2017년 농식품
해외시장 맞춤조사

Product : 유산균 음료(Lactic Acid Drinks)

Country : 미국(United States of America)

aT 한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

Contents

Contents

Ⅰ. 시장 트렌드

※ 시장 트렌드 OVERVIEW

1. 소비 트렌드

2. 제품 트렌드

3. 유통 트렌드

4. 정책 트렌드

시장 트렌드 OVERVIEW

Data Source		
번호	정보원	URL
1	FDA	www.fda.gov
2	미국 농무부	www.usda.gov
3	식품의약품안전처	www.mfds.go.kr
4	KOTRA 해외시장뉴스	news.kotra.or.kr
5	푸드 네비게이터	foodnavigator-usa.com
6	푸드 프로세싱	www.foodprocessing.com/
7	푸드 뉴스	www.foodnews.co.kr
8	서울 푸드 2017 블로그	blog.seoulfood.or.kr
9	약업 신문	www.yakup.com
10	식품 음료 신문	www.thinkfood.co.kr

Keyword	
분류	주요 키워드(영문)
소비	- 식품 소비 트렌드(Food Consumption Trend) - 음료 시장 트렌드(Beverage Trend)
제품	- 유기농 음료(Organic Drinks) - 유산균 음료(Lactic Acid Drinks)
유통	- 식품 유통 트렌드(Food Distribute Trend) - 유기농 매장(Organic Food Market)
정책	- 미국 식품 규제(Food Policy) - 식품 라벨링(Food Labeling)

Trend 01. Consumption Trend

- 미국 경제의 새로운 소비 주축, 밀레니얼 세대[1]
  · 개인의 개성을 존중하며, 소통과 참여를 중시함
  · 디지털 기기 활용률이 높으며, 주변의 의견과 경험을 공유함
- 미국, 건강 음료 수요 증가
  · 건강에 대한 인식 변화로 청량음료 대신 자연, 건강 음료를 찾는 소비자 증가함

Trend 02. Item Trend

- 미국, 유기농 음료 인기
  · 건강을 의식하는 트렌드가 유기농 음료 시장의 성장을 촉진함
  · 유기농 음료의 최대 소비층은 밀레니얼 세대로 분석됨
- 미국 유산균 음료시장 5년간 62% 성장 추정
  · 유산균 음료 중 가장 점유율이 큰 품목은 떠먹는 요구르트로 2016년 기준 미국 성인들의 66%가 떠먹는 요구르트를 구입하고, 30%가 유산균 음료를 구입함

Trend 03. Distribution Trend

- 온라인 식료품 시장 성장세
  · 2019년까지 1,000억 달러 규모로 성장 전망
- 유기농 식품 시장 성장세, 가격 경쟁 과열
  · 유기농 식품 시장이 성장함에 따라 가격 경쟁력 앞세운 경쟁사 속출

Trend 04. Policy Trend

- 미국 식품안전현대화법에 따른 7개 규제 준수일 임박
  · 규정과 기업 규모에 따라 준수일이 상이하며 최근 발효되었거나 발효 예정임
- 미국 식음료 라벨 표기법 개정
  · 식품 권장량 규제 개정, 영양성분표 개정, '건강한' 식품 정의 재검토

1. 밀레니얼 세대란 1980년~2000년 사이 출생자를 뜻함. 1965~1979년 사이 출생자들을 X세대(Generation X), 1948~1964년 출생자를 베이비부머 세대로 분류하며, 밀레니얼 세대는 베이비부머의 자녀 세대임. 이들은 2020년까지 미국 인구의 약 1/3을 차지할 것으로 예측되며, 미국 역사에서 가장 큰 소비 집단으로 평가받고 있음

1. 소비 트렌드

밀레니얼 세대

· 밀레니얼 세대는 1980년 ~ 2000년 사이 출생자를 뜻함. 이들은 2020년까지 미국 인구의 약 1/3을 차지할 것으로 예측되며, 미국 역사에서 가장 큰 소비 집단으로 평가받고 있음. 왕성한 경제활동으로 새로운 경제 주도층으로 주목받고 있으며, 역사상 가장 높은 교육을 받은 세대로 의식 있는 자본주의(conscious capitalism)을 지향하며 온라인 쇼핑을 즐김

· 밀레니얼 세대의 3대 특징
- 디지털 네이티브(Digital Native)
- 독립, 결혼 지연
- 소셜 미디어(네트워크) 활용

미국의 떠오르는 소비층 '밀레니얼 세대'

미국에서 밀레니얼 세대는 소비 및 구매파워가 가장 큰 집단임. 미국 인구조사국(Census Bureau)에 따르면, 밀레니얼 세대는 2020년까지 미국 인구의 약 1/3을 차지할 것으로 전망되며 2017년까지 약 2,000억 달러를 소비할 것으로 예측됨

밀레니얼 세대는 크게 Up & Comers와 Mavens로 구분되는데, Up & Comers는 18세에서 25세 사이의 소비층으로 흑인, 아시안, 히스패닉 등 다양한 인종으로 구성됨. 이들은 성취력이 강하고 활동적으로 생활하며 네트워킹에 집중함. 또한 제품을 구매할 시 가격 비교를 통해 가장 저가의 제품을 찾는 것으로 나타나 건강에 대한 관심도가 높음. Mavens는 27세부터 35세 사이의 소비층으로 약 70%가 대학 교육을 받고 Full Time job으로 일함. 이들은 소득을 향상 중에 있으며 약 50%가 아이를 양육하고 있음. Mavens는 신상품 출시에 관심이 많아 구매율이 높은 것으로 파악됨. 또한 소셜 미디어 사용을 즐기며 일과 가정의 균형을 추구한다는 특징을 가짐

밀레니얼 세대 소비자들의 전반적인 특징으로는 디지털 기기 활용도가 높고, 친구나 블로거 등의 상품 리뷰에 영향을 많이 받음. 특히 고객 맞춤형 서비스를 선호한다는 점이 있음. 이들은 브랜드 선정에 까다로운 성향을 지니고 있지만 브랜드 충성도가 높은 편임. 이들은 쇼핑을 단순히 상품 구매를 위한 행위가 아닌 경험으로 인식하기 때문에 소셜 미디어를 통한 상품 체험 프로모션을 진행할 필요가 있음. 고객층 확보와 제품 브랜드 이미지 구축에 힘써야 하며, 소비자의 의견과 시장의 변화에 빠르게 대처할 필요가 있을 것으로 사료됨

미국 소비자, 탄산음료 소비 줄고 건강 음료 소비는 증가

미국에서는 건강에 대한 인식이 변화면서 비싸더라도 건강 친화적 제품을 찾는 소비자들이 증가함. 이에 미국 음료 시장에서 소비량 1위를 달리던 탄산음료의 수요가 감소하고 생수와 건강기능음료의 소비가 증가함. 또한 유전자 변형(GMO) 성분이 함유된 콩(soybean) 음료 매출이 감소하고, 더치커피, 착즙 주스, 유산균 음료 등이 성장하고 있음

미국 식품 관계자들은 한국 제품의 강점이 품질, 맛이라고 답함. 따라서 미국 시장 진출 시 제품의 효과 및 친환경적 요소를 강조하는 것이 필요할 것으로 판단됨. 현지 경쟁업체의 인기 있는 제품을 먼저 확인한 후 미국 소비자의 기호에 적합한 맛과 향을 가진 제품을 출시하여 시장에 진입해야 함. 미국 주스 시장은 블루베리, 자몽, 석류 등 몸에 좋은 슈퍼과일(Superfruit)나 시금치, 케일과 같은 영양가가 높은 야채와 같은 원재료를 선호함. 이에 해당 원료를 활용한 신제품을 개발하여 건강과 맛을 모두 고려한 제품이라는 것을 홍보한다면 제품 경쟁력을 확보할 수 있을 것으로 사료됨

유기농 음료, 미국에서 인기

미국 유기농무역협회(Organic Trade Association)의 자료에 따르면, 미국의 2015년의 유기농 식품 시장 규모는 약 350억 달러로 전 세계 유기농 식품 시장의 약 46%를 차지함. 이러한 동향에 따라 유기농 음료 시장 역시도 성장세를 보이고 있음. 유기농 음료시장의 2015년 매출액은 전년대비 16% 증가하여 14억 달러의 매출을 기록하였으며 2020년에는 그 규모가 17억 달러에 이를 것으로 예측됨. 미국 소비자들의 웰빙트렌드가 성장에 기인한 것으로 보임. 미국의 새로운 소비 주도층으로 떠오르고 있는 밀레니얼 세대는 어린 나이부터 학교, 미디어, 그리고 부모들로부터 환경에 대한 중요성을 교육받았으며, 이에 따라 친환경적인 제품과 아이디어에 높은 선호도를 보임

유기농 상품으로 인정받기 위해서는 미국농무부(USDA)에서 증명하는 유기농 인증을 받아야 하며, 유기농 재료 함유량에 따라 제품마다 다른 마크가 부여됨. 유로모니터의 조사에 따르면 일반적으로 유기농 음료는 높은 가격 때문에 소득이 높은 특정 소비자들에게 더 접근성이 높다고 인식되었지만 실제로는 소득과 상관없이 모든 소비자들이 유기농 제품에 구매의사가 높은 것으로 나타남. 이에 따라, 미국의 대형마트 Kroger의 Simple Truth 등 소득이 낮은 소비자들을 대상으로 한 저렴한 유기농 제품들이 출시됨

유산균 음료 시장 매년 급속도로 성장

시장 조사 기관 Mintel에 따르면, 2016년 미국 유산균 음료시장은 8억 9,300만 달러로 예측됨. 현재 미국 성인의 30%가 유산균 음료를 구입하며, 주로 아침 식사용 혹은 낮 시간 스낵용으로 섭취함. 구매 요인을 분석한 결과 43%의 소비자들이 소화기계 건강을 위해 구입하고 있으며, 23%는 체중 감소를 위해 구입하는 것으로 파악됨. 웰빙을 추구하는 소비자들이 건강에 좋은 음료를 찾고 있으며 영양 성분까지 고려함에 따라 미국 소비자의 45%는 음료를 구매할 때 라벨에 적혀있는 성분들을 읽어보는 것으로 조사됨

전체 연령대의 전지(全脂) 요구르트 및 유산균 음료 소비 비중은 16%임. 이에 비해 밀레니얼 세대의 경우 22%가 구입하고 있는 것으로 파악됨. 이에 따라 미국 유산균 음료 시장 진출을 고려한다면, 최근 떠오르는 소비계층인 밀레니얼 세대를 타겟 소비층으로 하여 그들의 취향에 맞는 제품 기획 및 마케팅을 하는 것도 하나의 제품 성공 요인이 될 수 있을 것으로 예상됨

3. 유통 트렌드

미국 온라인 식료품 시장 성장세

2015년에서 2020년까지 미국의 Hypermarket은 연 평균 0.9% 성장할 것으로 전망되며, Kroger, Walmart 등 대형 유통 업체는 매장 수 감축 혹은 경쟁업체 인수·합병을 추진하고 있음. 반면, 뉴스 채널 Business Insider에 따르면 편리함을 추구하는 소비자들의 온라인 주문 증가로 인하여 미국 온라인 식품 유통 시장은 연평균 21.1% 성장하여 2019년까지 1,000억 달러 규모로 증가할 전망임. 음료의 경우 오프라인 매장에서 가장 많은 판매를 기록하고 있지만 최근에는 e-commerce를 통한 소비자의 구매도 활발히 이루어지고 있음

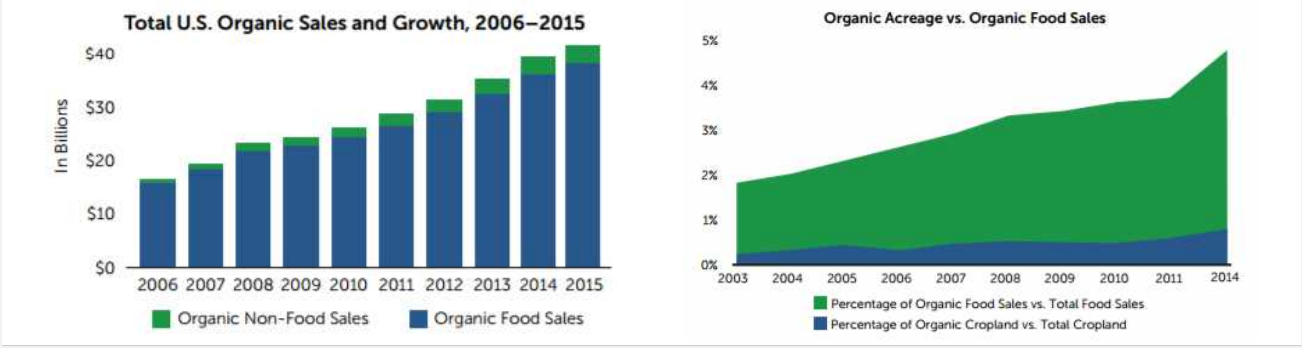
미국 온라인 식품 유통시장은 대부분 소규모로 현지 지역 위주의 서비스를 제공하는데 월마트 등 대형 유통업체들이 현재 공격적으로 사업을 확대하고 있음. 아마존은 아마존 프레쉬(Amazon Fresh)를 런칭하여 캘리포니아를 중심으로 식료품, 생필품 배송 서비스를 시작했으며 뉴욕 등 대도시로 진출해 브루클린에서는 1일 식품 배송 서비스를 시행함

미국 유기농 시장 성장세

1990년부터 유기농 제품의 수요는 급격히 증가하여 2015년 미국의 유기농 시장의 규모는 433억 달러에 이름. SPINS의 설문조사에 따르면, 2015년 미국 가정의 약 75%는 유기농 제품을 사용하고 있는 것으로 나타나며 가장 큰 소비층은 밀레니얼 세대로 추정됨

미국 내 가장 대표적인 유기농 전문 매장으로는 Whole Foods Market이 있음. 유기농 시장의 지속적인 성장과 Whole Foods Market의 성공으로 Kroger, Sprouts, Trader Joe's 등의 경쟁사들이 속출했으며, 이들은 가격경쟁력을 앞세움. 이에 Whole Foods Market은 고가 이미지를 쇄신하고 경쟁에서 우위에 서기 위해 기존 제품의 가격을 인하할 뿐만 아니라 다양한 PB 상품들을 늘리고 있음. 또한 365 By Whole Food Market를 런칭해 매장규모를 줄이고, 최첨단 시설 사용으로 밀레니얼 세대를 새로운 소비자층으로 유치한다는 전략을 세우며 경쟁력을 키우고 있음

표 1.1 : 미국 유기농 시장 성장 전망 (단위 : 십억 달러, %)



출처 : Organic Trade Association(www.ota.com)

4. 정책 트렌드

미국, 식품안전현대화법에 따른 7개 규제 준수일 임박

2011년 통과된 미국 식품안전현대화법(Food Safety Modernization Act; FSMA)에 따라 미국 식품의약국(FDA)은 2015년 말에서 2016년 초 식품 및 음료에 대한 7개 신규 규제 수립을 완료함. 신규 수립된 7개 규정의 요구사항이 최근 발효됐거나 곧 발효 예정이므로 미국 진출을 준비하는 기업들은 사전에 각 규제의 요구사항을 파악하고 준비할 필요가 있음

해외공급자 검증 규정 준수일

· 준수 일정은 아래 날짜 중 가장 이른 날짜가 해당됨

1. 2017년 5월 27일
2. 예방 통제 또는 농산물 안전 규정 적용을 받는 공급업체로부터 수입하는 경우 외국 공급업체의 해당 규정 준수일 6개월 후
3. 수입 업체가 예방 통제 규정의 공급망 규정을 적용받은 제조업체 또는 가공업체를 겸하는 경우 이 규정의 준수일은 예방 통제 규정에서 공급망에 대한 준수일이 적용됨

7가지 규제 중 수출 업체가 가장 유의해야하는 규제는 해외공급자 검증 규정으로 판단됨. 해당 규제는 수입업체에 대한 위험분석, 식품 위험성 및 공급업체 이행 능력 평가, 공급업체 인증, 교정 조치 관련 요구 사항을 규정함

FDA는 최근 수입자가 특정기준을 준수할 경우 신속히 통관되도록 하는 사용자 요금 기반의 자발적 프로그램 VQIP(Voluntary Qualified Importer Program)와 관련된 지침을 수립했으며 신청은 2017년 8월부터 가능해질 예정임

미국 식음료 라벨 표기법 개정

미국 FDA는 새로운 식품영양학적 중요성을 반영하고자 2016년 5월 20일 영양성분표(Nutrition Facts) 라벨 및 권장량 규제를 변경했으며, 새로운 규제에 맞추어 '건강한(healthy)' 용어의 사용 범위 등 영양 라벨링 규제를 변경할 계획임

표 1.2 : FSMA에 따른 신규 규제 7가지

FSMA(식품안전현대화법)에 따른 신규 규제	
Current Good Manufacturing Practice, Hazard Analysis, and Risk-Based Preventive Controls for Human Food	강화된 의약품 제조 및 품질관리기준(CGMP), 위해요소분석 및 위험성 기반의 예방관리(HARPC)
Current Good Manufacturing Practice, Hazard Analysis, and Risk-Based Preventive Controls for Food for Animal	강화된 의약품 제조 및 품질관리기준(CGMP), 위해요소분석 및 사료의 위험성 기반의 예방관리
Standards for the Growing, Harvesting, Packing, and Holding of Produce for Human Consumption	사람이 소비하는 농산물의 재배, 수확, 포장 및 보관을 위한 기준들
Sanitary Transportation of Human and Animal Food	식품 및 사료의 위생적 운송
Foreign Supplier Verification Programs for Importers of Food for Humans and Animals	식품 및 사료 수입자를 위한 해외 공급자 검증 규정(FSVP)
Accreditation of Third-Party Certification Bodies To Conduct Food Safety Audits and To Issue Certifications	식품 안전 검역 및 인증서 발급 수행을 위한 제 3자 인증기관 인가 규정
Mitigation Strategies To Protect Food Against Intentional Adulteration	의도적 식품 변조 방지 규제

출처 : 미국 식품 의약국(www.fda.gov)

Ⅱ. 경쟁제품 현지조사

※ 경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

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

경쟁제품 현지조사 OVERVIEW

※경쟁제품 모두가 현지산으로 나타나 중량당 가격, 중량, 유통기한 평균값은 제조국가 구분 없이 도출된 결과임

현지산			
			
제품명	제품명	제품명	제품명
Lifeway Kefir Plain	Wild berry smoothie	Green Valley Organics Plain	Lifeway Probugs Orange
제조사	제조사	제조사	제조사
Lifeway Foods Inc	Trader Joe's	Redwood Hill Farm & Creamery, Inc.	Lifeway Foods Inc.

※ 현지조사 결과 비(非)유제품 유기농 유산균 음료는 조사되지 않음

1. 경쟁제품 선정

방문 매장 선정

유기농 매장	유기농 매장	유기농 매장
Nomin Organics	Sprouts	Trader Joe's
		

출처 : 현지방문조사(Nomin Organics, Trader Joe's, Sprouts, 2017.04)

현지 매장 방문을 통한 경쟁제품 10개 선정

	현지산			
이미지				
제품명	Lifeway Kefir Organic Plain	Wild berry smoothie	Green Valley Organics Plain	Lifeway Probugs Orange
제조사	Lifeway Foods Inc.	Trader Joe's	Redwood Hill Farm & Creamery, Inc.	Lifeway Foods Inc.

출처 : 현지방문조사(Nomin Organics, Trader Joe's, Sprouts, 2017.04)

분석 지표 설정 - 6개 항목

정량지표		정성지표	
1	100g 당 가격 (원)	4	포장 형태
2	중량 (g)	5	유기농 인증 마크 보유
3	유통기한 (일)	6	제조국가

2. 정량 분석

미국 유기농 매장 내 유통 중인 유산균 음료, 100g당 가격 평균 640원[2].

미국 내 판매가 확인된 유사 경쟁제품의 중량 당 가격을 분석한 결과 평균 가격이 640원으로 산출됨

유기농 매장에서 판매하는 유산균 음료의 유기농 마크 부착 여부에 따른 가격 편차가 존재하는 것으로 확인됨. 유기농 마크가 없는 제품의 경우 평균가격이 583원인 것에 비해 유기농 마크가 있는 제품의 평균가격은 725원으로 유기농 마크가 있을 경우 가격대가 높게 형성됨을 알 수 있음

경쟁 제품의 평균 용량은 697.4g으로 나타났으며, 평균적으로 45일의 유통기한을 확보하고 있는 것으로 파악됨

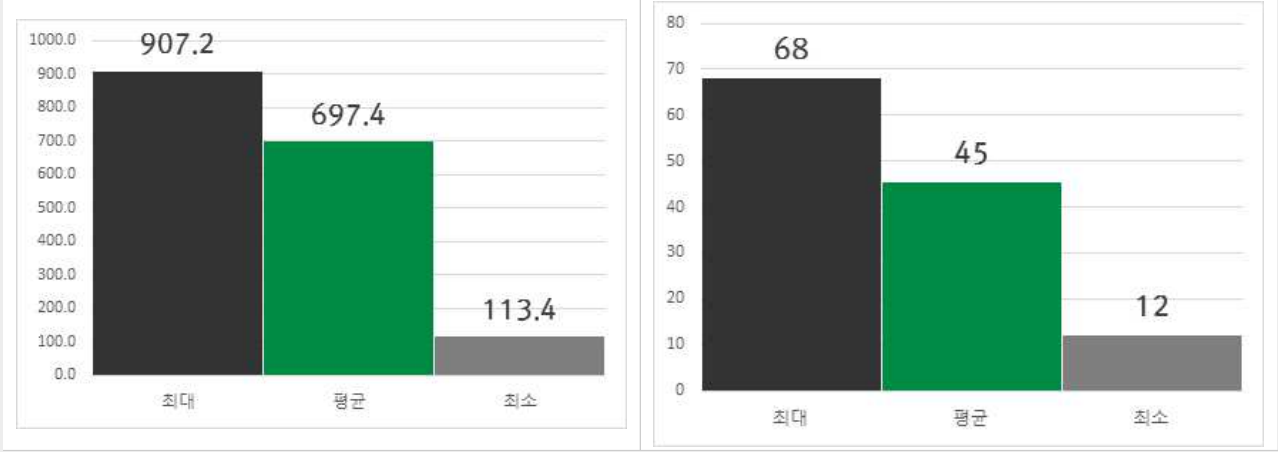
표 2.1 : 매장별 중량(100g) 당 가격 (단위 : 원)

출처 : 현지방문조사(Nomin Organics, Trader Joe's, Sprouts, 2017.04), 10개 제품 기준

※도출된 경쟁제품은 모두 미국 현지산으로 제조국가별 가격 분석이 불가능함. 이에 유기농 마크 부착 여부에 따른 중량당 가격 분석을 대체로 진행함

표 2.2 : 중량 및 유통기한 최대·최소·평균값 (단위 : g, 일)

중량	유통기간[3]



출처 : 현지방문조사(Nomin Organics, Trader Joe's, Sprouts, 2017.04), 중량 : 10개 제품 기준, 유통기한 : 9개 제품 기준

2. 1달러(USD) = 1,133.5원(KRW) (KEB 하나은행 고시기준, 2017.04.27)

3. 유통기간의 경우 유통기한 기재된 제품 9개를 분석 대상으로 함. 또한 제조일자가 확인되지 않아 유통기한에서 조사일자를 감산하여 기간을 추산함

3. 정성 분석

유산균 음료의 포장 용기 플라스틱 병 사용 다수

경쟁제품 10개 중 9개의 포장 용기는 플라스틱 병, 1개는 비닐 파우치인 것으로 나타남. 포장 용기가 플라스틱 병인 제품 9개 중 1개는 종이 외장재를 사용함

유기농 인증 마크 보유

경쟁제품 10개 중 4개 제품이 유기농 인증 마크를 얻은 제품으로 확인 됨. 2개는 블랙 마크로 100% 유기농 성분을 함유한 제품이고, 2개는 초록색 마크로 95%이상 유기농 성분을 함유한 제품으로 나타남

제조국가

유기농 매장 3곳에서 조사된 제품 모두 미국산으로 드러남, 미국에서 유기농 제품이 로컬 푸드라는 인식도 존재함. 가급적이면 로컬 푸드가 더 신선하고 좋다는 인식이 있어 유기농 매장에는 현지 제품이 많음

표 2.3 : 경쟁제품 포장 용기 분류

플라스틱 병		플라스틱 병(종이 외장재)	비닐 파우치
			

출처 : 현지방문조사(Nomin Organics, Trader Joe's, Sprouts, 2017.04), 10개 제품 기준

표 2.4 : 유기농 인증 마크

인증 마크	조사 경쟁 제품
USDA ORGANIC	95% 이상 유기농 성분 함유	Lifeway Kefir Organic Plain, Lifeway Probugs Orange
USDA ORGANIC	100% 유기농 성분 함유	Wild berry smoothie, Green Valley Organics Plain

출처 : 현지방문조사(Nomin Organics, Trader Joe's, Sprouts, 2017.04), 4개 제품 기준

표 2.5 : 경쟁 제품 제조 국가

제품명	원산지	제조국가 비중
Lifeway Vanilla	미국	100% 현지산
Lifeway Strawberry		
Lifeway Plain		
Chobani Strawnana		
Siggis Raspberry		
Green Valley Organics Plain		
Lifeway Probugs Orange		
Kefir Mango		
Kefir Strawberry		
Wild berry smoothie		

출처 : 현지방문조사(Nomin Organics, Trader Joe's, Sprouts, 2017.04), 10개 제품 기준

4. 현지 방문 조사자료

현지 조사 정보

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

분류		제품 #01	제품 #02
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제품명	Lifeway Vanilla	Lifeway Strawberry
	용량(oz)	16	32
	가격 (달러)	3.49	3.29
	포장형태	플라스틱 병	플라스틱 병
	영양성분	콜레스테롤 5mg, 나트륨 125mg, 당류 20g, 단백질 20g, 비타민 A 10%, 비타민 D 25%, 칼슘 30%	포화지방 1.5g, 콜레스테롤 10mg, 나트륨 125mg, 당류 20g, 단백질 11g, 비타민 A 10%, 비타민 D 25%, 칼슘 30%
	유통기한 (일)	38	12
취급처	유통사 정보	Lifeway Foods Inc.	Lifeway Foods Inc.
	판매확인 매장	Nomin Organics	Nomin Organics

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #03	제품 #04
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제품명	Lifeway Plain	Chobani Strawnana
	용량(oz)	32	10
	가격 (달러)	3.99	2.49
	포장형태	플라스틱 병	플라스틱 병
	영양성분	포화지방 1.5g, 콜레스테롤 10mg, 나트륨 125mg, 당류 12g, 단백질 11g, 비타민 A 10%, 비타민 D 25%, 칼슘 30%	포화지방 3g, 콜레스테롤 30mg, 나트륨 115mg, 칼륨 470mg, 식이섬유 2g, 당류 22g, 단백질 14g, 비타민 A 4%, 칼슘 30%, 철분 2%
	유통기한 (일)	57	-
취급처	유통사 정보	Lifeway Foods Inc.	Chobani LLC
	판매확인 매장	Nomin Organics	Nomin Organics

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #05	제품 #06
제품이미지	앞면		 
	뒷면		 
제품스펙	제품명	Siggis Raspberry	Green Valley Organics Plain
	용량(oz)	32	32
	가격 (달러)	3.79	3.99
	포장형태	플라스틱 병	플라스틱 병
	영양성분	나트륨 110mg, 당류 17g, 단백질 8g, 칼슘 35%	지방 2.5g, 포화지방 2g, 콜레스테롤15mg, 나트륨 150mg, 탄수화물 14g, 당류 11g, 단백질 11g, 비타민 A 8%, 칼슘 40%
	유통기한 (일)	27	43
취급처	유통사 정보	The Icelandic Milk & Skyr Corp.	Redwood Hill Farm & Creamery, Inc.
	판매확인 매장	Sprouts	Sprouts

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #07	제품 #08
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제품명	Lifeway Probugs Orange	Kefir Mango
	용량(oz)	4	32
	가격 (달러)	1.29	2.99
	포장형태	비닐 파우치	플라스틱 병
	영양성분	지방 4g, 포화지방 2g, 콜레스테롤 15mg, 나트륨 60mg, 탄수화물 10g, 당류 10g, 단백질 7g, 비타민 A 10%, 비타민 D 25%, 칼슘 10%	지방 7g, 포화지방 4.5g, 콜레스테롤 35mg, 나트륨 35mg, 칼륨 340mg, 탄수화물 26g, 당류 25g, 단백질 8g, 비타민 A 6%, 비타민 C 4%, 칼슘 30%,
	유통기한 (일)	67	68
취급처	유통사 정보	Lifeway Foods Inc.	Trader Joe's
	판매확인 매장	Sprouts	Trader Joe's

4. 현지 방문 조사자료

분류		제품 #09	제품 #10
제품이미지	앞면		
	뒷면		
제품스펙	제품명	Kefir Strawberry	Wild berry smoothie
	용량(oz)	32	24
	가격 (달러)	2.99	3.69
	포장형태	플라스틱 병	플라스틱 병(종이 외장재)
	영양성분	지방 2.5g, 포화지방 1.5g, 콜레스테롤 15mg, 나트륨 110mg, 탄수화물26g, 당류 24g, 단백질 9g, 비타민 A 15%, 칼슘 30%, 비타민 D 25%	지방 2g, 포화지방 1g, 콜레스테롤 10mg, 나트륨 95mg, 칼륨 290mg, 탄수화물 24g, 당류 23g, 단백질 6g, 비타민 A 2%, 칼슘 20%, 비타민 D 15%, 티아민 4%, 리보플라빈 15%, 비타민 B6 4%, 비타민 B12 15%, 판토텐산 6%, 인 15%, 마그네슘 4%
	유통기한 (일)	68	29
취급처	유통사 정보	Trader Joe's	Trader Joe's
	판매확인 매장	Trader Joe's	Trader Joe's

Ⅲ. 유통구조 현황

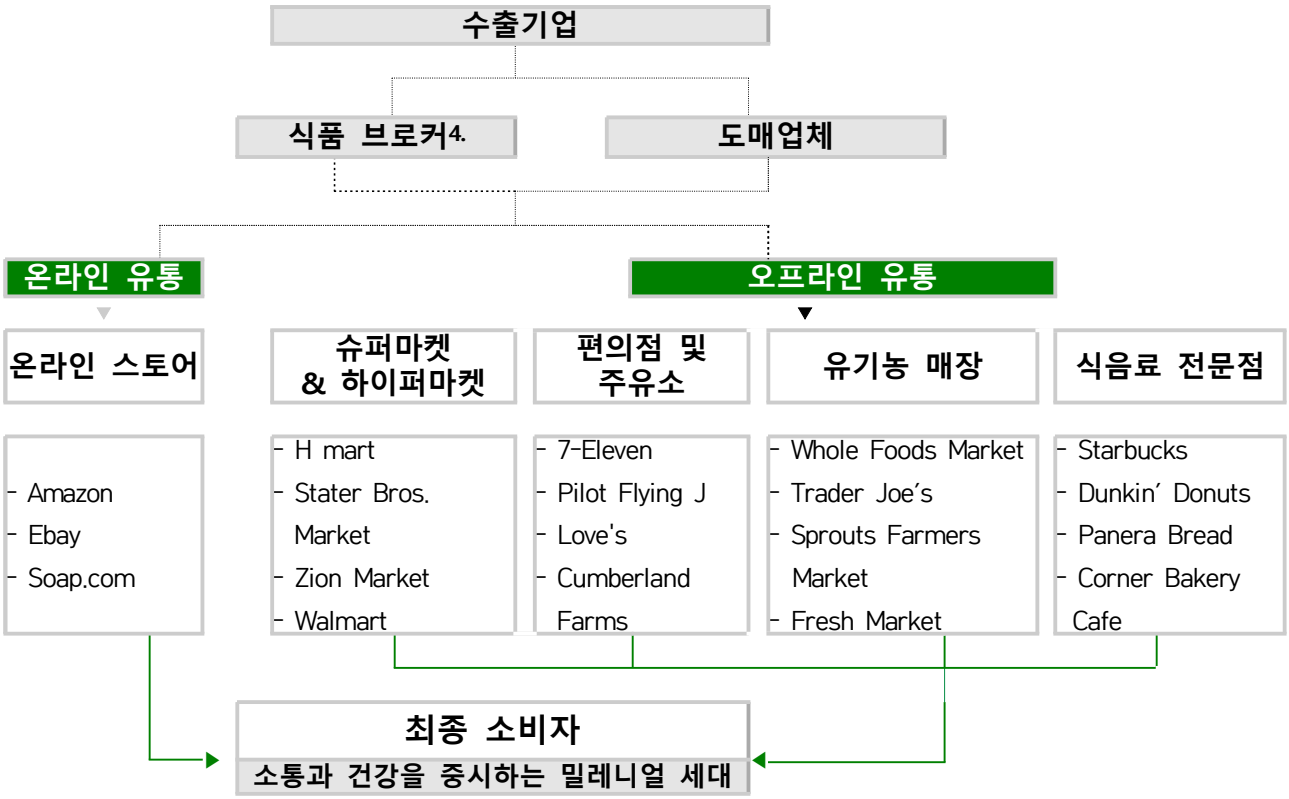
※ 유통구조 현황 OVERVIEW

1. 추천 진출 경로

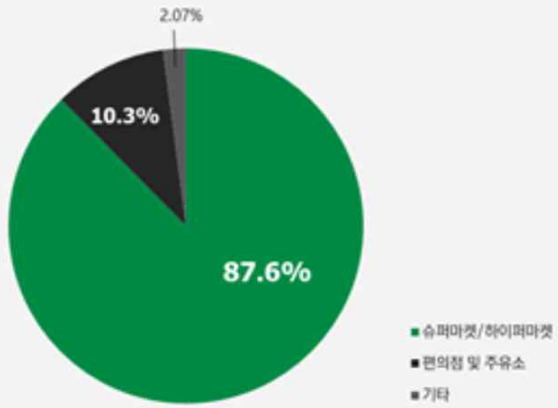
2. 전문가 인터뷰

유통구조 현황 OVERVIEW

현지 유통구조 Map



현지 유통채널별 시장 점유율



유통채널별 정의 및 특징

- **슈퍼마켓** : 일용잡화류를 판매하는 소매점. 면적 280~ 2,300㎡ 이상
- **하이퍼마켓** : 일용잡화류 외 공산품도 판매, 면적 2,300㎡ 이상
- **편의점 및 주유소** : 고객의 편의를 위해 24시간 문을 여는 잡화점과 주유소 옆에 병설된 작은 편의점을 뜻함
- **기타** : 창고형 할인 매장, 백화점, 헬스 & 뷰티 스토어, 기타 전문 매장, 자판기, 온라인 쇼핑 등을 포함

* 출처 : Global Data(2015), 'Soft Drink' 유통 점유율 기준

4. 식품 브로커란 지정된 유통 채널을 통해 대리 판매하는 식품을 효율적이고 수익성 높게 바이어들에게 판매해 수수료를 받는 독립적인 기업을 의미함

1. 추천 진출 경로

ROUTE #1. 하이퍼마켓·슈퍼마켓
: 하이퍼마켓·슈퍼마켓의 미국 소비자의 주요 구매 채널임

미국은 슈퍼마켓과 하이퍼마켓의 본고장으로 오래전부터 대형마트가 발달해 있음. 미국의 경우 어느 지역을 가든 대형마트를 쉽게 찾아볼 수 있기 때문에 슈퍼마켓·하이퍼마켓에 입점할 경우 많은 미국 소비자들에게 접근할 수 있다는 장점이 있음

온라인 스토어가 급부상하고 있지만 여전히 전체 유통시장 대비 오프라인 대형 유통망 점유율은 높기 때문에 하이퍼마켓·슈퍼마켓은 진출이 유망한 채널임

ROUTE #2. 유기농 전문 매장
: 미국 유기농 식품 시장은 꾸준히 성장 중

미국의 유기농식품 시장은 지난 30년 동안 3,400% 성장하여, 2016년 그 시장 규모가 500억 달러를 넘긴 것으로 추정됨[5]. 미국 가정의 약 75%가 유기농 제품을 사용하고 있는 것으로 파악되었으며 그 중에서도 젊은 밀레니얼(millenials) 세대가 유기농 제품을 가장 많이 소비하고 있음. 뿐만 아니라 미국 내 유기농식품 유통 전문점들이 점차 대형화, 체인화 되어 가고 있기 때문에 취급 제품을 미국 전역으로 유통할 수 있다는 점에서 진출에 유망하다고 사료됨

ROUTE #3. 온라인 유통채널
: 다양한 제품이 공존하며 시장 진입이 쉽고, 소비자 반응 파악 가능

온라인 스토어의 경우 오프라인 유통매장에서 쉽게 구매할 수 없는 제품을 찾아볼 수 있다는 장점이 있음. 미국인들에게 다소 생소할 수 있는 제품의 경우 온라인 스토어에 선 진출하여 소비자들의 반응을 파악한 후에 진출할 것을 권장하는 바임

온라인 유통채널은 주목받는 소비층인 밀레니엄 세대가 자주 이용하는 채널이며, 미국인 중 18세 ~ 29세의 85%, 30세 ~ 49세의 79%가 스마트폰을 애용[6]하고 있기 때문에 소비자들을 공략하는데 더욱 용이할 것으로 사료됨

5. Organic Trade Association, 'Total US Organic Sales and Growth(2006-2016)', 2016.05
6. Pew Research Center, 'US Smart-phone Use in 2015', 2015.04

1. 추천 진출 경로

시장 점유율

Global Data에 따르면 2017년 기준 미국 소매 시장의 유통 채널별 점유율은 슈퍼마켓 · 하이퍼마켓이 87.6%, 편의점 및 주유소가 10.3%로 조사됨

제품 컨셉

미국 소비자들의 건강에 대한 관심 증가로 인해 자연, 건강 음료에 대한 수요가 증가하며 대형 하이퍼마켓 · 슈퍼마켓은 유기농 브랜드를 런칭하기도 함. 그러나 유기농 제품의 가격대가 일반 제품에 비해 가격대가 높아 소비자들이 즉각적인 반응을 보이지 않을 가능성이 존재함. 유기농 매장의 경우 현지 방문 조사 결과 유기농 유산균 음료의 컨셉에 가장 잘 맞는 제품인 것으로 사료됨. 그러나 유기농 전문매장의 경우 로컬 푸드가 더 건강하다는 인식을 가진 소비자들이 있어 유의할 필요가 있음. 온라인 유통의 경우 소비자들이 가격 비교에 민감한 편이며 제품의 유통기한이 짧을 것으로 예상되어 보관과 운송에 주의가 필요하기에 적합도가 낮을 것으로 판단됨

한국산 음료 취급여부

슈퍼마켓 · 하이퍼마켓에서 한국 제품이 유통 중인 반면 유기농 전문 매장의 경우 현지 방문 조사 결과 한국산 음료의 유통이 확인되지 않음. 온라인 유통 채널에서는 한국산 음료를 판매하는 것으로 확인되었지만 그 취급 비율이 낮음

표 3.1 : 유통경로 분석 결과

슈퍼마켓/하이퍼마켓

지표		세부 내용	적합	부적합
1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 20% 이상 차지	■	
2. 제품적합성	제품컨셉일치도	건강 및 유기농 음료, 고가가격방침		■
3. 진출가능성	한국음료취급여부	한국산 음료 취급 유무	■	

유기농 전문 매장

지표		세부 내용	적합	부적합
1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 20% 이상 차지		■
2. 제품적합성	제품컨셉일치도	건강 및 유기농 음료, 고가가격방침	■	
3. 진출가능성	한국음료취급여부	한국산 음료 취급 유무		■

온라인 유통 채널

지표		세부 내용	적합	부적합
1. 시장성	시장 점유율	전체 시장 점유율의 약 20% 이상 차지		■
2. 제품적합성	제품컨셉일치도	건강 및 유기농 음료, 고가가격방침		■
3. 진출가능성	한국음료취급여부	한국산 음료 취급 유무	■	

1. 추천 진출 경로

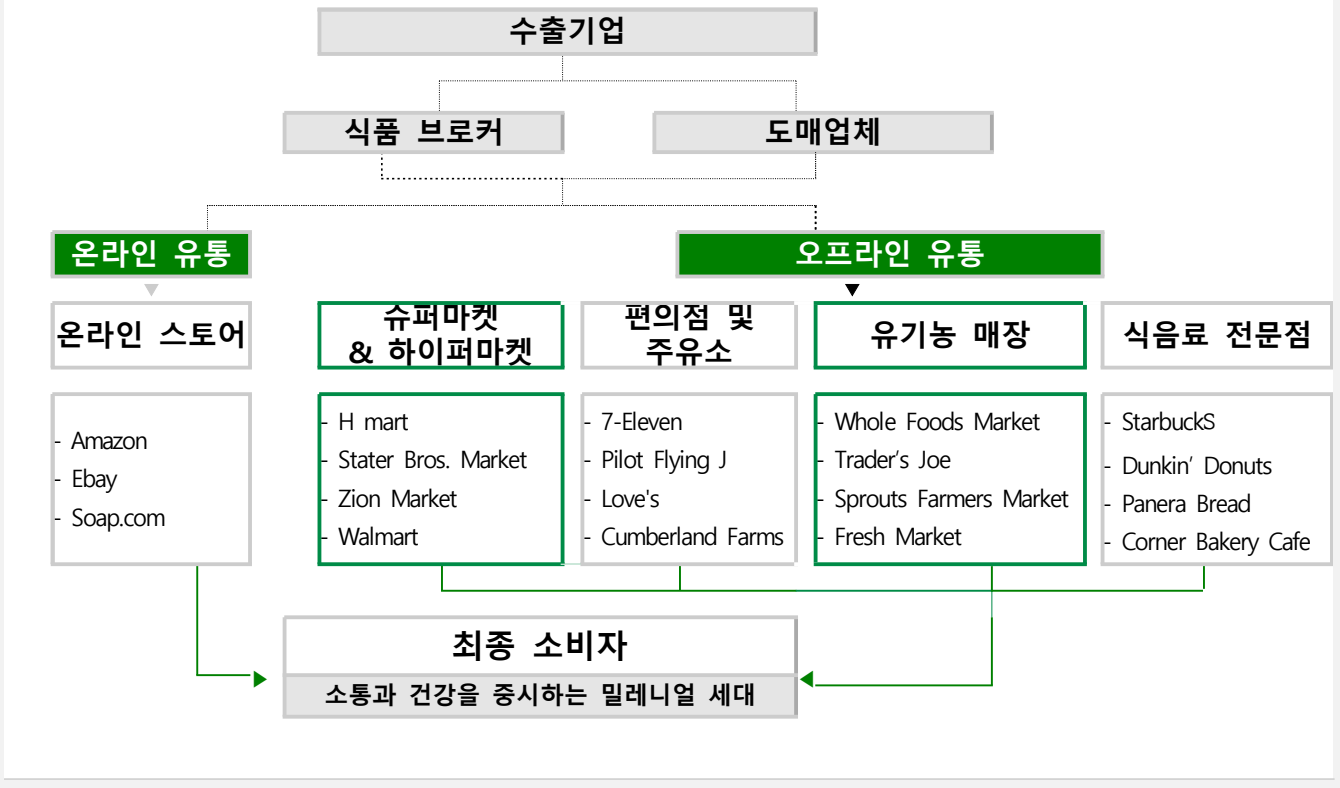
슈퍼마켓 및 하이퍼마켓 진출 추천

유통구조 분석 결과, 참여 기업이 진출하기에 적절한 시장은 슈퍼마켓 및 하이퍼마켓인 것으로 분석됨. 유기농 전문 매장의 경우 건강을 고려하는 소비동향에 따라 귀추가 주목되는 시장임. 하지만 슈퍼·하이퍼마켓 대비 그 시장 규모가 작아 단기 진출 경로로는 부적합함. 온라인 유통 시장 역시도 타 채널 대비 협소한 시장규모를 확보하고 있을 뿐만 아니라 짧은 유통 기한이라는 제품 특이성이 위험요소로 작용함. 따라서 온라인 유통시장의 진출 적합성은 낮게 도출됨

슈퍼마켓과 하이퍼마켓의 경우 Soft drink[7]의 유통 비중의 50% 이상을 차지하고 있음. 소득 수준이 높아짐에 따라 대형 하이퍼마켓/슈퍼마켓은 수입 식품관을 따로 운영하기도 하며, 한국산 음료 취급비율이 타 채널 대비 높다는 점도 진출 가능성이 높은 요인으로 자리매김함

하지만 하이퍼·슈퍼마켓의 경우, 저가제품을 선호하는 경향이 있음. 따라서 상대적으로 고가 제품으로 입점을 고려하고 있다면 차순위로 유기농 전문매장의 진출을 고려하는 방향을 선택할 수도 있음

표 3.2 : 최종 유통구조 Map



7. Soft drink : 알코올을 함유하지 않거나 저(低)알코올 음료. 넓게로는 탄산음료·과즙음료·젖산음료·커피·코코아 그 밖에 우유나 달걀·크림 등을 사용한 음료를 이름

2. 전문가 인터뷰

인터뷰 대상 및 일시

한국 식품 및 수입 식품 취급 바이어, 유산균 음료 유통 업체 대상 인터뷰 진행

(2017년 4월)

Q1. 현재 취급하고 있는 제품은?

"당사는 한국, 일본 등에서 수입한 유제품 음료를 취급하고 있으며 다른 아시아 국가에서 수입한 제품도 취급 중이다"

식품 도매 유통업체 Asian Food Grocer
Ms. Lynn과의 인터뷰 中, 2017.04

"식품, 뷰티제품, 매거진, 자사 브랜드 요거트를 취급 한다."

수입 유통 업체 Lowell International Food
담당자와의 인터뷰 中, 2017.04

Q2. 제품의 주요 구매요인은 무엇인가?

"당사는 제품을 구매할 때, 가격, 품질들을 가장 중요하게 고려하고 있다"

식품 브로커 Jacoby Dairy Product Merchants
구매부 담당자 인터뷰 中, 2017.04

Q3. 제품의 주요 납품처는 어디인가?

" 당사는 유제품을 도매업체 및 온라인으로 주로 판매하며, 소매점과 레스토랑에도 납품 중이다."

식품 도매 유통업체 Asian Food Grocer
Ms. Lynn과의 인터뷰 中, 2017.04

Q4. 제품의 시장성은 어떠한가?

" 유산균 음료의 시장규모는 현재 크진 않으나 시장성은 분명히 존재한다."

식품 브로커 Jacoby Dairy Product Merchants
구매부 담당자 인터뷰 中, 2017.04

Ⅳ. 유통업체 현황

※ 유통업체 현황 OVERVIEW

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

유통업체 현황 OVERVIEW

		Whole Foods Markets	Trader Joe's	Sprouts Farmers Market
		유기농 매장[미국]	유기농 매장[미국]	유기농 매장[미국]
유통업체 개요	설립년도	1980년	1967년	2002년
	직원 수	91,000명(2015년)	38,000명(2015년)	24,000명
	매출	129억 달러(2013년)	133억 달러(2015년)	35억 9천만 달러(2015년)
	순 이익	551만 달러(2013년)	-	134만 7천 달러(2015년)
	점포 수	435개(2016년)	461개(2017년)	250개
	취급품목	유기농 식료품, 화장품	유기농 식품, PB제품	유기농 식품, 식이보충제
매장 전경	매장 사진			
	매대 현황			
주요 이슈		· 저가형 매장을 런칭 - 365 by Whole Foods Market을 통해 질 좋은 상품을 저가로 판매해 가격 경쟁력을 고취함	· PB 상품 70% 이상 - 광고, 쿠폰 제공, 진열 비용 납부가 없는 대신 공급회사의 이름 노출 되지 않음	· Sunflower Farmers Market과 합병 - 매장 수, 영업 지역 확대
프로모션 정보		· 365매장에 첨단기술 활용 - 전자 판매대 저울 (직원의 재고 현황 파악) - 스마트 쇼핑 카트 (쇼핑 목록 스캐닝 해줌)	· 이웃집 같이 친근한 식품점 - 아담한 규모, 선별된 제품을 저렴한 가격으로 판매 - 맞춤화된 브랜드 스토리	· 고품질 저가격 전략 - 일반 식품과 유기농 식품의 가격 차이가 크지 않음

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

Whole Foods Market

유기농 식품을 취급하는 대표 하이퍼마켓인 Whole Foods Market은 2016년 기준 미국 전역에 435개의 점포를 운영하고 있음

자체적으로 보유하고 있는 블로그를 통해 다양한 유기농 식자재 활용 방법을 공유하고 있으며, Whole Foods Market에서 취급하고 있는 유기농 식자재가 생산되고 수확되는 일련의 과정을 동영상을 통해 보여줌으로써 소비자들의 신뢰를 얻으려는 노력을 하고 있음

표 4.1 : Whole Foods Market 매장 정보

기업 정보	컨셉	건강한 유기농 전문 매장
	주소	Port Chester / 575 Boston Post Road Port Chester, NY 10573, United States
	전화	914-708-1985
주요 판매품목		유기농 식료품, 화장품 등
매장 전경		  
매장 이슈		· 2016년 저가형 매장 365 by Whole Foods Market 런칭 - 홀푸드 마켓의 PB 브랜드이기도 한 365를 새로운 점포명으로 선정함 - 유기농 시장의 성장으로 Kroger 등의 대형 유통업체가 낮은 가격으로 유기농 제품을 판매하며 경쟁 환경이 심화된 것이 원인 - 타겟 소비층을 밀레니얼 세대로 하여, 가격 장벽을 낮추고 신기술을 적용하여 젊은 세대의 취향에 맞는 브랜드로 성장시키고자 함
프로모션 전략		· 식품 신뢰성 확보 - 모든 유기농 제품은 USDA 인증기관에 의해 인증되며, 모든 제품의 패키지에서 제품의 공급처를 확인할 수 있도록 함. · 배송 서비스 제공 · 365 매장에 첨단 기술 활용 - 전자 판매대 저울을 활용하여 직원의 재고 현황 파악의 효율성 높임 - 스마트 쇼핑 카트를 통해 고객이 자신의 쇼핑 목록을 빠르게 스캐닝 할 수 있도록 함

출처 : 홀푸드마켓(www.wholefoodsmarket.com), 리테일 매거진(www.retailing.co.kr)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

Trader Joe's

Trader Joe's는 '선택과 집중', '차별화 전략'을 통해 소비자 만족도 1위 업체로 발돋움 함. Trader Joe's는 아담한 규모의 매장에서 3,000개 이하의 품목만 엄선해 판매함. 친환경 제품을 합리적인 가격으로 판매하고자 하며, 농수산물부터 가공식품까지 PB상품을 다양화해 브랜드 프리미엄을 없애고자 함

홈페이지에는 엄격한 채식주의자인 'Vegan'들을 위한 코너, Kosher 인증 제품 코너, 글루텐프리 제품 코너를 따로 운영해 식이요법을 진행하고 있는 소비자들을 배려하고 있음

표 4.2 : Trader Joe's 매장 정보

기업 정보	컨셉	이웃 같이 친근한 식품점, 다문화 맞춤형
	주소	TJ's Syracuse (537) / 3422 Erie Blvd E Syracuse, NY 13214
	전화	315-446-1629
주요 판매품목		유기농 식품, PB 제품
매장 전경		  
매장 이슈		· 70% 이상이 PB 상품 - 광고, 쿠폰 제공, 진열 비용 납부가 없는 대신 공급회사의 이름이 노출 되지 않으며 트레이더 조의 브랜드로 납품됨
프로모션 전략		· 이웃집 같이 친근한 식품점 - 대형마트들이 일반적으로 매장 규모가 큰 것에 비해 트레이더 조의 매장은 소규모로 소비자들에게 아담한 농촌 시장에서 구매하는 기분이 들게 함 - 트레이더 조는 전단지에 상품이미지와 가격이 아니라 매장에서 판매되는 제품을 어떻게 조리할 수 있는지 요리법, 이 제품의 원산지가 어디인지 등 상품에 얽힌 이야기 등을 담아 소비자들이 흥미를 갖고 보물찾기를 하는 기분으로 매장에서 구매할 수 있도록 유도함
유기농 유산균 음료 판매현황		 

출처 : 트레이더 조(www.traderjoes.com), 리테일 매거진(www.retailing.co.kr)

1. 주요 유통채널별 현황 및 프로모션 정보

Sprouts Farmers Market

Sprouts Farmers Market은 상품의 유통과정, 조리법 등의 정보를 꼼꼼히 확인하는 밀레니얼 세대의 특성을 잘 파악한 업체임. 이에, 홀푸드 마켓(Whole Foods Market)을 선호하는 X 세대에 비해 밀레니얼 세대는 Sprout를 선호함

Sprout는 자체적으로 브랜드 가격을 덧붙이지 않는 방법을 통해 유기농 식품과 일반 식품의 가격 차이를 적게 만들어 상품의 접근성을 높이고 밀레니얼 세대 고객들에게 피력함

표 4.3 : Sprouts Farmers Market 매장 정보

기업 정보	컨셉	좋은 음식을 낮은 가격으로!
	주소	(본사) 5455 E. High Street, Suite 111 Phoenix, AZ 85054
	전화	480-814-8016
주요 판매품목		유기농 식료품, 식이보충제
매장전경		 
매장 이슈	· Sprouts Farmers Market, Sunflower Farmers Market과 합병 - 2012년 경쟁사인 Sunflower Farmers Market과 합병하여 스프라우트는 35개의 매장을 추가로 보유하게 되었을 뿐만 아니라, 지리적으로도 네바다, 유타, 뉴 멕시코, 오클라호마까지 영역을 넓히게 됨	
프로모션 전략	· 고품질 저가격 전략 - 일반적으로 유기농 식품이나 Gluten-Free 상품에 높은 가격이 매겨지나, 스프라우트 매장에서는 이와 상관없이 일정 금액이 유지하여 밀레니얼 세대의 상품의 접근성을 높임	
유기농 유산균 음료 판매현황		 

출처 : 스프라우트(www.sprouts.com), 서스테이너블 브랜드 (www.sustainablebrands.com)

Ⅴ. 통관 및 검역 정보

※ 통관 및 검역절차 OVERVIEW
※ 관세율 정보 OVERVIEW

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

통관 및 검역절차 OVERVIEW

미국(뉴욕) 통관 검역 절차도

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

출처 : 미국 세관 국경 보호국(www.cbp.gov)

통관절차별 유의사항

통관절차	유의사항
서류준비	- 수입신고 서류(선하증권, 상업송장, 포장명세서, 수입허가증빙서류 등) - 통관서류 서류(선하증권, 상업송장, 세관수입신고서, 포장명세서, 화물인도지시서)
선적 및 운송	- 운송업자는 AMS(Automated Manifest System)을 통해 화물이 미국에 도착하기 전, 적하목록을 미국 세관국경보호국에 제출해야 함 - 적하목록 제출 시기는 운송수단에 따라 다르기 때문에 운송 수단별 확인 필요
수입신고 검사 및 검역	- 수입신고 및 수입허가 : 미국 식품의약국(FDA)에서 진행 - 검역 : 미국 농무부(USDA)[8] 소속 식품 안전 검사국(FSIS[9].) 및 동식물 검역국(APHIS[10].)에서 진행
세금납부	- 보증금(Custom Bond) 납부 - 세금납부 : 세관 반입 후 10일 이내 납부

출처 : 미국 세관 국경 보호국(www.cbp.gov)

8. USDA : United States Department of Agriculture
9. FSIS : Food Safety and Inspection Service
10. Animak and Plant Health Inspection Service

관세율 정보 OVERVIEW

미국 관세율 정보

* 유제품 타입 유산균 음료

HS CODE	품명	관세율	
		기본세율	한미FTA
0403	버터밀크·응고밀크와 응고크림·요구르트·케피어(kephir)와 그 밖의 발효되거나 산성화된 밀크와 크림(농축한 것인지 또는 설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가한 것인지 또는 향·과실·견과류·코코아를 첨가한 것인지에 상관없다)		
0403.10	요구르트		
0403.10.1000	액체 상태인 것	36%	14.4%

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

* 非유제품 타입 유산균 음료

HS CODE	품명	관세율	
		최혜국	한미FTA
2202	설탕 또는 기타 감미료를 첨가한거나 맛을 낸 광수와 탄산수 및 호 2009년의 기타 알코올을 함유하지 않는 음료를 <과실주스와 채소주스를 제외한다> 포함하는 물		
2202.10	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)		
2202.10.1000	색깔을 입힌 것	8%	0%
2002.10.9000	기타	8%	0%
2202.99	기타		
2202.99.9000	기타	8%	0%

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

TIP_제품 관세율 확인법

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

분류	사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털3.0	unipass.customs.go.kr
	Trade NAVI	www.tradenavi.or.kr
	미국국제무역위원회	www.usitc.gov

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

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

수입식품 미국 수출 전 준비사항

해외통관 애로사항 문의처

관세청 해외통관지원센터
: 042-472-2197

주미한국대사관
: 202-939-5600

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

뉴욕 세관
: 646-733-3100

미국은 농수산물·식품 및 소비자 제품 중심으로 위생·안전기준이 우리나라 보다 훨씬 까다롭고, 법 집행도 매우 엄격하기 때문에 미국 세관국경보호국의 C-TPAT[11]와 선적 정보 도착 전 송부, 미 FDA의 식품 시설 등록(Facility Registration)등은 수출업체 또는 생산 업체가 반드시 숙지해야 함. 미국에 식품을 수출하기 위해서는 사전에 식품 시설 등록을 필수적으로 해야 함. 바이오테러리즘법(The Bioterrorism Act)에 의거해 미국에서 인간과 동물이 섭취하는 식품을 제조/처리, 포장, 보관하는 미국 내, 외 시설은 FDA에 등록되어야 하며, 등록하지 않은 외국 시설의 식품이 수입되면 시설이 등록 될 때까지 제품이 입국 항에 억류되거나, FDA 지시 하에 제 3의 장소로 옮겨지게 됨. 2011년 식품안전현대화법(FSMA)이 발효됨에 따라 FDA에 등록했던 식품 시설은 2년 마다 등록을 갱신해야 함

표 5.1 : 식품 시설 등록 규정 변경 사항(2016년 7월 14일 개정)

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

출처 : www.strtrade.com

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

1. 통관 및 검역절차

Step 01. 서류 준비

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

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

Step 02. 선적 및 운송

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

특히 운송업자의 경우 '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 함. 제공되는 정보로는 화물에 대한 정보 (품명, 상세설명, 국제적 위험품 코드, 선하증권 번호 등), 송하인과 수하인의 인적 정보 (송하인과 수하인의 이름과 주소, 부여된 ID 등), 운송수단과 항해에 대한 정보 (선적항, 도착항, 예정도착일, 항해번호, 선명 등)가 있음. 적하목록을 사전에 제출하지 않으면 양하 금지 조치가 내려지게 되며 최초의 위반에 대해서는 벌금 5,000달러, 그 이후의 위반에 대해서는 벌금 10,000달러가 부과됨

표 5.2 : 미국 수입 식품 통관 필요서류

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

출처 : TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)

Step 03. 수입 신고 및 검사 검역

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

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

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

수입신고와 더불어 선택적으로 준수해야 할 규정이 2가지 있음. 하나는 '사전공고 규정 자율 준수(Informed Compliance)[12.]' 이며, 다른 하나는 '사전 고지(ABC's prior disclosure)[13.]' 임

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

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

표 5.3 : 미국 수입 식품 샘플 검사 항목

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

출처 : TradeNAVI(www.tradenavi.or.kr)

12. 사전공고 규정 자율 준수(Informed Compliance)란 미국의 복잡한 통관절차를 쉽게 통과하기 위해 마련된 규정으로 수입되는 물품의 서류와 물품 검사의 불합격 비율을 낮출 수 있음. 본 규정을 준수하기 위해서는 수입관련 물품 명세, 품목분류와 관련한 과세가격, 원산지 및 수입 쿼터, 지식재산권과 관련된 질문에 대답한 체크리스트를 작성하여 세관국경보호국에 제출하면 됨
13. 사전공고 규정 자율 준수(Informed Compliance)란 수입규정 위한 사항을 미국 관세청에 적발되기 전에 스스로 신고하는 제도

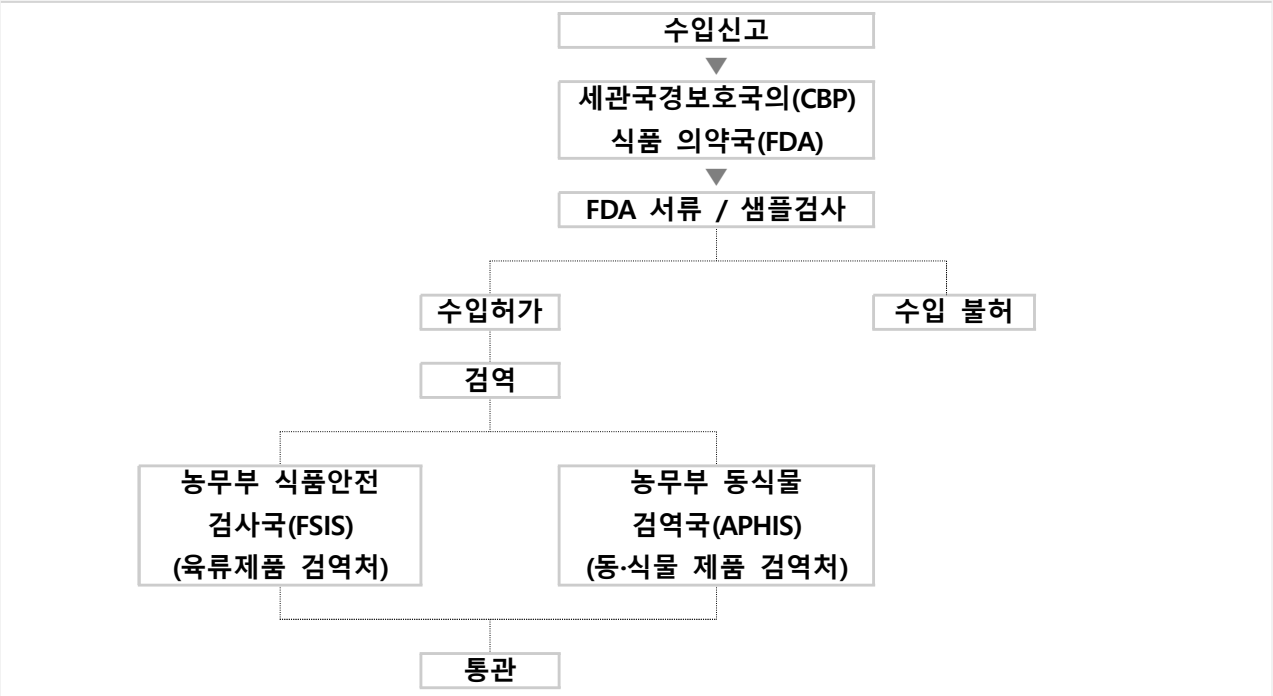
Step 04. 세금 납부

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

보증서는 '일회성 보증서(Single Bonds)' 와 '계속성 보증서(Continuous Bonds)', '현금 담보(Cash Deposit)' 세 종류로 구분됨. '일회성 보증서(Single Bonds)' 는 한 번의 물품신고에 대하여 제공되는 보증서이며, '계속성 보증서(Continuous Bonds)' 는 수입 횟수에 관계없이 유효기간 1년 내의 수입 건에 대해 포괄적으로 제공되는 보증임[14].

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

표 5.4 : 미국 품목별 수입절차



출처 : 미국 관세청(www.cbp.gov)

14. 주 LA 총영사관, '미국 통관제도 설명', 2014

2. 관세율 정보

유산균 음료, Non-Dairy의 경우 협정 관세율 적용되어 0% 부과

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

참여 기업의 '유기농 유산균 음료'는 유제품인 경우 HS CODE 0403.10.1000에 속하고, 유제품이 아닐 경우 HS CODE 2202류에 속할 것으로 사료됨. HS CODE 2202류에 속하는 경우 음료의 첨가된 성분에 따라 2202.10.1000 혹은 2202.10.9000 혹은 2202.99.9000으로 분류가 가능할 것으로 판단되나 제품 기획 후 관세사에게 추가 상담이 필요할 것으로 사료됨. HS CODE 0403.10.1000에 기본 세율은 36%이지만, 한국 제품에 대해서는 한·미 FTA 협정 관세율이 적용되어 2017년 현재 14.4%의 관세율이 부과되고 있음

표 5.5 : 유제품 타입 유산균 음료 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율	
		기본세율	한미FTA
0403	버터밀크·응고밀크와 응고크림·요구르트·케피어(kephir)와 그 밖의 발효되거나 산성화된 밀크와 크림(농축한 것인지 또는 설탕이나 그 밖의 감미료를 첨가한 것인지 또는 향·과실·견과류·코코아를 첨가한 것인지에 상관없다)	-	
0403.10	요구르트		
0403.10.1000	액체 상태인 것	36%	14.4%

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

표 5.6 : 非유제품 타입 유산균 음료 관세율 정보

HS CODE	품명	관세율	
		기본세율	FTA
2202	설탕 또는 기타 감미료를 첨가한거나 맛을 낸 광수와 탄산수 및 호 2009년의 기타 알코올을 함유하지 않는 음료를 <과실주스와 채소주스를 제외한다> 포함하는 물 :	-	
2202.10	설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함한다)		
2202.10.1000	색깔을 입힌 것	8%	0%
2002.10.9000	기타	8%	0%
2202.99	기타	-	
2202.99.9000	기타	8%	0%

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

3. FTA 정보

한·미 FTA 체결로 HS CODE 0403.10 관세 인하, 2202류 관세 철폐

HS CODE 0403.10과 2202류는 한· 미 FTA 체결 혜택을 받을 수 있는 것으로 파악됨. 관세 양허 유형은 세부 분류에 따라 상이하며 협정 발효일을 시작으로 짧게는 10단계, 길게는 20단계에 걸쳐 매년 균등 철폐가 이루어 짐

HS CODE 0403.10의 2017년 현재 관세율은 14.4%이며 HS CODE 2202류의 관세율은 0%임

FTA 세율 적용을 위해서는 원산지 증명서 발급 필요

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

표 5.7 : 한미 FTA 원산지 증명서 발급 절차 및 서류

품목확인	ⓐ 미국의 HS 6단위별 원산지결정기준 확인 ⓑ 미국 HS 최종단위별 협정세율 확인
▼	
원산지증명서 구비서류 준비	· 수출신고필증 또는 이에 갈음하는 서류 · 송품장 또는 거래계약서 · 원산지확인서 · 원산지소명서 상기의 서류를 선적 시, 선적 후 7일 이내에 발급해야 함
▼	
원산지증명서 발급신청	· 신청자 서명 등록 → 전자 인증서 구입 → 로그인 → 증명서작성 → 관세청 / 상공회의소 인증 발급 (출력)

출처 : 대한상공회의소(cert.korcham.net)

4. 통관 및 검역 유의사항

C-TPAT 제도

C-TPAT는 9·11테러 이후 미국 세관에서 안전을 강조 하면서 통관이 지연되자 2002년 도입한 제도임. WCO SAFE Framework를 통해 전 세계로 확산되어 현재 154개국이 도입하였으며 일반적으로 AEO (Authorized Economic Operator)라고 불림. 적용 대상으로는 제조자, 수입자, 관세사, 운송인, 중계인, 항구 및 공항, 배송업자 등 무역과 관련된 업체들로 관세당국이 법규준수, 안전관리 수준 등에 대한 심사를 실시하고 공인함. 미국은 C-TPAT, 호주는 TTP (Trusted Trader Programme), 캐나다는 PIP (Partners in Protection)라고 불리는 등 각 국가마다 제도의 명칭이 다름

C-TPAT는 수입업체의 보안 수준을 사전에 검토하고 승인해 對미국 수입을 통해 발생 가능한 위험을 미연에 방지하고 세관절차를 더욱 신속히 하는데 그 목적이 있음. C-TPAT에 가입된 회원사의 경우 미 세관이 검사를 가능한 최소한으로 진행되는데, 우리나라는 미국과 상호인증약정(MRA;Mutual Recognition arrangement)이 체결되어 있어 국내 AEO 공인 업체로 등록 되어 있는 경우 신속 통관 및 물품 검사 면제 혜택이 부여됨

표 5.8 : 한국 AEO 공인 절차

STEP 01. 신청 준비

- 절차 : AEO 정보 획득 -> 결격 사유 확인 -> 사업장 확인 -> 관리책임자 지정 및 교육 이수 -> 신청 서류 준비 -> AEO 공인 신청

STEP 02. 예비 심사

- 예비심사란 AEO 공인을 획득하고자하는 기업이 자사의 결격 사유 및 공인 기준을 확인하는 절차임. 선택 사항이며 관세청 UNI-PASS를 통해 신청하며 방문 또는 시스템 상으로 이루어 짐

STEP 03. 서류 심사

- 신청서, 자체평가표, 수출입관리현황설명서 등을 토대로 AEO기준에서 요구 사항이 충족되었는지 여부를 평가하고 완료 보고 함 (서류 심사 : 60일, 보완 :30일 소요)

STEP 04. 현장 심사

- 관세청장이 신청업체가 수출입안전관리 우수업체 공인기준을 충족하는지 여부에 대하여 신청업체의 본사 및 관련 사업장을 방문하여 수행함.
  서류 심사 완료 보고일로부터 10일내 현장 심사 일정 및 내용을 협의한 뒤 심사 수행 및 보완 절차를 거쳐 평가 및 조취 함

STEP 05. 심의위원회

- 현장심사가 종료되면 심사결과를 종합인증우수업체심의위원회에 상정하여 공인 여부(공인유보 또는 공인)와 등급을 결정

STEP 06. 공인획득

- 심사결과에 따라 공인 등급이 구분되며 그에 따라 관세행정상의 혜택이 차등 적용됨

STEP 07. 사후관리

- 사후관리란 AEO 기업이 공인 효력을 유지하기 위해 행하여야 하는 것으로서 각종 변동사항의 보고(변동 시), 관리책임자의 교육 이수(격년 이수), 정기적인 자체평가 실시(연 1회), 갱신을 위한 종합심사 수행(유효기간 만료 6개월 전)등을 포함함

*** AEO 공인 등급**

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

출처 : 한국 AEO 진흥 협회(www.aeo.or.kr)

5. 통관거부사례

미국 음료류 통관거부 사례

2017년 1월부터 3월까지 미국 식품의약국(FDA)에서 공시한 한국 농식품의 통관거부 전체사례인 54건 중 음료 제품이 차지하는 비율은 약 24%(13건)이며, 대표적인 거부 사유로는 라벨링, 식품 시설 미등록 등이 있음

2014 ~ 2017년 한국산 및 경쟁국산 유산균 음료 제품의 통관거부사례는 없으므로 상위 품목군인 음료 제품의 통관 거부 사례 중 일부를 소개함

표 5.9 : 미국 음료류 통관거부사례

품목	배, 과일 주스
국가	미국
통관 거부일자	2017년 2월
담당 검역소	LA
위반 사항	기타
거부 사유	- 저산 캔 식품이나 산화 식품 제조업체로 등록된 업체가 아님

품목	인삼 음료
국가	미국
통관 거부일자	2017년 3월
담당 검역소	시애틀
위반 사항	라벨링
거부 사유	- 라벨 정보에 미승인 정보 표기, 제조업체 등이 기재된 라벨 없음, 필수정보 영어로 적히지 않음

품목	차
국가	미국
통관 거부일자	2017년 3월
담당 검역소	시애틀
위반 사항	라벨링
거부 사유	- 제품 라벨에 필수 기재사항인 영양소 정보 미표기, 라벨링 위치, 양식 또는 내용 기술이 규정에 맞지 않음, 일반 소비자가 라벨링 이해 어려움

출처 : 미국 식품 의약국(www.fda.gov)

Ⅵ. 인증 정보

※ 인증 정보 OVERVIEW

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

인증 정보 OVERVIEW

필수인증 : FSVP(해외공급자 검증 프로그램)

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

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

선택인증 : 유기가공식품(NOP : National Organic Program)

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

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov)

필수 인증 : 해외 공급자 검증 프로그램(FSVP)

FSVP 발급 기관

기관명 : FDA IMPORTS.COM, LLC
관련부서 : 미국 식품의약청(FDA)

해외공급자검증프로그램(FSVP:Foreign Supplier Verification Program)은 미국의 식품 수입자들로 하여 해외 식품 생산시설이 미국의 위생 및 식품안전 관리 기준과 동인한 수준의 환경에서 생산 활동을 하는지 검증하는 프로그램임

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

뿐만 아니라 식품이 생산되는 제조 방법(Formulation of the food), 식품을 생산하는 기관의 컨디션, 역할 및 디자인 및 장비, 원자재 및 그 외 재료, 운송 방법, 재배, 수확, 제조, 공정 및 패킹 절차, 포장 및 라벨링 절차 등에 대한 검사도 진행해야 함[15].

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

해외공급자검증의 필요 여부는 하기 URL을 통해 확인이 가능함

- www.fda.gov/downloads/Food/GuidanceRegulation/FSMA/UCM472461.pdf

현재 주스 제품의 경우 해외공급자검증프로그램의 대상이 아닌 것으로 확인되지만 수출 전 FDA 홈페이지에서 미리 규정 변경 여부를 확인해야 함

권장 인증 : 미국 유기가공식품 인증

NOP 인증 발급기관

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

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

우리나라와 미국의 경우 2014년 7월 1일부터 '한·미 유기가공식품 상호 동등성 인정 협정'을 체결함. 이에 따라 국내에서 유기가공식품 인증을 받은 제품의 경우 미국에서도 동등하게 유기가공식품으로 인정받을 수 있게 됨[16].

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

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

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

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

표 6.1 : 유기농 인증 마크 종류

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

출처 : 미국 농무성 AMS(www.ams.usda.gov)

15. 식품의약품안전처, '미국 식품안전현대화법에 따른 최종규칙(식품의 예방관리, 해외공급자 검증 프로그램)', 2015
16. 농림축산식품부, '한·미 유기가공식품 상호 동등성 인정 협정 체결', 2014.07.01

2. 인증 취득제품

유기농 제품 USDA 인증 부착 제품 다수

현지 매장 조사 결과, 유기농 매장에서 판매되는 제품 중 USDA 인증 마크를 부착한 제품이 다수 있음을 확인할 수 있음

USDA 마크를 부착한 제품의 경우 제품의 생산과 성분에 대한 바이어 및 소비자들의 신뢰를 빠르게 얻을 수 있기 때문에 USDA 마크를 취득할 경우, 유기농 매장 진출이 다소 용이할 것으로 사료됨

표 6.2 : 미국 유산균 음료 유기농 인증 취득제품

인증 취득제품 정보	취득 인증	제품 이미지
- 제품명 : Green Valley Organics Plain - 유통 회사 : Redwood Hill Farm & Creamery, Inc. - 국가 : 미국 - 가격 : 3.69달러 - 용량 : 24oz	USDA ORGANIC	
- 제품명 : Wild berry smoothie - 유통 회사 : Trader Joe's - 국가 : 미국 - 가격 : 3.99달러 - 용량 : 32oz	USDA ORGANIC	
- 제품명 : Lifeway Plain - 유통 회사 : Lifeway Foods Inc. - 국가 : 미국 - 가격 : 1.29달러 - 용량 : 4oz	USDA ORGANIC	
- 제품명 : Lifeway Probugs Orange - 유통 회사 : Lifeway Foods Inc. - 국가 : 미국 - 가격 : 3.99달러 - 용량 : 32oz	USDA ORGANIC	

3. 제출서류

QS 인증신청서

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

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

USDA

U.S. DEPARTMENT OF AGRICULTURE
AGRICULTURAL MARKETING SERVICE
NATIONAL ORGANIC PROGRAM

NOP IMPORT CERTIFICATE

A knowingly false entry or false alteration of any entry on this certificate may result in a fine of not more than $11,000 or imprisonment for not more than five years or both (18 USC 1001).

1. CITY AND STATE OF PRODUCT DESTINATION	2. DATE	3. CERT. NO.

4. EXPORTED BY (Name and address)	5. PRODUCT EXPORTED FROM
6. CONSIGNED TO (Name and address)	7. EU AUTHORIZED BODY ISSUING CERTIFICATE
8. TOTAL MARKED NET WEIGHT / 9. TOTAL CONTAINERS	

10. PRODUCT AS LABELED	11. HT CODE AS APPLICABLE	12. SHIPPING MARKS	13. FINAL HANDLER	14. EU AUTHORIZED BODY OF FINAL HANDLER

15. REMARKS

I CERTIFY that the agricultural products specified hereon have been certified under the EU authorized body and have been found to meet all applicable requirements of the US-EU Organic Equivalence Arrangement.

16. SIGNATURE OF EU AUTHORIZED BODY	17. DATE

NOT VALID UNLESS SIGNED BY A REPRESENTATIVE OF A DESIGNATED EU AUTHORIZED BODY

No financial liability shall attach to the United States Department of Agriculture or to any officer or representative of the Department with respect to this certificate.

According to the Paperwork Reduction Act of 1995, an agency may not conduct or sponsor, and a person is not required to respond to a collection of information unless it displays a valid OMB control number. The valid OMB control number for this information collection is 0581-0280. The time required to complete this information collection is estimated to average 15 minutes per person, including the time for reviewing instructions, searching existing data sources, gathering and maintaining the data needed, and completing and reviewing the collection of information.

The U.S. Department of Agriculture (USDA) prohibits discrimination in all its programs and activities on the basis of race, color, national origin, age, disability, and where applicable, sex, marital status, familial status, parental status, religion, sexual orientation, genetic information, political beliefs, reprisal, or because all or part of an individual's income is derived from any publicassistance program (Not all prohibited bases apply to all programs.) Persons with disabilities who require alternative means for communication of program information (Braille, large print, audiotape,etc.) should contact USDA's TARGET Center at (202) 720-2600 (voice and TDD). To file a complaint of discrimination, write to USDA, Director, Office of Civil Rights, 1400 Independence Avenue,S.W., Washington, D.C. 20250-9410, or call (800) 795-3272 (voice) or (202) 720-6382 (TDD). USDA is an equal opportunity provider and employer.

NOP 2110-1

4. 전문가 인터뷰

"식품시설등록 (Facility Registration) / FDA Label법 / 산성식품 공정등록 / 유제품 수입금지"

Q1. 미국에 유산균음료(유제품포함)을 수출할 때 필수적으로 요구되는 인증은 무엇인가요?

"미국에 식품을 수출하기 위해서는 먼저 FDA 식품시설등록(Facility Registration)을 하여야 합니다. 미국에 식품의 샘플만 보내는 경우에도 반드시 식품시설 등록번호가 필요합니다. 그리고, 식품의 성분검사를 하여 FDA Label법에 맞게 Label을 부착하여야 합니다. 또한 유산균 음료의 경우 산성식품인 경우가 많아 공정등록도 진행을 해야 합니다. 하지만 현재 국내 유제품은 미국에 수출금지 품목으로 지정되어 있기 때문에 수출 전 재확인 과정을 거쳐 사전에 통관 거부를 예방할 것을 추천합니다."

- 인증전문기관 Control Union Korea
김수자 심의관과의 인터뷰 中, 2017. 04

Q2. 필수법령인 '산성식품 공정등록'을 추천하시나요?

"산성식품인 경우 반드시 이루어지는 법적 근거이기 때문에 지켜야 합니다. 해당 등록은 홈페이지나 대행사를 통해 보통 이루어지는데 여러 가지 복잡한 절차가 있어서 대행사를 통한 등록을 추천 드립니다."

- 인증전문기관 Control Union Korea
김수자 심의관과의 인터뷰 中, 2017. 04

" HACCP / 할랄인증 "

Q3. 미국에 유산균음료(유제품포함)을 수출할 때 선택적으로 요구되는 인증은 무엇인가요?

"HACCP, 할랄인증, 미국 내 자사브랜드 인증 등이 있습니다."

- 인증전문기관 Control Union Korea
김수자 심의관과의 인터뷰 中, 2017. 04

Q4. 선택인증인 'HACCP, 할랄 인증'을 추천하시나요?

"대부분의 생산업체는 HACCP인증을 받고 있으므로 경쟁력을 위해서 준비하는 것이 좋습니다. 또한 국제화되어 있는 미국 사회에 할랄인증 제품 또한 큰 매리트로 작용 하고 있으며 인기 또한 높아지고 있습니다. 또한 미국에서 유통망을 통한 환경적, 영양학적인 자체 인증들을 많이 만들고 있습니다. 이런 유통망에 들어가는 인증을 받는 것 또한 도움이 될 것으로 보입니다."

- 인증전문기관 Control Union Korea
김수자 심의관과의 인터뷰 中, 2017. 04

Ⅶ. 라벨링 정보

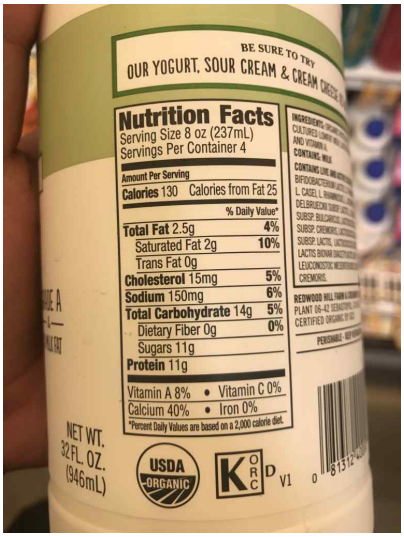
※ 라벨링 정보 OVERVIEW

1. 라벨 표기사항

2. 라벨링 예시

라벨링 정보 OVERVIEW

미국 음료 라벨링 필수 표기사항



- 제품명
- 제조·유통업체 명칭 및 주소
- 원재료 명
- 영양성분 분석표
- 순 중량
- 알레르기 유발 성분

출처 : 미국 식품 의약국(www.fda.gov)

미국 음료 라벨링 상세 표기사항

항목	설명
제품명	- 포장용기의 주요 면에 표기함 - 활자 크기는 라벨에 사용된 가장 큰 활자의 절반크기 이상이어야 함
제조·유통업체 명칭 및 주소	- 제조, 포장, 유통업자명과 주소 : 제조, 포장, 유통업자와 제조업자가 다를 경우, 그 회사와 제품의 관계를 명시하는 '~에서 제조한' '~에서 유통하는'과 같은 문구 표기
원재료 명	- 사용된 성분의 중량을 기준으로 배열
영양성분 분석표	- 라벨의 주 표시 면과 후면에 모두 표기 가능 - 제조자·유통자·포장형태를 표시한 곳과 같은 면에 표시 - 중량이 무거운 순서대로 기재
순 중량	- 주요 면 하단에 위치하며, 미국 단위와 미터법 단위로 표시함 - 1회 제공량을 표시하되 실제 섭취하는 양으로 현실화 해 기재
알레르기 유발 성분	- 알레르기 유발식품에서 추출된 알레르기 항원 단백질을 함유하는 식품원료로 제조된 식품인 경우 알레르기 유발식품의 존재 표시

출처 : 미국 식품 의약국(www.fda.gov)

1. 라벨 표기사항

라벨 표기 법령

운영기관 : 미국 식품의약국(FDA)
라벨 법령 : FDA-2004-N-0258

미국 FDA 새로운 영양분석표 발표

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

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

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

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

해당 규제는 식품 및 음료 업체 중 천만불이상의 판매량을 갖고 있는 제조사의 경우 2018년 7월 26일부터 발효되며 천만 달러 이하의 판매량을 갖고 있는 업체의 경우 2019년 7월 26일부터 발효됨

표 7.1 : 미국 라벨 영양분석표 변경 사항

	변경 항목	상세내용
1	제공량 (Serving Size)	글자크기를 더 크고 굵게. 제공량은 실제 소비되는 양을 반영하여 작성
2	칼로리 (calorie)	글자크기를 크고 굵게 하여 읽기 쉽게 함
3	일일값 (daily value)	새로운 영양가이드라인 반영
4	가당 (added sugars)	새롭게 추가된 부분으로 제품에 추가된 설탕함유량 기재
5	실제 함유량 (actual amounts)	비타민 D, 칼슘, 철분, 칼륨의 실제 함유량 및 일일 값 대비 퍼센트
6	각주 (footnote)	퍼센트 일일값(% daily value)을 좀 더 이해하기 쉽도록 수정

출처 : 미국 식품의약국(www.fda.gov)

2. 라벨링 예시

라벨링 예시

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

Amount Per Serving

Calories 230	Calories from Fat 72
	% Daily Value*
Total Fat 8g	**12%**
Saturated Fat 1g	**5%**
Trans Fat 0g	
Cholesterol 0mg	**0%**
Sodium 160mg	**7%**
Total Carbohydrate 37g	**12%**
Dietary Fiber 4g	**16%**
Sugars 1g	
Protein 3g	
Vitamin A	10%
Vitamin C	8%
Calcium	20%
Iron	45%

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

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

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

Amount per serving
Calories **230**

	% Daily Value*
Total Fat 8g	**10%**
Saturated Fat 1g	**5%**
Trans Fat 0g	
Cholesterol 0mg	**0%**
Sodium 160mg	**7%**
Total Carbohydrate 37g	**13%**
Dietary Fiber 4g	**14%**
Total Sugars 12g	
Includes 10g Added Sugars	**20%**
Protein 3g	
Vitamin D 2mcg	10%
Calcium 260mg	20%
Iron 8mg	45%
Potassium 235mg	6%

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

인증

: USDA 인증 마크

※ 참고문헌

※ 참고 자료

1. 미국 식품안전현대화법에 따른 최종규칙 (식품의 예방관리, 해외공급자 검증 프로그램)	식품의약국안전처	2015
2. 한·미 유기가공식품 상호 동등성 인정 협정 체결	농림축산식품부	2014
3. 미국의 수입통관절차 및 유의사항	관세청 교육자료	2013
4. A Food Labeling Guide Guidance for Industry	FDA	2016
5. 건강기능식품 수출가이드_미국	식품의약국안전처	2015

※ 참고 사이트

1. 미국 유기농무역협회(Organic Trade Association)	www.ota.com
2. 민텔(Mintel)	www.mintel.com
3. 비즈니스 인사이더(Business Insider)	www.businessinsider.com
4. SPINS	www.spins.com
5. Global Data	www.globaldata.com
6. Pew Research Center	www.pewresearch.org
7. Whole Foods Market	www.wholefoodsmarket.com
8. Trader Joe's	www.traderjoes.com
9. Sprouts Farmers Market	www.sprouts.com
10. 리테일 매거진	www.retailing.co.kr
11. 서스테이너블 브랜드	www.sustainablebrands.com
12. 미국 세관 국경 보호국	www.cbp.gov
13. 관세법령정보포탈 3.0	unipass.customs.go.kr
14. Strtrade	www.strtrade.com
15. TradeNAVI	www.tradenavi.or.kr
16. 대한상공회의소	cert.korcham.net
17. 한국 AEO 진흥 협회	www.aeo.or.kr
18. 미국 식품 의약국	www.fda.gov
19. 미국 농무성 AMS	www.ams.usda.gov
20. KOTRA 해외시장뉴스	www.kotra.or.kr