



2021

해외시장 맞춤형조사

No. | 202111-02
품목 | 냉동면(Frozen Noodles)
HS CODE | 1902.30-1000
국가 | 미국(USA)
구분 | 시장분석형

Contents

I. 요약	04
II. 시장규모	
1. 미국 냉동면 시장규모	06
2. 미국 면류 시장점유율	07
3. 미국 냉동면 수입규모	08
4. 한국 냉동면 수출규모	09
III. 소비 제품 특징 및 이슈	
1. 미국 냉동면 시장, 퓨전 양식 스타일 요리가 시장 주도	12
2. 미국 냉동면 경쟁 브랜드는 레토르트와 냉장면, 건면 브랜드	13
3. 미국 냉동면, 경쟁 제품은 파스타/스파게티와 라이스누들	14
4. 미국 냉동면, 레토르트 타입 1인분 개별포장 패키징이 대다수	15
5. 미국 냉동면 진출 컨셉	16
IV. 유통채널 특징	
1. 미국 냉동면 유통채널 비교	18
2. 미국 냉동면 유통채널 특징	19

Contents

V. 온·오프라인 유통채널

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

VI. 진입장벽

- | | |
|----------------------|----|
| 1. 미국 냉동면 통관 및 검역 절차 | 37 |
| 2. 미국 냉동면 품질 인증 | 38 |
| 3. 미국 냉동면 라벨링 | 39 |
| 4. 미국 냉동면 성분 및 유해물질 | 45 |

VII. 수입·유통업체 인터뷰

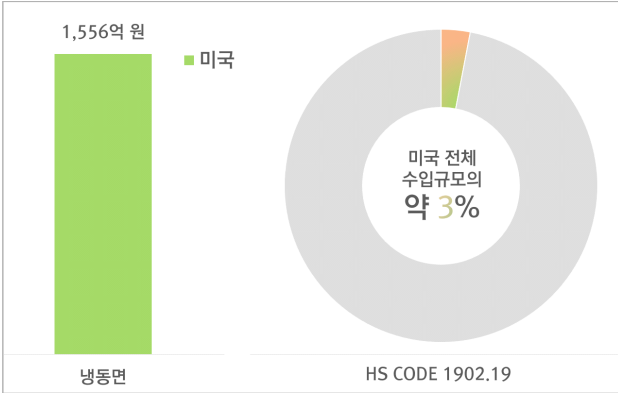
- | | |
|---|----|
| Interview ① 월마트(Walmart) | 50 |
| Interview ② 에이치마트(H Mart) | 52 |
| Interview ③ 타겟(Target) | 54 |
| Interview ④ 골든포춘USA(Golden Fortune USA) | 56 |

VIII. 시사점

- | | |
|--------|----|
| ※ 참고문헌 | 61 |
|--------|----|

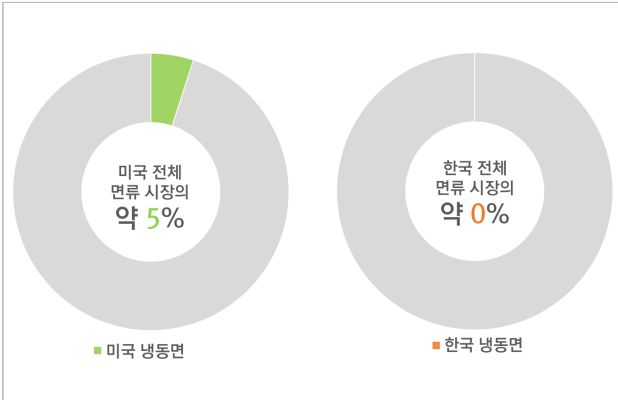
Summary

■ 수요 분석



	미국	한국
냉동면 시장규모	1,556억 원	(-)
	수입(출)액	점유율
미국 對한국 HS CODE 1902.19 수입현황	261억 원	3%
한국 對미국 HS CODE 1902.19-1000 수출 현황	154억 원	40%

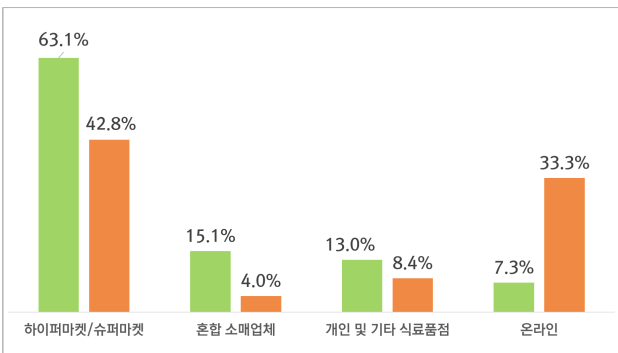
■ 시장점유율



■ 소비 특징



■ 유통채널



하이퍼마켓/슈퍼마켓	<ul style="list-style-type: none"> 주요 하이퍼/슈퍼마켓 및 할인점, 월마트, 크로거, 코스트코 등 코스트코와 월마트 매장 방문 결과 고객사 제품과 같은 대용량 플레인 냉동면은 확인되지 않음
아시안/한인마트	<ul style="list-style-type: none"> 주요 아시안/한인마트, 에이치마트, 지더블유마트, 시온마켓 등
온라인	<ul style="list-style-type: none"> 주요 온라인 도매 플랫폼 레인지미와 알리바바 알리바바 사이트 내 다수의 아시안 플레인 냉동면 확인

■ 진입장벽

인증/사전등록	필수 인증 없음, 식품 시설 등록과 수입식품 사전신고 필수
라벨링	영어 표기 필수, 한국어 병기 가능
성분/유해물질	식품첨가물/유해물질/알레르겐

■ 수입·유통업체 평가

수요	<ul style="list-style-type: none"> 플레인 냉동면류의 수요는 한정적임 B2C 소매채널에서는 수요 낮을 것이며 B2B 판매 추천
주 소비층	<ul style="list-style-type: none"> 소스 첨가된 냉동면, 한국인과 중국인이 주 소비층 최근 미국인 소비 증가 추세
향후 전망	<ul style="list-style-type: none"> 현재 시장규모는 건면이 가장 크나, 냉동면은 성장 잠재력 높고 진입장벽 낮음

■ 요약

Point 01.	<ul style="list-style-type: none"> 고객사 제품과 유사한 형태의 플레인 냉동면은 온라인, 오프라인 B2C 소매채널에서는 거의 확인되지 않음 대신 별첨 소스 및 스프가 포함된 소포장 냉동면의 경우 다수의 브랜드 제품 온라인에 판매 중
Point 02.	<ul style="list-style-type: none"> 코스트코, 월마트와 같은 대형 할인매장에서 B2C 판매가 보편적으로 이루어지는지 확인 필요. 수입유통업체 인터뷰 결과 레스토랑, 호텔 등으로의 B2B 유통을 추천함

II. 시장규모

1. 미국 냉동면 시장규모
2. 미국 면류 시장점유율
3. 미국 냉동면 수입규모
4. 한국 냉동면 수출규모

1. 미국 냉동면 시장규모

미국 국가 일반 정보¹⁾

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

▶ 미국 냉동면 시장, 최근 5년 연평균성장률 7%

미국 냉동면 시장규모는 2020년 기준 전년 대비 19% 상승한 약 1,556억 원을 기록함. 이러한 상승폭은 코로나19의 영향으로 가정에서 쉽게 조리할 수 있는 식품의 수요증가에 따른 것으로 판단됨

▶ 미국 냉동면 시장, 향후 연평균 4% 성장 전망

향후 미국 냉동면 시장은 코로나19 이전의 시장규모를 유지할 것으로 전망됨. 2021년 기준 전년 대비 13% 하락하였다가 향후 5년(2021-25년)간 연평균성장률 4%를 달성할 것으로 전망됨²⁾³⁾

[표 2.1] 미국 냉동면 시장규모⁴⁾⁵⁾

단위 : 백만 달러



자료: 유로모니터(Euromonitor)

- 1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2020
- 2) 조사시장: 조사제품 '냉동면'은 냉동보관이 가능한 면 제품으로, 스파게티면, 우동면, 소면 등 다양한 종류를 포함함. 이에 제품의 보관 형태를 기준으로 '냉동면'의 시장규모를 조사함
- 3) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Rice, Pasta and Noodles in the US」, 2020.12
- 4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 5) 1달러=1,169.60원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
- 6) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 미국 면류 시장점유율

인스턴트 면류

물을 부어 바로 먹을 수 있는 인스턴트 봉지 라면, 인스턴트 컵라면을 포함함

플레인 면류

밀가루(메밀가루, 쌀가루 등 포함), 물, 계란 등으로 만들어졌으며 일반적으로 물에 불려 볶음, 찜, 튀김, 삶기 등 다양한 방법으로 조리할 수 있음

냉장면

냉장고에 진열되어 판매되는 가공 면류를 말함. 보통 변질을 막기 위해 냉장고를 필요로 하는 제품들임

냉동면

냉동고에 진열되어 판매되는 가공 면류를 말함

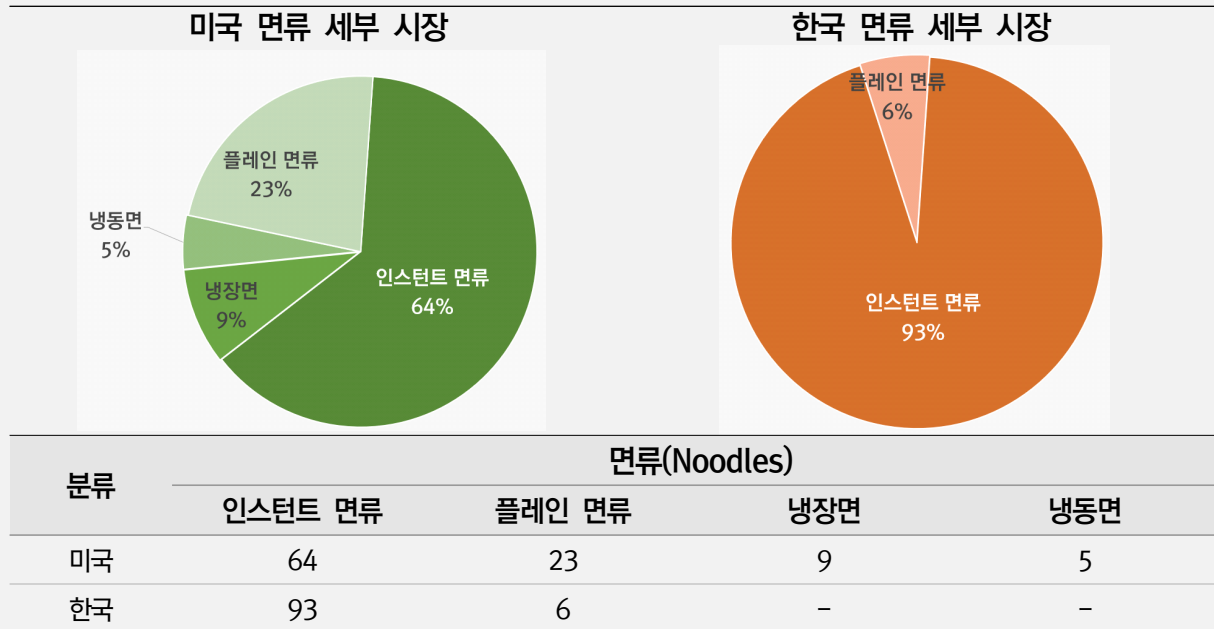
▶ 미국 ‘냉동면’, 면류 시장의 5% 차지

미국 면류(약 3.1조 원) 세부 시장과 한국 면류(약 2.8조 원) 세부 시장을 비교하였을 때, 한국에 비해 미국 시장이 보다 세분화되어 있는 것으로 나타남. 양국 모두 ‘인스턴트 면류’가 점유율 1위를 차지하였으며, ‘플레인 면류’가 그 뒤를 이은 것으로 나타남. 특히 미국은 ‘냉장면’ 및 ‘냉동면’이 각각 9%, 5%의 점유율을 보이며 어느정도 규모가 있는 시장임을 알 수 있으나, 한국은 냉장 및 냉동면 시장이 아직까지 발달하지 않아 시장규모가 집계되지 않은 것으로 나타남⁷⁾⁸⁾

미국 ‘냉동면’ 시장은 향후에도 5% 내외의 점유율을 유지할 것으로 예상됨. 한편 미국 ‘면류’ 시장 내 ‘인스턴트 면류’의 비중은 지속적으로 증가하여 2025년 기준 약 66%의 점유율을 기록할 것으로 전망됨. 반면 ‘플레인 면류’와 ‘냉장면’의 시장점유율은 다소 낮아질 것으로 전망되며, 이러한 추세는 간편하고 보관이 용이한 제품에 대한 미국 소비자들의 수요가 반영된 것으로 판단됨

[표 2.2] 2020년 미국, 한국 ‘면류(Noodles)’ 시장점유율⁹⁾

단위 : 백분율(%)



자료: 유로모니터(Euromonitor)

7) 자료: 유로모니터(Euromonitor), 「Rice, Pasta and Noodles in the US」, 2020.12

8) 유로모니터상 미국 면류 시장(약 3.1조 원)과 한국 면류 시장(약 2.8조 원)의 시장점유율을 나타냄

9) 점유율은 소수점 첫째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

3. 미국 냉동면 수입규모



HS CODE 1902.19

조사제품 '냉동면'은 '파스타 [조리한 것인지 또는 육(肉)이 나 그 밖의 물품으로 속을 채운 것인지에 상관없으며 스파게티·마카로니·누들·라자니아(lasagne)·뇨키(gnocchi)·라비올리(ravioli)·카넬로니(cannelloni) 등과 같이 그 밖의 방법으로 조제한 것을 포함한다와 쿠스쿠스(cous cous)(조제한 것인지에 상관 없다)'로 규정된 제 1902호에 속하며, '기타'에 해당하는 HS CODE 1902.19 를 지표로 선정함

▶ 미국 HS CODE 1902.19 수입액, 연평균성장률 7%

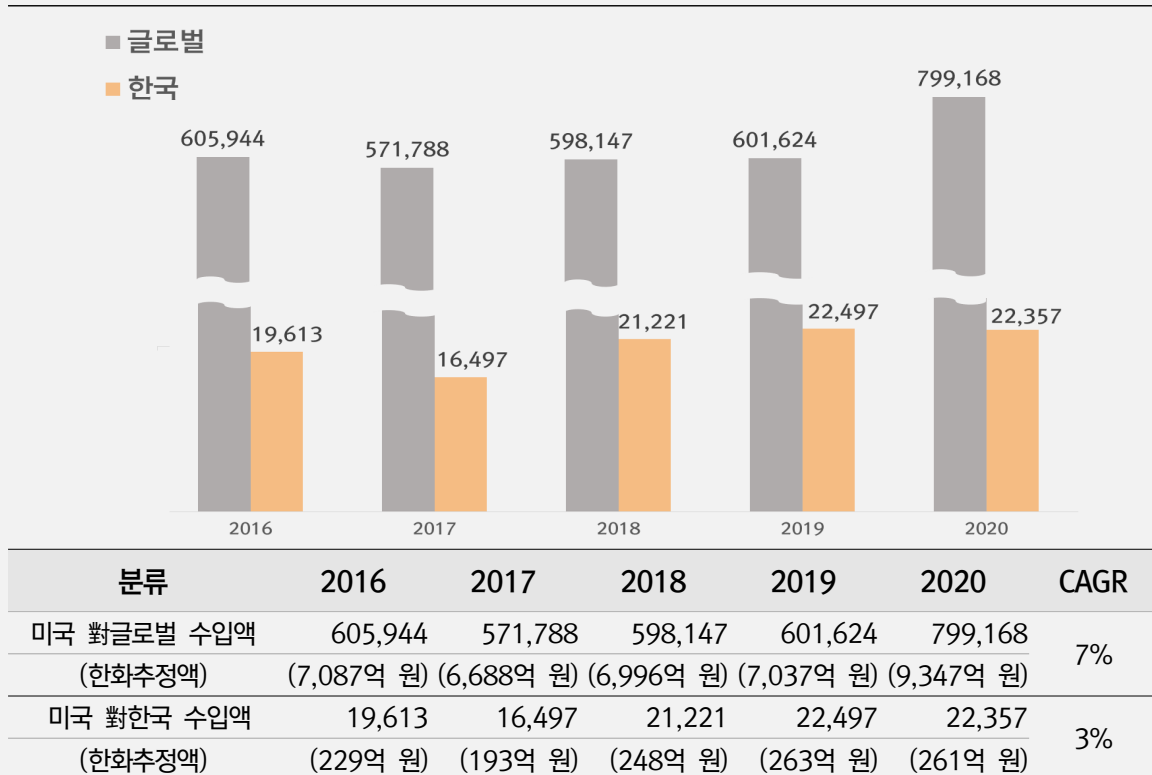
2020년 미국 HS CODE 1902.19 對글로벌 수입액은 전년 대비 33% 증가한 약 9,347억 원을 기록함. 이는 이전 4년(2016-19년)간 연평균성장률이 0%에 머무른 것과 대비되는 수치로, 2020년 수입액이 급성장한 것을 알 수 있음

▶ 미국 HS CODE 1902.19 對한국 수입액 전체 7위 규모

2020년 미국 HS CODE 1902.19 對한국 수입액은 약 261억 원을 기록하였으며, 최근 5년(2016-20년)간 연평균성장률 3%를 기록하는 등 꾸준한 성장을 보임. 對글로벌 수입액 기준 1위 국가는 이탈리아로, 2020년 약 4,715억 원을 기록하며 전체 수입액의 절반을 차지함. 이어서 캐나다(약 914억 원, 10%), 중국(약 789억 원, 8%) 순으로 이어짐

[표 2.3] 미국 HS CODE 1902.19 수입규모¹⁰⁾¹¹⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre), HS CODE 1902.19 기준

10) 자료: ITC(International Trade Centre)

11) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

4. 한국 냉동면 수출규모

● HS CODE 1902.19-1000

조사제품 '냉동면에 해당하는 HS CODE 1902.19-1000 (국수)의 한국 對글로벌, 對미국 수출규모를 통해 수출 수요를 확인함

▶ 한국 HS CODE 1902.19-1000 수출액, 연평균성장률 2%

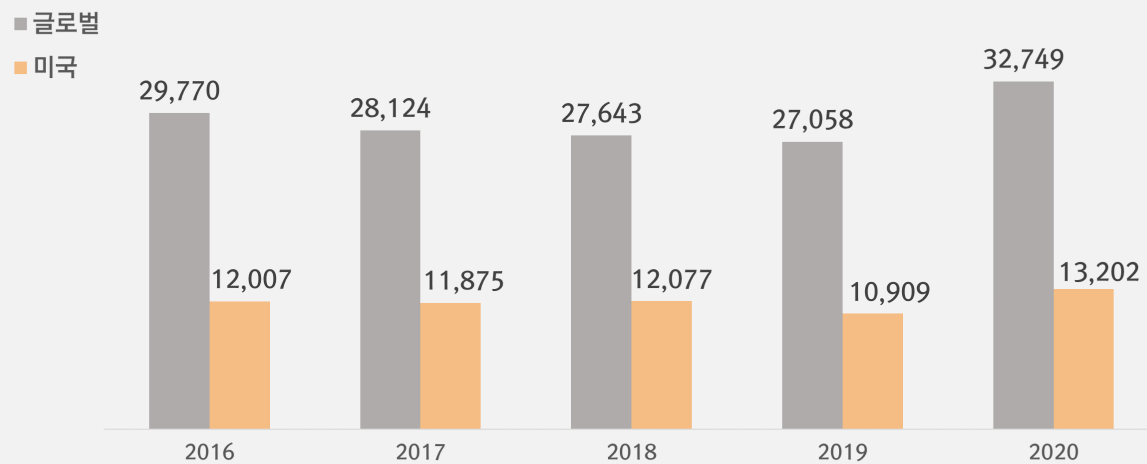
2020년 한국 HS CODE 1902.19-1000 품목의 對글로벌 수입액은 전년 대비 21% 상승한 약 383억 원을 기록함. 이전 4년(2016-19년)간 한국 HS CODE 1902.19-1000 품목의 수출액은 지속적인 감소추세를 보이다 2020년 접어들어 반등에 성공한 것으로 나타남

▶ 한국 HS CODE 1902.19-1000 對미국 수출액, 전체 1위

2020년 한국 HS CODE 1902.19-1000 품목의 對미국 수출액은 전년 대비 21% 상승한 약 154억 원을 기록함. 이는 對글로벌 수출액의 약 40%에 해당하는 규모로, 전체 1위에 해당하는 수치임. 미국에 이어 중국(약 30억 원, 8%), 홍콩(약 29억 원, 8%), 캐나다(약 26억 원, 7%) 순으로 이어짐

[표 2.4] 한국 HS CODE 1902.19-1000 수출규모¹²⁾¹³⁾

단위 : 천 달러



분류	2016	2017	2018	2019	2020	CAGR
한국 對글로벌 수출액 (한화추정액)	29,770 (348억 원)	28,124 (329억 원)	27,643 (323억 원)	27,058 (316억 원)	32,749 (383억 원)	2%
한국 對미국 수출액 (한화추정액)	12,007 (140억 원)	11,875 (139억 원)	12,077 (141억 원)	10,909 (128억 원)	13,202 (154억 원)	2%

자료 : KATI농식품수출정보, HS CODE 1902.19-1000 기준

12) 자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

13) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

Ⅲ. 소비 제품 특징 및 이슈

1. 미국 냉동면 시장, 퓨전 양식 스타일 요리가 시장 주도
2. 미국 냉동면 경쟁 브랜드는 레토르트와 냉장면, 건면 브랜드
3. 미국 냉동면, 경쟁 제품은 파스타/스파게티와 라이스누들
4. 미국 냉동면, 레토르트 타입 1인분 개별포장 패키징이 대다수
5. 미국 냉동면 진출 컨셉

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 미국 온라인매장 입점 냉동면 정보 수집

- 데이터 수집 키워드: 냉동면(frozen noodles)
- 데이터 수집량 : 427건
- 데이터 수집원 : 미국 온라인매장

▶ 미국 온라인매장 입점 냉동면 특징 분석

- 데이터 분석 항목
 - ① 국가 키워드 ② 경쟁 브랜드 ③ 제품 유형 ④ 패키징

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
국가 키워드	양식	western	176	(-)	(-)	(-)
	태국식	thai	28	(-)	(-)	(-)
	일본식	japanese	20	(-)	(-)	(-)
	중국식	chinese	8	(-)	(-)	(-)
경쟁브랜드	홀푸드마켓	whole foods market	39	심플리아시아	simply asia	5
	스토퍼즈	stouffer's	28	샤프론	saffron	4
	유호	yuho	13	스윗어스	sweet earth	4
	버즈아이	birds eye	11	다고스티노	dagostino	4
	p.f. 창	p.f. chang's	7	타이키친	thai kitchen	4
	린쿠진	lean cuisine	6	그린자이언트	green giant	3
패키징	개별 1인분	1 serving	76	벌크 6인분	6 servings in a pack	6
	벌크 4인분	4 servings in a pack	8	벌크 7인분	7 servings in a pack	6
	개별 8인분	8 packs inside	8	벌크 2.5인분	2.5 servings in a pack	4
제품 유형	파스타/스파게티	pasta/spaghetti	164	팟타이	pad thai	19
	라이스누들	rice	80	볶음면	stir fry	16
	라멘	ramen	48	페투치니	fettuccini	12
	곤약	konjac	21	소바	soba	5

1. 미국 냉동면 시장, 퓨전 양식 스타일 요리가 시장 주도

▶ 아시아인 파스타, 스파게티 등 ‘퓨전 양식’이 냉동면 시장 중심

- 파스타, 스파게티, 페투치니 키워드 총 176건 빈출되며 1위 차지
- 미국인에게 친숙하지만 이국적인 맛을 가미한 아시아인 스타일의 파스타, 스파게티가 냉동면 시장에서 인기있는 것으로 분석됨

▶ 태국요리와 일본요리는 냉동면 빈출 2,3위 인기 요리 스타일

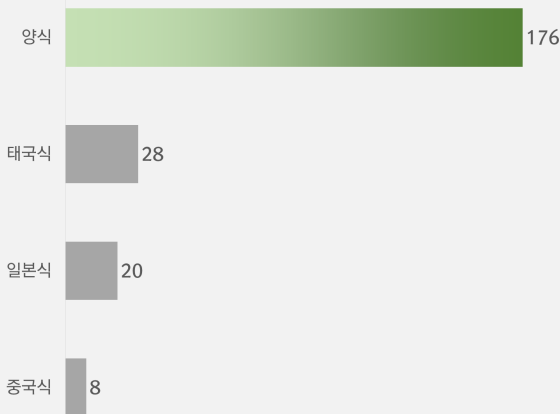
- 주로 팟타이와 같은 볶음 쌀국수 위주로 냉동면 판매가 이뤄지고 있음
- 일본요리는 라면이 있는 국물요리와 야끼소바와 같은 볶음요리가 공존

▶ 한국 스타일 냉동면 요리는 부족한 편

- 한국요리는 연관 검색 제품으로 라면과 상온 면이 있었으나, 냉동면 중에 한국 요리 제품은 나타나지 않음

1위 양식		2위 태국식		3위 일본식	
					
제품명	크리미 캐슈 누들	제품명	베지터블 팟타이	제품명	포크 소우 라멘 누들
브랜드	카시(Kashi)	브랜드	사프론 로드(Saffron Road)	브랜드	P.F. 창(P.F. Chang's)
가격	227g/\$4.91(5,742원) ¹⁴⁾	가격	283g/\$5.29(6,187원)	가격	567g/\$10.79(24,403원)

[표 3.1] 미국 냉동면 국가 관련 키워드



자료: 미국 온라인매장 판매 제품 내 ‘냉동면’ 관련 게시물 427건 분석

14) 1달러=1,169.60원 (2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 미국 냉동면 경쟁 브랜드는 레토르트와 냉장면, 건면 브랜드

▶ 홀푸드마켓, 스토퍼즈와 같은 레토르트 형태로 판매하는 브랜드

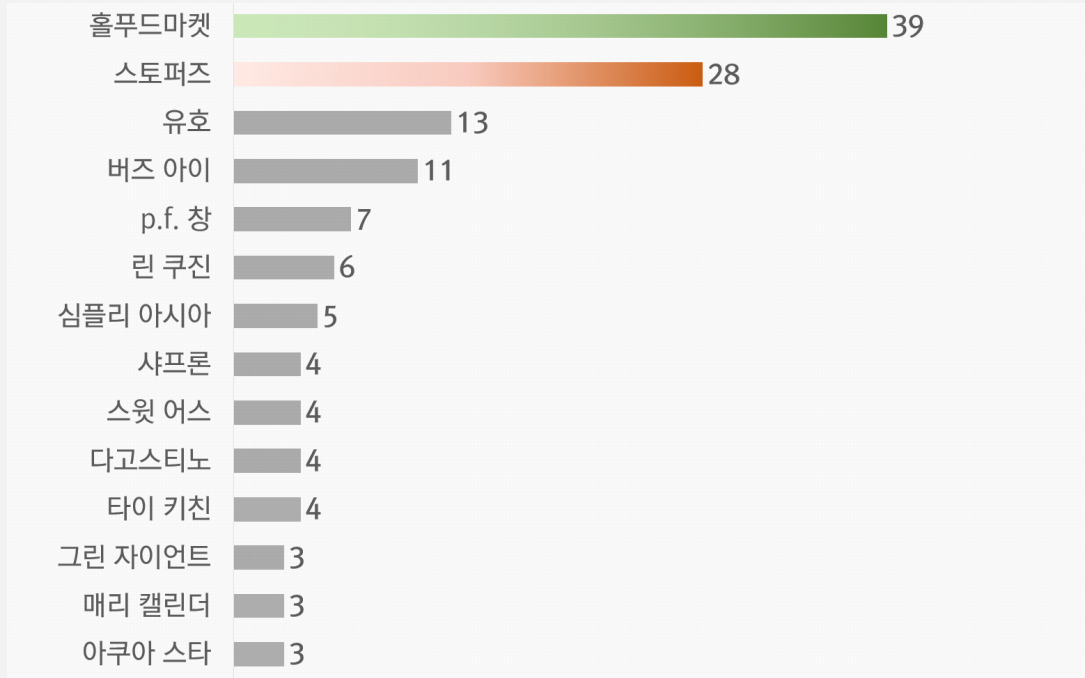
- 아마존이 인수한 홀푸드마켓의 1-2인 가구 타깃 브랜드인 ‘365 바이 홀푸드마켓’은 냉동면을 포함한 다양한 유기농 냉동 식재료 판매함
- 홀푸드마켓에 있는 다양한 냉동면 제품들을 함께 접할 수 있는 것도 강점임
- 스토퍼즈 또한 레토르트 타입의 다양한 냉동면 요리를 판매하고 있음
- 고객사 제품과 같은 플레인 냉동면은 확인되지 않음

▶ 냉장면 브랜드는 유호, 건면 브랜드는 심플리 아시아

- 유호는 곤약을 소재로한 다양한 냉장면 제품을 소포장으로 판매 중임
- 건면 브랜드로는 심플리 아시아가 가장 빈도가 높은 것으로 나타남

1위 홀푸드마켓		2위 스토퍼즈		3위 유호	
					
제품명	팟타이	제품명	튜나 누들 캐서롤	제품명	시라타키 곤약 엔젤 헤어 파스타
용량	453g	용량	340g	용량	1,520g
가격	\$4.99(5,836원)	가격	\$4.29(5,017원)	가격	\$19.99(23,380원)

[표 3.2] 미국 냉동면 브랜드 관련 키워드



자료: 미국 온라인매장 판매 제품 내 '냉동면' 관련 게시물 427건 분석

3. 미국 냉동면, 경쟁 제품은 파스타/스파게티와 라이스누들

▶ 파스타와 스파게티류가 레토르트 냉동면 경쟁제품 1위

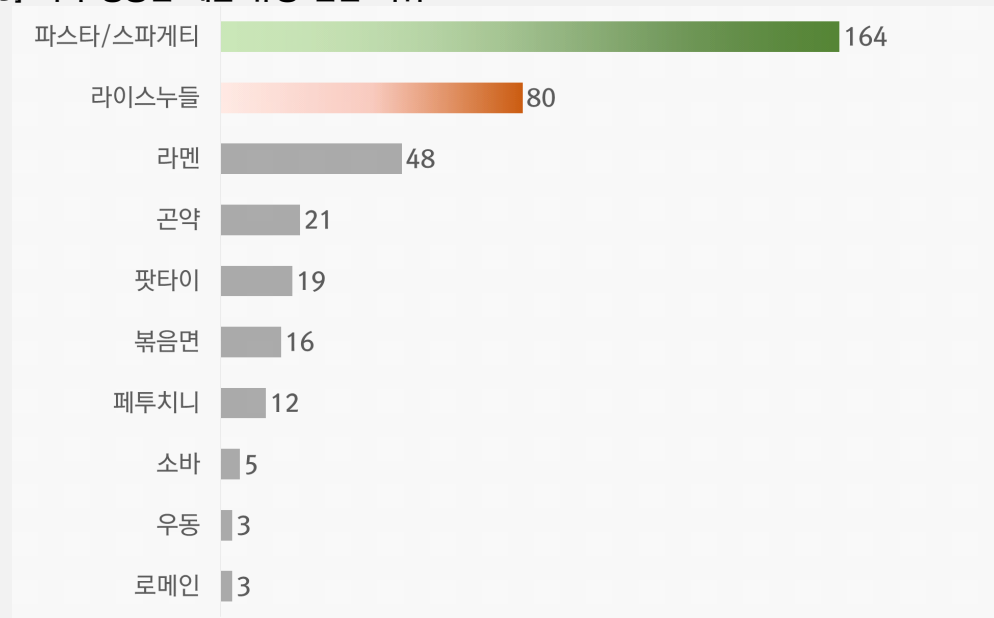
- 레토르트 냉동면 타입 중 파스타/스파게티가 164건 빈출되며 1위
- 3위는 라멘으로 미국 소비자들에게 조리방식이 낯선 만큼 레토르트 형태의 냉동 간편식이 인기를 끌고 있음

▶ 건면 중에서는 라이스 누들, 냉장면 중에서는 곤약면이 경쟁제품

- 라이스 누들은 글루텐 프리 키워드를 내세워 밀면의 경쟁 제품으로 부각되고 있음
- 곤약면 역시 비건, 낮은 칼로리, 글루텐프리 등을 내세워 밀면의 대체재로 부상하고 있음

1위 파스타/스파게티		2위 라이스 누들		3위 라멘	
					
제품명	스파게티 워드 미트 소스	제품명	볶음용 쌀국수	제품명	스파이시 치킨 미소 라멘
브랜드	스토퍼즈(STOUFFER'S)	브랜드	타이 키친 (Thai Kitchen)	브랜드	P.F. 창(P.F. Chang's)
가격	340g/\$3.19(3,731원)	가격	396g/\$24.49(28,643원)	가격	269g/\$4.79(5,602원)

[표 3.3] 미국 냉동면 제품 유형 관련 키워드



자료: 미국 온라인매장 판매 제품 내 '냉동면' 관련 게시물 427건 분석

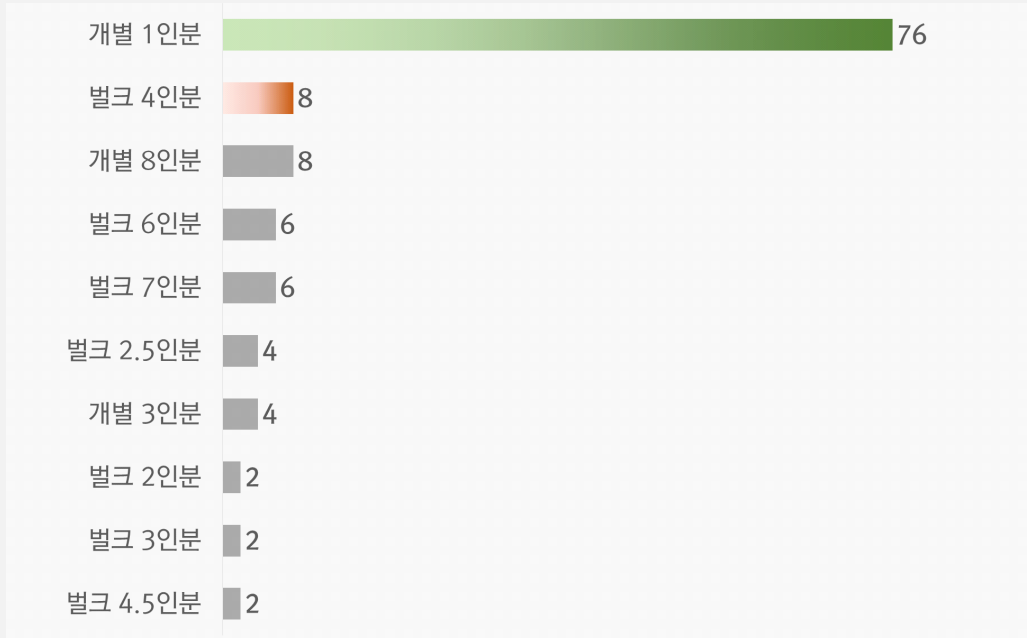
4. 미국 냉동면, 레토르트 타입 1인분 개별포장 패키징이 대다수

- ▶ 완제품으로 1인분 개별포장된 냉동면 레토르트가 대중적임
 - 용기에 담겨 전자렌지에 데워먹는 간편식 냉동면이 주류를 이룸
 - 소스와 함께 제공되기 때문에 별도의 조리가 필요 없음
 - 곤약면의 경우 냉장면으로 1인분씩 개별포장으로 판매되나, 냉동면만 개별포장으로 판매하는 제품은 없는 것으로 조사됨

- ▶ 벌크포장으로는 4인분씩 포장된 건면 패키징이 빈출됨
 - 파스타면, 태국 누들 등이 4인용 벌크로 판매되고 있음
 - 가격이 저렴해서 6인분 이상의 건면 벌크제품도 선호되는 편임

1위 개별 1인분		2위 벌크 4인분		3위 개별 8인분	
					
제품명	페투치니 위드 치킨 앤 브로콜리	제품명	오가닉 레드 라이스 팻타이 누들	제품명	오가닉 곤약 누들
브랜드	매리 캘린더 (Marie Callender's)	브랜드	익스플로어 쿠진 (Explore Cuisine)	브랜드	유호(YUHO)
가격	369g/\$3.39(3,964원)	가격	227g/\$9.49(11,099원)	가격	150gX8/\$20.99(24,549원)

[표 3.4] 미국 냉동면 패키징 관련 키워드



자료: 미국 온라인매장 판매 제품 내 '냉동면' 관련 게시물 427건 분석

5. 미국 냉동면 진출 컨셉

▶ 컨셉 ① _ 밀면의 쫄득한 식감을 극대화한 유기농 non_GMO 냉동면

- 점유율 1위 경쟁브랜드 홀푸드마켓의 유기농 이미지 벤치마킹
- 쌀면이 건강에 좋지만 식감에서 아쉬운 부분을 공략 포인트로 활용

▶ 컨셉 ② _ 글루텐, 칼로리 걱정 없이 즐길 수 있는 냉동 파스타

- 경쟁제품인 곤약면에서 강점으로 내세우는 글루텐프리, 저칼로리 활용
- 퓨전 양식의 레토르트 제품이 인기 있는 점에 착안, 건강식 이미지가 있는 한국식 파스타 컨셉으로 활용 가능

▶ 컨셉 ③ _ 건면보다 더 쫄깃하면서 한국 라면맛에 충실한 고급 라면

- 한국 제품 중에서 라면이 많이 판매되고 있다는 점에서 착안
- 한국 라면 맛을 선호하는 미국 소비자들에게 건면보다 쫄깃한 식감으로 한국 라면 맛을 그대로 즐길 수 있음을 홍보

요리스타일	경쟁브랜드	경쟁제품	결합 키워드 발생량	제품 컨셉
(-)	홀푸드마켓	라이스 누들	21건	→ [홀푸드마켓] 제품들처럼 유기농 non-GMO 밀로 만들면서, [라이스 누들]에 없는 밀면의 쫄득한 식감을 극대화한 냉동면
양식	유호	곤약	13건	→ [유호]의 [곤약면]처럼 글루텐, 칼로리 걱정 없지만 더 맛있는 냉동 [파스타]
(-)	(-)	라면	11건	→ 급속냉동으로 건면보다 더 쫄깃하고 면발이 살아있는 한국 라면맛을 그대로 재현한 냉동 [라면]
양식	스토퍼즈	(-)	9건	→ [스토퍼즈]처럼 가격이 저렴하면서 맛도 근사한 냉동면 [파스타]
태국식	(-)	볶음면	3건	→ 소스와 함께 섞어 불에 [바로 볶아] 즐길 수 있는 냉동 [팟타이]

★ 결합 키워드 발생량 : 원료(맛)/패키징/홍보문구 키워드가 동시 출현한 제품 등록 수를 의미함

IV. 유통채널 특징

1. 미국 냉동면 유통채널 비교
2. 미국 냉동면 유통채널 특징

1. 미국 냉동면 유통채널 비교

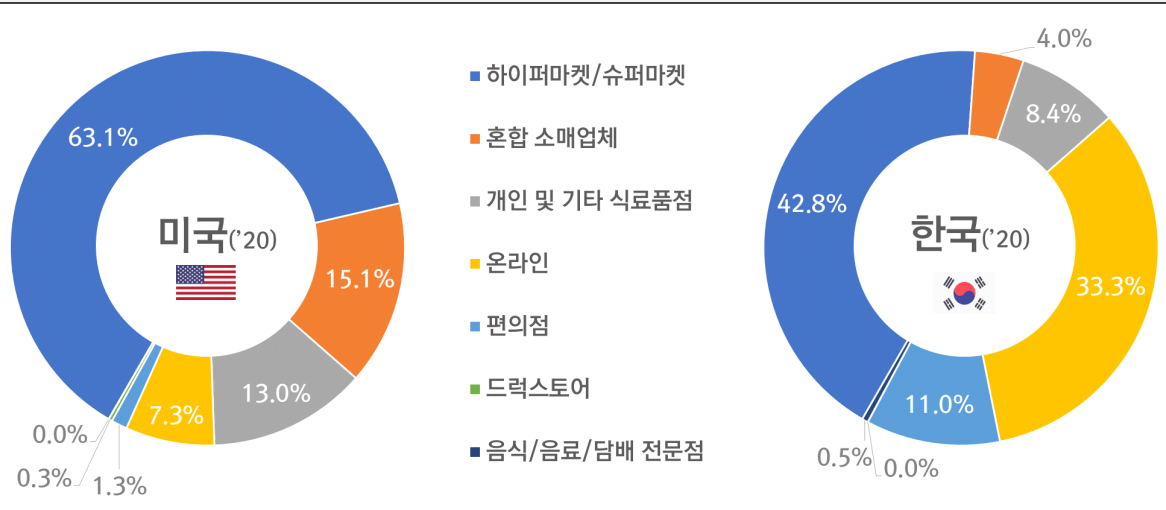
▶ 미국 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’과 ‘혼합 소매업체’ 점유율, 한국 대비 높아

2020년 미국 ‘쌀, 파스타 및 국수’ 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’의 점유율은 63.1%로, 한국의 42.8% 대비 높게 나타남 ‘혼합 소매업체’의 점유율은 15.1%로 한국의 4.0% 대비 높았으며, ‘개인 및 기타 식료품점’의 점유율 또한 미국이 13.0%로 한국의 8.4% 대비 약 4%p 높은 것으로 집계됨

▶ 미국 냉동면 온라인 시장, 아직 발전단계

2020년 미국 ‘쌀, 파스타 및 국수’의 ‘온라인’ 유통채널 점유율은 7.3%로 한국의 33.3% 대비 낮아 아직 냉동면의 온라인 소비시장이 발전단계인 것으로 나타남

[표 4.1] 미국 냉동면 소매유통채널 점유율



미국 및 한국 소매유통채널 점유율¹⁵⁾¹⁶⁾ 비교¹⁷⁾

미국	유형	한국
63.1%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	42.8%
15.1%	혼합 소매업체 ¹⁸⁾	4.0%
13.0%	개인 및 기타 식료품점 ¹⁹⁾	8.4%
7.3%	온라인	33.3%
1.3%	편의점	11.0%
0.3%	드럭스토어	0.0%
0.0%	음식/음료/담배 전문점	0.5%

자료: 유로모니터(Euromonitor)

15) 2020년 기준, 미국 및 한국 ‘쌀, 파스타 및 국수(Rice, Pasta and Noodles)’의 소매유통채널 점유율임

16) ‘냉동면’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘쌀, 파스타 및 국수(Rice, Pasta and Noodles)’의 정보를 확인함

17) 각 점유율은 소수점 둘째자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음

18) 본 보고서에서 혼합 소매업체는 백화점을 포괄함

19) 본 보고서에서 개인 및 기타 식료품점은 아시안마트/한인마트를 포괄함

2. 미국 냉동면 유통채널 특징

1) 하이퍼마켓/슈퍼마켓

● 미국 주요 하이퍼마켓 기업
월마트



사진자료: 포브스

▶ 미국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 월마트 및 크로거

미국 주요 하이퍼마켓/슈퍼마켓은 월마트(Walmart), 크로거(Kroger) 등이 있음. 월마트는 2020년 미국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 유통채널의 전체 매출액 9,386억 8,100만 달러(약 1,097조 8,813억 원²⁰⁾)의 31.5%를 점유했으며, 산하에 동명의 1개 브랜드를 보유함. 크로거는 2020년 전체 매출액의 12.0%를 점유했으며 산하에 크로거마켓플레이스(Kroger Marketplace), 프레드메이어(Fred Meyer) 등의 브랜드를 두고 있음

▶ 미국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 코로나19에도 불구하고 매출 안정적²¹⁾

코로나19로 인한 경기침체에도 불구하고 하이퍼마켓/슈퍼마켓의 매출은 큰 타격을 입지 않은 것으로 나타남. 먼저 하이퍼마켓의 경우 선두기업인 월마트가 꾸준한 실적을 내며 하이퍼마켓 전체 매출의 안정을 견인하였으며, 슈퍼마켓의 경우 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) ²²⁾	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)

20) 1달러=1,169.60원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

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

22) 미국 하이퍼마켓/슈퍼마켓 점유율 부문 상위 5개 기업

2) 아시안마트/한인마트

● 미국 주요 한인마트 업체
에이치마트



사진자료: 교차로월드

▶ 미국 주요 아시안마트 및 한인마트 업체,
에이치마트 및 지더블유슈퍼마켓

미국의 주요 아시안마트 및 한인마트 업체로는 에이치마트(H Mart)와 지더블유슈퍼마켓(GW-Supermarket), 시온마켓(Zion Market) 등이 있음. 에이치마트는 미국 내 최대 규모의 한인마트 체인으로, 현재 미 전역에서 약 102개의 점포를 운영하고 있음. 지더블유슈퍼마켓은 2003년 설립된 한인마트로 약 16여 개의 점포를 보유하고 있으며 카카오톡과 위챗 채널, 자체 쇼핑 애플리케이션을 운영 중임

▶ 지역 기반 한인마트에서 전국으로 영역을 확장하는 에이치마트

미국 내 최대 규모의 한인마트 업체인 에이치마트는 미국 뉴욕주의 퀸즈 우드사이드 지역에 ‘한아름마트’라는 이름으로 1호점을 설립함. 설립 당시 아시안 아메리칸은 미국 인구의 1.5%만을 차지했으나, 이후 7% 규모로 증가함. 이러한 인구 성장에 힘입어 에이치마트는 2020년 15억 달러(약 1조 7,544억 원)의 매출을 달성함. 미 동부 지역을 중심으로 성장한 에이치마트는 2021년 플로리다에도 첫 매장을 열었으며 한국과 아시아 인구뿐만 아니라 현지인들까지도 영입하기 위해 식품의 신선함 및 다양성을 중심으로 여러 방안을 모색하고 있음

[표 4.2] 미국 주요 아시안마트 업체

순번	기업명	설립연도	보유 점포 수('20)
1	에이치마트 (H Mart)	1982	약 102개
2	지더블유슈퍼마켓 (GW-Supermarket)	2003	약 16개
3	시온마켓 (Zion Market)	1981	약 7개

자료: 기업 홈페이지, 뉴욕타임즈(NYT)

3) 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 825조 4,405억 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 형태²³⁾

코로나19 여파로 2020년 미국의 온라인 식품시장은 119%라는 전례 없는 성장세를 기록함. 특히, 온라인 채널로의 확대를 시도하는 기업들이 증가한 가운데, 아마존과 월마트가 온라인 식품시장에서도 선두 기업으로 자리함. 이외에도 온라인 결제 후 차를 타고 구매 물품을 전달받을 수 있는 ‘커브사이드픽업(curbside pick-up)’ 서비스 등 여러 방식의 새로운 전략이 나타나는 현상에 주목할만하며, 이러한 변화에 대한 기업들의 발빠른 대응이 필요할 것으로 예상됨

[표 4.4] 미국 주요 온라인 유통채널

순번	기업명	온라인 유통채널 매출액 점유('20) ²⁴⁾	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)

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

24) 미국 온라인 점유율 부문 상위 3개 기업

4) 냉동식품 및 도매

▶ 미국 주요 냉동식품 유통채널, 푸드서비스 및 슈퍼마켓²⁵⁾

미국 냉동식품 유통은 크게 도매업과 소매업, 푸드서비스 및 기관, 수출 등으로 구분되며, 도매업과 푸드서비스가 판매 점유율 과반을 차지하고 있었으나, 점점 소매업의 비중이 높아지고 있는 추세임

▶ 코로나19로 다시금 호황을 맞이하게 된 미국 냉동식품 업계²⁶⁾

2020년 코로나19로 냉동식품 매출액은 21% 증가했으며, 특히나 ‘코어프로즌푸드컨슈머(Core Frozen Food Consumer)’라고 정의되는 매일 냉동식품을 소비하는 소비자의 비율이 2018년 35%에서 2020년 39%까지 증가함. 또한 코로나19로 인한 가장 큰 변화 중 하나인 소매유통채널의 디지털 전환은 냉동식품 시장에서도 동일하게 나타났는데, 온라인으로 냉동식품을 구매한 가구의 비율이 2018년도 23%에서 2020년도 75%까지 증가했고, 온라인 냉동식품 매출은 75% 증가함

▶ 미국 주요 식품도매업체 및 도매 플랫폼, 시스코와 레인지미²⁷⁾

대표적인 미국 식품 도매업체인 머천트홀세일러는 여러 식품 생산업체로부터 제품을 구매해 소매업체와 푸드서비스에 공급하며, 일부 업체는 해외에서 식품을 직수입하기도 함. 온오프라인 주요 도매업체로는 시스코(Sysco)와 씨앤에스(CNS)가 있으며, 온라인 도매 플랫폼으로는 레인지미(RangeMe)나 알리바바(Alibaba)가 대표적임. 이외에도 페어(FAIRE), 쇼피파이플러스(Shopify Plus), 빅커머스(Big Commerce) 등이 있음

[표 4.5] 미국 냉동식품 유통채널별 판매 비중

순번	판매 채널	유통채널별 점유율('17)
1	식품 도매업	48.0%
2	식품 소매업	27.6%
3	푸드서비스 및 기관	18.7%
4	수출	5.7%

자료: 농식품수출정보(KATI)

25) 농식품수출정보(KATI), 「미국 냉동식품 시장 현황」, 2018.12


26) 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews), 「Frozen food sales up 21% in 2020 as COVID alters shopping and eating behaviors」, 2021.02

27) 한국농수산물유통공사(at), 「미국 식품대형벤더 TOP 10 현황」, 2018.12

V. 온·오프라인 유통채널

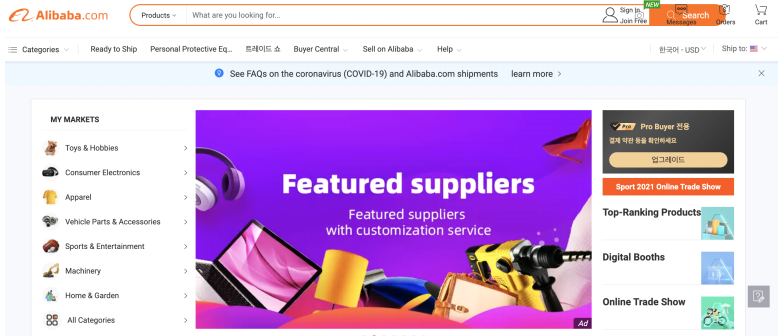
1. 미국 냉동면 주요 온라인 유통채널
2. 미국 냉동면 주요 오프라인 유통채널

1. 미국 냉동면 주요 온라인 유통채널 ① 알리바바

기업 기본 정보	기업명	알리바바(Alibaba)		
	홈페이지	www.alibaba.com 		
	업태	온라인 종합 도매 사이트		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	9,300만 회	
		앱다운로드수('20)	450만 회	
매출('21)		약 1,095억 달러(약 128조 712억 원 ²⁸⁾)		
	운영방식	온라인마켓		

매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	우동혼진야마다야(Udon Honjin Yamadaya), 룬레도(runledo)
		해외 판매	해외배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보



추천 공급 업체, 엑스포, OEM 등 다양한 제품 관련 정보를 큐레이션 형식으로 홍보함

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 등록 (seller.alibaba.com) <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지에서 기본 정보를 기입하고 입점 신청을 완료하면, 알리바바 담당자와 1:1 상담을 통해 입점 진행 • 기타 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 전세계 기업 바이어들에게서 직접 견적 요청(RFQ) 받을 수 있음 - 무료 회원과 유료 회원으로 분류되며, 알리바바에서 셀러(공급자)에게 제공하는 여러 기능들을 활용하기 위해서는 유료 회원으로 가입해야 함
-------------	---------------------	--

자료: 알리바바(Alibaba), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)

사진 자료: 알리바바(Alibaba)

28) 1달러=1,169.60원(2021.11.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

온라인몰 UI ①

온라인몰 UI

1. 다언어 지원

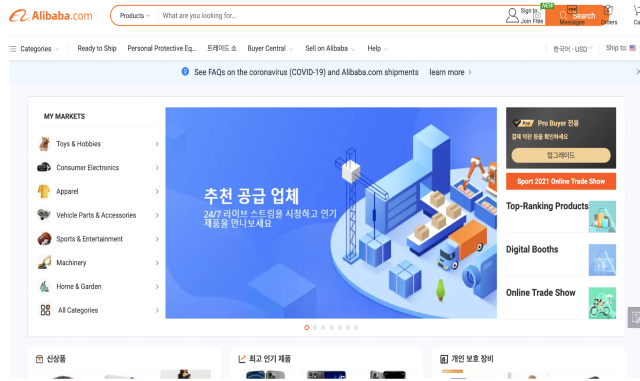
실시간으로 16개국 언어로 상품 등록, 동영상 번역, 채팅가능

2. 글로벌 셀링

한 번의 업로드로 미국, 유럽, 동남아시아를 포함한 200여 개 나라 및 지역에 판매가능

3. 인콰이어리 확보

산업별 및 국가별 온라인 전시회 참가할 시 24*7시간 내내 잠재 고객들에게 제품 전자가 가능함



4. 교육 제공

알리바바 본사 서비스팀과 공식 인증 강사를 동원하여 입점 초기부터 바이어 소통 등 단계별 교육 프로그램 참여가능

5. 디지털 기술 활용

데이터 분석을 통해 해외 업계 트렌드 및 바이어 취향을 확보할수 있음

중국어, 영어, 한국어 등 다중 언어 지원
어플을 활용하여 이미지 검색 가능

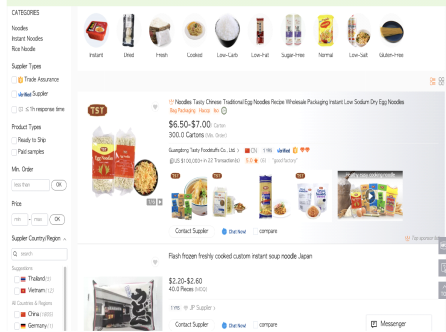
온라인몰 UI ②

Alibaba - 제품 구매 페이지

'냉동면' 제품 검색 결과

'냉동면' 제품 관련 검색결과 노출

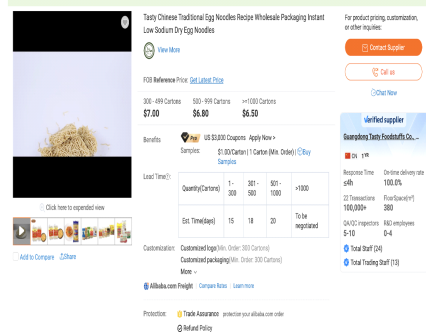
국가, 가격, 종류별로 세분화 분류 가능 제품



'냉동면' 제품 구매 페이지

MOQ 및 계약조건, 제조 업체 정보 기술

구매 페이지 하단에 관련 제품 자동 추천



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

자료: 알리바바(Alibaba)
사진 자료: 알리바바(Alibaba)

입점 제품 상위 7개 제품 리스트(구매 순위 기준) ²⁹⁾								
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	최소 주문 수량	가격(FOB)	용량	이미지
1	냉동면 (우동)	우동혼진 야마다야 (Udon Honjin Yamadaya)	야마다야스프로즌사누키 우동투밀스 (Yamadaya's Frozen Sanuki Udon 2 meals)	일본	40EA	2.6달러/EA (약 3,041원)	230g	
2	냉동면 (우동)	룬레도 (runledo)	프로즌재패니즈스타일 우동라멘누들스 (Frozen Japanese Style Udon Ramen Noodles)	중국	200CT	15달러/CT (약 1만 7,544원)	250g	
3	냉동면 (라멘)	위트선 (Wheatsun)	위트선프레시누들스 (Wheatsun Fresh Noodles)	중국	1,000EA	0.80달러/EA (약 936원)	400g	
4	냉동면	헝룽 (Hengrong)	헝룽에그누들 (Hengrong Egg Noodle)	중국	300CT	50달러/CT (약 5만 8,480원)	2kg	
5	냉동 즉석식품	지아웨이루오 (Jiaweiluo)	리버스네일스라이스누들 (River Snails Rice Noodle)	중국	70EA	2.23달러/EA (약 2,608원)	400g	
6	건조면	티에스 와이 (TSY)	우동누들 (Udon Noodle)	중국	300CT	7달러/CT (약 8,187원)	300g	
7	냉동면 (분모자)	아만 (Aman)	분모자 (粉耗子)	중국	100CT	15.10달러/CT (약 1만 7,661원)	250g	

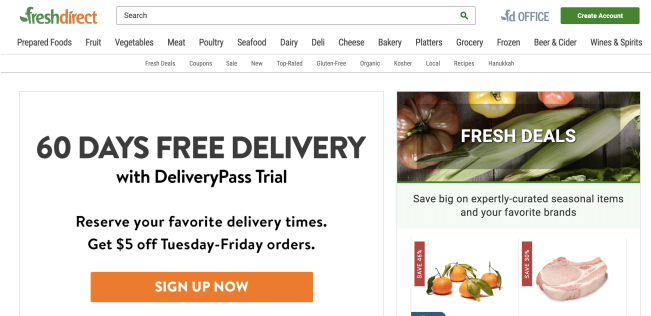
자료: 알리바바(Alibaba)

사진 자료: 알리바바(Alibaba)

② 프레시다이렉트

기업 기본 정보	기업명	프레시다이렉트(FreshDirect)		
	홈페이지	www.freshdirect.com		
	업태	온라인 식품 배송 서비스		
	개요	방문횟수(최근 1개월)	130만 회	
		앱다운로드수('20)	1만 회	
매출('21)		8억 3,880만 달러(약 9,811억 원)		
운영방식		온라인 마켓		



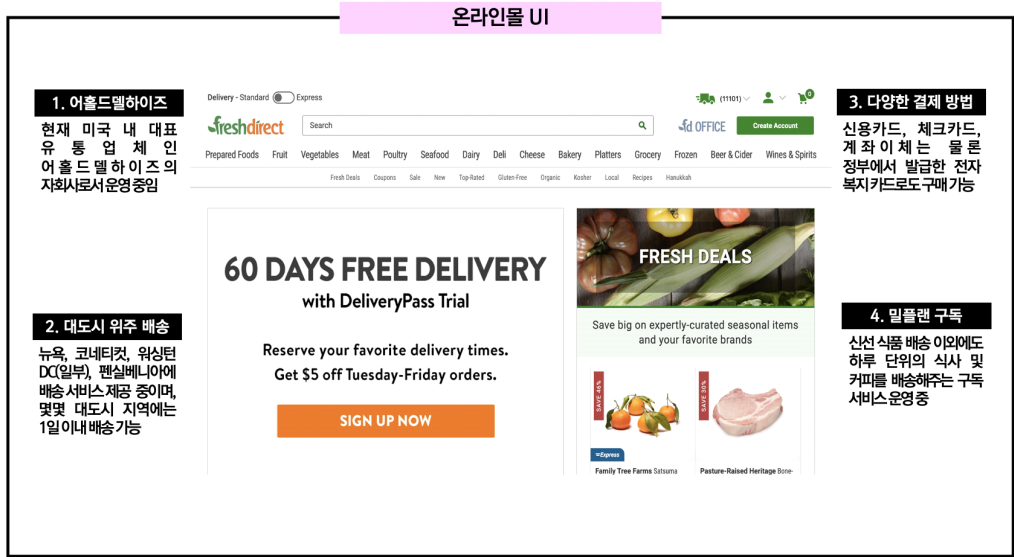
매장 운영 정보	홈페이지 정보	해외 판매	불가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	무료 배송, 품목별 할인, 요일 특별 할인, 쿠폰 제공 등 다양한 프로모션 상시 제공 중		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 레인지미(RangeMe) 등록을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 공급 업체와 바이어를 연결해주는 온라인 B2B 플랫폼인 레인지미(RangeMe)를 통해 공급자 선정 - 홈페이지 좌측 하단의 'Suppliers' 클릭 또는 아래 주소로 접속 (rangeme.com/freshdirect) - 레인지미(RangeMe) 등록 프로세스 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급 제품 정보 등록 ② 카테고리 매니저 연결 ③ 카테고리 매니저 리뷰 후 연결 • 문의사항 연락처 및 기타 정보 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-866-283-7374 - 이메일: service@freshdirect.com
-------------	---------------------	--

자료: 프레시다이렉트(FreshDirect), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower)
 사진 자료: 프레시다이렉트(FreshDirect)

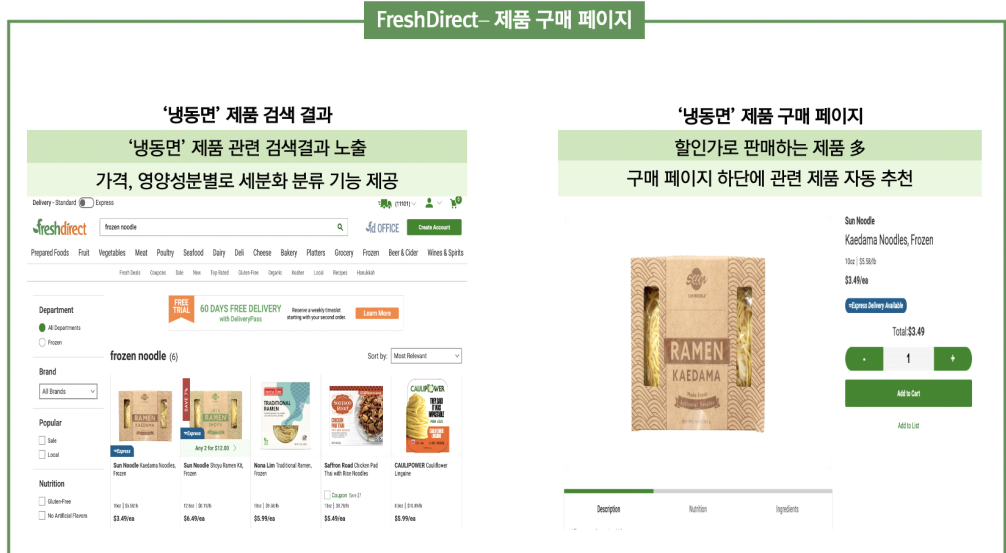
29) 조사일(2021.11.30.) 기준 알리바바(Alibaba) 냉동면 카테고리 평점 상위 7개 제품 리스트

온라인몰 UI ①




웹사이트 및 어플을 통해 주문 가능
배송 구독을 통해 1일 이내 배송 서비스 이용 가능

온라인몰 UI ②



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

자료: 프레시다이렉트(FreshDirect)
사진 자료: 프레시다이렉트(FreshDirect)

입점 제품 리스트						
순번	구분	브랜드명	제품명	가격	용량	이미지
1	냉동면 (라멘)	선누들 (Sun Noodle)	카에다마누들프로즌 (Kaedama Noodles, Frozen)	3.49달러/EA (약 4,082원)	10oz	
2	냉동면 (라멘)	선누들 (Sun Noodle)	소유라멘키트프로즌 (Shoyu Ramen Kit, Frozen)	6.49달러/EA (약 7,591원)	12.8oz	
3	냉동면 (라멘)	노나림 (Nona Lim)	트레디셔널라멘프로즌 (Traditional Ramen, Frozen) *Non-GMO, 식물성	5.99달러/EA (약 7,006원)	10oz	
4	냉동면 (팟타이)	사프론로드 (Saffron Road)	치킨팟타이위드라이스누들 (Chicken Pad Thai with Rice Noodles) *HALAL, Gluten-free	3.99달러/EA (약 4,667원)	10oz	
5	냉동면 (링귀니)	콜리파워 (CAULIPOWER)	콜리파워링귀니 (Cauliflower Linguine) *HALAL, Gluten-free	5.99달러/EA (약 7,006원)	8.8oz	



자료: 프레시다이렉트(FreshDirect)

사진 자료: 프레시다이렉트(FreshDirect)

2. 미국 냉동면 주요 오프라인 유통채널 ① 월마트30)

기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart)			
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓			
	홈페이지	www.walmart.com			
	위치	아칸소(Arkansas)			
	규모	매출액('20)	약 5,240억 달러(약 612조 8,704억 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), 벅퀵(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 등록 번호, 지역별로 사업체를 식별하는 9자리의 고유 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) 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



월마트에서는 냉동면 제품을 기타 냉동 HMR 제품들과 함께 배치하였으며, 건조면의 경우 컵라면을 비롯한 상온 HMR과 함께 배치해둠. 파스타의 종류가 가장 많았으며, 기타 아시아면류(일본식 소바(메밀 국수), 쌀국수, 우동면 등) 또한 구비되어 있었음

판매 직원 인터뷰

Q1. 가장 잘 팔리는 제품은?	에이미스(Amy's)사의 타이퍼드타이 제품이 가장 잘 팔린다
Q2. 주요 소비 고객은?	주부들이 많이 구매한다
Q3. 할인 행사나 프로모션은 있나?	2개 구입 시 하나 공짜(Buy 2 get one free) 할인 행사를 진행 중이다

자료: 월마트(Walmart) 현지매장 방문조사

사진 자료: 월마트(Walmart) 현지매장 방문조사


30) 고객사에서 요청한 코스트코(Costco) 매장을 방문하였으나, 고객사 유사제품이 확인되지 않아 월마트로 대체함

입점 제품 리스트							
순번	구분	브랜드명	제품명	원산지	가격	용량	이미지
1	냉동면	스토퍼스 (Stouffer's)	스파게티위드미트소스 (SPAGETTI WITH MEAT SAUCE)	미국	3.52달러 (약 4,117달러)	340g	
2	냉동면	뱅퀵 (Banquet)	스파게티&미트볼 (Spagetti & Meatballs)	미국	1.48달러 (약 1,731달러)	283g	
3	냉동면	헬시초이스 (Healthy Choice)	스파게티&미트볼 (Spagetti & Meatballs)	미국	2.52달러 (약 2,947달러)	280g	
4	냉동면	에이미스 (Amy's)	타이패드타이 (Thai Pad Thai)	미국	4.58달러 (약 5,357달러)	269g	
5	건조면	왈팩 (walpac)	재패니즈우동누들스 (Japanese Udon Noodles)	호주	1.18달러 (약 1,380달러)	283g	
6	건조면	타이키친 (Thai Kitchen)	스틸프라이라이스누들 (Stir-fry rice noodles)	미국	2.98달러 (약 3,485달러)	396g	
7	건조면	타이키친 (Thai Kitchen)	씬라이스누들 (Thin rice noodles)	미국	3.24달러 (약 3,790달러)	249g	
8	건조면	심플아시아 (simple asia)	재패니즈스타일라멘누들 (Japanese style ramen noodles)	미국	2.98달러 (약 3,485달러)	227g	
9	건조면	심플아시아 (simple asia)	재패니즈스타일소바누들 (Japanese style soba noodles)	미국	2.98달러 (약 3,485달러)	396g	
10	건조면	왈팩 (walpac)	차우마인스틸프라이누들 (chow mein stir-fry noodles)	대만	1.78달러 (약 2,082달러)	170g	

자료: 월마트(Walmart) 현지매장 방문조사

사진 자료: 월마트(Walmart) 현지매장 방문조사

② 코스트코홀세일

기업 기본 정보	기업명	코스트코홀세일(Costco Wholesale)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.costco.com		
	위치	워싱턴(Washington)		
	규모	매출액('20)	1,667억 6,100만 달러(약 195조 437억 원)	
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('20): 558개³¹⁾ 직원 수('20): 약 28만 8,000명 		
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 1983년 설립되었으며, 1993년 프라이스 클럽과 코스트코(Costco)가 합병하며 지금의 형태가 됨 회원제 창고형 매장 형태로 운영 특정 지역에 한해 2-Day Delivery 서비스 운영 중 		

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, 인하우스브로커²⁾를 통해서도 제품을 구매함 내셔널 브랜드와 PB(커크랜드) 제품 등 약 3,800여 개의 품목을 취급하며, 소품종의 고품질 제품을 선별해 다량 계약을 통해 공급가를 낮추는 구매 정책 제조업체의 경우 코스트코 매장을 방문해 유사 제품의 가격을 체크해야 함 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 <ol style="list-style-type: none"> 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) 참고자료(회사소개서, 카탈로그 등) 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> 코스트코 공급업체 행동강령 공인검사기관에서 TPI 실시 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> 전화번호: +1-425-313-8100 (Northwest Region) 	
-------------	---------------------	---	--

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

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

③ 에이치마트

기업 기본 정보	기업명	에이치마트(H Mart)	
	기업구분	아시아마트/한인마트	
	홈페이지	www.hmart.com	
	위치	뉴저지(New Jersey)	
	규모	매출액('20)	약 15억 달러(약 1조 7,544억 원)
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('20): 약 102개 직원 수('20): 약 3,000명 	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 1982년 뉴욕 맨해튼에 '한아름마트'라는 이름으로 1호점 설립 한아름 그룹이 운영하는 슈퍼마켓으로 현재 미국 내 최대 규모의 한인마트 체인 2020년 로스엔젤레스(LA) 지역 전용 카카오톡 채널 @hmart_la 개설 	
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 신선식품, 즉석식품, 스낵류, 음료류, 건강식품, 주방용품, 전자제품 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"> 홈페이지에서 직접 공급자 지원서 작성 (www.hmart.com/online-affiliates) - 담당자 확인 후 제품에 대한 논의를 거친 뒤 입점 - 홈페이지 기입 정보 ① 회사명, 담당자명, 이메일, 연락처, 입점문의 등 자유 기재 문의사항 연락처 - 전화번호: +1-800-648-0980 	

자료: 에이치마트(H Mart), 뉴욕타임즈(NYT)

사진 자료: 교차로월드(Kyocharoworld)

31) 미국과 푸에르토리코 지역 합산 매장 수임

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

④ 시온마켓

기업 기본 정보	기업명	시온마켓(Zion Market)	
	기업구분	아시아마트/한인마트	
	홈페이지	www.zionmarket.com	
	위치	캘리포니아(California)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('21): 약 7개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1981년 설립됨 • 캘리포니아, 텍사스, 조지아에서 매장 운영 중 • 자체 쇼핑 어플을 보유하고 있으며, 카카오톡과 위챗 채널 보유 	
매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 음료류, 스낵류, 건강보조식품 생활용품 등	
	선호제품	• 좋은 품질의 저렴한 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고자료 (회사소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: hr@zionmarket.com - 전화번호: +1-858-268-3300 	

자료: 시온마켓(Zion Market)

사진 자료: 에이티아메리카(aT America)

VI. 진입장벽

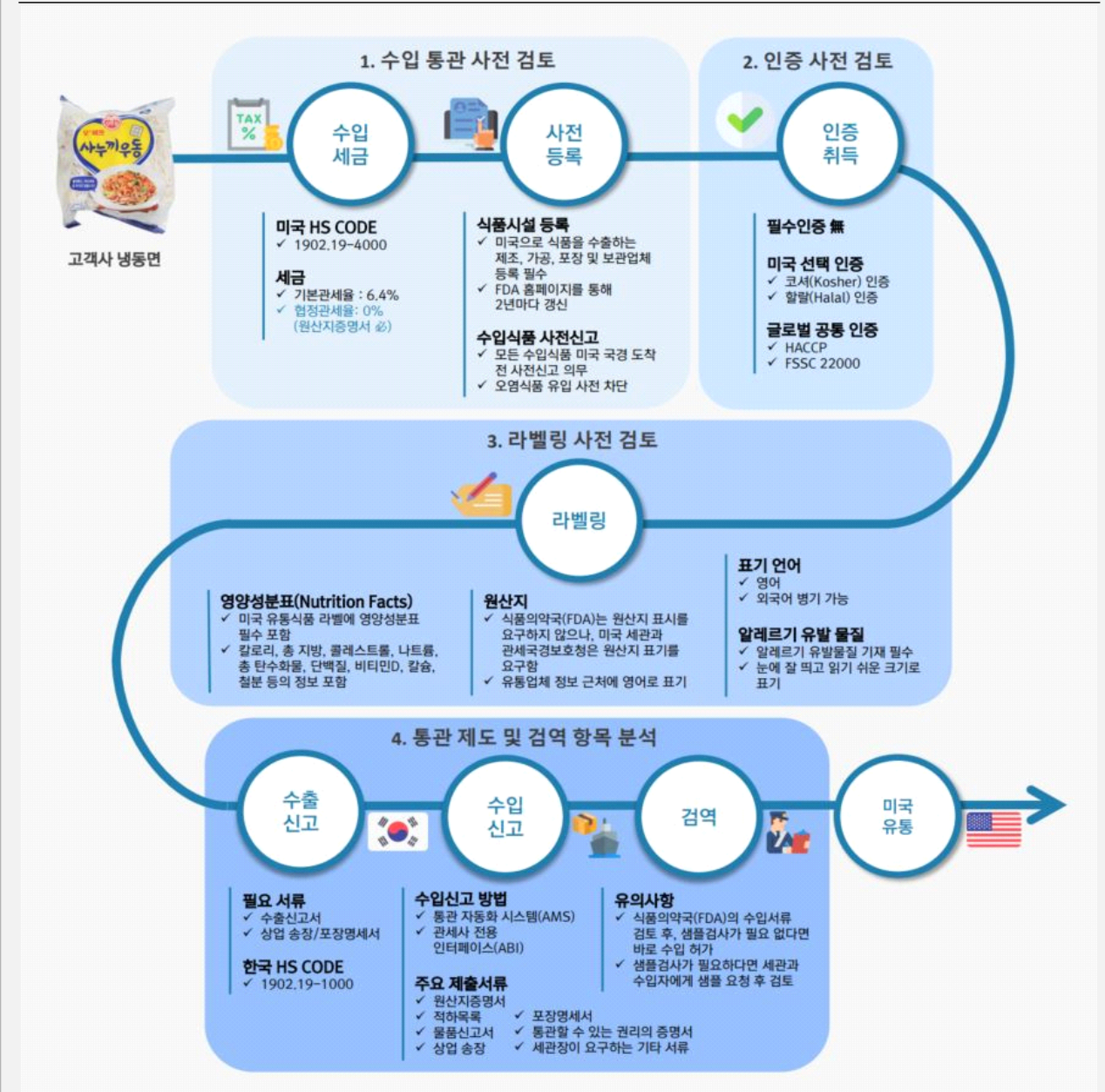
1. 미국 냉동면 통관 및 검역 절차
2. 미국 냉동면 품질 인증
3. 미국 냉동면 라벨링
4. 미국 냉동면 성분 및 유해물질

1. 미국 냉동면 통관 및 검역 절차³³⁾

▶ 미국 냉동면 수출 시 통관 및 검역 주요 사항

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

[표 6.1] 미국 냉동면 통관 검역 절차



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

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

2. 미국 냉동면 품질 인증

▶ 미국 수입 냉동면, 적용받는 강제 인증 無

미국으로 냉동면 수출 시에 필수적으로 받아야 하는 인증은 없는 것으로 확인됨. 다만, HACCP, FSSC 22000 등의 글로벌 공통 인증이나 글루텐프리 인증, 비건 인증, 할랄(Halal) 인증, 코셔(Kosher) 인증과 같은 미국 민간 인증을 선택적으로 취득하여 활용할 수 있음. 할랄 인증과 코셔 인증 모두 원재료를 포함하여 생산 및 유통의 모든 과정이 해당 종교의 율법에 어긋나지 않게 진행되어야 취득할 수 있음

[표 6.2] 미국 냉동면 인증 취득

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

자료: 각 인증기관

3. 미국 냉동면 라벨링

[표 6.3] 미국 냉동면 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 허용되어 있음 • 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 6.3] 미국 냉동면 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 기재할 것 • 눈에 잘 띄고 읽기 쉬운 크기로, 원재료명의 문자 크기 이상으로 표기할 것 • 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 • 4살 이상이 한 자리에서 일반적으로 소비하는 양을 표기하는 1회 섭취량이 포함되어야 함. FDA에서는 일부 식품들에 대해 표준 1회 섭취량을 지정하고 있음 • 영양성분표에 표준 1회 섭취량에 대한 영양 정보와 실제 해당 유닛에 포함되어있는 영양 정보를 위에 예시로 제공한 영양성분표의 오른쪽에 열을 하나 더 만들어 표기해야 함 • 일일섭취량을 기준으로 1일 영양성분 기준치(% DV)를 표기해야 함 • 수출용 제품 라벨의 면적에 따라 영양성분표의 규정된 위치가 상이하므로 반드시 확인이 필요함 • 영양성분표의 포맷(format)이 다양하므로 제품의 크기나 라벨의 면적에 따라 적합한 포맷을 선택하여 사용할 수 있음
	7. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> • 식품의약품은 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 식품의약품(FDA)

▶ 미국 냉동면 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 영문]

- ① KA.ME
- ② Fresh Cooked Noodle
Heat and Serve
- ③ Udon
Stir-Fry noodles
- ④ 2 MINUTES
wok or skillet
- ⑤ 90 SECONDS
microwave
- ⑥ 2 - 7.1 OZ POUCHES
NET WT 14.2 OZ (400g)

[앞면 - 국문]

- ① 카메
- ② 신선하게 조리된 면 요리
가열하여 드세요
- ③ 우동
볶음면
- ④ 2분
웍 또는 냄비
- ⑤ 90초
전자레인지
- ⑥ 7.1 OZ 봉지 2개입
순중량 14.2 OZ (400g)

[뒷면 - 영문]

- ① KA.ME Udon Stir-Fry Noodles
Udon Noodles are thick, white
noodles that are an everyday
ingredient in Japanese cooking.
They can be eaten hot, in a light
broth with a dash of soy sauce
or served chilled with a variety
of sauces, including hoisin and
tamari.

[뒷면 - 국문]

- ① 카메 우동 볶음면
우동면은 일본의 일상적인 요리
재료로 굵은 하얀 면입니다. 간장을
약간 넣은 가벼운 뜨거운 국물에 넣어
먹거나 호이신과 타마리를 비롯한
다양한 소스와 함께 차게 해서 먹을
수도 있습니다.

② KA.ME UDON STIR-FRY NOODLES IN HOISIN SAUCE

1) INGREDIENTS

- 2 tbsp KA.ME Sesame Oil blend
- 2 tbsp KA.ME Hoisin Sauce
- 1 tbsp KA.ME Tamari
- 4 tbsp water
- 8 oz Beef, thinly sliced strips
- 2 garlic cloves, chopped
- 4 oz broccoli florets
- 1 medium red bell pepper, diced
- 1 14.2 oz pkg KA.ME Udon stir-Fry Noodles

2) Cooking Time: 10 Minutes

3) Serves: 4

4)

- Add 1 tbsp Sesame Oil Blend to wok or skillet on high, mix in Hoisin Sauce, Tamari, water and heat for one minute. Set aside.
- Heat 1 tbsp Sesame Oil Blend on high, stir in beef strips and garlic and cook for 3 minutes.
- Add broccoil and pepper, cook for 3 minutes; add Udon Stir-Fry Noodles, toss gently and cook for 2 minutes.
- Combine with perpared sauce from step one and stir for one minute. Serve and enjoy!

③ QUICK & EASY COOKING DIRECTIONS

1) 2 MINUTES

- wok or skillet : Heat 3 tbsp water and 2 tbsp sesame oil on high. Add noodles, low heat to medium. Cover 2-3 minutes to loosen noodles, tossing gently halfway throgh. Add your favorite sauce and cook 2 minutes, tossing noodles gently.

② 카메 우동 호이신 소스 볶음면

1) 재료

- 카메 참기름 블렌드 오일 2큰술
- 카메 호이신 소스 2큰술
- 카메 타마리 1큰술
- 물 4큰술
- 얇게 썬 소고기 8oz
- 다진 마늘 2쪽
- 브로콜리 4oz
- 잘게 다진 중간 크기 빨간 피망 1개
- 카메 우동 볶음면 14.2oz 패키지 1개

2) 조리 시간: 10분

3) 4인분

4)

- 워크 또는 냄비에 참기름 1큰술, 호이신 소스, 타마리, 물을 넣고 센 불로 1분간 가열한 후에 따로 두세요.
- 참기름 1큰술을 센 불에서 가열하고, 소고기 조각과 마늘을 넣고 3분간 볶으세요.
- 브로콜리와 피망을 넣고 3분간 조리하세요; 우동 볶음면을 넣고 살짝 버무려 2분간 조리하세요.
- 1단계에서 준비한 소스를 넣고 1분간 섞어주세요. 맛있게 즐기세요!

③ 빠르고 쉬운 요리법

1) 2분

- 워크 또는 냄비: 물 3큰술, 참기름 2큰술을 센 불에서 가열하세요. 면을 추가하고 중간 정도의 불로 줄이세요. 면을 풀어주기 위해서 2-3분 동안 뚜껑을 덮고 중간에 부드럽게 저어주세요. 당신이 가장 좋아하는 소스를 넣고 면과 버무리면서 2분간 끓여주세요.

2) 90 SECONDS

- MICROWAVE: Remove outer bag. Pierce inner pouch several time. Cook on high for 90 seconds. Serve plain or with sliced meat, poultry, vegetables and sauce.

- ④ Discover simple recipes and learn more about KA.ME Asian foods; snap the code or visit kama.com

⑤ Nutritient Facts

- 4 servings per container
- Serving size 1/2 pouch (100g)
Amount per serving 150 Calories

		% Daily Value
Total Fat	0g	0%
- Saturated Fat	0g	0%
- Trans Fat	0g	
Cholesterol	0mg	
Sodium	95mg	4%
Total Carbohydrate	32g	12%
- Dietary Fiber	3g	9%
- Total Sugars	0g	
-- Added Sugars	0g	0%
Protein	4g	
Vitamin D	0mcg	
Calcium	0mg	
Iron	0.3mg	
Potassium	0mg	

- 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.

⑥ INGREDIENTS

- WATER
- WHEAT FLOUR
- TAPIOCA STARCH
- SALT
- NON-DAIRY LACTI ACID (VEGETABLE SOURCE)
- CONTAINS: WHEAT
- Produced in a facility that handles peanuts and soy

2) 90초

- 전자레인지: 외부 포장 봉지를 제거하세요. 내부 파우치를 여러번 뚫어주세요. 90초간 강한 열로 조리하세요. 일반 또는 얇게 썬 고기, 가금류, 야채 및 소스와 함께 드세요.

- ④ 간단한 조리법을 배우고 카메의 아시아 음식에 대해 자세히 알아보세요: 코드를 찍거나 kama.com을 방문하세요.

⑤ 영양정보

- 용기당 약 4회 제공
- 1회 제공량 1/2 파우치 (100g)
회당 1500칼로리 제공

		% 일일 섭취량
총 지방	0g	0%
- 포화 지방	0g	0%
- 트랜스 지방	0g	
콜레스테롤	0mg	
나트륨	95mg	4%
총 탄수화물	32g	12%
- 식이섬유	3g	9%
- 총 설탕	0g	
-- 첨가당	0g	0%
단백질	4g	
비타민 D	0mcg	
칼슘	0mg	
철	0.3mg	
칼륨	0mg	

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

⑥ 원재료

- 물
- 밀가루
- 타피오카 전분
- 소금
- 비유제품 젖산 (채소원)
- 밀을 포함함
- 땅콩과 대두를 취급하는 시설에서 생산됨

⑦ BEST IF USED BY
APR 26 2022
SH 1116

⑧ Manufactured for PANOS brands
Rochelle park, NJ 07662
panosbrands.com

⑨ Product of China

⑩ 2020 PANOS brands

⑦ 유통기한:
2022년 4월 26일
SH 1116

⑧ 파노스 브랜드용으로 제조함
뉴저지 07662 로셸 공원
panosbrands.com

⑨ 중국산

⑩ 2020 파노스 브랜드

4. 미국 냉동면 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

미국 식품의약국(FDA, Food and Drug Administration)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 예상되는 물질’로 규정하여, 본래의 사용 목적 및 조건에서 과학적 단계를 통해 안전성이 입증된 성분을 GRAS로 분류함. 하기 표는 숙면³⁴⁾ 및 냉동식품에 적용되는 미국 식품첨가물 기준 중 일부임. 더욱 자세한 미국 식품첨가물 규정 및 기준은 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인 가능함

[표 6.4] 숙면 및 냉동식품에 적용되는 식품첨가물 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	최대허용량	식품유형
1	레시틴	Lecithin	GRAS: GMP에 따라 사용	숙면 및 냉동식품
2	구연산칼륨	Potassium citrate		
3	황산알루미늄	Aluminium sulfate		
4	젤란검	Gellan gum		
5	아스코빌팔미테이트	Ascorbyl palmitate		
6	프로필파라벤	Propylparaben	GRAS: 0.10% 이하	
7	메틸파라벤	Methylparaben		
8	알긴산암모늄	Ammonium alginate		
9	에틸포메이트	Ethyl formate	GRAS: 0.01% 이하	
10	칼슘사카린	Calcium saccharin	1회 제공량 당 30mg 이하	

자료: 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템, KATI농식품수출정보

34) 곡분 또는 전분을 주원료로 하여 성형한 후 또는 면발의 성형과정 중 익힌 것으로, 한국에서 판매 중인 고객사 제품의 식품유형을 따름

▶ **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 숙면 및 냉동식품에 적용되는 미국 유해물질 규정임. 더욱 자세한 미국 유해물질 규정은 KATI농식품수출정보 홈페이지 또는 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템에서 확인 가능함

[표 6.5] 숙면 및 냉동식품에 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)	숙면 및 냉동식품

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. 하기 표는 미국에서 식품 유통 시 제품 라벨에 반드시 표기해야 하는 알레르겐 성분과 고객사 냉동면 원재료를 분석한 결과임

[표 6.6] 고객사 냉동면 알레르겐 성분 분석

순번	표시 의무 여부	대상	고객사 냉동면 포함 여부
1	의무	우유	-
2	의무	달걀	-
3	의무	생선	-
4	의무	갑각류	-
5	의무	견과류	-
6	의무	땅콩	-
7	의무	대두	-
8	의무	밀	√ (밀가루)

자료: 미국 식품의약국(FDA)




Ⅶ. 수입·유통업체 인터뷰

Interview ① 월마트(Walmart)

Interview ② 에이치마트(H Mart)

Interview ③ 타겟(Target)

Interview ④ 골든포춘USA(Golden Fortune USA)

미국(USA) 인터뷰 대상 선정 인터뷰 대상 기업체 선정 · 유통업체 ○ · 슈퍼마켓 ○	월마트 (Walmart)	에이치마트 (H Mart)	타겟 (Target)	골든포춘USA (Golden Fortune USA)
	업체 ▶ 유통업체	슈퍼마켓	식품유통업체	B2B 수입유통업체
	취급 ▶	 우동볶음면	 우동면	 냉동면
사진 자료: 각 제품 판매 페이지				

미국(USA) 유통업체 및 슈퍼마켓 인터뷰 요약			
고객사	냉동면 수요	주 소비층	향후 전망
월마트 (Walmart) ----- 유통업체	<ul style="list-style-type: none"> • 건면에 비해 수요 낮아 • B2B 판매량 높아 • 오프라인 및 온라인 수요 모두 높아 	<ul style="list-style-type: none"> • 한국인, 중국인이 주 수요층 • 최근 미국인 소비 증가 추세 	<ul style="list-style-type: none"> • 낮은 진입장벽
에이치마트 (H Mart) ----- 슈퍼마켓	<ul style="list-style-type: none"> • F&B 산업으로부터 수요 높아 • 창고형 매장에서 판매 되는지는 확실치 않아 	<ul style="list-style-type: none"> • 한국인 및 아시아인 • 최근 미국인 소비 증가 추세이나 많지는 않아 	<ul style="list-style-type: none"> • 브랜드 수 적어 진입장벽 낮아 • 성장 잠재력 괜찮은 편
타겟 (Target) ----- 식품도매업체	<ul style="list-style-type: none"> • 수요가 높은 편은 아님 • 소매업체, 온라인 플랫폼에서 판매 이루어짐 	<ul style="list-style-type: none"> • 한국인 및 아시아인 • 미국인들도 상당수 차지 	<ul style="list-style-type: none"> • 시장규모는 건면이 훨씬 커 • 냉동면 진입 장벽이 비교적 낮은 편
골든포춘USA (Golden Fortune USA) ----- B2B 수입유통업체	<ul style="list-style-type: none"> • 플레인 냉동 면류 수요 한정적임 • B2C 소매채널에서는 수요 낮을 것 • 레스토랑의 유통 추천 	<ul style="list-style-type: none"> • 아시아인 커뮤니티 구성원 	<ul style="list-style-type: none"> • 건면, 현재 시장규모 및 향후 전망 모두 긍정적 • 냉동 면류 시장 잠재력 높으며 진입장벽 낮음
(*) 현지 경쟁품 취급 유통업체 및 슈퍼마켓 인터뷰 4개사			

Interview ① 월마트(Walmart)

35)



월마트(Walmart)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 미국 아칸소주에 설립
 - 오프라인 및 온라인 유통채널 함께 운영
 - 자사 온라인 몰에서 구매 가능
 - 식품류, 미용용품, 가정용품 등 매우 다양한 제품 취급
 - 플레인 냉동면 제품은 취급하지 않으나 냉동 라비올리, 토텔리니 파스타 등 판매

담당자 정보

Manager

월마트(Walmart)
Manager

Q. 미국 냉동면 시장 추세는 어떠한가요?

현재 미국 내 냉동면 시장은 건면 시장에 비해 그 규모가 훨씬 작은 편입니다. 그러나 그 수요는 차차 증가하고 있는 추세이며, 수요층은 식당업체가 대부분을 이루고 있습니다. 최근 몇 년간 외식업계 사이에서 냉동면에 대한 인기가 증가하고 있으며, 실제로 매출 대부분은 B2B 방식으로 발생합니다. 소매 고객의 경우 온라인 플랫폼과 소매 오프라인 매장 등에서 판매가 이루어지고 있습니다.

Q. 미국 내 인기있는 냉동면 종류는 무엇인가요?

인기있는 냉동면 종류로는 우동, 쌀국수, 중국식 국수 등이 있습니다. 미국 면류 시장은 수많은 브랜드의 경쟁이 치열한 시장입니다. 한편 수입 국가에 대한 특별한 선호도 차이는 없는 것으로 보이며, 소비자들은 한국, 일본 및 동남아시아 제품은 매울 것이라는 인식을 가지고 있습니다. 따라서 매운 맛을 선호하는 고객들은 이러한 국가들로부터 수입한 제품을 찾고 있습니다.

Q. 미국에서 받아야 할 필수 인증사항이 있을까요?

사실 소비자 입장에서 면류 제품의 인증에 크게 신경쓰지 않는 편입니다. 많은 소비자들은 인증보다는 주로 면의 종류나 영양성분을 더 고려하는 편입니다.

Q. 가장 잘 판매되는 제품의 용량 및 가격은 어떠한가요?

현재 카미(KA-ME) 브랜드의 우동볶음면 제품이 저희 업체에서 가장 잘 판매되는 제품으로, 7.1oz 용량에 2.98달러(한화 약 3,485원⁶⁾)에 판매되고 있습니다.

Q. 대량 포장한 냉동면이 미국에서 수요가 있을까요?

냉동면은 4인분 포장이 기본이며 판매량이 가장 높으나, 소비자의 요구사항에 따라 충분히 변동 가능합니다. 한편 대량 포장한 면 제품의 판매량 역시 높은 편입니다. 많은 소비자들께서 격주로, 혹은 한달에 한 번 장을 보며, 이러한 소비자들은 대량 포장된 면 제품을 선호합니다. 이에 따라 면류 브랜드들은 대량 포장 제품을 출시하고 있으며, 냉동면 제품 역시도 대량 포장 판매를 하는 것이 좋다고 생각합니다.

35) 사진자료: 월마트(Walmart) 홈페이지

Q. 냉동면의 주 수요층은 누구인가요?

냉동면은 미국에 거주하는 한인들 뿐만 아니라, 중국인과 미국 현지인에게도 수요가 있습니다. 냉동면 수요층은 아시아 소비자들이 주를 이루지만, 시간이 지날수록 미국 현지인들의 소비 비중이 점차 확대되고 있는 추세입니다.

Q. 건면, 냉장면, 냉동면 시장의 수요 및 성장가능성은 어떠한가요?

라면, 스파게티 등 건면 시장은 이미 높은 수요층을 가지고 있으며, 성장 가능성이 높은 시장입니다. 그렇다고 냉장면이나 냉동면 시장에 한계가 있다는 의미는 아니며, 이러한 제품들 역시 꾸준한 수요층이 있어 성장이 기대되는 시장입니다. 냉장면 및 냉동면은 상대적으로 진입장벽이 낮은 시장입니다. 해당 제품을 생산하는 브랜드는 건면 시장에 비해 많지 않아 그만큼 경쟁이 치열하지 않습니다.

36) 1달러=1,169.60원(2021.11.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ② 에이치마트(H Mart)

37)



에이치마트 (H Mart)

- 유형: 슈퍼마켓
- 업체 특징:
 - 1980년 미국 뉴저지주에 설립
 - 한국산 식료품이나 미용용품 판매
 - 자사 오프라인 슈퍼마켓 및 온라인몰을 통해 판매 진행
 - 온라인 사이트에서 플레인 냉동면 판매 중

담당자 정보

Sales Representative

에이치마트(H Mart) Sales Representative

Q. 미국 내 냉동면의 주 수요층은 누구인가요?

미국 내 플레인 냉동면은 식음료 산업 종사자들이 주 수요층입니다. 온라인과 오프라인 채널 모두에서 냉동면이 판매되고 있으나, 코스트코(Costco)와 같은 창고형 매장에서 냉동면이 판매되고 있는지에 대해서는 확실하지 않습니다. 아직까지 건면 시장에 비해 그 규모가 작기 때문에, 이 부분에 대해서는 확인이 필요합니다.

Q. 현재 미국 내 플레인 냉동면은 주로 어떤 채널을 통해 판매되나요?

현재 플레인 냉동면은 저희 업체와 유사한 한국 온라인 및 오프라인 채널을 통해 판매가 이루어지고 있습니다. B2B 매출 대부분은 호텔이나 식품업체들로부터 발생되며, 저희 업체는 도매업체를 통해 냉동면 제품을 조달받고 있습니다.

Q. 가장 잘 판매되는 제품의 용량 및 가격은 어떠한가요?

인기있는 면류 브랜드로는 고객사를 포함한 CJ, 팔도, 하이오 등이 있습니다. 또한 우동이나 칼국수, 중국식 국수, 쌀국수 모두 인기있는 면류 제품으로, 소비자들이 쉽게 조리할 수 있으며 다양한 맛을 가지고 있다는 장점이 있습니다.

Q. 대량 포장한 냉동면이 미국에서 수요가 있을까요?

4인용 포장 용량이 가장 인기가 있으나, 대량 포장 역시도 수요층이 있는 편입니다. 심지어는 초대용량 제품도 판매가 잘 되는 편이며, 이는 단위당 판매가격이 비교적 낮기 때문에 수요가 높은 것으로 해석될 수 있습니다.

Q. 냉동면의 주 수요층은 누구인가요?

저희 업체와 유사한 한국 마트의 경우, 냉동면은 한국인과 아시아인들이 주 소비층을 이루고 있습니다. 최근 미국인들 사이에서도 아직까지 절대적인 판매량은 낮은 편이긴 하나, 점차 그 수요가 증가하고 있는 추세입니다.

Q. 건면, 냉장면, 냉동면 시장의 수요 및 성장가능성은 어떠한가요?

건면은 미국에서 인기있는 국수 종류이며, 미래 성장 잠재력 역시 높은 시장입니다. 냉장면 및 냉동면은 건면만큼은 아니나, 합리적인 미래 성장 잠재력이 있는 시장입니다. 그런 면에서 볼 때, 냉장면과 냉동면은 브랜드 수가 한정되어 있어 건면에 비해 진입 장벽이 상대적으로 낮은 편으로 생각됩니다.

Interview ③ 타겟(Target)

38)

●

타겟
(Target)

- 유형: 식품유통업체
- 업체 특징:
 - 1962년 미국
미네소타주 설립
 - 식료품, 가정용품,
전자제품 등 다양한
제품군 취급
 - 자사 온라인 및 오프라인
매장 운영
 - 양념된 냉동면 판매 중

담당자 정보

Grocery In-charge



타겟(Target) Grocery In-charge

Q. 미국 냉동면 시장 추세는 어떠한가요?

냉동면이 수요가 높다고는 할 수 없으나, 고객사 제품의 경우 평균보다 높은 매출액을 기록하고 있습니다. 고객사는 뛰어난 맛과 품질, 간편성으로 유명한 피에프 장(P.F. Chang), 린(Lean), 에볼(Evol) 브랜드의 냉동면 제품과 유사한 제품을 출시하고 있습니다. 한편, 냉동면은 일반 소매채널을 통해 주로 판매되고 있으며, B2B 판매의 경우 대부분 공식 유통업체나 도매업체를 통해 직접 연결되어 판매됩니다.

Q. 현재 미국 내 인기있는 면 제품 종류는 무엇인가요?

미국 면류 시장에서 우동이나 중국식 국수와 같은 국수가 인기가 높습니다. 이는 새로운 맛을 경험할 수 있는 비교적 간편한 제품이기 때문에 특히 젊은 층과 전문직 종사자들에게 큰 환영을 받고 있습니다.

Q. 미국에서 면 제품의 원산지가 중요한 요소로 여겨지나요?

소비자가 특정 국가의 국수를 찾는 경우가 아니면, 원산지가 구매에 있어서 중요한 요소로 작용하지는 않는다고 생각합니다.

Q. 가장 인기가 높은 냉동면 제품은 무엇인가요?

저희 업체에서 판매되고 있는 제품들 중 피에프 장(P.F. Chang) 브랜드의 냉동면 제품은 냉동면 시장에서 인기있는 제품 중 하나입니다. 11oz 용량에 3.99달러(한화 약 4,667원)에 판매되고 있습니다. 단단(Dan Dan) 브랜드의 냉동 돼지고기면 제품 역시도 같은 가격에 판매되고 있으며, 인기가 높습니다. 또한, 에볼(Evol) 브랜드의 냉동면 제품은 9oz 용량에 3.69달러(한화 약 4,316원)에 팔리고 있으며 인기가 높습니다.

Q. 대량 포장한 냉동면이 미국에서 수요가 있을까요?

대용량 제품은 현재 미국 국수 시장에서 판매가 잘 이루어지고 있습니다. 이러한 포장은 대량 쇼핑을 하는 고객들과, 가격을 중요시하는 소비자들을 위주로 인기가 높은 편입니다.

Q. 냉동면의 주 수요층은 누구인가요?

한국인 뿐만 아니라, 미국에 있는 다른 아시아인들이 냉동면의 수요층을 이루고 있습니다. 또한 미국인들 역시도 수요층의 상당부분을 차지하고 있습니다. 비록 냉동면이 건면을 따라잡는 데 시간이 많이 소요되고 있으나, 국수 시장 평균 매출을 상회하는 등 긍정적인 부분도 있습니다.

Q. 건면, 냉장면, 냉동면 시장의 수요 및 성장가능성은 어떠한가요?

상대적으로 시장규모가 훨씬 큰 건면시장이 더 인기가 높은 편입니다. 어디서든 쉽게 구매할 수 있으며, 건면의 경우 종류가 매우 다양하기 때문에 소비자들의 요구를 충족시킬 수 있다는 장점이 있습니다. 한편 냉장면 및 냉동면은 건면만큼 큰 인기를 끌지는 못하나, 나름의 수요층을 가지고 있습니다. 따라서 성장가능성은 건면이 더 크나, 진입 장벽은 냉장면 및 냉동면 쪽이 더 낮다고 볼 수 있습니다.

Interview ④ 골든포춘USA(Golden Fortune USA)

39)

골든포춘USA (Golden Fortune USA)

- 유형: B2B 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 1982년 설립된 뉴저지 위치 B2B 수입유통업체
 - 한국, 중국, 대만 등 아시아 국가산 냉동식품, 건조식품, 가전제품, 화장품 등 취급
 - 주로 슈퍼마켓, 도매업체로 납품
 - 아시아산 면류 다수 취급 중이나 플레인 냉동면은 취급하지 않음
 - 한국 브랜드 중 풀무원, 농심 면류 제품 취급

담당자 정보

Head for Asian Products



골든포춘USA(Golden Fortune USA) Head for Asian Products

Q. 미국 내 플레인 냉동면의 수요는 어떠한가요?

미국 내 플레인 면류에 대한 수요는 한정적인 편입니다. 면류는 대부분 특유의 향과 맛이 인기 요인이기 때문입니다. 소매채널에서 주로 구매할 수 있는 대부분의 면류는 다양한 향과 소스를 가지고 있습니다. 따라서, 플레인 냉동면의 수요는 낮을 수밖에 없습니다.

Q. 현재 미국 내 인기 있는 냉동 면류 종류는 무엇인가요?

미국 면류 시장에서 특히 중국, 태국, 한국산 면류의 수요가 높습니다만, 개인별로 원산지 선호도 격차가 커서 일반화하기는 어렵습니다. 이러한 제품들은 특유의 맛과 향, 소스는 물론, 제품 라인이 매우 다양하며 쉽고 빠르게 몇 분 안에 준비할 수 있다는 장점이 있습니다. 하지만 플레인 면류의 경우 맛과 향을 내기 위해 너무 많은 시간과 추가 재료가 필요하기 때문에 소매채널 시장에서는 경쟁력이 없는 편입니다.

브랜드의 경우, 매우 다양하지만 농심 제품이 면류 중 가장 인기가 많습니다. 품질이 일정하고 맛이 뛰어나기 때문입니다. 다음으로 닛신(Nissin)과 풀무원 제품 또한 인기입니다. 패키징의 경우 4개 묶음, 또는 4 x 4개 묶음 모두 수요가 있으나, 대용량 제품을 선호하는 소비자들의 수는 상대적으로 적습니다.

Q. 자사 제품인 플레인 냉동면을 대용량 패키징으로 미국 대형 할인매장에 판매 시 수요가 어떠한 것으로 예상되나요?

대형 할인매장에서 판매 시 예상 수요는 사실 가능하기 어렵습니다. 플레인 냉동면의 경우 최종 소비자(End User)의 수요는 한정적일 것으로 예상됩니다. 대형

할인 매장 등에 최종 소비자 타겟으로 판매하기보다는, 레스토랑에 판매하는 것을 추천합니다. 레스토랑은 매장 고객의 다양한 입맛을 충족시키기 위해 플레인 면류에 다양한 맛을 추가하기 때문입니다. B2B 유통 시 보다 큰 매출을 위해, 큰 사이즈의 패키징으로 판매하는 것이 비교적 효율적일 것으로 예상됩니다.

Q. 냉동면의 주 수요층은 누구인가요?

플레인 냉동면의 경우 앞에 말씀드린 것처럼 소매채널의 수요가 한정적이라서 주요 수요층을 말씀드리기 어렵습니다. 양념, 소스가 포함된 냉동면의 소비자 대부분은 아시안 커뮤니티의 구성원입니다. 현지 미국 소비자들 사이의 인기는 다소 낮은 편이지만 최근에 증가하는 추세입니다.

Q. 건면, 냉장면, 냉동면 중 수요와 전망이 가장 긍정적인 시장은 무엇인가요?

현재 건면 시장규모가 가장 큽니다. 특히 소스, 향신료 등이 추가된 건면의 경우 향후 시장 수요가 매우 폭발적으로 성장할 것이라고 생각합니다. 냉동면 시장 또한 향후 성장 잠재력이 높은 편이며, 현재 시장에 선도 기업의 수가 적어 진입장벽이 낮은 편입니다.

VIII. 시사점

Export Insights

시장수요

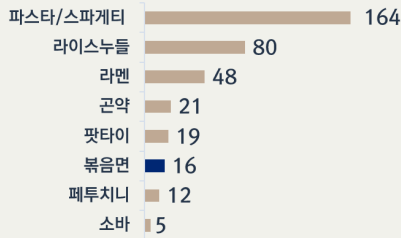
미국 냉동면 시장,
향후 연평균 4%
성장 전망



미국 냉동면 시장은 전체 면류 시장의 5%에 불과하나, 2020년 코로나19로 인해 보관성이 좋으며 가정에서 쉽게 먹을 수 있는 제품에 대한 수요가 증가하면서 전년 대비 19% 성장함. 코로나19 사태 완화 후, 2021-2025년 연평균 4%씩 성장할 것으로 전망됨

반면 코스트코, 월마트 매장 방문 결과 고객사 제품과 같은 대용량 플레인 냉동면은 확인되지 않았으며 아마존, 이베이 등에서도 소스 및 분말이 별첨된 냉동면만 확인됨. 이 외에 알리바바와 같은 도매 사이트, 한인마트(에이치마트)에서 고객사 제품과 가장 유사한 플레인 냉동면이 확인됨. 식품 배송 플랫폼인 프레쉬다이렉트에서는 소용량 플레인 냉동면이 확인되었음

소비 특징



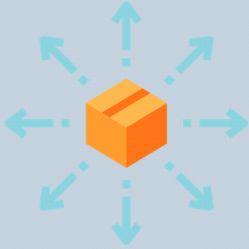
미국 냉동면
제품 유형 키워드

미국 온라인 쇼핑물 내 판매되는 (소스가 추가된) 냉동면의 제품 특징을 분석함. 먼저, 요리 스타일로 양식이 태국식, 일본식, 중국식 대비 압도적으로 많았으며 마찬가지로 제품 유형으로 파스타/스파게티가 최다 빈출함. 하지만 뒤를 이어 라이스누들, 라멘, 팟타이 등 아시안 제품 유형도 빈출함. 다만 우동을 제외하고, 고객사 제품과 유사 제형인 중화면, 칼국수면은 확인되지 않았음

패키징의 경우, 개별 1인분이 2순위 키워드 '벌크 4인분' 대비 약 10배가량 빈출되었으나, B2C 소매채널에서 분석이 이루어진 점을 감안해야 함. 유통업체 인터뷰 결과 냉동면의 경우 4인분 포장 가장 인기가 많으며 최종소비자 대상 대용량 판매도 최근 증가하는 것으로 확인됨



유통채널



고객사가 타깃으로 하는 코스트코, 월마트 등에서의 대용량 플레인 냉동면 판매는 확인되지 않았음. 마찬가지로 월마트(Walmart), 타겟(Target) 담당자와의 인터뷰 결과 플레인 냉동면은 판매하지 않으며 양념된 냉동면만 판매한다는 답변을 확인함. 최종 소비자 대상 플레인 냉동면의 미국 내 판매는 아직 한정적이며, 대부분의 수요자가 식음료 산업 종사자나 레스토랑인 것으로 확인됨. 에이치마트와 같은 한인마트, 온라인 도매 사이트, 레스토랑·식당·호텔 등으로의 B2B 판매가 주요 유통경로가 될 것으로 예상됨

반면 소스나 분말이 별첨된 냉동면에 대한 인터뷰 답변이 많이 확인되었음. 플레인 냉동면과 다르게 일반 하이퍼/슈퍼마켓, 온라인 시장에서 흔하게 판매되고 있으며 최근 한국, 중국, 태국산의 우동, 중화면 아시아 냉동면의 수요가 증가하고 있음. 아시안, 한인뿐만 아니라 미국 현지인들로 소비층이 확대되는 것으로 나타남

진입전략



에이치마트에서 판매되고 있는
플레인 냉동면

**소스 별첨 여부에 따라
상이한 유통경로 필요**

대용량 플레인 냉동면의 경우 미국 내 유통채널이 한정적이며, 한인마트 위주로 입점되어 있음. 한인마트 내 주요 소비층도 아시안, 한인 등의 개인 소비자보다는 식음료 산업 종사자나 레스토랑인 것으로 확인됨. 코스트코, 월마트 등 대형 할인매장에서의 대용량 플레인 냉동면 판매는 현재 거의 이루어지지 않을 것으로 예상되며, 입점이 가능하더라도 최종 개인 소비자 대상 수요는 한정적일 것으로 예상됨. 또한 대형 할인점에 입점하더라도 예상 소비자인 레스토랑 및 식음료 산업 종사자가 대형 할인점에서 플레인 냉동면을 구매할지에 대한 추가 확인이 필요함

반면, 소스 및 분말이 별첨된 아시아 냉동면에 대한 수요는 최근 미국 현지 소비자들 사이에서도 증가하는 추세임. 따라서, 소스가 첨가되지 않은 플레인 냉동면은 B2B 형태로 진입하고, 오히려 소스 및 분말이 별첨되어 편리하게 조리 가능한 냉동면을 대용량 패키징으로 대형 유통채널에 입점하는 것을 추천함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 유로모니터(Euromonitor), 「Rice, Pasta and Noodles in the US」, 2020.12
2. 미국 식품의약국(FDA), 「Food Allergen Labelling and Consumer Protection Act(FALCPA)」, 2004
3. 유로모니터(Euromonitor), 「Supermarkets in the US」, 2021.02
4. 농식품수출정보(KATI), 「미국 냉동식품 시장 현황」, 2018.12
5. 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews), 「Frozen food sales up 21% in 2020 as COVID alters shopping and eating behaviors」, 2021.02
6. 한국농수산식품유통공사(aT), 「미국 식품대형벤처 TOP 10 현황」, 2018.12
7. 유로모니터(Euromonitor), 「Food and Drink E-commerce in the US Country Report」, 2021.02

■ 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) (amazon.com)
5. 농식품수출정보(KATI) 홈페이지 (www.kati.net)
6. 국가관세종합정보망 서비스 홈페이지 (unipass.customs.go.kr/clip/index.do)
7. 통합무역정보서비스 홈페이지 (tradenavi.or.kr)
8. 미국 식품의약국(FDA) 홈페이지 (www.fda.gov)
9. 미국 관세국경보호청(CBP) 홈페이지 (www.cbp.gov)
10. 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템 (ecfr.federalregister.gov)
11. Vegan Action 홈페이지 (vegan.org)
12. Orthodox Union Kosher 홈페이지 (www.oukosher.org)
13. IFANCA 한국 지사 홈페이지 (www.ifanca.co.kr)
14. 월마트(Walmart) 홈페이지 (www.walmart.com)
15. 에이치마트(H Mart) 홈페이지 (www.hmart.com)
16. 타겟(Target) 홈페이지 (www.target.com)
17. 골든포춘USA(Golden Fortune USA) 홈페이지(goldenfortuneusa.com)
18. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
19. 센서타워(Sensortower) (www.sensortower.com)
20. 알리바바(Alibaba) (www.alibaba.com)
21. 프레시다이렉트(FreshDirect) (www.freshdirect.com)
22. 포브스(Forbes) (www.forbes.com)
23. 스탯리스타(Statista) (www.statista.com)
24. 워싱턴포스트(The Washington Post) (www.washingtonpost.com)
25. 월마트(Walmart) (www.walmart.com)
26. 슈퍼마켓뉴스(Supermarketnews) (www.supermarketnews.com)
27. 비즈니스인사이드(Businessinsider) (www.businessinsider.com)
28. 코스트코홀세일(Costco Wholesale) (www.costco.com)
19. 월스트리트저널(WSJ) (www.wsj.com)
20. 교차로월드(Kyocharoworld) (www.kyocharoworld.com)
21. 뉴욕타임즈(NYT) (www.nytimes.com)
22. 에이치마트(H Mart) (www.hmart.com)
23. 시온마켓(Zion Market) (www.zionmarket.com)
24. 한국농수산식품유통공사(aT) (www.at.or.kr)
25. 뉴욕타임즈(NYT) (www.nytimes.com)
26. 에이치마트(H Mart) (www.hmart.com)
27. 시온마켓(Zion Market) (www.zionmarket.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2021.12.03

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