

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202408-21
품목 | 홍삼음료(Red ginseng drink)
HS CODE | 2202.99-1000
국가 | 미국(U.S.A)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 미국 즉석 커피&차 시장규모	06
2. 미국 즉석 차 시장규모	07
3. 미국 홍삼음료 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 미국 건강식품에 대한 관심 증가	10
2. 미국 인지 건강에 도움 되는 식음료 인기	11
3. 인삼 함유 음료 미국 내 출시 증가	12
4. 공격적인 유통 전략으로 미국 시장 점유율 확대	13

IV. 유통채널

1. 미국 홍삼음료 유통채널 점유율	15
2. 미국 홍삼음료 주요 유통채널	16



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. 미국 홍삼음료 통관 및 검역 절차	25
2. 미국 홍삼음료 품질 인증	27
3. 미국 홍삼음료 라벨링	31
4. 미국 홍삼음료 성분 및 유해물질	37

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 포 wing 홍(Po Wing Hong)	41
2. 월마트(Walmart)	43
3. 울타리(Wooltari)	45
※ 참고문헌	47





HS CODE : 2202.99-1000

2024 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

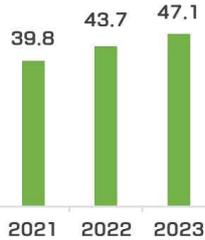
SUMMARY

미국 홍삼음료 시장

시장 현황

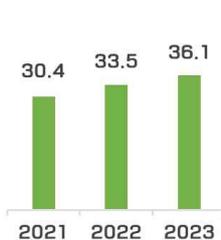
즉석 커피&차 시장규모

단위 : 십억 달러



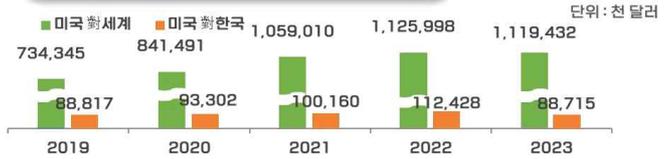
즉석 차 시장규모

단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2202.99 기준)



국가별 수입규모



시장 트렌드

이슈 분석

시장수요

미국 내 건강에 대한 관심이 증가함에 따라, 허브 및 과일, 식물 등의 슈퍼푸드 수요 증가

인기 제품

인지 건강에 도움되며, 단순한 설명 라벨링과 지속 가능성을 강조한 제품 인기

마케팅

한국인삼공사, 홍삼 체험형 매장 개점 및 미국 현지 음식점과 협업 통해 신제품 출시

유통

한국인삼공사, 미국 코스트코, 스프라우츠 파머스 마켓, 아마존, 아이허브 등 입점

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 인식 및 소비 형태 미국 내 홍삼은 면역력 강화와 건강 보충제로 인식되며, 주로 캡슐 형태로 소비되지만 차나 음료 형태도 인기임
쓴맛에 대한 선호도 미국 소비자들은 홍삼의 쓴맛을 줄인 제품을 더 선호하며, 건강 효능 때문에 소비하는 경향이 있음
성공적 홍보 전략 소셜 미디어 및 웹사이트를 통해 제품의 효능을 강조하는 온라인 홍보를 추천함

Point 02.

제품 성분 및 인증 피드백 고객사 제품의 성분과 HACCP 인증은 미국 시장에서 적합하며, 추가로 GMP 인증 받는 것을 추천함
제품 가격 피드백 고객사 제품의 가격은 미국 시장에서 다소 높은 편이지만, 고농축 홍삼 제품인 만큼 가격대가 수용 가능한 범위에 있음
추천 유통채널 아시아 및 한인 마트를 중점으로 입점하여 추후 대형마트로 확대할 것을 권장함

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 미국 즉석 커피&차 시장규모
2. 미국 즉석 차 시장규모
3. 미국 홍삼음료 수입규모

1. 미국 즉석 커피&차 시장규모

미국 국가 일반 정보¹⁾

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

▶ 미국 2023년 즉석 커피&차 시장규모 65.0조 원²⁾³⁾⁴⁾

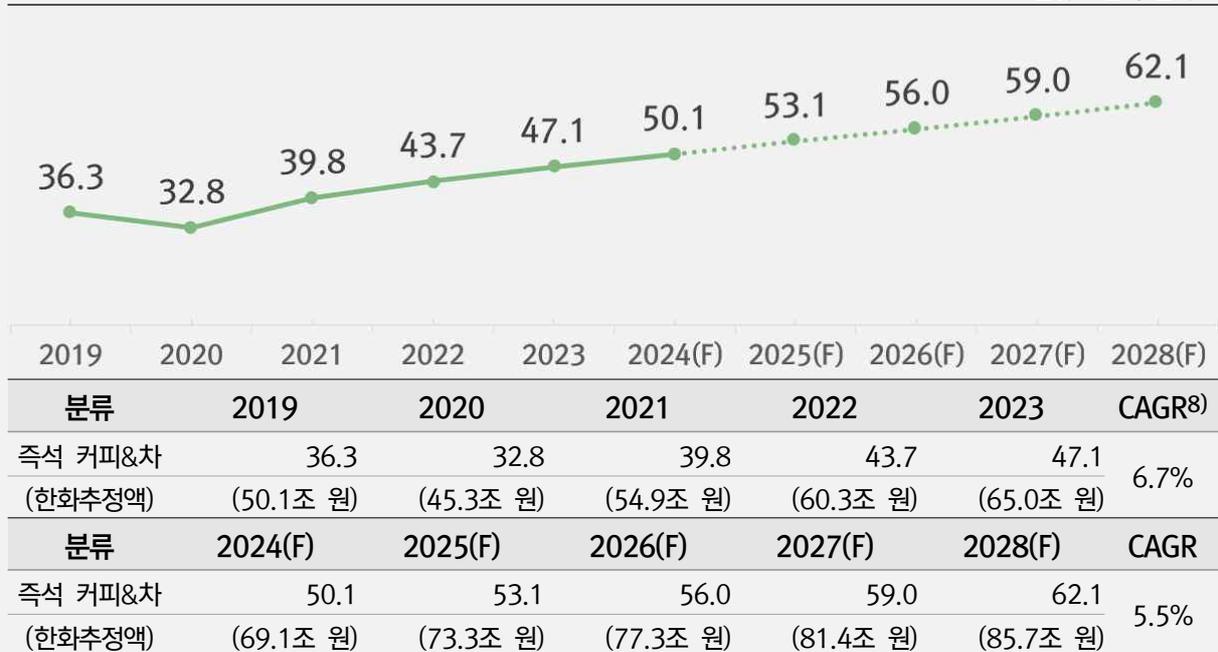
2023년 기준 미국의 즉석 커피&차 시장규모는 65.0조 원이며, 최근 5년(2019-23년)간 연평균 성장률은 6.7%로 나타남. 특히 2021년 전년 대비 21.3% 증가하며 높은 성장률을 기록함

▶ 미국 즉석 커피&차 시장규모, 향후 5년간 5.5%씩 성장 예상

미국의 즉석 커피&차 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 5.5%씩 성장하여 2028년에는 85.7조 원 규모에 이를 것으로 전망됨. 간편히 섭취 가능하다는 이점과 함께 건강을 중시하는 젊은 소비자층의 증가로 기존의 맛 측면이 강조된 설탕 기반 음료에 비해 기능성 측면이 강조된 즉석 커피&차 제품 수요의 증가세는 앞으로도 유지될 것으로 예상됨⁵⁾

[표 2.1] 미국 '즉석 커피&차' 시장규모⁶⁾⁷⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

- 1) 자료: 외교부 홈페이지
- 2) 자료: 스태티스타(Statista), 'Ready-to-Drink(RTD) Coffee & Tea - United States', 2024.09
- 3) 스태티스타에 따르면, '즉석 커피&차(Ready-to-Drink(RTD) Coffee & Tea)'는 액상 포장되어 즉시 섭취가 가능한 커피와 차 음료를 포함함
- 4) 조사제품 '홍삼음료'의 제품 유형(홍삼을 가공하여 만든 액상차)을 고려하여 '즉석 차'의 시장규모와 상위 항목인 '즉석 커피&차'의 시장규모를 조사함
- 5) 자료: 푸드비즈니스뉴스(Food Business News), 'More people than ever are using food as medicine, NPD says', 2019.08
- 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 즉석 차 시장규모

▶ 미국 2023년 즉석 차 시장규모 49.8조 원⁹⁾10)

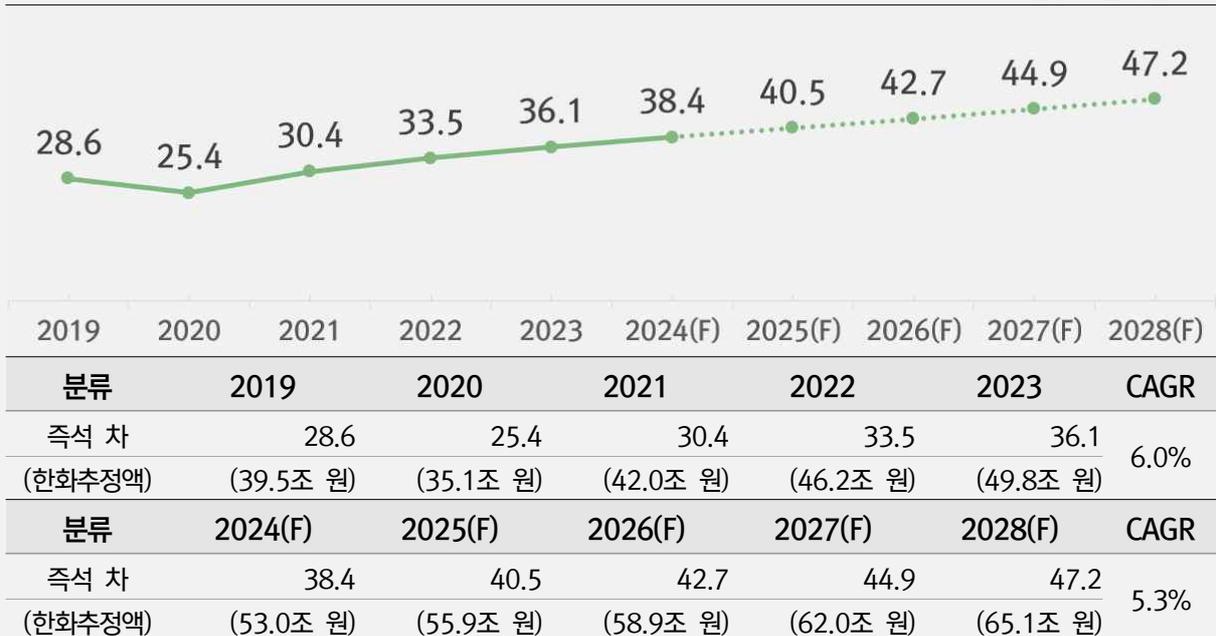
2023년 기준 미국의 즉석 차 시장규모는 49.8조 원에 달했으며, 최근 5년(2019-23년)간 해당 시장의 연평균 성장률은 6.0%로 나타남. 특히 2020년 코로나19로 인해 시장규모가 전년 대비 11.2% 대폭 감소하였으나, 이듬해인 2021년 곧바로 전년 대비 19.7% 반등하여 안정적인 증가세를 보임

▶ 미국 즉석 차 시장규모, 향후 5년간 연평균 5.3% 성장 전망

미국의 즉석 차 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 5.3% 성장하여 2028년에는 65.1조 원 규모에 이를 것으로 전망됨. 특히 미국의 건강식품 시장에서 홍삼은 팬데믹 기간 면역력 증진에 대한 효능으로 큰 인기를 끌었으며, 현재도 소비자들 사이에서 높은 관심도를 유지하고 있음. 홍삼의 혈액 순환 및 원기 회복과 같은 효능에 대한 현지의 관심이 꾸준히 증가하고 있으며, 이러한 흐름이 조사제품 홍삼음료의 수출에 도움이 될 것으로 전망됨¹¹⁾

[표 2.2] 미국 '즉석 차' 시장규모

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

9) 자료: 스태티스타(Statista), 'Ready-to-Drink(RTD) Tea - United States', 2024.09

10) 스태티스타에 따르면, '즉석 차(Ready-to-Drink(RTD) Tea)'는 액상 포장되어 즉시 섭취가 가능한 차 음료를 포함함

11) 자료: 연합뉴스TV, '해외로 뻗는 K-건강기능식품···홍삼, 미국서도 통할까', 2024.06

3. 미국 홍삼음료 수입규모

● HS CODE 2202.99

해당 장에서 홍삼음료는 HS CODE 2202.99로 분류됨. HS CODE 제2202호의 품명은 '설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물(광천수와 탄산수를 포함)과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료(제2009호의 과실·견과류·채소 주스는 제외)'이며, HS CODE 2202.99의 품명은 '기타로 확인됨'

▶ HS CODE 2202.99 미국 對글로벌 수입액, 1.54조 원

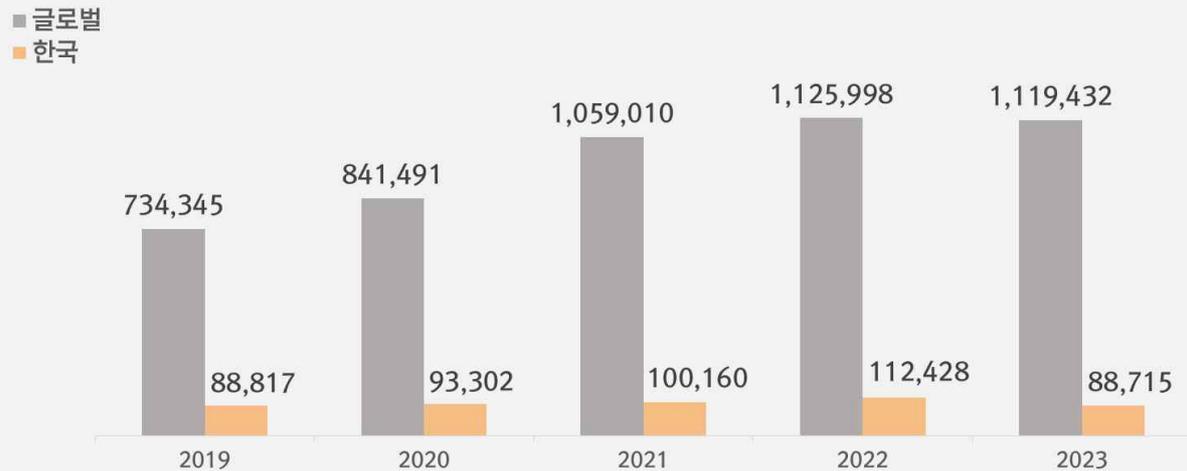
2023년 기준 HS CODE 2202.99 품목에 대한 미국의 對글로벌 수입액은 전년 대비 0.6% 감소한 1.54조 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 미국의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년) 동안 연평균 11.1%의 성장률을 기록했으며, 특히 2021년에는 전년 대비 25.8%의 가장 높은 증가율을 기록함

▶ HS CODE 2202.99 미국 對한국 수입액, 글로벌 4위

2023년 기준 HS CODE 2202.99 품목에 대한 미국의 對한국 수입액은 전년 대비 21.1% 감소한 1,224억 원으로 이는 글로벌 4위에 해당하는 수치임. 지난 5년(2019-23년) 동안 해당 품목에 대한 미국의 對한국 수입액은 증가와 감소를 거쳐 변동이 없었던 것으로 나타났으며, 해당 기간 미국의 對글로벌 수입액 중 對한국 수입액이 차지하는 비중은 12.1%에서 7.9%로 감소하였음. 한편, 2023년 해당 품목에 대한 미국의 對글로벌 수입액은 1위 캐나다(4,183억 원), 2위 멕시코(3,682억 원), 3위 필리핀(1,461억 원) 순으로 확인됨

[표 2.3] 미국 HS CODE 2202.99 수입규모

단위 : 천 달러



분류	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR
미국 對글로벌 수입액 (한화추정액)	734,345 (1.01조 원)	841,491 (1.16조 원)	1,059,010 (1.46조 원)	1,125,998 (1.55조 원)	1,119,432 (1.54조 원)	11.1%
미국 對한국 수입액 (한화추정액)	88,817 (1,226억 원)	93,302 (1,288억 원)	100,160 (1,382억 원)	112,428 (1,552억 원)	88,715 (1,224억 원)	0.0%

자료: ITC(International Trade Centre)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 미국 건강식품에 대한 관심 증가
2. 미국 인지 건강에 도움 되는 식음료 인기
3. 인삼 함유 음료 미국 내 출시 증가
4. 공격적인 유통 전략으로 미국 시장 점유율 확대

1. 미국 건강식품에 대한 관심 증가

▶ 음식을 약으로 섭취하는 미국 소비자

미국에서는 건강한 음식에 대한 수요가 지속적으로 증가하고 있음. 시장조사 기관 닐슨(Nielsen)과 NPD그룹(The NPD Group)에 따르면, 미국 소비자의 약 80%가 음식을 약으로 먹고 있으며, 미국 성인의 25%가 음식 섭취를 통한 건강 관리에 적극적인 것으로 나타남. 특히, 더 건강한 음식을 찾을 뿐 아니라 장기적인 관점에서 건강에 해로울 수 있는 음식을 줄여가는 것으로 나타남. 최근 조사된 데이터에 따르면, 유제품 및 나트륨, 설탕 등의 소비가 특히 줄고 있는데 미국 소비자의 절반 이상이 나트륨 섭취를 줄이려 하고 있고 80%는 설탕 섭취를 줄이고 있음

▶ 슈퍼푸드에 대한 관심 높아

미국 소비자들의 약용 식품에 대한 관심이 증가하면서 이국적으로 여겨지는 식품들이 인기를 끌고 있음. 슈퍼푸드에 대한 정확한 정의는 없지만, 잠재적으로 건강에 이점이 있는 음식들을 슈퍼푸드라 통칭해 부르고 있음. 가장 대표적인 것이 인도의 ‘아슈와간다(Ashwagandha)’임. 아슈와간다는 인도의 인삼이라고도 불리는 허브로, 스트레스 해소에 효과가 있어 인기가 많음. 또한, 면역체계 개선에 효과가 있다고 알려진 마누카 꿀과 영지버섯에 대한 관심도 높아지고 있음. 또한, 정신적 건강에 효과가 있는 것으로 알려진 음식도 많은데, 생선과 해초, 아마씨, 호두 등에 함유된 오메가3가 우울증이나 주의력 결핍 등에 효과가 있는 대표적인 음식임¹²⁾

[표 3.1] 슈퍼푸드가 함유된 식품



〈얼라이브의 앤션트 머쉬룸 엘릭서〉



〈굿카르마의 오메가3가 함유된 우유〉

자료: GT리빙푸드(GT's Living Foods), 굿카르마(Good Karma)

12) 푸드비즈니스뉴스(FoodBusinessNews) ‘More people than ever are using food as medicine, NPD says’, 2019.08

2. 미국 인지 건강에 도움 되는 식음료 인기

▶ 인지 건강에 도움이 되는 식음료 제품의 인기 부상

시장조사 기관 민텔(Mintel)의 조사에 따르면, 글로벌 소비자들은 건강에 좋으면서도 부가가치를 제공하는 식음료 제품에 관심을 보이는 것으로 나타났다. 특히, 인지 건강 관련 효능을 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 인지능력에 좋은 영향을 주고, 스트레스를 낮춰 뇌 기능을 최적화하는 식음료에 제품을 찾는 소비자가 증가하고 있음. 그 영향으로 카페인이 적은 음료가 출시되거나 인지능력을 강화하는 효과를 가진 것으로 알려진 인삼, 엘-테아닌(L-Theanine) 등의 성분이 함유된 음료 출시가 증가하고 있음. 최근에는 미국산 식물인 야폰(Yaupon)이 에너지 향상과 항산화 성분이 있다고 알려지며 유행하고 있음

▶ 단순한 설명의 제품 인기...기후 대응 등 부가가치를 중요시하기도

설명이 단순한 식음료에 대한 수요도 증가하고 있음. 소비자들은 현재 판매 중인 식음료들이 너무 많은 정보를 제공하고 있다고 생각하며, 단순화된 설명을 제공하는 포장재를 선호하고 있음. 또한, 최근에는 기후 문제로 자연재해가 증가함에 따라, 미국에서는 이상기후 등 위급 상황에 대응할 수 있는 혁신적인 식품에 대한 관심이 증가하고 있음. 그 예로, 렌틸콩과 야채가 들어간 스프와 나트륨, 칼륨, 비타민C 등 필수 영양소가 들어간 사탕 등이 있음. 이처럼 새로운 트렌드가 지속적으로 등장함에 따라, 이에 대응할 수 있는 제품 개발 및 판매가 중요할 것으로 보임¹³⁾

[표 3.2] 야폰이 함유된 음료



〈램블러(Rambler)의 야폰 에너지드링크〉



〈야폰브라더스(Yaupon Brothers)의 야폰티〉

자료: 유로모니터(Euromonitor)

13) 농식품수출정보KATI, ‘미국 2023년, 소비자들은 무엇을 먹고 마실까?’ 2022.12

3. 인삼 함유 음료 미국 내 출시 증가

▶ 미국 내 인삼 함유 음료 출시 증가

한국인삼공사는 2023년 10월 인삼이 함유된 스파클링 음료를 출시하며 미국 소비자 입맛을 공략함. 뿐만 아니라, 미국의 덮밥 체인점인 와바그릴(WaBa Grill)과 협력하여 6년근 홍삼을 함유한 스파클링 음료 HSW를 출시함. 홍삼은 이미 미국 소비자들에게도 면역력 및 에너지 증강 효과로 잘 알려져 있음. 한국인삼공사는 해당 음료에 홍삼 이외에도 구기자과 영지버섯 등 슈퍼푸드를 함유하여 스트레스 해소와 에너지 증강 등에 효능이 있다는 점을 내세우고 있음. 스타벅스 역시 인삼이 함유된 새로운 음료를 출시함. 캔 형태의 에너지 커피 제품인 ‘더블샷 에너지(Doubleshot Energy)’는 비타민B와 과라나, 인삼 등을 조합하여 풍부하고 강렬한 맛과 함께 에너지 증강 효과를 제공함¹⁴⁾¹⁵⁾

▶ 홍삼을 더 가까이...뉴욕에 홍삼 체험형 매장 운영

코로나19의 확산 이후 면역력에 관한 미국 소비자들의 관심이 높아지면서, 한국인삼공사는 미국 소비자들이 홍삼에 더욱 친숙해지도록 뉴욕에 홍삼 체험형 매장인 ‘진생 뮤지엄 카페 바이 정관장(Ginseng Museum Cafe by 정관장)’을 개점함. 진생 뮤지엄 카페는 박물관과 카페를 접목한 형태의 매장으로, 인삼의 역사와 재배 방식, 효능 등에 대한 정보를 제공함. 홍삼 추출존에서는 홍삼이 추출되는 과정을 직접 보고 시음해볼 수 있는 공간도 마련하고 있음. 홍삼 제품의 매출이 꾸준히 증가하고 있는 상황에서, 체험형 매장은 더 많은 잠재 소비자를 끌어들이 수 있을 것으로 기대됨¹⁶⁾

[그림 3.3] 미국에서 출시된 인삼 음료와 홍삼 체험형 매장



〈한국인삼공사의 HSW〉



〈스타벅스의 더블샷 에너지〉



〈진생 뮤지엄 카페 바이 정관장〉

자료: 한국인삼공사, 스타벅스(Starbucks)

14) 스타벅스(Starbucks), ‘Starbucks Introduces New Ready-to-Drink Coffee Line Up Including Refreshed Fan Favorites’, 2024.03

15) PR뉴스와이어(PR Newswire), ‘Korea Ginseng Corp. introduces the sparkling herbal drink HSW to WaBa Grill’s health-conscious consumers as part of its ‘Food as Medicine’ trend’, 2023.10

16) 서울파이낸스, ‘KGC인삼공사, 뉴욕에 ‘홍삼 체험형 매장’ 운영’, 2021.09

4. 공격적인 유통 전략으로 미국 시장 점유율 확대

▶ 미국 주요 유통 체인에 입점하는 정관장

한국인삼공사는 미국에서 공격적으로 유통채널을 확장해 나가기 위해 미국의 주요 마켓 체인에 입점을 시도하고 있음. 2024년 6월, 미국의 유기농 마켓 체인점인 스프라우츠 파머스 마켓(Sprouts Farmers Market) 매장에 415곳에 입점한다고 발표함. 정관장은 지난 2015년, 미국에서는 처음으로 코스트코(Costco)의 매장에 입점하였으며, 이후 아마존(Amazon)과 아이허브(iHerb) 등 온라인 매장에 입점했음. 미국 시장 매출은 글로벌 매출의 3%밖에 되지 않지만, 코스트코에서 매출이 전년 동기 대비 50% 증가하고, 아마존 인삼 제품 카테고리에서 1위를 계속 유지하는 등 지속적으로 성과를 내고 있음. 특히, 인삼이 최근 안전한 자연 유래 성분이면서 비유전자변형 식품, 글루텐프리 등 글로벌 건강식품 트렌드에 부합한다는 평이 증가하고 있음. 이에 정관장은 미국 내 홍삼 시장이 더욱 확대될 것이라고 보고 오프라인 매장 유통을 확대해나가고 있는 것으로 알려짐

▶ 미국 소비자 맞춤형 제품 출시...보다 공격적으로 진출할 계획

한국인삼공사는 미국 맞춤형 제품 개발에도 집중하고 있음. 스프라우츠 파머스 마켓에 입점하는 ‘에브리타임 2000mg’, ‘에브리타임 파워풀 녹용’, ‘에브리타임 에너지부스트’는 한국에서 판매 중인 ‘홍삼정 에브리타임’을 미국 입맛에 맞게 재설계한 제품임. 인삼 맛에 익숙하지 않은 미국 소비자들을 위해 쓴맛은 줄이고 부드러운 맛을 더 늘린 것으로 알려짐. 또한, 효과를 직관적으로 알 수 있는 제품명을 활용하여 소비자들이 보다 쉽게 제품을 구입할 수 있도록 유도하기도 했음. 한국인삼공사는 향후 현지인 맞춤형 제품을 확대하고, 글로벌 온·오프라인 유통채널에 더욱 공격적으로 진출할 계획이라고 전했다¹⁷⁾

17) 경향신문, “K-홍삼도 먹힐까...정관장, 미국 시장 정조준”, 2024.06

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널

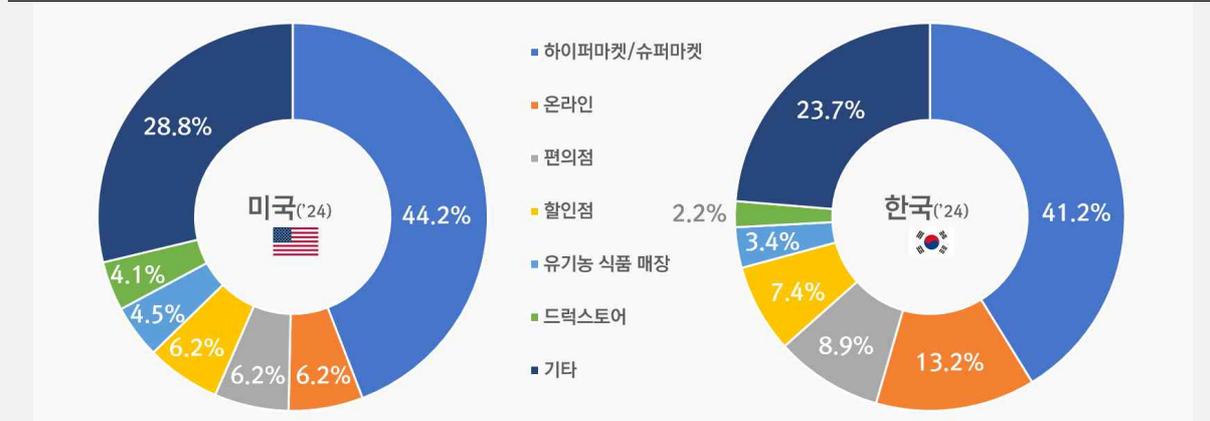


1. 미국 홍삼음료 유통채널 점유율
2. 미국 홍삼음료 주요 유통채널

1. 미국 홍삼음료 유통채널 점유율

▶ 미국 홍삼음료 비롯한 식료품 유통채널, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 1위
 2024년 기준 미국 내 홍삼음료를 비롯한 식료품 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 44.2%로 가장 높은 점유율을 보였음. 2위는 28.8%의 ‘기타’, 그리고 각각 6.2%의 ‘온라인’, ‘편의점’ 및 ‘할인점’이 뒤를 잇는 것으로 나타남. 한국의 경우에도 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 41.2%로 1위, ‘기타’가 23.7%로 2위, ‘온라인’이 13.2%로 3위, 8.9%의 ‘편의점’과 7.4%의 ‘할인점’이 뒤를 잇는 것으로 나타나 미국은 한국과 비교적 흡사한 유통채널 분포를 띄고 있다고 볼 수 있음. 따라서 미국 내 하이퍼마켓/슈퍼마켓과 온라인 위주의 공략이 주효할 것으로 전망됨. 그러나 미국의 경우 미국의 고유한 유통채널인 ‘창고형 회원제 매장’ 등이 ‘기타’에 포함되어 있고 이들이 꽤 높은 점유율을 보유한 것으로 나타나는바, 이러한 현지의 제반 상황과 특수성을 충분히 고려한 수출 전략이 요구될 것으로 보임

[표 4.1] 미국 및 한국 홍삼음료 B2C 소매유통채널 점유율 비교¹⁸⁾¹⁹⁾²⁰⁾



B2C 소매유통채널 점유율 비교		
미국 점유율	유형	한국 점유율
44.2%	하이퍼마켓/슈퍼마켓	41.2%
6.2%	온라인	13.2%
6.2%	편의점	8.9%
6.2%	할인점	7.4%
4.5%	유기농 식품 매장	3.4%
4.1%	드럭스토어	2.2%
28.8%	기타 ²¹⁾	23.7%

자료: 스탯시타(Statista)

18) 해당 장에서 ‘홍삼음료’의 세부 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘식료품(Grocery)’의 유통채널 정보를 확인함

19) 자료: 스탯시타(Statista), ‘Grocery shopping by store type in the U.S. as of June 2024’, 2024.08

20) 자료: 스탯시타(Statista), ‘Grocery shopping by store type in South Korea as of June 2024’, 2024.08

2. 미국 홍삼음료 주요 유통채널 ① 월그린

기업 기본 정보	기업명	월그린(Walgreens)	
	기업구분	드럭스토어	
	홈페이지	www.walgreens.com	
	위치	미국 전역	
	규모	매출액('23) • 1,391억 달러(약 191조 9,719억 원) ²²⁾ 기타 규모 • 매장 수('24): 1,239개 • 직원 수('24): 약 24만 명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1901년 시카고에서 시작된 미국 최대 규모의 드럭스토어임 • '월그린부츠얼라이언스(Walgreens Boots Alliance)'의 자회사로, 타 드럭스토어 '씨브이에스헬스(CVS Health)'와 선두를 다투고 있음 • 처방의약품 택배 서비스, 웨어러블 기기를 통한 개인화된 건강 경험 제공 등의 광범위한 의료 서비스를 제공하며 온라인 사업 확장에 힘쓰고 있음 		
매장정보	입점가능품목	• 가공식품, 건강보조식품, 음료류, 스낵류, 화장품, 의약품, 의약외품	
	선호제품	• 브랜드 신뢰도가 높은 상품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 신청 - 공급업체 전용 웹 'RangeMe'를 통해 브랜드 및 제품 정보 등록 (www.rangeme.com/walgreens) <ol style="list-style-type: none"> ① 브랜드 정보 입력(브랜드명, 설립연도, 소재지, 연 매출, 사업 종류) ② 제품 개괄(Product Overview) 등록(제품명, 제품 종류, 취득 인증 정보, USP, 제품 설명) ③ 제품 상세 정보(Product Details) 등록(제품 사진, 도매가격, 소비자 가격 등) ④ 유통 정보(Distribution) 등록(생산 지역, 판매 지역 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +1-800-925-4733 	

자료: 월그린(Walgreens), 월그린부츠얼라이언스(Walgreens Boots Alliance)

사진 자료: 월그린(Walgreens)

21) '기타'는 창고형 회원제 매장, 농산물직판장 등을 포함하고 있음

22) 1달러=1,380.10원(2024.08.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 미국 홍삼음료 주요 유통채널 ② 지엔씨

기업 기본 정보	기업명	지엔씨(GNC)		
	기업구분	드럭스토어		
	홈페이지	www.gnc.com		
	위치	미국 전역		
	규모	매출액('23) • 1,913억 달러(약 264조 131억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 2,267개 • 직원 수('24): 약 1만 명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1935년 펜실베이니아주 피츠버그(Pittsburgh)에서 처음 설립됨 • 펜실베이니아에 본사를 두고 있는 드럭스토어 형태의 소매 브랜드 체인임 • 건강 및 영양 관련 제품을 전문으로 취급함 • 유타(Utah) 등 일부 지역에서 드론 배송 서비스 제공함 			
매장정보	입점가능품목	<ul style="list-style-type: none"> • 건강기능식품, 영양 보충제, 건강 기능 음료, 비타민 등 		
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> • 건강 기능 성분이 함유된 제품 		
	매장 전경			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 신청 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 'About GNC' 메뉴에서 'New Vendors' 클릭 - 공급업체 전용 웹 'RangeMe'를 통해 브랜드 및 제품 정보 등록 (www.rangeme.com/gnc) ① 브랜드 정보 입력(브랜드명, 설립연도, 소재지, 연 매출, 사업 종류) ② 제품 개괄(Product Overview) 등록(제품명, 제품 종류, 취득 인증 정보 등) ③ 제품 상세 정보(Product Details) 등록(제품 사진, 도매가격, 소비자 가격 등) ④ 유통 정보(Distribution) 등록(생산 지역, 판매 지역 등) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +1-800-925-4733 		

자료: 지엔씨(GNC)

사진 자료: 지엔씨(GNC)

2. 미국 홍삼음료 주요 유통채널 ③ 월마트

기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart)	
	기업구분	하이퍼마켓	
	홈페이지	www.walmart.com	
	위치	미국 전역	
	규모	매출액('23) • 6,113억 달러(약 843조 6,551억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 4,606개 • 직원 수('24): 약 160만 명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 전 세계를 통틀어 매출과 고용 부문에서 1위를 달리고 있는 거대 유통기업임 • 50개 모든 주에서 매장 운영 중이며, 약 150개의 물류 센터를 보유함 • 창고형 회원제 매장 '샘스클럽(Sam's Club)' 등 다양한 형태의 매장 운영 중임 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 건조과일, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 유기농 제품, 신제품 	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지에서 직접 등록 (corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier) - 'Account Creation' 클릭 및 계정 생성 - 매점 입점(Store&Club)과 온라인 입점(E-Commerce)을 선택하여 제안서 제출 (한국어 번역 제공) - 홈페이지 기입 정보 <ol style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 공급자 번호[DUNS(Data Universal Numbering System: 국제 사업자 등록 번호, 지역별로 사업체를 식별하는 9자리의 고유 번호)], 납세자 식별 번호, 회사 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소, 계좌 정보 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 외 제품 설명) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-800-925-6278 - 이메일: service@walmartcontacts.com 	

자료: 월마트(Walmart)

사진 자료: 월마트(Walmart)

2. 미국 홍삼음료 주요 유통채널 ④ 크로거

기업 기본 정보	기업명	크로거(Kroger)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.kroger.com		
	위치	미국 전역		
	규모	매출액('23) • 1,581억 달러(약 218조 1,938억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 1,239개 • 직원 수('24): 약 41만 4,000명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1883년 오하이오(Ohio)에서 시작된 미국 최대 슈퍼마켓 기업 중 하나이며, 미 중부 지역을 중심으로 전개 중임 • 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 할인점 등 다양한 형태의 매장을 운영함 • 신선한 제품 배송 서비스 '크로거 딜리버리(Kroger Delivery)'를 제공함 			
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 신선식품, 가공식품, 음료류, 주류, 향신료 및 소스류, 생활용품, 문구용품 등 		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 미국 내에서 브랜드 인지도가 높은 상품, 품질 및 신뢰도가 높은 상품 		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 신청 <ul style="list-style-type: none"> - 홈페이지 하단 ABOUT THE COMPANY 하위 'Vendors & Suppliers(공급자)' 클릭 (www.thekrogerco.com/vendors-suppliers) - 'Are you interested in becoming a Kroger Supplier?' 아래 'here' 클릭 - 'Prospect Vendor Pre-Registration' 양식 작성 및 제출 - 이메일을 통해 '공급업체 신청 안내 및 지침' 수신 후 추가 절차 진행 • 문의사항 연락처 • 이메일: suppliercompliance@kroger.com 		

자료: 크로거(Kroger)

사진 자료: 크로거(Kroger)

2. 미국 홍삼음료 주요 유통채널 ⑤ 에이치마트

기업 기본 정보	기업명	에이치마트(Hmart)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.hmart.com	
	위치	미국 전역	
	규모	추정 매출액('23) • 10억 500만 달러(약 1조 3,870억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 97개 • 직원 수('24): 약 5,000명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1982년 뉴욕(New York)에 '한아름마트'라는 이름으로 1호점 설립됨 • 현재 미국 내 최대 규모의 아시아 슈퍼마켓 체인임 • 아시아계 미국인 쇼핑객을 주 고객층으로 하며, 아시아 식료품을 전문적으로 유통했으나 고객층 확장을 위해 현지 식료품도 취급함 • 한국 식재료를 활용한 한식 레시피를 홈페이지를 통해 공유하기도 함 		
매장정보	입점 가능 품목	• 주류 및 음료류, 신선식품, 즉석식품, 스낵류, 건강식품, 주방용품, 전자제품 등	
	선호 제품	• 기존 플랫폼에 없던 신제품	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 입점 신청 홈페이지 하단 'H MART.COM' 카테고리에서 'Contact Us' 클릭. 양식에 맞춰 정보 기입 - 등록 시 필요한 일반 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 정가) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 - +1-800-648-0980 	

자료: 에이치마트(Hmart)

사진 자료: 에이치마트(Hmart), 이터뉴욕(Eater New York)

2. 미국 홍삼음료 주요 유통채널 ⑥ 아마존

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.amazon.com	
	규모	매출액('23)	• 3,956억 달러(545조 원)
		기타 규모	• 방문 횟수(최근 1개월) ²³⁾ : 약 27억 회
	기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 190만 개 기업의 상품을 보유하고 있으며, 분당 7,400개의 제품 구매가 이루어지고 있는 세계 최대의 온라인 종합 쇼핑몰 • 스페인어, 아랍어, 독일어, 한국어 등 전 세계 언어를 지원함 • 아마존 프레쉬(Amazon Fresh), 아마존 고(Amazon Go), 아마존 스타일(Amazon Style) 등 다양한 형태의 오프라인 매장도 운영함 	
매장 운영 정보	홈페이지 정보	취급 브랜드	정관장(CheongKwanJang) 등
		해외 판매	해외 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			<ul style="list-style-type: none"> • 50달러 이상 구매 시 5달러 할인, 생일 기프트카드 증정 등 다양한 프로모션 상시 진행
	입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지를 통한 직접 등록(services.amazon.com/services/soa-approval-category) <ul style="list-style-type: none"> - 아마존 판매자(Seller) 계정 생성 - Grocery&Gourmet Food 카테고리 'Requirement' 눌러 자격조건 확인 - 제품 홈페이지 등록 및 필요 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보(회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) ② 제품 정보(UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량) • 자격 평가 기준 <ul style="list-style-type: none"> ① 아마존 행동 강령 준수 ② 아마존 PB 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-888-280-4331

자료: 아마존(Amazon), 시밀러웹(Similarweb)

사진 자료: 아마존(Amazon)

23) 2024년 8월 한 달간 집계된 웹사이트 방문자 수에 해당함

입점 등록 절차
UI ①

기본 담당자 정보

이름: / 중간 이름: / 성:

이름: / 중간 이름:

여권이나 신분증에 표시된 것과 같이 전체 이름을 입력하십시오.

시민권 보유 국가:

출생 국가:

출생 일자: / /

주거지 주소:

주거지 주소:

주거지 주소:

연락처 번호:

연락처 번호:

연락처 번호:

주 연락 담당자가 있는지 확인

회사의 실질 소유자

회사의 법적 대표자

기본 연락처의 담당자가 사업체의 유일한 실질 소유자입니다.

Yes No

본인은 본인임을 대신하여 또는 등록된 비즈니스를 대리하여 행동하며, 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: /

Card holder's name:

② 지불 방식 입력(신용카드 번호 확인 절차)
- 글로벌셀링 가입 첫 6개월 수수료 39.99달러(55,190원) 부과

자료: 아마존(Amazon)
사진 자료: 아마존(Amazon)

▶ 아마존 홍삼음료 베스트셀러

- 검색 키워드 : 홍삼음료(Red Ginseng Drink)
- 등록 제품 수 : 157건

아마존 미국 홍삼음료 베스트셀러								
순번	브랜드	제품명	원산지	중량	판매 가격	판매 건수(월)	리뷰 건수	이미지
1	정관장 (Cheong-KwanJang)	정관장 홍삼원 (Hong Sam Won)	한국	1,000g	21.05달러 (29,051원)	2,000건 이상	3,105건	
2	프린스오브피스 (Prince of Peace)	홍삼 추출액 울트라 스트렝스 (Red Panax Ginseng Extractum-Ultra Streangth)	중국	300g	15.99달러 (22,067원)	2,000건 이상	2,749건	
3	정관장 (Cheong-KwanJang)	정관장 에브리타임 (Korean Red Ginseng Everytime)	한국	300g	119.97달러 (165,570원)	800건 이상	2,068건	
4	정원삼 (Jeong Wonsam)	6년근 고려홍삼정 365스틱 (6 Years Korean Red Ginseng 365 Stick)	한국	300g	32달러 (44,163원)	100건 이상	1,992건	
5	삼시대 (SamSiDae)	삼시대 홍삼액 (Korean Red Ginseng Tonic)	한국	1,000g	22.99달러 (31,729원)	50건 미만	17건	
6	정관장 (Cheong-KwanJang)	정관장 홍삼톤 (Korean Red Ginseng Tonic)	한국	3,000g	166.99달러 (230,463원)	50건 미만	80건	
7	십뉴트리 (Sipnutri)	고려홍삼추출액 (Korean Red Ginseng Extract)	한국	300g	58.45달러 (80,667원)	50건 미만	116건	
8	정관장 (Cheong-KwanJang)	정관장 홍삼달임액 - 지삼 (Korean Red Ginseng Pure Extract - Earth)	한국	2,700g	343.99달러 (474,741원)	50건 미만	51건	
9	엘리스 시크릿 (Elly's Secret)	6년근 프리미엄 홍삼 콜라겐 (6-Year Premium Red Ginseng Collagen)	베트남	300g	72.19달러 (99,629원)	50건 미만	31건	
10	정관장 (Cheong-KwanJang)	정관장 화애락 진 (Hwa Ae Rak Jin - Women's Balance)	한국	2,100g	176.99달러 (244,264원)	50건 미만	28건	

자료: 아마존(Amazon)

사진 자료: 아마존(Amazon)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



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

1. 미국 홍삼음료 통관 및 검역 절차²⁴⁾

▶ 미국 홍삼음료 수출 통관 단계별 주요사항

미국 식품안전현대화법(FSMA: Food Safety Modernization Act)에 의하여 미국으로 식품 수출 및 유통 시 사전에 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 홍삼음료 통관 검역 절차



자료: 관세청, 미국 관세국경보호청(CBP)

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

자료: 관세청

2. 미국 홍삼음료 품질 인증

▶ 미국 홍삼음료, 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

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

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)

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

자료: 식품의약품안전처

▶ 미국 홍삼음료, 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 홍삼음료 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 홍삼음료 라벨링

[표 5.7] 미국 홍삼음료 라벨링

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

자료: 미국 식품의약청(FDA), KATI농식품수출정보

[표 5.7] 미국 홍삼음료 라벨링

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

자료: 미국 식품의약청(FDA), KATI농식품수출정보

▶ 미국 홍삼음료 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[옆면 1 라벨링]

[옆면 2 라벨링]

[앞면 - 영어]

[앞면 - 국문]

- ① Hong Sam Won
- ② Hong Sam Won
KOREAN RED GINSENG DRINK
- ③ 20 - 1.69 FL OZ (50mL) POUCHES
NET 33.80 FL OZ (1,000mL)
- ④ 6 YEARS GROWN
KOREA ORIGIN
No caffeine
No artificial colors
Vegan friendly
Non GMO
Five natural herbal ingredients
- ⑤ THE WORLD'S No.1
KOREA GINSENG CORP

- ① 홍삼원(브랜드명)
- ② 홍삼원
한국 홍삼 음료
- ③ 20 - 1.69 FL OZ (50mL) 파우치
순중량 33.80 FL OZ (1,000mL)
- ④ 6년근
한국산
카페인 무첨가
인공 색소 무첨가
비건 친화적
비유전자변형
다섯가지 천연 허브 성분
- ⑤ 세계 1위
한국인삼공사

[옆면 1 - 영어]

[옆면 1 - 국문]

- ① Hong Sam Won

- ① 홍삼원

② KOREAN RED GINSENG DRINK IS A REFRESHING, CAFFEINE-FREE POUCH DRINK MADE FROM GROWN KOREAN RED GINSENG, CINNAMON, GINGER, JUJUBE AND GOJI BERRY EXTRACTS.

③ **About Korea Ginseng Corporation's World-Renown Premium Brand, CheongKwanJang**

④ CheongKwanJang Korean red ginseng roots are carefully selected from only the healthiest ginseng plants grown for no less than 6 years in naturally fertile soil, under the strict quality-control system of Korea Ginseng Corporation. CheongKwanJang processed products are manufactured in a state-of-the-art ginseng facility using water-extracted Korean red ginseng, ensuring purity of content.

⑤ With an institutional legacy of over 120 years, an origin in the Korean government, a global reputation for trust, CheongKwanJang brand ginseng products represent the world's highest quality ginseng from the world's #1 ginseng company. Recognized with Good Manufacturing certificates in Japan, Australia, and South Korea, our CheongKwanJang branded ginseng products have been exported to 40 countries, world-wide.

⑥ LOT.: 30014010
EXP.: 05.14.2026

⑦ ITEM: HSW201

② 한국 홍삼 음료는 한국산 홍삼, 계피, 생강, 대추, 구기자 추출물로 만든 상쾌하고 카페인 없는 파우치 음료입니다.

③ **정관장의 세계적으로 유명한 프리미엄 브랜드, 정관장**

④ 정관장 한국 홍삼뿌리는 한국인삼공사의 엄격한 품질 관리 시스템 하에 최소 6년동안 자연적으로 비옥한 토양에서 자란 가장 건강한 인삼 식물만을 신중하게 선택합니다. 정관장 가공 제품은 최첨단 인삼 시설에서 물로 추출한 한국산 홍삼을 사용하여 제조되며, 내용물의 순도를 보장합니다.

⑤ 120년 이상의 제도적 유산, 한국 정부에서 시작된 기원, 신뢰를 위한 글로벌 명성으로, 정관장 브랜드 인삼 제품은 세계 최고의 인삼 회사에서 나온 세계 최고의 품질의 인삼을 대표합니다. 일본, 호주, 한국에서 우수 제조 인증을 받은 정관장 브랜드 인삼 제품은 전 세계 40개국에 수출되었습니다.

⑥ 로트번호: 30014010
유통기한: 2026년 5월 14일

⑦ 품목: HSW201

[옆면 2 - 영어]

①

Nutrition Facts		
20 servings per Container		
Serving Size 1 Pouch (1.69 FL OZ, 50mL)		
Amount per serving		
Calories		30
	% Daily Value*	
Total Fat	0 g	0%
Sodium	0 mg	0%
Total Carbohtdrates	7 g	0%
Total Sugars	5 g	42%
Protein	0 g	5%
Not a significant source of saturated fat, trans fat, cholesterol, dietary fiber, added sugars, vitamin D, calcium, iron, and potassium.		
*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.		

- ② **INGREDIENTS:** Water, Isomaltooligosaccharide, Jujube Fruit Extract, Dextrin, Malt Extract, Korean Red Ginseng Root Extract, Ginger Root Extract, Cinnamon Bark Extract, Artificial Flavor (Herb), Citric Acid, Goji Berry Extract
- ③ **DIRECTION:** Take 1 to 2 pouches daily
- ④ **NOTICES:** Check each ingredient carefully for allergies and interactions. If pregnant, nursing, or on medication, consult with a healthcare professional before use.

[옆면 2 - 국문]

①

영양 성분		
총 20회 제공량		
1회 제공량: 1포 (1.69 FL OZ, 50mL)		
1회 제공량당 함량		
칼로리		30
	% 일일 기준치*	
총 지방	0 g	0%
나트륨	0 mg	0%
총 탄수화물	7 g	0%
총 당류	5 g	42%
단백질	0 g	5%
포화 지방, 트랜스 지방, 콜레스테롤, 식이 섬유, 첨가당, 비타민 D, 칼슘, 철, 칼륨의 중요한 공급원이 아닙니다.		
*% 일일 기준치(DV)는 하루 식단에서 각 영양소가 차지하는 비율을 나타냅니다. 일반적인 영양 조업은 하루 2,000칼로리를 기준으로 합니다.		

- ② **성분:** 물, 이소말토올리고당, 대추 추출물, 덱스트린, 맥아 추출물, 한국 홍삼 뿌리 추출물, 생강 뿌리 추출물, 계피 껍질 추출물, 인공 향료(허브), 구연산, 구기자 추출물
- ③ **섭취 방법:** 하루 1에서 2포 섭취
- ④ **주의사항:** 알레르기 및 상호작용 여부에 대한 각 성분을 신중히 확인하세요. 임신이나 수유 중이거나, 약을 복용 중인 경우 사용 전에 의료 전문가와 상담하세요.

Harmless sediment may occur which does not affect the function or quality of the product. Avoid exposure to high temperature or direct sunlight. Consume quickly after opening. Do not heat the pouch in the microwave. Take caution with torn edges.

⑤ **KEEP OUT OF THE REACH OF CHILDREN.**

⑥ **DISTRIBUTED BY: KOREA GINSENG CORP. P.O. Box 4087, Cerritos, CA 90703
WWW.KGCUS.COM**

⑦ **MADE IN USA OF IMPORTED INGREDIENTS**

무해한 침전물이 발생할 수 있으며 이는 제품의 기능이나 품질에 영향을 미치지 않습니다. 고온이나 직사광선을 피하십시오. 개봉 후 빨리 섭취하십시오. 전자레인지에 포를 가열하지 마십시오. 찢어진 가장자리에 주의하십시오.

⑤ **어린이의 손이 닿지 않는 곳에 보관하십시오.**

⑥ **배급사: 한국인삼공사 P.O. Box 4087, Cerritos, CA 90703
WWW.KGCUS.COM**

⑦ **수입된 원료로 미국에서 제조**

4. 미국 홍삼음료 성분 및 유해물질

▶ 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 ‘인삼·홍삼음료’에 적용되는 식품첨가물 검색 시 총 273건을 발견했으며, 하기 표는 그중 일부를 다룸. 더욱 상세한 정보는 미국의 연방규정집(CFR) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.8] 미국 홍삼음료 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품 유형
1	사카린	Saccharin	1회 제공량 당 30mg 이하	가공식품
2	사카린 나트륨	Sodium Saccharin		
3	사카린 칼슘	Saccharin Calcium		
4	아카시아 검, 검 아라비아	Acacia Gum, Gum Arabic	[식이섬유, 유화제, 유화제염, 향료 및 보조제, 조성보조제, 가공보조제, 안정제, 증점제, 표면처리제, 텍스처라이저] GRAS: 1.0% 이하	모든식품
5	아세트산	Acetic Acid	[보존 및 절임제, 향미증진제, 향료 및 보조제, 산도조절제, 용매 및 용제, 보일러수첨가물] GRAS: 0.15% 이하, GMP에 따라 사용	
6	벤조산	Benzoic acid	GRAS: [보존료] 식품에 최대 0.1%만 이 성분을 사용할 것을 허용, GMP에 따라 사용	
7	사카린	Saccharin	액상 1온스당 12mg 이하	음료, 과일주스 음료 및 베이스 또는 믹스

자료: 미국 식품의약청(FDA), 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 5.9] 미국 홍삼음료 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 5.10] 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. 포 wing 홍(Po Wing Hong)
2. 월마트(Walmart)
3. 울타리(Wooltari)

Interview ①

25)



포 윙 홍
(Po Wing Hong)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 1979년에 설립된 소매업체로 해산물, 버섯, 인삼, 중국 전통 약재, 스낵, 음료, 면류, 소스, 조미료, 건조 식품, 허브 차 등을 취급하고 있음
 - 뉴욕에 위치하며 다양한 아시아 식품을 제공하고 있음

담당자 정보

Operations Manager

포 윙 홍(Po Wing Hong) Operations Manager

Q. 미국 시장에서 소비자들은 홍삼 제품, 특히 쓴맛이 나는 제품에 대해 어떤 선호를 보이나요? 쓴맛에 대한 강한 거부감이 있나요?

미국 소비자들 중에는 홍삼 제품의 쓴맛을 좋아하지 않는 사람들이 많습니다. 하지만 쓴맛을 싫어하더라도 건강에 좋은 효과 때문에 홍삼 제품을 소비하는 경우도 있습니다. 반면, 쓴맛 때문에 홍삼 제품을 아예 피하는 소비자들도 있습니다. 이러한 소비자들을 위해 쓴맛을 줄인 가공 홍삼 제품들이 더 선호도가 높습니다.

Q. 미국 소비자들은 인삼 또는 홍삼 제품에 대해 일반적으로 어떻게 인식하고 있나요? 주로 어떤 형태로 홍삼 제품을 소비하나요?

미국 소비자들은 인삼과 홍삼 제품을 자연 면역력 강화제이자 건강에 이로운 보충제로 이해하고 있습니다. 많은 미국 소비자들은 예전에는 홍삼 제품을 잘 몰랐지만, 아시아 출신의 이민자들이 이들을 소개하면서 점차 알게 되었습니다. 요즘은 소비자들이 온라인으로 홍삼 제품에 대해 조사하고, 에너지 증진, 스트레스 완화, 전반적인 웰빙에 도움을 준다는 것을 알게 되면서 수요가 크게 증가했습니다. 대부분의 미국인들은 캡슐 형태로 홍삼 제품을 소비하며, 간편함 때문에 이 방식을 선호합니다. 그 다음으로 인기가 많은 형태는 인삼차로, 건강한 차로 인식되고 있습니다. 일부 소비자들은 인삼 뿌리를 씹어 먹기도 하지만, 이는 아시아 이민자들에게서 더 많이 보이는 소비 방식입니다.

Q. 고객님의 제품 가격이 미국 시장에 적합한가요? 구체적인 피드백을 제공해주세요. 미국에서 홍삼 음료의 평균 가격대는 어떻게 되나요?

고객사의 제품이 미국 시장에서는 다소 높은 편입니다. 예를 들어, ROYAL KING Korean Ginseng Drink Without Honey는 120ml 한 병에 2.99달러(4,126원)로 판매되고 있습니다. 그러나 29.99-32.99달러(41,389-45,529원)의 가격대에 판매되는 고가의 미국 인삼차와 같은 제품들도 있습니다.

25) 사진 자료: 포 윙 홍(Po Wing Hong) 홈페이지

Q. 고객사의 제품 성분과 인증이 미국 시장에 적합한가요? 구체적인 피드백을 제공해 주세요. 홍삼 음료는 보통 어떤 인증을 받나요?

고객사의 제품에 나열된 성분과 인증은 미국 시장에 적합하다고 합니다. 미국에서 요구하는 인증은 안전한 생산 관행과 제품의 안전성을 보장하는 것이 주요 목적입니다. 고객사는 최신 규정을 지속적으로 확인하는 것이 좋습니다. HACCP 인증은 제품을 미국 시장에 내놓는 데 매우 도움이 됩니다.

Q. 미국 소비자에게 어필할 수 있는 효과적인 포장 및 홍보 메시지는 무엇인가요?

미국 내 인삼 제품은 오랫동안 전통적인 포장 디자인을 유지해 왔습니다. 그러나 최근에는 성분과 농도를 명확하게 표시하는 현대적인 포장을 사용하는 제품들이 늘어나고 있습니다. 고객사는 제품의 건강 효능을 분명히 표시하고, 이에 맞춘 슬로건을 만들어 고객의 관심을 즉각적으로 끌 수 있습니다.

Q. 고객사 제품을 수출할 경우, 오프라인 진출을 위한 최적의 유통 채널은 무엇인가요? 그 이유는 무엇인가요?

가장 적합한 유통 채널은 아시아 및 한인 마트일 것입니다. 미국 소비자들은 홍삼 제품을 이러한 문화와 연관 짓고, 이러한 매장에서 프리미엄 인삼 제품을 제공한다고 생각하는 경향이 있습니다. 하지만 고객사가 더 넓은 시장과 소비자층을 대상으로 하고자 한다면, 대형 슈퍼마켓 같은 다른 소매 채널을 통해서도 접근할 수 있습니다.

Q. 미국에서 고객사의 제품을 홍보할 때 효과적인 경로와 홍보 방법은 무엇인가요? 성공적인 키워드, 슬로건, 광고 채널을 공유해 주세요.

홍삼 관련 제품 홍보는 그동안 활발하지 않았으며, 과거에는 신문이나 잡지에 인쇄 광고를 주로 사용했지만 현재는 소셜 미디어 채널로 이동했습니다. 일부 최신 브랜드들은 더 현대적인 접근 방식으로 제품을 홍보하고 있으며, 특히 건강 효능을 강조하는 방식으로 마케팅을 하고 있습니다.

Interview ②

26)



월마트(Walmart) Operations Manager

월마트 (Walmart)

- 유형: 소매 체인점
- 업체 특징:
 - 1962년에 설립된 소매 체인점으로 식료품, 가정용품, 뷰티 제품, 전자제품, 의류 등 다양한 품목을 취급하고 있음
 - 미국 전역에 걸쳐 광범위한 유통망을 보유하고 있음

담당자 정보

Operations Manager

Q. 미국 시장에서 소비자들은 홍삼 제품, 특히 쓴맛이 나는 제품에 대해 어떤 선호를 보이나요? 쓴맛에 대한 강한 거부감이 있나요?

홍삼 제품에 대한 소비자 선호도를 일반화하기는 어렵습니다. 주로 건강상의 이점을 위해 제품을 구매하는 틈새 시장이기 때문입니다. 따라서 맛은 우선순위가 아니며, 쓴맛 때문에 구매를 꺼리는 소비자는 매우 적습니다. 주로 건강을 신경 쓰는 소비자들이 대체 자연 요법으로 홍삼 제품을 찾고 있으며, 홍삼은 효능이 좋은 허브 대안으로 자리잡고 있습니다.

Q. 미국 소비자들은 인삼 또는 홍삼 제품에 대해 일반적으로 어떻게 인식하고 있나요? 주로 어떤 형태로 홍삼 제품을 소비하나요?

미국 소비자들은 인삼 또는 홍삼을 건강과 웰빙을 위한 허브 보충제로 인식하고 있습니다. 인삼이 에너지를 증진시키고, 스트레스와 불안을 완화하며, 면역 체계를 강화하는 데 도움이 된다고 생각합니다. 특히 홍삼은 인삼 중에서도 더 효과적이라고 여겨집니다. 대부분의 미국 소비자들은 캡슐이나 알약 형태의 보충제로 섭취하는 것을 선호합니다. 최근에는 차 형태도 인기를 끌고 있지만, 여전히 보충제 알약이 가장 선호되는 방식입니다. 홍삼 추출물과 음료도 인기를 끌고 있으며, 다양한 제품이 출시되면서 소비 형태도 점점 변화하고 있습니다.

Q. 고객님의 제품 가격이 미국 시장에 적합한가요? 구체적인 피드백을 제공해주세요. 미국에서 홍삼 음료의 평균 가격대는 어떻게 되나요?

80ml 홍삼 추출액 30팩의 가격이 60,000원(약 \$44.90 USD)인 고객님의 제품은 다른 제품들에 비해 약간 높지만, 여전히 미국 시장에서 평균 가격 범위 내에 있습니다. 홍삼 음료의 가격은 보통 온스당 0.70-1.00달러(966-1,380원) 정도이며, 30팩 기준으로 23-50달러(31,742-69,005원) 사이입니다. 추가 성분이 포함된 고가 제품은 최대 65달러(89,706원)에 판매되기도 합니다. 고객님의 제품이 고농축 홍삼 추출물을 포함하고 있다는 점을 고려하면, 가격은 약간 높지만 대부분의 소비자들에게는 수용 가능한 정도라고 생각합니다.

26) 사진 자료: 월마트(Walmart) 홈페이지

Q. 고객사의 제품 성분과 인증이 미국 시장에 적합한가요? 구체적인 피드백을 제공해 주세요. 홍삼 음료는 보통 어떤 인증을 받나요?

고객사의 제품은 홍삼과 정제수를 주성분으로 하고 있으며, HACCP 인증과 농산물 식품 안전 인증을 받은 점에서 미국 시장에 적합합니다. 많은 홍삼 제품들이 우수 제조 관리 기준(GMP)을 언급하며, 고객사의 제품도 해당 인증을 추가할 것을 권장합니다.

Q. 미국 소비자에게 어필할 수 있는 효과적인 포장 및 홍보 메시지는 무엇인가요?

대부분의 제품이 여전히 빨간색을 사용한 전통적인 포장을 유지하고 있지만, 고객사의 새로운 제품이므로 홍삼과 정제수를 포함한 제품임을 명확히 표기할 현대적이고 새로운 디자인의 포장을 권장합니다. 또한, 미국 시장에 적합한 슬로건을 통해 제품의 출처와 시장의 필요를 연결할 수 있습니다.

Q. 고객사 제품을 수출할 경우, 오프라인 진출을 위한 최적의 유통 채널은 무엇인가요? 그 이유는 무엇인가요?

고객사는 현재 인삼 및 홍삼 제품을 취급하는 대부분의 오프라인 소매업체와 협력할 수 있습니다. 이러한 제품들이 점차 일반 소매업체에 진입하고 있으며, 고객사는 이러한 소매점을 통해 제품을 제공하여 더 큰 소비자 그룹에 접근할 수 있고, 이를 통해 판매 기회를 증가시킬 수 있습니다.

Q. 미국에서 고객사의 제품을 홍보할 때 효과적인 경로와 홍보 방법은 무엇인가요? 성공적인 키워드, 슬로건, 광고 채널을 공유해 주세요.

고객사는 미국 내 소매점과 협력하여 제품 출시 캠페인과 함께 프로모션 행사를 진행하는 것이 효과적입니다. 이는 오프라인 소매점뿐만 아니라 소매업체의 온라인 플랫폼과 소셜 미디어를 통해 동시에 진행할 수 있습니다. 캠페인은 소비자들이 제품을 이해하고 시도할 수 있도록 동기를 부여하는 방식으로 구성해야 합니다.

Interview ③

27)



울타리(Wooltari) Marketing Manager

울타리
(Wooltari)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 2006년에 설립된 소매업체로 해산물, 김치, 스낵, 음료, 밀키트, 면류 등을 취급하고 있음
 - 미국 내 한국 홍삼 및 홍삼 음료 제품을 수입하여 유통하고 있음

담당자 정보

Marketing Manager

Q. 미국 시장에서 소비자들은 홍삼 제품, 특히 쓴맛이 나는 제품에 대해 어떤 선호를 보이나요? 쓴맛에 대한 강한 거부감이 있나요?

많은 소비자들이 주로 건강상의 이점 때문에 홍삼 제품을 선호하는 편입니다. 홍삼이 에너지를 높이고, 면역 기능을 강화하며, 스트레스를 감소시켜준다고 믿기 때문에 제품을 선택합니다. 그러나 홍삼의 쓴맛은 많은 소비자들에게 거부감을 줍니다. 대부분의 미국 소비자들은 한국 전통 한약에 익숙하지 않아 이러한 강한 맛을 낯설게 느낍니다. 하지만 웰빙에 관심을 가지는 소비자층이 점차 늘어나면서, 쓴맛에도 불구하고 건강상의 이점을 경험하려는 경향이 커지고 있습니다.

Q. 미국 소비자들은 인삼 또는 홍삼 제품에 대해 일반적으로 어떻게 인식하고 있나요? 주로 어떤 형태로 홍삼 제품을 소비하나요?

미국 소비자들은 홍삼과 인삼 제품을 건강과 웰빙에 도움이 되는 제품으로 인식하고 있습니다. 인삼이 에너지를 증진시키고 체력을 향상시키는 것으로 알려져 있습니다. 미국에서 가장 흔히 소비되는 형태는 캡슐이나 정제로, 시장에서 쉽게 찾을 수 있습니다. 최근에는 액상 추출물도 인기를 끌고 있으며, 많은 소비자들이 이러한 편리한 형태를 선호하고 있습니다.

Q. 고객님의 제품 가격이 미국 시장에 적합한가요? 구체적인 피드백을 제공해주세요. 미국에서 홍삼 음료의 평균 가격대는 어떻게 되나요?

고객사의 제품 가격은 미국 시장에서 적절한 수준으로 보입니다. 미국의 홍삼 음료 가격대는 제품의 품질, 원산지, 홍삼 농축도에 따라 15-60달러 (2만 701-8만 2,806원) 사이입니다. 예를 들어, 김정한 홍삼 농축액(6년근 프리미엄 홍삼) 100g은 99.95달러(13만 7,941원), 김정한 홍삼 순수 추출액(6년근 프리미엄 홍삼) 70ml 30팩은 299.85달러(41만 3,823원)에 판매되고 있습니다. 이를 고려했을 때, 고객님의 제품 가격은 경쟁력 있다고 생각합니다.

27) 사진 자료: 울타리(Wooltari) 홈페이지

Q. 고객사의 제품 성분과 인증이 미국 시장에 적합한가요? 구체적인 피드백을 제공해 주세요. 홍삼 음료는 보통 어떤 인증을 받나요?

고객사 제품은 미국 시장에서 기대하는 품질과 안전 기준에 부합하는 성분과 인증을 갖추고 있습니다. HACCP 및 농산물 인증을 통해 제품의 품질과 안전성을 보장하며, 이는 미국에서도 중요하게 여겨집니다. 최근 미국의 홍삼 음료들은 유기농 라벨을 붙이거나 우수 제조 관리 기준(GMP)을 준수하는 점을 강조하고 있습니다. 고객사도 이를 고려해 제품에 반영할 수 있습니다.

Q. 미국 소비자에게 어필할 수 있는 효과적인 포장 및 홍보 메시지는 무엇인가요?

고객사는 프리미엄 한국 홍삼으로 만들어졌다는 점을 강조하는 화려한 포장을 사용할 수 있습니다. 동시에 홍삼의 순도와 출처를 강조하며, 100% 순수 홍삼 추출물이라는 점을 핵심 메시지로 내세워야 합니다. 첨가물이 전혀 없는 순수 추출물이라는 점은 미국 시장에서 큰 잠재력을 가지고 있습니다.

Q. 고객사 제품을 수출할 경우, 오프라인 진출을 위한 최적의 유통 채널은 무엇인가요? 그 이유는 무엇인가요?

아시아 및 한인 마트, 일반 마트, 그리고 건강 및 웰빙 제품을 취급하는 소매점을 추천합니다. 이 모든 채널에서 인삼 및 홍삼 제품을 판매하고 있으며, 이를 통해 고객사의 제품이 더 널리 알려질 수 있습니다.

Q. 미국에서 고객사의 제품을 홍보할 때 효과적인 경로와 홍보 방법은 무엇인가요? 성공적인 키워드, 슬로건, 광고 채널을 공유해 주세요.

홍삼 제품 소비자들은 구매 전에 온라인으로 조사를 하는 경향이 있기 때문에, 온라인 홍보가 효과적일 것입니다. 고객사는 순수 홍삼 추출물의 이점, 섭취 방법, 그리고 웰빙 루틴에 어떻게 도움이 되는지를 포스팅하여 소비자들에게 가치를 전달해야 합니다. 또한, 고객사 웹사이트를 만들고, 그곳에서 이러한 게시물을 공유하며, 이를 소셜 미디어를 통해 홍보할 수 있습니다. 이를 통해 잠재 고객을 웹사이트로 유도하고, 웹사이트에서 직접 제품을 판매하는 전략이 효과적일 것입니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 'Ready-to-Drink(RTD) Coffee & Tea - United States', 2024.09
2. 스태티스타(Statista), 'Ready-to-Drink(RTD) Tea - United States', 2024.09
3. 푸드비즈니스뉴스(Food Business News), 'More people than ever are using food as medicine, NPD says', 2019.08
4. 연합뉴스TV, '해외로 뻗는 K-건강기능식품...홍삼, 미국서도 통할까', 2024.06
5. 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in the U.S. as of June 2024', 2024.08
6. 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in South Korea as of June 2024', 2024.08
7. aT한국농수산물유통공사, '농식품 해외인증&등록정보 종합가이드', 2023
8. aT한국농수산물유통공사, '2023 농식품 국가 수출정보 미국', 2023
9. KATI농식품수출정보, '미국 라벨링 규정 준수 가이드', 2020
10. KATI농식품수출정보, '미국 식품첨가물 및 유해물질 규정 해설집', 2023
11. 푸드비즈니스뉴스(FoodBusinessNews) 'More people than ever are using food as medicine, NPD says', 2019.08
12. 농식품수출정보(KATI), '미국 2023년, 소비자들은 무엇을 먹고 마실까?' 2022.12
13. 스타벅스(Starbucks), 'Starbucks Introduces New Ready-to-Drink Coffee Line Up Including Refreshed Fan Favorites', 2024.03
14. PR뉴스와이어(PR Newswire), 'Korea Ginseng Corp. introduces the sparkling herbal drink HSW to WaBa Grill's health-conscious consumers as part of its 'Food as Medicine' trend', 2023.10
15. 서울파이낸스, 'KGC인삼공사, 뉴욕에 '홍삼 체험형 매장' 운영', 2021.09
16. 경향신문, 'K-홍삼'도 먹힐까...정관장, 미국 시장 정조준', 2024.06

■ 참고 사이트

1. 포 wing 홍(Po Wing Hong) (www.powingonline.com)
2. 월마트(Walmart) (www.walmart.com)
3. 울타리(Wooltari) (www.wooltariusa.com)
4. 외교부 (www.mofa.go.kr)
5. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
6. 푸드비즈니스뉴스(Food Business News) (www.foodbusinessnews.net)
7. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
8. 연합뉴스TV (www.yonhapnewstv.co.kr)
9. ITC(International Trade Center) (www.trademap.org)
10. 월그린(Walgreens) (www.walgreens.com)
11. 월그린부츠얼라이언스(Walgreens Boots Alliance) (www.walgreensbootsalliance.com)
12. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
13. 지엔씨(GNC) (www.gnc.com)
14. 월마트(Walmart) (www.walmart.com)
15. 크로거(Kroger) (www.kroger.com)
16. 에이치마트(Hmart) (www.hmart.com)
17. 이터뉴욕(Eater New York) (www.ny.eater.com)
18. 아마존(Amazon) (www.amazon.com)
19. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
20. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
21. 통합무역정보서비스 (tradenavi.or.kr)
22. KOTRA 대한무역투자진흥공사 (www.kotra.or.kr)
23. 국가관세종합정보망서비스 (unipass.customs.go.kr)
24. aT한국농수산물유통공사 (www.at.or.kr)
25. 관세청 (www.customs.go.kr)
26. 관세법령포털 (unipass.customs.go.kr)
27. 미국 관세국경보호청(CBP) (www.cbp.gov)
28. 미국 식품의약청(FDA) (www.fda.gov)
29. 미국 농무부(USDA) (acir.aphis.usda.gov)
30. 미국 환경보호청(EPA) (www.epa.gov/pesticides)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

31. 스타벅스(Starbucks) (stories.starbucks.com)
32. PR뉴스와이어(PR Newswire) (prnewswire.com)
33. 서울파이낸스 (seoulfn.com)
34. 경향신문 (khan.co.kr)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2024.09.13

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