

## 2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

---

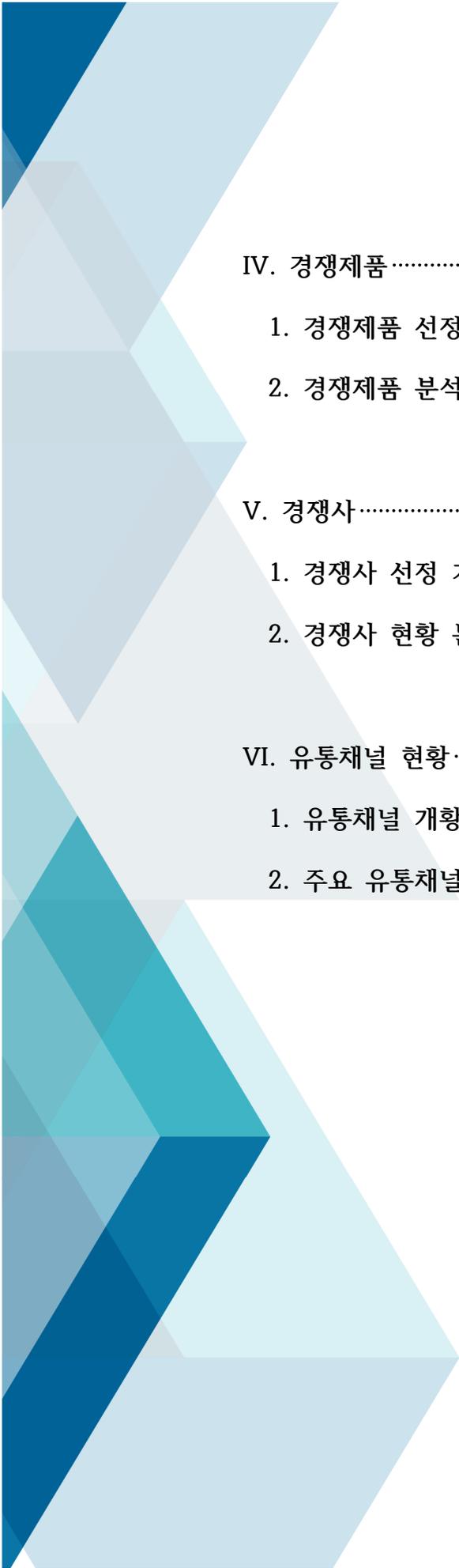
No: 1806-02

품목: 차류(Teas)

국가: 미국(USA)

# Contents

I. 국가 정보 및 시장통계 .....	4
1. 수출환경 및 경제지표 .....	6
2. 차(茶) 산업 현황 .....	10
3. 수출입통계 및 생산통계 .....	16
II. 시장 트렌드 .....	23
1. 음료 시장 트렌드 .....	25
2. 차(茶) 시장 트렌드 .....	26
III. 통관 및 제도 .....	29
1. 통관 및 검역 .....	32
2. 인증정보 .....	37
3. 라벨링 .....	40
4. 위생요건 .....	45



IV. 경쟁제품	47
1. 경쟁제품 선정 기준	49
2. 경쟁제품 분석	50
V. 경쟁사	65
1. 경쟁사 선정 기준	66
2. 경쟁사 현황 분석	67
VI. 유통채널 현황	71
1. 유통채널 개황	73
2. 주요 유통채널별 세부 현황	76



## I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 차(茶) 산업 현황
3. 수출입통계 및 생산통계



# 1. 수출환경 및 경제지표

## □ 국가 위험등급 및 전망<sup>1)</sup>

	등급	등급전망
	DB2	안정적

자료: 「Country Insight Snapshot United States of America June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.6.22

## □ 주요 전망

구분	세부내용
긍정적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 풍부한 인적자원과 소비시장 규모는 내수경제의 안정화에 기여</li> <li>- 미달러 화폐의 가치 상승은 미국 경제 성장을 견인할 주요 요인</li> <li>- 기업세(corporate tax) 삭감으로 인한 기업들의 경제활동 활성화가 기대됨</li> </ul>
부정적	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 보호무역정책 강화로 국가 간 무역 관계에 긴장감을 재점화함. 다자주의 무역 원칙을 고수함으로써 연쇄적인 갈등이 발생할 가능성이 높음</li> <li>- 자산 가치의 변동성이 큰 편으로 실물경제에 대한 전망은 비관적임</li> </ul>

자료: 「Country Insight Snapshot United States of America June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.6.22

1) D&B의 국가위험등급은 전 세계 132개 국가를 대상으로 각 국가별 정치, 경제, 사회적 측면의 다양한 요소를 수집, 조사, 분석하여 국가별 투자 및 상거래 위험 수준을 측정된 지표임. 대/내외 안보상황, 정책의 방향성 및 지속성 등의 '정치적 환경', GDP 성장률, 인플레이션율, 무역규모, 재정 및 통화정책, 재정 균형 등의 '경제 및 상업환경', 제도적 투명성, 사법체계, 계약의 준수 정도, 부패지수 등의 '사회적/ 제도적 환경' 등을 모두 반영하며, 약 9개 항목으로 구성된 국가위험지표 테이블에 따라 산출됨.

자료: D&B Country Risk Indicator, Dun & Bradstreet

## □ 주요 거시경제 지표

- 2018년 경제성장률은 2017년 대비 0.4%p 상승한 2.7%를 기록할 전망
  - 미국 상무부 경제분석국(Bureau of Economic Analysis)에 따르면, 2018년 1분기 경제성장률이 2.2%를 기록하였으며, 2분기에는 4.1%로 증가 예상
  - 2분기 주요 경제성장 요인은 가계소비지출 및 수출의 증가, 정부지출의 확대 등임
- 산업적 측면에서 2018년 1분기 22개 산업군 중 14개 산업군의 경제성장 기여도가 약 90% 수준인 2.0%에 달하는 것으로 분석됨
  - 2018년 1분기 경제성장을 견인한 주요 산업은 부동산업, 임대업, 정보산업, 비내구재 제조업으로 확인됨
- 2018년 1분기 미국의 무역적자는 1,241억 달러로 2017년 4분기 대비 약 6.9% 증가
  - 무역적자는 2017년 4분기와 2018년 1분기의 국내총생산(GDP)이 각각 2.4%, 2.5%로 하락하는 데 영향을 미침
- 가계 소득 증가와 기업세 삭감으로 가계소비가 증가하고 내수경제가 활성화될 전망이나 물가상승률은 이를 다소 억제할 것으로 예상

표 1.1 주요 거시경제 지표

(단위: %)

구분	2015	2016	2017	2018f	2019f	2020f	2021f	2022f
경상수지/GDP	-2.4	-2.7	-2.7	-2.6	-2.6	-2.7	-2.7	-2.7
재정수지/GDP	-2.4	-3.2	-3.6	-2.8	-3.3	-3.6	-4.0	-4.5
물가상승률	0.1	1.3	2.1	2.5	2.3	2.2	2.1	2.1
경제성장률	2.4	1.6	2.3	2.7	2.3	1.8	1.8	1.8
실업률	5.3	4.9	4.4	4.0	3.8	4.0	4.2	4.3

자료: 「Country Insight Snapshot United States of America June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.6.22

□ 무역통상 환경

- 수출 대비 수입 규모가 매우 큰 불균형한 무역 구조
  - 미 기준금리 인상, 미중 무역분쟁 지속으로 달러화 강세는 당분간 이어질 전망으로 이러한 리스크 요인들이 중첩적으로 작용할 경우 신흥국 금융 불안으로 확산될 가능성에 유의
- 기존 자유무역주의가 강력한 보호무역주의로 회귀함에 따라 무역통상환경에 급격한 변화 초래
  - 트럼프 정부는 주요 교역국과의 다자간 재협상에 앞서 보호무역주의를 표방하며 궁극적으로 미국 노동자와 기업의 이익을 최우선<sup>2)</sup>하는 쪽으로 실행할 의지를 표명
  - 미국 무역 정책의 방향성은 트럼프 정권 중기에 보다 명확해질 것으로 예상됨
  - 이러한 미국 주도의 보호무역주의는 장기적으로 탈세계화(de-globalization)를 촉발시킬 수 있어 주목됨

□ 위험 및 기회요소

구 분	세 부 내 용
위험	<p><b>글로벌 투자 유치 기조 하락</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 정책 입안과정에서 민주당과 공화당 간 소모적 대립을 반복하는 경향이 있으며, 이는 글로벌 투자유치에도 걸림돌로 작용</li> <li>• 미국 정부 주도의 북미자유무역협정(NAFTA) 재협상은 전 세계적으로 경제 협력 관계의 불안정성을 증폭시키는 기조를 형성</li> </ul> <p><b>소득의 양극화 심화</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 중간 소득 하락 현상과 더불어 소득 불균형 심화는 가구 소비에 악영향을 미칠 것으로 전망</li> </ul> <p><b>정부의 보호무역정책 강화</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 미국의 관세 정책이 완화될 것이라는 낙관적인 전망과는 반대로 미국 정부의 새로운 보호무역 강화 정책으로 국가 간 무역거래의 긴장 및 갈등이 촉발됨</li> <li>• 미국의 EU산 철강 및 알루미늄에 대한 추가 관세부과로 시작된 미국-EU 간 무역 분쟁이 신발, 의류, 자동차 등에 대한 상호 간 보복관세 부과 등으로 격화되고 있음</li> <li>• 또한, EU 외에도 캐나다, 멕시코 등의 주변국, 인도 등과도 추가 관세 부과로 인한 무역 분쟁 발생</li> <li>• 특히, G2인 미국과 중국 간 무역 갈등이 심화되는 상황으로, 미국의 중국산 제품에 대한 10%(약 2천만 달러)의 추가 관세 부과 방침에 대해 중국의 대응 조치가 예상됨</li> </ul>

2) "putting American workers and businesses first"

기회	<p><b>미국의 경제 성장은 당분간 지속될 전망이다<sup>3)</sup></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 2018년 경제 성장요인은 숙련된 인적자원과 소비 활성화, 그리고 기업세 (corporate tax) 삭감으로 인한 기업들의 투자 활성화로 분석됨</li> <li>• 미국 경제는 안정기에 접어들었으며 역사상 두 번째로 긴 장기적인 경기 팽창을 기록하고 있음</li> <li>• 세계 주요 통화의 화폐 가치가 하락하는 추세에도 불구하고 미달러 가치는 점진적인 상승세에 있음</li> <li>• 기업세(corporate tax) 개혁이 기업들의 경제 활동을 촉진함으로써 단기 경제 성장을 견인함</li> </ul> <p><b>자본력과 혁신기술, 노동시장의 유연성이 미국의 장기적인 경제성장을 견인</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 미국 경제는 2017-2021년 연평균 2.0-2.5%의 성장률을 기록할 것으로 전망</li> <li>• 디레버리징과 비효율적 제도는 부정적 요인, 부동산 및 사업투자 활성화, 신성장 동력 개발은 경제 성장의 긍정적 요인으로 분석되며, 이러한 요인들의 균형구조에 따라 경제성장률은 가변적일 것으로 예상</li> </ul>
----	--

자료: 「Country Insight Snapshot United States of America June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.6.22

3) 모하메드 엘 에리언 알리안츠 수석 경제자문은 향후 2년간 미국 경제를 긍정적일 것으로 전망. IMF는 10월 8일 발표한 세계 경제전망보고서에서 미국의 2018년 경제성장률을 종전과 동일한 2.9%로 제시하였으나, 내년 경제성장률은 2.5%로 제시한 바 있음. 그러나, 엘 에리언 경제자문은 IMF의 전망이 과하게 비관적이라고 지적하며, 미국 국내적 측면에서 정부 지출, 가계 지출, 기업 투자와 같은 국내 수요를 뛰게 하는 3가지 요인으로 인해 향후 최소 2년간은 경제성장이 지속될 것이라고 언급. 미국 경제성장에 방해요인이 등장한다면 이는 국내적 요인이 아닌 국외적 요인일 것으로 분석. 또한, 미중 무역 관계 역시 무역 전쟁으로 번질 가능성을 25%로 낮게 내다봄.

자료: 윤정원, '엘 에리언 "美경제, 최소 2년간 전망은 좋다"', 연합뉴스포맥스, 2018.10.10. 09:11:22 (news.einfomax.co.kr)

## 2. 차(茶) 산업 현황

### □ 제 3의 물결<sup>4)</sup> 속에서 온트레이드 차(茶) 산업 현황

- 온트레이드 차(茶) 소비는 2014년 이래 점진적 성장세를 지속하였고, 2017년 계속해서 Agro Tea, David's Tea, Starbucks와 같은 상점에서 호황을 누렸으며, 향후 온트레이드 차 판매량은 더욱 증가할 전망
- 오프트레이드 차(茶) 소비 판매량은 증가세이나, 2014년 이후 증가폭은 다소 주춤
- 2017년에는 소비자들의 요구를 반영한 다양한 새로운 차 제품 출시
- 미국 소비자들은 스탠다드 홍차나 녹차 외에 다양한 풍미를 즐기기 위해 다양한 허브 블렌딩을 시도하거나 차의 기능성에 더욱 관심을 갖는 추세

### □ 차 산업의 핵심 경쟁 요소는 원산지와 제조방법을 강조한 스토리텔링

- 차 생산에 투입되는 다양한 요소들을 파악하고 있는 세심한 소비자가 증가함에 따라, 제조업체는 차의 원산지나 제조방법에 대해 더 많은 정보를 제공할 것을 요구받는 추세
- 고메티(gourmet tea)는 미래 성장 잠재력이 높으며, 이러한 최고급 차의 스토리텔링 프로세스에서 중요한 점은 생산업자가 작업한 조건과 제조 방식의 투명성임

4) '제 3의 물결'은 미국에서 시작된 스페셜티 커피 트렌드를 말함. 제1의 물결은 커피를 품질보다는 단지 카페인에 의한 각성제로 소비하던 20세기 중반까지의 대량 생산 시스템에 기반을 둔 커피 소비 패턴을 의미. 제2의 물결은 1960년대 말 피츠 커피(Peet's Coffee·스타벅스 창업자가 미국 샌프란시스코에 설립한 브랜드) 등을 필두로 시작되었음. 커피 품질이 개선되고 에스프레소 관련 음료의 대중화와 발전이 이루어졌으나 여전히 커피 맛과 품질에 가장 결정적인 커피 생두와 산지에 대한 관심이 적었고, 대형 커피 가맹점을 통해 천편일률적인 커피를 제공하던 시기. 이에 비해 제 3의 물결은 커피 산지의 특성과 다양한 가공 방식에 따른 맛과 품질의 변화, 커피 산지의 지속가능성 문제, 커피 농가와 소비국 스페셜티 커피 회사 간의 긴밀한 관계, 기존과는 다른 가격 기준과 방식의 무역거래, 각각의 커피가 가진 맛의 특성을 어떻게 로스팅하고 추출해 한 잔의 컵으로 표현할 것인가에 대한 기술적 관심, 이를 뒷받침할 만한 관련 기계들의 개선 작업, 소비자들에게 이런 커피를 어떻게 경험하게 할 것인가에 대한 소통 및 마케팅 방식의 창안 등 커피산업 전반에 문화적 충격과 실질적 변화를 가져온 일련의 흐름을 가리킴.

출처: 서필훈, '스페셜티 커피가 일으킨 제3의 물결', 시사저널, 2016.4.7 19:12:58 ([www.sisajournal.com](http://www.sisajournal.com))

## □ 풍미를 강조한 루즈티의 견고한 성장세

- 루즈티는 고메티(gourmet tea)에 대한 증가하는 수요를 반영하며 2017년에 견고한 양적 성장을 기록
  - 고메티(gourmet tea) 제조업체는 차를 끓이는 과정에서의 최고의 풍미 보장을 위해 루즈 형태를 선택
  - 이러한 이유로 풍미를 즐기고자 하는 소비자들은 티백 형태의 차에 대한 관심이 점차 줄어들고 있는 추세
- 최고의 풍미를 얻기 위해 집에서 차를 끓이는데 더 많은 시간과 노력을 들이는 경향이 나타남
- 이러한 추세는 커피의 제 3의 물결과 아울러 차의 제 3의 물결이 도래함을 암시

## □ 2017년 미국 차 소매 판매량은 전년 대비 3.4% 감소한 36.852톤, 소매 매출액은 전년 대비 0.6% 감소한 24억 7,100만 달러를 기록하였으며, 2014년 이후부터 소매 판매량 및 매출액은 점차 감소세

- 소매 판매량 면에서는 홍차가 48.5%로 가장 높은 비중을 차지하였으며, 그 뒤를 이어 과일차 및 허브차, 녹차가 35.3%와 11.8%를 기록
  - 홍차 중에서는 스탠다드 홍차가 28.3%, 스페셜티 홍차가 20.1%를 차지하였는데, 스탠다드 홍차 중에서는 스탠다드 티백 홍차 비중이 23.1%로 가장 높았음
  - 스탠다드 홍차는 2013년 이후로 감소세를 보인 반면, 스페셜티 루즈 홍차는 증가세, 스페셜티 티백 홍차는 2014년 이후부터 감소세를 나타냄
  - 또한, 과일차 및 허브차는 점진적으로 증가하는 추세
- 소매 매출액 면에서는 과일차 및 허브차가 45.8%로 가장 비중이 높았고, 그 뒤를 이어 홍차 34.6%, 녹차 13.0%로 조사됨
  - 홍차의 소매 매출액 비중은 스페셜티 티백 홍차 16.3%, 스탠다드 티백 홍차 12.2%

표 1.2 미국 차 소매 판매량 추이(2013-17년)

(단위: 톤, %)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	점유율(%) (2017)
홍차	19,758	19,973	19,250	18,896	17,855	48.5
- 스탠다드 홍차	12,407	12,445	11,793	11,510	10,447	28.3
• 스탠다드 루즈 홍차	1,942	1,999	2,018	1,966	1,932	5.2
• 스탠다드 티백 홍차	10,466	10,447	9,775	9,544	8,515	23.1
- 스페셜티 홍차	7,390	7,527	7,457	7,387	7,408	20.1
• 스페셜티 루즈 홍차	1,170	1,222	1,242	1,338	1,400	3.8
• 스페셜티 티백 홍차	6,220	6,306	6,214	6,048	6,008	16.3
과일차 및 허브차	11,331	12,090	12,483	13,090	13,007	35.3
녹차	4,553	4,820	4,652	4,424	4,339	11.8
인스턴트차	-	-	-	-	-	-
기타 차	1,938	1,927	1,919	1,758	1,651	4.5
합계	37,580	38,810	38,304	38,168	36,852	100

자료: 「TEA IN THE USA」, Euromonitor International, 2017.2.

표 1.3 미국 차 소매 매출액 추이(2013-17년)

(단위: 백만 달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	점유율(%) (2017)
홍차	909	943	914	888	855	34.6
- 스탠다드 홍차	460	474	441	412	375	15.2
• 스탠다드 루즈 홍차	79	83	83	78	73	3.0
• 스탠다드 티백 홍차	381	391	358	334	302	12.2
- 스페셜티 홍차	448	470	473	476	480	19.4
• 스페셜티 루즈 홍차	58	62	64	71	76	3.1
• 스페셜티 티백 홍차	390	408	409	405	404	16.3
과일차 및 허브차	962	1,052	1,091	1,102	1,132	45.8
녹차	330	355	334	326	322	13.0
인스턴트차	-	-	-	-	-	-
기타 차	192	194	182	169	162	6.6
합계	2,393	2,544	2,521	2,485	2,471	100

자료: 「TEA IN THE USA」, Euromonitor International, 2018.2.

□ 2017년 기준 유니레버 유나이티드 스테이츠社(Unilever United States Inc)와 스타벅스社(Starbucks Corp)가 각각 소매가 기준 차 기업 점유율에서 12.5%와 7.7%를 차지하며 1, 2위를 기록

- 한편, 유니레버社(Unilver)의 점유율은 감소세이며, 스타벅스社(Starbucks)는 증가세
- 그 뒤를 이어 비글로우社(RC Bigelow)와 트와이닝社(R. Twining & Co Ltd)가 각각 7.4%, 6.7%를 차지하며 3, 4위를 차지

표 1.4 소매가 기준 NBO(National Brand Owner) 차 기업 점유율(2013-17년)

(단위: %)

기업명	2013	2014	2015	2016	2017
Unilever United States Inc	16.7	16.8	15.4	14.3	12.5
Starbucks Corp	5.0	5.8	6.2	7.0	7.7
RC Bigelow Inc	8.2	7.8	7.8	7.9	7.4
R. Twining & Co Ltd	6.0	6.2	6.4	6.5	6.7
Yogi Tea Co	2.7	3.1	3.8	4.5	5.1
Traditional Medicinals	2.9	3.2	3.6	4.2	4.3
Hain Celestial Group Inc, The	4.3	4.0	3.7	3.6	3.5
Reily Foods Co	3.0	3.0	2.8	2.7	2.7
RedCo Foods Inc	3.2	3.0	2.5	2.4	2.2
Stash Tea Co	1.8	1.6	1.7	1.6	1.6
Tetley USA Inc	1.4	1.2	1.1	1.1	1.1
Natrol Inc	0.3	0.3	0.3	0.3	0.4
Triple Leaf Tea Inc	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2
Private Label	4.4	4.4	4.3	4.1	4.1
Others	39.8	39.3	40.1	39.6	40.5
합계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 「TEA IN THE USA」, Euromonitor International, 2018.2.

□ 유니레버 유나이티드 스테이츠社(Unilver United States Inc)의 립톤(Lipton)과 비글로우(RC Bigelow Inc)가 2017년 기준 차 브랜드점유율 12.5%와 7.4%를 차지하며 1, 2위로 시장을 선도

- 립톤(Lipton)의 브랜드 점유율은 감소세인 반면, 트와이닝즈(Twinings)와 요기티(Yogi Tea)는 증가하는 추세
- 그 뒤를 이어 트와이닝社(R. Twining & Co Ltd)의 트와이닝즈(Twinings)와 요기티社(Yogi Tea Co)의 요기티(Yogi Tea)가 6.7%, 5.1%를 차지하며 3, 4위를 차지

□ 스타벅스사의 티바나(Teavana)와 타조티(Tazo Tea)의 2017년 판매량이 큰 폭으로 증가

- 스페셜티 루즈 홍차는 2011년부터 크게 성장해 왔으며, 티바나(Teavana)는 판매액에서 두 자리 수 성장률을 기록하며 판매량 상위를 차지
- 티바나(Teavana)는 기타 과일/허브차 부문에서 선두 브랜드 자리를 유지
- 2014년부터 립톤(Lipton) 판매액은 점진적으로 감소하였으며, 동 기간 티바나(Teavana)는 꾸준히 이익을 기록

□ 중소 브랜드의 빠른 성장

- 실적 면에서 홍차나 녹차 외에 중소 브랜드들이 빠르게 성장하는 추세
- 유기농 녹차의 선두 기업인 하인 셀레스셜(Hain Celestial)의 2017년 판매액은 감소세
- 한편, 유기농 녹차의 전체 매출액은 다양한 소규모 틈새시장을 통해 성장하는 추세

□ 요기(Yogi) 브랜드, 과일 및 허브티의 기능성을 강화시키며 2017년 판매량 증가

- 미국 소비자들이 특정 영양소 섭취 및 건강을 위해 차를 선택하는 경향이 나타남에 따라, 요기(Yogi) 브랜드는 건강한 피부와 같은 기능성을 강조하는 다양한 제품을 제공
- 최고 경쟁자인 트래디셔널 메디커널즈(Traditional Medicinals)는 크게 뒤쳐져 있지는 않으나 모멘텀을 잃은 것처럼 보이며 성장률이 하락하고 있는 추세
- 선두 브랜드인 트래디셔널 메디커널즈(Traditional Medicinals)는 요기(Yogi)로 대체되어 왔으며, 요기(Yogi)는 2011년 이래로 매출액 증가 추세

표 1.5 소매가 기준 LBN(Local Brand Name) 차 브랜드 점유율(2014-17년)

(단위: %)

브랜드명	기업명	2014	2015	2016	2017
Lipton(Unilever Group)	Unilever United States Inc	16.8	15.4	14.3	12.5
Bigelow	RC Bigelow Inc	7.8	7.8	7.9	7.4
Twinings(Associated British Foods Plc)	R. Twining & Co Ltd	6.2	6.4	6.5	6.7
Yogi Tea(East West Tea Co LLC)	Yogi Tea Co	3.1	3.8	4.5	5.1
Teavana	Starbucks Corp	3.1	3.4	3.9	4.4
Traditional Medicinals	Traditional Medicinals	3.2	3.6	4.2	4.3
Celestial Seasonings	The Hain Celestial Group Inc	4.0	3.7	3.6	3.5
Tazo Tea	Starbucks Corp	2.7	2.8	3.0	3.3
Luzianne	Reily Foods Co	3.0	2.8	2.7	2.7
Salada(Teekanne GmbH & Co KG)	RedCo Foods Inc	2.4	2.0	1.8	1.8
Stash Tea	Stash Tea Co	1.6	1.7	1.6	1.6
Tetley(Tata Global Beverages Ltd.)	Tetley USA Inc	1.2	1.1	1.1	1.1
Red Rose (Teekanne GmbH & Co KG)	RedCo Foods Inc	0.6	0.6	0.5	0.5
Laci Le Beau(Aurobindo Pharma Ltd)	Natrol Inc	0.3	0.3	0.3	0.4
Triple Leaf	Triple Leaf Tea Inc	0.1	0.1	0.1	0.2
Laci Le Beau(Plethico Pharmaceuticals Ltd)	Natrol Inc	-	-	-	-
Tetley(Tata Tea Ltd)	Tetley USA Inc	-	-	-	-
Yogi Tea(Golden Temple of Oregon, Inc)	Yogi Tea Co	-	-	-	-
Private Label	Private Label	4.4	4.3	4.1	4.1
Others	Others	39.3	40.1	39.6	40.5
합계		100.0	100.0	100.0	100.0

자료: 「TEA IN THE USA」, Euromonitor International, 2018.2.

### 3. 수출입통계 및 생산통계

#### 수출입통계 및 생산통계 개요

##### ❖ 녹차 관련 주요 수치

- 녹차의 글로벌 수입 규모 약 7억 6,700만 달러(2017)
- 녹차의 미국 수입 규모 약 8,300만 달러, 세계 1위(2017)
- 녹차의 미국 수입 시장점유율 1위 일본(40.2%), 2위 중국(23.1%), 3위 캐나다(11.4%) 순 (2017)
- 한국산 녹차의 수출량 약 5만 3,100톤, 수출액 10억 5,100만 달러(2017)
- 미국 녹차 시장 규모 약 4,339톤, 3억 22만 달러(2017)

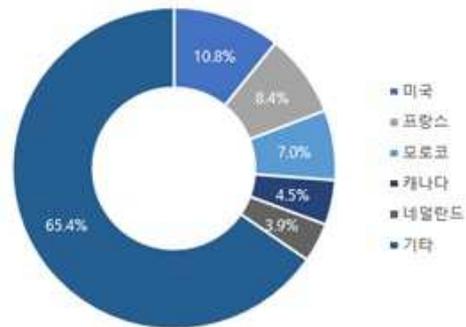
##### ❖ 녹차의 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	0902.10.0000	녹차(발표하지 않은 것으로서 내용물의 무게가 3kg 이하로 내용물에 직접 접하여 포장된 것으로 한정한다)
미국	0902.10.9050	3kg 이하로 포장된 그밖의 녹차
	0902.10.1050	맛이나 향을 가미한 3kg 이하로 포장한 녹차

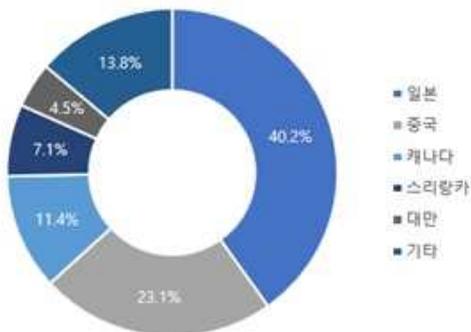
##### ❖ 녹차의 글로벌 수입 규모(2017)

수입국	2017	
	금액(천 US 달러)	
글로벌	766,618	
1	미국	82,829
2	프랑스	64,101
3	모로코	53,901
4	캐나다	34,458
5	네덜란드	30,208

##### ❖ 녹차의 글로벌 수입 비중(2017년)



##### ❖ 녹차의 국가별 미국 수입 시장점유율(2017년)



##### ❖ 미국 녹차 시장 규모 추이 (2013-17년)



## 1) 통계분석 기준 설정

### □ 차류 통계 기준 설정

- 차류 중 녹차의 글로벌 및 미국 수입 통계 및 한국산 녹차의 수출 통계를 확인하기 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고<sup>5)</sup>, 미국 녹차 시장 규모를 파악하기 위해 유로모니터 통계자료를 활용

### □ 녹차의 경우, 녹차 100% 또는 녹차 90% 이상 + 스테비아 성분 10% 미만으로 되어 있는 상품의 HS Code<sup>6)</sup>는 한국 0902.10.0000 글로벌은 0902.10, 미국은 0902.10.1050, 0902.10.9050을 사용

- 글로벌 및 미국 수입 규모 파악을 위해 HS CODE 0902.10, 한국산 녹차 수출 규모를 파악하기 위해서 HS CODE 0902.10.0000를 통계 기준으로 설정<sup>7)</sup>
- 미국의 녹차 세번 체계는 한국보다 좀 더 구체적으로 분류되는데, 오가닉인지 맛과 향을 첨가하였는지 등에 따라 세분화됨
  - 이에 따라, 녹차 100%의 HS Code는 0902.10.9050(3kg 이하로 포장된 그 밖의 녹차)이며, 녹차 90% 이상 + 스테비아 성분 10% 미만은 0902.10.1050(맛이나 향을 가미한 3kg 이하로 포장한 녹차)임

표 1.6 녹차의 항목별 통계 기준 설정

조사 항목	통계 기준			
글로벌 수입 통계	HS CODE	0902.10	품명	녹차(발효하지 않은 것으로서 내용물의 무게가 3kg 이하로 내용물에 직접 접하여 포장된 것으로 한정한다)
미국 수입 통계		0902.10		녹차(발효하지 않은 것으로서 내용물의 무게가 3kg 이하로 내용물에 직접 접하여 포장된 것으로 한정한다)
한국산 수출 통계		0902.10.0000		녹차(발효하지 않은 것으로서 내용물의 무게가 3kg 이하로 내용물에 직접 접하여 포장된 것으로 한정한다)
미국 시장 규모	품명	녹차(Green Tea)		

5) 의뢰 제품의 HS CODE를 확인하는 방법으로는 한국관세무역개발원에서 발간한 '2018 HS품목별 수출입통관편람'을 조회하거나, 관세청 '관세법령정보포털 3.0'을 활용하는 방법 등이 있음

6) HS CODE는 6자리는 전세계 공통, 7-10번째 숫자는 각 나라마다 다르게 구성

7) 말차(Matcha)는 식물학상 차속(Genus Tea(Camellia))에 속하는 식물로부터 얻어지는 차(茶)로서 전 세계적으로 HS Code 0902에 속함. 발효되지 않은 3kg 이하의 말차는 맛이나 향을 가미하였는지 여부에 상관없이 HS Code 0902.10임. 한국산 말차의 HS Code는 0902.10.0000로 녹차(발효하지 않은 것으로서 내용물의 무게가 3kg 이하로 내용물에 직접 접하여 포장된 것으로 한정한다)임. 미국에서는 말차 100%의 HS Code는 0902.10.9050(3kg 이하로 포장된 그 밖의 녹차)이며, 말차 90% 이상 + 스테비아 성분 10% 미만은 0902.10.1050(맛이나 향을 가미한 3kg 이하로 포장한 녹차)임.

표 1.7 녹차의 국가별 HS CODE 분류

국가	HS CODE	품명
한국	0902	차류(맛과 향을 첨가했는지에 상관없다)
	0902.10.0000	녹차(발효하지 않은 것으로서 내용물의 무게가 3kg 이하로 내용물에 직접 접하여 포장된 것으로 한정한다)
미국	0902	차류(맛과 향을 첨가했는지에 상관없다)
	0902.10	녹차(발효하지 않은 것으로서 내용물의 무게가 3kg 이하로 내용물에 직접 접하여 포장된 것으로 한정한다)
	0902.10.9050	기타
	0902.10.1050	기타(향 가미)

자료: 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr), 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)

표 1.8 HS CODE 검색 사이트

구분	사이트명	URL
HS CODE	관세법령정보포털 3.0	<a href="https://unipass.customs.go.kr/clip/index.do">https://unipass.customs.go.kr/clip/index.do</a>
	세계 HS 정보시스템	<a href="http://www.customs.go.kr/kcshome/getBuRyuList.po">http://www.customs.go.kr/kcshome/getBuRyuList.po</a>
	미국 관세청	<a href="https://www.usitc.gov/tata/hts/bychapter/index.htm">https://www.usitc.gov/tata/hts/bychapter/index.htm</a>

## 2) 녹차의 글로벌 수입 통계(통계기준: HS CODE 0902.10)

□ 녹차의 2017년 글로벌 수입 규모는 약 7억 6,700만 달러로 2015-17년 연평균 성장률 -1.7%를 기록

- 미국은 녹차의 2017년 기준 글로벌 수입 규모 1위 국가로 약 8,300만 달러를 수입하며 10.8%의 비중을 차지하였고, 2015-17년 연평균 성장률은 13.1%임
- 그 뒤를 이어 프랑스(8.4%), 모로코(7.0%), 캐나다(4.5%), 네덜란드(3.9%)의 순
- 세계 5위 수입국 중 2015-17년 연평균 성장률이 가장 높은 국가는 네덜란드(19.0%)로 확인

표 1.9 녹차 글로벌 수입 규모 추이(2015-17년)

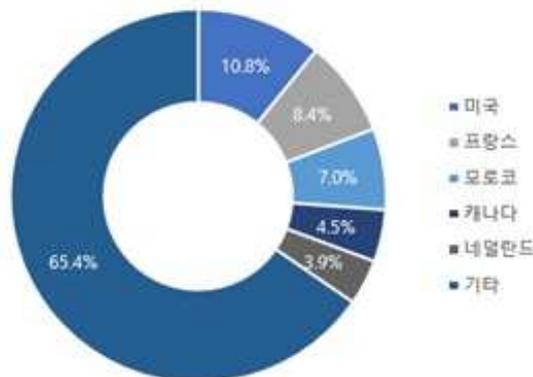
(단위: 천 US 달러, %)

수입국	2015	2016	2017	2015-17 연평균 성장률 <sup>8)</sup>
	금액	금액	금액	
글로벌	793,588	693,775	766,618	-1.7%
1 미국	64,758	78,375	82,829	13.1%
2 프랑스	64,993	63,002	64,101	-0.7%
3 모로코	118,796	75,197	53,901	-32.6%
4 캐나다	31,488	30,777	34,458	4.6%
5 네덜란드	21,335	25,813	30,208	19.0%

자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

표 1.10 녹차의 글로벌 수입 비중(2017년)

(단위: %)



자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

8) 연평균 성장률=(최신/최초연도)<sup>1/(n-1개년)</sup>-1

### 3) 녹차의 미국 수입 통계(통계기준: HS CODE 0902.10)

□ 녹차의 2017년 미국 수입 시장점유율 1위는 일본으로 40.2% 차지

- 녹차의 2017년 미국의 수입액은 약 8,300만 달러로, 2016년 7,800만 달러 대비 약 5.7% 증가
- 2017년 기준, 녹차(HS Code 0902.10)의 미국 수입 시장점유율 1위국은 40.2%를 차지한 일본으로, 일본으로부터의 수입액은 약 3,300만 달러에 달함
  - 그 뒤를 이어 중국이 약 1,900만 달러, 캐나다가 약 950만 달러를 수입하였으며, 시장점유율은 각각 23.1%, 11.4%를 차지

표 1.11 녹차의 미국 수입 규모 추이(2015-17년)

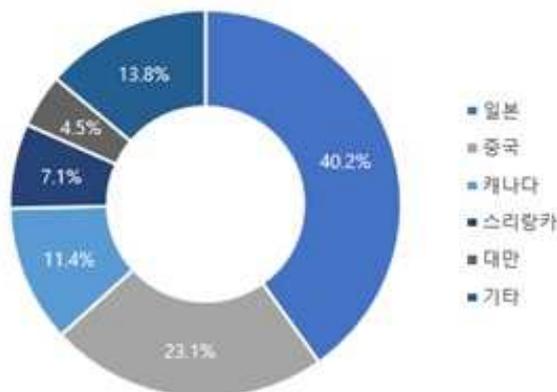
(단위: 천 US 달러, %)

수입상대국	2015	2016	2017	2017년 시장점유율
	금액	금액	금액	
글로벌	64,758	78,375	82,829	-
1 일본	24,875	31,652	33,264	40.2%
2 중국	18,206	21,140	19,097	23.1%
3 캐나다	3,576	5,665	9,479	11.4%
4 스리랑카	3,467	4,876	5,863	7.1%
5 대만	1,772	2,649	3,700	4.5%

자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

표 1.12 녹차의 국가별 미국 수입 시장점유율(2017년)

(단위: %)



자료: International Trade Centre(www.trademap.org)

#### 4) 한국산 녹차의 수출 통계(통계기준: HS CODE 0902.10.0000)

- 한국산 녹차의 글로벌 수출 규모는 2017년 수출량 5만 3,100톤으로 전년 대비 19.2% 증가하며 최고치를 기록하였으나, 수출액은 10억 5,1000만 달러로 전년 대비 21.7% 감소
  - 한국산 녹차의 수출 물량은 점진적 증가 추세이나, 수출액은 2015년 이후 감소세
- 2017년 한국산 녹차의 對미국 수출량은 3,700톤으로 전년 대비 48.4% 크게 감소하였고, 수출액은 1억 8,500만 달러로 전년 대비 3.0%가 증가
  - 2014~17년 기간 중 2015년에 對미국 수출량 및 수출액 면에서 최고치를 기록하였으나 이후 감소세로 전환

표 1.13 한국산 녹차 수출 통계(수출대상국: 글로벌)

(단위: 천 톤, 백만 US 달러)

구분	2014	2015	2016	2017
중량 (연 증가율)	37.2	47.9 (28.8)	44.6 (△6.9)	53.1 (19.2)
금액 (연 증가율)	813.6	1,477.3 (81.6)	1,340.7 (△9.2)	1,050.1 (△21.7)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)<sup>9)</sup>

표 1.14 한국산 녹차 수출 통계(수출대상국: 미국)

(단위: 천 톤, 백만 US 달러)

구분	2014	2015	2016	2017
중량 (연 증가율)	8.7	10.1 (16.2)	7.1 (△30.1)	3.7 (△48.4)
금액 (연 증가율)	199.1	247.0 (24.0)	179.2 (△27.5)	184.5 (3.0)

자료: KATI농식품수출정보(www.kati.net)

9) 통계제공: 한국무역통계진흥원

## 5) 미국 녹차 시장규모(품명: 녹차(Green Tea))

□ 미국의 녹차 소매 판매량 및 매출액은 2014년 4,820톤, 3억 5,500만 달러로 최고치를 기록한 이후 점차 하락하는 추세

- 2017년 전체 차류 대비 녹차의 소매 판매량 및 매출액 점유율은 각각 11.8%, 13.0%를 차지
- 반면, 미국 시장에서 말차(Matcha)를 베이스로 한 음료를 판매하는 매장 수가 증가함에 따라 향후 말차는 성장세를 보일 것으로 예상<sup>10)</sup>

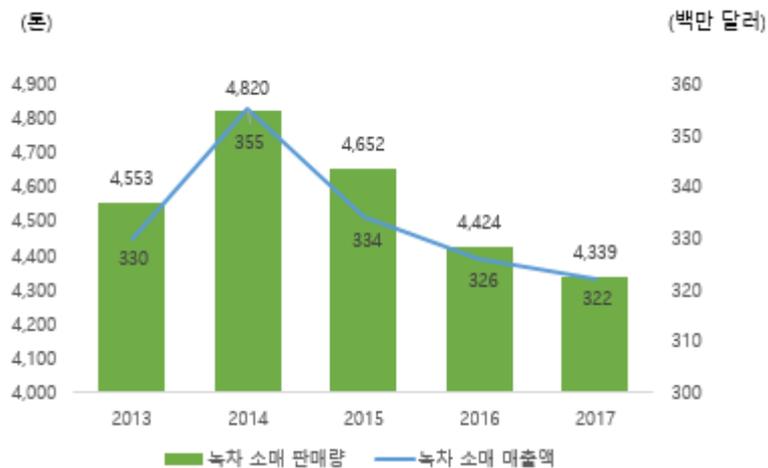
표 1.15 미국 녹차 소매 판매량 및 매출액 추이(2013-17년)

(단위: 톤, 백만 달러)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	전체 차류 대비 점유율(%) (2017)
녹차 소매 판매량	4,553	4,820	4,652	4,424	4,339	11.8
녹차 소매 매출액	330	355	334	326	322	13.0

자료: 「TEA IN THE USA」, Euromonitor International, 2018.2.

표 1.16 미국 녹차 시장 규모 추이(2013-17년)



자료: 「TEA IN THE USA」, Euromonitor International, 2018.2.

10) 'Global Matcha Market, 2025', PR Newswire, 2017.10.25. 14:00  
 (<https://www.prnewswire.com/news-releases/global-matcha-market-2025-300543111.html>)



## II. 시장 트렌드

1. 음료 시장 트렌드
2. 차 시장 트렌드

## 시장 트렌드 개요

### 1. 음료 시장 트렌드

- ❖ 미국 음료 기업, 충성고객 이탈방지 및 건강음료 개발의 투 트랙 전략 채택
- ❖ 다이어트 소다류 판매 부진에 반해, 생수 및 과일향 생수, RTD 차, 콤부차의 인기 상승세
- ❖ 각성 효과가 있는 에너지 드링크, RTD 커피 판매의 긍정적 성과
- ❖ 음료 시장 변화에 대응하여, 미국의 대표 음료 브랜드들도 다양한 시도 중

### 2. 차 시장 트렌드

- ❖ 미국 차(茶) 협회에 따르면, 차는 물 다음으로 가장 널리 소비되는 음료로 미국 가정의 80%가 소비하는 것으로 조사됨
- ❖ 차 구매패턴은 천연티, 스페셜티 및 웰니스티로 전환되는 추세
- ❖ RTD 차 범주는 견고한 성장세를 지속하고 있으며, 2017년에 4% 성장을 기록
- ❖ 루즈티 및 티백차는 판매량 감소 추세를 나타내다가 시장점유율을 소폭 회복
- ❖ 차 산업은 연평균 성장률 3-5%를 기록하며 지속적으로 성장할 전망
- ❖ 매년 미국의 차 수입은 꾸준한 편으로, 특히 녹차의 수입량이 가장 큰 비중을 차지
- ❖ 잠잠한 티백차 시장과 달리, 병차 부문에서는 지난 몇 년간 콤부차의 성장이 두드러짐

## 1. 음료 시장 트렌드

### □ 미국 음료 기업, 충성고객 이탈방지 및 건강음료 개발의 투 트랙 전략 채택

- 미국 음료 기업은 건강에 대한 소비자의 높은 관심에 대응하여 ‘건강’ 컨셉을 강조하는 제품을 다양하게 개발하고 출시하는 한편, 기존 음료에 대한 꾸준한 수요를 반영하여 탄산, 카페인 음료 시장의 축소를 최대한 늦추려는 투 트랙 전략을 채택하는 추세<sup>11)</sup>
- 저렴한 생수 판매 역시 증가 추세로, 탄산음료 소비는 생수에 이어 두 번째를 차지
- 모든 음료수에서 프리미엄 제품에 대한 관심이 다양하게 존재하며, 가격이 저렴한 생수의 인기 상승을 부분적으로 상쇄하고 있음

### □ 다이어트 소다류 판매 부진에 반해, 생수 및 과일향 생수, RTD 차, 콤부차의 인기 상승세

- 시카고, 필라델피아 등 주요 도시들이 가당 음료수에 높은 세금을 부과했으며, 그 외 도시에서도 탄산이 첨가된 다이어트 소다류 판매 부진
- 탄산음료에 대한 대용 음료로 생수 또는 극히 적은 향을 첨가한 생수를 선호
- 과일향이 첨가된 La Croix 제품 및 유사제품, RTD(Ready-to-drink) 차, 콤부차와 같은 음료가 많은 인기를 끌고 있음

### □ 각성 효과가 있는 에너지 드링크, RTD 커피 판매의 긍정적 성과

- 소비자의 다양한 니즈에 따른 음료 시장의 변화에 맞서, 미국 음료 기업은 각성 효과가 있는 에너지 드링크, 설탕을 첨가한 RTD 커피 등을 내세워 소비자에게 어필하고 있으며, 이러한 움직임에 힘입어 가당 음료수에 대한 수요가 사라지지는 않을 전망

### □ 음료 시장 변화에 대응하여, 미국의 대표 음료 브랜드들도 다양한 시도 중

- 코카콜라는 시장점유율 하락을 겪었으나, 주스류, RTD 커피, RTD 차 분야에서 어느 정도 성공을 거둬 이를 상쇄
- 펩시는 유니레버와 협업으로 Pure Leaf 브랜드의 프리미엄 제품인 Tea Hous를 출시하는 등 적극적으로 건강 음료 마케팅을 추진 중<sup>12)</sup>

11) 윤선용, ‘美, 음료시장 ‘건강’ 트렌드 소비 양극화’, 식품외식경제, 2018.4.30. 09:27 (www.foodbank.co.kr)

12) 「SOFT DRINKS IN THE USA」, Euromonitor International, 2018.2.

## 2. 차 시장 트렌드

- 미국 차(茶) 협회<sup>13)</sup>에 따르면, 차는 물 다음으로 가장 널리 소비되는 음료로 미국 가정의 80%가 소비하는 것으로 조사됨
  - 특히, 밀레니얼 세대의 87%가 차를 마심
  - 2017년 기준 미국인은 약 840억 잔, 즉 약 38억 갤런을 소비
    - 전체 소비된 차의 약 86%는 홍차이며, 13%는 녹차이고, 기타 차로 우롱차, 백차, 흑차 등이 소비되고 있음
  - 미국인이 소비하는 차의 약 80%는 아이스티임
  
- 차 구매패턴은 천연티, 스페셜티 및 웰니스티로 전환되는 추세
  - 소비자들은 차의 건강상 이점을 인식하고 있으며, 핫티 판매는 지난 5년 동안 15% 이상 증가
  - 천연티 판매는 2017년 전년 대비 6% 증가
  - 웰니스티, 루즈 그린티, 백차는 티백차 및 박스차 부문에서 괄목할 만한 성장을 기록
    - 2017년 루즈 그린티와 백차 판매가 티백차 및 박스차 부문에서 33.3% 이상 성장한 반면, 웰니스티 판매는 5.8% 성장에 그침
  
- RTD 차 범주는 견고한 성장세를 지속하고 있으며, 2017년에 4% 성장을 기록
  - 2017년 18억 갤런 이상을 소비한 것으로 추정됨
  - 캔 및 병제품인 RTD 티 제품의 시장점유율 50% 약간 밑도는 수준이며, 향후 5년간 30-35%의 지속적 성장을 기록할 것으로 전망(연평균 성장률 4-6%로 예상)
  
- 루즈티 및 티백차는 판매량 감소 추세를 나타내다가 시정점유율을 소폭 회복
  - 루즈티 및 티백차는 2017년 기준 약 23%의 시장점유율을 차지하고 있는데, 특히 신규 소비자들에게 어필하는 경향을 보임
  - 푸드서비스티, 냉장티, 최고급 스페셜티차는 연간 7~10%의 지속적인 성장 추세

13) Tea Association of the U.S.A. Inc.(미국 차(茶) 협회)

□ 차 산업은 연평균 성장률 3-5%을 기록하며 지속적으로 성장할 전망

- 다양성, 편의성, 건강상 이점, 지속가능성, 용이성, 지속적인 혁신, 독특하고 흥미있는 고급 스페셜티 부문의 성장이 지속될 것으로 예상

□ 매년 미국의 차 수입은 꾸준한 편으로, 특히 녹차의 수입량이 가장 큰 비중을 차지

- 차 수입 규모 면에서 미국은 러시아, 파키스탄에 이어 세 번째로 큰 나라
- 2017년 기준 전체 미국의 홍차 및 녹차 수입은 2억 7,900만 파운드로, 2016년 대비 소폭 감소
- 핫티와 스페셜티차의 수입은 꾸준한 성장 추세
- 전체 차류 중 녹차의 인기는 약간 낮아졌으나, 여전히 수입 비중은 약 13.2%를 차지<sup>14)</sup>

□ 잠잠한 티백차 시장과 달리, 병차 부문에서 지난 몇 년간 콤부차의 성장이 두드러짐

- 주요 대형 유통채널의 병음료 냉장고에는 여러 브랜드와 다양한 맛의 콤부차를 쉽게 접할 수 있음
- 최근 몇 년 동안 영양제 시장에서 면역력과 음식 소화에 도움이 되는 활산균 (probiotics)이 큰 인기를 끌고 있었는데, 콤부차는 홍차에 균과 효모를 더해 만들어진 발효음료로 활산균이 많이 함유되어 있는 것으로 알려짐
- 할리우드 스타들이 SNS에 콤부차를 언급하면서 더욱 인기를 끌었으며, 크래프트 비어 처럼 콤부차를 생산해 파는 창업가들도 점차 증가하는 추세
- 홀푸드마켓(Whole Foods Market) 안에는 콤부차 탭으로 리필할 수 있는 바(bar)가 구비되어 있음<sup>15)</sup>

14) Shelley Perkins, 'Top 5 U.S. Tea Industry Trends', worldteaacademy, 2018.2.9

15) 현지조사원

[ 현지 소비자 인터뷰 1 ]

국적: 한국인

나이: 40대

성별: 여성

인터뷰 장소: Target

1. 해당제품 주요 고려사항  
원하는 차 종류가 있는데, 녹차, 카모마일차, 얼그레이차임. 유기농이나 인장은 신경쓰지 않음.
2. 수입식품에 대한 인식  
별로 신경써 본 적이 없음. 하지만, 차는 대부분 미국 마켓인 랄프, 트레이더쥬스에서 사는 편임. 한인마켓에서는 옥수수차만 사는 편임.
3. 한국제품에 대한 경험 여부와 이미지  
자세히 비교해 본 적은 없지만, 한인마켓에서 파는 수입차들은 더 비싼 것 같음. 종류도 덜 다양하다고 느끼는데, 그런 인식 때문에 차를 사러 한인마켓에 가는 편은 아님.
4. 선호하는 수입식품 품목 및 원산지  
특별히 선호하는 원산지는 없음.

[ 현지 소비자 인터뷰 2 ]

국적: 미국인

나이: 60대

성별: 여성

인터뷰 장소: Whole Foods Market

1. 해당제품 주요 고려사항  
원하는 차 종류가 가장 중요한데, 민트티, 녹차를 선호함. 유기농이면 더 좋겠지만, 아는 브랜드이고 이미 마셔봐서 괜찮았던 제품이라면 중요한 사항은 아님.
1. 수입식품에 대한 인식  
차는 수입품도 많은 걸로 알고 있음. 차는 일본산이 좀 더 좋다는 인식을 가지고 있음. 하지만, 티백을 살 때는 원산지가 어디인지는 중요하지 않음.
1. 한국제품에 대한 경험 여부 / 이미지  
한국티백은 한 번도 본적이 없음. 차라면 중국이나 일본이 유명함.
4. 선호하는 수입식품 품목 및 원산지  
미국산은 당연히 선호 대상에 들어가 있고, 일본산 녹차도 좋아함. 특히, 말차 가루는 항상 마시는 제품임.



### Ⅲ. 통관 및 제도

1. 통관 및 검역
2. 인증정보
3. 라벨링
4. 위생요건

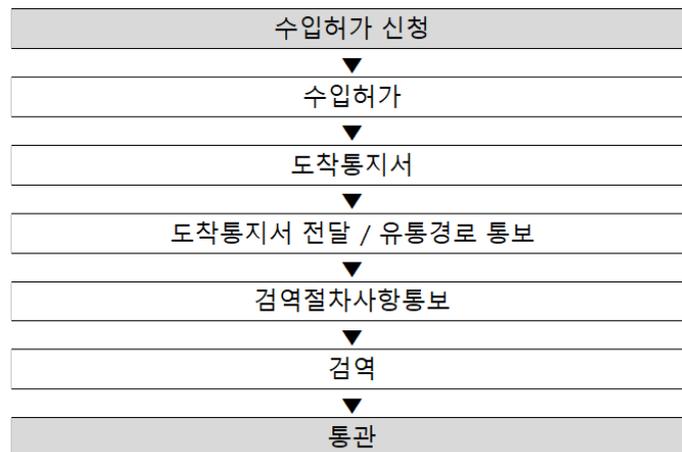
## 통관 및 검역 개요

### ❖ 미국 식품 수출입 프로세스

- 미국으로 식품을 수출하기 위해서는 다음의 수출입 프로세스를 이행해야 함

번호	프로세스	주요내용	체크사항
1	수입신고 전 준비	- 사전통보 - 라이선스	- 자동무역 유통 시스템 (Automated Commercial Environment, ACE)
2	수입신고	- 수입 신고 - 증빙서류 제출	- 적하목록 - 물품신고서 - 상업송장 - 선하증권/항공화물운송장 - 기타 구비서류 등
3	통관 심사 (검역)	- 통관심사 - 증빙서류 제출	- 테일게이트 검역 - 이동 검역 - 밀매 검역 - 농산물 검역
4	관세 납부	- 세관 보증서 - 납세 신고서 - 통관 관련 서류 - 관세 관련 서류	- 일회성 보증서 - 연속성 보증서
5	물품검사 및 반출	- 물품 검사(대상 물품) - 물품 반출	

### ❖ 검역 절차



자료: 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)

## 관세 및 세금 개요

### ❖ 미국 HS-CODE 0902.10.1050, 0902.10.9050의 협정세율<sup>16)</sup>

HS CODE	품명	구분	기본세율	협정세율	원산지 기준
0902.10.1050	기타	한-미 FTA	6.4%	Free	다른 류에 해당하는 재료로부터 생산된 것
0902.10.9050	기타	한-미 FTA	Free	—	—

### ❖ 미국 주요 주별 판매세(Sales Tax) 정보

미국은 부가가치세가 아닌 판매세 제도를 채택하고 있으며, 각 주마다 판매세율이 상이함. 또한, 식료품의 경우 면세인 지역도 있으므로 수출 시 미국 세정관리자 연합회 사이트 (<https://www.taxadmin.org/current-tax-rates>)에서 확인 필요

주 이름	판매세	주 이름	판매세
캘리포니아	식료품 면세	델라웨어	전제품 면세
뉴저지	식료품 면세	오레곤	전제품 면세

### ❖ 미국 관세율 확인 방법

- 1) '관세법령정보포털 3.0 > 세계 HS > 관세율표'에서 미국을 선택한 후 확인하고자 하는 품목의 HS Code를 입력하면, 해당 품목의 관세율 확인 가능
- 2) '통합무역정보서비스([www.tradenavi.or.kr](http://www.tradenavi.or.kr)) > FTA/관세 > 통합관세비교(한국 FTA기준)'에서 FTA 협정 정보, 관세율, 원산지 기준 확인 가능
- 3) 미국의 경우 해당 HS CODE에 대한 관세율은 미국 관세청([www.cbp.gov](http://www.cbp.gov)) 혹은 종합관세스케줄 (Harmonized Tariff Schedule, HTSUS)을 통해 조회 가능

분류	기관 사이트명	URL
관세율	관세법령정보포털 3.0	<a href="http://unipass.customs.go.kr/clip/index.do">unipass.customs.go.kr/clip/index.do</a>
	통합무역정보서비스	<a href="http://www.tradenavi.or.kr">www.tradenavi.or.kr</a>
	미국 관세청	<a href="http://www.cbp.gov">www.cbp.gov</a>
	종합관세스케줄	<a href="http://rulings.cbp.gov">rulings.cbp.gov</a>

<sup>16)</sup> 자료: 통합무역정보서비스([www.tradenavi.or.kr](http://www.tradenavi.or.kr))

# 1. 통관 및 검역

## 1) 통관 및 검역 절차

- 미국은 금액이 2,500달러 이상이거나, 수입허가 규제품목, 국가의 세입 보호 대상 품목과 세관 행정업무 수행상 필요할 때의 모든 수입화물에 대해서는 정식통관(Formal Entry)을 통과해야 함
- 물품신고 및 납세신고는 모두 자동무역 유통 시스템(Automated Commercial Environment)<sup>17)</sup>을 통해 전자적 방법으로 제출 가능
  - 모든 무역 과정이 자동무역 유통시스템을 통해 전산화되기 때문에 ‘싱글 윈도우(Single Window)’라고도 불리며, 관계 당국과 통관 브로커는 물론이고 수입업자까지도 통관 현황을 확인할 수 있음

### □ 수입 신고 전 준비

- 미 식약청(Food and Drug Administration, FDA)은 세관과 협력하여 2003년 12월 12일부터 수입식품의 사전 통보를 의무화함
  - 수입식품이 미국에 도착하기 전, 수입식품의 사전통보자료를 직접 제출받아서 분석 평가할 시간을 확보하고 검사에 집중하며 오염식품의 유입을 차단하기 위한 목적
  - 육류와 가금류를 제외한 거의 모든 국내산과 수입산 식음료 제품을 관할하는 美 식약청은 연방 식품의약품화장품법(FD&C Act)에 근거해 독성 및 유해물질 포함, 유해한 식품 첨가제 포함, 또는 오염 또는 유해한 환경에서 식품이 가공포장보관 되는 것을 규제하기 위해서 사전 통보를 지정
- 수입업자가 사전에 고지한 수입 서류 및 통관 당국(DBP)의 입국장 문서 검토 내용이 식약청의 데이터베이스 OASIS(Operational and Administration System for Import Support)에 입력되면 이를 통해 식약청 검역관이 선적물의 위험도를 판단하고 세부 검사 여부를 결정
  - 모니터링을 통한 위반사항이 적발되면 재표기, 재처리 등의 시정조치, 입국거부, 압류 또는 폐기 등의 조치를 취할 수 있고 과거 기록이나 추정 등을 통해 ‘물리적 검사 없는 억류(Detention without Physical Examination)’가 가능

17) 매뉴얼로 진행하던 수출입 절차를 전산화함으로써 종이 서류를 없애고 통관절차를 쉽고 빠르게 처리하도록 하는 하나의 시스템

□ 수입신고

- 수입신고는 미국 통관항에 선박이 도착한 날로부터 15일 이내에 수입물품의 화주 및 그 대리인이 함
  - 미국 통관항 도착 후 15일 이내에 신고 및 서류가 제출되지 아니하는 때에는 미국 관세국경보호청 관리 하의 창고에 보관
- 사전 수입신고제도가 있으며 신청방법은 해상로와 항공로 이동방식에 따라 상이함
  - 해상: 본선이 미국 통관항에 도착하기 5일 전 이후부터 가능
  - 항공: AMS를 통하여 적하목록을 사전제출한 이후부터 가능
- 서명 신청서를 세관에 제출하거나 통관자동화시스템(Automated Manifest System, AMS) 혹은 관세사전용인터페이스(Automated Broker Interface, ABI)를 통해 전송하는 두 가지 방식이 있음

표 3.1 수입신고 서류

<b>제출서류</b>	- 적하목록(CBP form 7533)
	- 물품신고서(CBP form 3461)
	- 통관할 수 있는 권리의 증명서
	- 상업송장(Commercial Invoice)
	* 제출 불가능한 경우 견적송장(Pro forma Invoice)
	- 포장명세서(Packing List)
	- 기타 물품반출 허가를 위하여 세관장이 요구하는 서류

□ 통관 심사

- 신고된 물품 중 미국관세청의 자동타겟시스템(Autmatred Targeting System, ATS)<sup>18)</sup>를 통해 고위험군으로 판정되는 화물 또는 식품안전법과 같은 법적 규제에 의하여 검사가 요구되는 화물을 선별하여 실물검사 또는 서류검사 실시

표 3.2 통관심사 항목

<b>제출서류</b>	- 관세 목적의 물품 가약과 관세를 부과할 수 있는 상태인지 여부
	- 물품에 원산지 또는 요구되는 확인 또는 라벨이 표시되어 있는지 여부와 적절한 방식으로 표시되었는지 여부
	- 화물에 수입금지된 물품이 포함되었는지 여부
	- 물품이 정확하게 송장에 기입되었는지 여부
	- 물품이 송장상의 수량을 초과하는지 또는 부족분이 있는지 여부
	- 화물에 불법적인 마약물질이 포함되어 있는지 여부

18) 우리나라 선사가 미국 관세청으로 선적 24시간 전에 전자적으로 제출하는 선적 정보를 토대로 미국 적하목록 선별 시스템

- 통관심사를 위한 검역 방식은 테일게이트 검역(Tail Gate Exam), 이동 검역(Mobile Exam, ME), 밀매 검역(Contraband Exam, CE), 농산물 검역(Agriculture Exam, AE)으로 분류됨
  - 가장 일반적인 방식은 테일게이트 검역(Tail Gate Exam)으로 세관에서 아이템별로 샘플을 채취하여 검사
  - 이동 검역(Mobile Exam, ME)은 검사 해당 화물의 전량을 모두 하역해 놓고 선적 서류와 대조해 보는 방법
  - 밀매 검역(Contraband Exam, CE)은 수입 금지품이나 밀수품 전담반이 특별한 목적을 갖고 검사하는 가장 세밀한 검사방법
  - 농산물 검역(Agriculture Exam, AE)은 농산물 수입검역 전담반이 검역을 담당하고 때로는 농산물이 아닌 화물도 검사

**표 3.3 검역 절차**

순서	내용
1	수입허가증신청(수입상 → 농무부 동식물 검역국)
2	수입허가(농무부 동식물 검역국 → 수입상)
3	도착통지서(수입상 → 부두/공항검역소(CBP))
4	도착통지서 전달/유통경로 통보(부두/공항검역소(CBP) → 동식물 검역국)
5	검역절차사항통보(부두/공항검역소(CBP) → 수입상)
6	검역(CBP 농산물 서비스)
7	통관(CBP)

□ 관세 납부

- 관세는 지정된 세관 보세구역에 물품이 반입된 날로부터 영업일 기준 10일 이내에 납부해야 하며 관세사전용인터페이스(Automated Broker Interface, ABI)를 통해 전자적 방법으로 제출 가능
  - 수입자가 물품신고와 납세신고에 필요한 정보를 기재한 상업송장을 관세사 등에 전달하면 관세청 전자통관시스템을 통해 미국관세청에 해당 데이터가 송신
  - 기존 통관자동화시스템(Automated Manifest System)과 관세사 전용인터페이스(Automated Broker Interface, ABI)를 대체하는 새로운 시스템인 자동무역 유통 시스템(Automated Commercial Environment)이 도입됨
- 관세 납부 절차에 필요한 관련서류는 1) 납세신고서, 2) 물품 반출 후 수입자에게 반송된 통관 관련 서류, 3) 상업송장과 같은 관세 책정에 필요한 모든 서류(송장,

반출신고서, 포장명세서 등)가 필요

- 수입자는 통관 시에 부과될 모든 관세와 조세 및 각종 비용의 납부를 담보하기 위하여 세관에 보증서(Bonds)를 제공할 의무가 있음
  - 일회성 보증서(Single Bonds): 한 번의 물품신고에 대하여 제공되는 보증
  - 연속성 보증서(Continuous Bonds): 수입 횟수에 관계 없이 유효기간 1년 내의 수입 건에 대하여 포괄적으로 제공하는 보증

□ **물품반출 및 사후심사**

- 물품은 수입자 등에 의해 작성된 납세신고가 적합하다고 판단되는 경우 검사 생략 (Paperless)으로 처리되고 반출됨
  - 납세신고서가 처리되고 예정 관세액을 납부 및 물품 반출
- 신고된 품목분류, 과세가격, 납부세액, FTA 원산지 증명 등에 대한 사후 심사가 진행 될 수 있음

**2) 관세율**

- 미국의 관세율은 미국 국제무역위원회(USITC, United States International Commission)가 세번 코드인 HS 코드를 기준으로 부과하고 있음
- 녹차 또는 말차의 경우 향을 가미하였건 그렇지 않건 간에 한-미 FTA 규정에 따라 무관세 적용

**표 3.4 미국 HS-CODE 0902.10.1050, 0902.10.9050의 협정세율<sup>19)</sup>**

HS CODE	품명	구 분	기본세율	협정세율	원산지 기준
0902.10.1050	녹차 기타 (향 가미)	한-미 FTA	6.4%	Free	다른 류에 해당하는 재료로부터 생산된 것
0902.10.9050	녹차 기타	한-미 FTA	Free	—	—

<sup>19)</sup> 자료: 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)

### 3) 한-미 FTA 원산지 정보

- 美 국제무역위원회(U.S. International Trade Commission)에서는 한미 FTA에 따른 관세 인하 스케줄을 반영하여 새로운 관세율표 게재하고 있음

#### □ 원산지증명서

- 한-미 FTA의 적용을 위한 원산지증명서는 기관발급의 여타 원산지증명서처럼 대한 민국세관이나 상공회의소에서 발급되는 것이 아닌 각 기업이 자율적으로 발급하는 형식
  - 한-미 FTA 협정에서는 원산지증명서 권고서식을 명시하고 있으며, 수출자는 권고 서식을 사용하거나 기타 자율서식을 사용해도 무방
- 수출자는 원산지 리스크 관리 및 자체 확인프로그램을 도입하여 기업이 수출하는 제품별, 품목별로 원산지 결정이 원활히 이루어져, 관세 혜택의 핵심인 원산지 증명서를 발급받을 수 있도록 해야 함

#### □ 증명서 발급

- 한-미 FTA의 원산지 증명방식은 자율발급 방식을 채택하고 있어 관세청이 제공하는 권고서식을 활용하는 것을 권장
- 원산지 증명서 발급을 위해 FTA 원산지 규정, HS 품목 분류, 원가회계, 통관, 무역 실무에 관한 지식 및 어학 능력을 갖춘 업무 수행 능력이 요구됨

표 3.5 원산지증명서 발급 절차

순서	구분	내용
1	수출물품 HS 코드 확인	수출물품 HS코드 및 한미 FTA별 양허 대상 확인
2	한미 FTA 원산지 기준 확인	원산지 기준은 한미 FTA별, 품목별로 차이가 있음
3	한미 FTA 원산지 기준 충족 확인	한미 FTA별 원산지 충족 여부 파악
4	C/O 작성 및 발급	한미 FTA별 원산지 증명서 작성 및 발급
5	C/O 발급내역 및 입증자료 보관	원산지의 확인요청에 대응하기 위해 원산지 증명서 발급 내역 및 관련 입증자료를 5년간 보관
6	원산지 검증 및 실사	한미 FTA 원산지 적정성에 대한 검증 및 실사

자료: 산업통상자원부

## 2. 인증정보

- 미국에서는 산업별로 생산자 적합성 선언(자체 인증으로 제조제품이 기 수립된 안전이나 품질 등에 관한 기준을 충족했다는 자체선언)이나 산업협회별 자발인증제도가 보편적으로 활용되며, 정부 차원의 강제 인증은 드물게 사용
- 미 정부는 제품이 강제 준수 요건을 충족하지 못했을 경우 생산자나 공급자 및 유통업체에 제재 조치를 취하며, 산업별 협회의 자발적 인증 활동이 효과적이지 않거나 적합하지 않다고 판단할 시에만 제품의 강제 요건 준수 판정에 직접 관여함
- 미 의회는 국가적인 차원에서 규제가 필요하다고 판단 시, 특정연방기관에 일정 권한을 부여하는 법안을 통과, 당해 연방기관이 공공 의견 수렴과정을 거쳐 일련의 규정을 제정하도록 하는데, 동 규정과 함께 인증 제도도 도입되는 것이 보편적
- 따라서 강제적 성격의 인증제도는 아니나 제품의 안정성과 신뢰성을 제고하기 위해 식품안전관리인증기준 혹은 식품안전경영시스템과 같은 인증을 취득할 것을 권장함

### □ 식품안전관리인증기준(HACCP)<sup>20)</sup>

표 3.6 식품안전관리기준 인증 개요

인증/검사명	HACCP	
발행/검사기관	식품의약품안전처	
성격	권장	
인증 설명	식품의 제조, 가공, 공정의 모든 단계에서 발생할 우려가 있는 미생물 오염 등 위험을 방지하고 영업자에 의한 식품의 안전 확보를 목적으로 함	
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 영업허가(신고)증 사본</li> <li>- 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부</li> <li>- 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적</li> <li>- 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부</li> <li>- 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부</li> </ul>	
비용	수수료 20만 원	
소요기간	1년 전후	
유효기간	3년	
인증절차	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) HACCP 시스템수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성</li> <li>2) 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산공정 흐름도를 작성</li> <li>3) 생산공정의 각 단계와 도출된 위해요소를 파악하여 위해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가</li> <li>4) 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리 사항(POA)을 파악</li> <li>5) 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지여부를 파악할 수 있는 한계치 설정</li> <li>6) 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선조치</li> </ol>	

20) Hazard Analysis and Critical Control Point

□ 식품안전경영시스템(ISO22000)<sup>21)</sup>

- 인증신청은 한국표준협회 홈페이지에서 신청서를 다운로드하고 작성 후, FAX로 송부하여 접수

표 3.7 식품안전경영시스템 인증 개요

인증/검사명	ISO 22000	
발행/검사기관	한국품질보증원, AFAQ EAQA Korea	
성격	권장	
인증 설명	식품안전을 보장하기 위해 식품위해요소를 사전 예방 관리하는 자율적인 식품 안전관리 시스템. 고객 만족을 위해 식품안전경영시스템 수립 및 운영할 수 있는 국제적인 인증	
제출서류	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 심사 신청서</li> <li>- 사업자등록증</li> </ul>	
비용	신청비 60만 원(심사비는 산정 기준에 따라 상이)	
소요기간	심사 단계별 소요시간에 따라 인증 심사일수 상이하나 2주 정도 소요	
유효기간	3년	
인증절차	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 등록 신청서 작성</li> <li>2) 인증 심사 1단계 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 경영시스템 매뉴얼이 ISO 22000에 준수하는지 확인</li> <li>- 수행상태 및 인증범위 확인</li> <li>- 시정조치 계획에 동의하는 보고서 발행</li> </ul> </li> <li>3) 인증 심사 2단계 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 생산방법, 관리, PRP 등 인증범위 내 프로세스 활동에 대한 샘플 심사</li> <li>- 시스템 규격의 준수 정도 문서화</li> <li>- HACCP 계획 및 절차서, 직원 능력 및 지식 테스트</li> </ul> </li> <li>4) 한글 및 영문 인증서 발행</li> <li>5) 사후 심사관리 정기적으로 실시</li> </ol>	

21) 한국품질보증원 (www.kqa.co.kr), NQA(www.nqa.com), Biz Care(biz-care.kr)

□ USDA 유기농 인증(USDA Organic)

- 한국 사업자의 경우, 유기농 원료 95% 이상으로 가공식품을 만들고 정부로부터 유기농 인증을 받으면, 한·미 유기농식품 상호동등성 인정 협정을 통해 USDA 유기농 인증 마크 부착 후 수출 가능

표 3.8 USDA 유기농 인증 개요

인증/검사명	USDA 유기농 인증	
발행/검사기관	미국 농무성(United States Department of Agriculture, USDA)가 인정하는 인증기관 - 유기농 인증은 미국 농무부 공인 인증기관을 통해 진행되며 약 80개의 기관이 인증업무와 사후관리를 담당 - USDA 지정 인증기관 조회: <a href="https://www.ams.usda.gov/services/organic-certification">https://www.ams.usda.gov/services/organic-certification</a>	
성격	선택	
인증 설명	- 미국 USDA 유기농 정의 유기농이란, 재배기간 중 8년간 합성비료, 방사선처리, 합성농약을 사용하지 않고 농산물의 농사방법과 가공방법 등을 규정, 또한 물과 소금을 제외한 전체 성분의 95-100%가 유기농 성분이어야 함 - USDA는 미국 내에서 생산되고 판매되는 식품들의 재배 및 경작을 관할하며 미 농무부 내에 NOP Program(National Organic Program)으로 유기농농산물과 가공식품에 대한 인증을 책임지고 있음 - 검정색 라벨: 100% 유기농 성분인 제품 - 유기농법만 사용하고 유기농 재료만을 포함한 제품은 100% 유기농 제품으로 인정받아 USDA 마크 뿐만 아니라 100% Organic 글귀 사용 가능 - 녹색 라벨: 95% 이상 유기농 성분인 제품 - 최소 95% 이상의 성분이 유기농인 제품. USDA의 유기농 인증표시와 인증마크 사용 가능	

표 3.9 한·미 유기농식품 상호동등성 인정 협정 개요

협정명	한·미 유기농식품 상호동등성 인정 협정
발효일	2014년 7월 1일
법적 근거	친환경농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률 제25조 유기식품에 대한 인증을 시행하는 외국정부가 우리나라와 같은 수준의 원칙과 기준을 적용하여 동등하거나 그 이상의 인증 제도를 운영하고 있는 경우, 동등성 인정 가능(상호주의 원칙 적용)
내용	- 한·미 양국이 상대국의 유기농식품 인증을 서로 인정해 주기 위해 맺은 협정 - 협정에 따라, 한국 사업자는 유기농 원료 95% 이상으로 가공식품을 만들고 정부로부터 유기농 인증을 받으면 미국 농무부(USDA)의 유기농 인증 로고를 부착하여 수출 가능

### 3. 라벨링

#### 라벨링 정보 개요

##### ❖ 판매 중인 차류 라벨링 예시



(앞면)



(뒷면)

(앞면)

- ▶ 제품명
- ▶ 제조사
- ▶ 종량
- ▶ 인증

(뒷면)

- ▶ 영양성분
- ▶ 제조사 정보
- ▶ 인증

자료: 현지조사원

##### ❖ 미국 가공식품 라벨링 의무 표기사항 (영양표시 및 교육에 관한 법, Nutrition Labeling and Education Act)

항목	설명
제품명	- 패키지의 주요 면에 표기함 - 활자 크기는 라벨에 사용된 가장 큰 활자의 절반 크기 이상
제조사	- 제조사명과 주소
수입사	- 수입자 명과 주소
종량	- 주요 면 하단에 위치하며, 미국 단위와 미터법 단위로 표기 - 1회 제공량 별도 표기
영양성분	- 종량 기준으로 내림차순 정렬 - 제조자와 수입자 정보와 동일한 면에 기재
알려지 정보	- 알러지 유발 성분이 함유된 식품 원료로 제조된 식품의 경우 알러지 정보 표기

출처: 미국 식약청(www.fda.gov)

## □ 라벨링 관련 법적 근거

- 미국의 식약청(Food and Drug Administration)은 미국에서 판매되는 모든 식품의 안전, 건강 및 적절한 라벨링 표기 방식을 규정하고 있음
- 미국식약청의 주관 하에 ‘Labeling Act’ 연방법이 시행되고 있으며 제조자와 수입자에게 적절한 라벨링 표기법에 대한 정보를 제공하고 있음
  - ‘A Food Labeling Guide’는 라벨링 표기에 대한 매우 세부적인 내용까지 체계를 마련한 안내서로 라벨링의 정의를 영양성분정보와 영양정보에 국한한 것이 아닌 전체 패키징 관련 정보 표기법으로 범위를 확장해 해석하고 있음(2013년도가 가장 최근 업데이트)
- 한편, 동 보고서는 1990년에 제정된 연방법(public law 101-535) 영양표시 및 교육에 관한 법(Nutrition Labeling and Education Act)의 영향을 받는 라벨링을 조사범위로 정의하고자 함
  - 해당 법은 영양성분을 의무적으로 표기할 것을 규정하는 법적 근거
  - 라벨링과 관련된 신규 법적 규제안은 연방공보(Federal Register)에서 실효일 전에 발표하고 매년 Title 21 of the Code of Federal Regulations(CFR)에 반영됨

## □ 신규 라벨링 규정

- 미국 식약청은 2016년 5월 1일 영양 및 성분분석과 제공량(Nutrition Facts and Supplement Facts Label and Serving Size) 라벨링의 세부규정을 최종결정했으며 시행일과 차등적용 대상에 대한 논의를 마침
- FDA는 신규로 제정된 영양 및 성분분석과 제공량에 관한 라벨링 표기법의 시행 기간을 2018년 7월 26일부터 2020년 1월 1일까지로 정함
  - 기업의 매출액 기준으로 규제 대상 범위를 확대해갈 방침으로 연매출액 천만 달러 미만의 기업인 경우 신규 라벨링법을 1년 정도 지연하여 준수하도록 기간 조정. 따라서, 종료 시점은 2021년 1월 1일까지임
- 신규 라벨링은 다이어트, 만성질환-비만, 심장질환과 같은 의학적 정보를 보다 효과적으로 제공하는데 주력했으며 가독성 있고 직관적으로 정보를 표기하여 소비자의 편의성을 높임
  - 기존 라벨링과 비교하여 수정된 내용은 1) 1회 제공량 정보 확대, 2) 칼로리 정보 확대, 3) 1일 영양섭취량 기준 갱신, 4) 당량(sugar)과 가당(added sugar)을 별도 표기, 5) 영양성분의 실제함유량 추가, 6) 일일권장 섭취량과 칼로리에 대한 설명 각주 방식으로 추가 등이 있음

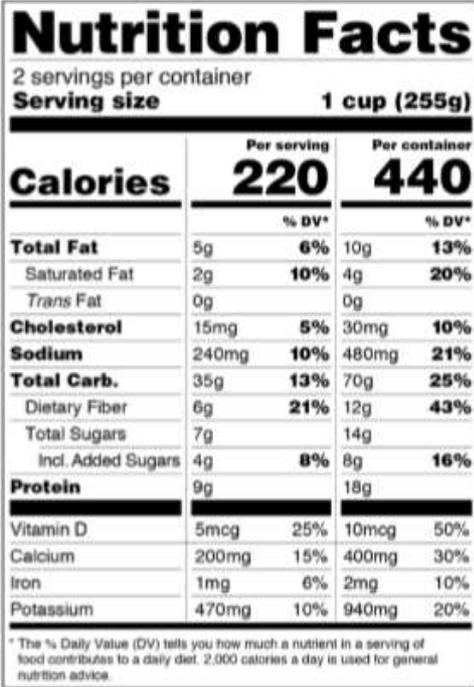
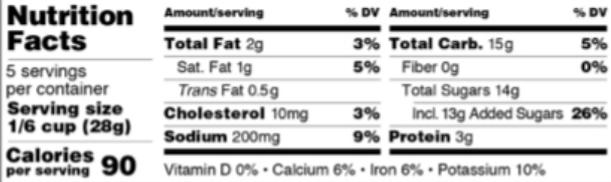
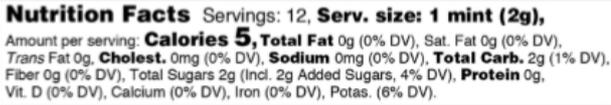
표 3.9 라벨링 비교

구분	기존 라벨링	신규 라벨링																												
라벨링 이미지	 <p><b>Nutrition Facts</b> Serving Size 2/3 cup (55g) Servings Per Container About 8</p> <hr/> <p><b>Amount Per Serving</b></p> <p><b>Calories</b> 230      Calories from Fat 72</p> <hr/> <p style="text-align: right;"><b>% Daily Value*</b></p> <p><b>Total Fat</b> 8g      <b>12%</b> Saturated Fat 1g      <b>5%</b> <i>Trans Fat</i> 0g</p> <p><b>Cholesterol</b> 0mg      <b>0%</b> <b>Sodium</b> 160mg      <b>7%</b> <b>Total Carbohydrate</b> 37g      <b>12%</b> Dietary Fiber 4g      <b>16%</b> Sugars 12g</p> <p><b>Protein</b> 3g</p> <hr/> <p>Vitamin A      10% Vitamin C      8% Calcium      20% Iron      45%</p> <p><small>* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily value may be higher or lower depending on your calorie needs.</small></p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>Calories:</td> <td>2,000</td> <td>2,500</td> </tr> <tr> <td>Total Fat</td> <td>Less than</td> <td>65g</td> <td>80g</td> </tr> <tr> <td>Sat Fat</td> <td>Less than</td> <td>20g</td> <td>25g</td> </tr> <tr> <td>Cholesterol</td> <td>Less than</td> <td>300mg</td> <td>300mg</td> </tr> <tr> <td>Sodium</td> <td>Less than</td> <td>2,400mg</td> <td>2,400mg</td> </tr> <tr> <td>Total Carbohydrate</td> <td></td> <td>300g</td> <td>375g</td> </tr> <tr> <td>Dietary Fiber</td> <td></td> <td>25g</td> <td>30g</td> </tr> </table>		Calories:	2,000	2,500	Total Fat	Less than	65g	80g	Sat Fat	Less than	20g	25g	Cholesterol	Less than	300mg	300mg	Sodium	Less than	2,400mg	2,400mg	Total Carbohydrate		300g	375g	Dietary Fiber		25g	30g	 <p><b>Nutrition Facts</b> 8 servings per container <b>Serving size 2/3 cup (55g)</b></p> <hr/> <p><b>Amount per serving</b></p> <p><b>Calories 230</b></p> <hr/> <p style="text-align: right;"><b>% Daily Value*</b></p> <p><b>Total Fat</b> 8g      <b>10%</b> Saturated Fat 1g      <b>5%</b> <i>Trans Fat</i> 0g</p> <p><b>Cholesterol</b> 0mg      <b>0%</b> <b>Sodium</b> 160mg      <b>7%</b> <b>Total Carbohydrate</b> 37g      <b>13%</b> Dietary Fiber 4g      <b>14%</b> Total Sugars 12g Includes 10g Added Sugars      <b>20%</b></p> <p><b>Protein</b> 3g</p> <hr/> <p>Vitamin D 2mcg      10% Calcium 260mg      20% Iron 8mg      45% Potassium 235mg      6%</p> <p><small>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.</small></p>
	Calories:	2,000	2,500																											
Total Fat	Less than	65g	80g																											
Sat Fat	Less than	20g	25g																											
Cholesterol	Less than	300mg	300mg																											
Sodium	Less than	2,400mg	2,400mg																											
Total Carbohydrate		300g	375g																											
Dietary Fiber		25g	30g																											

자료: 미국 식약청(www.fda.gov)

- 한편, 일반적으로 단일열형(single-column) 표기방식을 따르고 있으나 제품특성에 따라 이중열형(dual-column), 판상형(Tabular Format), 선형형(Linear Format) 라벨링을 구분하여 표기해야 함

표 3.10 기타 라벨링 유형

구분	라벨링 이미지
<p>이중열형 (dual-column)</p>	
<p>판상형 (Tabular Format)</p>	
<p>선형형 (Linear Format)</p>	

자료: 미국 식약청(www.fda.gov)

□ 라벨링 샘플 정보

❖ 라벨링 샘플 사진 - 인기 제품



(앞면)



(뒷면)

제품명	Organic Green Tea Lemongrass
제조사	Traditional Medicinals
가격	5.79 달러
중량	24g(티백 16개 x 1.5g)
포장	종이
원재료	유기농 녹차잎, 유기농 서인도 레몬그라스잎, 유기농 레몬머틀잎
인증	Fair Trade Certified Ingredients, Non-GMO Project Verified, USDA Organic, K, Certified B Corporation
미국 차 제품 라벨링 특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 차의 종류가 매우 다양함으로 거의 모든 제품들은 차에 대한 자세한 설명을 상품의 한 면에 빼곡하게 표시</li> <li>- 다른 면은 보통 차를 내리는 법을 표시</li> <li>- 인증이 있다면 보통 앞면 하단부나 옆면에 표시</li> <li>- 수입품들은 영양성분 및 정보가 적혀있는 반면, 차류는 모든 영양정보가 0이므로 표기를 하지 않기도 함</li> </ul>

자료: 현지조사원

## 4. 위생요건

- 미국 FDA는 식품안전을 주관하는 국가기관으로 식품의 병원균, 독성, 농약잔류량, 그리고 기타 오염물질을 관리·감독하고 있음
  - 2003년 바이오테러법(Bioterrorism Act) 발효 후, 식품 수입 시 미국 식약청(FDA) 등록을 의무화하고 있음

### □ FTA는 병원균으로 인한 식품문제 발생 시, 관련 제품 회수를 의무화 함

- 미국은 매년 4,800만 건의 병원균 피해가 발생하고 있으며 이 중 1/6이 식품 관련 문제
  - 128,000명이 입원치료, 3,000명이 사망
- 병원균 관련 문제 발생 시, FDA는 식품안전근대화법(FSMA, FDA Food Safety Modernization Act)에 의거하여 식품 제조 및 생산자가 제품을 회수하도록 의무화함
  - 실제 병원균 문제가 발생하지 않더라도 발생 가능성이 있는 제품이 모두 강제 회수 대상에 해당됨

### □ 식약청(FDA)은 식품·의약품·화장품법(FD&C Act)의 제409조항에 의거하여 식품첨가물 규정을 명시하고 있음

- 식약청은 안전하다고 판단되는 식품성분은 GRAS(Generally Recognized as Safe)로 분류하여 연방규격집(Code of Federal Regulation)에 공시하고 있으며 제21장에 식 약품에 관한 코드가 분류되어 있어 ‘21 CFR part’이라고도 불림
  - ‘21 CFR part’는 매년 4월 1일에 수정됨
- 차류의 경우, 해당 CFR Code가 없으며, 모든 식품류에 적용되는 바이오테러리즘법(Bioterrorism Act)에 부합되어야 함
- 그러나, 차류는 타 식품을 제조하기 위해 투입되는 식품첨가물이 아닌 완성품으로서, 미국 식품첨가물 표준에서 정하는 식품첨가물<sup>22)</sup>의 정의에는 해당되지 않음

22) 식품첨가물은 식품의 구성성분이 되거나 식품의 특성에 직접 또는 간접적으로 영향을 주는 결과를 초래 또는 그러한 결과를 가져올 것으로 기대되는 성분(식품의 생산, 제조, 충전, 가공, 조리, 처리, 포장, 수송 또는 저장을 목적으로 하는 모든 성분 및 방사선 급원을 포함)임

□ 가공식품의 농약잔류량에 관한 내용은 21 CFR part의 170.19조에 명시

- FDA는 2987년부터 농약잔류량 모니터링 프로그램을 운영해 연간보고서를 발행하고 있으며 가장 최근은 지난해 11월 2015년 보고서(Pesticide Residue Monitoring Program Fiscal Year 2015 Pesticide Report)를 FDA 홈페이지에 제공하고 있음
- 가공식품의 원료가 되는 신선농산물의 농약잔류량은 식품·의약품·화장품법(FD&C Act)의 408조에 규정되어 있는 허용기준을 준수해야 함
  - 제조시설과 제조과정에서 농약잔류물을 제거하는 운영방식을 충족하는지 가공식품이 원료가 되는 농산물의 농약잔류량의 허용치를 초과하지 않아야 함
  - 가공식품의 농화학 잔류량이 원료농산물의 허용치보다 높을 경우, 식품·의약품·화장품법(FD&C Act) 409조항의 허용범위를 위반하는지 확인하고 이를 초과하는 가공식품은 불순 판정
  - 가공되지 않은 농산품에 허용된 잔류량보다 더 높은 성분을 함유할 경우 합법적으로 다른 식원료와 같이 가공되는 행위가 금지됨. 특히 다른 식원료와 함께 가공되어 총잔류량 비율이 하락한다 하더라도 허용되지 않음



## IV. 경쟁제품

1. 경쟁제품 선정 기준
2. 경쟁제품별 분석

## 경쟁제품 온·오프라인(현지) 조사 개요

### 제품분석 결과(평균)

	<b>차류 평균가격</b>	<티백> 온라인(10g당): 약 1.34 US 달러(약 1,500원) 오프라인(10g당): 약 0.54 US 달러(약 610원)
	<b>원료(성분)</b>	<병차> 오프라인(100g당): 약 3.4 US 달러(약 3,860원)
	<b>포장형태</b>	같은 종이 상자, 안은 티백 형태

### 대표 분석제품 상세

		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품명: Lipton Family Iced Tea Bags, Black tea, 48 ct, pack of 3</li> <li>- 제조사: Unilever United States Inc.</li> <li>- 특성: 디카페인 아이스티</li> <li>- 성분: 디카페인 오렌지 페코, 페코컷 홍차</li> <li>- 인증: 100% Rainforest Alliance</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품명: Kirkland Green Tea</li> <li>- 제조사: Ito En</li> <li>- 특성: 코스트코가 OEM하는 제품으로, 일본 이토엔社에서 제조하는 Kirkland 브랜드 녹차이며, 센차와 말차의 혼합제품</li> <li>- 성분: 녹차, 말차 가루</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품명: Kombucha - Pink Lady Apple</li> <li>- 제조사: Health Ade</li> <li>- 특성: 유기농 성분으로 구성되어 있으며, 주스가 10% 함유되어 있고, 비GMO, 비건, 무글루텐</li> <li>- 성분: 콤부샤 유산균, 유기농 홍차, 유기농 녹차, 유기농 탈수 사탕수수 주스, 유기농 생강주스, 유기농 라임 주스, 유기농 붉은 고추</li> </ul>

- 미국 티백차류 시장은 대기업이 장악하고 있으며, 순위의 변화가 거의 없어 뉴플레이어가 진입하는 것이 다소 어려워 보임
- 한인 시장의 경우, O, T사 등의 제품이 가장 많이 보이며, 일본 시장의 경우, 이토엔 제품이 많이 보임
- 병차의 경우, 몇 년간 콤부차의 성장이 괄목할 만하며, 대형 유통채널에서 여러 브랜드의 다양한 맛의 콤부차를 쉽게 접할 수 있음

# 1. 경쟁제품 선정기준 및 지표

## □ 분석기준 및 지표설정

- 미국은 넓은 지리적 여건과 다인종·다민족 문화, 다양한 제품 속성 등으로 인해 유통 구조가 고도로 세분화된 시장임
- 현지조사원이 직접 미국 내 주요 매장을 방문하여 현지 시장조사 실행

## □ 온라인 쇼핑몰 선정

- 온라인 경쟁제품을 선정하기 위해 2017년 식품 매출액 3위를 차지한 유통 플랫폼 Amazon에서 판매하는 차 제품 중 유로모니터에서 2017년 브랜드 점유율이 높은 차 제품을 중심으로 대표상품을 선정

## □ 분석기준 및 지표 설정

- 제품 상세 속성에서 공통으로 확인되는 용량, 가격, 포장형태, 성분 등의 항목으로 분석함

## □ 대표 방문매장

- 오프라인:
  - 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓: Costco, Vons, Target, Trader Joe's, Whole Foods Market
  - 한인마켓: Galleria Plaza, H Mart, Zion Market
  - 아시안마켓: 99 Ranch Market, Marukai Market, Seafood Market
- 온라인: Amazon.com

## 2. 경쟁제품 분석

### ① 오프라인<sup>23)</sup>

#### a. 티백차

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (옆/뒤)		
제품 스펙	제조사	Unilever	Traditional Medicinals
	제품명	Lipton Black Tea Bags	Organic Green Tea Lemongrass
	제품특성	- 유니레버의 대표제품	- 유기농티 - 가격이 상대적으로 비싼 편
	포장 용기	겉: 종이, 안: 티백	겉: 종이, 안: 티백
	성분	홍차	유기농 녹차, 유기농 레몬풀, 유기농 레몬머틀잎
	조사매장	코스트코	Whole Foods Market
	용량(g)	705g(티백 312개 x 2.26g)	24g(티백 16개 x 1.5g)
	제품가격	9.49 US 달러(약 10,700원)	5.79 US 달러(약 6,500원)
인증	Rainforest Alliance	USDA Organic, Fair Trade Certified Ingredients, Non-GMO Verified, Kosher Certification, Certified B Corporation	

자료: 현지조사원

23) 오프라인 조사는 현지에 거주하는 조사원을 통해 수집한 데이터임

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (옆/뒤)		
제품 스펙	제조사	Twinnings	Tazo
	제품명	English Breakfast Tea (Decaffeinated)	Calm Chamomile Tea
	제품특성	- 디카페인 - 여러 나라에서 생산된 홍차를 혼합한 제품(케냐, 인도네시아, 말라위, 중국, 인도 아삼 지역)	- 디카페인
	포장 용기	겉: 종이, 안: 티백	겉: 종이, 안: 티백
	성분	홍차	카모마일, 하비스쿠스 꽃, 스피어민트 잎, 장미꽃잎, 레몬풀, 블랙베리 잎, 박하 잎, 사르사 뿌리, 향수박하 잎, 감초 뿌리
	조사매장	Vons	Target
	용량(g)	40g (20티백)	26g (20 티백)
	제품가격	\$4.49	\$3.49
인증	-	-	

자료: 현지조사원

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (옆/뒤)		
제품 스펙	제조사	표기되어 있지않음 (OEM)	Ito En
	제품명	Organic Pomegranate White Tea	Kirkland Green Tea
	제품특성	- 유기농티 - 가격이 상대적으로 비싼 편	- 코스트코가 OEM하는 제품으로, 일본 이토엔사에서 제조하는 Kirkland 브랜드 녹차 - 센차와 말차의 혼합제품
	포장 용기	겉: 종이, 안: 티백	겉: 종이, 안: 티백
	성분	유기농 백차, 유기농 히비스쿠스 꽃, 유기농 레몬풀, 유기농 석류 추출액, 오렌지향, 레몬향	녹차, 말차 가루
	조사매장	Trader Joe's	코스트코
	용량(g)	28(티백 20개 x 1.4g)	150g(티백 100개 x 1.5g)
	제품가격	2.49 US 달러(약 2,800원)	12.99 US 달러(약 14,600원)
인증	-	-	

자료: 현지조사원

구분		제품 #7	제품 #8
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (옆/뒤)		
제품 스펙	제조사	Ten Ren Tea	Yamamotoyama
	제품명	Dragon Well Green Tea	Jasmine Tea
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대만회사 천인명차가 생산하는 다양한 녹차 중 하나</li> <li>- Dragon Well은 Long-Gin 또는 Lung-Ching으로도 알려진 유명한 녹차의 종류로 황녹색 빛깔이며 발효되지 않은 차</li> </ul>	- 일본산 수입품
	포장 용기	겉: 종이, 안: 티백	겉: 종이, 안: 티백
	성분	녹차	자스민향 녹차, 자스민
	조사매장	H 마트	Marukai Market
	용량(g)	40g(티백 20개 x 2g)	32g (티백 16개 x 2g)
	제품가격	4.49 US 달러(약 5,000원)	1.78 US 달러(약 2,000원)
	인증	-	-

자료: 현지조사원

구분		제품 #9	제품 #10
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (뒤)		
제품 스펙	제조사	Fec Ginseng & Marine Products	A사
	제품명	China Slim Tea	수국차
	제품특성	- 중국산 수입품 - 디카페인 - 다이어트에 도움	- 한국산 수입품 - 수입사: Chang-tuh Co.
	포장 용기	겉: 종이, 안: 티백	겉: 종이, 안: 티백
	성분	센나잎, 박하	수국, 현미
	조사매장	Seafood Market	시온 마켓(Zion Market)
	용량(g)	54g(티백 18개 x 3g)	48g(티백 40개 x 1.2g)
	제품가격	2.99 US 달러(약 3,400원)	6.99 US 달러(약 7,900원)
	인증	-	HACCP

자료: 현지조사원

구분		제품 #11	제품 #12
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (옆/뒤)		
제품 스펙	제조사	B사	C사
	제품명	동굴레차	옥수수차
	제품특성	- 한국산 수입품	- 한국산 수입차 - 수입사: Tearoma Inc.
	포장 용기	겉: 종이, 안: 티백	겉: 종이, 안: 티백
	성분	등굴레, 현미	볶음옥수수 100%
	조사매장	갤러리아 마켓(Galleria Market)	H 마트
	용량(g)	24g(티백 20개 x 1.2g)	300g(티백 30개 x 10g)
	제품가격	4.49 US 달러(약 5,000원)	4.49 US 달러(약 5,000원)
인증	-	HACCP	

자료: 현지조사원

구분		제품 #13	제품 #14
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (옆/뒤)		
제품 스펙	제조사	D사	E사
	제품명	연근우영차	국화차
	제품특성	- 식이섬유, 사포닌이 함유되어 영양이 풍부 - 달큰하고 구수한 맛	- 무농약 꽃차
	포장 용기	겉: 종이, 안: 티백	겉: 종이, 안: 티백
	성분	한국산 현미 50%, 한국산 우영 25%, 한국산 연근 25%	국화
	조사매장	가주 마켓(California Market)	갤러리아 마켓(Galleria Market)
	용량(g)	32g(티백 40개 x 0.8g)	10g(티백 10개 x 1g)
	제품가격	6.99 US 달러(약 7,900원)	3.99 US 달러(약 4,500원)
	인증	HACCP	농림축산식품부 무농약 (Non Pesticide) 인증, GAP

자료: 현지조사원

구분		제품 #15	제품 #16
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (옆/뒤)		
제품 스펙	제조사	Prince of Peace	미표기(OEM)
	제품명	Ginseng Root Tea	Instant Korean Ginseng Tea
	제품특성	- 미국산 인삼을 사용	- 한국산 인삼차 - 수입사: Prince of Peace
	포장 용기	겉: 종이, 안: 티백	겉: 종이, 안: 티백
	성분	인삼 뿌리	인삼 추출물, 포도당
	조사매장	99 Ranch Market	99 Ranch Market
	용량(g)	36g(티백 20개 x 1.8g)	200g(티백 100개 x 2g)
	제품가격	12.89 US 달러(약 14,500원)	7.89 US 달러(약 8,900원)
	인증	-	-

자료: 현지조사원

b. 병차

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (옆/뒤)		
제품 스펙	제조사	Health Ade	Suja
	제품명	Kombucha - Pink Lady Apple	Kombucha - Peach Ginger
	제품특성	- 유기농 - 주스가 10% 함유되어 있음 - 비GMO, 비건, 무글루텐	- 유기농 - 비GMO, 비건, 무글루텐
	포장 용기	병, 플라스틱 뚜껑	병, 플라스틱 뚜껑
	성분	물, 콤부차 유산균, 유기농 홍차, 유기농 녹차, 유기농 탈수 사탕수수 주스, 유기농 생강주스, 유기농 라임 주스, 유기농 붉은고추	물, 홍차, 콤부차 유산균, 복숭아 퓨레, 설탕, 레몬주스, 생강주스, 담자균 추출물
	조사매장	Vons	Target
	용량(g)	473ml	449ml
	제품가격	3.99 US 달러(약 4,500원)	2.99 US 달러(약 3,400원)
인증	USDA Organic, Non-GMO Verified, Certified Vegan, Certified Gluten Free, Kosher Certification, Certified R.A.W.	USDA Organic	

자료: 현지조사원

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (옆/뒤)		
제품 스펙	제조사	GTS	GTS
	제품명	Synergy Organic Kombucha Trilogy	Draft Kombucha(Various Flavors)
	제품특성	- 유기농 - 다양한 맛이 있음	- 커다란 병을 사서 생맥주처럼 바로 직접 원하는 맛을 채울 수 있는 바가 있음 - 다양한 맛이 있음
	포장 용기	병, 플라스틱 뚜껑	병, 플라스틱 뚜껑
	성분	콤부차, 산딸기주스, 레몬주스, 생강주스	제품에 따라 다름
	조사매장	Trader Joe's	Whole Foods Market
	용량(g)	473ml	-
	제품가격	2.99 US 달러(약 3,400원)	-
인증	USDA Organic, Kosher Certification, Non-GMO Verified	USDA Organic, Kosher Certification, Non-GMO Verified	

자료: 현지조사원

② 온라인

구분		제품 #1	제품 #2
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (옆/뒤)		
제품 스펙	제조사	Unilever United States Inc.	RC Bigelow Inc.
	제품명	Lipton Family Iced Tea Bags, Black tea, 48 ct, pack of 3	Bigelow Herbal Tea Variety Pack, 118 Bags, Mint Medley, Cozy Chamomile, Orange & Spice, Sweet Dreams, Perfect Peach, and Lemon Ginger
	제품특성	- 디카페인 아이스티	- 민트메들리, 오렌지&스파이스, 스위트 드림즈, 퍼펙트 피치, 레몬 진저 허브 티백 - 무카페인, 무글루텐
	포장용기	겉: 종이, 안: 티백	겉: 종이, 안: 티백
	성분	디카페인 오렌지 페코, 페코컷 홍차	- Bigelow Cozy Chamomile: 캐모마일 - Bigelow Mint Medley: 스피어 민트, 페퍼민트 - Bigelow Orange & Spice: 오렌지, 향신료 포함 - Bigelow Sweet Dream: 캐모마일, 민트 - Bigelow Perfect Peach: 로즈히프, 히비스커스, 복숭아, 향신료 혼합 - Bigelow Ginger Peach: 레몬, 생강, BC 30 혼합
	조사 온라인 매장	AMAZON (www.amazon.com)	AMAZON (www.amazon.com)
	용량(g)	297g(티백 48개 x 6.1875g)	- Bigelow Cozy Chamomile: 20g(티백 20개) - Bigelow Mint Medley: 36g(티백 20개) - Bigelow Orange & Spice: 30g(티백 20개) - Bigelow Sweet Dream: 39g(티백 18개) - Bigelow Perfect Peach: 42g(티백 20개) - Bigelow Ginger Peach: 38g(티백 20개)
	제품가격	20.75 US 달러(약 23,400원)	20.94 US 달러(약 23,600원)
	인증	100% Rainforest Alliance 인증	-

구분		제품 #3	제품 #4
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제조사	R. Twining & Co Ltd	Yogi Tea Co
제품 스펙	제품명	Twinings of London Pure Peppermint Herbal Tea Bags	Yogi Tea Office Favorites 6 Flavor Variety Pack (Pack of 6)
	제품특성	- 100% 순수 페퍼민트만을 사용한 향긋하고 신선한 민트향 - 무카페인	- 비GMO <sup>24</sup> 성분으로 만든 100% 천연 허브차 - 비건, 무인공향, 무방부제
	포장용기	겉: 종이, 안: 티백	겉: 종이, 안: 티백
	성분	100% 순수 페퍼민트	- Calming: 카모마일, 리벤더, 감초, 펜넬 - Kava Stress Relief: 카바, 계피, 인도 사르사 뿌리, 구주콩 꼬투리 - Refreshing Ming Vital Energy: 생강, 계피, 박하, 페퍼민트, 유기농 홍차, 녹차잎 추출물 등 - Echinacea Immune Support: 유기농 자주루드베키아 허브, 자주루드베키아 말린뿌리추출물 등 - Ginger: 유기농 생강 뿌리, 유기농 레몬그라스, 유기농 감초 뿌리, 유기농 페퍼민트잎, 유기농 후추 - Green Tea Energy: 유기농 녹차잎, 유기농 레몬그라스, 유기농 인삼 뿌리, 유기농 가시오갈피 뿌리 등
	조사 온라인 매장	AMAZON (www.amazon.com)	AMAZON (www.amazon.com)
	용량(g)	40g(티백 20개 x 2g)	- Calming: 29g(티백 16개) - Kava Stress Relief: 36g(티백 16개) - Refreshing Ming Vital Energy: 36g(티백 16개) - Echinacea Immune Support: 24g(티백 16개) - Ginger: 32g(티백 16개) - Green Tea Energy: 26g(티백 16개)
	제품가격	3.18 US 달러(약 3,600원)	32.99 US 달러(약 37,200원)
	인증	-	USDA ORGANIC, Non-GMO Project Verified

24) 비유전자변형식품(Non-GMP)

구분		제품 #5	제품 #6
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (옆/뒤)		
제품 스펙	제조사	Starbucks Corp	Traditional Medicinals
	제품명	Starbucks Teavana - Herbal Tea - Mint Majesty - 12 Sachets	Ginger Aid
	제품특성	- 무카페인	- 소화에 도움 - 매운 생강맛, 약간 달콤하고 레몬맛이 남
	포장용기	겉: 종이, 안: 티백	겉: 종이, 안: 티백
	성분	스피어민트, 페퍼민트, 레몬 베르베나	유기농 생강 근경, 유기농 블랙베리 잎, 유기농 스테비아 잎, 유기농 레몬머틀 잎
	조사 온라인 매장	AMAZON (www.amazon.com)	AMAZON (www.amazon.com)
	용량(g)	14.4g(티백 12개 x 1.2g)	32g(티백 15개 x 2.13g)
	제품가격	11.96 US 달러(약 13,500원)	26.95 US 달러(약 30,400원)
	인증	-	USDA Organic, Non-GMO Project Verified, Kosher Certification, Certified B Corporation

구분		제품 #7	제품 #8
제품 이미지	제품 이미지 (앞)		
	제품 이미지 (옆/뒤)		
제품 스펙	제조사	Hain Celestial Group Inc, The	Starbucks Corp
	제품명	Celestial Seasonings Herbal Tea, True Blueberry, 20 Count (Pack of 6)	Tazo Assorted Tea Sampler 20ct (Pack of 6)
	제품특성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 야생 블루베리와 블랙베리잎을 섞어 과일향과 맛이 남</li> <li>- 무카페인, 무글루텐</li> <li>- 무인공향료, 무착색료, 무인공방부제</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- TAZO 차 샘플러 6팩</li> <li>- 캄 카모마일, 차이 오가닉, 패션, 얼그레이, 젠, 어웨이크 잉글리쉬 브렉퍼스트</li> </ul>
	포장용기	겉: 종이, 안: 티백	겉: 종이, 안: 티백
	성분	히비스커스, 로즈히프, 오렌지필, 천연 블루베리향, 기타 천연향, 블랙베리 잎, 야생 블루베리, 블루베리 잎	<ul style="list-style-type: none"> <li>- TAZO Calm chamomile: 카모마일 꽃, 히비스커스 꽃, 스피어민트 잎, 장미 꽃잎 등</li> <li>- TAZO chai organic: 유기농 홍차, 유기농 생강, 유기농 시나몬 등</li> <li>- TAZO passion: 히비스커스 꽃, 천연 열대향, 레몬산 등</li> <li>- TAZO earl grey: 베르가못 에센스를 블렌딩한 홍차</li> <li>- TAZO zen: 녹차, 레몬 베르베나 잎, 스피어민트 잎 등</li> <li>- TAZO awake english breakfast: 홍차 블렌드</li> </ul>
	조사 온라인 매장	AMAZON (www.amazon.com)	AMAZON (www.amazon.com)
	용량(g)	45g(티백 20개 x 1.25g)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- TAZO calm chamomile: 26g</li> <li>- TAZO chai organic: 54g</li> <li>- TAZO passion: 52g</li> <li>- TAZO earl grey: 49g</li> <li>- TAZO zen: 43g</li> <li>- TAZO awake english breakfast: 51g (각 티백 20개)</li> </ul>
	제품가격	15.17 US 달러(약 17,100원)	28.37 US 달러(약 32,000원)
인증	-	-	

구분		제품 #9	제품 #10																	
제품 이미지	제품 이미지 (앞)																			
	제품 이미지 (옆/뒤)	<p><b>INGREDIENTS:</b> DECAFFEINATED ORANGE PEKOE &amp; PEKOE CUT BLACK TEAS</p> <p><b>Nutrition Facts</b> Serving size 1 tea bag (6g) (makes 4 servings – 8 fl oz each) Servings Per Container 192</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Amount Per Serving</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>Calories</b></td> <td>0g</td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>Total Fat</b></td> <td>0g</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td><b>Sodium</b></td> <td>0mg</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td><b>Total Carb.</b></td> <td>0g</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td><b>Protein</b></td> <td>0g</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p><small>Not a significant source of calories from fat, saturated fat, trans fat, cholesterol, dietary fiber, sugar, vitamin A, vitamin C, calcium and iron. *Percent Daily Values (DV) are based on a 2,000 calorie diet.</small></p>	Amount Per Serving			<b>Calories</b>	0g		<b>Total Fat</b>	0g	0%	<b>Sodium</b>	0mg	0%	<b>Total Carb.</b>	0g	0%	<b>Protein</b>	0g	
Amount Per Serving																				
<b>Calories</b>	0g																			
<b>Total Fat</b>	0g	0%																		
<b>Sodium</b>	0mg	0%																		
<b>Total Carb.</b>	0g	0%																		
<b>Protein</b>	0g																			
제품 스펙	제조사	Relly Foods Co	RedCo Foods Inc																	
	제품명	Luzianne Specially Blended for Iced Tea, Decaffeinated Family Sized, 48-Count Tea Bags	Salada Naturally Decaffeinated Original Antioxidant Green Tea Bags Citrus Medley 20 CT (Pack of 6)																	
	제품특성	- 천연 디카페인 특수 블렌딩차	- Vitamin A (2mg), C (30mg), E(5mg) 함유 - 허브블렌드 차																	
	포장용기	겉: 종이, 안: 티백	겉: 종이, 안: 티백																	
	성분	디카페인 오렌지 페코, 페코컷 홍차	홍차																	
	조사 온라인 매장	AMAZON (www.amazon.com)	AMAZON (www.amazon.com)																	
	용량(g)	297g(티백 48개 x 6.1875g)	227g(티백 100개 x 2.27g)																	
	제품가격	6.54 US 달러(약 7,400원)	45.48 US 달러(약 51,300원)																	
	인증	-	-																	



## V. 경쟁사

1. 경쟁사 선정 기준
2. 경쟁사 현황 분석

# 1. 경쟁사 선정 기준

## □ 방법론 1. 유로모니터 차 기업 점유율 순위 조사

- 유로모니터의 2017년 소매가 기준 NBO(National Brand Owner) 차 기업 점유율에서 상위 4위까지를 조사

## □ 방법론 2. 온라인 쇼핑물 조사

- 키워드: 차(Tea)
- 온라인 쇼핑물 분석
  - Amazon

## □ 방법론 3. 오프라인 매장 조사

- 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓: Costco, Food 4 Less, Target, Trader Joe' s Vons, Whole Foods Market
- 한인마켓: California Market, H Mart, Zion Market, Galleria Plaza
- 아시안마켓: 99 Ranch Market, Marukai Market, Seafood City

## □ 세 가지 방법론을 통한 주요 경쟁사 도출

미국			
Unilever United States Inc	RC Bigelow Inc	R. Twining & Co Ltd	Yogi Tea Co
			
온·오프라인 판매	온·오프라인 판매	온·오프라인 판매	온·오프라인 판매

## 2. 경쟁사 현황 분석

### □ Unilever United States Inc

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 식음료, 홈케어, 뷰티, 퍼스널 케어 제품 등을 취급</li> <li>- 전세계 톱 브랜드 50개 중 13개가 유니레버 브랜드로, 대표 브랜드로는 Lipton, Knorr, Dove, Axe, Hellmann's, Omo 등이 있음</li> </ul>		
기업 유형	식음료 제조업체	홈페이지	www.unilever.com
취급품목	차류, 아이스크림, 육류, 마요네즈, 스파게티, 아이스바 등	D-U-N-S® Number	09-432-0132
매출액	다과: 99억 US 달러(2017년) 전체: 537억 US 달러(2017년)	직원 수	16만 1,000명
소재지	미국, 뉴저지(New Jersey)	설립연도	1977년
대표 제품			

자료: 「Unilever Annual Report and Accounts 2017」 (www.unilever.com), Amazon(www.amazon.com), D&B Hoovers

□ RC Bigelow Inc

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bigelow 브랜드의 홍차, 녹차, 백차, 허브차, 디카페인차, 아이스차, 루즈티, 코코넛 워터 등을 판매하고 있으며, 120종의 차 제품 중에서 홍차, 오렌지 껍질, 향신료 블렌드가 가장 인기있는 제품임</li> <li>- Bigelow 차는 코네티컷(Connecticut), 아이다호(Idaho), 켄터키(Kentucky)에서 생산되며, 식료품 소매업체, 대량 판매점, 식품 서비스 업계를 통해 전국적으로 판매</li> <li>- Bigelow 가족이 소유하고 운영</li> </ul>		
	기업 유형	식음료 제조업체	홈페이지
취급품목	차류	D-U-N-S® Number	00-117-6197
매출액	9,500만 US 달러	직원 수	350명
소재지	미국, 페어필드(Fairfield)	설립연도	1945년
대표 제품			

자료: Bigelow Tea Company(www.bigelowtea.com), Amazon(www.amazon.com), D&B Hoovers

□ R. Twining & Co Ltd

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 홍차, 가향 홍차, 과일차 및 허브차, 녹차, 디즐링, 아쌈, 백차, 디카페인차, 유기농차, 브렉퍼스트차, 차이티, 레드부쉬/루이보스차, 공정무역차 등을 생산</li> <li>- 선물 세트, 차 상자 등의 형태, 주전자, 찻잔, 접시가 포함된 차 제품, 비스킷, 케이크, 마멀레이드, 보존 식품, 초콜릿, 맥아 음료, 커피, 설탕 스틱, 시럽과 같은 제품을 포함한 차 제품도 판매</li> <li>- 모기업: Twining Crosfield and Company Ltd.</li> </ul>		
	기업 유형	차 제조업체	홈페이지
취급품목	차류	D-U-N-S® Number	09-922-2309(미국)
매출액	480만 US 달러(미국)	직원 수	11명(미국)
소재지	미국, 그린스보로(Greensboro)	설립연도	1979년
대표 제품			

자료: D&B Hoovers

□ Yogi Tea Co

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 유기농 및 천연 허브 보충차 제품을 생산하는 업체로 USDA 인증 유기농 제품을 많이 보유</li> <li>- 개인 소유 기업으로 오레곤 주 스프링 필드(Springfield)에 본사를 둔 이스트 웨스트 티 컴퍼니(East West Tea Company, LLD)가 운영</li> <li>- 요기티는 현대 과학, 전통 중국 의학, 인도의 고대 전인 치유 시스템인 아유르베다(Ayurveda)의 입증된 지식의 결합을 기반으로 함</li> <li>- 요기 컬렉션은 전세계에서 재배된 100가지 이상의 이국적인 향신료와 식물 성분을 결합하여 만든 60종류의 허브차, 녹차, 홍차 등으로 구성</li> <li>- 요기티는 천연식품점 또는 건강식품점, 대형 시장 소매점, 주요 식료품 체인점 뿐만 아니라 온라인을 통해 미국 전역에 판매</li> </ul>		
	기업 유형	차 제조업체	홈페이지
취급품목	차류	D-U-N-S® Number	02-401-9265
매출액	34만 7,000 US 달러	직원 수	220명(미국)
소재지	미국, 오리건(Oregon) 주, 스프링필드(Springfield)	설립연도	1989년
대표 제품			
인증	<ul style="list-style-type: none"> <li>- USDA 유기농 인증</li> <li>- Certified B Corporation 인증</li> </ul>		

자료: Yogi Tea Co(www.yogitea.com), Amazon(www.amazon.com), D&B Hoovers



## **VI. 유통채널 현황**

- 1. 유통채널 현황**
- 2. 주요 유통채널별 세부 현황**

## 유통채널 현황 개요

### ❖ 미국 상위 8개 소매 유통채널 매출액 순위(2017년)

소매유통채널 및 아울렛 유형	식품 매출액 (10억 달러/2017)	아울렛 수 (2017)	본점
Walmart	374.80	5,328	벤토빌, 아르크 (Bentoville, Ark)
The Kroger Co.	115.89	3,902	신시내티 (Cincinnati)
Amazon	102.96	456	시애틀 (Seattle)
Costco	93.08	518	이사과 워시 (Issaquah Wash)
The Home Depot	91.91	1,968	애틀랜타 (Atlanta)
Walgreens Boots Alliance	82.75	7,980	디어필드, III (Deerfield, Ill)
CVS Health Corporation	79.54	9,778	운소켓 (Woonsocket, R.I.)
Target	71.88	1,822	미네아폴리 (Minneapolis)

### ❖ 미국 차 유통구조 및 점유율(2017년)



### ❖ 미국에서 개최되는 차(茶) 박람회

무역쇼	웹사이트	설명	위치
World Tea Expo	www.worldteexpo.com	세계 차 박람회	라스베이거스

# 1. 유통채널 개황

## 1) 미국 유통채널 현황

□ 칸타 컨설팅(Kantar Consulting)에 따르면, 2017년 기준 미국 소매 유통채널에서 월마트(Walmart)가 3,748억 달러로 매출 1위를 달성

- 미국 소매업계의 매출 순위는 비교적 안정성을 보이고 있는데, 작년 아마존(Amazon)은 7위를 차지했었고, 상위 10위 안에 있는 9개의 다른 소매점들은 동일하게 유지
- 그 뒤를 이어 더 크로거(The Kroger)와 아마존(Amazon)이 각각 1,159억 달러, 1,030억 달러로 각각 2, 3위를 기록
- 2017년 기준 월마트의 매장 수는 5,328개, 더 크로거의 매장 수는 3,902개, 아마존의 매장 수는 456개로 확인됨
- 미 상무부 통계에 따르면, 2018년에 들어서면서 전자 상거래를 통해 판매되는 상품은 9%에 불과한 것으로 조사됨<sup>25)</sup>

표 6.2 미국 상위 8개 소매 유통채널 매출액 순위(2017년)

소매 유통채널명	식품 매출액(2017) (억 달러)	아울렛 수 (2017)	본점
Walmart	3,748	5,328	벤토빌, 아르크(Bentoville, Ark)
The Kroger Co.	1,159	3,902	신시내티(Cincinnati)
Amazon	1,030	456	시애틀(Seattle)
Costco	931	518	이사콰 워시(Issaquah Wash)
The Home Depot	919	1,968	애틀랜타(Atlanta)
Walgreens Boots Alliance	828	7,980	디어필드, III(Deerfield, Ill)
CVS Health Corporation	795	9,778	운소켓(Woonsocket, R.I.)
Target	719	1,822	미네아폴리(Minneapolis)

자료: 'STORES TOP RETAILERS 2018', Kantar Consulting(stores.org)

## 2) 미국 유통채널 전망

□ 미국 소매업 성장은 3.2~3.8%에 이를 것으로 전망되며, 점포 유형, 유통채널, 플레이어와 관련하여 경쟁이 심화될 것으로 예상

- 기존 대형 브랜드들은 온라인 및 매장 운영을 통해 개혁을 계속해 나가고 있으며, 소비자는 더욱 많은 선택권을 갖게 될 것으로 예상

25) '2018 Top 100 Retailers', STORES(stores.org)

- 계속해서 온라인 또는 앱 기반 플레이어들이 등장하고 있으며, 소비자는 쇼핑 경험에 대한 기대치는 지속적으로 높아질 전망

### 3) 차(茶) 산업 유통구조

□ 차 산업 유통채널은 크게 점포 판매와 무점포 판매로 구분 가능하며, 대부분의 매출은 점포 판매에서 발생되고, 특히 현대적 식료품 소매점 매출 비중이 절반 이상을 차지

- 차는 2017년 기준 점포 판매 비중이 97.5%로 무점포 판매 비중보다 월등히 높으며, 점포 판매 매출은 2013년 97.7% 대비 2017년 97.5%로 0.2%포인트 가량 매우 소폭 하락
- 점포 판매 내에서는 식료품 소매점 판매 비중이 90.8%로, 현대적 식료품 소매점에서 53.8%, 전통적 식료품 소매점에서 37.1%로 조사됨
  - 현대적 식료품 판매점 내에서는 슈퍼마켓과 하이퍼마켓에서의 매출이 각각 27.2%, 22.5%로 가장 높은 것으로 조사되었는데, 슈퍼마켓의 매출액은 2013년 27.7% 대비 감소세, 하이퍼마켓에서의 매출은 2013년 22.0% 대비 증가세를 보임
  - 전통적 식료품 소매점 내, 기타 식료품 소매점에서의 매출이 34.3%를 기록하며, 슈퍼마켓이나 하이퍼마켓에서보다도 매출이 가장 큰 것을 확인
- 무점포 판매 비중은 점포 판매 비중 대비 현저히 낮으나, 자동판매기 및 인터넷 판매가 점점 증가세를 보이며 무점포 판매 매출이 증가세를 보임
  - 자동판매기 매출은 2013년 0.1% 대비 2017년 0.2%로 증가세, 인터넷 판매는 2013년 1.3% 대비 2017년 1.7%로 증가세를 나타냄

표 6.3 차 유통구조 및 점유율(2017년)



자료: Euromonitor International

#### 4) 세계 차 박람회(World Tea Expo)

##### □ 차 박람회는 차 관련 시장의 중요한 정보 유통 채널

- 라스베이거스 세계 차 박람회(World Tea Expo)는 매년 라스베이거스에서 개최되며, 전세계 차 업계 관계자들이 모여 차 산업의 최신 시장과 산업동향 분석, 아이템 창출, 신 바이어 개척, 제품 프로모션, 고부가가치 사업창출 등에 관한 정보를 공유
- 관련 정보는 [www.worldteaexpo.com](http://www.worldteaexpo.com)에서 확인 가능

**표 6.1 미국에서 개최되는 차(茶) 박람회**

무역쇼	웹사이트	설명	장소
World Tea Expo	<a href="http://www.worldteaexpo.com">www.worldteaexpo.com</a>	세계 차 박람회	라스베이거스

#### 5) 주요 브로커

미국 유통채널 브로커	한인마켓 브로커
JFC International The Sell Group ADW Advantage Sales & Marketing	Remond Grocery Corp. 삼진 글로벌넷 Jayone Foods, Inc.

자료: 현지조사원

## 2. 주요 유통채널별 세부 현황

### 1) 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓

#### ① Costco

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1983년 9월, 짐 시네갈(Jim Sinegal)과 제프리 브로트먼(Jeffrey Brotman)이 설립한 회원제 창고형 마켓 형태의 다국적 유통 기업체</li> <li>- 1993년 프라이스클럽(Price Club)과 합병해 프라이스코스트코(PriceCostco)가 탄생하였으며, 합병 후 회사 규모는 두 배 이상 커짐</li> <li>- 2001년 코스트코 온라인(Costco Online)을 개설하였고, 2014년 중국 상거래업체 알리바바를 통해 중국 시장에 진출</li> <li>- 2017년 기준 전 세계 9만여 명의 회원 보유</li> <li>- 매장별 평균 취급 제품 수 3,800종</li> <li>- 평균 매장 규모 145,000 평방피트(약 13,471 제곱미터)</li> <li>- 대량 포장 제품을 저가에 공급하는 특징이 있어 개인사업자 또는 대가족 소비패턴에 적합한 채널</li> </ul>		
	D-U-N-S® Number	10-339-1843	설립연도
본사 소재지	미국, 워싱턴(Washington) 주, 이사콴(Issaquah)	점포 수	전세계 746개(2017) 미국 내 518개(2017)
매출액	순매출 1,262억 US 달러(2017) (2016년 대비 9% 상승) 식품 매출액 931억 US 달러(2017)	직원 수	23만 1,000명(2017)
홈페이지	www.costco.com		
매장 전경			
	매장 입구		

자료: Costco 웹사이트(www.costco.com), 현지조사원, D&B Hoovers

#### ② Food 4 Less

기업 개요			
 Number	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1977년에 설립된 저가 마켓</li> <li>- 저소득층을 상대로 하는 마켓으로 LA에서는 주 고객이 히스패닉</li> <li>- 모기업: Kroger</li> </ul>		
	02-226-9986	설립연도	1977년
본사 소재지	미국, 오하이오(Ohio) 주, 신시내티(Cincinnati)	점포 수	3,902개(2017)
매출액	식품 매출액: 1,159억 달러(2017)	직원 수	-
홈페이지	www.food4less.com		
상세사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 저가 전략으로 서비스 비중을 낮춰 수익을 창출하는 사업구조</li> <li>- 'Zero Hunger and Zero Waste'를 기업 비전으로 정해 기업의 사회적 책임과 친환경 경영 이미지를 강조</li> </ul>		
매장 전경	 		

자료: 현지조사원, D&B Hoovers

### ③ Target

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 종합유통채널 대형 할인마트</li> <li>- 2017년 기준 소매업체 중 식료품 매출 8위</li> <li>- 2017년 기준 매장 판매 94.5%, 온라인 판매 5.5%를 기록</li> <li>- 젊고 감각적인 이미지를 포지셔닝하고 있음</li> <li>- Walmart가 식품 유통채널을 세분화하는 마케팅 전략으로 Walmart Supercenter를 분리한 것처럼 Target도 SuperTarget 사업 전개</li> <li>- 시장 특성에 따라 도시형 마트인 City Target과 편의점 형태인 Target Express로 브랜드 확장</li> </ul>		
D-U-N-S® Number	00-696-1700	설립연도	1902년
본사 소재지	미국, 미네소타(Minnesota) 주 미네아폴리(Minneapolis)	점포 수	1,822개(2018년 3월)
매출액	718억 7,900만 달러 중 식음료는 20%는 차지 (2017년)	직원 수	24만 5,000명(2018년 3월)
홈페이지	www.target.com		
매장 전경			
	매장 입구		

자료: 「Target 2017 Annual Report」, 현지조사원, D&B Hoovers

④ Trader Joe's

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1958년에 설립된 유기농 및 자사 브랜드로 된 OEM 제품이 많은 슈퍼마켓</li> <li>- 라이벌로 홀푸드마켓(Whole Foods Market)이 있으나 전체적으로 트레이더조스(Trader Joe's)가 더 저렴한 편</li> <li>- 'your neighborhood grocery store' 컨셉으로 소비자와 친숙한 이미지</li> <li>- 약 4,000개의 제품 취급</li> <li>- 질 좋은 자사 브랜드(Private Brand, PB) 제품 비중이 높으며 고객의 충성도가 높은 편</li> </ul>		
	D-U-N-S® Number	00-622-6666	설립연도
본사 소재지	미국, 캘리포니아(California) 주, 몬로비아(Monrovia)	점포 수	474개
매출액	약 13억 US 달러	직원 수	약 5,500명
홈페이지	www.traderjoes.com		
매장 전경			
	매장 입구		차 제품 진열대

자료: 현지조사원, D&B Hoovers

⑤ Vons

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1906년에 설립된 슈퍼마켓</li> <li>- 325개의 점포를 운영 중이며 대부분 남가주와 네바다주 남쪽에 위치</li> <li>- 온라인으로 제품 주문 및 픽업 서비스 제공</li> <li>- 모기업: Safeway(1997-2015) / Albertsons(2015-현재)</li> </ul>			
	D-U-N-S® Number	16-161-1827	설립연도	1906년
본사 소재지	미국, 캘리포니아(California) 주, 로스앤젤레스(LA)	점포 수	325개	
매출액	-	직원 수	-	
홈페이지	www.vons.com			
매장 전경				
	매장 입구		차 제품 진열대	

자료: 현지조사원, D&B Hoovers

⑥ Whole Foods Market

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 홀푸드마켓은 미국에서 유일하게 유기농 식품만을 전문적으로 판매하는 슈퍼마켓 체인점으로 가격도 비싼 편</li> <li>- 현재 미국과 캐나다 영국에 지점이 설립되어 있으며 체인점을 운영하고 있음</li> <li>- 기업 미션을 ‘고품질과 건강한 식품을 제공하여 소비자의 건강과 활기 증진’으로 정하고 인공첨가제와 복제동물을 원료로 하는 제품 판매를 금지함</li> <li>- 2017년 8월 28일 아마존에 인수합병됨</li> <li>- 온라인 주문 및 픽업 서비스 제공</li> </ul>		
	D-U-N-S® Number	09-373-5686	설립연도
본사 소재지	미국, 텍사스(Texas) 주, 오스틴(Austin)	점포 수	전세계 470개(2017년 9월) 미국 내 448개(2017년 9월)
매출액	연 160억 3,000만 달러 (2017년 9월)	직원 수	전세계 89,000명(2017년 9월)
홈페이지	www.wholefoodsmarket.com		
매장 전경			
	매장 입구		차 제품 진열대

자료: 「Whole Foods Market, Inc. Annual Report on Form 10-K For the Fiscal year Ended september 24 2017」, 현지조사원, D&B Hoovers

## 2) 한인 마켓

### ① 가주마켓(California Market)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1987년에 설립된 한인 슈퍼마켓</li> <li>- 캐나다 온타리오에 농장 1개 운영</li> </ul>		
D-U-N-S® Number	05-920-3932	설립연도	1987년
본사 소재지	미국, 캘리포니아(California) 주, 로스앤젤레스(LA)	점포 수	1개
매출액	33만 3,000 US 달러	직원 수	-
홈페이지	www.gajumarketplace.com		
매장 전경			
	매장 입구		차 제품 진열대

자료: 현지조사원, D&B Hoovers

② H Mart

기업 개요				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1982년에 창업한 한인 슈퍼마켓</li> <li>- 미국 내 점포 수가 64개로 한인마켓 중에서는 규모가 가장 큼 (동부에 더 많은 수의 점포가 있으나 서부로도 점포를 빠르게 확장하고 있음)</li> <li>- 온라인으로 주문 가능</li> <li>- 모기업: HanAhReum Group</li> </ul>			
	D-U-N-S® Number	-	설립연도	1982년
본사 소재지	미국, 뉴저지(New Jersey) 주, 린드허스트(Lyndhurst)	점포 수	미국 내 64개(2018년 10월)	
매출액	9억 600만 US 달러(2016년)	직원 수	2,500명(2014년)	
홈페이지	www.hmart.com			
매장 전경				
	매장 입구		차 제품 진열대	

자료: George Avalos, 'Korean supermarket readies new north', The Mercury News, 2018.3.1. 5:01pm updated, H Mart(www.hmart.com), 현지조사원, D&B Hoovers

③ 시온마켓(Zion Market)

기업 개요			
	- 6개의 점포를 운영 중인 한인마켓 - 모바일 앱으로 주간 상품 정보 및 쿠폰 제공		
D-U-N-S® Number	00-797-1706	설립연도	-
본사 소재지	미국, 캘리포니아(California) 주, 로스앤젤레스(LA)	점포 수	6개 (남가주 5개, 조지아 주 1개)
매출액	-	직원 수	65명
홈페이지	www.zionmarket.com		
매장 전경			
	매장 입구	차 제품 진열대	

자료: 현지조사원, D&B Hoovers

#### ④ 갤러리아 플라자(Galleria Plaza)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국 LA 한인타운에 위치한 종합쇼핑몰인 갤러리아 플라자는 쇼핑몰, 푸드코트, 한인마켓으로 구성되어 있음</li> <li>- 한국의 의류, 화장품, 식당 브랜드가 일부 입점해 있으며 대부분 개인사업자 매장</li> <li>- 한국인이 운영하는 미용실, 안경점, 이동통신 대리점이 위치한 복합공간</li> <li>- 갤러리아 플라자의 한인마트 브랜드만 버몬트 주에 별도로 운영 중</li> </ul>		
	D-U-N-S® Number	03-876-5538	설립연도
본사 소재지	미국, 캘리포니아(California) 주, 로스앤젤레스(L.A.)	점포 수	4개
매출액	830만 US 달러	직원 수	160명
홈페이지	www.galleriamarket.com		
매장 전경			
	매장 입구		차 제품 진열대

자료: 현지조사원, D&B Hoovers

### 3) 아시안 마켓

#### ① 99 Ranch Market

기업 개요			
	- 1984년에 창업한 대만계 슈퍼마켓으로 대만계 마켓 중에서 가장 규모가 큼 - 온라인으로 상품을 주문하여 상점에서 픽업할 수 있는 시스템 보유		
D-U-N-S® Number	14-740-1991	설립연도	1984년
본사 소재지	미국, 캘리포니아(California) 주, 부에나파크(Buena Park)	점포 수	51개(2018년 10월)
매출액	430만 US 달러	직원 수	97명
홈페이지	www.99ranch.com		
매장 전경			
	매장 입구		차 제품 진열대

자료: 99 Ranch Market(www.99ranch.com), 현지조사원, D&B Hoovers

## ② 마루카이 마켓(Marukai Market)

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1965년에 창업한 일본계 슈퍼마켓</li> <li>- 10개 지역에 12개의 점포가 있으며, 회원제 시스템도 운영</li> <li>- 식품, 건강제품, 화장품, 가구, 가전제품, 전자제품, 문구용품, 옷, 기모노, 도자기 등 수입제품을 판매</li> <li>- 온라인 쇼핑몰도 운영 중</li> </ul>		
	D-U-N-S® Number	09-080-2733	설립연도
본사 소재지	미국, 캘리포니아(California) 주, 가드너(Gardena)	점포 수	12개
매출액	11만 7,000 US 달러	직원 수	780명(2018년 3월)
홈페이지	<a href="http://www.marukai.com">www.marukai.com</a> <a href="http://www.marukaicorp.com">www.marukaicorp.com</a>		
매장 전경			
	매장 입구		차 제품 진열대

자료: Marukai([www.marukaicorp.com](http://www.marukaicorp.com)), 현지조사원, D&B Hoovers

### ③ Seafood City

기업 개요			
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1989년에 설립된 필리핀계 슈퍼마켓</li> <li>- 월-금까지 요일별 할인 또는 보너스 서비스 제공</li> </ul>		
D-U-N-S® Number	62-067-0836	설립연도	1989년
본사 소재지	미국, 캘리포니아(California) 주, 내셔널시티(National City)	점포 수	27개
매출액	1,030만 US 달러	직원 수	91명
홈페이지	www.seafoodcity.com		
매장 전경			
	매장 입구	차 제품 진열대	

자료: Seafood City(www.seafoodcity.com), 현지조사원, D&B Hoovers

## [ 참고 문헌 ]

### ■ 참고 자료

1. 「Country Insight Snapshot United States of America June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.6.22
2. 「TEA IN THE USA」, Euromonitor International, 2018.2.
3. 「SOFT DRINKS IN THE USA」, Euromonitor International, 2018.2.
4. 「Target 2017 Annual Report」, Euromonitor International, 2018.2.
5. 「Whole Foods Market, Inc. Annual Report on Form 10-K For the Fiscal year Ended september 24 2017」

### ■ 참고 사이트

1. 윤정원, '엘 에리언 “美경제, 최소 2년간 전망은 좋다”', 연합뉴스포맥스, 2018.10.10 09:11:22 (news.einfomax.co.kr)
2. 서필훈, '스페셜티 커피가 일으킨 제3의 물결', 시사저널, 2016.4.7 19:12:58 (www.sisajournal.com)
3. 'Tips for New Importers and Exporters', US CBP, 2018.1.8 (www.cbp.gov)
4. 'Global Matcha Market, 2025', PR Newswire, 2017.10.25. 14:00 (www.prnewswire.com)
5. '2018 retail, wholesale and distribution industry trends outlook', Deloitte (www2.deloitte.com)
6. 윤선용, '美, 음료시장 '건강' 트렌드 소비 양극화, 식품외식경제, 2018.4.30. 09:27 (www.foodbank.co.kr)
7. 'STORES TOP RETAILERS 2018', Kantar Consulting (stores.org)
8. George Avalos, 'Korean supermarket readies new north', The Mercury News, 2018.3.1. 5:01pm updated
9. 관세법령정보포털 3.0(unipass.customs.go.kr)
10. 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)
11. 미국 관세청(www.usit.gov)
12. International Trade Center(www.trademap.org)
13. 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)
14. 관세청중합솔루션 YES FTA(www.customs.go.kr)
15. 미국 차(茶) 협회 (www.teausa.com)
16. 한국품질보증원 (www.nqa.com), Biz Care(biz-care.kr)
17. 미국 식약청 (www.fda.org)
18. 아마존 (www.amazon.com)
19. 유니레버 (www.unilever.com)
20. RC Bigelow (www.bigelowtea.com)
21. R. Twining (www.twiningusa.com)
22. Yogi Tea (www.yogitea.com)
23. World Tea Expo (www.worldteaexpo.com)
24. Costco (www.costco.com)
25. Food 4 Less (www.food4less.com)
26. Target (www.tartet.com)

27. Trader Joe's ([www.traderjoes.com](http://www.traderjoes.com))
28. Vons ([www.vons.com](http://www.vons.com))
29. Whole Foods Market ([www.wholefoodsmarket.com](http://www.wholefoodsmarket.com))
30. 가주마켓 ([www.gajumarketplace.com](http://www.gajumarketplace.com))
31. H mart ([www.hmart.com](http://www.hmart.com))
32. 시온마켓 ([www.zionmarket.com](http://www.zionmarket.com))
33. 갤러리아 플라자 ([www.galleriamarket.com](http://www.galleriamarket.com))
34. 99 Ranch Market ([www.99ranch.com](http://www.99ranch.com))
35. 마루카이 마켓 ([www.marukai.com](http://www.marukai.com))
36. Seafood City ([www.seafoodcity.com](http://www.seafoodcity.com))

## 2018 농식품 해외시장 맞춤형조사

No: 1806-02

품목: 차류(Teas)

국가: 미국(USA)

---

보고서 기획 및 작성  
- 한국농수산물유통공사

---

발행일 2018  
발행처 한국농수산물유통공사 수출정보부  
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227  
02-6300-1119 <http://www.kati.net>  
자료문의 aT수출정보실  
02-6300-1119

- 본 자료는 한국농수산물유통공사 농식품수출정보 사이트 [www.kati.net](http://www.kati.net)에서 보실 수 있습니다.
- 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산물유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.
- 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전제, 복사는 법에 저촉됩니다.