

# 2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202408-05  
품목 | 고춧가루(Red Pepper Powder)  
HS CODE | 0904.22-0000  
국가 | 미국(U.S.A)



# CONTENTS

## 2024 수출기업 맞춤형 조사

### I. 요약

1. 요약	04
-------	----

### II. 시장규모

1. 미국 소스 & 향신료 시장규모	06
2. 미국 향신료 & 요리용 허브 시장규모	07
3. 미국 고춧가루 수입규모	08

### III. 시장트렌드

1. 미국 내 매운맛 트렌드	11
2. 제품 키워드 1위 : 고추 플레이크	12
3. 인기브랜드 1위 : 맥코믹	13
4. 홍보문구 키워드 1위 : 유기농	14

### IV. 유통채널

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



# CONTENTS

## 2024 수출기업 맞춤형 조사

### V. 진입장벽

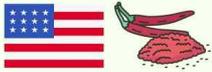
1. 미국 고춧가루 통관 및 검역 절차	28
2. 미국 고춧가루 품질 인증	30
3. 미국 고춧가루 라벨링	34
4. 미국 고춧가루 성분 및 유해물질	38

### VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 트레이더 조(Trader Joe's)	43
2. 에이치 마트(H Mart)	45
3. 코스트코 홀세일(Costco Wholesale)	47

※ 참고문헌	49
--------	----





HS CODE : 0904.22-0000

2024 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

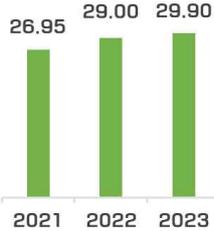
# SUMMARY

## 미국 고춧가루 시장

### 시장 현황

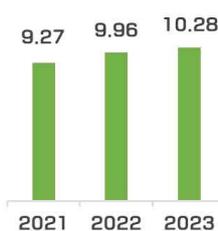
#### 소스 & 향신료 시장규모

단위: 십억 달러



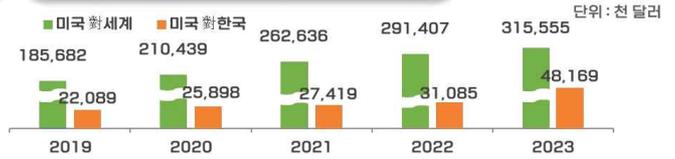
#### 향신료 & 요리용 허브 시장규모

단위: 십억 달러



### 수출입 현황

#### 수출입 현황 (HS CODE 0904.22 기준)

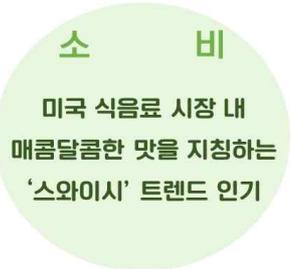


#### 국가별 수입규모



### 시장 트렌드

#### 빅데이터 & 이슈 분석



\* 미국 아마존 고춧가루 제품 334건 분석 결과

### 주요 유통채널

#### 유통채널 점유율



### 통관 및 제도

#### 수출 통관 유의사항

**세금**  
협정 세율 0%

**사전 준비**  
식품생산가공시설(FFR) 등록 **必**  
수출업체 AEO 등록 시  
통관 혜택 **多**

#### 권장 인증



HACCP

글루텐 프리 인증

IFANCA Halal

#### 유의사항

**라벨 필수 표기사항**  
표기언어, 제품명, 순중량, 제조자, 포장업체, 유통업체 정보, 성분 목록, 알레르겐 성분, 영양성분표, 원산지

### 수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

**제품 수요** 미국 소비자들은 고춧가루를 일상적으로 사용하며, 스크램블 메그, 채소 요리, 팝콘, 바비큐 양념 등 다양한 방식으로 활용함  
**인기있는 고춧가루 제품** 농협 고춧가루, 맥코믹 칠리파우더, 트레이더 조 칠리 라임 시즈닝 블렌드 등이 인기있음  
**성공적 홍보 전략** 소셜 미디어 내 온라인 광고와 인플루언서 협업을 통해 고춧가루를 활용한 다양한 요리법을 소개하는 것을 추천함

Point 02.

**제품 가격 피드백** 용량에 따라 다르지만 일반적으로 8-10달러를 넘지 않으며, 고객사 제품은 경쟁력있는 가격대를 형성하고 있음  
**제품 패키징 피드백** 미국 내 고춧가루는 소량일 경우, 유리병, 플라스틱, 금속 용기에 포장되며, 대용량일 경우 지퍼백에 포장됨  
**유통채널 전략** 방문객 수가 많아 제품이 더 자주 노출되는 대형 슈퍼마켓이나 아시아 마트에 진출할 것을 권장함

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# II 시장규모



1. 미국 소스 & 향신료 시장규모
2. 미국 향신료 & 요리용 허브 시장규모
3. 미국 고춧가루 수입규모

## 1. 미국 소스 & 향신료 시장규모

미국 국가 일반 정보<sup>1)</sup>

면적	983만 km <sup>2</sup>
인구	3억 3,491만 명
GDP	26조 9,496억 달러
GDP (1인당)	8만 412달러

### ▶ 미국 2023년 소스 & 향신료 시장규모 41조 원<sup>2)3)4)</sup>

2023년 기준 미국 소스 & 향신료 시장규모는 전년 대비 3.1% 성장해 41조 원에 달함. 최근 5년(2019-23년)간 미국 소스 & 향신료 시장의 연평균 성장률은 4.2%로 나타났음

### ▶ 미국 소스 & 향신료 시장, 향후 5년간 2.3%씩 성장 전망

미국 소스 & 향신료 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 2.3%씩 성장하여 2028년에는 약 46조 원 규모를 기록할 것으로 전망됨. 향후 미국 소스 & 향신료 시장의 주요 트렌드로는 이국적이고 매운맛에 대한 수요 증가가 예상됨. 특히 한국, 태국, 베트남, 일본 등 동남아시아 지역의 이국적인 맛을 반영한 제품들이 소비자들 사이에서 인기를 끌고 있음<sup>5)</sup>

[표 2.1] 미국 '소스 & 향신료' 시장규모<sup>6)7)</sup>

단위 : 십억 달러



자료: 스탯티스타(Statista)

- 1) 자료: 외교부 홈페이지
- 2) 자료: 스탯티스타(Statista), 'Sauces & Spices - United States', 2024.08
- 3) 스탯티스타에 따르면, '소스 & 향신료(Sauces & Spices)' 시장은 음식 준비 과정에서 사용되는 부수적인 재료들을 포함하며, 맛, 질감, 외관을 개선하는 액체 또는 반액체 조제품인 소스와, 음식에 맛, 향, 색을 더하는 말린 씨앗이나 열매 등을 의미하는 향신료를 포함하고 있음
- 4) 조사제품 '고춧가루'는 100% 건고추를 가공한 천연 향신료임 이에 '향신료 & 요리용 허브' 시장과 상위 시장인 '소스 & 향신료' 시장의 규모를 조사함
- 5) 푸드인스티튜트(The Food Institute), '2024 Trends to Watch: Bold Soups, Spices, and Global Flavors', 2024.01
- 6) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 7) 1달러=1,380.10원(2024.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)
- 8) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

## 2. 미국 향신료 & 요리용 허브 시장규모

### ▶ 미국 2023년 향신료 & 요리용 허브 시장규모 14.2조 원<sup>9)</sup>

2023년 기준 미국 향신료 & 요리용 허브 시장규모는 전년 대비 3.2% 성장해 14.2조 원에 달함. 최근 5년(2019-23년)간 연평균 성장률은 4.1%로 나타났음. 특히 2022년에는 전년 대비 7.4%의 높은 성장률을 보였음. 이는 코로나19로 인해 집에서 요리하는 시간이 증가하면서 향신료 및 요리용 허브의 수요가 급증한 결과로 분석됨

### ▶ 미국 향신료 & 요리용 허브 시장, 향후 5년간 연평균 2.3% 성장 전망

미국 향신료 & 요리용 허브 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 2.3%씩 성장하여 2028년에는 약 15.9조 원 규모에 이를 것으로 전망됨. 최근 건강과 웰빙에 대한 관심이 높아지면서 천연 재료를 선호하는 소비자들이 증가하고 있으며, 이는 향신료와 요리용 허브 시장의 성장을 견인할 것으로 보임

[표 2.2] 미국 '향신료 & 요리용 허브' 시장규모

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

9) 자료: 스태티스타(Statista), 'Spices & Culinary Herbs - United States', 2024.08

10) 스태티스타에 따르면, '향신료 & 요리용 허브' 시장은 음식의 맛, 향, 색을 위해 첨가되는 소금, 말린 씨앗, 열매 등을 포함하고 있음

### 3. 미국 고춧가루 수입규모

● HS CODE 0904.22

해당 장에서 조사제품 고춧가루는 HS CODE 0904.22로 분류됨. HS CODE 제0904호의 품명은 '후추, 건조하거나 부수거나 잘게 부순 고추류의 열매나 피멘타속의 열매'이며, HS CODE 0904.22의 품명은 '부수거나 잘게 부순 것'으로 확인됨

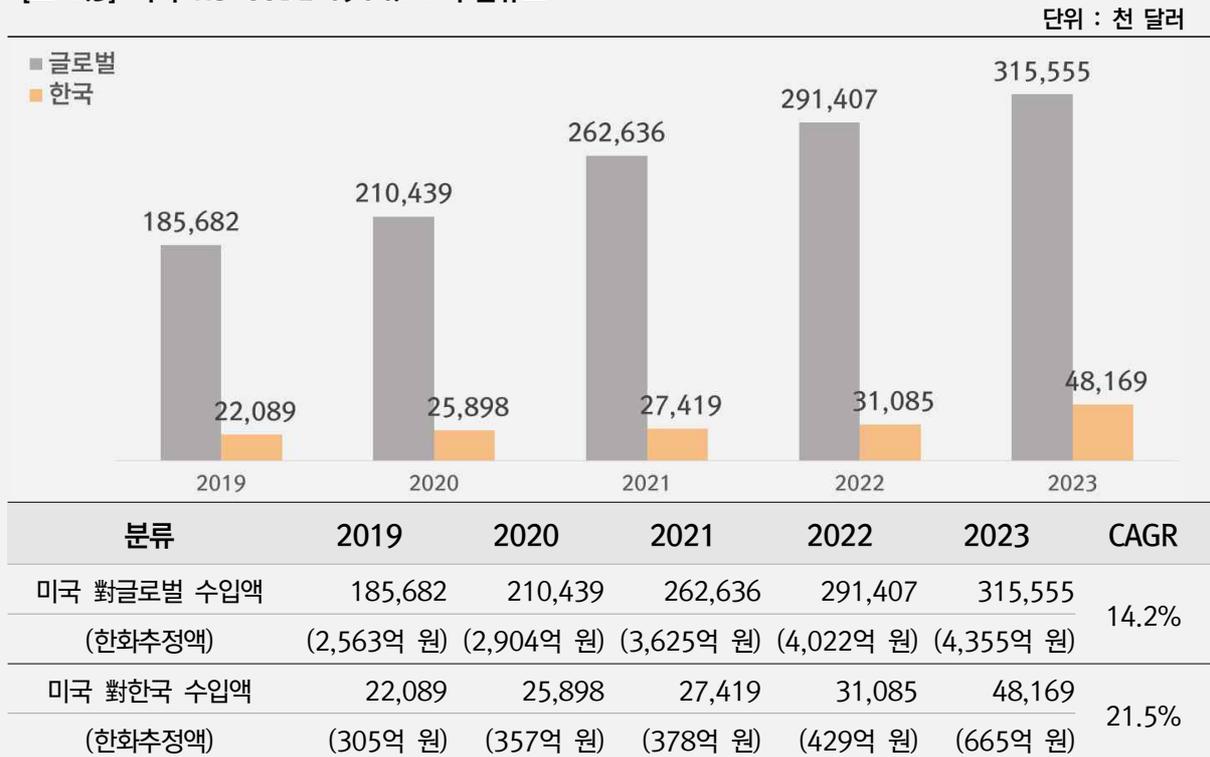
▶ HS CODE 0904.22 미국의 對글로벌 수입액, 4,355억 원

2023년 기준 HS CODE 0904.22 품목에 대한 미국의 對글로벌 수입액은 전년 대비 8.3% 증가한 4,355억 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 미국의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년) 동안 연평균 14.2%의 성장률을 기록하며 꾸준히 증가해왔으며, 특히 2021년은 전년 대비 24.8%의 높은 성장률을 기록함

▶ HS CODE 0904.22 미국의 對한국 수입액, 글로벌 6위

2023년 기준 HS CODE 0904.22 품목에 대한 미국의 對한국 수입액은 전년 대비 55.0% 급증한 665억 원으로 글로벌 6위를 차지함. 지난 5년(2019-23년) 동안 해당 품목에 대한 미국의 對한국 수입액은 21.5%의 연평균 성장률을 기록했음. 한편, 2023년 기준 해당 품목에 대한 미국의 對글로벌 수입액 1위는 인도(1,195억 원), 2위는 스페인(1,118억 원), 3위는 중국(756억 원)인 것으로 확인됨

[표 2.3] 미국 HS CODE 0904.22 수입규모



자료: ITC(International Trade Centre)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# III 시장트렌드



1. 미국 내 매운맛 트렌드
2. 제품 키워드 1위 : 고추 플레이크
3. 인기브랜드 1위 : 맥코믹
4. 홍보문구 키워드 1위 : 유기농

## 소비 제품 특징 분석 프로세스

### ▶ 미국 온라인 쇼핑몰 입점 고춧가루

- 데이터 수집 키워드 : 고춧가루(Red Pepper Powder)
- 데이터 수집량 : 334건
- 데이터 수집원 : 미국 온라인 쇼핑몰 아마존(Amazon)

### ▶ 미국 온라인 쇼핑몰 입점 고춧가루 특징 분석

- 데이터 분석 항목  
① 제품 ② 브랜드 ③ 홍보문구

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
	키워드 (국문)	키워드 (영어)		키워드 (국문)	키워드 (영어)	
제품	고추 플레이크	Pepper Flakes	95	후추	Black Pepper	18
	칠리 파우더	Chili Powder	49	하바네로 파우더	Habanero	6
	파프리카 파우더	Paprika	21	고추장	Gochujang	2
	고춧가루	Gochugaru	19	(-)	(-)	(-)
브랜드	맥코믹	Mccormick	24	토스	Toss	7
	프론티어코옵	Frontier Co-op	17	어메이징 칠리&스파이스	Amazing Chiles&Spices	6
	사다프	Sadaf	9	심플리오가닉	Simply Organic	6
	해피벨리	Happy Belly	9	언프리텐셔널	Unpretentious	6
	더스파이스웨이	The Spice Way	8	청정원	Chung Jung One	1
	프레시 파이네스트	Fresh Finest	7	(-)	(-)	(-)
홍보문구	유기농	Organic	48	한국산	Korea	23
	천연	Natural	48	비건	Vegan	16
	Non GMO	Non GMO	42	글루텐 프리	Gluten Free	15
	코셔	Kosher	39	무방부제	No Preservatives	7
	프리미엄	Premium	32	(-)	(-)	(-)

## 1. 미국 내 매운맛 트렌드

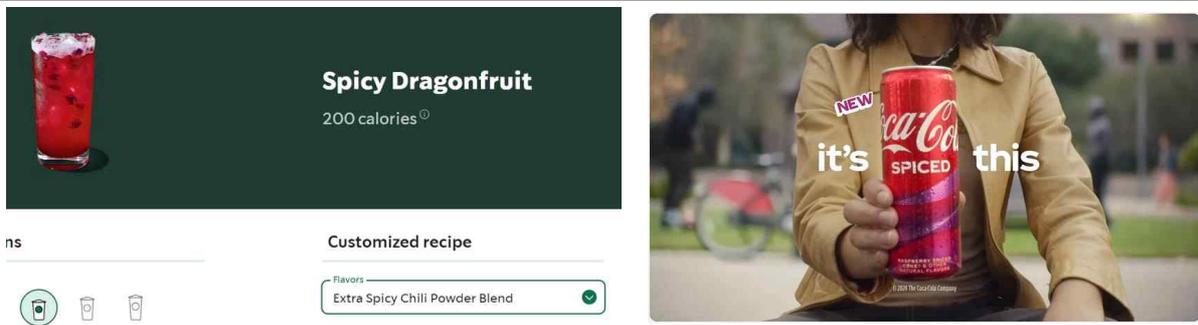
### ▶ 미국 식품 업계의 트렌드 ‘스와이시’

미국 식음료 시장에서 가장 인기있는 트렌드로 ‘스와이시(swicy)가 떠오르고 있음. 스와이시는 단맛(sweet)와 매운맛(spicy)의 합성어로, 달면서도 매콤한 음식 맛을 지칭함. 스타벅스는 2024년 4월 매운 칠리 파우더를 추가한 스파이시 용과(Spicy Dragonfruit)와 스파이시 파인애플(Spicy Pineapple), 스파이시 딸기(Spicy Strawberry) 등의 레모네이드 음료를 출시했음. 코카콜라 역시 매콤한 음료를 시도하는 소비자들 증가함에 따라, 소비자들의 요구를 충족시키기 위해 2024년 상반기에 코카콜라 스파이스드(Coca Cola Spiced)를 출시함. 시장조사 기관 서카나(Circana)의 조사에 따르면, ‘매운’이라는 단어가 포함된 음식과 음료의 매출은 전년 대비 7%p 증가한 것으로 나타났음<sup>1)</sup>

### ▶ Z세대가 주도하는 매운 맛 유행…K-드라마도 한 몫

스와이시 열풍을 주도하는 것은 바로 Z세대임. 시장조사 기관 더푸드 인스티튜트(The Food Institute)에 따르면, Z세대 소비자의 53%가 스와이시를 즐기고 있는 것으로 분석되었음. 최근 미국이 인종적으로 더욱 다양해지면서, 다양한 맛의 음식을 즐기는 젊은 사람들이 늘어났기 때문으로 분석됨. 특히, K-드라마의 인기로 한국 음식에 대한 관심이 증가하면서, 한국 특유의 맵고 단 음식을 접하는 사람이 늘어났음. 이는 자연스럽게 고춧가루와 고추장 등 매운 향신료에 대한 인기로 이어지고 있음<sup>2)</sup>

[그림 3.1] 스타벅스 스파이시 용과와 코카콜라 스파이스드



자료: 스타벅스(Starbucks), 코카콜라(Coca Cola)

11) 씨앤엔(CNN), ‘Swicy’ is the hottest trend in food right now’, 2024.06

12) MBN뉴스, ‘[아메리카 샷 추가] 미국이 ‘빨간 맛’에 빠진 이유는?’, 2024.07

## 2. 제품 키워드 1위 : 고추 플레이크

### ▶ ‘고추 플레이크’, ‘고춧가루’ 등 키워드 빈출

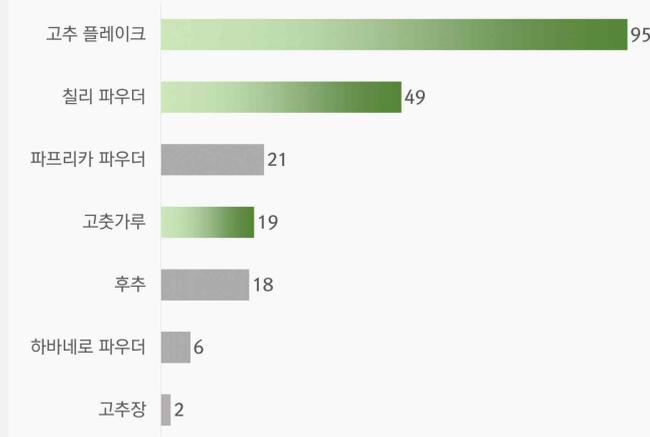
- ‘고추 플레이크’ 관련 키워드가 95건으로 가장 많이 도출되었으며, 고춧가루를 발음대로 영어로 쓴 ‘고춧가루(gochugaru)’ 키워드도 19건 도출됨
- 특히 한국산 고춧가루의 경우 ‘한국산’, ‘레드페퍼’ 등의 키워드가 병기되는 경우가 많았으며, 고추장의 경우에도 발음 그대로 ‘gochujang’으로 표기되는 것이 확인됨

### ▶ ‘칠리 파우더’, 주로 외국 페퍼 식자재에 사용

- 또한, ‘칠리 파우더’가 49건 빈출되어 2위를 차지함. 실제 데이터 확인 결과, 카옌 페퍼나 중국 사천 고춧가루 등 외국산 고추가 주로 확인됨
- 그 외에 ‘파프리카 파우더’와 ‘하바네로 파우더’가 각각 21, 6건 도출되면서 다양한 종류의 고추 파우더가 인기인 것이 확인됨

고추 플레이크		칠리 파우더		고춧가루	
					
제품명	코리안 레드페퍼 플레이크 (Korean Red Pepper Flake)	제품명	차이니스 사추안 레드 칠리 파우더 (Chinese Sichuan red Chili Powder)	제품명	태양초고춧가루 (Sun Dried Coarse Gochugaru)
브랜드	컬렉티드푸드 (Collected Food)	브랜드	바이린호우 (Bailinhou)	브랜드	왕 (Wang)
중량	2oz	중량	3.5oz	중량	8oz
가격	12.89달러(17,789원 <sup>13)</sup> )	가격	6.98달러(9,633원)	가격	7.99달러(11,027원)

[표 3.1] 미국 판매 고춧가루 제품 관련 키워드



자료: 미국 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘고춧가루’ 관련 게시물 627건 분석

13) 1달러=1,380.10원(2024.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

### 3. 인기브랜드 1위 : 맥코믹

▶ ‘맥코믹’과 ‘토스’ 등 현지 브랜드 인기…대부분이 서양 고춧가루

- 고춧가루 관련 브랜드로 가장 많이 도출된 키워드는 ‘맥코믹’으로, 총 24건의 빈도수를 기록함
- 그 외에도 ‘프론티어코옵’과 ‘더스파이스웨이’, ‘토스’ 등 현지 기업이 주를 이루었는데, 주로 서양 품종의 고춧가루를 판매 중임

▶ 한국 브랜드로 ‘청정원’ 도출

- 한국 브랜드로는 ‘청정원’이 도출되었으며, 해외 판매 전용인 오푸드(O’Food) 브랜드를 통해 판매하고 있었음
- 뿐만 아니라, 해외 식품 유통 삼진글로벌넷의 브랜드 왕(Wang)의 고춧가루와 고추장 등의 제품도 확인되었음

맥코믹		토스		청정원	
					
제품명	그라운드 레드페퍼 (Ground Red Pepper)	제품명	크라시드 레드페퍼 (Crushed Red Pepper)	제품명	순창고추장
브랜드	맥코믹(McCormick)	브랜드	토스(TOSS)	브랜드	청정원(Chung Jung One)
중량	16oz	중량	12oz	중량	1.1파운드
가격	17.57달러(24,248원)	가격	6.99달러(9,647원)	가격	9.61달러(13,263원)

[표 3.2] 미국 판매 고춧가루 브랜드 관련 키워드



자료: 미국 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘고춧가루’ 관련 게시물 334건 분석

#### 4. 홍보문구 키워드 1위 : 유기농

▶ ‘유기농’, ‘Non GMO’ 등 인증 관련 키워드 다수 확인

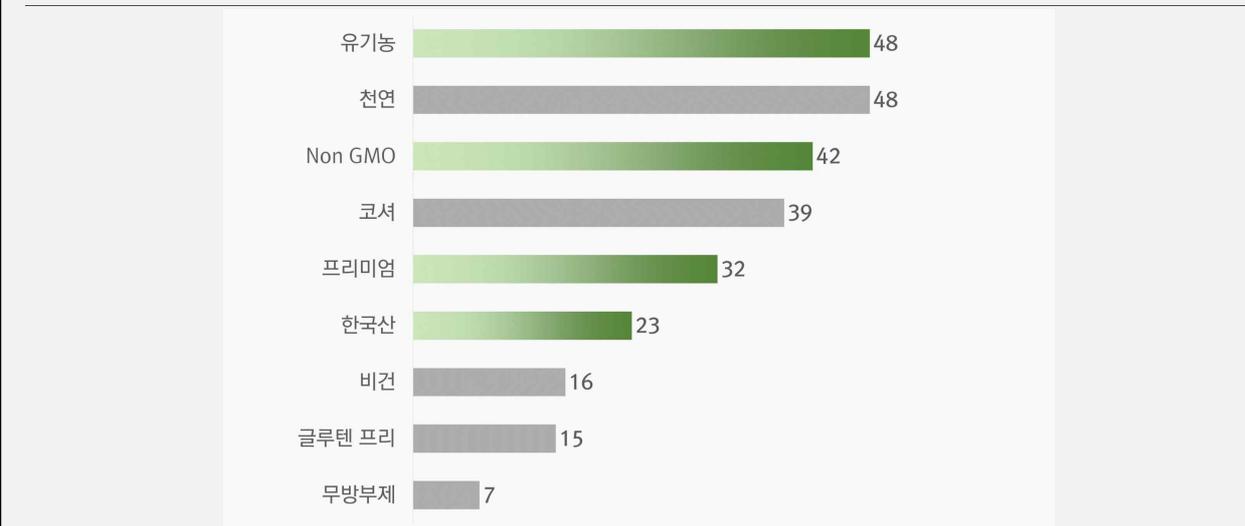
- 고춧가루 홍보문구 관련 키워드 확인 결과, ‘유기농’이 48건, ‘Non GMO’가 42건으로 인증 관련 키워드가 다수 확인되었음
- 그 외에도 ‘비건’과 ‘글루텐 프리’ 키워드가 16, 15건 확인되면서 식이요법에 관심 있는 소비자들의 관심을 끌 수 있을 것으로 분석됨

▶ ‘한국산’ 키워드 빈출...‘프리미엄’ 키워드 불기도

- ‘한국산’ 키워드는 23건 도출되었으며, ‘프리미엄’이라는 키워드와 결합하여 활용되는 것으로 확인됨
- 최근 K-Food에 대한 관심이 높아지고 있지만, 여전히 한국 음식에 외국산 칠리페퍼를 사용하는 경우가 많음. 따라서 한국 음식에는 한국산 고춧가루가 어울린다는 점을 홍보하는 것이 주효할 수 있을 것으로 분석됨

유기농		Non GMO		프리미엄, 한국산	
					
제품명	오가닉 레드 칠리 파우더 (Organig Red Chilli Powder)	제품명	크러시드 레드 페퍼 (Crushed Red Pepper)	제품명	햇살채운 고춧가루
브랜드	스파이시 오가닉 (Spicy Organic)	브랜드	펜앤Zip (Pep&Zip)	브랜드	채운 (Chaeun)
중량	4oz	중량	16oz	중량	1.1파운드
가격	6.98달러(9,633원)	가격	13.99달러(19,308원)	가격	24.99달러(34,489원)

[표 3.4] 미국 판매 고춧가루 홍보문구 관련 키워드



자료: 미국 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘고춧가루’ 관련 게시물 334건 분석

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# IV 유통채널



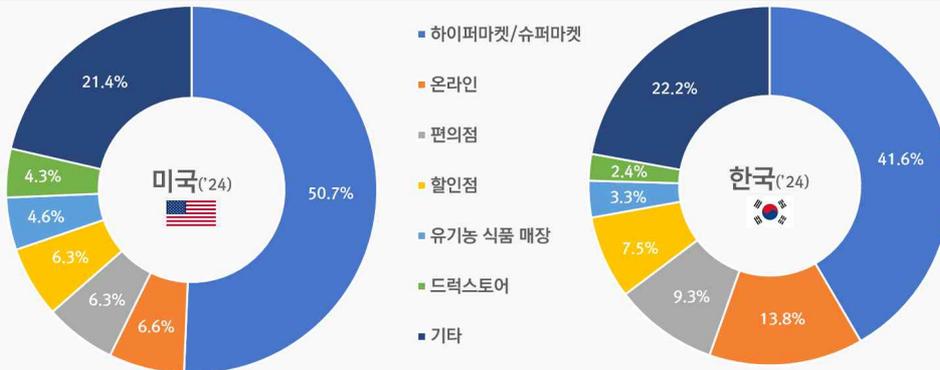
1. 미국 고춧가루 유통채널 점유율
2. 미국 고춧가루 주요 유통채널

## 1. 미국 고춧가루 유통채널 점유율

### ▶ 미국 고춧가루 유통채널, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 1위

2024년 기준 미국 내 고춧가루를 비롯한 식품 소매유통채널의 매출액 비중을 살펴보면, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 50.7%로 1위, 2위는 21.4%의 ‘기타’, 3위는 6.6%의 ‘온라인’으로 두 채널 모두 1위 채널과 큰 격차를 보임. 한국도 이와 유사하게 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 41.6%로 1위, ‘기타’가 22.2%로 2위, ‘온라인’이 13.8%로 3위를 차지함. 미국 내 고춧가루 유통 시 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’에 중점을 두는 것이 중요할 것으로 보임. 코로나19로 인한 공급망 혼란 및 ‘온라인’ 채널 강화로 소비자들의 새로운 브랜드에 대한 개방성이 높아지며 가격과 품질이 주요 선택 요인으로 떠오름. 이에 경쟁력 있는 가격 설정과 적극적 프로모션을 통한 소비자와의 접점 늘리기 및 ‘온라인’ 채널에 대한 접근이 중요할 것으로 판단됨<sup>14)</sup>

[표 4.1] 미국 및 한국 고춧가루 B2C 소매유통채널 점유율<sup>15)16)17)</sup> 비교



B2C 소매유통채널 점유율 비교		
미국 점유율	유형	한국 점유율
50.7%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	41.6%
6.6%	온라인	13.8%
6.3%	편의점	9.3%
6.3%	할인점	7.5%
4.6%	유기농 식품 매장	3.3%
4.3%	드럭스토어	2.4%
21.4%	기타 <sup>18)</sup>	22.2%

자료: 스탯스타(Statista)

14) 자료: 포브스(Forbes), ‘The Death Of Brand Loyalty’, 2023.09

15) 해당 장에서 ‘고춧가루’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘식품(Grocery)’의 유통채널 정보를 확인함

16) 자료: 스탯스타(Statista), ‘Grocery shopping by store type in the U.S. as of March 2024’, 2024.05

17) 자료: 스탯스타(Statista), ‘Grocery shopping by store type in South Korea as of March 2024’, 2024.05

18) 본 보고서에서 ‘기타’는 베이커리, 재래 시장 등을 포함하고 있음

## 2. 미국 고춧가루 주요 유통채널 ① 크로거

기업 기본 정보	기업명	크로거(Kroger)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.kroger.com		
	위치	미국 전역		
	규모	매출액('23) • 1,500억 달러(207조 150억 원 <sup>19)</sup> 기타 규모 • 매장 수('24): 2,750개		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1883년 오하이오(Ohio)에서 시작된 미국 최대 슈퍼마켓 기업 중 하나</li> <li>• 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 할인점 등 다양한 형태의 매장을 운영함</li> <li>• 신선한 제품 배송 서비스 '크로거 딜리버리(Kroger Delivery)'를 제공함</li> <li>• 쿠폰, 포인트 등의 혜택을 통한 마케팅 전략이 활발함</li> </ul>			
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 음료류, 주류, 향신료 및 소스류, 생활용품, 문구용품 등		
	선호 제품	• 미국 내에서 브랜드 인지도가 높은 상품, 품질 신뢰도 및 높은 상품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 신청                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 'ABOUT THE COMPANY' 하위 카테고리 'Vendors &amp; Suppliers' 클릭 (<a href="http://www.thekrogerco.com/vendors-suppliers">www.thekrogerco.com/vendors-suppliers</a>)</li> <li>- 'Are you interested in becoming a Kroger Supplier?' 아래 'here' 클릭</li> <li>- 'Prospect Vendor Pre-Registration' 양식 작성</li> <li>- 이메일을 통해 '공급업체 신청 안내 및 지침' 수신 후 추가 절차 진행</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 크로거(Kroger), 하스데이터(Hasdata)

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

19) 1달러=1,380.10원(2024.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 미국 고춧가루 주요 유통채널 ② 코스트코

기업 기본 정보	기업명	코스트코(Costco)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.costco.com		
	위치	미국 전역		
	규모	매출액('23) • 1,766억 3,000만 달러(243조 7,671억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 604개 • 직원 수('24): 20만 6,000명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 회원제 창고형 매장 형태로 운영되는 미국 슈퍼마켓 브랜드</li> <li>• 특정 지역에 한하여 '투데이딜리버리(2-Day Delivery)' 서비스 운영 중</li> <li>• 최근에는 김밥, 금화를 판매하는 등 판매 품목을 꾸준히 늘리고 있음</li> <li>• 신규 회원을 유치하기 위한 다양한 프로모션을 진행함</li> </ul>			
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신선식품, 가공식품, 정육, 수산물, 유제품, 베이커리류, 음료류, 향신료, 소스류 등</li> </ul>		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 유기농 제품, 신제품</li> </ul>		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지 및 유선 연락을 통한 입점 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 메뉴 'Vendors &amp; Suppliers' 클릭</li> <li>- 공급업체 선정 조건 및 절차 확인</li> <li>- 입점 희망 지역 부서에 직접 문의(<a href="http://costco.com/vendor-inquiries.html">costco.com/vendor-inquiries.html</a>)</li> <li>- 평가 기준                                 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 코스트코 공급업체 행동 강령</li> <li>② 공인검사기관에서 TPI 실시</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>• 문의 사항 연락처 및 참고 사항                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +1-425-313-8100(Northwest Region)</li> <li>- 본사 직접 거래 방식이 일반적이거나, 내부 중개인(In-House Broker) 거래도 존재함</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 코스트코(Costco)

사진 자료: 코스트코(Costco), 구글맵(Google Maps)

## 2. 미국 고춧가루 주요 유통채널 ③ 에이치마트

기업 기본 정보	기업명	에이치마트(Hmart)	
	기업구분	아시아마트/한인마트	
	홈페이지	www.hmart.com	
	위치	미국 전역	
	규모	추정 매출액('24) • 10억 500만 달러(1조 3,870억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 97개 이상 • 직원 수('23): 약 5,000명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 뉴욕에서 시작한 미국 최대 규모의 아시아 슈퍼마켓 체인점</li> <li>• 한아름 그룹이 소유 및 운영하며, 미국 외에도 캐나다, 영국으로 진출함</li> <li>• 아시아 스타일 제품을 중심으로 다양한 서양 식료품도 판매함</li> <li>• 어린이 그림 대회를 개최하는 등 각 지역마다 상이한 이벤트를 진행함</li> <li>• 한식 레시피 콘텐츠를 홈페이지를 통해 공유함</li> </ul>		
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주류 및 음료류, 신선식품, 즉석식품, 스낵류, 건강식품, 주방용품, 전자제품 등</li> </ul>	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기존 플랫폼에 없던 신제품</li> </ul>	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 접속</li> <li>- 홈페이지 하단 'H MART.COM' 카테고리에서 'Contact Us' 클릭</li> <li>- 양식에 맞춰 정보 기입</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 주요 고객 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그)</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +1-800-648-0980</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 에이치마트(Hmart), 로켓리치(Roket Reach)

사진 자료: 에이치마트(Hmart), 시더파크리빙(Cedar Park Living)

## 2. 미국 고춧가루 주요 유통채널 ④ 롯데플라자마켓

기업 기본 정보	기업명	롯데플라자마켓(Lotte Plaza Market)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.lotteplaza.com	
	위치	미국 동부 지역	
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 16개	
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1976년 시작해 미국 동부 지역을 중심으로 운영하고 있는 한인 마트 체인</li> <li>• 롯데플라자마켓 내 식당 및 카페가 입점해있어 편리한 쇼핑 환경을 제공함</li> <li>• 아시아, 특히 한국 식료품과 신선한 농산품을 공급함</li> <li>• 페이스북, 유튜브 등의 소셜 미디어 채널을 운영하며, 프로모션 이벤트를 공지하거나 한국 식재료를 활용한 한식 레시피 콘텐츠를 게시함</li> </ul>	
매장정보	입점가능품목	• 육류, 수산물, 과채류, 가공식품 등	
	선호제품	• 한국 및 아시아 식료품, 신선식품, 한국식 베이커리 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 이메일을 통한 문의                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                                 <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등)</li> <li>③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ol> </li> <li>• 문의사항 연락처                                 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: customerfirst@lotteplaza.com(본사)</li> <li>- 각 지점별 상세 정보 및 연락처는 홈페이지에서 확인할 수 있음 (www.lotteplaza.com/locations)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>	

자료: 롯데플라자마켓(Lotte Plaza Market)

사진 자료: 롯데플라자마켓(Lotte Plaza Market)

## 2. 미국 고춧가루 주요 유통채널 ⑤ 아마존

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.amazon.com	
	규모	매출액('23)	• 3,956억 달러(546조 원)
		기타 규모	• 방문 횟수(최근 1개월 <sup>20)</sup> : 29억 회
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 190만 개 기업의 상품을 보유하고 있으며, 분당 7,400개의 제품 구매가 이루어지고 있는 세계 최대의 온라인 종합 쇼핑몰</li> <li>• 스페인어, 아랍어, 독일어, 한국어 등 전 세계 언어를 지원함</li> <li>• '아마존 프레스시(Amazon Fresh)', '아마존 고(Amazon Go)', '아마존 스타일(Amazon Style)' 등 다양한 형태의 오프라인 매장도 운영함</li> </ul>		
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	태경(Taekyung), 왕(Wang), 타힌(Tajin) 등
		해외 판매	해외 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보	 <p>50달러 이상 구매 시 5달러 할인, 생일 기프트카드 증정 등 다양한 프로모션 상시 진행</p>		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록(services.amazon.com/services/soa-approval-category)                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 아마존 판매자(Seller) 계정 생성</li> <li>- Grocery&amp;Gourmet Food 카테고리 'Requirement' 눌러 자격조건 확인</li> <li>- 제품 홈페이지 등록 및 필요 정보                                 <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일)</li> <li>② 제품 정보(UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량)</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• 자격 평가 기준                         <ul style="list-style-type: none"> <li>① 아마존 행동 강령 준수</li> <li>② 아마존 PB 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +1-888-280-4331</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 아마존(Amazon), 시밀러웹(Similarweb)

사진 자료: 아마존(Amazon)

20) 2024년 7월 한 달간 집계된 홈페이지 방문자 수에 해당함

입점 등록 절차 UI ①

기본 담당자 정보

이름:  중간 이름:  성:   
 \*이름, 중간 이름, 성은 필수 입력 항목입니다.  
 여권이나 신분증에 표시된 것과 같이 전체 이름을 입력하십시오.

시민권 보유 국가:

출생 국가:  생년월일(BB/MM/YYYY):

거주지 주소:  우편번호:   
 가장 가까운 주소 보기:

주소란 1:    
 시/도:  시/도/지역:

연락처 전화번호:   
 +82:  새 휴대폰 번호 추가

주 연락 담당자가 있는지 확인  
 회사의 설립 소유자  
 회사의 법적 대표자

기본 연락처의 담당자가 사업체의 유일한 실질 소유자입니다.  
 Yes  No

본인은 본인임을 대신하여 또는 등록된 비즈니스를 대리하여 활동하며, 변경 사항이 발생할 때마다 실질 소유자 정보를 업데이트해야 함을 확인합니다.

① 공급 담당자 정보(담당자 이름, 연락처, 이메일, 출생일, 출생 국가, 국적, 신분증) 입력

입점 등록 절차 UI ②

amazon seller central

1 회사 정보 — 2 결제 정보 — 3 청구 — 4 스토어 — 5 인증

판매대금 인출 정보  
 신용 카드 또는 직불 카드 상세 정보

Monthly Subscription Fee  
 You will be charged a Professional selling subscription fee of 39.99 USD for the first month. You will continue to be charged this fee each month if you have active listings. If you do not have active listings, you will not be charged a subscription fee in that month. If you expand to sell in other stores, you will pay the equivalent of 39.99 USD per month, split proportionately across each country or region in which you have an active listing and charged separately in each local currency. You can downgrade at any time. For more information, see this page.

Limited Period Offer - Register and get six-month subscription at 1 USD. Refer here for details.

Card number:  Expires on:  1  2024   
 Card holder's name:

② 지불 방식 입력(신용카드 번호 확인 절차)  
- 첫 달 가입비 39.99달러(55,190원) 부과

자료: 아마존셀러센트럴(Amazon Seller Central)  
 사진 자료: 아마존셀러센트럴(Amazon Seller Central)

▶ **아마존 미국 고춧가루 베스트셀러**

- 검색 키워드 : 고춧가루(Chili Powder)
- 등록 제품 수 : 2,000건 이상

아마존 미국 고춧가루 베스트셀러								
순번	브랜드	제품명	원산지 21)	중량	판매 가격	판매 건수(월)	리뷰 건수	이미지
1	타힌 (Tajin)	클래시코 칠리 라임 시즈닝 (Clásico Chile Lime Seasoning)	멕시코	5.0oz	3.34달러 (4,610원)	1만 건 이상	7,207건	
2	태경 (Taekyung)	한국 칠리 플레이크 (Korean Chili Flakes)	(-)	16.0oz	13.95달러 (19,252원)	5,000건 이상	1만 3,797건	
3	왕 (Wang)	굽은 태양초 고춧가루 (Sun-Dried Coarse Gochugaru)	(-)	7.1oz	7.99달러 (11,027원)	2,000건 이상	637건	
4	플랫아이언 페퍼 컴퍼니 (Flatiron Pepper Co)	4가지 고추 블렌드 (Four Pepper Blend)	(-)	1.8oz	11.95달러 (16,492원)	3,000건 이상	3,110건	
5	맥코믹 (McCormick)	다크 칠리 파우더 (Dark Chili Powder)	미국	20.0oz	7.69달러 (10,613원)	1,000건 이상	1만 3,253건	
6	청정원 (Chung Jung One)	프리미엄 한국 비단 고춧가루 (Premium Korean Bidan Red Chili Pepper Powder Gochugaru)	(-)	17.6oz	9.99달러 (13,787원)	1,000건 이상	1,271건	
7	해피벨리 (Happy Belly)	칠리 파우더 (Chili Powder)	미국	2.8oz	0.99달러 (1,366원)	3,000건 이상	3,996건	
8	해피벨리 (Happy Belly)	치몰레 칠리 크러쉬드 (Chipotle Chili Crushed)	미국	2.8oz	2.99달러 (4,126원)	2,000건 이상	2,227건	
9	더스페이스웨이 (The Spice Way)	프리미엄 카이엔 레드 페퍼 분말 (Red Pepper Premium Cayenne Ground)	(-)	8.0oz	5.99달러 (8,267원)	1,000건 이상	1,236건	
10	프론티어코옵 (Frontier Co-op)	유기농 카이엔 페퍼 분말 (Organic Ground Cayenne Pepper)	인도	6.1oz	9.28달러 (12,807원)	1,000건 이상	817건	

자료: 아마존(Amazon)  
사진 자료: 아마존(Amazon)

21) 아마존 상세 페이지에서 원산지 정보를 찾을 수 없는 제품들은 ‘(-)’로 표기하였음

## 2. 미국 고춧가루 주요 유통채널 ⑥ 이베이

기업 기본 정보	기업명	이베이(eBay)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰 	
	홈페이지	www.ebay.com	
	규모	매출액('23)	• 100억 달러(13조 8,010억 원)
		기타 규모	• 방문 횟수(최근 1개월): 6억 3,280만 회
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미국 내 온라인 종합 쇼핑몰 중 2위 규모의 기업으로 주로 온라인 경매 및 고정가격 쇼핑 서비스를 제공함</li> <li>• 전 세계 190개국에서 운영하고 있으며, 각국의 통화로 구매 가능함</li> <li>• '오늘의 특가 상품'이 매일 홈페이지를 통해 공개됨</li> </ul>	

매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	두아에프엔에스(Dua Food&Solution), 채운(Cha Eun), 청정원(Chung Jung One) 등
		해외 판매	해외 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색

주요 프로모션 정보	 		
	시간대별 할인 이벤트, 카테고리별 할인 이벤트 등 다양한 프로모션 진행		

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 직접 등록             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 계정 생성 후 판매자(Seller) 등록</li> <li>- 개인 판매자와 스토어 판매자 중 선택하여 입점</li> <li>- 개인 판매자는 40개까지 무료로 등록 가능(수수료 건당 10.9%)</li> <li>- 기업 판매자는 25만 개까지 제품 등록 가능(월별 비용과 건당 수수료 4.8%)</li> <li>- 다음 웹 페이지 주소에서 판매 상품 리스트, 새 상품 등록, 판매 현황 등 판매 관련된 다양한 정보 확인 가능(pages.Ebay.com/seller-center/index.html)</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락 방법             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 아래 웹 페이지 주소에서 문의 내용에 해당하는 카테고리 선택 후 이메일 가능 (www.Ebay.com/help/call_us?type=ContactUs&amp;initFrom=HOME&amp;topicId=4000)</li> </ul> </li> </ul>
-------------	---------------------	--

자료: 이베이(eBay), 시밀러웹(Similarweb)

사진 자료: 이베이(eBay)

입점 등록 절차  
UI ①



- 1. Connect a Payoneer account
- 2. Sync your profiles
- 3. Add your financial info**
- 4. Submit registration info

Do you have an existing Payoneer account for this business?

We'll send you to Payoneer's Website where you may securely enter your information. After completing, you will automatically be sent back to eBay.

Not ready to link your account? [Go back](#)

**eBay account details**

Username  
mid040

Country or region  
Korea, South

Account type  
Business

Business name  
midori

- ① 판매자 계좌 연결
- 페이오니아(Payoneer) 계정 연결

입점 등록 절차  
UI ②



- 1. Connect a Payoneer account
- 2. Sync your profiles
- 3. Add your financial info**
- 4. Submit registration info

**판매 비용에 사용할 카드 추가**

eBay에 미납한 금액이 있고 자금이 부족한 경우를 대비하여 카드 등록이 필요합니다. 판매 비용을 위해 추가하는 신용카드는 추가 수수료를 피하기 위해 페이아웃 통화와 일치해야 합니다.

카드 번호

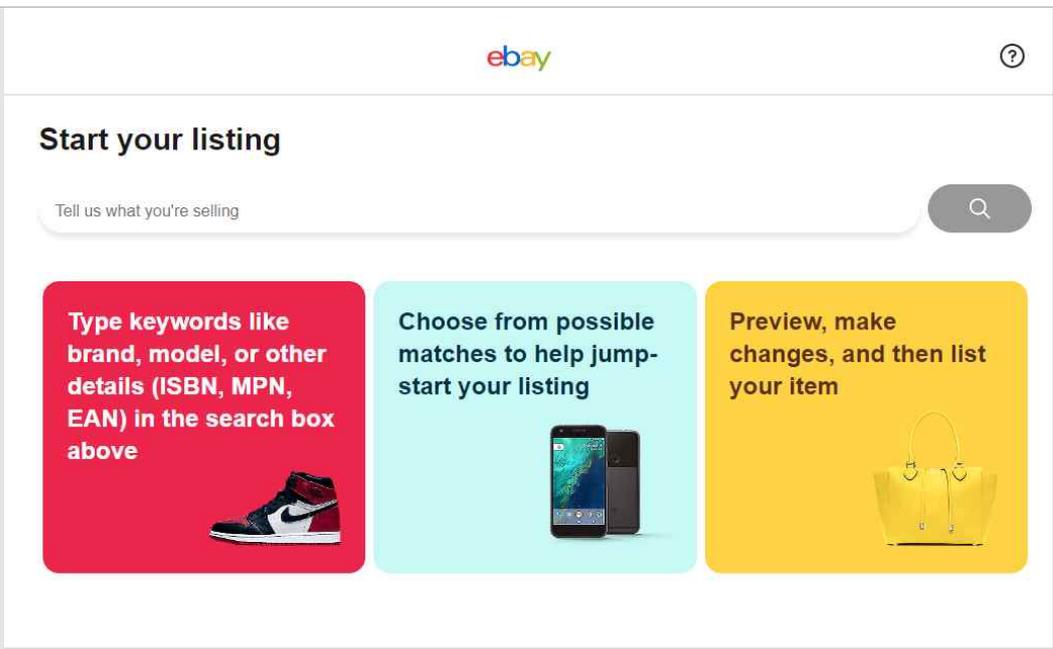
만료일  보안 코드

이름  성

- ② 판매 비용에 사용할 카드 추가(카드 정보 및 주소 입력)

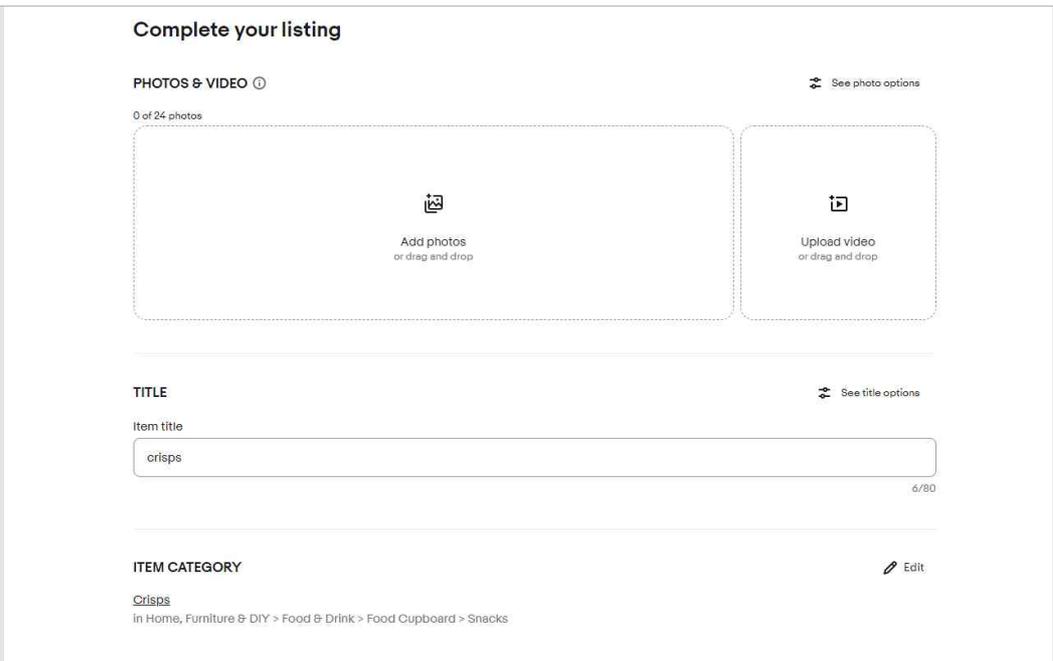
자료: 이베이(eBay)  
사진 자료: 이베이(eBay)

입점 등록 절차  
UI ③



- ③ 공급 제품 등록
  - 제품 키워드 입력 시, 유사 품목 자동 추천

입점 등록 절차  
UI ④



- ④ 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 유통기한, 제품 형태, 성분 등)
  - 제품 판매 페이지 내 홍보문구 및 제목 입력
  - 제품 금액 및 제품 상세 정보 입력

자료: 이베이(eBay)  
 사진 자료: 이베이(eBay)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# V 진입장벽



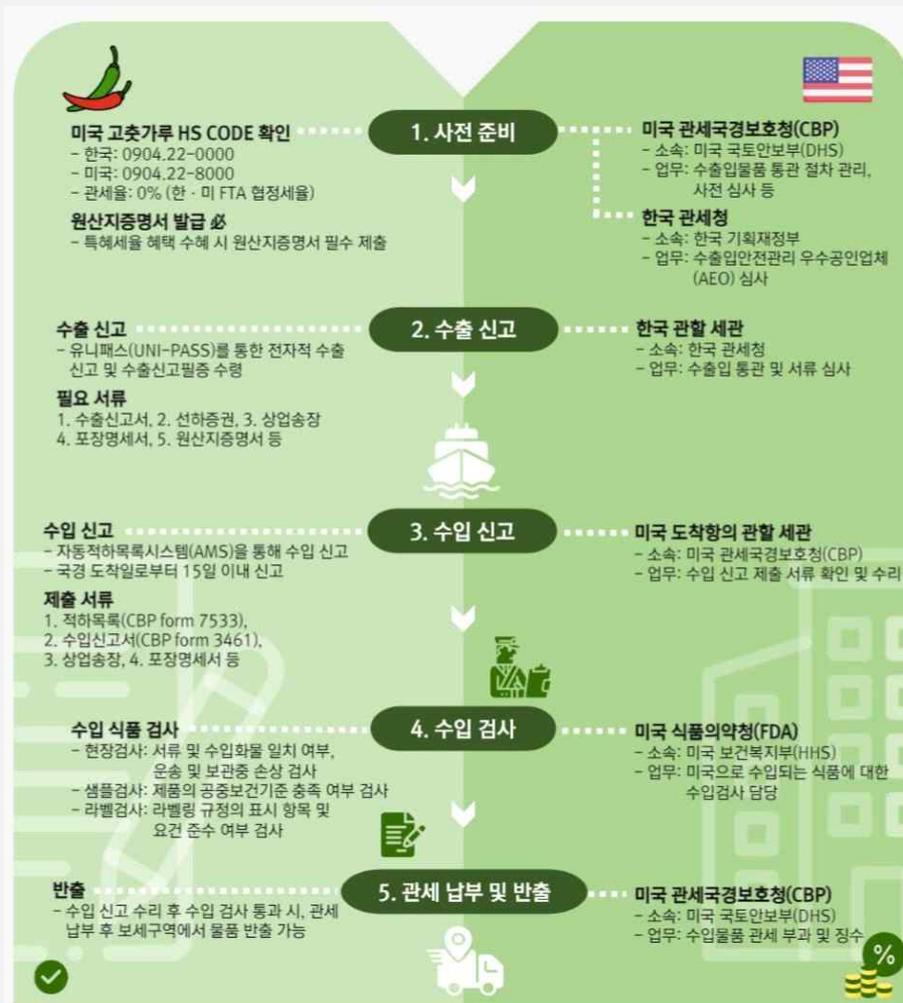
1. 미국 고춧가루 통관 및 검역 절차
2. 미국 고춧가루 품질 인증
3. 미국 고춧가루 라벨링
4. 미국 고춧가루 성분 및 유해물질

## 1. 미국 고춧가루 통관 및 검역 절차<sup>22)</sup>

### ▶ 미국 고춧가루 수출 통관 단계별 주요사항

미국으로 식품 수출 및 유통 시, 사전에 미국 식품안전현대화법(FSMA: Food Safety Modernization Act)에 의하여 미국 식품의약청(FDA: Food and Drug Administration)에 필수적으로 식품 생산·가공시설을 등록해야 함. FDA 홈페이지를 통해 온라인으로 등록이 가능하며, 해외 생산기업의 경우 미국 내 대리인을 선임해야 함. 제품을 일반 식품으로 광고 및 유통하는 경우에 필요한 사전 승인은 없으나, 규정에 어긋나는 것으로 확인되는 경우에는 유통이 금지됨

[표 5.1] 미국 고춧가루 통관 검역 절차



자료: 관세청, 미국 관세국경보호청(CBP)

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

▶ 미국 AEO 제도 활용 시 통관 혜택

수출입안전관리 우수공인업체(AEO: Authorized Economic Operator)란 수출입 기업, 운송인, 창고업자 등 무역과 관련된 기업 중 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등에 대해 심사하여 공인한 기업을 의미함. AEO 기업에 대해서는 신속통관, 세관검사 면제 등 통관 절차상의 다양한 혜택을 부여하는 동시에, 사회 안전과 국민건강을 위협할 수 있는 물품의 반입을 차단하려는 것이 제도의 핵심임. AEO 기업에는 물품 검사 비율이 축소되고 서류 제출이 생략되어 물류 흐름이 원활해짐. 또한, 각종 관세조사의 원칙적 면제, 수입 신고 시 담보 생략으로 인한 자금 부담 완화 등 다양한 혜택을 받을 수 있음. 미국은 ‘C-TPAT(Customs-Trade Partnership Against Terrorism)’이라는 명칭으로서 AEO 제도를 운영하고 있음

[표 5.2] 미국 수출입안전관리 우수공인업체(AEO) 제도 정보

정의	수출입 기업, 운송인, 창고업자, 관세사 등 무역과 관련된 기업 중에서 관세 당국이 법규준수, 안전관리 수준 등을 심사하여 공인한 기업	
적용 대상	수출업체, 수입 업체, 관세사, 보세구역운영인, 보세운송업자, 화물운송주선업자, 하역업자, 선박회사, 항공사	
AEO 혜택	세관 혜택	<ul style="list-style-type: none"> <li>수입검사율 축소, 서류 심사 간소화, 세관 연락관 활용 등 신속통관 혜택</li> <li>AEO 제도 시행국가들과 상호인정약정(MRA)을 체결하게 되면 검사 생략, 검사 선별 시 우선 검사 등의 혜택을 받을 수 있음</li> </ul>
	경쟁력 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>타국의 세관 당국에서도 천재지변, 국경폐쇄 등 비상시 AEO 화물을 우선 조치·통관해 줌</li> <li>통관 애로 사항, 무역장벽을 해소하여 수출경쟁력을 높일 수 있음</li> <li>AEO를 통해 법규준수, 안전관리 역량 등이 우수한 기업으로 인정받게 되어 거래선 유지 확보 등에서 이점이 있음</li> </ul>
	비용 절감	<ul style="list-style-type: none"> <li>수출입 시 신속통관 편의 등의 각종 혜택을 부여받게 되어 국제 무역 거래 진행의 리드 타임과 각종 비용을 절감할 수 있음</li> <li>내부 관리 능력이 제고되어 물품의 정기운송률이 높아지고, 손실 방지와 재고 화물 감소 등을 통해 물류비용 절감이 가능함</li> </ul>
신청방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>1단계(공인신청): 신청업체가 관세청 유니패스를 통해 신청서 제출</li> <li>2단계(공인심사): 서류 심사(60일 이내), 현장심사(60일 이내)</li> <li>3단계(AEO 공인심의위원회): 공인 여부, 등급조정, 공인취소 및 유보 결정</li> <li>4단계(종합심사): 5년 주기, 서류+현장심사, 기준유지 점검(통관 적법성 포함)</li> </ul>	

자료: 관세청

## 2. 미국 고춧가루 품질 인증

### ▶ 미국 고춧가루, 미국 식품의약청(FDA) 사전 등록

미국으로 식품 수출 시, 미국 식품의약청(FDA)에 제품 및 업체를 사전에 등록해야 함. 미국 식품의약청(FDA) 등록 제도는 식품 안전 위험으로부터 자국민을 보호하기 위해 관련법을 통해 미국으로 수출 및 유통되는 식품을 규제하고 있음. 미국 식품의약청(FDA) 등록이 필요한 대상으로는 식품, 동물사료, 식품첨가물, 저산성 식품, 산성화 식품 등이 있으며, 해당 로고를 활용한 승인, 인증, 허가 등의 문구를 제품 홍보용으로 사용할 수 없음

[표 5.3] 미국 식품의약청(FDA) 사전 등록

<b>미국 식품의약청 (FDA) 사전 등록</b>	<b>등록 기관</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>미국 식품의약청(FDA)</li> </ul>	
	<b>적용 품목</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품 생산가공시설등록(FFR: Food Facility Registration)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>미국 내 소비되는 동물사료, 식품 첨가물을 포함하여 모든 종류의 식품을 생산 또는 유통하는 시설(육류, 가공류, 육가공품, 달걀 등의 경우, 미국 농무부(USDA: United States Department of Agriculture) 산하 위생 검역국에서 검사 및 규제를 실시함)</li> </ul> </li> <li>식품 제조공장등록(FCE: Food Canning Establish)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>산성화 식품(Acidified Food) 및 저산성식품(Low-Acid Canned Food) 제조 시설</li> </ul> </li> <li>식품 공정등록(SID: Submission Identifier)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>산성화 식품(Acidified Food) 및 저산성식품(Low-Acid Canned Food) 제조 시설</li> </ul> </li> </ul>	
	<b>등록 대상</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>미국에 식품 등 수출(예정) 업체</li> </ul>	
	<b>취득 방법</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>식품 생산가공시설등록(FFR)은 국내 기업이 온라인 FDA 시스템을 통해 자체 등록이 가능하나, 반드시 미국 대리인(U.S Agent)을 지정하여 식품 생산가공시설등록(FFR)을 진행해야 함</li> </ul>	
	<b>통용 국가</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>미국 한정</li> </ul>	
	<b>도입 취지</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>미국에서는 식품 안전 위험으로부터 자국민을 보호하기 위해 관련법을 통해 수출되는 식품을 규제하고 있음</li> </ul>	

출처: 미국 식품의약청(FDA), KATI농식품수출정보

▶ 미국 식품 생산가공시설등록(FFR: Food Facility Registration)

미국에서 소비되는 식품이나 사료를 제조, 가공, 포장, 혹은 보관하는 국내 및 해외시설은 사전에 미국 식품의약청(FDA)에 식품 생산가공시설을 등록해야 함. 해당 등록 신청은 본인 또는 미국 대리인이 가능하며, 등록 후 매 짝수 연도마다 갱신해야 함. 등록 대상과 규제 대상 식품은 하기 표와 같음

[표 5.4] 미국 식품 생산가공시설등록(FFR)

<b>등록 대상 시설</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국내외 식품 제조 혹은 가공시설</li> <li>• 국내외 식품 포장시설</li> <li>• 국내외 식품 보관시설</li> <li>• 만일 식품의 제조, 가공, 포장 혹은 보관하는 해외업체가 미국으로 수출하기 전 또 다른 제조/가공을 위해 다른 해외시설로 보내질 경우, 해당 식품에 대해서는 오직 두 번째 해외시설만 등록 진행</li> <li>• 만일 두 번째 해외시설이 라벨 부착과 같은 최소한의 활동만 진행할 경우, 두 시설 모두 등록해야 함</li> <li>• 해당 식품의 모든 제조/가공이 끝난 후 포장 혹은 보관하는 해외시설 또한 등록을 진행해야 함</li> </ul>
<b>등록 제외 시설</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 개인 가정집: 가정집에서 제조, 가공, 포장 혹은 보관하는 경우</li> <li>• 도시용수시스템(Municipal water systems)</li> <li>• 농장</li> <li>• 레스토랑</li> <li>• 소매점 식품시설(Retail food establishment)</li> <li>• 비영리단체 식품시설(Nonprofit food facilities)</li> <li>• 생선을 가공하지 않는 어선(Fishing vessels)</li> <li>• 농무부(USDA)에서 독점적으로 관리되는 시설</li> </ul>
<b>규제 해당 식품</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 건강보조식품 및 건강보조식품 재료</li> <li>• 영아용 조제분유</li> <li>• 음료(알코올 음료 및 병물 포함)</li> <li>• 과일 및 채소</li> <li>• 생선 및 해산물</li> <li>• 유제품 및 달걀</li> <li>• 식품이나 식품의 일부 성분으로 사용하기 위한 가공되지 않은 농산물</li> <li>• 통조림식품 및 냉동식품</li> <li>• 베이커리제품, 스낵 및 캔디(껌 포함)</li> <li>• 살아있는 식용 동물</li> <li>• 사료</li> </ul>

자료: 식품의약품안전처

▶ 미국 고춧가루, 권장 인증 사항

미국으로 식품 수출 시, 취득할 수 있는 식품 관련 인증으로는 HACCP, FSSC 22000, ISO 22000 등의 글로벌 공통 인증이나 글루텐-프리 인증, 비건 인증, 할랄(Halal) 인증, 코셔(Kosher) 인증과 같은 미국 민간 인증이 있음. 할랄 인증과 코셔 인증 모두 원재료를 포함하여 생산 및 유통의 모든 과정이 해당 종교의 율법에 어긋나지 않게 진행되어야 취득 가능함. 또한, 유기농 제품은 유기농 인증인 ‘USDA Organic’ 인증을 받아 활용할 수 있음

[표 5.5] 미국 고춧가루 인증 취득 정보

인증명	인증 성격	인증 구분	인증 및 발급 기관	인증 마크
HACCP	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	한국식품 안전관리인증원	
FSSC 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	FSSC 지정 인증기관	
ISO 22000	식품 생산 안전 인증	글로벌 공통 인증	정부 지정 인증기관 또는 국제 기준에 부합하는 인증기관	
IFANCA Halal	종교적 및 문화적 인증	미국 민간 인증	미국 이슬람식품영양협의회 (IFANCA)	
글루텐-프리 인증 글루텐 프리 (Gluten-Free)	기능성 인증	미국 민간 인증 글로벌 공통 인증	Gluten-Free Certification Organization (GFCO)	
Vegan Action	기능성 인증	미국 민간 인증	비건 인지 재단 (Vegan Awareness Foundation)	

자료: 각 인증기관

▶ 한국 유기농 인증, 미국 시장에서 동일하게 적용 가능

미국으로 유기농 식품을 수출하기 위해서는 미국 농무부(USDA)의 유기농 규정을 준수해야 함. 미국 농무부(USDA)가 지정하고 있는 지정 인증기관을 통해 ‘USDA Organic’ 인증을 획득할 수 있음. 다만, 한국에서 이미 유기농 인증을 획득하였다면 상호 동등성 협정(Equivalence Arrangement)에 따라 미국에서도 동등하게 해당 인증을 인정받을 수 있으며, 해당 표기는 유기농 성분 함량이 95% 이상인 제품만 사용 가능함

[표 5.6] 한국 유기농인증 상호 동등성 협정 정보

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

동등성 인정 요건

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

미국 수입 요건

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

라벨 사용

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

자료: 미국 농무부(USDA), 국립농산물품질관리원

### 3. 미국 고춧가루 라벨링

[표 5.7] 미국 고춧가루 라벨링

라벨 표기 사항 및 기준	1. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> <li>외국어 표기도 가능하나, 모든 필수정보는 동시에 영어로도 표기되어야 함</li> </ul>
	2. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> <li>브랜드 이름이 아닌 일반적으로 통용되는 제품의 일반명칭(Statement of identity)을 사용해야 함</li> <li>제품의 전면에 표기되어야 하며, 최소한 가장 큰 라벨 면에서 1/2만큼을 차지하도록 표기되어야 함</li> <li>바닥과 평행하게 작성되어야 함</li> <li>식품이 액체가 아닌 경우 형태(Sliced, Unsliced, Halves) 등을 명시해야 함</li> <li>주스(과일 및 채소) 음료의 경우 주스 함유량(%)을 표기해야 함</li> </ul>
	3. 용량	<ul style="list-style-type: none"> <li>주 표시면 30% 하단에 위치해야 함</li> <li>영미 파운드법(oz, lb, quart)에 따라 표기되어야 하며, 분수 또는 소수점 등의 표기도 허용함</li> <li>국제단위(g, kg, L 등 미터법)도 함께 표기해야 함</li> <li>고체 제품의 경우 'Net Weight'이라는 단어가 반드시 포함되어야 하지만, 액체 등의 제품은 'Net Contents' 또는 'Net' 등의 단어 사용은 선택 사항임</li> <li>용량은 순중량으로만 나타내야 함</li> </ul>
	4. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> <li>미국 식품의약청(FDA)은 원산지 표시를 요구하지 않으나, 미국 세관과 관세국경보호청(CBP)은 원산지 표시를 요구함</li> <li>미국 내 유통업체의 명칭과 주소 근처에 영어로 표기해야 함</li> </ul>
	5. 원료 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>원료 정보는 중량을 기준으로 내림차순으로 나열해야 함</li> <li>전체 제품 용량 및 무게의 2% 이하를 구성하는 성분의 표기는 위 방식을 적용하지 않음</li> <li>하위 구성 요소의 경우 괄호 안에 넣음, 그 자체로 2개 이상의 원료를 함유하는 복합 원재료는 육류 검사법, 가공류 제품 검사법, 식품 의약품 화장품법에 따라 규정된 정의 제품명 표준에 따라 표기해야 함</li> <li>허가된 방부제 첨가 시 방부제의 통상 명칭 및 기능을 표기해야 함</li> <li>공인된 색소는 약어 또는 특정 이름을 사용해야 함</li> </ul>

자료: 미국 식품의약청(FDA), KATI농식품수출정보

[표 5.7] 미국 고춧가루 라벨링

<b>라벨 필수 표시 사항 및 기준</b>	<b>6. 성분 정보</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미국에서 판매되는 모든 식품은 라벨에 영양성분표를 포함해야 함</li> <li>• 열량, 총 지방, 콜레스테롤, 나트륨, 총 탄수화물, 단백질, 비타민 D, 칼슘, 철분 등의 정보를 포함해야 함</li> <li>• 4살 이상이 한 번에 일반적으로 소비하는 양을 표기하는 1회 섭취량이 포함되어야 함</li> <li>• 영양성분표에 표준 1회 섭취량에 대한 영양정보와 실제 해당 유닛에 포함되어 있는 영양 정보를 기존 영양성분표 오른쪽에 추가하여 표기해야 함</li> <li>• 일일섭취량을 기준으로 일일 영양성분 기준치(%DV)를 표기해야 함</li> <li>• 수출용 제품 라벨의 면적에 따라 영양성분표의 규정된 위치가 상이하므로 반드시 확인이 필요함</li> </ul>
	<b>7. 알레르기 정보</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 영양성분표의 포맷이 다양하므로 제품의 크기나 라벨의 면적에 따라 적합한 포맷을 선택하여 사용 가능</li> <li>• 주요 알레르기원은 다음과 같은 9가지 항목임                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 우유, 달걀, 생선, 갑각류, 견과류, 땅콩, 대두, 밀, 참깨</li> </ul> </li> <li>• 견과류의 경우 정확한 종류가 표기되어야 하며, 생선 또는 갑각류 동물의 경우 정확한 종에 대한 표기가 있어야 함</li> <li>• Contains의 C는 반드시 대문자로 기재해야 함</li> </ul>
	<b>8. 제조자, 포장업체, 유통업체 정보, 이름 및 주소</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제조사, 포장업체 또는 유통업체의 이름을 표기해야 함</li> <li>• 제조사, 포장업체 또는 유통업체의 표기는 일반적으로 정확한 도로 이름 및 번호, 도시, 집(Zip) 코드, 주 등의 정보를 모두 포함하고 있어야 함</li> <li>• 제조업체의 이름이나 주소가 없는 경우에는 제품과 관련된 업체명을 반드시 기재해야 함</li> </ul>

자료: 미국 식품의약청(FDA), KATI농식품수출정보

▶ 미국 고춧가루 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[뒷면 라벨링]

[앞면 - 영어]

[앞면 - 국문]

- ① Gebhardt  
SINCE 1896  
ORIGINAL Eagle BRAND
- ② Chili Powder
- ③ NET WT  
3 OZ (85g)
- ④ 0 calories per 1/4 TSP

- ① 게브하르트(브랜드명)  
1896년부터  
오리지널 이글 브랜드
- ② 칠리 파우더
- ③ 순중량  
3 온스 (85g)
- ④ 1/4 티스푼당 0칼로리

[뒷면 - 영어]

[뒷면 - 국문]

- ① CHILI CON CARNE
- ② 1 lb. lean ground beef  
1 cup chopped onion  
1 clove garlic, minced  
1 can (29 oz.) Hunt's® Tomato Sauce  
1 tbsp. Gebhardt Chili Powder  
2 tsp. ground cumin  
1 tsp. salt

- ① 칠리 콘 카르네
- ② 1파운드 저지방 간 소고기  
다진 양파 1컵  
다진 마늘 1쪽  
헌츠 토마토 소스® 1캔 (29 oz.)  
게브하르트 칠리 파우더 1 큰술.  
간 커민 2 작은술.  
소금 1 작은술.

③ In medium skillet, cook ground beef with onion and garlic until an internal temperature of 165°F is reached. Drain fat; add remaining ingredients and simmer 20 minutes., stirring occasionally. For chili with beans, add 1 can (15 oz.) pinto or chili beans, drained. Makes 4 to 6 servings.

④

**Nutrition Facts** Servings: about 121, **Serv. Size: 1/4tsp (0.7g), Amount per serving: Calories 0,** Total Fat 0g (0% DV), **Sat. Fat 0g** (0% DV), Trans Fat 0g (0% DV), Cholest. 0mg (0% DV), **Sodium 0mg** (0% DV), **Total Carb. 0g** (0% DV), **Protein 0g.** Not a significant source of fiber, total sugars, added sugars, vit. D, calcium, iron, potas. % DV = % Daily Value.

**INGREDIENTS:** CHILI PEPPER, NATURAL FLAVOR, SPICES, GARLIC POWDER, SILICON DIOXIDE, ETHOXYQUIN (TO RETAIN COLOR).

⑤ **DISTRIBUTED BY:**  
Conagra Brands, Inc.  
CHICAGO, IL 60654

⑥ **Questions or comments,** visit us at [www.conagrabrands.com](http://www.conagrabrands.com) or call 1-877-528-0745

⑦ Gebhardt

③ 중간 크기의 프라이팬에 간 소고기, 양파, 마늘을 넣고 내부 온도가 165°F에 도달할 때까지 조리합니다. 기름을 제거한 후 나머지 재료를 넣고 20분간 약한 불에서 끓이며 가끔 저어줍니다. 콩이 들어간 칠리를 원할 경우, 핀토 빈 또는 칠리 빈 1캔 (15 oz.)을 물기를 빼고 추가합니다. 4에서 6인분 분량입니다.

④

**영양 성분표** 제공량: 약 121, **제공량: 1/4작은술 (0.7g), 1회 제공량당 함량: 칼로리 0,** 총 지방 0g (일일 기준치의 0%), **포화 지방 0g** (일일 기준치의 0%), 트랜스 지방 0g (일일 기준치의 0%), 콜레스테롤 0mg (일일 기준치의 0%), **나트륨 0mg** (일일 기준치의 0%), **총 탄수화물 0g** (일일 기준치의 0%), 단백질 0g. 식이섬유, 총 당류, 첨가 당류, 비타민 D, 칼슘, 철, 칼륨의 중요한 공급원이 아닙니다. % DV = 일일 기준치의 백분율.

**성분:** 칠리 페퍼, 천연 향료, 향신료, 마늘 가루, 이산화 규소, 에톡시퀸 (색상 유지용).

⑤ **배급처:**  
코나그라 브랜드 주식회사.  
시카고, 일리노이 60654

⑥ **질문이나 의견이 있으시면,** [www.conagrabrands.com](http://www.conagrabrands.com)을 방문하시거나 1-877-528-0745로 전화 주세요

⑦ 게브하르트

## 4. 미국 고춧가루 성분 및 유해물질

### ▶ 미국 고춧가루 농약 잔류허용기준(MRL)

미국 환경보호청(EPA:Environmental Protection Agency)은 연방규정집 '40 CFR part 180 식품의 잔류농약기준'에 기반하여 농식품에 적용될 수 있는 농약 잔류허용기준(MRL: Maximum Residue Limit)을 정해두고 있음. 미국으로 농식품 수출 시, 농약 잔류허용기준(MRL)을 초과한 성분이 검출되면 해당 식품은 법적으로 판매될 수 없으며, 수입이 거부될 수 있음. 하기 표는 미국 고춧가루에 적용될 수 있는 농약 성분 리스트와 잔류허용기준(MRL)의 일부이며, 더 자세한 정보는 미국 연방규정집(CFR) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.8] 미국 고춧가루 농약 잔류허용기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	디플루벤즈론	Diflubenzuron	1ppm	고추
2	스트렙토마이신	Streptomycin	0.25ppm	
3	포스핀	Phosphine	0.01ppm	
4	에테폰	Ethephon	30ppm	
5	펜부코나졸	Fenbuconazole	0.4ppm	
6	말라티온	Malathion	8ppm	
7	만코제브	Mancozeb	12ppm	
8	에스펜발러레이트	Esfenvalerate	0.5ppm	
9	날레드	Naled		
10	디메토에이트 (산소 유사체 포함)	Dimethoate including its oxygen analog	2ppm	
11	메토밀	Methomyl		

자료: 미국 식품의약청(FDA), KATI농식품수출정보

▶ **식품첨가물**

미국으로 식품 수출 시, 식품첨가물 목록과 그에 따른 사용기준은 미국 식품의약청(FDA)의 연방규정집(CFR: Code of Federal Regulations)에서 확인할 수 있음. 미국은 식품에 들어가는 첨가물의 안전성을 평가하기 위해 GRAS(Generally Recognized As Safe)제도를 시행하고 있으며, 식품첨가물을 ‘식품에 첨가 및 접촉하여 직접적 또는 간접적인 결과를 초래할 것으로 예상되는 물질’로 규정해 본래의 사용 목적 및 조건에서 과학적 단계를 통해 입증된 성분을 분류함. 미국 내 ‘고춧가루 또는 실고추’에 적용되는 식품첨가물 검색 시 총 244건을 발견했으며, 하기 표는 그중 일부를 다룸. 더욱 상세한 정보는 미국의 연방규정집(CFR) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.9] 미국 고춧가루 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품 유형
1	사카린	Saccharin	1회 제공량 당 30mg 이하	가공식품
2	소듐 사카린	Sodium Saccharin		
3	아카시아 검	Acacia Gum, Gum Arabic	GRAS 1.0% 이하	모든식품
4	아나토 추출물	Annatto Extract	GMP	
5	구연산	Citric Acid		
6	파프리카	Paprika		
7	파프리카 올리오레진	Paprika Oleoresins		
8	벤조산	Benzoic Acid		
9	탄산칼슘	Calcium Carbonate		
10	아스코르빈산	Ascorbic Acid		

자료: KATI농식품수출정보

▶ **유해물질**

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

[표 5.10] 미국 고춧가루 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	아플라톡신 B1, B2, G1, G2 (총합)	Aflatoxin B1, B2, G1, G2 (total)	20mcgs/kg (20ppb)	모든 식품

자료: KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

미국 식품의약청(FDA)은 인체에 해로운 영향을 끼칠 수 있는 알레르기 유발물질을 함유한 식품에 대하여 해당 물질 표기를 규정하고 있음. 미국 식품의약청(FDA)은 미국에서 유통되는 식품이 하기 표의 9종 성분 중 한 가지 또는 그 이상의 성분을 포함할 경우 해당 성분의 존재를 의무적으로 상품 라벨에 표시하도록 함. 2023년 1월 1일부터 참깨가 9번째 알레르겐 성분으로 공식 지정되었으며, 참기름과 같이 참깨가 포함된 제품에도 해당하는 내용임

[표 5.11] 미국 알레르겐 성분 규정

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

자료: KATI농식품수출정보

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 트레이더 조(Trader Joe's)
2. 에이치 마트(H Mart)
3. 코스트코 홀세일(Costco Wholesale)

## Interview ①

23)

### TRADER JOE'S

트레이더 조  
(Trader Joe's)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
  - 1967년에 설립된 유통업체로 다양한 식료품, 식물, 세면용품 등을 취급하고 있음
  - 미국, 유럽, 아시아, 남아프리카, 뉴질랜드 등 여러 국가에 제품을 공급하고 있음

담당자 정보

Sales

## 트레이더 조(Trader Joe's) Sales

**Q. 미국 내 고춧가루에 대한 최근 수요와 트렌드는 어떠한가요? 미국 소비자들은 고춧가루를 주로 어떤 조리법으로 소비하나요?**

미국에서 칠리파우더나 고춧가루는 다양한 방식으로 사용됩니다. 일부 사람들은 스크램블 에그나 채소요리에 넣어 먹기도 하고, 팝콘에 뿌리거나 사워크림과 섞어 먹기도 합니다. 또한, 바비큐 양념, 뼈에야 등 여러 요리에서 사용됩니다.

**Q. 미국에서는 어떤 고춧가루 제품이 인기가 있나요?**

트레이더 조(Trader Joe's)에서 인기 있는 제품 중 하나는 스모키 & 핫 칠리 파우더(Smoky & Hot Chile Powder)로, 73g에 2.49달러(3,436원<sup>24)</sup>)에 판매되고 있습니다. 이 제품은 약간 매운맛이어서 매운맛을 잘 못 먹는 소비자들에게도 인기가 있습니다. 또 다른 제품으로는 칠리 라임 시즈닝 블렌드(Chile Lime Seasoning Blend)로, 73g에 2.29달러(3,160원)에 판매되고 있습니다. 해당 제품은 앞서 언급한 제품만큼 인기가 많지는 않지만, 매운맛과 라임의 강한 맛을 좋아하는 고객들이 꾸준히 찾는 제품입니다. 다만, 이 제품은 독특한 맛 때문에 상대적으로 소비량이 적습니다.

**Q. 고객사 제품의 가격이 미국 시장에 적합한지 구체적인 피드백을 부탁드립니다. 미국 내 고춧가루의 평균 가격대는 어떤가요?**

고객사의 제품 맛이 칠리파우더와 비슷한 맛을 제공한다면, 미국 시장 진입에 문제가 없을 것입니다. 또한, 칠리파우더는 미국에서 가장 많이 소비되는 향신료 중 하나이며, 1kg에 6.18달러(8,529원)라는 가격은 많은 양을 고려했을 때 매우 경쟁력 있는 가격입니다. 패키징 크기에 따라 가격이 다르지만, 일반적으로 소포장 칠리파우더는 보통 3-4달러(4,140-5,520원)를 넘지 않습니다.

**Q. 미국 소비자들에게 고객사 제품을 어필할 수 있는 효과적인 패키징과 홍보문구는 무엇일까요?**

미국에서 판매되는 대부분의 고춧가루 제품은 유리병, 플라스틱, 또는 금속 용기에 포장되어 있어, 필요한 양을 쉽게 사용할 수 있습니다. 고객사의 제품이 봉지 형태로 포장되어 있다면, 특히 대용량일 경우 다루기 불편하다고 느낄 수 있습니다.

23) 사진 자료: 트레이더 조(Trader Joe's)

24) 1달러=1,380.10원(2024.08.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

**Q. 고객사의 제품 수출 시, 오프라인으로 진출하려면 어떤 유통채널로 진출하는 것이 좋은지 이유와 함께 말씀해주세요.**

일반 슈퍼마켓은 항상 일관된 수요가 있고, 방문객이 많아 제품 노출도가 높습니다. 이 외에도 지역 농산물 시장은 고객과 직접 소통하며 충성 고객을 확보할 수 있으며, 이는 판매에 큰 도움이 될 수 있습니다. 농산물 시장은 입소문을 기반으로 운영되기 때문에 입소문을 통해 지역 사회에서 제품을 추천받을 가능성도 큼니다.

**Q. 고객사 제품을 미국에서 홍보 시, 어떤 경로 및 홍보 방법으로 진행하면 효과적일지 말씀해주세요. 구체적인 특정 키워드, 슬로건, 광고 채널 등 성공적인 사례가 있다면 공유해주세요.**

고춧가루를 활용한 레시피를 소개하는 것이 가장 효과적일 것입니다. 대중에게 잘 알려지지 않은 새로운 레시피는 특히 요리에 관심이 많은 고객들에게 새로운 요리 옵션을 제공하여 새로운 고객층을 확보할 수 있습니다. 슈퍼마켓뿐만 아니라 향신료 전문점에서 무료 샘플을 제공하여 열성 고객층을 확보하는 것도 효과적입니다.

## Interview ②



### 에이치 마트 (H Mart)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
  - 1982년에 설립된 유통업체로 다양한 식료품(간식, 조미료, 냉동식품, 면류, 음료, 해산물, 채소, 과일, 육류, 유제품 및 계란, 쌀, 통조림)을 취급하고 있음
  - 한국, 일본, 중국에서 수입된 제품을 주로 판매함

### 담당자 정보

Sales

25)

## 에이치 마트(H Mart) Sales

**Q. 미국 내 고춧가루에 대한 최근 수요와 트렌드는 어떠한가요? 미국 소비자들은 고춧가루를 주로 어떤 조리법으로 소비하나요?**

고춧가루는 미국에서 거의 일상적으로 사용되는 향신료입니다. 에이치 마트(H Mart)에서 판매되는 고춧가루는 대부분 한국산으로, 주로 한국이나 아시아 요리에 많이 사용됩니다. 그러나 요즘에는 한국산 고춧가루가 아시아 요리뿐만 아니라 서양 요리에도 널리 사용되고 있습니다. 다만, 한국산 고춧가루는 현지 칠리파우더에 비해 매운맛이 강한 편이라 모든 사람의 취향에 맞지는 않을 수 있습니다.

**Q. 미국에서는 어떤 고춧가루 제품이 인기가 있나요?**

현재 미국에서 가장 인기 있는 한국 고춧가루는 농협(Nonghyup) 고춧가루로, 120그램에 12.99달러(17,927원)로 판매됩니다. 농협은 매우 잘 알려진 브랜드로 아시아계 미국인 소비자들에게 인기가 많습니다. 그러나 12.99달러(17,927원)라는 가격은 많은 소비자에게 다소 부담스러울 수 있으며, 유명 브랜드의 고급 수입 제품이기 때문에 가격이 높게 형성된 것입니다.

**Q. 고객사 제품의 가격이 미국 시장에 적합한지 구체적인 피드백을 부탁드립니다. 미국 내 고춧가루의 평균 가격대는 어떤가요?**

농협 고춧가루와 비교했을 때, 고객사의 제품은 가격면에서 더 많은 소비자들이 접근하기 쉬우며, 양도 많이 제공합니다. 에이치 마트에서 판매되는 고춧가루의 가격은 주로 브랜드의 인지도에 따라 다르지만, 일반적으로 200-400그램의 제품은 8-10달러(11,041-13,801원)를 넘지 않는 경우가 많습니다. 현재 하이오(Haio)의 굵은 고춧가루(Coarse Red Pepper Powder)는 원래 가격이 12.99달러(17,927원)지만, 할인된 가격인 6.99달러(9,647원)에 227g을 판매하고 있습니다.

25) 사진 자료: 에이치 마트(H Mart)

**Q. 미국 소비자들에게 고객사 제품을 어필할 수 있는 효과적인 패키징과 홍보문구는 무엇일까요?**

한국산 고춧가루의 패키징은 대부분 비슷합니다. 주로 소량일 경우 작은 플라스틱병에 담기며, 대용량 제품일 경우 지퍼백에 포장됩니다. 패키징에는 보통 제품의 식감, 매운 정도 등 간단한 설명이 포함됩니다. 홍보 메시지로써는 제품의 장점, 맛, 그리고 다른 고춧가루와 차별화되는 특징을 강조하는 것이 좋습니다.

**Q. 고객사의 제품 수출 시, 오프라인으로 진출하려면 어떤 유통채널로 진출하는 것이 좋은지 이유와 함께 말씀해주세요.**

현재 한국 고춧가루는 에이치 마트와 같은 아시아 슈퍼마켓에서 판매됩니다. 반면, 아시아 외의 다른 국가에서 제조된 칠리파우더는 월마트(Walmart)와 같은 대형 슈퍼마켓에서 쉽게 찾을 수 있습니다.

**Q. 고객사 제품을 미국에서 홍보 시, 어떤 경로 및 홍보 방법으로 진행하면 효과적일지 말씀해주세요. 구체적인 특정 키워드, 슬로건, 광고 채널 등 성공적인 사례가 있다면 공유해주세요.**

디지털 미디어 활용과 인플루언서와의 협업이 효과적입니다. 요즘 인스타그램과 유튜브에서 인기 있는 음식 인플루언서들이 채널을 통해 제품을 소개하는 경우가 많습니다. 이 과정에서 고춧가루를 다양한 요리법에 활용해 소개할 수 있습니다. 한국 고춧가루는 한국 요리에서 중요한 재료로 자리 잡고 있으며, 해마다 그 인기가 높아지고 있다는 점을 강조할 수 있습니다.

## Interview ③

26)

### 코스트코 홀세일(Costco Wholesale) Sales



#### 코스트코 홀세일 (Costco Wholesale)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
  - 1983년에 설립된 유통업체로 다양한 식료품, 가정용품, 전자제품 등을 취급하고 있음
  - 미국, 아시아, 유럽 등 여러 지역에서 판매 중임

#### 담당자 정보

Sales

#### Q. 미국 내 고춧가루에 대한 최근 수요와 트렌드는 어떠한가요? 미국 소비자들은 고춧가루를 주로 어떤 조리법으로 소비하나요?

미국에서 고춧가루와 가장 유사한 제품은 커클랜드(Kirkland)의 크러쉬드 레드 페퍼 플레이크(Crushed Red Pepper Flakes)입니다. 이 제품은 가루 형태는 아니지만, 고춧가루와 비슷하게 활용될 수 있습니다. 주로 고기, 파스타, 소스, 피자 토핑 등에 사용되며, 요리에 매운맛과 풍미를 더하는 데 자주 사용됩니다.

#### Q. 미국에서는 어떤 고춧가루 제품이 인기가 있나요?

미국에서 가장 잘 알려진 칠리파우더 제품은 맥코믹(McCormick)의 칠리 파우더로, 70그램에 약 3-4달러(4,140-5,520원)에 판매됩니다. 해당 제품은 코셔(Kosher) 인증을 받았으며, 치킨이나 바비큐 같은 다양한 고기 요리에 사용되거나, 일반적인 향신료로서 여러 요리에 활용됩니다. 칠리파우더 구매는 주로 개인의 취향에 따라 결정됩니다.

#### Q. 고객사 제품의 가격이 미국 시장에 적합한지 구체적인 피드백을 부탁드립니다. 미국 내 고춧가루의 평균 가격대는 어떤가요?

칠리파우더의 평균 가격은 사용된 고추의 종류, 식감, 브랜드 인지도, 패키징 크기 등에 따라 달라집니다. 일반적으로 고춧가루는 10달러(13,801원)를 넘지 않는 경우가 많습니다. 예를 들어, 커클랜드 크러쉬드 레드 페퍼 플레이크는 283g에 4.79달러(6,611원)로, 평균보다 저렴한 편입니다. 고객사의 고춧가루는 이보다도 경쟁력 있는 가격을 가지고 있습니다.

#### Q. 미국 소비자들에게 고객사 제품을 어필할 수 있는 효과적인 패키징과 홍보문구는 무엇일까요?

미국에서는 지퍼백 포장보다는 플라스틱 용기가 훨씬 더 일반적입니다. 예를 들어, 코스트코(Costco)에서 판매되는 레드 페퍼 플레이크(Red Pepper Flakes)는 재밀봉이 가능한 뚜껑을 가진 플라스틱 용기에 포장되어 있어, 사용과 보관이 편리합니다. 지퍼백 포장은 이러한 편리함이 다소 부족할 수 있습니다. 또한, 플라스틱 포장은 친환경적이며, 다른 용도로 재사용할 수도 있습니다.

26) 사진 자료: 코스트코 홀세일(Costco Wholesale)

**Q. 고객사의 제품 수출 시, 오프라인으로 진출하려면 어떤 유통채널로 진출하는 것이 좋은지 이유와 함께 말씀해주세요.**

대부분의 고춧가루 제품은 대형 슈퍼마켓에서 판매되며, 많은 사람들이 다양한 제품을 선택할 수 있는 코스트코에서 구매합니다. 월마트, 알디(Aldi)와 같은 대형 슈퍼마켓은 일일 방문객 수가 많아 제품이 더 잘 노출되고, 구매로 이어지기 쉽습니다.

**Q. 고객사 제품을 미국에서 홍보 시, 어떤 경로 및 홍보 방법으로 진행하면 효과적일지 말씀해주세요. 구체적인 특정 키워드, 슬로건, 광고 채널 등 성공적인 사례가 있다면 공유해주세요.**

효과적인 홍보문구는 제품의 문화적 배경에 초점을 맞추는 것입니다. 이 제품이 한국에서 제조되었다는 점을 강조하여, 소셜 미디어를 통해 한국 요리와 레시피를 소개하는 것도 좋은 방법입니다. 또한, 제품이 건강에 이점이 있다면 ‘단순한 향신료가 아닌 슈퍼푸드’ 또는 ‘매운맛으로 일상에 활력을’ 같은 간단하고 기억에 남는 문구로 사람들의 관심을 끌 수 있습니다.

## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 스탠티스타(Statista), 'Sauces & Spices - United States', 2024.08
2. 푸드인스티튜트(The Food Institute), '2024 Trends to Watch: Bold Soups, Spices, and Global Flavors', 2024.01
3. 스탠티스타(Statista), 'Spices & Culinary Herbs - United States', 2024.08
4. 씨엔엔(CNN), "'Swicy' is the hottest trend in food right now", 2024.06
5. MBN뉴스, '[아메리카 샷 추가] 미국이 '빨간 맛'에 빠진 이유는?', 2024.07
6. 포브스(Forbes), 'The Death Of Brand Loyalty', 2023.09
7. 스탠티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in the U.S. as of March 2024', 2024.05
8. 스탠티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in South Korea as of March 2024', 2024.05
9. aT한국농수산식품유통공사, '농식품 해외인증&등록정보 종합가이드', 2023
10. aT한국농수산식품유통공사, '2023 농식품 국가 수출정보 미국', 2023
11. KATI농식품수출정보, '미국 라벨링 규정 준수 가이드', 2020
12. KATI농식품수출정보, '미국 식품첨가물 및 유해물질 규정 해설집', 2023

### ■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스탠티스타(Statista) (www.statista.com)
3. 푸드인스티튜트(The Food Institute) (foodinstitute.com)
4. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
5. ITC(International Trade Center) (www.trademap.org)
6. 씨엔엔(CNN) (www.cnn.com)
7. MBN 뉴스 (www.mbn.co.kr)
8. 포브스(Forbes) (www.forbes.com)
9. 크로거(Kroger) (www.kroger.com)
10. 하스데이터(Hasdata) (hasdata.com)
11. 슈퍼마켓뉴스(Supermarket News) (www.supermarketnews.com)
12. 에피큐리어스(Epicurious) (www.epicurious.com)
13. 코스트코(Costco) (www.costco.com)
14. 에이치마트(Hmart) (www.hmart.com)
15. 로켓리치(Roket Reach) (rocketreach.co)
16. 시더파크리빙(Cedar Park Living) (cedarparktxliving.com)
17. 롯데플라자마켓(Lotte Plaza Market) (www.lotteplaza.com)
18. 아마존(Amazon) (www.amazon.com)
19. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
20. 아마존셀러센트럴(Amazon Seller Central) (sellercentral.amazon.com)
21. 이베이(eBay) (www.ebay.com)
22. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
23. 통합무역정보서비스 (tradenavi.or.kr)
24. KOTRA 대한무역투자진흥공사 (www.kotra.or.kr/)
25. 국가관세종합정보망서비스 (unipass.customs.go.kr)
26. aT한국농수산식품유통공사 (www.at.or.kr)
27. 관세청 (www.customs.go.kr)
28. 관세법령포털 (unipass.customs.go.kr)
29. 미국 관세국경보호청(CBP) (www.cbp.gov)
30. 미국 식품의약청(FDA) (www.fda.gov)
31. 미국 농무부(USDA) (acir.aphis.usda.gov)
32. 미국 환경보호청(EPA) (www.epa.gov/pesticides)
33. 트레이더조(Trader Joe's) (www.traderjoes.com)
34. 에이치 마트(H Mart) (www.hmart.com)
35. 코스트코 홀세일(Costco Wholesale) (www.costco.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2024.08.30

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

Copyright 2024 aT 한국농수산물유통공사 All Rights Reserved.  
Printed in Korea