한국농수산식품유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

# 2018 농식품 해외시장 맞춤조사

No: 1806-11

품목: 고추장(Hot pepper paste)

국가: 미국(USA)

# Contents

Ⅰ. 국가 정보 및 시장통계 ····· 4

1. 수출환경 및 경제지표 ····· 6

2. 소스·드레싱·조미료 산업 현황 ····· 10

3. 핫소스 산업 현황 ····· 14

4. 수출입통계 및 생산통계 ····· 15

II. 시장 트렌드 ····· 22

1. 소비자 트렌드 ····· 24

2. 핫소스 시장 트렌드 ····· 25

3. 고추장 시장 트렌드 ····· 27

III. 통관 및 제도 ····· 29

1. 통관 및 검역 ····· 32

2. 인증정보 ····· 37

3. 라벨링 ····· 38

4. 위생요건 ····· 43

IV. 경쟁제품 ····· 44
1. 경쟁제품 선정 기준 ····· 46
2. 경쟁제품 분석 ····· 47

V. 경쟁사 ····· 61
1. 경쟁사 선정 기준 ····· 62
2. 경쟁사 현황 분석 ····· 63

VI. 유통채널 현황 ····· 66
1. 유통채널 개황 ····· 68
2. 주요 유통채널별 세부 현황 ····· 71

# I. 국가 정보 및 시장통계

1. 수출환경 및 경제지표
2. 소스·드레싱·조미료 산업 현황
3. 핫소스 산업 현황
4. 수출입통계 및 생산통계

## 국가 개요

넓은 영토와 풍부한 물적 및 인적 자본의 이점을 활용하여 세계 경제를 주도하는 가장 부유한 국가로 성장. 현재, 기술 및 항공산업과 같은 혁신산업 분야에서 강점을 확보하고 있어 경제적 전망이 매우 긍정적이며, 태평양과 대서양 사이에 위치함으로써 지리적 이점도 보유.

미국의 화폐 달러화(USD)는 국제무역시장에서 가장 안정적이고 신뢰성 높은 화폐로 인정되어 국제 표준 화폐로 통용 중. 또한, 경제활동에 대한 정부의 시장 개입이 거의 없는 자유시장경제 체제를 채택하고 있으며, 소비지향적 특성이 강한 내수 중심의 경제구조임. 이러한 경제적 특성은 GDP 대비 가계소비 비중이 68%라는 것을 통해 확인 가능.

지난 15년 동안의 복지지출 증가와 중산층의 실임금 하락에도 불구하고 미국 경제는 지속적으로 성장. 그러나, 8,000억-2조 2,000억 달러에 달하는 재원 없는 연금부채와 GDP 대비 102% 수준의 개인 부채는 국가 경제성장을 저해하는 주요 요인으로 꼽힘. 또한, 금융서비스산업에 대한 적절한 규제의 부재는 미국에서 시작되어 전세계로 확산된 2008-2009년 글로벌 금융위기의 원인이기도 하였음.

### 주요 정보

- ▶ 국명: 미합중국(United States of America)
- ▶ 수도: 워싱턴 D.C
- ▶ 대통령: 도널드 트럼프(Donald Trump) (2017.1.20.-(4년 임기))
- ▶ 인구:
  - 3억 2,500만 명(2017)
- ▶ 면적: 9,826,675km$^2$(세계 4위)
  - 북부와 남부가 각각 캐나다, 멕시코와 국경을 마주함
  - 서부는 태평양, 동부는 대서양과 접하고 있음
- ▶ 주요어: 영어, 스페인어
- ▶ 주요 도시: 뉴욕, 샌프란시스코, 휴스턴, 애틀란타, 시카고 등
- ▶ 1인당 국민소득: 61,735 US 달러(2017)
- ▶ GDP: 191,640억 US 달러(2017)
- ▶ 1인당 GDP: 59,063 US 달러(2017)
- ▶ 경제성장률: 2.3%(2017)
- ▶ 화폐단위: US 달러(USD)
- ▶ 인터넷 보급률: 76.2%(2017)
- ▶ 문맹률: 0.01%
- ▶ 기대수명: 79.2세

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

# 1. 수출환경 및 경제지표

## □ 국가 위험등급 및 전망[1)]

| 등급 | 등급전망 |
|---|---|
| DB2 | 안정적 |

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

## □ 주요 전망

| 구 분 | 세 부 내 용 |
|---|---|
| 긍정적 | - 풍부한 인적자원과 소비시장 규모는 내수경제의 안정화에 기여<br>- 미달러 화폐의 가치 상승은 미국 경제 성장을 견인할 주요 요인<br>- 기업세(corporate tax) 삭감으로 인한 기업들의 경제활동 활성화가 기대됨 |
| 부정적 | - 보호무역정책 강화로 국가 간 무역 관계에 긴장감을 재점화함. 다자주의 무역 원칙를 고수함으로 인해 연쇄적인 갈등이 발생할 가능성이 높음<br>- 자산 가치의 변동성이 큰 편으로 실물경제에 대한 전망은 비관적임 |

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 측정한 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

o 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

o 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

o 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

o 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

o 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

o 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[2]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 |
|---|---|
| 위 험 | **글로벌 투자 유치 기조 하락**<br>▸ 정책 입안과정에서 민주당과 공화당 간 소모적 대립을 반복하는 경향이 있으며, 이는 글로벌 투자유치에도 걸림돌로 작용<br>• 미국 정부 주도의 북미자유무역협정(NAFTA) 재협상은 전 세계적으로 경제 협력 관계의 불안정성을 증폭시키는 기조를 형성<br><br>**소득의 양극화 심화**<br>▸ 중간 소득 하락 현상과 더불어 소득 불균형 심화는 가구 소비에 악영향을 미칠 것으로 전망<br><br>**정부의 보호무역정책 강화**<br>▸ 미국의 관세 정책이 완화될 것이라는 낙관적인 전망과는 반대로 미국 정부의 새로운 보호무역 강화 정책으로 국가 간 무역거래의 긴장 및 갈등이 촉발됨<br>• 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<br>• 또한, EU 외에도 캐나다, 멕시코 등의 주변국, 인도 등과도 추가 관세 부과로 인한 무역 분쟁 발생<br>• 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 |

2) "putting American workers and businesses first"

| | |
|---|---|
| 기회 | **미국의 경제 성장은 당분간 지속될 전망[3)]**<br>▶ 2018년 경제 성장요인은 숙련된 인적자원과 소비 활성화, 그리고 기업세(corporate tax) 삭감으로 인한 기업들의 투자 활성화로 분석됨<br>• 미국 경제는 안정기에 접어들었으며 역사상 두 번째로 긴 장기적인 경기 팽창을 기록하고 있음<br>• 세계 주요 통화의 화폐 가치가 하락하는 추세에도 불구하고 미달러 가치는 점진적인 상승세에 있음<br>• 기업세(corporate tax) 개혁이 기업들의 경제 활동을 촉진함으로써 단기 경제 성장을 견인함<br><br>**자본력과 혁신기술, 노동시장의 유연성이 미국의 장기적인 경제성장을 견인**<br>▶ 미국 경제는 2017-2021년 연평균 2.0-2.5%의 성장률을 기록할 것으로 전망<br>• 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 |

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"', 연합인포맥스, 2018.10.10. 09:11:22 (news.einfomax.co.kr)

## 2. 소스·드레싱·조미료 산업 현황

□ 소스·드레싱·조미료의 소매 판매량 및 판매액은 2017년 기준 248억 달러, 390만 톤을 기록

o 2017년 기준 소스·드레싱·조미료의 판매량 및 판매액 성장률은 각각 1%와 2%로 2013-17년 연평균 성장률과 유사한 수치를 나타냄

o 소비자들이 새롭고 독특한 향을 추구함에 따라 2016년과 2017년 허브와 향신료의 판매량이 크게 증가

o 대표적인 아시아 소스인 간장의 2017년 판매액은 8억 6,600만 달러로 전년 대비 5%의 성장을 기록하였으며 간장의 판매량 및 판매액은 매년 증가하는 추세

o 리키드 스톡 및 폰드의 2017년 판매량 및 판매액은 전년 대비 1% 감소한 3%의 성장률을 기록

o 테이블 소스 중 칠리 소스의 2017년 판매액은 721억 달러로 5%의 높은 성장률을 기록

o 머스타드의 판매액과 판매량은 4억 4,200만 달러와 5,110만 톤을 기록하여 전년 대비 각각 2%, 1% 감소

o 요리 소스의 판매액과 판매량은 7억 2,300만 달러와 1억 1,400만 톤으로 각각 2%, 3% 감소

o 2017년 평균 단가는 전년 대비 1% 증가

o 2022년 소스·드레싱·조미료의 판매 규모는 2017년 고정가 기준 1% 증가한 266억 달러, 410만 톤에 달할 것으로 전망

표 1.2 미국 소스·드레싱·조미료의 소매 판매액 추이(2013-17년)

(단위: 백만 달러, %)

| 구분 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 점유율(%) (2017) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 요리 재료 | 7,262 | 7,447 | 7,658 | 7,981 | 8,204 | 33.1 |
| - 부용 | 1,462 | 1,509 | 1,532 | 1,583 | 1,619 | 19.7 |
| • 그레이비 큐브 및 파우더 | 288 | 288 | 289 | 292 | 296 | 1.2 |
| • 리키드 스톡 및 폰드 | 918 | 963 | 977 | 1,014 | 1,041 | 4.2 |
| • 스톡 큐브 및 파우더 | 256 | 259 | 266 | 278 | 281 | 1.1 |
| - 건조 소스 | 78 | 80 | 80 | 81 | 79 | 0.3 |
| - 허브 및 향신료 | 2,708 | 2,795 | 2,928 | 3,136 | 3,292 | 13.3 |
| - 글루탐산나트륨 | - | - | - | - | - | - |
| - 파스타 소스 | 2,307 | 2,345 | 2,385 | 2,442 | 2,493 | 10.0 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| - 요리용 소스 | 707 | 718 | 733 | 739 | 722 | 2.9 |
| 소스 | 3,239 | 3,414 | 3.570 | 3,604 | 3,651 | 14.7 |
| 절임 제품 | 2,301 | 2,328 | 2,377 | 2,408 | 2,457 | 9.9 |
| 테이블 소스 | 8,435 | 8,486 | 8,595 | 8,807 | 8,904 | 35.9 |
| - 바비큐 소스 | 681 | 697 | 731 | 766 | 789 | 3.2 |
| - 생선 소스 | - | - | - | - | - | - |
| - 케찹 | 802 | 803 | 830 | 828 | 829 | 3.3 |
| - 마요네즈 | 1,876 | 1,826 | 1,807 | 1,826 | 1,798 | 7.2 |
| - 머스타드 | 442 | 442 | 451 | 451 | 442 | 1.8 |
| - 굴소스 | - | - | - | - | - | - |
| - 샐러드 드레싱 | 2,597 | 2,612 | 2,621 | 2,663 | 2,676 | 10.8 |
| - 간장 | 723 | 755 | 767 | 822 | 866 | 3.5 |
| - 칠리 소스 | 568 | 617 | 647 | 686 | 721 | 2.9 |
| - 기타 테이블 소스 | 746 | 733 | 742 | 765 | 783 | 3.2 |
| 토마토 페이스트 및 퓨레 | 614 | 615 | 614 | 614 | 613 | 2.5 |
| 기타 소스·드레싱·조미료 | 920 | 940 | 942 | 965 | 987 | 4.0 |
| 합계 | 22,771 | 23,230 | 23,756 | 24,379 | 24,816 | 100 |

자료: 「SAUCES, DRESSINGS AND CONDIMENTS IN THE USA」, Euromonitor International, 2017.11.

## 표 1.3 미국 소스·드레싱·조미료의 소매 판매량 추이(2013-17년)

(단위: 천 톤, %)

| 구분 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 점유율(%) (2017) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 요리 재료 | 1,348 | 1,377 | 1,381 | 1,404 | 1,420 | 36.5 |
| - 부용 | 391 | 416 | 436 | 453 | 466 | 12.0 |
| • 그레이비 큐브 및 파우더 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 0.3 |
| • 리키드 스톡 및 폰드 | 368 | 393 | 413 | 430 | 443 | 11.4 |
| • 스톡 큐브 및 파우더 | 10 | 11 | 11 | 11 | 11 | 0.3 |
| - 건조 소스 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 0.1 |
| - 허브 및 향신료 | 52 | 53 | 54 | 56 | 58 | 1.5 |
| - 글루탐산나트륨 | - | - | - | - | - | - |
| - 파스타 소스 | 781 | 786 | 771 | 776 | 780 | 20.0 |
| - 요리용 소스 | 123 | 121 | 119 | 117 | 114 | 2.9 |
| 소스 | 449 | 462 | 476 | 478 | 482 | 12.4 |
| 절임 제품 | 379 | 379 | 379 | 386 | 388 | 10.0 |
| 테이블 소스 | 1,395 | 1,391 | 1,378 | 1,395 | 1,398 | 35.9 |
| - 바비큐 소스 | 199 | 198 | 197 | 200 | 203 | 5.2 |
| - 생선 소스 | - | - | - | - | - | - |
| - 케찹 | 219 | 213 | 207 | 207 | 206 | 5.3 |
| - 마요네즈 | 288 | 285 | 277 | 279 | 276 | 7.1 |
| - 머스타드 | 53 | 52 | 52 | 52 | 51 | 1.3 |
| - 굴소스 | - | - | - | - | - | - |
| - 샐러드 드레싱 | 420 | 424 | 422 | 425 | 421 | 10.8 |
| - 간장 | 82 | 85 | 86 | 92 | 97 | 2.5 |
| - 칠리 소스 | 58 | 62 | 63 | 66 | 68 | 1.7 |
| - 기타 테이블 소스 | 77 | 74 | 75 | 75 | 76 | 2.0 |
| 토마토 페이스트 및 퓨레 | 179 | 177 | 173 | 173 | 174 | 4.5 |
| 기타 소스·드레싱·조미료 | 33 | 33 | 32 | 31 | 31 | 0.8 |
| 합계 | 3,783 | 3,819 | 3,819 | 3,867 | 3,893 | 100 |

자료: 「SAUCES, DRESSINGS AND CONDIMENTS IN THE USA」, Euromonitor International, 2017.11.

□ 2017년 기준 유형별 요리 소스 판매 비중은 그레이비가 32.1%로 가장 높고, 멕시칸 17.0%, 인디안 4.8% 순

o 그레이비의 판매 비중은 점차 증가하는 추세이며, 인디안과 멕시칸은 정체되는 양상이 나타남

표 1.4 유형별 요리 소스 판매 비중(2013-17년)

(단위: %)

| 소스 유형 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|---|---|---|---|---|
| 그레이비 | 31.8 | 31.7 | 31.8 | 32.0 | 32.1 |
| 인디안 | 4.8 | 4.8 | 4.7 | 4.8 | 4.8 |
| 멕시칸 | 16.9 | 16.9 | 16.8 | 16.9 | 17.0 |
| 기타 | 46.6 | 46.6 | 46.7 | 46.3 | 46.1 |
| 합계 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

자료: 「SAUCES, DRESSINGS AND CONDIMENTS IN THE USA」, Euromonitor International, 2017.11.

□ 소매가 기준 NBO(Nataional Brand Owner) 소스·드레싱·조미료 점유율 1위 기업은 크레프트하인즈社(Kraft Heinz Co)로 2017년 기준 10.9%를 차지하였으나, 전년 대비 4%p 감소하였으며, 주요 상위 10개사의 시장점유율이 일정하게 유지하는 경향을 나타냄

o 크레프트하인즈(Kraft Heinz)의 매출은 2017년 전년 대비 2% 감소한 27억 달러를 기록

o 그 뒤를 이어 맥코믹社(McCormick & Co Inc)가 7.6%, 프리토레이社(Frito-Lay Co)가 5.9%를 차지하며 각각 2, 3위를 기록

□ 소매가 기준 LBN(Local Brand Name) 소스·드레싱·조미료의 브랜드 점유율에서 McCormick & Co Inc의 McCormick과 Kraft Heinz Co의 Heinz가 각각 6.2%, 3.0%를 기록하며 시장을 주도

o 그 뒤를 이어 Frito-Lay Co의 Tostitos와 Kraft Heinz Co의 Kraft가 각각 브랜드 점유율 2.9%, 2.8%를 차지

o 2017년 7월 맥코믹(McCormick & Co)는 레킷 벤카이저(Reckitt Benckiser)의 식품 사업을

42억 달러에 인수하여 프렌치(French)의 머스타드와 프랭크스 레드 핫 소스(Frank's Red Hot sauces)를 향신료와 양념 목록에 추가

- 맥코믹(McCormick)은 레킷 벤카이저(Reckitt Benckise)의 식품 사업을 인수함으로써, 여타 제품 카테고리를 확장하고 건조 허브 및 향신료의 성공을 십분 활용하고자 시도함

표 1.5 소매가 기준 NBO(National Brand Owner) 소스·드레싱·조미료 기업 점유율(2014-17년)

(단위: %)

| 기업명 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|---|---|---|---|---|
| Kraft Heinz Co | - | - | 11.7 | 11.3 | 10.9 |
| McCormick & Co Inc | 7.6 | 7.6 | 7.6 | 7.6 | 7.6 |
| Frito-Lay Co | 5.8 | 6.0 | 6.2 | 6.1 | 5.9 |
| Campbell Soup Co | 4.8 | 5.1 | 5.1 | 5.2 | 5.3 |
| Unilever United States Inc | 7.7 | 4.3 | 4.2 | 4.3 | 4.3 |
| Mizkan America Inc | - | 3.1 | 3.0 | 2.9 | 2.9 |
| HV Food Products Inc | 2.9 | 2.8 | 2.8 | 2.8 | 2.8 |
| Pinnacle Foods Inc | 2.6 | 2.6 | 2.5 | 2.4 | 2.4 |
| ConAgra Brands Inc | - | - | - | 2.4 | 2.3 |
| B & G Foods Inc | 0.9 | 0.9 | 0.9 | 1.8 | 1.8 |
| Private Label | 14.6 | 14.4 | 14.1 | 14.1 | 14.2 |
| Others | 53.1 | 53.2 | 41.9 | 39.1 | 39.6 |
| 합계 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

자료: 「SAUCES, DRESSINGS AND CONDIMENTS IN THE USA」, Euromonitor International, 2017.11.

표 1.6 소매가 기준 LBN(Local Brand Name) 소스·드레싱·조미료 브랜드 점유율(2014-17년)

(단위: %)

| 브랜드명 | 기업명 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|---|---|---|---|---|
| McCormick | McCormick & Co Inc | 6.1 | 6.2 | 6.2 | 6.2 |
| Heinz | Kraft Heinz Co | - | 3.0 | 3.0 | 3.0 |
| Tostitos(PepsiCo Inc) | Frito-Lay Co | 2.8 | 2.9 | 2.8 | 2.9 |
| Kraft | Kraft Heinz Co | - | 3.2 | 3.0 | 2.8 |
| Hidden Valley(The Clorox Co) | HV Food Products Inc | 2.6 | 2.6 | 2.6 | 2.7 |
| Hellmann's(Unilever Group) | Unilever United States Inc | 2.6 | 2.5 | 2.6 | 2.6 |
| Ragú(Mizkan Group Corp) | Mizkan America Inc | 2.4 | 2.3 | 2.3 | 2.3 |
| Sabra(Strauss Group Ltd) | Frito-Lay Co | 2.4 | 2.5 | 2.3 | 2.1 |
| Prego | Campbell Soup Co | 2.0 | 2.0 | 2.0 | 2.1 |
| Swanson | Campbell Soup Co | 1.8 | 1.8 | 1.9 | 1.9 |
| Private label | Private Label | 14.4 | 14.1 | 14.1 | 14.2 |
| Others | Others | 62.9 | 56.9 | 57.2 | 57.2 |
| 합계 | 합계 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

자료: 「SAUCES, DRESSINGS AND CONDIMENTS IN THE USA」, Euromonitor International, 2017.11.

## 3. 핫소스 산업 현황

□ 2017년 미국 핫소스 매출액은 약 14억 달러이며, 지난 5년간 연평균 성장률 2%를 기록

o 2000년대 초에는 큰 증가폭을 보였으나, 최근 5년 동안에는 완만한 성장세를 보임

o 향후 5년간 미국 핫소스 생산액의 연평균 성장률은 3.8%로 2022년에는 약 17억 달러에 규모에 이를 것으로 전망

□ 2017년 미국 핫소스 수출액은 1억 4,650만 달러를 기록

o 핫소스의 내수 시장은 다소 포화상태에 있으며, 수출이 최근 5년간 업계의 매출 성장에 기여

□ 미국 핫소스 시장에서 주요 생산업체로는 오리지널 타바스코의 생산기업인 McIhenny Company社가 17.1%의 시장점유율을 점령하며 1위를 차지

o 그 뒤를 이어, Reckitt Benckiser社가 11.3%로 2위, Huy Fong Foods가 8%를 점유하며 3위를 차지

o 이 3대 메이저 플레이어가 전체 시장점유율 36.4%를 차지하며 시장을 선도[4)]

4) 「Hot Sauce Production in the US – US Industry Market Research Report」, 2018.8.

# 4. 수출입통계 및 생산통계

## 수출입통계 및 생산통계 개요

### ❖ HS Code 2103.90 및 고추장 관련 주요 수치

- HS Code 2103.90의 글로벌 수입 규모 약 89억 7,900만 달러(2017)
- HS Code 2103.90의미국 수입 규모 약 9억 9,800만 달러(글로벌 비중 11.1%), 세계 1위(2017)
- HS Code 2103.90의미국 수입 시장점유율 1위 일본(40.2%), 2위 중국(23.1%), 3위 캐나다(11.4%) 순(2017)
- 한국산 고추장 수출량은 약 5만 3,100톤, 수출액은 10억 5,100만 달러(2017)
- 미국 칠리소스 시장 규모 약 6만 8,000톤, 7억 2,100만 달러(2017)

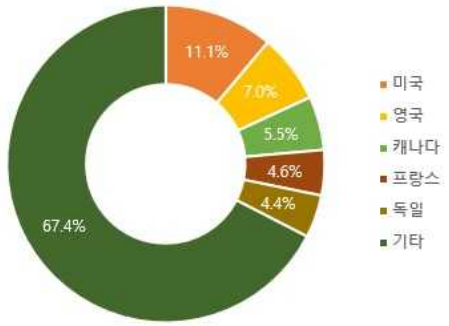
### ❖ 고추장의 국가별 HS CODE 분류

| 국가 | HS CODE | 품명 |
|---|---|---|
| 한국 | 2103.90.1030 | 고추장 |
| 미국 | 2103.90.9091 | 기타<br>(소스와 소스용 조제품, 혼합 조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자 中 간장, 토마토 케찹, 토마토 소스, 겨자의 고운 가루·거친가루와 조제한 겨자 제외 –<br>어류 소스, 효모추출물의 비알코올성 조제품 소스, 혼합 조미료 등 제외 –<br>마요네즈, 기타 샐러드 드레싱, 토마토 기반 소스 제외) |

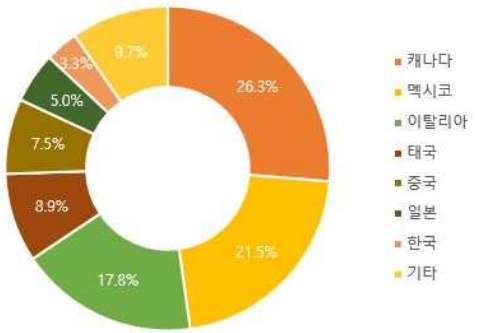
### ❖ HS Code 2103.90의 글로벌 수입 규모(2017년)

| 수입국 | | 2017<br>금액(천 US 달러) |
|---|---|---|
| 글로벌 | | 8,978,734 |
| 1 | 미국 | 998,044 |
| 2 | 영국 | 629,020 |
| 3 | 캐나다 | 490,780 |
| 4 | 프랑스 | 414,140 |
| 5 | 독일 | 391,604 |

### ❖ HS Code 2103.90의 글로벌 수입 비중(2017년)




### ❖ HS Code 2103.90의 국가별 미국 수입 시장점유율(2017년)




### ❖ 미국 칠리소스 시장 규모 추이 (2013-17년)

## 1) 통계분석 기준 설정

□ 핫소스 및 고추장 통계 기준 설정

o 핫소스가 속한 소스류의 글로벌 및 미국 수입 통계 및 한국산 고추장의 수출 통계를 확인하기 위해 HS CODE를 통계 기준으로 설정하고[5], 미국 칠리소스 시장 규모를 파악하기 위해 유로모니터 통계자료를 활용

□ 고추장의 HS Code[6]는 한국 2103.90.1030 글로벌은 2103.90, 미국은 2103.90.9091

o 핫소스가 속한 소스류의 글로벌 및 미국 수입 규모 파악을 위해 HS CODE 2103.90, 한국산 고추장 수출 규모를 파악하기 위해서 HS CODE 2103.90.1030을 통계 기준으로 설정

o 미국의 고추장 세번 체계에서 고추장은 고추 및 기타 물품을 가공하여 만든 소스에 해당되므로, 기타 소스류에 해당하는 2103.90.9091에 분류

- 핫소스, 칠리소스도 HS Code 2103.90.9091에 해당

표 1.6 핫소스 및 고추장 관련 항목별 통계 기준 설정

| 조사 항목 | 통계 기준 | | | |
|---|---|---|---|---|
| 글로벌 수입 통계 | HS CODE | 2103.90 | 품명 | 기타 (소스와 소스용 조제품, 혼합 조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자 中 간장, 토마토 케찹, 토마토 소스, 겨자의 고운 가루·거친가루와 조제한 겨자 제외) |
| 미국 수입 통계 | | 2103.90.9091 | | 기타 (어류 소스, 효모추출물의 비알코올성 조제품 소스, 혼합 조미료 등 제외 - 마요네즈, 기타 샐러드 드레싱, 토마토 기반 소스 제외) |
| 한국산 수출 통계 | | 2103.90.1030 | | 고추장 |
| 미국 시장 규모 | 품명 | 칠리소스(Chilli Sauce) | | |

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

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

## 표 1.7 고추장의 국가별 HS CODE 분류

| 국가 | HS CODE | 품명 |
|---|---|---|
| 한국 | 2103 | 소스와 소스용 조제품, 혼합 조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자 |
| | 2103.90 | 기타 (간장, 토마토 케찹, 토마토 소스, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자 제외) |
| | 2103.90.10 | 장류 |
| | 2103.90.1030 | 고추장 |
| 미국 | 2103 | 소스와 소스용 조제품, 혼합 조미료, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자 |
| | 2103.90 | 기타 (간장, 토마토 케찹, 토마토 소스, 겨자의 고운 가루·거친 가루와 조제한 겨자 제외) |
| | 2103.90.90 | 기타 (어류 소스, 효모추출물의 비알코올성 조제품 소스, 혼합 조미료 등 제외) |
| | 2103.90.9091 | 기타 (마요네즈, 기타 샐러드 드레싱, 토마토 기반 소스 제외) |

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 | https://unipass.customs.go.kr/clip/index.do |
| | 세계 HS 정보시스템 | http://www.customs.go.kr/kcshome/getBuRyuList.po |
| | 미국 관세청 | https://www.usitc.gov/tata/hts/bychapter/index.htm |

## 2) HS Code 2013.90의 글로벌 수입 통계(통계기준: HS CODE 2103.90)

□ HS Code 2103.90의 2017년 글로벌 수입 규모는 약 89억 7,900만 달러로 2015-17년 연평균 성장률 5.7%를 기록

o 미국은 HS Code 2103.90의 2017년 기준 글로벌 수입 규모 1위 국가로 약 9억 9,800만 달러를 수입하며 11.1%의 비중을 차지하였고, 2015-17년 연평균 성장률은 7.2%임

o 그 뒤를 이어 영국(4.0%), 캐나다(5.5%), 프랑스(4.6%), 독일(4.4%)의 순

o 상위 5위 수입국 중 2015-17년 연평균 성장률이 가장 높은 국가는 미국(7.2%)

o 한국은 수입 규모 11위로, 2015-17년 연평균 성장률은 4.0%임

표 1.9 HS Code 2103.90의 글로벌 수입 규모 추이(2015-17년)

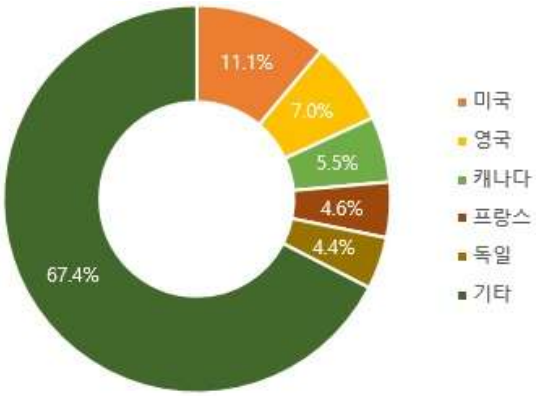
(단위: 천 US 달러, %)

| 수입국 | | 2015 | 2016 | 2017 | 2015-17 |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 금액 | 금액 | 금액 | 연평균 성장률[7] |
| 글로벌 | | 8,040,679 | 8,345,276 | 8,978,734 | 5.7 |
| 1 | 미국 | 868,983 | 945,220 | 998,044 | 7.2 |
| 2 | 영국 | 581,065 | 584,214 | 629,020 | 4.0 |
| 3 | 캐나다 | 457,989 | 464,676 | 490,780 | 5.5 |
| 4 | 프랑스 | 378,670 | 397,391 | 414,140 | 4.6 |
| 5 | 독일 | 359,166 | 372,967 | 391,604 | 4.4 |
| 11 | 한국 | 176,356 | 178,044 | 190,659 | 4.0 |

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

표 1.10 HS Code 2103.90의 글로벌 수입 비중(2017년)

(단위: %)




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

7) 연평균 성장률=(최신/최초연도)^(1/n-1개년)-1

### 3) HS Code 2103.90의 미국 수입 통계(통계기준: HS CODE 2103.90)

□ HS Code 2103.90의 2017년 미국 수입 시장점유율 1위는 캐나다로 26.3% 차지

o 2017년 미국의 HS Code 2103.90 수입액은 약 9억 9,800만 달러로, 전년 대비 약 5.6% 증가

o 2017년 기준, HS Code 2103.90의 미국 수입 시장점유율 1위는 26.3%를 차지한 캐나다로, 캐나다로부터의 수입액은 약 2억 3,200만 달러에 달함

- 그 뒤를 이어 멕시코로부터 약 1억 9,000만 달러, 이탈리아로부터 약 1억 5,700만 달러를 수입하여, 시장점유율은 각각 21.5%와 17.8%를 기록

o 2017년 기준 한국으로부터는 약 2,900만 달러를 수입하였고, 시장점유율은 3.3%를 차지하며 7위를 차지

표 1.11 HS Code 2103.90의 미국 수입 규모 추이(2015-17년)

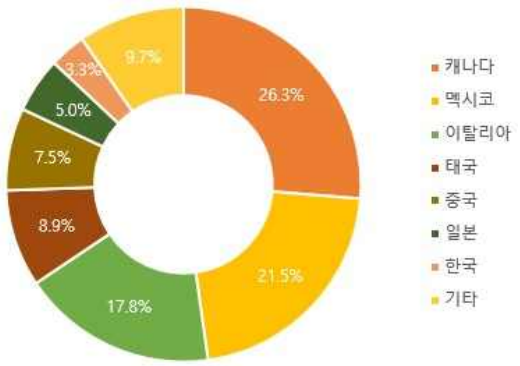
(단위: 천 US 달러, %)

| 수입상대국 | | 2015 | 2016 | 2017 | 2017년 |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 금액 | 금액 | 금액 | 시장점유율 |
| 글로벌 | | 868,983 | 945,220 | 998,044 | - |
| 1 | 캐나다 | 192,060 | 213,884 | 232,833 | 26.3 |
| 2 | 멕시코 | 162,886 | 182,098 | 190,316 | 21.5 |
| 3 | 이탈리아 | 139,937 | 151,304 | 157,746 | 17.8 |
| 4 | 태국 | 77,617 | 73,982 | 78,472 | 8.9 |
| 5 | 중국 | 47,873 | 52,608 | 66,368 | 7.5 |
| 6 | 일본 | 36,969 | 43,335 | 44,616 | 5.0 |
| 7 | 한국 | 22,830 | 29,170 | 29,342 | 3.3 |

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

표 1.12 HS Code 2103.90의 국가별 미국 수입 시장점유율(2017년)

(단위: %)




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

### 4) 한국산 고추장의 수출 통계(통계기준: HS CODE 2103.90.1030)

□ 한국산 고추장의 글로벌 수출 규모는 2017년 수출량 약 1,471톤으로 전년 대비 5.0% 증가하며 최고치를 기록하였으며, 수출액은 약 3,197만 달러로 전년 대비 2.0% 증가

o 한국산 고추장의 글로벌 수출 규모는 한국인 이민자 수 증가, 미국 내 핫소스의 인기 상승세, 이국적인 음식에 대한 관심 증가 등으로 최근 3년간 크게 증가하는 추세

□ 2017년 한국산 고추장의 對미국 수출량은 약 491만 톤으로 전년 대비 0.6% 증가하였고, 수출액은 약 1,079만 달러로 전년 대비 3.9% 증가

o 2014-17년까지 고추장의 對미국 수출량 및 수출액은 증가 추세로, 2017년 고추장의 수출량 및 수출액 면에서 최고치를 기록

표 1.13 한국산 고추장 수출 통계(수출대상국: 글로벌)

(단위: 천 톤, 천 US 달러)

| 구분 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|---|---|---|---|
| 중량<br>(연 증가율) | 11,583 | 12,492<br>(7.8) | 14,011<br>(12.2) | 14,710<br>(5.0) |
| 금액<br>(연 증가율) | 28,742 | 28,273<br>(△1.6) | 31,329<br>(0.8) | 31,966<br>(2.0) |

자료: 농수산식품수출지원정보(www.kati.net)[8]

표 1.14 한국산 고추장 수출 통계(수출대상국: 미국)

(단위: 천 톤, 백만 US 달러)

| 구분 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|---|---|---|---|
| 중량<br>(연 증가율) | 4,284 | 4,811<br>(12.3) | 4,879<br>(1.4) | 4,911<br>(0.6) |
| 금액<br>(연 증가율) | 9,176 | 9,936<br>(8.3) | 10,385<br>(4.5) | 10,791<br>(3.9) |

자료: 농수산식품수출지원정보(www.kati.net)

8) 통계제공: 한국무역통계진흥원

## 5) 미국 칠리 소스 시장규모(품명: Chilli Sauce)

□ 유로모니터에 따르면, 2017년 미국 칠리 소스 소매 판매량은 6만 8,000톤이며 소매 매출액은 약 7억 2,100만 달러로, 소매 판매량과 매출액의 2013-17년 연평균 성장률은 각각 4.1%, 6.1%를 기록하며 꾸준히 성장

o 매운 맛을 내는 칠리 소스의 성장세를 고려할 때, 스리라차의 대안 식품으로 떠오르고 있는 고추장 소스의 시장성도 긍정적일 것으로 예상

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

(단위: 천 톤, 백만 달러)

| 구분 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 연평균 성장률 (2013-17) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 칠리 소스 소매 판매량 | 58 | 62 | 63 | 66 | 68 | 4.1 |
| 칠리 소스 소매 매출액 | 568 | 617 | 647 | 686 | 721 | 6.1 |

자료: 「SAUCES, DRESSINGS AND CONDIMENTS IN THE USA」, Euromonitor International, 2017.11.

표 1.16 미국 칠리소스 시장 규모 추이(2013-17년)

자료: 「SAUCES, DRESSINGS AND CONDIMENTS IN THE USA」, Euromonitor International, 2017.11.

# Ⅱ. 시장 트렌드

1. 핫소스 시장 트렌드
2. 고추장 시장 트렌드

## 시장 트렌드 개요

1. 핫소스 시장 트렌드

❖ 밀레니어 세대를 중심으로 다인종·다문화의 새롭고 이국적인 요리의 인기 증가 추세

❖ 핫소스에 대한 수요는 이민자 인구 증가 추세, 핫소스 생산업체 및 브랜드의 증가, 외식 및 식료품 산업의 성장으로 꾸준히 증가하는 추세

❖ 순한 매운 맛(Mild)의 핫소스가 대중적으로 가장 인기

❖ 2017년 핫소스 트렌드로 다양한 요소를 혼합한 리믹스 제품이 인기를 구가

❖ 2018년 핫소스 시장은 약 20억 달러의 거대한 규모로 예상되며, 미국에서는 보통 가정 및 식당에서 적어도 한 종류 이상의 핫소스 보유

2. 고추장 시장 트렌드

❖ 미국 내 한인 인구 증가 및 미국으로의 고추장 수출액 규모 증가 등 통계수치로 살펴 본 미국 시장에서의 고추장 제품의 시장성은 매우 높은 것으로 분석

❖ 미국 주요일간지 워싱턴포스트는 2017 Fancy Foods Show의 9개 트렌드 중 첫 번째로 고추장을 언급하며, 스리라차를 대체할 매운 소스로 한국 고추장의 가능성을 제시

❖ 미국레스토랑협회(National Restaurant Association)는 2017년 12월 2018 톱 20 식품 트렌드 리스트를 전망하여 발표했는데, 고추장이 19위를 차지

❖ 한국인 2세 쉐프 또는 미국 내 한국인 유명 요리사들이 고추장을 사용한 메뉴 소개하면서 고추장 제품에 대한 인식 및 소비 확대에 기여

## 1. 핫소스 시장 트렌드

□ 밀레니얼 세대를 중심으로 다인종·다문화의 새롭고 이국적인 요리의 인기 증가 추세

- o 새로운 맛을 경험하고자 하는 밀레니얼[9] 소비자가 증가함에 따라, 미국 내 유명 레스토랑 및 패스트푸드 업체는 핫소스를 활용하여 다양한 메뉴를 개발하는 것이 유행 중
- o 현재 미국에서는 매운 맛을 선호하는 마니아층과 밀레니얼 소비자들 사이에서 핫소스가 인기를 끌고 있음

□ 핫소스에 대한 수요는 이민자 인구 증가 추세, 핫소스 생산업체 및 브랜드의 증가, 외식 및 식료품 산업의 성장으로 꾸준히 증가하는 추세

- o 이민자 인구 증가에 따라 다양한 종류의 매운 요리가 많이 소개되고 있으며, 다양한 종류의 매운 소스 수입이 증가세
- o 견고한 핫소스 수요를 겨냥한 신규업체의 시장 진입 가능성이 커지고 있음

□ 순한 매운 맛(Mild)의 핫소스가 대중적으로 가장 인기

- o 핫소스를 아주 매운 맛(Hot), 보통 매운 맛(Medium), 순한 매운 맛(Mild)으로 분류한다면, 순한 매운 맛(Mild)의 소스가 2017년 기준 전체 시장점유율 58.5%를 차지하며 가장 큰 비중을 차지
- o 그 뒤를 이어 보통 매운 맛(Medium)이 24.9%, 아주 매운 맛(Hot)은 16.6%의 순
- o 미국 시장에서 가장 인기있는 핫소스로는 미국식 오리지널 타바스코(Tabasco), 멕시코식 초룰라(Cholula), 태국식 스리라차(Sriracha)로 모두 덜 매운 맛에 해당[10]

□ 2017년 핫소스 트렌드로 다양한 요소를 혼합한 리믹스 제품이 인기를 구가

- o 과일 맛 가미 핫소스 - 핫소스에 망고, 키위, 딸기와 같은 과일 맛을 가미하여 매운 맛과 조화를 이루어 냄
- o 알코올 주입 핫소스 - 고기와 바비큐 요리에 버번(Bourbon)이나 데킬라(Tequila)과 같은 알코올을 넣은 핫소스를 뿌리는 것도 트렌드 중 하나

---

9) 밀레니얼 세대는 1980-2000년에 출생한 소비자층으로 미국 밀레니얼 인구 수는 약 7,880만 명에 달하며, 이들은 SNS에 능숙하고 전세계의 다양한 요리와 조리법, 소스 등을 쉽게 접근하고 전파하는 특성이 있음

10) 「Hot Sauce Production in the US – US Industry Market Research Report」, 2018.8.

o 칠리, 향신료, 후추 등을 주입한 핫소스 - 칠리, 향신료, 후추 등 매운 맛을 내는 다른 성분들과 블렌딩하여 매운 맛을 배가[11]

□ 2018년 핫소스 시장은 약 20억 달러의 거대한 규모로 예상되며, 미국에서는 보통 가정 및 식당에서 적어도 한 종류 이상의 핫소스 보유

o 취향에 따라 다르긴 하지만 햄버거부터 시작해서 파스타나 다양한 아시안 음식에도 다 뿌려먹을 수 있기 때문에 가정이나 대부분의 식당에서 메뉴의 종류에 관계없이 적어도 한 종류 이상의 핫소스를 보유하고 있음

o 스리라차의 경우, 몇 년 전부터 TV와 SNS, 유명 쉐프들을 통한 입소문으로 아시안들 사이에선 유명한 소스로 미국 전역에 퍼짐

o 스리라차 맛 팝콘, 스리라차 맛 맥주, 거의 모든 주요 유통채널에서도 스리라차 소스는 쉽게 찾을 수 있음[12]

o 미국 내 핫소스 시장이 점차 확대되고 있으며, 이국적인 맛에 대한 관심이 높아지고 있는 바, 신규 진출 업체는 순수 고추장 제품 뿐 아니라, 고추장을 주재료로 핫소스 제품을 개발하여 미국 진출을 도모하는 방안도 고려하면 좋을 것으로 사료됨

11) 'The Top 3 Hot Sauce Trends For 2017', asleyfood company, 2017.2.8 (www.maddog357.com)
12) 현지조사원

## 2. 고추장 시장 트렌드

□ 미국 내 한인 인구 증가 및 미국으로의 고추장 수출액 규모 증가 등 통계수치로 살펴본 미국 시장에서의 고추장 제품의 시장성은 매우 높은 것으로 분석

- o 미국 내 한인 인구는 2017년 기준 188만 7,914명으로 최근 6년 새 9.8%나 증가하였고[13], 미국으로의 고추장 수출액 규모가 2017년 기준 1,079만 달러로 전년 대비 3.9%가 증가
- o Albertson, Kings, Webmans 등의 미국 슈퍼마켓에서도 고추장 판매 중으로 미국 시장에 적합한 용량과 용기 디자인을 적용시켜 시장 진출을 도모하는 것이 바람직할 것으로 분석(p.44 4. 경쟁제품 참조)

□ 미국 주요일간지 워싱턴포스트는 2017 Fancy Foods Show의 9개 트렌드 중 첫 번째 로 고추장을 언급[14]하며, 스리라차를 대체할 매운 소스로 한국 고추장의 가능성을 제시

- o 동 엑스포에서는 많은 한국 고추장 소스 브랜드가 소개되었는데, 해브당 제품들로는 무글루텐 및 비GMO 레몬 마늘 그릴 소스 및 마리네이드, 한국식 바비큐 소스 등이 전시됨

□ 미국레스토랑협회(National Restaurant Association)는 2017년 12월 2018 톱 20 식품 트렌드 리스트를 전망하여 발표하였는데, 고추장은 19위를 차지

- o 미국 요리 연맹(American Culinary Federation)의 회원 약 700명에게 '핫 트렌드', '어제의 뉴스', '지속적인 인기 식품'에 대하여 설문조사를 실시한 결과, 고추장이 19위를 차지
- o 또한 20위 안에는 스리라차, 침추리, 삼발 등의 핫소스류도 포함되어 있음

□ 한국인 2세 쉐프 또는 미국 내 한국인 유명 요리사들이 고추장을 사용한 메뉴 소개하면서 고추장 제품에 대한 임식 및 소비 확대에 기여

- o 한국인 2세 유명 쉐프인 Korilla BBQ가 고추장과 김치를 사용한 요리를 소개
- o 첼시(Chelsea) 마켓에 위치한 먹바(Mokbar)라는 한국 퓨전 레스토랑 쉐프, Korilla 쉐프 등 8명의 젊은 쉐프들은 "Sweet Heat Korea" 라는 짧은 동영상을 통해 한국 향신료를 사용한 요리와 자신들의 인생 여정을 소개한 바 있는데 여기서 고추장을 첨가한 요리 소개
  - Davey's Ice Cream의 대표 David You 쉐프는 매운 맛을 선호하는 대중을 위해

13) 연방 센서스국(American Community Survey, ACS)
14) '고추장과 한국의 모든 것(Gochujang and all things Korean)'

판매 중인 고추장을 첨가한 아이스크림을 소개

- Mokbar 레스토랑의 쉐프 Esther Choi 역시 고추장을 첨가한 비빔면을 소개

o 250만 구독자 유투버 망치(Maanchi)는 최근 한국을 방문하여 배운 한국 식재료 및 향신료를 사용한 한국 음식 레서피를 소개하였으며, 특히 순창을 방문하여 매운맛 식재료인 고추장, 고춧가루를 사용한 요리를 소개한 바 있음

o 그 외에, 매운 인스턴트 라면인 비빔국수는 미국에서 판매되는 한국 면 시장에서 인기가 급상승세[15)]

15) 'The New Spicy Trend - Gochujang - Korean Red Chili Pepper Paste', PRWeb, 2018.6.29. (www.prweb.com)

# [ 현지 인터뷰 ]

[ 현지 소비자 인터뷰 1 ]

**국적: 한국인**
**나이: 40대**
**성별: 여성**
**인터뷰 장소: 갤러리아 플라자**

**1. 고추장 구입 시 고려사항**

항상 구매하는 A사 브랜드를 찾게 됨. 가격이 상대적으로 비싸지만 입맛에 더 잘맞는 제품을 구매함. 주로 1kg 제품을 가장 많이 구입하는데, 이유는 혼자 살고 있기 때문에 3kg을사면 유통기한 전에 다 먹기가 힘들기 때문.

**2. 원산지별 고추장 제품에 대한 인식**

고추장은 다 한국산인 줄 알았는데, 중국산이 아무리 싸도 별로 관심이 없음. 중국산은 식품 관련해서 여러 번 큰 사건들이 있었기 때문.

**3. 선호하는 고추장 제품과 원산지**

한국산과 미국산을 선호함. 일본산 제품은 후쿠시마 원전 사고 이후로 자제하고 있고, 중국산 식품은 구입하고 싶지 않음.

[ 현지 소비자 인터뷰 2 ]

**국적: 미국인**
**나이: 50대**
**성별: 여성**
**인터뷰 장소: Target**

**1. 핫소스 구입 시 고려사항**

집에서 한국식 비빔샐러드(비빔밥과 비슷한데 밥을 넣지 않음) 먹을 때 (가장 유명한 소스 중 하나인) 스리라차 소스보다 고추장 소스가 좋음. 한국 식당에서 먹어본 맛과는 다른 것 같지만 충분히 만족스러움.

**2. 수입식품에 대한 인식**

미국산을 선호함. 지역사회 제품이면 더욱 좋음. 미국산이 없어서 수입해 오는 제품이 아닌 이상 미국산을 당연히 더 선호함.

**3. 한국제품에 대한 경험 여부 및 이미지**

딸이 한국음식을 좋아함. BTS라는 그룹에 완전 빠져있어 한국 노래를 매일 들음. 한국음식은 자주 먹어봤지만, 한국제품을 특별히 찾아 사먹지는 않음. 비빔밥을 좋아해서 고추장은 종종 구입함. 한국음식에 대한 인식은 전반적으로 긍정적임.

**4. 선호하는 수입식품 품목 및 원산지**

선호하는 수입식품은 없고, 지역사회 제품을 선호함. 그렇게라도 지역사회 경제에 보탬이 되고자 함.

[ 업계종사자 인터뷰 ]

**국적: 미국인**
**나이: 40대**
**성별: 남성**
**직업: Z사 마케팅부**
**인터뷰 장소: Target**

**1. 유통 경로 컨택 포인트**

한인마켓들은 보통 직접 마켓 매니저와 통화하거나, 한인 브로커들을 연락하면 됨. 대형 미국마켓은 다양한 브로커들을 통해 제품을 납품받고 있기 때문에 그들을 통해야 함.

**2. 소비자 소비 트렌드**

한국식 고추장은 주요 대형마켓에서는 팔기가 어려움. 반면, 테이블탑 소스의 마켓 시장은 엄청나게 크기 때문에 우리도 고추장 소스를 만들어 판매 중임. 다양한 주요 대형마켓에 납품 중이고, 연간 60-70만 개를 판매하고 있음. 매출은 5,100만 US 달러가 조금 밑돌음. 고추장과는 완전히 다른 개념의 시장임. 맛은 떡꼬치 양념에 가까움.

**3. 고추장 판매량**

테이블탑 고추장 소스를 연간 60-70만 개 판매 중이고, 대부분 한인마켓이나 한인식당에 납품되고 있음. 3kg이 가장 잘 팔리는 사이즈인데 연간 12-14만 개가 판매 중으로, 전체 판매량의 20% 정도를 차지하고 있음.

# Ⅱ. 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<br>- 라이선스 | - 자동무역 유통 시스템 (Automated Commercial Environment, ACE) |
| 2 | 수입신고 | - 수입 신고<br>- 증빙서류 제출 | - 적하목록<br>- 물품신고서<br>- 상업송장<br>- 선하증권/항공화물운송장<br>- 기타 구비서류 등 |
| 3 | 통관 심사 (검역) | - 통관심사<br>- 증빙서류 제출 | - 테일게이트 검역<br>- 이동 검역<br>- 밀매 검역<br>- 농산물 검역 |
| 4 | 관세 납부 | - 세관 보증서<br>- 납세 신고서<br>- 통관 관련 서류<br>- 관세 관련 서류 | - 일회성 보증서<br>- 연속성 보증서 |
| 5 | 물품검사 및 반출 | - 물품 검사(대상 물품)<br>- 물품 반출 | |

## ❖ 검역 절차

수입허가 신청
▼
수입허가
▼
도착통지서
▼
도착통지서 전달 / 유통경로 통보
▼
검역절차사항통보
▼
검역
▼
통관

자료: 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)

## 관세 및 세금 개요

### ❖ 미국 HS-CODE 2103.90.9091의 협정세율[16)]

| HS CODE | 품명 | 구 분 | 기본세율 | 협정세율 | 원산지 기준 |
|---|---|---|---|---|---|
| 2103.90.9091 | 기타 | 한-미 FTA | 6.4% | Free | 다른 호에 해당하는 재료로부터 생산된 것 |

### ❖ 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) > 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) 혹은 종합관세스케쥴(Harmonized Tariff Schedule, HTSUS)을 통해 조회 가능

| 분류 | 기관 사이트명 | URL |
|---|---|---|
| 관세율 | 관세법령정보포털 3.0 | unipass.customs.go.kr/clip/index.do |
| | 통합무역정보서비스 | www.tradenavi.or.kr |
| | 미국 관세청 | www.cbp.gov |
| | 종합관세스케쥴 | rulings.cbp.gov |

16) 자료: 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)6.4

## 1. 통관 및 검역

### 1) 통관 및 검역 절차

o 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

o 물품신고 및 납세신고는 모두 자동무역 유통 시스템(Automated Commercial Environment)[17]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

o 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 식품·의약품·화장품법(FD&C Act)에 근거해 독성 및 유해물질 포함, 유해한 식품 첨가제 포함, 또는 오염 또는 유해한 환경에서 식품이 가공·포장·보관되는 것을 규제하기 위해서 사전 통보를 지정

o 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

o 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

o 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

o 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

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

## □ 통관 심사

o 신고된 물품 중 미국관세청의 자동타깃시스템(Autmated Targeting System, ATS)[18]를 통해 고위험군으로 판정되는 화물 또는 식품안전법과 같은 법적 규제에 의하여 검사가 요구되는 화물을 선별하여 실물검사 또는 서류검사 실시

표 3.2 통관심사 항목

| | |
|---|---|
| 제출서류 | - 관세 목적의 물품 가약과 관세를 부과할 수 있는 상태인지 여부 |
| | - 물품에 원산지 또는 요구되는 화인 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

o 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 높고 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

o 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

o 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

o 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

o 물품은 수입자 등에 의해 작성된 납세신고가 적합하다고 판단되는 경우 검사 생략(Paperless)으로 처리되고 반출됨

- 납세신고서가 처리되고 예정 관세액을 납부 및 물품 반출

o 신고된 품목분류, 과세가격, 납부세액, FTA 원산지 증명 등에 대한 사후 심사가 진행될 수 있음

## 2) 관세율

o 미국의 관세율은 미국 국제무역위원회(USITC, United States International Commission)가 세번 코드인 HS 코드를 기준으로 부과하고 있음

o 고추장을 포함한 핫소스류의 미국 HS Code로 사용되고 있는 HS Code 2103.90.9091의 관세율은 한-미 FTA 협정에 따라 무관세 적용

표 3.4 미국 HS CODE 2103.90.9091의 협정세율[19)]

| HS CODE | 품명 | 구 분 | 기본세율 | 협정세율 | 원산지 기준 |
|---|---|---|---|---|---|
| 2103.90.9091 | 기타 | 한-미 FTA | 6.4% | Free | 다른 호에 해당하는 재료로부터 생산된 것 |

19) 자료: 통합무역정보서비스(www.tradenavi.or.kr)

### 3) 한-미 FTA 원산지 정보

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

□ 원산지증명서

o 한-미 FTA의 적용을 위한 원산지증명서는 기관발급의 여타 원산지증명서처럼 대한민국세관이나 상공회의소에서 발급되는 것이 아닌 각 기업이 자율적으로 발급하는 형식

- 한-미 FTA 협정에서는 원산지증명서 권고서식을 명시하고 있으며, 수출자는 권고서식을 사용하거나 기타 자율서식을 사용해도 무방

o 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

o 한-미 FTA의 원산지 증명방식은 자율발급 방식을 채택하고 있어 관세청이 제공하는 권고서식을 활용하는 것을 권장

o 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

- o 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
- o 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
- o 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
- o 따라서 강제적 성격의 인증제도는 아니나 제품의 안정성과 신뢰성을 제고하기 위해 식품안전관리인증기준 혹은 식품안전경영시스템과 같은 인증을 취득할 것을 권장함

### □ 식품안전관리인증기준(HACCP)[20]

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 | - 영업허가(신고)증 사본<br>- 영업자, 종업원 또는 농업인의 교육훈련 수료증 사본 1부<br>- 최근 3개월간의 생산 또는 영업실적<br>- 위생관리 프로그램 및 1개월 이상의 운용실적 1부<br>- 업종별 또는 품목별 자체 위해요소중점관리기준 및 1개월 이상의 운용실적 1부 | |
| 비용 | 수수료 20만 원 | |
| 소요기간 | 1년 전후 | |
| 유효기간 | 3년 | |
| 인증절차 | 1) HACCP 시스템수립을 위한 생산, 기술, 설계, 연구 및 개발 등의 부서 대표자를 포함한 프로젝트팀 구성<br>2) 제품의 구성, 보관, 포장상태, 사용방법 등 나타내는 제품 기술서와 생산공정 흐름도를 작성<br>3) 생산공정의 각 단계와 도출된 유해요소를 파악하여 유해요소 발생 가능성과 발생 시 결과의 심각성에 근거해 위험을 평가<br>4) 식품안전을 위해 관리가 요구되는 중요 관리점(CCP, Critical Control Points) 선정하여 식품안전을 위한 일반 관리 사항(POA)을 파악<br>5) 모든 위해요소의 관리가 기준치 설정대로 충분히 이루어지는지여부를 파악할 수 있는 한계치 설정<br>6) 모니터링을 하며 서류기록을 한 뒤 지속적인 개선조치 | |

20) Hazard Analysis and Critical Control Point

## 3. 라벨링

### 라벨링 정보 개요

❖ 판매 중인 고추장 라벨링 예시

(앞면)

(뒷면)

(앞면)

- 제품명
- 제조사
- 중량
- 매운 맛 정도

(뒷면)

- 영양정보
- 제조사 정보
- 인증
- 재료
- 제조일 및 유통기한
- 유통사
- 원산지

자료: 현지조사원

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

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

출처: 미국 식약청(www.fda.gov)

□ 라벨링 관련 법적 근거

o 미국의 식약청(Food and Drug Administration)은 미국에서 판매되는 모든 식품의 안전, 건강 및 적절한 라벨링 표기 방식을 규정하고 있음

o 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)

o 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

o 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

o 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

o 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

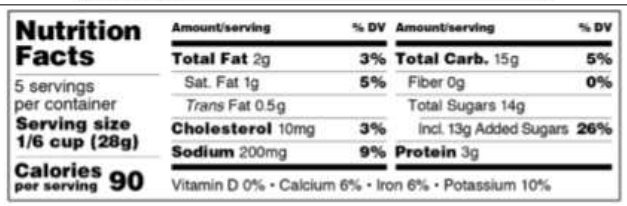
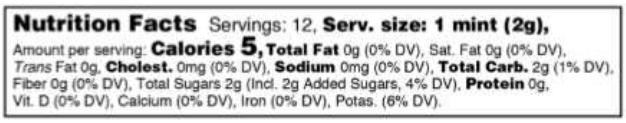
표 3.9 라벨링 비교

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

자료: 미국 식약청(www.fda.gov)

o 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 |
|---|---|
| 이중열형<br>(dual-coluumn) | <br>**Nutrition Facts**<br>2 servings per container<br>**Serving size** **1 cup (255g)**<br>**Calories** Per serving **220** Per container **440**<br>% DV* / % DV*<br>**Total Fat** 5g **6%** 10g **13%**<br>Saturated Fat 2g **10%** 4g **20%**<br>*Trans* Fat 0g 0g<br>**Cholesterol** 15mg **5%** 30mg **10%**<br>**Sodium** 240mg **10%** 480mg **21%**<br>**Total Carb.** 35g **13%** 70g **25%**<br>Dietary Fiber 6g **21%** 12g **43%**<br>Total Sugars 7g 14g<br>Incl. Added Sugars 4g **8%** 8g **16%**<br>**Protein** 9g 18g<br>Vitamin D 5mcg 25% 10mcg 50%<br>Calcium 200mg 15% 400mg 30%<br>Iron 1mg 6% 2mg 10%<br>Potassium 470mg 10% 940mg 20%<br>* 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. |
| 판상형<br>(Tabular Format) |  <br>**Nutrition Facts**<br>5 servings per container<br>**Serving size 1/6 cup (28g)**<br>**Calories per serving 90**<br>Amount/serving % DV Amount/serving % DV<br>**Total Fat** 2g **3%** **Total Carb.** 15g **5%**<br>Sat. Fat 1g **5%** Fiber 0g **0%**<br>*Trans* Fat 0.5g Total Sugars 14g<br>**Cholesterol** 10mg **3%** Incl. 13g Added Sugars **26%**<br>**Sodium** 200mg **9%** **Protein** 3g<br>Vitamin D 0% • Calcium 6% • Iron 6% • Potassium 10% |
| 선형형<br>(Linear Format) |  <br>**Nutrition Facts** Servings: 12, **Serv. size: 1 mint (2g),**<br>Amount per serving: **Calories 5,** **Total Fat** 0g (0% DV), Sat. Fat 0g (0% DV), *Trans* Fat 0g, **Cholest.** 0mg (0% DV), **Sodium** 0mg (0% DV), **Total Carb.** 2g (1% DV), Fiber 0g (0% DV), Total Sugars 2g (Incl. 2g Added Sugars, 4% DV), **Protein** 0g, Vit. D (0% DV), Calcium (0% DV), Iron (0% DV), Potas. (6% DV). |

자료: 미국 식약청(www.fda.gov)

## □ 라벨링 샘플 정보

| ❖ 라벨링 샘플 사진 - 인기 제품 | |
|---|---|
| (앞면) (뒷면) | |
| 제품명 | 고추장 |
| 제조사 | A사 |
| 중량 | 3kg |
| 매운 맛 정도 | 보통 매운 맛(Medium Hot) |
| 영양정보(20g 당) | 칼로리 40, 나트륨 20%, 탄수화물 3%, 식이성 섬유 5%, 설탕 5g |
| 제조사 정보 | 제조 장소, 오른쪽 하단에 유통사와 함께 제조사 웹사이트 표시 |
| 인증 | HACCP |
| 원재료 | 고춧가루, 현미, 된장 등 |
| 제조일 및 유통기한 | 2018.06.25. / 2019.12.24. (1년 6개월) |
| 유통사 | X사 |
| 가격 | 17.99 US 달러 |
| 포장 | 플라스틱 |
| 판매 확인 매장(방문일) | H 마트(2018.8.9) |
| 미국 고추장 제품 라벨링 특징 | - 앞면은 한글과 영어로 병기되어 있으며, 뒷면은 영어로만 표시 |

자료: 현지조사원

## 4. 위생요건

o 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

o 미국은 매년 4,800만 건의 병원균 피해가 발생하고 있으며 이 중 1/6이 식품 관련 문제

- 128,000명이 입원치료, 3,000명이 사망

o 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

o 식약청은 안전하다고 판단되는 식품성분은 GRAS(Generally Recognized as Safe)로 분류하여 연방규격집(Code of Federal Regulation)에 공시하고 있으며 제21장에 식약품에 관한 코드가 분류되어 있어 '21 CFR part'이라고도 불림

- '21 CFR part'는 매년 4월 1일에 수정됨

o 고추장의 경우, 해당 CFR Code가 없으며, 바이오테러리즘법(Bioterrorism Act)에는 부합되나, 식품첨가물 규정리스트에 고추장은 포함되어 있지 않은 품목임[21)]

21) 참조 사이트: https://www.fda.gov/food/ingredientspackaginglabeling/foodadditivesingredients/ucm091048.htm

# Ⅳ. 경쟁제품

1. 경쟁제품 선정 기준
2. 경쟁제품별 분석

## 경쟁제품 온·오프라인(현지) 조사 개요

### 제품분석 결과(평균)

| | | |
|---|---|---|
| | **고추장 평균가격** | **<고추장(3kg)>**<br>**오프라인:**<br>한국산: 평균 약 15.93 US 달러 (약 18,000원)<br>중국산: 평균 약 9.99 US 달러 (약 11,000원)<br>**온라인:**<br>한국산: 평균 약 27.46 US 달러 (약 31,000원)<br><br>**=> 온라인 가격이 더 높음** |
| | **원료(성분)** | 고춧가루, 천일염 등 |
| | **포장형태** | 플라스틱 또는 병 |

### 대표 분석제품 상세

| | | |
|---|---|---|
| | | |
| - 제품명: 고추장<br>- 제조사: A사<br>- 특성: 한국산, 보통 매운 맛<br>- 용량: 3kg<br>- 방문매장: H 마트<br>- 가격: 17.99 US 달러<br>- 인증: HACCP | - 제품명: 고추장<br>- 제조사: C사<br>- 특성: 한국산, 진한 맛<br>- 용량: 3kg<br>- 방문매장: H 마트<br>- 가격: 18.49 US 달러<br>- 인증: 없음 | - 제품명: 고추장<br>- 제조사: S사<br>- 특성: 한국산<br>- 용량: 3kg<br>- 방문매장: 갤러리아 플라자<br>- 가격: 14.999 US 달러<br>- 인증: SQF Quality Supplier (Certified by SGS) |

- 3kg 고추장은 한인 마켓에서만 판매 중으로, 다른 마켓에서는 판매되고 있지 않음
- 대만, 중국 마켓에서는 500g 제품, 일본 마켓에서는 1kg 제품을 판매 중이며, 중국산의 경우 가격이 저렴
- Whole Foods Market에서는 300g 제품을 판매 중이며, 대형 유통채널에서 판매 중인 제품으로는 유일
- 주요 대형마켓에서는 500g 이하의 병포장 된 고추장 소스류 판매 중
- 온라인 마켓에서는 3kg 제품 종류가 적고, 3kg 제품 보다는 500g 제품이나, 고추장 소스가 더 인기
- 3kg 고추장의 경우, 온라인에서 가격이 더 높음

# 1. 경쟁제품 선정기준 및 지표

## □ 분석기준 및 지표설정

o 현지조사원이 직접 미국 내 한인마켓 및 아시안 마켓을 방문하여 현지 시장조사 실시

## □ 온라인 쇼핑몰 선정

o 온라인 경쟁제품을 선정하기 위해 2017년 식품 매출액 3위를 차지한 유통 플랫폼 Amazon에서 판매하는 고추장 제품을 조사

## □ 분석기준 및 지표 설정

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

## □ 대표 방문매장

o 오프라인:

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

o 온라인: Amazon.com

## 2. 경쟁제품 분석

### ① 오프라인

#### a. 고추장

| 구분 | | 제품 #1 | 제품 #2 |
|---|---|---|---|
| 제품이미지 | 제품 이미지 (앞) | | |
| | 제품 이미지 (옆/뒤) | | |
| 제품스펙 | 제조사 | A사 | Y사 |
| | 제품명 | 고추장 | 고추장 |
| | 제품특성 | - 한국산<br>- 보통 매운 맛 | - 한국산<br>- 보통 매운 맛 |
| | 포장 용기 | 플라스틱 | 플라스틱 |
| | 성분 | 고춧가루, 고추장, 용콩메주, 정제소금, 이소말토올리고당, 천일염, 찹쌀현미 가루 등 | 고춧가루, 고추장, 용콩메주, 정제소금, 이소말토올리고당, 천일염, 찹쌀현미 가루 등 |
| | 조사매장 | H 마트 | 시온마켓 |
| | 용량(g) | 3kg | 3kg |
| | 제품가격 | 17.99 US 달러(약 20,000원) | 8.99 US 달러(세일가격) (약 10,000원) |
| | 인증 | HACCP | HACCP |

자료: 현지조사원

| 구분 | | 제품 #3 | 제품 #4 |
|---|---|---|---|
| 제품 이미지 | 제품 이미지 (앞) | | |
| | 제품 이미지 (옆/뒤) | | |
| 제품 스펙 | 제조사 | C사 | T사 |
| | 제품명 | 고추장 | 고추장 |
| | 제품특성 | - 한국산<br>- 진한 맛 | - 한국산<br>- 수입사: Jayone Foods, Inc. |
| | 포장 용기 | 플라스틱 | 플라스틱 |
| | 성분 | 고춧가루, 고추장, 천일염, 정제수 등 | 고춧가루, 고추장, 천일염, 마늘, 양파, 정제수 등 |
| | 조사매장 | H 마트 | 가주마켓(California Market) |
| | 용량(g) | 3kg | 3kg |
| | 제품가격 | 18.49 US 달러(약 20,900원) | 13.99 US 달러(약 15,800원) |
| | 인증 | - | - |

자료: 현지조사원

| 구분 | | 제품 #5 | 제품 #6 |
|---|---|---|---|
| 제품 이미지 | 제품 이미지 (앞) | | |
| | 제품 이미지 (옆/뒤) | | |
| 제품 스펙 | 제조사 | S사 | T사 |
| | 제품명 | 고추장 | 고추장 |
| | 제품특성 | - 한국산<br>- 수입사: Sempio Food Service, Inc. | - 한국산<br>- 보통 매운 맛<br>- 수입사: Jayone Foods |
| | 포장 용기 | 플라스틱 | 플라스틱 |
| | 성분 | 고춧가루, 고추장, 천일염, 물엿, 마늘농축액 등 | 고춧가루, 고추장, 천일염, 물엿, 마늘, 양파 등 |
| | 조사매장 | 갤러리아 플라자 | 갤러리아 플라자 |
| | 용량(g) | 3kg | 3kg |
| | 제품가격 | 14.99 US 달러(약 15,000원) | 12.99 US 달러(약 14,700원) |
| | 인증 | SQF Quality Supplier (Certified by SGS) | - |

자료: 현지조사원

| 구분 | | 제품 #7 | 제품 #8 |
|---|---|---|---|
| 제품이미지 | 제품 이미지 (앞) | | |
| | 제품 이미지 (옆/뒤) | | |
| 제품스펙 | 제조사 | A사 | H사 |
| | 제품명 | 고추장 | 고추장 |
| | 제품특성 | - 한국산<br>- 매운 맛 | - 중국산<br>- 순한 매운 맛 |
| | 포장 용기 | 플라스틱 | 플라스틱 |
| | 성분 | 고춧가루, 고추장, 용콩메주, 정제소금, 이소말토올리고당, 천일염, 찹쌀현미 가루 등 | 쌀 22.74%, 태양초 6% |
| | 조사매장 | 시온마켓 | H 마트 |
| | 용량(g) | 3kg | 3kg |
| | 제품가격 | 24.99 US 달러(약 28,000원) | 14.99 US 달러(약 17,000원) |
| | 인증 | - | HACCP |

자료: 현지조사원

| 구분 | | 제품 #9 | 제품 #10 |
|---|---|---|---|
| 제품 이미지 | 제품 이미지 (앞) | | |
| | 제품 이미지 (옆/뒤) | | |
| 제품 스펙 | 제조사 | B사 | C사 |
| | 제품명 | 고추장 | 고추장 |
| | 제품특성 | - 중국산<br>- 수입사: Grand Supercenter Inc. | - 중국산<br>- 수입사: Haitai Global Inc. |
| | 포장 용기 | 플라스틱 | 플라스틱 |
| | 성분 | 고춧가루, 고추장, 소금, 양파, 마늘, 쌀, 밀가루 등 | 고춧가루, 고추장, 소금, 양파, 마늘, 쌀, 밀가루 등 |
| | 조사매장 | H 마트 | 가주마켓 |
| | 용량(g) | 3kg | 3kg |
| | 제품가격 | 9.99 US 달러(약 11,000원) | 9.99 US 달러(약 11,000원) |
| | 인증 | - | - |

자료: 현지조사원

| 구분 | | 제품 #11 | 제품 #12 |
|---|---|---|---|
| 제품 이미지 | 제품 이미지 (앞) | | |
| | 제품 이미지 (옆/뒤) | | |
| 제품 스펙 | 제조사 | Z사 | A사 |
| | 제품명 | 고추장 | 고추장 |
| | 제품특성 | - 미국산<br>- Z사에서 직접 제조하는 고추장<br>- 좀 더 비싸고 유통기간도 훨씬 짧음 | - 한국산<br>- 보통 매운 맛<br>- 일본마켓에 유일하게 입점 |
| | 포장 용기 | 병, 플라스틱 뚜껑 | 플라스틱 |
| | 성분 | 고춧가루, 고추장, 소금, 밀가루, 물 등 | 고춧가루, 고추장, 천일염 등 |
| | 조사매장 | 가주마켓 | Marukai Market |
| | 용량(g) | 3.4kg | 1kg |
| | 제품가격 | 29.99 US 달러(약 33,900원) | 9.78 US 달러(약 11,000원) |
| | 인증 | - | - |

자료: 현지조사원

| 구분 | | 제품 #13 | 제품 #14 |
|---|---|---|---|
| 제품 이미지 | 제품 이미지 (앞) | | |
| | 제품 이미지 (옆/뒤) | | |
| 제품 스펙 | 제조사 | E사 | A사 |
| | 제품명 | 고추장 | 고추장 |
| | 제품특성 | - 한국산<br>- 보통 매운 맛<br>- 수입사: Migave Inc. | - 한국산<br>- 덜 매운 맛<br>- 중국마켓에 유일하게 입점 |
| | 포장 용기 | 플라스틱 | 플라스틱 |
| | 성분 | 고춧가루, 고추장, 천일염 등 | 고춧가루, 고추장, 용콩메주, 정제소금, 이소말토올리고당, 천일염, 찹쌀현미 가루 등 |
| | 조사매장 | H 마트 | 99 Ranch Market |
| | 용량(g) | 1kg | 500g |
| | 제품가격 | 11.99 US 달러(약 13,500원) | 5.79 US 달러(약 6,500원) |
| | 인증 | - | - |

자료: 현지조사원

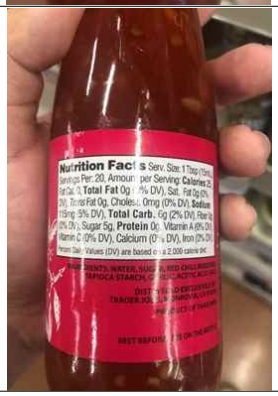
| 구분 | | 제품 #15 |
|---|---|---|
| 제품이미지 | 제품 이미지<br>(앞) | |
| | 제품 이미지<br>(옆/뒤) | |
| 제품스펙 | 제조사 | F사 |
| | 제품명 | 고추장 |
| | 제품특성 | - 한국산, 포장은 미국에서 함<br>- 보통 매운 맛<br>- 비GMO, 비건 |
| | 포장 용기 | 병, 알루미늄 뚜껑 |
| | 성분 | 고춧가루, 고추장, 천일염, 밀가루, 찹쌀가루 등 |
| | 조사매장 | Whole Foods Market |
| | 용량(g) | 300g |
| | 제품가격 | 8.99 US 달러(약 10,000원) |
| | 인증 | 비건(Vegan) |

자료: 현지조사원

## b. 고추장 소스

| 구분 | | 제품 #1 | 제품 #2 |
|---|---|---|---|
| 제품 이미지 | 제품 이미지 (앞) | | |
| | 제품 이미지 (옆/뒤) | | |
| 제품 스펙 | 제조사 | A사 | C사 |
| | 제품명 | 고추장 소스 / 고추장 소스 | 고추장 소스 |
| | 제품특성 | - 비건(Vegan)<br>- 무글루텐<br>- 한국산 | - 미국산 |
| | 포장 용기 | 플라스틱 | 플라스틱 |
| | 성분 | Gochujang Spicy Miso Sauce: 고추장, 된장, 물, 설탕, 소주, 사과즙, 마늘, 식초, 참기름 등<br>Gochujang Spicy Ketchup Sauce: 고추장, 토마토케첩, 물, 설탕, 마늘, 식초, 참기름 등 | 고추장, 된장, 물, 설탕, 마늘, 식초, 참기름 등 |
| | 조사매장 | Vons | Target |
| | 용량(g) | 215g | 326g |
| | 제품가격 | 3.99 US 달러(약 4,500원) | 4.49 US 달러(약 5,000원) |
| | 인증 | - | - |

자료: 현지조사원

| 구분 | | 제품 #3 | 제품 #4 |
|---|---|---|---|
| 제품 이미지 | 제품 이미지 (앞) | | |
| | 제품 이미지 (옆/뒤) |  | |
| 제품 스펙 | 제조사 | Trader Joe's의 OEM 제품 | A사 |
| | 제품명 | 칠리 소스 | 바비큐 소스 |
| | 제품특성 | - 태국산<br>- 맵고 달콤한 소스<br>- 찍어먹는 소스 | - 미국산<br>- 고추장 맛 나는 바비큐 소스 |
| | 포장 용기 | 병, 플라스틱 뚜껑 | 병, 플라스틱 뚜겅 |
| | 성분 | 물, 설탕, 붉은 고춧가루, 마늘 등 | 물, 설탕, 붉은 고춧가루, 마늘 가루, 사과즙, 파인애플즙, 후추, 미소된장, 양파가루, 간장 등 |
| | 조사매장 | Trader Joe's | Food 4 Less |
| | 용량(g) | 300ml | 411g |
| | 제품가격 | 1.49 US 달러(약 1,700원) | 5.99 US 달러(약 6,700원) |
| | 인증 | - | - |

② 온라인

a. 고추장

| 구분 | | 제품 #1 | 제품 #2 |
|---|---|---|---|
| 제품 이미지 | 제품 이미지 (앞) | | |
| | 제품 이미지 (옆/뒤) | | |
| 제품 스펙 | 제조사 | A사 | C사 |
| | 제품명 | 고추장 | 고추장 |
| | 제품특성 | - 디핑 소스, 마리네이드로서 사용하거나 고추장을 첨가하여 요리에 매운 맛을 더할 수 있음<br>- 비빔밥, 떡볶이와 같은 한국 전통 음식에 가장 많이 사용됨<br>- 유통사: Daesang America Inc. | - 넘버 1 베스트셀러 고추장<br>- 비빔밥, 김치찌개, 양념치킨 등과 같은 매운 한국 요치를 만드는 데 사용 |
| | 포장용기 | 플라스틱 | |
| | 성분 | - 붉은 고춧가루, 소금, 현미, 물, 된장 등<br>- 마늘, 양파 등 포함 | - 매운 붉은 고춧가루, 찹쌀, 된장, 소금 등<br>- 계란, 밀, 대두 등 포함 |
| | 조사 온라인 매장 | amazon.com | amazon.com |
| | 용량(g) | 3kg | 3kg |
| | 제품가격 | 24.93 US 달러(약 28,000원) | 29.99 US 달러(약 34,000원) |
| | 인증 | HACCP | - |

| 구분 | | 제품 #3 | 제품 #4 |
|---|---|---|---|
| 제품이미지 | 제품 이미지<br>(앞) | | |
| | 제품 이미지<br>(뒤) | | |
| 제품스펙 | 제조사 | S사 | G사 |
| | 제품명 | 고추장 | 고추장 |
| | 제품특성 | - 한국산<br>- 맑은 날 햇볕에 말린 고추와 후추가루 사용<br>- 100% 태양초 고춧가루 | - 무글루텐, 무GMO, 100% 천연 성분, 저온살균하지 않음<br>- 무화학첨가물, 무방부제 |
| | 포장용기 | 플라스틱 | 유리병, 플라스틱 뚜껑 |
| | 성분 | - 쌀, 찹쌀, 고춧가루, 소금 등<br>- 밀, 콩 포함 | - 조청, 물, 된장, 고춧가루, 쌀, 토마토, 소금 등 |
| | 조사 온라인 매장 | amazon.com | amazon.com |
| | 용량(g) | 500g | 500g |
| | 제품가격 | 10.20 US 달러(약 11,500원) | 19.98 US 달러(약 22,600원) |
| | 인증 | - | - |

## b. 고추장 소스

| 구분 | | 제품 #1 | 제품 #2 |
|---|---|---|---|
| 제품 이미지 | 제품 이미지 (앞) | | |
| | 제품 이미지 (옆/뒤) | | |
| 제품 스펙 | 제조사 | C사 | A사 |
| | 제품명 | 고추장 소스 | 고추장 소스 |
| | 제품특성 | - 한국산<br>- 디핑, 스프레드, 볶음 요리에 적합<br>- 매콤달콤한 맛으로 거의 모든 종류의 음식에 좋음 | - 한국산<br>- 비건, 무글루텐<br>- 유통사: Daesang America Inc. |
| | 포장용기 | 스퀴즈 플라스틱 용기 | 스퀴즈 플라스틱 용기 |
| | 성분 | - 붉은 고춧가루, 쌀가루, 소금, 양파, 마늘 등<br>- 밀, 콩 등 포함 | - 붉은 고춧가루, 쌀가루, 물, 조청, 양파, 소금, 마늘, 자당 등 |
| | 조사 온라인 매장 | amazon.com | amazon.com |
| | 용량(g) | 326g | 215g |
| | 제품가격 | 3.97 US 달러(약 4,500원) | 2팩에 9.14 US 달러(약 10,000원) |
| | 인증 | - | - |

| 구분 | | 제품 #3 | 제품 #4 |
|---|---|---|---|
| 제품 이미지 | 제품 이미지 (앞) | | |
| | 제품 이미지 (옆/뒤) | | |
| 제품 스펙 | 제조사 | H사 | I사 |
| | 제품명 | 고추장 소스 | 고추장 소스 |
| | 제품특성 | - 미국산<br>- 100% 비건, 비GMO, 무MSG<br>- 마리네이드, 조미료, 소스 등으로 활용 가능<br>- 라면, 피자, 달걀, 수프 등에 첨가하여 활용 | - 매콤달콤한 맛으로 모든 음식에 한국 풍미 가미 가능<br>- 무글루텐, 무농약, 비건, 저온 살균<br>- 비빔밥과 회덮밥에 좋음<br>- 편리한 스퀴즈 용기, BPA가 함유되지 않은 플라스틱 용기 |
| | 포장용기 | 병, 플라스틱 마개 | 스퀴즈 용기 |
| | 성분 | - 붉은 고춧가루, 쌀가루, 소금, 양파, 마늘 등<br>- 참기름, 흑설탕, 간장, 조청 등 포함 | - 고추장, 식초, 물, 양파, 설탕, 고춧가루, 무, 표고버섯, 마늘, 생강 등 포함 |
| | 조사 온라인 매장 | amazon.com | amazon.com |
| | 용량(g) | 326g | 415g |
| | 제품가격 | 2팩에 16.99 US 달러<br>(약 19,200원) | 6.99 US 달러<br>(약 7,900원) |
| | 인증 | - | - |

# Ⅴ. 경쟁사

1. 경쟁사 선정 기준
2. 경쟁사 현황 분석

# 1. 경쟁사 선정 기준

## □ 방법론 1. 오프라인 매장 조사

o 오프라인 매장

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

## □ 방법론 2. 온라인 쇼핑몰 조사

o 키워드: 고추장(Hot Pepper Paste)

o 온라인 쇼핑몰

- Amazon

## □ 두 가지 방법론을 통한 주요 경쟁사 도출

| 미국 | | |
|---|---|---|
| A사 | C사 | S사 |
| 온·오프라인 판매 | 온·오프라인 판매 | 온·오프라인 판매 |

## 2. 경쟁사 현황 분석

□ A사

| 기업 개요 | | | |
|---|---|---|---|
| – | - 한국의 대표적인 종합식품 브랜드 a를 보유한 식품 대기업<br>- 1970년 7월 1일 상장<br>- 매출 구성은 식품 84.07%, 소재 32.84%, 내부조정-16.91%로 구성<br>- 미국 시장에서 온·오프 매장에서 모두 고추장, 고추장 소스, 바비큐 소스 판매 | | |
| **기업 유형** | 식품 제조업체 | **소재지** | 한국, 서울 |
| **취급품목** | 고추장, 된장 등 장류, 조미료, 농수산식품, 신선식품, 서구식품 등 | **직원 수** | 4,516명(2018년 6월) |
| **매출액** | 13억 7,000 만원(2017년) | **설립연도** | 1956년(A사)<br>2005년(a 브랜드) |
| **대표 제품** | | | |

자료: A사 홈페이지, Amazon(www.amazon.com)

□ C사

| 기업 개요 | | | |
|---|---|---|---|
| – | - C그룹에 속한 계열회사로 2007년 9월 주식회사로 기업 분할되어 식품과 생명공학에 집중하는 사업회사로 출발한 식품 대기업<br>- 식품 사업 부문(28.92%), 물류 사업 부문(44.56%), 생명공학 사업 부문(26.52%)으로 구성<br>- 미국 시장에서 온·오프 매장에서 모두 고추장, 고추장 소스 판매 | | |
| **기업 유형** | 식품 제조업체 | **소재지** | 한국, 서울 |
| **취급품목** | 설탕, 밀가루, 식용유, 조미료, 장류, 육가공식품, 신선식품 등 | **직원 수** | 6,620명(2018년 6월) |
| **매출액** | 16조 4,700억(2017년) | **설립연도** | 2007년 |
| **대표 제품** | | | |

자료: C사 홈페이지, Amazon(www.amazon.com)

□ S사

| 기업 개요 | | | |
|---|---|---|---|
| – | - 2013년 유가증권시장 상장<br>- 사업 부분은 식품사업, 전분사업, 해외사업으로 구성<br>- 2009년 오백만불 수출의탑 대통령상 수상, 2011년 일천만불 수출의 탑 대통령상 수상<br>- 2008년 고춧가루 HACCP 인증, 고추장, 된장, 혼합장 HACCP 인증<br>- 미국 시장에서 고추장은 오프라인에서만 판매, 온라인에서는 고춧가루만 판매 | | |
| **기업 유형** | 식품 제조업체 | **소재지** | 한국, 서울 |
| **취급품목** | 장류(간장, 된장, 고추장),<br>고춧가루 제조,<br>음료 도매 등 | **직원 수** | 153명(2017년 12월) |
| **매출액** | 1,427억원(2017) | **설립연도** | 2009년 |
| **대표 제품** | | | |

자료: D사 홈페이지, Amazon(www.amazon.com)

# Ⅵ. 유통채널 현황

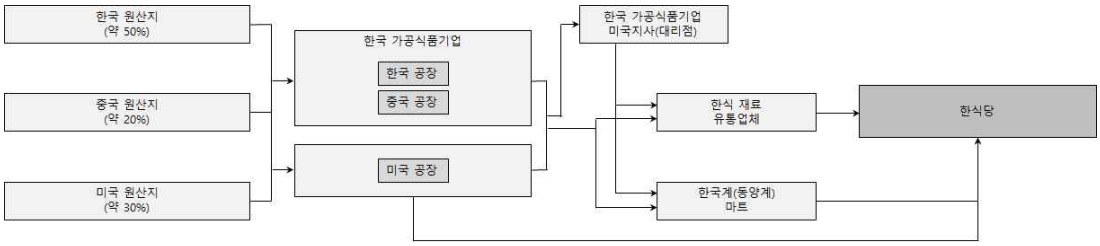
1. 유통채널 현황
2. 주요 유통채널별 세부 현황

## 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 | 이사콰 워시 (Issaquah Wash) |
| The Home Depot | 91.91 | 1,968 | 애틀랜타 (Atlanta) |
| Walgreens Boots Alliance | 82.75 | 7,980 | 디어필드, Ⅲ (Deerfield, Ⅲ) |
| CVS Health Corporation | 79.54 | 9,778 | 운소켓 (Woonsocket, R.I.) |
| Target | 71.88 | 1,822 | 미네아폴리 (Minneapolis) |

### ❖ 한국 가공식품의 미국 내 유통 구조




### ❖ 뉴욕 팬시푸드쇼(NY Fancy Foods Show) 개요

| 구분 | 내용 |
|---|---|
| 전시회명 | NY Fancy Food Show |
| 개최도시 | 미국 뉴욕 |
| 분야 | 요식 산업, 식음료 |
| 최초개최연도 | 1954년 |
| 주최기관 | The Specialty Food Association |
| 참가국 수 | 30개국(2018년) |
| 참가업체 수 | 총 2,550여 개(2018년) |
| 관람객 수 | 총 15,000여 명(2018년) |
| 한국 참가업체 수 | 30여 개(2018년) |
| 웹사이트 | www.specialtyfood.com/fancy-food-show |

# 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

- o 미국 소매업계의 매출 순위는 비교적 안정성을 보이고 있는데, 작년 아마존(Amazon)은 7위를 차지했었고, 상위 10위 안에 있는 9개의 다른 소매점들은 동일하게 유지
- o 그 뒤를 이어 더 크로거(The Kroger)와 아마존(Amazon)이 각각 1,159억 달러, 1,030억 달러로 각각 2, 3위를 기록
- o 2017년 기준 월마트의 매장 수는 5,328개, 더 크로거의 매장 수는 3,902개, 아마존의 매장 수는 456개로 확인됨
- o 미 상무부 통계에 따르면, 2018년에 들어서면서 전자 상거래를 통해 판매되는 상품은 9%에 불과한 것으로 조사됨[22)]

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, Ⅲ) |
| 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

- o 기존 대형 브랜드들은 온라인 및 매장 운영을 통해 혁신을 지속하고 있으며, 소비자는 더욱 많은 선택권을 갖게 될 것으로 예상

22) '2018 Top 100 Retailers', STORES(stores.org)

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

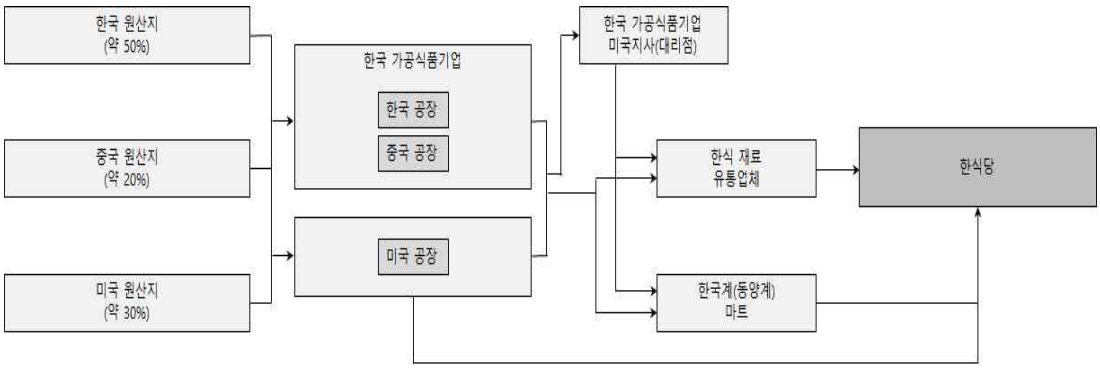
### 3) 한국 가공식품의 미국 내 유통구조

□ 한국 가공식품의 미국 내 유통구조는 아래와 같음

o 한국 가공식품의 원산지 비율은 한국산 50%, 중국산 20%, 미국산 30%

o 이 식품 원료는 한국 가공식품 기업의 한국, 중국, 미국 공장에서 가공되어 한국 가공식품기업 미국지사나 한식 재료 유통업체, 한국계 또는 동양계 마트로 유통됨

표 6.3 한국 가공식품의 미국 내 유통구조




### 4) 뉴욕 팬시푸드쇼(NY Fancy Food Show)

□ 북미를 통틀어 가장 큰 식품전시회로서 매년 6~7월경 개최되며, 식품 관련 시장의 중요한 정보 유통 채널로 활용 가능

o 동 전시회는 매년 뉴욕에서 개최되며, 전 세계 식품 업계 관계자들이 모여 식품 산업의 최신 시장과 산업동향 분석, 아이템 창출, 신 바이어 개척, 제품 프로모션, 고부가가치 사업창출 등에 관한 정보를 공유

o 관련 정보는 www.worldteaexpo.com에서 확인 가능

표 6.1 뉴욕 팬시푸드쇼(NY Fancy Food Show) 개요

| 구분 | 내용 |
|---|---|
| 전시회명 | NY Fancy Food Show |
| 개최도시 | 미국 뉴욕 |
| 분야 | 요식 산업, 식음료 |
| 최초개최연도 | 1954년 |
| 주최기관 | The Specialty Food Association |
| 참가국 수 | 30개국(2018년) |
| 참가업체 수 | 총 2,550여 개(2018년) |
| 관람객 수 | 총 15,000여 명(2018년) |
| 한국 참가업체 수 | 30여 개(2018년) |
| 웹사이트 | www.specialtyfood.com/fancy-food-show |

자료: 글로벌 전시 포털(www.gep.or.kr)

## 2. 주요 유통채널별 세부 현황

### 1) 한인 마켓

#### ① H Mart

| 기업 개요 | | | |
|---|---|---|---|
| | - 1982년에 창업한 한인 슈퍼마켓<br>- 미국 내 점포 수가 64개로 한인마켓 중에서는 규모가 가장 큼<br>동부에 더 많은 수의 점포가 있으나 서부로도 점포를 빠르게 확장하고 있음)<br>- 온라인으로 주문 가능<br>- 모기업: HanAhReum Group | | |
| 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 | | |
| **상세사항** | - 다양한 브랜드의 고추장 및 고추장 소스 제품 판매<br>- 고추장 제품의 용량도 3kg, 1kg, 500g 등으로 다양 | | |
| **매장 전경** | | | |
| | 매장 입구 | 고추장 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

## ② 가주마켓(California Market)

| 기업 개요 | | | |
|---|---|---|---|
| | - 1987년에 설립된 한인 슈퍼마켓<br>- 캐나다 온타리오에 농장 1개 운영 | | |
| 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 | | |
| **상세사항** | - 다양한 브랜드의 고추장 및 고추장 소스 제품 판매<br>- 고추장 제품의 용량도 3kg, 1kg, 500g 등으로 다양 | | |
| **매장 전경** | | | |
| | 매장 입구 | 고추장 제품 진열대 | |

자료: 현지조사원, D&B Hoovers

## ③ 갤러리아 플라자(Galleria Plaza)

| 기업 개요 | | | |
|---|---|---|---|
| Galleria P·L·A·Z·A 갤러리아 플라자 | - 미국 LA 한인타운에 위치한 종합쇼핑몰인 갤러리아 플라자는 쇼핑몰, 푸드코트, 한인마켓으로 구성되어 있음<br>- 한국의 의류, 화장품, 식당 브랜드가 일부 입점해 있으며 대부분 개인사업자 매장<br>- 한국인이 운영하는 미용실, 안경점, 이동통신 대리점이 위치한 복합공간<br>- 갤러리아 플라자의 한인마트 브랜드만 버몬트 주에 별도로 운영 중 | | |
| D-U-N-S® Number | 03-876-5538 | **설립연도** | 2000년 |
| **본사 소재지** | 미국, 캘리포니아(California) 주, 로스앤젤레스(L.A.) | **점포 수** | 4개 |
| **매출액** | 830만 US 달러 | **직원 수** | 160명 |
| **홈페이지** | www.galleriamarket.com | | |
| **상세사항** | - 다양한 브랜드의 고추장 및 고추장 소스 제품 판매<br>- 고추장 제품의 용량도 3kg, 1kg, 500g 등으로 다양 | | |
| **매장 전경** | | | |
| | 매장 입구 | 고추장 제품 진열대 | |

자료: 현지조사원, D&B Hoovers

## ④ 시온마켓(Zion Market)

| 기업 개요 | | | |
|---|---|---|---|
| ZionMarket 시/온/마/켓 | - 6개의 점포를 운영 중인 한인마켓<br>- 모바일 맵으로 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<br>(남가주 5개, 조지아 주 1개) |
| **매출액** | - | **직원 수** | 65명 |
| **홈페이지** | www.zionmarket.com | | |
| **상세사항** | - 다양한 브랜드의 고추장 및 고추장 소스 제품 판매<br>- 고추장 제품의 용량도 3kg, 1kg, 500g 등으로 다양 | | |
| **매장 전경** | | | |
| | 매장 입구 | 고추장 제품 진열대 | |

자료: 현지조사원, D&B Hoovers

## 2) 아시안 마켓

### ① 99 Ranch Market

| 기업 개요 | | | |
|---|---|---|---|
| 99 RANCH MARKET | - 1984년에 창업한 대만계 슈퍼마켓으로 대만계 마켓 중에서 가장 규모가 큼<br>- 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 | | |
| **상세사항** | - 한국산 A사 고추장 제품 1가지 종류만 판매<br>- 해당 고추장 제품의 용량은 500g만 판매 | | |
| **매장 전경** | | | |
| | 매장 입구 | 고추장 제품 진열대 | |

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

## ② 마루카이 마켓(Marukai Market)

| 기업 개요 | | | |
|---|---|---|---|
| MARUKAI | - 1965년에 창업한 일본계 슈퍼마켓<br>- 10개 지역에 12개의 점포가 있으며, 회원제 시스템도 운영<br>- 식품, 건강제품, 화장품, 가구, 가전제품, 전자제품, 문구용품, 옷, 기모노, 도자기 등 수입제품을 판매<br>- 온라인 쇼핑몰도 운영 중 | | |
| D-U-N-S® Number | 09-080-2733 | **설립연도** | 1965년 |
| **본사 소재지** | 미국, 캘리포니아(California) 주, 가드나(Gardena) | **점포 수** | 12개 |
| **매출액** | 11만 7,000 US 달러 | **직원 수** | 780명(2018년 3월) |
| **홈페이지** | www.marukai.com<br>www.marukaicorp.com | | |
| **상세사항** | - 한국산 A사 고추장 제품 1가지 종류만 판매<br>- 해당 고추장 제품의 용량은 1kg만 판매 | | |
| **매장 전경** | | | |
| | 매장 입구 | 고추장 제품 진열대 | |

자료: Marukai(www.marukaicorp.com), 현지조사원, D&B Hoovers

### 3) 하이퍼마켓 및 슈퍼마켓

#### ① Whole Foods Market

| 기업 개요 | | | |
|---|---|---|---|
| | - 홀푸드마켓은 미국에서 유일하게 유기농 식품만을 전문적으로 판매하는 슈퍼마켓 체인점으로 가격도 비싼 편<br>- 현재 미국과 캐나다 영국에 지점이 설립되어 있으며 체인점을 운영하고 있음<br>- 기업 미션을 '고품질과 건강한 식품을 제공하여 소비자의 건강과 활기 증진'으로 정하고 인공첨가제와 복제동물을 원료로 하는 제품 판매를 금지함<br>- 2017년 8월 28일 아마존에 인수합병됨<br>- 온라인 주문 및 픽업 서비스 제공 | | |
| D-U-N-S® Number | 09-373-5686 | **설립연도** | 1980년 |
| **본사 소재지** | 미국, 텍사스(Texas) 주, 오스틴(Austin) | **점포 수** | 전세계 470개(2017년 9월)<br>미국 내 448개(2017년 9월) |
| **매출액** | 연 160억 3,000만 달러 (2017년 9월) | **직원 수** | 전세계 89,000명(2017년 9월) |
| **홈페이지** | www.wholefoodsmarket.com | | |
| **상세사항** | - 한국산 L사 고추장 제품 1가지 종류만 판매<br>- 해당 고추장 제품의 용량은 300g | | |
| **매장 전경** | | | |
| | 매장 입구 | 고추장 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 Vons

| 기업 개요 | | | |
|---|---|---|---|
| VONS | - 1906년에 설립된 슈퍼마켓<br>- 325개의 점포를 운영 중이며 대부분 남가주와 네바다주 남쪽에 위치<br>- 온라인으로 제품 주문 및 픽업 서비스 제공<br>- 모기업: Safeway(1997-2015) / Albertsons(2015-현재) | | |
| 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 | | |
| **상세정보** | - 고추장 제품은 없고 고추장 소스 제품만 판매 | | |
| **매장 전경** | | | |
| | 매장 입구 | 고추장 제품 진열대 | |

자료: 현지조사원, D&B Hoovers

### ③ Target

| 기업 개요 | | | |
|---|---|---|---|
| | - 종합유통채널 대형 할인마트<br>- 2017년 기준 소매업체 중 식료품 매출 8위<br>- 2017년 기준 매장 판매 94.5%, 온라인 판매 5.5%를 기록<br>- 젊고 감각적인 이미지를 포지셔닝하고 있음<br>- Walmart가 식품 유통채널을 세분화하는 마케팅 전략으로 Walmart Supercenter를 분리한 것처럼 Target도 SuperTarget 사업 전개<br>- 시장 특성에 따라 도시형 마트인 City Target과 편의점 형태인 Target Express로 브랜드 확장 | | |
| 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 | | |
| **상세사항** | - 고추장 제품은 없고 고추장 소스 제품만 판매 | | |
| **매장 전경** | | | |
| | 매장 입구 | 고추장 제품 진열대 | |

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

④ Trader Joe's

| 기업 개요 | | | |
|---|---|---|---|
| | - 1958년에 설립된 유기농 및 자사 브랜드로 된 OEM 제품이 많은 슈퍼마켓<br>- 라이벌로 홀푸즈마켓(Whole Foods Market)이 있으나 전체적으로 트레이더죠스(Trader Joe's)가 더 저렴한 편<br>- 'your neighborhood grocery store' 컨셉으로 소비자와 친숙한 이미지<br>- 약 4,000개의 제품 취급<br>- 질 좋은 자사 브랜드(Parivate Brand, PB) 제품 비중이 높으며 고객의 충성도가 높은 편 | | |
| D-U-N-S® Number | 00-622-6666 | **설립연도** | 1958년 Pronto Markets으로 설립<br>1967년 Trader Joe's로 변경 |
| **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 | | |
| **상세사항** | - 고추장 제품은 없고 Trader Joe's OEM 제품인 태국산 고추장 소스류만 판매 | | |
| **매장 전경** | | | |
| | 매장 입구 | 고추장 제품 진열대 | |

자료: 현지조사원, D&B Hoovers

## ⑤ Food 4 Less

| 기업 개요 | | | |
|---|---|---|---|
| FOOD4LESS | - 1977년에 설립된 저가 마켓<br>- 저소득층을 상대로 하는 마켓으로 LA에서는 주 고객이 히스패닉<br>- 저가 전략으로 서비스 비중을 낮춰 수익을 창출하는 사업구조<br>- 'Zero Hunger and Zero Waste'를 기업 비전으로 정해 기업의 사회적 책임과 친환경 경영 이미지를 강조<br>- 모기업: Kroger | | |
| D-U-N-S® Number | 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** | - 고추장 제품은 없고 고추장 맛 나는 미국산 바비큐 소스 등 고추장 소스류 판매 | | |
| **매장 전경** | | | |
| | 매장 입구 | 고추장 제품 진열대 | |

자료: 현지조사원, D&B Hoovers

# [ 참고 문헌 ]

## ■ 참고 자료


1.「Country Insight Snapshot United States of Ameria June 2018」, Dun & Bradstreet, 2018.6.22

2.「SAUCES, DRESSINGS AND CONDIMENTS IN THE USA」, Euromonitor International, 2017.11.

3.「Hot Sauce Production in the US - US Industry Market Research Report」, 2018.8.

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, '앨 에리언"美경제, 최소 2년간 전망은 좋다"', 연합인포맥스, 2018.10.10. 09:11:22 (news.einfomax.co.kr)

2. '2018 retail, wholesale and distribution industry trends outlook', Deloitte(www2.deloitte.com)

3. 'The Top 3 Hot Sauce Trends For 2017', asleyfood company, 2017.2.8 (www.maddog357.com)

4. 'The New Spicy Trend - Gochujang - Korean Red Chili Pepper Paste', PRWeb, 2018.6.29. (www.prweb.com)

5. '2018 Top 100 Retailers', STORES(stores.org)

6. George Avalos, 'Korean supermarket readies new north', The Mercury News, 2018.3.1. 5:01pm updated

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

8. 연방 센서스국(American Community Survey, ACS)

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. 관세청종합솔루션 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. NY Fancy Food Show (www.specialty.com/fancy-food-show.com)

20. 글로벌 전시 포탈 (www.gep.or.kr)

21. Costso (www.costco.com)

22. Food 4 Less (www.food4less.com)

23. Target (www.tartet.com)

24. Trader Joe' s (www.traderjoes.com)

25. Vons (www.vons.com)

26. Whole Foods Market (www.wholefoodsmarket.com)
27. 가주마켓 (www.gajumarketplace.com)
28. H mart (www.hmart.com)
29. 시온마켓 (www.zionmarket.com)
30. 갤러리아 플라자 (www.galleriamarket.com)
31. 99 Ranch Market (www.99ranch.com)
32. 마루카이 마켓 (www.marukai.com)
33. Seafood City (www.seafoodcity.com)

## 2018 농식품 해외시장 맞춤조사

No: 1806-11

품목: 고추장(Hot pepper paste)

국가: 미국(USA)

---

보고서 기획 및 작성
- 한국농수산식품유통공사

---

발 행 일 2018

발 행 처 한국농수산식품유통공사 수출정보부
(58217) 전라남도 나주시 문화로 227
02-6300-1119 http://www.kati.net

자료문의 aT수출정보실
02-6300-1119

o 본 자료는 한국농수산식품유통공사 농식품수출정보 사이트 www.kati.net에서 보실 수 있습니다.

o 본 자료집에 실린 내용은 한국농수산식품유통공사의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.

o 본 자료집의 내용은 출처를 명시하면 인용할 수 있으나 무단전재, 복사는 법에 저촉됩니다.