

2019년 해외시장 맞춤조사



- No. 1907-18
- 품목 : 초코파이(Choco Pie)
- 국가 : 미국(U.S.A)
- 구분 : 시장분석형

Content

I. Market Size (시장규모)

SUMMARY	4
1. 미국 초코파이 시장규모	5
2. 미국 초코파이 수출입 시장규모	6
3. 미국 초코파이 소비 시장규모	7

II. Market Trend (시장트렌드)

SUMMARY	10
1. 미국, 웰빙 트렌드 확산으로 야채 섭취량 증가세	15
2. 미국 채식주의자, 밀·콩류 섭취 多	16
3. 버거, 파스타 등 일상적인 메뉴로 채식하는 미국	17
4. 미국 소비자, 채식도 '맛'이 중요시 여겨	18

III. Distribution Channel (유통채널)

SUMMARY	20
1. 미국 초코파이 유통구조	21
2. 미국 초코파이 주요 유통업체	22
3. 미국 초코파이 B2C 소매채널	24

IV. Customs·Quarantine (통관·검역)

SUMMARY	45
1. 미국 초코파이 인증 취득	46
2. 미국 초코파이 사전 심사	51
3. 미국 초코파이 업체·제품 등록	52
4. 미국 초코파이 라벨 심의	53
5. 미국 초코파이 서류 준비	57
6. 미국 초코파이 세금 납부	58
7. 미국 초코파이 검역 심사	59

V. Expert Interview (전문가 인터뷰)

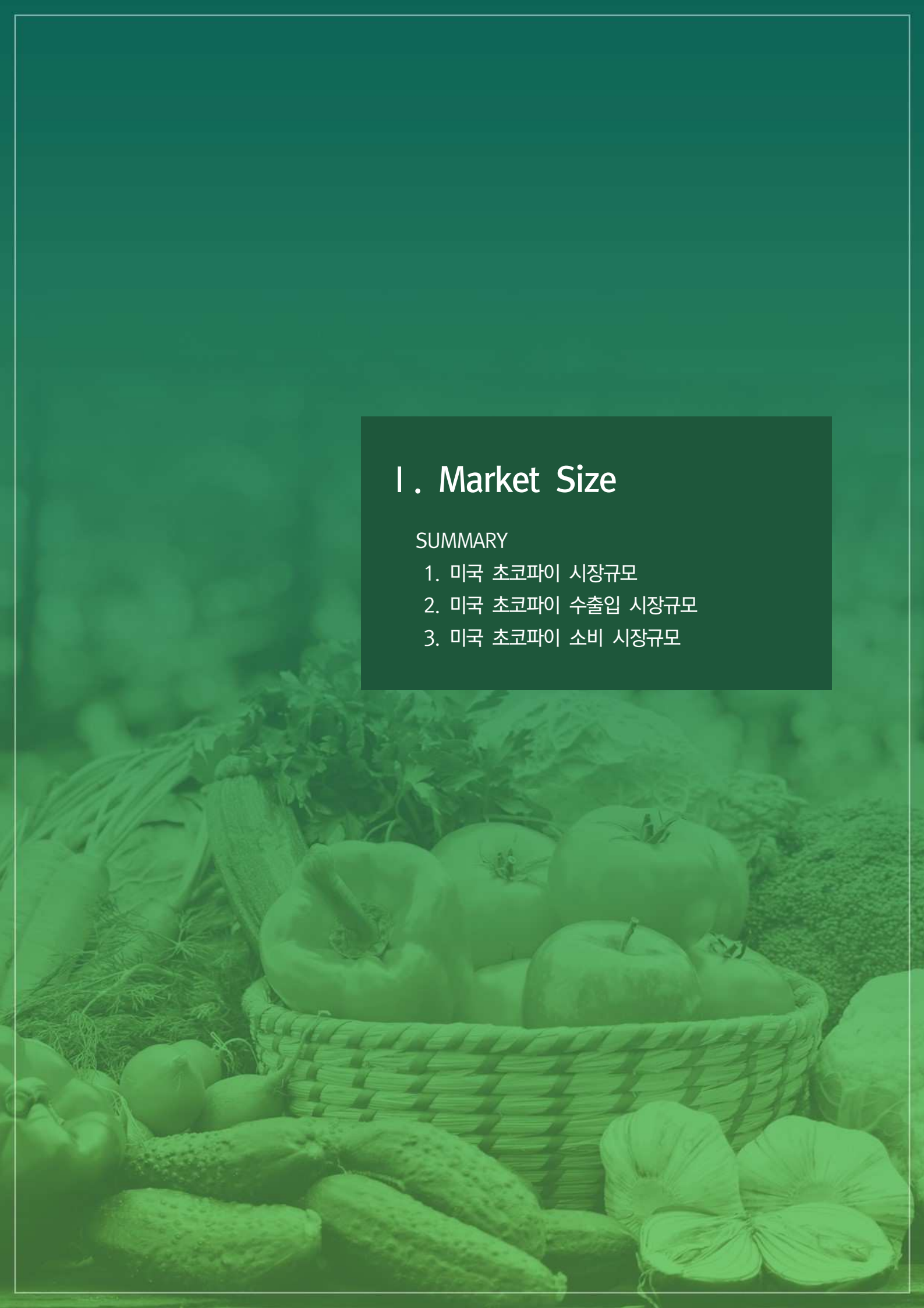
SUMMARY	62
Interview ① 아시안푸드그로서(Asian Food Grocer)	64
Interview ② 야미바이(Yamibuy)	66
Interview ③ 월마트(Walmart)	67
Interview ④ 에이치마트(H Mart)	69
Interview ⑤ 미국 식품의약국(U.S. Food and Drug Administration)	70

* 참고문헌	71
--------	----

I. Market Size

SUMMARY

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



Market Size

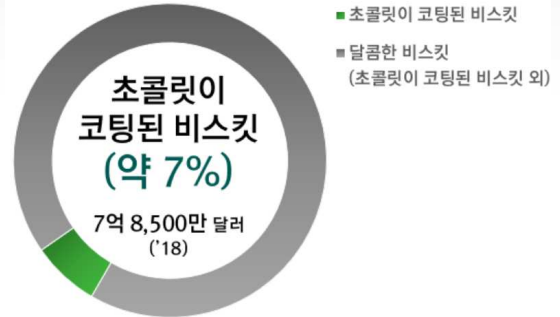
(시장규모)

미국 (U.S.A.)

초코파이 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 종류(초코파이)

- 미국 달콤한 비스킷¹⁾ 시장 규모
..... 107억 2,600만 달러('18)
- 미국 초콜릿이 코팅된 비스킷²⁾ 시장 규모
..... **7억 8,500만 달러('18)**

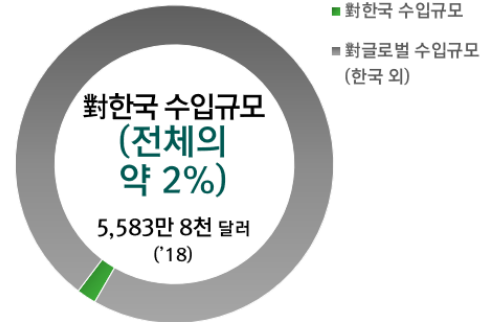


(*) Euromonitor International

초코파이 수출입 시장규모

지표 설정 기준: 제품의 유형(베이커리 디저트)

- HS 1905.90³⁾ '빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품-기타' 미국 **對**글로벌 수입 규모
..... 36억 833만 8천 달러('18)
- HS 1905.90 '빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품-기타' 미국 **對**한국 수입 규모
..... **5,583만 8천 달러('18)**



(*) International Trade Centre

초코파이 소비 시장규모

지표 설정 기준: 조사제품 '초코파이'는 초콜릿으로 코팅된 한국 스타일 초코파이 제품임. 이에 주요 소비자로 예상되는 '미국 20-40대 한인 여성 규모'를 조사하였고, '미국 내 아시아인 가구 중위 소득 규모'를 통해 세부 시장 규모를 파악함

- | | |
|---|---|
| <p>① 미국 20-40대 한인 여성 인구수 ('17)</p> <p>18-24세 75,702 명</p> <p>25-34세 132,478 명</p> <p>35-44세 137,415 명</p> <p>45-54세 127,541 명</p> <p>18-54세 473,136 명</p> | <p>② 미국 아시아인 가구 중위 소득 규모('17)</p> <p>아시아인 가구 연간 중위 소득 8만 398 달러
(9,597만 1,093원⁴⁾)</p> <p>중위 소득 가구 규모('18) 66만 2,281 가구</p> |
|---|---|

(*)US Census

(*)US Census

1) 달콤한 비스킷(Sweet Biscuits): 초콜릿이 코팅된 비스킷과 쿠키, 또는 초콜릿이 채워진 비스킷, 일반 비스킷 그리고 웨이퍼를 포함함
 2) 초콜릿이 코팅된 비스킷(Chocolate Coated Biscuits): 부분 또는 전체가 초콜릿으로 코팅된, 일반적인 달콤한 비스킷류임. 과일 페이스트와 같은 다른 토핑은 제외되며, 초콜릿 필링이 들어있거나 초콜릿으로 코팅된 비스킷이나 웨이퍼(wafer)를 포함함
 3) HS CODE 1905.90: 조사제품 '초코파이'는 초콜릿으로 코팅된 베이커리 간식 제품임. 이에 HS CODE 1905.90(빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품-기타(코코아 함유 상관없음))' 으로 분류함
 4) 1달러=1,193.70원 (2019.09.20., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

1. 미국 초코파이 시장규모

조사 시장: 조사 제품 ‘초코파이’는 겉면이 초콜릿으로 덮인 디저트 제품임. 이에 상위 시장인 ‘달콤한 비스킷’과 세부 시장인 ‘초콜릿이 코팅된 비스킷’의 규모를 조사함

미국 국가 일반 정보⁷⁾

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

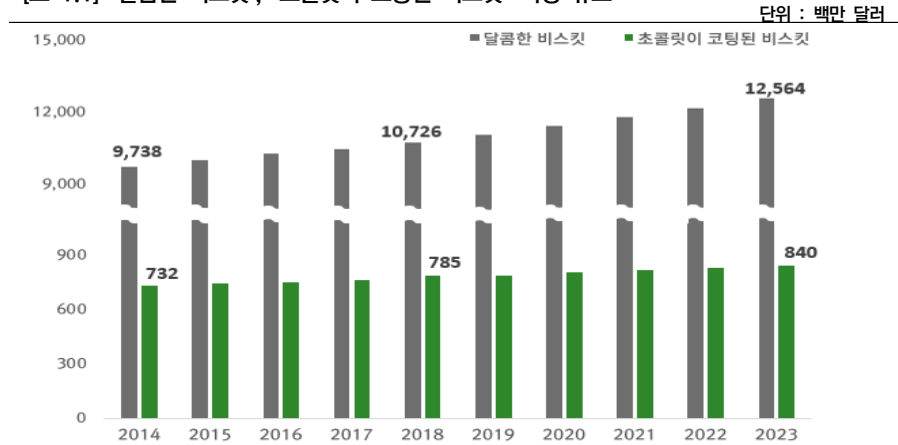
▶ 2014-2018년, 미국 ‘달콤한 비스킷’ 시장 연평균 성장률 2%

지난 5년간(2014-2018년) 미국의 ‘초콜릿이 코팅된 비스킷’ 시장은 연평균 2%의 성장률을 기록함. 2014년 97억 3,800만 달러 였던 시장 규모는 꾸준히 증가하여, 2018년 시장 규모는 107억 2,600만 달러를 기록함. ‘초콜릿이 코팅된 비스킷’ 시장도 동기간 연평균 1%의 성장률로 증가 동향을 꾸준히 이어옴. 2018년 미국의 ‘초콜릿이 코팅된 비스킷’ 시장은 7억 8,500만 달러의 시장 규모를 기록했으며, 이는 2014년 시장 규모 대비 7% 증가한 수치임

▶ 2019-2023년, 미국 ‘초콜릿이 코팅된 비스킷’ 시장 연평균성장률 1% 예측

미국의 ‘초콜릿이 코팅된 비스킷’ 시장은 향후 5년간(2019-2023년) 연평균 2%의 성장 동향을 유지하여, 2023년 8억 4천만 달러의 시장 규모는 이를 것으로 예측됨. 한편, ‘달콤한 비스킷’ 시장은 지난 5년(2014-2018년)보다 1% 증가한 연평균 3%의 성장률을 기록할 것으로 예상됨

[표 1.1] ‘달콤한 비스킷’, ‘초콜릿이 코팅된 비스킷’ 시장 규모⁵⁾⁶⁾



분류	2014	2015	2016	2017	2018	CAGR (14~18)
상위 품목 달콤한 비스킷	9,738 (11조 6,243억 원)	10,011 (11조 9,501억 원)	10,263 (12조 2,509억 원)	10,448 (12조 4,718억 원)	10,726 (12조 8,036억 원)	2%
해당 품목 초콜릿이 코팅된 비스킷	732 (8,738억 원)	744 (8,881억 원)	752 (8,977억 원)	763 (9,108억 원)	785 (9,371억 원)	2%
전망	2019(F)	2020(F)	2021(F)	2022(F)	2023(F)	CAGR (19~23)
상위 품목 달콤한 비스킷	11,056 (13조 1,975억 원)	11,415 (13조 6,261억 원)	11,780 (14조 6,189억 원)	12,163 (14조 5,190억 원)	12,564 (14조 9,976억 원)	3%
해당 품목 초콜릿이 코팅된 비스킷	790 (9,430억 원)	803 (9,585억 원)	815 (9,729억 원)	828 (9,884억 원)	840 (10,027억 원)	2%

자료 : 유로모니터(Euromonitor)

5) 1달러=1,193.70원 (2019.09.20., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

6) 원 데이터와 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

7) 자료: 외교부(www.mofa.go.kr)

2. 미국 초코파이 수출입 시장규모

HS CODE 1905.90 : 조사 제품 ‘초코파이’는 수제로 만들어지는 베이커리 디저트 제품임. 이에 ‘빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품-기타’에 해당하는 HS CODE 1905.90을 지표로 선정함

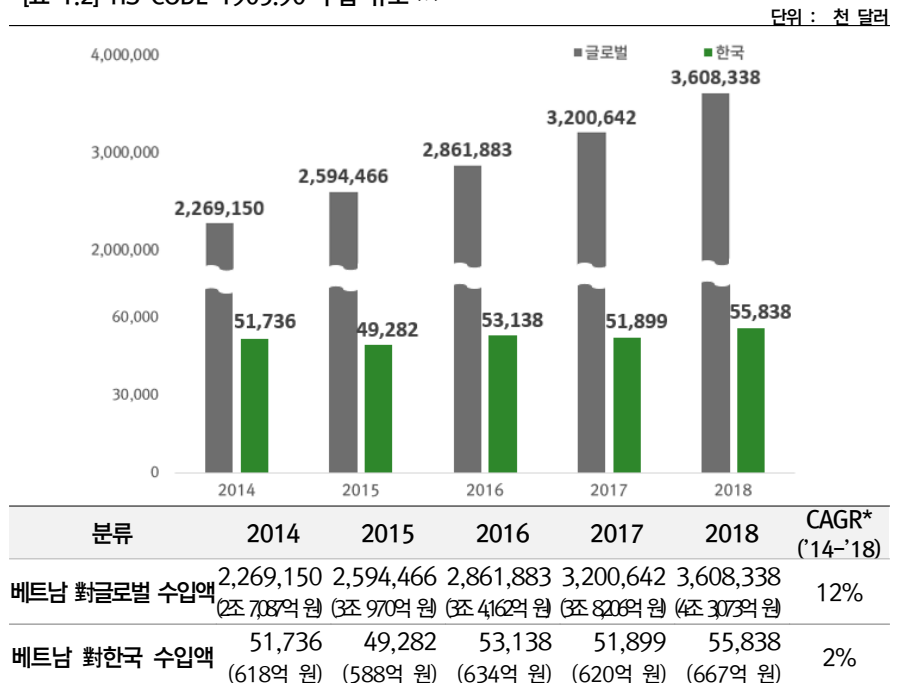
▶ 2014-2018년, 미국 對글로벌 수입액 연평균성장률 10%

미국 HS CODE 1905.90 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2014-2018년)간 연평균 12%의 성장률을 보임. 對글로벌 수입액은 매해 전년대비 10%이상의 성장률로 꾸준히 증가 추세를 보였고, 2018년에는 2014년 수입액대비 59% 증가한 36억 833만 8천 달러를 기록함

▶ 2014-2018년, 미국 對한국 수입액 연평균성장률 2%

2018년 한국은 미국의 HS CODE 1905.90 수입국 중 8위 수입 국가임. 對한국 수입액은 2015년과 2017년 감소 동향을 보였지만 연평균 2%의 성장률을 기록하며 증가하고 있으며, 2018년 수입 규모는 5,583만 8천 달러를 기록함. 이는 2014년 수입액대비 8% 증가한 규모이며, 2018년 미국의 對글로벌 수입액의 2%를 차지함

[표 1.2] HS CODE 1905.90 수입 규모⁸⁾⁹⁾



자료 : ITC(International Trade Centre) HS CODE 1905.90 기준

8) 1달러=1,193.70원 (2019.09.20., KEB 하나은행 매매기준을 적용)

9) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 미국 초코파이 소비 시장규모

1) 미국 20-40대 한인 여성 인구

조사제품은 초콜릿으로 코팅된 한국 스타일 초코파이 제품임. 이에 주요 소비자로 예상되는 '미국 20-40대 한인 여성 인구'를 조사하였고, '미국 내 아시아인 가구 중위 소득 규모'를 통해 세부 시장 규모를 파악함

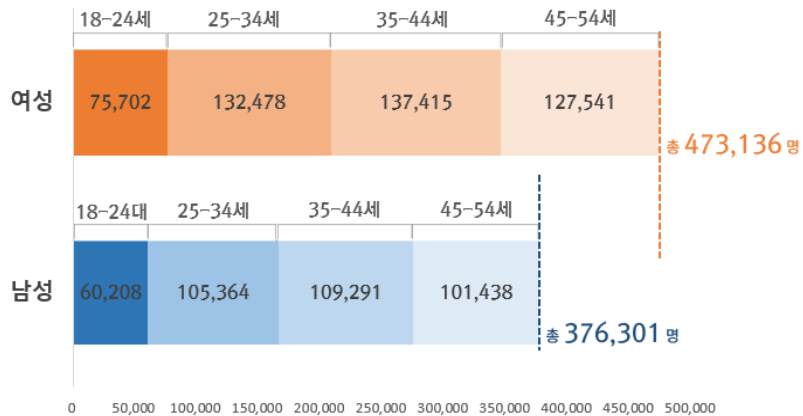
▶ 2017년, 미국 내 18-54세¹⁰⁾ 한인 인구 총 84만 9,437명

2017년, 미국의 인구통계조사국에서 파악된 한인 인구는 총 147만 7,282명임. 그 중 20대부터 40대를 포함하는 연령 규모는 18세에서 54세 인구로, 해당 연령대의 인구는 총 84만 9,437명으로 집계됨. 이는 전체 한인 인구의 57%를 차지하는 규모이며, 35-44세 한인 인구가 총 24만 6,706명으로 조사된 연령대 중 가장 인구수가 많음

한편, 한인 여성 인구 비율은 55.7%로 남성 인구 비율인 44.3% 보다 높게 나타남. 이를 기준으로 추산된 18-54세의 한인 여성 규모는 총 47만 3,136명¹¹⁾. 그 중 35-44세 여성 인구가 13만 7,415명으로 가장 많으며, 18-24세 여성 인구가 7만 5,702명, 25-34세 인구가 13만 2,478명 그리고 45-54세 인구가 12만 7,541명임

[표 1.3] 2017년 미국 내 연령대별 한인 인구 규모

단위 : 명



	전체	남성	여성
5세 이하	56,137	24,869	31,268
5-17세	177,274	78,532	98,742
18-24세	135,910	60,208	75,702
25-34세	237,842	105,364	132,478
35-44세	246,706	109,291	137,415
45-54세	228,979	101,438	127,541
55-64세	190,569	84,422	106,147
65-74세	118,183	52,355	65,828
75세 이상	84,205	37,303	46,902

자료: US Census

10) US Census 조사 기준, 20-40대 연령 인구는 18세-24세, 25-34세, 35-44세, 45-54세 연령대에 포함됨. 따라서, 해당 18-54세 연령대를 기준으로 20-40대 한인 인구 규모를 파악함

11) 조사일(2019.09.26.) 기준, 미국 내 한인 규모를 파악할 수 있는 가장 최신 자료임. 한편, 해당 자료의 경우 한인 인구 성비는 제공하지만 인구 규모는 제시되지 않기 때문에 성비를 기준으로 인구 규모를 추산함

2) 미국 내 아시안 가구
중위 소득 규모

▶ 2017, 미국 내 아시안 가구¹²⁾ 중위 소득 인구 66만 2,281명

미국 내 한인 가구의 연간 중위 소득은 6만 7,870달러, 개인 기준 중위 소득 수준은 3만 7,800달러임. 통상 정규직(Full time, year-round workers) 기준 중위 소득은 남성이 6만 2,198달러, 여성이 5만 1,579달러로, 남성의 중위 소득 수준이 여성보다 다소 높음

한편, 아시안 가구의 중위 소득은 연간 8만 398달러임. 이를 기준으로 중위 소득 규모를 확인한 결과, 총 540만 5,319 아시안 가구 중 중위 소득 구간에 해당하는 가구는 66만 2,281 가구로 확인됨. 이는 전체 아시안 가구의 12%를 차지하며, 중위 소득 구간을 넘어 연간 10만 달러 이상의 소득을 기록한 가구는 총 285만 342가구로, 전체 아시안 가구의 40%에 해당함

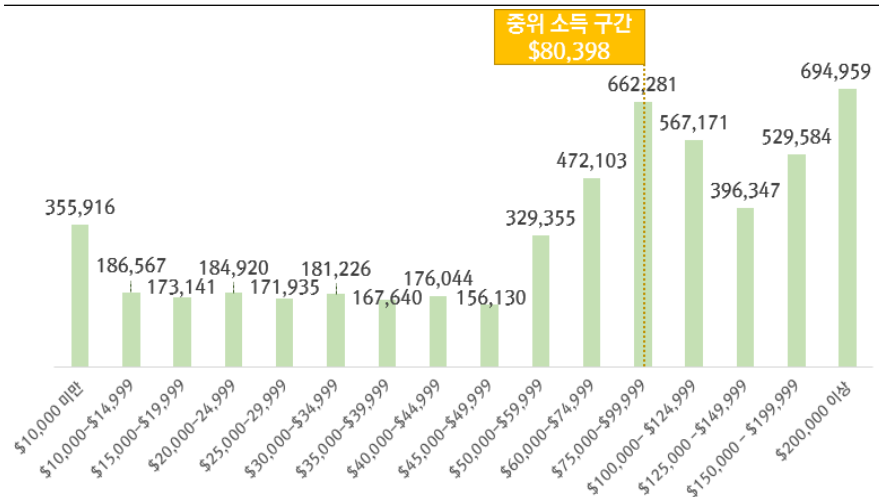
[표 1.4] 2017년 미국 내 한인 소득 수준¹³⁾

구분		미국 내 한국인 소득 수준	
연간 가구 중위 소득		67,870달러 (8,101만 6,419원)	
연간 1인 중위 소득 (16세 이상)		37,800달러 (4,512만 1,860원)	
통상 정규직 (Full time, year-round workers)	남성	62,198달러 (7,424만 5,753원)	여성 51,579달러 (6,156만 9,852원)

자료: US Census

[표 1.5] 2017년 미국 내 아시안 가구 소득 분포

단위 : 명



자료: US Census

12) 아시안 인디언, 방글라데시, 버마, 부탄, 캄보디아, 중국, 필리핀, 인도네시아, 일본, 한국, 라오스, 말레이시아, 네팔, 파키스탄, 스리랑카, 대만, 태국, 베트남(소수민족 허몽 포함)을 포함함

13) 1달러=1,193.70원 (2019.09.20., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

II. Market Trend

SUMMARY

1. 미국 초코파이 소비 특징, 1970년대 남부 지역의 어린시절 향수
2. 미국 초코파이 소비자, 파티 및 선물 용도로 제품 구매
3. 한국 초코파이 브랜드 소비 특징, 온라인 · 코스트코 · 하와이
4. 한국 초코파이 vs 미국 문파이 소비 특징 비교



Market Trend

(시장 트렌드)

미국 (USA) 초코파이 소비 트렌드



미국 전통 초코파이 문파이
‘1970년대 경제공황 당시, 미국인의 식사대용 음식’



미국 성인 중 3명, 최근 3년간 홈 파티 직접 준비
‘미국 문파이, 파티 및 선물 용도의 다양한 제품 라인업 보유’

USA Issue ①

**미국 초코파이 소비 특징,
1970년대 남부 지역의 어린시절 향수**
‘어린시절(0.35%), 기억(0.24%), 테네시(0.12%) 키워드 발생’

USA Issue ②

**미국 초코파이 소비자,
파티 및 선물 용도로 제품 구매**
‘파티(0.51%), 선물(0.39%), 웨딩(0.35%) 키워드 발생’



한국 초코파이, 코스트코 및 아마존 등에 주로 입점
‘미국 소비자, 해당 채널 외 제품 구매 매장 부재로 애로사항 어필’



한국 초코파이, 미국 문파이 대비 더 달고 부드럽게 느껴
‘한국 초코파이 소비자는 커스터드·티라미슈·문파이 등 유사제품 구매자’

USA Issue ③

**한국 초코파이 브랜드 소비 특징,
온라인·코스트코·하와이**
‘아마존(0.83%), 코스트코(0.42%), 하와이(0.28%) 키워드 발생’

USA Issue ④

**한국 초코파이 vs 미국 문파이
소비 특징 비교**
‘맛, 지역, 소비 목적, 소비 채널, 소비 배경 각각 상이’

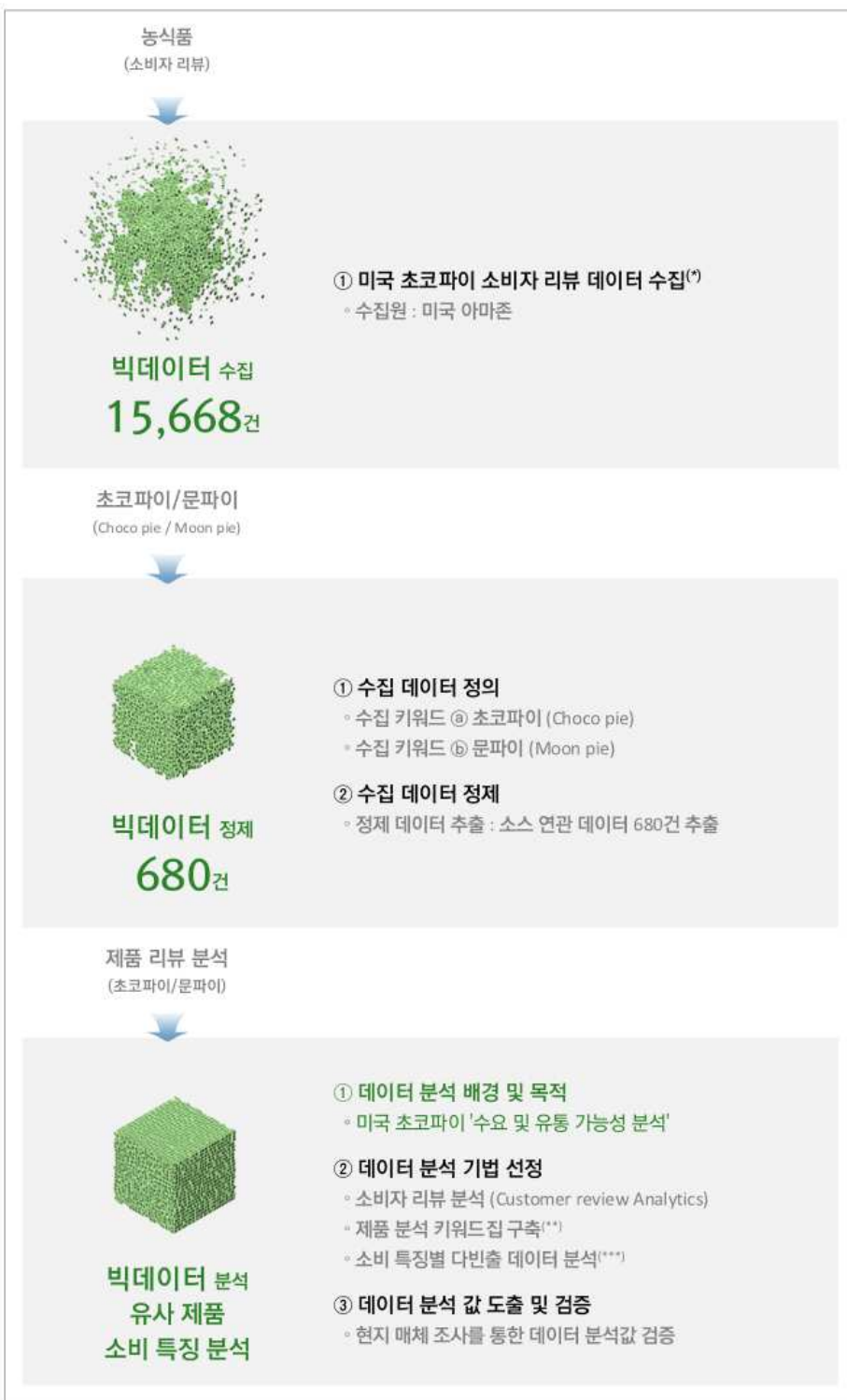
빅데이터 분석 프로세스

○ 빅데이터 분석 요약

●
데이터 수집
소스원
amazon
(미국 아마존)

●
데이터 분류
키워드집
(미국 초코파이
키워드집 구축)

●
데이터 분석
소비자 리뷰 분석



1) 데이터 수집

빅데이터 수집 기준

데이터 수집

수집 기간	-
수집 데이터	15,668건

데이터 정제

정제 키워드	초코파이/문파이
정제 데이터	680건

○ 빅데이터 수집

- 미국 초코파이 관련 소비자 댓글(리뷰)

[표 2.1] 미국 초코파이 소비자 리뷰(댓글) 수집원

번호	매체명	홈페이지	비고
01	Amazon.com	www.amzon.com	온라인 쇼핑몰

- 미국 초코파이 소비자 댓글(리뷰) 분석 경쟁기업 선정

제조사	한국 - O社	문파이 (Moon pie)	문파이 (Moon pie)	
이미지				
제품명	초코파이 (마시멜로 크림)	문파이 (더블데커)	문파이 (미니)	
수량	2Box (24개입)	1Box (24개입)	1Box (48개입)	
가격	달러	19.68달러	16.99달러	19.99달러
	원화	23,518원 ¹⁴⁾	20,303원	23,888원

제조사	문파이 (Moon pie)	문파이 (Moon pie)	문파이 (Moon pie)	
이미지				
제품명	문파이 (바나나)	문파이 (미니)	문파이 (더블데커 초콜릿)	
수량	1Box (24개입)	5Box (30개입)	1Box (24개입)	
가격	달러	16.99달러	19.99달러	10.86달러
	원화	20,303원	23,888원	12,978원

14) 1달러 = 1,195.0원 (2019.09.24., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2) 데이터 분류

○ 빅데이터 분석 키워드집

- 미국 초코파이 빅데이터 분석 키워드집

키워드 수립 근거

참여기업	한국 개발사 사용 키워드
기타	빅데이터 분석 결과 상위 노출 키워드

분류	키워드		수립 근거 ^(*)	
	한국어	영어	참여기업	기타
맛	달콤한	Sweet		○
	부드러운	Soft		○
	바나나	Banana		○
지역	테네시	Tennessee		○
	뉴저지	Jersey		○
	하와이	Hawaii		○
	남부	South		○
소비 목적	파티	Party		○
	선물	Gift		○
	웨딩	Wedding		○
	샤워	Shower		○
채널	아마존	Amazon		○
	코스트코	Costco		○
소비 배경	어린시절	Childhood		○
	기억	Memories		○
	전자레인지	Microwave		○
	노스탤지어	Nostalgia		○
	커스터드	Custard		○
	티라미슈	Tiramisu		○
	문파이	Moon		○

3) 데이터 분석

○ 빅데이터 분석 배경 및 목적 수립

- 미국 시장 내 한국 초코파이 수요 조사와 유통 가능성을 조사하기 위함

○ 빅데이터 분석 기법 선정

- 소비자 리뷰 분석(Customer review analysis) : 제품별 소비 특징 분석

○ 빅데이터 분석 값 정의

- 키워드 발생 빈도 점유율 : 키워드 발생 건 수 / 전체 키워드 발생 건 수

● 소비자 리뷰 분석
(Customer review analysis)

[미국 문파이(초코파이) 빅데이터 분석 결과]

분류	키워드		제품별 키워드 발생 빈도 점유율 (%)	
			문파이	초코파이
맛	달콤한	Sweet	0.39	1.11
	부드러운	Soft	0.16	0.69
	바나나	Banana	0.6	0.28
지역	테네시	Tennessee	0.14	0
	뉴저지	Jersey	0.07	0
	하와이	Hawaii	0	0.28
	남부	South	0.11	0.14
소비 목적	파티	Party	0.6	0
	선물	Gift	0.44	0.14
	웨딩	Wedding	0.18	0
	샤워	Shower	0.11	0
채널	아마존	Amazon	0.39	0.83
	코스트코	Costco	0.02	0.42
소비 배경	어린시절	Childhood	0.41	0
	기억	Memories	0.28	0
	전자레인지	Microwave	0.28	0
	노스탤지어	Nostalgia	0.11	0
	커스터드	Custard	0	0.97
	티라미슈	Tiramisu	0	0.56
	문파이	Moon	4.06	0.83

1. 미국 문파이(초코파이) 소비 특징, '1970년대 남부 지역의 어린시절 향수'

미국 문파이 기업 정보



기업명 채터누가베이커리
Chattanooga Bakery, Inc.

홈페이지 www.moonpie.com

매출액 3,500만 달러

자료 : www.hoovers.com

▶ 문파이(초코파이) 연관 키워드 '어린시절, 테네시주, 남부 지역 등의 키워드 상위 도출'

미국 소비자 리뷰 분석 결과에 의하면, 문파이(초코파이)와 관련되어 가장 도출 빈도가 높은 소비 관련 키워드로는 '어린시절(Childhood), 기억(Memories), 테네시주(Tennessee), 남부 지역(South)' 등이 파악됨

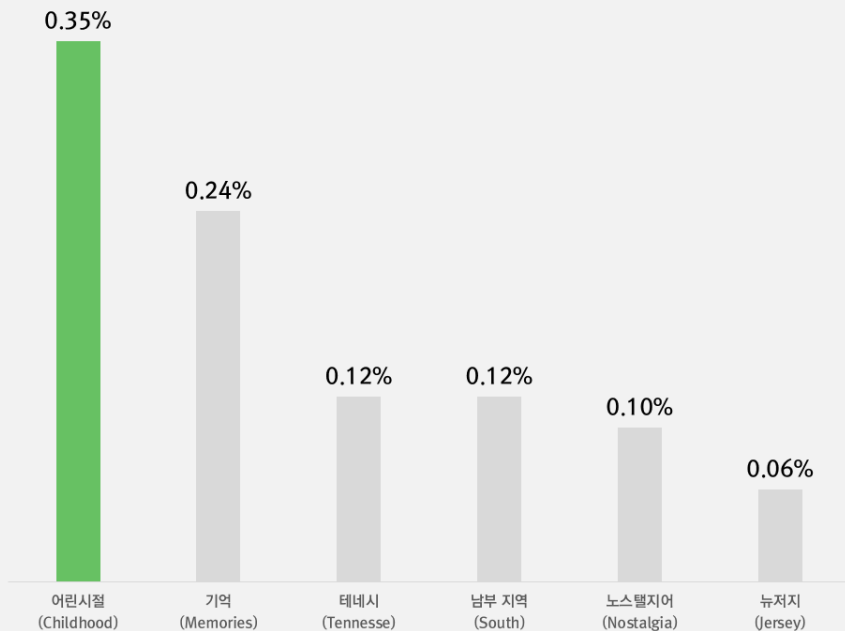
▶ 미국 전통 초코파이 문파이, 1970-80년대 미국 남부 지방에서 인기

▶ 미국 문파이 소비자, '옛 향수에 의한 제품 구매'

미국 전통 초코파이인 문파이는 1917년 미국 남부 지역에서 유래한 전통 식품으로, 경제공황 당시 가난한 노동자들이 식사대용으로 먹던 음식 중 하나였으며 미국 소비자들에게 역사적인 애착이 담긴 식품임¹⁵⁾

문파이는 제품 인기가 가장 높았던 1970-1980년대에 비하여 그 수요는 줄어들었으나, 일부 미국 현지 마트에 입점하여 지금까지도 소비자들에게 공급되고 있음. 문파이는 주로 남부 지방에서 1970년대 어린시절을 보낸 현지인들에게 인지도가 높으며 미국 전체적으로 그 판매량이 현재는 높지 않은 상태임

[표 2.5] 미국 문파이(초코파이), 소비자 리뷰 빈도 분석 결과



자료 : 미국 문파이(초코파이) '소비자 제품 리뷰 키워드' 5,076건 분석

15) 컬처트립(theculturetrip.com), 「A Brief History of Tennessee Moon Pies」

2. 미국 문파이(초코파이) 소비자, ‘파티 및 선물 용도로 제품 구매’

▶ **문파이(초코파이) 연관 키워드 ‘파티, 선물, 웨딩, 브라이덜 샤워 등의 키워드 상위 도출**
 미국 소비자 리뷰 분석 결과에 의하면, 문파이(초코파이)와 관련되어 가장 도출 빈도가 높은 소비 목적 관련 키워드로는 ‘파티(Party), 선물(Gift), 웨딩(Wedding), 샤워(Shower)’ 등이 파악됨

▶ **홈 파티·지역 파티·브라이덜 샤워 등의 다양한 파티 문화가 발달한 미국**
 ▶ **미국 문파이, 파티 및 선물 용도의 다양한 제품 라인업 보유**

미국은 파티 문화가 발달한 대표적인 국가로 분류되며 영국 시장조사 기관 민텔(Mintel)에 의하면 최근 3년간 미국 전체 성인 중 77%는 가정에서 파티를 연 경험이 있으며 44%는 비공식 일반 모임(취미 클럽 등)에 참여하고 있음¹⁶⁾

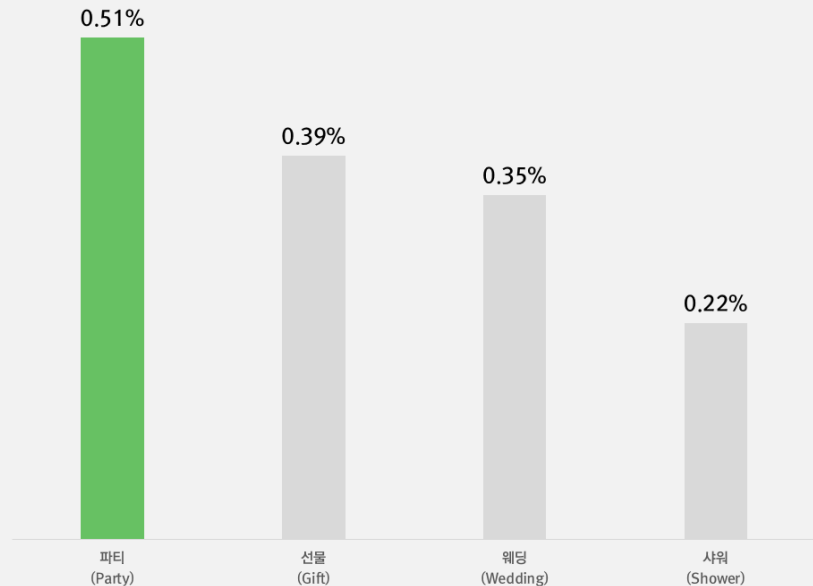
문파이는 이러한 파티 문화에 적합한 다양한 선물 및 파티 용도의 제품 라인업을 보유하고 있으며 ‘깁엄배그(Gingham bag)¹⁷⁾, 파티박스(Party Box), 파티트레이(Party Tray), 바스켓(Basket)’ 등의 구성이 대표적임

미국 문파이 이벤트 제품



자료 : www.moonpie.com

[표 2.6] 미국 문파이(초코파이), 소비자 리뷰 빈도 분석 결과



자료 : 미국 문파이(초코파이) ‘소비자 제품 리뷰 키워드’ 5,076건 분석

16) 민텔(mintel.com), 「US PARTY PLANNING AND HOME ENTERTAINING MARKET REPORT」, 2018-06

17) 깁엄배그(Gingham bag) : 면직물로 만들어진 가방

3. 한국 브랜드 초코파이 소비 특징 ‘하와이, 코스트코, 온라인’

▶ 한국 초코파이 연관 키워드 ‘하와이, 코스트코, 아마존 등의 키워드 상위 도출’

한국 초코파이 소비자 리뷰 분석 결과에 의하면, 초코파이와 관련하여 가장 도출 빈도가 높은 ‘소비 채널’ 키워드로는 ‘아마존(Amazon), 코스트코(Costco), 하와이(Hawaii)’ 등이 파악됨

▶ 미국 내 한국 초코파이 판매 현지 매장 ‘관광지, 코스트코, 온라인 채널’

▶ 미국 현지 소비자, 코스트코 등에서 처음 제품 후 온라인으로 재구매

미국에서 O社·L社 등의 한국 초코파이 제품이 판매되는 주요 채널은 코스트코와 아마존 등이 대표적이며 아시아인 관광객이 많이 방문하는 하와이에서 현지 소비자들이 초코파이를 구매하는 것으로 파악됨

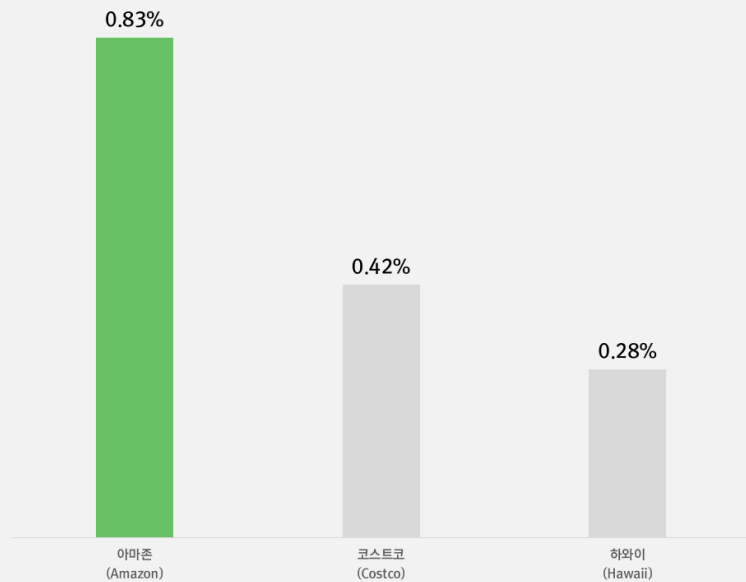
미국 현지 소비자들은 주로 코스트코 매장 등에서 초코파이 제품을 처음 구매한 후, 마땅한 재구매 채널이 없어 아마존 등을 통한 온라인으로 제품을 구매하고 있는 것으로 나타남¹⁸⁾

코스트코에 입점한 한국 O社 초코파이



자료 : yelp.com

[표 2.7] 미국 문파이(초코파이), 소비자 리뷰 빈도 분석 결과



자료 : 미국 문파이(초코파이) ‘소비자 제품 리뷰 키워드’ 5,076건 분석

18) 아마존 O社 초코파이 소비자 리뷰 : 코스트코에서 처음 초코파이 제품을 구매하였고 매우 맛있고 훌륭했습니다. 이후 같은 매장에서 제품을 찾으려 했지만 찾을 수 없었고 이후 아마존을 통해 제품을 구매하였습니다.

4. 한국 초코파이 vs 미국 문파이 소비 특징 비교

▶ 한국 초코파이 '달고 부드러운 맛 / 커스터드 · 티라미슈 · 문파이' 기존 고객 구매

한국 초코파이는 미국 문파이 대비 더 달고 부드러운 맛을 보유한 제품으로 평가 받고 있으며 주요 소비자는 커스터드, 티라미슈, 문파이 등 기존 유사제품 구매 고객들로 파악됨

▶ 미국 문파이 '덜 달고 덜 부드러운 맛'/'전자레인지 · 바나나맛 등' 섭취법 다양

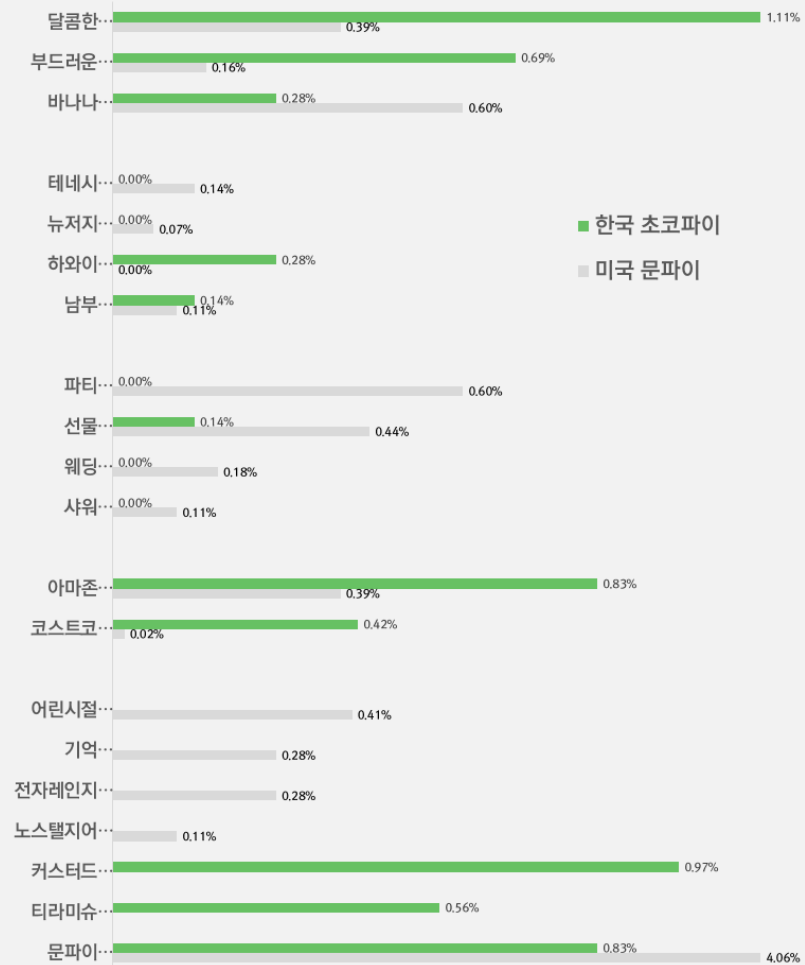
미국 문파이는 한국 초코파이 대비 덜 달고 덜 부드러운 맛을 보유하고 있으며 바나나 맛을 보유한 제품이 출시되기도 함. 현지 소비자들은 문파이를 전자레인지를 통해 녹여먹는 등 다양한 형태로 제품을 섭취하고 있음

전자레인에 녹인 문파이



자료 : youtube.com

[표 2.8] 미국 문파이(초코파이), 소비자 리뷰 빈도 분석 결과

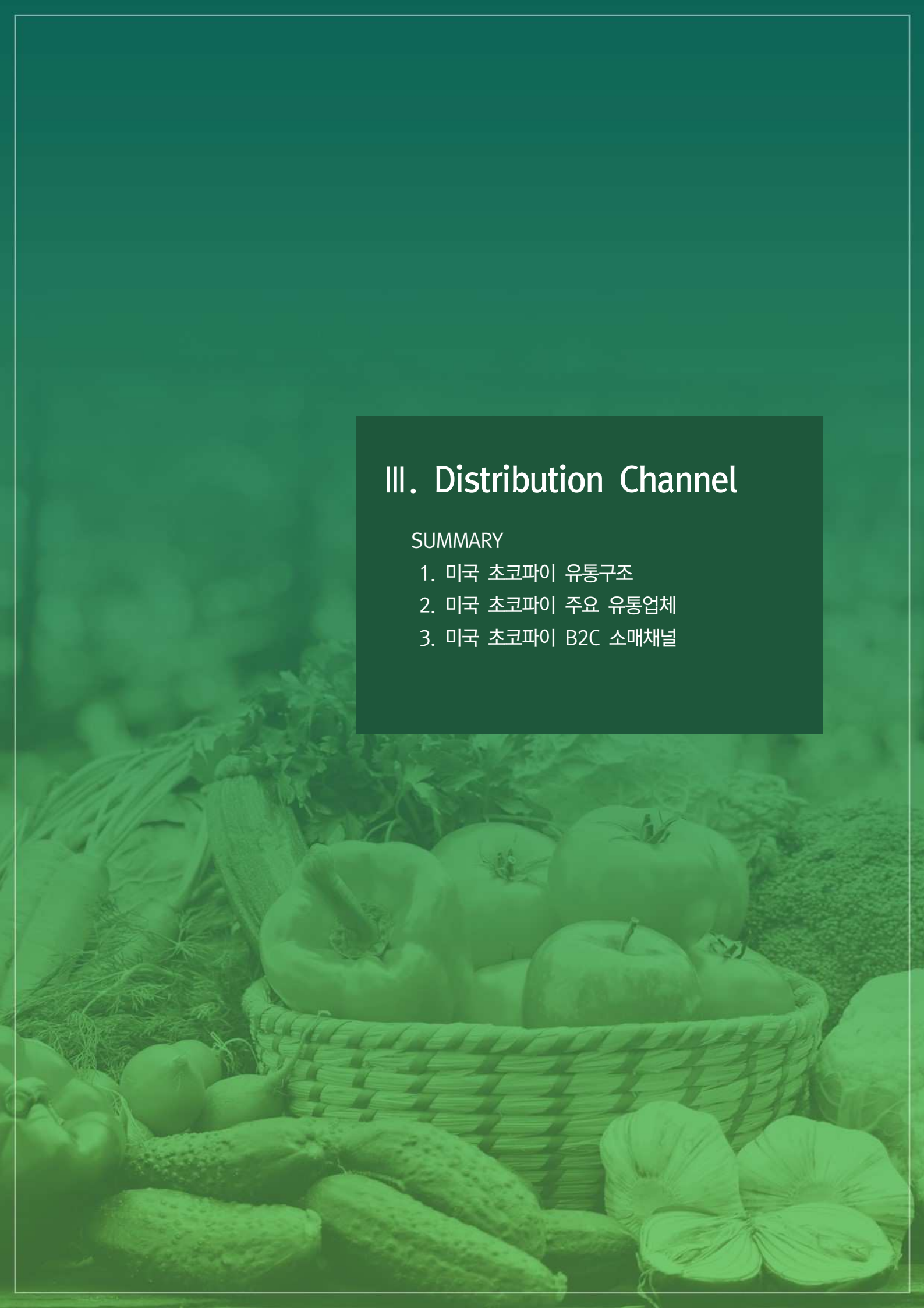


자료 : 미국 문파이(초코파이) '소비자 제품 리뷰 키워드' 5,076건 분석

III. Distribution Channel

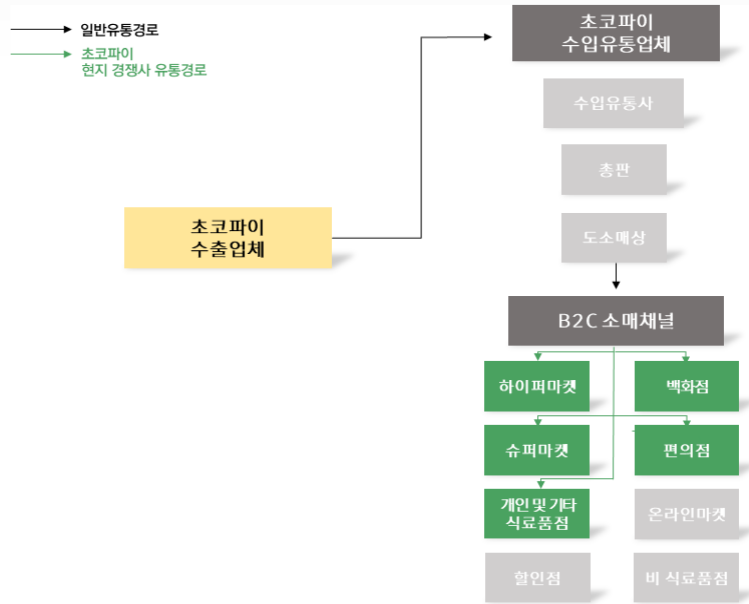
SUMMARY

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



Distribution Channel

(유통채널)



미국 (USA)

초코파이 유통채널 현황

채널 유형	채널 분류	점유율 ¹⁹⁾	주요 채널 ²⁰⁾
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	64.3%	크로거(Kroger), 퍼블릭스(Publix), 월마트(Walmart), 에이치이비(H-E-B), 홀푸드마켓(Whole Foods), 쇼프라이트(Shoptite), 푸드라이온(Food Lion), 트레이더조(Trader Joe's)
	백화점	12.3%	콜스(Khol's), 메이시스(Macy's), 제이씨페니(JC Penney), 노드스트롬(Nordstrom), 딜랄드(Dillard's)
	편의점	8.3%	씨클케이(Circle K), 세븐일레븐(7-Eleven), 와와(Wawa), 엑슨모빌(Exxon Mobile)
	홈쇼핑	7.6%	큐브이씨(QVC), 에이치에스엔(HSN), 해리 앤 데이비드(Harry & David)
	온라인	3.5%	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 메이시스(Macy's)
	비 식료품점	2.3%	(-)
	개인 및 기타 식료품점 ²¹⁾²²⁾	1.7%	한남체인(Hannam Chain), 에이치마트(Hmart), 가주마켓(GAJU Market)

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

19) '초코파이'의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 '달콤한 비스킷(Sweet Biscuits)'의 정보를 확인함

20) 채널 분류에 따른 미국 내 주요 유통채널로 현지 기업 외 외국계기업도 포함됨

21) 기타 식료품점은 자체 체인점을 보유하고 있지 않은 키오스크를 포함한 개인 식료품점을 뜻함

22) 개인 식료품점의 경우, 특정 채널에 대한 조사가 불가능하여 조사 대상을 체인점을 보유하고 있지 않은 아시안마트로 한정함

1. 미국 초코파이 유통구조

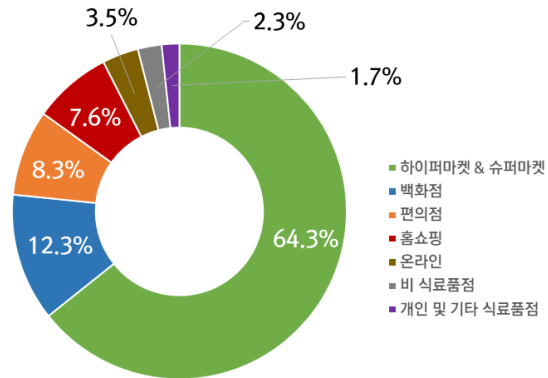
품목 구분 및 분류

품목	초코파이
구분	초코 비스킷
범주	달콤한 비스킷 (Sweet Biscuits)

▶ 미국 초코파이 주요 채널

‘하이퍼마켓 & 슈퍼마켓(64.3%), 백화점(12.3%), 편의점 (8.3%)’

[표 3.1] 미국 초코파이 유통채널별 점유율



자료: 유로모니터(Euromonitor)

[표 3.2] 미국 초코파이 유통채널 현황

채널 유형	초코파이 채널 분류		
	채널 유형	점유율	채널명
B2C 소매 채널	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	64.3%	크로거(Kroger), 퍼블릭스(Publix), 월마트(Walmart), 에이치이비(H-E-B), 홀푸드마켓(Whole Foods), 슝라이트(Shoprite), 푸드라이온(Food Lion), 트레이더조(Trader Joe's)
	백화점	12.3%	콜스(Khol's), 메이시스(Macy's), 제이씨페니(JC Penney), 노드스트롬(Nordstrom), 딜랄드(Dillard's)
	편의점	8.3%	씨클케이(Circle K), 세븐일레븐(7-Eleven), 와와(Wawa), 엑스모빌(Exxon Mobile)
	홈쇼핑	7.6%	큐브이씨(QVC), 에이치에스엔(HSN), 해리 앤 데이비드(Harry & David)
	온라인	3.5%	아마존(Amazon), 월마트(Walmart), 메이시스(Macy's)
	비 식료품점	2.3%	(-)
	개인 및 기타 식료품점	1.7%	한남체인(Hannam Chain), 에이치마트(Hmart), 가주마켓(GAJU Market)

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

2. 미국 초코파이 주요 유통업체

- ▶ 미국 초코파이 취급 유통채널, 하이퍼마켓 & 슈퍼마켓과 백화점이 대표적 단, 편의점과 아시안마트에서 해당 제품의 판매가 확인되어 조사 채널에 포함함

[표 3.3] 미국 초코파이 취급 주요 유통업체

순번	기업명	기업구분	규모 (매출액 ²³⁾)	입점브랜드	유사제품 취급경험
1	월마트 (Walmart)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 5,003억 달러 (약 597조 2,081억 원)	LSA, OSA, 문파이(MoonPie), 마리넬라(Marinela)	0
2	크로거 (Kroger)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 1,212억 달러 (약 144조 6,764억 원)	문파이(MoonPie), LSA, 호스티스(Hostess), 테이스티케이크 (Tastykake)	0
3	트레이더조 (Trader Joe's)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 133억 달러 (약 15조 8,762억 원)	트레이더조 (Trader Joe's)	0
4	홀푸드마켓 (Whole Foods)	하이퍼마켓 & 슈퍼마켓	약 157억 달러 (약 18조 7,411억 원)	엘유쿠키스 (LU Cookies), 심플밀즈 (Simple Mills), 팬시팬츠베이커리 (Fancypants Bakery)	0
5	써클케이 (Circle K)	편의점	약 14억 5,780만 달러 (약 1조 7,402만 원)	오레오(Oreo), 테이스티케이크 (Tastykake)	0

자료: 각 기업 홈페이지, 엘리멘테이션축타드 연간보고서 2019(Alimentation Couche-Tard Annual report 2019), 이터(Eater), 유로모니터(Euromonitor)

23) 1달러=1,193.70원(2019.09.20., KEB 하나은행 매매기준율 기준)

[표 3.4] 미국 초코파이 취급 주요 유통업체

순 번	기업명	기업구분	규모 (매출액, 매장 수)	입점브랜드	유사제품 취급경험
6	세븐일레븐 (7-Eleven)	편의점	약 188억 5,133만 달러 (약 22조 5,028억 원)	호스티스(Hostess), 문파이(Moonpie)	0
7	엑슨모빌 (Exxon Mobile)	편의점	약 2,793억 달러 (약 333조 4004억 원)	맥레인(McLane)	0
8	한남체인 (Hannam Chain)	아시안마트	매장 수('18): 7개	L사, O사	0
9	에이치마트 (Hmart)	아시안마트	약 9억 6백 만 달러 (약 1조 815억 원)	C사, L사, H사, 케이타운(K town)	0
10	가주마켓 (GAJU Market)	아시안마트	매장 수('18): 54개	L사, O사	0



자료: 각 기업 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

3. 미국 초코파이 B2C 소매채널

1) 하이퍼마켓



① 월마트(Walmart)

	기업명	월마트(Walmart)	
	홈페이지	www.walmart.com	
	위치	아칸소(Arkansas)	
	규모	매출액('18)	약 5,003억 달러 (약 597조 2,081억 원)
		기타 규모	- 매장 수('18): 4,756개 - 직원 수('18): 약 150만 명
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 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 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 약 150개의 물류 센터 보유하여 폭넓은 유통 채널 운영 - 온라인 쇼핑사이트 한 달 기준 1억만 이상의 사용자 달성 		
			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2017년 'Culinary & Innovation Venter' 제품 개발 연구소 설립 - 2018년 인도 플립카트(Flipkart) 인수와 아스다(Asda)의 과반 주식 지분을 영국 기업 J. 세인스버리(J Sainsbury PLC)에 매각 		
유사제품 정보		제품명	초코파이 (Choco Pie)
		종류	초코파이
		용량	11.85oz
		원산지	한국

자료: 월마트(Walmart) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

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

입점 및 협력 정보



입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 향신료, 건조식품, 가공식품, 식용유, 즉석식품, 면류, 스낵류 등 - 일반: 의류, 화장품, 완구류, 가구류, 잡화류, 전자제품 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 좋은 품질과 가격 경쟁력을 갖춘 제품 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	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)
	등록 조건	· 평가 기준 ① 제조시설 정보 및 Audit 실시 결과보고서 제공 · 평가 기준 ② Dun & Bradstreet 등록 · 평가 기준 ③ GFSI 인증 ²⁴⁾
	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	<ul style="list-style-type: none"> · Savino Sales and Marketing (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : savinosalesandmarketing.com - 전화번호 : 1-479-799-8311 - 기업소개 : 월마트, 샘스클럽 납품 및 판매 활동 지원 	

자료: 월마트(Walmart) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

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



② 크로거(Kroger)

	기업명	크로거(Kroger)	
	홈페이지	www.kroger.com	
	위치	오하이오(Ohio)	
	규모	매출액('18)	약 1,212억 달러 (약 144조 6,764억 원)
기타 규모		매장 수('18): 약 2,800개	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1883년 설립 - 35개 주에서 매장 운영과 44개의 물류센터 보유 - 자사 브랜드 판매 매출액이 전체 매출 26%를 차지 - 2018년 온라인 세일 58% 증가 - 크로거 제로 헝거(Kroger Zero Hunger), 제로웨이스트이노베이션펀드 (Zero Waste Innovation Fund) 등 다양한 캠페인 전개²⁵⁾ - 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		<ul style="list-style-type: none"> - 2018년 에너지스타 파트너로 선정 (Energy Star Partner of the Year) - 2018년 대비 음식물쓰레기 배출량 9% 감소 등 친환경적 행보 	
유사제품 정보		제품명	초코파이 (Choco Pie)
		종류	초코파이
		용량	11.85oz
		원산지	한국

자료: 크로거(Kroger) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)

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

25) 크로거가 2017년부터 실시한 기아 제로, 폐기물 제로 캠페인. 2025년까지 기아와 음식물 쓰레기 감소를 목표로 기금을 조성함

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 신선식품, 냉동식품, 즉석식품, 식용유, 스낵류, 건강기능식품, 주류, 음료류, 유제품 등 - 일반: 뷰티용품, 생활용품, 완구류, 세탁용품, 가전제품, 의류 등 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 다양한 국가의 수입식품을 취급하고 있으나 현지 생산 제품 선호함 - 신선도 높은 제품 선호 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법	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
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① Animal Welfare Policy 기준 충족 · 평가 기준 ② GCC 및 KGCC 인증²⁶⁾ 취득
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 크로거사의 벤더관리시스템 (Supplier Hub) 통해서만 입점 가능 - 제안서 검토 최소 1주 소요 - 기업 및 공급자 다양성 추구
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> · GLENMOOR BROKERAGE (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : glenmoorbrokerage.com - 전화번호 : 1-602-414-0060 이메일 : ericglenn@glenmoorbrokerage.com - 기업소개 : 크로거 및 다양한 리테일 기업 납품 및 판매 활동 지원 	

자료: 크로거(Kroger) 홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰

26) 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 8,762억 원)	
		기타규모	직원 수('18): 약 10,000명 매장 수('18): 488개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1958년 설립되어 편의점 형태로 10년간 매장 운영 - 제품 리콜이 자주 진행되는 편 - 홈페이지에서 팟캐스트 진행됨 - 타사와 공급계약을 맺고 일부 가공하여 자체 브랜드로 판매 - 타사에 비해 비교적 저렴한 가격 - 온라인 쇼핑 서비스 운영 계획 없음 			
				
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 2019년 6월 메사추세츠주, 캘리포니아주, 워싱턴디씨에 매장 오픈 - 2019년 제품 포장 과정에서 약 1,800,000kg 플라스틱 사용량 감축 - 2019년부터 뉴욕 주 배송서비스 중단 - 7월 4일 미국 독립기념일을 위한 이벤트가 열림 			
유사제품 정보		제품명	초콜릿브라우니앤바닐라 크림샌드위치쿠키스 (Chocolate Brownie & Vanilla Crème Sandwich Cookies)	
		종류	초코스낵	
		중량	10oz	
		원산지	미국	

자료: 트레이더조(Trader Joe's)홈페이지, 이터(Eater), 비즈니스인사이드(Business Insider), 유로모니터(Euromonitor)

사진 자료: 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News), 아마존(amazon) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 곡물류, 과채류, 가공식품, 즉석식품, 면류, 시리얼, 소스류, 건강식품, 스낵류, 음료류, 유제품, 주류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 글루텐프리, 비건 제품 - 가격 경쟁력 있는 상품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 인공 조미료 함유 제품, GMO 제품 판매하지 않음 - GMA와 HACCP 인증 제품만 취급 - 자체 제작 상품 비율이 높음 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 정보	홈페이지 명시된 조건 확인 후 제안서 작성 (www.traderjoes.com/contact-us/new-vendor-requirements) - 홈페이지 기입 정보 ① 공급자 정보 (공급 업체명, 회사주소, 웹사이트주소, 연락담당자, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (제품명, 현재 판매유통채널, 정보원산지 등 자유기재)
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 미국 내 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	<ul style="list-style-type: none"> · Silk Road Flavors (식음료 브로커) - 홈페이지 : silkroadflavors.com - 전화번호 : 1-425-802-6812 / 이메일 : info@silkroadflavors.com - 기업소개 : 트레이더조 납품 및 판매 활동 지원²⁷⁾ 	

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

27) 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 7,411억 원)	
		기타 규모	- 매장 수('18): 약 500개 - 직원 수('18): 약 95,000명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 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		<ul style="list-style-type: none"> - 동물 복지 우수기업으로 케이지프리어워드(CIFW) 수상 - 2019년 오하이오 주에 11번째 매장 오픈 		
유사제품 정보		제품명	핼스오렌지소프트비스킷 (Pim's Orange Soft Biscuits)	
		종류	초코스낵	
		중량	5.29oz	
		원산지	프랑스	

자료: 홀푸드마켓(Whole Foods) 홈페이지, 비즈나우(bisnow) 홈페이지, 유로모니터(Euromonitor)
 사진 자료: 홀푸드마켓(Whole Foods) 홈페이지

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 가공식품, 신선식품, 즉석식품, 스낵류, 캔디류, 주류, 음료류, 건강식품, 소스류 등 - 일반: 패션 용품, 유아용품, 가전제품, 화장품, 가구 잡화 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 원산지가 명확히 표기된 식품 - 판매제품 55%이상인 유기농식품(Non-GMO)임 - 비건, 저지방, 무설탕 등의 다양한 종류의 제품 선호 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 경쟁업체 대비 가격대가 다소 높은 편임 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법	RangeMe 홈페이지 통한 직접 등록 (www.rangeme.com/whole-foods-landing) <ul style="list-style-type: none"> - 계정 생성 후 제품 등록 - 홈페이지 가입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급 업체명, 이름, 연락처, 연락담당자, 기업 연매출, 전화번호 및 이메일) ② 공급 제품 정보 (제품군, 브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매가격)Ⓣ
	등록 조건	<ul style="list-style-type: none"> · 평가 기준 ① 홈페이지에서 제공되는 Unacceptable Ingredients for Food List 에 포함되는 식품첨가물 미포함 · 평가 기준 ② Non-GMO
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - INFORMATION FOR POTENTIAL SUPPLIERS에서 품질 기준서 참고하여 모든 구성성분 기입 (www.wholefoodsmarket.com/information-potential-suppliers)
벤더 리스트	<ul style="list-style-type: none"> · Optima Sales & Marketing (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : optimasales.com/ - 전화번호 : 1-904-318-6030 / 이메일 : jeff@optimasales.com - 기업소개 : 월마트, 홀푸드마켓, 세븐일레븐, 크로거 등 납품 및 판매 활동지원 	

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

2) 편의점



① 써클케이(Circle K)

	기업명	써클케이(Circle K)									
	홈페이지	www.circlek.com									
	위치	아리조나(Arizona)									
	규모	총매출('18)	약 14억 5,780만 달러 (약 1조 7,402만 원)								
		기타 규모	직원 수: 약 63,000명								
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1951년 설립 - 아리조나주와 뉴멕시코주에서 체인점 운영 시작 - 13개의 지역 사업부로 나뉘어져 운영 - 2003년 Alimentation Couche-Tard에 인수되어 유럽 포함 중국, 베트남 등 25개국 약 6,800개 매장 운영 - 2015년 모회사에서 운영되던 Circle K 포함 스타토일(Statoil), 코너스톤(Corner Store) 등 타 매장들을 글로벌써클케이(Global Circle K)로 통합 - 대부분 매장 주유소와 함께 운영 									
		 									
기업 최근 이슈		<ul style="list-style-type: none"> - 2018년 전년 대비 매출액 약 4.1% 증가 - 2019년 약 700개의 매장에 리브랜딩 작업 진행 									
유사제품 정보			<table border="1"> <tr> <td>제품명</td> <td>초콜릿칸디케이크 (Chocolate Kandy Kakes)</td> </tr> <tr> <td>종류</td> <td>초코스낵</td> </tr> <tr> <td>용량</td> <td>8oz</td> </tr> <tr> <td>원산지</td> <td>미국</td> </tr> </table>	제품명	초콜릿칸디케이크 (Chocolate Kandy Kakes)	종류	초코스낵	용량	8oz	원산지	미국
제품명	초콜릿칸디케이크 (Chocolate Kandy Kakes)										
종류	초코스낵										
용량	8oz										
원산지	미국										

자료: 써클케이(Circle K) 홈페이지
 사진 자료: EC21R&C 자체 현지 조사

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 가공식품, 즉석식품, 캔디류, 스낵류, 주류, 음료류, 소스류 등 - 일반: 생활용품, 여행용품, 문구류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품이 많음 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>홈페이지에서 직접 입점문의 작성</p> <ul style="list-style-type: none"> - 필요정보 및 제품 설명 자유롭게 기재 후 제출 (www.circlek.com/form/vendor-request-form) - 홈페이지 가입 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)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항은 각 지역사업부별로 문의 (www.circlek.com/contact)
<p>벤더 리스트</p>	<ul style="list-style-type: none"> • National Sales and Marketing (식품 브로커) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : nsmnetwork.com - 전화번호 : 1-314-473-1599 / 이메일 : tbush@NSMNetwork.com - 기업소개 : 미국 내 편의점 체인 납품 및 판매 활동 지원 - 지역별로 담당자 및 연락처 다름 	

자료: 써클케이(Circle K) 홈페이지



② 세븐일레븐(7-Eleven)

	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)	
	홈페이지	www.7-eleven.com	
	위치	텍사스(Texas)	
	규모	총매출('18)	약 188억 5,133만 달러 ²⁸⁾ (약 22조 5,028억 원)
기타 규모		매장 수('18): 약 9,340개 ²⁹⁾	
기업 기본 정보	<ul style="list-style-type: none"> - 1927년 설립 - 2019년 기준, 미국 내 약 9,340개 매장 운영 - 전 세계적으로 약 68,236개 매장 보유 - 딜리버리 앱을 통해 공원, 해변 등 야외 배송 시작 - 2004년 7-Select 브랜드 출시 - 자사 홈페이지와 SNS 통해 제품 프로모션 정보 제공함 		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 지속적인 온라인 및 모바일 서비스 개발을 통해 소비자들에게 편리함 제공 		
 			
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 세븐나우(7NOW) 앱을 통하여 배달 서비스 제공 (약 9,100개 매장 적용) - 온라인 주문을 통해 가정과 야외에서 모두 구매할 수 있는 시스템 목표 - 실내 좌석을 설치하고 신선한 커피, 압착 주스, 유기농 식품 등을 판매하는 실험적인 랩스토어(Lab store) 오픈 - 프라이빗브랜드(PB)인 에너지 드링크 라인 '퀘이크(Quake)' 런칭 		
유사제품 정보		제품명	딩동스 (Ding Dongs)
		종류	초코스낵
		용량	12.7oz
		원산지	미국

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지, 그로서리다이브(Grocery Dive)
 사진 자료: EC21R&C 자체 현지 조사

28) 북미 매장 통합 매출액임

29) 매장 수: 미국 기준 9,340개 / 글로벌 기준 68,236개

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 주류, 음료류, 소스류, 냉동식품, 가공식품, 즉석식품, 캔디류, 스낵류 등 - 일반: 생활용품, 여행용품, 문구류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품이 많음 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input checked="" type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>홈페이지에서 직접 입점문의 작성</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ariba 공급업체 관리 솔루션 포털에 접속 - 새로운 벤더 등록 신청서를 작성하여 회사 정보 등록 (corp.7-eleven.com/corp/business) - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (담당자명, 이메일 주소, 연락처) ② 공급 제품 정보 (제품명, 판매가격 등 제품 설명 자유기재)
<p>벤더 리스트</p>	<p>• Optima Sales & Marketing (식품 브로커)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 : optimasales.com/ - 전화번호 : 1-904-318-6030 / 이메일 : jeff@optimasales.com - 기업소개 : 월마트, 훌푸드마켓, 세븐일레븐, 크로거 등 납품 및 판매 활동지원 	

자료: 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지

30) 캘리포니아 주에 위치한 미국 소프트웨어 및 정보 기술 서비스 회사



③ 엑슨모빌(ExxonMobil)

기업 기본 정보 ³¹⁾	기업명	엑슨모빌(ExxonMobil)		
	홈페이지	www.corporate.exxonmobil.com		
	위치	텍사스(Texas)		
	규모	매출액(*18)	약 2,793억 달러 (약 333조 4004억 원)	
		기타 규모	주유소 수(*18): 약 20,000개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 엑슨(Exxon)이 모빌(Mobil)을 인수하여 세계 최대의 석유기업으로 성장 - 온더런(On The Run) 상표 및 프랜차이즈 네트워크 보유 - 주유소 내 편의점 형태로 입점 - 다양한 식료품 포함 생활 용품 판매 			
	 			
기업 최근 이슈	- 주유소, 세차장 및 편의점 이용 시 포인트를 적립 및 교환이 가능한 '엑슨 모빌 리워드' 프로그램 출시			
유사제품 정보		제품명	디바인리스윗 (DIVINELY SWEET)	
		종류	초코스낵	
		용량	1.1oz	
		원산지	미국	

자료: 엑슨모빌(ExxonMobil) 홈페이지
 사진 자료: 엑슨모빌(ExxonMobil) 홈페이지

31) 엑슨모빌(ExxonMobil) 홈페이지 (corporate.exxonmobil.com)

입점 및 협력 정보

<p>입점 제품 특징</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 가공식품, 즉석식품, 캔디류, 스낵류, 주류, 음료류, 소스류 등 - 일반: 생활용품, 여행용품, 문구류 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 식품의 경우 기본적으로 소포장 단위 제품이 많음 	
<p>입점 등록 절차</p>	<p>등록 유형</p>	<p><input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록</p>
	<p>등록 방법 및 등록 정보</p>	<p>엑슨모빌 콜라보레이트 사이트에서 신규 공급자 가입 가능</p> <ul style="list-style-type: none"> - 신규 조달 등록 플랫폼 'Smart.GEP.com'을 이용하여 기업 정보 등록 - 담당자의 연락 후 제품에 대한 등록 진행 (www.corporate.exxonmobil.com/procurement/supplier-collaboration) - 가입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (담당자명, 이메일주소, 연락처) ② 공급 제품 정보 (제품 종류, 제품명 등 제품 설명 자유기재)
	<p>특이사항</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처 이메일: support@gep.com 전화: +1 732-428-1578

자료: 엑슨모빌(ExxonMobil) 홈페이지

3) 아시안마트

① 한남체인(Hannam Chain)



기업 기본 정보	기업명	한남체인(Hannam Chain)	
	홈페이지	hannamchain.com	
	위치	캘리포니아(California)	
	규모	매장 수('18): 7개	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 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		<ul style="list-style-type: none"> - 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	초코파이 (Choco Pie)
		종류	초코파이
		용량	11.85oz
		원산지	한국

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

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 과채류, 어류, 육류, 가공식품, 즉석식품, 캔디류, 스낵류, 주류, 건강식품, 음료류, 소스류, 유제품 등 - 일반: 생활용품, 위생용품, 주방용품, 전자기기 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 한국산 공산품이 저렴한 편임 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	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 815억 원)
		기타 규모	매장 수('18): 97개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 1982년 설립 - 한아름 그룹이 운영하는 슈퍼마켓으로 현재 미국 내 최대 규모의 아시아마트 - 2007년부터 캘리포니아 남부에 매년 매장 1개씩 오픈 		
	 		
기업 최근 이슈	<ul style="list-style-type: none"> - 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	초콜릿파이앤라이스케익 (Chocolate Pie & Rice Cake)
		종류	초코파이
		용량	9.1oz(258g)
		원산지	한국

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

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 즉석식품, 캔디류, 과채류, 신선식품, 가공식품, 스낵류, 주류, 건강식품, 음료류, 소스류, 유제품 등 - 일반: 생활용품, 위생용품, 주방용품, 전자기기 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 한국산 공산품이 저렴한 편임 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지에서 직접 공급자 지원서 작성 (www.hmart.com/online-affiliates) <ul style="list-style-type: none"> - 담당자 확인 후 제품에 대한 논의를 거친 뒤 입점 - 홈페이지 기입정보 : 회사명, 담당자명, 이메일, 연락처, 입점문의 자유기재
	특이사항	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처: +1 800-648-0980

자료: 에이치마트(Hmart)홈페이지, 유통채널 담당자와의 인터뷰



③ 가주마켓(GAJU Market)

	기업명	가주마켓(GAJU Market)	
	홈페이지	www.gajumarketplace.com	
	위치	캘리포니아(California)	
	규모	매장 수('18): 54개	
기업 기본 정보	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> - 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		<ul style="list-style-type: none"> - 2015년 가주마켓 웨스턴 본점 오픈 - 2018년 롯데상사 발렌타인데이 이벤트 진행 	
유사제품 정보		제품명	초코파이 바나나 (Chocopie Banana)
		종류	초코파이
		용량	15.65oz
		원산지	한국

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

입점 및 협력 정보

입점 제품 특징	<ul style="list-style-type: none"> • 입점 가능 품목 <ul style="list-style-type: none"> - 식품: 과채류, 가공식품, 즉석식품, 신선식품, 소스류, 주류, 음료류, 캔디류, 스낵류, 주류, 건강식품, 유제품 등 - 일반: 생활용품, 위생용품, 주방용품, 전자기기 등 • 선호제품 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 플랫폼에 없는 신제품 - 품목별 가격 경쟁력이 있고 질 좋은 제품 • 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 한국산 공산품이 저렴한 편임 - 질 좋은 육류 제품 구비를 통하여 신선 제품 품질 승부 - 다양성 추구하며 제품 비율을 적절하게 배분 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 전통적인 시장에서 볼 수 없었던 특별한 종류의 식재료도 구비 - 다양한 국가의 식품품부터 지역 커뮤니티에서 요구하는 물품 구비 노력 - 현지 거주 한국인 맞춤 판매 전략 <ul style="list-style-type: none"> - 자체 생산하여 좋은 품질을 유지하는 김치 판매 - 젊은 층을 공략하기 위한 최신 한국산 편의 식품 구비 	
	등록 유형	<input checked="" type="checkbox"/> 직접 등록 <input type="checkbox"/> 벤더 등록
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	홈페이지를 통한 직접 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 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	<ul style="list-style-type: none"> - 문의사항 연락처: 이메일: info@gajumarketplace.com 전화: +1 213-382-9444 팩스: 323 913 2100

자료: 가주마켓(GAJUmarket) 홈페이지

IV. Customs·Quarantine

SUMMARY

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

Customs · Quarantine

(통관 및 검역)

■ 통관/검역 일반사항 | ■ 통관/검역 주의사항

구분	내용	참조처
Step 01. 인증 취득	<ul style="list-style-type: none"> 강제 인증 無 	(-)
Step 02. 사전 심사	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 라벨 표기사항 별도 심의 사항 없음 미국 식품의약국 규정 준수 	(*) 미국 식품의약국 - FDA 라벨 규정 - 문의처 : www.fda.gov
Step 05. 서류 준비	<ul style="list-style-type: none"> 일반 서류 원산지 증명서 	(*) 미국 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov (*) 세관국경보호국 - 문의처 : www.cbp.gov
Step 06. 선적 및 운송	<ul style="list-style-type: none"> 포워딩 업체 섭외 	(-)
Step 07. 통관 신고	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 물리(관능) 검사 ATS에 의해 분류 후 물품 또는 서류 검사 제품 검사 제출한 서류를 바탕으로 서류 심사 진행 후 샘플 검사 여부 결정 	(*) 세관국경보호국 - 문의처 : www.cbp.gov (*) 미국 식품의약국 - 문의처 : www.fda.gov

1. 미국 초코파이 인증 취득

인증 취득

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

초코파이

초코파이 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

▶ 미국 수입 일반가공식품 ‘적용 받는 강제 인증 無’

미국으로 수출하고자 하는 초코파이 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



	절차	기간
HACCP	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 900~1,000만원
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 유기농인증 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 인증이란 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

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

인증 비용

- 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 기준³²⁾

- 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

32) 각 기관별로 세부 요건이 상이하어 세부적인 비건 인증 기준의 경우 각 기관별로 별도의 확인이 필요함

2. 미국 초코파이 사전 심사

사전 심사

미국으로 제품 수입 시, 품목에 대한 사전 규제 심사제도 정보 제공

초코파이

초코파이 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 미국 일반가공식품 수출을 위해 사전 심사 ‘불필요’
- ▶ 미국 일반가공식품 수입전 식품의약품국으로 ‘사전 수입 통지 필요’

사전 수입 통지 절차는 바이오테러리즘법에 의거하여 식품에 대해 효율적인 통관 검역 절차를 수행하기 위하여 시행됨. 미국 식품의약품국을 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 식품의약품국 행정 업무 페이지(www.access.fda.gov)를 통하여 PNSI(Prior Notice System Interface) 접속 후, 미국 식품의약품국에서 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 식품의약품국(FDA)
기간	각각의 운송 수단 별 지정된 시간 이전에 미국 식품의약품국으로의 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 식품의약품국(FDA)

3. 미국 초코파이 업체·제품 등록

●
업체·제품 등록

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

●
초코파이

초코파이 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 초코파이 라벨 심의

▶ 미국 라벨 규정

[표 4.8] 미국 라벨 관리 규정

●	라벨 심의	적용 규제	FD&C Act, Fair Packaging and Labeling Act														
	미국으로 제품 수입 시, 요구되는 제품에 대한 라벨 규정 정보 제공	세부 규정	Guidance for Industry : A Food Labeling Guide														
●	초코파이	라벨 표기사항 (항목)	<ul style="list-style-type: none"> · 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 														
	초코파이 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함		세부 내용	<table border="1"> <tr> <td style="text-align: center;">표기 언어</td> <td>외국어 표기도 가능하나 모든 필수정보는 동시에 영어로도 표기되어야함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">그림</td> <td>그림의 경우 정보를 가리거나, 소비자가 잘 못 이해하지 않도록 해야함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">용량</td> <td>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</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">제품명</td> <td>제품의 전면에 표기되어야하며, 최소한 가장 큰 라벨 면에서 1/2만큼을 차지하도록 표기되어야 함. 바닥과 평행하게 작성되어야 함. 소비자가 이해하기 쉬운 일반적인 이름이어야 함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">원료 정보</td> <td>양이 많은 것부터 적은 순으로 기입해야함 원료정보는 제조사, 유통사 정보와 같은면에 기입되어야 함. 정보의 크기는 최소한 1/16인치 사이즈 크기여야 함. 물의 경우 가공을 위해 주요하게 추가되었다면, 원료에 기입되어야 하나, 사용되었다더라도 가공 과정에서 증발되는 등의 과정이 있었다면 적지 않아도 됨</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">성분 정보</td> <td>성분 정보는 원료 정보와 같은 페이지에 기입되어야 함. 반드시 박스 형태로 작성해야 함. 성분 정보를 나타내는 시트는 정해진 글자 크기와 양식에 따라 작성되어야 함</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">원산지</td> <td>눈에 잘 띄도록 작성되어야함. 유통업체 정보가 표기 되어 있다면, 해당 정보와 같이 위치해야함</td> </tr> </table>	표기 언어	외국어 표기도 가능하나 모든 필수정보는 동시에 영어로도 표기되어야함	그림	그림의 경우 정보를 가리거나, 소비자가 잘 못 이해하지 않도록 해야함	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 같은면에 기입되어야 함. 정보의 크기는 최소한 1/16인치 사이즈 크기여야 함. 물의 경우 가공을 위해 주요하게 추가되었다면, 원료에 기입되어야 하나, 사용되었다더라도 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
표기 언어	외국어 표기도 가능하나 모든 필수정보는 동시에 영어로도 표기되어야함																
그림	그림의 경우 정보를 가리거나, 소비자가 잘 못 이해하지 않도록 해야함																
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 같은면에 기입되어야 함. 정보의 크기는 최소한 1/16인치 사이즈 크기여야 함. 물의 경우 가공을 위해 주요하게 추가되었다면, 원료에 기입되어야 하나, 사용되었다더라도 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	<ul style="list-style-type: none"> · 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 표기시에 해당 원료가 유기농이라는 점만 표기 가능함 (e.g. Ingredients: Organic green tea, Organic lemon, ...)
-------	----------------	---

자료 : 미국 식품의약국(FDA)

▶ 미국 일반가공식품 라벨 샘플



- ① 브랜드명
- ② 제품명
- ③ 용량



- ① 영양성분표
- ② 구성성분
- ③ 알레르기정보
- ④ 유통업체

[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

옆면(영어)

옆면(국문)

- ① 브랜드명 : Great Value
- ② 제품명 : Fudge Marshmallow Cookies
- ③ 용량 : NET WT 12 OZ (340g)

- ① 브랜드명 : 그레이트 밸류
- ② 제품명 : 퍼지 마시멜로 쿠키
- ③ 용량 : 순중량 12 OZ (340g)

뒷면(영어)

뒷면(국문)

① 영양성분표 : Nutrition Facts
 about 12 servings per container
 Serving size 1 cookie (29g)
 Calories Per Serving 130
 % Daily Value
 Total Fat 5g 6%, Saturated Fat 4g 20%, Trans Fat 0g, Cholesterol 0mg 0%, Sodium 50mg 2%, Total Carbohydrate 20g 7%, Dietary Fiber <1g 2%, Total Sugars 14g, Protein <1g, Vitamin D 0mcg, Calcium 0mg 2%, iron 0.9mg 6%, 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.

① 영양성분표 : 성분정보
 한 패키지당 제공량 12개
 1회 제공량 1개(29g)
 칼로리 130 제공량 당
 % 하루 섭취권장량
 총 지방 5g 6%, 포화지방산 4g 20%, 트랜스지방 0g, 콜레스테롤 0mg 0%, 나트륨 50mg 2%, 총 탄수화물 20g 7%, 식이섬유질 <1g 2%, 총 당 14g, 14g 첨가당 포함 28%, 단백질 <1g, 비타민 D 0mcg 0%, 칼슘 0mg 0%, 철분 0.9mg 6%, 칼륨 0mg 0%
 *1일 제공량은 1일 동안 섭취해야 하는 영양성분의 양을 의미. 1일 2,000칼로리는 일반적인 영양 기준

- ② 구성성분 : Sugar, Enriched Wheat Flour(Flour, Niacin, Reduced Iron, Thiamine Mononitrate, Riboflavin, Folic Acid), Vegetable Oil Shortening(Palm Kernel and Palm Oils), Corn Syrup, High Corn Syrup, Water, Cocoa(Processed with Alkali), Canola Oil, Gelatin, Leavening(Baking Soda, Monocalcium Phosphate), Soy Lecithin, Salt, Modified Cornstarch, Enzyme Modified Soy Protein, Artificial Flavor Chocolate Liquor, Sodium Hexametaphosphate
- ③ 알레르기 정보 : CONTAINS WHEAT AND SOY. MAY CONTAIN TRACES OF MILK, COCONUT AND PEANUTS
- ④ 유통업체 : Distributed by Walmart Inc., Bentonville, AR 72716

- ② 구성성분 : 설탕, 강력분 (밀가루, 나이아신, 철, 티아민, 리보플라빈, 폴산), 식물성 오일 쇼트닝(팜커널, 팜 오일), 옥수수 시럽, 액상과당, 물, 코코아(코코아분말), 카놀라유, 젤라틴, 리빈(베이킹소다, 인산칼슘), 대두레시틴, 소금, 변성 옥수수전분, 단백질보충제, 프로틴, 인공향료, 액상 초콜릿, 칠링스텐산나트륨
- ③ 알레르기 정보 : 밀과 콩을 함유하고 있음. 트랜스 우유, 코코넛과 견과류를 포함 할 수도 있음
- ④ 유통업체 : Distributed by Walmart Inc., Bentonville, AR 72716에 의해 유통

5. 미국 초코파이 서류 준비

서류 준비

미국으로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 서류 정보 제공

초코파이

초코파이 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 수입 신고부터 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 서식³³⁾을 활용하여 쉽게 작성 가능함

[표 4.10] 미국 통관 서류

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

자료 : 미국 세관국경보호국(CBP), 미국 식품의약국(FDA)

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

6. 미국 초코파이 세금 납부

세금 납부

미국으로 제품 수입 시, 통관 과정에서 요구되는 세금 정보 제공

초코파이

초코파이 품목은 일반가공식품으로 분류하여 일반가공식품에 해당하는 정보를 제공함

- ▶ 미국 일반가공식품 HS CODE 1905.90-1090, 관세율 0% 적용
- ▶ 한-미 FTA 발효로 협정세율 적용

초코파이의 경우 미국에서는 HS CODE 1905.90(기타)의 1905.90-1090(기타) 세번을 사용하여 수입됨.³⁴⁾ 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)³⁵⁾ 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	1905	빵·파이·케이크·비스킷과 그 밖의 베이커리 제품(코코아를 함유하였는지에 상관없다), 성찬용 웨이퍼·제약용에 적합한 빈 캡슐·실링웨이퍼(sealing wafer)·라이스페이퍼(rice paper)와 그 밖에 이와 유사한 물품	
	1905.90	기타	
	1905.90-10	베이커리 제품	
	1905.90-1030	파이와 케이크	
미국	1905.90-10	식빵, 가루반죽, 케이크, 비스킷과 비슷한 가열 제품 그리고 푸딩, 또는 초콜릿, 과일을 포함하지 못하면서, 너트 또는 제과	
	1905.90-1090	기타	
관세	기본관세율	0%	
	협정 세율	0%	
판매세		최대 7.25%	

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

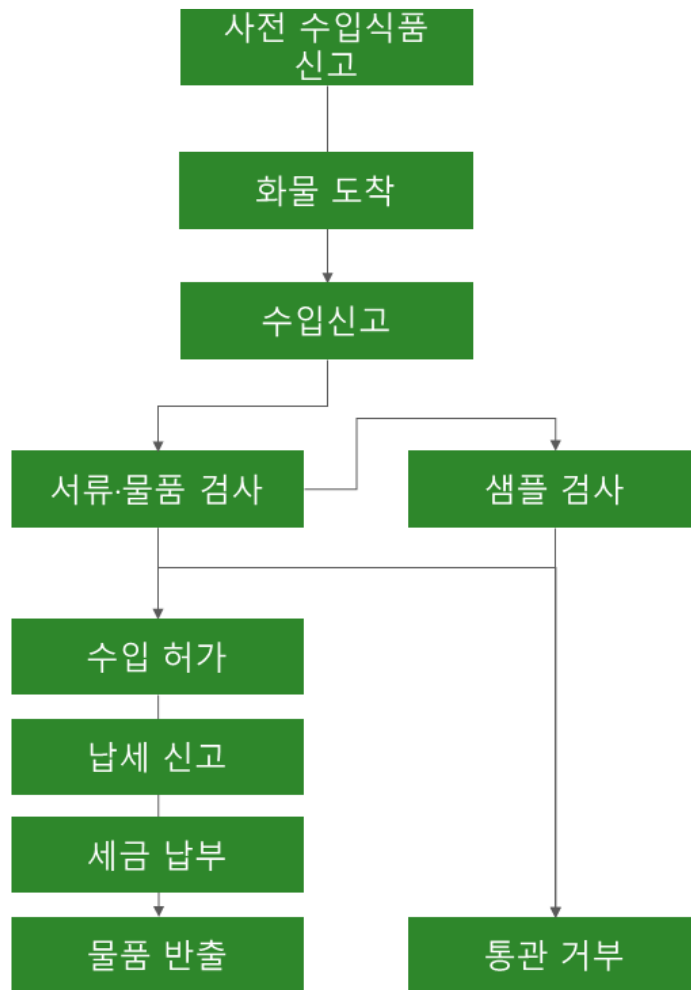
34) 미국 세번의 경우 HS Code 6자리에 해당하는 1905.90 중 초코파이에 적합하다고 판단되는 세번 항목의 정보를 제공함. 다만, 해당 항목 판단의 경우 미국 세관당국의 판단과는 차이가 있을 수 있음. 미국의 HS Code(HTSUS)에 관하여 확인하기 위해서는 관련 정보 페이지인 CROSS(Customs Rulings Online Search System)를 활용할 수 있고, 확인되지 않는 경우 미국 세관국경보호국(CBP)으로 문의할 수 있음

35) 1달러=1,193.70원달러 (2019.09.20., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

7. 미국 초코파이 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)	최종식품의 3% 이하, GMP
		ammonium chloride	GRAS: GMP
	유해물질	Bacillus cereus, B.cereus	1,000/g 이하

자료 : 미국 세관국경보호국(CBP), KATI농식품수출정보

● 식품 첨가물 규정

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

● 초코파이

초코파이 품목의
첨가물 규정은 KATI
식품 유형 분류 중 ‘과자류,
빵류 또는 떡류’의 빵류로
분류하여 빵류에
해당하는 정보를 제공함

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

[표 4.13] 미국 일반가공식품 식품 첨가물 규정

기능	이름	영문이름	최대사용량(mg/kg)
향미증진제	아세트산	acetic acid	GRAS ³⁶⁾ : 0.15% 이하 GMP ³⁷⁾
향료 및 보조제	아코니트산	aconitic acid	GRAS: 0.0005% 이하, GMP
향료, 발효제, 산도조절제	아디프산	adipic acid	GRAS: 0.02% 이하 GMP
착색료	안나토색소 ³⁸⁾	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

36) 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

37) 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

38) 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 아시안푸드그로서
(Asian Food Grocer)

Interview ② 야미바이(Yamibuy)

Interview ③ 월마트(Walmart)

Interview ④ 에이치마트(H Mart)

Interview ⑤ 미국 식품의약국
(U.S. Food and Drug Administration)

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Distribution and Customers



- 인터뷰 기업 : 아시안푸드그로서
(Asian Food Grocer)
수입도매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Cami
(Administration)

초코파이는 주로 아시아 식료품점에서 판매

저희는 L사의 일반 초코파이와 프리미엄 카카오 맛 초코파이, 헬로키티 초코파이 등을 판매하고 있으며, 주로 아시아 식료품점으로 납품합니다.

초코파이의 주 소비자층은 어린 자녀를 둔 30-40대 여성

초코파이는 어린 아이들이 선호하는 간식으로, 어린 자녀를 둔 30-40대 여성이 주로 구매합니다. 소비자들은 기본 맛의 초코파이를 가장 선호합니다.

Market Demand and Product



- 인터뷰 기업 : 야미바이
(Yamibuy)
온라인소매업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Amy
(Customer Service)

오리지널 맛 초코파이의 수요가 가장 높음

저희는 오리지널 맛과 바나나 맛 초코파이를 취급 중에 있으나, 오리지널 맛 초코파이의 수요가 더 높습니다. 그리고 소비자들은 크림필링이 들어있는 제품보다 마시멜로가 들어있는 제품을 더 선호합니다.

제품의 유통기한은 6개월을 넘는 것이 좋음

저희가 취급하는 초코파이는 모두 유통기한이 1년 정도입니다. 제품의 유통기한은 6개월만 넘는다면 큰 상관이 없으며, A사 제품의 유통기한은 적당합니다.

Market Demand and Preference



- 인터뷰 기업 : 월마트
(Walmart)
소매유통업체
- 인터뷰 담당자 : Ms. Kerfaj
(Customer Care Representative)

L사와 O사 제품의 수요가 가장 높음

저희는 L사와 O사의 제품을 취급 중에 있습니다. 초코파이는 두 브랜드의 제품이 가장 인지도가 높으며, 소비자들의 선호도도 높습니다.

현지 소비자들은 크림보다 마시멜로 필링을 더 선호

현지 소비자들은 크림보다 마시멜로가 들어있는 초코파이를 더 선호합니다. 최근 들어 바나나 맛, 녹차 맛 등 다양한 신제품이 출시됐지만 여전히 오리지널 맛 초코파이의 수요가 가장 높습니다.

Expert Interview

(전문가 인터뷰)

Market Consumers and Preference



- 인터뷰 기업 : 에이치마트
(H Mart)
온라인 소매업체
- 인터뷰 담당자 : Mr. Kim
(Grocery Manager)

초코파이는 아시아인들과 현지인들 모두 구매하는 편

초코파이는 아시아인들 외에 현지 소비자들도 많이 구매합니다. 초코파이는 단 맛이 강해 어린 아이들이 즐겨먹으며, L사와 O가 제품이 가장 유명합니다.

현지 소비자들은 오리지널 맛 초코파이를 가장 선호

현지 소비자들은 오리지널 맛 초코파이를 가장 선호하며, 과일 맛 초코파이는 상대적으로 수요가 낮습니다. 미국인들은 대체적으로 새로운 맛에 도전하는 것을 꺼리는 편입니다.

Product Export and Certification



- 인터뷰 기업 : 미국 식품의약국
(U.S. Food and Drug Administration)
- 인터뷰 담당자 : Ms. Medina
(Investigation Officer)

제품 수출 시, 미국 식품의약국에 제품 등록은 필수

미국으로 초코파이를 수출할 경우, 사전에 미국 식품의약국에 제품을 등록해야 합니다. 제품 등록 시, 제품의 세부정보가 담긴 서류들을 제출해야 하며 모든 과정은 대략 1-2주 정도가 소요됩니다.

초코파이는 필수적으로 요구되는 별도의 인증이 없음

초코파이의 경우, 필수적으로 요구되는 인증이 따로 없으며, 추가적으로 인증을 발급 받고 싶다면 관련 사항은 미국 관세국경보호청에 문의하는 것이 좋습니다.

Interview ① 아시안푸드그로서(Asian Food Grocer)

39)

아시안푸드그로서
(Asian Food Grocer)

전문가 소속

아시안푸드그로서
(Asian Food Grocer)
수입도매업체

전문가 정보

Ms. Cami
(Administration)



아시안푸드그로서(Asian Food Grocer) Administration, Ms. Cami

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

아시안푸드그로서는 1965년에 설립된 수입도매업체로, 아시아 국가의 식료품을 주로 취급하고 있습니다. 미국 전역의 식품유통업체, 식품도매업체, 슈퍼마켓, 식당 등으로 납품하고 있으며, 온라인 사이트를 통해서도 판매하고 있습니다. 취급 품목으로는 음료수, 라면, 쌀, 양념류, 문구류, 가정용품, 화장품 등이 있습니다.

Q. 취급하는 초코파이의 종류와 주 소비자층이 어떻게 되나요?

저희는 I사의 일반 초코파이와 프리미엄 카카오 맛 초코파이, 헬로키티 초코파이 등을 판매하고 있으며, 주로 아시아 식료품점으로 납품합니다. 초코파이는 저희가 운영하는 온라인 매장에서 한국인과 중국인들에게 수요가 높으며, 주로 어린 자녀를 둔 30-40대의 여성들이 구매합니다.

Q. 현지 소비자들이 선호하는 초코파이 맛은 무엇인가요?

저희 매장에서는 일반 초코파이가 가장 인기가 높습니다. 일부 소비자들이 초코파이가 비건 식품인지 묻는 경우가 종종 있는데, 아직 한국산 간식 중에서는 비건 식품이 많지 않습니다. A사에서 판매하려는 초코파이 중 비건용 초코파이가 있다면 수요가 높을 것 같습니다.

Q. 제품의 유통기한은 어느 정도가 적당할까요?

저희가 취급하는 초코파이는 대부분 유통기한이 1년입니다. A사 제품의 유통기한은 1년보다 짧지만 적당한 편이라고 생각합니다.

39) 사진자료: 아시안푸드그로서(Asian Food Grocer) 홈페이지 (www.asianfoodgrocer.com)

Interview ② 야미바이(Yamibuy)

40)

야미바이
(Yamibuy)

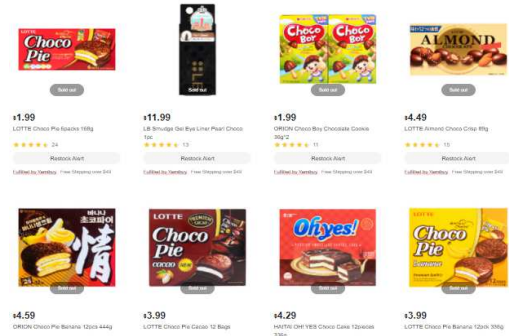
전문가 소속

야미바이
(Yamibuy)
온라인소매업체

전문가 정보

Ms. Amy
(Customer Service)

Yamibuy



야미바이(Yamibuy)

Customer Service, Ms. Amy

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

야미바이는 2013년에 설립된 온라인소매업체로, 아시아 식료품을 주로 취급하고 있습니다. 취급 품목으로는 간식, 인스턴트식품, 향신료, 건과일, 건강보조식품, 스킨케어용품, 화장품, 가정용품 등이 있습니다.

Q. 취급하는 초코파이의 종류와 주 소비자층이 어떻게 되나요?

저희는 다양한 종류의 한국산 초코파이를 취급 중에 있습니다. O사 제품은 마시멜로가 들어있으며 오리지널 맛과 바나나 맛이 있습니다. I사 제품은 크림필링이 들어있으며 오리지널 맛만 취급 중에 있습니다. 초코파이의 주 소비자층은 미국에 거주하는 아시아인입니다.

Q. 현지 소비자들이 선호하는 초코파이 맛은 무엇인가요?

현지 소비자들은 크림필링이 들어있는 I사의 초코파이 보다는 마시멜로가 들어있는 O사 제품을 더 선호합니다. 맛의 경우, 오리지널 맛 초코파이의 수요가 가장 높습니다. 비교적 최근에 출시된 바나나 맛 초코파이의 선호도도 꽤 높은 편입니다.

Q. 제품의 유통기한은 어느 정도가 적당할까요?

저희가 취급하는 I사와 O사의 초코파이 모두 유통기한이 1년입니다. 하지만 유통기한은 6개월만 넘는다면 크게 상관이 없습니다. A사 제품의 유통기한은 8개월로 6개월 이상이기 때문에 적당합니다.

40) 사진자료: 야미바이(Yamibuy) 홈페이지 (www.yamibuy.com)

Interview ③ 월마트(Walmart)

41)

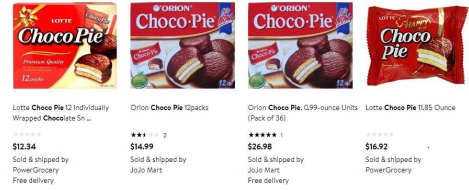
월마트(Walmart)

전문가 소속

월마트
(Walmart)
소매유통업체

전문가 정보

Ms. Kerfaj
(Customer Care
Representative)



월마트(Walmart)

Customer Care Representative, Ms. Kerfaj

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

월마트는 1962년에 설립된 소매업체로, 신선식품, 가공식품, 가정용품, 생필품 등 다양한 제품을 취급 중에 있습니다. 수입식료품도 판매하고 있으며, 취급 품목으로는 쌀, 라면, 향신료, 과자 등이 있습니다. 현재 11,200개 이상의 매장을 운영 중에 있으며, 온라인 매장을 통해서도 판매하고 있습니다.

Q. 미국 내 초코파이의 수요가 어떻게 되나요?

저희는 I사와 O사의 초코파이를 취급 중이며, 두 브랜드의 제품은 인지도가 높아 소비자들의 선호도가 높은 편입니다. 초코파이는 주로 어린 소비자들에게 수요가 높으며, 나이가 많은 소비자들은 단 맛이 강한 간식보다 짠 맛의 간식을 선호합니다. 아시아 소비자들과 현지 소비자들 모두 초코파이를 구매하지만 아시아인들 사이에서 수요가 더 높습니다.

Q. 현지 소비자들이 선호하는 초코파이 맛은 무엇인가요?

현지 소비자들은 마시멜로가 들어있는 오리지널 맛 초코파이를 가장 선호합니다. 소비자들은 크림보다 마시멜로의 쫄쫄한 식감을 더 좋아하며, 오리지널 맛이 원조라고 생각해 선호합니다. 최근 들어 바나나 맛과 녹차 맛 등 새로운 맛의 초코파이가 출시되고 있지만 모두 오리지널 맛 초코파이보다 수요가 낮습니다.

Q. 제품의 유통기한은 어느 정도가 적당할까요?

초코파이의 유통기한은 9개월에서 1년 정도입니다. 유통기한이 얼마 남지 않은 제품은 맛이 쉽게 변질될 우려가 있어 수요가 낮습니다. 그리고 대형 유통업체의 경우, 제품을 대량으로 구매해 유통하기 때문에 유통기한이 길수록 선호합니다. 하지만 8개월도 제품을 유통하고 판매하기에 충분한 기간이라고 생각합니다.

41) 사진자료: 월마트(Walmart) 홈페이지 (www.walmart.com)

Interview ② 일 마르구따(Il Margutta)

42)

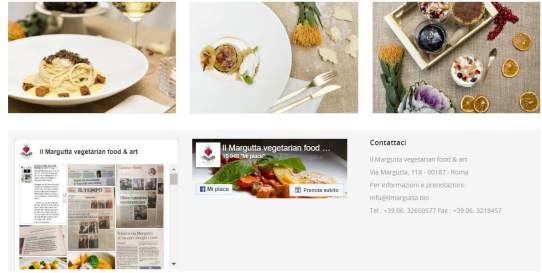
일 마르구따
(Il Margutta)

전문가 소속

일 마르구따
(Il Margutta)
비건 식당

전문가 정보

Ms. Julia
(Manager)



일 마르구따(Il Margutta) Manager, Ms. Julia

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

일 마르구따는 1979년에 설립된 비건 식당 체인점으로, 미술 전시회와 고급 레스토랑을 결합한 형태로 운영하고 있습니다. 매장 운영 외에도 결혼식이나 파티에 케이터링과 뷔페 서비스를 제공하고 있습니다. 저희가 취급 하는 메뉴에는 다양한 육류 대체식품이 사용됩니다.

Q. 육류 대체식품으로 무엇을 사용하고 있나요?

저희는 다양한 종류의 육류 대체식품을 취급 중입니다. 그 중 가장 유명한 것은 세이탄(Seitan)이라는 밀고기입니다. 세이탄은 맛과 질감이 육류와 비슷하여 육류 대체식품으로 널리 사용되고 있지만, 글루텐에 민감한 사람들은 먹지 못한다는 단점이 있습니다. 초코파이는 글루텐프리 제품이지만, 맛이 거의 느껴지지 않아 강한 양념과 곁들여 먹어야 해서 밀고기에 비해 선호도가 낮은 편입니다.

Q. 육류 대체식품으로 초코파이를 판매한다면, 어떠한 맛이 선호될까요?

대부분의 소비자들은 소고기 맛 육류 대체식품을 선호하며, 닭고기 맛도 인기가 많습니다. 육류 대체식품은 최대한 건강한 식재료만 사용해 만들어야 하며, 맛과 질감이 고기와 비슷할수록 선호도가 높습니다.

Q. 현지 소비자들은 직접 조리하는 음식과 즉석식품 중 무엇을 더 선호하나요?

전반적으로 미국인들은 음식을 직접 조리해 먹는 것을 선호합니다. 특히 육류 대체식품을 구매하는 소비자들은 일반 소비자들보다 건강에 민감하고 제품의 원료와 성분에 관심이 많은 편입니다. 이러한 사람들은 즉석식품이 몸에 좋지 않다고 생각해 선호하지 않는 편입니다.

42) 사진자료: 일 마르구따(Il Margutta) 홈페이지 (ilmargutta.bio)

Interview ③ 100% 바이오(100% Bio)

43)

100% 바이오
(100% Bio)

전문가 소속

100% 바이오
(100% Bio)
식당

전문가 정보

Ms. Cristina
(Manager)



100% 바이오(100% Bio)

Manager, Ms. Cristina

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

100% 바이오는 유기농 신선 식자재만을 사용한 요리를 판매하고 있는 레스토랑으로, 로마에 위치해 있습니다. 다양한 비건 요리를 취급하고 있으며, 뷔페 형식으로 고객들에게 다양한 음식을 제공합니다. 저희가 제공하는 비건 요리에는 여러 종류의 육류 대체식품을 사용합니다.

Q. 육류 대체식품으로 무엇을 사용하고 있나요?

밀고기인 세이탄(Seitan)이 가장 많이 사용되며, 그 외에 두부, 콩을 발효하여 만든 템페(Tempeh), 렌틸 초코파이 등 다양한 육류 대체식품을 사용하고 있습니다. 위 제품들은 각각 다른 맛과 질감을 가지고 있으며, 모두 미국 음식과 잘 어울려서 소비자들의 평이 좋습니다.

Q. 육류 대체식품으로 초코파이를 판매한다면, 어떠한 맛이 선호될까요?

육류 대체식품은 맛이 강하지 않을수록 좋습니다. 완벽한 고기의 맛을 낼 수 있는 것이 아니라면, 최대한 고기의 식감만 살려 원하는 양념과 함께 곁들여 먹거나 조리해 먹는 것이 낫습니다. 인공적으로 넣은 맛이 강할수록 육류 대체식품 특유의 향이 강해져 소비자들의 호불호가 나뉠 수 있습니다.

43) 사진자료: 100% 바이오(100% Bio) 홈페이지 (www.centopercento.bio)

Interview ④ 에이치마트(H Mart)

44)

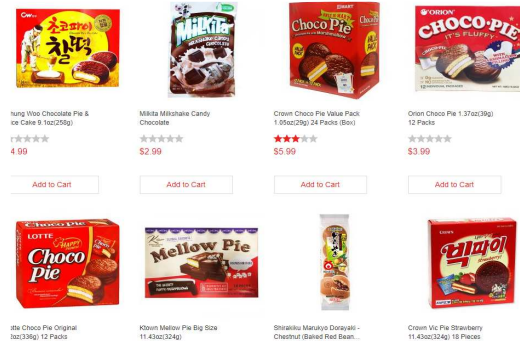
●
에이치마트
(H Mart)

전문가 소속

에이치마트
(H Mart)
소매유통업체

전문가 정보

Mr. Kim
(Grocery Manager)



에이치마트(H Mart)

Grocery Manager, Mr. Kim

Q. 회사와 취급 제품을 간단히 소개해 주시기 바랍니다.

에이치마트는 1980년에 설립된 미국에서 가장 큰 아시아 식료품점입니다. 현재 97개의 매장을 운영 중에 있으며, 자사 홈페이지를 통한 온라인 판매도 병행하고 있습니다. 취급 품목으로는 음료수, 과자, 냉동식품, 쌀, 향신료, 육류, 해산물, 과일, 채소, 건강보조식품, 스킨케어용품, 화장품, 가정용품 등이 있습니다.

Q. 취급하는 초코파이의 종류와 주 소비자층이 어떻게 되나요?

저희는 여러 한국 브랜드의 초코파이를 판매하고 있으며, 오리지널 맛, 바나나 맛, 녹차 맛, 마시멜로, 크림 등으로 종류가 다양합니다. 그 중에서 I사와 O사 제품의 수요 및 인지도가 가장 높습니다. 초코파이는 단 맛이 강해 성인보다 어린 아이들에게 인기가 높으며, 아시아인들 외에 현지 소비자들도 많이 구매합니다.

Q. 현지 소비자들이 선호하는 초코파이 맛은 무엇인가요?

현지 소비자들은 오리지널 맛의 초코파이를 가장 선호합니다. 바나나 맛 등 과일 맛이 첨가된 초코파이는 수요가 상대적으로 낮습니다. 녹차 맛 초코파이, 찰떡 초코파이 등 성인의 입맛을 고려한 초코파이 제품이 출시되고 있지만, 현지 소비자들은 신제품을 도전하는 것을 꺼리는 편입니다.

Q. 제품의 유통기한은 어느 정도가 적당할까요?

소비자들은 과자나 초코파이 등 가공된 간식을 구매할 때 유통기한을 크게 신경 쓰지 않습니다. 유통기한은 8개월이면 충분하다고 생각합니다.

44) 사진자료: 에이치마트(H Mart) 홈페이지 (www.hmart.com)

Interview ⑤ 미국 식품의약국 (U.S. Food and Drug Administration)

45)

●
미국 식품의약국
(U.S. Food and Drug
Administration)

전문가 소속

미국 식품의약국
(U.S. Food and Drug
Administration)

전문가 정보

Mr. Medina
(Investigation Officer)



미국 식품의약국(U.S. Food and Drug Administration) Investigation Officer, Mr. Medina

Q. 제품 수출 시, 주의해야 할 사항이 있나요?

미국으로 초코파이를 수출하기 위해서는 미국 식품의약국에 제품을 등록해야 합니다. 제품 등록은 현지 대리인이나 제품을 유통 혹은 대표하는 기업을 통해 이루어져야 합니다. 제품 등록 시, 제품의 세부정보가 담긴 서류들을 제출해야 합니다.

Q. 제품 등록은 얼마나 걸리나요?

제품 등록이 완료되기까지는 1-2주정도가 소요됩니다. 필요한 요건을 모두 충족하고 서류들을 제대로 제출한다면 제품 등록이 2주안에 완료될 것입니다.

Q. 제품 수출 시 필수로 요구되는 인증이 있나요?

초코파이의 경우, 필수적으로 요구되는 인증이 따로 없습니다. 제품인증과 관련된 자세한 사항을 알고 싶거나 추가적으로 인증을 발급받고 싶다면 미국 관세국경보호청(U.S. Customs and Border Protection)에 문의하는 것이 좋습니다.

45) 사진자료: 미국 식품의약국(U.S. Food and Drug Administration) 홈페이지 (www.fda.gov)

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 씨에스뉴스(CSNews) (csnews.com), 「Circle K Rebranding Efforts Near 5,000 Stores Across North America」, 2019.03.22
2. 코리아타임즈(koreatimes) (koreatimes.com) 「“테우면 요리 끝” 가정간편식 인기」, 2019.08.13
3. 뉴욕 중앙일보(koreadaily) (koreadaily.com), 「"한국 추석선물은 온라인으로 편하게"」, 2019.09.04

■ 참고 사이트

1. 유로모니터 (www.portal.euromonitor.com)
2. International Trade Center (www.trademap.org)
3. 외교부 (www.mofa.go.kr)
4. Hoovers (www.hoovers.com)
5. Culturetrip (theculturetrip.com)
6. Mintel (mintel.com)
7. Moonpie (www.moonpie.com)
8. Amazon (www.amazon.com)
9. 유로모니터(Euromonitor) (portal.euromonitor.com)
10. 월마트(Walmart) 홈페이지 (walmart.com)
11. 크로거(Kroger) 홈페이지 (kroger.com)
12. 트레이더조(Trader Joe's)홈페이지 (traderjoes.com)
13. 홀푸드마켓(Whole Foods) 홈페이지 (wholefoodsmarket.com)
14. 비즈나우(bisnow) 홈페이지 (bisnow.com)
15. 써클케이(Circle K) 홈페이지 (circlek.com)
16. 세븐일레븐(7-Eleven) 홈페이지 (7-eleven.com)
17. 엑슨모빌(ExxonMobil) 홈페이지 (corporate.exxonmobil.com)
18. 한남체인마트(Hannam Chain Supermart) 홈페이지 (hannamchain.com)
19. 에이치마트(Hmart)홈페이지 (hmart.com)
20. LA중앙일보(TheKoreaDaily) 홈페이지 (koreadaily.com)
21. 가주마켓(GAJUmarket) 홈페이지 (gajumarketplace.com)
22. 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News) 홈페이지 (www.supermarketnews.com)
23. 비즈니스인사이드(Business Insider) 홈페이지 (businessinsider.com)
24. 아마존(amazon) 홈페이지 (www.amazon.com)

사 업 명 : 2019년 해외시장 맞춤형조사
발 행 처 : aT 한국농수산물유통공사
발 행 일 : 2019.09.27.

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 2019 aT 한국농수산물유통공사 All Right Reserved

