

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202409-03
품목 | 효소가공품(Enzyme Product)
HS CODE | 2106.90-9099
국가 | 미국(U.S.A)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 미국 일반의약품 시장규모	06
2. 미국 소화제&정장제 시장규모	07
3. 미국 효소가공품 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 미국 소화 건강식품 인기 급상승	11
2. 미국 소비자, 효소 제품의 성분과 품질 중시	12
3. 성분 키워드 1위 : '프로바이오틱스'	13
4. 효능 및 홍보문구 키워드 1위 : '소화'	14

IV. 유통채널

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



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. 미국 효소가공품 통관 및 검역 절차	26
2. 미국 효소가공품 품질 인증	28
3. 미국 효소가공품 라벨링	31
4. 미국 효소가공품 성분 및 유해물질	37

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 타겟(Target)	41
2. 더비타민쇼프(The Vitamin Shoppe)	44
3. 월마트(Walmart)	46
※ 참고문헌	48





HS CODE : 2106.90-9099

2024 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

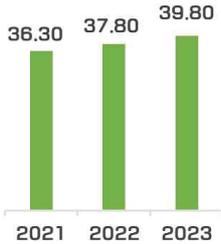
SUMMARY

미국 효소가공품 시장

시장 현황

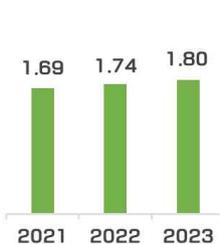
일반의약품 시장규모

단위: 십억 달러



소화제&정장제 시장규모

단위: 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2106.90 기준)

단위: 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

시장 동향

미국 소화 건강제품 급성장
2023년까지 연평균 8.1% 성장
예상, 944억 달러 규모 전망
소화 효소와 유제품 산업
효소 함유 유제품 인기, 면역력
강화 및 장 건강 수요 상승

시장 트렌드

성분과 품질이 핵심
미국 소비자들 효소 관련 제품 성분
및 함유량 등 꼼꼼히 확인 후 선택
인기 소화 효소 브랜드
헵뉴트리션, 뉴트리코스트 등
다양한 성분과 효능으로 시장선도

빅데이터 분석

프로바이오틱스

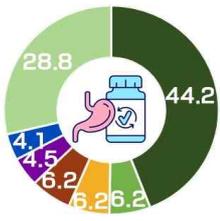
단백질 성분 슈퍼푸드
비타민 미네랄
스피루리나

소화

천연 글루텐 프리
효능/홍보문구
항산화 유기능
에너지

주요 유통채널

유통채널 점유율



- 하이퍼/슈퍼마켓
- 온라인
- 편의점
- 할인점
- 유기농 식품 매장
- 드럭스토어
- 기타

통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
관세율 0%(한·미 FTA 협정세율)
사전 준비
원산지증명서 발급 必
FDA에 생산가공시설 등록

권장 인증



유의사항

라벨 필수 표기사항
표기언어, 제품명, 용량, 원산지,
원료정보, 성분정보, 알레르기 정보 등
식이 보충제 라벨 필수 표기 사항
식별문구, 제조사 및 원산지, 성분

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

시장 트렌드 소화 건강 제품에 대한 수요가 증가하고 있으며, 천연, 유기농, 친환경 제품과 식물성 원료 제품이 인기를 얻고 있음
소비자 성향 효능, 성분, 안전성이 주요 고려사항이며, 다중 효소 제품과 추가적인 건강상 이점을 제공하는 제품을 선호함
가격 경쟁력 효소가공품의 가격대는 보통 12-50달러 사이이며, 고객사 제품(30포 16달러)은 이 범위 내에 있어 경쟁력 있음

Point 02.

제품 피드백 높은 아밀라아제와 프로테아제 함량, 제주 감태 포함, 비건 인증 등은 긍정적이나, 실제 효과와 소비자 반응이 중요함
FDA 규제 및 수입 절차 성분의 안전성과 효능에 대한 철저한 문서화가 필요하며, GMP 준수와 정확한 라벨링이 중요함
시장 진입 전략 현재 미국 시장에서 수입 효소 제품은 거의 없으므로, 차별화된 마케팅과 품질 증명이 필요할 것으로 보임

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 미국 일반의약품 시장규모
2. 미국 소화제&정장제 시장규모
3. 미국 효소가공품 수입규모

1. 미국 일반의약품 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 일반의약품 시장규모 53.1조 원²⁾³⁾⁴⁾

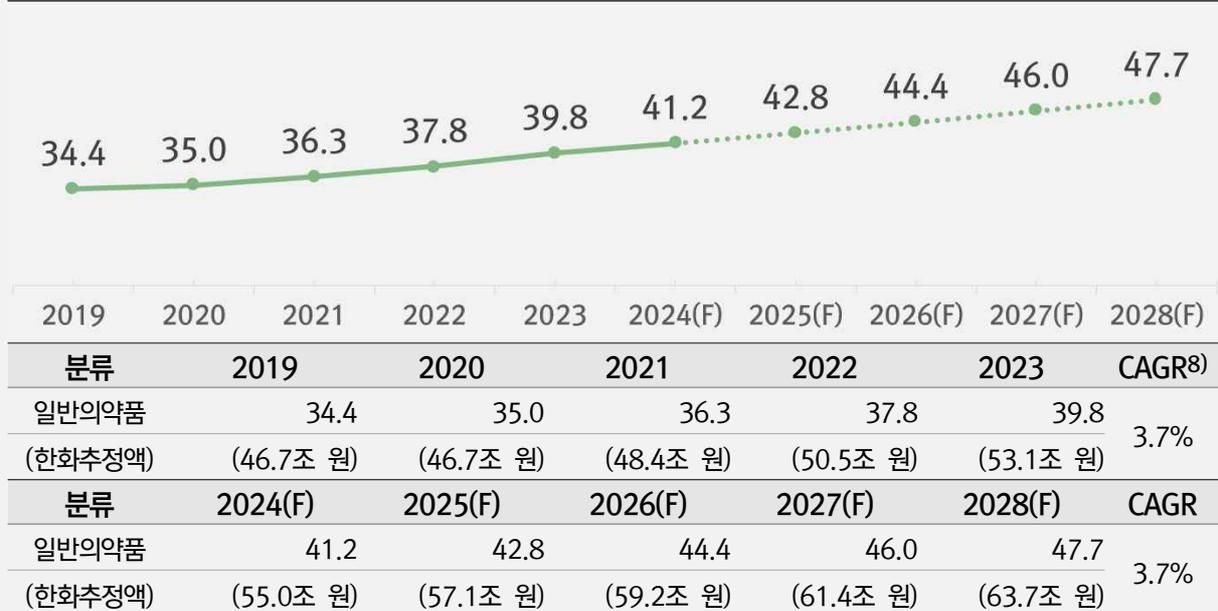
미국의 일반의약품 시장규모는 2023년 기준 53.1조 원으로 집계되었으며, 최근 5년(2019-23년)간 미국 일반의약품 시장은 연평균 3.7% 성장한 것으로 확인됨. 이는 한국의 일반의약품 시장규모의 약 9배에 달하는 수치이며, 미국은 전 세계 일반의약품 시장규모의 20.8%를 차지함

▶ 미국 일반의약품 시장, 향후 성장세 유지 전망

미국 일반의약품 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 3.7%씩 성장하여 2028년에는 63.7조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 인구 고령화와 자가면역질환의 증가로 인해 의약품의 수요는 세계적으로 증가하고 있으며, 제약사들은 더 많은 처방 의약품을 처방이 필요 없는 일반의약품으로 전환해 출시하고 있음. 이러한 흐름에 따라 미국 일반의약품 시장의 성장세는 일정 기간 유지될 것으로 전망됨⁵⁾

[표 2.1] 미국 일반의약품 시장규모⁶⁾⁷⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스탯시타(Statista)

- 1) 자료: 외교부 홈페이지
- 2) 자료: 스탯시타(Statista), 'OTC Pharmaceuticals - United States', 2024.09
- 3) 스탯시타에 따르면, '일반의약품(OTC Pharmaceuticals)'은 의사의 처방 없이 구입할 수 있는 비처방 약물, 치료제 및 헬스케어 제품을 포함함
- 4) 조사제품 '효소가공품'의 제품 기능(소화에 도움)을 고려하여 '소화제&정장제'의 시장규모와 상위 시장인 '일반의약품'의 시장규모를 조사함
- 5) 자료: KOTRA해외시장뉴스, '미국 면역물품 시장동향', 2022.10
- 6) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨
- 7) 1달러=1,334.80원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)
- 8) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 미국 소화제&정장제 시장규모

▶ 미국 2023년 소화제&정장제 시장규모 2.4조 원⁹⁾

2023년 기준 미국의 소화제&정장제 시장규모는 2.4조 원에 달했으며, 최근 5년(2019-23년)간 연평균 1.4%씩 성장해 왔음. 2020년 코로나19 봉쇄로 인해 시장규모가 감소하기도 했으나 이후 반등하여 꾸준히 성장해 온 것으로 확인됨

▶ 미국 소화제&정장제 시장규모, 향후 5년간 연평균 1.7% 성장 예상

미국의 소화제&정장제 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 1.7%씩 성장하여 2028년에는 2.6조 원에 달할 것으로 예측됨. 미국의 경우 약 40%에 달하는 국민이 소화 문제를 겪고 있으며 그 추세를 감안했을 때 소화 관련 식품 및 의약품의 수요는 꾸준히 성장할 것으로 전망됨. 그러나 점차 의약품보다는 건강기능식품의 소비자 접근성이 올라가고 있는 만큼 의약품보다는 소화 관련 식품 영역에서 그러한 수요를 상당 부분 흡수할 것으로 보이며, 이러한 미국 내 흐름이 조사제품인 효소가공품 수출에 도움이 될 수 있을 것으로 전망됨¹¹⁾

[표 2.2] 미국 소화제&정장제 시장규모

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

9) 자료: 스태티스타(Statista), 'Digestives & Intestinal Remedies - United States', 2024.09.

10) 스태티스타에 따르면, '소화제&정장제(Digestives & Intestinal Remedies)'는 처방전 없이 구입할 수 있는 천연 및 합성 소화제와 정장제를 포함함

11) 자료: 마켓리서치비즈(MarketResearch Biz), 'Digestive health products market research, analyze and forecast', 2023.05

3. 미국 효소가공품 수입규모

HS CODE 2106.90

조사제품 효소가공품은 HS CODE 2106.90으로 분류됨. HS CODE 제2106호의 품명은 '따로 분류되지 않은 조제 식료품이며, HS CODE 2106.90의 품명은 '기타'로 확인됨

▶ HS CODE 2106.90 미국의 對글로벌 수입액, 9.1조 원

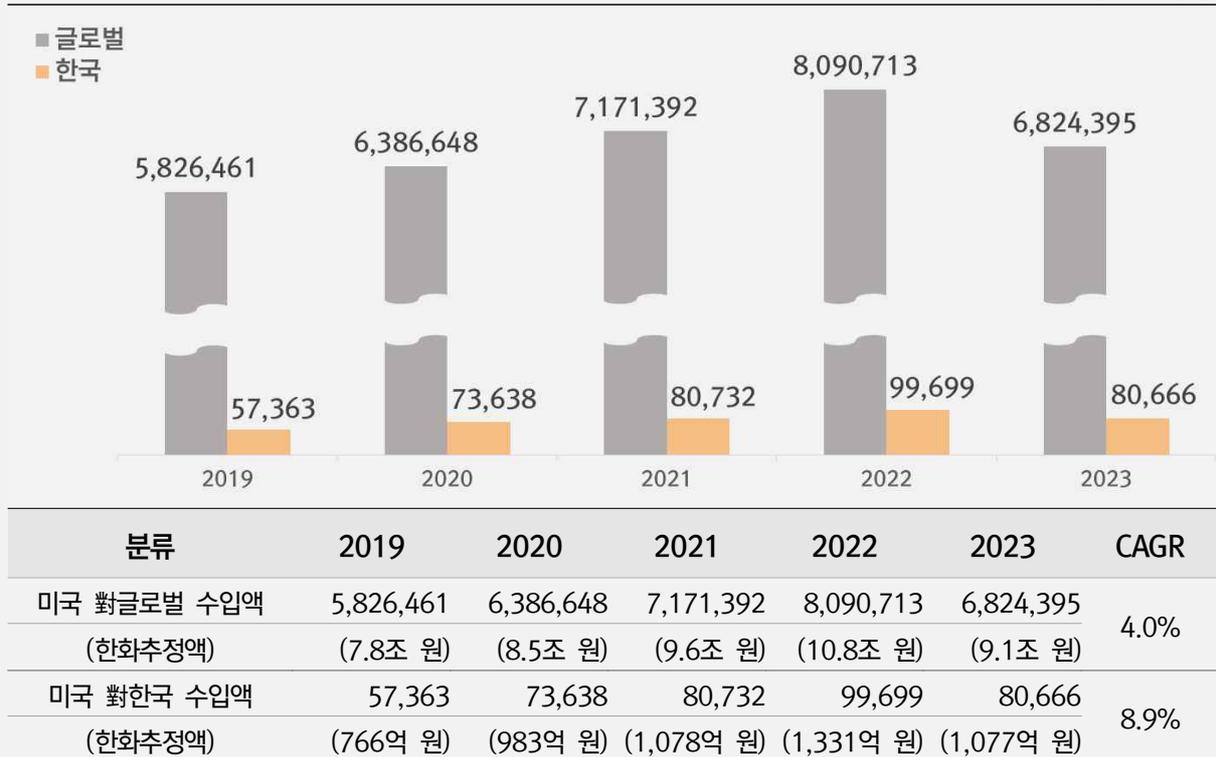
2023년 기준 HS CODE 2106.90 품목에 대한 미국의 對글로벌 수입액은 전년 대비 15.7% 감소한 9.1조 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 미국의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년)간 연평균 4.0%의 성장률을 기록함. 지난 2021년과 2022년 모두 전년 대비 12%대의 높은 성장률을 기록했으나 2023년 15.7% 급감하며 주춤한 모습을 보임

▶ HS CODE 2106.90 미국의 對한국 수입액, 1,077억 원

2023년 기준 해당 품목에 대한 미국의 對한국 수입액은 1,077억 원이며, 이는 글로벌 13위에 해당하는 수치임. 전체에서 對한국 수입이 차지하는 비중은 1.2%가량이며, 미국의 對한국 수입액은 지난 5년(2019-23)간 연평균 8.9%씩 성장함. 한편, 해당 품목에 대한 미국의 對글로벌 수입액은 2023년 기준 1위 싱가포르(4.1조 원), 2위 캐나다(1.4조 원), 3위 중국(0.5조 원) 순으로 확인됨

[표 2.3] 미국 HS CODE 2106.90 수입규모

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 미국 소화 건강식품 인기 급상승
2. 미국 소비자, 효소 제품의 성분과 품질 중시
3. 성분 키워드 1위 : '프로바이오틱스'
4. 효능 및 홍보문구 키워드 1위 : '소화'

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 미국 온라인 쇼핑몰 입점 효소가공품¹²⁾

- 데이터 수집 키워드 : 효소파우더(Enzymes Powder)
- 데이터 수집량 : 301건
- 데이터 수집원 : 미국 온라인 쇼핑몰 아마존(Amazon)

▶ 미국 온라인 쇼핑몰 입점 효소가공품 특징 분석

- 데이터 분석 항목
 - ① 성분 ② 효능/홍보문구

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
성분	프로바이오틱스	Probiotics	119	시금치	Spinach	29
	단백질	Protein	114	브로콜리	Broccoli	25
	슈퍼푸드	Superfood	103	케일	Kale	20
	비타민	Vitamins	87	칼슘	Calcium	18
	미네랄	Minerals	72	마그네슘	Magnesium	16
	스피루리나	Spirulina	51	아연	Zinc	11
	클로렐라	Chlorella	44	철분	Iron	11
	프리바이오틱스	Prebiotics	33	(-)	(-)	(-)
효능/ 홍보문구	소화	Digestive	253	해독	Detox	35
	천연	Natural	167	면역력	Immunity	33
	글루텐 프리	Gluten Free	128	무방부제	No Preservatives	19
	항산화	Antioxidant	103	무첨가	No Additives	15
	유기농	Organic	99	코셔	Kosher	14
	에너지	Energy	98	스트레스	Stress	9
	장 건강	Gut Health	97	체중 관리	Weight Management	6
	비건	Vegan	92	피로 회복	Fatigue Recovery	2
	Non GMO	Non GMO	91	(-)	(-)	(-)

12) 고객사 제품의 제형을 고려하여 효소파우더로 대체하여 수집 후 조사함

1. 미국 소화 건강제품 인기 급상승

▶ 미국 소화 건강제품 시장의 성장

미국에서 ‘소화 건강 제품’ 시장이 급성장하고 있음. 2022년 글로벌 소화 건강 제품 시장은 약 442억 달러(58조 9,981억 6,000만 원¹³⁾)로 평가되었으며, 2032년에는 약 944억 달러(126조 51억 2,000만 원)에 이를 것으로 예상됨. 또한 연평균 성장률(CAGR)은 2023년부터 2032년까지 8.1%에 달할 것으로 전망됨. 소비자들은 건강을 유지하고 질병을 예방하기 위한 안전하고 저렴한 대안을 찾고 있으며, 이에 따라 소화 건강제품에 대한 수요가 급증하고 있음. 특히, 미국 소비자의 약 40%가 소화 문제로 일상생활에 어려움을 겪고 있으며, 점점 더 소화 관련 제품을 찾고 있음. 또한, 의학적 필요에 따라 소화 건강 제품이 널리 사용되고 있어 해당 시장의 성장 가능성은 매우 클 것으로 예측됨. 그중에서도 프로바이오틱과 같은 장내 건강을 개선하고 면역력을 높이는 데 도움이 된다고 알려진 성분이 첨가된 제품들이 인기를 끌고 있음. 건강 증진을 위한 제품들이 증가함에 따라 소화 건강제품 시장은 앞으로도 지속적인 성장이 기대됨

▶ 소화 효소와 유제품 산업에서의 기회

소화 효소는 소화 과정에서 중요한 역할을 하며, 특히 리파아제, 아밀라아제, 락타아제와 같은 효소는 소화를 돕고 위산 수치를 조절하는 데 필수적임. 이러한 효소의 중요성이 드러나면서 영양 식품 첨가물과 보충제 시장에서의 수요가 꾸준히 증가하고 있음. 특히 유제품 산업에서 소화 건강제품의 사용이 늘고 있는데, 유아용 분유부터 성인 건강보조식품까지 다양한 제품에 소화 효소와 프로바이오틱 성분이 포함되기 때문으로 알려짐. 소화 효소가 포함된 유제품은 소화 기능을 개선하고 영양소 흡수를 돕는 효과가 있어, 건강에 대한 관심이 높아지는 성인 소비자들 사이에서 큰 인기를 끌고 있음. 더불어, 코로나19 이후 면역력 강화와 장 건강에 대한 관심이 급증하면서 이러한 제품에 대한 수요도 증가하고 있음. 특히, 소화 건강 보충제와 유제품의 결합은 건강 유지와 면역력 향상에 도움을 주며, 이는 시장 성장을 더욱 가속화시키고 있음. 유제품 외에도 소화 효소를 함유한 다양한 식품과 보충제들이 시장에 도입되면서, 관련 업계는 혁신적인 제품 개발을 통해 소비자들의 요구를 충족시키기 위해 지속적으로 노력하고 있음¹⁴⁾

13) 1달러: 1,334.80원 (2024.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

14) 마켓리서치(Market Research), ‘Digestive Health Products Market Research Report’, 2023.05

2. 미국 소비자, 효소 제품의 성분과 품질 중시

▶ 효소 제품 성분과 품질이 주요 선택 기준

- 미국에서 소화 효소는 의약품으로 관리되는 품목과 식품으로 관리되는 품목이 나누어져 있음. 식품으로 관리되는 소화 효소의 경우, 의약품과 비교해 성분 면에서 표준화가 덜 되어있고 제품에 따라 품질 관리 정도 차이가 너무 큼. 이에 따라 효소 제품이 어떤 활성 성분을 포함하고 있는지가 소비자들이 제품을 선택하는 중요한 기준이 되고 있으며, 기업들은 효소 광고에 실제 함유된 성분을 강조하기도 함. 실제로 소비자들은 성분의 원산지와 성분, 실제 성분 함유량 등을 꼼꼼히 따져 제품을 선택하며, 품질 관리가 잘 되고 있는지 과대광고 제품은 아닌지 확인하는 경향이 있음¹⁵⁾

▶ ‘헴뉴트리션’과 ‘뉴트리코스트’, ‘나우푸드’ 등의 브랜드 인기

- 헴뉴트리션(HUM Nutrition)의 소화 효소 플래터미(Flatter Me)는 소화 기능을 향상시키고, 복부 팽만을 개선하기 위해 개발된 건강 보충제임. 총 30일 분량의 제품으로 33달러(44,048원)에 판매되고 있음. 프로테아제와 펩티다아제, 아밀리아제 등이 주성분임
- 뉴트리코스트(Nutricost)는 영양소 흡수를 촉진하고 소화를 돕는 고효능 소화 효소 혼합물임. 유전자 변형이 없는 것이 특징으로, 4개월 분량의 제품을 24.95달러(33,303원)에 판매하고 있음. 아밀리아제와 프로테아제, 펩티다아제 등이 주요 성분임
- 나우푸드(Now Food)의 슈퍼엔자임(Super Enzymes)은 브로멜라인과 프로테아제, 아밀리아제, 파파인 등의 성분을 함유하고 있음. 글루텐과 콩, 우유, 계란, 생선, 조개류, 견과류 없이 만들어져 다양한 식단에 활용할 수 있음. 총 180정으로 27.29달러(36,427원)에 판매 중임¹⁶⁾

[그림 3.1] 미국 주요 효소 브랜드 및 제품



〈헴뉴트리션〉



〈뉴트리코스트〉



〈나우푸드〉

자료: 헬스뉴스(healthnews.com)

15) CNN, 'Do digestive enzyme supplements really work? Experts weigh in', 2024.02

16) 헬스뉴스(Healthnews), 'Best Digestive Enzyme Supplements 2024', 2024.03

3. 성분 키워드 1위 : ‘프로바이오틱스’

▶ ‘프로바이오틱스’ 관련 키워드 빈출

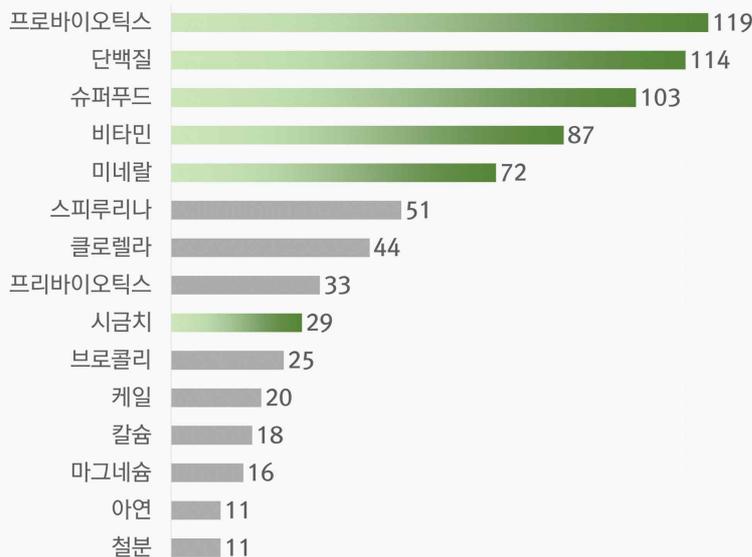
- 효소가공품 성분 관련 키워드 분석 결과 ‘프로바이오틱스’가 119건으로 가장 많이 도출됨
- ‘단백질’과 ‘미네랄’ 관련 키워드가 각각 114건, 72건 도출되었으며, ‘비타민’과 ‘칼슘’ 등 필수 영양소 관련 키워드도 다수 확인됨

▶ ‘시금치’, ‘브로콜리’ 등 채소 성분 다수 확인

- 영양소 성분 이외에 채소 키워드도 다수 확인되었으며, 특히 ‘시금치’와 ‘브로콜리’, ‘케일’이 각각 29건, 25건, 20건 도출됨
- 슈퍼푸드 성분을 함유한 제품도 다수 도출되었음. ‘스피루리나’와 ‘클로렐라’ 관련 키워드가 각각 51건, 44건 확인됨

프로바이오틱스		단백질		미네랄, 시금치	
					
제품명	블룸 그린 앤 슈퍼푸드 (Bloom Green and Superfood)	제품명	다이제스티브레드 (Digestive Reds)	제품명	그린 블렌드 (Greens Blend)
브랜드	블룸 뉴트리션 (Bloom Nutrition)	브랜드	바이옴 (BIOHM)	브랜드	어메이징 그라스 (Amazing Grass)
중량	2.95oz	중량	7.4oz	중량	8.5oz
가격	34.99달러(약 46,705원)	가격	19.97달러(약 26,656원)	가격	19.49달러(약 26,616원)

[표 3.1] 미국 판매 효소가공품 성분 관련 키워드



자료: 미국 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘효소가공품’ 관련 게시글 301건 분석

4. 효능 및 홍보문구 키워드 1위 : ‘소화’

▶ ‘소화’와 ‘장 건강’ 등 위장 건강 관련 효능 키워드 빈출

- 효능 관련 키워드 검색 결과 ‘소화’ 관련 키워드가 253건으로 가장 많이 도출되었으며, ‘장 건강’ 키워드도 97건으로 확인됨
- 그 외에도 ‘항산화’ 103건, ‘에너지’ 98건 등 건강과 관련된 효능 키워드가 다수 도출되었음

▶ ‘유기농’과 ‘글루텐 프리’ 등 식습관 관련 홍보문구 다수 확인

- 홍보문구 관련 키워드로는 ‘천연’과 ‘유기농’이 각각 167건, 128건 도출됨. 제품 품질 관련 홍보문구가 주요한 것으로 해석됨
- 그 외에도 ‘글루텐 프리’와 ‘비건’ 등 식습관과 관련한 홍보문구도 다수 도출되었으며 ‘코셔’ 등 종교 관련 홍보문구도 일부 확인됨

소화		글루텐 프리		유기농	
					
제품명	GI 내추럴 드링크 파우더 (GI Natural Drink Powder)	제품명	슈퍼그린스 (Super Greens)	제품명	에브리데이 그린 (Everyday Greens)
브랜드	네이처플러스(Natures Plus)	브랜드	빔(BEAM)	브랜드	트루린(TRULEAN)
중량	6.14oz	중량	13.12oz	중량	5.64oz
가격	29.54달러(약 39,430원)	가격	37.79달러(약 50,442원)	가격	49.49달러(약 66,059원)

[표 3.2] 미국 판매 효소가공품 효능 및 홍보문구 관련 키워드



자료: 미국 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘효소가공품’ 관련 게시글 301건 분석

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널

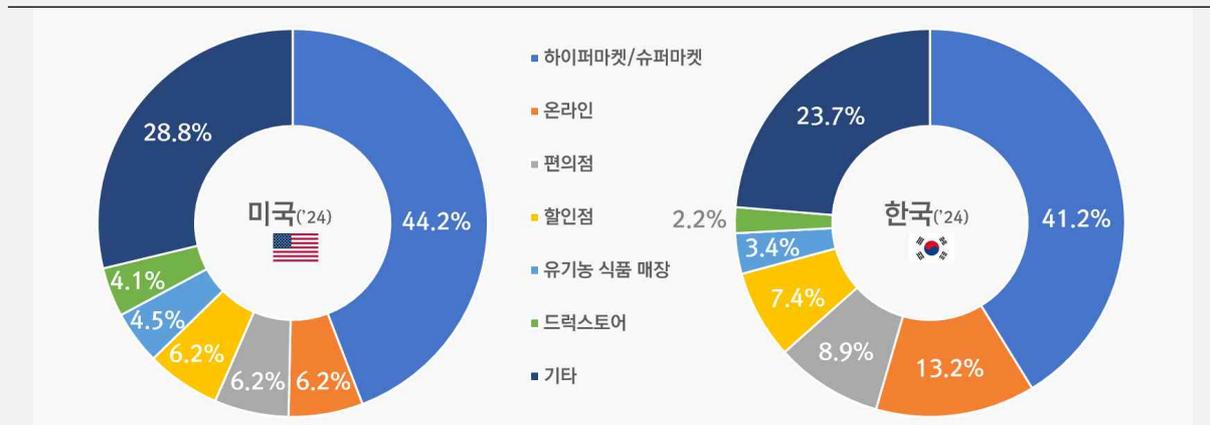


1. 미국 효소가공품 유통채널 점유율
2. 미국 효소가공품 주요 유통채널

1. 미국 효소가공품 유통채널 점유율

▶ 미국 효소가공품 비롯한 식료품 유통채널, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓이 1위
2024년 기준 미국 내 효소가공품을 비롯한 식료품 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓이 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/슈퍼마켓이 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 한국과 마찬가지로 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 효소가공품 B2C 소매유통채널 점유율 비교¹⁷⁾¹⁸⁾¹⁹⁾



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 ²⁰⁾	23.7%

자료: 스탯시타(Statista)

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

18) 자료: 스탯시타(Statista), ‘Grocery shopping by store type in the United States as of June 2024’, 2024.08

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

20) ‘기타’는 창고형 회원제 매장, 편의점, 약국 등을 포함하고 있음

2. 미국 효소가공품 주요 유통채널 ① 메이시스

기업 기본 정보	기업명	메이시스(Macy's)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.macys.com	
	위치	미국 전역	
	규모	매출액('23)21)	<ul style="list-style-type: none"> • 231억 달러(약 30조 8,339억 원22))
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('24): 521개 • 직원 수('24): 8만 5,581명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1858년 미국 뉴욕에서 창립된 미국 백화점 브랜드 • 대표 점포는 뉴욕 내 '헤럴드스퀘어(Herald Square)'에 위치함 • 페이스북, 인스타그램 등 다양한 SNS를 통한 제품 홍보 및 소통을 진행함 • 1924년부터 매년 개최하는 '메이시스 추수감사절 퍼레이드(Macy's Thanksgiving Day Parade)'가 미국 내에서 유명함 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 식료품, 가정용품, 가구, 액세서리, 의류 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 유기농식품, 프리미엄 식품 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일 및 전화를 통한 문의 <ul style="list-style-type: none"> - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자 연락처, 기업 고용자 수, 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보 (주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그) • 문의사항 연락처 <ul style="list-style-type: none"> - 전화번호: +1-513-573-7912 - 이메일: supplierdiversity@macys.com - 기타사항은 메이시스가 제공하는 '벤더 스탠다드(Vendor Standards)' 참고 (macysnet.com/mdocweb/documents.aspx?document=Vendor%20Standards) 	

자료: 메이시스(Macy's), 스크랩히어로(Scrap Hero)

사진 자료: 메이시스(Macy's), 뉴욕시티투어리즘(New York City Tourism)

21) 메이시스 그룹 전체 판매액에 해당함

22) 1달러=1,334.80원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 미국 효소가공품 주요 유통채널 ② 노드스트롬

기업 기본 정보	기업명	노드스트롬(Nordstrom)	
	기업구분	백화점	 NORDSTROM
	홈페이지	www.nordstrom.com	
	위치	미국 전역	
	규모	매출액('23) • 146억 9,300만 달러(약 19조 6,122억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 362개 • 직원 수('23): 약 6만 명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1901년에 설립된 미국 고급 백화점 체인점 • 코로나 이후 온라인 매출 비중이 50%까지 확대됨 • '푸드 기프트 세트(Food Gift Set)' 카테고리 내에 다양한 답례품을 판매함 • 2017년 상장 폐지 시도 실패 후, 2024년에도 사모펀드 입찰을 준비하고 있음 • '노드스트롬 랙(Nordstrom Rack)'에서는 재고품에 대한 큰 할인율을 제공함 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 여성 및 남성 기성복, 신발, 악세서리, 선물용 제품 등 	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> • 젊은 층에게 선호도가 높은 제품, 선물용 제품 등 	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 이메일 또는 전화를 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 <ul style="list-style-type: none"> ① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자 연락처, 기업 고용자 수, 매출액, 주요 고객 등) ② 공급 제품 정보(주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그) - 문의 사항 연락처 • 전화번호: +1-888-282-6060 • 이메일: contact@nordstrom.com 	

자료: 노드스트롬(Nordstrom), 패션유나이티드(Fashion United)

사진 자료: 노드스트롬(Nordstrom), 시애틀타임즈(The Seattle Times)

2. 미국 효소가공품 주요 유통채널 ③ 월그린

기업 기본 정보	기업명	월그린(Walgreens)	
	기업구분	드럭스토어	
	홈페이지	www.walgreens.com	
	위치	미국 전역	
	규모	매출액('23) • 1,391억 달러(약 185조 6,707억 원) 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)

2. 미국 효소가공품 주요 유통채널 ④ 지엔씨

기업 기본 정보	기업명	지엔씨(GNC)		
	기업구분	드럭스토어		
	홈페이지	www.gnc.com		
	위치	미국 전역		
	규모	매출액('23) • 1,913억 달러(약 255조 3,472억 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, 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: 지엔씨(GNC)

사진 자료: 지엔씨(GNC)

2. 미국 효소가공품 주요 유통채널 ⑤ 씨브이에스

기업 기본 정보	기업명	씨브이에스(CVS)	
	기업구분	약국	
	홈페이지	www.cvs.com	
	위치	미국 전역	
	규모	매출액('23) ²³⁾ <ul style="list-style-type: none"> • 3,578억 7,600만 달러(약 477조 5,594억 원) 기타 규모 <ul style="list-style-type: none"> • 매장 수('23): 9,395개 • 직원 수('24): 약 30만명 	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> • 1963년 메사추세츠에서 약국으로 설립되어 현재 미국 전역에 9천 개가 넘는 매장을 가진 미국의 종합 헬스케어 브랜드임 • 미국인 약 85%가 지점 반경 5마일 내에 거주할 정도로 높은 접근성 보유함 • 처방전 조제, 백신 접종, 일반의약품 및 미용·건강제품 판매 등을 수행함 • 일부 도심 지역의 매장을 제외하면 대부분 매장이 약국으로 운영됨 • 온라인 주문-매장 수령 시스템 운영 중임 		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> • 건강기능식품, 영양 보충제, 건강 기능 음료, 비타민 등 	
	선호 제품	<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 상단 'Become a CVS Supplier' 메뉴 클릭 - 공급업체 전용 웹 'RangeMe'를 통해 브랜드 및 제품 정보 등록 (www.rangeme.com/cvs) <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 <ul style="list-style-type: none"> - 이메일: MerchandisingInquiries@cvshealth.com 	

자료: 씨브이에스헬스(CVS Health), 스태티스타(Statista)

사진 자료: 씨브이에스헬스(CVS Health), 씨엔엔(CNN)

23) 씨브이에스헬스(CVS Health) 전체 매출액

2. 미국 효소가공품 주요 유통채널 ⑥ 아마존

기업 기본 정보	기업명	아마존(Amazon)	
	기업구분	온라인 종합 쇼핑몰	
	홈페이지	www.amazon.com	
	규모	매출액('23)	• 3,956억 달러(약 528조 468억 원)
		기타 규모	• 방문 횟수(최근 1개월) ²⁴⁾ : 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	피지션스초이스(Physician's Choice) 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)

24) 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

생년월일(DD/MM/YYYY)
 일 월 년

거주지 주소
 가장한 표준 주소 보기

대한민국

우편번호

주소란 1

아이티/간음/로/기타

시/도

시/도/지역

연락처 전화번호
 +82

+ 새 휴대폰 번호 추가

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 활동하며, 변경 사항이 발생할 때마다 실질 소유자 정보를 업데이트해야 함을 확인합니다.

이전 다음

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 שלי 정보 3 장구 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)
 - 글로벌셀링 가입 첫 6개월 수수료 39.99달러(53,379원) 부과

자료: 아마존(Amazon)
 사진 자료: 아마존(Amazon)

▶ **아마존 효소가공품 베스트셀러**

- 검색 키워드 : 소화 효소(Digestive enzyme)
- 등록 제품 수 : 379건

아마존 미국 효소가공품 베스트셀러								
순번	브랜드	제품명	원산지	용량	판매 가격	판매 건수(월)	리뷰 건수	이미지
1	피지션즈초이스 (Physician's Choice)	다이제스티브 엔자임 (Digestive Enzymes)	미국	60정	19.97달러 (26,656원)	30,000건 이상	8,397건	
2	블룸뉴트리션 (Bloom Nutrition)	그린 & 슈퍼푸드 (Greens & Superfoods)	미국	169g	34.99달러 (46,705원)	10,000건 이상	7,922건	
3	젠와이즈 (Zenwise)	다이제스티브 엔자임 (Digestive Enzymes)	미국	180정	39.97달러 (53,352원)	10,000건 이상	67,069건	
4	나우푸드 (NOW Foods)	슈퍼 엔자임 (Super Enzymes)	미국	180정	21.35달러 (53,352원)	10,000건 이상	19,788건	
5	흠(Hum)	플래터 미 (Flatter Me)	미국	60정	25.99달러 (34,691원)	8,000건 이상	7,920건	
6	슈프(Schiff)	데일리 프로바이오틱스 (Daily Probiotics)	미국	96정	40.99달러 (54,713원)	7,000건 이상	8,991건	
7	퓨어 인캡슐레이션즈 (Pure Encapsulations)	다이제스티브 엔자임 울트라 (Digestive Enzymes Ultra)	미국	90정	36.20달러 (48,320원)	5,000건 이상	4,307건	
8	아메리칸헬스 (American Health)	슈퍼 파파야 엔자임 플러스 (Super Papaya Enzyme Plus)	미국	360정	16.37달러 (21,851원)	5,000건 이상	10,905건	
9	홀섬웰니스 (Wholsome Wellness)	다이제스티브 엔자임 1000mg (Digestive Enzymes 1000mg)	미국	180정	26.99달러 (36,026원)	4,000건 이상	9,708건	
10	가든오브라이프 (Garden of Life)	오가닉 다이제스트 플러스 (Organic Digest plus)	미국	90정	26.74달러 (35,693원)	3,000건 이상	4,769건	

자료: 아마존(Amazon)
사진 자료: 아마존(Amazon)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



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

1. 미국 효소가공품 통관 및 검역 절차²⁵⁾

▶ 미국 효소가공품 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 효소가공품 통관 검역 절차



자료: 관세청, 미국 관세국경보호청(CBP)

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

▶ 미국 AEO 제도 활용 시 통관 혜택

미국은 2002년 4월, 미국의 대테러 민·관 협력 프로그램인 AEO 제도로서의 C-TPAT(Customs-Trade Partnership Against Terrorism)를 도입해 세관과 무역업체가 국제 무역 공급망의 보안 강화를 위해 협력하고, 해당 인증을 받은 업체에게 통관 혜택 등을 제공하기 위해 도입함. C-TPAT은 신청업체의 최소보안기준 관리 수준 및 현장검증 통과 여부에 따라 Tier 1, Tier 2, Tier 3로 구분하고 있으며, Tier 3에게 가장 많은 혜택을 부여하고 있음. 한국은 미국과 2010년에 AEO 상호약정인정(MRA: Mutual Recognition Arrangement)을 체결하여 우리 기업이 미국으로 수출 시, 수입 검사율 및 서류심사 비율 축소, 신속통관 등 다양한 혜택을 받을 수 있음

[표 5.2] 미국 수출입안전관리 우수공인업체(C-TPAT) 제도 정보

미국 C-TPAT 등급별 비교	Tier 1	<ul style="list-style-type: none"> 업체가 C-TPAT Portal을 통해 동의서 및 신청 부문 최소 보안 기준에 따라 작성된 기업의 Supply Chain Security Profile을 제출하면, 세관당국의 부합 판단 후 등급 부여
	Tier 2	<ul style="list-style-type: none"> Tier 1의 혜택과 함께 화물 검사 비율 감소 무작위 샘플조사 면제 가능
	Tier 3	<ul style="list-style-type: none"> Tier 1, Tier 2보다 화물 검사 비율 감소 검사 시 우선배정을 통한 전용 검사대(Green Lane) 이용으로 신속 검사 가능
한-미 MRA 수혜 절차	<ul style="list-style-type: none"> 한국 AEO 수출기업은 MID(Manufacture ID) 확인 후 해당 번호 한국 관세청에 통보 한국 관세청은 한국 AEO 수출기업의 AEO 공인번호와 MID가 포함된 기업리스트를 미국 관세청에 송부 미국 관세청은 한국 AEO 수출기업리스트를 C-TPAT 포털에 등재 후 한국 관세청에서 미국에 통보한 MID와 수입 신고서상 기재한 MID가 일치함을 판단하면 MRA 혜택 부여 미국 수입 신고 시 한국 관세청에 통보한 MID와 동일한 MID를 사용할 수 있도록 미국 수입자에게 안내해야 함 	
한-미 MRA 혜택	수입검사율 축소	<ul style="list-style-type: none"> 우리나라 AEO 공인업체에 대한 수입 검사율 축소 C-TPAT 1단계 회원과 동일한 혜택 부여
	AEO 화물 우선 검사	<ul style="list-style-type: none"> 화물 검사시 우선검사를 통한 검사시간 단축
	기타	<ul style="list-style-type: none"> 미국 C-TPAT 업체와 거래하는 해외거래업체의 시설보안 등의 확인을 위한 미국 관세국경보호청(CBP)의 현장실사 면제

자료: 미국 관세국경보호청(CBP)

2. 미국 효소가공품 품질 인증

▶ 미국 효소가공품, 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 규제하는 제도임. 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) 산하의 위생 검역국에서 검사 및 규제를 실시함) 식품 제조공장등록(FCE: Food Canning Establishment) <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)를 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 등록(FFR)해야 하며, 미국 식품 시장에 신규 진입하려는 업체 또한 반드시 사전에 등록을 마쳐야 함

[표 5.4] 미국 식품 생산가공시설등록(FFR)

<p>등록 대상 시설</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 국내외 식품 제조 혹은 가공시설 • 국내외 식품 포장시설 • 국내외 식품 보관시설 • 만일 식품을 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 • 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
<p>등록 제외 시설</p>	<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: United States Department of Agriculture)에서 독점적으로 관리되는 시설
<p>규제 해당 식품</p>	<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 효소가공품, 권장인증 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 원재료뿐만 아니라 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 효소가공품 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

3. 미국 효소가공품 라벨링

[표 5.6] 미국 효소가공품 라벨링

라벨 표기 사항 및 기준	1. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> 외국어 표기도 가능하나, 모든 필수정보는 동시에 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 1/2만큼을 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 위치 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. 원료정보	<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 5.6] 미국 효소가공품 라벨링

라벨 표기 사항 및 기준	6. 성분정보	<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 한 번에 일반적으로 소비하는 양을 표기하는 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
식이 보충제 라벨 필수 표기 사항	1. 식별 문구	<ul style="list-style-type: none"> • 식이 보충제, 철분 보충제, 허브 보충제와 같이 식이 보충제 제품의 식별 문구를 기재해야 함
	2. 제조사 및 원산지	<ul style="list-style-type: none"> • 순종량 및 제품의 부작용을 보고할 수 있는 제조업체, 포장업체 또는 유통업체의 이름과 미국 내 사업장 주소, 수입 제품의 경우 원재료와 제품 원산지 표기가 있어야 함

자료: 미국 식품의약청(FDA), KATI농식품수출정보

[표 5.6] 미국 효소가공품 라벨링

<p>식이 보충제 라벨 필수 표기 사항</p>	<p>3. 성분</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 모든 성분은 ‘보충성분정보’ 또는 ‘기타성분’ 목록에 표기해야 함 • ‘보충성분정보’에는 1회 제공량과 용기당 1회 제공량, 그리고 식이 보충 성분의 정보가 있어야 함 • ‘기타성분’에는 식이 보충 성분의 출처, 식품 색소 및 첨가물 등의 정보가 있어야 함
<p>강조표시 (claims) 표기 기준</p>	<p>1. 건강 강조표시</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 충분한 과학적 근거가 있어야 하며, 사전에 미국 식품의약청(FDA)의 승인을 받은 것이어야 함
	<p>2. 구조 및 기능 강조 표시</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 구조 및 기능 강조표시를 사용하는 제조업체는 규정에 따라 해당 문구가 진실되고 오해의 소지가 없다는 점을 입증할 수 있어야 하며, 제품을 처음 판매한 후 30일 이내 표시한 문구를 미국 식품의약청(FDA)에 통지해야 함
	<p>3. 영양소 함량 강조표시</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ‘무함유(free)’, ‘고함량(high)’, ‘더 많은(more)’, ‘줄어든(reduced)’ 등 함유된 영양 성분의 함량 강조표시는 규정된 문구만 사용할 수 있음

자료: 미국 식품의약청(FDA), KATI농식품수출정보

▶ 미국 효소가공품 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[옆면1 라벨링]

[앞면 - 영어]

- ① VITA HUSTLE
- ② ONE SUPERFOOD GREENS
- ③ 30 SUPERFOOD GREENS + VITAMINS
- ④ Mixed Berry FLAVORED
- ⑤ Dietary Supplement Powder
NET WT 8.82 OZ (250g)
- ⑥ Dairy Free
Gluten Free
Soy Free
Non-GMO
- ⑦ Flaxseed & Fiber
Probiotics & Prebiotics
Digestive Enzymes

[앞면 - 국문]

- ① 비타 허슬
- ② 원 슈퍼푸드 그린스
- ③ 30 슈퍼푸드 그린스 + 비타민
- ④ 혼합 베리 맛
- ⑤ 식이 보충제 파우더
순중량 250g (8.82 온스)
- ⑥ 유제품 무첨가
글루텐 프리
대두 무첨가
Non-GMO
- ⑦ 아마씨 & 섬유질
프로바이오틱스 & 프리바이오틱스
소화 효소

[옆면1 - 영어]

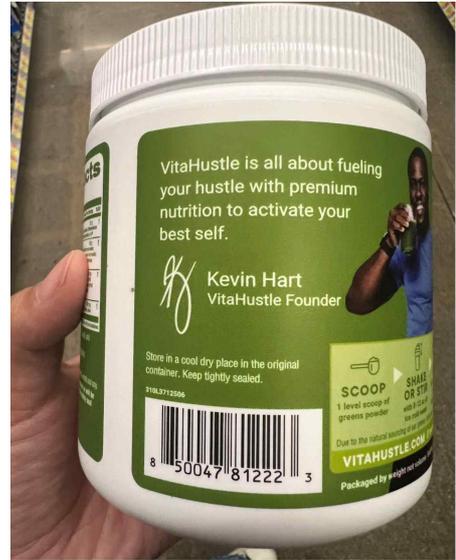
- ① Supplement Facts
Serving Size: 1 Scoop (10 g)
Servings Per Container: 25
- ② Amount Per Serving %DV
Calories 30
Total Carbohydrate 2g 7%*
Dietary Fiber 2g 7%*
Total Sugars 4g
Includes 4g Added Sugars 8%*
Vitamin C (as ascorbic acid) 90 mg 100%
Vitamin E (as d-alpha-tocopheryl acetate) 7.5 mg 50%
Thiamin (as thiamin HCl) 0.6mg 50%
Riboflavin 0.7mg 54%
Niacin 8mg 50%
Vitamin B6 (as pyridoxine HCl) 0.9mg 53%
Vitamin B12 (as cyanocobalamin) 1.2 mcg 50%
Pantothenic Acid (as D-calcium pantothenate) 2.5 mg 50%
Calcium (as calcium citrate) 50 mg 4%
Magnesium (as magnesium citrate) 25 mg 6%
Zinc (as zinc citrate) 5.5 mg 50%
- ③ Other ingredients: Organic sugar, natural mixed berry flavor, malic acid, citric acid, and Rebaudioside A (from Stevia Rebaudiana Leaf Extract).
- ④ Manufactured for: VITAHUSTLE LLC, 800 Apollo Street, El Segundo, CA 90245 hello@vitahustle.com
- ⑤ Consult your physician before using if you are pregnant, nursing or if you are or will be undergoing treatment or surgery for a medical condition. Do not use if the safety seal is broken or missing.
- ⑥ Manufactured in a facility that processes milk, egg, fish, sesame, tree nuts, peanuts, wheat and soy.
- ⑦ KEEP OUT OF REACH OF CHILDREN.
- ⑧ FruitSOURCE is a registered trademark of Anderson Advanced Ingredients.

[옆면1 - 국문]

- ① 영양 성분표
1회 제공량: 1스쿱 (10 g)
용기당 제공량: 25회
- ② 1회 제공량당 함량 %일일권장량
칼로리 30
총 탄수화물 2g 7%*
식이섬유 2g 7%*
총 당류 4g
첨가당 4g 포함 8%*
비타민 C (아스코르브산) 90mg 100%
비타민 E (d-알파 토크페릴 아세테이트) 7.5mg 50%
티아민 (티아민 HCl) 0.6mg 50%
리보플라빈 0.7mg 54%
니아신 8mg 50%
비타민 B6 (피리독신 HCl) 0.9mg 53%
비타민 B12 (시아노코발라민) 1.2mcg 50%
판토텐산 (D-칼슘 판토텐네이트) 2.5mg 50%
칼슘 (칼슘 시트레이트) 50mg 4%
마그네슘 (마그네슘 시트레이트) 25mg 6%
아연 (아연 시트레이트) 5.5mg 50%
- ③ 기타 성분: 유기농 설탕, 천연 혼합 베리향, 말산, 구연산, 그리고 레바우디오사이드 A (스테비아 잎 추출물에서 추출).
- ④ 제조사: VITAHUSTLE LLC, 800 Apollo Street, El Segundo, CA 90245 hello@vitahustle.com
- ⑤ 임신 중이거나 수유 중이거나 의료 상태로 인해 치료나 수술을 받을 예정인 경우 사용 전에 의사와 상담하십시오. 안전 밀봉이 파손되었거나 없는 경우 사용하지 마십시오.
- ⑥ 우유, 계란, 생선, 참깨, 견과류, 땅콩, 밀, 대두를 처리하는 시설에서 제조되었습니다.
- ⑦ 어린이의 손이 닿지 않는 곳에 보관하십시오.
- ⑧ FruitSOURCE는 Anderson Advanced Ingredients의 등록 상표입니다.



[앞면 2 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면2 - 영어]

- ① SCOOP
1 level scoop of greens powder
- ② SHAKE OR STIR
with 8-12 oz of ice cold water
- ③ GO
pour over ice & drink immediately
- ④ Due to the natural sourcing of our greens, drink color may vary.
- ⑤ VITAHUSTLE.COM
getvitaHustle
- ⑥ Packaged by weight, not volume. Settling may occur.

[뒷면 - 영어]

- ① VitaHustle is all about fueling your hustle with premium nutrition to activate your best self.
- ② Kevin Hart
VitaHustle Founder
- ③ Store in a cool dry place in the original container. Keep tightly sealed.

[앞면2 - 국문]

- ① 스쿵
1스쿵의 그린 파우더
- ② 흔들거나 저어주세요
240-360ml의 차가운 물과 함께
- ③ 바로 마시기
얼음에 부어 즉시 마셔주세요
- ④ 천연 원료로 인해 음료 색상이 다를 수 있습니다.
- ⑤ VITAHUSTLE.COM
getvitaHustle
- ⑥ 부피가 아닌 무게로 포장되었습니다.
가라앉을 수 있습니다.

[뒷면 - 국문]

- ① VitaHustle은 프리미엄 영양소로 당신의 열정을 불태우고 최고의 자신을 활성화하는 것을 목표로 합니다.
- ② 케빈 하트
VitaHustle 창립자
- ② 원래 용기에 넣어 서늘하고 건조한 곳에 보관하세요. 꼭 밀봉해 두세요.

4. 미국 효소가공품 성분 및 유해물질

▶ 식품첨가물

미국 식품의약청(FDA)은 미국 연방규정집(CFR: Code of Federal Regulations)에서 미국 내 유통되는 식품에 대한 식품첨가물 목록과 그에 따른 사용기준을 규정하고 있음. 미국은 식품 원료의 안전성을 평가하기 위한 제도로 GRAS(Generally Recognized As Safe)를 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 ‘기타가공품’에 적용되는 식품첨가물 검색 시 총 513건을 발견했으며, 하기 표는 그중 일부를 다룸. 더욱 상세한 정보는 미국의 연방규정집(CFR) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.7] 미국 효소가공품 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용 기준	식품 유형
1	잔탄검	Xanthan Gum	유화제, 증점제, 현탁제, 점증제, 거품 증강제로써 의도한 효과를 나타내는 최소한의 양 사용(GMP 원칙)	모든 식품
2	루에	Rue	GRAS: [향료 및 보조제] 2ppm 이하	
3	암모니아 하이드록사이드	Ammonium Hydroxide	팽창제, 산도조절제, 표면처리제, 보일러수첨가물(GRAS: GMP에 따라 사용)	
4	옥수수 글루텐	Corn Gluten	GRAS: [영양강화제, 텍스처라이저] GMP에 따라 사용	
5	아디픽산	Adipic Acid	향료, 발효제, 산도조절제 (GRAS: 0.02% 이하, GMP에 따라 사용)	
6	피마자유	Castor Oil	최종식품에 500ppm 이하(201(s)항에 명시된 GRAS 피마자 기름을 함유한 착색 혼합물의 표시는 사용상의 지시가 있어야 이 제한 사항을 충족 가능함)	
7	카프릴산	Caprylic Acid	GRAS: [향료 및 보조제] 0.001% 이하, GMP에 따라 사용	
8	칼슘 알지네이트	Calcium Alginate	GRAS: [안정제, 증점제] 0.3% 이하	

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 5.8] 미국 효소가공품 유해물질 기준

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	아플라톡신 (아플라톡신 B1, B2, G1, G2 (총합))	Aflatoxin (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 물질의 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 5.9] 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. 타겟(Target)
2. 더비타민쇼프(The Vitamin Shoppe)
3. 월마트(Walmart)

Interview ①

26)



타겟(Target) Sales Manager

타겟 (Target)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 1902년에 설립된 소매업체로 식료품, 의류, 가정용품, 주방용품, 전자제품, 뷰티 제품 등을 취급하고 있음
 - 미국 전역에 걸쳐 다양한 제품을 제공하는 대형 유통업체

담당자 정보

Sales Manager

Q. 미국 소비자들 사이에서 소화 건강 제품, 특히 효소 제품에 대한 최근 트렌드는 어떠한가요?

미국 소비자들은 소화 건강의 중요성을 잘 알고 있습니다. 또한, 장내 세균과 효소가 건강 유지 및 질병 예방에 중요한 역할을 한다는 것을 이해하고 있습니다. 소화 건강 제품 시장 트렌드는 화학 물질 대신 천연, 유기농 및 친환경 제품입니다. 특히 식물과 같은 천연 원료에서 추출한 식품 효소의 제품이 인기 있습니다. 주요 제품으로는 다음과 같은 것들이 있습니다.

- 소스 내추럴스 데일리 에센셜 엔자임스(Source Naturals Daily Essential Enzymes)는 단백질, 지방, 탄수화물, 섬유질, 유당을 분해하는 효소 혼합물을 포함하고 있습니다.
- 피지션스 초이스 다이제스티브 엔자임 프로바이오틱(Physician's Choice Digestive Enzyme Probiotic)은 16가지 효소와 함께 프로바이오틱스를 포함하고 있습니다.
- 라이프 익스텐션의 엔핸스드 슈퍼 다이제스티브 엔자임스(Life Extension's Enhanced Super Digestive Enzymes)는 식물성 식품, 단백질, 지방, 탄수화물을 목표로 하는 10가지 효소 혼합물을 포함하고 있습니다.

Q. 미국 소비자들이 효소가공품을 선택할 때, 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

효소가공품을 선택할 때 가장 중요한 요소는 효과, 성분, 안전성입니다. 소비자들은 소화 문제에 실질적으로 도움이 되고 음식에서 영양소 흡수를 극대화하는 것으로 입증된 제품을 선호합니다. 최근에는 노르딕 내추럴스 플로라 다이제스티브 엔자임스(Nordic Naturals Floral Digestive Enzymes)와 스포츠 리서치 다이제스티브 엔자임스(Sports Research Digestive Enzymes)와 같은 천연 식물성 또는 미생물 원료 제품에 대한 선호가 증가하고 있습니다. 이 외에도 GMO 및 글루텐 프리도 주요 고려 요소입니다.

Q. 고객사 제품은 30포입 1박스에 16달러입니다. 이 가격이 미국 시장에서 경쟁력이 있다고 보시나요? 적정 가격대는 어느 정도라고 생각하시나요?

고객사 제품과 유사한 현지 제품의 가격대는 다음과 같습니다.

- 코드에이지 퍼멘티드 다이제스티브 엔자임스 + 프로바이오틱스 & 프리바이오틱스 비건 보충제(Codeage Fermented Digestive Enzymes + Probiotics & Prebiotics Vegan Supplement)는 90캡슐에 29.99달러(40,030원²⁷⁾)입니다.

26) 사진 자료: 타겟(Target)

27) 1달러 : 1,334.80원(2024.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

- 소스 내추럴스 데일리 에센셜 엔자임스 베지테리언(Source Naturals Daily Essential Enzymes Vegetarian)은 60개의 용량에 11.62달러(15,510원)입니다.
 - 피지션스 초이스 다이제스티브 엔자임스 프로바이오틱(Physician's Choice Digestive Enzyme Probiotic)은 60개에 19.99달러(26,682원)입니다.
 - 노르딕 내추럴스 플로라 다이제스티브 엔자임스(Nordic Naturals Flora Digestive Enzymes)는 45캡슐에 28.01달러(37,388원)입니다.
 - 라이프 익스텐션 엔핸스드 슈퍼 다이제스티브 엔자임스(Life Extension Enhanced Super Digestive Enzymes)는 60캡슐에 16.50달러(22,024원)입니다.
- 위 제품들과 비교했을 때, 고객사 제품은 비싼 편에 속하므로 가격을 낮춰 진출하는 것을 권장합니다.

Q. 고객사 제품의 주요 특징(높은 아밀라아제와 프로테아제 함량, 제주 감태 포함, 영국 비건 인증 등)에 대해 어떻게 평가하시나요?

다양한 생리학적 효능을 제공하는 제주산 감태를 함유한 것이 고객사 제품만의 차별화된 판매 포인트입니다. 또 다른 강점은 제품의 높은 소화 효소 활성으로, 아밀라아제와 프로테아제 함량을 명시하고 있습니다. 음식물 소화에 어려움을 겪는 소비자들에게 이 정도의 효소 활성은 실제로 눈에 띄는 효과를 제공할 수 있습니다. 마케팅 부분에선 대중적인 타제품보다 뛰어난 효능을 강조해야 합니다. 또한, 영국 비건 인증은 제품이 완전한 채식주의를 보장하며, HACCP는 고객에게 안전성을 보장합니다. 이러한 주요 특징을 강조함으로써 고객사 제품이 각 측면에 세심한 주의를 기울여 신중하게 설계되고 제작되었음을 보여주어야 합니다.

Q. 미국 FDA의 효소 제품 관련 규제나 수입 절차에서 특별히 주의해야 할 점이 있다면 무엇인가요?

FDA 규정은 제품의 성분에 근거하여 적용됩니다. 예를 들어 효소 제제 과정에서 유전자 변형 미생물을 사용한 경우, FDA 검토를 위해 도입된 DNA나 유전자 변형에 대한 문서화가 필요합니다. 마찬가지로, 효소 생산에 사용되는 미생물과 성분에 대한 세부적인 문서화를 통해 병원균, 독소 또는 항균제 내성이 없는지 확인하는 것이 중요하며, 이에 대한 조사가 강화될 수 있습니다. 마지막으로 FDA 관리자가 통관 또는 검역을 위해 요청할 경우를 대비하여 신원, 제품 특성, 제조 세부 사항 및 용도를 증명하는 문서를 준비하는 것을 권장합니다.

Q. 최근 물류비가 급격히 상승하고 있는데, 이러한 물류비 부담을 줄이기 위해 미국 내 유통 업체들의 전략이 있다면 어떠한 것들이 있나요?

미국 내 유통업체들은 현재 유통 경로 최적화와 배송 통합이라는 두 가지 주요 접근 방식을 통해 이 문제를 해결하고 있습니다. 첫 번째 전략으로, 유통업체들은 비용 절감을 위해 이동 거리를 최소화하려고 노력하고 있습니다. 마찬가지로, 배송 통합은 많은 유통업체들이 증가된 비용을 충당하는 데 도움을 주었습니다. 일부 유통업체들은 불필요한 재고를 피하기 위한 조치도 도입했습니다.

Q. 한국산 효소가공품의 미국 시장 진출사례 중 성공적인 사례가 있었다면 구체적으로 말씀해 주실 수 있나요?

현재 미국 효소가공품 시장에 있는 거의 모든 제품이 미국산 제품입니다. 이전에 언급한 노르딕 내추럴스의 경우 제품의 원산지는 노르웨이지만 본사는 캘리포니아에 있습니다. 이처럼 현재 미국 시장에서의 성공적인 사례는 미국에 기반을 두고 있습니다.

Interview ②

28)



더비타민쇼프
(The Vitamin Shoppe)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 1977년에 설립된 소매업체로 비타민 및 보충제, 단백질 및 피트니스 제품, 식품 및 음료, 허브 및 자연 요법, 자연 미용 및 피부 제품 등을 취급하고 있음
 - 미국 내 다양한 건강 및 웰니스 제품을 제공하고 있음

담당자 정보

Market Sales Manager

더비타민쇼프(The Vitamin Shoppe) Market Sales Manager

Q. 미국 소비자들 사이에서 소화 건강 제품, 특히 효소 제품에 대한 최근 트렌드는 어떠한가요?

미국 내에서는 전반적으로 소화기 건강 제품에 대한 수요가 눈에 띄게 증가하고 있습니다. 미국인의 바쁜 라이프스타일로 인해 패스트푸드와 즉석식품의 소비가 증가하고 있는 것이 주요 원인입니다. 패스트푸드는 일반적으로 소화하기 어렵기 때문에 효소 기반 음료와 보충제에 대한 수요가 증가하고 있습니다. 인기 있는 소화 효소 브랜드로는 엔자이메디카(Enzymedica), 소스내추럴스(Source Naturals), 머콜라(Mercola) 등이 있으며, 이러한 브랜드 제품은 기본적으로 단백질, 지방, 탄수화물의 소화를 돕고 건강한 소화와 면역 지원을 촉진합니다.

Q. 미국 소비자들이 효소가공품을 선택할 때, 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

미국 소비자들이 가장 중요하게 여기는 것은 제품이 소화에 얼마나 효과적인지, 특히 단백질, 지방, 탄수화물 분해에 얼마나 도움이 되는지입니다. 동시에 제품에 사용된 성분의 품질을 중요시하며, 다중 효소가공품을 선호하는 경향도 있습니다. 또한 브랜드의 평판도 매우 중요합니다. 소비자에게 신뢰와 안전감을 주어 제품을 안심하고 섭취할 수 있게 하기 때문입니다. 이 외에도 특정 건강 문제를 가지고 있어 그에 맞는 효소 제품을 찾는 소비자도 있습니다. 아메리칸 헬스(American Health)의 파파야 기반 효소 제품과 같은 식물성 원료가 인기를 얻고 있습니다.

Q. 고객사 제품은 30포입 1박스에 16달러입니다. 이 가격이 미국 시장에서 경쟁력이 있다고 보시나요? 적정 가격대는 어느 정도라고 생각하시나요?

미국 시장에서 효소가공품 제품의 가격은 브랜드 평판, 성분 품질, 특정 건강 혜택 등 다양한 요인에 따라 크게 달라집니다. 일반적으로 효소가공품은 패키지당 15달러(20,022원)에서 50달러(66,740원)까지로 다양하며, 용량과 제형에 따라 다릅니다. 고객사 제품의 특징과 가격을 고려할 때, 이 제품은 독특한 특징을 제공하지 않는 다른 효소가공품과 비교하여 경쟁력이 있습니다. 또한, 소화와 전반적인 건강, 특히 특정 식이 요법이 필요한 사람들을 위한 제품에 초점을 맞춘다는 점도 위에서 언급한 최신 트렌드와 부합합니다.

Q. 고객사 제품의 주요 특징(높은 아밀라아제와 프로테아제 함량, 제주 감태 포함, 영국 비건 인증 등)에 대해 어떻게 평가하시나요?

고객사 제품은 다른 제품과 약간 차별화된 특징을 가지고 있으며 최신 수요에 부합합니다. 높은 아밀라아제와 프로테아제 효능은 고객에게 강력한 소화 지원을 제공할 것임을 보여주며, 특히 소화 문제를 가진 소비자에게 도움이 됩니다. 또한, 인증을 통해 제품이 품질과 안전한 생산 기준을 충족함을 보장하면 미국에서 문제없이 판매할 수 있습니다.

Q. 미국 FDA의 효소 제품 관련 규제나 수입 절차에서 특별히 주의해야 할 점이 있다면 무엇인가요?

미국 FDA 규정 및 효소가공품에 대한 미국 FDA 규정과 수입 절차를 준수하려면 제품의 순도와 안전성을 위해 서류 작업과 성분 검사에 세심한 주의를 기울여야 합니다. 특정 성분은 통관 시 서류 작업에서 추가적인 검토를 받으며, 고객사는 이를 확인하고 필요한 준비를 해야 합니다. 신뢰할 수 있는 외부 연구기관 인증은 모든 요구 사항을 충족하는 데 도움이 되며 수입 절차를 훨씬 쉽게 만들어 실패 가능성을 낮춥니다.

Q. 최근 물류비가 급격히 상승하고 있는데, 이러한 물류비 부담을 줄이기 위해 미국 내 유통 업체들의 전략이 있다면 어떠한 것들이 있나요?

미국 유통업체들은 전략적인 재고 관리를 통해 최소한의 비용으로 고품질의 효과적인 제품 재고를 확보하는 데 집중하고 있습니다. 수요에 맞춰 재고를 확보하면서 불필요한 비용을 줄이고, 소비자 관점에서 합리적인 가격을 유지하면서도 운영을 지속할 수 있는 수익을 창출하기 위해 노력하고 있습니다.

Q. 한국산 효소가공품의 미국 시장 진출사례 중 성공적인 사례가 있었다면 구체적으로 말씀해 주실 수 있나요?

미국 시장에서 판매되고 있는 효소가공품은 전부 미국 브랜드 제품들이며 수입 효소가공품 제품은 없는 것으로 보입니다.

Interview ③

29)



월마트(Walmart)
Sales Manager

월마트
(Walmart)

- 유형: 소매업체
- 업체 특징:
 - 1962년에 설립된 소매업체로 식료품, 가정용품, 미용제품, 전자제품, 의류 등 다양한 품목을 취급하고 있음
 - 미국 전역에 걸쳐 광범위한 유통망을 보유하고 있음

담당자 정보
Sales Manager

Q. 미국 소비자들 사이에서 소화 건강 제품, 특히 효소 제품에 대한 최근 트렌드는 어떠한가요?

최근 미국 효소가공품 시장에서는 소화 외에도 추가적인 건강상 이점을 제공하는 효소가공품을 선호합니다. 또한, 소비자들은 항산화제나 강장제와 같은 성분을 포함한 제품을 찾고 있습니다. 예를 들어, 스프링 밸리(Spring Valley)의 제품은 소화 효소와 함께 항염증 특성을 가진 파파인과 생강 성분을 결합하여 건강상의 가치를 더하고 있습니다. 또 다른 브랜드인 엔자이메디카(Enzymedica)는 소화 지원을 제공하는 효소가공품으로 미국에서 가장 많이 판매되는 제품입니다. 또 다른 인기 제품으로는 브로멜라인, 소담즙, 판크레아틴, 파파인을 함유하여 건강한 소화를 지원하고 영양소 가용성을 최적화한 나우 서플리먼트 슈퍼 엔자임스(NOW Supplements Super Enzymes)가 있습니다.

Q. 미국 소비자들이 효소가공품을 선택할 때, 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

미국 소비자에게 가장 중요한 요소는 효능입니다. 소비자들은 소화 개선, 영양소 흡수, 특정 식이 요법 지원과 같은 명확한 혜택을 제공하는 제품을 원합니다. 또한 아밀라아제나 프로테아제와 같은 효소의 종류와 효능도 중요하데, 활성도가 높을수록 더 나은 성능을 기대할 수 있기 때문입니다. 이 외에도 소비자는 브랜드 가치에 영향을 받으며 일부 소비자는 제품의 제형과 제품 관련 시험 결과를 조사한 후 구매하기도 합니다.

Q. 고객사 제품은 30포입 1박스에 16달러입니다. 이 가격이 미국 시장에서 경쟁력이 있다고 보시나요? 적정 가격대는 어느 정도라고 생각하시나요?

미국 시장에서 효소가공품의 가격은 12달러(16,018원)에서 29달러(38,709원) 사이에 책정되어 있으며, 이는 브랜드, 구성 및 포장 크기에 따라 다릅니다. 고객사의 제품 가격도 이 범위에 속하므로 가격은 큰 문제가 되지 않으며, 고객사 제품이 미국 시장에서 성공하기 위해 중요한 사항은 제품의 효능과 고객의 반응입니다.

29) 사진 자료: 월마트(Walmart)

Q. 고객사 제품의 주요 특징(높은 아밀라아제와 프로테아제 함량, 제주 감태 포함, 영국 비건 인증 등)에 대해 어떻게 평가하시나요?

제품 평가는 소비자 경험과 전체적인 가치를 고려해야 합니다. 높은 아밀라아제와 프로테아제 함량은 소비자들의 제품 리뷰를 통해 제품의 소화 효능을 검증 및 평가해야 합니다. 또한, 제주 감태라는 독특한 원료는 미국에서 생소하므로 더욱 소비자의 평가가 중요할 것입니다. 다만, 고객사 제품이 획득한 인증은 제품의 안전성과 비건 특성을 명확히 보장하며, 이는 미국 시장에서 매우 중요합니다.

Q. 미국 FDA의 효소 제품 관련 규제나 수입 절차에서 특별히 주의해야 할 점이 있다면 무엇인가요?

미국으로 효소가공품 제품을 수출하기 전에 최신 규제 요구 사항을 숙지해야 할 필요성이 있습니다. 특히 독특한 효소의 경우 FDA의 안전성 및 유효성 기준을 준수하기 위해 철저한 문서화가 필요합니다. FDA의 제조 및 품질 관리 기준(GMP, Good Manufacturing Practice)을 따르고, 라벨링이 지침에 맞지 않거나 필요한 문서가 누락된 경우 통관 검사가 지연될 수 있으므로 이에 대비해야 합니다. 제품의 안전성을 증명하고, 제품이 안전한 조건에서 제조되었음을 입증하기 위한 다양한 문서가 필요합니다. 고객사는 HACCP 인증을 획득하여 미국으로 수출하는 절차가 훨씬 쉬울 것으로 생각합니다.

Q. 최근 물류비가 급격히 상승하고 있는데, 이러한 물류비 부담을 줄이기 위해 미국 내 유통 업체들의 전략이 있다면 어떠한 것들이 있나요?

당사의 경우에는 물류비가 큰 차이 없었습니다. 일정 기간 점차 인상된 가격을 따라 조정되었습니다. 그렇기에 당사는 시장 가격 상승에 맞춰 유통 전략을 구축하였고 큰 걱정과 우려는 없습니다.

Q. 한국산 효소가공품의 미국 시장 진출사례 중 성공적인 사례가 있었다면 구체적으로 말씀해 주실 수 있나요?

현재 당사에서 판매하는 모든 효소가공품은 미국 브랜드이며, 현재까지 소화기공품 시장에서 수입 제품이 판매되는 것은 없습니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the OTC Pharmaceuticals market - United States', 2024.09
2. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the Digestives & Intestinal Remedies market - United States', 2024.09
- 3.마켓리서치(Market Research), 'Digestive Health Products Market Research Report', 2023.05
4. CNN, 'Do digestive enzyme supplements really work? Experts weigh in', 2024.02
5. 헬스뉴스(Healthnews), 'Best Digestive Enzyme Supplements 2024', 2024.03
6. 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in the U.S. as of June 2024', 2024.08
7. 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in South Korea as of June 2024', 2024.08
8. 스태티스타(Statista), 'CVS Health's revenue from 2005 to 2023', 2024.02
9. 농림축산식품부, '2023 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드', 2023
10. 식품의약품안전처, '식품 수출 안내서 미국편', 2021
11. KATI농식품수출정보, '미국 식품첨가물 및 유해물질 규정 원문 및 번역본', 2023
12. KATI농식품수출정보, '미국 식품첨가물 및 유해물질 규정 해설집', 2023
13. KATI농식품수출정보, '미국 라벨링 규정 준수 가이드', 2020
14. aT한국농수산물유통공사, 'aT 농식품 수출 교역조건_미국', 2021
15. aT한국농수산물유통공사, '2023 농식품 수출국가정보', 2023

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
4. ITC(International Trade Centre) (www.trademap.org)
5. 아마존(Amazon) (amazon.com)
6. CNN(edition.cnn.com)
7. 헬스뉴스(Healthnews) (healthnews.com)
8. 메이시스(Macy's) (www.macys.com)
9. 스크랩히어로(ScrapeHero) (www.scrapehero.com)
10. 뉴욕시티투어리즘(New York City Tourism) (www.nyctourism.com)
11. 노드스트롬(Nordstrom) (www.nordstrom.com)
12. 패션유나이티드(Fashion United) (www.fashionunited.com)
13. 시애틀타임즈(The Seattle Times) (www.seattletimes.com)
14. 월그린(Walgreens) (www.walgreens.com)
15. 월그린부츠얼라이언스(Walgreens Boots Alliance) (www.walgreenbootsalliance.com)
16. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
17. 지엔씨(GNC) (www.gnc.com)
18. 씨브이에스헬스(CVS Health) (www.cvshealth.com)
19. 씨엔엔(CNN) (www.cnn.com)
20. 이터뉴욕(Eater New York) (www.ny.eater.com)
21. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
22. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
23. 통합무역정보서비스 (tradenavi.or.kr)
24. KOTRA 대한무역투자진흥공사 (https://www.kotra.or.kr/)
25. 국가관세종합정보망서비스 (unipass.customs.go.kr)
26. aT한국농수산물유통공사 (www.at.or.kr)
27. 관세청 (www.customs.go.kr)
28. 관세법령포털 (unipass.customs.go.kr)
29. 수산물수출정보포털 (www.kfishinfo.co.kr)
30. 미국 관세국경보호청(CBP) (www.cbp.gov)

[참고문헌]

■ 참고 사이트

31. 미국 식품의약청(FDA) (www.fda.gov)
32. 미국 농무부(USDA) (acir.aphis.usda.gov)
33. 타겟(Target) (www.target.com)
34. 더비타민쇼프(The Vitamin Shoppe) (www.vitaminshoppe.com)
35. 월마트(Walmart) (www.walmart.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2024.10.04

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