



2021

해외시장 맞춤형조사

No.		202110-23
품목		단백질 바(Protein Bars)
HS CODE		2008.19-9000
국가		미국(U.S.A)
구분		시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 미국 스낵 바 시장규모	06
2. 미국 단백질/에너지 바 시장점유율	07
3. 미국 스낵 바 시장점유율	08
4. 미국 단백질 바 수입규모	09
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 미국 스낵바 종류 다양	12
2. 미국 자국 브랜드 지배적, 상위 9위까지 모두 미국 브랜드	13
3. 단백질 바, 초콜릿 맛 1위, 그 외에도 단 맛이 상위권	14
4. 영양소 중 ‘단백질’ 1위, 원료 중 ‘땅콩’ 1위	15
5. 미국 단백질 바 진출 컨셉	16
IV. 유통채널 특징	
1. 미국 단백질 바 유통채널 비교	18
2. 미국 단백질 바 유통채널 특징	19

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

- | | |
|--------------------------|----|
| 1. 미국 단백질 바 주요 온라인 유통채널 | 24 |
| 2. 미국 단백질 바 주요 오프라인 유통채널 | 30 |

VI. 진입장벽

- | | |
|------------------------|----|
| 1. 미국 단백질 바 통관 및 검역 절차 | 39 |
| 2. 미국 단백질 바 품질 인증 | 40 |
| 3. 미국 단백질 바 라벨링 | 42 |
| 4. 미국 단백질 바 성분 및 유해물질 | 49 |

VII. 수입·유통업체 인터뷰

- | | |
|------------------------------------|----|
| Interview ① 허니 스틱어(Honey Stinger) | 54 |
| Interview ② 리얼 푸드 바(Real Food Bar) | 56 |
| Interview ③ 키토 크리스프(Keto Krisp) | 58 |

VIII. 시사점

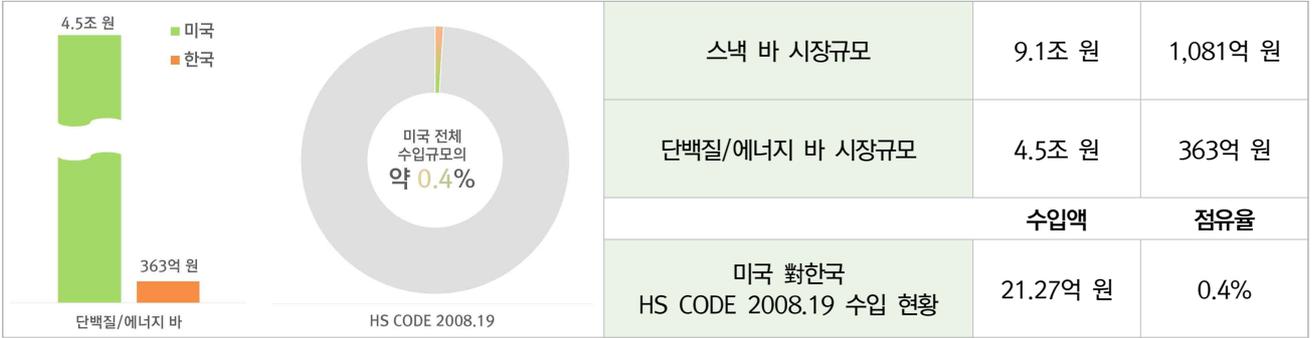
60

※ 참고문헌

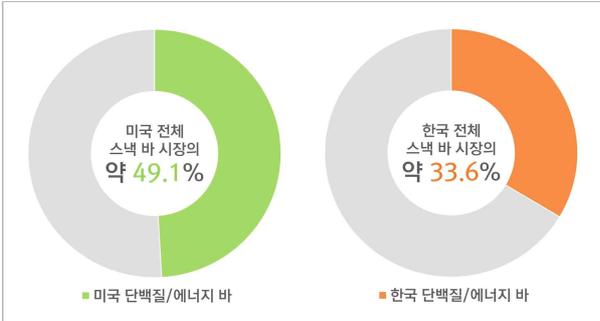
63

Summary

■ 주요 분석



■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



■ 진입장벽

인증/사전등록	미국 식품의약국 시설 등록 必
라벨링	영어 표기 必. 한국어 표기가 포함된 경우, 모든 라벨 의무 표기 사항을 한국어로도 기재해야 함
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 수입·유통업체 평가

스낵 바 수요 및 트렌드	<ul style="list-style-type: none"> 스낵 바 중 단백질/에너지 바 인기 시리얼, 견과류, 과일 등이 혼합된 제품 선호
고객사 제품 피드백	<ul style="list-style-type: none"> 고객사 제품의 FOB, 패키징 적절 100% 식물성 원재료, 천연 원재료 강조
유통채널 및 인증	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 채널을 통한 유통 추천 비건, 코셔, 유기농, Non-GMO 등의 인증 추천

■ 요약

Point 01.	<ul style="list-style-type: none"> 미국 단백질/에너지 바 시장 향후 5년(2021-2025)간 연평균 9% 성장 전망 최근 미국에서는 피트니스 등 운동을 꾸준히 즐기며 건강한 라이프 스타일을 지향하는 소비자가 증가하여 영양 성분이 풍부한 제품이 인기
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> 고객사 제품 FOB, 용량 적절한 편 고객사 제품이 100% 식물성 원료로 만들어진 제품이며, 초콜릿을 함유하지 않아 다이어트나 건강관리를 하는 소비자들에게 어필 가능

II. 시장규모

1. 미국 스낵 바 시장규모
2. 미국 단백질/에너지 바 시장점유율
3. 미국 스낵 바 시장점유율
4. 미국 단백질 바 수입규모

1. 미국 스낵 바 시장규모

미국 국가 일반 정보¹⁾

면적	983만km ²
인구	3억 3,100만 명
GDP	20조 8,070억 달러
GDP (1인당)	63,416달러

▶ 미국 스낵 바 시장규모 9.1조 원, ‘한국 대비 84배 규모’

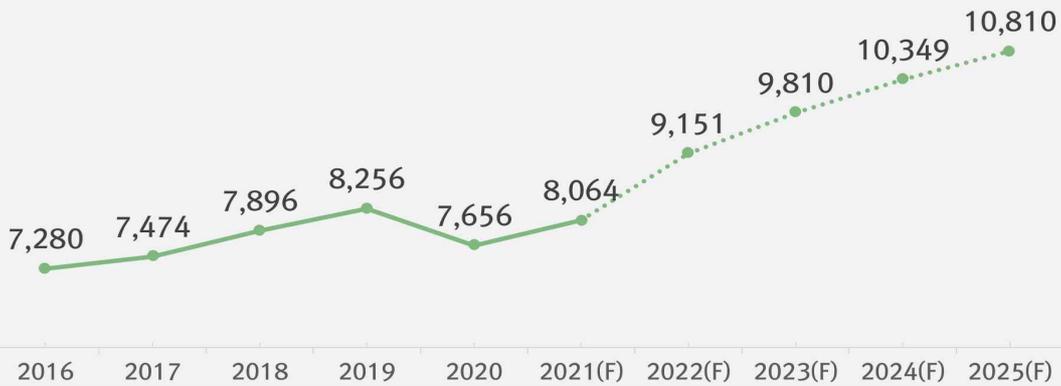
2020년 기준 미국 스낵 바 시장규모는 약 9.1조 원으로, 약 1,081억 원을 기록한 한국 시장의 약 84배 수준임. 미국 스낵 바 시장은 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률 1%를 기록하며 유사한 규모를 유지해 오고 있음. 다만, 2020년 기준 전년 대비 성장률이 7% 위축되며, 최근 10년(2011-20년) 중 처음으로 감소세를 보인 것으로 확인됨²⁾

▶ 미국 스낵 바 시장, 향후 5년간 연평균 8% 성장 전망

미국 스낵 바 시장은 2025년까지 연평균 8% 성장하여 2025년 기준 약 12조 8,930억 원 규모에 이를 것으로 전망됨. 스낵 바 수요는 외부 활동에 크게 의존하는 경향이 있는데, 코로나19로 인한 사회적 거리두기가 점차 완화되어 외출 및 야외 행사 빈도가 늘어나 회복될 것으로 기대됨³⁾

[표 2.1] 미국 ‘스낵 바’ 시장규모⁴⁾⁵⁾

단위 : 백만 달러



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR ⁶⁾
스낵 바	7,280	7,474	7,896	8,256	7,656	1%
(한화추정액)	(8.6조 원)	(8.9조 원)	(9.4조 원)	(9.8조 원)	(9.1조 원)	
분류	2021(F)	2022(F)	2023(F)	2024(F)	2025(F)	CAGR
스낵 바	8,064	9,151	9,810	10,349	10,810	8%
(한화추정액)	(9.6조 원)	(10.9조 원)	(11.7조 원)	(12.3조 원)	(12.8조 원)	

자료: 유로모니터(Euromonitor)

- 1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020
- 2) 조사시장 : 조사제품 ‘단백질 바’는 견과류(아몬드, 캐슈넛, 호박씨, 호두),オート밀, 크랜베리 등을 혼합한 바 형태의 식품으로, 단백질 11g을 함유한 단백질 보충 제품임. 이에 제품 형태 및 효능을 기준으로 ‘스낵 바’ 및 ‘단백질/에너지 바’ 시장규모를 조사함
- 3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in the US Country Report」, 2021.07
- 4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 5) 1달러=1,187.70원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
- 6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 미국 단백질/에너지 바 시장규모

▶ 미국 단백질/에너지 바 시장규모 약 4.5조 원, '한국 시장 대비 123배 규모'

2020년 미국 단백질/에너지 바 시장규모는 약 4.5조 원으로, 약 363억 원을 기록한 한국 단백질/에너지 바 시장의 약 123배에 해당함. 미국 단백질/에너지 바 시장 또한 스낵 바 시장과 유사하게 2020년 기준 전년 대비 성장률이 10% 감소하여 최근 10년(2011-20년) 중 처음으로 감소세를 보였음. 이는 코로나19의 영향으로 소비자들이 야외보다 집에서 운동 및 여가를 즐기며 감소한 것으로 파악됨⁷⁾

▶ 미국 단백질/에너지 바 시장, 향후 5년간 연평균 9% 성장 예상

미국의 단백질/에너지 바 시장은 향후 5년(2021-25년)간 연평균 9% 성장하여 2025년 기준 약 6.8조 원 규모에 이를 것으로 전망됨. 최근 5년 중 코로나19의 영향을 받은 2020년을 제외한 연평균성장률은 10%로, 이는 향후 시장이 회복세로 접어들 것이라는 기대가 반영된 결과로 보임

[표 2.2] 미국 '단백질/에너지 바' 시장규모⁸⁾

단위 : 백만 달러



자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in the US Country Report」, 2021.07

8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 미국 스낵 바 시장점유율

▶ 미국, ‘에너지/단백질 바’ 시장점유율 49.1%

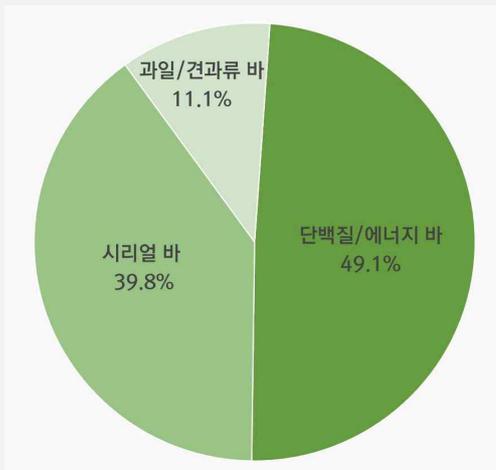
양국의 ‘에너지/단백질 바’ 시장점유율을 확인하기 위하여 미국 스낵 바(약 9.1조 원) 세부 시장과 한국 스낵 바(약 1,081억 원) 세부 시장을 조사함. ‘단백질/에너지 바’의 점유율은 미국(49.1%, 1위)이 한국(33.6%, 2위)에서보다 높은 비중을 차지하고 있는 것으로 확인됨. 미국에서는 ‘시리얼 바’ 점유율이 39.8%로 두 번째로 비중이 높으며, ‘과일/견과류 바’는 11%를 점유함. 미국의 스낵 바 시장은 향후 5년(2021-25년)간 유사한 구성비를 유지할 것으로 예상되며 2025년 ‘단백질/에너지 바’는 52.7%까지 그 점유율이 늘어날 것으로 전망됨⁹⁾

‘스낵 바’의 상위 시장인 ‘달콤한 비스킷, 스낵바, 과일 스낵’ 시장에서는 ‘스낵 바’가 한국에서 8.3%를 차지하며 점유율 기준 2위를 기록했으며, 미국에서는 34.2%로 1위를 차지함. 스낵 바에 대한 선호도는 미국에서 더 높은 것으로 파악됨

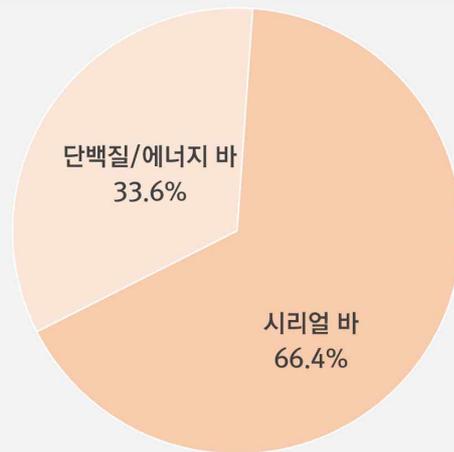
[표 2.3] 2020년 미국, 한국 ‘스낵 바’ 시장점유율¹⁰⁾

단위 : 백분율(%)

미국 스낵 바 세부 시장



한국 스낵 바 세부 시장



분류	스낵 바		
	단백질/에너지 바	시리얼 바	과일/견과류 바
미국	49.1	39.8	11.1
한국	33.6	66.4	-

자료: 유로모니터(Euromonitor)

9) 유로모니터상 미국 스낵 바 시장(약 9.1조 원)과 한국 스낵 바 시장(약 1,081억 원)의 시장점유율을 나타냄

10) 각 점유율은 유로모니터 카테고리 변경 및 통합으로 인해 총합 100.0% 기준 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

4. 미국 단백질 바 수입규모

HS CODE 2008.19

조사제품 '단백질 바는 '그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분'으로 규정된 제 2008호에 속하며, 이에 '기타에 해당하는 HS CODE 2008.19를 지표로 선정함

▶ 미국 HS CODE 2008.19 對글로벌 수입액, 약 5,766억 원

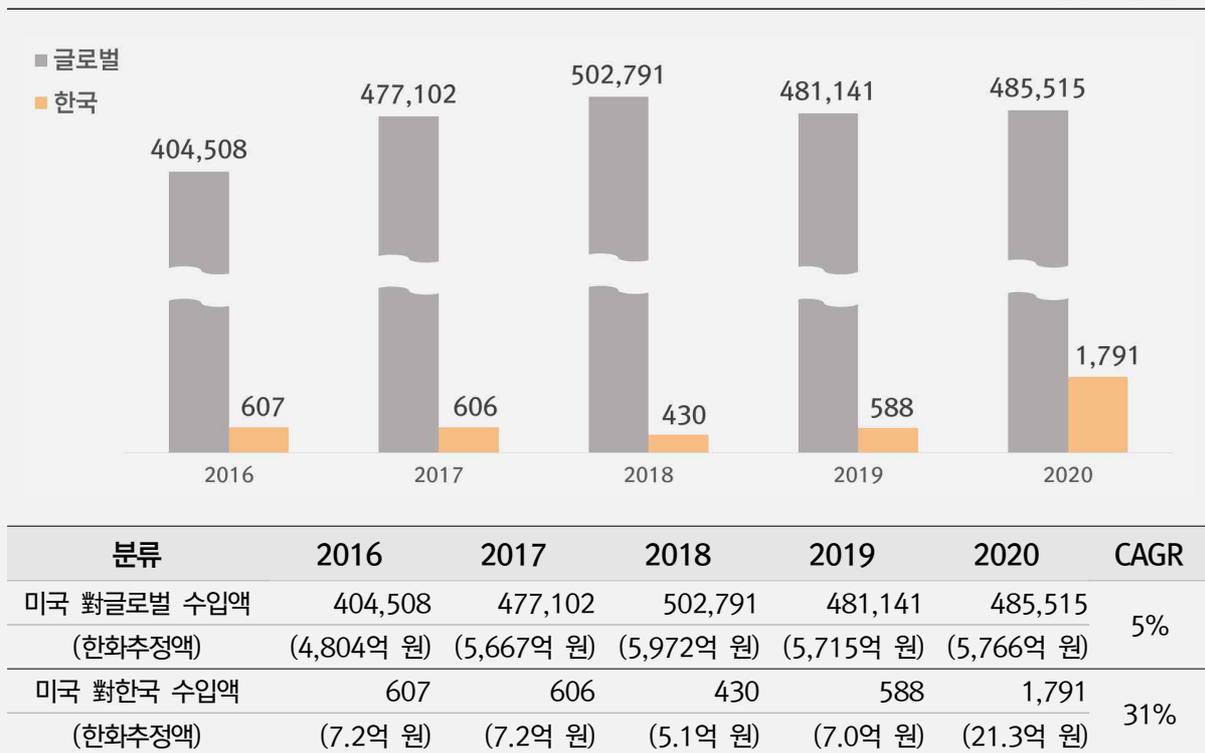
2020년 기준 미국 HS CODE 2008.19 품목의 對글로벌 수입액은 전년 대비 0.9% 증가한 약 5,766억 원을 기록함. 해당 품목의 미국 對글로벌 수입액은 2019년 기준 전년 대비 4% 감소한 후 성장세로 전환되었으며 최근 5년(2016-20년)간 연평균 5% 성장함

▶ 미국 HS CODE 2008.19 수입액 중 한국산 점유율 21위

2020년 기준 미국 HS CODE 2008.19 품목의 對한국 수입액은 전년 대비 205% 증가한 약 21.27억 원을 기록함. 이는 글로벌 수입액의 0.4%에 해당하는 수치로, 전체의 기준 21위에 해당함. 한편, 글로벌 수입액 점유율 기준 1위 국가는 캐나다로, 2020년 한 해 1,223억 원의 수입액을 기록하며 전체 21%를 차지함. 이어서 베트남(약 1,084억 원, 19%), 홍콩(약 879억 원, 15%) 순으로 확인됨

[표 2.4] 미국 HS CODE 2008.19 수입규모¹¹⁾¹²⁾¹³⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 2008.19 기준

11) 자료: ITC(International Trade Centre)

12) 1달러=1,187.70원(2021.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

13) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 미국 스낵바 종류 다양
2. 미국 자국 브랜드 지배적, 상위 9위까지 모두 미국 브랜드
3. 초콜릿 맛 1위, 그 외에도 단 맛이 상위권
4. 영양소 1위 '단백질', 원료 1위 '땅콩'
5. 미국 단백질 바 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 미국 온라인매장 입점 단백질 바 정보 수집

- 데이터 수집 키워드 : 단백질 바(protain bars)
- 데이터 수집량 : 990건
- 데이터 수집원 : 미국 온라인매장

▶ 미국 온라인매장 입점 단백질 바 특징 분석

- 데이터 분석 항목
- ① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 맛 ④ 성분

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
경쟁제품	단백질 바	protein bar	544	과일 바	fruit bar	12
	에너지 바	energy bar	75	단백질 파우더	protein powder	8
	시리얼 바	cereal bar	51	코코넛 바	coconut bar	3
	견과류 바	nut bar	24	(-)	(-)	(-)
경쟁브랜드	카인드	kind	139	앳킨스	atkins	31
	네이처 밸리	nature valley	88	파워 크런치	power crunch	27
	클리프 바	clif bar	85	스페셜케이	special k	27
	베가	vega	85	씽크씬	thinkthin	26
	RXBAR	rxbar	66	씽크!	think!	22
	퓨어 프로틴	pure protein	39	퀘스트 뉴트리션	quest nutrition	22
맛	초콜릿	chocolate	472	카라멜	caramel	85
	땅콩 버터	peanut butter	268	초콜릿 땅콩 버터	chocolate peanut butter	61
	다크 초콜릿	dark chocolate	120	블루베리	blueberry	49
성분	단백질	protein	780	땅콩	peanut	319
	섬유질	fiber	114	마카다미아	macadamia	13
	지방	fat	75	호두	walnut	2
	탄수화물	carbohydrate	30	캐슈넛	cashew nuts	0

1. 미국 스낵바 종류 다양

▶ ‘에너지 바’와 ‘단백질 바’ 연관성 가장 높아

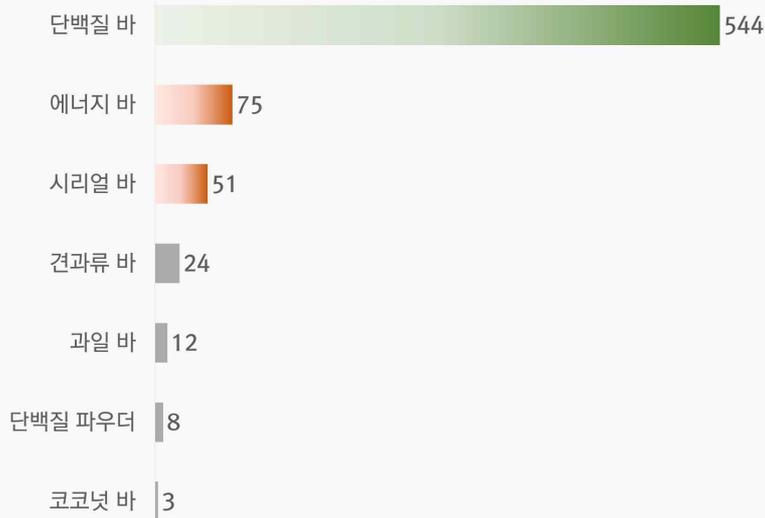
- 아마존(Amazon), 이베이(eBay)에 ‘에너지 바’ 검색 결과 약 50%의 상품 제목에 ‘단백질’ 또는 ‘단백질 바’ 포함
- ‘견과류 바’는 약 25%의 상품 제목에 ‘단백질’ 포함

▶ ‘시리얼 바’와 ‘과일 바’ 각 3, 5위

- 시리얼 바는 주요 성분이 곡물인 만큼 제목에 단백질이 포함된 경우가 에너지 바나 견과류 바 대비 적은 편
- 이베이에 ‘과일 바’와 ‘단백질 바’ 검색 결과, 상품 개수 10배 이상 차이 확인
- 이베이 검색 결과: 과일 바(477개), 단백질 바(5,500개 이상)

2위 에너지 바		3위 시리얼 바		4위 견과류 바	
					
브랜드	클리프 바(Clif Bar)	브랜드	켈로그(Kellogg's)	브랜드	카인드(Kind)
용량	68gX6개	용량	37gX48개	용량	40gX12개
가격	\$19.99(23,742원 ¹⁴⁾)	가격	\$23.75(28,207원)	가격	\$26.98(32,044원)

[표 3.1] 미국 판매 단백질 바 경쟁제품 관련 키워드



자료: 미국 온라인매장 판매 제품 내 ‘단백질 바’ 관련 게시물 990건 분석

14) 1달러=1,187.70원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 미국 자국 브랜드 지배적, 상위 9위까지 모두 미국 브랜드

- ▶ 2004년 설립된 미국 브랜드 카인드(Kind) 1위
 - 몸에 더 친절한(kind) 간식이라는 뜻으로 성분의 건강함 강조
 - 단백질 바, 에너지 바, 과일 바, 견과류 바 등 스낵바 다양한 라인업
- ▶ 50년 역사의 미국 브랜드 네이처 밸리(Nature Valley) 2위
 - 단백질 바, 머핀 바, 와퍼 바 등 총 8개로 스낵 바 종류 다양한 편
 - 저당이나 무가당을 강조하지 않으며, 스위트 앤 솔티(Sweet and Salty) 라인 제품도 판매 중
- ▶ 각 분야 운동선수 후원하는 미국 브랜드 클리프 바(Clif Bar) 3위
 - 선수용, 아이용, 글루텐 프리 라인 등 다양한 소비자 니즈 반영

1위 카인드		2위 네이처 밸리		3위 클리프 바	
					
제품명	단백질 바	제품명	단백질 바	제품명	넛 버터 바
용량	50gX1박스	용량	40gX26개	용량	50gX1박스
가격	\$20.50(24,347원)	가격	\$11.99(14,240원)	가격	\$15.99(18,991원)

[표 3.2] 미국 판매 단백질 바 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 미국 온라인매장 판매 제품 내 '단백질 바' 관련 게시물 990건 분석

3. 단백질 바, 초콜릿 맛 1위, 그 외에도 단 맛이 상위권

▶ 초콜릿 키워드 472건으로 압도적 1위

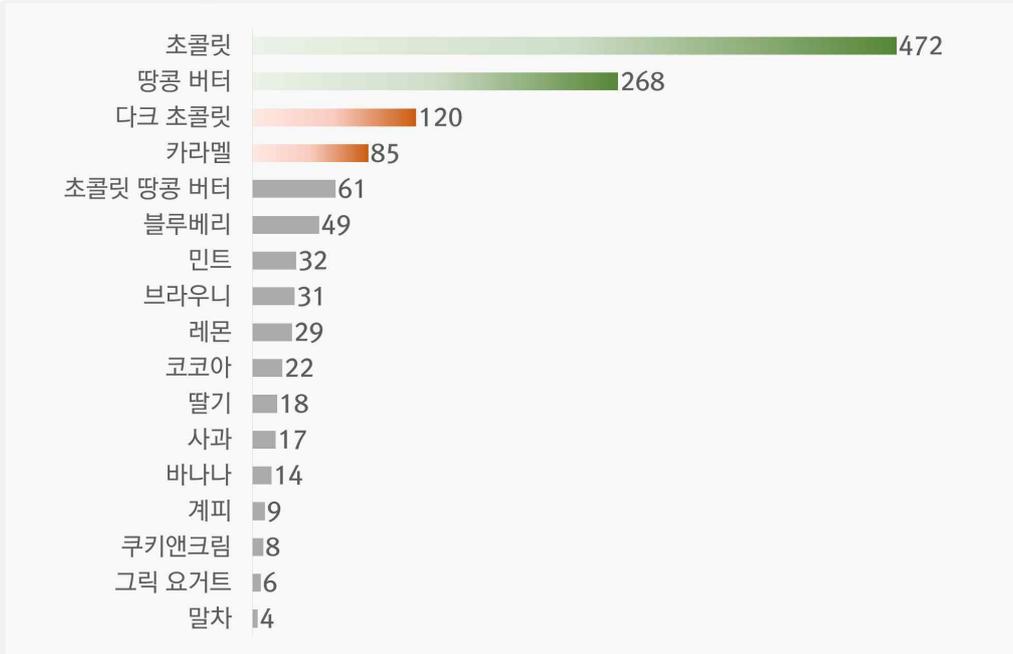
- 3위인 다크 초콜릿과 5위인 초콜릿 땅콩 버터까지 합하면 총 653건
- 2위인 땅콩 버터와 4위인 카라멜도 단 맛
- 상위 5위까지 모두 달콤한 맛이 차지

▶ 과일 맛 중 블루베리 빈출

- 블루베리 키워드 49건으로 전체 6위, 과일 맛 중 1위
- 이하 과일 맛 순위는 레몬, 딸기, 사과, 바나나 순
- 단백질 바의 맛으로 비교적 전형적이지 않은 계피, 그릭 요거트, 말차 맛은 하위권

1위 초콜릿		2위 땅콩 버터		4위 카라멜	
					
제품명	단백질 바	제품명	단백질 바	제품명	유청 단백질 바
브랜드	스니커즈(Snickers)	브랜드	퓨어 프로틴(Pure Protein)	브랜드	게토레이(Gatorade)
용량 및 가격	47g*18/\$16.04(19,050원)	용량 및 가격	50g*18/\$33.93(40,298원)	용량 및 가격	80g*18/\$22.49(26,711원)

[표 3.3] 미국 판매 단백질 바 맛 관련 키워드



자료: 미국 온라인매장 판매 제품 내 '단백질 바' 관련 게시물 990건 분석

4. 영양소 중 ‘단백질’ 1위, 원료 중 ‘땅콩’ 1위

▶ 영양소 성분 중 ‘단백질’ 압도적 1위

- 단백질 키워드 780건으로 2위 키워드 건수의 약 7배
- 2위는 섬유질이며 이하 지방, 탄수화물, 비타민, 미네랄, 철분, 칼슘 순

▶ 1위는 땅콩이나 그 외 견과류 성분은 많지 않아

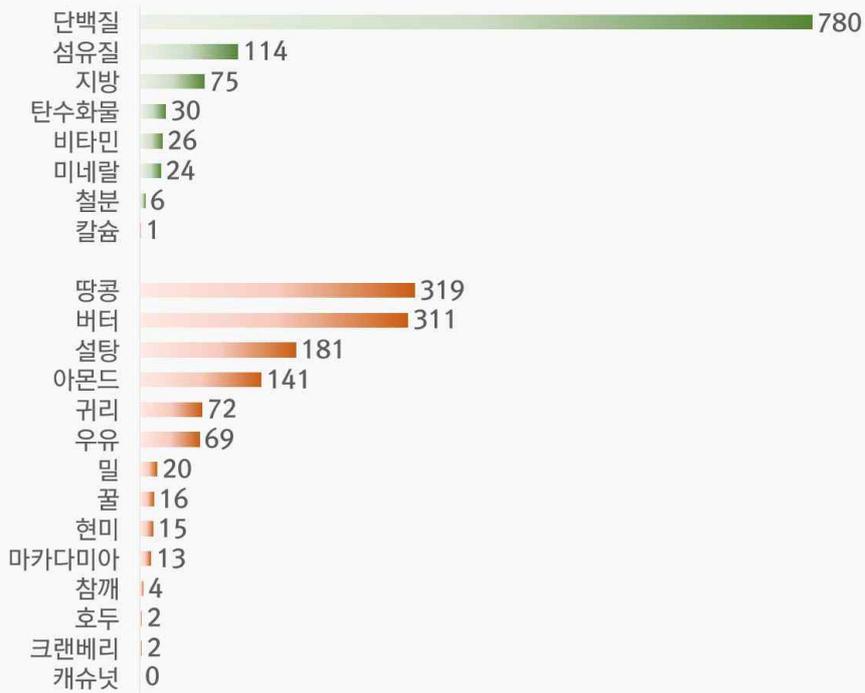
- 땅콩 키워드 319건으로 원료 중 1위
- 견과류 중 1위인 땅콩과 4위인 아몬드만 빈도수 20건 이상

▶ 단 맛을 내는 성분도 상위권

- 단 맛을 내는 성분으로 버터(311건) 2위, 설탕(181건) 3위

원재료 1위 땅콩		원재료 2위 버터		원재료 3위 설탕	
					
제품명	단백질 바	제품명	초콜릿 피넛 버터 바	제품명	현미 시리얼 바
브랜드	네이처 밸리(Nature Valley)	브랜드	앳킨스(Atkins)	브랜드	안파소(Anpaso)
용량 및 가격	40g*26/\$10.89(12,934원)	용량 및 가격	60g*5/\$10.10(11,995원)	용량 및 가격	100g*8/\$17.33(20,582원)

[표 3.4] 미국 판매 단백질 바 성분 관련 키워드 (녹색: 영양소/주황색: 원재료)



자료: 미국 온라인매장 판매 제품 내 ‘단백질 바’ 관련 게시물 990건 분석

5. 미국 단백질 바 진출 컨셉

- ▶ **컨셉 ① _ 초콜릿 대신 올리고당을 넣어 담백하게 달콤한 단백질 바**
 - 초콜릿 대신 올리고당으로 담백하게 단 맛을 낸 건강한 간식인 점 강조
 - 총 원료 18개에 첨가물은 꼭 필요한 것 1개만 넣은 안전한 간식

- ▶ **컨셉 ② _ 통 견과류를 사용해 식감이 뛰어난 No 초콜릿 단백질 바**
 - 캐슈넛, 아몬드, 호두 등의 견과류를 통으로 사용해 식감이 뛰어난 제품
 - 성분 중 땅콩 제외 견과류가 많이 도출되지 않은 점을 참고하여, 원료로 함유된 각 견과류의 식감과 장점 어필이 필요할 것으로 예상

- ▶ **컨셉 ③ _ 포만감을 주는 저칼로리 에너지 바**
 - 견과류를 포함한 다양한 원료로 포만감을 주는 저칼로리 제품
 - 체중 감량이나 간편 식사대용식을 찾는 소비자에 동시에 어필

경쟁제품	맛	성분	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
단백질 바	초콜릿	단백질	37건	블루베리와 올리고당으로 담백하게 달콤한 맛을 낸 No [초콜릿], 100% 식물성 건강한 [단백질] 바
단백질 바	초콜릿	땅콩	35건	[땅콩]보다 식감이 좋은 아몬드, 캐슈넛, 호두 등의 견과류를 사용해 통 견과류의 놀라운 식감을 살린 No [초콜릿] 건강한 [단백질] 바
시리얼 바	(-)	아몬드	10건	[아몬드], 캐슈넛, 호두 등 식물성 단백질로 뽀뽀하게 채워 단백질 함량은 높으면서 칼로리는 [시리얼 바]보다 낮춘 100% 식물성 단백질 바
단백질 바	블루베리	단백질	9건	초콜릿 대신 [블루베리]와 올리고당으로 담백하게 달콤한 맛을 내 아이들 건강 간식으로 좋은 100% 식물성 [단백질] 바
에너지 바	(-)	지방	6건	170kcal의 저칼로리 식품이지만 아몬드, 호두 등 18가지 원료를 뽀뽀하게 채워 포만감을 주는 [저지방] [에너지] 바

★ 결합 키워드 발생량 : 경쟁제품/맛/성분 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

1. 미국 단백질 바 유통채널 비교
2. 미국 단백질 바 유통채널 특징

1. 미국 단백질 바 유통채널 비교

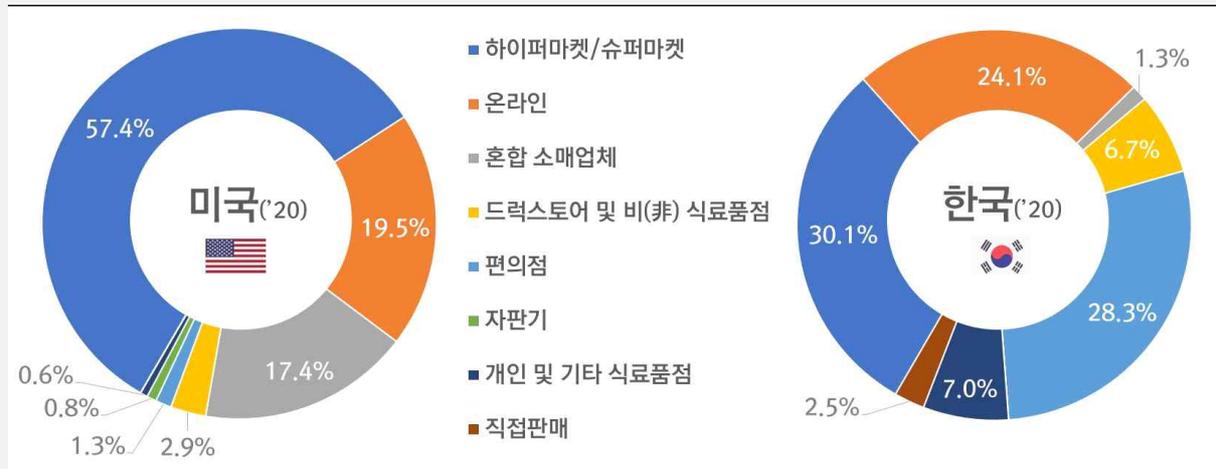
▶ 미국 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 및 ‘혼합 소매업체’ 점유율, 한국 대비 높아

2020년 기준 미국 ‘스낵 바’ 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’의 점유율은 57.4%로, 한국의 30.1% 대비 약 2배 높은 것으로 나타남. 다음으로 ‘온라인’이 19.5%의 점유율로 뒤를 이음. 3위인 ‘혼합 소매업체’의 점유율은 17.4%로 한국의 1.3% 대비 약 13배 높은 수치를 보였으며, 상위 3개 채널이 전체의 90% 이상을 차지하는 것으로 나타남. 반면, 미국의 ‘드럭스토어 및 비(非)식료품점’, ‘편의점’, ‘개인 및 기타 식료품점’의 점유율이 각각 2.9%, 1.3%, 0.6%로 한국 대비 낮은 것으로 조사됨

▶ 미국 단백질 바 온라인 시장 활성화

2020년 미국 ‘스낵 바’의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 19.5%로 한국의 24.1% 대비 다소 낮은 비중을 차지했으나, 하이퍼마켓/슈퍼마켓에 이은 점유율 2위 유통채널로 확인됨

[표 4.1] 미국 단백질 바 소매유통채널 점유율



미국 및 한국 소매유통채널 점유율(15)16) 비교17)

미국	유형	한국
57.4%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	30.1%
19.5%	온라인	24.1%
17.4%	혼합 소매업체 ¹⁸⁾	1.3%
2.9%	드럭스토어 및 비(非)식료품점	6.7%
1.3%	편의점	28.3%
0.8%	자판기	0.0%
0.6%	개인 및 기타 식료품점	7.0%
0.0%	직접판매	2.5%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

15) 2020년 기준, 미국 및 한국 ‘스낵 바(Snack bars)’의 소매유통채널 점유율임

16) ‘단백질 바’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘스낵 바(Snack bars)’의 정보를 확인함

17) 각 점유율은 유로모니터 카테고리 변경 및 통합으로 인해 총합 100.0% 기준 ±1.0% 오차가 발생할 수 있음

18) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

2. 미국 단백질 바 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

● 미국 주요 하이퍼마켓 기업
월마트



사진자료: 포브스

▶ 미국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 월마트 및 크로거

미국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓에는 월마트(Walmart), 크로거(Kroger) 등이 있음. 월마트는 2020년 미국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 유통채널의 전체 매출액 9,386억 8,100만 달러(약 1,114조 8,714억 원¹⁹⁾)의 31.5%를 점유했으며, 산하에 동명의 1개 브랜드를 보유함. 크로거는 전체의 12.0%를 점유했으며 크로거마켓플레이스(Kroger Marketplace), 프레드메이어(Fred Meyer) 등의 브랜드를 산하에 보유하고 있음

▶ 미국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 코로나19에도 불구하고 안정적인 매출 유지²⁰⁾

코로나19로 인한 경기침체에도 불구하고 하이퍼마켓/슈퍼마켓의 매출은 큰 타격을 입지 않은 것으로 나타남. 먼저, 하이퍼마켓의 경우 선두기업인 월마트가 꾸준한 매출을 내며 하이퍼마켓 전체 매출의 안정을 견인하였으며, 슈퍼마켓 업체들은 온라인 쇼핑으로의 확대를 통해 매출 구조를 다양화함. 특히 월마트는 지난 2020년 9월 무료 배송 등을 주요 골자로 하는 자체 멤버십 서비스인 ‘월마트플러스(Walmart+)’를 출시함

[표 4.2] 미국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체

순번	기업명	하이퍼마켓/슈퍼마켓 매출액 점유('20) ²¹⁾	산하 주요 브랜드
1	월마트 (Walmart)	31.5%	월마트 (Walmart)
2	크로거 (Kroger)	12.0%	크로거마켓플레이스 (Kroger Marketplace), 프레드메이어(Fred Meyer)
3	알버트슨 (Albertsons)	6.9%	세이프웨이(Safeway), 알버트슨(Albertsons)
4	어홀드 (Ahold USA)	5.3%	스탑앤숍(Stop & Shop), 푸드라이온(Food Lion)
5	퍼블릭스슈퍼마켓 (Publix Super Markets)	4.8%	퍼블릭스 (Publix)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

19) 1달러=1,187.70원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

20) 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in the US Country Report」, 2021.02

21) 미국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 편의점

● 미국 세븐일레븐 내부 전경



사진자료: 달라스뉴스

▶ 미국 주요 편의점 업체, 세븐앤아이홀딩스 및 와와

미국 주요 편의점 업체 세븐앤아이홀딩스(Seven&I Holdings)는 2020년 미국 편의점 매출액 274억 7,000만 달러(약 32조 6,261억 원²²⁾)의 28.7%를 점유했으며, 산하에 세븐일레븐(7-Eleven) 1개 브랜드를 보유함. 와와(Wawa)는 2020년 편의점 전체 매출액의 7.0%를 차지하였으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 두고 있음

▶ 미국 편의점 업체, 코로나19로 매출 급감²³⁾

코로나19 기간 동안 미국 주요 편의점 업체의 매출이 크게 줄어든 것으로 조사됨. 주로 도심의 직장인, 학생 등 유동인구가 많은 곳에 위치하는 편의점은 코로나19 이후 락다운으로 집에 머무는 사람이 많아져 매출이 급격히 감소함. 소비자들은 필요한 것을 바로 구매하기보다는 1-2주에 한 번씩 대형 마트에서 필요한 것을 모두 구매하는 것으로 소비 패턴을 변경한 것으로 확인됨. 다만, 식당과 주점이 운영에 제한을 받으며 주류 및 인스턴트 식품의 매출은 증가한 것으로 나타나, 편의점 업체들은 이를 손실을 만회할 수 있는 기회로 주목하고 있음

[표 4.3] 미국 주요 편의점 업체

순번	기업명	편의점 매출액 점유('20) ²⁴⁾	산하 주요 브랜드
1	세븐앤아이홀딩스 (Seven&I Holdings)	28.7%	세븐일레븐(7-Eleven)
2	와와(Wawa)	7.0%	와와(Wawa)
3	써클케이(Circle K Stores)	1.3%	써클케이(Circle K)
4	퀵체크(QuickChek)	1.1%	퀵체크(Quick Chek)
5	이지그룹(EG Group)	0.4%	이지(EG)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

22) 1달러=1,187.70원(2021.12.01, KEB 하나은행 매매기준율 적용)

23) 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in the US Country Report」, 2021.02

24) 미국 편의점 점유율 부문 상위 5개 기업

3) 드럭스토어

미국 씨비에스헬스허브



사진자료: 달라스뉴스

▶ 미국 주요 드럭스토어 업체, 월그린스부츠얼라이언스 및 씨비에스헬스

미국 주요 드럭스토어 기업 월그린스부츠얼라이언스(Walgreens Boots Alliance)는 2020년 미국 드럭스토어 전체 매출액 3,144억 3,300만 달러(약 373조 4,521억 원)의 30.3%를 점유했으며, 산하에 3개의 주요 브랜드를 보유함. 씨비에스헬스(CVS Health)는 26.5%의 점유율을 차지했으며 산하에 씨비에스(CVS) 등의 브랜드를 두고 있음

▶ 미국 드럭스토어 업계의 오프라인 제공 서비스 품목 다양화²⁵⁾

미국 내 주요 당일 배송 서비스 업체인 인스타카트(Instacart)가 2020년 드럭스토어까지 사업 영역을 확장함. 인스타카트는 기존 전자상거래 대비 주문과 실제 배송 사이의 시차가 적어, 다수의 신규 소비자를 유치할 수 있다는 점에서 인스타카트와 협력을 맺는 드럭스토어 업체에 호재로 작용할 것으로 보임. 반면, 코로나19로 인한 오프라인 매장 수 감소에 대응하기 위해 씨비에스가 제공하는 종합 건강서비스인 ‘헬스허브 (Health HUB)’와 같은 특별한 전략을 통해 접근해야 할 것으로 예상됨

[표 4.4] 미국 주요 드럭스토어 업체

순번	기업명	드럭스토어 점유('20) ²⁶⁾	산하 주요 브랜드
1	월그린스부츠얼라이언스 (Walgreens Boots Alliance)	30.3%	월그린스(Walgreens), 듀안리드(Duane Reade), 부츠(Boots)
2	씨비에스헬스(CVS Health)	26.5%	씨비에스(CVS)
3	라이트에이드(Rite Aid)	7.4%	라이트에이드(Rite Aid)
4	얼타살롱,코스메틱스&프레이그런스 (Ulta Salon, Cosmetics & Fragrance)	1.3%	얼타살롱,코스메틱스&프레이그런스 (Ulta Salon, Cosmetics & Fragrance)
5	룩소티카리테일노스아메리카 (Luxottica Retail North America)	1.1%	렌즈크래프터스(LensCrafters), 선글래스헛(Sunglass Hut), 펄비전(Pearl Vision)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

25) 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in the US」, 2021.02

26) 미국 드럭스토어 점유율 부문 상위 5개 기업

4) 온라인

● 커브사이드픽업 서비스를 제공하는 월마트



사진자료: 월마트

▶ 미국 주요 온라인 유통채널, 아마존 및 월마트

미국 주요 온라인 유통채널 아마존(Amazon)은 2020년 온라인 유통채널 전체 매출액 7,057억 4,600만 달러(약 838조 2,145억 원)의 36.4%를 점유했으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 보유함. 월마트(Walmart)는 2020년 전체 매출액의 5.6%를 점유했으며 산하에 동명의 1개 브랜드를 두고 있음

▶ 코로나19가 불러온 변화, 온라인 식품시장의 다양한 형태²⁷⁾

코로나19의 영향으로 2020년 미국의 온라인 식품시장은 119%라는 전례 없는 성장률을 기록함. 특히, 온라인 채널로 확대를 시도하는 기업이 증가한 가운데, 아마존과 월마트가 온라인 식품시장에서도 선두 기업으로 자리하고 있음. 이외에도 온라인 결제 후 차를 타고 구매 물품을 수령할 수 있는 ‘커브사이드픽업(curbside pick-up)’ 서비스와 같은 여러 방식의 새로운 전략이 나타나는 현상에 주목할만함. 따라서 이러한 변화에 대한 기업들의 발 빠른 대응이 필요할 것으로 예상됨

[표 4.5] 미국 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20) ²⁸⁾	산하 주요 브랜드
1	아마존(Amazon)	36.4%	아마존(Amazon)
2	월마트(Walmart)	5.6%	월마트(Walmart)
3	이베이(eBay)	4.9%	이베이(eBay)

자료: 유로모니터(Euromonitor)

27) 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-commerce in the US Country Report」, 2021.02

28) 미국 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

V. 온·오프라인 유통채널

1. 미국 단백질 바 주요 온라인 유통채널
2. 미국 단백질 바 주요 오프라인 유통채널

1. 미국 단백질 바 주요 온라인 유통채널 ① 아마존

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)		
	홈페이지	www.amazon.com		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	27억 2,000만 회	
		앱다운로드수(*20)	500만 회	
매출(*20)		약 2,569억 달러(약 305조 1,201억 원 ²⁹⁾)		
운영방식	온라인마켓			



매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	비에스엔(BSN), 퓨어프로틴(Pure Protein)
		해외 판매	해외배송 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 직접등록 (services.amazon.com/services/soa-approval-category) - Grocery&Gourmet Food 카테고리 'Requirement' 눌러 자격조건 확인 후 'Contact Us' 클릭하여 입점 문의 제출 - 홈페이지 등록 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, 제품종류, 예상매출액, 판매입고량) • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> ① 아마존 행동강령 준수 ② 아마존 PB 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 • 입점 가능 카테고리 20개 중 식료품 및 9개 제품군은 승인 절차 필요
-------------	---------------------	--

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

사진 자료: 아마존(Amazon)

29) 1달러=1,187.70원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 다언어 지원
스페인어, 일본어, 중국어, 한국어, 독일어 등 9개의 언어지원

2. 아마존 신용카드
아마존 사입처 내 구입액의 5% 페이백 제공, 발급 시 125달러 상당의 기프트카드 제공

3. 구매내역
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리 내 추천상품 제공

4. 아마존 프라임
연회비 지불을 통한 빠른 배송과 무료 영화, 음악 제공

5. 국제배송
타 국가에서도 미국 아마존에서의 구매 가능

어플을 이용한 사진, 음성 검색 가능
나이대별, 성별, 국가별 세분화된 카테고리 검색 가능

온라인몰 UI ②

Amazon - 제품 구매 페이지

'단백질 바' 제품 검색 결과
'단백질 바' 제품 관련 검색결과 노출
브랜드, 맛, 종류별로 세분화 분류 기능 제공

제품 구매 페이지
할인가로 판매하는 제품 다
구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천

품목별, 가격별, 배송 시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수 별로 제품 정렬 가능

자료: 아마존(Amazon)
사진 자료: 아마존(Amazon)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(평점 기준) ³⁰⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	단백질 바	파워크런치 (Power Crunch)	프로틴바오리지널초콜릿민트 (Protein Bar Original Chocolate Mint)	미국	23.15달러 (약 2만 7,495원)	40g * 12개입	
2	단백질 바	클리프바 (Clif Bar)	에너지바피넛버터바나나 위드다크초콜릿 (Energy Bars Peanut Butter Banana with Dark chocolate)	미국	23달러 (약 2만 7,317원)	68g * 12개입	
3	단백질 바	존퍼펙트 (Zone Perfect)	프로틴바초콜릿민트 (Protein Bars Chocolate Mint)	미국	26.6달러 (약 3만 1,592원)	50g * 36개입	
4	단백질 바	원더슬림 (Wonder Slim)	플러피솔티드토피프레첼프로틴 앤드파이버바앤드레몬머랭 고멧스낵바번들 (Fluffy Salted Toffee Pretzel Protein & Fiber Bar and Lemon Meringue Gourmet Snack Bar Bundle)	미국	27.9달러 (약 3만 3,136원)	44g * 7개입	
5	단백질 바	핏크런치 (FitCrunch)	스낵사이즈프로틴바민트초콜릿칩 (Snack Size Protein Bars Mint chocolate chip)	미국	29.8달러 (약 3만 5,393원)	46g * 18개입	
6	단백질 바	네이처밸리 (Nature Valley)	그라놀라바피넛버터다크초콜릿 (Granola Bars Peanut Butter Dark Chocolate)	미국	8.76달러 (약 1만 404원)	40g * 15개입	
7	단백질 바	카인드 (Kind)	프로틴바아몬드버터다크초콜릿 (Protein Bars Almond Butter Dark Chocolate)	미국	18달러 (약 2만 1,378원)	50g * 12개입	

자료: 미국 아마존(Amazon) 단백질 바 제품 조사
사진 자료: 미국 아마존(Amazon) 단백질 바 제품 조사

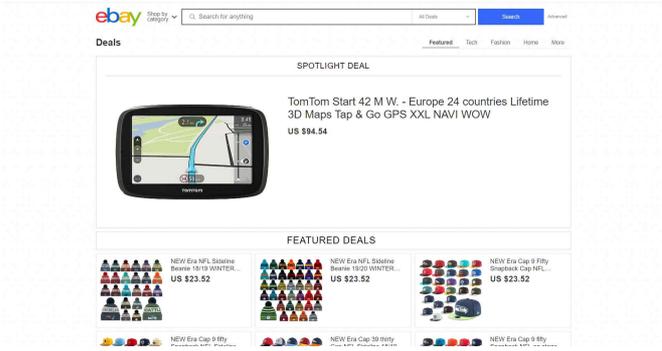
30) 조사일(2022.01.09) 기준 미국 아마존(Amazon) 단백질 바 제품 카테고리 평점 상위 제품 리스트

② 이베이

기업 기본 정보	기업명	이베이(eBay)		
	홈페이지	www.ebay.com		
	업태	온라인 종합 쇼핑몰		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	8억 9,000만 회	
		앱다운로드수('20)	200만 회	
매출('20)		약 346억 달러(약 41조 944억 원)		
운영방식		온라인마켓		



매장 운영정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	네이처밸리(Nature Valley), 퓨어프로틴(Pure Protein)
		해외 판매	해외배송 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 판매에 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 컨택 가능 (www.Ebay.com/help/call_us?type=ContactUs&initFrom=HOME&topicid=4000)
-------------	---------------------	---

자료: 이베이(eBay), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 이베이(eBay)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 다국가 연계
일본, 대만, 독일, 프랑스, 한국, 멕시코 등 47개국의 이베이 온라인 매장 연결

2. 비회원 구매제도
회원가입이 번거로운 비회원도 배송지 입력과 결제정보 등록 후 구매 가능

3. 구매내역
구매한 내역과 검색 내역 확인 가능하며 해당 카테고리 내 추천상품 제공

4. 기부 제도
구매자가 원할 시, 직접적인 기부와 수익으로 들어가는 품목 구매가능

5. 국제배송
타 국가에서도 미국 이베이에서의 구매가능

세부 검색 중 배송국가를 특정해서 검색 가능
홈페이지 입장 시, 컴퓨터 언어팩을 감지하여 사이트 자동번역

온라인몰 UI ②

eBay - 제품 구매 페이지

‘단백질 바’ 제품 검색 결과

‘단백질 바’ 제품 관련 검색결과 노출
브랜드, 맛, 종류별로 세분화 분류 기능 제공

제품 구매 페이지

할인가로 판매하는 제품 다
구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천

품목별, 가격별, 배송 시간별로 검색 가능
평점, 구매율, 후기 개수 별로 제품 정렬 가능

자료: 이베이(eBay)
사진 자료: 이베이(eBay)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(평점 기준) ³¹⁾							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	단백질 바	키토 (KETO)	플랜트프로틴키토초콜릿 러버버라이어티팩 (Plant Protein Keto Chocolate Lovers Variety Pack)	미국	25.99달러 (약 3만 868원)	45g * 24개입	
2	단백질 바	올게인 (Orgain)	프로틴스낵바오가닉 (Protein Snack Bar Organic)	미국	19.95달러 (약 2만 3,694원)	40g * 12개입	
3	단백질 바	매드맨 (MadMan)	브라우니배터프로틴바 (Brownie Bater Protein Bar)	미국	41.4달러 (약 4만 9,170원)	56g * 60개입	
4	단백질 바	타호트레일바 (Tahoe Trail Bar)	피넛버터초콜릿플랜트 베이스내츄럴에너지 (Peanut Butter Chocolate Plant-Based Energy)	미국	13.99달러 (약 1만 6,615원)	63g * 12개입	
5	단백질 바	띵크 (Think!)	하이프로틴바청키 피넛버터츄스퀀터티 (High Protein Bars Chunky Peanut Butter Choose Quantity)	미국	12.99달러 (약 1만 5,428원)	60g * 5개입	
6	단백질 바	노카우 (No Cow)	프랜트베이스비건프로틴바 (Plant Based Vegan Protein Bars)	미국	18.75달러 (약 2만 2,269원)	60g * 12개입	
7	단백질 바	퓨어프로틴 (Pure Protein)	퓨어프로틴바버라이어티 팩초콜릿 (Pure Protein Bars Variety Pack Chocolate)	미국	25.55달러 (약 3만 345원)	50g * 18개입	

자료: 미국 이베이(ebay) 단백질 바 제품 조사

사진 자료: 미국 이베이(ebay) 단백질 바 제품 조사

31) 조사일(2022.01.09) 기준 미국 이베이(ebay) 단백질 바 제품 카테고리 평점 상위 제품 리스트

2. 미국 단백질 바 주요 오프라인 유통채널 ① 월마트

기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.walmart.com			
	위치	아칸소(Arkansas)			
	규모	매출액('20)	약 5,240억 달러(약 622조 3,548억 원)		
기업 요약	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('21): 약 5,300개 직원 수('21): 약 160만 명 			
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 50개 모든 주에서 매장 운영 중이며, 약 150개 물류 센터 보유 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 등 다양한 형태로 매장 운영 2020년 편의점 브랜드 스피드웨이(Speedway) 점포 3,900여 개 인수 			
소비자 정보	타겟 소비자	성별	여성·남성	직업	직장인·주부
		연령대	40·50대	소득수준	중산층



방문매장 정보	영업시간	06:00~23:00		
	주소	13331 Beach Blvd, Westminster, CA 92683		
	상권	다양한 인종이 거주하는 주거밀집지역 내 여러 매장이 위치한 쇼핑물 입점		
	VMD	취급 브랜드	스토퍼스(Stouffer's), 벵퀵(Banquet)	
		진열 방식	카테고리별 진열	
매장 전경	 			

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지에서 직접 등록 (www.corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier) 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 등록번호, 지역별로 사업체를 식별하는 9자리 고유 번호)], 납세자 식별 번호, 연락 담당자, 전화번호, 회사 주소, 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"> - 이메일: supplier64@wal-mart.com
----------	---------------	---

자료: 월마트(Walmart)

사진 자료: 월마트(Walmart) 현지매장 방문조사

매대 제품 배치 현황

주력 입점 제품



월마트에서 판매되는 단백질 바는 대부분 미국 현지산 제품이었으며, 제조사와 맛도 다양한 편이었음. 맛은 초콜릿 맛, 땅콩버터 맛이 주를 이뤘으며 과일 맛과 견과류를 강조한 제품도 취급 중이었음. 단백질 바는 제조사별로 진열되어있었으며, 모두 상온 매대에서 판매 중임. 날개 판매는 거의 이뤄지지 않는 것으로 보이며 모두 박스 단위로 판매 중임

자료: 월마트(Walmart) 현지매장 방문조사

사진 자료: 월마트(Walmart) 현지매장 방문조사

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	단백질 바	켈로그 (Kellogg's)	스트로베리프로틴밀바 (Strawberry Protein Meal Bars)	미국	10.98달러 (약 1만 3,041원)	45g* 12개입	
2	단백질 바	몽크팩 (Munk Pack)	피넛버터다크초콜릿케토넛앤시드바 (Peanut Butter Dark Chocolate Keto Nut & Seed Bar)	미국	6.58달러 (약 7,816원)	35g* 4개입	
3	단백질 바	그레이트밸류 (Great Value)	피넛버터앤다크초콜릿프로틴츄이그래놀라바 (Peanut Butter & Dark Chocolate Protein Chewy Granola Bars)	미국	4.68달러 (약 5,558원)	40g* 10개입	
4	단백질 바	네이처밸리 (Nature Valley)	피넛버터다크초콜릿프로틴츄이바 (Peanut Butter Dark Chocolate Protein Chewy Bars)	미국	3.22달러 (약 3,824원)	60g* 5개입	
5	단백질 바	게토레이 (Gatorade)	프로틴바초콜릿칩 (Protein Bar Chocolate Chip)	캐나다	7.98달러 (약 9,478원)	80g* 6개입	
6	단백질 바	노카우 (Nocow)	프로틴바피넛버터초콜릿칩 (Protein Bar Peanut Butter Chocolate Chip)	미국	7.68달러 (약 9,122원)	60g* 4개입	
7	단백질 바	퀘스트 (Quest)	프로틴바초콜릿브라우니 (Protein Bar Chocolate Brownie)	미국	7.92달러 (약 9,407원)	60g* 4개입	
8	단백질 바	매트릭스 (MET-Rx)	프로틴플러스피넛버터컵 (Protein Plus Peanut Butter Cup)	미국	6.94달러 (약 8,243원)	85g* 4개입	
9	단백질 바	바이오 뉴트리셔널 (Bio Nutritional)	파워크런치프로트리플초콜릿 (Power Crunch Pro Triple Chocolate)	미국	6.96달러 (약 8,266원)	58g* 4개입	
10	단백질 바	심플굿푸드 (Simple Good Foods)	존퍼펙트초콜릿피넛버터 (Zone Perfect Chocolate Peanut Butter)	미국	5.48달러 (약 6,509원)	50g* 6개입	

자료: 월마트(Walmart) 현지매장 방문조사

사진 자료: 월마트(Walmart) 현지매장 방문조사

② 코스트코

기업 기본 정보	기업명	코스트코(Costco)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.costco.com			
	위치	워싱턴(Washington)			
	규모	매출액('20)	1,667억 6,100만 달러(약 198조 620억 원)		
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('20): 558개³²⁾ 직원 수('20): 약 28만 8,000명 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 1983년 설립되었으며, 1993년 프라이스 클럽과 코스트코(Costco)가 합병하며 현재와 같은 형태로 변화 회원제 창고형 매장 형태로 운영 				

매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 냉동식품, 즉석식품, 신선식품, 스낵류, 건강보조식품, 육류, 해산물, 전자제품 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 품질이 뛰어난 상품, 품목별로 가격 경쟁력이 있는 상품 		
	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, 소품종의 고품질 제품을 선별해 다량 계약을 통해 공급가를 낮추는 구매 정책 제조업체의 경우 코스트코 매장을 방문해 유사 제품의 가격을 확인해야 함 유선연락 통해 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 하단 메뉴 'Vendors & Suppliers' 클릭 공급업체 선정 조건 및 절차 확인 입점 희망 지역부서에 직접 문의 (costco.com/vendor-inquiries.html) 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 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> ① 코스트코 공급업체 행동강령 ② 공인검사기관에서 TPI 실시 문의사항 연락처: +1-425-313-8100 (Northwest Region) 		
-------------	---------------------	--	--	--

자료: 코스트코홀세일(Costco Wholesale), 월스트리트저널(WSJ), 한국농수산물유통공사(aT)

사진 자료: 코스트코홀세일(Costco Wholesale), 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews)

32) 미국과 푸에르토리코 지역 합산 매장 수임

③ 세븐일레븐

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.7-eleven.com		
	위치	텍사스(Texas)		
	규모	매출액('20)	약 78억 8,389만 달러(약 9조 3,637억 원)	
	기타 규모	• 매장 수('21): 약 9,520개		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 기준 미국 내 편의점 시장 점유율 1위 • 전 세계적으로 약 6만 8,236개 매장 보유 • 자사 브랜드인 세븐셀렉트(7-Select) 브랜드 보유 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 주류, 음료류, 냉동식품, 가공식품, 생활용품, 여행용품, 문구류 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 기존 플랫폼에 없는 신제품, 신선식품, 주류, 스낵류, 포장식품 등 		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 접속 (corp.7-eleven.com/corp/business) - 'Range Me(유통업체와 제조업체를 연결해주는 플랫폼)' 클릭 - 등록 과정 <ol style="list-style-type: none"> 1. 제품 프로필 생성 2. 카테고리 매니저와 연결 및 검토 3. 공지사항 통보 - 홈페이지 가입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (담당자명, 이메일 주소, 연락처) ② 공급 제품 정보 (제품명, 판매가격 등 제품 설명 자유 기재) 		

자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

④ 씨클케이

기업 기본 정보	기업명	씨클케이(Circle K)			
	기업구분	편의점			
	홈페이지	www.circlek.com			
	위치	애리조나(Arizona)			
	규모	매출액('20)	약 3억 5,711만 달러(약 4,241억 원)		
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('21): 약 7,100개 직원 수('19): 약 5만 명 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 현재 47개 주에서 매장 운영 중이며, 대부분 주유소와 함께 운영됨 쿠쉬타드(Couche-Tard)에 인수되어 유럽 포함 중국, 베트남 등 25개국에서 매장 운영 중이며 14개의 지역사업부로 나뉨 				
매장 정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 가공식품, 즉석식품, 주류, 음료류, 생활용품, 여행용품, 문구류 등 			
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 기존 플랫폼에 없는 신제품 			
	매장 전경	 			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지를 통한 입점 등록 (www.circlek.com/form/vendor-request-form) - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (담당자명, 이메일주소, 연락처, 회사명, 회사 주소, 회사 홈페이지 주소) ② 공급 제품 정보 (제품군, 제품명, 판매가격 등 제품 설명 자유기재) 문의사항은 각 지역사업부 별로 문의 (www.circlek.com/contact) 			

자료: 씨클케이(Circle K)

사진 자료: 씨클케이(Circle K)

⑤ 월그린스

기업 기본 정보	기업명	월그린스(Walgreens)		
	기업구분	드럭스토어		
	홈페이지	www.walgreens.com		
	위치	일리노이(Illinois)		
	규모	매출액('20)	약 952억 7,300만 달러(약 113조 1,557억 원)	
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('21): 9,021개 직원 수('18): 약 35만 명 		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 2025년까지 진료가 가능한 전문의 상주 매장을 700개까지 오픈할 계획 2020년 7월 주치의 서비스 업체 빌리지엠디(Village MD)에 10억 달러 투자 코로나19 대응 방안으로 24시간 의약품 상담 서비스와 드라이브스루 약국 시스템 도입 		

매장 정보	입점 가능 품목	• 건강보조식품, 스낵류, 캔디류, 음료류, 화장품, 생활용품, 유아용품 등	
	선호 제품	• 장기적인 협력 및 안정적인 공급 중시	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> 자사 공급업체 포털인 SupplierNet 가입하여 입점 절차 진행 <ul style="list-style-type: none"> ① Corporate Distribution Center 이용과 Direct Store Delivery 중 선택 ② Direct Store Delivery 선택 시 유선연락 통해 따로 입점 문의 벤더 번호 필요 홈페이지 New Vendor 클릭하여 공급업체 필수 요건 확인 (webapp.walgreens.com/SupplierNet/login.htm) 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> ① 모든 절차는 전자무역 형식으로 진행 ② 입점 제품 정보 전자문서 형식으로 제출 ③ MSDS³³⁾ 제출 ④ 보험증명서 보유 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> 전화번호: +1-852-2738-3401)
-------------	---------------------	---

자료: 월그린스(Walgreens)

사진 자료: 비즈니스인사이드(Business Insider)

33) 물질안전보건자료(Material Safety Data Sheets, MSDS)로 규정에 따른 취급유의사항을 담은 정보

⑥ 씨비에스

기업 기본 정보	기업명	씨비에스(CVS)		
	기업구분	드럭스토어		
	홈페이지	www.cvs.com		
	위치	로드아일랜드(Rhode Island)		
	규모	매출액('20)	약 833억 2,500만 달러(약 98조 9,651억 원)	
	기타 규모	• 매장 수('20): 약 9,900개		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2018년 건강보험업체 애트나(Aetna) 인수하며 건강관리 서비스 확대 • 2019년 간단한 의료서비스를 함께 제공하는 헬스허브(HealthHub)로의 변화를 발표했으며, 2020년 1월 헬스허브(HealthHub) 13개 지점 개설 • 당일 배송 서비스 도어대시(DoorDash)와 협업하여 약 6개 도시에서 일반약품과 식품에 한해 서비스 제공 중 		
매장 정보	입점 가능 품목 ³⁴⁾	<ul style="list-style-type: none"> • 건강보조식품, 스낵류, 캔디류, 유아용품, 생활용품, 위생용품, 의약품 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 장기적인 협력 및 안정적인 공급 중시 		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 Corporate Information 카테고리 내 Suppliers 클릭 - Potential Suppliers 클릭하여 RangeMe 가입 후 제품 등록 (cvssuppliers.com) - 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 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) - 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> ① WERC Smart 제조업체와 소매업체를 연결하는 플랫폼 통해 제품 등록 후 인증 ② 공급업체 행동강령 준수 ③ 지정 공인검사기관에서 제조시설 TPI(Third Party Inspection) 실시 • 기타 특이사항 및 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인몰 입점, 매장 직접 납품, 물류센터 납품 등 공급업체 종류에 따라 제출해야 하는 서류 양식이 다르며, 홈페이지 통해 확인 가능 - 전화번호: +1-800-648-0980 		

자료: 씨비에스헬스(CVS Health), 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews)

사진 자료: 씨비에스헬스(CVS Health), 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews)

34) 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품이 많음

VI. 진입장벽

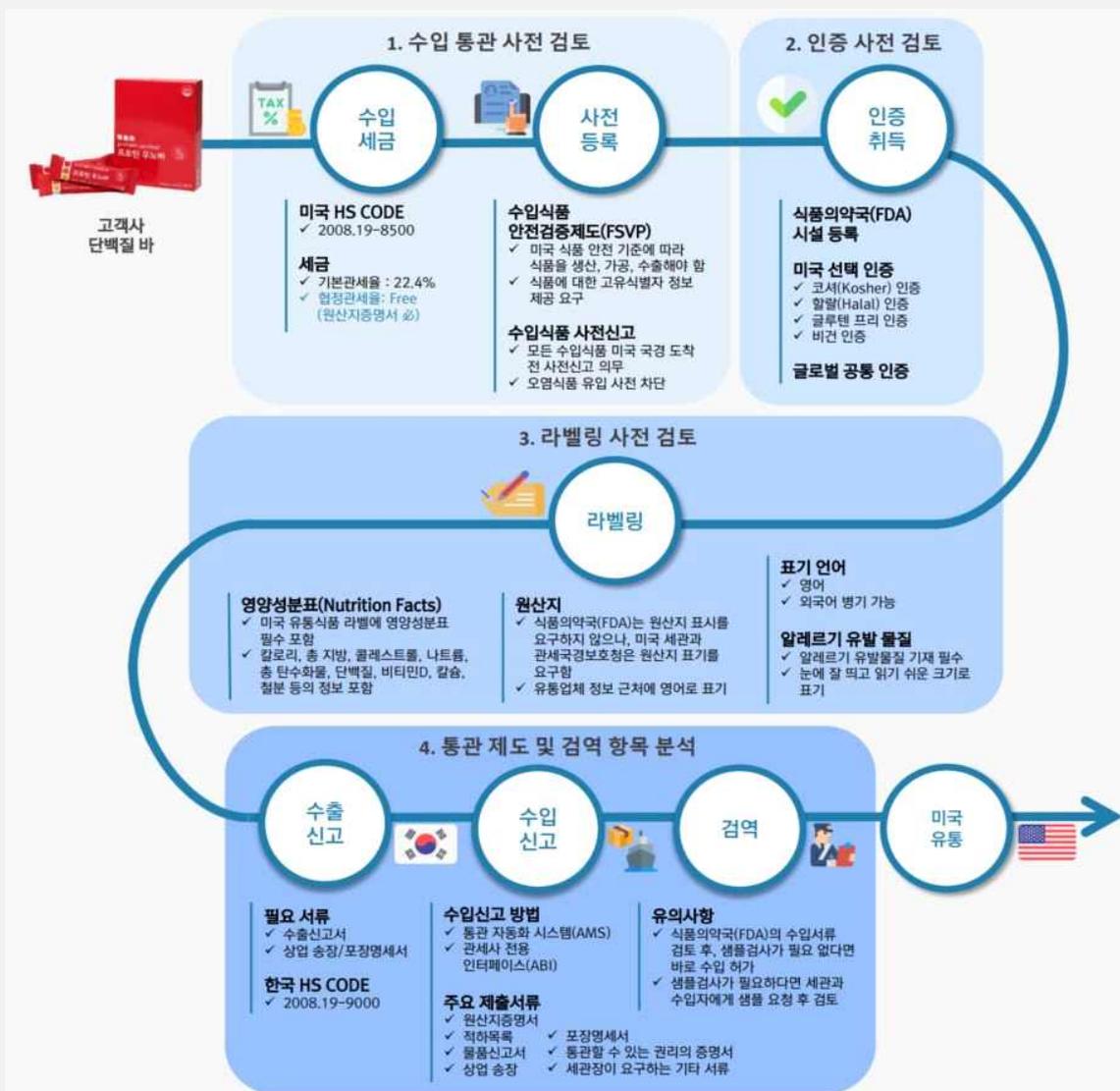
1. 미국 단백질 바 통관 및 검역 절차
2. 미국 단백질 바 품질 인증
3. 미국 단백질 바 라벨링
4. 미국 단백질 바 성분 및 유해물질

1. 미국 단백질 바 통관 및 검역 절차³⁵⁾

▶ 미국 단백질 바 수출 시 통관 및 검역 주요 사항

미국으로 식품 수출 시, 식품안전현대화법(Food Safety Modernization Act, FSMA)에 따라서 수입식품 안전검증제도(FSVP, Foreign Supplier Verification Programs) 준수 관련 자료를 제출해야 함.³⁶⁾ 해당 제도는 식품의 잠재적 위험성과 식품 공급자에 대한 평가를 시행하며, 일반적으로 3년 주기로 검증이 시행되고 있음

[표 6.1] 미국 단백질 바 통관 검역 절차



자료: 관세청, 미국 식품의약국(FDA), 미국 관세국경보호청(CBP)

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

36) 2021년 5월 10일부터 전자 FDA 산업시스템 홈페이지를 개설해 운영 중임

2. 미국 단백질 바 품질 인증

▶ 미국 수입 단백질 바, 미국 식품의약국 시설 등록 必

미국으로 단백질 바 수출 시, 미국 식품의약국(FDA, Food and Drug Administration)에 제조 시설과 수출자의 시설 등록(FFR, Food Facility Registration) 후 등록번호를 발급받아 수입 식품 통관 절차를 밟을 수 있음. 식품을 일반 식품으로 광고 및 유통하는 경우에 필요한 미국 필수 사전 승인은 없으나, 규정에 어긋나는 것으로 확인되는 경우에는 유통이 금지됨. 그 외 필수로 받아야 하는 인증은 없는 것으로 확인되나, 고객사 제품에 기존에 취득한 인증인 HACCP 이외에도 FSSC 22000 등의 글로벌 공통 인증이나 글루텐 프리, 비건, 할랄(Halal), 코셔(Kosher)와 같은 미국 민간 인증을 선택적으로 취득하여 활용할 수 있음

[표 6.2] 미국 단백질 바 인증 취득

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 Mark
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFS	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	IFS 지정 인증기관	
글루텐 프리 인증 (Gluten-Free Certification Organization)	기능성 인증	미국 민간 인증	Gluten-Free Certification Organization(GFCO)	
비건 인증 (Vegan Action)	기능성 인증	미국 민간 인증	비건 인지 재단 (Vegan Awareness Foundation)	
IFANKA Halal	종교적 및 문화적 인증	미국 민간 인증	미국 이슬람식품영양협의회 (IFANCA, Islamic Food and Nutrition Council of America)	
유대인 코셔 인증 (Orthodox Union Kosher)	종교적 및 문화적 인증	미국 민간 인증	Orthodox Union (OU)	

자료: 각 인증기관

[표 6.3] 미국 FDA 등록

인증명	FDA 등록	인증 성격	미국 내 국가 인증
마크		인증기관	미국 식품의약국 (FDA, Food and Drug Administration)
신청 절차	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 시스템을 통해 고유시설식별번호 제출 및 식품의약국 산업시스템 계정 등록 • 식품 시설정보 기재 • 미국 대리인을 통해 검증(FDA) • 등록 정보 검증 • 등록 확인 및 등록번호 발급(FFR, Food Facility Registration) 		
신청 서류	<ul style="list-style-type: none"> • 등록 유형 • 시설명 및 상세주소, 추가 주소, 대체 상호명 • 업체명 및 주소, 비상연락정보 • 제품 유형(생산 품목) • 미국 대리인 정보 • 시설 운영 시기 • 담당자 정보 • FDA 검사에 대한 동의 		
인정 범위	<ul style="list-style-type: none"> • 미국에서 소비되는 식품 공급 시설을 미국 식품의약국에 등록하는 제도로 이를 식품의약국이 공장에 대한 허가를 내주거나 인증을 한 것처럼 광고하는 것은 과대광고 또는 허위 광고로 간주될 수 있음 • FDA의 '승인'과 '등록'은 별개이며, 해당 인증은 '등록'에 해당함. 'FDA 승인'이라는 광고를 하기 위해서는 안전성·유효성 검증을 통과해야 함 		
소요비용	<ul style="list-style-type: none"> • 자체 온라인 등록 시 시설등록비는 발생하지 않음 • 품목에 따라 취득비, 성분 검사비, 등록대행 수수료, 컨설팅비가 발생할 수 있음 		
소요기간	<ul style="list-style-type: none"> • 약 2주 • 2년에 한 번씩 갱신이 필요함 		

자료: 미국 식품의약국 산업 시스템 홈페이지(FDA Industry Systems)

3. 미국 단백질 바 라벨링

[표 6.4] 미국 단백질 바 라벨링

주 표시면 필수 표시사항 및 기준	1. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> • 제품의 일반적인 명칭을 사용할 것 • 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 명시할 것 • 활자 크기는 주표시면에 사용된 가장 큰 활자의 1/2 이상이어야 함 • 외국어 표기일 경우, 영어 및 외국어 둘 다 표기할 것 • 주스(과일 및 채소)가 들어있는 음료의 경우, 주스 함유량(%) 표기가 필요함
	2. 순중량	<ul style="list-style-type: none"> • 주 표시면 하단 30%에 위치할 것 • 포장 용기 내부에 담겨있는 식품의 양을 표기할 것 • 기본적으로 모든 중량 표기는 영미 파운드법(oz, lb, quart)에 따라 표기되어야 하며, 분수 또는 소수점 등의 표기도 허용됨 • 그램, 밀리리터 등의 미터법 단위도 함께 표기해야 함 • 글자 크기는 세로와 가로 비율이 3:1을 넘을 수 없으며, 주 표시면의 크기에 따라 최소 폰트 높이 기준이 상이함 • 고체 제품의 경우 'Net Weight'라는 단어가 반드시 포함되어야 하지만, 액체 등의 제품은 'Net Contents' 또는 'Net' 등의 단어 사용은 선택 사항임
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 표기해야 함 • 제조업체의 이름이나 주소가 없는 경우에는 제품과 관련된 업체명을 반드시 기재해야 함 • 제조사, 포장업체 또는 유통업체 표기는 일반적으로 정확한 도로 이름 및 번호, 도시, 집(Zip) 코드, 주 등의 정보를 모두 포함해야 함
	4. 성분 리스트	<ul style="list-style-type: none"> • 사용된 원재료의 중량을 기준으로 내림차순으로 나열할 것 • 통상적인 이름을 사용할 것 • 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 이름을 사용할 것

자료: 미국 식품의약국(FDA)

[표 6.4] 미국 단백질 바 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 기재해야 함 • 눈에 잘 띄고 읽기 쉬운 크기로, 원재료명의 문자 크기 이상으로 표기해야 함 • 원재료명 목록에 원재료명을 쓴 뒤에 괄호 안에 알레르기 유발 식품의 일반명을 기재할 것 • ‘Contains’의 ‘C’는 반드시 대문자로 기재할 것 • 주요 알레르기 유발물질은 우유, 달걀, 생선, 갑각류, 견과류, 밀, 땅콩, 그리고 대두 및 콩 등 8가지임 • 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 • 기타 비타민과 미네랄 성분의 함유량은 자발적인 표기가 가능함 • 4살 이상이 한 자리에서 일반적으로 소비하는 양을 표기하는 1회 섭취량이 포함되어야 함. FDA에서는 일부 식품들에 대해 표준 1회 섭취량을 지정하고 있음 • 일일섭취량을 기준으로 1일 영양성분 기준치(% DV)를 표기해야 함 • 영양성분표에 ‘1일 영양성분 기준치’ 비율 뿐만 아니라 실제 함유량도 기재해야 함 • 열량은 다른 요소보다 큰 글씨로 표시해야 함 • 1회 제공량 글씨는 진하게 표시해야 함 • 영양성분표의 포맷(format)이 다양하므로 제품의 크기나 라벨의 면적에 따라 적합한 포맷을 선택하여 사용할 수 있음
	7. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> • 식품의약국은 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 사항을 표기해야 함

자료: 미국 식품의약국(FDA)

▶ 미국 단백질 바 라벨 샘플



[앞면 및 뒷면 라벨링]



[옆면 1 라벨링]



[옆면 1 라벨링]

[앞면 및 뒷면 - 영문]

- ① 12 BAR VALUE PACK
- ② KIND
- ③ #1 INGREDIENT
- ④ HEART HEALTHY ALMONDS
- ⑤ CRANBERRY ALMONDS
- ⑥ 5g protein
- ⑦ GLUTEN FREE
- ⑧ 12 BARS
- ⑨ 12-1.4oz (40g) bars
- ⑩ NET WT. 16.8oz (480g)
- ⑪ Orthodox Union Kosher certified

[앞면 및 뒷면 - 국문]

- ① 1팩당 바 12개
- ② 카인드
- ③ 넘버 원 재료
- ④ 심장 건강에 좋은 아몬드
- ⑤ 크린베리 아몬드
- ⑥ 프로틴 5g
- ⑦ 글루텐 프리
- ⑧ 12개
- ⑨ 1팩당 12개-1.4온스 (40g)
- ⑩ 총 중량 16.8온스 (480g)
- ⑪ 유대인 코셔 인증

[옆면 1 - 영문]

① Nutrient Facts

- 12 servings per carton
- Serving size 1bar (40g)
- Calories : 160kcal

		% Daily Value
Total Fat	12g	15%
- Saturated Fat	1g	5%
- Trans Fat	0g	-
- Polyunsaturated fat	3g	-
- Monounsaturated fat	8g	-
Cholesterol	0mg	0%
Sodium	20mg	1%
Total Carbohydrate	19g	7%
- Dietary Fiber	5g	18%
- Total Sugars	8g	-
-- Added Sugars	6g	0%
- Sugar alcohol	0g	-
Protein	4g	-
Vitamin D	0mcg	0%
Iron	1mg	6%
Calcium	67mg	6%
Potas	175mg	4%

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

② Ingredients

- Almonds
- Cranberries
- Chicory root fiber
- Sugar
- Honey
- Rice flour
- Glucose syrup
- Soy lecithin
- Sea salt

[옆면 1 - 국문]

① 영양 정보

- 한 상자당 12개입
- 1회 제공량 1개 (40g)
- 열량 : 160kcal

		% 일일 가치
총 지방	12g	15%
- 포화 지방	1g	5%
- 트랜스 지방	0g	-
- 불포화 지방	3g	-
- 단일 불포화 지방	8g	-
콜레스테롤	0mg	0%
나트륨	20mg	1%
총 탄수화물	19g	7%
- 식이섬유	5g	18%
- 총 설탕	8g	-
-- 첨가당	6g	0%
설탕 알코올	0g	-
단백질	4g	-
비타민 D	0mcg	0%
철	1mg	6%
칼슘	67mg	6%
칼륨	175mg	4%

- % 일일 섭취량(DV)의 % 기준은 식품 1회분의 영양소가 일일 식단에 얼마나 기여하는지 알려줍니다. 2,000칼로리는 일반적인 영양학적 조연에 사용되는 일일 열량 기준입니다.

② 재료

- 아몬드
- 크랜베리
- 치커리 뿌리
- 설탕
- 꿀
- 쌀가루
- 포도당 시럽
- 콩 레시틴
- 바다 소금

- ③ Allergen Information :
 - Containin almond and soy.
 - May contain peanuts, tree nuts and sesame seeds.
 - May contain nut shell fragments.
- ④ Brought to you by KIND LLC
P.O. BOX 705 Midtown Station
NY, NY 10018
+1 855.844.KIND
kindsnacks.com
- ⑤ Made in U.S.A. with domestc and imported ingredients
- ⑥ Store in a cool, dry place

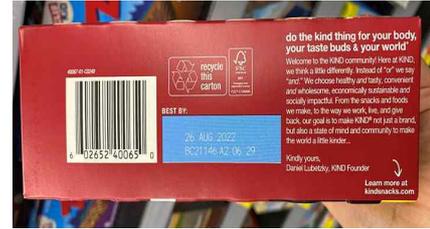
- ③ 알레르기 정보 :
 - 아몬드와 콩을 함유함
 - 땅콩, 견과류와 참깨를 포함할 수 있음
 - 견과류 껍질이 포함될 수 있음
- ④ 카인드로부터 구매함
우편함 705 뉴욕 미드타운 스테이션,
뉴욕 10018
+1 855. 844. 카인드
kindsnacks.com
- ⑤ 미국에서 국내산 재료와 수입산 재료를 사용하여 제조됨
- ⑥ 서늘하고 건조한 곳에 보관하세요.

[옆면 2 - 영문]

- ① Ingredients
you can see & pronounce
- ② Cranberry
Almond
- ③ 5g PROTEIN

[옆면 2 - 국문]

- ① 당신이 어디서나 볼 수 있고 말할 수 있는 재료
- ② 크랜베리
아몬드
- ③ 프로틴 5g



[와트면 라벨링]

[아랫면 라벨링]

[와트면 - 영문]

[와트면 - 국문]

- ① 5g PROTEIN
- ② 25% LESS SUGAR
Than the average nutrition bar*
- ③ GLUTEN FREE
- ④ LOW GLYCEMIC INDEX
- ⑤ DAIRY FREE
- ⑥ NO GENETICALLY
ENGINEERED INGREDIENTS
- ⑦ NO SUGAR ALCOHOLS
- ⑧ VERY LOW SODIUM
- ⑨ 0g TRANS FAT
- ⑩ GOOD SOURCE OF FIBER
- ⑪ 12g FAT PER BAR
- ⑫ *This bar contains 8g sugar; The average nutrition bar contains 11g sugar.

- ① 프로틴 5g
- ② 평균 바 영양보다 25% 적은 설탕
- ③ 글루텐 없음
- ④ 저당류
- ⑤ 유당 없음
- ⑥ 유전자 변형 및 가공된 성분 없음
- ⑦ 설탕 알코올
- ⑧ 낮은 나트륨
- ⑨ 0g 트랜스 지방
- ⑩ 섬유질에 좋은 재료
- ⑪ 한 개에 12g 지방 함유
- ⑫ * 해당 제품은 8g의 설탕을 함유하고 있음; 평균적으로 영양 바는 11g의 설탕을 함유함

[아랫면 - 영문]

- ① Do the kind thing for your body, your taste buds & your world
- ② Welcome to the KIND community! Here at KIND we think a little differently. Instead of 'or' we say 'and'. We choose healthy and tasty. Convenient and wholesome, economically sustainable and socially impactful. From the snacks and foods we make, to the way we work, live, and giveback, our goal is to make KIND not just a brand, but also a state of mind and community to make the world a litte kinder...
- ③ Kindly yours,
Daniel Lubetzky, KIND Founder
- ④ Learn more at
kindsnacks.com
- ⑤ Recycle this carton
- ⑥ Best before :
26 AUG 2022
- ⑦ BC21146 A2 06:29

[아랫면 - 국문]

- ① 당신의 몸과 미각, 당신의 세상을 위해 좋은 일을 하세요.
- ② 카인드 커뮤니티에 오신 것을 환영합니다. 카인드에서 우리는 조금 다르게 생각합니다. 우리는 '또는' 대신에 '그리고'라고 말합니다. 우리는 건강함과 맛을 선택합니다. 편리하고 건전하며 경제적으로도 지속가능하고 사회적으로도 영향을 미치고 있습니다. 우리가 만드는 과자와 음식에서부터, 우리가 일하고 살며 돌려주는 방법에 이르기까지, 우리의 목표는 카인드라는 단순히 브랜드를 만드는 것뿐만 아니라 조금 더 친절한 세상을 만드는 것입니다...
- ③ 친절한 당신께
카인드 설립자, 다니엘 루베츠
- ④ 더 알고싶으신 점이 있다면, 여기를 방문하세요.
kindsnacks.com
- ⑤ 이 상자는 재활용하세요.
- ⑥ 유통기한 :
2022년 8월 26일
- ⑦ BC21146 A2 06:29

4. 미국 단백질 바 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

미국 식품의약국(FDA)은 일반적으로 안전하다고 인증된 물질 GRAS(Generally Recognized As Safe) 사용에 대한 지침을 규정함. 또한, 식품첨가물을 ‘식품에 첨가 및 접촉하여 직접적 또는 간접적인 결과를 초래할 것으로 예상하는 물질’로 규정하여, 본래의 사용 목적 및 조건에서 과학적 단계를 통해 안전성이 입증된 성분을 GRAS로 분류함. 하기 표는 고객사 단백질 바에 적용되는 미국 식품첨가물 기준 중 일부임. 자세한 미국 식품첨가물 규정 및 기준은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템에서 확인 가능함

[표 6.5] 단백질 바에 적용되는 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품유형
1	아카시아 (아라비아 검)	Acacia (gum arabic)	최종식품의 35.0% 이하	곡물 바
2	멘헤이든 오일	Menhaden oil	GRAS : 5.0% 이하 ³⁷⁾	견과류 제품
3	프로필렌 글리콜	Propylene glycol	GRAS : 5.0% 이하	
4	구연산 칼륨	Potassium Citrate	GMP에 따라	모든 식품
5	알파 토크페놀 아세테이트	α -Tocopherol acetate		
6	아스코르브산 나트륨	Sodium ascorbate		
7	지방산 염	Salts of fatty acids		
8	벤조산 나트륨	Sodium benzoate	GRAS : 0.1% 이하	

자료: 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템, KATI농식품수출정보

37) 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)

▶ **유해물질**

미국에서 식품을 유통하기 위해서는 미국 식품의약국(FDA)의 유해물질 규정을 반드시 준수해야 함. 미국은 유해물질을 독성이 있어 치명적인 물질이나 병원성 및 발암성 물질로 정의하며, 이 물질들에 대해 식품 내 잔류한계를 규정하고 있음. 하기 표는 고객사 단백질 바에 적용되는 미국 유해물질 규정임. 더욱 자세한 미국 유해물질 규정은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템에서 확인 가능함

[표 6.6] 단백질 바에 적용되는 유해물질 기준

순번	유해물질명	영문명	기준치	식품유형
1	총 아플라톡신 (아플라톡신 B1, B2, G1, G2의 합)	Aflatoxin (Aflatoxin B1, B2, G1, G2(total))	20mcgs/kg (20ppb)	모든식품
2	클레토딴	Clethodim	0.20ppm	견과류 제품
3	플루엔설펜	Fluensulfone	0.01ppm	
4	설펜트라존	Sulfentrazone	0.15ppm	
5	톨펜피라드	Tolfenpyrad	0.05ppm	

자료: 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템, KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

미국에서 유통되는 식품의 알레르기 유발물질은 ‘식품 알레르기 유발물질 표시 및 소비자 보호법’에 의하여 규정됨. 식품에 총 8가지의 알레르기 유발물질이 포함되는 식품은 라벨에 해당 성분명을 영어로 표기해야 함. 2023년 1월 1일부터 참깨가 9번째 알레르겐 성분으로 공식 지정될 예정이며, 참기름과 같이 참깨가 포함된 제품에도 해당하는 내용임. 제조 과정에서 2차 또는 3차 성분으로 알레르기 물질이 미량 들어가도 반드시 표시해야 하며, 교차오염을 우려하는 문구는 선택적으로 표기할 수 있음. 하기 표는 미국에서 식품 유통 시 제품 라벨에 반드시 표기해야 하는 알레르겐 성분과 고객사 단백질 바 원재료를 분석한 결과임

[표 6.7] 고객사 단백질 바 알레르겐 성분 분석

순번	표시 의무 여부	대상	고객사 단백질 바 포함 여부
1	의무	우유	V (우유-교차오염)
2	의무	달걀	V (달걀-교차오염)
3	의무	생선	-
4	의무	갑각류, 조개류	-
5	의무	견과류(아몬드, 월넛, 피칸 등)	V (호두)
6	의무	땅콩	V (땅콩-교차오염)
7	의무	콩, 대두	V (분리대두단백너겟)
8	의무	밀	V (밀-교차오염)

자료: 미국 식품의약국(FDA)

Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 허니 스틱어(Honey Stinger)

Interview ② 리얼 푸드 바(Real Food Bar)

Interview ③ 키토 크리스프(Keto Krisp)

미국(USA) 인터뷰 대상 선정 인터뷰 대상 기업체 선정 · 제조사 ○ · 유통업체 X	허니 스티어 (Honey Stinger)	리얼 푸드 바 (Real Food Bar)	키토 크리스프 (Keto Krisp)	
	업체 ▶ 제조사 제조사 제조사	취급 ▶		
				
	땅콩버터 초콜릿 바	땅콩버터 바	아몬드 버터 초콜릿 칩	
사진 자료: 허니 스티어, 리얼 푸드 바, 키토 크리스프 판매 페이지				

미국(USA) 제조사 인터뷰 요약			
고객사	스낵바 수요 및 트렌드	제품 피드백	인증/홍보/유통채널
허니 스티어 (Honey Stinger) ----- 제조사	<ul style="list-style-type: none"> 코로나19로 스낵 바 수요 감소 스낵 바 중 단백질 바 인기 피트니스 문화 성행 간편한 식사 한 끼 	<ul style="list-style-type: none"> 가격 적절한 편 타사 제품 대비 단백질 함유량 낮은 편 단백질 함량을 높여서 피트니스에 관심 많은 소비자를 겨냥할 것 	<ul style="list-style-type: none"> 유기농 인증, Non-GMO, 글루텐 프리 등의 인증 홍보 문구로 '100% 식물성 제품', '비건', '천연 단백질' 추천 온라인 쇼핑물 유통 추천
리얼 푸드 바 (Real Food Bar) ----- 제조사	<ul style="list-style-type: none"> 코로나19로 온라인 판매량 증가 단백질에 시리얼, 과일 혼합된 스낵바 선호 저렴한 가격의 한 끼 	<ul style="list-style-type: none"> 가격 적절 천연 성분으로만 만들어진 제품 강조할 것 비건, 키토 등 특정 식단에 대한 존중 필요 	<ul style="list-style-type: none"> 비건, 키토, Non-GMO 인증 추천 홍보 문구로 '빠른 아침 식사', '간식', '글루텐 프리' 등의 키워드 추천 온라인 쇼핑물 유통 추천
키토 크리스프 (Keto Krisp) ----- 제조사	<ul style="list-style-type: none"> 단백질 바를 가장 선호 주로 벌크 단위 구매 영양가가 높은 제품 선호하는 편 	<ul style="list-style-type: none"> 영양 성분 적절 다양한 맛을 가진 식물성, 비식물성 제품 모두 제공 제품 맛 중요한 편 	<ul style="list-style-type: none"> 비건, 키토 인증 추천 홍보 문구로 '고단백 영양 간식', '저당류', '글루텐 프리' 등의 키워드 추천 온라인 쇼핑물 유통 추천
(*) 현지 경쟁품 취급 제조사 3개사 인터뷰			

Interview ① 허니 스틱어(Honey Stinger)

38)

허니 스틱어 (Honey Stinger)

- 유형: 제조사
- 업체 특징:
 - 2003년에 설립된 건강식품 전문 판매점
 - 글루텐 프리 제품, 건강관리에 관심이 많은 소비자들을 위한 유기농 식품을 판매
 - 자사 브랜드 제품을 판매
 - 자사 온라인 홈페이지를 통해서도 제품 판매

담당자 정보

Director of Sales



허니 스틱어(Honey Stinger) Director of Sales

Q. 다양한 스낵 바 중에서 미국 소비자들이 가장 많이 소비하는 스낵 바 종류와 그 이유는 무엇인가요?

미국에서는 단백질 바와 에너지 바가 스낵 바 중에서 가장 많이 판매됩니다. 단백질 바의 인기 배경으로는 피트니스 문화가 성행하고 있다는 점과 건강한 라이프 스타일을 찾는 사람들이 많아진 것이 있습니다. 여행을 가거나 직장에 있을 때 간편하게 섭취할 수 있다는 장점과 식사를 대체할 만큼의 영양적인 가치가 높다는 점 또한 단백질 바의 인기 요인 중 하나입니다.

Q. 코로나19 유행에 따른 단백질 바 제품의 수요는 어떠한가요?

저희 업체의 2021년 매출은 전년 대비 5% 감소하는 등 코로나19 유행에 따른 부정적인 영향이 있었습니다. 2022년에는 매출이 다시 증가할 것으로 예상하고 있습니다.

Q. 미국 소비자들이 가장 선호하는 단백질 바는 무엇이며, 그 이유는 무엇인가요?

미국에서 가장 많이 판매되는 단백질 바 브랜드는 클리프 빌더(Clif Builder)입니다. 클리프 빌더의 단백질 바는 미국 시장 내에서 오랫동안 입지를 지켜온 브랜드이며, 완전한 식물성 단백질과 저당류, 글루텐 프리 제품 등을 판매하여 인기가 매우 많습니다. 클리프 빌더의 가장 대표적인 단백질 바 제품의 총 용량은 24온스, 날개 12개가 들어있는 제품으로, 1.46달러(한화 약 1,731원)에 판매되고 있습니다. 제품의 원재료로는 분리대두단백, 사탕수수 시럽, 사탕수수 설탕, 현미 시럽, 무가당 초콜릿, 쌀가루, 콩가루 등이 사용되었습니다.

Q. 고객사 제품의 가격, 용량, 원재료 등에 대한 피드백이 있나요?

고객사 제품의 FOB는 개당 0.74달러(한화 약 877원³⁹⁾)로 매우 합리적인 편입니다. 다만, 단백질 함유량은 11g으로, 타사 브랜드 제품의 단백질 함유량이 20g에서 30g인 점을 고려하면 비교적 낮은 편입니다. 피트니스 용으로 출시한 제품이라면 단백질 함유량을 높이는 것이 좋습니다. 고객사 제품의 전 성분이 식물성인 점은 미국 시장에서 좋은 셀링포인트로 작용할 수 있습니다.

Q. 최근 미국 소비자들이 주목하고 있는 단백질 바의 원료나 인증이 있나요?

미국 소비자들은 최근에 꿀, 코코넛 슈가, 아몬드 버터, 키토 등 건강하고 자연스러운 원료들에 주목하고 있습니다. 또한, 미국 소비자들은 단백질 바 구매 시 미국 농무부 유기농 인증(USDA), 논지엠오(Non-GMO), 글루텐 프리(Gluten-Free), 코셔(Kosher), 비건(Vegan) 등의 인증을 고려합니다.

Q. 고객사 제품 홍보 시, 어떤 키워드로 마케팅하는 것이 좋을까요?

100% 식물성 제품, 비건, 키토 식단, 천연 단백질, 무설탕 등의 키워드로 단백질 바 제품을 홍보하는 것을 추천합니다. 초콜릿을 함유하지 않은 제품이라는 점 또한 현지 소비자들에게 어필할 수 있습니다.

Q. 미국 소비자는 단백질 바를 주로 어디에서 구매하나요? 고객사 제품에 추천하는 유통 경로가 있나요?

새로이 시장에 진출하는 제품의 경우 아마존(Amazon)이나 타겟(Target)과 같이 규모가 큰 온라인 채널로 먼저 유통하는 것을 추천합니다. 오프라인 매장으로는 건강식품 전문 판매점이 있으며, 미국 소비자들은 월마트를 자주 이용하므로 해당 채널로 진출하는 것도 좋습니다.

39) 1달러=1,187.70원(2021.12.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ② 리얼 푸드 바(Real Food Bar)

40)

●
리얼 푸드 바
(Real Food Bar)

- 유형: 제조사
- 업체 특징:
 - 견과류, 스낵바, 건강기능식품 등 다양한 제품 취급
 - 미국 내 1,500개 이상의 매장 보유
 - 자사 온라인 쇼핑몰 운영

담당자 정보

Co-founder

리얼 푸드 바(Real Food Bar)
Co-founder

Q. 다양한 스낵 바 중에서 미국 소비자들이 가장 많이 소비하는 스낵 바 종류와 그 이유는 무엇인가요?

미국 소비자들은 단백질 바를 가장 선호하며, 곡물이나 과일, 견과류가 포함된 혼합 단백질 바가 가장 많이 판매됩니다. 미국 소비자들은 저렴한 가격으로 일반 식사에 상응하는 영양을 얻을 수 있기 때문에 단백질 바를 선호합니다. 또한, 단백질 바는 건강에도 좋고 빠르게 섭취할 수 있는 식품이라는 인식이 있습니다.

Q. 코로나19 유행에 따른 단백질 바 제품의 수요는 어떠한가요?

코로나19 유행에 따라 오프라인 매출은 다소 감소하였습니다. 그러나 온라인 판매에 집중된 일부 신제품은 오히려 코로나19 이후에 판매량이 증가하였습니다. 오프라인 판매량은 최근 2년 동안 조금씩 감소했습니다.

Q. 미국 소비자들이 가장 선호하는 단백질 바는 무엇이며, 그 이유는 무엇인가요?

미국 시장에서 클리프 빌더 다음으로 가장 많이 판매되고 있는 단백질 바 브랜드는 렉스바(Rxbar)입니다. 렉스바의 단백질 바 제품은 언제 어디서나 고품질의 단백질을 건강하게 섭취할 수 있다는 점을 내세워 큰 인기를 얻고 있습니다. 렉스바의 인기 제품은 초콜릿과 씨슬트가 함유된 제품으로, 12개 입(개당 1.83온스)에 36달러(한화 약 42,678원)로 판매되고 있습니다. 렉스바 제품의 원료로는 100% 초콜릿, 달걀 흰자 등이 있으며, 글루텐 프리 제품이며 체중 증가의 걱정을 덜어주는 제품이라는 점을 중점적으로 홍보합니다.

Q. 고객사 제품의 가격, 용량, 원재료 등에 대한 피드백이 있나요?

고객사 제품의 FOB는 0.74달러(한화 약 877원)로 매우 합리적인 편입니다. 또한, 고객사 제품의 포장에 천연 성분으로만 만들어진 제품이라는 점을 강조하는 것을 추천합니다. 비건과 같은 특정 식단을 고수하는 사람들에게 대한 존중은 영업에 있어 중요한 부분입니다.

Q. 최근 미국 소비자들이 주목하고 있는 단백질 바의 원료나 인증이 있나요?

최근 미국에서는 건강한 식단에 대한 관심이 높아지고 있습니다. 이에 따라 비건 인증, 키토 인증 등을 보유하는 것을 추천합니다. 그리고 유기농 인증과 논자엠오와 같은 인증은 기본적으로면서도 아주 중요한 인증들입니다.

Q. 고객사 제품 홍보 시, 어떤 키워드로 마케팅하는 것이 좋을까요?

빠르게 먹을 수 있는 아침 식사, 간식으로 좋은, 식물성, 견과류, 팔레오(Paleo), 글루텐 프리와 같은 키워드가 효과적일 것입니다. 단백질 바에 있어 중요한 점은 100% 식물 기반의 성분을 사용했다는 점과 곡물 또는 견과류를 포함해야 한다는 점입니다.

Q. 고객사 제품 홍보 시, 어떤 채널을 통해 마케팅하는 것이 좋을까요?

온라인 광고가 활발히 이루어지고 있는 SNS 플랫폼이나 검색 광고를 활용하는 것이 효과적입니다. 예를 들어 구글 검색창의 배너 광고나, 페이스북, 인스타그램을 통한 광고가 있습니다. 오프라인 매장으로는 주유소나 헬스장, 건강기능식품 전문 판매점에 디스플레이를 통한 홍보 방법이 있습니다.

Q. 미국 소비자는 단백질 바를 주로 어디에서 구매하나요? 고객사 제품에 추천하는 유통 경로가 있나요?

아마존이나 이베이, 월마트 등의 온라인 채널을 통한 유통이 가장 효과적일 것으로 판단됩니다. 또한, 주유소의 매점이나 체육관에서 제품을 판매하는 방법도 있습니다.

Interview ③ 키토 크리스프(Keto Krisp)

41)

키토 크리스프 (Keto Krisp)

- 유형: 제조사
- 업체 특징:
 - 2019년에 설립된 건강식품 전문 판매점
 - 키토식단 기반의 다양한 제품 취급
 - 자사 브랜드 제품만을 취급
 - 자사 온라인 홈페이지인 테이스트 캔두(Taste Cando)를 통해 판매

담당자 정보

Director of Operations



키토 크리스프(Keto Krisp) Director of Operations

Q. 다양한 스낵 바 중에서 미국 소비자들이 가장 많이 소비하는 스낵 바 종류와 그 이유는 무엇인가요?

미국 소비자들은 스낵 바 중에서도 단백질 바를 가장 선호하며, 그다음으로는 시리얼 바나 과일과 견과류가 혼합된 스낵 바를 선호합니다. 위 세 가지 스낵 바는 영양가가 높기로 유명합니다. 소비자들은 주로 벌크 단위의 스낵 바를 구매합니다.

Q. 코로나19 유행에 따른 단백질 바 제품의 수요는 어떠한가요?

코로나19 유행으로 인해 오프라인 매장 판매량에는 부정적인 결과가 있었습니다. 다만, 첫 번째 락다운 기간에는 온라인 판매량이 꺾음 뛰어오르기도 했습니다.

Q. 미국 소비자들이 가장 선호하는 단백질 바는 무엇이며, 그 이유는 무엇인가요?

미국 시장에서 퓨어 프로틴 바(Pure Protein Bar)가 많이 판매되고 있습니다. 해당 제품은 주로 월마트에서 판매되고 있으며, 매우 합리적인 가격으로 인기가 많습니다. 특히, 글루텐 프리, 고단백질 영양 간식이라는 특징은 제품의 가장 큰 셀링포인트일 것으로 분석됩니다. 퓨어 프로틴 바의 개당 가격은 1.11달러(한화 약 1,316원)로 매우 저렴한 편입니다. 제품의 원료로는 분리유청단백, 코코아, 천연향료, 소이 레시틴, 수크랄로스, 아몬드 버터, 콩가루 등이 있습니다.

Q. 고객사 제품에 대한 피드백이 있나요?

고객사 제품의 영양 성분은 미국 시장에 진출하기에 아주 적합하다고 생각합니다. 식물성 제품은 소비자들에게 어필할 수 있는 좋은 셀링포인트라고 생각하지만 한 가지 특징을 내는 제품에 집중하기보다는 다양한 맛을 제공하는 식물성 제품과 비식물성 제품을 모두 준비하는 것이 좋을 것으로 판단됩니다. 소비자들은 제품의 맛 또한 중요하게 생각하므로 제품 개발 시 이를 고려하는 것이 좋습니다.

Q. 최근 미국 소비자들이 주목하고 있는 단백질 바의 원료나 인증이 있나요?

최근 미국 소비자들의 식단은 매우 다양해지고 있는 추세입니다. 따라서 다양한 입맛을 가지고 다양한 식단을 시도하는 소비자들을 겨냥한 키토 제품이나 비건 제품이 인기가 많습니다. 이에 따라 키토 인증, 비건 인증 등을 취득하여 소비자들에게 어필하는 것을 추천합니다.

Q. 고객사 제품 홍보 시, 어떤 키워드로 마케팅하는 것이 좋을까요?

‘에너지를 보충해주는 고단백의 영양 간식’이라는 키워드나, ‘저당류의’, ‘글루텐 프리’, ‘다양한 맛’ 등의 키워드를 추천합니다. 앞서 언급한 요인들 또한 소비자들이 단백질 바를 구매할 때 고려하는 요소이므로 이러한 키워드를 활용하여 마케팅을 하는 것이 효과적일 것이라고 생각합니다.

Q. 미국 소비자는 단백질 바를 주로 어디에서 구매하나요? 고객사 제품에 추천하는 유통 경로가 있나요?

온라인 채널로는 아마존이나 월마트가 있습니다. 오프라인 매장으로는 코스트코와 타겟, 케이마트 등이 있습니다. 참고로 대형할인매장을 통한 진출은 판매량을 높이는 데 효과적이지만 마진을 남기기 위한 좋은 방법은 아닙니다. 공급업체가 판매량만을 위해 규모의 경제에 집중하는 경향이 있기 때문입니다.

VIII. 시사점

Export Insights

시장수요

미국 단백질/에너지 바 시장, 연평균 9% 성장 전망



2020년 미국 스낵 바 시장규모는 약 9.1조 원, 단백질/에너지 바의 시장규모는 약 4.5조 원으로 한국 시장 대비 그 규모가 매우 큰 것으로 확인됨. 미국 단백질/에너지 바 시장은 향후 5년(2021-25)간 연평균 9% 성장하여 2025년 기준 약 6.8조 원 규모를 달성할 것으로 예상됨. 스낵 바의 수요는 외부 활동에 의존하는 경향이 있으며, 2020년에는 코로나19의 영향으로 소비자들이 야외 활동을 즐기지 않아 성장이 둔화된 것으로 예상됨

현지 스낵 바 제조업체에 따르면, 미국 소비자들 사이에서 스낵 바 중에서도 단백질 바와 에너지 바가 인기인 것으로 확인되며, 그 중에서도 곡물이나 견과류, 과일이 혼합된 단백질 바 제품이 가장 많이 판매됨. 미국에서는 피트니스 등 꾸준히 운동을 하는 문화와 건강한 라이프 스타일이 유행하여 단백질 바가 인기인 것으로 파악됨. 또한, 저렴한 가격 대비 영양 가치가 높으며, 건강에 좋고, 간편하고 빠른 섭취가 가능하다는 점 또한 인기 요인으로 꼽을 수 있음

소비 특징



미국 온라인 단백질 바 성분 키워드

미국 온라인 쇼핑몰에서 판매되는 '단백질 바' 제품의 성분 분석 결과, 원재료 성분 중에서는 고객사 제품의 주요 원재료인 '아몬드', '귀리'가 상위권을 차지함. 이외에도 '마카다미아', '호두' 등의 견과류 키워드를 다수 발견함. 따라서 고객사 제품에는 견과류가 통으로 함유되어 식감이 뛰어나다는 점을 어필할 수 있음. 영양 성분으로는 '단백질' 키워드가 780건으로 압도적인 1위를 차지함. 맛 키워드 중에서는 '초콜릿', '다크 초콜릿', '초콜릿 땅콩 버터' 등 초콜릿 맛을 가미한 제품이 많은 것으로 확인됨. 상기 키워드를 종합하여 고려하면, 고객사 제품을 초콜릿을 함유하지 않았으며 다양한 견과류와 건조 과일을 함유한 고객사 제품을 '건강한 단백질 바'로 포지셔닝 할 수 있음

현지 제조업체에 따르면, 현지 소비자들의 식단과 입맛은 점점 더 다양해지는 추세인 것으로 파악됨. 그 예시로, 키토나 비건 식단을 고수하는 소비자들이 늘어나고 있어, 관련 인증을 취득하여 키토 및 비건 인구에게 어필할 수 있음. 특히, 미국 시장에서는 각 소비자의 특성을 이해하고 존중하는 태도가 제품 판매에 있어 중요한 요소로 작용할 수 있음. 따라서 고객사 제품이 100% 식물성 원료를 사용한 점을 강조하여 홍보할 수 있음



Export Insights

유통채널



미국 단백질 바 유통채널 점유율



2020년 미국 '스낵 바'의 유통채널 확인 결과, 하이퍼마켓/슈퍼마켓이 57.4%로 점유율 기준 1위를 차지함. 미국의 하이퍼마켓/슈퍼마켓은 온라인 플랫폼 진출을 통하여 코로나19로 인한 경기 침체에도 불구하고 큰 타격을 입지 않은 것으로 보임. 온라인은 19.5%로 점유율 2위를 차지하였으며, 코로나19 이후 미국 온라인 식품시장은 크게 성장한 것으로 확인됨

미국 주요 온라인 채널 아마존 및 이베이에서는 땅콩 버터, 미트, 초콜릿 등 다양한 맛의 단백질 바를 판매 중임. 추가로, 두 채널에서 평점 기준 상위 7개 제품 모두 현지산 제품으로, 현지에서는 이미 다양한 맛의 단백질 바 제품이 유통되고 있으며 뚜렷한 선두 기업이 있는 것으로 파악됨. 미국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓 업체 월마트 현지 조사 결과, 현지산 제품을 가장 많이 취급하고 있었음. 온라인 몰과 유사하게 땅콩 버터, 초콜릿 등 다양한 맛을 가미한 제품을 취급하고 있으며, 모든 제품은 박스 단위로 판매 중이었음. 현지 제조업체는 고객사 제품 유통에 아마존, 이베이, 월마트 등의 온라인 채널을 추천하였으며, 홍보에도 SNS 플랫폼과 온라인 광고가 효과적이라고 언급함

수출 확대 전략



100% 식물성 원료를 사용한 단백질 바

미국에서 단백질/에너지 바는 스낵 바 중에서도 인기 있는 품목으로, 그 중에서도 곡물이나 견과류, 과일이 혼합된 제품이 가장 많이 판매되는 것으로 보임. 또한, 현지에는 유대인, 비건 인구가 같이 개인 및 종교적 신념에 따라 음식과 식품을 찾는 소비자가 많은 것을 고려할 필요가 있음. 따라서 고객사 제품이 100% 식물성 원료를 사용했다는 특징을 강조할 수 있으며, 비건이나 코셔, 유기농 인증 등을 취득하여 제품 홍보에 활용할 수 있음

미국 스낵 바 및 단백질 바 시장에서 고객사 제품의 경쟁력을 확인하기 위하여 현지 제조업체로부터 피드백을 수취함. 고객사 제품의 FOB는 합리적인 편이나, 영양 성분 함량과 관련하여 피트니스를 즐기는 소비자를 겨냥하기 위해서는 단백질 함량을 보완할 필요가 있다는 답변을 받음. 또한, '식물성 원재료', '고단백 영양 간식', '저당' 등의 키워드를 제품 홍보에 활용할 것을 추천함. 또한, 미국 내 대중적인 단백질 바 제품과 달리 초콜릿을 함유하지 않은 점이 고객사 제품의 셀링포인트가 될 수 있을 것으로 기대됨



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Sweet Biscuits, Snack Bars and Fruit Snacks in the US Country Report」, 2021.07
2. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in the US Country Report」, 2021.02
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Convenience Stores in the US Country Report」, 2021.02
4. 유로모니터(Euromonitor), 「Health and Beauty Specialist Retailers in the US」, 2021.02
5. 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-commerce in the US Country Report」, 2021.02
6. 미국 식품의약국(FDA), 「Food Allergen Labelling and Consumer Protection Act(FALCPA)」, 2004

■ 참고 사이트

1. 유로모니터(Euromonitor) (www.portal.euromonitor.com)
2. 국제무역센터(International Trade Center) (www.trademap.org)
3. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
4. 아마존(Amazon) (www.amazon.com)
5. 이베이(eBay) (www.ebay.com)
6. 카인드(Kind) (www.kindsnacks.com)
7. 네이처 밸리(Nature Valley) (www.naturevalley.com)
8. 클리프 바(Clif Bar) (www.clifbar.com)
9. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
10. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
11. 월마트(Walmart) (www.walmart.com)
12. 코스트코(Costco) (www.costco.com)
13. 월스트리트저널(WSJ) (www.wsj.com)
14. 한국농수산물유통공사(aT) (www.at.or.kr)
15. 세븐일레븐(7-Eleven) (www.7-eleven.com)
16. 씨클케이(Circle K) (www.circlek.com)
17. 월그린스(Walgreens) (www.walgreens.com)
18. 비즈니스인사이드(Businessinsider) (www.businessinsider.com)
19. 씨비에스(CVS) (www.cvs.com)
20. 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews) (www.supermarketnews.com)
21. 농식품수출정보(KATI) 홈페이지 (www.kati.net)
22. 국가관세종합정보망 서비스 홈페이지 (unipass.customs.go.kr/clip/index.do)
23. 통합무역정보서비스 홈페이지 (tradenavi.or.kr)
24. 미국 식품의약국(FDA) 홈페이지 (www.fda.gov)
25. 미국 관세국경보호청(CBP) 홈페이지 (www.cbp.gov)
26. 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템 (ecfr.federalregister.gov)
27. 비건 액션(Vegan Action) 홈페이지 (vegan.org)
28. OU 코셔(Orthodox Union Kosher) 홈페이지 (www.oukosher.org)
29. IFANCA 한국 지사 홈페이지 (www.ifanca.co.kr)
30. 미국 식품의약국 산업시스템 홈페이지(FDA Industry Systems) (www.access.fda.gov)
31. 허니 스틱어(Honey Stinger) (www.honeystinger.com)
32. 리얼 푸드 바(Real Food Bar) (www.realfoodbar.com)
33. 키토 크리스프(Keto Krisp) (www.tastecando.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2022.01.28

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 2021 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea