

2024 수출기업 맞춤형 조사

No. | 202410-52

품목 | 콩스낵(Bean Snack)

HS CODE | 2008.97-9000

국가 | 미국(U.S.A)



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

I. 요약

1. 요약	04
-------	----

II. 시장규모

1. 미국 제과 및 스낵 시장규모	06
2. 미국 스낵 시장규모	07
3. 미국 콩스낵 수입규모	08

III. 시장트렌드

1. 미국 콩스낵 성분 키워드 1위: '단백질'	11
2. 미국 콩스낵 맛 키워드 1위: '달콤한'	12
3. 홍보문구 키워드 1위: '글루텐프리'	13

IV. 유통채널

1. 미국 콩스낵 유통채널 점유율	
2. 미국 콩스낵 주요 유통채널	



CONTENTS

2024 수출기업 맞춤형 조사

V. 진입장벽

1. 미국 콩스넥 통관 및 검역 절차	23
2. 미국 콩스넥 품질 인증	27
3. 미국 콩스넥 라벨링	31
4. 미국 콩스넥 성분 및 유해물질	39

VI. 수입·유통업체 인터뷰

1. 월마트(Walmart)	44
2. 타겟(Target)	46
3. 야미(Yami)	48

※ 참고문헌	50
--------	----





HS CODE : 2008.97-9000

2024 수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

SUMMARY

미국 콩스낵 시장

시장 현황

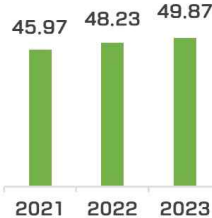
제과 및 스낵 시장규모

단위 : 십억 달러



스낵 시장규모

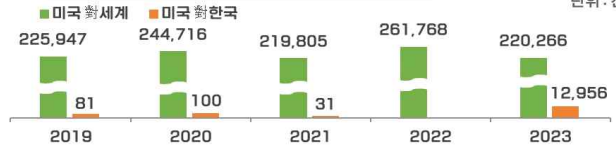
단위 : 십억 달러



수출입 현황

수출입 현황 (HS CODE 2008.97 기준)

단위 : 천 달러



국가별 수입규모



시장 트렌드

빅데이터 분석



* 미국 아마존 콩스낵 제품 269건 분석 결과

주요 유통채널

유통채널 점유율



통관 및 제도

수출 통관 유의사항

세금
한-미 FTA 협정 세율 0%

사전 준비
미 식품의약청(FDA) 사전 등록 **必**
수출업체 AEO 등록 시
통관 절차 간소화 등 혜택 **多**

권장 인증



유의사항

광고 규제 법률 준수
연방거래위원회법, 상표법 준수

라벨 필수 표기사항
영문 표기 **必**, 제품명, 순종량,
제조·포장·유통업체 정보,
성분, 원산지 등

수입유통업체 인터뷰

인터뷰 대상 :



Point 01.

소비자 수요 비건 등 채식주의자 소비자층을 중심으로 콩 기반 가공식품 및 스낵에 대한 관심과 소비가 늘어나고 있음
구매 시 고려 요소 스낵의 경우 여전히 맛과 편리함이 우선순위이나, 건강 측면이 점점 더 많이 고려되고 있음
유통채널 현황 하이퍼마켓/슈퍼마켓, 아시아마트 등 오프라인과 온라인 채널 어느 곳이트 유통이 가능하나 유통 수요가 높지는 않은 상황임

Point 02.

주로 쓰이는 콩 미국 내에서 옥수수 다음으로 흔한 작물로 알려진 노란콩(대두)의 비중이 압도적이며, 검은콩 제품의 경우 수입이 대다수
콩의 건강함 인식 일반 소비자와 채식주의 소비자간의 인식 격차 큰 상황이며, 두유 제품에 대한 인지도는 눈에 띄게 오르고 있음
포장형태 아직 개별 포장에 대한 반감보다는 편리함이 더 크게 인식되는 상황이나, 재활용 및 생분해성 포장재 사용을 고려할 만함

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

II 시장규모



1. 미국 제과 및 스낵 시장규모
2. 미국 스낵 시장규모
3. 미국 콩스낵 수입규모

1. 미국 제과 및 스낵 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 제과 및 스낵 시장규모 168.7조 원²⁾³⁾⁴⁾

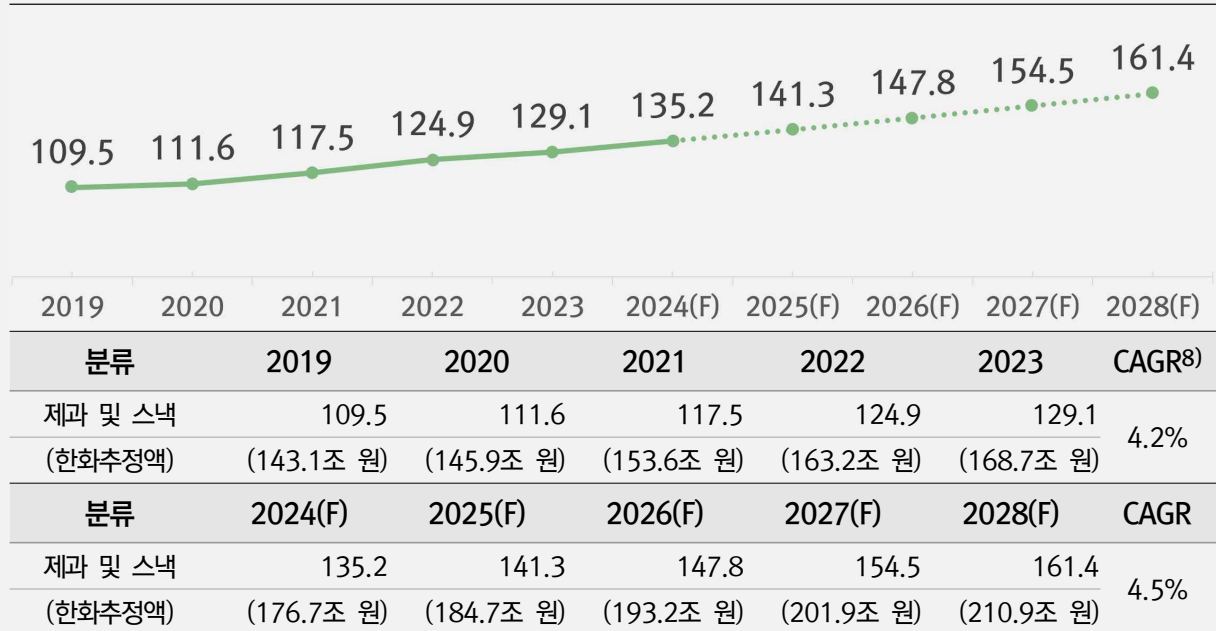
미국의 제과 및 스낵 시장규모는 2023년 기준 168.7조 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 4.2%씩 증가한 수치임. 미국의 제과 및 스낵 시장은 같은 해 11.6조 원 규모로 집계된 한국의 약 15배 수준으로 집계되었으며, 중국 등을 제치고 세계에서 가장 큰 규모의 시장인 것으로 확인됨

▶ 미국 제과 및 스낵 시장, 향후 연평균 4.5% 성장 전망

미국의 제과 및 스낵 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 4.5%씩 성장하여 2028년에는 210.9조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 최근 미국 내에선 급격한 물가 상승 여파로 제과나 스낵의 소비를 줄이는 모습과 이들을 식사 대용으로 활용하는 모습이 모두 관찰되었음. 이에 따라 향후 건강상의 이점이 있는 제품의 증가를 중심으로 시장은 성장세를 이어갈 것으로 전망됨⁵⁾

[표 2.1] 미국 제과 및 스낵 시장규모⁶⁾⁷⁾

단위 : 십억 달러



자료: 스탯ISTA(Statista)

1) 자료: 외교부 홈페이지

2) 자료: 스탯ISTA(Statista), 'Confectionery & Snacks - United States', 2024.10

3) 스탯ISTA에 따르면, '제과 및 스낵(Confectionery & Snacks)'은 일반적으로 높은 설탕 함유량의 제과류와 간식 목적으로 섭취하는 스낵류를 포함함

4) 조사제품 '콩스낵'의 제품 유형을 고려해 '스낵(Snack Food)'과 상위 시장인 '제과 및 스낵' 시장의 규모를 조사함

5) 자료: KATI농식품수출정보, '[미국] 스낵시장 트렌드 및 향후 전망은', 2024.01

6) 환산된 데이터(단위: 원)는 모두 반올림됨

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

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

2. 미국 스낵 시장규모

▶ 미국 2023년 스낵 시장규모 65.2조 원⁹⁾10)

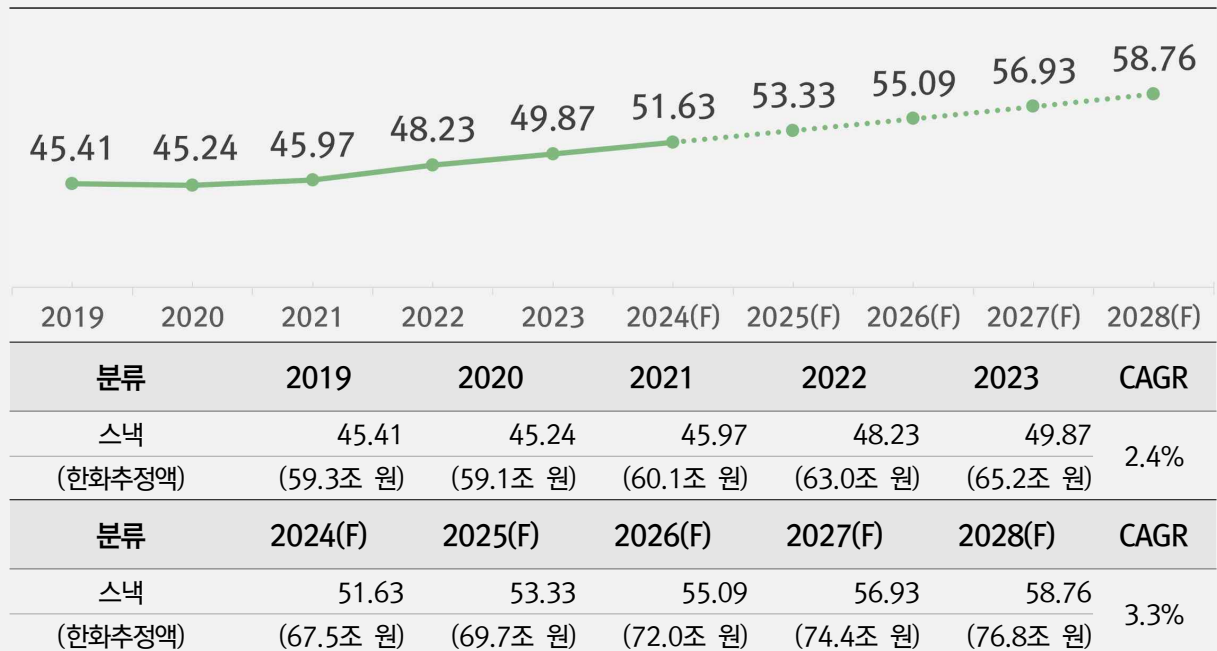
2023년 기준 미국의 스낵 시장규모는 65.2조 원으로 집계되었으며, 이는 최근 5년(2019-23년)간 연평균 2.4%씩 증가한 수치임. 미국 스낵 시장의 규모는 같은 해 5.0조 원 규모로 집계된 한국의 스낵 시장의 약 13배 수준으로 확인되었으며, 상위 시장인 제과 및 스낵 시장과 마찬가지로 세계에서 가장 큰 규모의 시장으로 확인됨

▶ 미국 스낵 시장, 향후 연평균 3.3% 성장 전망

미국의 스낵 시장은 향후 5년(2024-28년)간 연평균 3.3%씩 성장하여 2028년에는 76.8조 원 규모에 이를 것으로 예측됨. 미국의 스낵 시장은 코로나19의 영향권이던 2020-21년 2년간 다소 침체를 맞기도 했으나, 2022년부터 뚜렷한 반등세가 관측됨. 향후 가장 최근인 2023년의 전년 대비 성장치인 3.4%에 근접한 성장세가 당분간 이어질 것으로 전망됨

[표 2.2] 미국 스낵 시장규모

단위 : 십억 달러



자료: 스태티스타(Statista)

9) 자료: 스태티스타(Statista), 'Snack Food - United States', 2024.10

10) 스태티스타에 따르면, '스낵(Snack Food)'은 식사 사이의 간식 등으로 간단히 섭취하는 다양한 식품을 포함함

3. 미국 콩스낵 수입규모

HS CODE 2008.97

해당 장에서 조사제품 콩스낵은 HS CODE 2008.97로 분류됨. HS CODE 제2008호의 품명은 '그 밖의 방법으로 조제하거나 보존처리한 과실·견과류와 그 밖의 식용에 적합한 식물의 부분'이며, HS CODE 2008.97의 품명은 '혼합물'로 확인됨

▶ HS CODE 2008.97 미국의 對글로벌 수입액, 2,879억 원

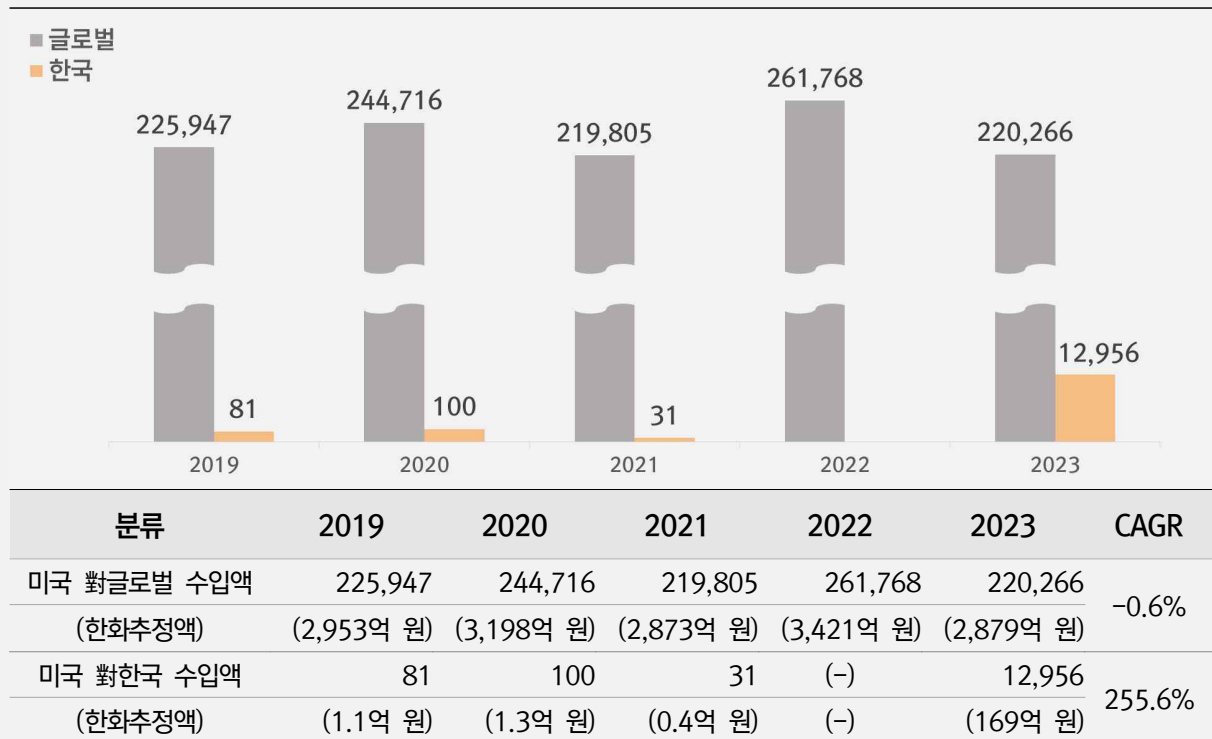
2023년 기준 HS CODE 2008.97 품목에 대한 미국의 對글로벌 수입액은 2,879억 원으로 집계됨. 해당 품목에 대한 미국의 對글로벌 수입액은 지난 5년(2019-23년)간 증가와 감소를 반복해 연평균 0.6%씩 감소한 것으로 확인됨

▶ HS CODE 2008.97 미국의 對한국 수입액, 글로벌 6위

2023년 기준 해당 품목에 대한 미국의 對한국 수입액은 169억 원으로 집계되었으며, 이는 글로벌 6위에 해당하는 수치임. 해당 품목에 대한 미국의 對한국 수입액은 2023년의 급격한 수입량 증가로 지난 5년(2019-23)간 연평균 255.6%씩 증가한 것으로 집계됨. 한편, 해당 품목에 대한 미국의 국가별 수입액은 2023년 기준 1위 캐나다(620억 원), 2위 태국(579억 원), 3위 중국(420억 원) 순으로 확인됨

[표 2.3] 미국 HS CODE 2008.97 수입규모

단위 : 천 달러



자료: ITC(International Trade Centre)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

III 시장트렌드



1. 미국 콩스낵 성분 키워드 1위: '단백질'
2. 미국 콩스낵 맛 키워드 1위: '달콤한'
3. 홍보문구 키워드 1위: '글루텐프리'

소비 제품 특징 분석 프로세스

▶ 미국 온라인 쇼핑몰 입점 콩스낵

- 데이터 수집 키워드 : 콩스낵(Been Snack)
- 데이터 수집량 : 269건
- 데이터 수집원 : 미국 온라인 쇼핑몰 아마존(Amazon)

▶ 미국 온라인 쇼핑몰 입점 콩스낵 특징 분석

- 데이터 분석 항목
- ① 성분 ② 맛 ③ 홍보문구

항목	키워드 (국문/영어)		빈도	키워드 (국문/영어)		빈도
성분	단백질	Protein	129	비타민	Vitamins	3
	섬유질	Fibre	4	철분	Iron	3
	미네랄	Minerals	3	칼슘	Calcium	1
맛	달콤한	Sweet	38	초콜릿	Chocolate	13
	과일	Fruit	21	치즈	Cheese	6
	바삭한	Crispy	18	바닐라	Vanilla	5
	짭짤한	Savory	17	고소한	Nutty	1
	매운	Spicy	15	(-)	(-)	(-)
홍보문구	글루텐프리	Gluten Free	163	코셔	Kosher	68
	비건	Vegan	159	유기농	Organic	37
	Non GMO	Non Gmo	87	천연	Natural	21
	건강	Healthy	76	에너지	Energy	4

1. 미국 콩스낵 성분 키워드 1위: ‘단백질’

▶ ‘단백질’, ‘섬유질’ 등 다양한 영양소 관련 키워드 발견

- 미국 온라인 쇼핑몰에서 판매 중인 콩스낵의 성분 관련 키워드 중 ‘단백질’이 129건으로 가장 많이 도출됨
- 뒤이어, ‘섬유질’이 4건, ‘미네랄’과 ‘비타민’이 각 3건 등 다양한 영양소 키워드가 등장함

▶ 건강과 가치를 겸비한 ‘프리미엄’ 스낵 트렌드

- 스낵을 ‘저렴한 사치품’으로 인식하고 있는 비중이 높아지면서 스낵을 외식의 저렴한 대안으로 찾는 소비자들이 늘고 있음
- 따라서, 다양한 가격대의 식사 대용 스낵과 더불어 단백질, 에너지, 비타민 강화와 같이 추가적인 건강상의 이점을 더한 스낵 제품이 더욱 다양해질 것으로 전망됨¹¹⁾

단백질		섬유질		미네랄	
					
제품명	병아리콩 퍼프 (Chickenpea Puffs)	제품명	구운 누에콩 (Roasted Fava Beans)	제품명	누에콩 너츠 (Fava Nuts)
브랜드	히피즈(Hippeas)	브랜드	쓰리파머스(Three Farmers)	브랜드	안토니오스(Antonio's)
용량	23g x 18개	용량	140g x 5개	용량	454g
가격	24.99달러(32,659원 ¹²⁾)	가격	25.00달러(32,673원)	가격	13.29달러(17,369원)

[표 3.1] 미국 판매 콩스낵 성분 관련 키워드

단백질	129
섬유질	4
미네랄	3
비타민	3
철분	3
칼슘	1

자료: 미국 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘콩스낵’ 관련 게시물 269건 분석

11) KATI농식품수출정보, ‘[미국] 스낵시장 트렌드 및 향후 전망은’, 2024.01

12) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

2. 미국 콩스낵 맛 키워드 1위: ‘달콤한’

▶ 미국 콩스낵 제품, 달콤한 맛이 가장 인기

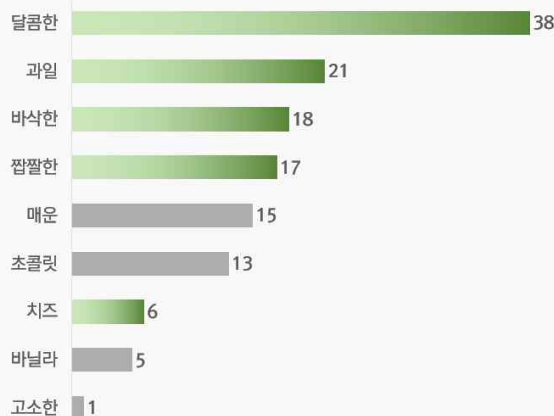
- 미국 콩스낵 시장에서 맛 관련 키워드 조사 결과 ‘달콤한’이 38건으로 가장 많이 도출되었으며, ‘바삭한’ 18건, ‘짭짤한’ 17건 등 다양한 대중적인 맛이 등장함
- 이 외에도 ‘과일’, ‘매운’, ‘초콜릿’, ‘치즈’ 등 독특하고 차별화된 맛 키워드도 빈출됨

▶ 미국 스낵시장 트렌드: ‘달콤함’과 ‘다양한 풍미’의 조합

- 2023년 주요 스낵 동향은 달콤함과 다양한 풍미의 조합으로 나타남. 이러한 추세를 활용해 브랜드 간 협업이 지속적으로 이루어지고 있음
- 전통적으로 달콤한 스낵바로 유명한 ‘네이처밸리(Nature Valley)’는 짭짤한 견과류 맛, 치즈 맛, 바비큐 맛 등 다양한 풍미를 도입함¹³⁾

달콤한		과일		치즈	
					
제품명	바삭한 누에콩 (Crunchy Broad Beans)	제품명	통밀 무화과 바 (Whole Wheat Fig Bars)	제품명	병아리콩, 화이트 체다맛 (Chickpea, White Cheddar)
브랜드	바다빈바다붐 (Bada Bean Bada Boom)	브랜드	네이처스베이커리 (Nature's Bakery)	브랜드	페스티브 (Festive)
용량	127g x 6개	용량	57g x 12개	용량	28g x 12개
가격	39.09달러(51,087원)	가격	9.98달러(13,043원)	가격	19.99달러(26,125원)

[표 3.2] 미국 판매 콩스낵 맛 관련 키워드



자료: 미국 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘콩스낵’ 관련 게시물 269건 분석

13) KATI농식품수출정보, ‘[미국] 스낵시장 트렌드 및 향후 전망은’, 2024.01

3. 홍보문구 키워드 1위: ‘글루텐프리’

▶ 미국 콩스낵 홍보문구 1위는 ‘글루텐프리’

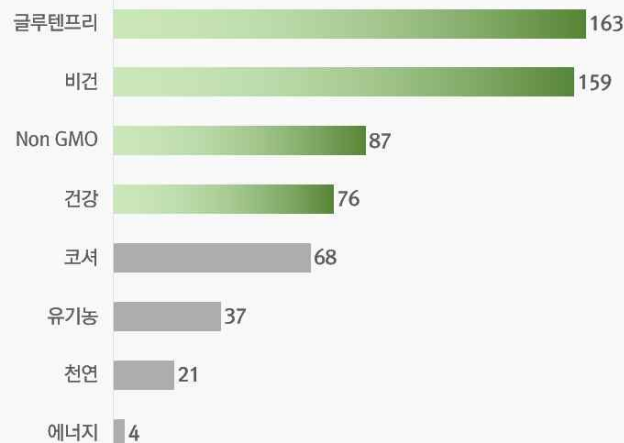
- 미국 콩스낵 제품의 홍보문구 관련 키워드 중 ‘글루텐프리’가 163건으로 가장 많이 도출됨
- 해당 키워드는 웰빙과 친환경을 강조할 수 있는 키워드이며, 비슷한 키워드로 ‘비건’이 159건, ‘Non GMO’가 87건, ‘유기농’이 37건으로 빈출됨

▶ 미국 콩스낵 홍보문구, 건강한 이미지 강조

- ‘건강’과 ‘천연’ 키워드는 각각 76건과 21건으로, 자연 친화적이고 건강한 이미지가 강조되고 있음
- ‘에너지’ 키워드는 총 4건으로, 에너지 회복에 도움이 되는 간식으로도 홍보되고 있음

글루텐프리		비건		건강	
					
제품명	루피니콩 스낵 (Lupini Beans Snack)	제품명	병아리콩 스낵 (Chickpea Snacks)	제품명	바삭한 병아리콩, 천일염 맛 (Crunchy Chickpeas, Sea Salt)
브랜드	브라미(Brami)	브랜드	비에나(Biena)	브랜드	더굿빈(The Good Bean)
용량	150g	용량	142g	용량	170g
가격	4.99달러(6,521원)	가격	5.79달러(7,567원)	가격	11.62달러(15,186원)

[표 3.3] 미국 판매 콩스낵 홍보문구 관련 키워드



자료: 미국 온라인 쇼핑몰 판매 제품 내 ‘콩스낵’ 관련 게시물 269건 분석

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

IV 유통채널



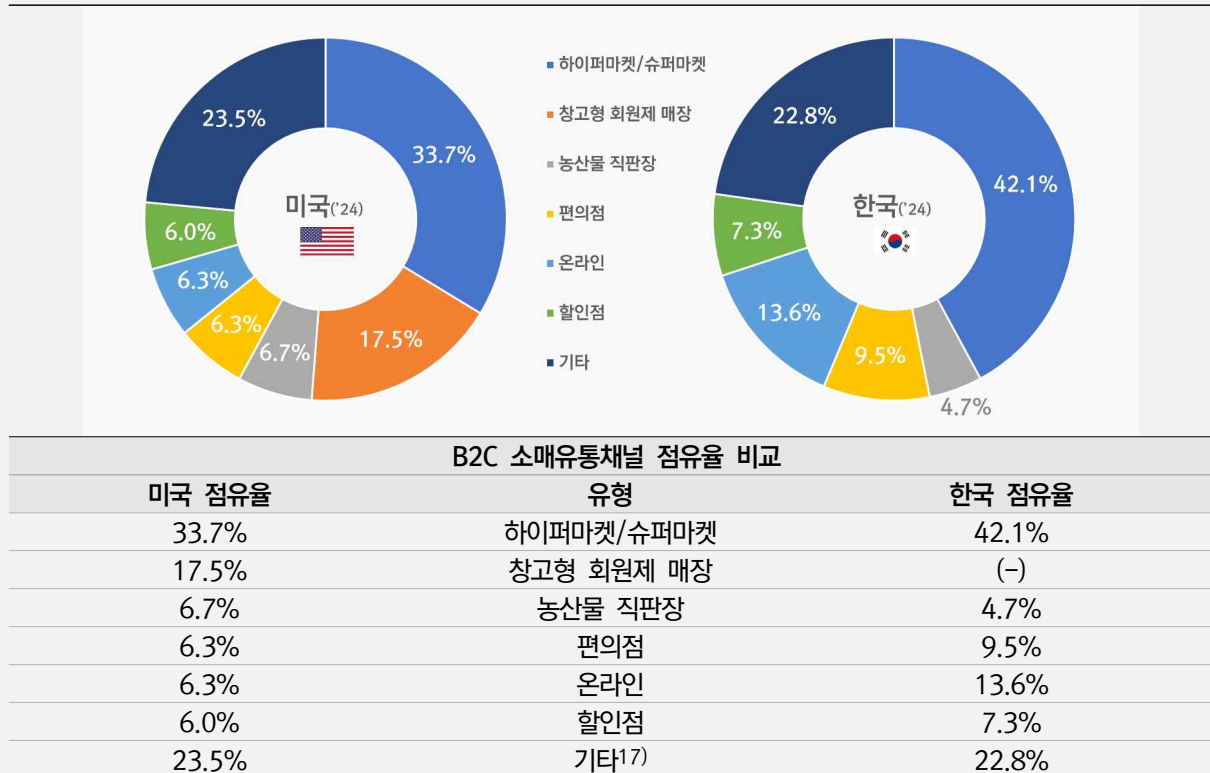
1. 미국 콩스낵 유통채널 점유율
2. 미국 콩스낵 주요 유통채널

1. 미국 콩스넥 유통채널 점유율

▶ 미국 식료품 유통채널, ‘하이퍼마켓/슈퍼마켓’이 1위

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

[표 4.1] 미국 및 한국 콩스넥 B2C 소매유통채널 점유율 비교¹⁴⁾¹⁵⁾¹⁶⁾



자료: 스탯티스타(Statista)

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

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

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

17) ‘기타’는 전문점, 유기농 매장 등을 포함함

2. 미국 콩스넥 주요 유통채널 ① 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 ¹⁸⁾)
		기타 규모	• 매장 수('24): 4,606개 • 직원 수('24): 약 160만 명
	기업 요약	• 매출과 고용 부문에서 전 세계 1위를 달리고 있는 거대 유통기업 • 미국의 모든 50개 주에 진출해 있으며, 약 150개의 물류 센터를 보유함 • 회원제 창고형 매장 '샘스클럽(Sam's Club)' 등 다양한 형태의 매장 운영 중임	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 건조과일, 면류, 캔디류, 빵류, 음료류, 주류, 즉석식품, 소스류 등	
	선호 제품	• 유기농 제품, 신제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지에서 직접 등록 (corporate.walmart.com/suppliers/apply-to-be-a-supplier) - 'Account Creation' 클릭 및 계정 생성 - 매점 입점(Store&Club)과 온라인 입점(E-Commerce)을 선택하여 제안서 제출 (한국어 번역 제공) - 홈페이지 기업 정보 ① 공급자 정보(공급자 이름, 공급자 번호[DUNS(Data Universal Numbering System : 국제 사업자 등록 번호, 지역별로 사업체를 식별하는 9자리의 고유 번호)], 납세자 식별 번호, 회사 주소, 연락 담당자, 전화번호, 이메일 주소, 계좌 정보 등) ② 공급 제품 정보(브랜드 이름, 제품명, 제품 사진, 판매 가격 외 제품 설명) • 문의사항 연락처 - 전화번호: +1-800-925-6278 - 이메일: service@walmartcontacts.com	

자료: 월마트(Walmart)

사진 자료: 월마트(Walmart)

18) 1달러=1,306.90원(2024.10.01., KEB하나은행 매매기준율 적용)

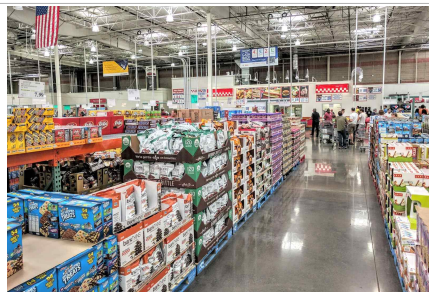
2. 미국 콩스넥 주요 유통채널 ② 크로거

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): 41만 4,000명
	기업 요약	• 1883년 오하이오(Ohio)에서 시작된 미국 최대 슈퍼마켓 체인 중 하나 • 미국의 중서부와 남부 지역에 특히 많이 분포해 있음 • 슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 할인점 등 다양한 형태의 매장을 운영함 • 신선 제품 배송 서비스 '크로거 딜리버리(Kroger Delivery)'를 제공함	
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 가공식품, 음료류, 주류, 향신료 및 소스류, 생활용품, 문구용품 등	
	선호 제품	• 미국 내에서 브랜드 인지도가 높은 상품, 품질 및 신뢰도가 높은 상품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지를 통한 입점 신청 - 홈페이지 하단 ABOUT THE COMPANY 하위 'Vendors & Suppliers(공급자)' 클릭 (www.thekrogerco.com/vendors-suppliers) - 'Are you interested in becoming a Kroger Supplier?' 아래 'here' 클릭 - 'Prosepct Vendor Pre-Resgistration' 양식 작성 및 제출 - 이메일을 통해 '공급업체 신청 안내 및 지침' 수신 후 추가 절차 진행 • 문의사항 연락처 - 이메일: suppliercompliance@kroger.com	

자료: 크로거(Kroger)

사진 자료: 크로거(Kroger)

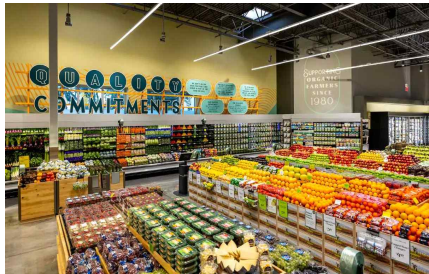
2. 미국 콩스넥 주요 유통채널 ③ 코스트코홀세일

기업 기본 정보	기업명	코스트코홀세일 (Costco Wholesale)	
	기업구분	창고형 회원제 매장	
	홈페이지	www.costco.com	
	위치	미국 전역	
	규모	매출액('23)	• 2,422억 9,000만 달러(316조 6,488억 원)
	기타 규모	• 매장 수('24): 614개 • 직원 수('24): 21만 9,000명	
	기업 요약	• 1976년 설립된 세계 최초의 회원제 할인매장인 프라이스클럽(Price Club)과의 합병을 통해 탄생한 세계 최대의 회원제 할인매장 브랜드 • 현재 월마트에 이은 미국 내 2위 오프라인 유통 업체임 • 연회비 제도를 통해 고정적인 수익을 확보하고, 낮은 마진을 책정으로 저렴한 가격을 제공하는 비즈니스 모델을 채택함 • 현재 전 세계 14개국에 진출해 1억 명이 넘는 회원을 보유함 • 비교적 적은 품목을 주로 대용량으로 판매하며, 관대한 환불 정책을 운영함	
매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 가공식품, 유제품, 제과류, 음료 및 주류, 향신료 등	
	선호제품	• 가격 경쟁력이 있는 제품, 대용량 판매가 가능한 제품	
	매장 전경	 	
입점 등록 절차	등록 방법 및 등록 정보	• 홈페이지 및 유선 연락을 통한 입점 문의 - 홈페이지 하단 메뉴 'Vendors & Suppliers' 클릭 - 공급업체 선정 조건 및 절차 확인 - 입점 희망 지역 부서에 직접 문의(costco.com/vendor-inquiries.html) - 평가 기준 ① 코스트코 공급업체 행동 강령 ② 공인감사기관에서 TPI 실시 • 문의 사항 연락처 및 참고 사항 - 전화번호: +1-425-313-8100(Northwest Region) - 본사 직접 거래 방식이 일반적이나, 내부 중개인(In-House Broker) 거래도 존재함	

자료: 코스트코홀세일(Costco Wholesale), 스탠티스타(Statista)

사진 자료: 코스트코홀세일(Costco Wholesale), 브리태니커(Britannica)

2. 미국 콩스넥 주요 유통채널 ④ 홀푸드마켓

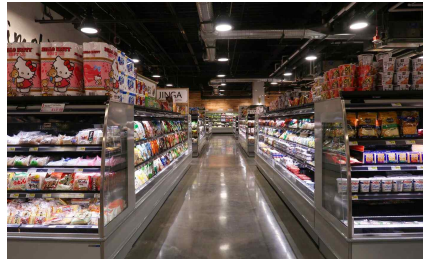
기업 기본 정보	기업명	홀푸드마켓 (Whole Foods Market)	
	기업구분	유기농 매장	
	홈페이지	www.wholefoodsmarket.com	
	위치	미국 전역	
	규모	매출액('23) • 222억 달러(29조 132억 원) 기타 규모 • 매장 수('24): 518개 • 직원 수('24): 약 10만 명	
	기업 요약	1980년 미국 텍사스(Texas)에서 시작된 유기농 식품 전문 슈퍼마켓 브랜드 - 오랜 기간 미국 내 프리미엄 유기농 슈퍼마켓의 대명사로 인식되어 왔으며, 캐나다와 영국에도 진출해 있음¹⁹⁾ - 미국의 온라인 1위 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 노력 중임	
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 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)

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

2. 미국 콩스낵 주요 유통채널 ⑤ 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) 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 체인 - 아시아계 미국인 쇼핑객을 주 고객층으로 하며, 아시아 식료품을 전문적으로 유통했으나 고객층 확장을 위해 현지 식료품도 취급함 - 최근 한국 및 아시아 음식에 대한 현지인들의 관심 및 소비 증가로 비아시아인 쇼핑객 비중이 30%까지 성장함²⁰⁾
매장정보	입점 가능 품목	• 신선식품, 즉석식품, 스낵류, 음료 및 주류, 건강식품, 생활용품 등
	선호 제품	• 현지 수요가 높은 한국 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), 뉴욕타임스(The New York Times)

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

20) 자료: 뉴욕타임스(The New York Times), 'Don't Call it 'Ethnic' Grocery Store', 2024.06

2. 미국 콩스넥 주요 유통채널 ⑥ 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 로스앤젤레스(Los Angeles)에서 설립된 다양한 식품과 생활용품을 유통하는 한인마트 - 자체 쇼핑 앱과 카카오톡, 위챗(WeChat) 등 SNS채널을 운영하며, 한국 식재료를 활용한 한식 레시피 콘텐츠를 게시함 - 미국과 한국의 기념일 관련 할인 행사를 진행함	



매장정보	입점가능품목	• 신선식품, 냉동식품, 스낵류, 주류 및 음료류, 건강보조식품, 생활용품 등	
	선호제품	• 현지 수요가 높은 한국 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)
-------------	---------------------	--

자료: 시온마켓(Zion Market)

사진 자료: 페이스북(Facebook)

2024

수출기업 맞춤형 조사

시장 분석형

V 진입장벽



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

1. 미국 콩스넥 통관 및 검역 절차²¹⁾

▶ 미국 콩스넥 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 가능하지만, 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 콩스넥 통관 검역 절차



자료: 관세청, 미국 식품의약청(FDA)

21) 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 제도로써의 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 Portal을 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)

▶ 미국 콩스넵, 광고 규제 준수 필요

미국은 부당한 표시 및 광고에 대하여 보통법(Common law), 연방법(Federal law), 주법(State law)으로 규제하고 있고, 법원, 연방거래위원회(FTC: Federal Trade Commission), 식품의약청(FDA), 주 사법 당국 등이 집행함. 미국 연방 차원에서의 광고 규제에 대한 대표적인 법률은 연방거래위원회법(FTC ACT)과 상표법임. 연방거래위원회법(FTC ACT)은 기본적인 표시 및 광고의 규제에 대한 내용을 포함하고 있으며, 상표법은 허위 사실이나 오인성 있는 광고에 대하여 규제함. 자세한 내용은 하기 표에서 다룸

[표 5.3] 미국 광고 규제 법률

연방거래 위원회법 (FTC ACT)	• 제 5조: ‘불공정(unfair)’은 소비자들에게 피해를 야기하거나 야기할 수 있는 경우로 소비자 스스로는 합리적으로 피할 수 없고 소비자나 경쟁에 대한 이익으로 상쇄되지 않는 행위를 의미함 • 기만적인지 여부: 실제로 기만을 했다는 점이 입증되어야 하는 것은 아니며, 기만 및 오인의 가능성과 경향이 있다는 것으로 충분함(연방항소법원 판시) • 기만적인 광고의 주요요건 - 비자를 오인할 수 있는 표시, 생략 또는 관행 (단순하고 명백한 과대 및 과장 광고는 오인성이 인정되지 않음. 소비자들이 합리적으로 그러한 주장이 진실된 것으로 기대하지 않기 때문) - 문제된 상황에서 합리적으로 행동하는 소비자 (문제된 표시, 생략 또는 관행이 그 상황에서 합리적으로 행동하는 소비자의 오인에 영향을 미칠 수 있어야 함) - 표시, 생략, 광고가 중요한 것이어야 함 (소비자에게 필요한 정보임을 알았던 경우, 일반적으로 소비자에게 의미있다고 인정됨) • 소셜미디어 인플루언서를 통한 광고 규제 - 인플루언서는 후원 관계를 분명히 제시해야 하고, 광고성 게시물이 광고임을 명확히 밝혀야 함
상표법	• 제 43조: ‘상품, 서비스, 상품의 용기와 관련하여 단어, 용어, 명칭, 기호, 장치나 이들의 조합 또는 원산지에 대한 허위 또는 오인성 있는 표시 및 사실에 대한 허위 또는 오인성 있는 표시’를 규제 • 소 제기 가능 요건 5가지 - 사업자가 상업적 광고나 판촉활동에서 자신 또는 다른 사업자의 제품에 대하여 허위 진술을 할 것 - 그 진술이 사실상 청중을 기만하거나 기만할 가능성이 있을 것 - 그러한 기만이 구매결정에 영향을 미친 가능성이 있을 만큼 중요한 것일 것 - 주간 거래(interstate commerce)에서의 허위진술일 것 - 허위진술의 결과로 원고에게 손해가 발생했거나 발생할 가능성이 있어야 함

자료: 한국법제연구원, 한국농수산식품유통공사

[표 5.4] 미국 광고 규제 법률

특징	• 미국에서의 부당한 표시 및 광고 규제는 구체적인 유형으로 분류하여 규정하고 있지는 않음 • 미국에서는 표시 및 광고실증제가 사전적 규제로 작용함 • 미국은 경쟁법(건전하고 공정한 경쟁 상태를 유지하기 위하여 회사의 불공정한 행동을 규율함으로써 시장의 경쟁성을 촉진 및 유지하기 위한 법) 집행의 95%가 사적 집행으로 이루어짐. 그러나 연방거래위원회(FTC)가 부당한 표시 및 광고로 인한 피해구제를 위하여 법원에 직접 소를 제기할 수 있는 권한을 가짐
----	---

자료: 한국법제연구원

2. 미국 콩스넥 품질 인증

▶ 미국 콩스넥, 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 5.5] 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·가공시설 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 5.6] 미국 식품의약청(FDA) 등록 정보

등록 정보		
		
	필수 정보	• 시설명, 주소, 전화번호 • 미국 식품의약청(FDA)이 인정하는 시설의 고유시설식별번호(2020년 10월 1일부터) • 모든 시설 주소(시설의 주소가 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 대상 시설은 하기 표와 같음

[표 5.7] 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
등록 의무 기간	• 시설에서 미국 내 소비 목적으로 식품/사료 제조, 가공, 포장, 저장을 개시하기 전
등록 신청인	• 소유자, 운영자, 시설을 담당하는 대리인, 또는 이 중 하나가 신청을 위임한 자 등

자료: 식품의약품안전처, 미국 식품의약청(FDA)

▶ 미국 콩스넵, 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), GRAS 등과 같은 미국 내 인증이 있음. 할랄 인증, 코셔 인증은 원재료뿐만 아니라, 생산 및 유통의 모든 과정이 이슬람, 유대교 각각의 율법에 어긋나지 않게 진행되어야 취득 가능함. 또한, 고객사 콩스넵이 비건 제품이라면 Vegan Action 인증을 받아 활용할 수 있음

[표 5.8] 미국 콩스넵 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)	
GRAS (Generally Recognized As Safe)	식품 생산 안전 인증	미국 공식 인증	미국 식품의약청 (FDA)	
Vegan Action	기능성 인증	미국 민간 인증	비건 인지 재단 (Vegan Awareness Foundation)	

자료: 각 인증기관

3. 미국 콩스넥 라벨링

[표 5.9] 미국 콩스넥 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, 집(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

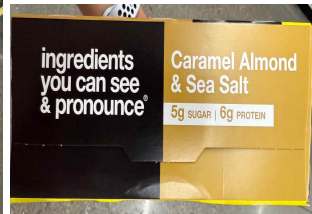
자료: 미국 식품의약청(FDA), KATI농식품수출정보

[표 5.9] 미국 콩스낵 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 우측에 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 콩스넥22) 라벨 샘플



[앞면 라벨링]

[윗면 라벨링]

[아랫면 라벨링]

[앞면 - 영어]

- ① 12 BAR VALUE PACK
- ② #1 INGREDIENT
HEART HEALTHY ALMONDS
- ③ KIND
INGREDIENTS YOU CAN SEE &
PRONOUNCE®
- ④ Caramel Almond & Sea Salt
- ⑤ 5g SUGAR | 6g PROTEIN
GLUTEN FREE
WITH ALMONDS
- ⑥ 12 BARS
12-1.4 OZ (40g) BARS
NET WT. 16.8 OZ (480g)

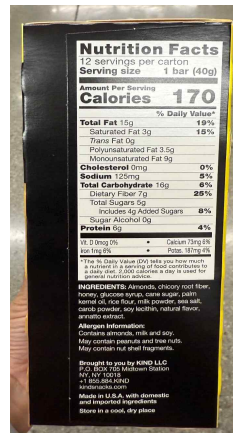
[앞면 - 국문]

- ① 12개입 묶음 상품
- ② 주요 성분
심장 건강에 좋은 아몬드
- ③ KIND
보이고 발음할 수 있는 재료®
- ④ 캐러멜 아몬드 & 바다 소금
- ⑤ 5g 설탕 | 6g 단백질
글루텐 프리
아몬드 함유
- ⑥ 12개 바
12-1.4 온스 (40g) 바
총 중량 16.8 온스 (480g)

22) 고객사 콩스넥과 유사한 견과류바 제품으로 라벨조사를 진행함

[윗면 - 영어]	[윗면 - 국문]
① Ingredients you can see & pronounce ② Caramel Almond & Sea Salt ③ 5g SUGAR 6g PROTEIN	① 눈에 보이고 발음할 수 있는 재료 ② 카라멜 아몬드 & 바다 소금 ③ 당 5g 단백질 6g
[아랫면 - 영어]	[아랫면 - 국문]
① 65085-00-C2447 ② 6 02652 19935 6 ③ PAPER BOX PLASTIC WRAPPER how2recycle.info ④ BEST IF USED BY: 21-Nov-25 BC24234 B2 00:20 ⑤ Show us some social love kindsnacks.com @KINDSnacks ⑥ do the kind thing for your body, your taste buds & your world	① 65085-00-C2447 ② 6 02652 19935 6 ③ 종이 상자 플라스틱 포장지 how2recycle.info ④ 최적 사용기한: 2025년 11월 21일 BC24234 B2 00:20 ⑤ 우리에게 소셜 미디어에서 사랑을 보여주세요 kindsnacks.com @KINDSnacks ⑥ 몸과 미각, 그리고 세상을 위해 친절한 선택을 하세요

- | | |
|---|--|
| <p>⑦ Welcome to the KIND community!</p> <p>⑧ Here at KIND, we think a little differently.</p> <p>⑨ Instead of "or" we say "and".</p> <p>⑩ We choose healthy and tasty, convenient and wholesome, economically sustainable and socially impactful.</p> <p>⑪ From the snacks and foods we make, to the way we work, live, and give back, our goal is to make KIND® not just a brand, but also a state of mind and community to make the world a little kinder...</p> <p>⑫ Kindly yours,
Daniel Lubetzky, KIND Founder</p> <p>⑬ Learn more:
kindsnacks.com</p> | <p>⑦ KIND 커뮤니티에 오신 것을 환영합니다!</p> <p>⑧ 여기 KIND에서는 조금 다르게 생각합니다.</p> <p>⑨ "혹은" 대신 "그리고"를 선택합니다.</p> <p>⑩ 건강하고 맛있고, 편리하고 영양가 있으며, 경제적으로 지속 가능하고 사회적으로 영향력 있는 것을 선택합니다.</p> <p>⑪ 우리가 만드는 간식과 음식부터 우리가 일하고, 생활하고, 되돌려주는 방식까지, 우리의 목표는 KIND®를 단순한 브랜드가 아닌, 세상을 조금 더 친절하게 만드는 마음가짐과 커뮤니티로 만드는 것입니다...</p> <p>⑫ 진심을 담아,
다니엘 루베츠키, KIND 창립자</p> <p>⑬ 더 알아보기:
kindsnacks.com</p> |
|---|--|



[표면1 라벨링]



[표면2 라벨링]

[표면1 - 영어]

[표면1 - 국문]

①

Nutrition Facts	
12 servings per carton	
Serving size	1bar (40g)
Amount Per Serving	
Calories	170
% Daily Value*	
Total Fat 15g	19%
Saturated Fat 3g	15%
Trans Fat 0g	
Polyunsaturated FAT 3.5g	
Monounsaturated Fat 9g	
Cholesterol 0mg	0%
Sodium 125mg	5%
Total Carbohydrate 16g	6%
Dietary Fiber 7g	25%
Total Sugars 5g	
Includes 4g Added Sugars	8%
Sugar Alcohol 0g	
Protein 6g	4%
Vit. D 0mcg 0% • Calcium 73mg 6%	
Iron 1mg 6% • Potas. 187mg 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.	

①

영양 성분	
총 12회 제공량	
1회 제공량	1바 (40g)
1회 제공량당 함량	
칼로리	170
% 일일 기준치*	
총 지방 15g	19%
포화 지방 3g	15%
트랜스 지방 0g	
다불포화 지방 3.5g	
단일불포화 지방 9g	
콜레스테롤 0mg	0%
나트륨 125mg	5%
총 탄수화물 16g	6%
식이섬유 7g	25%
총 당류 5g	
첨가당 4g 포함	8%
당 알코올 0g	
단백질 6g	4%
비타민 D 0mcg 0% • 칼슘 73mg 6%	
철 1mg 6% • 칼륨 187mg 4%	
* 일일 기준치(DV) 퍼센트는 하루 식단에서 해당 영양소가 차지하는 비율을 나타냅니다. 일반적인 영양 조언으로 하루 2,000 칼로리를 기준으로 합니다.	

② INGREDIENTS: Almonds, chicory root fiber, honey, glucose syrup, cane sugar, palm kernel oil, rice flour, milk powder, sea salt, carob powder, soy lecithin, natural flavor, annatto extract.

③ Allergen Information:
Contains almonds, milk and soy.
May contain peanuts and tree nuts.
May contain nut shell fragments.

④ Brought to you by KIND LLC
P.O. BOX 705 Midtown Station
NY, NY 10018
+1 855.884.KIND
kindsnacks.com

⑤ Made in U.S.A. with domestic and imported ingredients

⑥ Store in a cool, dry place

② 원재료: 아몬드, 치커리 뿌리 섬유, 꿀, 포도당 시럽, 사탕수수 설탕, 팜커널 오일, 쌀가루, 우유 가루, 바다 소금, 캐롭 가루, 대두 레시틴, 천연 향료, 안나토 추출물.

③ 알레르기 정보:
아몬드, 우유, 대두 함유.
땅콩 및 견과류가 포함될 수 있습니다.
견과류 껍질 조각이 포함될 수 있습니다.

④ KIND LLC 제공
P.O. BOX 705 미드타운 스테이션
뉴욕, 뉴욕 10018
+1 855.884.KIND
kindsnacks.com

⑤ 국산 및 수입 원료로 미국에서 제조

⑥ 서늘하고 건조한 곳에 보관

[옆면2 - 영어]

- ① 5g SUGAR | 6g PROTEIN
- ② GLUTEN FREE
LOW GLYCEMIC INDEX
NO SUGAR ALCOHOLS
- ③ SEE NUTRITION INFORMATION
FOR FAT CONTENT
- ④ LOW SODIUM
0g TRANS FAT
HIGH IN FIBER
- ⑤ 15g FAT PER BAR
- ⑥ NON GMO Project VERIFIED
nongmoproject.org

[옆면2 - 국문]

- ① 5g 설탕 | 6g 단백질
- ② 글루텐 프리
저혈당 지수
설탕 알코올 무첨가
- ③ 지방 함량은 영양 정보를 참조하세요
- ④ 저나트륨
트랜스 지방 0g
식이섬유 풍부
- ⑤ 바 한 개당 지방 15g
- ⑥ 비유전자변형 프로젝트 인증
nongmoproject.org

4. 미국 콩스낵 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 고객사 제품에 적용 가능한 미국 내 식품첨가물 내용 중 일부이며, 더욱 상세한 식품첨가물 정보는 미국의 연방규정집(CFR) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.10] 미국 콩스낵 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
1	황산칼슘	Calcium sulfate (Calcium sulphate)	GRAS ²³⁾ : [고결방지제, 착색료, 반죽강화제, 건조제, 응고제, 밀가루개량제, 조성보조제, 팽창제, 영양강화제, 산도조절제, 가공보조제, 안정제, 증점제, 상승제, 텍스처라이저] 0.5% 이하, GMP ²⁴⁾ 에 따라 사용	곡물 제품 및 파스타
2	비타민 D	Vitamin D	GRAS: [영양강화제] 90(IU ²⁵⁾ /100 그램), 이 성분은 식품에 첨가된 비타민 D의 유일한 공급원으로서 사용	
3	아카시아 검, 검 아라빅	Acacia gum, Gum arabic	GRAS: [유화제, 유화제염, 조성보조제] 4.0% 이하	스낵 식품
4	헥산디오산	Adipic acid	GRAS: [향료, 발효제, 산도조절제] 1.3% 이하, GMP에 따라 사용	
5	염산피리독신	Pyridoxine hydrochloride	GRAS: [영양강화제] GMP에 따라 사용	

자료: 미국 식품의약청(FDA), KATI농식품수출정보

23) 의도한 용도로 사용하였을 경우 일반적으로 안전하다고 여겨지는 성분

24) 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

25) IU: International Unit(국제 단위), 국제적으로 인정된 절차를 사용하여 테스트했을 때 특정 생물학적 효과를 생성하는 물질의 양

[표 5.10] 미국 콩스낵 식품첨가물 분석

순번	물질명(한글)	물질명(영문)	잔류허용기준	식품 유형
6	사카린	Saccharin	1회 제공량당 30mg 이하	가공식품
7	벤조산	benzoic acid	GRAS: [보존료] 식품에 최대 0.1%만 이 성분을 사용할 것을 허용, GMP에 따라 사용	모든 식품
8	염화칼슘	calcium chloride	GRAS: [고결방지제, 보존료, 응고제, 보존 및 절임제, 응고제, 향미증진제, 습윤제, 영양강화제, 산도조절제, 가공보조제, 안정제, 증점제, 계면활성제, 상승제, 텍스처라이저] 0.05% 이하, GMP에 따라 사용	
9	지방산	fatty acids	[윤활제, 결합제(binder), 소포제(deforming agent)] GMP에 따라	

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 고객사 제품에 적용되는 유해물질 검색 시 나오는 물질임. 더욱 상세한 정보는 미국의 연방규정집(CFR) 전자시스템 또는 KATI농식품수출정보 홈페이지에서 확인할 수 있음

[표 5.11] 미국 콩스넥 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. 미국에서 유통되는 식품이 하기 표의 9종 성분 중 한 가지 또는 그 이상의 성분을 포함할 경우 해당 성분의 존재를 의무적으로 상품 라벨에 표시해야 함. 2023년 1월 1일부터 참깨가 9번째 알레르겐 성분으로 공식 지정되었으며, 참기름과 같이 참깨가 포함된 제품에도 해당하는 내용임

[표 5.12] 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. 월마트(Walmart)
2. 타겟(Target)
3. 야미(Yami)

Interview ①

26)



월마트(Walmart) Sales Manager

월마트 (Walmart)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 1962년에 설립된 유통업체로 다양한 식료품, 전자제품, 생활용품 등을 취급하고 있음
 - 미국, 유럽, 아시아 등 여러 국가에 유통망을 보유하고 있음

담당자 정보

Sales Manager

Q. 미국 현지에서 콩을 기반으로 한 가공식품이나 콩으로 만든 스낵에 대한 인식과 수요는 어느 정도입니까?

미국 시장에서는 콩을 기반으로 한 가공식품이 널리 알려져 있으며, 특히 채식주의자나 비건과 같은 특정 식단을 따르는 사람들에게 인기가 많습니다. 그중에서도 콩고기는 지방 함량이 낮고 단백질 함량이 높은 점이 가장 큰 장점으로, 다른 식물성 고기와 차별화됩니다. 또한, 실제 고기와 매우 유사한 식감을 가지고 있어 고기를 대신해서 먹으려는 소비자들에게 선호도가 높으며, 최근 콩고기를 찾는 소비자들이 증가하는 추세입니다.

Q. 현지 소비자들이 스낵 선택에 있어 건강함 측면을 얼마나 고려한다고 생각하십니까?

건강을 고려하는 경우가 점점 많아지고 있으며, 스낵에 대한 미국 소비자들의 인식 또한 건강을 중시하는 방향으로 크게 변화하고 있습니다. 이에 따라 특히 칼로리, 방부제, 나트륨 함량이 낮다고 광고되는 제품들이 그렇지 않은 제품보다 더 많은 관심을 끌고 있습니다.

Q. 콩으로 만든 간식의 맛과 건강함이라는 장점이 현지 소비자들에게 충분히 인식되고 있는지 궁금합니다.

콩으로 만든 간식은 일반 대중에게 크게 인기를 끌지는 않지만, 비건이나 채식주의 식단을 따르는 현지 소비자들 사이에서는 잘 알려져 있으며, 기존 간식의 훌륭한 대안으로 평가받고 있습니다. 일부 소비자는 콩의 고소한 맛을 선호하며, 일반 간식의 지나치게 짭짤이나 단맛보다 더 매력적이라고 느끼기도 합니다.

Q. 현지에서 흔히 발견할 수 있는 콩 가공식품에 사용되는 콩의 종류는 주로 무엇입니까? 그 중 서리태콩(검은 콩)을 활용한 제품이 얼마나 될 지 궁금합니다.

가공식품에 가장 흔히 사용되는 콩의 종류는 널리 재배되고 있는 노란콩입니다. 반면, 서리태와 같은 검은콩은 훨씬 드물고 주로 수입에 의존하는 경향이 있습니다. 그 결과, 검은콩을 활용한 제품은 비교적 적으며, 주로 통조림 형태가 많습니다.

26) 사진 자료: 월마트(Walmart)

Q. 현지 소비자들은 고소한 맛, 단맛, 짭맛, 매운맛 등 스낵 선택에 있어 어떠한 맛을 주로 선호합니까?

스낵의 맛 선택은 개인 취향에 크게 좌우되기 때문에, 소비자들이 어떤 맛을 가장 선호한다고 단정하기는 어렵습니다. 그러나 특정 브랜드는 각자의 인기 있는 맛으로 잘 알려져 있습니다. 예를 들어, 도리토스(Doritos), 타키스(Takis), 치토스(Cheetos) 같은 브랜드는 짭짤하거나 매운 스낵이 인기를 끌고 있으며, 오레오(Oreos)나 팝타르트(Pop Tarts) 같은 브랜드는 달콤한 스낵으로 많은 사랑을 받고 있습니다. 이를 통해 짭짤한 맛과 단맛 모두에 대한 수요가 균형 있게 존재함을 알 수 있습니다.

Q. 콩이 들어간 스낵이나 이와 유사한 건강함을 내세운 스낵 제품들은 주로 어떤 채널을 통해 유통되고 있습니까?

콩이 들어간 스낵은 월마트와 같은 대형 체인 슈퍼마켓에서 주로 유통되고 있으며, 건강을 중시하는 소비자가 늘어나면서 수요도 점차 증가하고 있습니다. 이러한 소비자들은 기존 스낵을 대체할 수 있는 다양한 제품이 잘 갖춰진 슈퍼마켓에서 쇼핑하는 것을 선호합니다.

Q. 현지에서 낱개(개별) 비닐 포장 형태가 소비자 선호와 포장 규제 측면에서 각각 유리하게 작용할지, 불리하게 작용할지 궁금합니다. 내용물 8개가 한 번에 포장된 제품과 낱개로 포장된 제품 중 어떤 포장 형태의 제품이 수출 및 판매에 유리할 것이라 생각하십니까?

포장 형태는 소비자의 인식과 현지 규제에 따라 큰 영향을 받습니다. 환경을 중시하는 소비자들은 과도한 비닐 포장이 환경 오염을 유발할 수 있다고 보고 낱개 포장을 부정적으로 인식할 수 있습니다. 반면, 일부 소비자들은 간편하게 휴대할 수 있고 신선도를 유지할 수 있는 개별 포장을 선호합니다. 따라서, 수출하려는 시장에 따라 포장에 관한 전략이 달라질 수 있습니다. 편의성을 중시하는 시장에서는 개별 포장이 더 유리할 수 있지만, 환경 규제가 엄격하거나 친환경 소비자가 많은 지역에서는 친환경 포장이 더 적합할 것입니다.

Interview ②

27)

타겟
(Target)

- 유형: 유통업체
- 업체 특징:
 - 1962년에 설립된 유통업체로 다양한 식료품, 전자제품, 장난감, 생활용품 등을 취급하고 있음
 - 미국, 유럽, 아시아에 걸쳐 다양한 제품을 유통하고 있음

담당자 정보

Product Specialist

타겟(Target)
Product Specialist

Q. 미국 현지에서 콩을 기반으로 한 가공식품이나 콩으로 만든 스낵에 대한 인식과 수요는 어느 정도입니까?

미국에서는 콩을 기반으로 한 가공식품이 흔하며, 특히 에너지 바나 유기농 스낵 같은 제품에 자주 사용됩니다. 최근 고기를 먹지 않는 소비자가 증가하면서 콩 제품에 대한 수요도 꾸준히 늘고 있으며, 콩으로 만든 파스타와 같은 독특한 제품도 출시되었습니다. 그러나 콩을 기반으로 한 다양한 가공식품 중에서도 가장 인기가 많은 것은 여전히 두유입니다.

Q. 현지 소비자들이 스낵 선택에 있어 건강함 측면을 얼마나 고려한다고 생각하십니까?

건강 측면이 고려되긴 하지만, 최우선적인 고려요인은 아니라고 생각합니다. 물론 건강을 중시하는 소비자들은 단백질이나 식이섬유 등 건강에 좋은 성분이 포함된 스낵을 선호하는 경향이 있습니다. 하지만 스낵 선택에는 편리함과 가용성도 큰 영향을 미칩니다. 예를 들어, 일부 소비자들은 건강한 스낵보다는 야외에서 간편하게 먹을 수 있는 스낵을 더 선호하기도 합니다. 결국, 건강함이 중요하지만, 편리함이 그만큼, 혹은 그보다 더 중요한 요소가 될 수 있습니다.

Q. 콩으로 만든 간식의 맛과 건강함이라는 장점이 현지 소비자들에게 충분히 인식되고 있는지 궁금합니다.

콩은 콩 자체로도 건강상 이점이 있으며, 특히 두유와 같은 제품을 통해 콩의 장점이 소비자들에게 비교적 잘 알려져 있습니다. 두유는 단백질, 아연, 식이섬유, 철분 같은 필수 영양소가 포함되어 있으며, 소화가 쉽기 때문에 의사들이 권장하는 경우도 있어 일반 우유보다 더 건강한 식품으로 여겨지고 있습니다.

Q. 현지에서 흔히 발견할 수 있는 콩 가공식품에 사용되는 콩의 종류는 주로 무엇입니까? 그 중 서리태콩(검은 콩)을 활용한 제품이 얼마나 될 지 궁금합니다.

노란콩입니다. 노란콩은 미국에서 옥수수 다음으로 흔한 작물이며 주로 대두유, 두부, 두유를 만들거나 사료로 사용됩니다. 반면, 검은콩은 훨씬 드물고 대부분 아시아에서 수입해야 합니다. 하지만 맛 측면에서 검은콩은 노란콩보다 더 풍미가 좋다고 평가받습니다.

27) 사진 자료: 타겟(Target)

Q. 현지 소비자들은 고소한 맛, 단맛, 짭맛, 매운맛 등 스낵 선택에 있어 어떠한 맛을 주로 선호합니까?

짭짤한 스낵과 달콤한 스낵 모두 높은 수요를 보이지만, 선호도는 연령에 따라 다릅니다. 젊은 소비자들은 주로 달콤한 스낵을 선택하는 반면, 나이 든 소비자들은 짭짤한 스낵을 더 선호합니다. 고소하거나 매운맛의 스낵은 독특한 맛으로 어느 정도 수요가 있지만, 달콤하거나 짭짤한 스낵만큼 많이 선호하지는 않습니다.

Q. 콩이 들어간 스낵이나 이와 유사한 건강함을 내세운 스낵 제품들은 주로 어떤 채널을 통해 유통되고 있습니까?

콩 기반 제품은 어떤 유통채널에서든 쉽게 찾을 수 있습니다. 그러나 콩으로 만든 스낵은 인기가 증가하고 있음에도 불구하고, 여전히 기존 스낵에 비해 소비자들에게 덜 친숙해 많이 유통되지 않고 있으며, 주로 건강을 중시하는 소비자나 식단에 제한이 있는 사람들이 식물성 대안 스낵으로 많이 찾습니다. 따라서 건강함을 내세운 스낵을 유통할 때는 건강을 중시하는 소비자들이 많은 유기농 및 건강 제품 전문 매장이 가장 적합할 것으로 보입니다.

Q. 현지에서 날개(개별) 비닐 포장 형태가 소비자 선호와 포장 규제 측면에서 각각 유리하게 작용할지, 불리하게 작용할지 궁금합니다. 내용물 8개가 한 번에 포장된 제품과 날개로 포장된 제품 중 어떤 포장 형태의 제품이 수출 및 판매에 유리할 것이라 생각하십니까?

유리한 포장 형태는 제품의 양에 따라 달라집니다. 제품의 용량이 클 경우 소비자들은 제품을 한 번에 전부 소비하지 않기 때문에 개별 포장이 더 편리할 수 있습니다. 반대로, 제품의 용량이 그리 크지 않아 한 번에 전부 소비하는 경우가 많은 경우엔 묶음 포장이 더 적합할 것입니다. 최근 플라스틱 폐기물을 줄이고 생분해성 재료 사용을 장려하는 환경 친화 트렌드를 고려할 때, 두 방식 중에서는 비교적 적은 포장재가 사용되는 묶음 포장 쪽이 이러한 트렌드에 부합한다고 볼 수 있습니다.

Interview ③

28)

야미
(Yami)

- 유형: 수입·유통업체
- 업체 특징:
 - 2013년에 설립된 수입, 유통업체로 식료품, 전자제품, 생활용품 등을 취급하고 있음
 - 한국, 일본, 중국에서 수입한 제품을 미국 내 하이퍼, 슈퍼마켓 및 아시안, 한인 마트에 유통하고 있음

담당자 정보

Sales Manager

야미(Yami)
Sales Manager

Q. 미국 현지에서 콩을 기반으로 한 가공식품이나 콩으로 만든 스낵에 대한 인식과 수요는 어느 정도입니까?

콩 자체로 만든 스낵은 아직 인기가 높지 않지만, 간장 맛의 스낵이나 간장 양념이 된 스낵은 비교적 수요가 높고 인기가 있습니다. 특히, 가장 잘 알려진 콩 기반 스낵은 중국 스낵에서 많이 찾아볼 수 있으며, 여기에는 채식용 스테이크 스낵부터 크래커까지 다양한 종류가 포함됩니다.

Q. 현지 소비자들이 스낵 선택에 있어 건강함 측면을 얼마나 고려한다고 생각하십니까?

많은 소비자들이 균형 잡힌 식단 유지에 대한 필요성을 느끼고 있으며, 신체 건강을 위해 비교적 몸에 좋은 스낵을 선택하고 있습니다. 그러나 건강한 스낵을 중시하는 소비자들이 늘어나고 있음에도 불구하고, 스낵 선택에 앞서 건강함을 고려하기보다는 여전히 익숙한 맛과 식욕을 충족하기 위해 입맛에 맞는 스낵을 선택하는 경우가 많습니다.

Q. 콩으로 만든 간식의 맛과 건강함이라는 장점이 현지 소비자들에게 충분히 인식되고 있는지 궁금합니다.

스낵 선택에 있어 가장 중요한 요소는 여전히 맛입니다. 따라서 콩 기반 스낵의 소비는 주로 소비자들의 취향에 크게 좌우될 것입니다. 미국에서는 콩스낵이 여전히 낯선 제품이기 때문에, 일부 소비자들은 익숙한 스낵을 계속 선택하는 경향이 있을 수 있습니다.

Q. 현지에서 흔히 발견할 수 있는 콩 가공식품에 사용되는 콩의 종류는 주로 무엇입니까?

노란콩으로, 현지에서 쉽게 구할 수 있고 가격이 저렴하기 때문에 가공식품에 가장 많이 사용됩니다. 주로 비건이나 채식주의자들을 위한 식품에 활용되며, 다양한 식물성 제품의 기본 재료로 인기가 높습니다. 반면, 검은콩은 미국에서 재배되지 않아 가공식품 산업에서 흔히 사용되지 않는 재료입니다. 그럼에도 불구하고, 검은콩은 콜레스테롤 수치를 낮추고 소화를 돕는 등 건강상 이점이 있다고 잘 알려져 있습니다.

Q. 현지 소비자들은 고소한 맛, 단맛, 짭맛, 매운맛 등 스낵 선택에 있어 어떠한 맛을 주로 선호합니까?

아시아 스낵 중에서는 짭맛이 가장 인기가 많습니다. 최근에는 매운 스낵과 라면에 대한 수요가 증가하면서 매운맛에 대한 관심도 높아지고 있습니다. 일부 소비자들은 단맛의 스낵도 선호하지만, 이는 주로 브랜드의 인기도에 따라 달라집니다. 고소한 맛 스낵은 미국 소비자들에게 상대적으로 인기가 덜한 편입니다. 이는 강렬한 맛과 향에 익숙한 소비자들에게는 고소한 맛이 비교적 맛있게 느껴지기 때문일 것입니다.

Q. 콩이 들어간 스낵이나 이와 유사한 건강함을 내세운 스낵 제품들은 주로 어떤 채널을 통해 유통되고 있습니까?

콩 기반 스낵은 현지 소비자들에게 다소 낯선 편이어서 대부분의 소매점에서 쉽게 찾아보기 어렵습니다. 이러한 독특한 스낵들은 주로 온라인 아시아 소매점에서 구할 수 있으며, 해당 제품을 찾는 소비자들도 주로 이러한 온라인 매장을 통해 구매하는 경우가 많습니다.

Q. 현지에서 낱개(개별) 비닐 포장 형태가 소비자 선호와 포장 규제 측면에서 각각 유리하게 작용할지, 불리하게 작용할지 궁금합니다. 내용물 8개가 한 번에 포장된 제품과 낱개로 포장된 제품 중 어떤 포장 형태의 제품이 수출 및 판매에 유리할 것이라 생각하십니까?

많은 스낵이 개별 포장으로 제공되는데, 이는 편리함 덕분입니다. 개별 포장은 소비자가 원하는 만큼 나누어 먹을 수 있도록 해주며, 어디서나 쉽게 섭취할 수 있다는 장점이 있습니다. 이러한 이유로 개별 포장은 소비자들에게 특히 매력적입니다. 미국에서는 스낵 포장에 대한 엄격한 제한 규정이 없으며, 낱개 포장과 유사한 방식으로 포장된 제품을 흔히 볼 수 있습니다. 다만, 재활용 가능한 소재 사용과 친환경적인 포장 방식이 점점 더 권장되고 있습니다.

[참고문헌]

■ 참고 자료

1. 스태티스타(Statista), 'Confectionery & Snacks - United States', 2024.10
2. 스태티스타(Statista), 'Snack Food - United States', 2024.10
3. KATI농식품수출정보, '[미국] 스낵시장 트렌드 및 향후 전망은', 2024.01
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. 뉴욕타임스(The New York Times), 'Don't Call it 'Ethnic' Grocery Store', 2024.06
8. 농림축산식품부, '2023 농식품 해외인증 등록정보 종합가이드', 2023
9. 식품의약품안전처, '식품 수출 안내서 미국편', 2021
10. 한국법제연구원, '최신외국법제정보', 2020
11. aT한국농수산물유통공사, '글로벌 식품시장 인플루언서 활동사례 및 규제 동향', 2020
12. KATI농식품수출정보, '미국 라벨링 규정 준수 가이드', 2020
13. aT한국농수산물유통공사, 'aT 농식품 수출 교역조건_미국', 2021
14. aT한국농수산물유통공사, '2023 농식품 수출국가정보', 2023
15. KATI농식품수출정보, '미국 식품첨가물 및 유해물질 규정 원문 및 번역본', 2023
16. 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. KATI농식품수출정보 (www.kati.net)
5. ITC(International Trade Centre) (www.trademap.org)
6. 아마존(Amazon) (www.amazon.com)
7. 월마트(Walmart) (www.walmart.com)
8. 크로거(Kroger) (www.kroger.com)
9. 코스트코(Costco) (www.costco.com)
10. 브리태니커(Britannica) (www.britannica.com)
11. 홀푸드마켓(Whole Foods Market) (www.wholefoodsmarket.com)
12. 에이치마트(H Mart) (www.hmart.com)
13. 뉴욕타임스(The New York Times) (www.nytimes.com)
14. 이터뉴욕(Eater New York) (www.ny.eater.com)
15. 시온마켓(Zion Market) (zionmarket.com)
16. 페이스북(Facebook) (www.facebook.com)
17. 통합무역정보서비스 (tradenavi.or.kr)
18. KOTRA 대한무역투자진흥공사 (www.kotra.or.kr)
19. 국가관세종합정보망서비스 (unipass.customs.go.kr)
20. aT한국농수산물유통공사 (www.at.or.kr)
21. 관세청 (www.customs.go.kr)
22. 관세법령포털 (unipass.customs.go.kr)
23. 수산물수출정보포털 (www.kfishinfo.co.kr)
24. 미국 관세국경보호청(CBP) (www.cbp.gov)
25. 미국 식품의약청(FDA) (www.fda.gov)
26. 미국 농무부(USDA) (acir.aphis.usda.gov)
27. 타겟(Target) (www.target.com)
28. 야미(Yami) (www.yamibuy.com)

- 발행 겸 편집 | aT 한국농수산물유통공사
- 발 행 일 자 | 2024.11.29

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