

# 2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202410-31  
품목 | 전해질음료(Sports Drink)  
HS CODE | 2202.99-9000  
국가 | 미국(USA)



# CONTENTS

## 2024 수출기업 맞춤형 조사

### I. 요약

1. 요약	04
-------	----

### II. 시장규모

1. 미국 청량음료 시장규모	06
2. 미국 에너지 및 스포츠 음료 시장규모	07
3. 미국 전해질음료 수입규모	08

### III. 시장트렌드

1. 인기브랜드 1위: '락스타'	11
2. 성분 키워드 1위: '카페인'	12
3. 홍보문구 키워드 1위: '글루텐 프리'	13

### IV. 유통채널

1. 미국 전해질음료 유통채널 점유율	
2. 미국 전해질음료 주요 유통채널	



# CONTENTS

## 2024 수출기업 맞춤형 조사

### V. 진입장벽

1. 미국 전해질음료 통관 및 검역 절차	23
2. 미국 전해질음료 품질 인증	25
3. 미국 전해질음료 라벨링	29
4. 미국 전해질음료 성분 및 유해물질	35

### VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 골든이글디스트리뷰터스(Golden Eagle Distributors)	40
2. 임페리얼서플라이즈(Imperial Supplies)	42
3. 월마트(Walmart)	44

※ 참고문헌	46
--------	----





HS CODE : 2202.99-9000

2024 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

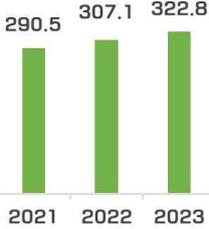
# SUMMARY

## 미국 전해질음료 시장

### 시장 현황

#### 청량음료 시장규모

단위 : 십억 달러



#### 에너지 및 스포츠 음료 시장규모

단위 : 십억 달러



### 수출입 현황

#### 수출입 현황 (HS CODE 2202.99 기준)

단위 : 천 달러



#### 국가별 수입규모



### 시장 트렌드

#### 빅데이터 분석



\* 미국 아마존 에너지음료 제품 247건 분석 결과

### 주요 유통채널

#### 유통채널 점유율



### 통관 및 제도

#### 수출 통관 유의사항

**세금**  
협정세율 0%

**사전 준비**  
식품 생산가공시설(FFR) 등록 **必**  
원산지증명서 발급 **必**

#### 권장 인증



#### 유의사항

**라벨 필수 표기사항**  
제품명, 용량, 원산지, 성분, 제조자, 유통업체 및 포장업체 정보, 알레르기 정보, 영어 표기 등

### 수입유통업체 인터뷰

#### 인터뷰 대상 :



Point 01.

**포장 피드백** 미국 소비자들은 바쁜 라이프스타일을 고려하여 휴대성과 사용 편의성이 높은 포장을 선호함. 재활용이 가능하거나 친환경적인 소재를 사용한 포장도 점점 더 중요하게 여겨지고 있음

**인증 피드백** FDA 인증은 필수이며, 미국 소비자들은 품질과 안전에 대한 보증을 요구함. 특히 천연 및 유기농 성분을 강조하는 제품에는 USDA 오가닉 인증이나 NSF 스포츠 인증과 같은 신뢰할 수 있는 라벨이 붙어 있는 것이 유리함

Point 02.

**홍보문구 피드백** 전해질음료의 주요 혜택과 차별성을 강조하는 홍보문구가 효과적임. "빠른 수분 보충"이나 "운동 후 신속한 회복"과 같은 문구는 활동적인 소비자에게 어필할 수 있음. 또한, "무설탕", "천연 성분", "비건 인증" 등의 건강 관련 키워드는 건강을 중시하는 소비자층을 타겟팅하는 데 유리함

**마케팅 피드백** 소비자들은 맛, 성분, 효능을 중시하며, 천연 성분 사용과 제품의 효과적 성능 강조가 필요함. 마케팅 전략으로는 소셜 미디어 활용, 인플루언서와의 협업, 유명 스포츠 인사의 홍보대사 기용 등이 효과적임

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# II 시장규모



1. 미국 청량음료 시장규모
2. 미국 에너지 및 스포츠 음료 시장규모
3. 미국 전해질음료 수입규모

## 1. 미국 청량음료 시장규모

미국 국가 일반 정보<sup>1)</sup>

면적	983만 km <sup>2</sup>
인구	3억 3,491만 명
GDP	2조 7,360억 달러
GDP (1인당)	8만 1,695달러

### ▶ 미국 청량음료 시장규모 422조 원, 한국 시장의 20배 규모<sup>2)3)4)</sup>

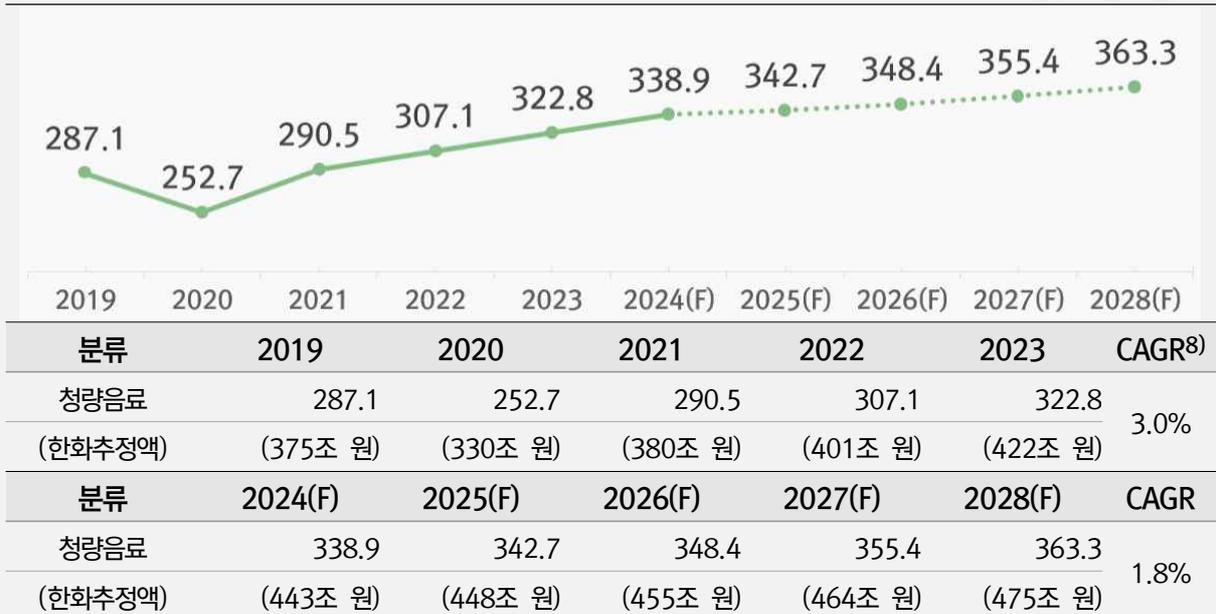
2023년 기준 미국 청량음료 시장규모는 422조 원으로, 이는 한국 청량음료 시장규모의 약 20배에 해당함. 미국 청량음료 시장은 최근 5년(2019-23년)간 연평균 성장률 3.0%를 기록함

### ▶ 미국 청량음료 시장규모, 향후 5년간 1.8%씩 성장 지속 전망

미국의 청량음료 시장은 향후 5년간(2024-28년) 연평균 1.8% 성장하여, 2028년에는 약 475조 원 규모에 이를 전망이다. 미국 소비자들의 건강한 생활 습관에 대한 관심이 높아지며 저칼로리 및 저당 음료에 대한 수요가 증가하고 있음. 또한, 과도한 당 섭취로 인한 사회적 문제가 심각해짐에 따라, 일부 도시에서 음료 내 설탕 함유량에 비례해 매겨지는 소비세인 ‘소다세(Soda Tax)’를 부과하고 있어, 이러한 트렌드가 청량음료 시장의 성장을 이끌 것으로 보임<sup>5)</sup>

[표 2.1] 미국 ‘청량음료’ 시장규모<sup>6)7)</sup>

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

1) 자료: 외교부 홈페이지

2) 자료: 스태티스타(Statista), ‘Soft Drinks - United States’, 2024.11

3) 스태티스타에 따르면, ‘청량음료(Soft Drinks)’는 설탕이나 감미료, 향료 등의 첨가물이 추가된 다양한 물을 기반으로 하는 음료를 포함함

4) 조사제품 ‘전해질음료’의 제품 유형에 따라, ‘에너지 및 스포츠 음료’ 시장과 상위 시장인 ‘청량음료’ 시장의 규모를 조사함

5) 자료: 코트라(Kotra), ‘2024년 미국 음료시장은 ‘헬니스’로 통한다’, 2024.04

6) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

7) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준을 적용)

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

## 2. 미국 에너지 및 스포츠 음료 시장규모

### ▶ 미국 에너지 및 스포츠 음료 시장규모 141조 원<sup>9)10)</sup>

2023년 기준 미국 에너지 및 스포츠 음료 시장규모는 한국 시장규모의 약 59배에 해당하는 141조 원에 달함. 2020년은 전년 대비 소폭 하락했으나, 이후 성장세를 유지하며 최근 5년(2019-23년)간 5.8%의 연평균 성장률을 기록함

### ▶ 미국 에너지 및 스포츠 음료 시장규모, 향후 지속적 성장 예상

미국 에너지 및 스포츠 음료 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 3.8%씩 성장하여, 2028년에는 약 176조 원 규모에 이를 것으로 예상됨. 2024년 현재, 바쁜 라이프스타일과 빠른 에너지 보충에 대한 필요성을 충족시켜주며 다른 음료보다 더 빠르게 성장하고 있으나, 최근 소비자 지출 감소와 에너지 음료의 주요 판매 채널인 편의점 방문객 수 감소로 인해 해당 시장 성장 둔화가 나타나고 있는 것으로 조사됨<sup>11)12)</sup>

[표 2.2] 미국 ‘에너지 및 스포츠 음료’ 시장규모

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

9) 자료: 스태티스타(Statista), ‘Energy & Sports Drinks – United States’, 2024.11

10) 스태티스타에 따르면, ‘에너지 및 스포츠 음료(Energy & Sports Drinks)’ 시장은 정신적-신체적 활력을 주는 에너지 음료와 운동 중 수분 및 전해질 보충을 돕는 스포츠 음료로 구성됨

11) 자료: 니큐(NIQ), ‘Navigating the Dynamic Energy Drink Market: 4 Key Trends’, 2024.05

12) 자료: 저스트드링크(Just Drinks), ‘Why is there a slowdown in US energy drinks?’, 2024.08

### 3. 미국 전해질음료 수입규모

#### HS CODE 2202.99

해당 장에서 전해질음료는 HS CODE 2202.99로 분류됨. HS CODE 제2202호의 품명은 '설탕이나 그 밖의 감미료 또는 맛이나 향을 첨가한 물과 그 밖의 알코올을 함유하지 않은 음료'이며, HS CODE 2202.99의 품명은 '기타'로 확인됨

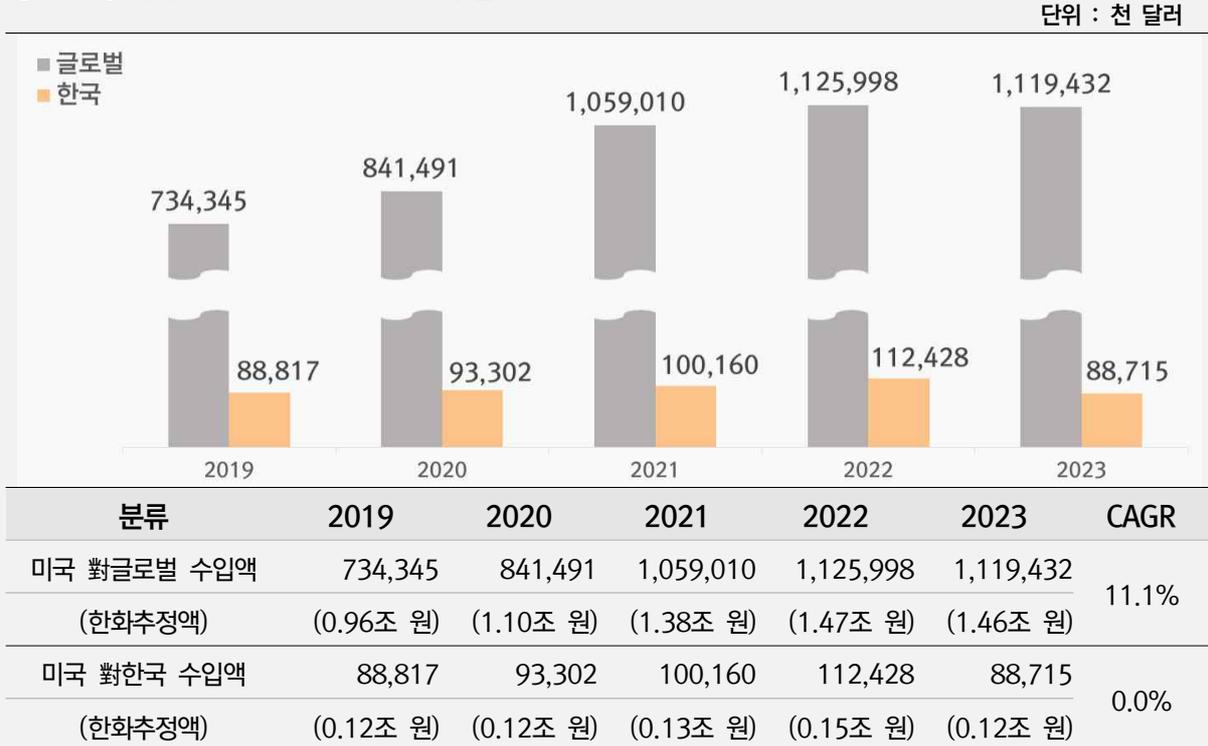
#### ▶ HS CODE 2202.99 미국의 對글로벌 수입액, 1.46조 원

2023년 기준 HS CODE 2202.99 품목에 대한 미국의 對글로벌 수입액은 전년 대비 0.6% 감소한 1.46조 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 미국의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년) 동안 연평균 11.1%의 성장률을 기록하며 꾸준한 증가세를 보임. 특히 2021년에는 전년 대비 25.8%의 높은 성장률을 기록함

#### ▶ HS CODE 2202.99 미국의 對한국 수입액, 글로벌 4위

2023년 기준 HS CODE 2202.99 품목에 대한 미국의 對한국 수입액은 전년 대비 21.1% 감소한 0.12조 원으로 글로벌 수입 순위 4위를 차지함. 해당 품목에 대한 미국의 對한국 수입액은 지난 5년(2019-23년) 동안 연평균 성장률 0.0%를 기록함. 한편, 2023년 기준 해당 품목에 대한 미국의 對글로벌 수입액 중 1위는 캐나다(0.40조 원), 2위는 멕시코(0.35조 원), 3위는 필리핀(0.14조 원)인 것으로 확인됨

[표 2.3] 미국 HS CODE 2202.99 수입규모



자료: ITC(International Trade Centre)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# III 시장트렌드



1. 인기브랜드 1위: '락스타'
2. 성분 키워드 1위: '카페인'
3. 홍보문구 키워드 1위: '글루텐 프리'

## 소비 제품 특징 분석 프로세스

### ▶ 미국 온라인 쇼핑몰 입점 전해질음료

- 데이터 수집 키워드 : 에너지음료(Energy Drink)
- 데이터 수집량 : 247건
- 데이터 수집원 : 미국 온라인 쇼핑몰 아마존(Amazon)

### ▶ 미국 온라인 쇼핑몰 입점 전해질음료 특징 분석

- 데이터 분석 항목
- ① 브랜드 ② 성분 ③ 홍보문구

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
브랜드	락스타	Rockstar	31	셀시어스	Celsius	13
	몬스터에너지	Monster Energy	28	브이8+에너지	V8 +Energy	9
	레드불	Red Bull	26	알라니뉴	Alani Nu	7
	셀루코어	Cellucor	22	마운틴듀	Mountain Dew	6
	레인	Reign	14	(-)	(-)	(-)
성분	설탕	Sugar	168	전해질	Electrolytes	31
	카페인	Caffeine	159	아미노산	Amino acids	15
	비타민	Vitamins	95	단백질	Protein	5
홍보문구	글루텐 프리	Gluten Free	69	Non GMO	Non GMO	14
	비건	Vegan	57	지구력	Endurance	13
	집중력	Focus	38	회복	Recovery	8
	수분 보충	Hydration	22	유기농	Organic	4
	코셔	Kosher	16	(-)	(-)	(-)

## 1. 인기브랜드 1위: ‘락스타’

### ▶ 미국 전해질음료 브랜드 ‘락스타’ 빈출

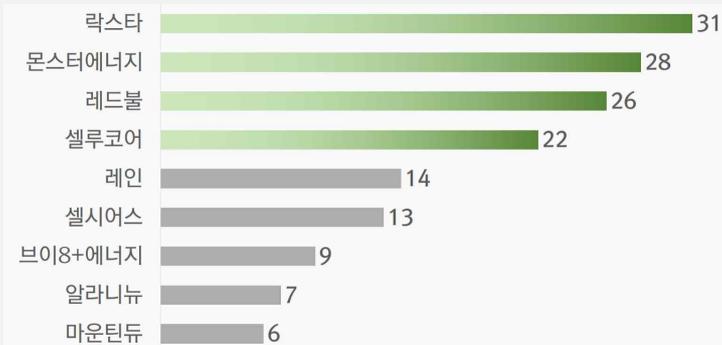
- 미국 전해질음료 브랜드 관련 키워드 중 ‘락스타’가 빈도수 31건으로 가장 많이 도출됨
- ‘락스타’는 2020년 펩시코(Pesico)가 인수한 브랜드로, 카페인 160mg과 타우린 3,000mg이 함유된 고용량 에너지드링크로 알려짐

### ▶ 한국에서도 친숙한 ‘몬스터에너지’와 ‘레드불’

- 한국에서도 친숙한 브랜드인 코카콜라(Coca-Cola) 산하 ‘몬스터에너지’와 오스트리아 브랜드 ‘레드불’이 각각 28건, 26건 도출됨
- 2002년에 설립된 스포츠 영양제 및 음료 전문 브랜드 ‘셀루코어’ 관련 키워드도 22건으로 빈출됨

락스타		몬스터에너지		셀루코어	
					
제품명	락스타 리커버리 (Rockstar Recovery)	제품명	몬스터 에너지 제로슈거 (Monster Energy Zero Sugar)	제품명	C4 퍼포먼스 에너지 (C4 Performance Energy)
브랜드	락스타(Rockstar)	브랜드	몬스터에너지(Monster Energy)	브랜드	셀루코어(Cellucor)
용량	16oz x 12개	용량	16oz x 15개	용량	16oz x 12개
가격	22.32달러(9,170원 <sup>13)</sup> )	가격	23.73달러(31,013원)	가격	23.49달러(30,699원)

[표 3.1] 미국 판매 전해질음료 브랜드 관련 키워드



자료: 미국 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘전해질음료’ 관련 게시물 247건 분석

13) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB 하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 성분 키워드 1위: '카페인'

### ▶ 미국 전해질음료 성분 키워드로 '카페인' 빈출

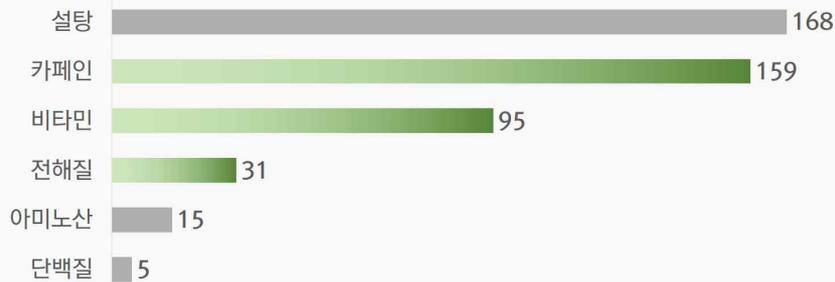
- 미국 전해질음료 키워드로 '설탕'이 가장 많이 도출되었지만, 실제 데이터 확인 결과 '무설탕' 키워드가 대부분으로 확인됨
- '설탕'을 제외하고 '카페인'이 159건으로 가장 많이 도출되었으며, 대부분의 에너지드링크 제품에 고용량의 카페인이 함유된 것을 확인함

### ▶ '비타민'과 '전해질' 등 영양 성분 확인

- 미국 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 전해질음료 성분 키워드로 다양한 영양 성분 키워드가 빈출됨
- '비타민' 관련 키워드는 95건으로 확인되었으며, '전해질'과 '아미노산'이 각각 31건, 15건 도출됨

카페인		비타민		전해질	
제품명	럭키 에너지(Lucky Energy)	제품명	셀시우스(Celsius)	제품명	아미노 에너지(Amino Energy)
브랜드	럭키베버리지 (Lucky Beverage)	브랜드	셀시우스 (Celsius)	브랜드	옵티멈뉴트리션 (Optimum Nutrition)
용량	19.2oz x 10개	용량	12oz x 12개	용량	12oz x 12개
가격	20.59달러(26,909원)	가격	18.99달러(24,818원)	가격	18.89달러(24,687원)

[표 3.2] 미국 판매 전해질음료 성분 관련 키워드



자료: 미국 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 '전해질음료' 관련 게시물 247건 분석

### 3. 홍보문구 키워드 1위: ‘글루텐 프리’

▶ 미국 전해질음료 홍보문구 1위 키워드, ‘글루텐 프리’

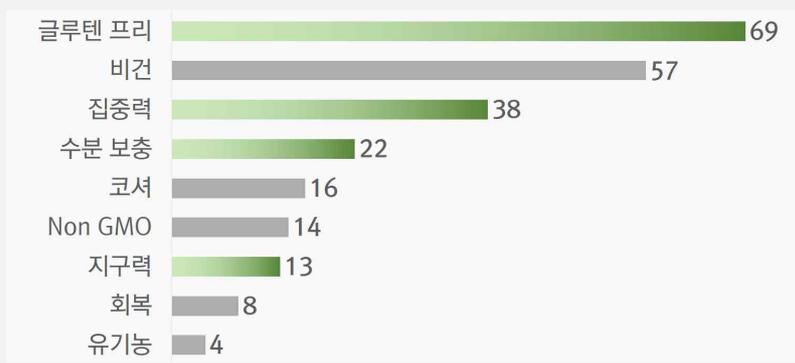
- 미국 온라인 매장에서 판매 중인 미국 전해질음료 제품 홍보문구 중 ‘글루텐 프리’ 키워드가 69건으로 가장 많이 도출됨
- 그 외 식습관 관련 키워드로 ‘비건’이 57건 도출되었으며, ‘Non GMO’와 ‘유기농’ 등의 키워드도 확인됨

▶ 건강을 위해 에너지음료 섭취하는 미국 소비자

- 최근 미국 시장에서는 운동 전후 에너지 보충과 신진대사 촉진 기능을 강조하는 음료가 다수 출시되고 있음<sup>14)</sup>
- 관련하여 ‘수분 보충’ 키워드가 22건 도출되었으며, 그 외 ‘집중력’, ‘지구력’, ‘회복’ 등의 키워드도 확인됨

글루텐 프리, 지구력		수분 보충		집중력	
					
제품명	방에너지(Bang Energy)	제품명	프라임 에너지 아이스팝 (Prime Energy Ice Pop)	제품명	고릴라마인드 에너지드링크 (Gorilla Mind Energy Drink)
브랜드	방에너지(Bang Energy)	브랜드	프라임(Prime)	브랜드	고릴라마인드(Gorilla Mind)
용량	16oz x 12개	용량	12oz x 12개	용량	16oz x 12개
가격	22.77달러(29,758원)	가격	18.49달러(24,165원)	가격	39.99달러(52,263원)

[표 3.3] 미국 판매 전해질음료 홍보문구 관련 키워드



자료: 미국 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘전해질음료’ 관련 게시물 247건 분석

14) KOTRA해외시장뉴스, ‘미국 서부 음료 시장, 코스트코 바이어의 눈으로 본 2024년 키워드’, 2024.05

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# IV 유통채널



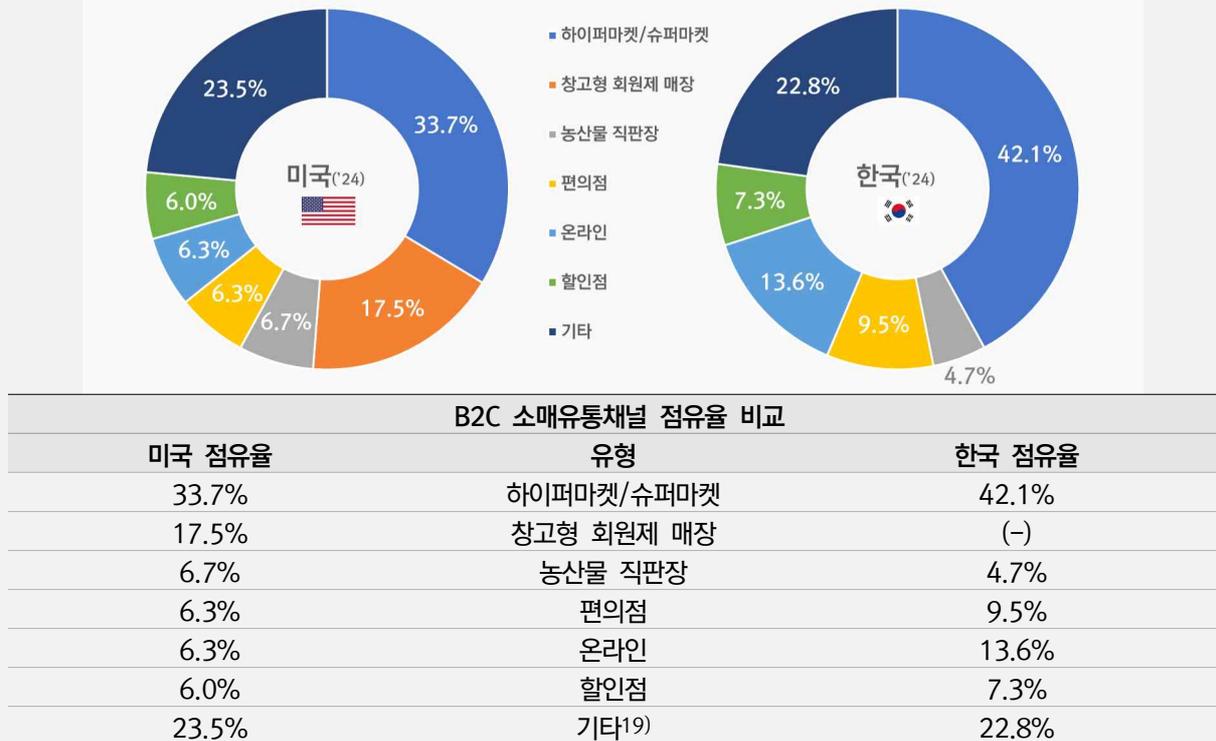
1. 미국 전해질음료 유통채널 점유율
2. 미국 전해질음료 주요 유통채널

## 1. 미국 전해질음료 유통채널 점유율

### ▶ 미국 식료품 유통채널, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 1위

2024년 기준 미국의 식료품 소매유통채널의 매출액 비중을 살펴보면, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 33.7%로 가장 높은 점유율을 보였다. 2위는 23.5%의 ‘기타’, 3위는 미국의 고유한 유통채널인 17.5%의 ‘창고형 회원제 매장’으로 확인됨. 반면, 한국에서는 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. 미국 식료품 유통은 ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’과 대량 구매로 비교적 저렴하게 구매할 수 있는 ‘창고형 회원제 매장’이 주요 채널로 자리잡고 있으며, ‘온라인’ 채널의 비중은 한국에 비해 낮음. 고객사 제품이 속한 에너지 및 스포츠 음료는 ‘편의점’ 또한 주요 판매 채널로 작용하는데, ‘편의점’에서 개별 음료를 고가에 구매하는 경우가 많아 전체 매출 비중에 중요한 영향을 미침<sup>15)</sup>

[표 4.1] 미국 및 한국 전해질음료 B2C 소매유통채널 점유율<sup>16)17)18)</sup> 비교



자료: 스탯시타(Statista)

15) 자료: 저스트드링크(Just Drinks), ‘Why is there a slowdown in US energy drinks?’, 2024.08

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

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

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

19) ‘기타’는 전문점, 유기농 매장 등을 포함함

## 2. 미국 전해질음료 주요 유통채널 ① 에이치마트

기업 기본 정보	기업명	에이치마트(Hmart)	
	기업구분	아시안마트/한인마트	
	홈페이지	www.hmart.com	
	위치	미국 전역	
	규모	추정 매출액('24)	<ul style="list-style-type: none"> <li>10억 500만 달러(1조 3,134억 원<sup>20)</sup>)</li> </ul>
	기타 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('24): 97개 이상</li> <li>직원 수('23): 약 5,000명</li> </ul>	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>한아름 그룹이 운영하며 뉴욕에서 시작한 미국 최대 규모의 아시아 슈퍼마켓 체인점</li> <li>미국 외에도 캐나다, 영국으로 진출함</li> <li>아시아 스타일 제품을 중심으로 다양한 서양 식료품도 판매함</li> <li>어린이 그림 대회를 개최하는 등 각 지역마다 상이한 이벤트를 진행함</li> <li>한식 레시피 콘텐츠를 홈페이지를 통해 공유함</li> </ul>		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>주류 및 음료류, 신선식품, 즉석식품, 스낵류, 건강식품, 주방용품, 전자제품 등</li> </ul>	
	선호제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>기존 플랫폼에 없던 신제품</li> </ul>	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>홈페이지를 통한 직접 등록                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 접속</li> <li>- 홈페이지 하단 'H MART.COM' 카테고리에서 'Contact Us' 클릭</li> <li>- 양식에 맞춰 정보 기입</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                                     <ol style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보 (공급자 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소, 주요 고객 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(주요 시장, 브랜드 이름, 제품 이름, 제품 포트폴리오, 최소 주문 수량 등)</li> <li>③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그)</li> </ol> </li> </ul> </li> <li>문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +1-800-648-0980</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 에이치마트(Hmart), 로켓리치(Roket Reach)

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

20) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

## 2. 미국 전해질음료 주요 유통채널 ② 한남체인

기업 기본 정보 <sup>21)</sup>	기업명	한남체인(Hannam Chain)		
	기업구분	아시안마트/한인마트		
	홈페이지	njhannam.com		
	위치	캘리포니아(California), 뉴저지(New Jersey)		
	규모	기타 규모	• 매장 수('24): 7개	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1988년 로스앤젤레스(Los Angeles) 한인타운에 첫 매장을 설립하여 37년간 운영해온 한인마트 체인</li> <li>• 로스앤젤레스 내의 여러 지점에서 한인상권 확장의 중심 역할을 함</li> <li>• 2009년 뉴저지점을 열면서 동부지역에 진출했음</li> <li>• 7개 매장에서 약 2만 5,000여 개의 제품을 취급하고 있음</li> </ul>			
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주류 및 음료류, 신선식품, 냉동식품, 건조식품, 스낵류, 건강보조식품, 생활용품</li> </ul>		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 한국산 식품 및 생활용품</li> </ul>		
	매장 전경	 		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전화를 통한 입점 문의</li> <li>- 등록 시 필요한 일반적 정보                         <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(공급자 이름, 기업 이름, 주소, 연락 담당자, 전화번호 및 이메일 주소 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품 사진, 판매 가격, 할인가, 소비자가격 등)</li> <li>③ 참고 자료(회사 소개서, 카탈로그 등)</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처 및 참고사항                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +1-213-382-2922(로스앤젤레스 올림픽 지점)</li> <li>+1-201-224-0036(뉴저지 지점)</li> <li>- 뉴저지 지점은 별도로 홈페이지를 운영하여 입점 점포 정보를 제공하고 있음</li> </ul> </li> </ul>		

자료: 한남체인(Hannam Chain), 중앙일보(The Korea Daily)

사진 자료: 한남체인(Hannam Chain), 구글맵(Google Maps)

21) 자료: 중앙일보(The Korea Daily), “커뮤니티, 직원들과 상생” 1988년 무진년 창업 한남체인, 2024.01

## 2. 미국 전해질음료 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1901년 시카고에서 시작된 미국 최대 규모의 드럭스토어임</li> <li>• '월그린부츠얼라이언스(Walgreens Boots Alliance)'의 자회사로, 타 드럭스토어 '씨브이에스헬스(CVS Health)'와 선두를 다투고 있음</li> <li>• 처방의약품 택배 서비스, 웨어러블 기기를 통한 개인화된 건강 경험 제공 등의 광범위한 의료 서비스를 제공하며 온라인 사업 확장에 힘쓰고 있음</li> </ul>		
매장정보	입점 가능 품목	• 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"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 신청                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 공급업체 전용 웹 'RangeMe'를 통해 브랜드 및 제품 정보 등록 (www.rangeme.com/walgreens)</li> <li>① 브랜드 정보 입력(브랜드명, 설립연도, 소재지, 연 매출, 사업 종류)</li> <li>② 제품 개괄(Product Overview) 등록(제품명, 제품 종류, 취득 인증 정보, USP, 제품 설명)</li> <li>③ 제품 상세 정보(Product Details) 등록(제품 사진, 도매가격, 소비자 가격 등)</li> <li>④ 유통 정보(Distribution) 등록(생산 지역, 판매 지역 등)</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +1-800-925-4733</li> </ul> </li> </ul>	

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

## 2. 미국 전해질음료 주요 유통채널 ④ 씨브이에스

기업 기본 정보	기업명	씨브이에스(CVS)	
	기업구분	드럭스토어	
	홈페이지	www.cvs.com	
	위치	미국 전역	
	규모	매출액('23) <sup>22)</sup> <ul style="list-style-type: none"> <li>3,578억 달러(467조 6,088억 원)</li> </ul> 기타 규모 <ul style="list-style-type: none"> <li>매장 수('23): 9,395개</li> <li>직원 수('24): 약 30만 명</li> </ul>	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>1963년 메사추세츠(Massachusetts)에서 약국으로 설립되어 현재 미국 전역에 9천 개가 넘는 매장을 가진 미국의 종합 헬스케어 브랜드</li> <li>미국인 약 85%가 지점 반경 5마일 내에 거주할 정도로 높은 접근성 보유함</li> <li>처방전 조제, 백신 접종, 일반의약품 및 미용-건강제품 판매 등을 수행함</li> <li>일부 도심 지역의 매장을 제외하면 대부분 매장이 약국으로 운영됨</li> <li>온라인 주문-매장 수령 시스템 운영 중임</li> </ul>		
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>건강기능식품, 영양 보충제, 건강 기능 음료, 비타민 등</li> </ul>	
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>건강 기능 성분이 함유된 제품</li> </ul>	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>홈페이지를 통한 입점 신청                             <ul style="list-style-type: none"> <li>홈페이지 상단 'Become a CVS Supplier' 메뉴 클릭</li> <li>공급업체 전용 웹 'RangeMe'를 통해 브랜드 및 제품 정보 등록 (www.rangeme.com/cvs)</li> <li>① 브랜드 정보 입력(브랜드명, 설립연도, 소재지, 연 매출, 사업 종류)</li> <li>② 제품 개괄(Product Overview) 등록(제품명, 제품 종류, 취득 인증 정보, USP, 제품 설명)</li> <li>③ 제품 상세 정보(Product Details) 등록(제품 사진, 도매가격, 소비자 가격 등)</li> <li>④ 유통 정보(Distribution) 등록(생산 지역, 판매 지역 등)</li> </ul> </li> <li>문의사항 연락처                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 이메일: MerchandisingInquiries@cvshealth.com</li> </ul> </li> </ul>	

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

사진 자료: 씨브이에스헬스(CVS Health), 씨엔엔(CNN)

22) 씨브이에스헬스 전체 매출액

## 2. 미국 전해질음료 주요 유통채널 ⑤ 크로거

기업 기본 정보	기업명	크로거(Kroger)		
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓		
	홈페이지	www.kroger.com		
	위치	미국 전역		
	규모	매출액('23) • 1,581억 달러(196조 350억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 1,239개 • 직원 수('24): 약 41만 4,000명		
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1883년 오하이오(Ohio)에서 시작된 미국 최대 슈퍼마켓 체인 중 하나임</li> <li>• 미국의 중서부와 남부 지역에 특히 많이 분포해 있음</li> <li>• 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 할인점 등 다양한 형태의 매장을 운영함</li> <li>• 신선 제품 배송 서비스 '크로거 딜리버리(Kroger Delivery)'를 제공함</li> </ul>			
매장정보	입점 가능 품목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신선식품, 가공식품, 음료류, 주류, 향신료 및 소스류, 생활용품, 문구용품 등</li> </ul>		
	선호 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미국 내에서 브랜드 인지도가 높은 상품, 품질 및 신뢰도가 높은 상품</li> </ul>		
	매장 전경			
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지를 통한 입점 신청                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지 하단 ABOUT THE COMPANY 하위 'Vendors &amp; Suppliers(공급자)' 클릭 (<a href="http://www.thekrogerco.com/vendors-suppliers">www.thekrogerco.com/vendors-suppliers</a>)</li> <li>- 'Are you interested in becoming a Kroger Supplier?' 아래 'here' 클릭</li> <li>- 'Prospect Vendor Pre-Registration' 양식 작성 및 제출</li> <li>- 이메일을 통해 '공급업체 신청 안내 및 지침' 수신 후 추가 절차 진행</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처</li> <li>• 이메일: <a href="mailto:suppliercompliance@kroger.com">suppliercompliance@kroger.com</a></li> </ul>		

자료: 크로거(Kroger)

사진 자료: 크로거(Kroger)

## 2. 미국 전해질음료 주요 유통채널 ⑥ 월마트

기업 기본 정보	기업명	월마트(Walmart)	
	기업구분	하이퍼마켓/슈퍼마켓	
	홈페이지	www.walmart.com	
	위치	미국 전역	
	규모	매출액('23) • 6,113억 달러(798조 9,080억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 4,606개 • 직원 수('24): 약 160만 명	
기업 요약	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 전 세계를 통틀어 매출과 고용 부문에서 1위를 달리고 있는 거대 유통기업</li> <li>• 미국의 모든 50개 주에 진출해 있으며, 약 150개의 물류 센터를 보유함</li> <li>• 회원제 창고형 매장 '샘스클럽(Sam's Club)' 등 다양한 형태의 매장 운영 중임</li> </ul>		
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등	
	선호 제품	• 유기농 제품, 신제품	
	매장 전경		
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지에서 직접 등록 (corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier)</li> <li>- 'Account Creation' 클릭 및 계정 생성</li> <li>- 매점 입점(Store&amp;Club)과 온라인 입점(E-Commerce)을 선택하여 제안서 제출 (한국어 번역 제공)</li> <li>- 홈페이지 기입 정보                         <ul style="list-style-type: none"> <li>① 공급자 정보(공급자 이름, 공급자 번호[DUNS(Data Universal Numbering System : 국제 사업자 등록 번호, 지역별로 사업체를 식별하는 9자리의 고유 번호)], 납세자 식별 번호, 회사 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소, 계좌 정보 등)</li> <li>② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 외 제품 설명)</li> </ul> </li> <li>• 문의사항 연락처                         <ul style="list-style-type: none"> <li>- 전화번호: +1-800-925-6278</li> <li>- 이메일: service@walmartcontacts.com</li> </ul> </li> </ul>	

자료: 월마트(Walmart)

사진 자료: 월마트(Walmart)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

# V 진입장벽



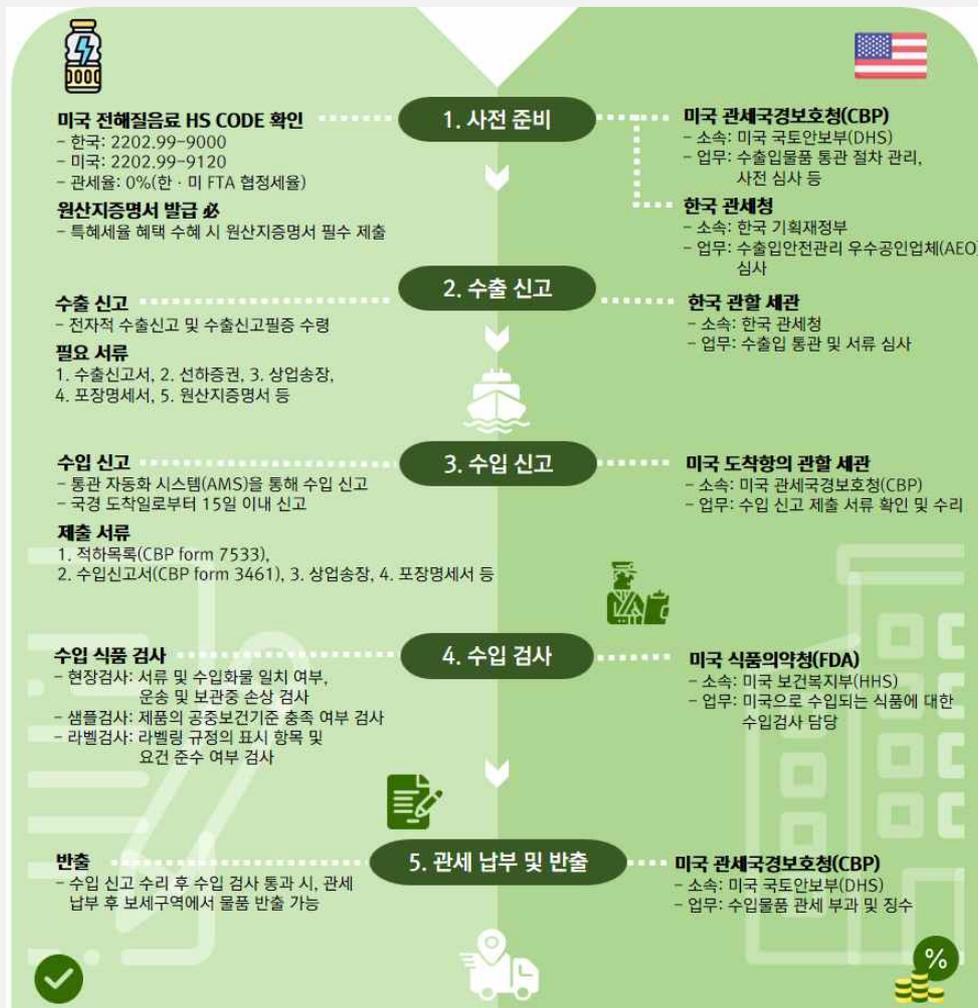
1. 미국 전해질음료 통관 및 검역 절차
2. 미국 전해질음료 품질 인증
3. 미국 전해질음료 라벨링
4. 미국 전해질음료 성분 및 유해물질

## 1. 미국 전해질음료 통관 및 검역 절차<sup>23)</sup>

### ▶ 미국 전해질음료 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 전해질음료 통관 검역 절차



자료: 관세청, 미국 식품의약청(FDA)

23) 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)을 도입함. 세관과 무역업체가 국제 무역 공급망의 보안 강화를 위해 협력하고, 해당 인증을 받은 업체에게 통관 혜택 등을 제공하기 위한 목적임. 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>
	Tier 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tier 1의 혜택과 함께 화물 검사 비율 축소</li> <li>무작위 샘플조사 면제 가능</li> </ul>
	Tier 3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tier 1, Tier 2보다 화물 검사 비율 축소</li> <li>검사 시 우선배정을 통한 전용 검사대(Green Lane) 이용으로 신속 검사 가능</li> </ul>
한-미 MRA 수혜 절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>한국 AEO 수출기업은 MID(Manufacture ID) 확인 후 해당 번호를 한국 관세청에 통보</li> <li>한국 관세청은 한국 AEO 수출기업의 AEO 공인번호와 MID가 포함된 기업리스트를 미국 관세청에 송부</li> <li>미국 관세청은 한국 AEO 수출기업리스트를 C-TPAT 포털에 등재하고, 한국 관세청에서 미국에 통보한 MID와 수입 신고서상 기재한 MID가 일치함을 판단하면 MRA 혜택 부여</li> <li>미국 수입 신고 시 한국 관세청에 통보한 MID와 동일한 MID를 사용할 수 있도록 미국 수입자에게 안내해야 함</li> </ul>	
한-미 MRA 혜택	수입검사율 축소	<ul style="list-style-type: none"> <li>우리나라 AEO 공인업체에 대한 수입검사율 축소</li> <li>C-TPAT Tier 1 회원과 동일한 혜택 부여</li> </ul>
	AEO 화물 우선 검사	<ul style="list-style-type: none"> <li>화물 검사시 우선 검사를 통한 검사시간 단축</li> </ul>
	기타	<ul style="list-style-type: none"> <li>미국 C-TPAT 업체와 거래하는 해외거래업체의 시설보안 등을 확인하기 위한 미국 관세국경보호청(CBP)의 현장실사 면제</li> </ul>

자료: 미국 관세국경보호청(CBP)

## 2. 미국 전해질음료 품질 인증

### ▶ 미국 전해질음료, 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 건전 또는 안전하지 않으며, 부적절하게 표기된 식품으로부터 소비자를 보호</li> </ul>
절차	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품 생산 가공 시설 등록(FFR: Food Facility Registration)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- FIS(FDA Industry Systems) 회원가입 및 로그인</li> <li>- 'Food Facility Registration' 접속</li> <li>- 안내되는 절차에 따라 정보 기입</li> </ul> </li> <li>• 작성 내용 검토 후 저장</li> <li>• 등록 확인</li> <li>• 시설 등록 완료 후 등록 번호(Registration number) 배정</li> <li>• 고유시설식별번호(UFI) 발급</li> <li>• 2021년부터 국내외 시설들은 식품 생산 가공 시설 등록(FFR)시 반드시 미국 식품의약청(FDA)이 인정하는 고유시설식별번호를 제출해야 함</li> <li>• 미국 내 대리인 검증 과정                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 미국 내 대리인의 검증이 마칠 때까지 시설 등록 및 재등록에 관한 확인 혹은 등록번호 확인은 진행되지 않음</li> </ul> </li> </ul>
주의사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2년마다 등록 갱신을 해야 함(매 짝수년 10월 1일 - 12월 31일)</li> <li>• 등록의 필수 정보가 변경된 경우 60일 이내 미국 식품의약청(FDA)에 등록을 업데이트해야 함</li> <li>• 모든 외국 식품 시설은 미국 식품의약청(FDA) 대리인(US Agent)이 있어야 함</li> </ul>



자료: 미국 식품의약청(FDA)

[표 5.3] 미국 식품의약청(FDA) 등록 정보

등록 정보	
	<p>필수 정보</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 시설명, 주소, 전화번호</li> <li>• 미국 식품의약청(FDA)이 인정하는 시설의 고유시설식별번호(2020년 10월 1일부터)</li> <li>• 모든 시설 주소(시설의 주소가 다른 경우)</li> <li>• 모회사 이름, 주소 및 전화번호(해당하는 경우)</li> <li>• 시설 담당자 이메일 주소(해외시설: 미국 내 대리인의 이름, 주소, 전화번호 및 이메일 주소)</li> <li>• 비상시 전화번호 및 이메일 주소, 국내 시설의 경우 담당자와 비상시 담당자가 다를 경우 이메일 주소만 필요</li> <li>• 시설을 담당하는 소유주 운영자 혹은 에이전트의 이름, 주소, 전화번호 및 이메일 주소</li> <li>• 시설이 사용하는 모든 상표명</li> <li>• 등록 서식에 적혀 있는 해당하는 식품 카테고리</li> <li>• 해당하는 각 식품 카테고리에 대한 시설에서 수행된 활동 유형</li> <li>• 미국 식품의약청(FDA)의 시설 점검을 허가할 것이라는 보증</li> <li>• 제출한 정보가 사실이고 정확하며 기재자의 기재 권한을 허가한다는 증명서</li> </ul>

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 5.4] 미국 식품 생산가공시설등록(FFR)

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

자료: 식품의약품안전처

▶ 미국 전해질음료, 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

[표 5.5] 미국 전해질음료 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 (Gluten-Free)	가능성 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

### 3. 미국 전해질음료 라벨링

[표 5.6] 미국 전해질음료 라벨링

라벨 표기 사항 및 기준	1. 표기 언어	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 반드시 영어로 기재하며 외국어 표기가 포함되어 있을 경우 해당 언어로도 모든 의무 표기 사항을 기재해야 함</li> </ul>
	2. 제품명	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 브랜드 이름이 아닌 일반적으로 통용되는 제품의 일반명칭 사용</li> <li>• 제품 전면에 굵은 글씨체로, 일반적으로 라벨에 쓰인 가장 큰 단어 또는 그래픽의 반 이상의 크기로 쓰여야 하며 제품의 가장 하단과 평행하게 표기</li> <li>• 제품이 액체가 아닌 경우 형태(Sliced, Unsliced, Halves)를 명시</li> <li>• 활자 크기는 주표시면에 사용된 가장 큰 활자의 1/2 이상</li> <li>• 외국어 표기일 경우, 영어 및 외국어 둘 다 표기해야 함</li> <li>• 주스(과일 및 채소)가 들어있는 음료일 경우, 주스 함유량(%) 표기 필요</li> </ul>
	3. 순중량	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주 표시면 하단 30%에 위치</li> <li>• 포장 용기 내부에 담겨있는 식품의 양을 표기</li> <li>• 기본적으로 모든 중량 표기는 영미 파운드법(oz, lb, quart)에 따라 표기되어야 하며, 분수 또는 소수점 등의 표기도 허용</li> <li>• 국제단위(g, kg, L 등 미터법)도 함께 표기</li> <li>• 고체 제품의 경우, 'Net Weight'라는 단어가 반드시 포함되어야 하지만, 액체 등의 제품은 'Net Contents' 또는 'Net' 등의 단어 사용은 선택 사항임</li> </ul>
	4. 제조사, 포장업체, 유통업체 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제조사, 포장업체 또는 유통업체의 이름을 표기</li> <li>• 제조업체의 이름이나 주소가 없는 경우에는, 제품과 관련된 업체명을 반드시 기재</li> <li>• 제조사, 포장업체 또는 유통업체 표기는 일반적으로 정확한 도로명 및 번호, 도시, 집(Zip)코드, 주 등의 정보를 모두 포함</li> </ul>
	5. 성분 목록	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사용된 원재료의 중량을 기준으로 내림차순으로 나열하되, 전체 제품 용량 및 무게의 2% 이하를 구성하는 성분명의 표기는 위 방식의 적용을 받지 않음</li> <li>• 일반적인 성분명 사용</li> <li>• 허가된 방부제 첨가 시 방부제의 통상 명칭 및 기능을 표기</li> <li>• 공인된 색소는 약어 또는 특정 이름을 사용</li> </ul>

자료: 미국 식품의약청(FDA), KATI농식품수출정보

[표 5.6] 미국 전해질음료 라벨링

라벨 필수 표시 사항 및 기준	6. 알레르겐 성분	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 식품 알레르기 유발 물질(Major food allergen)이 포함된 경우 반드시 기재</li> <li>• 눈에 잘 띄고 읽기 쉬운 크기로, 원재료명의 문자 크기 이상으로 표기</li> <li>• 원재료명 목록에 원재료명을 쓴 뒤 괄호 안에 알레르기 유발 식품의 일반명을 기재</li> <li>• ‘Contains’의 ‘C’는 반드시 대문자로 기재</li> <li>• 주요 알레르기 유발물질은 우유, 달걀, 생선, 갑각류, 견과류, 밀, 땅콩, 대두 및 콩이 있으며, 2023년 1월 1일부터 알레르기 의무 표기 대상에 첨가도 포함</li> <li>• 견과류, 생선, 갑각류 동물의 경우 작성 시 정확한 종(류)에 대한 표기 필요</li> </ul>
	7. 영양성분표	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 열량, 총 지방(포화지방, 트랜스지방), 콜레스테롤, 나트륨, 총 탄수화물(식이섬유, 총당, 첨가당), 단백질, 비타민D, 칼슘, 철분 등의 정보를 포함</li> <li>• 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</li> <li>• 수출용 제품 라벨의 면적에 따라 영양성분표의 규정된 위치가 상이하므로 반드시 확인 필요</li> </ul>
	8. 원산지	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 미국 내 유통업체의 명칭과 주소 근처에 영어로 표기</li> </ul>

자료: 미국 식품의약청(FDA), KATI농식품수출정보

▶ 미국 전해질음료 라벨 샘플



[앞면 라벨링]



[옆면 라벨링]



[뒷면 라벨링]

[앞면 - 영어]

- ① GATORLYTE  
SPECIALIZED BLEND OF 5  
ELECTROLYTES
- ② RAPID REHYDRATION
- ③ ELECTROLYTE BEVERAGE
- ④ ORANGE
- ⑤ NATURALLY FLAVORED WITH  
OTHER NATURAL FLAVORS
- ⑥ 50 CALORIES PER BOTTLE
- ⑦ 20 FL OZ (1.25 PT) 591 mL

[앞면 - 국문]

- ① 게토라이트  
5가지 전해질의 특별한 혼합
- ② 빠른 수분 보충
- ③ 전해질음료
- ④ 오렌지
- ⑤ 천연 향료 사용으로 자연스럽게 맛을 낸
- ⑥ 병당 50칼로리
- ⑦ 20 액량 온스(1.25 파인트) 591 밀리리터

[옆면 - 영어]	[옆면 - 국문]
① NO ARTIFICIAL SWEETENERS OR FLAVORS	① 인공 감미료 및 향료 무첨가
② SCIENTIFICALLY FORMULATED FOR RAPID REHYDRATION	② 과학적으로 빠른 수분 보충을 위해 제조된 제품
③ SPECIALIZED BLEND OF 5 ELECTROLYTES	③ 5가지 전해질의 특별한 혼합
④ 490MG SODIUM 350MG POTASSIUM 1,040MG CHLORIDE 105MG MAGNESIUM 120MG CALCIUM	④ 나트륨 490mg 칼륨 350mg 염화물 1,040mg 마그네슘 105mg 칼슘 120mg
⑤ 32350479005 (PS)	⑤ 32350479005 (PS)
⑥ ME-HI 5¢ OR 10¢ CT/VT CA CRV	⑥ ME-HI 5¢ 또는 10¢ CT/VT CA CRV
⑦ LOWER SUGAR	⑦ 저당
⑧ 60% LOWER SUGAR THAN LEADING SPORTS DRINK.	⑧ 주요 스포츠 음료보다 60% 낮은 당 함량.
⑨ GATORLYTE CONTAINS 12G TOTAL SUGARS PER 20 FL OZ SERVING.	⑨ 게토라이트는 20온스당 총 당 12g을 함유하고 있습니다.
⑩ THE LEADING SPORTS DRINK CONTAINS 34G TOTAL SUGARS PER 20 FL OZ SERVING.	⑩ 주요 스포츠 음료는 20온스당 총 당 34g을 함유하고 있습니다.

[뒷면 - 영어]

① CONTAINS NO FRUIT JUICE

②

Nutrition Facts	
Serving size	1 Bottle (591 mL)
Amount per serving	
<b>Calories</b>	<b>50</b>
	%Daily Value
<b>Total Fat</b> 0g	0%
<b>Sodium</b> 490mg	0%
<b>Total Carbohydrate</b> 14g	5%
Total Sugars 12g	
Includes 12g Added Sugars	24%
<b>Protein</b> 0g	
Calcium 120mg	10%
Potassium 350mg	8%
Magnesium 105mg	25%
Chloride 1,040mg	45%
Not a significant source of saturated fat, trans fat, cholesterol, dietary fiber, vitamin D, and iron.	

③ Ingredients :

Water, sugar, citric acid, salt, calcium lactate, potassium chloride, magnesium oxide, gum arabic, purified stevia leaf extract, natural flavor, sucrose acetate isobutyrate, glycerol ester of rosin, yellow 6.

④ DIST. BY: THE GATORADE CO.  
P.O. BOX 049003, CHICAGO, IL 60604

⑤ ©2023 S-VC, Inc. GATORADE and G DESIGN are registered trademarks of S-VC, Inc.

[뒷면 - 국문]

① 과일 주스가 포함되지 않음

②

영양 성분	
1회 제공량	1 병 (591 mL)
1회 제공량당 함량	
<b>칼로리</b>	<b>50</b>
	%일일 기준치
<b>총 지방</b> 0g	0%
<b>나트륨</b> 490mg	0%
<b>총 탄수화물</b> 14g	5%
총 당류 12g	
추가 당류 12g 포함	24%
<b>단백질</b> 0g	
칼슘 120mg	10%
칼륨 350mg	8%
마그네슘 105mg	25%
염화물 1,040mg	45%
포화 지방, 트랜스 지방, 콜레스테롤, 식이섬유, 비타민 D, 철분의 중요한 공급원이 아닙니다.	

③ 성분:

물, 설탕, 구연산, 소금, 젖산칼슘, 염화칼륨, 산화마그네슘, 아라비아 고무, 정제 스테비아 잎 추출물, 천연 향료, 아세트산 이소부티레이트, 로진 글리세롤 에스터, 황색 6호.

④ 배급처: 게토레이 컴퍼니  
P.O. BOX 049003, 시카고, IL 60604

⑤ ©2023 S-VC, Inc. GATORADE 및 G DESIGN은 S-VC, Inc.의 등록 상표입니다.

⑥ Comments? 1-800-884-2867 or visit gatorade.com

⑦ REFRIGERATE AFTER OPENING

⑧ Low Calorie, 40 calories or less per 12 fl oz

⑨ Scan for Info Call for Info 1-800-884-2867

⑥ 문의사항? 1-800-884-2867 또는 gatorade.com 방문

⑦ 개봉 후 냉장 보관

⑧ 저칼로리, 12 액상 온스 당 40칼로리 이하

⑨ 정보 스캔 또는 문의 전화 1-800-884-2867

## 4. 미국 전해질음료 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)<sup>24)</sup>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 ‘기타음료’에 적용되는 식품첨가물 내용 중 일부이며, 더욱 상세한 식품첨가물 정보는 미국의 연방규정집(CFR) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.7] 미국 전해질음료 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	아카시아 검, 아라비아 검	Acacia Gum, Gum Arabic	GRAS: [유화제, 유화제염, 향료 및 보조제, 조성보조제, 안정제, 증점제] 2.0% 이하	음료 및 음료베이스
2	피리독신염산염 (비타민B6염산염)	Pyridoxine Hydrochloride (Vitamin B6 Hydrochloride)	GRAS: [영양강화제] GMP <sup>25)</sup> 에 따라 사용	비알코올 음료 및 음료베이스
3	염화칼슘	Calcium Chloride	GRAS: [고결방지제, 보존료, 응고제, 보존 및 절임제, 응고제, 향미증진제, 습윤제, 영양강화제, 산도조절제, 가공보조제, 안정제, 증점제, 계면활성제, 상승제, 텍스처라이저] 0.22% 이하, GMP에 따라 사용	
4	아세설팜칼륨	Acesulfame Potassium	[감미료(sweetener) 향미증강제(flavor enhancer)] GMP에 따라	모든 식품 (식육가공품과 가금류제품 제외)

자료: 미국 식품의약청(FDA), KATI농식품수출정보

24) 의도한 용도로 사용하였을 경우 일반적으로 안전하다고 여겨지는 성분

25) GMP(Good Manufacturing Practice): 식품첨가물이 특정 식품유형에 사용 가능한 것으로 등재되어 있으나 별도의 사용기준이 설정되지 않았을 경우, 첨가물의 양은 우수제조관리기준(GMP)에 따라 최소 적정량이 사용되어야 함

[표 5.7] 미국 전해질음료 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
5	염화마그네슘	Magnesium Chloride	GRAS: [향료 및 보조제, 영양강화제] GMP에 따라 사용	모든 식품
6	구연산	Citric Acid	GRAS: GMP에 따라 사용	
7	구연산칼륨	Potassium Citrate	GRAS: GMP에 따라 사용	
8	칸토텐산칼슘	Calcium Pantothenate	GRAS: [영양강화제] GMP에 따라 사용	

자료: 미국 식품의약청(FDA), KATI농식품수출정보

▶ **유해물질**

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

[표 5.8] 미국 전해질음료 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 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 5.9] 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. 골든이글디스트리뷰터스  
(Golden Eagle Distributors)
2. 임페리얼서플라이즈(Imperial Supplies)
3. 월마트(Walmart)

## Interview ①

26)

골든이글디스트리뷰터스(Golden Eagle Distributors)  
Sales Rep골든이글디스트리뷰터스  
(Golden Eagle  
Distributors)

- 유형: 도매유통업체
- 업체 특징:
  - 2010년에 설립된 도매 유통업체로 주스, 소다, 스포츠 음료, 커피, 우유 및 차, 에너지 음료, 식품 및 스낵, 일반 상품 등을 취급하고 있음
  - 미국 내 다양한 유통채널을 통해 제품을 공급하고 있음

## 담당자 정보

Sales Rep

## Q. 미국 전해질음료 시장의 전반적인 트렌드는 무엇인가요? 현재 시장에서 주요 소비자층은 누구이며, 이들의 소비 패턴은 어떻게 나타나고 있나요?

최근 몇 년간 미국 전해질음료 시장은 활동적인 소비자 및 운동선수들 사이에서 두드러진 성장을 기록하고 있습니다. 소비자들은 격렬한 신체 활동 중이나 더운 날씨에 수분 보충과 전해질 섭취의 중요성을 인식하며 이러한 음료를 많이 찾기 시작했습니다. 주요 소비자층은 운동선수와 피트니스 애호가를 비롯해 활동적인 라이프스타일을 추구하는 사람들로, 이들은 운동 전, 중, 후에 전해질음료를 섭취함으로써 성능을 극대화하고 빠른 회복을 돕고자 합니다. 또한, 일반적인 수분 보충을 위해 전해질음료를 선택하는 일반 소비자층도 증가하고 있으며, 특히 야외 활동 시나 더운 기후에서 그 수요가 두드러지고 있습니다.

## Q. 미국 소비자들이 전해질음료를 구매할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?

미국 소비자들이 전해질음료를 구매할 때 가장 중시하는 요소는 '맛'입니다. 소비자들은 단순히 수분 보충 기능뿐만 아니라, 맛있는 음료를 선호합니다. 다음으로는 '성분'이 중요한 고려사항입니다. 건강에 대한 관심이 높아짐에 따라, 소비자들은 인공 감미료, 색소, 향료가 첨가되지 않은 천연 성분의 제품을 찾고 있습니다. 특히 운동선수와 피트니스 애호가들에게는 전해질 보충의 효과가 매우 중요합니다. 또한, '편의성' 역시 구매 결정에 큰 영향을 미칩니다. 휴대하기 쉬운 포장 크기나 간편한 음용 방식이 구매 시 중요한 요소로 작용합니다.

## Q. 전해질음료 시장에서 현재 가장 인기 있는 제품이나 브랜드는 무엇인가요? 특정 제품을 언급해주시고, 해당 제품의 용량, 맛, 제형, 가격 등의 특성에 대해 설명해주세요.

미국 전해질음료 시장에서는 파워에이드(Powerrade), 게토레이(Gatorade), 바디아머(Bodyarmor), 노스(Nos) 같은 브랜드가 여전히 높은 인기를 유지하고 있습니다. 이러한 스포츠 음료는 운동선수 및 피트니스 애호가들에게 특히 인기가 높으며, 다양한 혁신적인 제품들이 시장에 출시되고 있습니다. 각 브랜드는 레몬라임, 과일 펀치, 오렌지와 같은 다양한 맛을 제공하며, 일반적인 용량은 20-28온스입니다. 가격은 온스당 약 3센트에서 3.7센트(392-484원<sup>27)</sup>)로 형성되어 있으며, 소비자들은 이러한 제품을 성능, 맛, 편리성을 고려해 선택합니다.

26) 사진 자료: 골든이글디스트리뷰터스(Golden Eagle Distributors)

27) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

**Q. 미국 전해질음료 제품에 주로 요구되는 성분이나 효과는 무엇인가요? 미국 소비자들이 선호하는 기능성 성분이나 특징은 무엇인가요?**

미국 소비자들은 수분 공급과 근육 및 신경 기능 유지를 위해 나트륨, 칼륨, 마그네슘과 같은 주요 미네랄을 함유한 전해질음료를 선호합니다. 이러한 전해질은 격렬한 신체 활동이나 더운 날씨에 효과적인 수분 보충을 위해 필수적입니다. 또한, 비타민 C와 B군 비타민이 첨가된 제품은 전반적인 건강과 면역 기능을 지원하기 때문에 인기가 높습니다. 일부 소비자들은 에너지 부스터로 작용하는 카페인이나 산화 스트레스를 줄여주는 항산화 성분을 찾기도 합니다. 더불어, 저당 함량과 인위적이지 않은 맛 역시 건강을 중시하는 현대 소비자들 사이에서 중요한 요소로 자리 잡고 있습니다.

**Q. 미국 소비자들은 전해질음료 제품을 주로 어떤 유통채널을 통해 구매하나요?**

미국 소비자들은 전해질음료를 다양한 유통채널에서 구매합니다. 식품점과 슈퍼마켓은 다양한 브랜드와 맛을 제공하는 주요 구매처입니다. 편의점 역시 이동 중에 간편하게 구매할 수 있어 인기가 많습니다. 아마존(Amazon)과 같은 전자상거래 플랫폼은 다양한 전해질음료 제품을 쉽게 접근할 수 있는 편리함을 제공하며, 특히 바쁜 라이프스타일을 가진 소비자들 사이에서 수요가 증가하고 있습니다. 또한, 전문 스포츠 상점과 건강 식품 상점은 피트니스 애호가와 건강을 중요시하는 소비자들에게 전문화된 전해질음료를 제공하며, 넓은 선택지를 선사합니다.

**Q. 전해질음료 제품을 홍보할 때 효과적인 마케팅 전략은 무엇인가요?**

전해질음료의 마케팅 전략은 활동적인 라이프스타일과 건강을 중요시하는 소비자들을 타겟으로 삼아야 합니다. 인스타그램(Instagram)과 틱톡(TikTok) 같은 소셜 미디어 플랫폼에서의 마케팅은 젊은 소비자층을 효과적으로 공략할 수 있습니다. 피트니스 인플루언서나 운동선수와의 협업은 브랜드 신뢰성을 높이고 광범위한 소비자층에 도달하는 데 기여할 수 있습니다. 또한, 스트리밍 플랫폼과 피트니스 전문 잡지에서의 타겟 광고는 브랜드 노출도를 높이는 데 효과적입니다. 매장 내 프로모션과 제품 샘플링, 할인 행사 등은 소비자들의 충동 구매를 촉진할 수 있으며, 스포츠 팀이나 이벤트와의 파트너십은 브랜드 이미지 강화와 함께 큰 화제를 불러일으킬 수 있습니다.

**Q. 미국 시장에 전해질음료를 수출할 때 주의해야 할 통관 및 검역 사항은 무엇인가요?**

미국 시장에 전해질음료를 수출하려면 여러 통관 및 검역 규정을 철저히 준수해야 합니다. 우선, 미국 식품의약청(FDA)의 규정을 충족하는 것이 필수입니다. 여기에는 제품 라벨링, 성분 기준, 건강 관련 주장 등이 포함됩니다. 제품 성분은 반드시 명확히 표기되어야 하며, 소비자 오도 가능성을 방지해야 합니다. 또한, 제품은 조화 관세 일정(HTS) 코드에 따라 정확히 분류되어야 하며, 이를 통해 적용 가능한 수입 관세 및 세금을 파악해야 합니다.

## Interview ②

28)


**임페리얼서플라이즈  
(Imperial Supplies)**

- 유형: 도매유통업체
- 업체 특징:
  - 1958년에 설립된 도매업체 및 유통업체로 스포츠 음료 및 기타 음료를 포함한 일반 제품을 취급하고 있음

**담당자 정보**

Administrator

## 임페리얼서플라이즈(Imperial Supplies) Administrator

**Q. 미국 전해질음료 시장의 전반적인 트렌드는 무엇인가요? 현재 시장에서 주요 소비자층은 누구이며, 이들의 소비 패턴은 어떻게 나타나고 있나요?**

미국 전해질음료 시장은 건강에 대한 인식이 높아지는 추세에 힘입어 인기를 얻고 있습니다. 소비자들은 신속하고 효율적으로 수분과 전해질을 보충할 수 있는 편리한 방식을 점점 더 선호하고 있습니다. 주요 소비자층은 활동적인 라이프스타일을 지향하며 웰빙을 중시하는 밀레니얼 세대와 Z세대의 젊은 성인들입니다. 이들은 운동 중이나 격렬한 신체 활동 후에 전해질음료를 일상적으로 섭취하는 경향을 보입니다. 또한, 수분과 전해질 균형을 유지하기 위해 전해질음료를 찾는 노년층과 특정 건강 상태를 관리하는 개인들도 점점 늘어나고 있습니다.

**Q. 미국 소비자들이 전해질음료를 구매할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?**

전해질음료 구매 시, 소비자들은 맛, 효능, 브랜드 평판을 주요 고려 요소로 꼽습니다. 맛이 좋은 제품은 정기적인 소비로 이어질 가능성이 높으며, 특히 활동적인 라이프스타일을 가진 사람들은 전해질을 효과적으로 보충할 수 있는 제품의 효능을 중시합니다. 또한, 브랜드의 신뢰도와 평판은 소비자들이 품질이 보장된 제품을 선택하는 데 중요한 기준이 됩니다. 가격과 제품의 접근성도 구매 결정에 영향을 미치는 요소입니다.

**Q. 전해질음료 시장에서 현재 가장 인기 있는 제품이나 브랜드는 무엇인가요? 특정 제품을 언급해주시고, 해당 제품의 용량, 맛, 제형, 가격 등의 특성에 대해 설명해주세요.**

미국 전해질음료 시장에서 가장 인기 있는 브랜드로는 게토레이와 스퀸처(Sqwincher)가 있습니다. 게토레이는 다양한 맛의 전해질음료로 유명하며, 특히 야외 활동 중에 많이 소비됩니다. 반면, 스퀸처는 분말 형태의 전해질 농축 음료로, 주로 가정에서 사용하기에 적합합니다. 스퀸처의 분말 스틱은 특정 전해질, 비타민, 미네랄 혼합물을 제공하여 물에 쉽게 혼합할 수 있습니다. 대표적인 맛으로는 과일 펀치(Fruit Punch)와 립타이드 러시(Riptide Rush)가 있습니다.

게토레이 오리지널(20온스)은 개당 2.45달러(3,201원)이며, 24팩 세트로 제공됩니다. 스퀸처 제로 설탕 무첨가 분말 농축 음료 믹스는 20온스를 제조할 수 있으며, 스틱당 0.7달러(914원)입니다. 게토레이 스포츠 음료 믹스(레몬-라임 맛)는 패키지가당 10.62달러(13,878원)로 판매됩니다.

### Q. 미국 전해질음료 제품에 주로 요구되는 성분이나 효과는 무엇인가요? 미국 소비자들이 선호하는 기능성 성분이나 특징은 무엇인가요?

미국 소비자들은 단순한 수분 보충을 넘어 건강에 도움이 되는 전해질음료를 선호합니다. 면역 기능과 전반적인 건강을 지원하는 비타민과 미네랄이 첨가된 제품에 대한 수요가 높습니다. 또한, 에너지 향상 및 집중력을 위한 카페인, 또는 활성 산소 억제를 돕는 항산화 성분이 포함된 음료가 인기를 끌고 있습니다. 건강에 민감한 소비자들 사이에서는 저칼로리 및 무설탕 옵션이 각광받고 있으며, 천연 향과 색소가 인공 첨가물을 대체하는 추세입니다.

### Q. 미국 소비자들은 전해질음료 제품을 주로 어떤 유통채널을 통해 구매하나요?

미국 소비자들은 전해질음료를 다양한 유통채널을 통해 구매합니다. 슈퍼마켓은 다양한 제품을 판매하기 때문에 소비자들이 가장 선호하는 구매처 중 하나입니다. 빠른 구매가 필요한 경우에는 편의점이 주요 선택지로 자리 잡고 있습니다. 온라인 소매업체는 폭넓은 제품 선택지와 가정 배달의 편리함을 제공하며 점차 중요한 판매 채널로 부상하고 있습니다. 또한, 프리미엄 및 특화된 전해질 제품을 찾는 소비자들을 위해 전문 스포츠 매장과 건강 식품 매장도 점점 더 중요한 역할을 하고 있습니다.

### Q. 전해질음료 제품을 홍보할 때 효과적인 마케팅 전략은 무엇인가요?

전해질음료를 효과적으로 마케팅하기 위해서는 제품의 주요 이점과 차별화된 특성을 강조해야 합니다. 특히 소셜 미디어 마케팅은 인스타그램과 같은 플랫폼에서 시각적으로 매력적인 콘텐츠를 통해 강력한 브랜드 팔로워를 구축하는 데 효과적입니다. 운동선수나 피트니스 인플루언서와의 협업은 브랜드 인지도 및 신뢰성을 높이는 데 도움이 될 수 있습니다. 이외에도 건강 및 피트니스 관련 커뮤니티와의 파트너십은 더 많은 관심을 끌 수 있는 방법입니다.

### Q. 미국 시장에 전해질음료를 수출할 때 주의해야 할 통관 및 검역 사항은 무엇인가요?

전해질음료를 미국으로 수출할 때는 관련 세관 및 검역 규정을 철저히 준수해야 합니다. 미국 식품의약청(FDA)은 전해질음료를 포함한 식음료 제품에 대한 엄격한 규제를 시행하고 있습니다. 제품 라벨링, 성분 기준, 건강 관련 주장에 대한 규정을 준수하는 것이 필수적입니다. 특히, 포장 및 세관 통관 시 적용되는 지침을 사전에 확인하는 것이 중요합니다. 마케팅과 라벨링 시에는 소비자가 오해할 수 있는 정보를 제공하지 않도록 유의해야 합니다.

## Interview ③

29)



## 월마트(Walmart) Sales Representative

### 월마트(Walmart)

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

### 담당자 정보

Sales Representative

**Q. 미국 전해질음료 시장의 전반적인 트렌드는 무엇인가요? 현재 시장에서 주요 소비자층은 누구이며, 이들의 소비 패턴은 어떻게 나타나고 있나요?**

미국 전해질음료 시장은 기능성 음료에 대한 수요 증가에 따라 빠르게 확장하고 있습니다. 현대 소비자들은 단순한 수분 보충을 넘어, 인지 기능 개선과 운동 능력 향상과 같은 부가적인 혜택을 제공하는 제품을 선호하고 있습니다. 주요 소비자층은 운동선수, 피트니스 애호가, 그리고 활동적인 라이프스타일을 지닌 개인들로, 이들은 주로 운동 후나 체육관 훈련 후 전해질음료를 섭취합니다. 특히 제로 칼로리나 저칼로리 음료, 에너지 드링크의 수요가 꾸준히 증가하고 있습니다. 더불어, 건강을 중요시하는 소비자들 사이에서는 하루 종일 간편하게 수분을 보충할 수 있는 방법으로 전해질음료를 활용하는 경향이 뚜렷해지고 있습니다.

**Q. 미국 소비자들이 전해질음료를 구매할 때 가장 중요하게 고려하는 요소는 무엇인가요?**

미국 소비자들은 전해질음료를 선택할 때 여러 요소를 신중히 고려합니다. 가장 중요한 요소는 맛으로, 즐거운 맛 경험이 정기적인 음료 섭취를 유도합니다. 또한, 자연적이고 유기농 성분을 선호하는 경향이 강해, 성분 목록이 구매 결정에 중요한 역할을 합니다. 특정 전해질 혼합물은 수분 보충과 전해질 불균형 해결에 효과적이어야 하며, 인지 기능 개선이나 운동 성능 향상 같은 건강상의 이점도 소비자들이 고려하는 핵심 요소입니다. 마지막으로, 포장의 편리성 및 휴대성 역시 구매 과정에서 중요한 요인으로 작용합니다.

**Q. 전해질음료 시장에서 현재 가장 인기 있는 제품이나 브랜드는 무엇인가요? 특정 제품을 언급해주시고, 해당 제품의 용량, 맛, 제형, 가격 등의 특성에 대해 설명해주세요.**

이 분야에서 인기 있는 브랜드로는 파워에이드, 게토레이, 리퀴드 아이비(Liquid IV), 프로펠(Propel), 일렉트롤릿(Electrolit), 바디아머 등이 있습니다. 파워에이드와 게토레이는 미국 전해질음료 시장에서 선도적인 위치를 차지하고 있습니다. 예를 들어, 파워에이드는 강도 높은 신체 활동 중 손실된 전해질을 보충하기 위해 설계된 파워에이드 아이온4(Powerrade Ion4) 제품군을 제공합니다. 이 제품은 마운틴 블라스트(Mountain Blast)와 과일 펀치 같은 다양한 맛으로 출시되며, 일반적으로 20온스 병으로 제공됩니다. 파워에이드 28온스 병 팩은 1.38달러(1,804원)에 판매되고 있습니다.

### Q. 미국 전해질음료 제품에 주로 요구되는 성분이나 효과는 무엇인가요? 미국 소비자들이 선호하는 기능성 성분이나 특징은 무엇인가요?

미국 소비자들은 나트륨, 칼륨, 칼슘, 마그네슘과 같은 주요 미네랄을 보충할 수 있는 전해질음료를 선호합니다. 이러한 전해질은 수분 보충 및 신체 기능 유지를 위해 필수적입니다. 건강을 중시하는 경향이 강해지면서, 저당 및 무설탕 옵션이 특히 인기를 끌고 있으며, 자연적인 맛과 색상을 선호하는 트렌드가 확산되고 있습니다. 또한, 일부 소비자들은 개인적인 건강 요구를 충족시키기 위해 에너지 향상, 면역 기능 지원과 같은 특정 기능성 성분을 포함한 제품을 찾고 있습니다.

### Q. 미국 소비자들은 전해질음료 제품을 주로 어떤 유통채널을 통해 구매하나요?

미국 소비자들은 전해질음료를 온라인과 오프라인 채널 모두를 통해 구매하지만, 판매량 측면에서는 여전히 오프라인 채널이 시장을 주도하고 있습니다. 주로 슈퍼마켓과 하이퍼마켓, 편의점, 전문점에서 판매되며, 많은 호텔과 레스토랑도 방문객의 요구를 충족시키기 위해 대량 주문을 하고 있습니다. 한편, 소매 주문의 경우, 소비자들은 편리하고 합리적인 전자상거래 플랫폼을 점점 더 선호하고 있습니다.

### Q. 전해질음료 제품을 홍보할 때 효과적인 마케팅 전략은 무엇인가요?

전해질음료의 마케팅 전략은 활동적인 라이프스타일과 건강을 중시하는 소비자층을 타겟으로 해야 합니다. 현대 마케팅 환경에서는 소셜 미디어 플랫폼 활용이 필수적이며, 인플루언서 마케팅이 소비자들 사이에서 신뢰감을 형성하는 데 중요한 역할을 합니다. 또한, 유명 스포츠 인사를 브랜드 홍보대사로 기용하면 브랜드의 명성을 높이고 긍정적인 이미지를 구축하는 데 큰 도움이 될 수 있습니다.

### Q. 미국 시장에 전해질음료를 수출할 때 주의해야 할 통관 및 검역 사항은 무엇인가요?

전해질음료를 미국으로 수출하는 모든 브랜드는 다양한 관세 및 검역 규정을 철저히 준수해야 합니다. 특히, 미국 식품의약청(FDA)이 식품 및 음료 제품의 규제를 감독하기 때문에, FDA의 가이드라인을 준수하는 것이 필수적입니다. 여기에는 성분 검토, 라벨링 규정, 건강 관련 주장에 대한 명확한 준수 등이 포함됩니다.

## [참고문헌]

### ■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 'Soft Drinks - United States', 2024.11
2. 코트라(Kotra), '2024년 미국 음료시장은 '웰니스'로 통한다', 2024.04
3. 스태티스타(Statista), 'Energy & Sports Drinks - United States', 2024.11
4. 닐슨아이큐(NIQ), 'Navigating the Dynamic Energy Drink Market: 4 Key Trends', 2024.05
5. 저스트드링크(Just Drinks), 'Why is there a slowdown in US energy drinks?', 2024.08
6. KOTRA해외시장뉴스, '미국 서부 음료 시장, 코스트코 바이어의 눈으로 본 2024년 키워드', 2024.05
7. 저스트드링크(Just Drinks), 'Why is there a slowdown in US energy drinks?', 2024.08
8. 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in the United States as of September 2024', 2024.10
9. 스태티스타(Statista), 'Grocery shopping by store type in South Korea as of September 2024', 2024.10
10. 중앙일보(The Korea Daily), "'커뮤니티, 직원들과 상생' 1988년 무진년 창업 한남체인', 2024.01
11. 농림축산식품부, '2023 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드', 2023
12. 식품의약품안전처, '식품 수출 안내서 미국편', 2021
13. KATI농식품수출정보, '미국 식품첨가물 및 유해물질 규정 원문 및 번역본', 2023
14. KATI농식품수출정보, '미국 식품첨가물 및 유해물질 규정 해설집', 2023
15. KATI농식품수출정보, '미국 라벨링 규정 준수 가이드', 2020
16. aT한국농수산물유통공사, 'aT 농식품 수출 교역조건 미국', 2021
17. aT한국농수산물유통공사, '2023 농식품 수출국가정보', 2023

### ■ 참고 사이트

1. 외교부 (www.mofa.go.kr)
2. 스태티스타(Statista) (www.statista.com)
3. 코트라(Kotra) (www.kotra.or.kr)
4. KEB하나은행 (www.kebhana.com)
5. 니큐(NIQ) (nielseniq.com)
6. 저스트드링크(Just Drinks) (www.just-drinks.com)
7. ITC(International Trade Center) (www.trademap.org)
8. 아마존(Amazon) (amazon.com)
9. 저스트드링크(Just Drinks) (www.just-drinks.com)
10. 에이치마트(Hmart) (www.hmart.com)
11. 로켓리치(Roket Reach) (rocketreach.co)
12. 시더파크리빙(Cedar Park Living) (cedarparktxliving.com)
13. 한남체인(Hannam Chain) (www.cconmausa.com)
14. 중앙일보(The Korea Daily) (www.koreadaily.com)
15. 구글맵(Google Maps) (www.google.co.kr/maps)
16. 월그린(Walgreens) (www.walgreens.com)
17. 월그린부츠얼라이언스(Walgreens Boots Alliance) (www.walgreenbootsalliance.com)
18. 씨브이에스헬스(CVS Health) (www.cvshealth.com)
19. 씨엔엔(CNN) (www.cnn.com)
20. 크로거(Kroger) (www.kroger.com)
21. 월마트(Walmart) (www.walmart.com)
22. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
23. 통합무역정보서비스 (tradenavi.or.kr)
24. 국가관세종합정보망서비스 (unipass.customs.go.kr)
25. aT한국농수산물유통공사 (www.at.or.kr)
26. 관세청 (www.customs.go.kr)
27. 관세법령포털 (unipass.customs.go.kr)
28. 수산물수출정보포털 (www.kfishinfo.co.kr)

## [참고문헌]

### ■ 참고 사이트

30. 미국 관세국경보호청(CBP) ([www.cbp.gov](http://www.cbp.gov))
31. 미국 식품의약청(FDA) ([www.fda.gov](http://www.fda.gov))
32. 미국 농무부(USDA) ([acir.aphis.usda.gov](http://acir.aphis.usda.gov))
33. 골든이글디스트리뷰터스(Golden Eagle Distributors) ([www.goldeneagledistributors.com](http://www.goldeneagledistributors.com))
34. 임페리얼서플라이즈(Imperial Supplies) ([www.imperialsupplies.com](http://www.imperialsupplies.com))

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발행 일자 | 2024.11.22

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