

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202409-05

품목 | 매실가공품(Fermented Plum)

HS CODE | 2008.99-9000

국가 | 미국(U.S.A)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 미국 가공 및 냉동과일 시장규모	06
2. 미국 소화제&정장제 시장규모	07
3. 미국 매실가공품 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 인기브랜드 1위 : '썬 스위트'	11
2. 패키징 키워드 1위 : '팩'	12
3. 홍보문구 키워드 1위 : '비건'	13

IV. 유통채널

1. 미국 매실가공품 유통채널 점유율	
2. 미국 매실가공품 주요 유통채널	



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. 미국 매실가공품 통관 및 검역 절차	25
2. 미국 매실가공품 품질 인증	27
3. 미국 매실가공품 라벨링	31
4. 미국 매실가공품 성분 및 유해물질	36

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 비타민라이프(Vitaminlife)	40
2. 비타코스트(Vitacost)	43
3. 코스트코홀세일(Costco Wholesale)	45

※ 참고문헌	47
--------	----





HS CODE : 2008.99-9000

2024 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

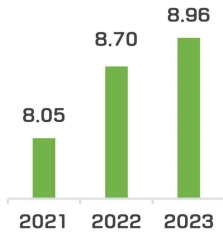
SUMMARY

미국 매실가공품 시장

시장 현황

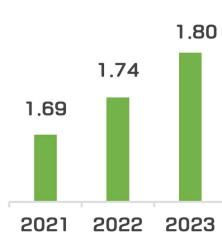
가공 및 냉동과일 시장규모

단위 : 십억 달러



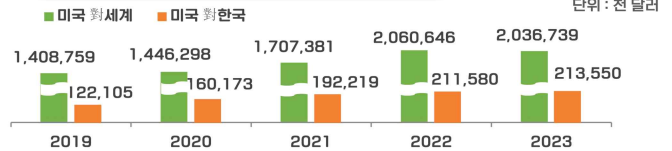
소화제&정장제 시장규모

단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2008.99 기준)



국가별 수입규모



시장 트렌드

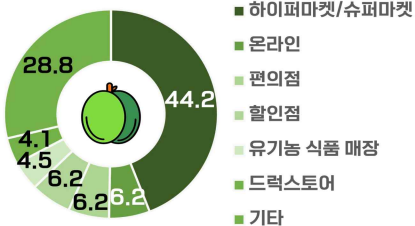
빅데이터 분석



* 미국 아마존 건자두 제품 318건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
한·미 FTA 협정 세율 0%

사전 준비
원산지증명서 발급 必
AEO 제도 활용 시 통관 혜택 多

권장 인증



유의사항

라벨 표기사항
표기언어, 제품명, 용량, 원산지, 원료 정보, 성분 정보, 알레르겐 성분, 제조자, 포장업체, 유통업체 정보

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :

VitaminLife

VITACOST360

COSTCO WHOLESALE

Point 01.

제품 수요 미국에서 소화 효소, 보충제 제품에 대한 수요가 증가하고 있으며 성분, 효능 및 제공량 등으로 다양하게 구분되어 있음

제품 선호도 한국산 제품에 대한 인식은 긍정적이거나, 미국 소비자들은 일반적으로 현지 제품을 선호하는 경향이 있음

인증제도 FDA 인증은 소비자의 구매 결정에 큰 영향을 미침. 비유전자변형, 비건 인증 등은 제품 판매에 유리할 수 있으나 필수는 아님

Point 02.

제품 가격 피드백 시장에서 인기 있는 브랜드들은 대부분 15달러에서 30달러 사이로 가격이 형성되어 있음

유통 채널 및 홍보 전략 대형 슈퍼마켓과 드럭스토어가 오프라인 유통에 적합하며, 소비자와의 직접적인 소통이 가능함. 온라인 채널의 효율성과 접근성을 고려하고, 소셜 미디어와 네트워킹 이벤트 활용을 권장함

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 미국 가공 및 냉동과일 시장규모
2. 미국 소화제&정장제 시장규모
3. 미국 매실가공품 수입규모

1. 미국 가공 및 냉동과일 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 가공 및 냉동과일 시장규모 12.0조 원²⁾³⁾⁴⁾

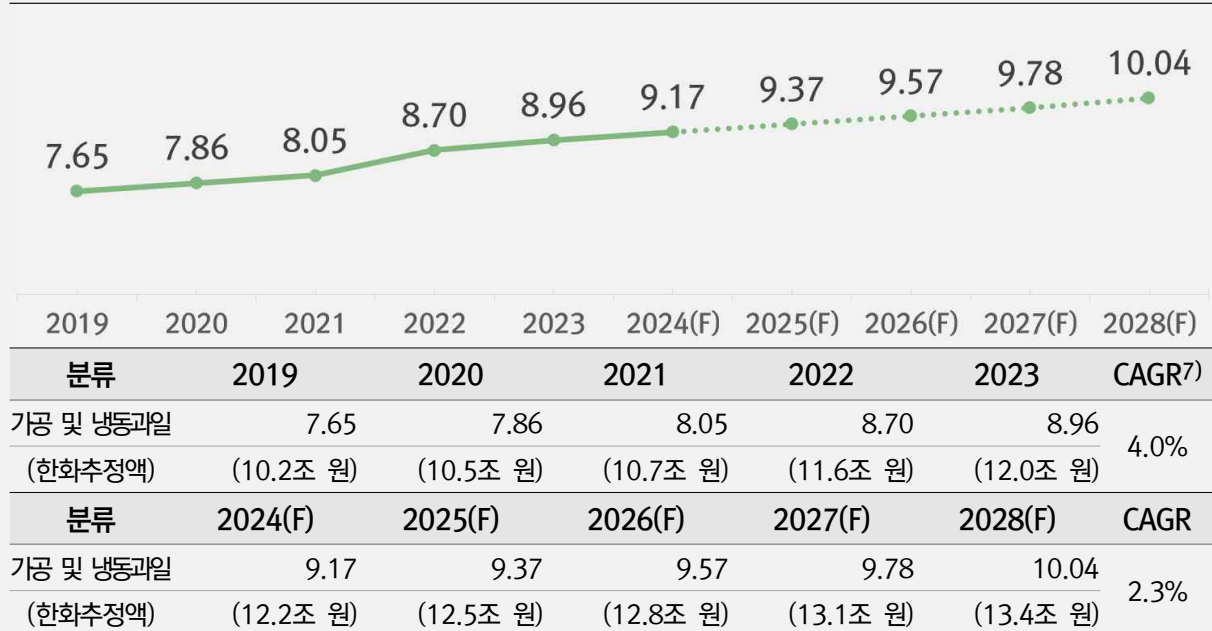
미국의 가공 및 냉동과일 시장규모는 2023년 기준 12.0조 원으로 집계되었으며, 최근 5년(2019-23년)간 미국 가공 및 냉동과일 시장은 연평균 4.0% 성장한 것으로 확인됨. 이는 한국 가공 및 냉동과일 시장규모의 약 15배에 해당하는 수치이며, 특히 2022년 전년 대비 8.1%의 높은 성장률을 기록함

▶ 미국 가공 및 냉동과일 시장, 향후 성장세 다소 둔화 전망

미국 가공 및 냉동과일 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 2.3%씩 성장하여 2028년에는 13.4조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 이러한 관측은 전년 대비 8.1% 성장한 2022년을 제외하면 매년 2%대의 성장이 이어졌다는 사실에 기반한 것으로 보임

[표 2.1] 미국 가공 및 냉동과일 시장규모⁵⁾⁶⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

1) 자료: 외교부 홈페이지

2) 자료: 스태티스타(Statista), 'Processed & Frozen Fruits - United States', 2024.09

3) 스태티스타에 따르면, '가공 및 냉동과일(Processed & Frozen Fruits)'은 통조림, 냉동, 건조, 발효, 절임 처리된 모든 종류의 식용 과일을 포함함

4) 조사제품 '매실가공품'의 제품 형태를 고려해 '가공 및 냉동과일'의 시장규모와 제품의 기능(소화 및 변비에 도움)을 고려하여 '소화제 & 정장제'의 시장규모를 조사함

5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6) 1달러=1,334.80원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

7) 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 원⁸⁾⁹⁾

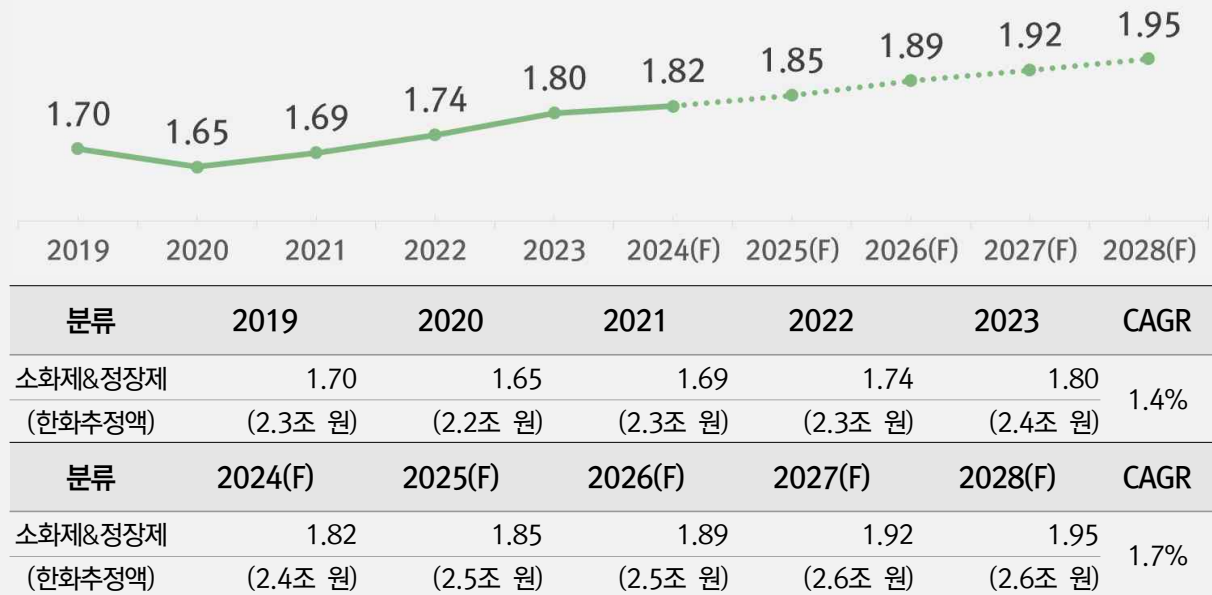
2023년 기준 미국의 소화제&정장제 시장규모는 2.4조 원에 달했으며, 최근 5년(2019-23년)간 연평균 1.4%씩 성장해 왔음. 2020년 코로나19로 인해 시장규모가 감소하기도 했으나 이후 반등하여 꾸준히 성장해 온 것으로 확인됨

▶ 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. 이러한 전망치는 그간의 성장 추이에 기반한 것임. 한편, 현재 미국 내에서 변비에 대한 특효약으로 인식되는 말린 자두 ‘푸룬(Prune)’의 시장규모는 향후 6%대의 가파른 성장세를 보일 것으로 전망됨. 이러한 미국 내 변비 대응 식품의 성장 흐름이 푸룬과 유사한 기능을 수행할 수 있는 조사제품 매실 가공품의 수출에 도움을 줄 수 있을 것이라 예상됨¹⁰⁾

[표 2.2] 미국 소화제&정장제 시장규모

단위 : 십억 달러



자료: 스탯ISTA(Statista)

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

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

10) 자료: 야후파이낸스(Yahoo!Finance), 'Prunes market size & share analysis - growth trend & forecasts(2023 - 2028)', 2023.08

3. 미국 매실가공품 수입규모

HS CODE 2008.99

조식제품 매실가공품은 HS CODE 2008.99으로 분류됨. HS CODE 제2008호의 품명은 '그 밖의 방법으로 조제하거나 보존 처리한 과실견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 일부이며, HS CODE 2008.99의 품명은 '기타'로 확인됨

▶ HS CODE 2008.99 미국의 對글로벌 수입액, 2.7조 원

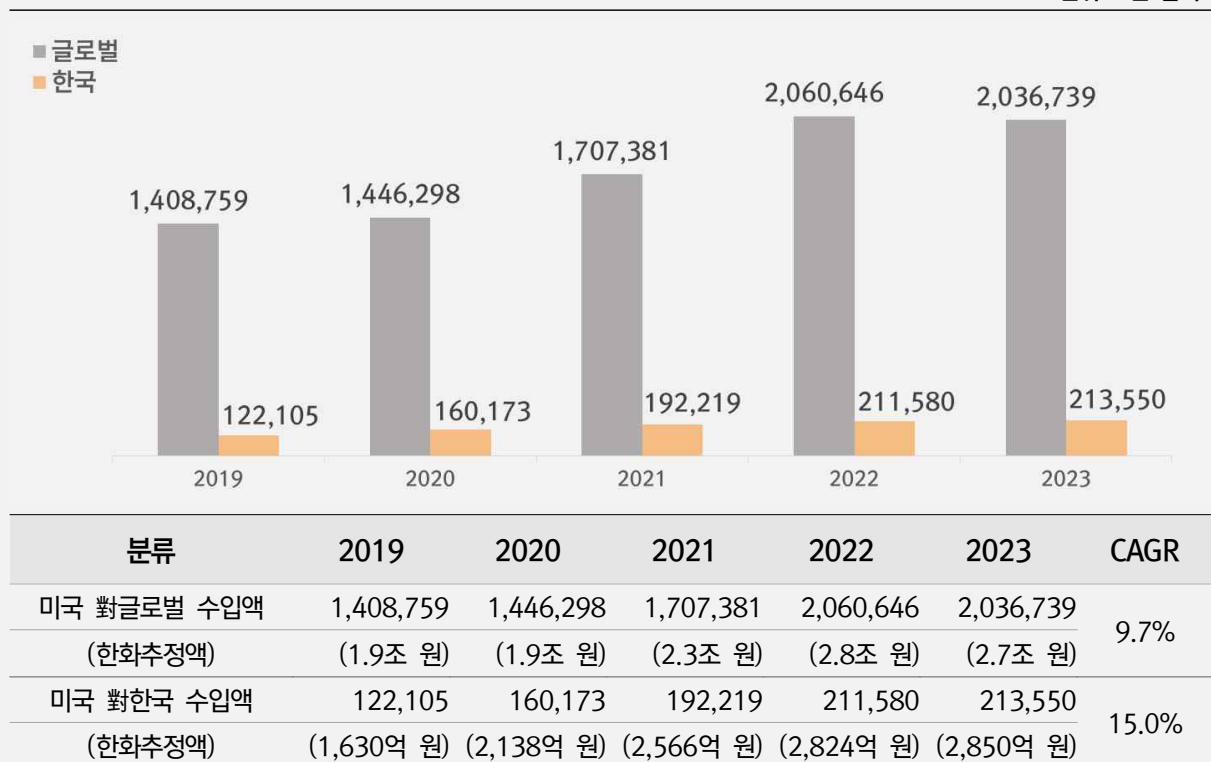
2023년 기준 HS CODE 2008.99 품목에 대한 미국의 對글로벌 수입액은 전년 대비 1.2% 감소한 2.7조 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 미국의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년)간 연평균 9.7%씩 성장함. 특히 지난 2021년과 2022년 전년 대비 각각 18.1%, 20.7%라는 높은 성장률을 기록함

▶ HS CODE 2008.99 미국의 對한국 수입액, 2,850억 원

2023년 기준 해당 품목에 대한 미국의 對한국 수입액은 2,850억 원이며, 이는 글로벌 3위에 해당하는 수치임. 전체에서 對한국 수입이 차지하는 비중은 약 10%가량이며, 미국의 對한국 수입액은 지난 5년(2019-23)간 연평균 15.0%씩 성장함. 한편, 해당 품목에 대한 미국의 對글로벌 수입액은 2023년 기준 1위 멕시코(8,948억 원), 2위 캐나다(2,892억 원), 3위 한국(2,850억 원), 4위 에콰도르(1,849억 원) 순으로 확인됨

[표 2.3] 미국 HS CODE 2008.99 수입규모

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 인기브랜드 1위 : '썬스위트'
2. 패키징 키워드 1위 : '유산균'
3. 홍보문구 키워드 1위 : '비건'

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 미국 온라인 쇼핑몰 입점 매실가공품

- 데이터 수집 키워드 : 건자두(Prune)
- 데이터 수집량 : 318건
- 데이터 수집원 : 미국 온라인 쇼핑몰 아마존(Amazon)

▶ 한국 온라인 쇼핑몰 입점 매실가공품

- 데이터 수집 키워드 : 건자두(Prune)
- 데이터 수집량 : 389건
- 데이터 수집원 : 한국 온라인 쇼핑몰 쿠팡(Coupang)

▶ 미국, 한국 온라인 쇼핑몰 입점 매실가공품 특징 분석

- 데이터 분석 항목

① 브랜드 ② 패키징 ③ 홍보문구

국가 항목	미국			한국	
	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문)	빈도
브랜드	썬스위트	Sunsweet	60	테일러	100
	써니프루트	Sunny Fruit	18	넛츠파	29
	해피토티	Happytot	12	푸드팜	28
	비치넛	Beech Nut	10	썬스위트	16
	아미리타	Amrita	9	산과들에	11
	커클랜드	Kirkland	5	커클랜드	8
패키징	팩	Pack	254	파우치	52
	파우치	Pouch	89	1kg	51
	봉지	Bag	72	플라스틱병	48
	6oz	6oz	16	개별포장	19
	7oz	7oz	15	250g	15
	개별포장	Individually Wrapped	12	봉지	11
홍보문구	비건	Vegan	106	무설탕	25
	유기농	Organic	94	씨를 뺀	22
	코셔	Kosher	90	맛있는	20
	글루텐 프리	Gluten Free	81	선물	18
	천연의	Natural	61	임산부	10
	Non GMO	Non GMO	53	비건	8
	무설탕	No Sugar	36	채변	8
	무방부제	No Preservatives	22	HACCP	4

1. 인기브랜드 1위 : ‘썬스위트’

▶ 미국 매실가공품 브랜드 1위 ‘썬스위트’

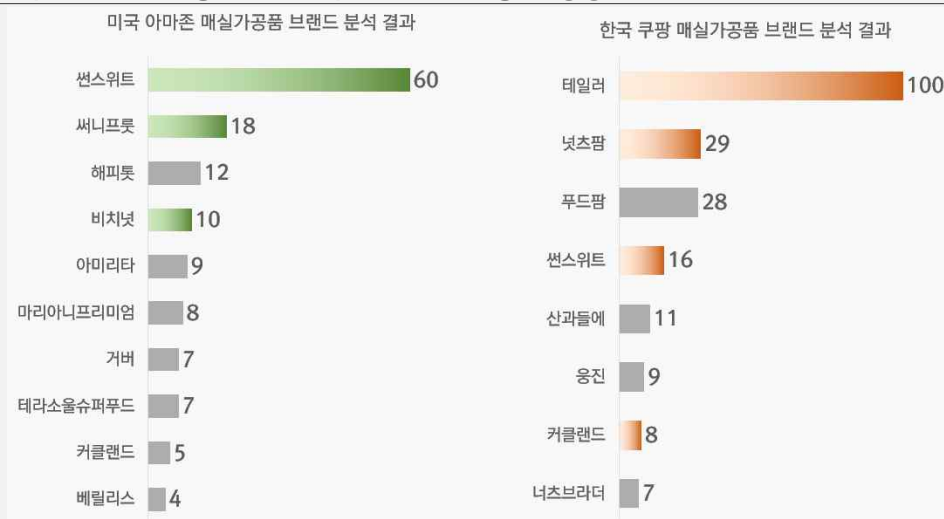
- 미국 매실가공품 시장에서 브랜드 관련 키워드 중 ‘썬스위트’가 60건으로 가장 많이 도출됨
- 다음으로 ‘씨니프룻’이 18건으로 빈출 되었으며, ‘해피튿’과 ‘비치넛’이 그 뒤를 이어 각 12건, 10건 확인됨

▶ ‘썬스위트’와 ‘커클랜드’ 브랜드, 한-미 모두 판매 중

- 한국에서 판매 중인 매실가공품 브랜드는 ‘테일러’로 100건 도출되었으며 ‘넛츠팜’이 29건으로 2위를 기록함
- 미국에서 가장 많이 도출된 ‘썬스위트’는 한국에서도 16건 도출되었으며, ‘커클랜드’ 브랜드도 한국과 미국에서 모두 판매 중인 것으로 확인됨

미국 ① 썬스위트		한국 ① 테일러		미국 ② 씨니프룻	
					
제품명	어메이진푸른주스 (Amazon Prune Juice)	제품명	테일러 푸른건자두	제품명	오가닉 드라이 플럼 (Organic Dried Plum)
브랜드	썬스위트(Sunsweet)	브랜드	테일러	브랜드	씨니프룻(Sunny Fruit)
중량	64oz	중량	250g * 2개	중량	150g * 6개
가격	7.29달러(9,731원 ¹¹⁾)	가격	10,500원	가격	30.59달러(40,832원)

[표 3.1] 미국 판매 매실가공품 vs 한국 판매 매실가공품 경쟁제품 관련 키워드 비교



자료: 미국, 한국 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘매실가공품’ 관련 게시글 707건 분석

11) 1달러=1,334.80원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 패키징 키워드 1위 : ‘팩’

▶ 미국 매실가공품 패키징 키워드 중 ‘팩’이 빈도수 1위

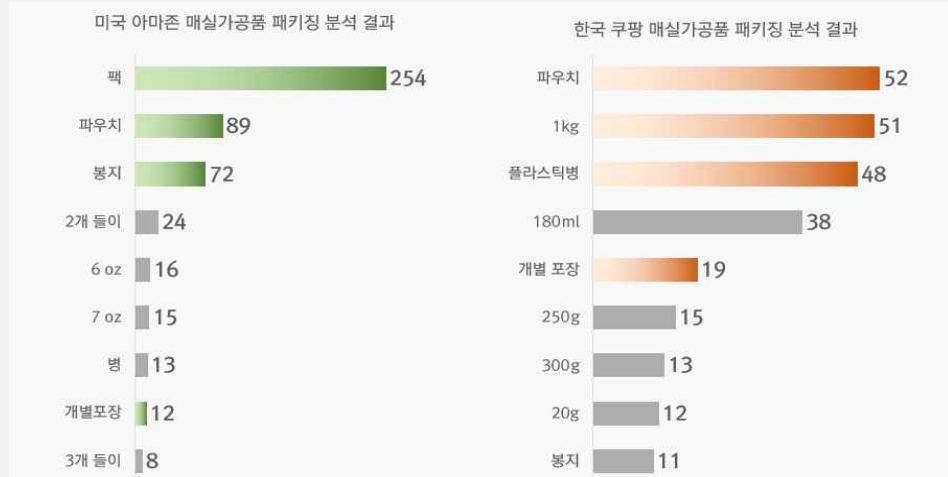
- 미국 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 제품의 패키징 관련 키워드 분석 결과 ‘팩’이 254건으로 가장 많이 도출되었으며, 비슷한 형태의 ‘파우치’ 키워드도 89건으로 2위를 기록함
- 한국에서도 ‘파우치’ 관련 키워드가 52건으로 분석되면서 미국과 한국 모두 비닐봉지 형태의 패키징을 선호하는 것을 알 수 있음

▶ 개별 포장된 제품도 다수

- 미국과 한국 온라인 몰에서 판매 중인 제품의 패키징과 관련하여 ‘개별 포장’ 키워드가 도출되었음
- 실제 데이터 확인 결과, 미국에서는 건자두 제품을 하나씩 포장한 개별 포장 제품이 다수인 반면, 한국에서는 건자두즙이나 음료 등이 1회분으로 포장된 제품이 다수인 것으로 확인되었음

미국 ① 봉지		한국 ① 파우치		미국 ② 개별포장	
					
제품명	프로바이오틱스 푸룬 (Probiotic Prunes)	제품명	넛츠앤 푸룬파우치	제품명	선스위트 원스 (Sunsweet Ones)
브랜드	마리아니(Mariani)	브랜드	넛츠앤	브랜드	선스위트(Sunsweet)
중량	850g	중량	40g * 10개	중량	6oz * 3개
가격	19.94달러(26,616원)	가격	9,900원	가격	24.95달러(33,303원)

[표 3.2] 미국 판매 매실가공품 vs 한국 판매 매실가공품 패키징 관련 키워드 비교



자료: 미국, 한국 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘매실가공품’ 관련 게시물 707건 분석

3. 홍보문구 키워드 1위 : ‘비건’

▶ 미국 매실가공품 홍보문구로 건강 관련 키워드 빈출

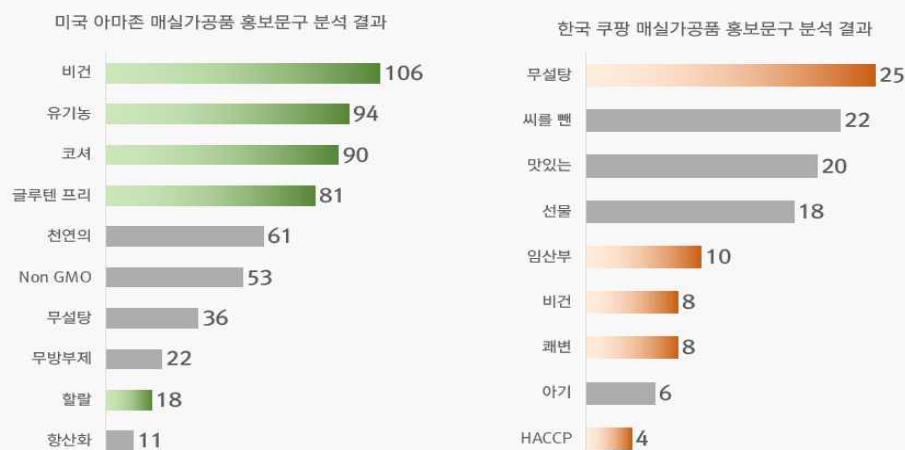
- 미국 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 미국 매실가공품 제품 홍보문구 중 ‘비건’은 106건, ‘글루텐 프리’ 81건으로 건강 관련 키워드 빈출됨
- 한국에서는 ‘무설탕’이 25건 도출되었으며 임산부도 먹을 수 있을 만큼 안전하다는 의미의 ‘임산부’ 관련 키워드도 확인됨

▶ 한국과 미국 모두 다양한 인증과 관련한 키워드 도출

- 미국에서 판매 중인 매실가공품의 주요 홍보문구는 ‘Non GMO’, ‘유기농’ 등 건강 인증과 관련한 키워드가 다수 도출되었으며 ‘코셔’와 ‘할랄’ 등 종교 관련 인증도 다수 확인됨
- 한국 온라인 매장에서 판매 중인 제품에도 인증 관련 키워드가 확인되었는데, ‘HACCP’ 인증 키워드가 4건 도출된 것으로 확인됨

미국 ① 비건, 코셔		한국 ① 무설탕		미국 ② 유기농, 무설탕	
					
제품명	핏티드 푸룬 (Pitted Prunes)	제품명	씨를 뺀 건자두 피티드 푸룬	제품명	오가닉 푸룬 (Organic Prune)
브랜드	넛크레이빙 (Nut Cravings)	브랜드	브이플랜	브랜드	벨라비바 오차드 (Bella Viva Orchards)
중량	8oz	중량	1kg * 2개	중량	2.5파운드
가격	9.97달러(13,308원)	가격	29,500원	가격	27.99달러(37,361원)

[표 3.3] 미국 판매 매실가공품 vs 한국 판매 매실가공품 홍보문구 관련 키워드 비교



자료: 미국, 한국 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘매실가공품’ 관련 게시물 707건 분석

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널

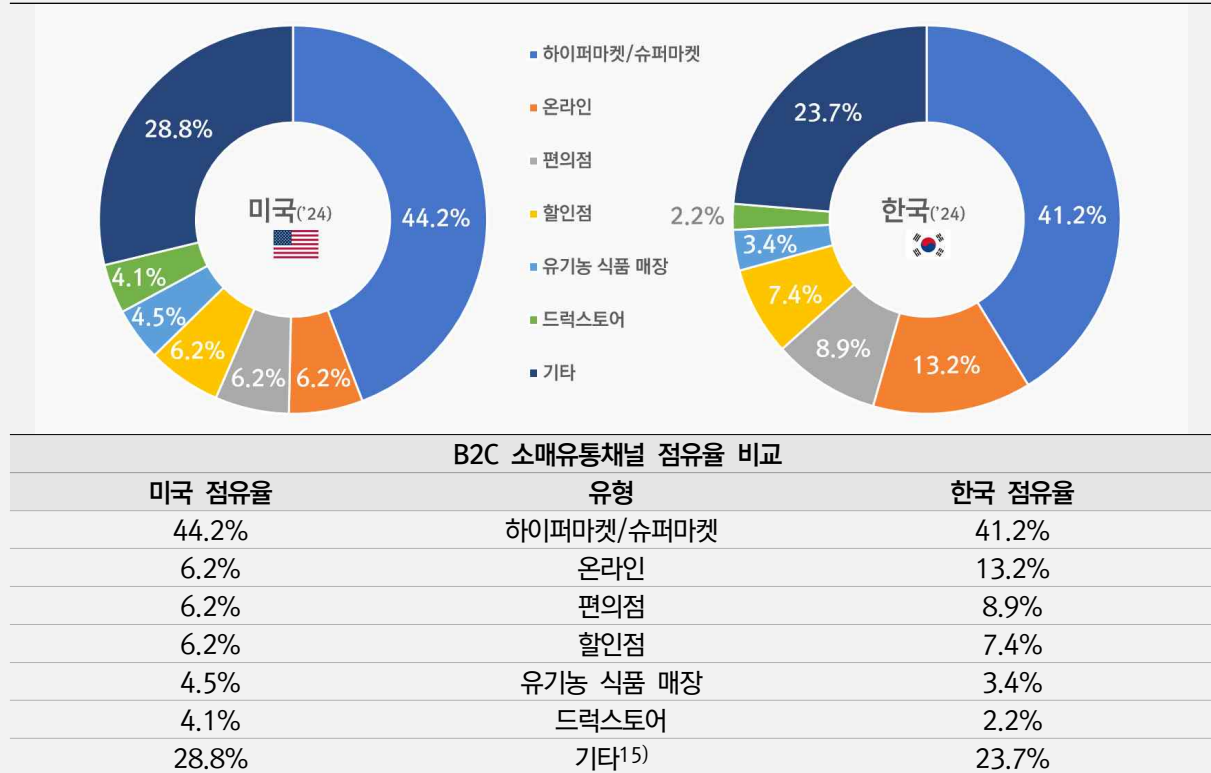


1. 미국 매실가공품 유통채널 점유율
2. 미국 매실가공품 주요 유통채널

1. 미국 매실가공품 유통채널 점유율

- ▶ 미국 매실가공품 비롯한 식료품 유통채널, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 1위
- 2024년 기준 미국 내 매실가공품을 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 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 매실가공품 B2C 소매유통채널 점유율 비교¹²⁾¹³⁾¹⁴⁾



자료: 스탯ISTA(Statista)

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

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

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

15) ‘기타’는 창고형 회원제 매장, 농산물직판장 등을 포함하고 있음

2. 미국 매실가공품 주요 유통채널 ① 메이시스

기업 기본 정보	기업명	메이시스(Macy's)
	기업구분	백화점
	홈페이지	www.macys.com
	위치	미국 전역
	규모	순 판매액('23)¹⁶⁾ • 231억 달러(약 30조 8,339억 원¹⁷⁾) 기타 규모 • 매장 수('24): 521개 • 직원 수('24): 8만 5,581명
	기업 요약	• 1858년 미국 뉴욕에서 창립된 미국 백화점 브랜드 • 대표 점포는 뉴욕 내 '헤럴드 스퀘어(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	• 식료품, 가정용품, 가구, 액세서리, 의류 등
	선호 제품	• 유기농 식품, 프리미엄 식품
	매장 전경	 
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일 및 전화를 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 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 - 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(Scrapehero)

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

16) 메이시스 그룹 전체 판매액에 해당함

17) 1달러=1,334.80원(2024.09.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 미국 매실가공품 주요 유통채널 ② 노드스트롬

기업 기본 정보	기업명	노드스트롬(Nordstrom)	
	기업구분	백화점	
	홈페이지	www.nordstrom.com	
	위치	미국 전역	
	규모	순 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		• 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	• 여성 및 남성 기성복, 신발, 악세서리, 선물용 제품 등	
	선호 제품	• 젊은 층에게 선호도가 높은 제품, 선물용 제품 등	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 이메일 또는 전화를 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 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 매실가공품 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	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 등 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	- 홈페이지를 통한 입점 신청 - 공급업체 전용 웹 'RangeMe'를 통해 브랜드 및 제품 정보 등록 (www.rangeme.com/walgreens) 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)

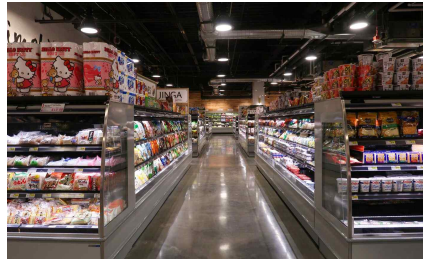
2. 미국 매실가공품 주요 유통채널 ④ 지엔씨

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	• 1935년 펜실베이니아주 피츠버그에서 처음 설립됨 • 펜실베이니아에 본사를 두고 있는 드럭스토어 형태의 소매 브랜드 체인임 • 건강 및 영양 관련 제품을 전문으로 취급함 • 유타 등 일부 지역에서 드론 배송 서비스 제공함		
매장정보	입점가능품목	• 건강기능식품, 영양 보충제, 건강 기능 음료, 비타민 등		
	선호제품	• 건강 기능 성분이 함유된 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 신청 – 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 매실가공품 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 3,415억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 97개 • 직원 수('24): 약 5,000명
	기업 요약	• 1982년 뉴욕에 '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	• 홈페이지를 통한 입점 신청 홈페이지 하단 'H MART.COM' 카테고리에서 'Contact Us' 클릭 양식에 맞춰 정보 기입 - 등록 시 필요한 일반 정보 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 매실가공품 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) ¹⁸⁾ : 약 27억 회
	기업 요약	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	홀푸드마켓(Whole Foods Market) 등
		해외 판매	해외 판매 가능
		검색 방식	제품, 카테고리, 브랜드 검색
주요 프로모션 정보			
	• 50달러 이상 구매 시 5달러 할인, 생일 기프트카드 증정 등 다양한 프로모션 상시 진행		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 홈페이지를 통한 직접 등록(services.amazon.com/services/soa-approval-category) - 아마존 판매자(Seller) 계정 생성 - Grocery&Gourmet Food 카테고리 'Requirement' 눌러 자격조건 확인 - 제품 홈페이지 등록 및 필요 정보 - 공급자 정보(회사명, 회사 홈페이지 주소, 국가, 담당자명, 연락처, 이메일) - 제품 정보(UPC/EAN 보유 여부, 제품 종류, 예상 매출액, 판매 입고량) - 자격 평가 기준 - 아마존 행동 강령 준수 - 아마존 PB 공급업체일 경우 공인검사기관에서 TPI(Third Party Inspection) 혹은 아마존 자체 검사 결과 통해 품질 기준 충족 인증 - 문의사항 연락처 - 전화번호: +1-888-280-4331	

자료: 아마존(Amazon), 시밀러웹(Similarweb)

사진 자료: 아마존(Amazon)

18) 2024년 8월 한 달간 집계된 웹사이트 방문자 수에 해당함

입점 등록 절차
UI ①

기본 담당자 정보

이름 중간 이름 성

여권이나 신분증에 표시된 것과 같이 현재 이름을 입력하십시오.

시원료 보유 국가

출생 국가

생년월일(DD/MM/YYYY) 월 일 년

거주지 주소

계정인 코드 표시

다행히도

주소란 1

시/도

연동용 전화번호

+82

+ 새 휴대전화 번호 추가

주 연락 담당자가 있는지 확인

☐ 회사의 실질 소유자

☐ 회사의 법적 대표자

기본 연락처의 담당자가 사업체의 유일한 실질 소유자입니다.

☐ Yes ☐ No

☐ 본인은 본인을 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

회사 정보 ———— 결제 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 매실가공품 베스트셀러

- 검색 키워드 : 푸룬(Prune)
- 등록 제품 수 : 417건

아마존 미국 매실가공품 베스트셀러								
순번	브랜드	제품명	원산지	중량	판매 가격	판매 건수(월)	리뷰 건수	이미지
1	홀푸드마켓 365 (365 by Whole Foods Market)	냉동 씨없는 푸룬 (Pitted Prunes Frozen)	미국	227g	5.99달러 (7,995원)	8,000건 이상	5,626건	
2	써니프루트 (Sunny Fruit)	유기농 건자두 (Organic Dried Plums)	튀르키예	1,134g	27.99달러 (37,361원)	3,000건 이상	5,284건	
3	루니프루니 (Looney Prune)	유기농 씨없는 건조 푸룬 (Organic Pitted Dried Prunes)	미국	907g	17.99달러 (24,013원)	2,000건 이상	3,446건	
4	테라소울 수퍼푸드 (Terrasoul Superfoods)	씨없는 푸룬 (Pitted Prunes)	미국	680g	18.99달러 (25,348원)	2,000건 이상	1,343건	
5	썬스위트 (Sunsweet)	골드 라벨 원스 (Gold Label Ones)	미국	340g	13.17달러 (17,579원)	2,000건 이상	1,821건	
6	썬스위트 (Sunsweet)	씨없는 푸룬 (Pitted Prunes)	미국	3,260g	32.59달러 (43,501원)	1,000건 이상	489건	
7	루니프루니 (Looney Prune)	씨없는 건조 푸룬 (Pitted Dried Prunes)	미국	1,134g	14.99달러 (20,009원)	800건 이상	1,643건	
8	마리아니 프리미엄 (Mariani Premium)	프로바이오틱스 캘리포니아 푸룬 (Probiotics California Prunes)	미국	850g	20.99달러 (28,017원)	700건 이상	1,317건	
9	썬메이드 (Sun-Maid)	캘리포니아 씨없는 푸룬 (California Whole Pitted Prunes)	미국	792g	15.99달러 (21,343원)	700건 이상	383건	
10	썬베스트 내추럴 (Sunbest Natural)	대용량 건조 푸룬 (Jumbo Dried Prunes)	미국	1,361g	19.99달러 (26,683원)	400건 이상	1,423건	

자료: 아마존(Amazon)

사진 자료: 아마존(Amazon)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



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

1. 미국 매실가공품 통관 및 검역 절차¹⁹⁾

▶ 미국 매실가공품 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 매실가공품 통관 검역 절차²⁰⁾



자료: 관세청, 미국 관세국경보호청(CBP)

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

20) 실제 수출 시 관세율 변동 가능하니 자세한 내용은 별도로 확인 부탁드립니다.

▶ 미국 AEO 제도 활용 시 통관 혜택

미국은 2002년 4월, 미국의 대테러 민·관 협력 프로그램인 AEO 제도로써 C-TPAT(Customs-Trade Partnership Against Terrorism)을 도입해 세관과 무역업체가 국제 무역 공급망의 보안 강화를 위해 협력하고, 해당 인증을 받은 업체에게 통관 혜택 등을 제공함. 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 검사를 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	업체가 C-TPAT Portal을 통해 동의서 및 신청 부문의 최소보안 기준에 따라 작성된 기업의 Supply Chain Security Profile 제출을 통한 세관당국의 부합 판단 후 등급 부여
	Tier 2	- Tier 1의 혜택과 함께 화물 검사 비율 감소 - 무작위 샘플조사 면제 가능
	Tier 3	- 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	- 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	수입검사를 축소	- 우리나라 AEO 공인업체에 대한 수입 검사를 축소 - C-TPAT 1단계 회원과 동일한 혜택 부여
	AEO 화물 우선 검사	화물 검사시 우선검사를 통한 검사시간 단축
	기타	미국 C-TPAT 업체와 거래하는 해외거래업체의 시설보안 등의 확인을 위한 미국 관세국경보호청(CBP)의 현장실사 면제

자료: 미국 관세국경보호청(CBP)

2. 미국 매실가공품 품질 인증

▶ 미국 매실가공품, 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	미국 식품의약청(FDA)	
	적용 품목	- 식품 생산가공시설등록(FFR: Food Facility Registration) - 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) - 식품 제조공장등록(FCE: Food Canning Establish) - 산성화 식품(Acidified Food) 및 저산성식품(Low-Acid Canned Food) 제조 시설 - 식품 공정등록(SID: Submission Identifier) - 산성화 식품(Acidified Food) 및 저산성식품(Low-Acid Canned Food) 제조 시설	
	등록 대상	미국에 식품 등 수출(예정) 업체	
	취득 방법	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	미국 한정	
	도입 취지	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 하며, 미국 식품 시장에 신규 진입하려는 업체 또한 반드시 사전에 등록을 마쳐야 함

[표 5.4] 미국 식품 생산가공시설등록(FFR)

등록 대상 시설	• 국내외 식품 제조 혹은 가공시설 • 국내외 식품 포장시설 • 국내외 식품 보관시설 • 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 • 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	• 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	• 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 매실가공품, 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 매실가공품 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 매실가공품 라벨링

[표 5.7] 미국 매실가공품 라벨링

라벨 표기 사항 및 기준	1. 표기 언어	외국어 표기도 가능하나, 모든 필수정보는 영어로도 표기되어야 함
	2. 제품명	- 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	- 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	- 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	- 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 매실가공품 라벨링

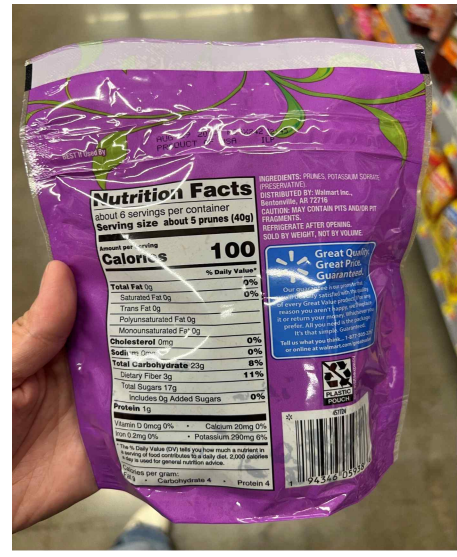
라벨 표기 사항 및 기준	6. 성분 정보	• 미국에서 판매되는 모든 식품은 라벨에 영양성분표를 포함해야 함 • 열량, 총 지방, 콜레스테롤, 나트륨, 총 탄수화물, 단백질, 비타민 D, 칼슘, 철분 등의 정보를 포함해야 함 • 4살 이상이 한 번에 일반적으로 소비하는 양을 표기하는 1회 섭취량이 포함되어야 함 • 영양성분표에 표준 1회 섭취량에 대한 영양정보와 실제 해당 유닛에 포함되어 있는 영양 정보를 기존 영양성분표 오른쪽에 추가하여 표기해야 함 • 일일섭취량을 기준으로 일일 영양성분 기준치(%DV)를 표기해야 함 • 수출용 제품 라벨의 면적에 따라 영양성분표의 규정된 위치가 상이하므로 반드시 확인이 필요함
	7. 알레르겐 정보	• 영양성분표의 포맷이 다양하므로 제품의 크기나 라벨의 면적에 따라 적합한 포맷을 선택하여 사용 가능 • 주요 알레르기원은 다음과 같은 9가지 항목임 - 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	• 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 매실가공품 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 영어]

- ① CUT OR TEAR HERE
RESEALABLE
- ② Great Value
- ③ Pitted Prunes
- ④ A Fat Free Food
A Cholesterol Free Food
- ⑤ NET WT 8 OZ (226g)

[앞면 - 국문]

- ① 여기서 자르거나 찢으세요
재밀봉 가능
- ② 그레이트 밸류
- ③ 씨 없는 자두
- ④ 무지방 식품
콜레스테롤 무함유 식품
- ⑤ 순중량 8온스 (226g)

[뒷면 - 영어]

- ① BEST If Used By
Aug-25
PRODUCT OF USA
18242 12:45 ILP

[뒷면 - 국문]

- ① 최적 사용 기한
2025년 8월
미국산
18242 12:45 ILP

② Nutrition Facts about 6 servings per container Serving size about 5 prunes (40g) Amount per serving Calories 100 ③ % Daily Value* Total Fat 0g 0% Saturated Fat 0g 0% Trans Fat 0g Polyunsaturated Fat 0g Monounsaturated Fat 0g Cholesterol 0mg 0% Sodium 0mg 0% Total Carbohydrate 23g 8% Dietary Fiber 3g 11% Total Sugars 17g Includes 0g Added Sugars 0% Protein 1g Vitamin D 0mcg 0% Calcium 20mg 0% Iron 0.2mg 0% Potassium 290mg 6% ④ 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. ⑤ Calories per gram: Fat 9 Carbohydrate 4 Protein 4 ⑥ INGREDIENTS: PRUNES, POTASSIUM SORBATE (PRESERVATIVE) ⑦ DISTRIBUTED BY: Walmart Inc., Bentonville, AR 72716 ⑧ CAUTION: MAY CONTAIN PITS AND/OR PIT FRAGMENTS. ⑨ REFRIGERATE AFTER OPENING. ⑩ SOLD BY WEIGHT, NOT BY VOLUME. ⑪ Great Quality ⑫ Great Price. ⑬ Guaranteed.	② 영양 성분 약 6회 제공량 (용기당) 1회 제공량 약 5개 자두 (40g) 1회 제공량당 함량 칼로리 100 ③ % 일일 기준치* 총 지방 0g 0% 포화 지방 0g 0% 트랜스 지방 0g 다불포화 지방 0g 단일불포화 지방 0g 콜레스테롤 0mg 0% 나트륨 0mg 0% 총 탄수화물 23g 8% 식이섬유 3g 11% 총 당류 17g 첨가당 0g 0% 단백질 1g 비타민 D 0mcg 0% 칼슘 20mg 0% 철 0.2mg 0% 칼륨 290mg 6% ④ % 일일 기준치(DV)는 1회 제공량의 영양소가 일일 식단에 얼마나 기여하는지를 알려줍니다. 일반적인 영양 조언에는 하루 2,000칼로리를 사용합니다. ⑤ 그램당 칼로리: 지방 9 탄수화물 4 단백질 4 ⑥ 성분: 자두, 소르빈산칼륨 (보존제) ⑦ 배급사: Walmart Inc., Bentonville, AR 72716 ⑧ 주의: 씨 또는 씨 조각이 포함될 수 있습니다. ⑨ 개봉 후 냉장 보관하십시오. ⑩ 부피가 아닌 중량으로 판매됩니다. ⑪ 뛰어난 품질 ⑫ 뛰어난 가격. ⑬ 보장합니다.
--	--

- ⑭ Our guarantee is our promise that you'll be fully satisfied with the quality of every Great Value product.
- ⑮ If for any reason you aren't happy, we'll replace it or return your money.
- ⑯ Whichever you prefer.
- ⑰ All you need is the package.
- ⑱ It's that simple.
- ⑲ Guaranteed.
- ⑳ Tell us what you think...
1-877-505-2267 or online at
walmart.com/greatvalue
- ㉑ PLASTIC POUCH
how2recycle.info
1 94346 05938
457724

- ⑭ 저희의 보장은 모든 Great Value 제품의 품질에 완전히 만족하실 것이라는 약속입니다.
- ⑮ 어떤 이유로든 만족하지 않으시면, 제품을 교환해 드리거나 환불해 드리겠습니다.
- ⑯ 어느 쪽이든 상관없습니다.
- ⑰ 필요한 것은 포장지뿐입니다.
- ⑱ 아주 간단합니다.
- ⑲ 보장합니다.
- ㉑ 의견을 말씀해 주세요...
1-877-505-2267 또는
walmart.com/greatvalue에서 온라인으로
- ㉑ 플라스틱 포장
how2recycle.info
1 94346 05938
457724

4. 미국 매실가공품 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 ‘기타 농산가공품류’에 적용되는 식품첨가물 검색 시 총 331건을 발견했으며, 하기 표는 그중 일부를 다룸. 더욱 상세한 정보는 미국의 연방규정집(CFR) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.8] 미국 매실가공품 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	사용기준	식품 유형
1	사카린	Saccharin	1회 제공량 당 30mg 이하	가공식품
2	바셀린	Petrolatum	[활택제, 밀봉제(sealing agent), 광택제(polishing agent)] 탈수 과일과 채소의 0.02 %를 초과할 수 없음	건조 과채
3	지방산의 락틸 에스터	Lactylic Esters of Fatty Acids	[유화제, 가소제(plasticizers), 또는 계면활성제 surface-active agents)] 물리적, 기술적 효과를 위해 요구되는 양보다 크지 않게 사용	건조 과채
4	아스코르브산	Ascorbic Acid	[보존료, 강화제](GRAS ²¹): GMP ²²)에 따라 사용)	모든 식품
5	칼슘 알지네이트	Calcium Alginate	GRAS: [안정제, 증점제] 0.3% 이하	모든 식품
6	에리소르빈산	Erythrobinic Acid	GRAS[보존료]: GMP에 따라 사용	모든 식품
7	푸마르산철	Ferrous Fumarate	GRAS: [영양강화제] GMP에 따라 사용	모든 식품

자료: 미국 식품의약청(FDA), KATI농식품수출정보

21) ‘Generally Recognized as Safe’의 약자로, 미국 식품의약국(FDA)에서 식품 첨가물이나 성분이 안전하다고 판단될 때 사용하는 분류

22) ‘Good Manufacturing Practice’의 약자로, 의약품, 식품, 화장품 등의 생산 과정에서 제품의 품질을 보장하기 위한 일련의 규정과 기준을 포함

▶ 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. 하기 표는 미국 내 ‘기타 농산가공품류’에 적용되는 유해물질 검색 시 나오는 총 17건 중 일부를 다룸. 더욱 상세한 정보는 미국의 연방규정집(CFR) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.9] 미국 매실가공품 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
2	아피도피로펜	Afidopyropen	0.50ppm	건조 과채
3	톨펜피라드	Tolfenpyrad	4.0ppm	건조 과채

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. 비타민라이프(Vitaminlife)
2. 비타코스트(Vitacost)
3. 코스트코홀세일(Costco Wholesale)

Interview ①

23)

비타민라이프
(Vitaminlife)

- 유형: 수입/유통업체
- 업체 특징:
 - 다양한 건강 보조 식품, 비타민, 다이어트 약품, 애완동물 제품, 간식, 유아용품, 조미료, 가정용품, 개인 관리 및 화장품을 취급하는 수입/유통업체
 - 미국, 유럽, 아시아 등 여러 국가에 제품을 수출하고 있음

담당자 정보

Product Specialist

비타민라이프(Vitaminlife)
Product Specialist

Q. 현재 미국에서 변비 개선을 위한 천연 식품이나 건강 보조 식품에 대한 수요는 어떠한가요? 미국 시장에 발효 매실과 같은 유사한 제품이 있나요?

미국 내 소화 효소, 보충제 및 유사 제품 시장은 매우 크며, 다양한 목적에 맞는 소화 제품들이 많이 있습니다. 일반적인 소화 효소 제품 외에도 노인용, 어린이용, 유당 불내증을 겪는 사람들, 위산을 완화하는 씹는 약, 셀리악 환자를 위한 제품 등 다양한 제품을 찾을 수 있습니다. 자사 업체에서 소화 제품 중 가장 많이 판매되는 제품은 엔자이메디카(Enzymedica) 브랜드의 제품으로, 다양한 소화 보충제를 제공합니다. 현재 가장 인기 있는 제품은 엔자이메디카의 다이제스트 골드 워드 ATPro(Digest Gold with ATPro)로, 장 건강 활동을 증진시키고 다양한 효소를 혼합하여 강력한 효율성을 제공합니다.

Q. 미국 소비자들은 변비 증상이 있을 때 주로 어떤 음식을 섭취하나요? (천연 식품을 섭취하는지 약을 복용하는지 위주로 말씀해주세요.)

미국 소비자들이 섭취하는 음식이나 제품의 종류는 주로 개인의 선호와 필요에 따라 달라집니다. 소화 문제는 연령, 식단, 생활 방식에 따라 다르게 나타납니다. 노년층에서는 소화 불량에 심하지 않은 경우 위 상태를 완화하는 소화 차를 선호합니다. 다른 경우에는 효소나 프로바이오틱스와 같은 천연 성분을 기반으로 한 약물을 자주 섭취합니다.

Q. 현재 고객사 제품의 가격(5개: 10,000원대 / 30개: 60,000원대)이 미국 시장에서 경쟁력이 있다고 생각하시나요? 경쟁 제품의 평균 가격대는 얼마인가요?

현재 미국 시장에서 판매되는 소화 제품의 가격은 주로 브랜드보다는 제품의 양에 따라 결정되며, 대부분의 브랜드는 유사한 가격대를 유지하려고 합니다. 엔자이메디카 제품은 대부분 15달러(20,022원²⁴⁾~30달러(40,044원)로 가격이 책정되어 있으나 90정 이상이 들어 있는 경우 가격이 50달러(66,740원)에서 70달러(93,436원)까지 올라갈 수 있습니다. 전반적으로 고객사의 제품 가격은 미국에서 판매되는 소화 보충제의 평균 가격보다 높은 편입니다.

23) 사진 자료: 비타민라이프(Vitaminlife) 홈페이지

24) 1달러=1,334.80원(2024.09.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

Q. FDA 인증이 진행 중이라는 사실이 미국 소비자들에게 어떤 영향을 미칠 것이라고 생각하나요? FDA 외에 필요한 다른 인증이 있나요?

FDA 인증은 식품 및 의약품 관련 제품을 성공적으로 마케팅하고 판매하는 데 매우 중요합니다. 이는 소비자에게 제품이 철저히 테스트 되었으며 안전하게 섭취할 수 있음을 보장합니다. 의약품의 경우, FDA 승인 제품은 효능 역시 검증되었음을 의미합니다. FDA는 승인된 약물에 대해 전자 의약품 증명서(ePP)를 발급합니다. 결론적으로, 안전성과 효능은 미국 소비자들이 적절한 제품을 선택할 때 크게 영향을 미치는 주요 요인입니다.

Q. 제품에 한국산 원산지를 표기하는 것이 미국 소비자들에게 긍정적인 영향을 줄 것이라 생각하나요? 원산지 국가에 따라 제품 신뢰도나 선호도가 어떻게 달라지나요? 미국 소비자들이 선호하는 원산지 국가가 있나요?

미국 소비자의 절반 이상은 현지 제품을 선호하는데, 이는 현지 제품이 추가적인 수입세가 없어 일반적으로 저렴하고, 현지 비즈니스를 지원하고 싶어 하거나 미국산 제품이 수입 제품보다 안전하다고 믿기 때문입니다. 그럼에도 한국산 식품 및 기타 제품은 한류의 확산으로 인해 매년 미국에서 판매가 증가하고 있습니다. 이는 한국산 제품이 일반적으로 품질이 좋고, 맛이 뛰어나며, 정성스럽게 만들어진 것으로 알려져 있기 때문입니다.

Q. 고객사 제품 수출 시 오프라인 시장에 진출하기 위해 어떤 유통채널이 가장 적합하며 그 이유는 무엇인가요?

소화 보충제나 프로바이오틱스는 오프라인과 온라인에서 모두 쉽게 구할 수 있는 제품입니다. 기본 소화 보충제 제품은 코스트코(Costco), 월마트(Walmart), 타겟(Target) 등 대형 프랜차이즈 슈퍼마켓과 세븐일레븐, 씨클 K(Circle K) 같은 일부 편의점에서도 찾을 수 있습니다. 오프라인 유통채널은 소비자들과 직접적인 소통이 가능하며, 교외 지역이나 주유소처럼 유동 인구가 많은 곳에서 매우 유리할 수 있습니다. 하지만 온라인 유통 방식보다 비용이 더 많이 들 수 있다는 점도 고려해야 합니다.

**Q. 고객사 제품을 미국에서 홍보할 때 어떤 채널과 홍보 방법이 효과적일까요?
구체적인 키워드, 광고 채널 또는 성공 사례를 제시해 주세요.**

온라인과 오프라인 홍보 방법 모두 미국에서 효과적인 마케팅 수단입니다. 온라인 홍보는 원하는 대상을 쉽게 공략할 수 있는 장점이 있습니다. 고객사의 타겟층은 30대에서 40대의 여성이며, 이 연령대는 소셜 미디어를 통해 특정 제품에 대한 리뷰와 조언을 찾는 경향이 있습니다. 또한, 특정 타겟층에게 제품 광고를 보여주어 목표 소비자를 선택적으로 공략할 수도 있습니다. 브랜드 엔자이메디카의 성공 사례는 고객에게 최고의 제품 효율성을 제공하면서, 제품의 성분이 정직하다는 점을 강조한 데 있습니다. 특히, ‘항상 깨끗함, 순도 테스트 완료, 지속 가능’이라는 슬로건을 통해 고품질 성분을 사용한다는 점을 내세워 잠재 고객의 신뢰를 얻고자 했습니다. 엔자이메디카는 자사 웹사이트에서 소화 퀴즈를 제공하여, 고객이 적절한 제품을 더 쉽게 찾을 수 있도록 돕고 있습니다.

Interview ②

25)



비타코스트(Vitacost) Online Sales

비타코스트 (Vitacost)

- 유형: 수입/유통업체
- 업체 특징:
 - 1994년에 설립된 수입/유통업체로 다양한 건강 보조 식품, 비타민, 다이어트 약품, 애완동물 제품, 간식, 유아용품, 조미료, 가정용품, 개인 관리 및 화장품을 취급하고 있음
 - 미국, 유럽, 아시아 지역에 유통하고 있음

담당자 정보

Online Sales

Q. 현재 미국에서 변비 개선을 위한 천연 식품이나 건강 보조 식품에 대한 수요는 어떠한가요? 미국 시장에 발효 매실과 같은 유사한 제품이 있나요?

비타코스트(Vitacost)는 다양한 소화 보조제를 제공하고 있으며, 이들은 성분의 종류, 강도, 프로바이오틱 효능, 제공량, 맛에 따라 구분됩니다. 웹사이트에 소화 보조제의 수가 많기 때문에, 많은 고객들이 특정 소화 보조제나 프로바이오틱에 정착하지 않고 항상 자신에게 가장 적합한 제품을 선택하려고 합니다. 인기 제품인 가든오브라이프(Garden of Life)의 프리멀 디펜스 울트라 프로바이오틱 포뮬러(Primal Defense Ultra Probiotic Formula)는 장 기능을 개선하고 영양소의 흡수와 동화를 높이는 천연 성분 옵션을 제공합니다. 이 제품은 채식주의자와 셀리악 환자에게 특히 인기가 있습니다. 또 다른 인기 제품은 뉴트리션 나우(Nutrition Now)의 PB8 프로바이오틱(PB8 Probiotic)으로, 소화를 돕고 질병을 유발하는 박테리아를 억제할 수 있는 락토바실러스 박테리아를 함유하고 있습니다. 이 제품은 일반 버전과 채식 버전으로 판매됩니다.

Q. 미국 소비자들은 변비 증상이 있을 때 주로 어떤 음식을 섭취하나요? (천연 식품을 섭취하는지 약을 복용하는지 위주로 말씀해주세요.)

최근 몇 년 동안 소화 프로바이오틱스나 효소에 대한 인식이 급격히 증가하여, 미국에서는 과거보다 소화제를 더 많이 섭취하는 경향이 있습니다. 일부는 장 운동을 개선하는 천연 식품이나 음료(과일, 채소, 차 등)도 여전히 섭취하지만, 대부분의 사람들은 소화제가 더 효과적이고 빠른 결과를 제공한다고 생각합니다.

Q. 현재 고객사 제품의 가격(5개: 10,000원대 / 30개: 60,000원대)이 미국 시장에서 경쟁력이 있다고 생각하시나요? 경쟁 제품의 평균 가격대는 얼마인가요?

시장에서 가장 인기 있는 소화 제품의 가격을 비교해 보면, 눈에 띄는 가격 차이가 있습니다. 가든오브라이프의 제품은 180정에 74.29달러(99,162원)이며, 뉴트리션 나우의 제품은 120캡슐에 15.89달러(21,210원)이며 채식 버전은 16.09달러(21,477원)입니다. 두 제품 모두 높은 평가를 받고 있으며, 가격 차이는 브랜드의 인지도, 사용 성분, GMO 인증 때문입니다. 고객사의 제품은 비타코스트에서 판매되는 다른 소화 보조제의 평균 가격대입니다.

Q. FDA 인증이 진행 중이라는 사실이 미국 소비자들에게 어떤 영향을 미칠 것이라고 생각하나요? FDA 외에 필요한 다른 인증이 있나요?

FDA 인증은 제품의 안전성과 품질, 정확한 라벨링, 적절한 제조를 보장합니다. FDA는 미국 소비자의 구매 결정에 영향을 미치는 중요한 요소이며, 미국에서 제품을 성공적으로 판매할 수 있는 가능성에 영향을 미칩니다. FDA 준수는 수입 제품이 미국에서 상업적으로 판매되기 위해 현지 규정을 준수하고 있음을 보여주는 필수 요소입니다. 이러한 규정을 충족하지 못하면 제품 수입 금지 및 법적 제재를 받을 수 있습니다. 비유전자변형, 비건 등의 추가 인증은 제품의 판매에 유리한 요소이지만 필수는 아닙니다.

Q. 제품에 한국산 원산지를 표기하는 것이 미국 소비자들에게 긍정적인 영향을 줄 것이라 생각하나요? 원산지 국가에 따라 제품 신뢰도나 선호도가 어떻게 달라지나요? 미국 소비자들이 선호하는 원산지 국가가 있나요?

미국 소비자들은 미국이나 캐나다에서 제조된 제품을 선호합니다. 실제로 비타코스트에서 판매되는 많은 소화 보조제는 해당 국가에서 제조됩니다. 또한, 유럽에서 제조한 소화 보조제 브랜드도 있으며, 아시아에서 제조한 제품은 매우 적습니다. 한국산 소화 보조제의 시장은 아직 작지만, 의약 목적으로 사용되는 제품 중 한국 인삼 제품은 미국 소비자들 사이에서 매우 인기가 있습니다.

Q. 고객사 제품 수출 시 오프라인 시장에 진출하기 위해 어떤 유통채널이 가장 적합하며 그 이유는 무엇인가요?

고객사 제품에 적합한 오프라인 유통채널로는 전통적인 슈퍼마켓인 크로거(Kroger), 월마트, 타겟, 알디(Aldi)가 있습니다. 이러한 슈퍼마켓은 다양한 제품을 제공하므로, 간단한 장보기나 독특한 제품을 찾기 위해 방문하는 고객이 많습니다. 종종 고객들은 슈퍼마켓의 제품 배치 전략으로 계획에 없던 상품을 구매할 때도 있습니다. 제품 배치 전략은 고객이 제품에 대해 알 수 있도록 하여 더 많이 제품을 노출시킬 수 있습니다.

Q. 고객사 제품을 미국에서 홍보할 때 어떤 채널과 홍보 방법이 효과적일까요? 구체적인 키워드, 광고 채널 또는 성공 사례를 제시해 주세요.

미국에서 제품을 홍보하는 좋은 방법은 네트워킹과 소셜 활동입니다. 특히 특정 질병과 건강 문제에 대한 인식을 높이기 위한 네트워킹 이벤트가 많이 있습니다. 그 중 소화기 질환 위크(Digestive Disease Week) 행사에서 위장병학 분야의 전문가들이 모여 새로운 기술과 의약품을 홍보합니다. 간접적인 마케팅 방법으로는 아마존(Amazon)과 같은 온라인 플랫폼에서의 홍보가 제품 가시성을 높일 수 있습니다. 또한, 사람들은 특정 유형의 제품을 다루는 웹사이트를 신뢰하므로 비타코스트와 같은 건강 제품만 판매하는 웹사이트가 효과적입니다. 비타코스트는 한정 할인 행사와 프로모션 코드를 제공하여 고객을 유치합니다. 프로모션 코드는 새로운 제품에 대한 고객의 관심을 끌기 위해 매우 좋은 방법입니다.

Interview ③

26)



코스트코홀세일
(Costco Wholesale)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 1983년에 설립된 유통업체로 다양한 식료품, 전자제품, 의류 등 다양한 품목을 취급하고 있음
 - 미국, 유럽, 아시아 등 여러 국가에 유통망을 보유하고 있음

담당자 정보

Product Agent

코스트코홀세일(Costco Wholesale) Product Agent

Q. 현재 미국에서 변비 개선을 위한 천연 식품이나 건강 보조 식품에 대한 수요는 어떠한가요? 미국 시장에 발효 매실과 같은 유사한 제품이 있나요?

미국은 소화 보조제에 대한 수요가 크게 증가하고 있습니다. 몇 년 전만 해도 사람들은 주로 민간요법에 의존했지만, 요즘은 소화 프로바이오틱스나 효소를 선호합니다. 코스트코(Costco)에서는 슈프 다이제스티브 어드벤처 프로바이오틱(Schiff Digestive Advantage Probiotic)과 트루네이처 어드밴스드 다이제스티브 프로바이오틱(Trunature Advanced Digestive Probiotic)이 가장 인기 있는 제품입니다. 두 제품 모두 글루텐과 유제품이 포함되지 않아 식이 제한이 있는 사람들에게도 적합합니다.

Q. 미국 소비자들은 변비 증상이 있을 때 주로 어떤 음식을 섭취하나요? (천연 식품을 섭취하는지 약을 복용하는지 위주로 말씀해주세요.)

변비 문제의 해결책은 소비자의 나이, 생활 방식, 활동 수준에 따라 다릅니다. 농촌 지역에 거주하거나 나이 든 사람들은 주로 생강이나 페퍼민트와 같이 전통적으로 소화로 도움이 되는 차를 주로 마십니다. 반면 젊은 세대는 천연식품보다 약국이나 온라인에서 의약품 찾는 경향이 있으며, 이 방법이 더 효과적일 것이라고 생각합니다.

Q. 현재 고객사 제품의 가격(5개: 10,000원대 / 30개: 60,000원대)이 미국 시장에서 경쟁력이 있다고 생각하시나요? 경쟁 제품의 평균 가격대는 얼마인가요?

코스트코 제품은 대량 구매가 가능하고 가격이 저렴하기 때문에, 고객사의 제품은 다른 소화 프로바이오틱스와 경쟁하기 어려울 수 있습니다. 예를 들어, 슈프 다이제스티브 어드벤처 프로바이오틱스는 120개 젤리 형태로 24.99달러(33,357원), 트루네이처 어드밴스드 다이제스티브 프로바이오틱스는 100개 캡슐 형태로 19.99달러(26,683원)에 판매되고 있습니다.

Q. 제품에 한국산 원산지를 표기하는 것이 미국 소비자들에게 긍정적인 영향을 줄 것이라 생각하나요? 원산지 국가에 따라 제품 신뢰도나 선호도가 어떻게 달라지나요? 미국 소비자들이 선호하는 원산지 국가가 있나요?

미국산 제품은 일반적으로 원산지가 표시되지 않는 경우가 많으며, 주로 수입 제품에 원산지가 표시되어 있습니다. 한국 브랜드는 고품질의 기술 제품, 트렌디한 패션, 화장품 및 식품으로 전 세계적으로 유명합니다. 따라서, 지난 몇 년 동안 미국에서 한국산 제품의 인지도는 크게 증가했으며, 특정 브랜드를 한국과 연관 지어 구매하는 경우가 있습니다. 기성세대는 여전히 현지 제품이나 미국산 제품을 선호하는 반면, 젊은 세대는 한국 제품에 대한 호기심을 보이고 있습니다.

Q. 고객사 제품 수출 시 오프라인 시장에 진출하기 위해 어떤 유통채널이 가장 적합하며 그 이유는 무엇인가요?

오프라인 유통 채널은 충성도가 높은 고객층이 있지만, 마케팅 측면에서 매우 제한적일 수 있습니다. 특정 고객층에게 직접 접근하기 위해 CVS와 같은 드럭스토어나 코스트코와 같은 슈퍼마켓을 이용하는 것이 효과적일 수 있지만, 소셜 미디어를 활용하면 원하는 고객에게 더 쉽게 다가갈 수 있습니다.

Q. 고객사 제품을 미국에서 홍보할 때 어떤 채널과 홍보 방법이 효과적일까요? 구체적인 키워드, 광고 채널 또는 성공 사례를 제시해 주세요.

타겟 고객을 잘 이해하는 것이 제품 마케팅의 성공적인 시작입니다. 주요 타겟 고객은 위치, 생활 방식, 직업과 같은 요소에 따라 세분화될 수 있습니다. 인구 통계 보고서를 활용하여 특정 지역에서 제품을 홍보하고 오프라인 또는 온라인 마케팅 전략을 수립할 때 유용할 수 있습니다. 고객의 필요를 더 잘 알수록 그들에게 어필하는 방법을 찾기가 더 쉽습니다. 또한, 천연 성분과 각 성분의 이점을 강조하여 소비자를 교육하는 것이 중요합니다. 많은 고객은 자신이 섭취하는 것이 무엇이며, 특정 성분이 신체에 어떤 영향을 미칠 수 있는지 알고 싶어합니다. 이러한 정보는 유동 인구가 많은 지역에서 오프라인 설문조사나 온라인 플랫폼 및 웹사이트를 통해 수집할 수 있습니다. 코스트코에서 성공적인 고객 라인을 보유한 소화 프로바이오틱 브랜드인 쉬프는 제품의 이점을 잘 설명할 뿐만 아니라 개인 건강에 관한 페이지도 운영하고 있습니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the Processed & Frozen Fruits market - United States', 2024.09
2. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the Digestives & Intestinal Remedies market - United States', 2024.09
3. 야후파이낸스(Yahoo!Finance), 'Prunes market size & share analysis - growth trend & forecasts(2023 - 2028)', 2023.08
4. 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in the U.S. as of June 2024', 2024.08
5. 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in South Korea as of June 2024', 2024.08
6. aT한국농수산물유통공사, '농식품 해외인증&등록정보 종합가이드', 2023
7. aT한국농수산물유통공사, '2023 농식품 국가 수출정보 미국', 2023
8. KATI농식품수출정보, '미국 라벨링 규정 준수 가이드', 2020
9. KATI농식품수출정보, '미국 식품첨가물 및 유해물질 규정 해설집', 2023

■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
4. 야후파이낸스(Yahoo!Finance) (www.finance.yahoo.com)
5. ITC(International Trade Centre) (www.trademap.org)
6. 아마존(Amazon) (amazon.com)
7. 쿠팡(Coupang) (www.coupang.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. 지엔씨(GNC) (www.gnc.com)
17. 에이치마트(Hmart) (www.hmart.com)
18. 이터뉴욕(Eater New York) (www.ny.eater.com)
19. 시밀러웹(Similarweb) (www.similarweb.com)
20. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
21. 통합무역정보서비스 (tradenavi.or.kr)
22. KOTRA 대한무역투자진흥공사 (https://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. 수산물수출정보포털 (www.kfishinfo.co.kr)
28. 미국 관세국경보호청(CBP) (www.cbp.gov)
29. 미국 식품의약청(FDA) (www.fda.gov)
30. 미국 농무부(USDA) (acir.aphis.usda.gov)
31. 미국 환경보호청(EPA) (www.epa.gov/pesticides)
32. 비타민라이프(Vitaminlife) (vitaminlife.com)
33. 비타코스트(Vitacost) (vitacost.com)
34. 코스트코홀세일(Costco Wholesale) (costco.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 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