

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202410-26

품목 | 액상차(Liquid Tea)

HS CODE | 2106.90-9099

국가 | 미국(U.S.A)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 미국 차 시장규모	06
2. 미국 즉석차 시장규모	07
3. 미국 액상차 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 미국 액상차 제품 키워드 1위: '녹차'	11
2. 홍보문구 키워드 1위: '유기농'	12
3. 미국 액상차 패키징 키워드 1위: '팩'	13

IV. 유통채널

1. 미국 액상차 유통채널 점유율	
2. 미국 액상차 주요 유통채널	



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. 미국 액상차 통관 및 검역 절차	23
2. 미국 액상차 품질 인증	25
3. 미국 액상차 라벨링	30
4. 미국 액상차 성분 및 유해물질	35

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 스프라우츠파머즈마켓(Sprouts Farmers Market)	30
2. 에이치마트(H Mart)	42
3. 라이트에이드(Rite Aid)	44

※ 참고문헌	46
--------	----





HS CODE : 2106.90-9099

2024 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

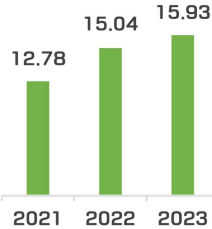
SUMMARY

미국 액상차 시장

시장 현황

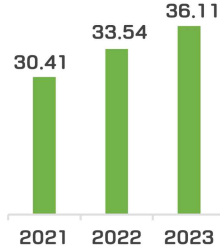
차 시장규모

단위 : 십억 달러



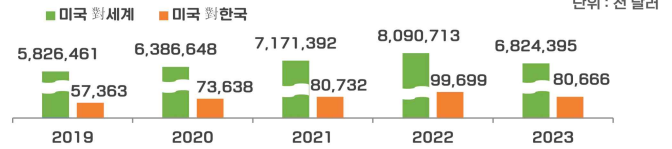
즉석차 시장규모

단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2106.90 기준)



국가별 수입규모



시장 트렌드



* 미국 아마존 액상차 357건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
한-미 FTA 협정세율 0%

사전 준비
특혜세율 혜택 수혜 시
원산지증명서 발급 必
AEO 등록 시 통관 혜택 多

관장 인증



유의사항

라벨 필수 표기사항
제품명, 순중량, 제조자,
유통업체 정보, 포장업체, 성분
목록, 알레르겐 성분, 영양성분,
원산지 등

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

주요 소비층 유기농 제품을 선호하고 건강을 중시하는 소비자들과 아시아계 소비자층이 주요 소비층임
시장성 미국 내 건강 액상차는 아직 주요 트렌드로 자리 잡지 않았으나 지역별 소비자 트렌드와 유기농 제품에 대한 관심을 고려할 때 점진적인 성장 가능성이 있음. 특히, 건강 효능을 중심으로 제품을 홍보하면 새로운 시장을 개척할 수 있을 것으로 기대됨

Point 02.

패키징 농축 스틱 형태의 포장은 휴대성과 편리함 측면에서 긍정적인 반응을 얻을 수 있으나, 미국 소비자들에게는 익숙하지 않을 수 있음
유통채널 라이트에이드와 같은 드럭스토어를 통해 제품의 신뢰도를 높일 수 있으며, 대형 아시아 슈퍼마켓에 입점하여 아시아계 소비자층의 접근성을 높일 수 있음. 그 외 유기농 매장을 통해 건강 및 유기농 제품을 찾는 소비자를 타겟으로 하여 진출하는 것을 권장함

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 미국 차 시장규모
2. 미국 즉석차 시장규모
3. 미국 액상차 수입규모

1. 미국 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 차 시장규모 20.8조 원²⁾³⁾⁴⁾

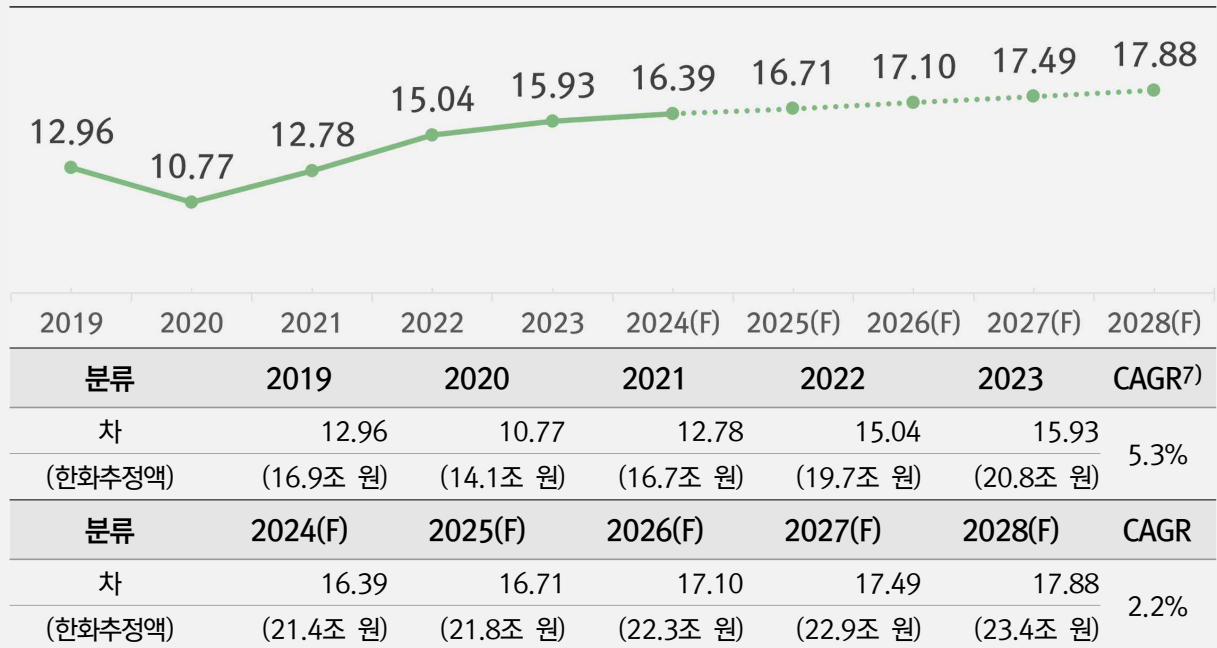
미국의 차 시장규모는 2023년 기준 20.8조 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 5.3%씩 증가한 수치임. 2020년 코로나19로 인해 시장이 크게 위축되기도 하였으나, 이후 빠르게 회복함. 미국의 차 시장은 같은 해 0.6조 원 규모로 집계된 한국 차 시장의 약 35배 수준의 규모를 가진 것으로 확인됨

▶ 미국 차 시장, 향후 연평균 2.2% 성장 전망

미국의 차 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 2.2%씩 성장하여 2028년에는 23.4조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 이러한 성장세 둔화 예측에는 시장이 2020년 코로나19 역성장으로 인한 반등을 마무리하고 다소 둔화된 성장세를 보였다는 사실이 주요하게 반영된 것으로 보임

[표 2.1] 미국 차 시장규모⁵⁾⁶⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스탯ISTA(Statista)

1) 자료: 외교부 홈페이지

2) 자료: 스탯ISTA(Statista), 'Tea - United States', 2024.10

3) 스탯ISTA에 따르면, '차(Tea)'는 티백이나 잎차 형태로 판매되는 홍차, 녹차, 마테차를 포함함

4) 조사제품 '액상차'의 제품 유형을 고려해 '차'와 '즉석차(Ready-to-Drink (RTD) Tea)'의 시장규모를 각각 조사함

5) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

6) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

7) 연평균 성장률(CAGR): 수년 동안의 성장률을 매년 일정한 성장률을 지속한다고 가정하여 평균 성장률을 환산한 것

2. 미국 즉석차 시장규모

▶ 미국 2023년 즉석차 시장규모 47.2조 원⁸⁾⁹⁾

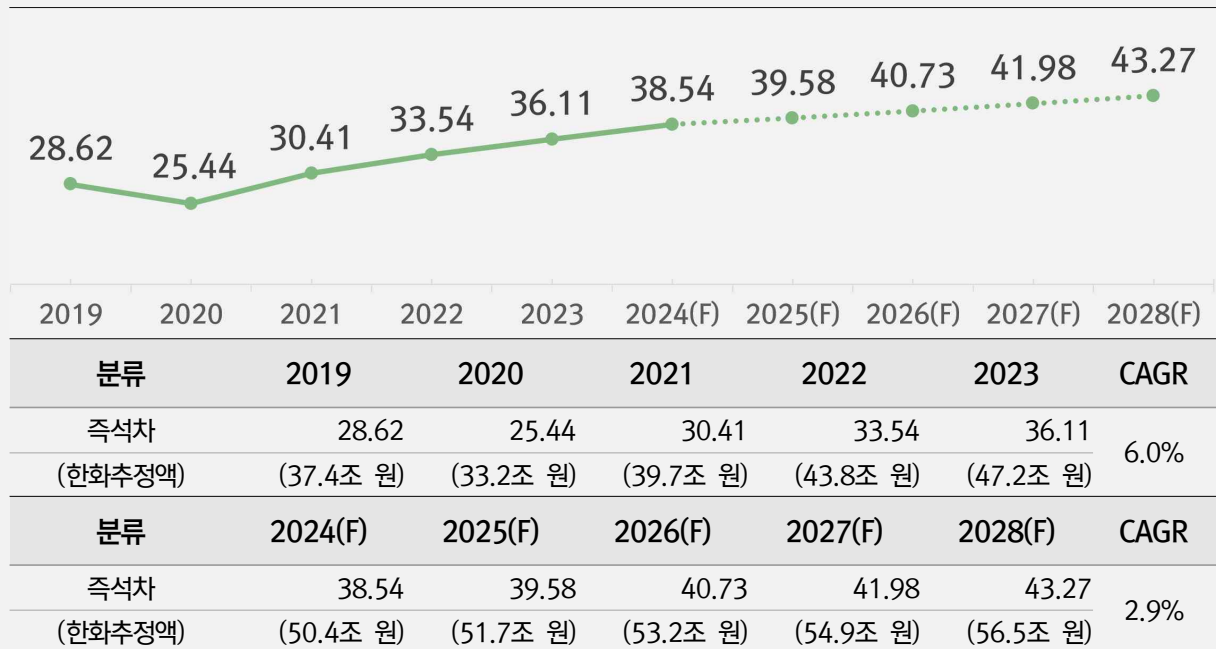
2023년 기준 미국의 즉석차 시장규모는 47.2조 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 6.0%씩 증가한 수치임. 티백이나 앞차 형태로 유통되는 차 시장보다 음료 형태로 유통되는 즉석차 시장이 미국 내에서 두 배 이상 큰 규모를 가진 것으로 나타남. 미국의 즉석차 시장은 같은 해 1.2조 원 규모로 집계된 한국의 즉석차 시장의 약 40배 수준으로 확인됨

▶ 미국 즉석차 시장, 향후 연평균 2.9% 성장 전망

미국의 즉석차 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 2.9%씩 성장하여 2028년에는 56.5조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 미국의 즉석차 시장 또한 차 시장과 마찬가지로 2020년 역성장을 경험한 이후 빠르게 회복 및 성장하는 양상이 나타났으며, 이후 연평균 3%대의 안정적 성장이 이어질 것으로 전망됨

[표 2.2] 미국 즉석차 시장규모

단위 : 십억 달러



자료: 스탯티스타(Statista)

8) 자료: 스탯티스타(Statista), 'Ready-to-Drink (RTD) Tea - United States', 2024.10

9) 스탯티스타에 따르면, '즉석차(Ready-to-Drink (RTD) Tea)'는 액상으로 포장되어 즉시 섭취 가능한 다양한 차 음료를 포함함

3. 미국 액상차 수입규모

HS CODE 2106.90

해당 장에서 조사제품 액상차는 HS CODE 2106.90으로 분류됨. HS CODE 제2106호의 품명은 '따로 분류되지 않은 조제 식료품'이며, HS CODE 2106.90의 품명은 '기타'로 확인됨

▶ HS CODE 2106.90 미국의 對글로벌 수입액, 8.9조 원

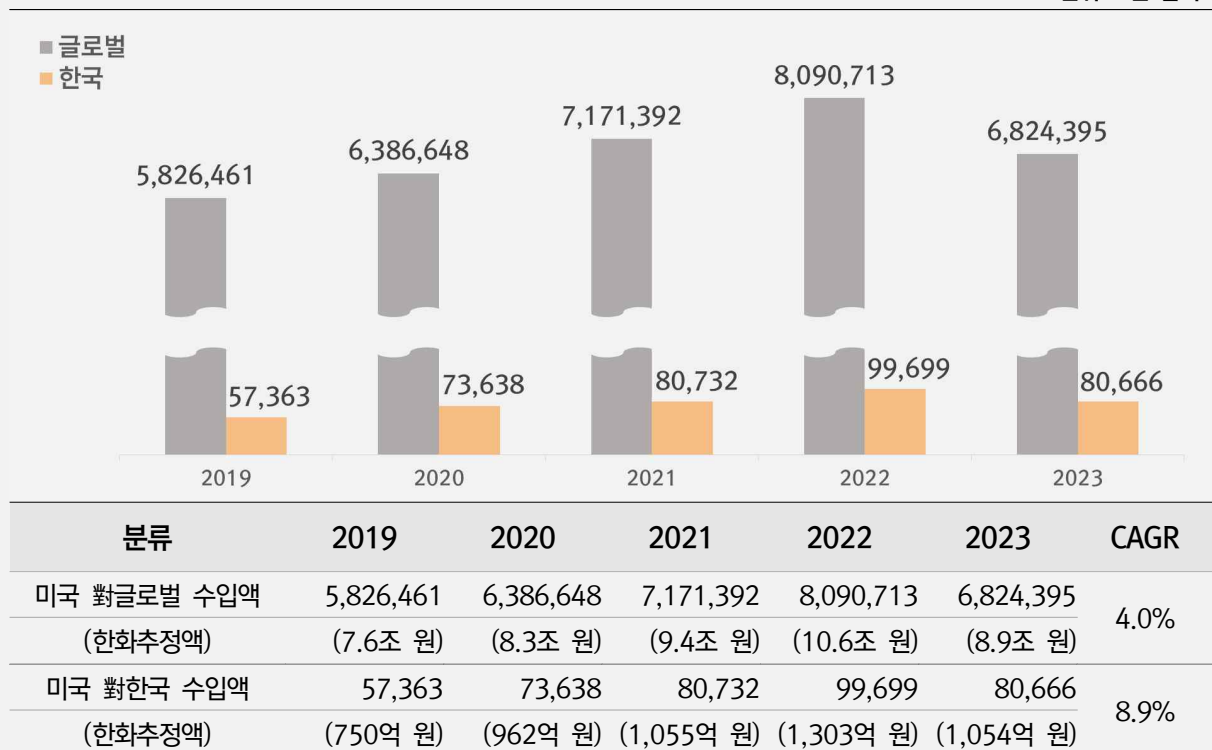
2023년 기준 HS CODE 2106.90 품목에 대한 미국의 對글로벌 수입액은 8.9조 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 미국의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년)간 연평균 4.0%씩 증가함. 2022년까지는 수입의 증가세가 뚜렷했으나, 2023년 전년 대비 16%의 수입액 감소가 나타난 것으로 확인됨

▶ HS CODE 2106.90 미국의 對한국 수입액, 글로벌 13위

2023년 기준 해당 품목에 대한 미국의 對한국 수입액은 1,054억 원으로 집계되었으며, 이는 글로벌 13위에 해당하는 수치임. 해당 품목에 대한 미국의 對한국 수입액은 지난 5년(2019-23년)간 연평균 8.9%씩 증가함. 한편, 해당 품목에 대한 미국의 국가별 수입액은 2023년 기준 1위 싱가포르(4조 원), 2위 캐나다(1.3조 원), 3위 중국(4,684억 원) 순으로 확인되어, 아시아 해운의 허브 역할을 담당하는 싱가포르로부터의 수입이 특히 활발한 것으로 나타남

[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 액상차 제품 키워드 1위: '녹차'
2. 홍보문구 키워드 1위: '유기농'
3. 미국 액상차 패키징 키워드 1위: '팩'
4. 미국 소화음료, '캔' 패키징 최다 빈출

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 미국 온라인 쇼핑몰 입점 액상차

- 데이터 수집 키워드 : Healthy Liquid Tea(건강 액상차)
- 데이터 수집량 : 357건
- 데이터 수집원 : 미국 온라인 쇼핑몰 아마존(Amazon)

▶ 미국 온라인 쇼핑몰 입점 액상차 특징 분석

- 데이터 분석 항목
① 제품 ② 홍보문구 ③ 패키징

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
제품	녹차	Green Tea	79	디톡스차	Detox Tea	12
	허브차	Herbal Tea	41	우롱차	Oolong Tea	11
	아이스티	Iced Tea	34	백차	White Tea	5
	홍차	Black Tea	32	무가당차	Unsweetened Tea	4
	콤부차	Kombucha	14	황차	Yellow Tea	1
홍보문구	유기농	Organic	126	코셔	Kosher	36
	천연	Natural	102	제로칼로리	Zero Calories	20
	비건	Vegan	82	에너지	Energy	18
	글루텐 프리	Gluten Free	73	소화	Digestion	9
	Non GMO	Non Gmo	58	면역력	Immunity	7
	건강	Healthy	41	스트레스	Stress	3
패키징	팩	Pack	127	6개입	Pack Of 6	7
	병	Bottle	27	파우치	Pouch	6
	캔	Can	25	18.5oz	18.5 fl oz	6
	2oz	2 fl oz	34	티백 18개	18 Tea Bags	4
	12개입	Pack Of 12	25	티백 25개	25 Tea Bags	4
	상자	Box	11	1.62oz	1.62 oz	3
	티백 16개	16 Tea Bags	9	(-)	(-)	(-)

1. 미국 액상차 제품 키워드 1위: ‘녹차’

▶ 미국, ‘녹차’, ‘허브차’ 등 물 대용 음료 인기

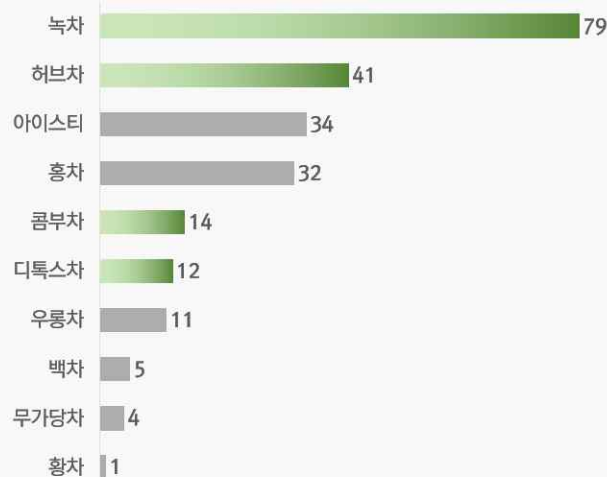
- 미국 액상차 시장에서 제품 관련 키워드 중 ‘녹차’가 빈도수 79건으로 가장 많이 도출됨. ‘허브차’는 41건으로 그 뒤를 이음
- 미국은 탄산이나 주스 등 기존 시장 강자들의 인기가 줄고 생수나 물 대용 음료가 인기인 것으로 알려짐. 일부 전문가들은 건강에 대한 소비자들의 관심이 높아진 것을 원인으로 꼽고 있음¹⁰⁾

▶ 해독에 도움 주는 ‘콤부차’, ‘디톡스차’ 빈출

- 이외에도 ‘콤부차’, ‘디톡스차’가 각각 14건, 12건으로 해독 효과에 도움을 주는 것으로 알려진 제품들이 빈출됨
- 또한, ‘아이스티’, ‘홍차’ 등 주로 여름철 커피 대체 음료로 알려진 제품들도 다수 확인됨

녹차		허브차		콤부차	
					
제품명	퓨어앤스무드 녹차 (Pure & Smooth Green Tea)	제품명	에시아크 허브차 (Essiac Herbal Tea)	제품명	무설탕 콤부차 (Kombucha No Sugar)
브랜드	티스티(Teas' Tea)	브랜드	오가나(Organa)	브랜드	리뉴액티브(Liquid Remedy)
용량	16.9oz * 12캔	용량	940ml	용량	250ml * 8캔
가격	16.87달러(22,047원 ¹¹⁾)	가격	35.00달러(45,742원)	가격	45.99달러(60,104원)

[표 3.1] 미국 판매 액상차 제품 관련 키워드



자료: 미국 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘액상차’ 관련 게시물 357건 분석

10) 기획재정부 네이버포스트, ‘변화하고 있는 RTD 액상차 시장’, ‘2020.10’

11) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 홍보문구 키워드 1위 ‘유기농’

▶ 액상차 홍보문구, 친환경 원료 사용 강조

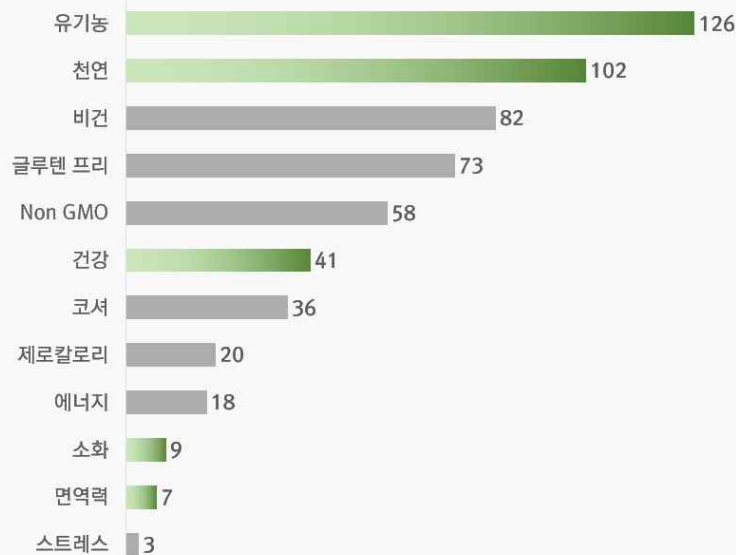
- 현지 온라인 몰에서 판매 중인 미국 액상차 홍보문구 관련 키워드 중 ‘유기농’이 126건으로 가장 많이 도출됨
- 비슷한 의미를 지닌 ‘천연’은 빈도수 102건 발견됨. 이는 친환경적인 자연 원료를 사용하는 제품을 선호하는 트렌드를 반영한 것으로 분석됨

▶ 인삼 추출물 등 혼합한 기능성 제품 확인

- 특히, ‘건강’, ‘소화’, ‘면역력’ 등의 홍보문구를 사용하는 제품 확인 결과, 인삼 추출물, 프로바이오틱 등을 혼합한 기능성 제품들이 확인됨
- 또한, ‘비건’, ‘글루텐 프리’, ‘코셔’가 각 82건, 73건, 36건으로 특정 식단을 따르는 소비자들을 타겟으로 할 수 있는 키워드도 빈출됨

유기농		천연		건강	
					
제품명	녹차 액상 추출물 (Green Tea Liquid Extract)	제품명	강황 라떼 추출물 (Turmeric Latte Extract)	제품명	꿀과 인삼을 넣은 녹차 (Green Tea with Honey and Ginseng)
브랜드	허브팜(Herb Pharm)	브랜드	스파이스드롭(Spice Drop)	브랜드	하프데이(Halfday)
용량	30ml	용량	0.17oz	용량	355ml * 12캔
가격	16.36달러(21,381원)	가격	11.99달러(15,670원)	가격	31.94(41,742원)

[표 3.2] 미국 판매 액상차 홍보문구 관련 키워드



자료: 미국 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘액상차’ 관련 게시글 357건 분석

3. 미국 액상차 패키지 키워드 1위: ‘팩’

▶ 패키지 키워드, ‘팩’이 1위

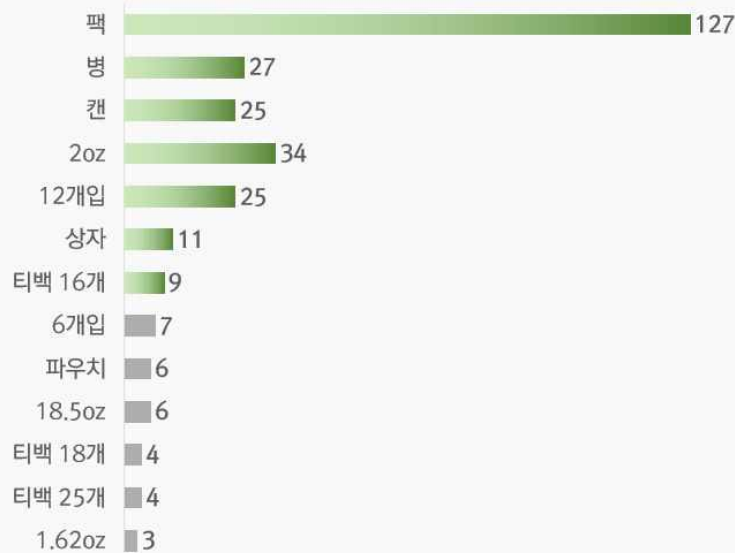
- 미국 액상차 제품의 패키지 관련 키워드 중 ‘팩’이 빈도 127건으로 1위를 차지하며, 다양한 액상차 제품이 ‘팩’ 형태로 판매됨을 확인함
- 다음으로, ‘병’ 27건, ‘캔’ 25건, ‘상자’ 11건으로 다양한 패키지 형태가 등장함

▶ 중량 키워드, ‘2oz’가 1위

- 중량 관련 키워드로는 소용량인 ‘2oz’가 34건으로 최다 빈출되었으며, 뒤를 이어 ‘18.5oz’가 6건 발견됨
- 이 외에도, ‘12개입’, ‘티백 16개’ 등의 다양한 키워드가 확인됨

팩		병		2oz	
					
제품명	리얼 과일 퓨레 믹스 (Real Fruit Purée Mix)	제품명	허브차, E블렌드 (Herbal Tea, 'E' Blend)	제품명	녹차 잎 추출물 (Green Tea Leaf Extract)
브랜드	프루베믹스(Frubemix)	브랜드	뉴데이헬스(New Day Health)	브랜드	인바이트헬스(Invite Health)
용량	50g * 10팩	용량	946ml	용량	2oz
가격	17.99달러(23,511원)	가격	35.94달러(46,970원)	가격	26.96달러(35,234원)

[표 3.3] 미국 판매 액상차 패키지 관련 키워드



자료: 미국 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘액상차’ 관련 게시물 357건 분석

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



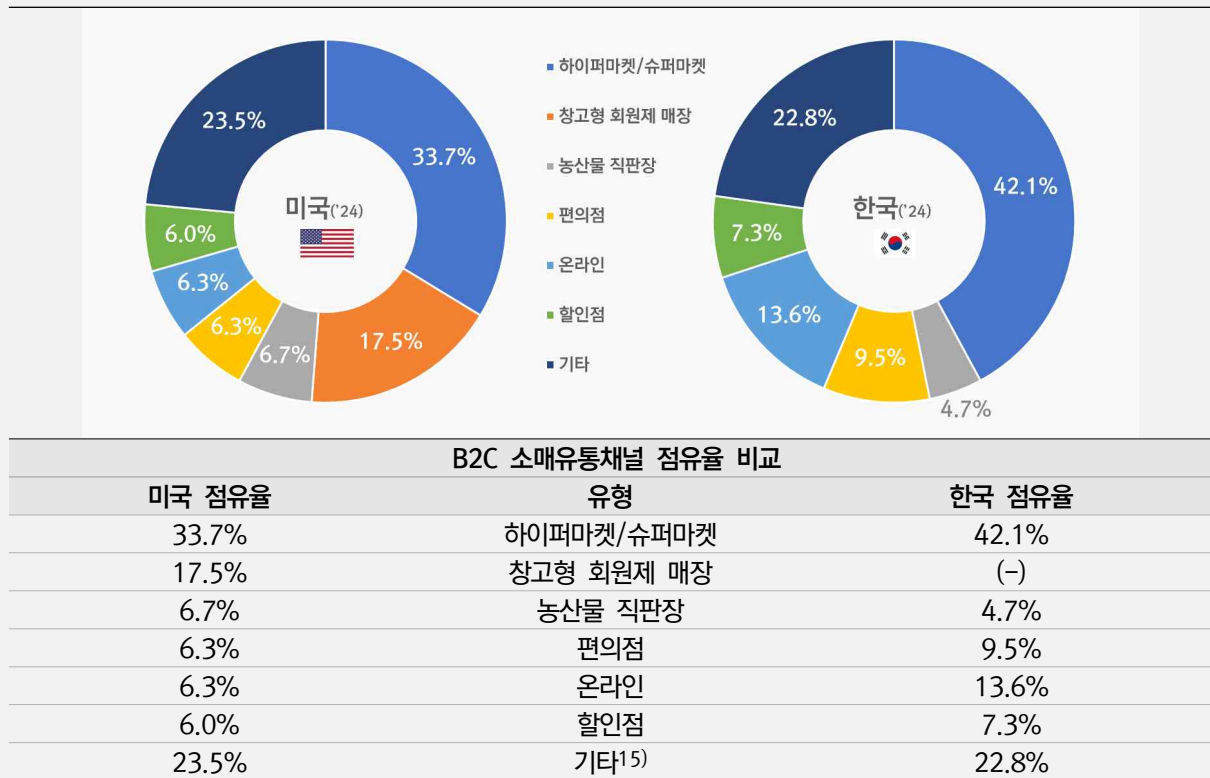
1. 미국 액상차 유통채널 점유율
2. 미국 액상차 주요 유통채널

1. 미국 액상차 유통채널 점유율

▶ 미국 식료품 유통채널, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 1위

2024년 기준 미국 내 액상차를 비롯한 식료품 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 33.7%로 가장 높은 점유율을 보였음. 2위는 23.5%의 ‘기타’, 3위는 미국의 고유한 유통채널인 17.5%의 ‘창고형 회원제 매장’으로 확인됨. 한국의 경우 액상차를 비롯한 식료품 유통채널 중 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 42.1%로 1위, ‘기타’ 채널이 22.8%로 2위, ‘온라인’ 채널이 13.6%로 3위에 해당하는 것으로 집계됨. 미국은 식료품 유통에 있어 하이퍼마켓/슈퍼마켓과 그와 기능적으로 유사한 창고형 회원제 매장이 담당하는 비중이 높은 것으로 나타났으며, 온라인 채널의 비중이 한국만큼 높지는 않은 것으로 확인됨. 넓은 국토와 권역이 비교적 분산된 미국 특성상 넓은 유통망을 가진 오프라인 대형 유통 업체로의 판로 개척이 수출의 핵심이 될 것으로 보임

[표 4.1] 미국 및 한국 액상차 B2C 소매유통채널 점유율 비교¹²⁾¹³⁾¹⁴⁾



자료: 스탯ISTA(Statista)

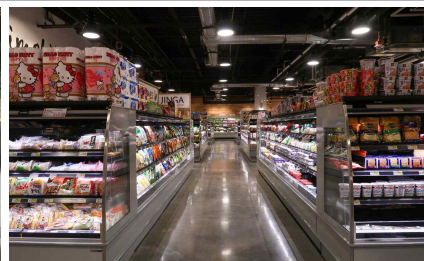
12) 해당 장에서 ‘액상차’ 품목에 대한 유통채널 정보 확인이 불가하여, 제품의 상위 카테고리인 ‘식료품(Grocery)’ 유통채널 정보를 확인함

13) 자료: 스탯ISTA(Statista), ‘Grocery shopping by store type in the United States as of September 2024’, 2024.10

14) 자료: 스탯ISTA(Statista), ‘Grocery shopping by store type in South Korea as of September 2024’, 2024.10

15) ‘기타’는 전문점, 유기농 매장 등을 포함함

2. 미국 액상차 주요 유통채널 ① 에이치마트

기업 기본 정보	기업명	에이치마트(H mart)		
	기업구분	아시안마트/한인마트		
	홈페이지	www.hmart.com		
	위치	미국 전역		
	규모	추정 매출액('23) • 10억 500만 달러(1조 3,134억 원 ¹⁶⁾) 기타 규모 • 매장 수('24): 97개 • 직원 수('24): 약 5,000명		
기업 요약	• 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	• 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(H mart)

사진 자료: 에이치마트(H mart), 이터뉴욕(Eater New York)

16) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 미국 액상차 주요 유통채널 ② 시온마켓

기업 기본 정보	기업명	시온마켓(Zion Market)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	zionmarket.com	
	위치	캘리포니아(California), 텍사스(Texas), 조지아(Georgia)	
	규모	기타 규모 • 매장 수('24): 7개	
	기업 요약	1981년 캘리포니아 로스엔젤레스(Los Angeles)에서 설립된 다양한 식품과 생활용품 유통하는 한인마트 - 자체 쇼핑 앱과 카카오톡, 위챗 등 SNS채널을 운영하며, 한국 식재료를 활용한 한식 레시피 콘텐츠를 게시함 - 기념일 관련 할인 행사를 진행함	



매장정보	입점가능품목	• 주류 및 음료류, 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 스낵류, 건강보조식품, 생활용품	
	선호제품	• 좋은 품질의 저렴한 제품	
	매장 전경	 	

입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 유선 연락 또는 이메일을 통한 문의 - 등록 시 필요한 일반적 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 권장소비자가격 등) ③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등) - 문의사항 연락처 및 특이사항 - 이메일: hr@zionmarket.com - 전화번호: +1-858-268-3300(캘리포니아 샌디에고 지점) - 특이사항: 지역별 전화번호 상이하므로 홈페이지 확인 필요
-------------	---------------------	---

자료: 시온마켓(Zion Market)

사진 자료: 페이스북(Facebook)

2. 미국 액상차 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(181조 7,898억 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 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	• 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)

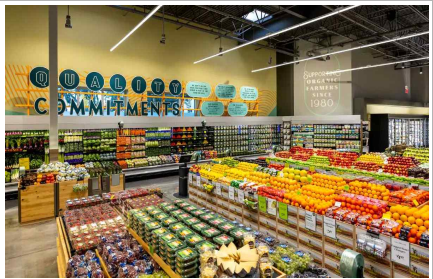
2. 미국 액상차 주요 유통채널 ④ 지엔씨

기업 기본 정보	기업명	지엔씨(GNC)	
	기업구분	드럭스토어	
	홈페이지	www.gnc.com	
	위치	미국 전역	
	규모	매출액('23) • 1,913억 달러(250조 100억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 2,267개 • 직원 수('24): 약 1만 명	
기업 요약		• 1935년 펜실베이니아주 피츠버그(Pittsburgh)에서 처음 설립됨 • 펜실베이니아에 본사를 두고 있는 드럭스토어 형태의 소매점 체인 • 건강 및 영양 관련 제품을 전문으로 취급함 • 유타(Utah) 등 일부 지역에서 드론 배송 서비스를 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 액상차 주요 유통채널 ⑤ 홀푸드마켓

기업 기본 정보	기업명	홀푸드마켓(Whole Foods Market)	
	기업구분	유기농 매장	
	홈페이지	www.wholefoodsmarket.com	
	위치	미국 전역	
	규모	매출액('23) • 222억 달러(29조 132억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 518개 • 직원 수('24): 약 10만 명	
	기업 요약	1980년 미국 텍사스(Texas)에서 시작된 유기농 식품 전문 슈퍼마켓 브랜드 - 오랜 기간 미국 내 프리미엄 유기농 슈퍼마켓의 대명사로 인식되어 왔으며, 캐나다와 영국에도 진출해 있음¹⁷⁾ - 미국의 1위 온라인 유통업체 아마존(Amazon)이 온라인과 오프라인 유통의 시너지를 위해 2017년부터 인수해 운영 중임 '365 Everyday Value' 등 다양한 자체 브랜드를 통해 유기농 제품의 가격 접근성 향상을 위해 노력함	
매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 가공식품, 유제품, 베이커리류, 음료류, 향신료, 소스류 등	
	선호제품	• 유기농 식료품, 친환경 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	- 공급업체 포털을 통한 입점 신청 (grocerycentral.amazon.com) - 회사 이메일 주소를 사용해 아마존(Amazon) 계정 생성 - 계정 생성 후 프로필 작성(회사명, 회사 유형, 직책, 연락처 등) - 자격 요건 확인 및 제품 정보 등재 - 이후 자체 심사를 통과한 품목에 한해 개별 연락 - 문의사항 연락처 - 홈페이지 중단 'Contact Us' 클릭 후 자체 양식 완성해 제출 - 이메일: WFMVendor.Reporting@wholefoods.com	

자료: 홀푸드마켓(Whole Foods Market)

사진 자료: 홀푸드마켓(Whole Foods Market)

17) 자료: KOTRA해외시장뉴스, '미국 소비자들, '고급 슈퍼마켓'에 왜 열광할까?', 2022.09

2. 미국 액상차 주요 유통채널 ⑥ 트레이더조

기업 기본 정보	기업명	트레이더조(Trader Joe's)		
	기업구분	유기농 매장		
	홈페이지	www.traderjoes.com		
	위치	미국 전역		
	규모	매출액('23) • 133억 달러(약 17조 3,818억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 593개		
기업 요약		• 캘리포니아(California)에 본사를 두고 있는 미국의 유기농 중심 슈퍼마켓 체인 • 여타 하이퍼마켓 체인에 비해 비교적 소규모 매장과 소포장 제품을 보유함 • 트레이더조 자체 브랜드 상품을 중심으로 유기농, 건강식품, 친환경 제품 등을 선별해 판매함 • 현재 김밥, 주먹밥, 떡볶이 등 다양한 한국 식품들이 유통되고 있음		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 유제품, 베이커리류, 음료류, 향신료, 소스류 등		
	선호 제품	• 유기농 식료품, 친환경 제품		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 문의 - 홈페이지 하단 우측 'Contact Us' 클릭 (www.traderjoes.com/home/contact-us/potential-vendor-form) - 'Vendor Inquiries' 메뉴 하단의 'Vendor Requirements' 내용 확인 - 'Potential Vendor Interest Form' 클릭하여 자체 양식 작성 - 입력할 내용 ① 기업 및 담당자 정보(기업명, 홈페이지, 소재지, 담당자 이름, 이메일, 전화번호 등) ② 제품 정보(제품명, 제품 종류, 제품 설명 등)		

자료: 트레이더조(Trader Joe's)

사진 자료: 포브스(Forbes), 야후(Yahoo)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



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

1. 미국 액상차 통관 및 검역 절차¹⁸⁾

▶ 미국 액상차 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 액상차 통관 검역 절차



자료: 관세청, 미국 식품의약청(FDA)

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

▶ 미국 AEO 제도 활용 시 통관 혜택

미국은 2002년 4월, 미국의 대테러 만·관 협력 프로그램인 AEO 제도로서의 C-TPAT(Customs-Trade Partnership Against Terrorism)을 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 부여함. 한국은 미국과 2010년에 AEO 상호약정인정(MRA: Mutual Recognition Arrangement)을 체결하였으므로 우리 기업이 미국으로 수출 시, 수입검사율 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 포털을 통해 동의서 및 신청 부문 최소보안 기준에 따라 작성된 기업의 Supply Chain Security Profile을 제출하면, 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 번호를 한국 관세청에 통보 - 한국 관세청은 한국 AEO 수출기업의 AEO 공인번호와 MID가 포함된 기업리스트를 미국 관세청에 송부 - 미국 관세청은 한국 AEO 수출기업리스트를 C-TPAT 포털에 등재하고, 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	- 우리나라 AEO 공인업체에 대한 수입검사율 축소 - C-TPAT 1단계 회원과 동일한 혜택 부여
	AEO 화물 우선 검사	화물 검사시 우선 검사를 통한 검사시간 단축
	기타	미국 C-TPAT 업체와 거래하는 해외거래업체의 시설보안 등을 확인하기 위한 미국 관세국경보호청(CBP)의 현장실사 면제

자료: 미국 관세국경보호청(CBP)

2. 미국 액상차 품질 인증

▶ 미국 액상차, 식품의약청(FDA) 사전 등록

미국으로 식품 수출 시, 사전에 제품 및 업체를 미국 식품의약청(FDA)에 등록해야 함. 미국 식품의약청(FDA) 등록 제도는 식품 안전 위험으로부터 자국민을 보호하기 위하여 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) 등록 정보

	등록 정보	
	목적	• 건전 또는 안전하지 않으며, 부적절하게 표기된 식품으로부터 소비자를 보호
	절차	• 식품 생산 가공 시설 등록(FFR: Food Facility Registration) - FIS(FDA Industry Systems) 회원가입 및 로그인 - 'Food Facility Registration' 접속 - 안내되는 절차에 따라 정보 기입 • 작성 내용 검토 후 저장 • 등록 확인 • 시설 등록 완료 후 등록 번호(Registration number) 배정 • 고유시설식별번호(UFI) • 2021년부터 국내외 시설들은 식품 생산 가공 시설 등록(FFR)시 반드시 미국 식품의약청(FDA)이 인정하는 고유시설식별번호를 제출해야 함 • 미국 내 에이전트 검증 과정 - 미국 내 에이전트의 검증이 마칠 때까지 시설 등록 및 재등록에 관한 확인 혹은 등록번호 확인은 진행되지 않음
	주의사항	• 2년마다 등록 갱신을 해야 함(매 짝수년 10월 1일-12월 31일) • 등록의 필수 정보가 변경된 경우 60일 이내 미국 식품의약청(FDA)에 등록을 업데이트해야 함 • 모든 외국 식품 시설은 미국 식품의약청(FDA) 대리인(US Agent)이 있어야 함

자료: 미국 식품의약청(FDA)

[표 5.4] 미국 식품의약청(FDA) 등록 정보

등록 정보		
		
	필수 정보	• 시설명, 주소, 전화번호 • 미국 식품의약청(FDA)이 인정하는 시설의 고유시설식별번호(2020년 10월 1일부터) • 선호하는 시설 주소(시설의 주소와 다른 경우) • 모회사 이름, 주소 및 전화번호(해당하는 경우) • 시설 담당자 이메일 주소(해외시설: 미국 내 에이전트의 이름, 주소, 전화번호 및 이메일 주소) • 비상시 전화번호 및 이메일 주소, 국내 시설의 경우 담당자와 비상시 담당자가 다를 경우 이메일 주소만 필요 • 시설을 담당하는 소유주 운영자 혹은 에이전트의 이름, 주소, 전화번호 및 이메일 주소 • 시설이 사용하는 모든 상표명 • 등록 서식에 적혀 있는 해당하는 식품 카테고리 • 해당하는 각 식품 카테고리에 대한 시설에서 수행된 활동 유형 • 미국 식품의약청(FDA)의 시설 점검을 허가할 것이라는 보증 • 제출한 정보가 사실이고 정확하며 기재자의 기재 권한을 허가한다는 증명서

자료: 미국 식품의약청(FDA)

▶ 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 후에는 매 짝수 연도마다 갱신해야 함. 등록 대상과 규제 대상 식품은 하기 표와 같음

[표 5.5] 미국 식품 생산가공시설등록(FFR)

등록 대상 시설	• 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 및 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
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 식이원료 • 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 • 베이커리 제품, 스낵 및 캔디(껌 포함) • 살아있는 식용 동물 • 사료

자료: 식품의약품안전처

▶ 미국 액상차, 미국 수출 시 인증 사항

미국으로 식품 수출 시, 취득할 수 있는 식품 관련 인증으로는 HACCP, FSSC 22000, ISO 22000 등의 글로벌 공통 인증이나 할랄(Halal), 코셔(Kosher), 글루텐-프리, GRAS 등과 같은 미국 인증이 있음. 할랄 인증, 코셔 인증은 원재료뿐만 아니라, 생산 및 유통의 모든 과정이 이슬람, 유대교 각각의 율법에 어긋나지 않게 진행되어야 취득 가능함. 또한, 고객사 제품이 유기농 제품이라면, USDA Organic 인증을 받아 활용할 수 있음.

[표 5.6] 미국 액상차 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)	
OU Kosher	종교적 및 문화적 인증	글로벌 인증	OU (Orthodox Union)	
글루텐-프리 인증 글루텐 프리 (Gluten-Free)	기능성 인증	미국 민간 인증 글로벌 공통 인증	Gluten-Free Certification Organization (GFCO)	
GRAS (Generally Recognized As Safe)	식품 생산 안전 인증	미국 공식 인증	미국 식품의약청 (FDA)	

자료: 각 인증기관

▶ 한국 유기농 인증, 미국 시장에서 동일하게 적용 가능

미국으로 유기농 식품을 수출하기 위해서는 미국 농무부(USDA: United States Department of Agriculture)에서 발급하고 있는 유기농 인증을 획득해야 함. 해당 인증은 농무부(USDA)가 지정하고 있는 지정 인증기관을 통해 획득할 수 있음. 다만, 한국에서 이미 유기농 인증을 획득하였다면, 상호 동등성 협정(Equivalence Arrangement)에 따라 미국에서도 동등하게 해당 인증을 인정받을 수 있음

[표 5.7] 한국 유기가공인증 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 액상차 라벨링

[표 5.8] 미국 액상차 라벨링

라벨 표기 사항 및 기준	1. 표기 언어	반드시 영어로 기재하며 외국어 표기가 포함되어 있을 경우 해당 언어로도 모든 의무 표기 사항을 기재해야 함
	2. 제품명	- 브랜드 이름이 아닌 일반적으로 통용되는 제품의 일반명칭 사용 - 제품 전면에 굵은 글씨체로, 일반적으로 라벨에 쓰인 가장 큰 단어 또는 그래픽의 반 이상의 크기로 쓰여야 하며 제품의 가장 하단과 평행하게 표기 - 제품이 액체가 아닌 경우 형태(Sliced, Unsliced, Halves)를 명시 - 활자 크기는 주표시면에 사용된 가장 큰 활자의 1/2 이상 - 외국어 표기일 경우, 영어 및 외국어 둘 다 표기해야 함 - 주스(과일 및 채소)가 들어있는 음료일 경우, 주스 함유량(%) 표기 필요
	3. 순중량	- 주 표시면 하단 30%에 위치 - 포장 용기 내부에 담겨있는 식품의 양을 표기 - 기본적으로 모든 중량 표기는 영미 파운드법(oz, lb, quart)에 따라 표기되어야 하며, 분수 또는 소수점 등의 표기도 허용 - 국제단위(g, kg, L 등 미터법)도 함께 표기 - 고체 제품의 경우, 'Net Weight'라는 단어가 반드시 포함되어야 하지만, 액체 등의 제품은 'Net Contents' 또는 'Net' 등의 단어 사용은 선택 사항임
	4. 제조자, 포장업체, 유통업체 정보	- 제조사, 포장업체 또는 유통업체의 이름을 표기 - 제조업체의 이름이나 주소가 없는 경우에는, 제품과 관련된 업체명을 반드시 기재 - 제조사, 포장업체 또는 유통업체 표기는 일반적으로 정확한 도로명 및 번호, 도시, 우편(Zip)코드, 주 등의 정보를 모두 포함
	5. 성분 목록	- 사용된 원재료의 중량을 기준으로 내림차순으로 나열하되, 전체 제품 용량 및 무게의 2% 이하를 구성하는 성분명의 표기는 위 방식의 적용을 받지 않음 - 일반적인 성분명 사용 - 허가된 방부제 첨가 시 방부제의 통상 명칭 및 기능을 표기 - 공인된 색소는 약어 또는 특정 이름을 사용

자료: 미국 식품의약청(FDA), KATI농식품수출정보

[표 5.8] 미국 액상차 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	6. 알레르겐 성분	• 식품 알레르기 유발 물질(Major food allergen)이 포함된 경우 반드시 기재 • 눈에 잘 띄고 읽기 쉬운 크기로, 원재료명의 문자 크기 이상으로 표기 • 원재료명 목록에 원재료명을 쓴 뒤 괄호 안에 알레르기 유발 식품의 일반명을 기재 • ‘Contains’의 ‘C’는 반드시 대문자로 기재 • 주요 알레르기 유발물질은 우유, 달걀, 생선, 갑각류, 견과류, 밀, 땅콩, 대두 및 콩이 있으며, 2023년 1월 1일부터 알레르기 의무 표기 대상에 참깨도 포함 • 견과류, 생선, 갑각류 동물의 경우 작성 시 정확한 종(류)에 대한 표기 필요
	7. 영양성분표 (Nutrition Facts)	• 열량, 총 지방(포화지방, 트랜스지방), 콜레스테롤, 나트륨, 총 탄수화물(식이섬유, 총당, 첨가당), 단백질, 비타민D, 칼슘, 철분 등의 정보를 포함 • 영양성분표에 표준 1회 섭취량에 대한 영양 정보와 실제 해당 유닛에 포함되어 있는 영양 정보를 위에 예시로 제공한 영양성분표의 오른쪽에 열을 하나 더 만들어 표기해야 함 • 수출용 제품 라벨의 면적에 따라 영양성분표의 규정된 위치가 상이하므로 반드시 확인 필요
	8. 원산지	• 미국 내 유통업체의 명칭과 주소 근처에 영어로 표기

자료: 미국 식품의약청(FDA), KATI농식품수출정보

▶ 미국 액상차 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 영어]

- ① AN AMERICAN COMPANY
- ② Arizona
- ③ 綠茶
- ④ Green Tea
With GINSENG
and HONEY
- ⑤ 128 FL.OZ. (1 GAL) - 3.78 L

[앞면 - 국문]

- ① 미국 회사
- ② 애리조나
- ③ 녹차
- ④ 인삼과 꿀이 들어간
녹차
- ⑤ 128 FL.OZ. (1 GAL) - 3.78 L

[뒷면 - 영어]

- ① AriZona GREEN TEA With GINSENG and HONEY
- ② INGREDIENTS: PREMIUM BREWED GREEN TEA USING FILTERED WATER, HIGH FRUCTOSE CORN SYRUP (GLUCOSE-FRUCTOSE SYRUP), HONEY, CITRIC ACID, NATURAL FLAVORS, ASCORBIC ACID (VITAMIN C), GINSENG ROOT EXTRACT
- ③ MANUFACTURED FOR ARIZONA BEVERAGES USA LLC WOODBURY, NY 11797 USA. ©2023 BEVERAGE MARKETING USA, INC.
- ④ 100% NATURAL
NO PRESERVATIVES
NO SYNTHETIC COLOR
NO ARTIFICIAL FLAVOR
- ⑤ Enjoy America's best selling ready-to-drink green tea! AriZona Green Tea... Where great taste and goodness “naturally” come together. Green tea for its health benefits and nature's natural sweetener, honey.
- ⑥ FOR MORE INFO EMAIL:
INFO@DRINKARIZONA.COM
drinkarizona.com

[뒷면 - 국문]

- ① 애리조나 녹차 인삼과 꿀 함유
- ② 성분: 프리미엄 녹차(정수된 물 사용), 고과당 옥수수 시럽(포도당-과당 시럽), 꿀, 구연산, 천연 향료, 아스코르빈산(비타민 C), 인삼 뿌리 추출물
- ③ 제조사: 애리조나 비버리지 USA LLC 우드버리, NY 11797 USA. ©2023 비버리지 마케팅 USA, INC.
- ④ 100% 천연
보존료 무첨가
합성 색소 무첨가
인공 향료 무첨가
- ⑤ 미국에서 가장 많이 팔리는 즉석 녹차를 즐기세요! 아리조나 녹차... 훌륭한 맛과 건강이 “자연스럽게” 하나로 어우러집니다. 건강에 좋은 녹차와 자연의 천연 감미료인 꿀이 함께합니다.
- ⑥ 자세한 정보는 이메일로:
INFO@DRINKARIZONA.COM
drinkarizona.com

⑦

Nutrition Facts	
Approx. 11 servings per container	
Serving size 12 fl oz (355mL)	
Amount per serving	
Calories	100
%Daily Value*	
Total Fat 0g	0%
Sodium 0mg	0%
Total Carbohydrate 26g	9%
Total Sugars 25g	
Includes 25g Added Sugars	50%
Protein 0g	
Vitamin C 18mg	20%
Not a significant source of saturated fat, trans fat, cholesterol, dietary fiber, 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.	

⑧ SHAKE WELL REFRIGERATE AFTER OPENING

⑨ CA CRV ME 5C DEP.

⑩ FAMILY OWNED & OPERATED

⑦

영양 성분	
용기당 약 11회 제공량	
1회 제공량 12 fl oz (355mL)	
1회 제공량당 함량	
칼로리	100
%일일 기준치*	
총 지방 0g	0%
나트륨 0mg	0%
총 탄수화물 26g	9%
총 당류 25g	
첨가당 25g 포함	50%
단백질 0g	
비타민 C 18mg	20%
포화 지방, 트랜스 지방, 콜레스테롤, 식이 섬유, 비타민 D, 칼슘, 철분, 칼륨의 중요한 공급원이 아닙니다.	
*% 일일 기준치(DV)는 음식의 한 제공량이 일일 식단에 얼마나 기여하는지를 나타냅니다. 일반적인 영양 조언으로 하루 2,000 칼로리를 사용합니다.	

⑧ 잘 흔들어 주세요. 개봉 후 냉장 보관

⑨ 캘리포니아에서 음료 용기에 대해 5센트의 환불을 받을 수 있음

⑩ 가족 소유 및 운영

4. 미국 액상차 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. 하기 표는 미국 내 ‘액상차’에 적용되는 식품첨가물 내용 중 일부이며, 더욱 상세한 식품첨가물 정보는 미국의 연방규정집(CFR) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.9] 미국 액상차 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	사카린	Saccharin	액상 1온스당 12mg 이하	음료, 과일주스 음료 및 베이스 또는 믹스
2	아카시아 검, 검 아라빅	Acacia gum, Gum arabic	GRAS ¹⁹⁾ : [유화제, 유화제염, 향료 및 보조제, 조성보조제, 안정제, 증점제] 2.0% 이하(GRAS: [유화제, 유화제염, 향료 및 보조제, 조성보조제, 안정제, 증점제] 2.0% 이하)	음료 및 음료베이스
3	글리신	Glycine	[봉쇄제(masking agent)] 최종 음료에서 0.2% 초과 불가	음료
4	피리독신 염산염	Pyridoxine hydrochloride	GRAS: [영양강화제] GMP에 따라 사용	비알코올 음료 및 음료베이스
5	탄닌산	Tannic acid	GRAS: [향료 및 보조제, 산도조절제] 0.005% 이하	

자료: 미국 식품의약청(FDA), KATI농식품수출정보

19) 의도한 용도로 사용하였을 경우 일반적으로 안전하다고 여겨지는 성분

[표 5.9] 미국 액상차 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
6	검 가티	Gum Ghatti	GRAS: [유화제, 유화제염] 0.2% 이하	비알코올 음료 및 음료베이스
7	글리세릴 모노올레에이트	Glyceryl Monooleate	GRAS: [향료 및 보조제, 용매 및 용제] GMP ²⁰⁾ 에 따라 사용	
8	아디프산	Adipic Acid	[향료, 발효제, 산도조절제] (GRAS: 0.005% 이하, GMP에 따라 사용)	비알코올 음료
9	사과산	Malic Acid	GRAS: [향미증진제, 향료 및 보조제, 산도조절제] 유아용 식품 제외, 3.4% 이하, GMP에 따라 사용	

자료: 미국 식품의약청(FDA), KATI농식품수출정보

20) GMP(Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 해당 식품에 첨가되는 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 물리적, 영양학적 또는 기타 기술적 효과를 내는 최소 적정량이 사용되어야 함

▶ 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 ‘액상차’에 적용되는 유해물질 검색 시 나오는 물질임. 더욱 상세한 정보는 미국의 연방규정집(CFR) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.10] 미국 액상차 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
2	트리플루랄린	Trifluralin	0.05ppm	인스턴트 차
3	사이퍼메트린	Cypermethrin	15ppm	뜨거운 음료류(커피 및 차 포함)

자료: KATI농식품수출정보

▶ 알레르겐

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

[표 5.11] 미국 알레르겐 성분 규정

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

자료: KATI농식품수출정보

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

VI 수입·유통업체 인터뷰



1. 스프라우츠파머스마켓(Sprouts Farmers Market)
2. 에이치마트(H Mart)
3. 라이트에이드(Rite Aid)

Interview ①

21)



스프라우츠파머스마켓
(Sprouts Farmers Market)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 2002년에 설립된 유통업체로 신선 농산물, 육류, 해산물, 유제품, 비타민, 건강식품, 음료 등을 취급하고 있음
 - 미국, 멕시코, 캐나다, 남미, 유럽 및 아시아에 걸쳐 다양한 국가에 제품을 수출하고 있음

담당자 정보

Lead Merchandiser

스프라우츠파머스마켓(Sprouts Farmers Market) Lead Merchandiser

Q. 미국 내 건강 액상차 시장의 수요와 동향은 어떠한가요?

저희 매장에서는 건강 액상차에 대한 수요가 특별히 높지 않으며, 모든 지점에서 이러한 제품을 구비하고 있지는 않습니다. 전반적으로 미국에서는 아직 건강 액상차가 트렌드로 자리 잡지 않은 것 같습니다. 대부분의 소비자들이 건강 액상차에 익숙하지 않으며, 다른 건강 관련 제품들만큼 쉽게 접하기 어렵기 때문입니다.

Q. 미국에서 감기, 비타민, 면역력 증진을 위해 섭취하거나 인기 있는 건강 액상차는 무엇인가요? 고객사 제품에 대한 수요가 있을까요?

스프라우츠파머스마켓에서 가장 인기가 있는 제품은 요기(Yogi) 브랜드의 녹차나 트래디셔널메디신스(Traditional Medicinals)의 에브리데이 디톡스 티(Everyday Detox Tea) 같은 제품입니다. 건강 액상차는 아직 널리 알려져 있지 않지만, 앞으로 더 보편화된다면 미국 시장에서 잠재적인 수요가 있을 수 있다고 생각합니다. 또한, 유기농 매장의 소비자들은 더욱 건강에 신경을 쓰며 제품을 꼼꼼히 검토하는 경향이 있어 고객사 제품에 대한 기대치가 높을 것 같습니다.

Q. 고객사의 제품은 간편하게 섭취할 수 있도록 농축된 스틱 포장 형태입니다. 이러한 패키징이 미국인에게 인기가 있을까요? 패키징에 관한 보완사항이 있다면 조언 부탁드립니다.

농축액 스틱 포장은 대부분의 미국 고객에게 익숙하지 않습니다. 보통 스틱형 포장은 분말 형태의 제품에 더 익숙하기 때문입니다. 차의 경우 전통 티백을 더 선호하는데, 이는 익숙하기도 하고 내용물을 정확히 볼 수 있기 때문입니다. 특히 저희 매장처럼 유기농을 강조하는 매장에서는 제품의 투명성과 단순함이 매우 중요합니다.

Q. 고객사 제품을 오프라인에 진출 시 효과적인 유통채널을 추천해주세요.

건강 제품을 찾는 사람들은 약국이나 드럭스토어를 먼저 떠올립니다. 반면, 차를 찾는 경우에는 약국이나 드럭스토어를 우선적으로 생각하지는 않습니다. 모든 슈퍼마켓에는 건강식품 코너가 있지만, 고객사의 제품은 건강상의 효능을 제공하면서도 일반 음료처럼 즐길 수 있는 제품이기에 중간에 위치한 제품이라고 생각합니다. 이러한 이유로 드럭스토어를 통해 유통하는 것이 최적의 유통채널일 수 있으며, 이는 약국과 슈퍼마켓의 중간 위치에 해당한다고 볼 수 있습니다.

Q. 고객사 제품은 HACCP 인증을 받은 제품입니다. 그 외 미국에 액상차 수출 시 필수 인증이나 권장 인증은 어떤 것이 있나요?

HACCP 인증은 식품 안전에 있어 매우 중요한 요소입니다. 추가로 농무부(USDA)의 유기농 인증(USDA Organic)이 소비자들에게 인기가 많습니다. 제품이 안전하고 우수하다는 점을 나타낼 수 있는 인증은 항상 좋은 효과를 줄 것입니다.

Q. 고객사 제품을 효과적으로 홍보하기 위해 어떤 내용을 강조하는 것이 좋을까요? 액상차의 효과적인 홍보문구가 있다면 추천해주세요.

저희와 같은 유기농 매장에서는 제품의 성분과 제조 과정을 강조하는 것이 가장 중요하다고 생각합니다. 유기농 매장의 소비자들은 제품에 무엇이 들어 있는지, 어떻게 만들어졌는지에 많은 관심을 가지고 있습니다. 건강 제품을 홍보하는 데에는 온라인 광고가 가장 효과적일 것입니다. 만약 이를 직접 진행하기 어렵다면 빠르고 많은 사람들에게 도달할 수 있는 디지털 마케팅 전문가를 고용하는 것이 좋습니다.

Q. 미국에 액상차를 수출 시 주의해야 할 규제는 무엇인가요?

액상차 수출 시 미국 식품의약청(FDA) 규정을 준수하는 것이 중요합니다. 재료의 안전성을 확인하고 라벨이 정확한지 검토하는 것이 포함됩니다. 더 구체적인 정보가 필요하다면, 수출입 부서나 식품 규제 전문가와 상담하는 것을 권장합니다.

Interview ②

22)

에이치마트
(H Mart)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 1982년에 설립된 유통업체로 미국 내 가장 큰 아시안 마트임
 - 한국, 중국, 일본, 동남아시아 및 기타 글로벌 지역에서 소싱하여 미국 등 다양한 국가에 유통하고 있음

담당자 정보

Customer Service

에이치마트(H Mart)
Customer Service

Q. 미국 내 건강 액상차 시장의 수요와 동향은 어떠한가요?

미국 내 가장 큰 아시아 슈퍼마켓인 에이치마트에서는 건강 액상차가 매우 인기가 많습니다. 특히 아시아 및 한국 소비자들 사이에서 수요가 높습니다.

Q. 미국에서 감기, 비타민, 면역력 증진을 위해 섭취하거나 인기 있는 건강 액상차는 무엇인가요? 고객사 제품에 대한 수요가 있을까요?

에이치마트에서 판매하는 가장 유사한 제품은 고려 홍삼 진액 스틱(10ml, 31개입)입니다. 이 제품은 목 건강 개선, 감기 완화, 비타민 보충, 면역력 강화와 같은 효능을 원하는 소비자들에게 큰 인기를 얻고 있습니다. 특히, 많은 아시아인들이 대량 구매 후 재구매하고 있습니다. 이처럼 고객사의 제품도 성공을 거둘 수 있을 것이라 생각합니다. 해당 건강 효능을 제공하는 카테고리의 제품이 하나뿐이기 때문에 고객사의 제품은 좋은 추가 옵션이 될 수 있을 것입니다.

Q. 고객사 제품은 간편하게 섭취할 수 있도록 농축된 스틱 포장 형태입니다. 이러한 패키징이 미국인에게 인기가 있을까요? 패키징에 관한 보완사항이 있다면 조언 부탁드립니다.

고객사 제품의 휴대가 간편하며 편리한 포장 방식은 매우 좋습니다. 언제 어디서든 간편하게 섭취할 수 있어 제품의 매력을 높여줍니다. 따라서 형태나 디자인 면에서 특별히 변경할 필요는 없다고 생각합니다.

Q. 고객사 제품을 오프라인에 진출 시 효과적인 유통채널을 추천해주세요.

건강 문제를 해결할 때 주로 약국을 방문하기 때문에 건강 관련 제품은 약국이 오프라인 유통채널로 가장 적합하다고 생각합니다. 또한, 아시아 소비자들은 대형 아시아 슈퍼마켓의 한국산 제품을 선호하므로 유명 아시아 슈퍼마켓에서 판매하는 것도 매우 효과적인 유통채널이 될 것입니다.

Q. 고객사 제품을 효과적으로 홍보하기 위해 어떤 내용을 강조하는 것이 좋을까요?

고객사 제품은 다양한 연령층에게 매력을 줄 수 있지만 50~60대 중장년층에게 특히 인기가 많을 것입니다. 또한, 마케팅은 중장년층 소비자들을 위해 건강상의 이점과 포장의 편리함을 강조하는 것이 좋을 것 같습니다. 젊은 층을 대상으로는 다양한 맛을 강조하면 더욱 매력적인 제품이 될 수 있습니다.

Q. 미국에 액상차를 수출 시 주의해야 할 규제는 무엇인가요?

제품이 법적 기준을 충족한다면 저희 매장에서 판매하는 데 문제 없을 것입니다. 수입 절차에 대해 더 자세한 정보가 필요하시다면 에이치마트의 물류 부서에 문의하시기를 권장합니다. 해당 부서에서 제품 결정과 관련된 업무를 담당하고 있어 추가적인 도움을 드릴 수 있을 것입니다.

Interview ③

23)


**라이트에이드
(Rite Aid)**

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 1962년에 설립된 유통업체로 의약품, 일반의약품, 건강 보조제, 미용 제품, 개인 위생 용품, 편의식품, 스낵, 가정용 필수품을 취급하고 있음
 - 미국, 캐나다, 중국, 멕시코 등 다양한 국가에 제품을 공급하고 있음

담당자 정보

Store Manager

라이트에이드(Rite Aid) Store Manager

Q. 미국 내 건강 액상차 시장의 수요와 동향은 어떠한가요?

라이트에이드에서는 건강과 웰빙 관련 제품이 매우 인기가 있으며, 특히 면역력 강화와 전반적인 건강을 위한 제품들이 소비자들 많이 찾는 품목입니다. 라이트에이드의 소비자들은 종종 보충제, 면역 강화제, 감기 완화 제품을 구입하러 방문하고 있습니다. 다만, 특정 건강 효능을 제공하는 액상차는 아직 주요 제품으로 자리잡지 못하였습니다. 건강 액상차는 다소 생소한 개념일 수 있지만 간편하고 건강에 중점을 둔 품목으로 홍보한다면 잠재 수요가 있을 것으로 보입니다. 또한, 지역별 소비자 건강 트렌드와 선호도에 따라 수요가 달라질 수 있습니다.

Q. 미국에서 감기, 비타민, 면역력 증진을 위해 섭취하거나 인기 있는 건강 액상차는 무엇인가요? 고객사 제품에 대한 수요가 있을까요?

인기 있는 제품은 주로 티백 형태의 허브차이며, 요기나 셀레스티얼시즈닝(Celestial Seasonings) 같은 브랜드가 감기 완화 및 웰빙용으로 인기가 있습니다. 면역 건강이나 감기 완화를 위해 차보다 비타민 C 보충제, 엘더베리 시럽, 목캔디를 더 자주 섭취합니다. 특히, 라이트에이드에서는 엘더베리가 함유된 제품이 매우 인기가 많습니다. 건강 액상차 제품이 더 보편화된다면 스틱 형태의 액상차 제품도 소비자들의 관심을 끌 수 있을 것입니다.

Q. 고객사의 제품은 간편하게 섭취할 수 있도록 농축된 스틱 포장 형태입니다. 이러한 패키징이 미국인에게 인기가 있을까요? 패키징에 관한 보완사항이 있다면 조언 부탁드립니다.

스티크 포장 방식은 분말 음료 믹스와 같은 다른 제품들에서 인기가 많습니다. 건강 제품의 경우 미국 소비자들은 알약 병이나 봉지 같은 익숙한 형태를 선호하나, 편리하고 깔끔하게 섭취할 수 있는 휴대용 제품을 많이 찾는 추세이므로 고객사의 스틱 액상차 제품이 인기를 얻을 수 있을 것입니다.

Q. 고객사 제품을 오프라인에 진출 시 효과적인 유통채널을 추천해주세요.

고객사 제품은 드럭스토어를 통해 유통하는 것을 권장합니다. 특히 소비자들 라이트에이드를 신뢰하므로 저희 매장이 좋은 선택이 될 것 입니다. 또한, 건강 식품 매장이거나 건강 코너가 있는 대형 슈퍼마켓에서의 폭넓은 유통도 제품의 접근성을 높일 수 있습니다. 매장 내에 고객사 제품을 비타민과 면역 보충제 근처에 배치하면 타겟 소비자층에게 효과적으로 다가갈 수 있을 것입니다.

Q. 고객사 제품은 HACCP 인증을 받은 제품입니다. 그 외 미국에 액상차 수출 시 필수 인증이나 권장 인증은 어떤 것이 있나요?

HACCP 인증은 품질 보증을 위해 필수적이며 보충제 관련 효능 주장은 미국 식품의약청(FDA) 규정을 준수하는 추가 인증도 매우 중요합니다. 또한, 소비자들이 Non-GMO나 농무부 유기농 인증(USDA Organic) 같은 인증에 대한 인식이 높아지고 있으므로, 이러한 인증이 있다면 소비자층에 더욱 매력적으로 다가갈 수 있을 것입니다. HACCP 인증은 생산 안전을 보장하지만 추가적으로 건강 및 안전 인증을 받는다면 소비자의 신뢰를 높이고 기대에 부합하는 데 도움이 될 것입니다.

Q. 고객사 제품을 효과적으로 홍보하기 위해 어떤 내용을 강조하는 것이 좋을까요?

건강과 면역력에 중점을 둔 건강 보조식품을 구입하는 소비자층은 모든 연령대에 걸쳐있으며, 편리성, 면역력 증진, 천연 성분을 강조해 공감을 얻는 것이 좋습니다.

Q. 미국에 액상차를 수출 시 주의해야 할 규제는 무엇인가요?

미국 규정을 준수하려면 FDA 라벨링 요구 사항을 충족해야 하며, 여기에는 영양 정보, 성분 목록, 건강 효능 등이 명확하게 표시되어야 합니다. 또한, 라이트에이드 소비자들은 투명성을 중요하게 생각하므로 모든 인증이 명확하게 표시되어 있는지 확인해야 합니다. 제품이 이러한 사항을 충족하면 라이트에이드 매장에 입점하는 데 문제가 없을 것입니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the Tea market - United States', 2024.10
2. 스태티스타(Statista), 'Revenue in the Ready-to-Drink (RTD) Tea market - United States', 2024.10
3. 기획재정부 네이버포스트, '변화하고 있는 RTD 액상차 시장', '2020.10'
4. 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in the United States as of September 2024', 2024.10
5. 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in South Korea as of September 2024', 2024.10
6. KOTRA해외시장뉴스, '미국 소비자들, '고급 슈퍼마켓'에 왜 열광할까?', 2022.09
7. 농림축산식품부, '2023 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드', 2023
8. 식품의약품안전처, '식품 수출 안내서 미국편', 2021
9. KATI농식품수출정보, '미국 식품첨가물 및 유해물질 규정 원문 및 번역본', 2023
10. KATI농식품수출정보, '미국 식품첨가물 및 유해물질 규정 해설집', 2023
11. KATI농식품수출정보, '미국 라벨링 규정 준수 가이드', 2020
12. aT한국농수산물유통공사, 'aT 농식품 수출 교역조건_미국', 2021
13. 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) (www.amazon.com)
6. 에이치마트(H Mart) (www.hmart.com)
7. 이터뉴욕(Eater New York) (www.ny.eater.com)
8. 시온마켓(Zion Market) (zionmarket.com)
9. 페이스북(Facebook) (www.facebook.com)
10. 월그린(Walgreens) (www.walgreens.com)
11. 월그린부츠얼라이언스(Walgreens Boots Alliance) (www.walgreenbootsalliance.com)
12. 지엔씨(GNC) (www.gnc.com)
13. 홀푸드마켓(Whole Foods Market) (www.wholefoodsmarket.com)
14. KOTRA해외시장뉴스 (dream.kotra.or.kr)
15. 트레이더조(Trader Joe's) (www.traderjoes.com)
16. 포브스(Forbes) (www.forbes.com)
17. 야후(Yahoo) (www.yahoo.com)
18. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
19. 통합무역정보서비스 (tradenavi.or.kr)
20. KOTRA 대한무역투자진흥공사 (www.kotra.or.kr)
21. 국가관세종합정보망서비스 (unipass.customs.go.kr)
22. aT한국농수산물유통공사 (www.at.or.kr)
23. 관세청 (www.customs.go.kr)
24. 관세법령포털 (unipass.customs.go.kr)
25. 수산물수출정보포털 (www.kfishinfo.co.kr)
26. 미국 관세국경보호청(CBP) (www.cbp.gov)
27. 미국 식품의약청(FDA) (www.fda.gov)
28. 미국 농무부(USDA) (acir.aphis.usda.gov)
29. 스프라우츠파머스마켓(Sprouts Farmers Market) (shop.sprouts.com)
30. 라이트에이드(Rite Aid) (www.riteaid.com)
31. 네이버포스트 (post.naver.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2024.11.15

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