

2023 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202310-19
품목 | 김치소스(Kimchi Sauce)
HS CODE | 2103.90-9090
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 기타 소스 시장규모	07
3. 미국 김치소스 수입규모	08
4. 미국 김치소스 단위당 수입단가	09

III. 시장트렌드

1. 김치소스, 미국 차세대 발효 소스로 주목	12
2. '팩'과 '6oz' 패키징 제품 다수	13
3. '발효', 2023년 미국 식품 트렌드 주도	14
4. 주요 인증 키워드, '글루텐프리'	15

IV. 유통채널

1. 미국 김치소스 유통채널 점유율	17
2. 미국 김치소스 주요 유통채널	18

CONTENTS

2023 수출기업 맞춤형 시장조사

시장 분석형

V. 진입장벽

1. 미국 김치 소스 통관 및 검역 절차	30
2. 미국 김치 소스 품질 인증	31
3. 미국 김치 소스 라벨링	35
4. 미국 김치 소스 성분 및 유해물질	39

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 로터스푸드(Lotus Food)	43
2. 왕글로벌넷(Wang Globalnet)	46
3. 월마트(Walmart)	48

VII. 시사점

1. 시사점	52
--------	----

※ 참고문헌	54
--------	----



HS CODE : 2103.90-9090

2023 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

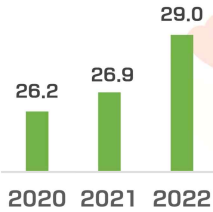
SUMMARY

미국 김치소스 시장

시장 현황

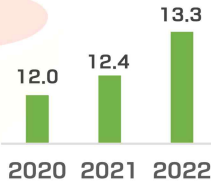
소스 및 향신료 시장규모

단위 : 십억 달러



기타 소스 시장규모

단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2103.90 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입 규모



시장 트렌드

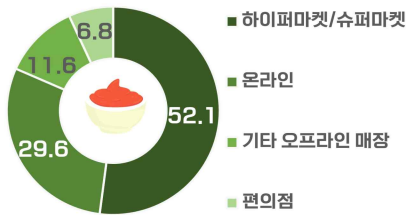
빅데이터 분석



* 미국 온라인쇼핑몰 김치소스 제품 419건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
FTA협정관세율 0%

사전 준비
사전 신고(Prior Notice)
FDA 식품제조시설 등록
UFI 발급

품질 인증



라벨링 유의사항

필수 표기사항
영어 표기 必, 제품명, 순중량, 제조자, 포장업체, 유통업체의 정보, 이름 및 주소, 성분 리스트, 알레르겐 성분, 영양성분표 등

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

김치소스 수요 아시아 요리에 대한 미국 소비자들의 관심이 높아지면서 김치소스를 포함한 아시아 소스의 수요가 증가하고 있음
주요 트렌드 K팝의 영향으로 미국 내 한식의 인기가 높아지고 있으며, 한국식 발효 소스의 복합성과 풍부함에 대한 인식이 증가하고 있음
주요 타겟층 다양한 요리에 개방적이며 소득이 높은 MZ 세대와 아시아계 미국인 고객층이 김치소스 주요 타겟층이 될 수 있음

Point 02.

고객사 제품 피드백 고객사 제품에 사용되는 재료가 100% 한국산이라는 것을 강조하여 미국 소비자들 사이에서 신뢰를 구축할 것을 추천함
추천 인증사항 USDA Organic이나 Non-GMO Project Verified 인증 등을 취득하면 미국 소비자들의 관심을 끌 수 있을 것이라 답변함
추천 유통채널 아시아/한인 마트, 레스토랑과 같은 식품 서비스업체, 고급식품 전문점, 대형 할인점 등의 유통채널을 추천함

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 미국 소스 및 향신료 시장규모
2. 미국 기타 소스 시장규모
3. 미국 김치소스 수입규모
4. 미국 김치소스 단위당 수입단가

1. 미국 소스 및 향신료 시장규모

미국 국가 일반 정보¹⁾

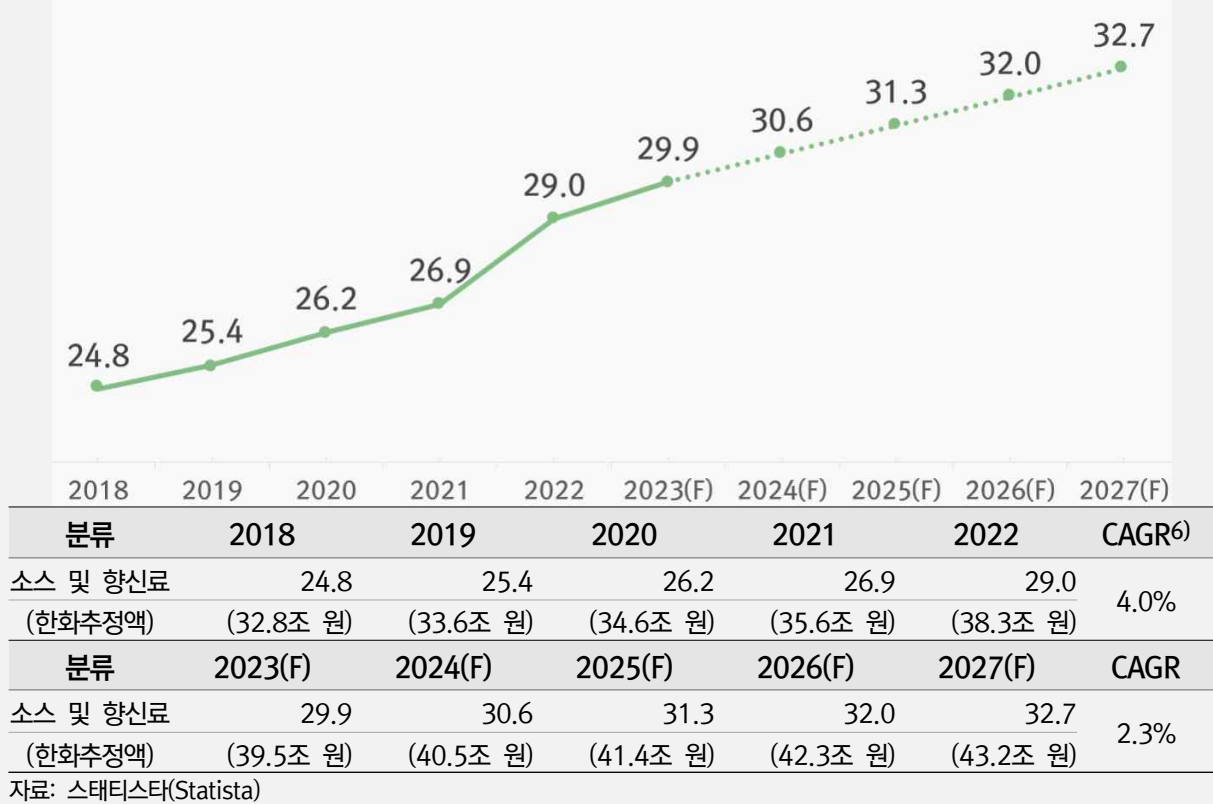
면적	983만 km ²
인구	3억 3,329만 명
GDP	25조 351억 달러
GDP (1인당)	7만 5,180달러

▶ **미국 소스 및 향신료 시장규모 38.3조 원, 연평균 4.0% 성장**
2022년 기준 미국 소스 및 향신료 시장규모는 38.3조 원이며, 최근 5년(2018-22년)간 평균 35.0조 원을 보임. 2022년 기준 한국의 소스 및 향신료 시장규모는 6.7조 원이며 연평균성장률 3.8%를 기록함

▶ **미국 소스 및 향신료 시장규모, 향후 5년간 2.3%씩 성장 예상**
미국 소스 및 향신료 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 2.3%씩 성장하여 2027년 43.2조 원을 기록할 것으로 예상됨. 한국 소스 및 향신료 시장의 경우 향후 5년(2023-27년)간 연평균성장률 5.1%에 이를 것으로 전망되며, 이는 같은 기간 미국의 연평균성장률 두 배 이상에 해당하는 수치임²⁾

[표 2.1] 미국 소스 및 향신료 시장규모³⁾⁴⁾⁵⁾

단위 : 십억 달러



- 1) 자료: 외교부, 「국가개황」, 2022
- 2) 조사제품 '김치소스'는 채소에 버무리거나 국 종류에 넣어 섭취하는 소스 제품임. 이에 고객사 제품의 기능을 기준으로 '기타 소스'의 시장규모와 상위 품목인 '소스 및 향신료'의 시장규모를 조사함
- 3) 자료: 스탯시타(Statista), 「Sauces & Spices_United States, South Korea」, 2023.08
- 4) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 5) 1달러=1,322.30원(2023.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)
- 6) 연평균성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 미국 기타 소스 시장규모

▶ 미국 기타 소스 시장규모 17.6조 원, 연평균 4.2% 성장

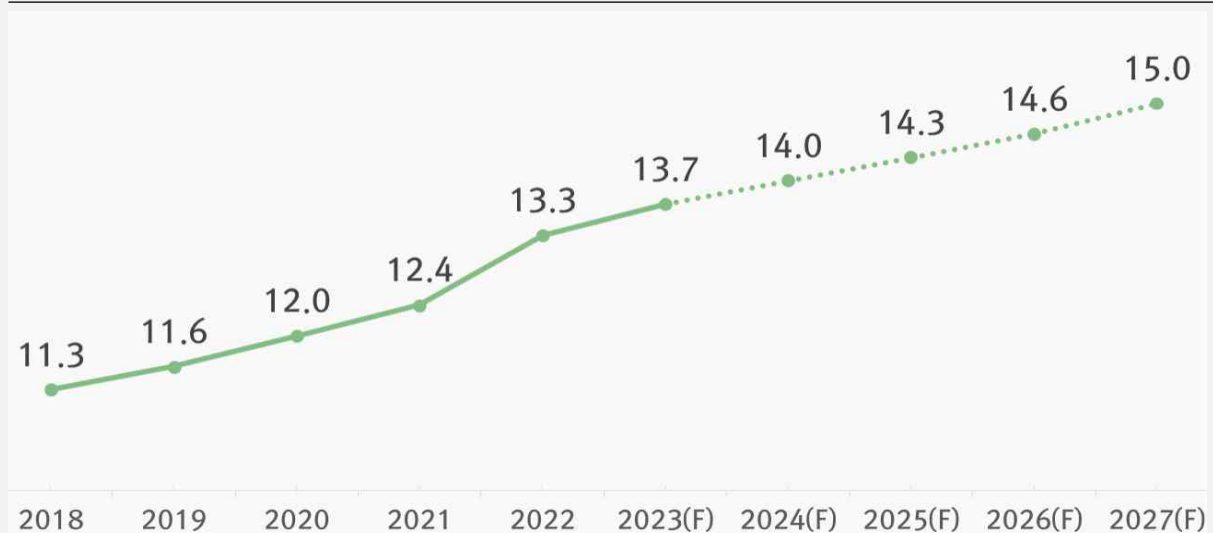
2022년 기준 미국 기타 소스 시장규모는 17.6조 원이며 최근 5년(2018-22년)간 평균 16.0조 원의 꾸준한 소비량을 보이고 있음. 2022년 기준 한국 기타 소스 시장규모는 5.6조 원 규모로, 최근 5년간 연평균성장률은 미국과 유사한 4.7%이나, 2021년에는 전년 대비 11.4%의 높은 성장률을 기록함

▶ 미국 기타 소스 시장규모, 향후 5년간 2.3%씩 성장 예상

미국 기타 소스 시장은 향후 5년(2023-27년)간 연평균 2.3%씩 성장하여 2027년에 19.8조 원을 기록할 것으로 예상됨. 2027년 한국 기타 소스 시장규모는 7.3조 원으로 미국 시장규모의 40% 이하이나, 향후 5년간 연평균성장률은 5.7%로, 미국 시장 연평균성장률의 2.5배에 달함

[표 2.2] 미국 기타 소스 시장규모⁷⁾⁸⁾

단위 : 십억 달러



분류	2018	2019	2020	2021	2022	CAGR
기타 소스	11.3	11.6	12.0	12.4	13.3	4.2%
(한화추정액)	(14.9조 원)	(15.3조 원)	(15.9조 원)	(16.4조 원)	(17.6조 원)	
분류	2023(F)	2024(F)	2025(F)	2026(F)	2027(F)	CAGR
기타 소스	13.7	14.0	14.3	14.6	15.0	2.3%
(한화추정액)	(18.1조 원)	(18.5조 원)	(18.9조 원)	(19.3조 원)	(19.8조 원)	

자료: 스탯시타(Statista)

7) 자료: 스탯시타(Statista), 「Other Sauces_United States, South Korea」, 2023.08

8) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

3. 미국 김치소스 수입규모

김치소스 HS CODE

해당 장에서 김치소스는 HS CODE 2103.90으로 분류. HS CODE 제2103호의 품명은 소스와 소스용 조제품, 혼합조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자, HS CODE 2103.90-9090의 품명은 기타로 확인

▶ 2018-22년 미국 HS CODE 2103.90 對글로벌 연평균성장률 15.0%

미국 HS CODE 2101.20 품목인 김치소스의 對글로벌 수입규모는 지난 5년(2018-22년)간 연평균성장률 15.0%를 보이면서 2022년도에는 2.5조 원을 기록함. 최근 5년간 연평균성장률이 15.0%인데 비해, 2020년과 2022년에는 전년 대비 각각 18.7%, 19.0%의 비교적 높은 성장률을 기록함

▶ 미국 내 HS CODE 2103.90 품목 수입, 한국산 상위 7위

최근 5년(2018-22년)간 미국 내 김치소스의 對한국 수입규모 평균은 621억 원이며 수입국 상위 7위를 차지함. 2022년 기준 1위국 캐나다(5,691억 원, 23%)는 연평균성장률 14.4%를 기록했고, 2위국 이탈리아(4,749억 원, 19%)는 연평균성장률 19.9%를 기록함. 3위국 멕시코(4,531억 원, 18%)는 연평균 12.6% 증가함

[표 2.3] 미국 HS CODE 2103.90 수입규모⁹⁾¹⁰⁾



자료 : ITC(International Trade Centre)

9) 자료: ITC(International Trade Centre)

10) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

4. 미국 김치소스 단위당 수입단가

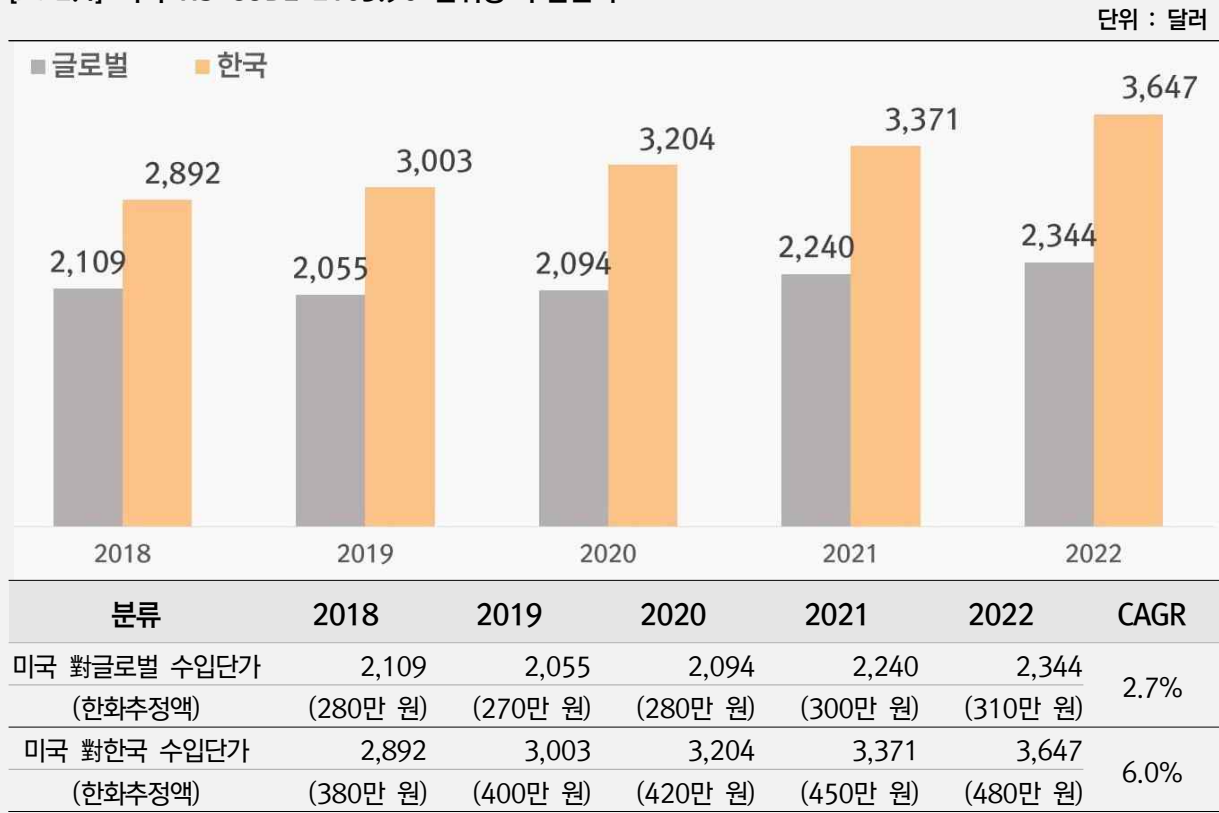
▶ 2018-22년 미국 HS CODE 2103.90 對글로벌 연평균성장률 2.7%

미국 HS CODE 2103.90 품목인 김치소스의 對글로벌 수입단가는 지난 5년(2018-22년)간 연평균성장률 2.7%를 보이면서 2022년도에는 310만 원의 수입단가를 기록함. 지난 5년간 연평균성장률이 2.7%인데 비해, 2021년에는 전년 대비 7.0%의 높은 성장률을 기록함

▶ 미국 내 HS CODE 2103.90 품목 수입단가, 한국 상위 45위

최근 5년(2018-22년)간 미국 내 김치소스의 對한국 수입단가 평균은 430만 원이며 수입국 상위 45위를 차지함. 2022년 기준 1위국 오스트리아(1,620만 원)는 연평균성장률 30.6%, 2위국 피지(1,610만 원)는 연평균성장률 25.4%를 기록함. 3위국 남아프리카공화국(1,490만 원)은 연평균 2.4% 증가함

[표 2.4] 미국 HS CODE 2103.90 단위당 수입단가¹¹⁾¹²⁾



자료 : ITC(International Trade Centre)

11) 자료: ITC(International Trade Centre)

12) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 김치소스, 미국 차세대 발효 소스로 주목
2. '팩'과 '6oz' 패키징 제품 다수
3. '발효', 2023년 미국 식품 트렌드 주도
4. 주요 인증 키워드, '글루텐프리'

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 미국 온라인매장 입점 김치소스

- 데이터 수집 키워드 : 김치소스(Kimchi Sauce)
- 데이터 수집량 : 419건
- 데이터 수집원 : 미국 온라인쇼핑몰 아마존(Amazon)

▶ 미국 온라인매장 입점 김치소스 특징 분석

- 데이터 분석 항목
- ① 경쟁제품 ② 패키징 ③ 맛/성분 ④ 인증

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
경쟁제품	간장	Soy Sauce	97	케첩	Ketchup	7
	고추장	Gochujang	66	살사 소스	Salsa	6
	스리라차 소스	Sriracha	22	불닭소스	Spicy Chicken	5
	불고기 소스	Bulgogi	20	쌈장	Ssamjang	3
	스위트칠리 소스	Sweet Chilli	10	매운맛 꿀	Hot Honey	2
	김치 시즈닝	Kimchi Seasoning	8	김치마요	Kimchi Mayo	2
패키징	팩	Pack	157	단지	Jar	13
	병	Bottle	49	15oz	15oz	8
	6oz	6oz	34	10.5oz	10.5oz	6
	7oz	7oz	22	10oz	10oz	3
맛/성분	마늘	Garlic	153	생강	Ginger	55
	매운	Hot	148	효모추출물	Yeast Extract	33
	쌀	Rice	102	피쉬소스	Fish Sauce	39
	간장	Soy Sauce	97	고추가루	Gochugaru	18
	식초	Vinegar	79	파프리카	Paprika	16
	고추	Red Pepper	72	식물성 오일	Vegetable Oil	9
인증	글루텐프리	Gluten Free	80	코셔 인증	Kosher	13
	비건	Vegan	65	키토	Keto	12
	비유전자변형식품	Non Gmo	56	인공색소 무첨가	Artificial Color	7
	방부제무첨가	No Preservatives	22	HACCP	HACCP	2

1. 김치소스, 미국 차세대 발효 소스로 주목

▶ ‘간장’, 미국에서 가장 인기 있는 김치소스 경쟁제품

- 미국 김치소스 경쟁제품 관련 키워드 중 ‘간장’ 97건, ‘고추장’ 66건 확인됨
- ‘스리라차 소스’, ‘스위트칠리 소스’, ‘살사 소스’, ‘김치 시즈닝’ 등 주로 매운 소스류가 경쟁제품으로 등장함

▶ 미국, 차세대 발효 소스로 한국 김치소스 주목

- 미국의 온오프라인 식료품점인 홀푸드마켓(Whole Foods Market)의 고객들과 관련 업계 전문가들로 구성된 트렌드위원회가 2022년 여름 미국 전역의 소스류 트렌드를 예측하며 차세대 발효 소스를 선정함
- 그중 차세대 발효 소스로 한국의 김치소스를 소개하면서 럭키푸드서울(Lucky Foods Seoul)의 김치 마요, 파이어플라이키친(Firefly Kitchens)의 김치 핫소스와 김치 소금 등을 언급함¹³⁾

간장		고추장		김치마요	
					
제품명	샘표 진간장	제품명	오프드 고추장	제품명	서울 김치마요
브랜드	샘표	브랜드	청정원 오프드	브랜드	럭키푸드
중량	860ml	중량	1.1lb(500g)	중량	12.35oz(350g)
가격	8.99달러(11,887원 ¹⁴⁾)	가격	16.25달러(21,487원)	가격	11.95달러(15,801원)

[표 3.1] 미국 판매 김치소스 경쟁제품 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘김치소스’ 관련 게시물 419건 분석

13) 자료: 소몰리에타임즈, ‘고추장부터 김치까지, 2022 미국의 여름 시즌 ‘소스’ 트렌드’, 2022.09

14) 1달러=1,322.30원(2023.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. ‘팩’과 ‘6oz’ 패키징 제품 다수

▶ 미국 김치소스 제품 패키징, ‘팩’이 가장 많아

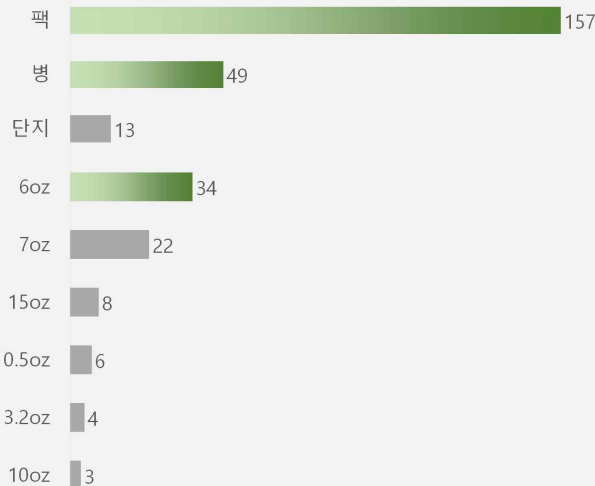
- 미국 김치소스 제품 패키징 관련 키워드로는 ‘팩’이 가장 많은 157건 도출되었으며, 그 중 2팩 묶음 판매가 가장 많이 등장함
- 뒤이어, ‘병’ 49건, ‘단지’ 13건 등 도출됨
- ‘병’의 경우, 제품 형태에 따라 플라스틱병, 유리병 등 다양함

▶ 제품 중량으로 ‘6oz’, ‘7oz’ 선호

- 미국 김치소스 제품 중량으로는 ‘6oz’가 34건, ‘7oz’가 22건으로, 가장 많이 도출됨
- 한국을 비롯한 아시아 국가 제조품 중량을 온스로 변환하여 판매하는 제품이 많아 ‘10.5oz’, ‘13.2oz’ 등 소수점 중량 키워드도 다수 도출됨

팩		병		6oz	
					
제품명	김치 시즈닝 믹스	제품명	마마오스 김칠리소스	제품명	케이마마소스
브랜드	모두가	브랜드	마마오스	브랜드	케이마마
중량	1.76oz(50g) * 2팩	중량	6.76oz(200ml)	중량	6oz(170g) * 4병
가격	9.00달러(11,900원)	가격	13.92달러(18,406원)	가격	29.99달러(39,656원)

[표 3.2] 미국 판매 김치소스 패키징/중량 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘김치소스’ 관련 게시물 419건 분석

3. '발효', 2023년 미국 식품 트렌드 주도

▶ 미국 김치소스 제품, 인기 성분은 '마늘'

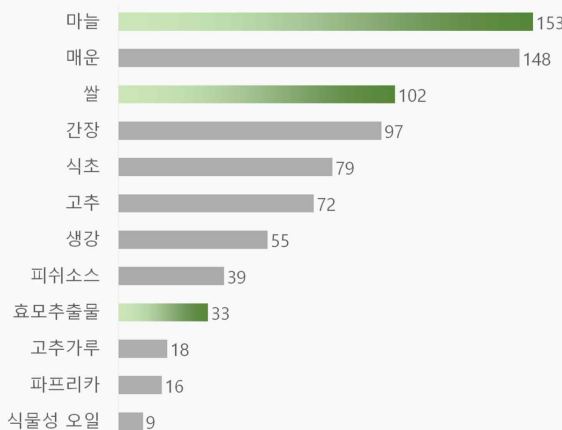
- 미국 김치소스 제품 맛/성분 관련 키워드 조사 결과, '마늘' 키워드 153건으로 빈출됨
- 그 밖에, '고추', '생강', '효모 추출물', '피쉬소스' 등 김치 양념 재료나 발효에 필요한 원료 관련 키워드가 다수 확인됨

▶ '발효', 2023년 미국 식품 트렌드 주도

- 투데이즈 다이어티션(Today's Dietitian) 등 영양 전문 사이트의 미국 시장 조사에 따르면 영양사들이 예측한 2023년 소비자 인기 '슈퍼푸드' 부문에서 발효 식품이 1위를 차지함
- 발효의 이점을 뒷받침하는 증거가 늘면서 전문가들은 발효 식품의 일일 권장량 수립을 추진 중임. 이런 유행은 발효 식품 중심의 식문화를 가진 한국에 긍정적인 기회가 될 것으로 보임¹⁵⁾

마늘		쌀		효모 추출물	
					
제품명	스파이시 칠리 크리슘 (Spicy Chili Crisp)	제품명	하머시 핫소스 치치 (HARMARC Hot Sauce Chichi)	제품명	강남 김치소스
브랜드	미스터빙(MR BING)	브랜드	하머시 핫소스 (HARMARC Hot Sauce)	브랜드	코리안 스트리트
중량	7oz(198g)*2병	중량	9oz(266ml)	중량	11.29oz(320g)
가격	25.99달러(34,367원)	가격	14.99달러(19,821원)	가격	8.99달러(11,887원)

[표 3.3] 미국 판매 김치소스 맛/성분 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 '김치소스' 관련 게시물 419건 분석

15) KATI 농식품수출정보, '미국, 발효식품 유행 바로알기', 2023.04

4. 주요 인증 키워드, ‘글루텐프리’

▶ ‘글루텐프리, 미국 김치소스 제품 인증 키워드 중 가장 많아

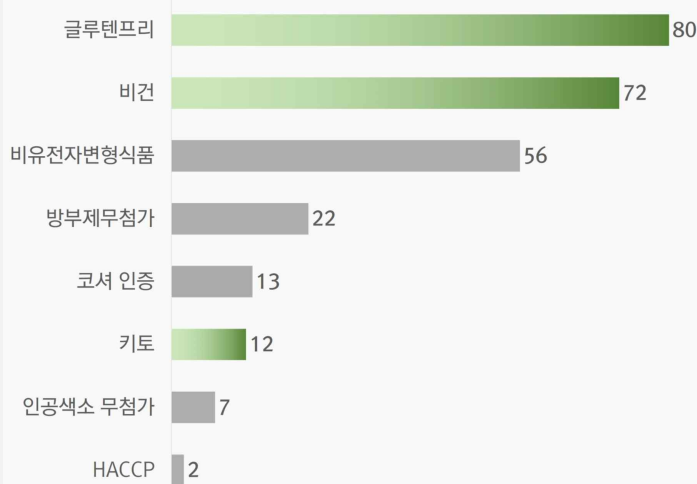
- 미국 김치소스 제품 인증 관련 키워드 확인 결과, 밀가루보다는 쌀가루를 주로 사용해 만드는 김치소스 특성상 ‘글루텐프리’가 80건으로 가장 많이 도출됨
- 뒤이어 ‘비건’ 72건, ‘비유전자변형식품’ 56건, ‘방부제무첨가’ 22건 순으로 확인됨

▶ ‘키토’ 강조한 제품도 일부 등장

- 최근 저탄고지 식단이 인기를 끌면서, 공식 인증 마크는 없으나 ‘키토’ 문구를 내세운 제품도 일부 확인됨
- 그 외, 유대교에서 인정한 식단을 일컫는 ‘코셔 인증’ 키워드도 등장함

글루텐프리		비건		키토	
					
제품명	쇼미더김치 김치시즈닝	제품명	김치 시즈닝 (Kimchee Seasoning)	제품명	스왓앤스파이스 김치 핫소스
브랜드	쇼미더김치	브랜드	서니스고메프로덕트 (Sunny's Gourmet Products)	브랜드	럭키푸드
중량	130g	중량	4oz(113g)	중량	13.2oz(374g)
가격	14.99달러(19,821원)	가격	9.99달러(13,210원)	가격	9.34달러(12,350원)

[표 3.4] 미국 판매 김치소스 인증 관련 키워드



자료: 미국 온라인쇼핑몰 판매 제품 내 ‘김치소스’ 관련 게시물 419건 분석

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



1. 미국 김치소스 유통채널 점유율
2. 미국 김치소스 주요 유통채널

1. 미국 김치소스 유통채널 점유율

▶ 미국 내 김치소스 유통 시 오프라인 매장 공략 우선

2020년 기준 미국 내 김치소스를 비롯한 식물기반식품의 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’은 52.1%의 점유율을 차지하여 유통채널 1위를 기록하였으며, 2022년 기준 한국에서 해당 채널은 점유율 17.3%를 차지함. 2022년 기준 한국 1위 유통채널은 48.6%의 점유율을 기록한 ‘온라인’이었으나, 2020년 미국에서는 해당 채널에서 29.6%의 점유율을 차지하여 유통채널 2위에 그침. 이어서 ‘기타 오프라인 매장’은 두 국가 모두 유통채널 3위로, 미국과 한국 각각 11.6%, 17.8%의 점유율을 차지하였음. 한국은 온라인 채널을 통한 유통이 활발히 이루어진 반면, 미국은 오프라인 매장 형태의 채널에서 활발한 유통이 이루어지고 있으므로, 미국 내 김치소스 유통 시 오프라인 매장 공략을 우선순위로 두는 것이 중요함

[표 4.1] 미국 및 한국 김치소스 소매유통채널 점유율 비교





미국 및 한국 김치소스 소매유통채널 점유율 비교¹⁶⁾¹⁷⁾¹⁸⁾¹⁹⁾

미국 점유율	유형	한국 점유율
52.1%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	17.3%
29.6%	온라인	48.6%
11.6%	기타 오프라인 매장 ²⁰⁾	17.8%
6.8%	편의점	16.2%

자료: 스탯티스타(Statista)

16) ‘김치소스’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가해, 제품 상위 카테고리인 미국의 ‘식물기반식품(Plant-based food)’과 한국의 ‘식품(Food)’의 정보를 확인함
 17) 자료: 스탯티스타(Statista), 「Plant-based food market size in the United States in 2020 and 2026, by distribution channel, 2022.02
 18) 자료: 스탯티스타(Statista), 「Food retail in South Korea」, 2023.03
 19) 각 점유율은 소수점 둘째 자리에서 반올림한 값으로, 총합이 100.0%에서 ±1% 오차가 발생할 수 있음
 20) 기타 오프라인 매장에는 드럭스토어, 백화점 등의 채널을 포함함

2. 미국 김치소스 주요 유통채널 ① 노드스트롬

기업 기본 정보	기업명	노드스트롬(Nordstrom)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.nordstrom.com	
	위치	시애틀(Seattle)	
	규모	매출액('22)	<ul style="list-style-type: none"> 150억 9,200만 달러(19조 9,562억 원²¹⁾)
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 매장 수('23): 358개 직원 수('23): 6만 명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> 지역적 특징에 맞춘 차별화 매장을 만드는 전략 활용 2017년 온라인에서 선택한 제품을 지정한 매장에서 2시간 이내에 입어볼 수 있는 '노드스트롬 로컬' 매장 오픈 코로나 이후 온라인 매출 비중 50%까지 확대됨 Food Gift Set 카테고리로 다양한 답례품 판매 중 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 여성 및 남성 기성복, 신발, 악세서리, 선물용 제품, 식품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 젊은 층에게 선호도가 높은 제품, 선물용 제품 등 	
	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 <ol style="list-style-type: none"> 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 기업 고용자 수 및 매출액, 주요 고객 등) 공급 제품 정보(주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그) 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-888-282-6060 - 이메일: contact@nordstrom.com 	

자료: 노드스트롬(Nordstrom)

사진 자료: 롤링스톤(RollingStone), 뉴욕타임즈(The New York Times)

21) 1달러=1,322.30원(2023.09.01. KEB 하나은행 매매기준율 적용)

2. 미국 김치소스 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 7,024억 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 메이시스의 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, 식품 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)

사진 자료: 블루밍데일스(Bloomingdale's)

2. 미국 김치소스 주요 유통채널 ③ 월마트


기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.walmart.com		
	위치	미국 전역		
	규모	매출액('22) • 4,205억 달러(556조 272억 원) ²²⁾ 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, 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, 건조과일, 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"> • 홈페이지에서 직접 등록 (corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier) - 'Account Creation' 클릭 및 계정 생성 - 매점 입점(Store&Club)과 온라인 입점(E-Commerce)을 선택하여 제안서 제출 (한국어 번역 제공) - 홈페이지 기입 정보 <ol 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 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-800-925-6278 - 이메일: service@walmartcontacts.com 		

자료: 월마트(Walmart)

사진 자료: 월마트(Walmart)

22) 글로벌 매출액을 합한 값임

2. 미국 김치소스 주요 유통채널 ④ 코스트코홈세일

기업 기본 정보	기업명	코스트코홈세일(Costco Wholesale)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.costco.com		
	위치	미국 전역		
	규모	매출액('22)	• 2,227억 달러(294조 4,762억 원) ²³⁾	
		기타 규모	• 매장 수('22): 589개 ²⁴⁾ • 직원 수('22): 20만 3,000명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 회원제 창고형 매장 형태로 운영 • 특정 지역에 한하여 투데이딜리버리(2-Day Delivery) 서비스 운영 중 			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 건조과일, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등		
	선호 제품	• 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, 인하우스브로커²⁵⁾를 통해서도 제품을 구매함 - 내셔널 브랜드와 PB(커크랜드)제품 등 3,800여 개의 품목을 취급하며, 소품종의 고품질 제품을 선별해 다량 계약을 통해 공급가를 낮추는 구매 정책 - 제조업체의 경우 코스트코 매장을 방문해 유사 제품의 가격을 확인해야 함 • 홈페이지 및 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 지역 부서에 직접 문의(costco.com/vendor-inquiries.html) - 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> ① 코스트코 공급업체 행동 강령 ② 공인검사기관에서 TPI 실시 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-425-313-8100 (Northwest Region) 		



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

사진 자료: 코스트코홈세일(Costco Wholesale)

23) 글로벌 매출액을 합한 값임

2. 미국 김치소스 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(182조 3,293억 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 • 신선한 제품을 집 앞으로 배송하는 크로거딜리버리(Kroger Delivery) 서비스 제공 • 2022년 포춘 매거진 선정 500개 기업에 선정되었음 • 2023년 현재 앨버트슨스(Albertsons)와의 합병을 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 - Prosepct Vendor Pre-Resgistration 양식 작성 - 이메일을 통해 '공급업체 신청 안내 및 지침' 수신 후 추가 절차 진행
-------------	---------------------	--

자료: 크로거(Kroger)

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

24) 미국과 푸에르토리코 지역 합산 매장 수임

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

2. 미국 김치소스 주요 유통채널 ⑥ 에이치마트

기업 기본 정보	기업명	에이치마트(H Mart)		
	기업구분	아시안마트/한인마트		
	홈페이지	www.hmart.com		
	위치	미국 전역		
	규모	기타 규모 <ul style="list-style-type: none"> 매장 수('22): 84개 직원 수('22): 5,000명 		
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 캐나다와 영국에 8개의 매장을 보유함 아시아 스타일 제품을 전문으로 하고, 아시아계 미국인 쇼핑객을 대상으로 함 2020년 로스앤젤레스(LA) 지역 전용 카카오톡 채널 @hmart_la 개설 각 지역의 매장별로 상이한 이벤트를 진행 미국 내 전국적으로 어린이 그림 그리기 대회를 실시하여 시상하고 있음 			
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> 주류 및 음료류, 신선식품, 즉석식품, 스낵류, 건강식품, 주방용품, 전자제품 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> 기존 플랫폼에 없던 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 <ol style="list-style-type: none"> 회사명, 담당자명, 이메일, 연락처, 입점 문의 등 자유 기재 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-800-648-0980 		

자료: 에이치마트(H Mart), 뉴욕타임즈(NYT)

사진 자료: 교차로월드(Kyocharoworld)


2. 미국 김치소스 주요 유통채널 ⑦ 시온마켓

기업 기본 정보	기업명	시온마켓(Zion Market)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.zionmarket.com	
	위치	캘리포니아(California)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('22): 8개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1981년 설립된 다양한 식품과 생활용품을 유통하는 한인마트 • 캘리포니아, 텍사스, 조지아에서 매장 운영 중 • 자체 쇼핑 애플리케이션과 카카오톡, 위챗 채널 보유 • 한국 식재료를 활용한 한식 레시피를 SNS와 홈페이지를 통해 공유 • 각 기념일 별로 관련 할인 행사 진행 중 • 각 지역의 매장별로 매주 할인 상품이 상이함 	
매장정보	입점 가능 품목	• 주류 및 음료류, 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 스낵류, 건강보조식품, 생활용품 등	
	선호 제품	• 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 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) • 문의사항 연락처 및 특이사항 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: hr@zionmarket.com - 전화번호: +1-858-268-3300 (캘리포니아 샌디에고) - 특이사항: 지역별 전화번호 상이하므로 홈페이지 확인 필요 (zionmarket.com/careers) 	

자료: 시온마켓(Zion Market)

사진 자료: aT 미국 지사(aT America)

2. 미국 김치소스 주요 유통채널 ⑧ 아마존

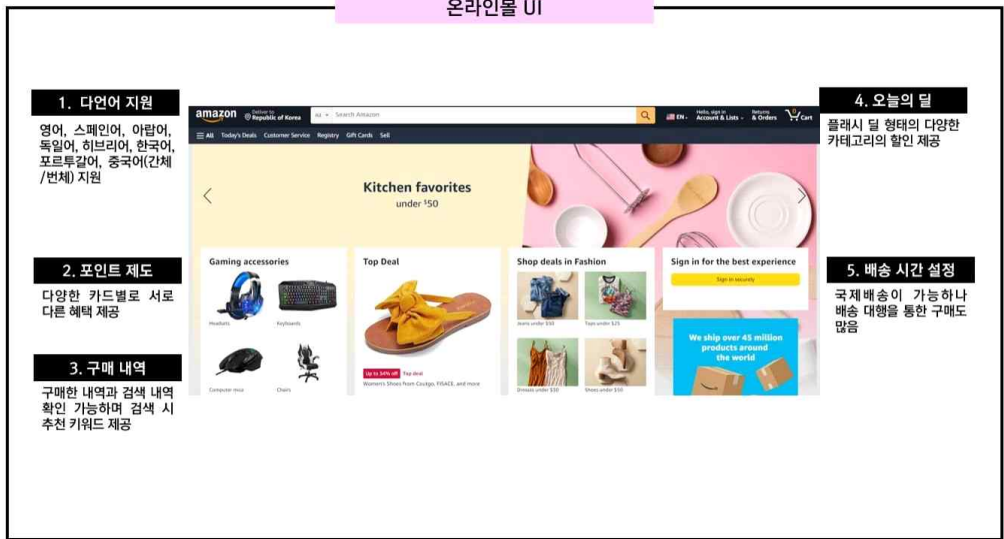
기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰		
	홈페이지	www.amazon.com		
	규모	매출액('22)	• 2,140억 달러(282조 9,722억 원) ²⁶⁾	
		기타 규모	• 방문횟수(최근 1개월): 25억 회	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 세계 최대의 온라인 종합 쇼핑몰로 190만 개의 기업의 상품 보유 • 스페인어, 아랍어, 독일어, 한국어 등 전 세계 언어 지원 • 아마존을 통해 분당 7,400개의 제품의 구매가 이루어짐 			
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	서울시스터즈, 모모야(Momoya) 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 직접 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 입점 방법 안내 (services.amazon.com/services/soa-approval-category) - 아마존 판매자(Seller) 계정 생성 - Grocery&Gourmet Food 카테고리 'Requirement' 눌러 자격조건 확인 - 제품 홈페이지 등록 및 필요 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, 제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량) • 자격 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> ① 아마존 행동 강령 준수 ② 아마존 PB 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-888-280-4331 		

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

26) 글로벌 매출액을 합한 값임

온라인몰 UI ①

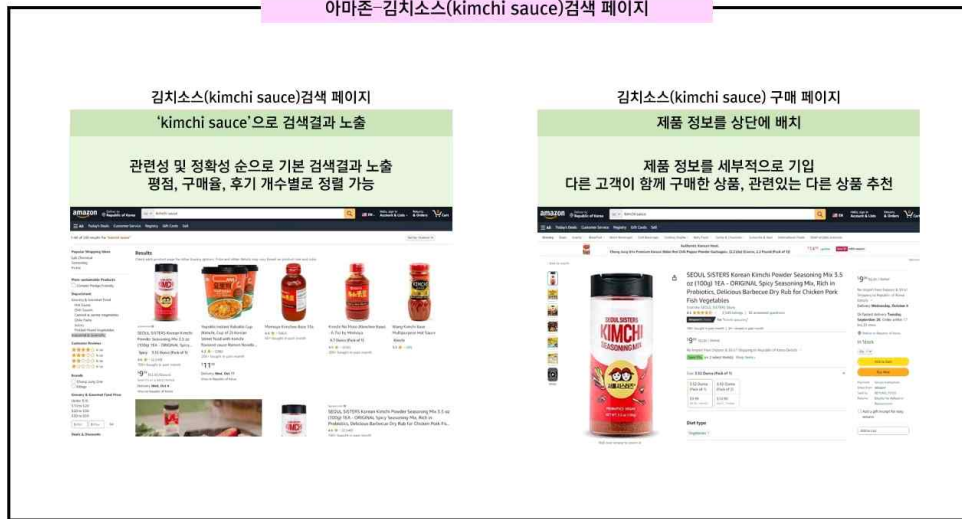
온라인몰 UI



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

온라인몰 UI ②

아마존-김치소스(kimchi sauce)검색 페이지



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

자료: 아마존(Amazon)
사진 자료: 아마존(Amazon)

2. 미국 김치소스 주요 유통채널 ⑨ 이베이

기업 기본 정보	기업명	이베이(eBay)		
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰		
	홈페이지	www.ebay.com		
	규모	매출액('22)	<ul style="list-style-type: none"> 97억 달러(12조 8,263억 원) 	
		기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> 방문 횟수(최근 1개월): 7억 2,270만 명 앱다운로드수('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 메인 홈페이지를 통해 공개됨 		

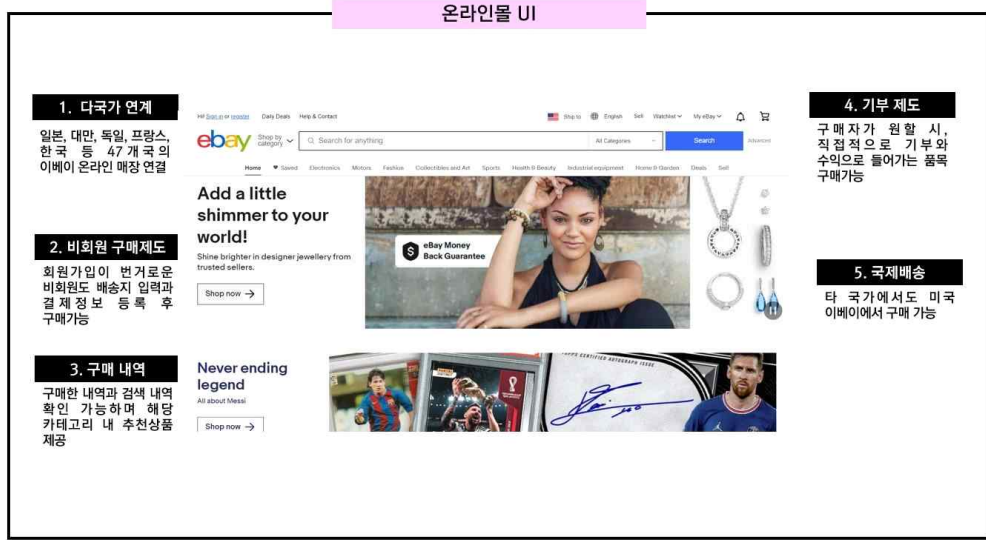
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	모모야(Momoya), 수라상 등
		해외 판매	해외 배송 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

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 판매 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 콘택트 가능(www.Ebay.com/help/call_us?type=ContactUs&initFrom=HOME&topicId=4000)
-------------	---------------------	--

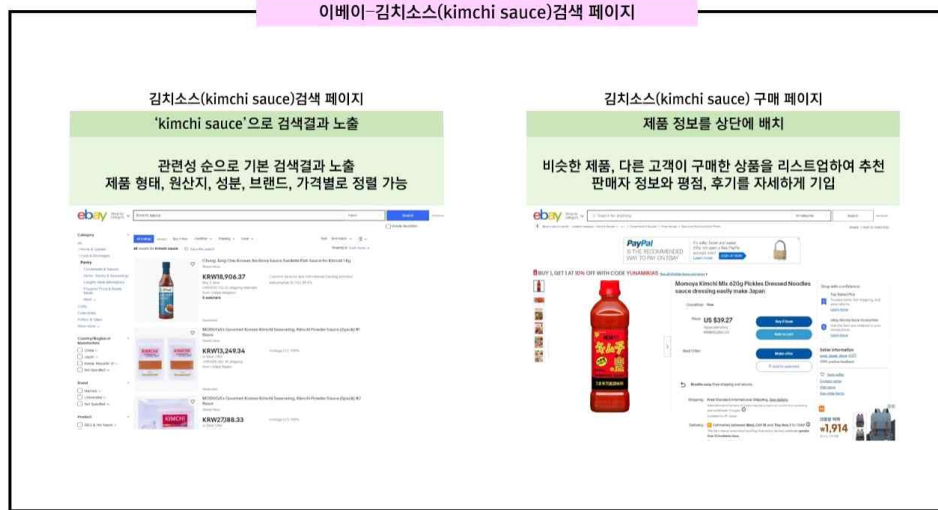
자료: 이베이(eBay), 시밀러웹(Similarweb), 센서타워(Sensortower), 매크로트렌즈(MacroTrends)
사진 자료: 이베이(eBay)

온라인몰 UI ①



세부 검색 중 제조국가를 특정해서 검색 가능
홈페이지 접속 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



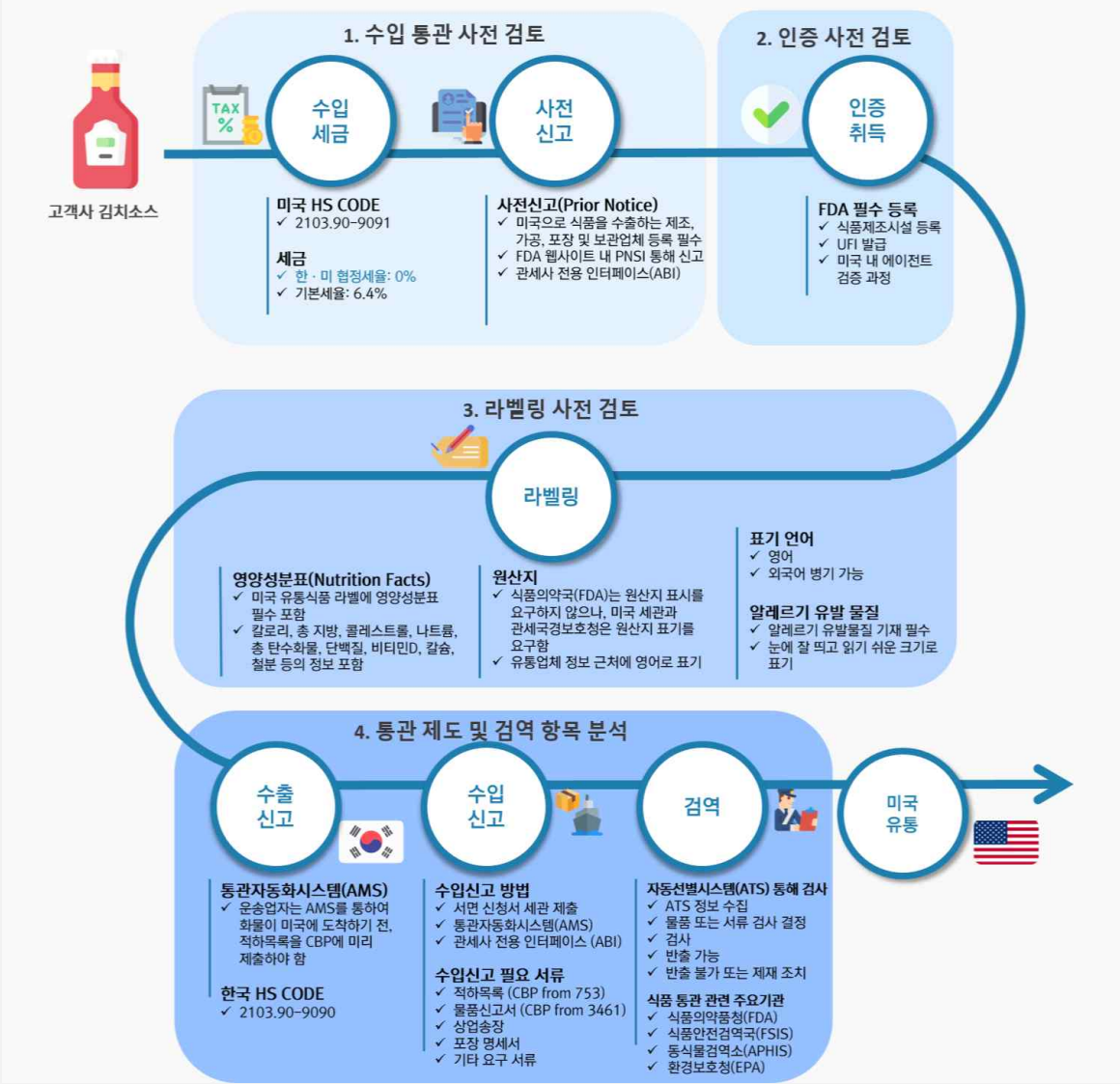
1. 미국 김치 소스 통관 및 검역 절차
2. 미국 김치 소스 품질 인증
3. 미국 김치 소스 라벨링
4. 미국 김치 소스 성분 및 유해물질

1. 미국 김치 소스 통관 및 검역 절차²⁷⁾

▶ 미국 김치 소스 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 금지될 수 있음

[표 5.1] 미국 김치 소스 통관 검역 절차



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


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

2. 미국 김치 소스 품질 인증

▶ 미국 김치 소스, ‘FDA 등록’ 필수


미국으로 식품을 수출하고자 하는 국내 제조업체는 미국 식품의약품청 (FDA: Food and Drug Administration)을 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
	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
	<p>주의사항</p> <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)

▶ **한국 유기농 인증, 미국 시장에서 동일하게 적용 가능**

미국으로 유기농 식품을 수출하기 위해서는 미국 농무부(USDA: United States Department of Agriculture)에서 발급하고 있는 유기농 인증을 획득해야 함. 해당 인증은 농무부가 지정하고 있는 지정 인증기관을 통해 획득할 수 있음. 다만, 한국에서 이미 유기농 인증을 획득하였다면, 2014년 7월 1일부로 발효된 상호동등성협정(Equivalence Arrangement)에 따라 미국에서도 동등하게 인정받을 수 있음

[표 5.3] 한국 유기농인증 상호동등성협정 정보

인증명	발급 기관	정보	인증 Mark
USDA Organic	미국 농무부	95% 이상 유기농 원료를 사용해야 함	
		모든 원료가 100% 유기농인 경우	

동등성 인정 요건

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

미국 수입 요건

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

라벨 사용

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

자료: 미국 농무부(USDA: United States Department of Agriculture), 국립농산물품질관리원

▶ 미국 식품 관련 기타 인증

미국 내 식품 관련 기타 인증으로는 HACCP, FSSC 22000 등의 글로벌 공통 인증이나 글루텐-프리 인증, 비건 인증, 할랄(Halal) 인증, 코셔(Kosher) 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 5.4] 미국 김치 소스 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 Mark
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	식품의약품안전처 (한국식품안전관리인증원)	
글루텐-프리 인증	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 김치 소스 라벨링

[표 5.5] 미국 김치 소스 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 가로의 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 5.5] 미국 김치 소스 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 포함되어 있는 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 김치 소스 라벨 샘플28)



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 영어]

- ① ABC ORIGINAL CHILI SAUCE
- ② Net contents: 11.3FL Oz(335ml)

[앞면 - 국문]

- ① ABC 오리지널 칠리 소스
- ② 순 중량: 11.3FL Oz(335ml)

[뒷면 - 영어]

Nutrition Facts	
about 22 servings per container	
Serving size 1tbsp(15ml)	
Amount per serving	
Calories 25	
	%Daily Value*
Total Fat 0g	0%
Saturated Fat 0g	0%
Trans Fat 0g	
Cholesterol 0mg	0%
Sodium 320mg	14%
Total Carbohydrate 6g	2%
Dietary Fiber 0g	0%
Total Sugars 4g	
Includes 4g Added Sugars	0%
Protein 0g	
Vit D 0.7mcg 4%	Calcium 30mg 2%
Iron 0.4mg 2%	Potas. 40mg 0%
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.	

[뒷면 - 국문]

영양정보	
용기 하나당 약 22인분	
제공량 1큰술(15ml)	
1회 제공량당	
칼로리 25	
	%Daily Value*
총 지방 0g	0%
포화지방 0g	0%
트랜스지방 0g	
콜레스테롤 0mg	0%
나트륨 320mg	14%
총 탄수화물 6g	2%
섬유질 0g	0%
총 당류 4g	
첨가당 4g 포함	0%
단백질 0g	
비타민 D 0.7mcg 4%	칼슘 30mg 2%
철 0.4mg 2%	칼륨 40mg 0%
일일권장량은 음식의 한 끼 분량에서 영양소가 하루 권장 섭취량에 얼마나 기여하는지를 알려줍니다. 일반적인 영양 조언을 위해 하루 2,000칼로리가 사용됩니다.	

28) 미국 오프라인 매장에서 김치소스 제품을 찾을 수 없어, 유사 제품인 칠리 소스 제품을 조사함

<p>① RECIPES: VISIT OUR WEBSITE OR GO TO ABC'S COOKING VIDEOS·SCAN THIS QR</p> <p>② ABC original chili sauce 11.3oz(335ml)</p> <p>③ INGREDIENTS: CHILI, WATER, SUGAR, SALT, GARLIC, MODIFIED STARCH, ACETIC ACID, CITRIC ACID, NATURAL FLAVOR, ASCORBIC ACID, ARTIFICIAL GARLIC FLAVOR</p> <p>④ MAY CONTAIN: FISH, CRUSTACEANS, MOLLUSKS, SOY AND WHEAT.</p> <p>⑤ IMPORTED AND DISTRIBUTED BY: FUSION GOURMET, INC RANCHO DOMINGUEZ, CA 90220</p> <p>⑥ PRODUCT OF INDONESIA</p> <p>⑦ PRODUCED BY: PT. HEINZ ABC INDONESIA, JAKARTA 12190</p>	<p>① 레시피: 저희 웹사이트를 방문하시거나 이 QR코드를 스캔하여 ABC의 요리 비디오를 시청하세요.</p> <p>② ABC 오리지널 칠리소스 11.3oz(335ml)</p> <p>③ 재료: 칠리, 물, 설탕, 소금, 마늘, 변형 전분, 아세트산, 시트르산, 천연 향료, 아스코르브산, 인공 마늘 향료</p> <p>④ 다음을 포함할 수 있음: 어류, 갑각류, 연체동물, 콩 및 밀</p> <p>⑤ 수입 및 유통업체: FUSION GOURMET, INC RANCHO DOMINGUEZ, CA 90220</p> <p>⑥ 인도네시아산</p> <p>⑦ PT. HEINZ ABC INDONESIA, JAKARTA 12190에서 생산됨</p>
--	---

4. 미국 김치 소스 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. 김치 소스를 ‘소스류’로 분류하여 관련 식품첨가물 검색 시 총 339건을 발견했으며, 하기 표는 소스류에 적용되는 미국 식품첨가물 기준 중 일부임. 더욱 상세한 정보는 미국의 연방규정집(CFR: Code of Federal Regulations) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.6] 미국 김치 소스 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	아세트산	Acetic acid	그레이비 및 소스	[보존 및 절입제, 향미증진제, 향료 및 보조제, 산도조절제, 용매 및 용제, 보일러수첨가물] (GRAS: 0.15% 이하, GMP에 따라 사용)
5	알긴산 암모늄	Ammonium alginate		(GRAS: [안정제, 증점제] 0.5% 이하)
6	알긴산 칼슘	Calcium alginate		(GRAS: [안정제, 증점제] 0.4% 이하)
7	카나우바 왁스	Carnauba wax		(GRAS: [고결방지제, 조성보조제, 윤활제, 이형제, 표면처리제] GMP에 따라 사용)
8	아세트산 나트륨	Sodium diacetate		(GRAS: [보존료, 향료 및 보조제, 산도조절제] 0.25% 이하, GMP에 따라 사용)
9	트라가칸스검	Gum tragacanth		(GRAS: [유화제, 유화제염, 조성보조제, 안정제, 증점제] 0.8% 이하)
10	구아검	Guar gum		(GRAS: [조성보조제, 안정제, 증점제] 1.2% 이하)

자료: KATI농식품수출정보

▶ **유해물질**

미국 내 식품을 유통하기 위해 미국 식품의약품청(FDA: Food and Drug Administration)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

[표 5.7] 미국 김치 소스 유해물질 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	식품 유형	잔류허용기준
1	총 아플라톡신 (아플라톡신 B1, B2, G1, G2의 합)	Aflatoxin (Aflatoxin B1, B2, G1, G2(total))	모든 식품	20mcgs/kg(20ppb)
2	프로파모카브	Propamocarb	토마토 페이스트	0.5ppm

자료: KATI농식품수출정보

▶ 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 5.8] 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. 로터스푸드(Lotus Food)
2. 왕글로벌넷(Wang Globalnet)
3. 월마트(Walmart)

Interview ①

29)



로터스푸드(Lotus Food) Sales In-charge

로터스푸드 (Lotus Food)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 피츠버그에 위치한 소매 및 수입업체
 - 주요 수입국: 중국, 일본, 한국
 - 취급 품목: 공산품 및 식료품
 - 온/오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Sales In-charge

Q. 미국에서 소스, 특히 김치소스 시장의 동향과 수요는 어떠한가요?

아시아 요리에 대한 미국 소비자의 관심이 높아지면서 아시아에서 영감을 받은 소스, 특히 김치소스의 수요가 증가하고 있습니다. 주요 식료품 소매업체에서는 김치, 삼발올렉(Sambal Oelek), 호이신(Hoisin)과 같은 소스를 만들어 전국적으로 유통하고 있습니다. 전국 어디에서나 쉽게 볼 수 있는 패스트푸드점과 쿵 서비스 음식점에서도 아시아 소스를 곁들인 요리를 선보이고 있습니다. 아시아계 미국인 인구 증가와 소셜 미디어나 방송에서의 노출로 아시아인과 비아시아인 모두가 아시아 요리를 받아들이고 경험할 기회가 생기면서 다양한 아시아 소스의 수요가 증가하게 되었습니다.

Q. 미국 소비자들 사이에서 한국 음식과 소스에 대한 인식은 어떠한가요?

미국에서 한식의 인기는 한인 커뮤니티뿐만 아니라 전국적으로 확대되고 있습니다. 비빔밥이나 한국식 바비큐 같은 요리가 미국 소비자들 사이에서 점점 더 친숙해지고 있지만, 중국, 일본, 태국 등 다른 아시아 요리에 비해 정통 한식의 인지도는 상대적으로 낮은 편입니다. 비록 몇몇 현지 소비자들에게는 김치의 맛이 너무 강하게 느껴질 수 있지만, 매콤하고 독특한 맛으로 유명한 김치는 미국 소비자들에게 한국의 맛을 알리는 데 중추적인 역할을 해왔습니다. 발효식품의 건강상 이점에 대한 인식이 높아지면서 젊은 세대는 한식의 맛을 더 잘 수용하고 있습니다. 일부 미국 소비자들은 한식을 더 많이 경험하고 싶어 하지만, 그 외에 소비자들은 미국 음식과는 다른 맵고 발효된 음식을 여전히 낯설게 느낍니다. 호불호가 있음에도 불구하고, 미국 주요 도시에는 한식당, 한국식 바비큐 식당, 한국식 패스트푸드점이 늘어나고 있으며, 한국 음식과 소스의 수요도 꾸준히 증가하고 있습니다.

Q. 미국에 인기 있는 김치소스 브랜드는 어디인가요?

미국에서 잘 알려진 김치소스 브랜드는 A사가 있습니다. 해당 브랜드에서 판매 중인 김치소스는 양념장이나 디핑소스로 사용되거나 비빔밥, 수프, 찌개 등 다양한 요리에 사용할 수 있습니다. 다른 맛들을 압도하지 않으면서 김치의 본질을 표현하는 풍부하고 균형 잡힌 맛을 제공하고 있습니다. 이 제품은 미국 김치 애호가들이 자주 구매하는 고품질의 제품입니다.

29) 사진 자료: 로터스푸드(Lotus Food)

Q. 고객사 제품은 채소와 섞거나 각종 국물에 넣어 먹을 수 있는 제품으로, 매콤한 맛과 100% 한국산 재료를 사용하여 소비자 신뢰도가 높습니다. 고객사 제품이 미국 소비자들 사이에서 인기를 얻을 수 있을까요?

고객사 제품은 미국 시장에서 성공할 가능성이 높아 보입니다. 고객사 제품은 매콤한 맛을 내며 채소, 국물과 함께 먹을 수 있어 요즘 아시안 요리 트렌드에 부합하는 제품입니다. 고객사 제품에 사용되는 재료가 100% 한국산이라는 점을 강조하면 건강을 생각하는 소비자들 사이에서 신뢰를 구축할 수 있을 것입니다. 단계별 맵기 옵션을 제공한다면 더 인기를 얻을 수 있을 것으로 보입니다. 또한, 제품을 다양도로 손쉽게 사용할 수 있다는 점을 강조하여 마케팅한다면, 편리하고 맛있는 식사를 원하는 바쁜 미국 소비자들에게 매력적으로 다가갈 수 있을 것입니다.

Q. 미국에서 김치소스 판매를 위해 필요한 인증이 있나요? 또한, 미국 소비자들의 입맛을 사로잡기 위해서 어떤 맛 옵션으로 미국 시장에 출시되어야 할까요?

너무 강한 식초 맛이나 발효된 맛은 지양하고 짠맛, 고소함, 마늘 향을 강조하는 게 중요합니다. 특히, 김치소스의 맵기는 순한 맛에서 적당하게 매운맛을 유지하는 것이 중요합니다. USDA Organic이나 Non-GMO Project Verified와 같은 인증은 건강을 중시하는 소비자들의 관심을 끌며, 식품 안전성에 대한 소비자들의 우려를 없애기 위해서 받는 것을 추천합니다. 또한, FDA 지침을 준수한 영양성분과 알레르기 항원 명시는 필수적입니다. 해당 사항들을 반영한다면 고객사 제품이 미국 소비자들의 다양한 선호도, 취향, 식성에 적합한 제품이 될 수 있을 것입니다.

Q. 미국에서 김치소스를 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요?

현지에서 인기 있는 소매업체와의 제휴를 통해 다양한 소비자, 특히 새로운 음식을 경험하고자 하는 소비자에게 제품을 노출할 수 있습니다. 아시안 마트는 국제적 음식 취향에 친숙한 소비자 기반을 두고 있기에 전략적으로 유리한 유통채널입니다. 고급식품 전문점은 미식가나 독특한 제품에 관심 있는 상류층을 타겟할 수 있습니다. 레스토랑이나 셰프와 같이 식품 서비스업체와의 파트너십은 브랜드 인지도를 높일 뿐만 아니라 잠재적인 고객층에게 제품을 노출할 수 있습니다.

Q. 미국에서 김치소스를 판매하기 위해 어떤 소비자층을 타겟하는 것이 좋을까요?

미국에서 김치 소스를 마케팅하기 위한 이상적인 소비자층은 다양하며 25-45세 사이의 건강에 관심이 있는 소비자, 밀레니얼 세대, 아시아계 미국인 등이 있습니다. 25-45세 사이 연령대의 젊은 세대는 이국적인 맛에 열려 있으며 건강을 우선시하므로 중요한 타겟층입니다. 건강에 관심이 있는 소비자들은 김치소스의 건강상의 이점뿐만 아니라 첨가물이 없는 영양성분을 중요하게 생각합니다. 또한, 음식 트렌드에 영향력이 있는 밀레니얼 세대는 소셜 플랫폼을 통해 제품의 입소문을 내는 데 도움이 됩니다. 마지막으로, 김치소스를 고향의 정통 조미료로 홍보한다면 아시아계 미국인 커뮤니티에서 문화적 연관성을 구축하여 제품 매력도를 높일 수 있을 것입니다.

Q. 미국 소비자들에게 김치소스 제품을 홍보하기 위한 효과적인 방법이 있나요?

인스타그램, 유튜브 등 소셜 미디어 플랫폼을 활용해 레시피를 공유하고 음식 인플루언서들과 협력해야 합니다. 또한, 고객사 제품의 독특한 맛과 건강상 이점을 강조하여 음식 관련 간행물과 블로그에 제품을 홍보해야 합니다. 요리 페스티벌에 참여해 소비자와 직접 소통하고, 제품 샘플을 제공하는 행사도 진행해야 합니다. 김치나 면류 생산업체와의 파트너십을 모색하고, 사용자 친화적인 웹사이트를 구축하여 온라인 판매도 고려해보는 것을 추천합니다.

Interview ②

30)

**WANG GLOBALNET 왕글로벌넷(Wang Globalnet)**
Sales Assistant**왕글로벌넷**
(Wang Globalnet)

- 유형: 수입유통업체
- 업체 특징:
 - 1974년에 설립
 - 시카고에 위치한 수입 및 제조업체
 - 주요 수입국: 한국
 - 취급 품목: 김치, 양념, 수산물 등
 - 오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Sales Assistant

Q. 미국에서 소스, 특히 김치소스 시장의 동향과 수요는 어떠한가요?

최근 들어 미국에서 김치소스를 비롯한 다양한 소스의 수요가 눈에 띄게 증가하고 있습니다. 한식의 인기가 증가하고 건강을 중시하는 소비자가 많아지면서 해당 소스들의 인기도 높아졌습니다. 특히, 활용도가 높은 조미료인 김치소스는 한식의 주재료일 뿐만 아니라 미국 요리에도 매력을 더해 사랑받고 있습니다. 또한, 풍부한 프로바이오틱스 함량 때문에 장 건강을 생각하는 소비자들의 입맛을 사로잡았습니다. 김치 소스와 함께 스리라차 소스, 호이신 소스(Hoisin Sauce), 굴 소스 등도 저렴한 가격과 다양한 활용성으로 인기를 얻고 있으며, 이러한 추세는 미국에서 다양한 소스의 수요가 꾸준히 증가하고 있음을 보여줍니다.

Q. 미국 소비자들 사이에서 한국 음식과 소스에 대한 인식은 어떠한가요?

미국 소비자들은 한국 음식과 소스를 매우 긍정적으로 생각합니다. 한국 요리가 건강에 좋고 풍미가 있다고 생각하며, 신선한 재료를 사용하여 내는 맛과 독특한 요리 기술이 한국 요리의 매력적으로 느낍니다. 김치소스, 간장, 고추장과 같은 인기 있는 한국 소스는 다양한 활용도와 풍부한 맛 덕분에 미국에서 판매되기 시작했습니다. 더욱이 미국 소비자들 사이에서 김치의 프로바이오틱스와 항산화 효과같이 한국 음식의 건강상의 이점에 대한 인지도가 높아지고 있습니다. 한국 음식과 소스는 맛있는 요리의 경험뿐만 아니라 건강에 좋고 가치 있는 재료로 고려되고 있습니다.

Q. 미국에 인기 있는 김치소스 브랜드는 어디인가요?

한국의 유명 브랜드 S사의 김치소스는 다양한 요리에 김치 본연의 맛을 넣어 미국에서 인기가 있습니다. 해당 김치소스는 전통적인 김치의 매콤함, 짠맛, 감칠맛을 미국 요리에 첨가할 수 있다는 장점이 있습니다. 또한, 요리에 사용해도 맛을 해치지 않고 사용 시 편리함을 준다는 특징도 있습니다. S사의 김치소스는 단계별 맵기와 감칠맛의 풍부함으로 원하는 대로 요리를 가능하게 하기에 미국 소비자들에게 김치의 진정한 맛을 제공합니다. 이 제품은 한국 요리와 맛에 관한 관심이 높아지는 것을 반영하여 미국 시장에 큰 영향을 미쳤습니다.

Q. 고객사 제품은 채소와 섞거나 각종 국물에 넣어 먹을 수 있는 제품으로, 매콤한 맛과 100% 한국산 재료를 사용하여 소비자 신뢰도가 높습니다. 고객사 제품이 미국 소비자들 사이에서 인기를 얻을 수 있을까요?

고객사 제품은 여러 가지 이유로 미국 시장에서 인기를 얻을 수 있을 것으로 보입니다. 우선, 고객사 제품의 매운맛은 아시아 요리에서 영향을 받아 미국의 트렌드에 부응하는 매콤하고 감칠맛이 풍부한 맛을 가지고 있습니다. 또한, 채소, 국물, 다양한 요리에 곁들여 먹을 수 있어서 간편함을 추구하는 시간이 부족한 미국 소비자들에게 매력적으로 다가갈 것입니다. 마지막으로 미국에서 한국의 문화와 전통에 관한 관심이 높아지고 있다는 것을 고려했을 때, 고객사 제품이 100% 한국산 재료를 사용한다는 점은 신뢰도와 진정성을 높일 수 있을 것입니다.

Q. 미국에서 김치소스 판매를 위해 필요한 인증이 있나요? 또한, 미국 소비자들의 입맛을 사로잡기 위해서 어떤 맛 옵션으로 미국 시장에 출시되어야 할까요?

미국 소비자의 입맛에 맞는 맵기로 제품을 제공해야 하며 조미료, 허브, 채소와 조화로운 맛을 이루어야 합니다. Non-GMO와 같은 인증은 유전자 변형 성분이 없는 제품의 수요를 맞출 수 있으며, 글루텐프리 인증은 민감한 소비자들의 접근성을 높일 수 있습니다. 또한, 코셔(Kosher) 인증을 획득하면 유대인 소비자 사이에서 매력도를 높일 수 있으며, 제품을 좀 더 포용적이고 시장 친화적으로 만들 수 있을 것입니다.

Q. 미국에서 김치소스를 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요?

아시아 마트는 김치소스 맛에 익숙한 아시아계 미국인 소비자를 겨냥하기에 이상적이며, 고급식품 전문점은 고객사 제품을 음식 애호가를 위한 프리미엄 조미료로 포지셔닝할 수 있습니다.

Q. 미국에서 김치소스를 판매하기 위해 어떤 소비자층을 타겟하는 것이 좋을까요?

김치소스 제품을 판매하기 위해 이상적인 타겟 소비자층은 젊은 세대, 특히 다양한 요리에 더 개방적이며 소득이 높은 MZ 세대로 구성됩니다. 아시아인과 아시아계 미국인은 한국의 맛에 익숙하므로 주요 타겟층이 되어야 합니다. 또한, 미식가와 다양한 음식에 관심이 높은 소비자를 대상으로 소스의 다양성을 강조하고 매력적인 레시피 아이디어를 제공하는 것을 추천합니다.

Q. 미국 소비자들에게 김치소스 제품을 홍보하기 위한 효과적인 방법이 있나요?

미국에서 김치소스를 효과적으로 마케팅하려면 글로벌 레시피에 중점을 두는 푸드 블로거와 인플루언서와의 파트너십을 맺는 것을 추천합니다. 주말에 아시아 마트에서 시음 행사나 사은행사로 제품을 선보이고 소비자들에게 제품의 샘플을 제공하는 것이 중요합니다. 또한, 소셜 미디어에서 레시피 공유 대회를 열어 김치소스를 활용한 콘텐츠 제작을 장려하여 다양한 소비자와 소통해야 합니다.

Interview ③

31)


월마트(Walmart)
Sales Representative

월마트
(Walmart)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 1962년 설립
 - 벤턴빌에 본사가 위치한 하이퍼마켓 체인
 - 취급 품목: 식료품, 공산품, 의류, 주류 등
 - 온/오프라인 유통채널 보유

담당자 정보

Sales Representative

Q. 미국에서 소스, 특히 김치소스 시장의 동향과 수요는 어떠한가요?

최근 미국에서 김치 소스와 매운 아시아 소스의 수요가 눈에 띄게 증가했습니다. 이러한 인기는 한식의 미디어 노출 증가로 인한 것이며, 매콤하고 발효된 맛은 음식 애호가들의 마음을 사로잡았습니다. 미국 소비자들 사이에서 맵고 자극적인 맛이 인기를 얻으면서 김치소스는 맛뿐만 아니라 편리하고 쉽게 요리가 가능한 제품으로 인식되기 시작했습니다. 대형 할인점과 슈퍼마켓은 높아지는 아시아인 소스 수요에 맞게 아시아 소스의 공급을 확대하였고, 온라인 플랫폼에서도 해당 소스 제품들을 더 쉽게 구매할 수 있게 되었습니다. 또한, 글로벌 퓨전 요리 트렌드로 인해 가정에서 다양한 소스를 도전해보고 있기 때문에 김치소스의 수요도 지속적으로 증가하고 있습니다.

Q. 미국 소비자들 사이에서 한국 음식과 소스에 대한 인식은 어떠한가요?

미국에서는 K팝의 영향으로 한식의 인기가 높아지고 있습니다. 미국 소비자들은 식당에서 비빔밥, 불고기 등 한식을 자주 주문합니다. 일부는 여전히 김치나 장 종류 때문에 한국 음식이 지나치게 맵고 시다고 생각합니다. 밀레니얼 세대와 Z세대와 같은 젊은 세대는 강한 맛의 한식을 빠르게 받아들이고 있습니다. 한식의 친숙함이 높아지면서 단순히 매운맛을 넘어 한국식 발효 장의 복합성과 풍부함에 대한 인식도 진화하고 있습니다. 주요 마트에서 한국 재료를 쉽게 구할 수 있고 소셜 미디어에서도 노출이 많이 되면서 미국 현지 가정에서도 한국 요리를 더 쉽게 맛볼 수 있게 되었습니다. 또한, 음식 인플루언서들은 미국 소비자들이 전통 한국 요리의 미묘한 맛을 이해하는 데 도움을 주고 있습니다.

Q. 미국에 인기 있는 김치소스 브랜드는 어디인가요?

인기 브랜드로는 천연의 글루텐프리 한국식 김치소스를 판매하고 있는 미국의 유명 브랜드인 S사가 인기 있습니다. 배추, 마늘, 생강, 고추를 발효시켜 만든 소스로 매콤한 맛, 신 맛, 고소한 맛이 조화를 이루는 김치소스 제품을 판매하고 있습니다. 해당 제품의 중요한 점은 인공 첨가물이 포함되어 있지 않으며, 글루텐이 없어 식단에 제한이 있는 소비자에게 적합합니다. 김치소스는 라면, 비빔밥, 샌드위치와 같은 요리에 정통 조미료로 사용되는 다용도 제품입니다. 정통 한국 요리의 맛을 찾는 소비자들에게 최고의 선택이라는 평판을 얻었습니다.

31) 사진 자료: 월마트(Walmart)

Q. 고객사 제품은 채소와 섞거나 각종 국물에 넣어 먹을 수 있는 제품으로, 매콤한 맛과 100% 한국산 재료를 사용하여 소비자 신뢰도가 높습니다. 고객사 제품이 미국 소비자들 사이에서 인기를 얻을 수 있을까요?

고객사 제품은 미국 시장에서 인기를 얻을 수 있을 것입니다. 미국 요리에 미치는 한국 요리의 영향력이 점점 더 커지면서 활용도 높고 다양한 입맛에 어필하는 고객사 제품은 현재 트렌드와 잘 맞습니다. 또한, 고객사 제품의 매콤한 맛은 미국 소비자들 사이에서 과감한 맛을 찾는 유행과 잘 어우러집니다. 100% 한국산 재료를 사용한다는 점은 제품의 진정성과 신뢰성을 높이며, 미국 소비자의 품질과 신뢰에 대한 우선순위를 충족시킵니다.

Q. 미국에서 김치소스 판매를 위해 필요한 인증이 있나요? 또한, 미국 소비자들의 입맛을 사로잡기 위해서 어떤 맛 옵션으로 미국 시장에 출시되어야 할까요?

USDA 유기농, Non-GMO 인증, 글루텐프리, 저염 옵션 등 다양한 인증을 받는다면 고객사 제품은 다양한 미국 소비자의 관심을 끌고 선호도를 충족할 수 있을 것입니다. 미국 소비자들의 입맛에 맞는 김치소스 제품을 개발하기 위해서는 순한 맛, 단맛, 감칠맛에 중점을 두어 제품을 개발해야 하며, 바비큐 맛, 스모크 맛 등 친숙한 서양의 맛 옵션도 포함하여 제공된다면 좋을 것 같습니다.

Q. 미국에서 김치소스를 판매하기 위해 어떤 유통채널을 갖추는 것이 좋을까요?

대형 할인점은 미국에서 김치소스를 판매하기 위해 적합한 유통채널입니다. 대형 할인점은 전국적으로 제품 노출이 가능하며 광범위한 고객 기반으로 접근성을 높입니다. 또한, 대형 할인점에서 아시아 식품이나 해외 식품 코너에 한국 제품을 가장 눈에 띄게 위치시킨다면, 아시아 요리에 관심이 있는 소비자들 사이에서 고객사 제품을 선택할 가능성이 높습니다. 또한, 제품 노출이 잘 되는 매대 위치 선점은 가시성을 보장하고 원스톱 쇼핑의 편의성을 제공하여 매출을 높일 수 있습니다. 유통 네트워크를 구축하고 브랜드에 대한 신뢰도를 높이는 데 효과적이기에 대형 할인점을 추천합니다.

Q. 미국에서 김치소스를 판매하기 위해 어떤 소비자층을 타겟하는 것이 좋을까요?

미국에서 김치소스를 판매하기 위해 새로운 맛에 대한 수용도가 높고 신선하고 자연 친화적인 재료를 중시하는 밀레니얼 세대를 겨냥해야 합니다. 도시에 거주하는 부유한 소비자들도 적합한 타겟층입니다. 어린 자녀를 위해 더 건강한 소스를 원하는 가족을 대상으로는 소스의 건강상 이점을 강조할 수 있습니다. 또한, 김치를 높이 평가하는 아시아계 미국인 가정이 이상적인 판매 대상입니다. 마지막으로, 인플루언서 광고를 통해 새로운 음식에 도전하고자 음식 애호가를 겨냥할 수 있을 것입니다.

Q. 미국 소비자들에게 김치소스 제품을 홍보하기 위한 효과적인 방법이 있나요?

미국의 음식 관련 인플루언서와 협력하여 매력적인 콘텐츠를 만들고 인기 있는 미국 요리에 소스를 사용하는 레시피를 개발하는 것을 추천합니다. 다양한 소비자들에게 제품을 노출하기 위해서 한국 문화나 음식에 관한 기사를 내보내는 것도 방법입니다. 제품을 시험 판매하는 동안에는 눈에 띄는 위치에 제품을 배치할 수 있게 유통업체와 협상해야 합니다. 소셜 미디어 광고를 활용하여 특정 소비자층을 타겟하여, 인기 있는 온라인 플랫폼에서 제품을 판매한다면 제품의 접근성을 높이는데 효과적일 것입니다.

2023

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

Ⅶ 시사점



Export Insights

시장수요

미국 對한국 김치소스 수입, 높은 증가세



미국 소스 및 향신료 시장규모는 향후 5년간 2.3%씩 증가할 것으로 전망되었으며, 기타 소스 시장규모 또한 향후 5년간 2.3%씩 증가할 것으로 전망됨. HS CODE 2103.90의 미국 對글로벌 수입액은 지난 5년간 연평균 15.0%씩 증가했으며, 對한국 수입액은 지난 5년간 15.3%씩 증가함. 한편, 2022년 기준 미국의 김치소스 수입 국가들 중 수입규모 1위국인 캐나다의 연평균성장률은 14.4%의 성장세를 기록함

수입유통업체 인터뷰 결과, 미국 내 아시아 소스에 대한 소비자들의 관심이 높아 지면서 김치소스에 대한 수요가 증가하고 있다고 답변함. 아시아계 미국인 인구 증가와 소셜 미디어나 방송에서의 노출로 아시아계와 비아시아계 모두가 아시아 요리를 받아들이고 경험할 기회가 생기면서 다양한 아시아 소스의 수요가 증가하고 있음



미국 온라인쇼핑몰 김치소스 경쟁제품

소비 특징 ①

미국 김치소스 경쟁제품 키워드, '간장', '고추장' 다수



미국 온라인 쇼핑몰 판매 김치소스 경쟁제품 키워드 분석 결과, 간장이 가장 인기가 많은 것으로 확인됨. 이어서 고추장이나 스리라차 소스, 불고기 소스, 스위트칠리 소스 등의 제품들이 수요가 있는 것으로 파악됨. 또한, 주로 매운 소스류가 경쟁제품으로 다수 등장함

미국 김치소스 시장 내 제품 패키징 관련 키워드로는 '팩'이 가장 많이 도출되었으며, 그 중 2팩 묶음 판매가 가장 많이 등장함. 또한, 김치소스 제품 중량 관련 키워드로는 '6oz'와 '7oz'가 가장 많이 도출됨



미국 온라인 쇼핑몰 김치소스 맛/성분

소비 특징 ②

'마늘', '매운' 등의 제품 맛/성분 키워드 빈출

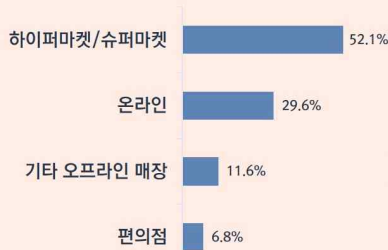


미국 김치소스 시장 내 제품 맛/성분 키워드 조사 결과, '마늘' 키워드를 가장 많이 사용하는 것으로 확인됨. 그 밖에 '고추', '생강', '효모 추출물', '피쉬소스' 등 김치 양념 재료나 발효에 필요한 원료 관련 키워드도 다수 확인됨

미국 온라인 쇼핑몰 판매 김치소스 제품 인증 키워드 분석 결과, '글루텐프리'가 가장 많이 도출됨. 또한, 최근 저탄고지 식단이 인기를 끌면서 공식 인증 마크는 없으나 '키토' 문구를 내세운 제품도 일부 확인됨. 그 외, 유대교에서 인정하는 식단을 일컫는 '코셔인증' 키워드도 등장함



미국 김치소스 유통 비중



유통채널



미국 김치소스 유통채널 점유율 조사 결과 하이퍼마켓/슈퍼마켓 (52.1%)이 압도적으로 높은 점유율을 차지하였음. 뒤를 이어 온라인 (29.6%), 드럭스토어, 백화점 등의 채널을 포함하는 기타 오프라인 매장(11.6%), 편의점(6.8%) 채널이 미국 내 김치소스의 주요 유통채널로 확인됨

한편, 전문가 인터뷰 결과 미국 내 김치소스의 주요 유통채널로 레스토랑과 같은 식품 서비스업체, 고급식품 전문점, 대형 할인점, 아시아/한인마트 등을 추천함. 대형 할인점의 해외 식품 코너에 고객사 제품을 눈에 띄게 위치시킨다면 아시아 요리에 관심이 있는 소비자들이 제품을 선택할 가능성이 높아질 것이라고 답변함

진입장벽

- ▶ Point 1) 사전신고(Prior Notice)
- ▶ Point 2) FDA 식품제조시설 등록 必
- ▶ Point 3) HACCP 인증 추천



미국으로 김치소스 수출 시, FTA 협정세율에 따라 0%가 적용됨. 또한, 미국으로 식품 수출 시, 식품안전현대화법(FSMA)에 의하여 식품 시설등록과 수입식품 사전신고가 필수임.

품질 인증의 경우, HACCP 인증, 글루텐-프리 인증, 비건 인증 등이 권장됨. 라벨의 경우, 반드시 영어로 표기해야 하고, 한국어 표기가 포함된 경우에는 모든 라벨 의무 표기 사항을 영어와 한국어 모두로 표기해야 함. 영어, 한국어 이외의 언어가 라벨에 있다면, 해당 언어로도 모든 의무 사항을 표기해야 함

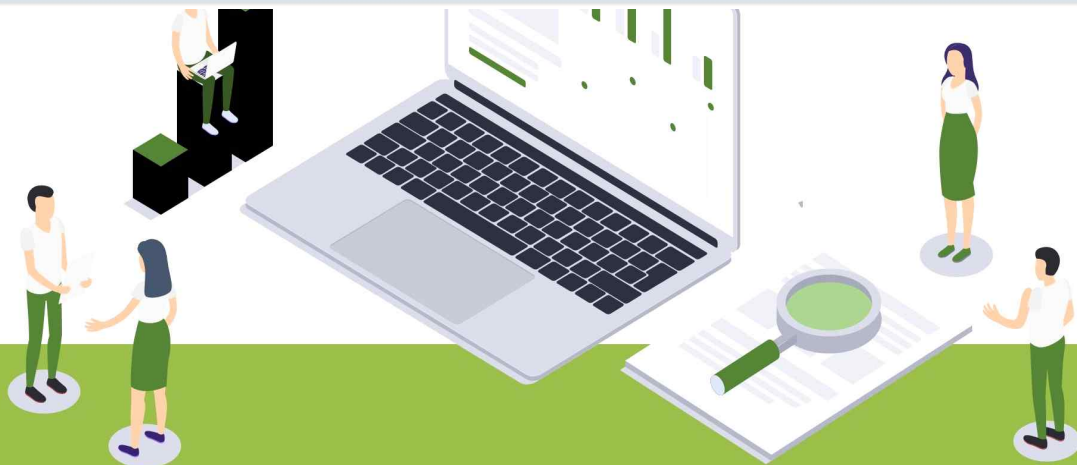
수출 확대 전략

셀링 포인트
&
제품 경쟁력 피드백



Point 01 주요 구매 요인 수입유통업체 인터뷰 결과, 미국 소비자들은 너무 강한 식초 맛이나 발효된 맛은 지양하고 짠맛, 고소함, 마늘 향을 선호한다고 답변함. 특히, 김치소스의 맵기는 순한 맛에서 적당하게 매운맛을 유지하는 것이 중요하다고 언급함

Point 02 제품 피드백 수입유통업체 인터뷰 결과, 고객사 제품에 사용되는 재료가 100% 한국산이라는 점을 강조하면 건강을 생각하는 소비자들 사이에서 신뢰를 구축할 수 있을 것이라고 답변함. 또한, 단계별 맵기 옵션을 제공한다면 더 인기를 얻을 수 있을 것으로 보임. 편리하고 맛있는 식사를 원하는 바쁜 미국 소비자들을 타겟하여 제품을 다용도로 손쉽게 사용할 수 있다는 점을 강조하여 홍보하는 것을 추천함



[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 외교부, 「국가개황」, 2022
2. 스태티스타(Statista), 「Sauces & Spices_United States, South Korea」, 2023.08
3. 스태티스타(Statista), 「Other Sauces_United States, South Korea」, 2023.08
4. 소믈리에타임즈, 「고추장부터 김치까지, 2022 미국의 여름 시즌 ‘소스’ 트렌드」, 2022.09
5. KATI 농식품수출정보, 「미국, 발효식품 유행 바로알기」, 2023.04
6. 스태티스타(Statista), 「Plant-based food market size in the United States in 2020 and 2026, by distribution channel」, 2022.02
7. 스태티스타(Statista), 「Food retail in South Korea」, 2023.03
8. 식품의약품안전처, 「식품 수출 안내서(미국편)」, 2021
9. KATI농식품수출정보, 「식품시설 등록 : 중소기업체들을 위한 안내서」, 2018

■ 참고 사이트

1. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
2. ITC(International Trade Centre) (www.intracen.org)
3. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
4. 노드스트롬(Nordstrom) (www.nordstrom.com)
5. 블루밍데일스(Bloomingdale's) (www.bloomingdales.com)
6. 포브스(Forbes) (www.forbes.com)
7. 월마트(Walmart) (www.walmart.com)
8. 코스트코홀세일(Costco Wholesale) (www.costco.com)
9. 월스트리트저널(WSJ) (www.wsj.com)
10. 한국농수산식품유통공사(aT) (www.at.or.kr)
11. 크로거(Kroger) (www.kroger.com)
12. 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News) (www.supermarketnews.com)
13. 에피큐리어스(epicurious) (www.epicurious.com)
14. 에이치마트(H Mart) (www.hmart.com)
15. 뉴욕타임즈(NYT) (www.nytimes.com)
16. 교차로월드(Kyocharoworld) (www.kyocharoworld.com)
17. 시온마켓(Zion Market) (www.zionmarket.com)
18. aT 미국 지사(aT America) (atcenteramerica.com)
19. 아마존(Amazon) (www.amazon.com)
20. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
21. 센서타워(Sensortower) (sensortower.com/ko)
22. 이베이(eBay) (www.ebay.com)
23. 식품의약품안전처 (www.mfds.go.kr)
24. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
25. 미국 식품의약품청 (www.fda.gov)
26. 미국 농무부(SDA: United States Department of Agriculture) (www.usda.gov)
27. 국립농산물품질관리원 (www.naqs.go.kr)
28. 플라티콘(Flaticon) (www.flaticon.com)
29. 로터스푸드(Lotus Food) (www.lotusfoodonline.com)
30. 왕글로벌넷(Wang Globalnet) (www.kfoodsonline.com)
31. 월마트(Walmart) (www.walmart.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2023.10.20

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