



SAMGYE TANG
(Ginseng Chicken Soup)



2015

미국 삼계탕 시장 조사



농림축산식품부
Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs

aT 한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

I. 미국 가금육 생산동향	/ 1
1. 개요	1
2. 닭 생산동향	1
II. 삼계탕 유통현황	/ 4
1. 삼계탕 유통 및 시장동향	4
2. 삼계탕 유통경로	4
3. 제품종류	5
4. 미국 내 가금육 유통동향	5
III. 가금육 소비동향	/ 6
1. 한국산 삼계탕 소비동향	6
2. 한국산 삼계탕 제품 판매현황	7
3. 현지산 즉석삼계탕 제품현황	9
4. 삼계탕 재료 소비현황	10
5. 미국 내 가금육 소비동향	12
6. 한국산 삼계탕 수출 문제점 및 애로사항	16
IV. 가금육 수입동향	/ 17
V. 검역 및 통관	/ 20
1. 수입통관 절차	20
2. 수입시 필요서류	21
3. 검역	22
VI. 홍보 및 마케팅 사례	/ 23
1. 주요 판촉전략	23
VII. 한국산 삼계탕 잠재수요 전망	/ 25





1. 개요

- 미국 내 양계업은 소규모에서 1960년대 이후 생산, 유통 및 저장기술의 발달로 대규모 산업으로 발전하였으며 꾸준한 성장률을 기록하고 있음
- 미국 내 가금육은 고기를 위해 길러진 닭고기(broiler), 그 외 닭, 칠면조(turkey), 계란(eggs) 등이 포함됨
- 미국 내 닭 농장은 2012년 센서스 조사에 의하면 약 233,770개가 있는 것으로 집계되고 있음

2. 닭 생산동향

- 2014년도 기준, 닭고기, 계란 및 칠면조 등을 포함한 가금육 생산 및 판매는 2013년도의 444억 불보다 9% 증가한 약 483억 불을 기록
 - 닭고기(broiler)의 경우 총계의 68%를 차지하고, 계란은 21%, 칠면조가 11%, 그리고 그 외 닭이 1%를 차지함
 - 닭고기(broiler) 생산액은 2014년도에 327억 불을 기록하며 2013년도 대비 6% 증가했고 생산량은 2013년도 대비 소폭 증가한 85.4억 파운드를 기록했다. 2014년도에 생산된 살아있는 닭의 무게는 2013년도 대비 1% 증가한 514억 파운드였음
 - 닭고기를 제외한 그 외 닭의 판매액은 9,660만 불로 2013년도 대비 10% 증가하였음

가금류 생산액

(단위 : 천불)

년도	닭고기(Broilers)	닭(Chickens)	가금류 총
2013	30,761,669	87,939	44,368,029
2014	32,724,667	96,557	48,292,082

※ broiler의 경우 500,000마리 이하 생산 주(state)는 제외. chicken 생산액은 판매액과 동일

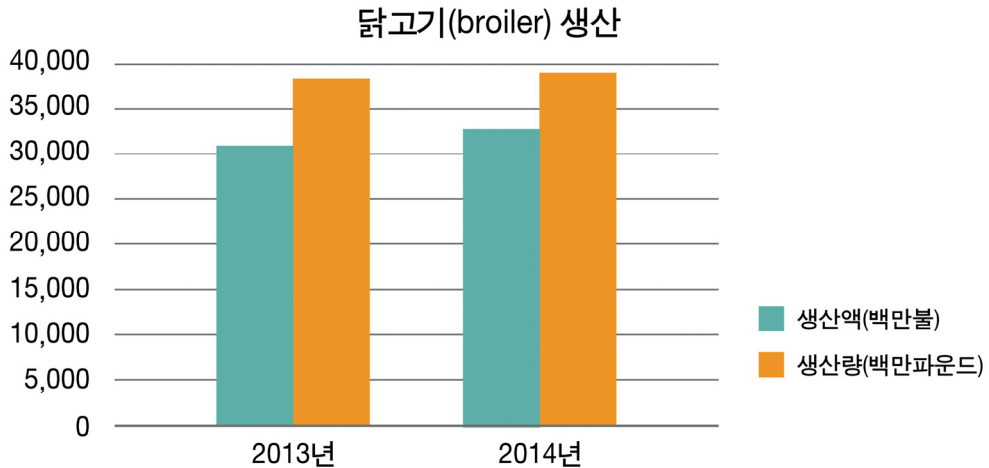
※ 자료 : USDA ERS

닭고기를 위해 길러지는 닭(broilers) 생산량

(단위 : 백만파운드)

구분	2010	2011	2012	2013	2014	2015 예상량
생산량	36,515	36,804	36,643	37,425	38,137	40,059

※ 자료 : USDA ERS



- 2014년 기준 미국 내에서 닭고기를 가장 많이 생산하는 주는 조지아(Georgia), 아칸소(Arkansas), 알라바마(Alabama) 및 노스캐롤라이나(North Carolina) 등임

주(state)	생산개수 (1,000마리)	생산량 (1,000파운드)	생산액 (1,000불)
조지아(Georgia)	1,324,200	7,547,900	4,808,012
앨라배마(Alabama)	1,061,500	6,050,600	3,854,232
노스캐롤라이나(North Carolina)	795,200	6,043,500	3,849,710
아칸소(Arkansas)	969,800	6,012,800	3,830,154
미시시피(Mississippi)	727,200	4,508,600	2,871,978
텍사스(Texas)	591,800	3,550,800	2,261,860
델라웨어(Delaware)	244,100	1,733,100	1,103,875
켄터키(Kentucky)	308,000	1,724,800	1,098,698
사우스캐롤라이나(South Carolina)	232,500	1,650,800	1,051,560
메릴랜드(Maryland)	287,800	1,554,100	989,962
버지니아(Virginia)	262,000	1,441,000	917,917
미주리(Missouri)	288,500	1,384,800	882,118
오클라호마(Oklahoma)	205,300	1,334,500	850,077

주(state)	생산개수 (1,000마리)	생산량 (1,000파운드)	생산액 (1,000불)
펜실베이니아(Pennsylvania)	181,300	997,200	635,216
테네시(Tennessee)	180,600	939,100	598,207
오하이오(Ohio)	75,600	430,900	274,483
플로리다(Florida)	66,700	386,900	246,455
웨스트버지니아(West Virginia)	95,300	371,700	236,773
미네소타(Minnesota)	46,800	280,800	178,870
위스콘신(Wisconsin)	53,400	224,300	142,879
그 외 주	546,500	3,204,900	2,041,521
총 계	8,544,100	51,373,100	32,724,667

※ 그 외 주(캘리포니아, 일리노이, 인디애나, 아이오와, 루이지애나, 미시간, 네브래스카, 뉴욕, 오리건, 워싱턴)

※ 자료 : USDA NASS

- 미국 내 양계업계는 대부분 수직통합형이며 약 40여 개로 추정되고 있음
- 약 29,500개의 가족경영 농장들이 이러한 수직통합형 업체들과 계약을 맺고 경영하고 있으며 전체 닭 생산농장 중 95% 정도가 가족경영 농장과 업체 간의 계약으로 운영되고 나머지 5% 정도만이 업체가 직접 운영하는 농장임

미국의 대형 양계회사

순위	회사명	도계장 갯수	주당 도계숫자 (백만마리)	평균종량 (파운드)
1	Tyson Foods	33	35.40	5.53
2	Pilgrim's Corporation	26	33.10	5.46
3	Perdue Farms, Inc.	12	12.01	5.67
4	Koch Foods, Inc.	8	12.00	5.10
5	Sanderson Farms	9	8.62	7.53
6	Foster Farms	5	5.84	6.07
7	Mountaire Farms	3	5.79	7.76
8	Wayne Farms	8	5.65	7.41
9	George's Inc.	4	5.33	4.46
10	Peco Foods, Inc.	5	4.82	7.30

※ 자료 : USDA ERS, 2012년 기준

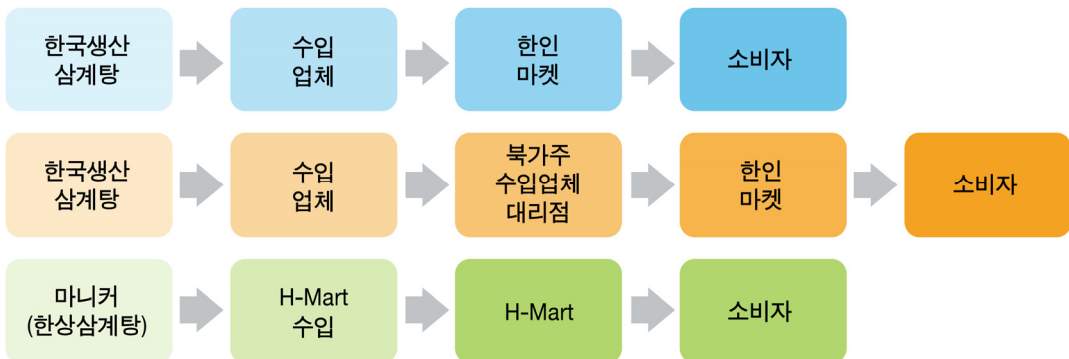


1. 삼계탕 유통 및 시장동향

- 미국 내 전 지역 한인 교포마켓 및 중국마켓에서 판매 중이나 현재는 남가주(Southern California)에 집중 판매되고 있으며 점차 북가주(Northern California) 및 타 주로도 확장시켜 나가는 중임
- 주요 유통마켓은 교포마켓 및 중국마켓이나 Superior 및 Northgate 등 히스패닉 마켓에서 진입하는 초입단계를 거치고 있음

2. 삼계탕 유통경로

- 삼계탕의 경우 한국에서 수출 시 수입자를 통해 소매업체에게 전달되는 경우와 한국에서 직접 소매업체에게 수출하는 두 가지 경우가 있음
 - 해태 및 한미에서 각각 마니커 및 하림 제품을 수입하여 소매업체에게 납품하고 있으나 하림 제품의 경우 소매업체인 H-Mart에 직접 공급하고 있음
- 하림 및 마니커 삼계탕 유통경로



3. 제품종류

- 미국 내 유통 가능한 한국산 삼계탕은 마니커 F&G 및 하림의 제품이며 마니커 F&G는 상온 제품 한 가지, 하림은 냉동 및 상온제품 두 가지를 출시하여 판매 중



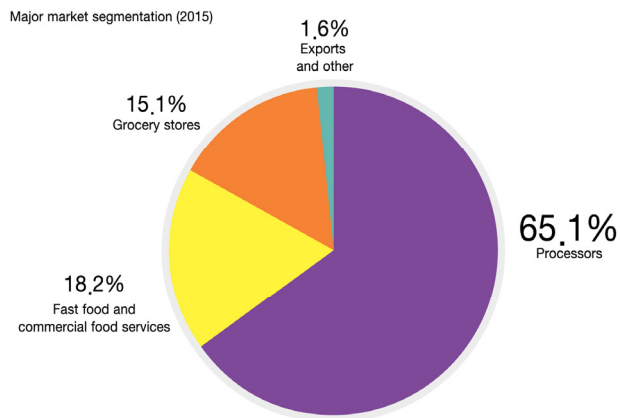
|마니커 삼계탕 - 상온제품|



|하림 삼계탕 - 상온 및 냉동|

4. 미국 내 가금육 유통동향

- 미국 내 칠면조 농장을 포함한 가금육 농장은 Tyson Foods같은 기업과 계약을 맺어 기업이 가금육 품질 및 수량을 컨트롤하여 마켓에 납품함
- IBIS 조사통계에 의하면 미국 내 가금육은 65.1%가 가공업체에게 납품되고, 18.2%가 패스트푸드점, 15.1%가 식료품점, 그리고 약 1.6% 정도가 수출되는 것으로 나타남
 - 패스트푸드점 및 외식업체에서 가금육제품에 대한 수요가 지난 5년간 지속적으로 증가했음
 - 식료품점 내의 수요는 지난 5년간 매우 안정적이었으며 군대가 중요한 역할을 하게 되면서 정부에서의 수요 및 병원과 학교 등에서의 수요도 증가했음



Total \$41.3bn

※ 자료 : IBIS

SOURCE: WWW.IBISWORLD.COM



1. 한국산 삼계탕 소비동향

- 삼계탕은 미국 내 한인 교포마켓이 있는 미국 전역에 판매 중이며 하립 제품과 마니커 제품만이 미국으로 수출가능하여 유통되고 있음
 - 미국 내에서는 한국인 및 삼계탕에 대한 수요가 있는 아시아인이 밀집되어있는 남가주(Southern California)지역에서 가장 많이 판매되고 있으며 그 외에 동부지역 한인마켓에서 판매되어 소비됨
- 삼계탕 제품의 주요 소비자는 삼계탕에 대해 잘 알고 있는 한인교포들이 대부분이며 한국 식품에 대한 인지도가 높은 중국인 및 타 아시아인의 소비가 많음
 - 소비비중은 한인교포가 약 80% 정도이며 그 외 아시아인이 20% 정도를 차지하는 것으로 예측됨
- 즉석삼계탕은 아직 초기시장으로서 즉석제품보다는 영계 및 재료를 구입하여 집에서 조리하는 경우가 많음
- 마켓 내에 판매하는 현지산 즉석삼계탕 제품의 경우 거의 90% 이상이 한인 교포마켓에서 판매되고 있으며 주 소비자층 또한 한인교포들임
 - 남가주 및 서북부지역의 현지산 제품은 대부분 장터제품이며 H-Mart의 경우 금산 제품이 장터제품과 함께 판매되고 있음
 - 미 동부지역의 경우도 금산 삼계탕 등 현지산이 판매되고 있음

2. 한국산 삼계탕 제품 판매현황

- 교포마켓에서 판매되고 있는 마니커 및 하림 제품은 마켓마다의 가격차이가 있는 편임
 - 하림 및 마니커 두 종류 모두 원가는 보통 11.99불이나 가격경쟁력 및 판매증진을 위해 7.99불까지 세일하는 마켓이 많음
- 교포마켓 중 하림 및 마니커 제품이 판매되지 않는 마켓은 없으며 99 Ranch같은 중국계 마켓의 경우는 마니커 제품이 있는 경우가 많으며 가격은 교포마켓과 많이 다르지 않음



하림 삼계탕
 상온보관 / 한국산
 \$8.99 / 28oz
 LA 시온마켓



하림 삼계탕
 냉동보관 / 한국산
 \$7.99 / 28oz
 LA 시온마켓



마니커 삼계탕
 상온보관 / 한국산
 \$11.99 / 29.98oz
 LA 한남체인



마니커 삼계탕
 상온보관 / 한국산
 \$10.99 / 29.98oz
 Irvine 시온마켓



하림 삼계탕
 냉동보관 / 한국산
 \$9.99 / 28oz
 Irvine 시온마켓



마니커 삼계탕
 상온보관 / 한국산
 \$7.99 / 29.98oz
 Anaheim 아리랑마켓



하림 삼계탕
냉동보관 / 한국산
\$10.99 / 28oz
San Jose 교포마켓



하림 삼계탕
상온보관 / 한국산
\$11.49 / 28oz
San Jose 한국마켓



하림 삼계탕
냉동보관 / 한국산
\$11.99 / 28oz
시애틀 부한식품, 팔도 등



한상 삼계탕
상온보관 / 한국산
\$14.99 / 29.98oz
시애틀 H-Mart



마니커 삼계탕
상온보관 / 한국산
\$10.99 / 29.98oz
시애틀 부한식품, 팔도 등



마니커 삼계탕
상온보관 / 한국산
\$6.99 / 29.98oz
라스베가스 99 Ranch



마니커 삼계탕
상온보관 / 한국산
\$10.99 / 29.98oz
라스베가스 Greenland Market



하림 삼계탕
냉동보관 / 한국산
\$12.99 / 28oz
라스베가스 Greenland Market



하림 삼계탕
냉동보관 / 한국산
\$8.99 / 28oz
Flushing H-Mart



하림 삼계탕
상온보관 / 한국산
\$8.99 / 28oz
Flushing H-Mart



하림 삼계탕
냉장보관 / 한국산
\$9.99 / 28oz
Flushing 한양마트



마니커 삼계탕
상온보관 / 한국산
\$6.99 / 29.98oz
New Jersey 한남체인



하림 삼계탕
상온보관 / 한국산
\$8.99 / 28oz
New Jersey H-Mart



하림 삼계탕
냉동보관 / 한국산
\$8.99 / 28oz
New Jersey H-Mart

3. 현지산 즉석삼계탕 제품현황

- 현지산의 경우 한국산이 수입되기 전부터 자리를 잡아와서 이미 시장이 형성되어 있는 제품임
 - 지역마다 브랜드에 약간의 차이가 있지만 대부분 장터제품이 가장 많으며 그 외에 H-Mart 제품인 초립동이 제품이 판매되고 있음
 - 가격의 경우 마켓마다의 차이가 약간씩 있지만 한국산과 차이가 많이 나지 않는 편임



장터 영계백숙
냉장보관 / 미국산
\$9.99 / 2lb
LA 한남체인



장터 영계백숙
냉장보관 / 미국산
\$9.99 / 2lb
Anaheim 아리랑마켓



장터 영계백숙
냉장보관 / 미국산
\$14.99 / 2lb
San Jose 교포마켓



금산 삼계탕
냉장보관 / 미국산
\$13.99 / 2lb
시애틀 H-Mart



장터 영계백숙
냉장보관 / 미국산
\$12.99 / 2lb
시애틀 H-Mart



금산 삼계탕
냉장보관 / 미국산
\$10.99 / 2lb
Flushing H-Mart

4. 삼계탕 재료 소비현황

- 즉석삼계탕 외에 재료들을 따로 판매하며 미국 내 교포들에게 일반적으로 가장 많이 소비되는 방법
 - 한국에서 수입된 재료들과 미국산 영계를 판매하고 있어 손쉽고, 즉석삼계탕에 비해 싼 가격으로 집에서 요리해 먹을 수 있어 소비자들이 선호함
 - 즉석삼계탕 제품의 판매 이전부터 재료 및 영계를 따로 구매하여 여름철 복날기준으로 판매되어 왔기 때문에 소비자들에게는 익숙한 방법



수빈 삼계탕 재료
 한국산
 \$2.49 / 70g
 LA 한남체인



청솔식품 전통삼계탕 재료
 한국산
 \$2.49 / 100g
 LA 한남체인



영양 삼계탕 재료
 미국에서 포장
 \$3.99 / 10oz
 LA 한남체인



수라상 한방 삼계탕 재료
 한국산
 \$4.99 / 90g
 Cerritos 시온마켓



두성 한방 삼계탕 재료
 한국산
 \$1.99 / 60g
 Anaheim 아리랑마켓



Patti Jean 약병아리
 미국산
 \$2.99 / 18oz
 아리랑 마켓



초립동이 삼계탕 재료
 한국산
 \$5.49 / 10oz
 Flushing H-Mart



예다원 삼계탕 재료-더블티백
 한국산
 \$4.49 / 300g
 New Jersey H-Mart

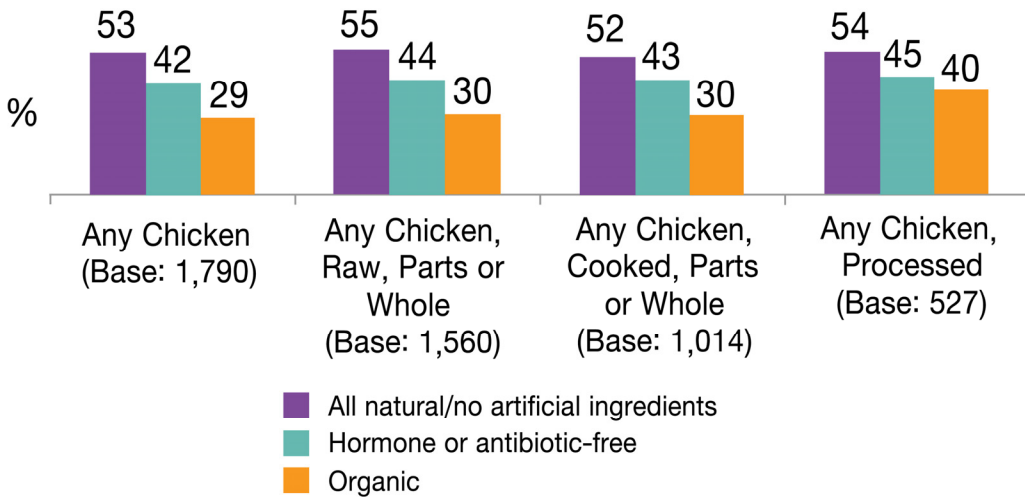


Patti Jean 약병아리
 미국산
 \$3.50 / 18oz
 라스베이거스 Greenland Market

5. 미국 내 가금육 소비동향

- 미국 내 소고기 소비량이 감소함에 따라 가금육 소비가 소고기 및 붉은 고기의 대체식품으로 증가하고 있음
 - 건강에 대한 트렌드 강화추세로 인해 미국 가금육 특히 “내츄럴” “호르몬/항생제 프리”같은 문구를 내세운 가금육 출시 증가
- 민텔조사에 의하면 소비자들 중 53%가 “내츄럴/인공재료 없음”을 중요하게 생각하며 42%는 “호르몬/항생제 프리”를 중요하게 그리고 29%가 “유기농”을 중요하게 생각한다고 밝힘
 - 예를 들어 Perdue사의 Harvestland브랜드 냉동닭고기의 경우 닭장에 넣고 키우지 않았고 (cage-free), 채소위주의 사료(vegetarian-fed), 항생제 및 스테로이드 프리(free of antibiotic, steroid) 등을 내세워 판매량의 37.9% 증가율을 보였다고 밝힘

■ 미국 소비자들이 닭고기 구매시 중요하게 생각하는 요소



※ 자료 : 민텔

- 가금육 중 닭고기 부위가 전체 카테고리 판매량 중 64.1%를 차지할 정도로 가장 많은 양이 판매되고 있음
 - 그 중 붉은 고기(red meat) 판매 감소 때문에 닭고기 판매량이 증가하는 것도 있지만 닭고기를 부위별로 잘라 판매하는 제품이 여러 가지 맛을 내어 요리가 가능하기 때문에 그 인기가 더함

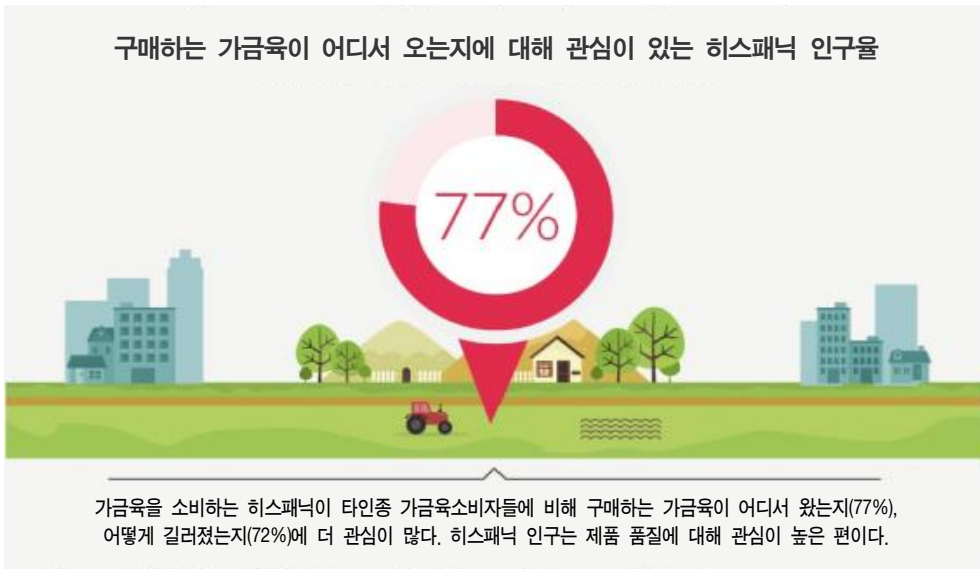
○ 미국 내 가금육 소비자

- 닭고기는 매일 섭취하는 단백질의 이미지를 갖고 있어 미국인 소비자들 10명 중 9명이 닭고기 구매를 함
- 밀레니얼 세대(1980~2000년 사이 출생)의 경우 판매되는 닭고기에 호르몬/항생제가 없거나 비타민이 더 첨가되는 등의 기존의 닭고기보다 부가가치가 있을 시에 기존의 제품보다 가격이 비싸더라도 살 용의가 있는 것으로 나타남
- 밀레니얼 세대 뿐 아니라 히스패닉 소비자들도 다른 세대 및 인종에 비해 가금육이 어디서 왔는지 어떻게 길러졌는지 등 안전과 관련하여 더 관심이 높음
- 밀레니얼 세대의 경우 건강에 이득이 높은 제품을 선호함. 제품에 비타민 혹은 다른 건강적인 측면이 부각된 제품에 대한 가격민감도가 적어짐



※ 자료 : 민텔. 3개월 이내에 가금육을 소비한 18살 이상의 소비자 1,813명 대상조사

- 가금육 소비자들 중 히스패닉 인구가 가금육소비가 높은 편임. 밀레니얼 세대와 더불어 히스패닉의 인구의 경우 가금류 구매율이 높고 빈도도 높은 편임
- 히스패닉 밀레니얼 세대의 경우 품질을 중요하게 여기기 때문에 프리미엄 가금육 제품의 경우 돈을 더 지불할 용의가 있다고 답함



※ 자료 : 민텔. 3개월 이내에 가금육을 소비한 18살 이상의 소비자 1,813명 대상조사

- 민텔 소비자 조사에 의하면 가금육을 구매하는 이유 중 가장 큰 이유는 편리성이며 그 뒤를 이어 건강, 맛, 다용도관련 등의 순으로 나타났음. 결혼을 한 소비자 및 하지 않은 소비자 모두 편리성을 가장 높게 잡았으며 다용도로 이용 가능한 제품 및 맛을 높은 순위로 꼽았음

(단위 : %)

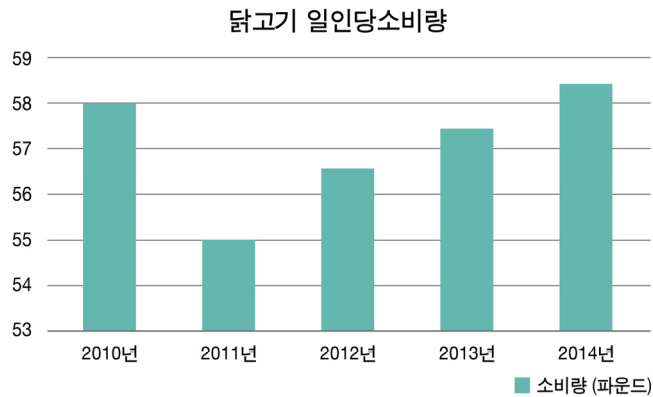
구분	미혼 남성	기혼 남성	미혼 여성	기혼 여성	18살 이하 자녀가 있는 미혼자	18살 이하 자녀가 있는 기혼자	18살 이상 자녀가 있는 미혼자	18살 이상 자녀가 있는 기혼자
편리성	38	42	34	33	35	43	36	31
건강관련	28	25	25	26	28	26	27	25
맛 관련	24	27	34	36	28	27	29	38
다용도	30	37	43	41	38	37	37	41
대체사용가능	20	18	18	19	22	18	18	19
쉬운 조리	21	21	13	16	15	20	17	17
다양성	25	31	37	32	32	30	31	33
여러 레시피 가능	11	15	20	18	17	12	16	21

※ 자료 : 민텔. 3개월 이내 가금육을 소비한 18살 이상의 소비자 1,813명 대상조사

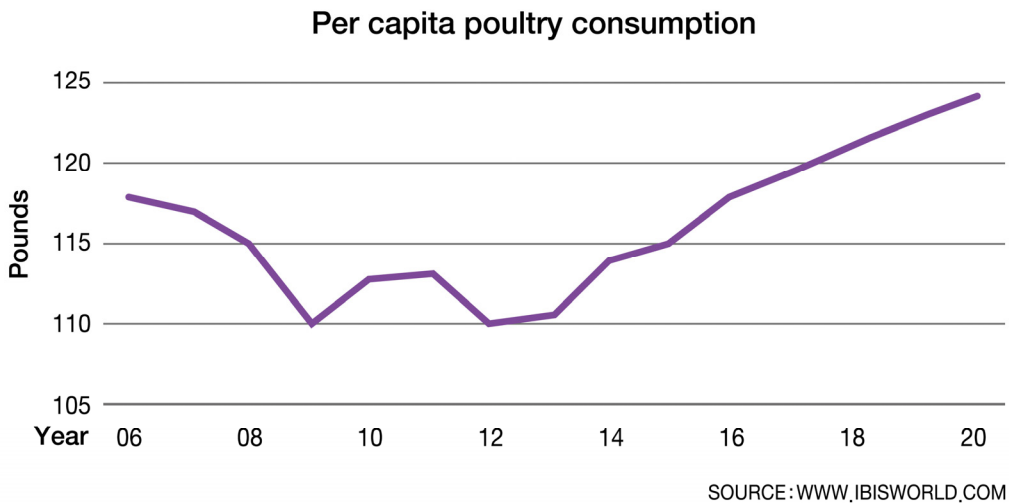
○ 닭고기(뼈 없는 1차 가공) 일인당 소비량

년도	소비량(파운드)
2010	58.0
2011	55.0
2012	56.6
2013	57.4
2014	58.4

※ 자료 : USDA ERS



- 가금육 일인당 소비량은 증가 중이며 앞으로 지속적으로 증가할 것으로 예상됨. 지방함유량이 적고 단백질에 대한 수요가 증가하기 때문에 2015년 이후로도 지속적으로 증가할 것으로 예상



※ 자료 : IBIS

- 반조리(ready to cook)제품 닭고기(broiler) 일인당 소비량

(단위 : 십만파운드)

년도	닭고기(Broiler)	그 외 닭	총 계
2010	81.8	1.0	82.8
2011	82.3	1.0	83.3
2012	79.8	1.0	80.8
2013	81.9	1.3	83.2
2014	83.4	1.3	84.7
2015 예상량	88.8	1.3	90.1

※ 자료 : USDA

6. 한국산 삼계탕 수출 문제점 및 애로사항

- 삼계탕의 주 소비자층인 교포들의 경우 주로 여름철에 삼계탕을 소비하고 재료를 직접 구매하여 집에서 요리하는 소비자들이 대부분이어서 겨울철 판매에 어려움이 있음
- 상온보관 가능한 삼계탕 제품의 경우 포장기술로 인해 상온에서의 보관이 뛰어난 장점이 있으나 미국 내 육류제품 보관에 관한 소비자들의 선입견이 있어 판매에 어려움이 있음
 - 현재 교포마켓 매장에서 냉장 및 냉동칸에 진열하여 판매하는 경우가 있음
- 또한 마니커 및 하림 모두 상온제품으로 출시됨에도 불구하고 USDA측에서 4수입 점검 (inspection)시에 반드시 냉장/냉동 창고에서 진행하도록 하고 있음
 - 그로 인한 창고 비용이 매번 약 2천 불 정도로 크게 발생하는 등 이로 인한 손실 발생
- 현지산과 한국산간의 차이점이 거의 없고 소비자들 또한 제품 원산지에 대한 민감도가 높은 편이 아니기 때문에 가격에 의해 결정하는 경우가 많음

chapter IV 가금육 수입동향

○ 가금육(meat, poultry / HS Code : 0207) 수입동향

(단위 : 천불, 톤)

국가	2010		2011		2012		2013		2014	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량
캐나다	131,442	50,458.9	124,829	45,211.2	136,206	44,219.8	141,095	44,232.7	136,608	44,584.1
칠레	41,145	13,577.5	43,373	15,200.8	62,107	19,183.6	71,980	22,145.5	80,366	23,484.0
이스라엘	2,267	296.8	1,176	155.4	1,387	154.2	2,091	326.1	1,920	204.2
영국	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0.3
멕시코	0	0	515	129.0	129	50.6	413	347.7	0	0
페루	3	0.3	31	0	0	0	0	0	0	0
총계	174,857	64,333.5	169,924	60,788.6	199,829	63,608.2	215,579	67,051.9	218,897	68,272.6

※ 자료 : USDA FAS

○ 냉동 닭고기(chicken cuts and edible offal, frozen / HS Code : 020741) 수입동향

(단위 : 천불, 톤)

국가	2012		2013		2014	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량
캐나다	125	17.9	723	130.4	15	1.5
총계	125	17.9	723	130.4	15	1.5

※ 자료 : USDA FAS

○ 절단하지 않은 닭고기(chicken, not cut in pieces, fresh or chilled / HS Code : 02071100) 수입동향

(단위 : 천불, 톤)

국가	2010		2011		2012		2013		2014	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량
캐나다	5,039	1,823.7	3,344	1,162.8	7,887	2,348.3	8,494	2,369.2	8,912	2,483.7
총계	5,039	1,823.7	3,344	1,162.8	7,887	2,348.3	8,494	2,369.2	8,912	2,483.7

※ 자료 : USDA FAS

(단위 : 천불, 톤)

국가	2014년 1월~8월		2015년 1월~8월	
	금액	물량	금액	물량
캐나다	5,956	1,677.8	5,882	1,625.2
이스라엘	0	0	7	5.0
총계	5,956	1,677.8	5,889	1,630.2

※ 자료 : USDA FAS

○ 절단하지 않은 냉동 닭고기(chicken, not cut in pieces, frozen / HS Code : 02071200) 수입동향

(단위 : 천불, 톤)

국가	2010		2011		2012		2013		2014	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량
캐나다	3,550	753.9	1,749	416.3	1,937	442.3	1,871	437.7	2,049	500.6
이스라엘	289	50.1	107	17.4	143	12.7	649	93.7	81	14.8
총계	3,839	804.1	1,856	433.7	2,081	455.0	2,519	531.3	2,130	515.4

※ 자료 : USDA FAS

(단위 : 천불, 톤)

국가	2014년 1월~8월		2015년 1월~8월	
	금액	물량	금액	물량
캐나다	1,440	347.7	845	204.7
이스라엘	0	0	88	14.5
총계	1,440	347.7	933	219.3

※ 자료 : USDA FAS

○ 준비 또는 보존된 고기, 부산물 또는 닭고기(prepared or preserved meat or meat offal or chicken / HS Code : 16023200) 수입동향

(단위 : 천불, 톤)

국가	2010		2011		2012		2013		2014	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량
캐나다	71,174	15,874.0	79,045	17,743.9	101,461	21,643.9	118,347	24,994.1	126,916	25,801.5
칠레	863	291.5	1,834	630.8	3,032	1,026.6	4,193	1,238.4	10,623	2,840.1
멕시코	9,933	2,568.3	8,988	2,241.9	10,388	2,295.3	11,879	2,704.6	10,386	2,257.4
이스라엘	1,619	307.0	2,693	504.0	2,196	382.9	1,983	350.5	2,751	451.3
한국	0	0	0	0	0	0	0	0	561	92.7
브라질	0	0	7	2.3	0	0	0	0	0	0
총계	83,589	19,040.8	92,567	21,122.9	117,078	25,348.8	136,402	29,287.6	151,236	31,442.9

※ 자료 : USDA FAS

(단위 : 천불, 톤)

국가	2014년 1월~8월		2015년 1월~8월	
	금액	물량	금액	물량
캐나다	83,080	16,910.9	109,645	21,344.2
칠레	5,031	1,358.1	15,887	4,295.8
멕시코	7,492	1,625.5	6,654	1,519.7
이스라엘	2,113	356.5	1,648	322.3
한국	97	15.4	2,476	394.6
총계	97,813	20,266.4	136,309	27,876.6

※ 자료 : USDA FAS

○ 수프(soups, broths and preparations therefor / HS Code : 21041000) 수입동향

(단위 : 천불, 톤)

국가	2010		2011		2012		2013		2014	
	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량
캐나다	124,830	72,769.0	152,117	95,320.9	158,233	103,942.0	191,825	129,183.9	182,219	135,487.2
멕시코	12,045	6,070.8	17,051	7,268.7	19,972	7,516.8	21,013	7,276.4	16,239	5,995.2
과테말라	14,580	7,385.1	15,005	7,418.3	14,951	7,366.9	14,919	7,578.0	14,558	7,484.9
일본	13,881	1,041.6	16,391	12,81.1	16,210	1,262.5	15,553	1,425.3	14,252	1,314.7
한국	6,935	1,398.6	8,915	1,720.6	9,071	1,808.8	9,656	1,822.3	10,184	2,031.4
중국	7,021	2,924.3	8,818	3,159.8	8,573	2,750.2	11,814	3,631.4	10,176	3,059.9
태국	4,783	3,230.4	5,336	2,227.2	6,732	3,135.8	4,782	2,446.7	4,807	2,587.0
이스라엘	3,489	555.5	3,781	592.0	4,296	709.0	3,710	580.4	4,573	711.6
자메이카	2,000	263.9	2,231	79.7	1,969	70.2	3,037	46.7	2,296	9.3
스위스	2,467	286.2	2,246	246.9	2,439	274.9	3,000	324.5	2,107	236.6
엘살바도르	1,158	329.6	1,083	292.7	1,126	291.4	1,341	343.5	1,880	570.6
독일	706	484.7	666	426.4	1,289	836.9	2,319	1,573.7	1,848	1,210.0
필리핀	1,331	522.3	913	312.8	715	209.5	1,317	375.6	1,475	482.8
크로아티아	3,671	1,091.0	2,770	770.5	1,637	399.5	1,344	419.3	1,382	316.2
대만	933	530.7	1,140	510.3	934	486.9	1,496	709.6	1,321	643.2
총계	213,021	102,725.1	249,637	124,499.7	258,119	134,107.6	297,390	160,868.4	278,672	164,906.6

※ 자료 : USDA FAS



1. 수입통관 절차

- 삼계탕의 수입통관 절차는 타 육류제품과 다르지 않음
 - 모든 수입육류관련 제품은 미국으로의 수출이 승인된 국가 및 시설에서 생산된 것이어야만 함
 - 육류이기 때문에 반드시 점검(inspection)을 거쳐야 하며 해당 서류를 제출해야 함
 - ① 삼계탕 제품이 항에 도착하면 점검이 가능한 창고로 이동함
 - ② FSIS 점검자는 한국 식약처에서 발급한 검역증을 토대로 제품 점검
 - ※ 검역증은 원본만을 취급하며 원본은 점검자에게, 사본은 통관사를 통해 FSIS에 전달됨
 - ③ 점검이 패스가 되면 최종적으로 수입자가 지정한 창고로 운송
- 제품에는 미국 라벨링 규정을 따라야 하며 영어로 표기되고 다음과 같은 부분을 반드시 표기해야 함
 - 제품명(product name)
 - 해외업체번호 및 원산지표기(foreign establishment number and country of origin)
 - 제조업체 혹은 유통업체 이름 및 주소(name and address of manufacturer or distributor)
 - 파운드, 아운스, 혹은 액량으로 표기된 제품 순수량(net quantity of contents in pounds and ounces or liquid measure)
 - 제품 재료리스트(list of ingredients)
 - 가능하면, 안전하게 다루는 방법 및 영양관련 정보(safe handling instruction and nutrition information)

2. 수입시 필요서류

- 닭고기 제품의 경우 수입점검지원서(import inspection application)에 해당되는 FSIS 9540-1 Form을 통관사를 통해 제출

According to the Federal Food, Drug, and Cosmetic Act of 1938, an agency may not establish an inspection, and a person is not required to respond to, a collection of information unless it displays a valid OMB control number. The valid OMB control number for this collection of information is 0550-0047. You may request to complete this inspection collection on an alternate schedule. If you wish, you may request to complete this collection on an alternate schedule. For more information, including the time for submitting information, regarding making data accurate, gathering and reviewing the data received, and completing and receiving the collection of information, please contact the OMB at 202-395-9800.

**U.S. DEPARTMENT OF AGRICULTURE
FOOD SAFETY AND INSPECTION SERVICE
IMPORT INSPECTION APPLICATION
(Meat, Poultry & Egg Products)**

1. COUNTRY OF ORIGIN 2. INSPECTION CERTIFICATE NUMBER
3. EXPORTING ESTABLISHMENT NUMBER

4. U.S. PORT OF ENTRY/SHIP PORT CODE 5. U.S. PORT OF ORIGIN/SHIP PORT CODE

6. FIBS ESTABLISHMENT NUMBER 7. NAME & ADDRESS OF FIBS ESTABLISHMENT
8. NAME, BUSINESS NAME & ADDRESS OF CUSTOMS BROKER OR APPLICANT 9. PHONE NUMBER 10. FACSIMILE NUMBER
11. EMAIL ADDRESS

12. NAME, BUSINESS NAME & ADDRESS OF CONSIGNEE 13. NAME, BUSINESS NAME & ADDRESS OF IMPORTER OF RECORD

14. BILL OF LADING NUMBER(S)

Blocks 13 through 32 repeat for each lot on the inspection certificate

12. LOT NO.	13. SHIPPING IDENTIFICATION MARK	14. CUSTOM ENTRY NUMBER(S)	15. PRODUCTION DATE(S) FROM TO
16. NET WEIGHT OF LOT (grams)	17. SHIPPING UNIT PACKAGE TYPE NAME	18. NUMBER OF UNITS	19. IMMEDIATE UNIT PACKAGE TYPE NAME
20. PROCESSING EST. NO.	23. SOURCE COUNTRY(S) (if different from block 1)	24. SOURCE EST. NO.	25. HTS CODE(S)
26. PROCESS CATEGORY	27. PRODUCT CATEGORY	28. PRODUCT GROUP	29. SPECIES (check one)
29a. ADDITIONAL SPECIES (if applicable)		30. DESCRIPTION OF PRODUCT	31. SUPPLEMENTAL PRODUCT CODES (SPL, INTENDED USE CODE, UPC)
			32. ESTIMATED DATE OF ARRIVAL

CONSIDERATION: If the U.S. Director of Customs and Border Protection granting initial permission to import, the production lot or lots listed on this form which are offered for entry into the United States, then again, unless noted that only such Director of Customs and Border Protection and subject to conditions prescribed in laws enacted by Congress and regulations issued thereunder by the Secretary of Homeland Security, to hold the valid lot or production lot or lots listed herein shall not be subject to any other Federal inspection or enforcement by the Department of Homeland Security, or to any other law or regulation of the Department of Homeland Security, or to any other law or regulation of the Department of Homeland Security.

12. FIBS FORM 9540-1 (20200502/14) 13. U.S. CUSTOMS AND BORDER PROTECTION (2019) WHICH IS OBSOLETE

FSIS Form 9540-1 (continuation sheet)

12. LOT NO.	13. SHIPPING IDENTIFICATION MARK	14. CUSTOM ENTRY NUMBER(S)	15. PRODUCTION DATE(S) FROM TO
16. NET WEIGHT OF LOT (grams)	17. SHIPPING UNIT PACKAGE TYPE NAME	18. NUMBER OF UNITS	19. IMMEDIATE UNIT PACKAGE TYPE NAME
20. PROCESSING EST. NO.	23. SOURCE COUNTRY(S) (if different from block 1)	24. SOURCE EST. NO.	25. HTS CODE(S)
26. PROCESS CATEGORY	27. PRODUCT CATEGORY	28. PRODUCT GROUP	29. SPECIES (check one)
29a. ADDITIONAL SPECIES (if applicable)		30. DESCRIPTION OF PRODUCT	31. SUPPLEMENTAL PRODUCT CODES (SPL, INTENDED USE CODE, UPC)
			32. ESTIMATED DATE OF ARRIVAL

[FSIS 9540-1 Form]

- 수입증명서 : 해외검역증
 - 제품명(product name), 넘버(establishment number), 원산지(country of origin), 제조업체 혹은 유통업체 이름 및 주소, 제품 개수 및 무게, 성분목록(list of ingredients), 제품에 사용된 동물종류(species of animals), 표시(identification mark)이 포함되어야 함
 - 또한, 해외 정부기관의 관인(official seal)이 찍혀있어야 함
 - 영어와 수출국의 언어 두 가지로 작성되어야 함
- CBP(US Customs and Border Protection) 입국신고서(entry form)
 - 모든 수입제품은 미국 항에 도착하기 5일전 내로 입국신고서(entry form)를 제출해야 함
 - 육류제품의 경우 FSIS에서 요구하는 수출국에서 발행하는 검역증 원본과 수입점검지원서 또한 필요

3. 검역

- 수출 이전에 수출국가 내에서의 검역을 거쳐 검역서를 동반하여 수입되어야 함
- 미국 항에 도착한 후 모든 육류는 FSIS 수입점검자에 의해 재검역을 받음
 - 제품의 겉모습 및 컨디션을 육안으로 확인하고 증명서 및 라벨링을 검사
 - 더불어 전자 수입정보 시스템(AIIS-Automated Import Information System)을 통해 제품 시험 및 미생물 시험 등을 포함한 여러 종류의 점검을 시행함
- 미국으로 수출이 가능하기 위해서 해외 국가는 미국기준에 맞춘 미생물 및 잔여물 기준을 갖춰야 함



1. 주요 판촉전략

- '14년 수입시작 후 LA지역 및 동부 뉴욕/뉴저지 지역의 경우 매장 내 판촉행사를 진행하여 소비자들에게 한국산 인지도 제고
 - 삼계탕 수요가 가장 높은 복날맛이 판촉을 진행하여 가장 큰 소비자군인 한인 교포들을 대상으로 판촉 진행
 - LA지역의 경우 한인 교포마켓 뿐 아니라 현재 판매되고 있는 서부 최대 중국계 마켓인 99 Ranch 및 168마켓 등에서의 판촉 진행
 - 중국인들의 경우 한인교포들 대비 삼계탕에 대해 인지도가 낮기 때문에 매장 내 판촉행사에 제품 인지도 제고 가능. 새로운 제품일수록 판촉행사를 통해 제품을 알리는 것이 중요
- 시식행사 진행시 광고를 함께 실시하여 한인 교포 및 아시안 소비자를 대상으로 제품에 대한 관심도 제고



|시식홍보(LA H-mart)|



|시식홍보(LA Marketplace)|



|시식홍보(San Gabriel 99 Ranch 마켓)|



|시식홍보(Fairway 168마켓)|



|시식홍보(LA 한국마켓)|



|시식홍보(LA 갤러리아마켓)|



|시식홍보(Irvine 시온마켓)|



|시식홍보(New Jersey 한남체인)|

- 시애틀 및 서부와 동부를 제외한 타 지역의 경우 판매는 하고 있으나 광고 및 판촉행사를 실시한 경우가 없어 앞으로 판촉행사 실시가 매우 필요

한국산 삼계탕 잠재수요 전망

- 한국산 삼계탕의 경우 초기시장에 속해 우선적인 교포시장을 중심으로 영역을 넓혀나가는 것이 중요하며 교포소비자들을 집중공략 시 현재 판매량의 약 두 배 정도는 가능할 것으로 보임
 - LA지역에 주요 소비자들이 대거 집중되어 있지만 뉴욕 및 뉴저지 지역 또한 교포 소비자 형성이 잘되어 있고 한국산 닭고기에 대한 품질을 이미 잘 알고 있기 때문에 홍보가 지속적으로 잘 이루어진다면 지속적으로 증가할 수 있을 것으로 예상
- 교포소비자들 외에 한국음식에 대해 더 잘 알고 있는 아시아인들을 공략하며 특히 삼계탕에 대해 비교적 잘 아는 중국인 및 일본인들을 중심으로 홍보하여 소비자 저변 확대예상
 - 현재 중국계 마켓에서 판매하고 있고 판촉홍보 시에 반응이 좋은 편이기 때문에 지속적 판매량 증가 기대
- LA 및 뉴욕 지역을 벗어난 타 지역 내에도 한국교포 소비자들 대상으로 판매 저변확대 가능. 타 지역의 경우 경쟁도 적은 편이어서 제품에 대한 신뢰도가 형성되면 지속적인 판매로 이어질 수 있는 가능성이 높음
- 아시안계 인구 외에 타인종으로는 히스패닉계 소비자들을 소비자층으로 확보가능
 - 히스패닉의 경우 이미 닭고기 소비가 매우 보편화되어 있으며 제품에 대한 브랜드 이미지 각인이 중요
 - 한국산 삼계탕에 대해 알지 못하는 소비자층이나 제품에 대한 지속적 스토리텔링식 홍보가 이루어진다면 소비자층의 저변확대 가능

미국 삼계탕 시장 조사

발 행 일 : 2015. 12.

발 행 처 : 한국농수산물유통공사

58217, 전라남도 나주시 문화로 227 aT 본사 수출정보부
061) 931-1114, <http://www.at.or.kr>

자료문의 : 한국농수산물유통공사 수출정보부 061) 931-0872

자료게재 : www.kati.net
