2014. VOL. 06

GLOBAL FOOD INFO

United States of America

EXPERT COLUMN
미국 식품전문 뉴스 편집장이 전하는
현지 식품시장 전망과 소비 트렌드

SPECIAL ISSUES
서부권, 동부권으로 나누어 살펴본 미국 식품시장의 최신이슈

FOOD POLICY
보기 쉽게 정리한 개정된 식품 법규
영양성분 라벨링 표기법 개정

FOCUS INTERVIEW
미국 디저트 문화에 한국전통의 맛과 멋을 소개한,
㈜대두식품

HOT PRODUCT
주요 유통매장별 인기상품 TOP 10

농림축산식품부
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs

aT 한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

2014. VOL. 06

GLOBAL FOOD INFO USA

CONTENTS _

농림축산식품부 Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs
aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

USA INFO.

- **수도 :** 워싱턴 D.C.
- **주요도시 :** 뉴욕(New York), 로스앤젤레스(Los Angeles), 시카고(Chicago)
- **면적 :** 9,826,675km ²
- **총 인구수 :** 3억 1,900만명 (2014년)
- **언어 :** 영어
- **민족 구성 :** 백인(72.4%), 기타(27.6%)
- **對 한국 수출액 :** 415억 5천4백만달러(USD) / **對 한국 농수산식품 수출액 :** 7억 4천만달러(USD)
- **對 한국 수입액 :** 649억 8천9백만달러(USD) / **對 한국 농수산식품 수입액 :** 61억 6천3백만달러(USD)

* 출처 : CIA 정보 사이트(www.cia.gov), International Trade Centre, KATI 농수산식품수출지원정보(www.kati.net)

주요 무역 물류지역

* 출처 : Worldportsource 참조

월 평균 최고/최저 기온

기준 시점 : 2013년, 지역 : 워싱턴 D.C., 단위 : 섭씨온도(°C)

월 평균 강수량

기준 시점 : 2013년, 지역 : 워싱턴 D.C., 단위 : mm

* 출처 : World Weather Information Service 참조

한 눈에 펼쳐보는
미국 식품 지도

권역 별로 짚어보는 식품 이슈를 통해 미국 시장 진출의 Tip을 얻어 보자. (p11 참조)

온라인 식료품점의 매력포인트 3가지 (캘리포니아 주)

· 신선함 : 2시간 내에 신선 식료품 배달
· 간편함 : 특이식품 한번에 구매 가능
· 맞춤형 서비스 : 고객의 식품 구매 특성에 알맞은 정보를 주기적으로 제공

미국 내 푸드스탬프 사용률 2위 (일리노이 주)

· 문제 : 푸드스탬프로 저품질 식품 구매
· 해결 : 푸드 스탬프 사용처 확대, 저렴하고 건강한 식품 구매법 제시

2015년 미국 식품 핫 키워드 훈제 (펜실베니아 주)

· 인기 제품 : 훈제 맥주, 치즈, 육가공품
· 인기 요인 : 칼로리↓, 단백질↑

식품 패키징 트렌드 친환경, 휴대용, 절약 (뉴욕)

· 재활용이 가능한 바이오 패키징
· 음식물 낭비를 막는 소량 패키징
· 언제 어디서나 먹을 수 있는 휴대용 패키징

성인병과 전쟁선포, 미국 최초 탄산음료세 부과 (캘리포니아 주)

· 1온스(oz)당 1센트 부과
· 대체 음료 인기 : 탄산수(水), 차(茶)음료

웰빙 열풍타고 유기식품 인기몰이 중 (텍사스 주)

· 2013년 유기농 식품 소비액 323억 달러 (미국 총 식품 소비액의 4.25%)
· 한국 유기농 인증, 미국과 동등성 인정받고 수출 길 활짝
· 인기 제품 : 두부, 시리얼

알레르기 치료로 발효 식품 인기 (테네시 주)

· 지난 10년 동안 식품 알레르기 발병률 50% 증가
· 발효식품의 알레르기 예방효과 입증
· 인기 제품 : 요구르트, 치즈, 피클, 김치

한국소스는 미국 스타일 (워싱턴 D.C.)

· 한국산 소스 수입액 2,040만 달러(USD), 총 소스 수입의 7.4% 차지
· 한국산 바비큐 소스 400% 성장
· 인기제품 : 간장, 생선소스, 바비큐 소스, 고추장

* 출처 : 각 이슈의 마지막 페이지에 별도 표기함

미국 농수산식품
수출입 프로세스

미국 식품 시장으로 진입하기 위해서는 여섯 단계의 수출입 프로세스를 거쳐야 한다.
관리 기관인 미국 농무부(USDA)와 식품의약국(FDA)이 요구하는 절차에 따라 이행해야 한다. (p75 참조)

라벨링 필수 기재사항
: 식품명, 실 중량, 원재료 명, 영양성분
제조·포장·유통 업체 명칭 및 주소 등

주요항만
: Port of Seattle, Port of Los Angeles

미국 농무부 (www.usda.gov)
: 농축산물의 공급과 유통을 총괄함

미국 식품의약국 (www.fda.gov)
: 식품 검역과 위생 및 안전을 관리 감독함

미국 세관국경보호국
(www.cbp.gov)
: 세계 최대 법 집행기관, 국경 및 세관 관리를 통해 미국기업과 농업의 경제적 이익 보장, 무역촉진

1 수출계약
· 거래선(바이어) 발굴 · 계약진행

2 서류준비
· 선하증권 · 포장명세서 등 5가지 서류 준비
* FDA 등록 필수 & 보증금 준비

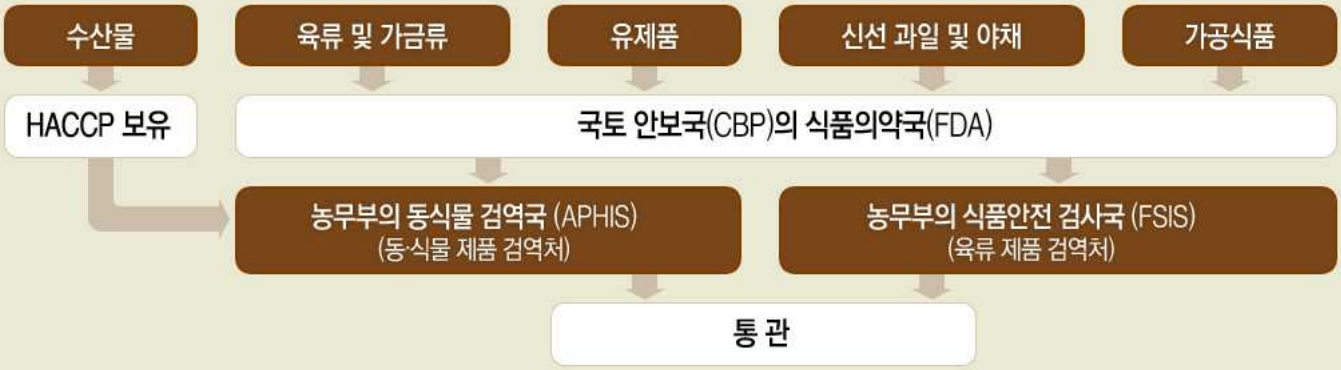
3 선적/출항
· 수출통관 · 포워딩 업체 지정 · 운송
* 선적 24시간 전, 수입허가증빙서류 & 적하목록 세관국경보호국에 제출

4 수입신고/검역
수입신고는 미국 식품의약국(FDA)에서 진행
검역은 품목별로 미국 농무부 소속 식품 안전 검사국(FSISI)과 동·식물검역국(APHIS)에서 진행

5 세금납부
세금 및 보증금 납부

6 통관/국내유통
· 세관 서류 제출
· 현지 바이어 화물인수

품목별 통관 절차



한국으로부터 수입하는 품목 중 급상승한 품목 분석

한국은 미국의 제6의 수입 상위 국가로 교역관계가 긴밀하다. 미국이 수입하는 한국산 제품 중, HS 2008(보존 처리한 과실 제품)의 수입규모가 한 해 동안 2천만 달러가 증가하면서 가장 큰 폭으로 증가하였다. 2013년 HS 1702(화학적으로 순수한 유당, 맥아당, 포도당 그리고 과당을 포함한 기타 당류)의 수입량은 3백만 달러로 미미하지만, 증가율은 630%로 가장 큰 성장률을 보였다. 최근 3년 동안의 통계 수치를 보면, 2013년 미국이 수입하는 한국 제품 중, HS 1905(식빵, 비스킷, 페이스트리와 케이크)와 HS 1702를 제외하고 모든 품목은 꾸준히 증가하였다. 향후 대 미국 수출 시, 이 다섯 가지 품목을 주목할 만 하다. (p110 참조)

수입규모 추이

(단위: 천 달러)

2008 (보존 처리한 과실 제품)
2202 (과일주스와 채소주스를 제외한 무알콜 음료)
1902 (파스타와 쿠우스쿠우스)
1905 (식빵, 비스킷, 페이스트리와 케이크)

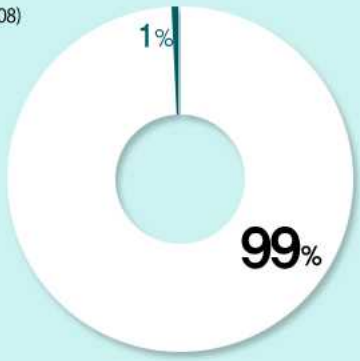
1702 (화학적으로 순수한 유당, 맥아당, 포도당 그리고 과당을 포함한 기타 당류)

출처 : Trade Map, Global Trade Atlas

세부품목별 수입비율

보존 처리한 과실 제품

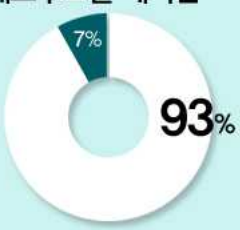
(HS CODE : 2008)



- 과실류와 기타식용에 적합한 식물부분
- 조제 또는 저장처리한 견과류
- 감귤류 과실
- 복숭아

과일주스와 채소주스를 제외한 무알콜 음료

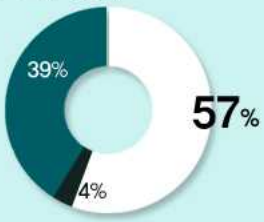
(HS CODE : 2202)



- 과일, 채소주스를 제외한 무알콜 음료
- 설탕 또는 기타 감미료를 첨가하거나 맛이나는 물

파스타와 쿠우스쿠우스

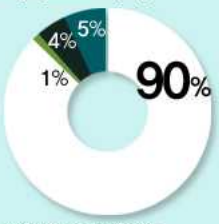
(HS CODE : 1902)



- 파스타
- 조리하지 아니한 파스타
- 속을 채운 파스타
- 쿠우스쿠우스

식빵, 비스킷, 페이스트리와 케이크

(HS CODE : 1905)



- 영성체 웨이퍼 및 제약용에 적합한 빈캡슐
- 스위트비스킷
- 러스크와 토스트빵
- 와플과 웨이퍼
- 귀리빵

화학적으로 순수한 유당,맥아당,포도당 그리고 과당을 포함한 기타 당류

(HS CODE : 1702)

- 전화당을 포함한 당류
- 포도당과 포도당시럽(포도당의 함류량이 전 중량의 20% 이하)
- 과당과 과당 시럽(과당의 함류량이 전 중량의 50% 이상)
- 포도당과 포도당시럽 (포도당의 함류량이 전 중량의 20% 이상 50% 미만)

EXPERT COLUMN

United States of America

미국 식품전문 뉴스 편집장이 전하는
현지 식품시장 전망과 소비 트렌드

미국 인구조사국에 의하면 현재 미국 인구는 약 3억 1,889만 명으로 집계된다. 2010년 기준 구성비는 백인 72.4% 아프리카계 미국인 12.6%, 동양인 4.8%, 기타 아메리카 원주민과 알레스카 원주민, 하와이 원주민과 태평양 원주민, 혼혈 인구 등이 10.2% 비중을 차지했다. 미국 국내총생산은 2013년 기준 15조 4,707억 달러로 세계 1위를 굳건히 지키고 있다. 미국의 식품산업은 다른 산업에 비해 꾸준한 성장을 보이고 있는데, 2010년 1인당 식품소비 비용은 약 2,555달러이며 식품 전체 소비규모는 8,290억 달러로 집계되었다. 한국과 미국의 무역액은 2014년 기준 약 1,064억 달러로서 한국은 미국의 6대 수입국이며 미국은 한국의 3대 교역국으로, 한국에 있어 미국은 관심대상 시장이다.

댄 플린 (Dan Flynn)
現 Food Safety News 편집장
(www.foodsafetynews.com)

미국 외식사업에 뿌리박고 있는 한국식당

미국 젊은이들은 새로운 맛에 대한 도전하는 의식이 굉장히 강하다. 늦은 저녁 이색적이고 새로운 음식을 먹기 위해 식당을 찾아나서는 젊은이들을 미국거리에서 쉽게 찾아볼 수 있다. 새로운 맛에 대한 미국 소비자들의 갈증은 한국요리에 대한 관심으로 자연스레 이어졌다. 그들을 위해 티지아이 프라이데이(T.G.I. Fridays)와 같은 패밀리 레스토랑 체인점들이 잇따라 한국 요리나 양념을 메뉴에 추가하고 있다. 한국 식당만큼 미국에서 빠르게 확장하고 있는 식당은 없다고 할 정도로 한국식당을 이제는 미국 전역에서 흔하게 찾아 볼 수 있다. 약 7천억 달러 규모의 미국 외식산업에서 한국 요리 바람이 거세게 불기 시작했다. 미국인들이 식품에 사용하는 1달러 중 47센트는 한국 요리를 사는데 쓴다고 할 정도로 미국 소비자들의 한국 요리에 대한 관심이 뜨겁다.

시장조사기관 아이비스 월드(IBIS World)에 의하면 미국 경제보다 빠르게 성장하고 있는 한국 식당은 연간 20억 달러의 매출액을 기록하고 있다고 한다. 미국에서 쉽게 볼 수 있었던 중국, 일본, 멕시코 식당 등과 다르게 한국 식당은 프리미엄 레스토랑으로 뿌리 깊게 자리 잡고 있다. IBIS는 이러한 한국식 외식사업은 미국인들의 수입이 높아짐에 따라 계속해서 성장해 나갈 것으로 전망했다.

〈 미국 내 한국 식당 모습 〉

한미 자유무역협정 한국식품 열풍에 날개 달다

오늘날 한국 식당이 미국에서 빠르게 확장하고 있지만, 미국 외식업에서 자리 잡기까지의 준비 과정은 생각보다 길었다. 한국요리를 조리하는 과정이 미국에서 대중화되기에는 굉장히 복잡하다는 점과 요리의 종류와 양념 종류가 너무 다양한 점을 그 이유로 들 수 있다. 그러나 이제는 모든 복잡한 과정을 뛰어넘어 3,744개의 한국 음식점이 미국 곳곳에 생겨났다.

그렇다면 왜 지금에서야 한국음식 열풍이 불고 있는 것일까? 이는 비용과 시간 측면에서 한국과 미국의 교역이 이전보다 훨씬 용이해졌기 때문이다.

2015년 3월 15일이면 미국과 한국이 자유협정(KORUS)[1]을 맺은 지 3년이 되는 날이다. 한국 외식사업이 미국에서 성공할 수 있었던 주요 원인은 바로 양자 간에 맺어진 자유무역협정이라고 할 수 있다. 협정 체결 이후 미국의 10대 교역국이었던 한국은 지난 2년 동안 활발한 교역을 통해 미국의 6번째로 큰 무역 상대국으로 성장할 수 있었다. 자세히 살펴보면, 2013년 한국의 對미수출 규모는 621억 달러를 기록, 전년대비 6% 증가했다.

1) KORUS : Korea U.S.A FTA의 줄인 말로, 한미 자유무역협정을 의미함

이 중 FTA 시행에 따른 품목별 수출은 전년대비 6.2%가 증가한 242억 달러 규모를 기록했다.

양자 간의 자유무역협정은 협의하는데 굉장히 많은 시간이 걸리며 이러한 협정 효력이 얼마나 큰 기대효과를 시장에 불러올지는 예상 불가능하다. 그러나 아시아에서 4번째로 큰 경제국가인 한국과 세계 1위 경제대국인 미국이 손을 잡은 만큼 식품과 농산품에 대한 보다 활발한 무역이 기대되고 있다. 2014년 1월 1일 마지막으로 발효된 협정문에 의하면, 2015년 말부터 미국 시장에 진출하고자 하는 한국산 소비재 품목의 95% 관세가 철폐되어 한국이 미국으로 더 많은 식품을 수출 할 수 있을 것으로 전망한다.

상호의존하며 성장하는 유기농식품시장

양국 간의 무역을 보다 활성화하기 위해 최근에는 한미 양국 '유기농 인증 호환제도'가 시작됐다. 한국의 유기농제품 승인을 받은 제품은 앞으로 미국에 들어올 때 특별한 추가 절차 없이 유기농제품임을 계속 유지할 수 있게 하는 제도이다. 반대도 마찬가지다. 양국 간의 유기농 식품 수출입을 위해 두 번의 검사, 두 번의 서류과정, 두 배의 비용을 지불할 필요가 없어졌다. 이번 인증제도 호환으로 한국 유기농 제품의 미국 수입 절차가 대폭 수월해짐에 따라 미국에 들어오는 한국 유기농 제품의 종류도 차차 늘어나고 있는 상황이다.

"이번 유기농 인증 호환제도가 시행된 이후 한국에서 미국 유기농 식품에 대한 수요가 눈에 띄게 증가하고 있다. 이는 유기농업에 새로운 장이 열렸음을 시사"한다고 미국 농무부 장관 탐 빌삭(Tom Vilsack)은 말했다. "장기적으로 한국과 미국 내 유기농 식품업체의 수출 증대에도 적잖은 도움이 될 것이며 소비자들에게는 더 많은 선택권을 제공할 수 있을 것"이라고 덧붙였다. 이번 인증제도 호환에 포함되는 유기농 제품은 유기농 양념(condiments), 시리얼, 유아용 식품, 냉동식품, 우유 및 다른 가공식품들이다.

미국 유기농 식품 매출은 지난 10년 동안 약 10배 정도 증가한 350억 달러를 기록했다. 이렇듯 미국의 유기농 시장은 연평균 10% 이상 두 자릿수의 고속성장을 질주하며, 식품 산업의 성장을 이끌고 있다. 최근에는 한국 유기농 식품이 미국 유기농 시장에서 도약하고 있다. 미국에 성공적으로 진출한 한국의 커피전문점 카페베네(Caffe bene)에서도 유기농 커피 슬로건을 내걸었으며 인기 상품인 한국산 김과 녹차 모두 USDA(United States Department of Agriculture) 인증마크를 부착하여 건강식품으로서 미국 소비자들의 눈길을 사로잡고 있다. 이렇듯 미국 식품 시장에서 유기농 식품의 비중은 나날이 커지고 있으며 이에 따른 한국산 유기농 식품에 대한 수요도 계속해서 증가할 전망이다.

〈 미국에 진출해 있는 '유기농 인증마크'가 부착된 한국 식품들 〉

미국 2015년 식품 트렌드 총정리!

미국에서는 2015년 식품 트렌드는 총 세 가지로 요약할 수 있다. 첫 번째로 가장 뜨거운 식품 트렌드는 **에스닉**[2] **식품**에 대한 소비이다. 에스닉 식품 중에서도 한국요리에 대한 관심이 뜨겁다. 핫 소스에 대한 니즈가 증가하면서 한국의 매운 양념 요리가 인기 식품으로 새롭게 떠오르고 있으며 달고 맛있는 갈비나 바비큐 식품은 굉장히 안정적으로 매출액을 키워나가고 있다. 미국 대형슈퍼마켓 월마트(Walmart)에서 가장 인기리에 판매되고 있는 한국 식품 중 하나가 바로 한국식 BBQ 양념이다. 그러나 미국 젊은이들의 입맛은 시시각각 변하는 만큼 선호하는 에스닉 식품도 조금씩 변화할 것으로 사료된다.

두 번째로는 수제맥주라는 뜻의 **크래프트(craft) 비어**가 미국 음료시장을 장악하고 있다. 미국 맥주 시장 규모는 줄어들었는데, 크래프트 비어 제조회사들의 시장점유율은 급증했다. 미국 인구통계국은 크래프트 비어가 인기를 끌면서 지난 5년 사이에 미국 브루어리(Brewery: 맥주 제조 공장) 숫자가 2배 증가했다고 발표했다. 지난 2년 동안 하루에 브루어리가 평균 1.2개꼴로 새로 문을 열고 있다. 지난해 이들 브루어리에서 생산한 맥주의 양은 총 1,560만 배럴[3]이었다. 이러한 크래프트 비어 시장이 발달하면서 다양한 맛의 맥주가 시장에 등장하고 있는 추세다. 덩달아 유기농 맥주도 인기다.

세 번째로는 간식을 대체하는 **육포**가 2015년 주목해야할 식품으로 꼽혔다. 탄수화물과 설탕을 대체할 수 있는 식품에 대한 니즈가 증가하면서 미국 내 단백질 함유 식품이 올해에 이어 내년까지도 꾸준히 성장할 것으로 전망된다. 미국 농부부(USDA)는 미국 내 소고기 가격이 내년에도 고공행진을 계속할 것으로 예측하고 있다. 때문에 일반 가정에서 즐겨 먹던 소 갈비살을 대신하여 육포를 간식으로 섭취하는 현지 소비자들이 급증할 것으로 전망된다. 미국 간식 시장의 새로운 강자로 떠오르고 있는 육포의 대표적인 브랜드로는 크레이브 저키(Krave Jerky)가 있는데 연간 400%의 매출 성장률을 기록하고 있다. 단백질 함량이 높은 육포 간식이 미국인들 사이에서 열풍임을 잘 보여주는 수치이다.

외에도 미국의 모든 식품 전문가들은 내년은 **발효식품**과 **훈제식품**이 대세라고 입을 모으고 있다. 특히 발효식품과 훈제식품은 한국의 요리 문화와 친근한 식품들이다. 한국의 대표 발효식품으로는 김치를 예로 들 수 있으며 훈제식품의 경우 한국식 갈비를 떠올릴 수 있다. 따라서 2015년 미국 식품 시장은 한국 식품업체들에게 더 많은 기회를 제공할 수 있을 것으로 기대된다.

〈 미국의 2015년 트렌드 식품 5가지 〉

2) 'ethnic'은 '민족'을 뜻하는 영어 단어로 특히 마이너리티(minority), 즉 소수 민족을 가리킴. 에스닉 푸드는 ethnic단어에서 파생되었으며 주류인 백인이 즐겨 먹는 음식을 뺀 멕시코·남미·아시아·아프리카 음식 등을 통틀어 에스닉 푸드라고 칭함

3) 1배럴(bbl) = 158.9리터(ℓ)

SPECIAL ISSUES

United States of America

농림축산식품부 Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs

aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

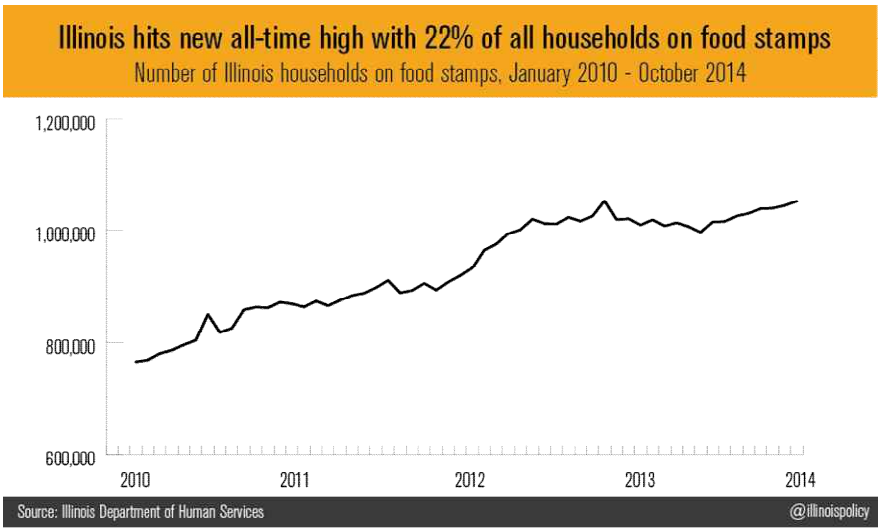
푸드 스탬프로 저렴하고 건강한 식품소비 늘린다_일리노이주

일리노이주의 핫이슈 '푸드 스탬프'

- 다양한 형태의 푸드 스탬프

일리노이(Illinois)주의 사회복지부(Illinois Department of Human Services)가 최근 발표한 자료에 의하면 지난 10월에만 7,700명 이상의 일리노이 주민들이 저소득층 지원을 위한 사회보장제도인 영양보충보조프로그램(SNAP)의 지원을 받기 위해 일명 '푸드 스탬프'[4] 프로그램을 신청한 것으로 나타났다. 이에 2014년 상반기에 일리노이에서만 총 1,052,548 가구가 푸드 스탬프제도에 의존하고 있는 것으로 조사됐으며 이는 사상 최대치이다. 일리노이 가구 중 22%가 빈곤층임을 의미하는 바다. 일리노이 주의 경기침체가 날이 갈수록 악화되면서 푸드 스탬프를 신청하는 숫자 또한 급하게 증가하고 있다.

〈 2010년 1월부터 2014년 10월 동안의 푸드 스탬프 신청자 수 〉



미국 내 푸드 스탬프 수혜자 증가 추세

가구원 수	월 최대 지원액
1	$189
2	$347
3	$497
4	$632

출처 : 미국 농무부(USDA)

위 도표에서도 알 수 있듯이 2013년 10월부터 푸드 스탬프 신청자가 지속적으로 증가하면서 미국 서부 지역에서 푸드 스탬프 수혜 점유율이 두 번째로 높은 것으로 나타났다. 푸드 스탬프 수혜 점유율이 가장 높은 주는 16.6%를 차지한 미시간(Michigan) 주로 15.9%를 기록한 일리노이 주와 큰 차이가 나지 않는다. 미시간 주의 푸드 스탬프 신청자 수는 작년에 110,000명 대폭 감소한 반면 일리노이 주에서는 신청자가 16,000명 증가한 것으로 나타나면서 머지않아 일리노이 주가 미시간 주의 수혜 점유율을 따라잡을 것으로 전망된다. 미국 푸드 스탬프의 지원금액은 주마다 약간씩 차이가 있지만 4인 가정을 기준으로 최고 한 달에 632달러까지 지원된다.

미국의 푸드 스탬프 수혜자는 금융위기가 발생했던 2008년 이후 70%가 늘어난 것으로 나타났으며 전체 미국 국민 7명 가운데 1명이 이 프로그램에 따라 음식 값을 지원받았다. 영양보충보조프로그램(SNAP)에 대한 정부 지출도 2007년 304억 달러에서 지난해 746억 달러로 급증했다. 이는 국토안보부와 법무부, 내무부 등 3개 부처 예산을 합친 것과 비슷한 규모이다. 미국 농무부(USDA)에서 새롭게 출시한 통계 자료에 의하면 2011년 11월, 푸드 스탬프를 신청한 미국인은 총 46,268,250명으로 지난 4년 동안 단 한번도 4,600만 명 아래로 떨어진 적이 없다고 밝혔다. 가장 최근인 2014년 11월에는 총 46,459,998명이 푸드 스탬프를 신청한 것으로 나타났다.

4) 미국에서 빈곤층을 위한 사회보장제도의 일종으로, 저소득층 등 취약계층에 식품 구입용 바우처(쿠폰)나 전자카드 형태로 식비를

푸드 스탬프의 한계점

푸드 스탬프 프로그램에 등록하면 시리얼, 고기 등 식품을 살 수 있는 쿠폰을 받는데 이 쿠폰으로 담배, 술, 애완동물용 먹이 등은 구입할 수 없다. 푸드 스탬프로 이용 가능한 금액은 한정적이기[5] 때문에 보통 값비싼 채소나 과일을 섭취하기보다 저렴하지만 배불리 먹을 수 있는 고열량 불량식품을 섭취하는 경우가 더 많다고 NPR 뉴스는 전했다. 또한 미국 유명 경제잡지 포브스(Forbes)에 의하면 푸드 스탬프 수혜자들은 일반 소비자들에 비해 채소와 과일 섭취가 월등하게 낮고, 이들은 채소와 과일로 섭취하는 열량보다 콜라나 펩시와 같은 설탕음료로 섭취하는 열량이 두 배 이상 높다고 전했다. 이에 미국 정부는 푸드 스탬프 프로그램 수혜자가 비수혜자 보다 평균적으로 비만이나 당뇨병 발병률이 더 높아 국민건강을 우려하면서 푸드 스탬프 사용에 주의를 부탁했다.

미국 푸드 스탬프 개선방향

다수의 미국 경제 전문가들 또한 푸드 스탬프를 이용하여 저소득층의 건강한 식습관을 유도할 필요가 있다고 주장하고 있다. 이에 따라 미국 정부는 2014년 12월 15일 이후 약 5년 동안 영양보충보조프로그램(SNAP)의 하나로 식품 불안정 영양 장려책 프로그램(FINI)을 시범사업으로 진행할 예정이라고 밝혔다. 이로써 신선한 채소와 과일을 푸드 쿠폰으로 구매할 경우 할인 혜택이 적용되는 등 몸에 좋은 식품을 구매하는 데에 푸드 쿠폰을 사용하면 소비자들에게 다양한 혜택이 제공될 것이다. 최근 미국의 농산물 시장 또한 현금 대신 푸드 쿠폰을 받는 것이 승인되면서 푸드 스탬프 수혜자들은 현장에서 재배된 신선한 채소와 과일을 구매할 수 있게 되었다. 이는 미국 농산물 시장의 발달에도 기여함과 동시에 저소득층의 건강한 식습관을 지원하는데 큰 도움을 줄 것이라 예상된다. 이렇듯 최근 푸드 스탬프 수혜자를 위한 저렴하고 몸에 좋은 식품에 대한 관심이 급증함에 따라, 미국 정부와 농무부 또한 저소득층이 건강한 식습관을 형성할 수 있도록 2015년부터 만전의 노력을 기울일 것이라고 밝혔다.

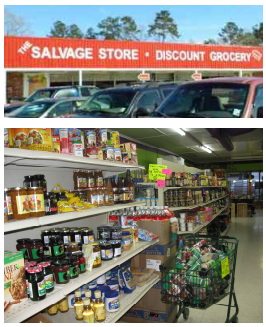
저렴한 안전식품의 답은 통조림?

그렇다면 저렴하면서도 건강한 식품에는 무엇이 있을까? 값비싼 신선과일이나 신선채소를 대체하는 과일 및 야채 통조림 제품이 대안으로 떠오르고 있다. 미시간 주립 대학교 연구 결과에 의하면 통조림 식품이 냉동식품과 신선식품보다 약 20% 저렴한 것으로 나타났다. 뿐만 아니라 통조림 식품을 소비하는 것은 사실상 신선 식품이나 냉동식품보다 안전할 수 있으며 미국 소비자들이 골고루 영양분을 섭취할 수 있게 돕는다는 연구 결과를 발표했다. 통조림 제품 제조 과정에서 고온으로 가열하기 때문에 식품 병원균 발생을 예방할 수 있기 때문이다.

〈 미국 대표 통조림 'Green Beans' 〉

		
제품명 : Fancy Cut Green Beans 브랜드 : DelMonte 용량 : 2.9 Kg 가격 : $3.97	제품명 : French Style Green Beans 브랜드 : Green Giant 용량 : 0.4 kg 가격 : $1.39	제품명 : French Style Green Beans 브랜드 : Libby's 용량 : 0.4 kg 가격 : $1.33

제공하는 지원 제도



- 초저가의 중고 할인점
Salvage Store

〈 미국 대표 과일 통조림 〉

		
제품명 : California Sliced Peaches 브랜드 : DelMonte 용량 : 3 kg 가격 : $5.98	제품명 : Yellow Cling Sliced Peaches 브랜드 : Dole 용량 : 0.4 Kg 가격 : $2.92	제품명 : Pitted Red Tart Cherries in Water 브랜드 : Oregon Fruit Products 용량 : 0.4 Kg 가격 : $3.48

채소나 과일 통조림과 같이 비교적 저렴하고 안전한 식품들에 대한 수요가 증가함에 따라 일반 매장보다 제품을 더 저렴하게 구입할 수 있는 중고 할인점인 일명 '샐비지스토어(Salvage Store)' 매장들이 소비자들 사이에서 인기를 얻고 있다. 본 매장에서는 찌그러진 캔 식품이나 유통기한이 지났거나, 얼마 남아있지 않은 포장식품을 매우 저렴하게 구입할 수 있다. 미국 경제가 불안정한 현 상황에서 미국 소비자들은 계속해서 저가의 안전식품 소비를 늘려나가고 있다. 이러한 트렌드를 반영하듯, 미국의 주요 식품업체들이 자사의 최저가 브랜드 상품들을 확대하고 있는 실정이며 통조림에 대한 소비량도 높은 수준을 유지하고 있는 것으로 나타났다.

국내 식품기업을 위한 Marketer's Guide

[POINT] 가격과 건강 두 마리 토끼를 잡아라!

미국의 경기 둔화가 계속됨에 따라 장기 경기침체 위험에 대한 우려의 목소리가 높아지고 있는 상황이다. 푸드 스탬프 신청자 수가 점점 늘어남에 따라 미국 식품시장에서는 가격과 건강을 모두 충족시키는 식품을 구매하는 트렌드가 형성되고 있다. 이로 인해 저렴하게 주요 영양분을 섭취할 수 있는 채소·과일 통조림 제품이 주목받기 시작했다. 이와 같은 트렌드를 반영하여 미국 식품시장 진출을 희망하는 국내 업체들은 미국의 통조림 시장을 공략해 보는 것은 어떨까. 혹은 간단하게 섭취하여 영양을 보충해주는 에너지 바(bar) 형태의 곡물 가공식품으로 진출해 보는 것도 추천한다. 특히 제품의 영양성분과 안전성을 강조하고 가격경쟁력까지 갖춘다면 미국 시장에서의 성공 확률을 높일 수 있을 것으로 기대된다.

*상기내용에는 편집자의 주관적인 의견이 포함되어 있습니다.

➢ 참고자료
· 46 Million On Food Stamps For 36 Months In A Row 2014.12.09
(http://www.breitbart.com/Big-Government/2014/12/09/Unbroken-46-Million-on-Food-Stamps-for-36-Months-In-a-Row)
· Record 1.05 million Illinois households on food stamps this Thanksgiving 2014.12.04
(http://madisonrecord.com/arguments/267753-record-1-05-million-illinois-households-on-food-stamps-this-thanksgiving)
· This New Federal Program Provides Better Food to Low-Income Individuals 2014.11.25
(http://nationswell.com/food-insecurity-nutrition-incentive-increases-snap-recipient-spending)
· Time To Stop Paying For Pepsi With Food Stamps 2014.11.21
(http://www.forbes.com/sites/peterubel/2014/11/21/time-to-stop-paying-for-pepsi-with-food-stamps)
· How Food Stamps Will Now Incentivize Healthy Eating 2014.11.16
(http://www.care2.com/causes/how-food-stamps-will-now-incentivize-healthy-eating.html)
· Can doubling down on food stamps boost nutrition? 2014.11.11
(http://www.cbsnews.com/news/can-doubling-down-on-food-stamps-boost-nutrition)
· Canned food ups fruit and vegetable intake 2014.03.22
(http://www.foodproductiondaily.com/Packaging/Canned-food-ups-fruit-and-vegetable-intake)

5) 이용 가능한 금액은 노숙인 기준 한 달에 200달러이지만, 소득수준과 가족 수에 따라 금액을 산정하기 때문에 가구마다 다름

발효식품을 재조명하기 시작한 미국 소비자들_테네시주

테네시주 식품 알레르기 대안은 발효식품

테네시(Tennessee)주 채터누가 지역신문은 미국 사회에서 거의 유행병처럼 번지고 있는 식품 알레르기에 대해 보도하면서 이를 예방할 수 있는 식품으로 발효식품을 재조명했다. 미국 질병통제예방센터(CDC)가 발표한 연구 자료에 의하면 약 10년 동안 어린이들 사이에 발병한 식품 알레르기 빈도수가 50%정도 증가했다고 한다. 연구원들은 미국의 식품 알레르기 환자가 약 1,500만 명이라고 추정했으며 땅콩 알레르기가 있는 쥐 실험을 통해 발효식품이 식품 알레르기를 치료할 수 있다는 사실을 밝혀 화재를 모으고 있다.

당뇨병 예방에 좋은 발효식품 : 요구르트

발효식품은 젖산균이나 효모 등 미생물의 발효 작용을 이용하여 만든 식품을 의미한다. 미생물의 종류, 식품의 재료에 따라 발효식품의 종류는 다양하다. 각기 독특한 특징과 풍미를 지닐 뿐 아니라 소화기능을 돕고 면역력을 높여주는 작용도 한다. 이러한 발효 음식은 오랜 경험을 통해 찾아낸 식품 가공 방법 중 하나로, 미국인들이 가장 많이 섭취하고 있는 대표 발효식품 종류로는 치즈나 요구르트 등의 유제품이다. 최근에는 발효 요구르트의 효능이 다수의 현지 매체를 통해 잇따라 보도되면서 아침 식사대용으로 요구르트를 섭취하는 미국 소비자들도 늘어나고 있는 추세이다. 특히 요구르트가 미국인들의 만성질환인 당뇨병에 효능이 있다는 연구결과를 미국 하버드대 공중보건학과 프랭크(Frank) 교수가 발표하면서 더욱 화제를 모으고 있다. 요구르트를 많이 섭취하는 사람일수록 제2형 당뇨병[6] 발병을 예방할 수 있다는 주장이다. 하루에 요구르트를 28g 섭취, 즉 두 스푼 정도 먹는 것으로 제2형 당뇨병 발병률을 18% 줄일 수 있는 것으로 확인됐다. 이와 같은 연구결과에 힘입어 내년 미국의 요구르트 시장은 더욱 성장할 수 있을 것으로 기대됨에 따라 현지 업체들은 더욱 더 건강하고 다양한 맛으로 소비자들을 사로잡을 예정이다.

〈 미국 대표 요구르트 〉

		
제품명 : Original Strawberry Banana Yogurt 브랜드 : Yoplait 용량 : 170 g 가격 : $0.69	제품명 : Greek Yogurt Blueberry Non-fat 브랜드 : Chobani 용량 : 150 g 가격 : $3.68	제품명 : Fruit on the Bottom Non-fat Strawberry Yogurt 브랜드 : Dannon 용량 : 150 g 가격 : $1.59

미국의 전통 발효식품 : 피클

발효식품이 2015년의 핫 트렌드로 떠오르면서 채소나 과일에 각종 향신료를 첨가하여 만든 서양식 소금(초) 절임 장아찌인 피클이 다시 인기를 끌고 있다. 한 계절이 지나도록 숙성시켜 놓는 다양한 종류의 피클들은 미국 레스토랑에서 쉽게 접할 수 있다. 특히 남부 지방에서 발달한 피클은 오랫동안 사랑받고 있는 미국의 대표 발효식품이다.

6) 인슐린의 기능이 떨어져 혈당이 높아지는 경우로 주로 40세 이후에 나타나고 비만한 사람에게 많이 나타남

미국 식품 시장에서 점차 피클에 대한 수요가 늘어나면서 그 종류도 이전보다 다양해지고 있다. 노란 고추를 식초에 절인 피클, 부드러운 선인장 잎으로 만든 피클, 옥수수 알맹이로 만든 피클 등 다양한 제품들이 출시되어 미국 소비자들의 입맛을 사로잡고 있다. 또한 최근에는 유튜브, 블로그, 트위터와 같은 다양한 소셜 네트워크를 통해 피클을 직접 만들 수 있는 조리법을 공유하면서 기호에 따라 '나만의 피클'을 만들어 먹는 트렌드가 자리 잡고 있다.

〈 미국의 다양한 피클제품 〉

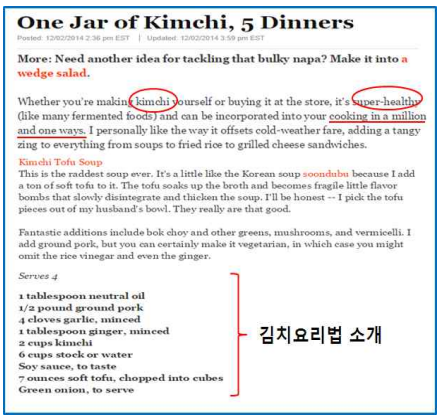
		
제품명 : Banana Pepper Rings 원재료 : 노란 고추 브랜드 : Mt. Olive 용량 : 340 g 가격 : $2.39	제품명 : Nopalitos Tender Cactus 원재료 : 선인장 잎 브랜드 : Dona Maria 용량 : 425 g 가격 : $3.15	제품명 : Corn Relish 원재료 : 옥수수 알맹이 브랜드 : Nance's 용량 : 270 g 가격 : $2.97

떠오르는 발효식품 : 한국산 김치

발효식품에 대한 소비자들의 관심이 증가함에 따라 한국의 대표 발효식품인 김치에 대한 관심도 따라 증가하고 있다. 미국 현지 언론매체에서 김치의 장점을 꾸준히 보도하기도 하며, 2013년에는 영부인인 미셸 오바마가 직접 담근 김치를 트위터에 게시하면서 김치에 대한 현지인의 관심과 구매력이 높아지고 있다. 인기를 증명하듯 한국산 김치가 2013년에만 169만 달러의 수출액을 기록하면서 수출 효자제품으로 자리 잡고 있다. 특히 교포시장에만 집중되어 있던 한국산 김치가 교포시장에서 벗어나 현지시장으로 진출하여 현지인들의 구매비율이 급격히 늘어나고 있는 점은 주목할 만하다. 실제로 코스트코(Costco), 홀푸드마켓(Whole Food Market), 트레이더스 조(Traders' Joe) 등의 현지 유명 대형마트들이 앞 다퉈 한국산 김치제품을 수입한바 있다. 그러나 아직까지 영어성분 표기나 현지인들의 입맛에 맞춘 덜 매운 김치 등의 개발이 이루어지지 못한 상황이다.

〈 미국에 진출해 있는 인기 한국산 김치 〉

		
제품명 : Sliced Cabbage Kimchi 브랜드 : Tobagi 용량 : 1.36 kg 가격 : $12.49	제품명 : Harvest Whole Cabbage Kimchi 브랜드 : Woldong 용량 : 1.36 kg 가격 : $16.99	제품명 : Cut Cabbage_Mat Kimchi 브랜드 : Chongga 용량 : 1 kg 가격 : $10.49



One Jar of Kimchi, 5 Dinners

Posted: 12/02/2014 2:36 pm EST | Updated: 12/02/2014 3:59 pm EST

More: Need another idea for tackling that bulky napa? Make it into a wedge salad.

Whether you're making kimchi yourself or buying it at the store, it's super-healthy (like many fermented foods) and can be incorporated into your cooking in a million and one ways. I personally like the way it offsets cold-weather fare, adding a tangy zing to everything from soups to fried rice to grilled cheese sandwiches.

Kimchi Tofu Soup

This is the raddest soup ever. It's a little like the Korean soup soondubu because I add a ton of soft tofu to it. The tofu soaks up the broth and becomes fragile little flavor bombs that slowly disintegrate and thicken the soup. I'll be honest -- I pick the tofu pieces out of my husband's bowl. They really are that good.

Fantastic additions include bok choy and other greens, mushrooms, and vermicelli. I add ground pork, but you can certainly make it vegetarian, in which case you might omit the rice vinegar and even the ginger.

Serves 4

1 tablespoon neutral oil
1/2 pound ground pork
4 cloves garlic, minced
1 tablespoon ginger, minced
2 cups kimchi
6 cups stock or water
Soy sauce, to taste
7 ounces soft tofu, chopped into cubes
Green onion, to serve

김치요리법 소개

김치를 구매하는 소비자들이 늘어나면서 최근 허핑턴 포스트(Huffington Post)에서는 김치를 활용한 다섯 가지 음식을 소개하였다.각각의 요리마다 레시피를 제시하여 미국인들이 직접 김치요리를 만들어 먹을 수 있도록 하였다. 미국인들의 입맛에 맞춰 두부, 잘게 썬 생(生)당근, 계란, 참기름과 김치를 비벼먹는 비빔밥과 김치 치즈 샌드위치, 김치라면, 김치볶음밥, 김치두부국 등을 '김치와 함께 먹는 맛있는 저녁요리' 라고 소개해 미국 주부들의 뜨거운 관심을 받았다.

〈 허핑턴 포스트가 소개한 '김치와 함께 먹는 맛있는 저녁 요리' 〉

〈김치비빔밥〉

〈김치치즈 샌드위치〉

〈김치볶음밥〉

〈김치두부국〉

국내 식품기업을 위한 Marketer's Guide

[POINT] 한국산 김치, 미국 소비자들에게 골라먹는 재미를 주자

최근 미국 소비자들의 건강한 식습관에 대한 욕구가 치솟으면서 2015년 식품 트렌드로 '발효식품'이 선정되었다. 미국 언론매체에서 2015년 트렌드로 발효식품을 언급할 때 빼놓지 않고 소개하는 식품이 바로 한국산 김치다. 이렇듯 한국산 김치가 프리미엄 건강식품으로 미국 소비자들의 이목을 사로잡으면서 對미국 수출량을 늘리고 있다. 하지만 한국산 김치 매출은 여전히 현지 한인교포마켓에 대한 의존도가 높다는 한계가 있다. 때문에 현지 소비자들을 고려한 보다 다양한 김치제품과 현지인들의 입맛에 맞춘 김치제품으로 진출하는 것을 추천한다. 미국은 국토도 넓고 인종도 다양한 국가인 만큼 하나의 제품일지라도 패키지나 맛에 다양성을 줘야할 것이다. 따라서 포장은 작게, 맛은 덜 매운 김치를 개발해 보기를 권한다. 더불어 피클 식감에 익숙한 현지인을 위해 아삭한 맛을 느낄 수 있는 깍두기와 오이소박이 등을 현지 취향에 맞춰 새롭게 출시하는 것도 좋은 진출 전략이 될 수 있을 것이다. 이 외에도 위생기준과 영어성분표기, 제품 디자인 등 라벨링 표기에 대한 개선도 적극적으로 이뤄진다면 미국에서 한국산 김치의 입지를 굳건히 할 수 있을 것으로 기대된다. 한국산 김치를 마케팅하면서 미국인들이 좋아하는 음식과 조화롭게 어우러지는 새로운 김치 요리법을 제시해 주는 것도 소비자들의 이목을 사로잡을 수 있는 효과적인 홍보 전략이 될 것이다.

*상기내용에는 편집자의 주관적인 의견이 포함되어 있습니다.

➢ 참고자료

· The National Restaurant Association and the Specialty Food Association predict that Greek yogurt will be out, but local, fresh food is definitely in for foodies in 2015. 2014.12.05. (http://associationsnow.com/2014/12/local-exotic-pickled-associations-share-2015-food-trends)
· One Jar of Kimchi, 5 Dinners 2014.12.05. (http://www.huffingtonpost.com/food-52/one-jar-of-kimchi-5-dinne_b_6255240.html)
· Probiotics: How to get beneficial bacteria into your diet 2014.11.30. (http://seattletimes.com/html/health/2025098493_probioticsnutritionxml.html)
· Yogurt Market in North America will Reach US$11.7 billion by 2019 2014.11.28 (http://globenewswire.com/news-release/2014/11/28/687097/10110237/en/Yogurt-Market-in-North-America-will-Reach-US-11-7-billion-by-2019.html)
· "요구르트 먹으면 당뇨병 막을 수 있다" (하버드大 연구) 2014.11.25 (http://nownews.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20141125601034)
· Wiping out food allergies with fermentation 2014.10.04. (http://www.nooga.com/167938/the-farm-stand-wiping-out-food-allergies-with-fermentation/)

미국시장 간보는 한국 양념장_워싱턴 D.C.

워싱턴D.C.에서 미국 전역까지, 핫 소스가 핫이슈

워싱턴(Washington)D.C.[7]의 소비자들은 계속해서 매운 음식을 찾고 있다. 워싱턴 거리를 지나가다 매운 음식점을 찾는 것은 더 이상 어려운 일이 아니다. 거리 매점에서 매운 맛의 샌드위치, 닭 날개 튀김, 마파두부 등의 다양한 매운 요리를 마음대로 즐길 수 있다. 이렇듯 워싱턴 소비자들의 매운 맛에 대한 갈증은 해소될 기미가 보이지 않는다.

〈 미국 워싱턴 주의 대표적인 매운 음식 〉

		
제품명 : Alarm Cruncher 가격 : $4.99	제품명 : Ghost Wings 가격 : $9	제품명 : Ma Po Tofu 가격 : $11.95

워싱턴 소재 식품 잡지회사인 하이브로우 매거진(Highbrow Magazine)에 따르면 미국 가정집에는 케첩 옆에 핫 소스가 항상 놓여있다고 한다. 계란, 베이컨, 커피와 함께 핫 소스는 미국인들의 필수 식품이라고 할 수 있다. 경제 불황 속에서도 미국 내 핫 소스 생산량은 지난 5년 동안 매년 3.6%씩 증가했다. 그중에서도 휘퐁푸드(Huy Fong Foods)社의 스리라차(Sriracha) 핫 소스 판매량이 2012년 기준 2천만 개를 기록하면서 시장 점유율 1위를 차지하고 있다. 글로벌 리서치기관인 아이비스월드(IBISWorld)의 통계 자료에 의하면 지난 10년 동안 미국에서 핫 소스 시장은 150%라는 놀라운 성장률을 기록했다.

〈 미국 인기 핫 소스 〉

		
제품명 : Hot Chilli Sauce 브랜드 : Sriracha 용량 : 480 g 가격 : $2.78	제품명 : Hot Sauce 브랜드 : Pico Pica 용량 : 200 g 가격 : $2.4	제품명 : Habanero Hot Sauce 브랜드 : Mezzetta California 용량 : 200 g 가격 : $2
		
제품명 : Hot Sauce 브랜드 : Texas Pete 용량 : 340 g 가격 : $2.78	제품명 : Buffalo Style Hot Sauce 브랜드 : TABASCO 용량 : 150 g 가격 : $2.96	제품명 : Hot Peri-Peri Sauce 브랜드 : Nando's 용량 : 130 g 가격 : $2.96

7) 워싱턴 D.C.(Washington, D.C., 문화어: 워싱톤)는 미국의 수도로, 정식 명칭은 컬럼비아 특별구(特別區, District of Columbia)임. 미국의 어느 50개 주에도 속하지 않는 독립된 행정 구역임

미국 소스시장 규모

2013년 미국 소스와 양념 제품의 소매시장규모는 약 56억 달러로 추정되었으며 2014년 성장세를 이어가 2015년에는 더욱 성장할 것으로 전망된다. 미국에서 일반적으로 소비되는 소스 종류로는 마요네즈, 케첩, 바비큐 소스, 핫 소스, 간장, 머스터드, 스테이크 소스 등이 있다. 유로모니터의 2013년 자료에 의하면 미국의 마요네즈 시장 규모는 연평균 20억 달러로 기록하고 있으며 케첩이 8억 달러, 간장이 7억 2천 5백 달러, 바비큐 소스가 6억 6천만 달러의 규모로 마요네즈 시장 규모를 빠른 속도로 따라잡고 있다. 이와 같은 규모는 미국의 소스와 양념 시장이 얼마나 큰 잠재력을 보유하고 있는지 알 수 있는 수치이다. 미국에서 예로부터 인기 있는 전통 소스로는 스테이크 소스인 헨리베인 소스(Henry Bain sauce), 치킨 소스인 멈보 소스(Mumbo sauce), 샐러드 소스인 싸우젠드 아일랜드 드레싱(Thousand Island Dressing)이 있다.

〈 미국 인기 소스 〉

		
제품명 : Henry Bain Sauce 브랜드 : Pendennis Club 용량 : 230 g 가격 : $7.99	제품명 : Mumbo Sauce 브랜드 : Argia B's 용량 : 510 g 가격 : $4.54	제품명 : Thousand Island Dressing 브랜드 : Kraft 용량 : 290 g 가격 : $2.29

아시아산 소스제품에 대해 수입 증가

커져가고 있는 미국 소스시장에서 색다른 맛을 원하는 소비자들의 니즈를 만족시키기 위해 미국은 다양한 국가로부터 소스를 수입하고 있다. 2014년 4월 기준으로 지난 1년 동안 미국은 아시아 국가로부터 총 2억 7,650만 달러 규모의 소스를 수입했으며 이중 2,040만 달러는 한국으로부터 수입하였다. 이는 전체 수입된 아시아산 소스의 7.4%를 차지하는 규모이다. 지난 2년 동안 미국은 한국산 소스를 수입하는 비중을 7.9% 정도 늘린 것으로 나타났으며 그 중에서도 생선액젓에 대한 수입 비중이 최근 1년 사이 20.6% 성장하면서 3,300만 달러 규모로 증가했다. 하지만 태국의 생선액젓이 여전히 생선 소스 시장점유율 1위를 차지하고 있다.

〈 미국 인기 생선 소스 〉

		
제품명 : Fish Sauce 브랜드 : Ka-Me 용량 : 200 g 가격 : $2.95	제품명 : Premium Fish Sauce 브랜드 : Thai Kitchen 용량 : 200 g 가격 : $3.68	제품명 : Nam Pla Fish Sauce 브랜드 : Roland All Natural 용량 : 500 g 가격 : $4.3

한국산 양념 미국시장 진출 초읽기

한편 미국이 아시아 시장에서 가장 많이 수입하고 있는 소스는 간장(Soy Sauce)인 것으로 나타났다. 간장은 아시아산 수입 소스 시장에서 36%의 점유율을 차지했으며 이어 생선액젓이 10%, 카레소스가 7%를 차지했다. 된장, 고추장, 고춧가루도 각각 아시아 수입 소스 시장에서 3%를 차지했다.

미국의 고추장 소스 시장에서는 한국산 고추장이 점유율 90%를 차지하면서 시장을 독식하고 있다. 한국산 고추장은 지난 5월 2013년 동월에 비해 26%에 달하는 성장률을 기록하면서 시장 장악력을 지속적으로 키워나가고 있다. 미국 된장 시장도 한국산 제품들이 주를 이루면서 수입 된장 시장의 40%를 점유하고 있는 것으로 나타났다. 한국의 바비큐 소스 또한 2013년 대비 400%의 성장률을 기록했는데 해외 브랜드의 한국 스타일 BBQ 소스가 생겨날 정도로 미국인들 사이에서 뜨거운 인기를 누리고 있다.

〈 미국에서 인기 있는 한국 스타일의 BBQ 소스 〉

		
제품명 : Korean BBQ Sauce 브랜드 : House of Tsang 용량 : 330 g 가격 : $3.48	제품명 : Korean Style Chicken BBQ Sauce 브랜드 : Haioreum 용량 : 960 g 가격 : $6.99	제품명 : Korean BBQ Sauce 브랜드 : Bibigo 용량 : 480 g 가격 : $4.52

국내 식품기업을 위한 Marketer's Guide

[POINT] 미국의 소스시장, 레드오션인가 블루오션인가

미국 소스시장은 매우 다양한 국가에서 다양한 상품을 수입하고 있다. 수입산 소스 외에도 현지에서 생산 판매하고 있는 소스 제품도 매우 다양하고 규모가 거대하기 때문에 기존의 대형 브랜드들과 맞서 싸우기 어려운 레드오션 시장이라고 판단 될 수도 있다. 그러나 최근 매운 음식에 대한 수요가 증가하면서 한국의 고추장, 고춧가루, 매콤달콤한 BBQ 소스들이 미국 소비자들 사이에서 인기를 끌고 있는 것으로 보아 한국 특유의 감칠 맛 나는 매운 양념장들로 진출한다면 한국 소스 제조회사들에게 미국은 블루오션 시장이 될 수 있을 것이다.

*상기내용에는 편집자의 주관적인 의견이 포함되어 있습니다.

➢ 참고자료

· Hungry for Spice: The Story of Hot Sauce in America 2014.12.05
(http://www.highbrowmagazine.com/4481-hungry-spice-story-hot-sauce-america)

· Hastings: Korean BBQ sauce catching on in U.S. 2014.12.02
(http://www.journalnow.com/home_food/columnists/michael_hastings/hastings-korean-bbq-sauce-catching-on-in-u-s/article_b20e75a0-30f1-51f0-a784-1a8f755942a7.html)

· aT GET 2014 미국편(US02) - 미국 소스시장 현황 2014.10.31
(http://www.kati.net/mag/selectMagBookView.do?menuCode=200&bbsid=1&articleseq=97832&pageIndex=1&searchCondition=&searchKeyword=)

· Five Spicy Dishes for a Sweltering Week in D.C. 2014.07.19
(http://www.washingtoncitypaper.com/blogs/youngandhungry/2014/06/19/five-spicy-dishes-for-a-sweltering-week-in-d-c)

2015년 미국식품시장 키워드는 바로, 훈제_펜실베니아주

펜실베이니아주 훈제 맥주 출시

입고 신는 것처럼 먹고 마시는 것도 유행을 탄다. 국제 시장조사기관 민텔(Mintel)社가 2014년 발표한 통계 자료에 의하면 미국 인구의 반 이상이 새로운 음식을 접하는데 있어서 본인이 모험가 스타일이라고 응답했으며 새로운 음식을 도전하는데 있어 거부반응이 전혀 없다고 밝혔다. 그 만큼 미국의 식품 시장은 다른 나라에 비해서 더 빠르고 새롭게 변화하고 있는 것을 알 수 있다. 최근 펜실베이니아(Pennsylvania) 주의 필라델피아(Philadelphia)지역에 위치한 양조장 '닥스트리트(Dock Street)'는 훈제 염소 뇌를 넣어 만든 이색 맥주 '워커(Walker)'를 출시해 화제를 모으고 있다. 워커는 훈제한 염소 뇌 이외에도 보리누룩, 귀리, 크랜베리 등이 첨가된 흑맥주로 스모키(smoky)한 맛이 특징이다. 훈제 맛 맥주의 등장은 필라델피아 내 훈제식품 열풍이 얼마나 대단한지 보여준다.

미국 식품공학회(IFT)의 식품잡지인 푸드테크놀로지(Food Technology)를 발간하는 담당자는 "전통적으로 고기와 관련된 맛인 훈제 맛(베이크 맛, 스모크 맛)이 이제 소다(soda)와 수제맥주, 알코올 음료에서도 맛 볼 수 있게 되었다."며 "앞으로 크랜베리와 꿀을 넣은 무알콜 음료에서도 오크 나무로 훈제한 맛을 더 많이 맛 볼 수 있을 것이다."라고 말하며 훈제 맛이 나는 식품의 인기를 예상했다.

미국 2015년 식품 키워드 : 훈제

미국의 유명 식품 전문가들도 2015년 식품 키워드로 훈제를 꼽았다. 슈퍼마켓구루닷컴(Supermarket Guru.com)의 최고경영자, 브랜드 개발회사 스털링라이스그룹(SRG), 시카고 트리뷴(Chicago Tribune) 등이 내년도 식품 트렌드로 훈제식품을 언급했다. 우리에게는 훈제오리, 훈제연어 등으로 친숙한 훈제 향과 맛이 내년 미국 식품시장에서 유행할 '핫' 트렌드로 꼽힌 것이다. 훈제는 나무를 태워 생기는 연기를 식품, 특히 육류나 어류에 쐬어 조리하는 방식으로 가공을 통해 맛과 향을 증진시키고 충분한 영양분과 수분을 섭취할 수 있게 돕는다. 현지 소비자들이 가장 많이 섭취하는 훈제 식품으로는 햄, 베이컨, 소시지 등이 있다.

< 미국 인기 훈제소시지 >

		
제품명 : Beef Summer Sausage 브랜드 : Hillshire Farm 용량 : 450 g 가격 : $3.98	제품명 : Summer Smoke Flavoring Sausage 브랜드 : Bridgford 용량 : 450 g 가격 : $4.48	제품명 : Turkey Smoked Sausage 브랜드 : Hillshire Farm 용량 : 370 g 가격 : $4.49

〈 미국 인기 훈제베이컨 〉

		
제품명 : Naturally Hardwood Smoked Bacon 브랜드 : Oscar Mayer 용량 : 450 g 가격 : $4.48	제품명 : Premium Applewood Smoked Bacon 브랜드 : Farmer John 용량 : 450 g 가격 : $10.49	제품명 : Naturally Hickory Smoked Bacon 브랜드 : Smithfield 용량 : 450 g 가격 : $7.15

훈제 소시지와 베이컨은 이전에도 미국 소비자들이 즐겨 섭취하던 식품 중 하나다. 2015년부터는 훈제 육가공식품 뿐 아니라 다양한 훈제 식품에 대한 소비 또한 증가 할 것이다. 훈제 식품에 대한 언론매체들의 보도가 계속되고 있기 때문이다.

2015년은 간식도 훈제

현재 미국에서 인기리에 판매되고 있는 훈제 간식으로는 '웨이트 와처스(Weight Watchers)' 치즈스틱이 있다. 이는 훈제 맛에 칼로리도 낮아 프리미엄 다이어트 식품으로 분류되어 인기를 얻고 있다. 외에도 단백질 함유량이 높은 훈제 육포 또한 미국 소비자들 사이에서 열광적인 반응을 얻고 있다.

〈 미국 인기 훈제간식 〉

		
제품명 : Natural Light Smoked Flavor String Cheese 브랜드 : Weight Watchers 용량 : 285 g 가격 : $4.59	제품명 : Smoked Cheese Ups 브랜드 : Wellaby's 용량 : 85 g 가격 : $2.85	제품명 : Smoked Almonds 브랜드 : Emerald 용량 : 260 g 가격 : $9.10
		
제품명 : Smoked Snack Sticks 브랜드 : Slim Jim 용량 : 8 g/28개 입 가격 : $4.98	제품명 : Teriyaki Beef Jerky Mega Pack 브랜드 : Jack Link's 용량 : 255 g 가격 : $11.98	제품명 : Hardwood Smoked Snack Sticks 브랜드 : Old Wisconsin 용량 : 340 g 가격 : $58.94

훈제 식품에 대한 인기가 가열되면서 맛있고 몸에 좋은 훈제 식품을 간식 대용으로 섭취하는 소비자들은 계속해서 늘어나고 있다. 이러한 트렌드를 미리 파악하고 훈제 식품 시장을 발 빠르게 점유하고자, 글로벌 식품 제조업체들은 훈제 맛이 나는 스낵, 초콜릿, 육포, 치즈, 음료 등을 출시하는 등 간식으로 섭취할 수 있는 다양한 형태의 훈제 식품을 개발하고 있는 추세다.

국내 식품기업을 위한 Marketer's Guide

[POINT] 한국식 훈제의 향과 맛을 개발하자

미국인들은 새로운 음식을 접하는 데에 거부감이 없고 오히려 색다른 맛을 찾아 나선다. 때문에 다양한 전 세계 음식들을 해외로부터 수입한다. 특히 일본과 태국음식과 같은 동양(oriental) 음식에 대한 관심이 급증함에 따라 독특한 훈제 향에 대해 주목하기 시작했다. 훈제식품이 2015년 미국 식품시장에서 키워드로 떠오름에 따라 기존에 섭취하던 훈제 소시지, 훈제치즈, 훈제 베이컨 등에 국한되었던 훈제 맛이 다양한 식품에 접목될 것으로 예상된다.

불량식품 대신 건강하고 맛있는 대체 간식을 찾고 있는 미국 소비자들이 늘어나고 있다. 때문에 육포나 치즈 등의 훈제 간식시장이 앞으로도 계속해서 성장할 수 있을 것으로 전망된다. 미국 식품 시장 진출을 기획하고 있는 국내 업체들은 이러한 훈제식품에 대한 수요를 눈여겨볼 필요가 있다. 앞서 한국산 바비큐 소스의 인기 급상승도 이러한 훈제 식품에 대한 수요 증가를 하나의 요인으로 들 수 있다. 그렇다면 국내업체들은 어떤 훈제식품으로 진출해 보는 것이 좋을까? 예를 들어 한국의 훈제 맛을 대표하는 불고기 소스는 훈제 맛을 갈구하는 미국인들의 니즈를 충족시킬 수 있을 것이다. 외에도 한국식 훈제계란도 다이어트 식품으로 홍보한다면 건강하고 맛있는 식품에 열광하는 미국 식품시장에서 주목받을 수 있을 것으로 사료된다. 이와 같이 한국식 훈제의 맛과 향을 다양한 품목에 적용시켜 개발한다면 미국시장에서 성공할 수 있는 또 하나의 전략제품이 될 수 있을 것이다.

*상기내용에는 편집자의 주관적인 의견이 포함되어 있습니다.

➢ 참고자료
· Get Ready for 2015 2014.12.11
(http://www.qualityassurancemag.com/qa1214-food-industry-trends-2015.aspx)
· Smoke All the Foods 2014.12.08
(http://www.heraldtimesonline.com/entertainment/parade/parade_food/smoke-all-the-foods/article_a58bb457-ebb9-52f8-8936-170f196f8527.html)
· Trend Watch 2015: Exotic Jerky 2014.12.01
(http://communitytable.com/353525/karinatimmel/trend-watch-2015-exotic-jerky/)
· Food Trends for 2015 - Find out Early 2014.11.25
(http://www.netnewsledger.com/2014/11/25/food-trends-for-2015-find-out-early/)
· Brewery launches smoked brain zombie beer 2014.03.25
(http://www.thedrinksbusiness.com/2014/03/brewery-launches-smoked-brain-zombie-beer/)

재활용에 아이디어를 더한 식품 패키징_뉴욕주

뉴욕은 쓰레기와 전쟁 중

매일 4만 톤의 쓰레기가 쏟아져 나와 처리에 곤혹을 겪고 있는 뉴욕시(New York City)가 오는 2017년까지 재활용량을 2배로 늘린다는 계획이다. 뉴욕시에 의하면 뉴욕 시민들은 1인당 매일 2.5㎏에 달하는 쓰레기를 배출하고 있다고 한다. 이는 미국 국민이 매일 1인당 배출하는 쓰레기양인 2㎏을 25%가량 상회하는 수치로 뉴욕은 미국 도시 중 쓰레기 배출량이 가장 많다. 뉴욕은 지난 2년부터 늦게나마 쓰레기 재활용 개선작업에 박차를 가하고 있다. 뉴욕시가 자체적으로 수거하는 쓰레기양 1만 1,200톤 중 재활용을 하는 비율은 현재 15%이고, 오는 2017년 30%까지 올릴 계획이다. 더불어 뉴욕시는 2013년 90개이던 음식물쓰레기 수거 프로그램 시행 학교 수를 1년 만에 300개로 늘리는 등 쓰레기 처리에 열을 올리고 있다. 2015년 7월부터는 음식점과 식료품점들도 음식물 쓰레기와 재활용 쓰레기를 분리해서 배출해야 한다는 주(州)법도 만들었다. 뉴욕이 이와 같이 쓰레기와의 전쟁을 선포하자 미국 내 식품 포장 업체들도 트렌드를 반영하여 재활용 포장지를 이용한 다양한 아이디어 패키징을 선보이고 있는 추세다.

친환경 패키징에 주목하는 미국

미국의 유명 포장 전문 보도매체 패키징 다이제스트(Packaging Digest)에 의하면 식품 패키징 산업은 환경을 보호하기 위해 사용하는 포장지의 양을 줄이는 등 다양한 시도를 하고 있는 추세라고 한다. 2014년만 보더라도 환경을 중시하는 포장형태인 바이오 패키징(Bio Packaging) 트렌드가 생겨날 정도로 환경 친화적인 제품들이 미국 시장에서 뜨거운 관심을 받고 있다. 앞으로도 이러한 친환경 패키징 트렌드는 계속될 것 이라고 해당 매체는 전망했다.

'2014-2018 글로벌 녹색 패키징 시장 보고서'에 의하면 세계 친환경 패키징 시장은 2013년과 2018년 사이에 연평균 7.1%씩 상승할 것이라 전망하고 있다. 보고서에서 언급한 '친환경 패키징'이라 함은 '재활용이 가능한 포장'을 의미한다. 종이, 플라스틱, 철, 유리 등과 같은 재활용 재료들을 이용하여 만든 패키징을 의미한다. 친환경 포장을 이용하는 가장 큰 장점 중 하나는 식품을 개봉하여 포장을 처분할 시에 일반적으로 배출되는 이산화탄소와 같은 유해 화학물질 배출을 대폭 줄일 수 있다는 점이다. 전 세계적으로 환경오염에 대한 경각심이 확산되면서 유해 화학물질 배출을 줄일 필요성이 대두되고 있는 상황이기 때문에 식품과 음료뿐 아니라 헬스케어와 생활용품 시장에서도 친환경 포장에 대한 관심이 급증하고 있는 추세다.

제품 구매 요인으로 작용할 수 있는 포장형태

포장 전문업체인 리퀴글라이드(Liquiglide)社가 미국 소비자들 1,000명을 대상으로 설문조사를 진행한 결과, 대부분의 미국 소비자들은 땅콩버터나 시럽과 같이 짜서 먹는 식품을 구매할 때 겉면이 끈적이지 않고 남김없이 안에 있는 내용물을 먹을 수 있게 해주는 포장을 중요하게 여긴다고 응답했다. 응답자 중 60%는 남은 내용물을 짜기 위해 3분 이상의 시간을 투자한 적이 있으며, 내용물이 조금이라도 남아있으면 새 제품을 뜯는 것이 망설여진다고 응답했다. 대부분의 응답자들은 남은 음식물을 짜내기 위해 다른 도구를 사용해 본적이 있다고 답했을 정도로 짜서 먹는 식품을 구매할 때 패키지를 중시하는 것으로 나타났다. 이에 해당 포장업체는 향후 미국 식품 시장에 진출할 때 재활용 포장도 중요하지만 안에 있는 음식물을 남김없이 짜주는 패키징이 제품을 선택하는 큰 요인으로 작용할 것이라고 밝혔다.

이렇듯 음식물 쓰레기를 최소화하고자 하는 미국 소비자들의 욕구를 반영하여 미국 내 식품 패키징 트렌드 또한 변화하고 있다. 전에는 두고두고 먹을 수 있는 대용량 식품을 많이 구매했던 반면에 이제는 먹을만큼만 구매할 수 있는 소포장 식품을 더 선호하고 있다. 메이플 시럽과 같은 경우에도 과거에는 떠서 먹을 수 있게 큰 병으로 포장하여 출시되었다면, 최근에는 조금씩 짜서 먹을 수 있게 소포장으로 변했다. 하단에 나와 있는 버터넛 마운틴 팜(Butternut Mountain Farm)社의 트렌드를 반영하여 변경한 메이플 시럽 제품의 포장 형태만 봐도 이를 한 눈에 알 수 있다.

〈 버터넛 마운틴 팜(Butternut Mountain Farm)社의 'Maple Syrup' 〉

미국 패키징 키워드는 편리성과 재활용

소포장 형태로의 패키징 변화는 간식 시장에서 뚜렷하게 나타난다. 일하느라 바쁜 미국인들이 어디서든지 식사대용으로 먹을 수 있는, 소용량 패키지의 휴대가 편리한 간식 제품들이 잇따라 출시되고 있기 때문이다. 미국인들은 간식을 싸서 필요할 때마다 꺼내 먹기 때문에 휴대의 용이성을 중요하게 생각한다. 특히 건강한 간식에 대한 수요가 늘어나면서 소량을 섭취해도 단백질과 비타민 등의 필수 영양분을 섭취할 수 있는 간식이 현지 소비자들에게 인기가 좋다.

이러한 트렌드를 반영한 제품으로는 오스카마이어(Oscar Mayer)社의 단백질이 풍부한 3가지 종류의 제품을 한 팩으로 먹을 수 있는 포터블프로틴팩(P3 Portable Protein Pack)과 레디팩푸드(Ready Pac Foods, Inc)社의 레디스넥스라인(Ready Snax line)이 있다. 외에도 유나이티드 데이어리(United Dairy)社는 플라스틱 성분이 낮은 패트(PET) 용기에 우유를 담아 신제품을 출시하고 테트라팍(Tetra Pak)社와 같은 포장업체는 용기가 재활용이 가능하다는 점을 겉면에 표시하는 등 재활용이 식품포장에도 점차 중요해지는 분위기가 형성되고 있다.

〈 편리성과 재활용을 강조한 제품들 〉

			
P3 Portable Protein Pack	Ready Snax line	Vitamin D Milk	Tetra Pak社의 재활용을 강조한 포장

디자인도 중요한 패키징

물론 재활용 및 친환경 패키징이 중요하지만, 수많은 제품들을 나열해 놓은 슈퍼마켓들의 간판 대에서 소비자들의 눈길을 사로잡기 위해서는 다른 무언가, 바로 눈에 띄는 아이디어가 있는 패키징이 필요하다. 미국 소비자들이 선호하는 식품포장의 특성으로는 순서대로 용이한 보관, 휴대성, 일인용, 알레르기 유발물질 미포함, 재 밀폐 가능, 친환경적, 읽기 쉬운 영양성분 표기, 열기 쉬운 패키징을 꼽을 수 있다. 또한 최근 미국 소비자들은 익숙하면서도 독특한 아이디어 패키징 식품에 주목하고 있는 추세이다. 이렇듯 미국 소비자들이 원하는 패키징 요소들이 매우 다양하기 때문에 모든 요구사항을 충족시키지 못한다면 다른 제품들과 차별화된 패키징으로 승부해야 할 것이다.

국내 식품기업을 위한 Marketer's Guide

[POINT] 재활용이 가능한 아이디어 식품 패키징이 대세

미국에서는 최근 재활용이 가능한 식품 포장의 필요성이 대두되면서 이에 맞춰 포장 용기가 변화하고 있다. 특히 사용하기 편리하면서도 친환경적인 아이디어 상품이 미국 소비자들 사이에서 인기를 끌고 있다. 따라서 미국 식품 시장 진출을 기획하고 있는 국내 업체들은 제품의 내용물 외에도 포장에 신경을 쓴다면 다른 제품과의 차별성을 확보할 수 있을 것으로 기대된다. 미국에서 쓰레기 문제가 붉어지면서 수입식품의 패키징 재활용 가능여부도 주목을 받고 있다. 따라서 사전에 미국 식품포장 트렌드를 반영하여 패키징과 내용물의 품질 모두를 만족 시킬 수 있는 제품으로 미국 시장에 진출하는 것은 어떨까.

*상기내용에는 편집자의 주관적인 의견이 포함되어 있습니다.

➢ 참고자료

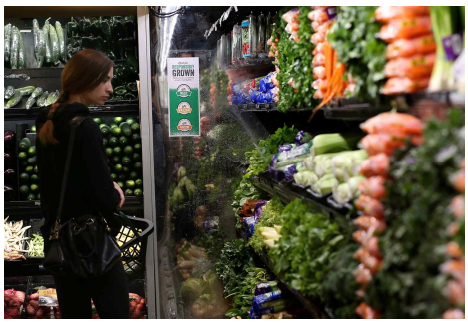
· Food Labeling Liability: Continuing to Grow 2014.12.16
(http://www.foodsafetymagazine.com/enewsletter/food-labeling-liability-continuing-to-grow)
· Can Grocery Stores Change the Narrative on Food Waste? 2014.12.15
(http://nationswell.com/how-grocery-stores-can-reduce-food-waste)
· Year in review: New packages from 2014. 2014.12.11
(http://www.foodandbeveragepackaging.com/articles/87505-year-in-review-new-packages-from-2014)
· 4 leading plant-based packages 2014.11.26
(http://www.packagingdigest.com/sustainable-packaging/4-leading-plant-based-packages)
· Liquiglide:Consumers switch brands for packaging that isn't sticky 2014.11.24
(http://www.foodproductiondaily.com/Innovations/LiquiGlide-packaging-that-isn-t-sticky)
· Study debunks manufacturer fears labeling added sugar would confuse consumers 2014.11.19
(http://www.foodnavigator-usa.com/Manufacturers/Study-debunks-fears-added-sugar-on-Nutrition-Facts-confuses-consumers)
· Snack food packages play the game to win consumers over 2014.11.13
(http://www.foodandbeveragepackaging.com/articles/87443-snack-food-packages-play-the-game-to-win-consumers-over)

미국 유기농 시장에서도 한류 바람 불까_텍사스주

미국 전역으로 뻗어 나가고 있는 텍사스주의 유기농 식품 전문점

미국 소비자들 사이에서 웰빙 바람이 거세게 불면서 유기농 식품의 인기도 식을 줄 모르고 있다. 특히 텍사스(Texas)주를 중심으로 유기농 식품 전문점들이 빠르게 발달하고 있다. 오늘날 유기농 식품만을 취급하는 전문 매장이 텍사스 주에만 80개가 넘는 것을 알 수 있다. 그 중에서도 1980년 텍사스 오스틴에 최초로 설립된 홀 푸드 마켓(Whole Foods Market)은 유기농 식품을 미국 식품시장에서 주류로 끌어 올리는데 결정적인 역할을 한 매장이다. 프리미엄 유기농 식품 전문점 홀푸드(Whole Foods)는 현재 미국과 캐나다, 영국 등에 387개의 매장을 갖고 있는 대형 슈퍼마켓 체인으로 성장했다.

- Whole Foods Market社 주가



미국 내 유기농 식품 시장 동향

미국 유기농 제품들의 품질 관리와 유통을 총괄하고 있는 미국 유기협회(Organic Trade Association)의 조사에 따르면 미국인 소비자들 사이에서 선풍적인 인기를 누리고 있는 유기농 식품이 앞으로도 꾸준히 성장세를 보일 것이라 한다. 실제로 미국 내 유기농 식품에 대한 수요는 매년 두 자리 수의 상승률을 보이고 있다. 미국 농무부 자료에 의하면 작년 미국 식품 총 소비액은 7천 6백억 달러로 이중 유기농 식품 소비가 323억 달러를 차지했다. 총 식품 소비액에 비하면 작은 비중이지만 전년도에 비해서는 대폭 상승한 것으로 나타나 유기농 식품 시장의 성장 가능성에 주목하고 있다. 그러나 아직까지는 유기농 식품과 신선 농산품의 가격대가 높은 편이기 때문에 중상층이나 고소득층 위주로 소비되고 있어 소비 계층을 넓히고자 하는 다양한 움직임 나타나고 있다.

미국 내 유기농 식품 브랜드가 계속해서 늘어남에 따라 유기농 시장에서 제품 경쟁이 점점 치열해지고 있다. 이에 따라 높게만 책정되었던 유기농 식품 가격도 천천히 내려가고 있다.

〈 미국 인기 유기농 밀가루 제품 〉

		
제품명 : Better for Bread Flour 브랜드 : Gold Medal 용량 : 2.3 kg 가격 : $3.42	제품명 : Dark Rye Flour 브랜드 : Bob's Red Mill 용량 : 623 g (pack of 4) 가격 : $12.37	제품명 : Whole Wheat Flour 브랜드 : King Arthur Flour 용량 : 2.3 kg (pack of 6) 가격 : $49.60

〈 미국 인기 유기농 시리얼 제품 〉

		
제품명 : Mighty Oats Blueberry & Cinnamon Instant Super Cereal 브랜드 : Little Duck Organics 용량 : 51 g 가격 : $35.92	제품명 : Heritage Flakes Cereal 브랜드 : Nature's Path Organic 용량 : 375 g 가격 : $27.88	제품명 : Cinnamon Crunch Cereal 브랜드 : Cascadian Farm Organic 용량 : 260 g 가격 : $3

유기농 식품 바람이 계속되면서 미국 전체 가정의 약 90%가 아침식사용으로 먹는 시리얼에서부터 즐겨먹는 밀가루 제품도 '유기농(Organic)'이 대세다. 유기농 시리얼의 경우에는 블루베리와 시나몬이 함유되어 있는 제품들을 쉽게 찾아볼 수 있다. 미국에서는 맛뿐만 아니라 몸에도 좋은 블루베리 열풍이 불면서 블루베리가 함유되어 있는 유기농 제품들이 현지 소비자들 사이에서 특히나 인기가 좋은 것으로 나타났다.

미국 유기농 식품 시장, 두부가 뜬다

또한 건강과 다이어트는 물론 맛도 좋은 유기농 두부가 뜨거운 인기를 얻고 있다. 미국인들은 콩을 원료로 한 식품(Soy-based foods)이 비만을 줄일 수 있다고 여기고 있다. 미국 식품의약국(FDA) 또한 매일 25g의 콩 단백질을 섭취하면 관상동맥심장 질환을 예방할 수 있다고 발표하여 콩의 우수성을 알린 바 있다. 이렇듯 콩에 대한 기능이 부각되면서 최근 콩으로 만든 다양한 유기농 두부 제품들에 대한 수요가 늘고 있는 추세다.

미국 두부시장에서 인기를 얻고 있는 제품으로 나소야(Nasoya), 하우스 푸드(House foods), 모리누(Mori-Nu) 그리고 와일드우드(Wildwood)가 있으며 대부분의 제품은 Non GMO[8]와 글루텐[9] 프리(Gluten Gree)라는 점을 강조하고 있다. 이러한 유기농 두부 제품은 대부분 유기농 마켓이나 온라인 마켓 그리고 아시안 마켓에서 판매되고 있다.

〈 미국 인기 두부 제품 〉

		
제품명 : Silken Tofu 브랜드 : Mori-Nu 용량 : 350 g 가격 : $1.9	제품명 : Organic Extra Firm Tofu 브랜드 : Nasoya 용량 : 400 g 가격 : $2.99	제품명 : Organic Tofu Firm 브랜드 : House Foods 용량 : 400 g 가격 : $1.4

8) GMO(Genetically Modified Organism]) : 유전자 변형 농산물
9) 글루텐(Gluten) : 보리, 밀 등의 곡류에 존재하는 불용성 단백질

미국에서의 한국산 유기농 식품 성장 가능성

- 미국 유기농식품 인증마크

- 한국 유기농식품 인증마크

풀무원은 1991년 미국 교민을 대상으로 프리미엄 두부를 소개하는데 성공하였다. 풀무원은 LA에 첫 두부공장을 세운 데 이어 2002년에는 뉴욕에, 2003년에는 LA에 제2, 제3 두부 공장을 건설했고 미국의 콩 가공 식품 제조회사인 '와일드우드 내추럴 푸드(Wildwood Natural Foods)'를 인수하는 쾌거를 이루기도 했다. 풀무원은 여기서 멈추지 않고 미국 두부 시장의 무한한 가능성을 보고 두부로 만든 햄버거 고기나 파스타 등 미국 시장 트렌드를 반영한 제품들로 사업을 확대해 나가고 있다.

한국 기업들의 미국 유기농 식품 시장 진출 성공기는 풀무원에서 그치지 않을 것으로 전망된다. 최근 미국과 한국은 상대국의 유기가공식품 인증을 서로 인정해 주기 위한 유기농 협정을 2014년 7월 1일에 맺었다. 협정에 따라 국내 사업자가 가공식품의 95%를 유기농 원료로 만들고 정부로부터 유기농 인증을 받으면, 미국 농무부(USDA)의 유기농 인증 로고를 부착하고 수출할 수 있게 됐다. 이에 따라 양국에서 유기농 인증을 받은 가공식품은 상대국 규정에 따른 인증을 별도로 받지 않고도 유기농 식품으로 표시해 수출입을 할 수 있게 됐다. 이로써 국내 식품회사들은 미국에서 유기농 인증을 받느라 별도로 들여야 했던 비용과 시간을 크게 줄이고 미국 유기농 시장에서의 성공 가능성을 높일 수 있을 것으로 기대되고 있다.

국내 식품기업을 위한 Marketer's Guide

[POINT] 한국산 유기농식품 경쟁력을 확보해야할 때

미국에서의 유기농식품 열풍은 사실 최근 생겨난 핫 트렌드는 아니다. 유기농 식품은 꽤 오랜 기간 안정적으로 미국 식품 시장에서 그 영향력을 키워왔다. 특히 유기농 식품 시장이 성장함에 따라 수많은 유기농 브랜드들이 생겨나면서 제조과정 때문에 높기만 했던 유기농 식품 가격도 내려가고 있는 추세다. 따라서 프리미엄 유기농 식품으로 제품의 컨셉을 잡는 것 보다, 가격 경쟁력을 갖추고 동양을 대표하는 이미지의 유기농 식품으로 미국 시장을 공략하는 것이 좋을 것으로 판단된다. 미국은 다인종 국가인 만큼 다른 어느 국가보다 에스닉 마켓이 잘 발달되었기 때문에 이러한 시장 특성을 사전에 파악하여 진출 전략을 수립하는 것이 좋을 것으로 사료된다.

*상기내용에는 편집자의 주관적인 의견이 포함되어 있습니다.

➢ 참고자료
· 미국 글루텐 프리 바람타고 '두부'가 뜬다 2014.12.02
(http://realfoods.heraldcorp.com/realfoods/view.php?ud=20141201000342&sec=01-75-04&jeh=0&pos=)
· Whole Foods is the most beautiful place in America 2014.11.26
(http://www.washingtonpost.com/posteverything/wp/2014/11/26/whole-foods-is-the-most-beautiful-place-in-america)
· 풀무원, 유기농식품 미국에서 빛 보나 2014.07.08
(http://www.businesspost.co.kr/news/articleView.html?idxno=2954)
· Importing Organic Products from Korea 2014.07.01
(http://www.ams.usda.gov/AMSv1.0/getfile?dDocName=STELPRDC5108191)
· [상생!기업]②착한기업 '홀푸드'의 성공 법칙 2014.05.27
(http://www.bizwatch.co.kr/pages/view.php?uid=7371l)
· Can Wal-Mart Really Make Organic Food Cheap For Everyone? 2014.04.19
(http://www.wbur.org/npr/304205632/can-wal-mart-really-make-organic-food-cheap-for-everyone)
· 텍사스 내 유기농식품 전문 매장 리스트
(http://www.organicstorelocator.com/all-texas.html)

에스닉 식품의 새로운 창구로 떠오른 온라인 식료품점_캘리포니아주

캘리포니아주 온라인 식료품점 확산

바쁜 현대 미국인들을 위해 쇼핑을 대신 해주는 온라인 쇼핑몰이 캘리포니아(California)주를 중심으로 확산되고 있다. 샌디에이고(San Diego)의 온라인 식료품점인 본스(Vons)는 인터넷으로 주문한 식료품을 직접 집에 배달해주는 컨셉으로 진출하여 4년 동안 인기몰이 중이다. 최근 아마존(Amazon)社에서도 이를 따라 프라임 프레쉬(Prime Fresh)와 인보이(Envoy)라는 온라인 식료품점을 오픈하여 캘리포니아주를 중심으로 운영하고 있다.

바쁜 삶에 지친 미국인들은 멤버십 비용과 배달 비용 등의 추가 비용에도 불구하고 온라인을 통해 다수의 매장에서 한 번에 다양한 식품을 구매할 수 있다는 점에서 온라인 식료품 매장들을 활발하게 이용하고 있다. 특히 아마존社가 오픈한 온라인 식료품점의 경우 기존에 구매했던 식품 정보와 작성된 소비자의 프로필을 바탕으로 소비자가 구매할 가능성이 높은 식품 내역을 주기적으로 업데이트해주는 기능을 선보여 소비자들의 인기를 얻고 있다. 온라인 식품쇼핑몰 덕분에 소비자들은 온라인을 통해서 간편하게 다양한 식료품점을 둘러보고 최적의 가격으로 제품을 빠르게 구매할 수 있으며, 모든 식료품을 2시간 내로 받아볼 수 있어 신선하게 이용 가능하다.

〈 Envoy의 모바일 이용 이미지 〉

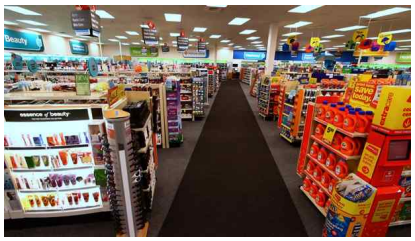
미국 식료품점, 사상 최대의 경쟁시대

이에 미국의 식료품점들 사이에서 서로 고객을 유치하기 위한 경쟁이 더욱 가열되고 있다. 미국의 스타 식품 전문가인 제프 메츠거(Jeff Metzger)에 의하면 지난 12년 동안 미국의 전통 슈퍼마켓들이 다방면으로 발전하여 오늘 날 다양한 형태의 유통매장을 통하여 식료품이 판매되고 있다고 한다. 월마트(Walmart)와 타게트(Target) 같은 대형 슈퍼마켓, 샘스클럽(Sam's Club)과 코스트코(Costco) 같은 창고형 식료품점, 월그린스(Walgreens)와 같은 드럭스토어, 쉬츠(Sheetz)와 같은 편의점 등에서 다양하게 판매되고 있다. 미국 소비자들은 이제 어디에서나 식품을 구매할 수 있으며 선택 사항이 너무 많다. 때문에 식품 소매유통업체들 간의 차별화 경쟁은 더욱 치열해지고 있으며 업체별로 차별점과 전문성을 가장 잘 어필할 수 있는 전략수립을 할 필요성이 더욱더 부각되고 있다.

〈 미국 식품 소매유통업체 유형별 매장사진 〉

대형슈퍼마켓

창고형 식료품점



드럭스토어

편의점

새롭게 떠오르는 온라인 식료품점

식료품 소매유통 경쟁이 치열해지면서 온라인 식료품점 경쟁 또한 가열되고 있다. 2014년 집계된 통계 자료에 의하면 온라인을 통한 식료품 소비는 전체 식료품 소비 시장의 4% 정도를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 오늘날 릴레이 푸드(Relay Foods), 프레쉬 다이렉트(Fresh Direct), 도어투도어 오가닉(Door-to-Door Organics) 등의 온라인 식료품 매장이 미국 소비자들 사이에서 주요 소비처로 자리 잡고 있다. 이와 같은 인기로 비추어 보아 미국의 온라인을 통한 식품 매출은 10년 뒤인 2023년에는 총 식품판매 시장의 20%를 차지할 것으로 추정되고 있다. 컨설팅 회사인 에이티 커니(AT Kearney)社는 현재 약 68억 달러 규모로 집계되는 온라인 식품시장이 2017년까지 110억 달러로 빠른 성장을 보일 것이라 전망했다. 올해 1분기 동안 매출 증가 폭이 가장 컸던 온라인 구매 분야는 식품 및 음료 분야로 약 15%의 증가를 기록했다.

온라인 식료품점, 에스닉 식품의 창구되나

식품의 소매유통 산업은 계속해서 확대되고 있는 반면, 슈퍼마켓들이 제공하고 있는 식품 다양성에는 한계가 나타나고 있다. 마케팅 회사인 로얄티원(LoyaltyOne)社의 설문조사에 따르면 미국의 에스닉[10] 식품 소비자들 중 63%가 식료품점에서 에스닉 식품이나 재료를 구매하기 어렵다고 불평했다. 미국 인구의 반 이상이 에스닉 푸드의 소비자인데 이들 중 59%가 에스닉 식품을 구매하기 위해서는 두 개 이상의 식료품점을 방문하거나 에스닉 식품 전문매장을 찾아나서야 했다고 응답했다.

10) 'ethnic'은 '민족'을 뜻하는 영어 단어로 특히 마이너리티(minority), 즉 소수 민족을 가리킴. 에스닉 푸드는 ethnic단어에서 파생되었으며 주류인 백인이 즐겨 먹는 음식을 뺀 멕시코·남미·아시아·아프리카 음식 등을 통틀어 에스닉 푸드라고 칭함

평소 에스닉 푸드를 즐겨 먹지 않는 미국의 백인 소비자들 중 65%도 재료를 쉽게 구할 수만 있다면 에스닉 음식을 요리해 볼 의향이 있다고 응답할 정도로 에스닉 식품시장의 잠재력은 크다. 국제 시장조사기관 민텔(Mintel)社에 의하면 미국 일반 가정에서 전통적인 에스닉 식품을 더 이상 아류가 아닌 주류 음식으로 차츰 인식하기 시작했기 때문에 에스닉 푸드시장은 앞으로도 계속해서 성장할 것이라고 전망했다. 그러나 모든 에스닉 식품들을 일반 슈퍼마켓 진열대에 제공하는 것은 한계가 있다. 특히 미국 전역에 분포되어 있는 모든 식료품점들에 에스닉 식품을 다 진열하는 것은 비현실적이다. 또한 이미 수천 개의 식품을 판매하고 있는 매장에 에스닉 식품을 새롭게 소개하는 것은 쉬운 일이 아니다.

이에 따라 일반 식료품점을 대신하여 온라인 식료품점들을 통해 에스닉 식품을 구매하는 소비자가 점차 늘어나고 있다. 숨어있는 에스닉 매장을 찾아나서는 것보다 한 군데의 온라인 매장을 방문하여 에스닉 식품을 구매하는 것이 훨씬 쉽고 간편하기 때문이다. 미국 소비자들은 아마존닷컴(Amazon.com)과 같은 온라인 식품 구매 사이트를 이용하여 다양한 에스닉 요리에 사용되는 원료를 간편하게 구매하고 있는 추세다.

국내 식품기업을 위한 Marketer's Guide

[POINT] 유통동향을 살펴 미국 온라인 식품 시장을 공략하자

미국 식품유통산업 경쟁이 치열해짐에 따라 오프라인 식품 시장에서 온라인 시장 경쟁으로 옮겨가고 있는 추세다. 아직까지는 가족단위로 평균 한 달에 한두 번 대형슈퍼마켓에서 식품을 구매하고 틈틈이 가까운 편의점 등을 이용하여 추가 식품을 구매하는 소비자들이 더 많다. 하지만 모바일 사용이 보편화되고 식품 배달 시간도 단축됨에 따라 빠르고 간편하게 식품을 구매할 수 있는 온라인 식품 시장을 찾는 소비자들이 늘고 있다. 특히 미국의 일반 슈퍼마켓에서 쉽게 구매하기 어려운 향신료나 에스닉 식품의 경우, 온라인 구매가 이러한 문제점을 해결해 줄 수 있을 것으로 기대되고 있다. 따라서 에스닉 식품으로 분류되는 한국 식품 또한 이전보다 적극적으로 온라인 식료품점을 공략한다면 미국 시장에서의 성공 기회를 높일 수 있을 것으로 사료된다.

*상기내용에는 편집자의 주관적인 의견이 포함되어 있습니다.

➢ 참고자료

· Supermarkets may be missing a huge opportunity 2014.12.17
(http://theweek.com/article/index/273528/supermarkets-may-be-missing-a-huge-opportunity)
· Grocery stores seek ways to stand out 2014.12.13
(http://readingeagle.com/ap/article/grocery-stores-seek-ways-to-stand-out)
· Online shopping offers grocers "exciting potential" with double-digit sales growth 2014.12.05
(http://www.foodnavigator-usa.com/Markets/Online-shopping-offers-grocers-potential-double-digit-sales-growth)
· 79% of retailers will start in the capital 2014.11.21
(http://www.retail.ru/news/84983)
· Online grocery sales set to increase 2014.10.13
(http://www.thepacker.com/fruit-vegetable-news/Online-grocery-sales-set-to-increase-279020791.html)

미국, 이제는 탄산음료 대신 건강음료 찾는다_캘리포니아주

캘리포니아주 버클리시 탄산음료세 최초 도입

세계에서 가장 '뚱뚱한' 나라라고 불리는 미국은 지금 '비만과의 전쟁'에 한창이다. 최근 미국 캘리포니아(California)주 버클리시((Berkeley City)는 탄산음료에 세금을 붙이는 '탄산음료세' 제도를 도입했다. 미국에서는 처음으로 설탕이 많이 들어간 음료 소비를 줄이기 위해 코카콜라 등의 미국인들이 좋아하는 탄산음료에 세금을 부과할 예정이다. 버클리시는 과거에도 미국 최초로 공립학교 급식 정책 개정, 식당에서의 금연 제도를 도입하는 등 미국 내 식품 정책 트렌드를 선도하고 있는 도시로 유명하다. 이번에도 버클리시가 앞장서 내년부터 판매되는 모든 탄산음료에 1온스(oz)[11]당 1센트의 세금을 부과할 예정이다. 이에 다른 도시들도 잇따라 이와 같은 탄산음료세 제도를 도입하게 될 것으로 예측하고 있다. 현재 탄산음료세를 추진하는 곳은 뉴욕시를 포함해 30개 도시에 달한다. 한편, 탄산음료세로 인해 미국의 음료시장은 희비가 교차하고 있다. 코카콜라를 포함한 미국의 대형 탄산음료 제조업체들은 비상이 걸린 반면에, 몸에 좋은 음료 제품이 속속들이 등장하면서 건강음료 시장은 천천히 성장하고 있는 추세다.

탄산수 시대

설탕이 포함된 탄산음료가 어린이와 청소년의 비만을 부추기는데다 제2형 당뇨병의 주요 원인으로까지 밝혀지면서 이제 미국에서는 탄산음료 대신 당분과 칼로리가 없는 탄산수를 사 먹는 것이 인기다. 미국 식당에서도 생수 대신 탄산수를 제공하는 경우가 크게 늘어나면서 탄산수가 보편화되고 있는 추세이다. 이와 같은 트렌드를 반영하여 일반물을 탄산수로 바로 만들어 먹을 수 있는 기계인 소다스트림(SodaStream)이 출시되어 집에서도 쉽게 탄산수를 먹을 수 있게 되었다. 미국은 탄산수를 낱개로 구매하기보다 대량으로 보다 저렴하게 구매해서 섭취하는 경우가 많다. 하지만 아직까지는 탄산수 보다 달고 톡 쏘는 탄산음료의 섭취가 더 보편화되어 있다. 따라서 앞으로 탄산수 시장이 탄산음료세가 도입된 후에는 얼마나 더 성장할 수 있을지는 미지수다.

〈 미국 대표 탄산수 〉

		
브랜드 : Gerolsteiner 용량 : 0.3 ℓ 가격 : $1.2	브랜드 : Topo Chico 용량 : 1.5 ℓ 가격 : $2	브랜드 : Perrier 용량 : 0.7 ℓ 가격 : $2.6

건강 음료에 대한 관심 증가

현재 미국 음료시장 트렌드를 주도했던 탄산음료가 탄산음료세 등을 이유로 현지 소비자들 사이에서 그 입지가 좁혀지고 있는 시점에서 이를 대신할 새로운 음료 발굴이 시급하다. 특히 건강에 대한 미국 소비자들의 관심이 증가하면서 건강음료에 대한 관심도 뜨겁다. 한국의 건강음료 제조회사 오케이에프(OKF)社는 국내보다 해외에서 더 유명한 토종한국 기업이다. 전 세계 150여 개국에 약 550여 가지의 음료를 생산해 수출하고 있다.

11) 1온스(oz) = 28.3495g

한국 음료제조회사의 미국 진출성공 사례

1990년 설립된 OKF社는 '한국을 대표할 만한 상품을 수출해보자'는 취지 아래 유자차, 인삼음료 등을 수출하기 시작했다. 처음 수출량은 미미했으나 끊임없는 연구개발 노력으로 1990년대 후반 알로에 주스 등 몸에 좋은 건강음료를 출시하면서 미국 소비자들의 입맛을 사로잡아 왔다. 덕분에 매출이 급성장해 2013년에는 히든 챔피언기업으로 선정되기도 했다.

OKF社가 미국 음료시장에서 성공을 거둘 수 있었던 이유는 바로 끊임없이 연구하는 자세이다. OKF社는 디자인, 마케팅, 바이어, 연구소 팀 등 모든 사원이 재품개발을 위한 아이디어를 제시하고 있다. 덕분에 약 550여개의 상품을 개발 및 생산하고 있다. 미국 진출 당시 오렌지 주스와 같이 이미 포화상태인 제품과 경쟁하기 위해서는 새로운 제품이 필요했다. 그래서 개발한 상품이 알로에 코코넛 등의 상품들이다. OKF社는 전 세계 알로에 음료 시장의 80%를 장악하고 있다. 현재 미 FDA가 인정하는 해외연구소와 연구 제휴를 맺고 있고, 수출전문공장에는 자체 연구소도 있다.

OKF™
Premium Health Beverage

현지 기능성 음료 동향

탄산음료를 대체하는 건강음료로 차(茶)음료의 인기 또한 높다. 2013년 미국의 즉석 차 음료 매출은 48억 달러를 기록했으며 최근 차에 대한 효능이 과학적으로 입증되면서 건강 기호음료로서 새롭게 각광받고 있다. 미국 차(茶) 협회에 의하면 미국에서 소비되는 차의 85%는 차게 마시는 아이스티(Ice Tea)라고 밝혔다. 특히 미국의 탄산음료에 대한 수요가 급격히 감소하면서 탄산음료 시장은 지난 8년 동안 연속적으로 감소세를 보이고 있다. 이에 탄산음료를 대체할 수 있는 가장 적합한 제품으로 아이스티가 선정되었다. 미국 가정에서는 아이스티를 쉽게 먹을 수 있는 인스턴트 제품을 쉽게 찾아 볼 수 있는데 아침에 레몬 아이스티를 먹고 건강한 하루를 시작하는 것이 최근 미국인들 사이에서 유행처럼 번지고 있다. 특히 미국 어린이들 사이에서 탄산음료 대신 아이스티를 만들어 먹는 것이 인기일 정도로 차 음료에 대한 인기가 뜨겁다.

〈 미국 인기 아이스 레몬티 〉

		
제품명 : Lemon Sugar Sweetened Iced Tea Mix 브랜드 : Lipton 용량 : 2 kg 가격 : $5.35	제품명 : Sweet Lemon Iced Tea Mix 브랜드 : Nestea 용량 : 1.27 kg 가격 : $3.68	제품명 : Lemon Iced Tea K-Cups 브랜드 : Tazo 용량 : 16g 가격 : $11.48

〈 미국 인기 아이스 그린티 〉

		
제품명 : Super Fruit Iced Green Tea 브랜드 : Steaz 용량 : 450 ml 가격 : $1.4	제품명 : Pomegranate Iced Green Tea Mix 브랜드 : Arizona 용량 : 68 ml 가격 : $4.6	제품명 : Organic Iced Green Tea 브랜드 : Tazo 용량 : 400 ml 가격 : $32.28

아이스티와 더불어 최근 각광받고 있는 차 음료로는 녹차가 있다. 녹차를 하루 10잔 이상 마시면 위암은 20%, 간암은 45%, 폐암은 54% 예방할 수 있는 효과가 있다는 연구 결과가 발표되면서 그린티에 대한 수요가 증가하고 있다. 이에 따라 그린티를 다양한 과일과 섞어 맛을 낸 제품들이 미국 월마트(Walmart)에 베스트셀러로 등극했다. 선호하는 음료의 용기는 내용물이 훤히 보이는 유리병이다. 캔 음료보다 병에 든 음료가 프리미엄 음료로써 거의 10배 더 높은 가격에 판매되고 있다.

국내 식품기업을 위한 Marketer's Guide

[POINT] 미국 음료시장 트렌드 앞장서기

최근 건강을 이유로 탄산음료세가 도입되면서 미국 음료시장 트렌드를 주도했던 소다의 음료시장 점유율이 현저하게 감소하고 있다. 따라서 이를 대신할 새로운 음료 발굴이 시급한 시점이다. 미국 소비자들은 탄산음료 대신 탄산수나 다양한 건강기능성 음료 소비를 늘리고 있는 상황이다. 이러한 흐름을 타고 국내 업체들이 미국 음료 시장에 진출하기 최적의 시기라고 판단된다. 우리나라에서 인기리에 판매되고 있는 모과차, 헛개열매차, 보이차 등을 연구하여 미국시장에 적합한 제품으로 발전시켜 보는 것은 어떨까. 예로, 미국인들이 좋아하는 생강과 과일을 섞어 미국의 과일 그린티처럼 소비자들의 입맛을 사로잡을 수 있는 새로운 제품으로 미국 시장을 개척해보기 바란다.

*상기내용에는 편집자의 주관적인 의견이 포함되어 있습니다.

➢ 참고자료
· US iced/RTD tea industry anticipates strong, continuous market growth 2014.12.12
(http://www.companiesandmarkets.com/News/Food-and-Drink/US-iced-RTD-tea-industry-anticipates-strong-continuous-market-growth/NI9849)
· SodaStream vs. Purefizz: A soda maker showdown 2014.12.12
(http://www.chicagotribune.com/lifestyles/sc-cons-1218-tech-purefizz-20141212-story.html)
· 음료업계 '히든챔피언' 오케이에프, '5천만불 수출의 탑' 수상 2014.12.05
(http://www.womennews.co.kr/news/78492#.VI9vaNKsWoc)
· 버클리시 설탕세 도입…비만 잡기 위해 탄산음료부터 철퇴 2014.11.24
(http://news.mk.co.kr/newsRead.php?year=2014&no=1456113)
· Nation's First Soda Tax Passed in California City 2014.11.05
(http://time.com/3558281/soda-tax-berkeley/)

GLOBAL **FOOD** INFO

FOOD POLICY

United States of America

글로벌 식품 정책 모니터링

농림축산식품부 Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs
aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

정책 살펴보기

United States of America

영양성분 표기 라벨 규정사항 개정

(게시일: 2014년 8월 01일)

미국 식품의약국(FDA)은 미국에 통용되는 식품에 부착하는 라벨규정(The Nutrition Facts Label)을 20년 만에 개정하였다. 소비자들에게 식품구매를 함에 있어 제품 선정조건을 명확히 제시하여 주고 건강한 식품시장을 구현하기 위한 것으로 보인다. 개정된 규정은 크게 3가지이며 영양정보의 추가 기재사항, 일일 섭취량의 표기 변경사항, 라벨 디자인 변경 사항이다.

영양정보의 내용에는 3가지의 정보가 추가된다. 우선 제품마다 설탕 함유량을 반드시 표시하도록 하였다. 설탕 함유량을 보면서 소비자 스스로가 칼로리를 줄이고 설탕 섭취를 제한하기 위함이다.

다음으로 영양성분의 1일 권장량을 표기할 때 제품이 몇 번의 권장량을 먹을 수 있는 양인지도 표기해야 한다. 변경된 1일 권장량을 보고 해당 제품을 얼마만큼 섭취해야 하는지와 몇 번을 먹으면 제품을 다 먹는지 쉽게 계산할 수 있어, 소비자들의 이해를 도왔다. 또한 제품 생산자는 라벨에 반드시 비타민 D의 함량과 칼륨, 철분의 함유량을 기재해야 한다.

마지막으로 라벨 디자인 변경사항을 살펴보자. 우선, 라벨의 중요한 부분을 강조하여 표기하도록 했다. 성인병의 높은 발병률로 우려가 높은 미국은 비만, 당뇨, 심혈관 질환을 일으키는 성분을 강조하여 표시하도록 하여 소비자들에게 경각심을 일깨우도록 하였다. 또한 라벨에 왼쪽에는 성분별로 일일 섭취량을 기재해 주고 오른쪽에는 총량을 제공해 주어 소비자들이 한눈에 알아 볼 수 있도록 하였다.

본 규정은 2년 후인 2016년부터 본격적으로 적용 된다.

〈 개정 전 라벨 표기사항 예시 〉 〈 개정 후 라벨 표기사항 예시 〉

출처 : 미국 식품의약국(FDA; U.S.Food and Drug Administration)[12]

12) http://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/LabelingNutrition/ucm385663.htm

정책 살펴보기

United States of America

순 카페인 분말,
흥분제로 이용될 수 있어 청소년 섭취 경고

(게시일: 2014년 7월 21일)

분말로 된 순수 카페인을 섭취한 청소년이 사망이 이르는 사건이 보고되었다. 이에 식품의약안전국(FDA)은 순수 분말 카페인의 섭취를 경고하고 나섰다.
순수 분말 카페인 한 스푼은 25 잔의 커피를 마시는 것과 동일한 양이다. 그래서 한 스푼만 먹어도 강력한 흥분제가 될 수 있어 청소년들이 마약으로 이용할 수 있음을 우려하고 있다. 또한 순수 카페인 분말은 일반 커피 가루와 구분이 가지 않아 인지하지 못한 채 섭취할 경우가 있어 주의를 당부하고 있다. 소량의 카페인은 불규칙적인 심장 박동에 그치치만 다량의 카페인을 섭취 시 구토, 설사, 혼수상태에 이를 수 있다. 그러므로 카페인의 효능을 잘 인지하고 섭취하길 요하며 특히 청소년들의 오용과 남용을 방지하기 위한 FDA의 관리가 요구된다.

출처 : 미국 식품의약국(FDA)[13]

캘리포니아주, 가당 음료에 탄산음료세 부과

(게시일: 2014년 11월 07일)

지난 11월 미국 캘리포니아(California)주 버클리(Berkeley)시에서 미국 최초로 가당 음료에 세금을 부과하는 법안이 통과되었다. 이 법안은 캘리포니아 주의 주민투표를 통해 상정되었고, 75%의 찬성률로 오는 2015년 1월 1일부터 적용될 예정이다. 이에 따라 샌프란시스코를 비롯한 인근 도시들도 잇달아 탄산음료세를 도입할 예정이다. 탄산음료세의 세금은 1온스(oz)[14]당 1센트이며, 1.5리터 콜라가 보통 50온스 용량이므로 약 50센트가 부과될 예정이다.

탄산음료세 부과는 가당 음료가 비만과 당뇨병의 원인으로 밝혀짐에 따라 이를 예방하고자 도입한 것으로 분석된다. 법안 시행으로 가당 음료의 가격이 오르면 이에 대한 수요가 줄어들 것이고, 각종 성인병의 발병률을 자연스레 낮추어 의료비 지출까지 감소시키겠다는 의도이다.

출처 : 로이터 통신(www.reuters.com)[15]

13) 미국 식품의약국(FDA) : 미국 식약청은 미국의 보건복지부 산하기관으로 미국에서 생산, 유통, 판매되는 모든 종류의 품목을 관리하는 기관으로 식품은 안전하고 위생적인지 확인하는 업무를 맡고 있음
14) 1온스(oz) = 28.349523그램(g)
15) 로이터 통신 : 영국의 뉴스 및 정보를 제공하는 기업임

정책 살펴보기

United States of America

식중독 예방 위해 FDA는 오는 2015년 최종 결의안 발표 예정

(게시일: 2014년 9월 19일)

식품의약국(FDA)은 미국인들의 식중독을 예방하기 위해 'FDA 식품안전 현대법(FSMA; FDA Food Safety Modernization Act)'에 관련 규정을 추가하기로 발표했다. 식중독 관련 규정은 미국의 식품 소비자 천명의 의견을 반영하여 보다 현실적인 식중독 예방이 될 수 있도록 개정하였다. 식품을 오염인자들로부터 철저히 관리하기 위해 개정 규정을 크게 4가지로 분류하였다. 개정된 규정의 내용은 다음과 같다.

- 농산물 안전 규칙
- 인류식품 예방 관리
- 사료(동물식품) 예방 관리
- 해외공급처 검증 프로그램

'FDA 식품안전 현대법(FSMA)'은 2011년부터 7가지 규정(인류건강 증진, 인간이 사용할 백신과 다른 생물학적인 제품관리, 국가 식품유통 안전관리, 화장품 유통안전관리, 건강보조식품 관리, 방사능 검출안전 관리, 담배규제)으로 시행되고 있었으나, 상위 4가지 규정이 추가되면서 총 11가지 규칙을 시행하게 되었다.

출처 : 미국 식품의약국(FDA)[16]

미국 농무부(USDA), 가금류 수입 관련 최종 개정안 발표

(게시일: 2014년 11월 28일)

미국 워싱턴 DC 소재의 동·식물 검역소(APHIS; Animal and Plant Health Inspection Service)에서 가금류 및 가금류 가공품 수입에 대한 최종 개정안을 발표하였다. 2011년 미국은 고병원성 조류 인플루엔자 발생 지역에서의 가금류 및 가금류 관련 제품에 대한 수입을 전면 금지하도록 임시 조치시켰다. 또한 조류 독감 예방접종을 한 가금류 및 가금류 관련 제품 또한 잠재적인 병원균에 감염된 것으로 간주하여 수입을 임시로 제한하였다.

하지만 2014년 11월, 미국 농무부는 임시 제한 조치를 풀고 조류 독감에 감염되었더라도 살아남은 가금류 및 가금류 제품과 조류 독감 예방접종을 한 가금류 및 가금류 제품에 대한 수입을 모두 허용하도록 개정하였다. 따라서 미국으로의 한국산 가금류 제품에 대한 수출 물꼬도 트일 예정이다.

출처 : 미국 농무부(USDA)[17]

16) 자세한 내용 : http://www.fda.gov/NewsEvents/Newsroom/PressAnnouncements/ucm414867.htm
17) 미국 농무부(USDA; U.S. Department of Agriculture) : 미국 워싱턴 D.C 소재 연방정부의 산하기관으로 쇠고기, 돼지고기 그리고 달걀 등 농축산물의 안전한 공급과 유통을 책임지고 있다.

정책 살펴보기

United States of America

칼로리 표시 의무화 실시

(게시일: 2014년 12월 01일)

미국 식품의약국(FDA)은 자판기에서 판매되는 제품, 즉 구매 후 섭취가 바로 가능한 식품에 칼로리 라벨 부착을 의무화하는 법안을 제정하였다. 본 법안은 갈수록 증가하는 미국인들의 비만율을 억제하기 위해 재정되었으며, 소비자들에게 칼로리 정보를 제공함으로써 스스로 식단을 조절하게 의도하였다. 뉴욕 주에서 처음으로 제정되었으며 점차 다른 주로 확대되고 있는 추세이며, 맥도날드의 메뉴판에는 이미 메뉴마다 칼로리 정보가 제공되어 있다.

라벨 부착 의무화 대상자들은 식당체인점, 유사 소매식품 업체, 자판기 운영업자, FDA에 본 법안의 규제 대상자에 해당됨을 자발적으로 신청한 사람들이다. 유사 소매식품에 해당되는 업종은 패스트 푸드 체인점, 베이커리, 커피 전문점, 식료품점, 편의점이다. 그러나 이 곳에서 판매되는 모든 식품에 칼로리 표기가 의무적으로 적용되는 것은 아니다. 조리가 필요한 제품군인 육류, 치즈, 대용량 샐러드의 경우에는 라벨 부착에서 제외된다.

그러나 편의점에서 판매하는 식품 중 샌드위치는 반드시 칼로리가 적힌 라벨을 부착해야한다. 영화관이나 놀이공원에서 판매되는 음료와 식품 또한 이 법안의 적용대상으로 모두 칼로리 정보를 표기한 라벨을 부착해야한다. 즉 포장용기에 담겨 시간을 두고 섭취하거나 조리가 필요한 식품은 라벨 규제에서 제외되며, 구매 후 바로 섭취할 수 있는 식품, 테이크아웃 제품은 라벨 법안에 적용된다는 뜻이다.

특히 자판기에서 판매되는 품목들의 칼로리 표시는 소비자들이 쉽게 알아볼 수 있도록 뚜렷하고 선명해야한다. 또한 칼로리 표시가 자판기의 선택 버튼에 가깝게 위치해야 한다. 전자 자판기, 제품 사진과 이름만 기재된 자판기, 한 품목만 판매하고 있는 자판기들은 칼로리 표시를 반드시 해야 한다.

출처 : 미국 식품의약국(FDA)

통관 거부사례

United States of America

2014년 수입식품의 식품 위생법 위반 최신 사례

발표일	2014.11.17
상품명	쿠키, 비스킷, 소프트 음료, 캐러멜 캔디 (Cookies, Biscuit, soft Drink, Candy)
수출국	한국
내용	한국 소재의 한 제과 제조회사가 제품 라벨을 영문으로 작성하지 않아 미국 로스앤젤레스 검역소에 의해 거부 조치를 당함
거부 이유	미국의 식품 라벨 내용은 반드시 영문으로 표기 되어야 하며 상기 제품은 이를 준수하지 않아 수입이 거부됨

출처 : 미국 식품의약국(www.accessdata.fda.gov)

발표일	2014.11.17
상품명	소프트드링크 및 생수 (Soft Drinks & Waters not mentioned elsewhere)
수출국	한국
내용	한국 음료 제조업체가 제품에 첨가된 인공 조미료를 제품 라벨에 모두 기재하지 않아 통관이 거부됨. 함께 수출한 야채와 과일 주스는 과즙함량이 표기되지 않아 미국 플로리다 검역국에서 통관 거부 조치를 당함
거부 이유	미국의 식품 라벨 규정에는 인공 조미료의 성분명을 함량이 높은 순서대로 용기에 기재하여야 하며 야채와 과일 주스의 경우, 과즙 함량을 반드시 기재하도록 규정함. 그러나 상기 제품은 이와 같은 제품 라벨 규정을 위반하여 통관이 거부됨

출처 : 미국 식품의약국(www.accessdata.fda.gov)

통관 거부사례

United States of America

2014년 수입식품의 식품 위생법 위반 최신 사례

발표일	2014.11.04
상품명	말린 고추, 고추 페이스트 (Pepper, Hot, Dried or Paste)
수출국	한국
내용	한국고추 및 고추장 생산업체가 미국 로스앤젤레스 검역소에서 라벨링 기재사항 부적합과 산성 식품제조업체 미등록으로 통관이 거부됨
거부 이유	제품 라벨에 필수 영양소 정보, 내용물의 순량, 먹는 방법, 규정에 따른 변형과 예외 사항 등을 기재하지 않아 통관이 거부되었음. 또한 제조 공정 관련 정보를 제출하지 않아 상기 식품은 제조 및 처리, 포장 과정에서 해로운 물질에 감염됐을 가능성이 높다고 판단되어 수입이 거부됨 또한 모든 국가의 고추장 생산업체는 미국 식품법률 '21 CFR 108.25 (c)(1)' or '108.35(c)(1)' 조항에 근거하여 저산성 통조림 식품[18] 또는 산성 식품제조업체로 등록을 해야 하지만 이를 준수하지 않아 문제가 됨

출처 : 미국 식품의약국(www.accessdata.fda.gov)

발표일	2014.11.04
상품명	조미김 (Seaweed -Leaf & stem vegetable)
수출국	한국
내용	한국소재의 한 수산물 재조업체가 생산한 조미김 제품이 제품라벨을 규정에 맞게 기재하지 않아 미국 로스앤젤레스 검역소에 의해 통관 거부조치를 당함
거부 이유	가공식품 라벨에 기재되어야 할 내용물의 순량, 규정에 따른 변형과 예외 사항, 필수 영양 정보가 기재되어 있지 않았음. 또한 제품 라벨에 적힌 식품명이 적합하지 않다는 이유(조미김을 일반 김으로만 칭함)로 통관이 거부됨

출처 : 미국 식품의약국(www.accessdata.fda.gov)

18) 통조림 식품과 같이 장기간의 상온 유통저장을 목적으로 가열살균 하는 식품으로 pH 4.6 이상의 식품을 가리킴

통관 거부사례

United States of America

2014년 수입식품의 식품 위생법 위반 최신 사례

발표일	2014.10.30
상품명	새우 (Shrimp & prawns)
수출국	한국
내용	수산물 제조 및 가공업체의 수산물(새우) 제품이 HACCP을 취득하지 않아 미국 로스앤젤레스 검역소에 의해 통관거부 조치 당함. 또한 포장상태가 불량하여 청결한 환경에서 제조 및 패킹되지 않았다고 판단됨
거부 이유	미국 식품 법규조항 '21CFR123'에 따르면 미국으로부터 수입되는 모든 수산물은 HACCP인증을 필수로 취득해야 하며 HACCP을 취득할 경우, 별도의 검역과 검사절차 없이 바로 통관시킴. 그러나 상기 새우 제품은 HACCP 취득 규정을 준수하지 않아 청결과 위생을 입증할 만한 자료가 없었고 특히 포장상태가 불량하여 수입이 거부됨

출처 : 미국 식품의약국(www.accessdata.fda.gov)

발표일	2014.10.09
상품명	장아찌 (Leaf & Stem vegatables, with Sauce)
수출국	한국
내용	알천농원(Alchun Farm)社에서 제조한 장아찌 제품이 라벨 기재사항의 부적합 사유로 인해 로스앤젤레스 검역소에서 수입통관 거부 조치를 당함
거부 이유	제품 라벨에 필수 영양소 정보, 내용물의 순량, 먹는 방법, 규정에 따른 변형과 예외 사항이 빠지면서 라벨 내용의 부족으로 통관이 거부되었음. 또한 제조 공정 관련 정보를 제출하지 않아 제품의 생산, 포장과정이 입증되지 않아 위생과 안전을 판단할 수 없어 수입을 거부함 또한 장아찌는 저산성 통조림 식품 또는 산성 식품제조업체로 분류되기 때문에 수출 전 반드시 등록을 해야 하지만 알천농원은 등록을 하지 않아 수입이 거부되었음

출처 : 미국 식품의약국(www.accessdata.fda.gov)

통관 거부사례

United States of America

2014년 수입식품의 식품 위생법 위반 최신 사례

발표일	2014.06.16
상품명	감자 스낵, 야채 스낵 (Potato Snacks, Vegetable Snacks flavored or unflavored)
수출국	한국
내용	한국의 스낵제조회사에서 제조한 감자 칩과 야채 칩에 안전성이 입증되지 않은 색소가 함유되었다는 사유로 뉴욕 검역소에서 통관을 거부당함
거부 이유	한국과 미국의 색소 표기법이 달라 미국의 색소 표기법에 따라 명칭과 해당되는 호수를 알맞게 작성해 함. 한국의 표기법에 따라 작성할 시, 몇몇 색소가 위해색소 혹은 허위정보로 식별되어 통관이 거부되므로 주의를 요함

출처 : 미국 식품의약국(www.accessdata.fda.gov)

발표일	2014.07.02
상품명	오징어 및 기타 수산물 (Squid Other Aquatic Species)
수출국	한국
내용	미국으로 수출한 오징어와 기타 수산물 제품에서 살모넬라균[19]이 검출되어 샌프란시스코 검역관에 의해 통관거부조치 당함
거부 이유	미국은 식중독을 예방하기 위해 검역 시, 식품매개질환인 살모넬라균의 포함 유무를 반드시 확인함. 병원성 미생물인 기생충이나 살모넬라균, 비브리오균 등이 포함된 식품은 통관 거부당함

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

19) 진정세균강 진정세균목에 속하는 균으로 티푸스성 질환을 일으키고 식중독의 원인이 되기도 함

통관 거부사례

United States of America

2014년 수입식품의 식품 위생법 위반 최신 사례

발표일	2014.07.22
상품명	쌀, 곡물 (Rice, Cultivated, Whole Grain)
수출국	한국
내용	미국으로 수출한 쌀과 곡물에서 규정치 이상의 농약 잔여함유량이 검출되어 뉴욕 검역소에 의해 통관거부 조치 당함
거부 이유	미국 FDA는 잔류 농약을 검사하기 위한 28개의 항목을 규정하였으며, 이를 통과해야지만 수출이 허용됨. 잔류 농약이 기준 초과 시 위해식품으로 판단하여 수입이 거부됨

출처 : 미국 식품의약국(www.accessdata.fda.gov)

발표일	2014.10.01
상품명	우유 또는 유제품 (Imitation Milk or Milk Type Product)
수출국	한국
내용	미국으로 수출하려는 우유 제품에 알레르겐[20] 함유량을 명시하지 않아 미국 시애틀 검역소에 의해 통관거부 조치 당함
거부 이유	우유처럼 본래 알레르겐이 포함되는 제품은 알레르겐이 담겨있는 정도를 검역 시 반드시 표시해야 함. 상기 업체는 이를 준수하지 않았고 본 제품의 혼합 성분명 또한 라벨에 명시하지 않아 통관이 거부됨

출처 : 미국 식품의약국(www.accessdata.fda.gov)

20) 알레르겐(Allergen) : 알레르기성 질환의 원인이 되는 항원으로, 어떤 종류의 물질의 섭취 또는 접촉으로 생체 내에서 항체가 만들어져 같은 물질의 재섭취 또는 재접촉이 일어날 경우에 항원 항체 반응이 일어남

GLOBAL **FOOD** INFO

TOP COMPANY

United States of America

미국 식품기업 **정보**

농림축산식품부 Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs
aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

한국으로부터 수입하는 주요 품목별, 미국 기업 소개

들어가기에 앞서, 미국의 한국식품 수입 상위 품목을 알아보자 !

순위	HS 코드 (6단위)	품목 분류	수입금액 (2013년 기준, USD)	연 평균 성장률 (2009~2013년, %)
1	2008.99	기타의 방법으로 조제 또는 저장처리한 과실 · 견과류와 기타 식용에 적합한 식물의 부분(원형 · 조각 또는 파쇄여부를 불문) 및 그들의 혼합물	71,957,000	46
2	2202.90	비알코올 음료(단, 과일 및 야채주스 제외)	65,990,000	21
3	1905.90	빵·파이·케이크·비스킷과 기타 모든 베이커리제품	41,359,000	17
4	2106.90	기타 조제 식료품	35,683,000	3
5	1902.30	기타의 파스타	33,219,000	16
6	0808.20	신선한 것에 한하는 배와 마르멜로	25,164,000	1
7	1902.19	조리하지 않은 파스타	22,660,000	4
8	2103.90	소스와 소스용 조제품, 혼합 조미료	17,131,000	15
9	2208.90	알코올 음료	10,874,000	3
10	2104.10	수프 · 브로드와 수프 · 브로드용 조제품	10,081,000	11
11	2105.00	아이스크림과 기타 빙과류	7,741,000	10
12	1901.90	맥아 추출물 또는 그것의 조제 식료품, 단 코코아 함유량이 10% 미만인 것에 한함	6,524,000	8
13	2101.12	엑스, 에센스 또는 농축물을 기제로 하거나 또는 커피를 기제로 한 조제품	6,361,000	17
14	1302.19	식물성 수액과 엑스의 기타류	5,847,000	12
15	1901.20	베이커리 제품 제조용 혼합물 및 가루반죽	5,228,000	37
16	1904.90	씨리얼; 곡물 또는 곡물산품을 팽창 또는 볶아서 얻은 조제 식료품	5,073,000	22
17	2202.10	설탕이나 기타 감미료 또는 향미를 첨가한 물	4,816,000	14
18	1702.90	기타 고체의 당류 · 당 시럽과 인조 꿀과 캐러멜	4,240,000	122
19	0904.20	후추(파이퍼속의 것) 및 건조 · 파쇄 또는 분쇄한 고추류	4,144,000	10
20	1101.00	밀가루 또는 메슬린 가루	3,861,000	11

※ 표시 한 부분은 미국 식품 기업 선별 시 활용한 HS CODE로 부가 설명은 뒷장에 계속됨

출처 : International Trade Centre

기타류와 같이 품목을 명확하게 알 수 없는 것은 제외하고 미국이 한국으로부터 가장 많이 수입하거나 수입량의 연평균 성장률이 높은 품목을 기준으로 미국의 주요 식품기업을 소개한다. 그 품목으로는 **음료**(HS CODE: 2202.90, HS CODE: 2202.10), **제빵류**(HS CODE: 1905.90), **면류**(HS CODE: 1902.30, HS CODE: 1902.19), **소스류**(HS CODE: 2103.90), **빙과류**(HS CODE: 2105.00)이다.

미국 시장 진출 시, 해당 품목을 취급하고 있는 주요 기업들의 제품과 브랜드를 보고 참고하여 보자. 또한 2014년 인기제품을 정리한 부분을 활용하여 미국의 식품시장 트렌드와 미국 식품 소비자들이 선호하는 맛과 패키지, 브랜드를 파악하고 성공한 현지 기업들을 벤치마킹 해 보는 것은 어떨까?

OVERVIEW

품목 구분	기업 소개	
음료	PEPSICO	현재 콜라 브랜드인 '펩시(Pepsi)'제품으로만 연간 소매 판매액 10억 달러 이상을 기록하고 있는 미국을 대표하는 청량음료 제조기업
	NESTLE USA	2013년 기준 누적 판매액이 100억 달러(USD)에 달하며 초콜릿음료, 커피음료, 차(茶)음료를 취급하고 있음
제빵류	General Mills	각 종 베이커리 제품과 스낵류, 씨리얼, 냉동 제빵가공식품 등을 제조 및 유통하여 미국 제빵시장 점유율을 압도적으로 점유하고 있는 제조기업
	Kellogg	17개국에 생산 공장을 보유하고 있으며 시리얼, 크래커, 와플 등의 제과제빵 제품을 전 세계 180여 개국에 수출 및 판매중임
면류	Hormel	총 5가지의 브랜드별로 다양한 인스턴트 면 제품을 취급하고 있음. 대표적인 브랜드는 컴플릿츠(Completes)임
	CanAgra Foods Inc	1919년에 설립된 가공식품과 냉동식품을 생산하는 식품기업으로 '베르톨리(Bertolli)'라는 인스턴트 면 제품을 주력으로 취급하고 있음
소스류	Tree House	2005년 일리노이(Illinois) 주에서 설립되어 샐러드 드레싱, 파우더 믹스, 파우더 크림을 제조 및 유통함
	McCormick & Co. Inc	미국 마리랜드(Maryland)에서 1889년에 설립된 소스 제조회사로 글로벌 포춘지에서 선정한 1000대 기업으로서 양념, 허브, 조미료 등을 125개국에 유통하고 있음
빙과류	Wells Enterprise	1913년에 설립된 미국에서 빙과류 시장점유율 3위를 차지하고 있는 아이스크림 제조회사임
	Unilever	연매출이 6,800억 달러에 달하는 세계에서 가장 큰 아이스크림 제조업체임
기타 인기 식품 취급기업	Kraft	미국 식품의 브랜드 포트폴리오로서, 북미지역이 가장 선호하는 유명 브랜드의 가공식품 및 음료를 취급함
	Tyson	300개가 넘는 가공시설에 115,000명의 직원을 보유하고 있으며 6,729명의 독립 양계장과 계약을 맺고 있는 육가공 식품 제조회사임

품명 : 음료

1 PEPSICO

「PEPSICO」는 미국을 대표하는 청량음료 제조 기업이다. 펩시코社는 1965년 프리토레이(Fritolay)社와 합병을 통해 설립되었으며 합병 이후, 콜라를 주력상품으로 내세워 5억 달러(USD) 이상의 매출을 기록하였다. 이를 바탕으로 스낵 시장에도 진출하여 큰 성공을 거두면서 글로벌 음료 및 스낵 제조업체로 우뚝 섰다. 현재 콜라 브랜드인 '펩시(Pepsi)' 제품으로만 연간 소매 판매액 10억 달러 이상을 기록하고 있으며, 립톤(Lipton)社과 스타벅스(Starbucks)社와 같은 글로벌 회사와 합작투자를 통해 북미에서 아이스티와 커피 시장으로 발을 넓히고 있다.

제품 소개

주요 음료 브랜드
(펩시, 세븐업, 트로피카나, 게토레이)

다양한 종류의 탄산, 무 탄산음료를 취급하고 있다. 펩시코社의 대표 탄산음료는 펩시콜라이며 본래 개발자의 이름을 따 브래드 음료(Brad's Beverage)로 불리기도 한다. 오리지널 펩시콜라(Pepsi), 다이어트 펩시콜라(Diet Pepsi), 펩시맥스(Pepsi Max)와 같은 종류가 있으며 특유의 톡 쏘는 맛으로 청량감이 높다. 세븐업(7 UP) 또한 미국의 대표적인 스프라이트(sprite)이다. 세븐업은 출시 당시 600가지가 넘는 레몬 맛 라임 소다 시장에서 카페인이 없는 구연산 리튬을 함유한 건강한 음료라는 컨셉으로 차별화하여 라임소다 시장을 재패한 바 있다. 펩시코社는 총 22개의 음료 브랜드를 보유하고 있으며, 대표적으로는 게토레이(Gatorade), 트로피카나(Tropicana), 마운틴 듀(Mountain Dew)가 있다. 게토레이는 무 탄산 스포츠 음료로 전 세계 80개국 이상에 진출해 있다. 갈증을 빠르게 해소시켜주어 운동선수들에게 특히나 사랑받는 음료다.




[좌측부터] 펩시 맥스(Pepsi Max), 세븐업(Seven Up), 트로피카나(Tropicana), 게토레이 엑스팩터(Gatorade X-Factor)

2014 *인기제품*으로 살펴보는 식품 트렌드

펩시 (Pepsi)

▌*콜라계의 절대 강자 '펩시(Pepsi)'*

기본 탄산음료에 콜라 시럽을 첨가한 음료이다. 출시된 이래 무려 1세기 동안 전 세계 사람들로부터 사랑받는 베스트셀러 탄산음료이다.

마운틴 듀 (Mountain Dew)

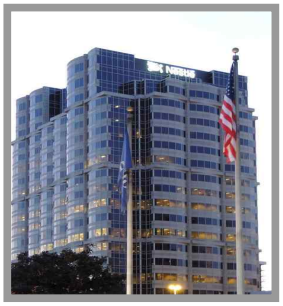
▌*짜릿한 상큼함으로 승부하는 '마운틴 듀(Mountain Dew)'*

투명한 연두 빛이 도는 음료로 오렌지에서 추출한 고 과당 시럽으로 상큼하면서도 달콤한 맛이 돋보인다. 청소년과 다이어트 여성들을 위해 저 탄산음료도 별도로 출시하였다.

게토레이 (Gatorade)

▌*내 몸에 알맞은 단계 별로 골라 마시는 '게토레이(Gatorade)'*

펩시코社의 대표적인 스포츠 음료이다. 기본 맛의 '게토레이 프로스트(Gatorade Frost)', 강한 맛의 '게토레이 피어스(Gatorade Fierce)'와 '게토레이 아이스(Gatorade Ice)', 히스패닉 사람들의 과일 맛 선호도에 맞춰 출시한 '엑스트레모(Xtremo)'가 있다



2 Nestlé® USA

「Nestle」는 세계적인 식품 제조업체로 스위스에 본사를 두고 있으며, 현재 86개 나라에 진출해있다. 「Nestle USA」는 1900년대 초 생산 공장 설립을 시작으로 1904년부터 초콜릿을 생산해왔다. 세계 2차 대전 때 미국 군인들이 네스카페(NesCafe)를 즐겨마시면서 인기를 얻어 지금까지 미국 전역에서 생산 및 유통되고 있다. 2013년 기준, 총 매출이 100억 달러(USD)에 이르며 25,000명 이상의 직원들이 종사하고 있다. 미국 전역에 생산 공장 25개를 보유하고 있다.

제품 소개

주요 음료 브랜드
(밀로, 네스퀵, 네스티)

네슬레社는 초콜릿음료, 커피음료, 차(茶)음료를 취급하고 있다. 대표적인 초콜릿 음료 브랜드로는 '밀로(MILO)'와 '네스퀵(Nesquik)', '오발타인(Ovaltine)', '아뷰엘리타(Abuelita)'가 있고 커피음료 브랜드로는 '네스카페(Nescafe)'와 '커피메이트(Coffee Mate)'가, 차음료 브랜드로는 '네스티(Nestea)'가 있다. 밀로(MILO)는 1930년 호주에서 처음 출시되었으며 현재까지 네슬레社의 인기 있는 초콜릿 음료 제품으로 사랑받고 있다. 밀로는 필수 비타민과 미네랄이 풍부하게 함유되어 있어 에너지 음료로도 자주 애용되고 있다. 초록색 캔에 역동적인 그림을 담은 용기가 제품을 대표하는 상징이며, 인기에 힘입어 음료수 뿐 아니라 음료제조용(ready to drink)분말과 스낵바, 시리얼 제품 또한 개발되었다. 네스퀵(Nesquik)의 음료제조용 초콜릿 분말은 한 스푼으로도 맛있는 초콜릿 음료를 만들 수 있다는 점에서 한국에도 잘 알려진 브랜드이다. 네스티(Nestea)는 복숭아 맛과 레몬 맛 2가지가 있으며, 설탕과 인공적인 향료를 넣지 않고 차(茶) 고유의 향과 맛을 살렸다는 것이 특징이다.

[좌측부터] 네스퀵(Nesquik)의 초콜릿 음료 제품라인, 오발타인(Ovaltine)의 음료제조용(ready to drink) 제품, 네스티(Nestea)의 차 음료 제품라인, 커피메이트(coffee mate)의 커피음료 제품라인

2014 *인기제품*으로 살펴보는 식품 트렌드

밀로
(MILO)

네스퀵
(Nesquik)

네스티
(Nestea)

❙ *영양과 에너지가 듬뿍 담긴 드링크 '밀로(MILO)'*

밀로(MILO)는 네슬레社의 가장 유명한 초콜릿 음료이다. 캔 음료와 음료제조용 분말 두 가지 제형이 있으며 분말을 기호에 따라 뜨거운 물이나 우유에 녹여 먹으면 달콤한 초콜릿 음료가 된다. 코코아 분말 속에 다양한 영양소를 포함하고 있어 에너지 소비가 많은 성장기 어린이와 운동이나 스포츠로 활동량이 많은 소비자들에게 인기가 좋다.

❙ *달콤한 초콜릿 음료의 대명사 '네스퀵(Nesquik)'*

네스퀵은 네슬레社의 대표적인 유음료이다. 초콜릿, 바나나, 딸기, 바닐라 맛이 있다. 네스퀵 제품으로는 바로 마실 수 있는 완제품과 밀로와 마찬가지로 음료를 기호에 맞게 만들어 먹을 수 있는 음료제조용 제품이 있다.

❙ *깔끔한 맛을 자랑하는 아이스티 '네스티(Nestea)'*

차게 먹는 차(茶)음료이다. 음료제품과 음료제조용 제품, 두 가지 종류가 있으며 캔이나 패트병에 든 네스티는 미국 자판기에서 흔하게 찾아 볼 수 있는 대표적인 음료수이다. 차 본연의 고유한 맛을 살려내 마신 뒤 입안이 깔끔하고 상쾌하다.

품명 : 제빵류

1 General Mills

「General Mills」는 각 종 베이커리 제품과 스낵류, 씨리얼, 냉동 가공식품 등을 제조 및 유통하는 미국의 유명 식품회사이다. 제너럴밀스社의 모기업은 워시번크로즈비(Washburn Crosby Company)社이며, 1928년 제분회사를 인수하면서 제너럴밀즈社로 상호를 변경하였다. 당시 제너럴 밀스社는 다수의 유명 식품 전문가들을 채용하여 케이크와 반죽제품을 개발하면서 그 분야에서 큰 명성을 얻었고 미국 제과시장을 압도적으로 점유하였다. 2000년 하겐다즈(Haagendaz)社를 인수하면서 북미시장 3위의 제과업체로 거듭났다.

제품 소개

밀가루로 만든 각종 가공품을 취급한다. 믹스 가공품으로는 '베티크로커(Betty Crocker)'와 '비스퀵(Bisquick)', '저스롤(JUS-ROll)' 브랜드가 대표적이다. 베티크로커(Betty Crocker)는 누구든지 간편하게 가정에서 빵과 케이크를 만들어 먹을 수 있도록 한 밀가루 혼합 제품이다. 모든 제품의 패키지에는 해당 제품을 만들어 먹을 수 있도록 레시피가 자세하게 적혀있다. 베티크로커 중 가장 인기 있는 제품은 단연, 집에서 케이크를 만들어 먹을 수 있는 '케이크 베이킹'이다. 비스퀵(Bisquick) 브랜드에는 팬케이크와 4가지 맛의 비스킷 제품이 있다. 특히 본 제품은 트랜스지방 함유량도 낮아 소비자의 건강까지 고려하였다는 평이다. 저스롤(JUS-ROll)은 페이스트리만 전문적으로 만들 수 있는 제품으로 생 반죽이 그대로 들어있다. 사과 맛, 시나몬 맛, 갈릭 맛 등 총 8가지의 종류가 있다.

주요 제빵 브랜드
(베티크로커, 비스퀵, 저스롤, 골드메달, 냑앤백 등)

[좌측부터] 베키크로커 초콜릿 브라우니 믹스(Betty Crocker Chocolate Brownie Mix), 베티크로커 캐롯케이크(Betty Crocker Carrot Cake Mix), 비스퀵 버터밀크 비스킷(Betty Crocker Mix Buttermilk Biscuits), 저스롤 시나몬(Jus-Roll Cinnamon)

2014 *인기제품*으로 살펴보는 식품 트렌드

베티 크로커 (Betty Crocker)

비스퀵 (Bisquick)

저스롤 (Jus-Rol)

❙ *베티 크로커 '베이킹 앤 케익 믹스(Betty Crocker Baking & Cake Mixes)'*

베티 크로커의 케익 믹스는 직접 케이크를 만들 수 있도록 한 밀가루 혼합품이다. 초콜릿, 치즈 등 총 26가지 맛이 있다. 그 중 초콜릿 케이크는 달콤하고 촉촉한 맛으로 인기가 좋다.

❙ *비스퀵의 '팬케이크 앤 베이킹 믹스(Bisquick pancake and baking mix)'*

바로 팬케이크를 만들 수 있도록 베이킹파우더가 들어있다. 반죽 가루가 짭잘하면서도 달지 않아 오리지널 팬케이크 맛을 느낄 수 있다. 소비자들은 팬케이크와 함께 각종 시럽과 과일을 곁들여 먹기도 한다.

❙ *저스롤 '베이크 잇 프레시 도우(Jus-Roll* bake it fresh dough*)'*

영국식 초콜릿 페이스트리를 만들 수 있는 제품으로 생 반죽과 초콜릿 칩이 함께 들어있다. 초콜릿 칩의 달달함과 신선한 반죽으로 구워낸 폭신한 식감의 빵을 조리 후 바로 먹을 수 있어 인기가 높다.

2 Kellogg Co

1960년에 설립된 「Kellogg」는 미국 미시간 주에 본사가 위치해 있다. 2001년 스낵 제조회사 2위인 키플러 푸드(Keebler Foods Co)社를 인수하면서 글로벌 기업으로 자리 매김 하였다. 인수 이후 17개국에 제조 공장을 설립하였으며 전 세계 180여 개국에 수출 및 판매중이다. 이러한 규모를 바탕으로 켈로그社는 본래 시리얼 제조업체로 유명하지만 현재 스낵, 쿠키, 와플 등 다양한 제과제빵류도 함께 생산하고 있다. 영양성분을 특히나 중시하는 켈로그社는 소비자들에게 믿을 수 있는 건강한 식품을 제공하기 위해 노력 중이다.

제품 소개

주요 제빵 브랜드
(스페셜케이, 팝타르트, 에고 등)

스낵, 쿠키, 크래커, 와플, 시리얼 바를 취급하고 있다. 아침 식사대용으로 먹을 수 있는 와플과 타르트 제품의 인기가 높다. 켈로그社의 시리얼 브랜드인 '스페셜케이(Special K)'는 와플뿐 아니라 즉석 샌드위치 제품 또한 보유하고 있다. 계란&치즈, 계란&고추 등 5가지 맛의 샌드위치가 있으며 전자레인지에 데우면 바로 먹을 수 있어 간편하기 까지 하다. 전 제품의 칼로리는 최대 240칼로리로, 소비자들의 건강까지 생각하였다. 또 다른 브랜드인 '팝 타르츠(POP-Tarts)' 또한 아침식사용으로 겉은 바삭하면서도 설탕이 뿌려져 있는 페이스트리를 출시하여 인기를 끌고 있다. 제품의 속이 다양한 맛의 크림으로 가득 차있어 골라먹는 재미가 있다. '에고(EGGO)' 제품은 크게 어른용과 어린이용으로 나뉘며 최근에는 저지방 제품을 출시하여 식이조절을 하는 소비자들도 부담 없이 제빵류를 먹을 수 있게 하였다.

[좌측부터] 스페셜케이의 플랫 브래드 브렉퍼스트 샌드위치(FLATBREAD BREAKFAST SANDWICHES), 팝 타르트 토스터 페스츄리(Pop-Tarts toaster pastry), 에고의 시나몬 토스트 와플(Eggo Cinnamon Toast waffles), 에고의 로우팻 홀윗 와플(Eggo Low Fat Whole Wheat waffles)

2014 *인기제품으로* 살펴보는 식품 트렌드

스페셜케이 레드베리 와플 (Special K RedBerry Waffle)

팝타르츠 토스터 페이스트리 (Pop-Tarts toaster pastry)

에고의 프로즌 와플 (Eggo frozen waffle)

❙ *딸기를 머금은 따뜻한 와플*

'스페셜 케이 레드베리 와플(Kellogg's Special K Red Berries Waffles)'

냉동와플이라서 전자레인지로 조리하면 갓 구워낸 와플처럼 따뜻하게 먹을 수 있다. 딸기 향을 첨가하여 와플의 심심한 맛에 상큼한 맛을 더하였으며 식이섬유가 풍부하고 저지방, 낮은 칼로리로 건강하게 맛있는 와플을 즐길 수 있다.

❙ *바삭바삭한 '팝 타르츠 토스터 페스츄리(Pop-Tarts toaster pastry)'*

미국인들이 아침 식사대용으로 많이 찾는 냉동 페이스트리다. 바삭바삭한 과자 안에 다양한 맛의 크림이 들어있어 전자레인지에 데워먹으면 달콤하면서도 쫀쫀한 식감의 크림이 일품이다.

❙ *영양만점 바삭 와플 '에고의 프로즌 와플(Eggo frozen waffle)'*

에고(Eggo)는 와플 전문제조 브랜드로 버터밀크, 초콜릿, 시나몬 등 총 18가지 맛의 와플이 있다. 겉은 바삭하고 속은 부드러운 것이 특징이며 간편하게 먹을 수 있어 미국인들에게 식사대용으로 인기가 높다.

품명 : 면류

1 Hormel

「Hormel」는 육가공식품인 '스팸(spam)'을 제조하는 회사로 잘 알려져 있다. 오스틴(Austin)과 미네소타(Minesota) 주에 위치해 있으며 고품질의 면 가공식품과 육류 가공식품을 주력으로 취급하고 있다. 약 20,500명의 직원들이 종사하고 있으며 미국 전역에 14개의 생산공장을 보유하고 있다. 현재 호주, 중국, 덴마크, 일본, 한국 등을 포함한 40여 개국에 제품을 수출 중이다. 총 5가지의 브랜드별로 다양한 제품을 보유하고 있다.

제품 소개

주요 면 브랜드
(컴플릿츠)

다양한 맛의 면 요리를 간편하게 즐길 수 있는 인스턴트 파스타 제품을 취급하고 있다. 플라스틱 용기를 개봉하지 않은 채 뜨거운 물에 9분 정도 끓여 소스를 부어먹으면 파스타 요리가 완성된다. 혹은 플라스틱 그릇의 포장을 살짝 벗겨 1분 정도 전자레인지에 데워 조리해도 된다. 모든 제품의 패키지에는 요리하는 방법이 상세하게 적혀 있어 누구나 맛있는 면 요리를 직접 조리해 먹을 수 있다. 치킨 알프레도, 마카로니&치즈, 치킨&누들, 미트소스 총 4가지 종류의 파스타 제품이 있다. 인스턴트 면 제품 외에도 스튜나 으깬 감자요리 등 다양한 인스턴트 제품을 보유하고 있다.

[좌측부터] 비프 스튜(Beef Stew), 비프 팁스 앤 매쉬드 포테이토(Beef Tips & Mashed Potatoes), 치킨 앤 라이스(Chicken & Rice), 치킨 알프레도(Chicken Alfredo)

2014 *인기제품으로* 살펴보는 식품 트렌드

컴플릿츠의 마카로니&치즈 (COMPLEATS Macaroni & Cheese)

컴플릿츠의 치킨 & 누들 (COMPLEATS Chicken & Noodles)

컴플릿츠의 스파게티 앤 미트 소스 (Spaghetti & Meat Sauce)

❙ *마카로니와 진득한 치즈의 하모니*
'컴플릿츠의 마카로니 &치즈(COMPLEATS Macaroni & Cheese)'
부드러운 식감의 마카로니와 크리미(creamy)한 치즈소스가 어우러진 파스타 요리로, 실제 치즈를 넣어 고소함을 더했다. 전자레인지에 30초만 데워 치즈소스를 버무려 먹기만 하면 돼서 바쁜 현대인과 학생들에게 인기가 좋다.

❙ *담백한 크림 파스타를 즐기고 싶다면*
'컴플릿츠의 치킨 앤 누들(COMPLEATS Chicken & Noodles)'
계란으로 만든 면과 크림소스가 들어 있는 파스타이다. 치킨과 당근을 포함한 각종 야채가 들어있어 씹는 맛도 좋고 영양도 풍부하다. 전자레인지에 1분이면 조리가 가능하여 빠른 식사가 가능하다.

❙ *깔끔한 기본 토마토 스파게티*
'컴플릿츠의 스파게티 앤 미트 소스(Spaghetti & Meat Sauce)'
기본 스파게티 면을 사용한 토마토 소스의 파스타이다. 고기가 토핑으로 들어있어 담백하다. 또한 토마토 본연의 달콤한 맛이 나는 것도 특징이다.

2 ConAgra Foods Inc.

「ConAgra Foods Inc」는 가공식품과 냉동식품을 생산하는 미국의 식품기업이다. 네브래스카(Nebraska) 주에 위치한 4개의 제분공장을 통합한 생산라인을 구축하면서 1919년에 설립되었다. 이후 유명 식품회사인 몬퍼트(Monfort)社와 스위프트 인디펜던트 패킹(Swift Independent Packing)社를 차례로 인수하면서 본격적인 식품 사업을 시작하였다. 현재 콘아그라푸드社는 식용유, 냉동식품, 간편식품 등 다양한 가공식품을 취급하고 있다.

제품 소개

다양한 종류의 원재료로 만든 인스턴트 파스타 제품을 취급하고 있다. '베르톨리(Bertolli)'가 대표적인 인스턴트 파스타 제품의 브랜드이다. 전자레인지로 데우거나 소스와 파스타를 프라이팬에 함께 볶는 방식으로 조리할 수 있으며, 최대 10분이면 완성된 요리를 맛 볼 수 있다. 1인용 박스 패키지와 2인용 파우치 패키지로 판매되고 있다. 이탈리아식 파스타만의 고급스러운 느낌의 요리를 제공하기 위해 펜네(Penne), 파르팔레(Farfalle), 라비올리(Ravioli), 로티니(Rotini) 등의 다양한 모양의 파스타 제품을 개발하였다. 해산물, 육류, 야채, 치킨을 재료로 사용하여 맛의 조합 또한 이뤄냈다. 이 밖에 리조또(Risotto)나 으깬 감자요리 또한 간편 식품으로 제조하여 판매하고 있다.

주요 인스턴트 면 브랜드 (베르톨리)

[좌측부터] 베르톨리의 스터프 쉘즈 볼로네즈(Bertolli Stuffed Shells Bolognese), 베르톨리의 치킨 마살라&로스티드 레드스킨 포테이토(Bertolli Chicken Marsala & Roasted Redskin Potatoes), 베르톨리의 치킨플로렌틴 파르펠레(Chicken Florentine & Farfalle), 베르톨리의 클래식 리조또(Bertolli Classic Risottos)

2014 *인기제품*으로 살펴보는 식품 트렌드

베르톨리 클래식 (Bertolli Classic)

메디테라니안 스타일 밀 (Bertolli Mediterranean Style Meal)

베르톨리 밀 스프 (Bertolli Meal Soup)

❙ *프리미엄 파스타 요리 '베르톨리 클래식(Bertolli Classic)'*

펜네(Penne) 면을 사용한 간편 조리용 파스타 제품으로 치킨, 치킨&알프레도, 새우&아스파라거스와 같이 총 3가지 맛이 있다. 이탈리아 전통 방식으로 만든 파스타 소스와 면으로 프리미엄 이탈리아 요리를 맛볼 수 있다.

❙ *지중해의 맛을 느끼고 싶을 땐*
'베르톨리 메디테라니안 스타일 밀(Bertolli Mediterranean Style Meal)'

파르팔레(Farfalle) 파스타 면을 사용하였으며 해산물&갈릭, 치킨&야채, 치킨&브로콜리 등 총 3가지 맛이 있다. 전자레인지를 이용하거나 프라이팬에 파스타와 소스를 함께 볶으면 지중해식 면 요리가 완성된다.

❙ *스프에 빠진 파스타 '베르톨리 밀 스프(Bertolli Meal Soup)'*

이탈리아식 스프 파스타로 로티니(Rotini) 파스타 면에 다양한 야채와 고기를 넣어 만든다. 치킨 맛, 토마토 맛, 야채 맛 등 총 5가지의 맛이 출시되어 있다.

품명 : 소스류

1 TreeHouse

2005년 일리노이(Illinois) 주에서 설립된 「TreeHouse」는 PL(Private Label)을 통한 식품 제조 및 유통을 하고 있다. 고품질, 가치, 가용성, 서비스를 핵심가치로 소비자들을 저렴한 생산비용, 즉각적인 유통채널, 신뢰감 있는 명성으로 만족시키고 있다. 특히 식품과 음료 부문은 지난 3년 동안 브랜드 제품들에 비해 2배 이상의 성장을 기록하였다. 트리하우스社는 유제품이 아닌 파우더 크림, 파우더 수프, 샐러드 드레싱, 소스, 티, 음료, 마카로니 치즈 등을 제조 및 유통하고 있다.

제품 소개

트리하우스社는 미국 최대의 PL(Private Label) 샐러드 드레싱, 파우더 믹스, 파우더 크림 제조업체이며 다양한 브랜드를 유통하고 있다. 그 중 이디스미스(E.D Smith) 브랜드의 제품 라인은 드레싱, 다양한 맛의 소스류, 시럽과 잼이다. 시럽류는 건강을 생각하는 소비자들을 위해 무설탕 제품이 주를 이루고 있으며 잼과 소스류도 정통 미국 과일과 야채들을 사용하여 건강한 맛을 내었다. 캔식품과 가공식품 브랜드인 배이밸리(Bay Valley)는 간편성과 편리성을 강조한 수프, 피클, 절인고추, 푸딩과 같은 제품들을 취급한다. 에스티 스페셜티 푸즈(ST Specialty Foods)는 마카로니&치즈, 박스파스타, 박스 볶음밥, 파스타샐러드와 같은 간편한 냉동식품 브랜드이다. 전자레인지에 돌려서 바로 먹을 수 있는 편리성을 추구하였고 소비자들의 입맛을 고려하여 햄버거, 참치, 치킨과 같은 다양한 맛을 출시하였다.

주요 소스 브랜드
(베이 벨리, 이디 스미스, 스텀 푸즈, 에스티 스페셜티 푸즈)



[좌측부터] 무설탕 시럽(No sugar added syrup), 순수 라스베리 잼(Pure raspberry jam), 청키, 홈스타일(Chunky, homestyle noodle), 마카로니&치즈 디너(Traditional macaroni&cheese dinner)

2014 *인기제품*으로 살펴보는 식품 트렌드


바비큐 소스 (Barbeque Sauce)


파스타 소스 (Pasta Sauce)


푸어링 드레싱 (Pourable Dressing)

❙ *프리미엄 바비큐 소스 '이디 스미스 바비큐소스(E.D. SMITH Barbeque Sauce)'*
소스 종류 중에서도 프리미엄 급 이다. 오리지널 맛부터 매운 맛, 달콤한 맛까지 많은 카테고리의 제품이 있다.

❙ *다양한 맛과 스타일의 '이디 스미스 파스타소스(E.D. SMITH Pasta Sauce)'*
수입산 올리브와, 캘리포니아산 토마토와 같은 유기농 재료들만을 사용하여 다양한 맛과 스타일을 제공한다. 특히나 미국 사람들이 좋아하는 미국 본연의 맛을 내는 것에 초점을 맞췄다.

❙ *미국 너버원 드레싱 '푸어링 드레싱(Pourable Dressing)'*
부어 먹을 수 있는 드레싱 부문, 북미 최고의 브랜드로 알려져 있는 제품이다. 1,000개 이상의 맛을 보유하고 있으며 그 중 500개 이상은 자체 생산을 한 제품들이다

2 McCormick & Co. Inc.

「McCormick」은 미국 마리랜드(Maryland)에서 1889년에 설립된 소스 제조회사이다. 멕코믹社는 글로벌 포춘지에서 선정한 1000대 기업으로서 양념, 허브, 조미료 등을 125개국에 유통하고 있으며 연매출 40억을 기록하고 있는 글로벌 기업이다. 혁신적인 맛을 소비자들에게 제공하고자 지속적으로 연구를 하는 것이 오늘날 멕코믹社를 세계적인 소스제조회사로 성장시키는 원동력이 되었다.

제품 소개

다수의 소스 브랜드를 보유하고 있으며 다양한 가공식품을 취급하고 있다. 그 중 멕코믹社의 주력 상품은 당연 양념, 허브, 조미료와 같은 향신료와 소스류이다. 몸에 좋은 천연 성분들로 만든 향신료는 음식에 첨가하여 음식 맛을 풍부하게 한다. 70개 이상의 맛이 있어 기호에 따라 골라서 먹을 수 있는 장점을 가지고 있다. 소스류는 글루텐(gluten)[21]이 첨가되지 않은 제품으로 가볍게 즐길 수 있다. 편리하고 간편하게 소스를 사용할 수 있도록 소포장, 플라스틱 용기, 페이퍼 용기 등 다양한 용기에 넣은 점 또한 이 제품의 장점이다. 소스류 중 가장 인기가 많은 제품은 어떠한 인공적인 재료가 들어가지 않은 천연 칠리소스이다. 건강을 중요시 생각하는 미국 사람들로부터 뜨거운 반응을 얻고 있다. 그 외에도 다양하고 혁신적인 샐러드 소스를 출시하고 있으며 색다른 맛으로 소비자들의 입맛을 사로잡고 있다. 마요네즈와 라임주스를 섞어 만든 마요네즈, 해바라기 씨, 콩, 아몬드와 같은 각종 견과류와 야채를 섞어서 첨가하여 만든 샐러드 토핑은 멕코닉社의 인기 제품 중 하나이다.

주요 케첩, 시즈닝 브랜드
(멕코믹, 클럽하우스, 듀크로스)

[좌측부터] 샐러드 토핑스(Salad Toppins), 칵테일&타르타르(Cocktail&Tartar), 브라운 그레이비(Brown Gravy), 올스파이스(Allspice)

2014 *인기제품으로* 살펴보는 식품 트렌드


화이타 (Fajita)


바질 잎 (Basil Leaves)


마이요네즈와 라임 쥬스 (Mayonnaise and lime juice)

❙ *저녁을 풍성하게 해주는 매콤한 소스 '화이타(Fajita)'*
구운 고추, 후추와 라임이 혼합된 맛이다. 콜레스테롤과 지방이 없어 부담이 없고 적은 양으로도 충분한 맛을 낼 수 있어 알뜰한 제품이다. 본 제품은 야채 맛과 매운 맛 두 가지 종류이며 퀘사디아, 치킨, 또띠아와 함께 즐겨 먹는다.

❙ *이탈리안 요리와 잘 어울리는 '바질 잎(Basil Leaves)'*
단 맛을 내는 바질로, 민트류에 속한 바질을 사용한다. 정향(Clove)과 아니스(Anise)와 같은 향신료도 들어있어 특히 토마토소스를 사용하는 이탈리안 음식과 궁합이 맞다.

❙ *꼬치요리에 제격인 '마요네즈와 라임주스(Mayonnaise and lime juice)'*
전통적인 마요네즈의 맛에 라임즙으로 톡 쏘는 맛을 더했다. 마요네즈가 들어가는 요리에 대체적으로 모두 사용 가능하다. 짭짤한 맛과 신 맛 두 가지 맛이 있다. 치킨, 참치, 감자나 샐러드와 곁들여 먹을 수 있으며 샌드위치에 잼 대신 발라먹기도 한다.

21) 보리, 밀 등의 곡류에 존재하는 불용성 단백질

품명 : 빙과류

1 Wells Enterprise

1913년에 설립된 「Wells Enterprise」는 미국에서 가장 큰 가족운영 아이스크림 제조회사이다. 본사는 미국 아이오와(Iowa) 주에 위치하고 있다. 웰스社는 미국 전역에서 다양한 빙과류를 취급하는 네슬레(Nestle)社와 유니레버(Unilever)社 다음으로 큰 아이스크림 제조회사로 시장점유율 5%를 차지한다. 유명 아이스크림 브랜드인 웨이트워처스 아이스크림(Weight Watchers Ice Cream)의 라이센스를 가지고 있으며 요플레이트(Yoplait)社의 얼린 요거트 제품을 취급하고 있다.

제품 소개

주요 브랜드
(블루 바니, 밤팝, 웨이트 워처스, 요플레)

웰스社는 블루 바니(Blue Bunny), 밤팝(Bomb Pop), 웨이트 워처스(Weight Watchers), 요플레 프로즌(Yoplait Frozen) 네 개의 브랜드를 보유하고 있다. 그 중 대표 브랜드는 블루 바니(Blue Bunny)로 500개가 넘는 제품을 보유하고 있다. 초콜릿 땅콩, 바닐라와 땅콩버터, 바닐라와 딸기를 혼합한 맛이 나는 아이스크림이 대표제품이다. 블루 바니는 바닐라 맛만 7가지를 개발하여 차별성을 가졌다. 또한 저스트포유(Just-For-You)라는 제품은 혼자 사는 사람들을 위해 출시된 제품으로, 다양한 맛의 아이스크림이 소포장 되어있어 적은 양으로 많은 맛을 맛 볼 수 있게 하였다. 이처럼 블루 바니는 소비자들의 다양한 니즈를 만족시키고자 많은 시도를 하고 있으며 떠먹는 아이스크림에서부터 콘까지 다양한 종류를 출시하고 있다. 또 다른 브랜드 밤팝(Bomb Pop)은 특별한 프로모션을 진행하면서 독보적인 브랜딩을 확립할 수 있었다. 매년 6월 마지막 목요일을 밤 팝 데이로 정해 그들만의 마케팅을 진행하였다.

[좌측부터] 블루바니(Blue Bunny), 밤 팝(Bomb Pop), 웨이트 워처스(Weight Watchers), 요플레 프로즌(Yoplait Frozen)의 제품 라인

2014 *인기제품*으로 살펴보는 식품 트렌드

캐드버리 카라멜로 (Cadbury Caramello)

❙ *풍부한 초콜릿 맛을 느낄 수 있는 '캐드버리 카라멜로(Cadbuury Caramello)'*
블루 바니의 스테디셀러 바닐라 아이스크림과 캐드버리의 초콜릿을 혼합한 후 달콤한 카라멜 소스로 마무리를 한 아이스크림이다. 초콜릿 모양과 흡사한 아이스크림 바(bar) 형태로 출시되었다.

프리미엄 바닐라 (Premuim Vanilla)

❙ *오리지널 바닐라 '프리미엄 바닐라(Premium Vanilla)'*
아이스크림의 원조 바닐라 맛으로 블루 바니의 스테디셀러이다. 제품 그대로를 떠서 먹을 수 있을 뿐더러 다른 음식에 찍어 먹거나, 발라 먹거나 올려 먹을 수 있는 장점이 있다.

스윗 프리덤 (Sweet Freedom)

❙ *칼로리와 맛을 한꺼번에 잡은 '스윗 프리덤(Sweet Predom)'*
칼로리 걱정을 하는 소비자들을 위한 무가당 바닐라 아이스크림이다. 기본 바닐라 맛에 딸기, 바나나, 초콜릿으로 토핑을 얹고 파인애플, 체리, 견과류를 혼합해서 건강과 맛을 동시에 잡았다.

2 Unilever

1929년에 설립된 「Unilever」는 영국·네덜란드계 글로벌 기업이다. 생필품 생산회사로서 식품, 음료, 청소용품 등 생활에 필요한 제품들을 취급한다. 피앤지(P&G)社, 네슬레(Nestle)社 다음으로 큰 생필품 생산회사이며 주력 상품은 마가린, 버터와 같은 빵에 발라먹는 스프레드(spread) 제품이며 시장 점유율 30% 이상을 차지하고 있다. 유니레버社는 400개 이상의 브랜드를 보유하고 있으며 그 중 14개 주요 브랜드로만 1년에 1조 3,500억 달러 이상의 매출을 기록한다.

제품 소개

유니레버社는 세계에서 가장 큰 아이스크림 제조업체로서 연매출이 6,800억 달러에 달한다. 팝시클(Popsicle), 클론디크(Klondike), 슬림 패스트 아이스크림(Slim Fast ice cream), 브레이어스(Breyers), 벤엔제리스(Ben & Jerry's) 등의 아이스크림 브랜드를 취급하고 있다. 그 중 가장 인기 브랜드인 벤엔제리스(Ben & Jerry's)는 70개가 넘는 다양한 맛을 보유한다. 대표적인 맛 허비허비(Hubby Hubby)는 바닐라 아이스크림에 초콜릿 퍼지와 땅콩버터, 프레즐을 조각내 섞어 만든 아이스크림이다. 유니레버社의 프리미엄 라인인 까테도르(Carte d'or)는 유럽 시장을 겨냥한 브랜드로, 제품의 45% 이상을 천연 과일로 만들어 신선하고 상큼한 과일 본연의 맛을 느낄 수 있다. 또 다른 브랜드 매그넘(Magnum)은 기존의 초콜릿 아이스크림에서 벗어나 바닐라와 콩을 혼합한 건강 아이스크림을 개발하여 출시하자마자 인기를 끈 바 있다.

아이스크림 브랜드
(매그넘, 벤엔제리스, 까테도르)

[좌측부터] 까테도르(carte d'or), 코네또(cornetto), 벤엔제리스(Ben and Jerry's), 칼리포(calippo)

2014 *인기제품으로* 살펴보는 식품 트렌드

벤엔제리스
(Ben & Jerry's)

브레이어스
(Breyers)

클론디크
(Klondike)

❙ *맛과 사회를 동시에 책임지는 '벤엔제리스(Ben&Jerry's)'*

벤엔제리스는 다양하고 혁신적인 맛을 제공함과 동시에 여러 사회분야의 이슈들을 아이스크림과 접목하여 소비자들의 관심을 끌어내고 있다. 실제로 벤엔제리스는 제품의 겉포장이나 홍보 문구에 동성애 이슈, 자선 행사, 환경 문제들을 언급하면서 사회활동을 벌인다.

❙ *건강한 아이스크림 '브레이어스(Breyers)'*

건강한 아이스크림을 컨셉으로 천연 재료들로만 만든 제품이다. 본래의 맛을 내기 위하여 진한 우유와, 신선한 크림, 설탕, 진짜 과일과 초콜릿을 주재료로 하였다.

❙ *아이스크림 샌드위치 '클론디크(Klondike)'*

색다른 형태의 아이스크림을 소비자들에게 제공하기 위해 만든 이이스크림 샌드위치이다. 부드럽고 촉촉한 초콜릿 빵 사이에 바닐라 아이스크림을 넣어 아이스크림 빵이라고 불린다.

기타 인기 식품 취급 기업

1 Kraft

1903년 설립된 식품제조기업 「Kraft」는 미국 식품의 브랜드 포트폴리오로서, 북미지역이 가장 선호하는 플랜터스(Planters), 필라델피아(Philadelphia), 쿨 에이드(Kool-Aid), 오스카 마이어(Oscar Mayer), 크래커 바렐(Cracker Barrel), 맥스웰 하우스(Maxwell House)등과 같은 가공식품 및 음료 브랜드를 취급하고 있다. 연매출 5억 달러를 육박하는 대형 브랜드들이다. 크라프트社는 미주지역을 통틀어 22,500명의 직원을 보유하고 있으며 그룹을 통틀어 180억 달러의 연매출을 기록하고 있다.

제품 소개

주요 브랜드
(치즈위즈, 벨비타, 폴리오, 마카로니&치즈)

크라프트社는 다양한 영역에 걸쳐 많은 브랜드를 보유하고 있다. 그 중 치즈와 유제품 부문은 전체 매출량의 25% 차지하는 효자 상품이다. 이 부문에서 보유하고 있는 브랜드는 총 16개로 크라프트 싱글즈(Kraft Singles), 필라델피아(Philadelphia), 폴리오(Polly-O) 등이 있다. 각 브랜드마다도 여러 가지 맛을 보유하고 있으며 신선한 재료들을 사용하기로 유명하다. 필라델피아(Philadelphia)는 특히 18가지의 치즈 맛을 보유하고 있다는 점과 신선도를 좌우하는 시간인 농장에서 냉장고에 들어가는 시간이 6일이라는 점에서 미국을 대표하는 치즈 브랜드로 자리매김하였다. 폴리오(Polly-O)는 1899년부터 뉴욕에서 이탈리아 맛의 모짜렐라와 리코타 치즈를 생산했으며 1억 달러 이상의 매출을 올리고 있다. 크라프트 싱글즈(Kraft Singles)는 저지방 치즈, 낮은 우유 함유량의 치즈를 출시하여 소비자들이 가볍게 치즈를 즐길 수 있도록 하였다. 다양한 맛과 종류의 치즈를 제공함으로써 크라프트社는 미국 치즈 시장에서 압도적인 시장점유율을 자랑한다.


[좌측부터] 필라델피아(Philadelphia), 폴리오(Polly O), 벨비타(Velveeta), 싱글즈(Singles)의 치즈

2014 *인기제품*으로 살펴보는 식품 트렌드

치즈 위즈 (Cheese Whiz)

마카로니&치즈 (Macaroni and Cheese)

❙ *모든 음식과 잘 어울리는 '치즈 위즈(Cheese Whiz)'*

치즈 위즈는 소스나, 레시피, 야채 토핑, 에피타이저, 샌드위치와 곁들여 먹을 수 있다. 유리병으로 포장되어 있어 전자레인지 사용이 용이하다. 일반 맛과 살사 맛, 저칼로리 제품 종류가 있다.

❙ *저녁식사용으로 알맞은 '마카로니&치즈(Macaroni & Cheese)'*

편리하고 간편한 저녁을 만들어 먹기 위해 크라프트社에서 제조한 제품이다. 빨리 요리해 먹을 수 있는 마카로니에 슬라이스 치즈를 포갠 창의적인 메뉴로, 무려 75년간 많은 소비자들의 사랑을 받고 있다.

2 Tyson

1935년에 설립된 「Tyson」은 2014년 기준, 300개가 넘는 시설에 115,000명의 직원을 보유하고 있으며 6,729개의 독립 양계장과 계약을 맺고 있는 육가공 식품 제조회사이다. 연매출 3,440억 달러로 미국에서 닭, 소, 돼지고기를 가장 크게 유통하는 유통상이며 슈퍼마켓, 피자, 레스토랑 체인점과 케이에프씨(KFC), 타코벨(Taco Bell), 맥도날드(McDonald)와 같은 패스트 푸드점에도 납품중이다. 123개의 생산 공장에서 버팔로 윙, 뼈 없는 버팔로 윙, 치킨 너겟과 같은 다양한 제품들을 생산한다. 매주 공장에서 4억 마리 이상의 닭, 170,938마리의 소, 347,891마리의 돼지를 도축하여 제품을 제조한다. 포춘社가 선정한 유망기업 500개社 중 타이슨社는 두 번째로 큰 식품 생산 기업이다.

제품 소개

주요 브랜드
(터이슨, 힐쉬어팜, 지미딘, 사라리)

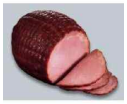
약 30개의 육가공식품 관련 브랜드를 보유하고 있으며 닭, 소, 돼지고기를 재료로 한 햄, 베이컨, 치킨, 텐더, 핫도그 등의 제품을 취급한다. 그 중 햄과 베이컨, 치킨 브랜드를 다수 보유하고 있다. 각 브랜드의 제품은 다양한 사이즈와 맛으로 출시되었고 요리하기 쉽게 되어 있어 다양한 요리를 집에서 편리하게 만들어 먹을 수 있다. 힐시어팜(Hill Shire Farm) 브랜드는 햄, 훈제소시지, 베이컨 제품 등을 보유하고 있고, 스테이트 페어(Statefair)의 핫도그는 최상의 햄을 사용하여 편리하고 빠르게 요리가 가능하다는 장점을 가지고 있다. 완제품으로도 즐길 수 있고 요리에 첨가하여 다른 요리와 함께 즐길 수 있어 주부들에게 인기 만점이다. 치킨가공 제품 또한 다양하다. 너겟, 필레, 텐더의 형태로 출시되며 소매용과 도매용으로 나뉘어 판매되고 있다.

[좌측부터] 힐시어팜(Hillshire Farm), 위버(Weaver), 스타랜치엔거스(Star Ranch Angus), 스테이트 페어(State fair)의 육가공식품

2014 *인기제품으로* 살펴보는 식품 트렌드

지미 딘
(Jimmy Dean)

라이트
(Wright)



윌슨
(Wilson)

❙ *미국 대표 소시지 '지미 딘(Jimmy Dean)'*

1969년에 출시된 제품으로 미국에서 가장 유명한 아침식사용 소시지이다. 지미 딘의 소시지, 베이컨, 샌드위치 라인은 미국인들이 아침에 가장 즐겨먹는 제품이다. 최상의 재료들로 만든 소시지는 오믈렛, 샌드위치, 패티와 잘 어울린다.

❙ *강한 사람들을 위한 강한 소시지 '라이트(Wright)'*

라이트는 더 크고, 더 두껍고, 더 건강한 재료로 만든 베이컨을 원하는 소비자들을 위한 제품이다. 기존의 베이컨 보다 더 강한 맛을 원하는 소비자들을 위해 생산된 제품으로서 큰 인기에 힘입어 다른 고기제품들도 출시하였다.

❙ *서부사람들이 특히 좋아하는 '윌슨(Wilson)'*

윌슨 햄은 좋은 품질, 보관의 편리함, 맛으로 서부사람들의 입맛을 사로잡았다. 고기 마니아들 사이에서 인기 있는 윌슨 햄은 변하지 않는 한결같은 맛을 비결로 삼고 있다.

GLOBAL **FOOD** INFO

HOT PRODUCT

United States of America

미국 인기상품 BEST 10

농림축산식품부 Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs
aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

OVERVIEW

유통매장 소개	점포현황	인기제품

1. Wal-Mart

월마트는 미국에 본사를 둔 세계 최대규모의 유통업체임. 2014년 기준 총 매출액이 4,730억 달러에 달하며 2,200만 명의 임직원들이 종사하고 있음

US월마트 스토어는 대형할인점인 디스카운트 스토어와 하이퍼마켓인 월마트 슈퍼센터, 지역소매점인 네이버 후드 마켓으로 운영되고 있음. 미국 전역에 다양한 형태의 US월마트 스토어가 4,092개 위치해 있음

Washington	66개 점
Arizona	123개 점
New York	119개 점
California	298개 점
New Mexico	528개 점

*주요 매장 위치 및 현황

· 제품명 : Planters Deluxe Mixed Nuts
· 현지 소비자 가격 : 7.98 달러(USD)

· 제품명 : Chips Ahoy
· 현지 소비자 가격 : 4.68 달러(USD)

2. Costco Wholesale

코스트코는 회원제 창고형 할인 매장으로 모든 매장을 회원제로 운영하고 있음. 미국에서만 55만 명 이상의 회원을 보유하고 있으며 업계 최고임

2013년 기준 전 세계 627개의 매장을 운영하고 있음. 미국 내에만 449곳의 점포를 운영하고 있으며 캐나다, 멕시코, 영국 등 7개국에 진출해 있음

Arizona	18개 점
California	120개 점
New York	17개 점
Florida	22개 점
Washington	29개 점

*주요 매장 위치 및 현황

· 제품명 : Popcornopolis
· 현지 소비자 가격 : 42.99 달러(USD)

· 제품명 : Arizona Green
· 현지 소비자 가격 : 17.39 달러(USD)

3. Sam's Club

샘스 클럽은 회원제 창고형 할인매장임. 1983년 오클라호마(Oklahoma) 주에 1호 매장을 설립하였으며 현재 브라질, 중국, 멕시코에 진출해 있음

경쟁사인 코스트코 보다 월등히 많은 점포수를 보유하고 있으며, 미국 전역에만 약 621개의 매장을 보유하고 있음

Arizona	16개 점
California	33개 점
New York	16개 점
Florida	45개 점
Michigan	26개 점

*주요 매장 위치 및 현황

· 제품명 : Folgers Gourmet Selections Coffee
· 현지 소비자 가격 : 38.98 달러(USD)

· 제품명 : Tropicana 100% Apple Juice
· 현지 소비자 가격 : 13.68 달러(USD)

4. Meijer

마이어는 미국에 하이퍼마켓의 개념을 처음 도입한 유통매장으로 전통성이 깊은 기업임

마이어 가문의 가족 회사로 경영되고 있어 미국 전역으로 매장을 확대하지는 않고 미국 중서부 지역을 중심으로만 운영되고 있음. 마이어의 시초인 미시간(Michigan) 주에 가장 활성화 되어 있음

Michigan	106개 점
Illinois	23개 점
Indiana	33개 점
Ohio	41개 점
Kentucky	10개 점

*주요 매장 위치 및 현황

· 제품명 : Jell-O Gelatin Dessert
· 현지 소비자 가격 : 1.18 달러(USD)

· 제품명 : Twizzlers Twists Strawberry
· 현지 소비자 가격 : 13.99 달러(USD)

월마트· Wal-Mart

기업 개요

· 기업명 : Wal-Mart Stores, Inc.
· 본사 주소 : 702 SW 8t3h Street Bentonville, AR 72716-8611
· 홈페이지 : www.walmart.com

월마트는 미국에 본사를 둔 세계 최대 유통업체임. 1962년 알칸소(Arkansas) 주에 월마트 1호점을 오픈하였고 이후 미주리(Missouri) 주, 오클라호마(Oklahouma) 주 등으로 점포를 계속 확장하면서 미국 굴지의 중견 기업으로 성장하였음. 1980년대 창고형 매장의 큰 인기에 힘입어 글로벌 기업으로 도약함. 2014년 기준 총 매출액이 4,730억 달러이며, 2,200만 명을 고용하여 전 세계에서 가장 많은 직원수를 보유하고 있음

매장 지점 현황

US월마트 스토어가 공식명칭이며 쉽게 월마트라고 불리고 있음. US월마트 스토어는 대형할인점인 디스카운트 스토어와 하이퍼마켓인 월마트 슈퍼센터, 지역소매점인 네이버 후드 마켓으로 구분됨. 현재 미국 전역에 US월마트 스토어가 4,092개임

Washington	66개 점	California	298개 점
Arizona	123개 점	New Mexico	528개 점
New York	119개 점	Florida	334개 점

*주요 매장 위치 현황

현지 유통매장 담당자 인터뷰 일리노이점 식품 구매 담당자 ▌Mr Greg Szarynshki Q&A

Q1. 매장에서 인기 있는 과일은 무엇입니까? 한국산 과일도 취급하고 있습니까? 만약 그렇다면 미국소비자들의 반응은 어떠합니까?

계절마다 인기 있는 과일의 종류가 다릅니다. 봄에는 상큼한 맛이 나는 베리 종류가, 여름에는 과육이 풍부한 멜론이나 오렌지가, 가을에는 사과가, 겨울에는 체리와 크랜베리, 텐저린 등이 인기가 좋습니다. 저희 매장은 다양한 국가로부터 과일을 수입하고 있는데 한국산 과일도 역시 취급하고 있습니다. 한국산 배가 서양 배에 비해 식감도 부드럽고 육즙도 많아 인기리에 판매되고 있습니다.

Q2. 현지에서 인기 있는 가공식품은 무엇입니까? 그리고 그 인기 요인은 무엇이라고 보십니까?

통조림 제품과 건조식품, 잼, 버터, 스낵 칩이 가장 인기 있습니다. 간편하게 오래 두고 먹을 수 있기 때문에 인기가 좋은 것 같습니다.

▶ *Marketer's Guide*

월마트에는 한국 식품만 따로 구비해 놓은 코너가 있을 정도로 한국식품에 대한 인지도도 있고 인기도 있는 편이라고 한다. 입점 방법을 잘 확인해 준비한다면 월마트로의 진출이 가능할 것으로 사료된다.

Q3. 판매되고 있는 한국산 가공 식품은 어떤 것이 있습니까? 한국 소비자들의 반응은 어떠합니까?

다수의 한국산 가공식품을 취급하고 있습니다. 그 중 가장 인기 있는 제품은 당연히 라면입니다. 특정 브랜드의 라면제품이 꾸준히 잘 팔리고 있습니다. 또한 모양이 특이한 빼빼로 과자가 어린이들 사이에서 인기가 있습니다.

*매장 내 가공식품 코너 전경

Q4. 물건을 취급 또는 수입할 때 우선으로 고려하는 것이 있습니까? 그것이 무엇이며 해당 매장에 입점하기를 희망한다면 어떻게 해야 합니까?

제품의 품질, 식품 트렌드, 가격을 모두 중요시 여깁니다. 매장에 입점을 희망한다면 자사 사이트에서 관련 내용을 확인할 수 있을 것입니다.[22)]

22) 입점 내용 확인할 수 있는 사이트 : http://corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier/direct-import-global-suppliers

인기상품 TOP 10 ▌월마트 일리노이(Illinois)점

1. Planters Deluxe Mixed Nuts (플랜터스 디럭스 믹스 넛츠)

1

· 회사명 : Kraft Foods Global
· 현지 소비자 가격 : 7.98 달러(USD)
· 용량 : 18.25 oz[23)]
· 상품 소개 : 한입에 먹기 좋은 크기로 자른 여러 가지 건조 견과류를 꿀과 땅콩 오일로 양념함. 견과류 특유의 고소함과 아작한 식감이 특징이며 달콤한 영양 간식임. 맥주안주로 즐겨 먹음

2. Nabisco Chips Ahoy Nutter Butter & Oreo Cookies Variety Pack (나비스코 칩스 아호이 너터 버터 앤 오레오 쿠키 버라이어티 팩)

2

· 회사명 : Nabisco
· 현지 소비자 가격 : 4.68 달러(USD)
· 용량 : 20g
· 상품 소개 : 미국에서 가장 많이 팔리는 과자중 하나로 너터 버터, 오레오쿠키, 초코칩 맛이 있음. 너터 버터는 버터쿠키 사이에 땅콩버터를 발라 고소한 맛이 일품이며, 오레오 쿠키는 바닐라 크림을 발라 달콤함. 초코칩은 오리지널 쿠키에 초콜릿 칩이 알알이 박혀 촉촉함과 바삭함을 동시에 느낄 수 있음

3. Sam's Cola (샘스 콜라)

3

· 회사명 : Sam's Choice
· 현지 소비자 가격 : 4.98 달러(USD)
· 용량 : 12 fl oz[24)], 24-Pack
· 상품 소개 : 월마트의 PB(Private Brand)상품으로 코카콜라와 펩시콜라보다 저렴함. 다른 콜라 브랜드와 달리 나트륨 함량을 낮춰 건강하게 마실 수 있는 탄산음료임

4. Folgers Medium Classic Roast Ground Coffee (폴저스 미디엄 클래식 로스트 그라운드 커피)

4

· 회사명 : Folgers
· 현지 소비자 가격 : 8.98 달러(USD)
· 용량 : 33.9 oz
· 상품 소개 : 원두 커피가루로 생두의 향과 맛이 살아 있고, 가격대비 양이 많아 인기가 좋음. 미디엄 로스트로 마일드한 향과 구수한 맛을 느낄 수 있으며 뜨거운 물에 타면 옅은 갈색을 띰

5. Angostura Aromatic Bitters(앙고스투라 아로마틱 비터스)

5

· 회사명 : Angostura
· 현지 소비자 가격 : 4.88 달러(USD)
· 용량 : 4 oz
· 상품 소개 : 중남미에서 생산되는 앙고스투라 나무껍질에서 추출한 엑기스로 쓴맛이 나지만 음료와 주류에 첨가 시 본연의 향과 풍미를 극대화 시켜주는 향료의 일종임

한국에 비슷한 제품은?

· 상품명 : 칙촉
· 회사명 : 롯데제과
· 상품 소개 : 아몬드 가루가 함유된 부드러운 쿠키로 고소하며 리얼 초코칩이 덩어리째 함유되어 정통 초콜릿칩 쿠키 맛을 느낄 수 있음

· 상품명 : 칠성 사이다
· 회사명 : 롯데칠성음료
· 상품 소개 : 미국의 펩시콜라만큼 유명한 한국 탄산음료로 레몬과 라임향이 나고 청량감이 높음

23) 1oz(온스) = 28.34g
24) 1 fl oz(Fluid Ounce) = 29.57353ml

인기상품 TOP 10 ▌월마트 일리노이(Illinois)점

6. Gatorade G Lemon-Lime Thirst Quencher Sports Drink (게토레이 지 레몬라임 떨스트 퀸처 스포츠 드링크)

6

· 회사명 : Gatorade
· 현지 소비자 가격 : 5.98 달러(USD)
· 용량 : 12 fl oz, 12 pack
· 상품 소개 : 제품명 그대로 갈증을 빠르게 해소시켜주는 스포츠 드링크로 유명하며, 레몬라임 맛으로 상큼하면서도 게토레이 특유의 향이 더해져 상쾌함

7. Nestle nido fortificada with Iron (네슬레 나이도 폴티피카다 위드 아이론)

7

· 회사명 : Nido
· 현지 소비자 가격 : 15.38 달러(USD)
· 용량 : 3.52 Lb[25)]
· 상품 소개 : 니도는 네슬레의 대표 분유브랜드임. 니도분유 2잔이면 어린이의 하루 권장 단백질의 32%를, 하루 권장 칼슘의 50%를 충족시킬 수 있음

8. Morton Sea Salt Fine Salt(몰튼 씨 솔트 파인 솔트)

8

· 회사명 : Morton Sea Salt
· 현지 소비자 가격 : 2.12 달러(USD)
· 용량 : 17.6 oz
· 상품 소개 : 미국의 소금판매율 1위를 차지하고 있으며 미역과 다시마에 있는 요오드가 함유되어 임산부와 성장기 어린이들에게 좋음. 종이 포장으로 내습성이 강하여 오래도록 신선하게 소금을 보관할 수 있음

9. Great Value Clover Honey (그레이트 밸류 클로버 허니)

9

· 회사명 : Great Value
· 현지 소비자 가격 : 7.84 달러(USD)
· 용량 : 32 oz
· 상품 소개 : 월마트의 PB상품인 Great Value의 꿀 제품으로 다른 꿀에 비해 가격이 저렴하여 인기가 좋음. 천연 꿀로 토스트나 비스킷에 발라먹는 소스로 이용되고 있음

10. Nestle Coffee-mate Original Powder Coffee Creamer (네슬레 커피 메이트 오리지널 파우더 커피 크리머)

10

· 회사명 : Nestle
· 현지 소비자 가격 : 5.48 달러(USD)
· 용량 : 35.3 oz
· 상품 소개 : 커피메이트는 1961년 부터 전세계 커피 애호가들로부터 사랑받은 식물성 크리머임. 크리머 첨가 시 커피의 쓴맛을 없애주고 본연의 향과 맛을 배가시켜 오리지널 커피보다 부드러움

한국에 비슷한 제품은?

· 상품명 : 식물성 크림 프리마
· 회사명 : 동서식품
· 상품 소개 : 프리마는 한국 커피 크리머의 대표제품으로 커피의 쓴 맛과 신맛을 중화시켜주어 부드럽게 마실 수 있도록 함

· 상품명 : 한주소금
· 회사명 : 예은암푸드
· 상품 소개 : 요오드가 함유되어 고혈압, 암환자들의 식단 조절시 사용될 만큼 건강을 고려하여 만든 소금임

25) 1 lb = 0.4535kg

코스트코· Costco Wholesale

기업 개요

· 기업명 : Costco Wholesale Corporation
· 본사 주소 : 999 Lake Drive, Issaquah, WA 98027
· 홈페이지 : www.costco.com

코스트코는 회원제 창고형 할인 매장으로 모든 매장을 회원제로 운영하고 있음. 미국에서만 55만 명 이상의 회원을 보유하고 있으며 업계 최고임. 경쟁사인 월마트와 달리 고급 브랜드 제품을 할인하여 파는 전략으로 마진율을 15%만 남겨 가격을 최소화하였음. 또한 취급하는 품목수를 줄여 판매 제품의 품질을 향상 시켰음. 이러한 차별화 전략으로 설립된 지 6년 만에 글로벌 기업으로 성장하였음

매장 지점 현황

코스트코의 1호점은 워싱턴(Washington) 주에서 오픈했으며, 2013년 기준 전 세계 627개의 매장을 운영하고 있음. 미국 내에만 449곳의 점포를 운영하고 있으며, 캐나다 멕시코 영국 등 7개국에 진출해 있음. 취급하는 품목은 약 4천 가지임

Arizona	18개 점	Florida	22개 점
California	120개 점	Texas	25개 점
New York	17개 점	Washington	29개 점

*주요 매장 위치 현황

현지 유통매장 담당자 인터뷰 일리노이점 식품 구매 담당자 ▌Mr Siri

Q&A

Q1. 매장에서 인기 있는 과일은 무엇입니까? 한국산 과일도 취급하고 있습니까? 만약 그렇다면 미국소비자들의 반응은 어떠합니까?

봄에는 딸기와 블루베리, 한국산 배가 인기 있고 여름과 가을, 겨울도 역시 딸기와 블루베리를 즐겨먹습니다.

한국산 배를 취급하고 있는데 종류는 신고배(Shingo Pear)입니다. 봄과 가을에 인기가 많기 때문에 그 전에 수입하여 수요를 충족시키고 있습니다. 과육이 풍부하고 씹는 맛이 아삭하기 보다는 부드러워 남녀노소 모두에게 먹기 좋아 인기가 있는 것 같습니다.

Q2. 현지에서 인기 있는 가공식품은 무엇입니까? 그리고 그 인기 요인은 무엇이라고 보십니까?

어떤 특정 종류의 가공식품이 인기 있다고 지정할 수는 없고 간식류가 대체적으로 인기가 많습니다. 요리용 가공식품 보다는 끼니 사이에 먹을 수 있는 육포(pork jerky)나 간편 스낵(potato chip), 치즈 스틱 등 간식 류의 수요가 높은 편입니다. 사실 유행에 따라 인기 가공식품의 순위가 주기적으로 변경되기 때문에 인기 있는 가공식품을 선정하는 것은 크게 의미가 없을 것 같습니다.

Q3. 판매되고 있는 한국산 가공 식품은 어떤 것이 있습니까? 한국 소비자들의 반응은 어떠합니까?

한국산 조미김이 시즌에 구애받지 않고 가장 인기리에 판매되고 있습니다. 인스턴트 우동이나 라면도 취급하고 있지만 평상시에 수요량이 많지는 않습니다. 하지만 겨울 시즌에 수요량이 높아지곤 합니다. 또한 불고기 소스도 한국 식품 중 반응이 좋은 편입니다.

Q4. 물건을 취급 또는 수입할 때 우선으로 고려하는 것이 있습니까? 그것이 무엇이며 해당 매장에 입점하기를 희망한다면 어떻게 해야 합니까?

합리적인 가격의 적절한 아이템이 적절한 시기에 적합한 장소에 제공되어져야 합니다. 가격, 아이템의 종류, 시간, 장소 모든 요소가 조화를 이루어야 시장성이 있다고 판단되기 때문입니다. 코스트코에 입점을 희망한다면 저희 벤더 사이트에 우선적으로 등록을 해야 합니다. 아니면 한국의 코스트코에 문의해도 알려줄 것입니다.

▶ *Marketer's Guide*

코스트코에서 인기리에 판매되고 있는 제품 중 '포크자키(Pork Jerky)'는 한국식 바비큐 소스로 맛을 낸 육포이다. 최근 미국인들이 한국의 불고기 맛 소스를 구매하는 빈도가 눈에 띄게 증가하고 있으니 관련 제품으로 진출하기에 적절한 시기일 것으로 사료된다.

인기상품 TOP 10 ▌코스트코 일리노이(Illinois)점

1. Mini Cones (미니콘)

· 회사명 : Popcornopolis
· 현지 소비자 가격 : 42.99 달러(USD)
· 용량 : 지브라 맛(77g), 카라멜 맛(62g), 체다 치즈 맛(26g), 키틀 맛 (25g) / 12팩 기준
· 상품 소개 : LA근교 유명 팝콘 체인점에서 판매하는 팝콘으로 일반 마트에서도 판매하고 있음. 콘 모양의 투명봉투에 담겨있으며 트랜스지방이 0%임. 카라멜, 체다 치즈, 지브라, 키틀 맛이 있음

1


2. Fruitwood Antibiotic-Free Smoked Uncured Slab Bacon (프룻우드 안티바이오틱 프리 스모크드 언커트 슬라브 베이컨)

· 회사명 : Sid Wainer & Son
· 현지 소비자 가격 : 64.995 달러(USD)
· 용량 : 5 lb
· 상품 소개 : 전통 훈제 가공법에 따라 돼지의 삼겹살 부위를 2~3시간 메이플시럽과 설탕으로 절여 뉴잉글랜드 나무로 뗀 연기에 10시간동안 훈제한 베이컨임

2


3. Harvest Creek Organic Chunk Chicken Breast (하비스트 크릭 오가닉 청크 치킨 브레스트)

· 회사명 : Harvest Creek
· 현지 소비자 가격 : 139.99 달러(USD) / 24 pack기준
· 용량 : 12.5 oz
· 상품 소개 : 지방함량이 적은 닭 가슴살로 만든 통조림으로 개봉 시 바로 먹을 수도 있고 샐러드, 수프 등 다양한 요리의 재료로 이용됨. 닭 가슴살 자체로 부족한 단백질을 공급할 수 있어 건강을 생각하는 소비자들이 선호함

3


4. Kirkland Signature™ Organic No-Salt Seasoning (커클랜드 시그니쳐 오가닉 노 솔트 시즈닝)

· 회사명 : Kirkland Signature
· 현지 소비자 가격 : 39.99 달러(USD) / 4 pack기준
· 용량 : 1팩 당 14.5 oz.
· 상품 소개 : 21가지의 유기농 재료로 만든 향신료로 스테이크나 버거, 립, 치킨 요리의 잡내를 잡아주고 풍미를 살려줌

4


5. Civetta Extra Virgin Olive Oil (시베타 엑스트라 버진 올리브 오일)

· 회사명 : La Civetta
· 현지 소비자 가격 : 59.99 달러(USD)
· 용량 : 2-3L
· 상품 소개 : 이탈리아 최고의 올리브 재배지인 코라티나(Coratina)에서 매년 12월 수확한 품종으로 만든 올리브 유로 과일향이 은은하게 나며 매운 맛도 약하게 남. 올리브만의 폴리페놀(Polyphenol)[26] 함유량이 높아 고품질 올리브유로 꼽힘

5


한국에 비슷한 제품은?

· 상품명 : 콘소메 팝콘맛
· 회사명 : CU 편의점
· 상품 소개 : 고소한 옥수수 콘스프 맛이 나는 팝콘으로 소포장되어 있어 언제 어디서나 간식으로 즐길 수 있음

· 상품명 : 해표 압착올리브유
· 회사명 : 해표
· 상품 소개 : 지중해 올리브를 압착하여 만들었으며, 올리브 고유의 향을 살려 그대로 먹어도 되고 각종 요리 소스로도 사용함

26) 폴리페놀은 우리 몸에 있는 활성산소(유해산소)를 해가 없는 물질로 바꿔주는 항(抗)산화물질 중 하나

인기상품 TOP 10 ▌코스트코 일리노이(Illinois)점

6. San Francisco Bay French Roast (샌프란시스코 베이 프렌치 로스트)

6

· 회사명 : San Francisco Bay
· 현지 소비자 가격 : 54.99 달러(USD)
· 용량 : 160 Pods
· 상품 소개 : 파드(Pod)커피는 최근 유럽에서 유행하고 있는 식용 부직포에 커피를 넣어 만든 형태로 커피를 낱개 포장하여 파드(Pod) 머신에 넣고 추출하여 먹음. 원두를 직접 갈 필요 없이 간편하게 커피를 추출할 수 있으며 일반 원두와 달리 개봉 후 시간이 오래 지나도 맛이 변하지 않아 언제나 신선한 커피를 즐길 수 있음

7. Sodamix Diet Specialty Flavors (소다믹스 다이어트 스페셜 플레이버)

7

· 회사명 : Soda Stream
· 현지 소비자 가격 : 39.99 달러(USD)
· 용량 : 500ml
· 상품 소개 : 탄산음료 제조용 탄산수로 물에 소다믹스를 섞으면 탄산음료를 쉽게 만들 수 있음. 1병으로 33캔 정도의 탄산음료를 제조할 수 있음

8. Arizona Green Tea with Ginseng & Honey (아리조나 그린티 위드 진생 앤 허니)

8

· 회사명 : Arizona Company
· 현지 소비자 가격 : 17.39 달러(USD) / 24캔 기준
· 용량 : 23 oz
· 상품 소개 : 미국 차(茶)음료 부분에서 립톤을 제치고 시장점유율 1위를 차지할 정도로 인기 있는 녹차음료임. 일반 녹차와 다르게 꿀과 인삼이 포함되어 달콤하면서도 독특한 향이 나는 것이 특징임. 분말을 녹이지 않고 잎을 우려내어 목넘김이 부드러움

9. Dried Fruit & Nut Basket (드라이 프룻 앤 너트 바스킷)

9

· 회사명 : Vacaville Fruit Company
· 현지 소비자 가격 : 59.99 달러(USD)
· 용량 : 103 oz
· 상품 소개 : 나무 바구니 패키지에 손수 견과류와 건조 과일을 보기 좋게 담아 놓은 견과류 세트 제품으로, 선물용으로 애용됨

10. Hoody's Deep South Praline Pecans (후디스 딥 사우스 프랄린 피칸)

10

· 회사명 : Harvest Manor Farms, LLC
· 현지 소비자 가격 : 47.99 달러(USD) / 4병 기준
· 용량 : 1병 당 30oz
· 상품 소개 : 미국식 호두인 피칸(pecan)에 캐러멜 설탕을 입혀 조린 것으로 달달하면서도 고소한 맛이 특징임. 불포화 지방산이 다량 함유되어 신경을 안정시켜주는 효과도 있음

한국에 비슷한 제품은?

· 상품명 : 쟈뎅 마일드 원두티백
· 회사명 : 쟈뎅
· 상품 소개 : 중남미 콜롬비아, 과테말라에서 생산된 최고급 아라비카종 커피를 티백에 담아 1회용으로 간편하게 즐길 수 있음

· 상품명 : 보성 녹차
· 회사명 : 동원 F&B
· 상품 소개 : 보성의 녹차잎만을 사용하여 만든 녹차로 캔에 담겨 있어 여름철 시원하게 먹기 좋음

샘스클럽· Sam's Club

기업 개요

· 기업명 : Sam's Club
· 본사 주소 : 2101 SE Simple Savings Drive, Bentonville, AR 72712
· 홈페이지 : www3.samsclub.com

샘스 클럽은 회원제 창고형 할인매장임. 1983년 오클라호마(Oklahoma) 주에 샘스 클럽 1호점을 설립하였으며 현재 브라질, 중국, 멕시코에 진출해 있음. 4,700만 명 이상의 회원을 보유하고 있으며 고품질의 제품을 저렴한 가격에 공급하는 것을 목적으로 운영하고 있음

매장 지점 현황

경쟁사인 코스트코 보다 월등히 많은 점포수를 보유하고 있으며 미국 전역에만 약 621개의 매장을 보유하고 있음. 11만 명의 임직원들이 종사하고 있으며 2013년 기준 연간 매출액이 560억 달러에 달하는 미국에서 8번째로 큰 소매기업임

Arizona	16개 점	Los Angeles	15개 점
California	33개 점	Colorado	15개 점
New York	16개 점	Georgia	23개 점
Florida	45개 점	Michigan	26개 점

*주요 매장 위치 현황

현지 유통매장 담당자 인터뷰 일리노이점 식품 구매 담당자 ▌Mr Emanuel Perez

Q&A

Q1. 매장에서 인기 있는 과일은 무엇입니까? 한국산 과일도 취급하고 있습니까? 만약 그렇다면 미국소비자들의 반응은 어떠합니까?

계절별로 선호하는 과일의 종류가 다릅니다. 봄에는 오렌지와 귤, 망고가, 여름에는 복숭아가, 가을에는 사과와 바나나가, 겨울에는 봄과 같이 감귤류가 인기가 좋습니다.

현재 저희 매장에서는 한국산 과일을 취급하고 있지 않습니다. 향후에도 취급할 계획이 없습니다. 왜냐하면 이미 재고도 꽉 차있고 앞으로 몇 년 동안 취급할 과일 리스트를 확보했기 때문입니다. 이처럼 저희 매장은 제품이 좋다고 그 제품이 단번에 매장에 들어올 수 없고 몇 년 동안의 준비 기간을 통해서 납품될 수 있습니다.

Q2. 현지에서 인기 있는 가공식품은 무엇입니까? 그리고 그 인기 요인은 무엇이라고 보십니까?

현재 밀가루나 베이킹 파우더와 같은 베이킹 용 제품이 인기가 좋습니다. 인터뷰 시기가 연휴 시기인 만큼 크리스마스도 곧 다가오고 새해도 다가오기 때문인 것 같습니다. 이맘 때 즈음, 미국의 각 가정에서는 직접 케이크나 파이를 만들어 먹으며 축제 분위기를 내곤 합니다. 평소에는 간단하게 요리해 먹을 수 있는 스파게티 제품이나 으깬 감자 요리제품이 인기가 많습니다.

Q3. 판매되고 있는 한국산 가공 식품은 어떤 것이 있습니까? 한국 소비자들의 반응은 어떠합니까?

인기 있는 한국산 가공식품은 소스입니다. 미국인들의 입맛에 맞게 덜 맵게 한 고추장 소스와 달콤한 불고기 맛 소스가 가장 잘 알려져 있습니다.

Q4. 물건을 취급 또는 수입할 때 우선으로 고려하는 것이 있습니까? 그것이 무엇이며 해당 매장에 입점하기를 희망한다면 어떻게 해야 합니까?

제품의 패키지를 가장 중요시 여깁니다. 매장에 너무도 많은 제품이 진열되어 있기 때문에 소비자들의 눈길을 사로잡을 만한 패키지를 갖고 있는 것이 가장 중요하다고 생각합니다. 가끔 소비자들이 물건이 제 자리에 있는데도 서로 너무 비슷한 모양의 패키지 때문에 그 제품을 사지 못하고 돌아가는 경우를 많이 봐 왔기 때문입니다. 또한 유기농 제품에 대한 소비자들의 수요가 높아지고 있기 때문에 유기농 인증을 부착한 식품 위주로 취급하려 노력하고 있습니다.

▶ *Marketer's Guide*

샘스클럽을 찾는 소비자들은 최근 제품의 유기농 인증 여부를 확인하는 경우가 잦다고 한다. 양국의 유기농 인증을 상호 인정해 주는 호환제도가 체결된 지금이 한국의 유기농 식품이 미국시장에 진출하기 적합한 시기인 것으로 사료된다.

인기상품 TOP 10 ▌샘스클럽 일리노이(Illinois)점

1. Folgers Gourmet Selections Coffee -Lively Colombian
(폴저스 걸멧 셀렉션 커피 - 라이블리 콜롬비안)

1

· 회사명 : FOLGERS
· 현지 소비자 가격 : 38.98 달러(USD)
· 용량 : 80 캡슐
· 상품 소개 : 100% 콜롬비아 원두를 사용하여 신맛이 덜하면서 풍부하고 진한 맛의 커피를 맛볼 수 있음. 캡슐 형태의 패키지로 되어 있어 언제든지 캡슐을 뜯어 물에 타먹을 수 있음

2. N'Joy Pure Sugar (엔조이 퓨어 슈가)

2

· 회사명 : N'Joy
· 현지 소비자 가격 : 9.24 달러(USD) / 8개 기준
· 용량 : 22 oz
· 상품 소개 : 사탕수수에서 100%추출한 원당을 정제하여 만든 설탕으로 깔끔한 단 맛을 내어 모든 요리에 사용가능함

3. Maruchan Ramen Noodle Soup - Chicken Flavor -
(마루찬 라면 누들 스프- 치킨 플레이버)

3

· 회사명 : Maruchan
· 현지 소비자 가격 : : 6.87 달러(USD) / 36개 기준
· 용량 : 3 oz
· 상품 소개 : 인스턴트 라면으로 라면과 스프만 들어있고 건더기는 없음. 라면을 다 끓인 후에 스프를 넣고 저어 먹는 것으로 한국의 라면 조리법과 차이가 있음. 한국의 라면보다 비교적 짜고 양이 적어 식사보다는 간식으로 먹기에 좋음

4. Tropicana 100% Apple Juice (트로피카나 100% 애플주스)

4

· 회사명 : PEPSICO
· 현지 소비자 가격 : 13.68 달러(USD) / 24개 기준
· 용량 : 1병 당 10 oz
· 상품 소개 : 전 세계 주스 브랜드 중 1위를 달리고 있는 트로피카나社의 과즙 주스임. 100% 천연 사과 농축액으로 만들어 사과 향이 진해 새콤달콤한 맛이 돋보임. 맑고 투명한 노란색으로 설탕을 첨가하지 않음

5. Starbucks Frappuccino Coffee Drink, Mocha
(스타벅스 프라푸치노 커피 드링크, 모카)

5

· 회사명 : PEPSICO
· 현지 소비자 가격 : 13.88 달러(USD) / 12병 기준
· 용량 : 9.5 oz
· 상품 소개 : 1996년 스타벅스의 여름 인기 제품인 푸라푸치노를 병으로 출시하여 언제어디서든 프라푸치노를 즐길 수 있도록 하였음. 스타벅스의 진한 커피에 우유를 더해 부드러움을 극대화함

한국에 비슷한 제품은?

· 상품명 : 스낵면
· 회사명 : 오뚜기
· 상품 소개 : 일반 라면보다 용량이 작아 간식으로 먹기에 알맞으며 가는 면발과 쇠고기를 원료로 한 개운한 국물이 특징임

· 상품명 : 자연은 170일 사과 100
· 회사명 : 웅진식품
· 상품 소개 : 170일 동안 정성껏 키운 국내산 사과를 원료로 하여 만든 사과 주스이며 사과 과즙 100%가 함유됨

인기상품 TOP 10 ▌샘스클럽 일리노이(Illinois)점

6. EAS 100% Whey Protein Powder,Chocolate (웨이 프로틴 초콜릿 맛)

6

· 회사명 : EAS
· 현지 소비자 가격 : 37.88 달러(USD)
· 용량 : 5 lb[27]
· 상품 소개 : 고품질의 프로틴 헬스 보충제로 1회 복용시 23g의 프로틴을 풍부하게 함유하고 있음. 신속한 근력향상과 피로가 회복 되며 운동한지 30분 후에 1스푼을 6~8oz의 물이나 우유 등에 타서 먹으면 됨. 운동량에 따라 하루 1~3회 정도 복용하면 알맞음

7. Baileys Irish Cream Liqueur (베일리스 아이리쉬 크림 리큐르)

7

· 회사명 : Baileys
· 현지 소비자 가격 : 17.49 달러(USD)
· 용량 : 750 ml
· 상품 소개 : 베일리스는 아이리쉬 리큐르의 대표 브랜드임. 아일랜드는 전통적으로 낙농업이 발달하여 위스키에 크림을 섞어 먹으며 본 제품도 위스키에 크림이 섞인 리큐르 제품임. 크리미하면서 달콤한 과일 맛이 나고 도수가 낮아 식후에 가볍게 디저트로 마심

8. Nestle Pure Life Purified Water (네슬레 퓨어 라이프 퓨리 파이드 워터)

8

· 회사명 : Nestle
· 현지 소비자 가격 : 3.98 달러(USD) / 35병 기준
· 용량 : 16.9 FL.OZ[28]
· 상품 소개 : 네슬레 생수는 1초에 1,100잔 씩 판매되는 세계1위 생수이며, 전 세계 42개국에서 판매되고 있으며 미네랄이 풍부하게 들어있어 부드러운 목 넘김을 자랑하며 갈증해소에 탁월하여 몸 안의 상쾌함을 지속시켜줌

9. Skittles Original Fruit (스키틀스 오리지널 프룻)

9

· 회사명 : Mars Foods
· 현지 소비자 가격 : 19.88 달러(USD)
· 용량 : 226 g
· 상품 소개 : 5가지 과일 맛으로 포도, 레몬, 딸기, 오렌지, 사과 맛 캔디 제품임. 설탕 코팅 속에 껌과 비슷한 질감의 캔디가 들어 있고 새콤달콤한 맛이 특징임. 색깔 별로 골라먹는 재미가 있음

10. Daily Chef Vitamin D Whole Milk (데일리 쉐프 비타민 디 홀 밀크)

10

· 회사명 : Daily Chef
· 현지 소비자 가격 : 3.32 달러(USD)
· 용량 : 1 gal[29]
· 상품 소개 : 비타민 D를 강화한 우유로 우유 살균 전에 비타민D를 녹여 만든 우유임. 비타민 D가 여성에게 특히 좋아 여성들이 많이 찾는 제품임

한국에 비슷한 제품은?

· 상품명 : 오아시스
· 회사명 : (주) 퓨어
· 상품 소개 : 청정지역인 차령산맥의 지하 암반수를 수원지로 하는 알카리성 물로 미네랄 함량이 풍부하고 깔끔한 생수임

· 상품명 : 비틀즈
· 회사명 : (주) 오리온
· 상품 소개 : 포도, 사과, 오렌지, 레몬 등 총 4가지 맛으로 코팅 처리된 츄잉 스타일 캔디임

27) 무게를 나타내는 단위로 파운드라고 읽음. 1 lb = 0.453592 kg
28) 액량의 단위를 나타냄. 1fl oz = 29.57353 ml
29) 1gal(갤런) = 3.785412ℓ(리터)

마이어· Maijer

기업 개요

· 기업명 : Meijer
· 본사 주소 : 2929 Walker Avenue Northwest, Grand Rapids, MI 49544
· 홈페이지 : www.meijer.com

마이어는 미국의 하이퍼마켓 체인점임. 본사는 미시간(Michigan) 주에 위치해 있으며 1934년 미시간 주에 개점한 그린빌 식료품점이 마이어의 1호점임. 1호점 매장의 규모를 점차 확대하면서 1962년 식료품뿐 아니라 생활용품, 가구, 의류까지 취급하는 백화점식 대형 하이퍼마켓으로 변모하였음. 미국에 하이퍼마켓의 개념을 처음 도입한 유통매장으로 타매장보다 정통성이 있음

매장 지점 현황

마이어 가문의 가족 회사로 경영되고 있어 미국 전역으로 매장을 확대하지는 않고 미국 중서부 지역을 중심으로만 운영되고 있음. 마이어의 시초인 미시간 주에 가장 활성화 되어 있으며 그 밖의 오하이오(Ohio) 주, 인디애나(Indiana) 주, 일리노이(Illinois) 주, 켄터키(Kentucky) 주에 점포를 보유하고 있음. 현재 미국 전역에 약 200여 개의 점포를 보유하고 있음

Michigan	106개 점	Ohio	41개 점
Illinois	23개 점	Kentucky	10개 점
Indiana	33개 점		

*주요 매장 위치 현황

현지 유통매장 담당자 인터뷰 일리노이점 식품 구매 담당자 ▌Mr Chris

Q&A

Q1. 매장에서 인기 있는 과일은 무엇입니까? 한국산 과일도 취급하고 있습니까? 만약 그렇다면 미국소비자들의 반응은 어떠합니까?

베리류(딸기, 블루베리, 블랙베리, 라즈베리)와 멜론과 같이 부드러운 식감을 지닌 과일이 봄에 인기가 많고 복숭아와 포도가 여름에 인기가 많습니다. 특히 포도는 7월 메모리얼 데이(Memorial Day) 시즌에 가장 많이 판매됩니다. 가을에는 사과와 배가, 겨울에는 감귤류가 인기가 많습니다. 한국산 과일로는 배를 취급하고 있고 한국산 배 역시 가을, 겨울철에 수요가 높습니다.

*매장 내 과일코너 전경(한국산 배 판매모습)

Q2. 현지에서 인기 있는 가공식품은 무엇입니까? 그리고 그 인기 요인은 무엇이라고 보십니까?

모든 가공식품의 종류가 대체적으로 인기가 많아서 특정 제품을 꼽기 힘듭니다. 왜냐하면 일단 매장에 진열된 모든 제품들이 고객의 수요에 기반 되었기 때문에 매장에 진열된 제품들 모두가 인기 제품이라고 보시면 됩니다.

Q3. 판매되고 있는 한국산 가공 식품은 어떤 것이 있습니까? 한국 소비자들의 반응은 어떠합니까?

라면과 조미김, 김치가 있습니다. 현지인들에게 유명하지는 않아 제품에 대한 소비자들의 반응은 잘 모르겠지만, 아시아 고객층은 꾸준히 구매하고 있는 제품들입니다.

*매장 내 가공식품 코너 전경

Q4. 물건을 취급 또는 수입할 때 우선으로 고려하는 것이 있습니까?

제품의 품질을 가장 중요하게 여깁니다. 제품이 어디에서 오고 어느 회사의 것인지는 중요하지 않지만 최상의 제품을 고객들에게 제공하고자 매장에 진열하기 전에 자체 검역을 통해 제품을 선별할 정도로 품질을 최우선적으로 고려합니다.

▶ *Marketer's Guide*

마이어 자체 검역연구원 3명이 매장 내에 상주하여 물건이 진열되기 전 5가지 샘플을 검출해 검역한다. 4개가 통과되고 1개가 부적격 처리되면 물건을 반품하니 주의하기 바란다.

인기상품 TOP 10 ▌마이어 일리노이(Illinois)점

1. Totino's Pizza Rolls (토티노 피자롤)

· 회사명 : General Mills Inc
· 현지 소비자 가격 : 7.99 달러(USD)
· 용량 : 12.5 oz
· 상품 소개 : 제너럴밀스社의 브랜드인 토티노(Totino's)의 냉동피자 제품으로 피자관련 7가지 제품라인이 출시되어 있으며 그 중 피자롤은 치즈 맛, 치즈 타코 맛, 페퍼로니 맛 등 11가지 맛이 있음

1

2. Jell-O Gelatin Dessert (젤-오 젤라틴 디저트)

· 회사명 : Kraft food
· 현지 소비자 가격 : 1.18 달러(USD)
· 용량 : 3 oz box
· 상품 소개 : 젤리를 만들 수 있는 젤라틴 파우더가 들어있으며, 뜨거운물 2컵에 젤라틴을 녹여 냉장고에서 굳히면 젤리가 됨. 라즈베리, 블랙베리, 레몬 등 7가지 맛이 있으며 이를 이용하여 다양한 디저트 제조가 가능함

2

3. Twizzlers Twists Strawberry (트위즐러 트위스트 스트로베리)

· 회사명 : Y&S Candies, Inc
· 현지 소비자 가격 : 13.99 달러(USD)
· 용량 : 5 lbs
· 상품 소개 : 꽈배기 형태로 꼬인 젤리로 일반 젤리보다는 쫀쫀한 정도가 강하여 씹을수록 딸기 향이 입안에 돔. 저지방 제품도 있어 다이어트 간식으로도 인기가 있음

3

4. Slim-Fast 3-2-1 Plan Snack Bar (슬림 패스트 3-2-1 플랜 스낵바)

· 회사명 : Slim-Fast Foods Company
· 현지 소비자 가격 : 4.19 달러(USD)
· 용량 : 0.81 oz
· 상품 소개 : 다이어트를 위한 한 끼 식사대용으로 만든 바 형태의 스낵으로 200칼로리에 불과해 단기간에 빠른 체중 감량 효과를 얻을 수 있음

4

5. Hot Sauce Harry's Michigan Wolverines Habanero Hot Sauce (핫 소스 해리스 미시간 울버린 하바네로 핫 소스)

· 회사명 : Hot Sauce Harry's
· 현지 소비자 가격 : 9.95 달러(USD)
· 용량 : 200 ml
· 상품 소개 : 하바네로(Habanero) 고추를 주재료로 만든 핫 소스로 당근, 양파, 마늘, 라임 등 다양한 성분을 사용하여 상큼하면서도 매콤한 맛을 자랑함. 닭요리, 생선요리 등에 사용하여 재료의 잡냄새를 잡고 매운 맛을 살려 재료 본연의 맛과 향을 살려줌

5

한국에 비슷한 제품은?

· 상품명 : 젤리믹스
· 회사명 : 브레드가든
· 상품 소개 : 가정에서 손쉽게 만들어 먹을 수 있는 젤리 믹스로 자몽, 오렌지, 포도, 딸기 등 총 4가지 맛이 있음. 과일을 함께 넣어 만들면 프리미엄 디저트로 손색없음

· 상품명 : 해찬들 태양초 고추장
· 회사명 : CJ 제일제당
· 상품 소개 : 태양초 고추를 사용하여 발효시킨 장으로 매운맛을 내면서 요리에 감칠 맛을 더함

인기상품 TOP 10 ▌마이어 일리노이(Illinois)점

6. Cream of Wheat Enriched Farina (크림 오브 휘트 인리취드 파리나)

· 회사명 : Nabisco
· 현지 소비자 가격 : 4 달러(USD)
· 용량 : 1박스 당 28 oz
· 상품 소개 : 곡물가루를 우유나 물에 넣고 끓여먹는 시리얼 제품으로 고소하고 따뜻하여 이른 아침 간편한 식사로 제격이며 2분 30초면 요리가 완성되어 간편하게 먹을 수 있음

6

7. Campbell's Plastic Tomato Pet Juice (캠렐 플라스틱 토마토 페트 주스)

· 회사명 : Campbell
· 현지 소비자 가격 : : 18 달러(USD)
· 용량 : 32 oz
· 상품 소개 : 캠벨社가 재배하고 관리한 미국 캘리포니아 산 토마토를 가공하여 만든 주스로 저염 처리하여 건강에 좋고 신선한 토마토의 맛이 살아있음. 현재 미국에서 1위를 차지한 토마토 주스로 유명함

7

8. Vitacost Smooth & Unsalted Peanut Butter (비타 코스트 스무스 앤 언솔트 피넛 버터)

· 회사명 : Vitacost
· 현지 소비자 가격 : 8 달러(USD)
· 용량 : 18 oz
· 상품 소개 : 유기농 인증을 받은 땅콩버터로, 소금이 첨가되지 않아 담백하며 부드럽고 풍부한 크림 맛을 자랑함. 주로 샌드위치에 발라 먹거나 다양한 요리에 첨가하여 먹음

8

9. Tropicana Juice Beverage, Pineapple Orange (트로피카나 주스 베버리지, 파인애플 오렌지)

· 회사명 : PEPSICO
· 현지 소비자 가격 : 10 달러(USD)
· 용량 : 15.2 fl oz
· 상품 소개 : 전 세계 주스 브랜드 중 1위를 달리고 있는 트로피카나社의 과즙 주스임. 파인애플과 오렌지를 믹스한 맛으로 새콤달콤함

9

10. Vita Coco 100% Pure Coconut Water (비타 코코 100% 퓨어 코코넛 워터)

· 회사명 : Paraipaba Agroindustrial Ltd
· 현지 소비자 가격 : 1.68 달러(USD)
· 용량 : 330 ml
· 상품 소개 : 코코넛 워터로 무기질과 미네랄이 풍부하게 들어 있어 빠른 갈증해소를 도와줌. 운동 후나 음주한 다음 날에 먹으면 효과가 좋음. 섬유질이 풍부하여 여성들에게 인기 있으며 설탕이 첨가되지 않아 건강한 음료임

10

한국에 비슷한 제품은?

· 상품명 : 아엠 리얼 토마토
· 회사명 : 풀무원
· 상품 소개 : 토마토 생과일을 그대로 갈아 만들어 신선한 맛이 살아 있으며, 어떠한 인공원료도 첨가하지 않아 자연의 맛 그대로를 맛볼 수 있음

· 상품명 : 땅콩버터 크런치
· 회사명 : 복음자리
· 상품 소개 : 땅콩의 알갱이가 들어있어 씹는 식감이 살아있는 땅콩 잼으로 고소하고 크리미한 맛을 자랑함

GLOBAL **FOOD** INFO

TRADE PROCESS

United States of America

미국 식품 수출입 프로세스

농림축산식품부 Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs
aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

OVERVIEW

미국 수입 절차 6단계		
1	수출 계약	• 거래선 발굴 • 계약진행
2	서류 준비	• 수입신고 서류 5가지 준비 • 통관서류 5가지 준비 • FDA 등록 필수 • 보증금(Customs Bond) 준비
3	선적 / 운송	• 특이사항 : 선적 24시간 전, 세관국경보호국(CBP)[30]에 수입허가증빙서류인 ISF(Importer Security Filing)와 적하목록 제출
4	수입신고 / 검사 및 검역	• 수입신고 및 수입 허가 : 미국 식품의약국(FDA)[31]에서 진행 (사전공고 규정 자율 준수 및 사전 고지 준수 시 수입허가 비율 높아짐) • 검역 : 미국 농무부(USDA)[32] 소속의 식품 안전 검사국(FSIS)[33]과 동식물검역국(APHIS)[34]에서 진행
5	세금 납부	• 보증금(Customs bond) 납부 • 세금납부 : 세관 반입 후 10일 이내 납부
6	통관 / 국내유통	• 수입식품 안전검증 제도(FSVP) : 본 제도를 준수할 경우, 신속한 통관 가능

미국 수입 부대조건

	서류 준비	항만, 터미널 처리	통관수속	내륙운송	필요서류(5가지)
소요 기간	2 일	1 일	1 일	1 일	• 선하증권(B/L) • 상업송장(Invoice) • 세관 수입 신고서(CID) • 포장명세서(P/L) • 화물인도지시서(D/O)
소요 비용	205 달러	420 달러	90 달러	600 달러	

30) US Customs and border protection의 약칭
31) Food and Drug Administration의 약칭
32) United States Department of Agriculture의 약칭
33) Food Safety and Inspection Service의 약칭
34) Animal and Plant Health Inspection Service의 약칭

미국의 식품 수입·통관절차는 계약에서 부터 현지 유통까지 아래의 6단계로 이루어짐

수출계약 → 서류준비 → 선적/운송 → 수입신고 / 검사 및 검역 → 세금납부 → 통관 / 국내유통

01 수출계약

✔ 거래선(바이어) 발굴

B2B 거래사이트, 트레이드 디렉토리(Trade Directory)[35], 각 국의 무역 관련기관 또는 전시회를 통해서 바이어를 발굴한다. 필요한 경우 신용조사를 통해 믿을 수 있는 기업인지 확인한다.

✔ 계약 진행

충분히 수출 가격을 검토한 후 구매자에게 희망조건을 명기한 제안서(비즈니스 오퍼)를 제출한다.
구매자가 제안서의 내용을 검토하고 승낙 여부를 결정하게 되는데, 이러한 과정에서 몇 차례 카운터오퍼(Counter offer)를 거친 후 계약이 성립 된다. 당사자들은 최종적으로 양측 간에 합의된 사항에 따라 가격, 선적, 결제, 포장 등의 조건을 명시한 수출 계약을 체결한다.

* 카운터 오퍼란?
판매자가 제안한 오퍼 내용에 대해 구매자가 가격, 수량, 선적일 등 기타 조건을 수정하여 다시 제시하는 오퍼를 말한다.

02 서류준비

✔ 수입식품 신고서류 준비

* 수입식품 신고 시 필요한 서류 목록
· 선하증권(Bill of Lading)
· 상업송장(Invoice)
· 포장명세서(Packing list)
· 수입허가증빙서류(ISF; Importer Security Filing)
· 한미 FTA 특혜신청품목의 경우, 수입신고 서식 7501의 29란(HTS)에 'KR' 표기
(한국 원산지임이 증명되어야 특별 관세 혜택을 적용 받을 수 있기 때문에 반드시 표기)

* 수입식품 신고 시 **상업송장**에 기재해야 할 내용
· 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 경우 구매가격
· 통화의 종류
· 원산지

✔ 5가지 통관 기본서류 준비

· 선하증권(Bill of Lading)
· 상업송장(Invoice)
· 세관 수입 신고서(Customs Import Declaration)
· 포장명세서(Packing List)
· 화물인도지시서(Delivery Order)

35) 바이코리아(www.buykorea.org), 고비즈코리아(www.gobizkorea.com), EC21(www.ec21.com) 등

03
선적/운송

✔ 수출통관

수출통관은 기업이 직접 하거나 관세사를 통해 진행할 수 있다. 관세사는 세관에 수출신고 후 받은 수출신고필증을 기업이나 포워딩 업체에 교부한다. 기업이 수출통관을 직접 하는 경우에는 관세청 전자통관시스템 유니패스(Unipass)를 이용하면 물품신고, 세관검사, 세금납부 등의 절차를 세관을 방문하지 않고도 온라인(www.unipass.or.kr)으로 처리 할 수 있다.

✔ 운송

인코텀즈(Incoterms) 조건에 따라 수출업자나 수입업자가 포워딩 업체를 지정하고 운송을 의뢰받은 포워딩 업체는 내륙운송 및 해상운송을 통해 목적지까지의 운송 전 과정 혹은 일부과정을 책임진다.

✔ 선적 24시간 전,
수입허가증빙서류(ISF; Importer Security Filling)를 세관국경보호국(CBP)에 반드시 제출

수입업자는 '10+2Rule(Security Filing Requirement)'에 근거하여 10개 항목을 작성하여 세관국경보호국에 반드시 사전제출 해야 한다.

* 수입자가 작성해야하는 10개 항목

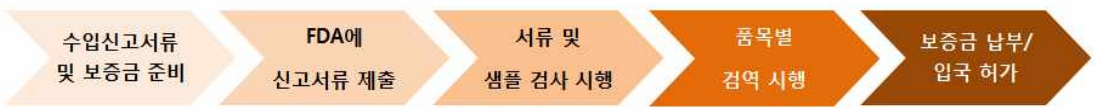
1. 제조자 또는 공급자명(manufacturer or supplier)
2. 판매자 또는 소유주(seller or owner)
3. 구매자 또는 소유주(buyer or owner)
4. 수취인(ship-to party)
5. 컨테이너 적입 장소(container stuffing location)
6. 혼재업자(consolidate or stuffer)
7. 수입자 번호 / FTZ(Foreign Trade Zone) 신청인 식별 번호
   (importer of record number/foreign trade zone applicant identification number)
8. 수하인 번호(consignee number)
9. 원산지(country of origin)
10. HS 번호(commodity harmonized tariff schedule number)

✔ 화물 도착 24시간 전, 적하목록을 세관국경보호국(CBP)에 반드시 제출

운송업자는 '24 Hour Rule'에 근거하여 화물 전자 신고 시스템(AMS; Automated Manifest System)을 통해 화물이 미국에 도착하기 하루 전, 적하 목록을 세관국경보호국(CBP)에 제출해야 한다. 적하목록을 사전에 제출하지 않으면 양하 금지 조치가 내려진다.

04
수입신고 / 검사 및 검역

✔ 미국의 수입식품의 상세 수입절차 5단계와 단계별 사항



수입자는 화물 도착 후 15일 이내에 관세사에게 수입신고를 하고 관세청의 통관을 위한 보증금(Customs Bond)을 준비한다. 수입 식품의 경우, 세관국경보호국(CBP) 내 미국 식품의약국(FDA)에 수입신고서를 접수하고 수입허가를 요청한다. FDA는 신고 된 서류를 검토한 뒤 수입식품 검사를 시행한다. FDA에서 검사가 필요 없는 식품이라 판단할 경우에는 입국이 바로 허가된다. 검사가 필요한 식품의 경우, 샘플조사가 시행되며 안전 적합 판정을 받으면 즉시 입국이 허가되며 불합격 시 입국이 거부된다. 불합격 판정에 대해서는 수입업체의 의의 제기가 가능하다.

✔ 수입신고와 더불어 추가적으로 준수해야할 사항

수입 신고와 더불어 선택적으로 준수해야할 규정이 2가지가 있다. '사전공고 규정 자율 준수(Informed Compliance)'와 '사전 고지(ABC's prior disclosure)'이다.

사전공고 규정 자율준수(Informed Compliance)는 미국의 복잡한 통관제도를 쉽게 통과하기 위해 마련한 규정으로 본 규정을 준수할 경우, 수입되는 물품의 서류와 물품 검사의 불허 비율을 낮출 수 있다. 법적인 강제 사항은 아니지만 세관국경보호국과 수입자 사이의 암묵적인 의무로 간주된다. 본 규정을 준수하기 위해서는 '상당주의 의무 체크리스트'를 작성하여 세관국경보호국에 제출하면 된다.

* 상당주의 의무 체크리스트(Reasonable Care Checklist) 내용
: 수입관련, 물품 명세와 품목 분류(HS)와 관련한 과세가격, 원산지 및 수입 쿼터, 지식재산권 관련 질문이 기재되어 있음

사전 고지(ABC's prior disclosure)는 수입 규정 위반 사항을 미국 관세청에 적발되기 전에 스스로 신고하는 제도로 세관국경보호국에 관련 내용을 제출한다. 사전고지 또한 해당 체크리스트를 작성하면 된다.

* 사전 고지(ABC's prior disclosure) 체크리스트 내용
: 제출자의 정확한 인적 사항 작성 여부, 위반 내용에 대한 정확한 명세 기록 여부, 물품 신고 시 관련 서류 제출여부, 위반 행위가 발생된 통관항 기재 여부를 묻는 질문이 기재되어 있음

✔ 수입 식품 서류 및 샘플 검사 시행

신고사항을 모두 완료하면 물품 및 서류검사가 시행된다. 수입 식품 검사는 세관국경보호국 내의 미국 식품의약국(FDA)의 판단 기준에 따라 고위험군에 해당될 경우에만 시행되며, 샘플검사와 서류검사가 동시에 진행된다. 검사를 통해 적합 판정을 받으면 통관이 완료된다. 하단에 기재한 내용이 샘플검사 항목이다. 한편, 수입식품의 서류 및 샘플 검사 시행 시 원산지 표기가 가장 중요하며 이를 표기하지 않을시 총 과세가격의 10%에 해당하는 벌금을 부과하게 되오니 주의해야 한다.

* 수입 식품 샘플 검사 항목
· 관세 목적의 물품 가약과 적절한 관세가 부과됐는지 여부 확인
· 물품에 원산지, 화인, 라벨이 적절하게 표시됐는지 확인
· 수입금지 된 물품이 포함되었는지 여부 확인
· 상업송장에 물품이 기입되었는지 여부 확인
· 물품이 송장상의 수량을 초과하였는지 혹은 부족한지의 여부 확인
· 화물에 불법적인 마약물질이 포함되어 있는지 여부 확인

✔ 품목별로 검역 진행절차

수입검사와 동시에 검역 또한 품목별로 시행된다. 먼저, 수입상은 농무부의 동식물 검역국에 수입허가를 신청한다. 동식물 검역국은 수입을 허가하여 수입상에 통보하면, 수입상은 부두 및 공항 검역소에 도착 통지서를 제출한다. 부두 및 공항 검역소는 전달 받은 도착 통지서를 동식물 검역국에 송부하고 수입상에게 검역을 통보하고 검역을 시행한다. 검역은 세관국경보호국의 농산물 서비스부서에서 시행한다. 검역을 통과하면 통관이 완료된다.

✔ 품목별 수입 절차 상세사항

· 수산물
수입 수산물은 FDA에서 샘플 검사를 진행하지 않으며 서류검사가 승인되면 바로 세관을 통과하는 경우가 많음. 반드시 적합한 라벨을 표기해야하며 HACCP인증이 수입 요건으로 작용되고 있음. 한국에서 미국으로 수출되는 조개류의 경우는 특별히 양해각서(MOU)만으로도 안전성 입증이 가능하며, 다른 수산물은 추가로 HACCP인증을 취득해야함

· 유제품
요구르트, 요구르트 드링크 등 요구르트 종류에 따라 쿼터 관세 적용을 받음. 이는 미국농무부 산하 해외농업국(FAS)의 검역기준을 근거로 함

· 신선과일
한국의 수출 배와 감귤은 한국의 식물 검역증과 미국의 대외식물 검역증이 필요하다. 사과는 한국의 식물검역증만 필요함

· 신선 채소류
신선 채소류의 수입은 미국 농무부에서 관리하고 있음. 신선 채소류는 먹는 부위에 따라 수입 허가 여부가 다름. 특히 채소에 뿌리가 붙어있을 경우 산수목으로 분류되어 수입절차가 까다로움. 마늘의 경우 구경, 상치는 잎, 더덕은 뿌리, 새송이 버섯은 뿌리가 포함될 경우 수입이 불가함

· 건강보조식품
미국에서 건강보조식품은 식품 범주에 포함되며 FDA의 승인 없이는 제품의 기능과 효과를 강조하는 표현을 사용하는 것이 불가함

· 가공식품
저산성 식품[36]과 산성화 식품[37]은 반드시 미국 FDA에 공장을 등록하고, 제조공정서류를 제출해야함. 본 서류가 FDA에서 승인되면 등록업체에 공장등록증(FCE)[38]이 교부됨. 하지만 공장등록 번호는 단지 수입시 필요한 요건이며 수입허가를 대체할 수 없어 FDA의 서류 및 샘플 검사에 대비해야 함. 캔디류에 들어가는 식품 첨가물은 FDA의 승인을 받은 원료만 사용이 가능함. 사용된 인공색소의 경우 포장 용기에 색소명을 명문으로 반드시 표시해야함

✔ 품목별 검역 절차 상세사항 - 육류 및 가금육
위생검사 제도를 운영하여 관련 육류제품의 위생과 안전성을 검사하고 있다.

· 담당 기관 : 미국 식품안전 검사국(FSIS)
· 위생검사제도 검사 중점사항
- 모든 육류와 가금육은 HACCP 요건을 충족해야함
- 육류 및 가금육의 경우 도축장에서 생산되기 때문에 배설물로부터의 오염이 중요 점검사항이므로 별도의 미생물 검사를 실시함
- 모든 육류 공장은 자체 표준작업공정(SOP, Standard Operating Procedure)을 보유하고 이행해야함

✔ 품목별 검역 절차 상세사항 - 유제품

· 담당 기관 : 농무부의 동식물 검역국
· 유제품 : 전유, 탈지유, 농축유. 버터, 치즈 해당 (우유함량 5%미만일 경우 해당 안 됨)

36) 저산성 식품 : 열처리 및 진공 포장된 식품 ex) 주스, 참치 통조림
37) 산성화 식품 : 저산성 식품 중 산성이 첨가된 식품 ex) 피클, 절임류 식품
38) Food Canned Establishment Registration의 약칭

05 세금납부

✔ 보증금(Customs Bonds) 납부

미국은 통관 시에 부과될 모든 관세 및 조세 등 각종 비용의 납부를 담보하기 위해 세관에 보증서를 제출한다. 보증서는 미국 재무부가 지정해준 보험회사에서 발행받는다. 보증금을 납부하면 통관이 완료된다.

* 보증서 종류

· 일회성 보증서(Single Bonds): 한 번의 물품신고에 대하여 제공되는 보증

· 계속성 보증서(Continuous Bonds): 수입 횟수에 관계없이 유효기간 1년 내의 수입 건에 대하여 포괄적으로 제공되는 보증

✔ 세금 납부

세관 반입 이후 10일 이내 납세를 신고하며 납세 신고 시, 납세신고서와 물품반출의 허가가 난 통관서류, 상업송장 등 관세 책정에 필요한 모든 자료를 제출한다. 자율적으로 세번, 과세가격, 관세액을 결정하여 예정 관세액을 우선 납부하면, 물품이 반출되고 통관이 완료된다. 이후 사후 심사를 통해 확정 관세액을 추가 납부하거나 차액을 환급받는다.

06 통관 / 국내유통

✔ 수입식품 관련 통관 특이사항

신속한 통관이 가능한 수입식품안전검증 제도(FSVP; Foreign Supplier Verification Program)가 있다. 본 제도는 모든 수입식품에 적용이 가능하다. 본 제도의 목적은 미국의 까다롭고 복잡한 현 수입식품 통관제도를 보완하기 위한 것으로 수입식품 검증을 자율에 맡겨 유해한 식품이 미국으로 진입하는 빈도를 낮추기 위함이다. 해외 수출업자는 본 제도에 따라 미국 내 식품 생산업체와 동일한 기준에 상응하는 제품을 생산, 가공하여 수출해야 한다. 수출 제품은 미국 식품생산 기준에 맞춰 생산되었기 때문에 별도의 FDA검사 필요 없이 신속한 통관이 가능하다.

07 라벨링

〈 라벨링 표기법 샘플 〉

Nutrition Facts
Serving Size 1 cup (228g)
Servings Per Contaainer 2

Amount Per Serving	
Calories 260	Calories from Fat 120
	n/n Dell : Valeue
Total Fat 13g	20n/n
Saturated Fat 5g	25n/n
Cholesterol 30mg	10n/n
Sodium 660mg	28n/n
Total Carbohydrate 31mg	10n/n
Dietary Fiber 0g	0n/n
Sugars 5g	
Protein 5g	

Vitamin A 4%	Vitamin C 2%
Calcium 15%	Iron 4%

Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet Your daily values may be higher or lowerdepending on your calorie needs.

Caloris	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 Carbohydrae	300g	375g
Dietary Fiber	250g	30g

Calories per gram :
Fat 8+Carbohydrate 4+protein 4

✔ 기본 라벨링 기재사항

제품명, 제조·유통업체 명칭 및 주소, 원재료 명, 영양성분분석표, 중량, 유통기한을 영문으로 기재함

✔ 라벨링 기재 상세사항

· 식품 명칭 : 포장용기의 주요면에 표기, 활자 크기는 라벨에 사용된 가장 큰 활자의 절반크기 이상이어야 함

· 순 중량 : 주요면 하단에 위치, 미국단위와 미터법 단위로 표시함

· 성분표시 : 라벨의 주 표시면과 후면 모두 표기가능, 제조자·유통자·포장형태를 표시한 곳과 같은 면에 표시함. 중량이 무거운 순서대로 기재함

✔ 라벨링 기재 방법

· 식품 표시사항은 주 표시면과 정보 표시면에 기재함

· 주 표시면 기재사항 : 식품명, 실중량

· 정보 표시면 기재사항 : 제조자, 포장업자, 유통업자 명치 및 주소, 원재료 명, 영양성분 표시

✔ 영양성분 표기 변동사항

· 2014년 2월 27일부로 식품 라벨링 규정이 강화되면서, 영양표시(Nutrition Fact) 중 1회 권장량 기준(1 serving size)이 실제로 섭취하는 양으로 표시기준이 강화되었으므로 주의할 것

· 칼로리 표기 글자의 굵기와 크기 확대, 가당(added sugar)에 대한 표기를 명확히 해야 함

* 2016년부터 적용예정(p37 참고)

✔ 영양표시 면제 대상 품목

소규모로 조제된 식품, 음식점에서 배달되는 식품, 인스턴트커피, 조제분유와 유아용식품, 식사보조용 식품, 의료용 식품, 계란

07 라벨링

✔ 품목별 라벨링 기재 특이사항

· 음료 : 과일이나 야채를 함유한 주스는 반드시 그 함량을 기재함
100% 과즙만을 가지고 만든 음료만 '주스'로 표기할 수 있으며 100%미만의 희석된 음료는 음료, 드링크, 칵테일 이라고 표시해야함
· 신선 농산물 : 원재료 명 및 영양분석표 표기면제

08 수입 식품 검사기관

✔ 미국 식약청(FDA; Food and Drug Administration)

· 소속 : 미국 보건복지부 산하기관
· 주요 업무 : FDA는 미국에서 생산, 유통, 판매되는 모든 종류의 품목을 관리하는 기관으로 미국내 유통되는 식품이 안전하고 위생적인지 확인하는 업무를 맡고 있다.

✔ 미국 농무부(USDA; United States Department of Agriculture)

· 소속 : 워싱턴 소재 연반정부기관
· 주요 업무 : 쇠고기, 돼지고기, 달걀 등 농축산물의 안전한 공급과 유통을 책임지고 있다.

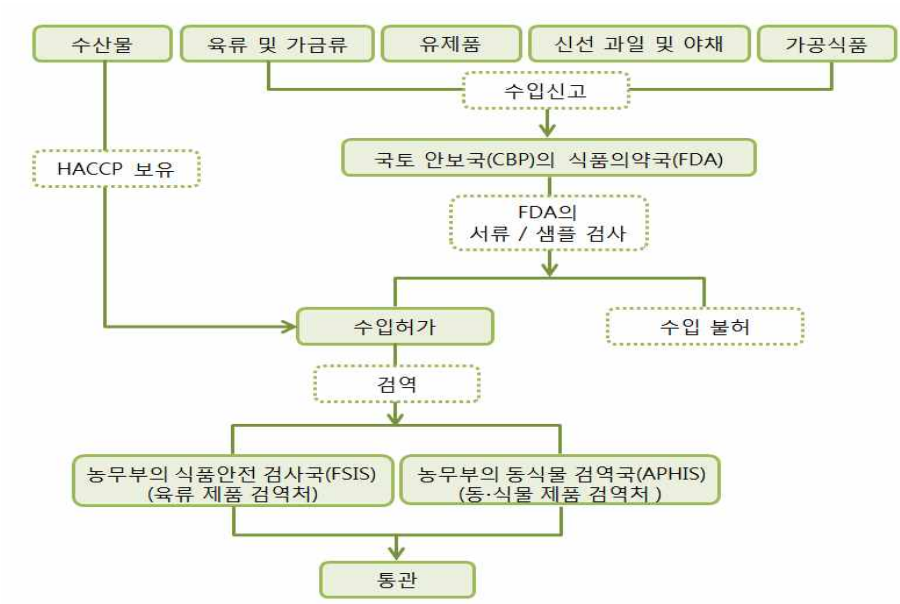
✔ 미국 동식물 검역국(APHIS; Animal and Plant Health Inspection Service)

· 소속 : 미국 농무부
· 주요 업무 : 동식물에 대한 방제, 외국 농작물의 해충 및 질병 유입 방지 등의 업무를 수행하며 미국의 공항마다 APHIS의 직원들이 배치돼 동식물반입 금지 조치와 신고를 총괄한다.

✔ 미국 식품안전 검사국(FSIS; Food Safety and Inspection Service)

· 소속 : 미국 농무부
· 주요 업무 : HACCP시스템 총괄기관으로 특히 육가공제품의 포장상태, 위생 상태를 집중적으로 관리한다.

10 품목별 수입절차



* 품목 별 수입절차 요약

수산물은 반드시 HACCP 인증을 취득해야하며 HACCP 인증 보유 시, FDA 식품 검사는 생략하고 수입허가를 받을 수 있다. 수산물 외의 육류, 유제품, 신선 과일 및 야채, 가공식품 등은 FDA에 수입신고를 함과 동시에 검사가 진행되며 서류와 실물검사를 통과해야 수입허가를 받을 수 있다. 수입허가를 받은 육류 및 가금류 제품은 식품안전 검사국(FSIS)에서 검역이 진행되며 유제품, 신선 과일 및 야채, 가공 식품 등은 동식물 검역국(APHIS)에서 검역이 진행된다. 검역에서 적합 판정을 받으면 통관이 완료된다.

09

품목별 인증

✔ 미국에 식품 수출을 하기 위해선 미국 식약청(FDA) 등록이 필수!
2002년 6월 제정된 '바이오테러리즘 조항(Bioterrorism Act)'에 따라 미국에 수입되는 모든 식품은 수입되기 전, FDA등록이 필수이다. 상기 제도는 2013년 12월 12일부로 적용되었으며 미국으로 반입되는 모든 식품은 사전에 공장등록과 사전 통보, 식품검사를 반드시 진행해야 수입이 가능하다.

*** 식품샘플 거래도 FDA등록 후 발송해야함**

✔ 해썹(HACCP; Hazard Analysis and Critical Control Points) 인증
해썹(HACCP)은 식품의 원재료부터 제조, 가공, 보존, 유통, 조리단계를 거쳐 최종소비자가 섭취하기 전까지의 각 단계에서 발생할 우려가 있는 위해요소를 규명하고, 이를 중점적으로 관리하기 위한 위생관리 체계이다. 해썹(HACCP) 인증은 권장사항으로 제품이 위생적이고 안전하게 생산되었음을 증명하는 표시이다. 미국으로 수입되는 수산물의 경우 타 품목과는 다르게 해썹(HACCP)인증 취득은 필수 사항이며 별도의 가이드라인을 운영하고 있다.

미국 FDA 등록 정보

대상 품목	모든 수입식품
등록 절차	식품시설 등록 → 식품검사 → FDA 적합 라벨부착 → 사전신고 → FDA 등록번호 획득 〈절차 별 상세설명〉 • 식품시설등록 - 인터넷 이용한 전자등록이 가능함 - 시설등록 신청내용 : 시설 명, 주소, 전화번호, 팩스번호, e-mail, 브랜드명, 미국 Agent명, 제품 범주를 영문으로 작성하여 제출 • 식품검사 - 일반 성분(Nutrition Facts)검사, 중금속 검사, 잔류농약검사 등 총 3가지 검사가 동시에 진행됨 • 사전신고 - 미국 주재 수입업자, 에이전트가 등록해야함 - 물품 정보, 제조자와 발송자, 생산자, 원산지(국가), 선적 국가, 예상 도착항, 도착일시를 작성하여 제출함 - FDA 사이트(www.fda.gov)에서 전자등록 가능함
주관 기관	• 미국 식약청(FDA) - 주소 : 10903 New Hampshire Avenue Silver Spring, MD 20993 - Tel : 1-800-216-7331 / Fax : 301-575-0156 - E-mail : furls@fda.gov - 사이트 : www.fda.gov
대행사 정보	• 한국식품연구원 - FDA 분석 담당자 (한국식품연구원 식품분석상담실) - Tel : 031 780-9292~3 / Fax : 031 780-9280 - E-mail : foodlab@kfri.re.kr - 비용 : 500,000 원/건

GLOBAL **FOOD** INFO

EXHIBITION INFORMATION

United States of America

전시회 정보

농림축산식품부 Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs
aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

제40회 동계 팬시 푸드 박람회

40th Winter Fancy Food Show

1995년부터 개최된 샌프란시스코 동계 팬시 푸드 박람회는 오는 2015년 40회를 맞이하는 북미 최대 규모의 식품 전시회이다. '팬시 푸드'는 패스트푸드에 반대되는 개념으로 눈을 즐겁게 하는 화려한 음식, 고급 음식을 의미한다. 전시회 이름만큼 각 부스마다 화려한 색감과 향을 자랑하는 다양한 요리로 매 회마다 바이어의 이목을 끌고 있다. 지난 전시회의 주제는 웰빙, 유기농 식품이었으며 오는 2015년 개최될 동계 박람회에서도 웰빙을 주제로 한 자연식 열풍이 이어질 것으로 전망하고 있다. 본 전시회에 참가하여 최신 식품 트렌드를 알아보고 이를 바탕으로 자사 제품이 글로벌 시장으로 도약할 수 있는 발전의 기회를 마련해 보는 것은 어떨지 알아보자.

〈 2014 동계 팬시 푸드 박람회 전경 〉

〈 2015 동계 팬시 푸드 로고 〉

〈 스마트폰 어플로 전시회 활용 〉

〈 2015 동계 팬시 푸드 홍보지 〉

▌전시개요

「Fancy Food Show」는 미국 서해안 지역 최대 규모의 식료품 전시회이다. 본 전시회는 2015년 1월 11일부터 13일까지 열릴 예정이며 오전 10시부터 오후 5시까지 운영된다. 마지막 날인 13일은 오후 4시까지 진행될 예정이다.

「Fancy Food Show」는 미국특제음식협회(National Association for the Specialty Food; NASFT)가 20년간 주최 및 후원하고 있다. 본 협회는 1952년 미국 식품 산업의 무역과 상업을 육성하기 위해 설립된 비영리기구이다.

본 박람회는 미국 식품 산업에 종사하는 제조업자, 유통업자, 수·출입업자, 도·소매업자, 레스토랑 종사자 등이 대상이며, 매년 약 20,000명의 식품 관련 전문가들이 꾸준히 방문하고 있다.

전시 품목은 신선 야채, 과일, 육류, 유제품, 해산물, 냉동식품, 가공식품, 소스류, 스낵류, 유기농식품, 에스닉 푸드[39] 등 미국 내 이미 출시된 제품은 물론 새로 출시되는 제품까지 모든 식품군을 망라하고 전시될 예정이다. 지금까지 매년 약 26만개의 식품이 전시되어 왔다.

또한 나라별 특색을 살린 30개국의 국제관을 별도로 마련하여 프랑스, 스페인, 칠레, 이탈리아, 멕시코, 한국 등 각 나라의 식품을 한눈에 살펴볼 수 있도록 할 예정이다.

세계 각국에서 참가하는 식품업체, 레스토랑 운영자, 식품 바이어와 브로커 등이 한자리에 모이는 행사인 만큼 트렌드 파악과 정보 획득은 물론 바이어 미팅의 기회도 제공되는 아주 유용한 전시회로 평가받고 있다.

39) 이국적인 느낌이 나는 제3세계의 고유한 전통 음식

▌전년도 분석

「Fancy Food Show」는 2014년 미국을 포함한 전 세계 35개국의 총 1,400개社가 부스를 신청하였으며 약 19,000명 이상의 식품 산업 종사자들이 참가하였다. 전시자와 방문객을 합친 총 참가인원은 44,000명이었으며 소개된 제품 수만 18만개에 달하였다.

지난해 가장 인기 있었던 전시 품목은 스낵류, 치즈, 커피, 향신료, 유기농 식품이었으며 관련 품목만 해도 8만 여개의 제품이 소개되었다. 인기 제품군들은 미국 소비자들이 가장 많이 찾는 제품과 최신 식품 트렌드인 유기농 식품의 인기를 반영하여 선정하였다.

〈 팬시푸드의 부대행사 진행 모습들 〉

교육프로그램

핵심 바이어 프로그램

소피 어워드

식품 관련 쇼케이스

「Fancy Food Show」는 매년 3가지 주제로 부대행사를 마련한다. '교육 프로그램', '핵심 바이어 프로그램', '식품 쇼케이스'를 진행한다. 오랜 기간 개최되어온 만큼 전시회의 부대행사 또한 메인 전시회만큼 영향력이 있어 식품산업 종사자들 사이에서 유익한 행사로 평가되고 있다.

대표적인 부대행사로는 핵심 바이어 발굴 프로그램에 해당되는 비즈니스 빌더(Business Builder) 프로그램이다. 이는 일대일 비즈니스 상담회로 전시회 개최 전날인 1월 10일 미리 개최된다. 전시회 전날 개최함으로써 식품 판매자와 구매자 모두 시간에 구애받지 않고 깊이 있는 비즈니스 관계를 구축할 수 있도록 기획하였으며 전시회 참가에 투자하는 시간을 보다 효율적으로 운영할 수 있도록 하였다. 본 프로그램은 미국특제음식협회(NASFT)의 VIP 회원사들을 대상으로 진행하는 무료 프로그램이며 식품 구매자와 도소매 업자라면 누구나 신청이 가능하다. 구매자와 판매자 모두 관심 제품을 선택할 수 있어 거래 효율성을 극대화 시켰다.

교육 프로그램에서는 식품관련 주제별로 세미나와 회담을 준비하였다. 이번 2015년도 주제는 특수식품 산업의 미래, 제품에 알맞은 최적유통경로 찾기, 자연식품 라벨링 관련 세미나 등 총 15가지로 구성되어 있다.

세 번째 주제인 식품관련 쇼케이스의 대표적인 행사는 소피어워드(Sofi Awards)로 식품 협회 회원사 중 최고의 식품과 음료를 생산하는 회사를 시상하는 행사이다. 1972년부터 개최되어온 전통성 있는 권위적인 시상식이며, 소피상, 리더십상, 소매업체상, 공로상 총 4가지 분야로 나뉘어 시상식이 진행된다.

〈 샌프란시스코 Moscone Center의 전경 〉

전시회 주최 장소인 샌프란시스코 모스코네 센터(San Francisco Moscone Center)는 미국 샌프란시스코에 위치해 있으며 전철역과 기차역이 모두 가까워 접근성이 용이하다. 본 전시회장은 Bart, Muni Metro전철을 이용하여 파월스트리트역 4번 출구에서 가까운 거리에 위치하고 있으며 CalTrain 기차를 이용하여 폴스앤타운센드(Fourth&Townsend)역에서 하차하여도 가깝다.

▌전시회 신청

「Fancy Food Show」의 참가자와 방문자는 배지(Badge)를 발급받아야 하며, 이는 온라인으로 신청하여 발급받을 수 있다. 참가자와 방문자의 등록 신청 양식이 다르므로 등록 신청은 하단의 URL을 참조한다.

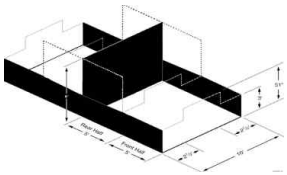
2015 참가자 온라인사전 등록 신청 URL
https://www.compusystems.com/servlet/AttendeeRegLoginServlet?evt_uid=849&site=EXH
2015 방문자 온라인사전 등록 신청 URL
https://www.compusystems.com/servlet/ar?evt_uid=849

본 박람회 배지(Badge) 발급 비용은 기간 별로 다르다.

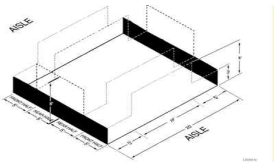
* 2014/09/03 ~ 2014/09/15 : 25 달러(USD)
* 2014/9/16 ~ 2014/12/05 : 35 달러(USD)
* 2014/12/06 ~ 2015/01/09 : 45 달러(USD)
* 2014/01/10 ~ 2015/01/13(현장등록) : 65 달러(USD)

본 전시회는 무역과 식품에 직접적으로 관련 있는 전문 종사자만이 등록이 가능하며 18세 미만은 참가가 불가능하다. 참가 시 발급받은 배지를 분실 시 일부 비용을 다시 지불하고 새로 발급받아야 한다.

▌부스 배정



〈 10ft×15ft 부스 〉



〈 10ft×20ft 부스 〉

미국특제음식협회(NASFT)의 회원사들에게는 무료부스가 제공되며 일반 신청자에게는 표준부스와 독립부스가 제공된다. 표준 부스의 경우, 10ft×15ft(150sq.f), 10ft×20ft (200sq.f), 20ft×20ft(400sq.f)의 형태로 제공된다. 부스 비용은 스퀘어피트(sq.f) 당 34달러(USD)로 책정되어 있으며 150스퀘어피트 부스의 경우 5,100달러를 지불하면 된다. 표준 부스에는 테이블, 접이식 의자, 500W 전구, 드레이프(암막커튼), 카펫이 제공된다.

▌*Marketer's Guide*

전시회 규모 ★★★★★
전시회 지명도 ★★★★★
부스배정 난이도 ★★★☆☆
부대행사 개수 ★★★★☆

✓ **The Specialty Food Association**
136 Madison Avenue, 12th Floor, New York 10016

Tel : +1 212 482-6440
Email : socialmedia@specialtyfood.com
Website : www.specialtyfood.com

미국 기타 유명 전시회

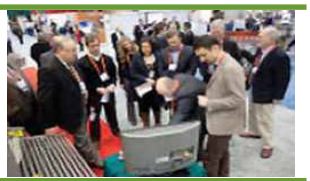
FOOD PROCESSING EXPO 2015

전시회 개요

개최 일자	2015/02/18 ~ 2015/02/19 (매년)
개최 도시 및 전시 장소	미국, 캘리포니아 주 Sacramento Convention Center
전시 품목	신선 과일, 야채, 음료(주스), 소스류, 치즈, 스낵, 조미료와 식품관련 산업 장비 등을 전시
전시회 간략소개	캘리포니아 최대 가공식품 전시회로 식품가공업계를 대표하는 종사자들이 한자리에 모여 최신 식품 정보를 공유하고 사업 네트워크를 구축하는 전시회임

전년도 분석

참가자 정보	11개국 230개 社, 총2,000명 참가
방문자 정보	- 참가자의 88% 이상 : 캘리포니아 주 식품종사자 - 방문자의 75% 이상 : 구매 결정권자
주최자 정보	California League of Food Processors(CLFP) 주최



전시회 신청 및 부스배정

참가비용	종사 업종별(식품 생산자,구매자, 브로커)별, CLFP회원과 비회원간 참가비용이 다름 사전등록 기간인 2015년 2월 1일 전과 후의 등록비용 또한 다름	
	참가 비용정보 URL	http://www.foodprocessingexpo.net/attendee_information.cfm
부스 정보	부스 가격은 전시 공간 별로 다르며, 본 전시회 주최 회원과 비회원간 비용도 다름	
	부스 가격정보 URL	http://www.foodprocessingexpo.net/exhibitor_info.cfm
신청 양식 URL	https://www.foodprocessingexpo.net/register_now.cfm	

Marketer's Guide

전시회 규모	★★★★★
전시회 지명도	★★★★★
부스배정 난이도	★★★☆☆
부대행사 개수	★★★★☆

✓Show Management CLFP

주소 : 2485 Natomas Park Dr., Ste.
Tel : +1 916 640 8150
Fax : +1 916 640 8156
Email : Alissa@clfp.com
Webpage : www.foodprocessingexpo.net

WORLD TEA EXPO 2015

전시회 개요

개최 일자	2015/05/06 ~ 2015/05/09(매년)
개최 도시 및 전시 장소	미국, 라스베가스 Long Beach Convention Center
전시 품목	각종 차(茶)와 음료
전시회 간략소개	세계 최대 차 전문박람회로 전 세계를 대표하는 차가 한자리에 모여 업계 최신동향을 한눈에 파악할 수 있으며 일반객은 참관이 불가능하여 전문성 높음

전년도 분석

참가자 정보	- 43개국, 284개社, 총 40,000 명 참여
방문자 정보	- 10년 동안 차 업계 종사자의 25%가 방문 - 그 중 새로운 제품을 소싱하기 위한 방문자가 83% - 참가자의 50%이상이 미국 서부지역 거주
주최자 정보	World Tea Media 주최, Hunan Tea Company Limited of China 후원

전시회 신청 및 부스배정

참가비용	전시회 참가비용에 부스 임대료가 포함됨. 전시회 참가는 온라인으로 신청함
부스 정보	* 표준 부스 임대료 - 10 × 5(스퀘어 피트) : 1,650 달러(USD) - 10 × 10(스퀘어 피트) : 2,500 달러(USD) * 프리미엄 부스 임대료 - 10 × 10(스퀘어 피트) : 2,900달러(USD)
신청 양식 URL	http://www.worldteaexpo.com/images/pdf/2015ExhibitorSpaceContract.pdf

Marketer's Guide

전시회 규모	★★★★★
전시회 지명도	★★★★★
부스배정 난이도	★★★☆☆
부대행사 개수	★★★★☆

✓ **World Tea Media**

주소 : 5125 West Oquendo Road, Suite 16, Las Vegas 89118
Tel : +1 702 253 1893
Fax : +1 702 253 9985
Email : info@worldteamedia.com
Webpage : www.worldteaexpo.com

PMA FRESH SUMMIT CONVENTION & EXPO 2015

전시회 개요

개최 일자	2015/10/23 ~ 2015/10/25 (매년)
개최 도시 및 전시 장소	미국 조지아 주 애틀랜타 World Congress Center
전시 품목	신선농산물, 가공식품, 유기농산물, 소스, 식품포장 기계류 등을 전시
전시회 간략소개	1950년부터 개최된 농산물 전문 박람회로 미국 주요 도시를 순회하며 매년 10월에 개최하고 있음

전년도 분석

참가자 정보	60개국, 950개 社, 총 22,400명
방문자 정보	- 93%의 방문자가 재방문 의사를 밝힘 - 방문자의 77%가 구매결정권자임
주최자 정보	미국 농산물 마케팅 협회 (PMA; Produce Marketing Association) 주최

전시회 신청 및 부스배정

참가비용	참가 신청은 5월부터 가능하며, 부스 비용에 참가 비용이 포함되어 있음
부스 정보	- 2015년 5월 31일까지 부스 신청자는 1,500달러(USD)를 미리 예치해야함 PMA회원은 평방피트(sq.f)당 35달러(USD), 비회원은 평방피트(sq.f)당 70달러를 지불해야 함 부스 가격정보 URL http://www.pma.com/events/fresh-summit/2014/exhibit/become-an-exhibitor/2015-booth-rates
신청 양식 URL	http://www.pma.com/events/fresh-summit/2014/exhibit/become-an-exhibitor/booth-application

Marketer's Guide

전시회 규모	★★★★☆
전시회 지명도	★★★★☆
부스배정 난이도	★★☆☆☆
부대행사 개수	★★★★☆

✓ **PMA's Exhibit & Sponsorship**

주소 : 1500 Casho Mill Rd. Newark, DE USA 19711
Tel : +1 302 738 7100
Email : jhillegas@pma.com
Webpage : www.pma.com

2015년 주요 전시일정

01월

품목 별 전시회	개최 전시회수
종합식품	
특이식품	

15/01/14 ~ 15/10/14

KEHE Show 2015

장소 뉴욕, 달라스, 세인트루이스, 올란도 등 16개 지역에서 계절별로 나뉘어 개최
품목 식품·음료, 유기농 식품, 천연 식품 등
홈페이지
www.kehe.com/suppliers/showsevents.aspx

15/02/19 ~ 15/09/17

United Natural Foods(UNIF) Show

장소 올란도, 포틀랜드, 폭스우드 등 지역에서 상반기, 하반기로 나뉘어 8회 개최
품목 식품·음료, 천연식품, 유기농 식품 등
홈페이지
www.unfi.com/NewsAndEvents/Pages/Events.aspx

15/01/07 ~ 09

Philadelphia National Candy Gift & Gourmet Show

장소 Atlantic City Convention Center
품목 캔디, 초콜릿, 디저트류
홈페이지 www.phillycandyshow.com

15/01/11 ~ 13

winter Fancy Food Show

장소 San Francisco Moscone Center
품목 식품·음료, 소스, 스낵 등
홈페이지 www.specialtyfood.com

15/01/12 ~ 14

Philadelphia Candy Show

장소 Atlantic City Convention Center
품목 캔디, 초콜릿, 디저트 류
홈페이지 www.phillycandyshow.com

15/01/17 ~ 18

Asian American Food Expo

장소 Southern California Pomona Fairplex
품목 식품·음료
홈페이지 hasianamericanexpo.com

02월 주요 전시일정

품목 별 전시회	개최 전시회수
종합식품	
]특이식품	

15/02/14 ~ 15

Boston Wine Expo 2015

장소 Seaport World Trade Center
품목 와인, 각종 주류
홈페이지 www.wine-expos.com

15/02/15 ~ 16

North America Pizza & Ice Cream Show

장소 Greater Columbus convention center
품목 피자 재료, 아이스크림
홈페이지 www.napics.com

15/02/18 ~ 19

FOOD PROCESSING EXPO 2015

장소 Sacramento Convention Center
품목 식품·음료
홈페이지
www.foodprocessingexpo.net

03월 주요 전시일정

품목 별 전시회	개최 전시회수
종합식품	
특이식품	

15/03/06 ~ 08

Natural Product Expo West

장소 Anaheim Convention Center
품목 천연 식품
홈페이지 www.expowest.com

15/03/08 ~ 10

International Restaurant & Foodservice Show of New York 2015

장소 New York city, Javita center
품목 레스토랑 식품, 식품 서비스
홈페이지
www.internationalrestaurantny.com

15/03/09 ~ 11

Midwest Food Service Expo

장소 Mikwaukee Wisconsin Center
품목 식품·음료
홈페이지 www.wirestaurant.org

05월 주요 전시일정

품목 별 전시회	개최 전시회수
종합식품	
음료	
특이식품	

15/05/06 ~ 08

Healthy Beverage Expo

장소 California
Long Beach Convention Center
품목 음료
홈페이지
www.healthybeverageexpo.com

15/05/06 ~ 09

World Tea Expo 2015

장소 California
Long Beach Convention Center
품목 차(茶), 음료
홈페이지 www.worldteaexpo.com

15/05/16 ~ 19

NASDA-2015 American Food Fair

장소 Chicago
McCormick Place Convention Center
품목 식품·음료
홈페이지
www.nasda.org/28376.aspx

15/05/16 ~ 20

국제 외식산업 박람회(NRA Show)

장소 Chicago
McCormick Place Convention Center
품목 외식산업 관련 식품·음료
홈페이지 show.restaurant.org

15/05/19 ~ 21

Sweet & Snacks Expo

장소 Chicago
McCormick Place Convention Center
품목 사탕, 초콜릿, 스낵류
홈페이지 www.sweetsandsnacks.com

06월 주요 전시일정

품목 별 전시회	개최 전시회수
종합식품	
음료	
제과제빵	

15/06/07 ~ 09
Dairy Deli Bake 2015

장소 Atlanta Expo Center
품목 제과 제빵류
홈페이지 www.iddba.org

15/06/09 ~ 11
InterBev Beverage

장소 Chicago
McCormick Place Convention Center
품목 차(茶), 음료
홈페이지 interbev.com

15/06/09 ~ 12
Food Marketing Institute Show

장소 Chicago
McCormick Place Convention Center
품목 식품·음료
홈페이지 www.fmiconnect.net

15/06/09 ~ 12
US Food Showcase

장소 Chicago
McCormick Place Convention Center
품목 식품·음료
홈페이지
www.nasda.org/9381/tradeshows/2015USFS.aspx

15/06/15 ~ 18
Summer Fancy Food Show

장소 Jacob K javits Convention Center
품목 식품·음료
홈페이지 convention.bio.org/2015/

07~09월 주요 전시일정

품목 별 전시회	개최 전시회수
종합식품	
특이식품	

15/07/24 ~ 26
FoodService Conference & Exposition

장소 Monterey Conference Center
품목 식품·음료
홈페이지
www.pma.com/events/foodservice/2014

15/08/23 ~ 25
Western Foodservice & Hospitality Expo

장소 Los Angeles Convention Center
품목 식품·음료
홈페이지 events.expotec.us

15/09/17 ~ 19
Biofach America 2015

장소 Baltimore Convention Center
품목 유기농 식품, 천연 식품
홈페이지
www.biofach-america.com

10월

주요 전시일정

품목 별 전시회	개최 전시회수
종합식품	
신선식품	
특이식품	

15/10/05 ~ 09

SupplySide West Global Expo & Conference

장소 Las Vegas Mandalay Bay Convention Center
품목 식품 첨가물
홈페이지
west.supplysideshow.com

15/10/23 ~ 25

PMA FRESH SUMMIT Convention & Expo

장소 Atlanta, Anaheim Convention Center
품목 농산물
홈페이지
www.pma.com/events/fresh-summit/2014

15/10/26 ~ 27

Americas Food & Beverage Show

장소 Miami Beach Convention Center
품목 식품·음료
홈페이지
www.americasfoodandbeverage.com

11월

주요 전시일정

품목 별 전시회	개최 전시회수
특이식품	

15/11/10 ~ 11

Kosherfest 2015

장소 Meadowlands Exposition Center
품목 코셔 인증 받은 모든 식품
홈페이지 www.kosherfest.com

15/11/13 ~ 15

Cincy Specialty Food & Treats Show

장소 Duke Energy Convention Center
품목 디저트류, 사탕, 초콜릿
홈페이지
cincyspecialtyfoodandtreatsshow.com

FOCUS INTERVIEW

United States of America

수출 성공기업 인터뷰

농림축산식품부 Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs
aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

(주)대두식품

이동열 팀장 인터뷰

늘 최선을 다하여 최고의 제품을 만드는, ㈜대두식품

미국 디저트 문화에 한국전통의 맛과 멋을 소개하다

㈜대두식품 해외영업팀 이동열 팀장

"전통의 감탄스런 진화를 통한 맛있는 생활을 이끄는 기업이 되겠습니다."

1983년 설립 이래 앙금부문 시장점유율 선두자리에 있는 ㈜대두식품은, 베이커리 산업의 핵심소재라고 할 수 있는 앙금의 산업화와 한국 전통 디저트인 화과자, 떡 산업을 선도하고 있다. ㈜대두식품은 국내 최대의 앙금 브랜드 '대두식품', 쌀가루 가공 브랜드인 '햇쌀마루', 전통의 현대화를 이끄는 화과자 브랜드 '화과방'을 보유하고 있다. 한국 전통음식의 세계화를 이루고자 끊임없이 제품개발을 하고 새로운 도전을 멈추지 않고 있는 대두식품은 현재 미국, 캐나다, 호주, 유럽, 중국 등지에 제품을 수출 하고 있다.

미국 소비자들의 입맛을 무서운 속도로 사로잡아 그들의 디저트 문화 한 켠에 한국 전통의 맛을 소개하고 있는 ㈜대두식품의 노하우와 수출을 위한 유의사항은 무엇인지 해외영업팀 이동열 팀장님을 통해 직접 들어보았다.

Q1. 미국 시장에 진출하여 성장하고 있는 ㈜대두식품의 소개를 부탁드립니다.

〈 대두식품 공장 전경,
30년 전과 오늘 날 〉

1983년 설립된 대두식품은 베이커리 산업의 핵심소재라고 할 수 있는 앙금의 산업화를 선도하고 있으며, 앙금 분야의 전문화된 기술력을 바탕으로 앙금과 연관된 다양한 종류의 양갱, 죽, 화과자, 냉동 떡 등의 완제품을 개발 및 생산하고 있습니다. 또한 무(無)방부제의 품질 개선정책을 도입하여 지속적으로 시장을 확대해 나아가고 있습니다. 창립 이래 30년이 지난 현재 전국에 90여개의 판매 대리점을 보유하고 있으며 미국을 중심으로 일본, 홍콩, 호주, 중국 등지에 수출 중입니다. 앙금부문에서 시장점유율 선도 기업으로 자리매김한 대두식품은, 쌀가루의 산업화를 통해 우리나라 떡 산업의 발전과 세계화를 이끄는 견인차 역할을 하고자 다시 한 번 새롭고 아름다운 도전을 준비 중에 있습니다.

**Q2. ㈜대두식품이 미국에 진출하게 된 계기(동기)는 무엇입니까?
또한 미국 진출 루트는 어떻게 발굴하였고, 어떻게 확장하였습니까?**

〈 대두식품의 제품 브랜드
'화과방'과 '햇쌀마루' 〉

무엇보다도 미국에는 제품을 알리기 가장 쉬운 타깃 층인 한인들이 많이 거주하고 있고 디저트 부분의 시장규모가 워낙 크기 때문에 진출을 결심하게 되었습니다. 앙금이 들어간 화과자와 떡은 한국의 전통식품이어서 처음부터 현지인들에게 접근하기는 어려웠습니다.

미국으로의 진출을 계획하던 중, 2000년 초 한인 거주지를 중심으로 입점해 있는 제과점과 떡집에서 거래제의가 먼저 들어와 앙금을 수출하기 시작하였고 아이스크림 관련 산업종사자들을 대상으로 개최하는 'Food Show'에서 만난 바이어와 신뢰를 기반으로 관계를 유지하여 아이스크림 체인점에 빙수 떡 또한 수출하게 되었습니다. 인바운드와 전시회를 통해 루트를 확장하기도 하지만 대형 유통매장과 슈퍼마켓에 직접 거래 제안을 하는 등의 적극적인 마케팅도 하고 있습니다. 이메일과 전화를 주고받는 등의 지속적인 교신을 통해 현재 미국 대형 유통매장인 코스트코(COSTCO)에도 빙수 떡이 판매되고 있습니다.

Q3. 미국 수출의 안정화 단계에 접어든 제품인 ㈜대두식품의 앙금과 빙수 떡이 갖고 있는 제품경쟁력은 무엇입니까?

*"철저한 **품질관리**와 선택의 폭을 넓힌 **다품종 소량생산** 체제"*

당연할 수 있지만 첫 째, 우수한 품질이 가장 큰 경쟁력인 것 같습니다. 철저한 위생관리와 제품 개발로 자사만의 식감과 맛을 확보하였습니다. 모든 상품은 방부처리를 하지 않고 포장 기술력과 인체에 무해한 탈산소제만을 사용하여 상온상태에서 신선도를 오랫동안 유지할 수 있습니다. 고품질정책으로 가격이 타사에 비해 다소 높음에도 불구하고 재 구매율이 높습니다. 저희 제품을 사용했다가 가격이 저렴한 대만과 중국산 제품으로 바꿔 사용했던 바이어들이 모두 저희 제품을 다시 찾아주었다는 점에서 품질만큼은 가장 자신이 있습니다. 소비자들에게 지속적으로 고품질의 제품을 공급하고자 기술에 대한 투자와 도전을 꾸준히 이어나가 최고의 상품만을 제공할 것입니다.

두 번째로, 시장상황을 반영한 다품종 소량생산 정책은 쉽게 모방하거나 추종하기 쉽지 않은 경쟁력이라고 생각합니다. 다양한 제품을 제공함으로써 입맛도 천차만별인 미국 내 고객들에게 제품 선택의 폭을 넓혀주었습니다. 특히 여러 가지 과일의 다양한 맛과 쫄깃한 식감의 빙수 떡은 아이스크림 체인점에서 토핑으로 사용되면서 인기 만점 제품으로 자리 잡았습니다. 공정 및 생산의 많은 과정을 자동화함으로써 더욱 더 위생적이고 생산성을 월등히 높여 수요에 적합한 공급량 또한 맞출 수 있습니다.

Q4. 미국 진출에 많은 어려움이 따랐을 것으로 예상됩니다. 수출을 함에 있어 가장 어려웠던 점이 무엇이었고 어떻게 극복하였는지 여쭙고 싶습니다.

*"복잡한 **통관절차**와 **인증획득**의 어려움"*

가장 먼저 통관의 어려움이 있습니다. 미국은 타 국가에 비해 식품통관 절차가 까다롭고 복잡하여 준비해야 할 서류가 많습니다. 제품에 함유된 성분에 따라 검역기관이 달라지고 통관에 필요한 서류의 종류 또한 달라 이를 미리 숙지하지 않고 서류준비를 늦게 한다면 예상치 못한 보관비용을 지불해야 할 것입니다. 미국세관에서는 계란과 우유가 함유된 제품에 특히 민감하게 반응하기 때문에 대두식품의 경우, 두 재료가 필수적으로 들어가는 냉동 생지류와 화과자를 수출하는데 있어 한 때 어려움을 겪었습니다. 통관절차가 다소 간소화된다면 미국으로의 진출이 훨씬 수월해 질 것이라 생각합니다.

또한 인증획득의 번거로움이 있습니다. 미국 식품 수출시 필요한 필수인증인 FDA인증을 취득하는 절차는 매우 복잡하고 번거로운 편입니다. 같은 재료가 들어가도 제품마다 인증을 따로 획득해야 하기 때문입니다. 대두식품의 경우에도 20개가 넘는 제품에 각각의 FDA 인증을 받았습니다.

Q5. 현재 진출한 시장과 향후 개척할 新시장은 어디 입니까? 그 이유는 무엇입니까?

현재 미국과 캐나다, 호주, 영국, 남미 국가 등지에 앙금, 빙수 떡, 쌀가루 제품, 찹쌀 떡, 생지를 수출하고 있습니다. 이 중 미국이 수출 주력시장이며 수출비중의 65%를 차지하고 있습니다.

향후 개척할 새로운 시장은 동남아시아 시장과 할랄 시장입니다. 한인 거주자가 적어 제품에 대한 이해도가 상대적으로 낮고 취약한 구매력으로 인해 동남아시아 국가로의 진출을 미루어 왔습니다만 최근 들어 높은 경제성장과 더불어 전체적인 소득증가 그리고 한류의 영향 등을 고려 할 때 더 이상 아시아시장 진출을 미룰 수 없다고 보고 있습니다. 또한 금년도 10월에 앙금과 빙수 떡에 대해 할랄 인증을 취득한 것을 발판삼아 할랄 시장으로의 진출도 꾀하고 있습니다.

Q6. 마지막으로, 미국 진출을 일구어 낸 담당자로서 미국 시장에 진출하고자 하는 국내 기업들에게 한 말씀 부탁드립니다.

*"**고객층**은 **세분화**, **제품라인**은 **다양화** 시키자"*

가장 중요한 것은 진출 전 철저한 시장조사가 선행되어야 한다는 점입니다. 앞서 언급해 드렸지만 미국은 제품별, 성분별 준비해야할 서류와 절차가 굉장히 복잡한 편입니다. 진출하는데 시간이 다소 걸리더라도 자사의 제품이 미국 검역절차에 부적격하진 않은지, 통관이 원활히 이루어 질 수 있는지 여부를 파악한다면 어렵게 거래 성사까지 완료된 제품이 반송되거나 폐기처분 되는 것을 미연에 방지할 수 있을 것입니다.

시장조사를 통해 자사제품의 타깃 고객층을 사전에 파악한다면 진출 전략을 수립하는데 많은 도움이 될 것으로 생각됩니다. 미국에는 다수의 한인들이 거주하고 있기 때문에 타깃 시장이 비교적 한국식품에 대한 인지도가 높은 한인마켓과 새로운 고객층인 현지인마켓, 그리고 타 인종 마켓으로 나누어 질 수 있을 것입니다. 또한 동부권, 서부권 등 권역별로도 특징을 가진 고객층이 존재할 것입니다. 미국진출 초기에는 특히, 고객층을 특징별로 세분화하여 시장을 공략한 후 점진적으로 넓혀가는 것을 추천합니다.

마지막으로 하나의 제품을 집중적으로 홍보하여 진출하는 것보다는 다양한 맛과 종류로 진출하는 것을 추천합니다. 미국 소비자들은 유행에 민감하여 새로운 맛에 대한 반응이 빠르기 때문에 한가지의 맛과 종류만으로는 그들의 시시각각 변하는 니즈를 만족시킬 수 없을 것입니다.

GLOBAL **FOOD** INFO

BUYER INFO. United States of America

미국 식품 바이어

농림축산식품부 Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs
aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

▌신선 식품

1. FRESHWAY PRODUCE

수입 및 유통업체

기본 정보	
기업명	FRESHWAY PRODUCE
홈페이지	www.freshwayusa.com
대표전화	+1 786 300 4485
주소	3400 NW 74th Ave Unit 1, Miami Fl Miami, FL 33122

해외구매/영업 담당자	Mr Jose	이메일	jose@freshwayusa.com

기업 분석			
취급 품목	신선 과일, 야채		
한국산 제품 취급 유무	유, 한국산 호박을 취급함		
한국산 제품 취급 의향	유	취급의향 품목	한국산 과일에 대해 관심이 있으니 수입 의향 있음
수입 시 고려사항	품질을 가장 우선시함		

2. SALT TRADERS

수입 및 유통업체

기본 정보	
기업명	SALT TRADERS, LLC
홈페이지	www.salttraders.com
대표전화	+1 978 356 7258
주소	P.O. Box 56 18D Mitchell Road Ipswich, MA 01938

해외구매/영업 담당자	Mr Didi Dawis	이메일	didi@salttraders.com

기업 분석			
취급 품목	소금, 설탕, 향신료, 소스		
한국산 제품 취급 유무	무		
한국산 제품 취급 의향	유	취급의향 품목	한국 고추장, 고춧가루를 수입해보고 싶음
수입 시 고려사항	품질		

3. RASTELLI FOODS GROUP

유통업체

기본 정보	
기업명	RASTELLI FOODS GROUP
홈페이지	rastellifoodsgroup.com
대표전화	+1 609 804 1158
주소	1301 Bremen Ave, Egg Harbour city NJ08215

해외구매/영업 담당자	Mr Skipfox	이메일	sfox@rastellis.com

기업 분석	
취급 품목	육류, 해산물
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	무 / 한국에서 수입해 본 경험이 없어 취급의향 없음
수입 시 고려사항	품질, 가격

4. RUGGIERO SEAFOOD INC

유통업체

기본 정보	
기업명	RUGGIERO SEAFOOD INC
홈페이지	www.ruggieroseafood.com
대표전화	+1 973 589 0524
주소	17 Acenue L Newark NJ 07105

해외구매/영업 담당자	Mr Frank	이메일	stece@ruggieroseafood.com

기업 분석	
취급 품목	신선 수산물, 수산물 가공식품
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	무 / 이미 다른 나라로부터 수입을 많이 하고 있어 수입국을 다변화할 생각이 없음
수입 시 고려사항	가격, 품질

▌가공식품

5. AMERICAN ROLAND FOOD CORP

수입 및 유통업체

기본 정보	
기업명	AMERICAN ROLAND FOOD CORP
홈페이지	www.rolandfood.com
대표전화	+1 212 741-8290
팩스	+1 212 741-8855
주소	71 W 23rd St # 1500, New York, NY 10010 USA

해외구매/영업 담당자	Ms Malinda	이메일	purchasing@rolandfood.com

기업 분석			
취급 품목	통조림 식품, 소스		
한국산 제품 취급 유무	유, 간장과 여러 가지 한국 소스 취급함		
한국산 제품 취급 의향	유	취급의향 품목	다른 한국산 가공식품도 수입해보고 싶음
수입 시 고려사항	품질을 가장 우선시함. 고품질의 제품을 원함		

6. GARDE SPOT DISTRIBUTOR

유통업체

기본 정보	
기업명	GARDE SPOT DISTRIBUTOR
홈페이지	www.gardenspotdist.com
대표전화	+1 212 741-8290
주소	71 W 23rd St # 1500, New York, NY 10010 USA

해외구매/영업 담당자	Mr Mark	이메일	mark@gardenspotdist.com

기업 분석			
취급 품목	건강보조식품, 유기농 식품		
한국산 제품 취급 유무	무		
한국산 제품 취급 의향	유	취급의향 품목	소비자들이 원하는 한국 제품이 있다면 취급할 의향이 있음
수입 시 고려사항	유기농 인증 취득여부를 우선시함		

7. GOLDEN COUNTRY ORIENTAL FOODS

수입 및 유통업체

기본 정보	
기업명	GOLDEN COUNTRY ORIENTAL FOODS
홈페이지	www.goldencountry.com
대표전화	+1 773 847 1700
팩스	+1 773 847 1717
주소	2355 S. Blue Island Ave., Chicago, IL 60608

해외구매/영업 담당자	Ms Nicole	이메일	sidneylee@goldencountry.com

기업 분석			
취급 품목	아시아 식료품		
한국산 제품 취급 유무	유, 면, 소스, 김치		
한국산 제품 취급 의향	유	취급의향 품목	취급하고 있는 제품의 다른 브랜드 모색하고 있음
수입 시 고려사항	품질, 가격 고려함		

8. JUSGO SUPERMARKET

유통업체

기본 정보	
기업명	JUSGO SUPERMARKET
홈페이지	www.jusgosupermarket.com
대표전화	+1 972 517 8858
팩스	+1 972 517 8886
주소	240 Legacy Dr. #200 Plano Tx, 75023

해외구매/영업 담당자	Mr Wade	이메일	jusgosupermarket@gmail.com

기업 분석			
취급 품목	모든 식료품		
한국산 제품 취급 유무	유 / 한국 과자와 김치를 취급함		
한국산 제품 취급 의향	유	취급의향 품목	현재 취급하고 있는 제품의 다른 브랜드 취급하고 싶음
수입 시 고려사항	품질, 가격, 브랜드		

9. KOMART MARKET PLACE

수입 및 유통업체

기본 정보	
기업명	KOMART MARKET PLACE
홈페이지	www.mykomart.com
대표전화	+1 214 325 0710
팩스	+1 214 256 9001
주소	2240 Royal Ln #306 Dallas Texas 75229

해외구매/영업 담당자	윤상일	이메일	komart@mykomart.com

기업 분석			
취급 품목	전반적인 한국 식료품 대부분 취급함		
한국산 제품 취급 유무	다양한 한국식품(고추장, 김치, 된장, 다시다, 부침가루 등)을 취급하고 있음 CJ 제일제당의 브랜드가 가장 많음		
한국산 제품 취급 의향	유	취급의향 품목	면, 각종 나물, 매주, 고추장, 몽고간장 등 한국 전통식품 및 중소기업의 전통 식품들 취급하고 싶음
수입 시 고려사항	가격, 품질		

10. EURO USA

수입 및 유통업체

기본 정보	
기업명	EURO USA
홈페이지	www.eurousa.com
대표전화	+1 216 714 0500
팩스	+1 216 663 3759
주소	4481 Johnston Parkway Cleveland, OH 44128

해외구매/영업 담당자	Mr Tom Bary	이메일	tbary@eurousa.com

기업 분석			
취급 품목	모든 식료품		
한국산 제품 취급 유무	유 / 김치, 면제품 취급함		
한국산 제품 취급 의향	유	취급의향 품목	기타 한국 가공식품도 취급해보고 싶음
수입 시 고려사항	품질, 가격		

11. ROYAL FOOD IMPORT

유통업체

기본 정보	
기업명	ROYAL FOOD IMPORT
홈페이지	www.royalfoodimport.com
대표전화	+1 800 832 5922
주소	100 Franklin St, Boston, MA 02110 USA

해외구매/영업 담당자	Ms Anpin	이메일	anpin@royalfoodimport.com

기업 분석			
취급 품목	통조림 식품		
한국산 제품 취급 유무	무		
한국산 제품 취급 의향	유	취급의향 품목	한국 통조림 제품을 취급하고 싶음
수입 시 고려사항	품질, 가격		

12. MITSUI FOODS

수입 및 유통업체

기본 정보	
기업명	MITSUI FOODS
홈페이지	www.mitsuifoods.com
대표전화	+1 201 750 0500
팩스	+1 201 750 0150
주소	35 Maple Street Norwood, NJ 07648

해외구매/영업 담당자	Mr Jeff	이메일	foods@mitsuifoods.com

기업 분석			
취급 품목	커피, 냉동식품, 식품 첨가물, 음료		
한국산 제품 취급 유무	무		
한국산 제품 취급 의향	유	취급의향 품목	다양한 한국 음료 제품을 취급해 보고 싶음
수입 시 고려사항	제품에 따라 고려하는 사항이 다름		

13. EAST LAND FOOD

유통업체

기본 정보	
기업명	EAST LAND FOOD
홈페이지	www.eastlandfood.com
대표전화	+1 800 645 0769
팩스	+1 888 407 3278
주소	8305 Stayton Drive Jessup MD 20794

해외구매/영업 담당자	Ms Rarin	이메일	rarin@eastlandfood.com

기업 분석			
취급 품목	음료, 소스, 통조림 등의 다양한 식료품		
한국산 제품 취급 유무	유, 한국 소스 취급함		
한국산 제품 취급 의향	유	취급의향 품목	취급하고 있는 소스의 다른 브랜드를 취급하고 싶음
수입 시 고려사항	브랜드, 품질, 패키지		

14. SAHM YOOK USA

유통업체

기본 정보	
기업명	SAHM YOOK USA, INC
홈페이지	www.36usa.com
대표전화	+1 678 205 3060
팩스	+1 678 205 3061
주소	3731 northcrest rd atlanta , GA 30340

해외구매/영업 담당자	Mr Tommy	이메일	tommyparkga@gmail.com

기업 분석			
취급 품목	모든 식료품		
한국산 제품 취급 유무	유, 한국 건조식품을 취급하고 있음		
한국산 제품 취급 의향	유	취급의향 품목	한국 건조 과일을 취급해보고 싶음
수입 시 고려사항	품질을 가장 우선시 함		

15. JAYONE FOODS

수입 및 유통업체

기본 정보	
기업명	JAYONE FOODS INC
홈페이지	www.jayone.com
대표전화	+1 562 633 7400
팩스	+1 562 633 7401
주소	7212 Alondra Blvd. Paramount, CA 90723

해외구매/영업 담당자	Ms jane park	이메일	jane.park@janyone.com

기업 분석			
취급 품목	모든 식료품		
한국산 제품 취급 유무	유 / 김, 해산물, 스낵, 음료, 커피, 소스, 신선과일(배, 제주감귤) 취급함		
한국산 제품 취급 의향	유	취급의향 품목	면제품 수입하고 싶음
수입 시 고려사항	가격, 품질		

16. ROCKMAN COMPANY USA

수입 및 유통업체

기본 정보	
기업명	ROCKMAN COMPANY USA INC
홈페이지	www.rockmanusa.com
대표전화	+1 323 887 7506
팩스	+1 323 887 9456
주소	Rockman Company USA Inc. 6425 Randolph St. Commerce, CA 90040

해외구매/영업 담당자	Mr Vicent	이메일	vluu9@yahoo.com

기업 분석	
취급 품목	모든 식료품
한국산 제품 취급 유무	농심, 팔도, CJ, 그 외 기타제품(라면, 튀김, 우동)
한국산 제품 취급 의향	유 / 품목은 정확히 짚을 수 없지만 한국 식품에 전반적으로 관심이 있어 수입할 의향 있음
수입 시 고려사항	가격, 품질

17. EDEN RESTAURANT SUPPLY

유통업체

기본 정보	
기업명	EDEN RESTAURANT SUPPLY
홈페이지	www.edenrs.com
대표전화	+1 213 620 1400
주소	568 S. Alameda St. Los Angeles, CA 90013

해외구매/영업 담당자	Ms Susan	이메일	susan@edenrs.com

기업 분석			
취급 품목	식료품		
한국산 제품 취급 유무	무		
한국산 제품 취급 의향	유	취급의향 품목	미국에서 조미김의 인기가 매우 높으므로 조미김을 수입하고 싶음
수입 시 고려사항	품질		

18. GOSHEN MART

유통업체

기본 정보	
기업명	GOSHEN MART
홈페이지	www.goshenmart.com
대표전화	+1 917 617 9292
주소	826 W Broad St Richmond

해외구매/영업 담당자	Ms Joshua Kim	이메일	nyskc1002@gmail.com

기업 분석			
취급 품목	식료품		
한국산 제품 취급 유무	유 / 김치와 두부 등 한국 식품 전반적으로 취급하고 있음		
한국산 제품 취급 의향	유	취급의향 품목	모든 한국식품에 관심 있어 제품만 괜찮다면 수입 의향 있음
수입 시 고려사항	품질		

19. H MART

유통업체

기본 정보	
기업명	H MART
홈페이지	company.hmart.com
대표전화	+1 718 417 5607
주소	300 Chubb Ave. Lyndhurst, New Jersey 07071

해외구매/영업 담당자	강상규	이메일	sanggu.kang@hmart.com

기업 분석			
취급 품목	모든 식료품		
한국산 제품 취급 유무	유 / 전반적으로 한국식품 모두 취급함		
한국산 제품 취급 의향	유	취급의향 품목	취급하는 제품의 다양한 브랜드를 수입해보고 싶음
수입 시 고려사항	품질, 가격		

20. U.S. TRADING COMPANY

수입 및 유통업체

기본 정보	
기업명	U.S. TRADING COMPANY
홈페이지	www.ustrading.com
대표전화	+1 800 453 5502
팩스	+1 800 844 8885
주소	21118 Cabot Boulevard Hayward, CA 94545, USA

해외구매/영업 담당자	Ms Seny	이메일	info@ustrading.com

기업 분석			
취급 품목	모든 식료품		
한국산 제품 취급 유무	유 / 알로에 음료 취급함		
한국산 제품 취급 의향	유	취급의향 품목	대부분의 한국식품 취급 의향 있음
수입 시 고려사항	품질		

21. WOO SUNG AMERICA CORP

수입 및 유통업체

기본 정보	
기업명	WOO SUNG AMERICA CORP
홈페이지	www.sfwoosung.com
대표전화	+1 510 265 0808
주소	1761 National AveHayward, CA 94545

해외구매/영업 담당자	Mr Marcus	이메일	marcus@sfwoosung.com

기업 분석			
취급 품목	모든 식료품		
한국산 제품 취급 유무	유 / 라면과 쌀을 취급함		
한국산 제품 취급 의향	유	취급의향 품목	떡볶이 같은 쌀 가공식품을 취급해보고 싶음
수입 시 고려사항	품질, 가격		

22. ACE SUPPLY INC

유통업체

기본 정보	
기업명	ACE SUPPLY INC
홈페이지	www.ace5000.com
대표전화	+1 562 802 3455
주소	16711 Parkside Ave Cerritos, CA 90703

해외구매/영업 담당자	Mr Jay	이메일	ryoojay@gmail.com

기업 분석			
취급 품목	모든 식료품		
한국산 제품 취급 유무	유 / 한국 건조 가공식품(조미김) 취급함		
한국산 제품 취급 의향	유	취급의향 품목	한국제품에 전반적으로 관심이 많아 다양한 식료품 취급 의향 있음
수입 시 고려사항	품질, 가격, 생산능력		

23. BEGA TRADING CO

수입 및 유통업체

기본 정보	
기업명	BEGA TRADING CO
홈페이지	www.begatrading.com
대표전화	+1 213 487 2020
주소	3850 Wilshire Blvd #213Los Angeles, CA 90010

해외구매/영업 담당자	Mr Steve Kim	이메일	stevesj1@hotmail.com

기업 분석			
취급 품목	모든 식료품		
한국산 제품 취급 유무	유 / 조미김과 스낵종류를 취급함		
한국산 제품 취급 의향	유	취급의향 품목	쿠키 외에 다양한 한국 스낵을 취급해보고 싶음
수입 시 고려사항	가격		

24. C. H. GUENTHER & SON

제조 및 유통업체

기본 정보	
기업명	C. H. GUENTHER & SON
홈페이지	www.chg.com
대표전화	+1 800 531 7912
주소	129 East Guenther Street San Antonio, TX 78204 USA

해외구매/영업 담당자	Mr Mareno	이메일	mcamareno@chg.com

기업 분석	
취급 품목	냉동식품, 제과·제빵, 베이킹 믹스 등
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	무 / 2015년부터 제품을 소싱 할 생각이라 아직까지는 한국 식품 취급의향 없음
수입 시 고려사항	어떤 제품이냐에 따라 고려하는 사항이 다름

25. SEOUL TRADING USA

수입 및 유통업체

기본 정보	
기업명	SEOUL TRADING USA
홈페이지	www.seoulgrocery.com
대표전화	+1 201 567 7780
팩스	+1 201 567 7781
주소	360 South Van Brunt Street Englewood, NJ 07631

해외구매/영업 담당자	서원선	이메일	wseo4@seoultrading.usa.com

기업 분석	
취급 품목	한국 식품 전반적으로 취급함
한국산 제품 취급 유무	오뚜기, 농심 등 한국의 대기업 브랜드 식료품을 위주로 취급함 / 떡볶이 제품의 인기가 가장 높음
한국산 제품 취급 의향	무 / 다른 제품을 취급할 계획은 없으나 현지 교포들의 수요가 높아지는 제품을 위주로 수입할 것임
수입 시 고려사항	제품 인기도와 가격

26. RAO'S SPECIALITY FOODS

제조 및 유통업체

기본 정보	
기업명	RAO'S SPECIALITY FOODS
홈페이지	www.raos.com
대표전화	+1 212 269 0151
팩스	+1 212 344 1680
주소	17 Battery Place, Suite 610, New York, NY 10004

해외구매/영업 담당자	Mr Kelvin	이메일	info@raos.com

기업 분석	
취급 품목	소스, 면
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	무 / 한국제품에 어떤 종류가 있는지 몰라 답해줄 수는 없지만 수요가 있다면 취급할 계획 있음
수입 시 고려사항	품질을 우선적으로 고려함

27. FOOD IMPORT GROUP

수입 및 유통업체

기본 정보	
기업명	FOOD IMPORT GROUP
홈페이지	www.foodimportgroup.com
대표전화	+1 201 947 1000
팩스	+1 201 947 7667
주소	140 Sylvan Avenue Englewood Cliffs, NJ 07632

해외구매/영업 담당자	Mr Joe Reich	이메일	jreich@foodimportgroup.com

기업 분석	
취급 품목	건조 과일과 견과류
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	무 / 한국 식품은 취급해본 경험이 없어 수입 계획이 없음
수입 시 고려사항	품질, 가격

Ⅰ 음료 · 주류

28. DOLCE BEVERAGE GROUP

수입 및 유통업체

기본 정보	
기업명	DOLCE BEVERAGE GROUP
홈페이지	www.dolcesales.com
대표전화	+1 630 855 3506
팩스	+1 630 855 6993
주소	101 Sangra Court Streamwood, IL 60107

해외구매/영업 담당자	Mr Scott	이메일	scott@dolcesales.com

기업 분석	
취급 품목	음료
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	유 / 알콜, 비알콜에 상관없이 모든 한국 음료제품에 관심 있음
수입 시 고려사항	품질이 좋은지 먼저 확인하며 내용물의 상태가 얼마나 오래 유지되는지를 봄

29. DRINX UNLIMITED

유통업체

기본 정보	
기업명	DRINX UNLIMITED
홈페이지	drinxunlimited.com
대표전화	+1 203 851 5666
주소	372 Ely Ave, Norwalk, CT 06854

해외구매/영업 담당자	Mr Mike Walsh	이메일	mwalsh@drinxunlimited.com

기업 분석			
취급 품목	음료		
한국산 제품 취급 유무	무		
한국산 제품 취급 의향	유	취급의향 품목	한국산 소다 음료를 취급 해보고 싶음
수입 시 고려사항	품질, 가격		

30. SPIKE BEVERAGE

유통업체

기본 정보	
기업명	SPIKE BEVERAGE
홈페이지	www.spikebeverage.com
대표전화	+1 520 882 1582
주소	705 E Ajo Way, Tucson, AZ 85713

해외구매/영업 담당자	Ms Annet	이메일	annettej@gedaz.com

기업 분석	
취급 품목	음료
한국산 제품 취급 유무	무
한국산 제품 취급 의향	무 / 한국에 어떤 제품이 유명한지 몰라 선택할 수 없음
수입 시 고려사항	품질

GLOBAL **FOOD** INFO

EXPORT & IMPORT

United States of America

한국-미국
주요 식품 무역통계

농림축산식품부 Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs
aT 한국농수산식품유통공사 Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

미국 주요 식품 수입동향

HS Code	품 목	2013년 수입액	증가율	5대 수입국
2208	변성하지 않은 에틸알코올, 증류주, 리큐르, 그 밖의 주정음료	7,049,564	6	프랑스, 영국, 멕시코, 아일랜드, 캐나다
0306	갑각류	6,137,150	17	캐나다, 인도, 인도네시아, 에콰도르, 태국
2204	포도주	5,492,791	3	이탈리아, 프랑스, 호주, 아르헨티나, 스페인
0901	커피	5,469,156	-19	브라질, 콜롬비아, 베트남, 과테말라, 캐나다
0304	어류의 살과 그 밖의 어육	5,158,674	4	중국, 칠레, 베트남, 캐나다, 인도네시아
2203	맥주	3,908,533	0	멕시코, 네덜란드, 벨기에, 캐나다, 아일랜드
1905	빵 · 파이 · 케이크 · 비스킷과 그 밖의 베이커리 제품	3,524,631	5	캐나다, 멕시코, 독일, 이탈리아, 인도
0709	신선, 냉장된 그 밖의 채소	2,787,937	16	멕시코, 캐나다, 페루, 네덜란드, 도미니카 공화국
1302	식물성 수액과 추출물	2,643,123	-39	인도, 중국, 프랑스, 스페인, 멕시코
2008	그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과실 · 견과류	2,540,582	5	중국, 태국, 멕시코, 캐나다, 필리핀
0803	바나나	2,521,859	4	과테말라, 에콰도르, 코스타리카, 콜롬비아, 온두라스
2202	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물	2,397,496	11	스위스, 오스트리아, 멕시코, 태국, 캐나다
0804	대추야자 · 무화과 · 파인애플 · 아보카도 · 구아바 · 망고 · 망고스틴	2,329,169	17	멕시코, 코스타리카, 페루, 에콰도르, 칠레
1605	조제하거나 보존처리한 갑각류, 연체동물	2,292,886	4	태국, 중국, 인도네시아, 베트남, 캐나다
1806	초콜릿과 코코아를 함유한 그 밖의 조제 식료품	2,167,914	5	캐나다, 멕시코, 독일, 벨기에, 스위스
0702	토마토	2,066,432	6	멕시코, 캐나다, 과테말라, 도미니카 공화국, 네덜란드
2106	따로 분류되지 않은 조제 식료품	2,045,655	6	캐나다, 태국, 멕시코, 독일, 중국
0202	냉동 쇠고기	1,952,981	0	뉴질랜드, 호주, 우루과이, 니카라과, 캐나다
2009	과실주스	1,944,126	-5	중국, 브라질, 멕시코, 아르헨티나, 코스타리카
1604	조제하거나 보존처리한 어류, 캐비어	1,765,955	-4	태국, 중국, 에콰도르, 베트남, 캐나다
1005	옥수수	1,693,545	66	캐나다, 칠레, 아르헨티나, 브라질, 터키
1701	사탕수수 당	1,677,186	-30	멕시코, 브라질, 도미니카 공화국, 파라과이, 과테말라
0810	그 밖의 신선과실	1,643,681	6	멕시코, 칠레, 캐나다, 아르헨티나, 이탈리아
1704	설탕과자	1,642,779	7	캐나다, 멕시코, 중국, 스페인, 독일
0201	신선, 냉장 쇠고기	1,597,374	4	캐나다, 멕시코, 호주, 니카라과, 우루과이
1514	유채유, 겨자유의 분획물	1,585,561	-14	캐나다, 호주, 네덜란드, 멕시코, 프랑스
2207	변성하지 않은 에틸알코올	1,527,699	-22	브라질, 자메이카, 엘살바도르, 캐나다, 코스타리카
0302	신선하거나 냉장한 어류	1,505,992	11	캐나다, 페로 제도, 영국, 멕시코, 에콰도르
0806	포도	1,397,950	13	칠레, 멕시코, 페루, 남아프리카 공화국, 브라질
1511	팜유와 그 분획물	1,231,105	12	말레이시아, 인도네시아, 콜롬비아, 싱가포르, 브라질

단위 : 1,000 달러(USD), %, 증가율은 전년대비(2013/2012) / 자료 : International Trade Centre

*하단의 통계량 단위 : 1,000 달러(USD), %, 증가율은 전년대비(2013/2012) / 자료 : International Trade Centre
*증가율 중 일부 국가로부터 자료가 수취되지 않아 집계되지 않는 값이 있음. 해당 값은 공란 처리함

변성하지 않은 에틸알코올, 증류주, 리큐르, 그 밖의 주정음료 (2208)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	6,399,268	6,654,629	7,049,564	100	6
1	프랑스	1,786,881	1,905,669	1,957,835	27.8	3
2	영국	1,556,377	1,660,743	1,835,545	26	11
3	멕시코	780,861	801,920	839,946	11.9	5
4	아일랜드	361,789	399,795	449,885	6.4	13
5	캐나다	340,637	367,506	441,160	6.3	20
6	스웨덴	440,891	391,379	361,368	5.1	-8
7	네덜란드	255,605	270,618	296,991	4.2	10
8	독일	205,732	197,578	203,793	2.9	3
9	이탈리아	153,694	160,357	162,411	2.3	1
10	라트비아	139,000	129,375	132,911	1.9	3

포도주 (2204)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	5,047,194	5,309,641	5,492,791	100	3
1	이탈리아	1,566,371	1,547,351	1,684,462	30.7	9
2	프랑스	1,296,215	1,414,249	1,477,747	26.9	4
3	호주	591,927	571,902	533,533	9.7	-7
4	아르헨티나	366,449	433,572	404,425	7.4	-7
5	스페인	317,688	338,636	360,543	6.6	6
6	칠레	318,286	371,818	347,097	6.3	-7
7	뉴질랜드	207,492	258,070	292,272	5.3	13
8	독일	150,510	133,871	125,356	2.3	-6
9	포루투갈	76,050	76,615	87,522	1.6	14
10	남아프리카공화국	48,014	64,658	74,266	1.4	15

어류의 살과 그 밖의 어육 (0304)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	4,527,855	4,984,176	5,158,674	100	4
1	중국	1,544,531	1,549,758	1,526,431	29.6	-2
2	칠레	816,596	998,003	1,354,037	26.2	36
3	베트남	369,911	452,935	433,583	8.4	-4
4	캐나다	249,427	214,218	226,439	4.4	6
5	인도네시아	186,113	265,569	226,373	4.4	-15
6	노르웨이	244,928	162,358	208,637	4	29
7	아이슬란드	83,131	121,945	139,404	2.7	14
8	에콰도르	113,500	146,201	100,009	1.9	-32
9	일본	103,984	110,299	90,708	1.8	-18
10	코스타리카	58,795	76,385	73,054	1.4	-4

빵 · 파이 · 케이크 · 비스킷과 그 밖의 베이커리 제품(1905)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	3,156,991	3,349,577	3,524,631	100	5
1	캐나다	1,455,376	1,509,723	1,578,035	44.8	5
2	멕시코	612,310	679,107	692,786	19.7	2
3	독일	118,420	128,385	143,198	4.1	12
4	이탈리아	120,094	129,474	129,406	3.7	0
5	인도	60,876	69,628	72,293	2.1	4
6	프랑스	53,343	61,668	72,139	2	17
7	중국	66,243	65,522	62,110	1.8	-5
8	영국	52,520	54,033	59,940	1.7	11
9	덴마크	44,288	45,353	49,109	1.4	8
10	태국	29,687	27,276	47,507	1.3	74

식물성 수액과 추출물 (1302)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	1,708,382	4,318,244	2,643,123	100	-39
1	인도	1,057,010	3,550,577	1,841,041	69.7	-48
2	중국	159,058	192,431	212,712	8	11
3	프랑스	74,274	90,593	88,390	3.3	-2
4	스페인	42,762	52,981	58,153	2.2	10
5	멕시코	42,593	45,062	53,326	2	18
6	독일	32,086	35,058	42,704	1.6	22
7	필리핀	46,633	47,613	39,836	1.5	-16
8	파키스탄	23,754	53,960	31,058	1.2	-42
9	호주	16,645	20,778	28,224	1.1	36
10	이탈리아	21,147	27,758	27,624	1	0

갑각류 (0306)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	5,717,275	5,240,010	6,137,150	100	17
1	캐나다	1,133,469	1,085,898	1,215,698	19.8	12
2	인도	517,464	572,135	1,012,392	16.5	77
3	인도네시아	616,371	589,752	796,848	13	35
4	에콰도르	540,194	567,502	657,872	10.7	16
5	태국	1,013,072	723,361	492,257	8	-32
6	베트남	389,438	354,483	492,116	8	39
7	멕시코	305,917	269,025	273,262	4.5	2
8	러시아	209,414	176,824	235,848	3.8	33
9	중국	131,264	108,544	118,294	1.9	9
10	온두라스	121,381	108,841	116,404	1.9	7

커피 (0901)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	7,843,588	6,754,776	5,469,156	100	-19
1	브라질	1,999,145	1,399,976	1,111,081	20.3	-21
2	콜롬비아	1,348,472	928,426	952,058	17.4	3
3	베트남	512,801	636,802	492,921	9	-23
4	과테말라	591,363	584,061	420,167	7.7	-28
5	캐나다	415,236	422,200	396,918	7.3	-6
6	멕시코	506,471	483,414	347,650	6.4	-28
7	인도네시아	335,386	418,738	298,281	5.5	-29
8	코스타리카	259,105	262,399	204,544	3.7	-22
9	페루	380,181	248,044	178,925	3.3	-28
10	니카라과	226,403	232,189	169,022	3.1	-27

맥주 (2203)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	3,795,971	3,917,068	3,908,533	100	0
1	멕시코	1,741,297	1,883,148	1,983,111	50.7	5
2	네덜란드	922,513	930,835	895,828	22.9	-4
3	벨기에	240,863	268,316	270,835	6.9	1
4	캐나다	207,055	194,247	187,844	4.8	-3
5	아일랜드	178,304	182,713	186,240	4.8	2
6	영국	137,554	136,338	128,329	3.3	-6
7	독일	175,113	131,423	115,004	2.9	-12
8	이탈리아	35,877	36,577	27,920	0.7	-24
9	도미니카 공화국	22,767	25,707	13,307	0.3	-48
10	폴란드	10,825	11,487	10,970	0.3	-5

신선, 냉장된 그 밖의 채소 (0709)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	2,208,530	2,397,328	2,787,937	100	16
1	멕시코	1,374,334	1,543,381	1,810,050	64.9	17
2	캐나다	337,379	365,610	412,689	14.8	13
3	페루	269,262	285,924	352,132	12.6	23
4	네덜란드	97,559	72,520	57,319	2.1	-21
5	도미니카 공화국	28,874	26,292	33,143	1.2	26
6	온두라스	18,330	22,412	24,613	0.9	10
7	코스타리카	17,552	17,850	22,313	0.8	25
8	과테말라	4,826	7,140	11,062	0.4	55
9	중국	6,854	8,712	10,574	0.4	21
10	엘살바도르	9,209	7,575	8,677	0.3	15

그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과실 · 견과류 (2008)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	2,143,698	2,428,472	2,540,582	100	5
1	중국	593,309	653,280	675,134	26.6	3
2	태국	379,113	367,444	403,274	15.9	10
3	멕시코	296,583	324,767	323,849	12.7	0
4	캐나다	165,352	224,263	238,748	9.4	6
5	필리핀	158,752	164,688	179,742	7.1	9
6	한국	34,950	52,154	72,295	2.8	39
7	에콰도르	43,808	58,117	56,646	2.2	-3
8	인도네시아	67,853	63,972	56,050	2.2	-12
9	코스타리카	47,310	46,125	52,188	2.1	13
10	프랑스	32,594	43,424	50,183	2	16

바나나 (0803)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	2,326,687	2,434,814	2,521,859	100	4
1	과테말라	721,013	790,181	858,488	34	9
2	에콰도르	547,736	471,460	469,907	18.6	0
3	코스타리카	449,355	439,440	426,194	16.9	-3
4	콜롬비아	246,232	286,261	290,424	11.5	1
5	온두라스	221,251	246,218	271,436	10.8	10
6	멕시코	75,989	116,975	145,191	5.8	24
7	니카라과	19,773	20,254	18,975	0.8	-6
8	페루	16,947	19,424	17,148	0.7	-12
9	파나마	15,714	32,784	8,078	0.3	-75
10	도미니카 공화국	735	2,316	4,973	0.2	115

대추야자 · 무화과 · 파인애플 · 아보카도 · 구아바 · 망고 · 망고스틴 (0804)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	1,958,463	1,987,746	2,329,169	100	17
1	멕시코	1,024,291	1,054,734	1,322,673	56.8	25
2	코스타리카	464,507	510,838	549,648	23.6	8
3	페루	87,227	78,003	106,071	4.6	36
4	에콰도르	43,390	50,715	57,256	2.5	13
5	칠레	117,819	61,248	43,731	1.9	-29
6	브라질	31,801	28,598	39,741	1.7	39
7	과테말라	21,970	22,316	27,270	1.2	22
8	필리핀	38,312	30,358	26,783	1.1	-12
9	도미니카 공화국	21,258	21,377	22,710	1	6
10	온두라스	17,734	24,545	22,140	1	-10

초콜릿과 코코아를 함유한 그 밖의 조제 식료품 (1806)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	1,998,232	2,074,131	2,167,914	100	5
1	캐나다	918,532	968,957	1,017,961	47	5
2	멕시코	515,763	503,264	488,467	22.5	-3
3	독일	118,430	140,297	160,240	7.4	14
4	벨기에	118,713	124,371	126,988	5.9	2
5	스위스	61,525	51,497	57,714	2.7	12
6	이탈리아	35,074	33,065	43,576	2	32
7	프랑스	36,277	37,220	40,104	1.8	8
8	영국	19,741	30,846	32,565	1.5	6
9	아일랜드	26,069	30,628	30,339	1.4	-1
10	폴란드	17,592	23,355	28,804	1.3	23

따로 분류되지 않은 조제 식료품 (2106)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	1,796,090	1,922,189	2,045,655	100	6
1	캐나다	594,065	631,478	663,136	32.4	5
2	태국	149,869	139,633	153,274	7.5	10
3	멕시코	158,315	134,502	142,168	6.9	6
4	독일	76,065	93,699	108,182	5.3	15
5	중국	89,063	92,512	105,453	5.2	14
6	영국	89,321	75,790	80,328	3.9	6
7	덴마크	11,087	29,697	74,351	3.6	150
8	일본	56,382	51,314	54,900	2.7	7
9	스웨덴	4,109	47,431	52,989	2.6	12
10	네덜란드	34,478	42,827	50,848	2.5	19

과실주스 (2009)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	2,103,909	2,045,341	1,944,126	100	-5
1	중국	595,833	673,378	587,414	30.2	-13
2	브라질	382,854	345,962	292,313	15	-16
3	멕시코	221,974	193,383	249,064	12.8	29
4	아르헨티나	327,046	251,906	243,603	12.5	-3
5	코스타리카	51,540	79,127	78,241	4	-1
6	필리핀	86,855	79,315	74,321	3.8	-6
7	칠레	80,280	74,652	67,592	3.5	-9
8	캐나다	61,998	67,338	66,875	3.4	-1
9	태국	46,221	39,391	42,538	2.2	8
10	터키	33,295	39,326	35,562	1.8	-10

설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(2202)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	1,802,237	2,160,645	2,397,496	100	11
1	스위스	468,379	572,638	704,196	29.4	23
2	오스트리아	485,345	557,279	533,634	22.3	-4
3	멕시코	267,158	280,288	313,755	13.1	12
4	태국	102,009	127,304	137,018	5.7	8
5	캐나다	131,258	161,598	132,306	5.5	-18
6	이탈리아	50,450	68,477	110,190	4.6	61
7	한국	47,774	67,452	70,805	3	5
8	프랑스	33,339	35,098	57,984	2.4	65
9	브라질	12,352	22,020	35,522	1.5	61
10	대만	18,477	22,794	30,818	1.3	35

조제하거나 보존처리한 갑각류, 연체동물 (1605)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	2,371,018	2,206,011	2,292,886	100	4
1	태국	864,834	604,384	510,112	22.2	-16
2	중국	432,729	469,910	481,777	21	3
3	인도네시아	297,807	328,168	340,616	14.9	4
4	베트남	206,920	169,371	311,043	13.6	84
5	캐나다	220,876	259,281	247,629	10.8	-4
6	인도	54,398	57,080	97,182	4.2	70
7	필리핀	68,242	77,820	69,134	3	-11
8	멕시코	34,615	40,303	32,830	1.4	-19
9	칠레	21,723	22,267	32,356	1.4	45
10	베네수엘라	25,432	19,332	25,712	1.1	33

토마토 (0702)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	2,219,806	1,953,479	2,066,432	100	6
1	멕시코	1,878,557	1,653,051	1,713,935	82.9	4
2	캐나다	304,880	272,959	324,635	15.7	19
3	과테말라	24,012	14,097	18,465	0.9	31
4	도미니카 공화국	6,759	5,659	4,397	0.2	-22
5	네덜란드	2,696	3,011	3,097	0.1	3
6	뉴질랜드	2,241	2,645	1,752	0.1	-34
7	코스타리카	133	58	87	0	50
8	콜롬비아	23	18	42	0	133
9	온두라스	0	0	18	0	
10	일본	0	0	4	0	

냉동 쇠고기 (0202)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	1,506,986	1,952,286	1,952,981	100	0
1	뉴질랜드	666,896	756,650	803,432	41.1	6
2	호주	557,087	847,649	799,034	40.9	-6
3	우루과이	52,053	94,689	111,369	5.7	18
4	니카라과	127,455	119,817	109,733	5.6	-8
5	캐나다	48,705	65,358	53,015	2.7	-19
6	멕시코	7,977	21,649	36,325	1.9	68
7	코스타리카	22,830	24,278	26,927	1.4	11
8	온두라스	19,142	21,673	12,831	0.7	-41
9	중국	0	183	173	0	-5
10	과테말라	0	0	87	0	

조제하거나 보존처리한 어류, 캐비어 (1604)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	1,585,382	1,832,029	1,765,955	100	-4
1	태국	630,455	686,341	637,989	36.1	-7
2	중국	195,155	238,402	254,642	14.4	7
3	에콰도르	104,525	117,617	122,749	7	4
4	베트남	78,509	111,271	105,154	6	-5
5	캐나다	82,064	89,559	86,821	4.9	-3
6	필리핀	101,261	96,779	73,535	4.2	-24
7	피지	24,153	67,978	62,822	3.6	-8
8	콜롬비아	36,307	72,678	53,838	3	-26
9	모리셔스	23,113	30,338	44,529	2.5	47
10	모로코	30,197	40,881	44,481	2.5	9

옥수수 (1005)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	430,698	1,017,675	1,693,545	100	66
1	캐나다	189,434	292,491	469,323	27.7	60
2	칠레	151,709	305,373	439,219	25.9	44
3	아르헨티나	58,317	103,295	342,445	20.2	232
4	브라질	17,453	249,753	318,026	18.8	27
5	터키	0	15,929	25,025	1.5	57
6	우루과이	0	0	19,393	1.1	
7	멕시코	5,202	31,562	16,277	1	-48
8	파라과이	0	3,037	15,565	0.9	413
9	프랑스	3,926	6,269	13,689	0.8	118
10	루마니아	0	3,442	12,866	0.8	274

그 밖의 신선과실 (0810)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	1,264,116	1,553,848	1,643,681	100	6
1	멕시코	644,065	863,767	899,384	54.7	4
2	칠레	306,584	315,867	387,436	23.6	23
3	캐나다	131,663	185,390	170,704	10.4	-8
4	아르헨티나	82,565	84,909	65,596	4	-23
5	이탈리아	22,448	27,116	37,202	2.3	37
6	뉴질랜드	32,659	25,461	19,201	1.2	-25
7	과테말라	9,954	11,298	13,339	0.8	18
8	페루	1,484	1,649	8,926	0.5	441
9	베트남	4,789	6,469	7,986	0.5	23
10	우루과이	7,564	5,991	7,973	0.5	33

신선, 냉장 쇠고기 (0201)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	1,420,457	1,535,499	1,597,374	100	4
1	캐나다	841,292	725,052	740,707	46.4	2
2	멕시코	315,044	507,462	525,530	32.9	4
3	호주	190,140	242,315	266,560	16.7	10
4	니카라과	43,024	22,821	20,257	1.3	-11
5	우루과이	12,976	10,405	14,438	0.9	39
6	일본	0	2,985	9,500	0.6	218
7	뉴질랜드	7,010	11,572	9,127	0.6	-21
8	온두라스	6,679	6,798	5,692	0.4	-16
9	코스타리카	3,961	5,930	5,436	0.3	-8
10	노르웨이	0	0	121	0	

변성하지 않은 에틸알코올 (2207)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	971,671	1,967,653	1,527,699	100	-22
1	브라질	599,416	1,578,990	1,273,291	83.3	-19
2	자메이카	102,646	192,575	74,503	4.9	-61
3	엘살바도르	38,336	67,161	43,051	2.8	-36
4	캐나다	51,400	31,788	37,843	2.5	19
5	코스타리카	0	22,463	33,131	2.2	47
6	과테말라	0	31,342	29,986	2	-4
7	남아프리카공화국	18,662	18,684	17,551	1.1	-6
8	스페인	1,352	3,570	5,294	0.3	48
9	아르헨티나	3,113	2,501	2,789	0.2	12
10	프랑스	180	259	2,577	0.2	895

포도 (0806)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	1,234,714	1,238,299	1,397,950	100	13
1	칠레	784,138	731,119	922,461	66	26
2	멕시코	303,067	384,400	352,688	25.2	-8
3	페루	94,375	87,079	91,657	6.6	5
4	남아프리카공화국	3,546	3,454	9,445	0.7	173
5	브라질	36,615	20,504	7,746	0.6	-62
6	아르헨티나	4,834	4,405	4,061	0.3	-8
7	이탈리아	3,573	3,516	3,253	0.2	-7
8	캐나다	1,140	703	1,556	0.1	121
9	중국	960	364	1,178	0.1	224
10	우즈베키스탄	273	714	1,162	0.1	63

사탕수수 당 (1701)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	2,911,968	2,380,362	1,677,186	100	-30
1	멕시코	1,278,791	853,328	1,150,550	68.6	35
2	브라질	418,326	233,776	71,252	4.2	-70
3	도미니카 공화국	153,235	159,767	60,284	3.6	-62
4	파라과이	62,419	56,584	54,415	3.2	-4
5	과테말라	115,776	187,629	48,115	2.9	-74
6	엘살바도르	83,694	169,219	46,594	2.8	-72
7	필리핀	277,122	100,337	36,899	2.2	-63
8	니카라과	45,163	83,327	30,375	1.8	-64
9	콜롬비아	41,624	57,622	29,411	1.8	-49
10	호주	72,814	100,394	28,202	1.7	-72

설탕과자 (1704)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	1,468,505	1,533,480	1,642,779	100	7
1	캐나다	445,887	479,368	500,015	30.4	4
2	멕시코	423,744	449,228	482,262	29.4	7
3	중국	153,438	139,820	145,680	8.9	4
4	스페인	38,506	53,178	72,884	4.4	37
5	독일	58,046	64,099	71,690	4.4	12
6	터키	23,644	41,139	57,233	3.5	39
7	브라질	37,992	40,236	41,994	2.6	4
8	콜롬비아	29,671	38,170	36,013	2.2	-6
9	태국	28,775	29,229	30,887	1.9	6
10	스위스	27,680	24,610	25,964	1.6	6

유채유, 겨자유의 분획물 (1514)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	1,950,468	1,840,764	1,585,561	100	-14
1	캐나다	1,937,119	1,826,518	1,547,307	97.6	-15
2	호주	19	297	20,959	1.3	6957
3	네덜란드	6,635	6,071	10,367	0.7	71
4	멕시코	2,022	2,525	2,307	0.1	-9
5	프랑스	81	1,818	2,191	0.1	21
6	우루과이	938	950	1,165	0.1	23
7	이탈리아	163	913	308	0	-66
8	아르헨티나	116	433	248	0	-43
9	일본	207	180	167	0	-7
10	인도	82	6	90	0	1400

신선하거나 냉장한 어류 (0302)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	1,330,268	1,360,064	1,505,992	100	11
1	캐나다	596,797	622,304	590,325	39.2	-5
2	페로 제도	75,078	53,375	107,723	7.2	102
3	영국	87,144	65,060	100,125	6.6	54
4	멕시코	64,549	77,200	91,066	6	18
5	에콰도르	49,777	62,239	61,281	4.1	-2
6	노르웨이	7,266	19,246	54,627	3.6	184
7	파나마	48,749	44,636	44,547	3	0
8	그리스	33,965	33,584	32,963	2.2	-2
9	코스타리카	24,134	31,862	32,699	2.2	3
10	크리니다드토바고	29,002	27,689	29,342	1.9	6

팜유와 그 분획물 (1511)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	1,281,840	1,097,029	1,231,105	100	12
1	말레이시아	1,200,893	1,025,412	878,763	71.4	-14
2	인도네시아	60,612	47,905	333,039	27.1	595
3	콜롬비아	6,905	5,225	5,643	0.5	8
4	싱가포르	493	380	5,406	0.4	1323
5	브라질	3,266	3,113	2,725	0.2	-12
6	에콰도르	229	318	1,560	0.1	391
7	덴마크	2,262	4,111	1,037	0.1	-75
8	멕시코	1,777	2,413	842	0.1	-65
9	가나	363	469	597	0	27
10	라이베리아	245	459	318	0	-31

미국의 급상승 수입품목 동향

HS Code	품 목	증가율	2013년 수입액	5대 수입국
1007	수수	451	55,841	아르헨티나, 브라질, 우루과이, 프랑스, 멕시코
1201	대두	128	795,275	캐나다, 브라질, 파라과이, 중국, 인도
1508	땅콩기름과 그 분획물	98	31,522	아르헨티나, 니카라과, 홍콩, 호주, 멕시코
0403	버터밀크, 응고밀크, 요구르트, 케피어, 그 밖의 발효된 밀크와 크림	93	67,851	독일, 캐나다, 그리스, 멕시코, 코스타리카
1008	메밀, 밀리트, 카나리시드와 그 밖의 곡물	87	132,514	볼리비아, 페루, 캐나다, 프랑스, 폴란드
1603	어류의 추출물과 즙	74	11,195	뉴질랜드, 멕시코, 아르헨티나, 한국, 브라질
1005	옥수수	66	1,693,545	캐나다, 칠레, 아르헨티나, 브라질, 터키
0903	마테	59	8,134	아르헨티나, 독일, 브라질, 에콰도르 안티가바부다
1804	코코아 버터	47	347,998	인도네시아, 말레이시아, 코트디부아르, 페루, 멕시코
1002	호밀	44	76,109	캐나다, 독일, 폴란드, 스웨덴, 덴마크
1210	호프	38	41,932	독일, 영국, 뉴질랜드, 호주, 체코
1109	밀의 글루텐	35	367,731	호주, 독일, 폴란드, 벨기에, 캐나다
0704	양배추	34	279,911	멕시코, 캐나다, 과테말라, 코스타리카, 중국
0808	사과 · 배 · 마르멜로	32	389,852	칠레, 뉴질랜드, 아르헨티나, 한국, 캐나다
0905	바닐라	29	58,663	마다가스카르, 인도네시아, 인도, 우간다, 코모로
1001	밀과 메슬린	27	1,082,865	캐나다, 아르헨티나, 우루과이, 멕시코, 몽골리아
1206	해바라기 씨	27	56,618	캐나다, 중국, 칠레, 아르헨티나, 불가리아
0703	양파, 쪽파, 마늘, 그 밖의 파속의 채소	26	569,986	멕시코, 중국, 페루, 캐나다, 네덜란드
0707	오이류	24	656,633	멕시코, 캐나다, 온두라스, 도미니카 공화국, 스페인
1507	대두유와 그 분획물	24	99,686	캐나다, 멕시코, 호주, 아르헨티나, 스웨덴
2201	탄산수 포함한 물과 얼음	23	561,247	이탈리아, 프랑스, 피지, 멕시코, 캐나다
1506	그 밖의 동물성 지방과 기름 및 그 분획물	23	18,537	뉴질랜드, 독일, 캐나다, 인도, 중국
0805	감귤류의 과실	22	728,338	멕시코, 칠레, 스페인, 남아프리카 공화국 모로코
0906	계피	21	62,297	인도네시아, 스리랑카, 베트남, 중국, 인도
2205	베르무트와 포도주	21	47,438	이탈리아, 프랑스, 스페인, 일본, 체코
0711	보존처리한 채소	21	26,186	멕시코, 인도, 스페인, 페루, 네덜란드
2301	육, 어류, 갑각류의 가루	20	172,641	호주, 뉴질랜드, 칠레, 멕시코, 캐나다
1102	곡물의 고운가루	18	88,377	멕시코, 캐나다, 태국, 인도, 콜롬비아
0306	냉장, 냉동, 염장 갑각류	17	6,137,150	캐나다, 인도, 인도네시아, 에콰도르, 태국
0804	대추야자, 무화과, 파인애플 아보카도, 구아바, 망고, 망고스틴	17	2,329,169	멕시코, 코스타리카, 페루, 에콰도르, 칠레

단위 : 1,000 달러(USD), %, 증가율은 전년대비(2013/2012) / 자료 : International Trade Centre

*하단의 통계량 단위 : 1,000 달러(USD), %, 증가율은 전년대비(2013/2012) / 자료 : International Trade Centre
*증가율 중 일부 국가로부터 자료가 수취되지 않아 집계되지 않는 값이 있음. 해당 값은 공란 처리함

수수 (1007)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	369	10,138	55,841	100	451
1	아르헨티나	166	9,906	55,011	98.5	455
2	브라질	0	0	242	0.4	
3	우루과이	0	0	213	0.4	
4	프랑스	15	29	189	0.3	552
5	멕시코	99	119	114	0.2	-4
6	이탈리아	0	0	45	0.1	
7	중국	49	58	16	0	-72
8	캐나다	16	26	11	0	-58
9	아이티	24	0	0		
10	-	-	-	-	-	-

대두 (1201)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	230,053	348,863	795,275	100	128
1	캐나다	161,720	213,934	331,273	41.7	55
2	브라질	0	0	190,428	23.9	
3	파라과이	0	0	90,286	11.4	
4	중국	15,982	73,385	84,956	10.7	16
5	인도	12,320	14,815	40,981	5.2	177
6	아르헨티나	12,093	17,025	14,401	1.8	-15
7	칠레	21,503	16,134	13,907	1.7	-14
8	볼리비아	0	0	11,413	1.4	
9	우루과이	5,760	11,022	7,510	0.9	-32
10	카자흐스탄	0	566	3,950	0.5	598

땅콩기름과 그 분획물 (1508)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	22,408	15,930	31,522	100	98
1	아르헨티나	14,538	7,869	15,864	50.3	102
2	니카라과	6,076	6,265	13,325	42.3	113
3	홍콩	1,021	1,206	1,061	3.4	-12
4	호주	0	0	607	1.9	
5	멕시코	362	164	267	0.8	63
6	대만	153	233	260	0.8	12
7	중국	221	131	117	0.4	-11
8	영국	23	51	15	0	-71
9	인도	7	0	7	0	
10	브라질	0	0	0		

버터밀크, 응고밀크, 요구르트, 케피어, 그 밖의 발효된 밀크와 크림(0403)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	24,198	35,202	67,851	100	93
1	독일	2,037	9,628	37,373	55.1	288
2	캐나다	19,228	22,644	26,693	39.3	18
3	그리스	1,109	696	2,789	4.1	301
4	멕시코	416	766	528	0.8	-31
5	코스타리카	0	90	129	0.2	43
6	온두라스	0	0	117	0.2	
7	콜롬비아	0	5	73	0.1	1360
8	러시아	47	70	48	0.1	-31
9	스페인	873	901	42	0.1	-95
10	파키스탄	0	0	35	0.1	

메밀, 밀리트, 카나리시드와 그 밖의 곡물 (1008)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	29,879	70,900	132,514	100	87
1	볼리비아	559	30,501	65,904	49.7	116
2	페루	3,190	12,003	27,346	20.6	128
3	캐나다	15,128	17,595	19,049	14.4	8
4	프랑스	2,254	1,726	2,896	2.2	68
5	폴란드	532	473	2,758	2.1	483
6	터키	0	267	2,676	2	902
7	아르헨티나	0	144	2,638	2	1732
8	인도	893	1,073	2,072	1.6	93
9	중국	4,370	3,115	1,541	1.2	-51
10	러시아	2,024	1,565	1,465	1.1	-6

어류의 추출물과 즙 (1603)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	8,411	6,438	11,195	100	74
1	뉴질랜드	3	0	3,881	34.7	
2	멕시코	1,007	1,734	1,708	15.3	-1
3	아르헨티나	3,208	0	1,637	14.6	
4	한국	603	541	643	5.7	19
5	브라질	709	1,423	616	5.5	-57
6	네덜란드	718	600	556	5	-7
7	호주	462	957	552	4.9	-42
8	덴마크	129	76	431	3.8	467
9	중국	52	481	343	3.1	-29
10	스페인	99	155	172	1.5	11

옥수수 (1005)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	430,698	1,017,675	1,693,545	100	66
1	캐나다	189,434	292,491	469,323	27.7	60
2	칠레	151,709	305,373	439,219	25.9	44
3	아르헨티나	58,317	103,295	342,445	20.2	232
4	브라질	17,453	249,753	318,026	18.8	27
5	터키	0	15,929	25,025	1.5	57
6	우루과이	0	0	19,393	1.1	
7	멕시코	5,202	31,562	16,277	1	-48
8	파라과이	0	3,037	15,565	0.9	413
9	프랑스	3,926	6,269	13,689	0.8	118
10	루마니아	0	3,442	12,866	0.8	274

마테 (0903)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	4,568	5,129	8,134	100	59
1	아르헨티나	1,474	1,883	3,036	37.3	61
2	독일	1,617	1,240	1,833	22.5	48
3	브라질	1,078	1,233	1,828	22.5	48
4	에콰도르	67	424	1,002	12.3	136
5	안티가바부다	18	66	185	2.3	180
6	우루과이	32	97	146	1.8	51
7	파라과이	201	158	56	0.7	-65
8	모로코	38	0	20	0.2	
9	프랑스	18	8	11	0.1	38
10	도미니카 공화국	4	0	8	0.1	

코코아 버터 (1804)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	453,387	237,161	347,998	100	47
1	인도네시아	140,863	77,542	131,802	37.9	70
2	말레이시아	142,452	51,483	83,161	23.9	62
3	코트디부아르	13,144	18,790	27,076	7.8	44
4	페루	11,409	6,315	17,683	5.1	180
5	멕시코	20,493	15,046	13,633	3.9	-9
6	싱가포르	34,791	16,946	12,577	3.6	-26
7	에콰도르	6,652	2,590	11,171	3.2	331
8	나이지리아	3,966	3,079	7,763	2.2	152
9	브라질	36,298	20,091	7,519	2.2	-63
10	인도	3,639	2,040	7,385	2.1	262

호밀 (1002)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	46,173	52,993	76,109	100	44
1	캐나다	36,897	45,967	52,698	69.2	15
2	독일	2,475	7,027	18,665	24.5	166
3	폴란드	0	0	2,391	3.1	
4	스웨덴	0	0	2,355	3.1	
5	덴마크	6,795	0	0		
6	프랑스	6	0	0		
7	-	-	-	-	-	-
8	-	-	-	-	-	-
9	-	-	-	-	-	-
10	-	-	-	-	-	-

호프 (1210)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	26,330	30,276	41,932	100	38
1	독일	19,304	16,270	23,986	57.2	47
2	영국	3,676	4,695	7,016	16.7	49
3	뉴질랜드	1,133	4,503	4,637	11.1	3
4	호주	1,438	3,137	4,348	10.4	39
5	체코	308	1,009	1,290	3.1	28
6	슬로베니아	311	507	506	1.2	0
7	프랑스	77	93	75	0.2	-19
8	폴란드	6	29	32	0.1	10
9	남아프리카공화국	0	0	21	0.1	
10	이탈리아	0	0	13	0	

양배추 (0704)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	232,656	208,126	279,911	100	34
1	멕시코	191,889	171,906	230,680	82.4	34
2	캐나다	38,316	34,739	46,900	16.8	35
3	과테말라	1,177	934	1,511	0.5	62
4	코스타리카	1,168	363	712	0.3	96
5	중국	3	10	48	0	380
6	네덜란드	17	6	28	0	367
7	폴란드	0	0	8	0	
8	이탈리아	0	0	7	0	
9	브라질	0	0	6	0	
10	도미니카 공화국	12	3	5	0	67

바닐라 (0905)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	34,098	45,458	58,663	100	29
1	마다가스카르	23,723	35,810	46,989	80.1	31
2	인도네시아	4,090	3,844	5,700	9.7	48
3	인도	945	1,824	2,097	3.6	15
4	우간다	3,632	1,933	1,094	1.9	-43
5	코모로	23	0	925	1.6	
6	폴리네시아	482	515	465	0.8	-10
7	프랑스	123	221	404	0.7	83
8	탄자니아f	517	390	320	0.5	-18
9	독일	62	279	289	0.5	4
10	통가	15	38	143	0.2	276

해바라기 씨 (1206)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	41,223	44,736	56,618	100	27
1	캐나다	24,409	22,913	25,588	45.2	12
2	중국	6,064	6,359	7,866	13.9	24
3	칠레	1,210	1,678	6,791	12	305
4	아르헨티나	3,456	4,857	4,620	8.2	-5
5	불가리아	1,406	3,849	4,414	7.8	15
6	프랑스	1,038	1,679	3,096	5.5	84
7	터키	953	1,104	1,048	1.9	-5
8	이스라엘	807	927	945	1.7	2
9	우크라이나	74	945	786	1.4	-17
10	러시아	497	15	404	0.7	2593

오이류 (0707)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	417,198	528,944	656,633	100	24
1	멕시코	267,655	378,982	456,576	69.5	20
2	캐나다	124,630	126,017	171,764	26.2	36
3	온두라스	10,547	9,951	11,240	1.7	13
4	도미니카 공화국	5,915	6,654	7,395	1.1	11
5	스페인	4,068	3,777	6,775	1	79
6	네덜란드	4,240	1,568	2,189	0.3	40
7	과테말라	97	1,862	677	0.1	-64
8	코스타리카	24	97	12	0	-88
9	벨기에	7	13	6	0	-54
10	안티가바부다	4	0	0		

밀의 글루텐 (1109)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	323,276	271,389	367,731	100	35
1	호주	151,182	140,701	201,134	54.7	43
2	독일	29,185	25,823	41,579	11.3	61
3	폴란드	34,472	30,786	36,975	10.1	20
4	벨기에	18,927	14,701	23,009	6.3	57
5	캐나다	12,166	13,399	12,735	3.5	-5
6	리투아니아	10,803	5,105	12,728	3.5	149
7	중국	1,520	5,765	11,335	3.1	97
8	러시아	8,372	10,466	10,780	2.9	3
9	이탈리아	2,401	3,069	5,803	1.6	89
10	프랑스	34,798	16,649	5,309	1.4	-68

사과 · 배 · 마르멜로 (0808)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	277,064	295,519	389,852	100	32
1	칠레	120,533	143,160	194,428	82.4	36
2	뉴질랜드	47,790	49,215	62,688	16.8	27
3	아르헨티나	50,774	38,634	62,275	0.5	61
4	한국	27,169	29,392	25,212	0.3	-14
5	캐나다	20,423	26,703	24,713	0	-7
6	중국	8,384	6,267	17,628	0	181
7	남아프리카공화국	1,770	1,921	2,011	0	5
8	이탈리아	0	0	661	0	
9	일본	88	160	199	0	24
10	페루	0	0	24	0	

밀과 메슬린 (1001)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	661,564	851,035	1,082,865	100	27
1	캐나다	634,752	789,691	1,073,240	99.1	36
2	아르헨티나	0	983	3,367	0.3	243
3	우루과이	0	449	1,954	0.2	335
4	멕시코	10,662	5,786	1,768	0.2	-69
5	몽골리아	0	0	973	0.1	
6	이탈리아	244	307	486	0	58
7	중국	24	71	376	0	430
8	터키	229	159	187	0	18
9	아랍에미리트	277	175	145	0	-17
10	독일	161	134	132	0	-1

양파, 쪽파, 마늘, 그 밖의 파속의 채소 (0703)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	굴로벌	424,634	452,660	569,986	100	26
1	멕시코	231,254	216,998	272,442	47.8	26
2	중국	100,697	137,822	178,509	31.3	30
3	페루	34,720	45,629	53,976	9.5	18
4	캐나다	21,817	23,983	33,805	5.9	41
5	네덜란드	4,927	4,353	6,529	1.1	50
6	아르헨티나	8,288	5,520	4,691	0.8	-15
7	칠레	12,375	7,236	3,971	0.7	-45
8	과테말라	3,370	3,455	3,697	0.6	7
9	뉴질랜드	85	667	3,298	0.6	394
10	프랑스	5,251	2,632	2,925	0.5	11

대두유와 그 분획물 (1507)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	92,698	80,461	99,686	100	24
1	캐나다	88,720	75,313	94,173	94.5	25
2	멕시코	3,013	4,595	4,472	4.5	-3
3	호주	0	0	376	0.4	
4	아르헨티나	280	177	205	0.2	16
5	스웨덴	309	160	146	0.1	-9
6	한국	88	102	106	0.1	4
7	스위스	71	31	58	0.1	87
8	네덜란드	137	60	43	0	-28
9	브라질	0	0	35	0	
10	벨기에	0	0	21	0	

탄산수 포함한 물과 얼음 (2201)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	406,105	456,277	561,247	100	23
1	이탈리아	117,074	119,976	192,700	34.3	61
2	프랑스	106,397	125,684	177,788	31.7	41
3	피지	82,631	99,309	98,373	17.5	-1
4	멕시코	16,410	17,752	21,167	3.8	19
5	캐나다	12,507	17,085	15,895	2.8	-7
6	노르웨이	25,451	34,264	13,789	2.5	-60
7	독일	8,813	8,254	7,828	1.4	-5
8	아이슬란드	9,187	7,347	7,355	1.3	0
9	뉴질랜드	8,219	4,710	5,233	0.9	11
10	태국	2,871	6,993	4,685	0.8	-33

감귤류의 과실 (0805)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	628,061	598,861	728,338	100	22
1	멕시코	238,054	229,949	277,987	38.2	21
2	칠레	126,220	135,435	198,375	27.2	46
3	스페인	125,248	90,796	81,943	11.3	-10
4	남아프리카공화국	51,220	52,691	62,703	8.6	19
5	모로코	31,124	26,763	34,732	4.8	30
6	페루	17,514	23,466	30,363	4.2	29
7	호주	17,358	20,842	19,961	2.7	-4
8	이스라엘	3,789	5,888	6,903	0.9	17
9	과테말라	4,997	2,749	2,195	0.3	-20
10	도미니카 공화국	2,528	2,183	2,155	0.3	-1

베르무트와 포도주 (2205)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	34,548	39,257	47,438	100	21
1	이탈리아	25,422	29,074	33,925	71.5	17
2	프랑스	4,163	4,958	6,631	14	34
3	스페인	2,669	3,173	2,788	5.9	-12
4	일본	1,245	797	1,295	2.7	62
5	체코	0	0	913	1.9	
6	독일	293	438	745	1.6	70
7	몰도바	0	52	303	0.6	483
8	브라질	0	196	202	0.4	3
9	칠레	80	44	161	0.3	266
10	호주	0	0	109	0.2	

육, 어류, 갑각류의 가루 (2301)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	139,448	143,852	172,641	100	20
1	호주	34,237	34,549	43,321	25.1	25
2	뉴질랜드	40,030	34,383	33,259	19.3	-3
3	칠레	17,099	27,053	33,144	19.2	23
4	멕시코	14,902	16,507	25,301	14.7	53
5	캐나다	14,290	13,087	15,323	8.9	17
6	프랑스	11,402	11,461	13,417	7.8	17
7	페루	1,071	535	1,987	1.2	271
8	덴마크	1,922	2,296	1,945	1.1	-15
9	일본	923	655	1,086	0.6	66
10	중국	1,016	1,176	1,076	0.6	-9

냉장, 냉동, 염장 갑각류 (0306)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	5,717,275	5,240,010	6,137,150	100	17
1	캐나다	1,133,469	1,085,898	1,215,698	19.8	12
2	인도	517,464	572,135	1,012,392	16.5	77
3	인도네시아	616,371	589,752	796,848	13	35
4	에콰도르	540,194	567,502	657,872	10.7	16
5	태국	1,013,072	723,361	492,257	8	-32
6	베트남	389,438	354,483	492,116	8	39
7	멕시코	305,917	269,025	273,262	4.5	2
8	러시아	209,414	176,824	235,848	3.8	33
9	중국	131,264	108,544	118,294	1.9	9
10	온두라스	121,381	108,841	116,404	1.9	7

그 밖의 동물성 지방과 기름 및 그 분획물 (1506)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	9,910	15,022	18,537	100	23
1	뉴질랜드	7,472	11,637	15,516	83.7	33
2	독일	1,973	2,072	2,454	13.2	18
3	캐나다	180	208	205	1.1	-1
4	인도	0	0	186	1	
5	중국	0	45	136	0.7	202
6	프랑스	85	0	20	0.1	
7	호주	148	923	15	0.1	-98
8	스페인	0	17	5	0	-71
9	칠레	0	3	0		
10	체코	0	6	0		

계피 (0906)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	53,976	51,665	62,297	100	21
1	인도네시아	34,515	29,219	36,630	58.8	25
2	스리랑카	12,898	14,685	16,429	26.4	12
3	베트남	3,965	5,012	7,161	11.5	43
4	중국	1,560	1,589	1,105	1.8	-30
5	인도	577	529	517	0.8	-2
6	독일	95	309	238	0.4	-23
7	핀란드	0	0	76	0.1	
8	이탈리아	30	33	39	0.1	18
9	남아프리카공화국	39	46	38	0.1	-17
10	홍콩	10	21	16	0	-24

보존처리한 채소 (0711)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	24,739	21,670	26,186	100	21
1	멕시코	5,379	4,859	6,903	26.4	42
2	인도	5,136	8,186	6,138	23.4	-25
3	스페인	4,195	2,089	4,514	17.2	116
4	페루	1,325	1,798	2,829	10.8	57
5	네덜란드	126	185	1,032	3.9	458
6	그리스	1,692	1,221	902	3.4	-26
7	이탈리아	837	314	507	1.9	61
8	캐나다	2,875	602	494	1.9	-18
9	자메이카	268	326	460	1.8	41
10	중국	889	409	428	1.6	5

곡물의 고운가루(1102)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	69,195	74,720	88,377	100	18
1	멕시코	32,979	36,564	44,036	49.8	20
2	캐나다	16,460	16,485	16,855	19.1	2
3	태국	8,865	10,083	10,752	12.2	7
4	인도	2,099	2,978	5,627	6.4	89
5	콜롬비아	4,122	4,394	5,346	6	22
6	벨기에	1,189	917	1,792	2	95
7	베트남	182	393	466	0.5	19
8	이탈리아	389	409	406	0.5	-1
9	도미니카 공화국	282	217	323	0.4	49
10	아르헨티나	0	167	313	0.4	87

대추야자, 무화과, 파인애플, 아보카도, 구아바, 망고, 망고스틴 (0804)

순위	수입국	2011	2012	2013	비 중	증가율
	글로벌	1,958,463	1,987,746	2,329,169	100	17
1	멕시코	1,024,291	1,054,734	1,322,673	56.8	25
2	코스타리카	464,507	510,838	549,648	23.6	8
3	페루	87,227	78,003	106,071	4.6	36
4	에콰도르	43,390	50,715	57,256	2.5	13
5	칠레	117,819	61,248	43,731	1.9	-29
6	브라질	31,801	28,598	39,741	1.7	39
7	과테말라	21,970	22,316	27,270	1.2	22
8	필리핀	38,312	30,358	26,783	1.1	-12
9	도미니카 공화국	21,258	21,377	22,710	1	6
10	온두라스	17,734	24,545	22,140	1	-10

농림축산식품부
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs

한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation