

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202311-20
품목 | 상추차(Lettuce Tea)
HS CODE | 2009.89-2000
국가 | 미국(U.S.A)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 미국 즉석 커피 및 차 음료 시장규모	06
2. 미국 즉석 차 음료 시장규모	07
3. 미국 상추차 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 미국 상추차 판매 브랜드 소수	11
2. 주로 '카모마일' 등 허브 성분 함유	12
3. '수면에 도움' 및 '긴장이완' 효능 강조	13
4. '유기농품', '무카페인' 키워드로 홍보	14

IV. 유통채널

1. 미국 상추차 유통채널 점유율	16
2. 미국 상추차 주요 유통채널	17

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 미국 상추차 통관 및 검역 절차	29
2. 미국 상추차 품질 인증	32
3. 미국 상추차 라벨링	36
4. 미국 상추차 성분 및 유해물질	43

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 복수마켓(Bokksu Market)	47
2. 월마트(Walmart)	49
3. 타깃(Target)	51

VII. 시사점

1. 시사점	54
--------	----

※ 참고문헌	56
--------	----



HS CODE : 2009.89-2000

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

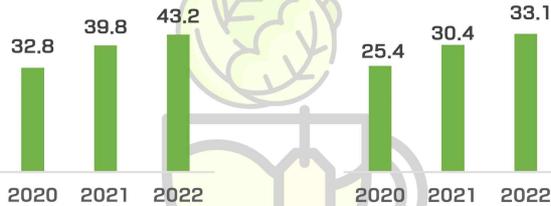
SUMMARY

미국 상추차 시장

시장 현황

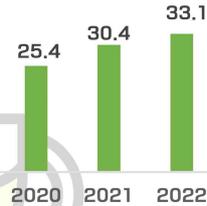
즉석 커피 및 차 시장규모

단위 : 십억 달러



즉석 차 시장규모

단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2009.89 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

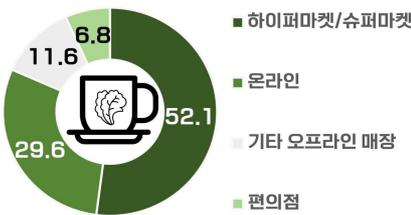
빅데이터 분석



* 미국 온라인 쇼핑몰 686건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
협정세율: 0%
기본세율: 리터당 0.2센트

사전 준비
식품 시설등록
수입식품 사전신고
FDA 등록 必

권장 인증



라벨링 유의사항

필수 표기사항
영어 표기 必

제품명, 순중량, 제조자, 포장업체, 유통업체의 정보, 성분 리스트, 알레르겐 성분, 영양성분표, 원액 함유 비율, 원산지 등

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

소비자 인식 상추차 제품의 락투신 성분에 대한 인식 및 인지도는 낮은 편이나, 기타 수면 개선 기능을 보유한 성분 및 제품들에 대한 인식은 높은 편임

제품 트렌드 RTD 차 관련 트렌드로는 유기농 및 천연 재료에 대한 수요 증가 및 휴식 및 수면 개선과 기능적인 음료에 대한 수요 증가가 있음

제품 타깃층 건강에 민감하고, 바쁜 생활을 영위하는 밀레니얼 세대 및 중장년층을 타깃층으로 설정하는 것을 권장함

Point 02.

제품 홍보 수단 건강 관련 인플루언서와의 협업 및 관련 웹사이트를 통해 제품의 성분과 기능을 소개하는 디지털 마케팅을 추천함

경쟁사 판매 전략 편의성을 보유한 제품들의 건강상의 이점 및 성분을 강조하여 기능성 제품으로 포지셔닝하고 있음

제품 피드백 제품의 가격이 합리적인 수준이며, 독특한 성분을 보유한 기능성 제품이기에 이를 증빙하는 자료들을 기반으로 판매 전략 수립을 권장함

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 미국 즉석 커피 및 차 음료 시장규모
2. 미국 즉석 차 음료 시장규모
3. 미국 상추차 수입규모

1. 미국 즉석 커피 및 차 음료 시장규모

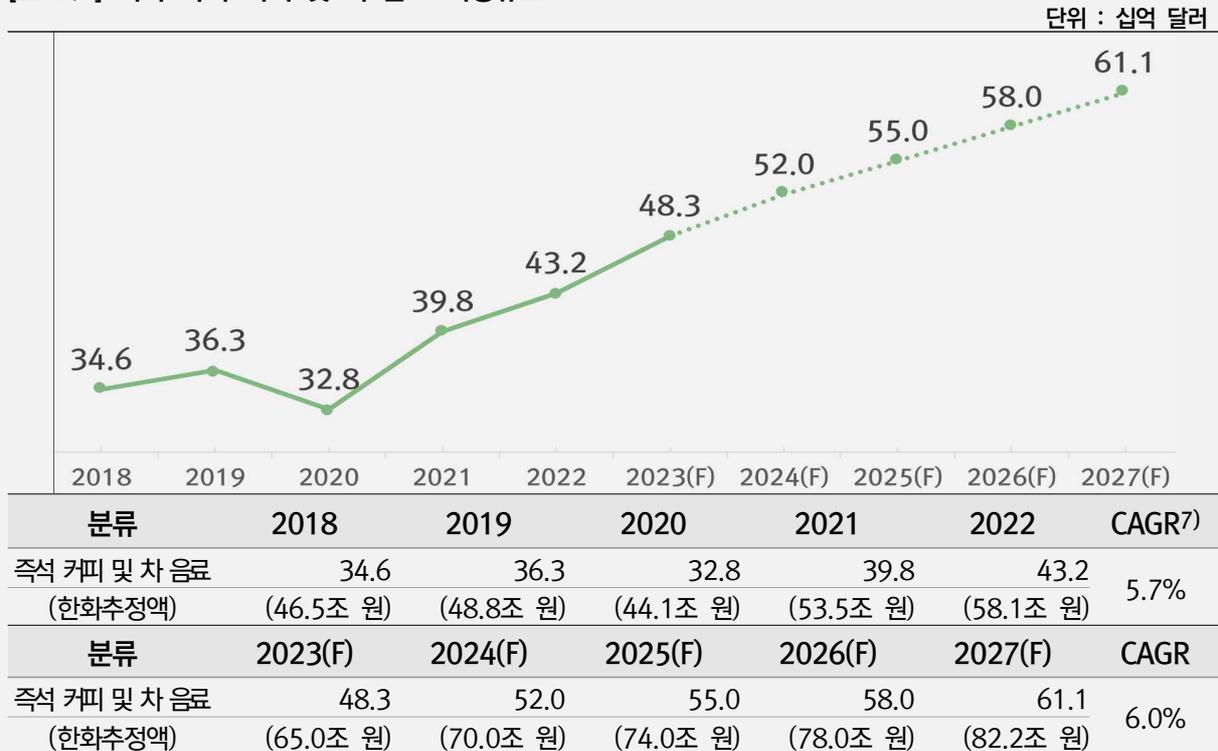
미국 국가 일반 정보¹⁾

면적	983만 km ²
인구	3억 3,329만 명
GDP	25조 351억 달러
GDP (1인당)	7만 5,180달러

▶ **미국 즉석 커피 및 차 음료 시장규모 58.1조 원, 연평균 5.7% 성장**
2022년 기준 미국 즉석 커피 및 차 음료 시장규모는 58.1조 원이며, 최근 5년(2018-22년)간 연평균성장률이 5.7%인데 비해, 2021년에는 전년 대비 21.3%의 비교적 높은 시장 성장률을 기록함

▶ **미국 즉석 커피 및 차 음료 시장규모, 향후 5년간 6.0%씩 성장 예상**
미국 즉석 커피 및 차 음료 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 6.0%씩 성장하여 2027년 82.2조 원을 기록할 것으로 예상됨. 미국 내 즉석 커피는 다양한 맛과 제품 다각화로 소비자 취향과 선호도에 따른 선택지를 제공하면서 수요가 더욱 증가함. 기능적 이점을 제공하는 커피나 비건 커피의 출시로 해당 시장은 더욱 성장할 것으로 전망됨²⁾³⁾

[표 2.1] 미국 즉석 커피 및 차 음료 시장규모⁴⁾⁵⁾⁶⁾



자료: 스태티스타(Statista)

- 1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022
- 2) 자료: 몰돌인텔리전스(Mordor Intelligence), 「미국 RTD 커피 시장 규모 및 점유율 분석 - 성장 추세 및 예측(2023~2028)」, 2022
- 3) 조사제품 '상추차'는 상추 착즙액과 사과즙을 첨가해 만든 액상차 제품임. 이에 고객사 제품의 특징을 기준으로 '즉석 차 음료'의 시장규모와 상위품목인 '즉석 커피 및 차 음료'의 시장규모를 조사함
- 4) 자료: 스태티스타(Statista), 「Ready-to-Drink (RTD) Coffee & Tea_United States」, 2023.08
- 5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 6) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
- 7) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 미국 즉석 차 음료 시장규모

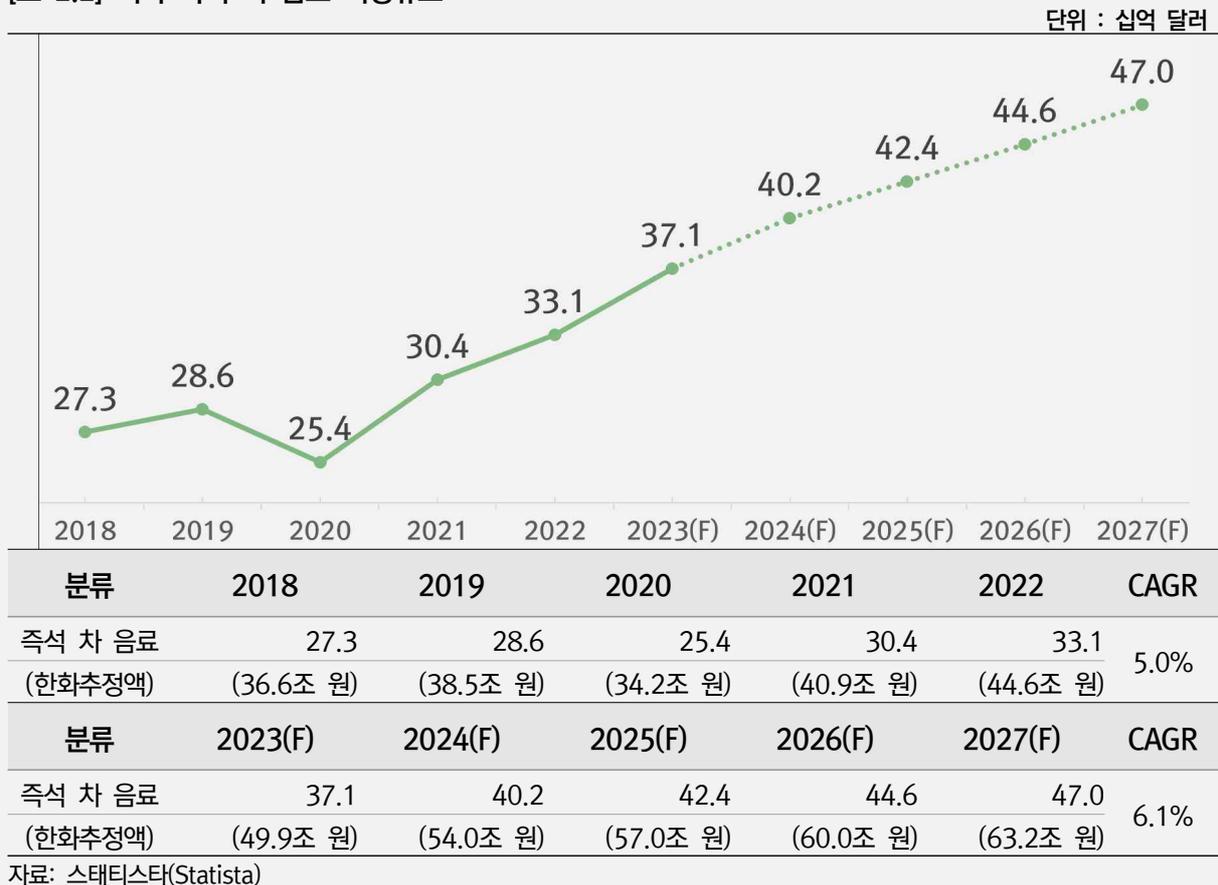
▶ 미국 즉석 차 음료 시장규모 44.6조 원, 연평균 5.0% 성장

2022년 기준 미국 즉석 차 음료 시장규모는 44.6조 원이며 최근 5년(2018-22년)간 평균 39.0조 원을 기록함. 최근 5년간 연평균 5.0% 성장한데 비해, 2020년에는 전년 대비 11.1% 하락했다가 2021년에는 전년 대비 19.5% 증가하는 등 연도에 따른 편차가 큰 편임

▶ 미국 즉석 차 음료 시장규모, 향후 5년간 6.1%씩 성장 예상

미국 즉석 차 음료 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 6.1%씩 성장하여 2027년 63.2조 원을 기록할 것으로 예상됨. 미국 내 가장 인기있는 기능성 음료는 에너지 음료와 스포츠 음료이며, 구매 의사 결정에 있어 맛보다는 소비자가 희망하는 기능 제공 여부가 더 중요한 것으로 나타남⁸⁾

[표 2.2] 미국 즉석 차 음료 시장규모⁹⁾¹⁰⁾



8) 자료: 소플리에 타임즈, '美 기능성 음료 트렌드, 식물성 & 콤부차 음료 등 눈길', 2021.03

9) 자료: 스태티스타(Statista), 「Ready-to-Drink (RTD) Tea_United States」, 2023.08

10) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 미국 상추차 수입규모

상추차 HS CODE

해당 장에서 상추차는 HS CODE 2009.89로 분류. HS CODE 제2009호의 품명은 과실·견과류 주스·채소 주스, HS CODE 2009.89-2000의 품명은 채소 주스로 확인¹¹⁾

▶ 2018-22년 미국 HS CODE 2009.89 對글로벌 연평균성장률 24.2%

미국 HS CODE 2009.89 품목인 상추차의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2018-22년)간 연평균성장률 24.2%를 보이면서 2022년도에는 1.4조 원을 기록함. 최근 5년간 연평균성장률이 24.2%인데 비해 2022년에는 전년 대비 45.5%의 비교적 높은 성장률을 기록함

▶ 미국 내 HS CODE 2009.89 품목 수입, 한국산 상위 34위

최근 5년(2018-22년)간 미국 내 상추차의 對한국 수입규모 평균은 15.6억 원이며 2022년 기준 수입국 상위 34위를 차지함. 1위국 태국(3,288억 원, 23%¹²⁾)은 연평균 46.8% 증가했으며, 2위국 브라질(1,620억 원, 12%)은 연평균 19.6% 증가한 것으로 조사됨. 3위국 베트남(1,262억 원, 9%)은 연평균 65.5% 증가함

[표 2.3] 미국 HS CODE 2009.89 수입규모¹³⁾¹⁴⁾



자료 : ITC(International Trade Centre)

11) 고객사 제품은 판매 시 기능성 ‘차(Tea)’ 제품으로 표시·서빙하지만, 차츄 원료를 기반으로 한 제품이기에 미국 수출 시 HS CODE는 채소 주스로 확인됨

12) 동 HS CODE 내 해당 국가 수입 점유율

13) 자료 : ITC(International Trade Centre)

14) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 미국 상추차 판매 브랜드 소수
2. 주로 '카모마일' 등 허브 성분 함유
3. '수면에 도움' 및 '긴장이완' 효능 강조
4. '유기농품', '카페인 없는' 키워드로 홍보

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 미국 온라인매장 입점 상추차

- 데이터 수집 키워드 : 상추차(Lettuce Tea)
- 데이터 수집량 : 686건
- 데이터 수집원 : 미국 온라인쇼핑몰 아마존(Amazon)

▶ 미국 온라인매장 입점 상추차 특징 분석

- 데이터 분석 항목
 - ① 경쟁브랜드 ② 성분 ③ 효능 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
경쟁브랜드	트와이닝스	Twinings	107	더 리퍼블릭 오브 티	The Republic Of Tea	34
	요기	Yogi	100	타딘	Tadin	34
	오가닉 인디아	Organic India	96	클리퍼	Clipper	32
	셀레스티얼 시즈닝	Celestial Seasonings	76	테라비타	Terravita	17
	트레디셔널 메디시널	Traditional Medicinals	67	팜 비치 허벌스	Palm Beach Herbals	2
성분	카모마일	Chamomile	157	레몬그라스	Lemongrass	30
	녹차 추출물	Green Tea	68	꿀	Honey	30
	라벤더	Lavender	67	페퍼민트	Peppermint	29
	생강	Ginger	47	멜라토닌	Melatonin	25
	아로마	Aroma	40	상추	Lettuce	24
효능	수면에 도움	Sleep	267	에너지 향상	Energy	21
	긴장이완	Calm	185	피부 관리	Skin	14
	스트레스 해소	Stress	119	기분 증진	Mood	12
	면역력 강화	Immune	46	눈 건강	Eye	5
	독소 제거	Detox	28	뼈 강화	Bone	5
홍보문구	유기농품	Organic	280	코셔 인증	Kosher	67
	카페인 없는	Caffeine Free	226	비건	Vegan	66
	좋은 재료 사용	Quality	102	글루텐프리	Gluten Free	65
	비유전자변형식품	Non GMO	92	취침시간에 적합	Bedtime	55
	달콤한	Sweet	78	디카페인	Decaf	25

1. 미국 상추차 판매 브랜드 소수

▶ ‘트와이닝스’, ‘요기’ 등 허브차 브랜드 다수

- 미국 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 상추차의 실제 제품 수는 많지 않았으며, 관련 브랜드로 ‘트와이닝스’ 키워드 107건, ‘요기’ 100건, ‘오가닉 인디아’ 96건 도출됨
- 도출 키워드 대부분이 레몬, 생강을 주원료로 한 건강차 또는 ‘캐모마일’ 등을 원료로 한 숙면, 스트레스 완화에 도움을 주는 허브차 판매 브랜드로 확인됨

▶ 상추차 브랜드는 ‘테라비타’, ‘팜 비치 허벌스’ 등 일부

- 야생 상추잎 추출물 및 차 제품을 판매하는 미국 약초 전문 브랜드인 ‘테라비타’와 야생 상추잎차를 판매 중인 ‘팜비치허벌스’ 등 상추차 브랜드도 일부 존재함

트와이닝스		테라비타		팜 비치 허벌스	
					
제품명	캐모마일&스피어민트 숙면차 (Sleep Camomile&Spearmint)	제품명	야생 상추잎 1:5 추출물 (Wild Lettuce Leaf 1:5 Extract)	제품명	야생 상추잎차
브랜드	트와이닝스(Twinings)	브랜드	테라비타(TerraVita)	브랜드	팜비치허벌스 (Palm Beach Herbals)
중량	1.16oz(33g) * 2팩	중량	1oz(30ml)	중량	1.59oz(456g)
가격	22.99달러(3만 917원 ¹⁵⁾)	가격	26.30달러(3만 5,368원)	가격	14.95달러(2만 105원)

[표 3.1] 미국 판매 상추차 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘상추차’ 관련 게시물 686건 분석

15) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 주로 ‘카모마일’ 등 허브 성분 함유

▶ ‘카모마일’ 등 허브 성분 함유 제품 다수

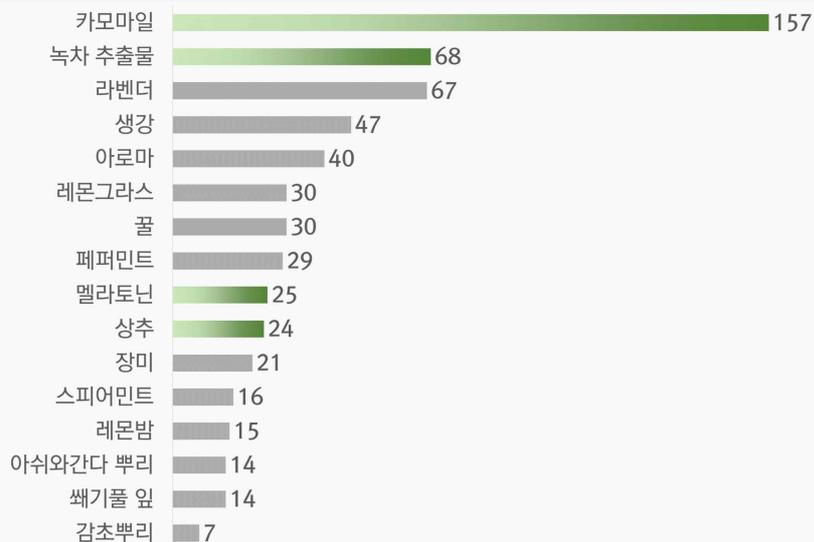
- 성분 키워드로 ‘카모마일’ 키워드 157건 확인됨
- 그 외에도 ‘라벤더’, ‘레몬그라스’, ‘페퍼민트’, ‘스피어민트’ 등 허브 성분을 함유한 제품 다수 확인됨
- ‘아쉬와간다 뿌리’, ‘쌈기풀 잎’, ‘감초뿌리’ 등 성분도 확인됨

▶ ‘상추’ 성분 함유 제품도 존재

- 상위 도출되지는 않았으나 우롱차에 ‘상추’를 부수 원료로 사용한 제품도 확인됨
- 그 외 ‘상추’ 성분은 주로 ‘야생 상추’로, 일반 상추와 달리 진통 효과가 있다고 알려진 허브의 일종으로 확인됨

카모마일		멜라토닌		상추	
					
제품명	카모마일차 (Camomile Tea)	제품명	슬리피타임 멜라토닌 (Sleepytime Melatonin)	제품명	백합 상추 우롱차
브랜드	타딘(Tadin)	브랜드	셀레스티얼 시즈닝 (Celestial Seasonings)	브랜드	포타브파יתי
중량	0.76oz(21.5g) * 6팩	중량	0.75oz(21g)	중량	150g
가격	23.95달러(3만 2,208원)	가격	5.99달러(8,055원)	가격	9.81달러(1만 3,192원)

[표 3.2] 미국 판매 상추차 성분 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘상추차’ 관련 게시물 686건 분석

3. '수면에 도움' 및 '긴장이완' 효능 강조

▶ 미국 상추차, '수면에 도움', '긴장이완' 효능으로 강조

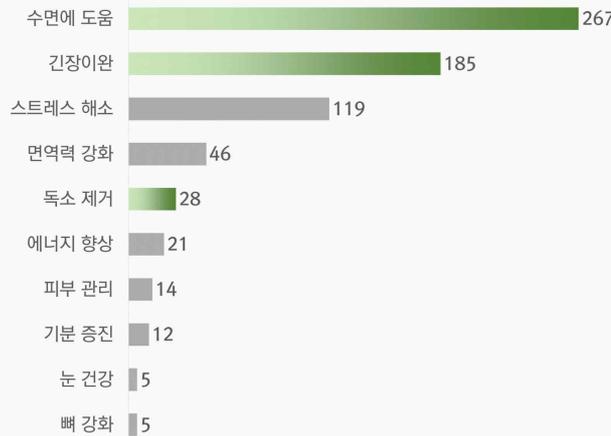
- 효능 관련 키워드 조사 결과, '수면에 도움' 키워드 267건 도출됨
- '긴장이완' 키워드 185건 도출되었으며, 이와 유사한 '스트레스 해소'도 119건 확인됨

▶ 강황차와 콤부차, 기능성 음료로 인기

- 브라이트필드그룹(Brightfield Group)의 조사에 따르면 미국 내에서 가장 인기 있는 기능성 음료는 주로 카페인 성분이 함유된 에너지 음료와 운동으로 손실된 미네랄과 수분을 보충해주는 스포츠 음료임
- 그 중 인기 음료는 강황차와 콤부차로, 강황차 소비자들은 친환경적인 제품을 선호하여 첨가제에 민감하고 유기농 제품을 구매하는 경향이 강함⁶⁾

수면에 도움		긴장이완		디톡스	
					
제품명	야생 상추 추출물 (Wild Lettuce Extract)	제품명	홀리바질 강황 생강차 (Tulsi Turmeric Ginger Tea)	제품명	허벌 디톡스차 (Herbal Detox Tea)
브랜드	재지 내추럴스 (Zazee Naturals)	브랜드	오가닉인디아 (Organic India)	브랜드	포지티브리 티컴퍼니 (Positively Tea Company)
중량	500mg * 120정	중량	1.21oz(34.2g) * 6팩	중량	4oz(113g)
가격	15.97달러(2만 1,476원)	가격	29.99달러(3만 6,296원)	가격	12.95달러(1만 7,415원)

[표 3.3] 미국 판매 상추차 효능 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '상추차' 관련 게시물 686건 분석

16) 소몰리에 타임스, '美 기능성 음료 트렌드, 식물성 & 콤부차 음료 등 눈길', 2021.03.

4. '유기농품', '카페인 없는' 키워드로 홍보

▶ '유기농품', '카페인 없는' 문구로 제품 홍보

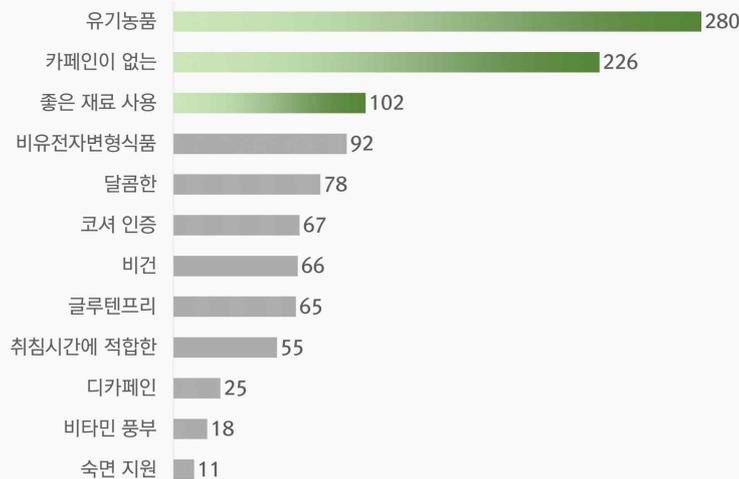
- 상추차 홍보문구 관련 키워드 확인 결과, '유기농품' 키워드와 '카페인 없는' 키워드 각각 280, 226건 확인됨
- 다음으로 '좋은 재료 사용' 키워드가 102건 도출됨

▶ 수면 관련 키워드, 홍보문구로 주로 사용

- 미국 건강차 제품 실제 확인 결과, '카페인 없는'을 비롯하여 '디카페인', '취침시간에 적합한', '숙면 지원' 등 수면에 도움을 주는 제품으로 주로 홍보 중임
- 단, 상추차 제품은 대부분 'GMP 인증 획득' 외에 특별히 내세우는 홍보문구가 없는 것으로 확인됨

유기농		카페인 없는		좋은 재료 사용	
					
제품명	유기농 썬기풀잎 티백 (Organic Nettle Leaf Tea Bags)	제품명	레몬생강 허브차 (Lemon Ginger Herbal Tea)	제품명	야생 상추잎차 (Wild Lettuce Leaf Tea)
브랜드	에프지오(FGO)	브랜드	비글로우(Bigelow)	브랜드	테라비타(TerraVita)
중량	4.4oz(125g)	중량	1.39oz(39g)	중량	4oz(113g)
가격	19.99달러(2만 6,883원)	가격	12.06달러(1만 6,218원)	가격	19.99달러(2만 6,883원)

[표 3.4] 미국 판매 상추차 홍보문구 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '상추차' 관련 게시물 686건 분석

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



1. 미국 상추차 유통채널 점유율
2. 미국 상추차 주요 유통채널

1. 미국 상추차 유통채널 점유율

▶ 미국 내 상추차 유통 시 오프라인 매장 공략 우선

2020년 기준 미국 내 상추차를 비롯한 식물기반식품(Plant-based food) 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’은 52.1%의 점유율을 차지하여 유통채널 1위를 기록하였으며, 2022년 기준 한국에서 해당 채널은 점유율 17.3%를 차지함. 2022년 기준 한국 1위 유통채널은 48.6%의 점유율을 기록한 ‘온라인’이었으나, 2020년 미국에서는 해당 채널에서 29.6%의 점유율을 차지하여 유통채널 2위에 그침. 이어서 ‘기타 오프라인 매장’은 두 국가 모두 유통채널 3위로, 미국과 한국 각각 11.6%, 17.8%의 점유율을 차지하였음. 한국은 온라인 채널을 통한 유통이 활발히 이루어진 반면, 미국은 오프라인 매장 형태의 채널에서 활발한 유통이 이루어지고 있으므로, 미국 내 상추차 유통 시 오프라인 매장 공략을 우선순위로 두어야 할 것으로 예상됨

[표 4.1] 미국 및 한국 상추차 소매유통채널 점유율 비교



미국 점유율	유형	한국 점유율
52.1%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	17.3%
29.6%	온라인	48.6%
11.6%	기타 오프라인 매장 ²¹⁾	17.8%
6.8%	편의점	16.2%

자료: 스탯티스타(Statista)

17) '상추차'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가해, 제품 상위 카테고리인 미국의 '식물기반식품(Plant-based food)'과 한국의 정보를 확인함
 18) 자료: 스탯티스타(Statista), 「Plant-based food market size in the United States in 2020 and 2026, by distribution channel, 2022.02
 19) 자료: 스탯티스타(Statista), 「Food retail in South Korea」, 2023.03
 20) 각 점유율은 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음
 21) 기타 오프라인 매장에는 드럭스토어, 백화점 등의 채널을 포함함

2. 미국 상추차 주요 유통채널 ① 월마트

기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.walmart.com		
	위치	미국 전역		
	규모	매출액('22) • 4,205억 달러(565조 4,884억 원 ²²⁾ ²³⁾ 기타 규모 • 매장 수('22): 4,632개 • 직원 수('22): 160만 명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 50개 모든 주에서 매장 운영 중이며, 150개 물류 센터 보유 • 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 등 다양한 형태로 매장 운영 • 2020년 편의점 브랜드 스피드웨이(Speedway) 점포 3,900여 개 인수 			
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 건조과일, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 유기농 제품, 신제품 		
	매장 전경			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 등록 (corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier) - 'Account Creation' 클릭 및 계정 생성 - 매점 입점(Store&Club)과 온라인 입점(E-Commerce)을 선택하여 제안서 제출 (한국어 번역 제공) - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 공급자 번호[DUNS(Data Universal Numbering System: 국제 사업자 등록 번호, 지역별로 사업체를 식별하는 9자리의 고유 번호)], 납세자 식별 번호, 회사 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소, 계좌 정보 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 외 제품 설명) • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-800-925-6278 - 이메일: service@walmartcontacts.com 		

자료: 월마트(Walmart)

사진 자료: 월마트(Walmart)

22) 1달러=1,344.80원(2023.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

23) 글로벌 매출액을 합한 값임

2. 미국 상추차 주요 유통채널 ② 코스트코홀세일

기업 기본 정보	기업명	코스트코홀세일(Costco Wholesale)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.costco.com		
	위치	미국 전역		
	규모	매출액('22)	<ul style="list-style-type: none"> 2,227억 달러(299조 4,870억 원)²⁴⁾ 	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('22): 589개²⁵⁾ 직원 수('22): 20만 3,000명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 회원제 창고형 매장 형태로 운영 특정 지역에 한하여 투데이딜리버리(2-Day Delivery) 서비스 운영 중 			
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 건조과일, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 유기농 제품, 신제품 		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 납품 관련 특징 <ul style="list-style-type: none"> 코스트코는 본사에서 직접 제조업체와 거래하는 것이 일반적이며, 인하우스브로커²⁶⁾를 통해서도 제품을 구매함 내셔널 브랜드와 PB(커크랜드)제품 등 3,800여 개의 품목을 취급하며, 소품종의 고품질 제품을 선별해 다량 계약을 통해 공급가를 낮추는 구매 정책 제조업체의 경우 코스트코 매장을 방문해 유사 제품의 가격을 체크해야 함 홈페이지 및 유선 연락을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 하단 메뉴 'Vendors & Suppliers' 클릭 공급업체 선정 조건 및 절차 확인 입점 희망 지역 부서에 직접 문의(costco.com/vendor-inquiries.html) 평가 기준 <ol style="list-style-type: none"> 코스트코 공급업체 행동 강령 공인검사기관에서 TPI 실시 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> 전화번호: +1-425-313-8100(Northwest Region) 		

자료: 코스트코홀세일(Costco Wholesale), 월스트리트저널(WSJ), 한국농수산물유통공사(at)
사진 자료: 코스트코홀세일(Costco Wholesale)

24) 글로벌 매출액을 합한 값임

25) 미국과 푸에르토리코 지역 합산 매장 수임

26) 코스트코홀세일은 앤더슨데이몬(Anderson Day-mon Worldwide)을 인하우스브로커로 지정함

2. 미국 상추차 주요 유통채널 ③ 크로거

기업 기본 정보	기업명	크로거(Kroger)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.kroger.com		
	위치	미국 전역		
	규모	매출액('22)		• 1,378억 8,800만 달러(185조 4,318억 원)
		기타 규모		• 매장 수('23): 2,719개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1883년 오하이오 주에서 처음 설립됨 • 슈퍼마켓과 하이퍼마켓 포맷의 채널을 운영하는 미국 소매 유통 대기업 • 매출액 기준 미국 최대 슈퍼마켓 기업 • 신선한 제품을 집 앞으로 배송하는 크로거딜리버리(Kroger Delivery) 서비스 제공 • 2022년 포춘 매거진 선정 500개 기업에 선정되었음 • 2023년 현재 앨버트슨스(Albertsons)와의 합병을 추진 중임 			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 음료류, 주류, 향신료 및 소스류, 생활용품, 문구용품 등		
	선호 제품	• 미국 내에서 브랜드 인지도가 높은 상품, 품질 신뢰도 및 높은 상품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 신청 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 ABOUT THE COMPANY 하위 카테고리 'Vendors & Suppliers' 클릭 (www.thekrogerco.com/vendors-suppliers) - 'Are you interested in becoming a Kroger Supplier?' 아래 'here' 클릭 - Prosepect Vendor Pre-Resgistration 양식 작성 - 이메일을 통해 '공급업체 신청 안내 및 지침' 수신 후 추가 절차 진행 		

자료: 크로거(Kroger)

사진 자료: 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News), 에피큐리어스(epicurious)

2. 미국 상추차 주요 유통채널 ④ 월그린

기업 기본 정보	기업명	월그린(Walgreens)	
	기업구분	H&B(드럭스토어)	
	홈페이지	www.walgreens.com	
	위치	미국 전역	
	규모	매출액('22) • 1,327억 달러(178조 4,550억 원) 기타 규모 • 매장 수('22): 8,886개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1901년 시카고에서 처음 설립된 드럭스토어 형태의 소매 채널 브랜드 • 미국 내 2위로 큰 규모의 드럭 스토어로, 경쟁사에는 '씨비이에스헬스(CVS Health)'가 있음 • '월그린부츠얼라이언스(Walgreens Boots Alliance)'의 자회사로 운영 • 2022 회계연도에 예방접종 포함 8억 1,960만 건의 처방전을 작성했으며 광범위한 의료 서비스를 제공함 		
매장정보	입점 가능 품목	• 가공식품, 건강보조식품, 음료류, 스낵류, 화장품, 의약품, 의약외품 등	
	선호 제품	• 브랜드 신뢰도가 높은 상품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 신청 - 공급업에 전용 웹 'RangeMe'를 통해 브랜드 및 제품 정보 등록 (www.rangeme.com/walgreens) ① 브랜드 정보 입력(브랜드명, 설립연도, 소재지, 연 매출, 사업 종류) ② 제품 개괄(Product Overview) 등록(제품명, 제품 종류, 취득 인증 정보, USP, 제품 설명) ③ 제품 상세 정보(Product Details) 등록(제품 사진, 도매가격, 소비자 가격 등) ④ 유통 정보(Distribution) 등록(생산 지역, 판매 지역 등) 	

자료: 월그린(Walgreens), 매크로트렌즈(MacroTrends)

사진 자료: 포브스(Forbes), 월그린시카고(Walgreens Chicago) 페이스북

2. 미국 상추차 주요 유통채널 ⑤ 지엔씨

기업 기본 정보	기업명	지엔씨(GNC)			
	기업구분	H&B(드럭스토어)			
	홈페이지	www.gnc.com			
	위치	펜실베이니아(Pennsylvania) 외			
	규모	매출액('22)	• 25억 달러(3조 3,620억 원)		
		기타 규모	• 매장 수('22): 2,281개		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1935년 펜실베이니아주 피츠버그(Pittsburgh)에서 처음 설립됨 • 펜실베이니아에 본사를 두고 있는 드럭스토어 형태의 소매 브랜드 체인 • 건강 및 영양 관련 제품을 전문으로 취급하고 있음 				
매장정보	입점 가능 품목	• 건강기능식품, 영양 보충제, 건강 기능 음료, 비타민 등			
	선호 제품	• 건강 기능 성분이 함유된 제품			
	매장 전경	 			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 신청 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 'About GNC' 메뉴에서 'New Vendors' 클릭 - 공급업체 전용 웹 'RangeMe'를 통해 브랜드 및 제품 정보 등록 (www.rangeme.com/gnc) ① 브랜드 정보 입력(브랜드명, 설립연도, 소재지, 연 매출, 사업 종류) ② 제품 개괄(Product Overview) 등록(제품명, 제품 종류, 취득 인증 정보, USP, 제품 설명) ③ 제품 상세 정보(Product Details) 등록(제품 사진, 도매가격, 소비자 가격 등) ④ 유통 정보(Distribution) 등록(생산 지역, 판매 지역 등) 			

자료: 지엔씨(GNC), 지피아(Zippia)

사진 자료: 몰 오브 아메리카(Mall of America), 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News)

2. 미국 상추차 주요 유통채널 ⑥ 에이치마트

기업 기본 정보	기업명	에이치마트(H Mart)		
	기업구분	아시아마트/한인마트		
	홈페이지	www.hmart.com		
	위치	뉴저지(New Jersey)		
	규모	기타 규모 <ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('22): 84개 • 직원 수('22): 5,000명 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1982년 뉴욕 맨해튼에 ‘한아름마트’라는 이름으로 1호점 설립 • 한아름 그룹이 운영하는 슈퍼마켓으로 현재 미국 내 최대 규모의 한인마트 체인 • 캐나다와 영국에 8개의 매장을 보유함 • 아시아 스타일 제품을 전문으로 하고, 아시아계 미국인 쇼핑객을 대상으로 함 • 2020년 로스앤젤레스(LA) 지역 전용 카카오톡 채널 @hmart_la 개설 • 각 지역의 매장별로 상이한 이벤트를 진행 • 미국 내 전국적으로 어린이 그림 그리기 대회를 실시하여 시상하고 있음 			
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 주류 및 음료류, 신선식품, 즉석식품, 스낵류, 건강식품, 주방용품, 전자제품 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 기존 플랫폼에 없던 신제품 		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 공급자 지원서 작성 (www.hmart.com/online-affiliates) - 담당자 확인 후 제품에 대한 논의를 거친 뒤 입점 - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 회사명, 담당자명, 이메일, 연락처, ② 입점 문의 등 자유 기재 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-800-648-0980 		

자료: 에이치마트(H Mart), 뉴욕타임즈(NYT)

사진 자료: 교차로월드(Kyocharoworld)

2. 미국 상추차 주요 유통채널 ⑦ 시온마켓

기업 기본 정보	기업명	시온마켓(Zion Market)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.zionmarket.com	
	위치	캘리포니아(California)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 8개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1981년 설립된 다양한 식품과 생활용품을 유통하는 한인마트 • 캘리포니아, 텍사스, 조지아에서 매장 운영 중 • 자체 쇼핑 애플리케이션과 카카오톡, 위챗 채널 보유 • 한국 식재료를 활용한 한식 레시피를 SNS와 홈페이지를 통해 공유 • 각 기념일 별로 관련 할인 행사 진행 중 • 각 지역의 매장별로 매주 할인 상품이 상이함 	
매장정보	입점 가능 품목	• 주류 및 음료류, 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 스낵류, 건강보조식품, 생활용품 등	
	선호 제품	• 좋은 품질의 저렴한 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 및 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: hr@zionmarket.com - 전화번호: +1-858-268-3300(캘리포니아 샌디에고) - 특이사항: 지역별 전화번호 상이하므로 홈페이지 확인 필요 (zionmarket.com/careers) 	

자료: 시온마켓(Zion Market)

사진 자료: aT 미국 지사(aT America)

2. 미국 상추차 주요 유통채널 ⑧ 아마존

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)			
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰			
	홈페이지	www.amazon.com			
	규모	매출액('22)	• 2,140억 달러(287조 7,872억 원) ²⁷⁾		
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 25억 회		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 세계 최대의 온라인 종합 쇼핑몰로 190만 개의 기업의 상품 보유 • 스페인어, 아랍어, 독일어, 한국어 등 전 세계 언어 지원 • 아마존을 통해 분당 7,400개의 제품의 구매가 이루어짐 				

매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	팜비치메디스널허브 (Palm Beach Medicinal Herbs) 등
		해외 판매	해외 배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보	
	50달러 이상 구매 시 5달러 할인, 생일 기프트카드 증정 등 다양한 프로모션 상시 진행

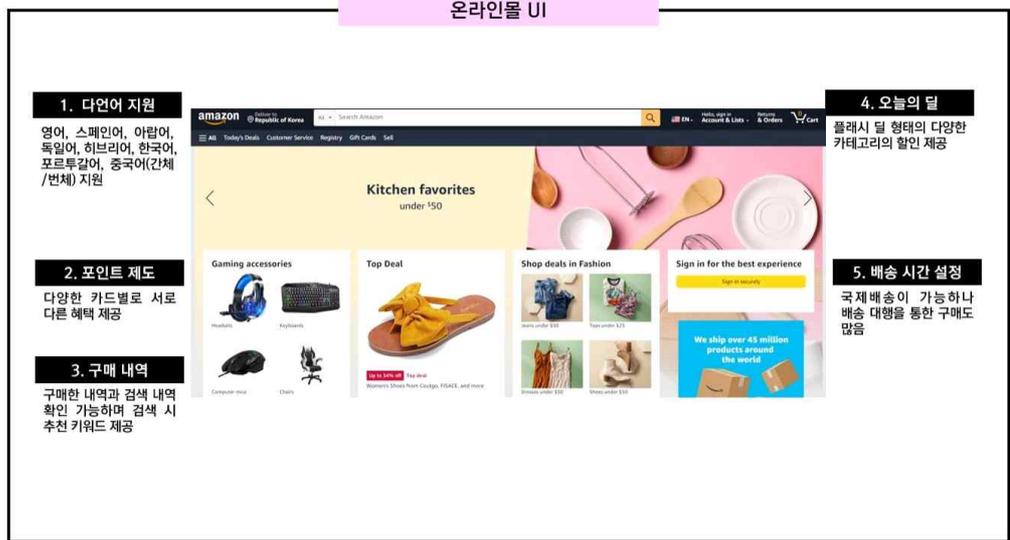
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 입점 방법 안내(services.amazon.com/services/soa-approval-category) - 아마존 판매자(Seller) 계정 생성 - Grocery&Gourmet Food 카테고리 'Requirement' 눌러 자격조건 확인 - 제품 홈페이지 등록 및 필요 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) ② 제품 정보(UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량) • 자격 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> ① 아마존 행동 강령 준수 ② 아마존 PB 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-888-280-4331
-------------	---------------------	---

자료: 아마존(Amazon), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 아마존(Amazon)

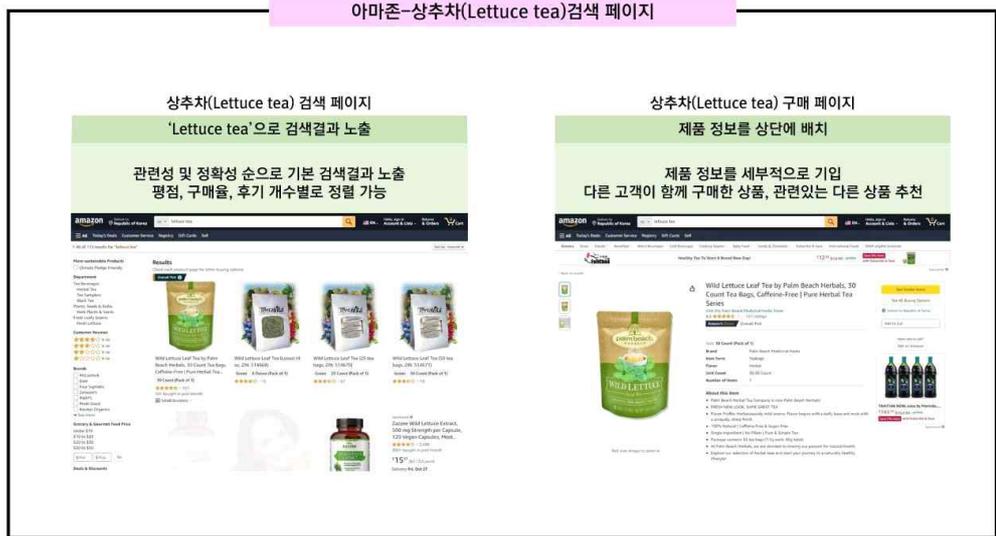
27) 글로벌 매출액을 합한 값임

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
번역 검색 가능하여 접근성 용이

온라인몰 UI ②(28)



품목별, 가격별, 배송시간 별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수별로 제품 정렬 가능

자료: 아마존(Amazon)
사진 자료: 아마존(Amazon)

28) '도라지가공품'에 대한 검색 결과가 부족하여, '도라지 뿌리(Ballonflower Roots)'로 검색한 결과를 반영함

2. 미국 상추차 주요 유통채널 ⑨ 이베이

기업 기본 정보	기업명	이베이(eBay)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰		
	홈페이지	www.ebay.com		
	규모	매출액('22)	• 97억 달러(13조 446억 원)	
		기타 규모	• 방문횟수(최근1개월): 7억 2,270만 명 • 앱다운로드수('22): 5억 9,900만 회	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 전 세계 190개 이상의 국가에서 운영됨 • 각 국가의 통화로 구매 가능 • 오늘의 특가 상품이 매일 메인 홈페이지를 통해 공개됨 		

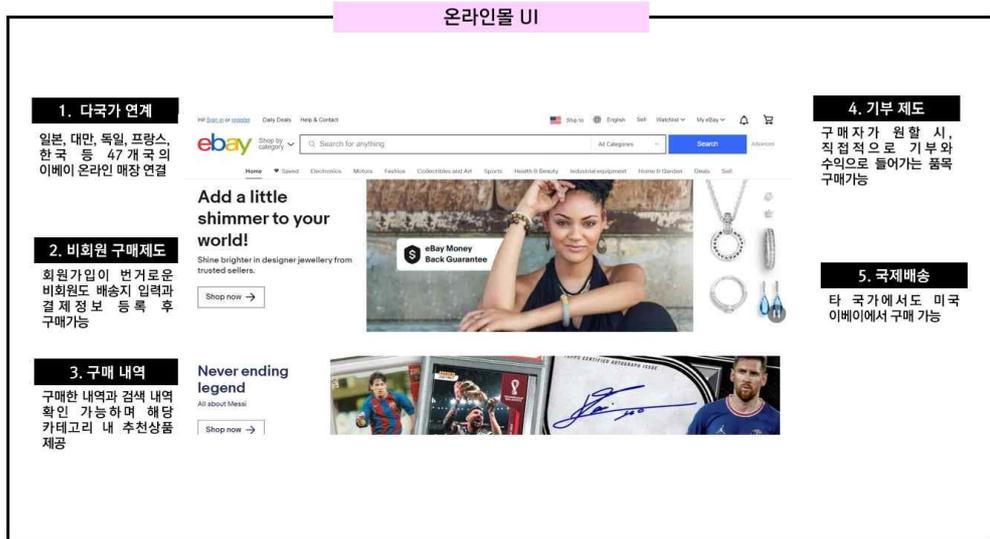
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	100%퓨어(100% Pure) 등
		해외 판매	해외 배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보			
	시간대별 할인 이벤트, 카테고리별 할인 이벤트 등 다양한 프로모션 진행		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 계정 생성 후 판매자(Seller) 등록 - 개인 판매자와 스토어 판매자 중 선택하여 입점 - 개인 판매자는 40개까지 무료로 등록 가능(수수료 건당 10.9%) - 기업 판매자는 250,000개까지 제품 등록 가능(월별 비용과 건당 수수료 4.8%) - 다음 웹 페이지 주소에서 판매 상품 리스트, 새 상품 등록, 판매 현황 등 판매 관련된 다양한 정보 확인 가능(pages.Ebay.com/seller-center/index.html) • 문의사항 연락 방법 <ul style="list-style-type: none"> - 아래 웹 페이지 주소에서 문의 내용의 해당 카테고리 선택 후 이메일 콘택트 가능(www.Ebay.com/help/call_us?type=ContactUs&initFrom=HOME&topicId=4000)
-------------	---------------------	--

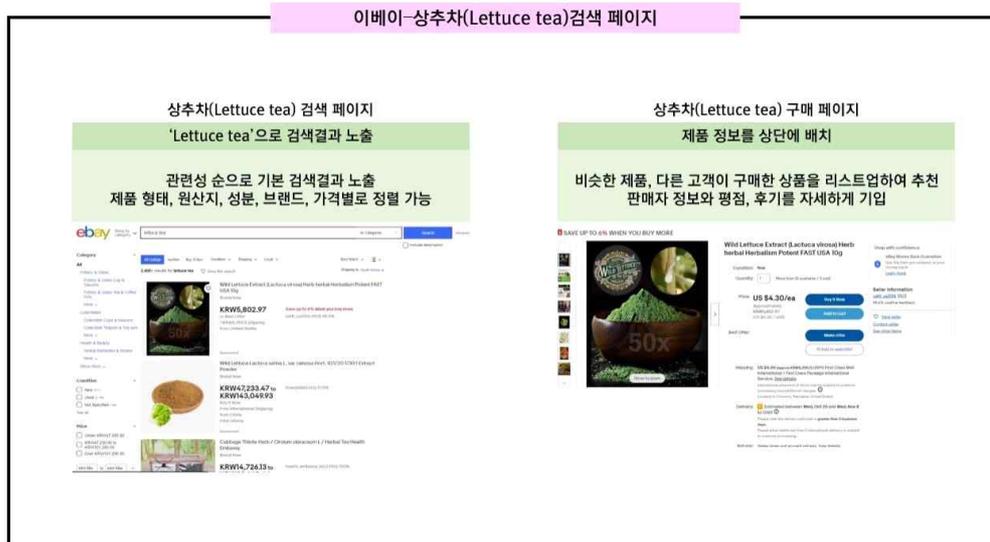
자료: 이베이(eBay), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower), 매크로트렌즈(MacroTrends)
사진 자료: 이베이(eBay)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
홈페이지 접속 시, 컴퓨터 언어팩을 감지하여 사이트 자동번역

온라인몰 UI ②



제품 형태, 원산지, 브랜드, 가격 순으로 정렬 가능
판매자 정보 및 평점, 후기를 자세하게 기입하여 노출

자료: 이베이(eBay)
사진 자료: 이베이(eBay)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



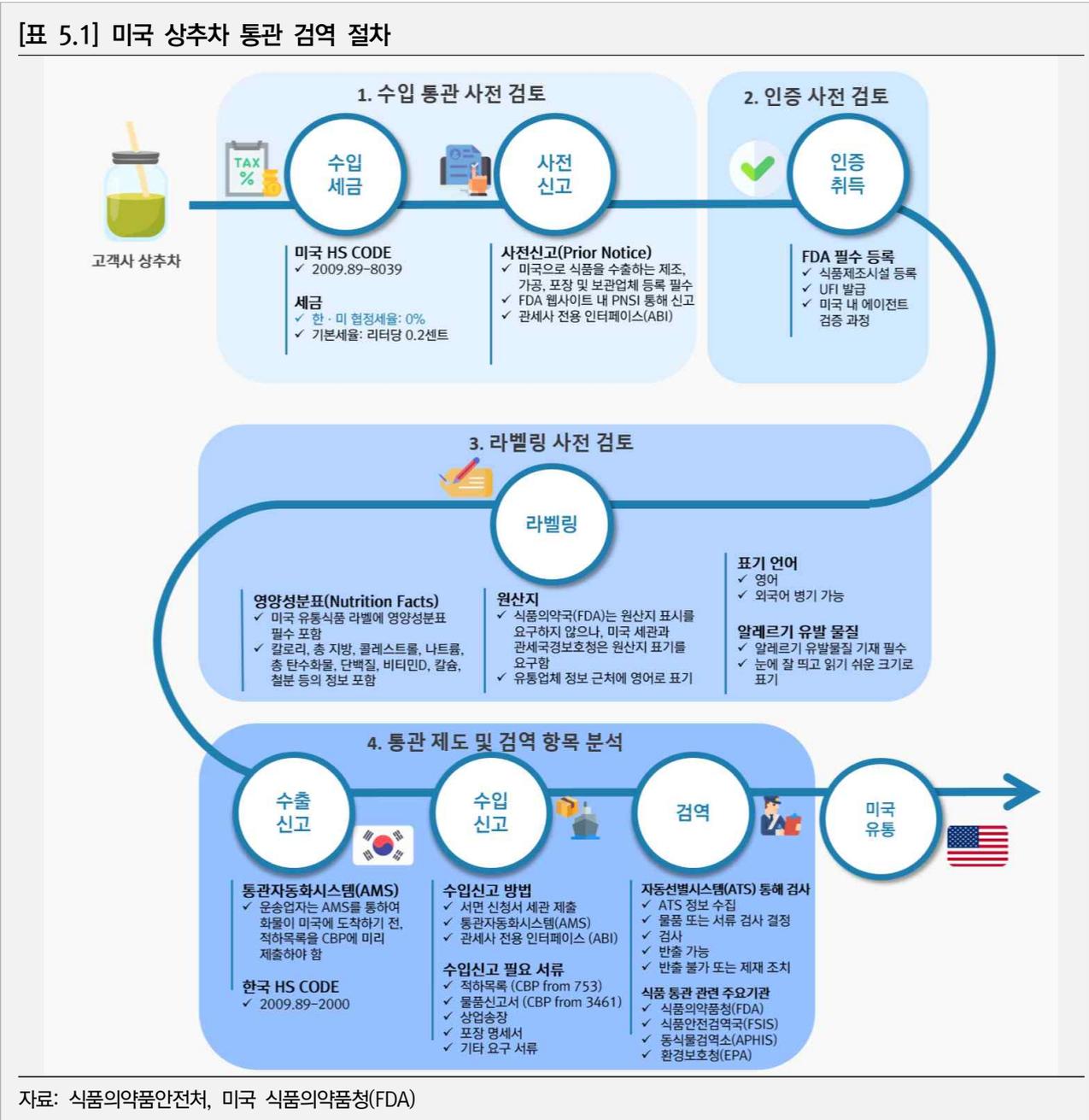
1. 미국 상추차 통관 및 검역 절차
2. 미국 상추차 품질 인증
3. 미국 상추차 라벨링
4. 미국 상추차 성분 및 유해물질

1. 미국 상추차 통관 및 검역 절차²⁹⁾

▶ 미국 상추차 수출 통관 단계별 주요사항

미국으로 식품 수출 시, 식품안전현대화법(FSMA: Food Safety Modernization Act)에 의하여 식품 시설등록과 수입식품 사전신고가 필수임. 제품을 일반 식품으로 광고 및 유통하는 경우에 필요한 필수 사전 승인은 없으나, 규정에 어긋나는 것으로 확인되는 경우에는 유통이 금지됨

[표 5.1] 미국 상추차 통관 검역 절차



29) 해당 내용은 국가 상황에 따라 변동 가능하니 최신 내용을 확인 부탁드립니다.

[표 5.2] 미국 수입통관 절차 요약

사전 단계	<ul style="list-style-type: none"> • 산성 상온 식품의 경우, FCE/SID 등록 • 수산물 등의 경우, HACCP 인증 취득 • 건강식품의 경우, 미국 건강식품 현행우수제조관행(cGMP) 규정 적용준수 확인 • 일반식품의 경우, 제조자의 식품에 대한 예방제어(PCHF) 적용준수 확인 • 신선농산물의 경우, 안전생산 규정(Produce Safety Rule) 적용준수 확인 • 소량의 육류, 계란, 우유성분(2% 초과)이 함유되는 식품의 경우, 농무부 허가증 (USDA Permit) 소지 여부 확인
원료 검토	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 첨가물 관련 규정 「21 CFR Part. 170~190」 확인 • 식품 및 GRAS(Self-Affirmed Generally Recognized As Safe) 첨가물 수록, 각각의 용도, 사용가능 식품 분류가 규정됨 • 건강기능식품 원료: 신종 식이재료(NDI: New Dietary Ingredient) 신고 후 FDA 승인 필요
라벨 검토	<ul style="list-style-type: none"> • 표시규정 「21 CFR 101」 확인 및 이에 부합하는 영양분석표 등 작성, 내부 심의 진행
생명공학 식물 검토	<ul style="list-style-type: none"> • USDA 유전자변형 식품 표시 관련 ‘국가 생명 공학 식품 표시기준(NBFDs: National Bioengineered Food Disclosure Standard)’ 원료 사용 여부 검토 • 면제 대상이 아닐 경우, “Delivered from Bioengineering(생명공학 유래)” 표시 부착 필요
물품 도착 전 선적	<ul style="list-style-type: none"> • 통관자동화시스템(AMS: Automated Manifest Systems) 이용, 적하목록(ISF: Import Security Filing)을 관세국경보호청(CBP: U.S. Customs and Border Protection)에 신고(“24-Hour Rule”³⁰⁾ 적용)
수입신고	<ul style="list-style-type: none"> • 미국 통관항 도착 5일 전부터 사전신고(Prior Notice) 가능 • 도착 후에는 15일 이내로 신고(세관양식 CBP 3461 작성)
통관 및 검역	<ul style="list-style-type: none"> • FDA 수입서류 검토(OASIS) • 수입서류 검토 후 표본검사가 필요 없을 시 수속진행 동의서 통보 후 수입 허가 <ul style="list-style-type: none"> - 합격 판정 시에는 수입이 허가됨 - 불합격 시 제품 억류와 청문회 통보 • 표본검사 필요시 ‘표본조사 통보서’를 통해 표본 요청 후 검토

자료: 식품의약품안전처

30) 미국행 수출화물 적하목록, 적재 24시간 전 제출 의무화

▶ 미국 식품시설등록(FFR: Food Facility Registration)

미국에서 소비되는 식품이나 사료를 제조/가공, 포장, 혹은 보관하는 국내 및 해외 시설은 반드시 미국 식품의약품청(FDA: Food and Drug Administration)에 등록해야 하는데, 미국 시장에 신규 진입하는 업체의 경우 반드시 사전에 시설 등록을 마쳐야 함

[표 5.3] 미국 식품시설등록(FFR)

<p>등록 대상 시설</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 국내외 식품 제조 혹은 가공시설 • 국내외 식품 포장시설 • 국내외 식품 보관시설 • 만일 식품의 제조, 가공, 포장 혹은 보관하는 해외업체가 미국으로 수출하기 전 또 다른 제조/가공을 위해 다른 해외시설로 보내질 경우, 해당 식품에 대해서는 오직 두 번째 해외시설만 등록 진행 • 만일 두 번째 해외시설이 라벨 부착과 같은 최소한의 활동만 진행할 경우, 두 시설 모두 등록해야 함 • 해당 식품의 모든 제조/가공이 끝난 후 포장 혹은 보관하는 해외시설 또한 등록을 진행해야 함
<p>등록 제외 시설</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 개인 가정집: 가정집에서 제조, 가공, 포장 혹은 보관하는 경우 • 도시용수시스템(Municipal water systems) • 농장 • 레스토랑 • 소매점 식품시설(Retail food establishment) • 비영리단체 식품시설(Nonprofit food facilities) • 생선을 가공하지 않는 어선(Fishing vessels) • 농무부(USDA: United States Department of Agriculture)에서 독점적으로 관리되는 시설
<p>규제 해당 식품</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 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 • 통조림식품 및 냉동식품 • 베이커리제품, 스낵 및 캔디(껌 포함) • 살아있는 식용동물 • 사료

자료: 식품의약품안전처

2. 미국 상추차 품질 인증

▶ 미국 상추차, 'FDA 등록' 필수

미국으로 식품을 수출하고자 하는 국내 제조업체는 미국 식품의약품청(FDA)을 통해 식품 제조시설 등록 절차를 필수적으로 진행해야 함. 식품 제조시설 등록 신청은 2020년 1월 4일부터 온라인을 통해서만 등록 신청을 진행하도록 규정이 변경됨. 따라서 등록을 수행하고자 하는 수출업체는 온라인을 통해 FDA에 등록해야 함

[표 5.4] 미국 FDA 등록 정보

등록 정보	
	<p>목적</p> <ul style="list-style-type: none"> 식품이 건전하지 않고 안전하지 않으며, 부적절하게 표기된 식품으로부터 소비자를 보호
<p>절차</p>	<ul style="list-style-type: none"> 식품제조시설 등록(FFR: Food Facility Registration) <ul style="list-style-type: none"> - FIS(FDA Industry Systems) 회원가입 및 로그인 - 'Food Facility Registration' 접속 - 안내되는 절차에 따라 정보 기입 작성 내용 검토 후 저장 등록 확인 시설 등록 완료 후 등록 번호(Registration number) 배정 고유시설식별번호(UFI) 2021년부터 국내외 시설들은 FDA 시설등록 시 반드시 FDA가 인정하는 고유시설식별번호를 제출해야 함 미국 내 에이전트 검증 과정 <ul style="list-style-type: none"> - 미국 내 에이전트의 검증이 마칠 때까지 시설등록 및 재등록에 관한 확인 혹은 등록번호 확인은 진행되지 않음

자료: 미국 식품의약품청(FDA)

[표 5.4] 미국 FDA 등록 정보

등록 정보	
 <p>FDA</p>	<p>필수 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> • 시설명, 주소, 전화번호 • FDA가 인정하는 시설의 고유시설식별번호(2020년 10월 1일부터) • 선호하는 시설 주소(시설의 주소와 다른 경우) • 모회사 이름, 주소 및 전화번호(해당하는 경우) • 시설 담당자 이메일 주소(해외 시설 : 미국 내 에이전트의 이름, 주소, 전화번호 및 이메일 주소) • 비상시 전화번호 및 이메일 주소, 국내 시설의 경우 담당자와 비상시 담당자가 다를 경우 이메일 주소만 필요 • 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
	<p>주의사항</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2년마다 등록 갱신을 해야 함(매 짝수년 10월 1일 ~ 12월 31일) • 등록의 필수 정보가 변경된 경우 60일 이내에 FDA에 등록을 업데이트해야 함 • 모든 외국 식품 시설은 미국 FDA 대리인(US Agent)이 있어야 함

자료: 미국 식품의약품청(FDA)

▶ **한국 유기농 인증, 미국 시장에서 동일하게 적용 가능**

미국으로 유기농 식품을 수출하기 위해서는 미국 농무부(USDA: United States Department of Agriculture)에서 발급하고 있는 유기농 인증을 획득해야 함. 해당 인증은 농무부가 지정하고 있는 지정 인증기관을 통해 획득할 수 있음. 다만, 한국에서 이미 유기농 인증을 획득하였다면, 2014년 7월 1일부로 발효된 상호동등성협정(Equivalence Arrangement)에 따라 미국에서도 동등하게 인정받을 수 있음

[표 5.5] 한국 유기농인증 상호동등성협정 정보

인증명	발급 기관	정보	인증 Mark
USDA Organic	미국 농무부	95% 이상 유기농 원료를 사용해야 함	
		모든 원료가 100% 유기농인 경우	

동등성 인정 요건

- 95% 이상 유기농 원료를 함유할 것
- 마지막 가공이 한국에서 이루어질 것(기타 국가에서 가공이 이루어진 경우 인정되지 않음)
 - 가공식품의 범위는 한국의 식품공전상의 분류 기준 적용
- 항생제를 사용한 축산물을 포함하지 않을 것
- 라벨에 대한 표시 사항은 수입국(미국)의 규정 적용

미국 수입 요건

- 수입증명서(NOP Import Certificate) 제출
 - 유기농 인증기관을 통해 발급
 - 수입되는 제품의 매 선적 시 해당 수입증명서 첨부 필요

라벨 사용

- 라벨의 경우 미국의 유기농 인증 라벨을 부착해야 하나, 한국의 유기농 로고도 함께 사용 가능
- 원료가 유기농이라는 점에 대한 내용 표시 필요
- 해당 내용을 인증한 인증기관 정보 기입 필요

자료: 미국 농무부(SDA), 국립농산물품질관리원

▶ 미국 식품 관련 기타 인증

미국 내 식품 관련 기타 인증으로는 HACCP, FSSC 22000 등의 글로벌 공통 인증이나 글루텐-프리 인증, 비건 인증, 할랄(Halal) 인증, 코셔(Kosher) 인증과 같은 미국 민간 인증이 있음. 할랄 인증과 코셔 인증 모두 원재료를 포함하여 생산 및 유통의 모든 과정이 해당 종교의 율법에 어긋나지 않게 진행되어야 취득할 수 있음

[표 5.6] 미국 상추차 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
글루텐-프리 인증	기능성 인증	미국 민간 인증	Gluten-Free Certification Organization (GFCO)	
Vegan Action	기능성 인증	미국 민간 인증	비건 인지 재단 (Vegan Awareness Foundation)	
Orthodox Union Kosher	종교적 및 문화적 인증	미국 민간 인증	Orthodox Union (OU)	
IFANCA Halal	종교적 및 문화적 인증	미국 민간 인증	미국 이슬람식품영양협의회 (IFANCA)	

자료: 각 인증기관

3. 미국 상추차 라벨링

[표 5.7] 미국 상추차 라벨링

주 표시면 필수 표시사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> • 제품의 일반적인 명칭 사용 • 굵은 글씨체로, 일반적으로 라벨에 쓰인 가장 큰 단어 또는 그래픽의 반 이상의 크기로 쓰여야 하며, 제품의 가장 하단과 평행으로 표기되어야 함 • 식품이 액체가 아닌 경우 형태(Sliced, Unsliced, Halves) 등을 명시 • 활자 크기는 주표시면에 사용된 가장 큰 활자의 1/2 이상 • 외국어 표기일 경우, 영어 및 외국어 둘 다 표기 • 주스(과일 및 채소)가 들어있는 음료의 경우, 주스 함유량(%) 표기 필요
	2. 순중량	<ul style="list-style-type: none"> • 주 표시면 하단 30%에 위치 • 포장 용기 내부에 담겨있는 식품의 양을 표기 • 기본적으로 모든 중량 표기는 영미 파운드법(oz, lb, quart)에 따라 표기되어야 하며, 분수 또는 소수점 등의 표기도 허용되어 있음 • 그램, 밀리리터 등의 미터법 단위도 함께 표기 • 글자 크기는 세로와 가로 비율이 3:1을 넘을 수 없으며, 주 표시면의 크기에 따라 최소 폰트 높이 기준이 상이 • 고체 제품의 경우 'Net Weight'라는 단어가 반드시 포함되어야 하지만, 액체 등의 제품은 'Net Contents' 또는 'Net' 등의 단어 사용은 선택 사항
정보 표시면 필수 표시사항 및 기준	3. 제조사, 포장업체, 유통업체의 정보, 이름 및 주소	<ul style="list-style-type: none"> • 제조사, 포장업체 또는 유통업체의 이름을 표기 • 제조업체의 이름이나 주소가 없는 경우에는 제품과 관련된 업체명을 반드시 기재 • 제조사, 포장업체 또는 유통업체 표기는 일반적으로 정확한 도로 이름 및 번호, 도시, 집(Zip) 코드, 주 등의 정보를 모두 포함
	4. 성분 리스트	<ul style="list-style-type: none"> • 사용된 원재료의 중량을 기준으로 내림차순으로 나열할 것 • 통상적인 이름 사용 • 전체 제품 용량 및 무게의 2% 이하를 구성하는 성분명의 표기는 위 방식의 적용을 받지 않음 • 허가된 방부제 첨가 시 방부제의 통상 명칭 및 기능을 표기할 것 • 공인된 색소는 약어 또는 특정 이름 사용

자료: 미국 식품의약품청(FDA)

[표 5.7] 미국 상추차 라벨링

정보 표시면 필수 표시사항 및 기준	5. 알레르겐 성분	<ul style="list-style-type: none"> • 식품 알레르기 유발 물질(Major food allergen)이 포함된 경우 반드시 기재 • 눈에 잘 띄고 읽기 쉬운 크기로, 원재료명의 문자 크기 이상으로 표기 • 원재료명 목록에 원재료명을 쓴 뒤에 괄호 안에 알레르기 유발 식품의 일반명을 기재 • ‘Contains’의 ‘C’는 반드시 대문자로 기재 • 주요 알레르기 유발물질은 우유, 달걀, 생선, 갑각류, 견과류, 밀, 땅콩, 그리고 대두 및 콩 등이 있으며, 2023년 1월 1일부터 알레르기 의무 표시 대상에 참깨도 포함됨 • 견과류의 경우에는 정확한 종류가 표기되어야 하며, 생선 또는 갑각류 동물의 경우 정확한 종에 대한 표기가 있어야 함
	6. 영양성분표 (Nutrition Facts)	<ul style="list-style-type: none"> • 미국에서 판매되는 모든 식품은 라벨에 영양성분표를 포함해야 함 • 열량, 총 지방(포화지방, 트랜스지방), 콜레스테롤, 나트륨, 총 탄수화물(식이섬유, 총당, 첨가당), 단백질, 비타민D, 칼슘, 철분 등의 정보를 포함해야 함 • 4살 이상이 한 자리에서 일반적으로 소비하는 양을 표기하는 1회 섭취량이 포함되어야 함. FDA에서는 일부 식품들에 대해 표준 1회 섭취량을 지정하고 있음 • 영양성분표에 표준 1회 섭취량에 대한 영양 정보와 실제 해당 유닛에 포함되어있는 영양 정보를 위에 예시로 제공한 영양성분표의 오른쪽에 열을 하나 더 만들어 표기해야 함 • 일일섭취량을 기준으로 1일 영양성분 기준치(% DV)를 표기해야 함 • 수출용 제품 라벨의 면적에 따라 영양성분표의 규정된 위치가 상이하므로 반드시 확인 필요 • 영양성분표의 포맷(format)이 다양하므로 제품의 크기나 라벨의 면적에 따라 적합한 포맷을 선택하여 사용 가능
	7. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> • 식품의약품국은 원산지 표시를 요구하지 않으나, 미국 세관과 관세국경보호청은 원산지 표시를 요구함 • 미국 내 유통업체의 명칭과 주소 근처에 영어로 표시할 것
	8. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> • 반드시 영어로 표기해야 하며, 한국어 표기가 포함된 경우에는 모든 라벨 의무 표기 사항을 영어와 한국어 모두로 표기해야 함 • 영어, 한국어 이외의 언어가 라벨에 있다면, 해당 언어로도 모든 의무 표기 사항 표기

자료: 미국 식품의약품청(FDA)

[표 5.8] 미국 주스 라벨링 시 주의사항

<p>주스 원액 함유 비율 표시</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 주스(과일 또는 야채 주스) 원액을 함유한 음료는 천연 주스의 원액 함량 비율을 표시해야 함. 이는 제품 표지에 문구로 표시하거나, 과일 또는 야채 사진을 첨부하거나, 맛이나 외관으로 천연 주스가 포함되었음을 연상케 하는 모든 음료에 적용됨 • 비-탄산음료와 탄산음료, 100% 주스, 농축 주스, 희석 주스, 원액 표시를 했으나 실제로 원액이 함유되지 않는 주스 등이 포함됨
<p>원액 함유 비율 표시 방법</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 원액 함유 비율은 정보 표시면 맨 윗줄 부근에 표기해야 함. 그 위에는 상표명, 제품명, 로고 또는 UPC³¹⁾만이 표시될 수 있음 • 다른 인쇄나 그래픽과 뚜렷이 대조되는 읽기 쉬운 볼드체 활자나 문자 크기를 사용해야 함. 주스 원액을 표시하는 문자 크기는 정보 패널에서 가장 큰 문자(상표명, 제품명, 로고, UPC 또는 영양성분표의 제목 제외)보다 작아서는 안 됨 • 표기 방법은 “_ % 함유 주스(contains _ % juice)” 또는 “_ % 주스(_ % juice)”이며, 과일이나 야채의 이름도 포함시킬 수 있음(예: 100% 사과 주스)
<p>원액 함유 비율 표시 제외 대상</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 소량의 원액을 향료로 함유한 음료는 다음의 경우에 이를 표기할 필요가 없음 <ul style="list-style-type: none"> - 해당 제품에 “향료(flavor)” 또는 “향료 첨가(flavored)”라는 용어로 표기한 경우 - “주스(juice)”라는 용어를 성분 목록 표기란 이외의 패널에 사용하지 않은 경우 - 해당 음료가 천연 주스를 함유하고 있다는 인상을 주지 않는 경우

자료: 미국 식품의약품청(FDA)

31) 범용 제품 코드(Universal Product Code)의 약자로, 미국에서 사용되는 공통 상품 코드

▶ 미국 영양 성분 강조표시 가능

미국 식품의약품청(FDA: Food and Drug Administration)의 규정 「21 CFR 101.54」에 따르면, 제품 포장재의 전면표기부분(Principal Display Panel) 또는 정보표기면(Information Panel)에 제품이 함유하고 있는 영양 성분에 대한 강조표시를 기재할 수 있음

[표 5.9] 영양소 함량 강조표시(Nutrient Content Claims) 규정

적용 대상	<ul style="list-style-type: none"> 포장재에 직접적으로 표현되어 있는 강조표시 문구 뿐만 아니라, 소비자에게 암묵적으로 전달하고 있는 강조표시 또한 FDA의 강조표시 규정에 적용됨. 따라서 실제 제품에 함유되어 있지 않은 영양 성분과 관련한 이미지를 삽입하거나, 해당 영양 성분이 함유되어 있다고 표시 등 소비자의 오해를 불러일으킬 경우, 암묵적 강조표시로 취급되어 FDA의 관련 규정 위반이 될 수 있음
FDA에서 영양소별 기준이 정의되어 사용 가능한 용어	
Free	<ul style="list-style-type: none"> Zero, No, Without 등의 동의어도 사용 가능
Low	<ul style="list-style-type: none"> Little, Contains a small amount of, Low source of 등의 동의어도 사용 가능
Reduced/Less	<ul style="list-style-type: none"> Lower, Fewer 등의 동의어도 사용 가능 * FDA에서 정의하고 있는 ‘Free’, ‘Low’, ‘Reduced’의 기준에 부합하기 위해, 해당 영양소에 특별한 제조공정과정을 거치지 않고도 제품의 자연적인 성분이 ‘Free’, ‘Low’, ‘Reduced’에 충족하는 경우, 해당 사실을 영양소 함량 강조표시와 함께 표기해야 함 예: “celery, a low calorie food”, “broccoli, a fat free food”
High	<ul style="list-style-type: none"> 1일 영양성분 기준치에 대한 비율(%DV)이 20% 이상인 경우
Good source	<ul style="list-style-type: none"> 1일 영양성분 기준치에 대한 비율(%DV)이 10-19%인 경우
More	<ul style="list-style-type: none"> 비교 대상이 되는 제품보다 1일 영양성분 기준치에 대한 비율(%DV)이 최소 10% 더 많은 경우 비타민, 미네랄, 단백질, 식이섬유, 칼륨에 사용 가능

자료: 미국 식품의약품청(FDA), KATI농식품수출정보

▶ 미국 상추차 라벨 샘플³²⁾



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 영어]

- ① An American company
- ② Arizona
- ③ Green Tea with Ginseng and Honey
- ④ 128 FL OZ.(1GAL) - 3.78L
- ⑤ 08/16/25 09:14

[앞면 - 국문]

- ① 아메리칸 컴퍼니
- ② 애리조나
- ③ 인삼과 꿀을 넣은 녹차
- ④ 128 플루이드 온스.(1갤런) - 3.78리터
- ⑤ 2025년 8월 16일 09:14

32) 미국 오프라인 매장에서 판매되고 있는 상추차 제품을 찾을 수 없어, 유사 제품인 녹차의 라벨 샘플을 제공함

[뒷면 - 영어]

- ① Arizona
- ② Green Tea with Ginseng and Honey
- ③ Ingredients: Premium brewed green tea using filtered water, high fructose corn syrup(glucose, fructose syrup), honey, citric acid, natural flavors, ascorbic acid (vitamin C), ginseng root extract.
- ④ Manufactured for Arizona beverages USA LLC Woodbure, NY 11797 USA
- ⑤ 100% NATURAL
- ⑥ No preservatives, No synthetic color, No artificial flavor
- ⑦ Enjoy America’s best selling ready-to-drink green tea! Arizona Green Tea... Where great taste and goodness “naturally” come together. Green tea for its health benefits and nature’s natural sweetener, honey.
- ⑧ For more info email INFO@DRINKARIZONA.COM

[뒷면 - 국문]

- ① 애리조나
- ② 인삼과 꿀을 넣은 녹차
- ③ 재료: 프리미엄 여과된 물에 우려낸 녹차, 고과당 옥수수 시럽(과당 시럽), 꿀, 구연산, 천연 향료, 아스코르브산 (비타민 C), 인삼 뿌리 추출물.
- ④ 미국 뉴욕 11797, 우드버리, 애리조나 음료 제조
- ⑤ 100% 천연
- ⑥ 방부제 없음, 합성 색상 없음, 인공향료 없음
- ⑦ 미국의 베스트셀러 녹차 포장음료를 즐기세요! 애리조나 녹차... 훌륭한 맛과 좋은 성분이 “자연스럽게” 어우러진 곳. 건강에 유익한 녹차와 천연 감미료인 꿀을 함유하고 있습니다.
- ⑧ 자세한 내용은 이메일 INFO@DRINKARIZONA.COM

⑨

Nutrition Facts	
Approx. 11 servings per container	
Serving size 12 fl oz(355mL)	
Amount per serving calories	100
% Daily Value*	
Total Fat 0g	0%
Sodium 0mg	0%
Total Carbohydrate	9%
Total Sugars 25g	
Includes 25g Added Sugars	50%
Protein 0g	
Vitamin C 18mg	20%
Not a significant source of saturated fat, trans fat, cholesterol, dietary fiber, vitamin D, calcium, iron and potassium.	
*The % Daily Value(DV) tells you how a nutrient in a serving of food contributes to daily diet. 2,000 calories a day is used for general nutruion advice.	

⑩ Shake well

⑨

영양성분표	
대략 용기 당 11회 제공	
제공 사이즈 12 fl oz(355mL)	
1회 제공 열량	100
% 일별 가치*	
총 지방 0g	0%
나트륨 0mg	0%
총 탄수화물	9%
총 당류 25g	
25g을 포함한 당류	50%
단백질 0g	
비타민 C 18mg	20%
포화지방, 트랜스지방, 콜레스테롤, 식이섬유, 비타민 D, 칼슘, 철분, 칼륨의 중요한 공급원은 아닙니다.	
*1일 영양성분 기준치에 대한 비율 %은 2,000 칼로리를 기준으로 하며, 이는 개인의 필요 열량에 따라 다를 수 있습니다.	

⑩ 잘 흔들어 드세요.

4. 미국 상추차 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

GRAS(Self-Affirmed Generally Recognized As Safe)는 미국에서 판매되는 식품 원료의 안전성을 평가하는 제도이며, 식품첨가물을 ‘식품에 첨가 및 접촉하여 직접적 또는 간접적인 결과를 초래할 것으로 예상되는 물질’로 규정해 본래의 사용 목적 및 조건에서 과학적 단계를 통해 입증된 성분을 분류함. 상추차를 ‘과일·채소류음료’로 분류하여 관련 식품첨가물 검색 시 총 312건을 발견했으며, 하기 표는 상추차에 적용되는 미국 식품첨가물 기준 중 일부임. 더욱 상세한 정보는 미국의 연방규정집(CFR: Code of Federal Regulations) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.10] 미국 상추차 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품유형	사용기준
1	멘헤이든오일	Menhaden oil	가공 채소주스	(GRAS: 1.0% 이하, 이 성분은 에이코사펜타엔산과 도코사헥사엔산의 총 섭취량이 한 명당 일일 3.0g을 넘지 않도록 해야 함. 이 성분을 안전하게 사용하기 위해서는 Menhaden oil은 에이코사펜타엔산과 도코사헥사엔산의 주요 공급원이 되는 다른 오일을 함께 사용해서는 안됨. 부분적으로 경화된 기름 및 경화된 Menhaden oil은 이 장의 Sec. 170.3(n)(12)에 정의된대로 현행 GMP를 초과하지 않는 수준에서 식품에 식용지방이나 기름으로 사용됨, GMP에 따라 사용)
2	비타민 D2 버섯 파우더	Vitamin D2 Mushroom powder	채소주스	100IU/240mL
3	젖산에스테르지방산류	Lactylic esters of fatty acids	건조 과채주스	[유화제, 가소제(plasticizers), 또는 계면활성제 surface-active agents)] 물리적, 기술적 효과를 위해 요구되는 양보다 크지 않게 사용
4	사카린나트륨	Sodium saccharin	음료, 과일주스 음료 및 베이스 또는 믹스	액상 1온스당 12mg 이하
5	사카린칼슘	Calcium saccharin		

자료: KATI농식품수출정보

▶ **유해물질**

미국 내 식품을 유통하기 위해 미국 식품의약품청(FDA)의 유해물질 규정을 반드시 준수해야 함. 미국은 유해물질을 독성이 있어 치명적인 물질이나 병원성 및 발암성 물질로 정의하며, 해당 물질들에 대해 식품 내 잔류한계를 규정하고 있음. 더욱 상세한 정보는 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.11] 미국 상추차 유해물질 분석

물질명(한글)	물질명(영문)	식품 유형	잔류허용기준
총 아플라톡신 (아플라톡신 B1, B2, G1, G2의 합)	Aflatoxin (Aflatoxin B1, B2, G1, G2(total))	모든 식품	20mcgs/kg(20 ppb)

자료: KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

미국에서 유통되는 식품의 알레르기 유발물질은 ‘식품 알레르기 유발물질 표시 및 소비자 보호법’에 의하여 규정됨. 식품에 총 9가지의 알레르기 유발물질이 포함되는 식품은 라벨에 해당 성분명을 영어로 표기해야 함. 2023년 1월 1일부터 참깨가 9번째 알레르겐 성분으로 공식 지정되었으며, 참기름과 같이 참깨가 포함된 제품에도 해당하는 내용임. 식품안전정보원에 따르면, 2019년부터 2021년까지 한국산 수출식품 부적합 사례는 총 779건으로 집계됐으며, 그중 미국에서 가장 많이 발생한 부적합 사유는 ‘표시기준 위반’으로, 주요 5개국³³⁾에서 발표한 전체 표시기준 위반의 97.3%(687건)을 차지함. 이에 따라 미국으로 식품 수출 시 의무 표시기준에 대한 각별한 주의가 필요함

[표 5.12] 미국 알레르겐 성분 규정

순번	표시 의무 여부	대상
1	의무	우유
2	의무	달걀
3	의무	생선
4	의무	갑각류
5	의무	견과류
6	의무	땅콩
7	의무	대두
8	의무	밀
9	의무	참깨

자료: 한국무역협회

33) 중국, 미국, 일본, 대만, EU

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 복수마켓(Bokksu Market)
2. 월마트(Walmart)
3. 타깃(Target)

Interview ①

34)



복수마켓 (Bokksu Market)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 2015년 설립
 - 뉴욕에 위치한 소매업체
 - 주요 수입국은 일본
 - 취급 품목으로는 과자, 스낵, 즉석 식품, 음료, 냉동 제품 및 소스
 - 온라인 유통채널 보유

담당자 정보

Operations Manager

복수마켓(Bokksu Market) Operations Manager

Q. 상추차 제품에 함유된 진정 및 수면 촉진 효과로 연구된 '락투신' 성분에 대한 미국 소비자들의 인식 수준을 설명해 주세요.

락투신이 일반적으로 알려진 성분은 아니기에 미국 소비자들의 락투신에 대한 인식 수준은 낮습니다. 또한, 락투신의 진정 효과와 관련된 연구 결과가 나오고 있지만, 구체적인 건강 효능을 알려려면 미국 식품의약품청(FDA)의 승인이 필요합니다.

Q. 휴식과 수면 증진을 위해 RTD 차를 주로 섭취하는 미국 소비자들의 인구 통계와 주로 언제 어디서 차를 마시는지 설명해 주세요

휴식을 위해 RTD 차를 주로 마시는 사람들은 대도시의 젊은 층과 중장년층입니다. 이들은 저녁에 집에서 잠자리에 들기 전 긴장을 풀기 위해 차를 즐깁니다.

Q. 미국 소비자들이 알고 있는 진정 및 수면 개선 효과로 알려진 다른 RTD 차 성분에 대해 알려주세요.

미국 소비자들에게 진정 효과로 잘 알려진 차에는 카모마일, 패션 플라워, 발레리안 뿌리, 레몬 밤 및 녹차와 같은 것들이 있습니다. 이러한 제품들은 항산화 성분을 포함하고 있습니다.

Q. 최근 미국 소비자들 사이에서 RTD 차와 관련된 트렌드가 있다면 무엇인지 설명해 주세요.

최근 RTD 차 트렌드는 아쉬와간다와 같은 강장제와 스트레스, 면역력, 수면과 같은 웰빙 요소를 겨냥한 기능성 블렌드에 초점을 맞추고 있습니다. 카페인 외에 다른 효능을 가진 차도 저녁에 마시기 좋은 제품으로 인기를 얻고 있습니다.

Q. 상추차 제품을 수출할 때 선호하는 현지 유통채널과 그 이유에 대해 추천해주세요.

천연/건강식품 매장 및 온라인 소매업체를 추천합니다. 해당 유통채널들을 방문하는 소비자들은 정기적으로 건강에 도움이 되는 제품을 찾습니다. 그렇기 때문에 이러한 채널에 입점할 경우, 적합한 고객층을 보다 효율적으로 타깃할 수 있습니다.

Q. 상추차 제품 마케팅을 위한 타깃 소비자층에 대해 어떻게 생각하세요?

타깃 소비자 그룹은 건강에 관심이 많고 자연적인 방법으로 휴식을 취하고자 하는 사람들입니다. 또한, 바쁜 직장인과 건강에 관심이 많은 젊은 성인을 대상으로 마케팅하면 제품 판매 가능성을 높일 수 있습니다.

Q. 미국에서 상추차 제품을 마케팅하기 위한 효과적인 경로와 방법을 제안해주세요.

유사한 제품의 사용 후기를 안내하는 인플루언서와의 파트너십, 웰니스/라이프스타일 블로그 및 웹사이트 광고, 제품 혜택을 강조하는 콘텐츠 제작을 추천합니다.

Q. 수입 및 유통 관점에서 상추차 제품을 수입할 때 주의해야 할 법적 규제나 필수 인증 요건이 있나요?

FDA는 이러한 제품 수입을 규제하고 있으며, 이에 제품의 기능들을 입증하는 것이 중요합니다. 또한, 라벨링 관련 지침들을 모두 충족하는지 확인해야 합니다. 한편 유기농, Non-GMO, 글루텐프리와 같은 인증을 획득하면 제품 구성에 따라 제품의 매력과 시장 접근성을 넓힐 수 있습니다. 이 외에도 적절한 유통 및 보관 또한 안전 규정 준수의 핵심입니다.

Interview ②

35)



월마트(Walmart)

Sr. Manager I - Omni Fulfillment Experience

월마트 (Walmart)

- 유형: 소매 체인 업체
- 업체 특징:
 - 1962년 설립
 - 벤턴빌에 위치한 소매 체인 업체
 - 취급 품목으로는 식료품, 의류, 신발 및 액세서리, 전자제품, 정원 용품, 유아용품, 음료, 미용 및 퍼스널 케어 용품 등
 - 온라인, 오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Sr. Manager I - Omni Fulfillment Experience

Q. 상추차 제품에 함유된 진정 및 수면 촉진 효과로 연구된 '락투신' 성분에 대한 미국 소비자들의 인식 수준을 설명해 주세요.

미국 소비자들 사이에서 락투신에 대한 인지도는 비교적 낮은 편인데, 이는 락투신이 진정 및 수면 촉진 효과에 관해 연구되고 있는 비교적 새로운 성분이기 때문입니다. 건강에 관심이 많은 일부 소비자들은 락투신에 대해 잘 알고 있지만, 대다수의 소비자들은 아직 락투신의 효능에 대해 잘 알지 못합니다. 하지만 락투신을 홍보하기 위한 연구와 마케팅 활동이 활발해짐에 따라 앞으로 락투신의 인지도는 더욱 높아질 것으로 보입니다.

Q. 휴식과 수면 증진을 위해 RTD 차를 주로 섭취하는 미국 소비자들의 인구 통계와 주로 언제 어디서 차를 마시는지 설명해 주세요

휴식과 수면 증진을 위해 RTD 차를 주로 소비하는 미국 소비자들은 건강과 웰빙을 우선시하고, 바쁘고 스트레스를 많이 받으며, 재충전을 위한 편리한 방법을 찾는 사람들입니다. 이들은 일반적으로 25-45세의 도시 거주자이며, 관련 인식과 구매할 수 있는 높은 소득 수준을 가지고 있습니다. 이러한 소비자들은 퇴근 후나 취침 전 저녁에 휴식을 취하고, 숙면을 취하기 위한 방법으로 RTD 차를 자주 마십니다.

Q. 미국 소비자들이 알고 있는 진정 및 수면 개선 효과로 알려진 다른 RTD 차 성분에 대해 알려주세요.

미국 소비자들에게 진정 및 수면 개선 효과로 잘 알려진 다른 RTD 차 성분으로는 멜라토닌, 발레리안 뿌리, 카모마일 등이 있습니다. 이러한 성분은 전통적으로 허브 차에 사용되어 왔으며 자연적이고 안전하다는 평가로 인해 RTD 차 제품에서도 인기를 얻고 있습니다.

Q. 최근 미국 소비자들 사이에서 RTD 차와 관련된 트렌드가 있다면 무엇인지 설명해 주세요.

최근 미국 소비자들 사이에서 RTD 차와 관련된 두 가지 주요 트렌드가 있습니다. 한 가지 트렌드는 유기농 및 천연 재료에 대한 수요가 증가하면서 카모마일과 발레리안 뿌리와 같은 원료의 인기가 높아졌다는 것입니다. 또 다른 트렌드는 휴식 및 수면 개선과 같은 특정 건강상의 이점을 제공하는 기능성 음료에 관한 관심이 높아지고 있다는 것입니다.

35) 사진 자료: 월마트(Walmart)

Q. 상추차 제품을 수출할 때 선호하는 현지 유통채널과 그 이유에 대해 추천해주세요.

건강에 관심이 많은 소비자를 대상으로 하는 건강식품전문점, 전문 찻집, 온라인 소매업체와 제휴하는 등 현지 유통채널을 복합적으로 활용하는 것이 좋습니다. 이를 통해 건강하고 독특한 음료에 관심이 있는 타겟층에게 제품을 알릴 수 있습니다.

Q. 상추차 제품 마케팅을 위한 타겟 소비자층에 대해 어떻게 생각하십니까?

상추차 제품 마케팅의 타겟 소비자층은 건강에 민감한 25-50세 소비자들로, 진정 효과가 있는 음료를 찾고 있는 이들입니다. 해당 소비층은 높은 항산화 성분과 진정 효과 등 제품의 건강상의 이점에 관심을 가질 가능성이 크며, 자신의 필요, 가치관 및 라이프스타일에 부합하는 제품에 대해 프리미엄을 지불할 의향이 있을 수 있습니다.

Q. 미국에서 상추차 제품을 마케팅하기 위한 효과적인 경로와 방법을 제안해주세요.

디지털 마케팅, 소셜 미디어 및 인플루언서 파트너십을 포함한 복합형 접근 방식을 사용할 것을 권장합니다. 또한, 웹사이트와 소셜 미디어 계정을 개설하여 제품의 고유한 기능과 이점을 소개하고, 건강 및 웰니스 인플루언서와 파트너십을 맺어 이들의 팔로워에게 제품을 홍보하는 것 또한 고려할 수 있습니다.

Q. 수입 및 유통 관점에서 상추차 제품을 수입할 때 주의해야 할 법적 규제나 필수 인증 요건이 있나요?

미국 FDA 규정을 준수해야 합니다. 또한, 제품이 지속 가능성, 안전 및 품질에 대한 표준을 충족한다는 것을 입증하기 위해 USDA 유기농 인증과 같은 타사 기관의 인증을 획득해야 할 수도 있습니다.

Interview ③



타깃 (Target)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 1902년 설립
 - 미네아폴리스에 위치한 소매업체
 - 취급 품목으로는 식료품, 의류, 가정용품, 가구, 주방 및 식당, 전자제품, 유아용품, 미용 제품, 가정 필수품 및 사무용품 등
 - 온/오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Operations Manager

36)

타깃(Target)
Operations Manager

Q. 상추차 제품에 함유된 진정 및 수면 촉진 효과로 연구된 '락투신' 성분에 대한 미국 소비자들의 인식 수준을 설명해 주세요.

대부분의 미국 소비자는 락투신이라는 성분에 대해 잘 알지 못하고 있습니다. 락투신을 함유한 새로운 상추차 제품을 출시하려면 락투신이 무엇인지, 유래가 무엇인지, 초기 연구에서 제시된 잠재적 이점에 대해 소비자 교육을 시행하여 제품에 대한 인지도를 높이고 관심을 유도해야 할 것입니다.

Q. 휴식과 수면 증진을 위해 RTD 차를 주로 섭취하는 미국 소비자들의 인구 통계와 주로 언제 어디서 차를 마시는지 설명해 주세요

휴식과 수면을 위해 판매되는 RTD 차는 주로 젊은 소비자, 특히 밀레니얼 세대와 Z세대에게 인기가 있습니다. 해당 세대는 천연 웰빙 제품에 더 개방적이며, 바쁜 라이프스타일로 인해 이동 중에도 간편하게 즐길 수 있는 제품에 대한 수요가 높은 경향이 있습니다. 이들은 하루를 마무리할 때 혼자 또는 여럿이서 RTD 차를 많이 소비합니다.

Q. 미국 소비자들이 알고 있는 진정 및 수면 개선 효과로 알려진 다른 RTD 차 성분에 대해 알려주세요.

유기농 발레리안 뿌리, 패션 플라워, 카모마일 및 라벤더가 함유된 독점 성분 블렌드인 Y사의 '베트타임티(Bedtime Tea)'가 있습니다. 모두 일반적으로 전통적인 진정 효과를 보유한 허브로 인식되는 성분입니다. 특히 발레리안 뿌리는 천연 수면 보조제로 오랫동안 사용됐습니다. 레몬 밤, 홉, 목련꽃과 같은 추가 성분도 다양한 진정 효과가 있습니다.

Q. 최근 미국 소비자들 사이에서 RTD 차와 관련된 트렌드가 있다면 무엇인지 설명해 주세요.

최근 RTD 차 시장의 트렌드는 건강과 웰빙에 더 초점을 맞추고 있습니다. 또한, 소비자들은 기본적인 수분 보충이나 카페인 이외의 효능을 제공하는 음료를 찾고 있으며 면역력, 장 건강, 스트레스 해소 및 인지 기능을 지원하는 옵션을 찾고 있습니다.

36) 사진 자료: 타깃(Target)

Q. 상추차 제품을 수출할 때 선호하는 현지 유통채널과 그 이유에 대해 추천해 주세요.

허브 차와 한국산 천연 제품에 대한 소비자의 관심을 고려할 때 천연 식료품점과 건강 전문점이 현지에서 선호하는 유통채널이 될 것입니다. 이러한 소매업체는 틈새시장에 속하는 수입 제품을 위한 진열 공간을 제공하기 때문에 잠재 고객에게 제품을 노출할 수 있습니다.

Q. 상추차 제품 마케팅을 위한 타깃 소비자층에 대해 어떻게 생각하세요?

중장년층은 다른 소비자 그룹에 비해 식습관 변화를 통해 스트레스와 수면 개선을 추구하는 경향이 강하기 때문에 젊은 밀레니얼 세대 및 Z세대와 함께 중장년층을 타깃 하는 것이 가장 적합할 것입니다.

Q. 미국에서 상추차 제품을 마케팅하기 위한 효과적인 경로와 방법을 제안해 주세요.

피트니스 및 요가 업체와 제휴하여 심적 안정에 대한 관심을 활용하고, 이를 통해 건강을 중시하는 고객에게 다가가는 것이 효과적입니다. 또한, 웰니스 인플루언서와의 파트너십을 통해 팔로워의 참여를 유도하여 브랜드 인지도를 구축할 수 있습니다. 추가로 건강/라이프스타일 웹사이트 및 앱에 광고를 게재하여 관련 제품을 검색하는 사용자에게 맞춤형 프로모션을 제공하는 것도 좋습니다.

Q. 수입 및 유통 관점에서 상추차 제품을 수입할 때 주의해야 할 법적 규제나 필수 인증 요건이 있나요?

안전성을 보장하기 위해 FDA 수입 규정, 라벨링 및 시설 검사를 준수해야 합니다. 또한, 모든 선적에 대해 FDA 수입 식품 사전 통지서 및 FDA 식품 제품 통지서와 같은 입국 서류를 제출해야 합니다. 시설은 식품 제조, 포장 및 보관에 대한 FDA의 GMP 규정을 충족해야 합니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

Ⅶ 시사점



Export Insights

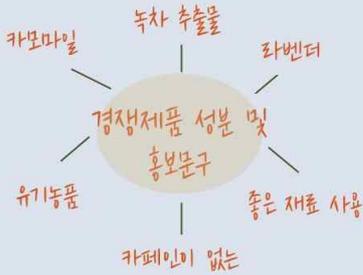
시장 수요

간편하고 수면에 도움이 되는
기능성 제품에 대한 수요 존재



2022년 미국 즉석 차 시장규모는 2020년 대비 30% 증가했으며, 향후 5년간 연간 6.1% 증가할 것으로 예상됨. 최근 건강 관련 글로벌 트렌드와 함께 미국 내 기능성 음료 구매를 희망하는 소비자들이 증가하고 있으며, 제품의 맛보다는 기능에 초점을 두고 구매 결정을 하는 것으로 나타남. 아울러, 수면 보조 및 긴장이완에 도움이 되는 제품에 대한 수요가 증가 중임을 확인함. 이에 고객사 상추차 제품이 미국 시장 진입 시 수요가 있을 것으로 예상되나, 고객사 제품 성분이 미국 소비자들이 일반적으로 인식하고 있는 수면 보조 성분과는 상이하다는 점은 유의할 필요가 있음

소비 특징



① 경쟁제품 성분: 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 상추차 경쟁제품 성분을 조사한 결과, '카모마일', '라벤더' 키워드가 각각 157건, 67건 빈출하며 수면 보조 관련하여 전통적인 성분의 키워드가 상위권에 포진하고 있음을 확인함. 수면 개선 보조 제품 중 고객사 제품의 성분인 '상추'를 주 원료로 활용한 제품은 확인되지 않았으며, '상추'가 원료로 활용되는 경우는 주로 진통 효능을 보유한 제품들로 조사됨. 이에, '상추'를 원료로 하는 수면 보조제 시장은 퍼플오션 시장으로 정의할 수 있으며, 고객사는 관련 전략을 수립해야 할 것으로 예상됨

② 경쟁제품 홍보문구: 온라인 쇼핑몰 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 상추차 경쟁제품 홍보문구를 조사한 결과, '유기농품' 관련 키워드가 280건으로 빈출 횟수가 가장 많았음. 또한, '카페인 없음' 관련 키워드도 226건 도출되었으며, 실제 데이터 확인 결과 미국 건강차 제품의 대다수가 '카페인 없음'을 비롯하여 '디카페인', '취침시간에 적합한', '숙면 지원' 등 수면에 도움을 주는 제품으로 포지셔닝 하고 있음. 이에, 경쟁제품들은 유기농 인증을 차별화 요소로 활용하고 있으며, 휴식에 적합한 제품이라는 이미지를 형성하고자 하는 것으로 확인됨

미국 소매유통채널 유통 비중



유통채널



미국 내 고객사 상추차 제품의 잠재 소매유통채널을 조사한 결과, '하이퍼마켓/슈퍼마켓'의 점유율이 52.1%로 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타남. 뒤이어 '온라인'이 29.6%, '기타 오프라인 매장'이 11.6%의 점유율을 차지하였음. 한국의 잠재 소매유통채널과 비교 시, 미국에서는 상대적으로 '하이퍼마켓/슈퍼마켓'을 통한 거래가 한국(17.3%)보다 높았으며, '온라인' 유통채널을 통한 거래는 한국(48.7%)보다 비중이 낮은 것으로 조사되어 오프라인 매장 우선 공략을 고려할 수 있음



- ▶ Point 1) 식품 시설등록 必
- ▶ Point 2) 수입식품 사전신고 必
- ▶ Point 3) 강제 인증 無
- ▶ Point 4) 라벨링 영어 표기 必

진입장벽



미국으로 식품 수출 시, 식품안전현대화법 의하여 식품 시설등록과 수입식품 사전신고가 필수인 것으로 나타남. 시설등록의 경우, 미국으로 식품을 수출하고자 하는 국내 제조업체는 미국 식품의약처를 통해 식품 제조시설 등록 절차를 필수적으로 진행해야 하는 것으로 조사되었음. 한편 미국 내 식품을 판매하기 위해 필수적으로 받아야 하는 인증은 없는 것으로 확인되었으며, HACCP, FSSC 22000 등의 글로벌 공통 인증이나 글루텐 프리(Gluten-free) 인증, 비건(Vegan) 인증, 코셔(Kosher) 인증, 할랄(Halal) 인증과 같은 미국 민간 인증을 선택적으로 취득해서 활용할 수 있는 것으로 나타남. 제품 라벨링의 경우 영어로 작성되어야 하며, 제품명, 순중량, 제조자, 포장업체, 유통업체의 정보, 이름 및 주소, 성분 리스트, 알레르겐 성분, 영양성분표, 원산지, 원액 함유 비율 등을 기재해야 함

수출 확대 전략

블루오션화
&
고객 로열티 제고



현지 시장 조사 결과, 미국 상추차 시장은 레드오션(수면 보조제 시장)과 블루오션(상추-락투신)의 중간지점인 '퍼플오션'으로 정의할 수 있으며, 이에 수출 확대 전략으로 '시장의 블루오션화'가 있는 것으로 판단함. 고객사는 블루오션 전환에 필요한 핵심 요소인 기술의 수준은 이미 보유하고 있기에 시장으로서 가치 확립이 최우선 목표가 되어야 할 것으로 전망함. 이에 소비자 내 상추차 및 락투신 성분의 인식 제고를 최우선 과제로 삼아야 하며, 구체적인 실행 전략은 현지 수입 유통업체들이 언급한 인플루언서 활용, 관련 포럼 게재 등의 디지털 마케팅이 중심이 될 수 있음. 기능성 제품이기때 마케팅 콘텐츠로는 제품의 성분과 효능을 강조하는 것이 타당한 것으로 보이며, 타 기능성 제품과는 달리 수면 보조제는 소비자가 관련 효능을 즉각 체감할 수 있기에 소비자 후기 작성을 장려하기에 적합한 제품인 것으로 판단함. 조사 내 소비 특징에서 확인된 '유기농' 인증을 확보하는 것 또한 소비자들의 구매 욕구를 자극할 수 있는 수단임. 이를 통해 제품의 가시성을 확대하고, 소비자 가심비(가격 대비 심리적 만족도)를 충족하는 제품으로 포지셔닝 하는 데 도움이 될 것으로 예상함

또한 수면 보조제 시장은 새로운 수요 창출보다는 기존 고객들의 재구매율이 높은 시장임. 이에 전술한 수단들을 통해 기존 레드오션 내 고객들을 끌어온 후, 충성도 제고를 위한 수단들을 실행할 필요가 있음. 이러한 수단의 예로는 예상치 못한 작은 사은품 제공 등의 큰 비용을 지출하지 않는 선에서 추가 서비스가 있을 수 있으며, 충성 고객의 입소문을 기반으로 고객층 확장 또한 기대할 수 있을 것으로 전망함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2022
2. 몰돌인텔리전스(Mordor Intelligence), 「미국 RTD 커피 시장 규모 및 점유율 분석 - 성장 추세 및 예측(2023~2028)」, 2022
3. 스태티스타(Statista), 「Ready-to-Drink (RTD) Coffee & Tea_United States」, 2023.08
4. 소플리에 타임즈, 「美 기능성 음료 트렌드, 식물성 & 콤포지트 음료 등 눈길」, 2021.03
5. 스태티스타(Statista), 「Ready-to-Drink (RTD) Tea_United States」, 2023.08
6. 스태티스타(Statista), 「Plant-based food market size in the United States in 2020 and 2026, by distribution channel」, 2022.02
7. 스태티스타(Statista), 「Food retail in South Korea」, 2023.03
8. 식품의약품안전처, 「식품 수출 안내서(미국편)」, 2021
9. KATI농식품수출정보, 「식품시설 등록 : 중소기업체들을 위한 안내서」, 2018
10. 한국무역협회, 「한국산 수출식품 표시 기준 위반 97%는 미국서 발생」, 2022.07
11. 미국 식품의약품청(FDA), 「21 CFR 101.54」, 2016.06
12. KATI농식품수출정보, 「미국 라벨링 규정 준수 가이드」, 2020.06

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. 아마존 미국(Amazon) (www.amazon.com)
4. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
5. 월마트(Walmart) (www.walmart.com)
6. 코스트코홈세일(Costco Wholesale) (www.costco.com)
7. 월스트리트저널(WSJ) (www.wsj.com)
8. 한국농수산물유통공사(aT) (www.at.or.kr)
9. 크로거(Kroger) (www.kroger.com)
10. 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News) (www.supermarketnews.com)
11. 에피큐리어스(epicurious) (www.epicurious.com)
12. 월그린(Walgreens) (www.walgreens.com)
13. 포브스(Forbes) (www.forbes.com)
14. 월그린시카고(Walgreens Chicago) 페이스북 (www.facebook.com/Walgreenspharmacychicago)
15. 매크로트렌즈(MacroTrends) (www.macrotrends.net)
16. 지피아(Zippia) (www.zippia.com)
17. 몰오브아메리카(Mall of America) (www.mallofamerica.com)
18. 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News) (www.supermarketnews.com)
19. 에이치마트(H Mart) (www.hmart.com)
20. 뉴욕타임즈(NYT) (www.nytimes.com)
21. 교차로월드(Kyocharoworld) (www.kyocharoworld.com)
22. 시온마켓(Zion Market) (www.zionmarket.com)
23. aT 미국 지사(aT America) (atcenteramerica.com)
24. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
25. 센서타워(Sensortower) (sensortower.com/ko)

26. 이베이(eBay) (www.ebay.com)
27. 식품의약품안전처 (www.mfds.go.kr)
28. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
29. 미국 식품의약품청(FDA) (www.fda.gov)
30. 미국 농무부(SDA) (www.usda.gov)
31. 국립농산물품질관리원 (www.naqs.go.kr)
32. 플래티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)
33. 복수마켓(Bokksu Market) (www.bokksumarket.com)
34. 타깃(Target) (www.target.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.11.17

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

Copyright 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea