



2017년 농식품 해외시장 맞춤형조사

Product : 비건쿠키(Vegan Cookie)

Country : 미국(United States of America)

Contents

I. 시장 통계	4
1. 통계분석 기준 설정	6
2. 무역통계 종합분석	7
3. 품목통계 종합분석	8
II. 시장 트렌드	9
1. Market Trend 01. 최신 스낵 트렌드	11
2. Market Trend 02. 웰빙 스낵 소비 증가	12
3. Market Trend 03. 클린 라벨 선호 현상	13
4. Market Trend 04. 신규 비건 간식 제품	14
III. 경쟁제품 현지조사	15
1. 경쟁제품 선정	17
2. 정량 분석	18
3. 정성 분석	19
4. 현지 방문 조사자료	21
IV. 경쟁사 분석	25
1. 경쟁사 선정	27
2. 경쟁사별 현황 파악	28
V. 유통구조 현황	31
1. 추천 진출 경로	33
2. 전문가 인터뷰	36
VI. 유통업체 현황	37
1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보	39

Contents

Ⅶ. 통관 및 검역 정보	44
1. 통관 및 검역 절차	47
2. 관세율 정보	52
3. FTA 정보	53
4. 통관 및 검역 주의사항	54
5. 통관거부사례	55
Ⅷ. 인증 정보	56
1. 인증 취득정보	59
2. 인증 취득제품	62
3. 제출서류	63
4. 전문가 인터뷰	64
Ⅸ. 라벨링 정보	65
1. 라벨 표기사항	67
2. 라벨링 예시	69
X. 위생 요건 정보	70
1. 식품첨가물 규정	72
※ 참고 문헌	73

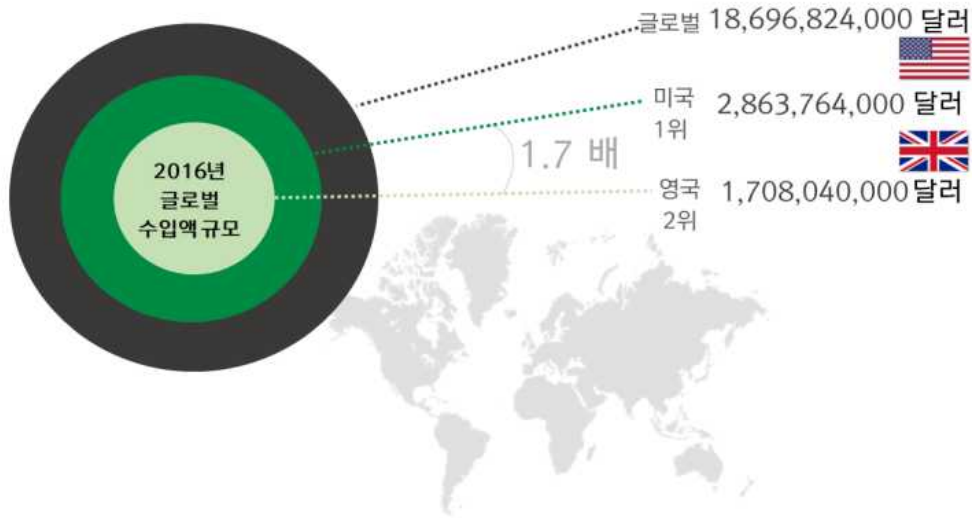


I. 시장 통계

※ 시장 통계 OVERVIEW

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

시장 통계 OVERVIEW



2016년 미국 내 HS CODE 1905.90 품목 수입액 규모

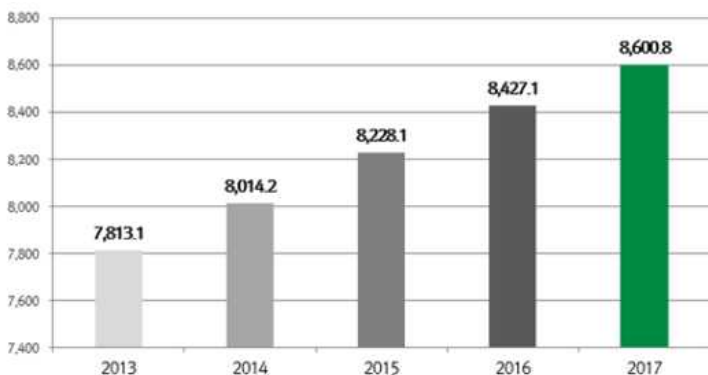
(단위 : 달러)

전체	캐나다	대한민국
2,863,764,000	1위 1,393,989,000	7위 53,171,000



▶ 미국 쿠키(스위트 비스킷) 시장규모(2013~2017)

(단위 : 백만 달러)



※2017년도 수치는 전망치임

글로벌 수입규모
미국 1위, 영국 2위

미국 수입상대국
캐나다 1위, 한국 7위

2016년 기준
쿠키(스위트 비스킷) 시장규모
84억 2,710만 달러

1. 통계분석 기준 설정

HS CODE 확인 사이트

1	한국 관세청 www.customs.go.kr
2	한국 관세법령정보포털 3.0 unipass.customs.go.kr
3	미국 국제무역위원회 www.usitc.gov

비건쿠키 통계 기준 설정

비건쿠키 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 1905.90으로 설정

글로벌 및 미국 내 비건쿠키의 수요 파악을 위해 전 세계 공통인 HS CODE 6자리 1905.90을 수입통계 분석 기준으로 설정함. 한-미 FTA에서 미국의 특별세율은 2012년 3월 15일을 발효일자를 기준으로 하고 있어 미국 국제무역위원회에서 제공하는 8단위 연계표를 기준으로 HS 2017과 HS 2012를 연계하여 도출한 결과 미국 내 비건쿠키는 HS CODE 1905.90.10으로 확인됨

표 1.1 : 항목별 통계 기준 설정

분류	조사 항목	통계 기준	
무역 통계	글로벌 수입규모 및 성장률	HS CODE	1905.90
	미국 수입규모 및 성장률		
품목 통계	미국 쿠키(스위트 비스킷) 시장규모	품목 키워드	Sweet Biscuit Market Size
	미국 채식주의자의 채식 동기		Motivation for eating vegan

표 1.2 : 미국 내 비건쿠키 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	1905	빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품(코코아를 함유하였는지에 상관없다), 성찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐실링웨이퍼(sealing wafer)·라이스페이퍼(rice paper)와 그 밖에 이와 유사한 물품
	1905.90	기타
	1905.90.10	베이커리 제품
	1905.90.1040	비스킷, 쿠키, 크래커
미국	1905	빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품(코코아를 함유하였는지에 상관없다), 성찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐실링웨이퍼(sealing wafer)·라이스페이퍼(rice paper)와 그 밖에 이와 유사한 물품
	1905.90	기타
	1905.90.10	빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품 및 푸딩(초콜렛, 과일, 견과류 혹은 제과류를 함유하였는지에 상관없다)

출처 : 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr)

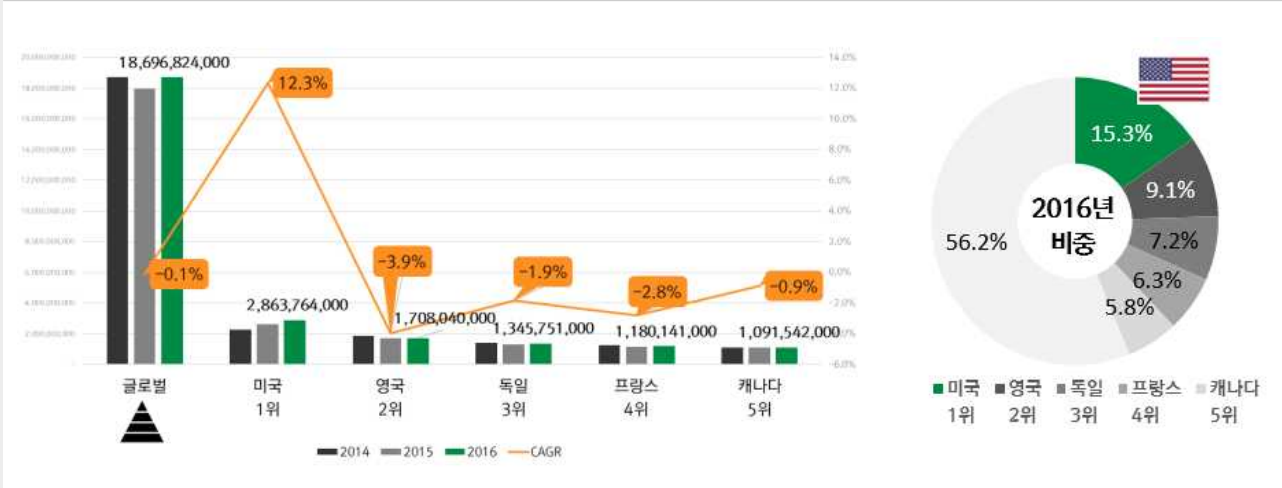
1. 의뢰사 제품에 적합한 HS CODE를 확인하는 방법에는 한국 관세무역개발원에서 발간한 '관세율표/관세율표해설서/HS 품목별 수출입통관편람'을 통하거나 관세청 UNI-PASS 홈페이지 '품목분류정보'를 검색하거나 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 법 등이 있음. 법적인 효력을 가진 HS CODE를 확정하기 위해서는 관세청 관세평가분류원장에게 신청하는 방법이 있음

2 무역통계 기준 설정

글로벌 수입 통계 분석

표 1.3 : 글로벌 HS CODE 1905.90 수입액 규모 및 비중(2014~2016)

(단위 : 달러, %)



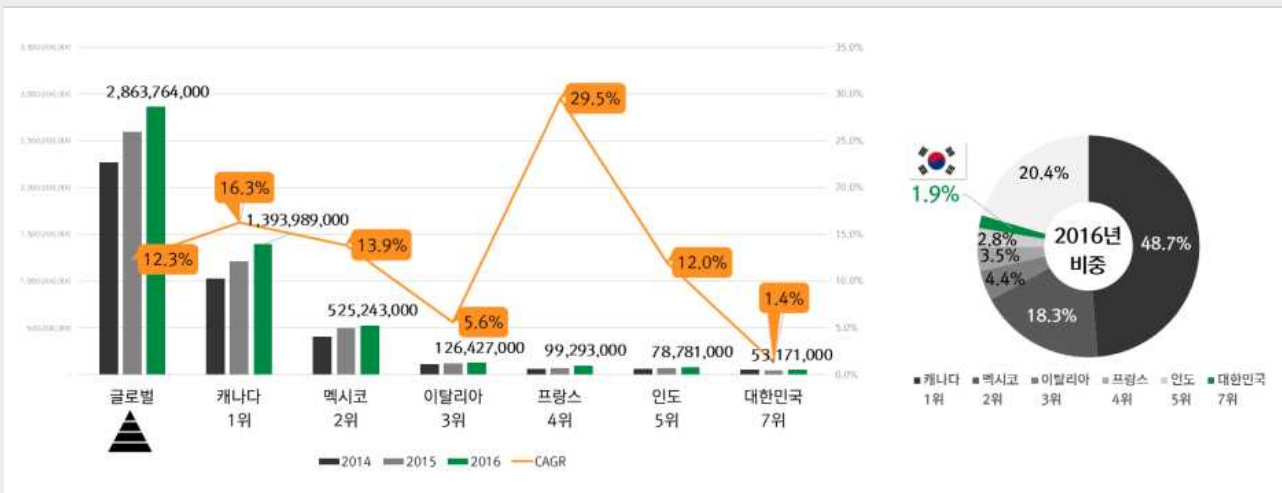
출처 : International Trade Centre(www.trademap.org)

- 2016년 기준 HS CODE 1905.90 품목의 글로벌 수입 규모는 186억 9,682만 4,000달러로 2014년부터 2016년까지 연평균 0.1%의 하락세를 기록함. 미국 수입액은 동 기간 연평균 12.3%의 성장률을 기록하며 2016년 기준 28억 6,376만 4,000달러를 기록함
- 2016년 기준 HS CODE 1905.90 품목의 글로벌 수입액 규모 1위는 미국으로 전체 수입액 중 15.3%를 차지하고 있음. 뒤를 이어 영국이 17억 804만 달러를 기록하며 전체 수입액의 9.1%를 차지, 2위를 기록함

미국 수입 통계 분석

표 1.4 : 미국 HS CODE 1905.90 수입액 규모 및 비중(2014~2016)

(단위 : 달러, %)



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

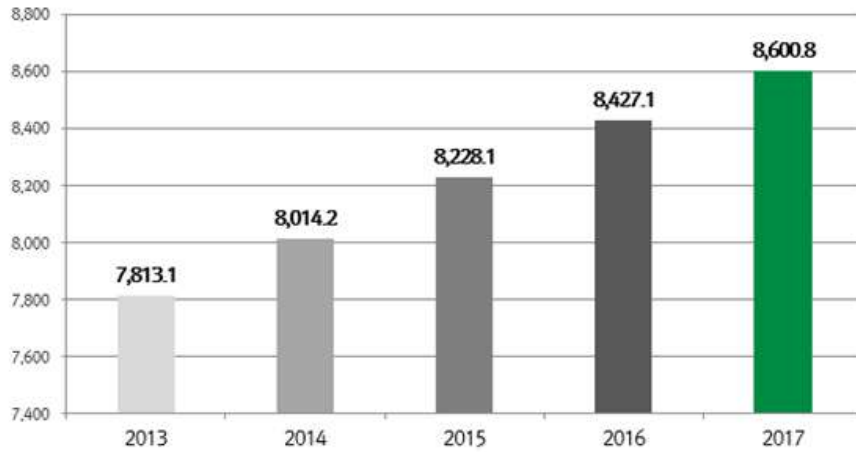
- 2016년 기준 미국 내 HS CODE 1905.90 품목의 최대 수입국은 캐나다로 13억 9,398만 9,000달러의 수입액을 기록함. 뒤를 이어 멕시코가 5억 2,524만 3,000달러를 기록하며 전체 수입액의 18.3%를 차지, 2위를 기록함
- 2016년 기준 미국 내 HS CODE 1905.90 품목의 한국산 수입규모는 5,317만 1,000달러를 기록함. 해당 수치는 전체 수입액의 1.9%를 차지하는 규모임. 또한 수입액 7위국 한국은 2014년부터 2016년까지 연평균 1.4%의 성장세를 기록함

3. 품목통계 종합분석

미국 쿠키(스위트 비스킷)² 시장규모

표 1.5 : 미국 쿠키(스위트 비스킷) 시장규모(2013~2017)

(단위 : 백만 달러)



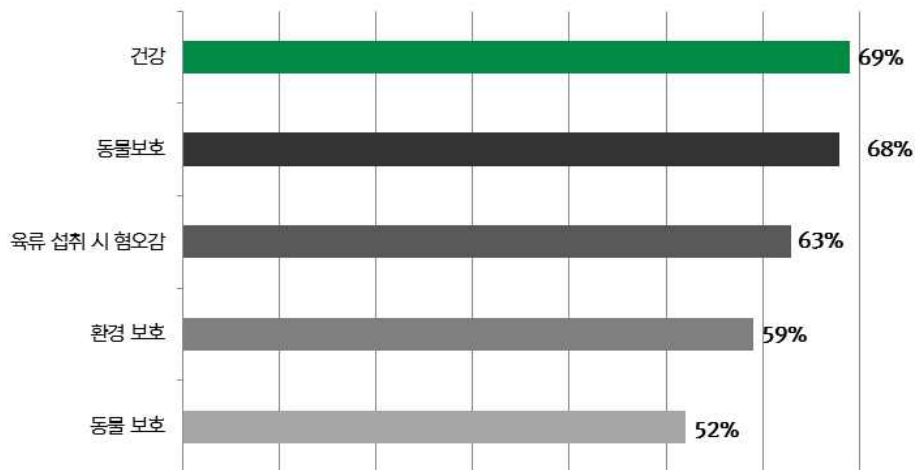
※2017년도 수치는 전망치임

출처 : Global Data(consumer.globaldata.com)

- 글로벌 시장조사기관인 Global Data에 따르면 2013년 기준 78억 1,310만 달러를 기록한 미국 쿠키(스위트 비스킷) 시장규모는 2016년 84억 2,710만 달러로 증가해 연평균 2% 성장세를 기록함
- 미국 내 쿠키(스위트 비스킷) 시장규모는 꾸준한 성장세를 기록하며 2017년에는 86억 80만 달러를 기록할 것으로 전망됨

미국 채식주의자의 채식 동기

표 1.6 : 미국 채식주의자의 채식 동기(2017)



출처 : Veganbits(veganbits.com)

- Veganbits가 발표한 자료에 의하면, 2017년 17세 이상 성인 1만 1,000명을 대상으로 설문 조사를 진행함. 이 중 2%가 채식주의 한다고 응답하였으며, 채식주의 하게 된 동기에 대해 설문한 결과, 응답자의 69% 이상이 건강을 위해 채식주의 한다고 응답함. 그 다음으로 동물보호를 위해 채식주의 한다는 응답이 68%였으며, 육류 섭취 시 혐오감이 느껴진다는 응답도 63%에 이룸

※ 복수응답 가능

2. 쿠키(스위트 비스킷) 품목은 American Cookies, Artisanal Cookies, Assortments, Butter-Based Cookies, Chocolate Cookies, Cream Filled, Other Cookies, Plain Cookies, Wafer Biscuits 등의 하위품목을 포함함



Ⅱ. 시장 트렌드

※ 시장 트렌드 OVERVIEW

Market Trend 01. 최신 스낵 트렌드

Market Trend 02. 웰빙 스낵 소비 증가

Market Trend 03. 클린 라벨 선호 현상

Market Trend 04. 신규 비건 간식 제품

시장 트렌드 OVERVIEW

빅데이터 분석 개요

조사 목적	미국 비건 쿠키 및 제과 산업 최신 트렌드 분석
수집 기간	2016.01.01. ~ 2017.07.12.
수집 방법	토픽 모델링을 통한 이슈 선정. 이슈 시계열 분석
수집 채널	미국 식품사업정보원 64건
입력 키워드	Confectionery, Snack, Biscuit, Cookie
도출 기사	총 1,127건

트렌드 타임라인



Market Trend 1. 2016 NACS Show 박람회에서 최신 미국 스낵 트렌드 엿보기

- 미국 편의점협회가 주관하는 2016 NACS Show 박람회에 따르면 미국에서 '매운 맛 과자 열풍'과 '스낵의 소포장화', '스낵과 간식의 융합'이 핵심 트렌드로 부상함. 새로운 맛을 찾는 소비자들을 대상으로 매운 맛 스낵이 인기리에 판매되며 간편함을 좇는 소비자들을 위해 간소화된 스낵 제품이 거래됨

Market Trend 2. 건강 스낵 소비 증가. 美 선도 제과업체들 웰빙 트렌드를 고려한 경영방향 수립

- 웰빙 트렌드로 인하여 견과류 바, 요구르트 등 건강 스낵들의 소비가 증가하며 슈퍼푸드 스낵도 각광받고 있음
- 미국의 선도 제과기업인 Nestle와 Mondelez는 각자 웰빙 트렌드를 고려한 경영방침을 수정함. Nestle는 제과사업부 매각을 추진함과 함께 건강과 관련된 신제품을 개발함. Mondelez는 건강스낵 신제품인 Vea를 출시하였음

Market Trend 3. 클린 라벨의 스낵 소비 현상 두드러져

- 미국 소비자들은 명확한 성분표기를 확인할 수 있는 클린 라벨 제품을 선호하는 것으로 확인됨. 특히 밀레니얼 세대들의 64%는 라벨에 적힌 성분이 적을수록 건강한 스낵으로 인식함
- 2017년 한해 Mondelez와 Hydrox는 클린 라벨 크래커, 쿠키 제품들을 출시하였음

Market Trend 4. 채식주의자들을 고려한 비건 간식 제품 출시 증

- 미국 스낵업계에도 채식주의자를 고려한 비건 제품들이 출시되고 있음
- 2017년 상반기 동안 미국에서는 스낵 바, 아이스크림, 육포, 초콜릿 등 전방위에 걸쳐 비건 제품들이 출시되었음

2016 NACS Show 박람회에서 최신 스낵 트렌드 엿보기

미국 편의점협회(NACS)가 주관하고 약 1,100여 개의 업체가 참여한 2016 NACS Show 박람회를 통해 현지 내 스낵 관련 최신 트렌드를 파악할 수 있었음. 미국 식품 전문기관인 Food Business News는 2016 NACS Show 박람회 내 주목해야 할 8가지 제품 트렌드를 소개함. 이 중 비스킷과 관련된 미국의 최신 트렌드로는 ‘매운 맛 스낵’, ‘소규모 포장 스낵’, ‘스낵과 간식의 융합’ 이 있음³.

미국의 소비자들은 기존 스낵 제품에 대해 식상함을 느끼고 있으며 새로운 맛의 스낵이 인기 부상 중임⁴. 한국의 스낵 제품들도 틈새시장으로서 미국 시장을 공략 중에 있음. 2016년에는 스낵의 소포장화 추세에 따라 미국에서 출시된 스낵 제품들의 40%가 1~3 온스⁵짜리 소포장 제품이었음⁶.

표 2.1 : 2016 NACS Show 미국 식품 8대 트렌드

트렌드	내용
1 매운 맛 과자 열풍 (Bring the heat)	강렬한 매운맛을 찾는 소비자들이 늘어나고 있음. 스리라차, 망고 하바네로, 고추장 등 이국적이면서 매운 맛 스낵의 판매량이 늘어남
2 스낵의 소포장화 (Mini meal kits)	스낵 포장이 좀 더 간소화되고 있음. 식품 제조업체들은 다층 포장을 활용하여 효율적이고 먹기 편리한 스낵을 개발하고 있음
3 스낵과 간식의 융합 (Snackfection)	스낵과 간식이 융합된 형태인 Snackfection이 신조어로 등장함. 미국 Hershey사는 초콜릿과 아몬드가 융합된 Snackfection 제품을 출시함
4 신맛 캔디 인기 (Sour candies surge)	짜릿한(Tangy) 캔디 제품들이 편의점에서 강세를 보임. Troli와 Sour Jacks 같은 기존 캔디 라인업에 신 맛을 추가하여 출시하고 있음
5 단백질 첨가 제품 출시 중 (Just add protein)	생수, 더치커피, 샌드위치 크래커 등에 단백질을 첨가한 제품들이 출시됨. 이들은 기존 제품 대비 저칼로리임을 강조하며 젊은 성인층을 타겟으로 함
6 육류 스낵 부상 (The next big thing in meat snacks)	2016년 한해 동안 다양한 육포 제품이 인기였음. 소고기, 돼지고기, 칠면조고기 등 육포의 종류별로 판매세가 급증함
7 핫한 콜드브루 커피 (Cold brew is hot)	과거 카페에서 주로 보급되었던 콜드브루 커피가 편의점 내에도 보급되기 시작함. 캔 또는 병 콜드브루 커피는 편의점에서 트렌드로 자리매김함
8 수면 보조음료 (Relaxation is the new energy)	소비자의 숙면을 도와주는 제품들이 주목받고 있음. 5-HTP, GABA, 캐모마일 등 소비자의 숙면을 도와주는 음료와 파우더가 인기임

출처 : Food Business News, 'Eight trends at the 2016 NACS Show', 2016.10.24 (www.foodbusinessnews.net)

3. Food Business News, 'Eight trends at the 2016 NACS Show', 2016.10.24

4. Food Processing, 'Spicy Snacks are getting even hotter', 2016.10.21

5. 1oz(온스)=28.35g(그램)

6. CITYA.M, 'Smaller is better... When it comes to food packaging as consumers look to rein in portions and snacking', 2017.06.20

웰빙(Well-being) 트렌드로 건강 스낵 소비 증가

美 선도 제과업체, 웰빙 트렌드를 고려한 경영 방향 수립

미국 현지 내 웰빙 트렌드로 인한 건강 스낵들의 소비가 증가하고 있음. 단 음료와 짠 스낵류, 캔디, 초콜릿 제품 대신 과일과 견과류를 섞은 바(bar) 제품류, 요구르트 등의 소비가 증가할 것으로 전망됨⁷.

미국 내 웰빙 트렌드의 영향으로 선도 제과 기업들의 경영 방침이 변모 중임. 글로벌 식품 회사 Nestle는 미국 시장 내 제과 사업부의 매각을 추진하고 있음. 미국 현지 소비자들의 기호가 건강식품으로 바뀌고 있어 미국 내 제과시장 성장 전망이 불투명하다고 판단했기 때문임. Nestle의 미국 제과 사업부의 매출은 2016년 기준으로 9억 2,200만 달러를 기록하였으며 기업 가치는 30억 달러로 평가됨

Nestle의 제과사업부 매각 계획은 헬스케어 기업 출신인 마르크 슈나이더 CEO의 건강식품 부문 확대하는 전략의 일부분임. 또한 Nestle는 대표 제품인 네스퀵(Nesquik) 제품에 비타민을 첨가하여 건강한 요소를 부각하기도 함⁸.

글로벌 제과 제조업체 Mondelez는 2017년을 웰빙과 혁신의 해(Year of Well-being and Innovation)로 지정함. 이러한 모토의 일환으로 Mondelez는 건강 스낵 신제품 Vea를 출시함. Mondelez의 CEO인 아이린 로젠펠드(Irene Rosenfeld)는 언론매체와의 인터뷰에서 “웰빙 간식의 글로벌 리더가 되는 것을 회사의 가장 큰 목표로 설정할 계획이다.” 라고 전함. 이 같은 글로벌 제과업체들의 웰빙 트렌드에 맞춘 방향 설정은 향후 미국 스낵 시장에도 영향을 미칠 것으로 전망됨⁹.

7. FoodBusinessNews(www.foodbusinessnews.net), 'Seven trends at Sweets & Snacks 2017', 2017.05.23

8. Bloomberg Market, 'Nestle Considers Selling U.S. Chocolate Business', 2017.06.16

9. Bakeryandsnack, 'Mondelēz names 2017 'Year of Well-being and Innovation' with launch of Vea snacks', 2017.02.22

클린 라벨의 스낵 소비 현상 두드러져

미국 소비자들은 클린 라벨을 착용한 스낵 제품을 선호하는 것으로 드러남. 클린 라벨(Clean Label)이란 ‘명확한 성분 표기’를 지칭하며 식품 안전과 관련하여 소비자들에게 정확한 정보를 제공하기 위해 짧고 간단한 성분표기를 하는 것을 의미함. 미국 소비자들의 75%는 식품의 영양 및 라벨을 읽고 있으며, 91%는 라벨 내 표기 성분이 알고 있는 성분일 때 건강한 제품이라고 믿음¹⁰.

특히 미국의 주 소비층인 밀레니얼(Millennial) 세대¹¹에서 클린 라벨 선호 현상이 더 두드러지는 것으로 드러남¹². Amplify Snack Brands Inc.와 Generational Kinetics Centre의 최근 연구에 따르면 밀레니얼 세대의 64%는 라벨이 적힌 성분이 적을수록 건강한 스낵으로 인식함

이러한 클린 라벨 소비 트렌드에 맞추어 미국의 대표적인 스낵 기업들도 클린 라벨 제품을 출시하고 있음. 2017년 2월 미국의 대표 제과업체 Mondelez는 클린 라벨이 적용된 인공 조미료나 색소, 착향료가 없는 신규 스낵 브랜드인 CAGNY를 공개함¹³. 쿠키 브랜드 Hydrox도 클린 라벨 쿠키 제품인 New Hydrox 출시하였음¹⁴.

표 2.2 : 미국 클린 라벨 제품

CAGNY 브랜드(Mondelez社)	Hydrox Cookie 브랜드(Leafbrands)
	

출처 : Food Business News(www.foodbusinessnews.com)

10. FoodIngredientsFirst News, “Clean Supreme” Leads Top Trends for 2017’, 2016.11

11. 1980년대 초(1980~1982년)부터 2000년대 초(2000~2004년)까지 출생한 세대를 가리킴

12. Supermarket News, ‘Millenials Looking for Cleaner Labels for Snack’, 2017.04.18

13. Food Business News, ‘Mondelez unveils new clean label cracker brand at CAGNY’, 2017.02.22

14. Food Business News, ‘Hydrox cookies go clean label at Sweets & Snacks!’, 2017.05.23

채식주의자들을 고려한 비건 간식 제품 출시 중

미국 스낵업계에서도 채식주의자들을 고려한 비건 제품들이 계속해서 출시되고 있음. 미국 일간지 워싱턴포스트(Washington Post)에 따르면 미국의 채식주의자는 2016년 7월 기준 약 730만명에 이르며 플렉시테리언(Flexitarian)¹⁵은 약 2,280만명에 이를 것으로 전망됨¹⁶.

2017년 상반기 동안 미국에서는 스낵 바, 아이스크림, 육포, 초콜릿 등 전방위에 걸쳐 비건 제품들이 출시됨. Carmit Candy Industries Ltd는 락토오스(Lactose)와 유제품 성분이 없는 비건 초콜릿 제품을 출시했으며¹⁷. Ben and Jerry's도 유제품 성분이 없는 프리미엄 비건 아이스크림 제품을 공개함¹⁸. Snacklin은 채식주의자들을 공략하기 위해 코코넛을 활용한 육포 제품을 개발하였으며¹⁹. Go Veggie는 Vegan Grab-N-Go Snack Bar을 출시함

Alison Houle Go Veggie 마케팅 매니저는 “미국 소비자들의 55%가 식물성 소재의 식품을 소비하는 것을 선호한다. 당사가 개발한 새 비건 스낵바 제품들은 미국 소비자들에게 안전하고 간편한 옵션을 제공할 것이다.” 라고 당찬 포부를 밝힘²⁰.

표 2.3 : 미국에서 신규 출시된 비건 간식 제품들

Vegan Milk-Style Chocolate	Vegan Ice Cream	Smaklins Vegan Meat Snack	Vegan Grab-N-Go Snack Bars
			

출처 : Prepared Food(www.preparedfoods.com), NPR(www.npr.org), Food Navigator USA(www.foodnavigator-usa.com)

15. 플렉시테리언(Flexitarian) : 허용된 기준 안에서만 육식을 하는 채식주의자로 세미 베지테리언으로 분류됨

16. Independent, 'Flexitarianism predicted as key food trend for 2017', 2016.12

17. Prepared Food, 'Carmit Vegan Milk-Style Chocolate', 2017.03.03

18. NPR, 'How To Give Vegan 'Ice Cream' That Creamy Taste, Minus The Milk', 2017.05.15

19. Food Navigator USA, 'Snacklins plant-based pork rinds marry popular vegan and meat snack trends', 2017.03.09

20. Prepared Food, 'Veggie Vegan Grab-N-Go Snack Bars', 2017.03.22



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

번호	제품명	제조사	제조국가
01	Great Value Ginger Snaps	Wal-Mart Stores , Inc.	미국
02	Great Value Multi Grain	Wal-Mart Stores , Inc.	미국
03	Great Value Saltine	Wal-Mart Stores , Inc.	미국
04	Horizon Organic Sandwich Crackers Peanut Butter	Horizon Organic	미국
05	Wow Baking Key Lime White Chocolate	WOW Baking Company	미국
06	Country club crackers	The Kroger Co.	미국
07	Wheat Crisp Crackers	The Kroger Co.	미국

1. 경쟁제품 선정

방문 매장 선정

대형유통매장		
Ralphps	Target	Walmart
		
1121 N Harbor Blvd, Fullerton, CA 92832	1893 W Malvern Ave, Fullerton, CA 92833	88 E Orangethorpe Ave, Anaheim, CA 92801

출처 : 현지방문조사(Ralphps, Target, Walmart, 2017.06), 7개 제품 기준

현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 7개 선정²¹.

번호	제품명	제조사	제조국가
01	Great Value Ginger Snaps	Wal-Mart Stores , Inc.	미국
02	Great Value Multi Grain	Wal-Mart Stores , Inc.	미국
03	Great Value Saltine	Wal-Mart Stores , Inc.	미국
04	Horizon Organic Sandwich Crackers Peanut Butter	Horizon Organic	미국
05	Wow Baking Key Lime White Chocolate	WOW Baking Company	미국
06	Country club crackers	The Kroger Co.	미국
07	Wheat Crisp Crackers	The Kroger Co.	미국

출처 : 현지방문조사(Ralphps, Target, Walmart, 2017.06), 7개 제품 기준

분석 지표 설정 - 6개 항목

정량지표		정성지표	
1	중량 (100g)	4	포장형태
2	100g 당 가격 (원)	5	원료
3	유통기한 (개월)	6	제조국가

21. 수출입통계의 경우 HS CODE 1905.90 품목을 기준으로 집계되었으며, 해당 품목의 경우 의뢰 제품인 비건쿠키 이외에도 빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품(코코아를 함유하였는지에 상관없다), 성찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼(sealing wafer)·라이스페이퍼(rice paper)와 그 밖에 이와 유사한 물품이 포함되어 집계된 수치임. 본 현지조사에서는 의뢰 제품인 비건쿠키의 동종 및 유사제품을 대상으로 조사를 진행하였기 때문에 수출입 통계에서 수입액 상위를 차지한 국가와 현지조사 제품의 제조국가는 상이할 수 있음

2. 정량 분석

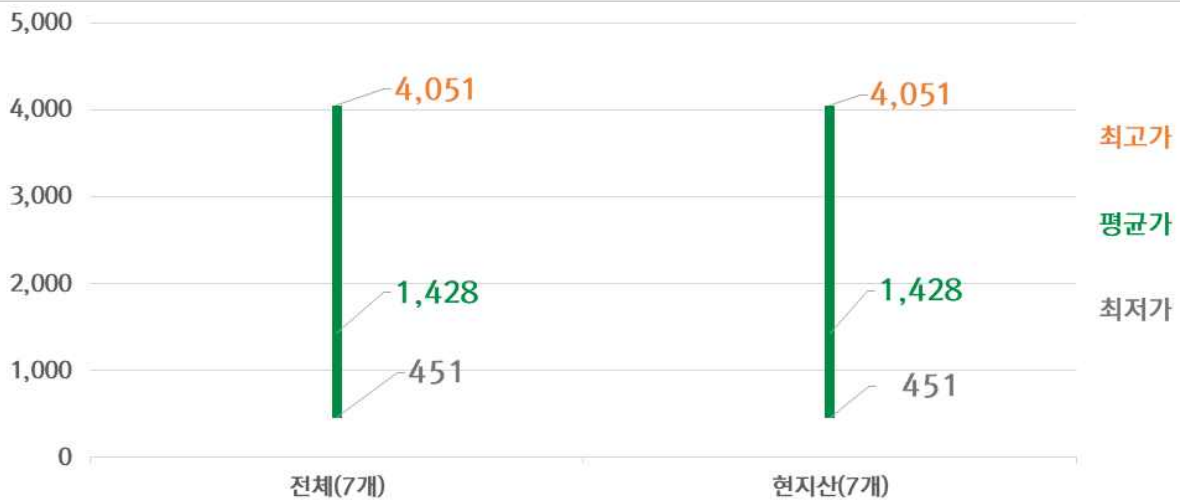
미국 내 유통 중인 쿠키 제품, 100g 당 가격 평균 1,428원²².

미국 내 판매가 확인된 쿠키의 중량 당 가격을 분석한 결과 100g 당 평균 가격이 1,428원으로 산출됨. 현지산 제품들 중에서도 최고가와 최저가의 차이가 100g 당 3,600원의 큰 차이를 보임

경쟁 제품의 평균 중량은 352.3g으로 나타났으며, 평균적으로 6개월의 유통 기한을 확보하고 있는 것으로 파악됨²³.

표 3.1 : 제조 국가별 중량 100g 당 가격

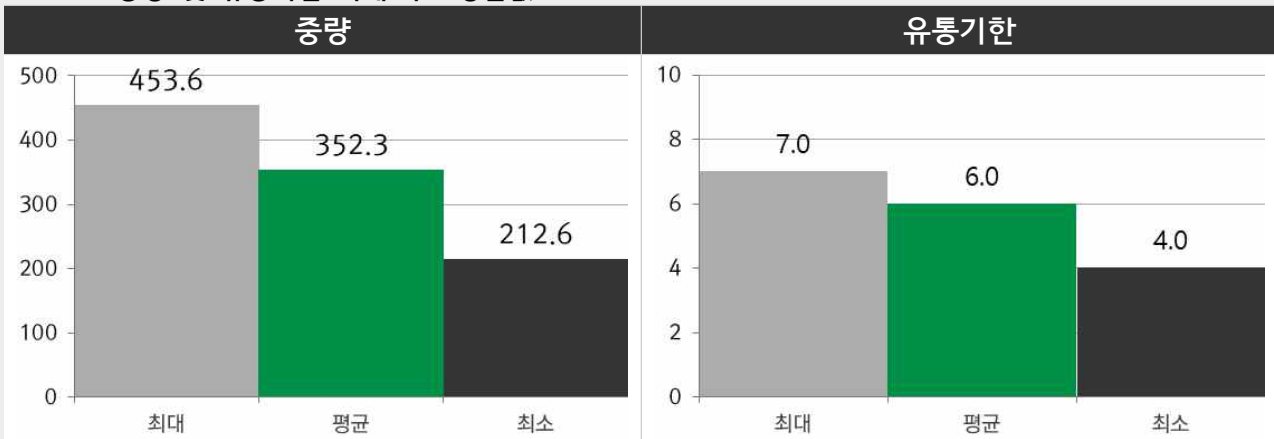
(단위 : 원)



출처 : 현지방문조사(Ralphps, Target, Walmart, 2017.06), 7개 제품 기준

표 3.2 : 중량 및 유통기한 최대·최소·평균값

(단위 : g, 개월)



출처 : 현지방문조사(Ralphps, Target, Walmart, 2017.06), 7개 제품 기준

22. 1달러(USD) = 1,148.50원(KRW) (KEB 하나은행 고시기준, 2017.07.03)

23. 중량과 유통기한의 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

3. 정성 분석

쿠키 제품 포장, 종이박스와 비닐백으로 분류

경쟁제품 7개 중 6개의 외장재가 종이박스로 조사됨. 나머지 1개 제품은 비닐백 외장재로 확인됨

조사제품 100%가 현지산 제품

조사된 경쟁제품 7개 중 모두 100% 미국에서 제조된 현지산으로 나타남

표 3.3 : 경쟁제품 패키지 분류(외장재) 예시



출처 : 현지방문조사(Ralphs, Target, Walmart, 2017.06), 7개 제품 기준

표 3.4 : 경쟁제품 제조국가

번호	제품명	제조국가	제조국가 비중
01	Great Value Ginger Snaps	미국	<p>100.0%</p> <p>■ 미국</p>
02	Great Value Multi Grain	미국	
03	Great Value Saltine	미국	
04	Horizon Organic Sandwich Crackers Peanut Butter	미국	
05	Wow Baking Key Lime White Chocolate	미국	
06	Country Club Crackers	미국	
07	Wheat Crisp Crackers	미국	

출처 : 현지방문조사(Ralphs, Target, Walmart, 2017.06), 7개 제품 기준

3. 정성 분석

주원료를 밀가루로 사용하는 제품이 다수 차지

경쟁제품 7개 모두 밀가루(강화 밀가루, 통밀 밀가루, 유기농 밀가루 포함)를 주원료로 하는 것으로 파악됨

표 3.5 : 경쟁제품 원료 목록



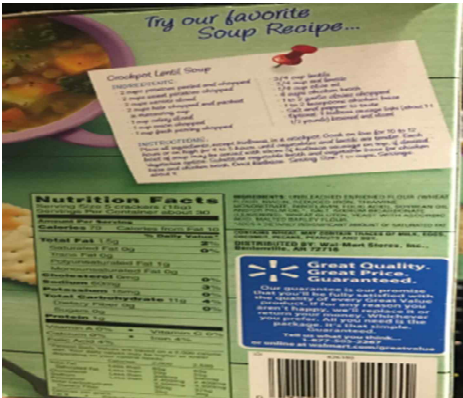

번호	제품명	원료
01	Great Value Ginger Snaps	강화밀가루(티아민, 환원철, 비타민B1 질산염, 리보플라빈, 티아민B2, 엽산), 식물성기름(팜유 또는 대두유), 당밀, 생강, 베이킹소다, 소금, 콩 레시틴(유화제)
02	Great Value Multi Grain	설탕, 통밀 밀가루, 탈지 된 밀 배아, 밀가루(니아신, 환원 된 철, 티아민 모노 니트 레이트, 리보플라빈, 엽산), 카놀라 또는 대두, 귀리 밀기울, 소금, 발효 고 과당 콘 시럽, 옥수수 시럽, 노란 옥수수 분말, 옥수수 전분, 대두 레시틴, 아황산나트륨
03	Great Value Saltine	밀가루(니아신, 철분, 티아민 모노 니트 레이트, 리보플라빈, 엽산), 콩 또는 팜 오일, 소금, 중탄산나트륨 (발효), 밀 글루텐, 아스 코르 비 산성 누룩, 맥아 보리 분말
04	Horizon Organic Sandwich Crackers Peanut Butter	유기농 밀가루, 유기농 해바라기 오일, 유기농 땅콩 버터(유기농 말린 볶은 땅콩, 유기농 팜유, 소금), 유기농 팜유, 유기농 수수당, 유기농 설탕(유기농 설탕, 유기 옥수수 전분), 소금, 탄산 칼슘, 유기 엷물 추출물, 베이킹 소다, 효소, 천연 착향료
05	Wow Baking Key Lime White Chocolate	글루텐 프리 밀가루(현미, 쌀, 타피오카), 지팡이 설탕, 버터(우유), 화이트 초콜릿 칩스(수수당, 코코아 버터, 분유, 무 지방 분유, 바닐라, 대두 레시틴), 달걀, 옥수수 전분, 감자녹말, 100% 순수라임 주스 농축액, 순수 바닐라, 소금, 크 산탄 검, 베이킹 소다, 구연산
06	Country Club crackers	밀가루(보리맥아, 니아신, 환원 된 철, 티아민 모노 니트 레이트, 리보플라빈, 엽산), 물, 식물성 쇼트닝(면실유, 부분 함유 된 콩기름), 설탕, 밀 배아, 밀기울, 굴린 귀리, 갈라진 밀, 발아 황색 옥수수 가루, 옥수수 시럽, 소금, 중탄산 나트륨, 인산 일 칼슘, 피로인산나트륨, 밀 글루텐, 아황산나트륨, 유청, 중탄산 암모늄, 효소 2% 미만 함유
07	Wheat Crisp Crackers	청량, 설탕, 곡물 보리, 전곡 곡물, 통밀 밀가루(니아신, 환원철, 티아민 모노 나이트, 리보플라빈, 엽산), 대두 및 곡물 밀가루, 전체 곡물 밀, 소금, 양파 파우더, 대두 레시틴, 발효(베이킹소다 또는 인산칼슘의 2% 이하를 포함하는) 곡물

출처 : 현지방문조사(Ralphs, Target, Walmart, 2017.06), 7개 제품 기준





4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 01	제품 02
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	Wal-Mart Stores , Inc.	Wal-Mart Stores , Inc.
	제품명	Great Value Ginger Snaps	Great Value Multi Grain
	중량(oz)	16	15
	가격(달러)	1.98	1.98
	포장형태	종이박스	종이박스
	원료	강화밀가루(티아민, 환원철, 비타민B1 질산염, 리보플라빈 비타민B2, 엽산), 식물성기름(팜유 또는 대두유), 당밀, 생강, 베이킹소다, 소금, 콩 레시틴(유화제)	설탕, 통밀 밀가루, 탈지 된 밀 배아, 밀가루(니아신, 환원 된 철, 티아민 모노 니트레이트, 리보플라빈, 엽산), 카놀라 또는 대두, 귀리 밀기울, 소금, 발효 고 과당 콘 시럽, 옥수수 시럽, 노란 옥수수 분말, 옥수수 전분, 대두 레시틴, 아황산나트륨
유통기한(개월)	8	6	
제조국가	미국	미국	
취급처	판매확인 매장	Walmart	Walmart



4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 03	제품 04
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	Wal-Mart Stores , Inc.	Horizon
	제품명	Great Value Saltine	Horizon Organic Sandwich Crackers Peanut Butter
	증량(oz)	16	8
	가격(달러)	1.78	3.17
	포장형태	종이박스	종이박스
	원료	밀가루(니아신, 철분, 티아민 모노 니트 레이트, 리보플라빈, 엽산), 콩 또는 팜 오일, 소금, 중탄산나트륨(발효), 밀 글루텐, 아스 코르 비 산성 누룩, 맥아 보리 분말	유기농 밀가루, 유기농 해바라기 오일, 유기농 땅콩버터(유기농 말린 볶은 땅콩, 유기농 팜유, 소금), 유기농 팜유, 유기농 수수당, 유기농 설탕(유기농 설탕, 유기 옥수수 전분), 소금, 탄산칼슘, 유기 엿봄 추출물, 베이킹소다, 효소, 천연 착향료
유통기한(개월)	6	4	
제조국가	미국	미국	
취급처	판매확인 매장	Walmart	Target

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 05	제품 06
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	업체명	WOW Baking Company	The Kroger Co.
	제품명	Wow Baking Key Lime White Chocolate	Country Club Crackers
	중량(oz)	8	16
	가격(달러)	3.99	2.87
	포장형태	비닐백	종이박스
	원료	글루텐 프리 밀가루(현미, 쌀, 타피오카), 설탕수수, 버터 (우유), 화이트 초콜릿 칩스(수수당, 코코아 버터, 분유, 무 지방 분유, 바닐라, 대두 레시틴), 달걀, 옥수수 전분, 감자녹말, 100% 순수 라임 주스 농축액, 순수 바닐라, 소금, 베이킹소다, 구연산	밀가루(보리맥아, 니아신, 환원 된 철, 티아민 모노 니트 레이트, 리보플라빈, 엽산), 물, 식물성 쇼트닝(면실유, 부분 함유 된 콩기름), 설탕, 밀 배아, 밀기울. 굴린 귀리, 갈라진 밀, 발아 황색 옥수수 가루, 옥수수 시럽, 소금, 중탄산나트륨, 인산 일 칼슘, 피로인산나트륨, 밀 글루텐, 아황산나트륨, 유청, 중탄산암모늄, 효소 2% 미만 함유
유통기한 (개월)	4	5	
제조국가	미국	미국	
취급처	판매확인 매장	Target	Ralphs

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 07
제품이미지	앞면	
	뒷면	
제품스펙	업체명	The Kroger Co.
	제품명	Wheat Crisp Crackers
	중량(oz)	9
	가격(달러)	2.59
	포장형태	종이박스
	원료	청량, 설탕, 곡물 보리, 전곡 곡물, 통밀 밀가루 (니아신, 환원철, 티아민 모노 나이트, 리보플라빈, 엽산), 대두 및 곡물 밀가루, 전체 곡물 밀, 소금, 양파 파우더, 대두 레시틴, 발효(베이킹소다 또는 인산칼슘의 2% 이하를 포함하는) 곡물
	유통기한(개월)	6
제조국가	미국	
취급처	판매확인 매장	Ralphs

IV. 경쟁사 분석

※ 경쟁사 분석 OVERVIEW

1. 경쟁사 선정
2. 경쟁사별 현황 파악

경쟁사 분석 OVERVIEW



		WOW Baking Company	Van's International Foods Inc	The Kroger Company
		로컬(미국)	로컬(미국)	로컬(미국)
기업 개요	설립년도	2005년	1988년	1883년
	직원 수	68명 (2017년 기준)	200명 (2016년 기준)	323,000명 (2017년)
	매출액	184만 6,483 달러 (2017년 기준) (약 20억 9,114만 원)	-24.	약 1,153억 달러 (2016년 기준) (130조 7억 원)
	취급품목	쿠키, 비스킷, 크래커 등	비스킷, 크래커, 팬케익 등	쿠키, 크래커 등 식료품 전반
제품 정보				
		Key Lime White Chocolate Cookies	The Perfect 10	Country Club Crackers
판매 전략	프로모션			
		회사 홈페이지를 통한 판매	자사 제품을 활용한 요리법 게재	지역주민을 위한 봉사활동
	캐치 프레이즈	Baking wheat-free and gluten-free with all natural ingredients		
		재료의 안전성을 강조	다양한 요리에 활용할 수 있음을 강조	친환경 에너지를 사용하여 제품 생산을 강조

24. Van's International Foods Inc 홈페이지 조사결과, 매출액과 관련한 정보가 확인되지 않음

1. 경쟁사 선정

경쟁사 선정 프로세스

방법론 01. 온라인 쇼핑물 조사 온라인 쇼핑물 조사

- 키워드 : Biscuit, Cookies, Vegan cookies, cracker
- 온라인 쇼핑물 분석
 - Ebay(www.ebay.com)
 - Amazon(www.amazon.com)
 - Walmart(www.walmart.com)

방법론 02. 오프라인 매장 조사 오프라인 매장 방문

- 미국 현지 하이퍼마켓 방문(2017.06)
 - Ralphps, Target, Walmart

방법론 검증을 통한 경쟁사 도출

방법론 01(온라인 조사)
방법론 02(오프라인 방문 조사)

로컬 기업 총 3개사 도출

표 4.1 : 경쟁사 도출 결과

로컬(미국)	로컬(미국)	로컬(미국)
		
· 온라인 쇼핑물 내 판매량 상위 기업 .. <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑물 내 판매량 상위 기업 .. <input checked="" type="checkbox"/>	· 온라인 쇼핑물 내 판매량 상위 기업 .. <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"/>

출처 : Ebay(www.ebay.com), Amazon(www.amazon.com), Walmart(www.walmart.com)

2. 경쟁사별 현황 파악

WOW Baking Company 정보

· 주소
 : WOW Baking Company
 7032 S 188th Street, Kent, WA, 98032
 · 전화번호
 : +1-25-251-0541

출처 : WOW Baking company
 (www.wowbaking.com)

로컬 기업 분석 : WOW Baking Company

WOW Baking은 초콜릿 브라우니 생산을 시작으로 여러 가지 쿠키를 제공하기 위해 생산 라인을 확장함. WOW Baking은 식물성 버터와 같은 천연 성분을 사용하여 글루텐을 넣지 않은 제과제품을 생산하며, GMO인증을 받아 어린이들도 안심하고 섭취가 가능함. 현재 미국, 캐나다, 멕시코, 유럽에 판매하고 있으며, 홈페이지를 통해 가정에서 구입할 수 있는 서비스를 제공하고 있음

[기업 개요]

- ① 설립년도 2005년
- ② 직원 수 68명(2017년 기준)
- ③ 매출액 184만 6,483 달러(2017년 기준)²⁵.
- ④ 취급품목 쿠키, 비스킷, 크래커 등



출처 : WOW Baking company(www.wowbaking.com)

[제품 정보]

WOW Baking company의 글루텐 프리 제품				
	케이크 믹스	쿠키 반죽	개별 포장 쿠키(10종)	유기농 포장 쿠키(8종)

출처 : WOW Baking company(www.wowbaking.com)

[판매 전략]

프로모션	캐치 프레이즈
“ 고객에게 맞춰진 편리한 구매 ”	“ 글루텐이 함유되지 않은 천연성분 강조 ”
원하는 제품을 선택 후, 주문자 정보를 보내면 어디서든 구매가 가능한 시스템 활용	재료의 안전성을 강조

출처 : WOW Baking company(www.wowbaking.com)

25. WOW Baking Company 홈페이지 조사결과, 매출액과 관련한 정보가 확인되지 않음

2. 경쟁사별 현황 파악

Van's International Foods

Inc 정보

- 주소 : 2525 E Arizona Biltmore Cir, Phoenix, AZ 85016
- 전화번호 : +1-855-258-5685

출처 : Van's International Foods Inc
(www.vansfoods.com)

로컬 기업 분석 : Van's International Foods Inc

Van's International Foods Inc는 1988년에 설립되었으며, 온 가족이 안심하고 섭취할 수 있는 영양가가 높은 식품을 생산하는 것을 목표로 삼고 있음. 한 상자에 다양한 맛의 제품이 소포장으로 들어있음. 또한, GMO인증과 USDA Organic인증을 취득한 유기농 쿠키 및 크래커 제품만을 취급하여 소비자들이 안심하고 구매할 수 있도록 함

[기업 개요]

- | | | |
|--------|-------|-----------------|
| ① 설립년도 | | 1988년 |
| ② 직원 수 | | 200명(2016년 기준) |
| ③ 매출액 | | -26. |
| ④ 취급품목 | | 비스킷, 크래커, 팬케익 등 |



출처 : Van's International Foods Inc(www.vansfoods.com)

[제품 정보]

Van's simply delicious의 제품				
	와플 반죽	글루텐 프리 크래커	시리얼	피넛버터(딸기맛)

출처 : Van's International Foods Inc(www.vansfoods.com)

[판매 전략]

프로모션	캐치 프레이즈
“ 요리법 소개 ”	“ 놀라움을 맛보세요 ”
<p>INGREDIENTS</p> <p>For the salmon salad:</p> <ul style="list-style-type: none"> One 6oz. can wild salmon, drained ¼ red cabbage, shredded 2 baby carrots, finely diced ½ clove garlic, minced 1 teaspoon fresh ginger, peeled and minced 1 teaspoon chili pepper flakes (optional) 1 tablespoon olive oil ½ teaspoon toasted sesame oil 2 strips rice vinegar 1 tablespoon fresh cilantro, minced 1 green onion, finely diced Fire Roasted Veggie Crackers <p>INSTRUCTIONS</p> <p>Directions for the salmon salad:</p> <p>Mix all ingredients in a mixing bowl, flaking the salmon apart as you stir. Top each Van's Fire Roasted Veggie Crackers with a tablespoon of salad.</p>	<p>BITES OF AWESOMENESS</p> <p>Join our communities and get inspired by our playful breakfast creations!</p>
자사 제품을 활용한 다양한 요리법 소개	다양한 요리에 활용할 수 있음을 강조

출처 : Van's International Foods Inc(www.vansfoods.com)

26. Van's International Foods Inc 홈페이지 조사결과, 매출액과 관련한 정보가 확인되지 않음

2. 경쟁사별 현황 파악

The Kroger Company 정보

· 주소
: 1014 Vine Street Cincinnati, Ohio
45202-1100
· 전화번호
: +1-866-221-4141

출처 : The Kroger Company
(www.thekrogerco.com)

로컬 기업 분석 : The Kroger Company

The Kroger Company는 1883년 오하이오주에 설립된 식료품 제조업체임. 1980년대에 슈퍼마켓 체인 딜런스를 인수하여 규모를 키웠으며, 이후 하이퍼마켓 형태의 점포를 늘리게 됨. 2016년 기준, 하이퍼마켓은 미국 전역에 3,609개점이 분포되어 있음. 식료품 전반을 취급하고 있으며, 비스킷, 쿠키, 크래커 등도 생산·판매 중임. 또한, 도움이 필요한 사람들에게 사회 환원 활동을 활발하게 하는 Kroger Foundation을 운영 중임

[기업 개요]

① 설립년도	1883년
② 직원 수	323,000명(2017년 4월 기준)
③ 매출액	약 1,153억 달러(2016년 기준)
④ 취급품목	쿠키, 크래커 등 식료품 전반



출처 : The Kroger Company(www.thekrogerco.com)

[판매 현황 및 제품 정보]

판매 현황



Country club crackers



Wheat crisp crackers



비스킷, 쿠키, 크래커 매대 현황

출처 : The Kroger Company(www.thekrogerco.com), 현지조사 결과물(Ralphs, 2017.06)

[판매 전략]

프로모션

“ 지역주민들을 위한 봉사활동 실시 ”



굶주리고 있는 지역주민들을 위해
적극적인 봉사활동 실시

캐치 프레이즈

“ 미래를 위해서 오늘을 개선하자 ”



친환경 에너지를 사용하여 제품 생산을 강조

출처 : The Kroger Company(www.thekrogerco.com)

V. 유통구조 현황

※ 유통구조 현황 OVERVIEW

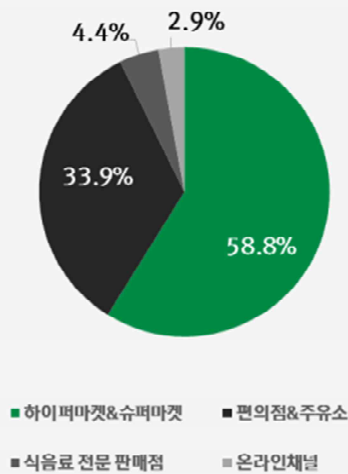
1. 추천 진출 경로
2. 전문가 인터뷰

유통구조 OVERVIEW

현지 유통구조 Map



현지 유통채널별 유통점유율



유통채널별 정의 및 특징

- **하이퍼마켓·슈퍼마켓**
: 식료품, 일용 잡화, 의약품, 화장품 등의 가정용품을 모두 갖추어 놓고 판매하는 매장
- 면적 2,300㎡ 이상(하이퍼마켓)
- 면적 280-2,300㎡ 미만(슈퍼마켓)
- **편의점·주유소** : 고객의 편의를 위해 24시간 문을 여는 잡화점과 주유소 옆에 병설된 작은 편의점을 뜻함
- **식음료 전문 판매점(Food & Beverage Specialist)**
: 특정 식음료 종류를 통해 수입의 대부분을 창출하는 소매점 (ex. 냉동식품 전문점 등)
- **온라인채널** : 인터넷으로 물품을 구매할 수 있는 곳 (ex. Amazon, Ebay등을 예로 들 수 있음)

출처 : Global Data(2016), 'Savory Snack' 유통점유율 기준

1. 추천 진출 경로

ROUTE #1. 하이퍼마켓·슈퍼마켓

: 하이퍼마켓·슈퍼마켓, 미국 소비자의 주요 구매 채널

미국의 일반적인 소비는 대부분 슈퍼마켓과 하이퍼마켓에서 이루어짐. 미국은 오래전부터 대형마트가 발달해 있으며, 대형마트를 어디서든 쉽게 찾을 수 있음. 이에 따라, 슈퍼마켓·하이퍼마켓에 입점할 경우 미국 소비자들에게 쉽게 접근할 수 있다는 장점이 있음

ROUTE #2. 편의점 및 주유소

: 미국 편의점에도 부는 웰빙 트렌드

미국 편의점협회(NACS)에 따르면, 2016년 미국 내 편의점 매출은 전년 대비 3.2% 상승 2,330억 달러(약 262조 7,075억 원)를 기록함

미국 내 편의점에서 소비자들의 건강을 고려한 제품들의 소비가 늘고 있음. 매출 상위권 제품 카테고리는 담배, 음료, 맥주, 스낵, 캔디, 우유 등이며 이 중에서도 건강트렌드를 반영한 대체스낵의 인기가 두드러짐.²⁷ 이는 건강스낵에 관심이 높은 밀레니얼 세대들의 영향력이 커졌기 때문으로 사료됨

ROUTE #3. 온라인 유통채널

: 비교적 쉬운 시장진입, 매니아층 형성, 소비자 반응 파악 가능

온라인 스토어는 오프라인 유통매장에서 쉽게 구매할 수 없는 제품을 찾을 수 있음. 따라서 현지산에 비하여 상대적으로 낮은 인지도의 제품들도 입점이 용이하고 매니아층을 형성할 수 있는 장점이 있음. 한국산 프리미엄 쿠키에 대해 아직 생소한 미국인들에게 온라인 스토어에 선 진출하여 소비자들의 반응을 파악한 후에 제품을 출시할 것을 권장하는 바임

온라인 유통채널은 주목받는 소비층인 밀레니얼 세대가 자주 이용하는 채널이며, 미국인 중 18세 ~ 34세가 99%, 35세 이상 연령대 중 85%가 스마트폰을 이용²⁸하고 있음. 이에 따라 향후 소비자들을 공략하는데 더욱 용이할 것으로 사료됨

27. 미국 편의점협회(NACS), 'State of the Industry Report of 2016 Data', 2017.06

28. Pew Research Center, 'Smartphone Ownership and Internet Usage Continues to Climb in Emerging Economies', 2016.02

1. 추천 진출 경로

시장 점유율 및 성장률

Global Data에 따르면 2016년 Savory Snack 품목의 상위 시장 점유율 4개의 유통채널 기준, 미국 스낵류의 시장 점유율은 하이퍼마켓·슈퍼마켓이 58.8%, 편의점 33.9%, 식음료 전문 판매점이 4.4%, 온라인이 2.9%를 기록함. 미국 내 스낵류의 2014년부터 2016년까지 유통채널 연평균 성장률은 온라인 시장이 6.7%로 가장 높았으며, 하이퍼마켓·슈퍼마켓과 편의점은 약 4%의 상승세를 기록함

제품 컨셉

미국에 출시되는 스낵제품은 웰빙 트렌드로 인하여 소비자들의 건강을 고려한 제품들이 슈퍼마켓·하이퍼마켓, 편의점, 식음료 전문 판매점, 온라인을 포함한 모든 유통채널에서 판매됨²⁹.

수입산 취급여부

현지 매장 방문 조사 결과, 판매되고 있는 제품 7개 중 모든 제품이 미국산(현지산)으로 조사됨. 조사된 제품 표본수가 적지만, 현지산에 비해 수입산의 종류는 다양하지는 않은 것으로 사료됨

표 5.1 : 유통경로 분석 결과

유통채널	지표		세부 내용	적합	부적합
	 하이퍼마켓/슈퍼마켓	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 50% 이상 차지	적합
		시장 성장률	2014 ~ 2016년 성장률 5% 이상	적합	부적합
	2. 제품적합성	제품컨셉일치도	건강을 고려한 스낵 취급 유무	적합	부적합
	3. 진출가능성	수입제품취급여부	수입산 스낵 취급 유무	적합	부적합
 편의점	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 50% 이상 차지	적합	부적합
		시장 성장률	2014 ~ 2016년 성장률 5% 이상	적합	부적합
	2. 제품적합성	제품컨셉일치도	건강을 고려한 스낵 취급 유무	적합	부적합
	3. 진출가능성	수입제품취급여부	수입산 스낵 취급 유무	적합	부적합
 온라인 유통 채널	1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 50% 이상 차지	적합	부적합
		시장 성장률	2014 ~ 2016년 성장률 5% 이상	적합	부적합
	2. 제품적합성	제품컨셉일치도	건강을 고려한 스낵 취급 유무	적합	부적합
	3. 진출가능성	수입제품취급여부	수입산 스낵 취급 유무	적합	부적합

29. Consumer Lifestyle Trends, 'Health and wellbeing', 2017.04.10.

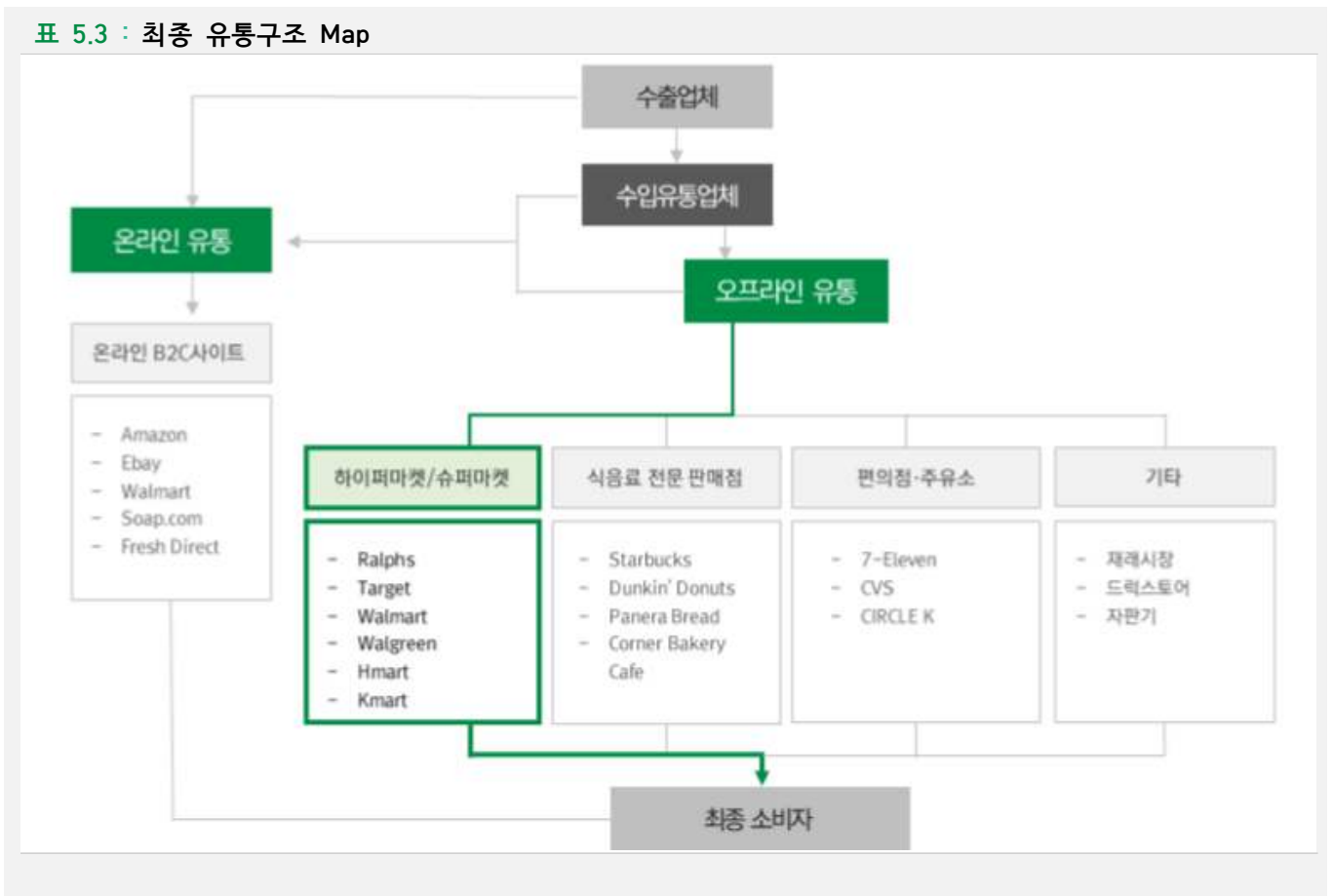
1. 추천 진출 경로

하이퍼마켓 및 슈퍼마켓 진출 추천

유통구조 분석 결과, 비건쿠키를 생산하는 기업이 진출하기에 적절한 시장은 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓인 것으로 분석됨. 다만 하이퍼마켓·슈퍼마켓과 편의점의 경우 저가품을 선호하는 경향이 있는 점을 고려해야 함

온라인 시장의 경우 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓 대비 시장 규모가 작으나 2014년부터 2016년까지 연평균 6.7%를 기록하며 높은 성장률을 기록함³⁰. 아직까지 온라인 시장의 시장 점유율은 2.9%로 하이퍼마켓·슈퍼마켓과 편의점 유통채널 대비 상대적으로 낮지만 제품 컨셉, 진출가능성 그리고 높은 시장 성장률을 고려한다면 고려해 볼 만한 유통채널로 사료됨

표 5.3 : 최종 유통구조 Map



30. Global Data, 'Savory Snack', 2016

2. 전문가 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

채식 쿠키 식품 및 디저트류
취급 바이어와의 인터뷰
(2017년 6월)

Q1. 유기농 혹은 채식 쿠키 시장의 수요는 어떠한가?

“현재 미국 내 유기농 쿠키뿐만 아니라 채식 식품 시장의 수요가 높고, 앞으로도 유망합니다. 미국 소비자들은 점점 더 건강을 추구하고 육류를 피하는 추세라고 판단합니다.”

- 유기농 채식 식품 유통업체 May Wah Vegetarian Market
담당자와의 인터뷰 中, 2017.06

Q2. 채식 식품 취급 시 구매요인은 무엇인가?

“제품의 품질을 가장 우선시하며, 제품의 원산지도 중요하게 여깁니다.”

- 채식 디저트 유통업체 BK Specialty Foods
담당자와의 인터뷰 中, 2017.06

VI. 유통업체 현황

※ 유통업체 현황 OVERVIEW

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

유통업체 현황 OVERVIEW



		Walmart	Target	Walgreen
		하이퍼마켓[미국]	하이퍼마켓[미국]	하이퍼마켓[미국]
유통업체 개요	설립년도	1962년	1902년	1901년
	직원 수	약 150만 명(2016년 기준)	약 32만 명(2017년 기준)	약 40만 명(2016년 기준)
	매출액	약 4,820억 달러 (2016년 기준) (543조 4,550억 원)	약 694억 달러 (2016년 기준) (78조 2,485억 원)	약 1,174억 달러 (2016년 기준) (132조 3,685억 원)
	점포 수	11,695개(2016년 기준)	1,802개(2016년 기준)	13,200개(2016년 기준)
	취급품목	식품, 의류, 생활용품 등	식료품, 의류, 주거용품 등	국내외 브랜드 제품, 식료품 등
매장 전경	매장 사진			
	매대 현황			
매장 이슈		<ul style="list-style-type: none"> · 온라인 업체 대거 M&A - 온라인 상품 5000만 종으로 온라인 유통망을 확대하고 있으며, 오프라인 혜택 제공 	<ul style="list-style-type: none"> · 온라인 시장에 집중 - 오프라인의 확장을 줄이고 온라인 시장에 집중함 	<ul style="list-style-type: none"> · Walgreens, FedEx와 배송 서비스 체결 - 수천 개의 약국매장을 통해 원스탑 배송 수취 가능
프로모션 정보		<ul style="list-style-type: none"> · 전직원 퇴근 배송제 - 전 직원이 퇴근하며 제품을 배송하는 등 직원 및 소비자의 편의성을 제공 	<ul style="list-style-type: none"> · 'Target Restock' 서비스 - 1일 무료배송 서비스를 제공하며 전자상거래의 서비스를 강화함 	<ul style="list-style-type: none"> · Walgreens, 24시간 배송 - 배달전문 앱 Postmate를 통해 24시간 배송서비스 제공




1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Walmart(월마트)

월마트는 1962년 설립된 미국 최대 유통기업으로 28개국에 진출해 있으며, 2017년 1월 기준 전 세계에 1만 1,695개의 유통매장을 보유함. 최근 온라인 유통업체인 아마존(Amazon)이 홀푸드(Whole Food)마켓을 인수함에 따라 월마트 또한 전자상거래 분야에 적극적으로 투자하고 있음

표 6.1 : Walmart 매장 정보

기업 정보	컨셉	"Always Low Price" 낮은 가격으로 제품을 제공하겠다는 경영자의 브랜드 컨셉
	본사 주소	702 SW 8th St, Bentonville, Arkansas, U.S.
	대표 전화	+1-479-273-4000
주요 판매품목		식품, 의류, 생활용품, 가전제품 등
매장 전경		 
매장 이슈		<p>‘아마존’ 홀푸드마켓 인수, 월마트의 반격</p> <p>온라인 유통의 강자인 아마존이 유기농식품 유통업체 홀푸드를 인수함에 따라 오프라인 유통 시장에 진출함. 월마트는 아마존의 오프라인 유통 시장 진출에 따라 전자상거래 스타트업 제트닷컴을 인수하며 전자상거래에 적극적인 투자를 진행하고 있음³¹.</p>
프로모션 전략		<p>전직원 퇴근 배송제 시행</p> <p>월마트는 직원이 퇴근길에 직접 제품을 배송하는 새로운 서비스를 제공하고 있음. 월마트는 미국인의 90%가 월마트 매장 10마일(16km)이내에 살고 있으며 최근 뉴저지 및 3개의 매장에서는 이러한 배송제 서비스를 시험하고 있음. 온라인 상거래 시장에서 가장 중요하게 여기는 빠른 배송을 활용할 수 있음에 따라 이번 서비스는 소비자의 만족도에 큰 영향을 미치고 있음³².</p>
판매현황		 

출처 : 현지 방문조사(Walmart, 2017.06), Walmart(www.walmart.com)

31. CNBC, 'Amazon be warned, the online 'war' is on with Wal-Mart, analyst says', 2017.08.17

32. CNBC, 'Walmart employees can now deliver your online orders on their way home from work', 2017.06.01

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Target(타겟)

타겟은 지난 1902년 설립된 미국의 대표 종합 유통업체이며, 월마트(Walmart)의 유일한 맞수로 꼽히는 2위 유통업체로 다양한 제품을 미국 전역에 유통함. 타겟은 2015년도 인터내셔널 쇼핑 웹사이트를 개설하여 중국, 인도, 캐나다, 멕시코, 유럽국가로 제품 배송 서비스를 제공함

표 6.2 : Target 매장 정보

기업 정보	컨셉	'Expect More, Pay Less' 다양한 제품군을 저렴한 가격으로 제공
	주소	1000 Nicollet Mall Minneapolis, MN 55403
	전화	+1-800-440-0680
주요 판매품목		식품 및 음주류, 생활용품
매장전경		 
매장 이슈		<p>오프라인매장 확장보다 온라인몰 사업을 공격적으로 추진</p> <p>Target 대표 브라이언 코넬은 온라인 할인쿠폰과 \$35이상 구매 고객에게 무료배송 서비스를 제공하는 등 다양한 프로모션을 기획하고 있음. 이번 프로모션을 통해 이커머스(eCommerce) 방문자 수를 더욱 증가 시키고 효율적인 비용관리를 통하여 수익성을 높이는 데에 집중할 것이라고 밝힘</p>
핵심 전략		<p>1일 배송 서비스 'Target Restock'³³.</p> <p>타겟(Target)은 최근 아마존의 2일 무료배송 서비스에 대항하기 위해 지난 6월부터 일부 가정용품에 한해서는 1일 내에 온라인 구매 제품을 배송하는 서비스를 제공하고 있음. 또한 최근 미네소타주의 트윈 시티에서는 'Curbside Pickup Service'를 시행하고 있으며, 금번 서비스는 매장 방문 전 미리 앱, 홈페이지를 통해 제품을 구매한 소비자를 위해 전용주차장 까지 제품을 배달해주는 서비스임. 이와 같이 Target.com 사용자의 편리한 서비스를 제공하며 고객 유치에 힘쓰고 있음</p>
판매현황		 

출처 : google image(google.com)

33. TE Chrunch Target's next-day essentials delivery service opens to customers in pilot test, 2017.06.27

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보



Walgreen(월그린)

월그린은 지난 1901년 디어필드지역에 본사를 둔 약품, 식료품 및 생활용품을 판매하는 종합 하이퍼마켓임. 본래 약국으로 시작한 월그린은 세계 최초로 녹은 초콜릿 아이스크림을 제조하면서 식료품, 생활용품 소매 및 드럭스토어 산업의 선두주자로 자리매김 하였음. 2014년 이후 Alliance Boots사와 합병하여 전 세계 25개국 40만명이 넘는 직원을 보유하고 있는 글로벌 하이퍼마켓 기업으로 성장함




표 6.3 : Walgreens 매장 정보

기업 정보	컨셉	약국과 마트를 결합한 글로벌 건강, 웰빙 소매 드럭스토어
	주소	200 Wilmot Road Deerfield, Illinois, U.S.
	전화	+1-800-925-4733
주요 판매품목		식료품, 생활용품 및 약품 등
매장전경		 
매장 이슈		<p>Walgreens, FedEx 약국 처방전 및 패키지 배송</p> <p>Walgreens은 내년 말까지 자사의 고객들이 한번에 처방전과 제품패키지를 수령할 수 있도록 서비스를 제공할 예정임. Walgreens은 FedEx를 통해 수천개의 약국에서 자사의 고객들의 처방전 및 약품을 수령할 수 있도록 함. 이는 집으로 배송주문을 할 수 없는 고객들이 약국을 통해 제품수취 및 배송을 원활하게 이용할 수 있도록 함</p>
핵심 전략		<p>Walgreens, Postmates와 협력하여 24시간 주문배송 서비스</p> <p>Walgreens은 2015년, 샌프란시스코 배달앱인 Postmates와 협력하여 자사의 카탈로그에 있는 제품을 24시간 신속하게 주문배송하는 'On Demand' 서비스를 진행함. 원래 Postmates를 Walgreens의 일부제품들을 구매할 수 있었으나, 이번 공식파트너십 계약을 통해 Walgreens의 카탈로그에 있는 모든 제품을 구매할 수 있도록 함. 'On Demand'는 미국 일부지역 600개 Walgreens 매장에서 이용할 수 있으며, 이는 고객들에게 최상의 접근성과 편의성을 제공하여 고객만족도를 높일 수 있는 전략임</p>
판매현황		 

출처 : Walgreens Boots Alliance(www.walgreensbootsalliance.com)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.4 : 미국 주요 편의점 현황

CVS		
소재 지역	미국 주요 도시	
홈페이지	www.cvs.com	
매장 개요	미국에서 두 번째로 큰 의약 및 잡화 유통체인점이며, 미국 전역 내 약 7천개 이상의 매장을 보유하고 있음	
7-Eleven, Inc		
소재 지역	미국 주요 도시	
홈페이지	www.7-eleven.com	
매장 개요	일본의 세븐&아이 홀딩스가 소유한 미국의 편의점 체인임. 1927년 미국 텍사스주에서 설립되었으며, 미국 전역 외에 유럽, 아시아 등지에서 운영되고 있어 전 세계적으로 점포수가 가장 많은 체인점임	
CIRCLE K		
소재 지역	미국 주요 도시	
홈페이지	www.takashimaya.co.jp	
매장 개요	써클 K는 1951년 미국 텍사스 주에서 처음 개업하였으며, 현재 미국뿐만 아니라 15개국에 10,000개 이상의 매장을 가지고 있음	

출처 : CVS(www.cvs.com), Circle K(www.7-eleven.com), Circle K(www.circlek.com)

표 6.5 : 미국 주요 온라인 매장 현황

AMAZON FRESH		
홈페이지	www.amazon.com/AmazonFresh	
매장 개요	온라인 최대 온라인 쇼핑몰인 아마존은 아마존 프레시(Amazon Fresh)를 통하여 식재료 및 신선식품을 미국 전역에 납품하는 식품 최대의 온라인 매장으로 확장하고 있음	
ebay		
홈페이지	www.ebay.com/sch/Food-Beverages	
매장 개요	이베이는 미국의 다국적 온라인 유통업체로 본사는 캘리포니아에 위치하고 있음. 현재 약 30개 이상의 국가에서 운영되고 있음	
Fresh Direct, LLC		
홈페이지	www.freshdirect.com	
매장 개요	1999년 설립되어 미국 뉴욕에 본사를 보유하고 있음. 신선 관련식품 온라인 전문 유통업체임	

출처 : Amazon Fresh(www.amazon.com), Ebay(www.hankyu-dept.co.jp), Fresh Direct, LLC.(www.freshdirect.com)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

표 6.6 : 미국 주요 하이퍼마켓·슈퍼마켓 현황

Costco		
매장 수	미국 내 506개 ³⁴ (2017년 기준)	
홈페이지	www.costco.com	
매장 정보	코스트코는 가격 최소화를 위해 일반상품 마진을 14%, 자체상표인 커클랜드 마진을 15% 원칙을 지키고 있음. 또한, 소비자는 제품이 마음에 들지 않으면 언제든 100% 환불이 가능(단, 컴퓨터는 6개월임)	
The Kroger Co.		
매장 수	2,793개(2017년 기준)	
홈페이지	www.kroger.com	
매장 정보	The Kroger Company는 다양한 지역 브랜드 제품을 재고 할뿐만 아니라 미국 최대 규모의 사설 라벨 제조 네트워크를 보유함. 17 개 주에 37 개의 공장 (전액 소유 또는 운영 계약으로 사용)이 Kroger의 개인 상표 제품의 약 40 %를 창출함	
Safeway		
매장 수	약 2,200개(2015년 기준 ³⁵)	
홈페이지	www.safeway.com	
매장 개요	세이프웨이는 미국 캘리포니아 주 플레전턴에 본사를 둔 슈퍼마켓 체인으로, 1915년에 아이다호 주에서 처음 시작했으며, 현재 미국 전역에 2,400여개의 매장을 두고 있음	
Publix Super Markets		
매장 수	1,147개(2017년 기준)	
홈페이지	www.publix.com	
매장 개요	1930년 이래로 Publix는 단일 매장에서 약 200,000명의 직원 수로, 미국 내 최대 직원 소유 식료품 체인으로 성장함. 판매제품들은 온라인으로도 주문이 가능하나, 미국 이외의 지역으로는 서비스를 제공하지 않음	
Supervalu		
매장 수	2,012개(2017년 기준)	
홈페이지	www.supervalu.com	
매장 개요	Supervalu는 30,000명의 직원들과 미국 전역의 고객에게 2,012개의 점포로 구성된 네트워크를 통해 서비스를 제공함. 2016년 기준, 이 매장은 주로 식품 유통사업을 담당하는 도매 고객이 운영하는 1,815개의 매장과 5개의 소매 배너로 운영되는 197개의 전통 소매 식료품점으로 구성됨	

출처 : Costco(www.costco.com), The Kroger Co.(www.kroger.com), Safeway(www.safeway.com), Publix Super Markets(www.publix.com), Supervalu(www.supervalu.com)

34. 푸에르토리코 4개 포함한 수치임

35. Safeway 홈페이지 조사결과, 2015년 이후 매출액과 관련한 정보가 확인되지 않음

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 주의사항
5. 통관거부사례

통관 및 검역절차 OVERVIEW

미국(뉴욕) 통관 검역 절차도

절차	기준	기간	소요 시간	담당 기관
식품제조시설 등록	현행우수제조관리 (CGMP) 기준	-	약 10일	미국식품의약국(FDA)
서류 준비	수입 신고 서류	24시간 전	-	수출 & 수입 업체
	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	미국식품의약국(FDA)
	통관 자동화 시스템(AMS)			
검역 심사	라벨	반출 허가 이전	약 5일	미국 농무부(USDA) 소속 식품안전 검사국(FSIS) / 동식물 검역국(APHIS)
	물품 검사		약 15일	
세금 납부 및 통관 허가	보증금 선 납부, 통관 후 관세 납부	관세, 세관 반입 후 10일 이내	약 1일	세관국경보호국(CBP)

출처 : 미국 세관국경보호국(www.cbp.gov)

통관절차별 주의사항

통관절차	유의사항
서류준비	- 수입신고 서류(선하증권, 상업송장, 포장명세서, 수입허가증빙서류 등) - 통관서류 서류(선하증권, 상업송장, 세관수입신고서, 포장명세서, 화물인도지시서)
선적 및 운송	- 운송업자는 AMS(Automated Manifest System)을 통해 화물이 미국에 도착하기 전, 적하목록을 미국 세관국경보호국에 제출해야 함 - 적하목록 제출 시기는 운송수단에 따라 다르기 때문에 운송 수단별 확인 필요
수입신고 검사 및 검역	- 수입신고 및 수입허가 : 미국 식품의약국(FDA)에서 진행 - 검역 : 미국 농무부(USDA) ³⁶ 소속 식품 안전 검사국(FSIS ³⁷) 및 동식물 검역국(APHIS ³⁸)에서 진행
세금납부	- 보증금(Custom Bond) 납부 - 세금납부 : 세관 반입 후 10일 이내 납부

출처 : 미국 세관국경보호국(www.cbp.gov)

36. USDA : United States Department of Agriculture

37. FSIS : Food Safety and Inspection Service

38. Animal and Plant Health Inspection Service

관세율 정보 OVERVIEW

미국 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율	
		기본세율	한미FTA
1905	빵·파아·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품(코코아를 함유하였는지에 상관없다), 성찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐 실링웨이퍼(sealing wafer)·라이스페이퍼(rice paper)와 그 밖에 이와 유사한 물품		
1905.90	기타		
1905.90.10	빵·파아·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품 및 푸딩(초콜렛, 과일, 견과류 혹은 제과류를 함유하였는지에 상관없다)	0%	0%

미국 판매세 정보

미국에서 HS CODE 1905.90.10 품목의 경우
판매세가 **주 별로 다르게** 부과됨³⁹.

미국 FTA 정보

HS CODE 1905.90.10 품목의 경우 FTA 협정세율 적용으로
관세율 **0%**가 부과됨

TIP_제품 관세율 확인법

관세율을 확인하는 방법에는 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 확인하거나, FTA 세율의 경우 한국무역협회 '통합무역정보서비스 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	관세법령정보포털3.0	unipass.customs.go.kr
	TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
	미국국제무역위원회	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

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

1. 통관 및 검역절차

해외통관 애로사항 문의처

관세청 해외통관지원센터
: +1-042-472-2197

주미한국대사관
: +1-202-939-5600

주 뉴욕 대한민국 총영사관
: +1-646-674-6000
kcgeco@mofa.go.kr
(기업 지원 담당관 이메일)

뉴욕 세관
: +1-646-733-3100

수입식품 미국 수출 전 준비사항

미국은 농수산물식품 및 소비자 제품 중심으로 위생·안전기준이 한국보다 훨씬 까다롭고, 법 집행도 매우 엄격함. 따라서 미국 세관국경보호국의 C-TPAT⁴⁰와 선적 정보 도착 전 송부, 미 식품의약국(FDA, Food and Drug Administration)의 식품 시설 등록(Facility Registration) 등은 수출업체 또는 생산 업체가 반드시 숙지해야 함

미국에 식품을 수출하기 위해 사전에 식품 시설을 필수적으로 등록해야 함. 2003년 12월 발효된 바이오테러리즘 법(The Bioterrorism Act)에 의거해 미국 및 외국의 제조시설, 처리, 가공시설 포장시설, 저장시설은 FDA에 등록되어야 함. 외국 제조시설의 경우 미국 이외의 식품 시설들을 관리해주는 미국의 FDA 전문 등록기관⁴¹들을 통해 등록할 수 있음. FDA에 등록하지 않은 외국 시설에서 생산된 식품이 수입되면, 시설이 등록될 때까지 제품이 입국 항에 억류되거나 FDA 지시 하에 제 3의 장소로 옮겨짐. 2011년 식품안전현대화법(FSMA)이 발효됨에 따라 FDA에 등록했던 식품 시설은 2년마다 등록을 갱신해야 함

시설의 등록갱신은 우편, 팩스 또는 온라인, 제3자를 통한 공인인증으로 이루어짐. 식품 시설등록은 짝수년도 마지막 분기에 등록을 갱신하는 것이 의무이며, 등록이 완료된 채 미국에서 식품을 납부하는 것은 FSMA의 법을 위반하는 행위로 간주됨. 식품 제조 시설 전자 등록 및 갱신이 2020년 1월 4일부터 법의 효력을 가지더라도 모든 식품 시설등록은 FDA에 전산으로 제출되어야 함

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

41. FDA 전문 등록기관: FDA Agent회사로, 미국 FDA 규정의 변화를 준비하도록 지원하며, 그 외 식품설비 등록, 라벨 검토, 미국 대리인 서비스, 실사 준비 등 각종 미국FDA의 규제를 지원/ 제품의 유통, 판매, 사용에 있어 발생할 수 있는 제반 문제점들을 감시, 관리하는 제도적 장치로, 미국 현지의 FDA Agent 지정이 필수임

1. 통관 및 검역절차

또한, 2003년 12월 발효된 바이오테러리즘 법안에 의거해 모든 식품을 화물 도착예정일 5일 전부터 미국 국경 도착 전까지 통보해야 함. 사전 통보 시스템은 ABI(Automated Broker Interface) 및 PNSI(Prior Notice System Interface) 두 가지 종류가 있음. ABI는 허가받은 수입업자만 사용 가능하며 관세청 수입 시 사용하는 시스템으로 이를 이용하면 FDA에도 동시에 수입신고가 가능함. PNSI는 모든 수입업자가 사용할 수 있는 시스템임

표 7.1 : 식품 시설 등록 규정 변경 사항(2016년 7월 14일 개정)

변경 사항	변경 내용	발효일
식품 제조 시설 전자 등록 및 갱신	모든 식품 제조시설 등록 및 갱신은 전자 등록 시스템으로 바뀜 전자 등록을 할 수 없는 경우는 그 사유를 설명하는 전자등록 면제원을 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 관리인 명, 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	<ul style="list-style-type: none"> - 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 업데이트되지 않은 경우 - 등록이 허가받지 않은 자에 의해 요청된 경우 - 등록이 규정 기간 내에 갱신되지 않은 경우 	2016. 09. 12
대리인 등록	미국 이외 시설이 등록갱신을 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 : STR(www.strtrade.com)

1. 통관 및 검역절차

Step 01. 서류 준비

미국으로 식품을 수입 신고할 때는 요구되는 제반 서류들을 준비해야 함. 미국 식품 수출에 있어서 필요한 서류로는 선하증권(또는 항공화물운송장), 상업 송장, 세관 수입 신고서, 구매 확인서, 포장명세서, 화물인도지시서, 수입허가증빙서류 등임

수입자는 미국 내 수입식품 신고 시 상업 송장에 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 기업이 직접 하거나 관세사를 통해서 진행 가능함. 관세사는 세관에 수출신고 후 받은 수출신고필증을 기업이나 포워딩 업체에 교부함. 기업이 수출통관을 직접 하는 경우에는 관세청 전자 통관시스템 유니패스(Unipass)를 이용하여 세관을 방문하지 않고도 물품신고, 세관검사, 세금납부 등의 절차를 온라인(www.unipass.or.kr)으로 처리할 수 있음

특히 운송업자의 경우 '24 Hour Rule'에 근거하여 화물 전자 신고 시스템(AMS : Automated Manifest System)을 통해 화물이 선적하기 24시간 전, 적하목록을 세관국경보호국(CBP)에 제출해야 함. 제공되는 정보로 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 대해 벌금 5,000달러, 그 이후의 위반에 대해서는 벌금 10,000달러가 부과됨

표 7.3 : 미국 수입 식품 통관 필요서류

- 선하 증권 (또는 항공화물운송장)
- 상업 송장
- 세관 수입 신고서
- 포장 명세서
- 화물인도 지시서
- 적하목록

출처 : 미국 세관국경보호국(www.cbp.gov)

1. 통관 및 검역절차

Step 03. 수입 신고 및 검사 검역

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

수입식품의 경우, 세관국경보호국(CBP) 내 미국 식품의약국(FDA)에 수입신고서를 접수하고 수입허가를 요청해야 함. FDA는 신고 된 서류를 검토한 후 수입식품의 위생 검사를 진행함

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

수입신고와 더불어 선택적으로 준수해야 할 규정이 2가지 있음. 하나는 사전공고 규정 자율 준수(Informed Compliance)⁴²이며, 다른 하나는 사전 고지(ABC's prior disclosure)⁴³임

신고사항을 모두 완료하면 물품 및 서류 심사가 시행됨. 수입 식품의 경우 세관국경보호국 내 미국 식품의 약국(FDA)의 판단 기준에 따라 고위험군에 해당될 경우에만 시행되며, 샘플검사와 서류검사가 동시에 진행됨

수입식품의 경우 서류 및 샘플 검사 시행 시 원산지 표기가 가장 중요한 사항이며 이를 표기하지 않을 시 총 과세가격의 10%에 해당하는 벌금이 부과됨

표 7.4 : 미국 수입 식품 샘플 검사 항목

- 관세 목적의 물품 가액과 적절한 관세 부가 여부
- 물품에 원산지, 화인, 라벨의 적절성 여부
- 수입금지 된 물품이 포함되었는지의 여부
- 상업송장에 물품이 기입되었는지의 여부
- 물품이 송장상의 수량을 초과하였는지 혹은 부족한지의 여부
- 화물에 불법적인 마약물질이 포함되어 있는지의 여부

출처 : 미국 세관국경보호국(www.cbp.gov)

42. 사전공고규정자율준수(Informed Compliance)는 미국 세관국경보호국(CBP)과 수입자 사이에 공유되는 의무로, CBP가 수입 물품 관련 규정을 공고하고, 그에 따라 미국법과 관세 관련 규정에 합치하게 수입을 수행하는 것을 의미함. 가장 중요한 요소는 수입자가 수입 물품 관련 사항, 절차의 준수 등에 있어 상당한 주의를 기울여 수입을 이행하는 것임

43. 사전고지(ABC's prior disclosure)는 수입자 등이 수입과 관련한 규정을 위반 경우, 미국 관세당국 등이 적발하기 전에, 스스로 관세당국 등에 해당 사항을 알리는 절차로, 사전고지로서 벌칙 등의 경감 혜택이 있음

1. 통관 및 검역절차

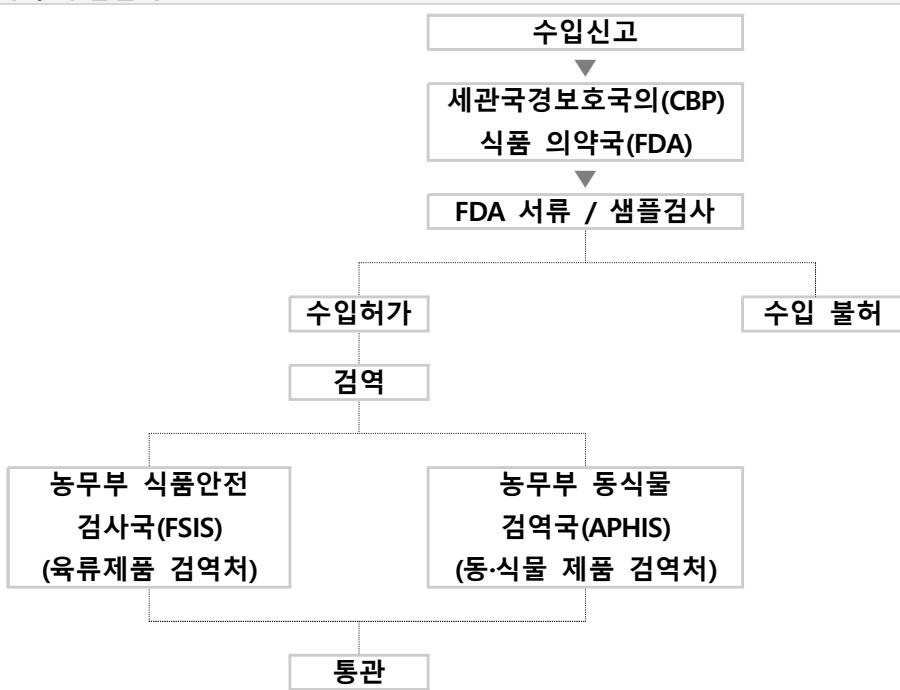
Step 04. 세금 납부

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

보증서는 ‘일회성 보증서(Single Bonds)’ 와 ‘계속성 보증서(Continuous Bonds)’, ‘현금 담보(Cash Deposit)’ 세 종류로 구분됨. ‘일회성 보증서(Single Bonds)’ 는 한 번의 물품신고에 대하여 제공되는 보증서이며, ‘계속성 보증서(Continuous Bonds)’ 는 수입 횟수에 관계없이 유효기간 1년 내의 수입 건에 대해 포괄적으로 제공되는 보증임⁴⁴.

세금은 지정된 세관 보세구역에 반입된 날로부터 10일 이내(영업일 기준)에 납부해야 함. 납세신고서(CBP⁴⁵. form 7501), 물품의 반출이 허가된 후에 수입자 또는 대리인에게 반송된 통관관련 서류, 상업송장 등 관세를 책정하는데 필요한 모든 자료를 제출해야 함. 수입자는 납세신고서를 제출하는 때에 자율적으로 세번분류, 과세가격, 관세액을 결정하여 예정 관세액을 납부함. 수입자 등에 의해 작성된 납세신고에 대한 검사 생략(Paperless)이 있는 경우 납세신고서가 처리되고 예정 관세액을 납부하고 물품을 반출함. 이후에는 사후 심사를 통해 확정 관세액을 추가 납부하거나 차액을 환급받을 수 있음

표 7.5 : 미국 수입절차



출처 : 미국 관세청(www.cbp.gov)

44. 미국 관세청, 'U.S. Customs and Border Protection', 2017.10.03

45. CBP 제출 시에는 유효한 절차 및 내용으로 제출이 필요

2. 관세율 정보

HS CODE 1905.90.10 품목 무관세 적용

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

쿠키 제품은 HS CODE 1905.90으로 분류되며 종류 및 형태에 따라 1905.90 ~ 1905.90.9090로 분류됨

미국에서 수입관세는 과세가격(CIF Value, Cost Insurance Freight Value)⁴⁶ 수입관세율에 의해 결정됨. 기타 체결된 협정이 없을 경우 기본세율이 적용되며, 이 경우 HS CODE 1905.90.10 품목은 기본세율과 한·미 FTA 협정세율 모두 0%로 ‘무관세’가 적용됨

표 7.6 : 미국 내 비스킷, 쿠키, 크래커 관세율 정보

국가	HS CODE	품명	관세율			
			기본세율	한미FTA		
한국	1905	빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품(코코아를 함유하였는지에 상관없다), 성찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼(sealing wafer)·라이스 페이퍼(rice paper)와 그 밖에 이와 유사한 물품				
	1905.90	기타				
	1905.90.10	베이커리 제품				
	1905.90.1040	비스킷, 쿠키, 크래커				
미국	1905	빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품(코코아를 함유하였는지에 상관없다), 성찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼(sealing wafer)·라이스 페이퍼(rice paper)와 그 밖에 이와 유사한 물품				
	1905.90	기타				
		1905.90.10	빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품 및 푸딩(초콜렛, 과일, 견과류 혹은 제과류를 함유하였는지에 상관없다)	0%	0%	

출처 : 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr)

46. 나라의 국경선 내에서 지불되는 모든 금액(제품 가격, 배송비, Tax 및 보험비용까지 포함한 가격)

3. FTA 정보

HS CODE 1905.90.10 제품 무관세 물품

HS CODE 1905.90.10 제품은 무관세물품으로서 한-미 FTA 협정세율 적용 이전에도 0%의 세율이 적용되는 품목임

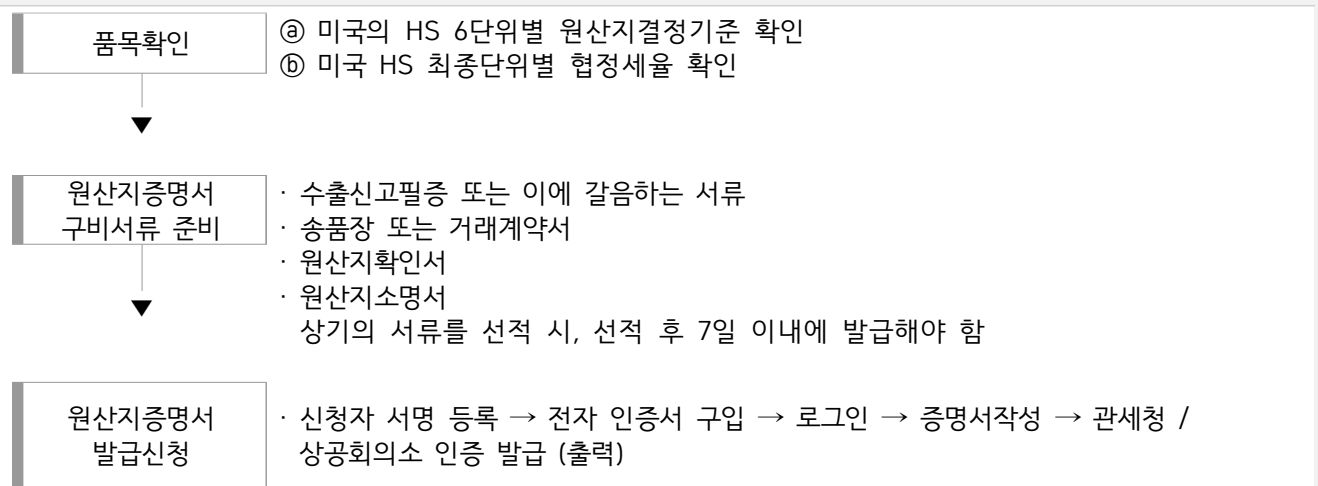
따라서 한-미 FTA 원산지증명서 발급으로 인한 한-미 FTA 적용 시 관세상의 혜택은 없음. 그러나 기본관세율이 0%라고 하더라도 한-미 FTA 원산지증명서를 발급하면 수입물품에 기본적으로 부과하는 물품취급수수료(MPF: Merchandise Processing Fee)를 면제받을 수 있으므로 한-미 FTA 원산지증명서가 필요함⁴⁷.

한-미 FTA협정 제2.10조 제4항(행정수수료 및 형식)에 근거하여 원산지상품에 대해서 미국세관은 물품취급수수료(MPF, Merchandise Processing Fee)를 부과할 수 없음 (MPF는 FOB가격의 약 0.21%를 적용하고 25달러부터 최대 485달러까지 부과할 수 있음)

원산지증명서는 증명의 발급일로부터 4년 동안 유효하며 천재지변 등 불가항력에 따라 운송이 지연된다거나 물품을 보세구역에 장치하고 일정 기간 동안 분할하여 수입통관 하는 등의 경우에도 최대 4년 동안 해당 원산지증명서의 효력이 인정됨

원산지증명서 발급일은 보통 선적일 이전이지만 협정문에서 특별히 선적일 이후 발급을 금하지 아니하므로 발급일자가 수입신고일 이전이면 유효함

표 7.7 : 한-미 FTA 원산지증명서 발급 절차 및 서류



출처 : 대한상공회의소(cert.korcham.net)

47. 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 주의사항

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 부분경화류를 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 법안의 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

건강을 위한 식품첨가물 규제 강화로 건강에 대한 소비자들의 인식이 지속적인 확대 추세를 보일 것으로 전망함⁴⁸.

48. FDA, 'The FDA takes step to remove artificial trans fats in processed foods', 2017.05.10

5. 통관거부사례

미국 쿠키, 비스킷 및 웨이퍼 통관거부 사례

미국 통관거부사례 조사 결과 쿠키, 비스킷 및 웨이퍼의 최근 데이터는 없었으나 2012년 ~ 2015년까지 746건이 통관 거부된 사례가 확인됨. 대표적인 거부 사유로는 라벨링, 금지 식품 첨가물 함유 등이 있음

한국산 제품 또한 최근에는 데이터가 없었으나 2012년부터 2014년까지 한국산 쿠키, 비스킷 및 웨이퍼 제품의 통관거부사례는 총 15건이 발생한 것으로 조사되었으며 한국산 제품의 통관 거부 사례는 표 7.8과 같음

표 7.8 : 한국산 쿠키, 비스킷 및 웨이퍼 통관거부사례

품목	쿠키, 비스킷 및 웨이퍼
국가	미국
통관 거부일자	2014년 12월 19일
담당 검역소	로스앤젤레스
거부 유형	라벨링/포장
거부 사유	- 필수 라벨 정보가 영어로 표기되지 않음
품목	쿠키, 비스킷 및 웨이퍼
국가	미국
통관 거부일자	2014년 04월 11일
담당 검역소	로스앤젤레스
위반 사항	라벨링/포장
거부 사유	- 제품 라벨에, 필수 기재 사항인 영양소 정보가 포함되어 있지 않음 - 라벨에 식품의 통칭이나 관용명이 표기되어 있지 않음 - 포장(물) 형태의 식품으로서, 무게, 단위나 수치 등, 내용물의 정확한 수량 정보가 기재된 라벨이 없으며, 변수나 예외 사항이 규정에 정해져 있지 않음 - 포장(물) 형태의 식품으로서, 제조업체, 포장업체나 유통업체의 상호명, 영업소가 기재된 라벨이 없음
품목	쿠키, 비스킷 및 웨이퍼
국가	미국
통관 거부일자	2014년 04월 18일
담당 검역소	뉴욕
위반 사항	성분(금지, 기준치 초과)
거부 사유	- 위험한 물질로 규정한 식품첨가물이 함유되어 있음

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 : FSVP(해외공급자 검증 프로그램)

검사 설명	해외 식품 생산시설이 미국의 위생 및 식품안전 관리 기준과 동일한 수준의 환경에서 생산 활동을 하는지 검증하도록 하는 해외공급자검증프로그램	
검사기관	미국 식품의약청(FDA)	
검사성격	필수 검사	
제출서류	상업 송장, 포장명세서, 식품 성분표, 제조공정도	
비용	제 3자 인증기관에 따라 상이	
소요기간	제 3자 인증기관에 따라 상이	
갱신기간	3년	
발급절차	제 3자 인증기관 신청 > 서류 심사 > 샘플 테스트 > 검증 완료	
주의사항	해당 제품이 해외공급자검증프로그램에 해당하는 제품인지 먼저 확인이 필요함	

출처 : 식품의약품안전처, '미국 식품안전현대화법에 따른 최종규칙(식품의 예방관리, 해외공급자 검증 프로그램)', 2015


권장인증 : 유기농식품(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	유기농식품 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	
주의사항	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)


인증 정보 OVERVIEW

● 권장인증 : 미국채식협회(AVA) 인증

인증 설명	동물성 제품이 포함되지 않거나 동물로 실험하지 않은 제품임을 인증하는 것		
발행기관	미국채식협회(AVA)		
성격	선택 인증		
제출서류	인증을 취득하고자 하는 제품의 성분표		
비용	250달러		
소요기간	5 ~ 7일		
발급절차	신청서 및 서류 제출 > 검사 > 비용 지불 > 인증 발급		
주의사항	AVA 인증은 재료에 따라 비건(vegan)인증과 채식(vegetarian)인증으로 구분됨		

출처 : 미국채식협회(AVA)(www.vrg.org)

● 권장인증 : 비건 액션(Vegan Action) 인증

인증 설명	미국, 캐나다, 호주기업만 취득 가능하며 완전채식제품에 대해서만 인증 발급 가능(해외 기업의 경우 미국에 생산시설이 있으면 인증을 취득할 수 있음)	
발행기관	비건 액션(Vegan Action)	
성격	선택 인증	
제출서류	제품 가공과정, 위생처리 방법 설명서, 성분분석표	
비용	최소 150달러 ~ 최대 3,000달러	
소요기간	기업 규모에 따라 상이함	
갱신기간	1년	
발급절차	인증 신청서 제출 > 서류 검토 > 제품 검토 > 인증비용 지불 > 인증 발급	

출처 : Vegan Action(vegan.org)

1. 인증 취득정보

필수검사 : 해외공급자 검증 프로그램

(FSVP : Foreign Supplier Verification Program)

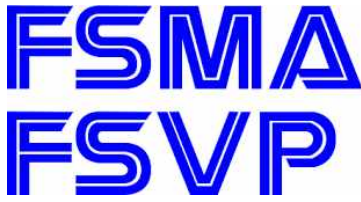
해외공급자 검증 프로그램(FSVP)은 해외 식품 생산시설이 미국의 위생 및 식품안전 관리 기준과 동인한 수준의 환경에서 생산활동을 하는지 미국의 식품 수입자가 검증하는 프로그램임

FSVP는 개별적으로 수입되는 식품에 대해 알려진, 혹은 예측 가능한 위험요소를 파악하고자 하는 것임. 생물학적(기생충·박테리아 등), 화학적(제초제·농약 등), 물리적(유리조각, 파편 등) 위험요소 등을 파악하고 관리가 필요한지를 판단함

뿐만 아니라 식품이 생산되는 제조 방법(Formulation of the food), 식품을 생산하는 기관의 컨디션, 역할 및 디자인 및 장비, 원자재 및 그 외 재료, 운송방법, 재배, 수확, 제조, 공정 및 패키징 절차, 포장 및 라벨링 절차 등에 대한 검사도 진행해야 함

식품 수입자는 해외공급자의 위험요소 분석 및 평가를 기반으로 제품에 문제가 없는지 검증활동을 실행하며, 생산시설에 대해 매년 정기적으로 점검활동을 해야 함. 그러나 수입자가 문서를 통해 해외공급자가 미국의 기준에 부합하는 생산활동을 한다고 검증할 수 있는 방안을 제시할 경우 샘플링 검사나 식품안전 기록 등의 검토를 통해서도 검증이 가능함

표 8.1 : 해외공급자 검증 프로그램(FSVP) 주요 정보

검사명	해외공급자 검증 프로그램(FSVP)	
검사기관	미국 식품의약국(FDA)	
성격	필수검사	
제출서류	해외공급자 식품안전 이력, 상업송장, 패키징리스트 등	
비용	제3자 인증기관에 따라 상이함	
소요기간	제3자 인증기관에 따라 상이함	
갱신기간	3년	
발급절차	제3자 인증기관 신청 > 서류 심사 > 샘플 테스트 > 검증 완료	

출처 : 미국 식품의약국 FSMA Final Rule on Foreign Supplier Verification Programs (FSVP) for Importers of Food for Humans and Animals(www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/FSMA/ucm361902.htm)

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 : 미국 유기농식품 인증

우리나라와 미국의 경우 2014년 7월 1일부터 ‘한·미 유기농식품 상호 동등성 인정 협정’ 을 체결함. 이에 따라 국내에서 유기농식품 인증을 받은 제품의 경우 미국에서도 동등하게 유기농식품으로 인정받을 수 있게 됨⁴⁹.

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

한미 양국은 유전자변형농산물(GMO), 사용금지 농약, 방사선조사 등 금지물질(방법)을 유기농원료 및 제품의 생산과 취급에서 금지하고 있음. 또한 잔류검사 및 후속조치는 각자 수입국의 규정을 따르도록 하여 국내 제품과 동일한 수준으로 관리할 수 있도록 함. 미국 유기농식품 인증의 경우 다른 색상의 사용은 허용되지 않으며, 블랙/화이트 라벨은 하얀 바탕 또는 투명한 배경 위에만 부착이 가능함

미국에서 유기농식품 인증을 획득하기 위한 절차는 쌀, 밀 등의 싹을 파종하거나 기타 농작물을 기르기 전인 농업 계획 단계에서부터 시작됨

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

표 8.1 : 유기농 인증 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)

49. ACI Law Group, ‘Korea-US Equivalency Agreement of Certified Processed Organic Products’, 2016.11.02.

1. 인증 취득정보

권장인증 : 미국채식협회(AVA) 인증

미국채식협회(AVA, American Vegetarian Association)인증을 획득하기 위해서 제품에 함유된 모든 성분이 명시된 성분분석표를 제출해야 함

AVA 인증 로고는 Vegetarian(계란 또는 유제품을 함유한 제품을 포함) 또는 Vegan(동물의 부산물이 함유되지 않음)으로 구분됨. 따라서 인증을 취득하고자하는 제품의 성분을 상세히 기재하여야 하며 성분에 변경사항이 있을 시 AVA에 보고하여야 함

인증 신청 과정은 간단히 3단계 과정을 거치며 온라인으로 신청할 수 있음. 우선 회사 및 제품의 정보를 제출해야 함. 두 번째 단계는 Vegetarian 및 Vegan 중 제품의 원료에 맞는 종류를 선택해야 하며 마지막으로 인증 비용을 지불하면 인증 신청이 완료됨. 심사 결과, 제품이 인증 기준을 충족시키지 못하는 경우, 수수료는 즉시 환불 처리됨

권장인증 : 비건 액션(Vegan Action) 인증

비건 액션(Vegan Action) 인증을 취득하기 위해서 인증 발행기관 측은 비건 식품 제조회사가 제출해야 하는 서류는 제품 제조 및 위생처리 과정을 기재한 서류, 정제된 설탕을 사용하지 않았다는 것을 증명하는 서류 그리고 동물성 원료, 유전자 변형 농산물(GMO)가 함유되지 않음을 증명하는 서류 등이 있음

비건 액션(Vegan Action) 인증을 취득한 회사는 100여 곳에 달하며(주로 미국에 본사를 둔 기업), 이들은 1,000개 이상의 제품에 비건 액션 인증을 취득함. 대부분의 제품은 식품인 것으로 조사됨









2. 인증 취득제품

USDA 유기농 인증을 취득한 스낵 제품 다수

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

USDA 유기농 인증 마크를 부착한 제품의 경우 제품의 생산과 성분에 대한 바이어 및 소비자들의 신뢰를 빠르게 얻을 수 있을 것으로 사료됨

표 8.2 : 미국 비스킷, 쿠키, 크래커 인증 취득제품 예시

인증 취득제품 정보	취득 인증	제품 이미지
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : Organic Sandwich Crackers - 유통 회사 : Horizon - 국가 : 미국 - 가격 : 3.17달러 - 중량 : 7.5oz 		
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : Snack Crackers - 유통 회사 : The Kroger Co. - 국가 : 미국 - 가격 : 2.49달러 - 중량 : 7.05oz 		
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : Cheddar Kangaroos Snack Crackers - 유통 회사 : The Kroger Co. - 국가 : 미국 - 가격 : 3.49달러 - 중량 : 6.6oz 		
<ul style="list-style-type: none"> - 제품명 : Miltons Original Multi-Grain baked snack crackers - 유통 회사 : Milton's Baking Company - 국가 : 캐나다 - 가격 : 4.99달러 - 중량 : 6.5oz 		


출처 : 현지방문조사(Ralphs, Target, Walmart 2017.06)

3. 제출서류

NOP 인증신청서

: 미국 유기농식품 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

 U.S. DEPARTMENT OF AGRICULTURE AGRICULTURAL MARKETING SERVICE NATIONAL ORGANIC PROGRAM		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).		
NOP IMPORT CERTIFICATE				
1. CITY AND STATE OF PRODUCT DESTINATION		2. DATE	3. CERT. NO.	
4. EXPORTED BY (Name and address)		5. PRODUCT EXPORTED FROM		
6. CONSIGNED 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 <i>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.</i>				
<small>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.</small>				
<small>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.</small>				
NOP 2110-1				

4. 전문가 인터뷰

Q1. 미국에 비건 쿠키를 수출할 때 필수적으로 요구되는 인증은 무엇인가요?

“비건 쿠키 및 비건 식품에 한해 국가공식인증과 같은 필수획득 인증은 없습니다. 하지만 미국식품의약국(FDA)에서 해외공급자검증프로그램(FSVP : Foreign Supplier Verification Program)을 진행해야 합니다. 해당 인증은 개별적으로 수입되는 식품에 대해 알려지거나 예측 가능한 위험요소를 파악하고자 함을 목적을 가지고 있으므로 서류심사 및 샘플 검사도 함께 진행됩니다.”

- 미국 식품의약국
FDA 직원과의 인터뷰 中, 2017. 07

Q2. '해외공급자검증프로그램(FSVP)'은 어떻게 진행되나요?

“인증기관에 신청을 한 후 상업송장, 패키리스트, 식품 성분분석표와 제조공정도, 해외공급자 식품 안전 이력을 제출해야 합니다. 서류 심사 기간을 거쳐 샘플 검사를 수행한 후 검증이 완료되면 인증이 발급되며, 갱신기간은 3년입니다.”

- 미국 식품의약국
FDA 직원과의 인터뷰 中, 2017. 07

Q3. 미국에 비건 쿠키를 수출할 때 선택적으로 요구되는 인증은 무엇이며 추천하는 이유가 있나요?

“미국에서는 비건 식품에 대한 국가공식인증이 부재하므로 필수적으로 취득해야 하는 인증은 없습니다. 미국 시장 내 비건 식품들이 보편적으로 취득하는 인증은 유기농(NOP), 비건액션(Vegan Action)⁵⁰ 인증이 있습니다. 인증별로 발급처, 소요기간, 발급비용 및 갱신기간이 상이하므로 제품과 수출업체에 맞는 인증을 선택하여 취득한다면 좋을 것입니다.”

- 미국 식품의약국
FDA 직원과의 인터뷰 中, 2017. 07

50. 미국, 캐나다, 호주 기업만 취득 가능

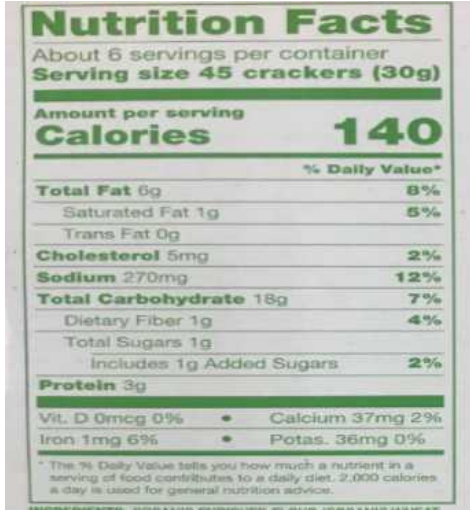
IX. 라벨링 정보

※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항
2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

미국 식품 라벨링 표기사항



- 제품명
- 제조·유통업체 명칭 및 주소
- 원재료 명
- 영양성분 분석표
- 순 중량
- 알레르기 유발 성분
- 제품의 중량 및 섭취권장량
- 칼로리
- 일일값
- 가당
- 실제 함유량
- 각주

출처 : 현지방문조사(Ralphs, 2017.06)

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov)

미국 식품 라벨링 상세 표기사항

항목	설명
표기언어	라벨링 내 모든 내용은 영어로 표기해야 하는 것이 원칙이지만 푸에르토리코나 혹은 영어 이외에 다른 공용어를 사용하고 있는 지역에 유통되는 상품에는 영어 이외의 언어로 라벨링 기입이 가능함
제품명	포장용기의 주요 면에 표기함, 활자 크기는 라벨에 사용된 가장 큰 활자의 절반 크기 이상이어야 함
제조·유통업체 명칭 및 주소	제조, 포장, 유통업자명과 주소 : 제조, 포장, 유통업자와 제조업자가 다를 경우, 그 회사와 제품의 관계를 명시하는 '~에서 제조한' '~에서 유통하는'과 같은 문구 표기
원재료 명	사용된 성분의 중량을 기준으로 배열
영양성분 분석표	라벨의 주 표시 면과 후면에 모두 표기 가능, 제조자·유통자·포장형태를 표시한 곳과 같은 면에 표시해야하며 중량이 무거운 순서대로 기재
순 중량	주요 면 하단에 위치하며, 미국 단위와 미터법 단위로 표시함. 1회 제공량을 표시하되 실제 섭취하는 양으로 현실화하여 기재
알레르기 유발 성분	알레르기 유발식품에서 추출된 알레르기 항원 단백질을 함유하는 식품원료로 제조된 식품인 경우 알레르기 유발식품의 존재 표시
제공량 (Serving Size)	글자크기를 더 크고 굵게 표기함. 제공량은 실제 소비되는 양을 반영하여 작성함
칼로리 (Calorie)	글자크기를 크고 굵게 하여 읽기 쉽게 함
일일 값 (Daily Value)	새로운 영양가이드라인 반영
가당 (Added Sugars)	새롭게 추가된 부분으로 제품에 추가된 설탕 함유량 기재
실제 함유량 (Actual Amounts)	비타민 D, 칼슘, 철분, 칼륨의 실제 함유량 및 일일 값 대비 퍼센트
각주 (Footnote)	퍼센트 일일값(% daily value)을 좀 더 이해하기 쉽도록 수정

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov)

1. 라벨 표기사항

라벨 표기 법령

운영기관 : 미국 식품의약국(FDA)

라벨법령 : FDA-2004-N-0258

미국 식품 라벨링

미국 규정에 따르면 라벨링 내 모든 내용은 영어로 표기해야 하는 것이 원칙이지만 푸에르토리코나 혹은 영어 이외에 다른 공용어를 사용하고 있는 지역에 유통되는 상품에는 영어 이외의 언어로 라벨링 기재가 가능함

라벨링 표기 항목은 상품 및 제품명, 제조·유통업체 명칭 및 주소, 원재료명, 영양성분 분석표, 순 중량, 알레르기 유발 성분임

표 9.1 : 미국 라벨 상세 표기사항

항목		설명
1	표기언어	라벨링 내 모든 내용은 영어로 표기해야 하는 것이 원칙이지만 푸에르토리코나 혹은 영어 이외에 다른 공용어를 사용하고 있는 지역에 유통되는 상품에는 영어 이외의 언어로 라벨링 기입이 가능함
2	제품명	포장용기의 주요 면에 표기함, 활자 크기는 라벨에 사용된 가장 큰 활자의 절반 크기 이상이어야 함
3	제조·유통업체 명칭 및 주소	제조, 포장, 유통업자와 제조업자가 다를 경우, 그 회사와 제품의 관계를 명시하는 '~에서 제조한' '~에서 유통하는'과 같은 문구 표기
4	원재료 명	사용된 성분의 중량을 기준으로 배열
5	영양성분 분석표	라벨의 주 표시 면과 후면에 모두 표기 가능, 제조자·유통자·포장형태를 표시한 곳과 같은 면에 표시해야하며 중량이 무거운 순서대로 기재
6	순 중량	주요 면 하단에 위치하며, 미국 단위와 미터법 단위로 표시함. 1회 제공량을 표시 하되 실제 섭취하는 양으로 현실화하여 기재
7	알레르기 유발 성분	알레르기 유발식품에서 추출된 알레르기 항원 단백질을 함유하는 식품원료로 제조된 식품인 경우 알레르기 유발식품의 존재 표시

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov)

1. 라벨 표기사항

미국 FDA 새로운 영양분석표 발표

2014년 미국 FDA의 식품영양성분 라벨링 개정안을 발표됨. 기존의 전체적인 모양은 그대로를 유지하고 있으나 소비자들이 식품을 구매할 때, 결정을 쉽게 할 수 있도록 정보를 제공해야 함. 칼로리(Calories), 컨테이너 당 제공량(Serving per Container) 및 제공량(Serving size)의 글자 크기를 크게 키워야 함. 또한 칼로리 숫자 및 제공량은 굵은 글씨체로 기재해야 함

새로운 규제는 추가한 설탕(added sugar)의 ‘g’ 수를 적어야 하며 기존에 ‘sugars’ 라고 표기했던 부분을 ‘total sugars’ 로 변경함. 또한 설탕 항목 아래 몇 그램의 설탕이 추가되었는지를 기재해야 함

지방의 경우 총지방량(Total Fat), 포화지방(Saturated Fat) 및 트랜스 지방(Trans Fat)을 기재해야 하나 지방 칼로리(Calories from Fat)는 더 이상 표기하지 않아도 됨

비타민 및 미네랄 성분의 경우, 비타민 D 및 칼륨을 적어야 하지만 비타민 A와 C는 선택사항임

해당 규제는 식품 및 음료 업체 중 천만 달러 이상의 판매량을 갖고 있는 제조사인 경우 2018년 7월 26일부터 발효되며, 천만 달러 이하의 판매량을 갖고 있는 업체인 경우 2019년 7월 26일부터 발효됨

표 9.2 : 미국 라벨 영양분석표 변경 사항

변경 항목	상세내용
1 제공량 (Serving Size)	글자크기를 더 크고 굵게 표기함. 제공량은 실제 소비되는 양을 반영하여 작성함
2 칼로리 (Calorie)	글자크기를 크고 굵게 하여 읽기 쉽게 함
3 일일 값 (Daily Value)	새로운 영양가이드라인 반영
4 가당 (Added Sugars)	새롭게 추가된 부분으로 제품에 추가된 설탕 함유량 기재
5 실제 함유량 (Actual Amounts)	비타민 D, 칼슘, 철분, 칼륨의 실제 함유량 및 일일 값 대비 퍼센트
6 각주 (Footnote)	퍼센트 일일값(% daily value)을 좀 더 이해하기 쉽도록 수정

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov)

2. 라벨링 예시

라벨링 예시

1) 제공량
실제 소비되는 양을 반영하여 작성

2) 칼로리
글자크기를 크고 굵게 하여 읽기 쉽게 함

3) 실제 함유량
실제 함유량 및 일일 값 대비 퍼센트

Nutrition Facts	
About 6 servings per container	
Serving size 45 crackers (30g)	
Amount per serving	
Calories	140
% Daily Value*	
Total Fat 6g	8%
Saturated Fat 1g	5%
Trans Fat 0g	
Cholesterol 5mg	2%
Sodium 270mg	12%
Total Carbohydrate 18g	7%
Dietary Fiber 1g	4%
Total Sugars 1g	
Includes 1g Added Sugars	2%
Protein 3g	
Vit. D 0mcg 0%	Calcium 37mg 2%
Iron 1mg 6%	Potas. 36mg 0%

* The % Daily Value 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.

4) 일일 값
새로운 영양 가이드라인 반영

5) 가당
설탕 함유량 기재

6) 각주
퍼센트 일일 값 (% daily value)을 좀 더 이해하기 쉽도록 수정

인증

: USDA 인증 마크



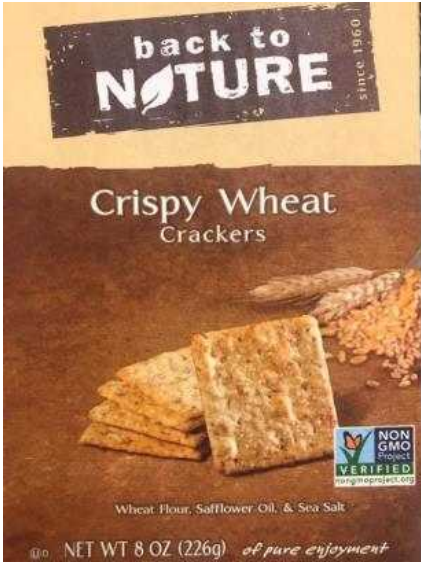
X. 위생 요건 정보

※ 위생 요건 OVERVIEW

1. 식품첨가물 규정

위생 요건 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"/>

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

스낵류 식품첨가물 기준치

유형	성분	기준
식품첨가물	니아신	사용제한없음 ⁵¹ .
	티아민	사용제한없음
	리보플라빈	사용제한없음
	엽산	사용금지 ⁵² .
	중조 암모늄	사용제한없음
	탄산수소나트륨	사용제한없음
	레시틴	사용제한없음
	밀글루텐	사용제한없음
	잔탄검	사용기준없음 ⁵³ .
	시트르산	사용제한없음
	이스트추출물	식품의 5% 이하
	인산칼슘	사용제한없음

출처: FDA(www.fda.gov)

51. CFR Code에 등재되어 모든 식품에 사용할 수 있고 사용함에 있어 사용량에 대한 제한 기준이 없음

52. CFR Code에 명시되어 있지 않아 원칙적으로 사용할 수 없으며, 사용을 원할 경우 FDA 허가가 필요함

53. CFR Code에 등재되어 해당 품목에 사용할 수 있으나 별도의 사용 기준이 없음

1. 식품첨가물 규정

미국 내 스낵류의 식품첨가물 규정

원칙적으로 FDA의 연방 식품·의약품·화장품법에 의해 허용되는 식품첨가물만 사용되어야 함. FDA에 식품첨가물로서 사용을 인정받기 위해서는 식품첨가물의 명칭, 사용 목적, 사용량, 구성 성분, 유통, 판매 방법, 안정성에 대한 데이터를 FDA에 제출해야 함. 식품 첨가물 사용이 승인되면 첨가될 수 있는 식품, 사용될 수 있는 최대량, 식품 라벨에서의 확인 방법 등은 관련 규정을 준수하여야 함

스낵은 가공식품 중 과자류로 분류되어 총 538건의 식품 첨가물이 기재되어 있으며 이 중 기준치가 기재된 것은 첨가물마다 다르므로 꼼꼼하게 살펴볼 필요가 있음⁵⁴.

현지조사로 수취한 경쟁제품의 정보를 토대로 식품첨가물 기준을 조사함. 유기농 제품 위주로 조사했으므로 천연 재료가 원료의 주를 이루었으며 식품첨가물이 많이 사용되지 않은 것으로 확인함. 경쟁제품에 함유된 대부분의 식품첨가물에는 사용제한이 없는 것으로 조사됨. 예외로 엽산은 FDA 허가가 없을 시 원료로 사용하는 것이 금지이며, 이스트 추출물은 식품의 5% 이하만 함유되어야 한다는 규정이 있음

표 10.1 : 과자류 식품첨가물 기준치 예시

유형	성분	기준
식품첨가물	니아신	사용제한없음
	티아민	사용제한없음
	리보플라빈	사용제한없음
	엽산	사용금지
	중조 암모늄	사용제한없음
	탄산수소나트륨	사용제한없음
	레시틴	사용제한없음
	밀글루텐	사용제한없음
	잔탄검	사용기준없음
	시트르산	사용제한없음
	이스트추출물	식품의 5% 이하
	인산칼슘	사용제한없음

출처: FDA(www.fda.gov)

54. KATI 사이트 내 한국어로 538건의 식품첨가물을 안내하고 있음(www.kati.net/saf/safChe3.do?menuCode=720&bbsid=1)

※ 참고 문헌

※ 참고 자료

1. State of the Industry Report of 2016 Data	미국 편의점협회(NACS)	2017.06
2. Smartphone Ownership and Internet Usage Continues to Climb in Emerging Economies	Pew Research Center	2016.02
3. Health and wellbeing	Consumer Lifestyle Trends	2017

※ 참고 사이트

1. 한국 관세청	www.customs.go.kr
2. 한국 관세법령정보포털 3.0	unipass.customs.go.kr/clip/index.do
3. 미국 국제무역위원회	www.usitc.gov
4. International Trade Centre	www.trademap.org
5. Global Data	consumer.globaldata.com
6. Food Business News	www.foodbusinessnews.net
7. Food Processing	www.foodprocessing.com
8. CITYA.M	www.cityam.com
9. CNBC	www.cnbc.com
10. Bloomberg Market	www.bloomberg.com
11. Bakeryandsnack	www.bakeryandsnacks.com
12. FoodIngredientsFirst News	www.foodingredientsfirst.com
13. Supermarket News	www.supermarketnews.com
14. Prepared Food	www.preparedfoods.com
15. NPR	www.npr.org
16. Food Navigator USA	www.foodnavigator-usa.com
17. E-bay	www.ebay.com
18. Amazon	www.amazon.com
19. Walmart	www.walmart.com
20. WOW Baking company	www.wowbaking.com
21. Van's International Foods Inc	www.vansfoods.com
22. The Kroger Company	www.thekrogerco.com
23. 미국 식품의약국	www.fda.gov
24. 미국 세관국경보호국	www.cbp.gov
25. STR	www.strtrade.com
26. 대한상공회의소	www.korcham.net
27. 미국 관세청	www.cbp.gov