aT 한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

2019 년

해외시장 맞춤조사

- No. 1908-03
- 품목 : 말차(Malcha)
- 국가 : 미국(U.S.A)
- 구분 : 시장분석형

· 사업명 : 2019년 해외시장 맞춤조사
· 주관기관 : 한국농수산식품유통공사

Kati
농식품수출정보

Contents

Ⅰ. Market Size (시장규모)
SUMMARY 4
1. 미국 말차 시장규모 5
2. 미국 말차 수출입 시장규모 6
3. 미국 말차 소비 시장규모 7

Ⅱ. Market Trend (시장트렌드)
SUMMARY 11
1. 미국, 차 수요 증가와 더불어 빠르게 성장하는 말차 시장 17
2. 말차 구매 시, 효능, 맛, 용해성 등이 주 고려 요소 18
3. 말차 섭취 방식, 라떼가 대표적 19
4. 말차 분말 제품 구매 시, 품질, 맛, 브랜드, 유기농 여부 고려 20

Ⅲ. Distribution Channel (유통채널)
SUMMARY 22
1. 미국 말차 유통구조 23
2. 미국 말차 주요 유통업체 24
3. 미국 말차 B2C 소매채널 26

Ⅳ. Customs·Quarantine (통관·검역)
SUMMARY 47
1. 미국 말차 인증 취득 48
2. 미국 말차 사전 심사 53
3. 미국 말차 업체·제품 등록 54
4. 미국 말차 라벨 심의 55
5. 미국 말차 서류 준비 59
6. 미국 말차 세금 납부 60
7. 미국 말차 검역 심사 61

Ⅴ. Expert Interview (전문가 인터뷰)
SUMMARY 64
Interview ① 홀푸드마켓(Wholefoods Market) 66
Interview ② 트레이더조(Traders Joe) 68
Interview ③ 젠맛차티(Zen Matcha Tea) 69
Interview ④ 맛차아울렛(Matcha Outlet) 70
Interview ⑤ 티 템테이션스(Tea Temptations) 71

* 참고문헌 72

Ⅰ. Market Size

SUMMARY

1. 미국 말차 시장규모
2. 미국 말차 수출입 시장규모
3. 미국 말차 소비 시장규모

Market Size
(시장규모)

미국 (U.S.A)

말차 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(말차)

• 미국 차[1] 시장 규모

..... 27억 4,100만 달러 ('18)

• 미국 녹차[2] 시장 규모

..... 3억 1,500만 달러 ('18)

(*) Euromonitor International

말차 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 유형(녹차)

• HS 0902.10[3] '녹차(발효하지 않았으며 3킬로그램 이하의 직접 포장된 것)'

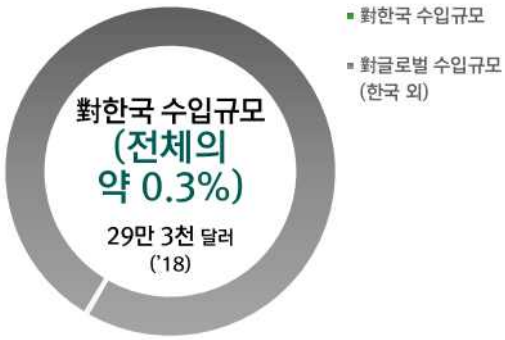
미국 對글로벌 수입 규모

..... 9,471만 1천 달러 ('18)

• HS 0902.10 '녹차(발효하지 않았으며 3킬로그램 이하의 직접 포장된 것)'

미국 對한국 수입 규모

..... 29만 3천 달러 ('18)



(*) International Trade Centre

말차 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '말차'는 제주도에서 재배한 프리미엄 말차 제품임. 이에 주요 소비자인 '미국 20-30대 여성'의 소비 시장 규모를 파악하고자 '미국 내 20-30대 소득 수준'과 '미국 내 인종 분포 비율'을 조사하였고, '미국 내 차(茶) 소비 인구'를 조사하여 세부 시장 규모를 파악함

① 미국 20-30대 소득 수준 ('17)

- 18-40세 ..... 43,511 달러
- 18-25세 ..... 40,950 달러
- 26-40세 ..... 44,910 달러

② 인종 분포도 ('18)

- 총 인구 ..... 327,892천 명 (100%)
- 백인 ..... 250,922천 명 (76.5%)
- 흑인 ..... 43,863천 명 (13.4%)
- 아시아인 ..... 19,157천 명 (5.8%)
- 아메리카 인디언 및 알래스카 원주민 ... 4,143천 명 (1.3%)
- 하와이 원주민 및 태평양 섬주민 ..... 792천 명 (0.2%)
- 2개 이상 인종 ..... 9,014천 명 (2.7%)

(*)US Census

③ 미국 내 차 소비 인구 ('18)

- 차 소비 인구 규모 ..... 1억 5,900만 명
- 일일 섭취량 ..... 1잔 이하(43%)/ 2-3잔(31%)

(*)OECD Stat & Tea Association of the U.S.A. Inc.

1) 차(Tea): 홍차, 과일차/허브티, 녹차, 인스턴트 차와 그 외 차 종류를 모두 포함함
2) 녹차(Green tea): 상록활엽목과 잎을 가공하여 만든 차로, 녹색이며 약간 쓴맛이 남. 전차와 말차, 녹차로 만든 자스민차, 모로코 스타일 민트티(스피어민트가 들어간 녹차)를 포함함
3) HS CODE 0902.10: 조사제품 '말차'는 제주도에서 재배한 유기농 녹차로, 100g 이하 단위로 개별 포장된 분말 제품임. 이에 HS CODE 0902.10(녹차(발효하지 않았으며 3킬로그램 이하의 직접 포장된 것))'으로 분류함

1. 미국 말차 시장규모

조사 시장: 조사 제품 '말차'는 제주도에서 재배하는 프리미엄 말차 제품임. 이에 상위 시장인 '차'와 세부 시장인 '녹차'의 시장 규모를 조사함

미국 국가 일반 정보[7)]

면적	938만 ㎢
인구	3억 2,717만 명 (2018)
GDP	20조 5,130억 달러
GDP (1인당)	62,518달러

▸ 2014-2018년, 미국 '차' 시장 연평균 성장률 0%

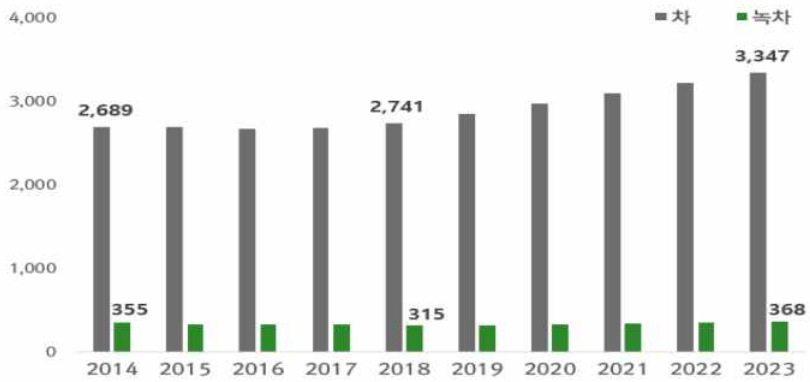
2018년 미국 '차' 시장의 규모는 27억 4,100만 달러임. 유로모니터에 따르면[4)], 기존 미국 '차' 시장을 선점했던 홍차 티백의 선호도가 과일/허브티로 전환되면서, 지난 5년간(2014-2018년) '차' 시장은 연평균 0%의 성장률을 보임. 동기간, 미국의 '녹차' 시장은 연평균 3%의 감소세를 보이고 있으며, 2018년 시장규모는 3억 1,500만 달러를 기록함

▸ 2019-2023년, 미국 '녹차' 시장 연평균성장률 3% 예측

유로모니터에 따르면, 미국 소비자들은 녹차의 건강 효능에 관심을 보이며 라떼, 스무디와 식품에 말차를 첨가하는 방법으로 녹차를 소비함. 이에 따라 향후 5년간(2019-2023년) 미국의 '녹차' 시장은 연평균 3%의 성장 동향을 보일 것으로 예측됨. 한편, 차의 건강 효능에 대한 미국 소비 시장의 높은 관심과 함께 '차' 시장도 동기간 연평균 4%의 성장률을 보일 것으로 예상됨

[표 1.1] '차', '녹차' 시장 규모[5)6)]

단위 : 백만 달러



분류		2014	2015	2016	2017	2018	CAGR ('14-'18)
상위 품목	차	2,689 (3조 2,134억 원)	2,690 (3조 2,146억 원)	2,672 (3조 1,930억 원)	2,685 (3조 2,086억 원)	2,741 (3조 2,755억 원)	0%
해당 품목	녹차	355 (4,242억 원)	334 (3,991억 원)	326 (3,896억 원)	324 (3,872억 원)	315 (3,764억 원)	-3%
전망		2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR ('19-'23)
상위 품목	차	2,854 (3조 4,105억 원)	2,974 (3조 5,539억 원)	3,094 (3조 6,973억 원)	3,219 (3조 8,467억 원)	3,347 (3조 9,997억 원)	4%
해당 품목	녹차	321 (3,836억 원)	329 (3,932억 원)	340 (4,063억 원)	353 (4,218억 원)	368 (4,398억 원)	3%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

4) 유로모니터(Euromonitor), 「Tea in US」, 2019.03.
5) 1달러=1,195.00원 (2019.09.24, KEB 하나은행 매매기준율 적용)
6) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
7) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 미국 말차 수출입 시장규모

HS CODE 0902.10 : 조사 제품 '말차'는 제주도에서 재배한 유기농 녹차를 개별 포장한 분말 제품임. 이에 '녹차(발효하지 않았으며 3킬로그램 이하의 직접 포장된 것)'에 해당하는 HS CODE 0902.10을 지표로 선정함

▸ 2014-2018년, 미국 對글로벌 수입액 연평균성장률 15%

미국 HS CODE 0902.10 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2014-2018년)간 연평균 15%의 성장률을 보임. 2017년 전년 대비 성장률은 6%를 기록했지만, 매해 15%이상의 높은 성장률을 기록함. 2018년 수입액은 9,471만 1천 달러로, 2014년 수입액대비 72% 증가한 규모를 보임

▸ 2014-2018년, 미국 對한국 수입액 연평균성장률 0%

HS CODE 0902.10 품목 기준, 2018년 미국의 對한국 수입액은 29만 3천 달러임. 2017년 한미 무역 갈등으로 미국의 한국산 상품 수입 규모가 감소하면서, 해당 품목의 수입 규모도 2016년 대비 절반 가까이 감소하는 동향을 보임. 하지만 2018년 다시 증가 추세로 전환되면서, 2014년부터 2018년까지 연평균 0%의 성장률을 기록함. 2018년 한국은 HS CODE 0902.10 품목의 17위 수입국이며, 對한국 수입액은 전체 수입 규모의 0.3%를 차지함

[표 1.2] HS CODE 0902.10 수입 규모[8)9)]

단위 : 천 달러

분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR* ('14-'18)
미국 對글로벌 수입액	54,943 (657억 원)	64,758 (774억 원)	77,803 (930억 원)	82,689 (988억 원)	94,711 (1,132억 원)	15%
미국 對한국 수입액	290 (3.5억 원)	335 (4억 원)	350 (4.2억 원)	193 (2.3억 원)	293 (3.5억 원)	0%

자료 : ITC(International Trade Centre) HS CODE 0902.10 기준

8) 1달러=1,195.00원 (2019.09.24, KEB 하나은행 매매기준율 적용)
9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 미국 말차 소비 시장규모

1) 미국 소득 분포 (20-30대 위주)

조사제품은 제주도에서 재배된 유기농 말차 제품으로, 집중력 향상, 항산화 작용, 다이어트 효과가 있음. 이에 미국 20-30대 여성 인구를 주요 소비자로 선정하여, '미국 내 연령대 별 소득 분포'를 조사하였고, 다인종국가 특성을 고려하여 미국 내 인종 분포를 함께 확인함. 이 외 '미국 내 차(茶) 소비 인구'를 조사하여 세부 시장 규모를 파악함

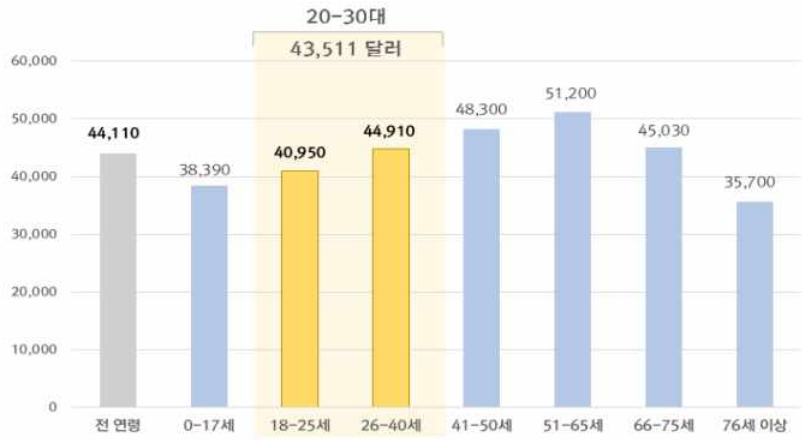
▸ 2017년[10], 미국 18-40세 소득 규모 연간 4만 3,511달러로 추정

OECD 자료에 따르면, 2017년 미국 전 연령대의 연 평균 가처분 소득은 4만 4,110달러임. 그 중 20-30대의 연 평균 가처분 소득 규모는 18-25세와 26-40세의 소득 규모를 통해 4만 3,511달러로 추산됨.[11] 18-25세의 소득 규모가 4만 950달러로 전 연령 평균 소득 수준보다 낮은 수치를 보였으며, 26-40세의 소득 규모는 4만 4,910달러로 전 연령 평균 소득 수준보다는 약간 높은 수준을 보임

한편, 전 연령대 중 51-65세가 연 평균 5만 1,200달러의 소득으로 가장 높은 소득 수준을 기록했으며, 소득 수준이 가장 낮은 연령대는 0-17세(3만 8,390달러)임

[표 1.3] 2017년 미국 내 연령대별 소득 분포

단위 : 달러



0-17세	38,390 달러	(45,876,050 원)
18-25세	40,950 달러	(48,935,250 원)
26-40세	44,910 달러	(53,667,450 원)
41-50세	48,300 달러	(57,718,500 원)
51-65세	51,200 달러	(61,184,000 원)
66-75세	45,030 달러	(53,810,850 원)
76세 이상	35,700 달러	(42,661,500 원)
전 연령	44,110 달러	(52,711,450 원)
18-40세 기준	43,511 달러	(51,995,654 원)

자료: OECD.Stat

10) 조사일(2019.09.27.) 기준, 미국 내 연령대별 소득 수준을 파악할 수 있는 가장 최신 자료임
11) OECD 2017년 미국 인구 통계 자료를 통해 18-25세와 26-40세 인구 규모를 조사한 뒤, 각 연령대의 총 가처분 소득 규모를 합산하여 평균치를 구함 (18-40세 인구 규모: 100,522,194 명 / 18-40세 총 소득 규모: 4조 3,738억 2,179만 6,940 달러)

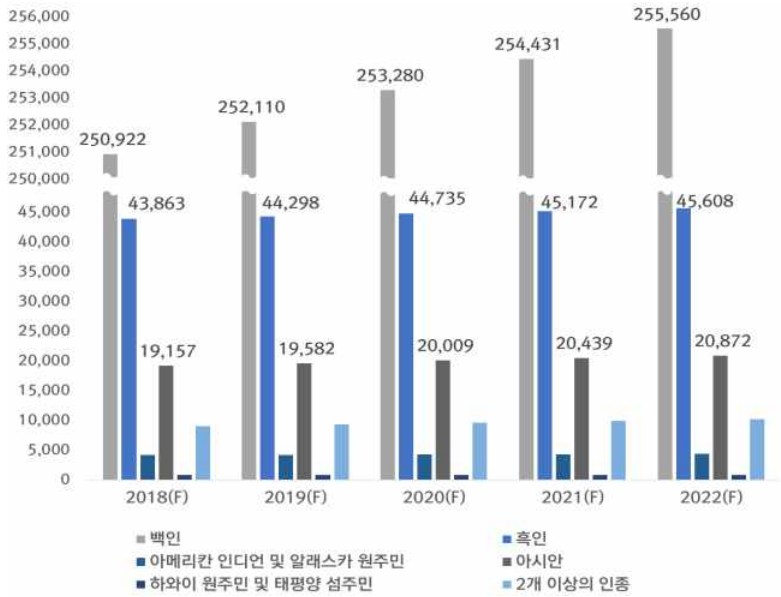
2) 미국 내 인종 분포 비율

▶ 미국 인종 중 백인 76.5%로 가장 많음

미국 인구조사국(United States Census Bureau)에 따르면 2018년 총 인구 중 백인이 76.5%로 가장 규모가 크며, 흑인 13.4%, 아시아인 5.8%로 나타남. 해당 인종의 향후 5개년(2018-2022년)의 연평균 성장률은 각각 0.5%, 1%, 2.2%로 나타나 아시아인의 규모가 비교적 빠르게 성장할 것으로 예상됨

[표 1.4] 미국 인종 분포도

단위 : 천 명



구분	총 인구	백인	흑인	아메리칸 인디언 및 알래스카 원주민	아시아인	하와이 원주민 및 태평양 섬주민	2개 이상 인종
2018(F)	327,892	250,922	43,863	4,143	19,157	792	9,014
2019(F)	330,269	252,110	44,298	4,188	19,582	803	9,289
2020(F)	332,639	253,280	44,735	4,232	20,009	813	9,570
2021(F)	334,998	254,431	45,172	4,277	20,439	824	9,856
2022(F)	337,342	255,560	45,608	4,321	20,872	834	10,147
CAGR ('18-'22)	0.7%	0.5%	1%	1.1%	2.2%	1.3%	3.0%

* 자료 : US Census Bureau, 「Projected Population by Single Year of Age, Sex, Race, and Hispanic Origin for the United States: 2016 to 2060」(2017)

3) 미국 내 차(茶) 소비 인구

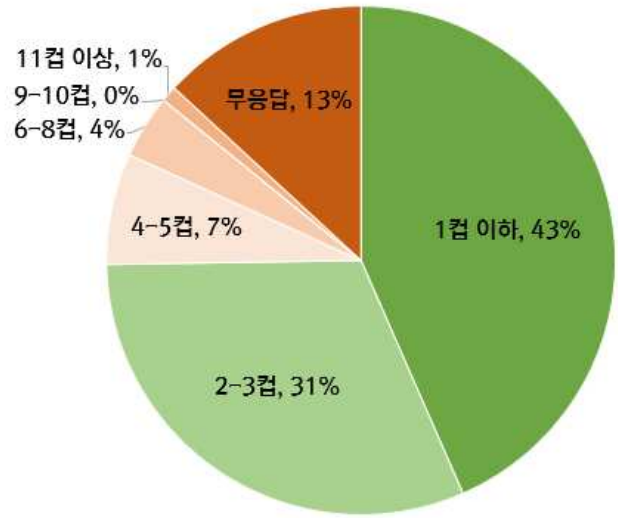
▶ 2018년, 미국 가계의 80%가 차 소비

미국 차(茶) 협회[12]에 따르면, 미국 가계의 약 80%가 차를 소비하며 매일 1억 5,900만 명의 미국인이 차를 마심. 2017년 미국 소비자의 일일 차 섭취량을 조사한 결과, 약 43%의 응답자가 매일 1잔 이하의 차를 섭취하였으며, 응답자의 31%는 매일 2-3잔의 차를 섭취하는 것으로 확인됨[13]

2018년 미국에서 가장 많이 소비되는 차의 종류는 홍차로, 2014년부터 2018년까지 미국 내 차 소비량의 80% 이상을 차지함. 홍차 다음으로 가장 많이 소비되는 차는 녹차이며, 전체 소비량의 15%를 차지함

[표 1.5] 2017년 미국 소비자 일간 차 소비 빈도

단위 : %



자료: 스태티스타(Statista)

[표 1.6] 2018년 차 소비 현황

단위 : %

차 종류	2014	2016	2018
홍차(Black tea)	84%	80%	84%
녹차(Green tea)	15%	16%	15%
그 외 (Oolong, White, and Dark Tea)	1%	4%	1%

자료: 미국 차 협회(Tea Association of the U.S.A.Inc.) & FAO 보고서[14]

12) 미국 차 협회(Tea Association of the U.S.A. Inc.) (www.teausa.com)
13) 스태티스타(Statista), 「How many cups of tea (7 oz), on average, do you drink per day?」,2019.09.03.
14) FAO,「Report of the Working Group on Global Tea Market Analysis and Promotion」, 2017.03.

II. Market Trend

SUMMARY

1. 미국, 차 수요 증가와 더불어 빠르게 성장하는 말차 시장
2. 말차 구매 시, 효능, 맛, 용해성 등이 주 고려 요소
3. 말차 섭취 방식, 라떼가 대표적
4. 말차 분말 제품 구매 시, 품질, 맛, 브랜드, 유기농 여부 고려

Market Trend
(시장트렌드)

미국 (U.S.A)
말차 시장트렌드

차 수요 증가에 따라 시장 전망 긍정적
'현재 시장 과일/허브 차, 홍차, 녹차 순'

폴리페놀, 미네랄, 섬유질 등이 풍부한 말차
'신경 안정, 노화 방지, 수면 개선 등 효과'

■ U.S.A Issue ①
미국, 차 수요 증가와 더불어 빠르게 성장하는 말차 시장
'차 종류 관련하여 녹차, 말차 빈출'

■ U.S.A Issue ②
말차 구매 시, 효능, 맛, 용해성 등이 주 고려 요소
'달콤한 보다는 본연의 감칠맛 즐겨'

말차 이웃 키워드로 '라떼' 최다 빈출
'라데, 차, 밀크쉐이크, 초콜릿, 푸딩 등 말차 제품 다양'

스타벅스 말차 음료를 기준으로 평가하는 소비자 많아
'맛에 대한 후기에서 스타벅스 언급 多'

■ U.S.A Issue ③
말차 섭취 방식, 라떼가 대표적
'세레모니얼(Celemonial)과 컬리너리(Culinary)'

■ U.S.A Issue ④
말차 분말 제품 구매 시, 품질, 맛, 브랜드, 유기농 여부 고려
'말차, 아침에 규칙적으로 즐기는 소비자 많아'

데이터 분석 프로세스

○ 데이터 분석 요약

데이터 수집 소스원

(미국 매체 9개)

데이터 분류 키워드집

(말차 연관 키워드집)

데이터 분석
- 연관어 분석

농식품
(기사, 포스팅, 댓글)

데이터 수집
13,346건

미국 말차 관련 기사 데이터 수집(*)
- 수집원 : 미국 언론 매체 및 식품 관련 매체

미국 말차 관련 소비자 의견 수집(*)
- 수집원 : 아마존(www.amazon.com)
  유에스에이투데이(www.usatoday.com)
  더뉴욕타임즈(www.nytimes.com)

차 및 말차(검색어)

데이터 정제
8,485건

① 수집 데이터 정의
- 수집 키워드 : 차(tea) 및 말차(matcha)

② 수집 데이터 정제
- 정제 데이터 추출 : 차 및 말차 관련 데이터 8,485건 추출

빈도 분석
(시장 트렌드 분석)

데이터 분석
말차
시장 트렌드 분석

① 데이터 분석 배경 및 목적
- 미국 시장 내 말차 수요와
  선호하는 맛을 예측하기 위함

② 데이터 분석 기법 선정
- 키워드 분석
- 차 및 말차 관련 키워드집 구축(**)
- 키워드별 발생 빈도 분석(***)

③ 데이터 분석 값 도출 및 검증
- 현지 매체 조사를 통한 데이터 분석 값 검증

1) 데이터 수집

데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	18.01 – 19.06
수집 데이터	13,346건

데이터 정제

정제 키워드	차, 말차 (tea, matcha)
정제 데이터	8,485건

○ 데이터 수집

- 미국 차 및 말차 관련 매체, 잡지, 포스트

[표 2.1] 미국 매체 리스트

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Amazon	www.amazon.com	온라인 쇼핑몰
02	USA Today	www.usatoday.com	언론 매체
03	The New York Times	www.nytimes.com	언론 매체
04	Huffpost	www.huffpost.com	언론 매체
05	FOOD&WINE	www.foodandwine.com	레시피 정보 매거진
06	Food Channel	foodchannel.com	레시피 정보 매체
07	Organic Authority	www.organicauthority.com	영양/건강 관련 매체
08	Well+Good	www.wellandgood.com	영양/건강 관련 매체
09	Eater	www.eater.com	음식 관련 매체

○ 데이터 분석 키워드집

- 미국 차 및 말차 관련 매체 사전조사

[표 2.2] 미국 차 및 말차 관련 매체 리스트

USA TODAY 현지 언론 매체, 말차 관련 이슈 및 소비자 인식		EATER 현지 음식 관련 매체, 말차 관련 음식 소비자 인식		amazon 현지 온라인 쇼핑몰, 말차 관련 인기 제품	
키워드 ①	스타벅스	키워드 ①	스타벅스	키워드 ①	녹차
키워드 ②	컬리너리	키워드 ②	일본	키워드 ②	파우더
키워드 ③	디저트	키워드 ③	차	키워드 ③	유기농
키워드 ④	음료	키워드 ④	감칠맛	키워드 ④	항산화

2) 데이터 분류

키워드 수립 근거	
참여 기업	한국 개발사 사용 키워드
기타	시장 사전 조사 결과 기반 수립

○ **데이터 분석 키워드집**

- 미국 차 및 말차 관련 데이터 분석 키워드집

[표 2.3] 미국 차 및 말차 관련 분석 키워드

분류	키워드		수립 근거(*)		
	한국어	영어	참여기업	경쟁기업	기타
차 종류	말차	Matcha[15]	O		
	녹차	Green tea	O		
	차가운 차	Iced	O		
	홍차	Black		O	
	스페셜티	Specialty	O		
	허브차	Herbal		O	
차 유형 및 섭취 목정	티백	Tea bags		O	
	잎차	Leaf tea		O	
	RTD	RTD tea	O		
	분말	Powder	O		
	디톡스	Detox	O		
	기능성 차	Funtional	O		
말차 섭취 방식	라떼	Latte	O		
	차	Tea	O		
	레모네이드	Lemonade	O		O
	밀크쉐이크	Milkshake	O		
	초콜릿	Chocolate	O		
	커피	Coffee	O		
말차 구매 후기	품질	Quality	O		
	아침	Morning	O		
	유기농	Organic	O		
	건강	Health	O		
	포장	Packaging	O		

15) 빅데이터 분석을 위해 미국에서 말차(Malcha) 보다 인지도가 높고 널리 쓰이는 마차(Matcha)를 키워드로 조사하여, 트렌드에서는 말차(Malcha) 대신 말차(Matcha)로 표현 함

3.1) 데이터 분석

○ 데이터 분석 배경 및 목적

- 미국 소비자의 차 및 말차 소비 방식을 분석하기 위함
- 미국 소비자의 차 및 말차 소비 이유(기대 효과)
- 미국 소비자의 말차 구매 시 고려요소

○ 데이터 분석 과정

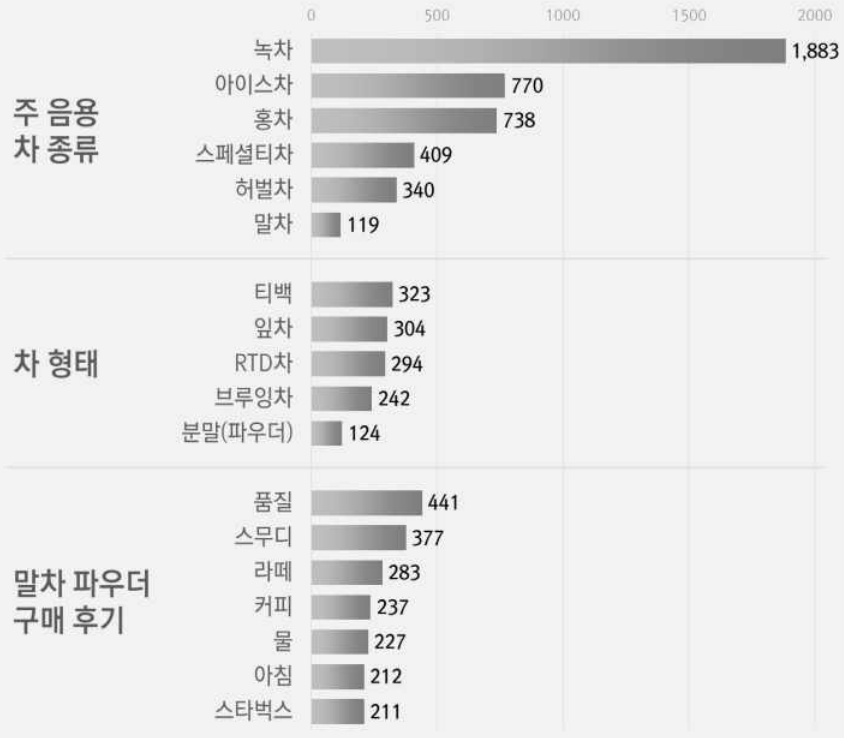
1. 말차 관련 기사 및 말차 구매 제품 후기 문서 추출
2. 문건 내 최다 빈출 키워드 분석(빈도 분석)
3. 정교한 해석을 위해 '차' 또는 '말차'의 전후 단어 분석(N-gram 기법 사용)

○ 데이터 분석 값 정의

- 분석 값 : 차 및 말차 연관 해당 키워드 발생 빈도

● 연관어 분석
(Keyword Analytics)

[미국 차 및 말차 데이터 분석 결과]



3.2) 데이터 분석

○ 데이터 분석 배경 및 목적

- 말차 관련 문건 내 말차와 상관(함께 빈출하는 빈도)이 높은 키워드 분석

○ 데이터 분석 과정

1. 말차 관련 문건 추출
2. 말차를 기준으로 상관이 높은 키워드 추출(FindAssocs in R 활용)
3. 상관 지수가 높은 키워드 순으로 원문 내용 분석

○ 데이터 분석 값 정의

- 분석 값 : 0-1 사이의 값을 가지며, 1에 가까울수록 주제어(말차)와 상관이 높음
- 상관이 높다는 것은 문서 내에서 주제어와 함께 언급되는 경우가 많음을 의미함

● **키워드 간 상관 분석**
(Correlation Analysis)

[말차 연관 키워드 간 상관 분석 결과]

1. 미국, 차 수요 증가와 더불어 빠르게 성장하는 말차 시장

▸ 차 수요 증가에 따라 시장 전망 긍정적

미국 내 건강상 및 편의성의 이점으로 차를 마시는 소비자가 증가하고 있으며, 스페셜티와 기능성 차에 대한 수요도 증가함.[16] 유로모니터에 따르면 현재 미국 차 시장은 과일/허브 차, 홍차, 녹차 순으로 점유율이 높음.[17] 실제로 해당 차 종류가 데이터 상에서도 빈출됨

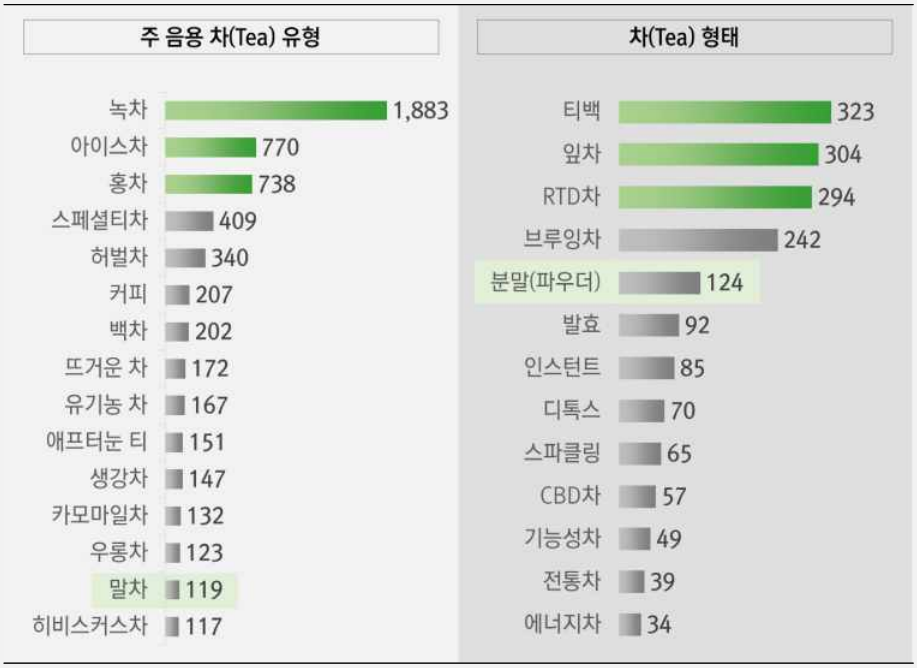
▸ 차 종류 관련하여 녹차, 말차 빈출

차 종류 관련 데이터 분석 결과 녹차 키워드가 최상위에 빈출됨. 이는 녹차시장 점유율을 의미하기보다 소비자가 말차(Matcha)와 녹차(Green tea) 개념을 명확하게 구분지어 사용하지 않기 때문인 것으로 보임. 가장 빠르게 성장하는 말차 시장은 북미 지역이며, 대형 카페 체인에서 말차를 사용한 음료 및 디저트 메뉴가 증가하는 추세임[18]

▸ 미국 차 관련 주요 이슈

① 녹차 ② 홍차 ③ 말차

[표 2.4] 미국 차 연관 키워드



자료1 : 미국 차 종류 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 4,174건 분석 (18. 01 - 19. 06)

스페셜티차에 포함된 키워드

Specialty Tea	232
Quality Tea	65
Awarded tea	47
Premium Tea	37
Certified Tea	28
총합	**409**

출처: 미국 차 종류 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 4,174건

16) 「The State of the U.S. Tea Industry, 2018-19 Tea Market Review & Forecast」, 미국 차 협회(Tea Association of the U.S.A., Inc.)
17) 「Tea in the US」, 유로모니터(Euromonitor), 2019.03
18) 「MATCHA MARKET - GROWTH, TRENDS, AND FORECAST (2019 - 2024), 몰도인텔리전스(Mordorintelligence)

2. 말차 구매 시, 효능, 맛, 용해성 등이 주 고려 요소

▸ 말차 성분 중 'L-테아닌(Theanine)'의 상관지수가 가장 높아

말차 상관분석 결과, L-테아닌(Theanine)이 0.37로 관련도가 높게 나옴. L-테아닌은 스트레스를 감소시켜주는 천연 아미노산 물질로, 말차에도 많이 함유되어 있음.[19] 이에 신경 안정 목적으로도 말차를 소비하는 것으로 보임

▸ 말차, 달콤함 보다는 본연의 감칠맛 즐겨

말차 관련 데이터 분석 시, 감칠맛, 식물성 맛, 쌉쌀한 맛 순으로 맛 키워드가 빈출됨. 이에 따라, 말차를 소비할 때 본연의 감칠맛과 자연적인 맛을 선호하는 것으로 보임

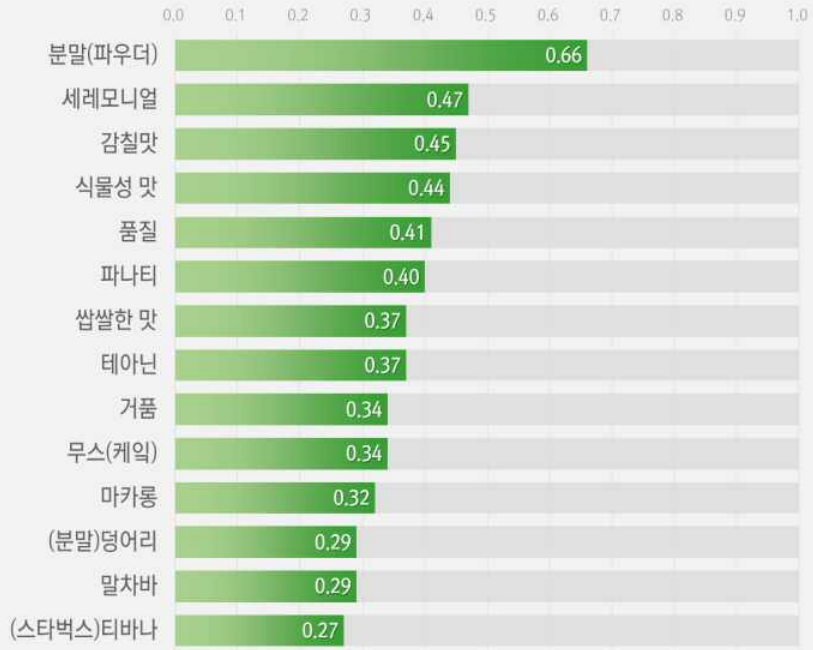
▸ 분말 식품의 특성상 용해성이 고려되기도

'덩어리(Clumps)'라는 키워드도 0.29의 상관도를 보임. 원문을 추적한 결과, 가루가 덜 풀리고 뭉쳐서 불편하다는 언급과 이에 대한 해결법을 공유하는 글이 많았음

▸ 미국 말차 관련 주요 이슈

① 분말 ② 세레모니얼 ③ 감칠맛

[표 2.5] 미국 말차 키워드 상관분석



자료 : 미국 말차 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 620건 분석 (18. 01 - 19. 06)

19) 「Does L-theanine have health benefits?」, 메디칼뉴스투데이(Medicalnewstoday), 2019.01.08

3. 말차 섭취 방식, 라떼가 대표적

● 스타벅스 말차 그린 티 라떼

출처: 파티스바이마틴(Partiesbymartins)

● 말차 치아(Chia) 푸딩

출처: 바닐라앤빈(Vanillaandbean)

▸ 말차 이웃 키워드로 '라떼' 최다 빈출

미국 말차는 어떤 방식으로 자주 이용되는지를 살펴보기 위해, 말차를 기준으로 자주 쓰이는 전후 단어를 살펴봄. 데이터 분석 결과 말차 다음으로 라떼, 차, 밀크쉐이크 등이 빈출돼, 주로 음료 형태로 섭취한다는 점을 알 수 있음. 또한 일반 우유 대신 코코넛 우유로 음료를 만드는 경우가 많은 것으로 보임. 음료 외에 초콜릿, 푸딩, 팬케이크, 아이스크림 형태로도 소비함. 섭취 방식 관련하여 '아이스(Ice)'도 빈출되었는데, 미국에서는 차를 주로 찬 음료로 즐기는 편임[20]

▸ 세레모니얼(Celemonial)과 컬리너리(Culinary)

'품질(Quality)', '등급(Grade)' 키워드도 빈출하였는데, 이는 최상등급을 의미하는 세레모니얼(Ceremonial)과 관련이 높음. 세레모니얼은 말차 등급을 나누는 기준 중 하나이며, 전통적인 일본 다도용 말차가 세리모니얼 등급에 해당하여 맛과 품질이 좋음.[21] 이 외에 컬리너리(Culinary), 클래식(Classic) 등 여러 등급으로 나뉘며, 등급에 따라 다도용 외에도 혼합 음료, 요리용으로도 이용됨[22]

▸ 미국 말차 섭취 방식 관련 주요 이슈

① 라떼 ② 아이스 ③ 품질

[표 2.6] 미국 말차 연관 키워드

자료 : 미국 말차 연관 '기사, 포스팅, 댓글' 620건 분석 (18. 01 - 19. 06)

20) 「NORTH AMERICA TEA MARKET - GROWTH, TRENDS, AND FORECAST (2019-2024)」, 몰도인텔리전스(Mordorintelligence)
21) 미즈바티(mizubatea) 홈페이지 (mizubatea.com)
22) 켄코말차(kenkomatcha) 홈페이지 (kenkomatcha.com)

4. 말차 분말 제품 구매 시, 품질, 맛, 브랜드, 유기농 여부 고려

제이드 리프 말차 (Jade Leaf Matcha)

제품 용량(포장 방식) 및 가격	
1온스(비닐) 9.95 달러 (한화 약 11,917원[23]) 	3.5온스(비닐) 19.95 달러 (한화 약 23,984원)
8.8온스(비닐) 39.95 달러 (한화 약 47,848원) 	16온스(캔) 59.95 달러 (한화 약 71,802원)
제품 유형	말차(분말)
총 리뷰 수	8,202개
평점	4.4점/5점

출처: 아마존(Amazon) 홈페이지

말차 제품 관련 평가 키워드

영어	한국어	빈도
love	사랑하다	566
delicious	맛있는	239
perfect	완벽하다	117
fresh	신선하다	115
easy	쉽다	112
smooth	부드러운	97
expensive	비싼	92
excellent	훌륭한	91
bad	나쁜	68
tasty	맛있는	66

출처: 'Jade Leaf matcha' 제품 소비자 후기 3,191건 분석 (18. 01 – 19. 06)

▸ 말차, 아침에 규칙적으로 즐기는 소비자 많아

말차 제품에 대한 소비자 후기 분석 결과, '아침' 키워드가 다수 빈출됨. 원문을 추적한 결과, 매일 아침에 말차 음료를 섭취하는 소비자가 많은 것으로 확인됨

▸ 맛 평가 시, 스타벅스 말차 음료를 기준으로 평가하는 소비자 많아

맛에 대한 후기 내용에서 '스타벅스' 키워드가 빈출됨. 세부 후기를 확인한 결과, 스타벅스의 말차 음료 맛을 기준으로 평가한 후기가 많은 것을 확인함. 또한 맛 외에 브랜드, 유기농 여부 등 고려함

▸ 포장의 편리성과 용량도 중요시

포장과 관련한 이야기도 많았는데, 통이 아닌 지퍼백 비닐 포장이라서 내용물을 흘리게 되는 불편함을 언급한 소비자가 많음. 또한, 8.8온스 제품 기준 용량이 작아서 더 컸으면 좋겠다는 요구도 많이 보임

▸ 말차 제품 후기 주요 이슈

① 품질 ② 라떼 ③ 스타벅스

[표 2.7] 미국 'Jade Leaf matcha' 제품 소비자 후기

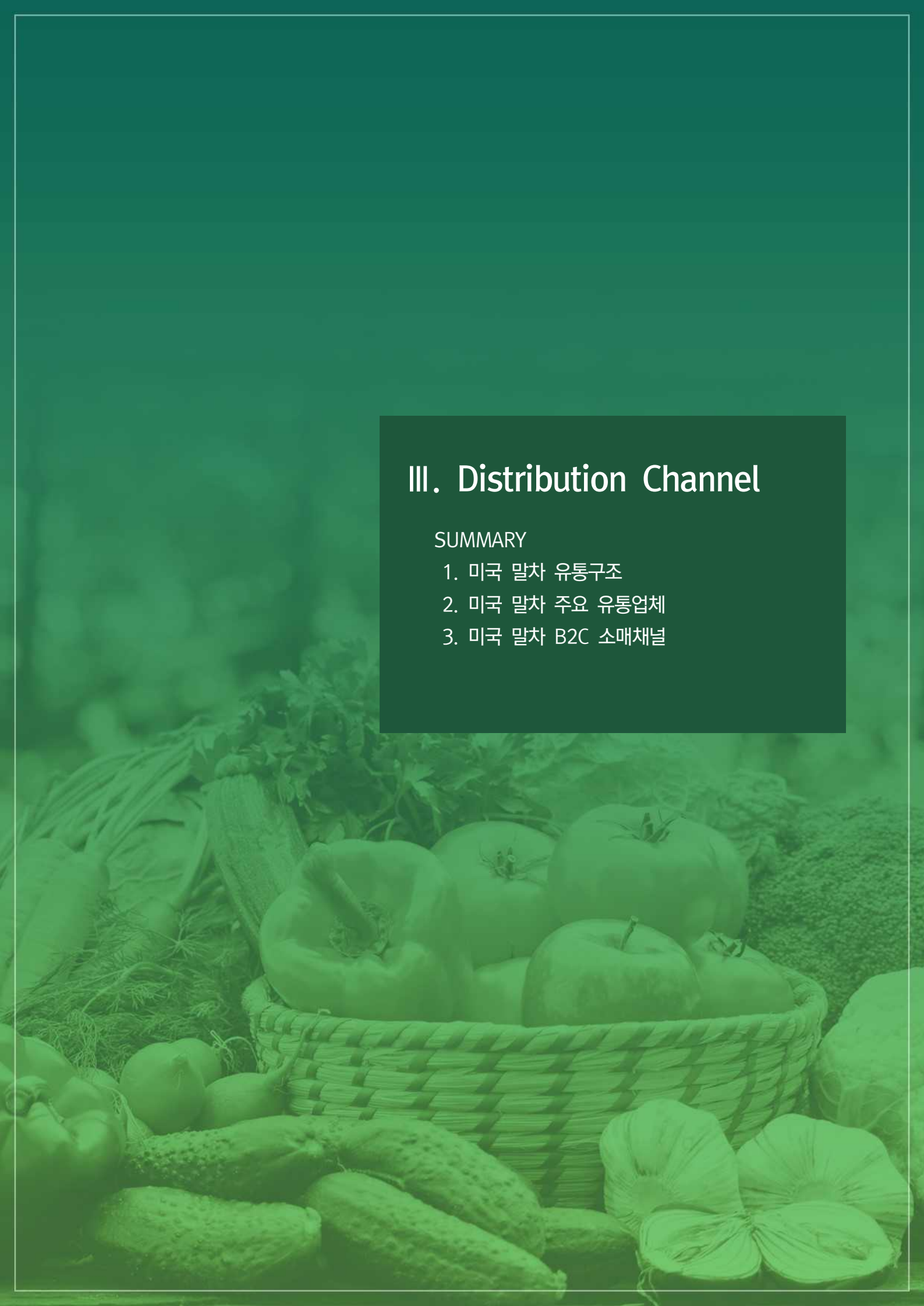
자료 : 미국 아마존 내 'Jade Leaf matcha' 제품 소비자 후기 3,191건 분석 (18. 01 – 19. 06)

23) 1달러=1,197원(2019.10.01, KEB 하나은행 매매기준율 기준)

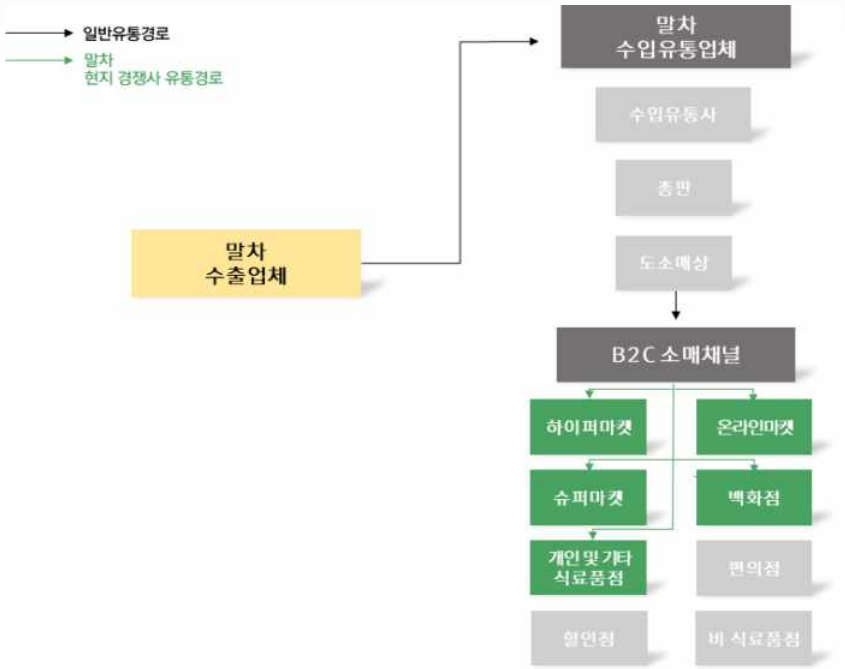
Ⅲ. Distribution Channel

SUMMARY

1. 미국 말차 유통구조
2. 미국 말차 주요 유통업체
3. 미국 말차 B2C 소매채널



Distribution Channel
(유통채널)



미국 (U.S.A)

말차 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율[24]	주요 채널[25]
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	48.3%	크로거(Kroger), 퍼블릭스(Publix), 세이프웨이(Safeway), 월마트(Walmart), 홀푸드마켓(Whole Foods Market), 숍라이트(Shoprite), 웨그멘스(Wegmens), 푸드라이온(Food Lion), 트레이더조(Trader Joe's)
	개인 및 기타 식료품점[26][27]	38.4%	한남체인Hannam Chain), 에이치마트(H Mart), 가주마켓(GAJU Market)
	백화점	5.5%	블루밍데일스(Bloomingdale's), 콜스(Khol's), 메이시스(Macy's), 제이씨페니(JC Penney), 노드스트롬(Nordstrom), 딜랄드(Dillard's)
	온라인	3.2%	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 메이시스(Macy's)
	편의점	2.4%	써클케이(Circle K), 세븐일레븐(7-Eleven), 와와(Wawa), 엑손모바일(Exon Mobile)
	할인점	1.4%	알디(Aldi), 세이브어랏(Save-A-Lot), 그로서리아우렛(Grocery Outlet)
	비 식료품점	0.8%	(-)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

24) '말차'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '차(Tea)'의 정보를 확인함
25) 채널 분류에 따른 미국 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계기업도 포함됨
26) 기타 식료품점은 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 키오스크를 포함한 개인 식료품점을 뜻함
27) 개인 식료품점의 경우, 특정 채널에 대한 조사가 불가능하여 조사 대상을 체인점을 보유하지 않은 아시안마트로 한정함

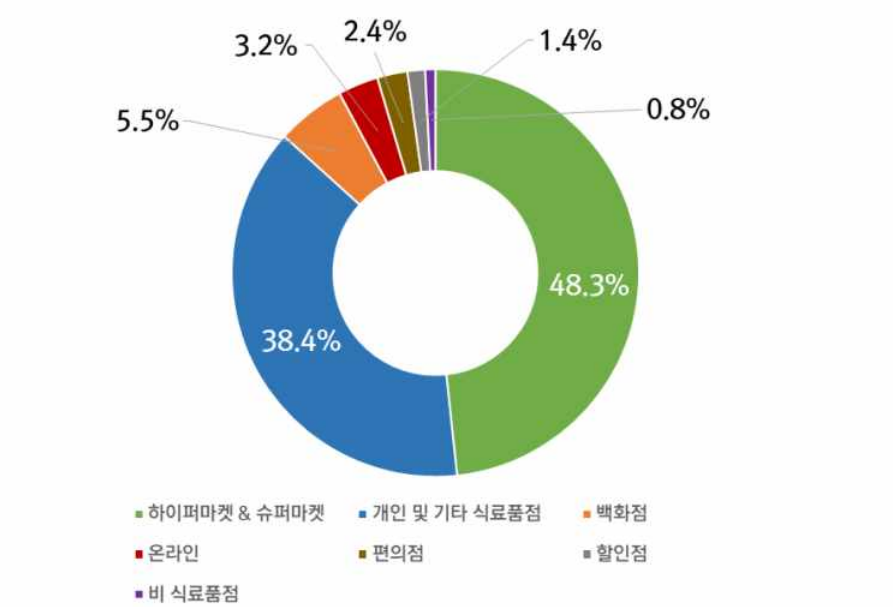
1. 미국 말차 유통구조

품목 구분 및 분류	
품목	말차
구분	말차 및 녹차
범주	차(Tea)

▶ 미국 말차 주요 채널

'하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(48.3%), 개인 및 기타 식료품점(38.4%)'

[표 3.1] 미국 말차 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 미국 말차 유통채널 현황

채널 유형	말차 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	48.3%	크로거(Kroger), 퍼블릭스(Publix), 세이프웨이(Safeway), 월마트(Walmart), 홀푸드마켓(Whole Foods Market), 숍라이트(Shoprite), 웩그멘스(Wegmens), 푸드라이온(Food Lion), 트레이더조(Trader Joe's)
	개인 및 기타 식료품점	38.4%	한남체인Hannam Chain), 에이치마트(H Mart), 가주마켓(GAJU Market)
	백화점	5.5%	블루밍데일스(Bloomingdale's), 콜스(Khol's), 메이시스(Macy's), 제이씨페니(JC Penney), 노드스트롬(Nordstrom), 딜랄드(Dillard's)
	온라인	3.2%	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 메이시스(Macy's)
	편의점	2.4%	써클케이(Circle K), 세븐일레븐(7-Eleven), 와와(Wawa), 엑손모바일(Exon Mobile)
	할인점	1.4%	알디(Aldi), 세이브어랏(Save-A-Lot), 그로서리아우렛(Grocery Outlet)
	비 식료품점	0.8%	(-)

자료: 유로모니터(Euromonitor), 현지 진출 브랜드 진출 채널 정보 조사 결과

2. 미국 말차 주요 유통업체

▶ **하이퍼마켓 & 슈퍼마켓과 개인 및 기타 식료품점이 대표적**
추가로 말차의 유사제품이 확인된 백화점과 온라인 매장을 조사 채널에 포함함

[표 3.3] 미국 말차 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액[28])	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	월마트 (Walmart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 5,003억 달러 (약 597조 8,585억 원)	우지도(Ujido), 아이야(Aiya), 알로비톡스(Alovitox), 원오가닉(OneOrganic), 제이드리프(Jade Leaf)	O
2	크로거 (Kroger)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 1,212억 달러 (약 144조 8,340억 원)	맛차러브(Matcha Love), 프라이빗셀렉션(Private Selection), 푸카(Pukka), 나비타오가닉(Navitas Organics)	O
3	트레이더조 (Trader Joe's)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 133억 달러 (약 15조 8,935억 원)	트레이더조 (Trader Joe's[29])	O
4	홀푸드마켓 (Whole Foods Market)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 157억 달러 (약 18조 7,615억 원)	더리퍼블릭오브티(the Republic of Tea), 썬푸드(Sunfood), 리쉬(Rishi)	O
5	웨그먼스 (Wegmans)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 92억 달러 (약 10조 9,940억 원)	맛차러브(Matcha Love), 더리퍼블릭오브티(the Republic of Tea), 리쉬(Rishi)	O

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

28) 1달러=1,195.00원(2019.09.24., KEB 하나은행 매매기준율 기준)
29) Trader Joe'로 리브랜딩하여 제품 판매

[표 3.4] 미국 말차 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	한남체인마트 (Hannam Chain)	아시안마트	매장 수('18): 7개	A사, B사 마에다엔(Maeda En),	O
7	에이치마트 (Hmart)	아시안마트	약 9억 6백 만 달러 (약 1조 827억 원)	C사, D사, 이토엔(ITO EN)	O
8	가주마켓 (GAJU Market)	아시안마트	매장 수('19): 54개	맛차러브(Matcha Love), A사, 이토엔(ITO EN)	O
9	블루밍데일스 (Bloomingdale's)	백화점	약 10억 7,200만 달러 (1조 2,810억 원)	티포르테(Tea Forte), 쿠스미(Kusmi)	O
10	아마존 (Amazon)	온라인	약 2,329억 달러[30] (약 278조 3,155억 원)	제이드리프(Jade Leaf), 더리퍼블릭오브티 (The Republic of Tea), Encha(엔차), 두맛차(DoMatcha), 마에다엔(Maeda En)	O

자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

30) 북미지역 매출액은 약 1,414억 달러임

3. 미국 말차 B2C 소매채널

1) 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓

① 월마트(Walmart)

기업 기본 정보	기업명		월마트(Walmart)
	홈페이지		www.walmart.com
	위치		아칸소(Arkansas)
	규모	매출액('18)	약 5,003억 달러 (약 597조 8,585억 원)
		기타 규모	- 매장 수('18): 4,756개 - 직원 수('18): 약 150만 명
	기업 요약		- 1962년 7월 설립 - Walmart 내 13개 자사 브랜드 운영 - 10개국에서 E-Commerce 사이트 운영 - 슈퍼센터(Supercenter)와 디스카운트스토어(Discount Stores)와 같은 다양한 형태로 매장 운영 - 50개 모든 주에서 매장 운영 - 약 150개의 물류 센터 보유하여 폭넓은 유통 채널 운영 - 온라인 쇼핑사이트 한 달 기준 1억만 이상의 사용자 달성
기업 최근 이슈			- 2019년 5월부터 일부지역 매장에서 멤버십 가입 시 하루 만에 배송을 받아볼 수 있는 Get Free Next Day Delivery 배송서비스 운영 - 2018년 인도 플립카트(Flipkart) 인수와 아스다(Asda)의 과반 주식 지분을 영국 기업 J. 세인스버리(J Sainsbury PLC)에 매각 - 2017년 'Culinary & Innovation Venter' 제품 개발 연구소 설립
유사제품 정보		제품명	맛차그린티파우더 (Matcha Green Tea Powder)
		종류	말차
		용량	4oz
		원산지	일본

자료: 월마트(Walmart) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 월마트(Walmart) 홈페이지, 더블유아이티에프뉴스(Witf.news)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• **입점 가능 품목** - 식품: 향신료, 건조식품, 가공식품, 차류, 즉석식품, 면류, 스낵류 등 - 일반: 의류, 화장품, 완구류, 가구류, 잡화류, 전자제품 등 • **선호제품** - 좋은 품질과 가격 경쟁력을 갖춘 제품	
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☑ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	1. 홈페이지를 통한 직접 문의 - 체크리스트 참고하여 필요 정보 및 서류 확인 - 매점 입점(Store&Club)과 온라인 입점(E-Commerce)을 선택하여 제안서 제출 (한국어 번역 제공) (www.corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier) - 홈페이지 기입 정보 ① 공급자 정보 (공급자이름, 공급자 번호/DUNS 번호, 납세자 식별 번호, 회사 주소, 연락담당자, 전화번호, 이메일 주소, 계좌 정보 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 외 제품 설명) 2. 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 조건	· 평가 기준 ① 제조시설 정보 및 Audit 실시 결과보고서 제공 · 평가 기준 ② Dun & Bradstreet 등록 · 평가 기준 ③ GFSI 인증[31]
	특이사항	- Walmart.com 홈페이지 통해 판매 중개 서비스 제공 (marketplace.walmart.com) - 식료품 납품 시, 월마트 식료품 준수 사항 'Walmart Food Safety Requirements'를 충족해야함 - 문의사항 연락처 이메일: supplier64@wal-mart.com
벤더 리스트	· **Savino Sales and Marketing (식품 브로커)** - 홈페이지 : savinosalesandmarketing.com - 전화번호 : +1-(0)479-799-8311 - 기업소개 : 월마트, 샘스클럽 납품 및 판매 활동 지원	

자료: 월마트(Walmart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

31) 인증 없을 시 Third-Party Food Safety Audits 실시해야함

② 크로거(Kroger)

기업 기본 정보	기업명	크로거(Kroger)	
	홈페이지	www.kroger.com	
	위치	오하이오(Ohio)	
	규모	매출액('18)	약 1,212억 달러 (약 144조 8,340억 원)
		기타 규모	매장 수('18): 약 2,800개
	기업 요약	- 1883년 설립 - 35개 주에서 매장 운영과 44개의 물류센터 보유 - 자사 브랜드 판매 매출액이 전체 매출 26%를 차지 - 2018년 온라인 매출 58% 증가 - 크로거 제로 헝거(Kroger Zero Hunger), 제로웨이스트 이노베이션펀드 (Zero Waste Innovation Fund) 등 다양한 캠페인 전개[32] - Tmall, Microsoft 등 다양한 회사들과 파트너십 체결 - 2018년 하루 평균 약 1,100만 건의 거래가 이루어지며 이 중 약 97%는 로열티 카드를 통한 거래	
기업 최근 이슈	- 2018년 이달의 에너지스타 파트너 (Energy Star Partner of the Year)[33]로 선정 - 2018년 대비 음식물쓰레기 배출량 9% 감소 등 친환경적 행보 - 2018년 온라인 세일 58% 증가		
유사제품 정보		제품명	오가닉말차파우더 (Organics Matcha Powder)
		종류	말차
		용량	3oz
		원산지	미국

자료: 크로거(Kroger) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 크로거(Kroger) 홈페이지, 마이크로소프트뉴스(news.microsoft)

32) 크로거가 2017년부터 실시한 기아 제로, 폐기물 제로 캠페인. 2025년까지 기아와 음식물 쓰레기 감소를 목표로 기금을 조성함
33) 에너지를 효율적인 관리하며 에너지 사용을 줄이는 기업에게 주어지는 상

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징		**• 입점 가능 품목** - 식품: 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 차류, 스낵류, 건강기능식품, 주류, 음료류, 유제품 등 - 일반: 뷰티용품, 생활용품, 완구류, 세탁용품, 가전제품, 의류 등 **• 특이사항** - 다양한 국가의 수입식품을 취급하고 있으나 현지 생산 제품 선호함 - 신선도 높은 제품 선호
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☑ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	1. 홈페이지 통해 사전 등록 후 제안서 제출 (www.thekrogerco.com/vendors-suppliers/become-a-supplier) - 사전등록 시 기입한 이메일을 통해 The Supplier Hub로부터 제안서 관련 내용 회신 사전등록 시 ① 공급자 정보 (회사명, 사업자등록번호/납세자식별번호, 연락처) - 사업자등록번호/납세자번호 없이 사전 등록 불가 사전등록 후 ② 이메일 회신에 첨부된 링크로 들어가 user ID와 임시 비밀번호 이용하여 등록 절차 완료 - 제품 설명은 정해진 형식에 따라 작성 2. 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 조건	· 평가 기준 ① Animal Welfare Policy 기준 충족 · 평가 기준 ② GCC 및 KGCC 인증[34] 취득
	특이사항	- 크로거사의 벤더관리시스템 (Supplier Hub) 통해서만 입점 가능 - 제안서 검토 최소 1주 소요 - 기업 및 공급자 다양성 추구
벤더 리스트		**· GLENMOOR BROKERAGE (식품 브로커)** - 홈페이지 : glenmoorbrokerage.com - 전화번호 : +1-(0)602-414-0060 이메일 : ericglenn@glenmoorbrokerage.com - 기업소개 : 크로거 및 다양한 리테일 기업 납품 및 판매 활동 지원

자료: 크로거(Kroger) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

34) GCC: General Certificate of Conformity, KGCC: Kroger General Certificate of Conformity

TRADER JOE'S

③ 트레이더조(Trader Joe's)

기업 기본 정보	기업명	트레이더조(Trader Joe's)	
	홈페이지	www.traderjoes.com	
	위치	캘리포니아(California)	
	규모	매출액('17)	약 133억 달러 (약 15조 8,935억 원)
		기타규모	직원 수('18): 약 1만 명 매장 수('18): 488개
	기업 요약	- 1958년 설립되어 편의점 형태로 10년간 매장 운영 - 제품 리콜이 자주 진행되는 편 - 홈페이지에서 팟캐스트를 진행함 - 타사와 공급계약을 맺고 일부 가공하여 자체 브랜드로 판매 - 타사에 비해 비교적 저렴한 가격으로 제품을 판매 - 온라인 쇼핑 서비스 운영 계획 없음	
기업 최근 이슈	- 2019년 6월 메사추세츠주, 캘리포니아주, 워싱턴디씨에 매장 오픈 - 2019년 제품 포장 과정에서 약 1,80만kg 플라스틱 사용량 감축 - 2019년부터 뉴욕 주 배송서비스 중단 - 7월 4일 미국 독립기념일을 위한 이벤트가 열림		
유사제품 정보		제품명	맛차그린티라떼 (Matcha Green Tea Latte)
		종류	말차
		중량	8oz
		원산지	미국

자료: 트레이더조(Trader Joe's)홈페이지, 잇터(Eater), 비즈니스인사이더(Business Insider), 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 과채류, 가공식품, 즉석식품, 면류, 차류, 소스류, 건강기능식품, 스낵류, 음료류, 유제품, 주류 등 - 일반: 스킨케어류, 생활용품, 욕실용품, 문구류 등 • 선호제품 - 글루텐프리, 비건 제품 • 특이사항 - 인공 조미료 함유 제품, GMO 제품 판매하지 않음 - GMA와 HACCP 인증 제품만 취급 - 자체 제작 상품 비율이 높음	
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☑ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	1. 홈페이지에서 명시된 조건 확인 후 제안서 작성 (www.traderjoes.com/contact-us/new-vendor-requirements) - 홈페이지 기입 정보 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 회사주소, 연락담당자, 전화번호, 이메일 주소) ② 공급 제품 정보 (제품명, 현재 판매유통채널, 정보원산지 등 자유기재) 2. 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 조건	· 평가 기준 ① 미국 內 타 공급 소매점이 없어야 함 · 평가 기준 ② GMO - Free · 평가 기준 ③ MSG - Free · 평가 기준 ④ 인공 향미료 無 · 평가 기준 ⑤ 인공 색소 無 · 평가 기준 ⑥ 트랜스지방 無 · 평가 기준 ⑦ 인공 방부제 無 · 평가 기준 ⑧ 영양 분석 자료 제출 · 평가 기준 ⑨ FDA 및 USDA 승인 시설에서 생산 · 평가 기준 ⑩ GMP 및 HACCP 안전 인증 취득
	특이사항	- 제조사 직접 벤더 등록 필요
벤더 리스트	· Silk Road Flavors (식음료 브로커) - 홈페이지 : silkroadflavors.com - 전화번호 : 1-425-802-6812 / 이메일 : info@silkroadflavors.com - 기업소개 : 트레이더조 납품 및 판매 활동 지원[35]	

자료: 트레이더조(Trader Joe's) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

35) 트레이더 조의 경우, 제조사 직접 벤더 등록이 필요하기 때문에 '제품 소개 및 홍보' 활동 등에 대한 지원 업무만 수행

④ 홀푸드마켓(Whole Foods)

기업 기본 정보	기업명	홀푸드마켓(Whole Foods)	
	홈페이지	www.wholefoodsmarket.com	
	위치	텍사스(Texas)	
	규모	총매출('16)	약 157억 달러 (약 18조 7,615억 원)
		기타 규모	- 매장 수('18): 약 500개 - 직원 수('18): 약 95,000명
	기업 요약	- 1980년 설립 - 42개주에서 482개의 유기농 전문매장 운영 - 2017년 아마존에 인수 - 아마존 프라임나우(Prime Now) 통해 온라인 판매 진행 - 최근 매출액 부진 - 2020년 아마존 투자 증대 예상	
기업 최근 이슈	- 동물 복지 우수기업으로 케이지프리어워드(CIFW) 수상 - 2019년 오하이오 주 내 11번째 매장 오픈 - 2019년 2분기 기준 판매제품 평균가격이 전년대비 약 2.5% 감소하는 등 제품가격 인하 노력이 계속되고 있음		
유사제품 정보		제품명	티맛차 (Tea Matcha)
		종류	말차
		중량	1.5oz
		원산지	미국

자료: 홀푸드(Whole Fodds) 홈페이지, 비즈나우(bisnow), 더모틀리풀(The Motely Fool), 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 홀푸드(Whole Foods) 홈페이지

입점 및 협력 정보

<table>
<tr><td rowspan="2">입점
제품 특징</td><td colspan="2">

• 입점 가능 품목
– 식품: 가공식품, 신선식품, 차류, 즉석식품, 스낵류, 캔디류, 주류, 음료류, 건강식품, 소스류 등
– 일반: 패션 용품, 유아용품, 가전제품, 화장품, 가구 잡화 등

• 선호제품
– 원산지가 명확히 표기된 식품
– 판매제품 55%이상이 유기농식품(Non-GMO)임
– 비건, 저지방, 무설탕 등의 다양한 종류의 제품 선호

• 특이사항
– 경쟁업체 대비 가격대가 다소 높은 편임

</td></tr>
<tr><td rowspan="3">입점
등록 절차</td><td>등록 유형</td><td>☑ 직접 등록 ☑ 벤더 등록</td></tr>
<tr><td>등록 방법
및
등록 정보</td><td>1. RangeMe 홈페이지 통한 직접 등록
(www.rangeme.com/whole-foods-landing)
– 계정 생성 후 제품 등록
– 홈페이지 기입 정보
① 공급자 정보
(공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 기업 연매출, 전화번호 및 이메일)
② 공급 제품 정보
(제품군, 브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매가격)

2. 로컬 에이전트를 통한 등록</td></tr>
<tr><td>등록 조건</td><td>· 평가 기준 ① 홈페이지에서 제공되는 Unacceptable Ingredients for Food List 에 포함되는 식품첨가물 미포함
· 평가 기준 ② Non-GMO</td></tr>
<tr><td>특이사항</td><td>– INFORMATION FOR POTENTIAL SUPPLIERS에서 품질 기준서 참고하여 모든 구성성분 기입
(www.wholefoodsmarket.com/information-potential-suppliers)</td></tr>
<tr><td>벤더
리스트</td><td colspan="2">· Optima Sales & Maketing (식품 브로커)
– 홈페이지 : optimasales.com
– 전화번호 : 1-904-318-6030 / 이메일 : jeff@optimasales.com
– 기업소개 : 월마트, 홀푸드마켓, 세븐일레븐, 크로거 등 납품 및 판매 활동지원</td></tr>
</table>

자료: 홀푸드마켓(Whole Foods) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

⑤ 웨그먼스(Wegmans)

기업 기본 정보	기업명	웨그먼스(Wegmans)	
	홈페이지	www.wegmans.com	
	위치	뉴욕(New york)	
	규모	매출액('18)	약 92억 달러 (약 10조 9,940억 원)
		기타 규모	매장 수('19): 99개 직원 수('19): 49,000명
	기업 요약	- 1916년 설립 - 약 40,000여 개의 제품을 판매하고 있고, 그 중 유기농 제품이 약 약 4,000개 이상 - 미식요리수업과 체계적인 직원 교육 실시 - 자선과 기부 및 직원 학비 보조 등을 진행하며 지역사회에서 신뢰받는 기업 - 인스타카드(Instacart)[36] 통해 배송서비스 제공	
기업 최근 이슈	- 2019년 100대 기업 중 기업평판 1위 (해리스폴평판지수(Harris Poll Reputation Quotient®))		
유사제품 정보		제품명	컬리내리 맛차 (Culinary Matcha)
		종류	말차
		용량	3.5oz
		원산지	일본

자료: 웨그먼스(Wegmans) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
사진자료: 웨그먼스(Wegmans)홈페이지

36) 2012년 설립된 식료품 배달 및 픽업 서비스를 운영하는 미국 회사

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	• 입점 가능 품목 - 식품: 스낵류, 주류, 음료류, 차류, 유제품, 냉동식품, 가공식품, 과채류, 육류 등 - 일반: 유아용품, 주방용품, 생활용품, 홈케어용품, 애견용품 등 • 선호제품 - 유기농 제품 - 신선도가 높은 제품	
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☑ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	1. 직접 등록 - 웨그먼스 구매 담당자 제품 선정 - 제 3의 전문 연구기관에 제품 테스트 의뢰 - 제 3의 전문 연구기관이 웨그먼스 품질보증부서(QA)로 테스트 결과물 송부 - 품질보증부서로부터 승인된 제품은 대량생산 및 포장 가능 - 생산된 제품을 다시 품질보증부서로 송부 - 품질보증부서에서 최종 검토 후, 물품배송 가능 * 참고사항: 매장에서 판매되는 제품의 품질 관리를 위하여 12개월 마다 인증된 제 3의 연구기관에 제품 품질 테스트를 의뢰함 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 연락 담당자명, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 및 제품 소개) 2. 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 조건	· 평가 기준 ① 제품 UPC 바코드[37] 탑재 · 평가 기준 ② 12개월 단위로 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 실시해야 함[38]
	특이사항	- 직접 등록시 Range Me 통해 입점 문의 - 자사 홈페이지에서 계약 체결 후 제출해야하는 서류 양식 제공
벤더 리스트	· WJ Brader & Associates (식품 브로커) - 홈페이지 : wjbrader.com - 전화번호 : 1-716-685-6085 - 기업소개 : 웨그먼스 납품 및 판매 활동지원	

자료: 웨그먼스(Wegmans) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

37) GTIN(Global Trade Item Number)을 포함한 바코드여야 함
38) 선호업체 1순위는 Bureau Veritas, 2순위는 ANSECO이며 그 외 Intertek, SGS, Shuster and MTS도 가능함

2) 아시안마트

① 한남체인(Hannam Chain)

기업 기본 정보	기업명	한남체인(Hannam Chain)
	홈페이지	hannamchain.com
	위치	캘리포니아(California)
	규모	매장 수('18): 7개
	기업 요약	- 1988년 6월 설립 - 풀러튼(Fullerton)에 첫 매장 오픈을 시작으로 뉴저지 주 1개, 캘리포니아 주 6개의 매장 운영 - 매장 내 은행, 핸드폰대리점, 여행사, 카페 등 입점 - 매주 자사 홈페이지를 통해 제품 할인 정보 제공
기업 최근 이슈		- 명절마다 선물기획세트 판매 - 2019년 김치가 슈퍼푸드로 알려지면서 판매량 증가 - 2019년 말 캘리포니아 델라모에 매장 오픈 예정 - 2019년 7월부터 한국산 양파 수입 및 판매
유사제품 정보		
	제품명	맛차그린티파우더 (Matcha Green Tea Powder)
	종류	말차
	용량	1.0oz
	원산지	일본

자료: 한남체인(Hannam Chain Supermart) 홈페이지, 코리아타임즈(Koreatimes), 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 한남체인(Hannam Chain Supermart) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징		• **입점 가능 품목** - 식품: 과채류, 어류, 육류, 가공식품, 즉석식품, 캔디류, 스낵류, 주류, 건강식품, 음료류, 소스류, 유제품 등 - 일반: 생활용품, 위생용품, 주방용품, 전자기기 등 • **선호제품** - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • **특이사항** - 한국산 공산품이 저렴한 편임
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	유선 연락을 통한 직접 문의 - 문의사항 연락처: +1 (714)-736-5800

자료: 한남체인(Hannam Chain Supermart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

② 에이치마트(Hmart)

기업 기본 정보	기업명		에이치마트(Hmart)
	홈페이지		www.hmart.com
	위치		뉴저지(New Jersey)
	규모	매출액('16)	약 9억 6백 만 달러 (약 1조 827억 원)
		기타 규모	매장 수('18): 97개
	기업 요약		- 1982년 설립 - 한아름 그룹이 운영하는 슈퍼마켓으로 현재 미국 내 최대 규모의 아시아마트 - 2007년부터 캘리포니아 남부에 매년 매장 1개씩 오픈
기업 최근 이슈			- 6월 7일 캘리포니아 샌디에고에 Hmart Balboa점을 추가 정식 오픈 - 2019년 1월부터 일부 매장에서 '오래식품' 가정간편식 제품 4종 판매 - 페어팩스 지점 2019년 10월에 이전 예정 - 자사 홈페이지에서 명절선물 통신판매 코너 제공
유사제품 정보		제품명	제주오키드그린티 블렌디드티 (Jeju Orchid Green Tea Blended Tea)
		종류	녹차
		용량	0.53oz
		원산지	한국

자료: 에이치마트(Hmart)홈페이지, 유로모니터(Euromonitor), LA중앙일보(TheKoreaDaily)
사진 자료: 에이치마트(Hmart)홈페이지, 뉴칼럼스(New Colums)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징		• **입점 가능 품목** - 식품: 즉석식품, 캔디류, 과채류, 신선식품, 가공식품, 스낵류, 주류, 건강식품, 음료류, 소스류, 유제품 등 - 일반: 생활용품, 위생용품, 주방용품, 전자기기 등 • **선호제품** - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • **특이사항** - 한국산 공산품이 저렴한 편임
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지에서 직접 공급자 지원서 작성 (www.hmart.com/online-affiliates) - 담당자 확인 후 제품에 대한 논의를 거친 뒤 입점 - 홈페이지 기입정보 : 회사명, 담당자명, 이메일, 연락처, 입점문의 자유기재
	특이사항	- 문의사항 연락처: +1 800-648-0980

자료: 에이치마트(Hmart)홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

③ 가주마켓(GAJU Market)

기업 기본 정보	기업명	가주마켓(GAJU Market)
	홈페이지	www.gajumarketplace.com
	위치	캘리포니아(California)
	규모	매장 수('18): 54개
	기업 요약	- 1987년 설립된 한인타운 최초의 대형 한인마켓 - 2011년 한인타운 베벌리 거리에 새로운 The G 타운 건설 예정이었으나, 여러 문제로 인해 지연 - 2015년 12월 가주마켓플레이스 건설 - 자사 홈페이지 내 신제품 출시 등 다양한 제품 정보 제공 - 가주 직영 농장에서 직접 채소 유통 - 매장 내 푸드코트 운영 및 케이터링 서비스 제공
기업 최근 이슈		- 2019년 가주마켓플레이스 '스퀘어믹스' 푸드코트 운영 중단 - 2018년 롯데상사 발렌타인데이 이벤트 진행
유사제품 정보		제품명: 맛차그린티스윗파우더 (Matcha Green Tea Sweet Powder) 종류: 말차 용량: 17.5oz 원산지: 일본

자료: 가주마켓(GAJUmarket) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
사진 자료: 가주마켓(GAJU MARKET) 홈페이지, LA중앙일보(TheKoreaDaily)

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징		• **입점 가능 품목** - 식품: 과채류, 가공식품, 즉석식품, 신선식품, 소스류, 주류, 음료류, 캔디류, 스낵류, 주류, 건강식품, 유제품 등 - 일반: 생활용품, 위생용품, 주방용품, 전자기기 등 • **선호제품** - 기존 플랫폼에 없는 신제품 - 품목별 가격 경쟁력이 있고 질 좋은 제품 • **특이사항** - 한국산 공산품이 저렴한 편임 - 질 좋은 육류 제품 구비를 통하여 신선 제품 품질 승부 - 다양성 추구하며 제품 비율을 적절하게 배분 - 기존 전통적인 마켓에서 볼 수 없었던 특별한 종류의 식재료도 구비 - 다양한 국가의 식료품부터 지역 커뮤니티에서 요구하는 물품 구비 노력 - 현지 거주 한국인 맞춤 판매 전략 - 자체 생산하여 좋은 품질을 유지하는 김치 판매 - 젊은 층을 공략하기 위한 최신 한국산 편의 식품 구비
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☐ 벤더 등록
	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지를 통한 직접 문의 - 홈페이지 상단 메뉴 About Us에 제휴/입점 클릭 - 필요정보 기입 후 입점 문의 제출 (www.gajumarketplace.com/shop) - 홈페이지 기입정보 : 담당자명, 이메일 주소, 입점문의 자유기재
	특이사항	- 문의사항 연락처: 이메일: info@gajumarketplace.com 전화: +1 213-382-9444 팩스: 323 913 2100

자료: 가주마켓(GAJUmarket) 홈페이지

3) 백화점

bloomingdale's

① 블루밍데일스(Bloomingdale's)

기업 기본 정보	기업명	블루밍데일스(Bloomingdale's)	
	홈페이지	www.bloomingdales.com	
	위치	뉴욕(New York)	
	규모	매출액('18)	약 10억 7,200만 달러 (1조 2,810억 원)
		기타 규모	매장 수 ('18): 55개[39]
	기업 요약	- 1861년 설립된 메이시스(Macy's INC.)의 자회사 - 미국 외에도 알테일러(Al Taylor) 그룹 자회사 형태로 두바이, 쿠웨이트에서도 매장 운영 - 모바일 어플 통해 온라인몰 운영하며 해외 배송서비스, 매장 내 픽업서비스 제공 - 사회공헌 프로그램 b.cause 운영하여 다양한 캠페인 전개	
기업 최근 이슈	- 2018년 기준 온라인 매출액 두 자릿수 성장률 기록 - 2018년 뉴욕주 59th Street 플래그십 리모델링 후 운영 재개		
유사제품 정보		제품명	Single Steeps® Matcha (싱글스팁스맛차)
		종류	말차
		용량	1.32oz
		원산지	미국

자료: 블루밍데일스(Bloomingdale's) 홈페이지, 메이시스 2018 연간보고서(Macy's Inc. Annual Report 2018), 메이시스기업(Macysinc) 홈페이지
사진 자료: 블루밍데일스(Bloomingdale's) 홈페이지, 몰앳밀레니아(mallatmillenia)

39) 38개 매장은 일반 백화점, 17개 매장은 Bloomingdale's The Outlet 형태로 매장이 운영됨

입점 및 협력 정보

<table>
<tr><td>입점
제품 특징</td><td colspan="2">• 입점 가능 품목
- 식품: 캔디류, 초콜릿류, 차류, 커피류 등
- 일반: 의류, 잡화류, 액세서리류, 스킨케어용품, 인테리어소품, 가구류 등
• 선호제품
- 장기적인 협력 및 안정적인 공급 중시
• 특이사항
- 식품의 경우 주로 고급 선물세트 형태로 판매함</td></tr>
<tr><td rowspan="4">입점
등록 절차</td><td>등록 유형</td><td>☑ 직접 등록 ☑ 벤더 등록</td></tr>
<tr><td>등록 방법</td><td>1. 홈페이지에서 메이시스 벤더 행동규범과 필수 인증 및 조건 확인 후 등록
(macysnet.com/mdocweb/documents.aspx)
(macysinc.com/vendors)
- www.macysnet.com에서 Register Now 메뉴 클릭하여 계정 생성 후 입점 절차 진행

2. 로컬 에이전트를 통한 등록</td></tr>
<tr><td>등록 조건</td><td>· 평가 기준 ① 제조시설 안전성 기준 충족
· 평가 기준 ② 메이시스 벤더 행동규범 준수
· 평가 기준 ③ 자가상표, 유통업자 브랜드일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 실시</td></tr>
<tr><td>등록 정보</td><td>① 공급자 정보
(회사명, 주소, Dun & Bradstreet[40] 번호, 담당자명, 연락처)
② 제품 정보
(제품명, 제품군, 제품 장점 등의 설명 자유기재)</td></tr>
<tr><td>특이사항</td><td>- 사회적 약자 기업 우대
- 문의사항 연락처
전화: +1-513-782-1499
이메일: helpdesk.macysnet@macys.com</td></tr>
<tr><td>벤더
리스트</td><td colspan="2">· Mr.Checkout (식료품, 비식료품 브로커)
- 홈페이지 : mrcheckout.net
- 전화번호 : +1-800-367-0076
- 기업소개 : 블루밍데일스 납품 및 판매 활동지원</td></tr>
</table>

자료: 블루밍데일스(Bloomingdale's) 홈페이지, 메이시스넷(Macysnet) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

40) 던앤브래드스트리트. 세계 최대의 기업정보/신용평가 기업으로, 전 세계 기업의 신용정보, 마케팅정보, 구매정보 및 의사결정 지원 서비스제공

4) 온라인

① 아마존(Amazon)

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)
	홈페이지	www.amazon.com
	위치	워싱턴(Washington)
	규모 – 매출액('18)	약 2329억 달러[41] (약 278조 3,155억 원)
	규모 – 기타 규모	직원 수('18): 647,500명
	기업 요약	- 1994년 7월 설립된 세계 최대의 온라인 쇼핑중개업 회사 - 현재 전세계적으로 175개의 물류 센터를 보유, 그 중 110여개가 미국에 위치 - 물류 비용 절감과 배송 단축을 위한 완전 자동화 물류센터 개발 중 - 2017년 홀푸드마켓(Whole Foods Market)을 인수하여 오프라인 식료품 시장 확장 계획 - Amazon Go, Amazon 4-Star 오프라인 매장 런칭하여 계속해서 오프라인 영역을 확대할 계획
기업 최근 이슈		- 2019년 2분기 매출액 20% 증가 - 2019년 9월 아마존 온라인몰 현금결제방식 Amazon PayCode 런칭함 - 2019년 9월 Amazon Go 시애틀 퍼스트힐 지점 오픈 - 2019년 9월 음악 스트리밍 서비스 Amazon Music HD 런칭함

유사제품 정보

제품명	일동홍차 말차오-레 (日東紅茶 抹茶オーレ)
종류	말차
용량	4.22oz
원산지	일본

자료: 아마존(Amazon) 홈페이지, 디지털리테일트렌드(DigitalRetailTrend), 이터시애틀(Eater Seasttle), 유로모니터(Euromonitor), 아마존 2018 연간보고서(Amazon Annual Report 2018)
사진 자료: 아마존(Amazon) 홈페이지

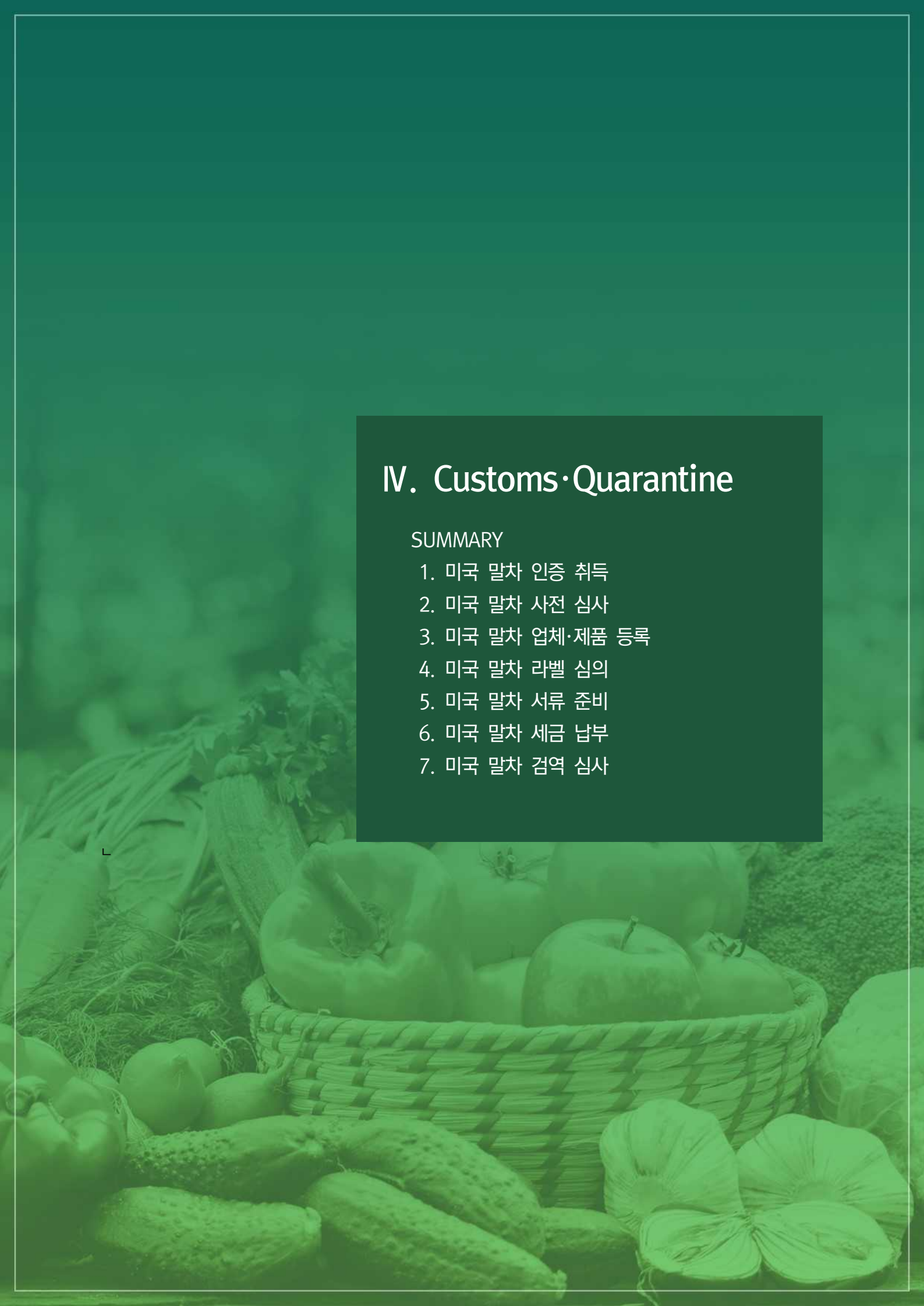
41) 북미지역 매출액은 약 1,414억 달러임

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징		• **입점 가능 품목** - 식품: 과채류, 유제품, 가공식품, 냉동식품, 즉석식품, 스낵류, 면류, 곡류, 음료류, 차류, 주류 등 - 일반: 서적류, 가전제품, 주방용품, 생활용품, 운동기구류, 악기류, 스킨케어용품, 완구류 등 • **선호제품** - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • **특이사항** - 한국산 녹차, 말차 파우더 제품 보유
입점 등록 절차	**등록 유형**	☑ 직접 등록 ☑ 벤더 등록
	등록 방법	1. 홈페이지를 통한 등록 (services.amazon.com/services/soa-approval-category) - Grocery & Gourmet Food 카테고리 Requirement 눌러 자격조건 확인 후 Contact Us 클릭하여 입점 문의 제출 2. 로컬 에이전트를 통한 등록
	등록 정보	① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일 주소) ② 제품 정보 (UPC/EAN[42] 보유 여부, 제품종류, 예상매출액, 판매입고량)
	특이사항	- 입점 가능한 카테고리 20개 중 식료품을 포함한 10개 제품군은 승인절차 거쳐야 입점 가능함

자료: 아마존(Amazon) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

42) 범용상품번호(Universal Product Code)/유럽상품번호(European Article Number)



Ⅳ. Customs·Quarantine

SUMMARY

1. 미국 말차 인증 취득
2. 미국 말차 사전 심사
3. 미국 말차 업체·제품 등록
4. 미국 말차 라벨 심의
5. 미국 말차 서류 준비
6. 미국 말차 세금 납부
7. 미국 말차 검역 심사

Customs · Quarantine
(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	• 강제 인증 無	(-)
Step 02. 사전 심사	• 사전 수입 식품 통지 - 제품의 도착항 도착 이전 수입 식품 통지 필요	(*) 미국 식품의약국 - PNS(사전 수입 식품 통지) - 문의처 : www.fda.gov
Step 03. 업체·제품 등록	• 식품 시설 등록 - 수출 전 식품 제조 시설에 대한 등록	(*) 미국 식품의약국 - Registration of Food Facilities (식품 시설 등록) - 문의처 : www.fda.gov
Step 04. 라벨 심의	• 라벨 표기사항 - 별도 심의 사항 없음 - 미국 식품의약국 규정 준수	(*) 미국 식품의약국 - FDA 라벨 규정 - 문의처 : www.fda.gov
Step 05. 서류 준비	• 일반 서류 • 원산지 증명서	(*) 미국 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov (*) 세관국경보호국 - 문의처 : www.cbp.gov
Step 06. 선적 및 운송	• 포워딩 업체 섭외	(-)
Step 07. 통관 신고	• 수입신고 - 서면 또는 ACE를 이용하여 신청 - 적하목록, 물품신고서, 상업송장 등	(*) 세관국경보호국 - 문의처 : www.cbp.gov (*) 미국 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov
Step 08. 세금 납부	• 납세 신고 - 도착 전 7일, 도착 후 10일 이내에 신고 - ACE 시스템을 이용하여 납부 • 통관, 검역, 검사, 부두 사용료 등 • 관세율 0% • 판매세 주별로 상이(최대 7.25%)	(*) 세관국경보호국 - 문의처 : www.cbp.gov - 참조처 : dataweb.usitc.gov
Step 09. 검역 심사	• 물리(관능) 검사 - ATS에 의해 분류 후 물품 또는 서류 검사 • 제품 검사 - 제출 받은 서류를 바탕으로 서류 심사 진행 후 샘플 검사 여부 결정	(*) 세관국경보호국 - 문의처 : www.cbp.gov (*) 미국 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov

1. 미국 말차 인증 취득

인증 취득

미국으로 제품 수입 시, 위해 필요하거나 선택 가능한 인증 정보 제공

말차

말차 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

▶ 미국 수입 일반가공식품 '적용 받는 강제 인증 無'

미국으로 수출하고자 하는 말차 제품이 현지 진출 시 꼭 취득해야하는 강제 인증은 없는 것으로 확인됨. 일반가공식품의 식품 검역을 담당하고 있는 미국 식품의약국은 식품의 안전이나 제조에 관하여 별도의 인증을 부과하고 있지 않음. 다만, HACCP, ISO 22000 등과 같이 식품의 생산과 그 안전성에 대한 인증의 경우 선택적으로 획득하여 활용할 수 있음

미국에서 할랄 인증을 받고자 하는 경우 다양한 기관으로부터 해당 인증을 취득할 수 있는 데, 미국 시장에서는 할랄 인증기관인 IFANCA을 통하여 할랄 인증을 획득할 수 있음

[표 4.1] 미국 식품 인증 취득

인증명	인증 성격	강제 유무	발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	선택	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	선택	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	선택	IFS 지정 인증기관	
BRCGS Food Safety	식품 생산 안전 인증	선택	BRC 지정 인증기관	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	선택	FSSC 지정 인증기관	
HALAL	식품 생산 인증	선택	IFANCA (Islamic Food and Nutrition Council of America)	

자료 : 각 인증기관

[표 4.2] 미국 식품 인증 취득

HACCP	**절차**	**기간**
	서류제출〉서류심사〉현장 확인 및 심사〉판정〉인증	40일
	서류	**비용**
	신청서, 식품안전관리인증계획서 등	20만원
ISO 22000	**절차**	**기간**
	서류제출〉인증계약〉계획통보〉서류심사〉현장심사〉 시정 조치〉인증 심의〉인증〉사후관리심사〉갱신 심사	-
	서류	**비용**
	신청서, 인증기관에서 요청하는 서류 등	-
IFS	**절차**	**기간**
	인증의뢰〉사전심사〉현장심사〉 부적합 사항 시정 조치〉인증발급	약 24주
	서류	**비용**
	신청서 등	약 900-,000만원
BRC Food Safety	**절차**	**기간**
	인증의뢰〉사전심사〉현장심사〉 부적합 사항 시정 조치〉인증발급	-
	서류	**비용**
	신청서, 식품안전 및 품질에 관한 매뉴얼 등	약 900-1,000만원
FSSC 22000	**절차**	**기간**
	서류제출〉1차 현장 평가〉2차 현장 평가〉인증〉사후관리 심사	-
	서류	**비용**
	신청서, 회사 정보, 기 취득 인증 등	500-600만원
HALAL	**절차**	**기간**
	신청서제출〉서류 평가〉인증 비용 산정〉현장평가〈미팅〉서류 재검토〉현장검사〉마무리 미팅〉평가서 작성〉〉승인여부 결정	-
	서류	**비용**
	제품 상세정보, 사용 원료 정보, 위생관련 정보 등	-

자료 : 각 인증기관

▶ 한국 유기농 인증 미국 시장에서 '동일하게 적용 가능'

미국으로 유기농 식품을 수출하기 위해서는 미국 농무부에서 발급하고 있는 유기농인증을 획득해야함. 해당 인증은 농무부가 지정하고 있는 지정 인증기관을 통하여 획득 가능함. 다만, 한국에서 이미 유기농 인증을 획득하였다면, 2014년 7월 1일부로 발효된 상호동등성협정(Equivalence Arrangement)에 따라 미국에서도 동일하게 인정받을 수 있음. 제품의 수입 신고 시, 이를 입증할 수 있도록 미국 당국에서 요구하는 수입증명서(NOP Import Certificate)를 제출해야함

[표 4.3] 한국 유기가공인증 상호동등성협정 정보

인증명	발급 기관	정보	인증 Mark
USDA Organic	미국 농무부 (USDA)	95% 이상 유기농 원료를 사용해야함	
USDA Organic		모든 원료가 100%인 경우	

동등성 인정 요건

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

미국 수입 요건

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

라벨 사용

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

자료 : 미국 농무부(USDA), 국립농산물품질관리원

▶ 코셔 인증, 다양한 글로벌 인증기관 존재

코셔 인증이랑 유대교 율법에 따라 제조된 식품에 부여되는 인증으로, 원재료와 가공 전반을 포괄함. 미국에서 코셔 인증을 수행하고 있는 인증기관은 약 80개 이상이 존재하며, 다양한 기관들이 유대교 율법에 따라 코셔 인증을 부여하고 있음. 미국으로 제품을 수출하는 데에 있어 코셔 인증이 필수는 아니며, 정부 당국에서도 코셔 인증을 획득하는 데에 대한 별도의 규정을 두고 있지 않음. 수출업체의 선택에 따라 획득 가능하며, 글로벌 코셔 인증기관을 통하여 인증을 받을 수 있음

[표 4.4] 코셔 인증 정보

인증명	발급 기관	인증 Mark
KOSHER	전 세계 약 16,000여개 (미국 내 80여 개 이상)	

코셔 인증 절차

a. 신청서 제출(기관 별로 제시하는 양식에 맞춰 신청서 제출)
b. 신청서 내용에 따라 인증 서비스 진행을 위한 비용 견적
c. 방문 검사
  - 인증기관에서 파견한 전문가, 신청 기업의 공장 직접 방문 및 검사 진행
  - 방문 결과에 대하여 보고서 작성 후 본사 송부
d. 접수된 보고서에 대하여 심사 진행
  - 심사 결과에 따라 인증 여부 결정
  - 보완 사항 도출 시 해당 내용 신청 기업으로 송부하여 추가 정보 요청
e. 인증에 대한 계약 체결
f. 인증서 발급 완료

인증 비용

a. 평균 약 4,000 - 6,000달러 (기관별로 상이)

유의 사항

- 제품의 생산에 관여하는 모든 공정 라인이 코셔에 해당해야 함
- 제조 공정에서 사용되는 모든 원재료가 코셔 제품에 해당해야 함
- 원재료에 비 코셔 제품이 있는 경우 다른 대체 원료를 사용해야 함

자료 : 각 코셔 인증기관, 해외식품인증 정보포털

▶ 비건 인증, 다양한 비건 인증 기관 존재

미국으로 제품을 수출 할 때 받아야 하는 비건 인증은 없는 것으로 확인됨. 할랄 인증과 마찬가지로 비건(Vegan) 인증을 획득하는 것에 대하여 당국의 허가 등의 요구사항은 없음. 전 세계적으로 인증업무를 수행하는 기관부터 지역 기관까지 다양한 비건 인증기관이 있기 때문에 해당 인증기관을 통하여 획득할 수 있음

[표 4.5] 비건 인증 정보

인증명	발급 기관	인증 Mark
Vegan	관련 협회 또는 인증 전문기관	

비건 인증 절차

a. 신청서 제출(기관 별로 제시하는 양식에 맞춰 신청서 제출)
  - 제품에 사용되는 원재료에 대한 정보
  - 가공 방법
  - 패키징 방법 등 각 기관이 서류 심사를 위해 요구하는 서류
b. 서류 검사
c. 샘플 제품에 대한 검사(기관별로 진행 여부 상이)
d. 심사 결과에 따라 인증서 발급 여부 결정
e. 인증 비용 납부
f. 인증서 발급 완료

인증 발급 기간

a. 7일 - 60일 (기관별로 상이)

비건 인증 기준[43]

- 도축에 의해 생산된 원료를 포함하지 않을 것
- 오로지 방목 상태에서 생산된 계란만 사용 할 것
- 생산과정에서 상호 오염이 일어나지 않을 것
- GMO 원료를 사용하지 않을 것

자료 : 각 비건 인증기관

43) 각 기관별로 세부 요건이 상이하여 세부적인 비건 인증 기준의 경우 각 기관별로 별도의 확인이 필요함

2. 미국 말차 사전 심사

사전 심사

미국으로 제품 수입 시, 품목에 대한 사전 규제 심사제도 정보 제공

말차

말차 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

▶ 미국 일반가공식품 수출을 위해 사전 심사 '불필요'

▶ 미국 일반가공식품 수입 전 식품의약국으로 '사전 수입 통지 필요'

사전 수입 통지 절차는 바이오테러리즘법에 의거하여 식품에 대해 효율적인 통관 검역 절차를 수행하기 위하여 시행됨. 미국 식품의약국을 통하여 수입하고자 하는 식품에 대한 사전 수입 식품 통지(Prior Notice of Imported Foods)를 하도록 규정하고 있음. 해당 사전 식품 수입 통지는 온라인 미국 식품의약국 행정 업무 페이지(www.access.fda.gov)를 통하여 PNSI(Prior Notice System Interface) 접속 후, 미국 식품의약국에서 제시하고 있는 가이드 및 그 절차에 따라 사전 통지 절차를 수행하면 됨. 사전 통지 절차의 경우 어떤 운송수단을 통하여 진행하느냐에 따라 제출 기한이 정해져 있기 때문에 해당 시간 이전에 제출되어야 함. 해당 사전 수입 식품 통지 절차는 미국 세관국경보호국에서 정한 개인 또는 법인을 통해 진행할 수도 있으며 수출을 진행하는 미국 세관국경보호국이 정하지 않은 개별 기업이 진행할 수도 있음

[표 4.6] 미국 수입 전 사전 통지

적용 규제	바이오테러리즘법(Bioterrorism Act)
발행 기관	미국 식품의약국(FDA)
기간	각각의 운송 수단 별 지정된 시간 이전에 미국 식품의약국으로의 사전 통지 절차가 완료될 것 a. 도로운송을 통해 수입되는 경우 : 도착 2시간 전 b. 철도운송을 통해 수입되는 경우 : 도착 4시간 전 c. 항공운송을 통해 수입되는 경우 : 도착 4시간 전 d. 해상운송을 통해 수입되는 경우 : 도착 8시간 전
필요 정보	a. 수입업체 정보(업체명, 주소) b. 운송 정보(선하증권 또는 항공화물운송장 등 적절한 운송 정보) c. 출발 국가 정보 d. 제품 정보(제품 일반명 또는 시장명, 패키징 및 수량 정보) e. 제조사 정보(식품 제조시설 등록 번호) f. 수출업체 정보 g. 최종 수취인 정보

자료 : 미국 식품의약국(FDA)

3. 미국 말차 업체·제품 등록

업체·제품 등록

미국으로 제품 수입 시, 요구되는 업체 또는 제품 등록제도 정보 제공

말차

말차 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

▸ 미국 일반가공식품 통관을 위해 사전 '식품 제조시설 등록 필요'

▸ 미국 식품의약국(FDA)의 '온라인 또는 서면'으로 등록 가능

2002년 발효된 바이오테러리즘법(Bioterrorism Act)은 미국 내에서 식품을 제조하는 제조시설과 미국으로 식품을 제조하여 수출하는 해외 제조시설 모두에게 등록 의무를 부과하고 있음. 이에 따라 미국으로 식품을 수출하고자 하는 국내 제조업체는 미국 식품의약국(FDA)을 통해 식품 제조시설 등록을 필수적으로 진행해야함. 식품 제조시설 등록 신청은 현재까지 온라인과 서면을 통해 가능하도록 되어 있음. 그러나 2020년 1월 4일부터 온라인을 통해서만 등록 신청을 진행하도록 규정이 변경될 예정이므로 내년부터 등록을 수행하고자하는 국내 식품 제조업체의 경우 온라인 페이지를 통하여 등록 신청을 진행해야함

[표 4.7] 미국 사전 식품 제조시설 등록 절차

적용 규제	바이오테러리즘법(Bioterrorism Act), 식품현대화법(FSMA)
발행 기관	미국 식품의약국(FDA) - 온라인 : www.access.fda.gov - 오프라인 : U.S. Food and Drug Administration, Food Facility Registration (HFS-681) 5001 Campus Dr. College Park, MD 20740 - FAX : +1-301-436-2804
필요 정보	a. 시설명, 주소, 전화번호, 긴급 시 연락처 b. 선호 메일 주소 c. 모회사명, 주소, 전화번호(해당 시설이 자회사에 해당하는 경우) d. 해당 시설이 사용하는 모든 상표 e. 대표자, 대리인 또는 운영자(책임이 있는)의 이름, 주소, 전화번호 f. 대표자, 대리인 또는 운영자(책임이 있는)의 이메일 주소 g. 시설을 통해 제조, 가공, 포장하고 있는 식품의 적용 가능한 카테고리 h. 각 식품 제품 카테고리별로 시설에서 수행하고 있는 행위 i. 대표자, 대리인 또는 운영자(책임이 있는)로부터 수취한 식품·의약품·화장품법(FD&C Act)이 정하는 시간과 방법에 따라 미국 식품의약국(FDA)이 시설을 조사해도 된다는 허가에의 확인 j. 대표자, 대리인 또는 운영자(책임이 있는)로부터 수취한 제출한 시설에 대한 정보의 정확성 및 진실성에 대한 확인
비용	무료

자료 : 미국 식품의약국(FDA)

4. 미국 말차 라벨 심의

▸ 미국 라벨 규정

라벨 심의

미국으로 제품 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공

말차

말차 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

[표 4.8] 미국 라벨 관리 규정

적용 규제	FD&C Act, Fair Packaging and Labeling Act		
세부 규정	Guidance for Industry : A Food Labeling Guide		
세부 내용	라벨 표기사항 (항목)	· 제품명(이미테이션 제품은 제품명에 '이미테이션' 표기) · 용량(용량은 순중량으로만 나타낼 것) · 원산지 · 원료 정보(원료의 일반적인 명칭을 사용 할 것) · 알레르기 정보(주요 알레르기원: 우유, 달걀, 생선, 갑각류, 조개, 땅콩, 대두, 밀, 견과류) · 성분정보(양식은 규정이 정하고 있는 바에 따름) · 1회 제공량 · 기타 주의 문구(건강 유의 사항에 관한 문구 등) · 원산지 · 제조업체정보	
	라벨 표기사항 (가이드)	표기 언어	외국어 표기도 가능하나 모든 필수정보는 동시에 영어로도 표기되어야함
		그림	그림의 경우 정보를 가리거나, 소비자가 잘 못 이해하지 않도록 해야 함
		용량	순중량 정보는 패키지 내부의 식품 용량을 나타내야함. 중량, 숫자 형태로 표기되어야 함. 일반적으로 고체, 점성, 응고 제품의 경우 중량으로 표기되어야 함. 만약 액체인 경우 액체 표기 단위로 표기해야 함. 용량의 단위는 미터 단위와 파운드 단위를 병기해야 함
		제품명	제품의 전면에 표기되어야하며, 최소한 가장 큰 라벨 면에서 1/2만큼을 차지하도록 표기되어야 함. 바닥과 평행하게 작성되어야 함. 소비자가 이해하기 쉬운 일반적인 이름이어야 함
		원료 정보	양이 많은 것부터 적은 순으로 기입해야함 원료정보는 제조사, 유통사 정보와 같은 면에 기입되어야 함. 정보의 크기는 최소한 1/16인치 사이즈 크기여야 함. 물의 경우 가공을 위해 주요하게 추가되었다면, 원료에 기입되어야 하나, 사용되었더라도 가공 과정에서 증발되는 등의 과정이 있었다면 적지 않아도 됨
		성분 정보	성분 정보는 원료 정보와 같은 페이지에 기입되어야 함. 반드시 박스 형태로 작성해야 함. 성분 정보를 나타내는 시트는 정해진 글자 크기와 양식에 따라 작성되어야 함
		원산지	눈에 잘 띄도록 작성되어야함. 유통업체 정보가 표기 되어 있다면, 해당 정보와 같이 위치해야함

자료 : 미국 식품의약국(FDA)

[표 4.9] 미국 라벨 관리 규정

세부 내용	유기농 표기 유의사항	· 유기농 원료의 함량이 70%를 넘는 경우 다음과 같이 표기할 수 있음. 이 경우 유기농 마크는 사용할 수 없음 –“made with organic 0000” 또는 “made with organic ingredients” –소금과 물을 제외한 70% 이상의 원료가 인증된 유기농 재료여야 하며, 유기농 인증을 부여한 기관명을 적시해야함 (e.g. Certified Organic by 00000 Certification Inc.) · 유기농 원료의 함량이 70% 이하인 경우 다음과 같이 표기할 수 있음 –소금과 물을 제외한 70% 이하의 원료가 유기농 원료인 경우, 유기농 마크를 표기할 수 없으며 원료(Ingredients)에 대한 표기 시에 해당 원료가 유기농이라는 점만 표기 가능함 (e.g. Ingredients: Organic green tea, Organic lemon, ...)

자료 : 미국 식품의약국(FDA)

▶ 미국 일반가공식품 라벨 샘플

[앞면 라벨링] [옆면 라벨링]

앞면(영어)	앞면(국문)
① 브랜드명 : Dong Won ② 제품명 : Matcha Green Tea Powder ③ 용량 : NET WT 0.11lb (50g)	① 브랜드명 : 동원 ② 제품명 : 보성말차가루 ③ 용량 : 순중량 0.11 OZ (50g)
옆면(영어)	**옆면(국문)**
④ 영양성분 : Nutrition Facts 50 servings per container Serving size 1/50 Teaspoon (1g) Amount Per Serving Calories 0 % Daily Value Total Fat 0g 0% Saturated Fat 0g % Trans Fat 0g Cholesterol 0mg 0% Sodium 0mg 0%, Total Carbohydrate 0g 0% Dietary Fiber 0g 0% Total Sugars 0g Includes 0g Added Sugars 0% Protein 0g	④ 영양성분 : 성분정보 한 패키지당 제공량 50개 1회 제공량 1/50 티스푼 (1g) 1회 제공 당 칼로리 0 % 하루 섭취권장량 총 지방 0g 0% 포화지방산 0g 20% 트랜스지방 0g 콜레스테롤 0mg 0% 나트륨 0mg 0% 총 탄수화물 0g 0% 식이섬유질 0g 0% 총 당 0g, 0g 첨가당 포함 0% 단백질 0g,

Vitamin D 0mcg
Calcium 0mg 0%
iron 0mg 0%
Potassium 0mg 0%
*The Daily Value tells you how much a nutrient in a serving of contributes to a daily diet. 2,000 calories a day is used for general nutrition advice.
⑤ 재료: Green Tea Powder 100%
⑥ 원산지: Product of Korea
⑦ 유통업체: DW Global, Inc. (http://www.dongwondfnb.com/services/EN/index)
⑧ 포장재료: Polypropylene
⑨ 보관방법: Store away from direct sunlight and Put the lid back after used it
⑩ 유통기한: Printed on the package (YYYY/MM/DD)

비타민 D 0mcg 0%
칼슘 0mg 0%
철분 0mg 0%
칼륨 0mg 0%
*1일 제공량은 1일 동안 섭취해야 하는 영양성분의 양을 의미. 1일 2,000칼로리는 일반적인 영양 기준
⑤ 재료: 녹차 가루 100%
⑥ 원산지: 한국산
⑦ 유통업체: DW 글로벌 유통 (http://www.dongwondfnb.com/services/EN/index)
⑧ 포장재료: 폴리프로필렌
⑨ 보관방법: 직사광선을 피하고 사용 즉시 뚜껑을 닫아서 보관하십시오.
⑩ 유통기한: 라벨참조 (YYYY/MM/DD)

5. 미국 말차 서류 준비

서류 준비

미국으로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

말차

말차 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

원산지증명서 기재 정보

- 증명인의 성명
- 상품의 수입자
- 상품의 수출자
- 상품의 생산자
- 품목분류와 품명
- 상품이 원산지 상품임을 증명하는 정보
- 증명일
- 증명 유효기간

▸ 미국 FTA 원산지증명서 준비 필요

▸ 미국 관세 업무, 허가받은 통관 브로커를 통해서 진행 가능

미국의 수입신고는 수출입 당사자, 운송업체 또는 각 당사자의 위임을 받은 브로커를 통하여 수입통관 업무를 진행할 수 있음. 통관업무 당사자는 수입신고부터 물품의 반출까지 모든 통관 업무를 진행해야 함. 수입 물품 관세에 대한 내용에 관해서는 동 업무를 수행할 수 있도록 허가받은 사람만이 절차를 수행할 수 있음. 해당 수입 신고 및 그 절차는 ACE(Automated Commercial Environment) 시스템을 통하여 진행됨

원산지증명서의 경우 자율증명방식으로 자신이 생산한 제품에 대하여 스스로 발행한 원산지확인서 또는 원산지소명서를 근거로 하여 원산지증명을 할 수 있음. 특별히 정해진 양식은 없으나 반드시 기재되어야 하는 정보가 있어 해당 정보에 유의해야 함. 우리나라에서는 작성해야 하는 필수 항목을 포함한 원산지증명서 권고 양식을 두고 있어, 해당 서식[44]을 활용하여 쉽게 작성 가능함

[표 4.10] 미국 통관 서류

구분		서류명	발급기관
일반 서류	선적	수입신고서 (CBP Form 7501)	(-)
		상업송장 (또는 견적송장)	(-)
		포장 명세서	(-)
		구매주문서	(-)
		선하증권	(-)
		원산지 증명서	수출업체 / 관세청

자료 : 미국 세관국경보호국(CBP), 미국 식품의약국(FDA)

44) FTA종합지원센터(okfta.kita.net) 'FTA활용' 항목의 '원산지증명서발급-자율증명방식' 페이지를 통해 확인 가능함

6. 미국 말차 세금 납부

세금 납부

미국으로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

말차

말차 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

▸ 미국 일반가공식품 HS-CODE 0902.10-9050, 관세율 0% 적용

▸ 한-미 FTA 발효로 협정세율 적용

말차의 경우 미국에서는 HS-CODE 0902.10 (3 kg 이하의 함량에 직접 접하여 포장된 (발효화하지 않는) 녹차)의 0902.10-9050 (기타) 세번을 사용하여 수입됨.[45] 미국 수입 시 기본 세율은 0%로, 별도의 협정 세율을 적용받지 않더라도 0% 세율을 적용받음. 관세 외에도 판매세(Sales Tax)를 납부해야하며 해당 세율은 최대 7.25%이고 주(State) 별로 달리 적용됨

- 수입 서류 심사비용에 100달러(한화 약 12만 원)[46] 소요
- 수입 서류 심사 기간은 8시간 소요
- 통관 비용은 175달러(한화 약 21만 원) 소요
- 통관에 걸리는 시간은 2시간 소요

[표 4.11] 한국·미 HS CODE 비교 및 미국 수입 세율

구분	HS CODE	품목 분류	비고
한국	0902	차류(맛과 향을 첨가했는지에 상관없다)	
	0902.10	녹차(발효하지 않은 것으로서 내용물의 무게가 3킬로그램 이하로 내용물에 직접 접하여 포장된 것으로 한정한다)	
미국	0902.10	3 kg 이하의 함량에 직접 접하여 포장된 (발효화하지 않는) 녹차	
	0902.10-9050	기타	
관세	기본관세율	0%	
	협정 세율	0%	
판매세	최대 7.25%		

자료 : 관세법령정보포털(UNIPASS), 미국 관세 정보 시스템(USITC)

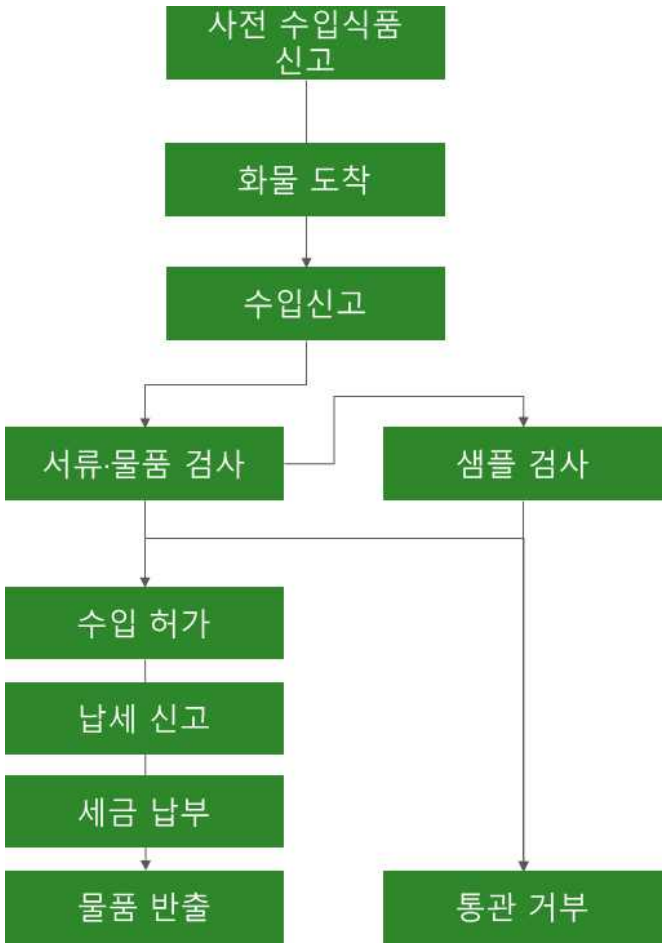
45) 미국 세번의 경우 HS Code 6자리에 해당하는 0902.10 중 말차에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 미국 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있음. 미국의 HS Code(HTSUS)에 관하여 확인하기 위해서는 관련 정보 페이지인 CROSS(Customs Rulings Online Search System)를 활용할 수 있고, 확인되지 않는 경우 미국 세관국경보호국(CBP)으로 문의할 수 있음

46) 1달러=1,195.00원 (2019.09.24., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

7. 미국 말차 검역 심사 절차

- 미국 일반가공식품, 서류 검사에 따라 물품 검사 실시
- 수도착전 사전 수입 식품 신고 필요

[표 4.12] 미국 통관 프로세스



	유형	명칭	최대 허용량 (mg/kg)
일반가공식품 연관 규제 첨가물 및 물질	식품첨가물	acacia (gum arabic)	GRAS: 1.0% 이하
		ammonium chloride	GRAS: GMP
	유해물질	Aflatoxin (aflatoxin B1, B2, G1, G2(total))	20 mcgs/kg(20 ppb)

자료 : 미국 세관국경보호국(CBP), KATI농식품수출정보

▶ 미국 식품의약국의 첨가물, 유해물질 규정을 통해 확인 가능
▶ KATI 식품첨가물 및 유해물질 데이터베이스를 통해서도 확인 가능

식품 첨가물 규정

미국으로 제품 수입 시, 요구되는 식품 첨가물, 유해 물질에 관한 규정

말차

말차 품목의 첨가물 규정은 KATI 식품 유형 분류 중 음료류로 분류하여 고형차에 해당하는 정보를 제공함

[표 4.13] 미국 일반가공식품 식품 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)
향미증진제	아세트산	acetic acid	GRAS[47]: 0.15% 이하 GMP[48]
향료 및 보조제	아코니트산	aconitic acid	GRAS: 0.0005% 이하, GMP
향료, 발효제, 산도조절제	아디프산	adipic acid	GRAS: 0.02% 이하 GMP
착색료	안나토색소[49]	annatto extract	GMP
보존료, 강화제	아스코르브산	ascorbic acid	GRAS: GMP
습윤제, 안정제, 증점제	알긴산암모늄	ammonium alginate	GRAS: 0.1% 이하
칼슘강화제	젖산칼슘	calcium lactate	GRAS
보존료, 고결방지제 등	염화칼슘	calcium chloride	GRAS
칼슘강화제, 산도조절제 등	구연산칼슘	calcium citrate	GRAS: GMP

자료 : KATI농식품수출정보

47) GRAS (Generally Recognized As Safe): 미국 FDA가 과학적 근거를 기반으로 안전성을 승인함으로써 '일반적으로 안전하다고 간주되는 물질'을 의미함. GRAS 물질은 식품 최대허용치가 설정되어있지 않지만, 자체 제한량(Self Limiting Level)으로 사용량이 제한되기도 함
48) GMP (Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함
49) 첨가된 캔디수수를 사용하지 않는 한, 제 401조에 따라 정체성 기준이 공표된 식품을 착색하는데 사용되지 않을 수도 있다. 착색된 색상은 그런 스탠다드에 의해 허가된다.

V. Expert Interview

SUMMARY

Interview ① 홀푸드마켓(Wholefoods Market)
Interview ② 트레이더조(Traders Joe)
Interview ③ 젠맛차티(Zen Matcha Tea)
Interview ④ 맛차아울렛(Matcha Outlet)
Interview ⑤ 티 템테이션스(Tea Temptations)

Expert Interview
(전문가 인터뷰)

Market Preference and Demand

· 인터뷰 기업 : 홀푸드마켓
(Wholefoods Market)
소매업체
· 인터뷰 담당자 : Mr. Austin
(Grocery In-Charge)

미국 내 일본산 말차의 선호도 높은 편

미국에서는 대체적으로 일본산 말차의 선호도가 높습니다. 미국인들은 일본산 말차는 품질이 좋고 중국산 말차는 품질이 떨어진다고 생각하는 경향이 있습니다.

현지 소비자들은 건강관리를 위해 말차를 구매

대부분의 소비자들은 건강관리를 목적으로 말차를 구매합니다. 최근 들어 말차의 효능이 알려지면서 말차의 수요가 증가했습니다.

Market Demand and Customers

· 인터뷰 기업 : 트레이더조
(Traders Joe)
소매업체
· 인터뷰 담당자 : Mr. Scott
(Assistant Manager)

품질적인 면에서 일본산 말차 수요가 가장 높아

미국 내 말차는 일본산이 가장 유명하며 품질이 좋아 수요가 높습니다. 미국 내에서 녹차는 파우더 형태의 제품이 가장 판매량이 높으며, 주요 제형은 파우더 형태와 잎차 형태입니다.

현지 소비자들은 말차 구매 시, 품질을 가장 중시함

현지 소비자들은 주로 건강관리를 목적으로 구매하기 때문에, 제품의 가격보다는 품질을 가장 중요하게 생각합니다. 건강과 관련이 있기에, 미국 소비자들은 저렴하고 품질이 떨어지는 제품을 선호하지 않습니다.

Market Demand and Customers

· 인터뷰 기업 : 젠맛차티
(Zen Matcha Tea)
수입유통업체
· 인터뷰 담당자 : Ms. Jennifa
(Social Media Director)

미국 내 일본산 말차의 수요가 가장 높음

일본산 말차는 품질이 좋은 것으로 알려져 있어서 높은 가격에도 불구하고 수요가 가장 높습니다. 미국 내 인지도가 높은 말차 브랜드는 대부분 일본산입니다.

현지 소비자들은 직접 섭취하거나 선물용으로 말차를 구매함

소비자들은 주로 건강관리를 목적으로 직접 섭취하기 위해 말차를 구매하거나 선물용으로 구매합니다. 따라서 소비자들은 제품의 가격보다 품질을 고려하여 구매하는 편입니다.

Expert Interview
(전문가 인터뷰)

Market Distribution and Customers

Matcha Outlet

· 인터뷰 기업 : 맛차아울렛 (Matcha Outlet) 도매업체
· 인터뷰 담당자 : Ms. Wanda (Customer Care Representative)

온라인 매장 내 말차 판매량 점점 증가 추세

최근 들어 온라인 매장에서의 말차 판매량이 증가하고 있습니다. 소비자들은 제품의 가격이 저렴하고 이용하기 편리한 온라인 매장을 선호합니다.

말차는 주로 20-30대의 젊은 소비자들이 구매

말차는 주로 20-30대로 젊은 층의 소비자들이 구매합니다. 선물용으로 구매하는 경우도 있지만 대부분은 직접 섭취하기 위한 용도로 구매하는 편입니다.

Market Trend and Distribution

Tea TEMPTATIONS

· 인터뷰 기업 : 티 템테이션스 (Tea Temptations)
· 인터뷰 담당자 : Mr, Guy (Manager)

일본산과 중국산 말차, 구매 용도가 다름

일본산 말차는 중국산 말차보다 품질이 뛰어나고 가격이 비쌉니다. 따라서 소비자들은 차로 마시기 위해 일본산 말차를 구매하고 라떼로 마시거나 다른 요리에 첨가하기 위해서는 중국산 말차를 구매합니다.

미국 내 차를 취급하는 대부분의 매장에서 말차 판매

차를 판매하는 곳에서는 대부분 말차를 판매하여, 저희는 미국 내 카페와 레스토랑 등으로 말차 제품을 유통하고 있습니다. 오프라인 매장뿐만 아니라 많은 온라인 매장에서도 말차를 판매합니다.

Interview ① 홀푸드마켓(Wholefoods Market)

50)

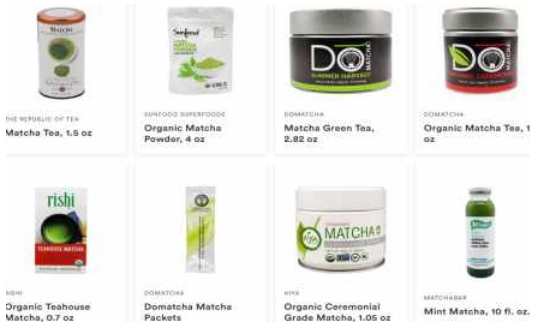
홀푸드 마켓
(Wholefoods Market)

전문가 소속

홀푸드 마켓
(Wholefoods Market)
소매업체

전문가 정보

Mr. Austin
(Grocery In-Charge)



홀푸드 마켓(Wholefoods Market)

Grocery In-Charge, Mr. Austin

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

홀푸드 마켓은 1980년에 설립된 마트 체인점입니다. 미국 전역에 500개 이상의 매장을 보유하고 있으며, 홈페이지를 통해 케이터링 서비스, 온라인 판매, 배송 서비스 등을 제공하고 있습니다. 취급 품목으로는 신선 과일, 채소, 가공식품, 냉동식품, 음료수 등 다양한 종류의 식품이 있습니다. 아시아를 포함해 다양한 국가로부터 식품을 수입하여 판매하고 있습니다.

Q. 미국 내 말차의 수요가 어떻게 되나요?

저희는 다양한 말차 제품을 취급하고 있습니다. 미국에서 수요가 많은 말차 브랜드는 더 리퍼블릭 오브 티(The Republic of Tea), 리쉬(Rishi), 차가(Chaga), 선푸드(Sunfood) 등이 있습니다. 이 중에서도 더 리퍼블릭 오브 티 제품의 판매량이 가장 높으며, 해당 제품 및 사용된 원료의 원산지는 일본입니다. 미국에서는 대체적으로 일본산 말차의 선호도가 높습니다. 미국인들은 일본산 말차는 품질이 좋고 중국산 말차는 품질이 떨어진다고 생각하는 경향이 있습니다.

Q. 말차의 원산지가 소비자들 수요에 영향을 미치나요?

일본산 말차는 고품질의 원료를 사용하여 가격이 비싼 편이며, 중국산 말차는 상대적으로 품질이 떨어지는 원료를 사용하고 가격도 저렴한 편입니다. 제품의 품질 및 가격에 따라 제품을 구매하는 소비자층이 다릅니다. 소비자들의 구매력이나 말차의 선호도, 그리고 제품의 품질과 맛을 중시하는지에 따라 구매하는 제품의 원산지가 상이합니다. 중국산 말차는 이전에 비해 품질이 나아졌으나 일본산보다는 떨어지며, 대부분의 소비자들은 일본산 말차를 신뢰하며 선호합니다.

50) 사진자료: 홀푸드 마켓(Wholefoods Market) 홈페이지 (www.wholefoodsmarket.com)

Q. 그렇다면 미국 소비자들의 말차 구매목적은 무엇인가요?

대부분의 현지 소비자들은 말차의 건강한 효능으로 인해 제품을 구매합니다. 특히 최근 들어 건강관리를 목적으로 말차를 구매하는 소비자들이 늘어났습니다. 말차에는 강력한 항산화물질이 대량으로 들어있으며, 비타민이 함유되어 있다고 알려지면서 말차의 수요가 증가했습니다. 직접 섭취하기 위해 구매하는 소비자들이 가장 많지만, 선물용으로 구매하는 경우도 꽤 있습니다.

Q. 말차는 미국 내 어떤 유통채널을 통해 판매하는 것이 유리할까요?

재래시장이나 일반 마트를 통해서만 제품을 판매하는 것보다 오프라인 판매와 온라인 판매를 병행하는 것이 훨씬 더 유리합니다. 저희 매장처럼 유명한 대형 식품체인점도 오프라인 매장의 말차 판매량보다 온라인 매장의 말차 판매량이 더 높습니다. 일부 소비자들은 여전히 오프라인 매장에서 구매하는 것이 안전하다고 믿지만, 온라인 시장은 점점 커지고 있으며 판매량 또한 증가하고 있습니다. 앞으로도 온라인 시장의 규모는 더욱 더 커질 것으로 예상하고 있습니다.

Q. 미국 내 말차 판매 시 필요한 인증이 있나요?

말차 판매 시 필수적으로 요구되는 인증은 없지만, 인증을 취득한 제품은 소비자들이 신뢰하고 구매하는 경향이 있습니다. 저희가 판매하는 대부분의 말차 제품은 인증을 가지고 있습니다. 더 리퍼블릭 오브 티의 경우, 미국 식품의약국에서 발급받은 인증, USDA 유기농 인증, Non-GMP 인증 등을 가지고 있으며, 그 외의 제품들은 글루텐 프리 인증인 GFCO, 코셔인증, 무설탕 등의 인증이 있습니다.

Interview ② 트레이더조(Traders Joe)

51)

트레이더조
(Traders Joe)

전문가 소속

트레이더조
(Traders Joe)
소매업체

전문가 정보

Mr. Scott
(Assistant Manager)

트레이더조(Traders Joe)
Assistant Manager, Mr. Scott

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

트레이더조는 1958년에 설립된 소매업체로, 모든 제품은 공급업체로부터 받은 후에 자체라벨을 부착하여 판매하고 있습니다. 취급 품목으로는 신선과일, 채소, 음료, 치즈, 빵, 냉동식품, 잼 등이 있습니다. 현재 미국 전역에 488개의 매장을 보유하고 있으며, 오프라인 판매만 진행하고 있습니다.

Q. 미국 내 말차의 수요는 어떻게 되나요?

저희는 일본산 말차만 취급 중에 있습니다. 미국 내 말차는 일본산이 가장 유명하며 품질이 좋아 수요가 높습니다. 미국 내에서 녹차는 파우더 형태의 제품이 가장 판매량이 높으며, 주요 제형은 파우더 형태와 잎차 형태입니다.

Q. 미국 내 말차의 주 소비자층이 어떻게 되나요?

말차의 주 소비자층은 연령대가 다양하여 특정하기 어렵지만 대부분 가족단위의 소비자들이 구매합니다. 소비자들은 주로 건강관리를 목적으로 구매하기 때문에, 제품의 가격보다 품질을 가장 중요하게 생각합니다. 건강과 관련이 있는 만큼, 저렴하고 품질이 떨어지는 제품을 구매하려 하지 않습니다.

Q. 미국 내 말차 수출 시, 준비해야 할 사항이 있나요?

미국에서 말차를 판매하기 위해서는 미국 식품의약국의 허가를 받아야합니다. 미국 소비자들은 말차의 품질을 가장 중시하기 때문에, 제품의 품질을 나타낼 인증을 준비할 경우 제품 선호도가 증가할 것입니다. 유기농 제품의 경우에도 유기농 인증이 부착되어 있어야 소비자들이 제품을 신뢰하고 구매하는 경향이 있습니다.

51) 사진자료: 트레이더조(Traders Joe) 홈페이지 (www.traderjoes.com)

Interview ③ 젠맛차티(Zen Matcha Tea)

52)

젠맛차티
(Zen Matcha Tea)

전문가 소속

젠맛차티
(Zen Matcha Tea)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Jennifa
(Social Media Director)

젠맛차티(Zen Matcha Tea)
Social Media Director, Mr. Jennifa

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

젠맛차티는 미국에서 최초로 일본의 전통 말차를 판매하기 시작한 업체로, 다양한 말차 제품을 취급하고 있습니다. 저희가 판매하는 젠맛차티 제품은 일본 쿄토와 니시오 시에서 생산되고 있습니다. 또한 저희는 홈페이지를 통해 온라인 판매를 진행하고 있으며, 미국의 카페 및 마트, 소매업체 등으로 제품을 유통하고 있습니다.

Q. 미국 내 일본산 말차의 선호도가 어떻게 되나요?

말차는 일본산 제품이 가장 유명하기 때문에 말차를 구매하려는 소비자들은 일본산 제품을 가장 선호합니다. 일본산 말차는 가장 품질이 좋은 것으로 알려져 있습니다. 따라서 일본산 말차는 다른 국가로부터 수입한 말차에 비해 가격이 높은 편이지만, 수요가 가장 높습니다.

Q. 미국 내 말차의 트렌드가 어떻게 되나요?

말차는 파우더 형태의 제품이 가장 많으며, 소비자들은 제품의 가격보다 품질을 고려하여 구매합니다. 미국 내 인지도가 높은 말차 브랜드는 대부분 일본산입니다. 소비자들은 주로 건강관리를 목적으로 직접 섭취하기 위해 구매하거나 선물용으로 구매합니다.

Q. 미국 내 말차 수출 시, 준비해야 할 사항이 있나요?

미국 내 말차 제품을 판매하기 위해서는 식품의약국으로부터 허가를 받아야 하며, 제품이 유기농일 경우, JAS나 OMIC 유기농 인증을 받는 것이 좋습니다. 하지만 유기농임에도 불구하고 비용적인 문제로 별도의 유기농 인증을 취득하지 않는 제품들도 있습니다.

52) 사진자료: 젠맛차티(Zen Matcha Tea) 홈페이지 (www.zenmatchatea.com)

Interview ④ 맛차아울렛(Matcha Outlet)

53)

맛차아울렛
(Matcha Outlet)

전문가 소속

맛차아울렛
(Matcha Outlet)
도매업체

전문가 정보

Ms. Wanda
(Customer Care Representative)

맛차아울렛(Matcha Outlet)

Customer Care Representative, Ms. Wanda

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

맛차아울렛은 말차 제품을 전문적으로 취급하는 도매업체입니다. 일본산 말차와 중국산 말차를 취급하고 있으며, 유기농 말차, 말차 라떼, 말차 카라멜, 말차 아이스티 등 다양한 말차 제품을 판매하고 있습니다. 별도의 오프라인 매장은 없으며 온라인 사이트를 통해서만 운영하고 있습니다.

Q. 일본산과 중국산 말차의 선호도가 어떻게 되나요?

일본산 말차는 가격이 비싸지만 그만큼 품질이 좋으며, 파우더 제품의 경우 색도 굉장히 진합니다. 반면에 중국산 말차는 색이 옅고 저렴하며 일본산 제품에 비해 품질이 떨어집니다. 일본산 말차를 구매한 소비자들은 대부분 매우 만족하는 반면, 중국산 말차를 구매한 소비자들은 제품의 품질에 대해 불만족을 표하거나 항의하는 경우가 종종 있습니다.

Q. 미국 내 말차는 주로 어디에서 판매가 되나요?

말차 제품은 오프라인과 온라인 소매업체에서 모두 판매합니다. 하지만 최근 들어 온라인 매장에서의 말차 판매량이 증가하고 있습니다. 온라인 매장에서 판매하는 제품은 저렴하며, 소비자 입장에서도 시간이 절약되고 간편합니다. 그리고 온라인으로 구매할 경우 제품의 가격과 품질을 충분히 검색해보고 비교해 볼 수 있기 때문에, 많은 소비자들이 온라인 매장을 선호합니다.

Q. 미국 내 말차의 주 소비자층이 어떻게 되나요?

말차는 주로 20-30대로 젊은 층의 소비자들이 구매합니다. 선물용으로 구매하는 경우도 있지만 대부분은 직접 섭취하기 위한 용도로 구매하는 편입니다.

53) 사진자료: 맛차아울렛(Matcha Outlet) 홈페이지 (matchaoutlet.com)

Interview ⑤ 티 템테이션스(Tea Temptations)

54)

티 템테이션스
(Tea Temptations)

전문가 소속

티 템테이션스
(Tea Temptations)
수입유통업체

전문가 정보

Mr. Guy
(Manager)

티 템테이션스(Tea Temptations)

Manager, Mr. Guy

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

티 템테이션스는 200여개의 차를 수입·유통하는 업체로, 25년 이상의 업력을 보유하고 있습니다. 취급하는 차의 품종으로는 말차, 우롱, 자스민, 얼그레이, 차이 등이 있습니다. 대부분의 차는 수입하여 미국 내 소·도매업체로 유통하고 있으며, 자사 홈페이지를 통해 개별소비자들을 상대로도 판매하고 있습니다.

Q. 일본산과 중국산 말차의 선호도가 어떻게 되나요?

일본산 말차와 중국산 말차는 구매 용도가 상이합니다. 일반적으로 일본산 말차는 중국산 말차보다 가격이 40% 정도 높으며, 품질이 뛰어납니다. 따라서 일본산 말차는 주로 차로 마시기 위해 구매하는 소비자들이 많으며, 중국산 말차는 라떼로 만들어 마시거나 조리할 때 사용되는 재료로 구매하는 소비자들이 많습니다.

Q. 미국 내 말차는 주로 어디에서 판매가 되나요?

차를 판매하는 곳에서는 대부분 말차를 판매합니다. 저희는 중국과 일본으로부터 말차를 수입하여 자체상표를 제작해 부착한 뒤, 미국 내 카페나 레스토랑 등으로 유통합니다. 최근 들어 오프라인 매장 외에 온라인 매장을 이용해 말차를 구매하는 소비자들도 늘어나고 있는 추세입니다.

Q. 말차를 구매하는 목적은 주로 무엇인가요?

말차는 선물용보다는 개인이 섭취하기 위해 구매하는 경우가 많습니다. 따라서 대부분 제품의 품질과 맛을 고려하여 구매하는 편입니다.

Q. 말차와 관련된 주요한 인증이 있는가요?

말차 수출 시 미국의 식품의약국(FDA)에 제품을 등록해야 합니다. 이외 유기농 인증을 보유하고 있다면 판매 시 추가적인 이점이 있을 것입니다.

54) 사진자료: 티 템테이션스(Tea Temptations) 홈페이지 (empiretea.com)

[참고문헌]

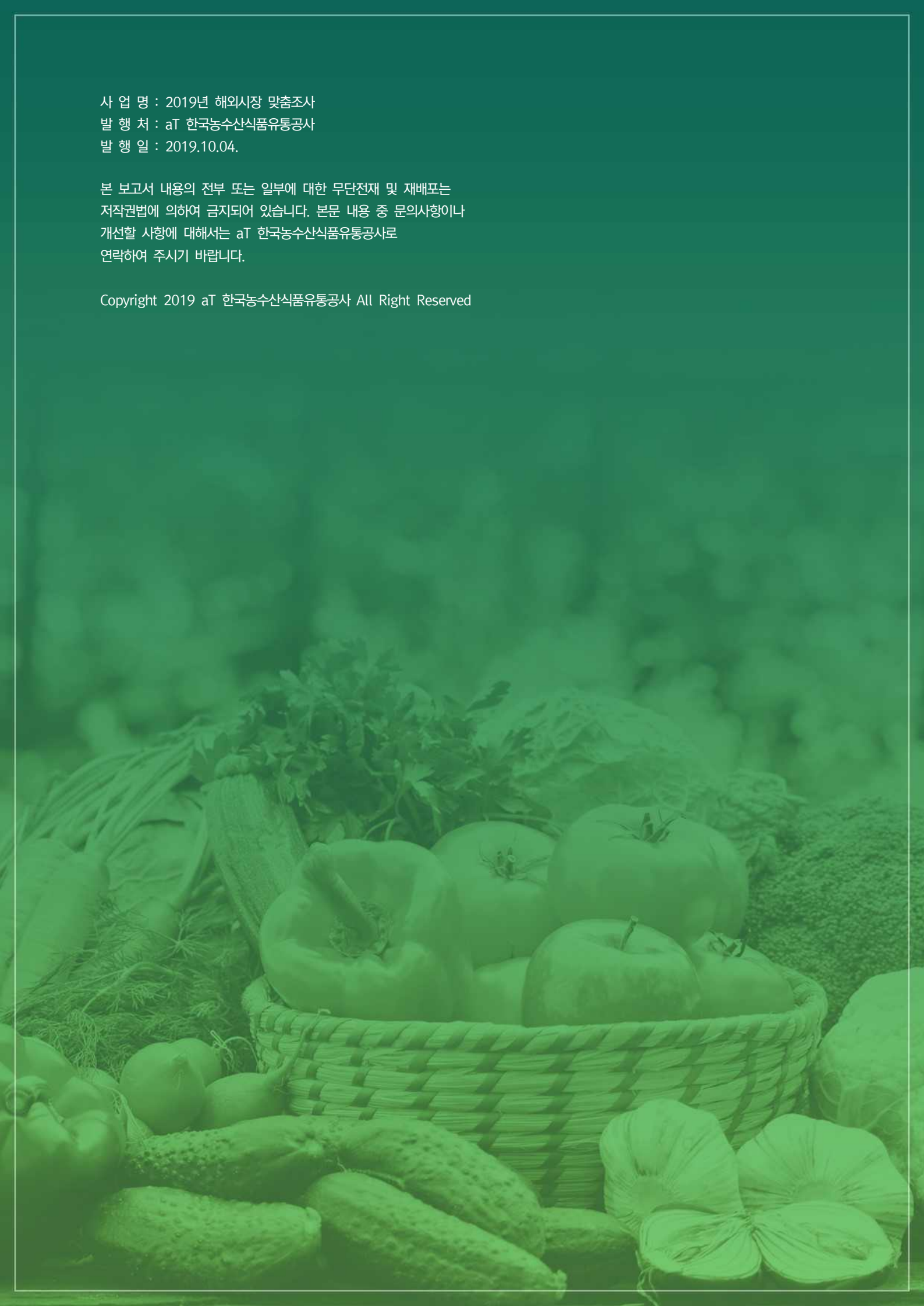
■ 참고자료

1. 「Tea in US」, 유로모니터, 2019.03.
2. 「Projected Population by Single Year of Age, Sex, Race, and Hispanic Origin for the United States: 2016 to 2060」, US Census Bureau, 2017
3. 「Report of the Working Group on Global Tea Market Analysis and Promotion」, FAO, 2017.03.
4. 「The State of the U.S. Tea Industry, 2018-19 Tea Market Review & Forecast」, 미국 차 협회(Tea Association of the U.S.A., Inc.)
5. 「MATCHA MARKET - GROWTH, TRENDS, AND FORECAST (2019 - 2024), 몰도인텔리전스(Mordorintelligence)
6. 「9 Benefits Of Matcha Tea That Will Make You Want To Drink It Every Day」, 우먼스헬스(Womenshealthmag), 2019.04.22.
7. 「Does L-theanine have health benefits?」, 메디칼뉴스투데이(Medicalnewstoday), 2019.01.08.
8. 「NORTH AMERICA TEA MARKET - GROWTH, TRENDS, AND FORECAST (2019-2024)」, 몰도인텔리전스(Mordorintelligence)
9. 「Walmart launches free one-day online shipping, in challenge to Amazon」, 씨넷(CNet) (cnet.com), 2019.05.14
10. 「What's Going on With Amazon's Whole Foods' Pricing?」, 더모틀리풀(The Moetely Fool), 2019.09.02
11. 「Amazon Opens Its Cashless Convenience Store on First Hill」, 이터시애틀(Eater Seattle), 2019.09.12

■ 참고 사이트

1. 유로모니터 (www.portal.euromonitor.com)
2. International Trade Center (www.trademap.org)
3. KATI (www.kati.net)
4. 외교부(www.mofa.go.kr)
5. OECD 통계센터(www.stats.oecd.org)
6. 미국 인구통계청 (www.factfinder.census.gov)
7. 미국 차 협회(Tea Association of the U.S.A. Inc.) (www.teausa.com)
8. 미즈바티(mizubatea) 홈페이지 (mizubatea.com)
9. 켄코말차(kenkomatcha) 홈페이지 (kenkomatcha.com)
10. 파티스바이마틴(Partiesbymartins) 홈페이지 (Partiesbymartins.com)
11. 바닐라앤빈(Vanillaandbean) 홈페이지 (Vanillaandbea.com)
12. 아마존(Amazon) 홈페이지 (www.amazon.com)
13. 유에스에이투데이(Usatoday) 홈페이지(www.usatoday.com)
14. 뉴욕타임즈(Newyorktimes) 홈페이지 (www.nytimes.com)
15. 허프포스트(Huffpost) 홈페이지 (www.huffpost.com)
16. 푸드앤와인(Foodandwine) 홈페이지 (www.foodandwine.com)
17. 푸드채널(Foodchnnael) 홈페이지 (foodchannel.com)
18. 오가닉어토리티(Organicauthority) 홈페이지 (www.organicauthority.com)
19. 웰앤굿(Wellandgood) 홈페이지 (www.wellandgood.com)
20. 잇터(Eater) 홈페이지 (www.eater.com)
21. 크로거(Kroger) 홈페이지 (kroger.com)
22. 트레이더조스(Trader Joe's) 홈페이지 (traderjoes.com)
23. 홀푸드(Whole Fodds) 홈페이지 (wholefoodsmarket.com)
24. 비즈나우(bisnow) 홈페이지 (bisnow.com)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤조사
발 행 처 : aT 한국농수산식품유통공사
발 행 일 : 2019.10.04.

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

Copyright 2019 aT 한국농수산식품유통공사 All Right Reserved