

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202309-17
품목 | 바질가루(Basil Powder)
HS CODE | 1211.90-1999
국가 | 미국(USA)



CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 미국 소스 및 향신료 시장규모	06
2. 미국 향신료 및 요리 허브 시장규모	07
3. 미국 바질가루 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 미국, 다양한 종류의 가루 판매	11
2. 경쟁브랜드로 '맥코믹' 최빈출	12
3. '팩', '단지' 형태 제품이 다수... '5온스' 키워드 빈출	13
4. 제품의 품질과 다양한 인증 홍보	14

IV. 유통채널

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

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 미국 바질가루 통관 및 검역 절차	30
2. 미국 바질가루 품질 인증	31
3. 미국 바질가루 라벨링	34
4. 미국 바질가루 성분 및 유해물질	38

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 프로틴랩(Protein Lab)	41
2. 에지뉴트리션(Eji Nutrition)	43
3. 머슬매니아클럽(Muscle Mania Club)	45

VII. 시사점

1. 시사점	48
--------	----

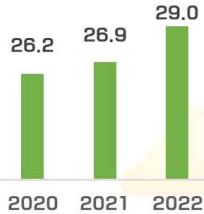
※ 참고문헌	50
--------	----

미국 바질가루 시장

시장 현황

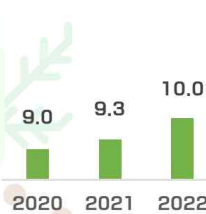
소스 및 향신료 시장규모

단위 : 십억 달러



향신료 및 요리 허브 시장규모

단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 1211.90 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

빅데이터 분석



* 아마존 바질가루 제품 417건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

- 세금: 협정 관세율 0%
- 사전 준비: 식품 시설등록, 수입식품 사전신고

권장 인증



라벨링 유의사항

- 필수 표기사항: 영어 표기, 제품명, 순중량, 제조자, 포장업체, 유통업체의 정보, 이름 및 주소, 성분 리스트, 알레르겐 성분, 영양성분표, 원산지 표기 필요

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

고객사 제품 수요 바질가루를 다양한 샐러드 요리, 퓨전 아시아 요리, 바질 함유 음료 제조에 활용하고 있으며, 소비자 수요가 꾸준히 증가하고 있음
파우치형 및 스틱형 포장 수요 바질가루 사용량 조절 용이 및 편의성 증대의 이유로 수요가 있으나, 다른 포장보다 제품 보존에 뛰어나야 수요가 높아짐
고객사 제품 적정 홍보 방법 인플루언서 및 음식 전문 블로거와의 협업을 통한 마케팅, 아시아마트 및 유기농매장 유통을 통한 제품 노출을 추천함

Point 02.

고객사 제품 가격 피드백 고객사 제품의 가격은 미국 바질가루 시장에서 적절한 가격대임
고객사 제품 포장 및 인증 피드백 유리병, 플라스틱병 포장은 미국에서 일반적인 포장형태이며, 유기농 인증, 비건 인증, Non-GMO 인증 취득을 추천함
고객사 제품 홍보문구 피드백 위생적인 제조과정, 제품의 향과 맛, 미포함된 성분을 강조하는 홍보문구가 미국 소비자들에게 효과적임

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 미국 소스 및 향신료 시장규모
2. 미국 향신료 및 요리 허브 시장규모
3. 미국 바질가루 수입규모

1. 미국 소스 및 향신료 시장규모

미국 국가 일반 정보¹⁾

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

▶ 미국 소스 및 향신료 시장규모 36.9조 원, 연평균 4.0% 성장

2022년 기준 미국 소스 및 향신료 시장규모는 36.9조 원에 달했으며, 전년 대비 7.8% 성장하였음. 최근 5년(2018-22년)간 미국 소스 및 향신료 시장의 연평균 성장률은 4.0%로 나타났으며, 5년간 시장규모 평균은 33.7조 원을 기록함

▶ 미국 소스 및 향신료 시장규모, 향후 5년간 2.3%씩 성장 예상

미국 소스 및 향신료 시장은 지난 5년(2018-22년)간 꾸준히 시장규모 성장세를 보였으며, 2018년 대비 2022년 시장규모가 1.2배 증가한 것으로 나타남. 미국 소스 및 향신료 시장규모는 향후 5년(2023-27년)간 연평균 2.3%씩 성장하여 2027년 41.7조 원 규모를 기록할 것으로 예상됨²⁾

[표 2.1] 미국 소스 및 향신료 시장규모³⁾⁴⁾⁵⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스탯티스타(Statista)

1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022

2) 조사제품 '바질가루'는 스테이크, 피자 등에 뿌려먹거나 장식용으로 활용하는 천연 향신료 제품임. 이에 고객사 제품의 특징을 기준으로 '향신료 및 요리 허브'의 시장규모와 상위품목인 '소스 및 향신료'의 시장규모를 조사함

3) 자료: 스탯티스타(Statista), 「Sauces & Spices United States」, 2023.08

4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

5) 1달러=1,273.80원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

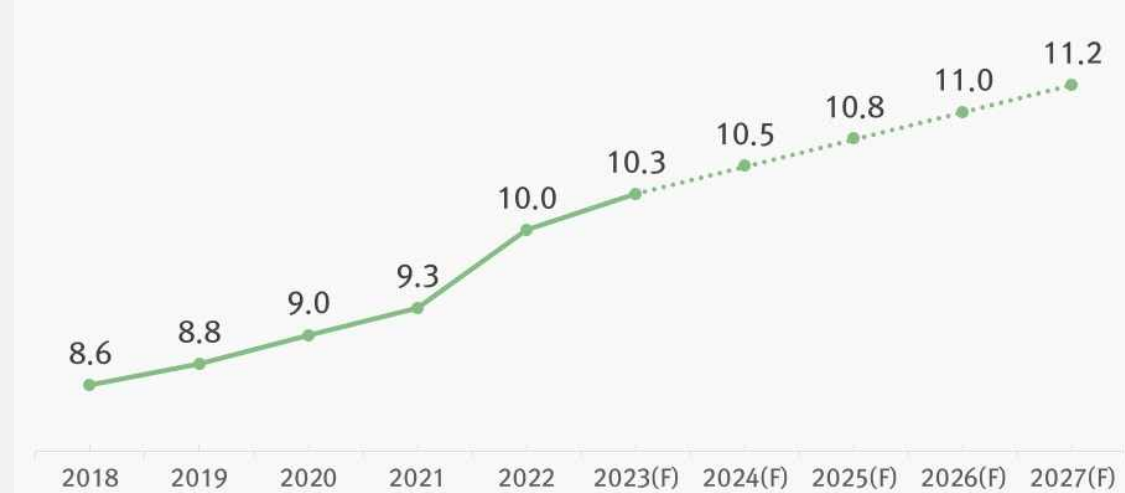
6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 미국 향신료 및 요리 허브 시장규모

- ▶ **미국 향신료 및 요리 허브 시장규모 12.7조 원, 연평균 3.8% 성장**
2022년 기준 미국 향신료 및 요리 허브 시장규모는 12.7조 원에 달했으며, 전년 대비 7.5% 성장하였음. 최근 5년(2018-22년)간 미국 향신료 및 요리 허브 시장의 연평균 성장률은 3.8%로 나타났으며, 5년간 시장규모 평균은 11.6조 원을 기록함
- ▶ **미국 향신료 및 요리 허브 시장규모, 향후 5년간 2.1%씩 성장**
미국 향신료 및 요리 허브 시장은 지난 5년(2018-22년)간 꾸준히 시장규모 성장세를 보였으며, 2018년 대비 2022년 시장규모가 1.2배 증가한 것으로 나타남. 미국 향신료 및 요리 허브 시장규모는 향후 5년(2023-27년)간 연평균 2.1%씩 성장하여 2027년 14.3조 원 규모를 기록할 것으로 예상됨

[표 2.2] 미국 향신료 및 요리 허브 시장규모⁷⁾

단위 : 십억 달러



분류	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR
향신료 및 요리 허브	8.6	8.8	9.0	9.3	10.0	3.8%
(한화추정액)	(11.0조 원)	(11.2조 원)	(11.5조 원)	(11.8조 원)	(12.7조 원)	
분류	2023(F)	2024(F)	2025(F)	2026(F)	2027(F)	CAGR
향신료 및 요리 허브	10.3	10.5	10.8	11.0	11.2	2.1%
(한화추정액)	(13.1조 원)	(13.4조 원)	(13.8조 원)	(14.0조 원)	(14.3조 원)	

자료: 스태티스타(Statista)

7) 자료: 스태티스타(Statista), 「Spices & Culinary Herbs United States」, 2023.08

3. 미국 바질가루 수입규모

바질가루 HS CODE

해당 장에서 바질가루는 HS CODE 1211.90으로 분류. HS CODE 제1211호의 품명은 주로 향료용·의료용·살충용·살균용과 그 밖에 이와 유사한 용도에 적합한 식물과 그 부분. HS CODE 1211.90-1999의 품명은 기타로 확인

▶ 2018-22년 미국 對글로벌 품목 수입액 연평균 성장률 6.5%

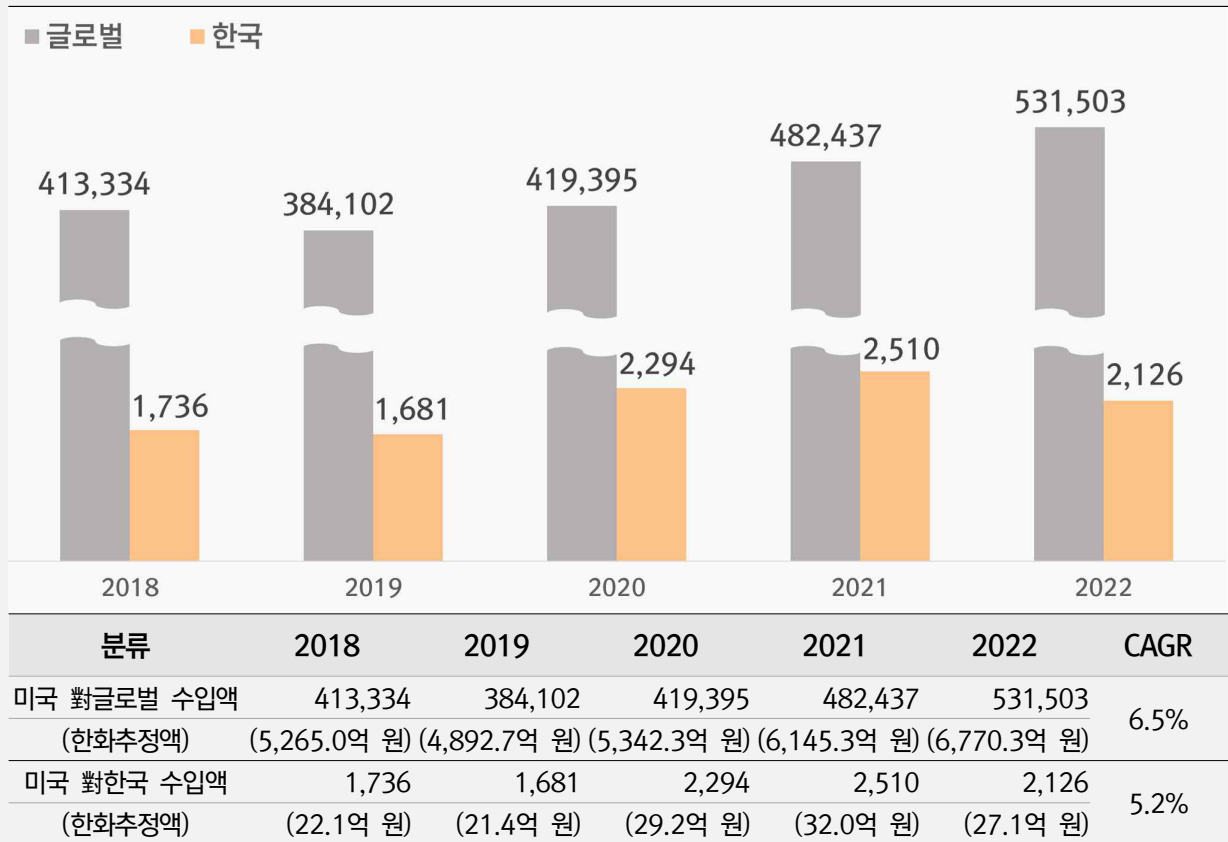
미국 HS CODE 1211.90 품목의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2018-22년)간 연평균 성장률 6.5%를 보였으며, 2022년에는 6,770.3억 원의 수입액을 기록함. 미국 對글로벌 수입액은 2019년부터 2022년까지 꾸준히 성장하였으며, 2022년에는 전년 대비 10.2% 성장한 것으로 나타남

▶ 미국 내 품목 수입액 중 한국산 점유율 0.4%로 31위 기록

최근 5년(2018-22년)간 미국 對한국 품목 평균 수입액은 26.4억 원이며, 지난 5년(2018-22년)간 연평균 성장률 5.2%를 기록하였음. 2022년에는 수입액 27.1억 원, 수입액 점유율 0.4%로 미국 對글로벌 수입액 점유율 31위를 기록함. 한편, 2022년 기준 미국 對글로벌 수입액 점유율 1위는 인도(2,250.3억 원, 33.2%), 2위는 멕시코(609.1억 원, 9.0%), 3위는 중국(450.1억 원, 6.6%)으로 나타남

[표 2.3] 미국 HS CODE 1211.90 수입규모⁸⁾

단위 : 천 달러



자료 : ITC(International Trade Centre)

8) 자료: ITC(International Trade Centre)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 미국, 다양한 종류의 가루 판매
2. 경쟁브랜드로 '맥코믹' 최빈출
3. '팩', '단지' 형태 제품이 다수...
'5온스' 키워드 빈출
4. 제품의 품질과 다양한 인증 홍보

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 미국 온라인매장 입점 바질가루

- 데이터 수집 키워드 : 바질가루(Basil)
- 데이터 수집량 : 417건
- 데이터 수집원 : 미국 온라인쇼핑몰 아마존(Amazon)

▶ 미국 온라인매장 입점 바질가루 특징 분석

- 데이터 분석 항목
 - ① 경쟁제품 ② 경쟁브랜드 ③ 패키징 ④ 홍보문구

항목	키워드 (국문/미국어)		빈도	키워드 (국문/미국어)		빈도
경쟁제품	바질가루	Basil	404	타임	Thyme	47
	허브	Herb	159	파슬리	Parsley	47
	토마토가루	Tomato	155	로즈마리	Rosemary	39
	마늘가루	Garlic	148	후추	Black Pepper	33
	올리브가루	Olive	79	양파가루	Onion	33
	오레가노	Oregano	75	바질페스토	Basil Pesto	23
	민트	Mint	49	파프리카가루	Paprika	14
경쟁브랜드	맥코믹	McCormick	26	미세스대쉬	Mrs.Dash	7
	토스	Toss	26	라이트하우스	Lighthouse	6
	홀푸드마켓	365 by Whole Foods Market	23	어스본엘리먼트	Earthborn Elements	5
	왓킨스	Watkins	9	젠바질	Zen Basil	5
	심플리오가닉	Simply Organic	8	프레쉬	Fresh	4
패키징	팩	Pack	191	5온스	5oz	126
	단지	Jar	65	4온스	4oz	97
	병	Bottle	56	28온스	28oz	15
	봉지	Bag	41	14온스	14oz	14
	큐브	Cube	5	2.5온스	2.5oz	11
	양동이	Bucket	5	200그램	200g	7
	트레이	Tray	2	0.5온스	0.5oz	7
홍보문구	신선한	Fresh	182	미국 농무부 인증	USDA	77
	채식주의자	Vegetarian	135	아로마향	Aromatic	60
	뛰어난 품질	Quality	133	필수	Essential	57
	유기농	Organic	131	다용도	Versatile	50
	글루텐프리	Gluten	124	합이 잘 맞는	Pair	45
	Non-GMO	Non-GMO	118	키토 식품	Keto	32
	코셔	Kosher	94	MSG	MSG	18
	비건	Vegan	86	(-)	(-)	(-)

1. 미국, 다양한 종류의 가루 판매

▶ ‘바질가루’ 관련 키워드 404건 도출

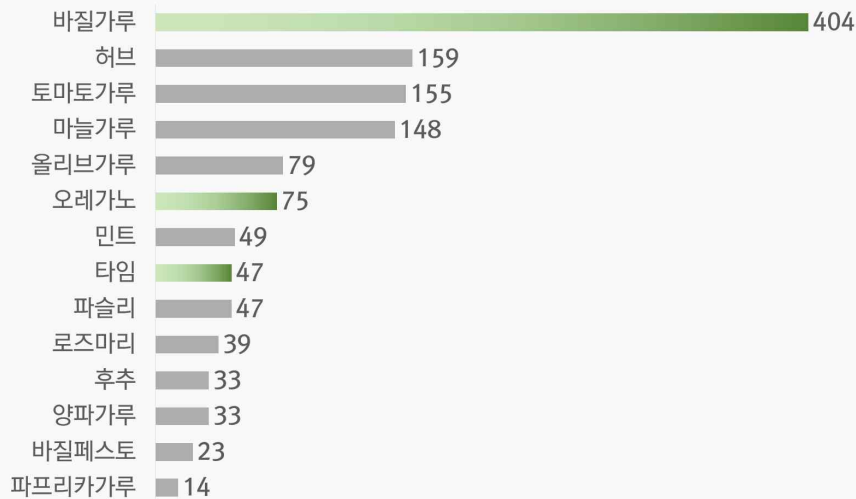
- 현재 미국에서는 다양한 종류의 가루가 판매 중이며, 그중에서도 ‘바질가루’ 관련 키워드 404건 확인
- 요리 향신료로 자주 사용되는 가루가 다수 도출되었으며, 그중에서도 ‘오레가노’와 ‘타임’ 등 허브 잎을 사용한 가루가 각각 75건, 47건 도출
- ‘마늘가루’와 ‘양파가루’ 등 잎 기반 제품이 아닌 가루 제품도 다수 확인됨

▶ 다양한 허브가루를 섞은 시즈닝도 확인

- 현지에서는 다양한 허브가루와 소금을 섞은 시즈닝 제품이 판매 중
- ‘타임’ 관련 실제 데이터 확인 결과, 레몬, 바질 및 타임을 소금과 섞은 시즈닝 제품이 확인됨

바질가루		오레가노		타임	
					
제품명	해피벨리바질리프 (Happy Belly Basil Leaves)	제품명	잇웰말린오레가노리프 (Eat Well Dried Oregano Leaves)	제품명	키웨스트스타일레몬바질타임시즈닝 (Key West Style Lemon, Basil & Thyme Seasoning)
브랜드	아마존브랜드 (Amazon Brand)	브랜드	잇웰프리미엄푸드 (Eat Well Premium Foods)	브랜드	로리스(Lawry's)
중량	0.95oz	중량	5oz	중량	20oz
가격	2.49달러(3,172원 ⁹⁾)	가격	7.99달러(10,178원)	가격	28.02달러(35,692원)

[표 3.1] 미국 판매 바질가루 경쟁제품 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘바질가루’ 관련 게시물 417건 분석

9) 1달러=1,273.80원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 경쟁브랜드로 ‘맥코믹’ 최빈출

▶ 경쟁브랜드로 ‘맥코믹’ 최빈출

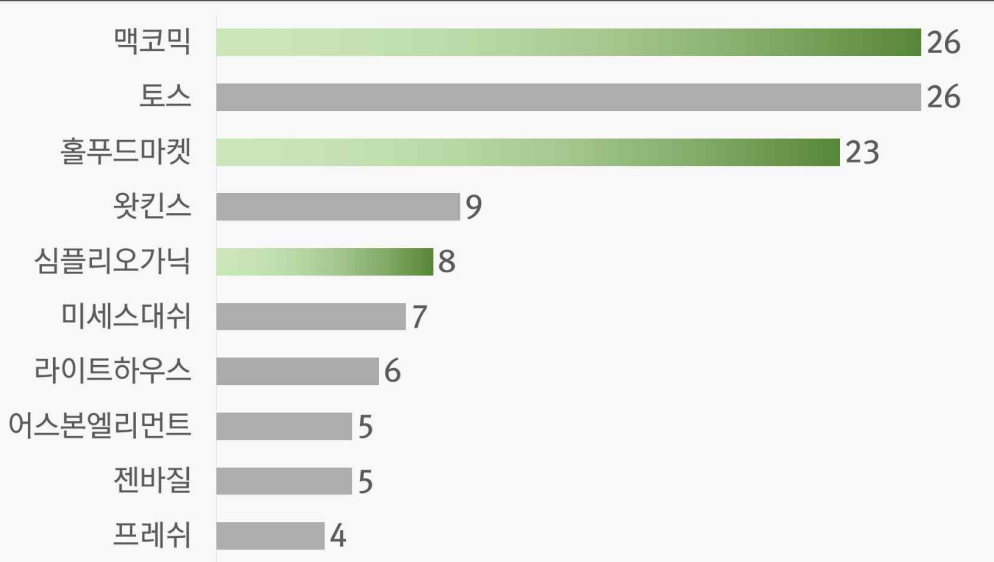
- 바질가루 경쟁브랜드 관련 키워드 확인 결과 ‘맥코믹’ 26건 확인
- 실제 데이터 확인 결과, 5온스의 가정용 제품을 주로 판매
- 영업용 포장 단위인 28온스 용량 제품을 주로 판매하는 ‘토스’ 관련 키워드도 26건 도출됨

▶ 한국에서도 익숙한 ‘홀푸드마켓’과 ‘심플리오가닉’ 빈출

- 한국 사람들도 익숙한 브랜드인 ‘홀푸드마켓’ 관련 키워드 23건 확인
- 또한, 해외직구 사이트에서 쉽게 구매할 수 있는 ‘심플리오가닉’ 브랜드 관련 키워드도 8건 도출됨
- 두 브랜드 제품 모두 1온스 미만의 소용량 제품을 판매하는 것이 특징

경쟁브랜드 ①		경쟁브랜드 ②		경쟁브랜드 ③	
					
제품명	맥코믹바질리프 (McCormick Basil Leaves)	제품명	바질오가닉 (Basil Organic)	제품명	심플리오가닉바질 (Simply Organic Basil)
브랜드	맥코믹 (McCormick)	브랜드	홀푸드마켓 (365 by Whole Foods Market)	브랜드	심플리오가닉 (Simply Organic)
중량	5oz	중량	0.46oz	중량	0.54oz
가격	14.07달러(17,922원)	가격	11.34달러(14,445원)	가격	4.09달러(5,210원)

[표 3.2] 미국 판매 바질가루 경쟁브랜드 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘바질가루’ 관련 게시물 417건 분석

3. ‘팩’, ‘단지’ 형태 제품이 다수...‘5온스’ 키워드 빈출

▶ 제품 용기 관련 키워드 ‘팩’, ‘단지’, ‘병’ 빈출

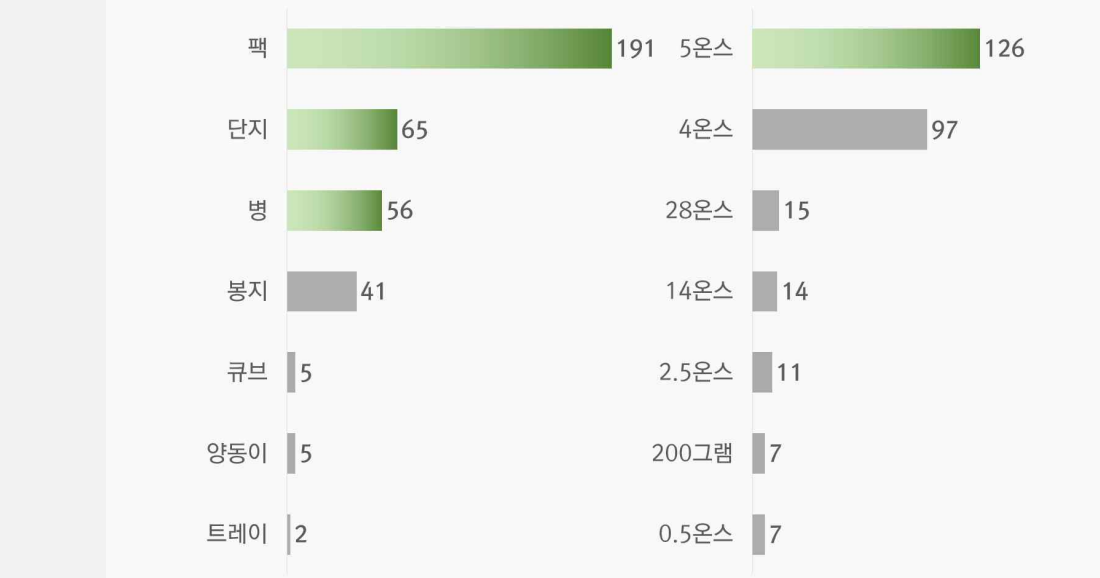
- 제품 용기 관련하여 ‘팩’ 키워드 191건 확인
- 실제 데이터 확인 결과, 소분 없이 하나의 패키지에 포장된 제품을 ‘팩’으로 표현
- ‘단지’ 및 ‘병’ 관련 키워드는 각각 65건, 56건 확인되었으며, 대부분 소용량 제품으로 확인

▶ 용량 관련 키워드 ‘5온스’ 빈출

- 용량 관련 키워드 분석 결과 ‘5온스’가 126건 도출
- 뒤이어 ‘4온스’가 97건 도출되었으며, 대용량인 ‘28온스’도 15건 도출

팩		병		용량(5온스)	
					
제품명	오가닉바질리프 (Organic Basil Leaves)	제품명	스파이스헌터바질 (Spice Hunter Basil)	제품명	오가닉바질 (Organic Basil)
브랜드	왓킨스고메스페이스 (Watkins Gourmet Spice)	브랜드	스파이스헌터 (Spice Hunter)	브랜드	스파이스아일랜드 (Spice Islands)
중량	4.9oz	중량	0.3oz	중량	0.5oz
가격	13.97달러(17,795원)	가격	9.67달러(12,318원)	가격	5.69달러(7,248원)

[표 3.3] 미국 판매 바질가루 패키징 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘바질가루’ 관련 게시물 417건 분석

4. 제품의 품질과 다양한 인증 홍보

▶ 제품 품질을 홍보하는 미국 바질 가루

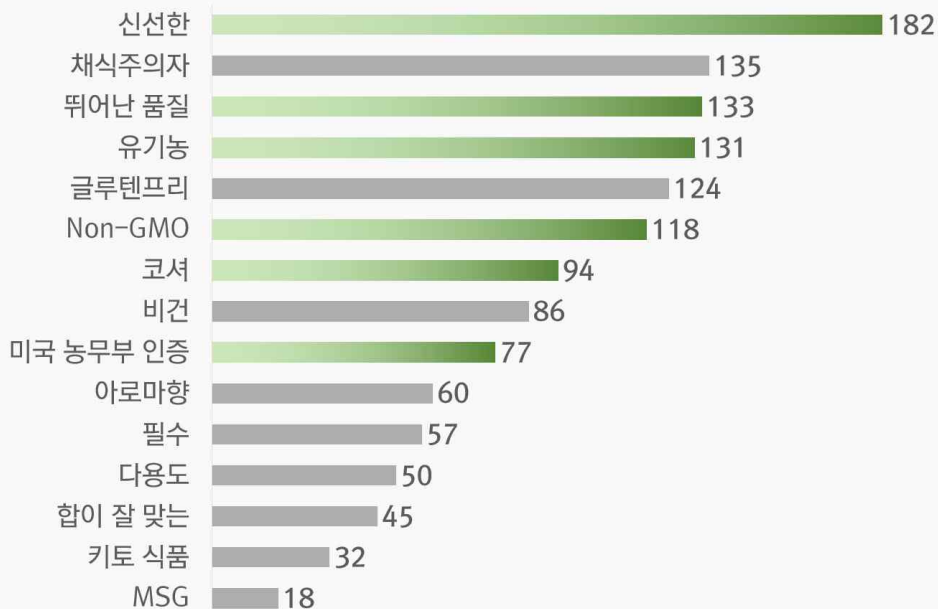
- 홍보문구 관련 키워드에서는 제품 품질 관련 키워드가 빈출되었으며, ‘신선한’과 ‘뛰어난 품질’ 각각 182, 133건 확인
- ‘글루텐프리’와 ‘키토 식품’ 등 식이조절 관련 키워드도 다수 확인

▶ ‘유기농’, ‘Non-GMO’, ‘코셔’ 등 다양한 인증 홍보

- 현지 바질 가루 제품의 경우, 다양한 인증을 홍보 수단으로 활용
- ‘유기농’ 키워드가 131건 확인되었으며, ‘Non-GMO’도 118건 도출됨
- 그 외에도 ‘미국 농무부(USDA) 인증’이 77건 확인되었으며, 종교 관련하여서는 ‘코셔 인증’이 94건 도출됨

뛰어난 품질		Non-GMO		코셔	
					
제품명	셰프퀄리티바질리프 (Chef's Quality Basil Leaves)	제품명	드라이바질리프 (Dried Basil Leaves)	제품명	스위트바질리프 (Sweet Basil Leaf)
브랜드	셰프퀄리티 (Chef's Quality)	브랜드	스파이스월드(Spicy World)	브랜드	프론티어(Frontier)
중량	24oz	중량	7oz	중량	0.48oz
가격	24.06달러(30,648원)	가격	8.59달러(10,942원)	가격	3.69달러(4,700원)

[표 3.4] 미국 판매 바질가루 홍보문구 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘바질가루’ 관련 게시글 417건 분석

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



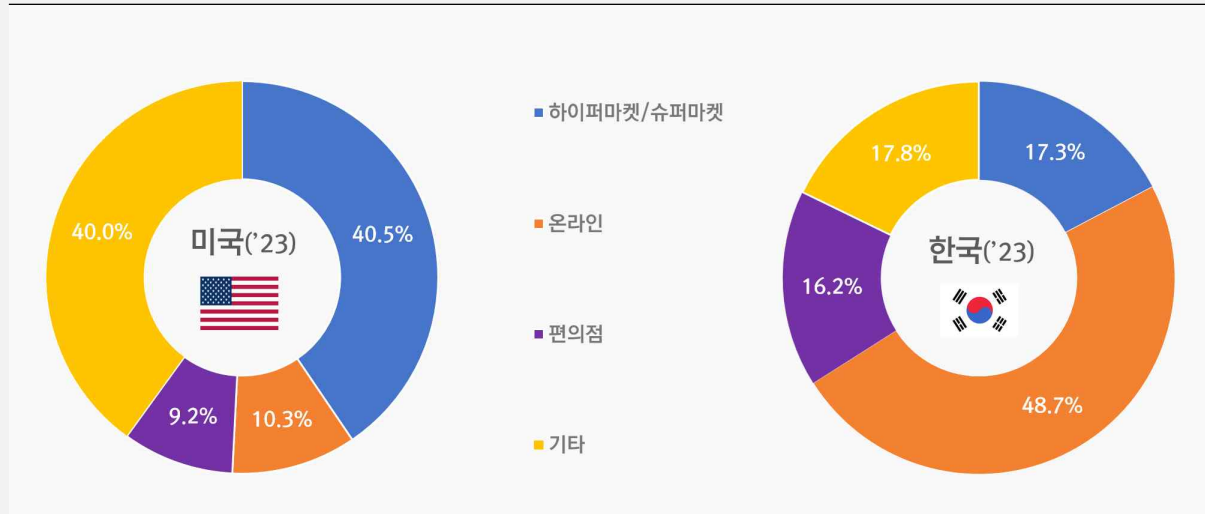
1. 미국 바질가루 유통채널 점유율
2. 미국 바질가루 주요 유통채널

1. 미국 바질가루 유통채널 점유율

▶ 미국 바질가루 소매유통채널, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 우세

2023년 미국 바질가루 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’은 40.5%로 가장 높은 점유율을 보였으며, 한국 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’ 점유율인 17.3%와 비교했을 때 상당한 비중의 점유율인 것으로 확인됨. 이어서 미국의 유통채널에서 ‘온라인’이 10.3%, ‘편의점’이 9.2%의 점유율을 차지함. 이 중 ‘온라인’ 채널의 경우 한국에서 ‘온라인’ 유통채널 점유율인 48.7%의 절반에 못 미치는 점유율임. 따라서 미국의 바질가루를 포함한 식료품에 있어 오프라인 유통채널이 우세한 것을 알 수 있으며 이를 고려한 진출 전략이 필요함

[표 4.1] 미국 바질가루 소매유통채널 점유율



미국 및 한국 소매유통채널 점유율 비교 ¹⁰⁾¹¹⁾¹²⁾¹³⁾		
미국	유형	한국
40.5%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	17.3%
10.3%	온라인	48.7%
9.2%	편의점	16.2%
40.0%	기타	17.8%

자료: 스탯시타(Statista)

10) ‘바질가루’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘식료품’ 카테고리의 정보를 확인함

11) 자료: 스탯시타(Statista), 「Food retail in South Korea」, 2023.05

12) 자료: 스탯시타(Statista), 「Food report US」, 2023.02

13) 본 보고서에서 ‘기타’ 매장은 백화점, 소형 식료품점 등을 포함함

2. 미국 바질가루 주요 유통채널 ① 메이시스



기업 기본 정보	기업명	메이시스(Macy's)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.macys.com	
	위치	뉴욕(New York)	
	규모	매출액('22)	<ul style="list-style-type: none"> 257억 달러(32조 7,367억 원¹⁴⁾)
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('23): 504개 직원 수('22): 9만 4,570명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 1858년 미국 뉴욕에서 창립된 미국 백화점 브랜드 대표 점포는 뉴욕 헤럴드 스퀘어에 위치 본사는 오하이오 주 신시내티에 있었으나, 2020년 뉴욕으로 이전 2007년 시카고 스테이트 스트리트(State Street) 본점 지하에 20,000평방피트 규모의 식료품 전문점을 입점시켜 운영 중 페이스북, 인스타그램, 트위터 등 다양한 SNS를 활용해 제품 홍보 		
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> 식료품, 가정용품, 가구, 액세서리, 의류 등 	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> 유기농식품, 프리미엄 식품 	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호 : +1-513-573-7912 - 이메일: supplierdiversity@macys.com - 기타사항은 메이시스 제공 벤더 스탠다드(Vendor Standards) 참조 (macysnet.com/mdocweb/documents.aspx?document=Vendor%20Standards) 	

자료: 메이시스(Macy's), 컴퍼니마켓캡(Companies Market Cap), 스크랩히어로(Scrape Hero), 스태티스타(Statista)

사진 자료: 메이시스(Macy's), 구글 지도(Google Map)

14) 1달러=1,273.80원(2023.08.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)


2. 미국 바질가루 주요 유통채널 ② 블루밍데일스



기업 기본 정보	기업명	블루밍데일스(Bloomingdale's)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.bloomingdales.com	
	위치	뉴욕(Newyork)	
	규모	매출액('22)	<ul style="list-style-type: none"> • 28억 달러(3조 5,666억 원)
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('22): 57개 • 직원 수('22): 302명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 미국 메이시스사의 자회사 • 젊은 층에게 선호도가 높은 브랜드만을 모아놓고, 최소한의 디스플레이를 통해 고객의 부담감 감소 • 온라인 사이트에서 선물용 음식을 판매할 수 있는 코너가 별도로 제공됨 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 여성 및 남성 기성복, 신발, 주얼리 및 악세서리, 핸드백, 선물용 제품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 젊은 층에게 선호도가 높은 제품, 답례품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 유선 연락을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료 (회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +1-800-777-0000 	

자료: 블루밍데일스(Bloomingdale's), 포브스(Forbes), 지피아(Zippia)

사진 자료: 블루밍데일스(Bloomingdale's)

2. 미국 바질가루 주요 유통채널 ③ 월마트

기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.walmart.com	
	위치	아칸소(Arkansas)	
	규모	매출액('22) • 4,205억 달러(535조 6,329억 원) ¹⁵⁾ 기타 규모 • 매장 수('22): 4,632개 • 직원 수('22): 160만 명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 50개 모든 주에서 매장 운영 중이며, 약 150개 물류 센터 보유 • 하이퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점 등 다양한 형태로 매장 운영 • 2020년 편의점 브랜드 스피드웨이(Speedway) 점포 3,900여 개 인수 		

매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 가공식품, 향신료, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 소스류 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 유기농 제품, 신제품 	
	매장 전경		



입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 등록 (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, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소, 계좌 정보 등) ② 공급 제품 정보 (브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 외 제품 설명) • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 문의사항 연락처 - 이메일: supplier64@wal-mart.com
-------------	---------------------	---

자료: 월마트(Walmart)

사진 자료: 월마트(Walmart) 현지매장 방문조사

15) 글로벌 매출액임

2. 미국 바질가루 주요 유통채널 ④ 코스트코홀세일

기업 기본 정보	기업명	코스트코홀세일(Costco Wholesale)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.costco.com		
	위치	워싱턴(Washington)		
	규모	매출액('22)	• 2,227억 달러(283조 6,753억 원) ¹⁶⁾	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('22): 589개¹⁷⁾ • 직원 수('22): 20만 3,000명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 회원제 창고형 매장 형태로 운영 • 특정 지역에 한해 2-Day Delivery 서비스 운영 중 			
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 가공식품, 향신료, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 유기농 제품, 신제품 		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 납품 관련 특징 <ul style="list-style-type: none"> - 코스트코는 본사에서 직접 제조업체와 거래하는 것이 일반적이며, 인하우스브로커¹⁸⁾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 • 유선 연락을 통한 입점 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 메뉴 'Vendors & Suppliers' 클릭 - 공급업체 선정 조건 및 절차 확인 - 입점 희망 지역부서에 직접 문의 (costco.com/vendor-inquiries.html) - 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> ① 코스트코 공급업체 행동강령 ② 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)

16) 글로벌 매출액임

17) 미국과 푸에르토리코 지역 합산 매장 수임

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

2. 미국 바질가루 주요 유통채널 ⑤ 크로거

기업 기본 정보	기업명	크로거(Kroger)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.kroger.com		
	위치	미국 전역		
	규모	매출액('22)		• 1,378억 8,800만 달러(175조 6,417억 원)
		기타 규모		• 매장 수('23): 2,719개
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1883년 오하이오 주에서 처음 설립됨 • 슈퍼마켓과 하이퍼마켓 포맷의 채널을 운영하는 미국 소매 유통 대기업 • 매출액 기준 미국 최대 슈퍼마켓 기업 • 2022년 포춘 매거진 선정 500개 기업에 선정되었음 • 2023년 현재 Albertsons와 합병 추진 중에 있음 			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 음료류, 주류, 향신료 및 소스류, 생활용품, 문구용품 등		
	선호 제품	• 미국 내에서 브랜드 인지도가 높은 상품, 품질 신뢰도 및 높은 상품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 신청 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 ABOUT THE COMPANY 하위 카테고리 'Vendors & Suppliers' 클릭 (www.thekrogerco.com/vendors-suppliers) - 'Are you interested in becoming a Kroger Supplier?' 아래 'here' 클릭 - Prospect Vendor Pre-Registration 양식 작성 - 이메일을 통해 '공급업체 신청 안내 및 지침' 수신 후 추가 절차 진행 		

자료: 크로거(Kroger)

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

2. 미국 바질가루 주요 유통채널 ⑥ 세븐일레븐

기업 기본 정보	기업명	세븐일레븐(7-Eleven)			
	기업구분	편의점			
	홈페이지	www.7-eleven.com			
	위치	텍사스(Texas)			
	규모	매출액('22)	• 787억 4800만 달러(100조 3,092억 원) ¹⁹⁾		
		기타 규모	• 매장 수('22): 9,447개		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 2020년 기준 미국 내 편의점 시장 점유율 1위 • 전 세계적으로 약 6만 8,236개 매장 보유 • 자사 브랜드인 세븐셀렉트(7-Select) 브랜드 보유 				
매장정보	입점 가능 품목	• 가공식품, 주류, 음료류, 냉동식품, 생활용품, 여행용품, 문구류 등			
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품			
	매장 전경	 			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 접속 (corp.7-eleven.com/corp/business) - 'Range Me(유통업체와 제조업체를 연결해주는 플랫폼)' 클릭 - 홈페이지 가입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (담당자명, 이메일 주소, 연락처) ② 공급 제품 정보 (제품명, 판매 가격 등 제품 설명 자유 기재) - 등록 과정 <ol style="list-style-type: none"> ① 제품 프로필 생성 ② 카테고리 매니저와 연결 및 검토 • 공지사항 통보 • 문의사항 연락처 및 기타 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: ASK@7-11.com - 전화번호: +1-800-255-0711 			

자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

사진 자료: 세븐일레븐(7-Eleven)

19) 글로벌 매출액임

2. 미국 바질가루 주요 유통채널 ⑦ 씨클케이

기업 기본 정보	기업명	씨클케이(Circle K)	
	기업구분	편의점	
	홈페이지	www.circlek.com	
	위치	애리조나(Arizona)	
	규모	매출액('22) • 12억 4,095만 달러(1조 5,807억 원) 기타 규모 • 매장 수('22): 6,621개 • 직원 수('22): 15,192명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1951년 텍사스에서 개점 • 1999년 편의점 프랜차이즈 프로그램 도입 • 2003년 Alimentation 쿠히타드(Couche-Tard)에 인수 • 현재 47개 주에서 매장 운영 중이며, 대부분 주유소와 함께 운영됨 • 현재 유럽 포함 중국, 베트남 등 24개의 국가에서 매장 운영 중이며 14개의 지역사업부로 나뉨 • 2023년 Circle K 노르웨이, NACS 올해의 유럽 기술상 수상 • 2023년 ESG 산업 등급 상위권 		
매장정보	입점 가능 품목	• 가공식품, 즉석식품, 주류, 음료류, 생활용품, 여행용품, 문구류 등	
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없는 신제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 문의 (www.circlek.com/contact-us-new) - 홈페이지 기입 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 작성자 정보 (이름, 이메일 주소, 연락처, 회사명, 회사 주소, 회사 홈페이지 주소) ② 문의할 내용 • 문의사항 연락처 - 각 지역별 사무실에 연락 (www.circlek.com/contact-us-new) 하단 참조 	

자료: 씨클케이(Circle K)

사진 자료: 씨클케이(Circle K), 씨에스피데일리뉴스(CSP Daily News)

2. 미국 바질가루 주요 유통채널 ⑧ 와와

기업 기본 정보	기업명	와와(Wawa)		
	기업구분	편의점		
	홈페이지	www.wawa.com		
	위치	펜실베이니아(Pennsylvania) 외		
	규모	매출액('22) • 149억 달러(18조 9,796억 원) 기타 규모 • 매장 수('23): 1,017개 • 직원 수('22): 37,000명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1803년 설립되어 미국 동부 해안 지역 중심으로 영향력을 넓히고 있는 미국 주유소 및 편의점 브랜드 • 필라델피아 시의 최대 편의점 브랜드로 자리잡음 • 2020년부터 드라이브스루(Drive-Through) 전용 매장 포맷을 확장하고 있음 			
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 가공식품, 스낵류, 음료류, 주류, 수입식품, 자동차 용품 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 간편식, 미국 내 브랜드 인지도가 높은 상품 		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 신청 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 Vendor Links 클릭 (www.wawa.com/about/vendors) - 'Potential Vendors' 메뉴 아래 벤더 신청 플랫폼 RangeMe의 'Get Started' 버튼 클릭 - RangeMe에 계정 생성 - 브랜드 정보 입력(브랜드명/기업명, 설립연도, 주소, 연매출액, 기업 종류) - 공급 제품 정보 (제품명, 판매 가격 등 제품 설명 자유 기재) - 등록 과정 <ol style="list-style-type: none"> ① 제품 프로필 생성 ② 카테고리 매니저와 연결 및 검토 - 공지사항 통보 		

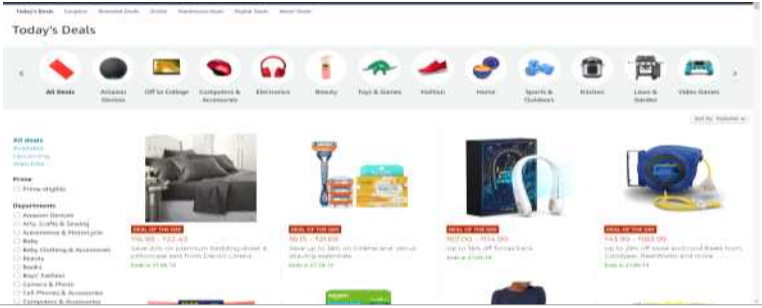
자료: 와와(Wawa), 포브스(Forbes)

사진 자료: 와와(Wawa), 인사이더(Insider)

2. 미국 바질가루 주요 유통채널 ⑨ 아마존

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.amazon.com	
	규모	매출액('22)	• 2,140억 달러(272조 5,932억 원)
		기타 규모	• 방문 횟수(최근 1개월): 23억 회
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 세계 최대의 온라인 종합 쇼핑몰 • 스페인어, 아랍어, 독일어, 한국어 등 전세계 언어 지원 • 아마존을 통해 분당 7,400개의 제품의 구매가 이루어짐 • 2021년 자연 재해로 피해 입은 지역 비상 용품 기부 • 190만 개의 기업들을 사이트에 보유함 		

매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	Happy Belly, Nova Nutritions 등
		해외 판매	해외 배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

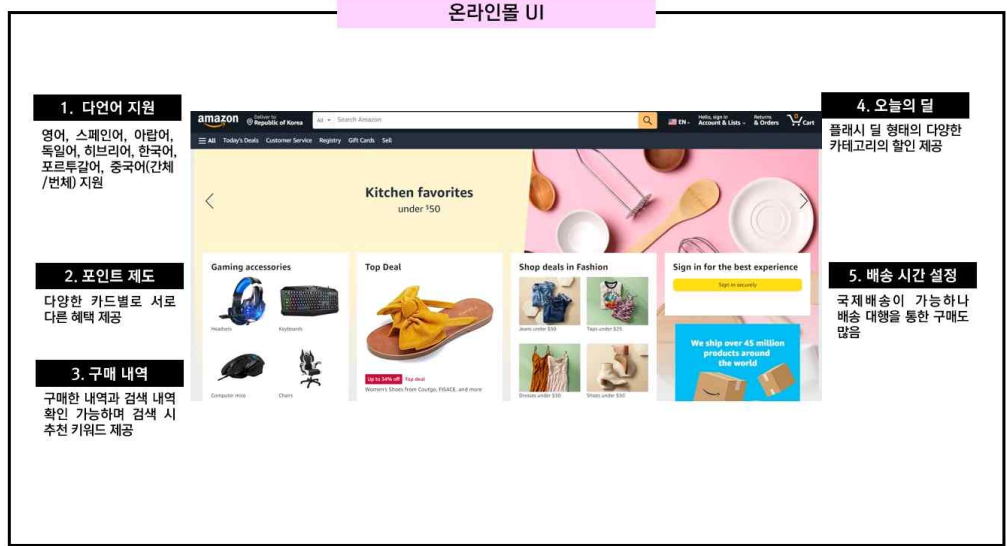
주요 프로모션 정보	
	50달러 이상 구매 시 5달러 할인, 생일 기프트카드 증정 등 다양한 프로모션 상시 진행

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접등록 (services.amazon.com/services/soa-approval-category) - Grocery&Gourmet Food 카테고리 'Requirement' 눌러 자격조건 확인 후 'Contact Us' 클릭하여 입점 문의 제출 - 홈페이지 등록 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) ② 제품 정보 (UPC/EAN 보유 여부, 제품종류, 예상매출액, 판매입고량) • 로컬 에이전트를 통한 등록 • 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> ① 아마존 행동강령 준수 ② 아마존 PB 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 • 입점 가능 카테고리 20개 중 식료품 및 9개 제품군은 승인 절차 거쳐야 입점 가능
----------	---------------	---

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

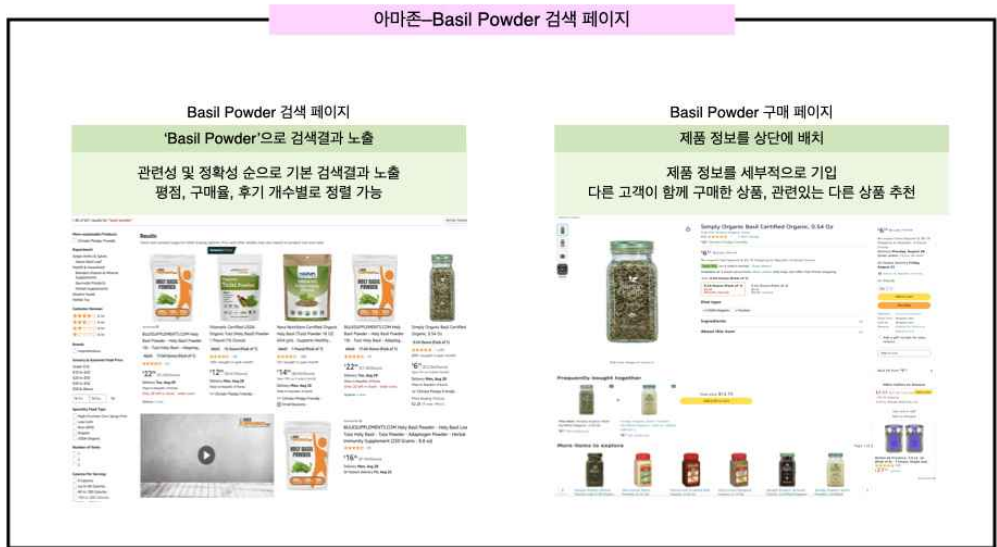
사진 자료: 아마존(Amazon)

온라인몰 UI ①



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


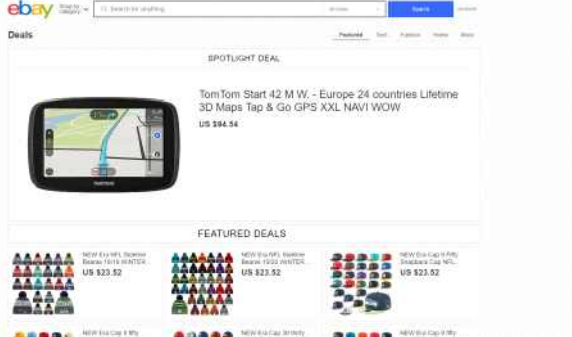
온라인몰 UI ②



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

자료: 아마존(Amazon)
사진 자료: 아마존(Amazon)

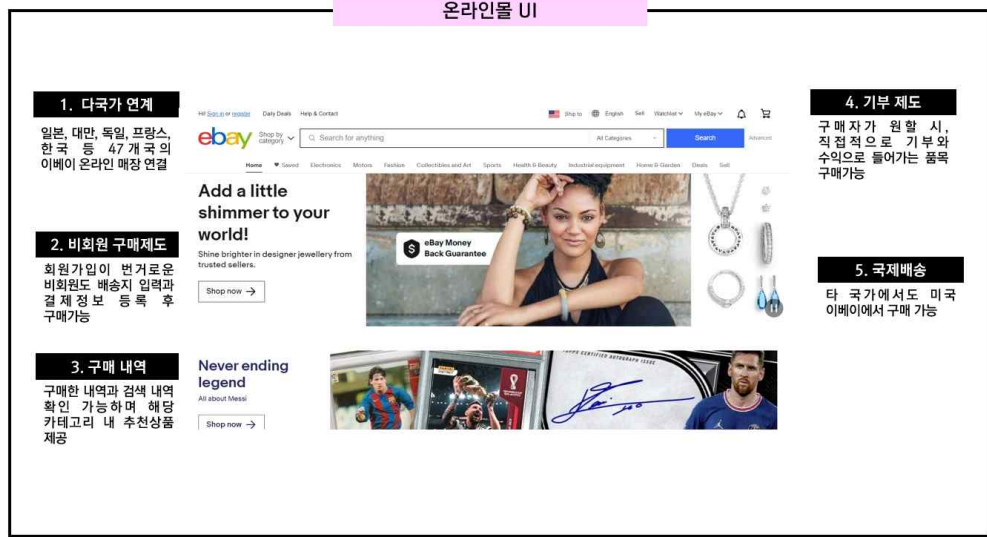
2. 미국 바질가루 주요 유통채널 ⑩ 이베이

기업 기본 정보	기업명	이베이(eBay)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰 	
	홈페이지	www.ebay.com	
	규모	총매출('21)	• 104억 달러(13조 2,475억 원)
		기타 규모	• 방문 횟수(최근 1개월): 7억 1,170만 명 • 앱 다운로드 수('22): 5억 9,900만 회
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 전 세계 190개 이상의 국가에서 운영됨 • 각 국가의 통화로 구매 가능 • 오늘의 특가 상품이 매일 공개됨 	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	Herbadiet, NOVA Nutritions 등
		해외 판매	해외 배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	시간대별 할인 이벤트, 카테고리별 할인 이벤트 등 다양한 프로모션 진행		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 계정 생성 후 판매자(Seller) 등록 - 개인 판매자와 스토어 판매자 중 선택하여 입점 - 개인 판매자는 40개까지 무료로 등록 가능(수수료 건당 10.9%) - 기업 판매자는 250,000개까지 제품 등록 가능(월별 비용과 건당 수수료 4.8%) - 다음 웹 페이지 주소에서 판매 상품 리스트, 새 상품 등록, 판매 현황 등 판매에 관련된 다양한 정보 확인 가능 (pages.Ebay.com/seller-center/index.html) • 문의사항 연락 방법 <ul style="list-style-type: none"> - 아래 웹 페이지 주소에서 문의 내용의 해당 카테고리 선택 후 이메일 컨택 가능 (www.Ebay.com/help/call_us?type=ContactUs&initFrom=HOME&topicId=4000) 	

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

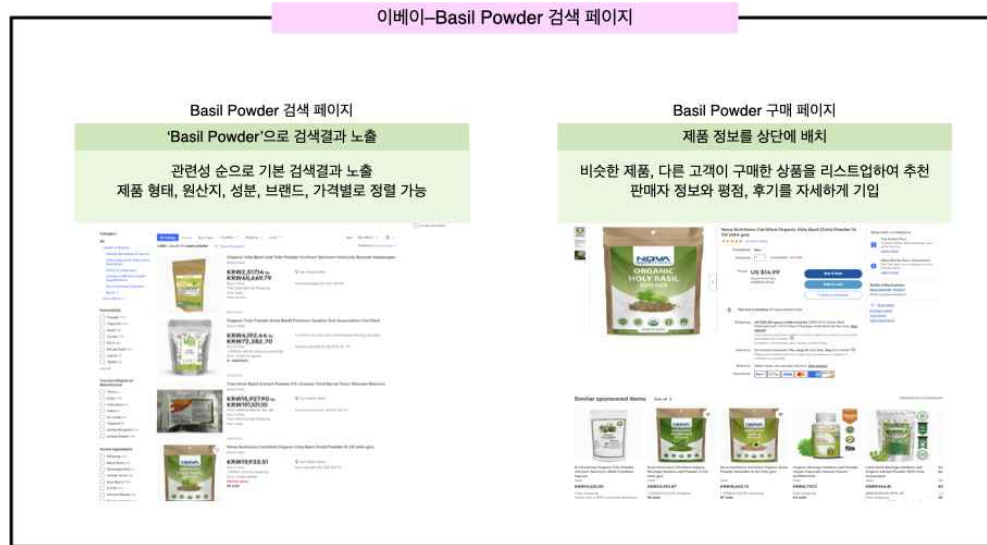
사진 자료: 이베이(eBay)

온라인몰 UI ①



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

온라인몰 UI ②



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

자료: 이베이(eBay)
사진 자료: 이베이(eBay)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



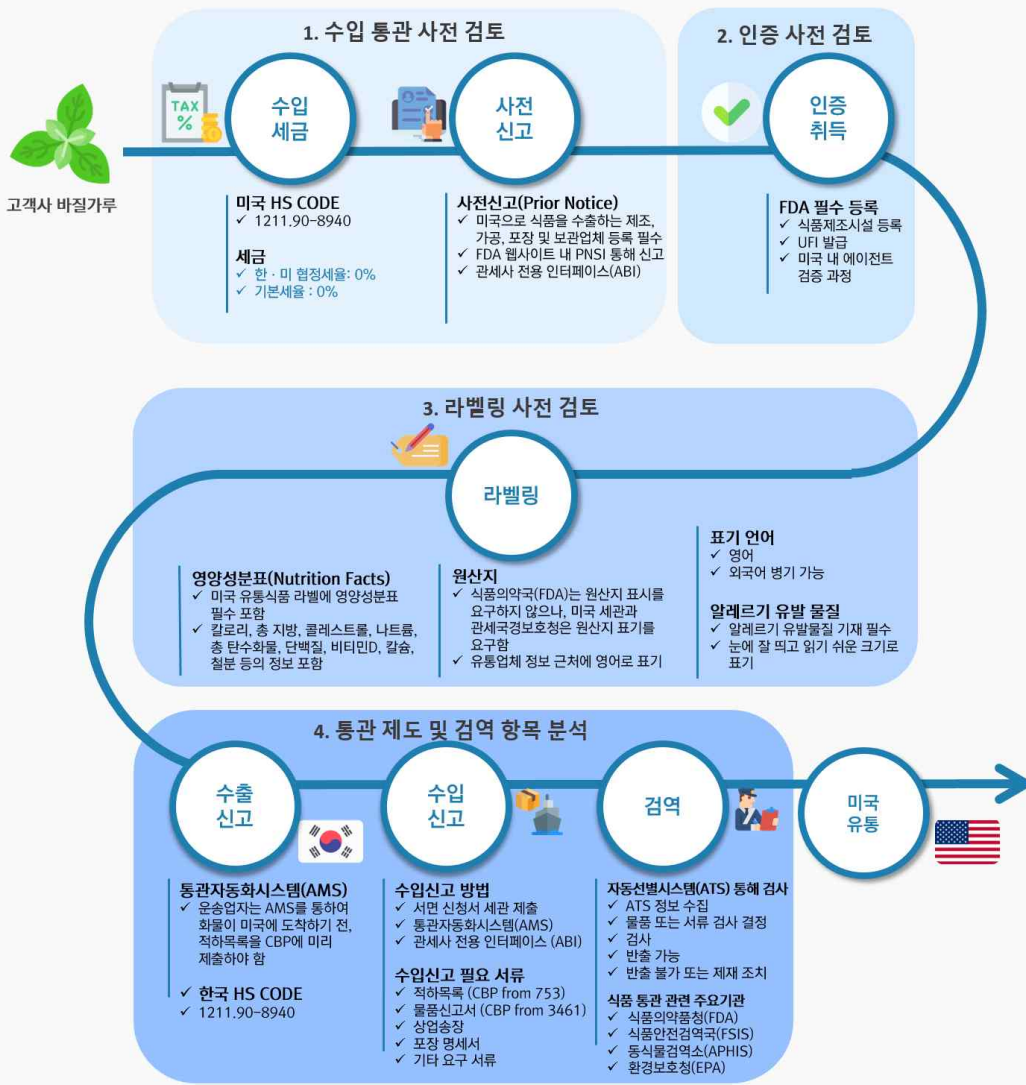
1. 미국 바질가루 통관 및 검역 절차
2. 미국 바질가루 품질 인증
3. 미국 바질가루 라벨링
4. 미국 바질가루 성분 및 유해물질

1. 미국 바질가루 통관 및 검역 절차²⁰⁾

▶ 미국 바질가루 수출 통관 단계별 주요사항

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

[표 5.1] 미국 바질가루 통관 검역 절차



자료: 식품의약품안전처, 미국 식품의약품청(FDA: Food and Drug Administration)

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

2. 미국 바질가루 품질 인증

▶ 미국 바질가루, ‘FDA 등록’ 필수

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


[표 5.2] 미국 FDA 등록 정보

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



자료: 미국 식품의약품청(FDA)

[표 5.2] 미국 FDA 등록 정보

등록 정보	
	<p>필수 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> • 시설명, 주소, 전화번호 • FDA가 인정하는 시설의 고유시설식별번호(2020년 10월 1일부터) • 선호하는 시설 주소(시설의 주소와 다른 경우) • 모회사 이름, 주소 및 전화번호(해당하는 경우) • 시설 담당자 이메일 주소(해외 시설 : 미국 내 에이전트의 이름, 주소, 전화번호 및 이메일 주소) • 비상시 전화번호 및 이메일 주소, 국내 시설의 경우 담당자와 비상시 담당자가 다를 경우 이메일 주소만 필요 • 시설을 담당하는 소유주 운영자 혹은 에이전트의 이름 주소 전화번호 및 이메일 주소 • 시설이 사용하는 모든 상표명 • 등록 서식에 적혀 있는 해당하는 식품 카테고리 • 해당하는 각 식품 카테고리에 대한 시설에서 수행된 활동 유형 • FDA의 시설 점검을 허가할 것이라는 보증 • 제출한 정보가 사실이고 정확하며 기재자의 기재 권한을 허가한다는 증명서
주의사항	<ul style="list-style-type: none"> • 2년마다 등록 갱신을 해야 함(매 짝수년 10월 1일 ~ 12월 31일) • 등록의 필수 정보가 변경된 경우 60일 이내에 FDA에 등록을 업데이트해야 함 • 모든 외국 식품 시설은 미국 FDA 대리인(US Agent)이 있어야 함

자료: 미국 식품의약품청(FDA: Food and Drug Administration)

▶ 미국 식품 관련 기타 인증

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

[표 5.3] 미국 바질가루 인증 취득 정보

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

자료: 각 인증기관

3. 미국 바질가루 라벨링

[표 5.4] 미국 바질가루 라벨링

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

자료: 미국 식품의약품청(FDA: Food and Drug Administration)

[표 5.4] 미국 바질가루 라벨링

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

자료: 미국 식품의약품청(FDA: Food and Drug Administration)

▶ 미국 바질가루 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[옆면 라벨링]

[앞면 - 영어]

- ① Organic Great value
- ② Basil Leaves
- ③ USDA ORGANIC
- ④ Serving Suggestion
NET WT 0.5OZ(14.2g)

[앞면 - 국문]

- ① 브랜드명: 오가닉 그레이트 벨류
- ② 바질 잎
- ③ 미국 농무부 유기농 인증
- ④ 조리예
순 중량 0.5OZ(14.2g)

[뒷면 - 영어]

- ① Organic Great Value
- ② BASIL LEAVES
- ③ uses only wholesome ingredients with no artificial flavors or preservatives to deliver great foods you can trust.
Honest taste. Great Value
- ④ INGREDIENTS: ORGANIC BASIL LEAVES

[뒷면 - 국문]

- ① 오가닉 그레이트 벨류
- ② 바질 잎
- ③ 신뢰할 수 있는 훌륭한 제품을 제공하기 위해 화학조미료나 방부제 없이 건강한 재료만 사용합니다.
- ④ 재료 : 유기농 바질 잎

- ⑤ DISTRIBUTED BY: Wal-Mart Stores, Inc., Bentonville, AR 72716
- ⑥ For nutrition information, call 1-877-505-2267
- ⑦ Certified Organic By Organic Certifiers
- ⑧ Great Quality
Great Price
Guaranteed
- ⑨ If you any reason you aren't happy, we'll replace it or return your money. All you need is the package.
- ⑩ Tell us what you think. 1-877-505-2267 or online at walmart.com/greatvalue

- ⑤ 유통업체 : 월마트 스토어 주식회사, 벤트빌, 아리조나 72716
- ⑥ 영양에 대한 정보는 1-877-505-2267로 연락 바랍니다.
- ⑦ 유기농 인증기관으로부터 유기농 인증 취득
- ⑧ 훌륭한 품질
훌륭한 가격
보장됨
- ⑨ 어떠한 이유로든 만족스럽지 않으신다면, 교환 또는 환불해드립니다. 포장재만 있으면 됩니다.
- ⑩ 1-877-505-2267이나 온라인 walmart.com/greatvalue을 통해 의견을 말씀해주세요.

4. 미국 바질가루 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

GRAS(Self-Affirmed Generally Recognized As Safe)는 미국에서 판매되는 식품 원료의 안전성을 평가하는 제도이며, 식품첨가물을 ‘식품에 첨가 및 접촉하여 직접적 또는 간접적인 결과를 초래할 것으로 예상되는 물질’로 규정해 본래의 사용 목적 및 조건에서 과학적 단계를 통해 입증된 성분을 분류함. 바질가루를 ‘향신료가공품’으로 분류하여 관련 식품첨가물 검색 시 총 252건을 발견했으며, 하기 표는 향신료가공품에 적용되는 미국 식품첨가물 기준 중 일부임. 더욱 상세한 정보는 미국의 연방규정집(CFR) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.5] 미국 바질가루 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품유형	사용기준
1	사카린	Saccharin	가공식품	1회 제공량당 30mg 이하
2	사카린나트륨	Sodium saccharin		
3	사카린칼슘	Calcium saccharin		
4	프로필렌 글리콜알지네이트	Propylene glycol alginate	시즈닝	[향미 보조제(flavoring adjunct) 또는 보조제] 최종 식품의 중량을 기준으로 1.7%를 초과하지 않음
5	프로필렌글리콜	Propylene glycol	시즈닝 및 향신료	(GRAS: [고결방지제, 산화방지제, 반죽강화제, 유화제, 향료, 조성보조제, 습윤제, 가공보조제, 용매 및 용제, 안정제, 증점제, 계면활성제, 텍스처라이제] 97% 이하, GMP에 따라 사용)
6	갈조류	Brown algae	양념, 시즈닝, 향신료	(GRAS: [향미증진제, 풍미보조제] GMP에 따라 사용)
7	홍조류	Red algae		
8	감초 및 감초 파생상품	Licorice and licorice derivatives	허브 및 시즈닝	(GRAS: [향미증진제, 향료] 0.15% 이하)
9	아세틸화 모노글리세라이드	Acetylated monoglycerides	모든 식품	합리적으로 필요한 양을 초과하지 않는 수준으로

자료: KATI 농식품수출정보

▶ **유해물질**

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

▶ **알레르겐**

미국에서 유통되는 식품의 알레르기 유발물질은 ‘식품 알레르기 유발물질 표시 및 소비자 보호법’에 의하여 규정됨. 식품에 총 9가지의 알레르기 유발물질이 포함되는 식품은 라벨에 해당 성분명을 영어로 표기해야 함. 2023년 1월 1일부터 참깨가 9번째 알레르겐 성분으로 공식 지정되었으며, 참기름과 같이 참깨가 포함된 제품에도 해당하는 내용임

[표 5.6] 미국 바질가루 유해물질 분석

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

자료: KATI농식품수출정보

[표 5.7] 미국 알레르겐 성분 규정

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

자료: 미국 식품의약품청(FDA: Food and Drug Administration)

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 타겟(Target)
2. 퍼블릭스(Publix)
3. 에이치이비(H-E-B)

Interview ①

21)



타겟
(Target)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 1902년 설립
 - 미네소타주 소재
 - 수입유통업 / 소매업체
 - 식료품, 주방용품, 약세사리, 전자기기 등 취급
 - 아시아, 유럽에서 수입하여 판매 중
 - 온라인, 오프라인 유통채널 존재

담당자 정보

Retail Manager

타겟(Target) Retail Manager

Q. 최근 미국에서 바질가루 활용과 관련한 식문화나 소비 트렌드가 있다면 무엇인가요?

바질가루는 샐러드나 샐러드 드레싱의 맛을 향상시키는데 활용할 수 있으며, 핑거푸드나 빵에 찍어먹는 올리브 오일, 갈릭 소스와 혼합해 사용할 수도 있습니다. 최근에는 바질가루를 다양한 샐러드 요리와 퓨전 아시안 요리에 활용하는 것을 자주 볼 수 있습니다. 또한, 바질의 건강 및 영양학적인 요소에 대한 관심이 미국 소비자들에게 하나의 트렌드로 자리잡고 있습니다.

Q. 고객사는 바질가루를 유리병 및 플라스틱병으로 포장하여 판매하고 있습니다. 해당 포장 방법 외에 파우치형이나 스틱형 제품 제조를 고려하고 있는데, 이러한 제품에 대한 미국 소비자들의 수요는 어떠한가요?

파우치형이나 스틱형 포장은 편의성을 증대시키는 포장이라고 생각하며, 주로 보관 장소가 협소한 소비자들에게 유용할 것으로 예상합니다. 저희가 보유하고 있는 제품은 보통 플라스틱병 포장이 대부분이므로, 스틱형 포장 제품이 출시된다면 포장 다양성 측면에서 유통업체로부터 관심을 얻을 수 있을 것 같습니다.

Q. 미국 내 유명한 바질가루 브랜드들과 비교 시, 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇인가요?

미국 내 유명한 바질가루 브랜드로는 M사와 S사가 있습니다. 해당 브랜드들은 조미료 및 향신료 시장에서 매우 저명한 브랜드들입니다. 이 브랜드 제품들과 비교 시, 고객사 제품의 장점으로서는 가격이 비싸지도 싸지도 않은, 합리적인 수준이라는 점입니다. 반면, 약점으로는 새로운 브랜드이기 때문에 브랜드 인지도 및 소비자들이 익숙하지 않다는 점이 있습니다.

Q. 경쟁제품의 마케팅 전략은 어떠한가요?

M사 브랜드의 바질가루 제품의 경우, 미국 현지의 대규모 레스토랑과 조리 식품 제조업체들을 고객사로 두고 있습니다. 이 고객사들에게 제품을 유통하고, 소비자들이 레스토랑에서 음식 섭취 시 혹은 간편 조리 식품 소비 시 M사 브랜드 제품을 자연스럽게 경험할 수 있습니다. 이를 통해 M사 브랜드는 미국에서 브랜드 인지도를 크게 높일 수 있었습니다.

21) 사진 자료: 타겟(Target)

Q. 고객사 제품 소비자, 포장, 인증, 홍보문구에 대한 피드백을 부탁드립니다.

고객사 바질가루의 소비자 가격인 가정용 6,900원(5.26달러²²⁾) 및 대용량 19,900원(15.16달러)는 미국 시장에서 적절한 가격대라고 생각합니다. 보통 미국 시장에서 향신료 및 조미료 제품의 평균 소비자가격은 5달러 정도가 일반적입니다. 고객사 바질가루 포장 형태인 유리병 및 플라스틱병 포장 또한 미국 소비자들에게 익숙한 형태이며, 미국 대부분의 향신료 및 조미료 포장이 보관에 용이한 병 형태로 되어 있습니다. 한편 고객사는 현재 제품에 대한 취득 인증이 없는 상태인데, 향신료 및 조미료 제품에 대해 많은 인증이 요구되지는 않으나 소비자들의 특징을 겨냥한 인증 취득을 추천합니다. 바질가루 소비자들은 채식주의자인 경우가 많기 때문에, 해당 소비자들을 겨냥한 비건 인증, 유기농 인증 등을 취득하시는 것을 제안합니다. 마지막으로 고객사 바질가루 제품 홍보문구 중 미국 소비자들에게 가장 눈길을 끌 것으로 예상되는 홍보문구는 ‘스마트팜에서 위생적으로 재배한 바질은 향과 맛이 뛰어나며, 색상과 맛이 다른 제품보다 뛰어남’ 문구입니다. 이 문구는 미국 소비자들이 바질가루 제품 시 고려하는 제품의 청결도를 강조하는 문구이기 때문에, 동결건조 제품 강조나 장기간 보관, 미사용 원료를 강조하는 홍보문구보다 효과적일 것으로 보입니다.

Q. 고객사 제품 수출 시 추천하는 유통채널이 있다면 무엇인가요?

고객사 바질가루의 적정 유통채널로 대형 하이퍼마켓/슈퍼마켓으로 제품을 납품하고 있는 식품류 도매유통상이나 원료 공급업체를 추천합니다. 미국의 대표적인 납품업체로는 시스코(Sysco)나 유에스푸드(US Foods) 등의 업체를 추천합니다.

Q. 고객사 제품 마케팅 시 타겟해야 하는 미국 소비자층은 어떻게 되나요?

고객사 제품 마케팅 시 주요 타겟 소비자층으로 삼아야 하는 소비자는 집에서 요리할 기회가 많은 중장년층입니다. 청년층은 외식 소비가 많기 때문에 고객사 제품 소비가 상대적으로 떨어질 것으로 예상됩니다. 또한 중장년층은 천연 향신료를 통한 건강 증진에도 관심을 보이는 편이기 때문에 고객사 바질가루 제품을 마케팅하기 더욱 적절한 소비자층입니다. 미식가들이 사용하는 제품이라는 이미지를 만들어 해당 소비자층에게 홍보하면 효과적일 것으로 보입니다.

Q. 고객사 제품이 미국에서 활용해야 하는 마케팅 전략은 무엇인가요?

인플루언서나 음식 전문 블로거와의 협업을 통한 마케팅 전략을 추천합니다. 요즘 미국 소비자들은 소셜미디어 상에서 다른 사람들이 올린 음식 사진을 보고 해당 음식에 어떤 향신료가 쓰였는지 궁금해하는 경우가 많습니다. 이러한 소비자들의 호기심을 이용하여 인플루언서나 음식 전문 블로거가 만든 음식에 고객사 바질가루 제품이 활용되었다는 메시지를 전달하면 소비자들에게 고객사 제품에 대한 관심을 크게 일으킬 수 있을 것으로 보입니다.

22) 1달러=1,273.80원(2023.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Interview ②

23)



Publix

퍼블릭스
(Publix)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 1883년 설립
 - 오하이오주 소재
 - 수입유통업 / 소매업체
 - 식료품, 뷰티제품, 장난감 등 취급
 - 일본, 베트남, 한국 등에서 수입하여 판매 중
 - 온라인, 오프라인 유통채널 존재

담당자 정보

Retail Manager

퍼블릭스(Publix) Retail Manager

Q. 최근 미국에서 바질가루 활용과 관련한 식문화나 소비 트렌드가 있다면 무엇인가요?

미국에서 바질가루는 주로 스테이크나 피자 요리 시 장식용 및 향신료 용도로 사용됩니다. 그 외에는 바질페스토 등의 양념장을 만들거나, 스프레드에 들어가는 향신료 재료로도 활용됩니다. 최근에는 바질가루를 칵테일에 넣는 등 바질을 함유한 음료들이 미국 시장에서 판매되고 있습니다. 또한 바질가루를 넣어 만든 아이스크림 제품이 디저트 메뉴로 판매되고 있습니다. 미국에서 식물 기반 식품 섭취 경향이 증가하면서 바질 및 바질가루에 대한 소비자 수요가 꾸준히 증가하고 있습니다.

Q. 고객사는 바질가루를 유리병 및 플라스틱병으로 포장하여 판매하고 있습니다. 해당 포장 방법 외에 파우치형이나 스틱형 제품 제조를 고려하고 있는데, 이러한 제품에 대한 미국 소비자들의 수요는 어떠한가요?

미국 소비자들은 바질가루와 같은 향신료 제품 소비 시 유리병이나 플라스틱병 포장 제품을 주로 사용하며, 해당 포장방법에 소비자들이 익숙해져 있는 상태입니다. 만약 파우치형 및 스틱형 포장을 진행할 경우, 해당 포장이 유리병, 플라스틱병 포장보다 보관 시 제품 보존에 월등히 유리하다는 근거가 있을 경우에는 미국 시장에서 충분히 수요가 있을 것으로 예상합니다. 그러나 제품 보존 기간에 별 차이가 없을 경우 대다수 소비자들은 현재 사용하기 익숙한 유리병 및 플라스틱병 포장 제품을 그대로 사용할 것입니다.

Q. 미국 내 유명한 바질가루 브랜드들과 비교 시, 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇인가요?

저희 유통매장에서 현지 소비자들에게 가장 잘 팔리는 바질가루 브랜드는 P사입니다. 이 제품과 고객사 바질가루 제품을 비교 시, 고객사 제품의 강점은 브랜드 평판이 좋은 한국산이라는 점이 있습니다. 반면, 미국 시장에서 고객사 제품은 신생 브랜드이기 때문에 사람들에게 널리 알려지기까지 다소의 시간이 걸릴 수도 있다는 점을 약점으로 꼽겠습니다.

Q. 경쟁제품의 마케팅 전략은 어떠한가요?

P사 브랜드는 제품의 원산지인 인도산 제품이란 점을 소비자들에게 어필하여 큰 인기를 누리고 있습니다. 인도라는 나라 자체가 미국 소비자들에게 향신료로 매우 유명한 나라라는 인식이 있기 때문에 ‘인도산 수입 향신료 브랜드’라는 제품 포지셔닝이 미국 소비자들에게 잘 작용한 것으로 보입니다. 미국에서는 최근 아시안 음식에 대한 관심이 높아지면서 자연스럽게 아시아산 향신료에 대한 궁금증도 커지고 있습니다. 이는 한국산 제품에도 그대로 적용되기 때문에, 고객사 제품이 한국산 제품임을 강조하는 것이 다른 바질가루 제품과 가장 차별화시킬 수 있는 방법이라고 생각합니다.

23) 사진 자료: 퍼블릭스(Publix)

Q. 고객사 제품 소비자, 포장, 인증, 홍보문구에 대한 피드백을 부탁드립니다.

고객사 바질가루 제품 가격은 저희가 보유하고 있는 제품 가격대와 비교 시에 매우 저렴한 가격입니다. 특히 가정용 제품의 가격이 합리적인 편입니다. 대용량 제품 역시 저렴한 가격이긴 하나 미국에서 제품 판매가 용이할 지는 미지수입니다. 가정용 제품에 비해서 진출할 수 있는 유통채널이 한정적일 것으로 보이며, 도매를 겸업하는 대규모 상점 외에는 제품 수요가 크지 않을 수 있습니다. 현재 고객사 제품이 유리병 포장과 플라스틱병 포장 2종류로 구성되어 있는데, 2종류 모두 미국 소비자들에게 익숙한 포장형태이며, 유리병 포장형태가 조금 더 고급스러운 느낌을 주기 때문에 소비자들로부터 더 선호될 것으로 보입니다. 만약 고객사 바질가루 제품을 미국에 수출하기 전에 제품 마케팅을 위해 인증을 취득하신다면, Non-GMO나 유기농 인증 취득을 추천드립니다. 두 인증이 미국 소비자들이 제품을 구매할 때 보편적으로 고려하는 인증 요소이기 때문입니다. 홍보문구의 경우, ‘스마트팜에서 위생적으로 재배한 바질은 향과 맛이 뛰어나며, 색상과 맛이 다른 제품보다 뛰어남’ 및 ‘본 제품에는 인공첨가물, 방부제, 화학물질이 전혀 포함되어 있지 않음’ 문구가 가장 적절할 것으로 보입니다. 두 홍보문구 모두 제품의 향, 맛, 색상, 성분 등 추상적이지 않고 구체적인 부분을 홍보하는 문구이기 때문에 소비자들에게 고객사 제품을 소개 시 더욱 직관적으로 의미를 전달할 수 있기 때문입니다.

Q. 고객사 제품 수출 시 추천하는 유통채널이 있다면 무엇인가요?

고객사 바질가루의 적정 유통채널로는 소형 슈퍼마켓이나 아시안마트를 추천드립니다. 특히 아시안마트의 경우 아시안 퓨전 요리를 즐기는 소비자들이 모이는 곳으로, 고객사 제품처럼 ‘한국산’ 입을 강조하는 것이 효과적인 제품이 유통하기 가장 적절한 유통채널입니다. 아시안마트로 제품을 유통하기 시작해 고객사 제품의 소비자 인지도를 높인 후 점차 큰 대형 유통채널로 제품 납품을 확장하는 것이 가장 일반적이고 용이한 유통 방법이라고 생각합니다. 그 외로는 향신료 및 조미료 전문 도매상을 통해 제품을 납품하는 방법이 있습니다. 이러한 도매상은 아시아 제품에 국한되어 있지 않고 전세계 특별한 향신료 제품들을 취급하려고 할 것이기 때문에 고객사 바질가루 제품을 초기에 미국으로 진출시킬 시 상대적으로 수월한 방법이라고 봅니다.

Q. 고객사 제품 마케팅 시 타겟해야 하는 미국 소비자층은 어떻게 되나요?

아시안 요리, 아시안 퓨전 요리 등 글로벌 음식 문화에 관심이 많은 소비자층을 고객사 제품 주요 마케팅 타겟층으로 설정하는 것을 추천합니다. 또한 평소에 집에서 아시아 향신료를 사용해 요리를 하는 아시아 소비자층 위주로 마케팅을 집중하는 것도 좋은 방법입니다.

Q. 고객사 제품이 미국에서 활용해야 하는 마케팅 전략은 무엇인가요?

식품 전시회나 무역 전시회 등에 참여해 제품을 홍보하는 것을 추천합니다. 바이어들이 제품을 체험해볼 수 있도록 샘플 패키징 제품을 별도로 만들어 무료로 제공하면서, 고객사 제품만의 차별점이 정리된 자료를 함께 전달하며 홍보하는 것이 좋을 것 같습니다.

Interview ③

24)



에이치이비
(H-E-B)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 1905년 설립
 - 텍사스주 소재
 - 수입유통업 / 소매업체
 - 신선식품, 육가공품, 베이커리, 유제품, 식료품 등 취급
 - 전 세계 등지에서 수입하여 판매 중
 - 온라인, 오프라인 유통채널 존재

담당자 정보

Store Manager

에이치이비(H-E-B) Store Manager

Q. 최근 미국에서 바질가루 활용과 관련한 식문화나 소비 트렌드가 있다면 무엇인가요?

보통 미국 소비자들은 바질가루를 수프나 스투에 시즈닝으로 활용하고 있으며, 피자 등 베이커리류 제품 생산 시에도 활발하게 사용합니다. 최근에는 바질가루를 시즈닝으로 활용한 건강한 스낵 제품이 미국 소비자들에게 하나의 소비 트렌드로 자리잡고 있습니다. 바질가루가 가지고 있는 자연 그대로의 이미지, 구체적으로 농장에서 바로 식탁으로 공급되는 제품이란 이미지가 미국 소비자들에게 바질가루를 건강한 식품이라고 인식하게끔 하고 있습니다. 이는 미국 시장에서 바질가루 제품이 가지고 있는 가장 큰 셀링포인트라고 할 수 있겠습니다.

Q. 고객사는 바질가루를 유리병 및 플라스틱병으로 포장하여 판매하고 있습니다. 해당 포장 방법 외에 파우치형이나 스틱형 제품 제조를 고려하고 있는데, 이러한 제품에 대한 미국 소비자들의 수요는 어떠한가요?

파우치형이나 스틱형 바질가루 제품이 출시되면, 요리에 서툰 소비자들이 사용하기 굉장히 편리해질 것으로 생각합니다. 바질가루를 활용한 음식은 미국에 아주 많지만 정작 소비자가 직접 요리해 먹는 경우가 많지 않기 때문에, 요리 시 어느 정도의 바질가루를 넣어야 하는지 헛갈려하는 소비자들이 의외로 많습니다. 따라서 해당 소비자들을 타겟으로 파우치형, 스틱형 포장 제품을 판매한다면 효과적일 것입니다.

Q. 미국 내 유명한 바질가루 브랜드들과 비교 시, 고객사 제품의 강점과 약점은 무엇인가요?

저희 유통매장에서 소비자들에게 수요가 높은 바질가루 브랜드로는 M사, C사, L사 등이 있습니다. 해당 브랜드들과 고객사 제품을 비교했을 때, 고객사 제품의 강점으로는 향신료로 유명한 아시아 지역을 원산지로 한다는 점입니다. 또한 가격도 저렴해서 경쟁제품들 대비 가격 경쟁력에서 우위를 차지한다는 점이 큰 장점입니다. 단점이라면 브랜드 인지도가 미국에서 낮다는 점이 있겠으나, 이는 가격 경쟁력으로 상쇄할 수 있는 부분이라고 생각합니다.

Q. 경쟁제품의 마케팅 전략은 어떠한가요?

미국 경쟁제품들은 주로 제품을 활용한 음식 레시피들을 소개하는 전략을 활용하고 있습니다. 바질가루처럼 향신료 제품을 소개하는 데에는 무엇보다 주요 사용처인 요리 시 어떻게 활용할 수 있는지를 보여주어야 소비자들도 구매할 마음을 먹을 수 있기 때문입니다. 주로 인스타그램, 트위터 등 소셜미디어 플랫폼을 통해 바질가루 제품을 활용한 음식 사진을 올리거나, 음식 레시피를 공유하는 방법을 사용합니다.

Q. 고객사 제품 소비자, 포장, 인증, 홍보문구에 대한 피드백을 부탁드립니다.

고객사 바질가루 제품의 소비자가격은 저희가 보유하고 있는 제품들과 비교 시 비슷하거나 저렴한 편입니다. 그러나 신규 브랜드가 미국 시장에 진출할 때 더욱 효과적으로 진출하기 위해서는 현재 가격보다 더 할인된 가격으로 제품을 판매하는 프로모션 기간을 가지는 것이 좋을 것 같습니다. 유리병 및 플라스틱병 포장은 저희가 보유한 제품들과 유사해 따로 특이점을 찾을 수는 없었습니다. 다만 대용량 제품의 경우, 레스토랑에서 대량으로 구매할 가능성이 높기 때문에, 별도 용량 포장 제품을 두고 있는 것은 굉장히 좋은 방법이라고 생각합니다. 또한 레스토랑에서 바질가루 제품을 사용하기 위해서는 유리병보다 플라스틱병 포장이 병이 깨질 우려를 줄이기 때문에, 현재 대용량 제품 포장인 플라스틱병 포장이 적절하다고 생각합니다. 제품 취득 인증의 경우 유기농 인증 취득을 권장합니다. 이는 바질가루를 소비하는 주 소비자들이 주로 친환경적인 소비 스타일을 보이고 있기 때문입니다. 홍보문구는 ‘본 제품에는 인공첨가물, 방부제, 화학물질이 전혀 포함되어 있지 않음’ 문구가 가장 좋은 것으로 보입니다. 주 소비자들이 제품 원료에 대해 민감할 가능성이 크기 때문에, 사용 원료, 미사용 원료를 강조하는 홍보문구가 소비자들의 제품 구매 결정 여부로까지 이어지는 경우가 많습니다.

Q. 고객사 제품 수출 시 추천하는 유통채널이 있다면 무엇인가요?

아시안마트와 같이 미국에서 다소 생소한 제품들을 많이 취급하는 오프라인 유통채널, 유기농매장과 같이 친환경적인 제품을 많이 취급하는 유통채널 및 아마존 등 온라인 유통채널 진출을 병행하는 것을 추천합니다. 제품 인지도가 낮은 고객사 바질가루 제품을 브랜드 유명세 없이도 구매할 수 있는 소비자들에게 노출시키기 위해 아시안마트, 유기농 매장으로의 진출이 우선적으로 고려되어야 합니다. 또한 온라인 유통채널에서는 오프라인 유통채널보다 고객사 제품의 특징, 차별점을 어필할 수 있는 요소가 많아지기 때문에, 온라인 채널을 병행하는 것을 제안합니다.

Q. 고객사 제품 마케팅 시 타겟해야 하는 미국 소비자층은 어떻게 되나요?

바질가루를 대량으로 구매할 가능성이 큰 레스토랑 요리사들과 건강에 대한 관심이 높아 친환경 제품을 선호하는 소비자들을 우선적으로 타겟해 고객사 제품을 마케팅할 것을 추천합니다.

Q. 고객사 제품이 미국에서 활용해야 하는 마케팅 전략은 무엇인가요?

미국 경쟁제품들과 같이 소셜미디어를 활용해 고객사 제품을 활용한 음식 레시피를 다수의 소비자들에게 노출시킴과 동시에, 음식 엑스포 등 요리에 관심이 많은 소비자들이 모일 만한 행사에 참여해 고객사 제품을 오프라인에서도 활발히 홍보하는 것이 좋을 것으로 보입니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

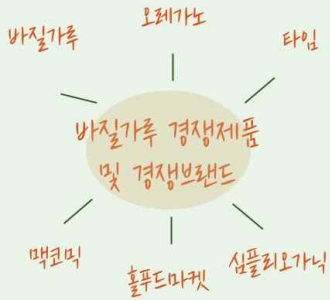
시장 분석형

Ⅶ 시사점





소비 특징 ①



① 경쟁제품; 온라인 쇼핑물 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 바질가루 경쟁제품을 조사한 결과, '바질가루' 자체 키워드는 404건 도출되었음. 뒤이어 '허브' 관련 키워드가 159건, '토마토가루' 관련 키워드가 155건, '마늘가루' 관련 키워드가 148건으로 빈출하였음. 요리 향신료로 사용되는 가루 관련 키워드로는 '오레가노' 관련 키워드가 75건, '타임' 관련 키워드가 47건 도출되었음. 이들은 모두 허브 잎을 사용한 가루 제품으로, 특히 '타임' 관련 제품은 레몬, 바질 및 타임을 소금과 섞은 시즈닝 제품이 도출되기도 하였음

② 경쟁브랜드; 온라인 쇼핑물 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 바질가루 경쟁브랜드를 조사한 결과, 미국 현지 브랜드인 '맥코믹' 관련 키워드가 26건으로 가장 많이 도출되었음. 데이터 확인 결과 '맥코믹' 브랜드 제품은 주로 가정용 제품이 판매되고 있는 것으로 나타남. '토스' 관련 키워드 역시 26건으로 '맥코믹' 키워드와 같은 양으로 도출되었으며, 데이터 확인 결과 주로 영업용 대용량 제품이 판매되고 있는 것으로 확인되었음. 한편 한국 사람들에게도 익숙한 브랜드인 '홀푸드마켓' 관련 키워드가 23건으로 경쟁브랜드 키워드 중 3번째로 빈출하였으며, 해외직구 사이트에서 쉽게 구매할 수 있는 '심플리오가닉' 관련 키워드는 8건 도출되었음. 두 브랜드는 소용량 제품을 판매하는 것이 특징인 것으로 조사되었음



소비 특징 ②



① 경쟁제품 패키징; 온라인 쇼핑물 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 바질가루 경쟁제품 패키징을 조사한 결과, '팩' 관련 키워드가 191건 도출되었음. 데이터 확인 결과 소분 없이 하나의 패키지에 포장된 제품이 '팩' 키워드로 표현되고 있는 것으로 나타남. 뒤이어 '단지' 관련 키워드가 65건, '병' 관련 키워드가 56건으로 빈출하였으며 해당 제품들은 대부분 소용량 제품인 것으로 확인되었음. 한편 바질가루 경쟁제품 용량 관련 키워드로는 '5온스' 관련 키워드가 126건으로 가장 많이 도출되었음

② 경쟁제품 홍보문구; 온라인 쇼핑물 판매 제품 키워드 분석을 통해 현지 바질가루 경쟁제품 홍보문구를 조사한 결과, '신선한' 관련 키워드가 182건, '뛰어난 품질' 관련 키워드가 133건 등 제품 품질을 강조하는 홍보문구 키워드가 빈출하였음. 또한 '글루텐프리' 관련 키워드가 124건, '키토 식품' 관련 키워드가 32건 도출되는 등 식이조절 관련 홍보문구 키워드도 다수 도출되었음. 한편 제품 취득 인증을 홍보 수단으로 활용하는 키워드가 많이 발견되었는데, 구체적으로 '유기농' 관련 키워드가 131건, 'Non-GMO' 관련 키워드가 118건, '코서' 관련 키워드가 94건 도출되는 것이 확인되었음

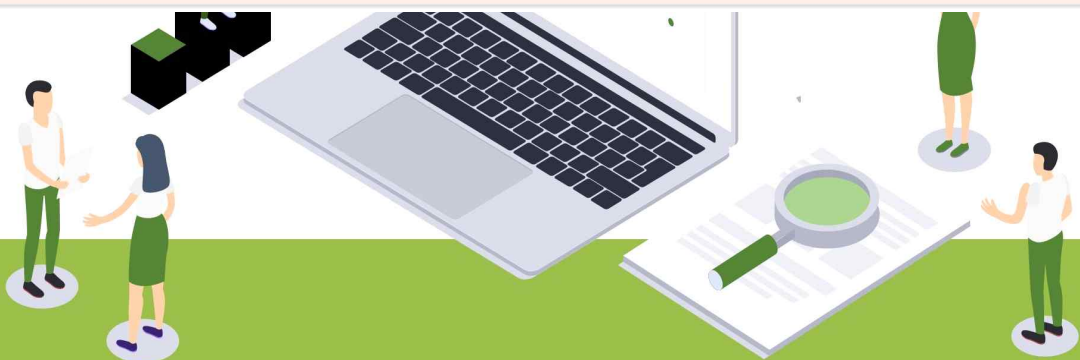
미국 소매유통채널 유통 비중



유통채널



미국 내 고객사 바질가루 제품의 잠재 소매유통채널을 조사한 결과, '하이퍼마켓/슈퍼마켓'의 점유율이 40.5%로 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 나타남. 뒤이어 '온라인'이 10.3%, '편의점'이 9.0%의 점유율을 차지하였음. 한국의 잠재 소매유통채널과 비교 시, 미국에서는 상대적으로 '하이퍼마켓/슈퍼마켓'을 통한 거래가 한국(17.3%)보다 높았으며, '온라인' 유통채널을 통한 거래는 한국(48.7%)보다 비중이 낮은 것으로 조사되어 이를 고려한 유통채널 진출 전략이 필요함



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

진입장벽



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

수출 확대 전략

제품 수요
&
제품 피드백



Point 01 제품 수요 미국 현지 수입유통업체와의 인터뷰 결과, 최근 미국에서는 바질가루를 다양한 샐러드 요리 및 퓨전 아시안 요리에 활용하거나, 바질 함유 음료로 만들어 판매하고 있는 것으로 나타남. 또한 미국 내 건강에 대한 관심이 높아지고 식물 기반 식품 섭취 경향이 증가하면서 바질 및 바질가루에 대한 소비자 수요가 꾸준히 증가하고 있는 것으로 조사되었음. 현재 미국에서 판매되고 있는 바질가루 제품은 대부분 유리병이나 플라스틱 병 포장으로 되어있으며, 파우치형 포장이나 스틱형 포장 제품은 아직 생소한 것으로 조사되었음. 파우치형 포장 및 스틱형 포장 제품에 대한 미국 소비자 수요와 관련해, 바질가루 사용량을 조절할 수 있고 편의성을 증대시켜 긍정적인 것이라는 의견과 제품 보존에 월등히 뛰어난 포장형태가 아닐 시 크게 수요가 있지는 않을 것이라는 의견이 나뉘었음. 한편 미국 바질가루 경쟁제품들은 대규모 레스토랑 및 조리 식품 제조업체를 고객사로 두어 제품을 유통하고 있으며, 아시아산이라는 제품 원산지를 강조하거나 제품을 활용한 음식 레시피를 소개하는 전략으로 마케팅을 진행하고 있는 것으로 나타남. 이에 따라 고객사 제품을 미국에서 홍보 시 인플루언서나 음식 전문 블로거와의 협업을 통한 마케팅을 진행할 것이 추천되었음. 또한 고객사 바질가루 제품의 인지도가 낮아도 구매할 가능성이 있는 소비자들에게 제품을 노출시키기 위해, 아시안마트나 유기농매장과 같은 유통채널로 제품을 진출시키는 것이 효과적이라는 의견이 있었음

Point 02 제품 피드백 미국 현지 수입유통업체와의 인터뷰 결과, 고객사 바질가루 제품 가격은 미국 시장에서 적절한 가격대인 것으로 나타남. 고객사 제품의 포장형태인 유리병 및 플라스틱병 포장 또한 미국에서 일반적인 포장형태인 것으로 조사되었음. 고객사가 바질가루 제품을 미국으로 수출할 시 현지 소비자들에게 눈길을 끌 수 있을 인증으로 유기농 인증, 비건 인증, Non-GMO 인증 등이 언급되었으며, 위생적인 제조과정, 제품의 향과 맛, 제품에 미포함된 성분을 강조하는 홍보문구가 미국 소비자들에게 관심을 불러일으킬 것으로 조사되었음



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2022
2. 스태티스타(Statista), 「Sauces & Spices United States」, 2023.08
3. 스태티스타(Statista), 「Spices & Culinary Herbs United States」, 2023.08
4. 스태티스타(Statista), 「Food retail in South Korea」, 2023.05
5. 스태티스타(Statista), 「Food report US」, 2023.02
6. 식품의약품안전처, 「식품 수출 안내서(미국편)」, 2021
7. KATI농식품수출정보, 「식품시설 등록 : 중소기업체들을 위한 안내서」, 2018

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
4. 아마존(Amazon) (www.amazon.com)
5. 메이시스(Macy's) (www.macys.com)
6. 블루밍데일스(Bloomingdale's) (www.bloomingdales.com)
7. 포브스(Forbes) (www.forbes.com)
8. 월마트(Walmart) (www.walmart.com)
9. 코스트코홀세일(Costco Wholesale) (www.costco.com)
10. 월스트리트저널(WSJ) (www.wsj.com)
11. 한국농수산물유통공사(aT) (www.at.or.kr)
12. 크로거(Kroger) (www.kroger.com)
13. 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News) (www.supermarketnews.com)
14. 에피큐리어스(epicurious) (www.epicurious.com)
15. 세븐일레븐(7-Eleven) (www.7-eleven.com)
16. 써클케이(Circle K) (www.circlek.com)
17. 씨에스피데일리뉴스(CSP Daily News)
18. 와와(Wawa) (www.wawa.com)
19. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
20. 센서타워(Sensortower) (https://sensortower.com/ko)
21. 이베이(eBay) (www.ebay.com)
22. 인사이더(Insider) (www.insider.com)
23. 워싱턴포스트(The Washington Post) (www.washingtonpost.com)
24. 비즈니스인사이더(Businessinsider) (www.businessinsider.com)
25. 롤링스톤(RollingStone) (www.rollingstone.com)
26. 뉴욕타임즈(The New York Times) (www.nytimes.com)
27. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
28. 식품의약품안전처 (www.mfds.go.kr)
29. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
30. 미국 식품의약품청 (www.fda.gov)
31. 타겟(Target) (www.target.com)
32. 퍼블릭스(Publix) (www.publix.com)
33. 에이치이비(H-E-B) (www.heb.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.09.08

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

Copyright 2023 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.
Printed in Korea