

미국 현지식품매체인 Progressive Grocer에 의하면 미국 소비자의 30%가 인공적인 성분 첨가 여부를 확인하며,<sup>12</sup> 유기농 제품이거나 인공 첨가물이 함유되어 있지 않은 프리미엄 라인의 제품을 선호함. 이는 가계 소득 증가와 소비자 소비 규모 증가의 영향으로 소비자들이 점차 건강한 식이에 관심을 가진 것에 기인함<sup>13</sup>.

또한 태국, 아르헨티나 지역 등의 전통 향신료로 만들어진 에스닉 소스(Ethnic Sauce)를 선호하는 것으로 파악됨

소비자들이 기존에 즐겨 찾던 케첩과 마요네즈의 판매액 성장률은 2016년 기준 전년 대비 각각 0.34%, 1.27%였던 것에 비해 기타(other) 소스와 양념의 경우 각각 1.97%, 2.74% 증가하였음

표 2.1 : 미국의 소스(Sauce, Dressings and condiments)

케첩 (Ketchup)	마요네즈 (Mayonnaise)	에스닉 소스 (Ethnic sauce)
		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 전통적으로 많이 찾는 소스</li> <li>- 양념(condiments)에 속하며 햄버거, 피자, 핫도그, 감자튀김 등 미국인들이 가장 많이 찾는 음식들의 보완재로 소스 중 소비량이 가장 많음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 전통적으로 많이 찾는 소스</li> <li>- 드레싱(dressings)에 속하며 보통은 샐러드 드레싱으로 사용되지만 최근에는 다양한 양념으로 사용되고 있음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국의 젊은 소비층이 많이 찾는 소스</li> <li>- 대체로 유기농 재료로 만들어진 타국의 전통 소스로 자연적인 강한 맛을 담고 있음. 미국 내에선 태국의 스리라차, 아르헨티나의 치미추리 등이 인기</li> </ul>

11. IBIS World, 'Seasoning, Sauce and Condiment Production in the US', 2017.10

12. Progressive Grocer, 'Fresh, Clean Offerings Rule in Dressings, Dips', 2017.03.07

13. IBIS World, 'Seasoning, Sauce and Condiment Production in the US', 2017.10

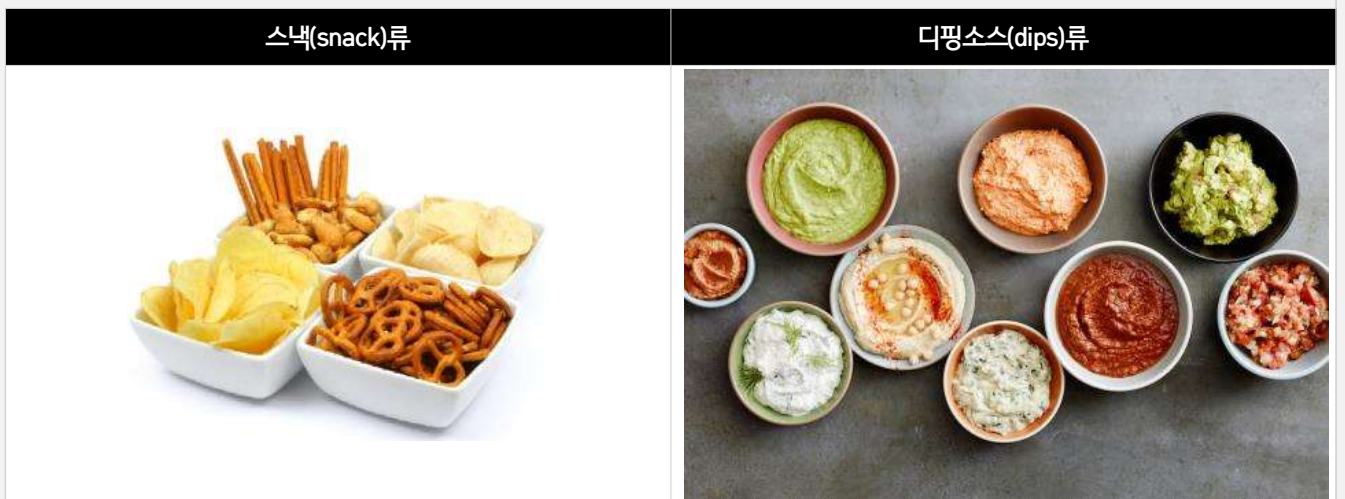
### 스낵 소비량 증가로 인해 디핑소스 수요 高

최근 미국의 밀레니얼<sup>14</sup> 세대 소비자들 사이에서는 스낵을 즐겨 먹으며 밥 대신 스낵을 즐겨 먹는 ‘스내키피케이션 (snackification)<sup>15</sup>’ 이 트렌드임<sup>16</sup>. 바쁜 생활 속에서 식사를 해결하기 위한 대안으로 휴대가 간편한 고단백질의 스낵에 대한 소비가 늘어났고 이에 찍어먹는 디핑(Dipping) 소스의 소비도 더불어 증가함

미국 현지 식품제조업체인 Prepared Food에 따르면 1인 가구의 증가, 편리함 등을 이유로 젊은 소비자들 사이에서 끼니를 때우기 위해 스낵 푸드를 즐겨 먹고, 그 비율이 2017년 기준 전체 스낵 푸드 소비량의 24%를 차지한다고 함<sup>17</sup>.

스낵에 대한 수요가 증가하면서 소스, 드레싱 및 양념(sauce, dressings and condiments)의 수요도 계속해서 늘어나고 있으며 이로 인해 저칼로리, 저지방인 소스를 만들어내기 위한 제조회사 간의 경쟁도 치열해질 전망이다

표 2.2 : 미국의 스낵과 소스



14. 밀레니얼(Millennials) : 1980년대에서 2000년대 사이에 태어난 세대  
 15. 스내키피케이션(snackification) : 간식화, 휴대가 간편하고 일상 속에서 걸어다니면서도 먹을 수 있는 먹거리를 즐기고, 그것을 넘어서서 즐기는 정도가 식사를 대용할 정도가 되는 것  
 16. Natural Products Insider, ‘U.S Millennials Drive Snackification of Mealtimes’, 2017.06  
 17. Prepared Food, ‘Snacks Replace Lunch’, 2017.03.06

**현지 소스 제조업체들의 제품 다변화 모색**

미국 내 소스 제조업체들은 케첩, 마요네즈와 같은 기존 소스의 판매가 저조하자 기존 소스에 소비자들이 선호하는 이국적이고 강한 맛을 첨가하여 신제품을 출시하고 있음

미국 소스 제조업체인 ConAgra는 2015년 하반기부터 기존에 팔던 머스타드 소스에 스리라차(SriRacha)<sup>18</sup> 소스를 첨가한 Gulden's Sriracha Mustard 제품과 프랑스 디종 지역의 머스타드 소스를 모방하여 제조한 Stone Ground Dijon Mustard 제품을 판매하기 시작함. 현지 토마토 소스 전문 제조업체인 Red Gold는 2016년 상반기부터 케첩에 스리라차 소스가 첨가된 제품을 출시함

미국의 소스, 드레싱, 양념 제조 업체인 HJ Heinz Co와 Kraft Food Group Inc.는 2015년 마요네즈와 샐러드 드레싱이 인기를 잃어 부진한 성과를 내게 되자 Kraft Heinz Co로 합병을 추진함. 이로 인해 소스 시장에서 독보적인 점유율을 유지하면서 밀레니얼 소비자들의 타깃으로한 제품들을 판매하며 업체 1위를 차지함

표 2.3 : 미국의 소비자를 타겟팅한 새로운 소스들

Gulden's Sriracha Mustard	Stone Ground Dijon Mustard	Red Gold Sriracha Ketchup
		
<p>- 밀레니얼 세대 소비자를 타겟팅하여 기존의 소스인 머스타드에 에스닉 소스인 스리라차를 더해 매콤한 강렬한 맛이 남</p>	<p>- 밀레니얼 세대 소비자를 타겟팅하여 기존 소스인 머스타드에 겨자씨, 화이트 와인을 곁들여 만들어 기존 제품보다 식감이 부드러움</p>	<p>- 밀레니얼 세대 소비자를 타겟팅하여 기존의 소스인 케첩에 에스닉 소스인 스리라차를 더해 매콤달콤한 맛이 남</p>

18. 스리라차(Sri Racha) : 태국의 지명 스리라차에서 유래한 이름으로, 태국식 핫소스를 의미함

**식품 칼로리와 영양 정보에 민감한 현지인들**

미국 내 식품 칼로리와 영양 정보 확인에 민감한 반응하는 경향으로 인해 GMO 라벨링법, 칼로리 라벨링법 등 다양한 라벨링법 제정이 추진되고 있음. 2016년에는 기존에 있던 라벨링법을 개정하여 칼로리와 설탕함유량을 강조하여 표현하도록 하였고, 이와 같은 개정안대로 2018년 7월까지 개정된 라벨링으로 변경해야 함

미국 뉴욕시는 식료품 가게 뿐만 아니라 레스토랑에서도 식품의 칼로리 및 영양 정보를 제공해야 하는 라벨링 법(labeling law) 제정을 추진하였으나 미국 식약청(FDA)측에서 연방법이 먼저 제정되기 전에 뉴욕시 자체적으로 법을 제정할 수 없다고 판단하여 해당 법안을 기각함. 이를 통해서도 식품 칼로리와 영양 정보를 고려하는 미국 현지 소비자들의 경향을 파악할 수 있음<sup>19</sup>.

표 2.4 : 미국의 라벨링

미국의 소스 라벨링 샘플	칼로리 라벨링 샘플																													
 <p><b>Nutrition Facts</b> Serving Size 2 tsp (5g) Servings Per Container about 40</p> <p><b>Amount Per Serving</b> Calories 20    Calories from Fat 15</p> <p><b>% Daily Value*</b></p> <p><b>Total Fat</b> 1.5g    <b>2%</b> Saturated Fat 1g    <b>5%</b> Trans Fat 0g</p> <p><b>Cholesterol</b> &lt;5mg    <b>2%</b> <b>Sodium</b> 85mg    <b>4%</b> <b>Total Carbohydrate</b> 0g    <b>0%</b> Dietary Fiber 0g    <b>0%</b> Sugars 0g</p> <p><b>Protein</b> 2g</p> <p>Vitamin A 0%    •    Vitamin C 0% Calcium 6%    •    Iron 0%</p> <p>*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet.</p>	 <p><b>Nutrition Facts</b> Serving Size 2/3 cup (55g) Servings Per Container About 8</p> <p><b>Amount Per Serving</b> Calories 230    Calories from Fat 72</p> <p><b>% Daily Value*</b></p> <p><b>Total Fat</b> 8g    <b>12%</b> Saturated Fat 1g    <b>5%</b> Trans Fat 0g</p> <p><b>Cholesterol</b> 0mg    <b>0%</b> <b>Sodium</b> 160mg    <b>7%</b> <b>Total Carbohydrate</b> 37g    <b>12%</b> Dietary Fiber 4g    <b>16%</b> Sugars 1g</p> <p><b>Protein</b> 3g</p> <p>Vitamin A    10% Vitamin C    8% Calcium    20% Iron    45%</p> <p>* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily value may be higher or lower depending on your calorie needs.</p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>Calories:</td> <td>2,000</td> <td>2,500</td> </tr> <tr> <td>Total Fat</td> <td>Less than</td> <td>65g</td> <td>80g</td> </tr> <tr> <td>Sat Fat</td> <td>Less than</td> <td>20g</td> <td>25g</td> </tr> <tr> <td>Cholesterol</td> <td>Less than</td> <td>300mg</td> <td>300mg</td> </tr> <tr> <td>Sodium</td> <td>Less than</td> <td>2,400mg</td> <td>2,400mg</td> </tr> <tr> <td>Total Carbohydrate</td> <td></td> <td>300g</td> <td>375g</td> </tr> <tr> <td>Dietary Fiber</td> <td></td> <td>25g</td> <td>30g</td> </tr> </table>			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
	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																											

19. Supermarket News, 'FDA supports restriction of NYC nutritional labeling laws', 2017.08.18



# Ⅲ. 경쟁제품 현지조사

## ※ 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

1. 경쟁제품 선정
2. 정량 분석
3. 정성 분석
4. 현지 방문 조사자료

# 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW





※ 중량과 유통기한의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

	제품명	제조사	제조국가
1	Sriracha Mayo	Kikoman	일본
2	Wasabi Flavored Mayonnaise	Shirakiku(Wismettac)	일본
3	초고추장 마요네즈	Bibigo	한국
4	Sukiyaki Sauce	Aroy-D	태국
5	Chili Paste With Fermented Soy Bean	Fuchi	대만
6	Sweet Chili Sauce For Chicken	Flying Horse	태국
7	Sweet Chili Sauce Especially	Flying Horse	태국
8	Sweet Chili Sauce	Mae Ploy	태국
9	Sweet Chili Sauce For Chicken	Pantai	태국
10	Sweetened Chili Sauce For Spring Roll	Pantai	태국
11	Sriracha Hot Chili Sauce	Huy Fong Foods	미국
12	Chili Garlic Sauce	Huy Fong Foods	미국
13	Banana Sauce	UFC	필리핀

출처 : 현지방문조사(Zion Market, 99 Ranch Market 2017. 09)

# 1. 경쟁제품 선정

## 방문 매장 선정

대형마트 Zion Market	대형마트 99 Ranch Market
	
4800 Irvine Blvd, Irvine, CA 92620	5402 Walnut Ave, Irvine, CA 92604

출처 : 현지방문조사(Zion Market, 99 Ranch Market 2017. 09)

## 현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 13개 선정<sup>20</sup>.

	제품명	제조사	제조국가
1	Sriracha Mayo	Kikoman	일본
2	Wasabi Flavored Mayonnaise	Shirakiku(Wismettac)	일본
3	초고추장 마요네즈	Bibigo	한국
4	Sukiyaki Sauce	Aroy-D	태국
5	Chili Paste With Fermented Soy Bean	Fuchi	대만
6	Sweet Chili Sauce For Chicken	Flying Horse	태국
7	Sweet Chili Sauce Especially	Flying Horse	태국
8	Sweet Chili Sauce	Mae Ploy	태국
9	Sweet Chili Sauce For Chicken	Pantai	태국
10	Sweetened Chili Sauce For Spring Roll	Pantai	태국
11	Sriracha Hot Chili Sauce	Huy Fong Foods	미국
12	Chili Garlic Sauce	Huy Fong Foods	미국
13	Banana Sauce	UFC	필리핀

출처 : 현지방문조사(Zion Market, 99 Ranch Market 2017. 09)

## 분석 지표 설정 - 6개 항목

정량지표		정성지표	
1	중량 (g)	4	제조국가
2	가격 (원)	5	포장형태
3	유통기한 (개월)	6	주원료

20. 수출입통계의 수입액의 경우, HS CODE 2103(소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자) 하위항목인 HS CODE 2103.90.9091(기타) 기준으로 집계되었으며 해당 품목은 아시안 양념소스 이외에도 케찹, 마요네즈 조제품 등이 포함되어 집계된 수치임. 본 현지조사는 아시안 양념소스의 동종 및 유사 제품을 대상으로 조사가 진행되기 때문에 수출입 통계에서 수입액1위를 차지한 국가의 제품이 조사되지 않을 수 있음

## 2. 정량 분석

### 미국 내 유통 중인 디핑소스 제품, 100g당 평균 가격 924원<sup>21</sup>.

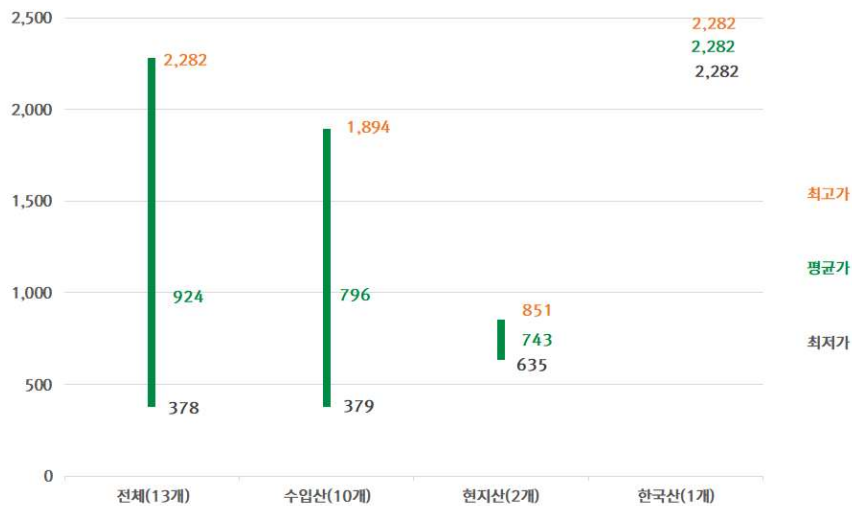
미국 현지 대형마트 방문 결과 미국 내 판매 중인 디핑소스 제품의 100g당 평균 가격은 924원으로 확인되었음. 100g당 평균 한국산 제품이 2,282원으로 가장 높았고, 현지산 제품이 100g당 평균가격 743원으로 가장 낮게 나타남

단일 제품 가격이 가장 비싼 제품은 한국산 비비고의 초고추장 마요네즈 제품으로 100g당 가격이 2,282원임. 반면 수입산 제품 중 Flying Horse의 Sweet Chili Sauce Especially으로 약 6배 저렴한 378원으로 조사됨

현지 마트에서 조사된 13개 경쟁 제품의 중량 평균은 448g이며, 유통기한은 평균 14개월임

표 3.1 : 제조 국가별 중량(100g) 당 가격

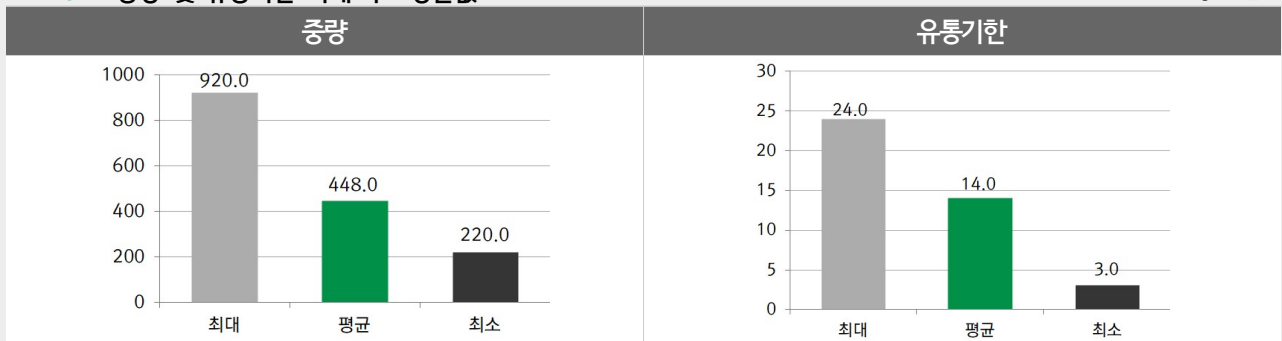
(단위 : 원)



출처 : 현지방문조사(Zion Market, 99 Ranch Market 2017. 09), 13개 제품 기준

표 3.2 : 중량 및 유통기한 최대·최소·평균값

(단위 : g, 개월)



출처 : 현지방문조사(Zion Market, 99 Ranch Market 2017. 09), 13개 제품 기준

21. 1(USD) = 1139원(KRW) (KEB하나은행 고시기준, 2017.09.26.), 경쟁제품 가격 분석을 위해 현지 화폐단위인 'USD'을 한화로 전환하여 제시함

### 3. 정성 분석

#### 디핑소스 제품, 플라스틱 병, 유리병 외장재 사용 중

미국 내 13개 경쟁제품 중 10개 제품이 유리를 외장재로 사용하고 있음. 3개 제품은 플라스틱을 사용하고 있으며 13개 제품 모두 병 모양의 형태를 띠고 있음

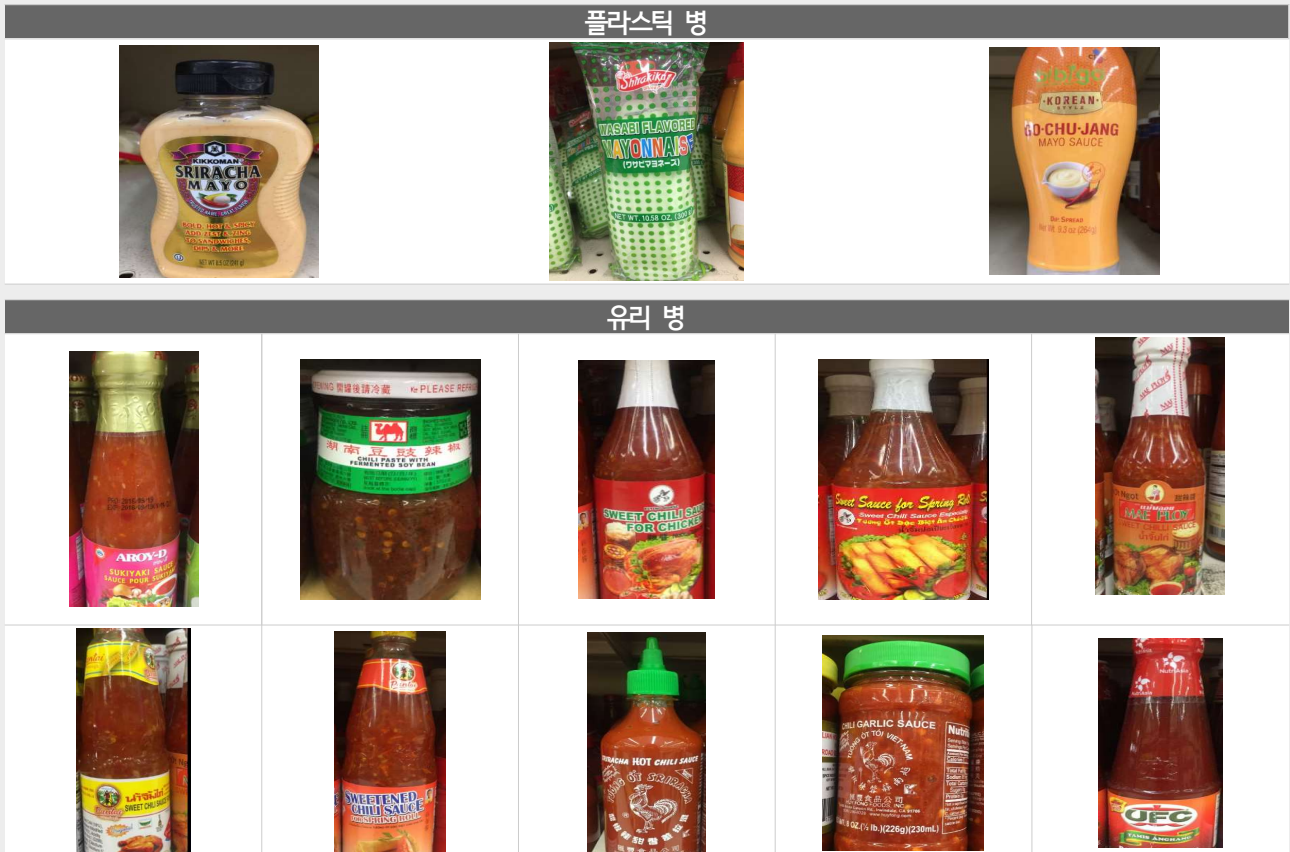
#### 제품 주요 성분

현지 조사로 확인된 대부분의 제품들이 설탕, 물, 마늘, 소금의 제품을 함유하고 있으며, 13개의 제품 중 10개의 제품이 고추를 주요 성분으로 표시함. 그 외 3개 제품은 고추가 아닌 칠리소스, 매운 맛을 내는 추출물, 고추장을 사용해 아시아 특유의 소스 맛을 내는 것으로 확인됨

#### 제조국가

미국 현지 2개의 매장에서 디핑소스 13개 제품을 조사한 결과, 6개의 제품이 태국 제품으로 나타났으며 나머지 수입산 제품으로는 일본, 대만, 한국, 필리핀 제품으로 확인됨. 현지에서 제조된 제품은 Huy Fong Foods사의 2개 제품만 확인됨

표 3.3 : 경쟁제품 패키지 분류



출처 : 현지방문조사(Zion Market, 99 Ranch Market 2017. 09)

### 3. 정성 분석

표 3.4 : 경쟁제품 원료 목록

제품명	원료
Sriracha Mayo	콩, 오일, 시라차(Siracha), 핫 칠리소스, 설탕, 물, 마늘, 레몬주스, 식초
Wasabi Flavored Mayonnaise	콩기름, 물, 식초, 소금, 설탕, 무, 나트륨, 매운 맛 추출물
초고추장 마요네즈	마요네즈, 천연향료, 레몬 주스, 증류수, 고추장
Sukiyaki Sauce	물, 설탕, 고추, 간장, 마늘, 소금, 참기름, 옥수수 전분, 구연산, 참깨
Chili Paste With Fermented Soy Bean	고추, 발효 콩, 콩기름, 소금, 설탕, 마늘, 젖산, 초산
Sweet Chili Sauce For Chicken	설탕, 물, 고추, 마늘, 소금, 옥수수 전분
Sweet Chili Sauce Especially	물, 설탕, 고추, 당근, 소금, 식초, 마늘
Sweet Chili Sauce	설탕, 물, 절인 고추, 식초, 마늘, 소금
Sweet Chili Sauce For Chicken	설탕, 물, 칠리, 마늘, 소금, 나트륨
Sweetened Chili Sauce For Spring Roll	칠리, 설탕, 소금, 마늘, 증류수, 칼륨, 나트륨, 방부제
Sriracha Hot Chili Sauce	칠리, 설탕, 소금, 마늘, 증류수, 칼륨, 나트륨, 방부제
Chili Garlic Sauce	칠리, 소금, 마늘, 증류수, 칼륨, 나트륨, 방부제
Banana Sauce	물, 설탕, 바나나, 옥수수 전분, 식초, 칠리, 양파, 마늘, 방부제

출처 : 현지방문조사(Zion Market, 99 Ranch Market 2017. 09), 13개 제품 기준

표 3.5 : 경쟁제품 제조국가

제품명	제조국가	제조국가 비중
Sriracha Mayo	일본	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 태국</li> <li>■ 일본</li> <li>■ 미국</li> <li>■ 한국</li> <li>■ 필리핀</li> <li>■ 대만</li> </ul>
Wasabi Flavored Mayonnaise	일본	
초고추장 마요네즈	한국	
Sukiyaki Sauce	태국	
Chili Paste With Fermented Soy Bean	대만	
Sweet Chili Sauce For Chicken	태국	
Sweet Chili Sauce Especially	태국	
Sweet Chili Sauce	태국	
Sweet Chili Sauce For Chicken	태국	
Sweetened Chili Sauce For Spring Roll	태국	
Chili Garlic Sauce	미국	
Sriracha Hot Chili Sauce	미국	
Banana Sauce	필리핀	

출처 : 현지방문조사(Zion Market, 99 Ranch Market 2017. 09), 13개 제품 기준

## 4. 현지 방문 조사자료

### 현지 조사 정보

미국 현지 유통매장 방문을 통해 조사된 제품의 기본 스펙 및 취급업체 정보를 다음과 같이 제공함





분류		제품 01	제품 02
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Kikoman	Shirakika(Wismetac)
	제품명	Sriracha Mayo	Wasabi Flavored Mayonnaise
	중량(g)	241	300
	가격(USD)	2.99	4.99
	외장재	플라스틱 병	플라스틱 병
	원료	콩, 오일, 시라차(Sriracha), 핫 칠리소스, 설탕, 물, 마늘, 레몬주스, 식초	콩기름, 물, 식초, 소금, 설탕, 무, 나트륨, 매운 맛 추출물
	유통기한(개월)	5	3
	제조국가	일본	일본
취급처	판매확인 매장	Zion Market	Zion Market

## 4. 현지 방문 조사자료





분류		제품 03	제품 04
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Bibigo	Aroy-D
	제품명	초고추장 마요네즈	Sukiyaki Sauce
	중량(g)	264	220
	가격(USD)	5.29	1.39
	외장재	플라스틱 병	유리병
	원료	마요네즈, 천연향료, 레몬 주스, 증류수, 고추장	물, 설탕, 고추, 간장, 마늘, 소금, 참기름, 옥수수 전분, 구연산, 참깨
	유통기한(개월)	3	24
제조국가	한국	태국	
취급처	판매확인 매장		
		Zion Market	99 Ranch







## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 05	제품 06
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Fuchi	Flying Horse
	제품명	Chili Paste With Fermented Soy Bean	Sweet Chili Sauce For Chicken
	중량(g)	370	900
	가격(USD)	2.99	3.09
	외장재	유리병	유리병
	원료	고추, 발효 콩, 콩기름, 소금, 설탕, 마늘, 젖산, 초산	설탕, 물, 고추, 마늘, 소금, 옥수수 전분
	유통기한(개월)	8	19
제조국가	대만	태국	
취급처	판매확인 매장	99 Ranch	99 Ranch

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 07	제품 08
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Flying Horse	Mae Ploy
	제품명	Sweet Chili Sauce Especially	Sweet Chili Sauce
	중량(g)	900	350
	가격(USD)	2.99	1.79
	외장재	유리병	유리병
	원료	물, 설탕, 고추, 당근, 소금, 식초, 마늘	설탕, 물, 절인 고추, 식초, 마늘, 소금
	유통기한(개월)	19	21
제조국가	태국	태국	
취급처	판매확인 매장	99 Ranch	99 Ranch

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 09	제품 10
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Pantai	Pantai
	제품명	Sweet Chili Sauce For Chicken	Sweetened Chili Sauce For Spring Roll
	중량(g)	342	920
	가격(USD)	1.69	3.79
	외장재	유리병	유리병
	원료	설탕, 물, 칠리, 마늘, 소금, 나트륨	칠리, 설탕, 소금, 마늘, 증류수, 칼륨, 나트륨, 방부제
	유통기한(개월)	12	8
제조국가	태국	태국	
취급처	판매확인 매장	99 Ranch	99 Ranch

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 11	제품 12
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제조사명	Huy Fong Foods	Huy Fong Foods
	제품명	Sriracha hot chili sauce	Chili garlic sauce
	중량(g)	482	226
	가격(USD)	2.69	1.69
	외장재	유리병	유리병
	원료	칠리, 설탕, 소금, 마늘, 증류수, 칼륨, 나트륨, 방부제	칠리, 소금, 마늘, 증류수, 칼륨, 나트륨, 방부제
	유통기한(개월)	20	19
제조국가	미국	미국	
취급처	판매확인 매장	99 Ranch	99 Ranch

## 4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 13
제품이미지	앞면	
	뒷면	
제품스펙	제조사명	UFC
	제품명	Banana Sauce
	중량(g)	320
	가격(USD)	1.79
	외장재	유리병
	원료	물, 설탕, 바나나, 옥수수 전분, 식초, 칠리, 양파, 마늘, 방부제
	유통기한(개월)	21
	제조국가	필리핀
취급처	판매확인 매장	99 Ranch

# IV. 경쟁사 분석

## ※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

# 경쟁사 분석 OVERVIEW



		Kikkoman	Wismettac Asian Foods, Inc.	CJ CHEILJEDANG
		일본	일본	한국
기업 개요	설립년도	1866년	1912년	1975년
	본사 소재지	일본 도쿄(Tokyo)	일본 고베(Kobe)	한국 서울(Seoul)
	직원 수	6,771명(2016년)	1,556명(2016년)	5,699명(-)22.
	매출액	약 4,021억 엔(2016년) 한화 약 3조 9,704억 원	약 14억 5,500만 달러(2016년) 한화 약 1조 6,397억 원	약 14조 5,632억 원(2016년)
	취급품목	소스, 음료 등	소스, 신선식품, 주류 등	가공식품, 소스, 식자재 등
제품 정보				
		스리라차 마요네즈	와사비 마요네즈	고추장 마요네즈
판매 전략	홍보전략	<ul style="list-style-type: none"> <li>· SNS를 활용한 홍보전략</li> <li>- 인스타그램, 페이스북을 활용한 홍보 글 게시</li> <li>- 자사 제품을 활용한 레시피를 게재하고 홈페이지 링크를 첨부함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 온라인 플랫폼을 활용한 제품 홍보</li> <li>- 제품 홈페이지를 활용하여 레시피 및 홍보 영상 게시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· SNS 및 홈페이지를 활용한 홍보</li> <li>- 제품을 활용한 음식과 요리 영상 및 레시피를 SNS와 홈페이지를 통해 제공함</li> </ul>
	캐치 프레이즈	· Seasoning your life	· Commitment to Our Customers	· Healthy & Fresh Korean Food

22. CJ 제일제당 홈페이지 및 Annual report, 잡코리아 등을 통해 정보 확인 결과 직원 수의 기준년도를 확인 할 수 없어 미 기재함(검색일: 2017.09.27)

# 1. 경쟁사 선정

## 경쟁사 선정 프로세스

방법론 01. 업체 홈페이지 조사<sup>23</sup>. ..... 업체 홈페이지 조사

- Kikkoman(www.kikkoman.com)
- Wismettac Asian Foods, Inc.(www.wismettacusa.com)
- Pulmuone(www.pulmuone.kr)

방법론 02. 온라인 쇼핑몰 조사<sup>24</sup>. ..... 온라인 쇼핑몰 조사

- 키워드 : Wasabi(와사비), Sriracha(스리라차), Gochujang(고추장)
- 온라인 쇼핑몰 분석
- 식품 온라인 쇼핑몰 확인

방법론 03. 오프라인 매장 조사 ..... 오프라인 매장 방문

- 미국 현지 하이퍼마켓·슈퍼마켓 방문(2017.09)
- Ralph's
- Whole foods
- Trader Joe's
- Zion

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

- 방법론 01(업체 홈페이지 조사)
- + 방법론 02(온라인 쇼핑몰 조사)
- + 방법론 03(오프라인 매장 방문 조사)

미국, 한국 기업 총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과

미국	미국	한국
		
· 동종 및 유사 제품 보유 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 동종 및 유사 제품 보유 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 동종 및 유사 제품 보유 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>
· 온라인 쇼핑몰 조사 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑몰 조사 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑몰 조사 ..... <input checked="" type="checkbox"/>
· 오프라인 매장 판매확인 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>	· 오프라인 매장 판매확인 기업 ..... <input checked="" type="checkbox"/>

23. 현지 조사 결과 확인된 업체의 홈페이지를 확인하여 동종 및 유사 제품을 취급하고 있는 업체인지 확인

24. 현지 온라인 쇼핑몰 확인을 통하여 경쟁 제품의 판매가 이루어지고 있는 지 확인함



## 2. 경쟁사별 현황 파악

### Kikkoman 정보

- 대표 전화 : +81-03-5521-5360
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 도쿄(Tokyo)

출처 : Kikkoman(www.kikkoman.com)

### 일본 기업 분석 : Kikkoman

1917년 Noda Shoyu Co., Ltd.를 합병하며 출범하였고, 미국, 유럽, 싱가포르, 대만에서 생산되고 있음. 현재는 제약 제품부터 식자재에 이르기까지 광범위한 제품을 다루며, Del Monte, Manns Wine Co., Ltd와의 협력도 진행함. HACCP 또는 GFSI와 같은 식품 안전과 관련된 인증을 획득하였으며, 제품 품질과 안전에 관한 R&D와 설비에 투자하고 있음

### [기업 개요]

- ① 설립년도 ..... 1866년
- ② 직원수 ..... 6,771명(2016년)
- ③ 매출액 ..... 약 4,021억 엔(2016년)
- ④ 취급품목 ..... 소스, 음료, 등



출처 : Kikkoman(www.kikkoman.com)

### [제품 정보]

온오프라인  
확인 제품



스리라차 마요네즈



와사비 마요네즈



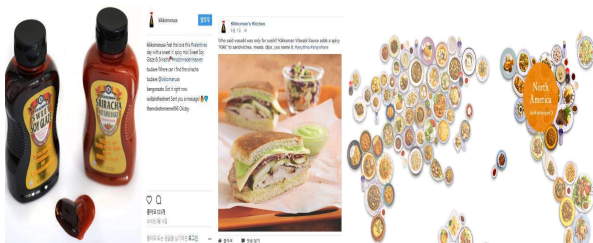
호이신 소스

출처 : Kikkoman(www.kikkoman.com)

### [홍보 전략]

#### 온라인 홍보

#### SNS를 활용한 제품 홍보



- 인스타그램, 페이스북을 활용하여 제품 홍보글 게시
- 자사 제품을 활용한 레시피를 게재하고 이와 더불어 제품의 구매처로 이동 할 수 있게 하여 제품에 대한 접근성 제고

#### 캐치프레이즈

#### "Seasoning your life"

#### Corporate Brand Slogan

In a time of constant change, some things remain the same. Tasty encounters and the enjoyment and fun that come from sitting down to a meal with family and friends all combine to create delicious memories. Our aim of filling the world with the joys of food so as to give people these delicious memories is encapsulated in our corporate slogan.

#### seasoning your life

The corporate slogan, "seasoning your life," contains the core message that Kikkoman "helps you savor the joys of life." It suggests that, as Kikkoman seasons and enriches your food, it also brings fulfillment to life as a whole.

- 삶에 양념을 더한다는 의미로 다양한 풍미의 제품을 제공함으로써 고객의 만족도를 높이고자 함
- 전 세계의 다양한 레시피와 자사 소스를 제공하고 있음

출처 : Kikkoman(www.kikkoman.com)

## 2. 경쟁사별 현황파악

### Wismettac Asian Foods, Inc. 정보

- 대표 전화 : +81-078-222-7550
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 고베(Kobe)

출처 : Wismettac Asian Foods, Inc.  
(www.wismettacusa.com)

### 일본 기업 분석 : Wismettac Asian Foods, Inc.

당사는 식품 기업인 Nishimoto wismettac Group의 계열사로 1912년 설립됨. 1947년부터 Shirakiku라는 자사 브랜드를 북미 지역에 판매하기 시작하였으며, 19개의 지사(Branch)와 4개 지국(Satellite office)을 두고 있음. 현재 소스류를 포함한 식품뿐만 아니라 식기류, 생활용품 등 약 6,500여 가지의 제품을 판매하고 있음

#### [기업 개요]

- ① 설립년도 ..... 1883년
- ② 직원수 ..... 1,556명(2016년)
- ③ 매출액 ..... 약 14억 5,500만 달러(2016년)
- ④ 취급품목 ..... 소스, 신선식품, 주류 등



출처 : Wismettac Asian Foods, Inc.(www.wismettacusa.com)

#### [제품 정보]

온(오프)라인  
확인 제품



와사비 마요네즈



돈까스 소스

출처 : Wismettac Asian Foods, Inc.(www.wismettacusa.com)

#### [홍보 전략]

##### 온라인 홍보

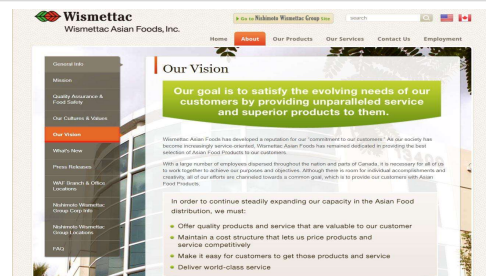
##### 온라인 플랫폼을 활용한 제품 홍보



- 제품의 소개와 홍보만을 위한 페이지를 개설함
- 자사 제품을 위한 홈페이지를 개설하였으며, 레시피를 게시하고 제품을 소개하는 등 소비자의 구매를 유도하고 있음
- Instagram을 통하여 제품 홍보물과 회사의 행사 사진을 게시함

##### 캐치프레이즈

##### "Discover the Quality, Affordable Brands that Make Eating More Delicious"



- 1,000여 가지의 제품을 구비하여 소비자로 하여금 다양한 맛과 품질의 제품을 즐길 수 있도록 함
- 자체 제조 시설과 높은 품질 규정을 통하여 고품질 제품을 제공함

출처 : Wismettac Asian Foods, Inc.(www.wismettacusa.com)

## 2. 경쟁사별 현황 파악

### CJ CHEILJEDANG 정보

- 대표 전화 : +82-2-6740-1114
- 업태 : 생산 및 유통
- 소재지 : 서울(Seoul)

출처 : CJ CHEILJEDANG  
(www.cj.co.kr)

### 한국 기업 분석 : CJ CHEILJEDANG

1975년 조미료 제조업체로 출발하였으며, 현재 한국 내 최대 식품회사로 성장함. 설탕, 밀가루 등과 같은 식자재에서부터 일반식품, 바이오 등 다양한 영역에서 사업을 진행하고 있음. 1990년대 중반 미국 내 한인 거주자를 목표로 하여 미국에 진출하였으나, 현재 BIBIGO라는 가공식품 브랜드를 필두로 적극적인 마케팅을 펼치고 있음

### [기업 개요]

- |        |       |                       |
|--------|-------|-----------------------|
| ① 설립년도 | ..... | 1955년                 |
| ② 직원수  | ..... | 1,556명(2016년)         |
| ③ 매출액  | ..... | 약 14조 5,632억 원(2016년) |
| ④ 취급품목 | ..... | 가공식품, 소스, 식자재 등       |



출처 : CJ CHEILJEDANG(www.cj.co.kr)

### [제품 정보]

온(오프)라인  
확인 제품



고추장 마요네즈



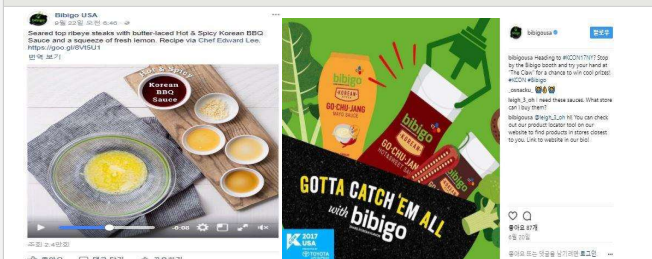
고추장 소스

출처 : CJ CHEILJEDANG(www.cj.co.kr)

### [홍보 전략]

#### 온라인 홍보

#### 홈페이지를 활용한 홍보



- 제품을 직접 홍보하기 보다는 이를 활용한 다양한 음식을 보여 줌으로써 소비자의 구매욕구와 식욕을 자극함
- 쉽게 이해 할 수 있는 간단한 요리 레시피 동영상상을 홈페이지 및 SNS에 게시하며, 관련 이벤트도 함께 게시함

#### 캐치프레이즈

#### "Healthy & Fresh Korean Food"



- 한식이 가지고 있는 건강하고 신선하다라는 이미지를 바탕으로, 자사 제품들의 이용을 통해 쉽게 접근 할 수 있음을 보여줌
- 다양한 한국적인 맛을 지키며 서양인의 입맛에 맞는 제품을 제공하고자 노력하고 있음

출처 : Bibigo USA(www.bibigousa.com)

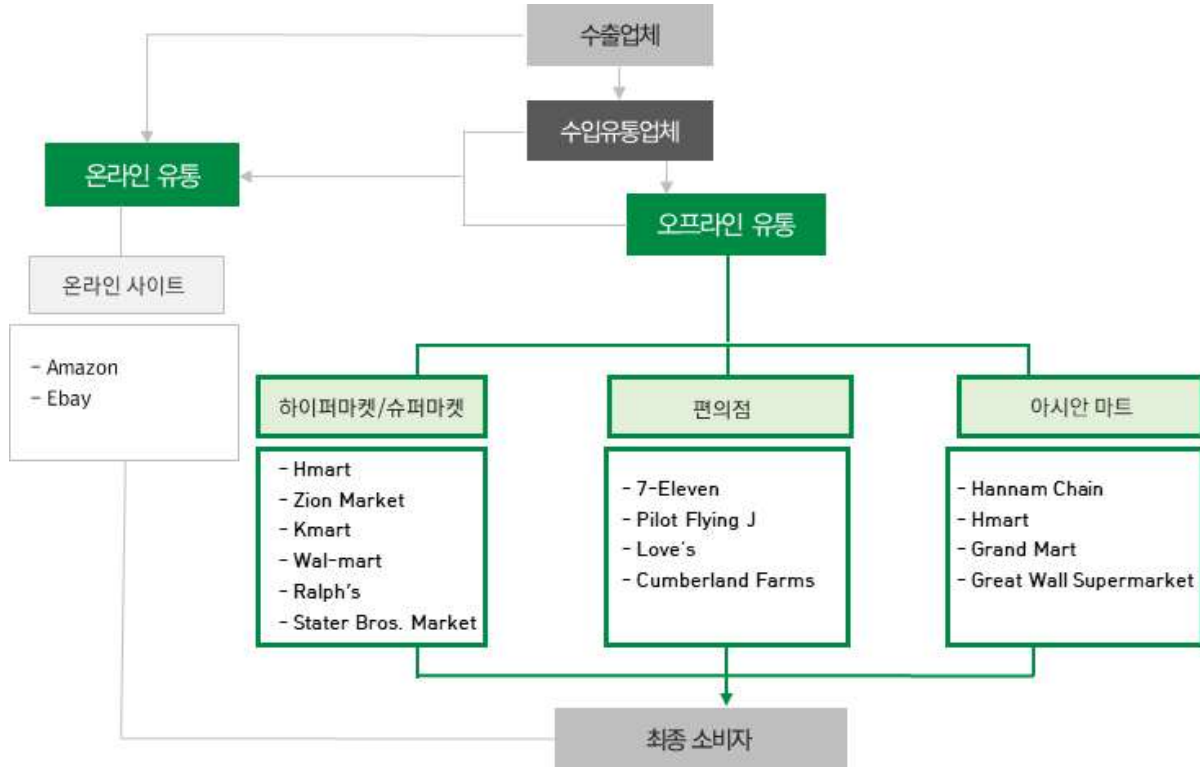
# V. 유통구조 현황

## ※ 유통구조 현황 OVERVIEW

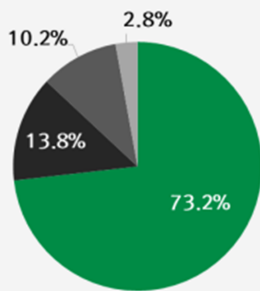
1. 현지 진출 주요 경로
2. 전문가 인터뷰

# 유통구조 현황 OVERVIEW

## 현지 유통구조 Map



## 현지 유통채널별 유통점유율



■ 하이퍼마켓&슈퍼마켓 ■ 편의점&주유소 ■ 아시안 마트 ■ 온라인

### 유통채널별 정의 및 특징

- **하이퍼마켓·슈퍼마켓**  
: 식료품, 일용 잡화, 의료품, 화장품 등의 가정용품을 모두 갖추어 놓고 판매하는 매장
  - 면적 2,300㎡ 이상(하이퍼마켓)
  - 면적 280~2,300㎡ 이상(슈퍼마켓)
- **편의점** : 고객의 편의를 위해 24시간 문을 여는 잡화점
- **아시안 마트**  
: 아시안 식음료를 통해 수입의 대부분을 창출하는 소매점
- **온라인 상점** : 온라인을 통해 물건을 판매하는 유통채널

출처 : Global Data(2015), 'Seasonings, Dressings & Sauces' 유통점유율 기준

# 1. 현지 진출 주요 경로

## 시장 점유율

Global Data의 ‘Seasonings, Dressings & Sauces’ 품목의 유통 채널별 비중을 비교 및 분석한 결과, 미국의 하이퍼마켓·슈퍼마켓의 시장 점유율은 73.2%로 가장 높게 나타남. 편의점은 13.8%의 점유율로 두 번째로 높은 비중을 차지함. 이밖에 아시안마트(10.2%)와 온라인(2.8%)이 뒤를 이음

## ROUTE #1. 하이퍼마켓&슈퍼마켓

### : 유기농 제품 취급 전문 마켓 등장

미국은 하이퍼마켓과 슈퍼마켓이라는 개념이 세계에서 가장 먼저 형성된 국가로, 전국 어디에서든 하이퍼마켓이나 슈퍼마켓을 쉽게 찾을 수 있음. 이러한 하이퍼마켓의 특징은 규모가 크고, 다양한 종류의 제품을 취급하며 가격도 저렴한 편이라 사람들이 생필품을 구매하는 곳으로 애용함

최근 미국 내에서 웰빙, 건강식품 등에 대한 관심이 높아지고 있으며, 이러한 현상을 반영하여 지역마다 소규모로 유기농 제품이나 브랜드만을 전문으로 취급하는 슈퍼마켓들이 늘고 있는 추세임

또한 한국을 비롯한 아시아 식료품을 취급하고 있는 하이퍼마켓·슈퍼마켓으로는 Wismettac Asian Foods, Inc, Asian Food Grocer, Cor Tech Group 등이 있음

표 5.1 : 하이퍼마켓/슈퍼마켓 유통업체 정보

 하이퍼마켓/슈퍼마켓	<b>1. Wismettac Asian Foods, Inc</b>	
	홈페이지	www.wismettacusa.com
	기업 개요	1912년 설립되었으며 중국 및 일본 등의 아시아 제품을 하이퍼마켓·슈퍼마켓으로 수입 및 유통하는 업체. 특히, 일본식품을 전문으로 취급함. 아틀란타, 시카고 등 약 14개의 지점과 4개의 위성 오피스, 3개의 캐나다 지점 등을 보유하고 있음
	<b>2. Asian Food Grocer</b>	
	홈페이지	www.asianfoodgrocer.com
	기업 개요	1965년에 설립된 아시아 음식을 전문적으로 하이퍼마켓·슈퍼마켓으로 수입 및 유통하는 업체. 소스류를 포함한 다양한 아시아 식품을 취급하고 있음
	<b>3. Cor Tech Group</b>	
	홈페이지	www.ctg.us
	기업 개요	당사는 식품 전문 수입유통상으로 주로 하이퍼마켓·슈퍼마켓으로 제품을 납품함. 다양한 소스류를 취급하고 있으며 자사제품과 유사한 제품(SUPER SPICY KIMCHI PASTE 168G)을 취급하고 있음

# 1. 현지 진출 주요 경로

## ROUTE #2. 편의점


### : 미국 내 일본계 기업 진출의 본격화 및 주유소 결합형 매장 확산

미국 유통채널에서 편의점은 비교적 큰 점유율을 차지하고 있음. 대부분의 현지 주민들은 거주지 근처 편의점에서 간단한 쇼핑을 해결함. 최근에는 주유소와 결합한 편의점의 형태가 유행하면서 ‘스피드웨이’ 라는 새로운 유형의 복합적 유통 매장이 생겨남. 이러한 형태의 매장이 인기를 얻자 기존의 소규모 주유소들도 편의점과 결합하는 형태로 바꾸며 스피드웨이 매장이 빠르게 확산되고 있음

현재 미국 내 편의점 업계 점유율 1위는 일본 기업인 세븐일레븐임. 후발 주자들은 미국 본토 기업 또는 캐나다 기업이었으나 최근 일본 내 동종업계 점유율 2위인 로손이 해외 매장 확장전략의 일환으로 미국 체인망을 사들이려는 시도를 하고 있으며, 이에 따라 일본 및 아시아계 브랜드의 미국 시장 진출이 본격화 될 것으로 예상됨<sup>25</sup>.

그 밖의 편의점 유통업체로는 Spartannash, Rc Taylor, Pelican State 등이 있으며 해당 매장들은 식료품 뿐 아니라 다양한 카테고리를 취급하고 있음

표 5.2 : 편의점 유통업체 정보

 <p>편의점</p>	<b>1. Spartannash</b>	
	홈페이지	www.spartannash.com
	기업 개요	당사가 직접 소유하고 운영 하는 150 개 매장 외에도 미국 전역 2,100 개 이상의 독립적인 식료품 소매점에 식료품을 공급 하고 있음. 소스류를 포함하여 건조한 식료품, 농산물, 유제품, 육류, 델리, 제과점, 냉동식품, 해산물, 꽃 제품, 일반 상품, 약국 및 건강 및 뷰티 케어 품목까지 다양한 카테고리를 취급함
	<b>2. Rc Taylor</b>	
	홈페이지	rctaylor.us
	기업 개요	1949년에 설립되어 텍사스 및 뉴 멕시코의 편의점, 식료품 체인점, 개인 식료품전문점을 위한 제품 및 소모품의 지역별 유통업체임. 식료품뿐만 아니라 주방용품, 유아용품, 사무용품, 자동차 용품 등 다양한 카테고리를 취급함
	<b>3. Pelican State</b>	
	홈페이지	pelicanstatewholesale.com
	기업 개요	소스류를 포함한 식료품뿐만 아니라 담배, 캔디, 생활용품, 차량용품 등 다양한 카테고리를 취급하여 편의점에 납품하는 유통업체임

# 1. 현지 진출 주요 경로

## ROUTE #3. 기탁(아시안마트 및 유기농매장)

### : 아시안마트 및 유기농 식품 시장의 성장

연방 인구조사국 데이터(Census Bureau Data)에 따르면 미국 내 전체 인구의 약 5.6%에 해당하는 약 1,700만 명이 아시아인 또는 아시아계 미국인인 것으로 조사됨. 또한 2016년 7월 기준, 미국 내 인구증가율은 아시아계가 3.0%로 가장 높은 증가율을 기록함. 이러한 현상을 반영하여 아시안마트의 점포수가 점차 늘어나고, 규모가 큰 한인대형마트가 생겨나는 추세임

미국 가정의 약 75%가 유기농 제품을 소비하는 것으로 파악되었으며, 그중에서도 젊은 밀레니얼 세대의 소비량이 가장 많음. 뿐만 아니라 유기농 시장이 확대됨에 따라 미국 내 유기농 식품 유통전문점들이 점차 대형화, 체인화되고 있기 때문에 제품을 미국 전역으로 유통할 수 있다는 장점이 있음

아시아 지역 및 다양한 국가의 식료품을 취급하는 유통업체로는 Asian Market Corporation, Rhee Bros, Inc., Gold Country Oriental Foods LLC 등이 있음

표 5.3 : 아시안 마트 유통업체 정보



온라인

	<b>1. Asian market corporation</b>	
	홈페이지	www.asiamarketcorp.com
	기업 개요	1988년에 설립하여 가족 소유의 기업임. 당사는 모든 종류의 아시아 식품을 판매하지만 주로 말레이시아, 필리핀, 태국, 베트남, 인도네시아 등의 동남아시아 식품을 전문으로 취급함
	<b>2. Rhee Bros, Inc.</b>	
	홈페이지	www.rheebros.com
	기업 개요	1976년도에 설립된 아시아 가공식품류 전문 수입유통업체. 주로 중국, 필리핀, 일본, 한국, 태국, 베트남의 가공식품을 수입하고 있음
	<b>3. Golden Country Oriental Foods L.L.C.</b>	
	홈페이지	www.goldencountry.com
	기업 개요	아시아, 아프리카, 카리브 동양의 식품을 취급하는 수입유통업체. 제조업체로부터 직접 식품을 수입하여 미국 전역의 식료품점에 유통함. 주요 수입국은 중국, 태국, 홍콩, 대만, 말레이시아, 싱가포르, 인도네시아, 한국, 베트남, 필리핀 등이 있음

25. CPS, 'Lawson Looking to Acquire U.S C-Stores', 2016.06



## 2. 전문가 인터뷰

### 인터뷰 대상 및 일시

소스류 제품 수입·유통업체 대상  
인터뷰 진행

(2017년 9월)

### Q1. 소스류 제품의 시장 트렌드는 어떠한가요?

“미국에서 가장 대중적인 소스로는 핫소스와 바비큐소스, 살사소스가 있습니다. 그 중에서도 현지에서는 매운맛을 원하는 소비자층이 두텁고 그 수가 증가함에 따라 핫소스의 판매량이 가장 높습니다.”

소스류 유통 업체  
Hot Shots Distributing Inc 사원과의 인터뷰 중, 2017.09

“최근 한국산 소스류는 미국 시장에서 트렌드로 대두되면서 판매량이 증가했습니다. 그 중 매운 소스나 전통적인 소스가 높은 인기를 구사하며 미국 소비자들의 입맛을 사로잡고 있습니다. 주로 프랑스산, 이탈리아산 소스류 제품이 공급되던 미국 내 레스토랑에서 한국산 소스류를 찾는 수요가 증가 추세입니다.”

소스 수입·유통 업체  
Newport Specialty Foods 담당자 Mr. Andrew Roque와의 인터뷰 중, 2017.09

“최근 미국 소비자들에게 인기가 많은 소스는 음식의 풍미를 더해주는 장어 소스입니다.”

소스 수입·유통 업체  
ZF SUSHI DEPOT 담당자 William Wu와의 인터뷰 중, 2017.09

### Q2. 소스류 제품의 구매요인은 무엇인가요?

“미국 소비자들이 소스류 제품을 구매할 때 가장 중요하게 생각하는 것은 가격과 제품의 인증 유무입니다. 특히, 미국 소비자들은 식품의 원료에 대해 유전자 변형이 되지 않은 비(非)유전자 변형식품(Non-GMO, Non Genetically Modified Organism) 표기의 여부를 중요하게 생각합니다.”

소스류 유통업체  
Cor Tech Group 담당자 Mr. Luis와의 인터뷰 중, 2017.09

“당사가 취급하는 한국소스를 구매하는 소비자들은 다른 국가의 소스류 제품보다 제품의 특징이 뚜렷하고 한 번도 경험해보지 못한 제품구성에 흥미를 느껴서 제품을 구매하는 경향이 있습니다.”

소스 수입·유통 업체  
Newport Specialty Foods 담당자 Mr. Andrew Roque와의 인터뷰 중, 2017.09



# VI. 유통업체 현황

## ※ 유통업체 현황 OVERVIEW

### 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

# 유통업체 현황 OVERVIEW



		Walmart	CircleK	H Mart
		하이퍼마켓(미국)	편의점(미국)	한인마트(미국)
유통업체 개요	설립년도	1962년	1980년	1982년
	매장 소재지	캘리포니아, 뉴욕 등 50개 주	캘리포니아, 뉴욕 등 12개 주	캘리포니아, 뉴욕 등 12개 주
	직원 수	1,500만 명(2016년)	10만 명(2016년)	1만 명(2013년)
	점포 수	11,000개(2017년)	2,778개(2015년)	61개(2016년)
	취급품목	식료품, 수입식품 등	식료품, 수입식품 등	한국식품, 해산물 등
매장 전경	매장 사진			
	매대 현황			
주요 이슈		<ul style="list-style-type: none"> <li>· WalMart 모바일 어플리케이션 운영</li> <li>· 오프라인 매장을 줄이고 온라인에 집중</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Circle K 모회사의 유통업체인 CST BRAND 인수</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 매장 수 확대 및 품목 다양화를 통한 시장 확대 전략</li> </ul>
프로모션 정보		<ul style="list-style-type: none"> <li>· 기프트 카드, 바우처를 활용한 다양한 프로모션</li> <li>· 옴니채널을 통한 고객 서비스 향상</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 멤버십 카드 및 클럽혜택으로 충성고객 확보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 무료 배송 및 할인 이벤트</li> <li>- 일정 금액 이상 구매 시 배송서비스 제공</li> <li>- 품목별 할인 이벤트 실시</li> </ul>

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



## Walmart

WalMart는 규모와 취급 품목 범위에 따라 Supercenter, Discount Store, Neighborhood Market으로 나뉨. Supercenter는 식료품부터 베이커리, 의류, 가전제품 등 모든 종류의 품목을 취급함으로써 소비자에게 원스톱 쇼핑 편의를 제공함. 대부분의 점포가 24시간 운영하는 것이 특징임. Discount Store는 Supercenter보다는 규모가 작은 매장임. 보다 작은 규모의 Neighborhood Market은 일상생활에 꼭 필요한 약품, 식료품 등을 취급하여 소비자가 가볍게 방문할 수 있는 컨셉을 지향하는 매장임

표 6.1 : WalMart 매장 정보

기업 정보	컨셉	저렴한 가격, 높은 서비스 수준
	대표 주소	702 Sw 8th St. Bentonville, AR 72716, Arkansas, U.S.
	대표 전화	+1-800-925-6278
주요 판매품목		식료품, 수입식품 등
매장전경	 	
매장 이슈	<p><b>스마트폰 어플리케이션 운영</b></p> <p>Walmart는 온라인 쇼핑 서비스를 전 세계에 제공함과 동시에 모바일앱도 운영하여 소비자들이 언제 어디서나 쇼핑할 수 있도록 함</p> <p><b>오프라인 매장을 줄이고 온라인채널에 집중</b></p> <p>Walmart는 새로운 오프라인 매장을 줄이고 전자상거래 사업에 집중하는 한편 배송 속도 높이기와 온라인 판매 촉진에 대대적인 투자를 아끼지 않는다는 계획임. 또한 월마트는 실리콘밸리에 월마트랩스(Walmart Labs)를 설립하고 월마트쉬핑패스(Walmart Shipping Pass) 멤버십을 운영함</p>	
프로모션 전략	<p><b>다양한 할인 프로모션 및 옴니채널 구축</b></p> <p>Walmart는 회원카드 뿐만 아니라 프로모션을 통한 기프트카드, 바우처를 발급하여 자사 유통채널 이용을 촉진하고 있음. 또한 자사 앱을 통해, 고객들이 온라인 쇼핑물에서 주문하고 매장에서 직접 찾아가도록 옴니채널을 구축했을 뿐 아니라 연관 추천 상품 추천을 통해 고객의 만족도를 향상하고 있음</p>	
제품 판매현황	 	

출처 : Walmart(Walmart.com)

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



## Circle K

Circle K는 미국 애리조나주 템피에 본사를 둔 편의점 체인으로 1951년에 텍사스주 엘패소에서 처음 문을 열었음. 현재 Alimentation Couche-Tard의 자회사로 인수되었으며, 독일, 노르웨이, 스웨덴, 에스토니아, 리투아니아, 러시아, 폴란드 등 15개국에 1만 개 이상의 매장을 운영하고 있음

표 6.2 : Circle K 매장 정보

기업 정보	컨셉	혁신적인 서비스 정신 강조
	대표 주소	P.O bos 52085 Phoenix, AZ 85072, U.S
	대표 전화	+1-877-257-3784
주요 판매품목		생활용품 및 각종 식품류
매장전경	 	
매장 이슈	<p><b>Circle K 모회사 CST Brand 인수</b></p> <p>Circle K의 모회사인 Alimentation Couche-Tard Inc는 샌안토니오 지역 내 편의점 유통업체인 CST Brand를 44억 달러에 인수함. CST Brand의 편의점브랜드인 CST's Corner Store는 모두 합병이후 Circle K 브랜드 이름으로 재개장할 예정임. Alimentation Couche-Tard Inc는 캐나다와 미국 양국에 1,300개의 매장 수를 보유하게 되었고, 탄탄한 물류망을 구축하게 됨으로써 편의점 내에 신선제품 판매가 가능해짐</p>	
프로모션 전략	<p><b>멤버십 카드 및 클럽 혜택으로 고객 확보</b></p> <p>주간별 할인 행사 및 특정 제품의 프로모션에 대한 내용을 오프라인 및 온라인을 통하여 홍보하고 있음. 해당 제품은 주로 식료품을 위주로 구성되어 있음. 이를 통해 소비자들은 매장 사용 시 할인쿠폰, 특별 할인가 등의 혜택을 제공 받게 됨</p>	
제품 판매현황	 	

출처 : CircleK(www.circlek.com)




# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



## H Mart

당사는 1982년 뉴욕 퀸즈에서 시작한 아시안 슈퍼마켓 체인임. 이후 약 30년간 미국 각 지역에 60개 이상의 매장을 열었으며, 캐나다와 영국에서도 매장을 운영하고 있음. 식품뿐만 아니라 조리 기구 등 다양한 생활용품을 구비하고 있으며, 적십자, 센서스, 한인유권자 센터 등 지역 사회를 위해 다양한 재단과 단체에 후원을 하고 있는 사회적 기업임

표 6.3 : H Mart 매장 정보

기업 정보	컨셉	최고의 제품을 좋은 가격으로 제공
	대표 주소	Lyndhurst, New Jersey, U.S.
	대표 전화	+1-800-648-0980
주요 판매품목		한국식품, 해산물 등
매장전경	 	
매장 이슈	<p><b>매장 수 확대 및 품목 다양화를 통한 시장 확대 전략</b></p> <p>H Mart는 시장 확대 전략의 일환으로 맨하튼에 새로운 매장을 열었으며, 고객 확보를 위한 팬 페어 행사도 진행하였음. 이를 통해 맨하튼을 중심으로 근방에 매장 확대 발판을 마련하였다고 자체적으로 평가하였으며, 아시아 식품뿐만 아니라 다양한 나라들의 제품을 구비하여 소비자의 이용을 촉진하겠다고 밝힘</p>	
프로모션 전략	<p><b>무료 배송 및 할인 이벤트</b></p> <p>49달러 이상 구매한 고객에 대해 배송 서비스를 무료로 제공함으로써 고객의 소비를 유도하고 있음. 그 외에 주간로 할인 품목을 선정하여 할인 이벤트를 진행하고 있으며, 특징 제품에 따라 특별 세일을 진행하고 있음. 또, 신학기 세일과 같이 시즌별 관련 상품 특별 세일 또한 실시함</p>	
제품 판매현황	 	

출처 : H Mart(nj.hmart.com)

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.4 : 미국 주요 하이퍼마켓·슈퍼마켓 현황

Ralphs		
취급품목	식품 및 생활용품	
홈페이지	www.ralphs.com	
매장 정보	Ralphs는 미국 물류업체인 Kroger의 자회사로 1883년 설립되었으며 2016년 기준 미국 내 2위 규모의 슈퍼마켓 체인임. 현재 로스앤젤레스 본사에서 197개의 슈퍼마켓을 운영하고 있으며, 지역사회에 지속적으로 기부금을 내거나 자선활동을 펼치고 있음	
Whole Foods Market		
취급품목	식품 및 생활용품	
홈페이지	www.wholefoodsmarket.com	
매장 정보	유기농 식품 매장을 취급하는 대표적 하이퍼마켓인 Whole Foods Market은 2016년 기준 미국 전역에 435개의 점포를 운영하고 있음. 자체적으로 보유하고 있는 블로그를 통해 다양한 유기농 식자재 활용 방법을 공유하고 있음	

출처 : Ralphs(www.ralphs.com), Whole Foods Market(www.wholefoodsmarket.com)

표 6.5 : 미국 주요 편의점 현황

Wawa		
취급품목	생활용품 및 각종 식품류	
홈페이지	www.wawa.com	
매장개요	Wawa는 주유소와 결합한 편의점으로 뉴저지, 버지니아, 펜실베이니아 등의 동북부 지역 중심으로 분포되어 있음. 미국 편의점 최초로 touch-screen으로 음식을 주문하는 자동화 서비스를 제공함. 주요제공 품목으로는 커피와 샌드위치임	
Stop&Shop		
취급품목	생활용품 및 각종 식품류	
홈페이지	stopandshop.com	
매장개요	Stop&Shop은 1892년 작은 식표품 가게로 출발해, 2015년 기준 미국 전역에 422개의 점포를 운영하고 있음. 자체 어플리케이션 앱, 바우처 발급을 통해 프로모션을 진행하며, 자선활동을 통해 지역사회에 대한 기부를 이어오고 있음	

출처 : Wawa(www.wawa.com), Stop&Shop(www.stopandshop.com)

# 1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.6 : 미국 주요 한인마트 현황

Zion Market		
취급품목	한국식품, 신선식품 등	
홈페이지	www.zionmarket.com	
매장개요	당사는 1982년 뉴욕 퀸즈에서 시작한 아시안 슈퍼마켓 체인임. 이후 약 30년간 미국 각 지역에 60개 이상의 매장을 열었으며, 캐나다와 영국에서도 매장을 운영하고 있음. 식품뿐만 아니라 조리 기구 등 다양한 제품을 구비하고 있으며, 적십자, 센서스, 한인유권자 센터 등 지역 사회를 위해 다양한 재단과 단체에 후원 사업을 하고 있음	
Hannam Chain		
취급품목	한국식품, 신선식품 등	
홈페이지	hannamchain.com	
매장개요	당사는 1988년 설립된 작은 아시안 마트로 시작하여 현재의 대형 아시안 유통 체인으로 성장함. 캘리포니아 지역과 뉴저지에서 6개의 매장을 운영하고 있으며, 매장 내에 코웨이, 아모레 화장품 등 다양한 브랜드의 개별 매장을 운영함	

출처 : Zion Market(www.zionmarket.com), Hannam Chain(www.hannamchain.com)



# Ⅶ. 통관 및 검역 정보

※ 통관 및 검역절차 OVERVIEW

※ 관세율 정보 OVERVIEW

1. 통관 및 검역 절차
2. 관세율 정보
3. FTA 정보
4. 통관 및 검역 유의사항
5. 통관거부사례

# 통관 및 검역 정보 OVERVIEW

## 미국 통관 검역 절차도

절차	기간	소요 시간	담당 기관	
식품제조시설 등록	현행 우수제조관리 (CGMP) 기준	-	약 10일	미국 식품의약국(FDA)
서류 준비	수입신고 서류	24시간 전	-	수출 & 수입업체
	통관 서류	4시간 전		
선적 및 운송	해상 / 항공	-	약 2~4주	통관업무 위탁업체
적하목록 사전 제출	해상 (컨테이너 화물)	선적 24시간 전	-	세관국경보호국(CBP)
	항공	도착 4시간 전		
수입신고 (반출 허가 신청)	서면	화물 도착 후 15일 이내	3일	미국 식품의약국(FDA)
	통관 자동화 시스템(AMS)			
검역 심사	라벨	반출 허가 이전	약 5일	미국 농무부(USDA) 소속 식품안전 검사국(FSIS) / 동·식물 검역국(APHIS)
	물품 검사	약 15일		
세금 납부 및 통관 허가	보증금 선납부, 통관 후 관세 납부	관세, 세관 반입 후 10일 이내	약 1일	세관국경보호국(CBP)

## 통관 절차별 유의사항

통관 절차	유의사항
서류준비	- 수입신고 서류(선하증권, 상업송장, 포장명세서, 수입허가증빙서류 등) - 통관서류 서류(선하증권, 상업송장, 세관수입신고서, 포장명세서, 화물인도지시서)
선적 및 운송	- 운송업자는 AMS(Automated Manifest System)를 통해 화물이 미국에 도착하기 전에 적하목록을 미국 세관국경보호국에 제출해야 함
수입신고	- 적하목록 제출 시기는 운송수단에 따라 다르기 때문에 운송수단별 확인 필요
검사 및 검역	- 수입신고 및 수입허가 : 미국 식품의약국(FDA)에서 진행 - 검역 : 미국 농무부(USDA) 소속 식품안전검사국(FSIS) 및 동·식물검역국(APHIS)에서 진행
세금 납부	- 보증금(Custom Bond) 납부 - 세금납부 : 세관 반입 후 10일 이내 납부

출처 : 미국 세관국경보호국(www.cbp.gov)

# 관세율 정보 OVERVIEW

## 2017년 미국 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율	
		기본세율	FTA 세율
2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자		-
2103.90	기타		
2103.90.9091	기타	6.4%	0%

## 한미 FTA 협정세율 정보

미국에서 HS CODE 2103.90.9091의 경우

한미 FTA 협정세율 **0%**가 부과됨

## 2017년 미국 판매세 정보

미국에서 HS CODE 2103.90.9091의 경우

판매세가 **주(states)별로 다르게** 부과됨<sup>26</sup>.

## TIP\_제품 관세율 확인법

관세율을 확인하는 방법에는 관세청 '한국 관세법령정보포털 3.0'을 확인하거나, FTA 세율의 경우 한국무역협회 '통합무역정보 서비스 TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)'의 'FTA/관세' 메뉴를 활용하여 관세율을 조회할 수 있음. 미국의 경우 국제 무역 위원회의 관세율 조회 서비스를 통해 조회가 가능함

분류	사이트명	URL
관세율	한국 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr
	Tradenavi	www.tradenavi.or.kr
	미국 국제무역위원회	www.usitc.gov

보다 더 정확한 품목별 HS CODE 및 관세율 정보 취득을 위해서는 한국무역협회 '트레이드 콜센터' 혹은 'FTA콜센터'의 관세사 상담 서비스를 이용하거나, 전문 관세 사무소를 통해 상담을 받도록 함

분류	사이트명	전화번호
관세율	트레이드 콜센터	☎ 1566-5114
	FTA 콜센터	☎ 1380

26. 미국은 부가가치세(Value Added Tax) 대신 판매세(Sales Tax)를 부과하고 있으며, 이는 주(States)마다 상이함. '최종 판매세=제품 금액\*(각 주의 세율+지자체의 세율)'로 구할 수 있음

# 1. 통관 및 검역 절차

## 해외통관 애로사항 문의처

관세청 해외통관지원센터  
: 042-472-2197

주미한국대사관  
: 202-939-5600

주 뉴욕 대한민국 총영사관  
: 646-674-6000  
kcgeco@mofa.go.kr  
(기업 지원 담당관 이메일)

뉴욕 세관  
: 646-733-3100

## 수입식품 미국 수출 전 준비사항

미국의 농수산물 및 식품, 생활용품에 적용되는 위생·안전기준은 우리나라보다 훨씬 까다롭고 엄격함. 따라서 C-TPAT<sup>27</sup> 및 ‘도착 전 선적 정보 송부’ 등과 같은 내용들은 반드시 숙지해야 함. 특히 미국에 식품을 수출하기 위해서는 사전에 식품 시설 등록(Facility Registration)을 필수적으로 해야 함. 바이오 테러리즘법(The Bioterrorism Act)에 의거해 미국에서 인간과 동물이 섭취하는 식품을 제조, 처리, 포장, 보관하는 미국 내외 시설은 FDA에 등록되어야 하며, 등록하지 않은 외국 시설의 식품이 수입되면 시설이 등록될 때까지 제품이 입국 항에 억류되거나 FDA 지시 하에 제3의 장소로 옮겨지게 됨. 식품안전 현대화법(FSMA)에 따라 FDA에 등록했던 식품 시설은 2년마다 등록을 갱신해야 함

표 7.1 : 식품 시설 등록 규정 변경사항

변경 사항	변경 내용	발효일
식품 제조시설 전자등록 및 갱신	모든 식품 제조시설 등록 및 갱신은 전자등록시스템으로 바뀜. 전자등록을 할 수 없는 경우는 그 사유를 설명하는 전자등록면제원을 FDA에 제출해 허가를 받아야 함	2020. 01. 04
추가 자료 제출	시설 등록 시 FDA에서 접수 가능한 특정 시설 식별번호(UFI), 각 식품 카테고리별 시설에서 행해지는 활동, 선호하는 우편 주소지(시설의 실제 주소지와 다를 경우에 한함), 소유주 이메일 주소, 시설 관리인명, 미국 내 시설에 대한 비상연락 이메일 주소 등의 정보를 제공해야 함(단 시설의 DUNS 번호는 제공 의무 없음)	2020. 10. 01
정보 업데이트 기한 변경	각종 정보의 업데이트 및 허가 취소 등은 변경사항 발생 후 기존 30일 이내에서 60일 이내 등록으로 변경	2016. 09. 12
등록 허가 취소 경우 확대	- 시설이 더 이상 영업 중이지 않거나 소유주가 변경됐는데 등록 취소를 하지 않은 경우 - FDA가 시설이 등록 요구 요건을 충족하지 않는다고 확인한 경우 - 시설의 주소지가 규정 시간 내에 업데이트 되지 않은 경우 - 등록이 허가받지 않은 자에 의해 요청된 경우 - 등록이 규정 기간 내에 갱신되지 않은 경우	2016. 09. 12
대리인 등록	미국 이외 시설이 등록·갱신을 위해 미국 대리인에 대한 등록 및 업데이트를 완료하면 FDA는 미국 대리인으로 등록된 자가 대리활동을 하기로 동의했는지 확인해야 하며, FDA는 관련 확인절차가 마무리될 때까지 등록·갱신을 완료할 수 없음	2016. 09. 12
식품 시설 등록 갱신 의무 위반	민사상 영업정지 가처분 및 형사상 책임을 지며 등록되지 않은 식품 가공시설에서 제조된 식품을 미국에 반입한 자는 중범죄로 처벌받고 미국 내 영업이 금지됨	2016. 09. 12

출처 : strtrade(www.strtrade.com)

27. C-TPAT란 Customs-Trade Partnership Against Terrorism의 약자로, 미국 관세청에서 운영하는 대테러 방지 무역 파트너십 프로그램임

# 1. 통관 및 검역절차

## Step 01. 서류 준비

미국으로 식품을 수입신고할 때는 제반 서류들을 준비해야 함. 미국 식품 수출에 필요한 서류로는 선하증권(또는 항공화물운송장), 상업송장, 세관수입 신고서, 구매확인서, 포장명세서, 화물인도지시서, 수입허가증빙서류 등임

수입자는 미국 내 수입식품 신고 시 상업송장에 물품이 도착한 통관항, 물품이 합의된 시간과 장소에서 판매되기로 한 경우 그 시간과 선적지, 송하인과 수하인의 성명, 물품의 구체적인 명세, 품명, 품질등급, 화인, 번호, 물품의 중량, 용적 및 수량, 물품이 판매되었거나 판매되기로 합의된 구매가격, 통화의 종류, 원산지를 기입해야 함

## Step 02. 선적 및 운송

수출통관은 수출기업이 직접 하거나 관세사를 통해서 진행 가능함. 관세사는 세관에 수출신고 후 받은 수출신고필증을 기업이나 포워딩 업체에 교부함. 기업이 수출통관을 직접 하는 경우에는 관세청 전자통관시스템 유니패스(Unipass)를 이용하여 세관을 방문하지 않고도 물품신고, 세관검사, 세금 납부 등의 절차를 온라인(www.unipass.or.kr)으로 처리할 수 있음

특히 운송업자의 경우 '24 Hour Rule'에 근거하여 화물전자신고시스템(AMS : Automated Manifest System)을 통해 화물이 미국에 도착하기 하루 전에 적하목록을 세관국경보호국(CBP)에 제출해야 함. 제공되는 정보로는 화물에 대한 정보(품명, 상세설명, 국제적 위험품 코드, 선하증권 번호 등), 송하인과 수하인의 인적 정보(송하인과 수하인의 이름과 주소, 부여된 ID 등), 운송수단과 항해에 대한 정보(선적항, 도착항, 예정도착일, 항해번호, 선명 등)가 있음. 적하목록을 사전에 제출하지 않으면 양하 금지 조치가 내려지게 되며 최초의 위반에 대해서는 벌금 5,000달러, 그 이후의 위반에 대해서는 벌금 1만 달러가 부과됨

표 7.2 : 미국 수입식품 통관 필요서류

- |                    |           |
|--------------------|-----------|
| - 선하증권(또는 항공화물운송장) | - 포장명세서   |
| - 상업송장             | - 화물인도지시서 |
| - 세관수입신고서          | - 적하목록    |

출처 : TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)

# 1. 통관 및 검역 절차

## Step 03. 수입신고 및 검사 검역

미국으로 들어오는 모든 수입물품은 반드시 수입신고를 거쳐야 하며 최종 화물 반출이 이루어지기까지 보세창고에 보관됨. 수입자는 화물이 미국에 도착한 후 15일 이내에 관세사에게 수입신고를 하고 통관을 위한 보증금 (Custom Bond)을 준비해야 함

또한 세관국경보호국(CBP) 내 FDA에 수입신고서를 접수하고 수입허가를 요청해야 함. FDA는 신고된 서류를 검토한 후 수입식품의 위생검사를 진행함

수입식품에 대해 FDA에서 검사가 필요 없는 식품이라고 판단할 경우에는 입국이 바로 허가됨. 검사가 필요한 식품은 샘플검사 후에 안전 적합 판정을 받으면 즉시 입국이 허가되나 불합격 시 입국이 거부됨. 불합격 판정에 대해서는 수입자의 이의제기가 가능함

수입신고 외에 선택적으로 준수해야 할 규정은 두 가지가 있음. 하나는 ‘사전공고 규정 자율 준수(Informed Compliance)<sup>28</sup>.’ 이며, 다른 하나는 ‘사전고지(ABC’s prior disclosure)<sup>29</sup>.’ 임

신고사항을 모두 완료하면 물품 및 서류심사가 시행됨. 수입식품의 경우 세관국경보호국 내 FDA의 판단 기준에 따라 고위험군에 해당될 경우에만 해당 심사가 시행되며, 샘플검사와 서류검사가 동시에 진행됨. 수입식품의 경우 서류 및 샘플검사 시행 시 원산지 표기가 가장 중요한 사항이며 이를 표기하지 않을 시 총 과세 가격의 10%에 해당하는 벌금이 부과됨

### 표 7.3 : 미국 수입식품 샘플검사 항목

- 관세 목적의 물품가액과 적절한 관세 부과 여부
- 물품에 원산지, 화인, 라벨의 적절성 여부
- 수입 금지된 물품이 포함되었는지의 여부
- 상업송장에 물품이 기입되었는지의 여부
- 물품이 송장상의 수량을 초과하였는지, 혹은 부족한지의 여부
- 화물에 불법적인 마약 물질이 포함되어 있는지의 여부

출처 : TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)

28. 사전공고 규정 자율 준수(Informed Compliance)란 미국의 복잡한 통관 절차를 쉽게 통과하기 위해 마련된 규정으로 수입되는 물품의 서류와 물품 검사의 불합격 비율을 낮출 수 있음. 본 규정을 준수하기 위해서는 수입 관련 물품 명세, 품목분류와 관련한 과세가격, 원산지 및 수입 쿼터, 지식재산권과 관련된 질문에 대답한 체크리스트를 작성하여 세관국경보호국에 제출하면 됨

29. 사전공고 규정 자율 준수(Informed Compliance)란 수입규정 위반 사항을 미국 관세청에 적발되기 전에 스스로 신고하는 제도임

# 1. 통관 및 검역 절차

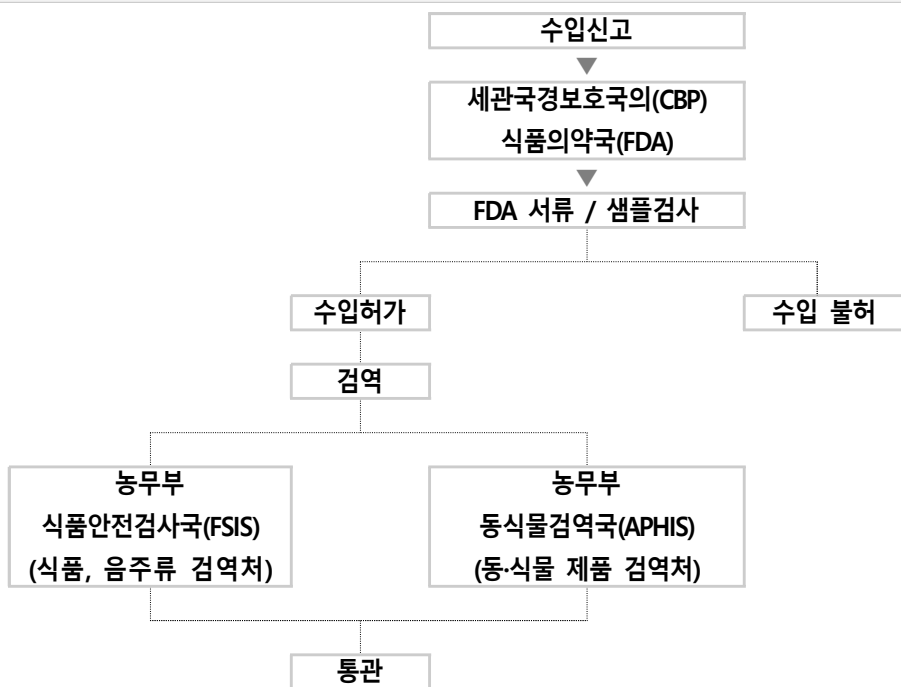
## Step 04. 세금 납부

미국은 통관 시에 부과될 모든 관세 및 조세 등 각종 비용의 납부를 담보하기 위해 세관에 보증서를 제출해야 함. 보증서는 미국 재무부가 지정해준 보험회사에서 발행 받으며, 보증금을 납부하면 통관이 완료됨

보증서는 ‘일회성 보증서(Single Bonds)’ 와 ‘계속성 보증서(Continuous Bonds)’, ‘현금 담보(Cash Deposit)’ 세 종류로 구분됨. ‘일회성 보증서’는 한 번의 물품신고에 대하여 제공되는 보증서이며, ‘계속성 보증서’는 수입 횟수에 관계없이 유효기간 1년 내의 수입 건에 대해 포괄적으로 제공되는 보증임<sup>30</sup>.

세관 반입 이후 10일 이내 납세를 신고하며 납세 신고 시, 납세신고서와 물품 반출을 허가받은 통관서류, 상업송장 등 관세 책정에 필요한 모든 자료를 제출해야 함. 자율적으로 세번, 과세가격, 관세액을 결정하여 예정 관세액을 우선 납부하면 물품이 반출되고 통관이 완료됨. 이후에 사후 심사를 통해 확정 관세액을 추가 납부하거나 차액을 환급 받을 수 있음

표 7.4 : 미국 품목별 수입 절차



출처 : 미국 국경세관보호국(www.cbp.gov)

30. 주 LA 총영사관, '미국 통관제도 설명', 2014

## 2. 관세율 정보

### HS CODE 2103.90.9091의 경우, 한·미 FTA 협정세율 적용으로 관세 0% 부과

실제 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 ‘관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람’을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 ‘품목분류정보’를 검색하거나 관세청 ‘관세법령정보포털 3.0’을 활용하는 법 등이 있음

참여기업의 ‘디핑소스’는 미국에서 상위코드인 HS CODE 2103(소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자)에 속하며, 세부코드로는 HS CODE 2103.90.9091(기타)에 해당됨. 해당 품목의 기본 관세율은 6.4%이나, 한·미 FTA로 인해 무관세가 적용됨

### 주(states)별로 다르게 부과되는 판매세

미국의 판매세(Sales Tax)는 최종 판매자가 일정 비율로 소비자에게 부과해 주정부에 납부하는 것으로 연방정부가 아닌 각각의 주정부에서 주관함. 2016년 3월을 기준, 45개 주와 워싱턴DC에서 판매세를 징수하고 있으며, 38개 주의 지방 정부에서도 주정부와 별도로 판매세를 부과하고 있음.<sup>31</sup> 판매세는 최종 판매 가격에 해당 세율을 곱해 과세가 되는데, 이는 지역마다 다른 세율로 인해 동일한 물건이라도 지역별로 구매 가격이 달라짐

표 7.5 : 미국 내 디핑소스류 HS CODE 분류 및 관세

국가	HS CODE	품명	관세율	
			기본	FTA 세율
한국	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자		
	2103.90	기타		-
	2103.90.9090	기타		
미국	2103	소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자		-
	2103.90	기타		
	2103.90.9091	기타	6.4%	0%

출처 : 한국 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr), 미국 국제무역위원회(www.usitc.gov)

31. 중앙일보, ‘판매세 어떻게 부과되나요’, 2016.04.12



### 3. FTA 정보

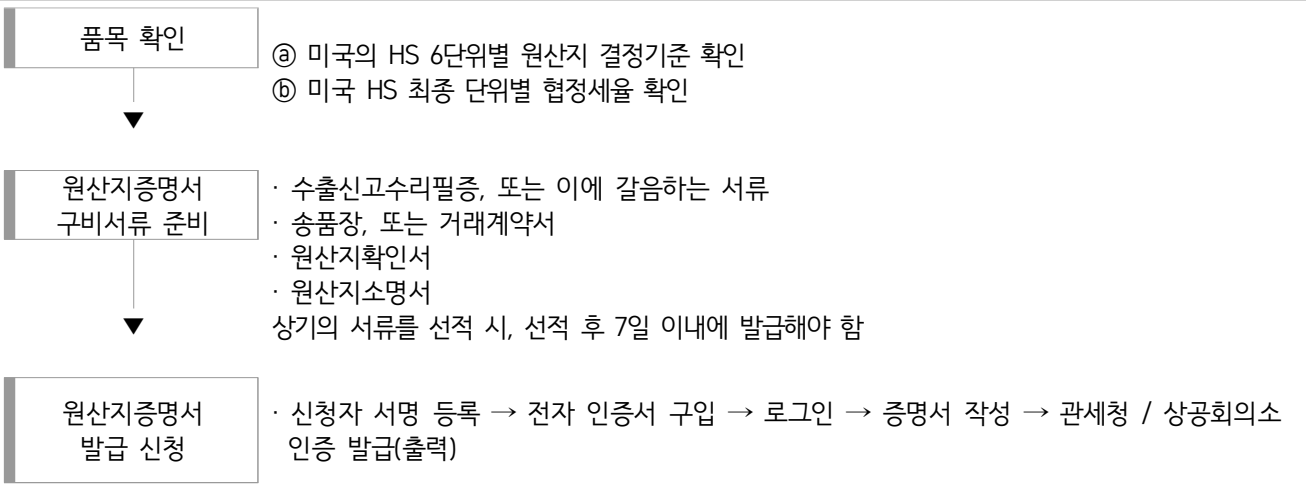
#### FTA 세율 적용을 위해서는 원산지증명서 발급 필요

원산지증명서란 물품을 생산한 나라, 또는 물품의 국적을 의미하는 원산지를 증명하는 문서로 수출물품이 우리나라에서 재배·사육·제조·가공된 것임을 증명하는 문서임. 협정별 원산지 결정기준을 충족하고 협정에서 정한 원산지증명서를 구비해야 상대국에서 FTA 세율 적용이 가능함. 원산지 증명서는 관세청, 대한상공회의소에서 발급이 가능함

#### 한·미 FTA 재협상 및 폐기 가능성 대두

보호무역주의를 공약으로 내세운 트럼프 대통령은 2017년 7월 한·미 정상 회담에서 한국과의 무역에서 적자가 증가하여 재협상을 시작할 계획이라고 발언한 바 있으며, 한·미 FTA 폐기에 대한 언급을 하기도 함. 한·미 FTA가 폐기될 경우 관세에 대한 혜택이 사라지면서 원가 상승이 발생하고 이는 대미수출 위축으로 이어질 것으로 예상됨

표 7.6 : 한·미 FTA 원산지증명서 발급 절차 및 서류<sup>32</sup>



출처 : 대한상공회의소(cert.korcham.net)

32. FTA 원산지증명서는 상공회의소 회원인 경우 무료로 발급이 가능하며 비회원은 건당 7,000원의 발급 수수료가 부과됨. 하지만 세관에서 원산지증명서 발급을 신청하면 무료로 발급받을 수 있음

## 4. 통관 및 검역 유의사항

### FDA, 가공식품 트랜스지방 사용 전면금지 추진

미국 식품의약국(Food and Drug Administration, FDA)은 가공식품에 함유된 인공트랜스지방의 주원료인 부분경화유(Partially Hydrogenated Oils, PHOs)의 사용을 3년 내로 금지하는 법안을 추진할 것이라고 발표함

FDA는 관련 규정의 준수 기간을 3년으로 지정하였으며, 해당 기간 동안 식품업체들은 원료에서 부분경화유를 제거하거나 다른 원료로 대체해야 함. 또한, 규정과 관련한 진정서 제출 및 정보제공을 요청할 수 있음. 육류 및 유제품류에서 자연적으로 발생하는 적은 양의 트랜스지방은 공공 위생 또는 건강에 악영향을 미치지 않는 것으로 판명되어 법안 논의에서 제외됨

2003 ~ 2012년 사이 FDA가 진행한 조사에 따르면 소비자들의 트랜스지방 소비가 78% 감소함. 이는 라벨링에 표시된 식품영양성분표(Nutrition facts)에 트랜스지방 표기가 포함되면서 소비자의 인식이 변화했기 때문으로 사료됨

FDA는 식품 원료에 트랜스지방 종류 중 부분경화유를 사용하는 것을 허가하지 않으므로 2018년 6월까지 모든 업체는 관련 규정을 준수해야 한다고 밝힘

미국 국민들의 건강을 위해 식품첨가물 규제를 강화함으로써, 건강을 중시하는 소비자들의 수가 확대될 것으로 보임<sup>33</sup>.

33. 미국 식품의약국, 'The FDA takes step to remove artificial trans fats in processed foods', 2015.06.16

## 4. 통관 및 검역 유의사항

### C-TPAT 제도



C-TPAT(Customs-Trade Partnership Against Terrorism)은 9·11테러 이후 미국 세관에서 안전을 강조하면서 통관이 지연되자 2002년 도입한 제도임. WCO SAFE Framework를 통해 전 세계로 확산되어 현재 154개국이 도입하였으며, 일반적으로 AEO(Authorized Economic Operator)라고 불림. 적용 대상으로는 제조자, 수입자, 관세사, 운송인, 중계인, 항구 및 공항, 배송업자 등 무역과 관련된 업체들로 관세 당국이 법규 준수, 안전관리 수준 등에 대한 심사를 실시하고 공인함

C-TPAT는 수입자의 보안 수준을 사전에 검토하고 승인해 발생 가능한 위험을 미연에 방지하고 통관 절차를 더욱 신속히 하는 데 목적이 있음. C-TPAT에 가입된 회원사에게는 미국 세관의 검사를 최소한으로 적용받음. 우리나라의 경우 미국과 상호인증약정(MRA; Mutual Recognition arrangement)이 체결되어 있어 국내 AEO 공인 업체로 등록되어 있는 경우 신속 통관 및 물품 검사 면제 혜택이 부여됨

표 7.7 한국 AEO 공인 절차

<b>STEP 01. 신청 준비</b>
- 절차 : AEO 정보 획득 -> 결격 사유 확인 -> 사업장 확인 -> 관리책임자 지정 및 교육 이수 -> 신청 서류 준비 -> AEO 공인 신청
<b>STEP 02. 예비 심사</b>
- 예비심사란 AEO 공인을 획득하고자 하는 기업이 자사의 결격 사유 및 공인 기준을 확인하는 절차임. 선택사항이며 관세청 UNI-PASS를 통해 신청하고, 방문 또는 시스템상으로 이루어짐
<b>STEP 03. 서류 심사</b>
- 신청서, 자체평가표, 수출입관리현황설명서 등을 토대로 AEO 기준에서 요구사항이 충족되었는지 여부를 평가하고 완료 보고함(서류 심사 : 60일, 보완 : 30일 소요)
<b>STEP 04. 현장 심사</b>
- 관세청장이 신청업체가 수출입안전관리 우수업체 공인기준을 충족하는지 여부에 대하여 신청업체의 본사 및 관련 사업장을 방문하여 수행함
<b>STEP 05. 심의위원회</b>
- 현장심사가 종료되면 심사결과를 종합인증우수업체심의위원회에 상정하여 공인 여부(공인유보 또는 공인)와 등급을 결정함
<b>STEP 06. 공인획득</b>
- 심사결과에 따라 공인 등급이 구분되며 그에 따라 관세행정상의 혜택이 차등 적용됨
<b>STEP 07. 사후관리</b>
- 사후관리란 AEO 기업이 공인 효력을 유지하기 위해 행하여야 하는 것으로서 각종 변동사항의 보고(변동 시), 관리책임자의 교육 이수(격년 이수), 정기적인 자체평가 실시(연 1회), 갱신을 위한 종합심사 수행(유효기간 만료 6개월 전) 등을 포함함

출처 : 한국AEO진흥협회(www.aeo.or.kr)

### \* AEO 공인 등급

<b>A</b>
재무건전성 및 안전관리 기준을 충족하고 내부통제시스템에 관한 평가점수가 80점 이상이고 법규 준수도가 80점 이상인 업체
<b>AA</b>
재무건전성 및 안전관리 기준을 충족하고 내부통제시스템에 관한 평가점수가 80점 이상이고 법규 준수도가 90점 이상인 업체
<b>AAA</b>
AA업체 중 종합심사 결과 법규 준수도 점수가 95점 이상이고, 법규 준수와 관련하여 다른 업체에 확대 적용할 수 있는 모범사례를 보유한 업체 *모범사례 : AEO 우수사례 경진대회에서 입상한 사례

## 5. 통관거부사례

### 한국산 소스류 품목, 미국통관거부 사례

2017년 한국산 소스류 품목에 대한 미국의 통관거부 사례는 총 4건 확인됨. 대부분 라벨링 규정을 제대로 충족하지 못하여 통관이 거부됨. 따라서 수출 기업은 사전에 해당 품목에 적용되는 라벨링 규정을 세심하게 확인하고 그에 맞춰 준비할 필요가 있음

표 7.8 : 한국산 소스류 품목, 미국통관거부사례

품목	소스, 소스 제조용 조제품(장류, 토마토 케첩, 겨자, 마요네스, 카레, 조미료, 메주 등 이외 기타)
통관번호	9N6-0004611-4
원산지	한국
통관 거부일자	2017 - 07 - 12
담당 검역소	DNEI 검역소
거부 유형	서류
거부 사유	서류미비/규정에 따른 조건 하에 제조되고 있다는 것을 입증하는 서류 미제출

품목	소스, 소스 제조용 조제품(장류, 토마토 케첩, 겨자, 마요네스, 카레, 조미료, 메주 등 이외 기타)
통관번호	EPM-0136697-6
원산지	한국
통관 거부일자	2017 - 06 - 01
담당 검역소	DWCI검역소
위반 사항	라벨링
거부 사유	라벨링/라벨링 위치, 양식 또는 내용이 규정에 맞지 않음

품목	소스, 소스 제조용 조제품(장류, 토마토 케첩, 겨자, 마요네스, 카레, 조미료, 메주 등 이외 기타)
통관번호	EJA-5079572-5
원산지	한국
통관 거부일자	2017 - 03 - 07
담당 검역소	로스앤젤레스
위반 사항	라벨링
거부 사유	라벨링/필수라벨 정보 영어 미표기. 제품 라벨 필수 기재사항인 영양소 정보 없음

품목	소스, 소스 제조용 조제품(장류, 토마토 케첩, 겨자, 마요네스, 카레, 조미료, 메주 등 이외 기타)
통관번호	EJA-5079572-5
원산지	한국
통관 거부일자	2017 - 03 - 07
담당 검역소	로스앤젤레스
위반 사항	라벨링
거부 사유	라벨링/라벨링 위치, 양식 또는 내용 기술이 잘못 됨

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov)


# VIII. 인증 정보

## ※ 인증 정보 OVERVIEW

1. 인증 취득정보
2. 인증 취득제품
3. 제출서류
4. 전문가 인터뷰


# 인증 정보 OVERVIEW

## 필수검사 : 해외공급자 검증 프로그램(FSVP)

검사 설명	해외 식품 생산시설이 미국의 위생 및 식품안전 관리기준과 동일한 수준의 환경에서 생산 활동을 하는지 검증하도록 하는 해외공급자 검증 프로그램	
검사기관	미국 식품의약국(FDA)	
성격	필수 검사	
제출서류	상업송장, 포장명세서, 식품성분표, 제조공정도	
비용	제3자 인증기관에 따라 상이	
소요기간	제3자 인증기관에 따라 상이	
갱신기간	3년	
발급절차	제3자 인증기관 신청 > 서류 심사 > 샘플 테스트 > 검증 완료	
유의사항	해당 제품이 해외공급자 검증 프로그램에 해당하는 제품인지 우선 확인해야 함	

출처 : 식품의약품안전처, '미국 식품안전현대화법에 따른 최종 규칙(식품의 예방관리, 해외공급자 검증 프로그램)', 2016.03


## 권장인증 : 위해요소 중점관리기준(HACCP)

인증 설명	생산-제조-유통의 전 과정에서 식품의 위생에 해로운 영향을 미칠 수 있는 위해요소를 분석하고, 이러한 위해요소를 제거하거나 안전성을 확보할 수 있는 단계에 중요 관리점을 설정하여 과학적이고 체계적으로 식품의 안전을 관리하는 제도	
발행기관	미국 식품의약국(FDA)	
성격	권장 인증 * 단, 어육가공품, 냉동수산물, 냉동식품, 빙과류, 비가열 음료, 레토르트 식품, 배추김치는 필수 취득	
제출서류	HACCP 계획표 및 위해요소 분석 계획	
발급절차	예비 단계 > 위해요소 분석 계획 > HACCP 계획표 작성 및 제출	

출처 : 미국 식품의약국, 'Hazard Analysis Critical Control Point', 2017.04.03

# 인증 정보 OVERVIEW

## 🌱 권장인증 : 식품·의약품 품질관리 기준(GMP, Good Manufacturing Practice)

인증 설명	식품·의약품 등의 가공, 제조 및 품질관리 기준으로, 전체적인 생산과정 기준을 설립하는 품질관리, 보증, 포장 등의 기본 규정	
발행기관	미국 식품의약국(FDA)	
성격	권장 인증	
제출서류	직원, 공장 및 부지, 시설, 비품, 품질관리 등에 대한 각종 문서	
비용	기업 규모에 따라 상이	
소요기간	90 ~ 180일	
갱신기간	1년마다 등록비용 납부	

출처 : 미국 식품의약국, Current Good Manufacturing Practices(CGMPs)([www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/CGMP/default.htm](http://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/CGMP/default.htm)), 해외인증정보시스템([www.certinfo.or.kr](http://www.certinfo.or.kr))

## 🌱 권장인증 : 유기가공식품 인증(NOP, National Organic Program)

인증 설명	1990년도에 제정된 유기농 식품생산법에 따라 미국에서 판매 되는 유기농제품은 NOP규격에 적합해야함	
발행기관	미국 농무성 지정 인증기관 (사설기관) * 관할 기관은 미국 농무성(USDA) 산하 기관인 AMS(Agricultural Marketing Service)로 관리 및 감독 수행	
성격	선택 인증	
제출서류	유기가공식품 수입 증명서(NOP Import Certification)	
비용	750달러	
소요기간	2개월	
갱신기간	1년	
발급절차	제 3자 인증기관 선택 > 신청서 제출, 비용 납부 > 서류 심사 > 방문 심사 > 인증서 발급	
유의사항	유기농 성분 함유량(%)에 따라 100% 유기농, 95 ~ 99% 유기농, 70 ~ 94% 유기농, 70% 미만 유기농으로 구분되고, 마크 부착 여부와 색깔이 구분됨. 해당 인증은 식품안전이나 영양소 부분까지 포괄적으로 다루는 것은 아니지만 정부기관 인증 프로그램인 만큼 관련 행정처분 등이 존재하고 있으며 수입농산물의 경우 NOP 인증을 반드시 취득하는 것이 좋음	

출처 : 미국 식품의약국([www.fda.gov](http://www.fda.gov))

# 1. 인증 취득정보

## 필수 검사 : 해외공급자 검증 프로그램(FSVP)

해외공급자 검증 프로그램(Foreign Supplier Verification Program, FSVP)은 미국의 식품 수입자들로 하여금 해외 식품 생산시설이 미국의 위생 및 식품안전 관리 기준과 동인한 수준의 환경에서 생산 활동을 하는지 검증하는 프로그램임

이 프로그램은 개별적으로 수입되는 식품에 대해 알려진, 혹은 예측 가능한 위험요소를 파악하는 것이 목적임. 생물학적(기생충·박테리아 등), 화학적(제초제·농약 등), 물리적(유리조각, 파편 등) 위험요소 등을 파악하고 관리가 필요한지를 판단함

이를 위해 제조 방법(Formulation of the food), 공장상태, 역할·디자인·장비, 원자재, 그 외 재료, 운송 방법, 재배, 수확, 제조, 공정, 패키징 절차, 라벨링 절차 등에 대한 검사를 진행함

식품 수입자는 해외 공급자의 위험요소 분석 및 평가를 기반으로 제품에 문제가 없는지 검증활동을 실행하게 됨. 또한 생산시설에 대해 매년 정기적으로 점검활동을 진행함. 그러나 수입자가 문서를 통해 해외 공급자가 미국의 기준에 부합하는 생산 활동을 한다고 검증할 수 있는 경우, 샘플링 검사나 식품안전 기록 등의 검토를 통해서도 검증이 가능함

표 8.1 : 해외공급자 검증 프로그램(FSVP)

검사명	해외공급자 검증 프로그램(FSVP)	
검사기관	미국 식품의약국(FDA)	
성격	필수 검사	
제출 서류	해외공급자 식품안전 이력, 상업송장, 패킹리스트 등	
비용	제3자 인증기관에 따라 상이함	
신청기간	제3자 인증기관에 따라 상이함	
갱신기간	3년	

출처 : 식품의약품안전처, '미국 식품안전현대화법에 따른 최종 규칙(식품의 예방관리, 해외공급자 검증 프로그램)', 2016.03



# 1. 인증 취득정보

## 권장 인증 : 위해요소 중점관리기준(HACCP)

위해요소 중점관리기준(Hazard Analysis and Critical Control Points, HACCP)은 생산-제조-유통의 전 과정에서 식품의 위생에 해로운 영향을 미칠 수 있는 위해요소를 분석하고, 이러한 위해요소를 제거하거나 안전성을 확보할 수 있는 단계에 중요관리점을 설정하여 과학적이고 체계적으로 식품의 안전을 관리하는 제도를 의미하며, FDA에서 관리하고 있음

어육가공품, 냉동수산물, 냉동식품, 빙과류, 비가열 음료, 레토르트 식품, 배추김치 같은 품목은 특별관리대상으로 HACCP을 필수적으로 취득해야 함. 특별관리대상 품목이 아닌 경우에도 식품의 제조과정이 안전했다는 것을 증명하기 위해 여러 식품업체들이 취득하고 있음

미국 HACCP은 허가 등록 시 제조업체가 FDA에 시설 등록을 하면 자동으로 신청되는 방식임. 미국 HACCP의 위해요소 중점관리기준 검역을 통과하면 인증 또한 발행되고 있음. HACCP은 시설 상태 보고의 최신화를 요구하고 있으므로 주기적인 정보 업데이트와 변경사항 발생 시 즉시 통지가 필요함

표 8.2 : 위해요소 중점관리기준(HACCP) 취득 절차

취득 절차		세부 내용
1	예비 단계(Preliminary Steps)	기본 정보 제공, 식품 설명, 유통 및 저장 방법 설명, 사용 목적 및 예상 소비자 규명, 동선도 개발
2	위해요소 분석계획	위해요소 분석계획표 작성, 종(Species) 관련 잠재 위험 규명, 절차(Process) 관련 잠재 위험 규명, 잠재적인 위험요소가 의미가 있는지 확인(Determine), 중요관리점 확인
3	HACCP 계획표	HACCP 계획표를 수립, 주요한 한계점 설정, 무엇을 어떻게 얼마나 자주 누가 모니터링할 것인지 절차 수립, 시정 조치 절차 수립, 기록 수집 절차 수립, 확인 절차 수립

출처 : 미국 식품의약국, 'Fish and Fishery Products Hazards and Controls Guidance', 2011.04.

# 1. 인증 취득정보

## 권장 인증 :

### 식품·의약품 품질관리 기준(GMP)

식품·의약품 품질관리 기준(Good Manufacturing Practice, GMP)은 식품·의약품 등의 유효성, 안전성, 안정성 확보를 위해 설비, 장비 등을 포함한 제조시설, 가공 및 생산 프로세스와 제어, 불량품 관리, 원료 수급까지 전체적인 생산과정의 기준을 설립하고 품질관리, 보증, 포장 등의 기본 규정을 정의하고 있는 인증임

미국에서는 2004년부터 건강기능식품(Dietary Supplement)에 GMP 인증을 필수적으로 적용하고 있음. 하지만 건강기능식품 이외에도 여러 식품군이 제조과정상의 안전함을 입증하기 위해 GMP 인증을 취득하고 있음. GMP 기준에 따라 제조업체는 안전하고 위생적인 품질관리 시스템을 갖추어 원재료를 기준에 준하는 제조 공정에 따라 가공해야 함

한국 식품의약품안전처에서도 GMP 인증을 발급하고 있으나 미국에서는 인정을 받지 못하므로 미국 진출 시에는 미국 FDA에서 발행하는 GMP 인증을 별도로 취득해야 함

표 8.3 : 식품·의약품 품질관리 기준(GMP) 주요 정보

인증명	식품·의약품 품질관리 기준(GMP)	
발행기관	미국 식품의약국(FDA)	
성격	권장 인증	
제출 서류	직원, 공장 및 부지, 시설, 비품, 품질관리 등에 대한 각종 문서	
비용	기업 규모에 따라 상이함	
신청기간	90 ~ 180일	
갱신기간	갱신은 필요하지 않으며, 1년마다 등록비용 납부 필수	

출처 : 미국 식품의약국, Current Good Manufacturing Practices(CGMPs)([www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/CGMP/default.htm](http://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/CGMP/default.htm)),  
 해외인증정보시스템([www.certinfo.or.kr](http://www.certinfo.or.kr))

# 1. 인증 취득정보

## NOP 인증 발급기관

기관명 :  
NPA (Natural Products Association),  
NSF(National Sanitation Foundation) 등

관련부서 :  
미국 농무부(USDA) 산하  
AMS(Agricultural Marketing Service)

## 권장 인증 : 유기가공식품 인증(NOP)

우리나라와 미국의 경우 2014년 7월 1일부터 ‘한·미 유기가공식품 상호 동등성 인정 협정’ 을 체결함. 이에 따라 국내에서 유기가공식품 인증을 받은 제품의 경우 미국에서도 동등하게 유기가공식품으로 인정받을 수 있게 됨<sup>34</sup>.

‘유기가공식품 상호 동등성 인정협정’ 의 경우 우리나라와 미국의 제도에 따라 유기인증을 받은 제품 중 양국 내에서 최종 가공되고 95% 이상 유기원료를 함유한 가공식품에 한정됨

한·미 양국은 유전자변형농산물(GMO), 사용금지 농약, 방사선조사 등을 유기 원료 및 제품의 생산과 취급에서 금지하고 있음. 또한 잔류검사 및 후속조치는 각자 수입국의 규정을 따르도록 하여 국내 제품과 동일한 수준으로 관리할 수 있도록 함. 미국 유기가공식품 인증의 경우 다른 색상의 사용은 허용되지 않으며, 블랙/화이트 라벨은 흰 바탕 또는 투명한 배경 위에만 부착이 가능함

미국 농무부(USDA)에서 인증하는 유기농 제품은 약 3년 이상 합성 제초제, 비료, 살충제 등을 사용하지 않은 순수 천연 경작지에서 생산된 원료로 만든 제품을 기준으로 함

표 8.4 : 유기가공식품 인증(NOP) 마크 종류

100% Organic	Organic
 <p>물, 소금을 제외한 모든 원료가 100% 유기농이어야 함</p>	 <p>중량 기준 95 ~ 99%의 성분이 유기농 이어야 함. 나머지 원료도 NOP에 의해 승인된 성분이어야 함</p>
Made with Organic Ingredients	Specific Organic Ingredients
 <p>70 ~ 94%의 성분이 유기농이어야 함 유기농 인증 라벨 부착 불가함 유기농 성분 3가지 포장 앞면에 명기 가능함</p>	 <p>70% 미만의 성분이 유기농임 유기농 인증 라벨 부착 불가함 포장의 설명 부분에 유기농 성분 표기는 가능함</p>

출처 : 미국 농무부 AMS([www.ams.usda.gov](http://www.ams.usda.gov))

34. 농림축산식품부, ‘한·미 유기가공식품 상호 동등성 인정 협정 체결’, 2014.07.01







## 2. 인증 취득제품

### 유기가공식품 인증(NOP)을 취득한 소스류 제품 다수







현지 매장 조사 결과, 대형유통업체에서 판매되는 스낵 제품 중 유기가공식품 인증을 취득한 제품이 다수 확인됨

유기가공식품 인증 마크를 부착한 제품의 경우 제품의 생산과 성분에 대한 바이어 및 소비자들의 신뢰를 얻을 수 있을 것으로 보임

표 8.5 : 미국 소스류 인증 취득제품 (예시)

인증 취득제품 정보	취득 인증	제품 이미지
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품명 : Tomato ketchup</li> <li>- 제조사 : Simple Truth Organic</li> <li>- 국가 : 미국</li> <li>- 가격 : 1.99달러</li> <li>- 용량 : 566g</li> <li>- 조사매장명 : Ralph's</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품명 : Organic Ketchup</li> <li>- 제조사 : Trader Joe's</li> <li>- 국가 : 미국</li> <li>- 가격 : 1.99달러</li> <li>- 용량 : 650g</li> <li>- 조사매장명 : Trader Joe's</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품명 : Organic Mayonnaise</li> <li>- 제조사 : Trader Joe's</li> <li>- 국가 : 미국</li> <li>- 가격 : 3.69달러</li> <li>- 용량 : 573ml</li> <li>- 조사매장명 : Trader Joe's</li> </ul>		

## 2. 인증 취득제품

인증 취득제품 정보	취득 인증	제품 이미지
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품명 : Organic Yellow Mustard</li> <li>- 제조사 : Trader Joe's</li> <li>- 국가 : 미국</li> <li>- 가격 : 1.69달러</li> <li>- 용량 : 255g</li> <li>- 조사매장명 : Trader Joe's</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품명 : Organic Tomato Ketchup</li> <li>- 제조사 : 365</li> <li>- 국가 : 미국</li> <li>- 가격 : 2.19달러</li> <li>- 용량 : 680g</li> <li>- 조사매장명 : Whole Foods</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품명 : Organic Yellow mustard</li> <li>- 제조사 : Orgzanic Ville</li> <li>- 국가 : 미국</li> <li>- 가격 : 3.99달러</li> <li>- 용량 : 340g</li> <li>- 조사매장명 : Whole Foods</li> </ul>		


출처 : 현지조사(Ralph's, Trader Joe's, Whole Foods, 2017.09)

### 3. 제출서류

#### 유기가공식품 인증(NOP) 신청서

: 유기가공식품 인증 신청 시 제출해야하는 서류로 HS-CODE, 제품 라벨, 화인 등을 기재해야 함

REPRODUCE LOCALLY. Include form number and date on all reproductions. FORM APPROVED - OMB NO. 0581-0280

 <b>U.S. DEPARTMENT OF AGRICULTURE AGRICULTURAL MARKETING SERVICE NATIONAL ORGANIC PROGRAM</b>		<b>NOP IMPORT CERTIFICATE</b>			A knowingly false entry or false alteration of any entry on this certificate may result in a fine of not more than \$11,000 or imprisonment for not more than five years or both (18 USC 1001).
1. CITY AND STATE OF PRODUCT DESTINATION		2. DATE	3. CERT. NO.		
4. EXPORTED BY (Name and address)		5. PRODUCT EXPORTED FROM			
6. CONIGNED TO (Name and address)		7. EU AUTHORIZED BODY ISSUING CERTIFICATE			
8. TOTAL MARKED NET WEIGHT	9. TOTAL CONTAINERS				
10. PRODUCT AS LABELED	11. HT CODE AS APPLICABLE	12. SHIPPING MARKS	13. FINAL HANDLER	14. EU AUTHORIZED BODY OF FINAL HANDLER	
15. REMARKS					
I CERTIFY that the agricultural products specified hereon have been certified under the EU authorized body and have been found to meet all applicable requirements of the US-EU Organic Equivalence Arrangement.					
16. SIGNATURE OF EU AUTHORIZED BODY			17. DATE		
NOT VALID UNLESS SIGNED BY A REPRESENTATIVE OF A DESIGNATED EU AUTHORIZED BODY					
No financial liability shall attach to the United States Department of Agriculture or to any officer or representative of the Department with respect to this certificate.					
According to the Paperwork Reduction Act of 1995, an agency may not conduct or sponsor, and a person is not required to respond to a collection of information unless it displays a valid OMB control number. The valid OMB control number for this information collection is 0581-0280. The time required to complete this information collection is estimated to average 15 minutes per person, including the time for reviewing instructions, searching existing data sources, gathering and maintaining the data needed, and completing and reviewing the collection of information.					
The U.S. Department of Agriculture (USDA) prohibits discrimination in all its programs and activities on the basis of race, color, national origin, age, disability, and where applicable, sex, marital status, familial status, parental status, religion, sexual orientation, genetic information, political beliefs, reprisal, or because all or part of an individual's income is derived from any public assistance program (Not all prohibited bases apply to all programs.) Persons with disabilities who require alternative means for communication of program information (Braille, large print, audiotape, etc.) should contact USDA's TARGET Center at (202) 720-2600 (voice and TDD). To file a complaint of discrimination, write to USDA, Director, Office of Civil Rights, 1400 Independence Avenue, S.W., Washington, D.C. 20250-9410, or call (800) 795-3272 (voice) or (202) 720-6382 (TDD). USDA is an equal opportunity provider and employer.					
NOP 2110-1					

### Q1. 미국의 통관절차는 어떠한가요?

“미국의 식품 통관절차를 통과하기 위해서는 통관대행업체가 있어야 하며, FDA(Food and Drug Administration)에 해당 제품을 등록하여야 합니다. 그리고 화물의 운송은 일반적으로 화물을 취급하는 증개업자가 세관에 제출해야 하는 필요 서류를 준비하여 진행하게 되는데 일반적으로 상업 송장, 패킹리스트 등이 필요합니다. 이 때 라벨은 FDA의 기준에 맞추어 모두 영어로 표기해야하며, 자세한 사항은 미국 식품의약국 홈페이지에서 확인할 수 있습니다.”

미국 식품의약국  
FDA(Food and Drug Administration) 담당자와의 인터뷰 中, 2017.09

### Q2. 미국으로 소스를 수출할 때 필요한 인증은 무엇인가요?

“수출업체의 지사 혹은 제조시설이 미국에 위치하고 있는 경우, 미국의 식품안전 현대화법(FSMA)을 준수해야 합니다. 해당 법은 오염에 대한 대응에서 '예방'을 중심으로 개정된 미국 식품의약국(FDA)의 규정입니다. 이에 따라 수출업체의 사원수가 500명 이상일 때는 FDA(Food and Drug Administration) 인증을, 사원수가 500명 이하일 때는 우수건강기능식품제조기준(Good Manufacturing Practice, GMP), 유기농인증(Organic certification) 획득을 권장합니다. 반대로 미국에 제조시설이 없는 경우에는 필수적으로 요구되는 인증은 없지만, 식품 안전 및 품질을 인증할 수 있는 HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point)가 있으면 도움이 될 것이라고 사료됩니다.”

미국 통관대행업체  
Usfoodimport 사원과의 인터뷰 中, 2017.09

# IX. 라벨링 정보

## ※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시



# 라벨링 정보 OVERVIEW

## 미국 가공식품 라벨링 필수 표기사항



- 제품명
- 원재료명
- 순중량
- 영양성분 분석표
- 제조·포장·유통업체 정보
- 원산지
- 알레르기 유발 성분

출처 : 현지 방문조사(Whole Foods, 2017.09)

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov), U.S. Department of Health and Human Services, A Food Labeling Guide

## 미국 가공식품 라벨링 표기사항 상세

항목	설명
제품명	- 포장용기의 주요 면에 표기 - 활자 크기는 라벨에 사용된 가장 큰 활자의 절반 이상이어야 함
원재료명	- 사용된 성분의 중량을 기준으로 배열
순중량	- 주요 면 하단 30% 위치에 표시하고, 미국 단위와 미터법 단위로 함께 표시 - 1회 제공량을 표시하되 실제 섭취하는 양으로 현실화해 기재
영양성분 분석표	- 라벨의 주요표시면, 측면 혹은 후면의 정보 표시면에 표기 - 제조자·유통자·포장형태를 표시한 곳과 같은 면에 표시 - 중량이 무거운 순서대로 기재
제조·포장·유통업체 정보	- 제조, 포장, 유통업자명과 주소 : 제조, 포장, 유통업자와 제조업자가 다를 경우, 그 회사와 제품의 관계를 명시하는 '~에서 제조한' '~에서 유통하는'과 같은 문구 표기
원산지	- 모든 수입품은 수입시점에 상품 및 개별 포장에 읽기 쉬운 문자로 가능한 잘 보이는 장소에 표기 - 영어로 원산지 국명을 표시
알레르기 유발 성분	- 알레르기 유발 식품에서 추출된 알레르기 항원 단백질을 함유한 원료(우유, 계란, 생선, 갑각류/조개류, 견과류, 밀, 땅콩, 대두/콩)로 제조된 식품인 경우 알레르기 유발 식품의 함유 표시

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov), U.S. Department of Health and Human Services, A Food Labeling Guide

## 1. 라벨 표기사항

### 미국 식품 신규 영양성분표 라벨링 표기법<sup>35</sup>.

1993년부터 식품영양성분 표시 라벨링 규정을 도입 해온 FDA(Food and Drug Administration)가 소비자들에게 더욱 정확한 영양정보를 제공하기 위해 2016년 5월 20일 새로운 영양성분표 라벨 및 권장량 규제 최종 개정안을 확정함에 따라 2018년 7월 26일까지 개정된 라벨링으로 변경해야 함. 자세한 사항은 아래와 같음

- 칼로리 표기 확대: 열량 표기의 글자 크기가 커지고 열량을 표기하는 숫자 역시 볼드체로 써서 소비자들이 한눈에 읽기 쉽게 함
- 비타민 D, 칼슘, 철분, 칼륨 함유량 의무 표기: 제조사는 제품내의 비타민D, 칼슘, 철분, 칼륨의 양을 영양 성분표에 표기하여야 하며 기존에 표시되었던 비타민A,C는 의무표기 사항에서 제외됨
- 일일 권장 섭취량과 칼로리에 관해 표기: 성인의 하루 평균 권장 칼로리 (2,000kcal)를 기준으로 일일 권장섭취량(The % Daily Value)의 몇 %를 차지 하는지 그 비율을 표기해야 함
- 첨가당 표기: 첨가당을 그램 단위로 표기하고 제품에 포함된 첨가당이 1일 섭취량의 몇 %를 차지하고 있는지도 표기해야함
- 지방량(포화지방, 트랜스지방): 포화지방, 트랜스지방은 계속 기입하여야 하지만 지방의 열량 표시는 삭제됨
- 일부 제품 1회 제공량 및 전체 제공량 표기: 현재까지의 패키지는 1회 또는 2회 제공량 사이에서 형성되는 것이 일반적이었음. 그러나 1회 이상 제공하는 식품이지만 소비자가 제품을 한 번에 다 섭취하는 경우도 있으므로 전체 제공량에 맞게 표기해야 함

예시) ‘per serving’ and ‘per package’ / ‘per unit

35. 미국 식품의약국(www.fda.gov), U.S. Department of Health and Human Services, A Food Labeling Guide

# 1. 라벨 표기사항

표 9.1 미국 가공식품 라벨링 상세 표기사항

항목	설명
제품명	- 포장용기의 주요 면에 표기 - 활자 크기는 라벨에 사용된 가장 큰 활자의 절반 이상이어야 함
원재료명	- 사용된 성분의 중량을 기준으로 배열
순중량	- 주요 면 하단 30% 위치에 표시하고, 미국 단위와 미터법 단위로 함께 표시 - 1회 제공량을 표시하되 실제 섭취하는 양으로 현실화해 기재
영양성분 분석표	- 라벨의 주요표시면, 측면 혹은 후면의 정보 표시면에 표기 - 제조자·유통자·포장형태를 표시한 곳과 같은 면에 표시 - 중량이 무거운 순서대로 기재
제조·포장·유통업체 정보	- 제조, 포장, 유통업자명과 주소 : 제조, 포장, 유통업자와 제조업자가 다를 경우, 그 회사와 제품의 관계를 명시하는 '~에서 제조한' '~에서 유통하는'과 같은 문구 표기
원산지	- 모든 수입품은 수입시점에 상품 및 개별 포장에 읽기 쉬운 문자로 가능한 잘 보이는 장소에 표기 - 영어로 원산지 국명을 표시
알레르기 유발 성분	- 알레르기 유발 식품에서 추출된 알레르기 항원 단백질을 함유한 원료(우유, 계란, 생선, 갑각류/조개류, 견과류, 밀, 땅콩, 대두/콩)로 제조된 식품인 경우 알레르기 유발 식품의 함유 표시

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov), U.S. Department of Health and Human Services, A Food Labeling Guide

## 2. 라벨링 예시

### 라벨링 예시

#### 1) 제품명

주요 면에 표기

#### 2) 순중량

- 주요 면 하단 30%에 위치  
- 미국단위, 미터법 단위 병기

#### 3) 보관방법

제품 개봉 후 보관법 기재

#### 4) 영양성분표

중량이 무거운 순서대로 기재

#### 5) 원재료명

성분 중량을 기준으로 배열

#### 6) 알레르기 유발 성분

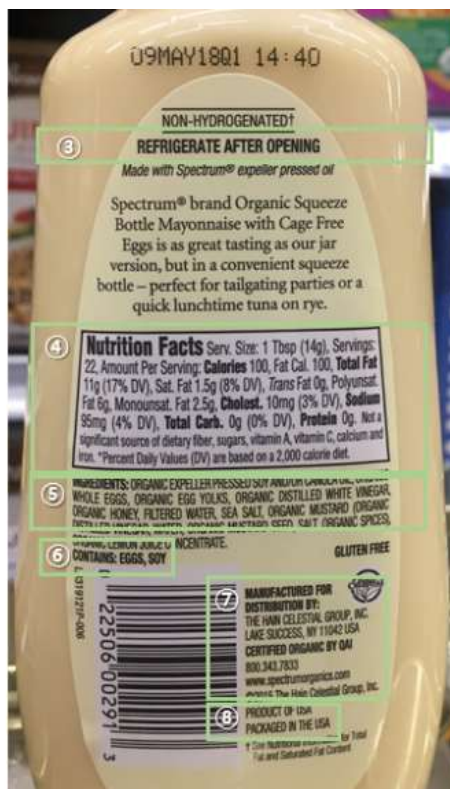
계란, 대두/콩 등 성분 표시

#### 7) 유통업체 정보

유통업체 이름과 주소 기재

#### 8) 원산지

읽기 쉬운 문자로 가능한  
잘 보이는 곳에 영문 표기



출처 : 현지조사(Whole Foods, 2017.09)

## 2. 라벨링 예시

### 식품영양성분표 라벨 표기방식 변경사항 (과거→신규)

Amount Per Serving	
<b>Calories</b> 230	Calories from Fat 72
% Daily Value*	
<b>Total Fat</b> 8g	<b>12%</b>
Saturated Fat 1g	<b>5%</b>
Trans Fat 0g	
<b>Cholesterol</b> 0mg	<b>0%</b>
<b>Sodium</b> 160mg	<b>7%</b>
<b>Total Carbohydrate</b> 37g	<b>12%</b>
Dietary Fiber 4g	<b>16%</b>
Sugars 1g	
<b>Protein</b> 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

#### 1) 제공사이즈

- 크고 두꺼운 글씨체
- 현실화

#### 2) 칼로리 표시

글씨 크기 확대

#### 3) 일일 섭취량

그램(g) 단위로 표시

#### 4) 가당

의무 표시

### Nutrition Facts

8 servings per container

① **Serving size** 2/3 cup (55g)

② **Amount per serving**

**Calories** 230

③ % Daily Value\*

**Total Fat** 8g 10%

Saturated Fat 1g 5%

Trans Fat 0g

**Cholesterol** 0mg 0%

**Sodium** 160mg 7%

**Total Carbohydrate** 37g 13%

Dietary Fiber 4g 14%

④ Total Sugars 12g

Includes 10g Added Sugars 20%

**Protein** 3g

⑤ Vitamin D 2mcg 10%

Calcium 260mg 20%

Iron 8mg 45%

Potassium 235mg 6%

⑥ \* The % Daily Value (DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2,000 calories a day is used for general nutrition advice.

#### 5) Vitamin D

실제 함유량 표시

#### 6) 기타 설명

일일 권장 섭취량 및 칼로리에 대한 설명

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov)

# X. 위생요건 정보

## ※ 위생 요건 OVERVIEW

1. 식품첨가물 규정
2. 기타 위생 규정

# 위생요건 OVERVIEW

## 품목별 위생요건 조사 항목



식품 품목	
농·임산물	<input type="checkbox"/>
수산물	<input type="checkbox"/>
축산물	<input type="checkbox"/>
가공식품	<input checked="" type="checkbox"/>
유아식품	<input type="checkbox"/>
건강기능식품	<input type="checkbox"/>
음주류	<input type="checkbox"/>
식자재	<input type="checkbox"/>

조사 가능 항목	
농약잔류물	<input type="checkbox"/>
식품첨가물	<input checked="" type="checkbox"/>
중금속	<input type="checkbox"/>
전염병	<input type="checkbox"/>
병해충	<input type="checkbox"/>
병원성균	<input checked="" type="checkbox"/>
영양성분	<input type="checkbox"/>
치료제 및 항생제	<input type="checkbox"/>

## 미국 소스류 수출 시 주의해야 하는 식품첨가물<sup>36</sup>. 및 유해물질<sup>37</sup>. (예시)

유형	성분	기준
식품첨가물	acetic acid(아세트산)	3%
	aconitic acid(아코니트산)	0.0005%
	adipic acid(아디프산)	0.1%
	ammonium alginate(알긴산암모늄)	0.5%
	benzoic acid(벤조산)	0.1%
	calcium acetate(아세트산칼슘)	0.15%
	calcium alginate(알긴산칼슘)	0.4%
	calcium chloride(염화칼슘)	0.05%
	calcium sulfate(황산칼슘)	0.07%
	caprylic acid(카프릴산)	0.001%
	coumarin(쿠마린)	사용금지
	dehydroacetic acid(디하이드로아세트산)	
	dulcin(둘신)	
	ethoxyquin(에톡시퀸)	

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov), The U.S. Government Publishing Office (www.gpo.gov)

유해물질	3-mcpd(3-모노클로로프로판디올) (3-monochloropropane-1,2-diol, 3-chloro-1,2-propanediol)	1ppm
	90 strontium(스트론튬 90)	160Bq/kg
	aflatoxin(아플라톡신) (aflatoxin b1, b2, g1, g2(total))	20ppb
	dioxin(다이옥신)	불검출
	salmonella spp.(살모넬라균)	

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov), The U.S. Government Publishing Office (www.gpo.gov)

36. 소스류에 적용되는 식품첨가물이 총 538건 확인되었으나 정확한 기준치가 제시된 일부 식품첨가물만 기재함

37. 소스류에 적용되는 유해물질이 총 25건 확인되었으나, 해당 품목에 대한 별도의 기준이 없는 경우를 제외한 일부만 기재함. 유해물질에는 주로 병원성균이 포함됨

# 1. 식품첨가물 규정

## 미국 식품첨가물 규정

미국의 식품첨가물은 연방 식품, 의약품, 화장품법(Food, Drug and Cosmetics Act) 409조에 의거하며 FDA가 규제하고 있음. FDA는 안전하다고 인정되는 물질을 GRAS(Generally Recognized as Safe)로 분류하여 수정한 뒤 연방규격집(Code of Federal Regulations)<sup>38</sup>에 공시하고 있음

표 10.1 : 미국 소스류 수출 시 주의해야 하는 식품첨가물

유형	성분	기준
식품첨가물	acetic acid(아세트산)	3%
	aconitic acid(아코니트산)	0.0005%
	adipic acid(아디프산)	0.1%
	ammonium alginate(알긴산암모늄)	0.5%
	benzoic acid(벤조산)	0.1%
	calcium acetate(아세트산칼슘)	0.15%
	calcium alginate(알긴산칼슘)	0.4%
	calcium chloride(염화칼슘)	0.05%
	calcium sulfate(황산칼슘)	0.07%
	caprylic acid(카프릴산)	0.001%
	coumarin(쿠마린)	사용금지
	dehydroacetic acid(디하이드로아세트산)	
	dulcin(둘신)	
	ethoxyquin(에톡시퀸)	

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov), The U.S. Government Publishing Office(www.gpo.gov)

38. The U.S. Government Publishing Office(www.gpo.gov)  
 Food Additives : Part 172, 173, 182  
 Color Additives : Part 73, 74



## 2. 기타 위생 규정

### 미국 기타 유해물질 규정

미국 FDA는 박테리아, 농약, 독성물질, 중금속, 화학 오염물질 등에 대한 규제를 홈페이지<sup>39</sup>에 공개하고 있음

소스류의 경우 3-모노클로로프로판디올의 최대 기준치가 1ppm, 스트론튬 90의 최대 허용치가 160Bq/kg, 아플라톡신의 최대 기준치가 20ppb인 것으로 파악되었으며, 다이옥신, 살모넬라균 등의 검출은 금지하고 있음

표 10.2 : 미국 소스류 수출 시 주의해야 하는 유해물질

유형	성분	기준
유해물질	3-mcpd(3-모노클로로프로판디올) (3-monochloropropane-1,2-diol, 3-chloro-1,2-propanediol)	1ppm
	90 strontium(스트론튬 90)	160Bq/kg
	aflatoxin(아플라톡신) (aflatoxin b1, b2, g1, g2(total))	20ppb
	dioxin(다이옥신)	불검출
	salmonella spp.(살모넬라균)	

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov), The U.S. Government Publishing Office(www.gpo.gov)

39. www.fda.gov/Food/FoodborneIllnessContaminants

## ※ 참고 문헌

### ※ 참고 자료

1. 미국 통관제도 설명	주 LA 총영사관	2014
2. 판매세 어떻게 부과되나요	중앙일보	2016.04.12
3. The FDA takes step to remove artificial trans fats in processed foods	미국 식품의약국	2015.06.16
4. 미국 식품안전현대화법에 따른 최종 규칙 (식품의 예방관리, 해외공급자 검증 프로그램)	식품의약품안전처	2016.03
5. Fish and Fishery Products Hazards and Controls Guidance	미국 식품의약국	2011.04
6. 한·미 유기농식품 상호 동등성 인정 협정 체결	농림축산식품부	2014.07.01
7. U.S. Department of Health and Human Services, A Food Labeling Guide	미국 식품의약국	2013.01

### ※ 참고 사이트

1. 미국 세관국경보호국	<a href="http://www.cbp.gov">www.cbp.gov</a>
2. strtrade	<a href="http://www.strtrade.com">www.strtrade.com</a>
3. TradeNAVI	<a href="http://www.tradenavi.or.kr">www.tradenavi.or.kr</a>
4. 한국 관세법령정보포털 3.0	<a href="http://unipass.customs.go.kr">unipass.customs.go.kr</a>
5. 대한상공회의소	<a href="http://cert.korcham.net">cert.korcham.net</a>
6. 미국 식품의약국	<a href="http://www.fda.gov">www.fda.gov</a>
7. 미국 국제무역위원회	<a href="http://www.usitc.gov">www.usitc.gov</a>
8. 해외인증정보시스템	<a href="http://www.certinfo.or.kr">www.certinfo.or.kr</a>
9. Current Good Manufacturing Practices (CGMPs)	<a href="http://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/CGMP/default.htm">www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/CGMP/default.htm</a>
10. 미국 농무부 AMS	<a href="http://www.ams.usda.gov">www.ams.usda.gov</a>
11. The U.S. Government Publishing Office	<a href="http://www.gpo.gov">www.gpo.gov</a>
12. 한국AEO진흥협회	<a href="http://www.aeo.or.kr">www.aeo.or.kr</a>
13. Hazard Analysis Critical Control Point(HACCP)	<a href="http://www.fda.gov/food/guidanceregulation/haccp">www.fda.gov/food/guidanceregulation/haccp</a>