



No. 2022-16
품목 간장카라멜(Soy sauce Caramel)
HS CODE 1704.90.2090
국가 미국(USA)



CONTENTS

I

시장 현황 및 통계

3

1. 간장 카라멜 시장 규모
2. 수출입 통계

II

트렌드

21

1. 시장 트렌드

III

유통

30

1. 유통채널 현황
2. 유통업체 분석

IV

통관 및 제도

43

1. 통관 및 검역
2. 인증
3. 라벨링

V

시사점

56

I

시장 현황 및 통계



01

간장 카라멜 시장 규모

1) 캔디류 시장 현황

캔디류 시장 현황

2021년 미국 캔디류 시장 규모는 전년 대비 14.1% 성장한 142억 5,680만 달러를 기록함

- 이는 최근 5년간 연평균 5.4% 성장한 수치
- 시장 규모는 설탕을 끓여서 만든 캔디류, 감초사탕, 막대사탕, 의약품 캔디류, 민트 캔디, 껌·젤리류, 토피·카라멜·누가류, 기타 등의 품목을 합계하여 작성함

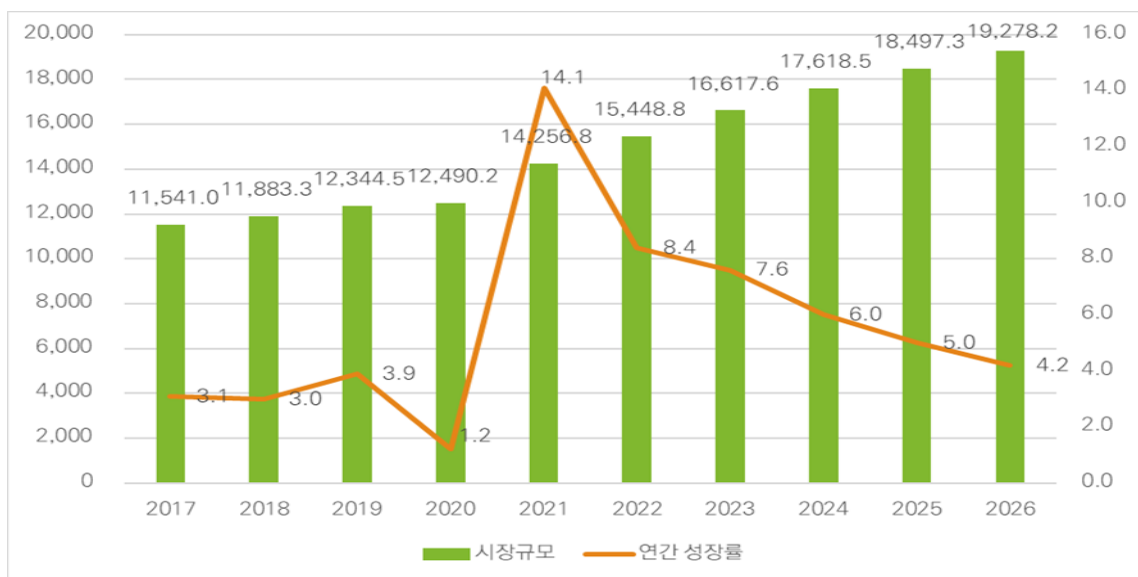
향후 5년간(2022-2026년) 연평균 5.7% 성장할 것으로 전망됨

- 2026년 기준 미국 캔디류 산업 시장 규모는 192억 7,820만 달러를 기록할 것으로 전망됨



그림 1 미국 캔디류 산업 시장 규모 추이(2017-2026E)

(단위: 백만 달러, %)



자료: Euromonitor International



표 1

미국 캔디류 시장 내 품목별 시장 규모(2017-2021년)

(단위: 백만 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
설탕을 끓여서 만든 캔디류(Boiled Sweets)	452.1	455.5	459.4	428.9	486.6	1.9
감초사탕(Liquorice)	168.8	169.1	174.3	184.6	191.7	3.2
막대사탕(Lollipops)	675.9	686.9	700.3	645.0	739.2	2.3
의약품 캔디류	833.2	854.0	877.3	784.5	844.6	0.3
민트 캔디	1,449.1	1,403.2	1,425.0	1,175.8	1,273.6	-3.2
껌·젤리류	5,281.9	5,516.6	5,742.1	6,102.2	7,044.6	7.5
토피·카라멜·누가류	333.1	325.8	331.5	354.0	383.9	3.6
기타	2,347.0	2,472.2	2,634.6	2,815.3	3,292.6	8.8
합계	11,541.0	11,883.3	12,344.5	12,490.2	14,256.8	5.4

자료: Euromonitor International



표 2

미국 캔디류 시장 내 품목별 시장 규모(2022-2026년)

(단위: 백만 달러, %)

구분	2022	2023	2024	2025	2026	연평균 성장률
설탕을 끓여서 만든 캔디류(Boiled Sweets)	528.3	543.5	564.1	581.9	597.5	3.1
감초사탕(Liquorice)	201.4	210.1	216.2	221.0	225.0	2.8
막대사탕(Lollipops)	788.8	828.1	855.8	880.1	901.6	3.4
의약품 캔디류	898.3	938.4	966.7	990.9	1,009.5	3.0
민트 캔디	1,367.7	1,454.9	1,523.5	1,582.8	1,634.1	4.5
껌·젤리류	7,670.6	8,318.8	8,884.7	9,376.9	9,818.0	6.4
토피·카라멜·누가류	407.8	431.0	447.1	461.7	475.0	3.9
기타	3,585.9	3,893.0	4,160.5	4,402.0	4,617.5	6.5
합계	15,448.8	16,617.6	17,618.5	18,497.3	19,278.2	5.7

자료: Euromonitor International

세부 품목별 시장 현황

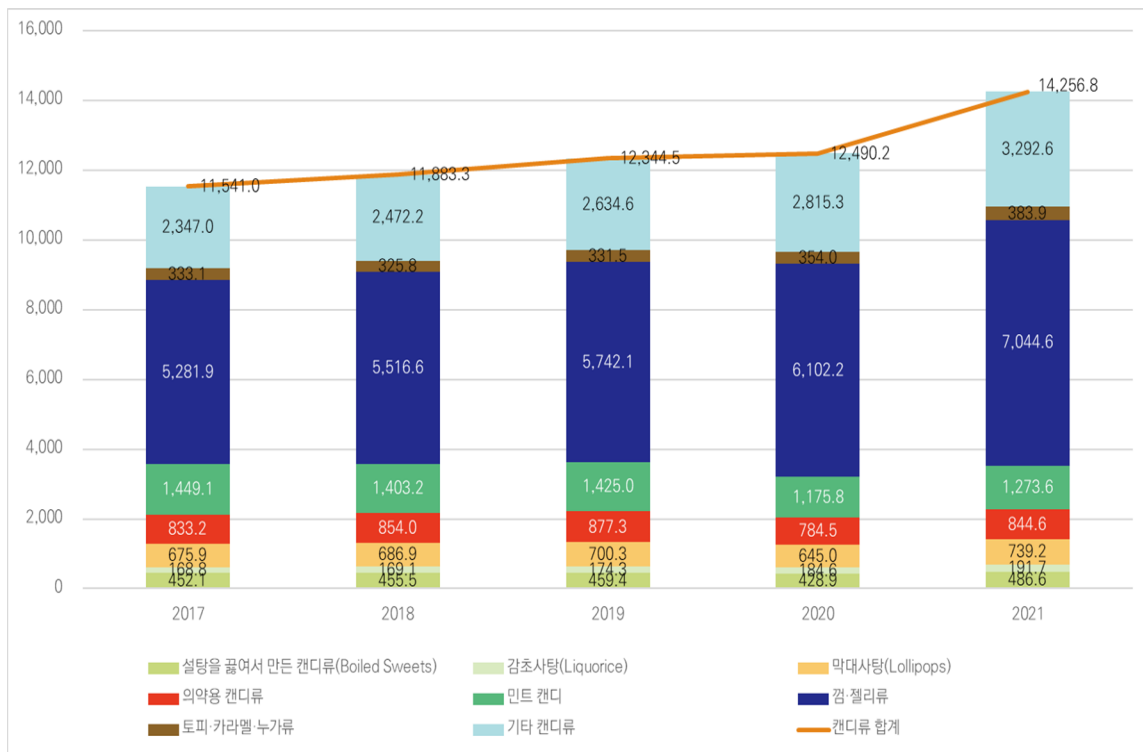
- 최근 5년간 미국 캔디류 시장 품목별 현황을 살펴보면, 껌·젤리류의 점유율이 가장 높게 나타남
 - 2021년 미국 캔디류 시장에서 껌·젤리류 세부 시장의 점유율은 거의 절반에 가까운 49.4%를 기록함
 - 다음으로 높은 비중을 기록한 품목은 기타 캔디류 시장이며, 이어서 민트 캔디, 의약품 캔디류, 막대사탕 순을 기록함
 - 동 보고서의 조사 대상 품목인 간장 카라멜 제품이 속하는 세부 시장인 토피·카라멜·누가 시장의 경우, 2021년 기준 미국 캔디류 시장의 약 2.7%를 점유하고 있는 것으로 집계됨

2021년 미국 껌·젤리류 시장 규모는 70억 4,460만 달러를 기록했으며, 기타 캔디류 시장 규모는 32억 9,260만 달러를 기록함

- 민트 캔디 시장 규모는 12억 7,360만 달러를 기록함
- 의약품 캔디류 시장 규모는 8억 4,460만 달러를 기록함
- 롤리팝 캔디류 등이 속하는 막대사탕 시장 규모는 7억 3,920만 달러를 기록함

그림 2 미국 캔디류 시장 내 품목별 점유율 현황(2017-2021년)

(단위: 백만 달러, %)



자료: Euromonitor International

미국 캔디류 시장 브랜드 점유율

Euromonitor International에 따르면, 2021년 미국 캔디류 시장 주요 브랜드는 Mars Inc의 Skittles, Haribo GmbH & Co KG의 Haribo, Perfetti Van Melle Group의 Airheads, The Hershey Co.의 Twizzlers, Mars Inc의 Starburst 등이며, 각 브랜드의 시장 점유율은 4.5%, 3.9%, 3.7%, 3.5%, 3.1%임

- 미국 캔디류 시장의 로컬 선두기업은 Mars Wrigley Confectionery임

미국 캔디류 시장 주요 브랜드에서 판매하고 있는 제품은 다음과 같음



표 1

2021년 미국 캔디류 시장 주요 브랜드 점유율

순위	주요 브랜드	판매 제품 이미지	회사명 (미국 현지)	회사명 (글로벌)	시장 점유율 (%)
1	Skittles		Mars Wrigley Confectionery	Mars Inc	4.5
2	Haribo		Haribo of America Inc	Haribo GmbH & Co KG	3.9
3	Airheads		Perfetti Van Melle USA Inc	Perfetti Van Melle Group	3.7
4	Twizzlers		The Hershey Co.	The Hershey Co.	3.5
5	Starburst		Mars Wrigley Confectionery	Mars Inc	3.1

6	Trolli		Ferrara Candy Co Inc	Ferrero & related parties	2.8
7	Sour Patch Kids		Mondelez International Inc	Mondelez International Inc	2.4
8	Halls		Mondelez International Inc	Mondelez International Inc	2.3
9	Jelly Belly		Jelly Belly Candy Co	Jelly Belly Candy Co	2.3
10	Jolly Rancher		The Hershey Co.	The Hershey Co.	2.3

자료: Euromonitor International

2) 카라멜 시장 현황

캔디류 및 카라멜 시장 정의

Euromonitor International에서는 캔디류 및 카라멜 시장을 다음과 같이 정의하고 있음

- 캔디류 시장의 세부 시장별 정의 및 대표적인 글로벌 브랜드는 다음과 같음

간장 카라멜 제품은 캔디류 시장의 세부 시장인 토피, 카라멜, 누가류 시장에 포함될 것으로 판단됨

- 토피, 카라멜 누가류 시장의 대표적인 글로벌 브랜드는 Werther's Original(August Storck), Pearson Nips(Nestlé), Alpenliebe(Perfetti Van Melle) 등이 있음



표 1

캔디류, 카라멜 시장 정의

구분	정의	대표적인 글로벌 브랜드
설탕을 끓여서 만든 캔디류(Boiled Sweets)	과일맛 사탕 제품 등이 해당 시장 카테고리에 속함	Jolly Ranchers(Hershey), Life Savers(Wrigley), Fruit-Flavoured Altoids(Wrigley)
감초사탕(Liquorice)	주로 감초향이 나는 캔디류 제품	Twizzler(Hershey), Panda(Oy Panda Ab)
막대사탕(Lollipops)	롤리팝 캔디류 제품	Chupa Chups(Perfetti van Melle), Look-O-Look(Perfetti van Melle), Tootsie Roll Pops(Tootsie Roll)
의약용 캔디류	허브 및 식물 추출물 등으로 만든 캔디류 제품	Halls(Mondelez International), Ricola(Ricola AG), Fisherman's Friend(Lofthouse of Fleetwood)
민트 캔디	민트 캔디 시장 하위시장은 표준민트, 파워민트 시장으로 구분됨	-표준 민트 시장: Tic Tac(Ferrero), Mentos Mint(Pefetti Van Melle), Trebor(Cadbury Schweppes), Clorets mints(Cadbury Schweppes), Certs(Cadbury Schweppes) -파워 민트 시장: Smint(Chupa Chups), Frisk(Perfetti van Melle), Clorets Optimints(Cadbury Schweppes), Altoids(Wrigley)
껌·젤리류	껌 및 젤리류 제품 등이 해당 카테고리에 속함	Starburst(Mars), Y&S Twizzler in fruit flavours(Hershey), Skittles(Mars), Haribo(Haribo GmbH), Mentos Fruit(Perfetti Van Melle)
토피·카라멜·누가류	토피, 카라멜, 누가류 제품 등이 해당 카테고리에 속함 - Cadbury's Choclairs 혹은 Cadbury's Chocolate Eclairs 제품도 해당 카테고리에 속함	Werther's Original(August Storck), Pearson Nips(Nestlé), Alpenliebe(Perfetti Van Melle)

기타	위에 해당하지 않은 제품이 기타에 속하며, 캔디류 제품으로 판매되는 마시멜로 혹은 할바(Halva) 제품이 해당됨	Rot Front(Obiedinenye Konditery)
----	--	----------------------------------

자료: Euromonitor International

카라멜 시장 규모

미국 카라멜 시장 규모는 2017년 기준 3억 3,300만 달러에서 최근 5년간 연평균 3.6% 성장하여 2021년 기준 약 3억 8,390만 달러를 기록함

- 2021년 미국 카라멜 시장은 전년 대비 8.4% 성장함

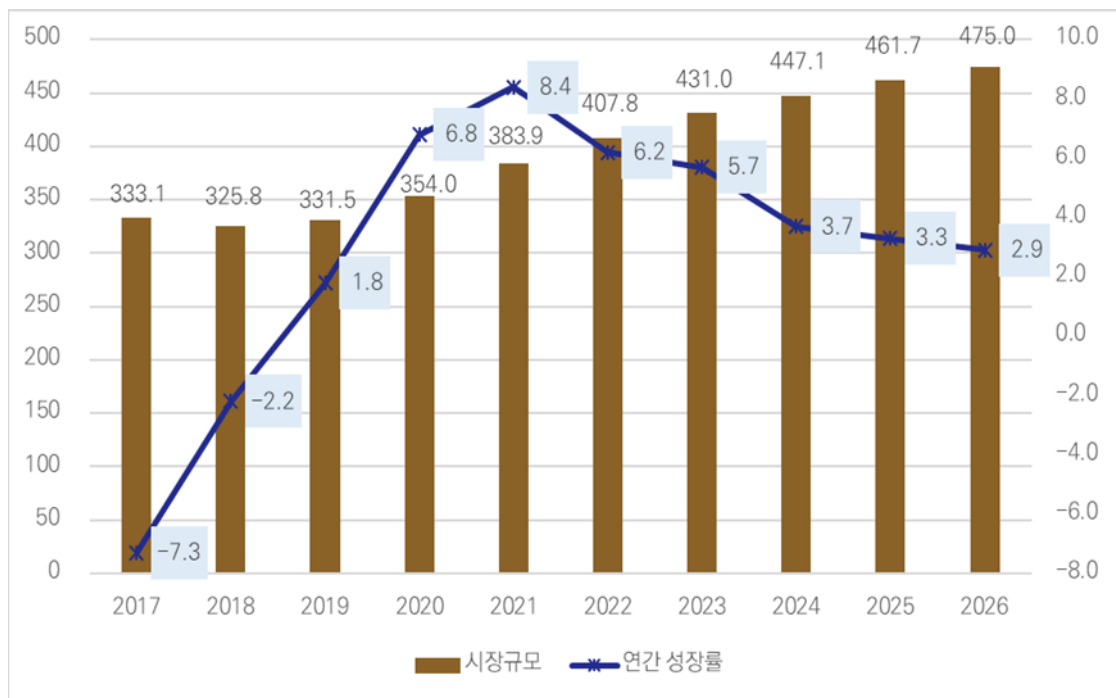
향후 5년간(2022-2026년) 연평균 3.9% 성장할 것으로 전망되며, 2026년 기준 미국 카라멜 시장 규모는 약 4억 7,500만 달러를 기록할 것으로 전망됨



그림 1

미국 카라멜 시장 규모 및 전망 추이(2017-2026년)

(단위: 백만 달러, %)



자료: Euromonitor International

3) 간장 시장 현황

테이블 소스 시장 세부 품목별 규모

미국 테이블 소스 시장 규모는 2017년 기준 87억 9,390만 달러에서 최근 5년간 연평균 1.6% 성장해 2021년 기준 약 93억 7,780만 달러를 기록함

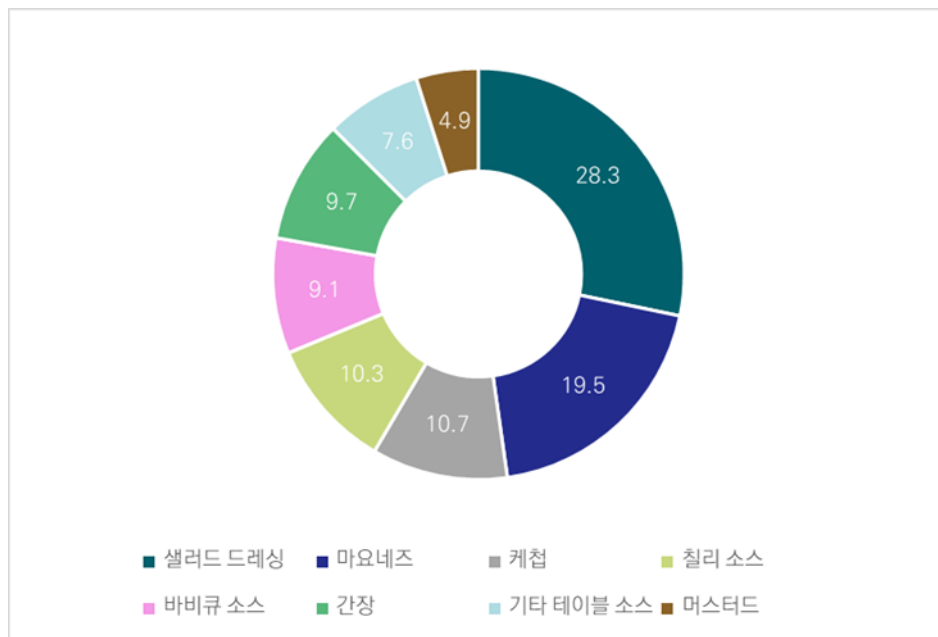
2021년 미국 테이블 소스 시장에서 가장 높은 시장 점유율을 차지한 품목은 샐러드 드레싱으로, 전체 시장의 약 30%를 차지함

- 이어서 마요네즈(19.5%), 케첩(10.7%), 칠리소스(10.3%), 바비큐 소스(9.1%), 간장(9.75) 순을 기록함
- 2021년 미국 간장 시장 규모는 9억 1,160만 달러로 조사됨



그림 1 미국 테이블 소스 시장 내 품목별 점유율 현황(2021년)

(단위: %)



자료: Euromonitor International



그림 1

미국 테이블 소스 시장 내 품목별 점유율 현황(2017-2021년)

(단위: 백만 달러, %)



자료: Euromonitor International

간장 소스 시장 규모 및 전망

미국 간장 소스 시장 규모는 2017년 기준 8억 3,670만 달러에서 최근 5년간 연평균 2.2% 성장해 2021년 기준 약 9억 1,160만 달러를 기록함

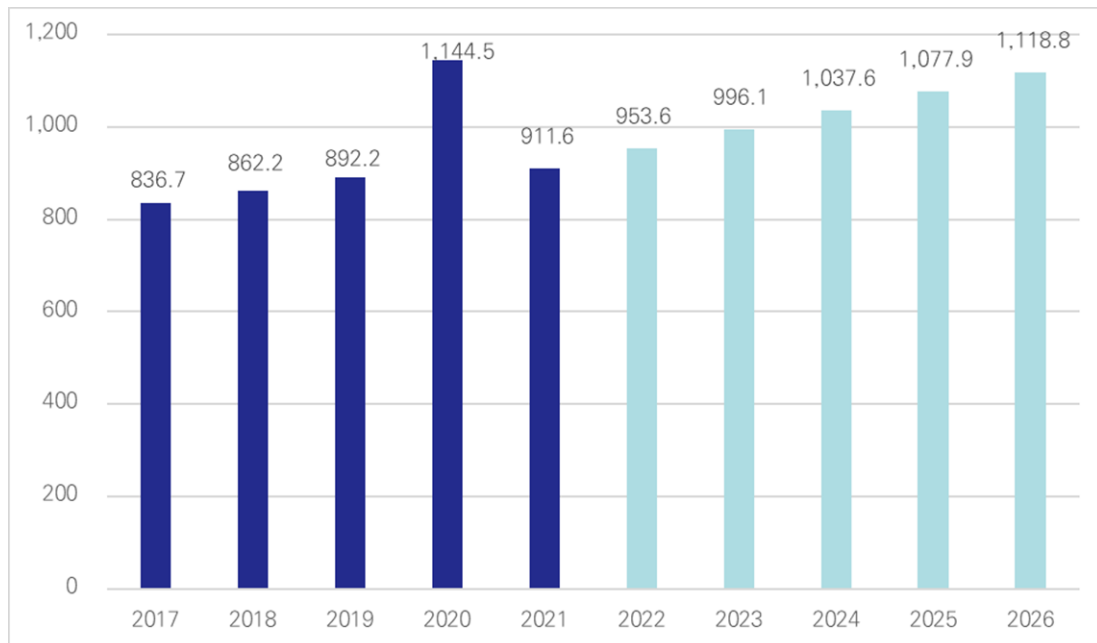
향후 5년간(2022-2026년) 연평균 4.1% 성장할 것으로 전망됨

- 2022년 미국 간장 시장 규모는 약 9억 5,360만 달러를 기록할 것으로 전망됨
- 2026년에는 약 11억 1,880만 달러에 이를 것으로 예상됨



그림 1 미국 간장 시장 규모 및 전망 추이(2017-2026년)

(단위: 백만 달러)



자료: Euromonitor International

02 수출입 통계

통계분석 기준

글로벌 수입 규모 파악을 위해 간장 카라멜의 글로벌 공통 HS CODE인 1704.90을 통계 기준으로 설정했으며, 미국 수입 규모 파악을 위해 HS CODE 1704.90을, 한국 수출 규모 파악을 위해 HS CODE 1704.90.2090을 기준으로 조사함



표 1

간장 카라멜 제품 통계 기준 설정

조사항목	HS CODE
글로벌 수입 규모	1704.90
미국 수입 규모	1704.90
한국 수출 규모	1704.90.2090

1) 글로벌 수입 통계(HS CODE 1704.90 기준)

글로벌 수입 규모

2021년 글로벌 간장 카라멜(HS CODE 1704.90) 수입 규모는 119억 4,500만 달러이며, 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 4.4%를 기록함. 최대 수입국은 미국으로 전체 시장의 19.2%를 차지함. 이어서 독일(6.4%), 영국(6.3%), 캐나다(3.9%), 프랑스(3.8%) 순

2021년 미국의 수입 규모는 22억 8,800만 달러, 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 7.3%를 기록함

한국은 전체 수입국 중 11위를 기록했으며, 2021년 기준 수입 규모 약 2억 2,800만 달러, 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 1.3%를 기록함

일본은 전체 수입국 중 21위를 기록했으며, 2021년 기준 수입 규모 약 1억 3,000만 달러, 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 6.6%를 기록함

 표 1 글로벌 간장카라멜(HS CODE 1704.90) 수입 규모(2017-2021년)

(단위: 백만 달러, %)

수입국	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	10,052	10,711	10,729	10,240	11,945	4.4
1 미국	1,729	1,850	1,890	1,906	2,288	7.3
2 독일	708	718	728	712	763	1.9
3 영국	582	603	619	596	749	6.5
4 캐나다	424	442	412	387	468	2.5
5 프랑스	447	426	409	381	450	0.2
11 한국	217	227	233	220	228	1.3
21 일본	101	110	105	103	130	6.6

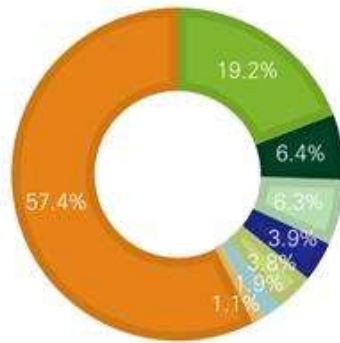
자료: International Trade Centre



그림 1

2021년 글로벌 간장카라멜(HS CODE 1704.90) 국가별 수입 비중(2021년)

■ 미국 ■ 독일 ■ 영국 ■ 캐나다 ■ 프랑스 ■ 한국 ■ 일본 ■ 기타



자료: International Trade Centre

2) 미국 수입 통계(HS CODE 1704.90 기준)

미국 수입 규모

2021년 미국의 간장카라멜(HS CODE 1704.90) 수입 규모는 22억 8,846만 달러를 기록하였으며, 최근 5년간(2017-2021년) 연평균 성장률은 7.3%를 기록함

對멕시코 수입 비중이 36.3%로 가장 높고, 이어서 캐나다(17.7%), 독일(9.6%), 튀르키예(6.0%), 스페인(5.6%) 순

- 對한국 수입액은 2021년 기준 445만 달러를 기록함



표 1

미국 간장카라멜(HS CODE 1704.90) 수입 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	연평균 성장률
글로벌	1,728,885	1,849,868	1,890,043	1,905,546	2,288,462	7.3
1 멕시코	544,510	603,469	654,975	670,487	830,428	11.1
2 캐나다	442,797	439,881	393,114	375,696	405,456	-2.2
3 독일	129,331	138,025	148,780	174,353	220,429	14.3
4 튀르키예	81,143	87,691	100,753	102,985	136,606	13.9
5 스페인	69,210	89,042	103,415	121,087	127,423	16.5
28 한국	1,778	3,737	2,278	2,894	4,450	25.8

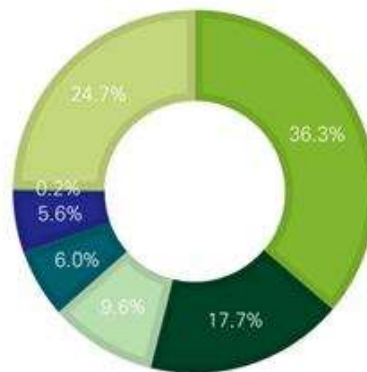
자료: International Trade Centre



그림 1

미국 간장카라멜(HS CODE 1704.90) 국가별 수입 비중

■ 멕시코 ■ 캐나다 ■ 독일 ■ 터키 ■ 스페인 ■ 한국 ■ 기타



자료: International Trade Centre

3) 한국산 수출 통계(HS CODE 1704.90.2090 기준)

한국 수출 규모

2021년 한국의 간장카라멜(HS CODE 1704.90.2090) 수출량은 4,147톤이며, 수출액은 2,846만 8,800달러를 기록함

- 이는 전년 대비 각각 5.8%, 14.3% 감소한 수치

2021년 기준 수출 상위 5개국은 중국(37.9%), 베트남(14.1%), 호주(11.9%), 미국(8.9%), 일본(5.7%) 순으로 조사됨

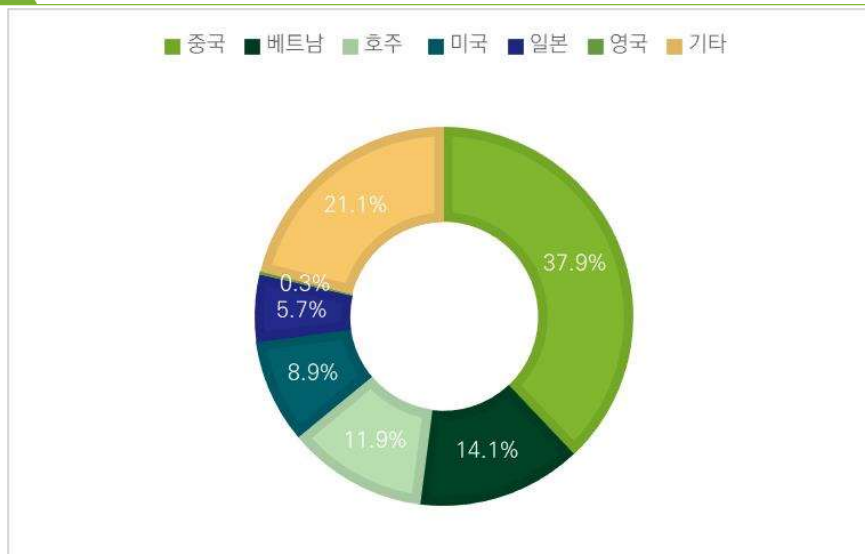
 표 1 한국 간장카라멜(HS CODE 1704.90.2090) 수출 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 톤, 천 달러, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021
수출액	25,233.8	27,262.9	32,489.9	33,211.9	28,468.8
증감률	8.3	8.0	19.2	2.2	-14.3
수출량	4,078.3	4,208.8	4,563.5	4,403.4	4,147.4
증감률	11.9	3.2	8.4	-3.5	-5.8

자료: KATI농식품수출정보

 그림 1 한국 간장카라멜(HS CODE 1704.90.2090) 국가별 수출 비중(2021년)



자료: KATI농식품수출정보

2021년 기준 1위 수출국인 對중국 수출액은 약 1,080만 달러를 기록함

對미국 수출 규모는 2021년 약 254만 달러를 기록하였으며, 전체 수출국 중 4위를 차지함. 최근 5년간 연평균 성장률은 4.8%를 기록함

對일본 수출 규모는 2021년 약 162만 달러를 기록하였으며, 전체 수출국 중 5위를 차지함. 최근 5년간 연평균 성장률은 8.9%를 기록함



표 1

한국 간장카라멜(HS CODE 1704.90.2090) 수출 규모 추이(2017-2021년)

(단위: 천 달러)

구분		2017	2018	2019	2020	2021
글로벌		25,233.8	27,262.9	32,489.9	33,211.9	28,468.8
1	중국	7,049.7	7,413.4	13,579.7	17,700.2	10,803.3
2	베트남	4,372.0	4,536.8	5,863.4	5,432.6	4,011.4
3	호주	2,351.0	2,338.5	2,228.1	2,047.5	3,397.0
4	미국	2,106.6	2,334.2	1,922.5	1,988.7	2,540.7
5	일본	1,155.3	2,736.3	2,106.9	1,096.5	1,624.9
16	영국	118.9	103.1	141.6	94.3	94.4
기타		8,080.3	7,800.6	6,647.7	4,852.1	5,997.1

자료: KATI농식품수출정보

II

트렌드



01 시장 트렌드

Mars Wrigley Confectionery US 자발적 리콜 발표

미국 캔디류 시장 기업인 Mars Wrigley Confectionery US의 자발적 리콜 시행

- 미국 FDA에 따르면, 13개 제품에 대해서 구미 제품 안에 매우 얇은 금속 가닥이 내재되어 있을 가능성으로 자발적 리콜을 시행한 것으로 보임
- 13개 제품은 STARBURST® Gummies Original Share Size 3.5oz, STARBURST® Gummies Original Peg Pack 5.8oz, STARBURST® Gummies Sours Share Size 3.5oz, STARBURST® Gummies Sours Peg Pack 5.8oz, STARBURST® Gummies Sour Berries Peg Pack 5.8oz, LIFE SAVERS® Gummies Five Flavor Peg Pack 7.0oz, 3.22oz, LIFE SAVERS® Wild Berries Gummies Peg Pack 7.0 oz, LIFE SAVERS® Sour Gummies Peg Pack 7.0 oz, 180g, SKITTLES® Gummies Original Peg Pack 5.8 oz, 2.93oz, SKITTLES® Gummies Original Stand Up Pouch 12oz, SKITTLES® Wild Berry Gummies Peg Pack 5.8 oz, 2.93oz, SKITTLES® Gummies Wild Berry Stand Up Pouch 12oz, SKITTLES® Sour Gummies Peg Pack 5.8 oz



그림 1

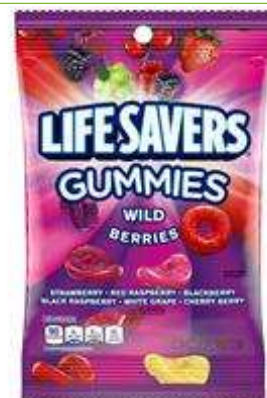
Mars Wrigley Confectionery US, LLC 자발적 리콜 발표 제품



Original Skittles Gummies
Per Pack 5.8oz



Starburst Gummies Original
Share Size



LIFE SAVERS
Wild Berries Gummies Peg
Pack 7.0oz

자료: FDA

시장 점유율 50%를 차지하는 껌·젤리류 시장

미국 캔디류 제품 시장의 절반에 가까운 비중(49.4%)을 껌·젤리류 시장이 차지하고 있음

- Euromonitor International에서 집계한 2021년 미국 캔디류 주요 10대 브랜드 관련 기업 중 90%의 기업이 젤리류 제품을 판매하고 있음

* 미국 캔디류 시장 브랜드 3위를 기록한 Airheads에서는 젤리류 제품 외에 껌 제품도 판매하고 있음

Haribo of America Inc 판매 중인 캔디류 제품

미국의 대표적인 캔디류 기업인 Haribo of America Inc에서는 다양한 구미류 제품을 판매하고 있음

- 하리보는 전 세계적으로 1,000여 개 이상의 제품을 생산 및 판매하고 있음

- 미국 하리보 기업 홈페이지에 다양한 구미류 제품 이미지와 가장 인기 있는 하리보 구미류 제품라인이 소개되어 있음

- 대표적인 인기 제품은 Haribo Goldbears, Haribo Twin Snakes, Haribo Starmix 등임



그림 1

Haribo of America Inc 판매 중인 구미류 제품 이미지



다양한 구미류 제품 이미지



인기 있는 하리보 구미류 상품 예시

자료: Haribo 미국 기업 홈페이지

Perfetti Van Melle USA 판매 중인 민트카라멜류 제품

미국 캔디류 기업인 Perfetti Van Melle USA Inc에서는 다양한 브랜드를 보유하고 있음

- 대표적인 브랜드는 Airheads, Mentos, Chupa Chups, Fruit-tella 등이 있음

Mentos 브랜드의 민트카라멜류(Chewy Mints)의 다양한 제품라인은 다음과 같음

- 대표적으로 mint, fruit, strawberry, rainbow 등이 있으며, cinnamon, spearmint, green apple, fruit mix 제품 등도 판매하고 있음
- 미국 멘토스 기업 홈페이지에서 미국 아마존, 월마트, CVS Pharmacy, Walgreens 유통채널 홈페이지로 연계되어 구매가 가능함



그림 1 미국 Mentos 브랜드에서 판매 중인 다양한 민트카라멜류 제품



mentos mint

mentos fruit

mentos strawberry

mentos rainbow

자료: Mentos US 기업 홈페이지

The Hershey Co, USA 판매 중인 단맛 짠맛 제품 브랜드

미국 캔디류 기업인 The Hershey Co, USA에서는 단맛, 짠맛 정도에 따른 다양한 브랜드를 보유하고 있음

- 기업 홈페이지 자료에 따르면, 보유하고 있는 브랜드 제품의 단맛, 짠맛의 정도는 다음과 같음

 그림 1 미국 Hershey 기업에서 보유하고 있는 브랜드의 단맛, 짠맛 정도 비교



자료: 미국 Hershey 기업 홈페이지

미국 Ferrara Candy Co Inc 판매 중인 과일 카라멜 제품

미국 캔디류 기업인 Ferrara Candy Co Inc에서 판매 중인 과일 카라멜 제품은 다음과 같음
 - SweeTARTS 브랜드에서는 Chewy 캔디류 제품을 판매하고 있음

Ferrara Candy Co Inc의 Nips 브랜드에서는 카라멜 맛 캔디 제품을 판매하고 있음



그림 1

SweeTARTS 브랜드에서 판매 중인 과일 카라멜 제품



Mini Chewy Mixed Fruit



Tangy Strawberry Soft & Chewy Ropes

자료: 미국 SweeTARTS 홈페이지



그림 1

Nips 브랜드에서 판매 중인 카라멜 맛 캔디 제품



Nips Caramel Hard Candy



Nips Coffee



Nips Chocolate Parfait

자료: 미국 Ferrara Candy 기업 홈페이지

글로벌 카라멜 브랜드 Werther's Original

Werther's Original은 카라멜 캔디류 제품의 전통적인 글로벌 카라멜 브랜드로, 광범위한 범위의 카라멜류 제품라인을 보유하고 있음

- 제품군에는 Werther's Original Hard Candies, Werther's Original Soft Toffees, Werther's Original Sugar Free, Werther's Original Caramel Popcorn 등이 있음
- Werther's Original Soft Toffees는 다음과 같은 카라멜 및 씨솔트 카라멜 제품을 판매하고 있음



표 1

판매 중인 카라멜 및 씨솔트 카라멜 제품

제품명	Werther's Original Soft Chocolate Toffees	Werther's Original Soft Eclair	Werther's Original Soft Caramel	Werther's Original Salted Caramel
이미지				

자료: Werther's Original 브랜드 기업 홈페이지

미국 카라멜 제품 판매 현황

미국의 대표 온라인 쇼핑몰인 아마존에서는 다양한 카라멜 및 카라멜 캔디류 제품을 판매하고 있음

2022년 8월 기준, 판매 중인 카라멜 및 씨솔트 카라멜 캔디류 제품은 다음과 같음

- Tara's 브랜드에서는 글루텐 프리 제품의 카라멜류 제품을 판매하고 있음
 - * 씨솔트 카라멜 제품을 판매하고 있으며, 씨솔트 카라멜 제품 외에도 슈거 프리 제품, 피칸 카라멜, 스니커두들 카라멜 제품을 판매하고 있음
- Béquet 브랜드에서는 핸드메이드 수제 씨솔트 카라멜 제품을 판매하고 있음
- 전통적인 카라멜 브랜드인 Werther's에서는 Original, Caramel Apple, Pumpkin Spice 등 다양한 카라멜 제품을 판매하고 있음



그림 1 타라 브랜드에서 판매하는 다양한 카라멜 맛 종류 예시



자료: 아마존 기업 홈페이지



표 1

미국 시장에서 판매하고 있는 카라멜 및 씨솔트 카라멜 제품

제품명	Tara's All Natural Handcrafted Gourmet Sea Salt Caramel	Caramel Celtic Sea Salt 3.6 oz Single Pouch	Tara's All Natural Handcrafted Gourmet Original Madagascar Vanilla Caramel
특징	Sea Salt Caramel	수제 씨솔트 카라멜	Original Madagascar Vanilla Caramel
이미지			
제품명	Werther's Original Chewy Caramels, 5 Oz	Werther's Original Soft Harvest Apple Caramel Candy, 8.57 Oz Bag	Werther's Original Hard Caramel Candy, 12 Oz Bag Brand: Werther's
특징	오리지널 카라멜	애플 카라멜	카라멜 세트 판매 제품
이미지			

자료: 아마존 기업 홈페이지

III

유통



01

유통채널 현황

미국 캔디류 산업 유통채널

카라멜 시장이 속하는 미국 캔디류 산업 유통채널 구조 및 채널별 비중 현황은 다음과 같음

- 2021년 오프라인 비중은 93.4%
- 2021년 온라인 비중은 6.6%

오프라인 중에서 식료품 소매상 비중이 74.9%이며, 비식료품 소매상 비중은 17.9%

식료품 소매상 주요 유통채널 비중은 다음과 같음

- 2021년 하이퍼마켓 유통채널 비중은 23.1%
- 2021년 편의점 유통채널 비중은 19.6%
- 2021년 슈퍼마켓 유통채널 비중은 18.4%

비식료품 주요 유통채널 비중은 다음과 같음

- 2021년 드러그스토어 유통채널 비중은 8.3%
- 2021년 종합 소매점(GMS) 유통채널 비중은 5.1%



그림 1 미국 캔디류 산업 유통구조(2021년)

(단위: %)



자료: Euromonitor International



표 1 미국 캔디류 산업 유통채널별 판매 비중 추이(2017-2021년)

(단위: %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021
① 현대 식품품 소매점	50.4	50.6	50.9	50.4	51.5
- 편의점	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9
- 슈퍼마켓	49.5	49.7	49.9	49.5	50.6
② 전통 식품품 소매점	1.0	1.0	1.0	1.0	0.9
- 식품품/음료/담배 전문점	0.4	0.3	0.3	0.3	0.3
- 단독 소형 식품점	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
- 기타 식품품 소매점	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
③ 드러그스토어	7.5	7.5	7.6	7.6	7.4
④ 혼합 소매점	37.0	36.6	36.2	36.0	35.7
⑤ 온라인	4.1	4.2	4.3	5.0	4.6
- 홈쇼핑	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2
- 전자상거래	1.9	2.0	2.1	2.8	2.4
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: Euromonitor International

미국 백화점 유통채널

Statista 자료에 의하면, 2021년 미국 매출액 기준 백화점 순위는 다음과 같음

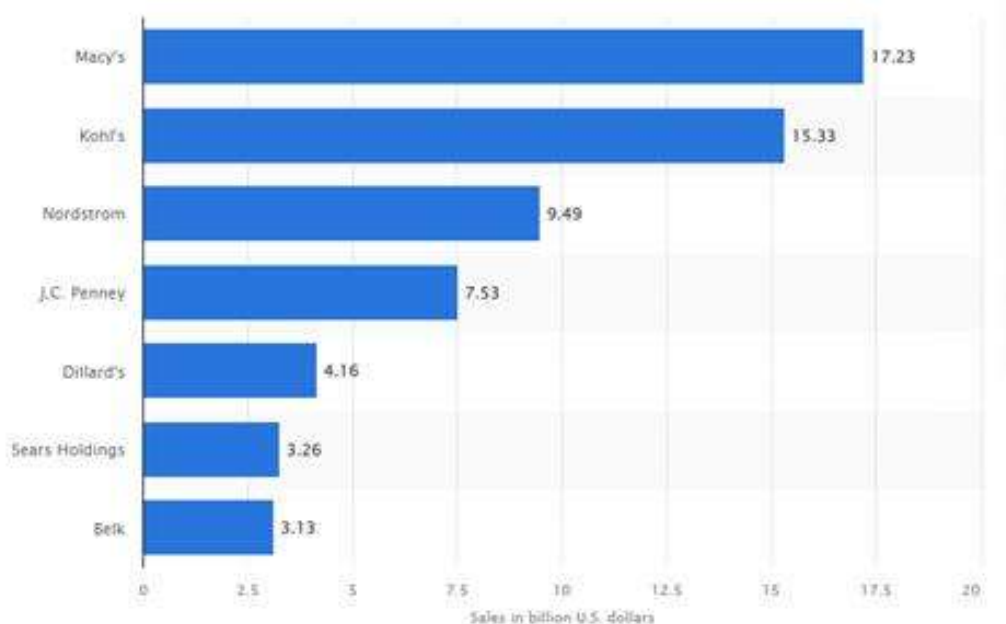
- 2021년 1위를 기록한 백화점은 매출액 172억 3,000달러를 기록한 Macy's
- 이어서 2위를 기록한 백화점은 Kohl's이며, 매출액은 153억 3,000달러
- 3, 4, 5위는 각각 Nordstrom, J.C. Penney, Dillard's가 차지했으며, 매출액은 각각 94억 9,000만 달러, 75억 3,000달러, 41억 6,000달러를 기록함



그림 1

2021년 미국 매출액 기준 백화점 유통채널 순위

(단위: 십억 달러)



자료: Statista(2022)

미국 드러그스토어 유통채널

Statista 자료에 의하면, 2021년 미국 소매 매출액 기준 주요 드러그스토어 유통채널 순위는 다음과 같음

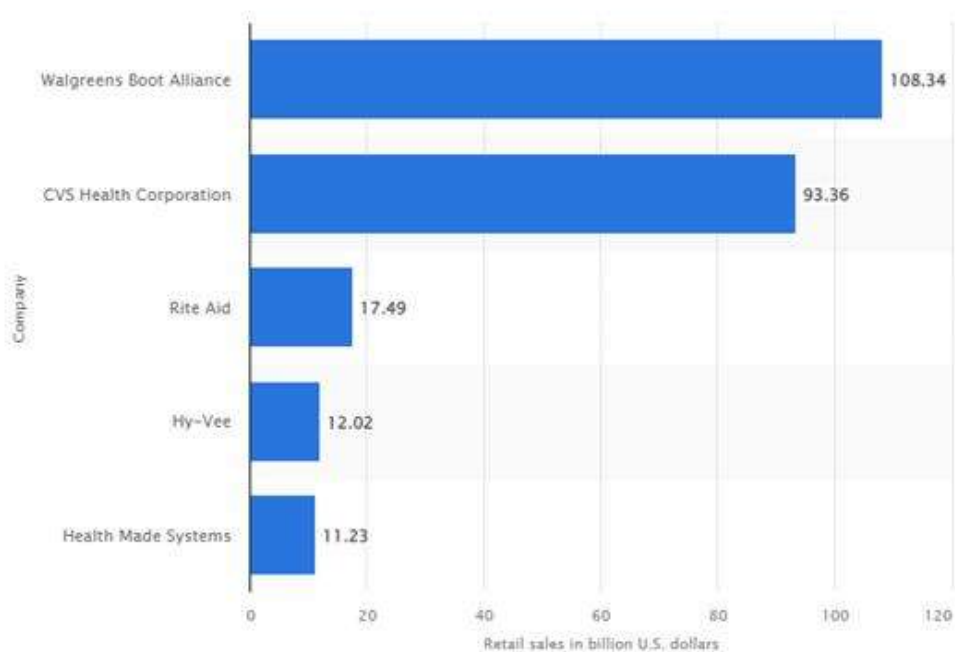
- 2021년 1위를 기록한 드러그스토어 유통채널은 Walgreens Boot Alliance로, 소매 매출액은 1,083억 4,000달러를 기록함
- 이어서 2위를 기록한 드러그스토어 유통채널은 CVS Health Corporation으로, 소매 매출액은 933억 6,000달러를 기록함
- 3위, 4위, 5위는 각각 Rite Aid, Hy-Vee, Health Made Systems가 차지했으며, 2021년 기준 매출액은 각각 174억 9,000달러, 120억 2,000달러, 112억 3,000달러를 기록함



그림 1

2021년 미국 소매 매출액 기준 드러그스토어 유통채널 순위

(단위: 십억 달러)



자료: Statista(2022)

미국 온라인 유통채널 개요

미국 온라인 유통채널에서는 다양한 형태의 온라인 플랫폼이 등장하며 새로운 전자상거래 시장이 형성되고 있음

- 최근 식품업계는 소비자에게 직접 판매하는 D2C 플랫폼에 주목하고 있음

* D2C: Direct to Consumer

* 네슬레, 유니레버, 퍼듀 팜(Perdue Farm) 등 대형 식품업체들을 비롯해 유기농 전문 에덴 푸드(Eden Foods)까지도 독자적으로 D2C 플랫폼을 구축하거나 테스트 중

한편, 미국 온라인 식품 판매 전자상거래 주요 플랫폼 유형은 다음과 같음

- 주요 플랫폼 유형에는 종합 플랫폼, 식품 전문 플랫폼, 구매대행 플랫폼, 지원 플랫폼 등이 있음



표 1

미국 온라인 식품 판매 주요 플랫폼 유형

유형	정의	대표 업체 사이트
종합 플랫폼	자체 판매와 제3자 셀러 판매가 합쳐진 온라인 상거래 플랫폼을 의미 - 제3자 셀러 입점 중개형 플랫폼은 e-마켓플레이스로 불림	amazon.com walmart.com kroger.com
식품 전문 플랫폼	전문적으로 식품만 취급하는 플랫폼 - 배달은 직접 혹은 택배회사를 이용함	freshdirect.com farmsteadapp.com imperfectfoods.com thrivemarket.com
구매대행 플랫폼	식품의 경우 쇼퍼가 대신 구매하고 배달하는 플랫폼 - 파트너십을 맺은 소매업체에서만 이용 가능	instacart.com shipt.com
지원 플랫폼	판매자의 온라인 상거래를 지원하는 플랫폼 툴 제공	shopify.com facebook.com mercato.com

자료: KATI

① 종합 플랫폼

종합플랫폼이란 자체 판매와 제3자 셀러 판매가 합쳐진 온라인 전자상거래 플랫폼을 의미함

- 식품 관련 부문에서는 월마트, 아마존, 크로거, 타겟이 대표적인 기업

아마존은 아마존 프레시(Amazon Fresh), 홀푸드마켓(Whole Foods Market) 등 제3자 셀러를 통해서 식품을 판매함

- 아마존 프라임은 연간 119달러의 유료 구독 서비스로, 보통 2시간 이내에 식품을 무료로 배송해줌

월마트는 종합 플랫폼을 통해서 식품을 판매함

- 유료 구독 서비스인 월마트 플러스는 연회비 98달러를 지불하면 최소 주문 금액 없이 무제한으로 당일, 익일, 혹은 2일 이내 무료 배송서비스를 제공함

크로거는 전자상거래 기업 미라클(Mirakl)과 파트너십을 맺어서 런칭함

- 크로거 쉽(Kroger Ship)을 통해서 제3자 셀러 제품이 판매됨
- 배송은 매장에서 직접 하는 크로거 딜리버리와 풀필먼트 센터를 통해서 배송하는 크로거 쉽으로 구분됨

타겟은 가정용품, 스포츠용품 등 온라인 판매 확대를 위해서 '타겟 플러스(Target+)'를 런칭함

② 식품 전문 플랫폼

식품 전문 플랫폼은 식품만 전문적으로 취급하는 플랫폼을 의미함

- 대표적인 기업으로는 프레시디렉트, 팜스테드, 임퍼펙트 푸드, 스라이브 마켓 등이 있음

1999년 설립된 프리시디렉트는 20년 넘게 미국 동부지역 중심으로 운영되고 있음

- 건강과 친환경을 콘셉트로 운영하고 있으며, 유기농과 로컬푸드 제품 비중이 높고 자체 브랜드 제품도 500여 개 이상임
- 생활용품, 애완동물용품도 판매하며 제품 카테고리를 확장해나가고 있음

2016년부터 팜스테드는 로컬 농산물을 중간 유통과정 없이 100% 직매입해서 판매하고 있음

유기농, 친환경 식품만 취급하는 스라이브 마켓은 회원제로 운영됨

③ 구매대행 플랫폼

구매대행 플랫폼은 고객의 온라인 주문을 구매부터 배송까지 원스톱으로 대행하는 서비스를 의미함

- 식품 구매대행은 쇼퍼가 대신 장을 봐주고 배달해주는 온디맨드 서비스로, 인스타카트, 쉽트가 대표적인 기업
- 해당 플랫폼의 장점은 물류창고, 재고, 배달 차량 없이 운영해 리스크가 적다는 것이며, 파트너십을 맺은 소매업체만 서비스가 제공됨

2012년 설립된 인스타카트는 600여 개 소매업체와 파트너십을 맺어 5,500개 이상의 도시에서 서비스를 제공하고 있음

- 운영방식은 인스타카트 웹사이트에 소매업체가 자사 품목의 가격, 프로모션 등을 관리하며, 소비자는 원하는 소매업체를 선택해서 주문하는 방식
- 배송비는 35달러 이상 주문 시, 3.99달러이며 1시간 안에 배송됨
 - * 익스프레스 회원의 경우 연간 99달러 비용으로 35달러 이상 주문 시, 1시간 내 무료 배송 서비스를 받을 수 있음
- 최근에는 '우선 배송(Priority Delivery)' 서비스를 출시했는데, 이는 30분 안에 식품을 배달해주는 서비스를 의미함. 대도시 200여 곳에 픽업 서비스도 제공함

쉽트는 기존의 사업도 독립적으로 운영하며, 타겟의 식품 당일 배송을 담당함

- 운영방식은 인스타카트와 유사하며 식품뿐만 아니라 가정용품, 사무용품, 스포츠용품, 애완동물용품 등 구매대행 품목을 확장해가고 있음
- 쉽트 회원비는 연간 99달러이며, 35달러 이상 주문 시 당일 무료 배송됨
 - * 35달러 미만이면, 회원이라도 7달러의 배송비를 부과함
- 비회원도 당일 배송 서비스를 이용할 수 있는 '쉽트 패스(Shipt Pass)'를 출시함
 - * 패스 가격은 1회 10달러이며, 3회 27달러, 5회 40달러. 해당 패스의 도입으로 신규 고객이 25% 증가함

④ 지원 플랫폼

지원 플랫폼은 판매자가 직접 웹사이트를 만들 수 있도록 플랫폼 툴을 지원하는 것을 의미함

- 쇼피파이, 페이스북 숍 등이 대표적인 업체
- 메르카토는 마켓플레이스도 운영하고 있으며, 플랫폼 툴도 제공하고 있음

Incisiv에 의하면, 2020년 미국 온라인 식품 구매 채널 중에서 '구매대행 플랫폼'이 47%로 가장 높은 비중을 나타내며 1위를 기록함

- 이어서 식품 소매업체 웹사이트, 아마존은 각각 동일하게 23%의 비중을 차지함
 - * 이는 구매대행 플랫폼의 장보기 대행 서비스의 편리함, 매장 방문 기피 현상의 가중으로 이용률이 급증한 것으로 분석됨
 - * 미국 구매대행 플랫폼의 대표적인 기업인 인스타카트는 팬데믹 이후 급성장한 온라인 유통채널 시장에서 온라인 쇼핑 시스템을 구축하지 못한 식료품점을 지원하면서 미국 최대의 식품 배달 업체로 성장한 것으로 보임



그림 1

2020년 미국 온라인 식품 판매 플랫폼 시장 점유율 현황

(단위: %)



자료: Incisiv

미국 전자상거래 업체 매출 순위

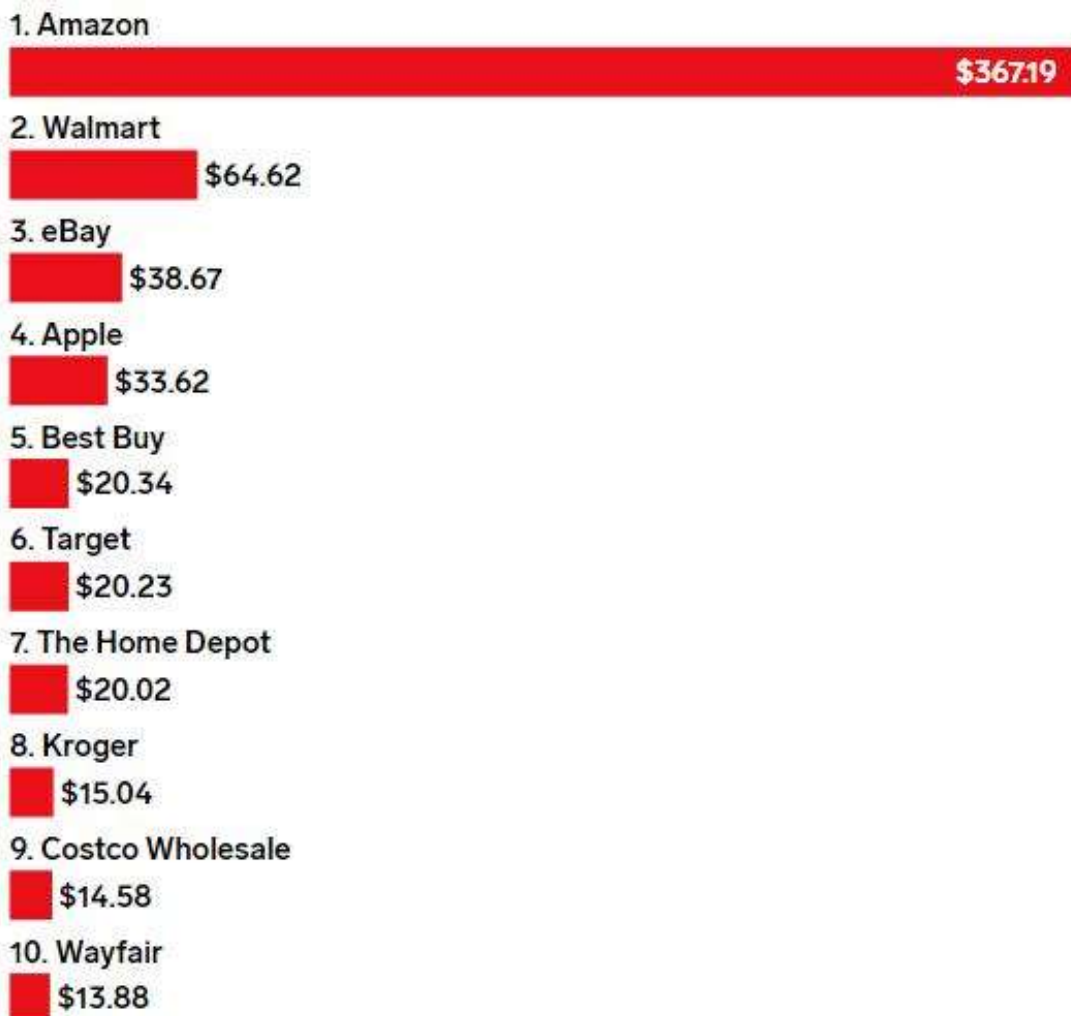
2021년 매출액 기준 미국 전자상거래 기업 1위는 아마존으로, 2021년 2월 eMarketer 자료 기준 매출액 3,671억 9,000만 달러를 기록함

- 이어서 2위를 기록한 기업은 Walmart로 매출액은 646억 2,000만 달러를 기록하였으며, 1위를 기록한 아마존과의 매출격차가 많이 나는 것으로 조사됨
- 3, 4, 5위를 기록한 기업은 각각 e-Bay, Apple, Best Buy
- 6위를 기록한 Target 전자상거래 기업 매출액은 202억 3,000만 달러이며, 8위를 기록한 Kroger 전자상거래 기업 매출액은 150억 4,000만 달러를 기록함



그림 1 미국 전자상거래 기업 매출 순위(2021년)

(단위: 십억 달러)



자료: eMarketer, 2021.02

02

유통업체 분석

주요 드러그스토어 유통채널인 Walgreens Boot Alliance, CVS Health Corporation과 주요 온라인 유통채널인 Amazon, Walmart를 분석함

Walgreens Boot Alliance, Inc.



- Walgreens Boots Alliance, Inc.는 미국-영국-스위스 지주 회사로 일리노이주 디어필드에 본사를 두고 있음
- 소매 약국 체인인 Walgreens and Boots와 여러 제약 제조 및 유통회사를 소유하고 있음

기업정보	소재지	Deerfield, Illinois, U.S.
	설립연도	2014년
	점포 수	미국에서 8,965개 드러그스토어 운영(2022년 8월 홈페이지 기준)
	매출액	1,325억 달러(2021년 기준)
	대표전화	+81-432126000
	홈페이지	https://www.walgreensbootsalliance.com/

자료: D&B Hoovers

CVS Health Corporation



- CVS 헬스 코퍼레이션은 리테일 약국 체인점 CVS pharmacy를 소유하고 있는 미국의 의료 기업
- 기업 본사는 미국 로드아일랜드주 운소켓에 위치함

기업정보	소재지	Woonsocket, Rhode Island, United States
	설립연도	1963년
	점포 수	약 9,900개의 소매 및 전문 약국을 운영
	매출액	2,921억 달러(2021년 12월 31일 회계연도 기준)
	대표전화	+1-401-765-1500
	홈페이지	www.cvshealth.com

자료: D&B Hoovers

Amazon.com, Inc.



- 아마존은 전자상거래와 아마존 웹 서비스라는 이름의 클라우드 컴퓨팅 서비스를 제공하고 있는 미국 기업
- 1994년 인터넷에 책을 판매하는 아이디어로 제프 베조스가 워싱턴에서 설립함
- 글로벌 최초로 전자상거래 서비스를 만든 기업들 중 하나
- 주요 품목은 식료품, 가정용품, 스포츠용품, 유아용품, 개인생활용품, 캠핑용품, 의류, 신발, 책, 영화, 음악 게임 등

기업정보	소재지	Seattle, Washington, United States
	설립연도	1994년
	매출액	4,698억 2,000만 달러(2022년 1월 1일 회계연도 기준)
	대표전화	+1-206-266-1000
	홈페이지	www.amazon.com

자료: D&B Hoovers

Walmart Inc.



- 월마트 주식회사는 미국에 본사를 둔 유통업체
- 약 2,300만 명의 직원을 보유
- 월마트는 식료품, 일반 상품을 판매하고 있음
- 3,945개의 월마트 매장과 600개의 샘스클럽 회원 전용 할인 매장을 포함하여 약 5,340개의 매장을 운영
- 미국 시장에서 월마트 회사 매출의 약 80% 이상이 발생함

기업정보	소재지	Bentonville, Arkansas, United States
	설립연도	1945년
	점포 수	약 5,340개 매장 보유
	매출액	약 5,700억 달러(2022년 1월 31일 회계연도 기준)
	대표전화	+1-479-273-4000
	홈페이지	corporate.walmart.com

자료: D&B Hoovers

IV

통관 및 제도



01 통관 및 검역

한국 수출 통관 절차

출항 전 보고

관세법상 수출이란, '내국물품을 외국으로 반출하는 것'을 의미함. 즉, 국내에서 외국으로 물품 및 서비스를 이동하는 것을 말하며, 크게 정식 수출신고와 목록통관으로 구분됨

수출신고 서류 준비

① 정식 수출신고:

목록통관절차 적용 대상 이외 물품의 수출

② 목록통관:

- 개인용품, 무역통계에 반영되지 않는 물품 또는 관세 환급 대상이 아닌 물품으로 정식통관절차를 필요로 하지 않는 예외적인 물품의 수출 절차
- 목록통관은 일반적인 특송 업체 또는 우체국 EMS를 통해 외국으로 반출하는 절차임
- 대상은 일반 환급 대상이 아닌 물품으로, FOB 가격이 200만 원 이하의 물품을 의미하며 카탈로그, 서류, 외교행낭 물품 등이 있음

③ 전자상거래 간이수출신고: 정식 수출신고로, 전자상거래를 위해 간소한 방식으로 수출신고를 할 수 있음

- FOB 200만 원 이하 물품의 수출목록을 신고서로 쉽게 변환하여 기존의 수출 신고의 어려움을 해소할 수 있음
- 해당 시스템에 따른 간이수출신고로 수출실적으로 인정하여 반품 재수입 시 관세 면제, 부가가치세 영세율 적용, 관세환급 등 혜택을 받을 수 있음

한국 수출 통관 절차도



서류 구비

수출하기 전 구비해야 하는 서류 목록은 다음과 같음

- Invoice
- Packing List
- 원산지증명서(필요 시)
- 전략물자 자가판정서(필요 시)

수출신고 전 확인 사항

- 원산지증명서 발행 여부 검토: 거래 당사자 간 계약 시
- 환급 대상 여부: 중소기업의 경우 간이 정액환급 또는 개별환급 중 유리한 환급방식 검토 및 선정
- 수출 물품의 HS CODE 검토: 정확한 수출신고에 따른 간이정액환급, 원산지증명서 등을 위한 검토
- 물품의 소재지 확인: 수출신고 예정물품의 검사를 위해 수출신고 시점의 물품 소재지 확인 필요

수출신고

- 수출 화주로부터 전달받은 Invoice, Packing List를 기반으로 수출신고서 작성 및 관세청 UNI-PASS에 전자 접수
- 접수 결과에 따라 서류심사, 현품검사 또는 자동수리(Paper Less; PL)로 통지됨

세관 심사

- 위의 수출신고 접수 결과에 따라 세관의 심사가 있을 경우 서류심사, 현품검사가 이루어짐
- 서류심사의 경우 실제 신고내용과 수출신고 근거 서류 상 일치 여부를 확인함
 - 현품검사의 경우 수출신고 물품 외 은닉 물품 여부, 신고사항과의 일치 여부 확인을 위해 신고지 또는 적재지에서 검사를 실시할 수 있음

선(기)적

수출신고가 수리된 물품은 수리일로부터 30일 이내에 외국을 왕래하는 운송 수단에 적재를 완료하여야 함. 다만, 최대 1년 이내 범위에서 적재 기간 연장이 가능함

미국 수입 통관 절차

개요

미국의 '통관' 절차는 기본적으로 소비화물신고(Consumption Entry)를 뜻하며 이는 미국 내로 수입되는 대부분의 상업용 또는 개인 사용 용도의 물품에 대한 통관 절차로 가장 기본적인 신고 절차를 뜻함
소비화물 신고는 상황에 따라 정식(Formal) 또는 약식(Informal) 통관으로 분류됨

통관 종류

① 약식통관(Informal Entry)

항공, 해상 또는 우편 화물로 미국에 들어오는 제품 중 2,500달러 미만의 인보이스 가격 또는 가치(Value)의 품목 통관에 활용 가능함. 미국산 제품으로 해외로 수출되었다가 다시 미국으로 반입되는 경우도 활용 대상임. 식품 등 다른 미 정부 기관(미 식약청, 미 농림부 등)담당 및 규제가 적용되는 경우에는 약식통관이 불가능함.

② 정식통관(Formal Entry)

인보이스 가격이 2,500달러 이상이거나 수입허가 규제 품목, 국가의 세입 보호 대상 품목과 세관 행정업무 수행상 모든 수입화물에 대해서 정식통관(Formal Entry)이 요구됨. 소비 통관(Consumption Entry)은 해외에서 수입되는 물품 대부분에 적용되며 품목 분류에 따라 관세를 지불하고 세관장의 허가를 받은 후 미국 내에서 소비자에게 제품을 판매하는 경우로 가장 많이 이용됨.

미국 수입 통관 절차도



미국 수입 통관 절차

적하목록 사전제출 (24 Hour Rule)

운송업자는 전자적 방법(AMS; Automated Manifest System)을 통하여 화물이 미국에 도착하기 전, 적하목록을 CBP에 미리 제출하여야 함

운송인이 관할 세관에 제출하여야 하는 정보는 다음과 같음

- 화물에 대한 정보(품명, 상세설명, 국제적 위험품코드, 선하증권 번호 등)
- 송하인과 수하인의 인적 정보(송하인과 수하인의 이름과 주소, 부여된 ID 등)
- 운송수단과 항해에 대한 정보(선적항, 도착항, 예정도착일, 항해번호, 선명 등)

* 수입 전 사전 통지

사전 수입 통지 절차는 바이오테러리즘법(Bioterrorism Act)에 의거하여 식품통관 검역 절차를 효율적으로 수행하기 위해 시행됨. 미국 FDA를 통하여 수입하는 식품에 대한 '사전 수입 식품 통지(Prior Notice of Imported Foods)'를 하도록 규정하고 있음. 해당 사전 식품 수입 통지는 미국식품의약국 행정업무 페이지(www.access.fda.gov)를 통하여 PNSI(Prior Notice System Interface) 접속 후, FDA에서 제시하는 가이드 및 절차에 따라 사전 통지 절차를 수행하면 됨. 사전 통지 절차의 경우 어떤 운송수단을 사용하는지에 따라 제출 기한이 다르므로 해당 기간 내에 제출해야 함. 해당 절차는 당사자가 직접 사전 수입 식품 통지를 제출하거나 대리인을 통해 제출할 수 있음

기간

- 도로운송을 통해 수입되는 경우: 도착 2시간 전
- 철도운송을 통해 수입되는 경우: 도착 4시간 전
- 항공운송을 통해 수입되는 경우: 도착 4시간 전
- 해상운송을 통해 수입되는 경우: 도착 8시간 전

필요 정보

- 수입업체 정보(업체명, 주소)
- 운송정보(선하증권 또는 항공화물운송장 등 적절한 운송정보)
- 출발 국가 정보
- 제품 정보(제품 일반명 또는 시장명, 패키징 및 수량 정보)
- 제조사 정보(식품 제조시설 등록번호)
- 수출업체 정보
- 최종 수취인 정보

물품 신고

수입물품의 화주 및 그 대리인(통관 대리인, 관세사)은 미국 통관항에 도착한 날로부터 15영업 일 이내에 물품 신고를 하여야 함. 미국 통관항 도착 후 15영업 일 이내에 신고 및 서류가 제출되지 아니하는 때에는 CBP 관리 하의 창고에 보관됨. 물품 신고 방식은 서면 신청서를 세관에 제출하는 방식과 통관자동화시스템(AMS) 또는 관세사 전용 인터페이스(ABI)를 통해 전송하는 방식이 있음.

수입통관 시 제출 서류

- 적하목록 (CBP form 7533)
- 물품신고서 (CBP form 3461)
- 통관할 수 있는 권리의 증명서
- 상업송장(Commercial Invoice) → 제출 불가능한 경우 견적송장(Pro Forma Invoice)
- 포장명세서 (Packing List)
- 기타 물품반출 허가를 위하여 세관장이 요구하는 서류

물품 및 서류검사

모든 수입 물품에 대하여 검사를 하는 것은 아니며, 신고된 물품 중 CBP의 ATS(Automated Targeting System) 내에서의 일정 기준에 따라 고위험군으로 판정되는 화물 또는 기타 법(ex: 식품안전법)에 의하여 검사가 요구되는 화물을 선별하여 실물검사 또는 서류검사 실시

물품신고 후 반출 허가 전, 세관 당국은 CBP에 의해 검사할 물품 및 수량을 지정함

검사 항목으로는 물품의 원산지, 라벨 표시 여부, 수입 금지된 물품의 유무, 물품이 송장에 정확하게 기입되었는지 여부 등이 있음

보증서(Custom s Bonds) 제공

수입자는 통관 시에 부과될 모든 관세, 조세 및 각종 비용의 납부를 담보하기 위하여 세관에 보증서(Bonds)를 제공함

일반적으로 미국 재무부가 정하는 보험회사에서 발행하는 보증증서를 제공함.

- 일회성 보증서(Single Bonds): 한 번의 물품 신고에 대하여 제공되는 보증
- 계속성 보증서(Continuous Bonds): 수입 횟수와 관계없이 유효기간 1년 내의 수입 건에 대하여 포괄적으로 제공되는 보증

납세 신고 (Entry Summary) 및 예정 관세액 납부

① 납세신고

지정된 세관 보세구역에 반입된 날로부터 10영업일 이내에 수입 물품의 화주 및 그 대리인(통관 대리인, 관세사)이 납세신고를 진행해야 함

제출 서류

- 납세신고서(CBP form 7501)
- 물품의 반출이 허가된 후에 수입자 또는 대리인에게 반송된 통관 관련 서류
- 상업송장 등 관세를 책정하는 데 필요한 모든 자료

물품신고 및 납세신고는 모두 ABI(Automated Broker Interface: 관세사 등 대리인에 의한 데이터 전송)를 통해 전자적 방법으로 제출 가능

수입자가 물품신고와 납세신고에 필요한 정보를 기재한 상업송장(Invoice)을 관세사 등에 송부하면 ABI를 통해 CBP에 해당 데이터가 송신됨

현재 AMS 및 ABI를 대신하는 새로운 시스템인 ACE(Automated Commercial Environment: 자동무역 유통 시스템)이 도입되어, 납세신고에 이용됨

② 예정 관세액 납부

수입자는 납세신고서를 제출하는 때에 자율적으로 세 번 분류, 과세 가격, 관세액을 결정하여 예정 관세액을 납부함

물품 반출 및 관세의 확정

① 물품 반출

수입자 등에 의해 작성된 납세신고에 대한 검사 생략(Paperless)이 있는 경우 납세신고서가 처리되고 예정 관세액을 납부 및 물품 반출

② 사후심사

신고된 품목분류, 과세가격, 납부세액, FTA 원산지 증명 등에 대한 사후심사. 필요 시 추가 정보 요청 등을 할 수 있음

③ 확정관세액 납부

수입자가 산정하여 납부한 관세액과 세관에서 심사한 결과 납부하여야 할 관세액을 비교하여 초과 납부액을 환급하고 부족 납부액을 징수

원칙적으로 납세신고서를 제출한 날로부터 1년 이내임

02 인증

FDA 식품 시설등록(강제)

1. 개요

2002년 발효된 바이오테러리즘법(Bioterrorism Act)은 미국 내에서 식품을 제조하는 제조시설과 외국에서 식품을 제조하여 미국으로 수출하는 해외 제조시설 모두에게 등록 의무를 부과하고 있음. 이에 따라 미국으로 식품을 수출하고자 하는 국내 제조업체는 미국 식품의약국(FDA)을 통해 식품 제조시설 등록 절차를 필수적으로 진행해야 함. 식품 제조시설 등록 신청은 2019년까지 온라인과 서면을 통해 가능하였으나 2020년 1월 4일부터 온라인을 통해서만 등록 신청을 진행하도록 규정이 변경됨. 따라서 등록을 수행하고자 하는 국내 식품 제조업체의 경우 온라인 페이지를 통하여 등록 신청을 진행해야 함

2. 대상 품목

아래 규제에 해당되는 식품을 취급하는 시설은 반드시 등록해야 함

- 건강보조식품 및 건강보조식품 재료
- 영아용 조제분유
- 음료(알코올 음료 및 병물 포함)
- 과일 및 채소
- 생선 및 해산물
- 유제품 및 달걀
- 식품이나 식품의 일부 성분으로 사용하기 위한 가공되지 않은 농산물
- 통조림 식품 및 냉동식품
- 베이커리제품, 스낵 및 캔디 (껌 포함)
- 살아있는 식용동물
- 사료

3. 인증 절차

1) 식품 시설등록(FFR: Food Facility Registration)

시설등록은 해당 시설을 담당하는 소유, 운영자, 에이전트 혹은 이들에게 권한을 위임받은 개인이 진행할 수 있음

해외 시설의 경우는 반드시 미국 내에서 거주하거나 사업체가 실질적으로 미국 내에 있는 에이전트를 지정해야 함. FDA와 시설 간의 연락을 위해 에이전트가 필요하며 미국 내 에이전트가 시설등록을 진행할 수도 있음

FDA에 등록한 시설은 2년(짝수년도)마다 10월 1일~12월 31일 사이 재등록을 해야 하며 재등록 기간에 연장하지 않은 시설은 만료 시설, 등록하지 않은 시설로 간주됨

2) 시설등록 방법

FDA의 서식 FDA 3537을 통해 온라인 등록(www.fda.gov/furls), 재등록 혹은 업데이트를 진행할 수 있음

온라인 등록에 관한 문의 사항은 아래의 지원센터에 연락하면 도움을 받을 수 있음.

- 전화: 미국 국내 1-800-216-7331 or 240-247-8804 / 해외 240-247-8804
- 팩스: 301-436-2804
- 이메일: Furls@fda.gov

3) 등록 확인

FDA는 시설등록을 완료한 시설에 대해 등록 검증 과정을 거친 후 등록번호(Registration Number)를 배정함

국내외 시설들은 FDA 시설등록 시 반드시 FDA가 인정하는 고유시설식별번호(UFI)를 제출해야 함. 시설등록이 완료되면 FDA는 제출된 UFI와 연결된 주소가 시설등록 시 기재한 주소와 동일한지 검증함. FDA 등록번호는 FDA가 UFI 관련 내용이 검증될 때까지 발급하지 않음.

4) 미국 내 에이전트 검증 과정

FDA는 해외 시설이 지정한 미국 내 에이전트가 해당 시설의 에이전트가 되는 것을 동의했다는 것을 검증함. 미국 내 에이전트의 검증이 마칠 때까지 시설등록 및 재등록에 관한 확인 혹은 등록번호 확인은 진행되지 않음

FDA는 미국 내 에이전트에게 검증 요청에 대한 답변 기간을 30일 주며 해당 기간 내로 답변이 없는 경우 등록, 재등록 혹은 업데이트된 내용은 데이터베이스에서 모두 삭제되며 다시 제출해야 함

4. 제출 서류

FDA 시설등록에 필요한 정보는 다음과 같음

- 시설명, 주소, 전화번호
- 2020년 10월 1일부터는 FDA가 인정하는 시설의 고유시설식별번호 (Unique facility identifier-UFI)
- 선호하는 시설 주소(시설의 주소와 다른 경우)
- 모회사 이름, 주소 및 전화번호(해당하는 경우)
- 시설 담당자 이메일 주소. 해외 시설의 경우, 시설의 미국 내 에이전트의 이름, 주소, 전화번호 및 이메일 주소
- 비상시 전화번호 및 이메일 주소. 국내 시설의 경우, 담당자와 비상시 담당자가 다를 경우 이메일 주소만 필요함
- 시설을 담당하는 소유주, 운영자 혹은 에이전트의 이름, 주소, 전화번호 및 이메일 주소
- 시설이 사용하는 모든 상표명
- 등록 서식에 적혀 있는 해당하는 식품 카테고리
- 해당하는 각 식품 카테고리에 대한 시설에서 수행된 활동 유형
- FDA의 시설 점검을 허가할 것이라는 보증
- 제출한 정보가 사실이고 정확하며 기재자의 기재 권한을 허가한다는 증명서

03 라벨링

미국 라벨링 새로운 규제 적용

① 개요

2016년 결정 이후 연기와 개정을 반복하던 미국 FDA의 새로운 식품 라벨링 규제가 2021년 6월 30일부로 유예 기간을 모두 종료함. 이에 따라 2021년 7월부터는 기업의 매출규모 혹은 제품 종류에 관계없이 모든 기업은 해당 규정을 적용받게 됨

- 미국에 식품을 수출하는 국내 우리 기업들도 동일한 적용을 받기 때문에 향후 철저한 규제의 준수가 요구되고 있음

② 경과

미국 새로운 식품 라벨링 규정은 2016년 결정되고 한 차례 연장을 거쳐 2020년 1월 1일부터 발효됨

- 하지만 그간 기업 매출규모나 특성에 따라서 적용 시기에 다소 차이가 있었음
 - * 연간 식품 매출 규모가 1,000만 달러 이상인 기업의 경우, 2020년 1월 1일부터 새로운 규제가 적용됨
 - * 연간 식품 매출 규모가 1,000만 달러 미만인 기업의 경우, 첫 발효일로부터 1년 뒤인 2021년 1월 1일부터 적용됨

다만, FDA에서는 코로나19 팬데믹으로 인해서 많은 식품 생산기업들이 어려움을 겪었기 때문에 새로운 라벨링 준수에 시간이 더 필요하다는 점을 인지하여, 현재로서는 규제 위반 단속에 초점을 맞추기보다 식품 생산기업들의 원활한 규제 준수를 위한 협력 및 지원에 더욱 집중하고 있음

③ 주요 변경사항 및 특징

기존 라벨의 상징적인 구성은 그대로 유지하되, 영양 성분표의 핵심 구성요소인 '칼로리' 및 '1회 제공량' 글자 표기는 전보다 훨씬 글자크기를 크고 진하게 강조해서 소비자들이 더욱 쉽게 식별할 수 있도록 변경함

또한, 라벨 하단의 비타민, 칼슘 등 성분 표기에도 일부 변화가 생겨 '1일 영양 성분 기준치 비율(% Daily Value, %DV)' 뿐만 아니라, '실제 함유량(Actual amount)'도 함께 표기해야 함

- 소비자 이해를 높이기 위해서 라벨 가장 하단부에는 각주(Footnote)에서 1일 영양 성분 기준치 비율(%DV)에 대한 설명을 새롭게 추가함

다음으로 영양소(Nutrient) 표기에 대한 업데이트를 들 수 있음

- 가장 큰 변화는 '첨가당(Added Sugars)' 표기가 새로 도입됐다는 점
 - * 첨가당이란 식품 가공 및 포장 시 추가적으로 첨가되는 설탕인 시럽, 꿀, 농축과즙 등에 함유된 설탕된 포함한 성분을 의미하며, 식품 패키지에 동봉된 각설탕 등도 이에 포함됨

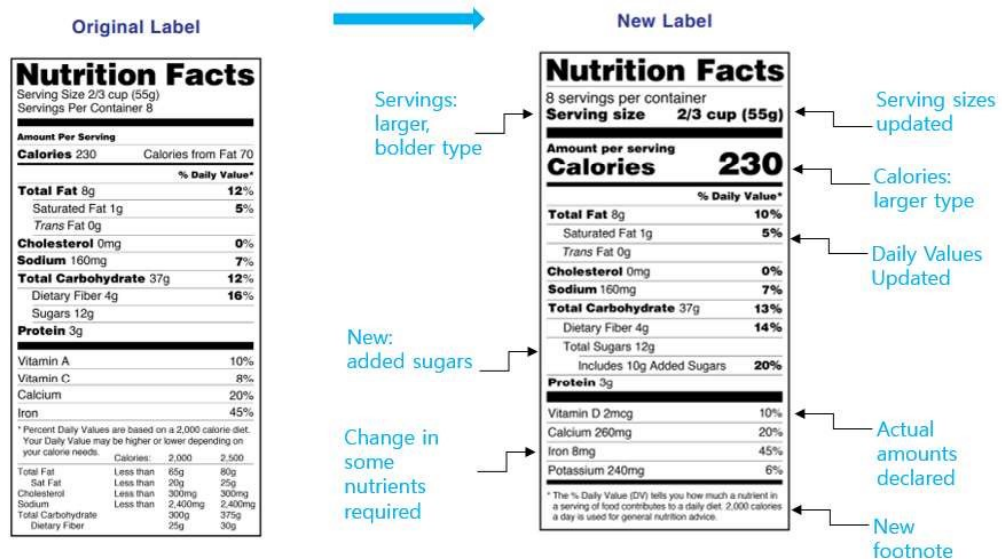
그리고 기존에는 칼슘, 철분, 비타민A와 비타민C가 필수 표기 성분이었으나, 새로운 라벨에서는 비타민A와 C가 필수 표기 성분에서 제외됨

- 대신 비타민 D와 칼륨이 새롭게 필수 표기 성분으로 포함됨
 - * 필수 표기에서 제외된 비타민 A·C를 포함한 기타 비타민과 기타 미네랄 성분의 함유량에 대해서는 자발적인 표기가 가능함



그림 1

FDA 식품 영양 성분표 라벨 신(우), 구(좌) 변화 비교



자료: FDA

미국 카라멜 제품 라벨링 예시



그림 1 미국 씨슬트 카라멜 제품 라벨링 예시

Nutrition Facts	
About 9 servings per container	
Serving size	3 piece (36g)
Amount Per Serving	
Calories	130
% Daily Value*	
Total Fat 6g	8%
Saturated Fat 3.5g	18%
Trans Fat 0g	
Cholesterol 15mg	5%
Sodium 85mg	4%
Total Carbohydrate 21g	8%
Dietary Fiber 0g	0%
Total Sugars 15g	
Includes 14g Added Sugars	28%
Protein 0g	
Vitamin D 0mcg	0%
Calcium 30mg	2%
Iron 0mg	0%
Potassium 0mg	0%
*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 as a general guide.	
INGREDIENTS: CORN SYRUP, SWEETENED CONDENSED MILK, HEAVY CREAM, INVERT SUGAR, BUTTER, BROWN SUGAR, SUGAR, NATURAL FLAVOR, SEA SALT, SOY LECITHIN	
CONTAINS: MILK, SOY	
MANUFACTURED IN A FACILITY THAT ALSO PROCESSES: WHEAT, ALMOND, CASHEW, PECAN, MACADAMIA NUT	

Servings:
larger,
bolder typeServing sizes
updatedCalories:
larger typeDaily Values
UpdatedNew:
added sugarsChange in
some
nutrients
requiredActual
amounts
declaredNew
footnote

자료: 아마존, 2022.08.

V

시사점



간장의 맛 강조

지원기업 제품은 카라멜 중에서도 쉐티드 카라멜에 속하지만, 간장의 풍미를 가미했다는 점을 강조해야 함. 미국 소비자들에게 간장은 이미 친숙한 식재료이지만, 이러한 간장의 풍미와 맛의 깊이에 대해 인지하지 못하는 경우가 대부분임. 그러므로 간장의 풍미를 강조할 뿐만 아니라 여기에 고메 버터를 가했다는 점을 강조하여 소비자들의 호기심을 불러일으키는 홍보 전략을 취해야 함

제품에 스토리텔링을 부여하는 전략이 일반적이는데, 여기에서는 간장에 스토리텔링을 부여하는 전략을 취해야 함. 간장의 제조 과정과 신선한 재료 및 물을 사용했다는 점을 부각시키고 이를 통해 이국적이면서도 신선한 재료가 주는 느낌의 마케팅이 필요함

팝업스토어 개설

미국에서는 카라멜 전문 매장이 있을 정도로 디저트에 관한 소비자들의 관심이 높은 편임. 이러한 캔디류 전문 매장 및 마케팅을 벤치마킹해서 주요 매장이나 쇼핑몰에 팝업스토어를 개설하는 방법을 검토해볼 수 있음. 팝업스토어를 통해 제품의 맛을 알리고 브랜드 인지도를 제고하는 한편, 소비자들의 반응을 수집하여 이러한 피드백을 바탕으로 본격적인 미국 시장 진출 전략을 수립할 수 있음

주요 유통매장은 슈퍼마켓 및 디저트 전문점을 추천함 함. TV광고와 함께 SNS 및 동영상을 활용한 홍보가 적극적으로 동반되어야 하며, 한인마트를 발판으로 슈퍼마켓에 진출하는 단계별 전략도 고려할만함

참고문헌



□ 참고 사이트

1. Euromonitor International
2. ITC
3. KATI
4. FDA
- 5 . www.haribo.com/en
- 6 . us.mentos.com
- 7 . shop.hersheys.com
8. www.sweetartscandy.com
9. www.ferrarausa.com
10. www.werthers-original.us/en/home
11. www.amazon.com
- 12, D&B Hoovers
13. Statista

수출기업 맞춤형 조사

발행 겸 편집 aT 한국농수산물유통공사

발행 일자 2022. 11

- 본 보고서 내용의 전부 또는 일부에 대한 무단전재 및 재배포는 저작권법에 의하여 금지되어 있습니다.
- 본문 내용 중 문의사항이나 개선할 사항에 대해서는 aT 한국농수산물유통공사로 연락 하여 주시기 바랍니다.