

미국 안경 시장 진출 가이드북

HOW TO



한국안광학산업진흥원

CONTENTS

미국 안경테 및 선글라스 시장 진출 가이드북

RESEARCH 미국 안경 시장 조사

1. 한국 안경 산업 미국 수출 현황.....	05p
1) 한국산 안경테 및 선글라스 수출동향.....	05p
2) 미국 시장 진입장벽.....	11p
2. 미국 안경 시장 유통구조.....	19p
1) 전체 유통구조.....	19p
2) 주요 유통채널별 특징.....	21p
3. 미국 현지 유통사 피드백.....	25p
1) 피드백 결과 요약.....	25p
2) 피드백 세부내용.....	26p

ANALYSIS 미국 안경 시장 분석

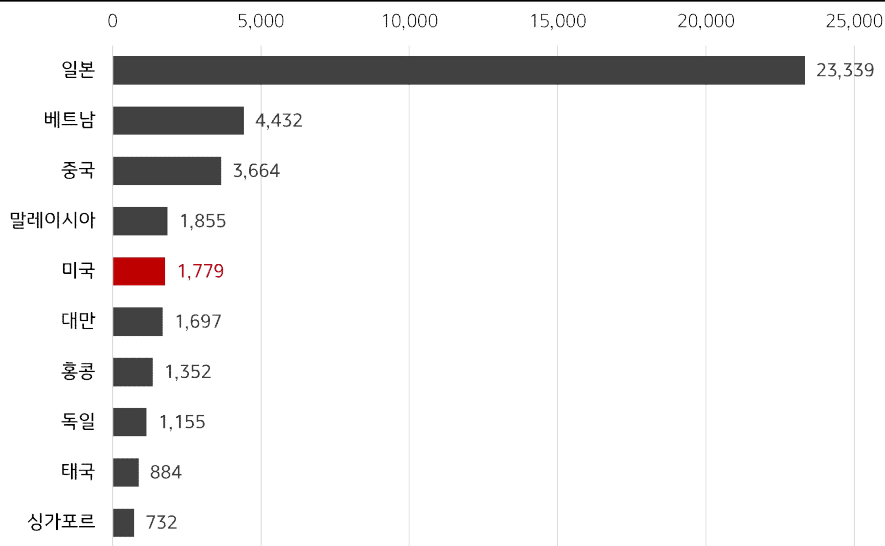
1. 미국 시장 진출 방안.....	31p
1) 진출 배경 및 시기.....	31p
2) 타겟 지역 및 협업대상.....	33p
3) 제품 현지화 방안.....	36p
4) 시장 접근 방안.....	40p
2. 미국 시장 진출 로드맵.....	43p
1) 계획 단계.....	43p
2) 실행 단계.....	61p
3) 관리 단계.....	69p
※ 별첨자료.....	69p
1) 미국 안과보험제도.....	69p
2) 미국 안경 관련 제도 및 직종 구분.....	71p

1. 한국 안경 산업 미국 수출 현황

1) 한국산 안경테 및 선글라스 수출동향

① 안경테 - 플라스틱

[표1-1] 한국 안경테(플라스틱) 수출 현황



순위	국가	2022 수출금액 (천USD)	2022 무역수지 (천USD)	2022 수출 비중 (%)	2022 수출량 (톤)	2022 1톤당 가격 (USD)	'18-'22 성장률 (%)	'21-'22 성장률 (%)
-	세계	43,711	26,161	100	196	223,015	-7	1
1	일본	23,339	18,408	53.4	58	402,397	-7	7
2	베트남	4,432	4,414	10.1	34	130,353	-3	81
3	중국	3,664	-4,272	8.4	56	65,429	-6	-40
4	말레이시아	1,855	1,839	4.2	7	265,000	-7	64
5	미국	1,779	1,587	4.1	7	254,143	6	-5
6	대만	1,697	1,659	3.9	5	339,400	-16	-10
7	홍콩	1,352	1,352	3.1	3	450,667	-15	-17
8	독일	1,155	1,155	2.6	1	1,155,000	-1	-42
9	태국	884	884	2	5	176,800	-14	21
10	싱가포르	732	732	1.7	3	244,000	-3	42

출처 : ITC Trade Map(2023)

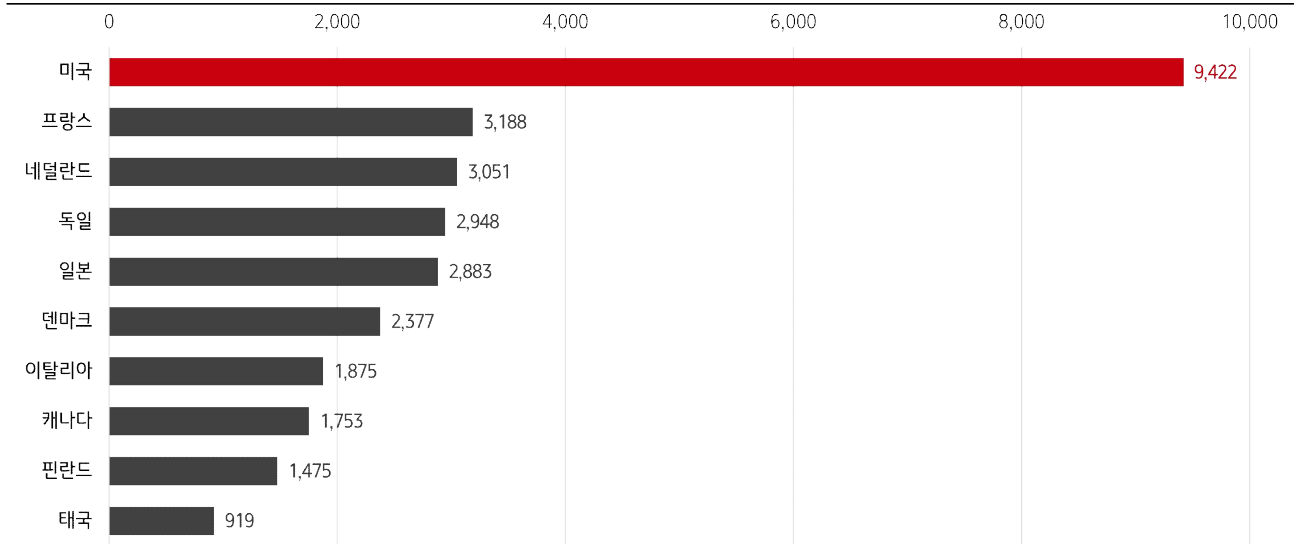
- 2022년 기준, HS Code 9003.11(플라스틱 안경테)의 한국의 글로벌 수출액은 약 4,371만 달러를 기록하였으며 2개년 성장률은 1%로 미미한 성장이 있었으나 중장기적으로는 -7% 성장률을 보임. 총 수출량은 196톤이며 1톤당 평균 가격은 약 22만 달러 수준이나 국가별로 큰 차이를 보임

- 한국이 플라스틱 안경테를 가장 많이 수출한 국가는 일본으로 약 2,333만 달러의 수출액을 달성하였으며 전체 수출액의 절반 이상인 53.4%의 비중을 차지함. 그 뒤를 이어 베트남이 약 443만 달러의 수출액을 기록하며 2위를 차지하였고 81%의 높은 단기 성장률을 보임. 3위를 차지한 중국의 경우 최근 성장률이 -40%로 급격하게 감소하였으며 무역수지 적자를 기록함
- 한편, 5위를 차지한 미국은 178만 달러의 수출액을 기록하며 4.1%의 다소 낮은 수출 비중을 보임. 전 세계 대상 수출액 상위 10개국의 중장기 성장률이 모두 마이너스인 반면, 미국만 유일하게 약 6%의 중장기 성장을 보임. 단기 성장률의 경우에도 마이너스를 기록한 중국(-40%), 독일(-42%)과 비교하면 비교적 낮은 수치인 -5% 성장률을 보임
- 또한, 對 미국 수출 시 1톤당 가격은 약 25만 달러이며 이 수치는 한국의 1톤당 평균 수출가격인 약 22만 달러와 유사한 수준임. 또한, 1톤당 가격이 약 116만 달러인 독일과 비교하였을 때 약 20% 수준에 불과한 낮은 가격임

View+ 한국의 對미국 플라스틱 안경테 수출 시 1톤당 가격은 한국의 전 세계 1톤당 평균 수출 가격 수준에도 미치지 못하는 매우 낮은 수준임

② 안경테 - 기타소재

[표1-2] 한국 안경테(기타소재) 수출현황




순위	국가	2022 수출금액 (천USD)	2022 무역수지 (천USD)	2022 수출 비중 (%)	2022 수출량 (톤)	2022 1톤당가격 (USD)	'18-'22 성장률 (%)	'21-'22 성장률 (%)
-	세계	38,548	-19,011	100.0	100	385,480	-11	-6
1	미국	9,422	9,240	24.4	29	324,897	-8	-14
2	프랑스	3,188	2,260	8.3	5	637,600	-8	3
3	네덜란드	3,051	2,981	7.9	6	508,500	0	3
4	독일	2,948	-1,052	7.6	7	421,143	-13	-5
5	일본	2,883	-10,472	7.5	8	360,375	-14	-24
6	덴마크	2,377	-4,302	6.2	4	594,250	-12	6
7	이탈리아	1,875	-2,421	4.9	9	208,333	1	-22
8	캐나다	1,753	1,736	4.5	3	584,333	-10	3
9	핀란드	1,475	1,441	3.8	2	737,500	20	-10
10	태국	919	913	2.4	3	306,333	4	37

출처 : ITC Trade Map(2023)

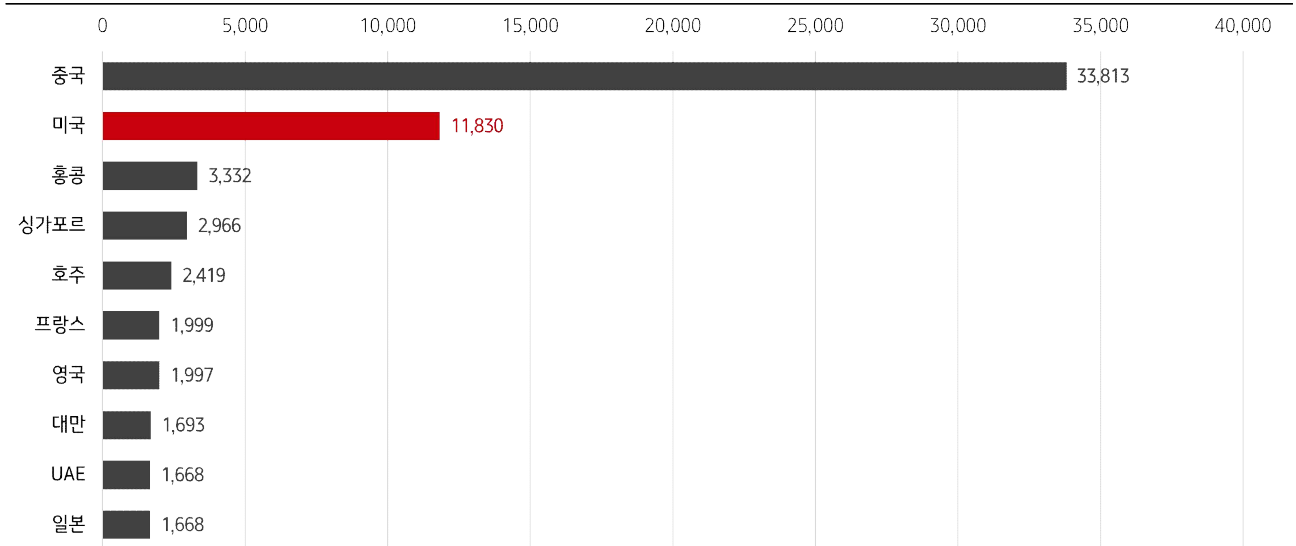
- 2022년 기준, HS Code 9003.19(기타소재 안경테)의 한국의 글로벌 수출액은 약 3,855만 달러를 기록함. 2개년 성장률은 -6% 하락하였으며 중장기적으로도 -11%의 성장률을 보임. 총 수출량은 100톤이며 1톤당 평균 가격은 약 39만 달러 수준으로 플라스틱 안경테와 비교하면 국가별 가격이 평이한 수준임
- 한국이 기타 소재 안경테를 가장 많이 수출한 국가는 미국으로 약 942만 달러의 수출액을 기록하며 전체 수출액의 24.4% 수준의 높은 수출 비중을 차지함. 플라스틱 안경테 수출에서는 5위를 차지한 반면, 기타 소재의 경우 1위를 차지하며 월등한 차이를 보임

- 한편, 성장률 측면에서는 2개년 -14%, 5개년 -8%로 수출 하락세를 보이며 중장기적으로 성장세를 보인 플라스틱 안경테와는 다른 양상을 띄고 있음. 또한, 한국은 미국으로 전체 수출국 중 가장 많은 양인 29톤을 수출하였으나 1톤당 가격은 약 32만 달러로 이는 한국의 1톤당 평균 수출 가격에도 미치지 못하는 수준임
- 미국의 뒤를 이어 프랑스가 약 319만 달러, 네덜란드가 약 305만 달러로 높은 수출액을 기록하였으며 두 국가 모두 3%의 단기 성장률을 보임. 플라스틱 안경테의 수출 상위 10개국과 기타 소재 안경테의 상위 10개국의 구성은 매우 다르며 국가별로 플라스틱 안경테와 기타 소재 안경테 수출액에 큰 차이가 있음. 특히, 對미국 수출의 경우에는 플라스틱 안경테보다 기타 소재 안경테를 4배 이상 많이 수출함

 **View+** 한국이 미국으로 수출하는 안경테의 소재별 규모를 비교하면, 기타 소재 안경테의 수출 규모가 플라스틱 안경테 대비 4배 이상의 월등히 높은 수치를 보임

③ 선글라스

[표1-3] 한국 선글라스 수출현황




순위	국가	2022 수출금액 (천USD)	2022 무역수지 (천USD)	2022 수출 비중 (%)	2022 수출량 (톤)	2022 1톤당 가격 (USD)	'18-'22 성장률 (%)	'21-'22 성장률 (%)
-	세계	70,286	-33,139	100	168	418,369	31	-8
1	중국	33,813	-865	48.1	33	1,024,636	79	-25
2	미국	11,830	866	16.8	49	241,429	43	38
3	홍콩	3,332	3,178	4.7	7	476,000	-10	-51
4	싱가포르	2,966	2,919	4.2	4	741,500	15	101
5	호주	2,419	2,393	3.4	5	483,800	50	96
6	프랑스	1,999	1,661	2.8	19	105,211	37	-9
7	영국	1,997	1,794	2.8	4	499,250	1	55
8	대만	1,693	-142	2.4	4	423,250	5	36
9	UAE	1,668	1,661	2.4	4	417,000	129	12
10	일본	1,668	-5,296	2.4	10	166,800	-6	12

출처 : ITC Trade Map(2023)

- 2022년 기준, HS Code 9004.10(선글라스)의 한국의 전 세계 수출액은 약 7,029만 달러를 기록하였으며 2개년 성장률은 -8%로 감소가 있었으나 중장기적으로는 31%의 높은 성장률을 보임. 총 수출량은 168톤이며 1톤당 평균 가격은 약 42만 달러로 국가별 1톤당 가격은 평이한 수준임

- 한국이 선글라스를 가장 많이 수출한 국가는 중국으로 약 3,381만 달러의 수출액을 달성하였으며 이는 전체 수출액의 절반가량인 48.1%의 비중을 차지함. 단기 성장률은 -25%의 하락이 있었지만 중장기 성장률은 79%로 타국가들과 비교하였을 때 압도적으로 높은 수출 성장세를 보임. 3위를 차지한 홍콩은 332만 달러를 수출하였으며 단기 및 중장기적으로 마이너스 성장률을 기록함
- 미국은 수출액 1,183만 달러를 기록하며 2위를 차지하였고 전체의 16.8%의 수출 비중을 보여줌. 또한, 대체로 마이너스 성장률을 기록한 안경테 수출과는 대조적으로 2개년 성장률 38%, 5개년 성장률 43%로 높은 성장률을 보임
- 한편, 2022년 한국은 미국으로 49톤의 선글라스를 수출하였으며 이는 수출 상위 10개국 중 가장 많은 수출량을 기록함. 그러나, 1톤당 가격은 약 24만 달러에 불과하며 이 수치는 1톤당 가격이 약 103만 달러인 중국과 비교하였을 때 약 25% 수준의 낮은 가격임. 뿐만 아니라 한국의 1톤당 평균 수출가격인 약 42만 달러의 57.7%에 미침

 **View+** 한국의 對미국 선글라스 수출규모는 안경테 전체의 수출규모를 상회하지만 선글라스 역시 1톤당 가격이 對중국 대비 약 25% 수준에 불과함

2) 미국 시장 진입장벽

① 관세장벽

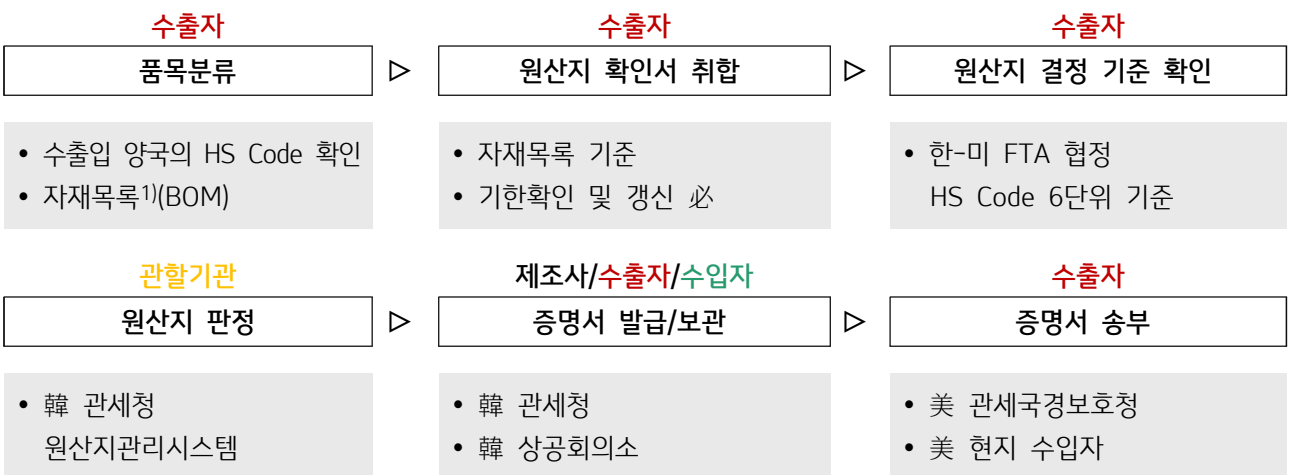
[표1-4] 안경테 및 선글라스 관세율

HS Code	해설	단위	(우선순위) 한-미 FTA	(차순위) 기본세율
9003.11.0000	플라스틱으로 만든 것	12개	Free	2.5%
9003.19.0000	그 밖의 재료로 만든 것			Free
9004.10.0000	선글라스			2.0%

출처 : 미국국제무역위원회(2023)

- 미국에서 안경테 및 선글라스 수입 시 적용되는 관세율 중 기본세율을 살펴보면, 플라스틱 소재에 2.5%, 기타 소재에 0%, 선글라스에는 2.0%의 관세를 부과하고 있음. 그러나, 한국은 미국과의 FTA 체결로 인해 세 품목 모두 특별세율 적용으로 무관세 혜택을 받을 수 있으며 기본세율보다 우선적으로 적용됨. 무관세 혜택을 위해 한국의 수출기업은 수출 제품이 한국산임을 입증할 수 있는 원산지 증명서를 필수로 제출해야 함

[표1-5] 원산지 증명서 발급 절차



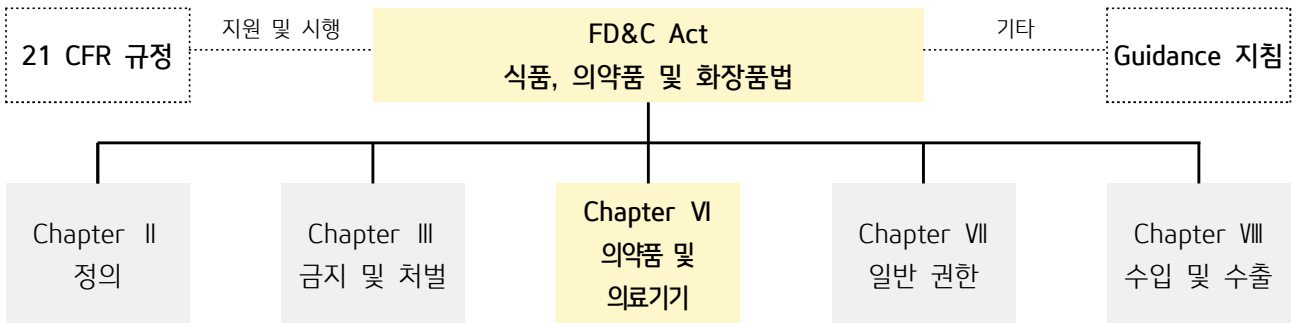
출처 : 한국무역협회 FTA 통합플랫폼(2023)

- 한국의 수출업체는 증명서 발급을 위해 가장 먼저, 수출 대상 제품의 한국과 미국의 HS Code 6단위의 일치 여부 확인 및 생산 제품에 투입된 자재목록(BOM, Bill of Materials)을 작성해야 함. 이후 자재목록을 기준으로 완제품과 동일한 단위의 HS Code를 갖는 한국산 원재료 또는 가격 비율이 높은 원재료를 주요 대상으로 원산지 확인서를 취합해야 함
- 한-미 FTA에 따른 원산지 결정 기준 충족 여부를 판정한 후 판정 결과가 한국산임이 확인된 제품은 한국의 관세청, 상공회의소를 통해 증명서 발급이 가능함. 발급된 원산지 증명서의 사본 또는 원본을 미국 관세국경보호청 및 수입자에게 송부함으로써 FTA에 따른 무관세 혜택을 받을 수 있음

1) 물건을 제조하거나 부품을 조립할 때 사용하는 재료의 규격, 품질, 단가 따위의 세부 사항을 적은 문서

② 비관세장벽

[그림1-1] 미국 FD&C Act 체계



출처 : 미국 FDA(2023)

- 미국의 식품, 의약품 및 화장품 법인 FD&C Act는 미국 내 의약품 허가의 기본 법령으로 10개의 장으로 구성되어 있음. 해당 법의 제2장 제201조 H항에서는 의료기기를 기구, 장치, 도구, 기계, 고안품, 이식물, 체외진단시약 또는 이와 유사하거나 관련된 제품으로 정의하고 있음
- 21 CFR(The Code of Federal Regulations) 규정은 FD&C Act를 지원 및 시행하기 위한 연방법규집으로 FDA의 의료기기 허가 및 관리 방법, 기기별 등급, 시판을 위한 국내외 업자들의 절차 및 의무를 상세히 규정하고 있음. 또한, CFR에서 규정하지 못한 기타 내용들은 지침(Guidance)를 통해 공포하고 있음

[표1-6] 미국 의료기기 등급분류 및 관련규제

Classification	Safety and Effectiveness	Regulatory Controls			Submission Type
		General	Special	PMA	
Class I	Low to Moderate Risk	✓			PMN / 510(k) or Exempt
Class II	Moderate to High Risk	✓	✓		
Class III	High Risk	✓		✓	PMA

출처 : 미국 FDA(2023)

- FDA에서 의료기기는 총 3가지의 등급으로 나뉘며 1등급(Low to Moderate Risk)은 일반규제를 적용하며 시판 전 신고, 시판 전 허가(PMA, Pre-Market Notification) 등이 면제됨. 2등급(Moderate to High Risk)은 일반규제 및 특별규제를 적용하며 대부분 시판 전 신고 절차를 통해 판매 허가를 받음. 3등급(High Risk)은 가장 엄격한 등급으로 기본적으로 일반규제를 적용하며 판매 허가를 위해 시판 전 허가 절차가 필요함

• 안경테 및 선글라스 관련 규정

[표1-7] 미국 FDA에 따른 안경테 및 선글라스 관련 규정

제품	FDA 제품 코드	의료기기 등급	규제유형	시판 전 신고
안경테 선글라스	HQZ HQY	1	일반규제	510(k) 면제

출처 : 미국 FDA(2023)


- 미국 FDA에서는 모든 안경테, 안경렌즈, 선글라스 및 돋보기는 의료기기로 분류하고 있으며 그중 안경테는 1등급에 속한 일반규제 품목임. 앞서 서술하였듯 1등급 기기의 대부분은 품질 준수 검사, 시판 전 신고 및 시판 전 허가 대상에서는 면제되고 있음. 일반규제 품목은 FDA 등록의무 미이행 시 제품 압류, 통관 거부, 추후 재등록 거부, 형사처분 소송 등과 같은 불이익이 발생할 수 있기 때문에 다음과 같은 주요 규정 및 절차를 숙지해야 함

[표1-8] 관련 FDA 주요 규정에 따른 이행 사항

관련 FDA 주요 규정	韓제조사	美유통사
최초 수입 시 FDA시설 등록		0
FDA 시설 등록 및 미국 현지 대리인 지정	0	
FDA 제품 등록	0	
품질시스템규정(QS) 요구사항 충족	0	
렌즈 포함 시 충격 방지 인증 필요	0	

출처 : 미국 FDA(2023)

- 미국 유통사는 한국 안경테 및 선글라스의 최초 수입 시 FDA 시설 등록이 필요하며, 한국 제조사는 FDA 시설 등록, 제품 등록이 필요함. 또한, 21 CFR 820에 명시된 품질시스템 규정(QS, Quality System)의 요구사항을 충족해야 하며 이는 설계, 구매, 제조, 포장, 라벨링, 보관, 설치 및 서비스 등이 포함됨. 또한, 안경 및 선글라스의 렌즈는 21 CFR Part 801.410에 따라 충격 방지 인증이 필요함

 **View+** FDA 등록 시에는 품목 관련 업체 정보(Establishment Registration)와 제품 정보(Device Listing)를 제공해야 하며 안경 및 선글라스의 렌즈는 충격 방지 인증이 취득이 필수임

[표1-9] 21 CFR Part 801의 라벨링 규정

21 CFR Part 801	라벨링 규정
A. 일반	상호 및 사업장, 용도, 사용법, 허위 및 오해 소지 진술, 라벨링 중요성
C. 비처방 의료기기	전면표기, 제품식별명, 내용량 표시
D 사용법기재 면제	사용법이 잘 알려진 의료기기
H. 특별 요구사항	내충격성 렌즈 사용

출처 : 미국 FDA(2023)

- 21 CFR Part 801은 수입 및 수출 관련 규정에 의거하여 FDA 위반 사항 발견 시, 제품의 반입을 거부할 권한을 가지고 있음. 그중 비처방 안경 및 선글라스는 일반 라벨링 및 OTC 라벨링 요구 사항을 따르며 A, C, D, H 조항이 해당됨
- 일반 조항의 경우, 상호 및 사업장, 용도, 사용법 및 라벨링 문구 확인의 중요성 등을 기재해야 하며 허위 진술 및 오해의 소지가 있는 진술은 제외해야 함. 비처방 의료기기에 대한 라벨링 요건은 전면표기, 제품식별명, 내용량 표시 등이 있으며 안경 및 선글라스와 같이 사용법이 잘 알려진 의료기기는 사용법에 대한 기재가 면제됨
- 또한, 특별 요구사항 조항에서는 안경 및 선글라스의 렌즈는 잠재적 안구 부상으로부터의 보호를 위해 충격 방지 렌즈를 장착해야 한다고 규정되어 있음. 따라서, 수출하고자 하는 렌즈를 대상으로 낙구 테스트²⁾(Drop Ball Test)를 통해 충격 방지 렌즈임을 입증하는 인증서를 준비해야 함

2) 안경의 안전성을 결정하기 위해 FDA에서 실시하는 쇠구슬을 사용한 충격 테스트

• 안경테 및 선글라스 미국 수입거부 사례

[표1-10] 미국 FDA 규정 위반사례

위반코드		FD&C Act 관련조항	거부유형	위반 건수		
ASC ID	위반명			안경테	선글라스	합계
118	NOT LISTED	부정표시	서류미비	38	11	49
3280	FRNMFGREG	부정표시	표준미준수	39	7	46
341	REGISTERED	부정표시	표준미준수	37	9	46
235	NOT IMPACT	부정불량	기타	0	16	16
231	LENS CERT	부정표시	기타	7	6	13
3741	FRNMFGREG	-	서류미비	2	0	2
한국산 안경테 및 선글라스 미국 수입거부 합계(위반건수 기준)				121	49	170

출처: 한국무역협회 통관거부사례 데이터베이스(2023)

- 미국 수출 시 비관세 장벽의 파악을 위해 한국무역협회 통관거부사례 데이터베이스의 2012년부터 2022년까지 11개년 간 한국산 안경테 및 선글라스의 미국 FDA 규정 위반사례를 수집 및 분석함. FD&C Act의 관련 조항에 따라 4개의 코드가 부정표시 조항, 1개의 코드가 부정불량 조항에 해당하며 나머지 1개는 해당되는 조항이 없었음
- 지난 11년간 한국산 안경테와 선글라스의 미국 FDA 규정 위반건수는 총 170건으로 그중 안경테가 121건으로 71.2%의 비중을 차지하며 선글라스는 49건으로 28.8%의 비중을 차지함. 안경테와 선글라스의 위반건수 총합이 가장 높은 위반코드는 118 NOT LIST로 서류미비로 거부된 유형이며 그 뒤를 이어 표준미준수로 인한 FRNMFGREG 위반 및 REGISTERED 위반이 각각 46건을 기록함
- 안경테의 경우, 총 위반 건수 121건 중 코드 3280 FRNMFGREG이 39건(32.2%)으로 가장 많은 건수를 차지함. 또한, 코드 118 NOT LISTED가 38건(31.4%), 341 REGISTERED가 37건(30.6%)을 기록하며 1, 2, 3위가 평이한 수준의 위반 건수를 보이며 나머지 코드들은 미미한 수준에 그침
- 선글라스의 경우, 총 위반건수 49건 중 가장 많은 건수를 차지하는 코드는 235 NOT IMPACT로 16건(32.6%)이 도출됨. 그 뒤를 이어 118 NOT LISTED가 11건(22.5%), 341 REGISTERED가 9건(18.4%)를 기록하였음

View+ 안경테는 표준미준수 및 서류미비의 사유로 수입이 거부된 경우가 다수 도출되었으며 선글라스는 주로 기타사유 중 충격방지렌즈 미해당으로 통관이 거부됨

[표1-11] 미국 FDA 규정 위반 사례

위반코드	관련조항	거부유형	안경테	선글라스
118 NOT LISTED	부정표시	서류미비	2위(38건)	2위(11건)
3280 FRNMFGREG	부정표시	표준미준수	1위(39건)	4위(7건)
341 REGISTERED	부정표시	표준미준수	3위(37건)	3위(9건)
235 NOT IMPACT	부정불량	기타	6위(0건)	1위(16건)
231 LENS CERT	부정표시	기타	4위(7건)	5위(6건)
3741 FRNMFGREG	해당없음	서류미비	5위(2건)	6위(0건)

출처: 한국무역협회 통관거부사례 데이터베이스(2023)

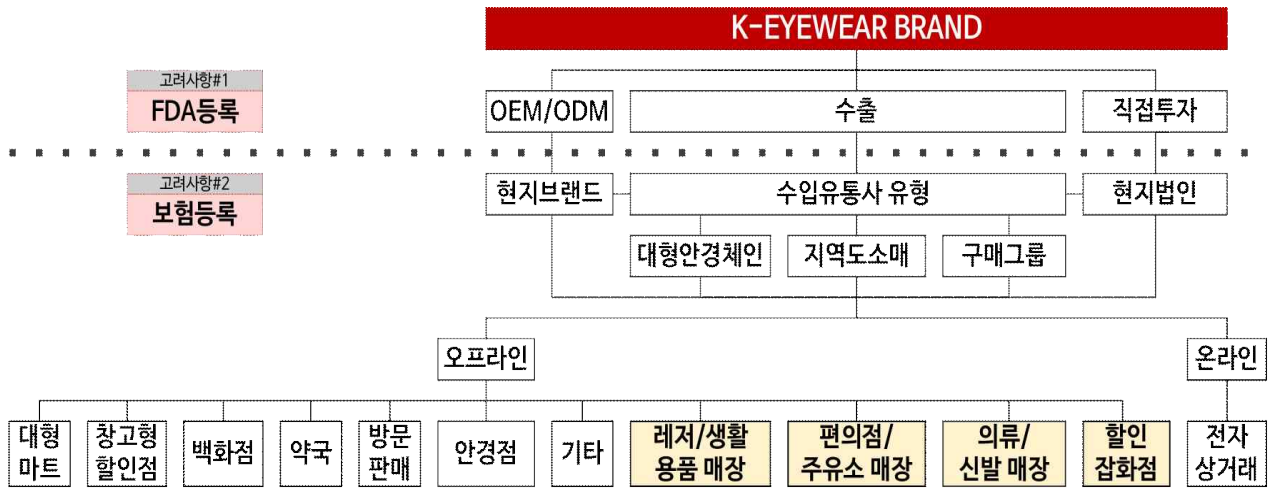
- 각 위반코드 별 위반내용은 미국의 FD&C법 5장 및 연방규정집(CFR) 21권의 규정을 따름. 안경테 및 선글라스 위반건수 합계가 가장 높은 위반코드는 118 NOT LISTED로 서류미비로 인해 수입이 거부된 사례임. 이 경우는 제품이 510조(j)항에 따른 규정 목록에 포함되지 않거나 관련 통지 및 기타 정보 제공이 규정을 미준수한 경우임
- 위반건수 2위를 차지한 코드 3280 FRNMFGREG는 안경테에서 가장 많이 위반된 코드로 표준 미준수로 인한 위반사례임. 이 경우는 라벨 정보 오기 또는 허위 표기로 502조(o)항의 규정을 준수하지 않았거나 미승인 시설에서 제조, 준비, 생산, 혼합 또는 가공을 한 경우 수입이 거부된 사례에 해당함
- 위 코드와 같이 46건의 통관거부가 도출된 코드 341 REGISTERED는 표준미준수로 인한 수입거부 사례로 부정표시 조항과 관련이 있음. 이는 510조(j)항의 목록에 포함되지 않으며 연방규정집 21권 관련 규정에 따른 최초 판매업자 미등록을 위반한 경우에 해당함
- 한편, 코드 235 NOT IMPACT는 안경테에서는 위반사례가 없으나 선글라스에서는 16건의 위반 사례가 도출됨. 기타 사유로 인해 수입이 거부되었으며 구체적으로 제품의 렌즈가 연방규정집 21권 규정의 충격 방지 렌즈에 해당하지 않는다는 내용임
- 코드 231 LENS CERT는 안경테와 선글라스의 위반 건수 간 가장 적은 차이를 보이는 코드이며 기타 사유로 수입이 거부됨. 앞서 살펴본 코드 235 NOT IMPACT와 같이 제품이 충격 방지 렌즈 미해당에 해당하는 사례이나 이 경우는 인증서와 함께 세관 신고가 완료된 제품에 한정됨
- 마지막으로 코드 3741 FRNMFGREG를 살펴보면, 안경테에서는 2건, 선글라스에서는 0건의 위반 사례가 있으며 총 위반 건수 중 가장 낮은 순위를 차지함. 서류미비로 인한 수입거부 사례로 수입업자가 510조(i)항 규정에 따라 제품 관련 시설을 보건복지부 장관에게 등록했음을 입증하는 진술서를 제출하지 않은 경우임

- 118 NOT LISTED, 3280 FRNMFGREG, 341 REGISTERED, 231 LENS CERT는 모두 부정표시 조항과 관련이 있으며 이를 해결하기 위해서는 다음과 같은 세 가지의 방안이 있음
 - 제조업체의 등록에 관련 법률인 360조의 주 절차에 따르는 시설에서 제조, 준비, 배양, 조합, 처리 준수
 - 등록자, 문구, 첨부 사실에 따른 제조/준비/배양/조합한 제품의 목록 파일링 관련 법률인 360조의 요구 준수
 - 의료기기 명칭 지정 관련 법률 360조(e)항에 명시된, 의료기기 증명을 위한 균일판매법 심볼 포함
- 부정불량에 해당하는 위반코드 235 NOT IMPACT는 연방규정집에 의거하여 안경및 선글라스에 충격 방지 렌즈를 장착함으로써 통관 거부 위험을 피할 수 있음

2. 미국 안경 시장 유통구조

1) 전체 유통구조

[그림2-1] 미국 안경 시장 유통구조 맵핑




출처 : 메이크이지(주) 현지 인터뷰 결과 및 Euromonitor 자료 취합 정리(2023)

- 한국의 안경테 및 선글라스가 미국 시장에 진출하기 위한 방식은 크게 3가지로 직접 수출, 주문자 상표 부착 생산(OEM, Original Equipment Manufacturer) 및 제조자 개발 생산(ODM, Original Development Manufacturing), 해외직접투자로 나뉨
- 가장 대표적인 해외 진출 형태인 수출의 경우, 대형 안경 체인스토어, 현지 지역별 도소매업자, 구매그룹¹⁾과 같은 다양한 업체의 수입유통사²⁾를 통하여 온라인 또는 오프라인으로 유통되며 최종수요처에서 소비자에게 판매됨. 또한, 양국의 제조사 간 OEM/ODM 계약을 통해 제품을 유통하는 경로도 있음. 해외직접투자의 대표적인 형태는 현지 법인 설립으로 비용 및 시간적 소요가 많아 해외 진출 초기에는 상대적으로 성공 가능성이 낮은 유형임

1) 구매그룹 : 다양한 공급업체로부터 대량 구매한 안경테, 콘택트 렌즈, 장비 등에 대한 할인 혜택을 회원들에게 제공하는 단체
 2) 수입유통사 유형 : 미국 현지의 안경 및 렌즈 도소매업자, 대형 체인스토어, 구매그룹

- 미국의 안경테 및 선글라스 시장의 소매 유통채널은 크게 오프라인과 온라인으로 나누어짐. 글로벌 리서치 기관 유로모니터의 자료에 따르면, 안경테의 주요 오프라인 채널은 안경점³⁾, 대형마트⁴⁾, 창고형 할인점⁵⁾ 등이 있음. 한편, 선글라스의 주요 채널로는 안경점, 의류 및 신발 매장, 백화점 등이 있으며 두 품목 모두 오프라인 채널에서는 안경점이 가장 강세를 보임
- 한편, 온라인 유통은 웹 플랫폼⁶⁾과 홈쇼핑을 포함하는 전자상거래 단일 채널로 안경테와 선글라스 두 품목 모두 점차 점유율이 확장됨. 오프라인 보유 매장들이 온라인 웹플랫폼, 자체 웹사이트를 통해 판매를 병행하는 경우도 다수 있음

 **View+** 미국 안경 시장 진출의 가장 대표적인 방법은 다양한 형태의 현지 수입유통사(안경 및 렌즈 도소매업자, 대형체인스토어, 구매그룹 등)를 통해 직접 진출하는 방법임

3) 처방 또는 비처방 안경, 콘택트렌즈 또는 선글라스를 판매하는 매장. 안경점 예시 : LensCrafters

4) 대형마트 예시 : Carrefour, Tesco Extra, Géant, E Leclerc, Intermarché, Auchan

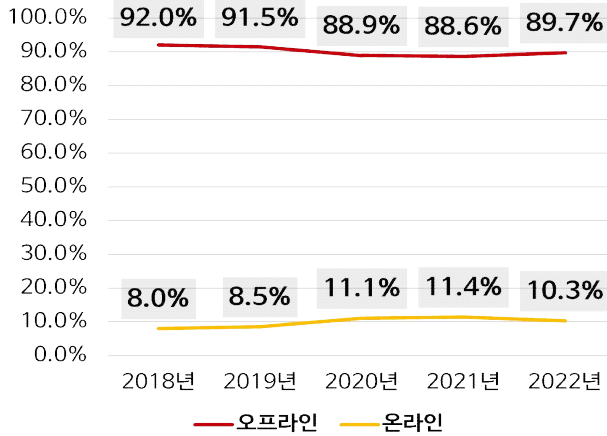
5) 회원제 창고형 할인점 예시 : Costco - Sam's Club (Wal-Mart) - PriceSmart - Cost-U-Less

6) 웹 플랫폼(Amazon.com, Americanas, Apple.com, Coles Online, Dell.com, Quelle, Tesco.com, Zappos.com) 및 홈쇼핑 채널 (Neckermann, Otto, QVC)을 포함

2) 주요 유통채널별 특징

[표2-1] 안경테 유통채널 유형별 점유율 추이

단위 : %




유통채널 유형	2018	2019	2020	2021	2022(기준)
오프라인	92.0	91.5	88.9	88.6	89.7
안경점	70.4	70.1	65.4	66.9	68.6
대형마트	11.2	11.1	12.8	11.6	11.1
창고형 할인점	5.3	5.3	6.1	5.6	5.6
백화점	4.0	3.9	3.4	3.3	3.2
약국	1.0	1.0	1.1	1.0	1.0
방문판매	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0
온라인(전자상거래)	8.0	8.5	11.1	11.4	10.3
총계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

출처 : Euromonitor(2023)

① 안경테

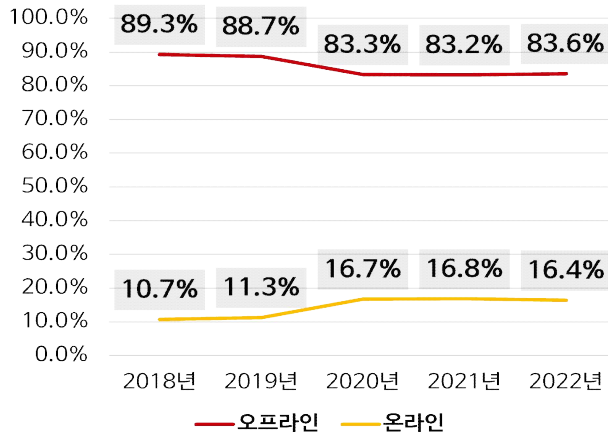
- 2022년 기준, 안경테 유통채널의 비중은 오프라인이 89.7%, 온라인이 10.3%로 오프라인을 통한 유통이 압도적으로 높음. 온라인 안경테 유통의 최근 5개년 동향을 살펴보면, 2020년을 기점으로 비중이 서서히 증가하였음. 그 이유로는 팬데믹으로 인한 온라인 구매 채널의 발달과 가상시착과 같은 첨단 기술의 보급 때문으로 사료됨. 한편, 2022년에는 온라인 유통 성장세가 다소 주춤하였는데 그 사유는 코로나 바이러스가 풍토병으로 인식되기 시작하며 오프라인 매출이 증가하였기 때문으로 추정됨
- 전체 오프라인 유통채널 중 가장 비중이 높은 채널은 안경점으로 68.6%를 차지함. 이 채널은 대형 체인스토어와 소규모 안경 소매점을 포함하며 대표적으로 Visionworks, Pearle Vision, Eyemart Express 등이 있음

- 두 번째로 점유율이 높은 오프라인 채널은 대형마트로 11.1%를 차지하며 최근 5개년 동향을 살펴보면, 안경점 대비 변동폭이 작으며 안정적인 점유율을 보임. 대표적인 대형마트 안경 체인으로는 Walmart Vision Center, Target Optical, Fred Meyer 등이 있음. 오프라인에서 가장 높은 점유율을 차지한 두 채널인 안경점과 대형마트의 합은 매년 전체의 78% 이상의 비중을 차지함
- 그 뒤를 이어 창고형 할인점이 5.6%를 차지하며 대표적으로 Costco, Sam's Club 등이 있음. 백화점은 3.2%의 점유율을 보이거나 2018년을 기점으로 하락세에 있으며 약국 및 방문판매도 미미한 점유율을 기록함

 **View+** 안경테는 선글라스 대비 낮은 온라인 유통채널의 비중을 보이며 오프라인 유통채널의 경우, 안경점이 약 70%로 가장 높은 판매 비중을 차지함

[표2-2] 선글라스 유통채널 유형별 점유율 추이 선글라스 품목에 한함

단위 : %




유통채널 유형	2018	2019	2020	2021	2022(기준)
오프라인	89.3	88.7	83.3	83.2	83.6
안경점	31.2	31.5	31	31.1	31.6
의류/신발 매장	13.3	13.1	11	11.5	11.6
백화점	12.3	11.8	8.7	9.2	10.0
레저/생활용품 매장	10.5	10.3	8.1	8.4	8.3
대형마트	5.5	5.6	6.9	6.3	6.2
약국	6.1	6.1	6.7	6.0	5.9
할인 잡화점	3.9	3.8	4.8	4.6	4.3
기타 유형	2.6	2.6	2.1	2.1	2.1
창고형 할인점	1.7	1.8	2.2	2.0	1.9
편의점/주유소 매장	1.2	1.2	1.0	1.0	1.0
방문판매	0.9	0.9	0.7	0.8	0.7
온라인(전자상거래)	10.7	11.3	16.7	16.8	16.4
총계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

② 선글라스

- 2022년 기준, 선글라스 유통채널의 비중은 오프라인 83.6%, 온라인 16.4%로 안경테와 같이 오프라인 유통이 높은 비중을 차지함. 그러나, 온라인 선글라스 유통의 최근 5개년 동향을 살펴보면 안경테 대비 눈에 띄는 증가를 보임. 그 이유로는 선글라스는 안경 대비 시력 교정의 중요도가 다소 낮으며 패션 소품으로써의 기능이 더 강하기 때문으로 사료됨
- 전체 오프라인 유통채널 중 가장 비중이 높은 유형은 안경점으로 31.6%를 차지하나 안경테의 절반에도 미치지 못하는 수치임. 이는 선글라스의 유통채널이 안경테 대비 다양하기 때문으로 판단되며, 실제로 안경테에서 나타난 유통채널 외 특징적인 추가 채널을 보유한 것을 확인함. 또한, 선글라스 유통채널 중 백화점은 10.0%로 세 번째로 높은 비중을 차지하며 그 이유는 안경 브랜드들과 비교하였을 때 선글라스는 명품 브랜드의 참여가 상대적으로 많기 때문임

- 안경테 대비 선글라스만의 특징적인 유통채널은 의류 및 신발매장⁷⁾, 레저 및 생활용품 매장, 할인잡화점, 편의점 및 주유소 매장 등이 있음. 해당 채널들을 합한 비중은 전체 오프라인 채널의 약 25%에 이르는 수준임
- 의류 및 신발 매장은 전체 오프라인 유통 중 11.6% 비중을 차지하며 두 번째로 높은 순위를 기록함. 레저 및 생활용품 매장⁸⁾은 스포츠 선글라스 유통으로 인해 파생된 채널로 2018년 이후 지속적으로 비중이 줄어들고 있음
- 할인 잡화점⁹⁾은 대형할인 판매점 및 달러샵을 포함하며 상대적으로 저가 선글라스를 판매함. 대표적으로 Dollar Tree, Dollar General, Dollar Store 등이 있음. 편의점 및 주유소 매장에서도 선글라스가 유통되기도 하지만 1.0%의 미미한 비중을 차지함

 **View+** 선글라스는 안경테 대비 높은 온라인 유통채널의 비중을 보이며 패션 소품, 스포츠웨어 등의 기능에 따라 특화된 유통채널이 존재함

7) 의류, 신발, 패션 액세서리를 판매하는 체인형 또는 독립 소매점
 8) 여행, 보석 및 시계, 스포츠, 장난감 및 게임 관련 용품을 판매
 9) 대형할인 판매점과 1달러샵을 포함. 할인 잡화점 예시 : Woolworth, Upim

3. 미국 현지 유통사 피드백

1) 피드백 결과 요약¹⁰⁾

[표3-1] 현지 피드백 결과 요약

유형	주제	주요 피드백 내용					응답 수
선호 제품	소재	아세테이트	바이오 플라스틱	티타늄	스테인레스 스틸	나무	4
	형태	미주핏	라운드 형태	경량/슬림형	아동/청소년용	패션 디자인	9
	기능	안경과 헤드셋이 결합된 게이밍 안경					1
선호 브랜드	브랜딩	브랜드 철학 및 스토리텔링의 중요성		고가/럭셔리 브랜드 선호	중고가 니치 마켓 포지셔닝		7
	소통	신속한 상품기획 및 사후관리 피드백		제품 보증 및 A/S 대응 체계	제품 라인의 지속성 및 재고관리의 안정감		4
진출 방식	B2C	패션 디자인 강조(단기)		현지 법인 설립을 통한 직접 진출 필요	브랜드 이미지 구축(중장기)		4
	B2B	지역 타겟팅	수입상을 통한 안경점 공급	세일즈랩	OEM/ODM	미국검안협회(AOA) 회원 행사 참가	16
K-EYEWEAR 위험요인	인허가	정식 통관 절차(FDA 등록)를 거치지 않은 유통					3
	공급가	울템소재의 높은 공급가	한국산 중저가 제품 인식 대비 높은 가격	중국산 저가 및 일본산 중고가 제품 선호	하우스 브랜드의 높은 공급가		9
	현지화	아시아안 핏 수요가 적으며 현지인에 맞는 핏으로 구성된 라인업 필요					2
	기타	제품 라인의 짧은 수명 주기		사업(공공기관 지원)에 대한 낮은 이해도	무분별한 K-콘텐츠 마케팅		8

- 2023년 9월 26일부터 2023년 10월 4일 박 10일간 미국 현지 출장을 통해 미팅을 진행한 현지 유통사 17개사를 대상으로 수취한 피드백 결과는 총 67건으로 크게 4가지(선호 제품, 선호 브랜드, 진출방식, 위험요인)유형으로 구분 가능함
- 선호 제품에 대한 주요 응답은 소재, 형태, 기능으로 구분되어 총 14건, 선호 브랜드에 대한 주요 응답은 브랜딩과 바이어 소통 관련 11건, 진출 방식에 대한 주요 응답은 B2C와 B2B 관련 20건의 피드백을 수취함

10) 현지 피드백의 경우 유선/메일 및 현지 출장을 통해 수취한 피드백 결과임

2) 피드백 세부내용

미국 현지 유통사 181개사로부터 수취한 전체 유효 응답 수는 67건으로 중복 응답이 포함됨

• 선호 제품

- 무겁지만 활용도가 다양한 아세테이트, 가벼운 바이오 플라스틱, 스테인레스 스틸, 티타늄, 나무 소재의 안경을 선호함. 또 다른 현지 유통사 역시 미국 내 가벼운 바이오 플라스틱 소재 제품에 대한 선호도가 증가하고 있다고 답변함
- 가볍고 슬림한 형태, 아동 및 청소년용 안경, 디자인적 요소가 높은 형태의 제품을 선호한다고 응답함. 기능적인 측면에서는 참여기업 브랜드 제품 중 안경과 헤드셋이 결합된 게이밍 전용 안경테에 관심을 보임
- 제품의 형태에 있어서 가장 많은 응답인 9건을 수취하였는데, 미국은 스퀘어 형태의 안경이 일반적이며 한국의 라운드 형태 안경테를 특별하다고 생각함. 또한, 아동 및 청소년용 안경에 대해서는 미국 현지 브랜드 안경은 무거운 편이기 때문에 가볍고 얇은 소재의 안경테 선호도가 높아지고 있음. 이외에 기타 현지 유통사 역시 한국 패션용 안경 및 선글라스에 대해 관심이 높으며 미국 내 수요가 증가하고 있다고 언급함

• 선호 브랜드

- 미국 유통사들은 브랜드 철학과 스토리텔링을 통해 해당 브랜드 이미지가 명확하게 구축된 기업과 파트너십을 맺길 원함. 또한, 앞서 언급하였듯 미국 내 일본과 중국 사이의 가격대를 형성하고 있으며 중고가 니치 마켓에 따라 마켓 포지셔닝이 필요함
- 소통의 측면에서는 수리, 교환, 환불, 보증 등 서비스 및 사후관리에 대한 명확한 체계와 빠른 대응이 중요함. 뿐만 아니라 제품 라인을 지속적으로 공급해줄 수 있으며 재고관리에 안정감을 보유한 업체를 선호하는 경향이 있음
- 현지인 및 한국인들도 주로 고가의 명품브랜드 안경을 선호한다고 하며, 수리, 교환, 환불, 보증 등 서비스에 대한 대응 체계를 강조함

• 진출 방식

- B2C 시장으로 진출 시 단기적으로는 패션 디자인을 강조하여 제품을 홍보하고 중장기적으로는 브랜드 이미지를 구축하는 전략을 펼쳐야 함. B2B 시장은 미국 내에서도 지역별로 타겟팅을 하여 진출해야 하며 지역마다 제조사들의 영업행위를 대신 수행하는 세일즈랩을 활용하는 방법을 사용할 수 있음

- 구매그룹인 Villavecchia는 미국에 본사 또는 지사가 없는 브랜드의 경우 기업들이 구매를 선호하지 않는다고 함. 한 일본 안경 유통업체의 경우 미국에 지사를 두고 직접 진출을 통해 프랜차이즈를 확장함. B2B 진출방식에서는 가장 높은 응답인 16건이 도출되었으며 응답 기업들은 수입 제품을 현지 수입도매상을 거쳐 현지에서 공급받거나 한국 제조 기업과 OEM 및 ODM 계약을 체결함
- 검안 협회 PECAA는 회원사들로부터 한국 OEM 기업에 대한 정보를 요청받는 경우가 있다고 하며, 답변한 현지 유통사의 경우 한국 기업으로부터 OEM 제품을 수입하고 있음. 현지 네트워크 구축을 통한 진출 방법으로는 AOA(American Optometric Association)와 같은 검안협회가 주최하는 회원 행사¹¹⁾에 참여함으로써 바이어들과 관계 형성 및 소통을 할 수 있음
- **K-EYEWEAR 위협요인**
- 한국 안경 미국 진출의 위협요인이 될 수 있는 인허가 및 제품 관련 부정적 피드백을 수취함. 인허가 관련으로는 정식 통관절차를 거치지 않은 제품은 취급하지 않으며 FDA 등록이 완료된 제품만을 취급한다고 함
- 미국 내 한국산 제품은 중국산 대비 가격이 높고 일본산 대비 저렴한 증거가 브랜드라는 인식이 있음. 제품 라인 역시 미국 내 아시안핏 안경테에 대한 수요가 적기 때문에 현지인을 타겟으로 하는 미주핏 제품 라인이 필요하다는 피드백을 수취함. 기타 응답으로는 한국과 미국의 문화적 차이로 인해 공공기관의 지원 사업에 대한 이해도 및 신뢰가 낮아 기관을 통해서가 아닌 한국의 제조기업과 직접 거래하기를 원한다는 의견이 있음
- 인허가 측면에서는 정식 통관 절차(FDA 등록)를 거치지 않은 유통을 선호하지 않는다는 피드백을 수취함. 공급가 관련 피드백으로는 한국 제품들은 울템 소재를 주로 사용하기 때문에 공급가가 높으며, 대형 안경점은 가격이 높은 한국의 하우스 브랜드를 취급할 의사가 없을 것이라고 함
- 그 외에도 한국 브랜드들의 짧은 수명 주기로 인해 바이어가 재주문을 희망해도 한국에서 제품을 생산하지 않는 경우가 많다고 함. 또한 기존 CEO의 고령화로 인해 기업이 사라져 지속적인 제품 소싱에 어려움을 겪는다고 답변함

11) Optometry's Meeting : www.optometrymeeting.org, 2024년 6월 19~22일 동안 Nashville, Tennessee에서 개최되는 AOA 회원(안구 건강 및 시력 관리 산업 전반에 종사하는 광범위한 참석자) 대상 전시회

1. 미국 시장 진출 방안

1) 진출배경 및 시기

한국 안경 산업의 미국 시장 진출을 위해 육하원칙에 의거하여 가장 적합한 진출방안을 도출하였으며 그 근거는 산업 및 교역 데이터와 같은 정량적 지표, 현지 유통사 인터뷰 및 트렌드 조사 등 정성적 지표로부터 추출함

[표4-1] 안경산업 시장 지표 비교

플라스틱 안경테	2022 시장규모	21-22 증감률
세계	17.25십억불	-0.9%
미국	5.63십억불	3.5%
한국	0.37십억불	1.1%
기타소재 안경테	2022 시장규모	21-22 증감률
세계	17.07십억불	-2.5%
미국	2.87십억불	2.7%
한국	0.47십억불	1.0%
선글라스	2022 시장규모	21-22 증감률
세계	21.07십억불	-1.7%
미국	4.34십억불	4.8%
한국	0.36십억불	1.7%

출처 : ITC(2023)

[표4-2] 안경산업 교역 지표 비교

플라스틱	2022 교역규모	21-22 증감률	2022 무역수지
세계수입	3,505,171천불	5%	-79,472천불
미국수입	806,656천불	3%	-669,669천불
對美수출	1,779천불	-5%	1,587천불
기타소재	2022 교역규모	21-22 증감률	2022 무역수지
세계수입	3,157,911천불	0%	-272,894천불
미국수입	502,558천불	-5%	-406,819천불
對美수출	9,422천불	-14%	9,240천불
선글라스	2022 교역규모	21-22 증감률	2022 무역수지
세계수입	8,272,846천불	12%	167,027천불
미국수입	2,131,105천불	9%	-1,718,620천불
對美수출	11,830천불	38%	866천불

출처 : ITC(2023)

Why	왜 미국 진출인가?	2022년 기준, 세계 최대의 시장 규모와 최고의 수입 규모를 동시에 기록
------------	-------------------	--

- 미국의 2022년도 플라스틱 안경테 시장 규모는 56억 3천만 불로 세계 시장의 약 33%를 차지하며 이는 한국의 약 15배에 달하는 수준임. 기타 소재 안경테의 시장규모는 28억 7천만 불로 전체 시장의 약 17%를 차지하며 플라스틱 안경테 시장에 비해 다소 낮은 비중을 보임. 이는 한국과 비교하였을 때 약 6배 큰 시장임을 알 수 있음. 미국의 선글라스 시장규모는 43억 4천만 불로 세계 시장의 약 21%를 차지하며 한국과는 12배가량 차이가 나는 거대한 시장임
- 또한, 2022년 미국의 플라스틱 안경테 소재의 수입 규모는 약 8억 1천만 불로 세계 수입의 23%가량을 차지하며 이는 한국이 미국으로 수출하는 금액의 약 453배의 수치임. 기타 소재의 경우에도, 미국은 세계 수입 규모의 16%에 달하는 5억 1천만 불 수준의 수입 규모를 보여주며 그 수치는 한국이 미국에 수출하는 금액의 53배 수준임. 선글라스의 수입 규모는 21억 3천만 불로 전체 수입액의 약 26%의 비중을 차지하며 한국의 미국 수출액의 약 180배 수준임
- 상기 분석과 같이 미국은 세계 최대의 시장 규모를 보유하며 동시에 최고의 수입 규모를 기록하고 있음. 따라서, 한국 안경 제조사는 현재 안경테 및 선글라스 분야의 가장 영향력 있는 국가인 미국으로 진출해야 함

When	지금 이 적기인가?	2022년 기준, 한국 대비 약 2~3배 높은 시장 성장을 기록하였으며 수입 증가 또한 양호
-------------	-------------------	--

- 미국 시장 진출을 위한 최적의 시기를 도출하기 위해 2021년부터 2022년까지의 안경테 및 선글라스 시장 규모 및 증감률과 수입 규모 및 증감률을 분석함
- 미국은 안경테 시장규모의 2개년 증감률 측면에서 플라스틱 안경테(3.5%), 기타 소재 안경테(2.7%), 선글라스(4.8%)로 모든 품목에 성장세를 보임. 한국의 시장규모는 세 품목 모두 2% 미만의 성장률을 보이는 것과 비교하였을 때 미국은 한국 대비 평균 약 2.9배 높은 수치를 기록함
- 한편, 미국의 글로벌 수입 규모의 2개년 증감률의 경우 플라스틱 안경테(3%), 기타 소재 안경테(-5%), 선글라스(9%)로 비록 기타 소재 안경테의 소폭 하락이 있었으나 다른 두 품목은 성장세를 보였으며 특히 선글라스의 경우 큰 폭의 성장률을 기록함. 한국 안경테의 미국 수출은 감소하였으나 선글라스는 38%의 높은 성장률을 보임
- 상기 분석과 같이, 미국은 세 품목 모두 시장규모가 커지고 있으며 최근 수입 규모 역시 대체로 증가하고 있기 때문에 지금이 한국 안경 산업의 미국 시장 진출의 적기로 판단됨

2) 타겟 지역 및 협업대상

Where	어디로 가야하나?	현지 유통사 후보군(181개사 대상)이 가장 많이 소재한 캘리포니아주(서부)를 우선적으로 타겟팅
--------------	------------------	--

[표4-3] 권역별 및 지역별 현지 유통사 후보군 분포

권역	건수	비중(%)	순위	지역	권역
남부	67	37.0	1위 (28)	캘리포니아	서부
서부	42	23.2			
북동부	36	19.9	2위	오클라호마	남부
중서부	33	18.2	(15)	뉴욕	북동부
기타	3	1.7	3위	플로리다	남부
합계	181	100.0	(11)	일리노이	중서부

- 한국 안경 산업의 미국 진출 최적의 지역을 도출하기 위해 앞서 인터뷰를 진행한 현지 유통사 후보군 181개사의 권역별 및 지역별 분포를 분석함
- 미국의 권역은 남부, 서부, 북동부, 중서부, 기타로 나뉘며 그중 남부가 67건으로 37%의 비중을 차지하여 가장 높은 분포를 보임. 한편, 서부에 위치한 유통사들은 42건으로 전체의 23.2%이며 그 뒤로 북동부(19.9%), 중서부(18.2%), 기타(1.75%)의 순위대로 분포를 차지함
- 지역별 분포현황을 살펴보면, 서부의 캘리포니아가 총 28건으로 전체의 30.1% 비중을 차지하며 높은 분포 지역의 1위를 기록함. 2위로는 오클라호마(남부), 뉴욕(북동부)가 각 15건씩 도출되어 각 16.1%의 비중을 차지함. 그 뒤를 이어 플로리다(남부), 일리노이(중서부)에 각 11개 유통사가 위치하며 3위를 기록함
- 상위 5개 지역의 권역을 확인해보면, 서부 1개 지역, 남부 2개 지역, 북동부 1개 지역, 중서부 1개 지역이 도출되었음. 권역별 분석에서는 남부에 가장 많은 유통사가 위치하는 것으로 나타났으나 지역별에서는 서부의 캘리포니아가 가장 높은 분포를 보임
- 미국 내 한인타운이 발달한 주들이 위치한 서부 권역이 한국 안경 산업의 미국 진출 시 가장 적합한 지역으로 판단됨

Who	누구와 협업하나?	매장을 보유한 안경/렌즈 도소매업자 및 대형 체인스토어 또는 구매그룹을 타겟팅
-----	-----------	---

[표4-4] 미국 시장 진출 시 선호 브랜드 유형

브랜딩	중장기적 관점에서 브랜드 정체성 구축 및 스토리텔링 필요
포지셔닝	저가 중국산과 고가의 일본/EU 제품 사이 니치 마켓에서 합리적 가격대의 브랜드 포지셔닝 필요
서비스	현지 피드백 반영한 신속한 상품기획 및 제품 보증 및 A/S 대응


- 미국 시장에서는 제품력과 더불어 브랜드 확립을 중요하게 생각하며 안경 브랜드는 기본적으로 높은 품질과 합리적인 가격을 갖추어야 함. 나아가 중장기적 관점에서 브랜드 정체성 구축 및 스토리텔링을 통한 브랜드 이미지 확립이 중요함
- 가격 측면에서는 한국산 하우스 브랜드의 경우 브랜드 가치에 비해 가격이 비싸다는 인식이 있으며 저가의 중국산과 고가의 일본 및 유럽 제품 사이의 중저가 니치 마켓에서 합리적인 가격을 제공하는 브랜드 포지셔닝이 필요함. 미국 진출에 성공한 한국 제조업체 및 브랜드의 특징은 유통사와의 소통으로 현지 피드백을 반영한 신속한 상품기획, 제품 보증, A/S 대응 등이 필수적임

[표4-5] 현지 협력 추천유형 우선순위 및 예시

우선순위		타겟팅	후순위	
지역별 도소매 수입유통사		유형	구매그룹(Optical Buying Group)	대형 안경체인스토어
본 사업 2차 컨택 대상군		예시	Vision Source	National Vision
단기(1~3년)		관점	중장기(3년 이상)	
검증기준	고려사항	향후 계약 체결 성사 시 예상되는 이점		
매출액 매장 수 멀티브랜드 아시안 브랜드	검안의 안경점 보험 네트워크 FDA 등록 브랜드	준비 後 ▶	① 공동구매 발생 : 약 3,000개소/총 5억 달러 ② 회원(검안의)과의 네트워킹 지원 : 독립 검안의 안경점 회원제	① 대량 구매 발생 : 약 1,400개소 자체 브랜드 매장 ② 높은 서비스 품질 : 검안의 상주, 자체 유통센터 가상시착, 온라인 채널 병행

- 앞서 언급하였듯, 초기 시장 진출 시에는 약 1년에서 3년 정도는 지역별로 오프라인 안경점을 자체적으로 보유하거나 납품하는 도소매 수입유통사와 협업을 통해 브랜드를 수출하는 것이 우선순위임. 그 예로는 본 사업에서 발굴한 131개의 유통사가 해당되며 단기적 관점에서 적합한 현지 유통사가 될 수 있음

- 유망한 유통사 후보인지를 판단하기 위해 매출액, 매장 수, 멀티브랜드 및 아시안 브랜드 취급 여부 등의 기준에 따라 검증해야 함. 나아가 고려사항으로는 검안의 자체 보유 여부, 보험 네트워크 규모 확인 등이 있으며 한국 제조기업들 역시 FDA 등록 및 명확한 브랜딩 준비가 필요함
- 장기적으로는 구매그룹 또는 대형 안경 체인스토어를 통한 사업 추진을 생각해볼 수 있으며 이는 현재 단계에서 후순위에 해당함. 앞선 우선순위에 따라 사업 진행을 추천함
- 구매그룹의 예로는 미국 최대 규모의 안경 구매그룹인 Vision Source가 있으며, 향후 구매 그룹에 브랜드 계약이 체결된다면 약 3,000개소의 회원사를 통해 총 5억 달러의 공동구매가 발생할 것으로 예상됨. 또한, Vision Source는 독립 검안의 안경점 회원제로 회원들 간 네트워킹 지원 혜택을 받을 수 있음
- 대형 안경체인스토어의 예시로는 미국 전역에 다양한 자체 체인스토어 및 브랜드 매장을 보유한 National Vision이 있음. National Vision이 된다면 약 1,400개소 이상의 자체 브랜드 매장으로의 납품을 위한 대량 구매가 발생할 수 있음. 또한, National Vision의 매장은 대부분 검안사가 상주하며 자체 유통센터를 보유하고 가상시착 및 온라인 채널 병행 등 높은 서비스 품질을 기대할 수 있음

 **View+** 단기적으로는 지역별 수입유통사 공략을 통해 현지 영향력의 점진적 확대가 필요하며 중장기적으로는 높은 구매력을 보유한 구매그룹과 대형 안경체인스토어를 공략해야 함

3) 제품 현지화 방안

What	어떤 상품이 필요한가?	특정 컨셉 및 구체적 포인트 (품질/디자인/핏/라인업/색상) 중심의 상품 개발 필요
------	--------------	--

[표4-6] 현지 유통사 선호 제품

주제	선호제품					응답 수
소재	아세테이트	바이오 플라스틱	티타늄	스테인레스 스틸	나무	4
형태	미주핏	라운드 형태	경량/슬림형	아동/청소년용	패션 디자인	9
기능	안경과 헤드셋이 결합된 게이밍 안경					1

출처 : 메이크이지(주) 작성(2023)

- 미국 시장 진출에 가장 적합한 안경테 및 선글라스 제품 개발을 위해 현지 유통사 피드백 및 인터뷰를 통해 미국 내 유통사들이 선호하는 제품을 알아봄
- 미국에서는 무거운 소재인 아세테이트 및 올템 안경테를 대체할 수 있는 친환경 소재, 바이오 플라스틱과 같은 가벼운 소재의 안경테에 대한 수요가 있음. 특히 MASQ Optical은 미국에서 유통되고 있는 유아용 안경테는 주로 아세테이트로 제작되어 가벼운 소재의 유아용 안경테를 찾고 있다고 덧붙임
- 현지 유통사로부터 한국 안경 브랜드는 서양인의 얼굴형에 맞는 아메리칸 핏 안경 라인이 부족하다는 피드백을 수취함. 또한, 가볍고 슬림한 형태, 아동 및 청소년용 안경, 디자인적 요소가 높은 형태의 제품을 선호함. 기능적인 측면에서는 참여기업 브랜드 제품 중 안경과 헤드셋이 결합된 게이밍 전용 안경테에 관심을 보임
- 이외에 미국 시장은 시장이 넓기 때문에 지역별로 다른 핏의 안경테 및 선글라스를 판매해야 한다는 의견을 제시함. 예를 들어, 한국 교민들이 다수 거주하는 캘리포니아에서는 아시안 핏 제품에 대한 수요가 있지만, 기타 지역을 타겟으로 하는 경우에는 아메리칸 핏 제품 개발이 필요함

[표4-7] 데이터에 따른 미국의 안경테 선호 소재

DATA PICK		
플라스틱	Vs.	기타 소재
5.63십억불	시장규모	2.87십억불
3.5%	시장성장	2.7%
806백만불	수입규모	502백만불
3%	수입성장	-5%
1,564천불	한국규모	11,420천불
22%	한국성장	-7%

- 현지 유통사의 정성적 피드백 외 플라스틱과 기타 소재의 정량적 지표를 분석함으로써 미국 시장에서 어떤 소재의 안경테가 더욱 유망한지를 도출함
- 먼저 2022년 기준, 플라스틱 안경테의 시장규모는 약 56억 3천만 불로 기타 소재 안경테 (약 28억 7천만 불)와 비교하였을 때 2배 수준의 거대한 시장을 형성함. 또한, 플라스틱 안경테의 시장성장률은 기타 소재 대비 0.8% 높은 성장률을 보이며 미국 내 플라스틱 안경테 시장이 기타 소재 안경테 시장보다 유망함을 알 수 있음
- 수입규모의 측면에서도 플라스틱 안경테는 약 8억 1천만 불로 기타 소재(약 5억 불) 대비 1.6배가량 많은 금액을 수입하고 있음. 플라스틱 안경테의 수입규모 성장률 역시 3%로 마이너스 성장률을 기록한 기타 소재와 극명한 대비를 보임. 이를 통해 미국은 기타 소재 안경테 보다 플라스틱 안경테에 대한 수요가 더욱 높은 시장임을 알 수 있음
- 한편, 한국은 미국으로 플라스틱 안경테를 156만 불가량 수출하고 있으나 기타 소재 안경테는 약 1.142만 불을 수출하며 7.3배에 달하는 차이를 보임. 성장률의 경우에는, 플라스틱 안경테 수출은 22% 증가하였으며 기타 소재는 -7%를 기록하며 플라스틱 소재의 안경테의 수출 성장률이 기타 소재보다 훨씬 우세함
- 상기의 수치들을 분석하였을 때, 미국은 기타 소재 안경테 보다 플라스틱 안경테의 시장규모 및 수입규모가 더욱 크고, 성장률도 높기 때문에 플라스틱이 더 유망한 소재로 볼 수 있음. 그러나, 한국은 미국으로 플라스틱 안경테가 아닌 기타 소재 안경테를 약 7배가량 많이 수출함. 한국 안경 기업들은 미국 시장 진출 시 더 유망한 소재인 플라스틱으로 제조한 안경테를 주력으로 수출해야 함

[표4-8] 키워드에 따른 미국의 안경 트렌드

인기 ¹²⁾			급상승 ¹³⁾	
순위 ¹⁴⁾	키워드	수치	키워드	구분
1	이중초점안경	100	이중초점안경	급등
2	읽기	97	읽기	급등
3	광학	88	광학	급등
4	프라다	83	프라다	급등
5	자동차	82	자동차	급등
6	Eyeglass World	81	Eyeglass World	급등
7	Maui Jim sunglasses	80	Maui Jim sunglasses	급등
8	의사	80	의사	급등
9	백색	80	백색	급등
10	녹색	79	녹색	급등
11	Costa Del Mar	78	Costa Del Mar	급등
	⋮		⋮	
24	TOM FORD	66	Pair Eyewear, Inc.	급등

출처 : Google Trends(2020.7.1.~2023.6.30.)

- 한국 안경테 및 선글라스의 미국 진출 시 적합한 제품 개발을 위해 제품 및 브랜드 트렌드를 조사함. 구글 트렌드를 통해 2020년 7월부터 2023년 6월까지의 미국 내 안경 및 선글라스 카테고리의 인기 및 급상승 키워드를 도출하였음. 그중 유의미한 검색어이면서 상위권에 등재된 안경 및 선글라스 브랜드 키워드를 분석함
- 유효한 키워드로는 Maui Jim, Costa Del Mar, Pair Eyewear, Inc 등이 있으며 세 브랜드 모두 미국 현지에서 설립된 업체임. 현재 Maui Jim은 럭셔리 브랜드 Kering Eyewear의 일원이며 Costa Del Mar는 Luxottica Group의 자회사로 두 브랜드는 선글라스 중심의 고가 전략을 펼치고 있음. 반면, Pair Eyewear는 상대적으로 저렴한 가격대를 형성하고 있으며 앞선 브랜드들과 달리 안경테와 선글라스를 모두 취급하고 있음

12) 가장 인기 있는 주제 또는 검색어를 의미함. 점수는 상대적인 기준에 따라 계산되며, 검색 빈도가 가장 높은 경우 100, 검색 빈도가 그 절반 정도인 경우 50으로 표기

13) 지난 기간 이후로 검색 빈도가 가장 많이 증가한 관련 주제 또는 검색어를 의미함. '급등'으로 표시된 결과는 수치화가 어려울 정도로 폭 증한 것으로, 새로운 주제이거나 이전에 거의 검색되지 않은 경우

14) 순위는 Google의 자체 알고리즘에 의해 선정됨. 최대 25위 이내의 인기/급상승 주제 또는 검색어를 대상으로 하며, 제거된 순위의 내용은 트렌드 및 이슈로써 부적합한 경우

[표4-9] 트렌드에 따른 안경 및 선글라스 브랜드 분석

DATA PICK		
Maui Jim	Costa Del Mar	Pair Eyewear
휴양지 컨셉 선글라스	피싱웨어 컨셉 선글라스	커스텀 안경테
		

- 인기 및 급상승 키워드에서 7위를 차지한 Maui Jim은 휴양지 컨셉의 선글라스 전문 브랜드로 해변의 강렬한 눈부심과 자외선으로부터 눈을 보호하기 위한 선글라스 렌즈를 개발함. 패션 분야 내에서도 휴양지 컨셉에 적합하게 주력 상품의 제품명도 Lighthouse(등대), Red Sands(붉은 모래), Starfish(불가사리) 등으로 구성됨. 그 외에도 골프, 낚시, 하이킹 등 스포츠 선글라스도 함께 취급함
- Costa Del Mar는 인기 및 급상승 키워드에서 9위를 차지한 브랜드로 낚시와 패션을 결합한 피싱웨어 컨셉을 전문화하여 브랜드 이미지를 구축함. 스포츠 분야 내에서도 낚시 컨셉에 맞게 Tailfin(꼬리 지느러미), Blackfin(검은 지느러미), Brine(소금물) 등의 제품명을 사용함. 그 외에도 재활용 및 바이오 소재를 사용한 플라스틱 안경테, 의류 등을 함께 판매함
- 이와 같이 미국의 최신 선글라스 트렌드 부문에서는 특정 분야 내에서 전문화된 컨셉의 브랜드들이 인기가 있음. 또한, 브랜드 정체성을 나타내는 주력 상품들 외에도 일반 소비자들을 대상으로 하는 평범한 선글라스 라인도 보유하고 있음
- 급상승 검색어 24위의 Pair Eyewear는 커스터마이징 안경 제조사로 주로 색상, 패턴, 디자인 등의 맞춤형 제작 서비스를 제공함. 안경테 모양의 경우 고양이 눈, 둥근형, 직사각형으로 제한적이지만 색상, 프레임 폭 등을 다양하게 선택할 수 있음
- 커스터마이징 안경테는 다양한 인종, 체형, 연령 등의 특성을 반영할 수 있으며 개인의 개성을 드러낼 수 있는 패션을 선호하는 미국 소비자들 사이에서 인기를 끌고 있음. 한국에도 Breezm이라는 커스터마이징 안경테 브랜드가 존재하며 디자인 커스터마이징이 중심인 Pair Eyewear와 달리 개인의 핏에 맞춘 안경테 제작을 주력으로 하며 이러한 트렌드에 따라 2023년부터 본격적으로 미국 시장에 진출함

4) 시장 접근 방안

How	어떻게 마케팅 하나?	K-EYEWEAR 브랜드 스토리와 이미지 확립을 위해 제품은 물론 브랜드 홍보 병행 필수
-----	-------------	--

[표4-10] 미국 시장 접근방안

구분	접근방안
수출	직접 진출(현지법인)보다는 수출 방식이 적합(ex. 세일즈랩 활용)
인허가	중장기적으로 브랜드 가치 저하 및 대량구매 불가능하기 때문에 FDA 등록 필요
마케팅	현지 안경 시장 특성 맞춤형 마케팅 필요(ex. 지역별 검안의 네트워크 행사 참여)

출처 : 메이커이지(주) 작성(2023)

- 한국의 영세한 안경 중소기업이 해외 시장에 초기 진출 시에는 시간 및 비용적 부담이 큰 직접진출 및 현지법인 설립보다는 직접수출 방식이 적합함. 직접수출 시, 비용 절약 및 네트워크 활용을 위해 현지 시장에 전문성을 보유한 세일즈랩과 협업하는 것을 추천함
- 또한, 정식 통관(FDA 등록)을 거치지 않은 제품은 중장기적으로 브랜드 가치가 하락하며 대량구매 자체가 불가능 하기 때문에 미국 진출을 희망하는 업체라면 FDA 등록은 필수적으로 준비해야 함
- 마케팅 측면에서도, 한국 안경 브랜드는 연예인의 영향력 및 한류 열풍을 활용한 무분별한 마케팅이 아닌 미국 안경 시장 특성에 따른 맞춤형 마케팅이 필요함. 추천하는 방법으로는 지역별 검안 협회에서 개최하는 검안의 네트워크 행사에 참여하여 제품을 홍보하는 방법이 있음

[표4-11] 안경산업 해외 마케팅 사례

<p>콜라보레이션</p>		<p>韓 P 社</p>	<p>LVMH 선정 2015년 TOP 50 신진 디자이너 레지나 표와의 협업</p>
<p>세일즈랩¹⁵⁾</p>			<p>미국 내 이동형 쇼룸과 판매망을 보유한 아이디얼 피플과 제휴</p>
<p>쇼룸</p>			<p>프랑스 국제 광학전 및 파리 패션위크 일정 연계 쇼룸 운영</p>
<p>매거진</p>			<p>이탈리아 안경 전문 매거진 EYE BOOK 기사문 및 광고 게재</p>
<p>사회적 공헌</p>			<p>美 P 社</p>

출처 : 수출 선도기업 인터뷰 및 Google Trends(2020.7.1.~2023.6.30.) 결과 종합 정리(2023)

- 한국 안경 산업의 효과적인 브랜드 이미지 확립 및 홍보를 위해 안경 브랜드들이 어떤 방식의 해외 마케팅을 펼치고 있는지 사례를 조사함. 콜라보레이션, 세일즈랩, 쇼룸, 매거진, 사회적 공헌 등 5가지 마케팅 방식에 따른 한국의 안경 및 선글라스 제조기업의 사례를 살펴봄
- 영국에서 활동하는 한국인 패션 디자이너와 **콜라보레이션**을 통해 레트로와 모던함을 조화한 제품 라인을 개발하여 론칭하였음. 디자이너와 2016년부터 꾸준히 협업을 진행 중이며, 시즌마다 패션 디자이너에 국한하지 않고 가구 디자이너, 일러스트레이터 등 다양한 산업의 아티스트와 협업함

15) Sales Representative를 줄인 말로 정식 명칭은 Manufacturer's Representative이며 세일즈 랩 외에도 세일즈 에이전트(Sales Agent) 또는 Manufacturer's Agent 등의 명칭도 사용

- 한국 안경 및 선글라스 브랜드의 인지도 제고 및 홍보를 위해 해외에서 활동하는 다양한 분야의 신진 아티스트들과 협업을 통해 새롭고 독창적인 디자인을 개발하고 아티스트 및 인플루언서 등의 영향력을 활용하여 제품을 홍보할 수 있음
- 또한, 미국 시장 마케팅을 위해 2021년부터 **해외 세일즈 전문 에이전시**인 I社와의 제휴를 통해 뉴욕을 중심으로 마케팅을 진행함. I社는 패션 판매 및 마케팅 대행사로 해외 이동형 쇼룸 운영에 전문성을 보유함. 안경 제조기업과 함께 쇼룸 운영 및 에센스, 어셈블리 뉴욕 등 온라인 스토어의 판매실적을 늘리고 있음
- 이와 같이 미국은 마케팅 및 세일즈를 위한 지역별 세일즈랩이 있기 때문에 초기 투자 비용 절감 및 전문적인 마케팅을 위해 세일즈랩을 활용하는 방안을 추천함
- 또한, 프랑스 파리에서 열리는 국제 광학 안경 전시회인 SILMO에 참가하여 시즌마다 색다른 테마를 지닌 선글라스 컬렉션을 소개함. 파리 외에도 밀라노 광학 박람회인 MIDO에 참여하고 일본 진출을 위해 다른 패션 브랜드들과 함께 도쿄에서 **쇼룸**을 운영하였음
- 2018년에는 파리 패션위크 주간에 패션 에이전시 Names를 통해 한국 브랜드 최초로 쇼룸을 오픈하였으며 2022년에는 I社를 통해 37개의 국내 패션 브랜드와 합동 쇼룸을 운영하였음. 이처럼 해외에 자체 쇼룸을 보유하지 않더라도 광학 전시회 또는 패션위크 등 국제적인 행사가 있는 주간에 일정을 연계하여 단기간 쇼룸을 운영하면 낙수효과를 누릴 수 있음
- 또 다른 해외 마케팅 방법으로는 광학 관련 언론을 통한 홍보가 있으며 이탈리아의 광학 전문 **매거진**인 Eyebook을 통해 2023년부터 기사문, 인터뷰 및 광고를 꾸준히 게재하며 홍보를 진행함. 현지 광학 산업 전문가들이 관심 있게 구독하는 광학 전문 매거진을 통해 제품을 지속적으로 노출함으로써 브랜드를 인지도를 높일 수 있음
- 미국의 P社는 글로벌 안경 수요 충족을 위한 비영리단체인 The EYElliance와 제휴하여 개발 도상국의 어린이들에게 안경 및 시력교정 서비스를 제공하는 **사회적 공헌**을 통해 마케팅 하고 있음. P社는 한 쌍의 안경을 구매하면 개도국의 어린이에게 한 쌍의 안경을 제공하는 시스템으로 운영됨

2. 미국 시장 진출 로드맵

☑ 해외진출 체크리스트

Where 타겟팅

“목표 시장이 어디인지 명확한가...?”

YES	NO
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

#교역통계	수입시장이 활성화된 안경 품목은 무엇인가?	ITC TRADE MAP
	관세가 낮은 안경 품목은 무엇인가?	
#품목정보원	안경을 수입하는 주요 바이어는 어느 지역에 분포하는가?	eyewearPORTAL <small>안경산업 종합정보 포털사이트 - 아이웨어 포럼</small>
	안경 산업 관련 글로벌 시장의 전반적 동향은 어떠한가?	
	선호하는 안경의 형태와 색상은 무엇인가?	
#데이터분석	안경을 주로 구매하는 유통채널은 어디인가?	Google Trends
	안경 산업 내 최신 이슈 및 트렌드는 무엇인가?	
	안경 트렌드에 소비자 관심도가 높은 지역은 어디인가?	

⚠ 안경 수출 신시장과 틈새시장을 찾기 위해 정량적/객관적 자료에 근거한 시장 세분화와 타겟팅이 필요하다.

When 진출시기

“진출 기회를 포착하였는가...?”

YES	NO
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

특정 제품 HS CODE에 대한 수출입 규모의 증감률 추이	ITC TRADE MAP #교역통계	+	Google Trends #데이터분석	특정 키워드에 대한 시간의 흐름에 따른 관심도 변화
-------------------------------------	------------------------	---	-------------------------	---------------------------------

⚠ 늘 깨어있어 글로벌 시장의 변화를 주시해야만 기회를 포착할 수 있다. 경쟁자보다 한발 앞서 행동하라!

What 상품개발

“현지 시장의 수요를 반영한 상품인가...?”

YES	NO
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

인 기 TOP 25 급상승 TOP 25	관련 키워드 ◀	Google Trends #데이터분석	▶ 관련 주제	인 기 TOP 25 급상승 TOP 25
--------------------------	----------	-------------------------	---------	--------------------------

.....도출된 키워드와 주제를 아래 구분에 따라 분석해 만들어 봅시다.....

 #브랜드	 #제품	 #소재	 #디자인	 #컬러	 #패키지	 #유통	 #홍보
---	--	--	---	--	--	--	--

⚠ 키워드와 주제를 분석하면 타겟 지역의 트렌드가 보인다! 우리의 제품과 마케팅은 얼마나 준비되었는가?

How 진출전략

“현지 인기 브랜드 및 상품에 대해 잘 알고 있는가...?”

YES	NO
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



STEP1. 벤치마킹 대상 확정	상품 기준	제품의 유사 및 동질성 (#소재, #디자인, #컬러)
	기업 기준	글로벌 기업, 로컬 기업, 현지진출 한국 기업 (#브랜드)
STEP2. 벤치마킹 요소 파악	영업 전략	매출 추이, 매출 증감요인 (#브랜드)
		유통채널, 프로모션 (#유통, #홍보)
	상품 전략	인기 상품, 인기 사유 (#제품, #패키지)

△ 미국 시장에 먼저 진출한 선도 기업의 사례를 교훈 삼아 더욱 완성도 높은 전략을 수립해보자!

Why 진출배경

“해외 진출의 당위성을 조직 구성원들이 충분히 이해하는가?”

YES	NO
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>




단순 목표치 설정? 공감X, 부담백배!	▶	해외 시장 진출이 우리 회사에 왜 필요한지? 논리적 근거 제시!
 매출액 목표	 점유율 목표	1. 타깃 지역 시장 수요 수출입/내수 시장 규모, 증가율 등 2. 진입장벽 해소 여부 관세/비관세 장벽, 인허가 등 3. 현지화 달성 정도 소재, 디자인, 컬러 등

△ 자사의 해외 진출 성공 가능성을 사전 검증하여 조직 구성원들을 설득하고 동기부여를 끌어낼 수 있다.

Who 인적자원

“수출 조직 및 전담 인력이 효율적으로 구성되었는가...?”

YES	NO
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

 전사적 차원의 수출 전담조직	 주력 상품별 또는 타깃 지역별 조직	 여러 기능이 통합된 매트릭스 조직
---	---	--

일반적으로 기업의 해외 진출 영역이 확대되거나 경험이 심화될수록, 관련 조직은 복잡해지는 경향

△ 조직이 복잡해질수록 관리 소요가 발생하기 때문에, 중소기업은 역할과 책임이 단순한 조직 구성이 적합하다.

미국 시장 진출 로드맵

[그림6-1] 미국 시장 진출 단계



1) 계획 단계

① 글로벌 역량 진단¹⁶⁾ 실시

01 수출 기반 진단

구분	평가항목	배점	세부 평가 기준
핵심제품 경쟁력	가격경쟁력	[] / 10	수출(예정) 핵심제품의 원가절감 전략 및 가격경쟁력의 확보를 위한 수준 ① 원가 관리의 개념이 희박하고 제품의 가격 주도권을 위한 전략 부재(0점) ② 일반적 수준에서 원가를 관리하며 이와 관련된 원가절감방안을 구축(2.5점) ③ 제품별 원가관리를 하고 있으나 제품의 원가 절감을 위한 전략 부재(5점) ④ 제품별 원가 절감을 위한 전략이 있으며 이를 통해 가격경쟁력을 확보(7.5점) ⑤ 원가 변동 요인을 고려한 제품별 원가 절감 전략을 수립함(10점)
	생산기반 역량	[] / 10	수출(예정) 핵심제품을 안정적으로 생산할 수 있는 역량 수준 - 원자재의 공급업체가 다양하며 이에 대한 관리가 이루어 짐 - 생산가동률 목표의 설정, 목표 관리 및 가동률 개선을 위한 노력 있음 - 생산품에 대한 불량률 관리가 이루어지고 이에 대한 개선 노력 있음 - 생산시설에 대한 주기적인 점검이 이루어지며 장비 개선에 관심 가짐 - 생산근로자에 대한 체계적 관리(교육, 복지혜택 등)가 이루어 짐 ① 0개 해당(0점) ② 1개 해당(2.5점) ③ 2개 해당(5점) ④ 3개 해당(7.5점) ⑤ 4개 이상 해당(10점)
	품질경영 수준	[] / 10	수출(예정) 핵심제품의 품질경영활동 정착을 위한 활동 수준 ① 특별한 품질관리활동을 실천하지 않음(0점) ② 후행적 또는 사후적인 품질관리 활동만 실시함(2.5점) ③ 샘플 검사만을 통한 사전 품질관리 활동을 실시함(5점) ④ 통계적 품질관리(SQC) 품질보증 활동을 실시함(7.5점) ⑤ 전사적 차원에서 품질관리 DB분석과 피드백 활동을 통해 지속적, 체계적인 품질 경영활동을 실시함(10점)

16) 중소벤처기업부 수출바우처사업 글로벌역량진단 세부평가 기준표 (초보, 제조업)

구분	평가항목	배점	세부 평가 기준
핵심기술 경쟁력	기술 차별화 역량	[] / 10	기업이 보유한 핵심기술의 차별성 ① 차별화된 기술을 보유하지 않음(0점) ② 기술의 차별화 수준이 낮아 다수의 경쟁업체가 보유하고 있음(2.5점) ③ 기술의 차별화 수준이 평이하여 일부 경쟁업체가 보유하고 있음(5점) ④ 기술의 차별화 수준이 높아 해당 시장을 선도하고 있음(7.5점) (가점 2.5점) 차별화된 기술을 통해 수출의 성공 가능성이 높음 (감점 2.5점) 기업이 수출에 반드시 필요한 인증을 획득하지 못하였음
	기술보호 수준	[] / 10	기업이 보유한 핵심기술의 모방용이성 - 기술개발 시 소요되는 시간이 1년 이상임 - 개발된 기술을 지식재산권으로 등록하여 보호하고 있음 - 리버스엔지니어링 ¹⁾ 으로 모방하기 어려움 - 원천기술을 해당 기업이 보유하고 있음 - 기술 유출을 방지할 수 있는 기업 보안시스템을 갖추고 있음 ① 0개 해당(0점) ② 1개 해당(2.5점) ③ 2개 해당(5점) ④ 3개 해당(7.5점) ⑤ 4개 이상 해당(10점)
	핵심기술 개발역량	[] / 10	기업이 핵심기술을 자체적으로 개발할 수 있는 역량 수준 ① 차별화된 핵심기술 없음(0점) ② 외부(개인, 기업 등)로부터 기술을 도입하여 확보하는 수준(2.5점) ③ 국내외 대학, 연구기관에 위탁하여 기술을 개발하여 확보하는 수준(5점) ④ 국내외 연구기관과 공동으로 개발하여 확보하는 수준(7.5점) ⑤ 자체 기술개발 인프라를 구축하여 핵심기술을 개발하고 확보하는 수준(10점)

02 수출 기획 진단

구분	평가항목	배점	세부 평가 기준
해외진출 관련 조사 및 분석	시장조사 수행역량	[] / 7.5	해외시장(고객) 발굴을 위한 정보 수집 활동 수준 - 개인적 인맥 혹은 문헌자료를 통한 시장조사 - 온라인을 통해 시장조사 후 바이어를 발굴하는 수준 - 자체적인 현지방문을 통해서 시장 조사 및 바이어 발굴 활동 실시 - 외부 전문가를 통한 전문적 수준의 시장조사 실시 ① 0개 해당(0점) ② 1개 해당(1.5점) ③ 2개 해당(3.5점) ④ 3개 해당(5.5점) ⑤ 4개 이상 해당(7.5점)
	시장정보 보유수준	[] / 7.5	조사내용적 측면의 적절성 수준 - 시장 및 소비자 동향과 관련된 조사 실시 - 해당 수출국의 정부 정책 및 이슈 관련 조사 실시 - 경쟁사의 동향과 관련된 조사 실시 - 제품과 관련된 기술 관련 조사 실시 - 해당국에 수출을 위한 유통 관련 조사 실시 ① 0개 해당(0점) ② 1개 해당(1.5점) ③ 2개 해당(3.5점) ④ 3개 해당(5.5점) ⑤ 4개 이상 해당(7.5점)
	조사결과 활용 역량	[] / 7.5	조사된 내용의 효과적 활용과 관련된 수준 ① 시장조사 미실시(0점) ② 시장조사가 이루어졌으나 관련된 수출전략이 부재함(1.5점) ③ 시장조사를 통한 수출전략을 마련하였으나 구성원과 공유가 안 됨(3.5점) ④ 시장조사를 통해 수출전략을 수립하고 보고서화 하여 구성원과 공유(5.5점) (가점 2점) 시장조사 내용이 구체적(수출국의 해당산업 최신정보)인 경우

17) 이미 만들어진 제품을 역으로 추적하여 처음의 설계기법 등의 자료를 얻어내는 기법

구분	평가항목	배점	세부 평가 기준
수출전략 수립	체계적 수립 수준	[] / 7.5	수출전략 수립을 위한 전사적 목표 수립 및 관리 수준 ① 수출전략이 없음(0점) ② 정량적 수치(목표 수출액)를 기준으로 한 목표만을 수립하고 있음(1.5점) ③ 부서별 수출 전략의 연도별 목표와 실행과제가 수립되어 있음(3.5점) ④ 부서별 수출 전략의 연도별 목표/과제를 위한 관리지표(KPI)가 설정됨(5.5점) ⑤ 부서별로 설정된 관리지표에 대한 모니터링 시스템을 갖추고(7.5점)
	전략수립의 적절성	[] / 7.5	수출전략 수립 내용의 타당성 - 글로벌 시장진입전략(라이선싱, 해외직접투자, 전략적 제휴 등)과 관련된 전략이 수립되어 있음 - 해외 시장의 규모 및 성장성이 목표시장 설정에 반영되어 있음 - 전략수립을 위한 마케팅 기법(STP, 4P, 3C 등)을 적절히 활용함 - 기업 내부 자원(예산, 인력, 시설 등)을 고려하여 전략을 수립하였음 - 수출 대상국에 따른 국제무역협약(FTA, NAFTA, GATT등) 준수를 위한 대응 전략 수립 ① 0개 해당(0점) ② 1개 해당(1.5점) ③ 2개 해당(3.5점) ④ 3개 해당(5.5점) ⑤ 4개 이상 해당(7.5점)
	전략의 실행가능성	[] / 7.5	수출전략수립의 (SMART¹⁸) 관점 실행가능성 수준 - 수출전략의 세부실행계획이 구체적으로 제시되어 있음 - 수출전략의 전략 목표가 과거 추세를 반영하여 달성 가능한 수준임 - 수출전략목표를 경영진이 설명할 수 있으며 구성원들에게 공유됨 - 수출전략수립과 관련하여 예산 및 인력이 적절하게 편성되어 있음 - 수출전략이 단기적인 것부터 장기적 목표까지 모두 수립되어 있음 ① 0개 해당(0점) ② 1개 해당(1.5점) ③ 2개 해당(3.5점) ④ 3개 해당(5.5점) ⑤ 4개 이상 해당(7.5점)

18) Specific, Measurable, Achievable, Realistic, Time-bounded

03 수출 실행 진단

구분	평가항목	배점	세부 평가 기준
수출전담 조직 구성	전담조직 보유 수준	[] / 5	<p>수출업무를 위한 전담조직 보유 및 책임과 권한(R&R)의 명확성</p> <p>① 수출담당자가 없으며 경영진이 자체적으로 업무를 해결함(0점) ② 수출담당자는 있으나 전담조직은 없음(2점) ③ 전담조직이 있으나 타 업무와 병행하고 있음(3점) ④ 수출업무만 수행하는 수출 전담조직이 존재함(4점) ⑤ 수출 전담조직과 외부 수출 전문 업체의 협업을 통해 수출업무의 고도화가 이루어 짐(5점)</p> <p>* 수출 업무: 해외 바이어 발굴, 응대, 계약체결, 해외 마케팅 전략 수립 등 * 수출담당자: 수출 업무를 수행하는 전담 직원 * 전담조직: 수출담당자가 2인 이상으로 구성된 수출 업무 전담 조직</p>
	전담인력의 전문성	[] / 5	<p>수출 전담인력의 전문적인 수준</p> <p>① 수출 담당자가 없음(0점) ② 전담인력의 수출관련 평균 업무 경험이 3년 미만(2점) (조직 내 전공자 또는 자격증 보유자 50% 미만) ③ 전담인력의 수출관련 평균 업무 경험이 3년 미만(3점) (조직 내 전공자 또는 자격증 보유자 50% 이상) ④ 전담인력의 수출관련 평균 업무 경험이 3년 이상(4점) (조직 내 전공자 또는 자격증 보유자 50% 미만) ⑤ 전담인력의 수출관련 평균 업무 경험이 3년 이상(5점) (조직 내 전공자 또는 자격증 보유자 50% 이상)</p>
	전담조직 관리 역량	[] / 5	<p>전담조직의 효과적 운영을 위한 관리역량 수준</p> <ul style="list-style-type: none"> - 전담인력에게 명확한 목표를 부여하고 있음 - 수출전략 업무와 관련된 업무 매뉴얼을 보유하고 있음 - 전담조직의 인력확보/이직률 관리 계획을 가지고 있음 - 전담조직 인력과 경영진간의 정기적인 의사소통 채널(간담회 등) 보유 - 전담인력/조직의 운영관리를 위한 정기적인 모니터링을 실시하고 있음 <p>① 0개 해당(0점) ② 1개 해당(2점) ③ 2개 해당(3점) ④ 3개 해당(4점) ⑤ 4개 이상 해당(5점)</p>

구분	평가항목	배점	세부 평가 기준
수출전담 조직활동	고객 커뮤니케이션 활동	[] /5	<p>전담인력의 고객을 대상으로 한 커뮤니케이션 활동 수준</p> <ul style="list-style-type: none"> - 현지 고객을 만날 수 있는 행사(수출상담회, 해외전시회 등)에 참여하여 고객의 소리를 파악하고 이를 기록하여 공유함 - 수출국 현지방문을 통해 고객 반응을 파악하기 위한 활동(인터뷰, 설문)을 실시하였음 - 현지 고객과 직접적으로 소통할 수 있는 채널(온라인, 모바일, 오프라인 등)을 2가지 이상 확보하고 있음 - 수출관련 우수업체 인증 및 수상을 받은 적 있음 - 고객의 만족도를 조사하고 이를 분석하여 개선한 실적이 있음 - 현지 고객 정보를 DB화하여 지속적인 관계 유지를 위한 활동(신상품 소개, 할인 정보, 기업소개 등)을 하고 있음 <p>① 0개 해당(0점) ② 1개 해당(2점) ③ 2개 해당(3점) ④ 3개 해당(4점) ⑤ 4개 이상 해당(5점)</p>
	세일즈 프로모션 활동	[] /5	<p>제품 프로모션 활동 수준</p> <ul style="list-style-type: none"> - 구입이 예상되는 고객이 구매 전 이용해 볼 수 있는 기회(샘플제공)를 제공한 실적이 존재함 - 일부 고객들에게 사전에 제품을 이용할 기회를 제공하고 이로 인한 피드백을 관리하여 개선한 사례가 있음 - 제품 이용 소비자 증대를 위한 현지 홍보채널을 활용하여 할인쿠폰을 발행한 적 있음 - 제품 판매를 위한 수출국 현지에서 프로모션 활동(팝업 스토어, 묶음 판매 등)을 실시한 사례가 있음 - 수출상담회, 제품로드쇼 등 제품 프로모션을 위한 국내외 행사 참여 - 해외 고객과의 소통할 수 있는 외국어 전용 홈페이지가 구축됨 <p>① 0개 해당(0점) ② 1개 해당(2점) ③ 2개 해당(3점) ④ 3개 해당(4점) ⑤ 4개 이상 해당(5점)</p>
	외부 네트워크 활용	[] /5	<p>수출증진을 위한 외부 네트워크 활용 수준</p> <ul style="list-style-type: none"> - 외부자금을 제공받을 수 있는 기관(은행, 공공기관 등)과 네트워크 보유 - 현지 판촉 및 A/S 지원기관 및 외부전문가 보유 - 현지 진출 공공기관과 네트워크를 보유함 - 현지 진출 국내기업과의 네트워크를 보유함 - 수출국에 있는 현지기업과의 네트워크를 보유함 <p>① 0개 해당(0점) ② 1개 해당(2점) ③ 2개 해당(3점) ④ 3개 해당(4점) ⑤ 4개 이상 해당(5점)</p>

04 지속 성장 진단

구분	평가항목	배점	세부 평가 기준
기업 혁신기반	연구개발 조직 보유	[] / 2.5	연구개발을 전담하고 있는 인력 및 전담조직 보유 수준 ① 연구개발에 대한 의지가 없음(0점) ② 자체적 연구개발은 불가능하지만 타 업체와의 협력을 통해 수행(1점) ③ 연구개발 전담 담당자 및 연구개발을 위한 별도의 담당조직이 존재함(1.5점) ④ 연구개발을 위한 기업부설 연구소가 있음(2점) (가점 0.5점) 지적재산권으로 인한 로열티 수익 발생 실적이 있음
	신제품 개발 역량	[] / 2.5	신제품 개발을 위한 기업의 의지 수준 ① 신제품 개발 계획이 없음(0점) ② 신제품에 대한 아이디어만 보유함(1점) ③ 신제품의 시제품 제작을 착수하였음(1.5점) ④ 신제품의 상품화를 위해 양산준비를 진행하고 있음(2점) ⑤ 신제품을 시장에 출시하여 매출이 발생하였음(2.5점)
	지적재산권 보유	[] / 2.5	신제품 개발의 기반과 관련된 지적재산권 등록 현황 조사 ① 0건(0점) ② 1-2건(1점) ③ 3-4건(1.5점) ④ 5-6건(2점) ⑤ 7건 이상(2.5점) - 특허등록, 프로그램 등록, 실용신안 등록, 상표권 등록, 디자인 등록
수출 확대기반	해외 거점 구축 수준	[] / 2.5	수출 대상 국가의 해외 거점 구축 수준 ① 해외 거점이 구축되지 않았으며 국내 수출 대행업체를 이용함(0점) ② 수출이 수출국 현지 에이전트(영업대리인)를 통해서 이루어지고 있음(1점) ③ 수출 BI(Business Incubator)와 같은 정부 및 국내기관의 현지 거점을 활용(1.5점) ④ 현지업체와의 전략적 제휴를 통해 수출업무를 수행함(2점) ⑤ 수출업무를 총괄할 수 있는 현지지사 및 법인이 있음(2.5점)
	잠재고객 발굴 활동	[] / 2.5	글로벌 고객의 잠재적 수요 발굴을 위한 활동(최근 3년간) - 잠재고객 발굴을 위한 시장조사 및 계획 실시 - 광고 및 홍보 채널의 다양화(새로운 홍보채널 마련) - 유통 채널 다양화를 통한 신규 매출 발생 - 잠재고객 발굴 활동을 위한 전문인력을 보유함 - 신규 거래처 발굴 실적이 있음 - 잠재고객을 위한 새로운 가격정책을 수립함 ① 0개 해당(0점) ② 1개 해당(1점) ③ 2개 해당(1.5점) ④ 3개 해당(2점) ⑤ 4개 이상 해당(2.5점)
	수출대상국 다변화 활동	[] / 2.5	수출대상국의 다변화를 위한 노력 정도(최근 3년간) ① 현재 지역 이외의 추가 시장 개척에 대한 계획이 없음(0점) ② 수출대상국 다변화를 위한 추상적인 계획이 존재함(1점) ③ 수출대상국 다변화를 위해 구체적 계획 수립과 예산 편성이 되어 있음(1.5점) ④ 수출대상국 다변화를 위한 활동이 있으며 관련된 예산집행 사례 존재(2점) ⑤ 수출대상국 다변화를 통해 1개 이상 신 시장을 개척하고 수출이 발생(2.5점)

05 공통 역량 진단

구분	평가항목	배점	세부 평가 기준
재무 건전성	부채비율	[] / 3	기업의 재무적 안정성 측정 ① 300% 이상(0점) ② 200% 이상 300% 미만(1.5점) ③ 100% 이상 200% 미만(2점) ④ 50% 이상 100% 미만(2.5점) ⑤ 50% 미만(3점)
	유동비율	[] / 3	기업의 단기적(1년 이내) 지급능력 측정 ① 50% 미만(0점) ② 50% 이상 100% 미만(1.5점) ③ 100% 이상 150% 미만(2점) ④ 150% 이상 200% 미만(2.5점) ⑤ 200% 이상(3점)
	매출액 증가율	[] / 3	전년대비 매출액 증가에 따른 기업의 성장성 측정 ① 2% 미만(0점) ② 2% 이상 5% 미만(1.5점) ③ 5% 이상 10% 미만(2점) ④ 10% 이상 20% 미만(2.5점) ⑤ 20% 이상(3점)
	총자산 회전율	[] / 3	자산을 효과적으로 이용하고 있는 수준 ① 2회 미만(0점) ② 2회 이상 5회 미만(1.5점) ③ 5회 이상 8회 미만(2점) ④ 8회 이상 11회 미만(2.5점) ⑤ 11회 이상(3점)
	영업 이익률	[] / 3	기업의 영업활동에 의한 성과와 효율성 측정 ① 1% 미만(0점) ② 1% 이상 3% 미만(1.5점) ③ 3% 이상 6% 미만(2점) ④ 6% 이상 9% 미만(2.5점) ⑤ 9% 이상(3점)

구분	평가항목	배점	세부 평가 기준
경영자의 글로벌역량	리더십	[] / 10	CEO의 글로벌마인드를 통한 리더십 역량 <ul style="list-style-type: none"> - CEO의 경영비전과 신념을 조직원과 공유하고 있음 - CEO의 높은 수출준비의지(수출관련 교육 및 세미나 참석 등) - 조직원과의 빈번하고 지속적인 의사소통 실시 - CEO의 교육 수준 및 실무경험 등을 활용한 지속적 역량 개발 실시 - 구성원들에게 수출관련 교육을 지원하고 관리하고 있음 - 최근 3년간 정부지원 수출지원사업에 신청 및 선정되어 지원받음 ① 0개 해당(0점) ② 1개 해당(2.5점) ③ 2개 해당(5점) ④ 3개 해당(7.5점) ⑤ 4개 이상 해당(10점)
	경영진의 수출의지	[] / 10	경영진의 수출준비 및 확대 의지(최근 2년간) <ul style="list-style-type: none"> - 경영진이 외부전문가로부터 수출교육을 1회 이상 참석 - 경영진이 해외전시회에 참여한 경험이 있음 - 경영진이 수출상담회에 참여한 경험이 있음 - 경영진이 무역사절단에 참여한 경험이 있음 - 경영진이 해외마케팅관련 해외 출장을 다녀옴 - 경영진이 외국어 구사 능력을 갖추었거나 관련 교육을 이수함 - 경영진의 수출과 관련된 개인 수상 내역 ① 0개 해당(0점) ② 1개 해당(2.5점) ③ 2개 해당(5점) ④ 3개 해당(7.5점) ⑤ 4개 이상 해당(10점)
수출실적	환산수출 실적	[] / 10	환산수출실적 수준(신청 전 2년간 평균) <ul style="list-style-type: none"> ① 20만불 미만(0점) ② 20만불 이상 40만불 미만(2.5점) ③ 40만불 이상 60만불 미만(5점) ④ 60만불 이상 80만불 미만(7.5점) ⑤ 80만불 이상(10점) <p>* 환산수출실적 = 직수출실적 + (로컬수출실적 X 0.5) 다만 2년전 수출실적이 없는 경우 직전연도 수출 실적을 기준으로 함</p>
	환산수출 실적 비율	[] / 5	매출액 대비 환산수출실적의 비율 <ul style="list-style-type: none"> ① 10% 미만(0점) ② 10% 이상~20% 미만(2점) ③ 20%이상~30% 미만(3점) ④ 30% 이상 40% 미만(4점) ⑤ 40% 이상(5점)

② 미국 안경시장 분석

01 해외 시장 정보원 활용

국가정보

자료원	제공 정보
 ITC TRADE MAP	ITC TRADE MAP 글로벌 교역통계 제공 서비스
 K-stat	한국무역협회 K-STAT 해외 주요 국가 무역통계 제공
 TradeNAVI 통합무역정보서비스	통합무역정보서비스 관세, 규제, 마케팅 등 종합무역정보 포털
 kotra 해외시장뉴스	해외시장뉴스 트렌드, 국별 주요산업, 현지 정보, 보고서
 관세법령정보포털 CUIP (Customs Law Information Portal)	관세법령정보포털 관세 정보, HS CODE, 관세/무역/외국환 관련 법령
 kti 해외인증정보시스템 Certification Information Center	해외인증정보시스템 국가별 인증 및 인증마크별 세부 정보 제공
 세계법제정보센터 World Laws Information Center	세계법제정보센터 세제/투자/노동/FTA 등 글로벌 법령 정보 제공
 글로벌 비즈니스를 위한 경제외교 활용포털	경제외교활용포털 경제외교 정보, 해외시장 진출정보
 외교부 Ministry of Foreign Affairs	외교부 정치 및 경제 현황 외국별 기본정보 제공
 주미국 대한민국 대사관	주미국 대한민국 대사관 한미 관계동향, 미국 경제동향 제공

 KEY POINT

01 그래도 어려우시다고요...? 아래 유관기관에서 해외 진출 교육 과정을 상/수시 진행 중 입니다.
[한국무역협회 무역아카데미](#) 오프라인 강좌(무역마케팅/FTA/외환금융/산업/해외시장) ☎ 02-6000-5378
[KOTRA 아카데미](#) 역량지원(교육) 글로벌 비즈니스 과정 / 기업 역량별 맞춤형 과정 ☎ 02-3497-1185

품목정보


자료원	제공 정보	
 eyewearPORTAL 안경산업 중요정보 포털서비스 - 아이웨어 포털 아이웨어포털	안경산업 뉴스, 전시회 정보, 지원사업 공고	
	안경정보	안경산업 통계, 수출입 동향 분석, 안경관련 교육
	기업 및 기관	국내 안경기업 정보, 안경 단체 및 유관기관
	시각자료	안경산업 정보지, 미디어 자료
	빅데이터 플랫폼	안광학 시보고서, 국내/해외 시장 분석, 아이웨어 피드
	아이웨어 리포트	주제별 보고서, 월간 이슈 보고서
 美식품의약국	커뮤니티	상담(수출입 무역 포함) 게시판
	Guidance Documents	안경테/선글라스에 대한 지침문서
	Imports Entry	비도수 선글라스에 대한 지침 문서
	Import Refusals	안경테/선글라스 연도별 통관 건수 및 세부정보
	안경테/선글라스 연도별 수입거부 건수 및 사유	

 **KEY POINT**

- 02 안경 산업 유관 기관에서도 **기업육성 및 수출 지원사업**을 상/수시 진행합니다.
[한국안광학산업진흥원](#) 기업육성 지원사업, 안경 관련 교육 ☎ 053-350-7800
[한국광학공업협동조합](#) 수출 및 품질향상, 자금활용등 각종설명회 개최 ☎ 053-358-0991

02 빅데이터로 보는 트렌드 이슈

데이터수집

	빅데이터 수집... 어떤 도구를 사용할 것인가? 정답은 Google Trends!
---	---

TYPE1	Google 분류 카테고리 활용	▶ ex) 모든 카테고리 > 안경 및 선글라스
TYPE2	자체 설정 검색어 활용	▶ ex) #spectacles, #eyewear frames, #sunglasses

- | | |
|------|---|
| 전 세계 | ▼ |
|------|---|





 데이터를 확인하고 싶은 특정 **국가** 및 **지역**을 선택할 수 있습니다. (ex. 미국, 뉴욕)
- | | |
|-------|---|
| 맞춤 기간 | ▼ |
|-------|---|

 데이터를 확인하고 싶은 특정 **기간**을 선택할 수 있습니다. (ex. 2021.01.01.~2023.12.31.)
- | | |
|------|---|
| 카테고리 | ▼ |
|------|---|

 데이터를 확인하고 싶은 특정 **카테고리**를 선택할 수 있습니다. (ex. 안경 및 선글라스)

데이터분석

앞서 살펴본 수집 조건에 의해 도출된 데이터를 **아래와** 같이 분석할 수 있습니다.

	“시간의 흐름에 따른 관심도 변화를 살펴볼 수 있습니다!” 설정한 기간 내, 검색 빈도가 가장 높은 주제/검색어의 경우 100, 그 절반 정도면 50, 데이터가 충분하지 않으면 0으로 나타납니다.
	“지역별 관심도를 확인할 수 있습니다!” 주제/검색어가 가장 인기 있는 장소의 경우 100, 그 절반 정도로 인기 있는 장소의 경우 50, 데이터가 충분하지 않으면 0으로 나타납니다.
	“가장 인기 있는 주제 및 검색어를 알아봅시다!” 검색 빈도가 가장 높은 주제/검색어의 경우 100, 그 절반 정도면 50으로 나타납니다. 이는 상대적인 기준에 따라 계산됩니다.
	“최근 급상승한 주제 및 검색어는 무엇일까요?” 지난 기간 이후로 검색 빈도가 가장 많이 증가한 주제/검색어입니다. '급등'으로 표시된 결과는 증가량이 엄청난 것이며, 그 외는 +500% 등으로 나타납니다.


 KEY POINT

03 구글 트렌드로 쉽고 빠르게 전 세계의 트렌드와 이슈를 파악할 수 있습니다.

TYPE1 카테고리. 확인할 키워드가 없는 경우, 안경 산업 트렌드를 전반적으로 알아보고 싶을 때!

TYPE2 키워드. 검증이 필요한 키워드가 있는 경우, 특정한 이슈를 집중적으로 알아보고 싶을 때!

그 외 데이터 수집 방법

 <input type="text"/>	정확한 키워드 조합에 의해 구글링으로 해외 정보 수집도 가능!
---	------------------------------------

키워드 조합	표시되는 결과 유형
Eyewear Brand	'Eyewear'와 'Brand' 순서대로 포함된 검색결과가 나옵니다. 예를 들어, Eyewear Brand Company 또는 Global Eyewear Brand와 같이 앞뒤 추가 단어가 포함된 검색결과 나옵니다.
"Eyewear Brand"	키워드에 따옴표("")를 추가하면, 검색결과가 해당 키워드만 나옵니다.
Eyewear + Brand	'Eyewear' 또는 'Brand'가 포함된 검색결과가 나옵니다.
Eyewear - Brand	'Brand'를 제외한 'Eyewear'가 포함된 검색결과가 나옵니다.

③ 수출 통관 준비사항 점검

01 HS Code 및 관세율 확인 방법

관세 정보원

자료원	사이트맵	제공 정보 소개
	한국무역통계진흥원	HS Code 품목분류 확인서비스 제공
	한국 관세법령정보포털	글로벌 관세, FTA, 무역 관련 법령정보 제공
	통합무역정보서비스	글로벌 관세, FTA, 무역규제 및 통계 정보 제공
	미국 관세국경보호청	미국 관세, 세관 통계, 관련 문서 양식 제공

관세율 확인사항

HS Code	자사 제품이 어떤 품목으로 분류되어 어떤 HS Code에 해당하는지 확인
FTA 협정	한국과 타깃국가 간 FTA 협정을 맺었는지 확인
수출단가	관세율 및 물류비용 확인을 통해 수출가격 산정에 참고

 **KEY POINT**

01 보다 정확한 HS Code 분류 확인을 원하시면 관세청이나 관세사를 통해 문의하실 수 있습니다.

[관세청 해외통관지원센터](#) 관세평가분류원 ☎ 042-714-7539

[관세청전자통관시스템](#) 사전심사신청 ☎ 042-714-7539

[인터넷 접수방법]

신청절차 : 관세청 전자통관시스템 > 전자신고 > 신고서작성 > 품목분류 > 품목분류 사전심사신청서

제출서류 : 품목분류 사전심사신청서, 물품설명서, 신청 물품의 견본

우편 접수처 : 우)305-510 대전시 유성구 테크노2로 214 관세평가분류원 3층 품목분류과 접수담당자 앞


02 미국 안경 상표등록 절차

상표등록은 파리조약에 따라 국가별로 진행되는 방법과 마드리드 의정서에 따라 국제출원하는 방법

상표등록 관련 기관

자료원	사이트맵	제공 정보 소개
	특허 및 상표 정보시스템	국내외 특허 및 상표 조회 가능
	특허정보검색서비스 키프리스	국내외 지식재산권 검색(상표, 특허 등)
	미국 특허청	지재권 보호 정부기구 상표등록/심사/연장 업무 등


국제 상표등록 제도



WIPO
WORLD
INTELLECTUAL
PROPERTY
ORGANIZATION

마드리드 의정서란?
국가별로 각각 출원해야 하는 전통적인 해외출원 방법 대신 하나의 공식 언어로 작성된 하나의 국제출원서를 본국관청에 제출하고 한 번의 수수료를 납부함으로써 다수의 국가에 상표를 출원할 수 있는 국제조약입니다.
☞ [마드리드 가입국 확인하러 가기](#)

국제 상표등록 방법

자료원	메뉴	제공 정보 소개
	특허청	국내외 특허, 상표 출원 등 관련 정보 제공
	특허로	전자출원 시스템으로 편리하고 저렴하게 신청 가능



KEY POINT


02 미국은 마드리드 동맹국으로 한국의 상표를 국제출원하면 미국에서도 동일한 상표권을 보호받을 수 있습니다. 국제상표출원 관련 자세히 상담을 원하시면 문의해보세요!

[특허청](#) 국제출원과 담당 ☎ 042-481-5206

03 안경 관련 규제 및 라벨링

규제 및 라벨링 확인

자료원	관련 법 및 규정	제공 정보 소개
	미국 식품, 의약품 및 화장품법(FD&C Act)	제 5장 의약품 및 의료기기 제 8장 수입 및 수출
	미국 연방규정집(CFR) 21권	제 21권 식품, 의약품, 의료기기

자료원	관련 규정	제공 정보 소개
	Guidance Documents	안경테/선글라스에 대한 지침문서 비도수 선글라스에 대한 지침 문서

미국에서는 모든 안경테 및 선글라스 등을 의료기기로 분류하고 있으며 FDA 등록이 필수

제품	FDA 제품 코드	의료기기 등급	규제유형	시판 전 신고
안경테	HQZ	1	일반규제	510(k) 면제
선글라스	HQY			

 KEY POINT

03 FDA 등록 시 품목 관련업체 정보(Establishment Registration) 및 제품 정보 (Device Listing)를 제공해야하며, 제품의 모든 과정(디자인, 제조, 구입, 패키징, 라벨링, 보관, 서비스 등)을 다루는 품질시스템(Quality System) 규정을 준수해야합니다.

관련 FDA 주요 규정	韓제조사	美유통사
최초 수입 시 FDA시설 등록		0
FDA시설 등록 및 미국 현지 대리인 지정	0	
FDA제품 등록	0	
품질시스템규정(QS) 요구사항 충족	0	
렌즈 포함 시 충격방지 인증 필요	0	

 KEY POINT

04 미국으로 안경테 및 선글라스 수출 시, 미국 연방규정집(CFR) 21권의 Part 801.1 - 801.16 라벨링 관련 규정을 준수해야합니다.

관련 조항	내용
A 일반	상호 및 사업장, 용도, 사용법, 허위 및 오해 소지 진술, 라벨링 중요성
C 비처방의료기기	전면표기, 제품식별명, 내용량표시
D 사용법 기재 면제	사용법이 잘 알려진 의료기기
H 특별 요구사항	내충격성 렌즈 사용

04 통관 및 물류 정보

통관 관련 정보원

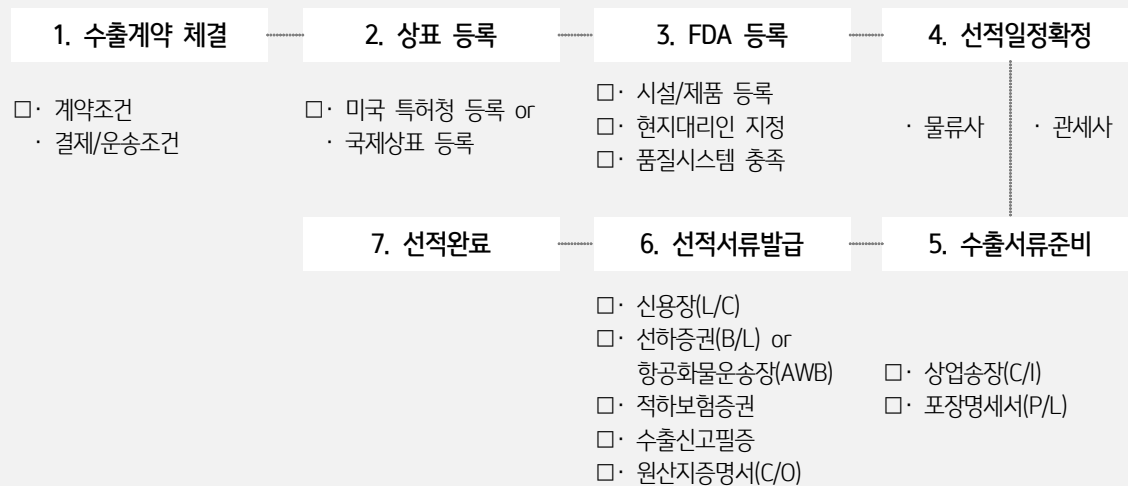
자료원	사이트맵	제공 정보 소개
 관세청	관세청	수출 통관절차 정보 제공
 TradeNAVI 통합무역정보서비스	통합무역정보서비스	글로벌 수출입 통관 정보 제공
 U.S. Customs and Border Protection	미국관세국경보호청	미국 관세, 세관 통계, 관련 문서 양식 제공
 FDA U.S. FOOD & DRUG ADMINISTRATION DATA DASHBOARD	미국식품의약국 데이터대쉬보드	미국 수입 통관 및 거부 정보 제공

물류 관련 정보원

자료원	사이트맵	제공 정보 소개
 KITA	한국무역협회 화주/물류 서비스	수출입화주 물류비 조회 및 컨설팅 제공
 해양수산부 통합 PORT-MIS	통합 항만운영정보시스템	항만운영 및 전국 무역항 관련 정보 제공
 국토교통부 Airportal	항공 정보 포털시스템	항공기 운항 실시간 스케줄 정보 제공
 DATA 공공데이터포털 GO . KR	선박 및 항공 운항 공공데이터	인천공항 선박 및 항공 운항정보 제공

💡 KEY POINT

06 앞서 수출 통관 준비사항 점검 내용을 종합하여, 미국 바이어와의 계약 체결 이후 한국산 안경테 및 선글라스의 수출 통관 절차를 아래와 같이 정리해볼 수 있습니다.

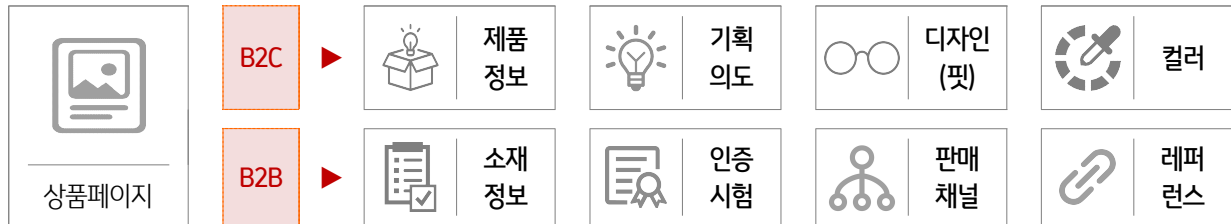


2) 실행 단계

① 홍보 인프라 구축





01 홍보 인프라 구축 방법

상품페이지 기획



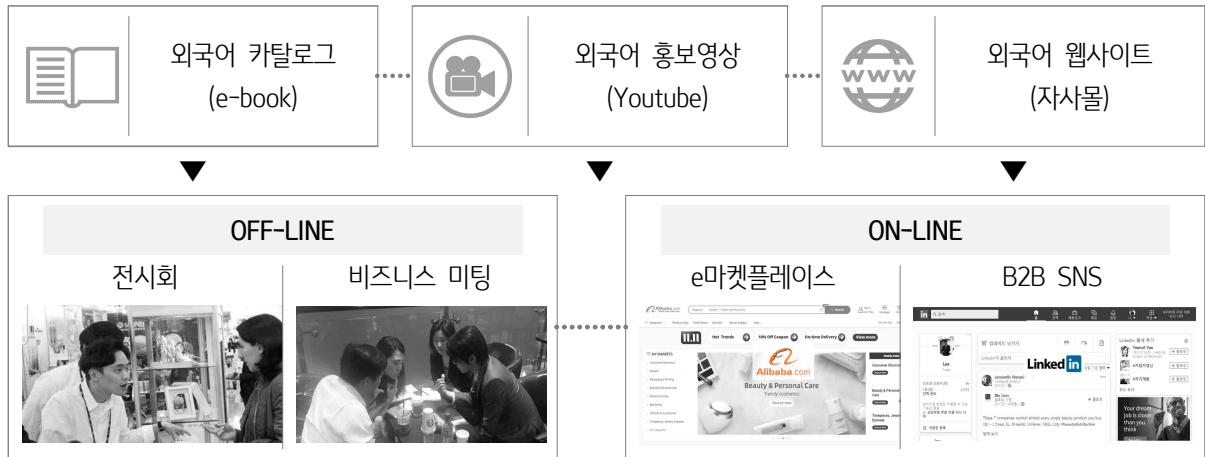
△ 상품페이지는 마케팅 인프라 구축의 시작입니다. 귀사의 기술력과 브랜드 철학이 잘 드러나도록 기획합니다.

홍보 인프라 유형별 Tips

 공통	기획력	타깃국가와 유통구조 및 바이어의 특성을 이해하여 수요자 중심 기획
	활용성	온/오프라인 인프라를 연계하여 홍보 효과 극대화 ex) 카탈로그/e-Book
	경제성	인프라 유형별 Tip을 잘 활용하여 과비용 견적 및 추가 제작 소요 방지
 카탈로그	제작면수	수출 주력 라인 또는 제품 위주로 추려서 페이지 기획
	제작부수	연평균 전시회 참가 횟수에 대비하여 500부 단위로 나누어 출력
	번역	원어만 최종 검수 필수 (ex. 문법적으로 문제없으나, 현지에서 어색한 표현)
	연계성	e-Book 변환 또는 QR코드 삽입으로 타 홍보 인프라와 연계
 홍보영상	기획	제품소개형/전문가리뷰형/생산공정형 등 자사와 어울리는 컨셉 선택
	촬영	B2B 특성상, 과도한 제작비의 특수 촬영 / 효과 / 연예인 섭외 지양
	러닝타임	긴 러닝타임 및 과도한 기업소개 지양, 1~3Min. 이내 추천
	용도	용도별(ex. SNS게재, DM발송, 전시회 상영) 구성 및 용량(화질) 최적화
 웹사이트	제작툴	유지/보수 간편하고 저비용/고효율의 WordPress 툴로 제작 추천
	검색엔진최적화	바이어 방문 증가를 위해 제품/수요처 키워드 영문/현지어 최적화
	모바일최적화	사용기기(데스크톱, 태블릿, 휴대폰)에 맞추어 화면비 자동 반응
	구매채널연계	자사몰 구축보다는 ebay 또는 Amazon 구매 링크가 효율적

△ 바이어가 찾아오는 길목마다 촘촘히 그물 칩시다! Tip을 참고하여 온/오프라인 홍보 인프라를 구축해 봅시다!

홍보 인프라 활용



KEY POINT

01 B2C와 B2B 세일즈의 특성을 모두 가진 안경은 타 산업에 비해 콘텐츠를 기획하고, 마케팅 인프라를 구축하기 매우 까다롭죠. 홍보 인프라는 구현되는 매개체만 각기 다를 뿐, 전달하고자 하는 핵심 메시지는 모두 같습니다. ON/OFF과 PULL/PUSH 관점에서 빈틈이 생기지 않도록 다양한 유형의 인프라를 효과적으로 구축해봅시다. 귀사 해외 영업의 든든한 지원군이 되어 줄 것입니다!

② 바이어 발굴 및 검증

02 바이어 발굴 방법

바이어 등급기준

등급	평가항목	기준 해설
D	잠재 바이어	자사 제품을 취급할 것으로 예상되는 바이어
C	유효 바이어	최소 1회 이상 직접 컨택으로 자사 제품 취급이 확인된 바이어
B	관심 바이어	제품 소개자료 요청 외 INQUIRY 내도
A	유력 바이어	가격/수량/결제/운송 조건 등 계약관련 사항 문의 내도

발굴 키워드

유형	세부유형	유형별 해설
품목 키워드	제품	제품을 지칭하는 대표적 키워드 ex) Frames, Spectacles
	표준코드	제품을 지칭하는 코드 넘버 ex) HS Code 9003.11, 9003.19
	상위	제품의 상위 카테고리 ex) Eyewear, Eyeglasses
	브랜드	특정 품목에서 매우 유명한 브랜드 ex) Pair, Oakley
	연관	서로 연관되는 제품 ex) Contact lenses, Sunglasses
수요처 키워드	바이어	수입업 ex) Importer, Agent, Vendor, Dealer, Trading company
		유통업 ex) MD, Wholesaler, Distributor, Retailer, GPO
		기타 ex) Manufacturer, Laboratory
	유통	안경 종합 ex) Optical Goods Stores, Pharmacies, Hypermarkets, Warehouse Clubs, Department Stores, Direct Selling
보조 키워드	지리	선글라스 특화 ex) Convenience Retail, Variety Stores, Apparel and Footwear, Leisure and Personal Goods
	인증	온라인 유통 ex) E-Commerce
	기능	권역, 국가, 지역, 도시 ex) California, Florida, New York
		안경 관련 대표적 인허가 ex) ISO 12870, ISO 12321-1
		시력 교정 ex) bifocal, Toric, prescription glasses
		생활 편의 ex) polarized, blue light glasses, reading glasses,

 **KEY POINT**

01 국가와 지역에 따라 선호하는 키워드가 다를 수 있습니다. 예를 들면 영미권에서는 안경테를 Eyewear Frames 또는 간단히 Frames라고 칭하는 것이 일반적입니다. 안경 또한 일반적으로는 Eyeglasses라고 지칭하나 Spectacles 또한 안경을 가리키는 용어 중 하나입니다. 하지만 웹에서 보다 많은 바이어를 발굴하기 위해서는 이러한 키워드를 모두 사용해보는 것을 추천합니다.

발굴 프로세스



발굴 소스원

분류	대표예시	분류별 해설
검색엔진	Google	자연검색어 검색결과를 우선 제공하는 검색엔진 사용 필수
SNS	Linked in	비즈니스 SNS에 한함. 개인 SNS로는 바이어 발굴 불가
디렉토리	YP.com	업종별로 기본 정보 수준의 기업 컨택 포인트 파악 가능
전시회	현지 안경 전시회	참가자/참관객 기업명을 공개하는 전시회의 경우
기관/단체	현지 안경 협회	현지 기관/단체 회원사 DB 및 인허가 관련 기관 내 현황

바이어 DB기준





분류	수집항목	항목별 해설
기본 정보	색인번호	잠재바이어를 관리하기 위한 연번 ex) 27
	발굴키워드	발굴에 사용된 키워드를 의미 ex) #Eyeglasses, #Frames
	발굴소스원	바이어의 출처를 의미 ex) Linked in에서 발굴
기업 정보	발굴시기	바이어 최신화 및 갱신을 위해 필요 ex) 2023 NOV
	기업명	컨택포인트의 기초 ex) ABC Inc.
	기업유형	자사에서 원하는 바이어 업태와 매칭 여부 ex) 수입업자, 현지안경체인
	설립년도	바이어의 신뢰성 판단 지표 ex) 1985년
	대표메일	기본 컨택포인트 ex) *****@gmail.com
	대표번호	기본 컨택포인트 ex) +1 *** ** * **
	웹사이트	정보파악 루트 ex) www.*****.com
	소재지	타깃지역 선정에 활용 ex) 로스엔젤레스
	취급품목	자사 주력제품과 매칭 여부 ex) 안경테 및 선글라스 취급

03 바이어 검증 방법

자료 준비

분류	대표예시	분류별 해설
기본자료	소개자료	제품명, 제품라인, 소재, 기능, 디자인, 핏, 레퍼런스, 타깃채널
	미팅스케줄	미팅 장소, 일시, 담당자 연락처 포인트, 복수 미팅 진행 시 동선 고려
협상자료	최소주문수량	MOQ, 컨테이너 만재 시 수량 (ex. 20/40ft FCL)
	가격표	INCOTERMS(ex. FOB 또는 CIF)에 따른 공급가, 소매가 가이드라인
	일정표	납기, 주문 수량별 공급에 소요되는 일정
	계약조건	총판계약 기간, 갱신 조건, 권한 범위, 워런티&개런티, 클레임
부대자료	인허가	글로벌 또는 타깃국가 내 유효한 등록, 인증, 허가
	시험성적서	성능, 기능, 위험성 등에 대한 증빙
	패키지	용기 및 외포장 유형, 라벨링
	샘플	무상/유상 제공 가능 여부

검증 수단 선택

 메일	효과 ★☆☆☆ 효율 ★★★★★
 유선	효과 ★★☆☆☆ 효율 ★★★★★
 화상	효과 ★★★★★ 효율 ★★☆☆☆
 미팅	효과 ★★★★★ 효율 ★☆☆☆☆

비즈니스 미팅 스케줄링

구분	수집항목	항목별 해설
담당자 정보	담당자명	바이어 검증의 필수요소이자 시작점 ex) Mrs. *****
	부서	업무관련성 매칭 여부 ex) Sales Dept., Purchasing Dept.
	직위	의사 결정권 여부 ex) Manager
	직통번호	추가 연락처의 용이성 ex) +1 *** ** * **
	직통메일	추가 연락처의 용이성 ex) *****@gmail.com
미팅 스케줄러	미팅여부	미팅 성사 여부 ex) 수락/보류/거절(사유)
	미팅일시	다수 미팅 진행 시 동선 고려 ex) 2024.2.22. (THU) AM11:00 (GMT-8)
	미팅장소	정확한 주소지 ex) *** Bld. 3rd floor 바이어 사무실
	최종연락처	리마인드를 위한 체크 ex) 2024.2.21. OUT/IN_TM/DM

검증 기준에 의한 협상

구분	세분류	분류별 해설
 구매력	<input checked="" type="checkbox"/> 가격(공급가)	제안한 공급가에 대한 바이어의 수용도
	<input checked="" type="checkbox"/> 수량(MOQ)	초도 물량 또는 총판 시 연간 물량에 대한 수용도
	<input checked="" type="checkbox"/> 계약기간	총판 계약 기간에 대한 협의 가능 여부
 유통망	<input checked="" type="checkbox"/> 채널유형	제품 컨셉과 바이어 유통 가능한 채널유형과의 매칭 여부
	<input checked="" type="checkbox"/> 채널 수	바이어가 유통 가능한 특정 채널의 매장 수
	<input checked="" type="checkbox"/> 지역	바이어가 유통 가능한 지역적 범위
 전문성	<input checked="" type="checkbox"/> 이해도	자사 브랜드 철학, 제품 디자인, 소재, 기술에 대한 바이어의 이해도
	<input checked="" type="checkbox"/> 경험	바이어의 과거 취급(수입 유통 및 총판)했던 해외 브랜드 이력
	<input checked="" type="checkbox"/> 전략	바이어의 현지 온/오프라인 마케팅 플랜

 **KEY POINT**

02 바이어와의 비즈니스 미팅 이후가 더 중요합니다! 감사장(Letter of thanks) 발송과 더불어 차후 프로세스 및 일정에 대해 명확히 소통합니다.

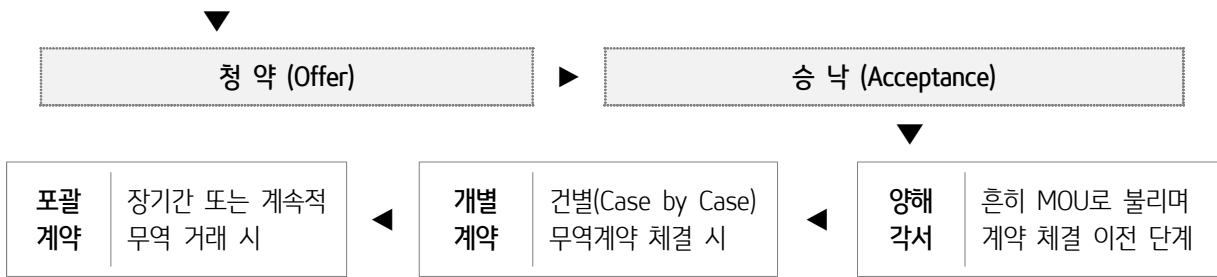
또한, 바이어의 요구 및 문의 사항에 대해 익일 이내 답변하여 연락이 끊어지지 않도록 신경 써야 합니다. 만약 거래가 성사되지 않더라도 주기적으로 안부 인사와 신제품 출시 홍보 메일을 발송합니다!

③ 무역 실무 진행

04 필수 무역 실무

무역계약 기본사항

구분	세부 계약 사항
기본사항	당사자(Principal) 및 서명, 계약확정문언, 계약체결일, 계약의 유효기간(Validity) 등
상품자체사항	품질조건(Quality), 수량조건(Quantity), 가격조건(Price), 포장조건(Packing)
계약이행사항	선적조건(Shipment), 결제조건(Payment), 보험조건(Insurance)
계약불이행사항	권리침해조항(Infringement), 클레임조항(Claim Clause), 중재조항(Arbitration Clause)
기타사항	정형거래조건(Trade Terms), 준거법(Governing Laws)



정형거래조건 INCOTERMS 2020

유형	그룹	조건	해설	수출통관	수입통관
복합 운송	E	EXW (Ex Works)	공장인도		매수인
	F	FCA(Free Car)	운송인인도		
	C	CPT (Carriage Paid To)	운송비지급인도		
		CIP (Carriage And Insurance Paid To)	운송비보험료지급인도	매도인	매수인
		DAP (Delivered At Place)	도착장소인도		
	D	DPU (Delivered at Place Unloaded)	도착지양하인도		
		DDP (Delivered Duty Paid)	관세지급인도		매도인
해상 운송	F	FAS (Free Alongside Ship)	선측인도		
		FOB (Free On Board)	본선인도		
	C	CFR (Cost And Freight)	운임포함인도	매도인	매수인
		CIF (Cost Insurance and Freight)	운임보험료포함인도		

주요 결제방법

구분	세분류	분류별 해설
송금 방식	사전 송금방식	수출대금 전액을 물품의 선적 전에 외화로 미리 송금받는 방식
	사후 송금방식	물품 선적 후에 전신환(T/T) 방식으로 대금을 주고받는 방식
	현물상환방식(COD)	수출자가 물품을 지사 등에 송부하면 수입자가 물품의 품질 등을 검사한 후 물품과 현금을 상환하여 물품대금을 송금하는 방식
	서류상환방식(CAD)	수출자가 물품을 선적하고 수입자 또는 대리인이나 지사에게 선적서류를 제시하면 서류와 상환하여 대금을 결제하는 방식
추심 결제 방식	지급인도 조건(D/P)	수출자가 수출물품을 선적한 후 수입자를 지급인으로 수출자를 수취인으로 일람불 어음을 발행하여 은행에 추심의뢰
	인수인도 조건(D/A)	D/P와 유사하나 서류인수 이후에 대금 지급
신용장 방식	신용장(L/C)	무역거래 대금결제를 원활히 하기 위해 수입자의 거래은행이 수출자에게 대금 지급을 조건부지급확약

KEY POINT






01 자사 상품에 관심을 보인 검증된 바이어와 매칭이 된다면, 이번에는 무역실무와 관련된 사항을 조율해야 합니다. 가실제 수출을 진행하다보면 이러한 일들이 내수 또는 초보기업에게는 다소 어렵게 느껴질 수 있습니다. 때문에 각 부문별 전문가들에게 도움을 청하는 방법이 더욱 효율적이죠. 한국안광학산업진흥원(KOIA)에서 운영하는 안경산업 통합정보 포털사이트 [아이웨어포털](#)에서는 상담게시판을 통해 수출입무역 부분의 애로사항 및 문의사항을 해결해드리고 있습니다. 또한 한국무역협회에서도 트레이드 콜센터(Tel. 1566-5114) 유선 상담과 [Trade PRO](#) 온라인 상담을 무료로 운영하고 있습니다. 부담 없이 한번 활용해보세요!

3) 관리 단계



① 오더 및 클레임 관리

01 직접수출 사업관리

해외영업 메뉴얼

분류	내용
 견적등록 ▼	견적송장(Proforma Invoice)단계로 바이어가 수입할 물품에 대해 견적요청
 주문등록 ▼	구매주문(Purchase order)단계로 수출자는 신용장(L/C) 발행을 진행
 출고처리 ▼	수출할 물품의 운송방식 등을 정해 출고일자와 출고번호를 등록
 선적등록 ▼	선하증권(B/L) 번호 입력 및 선적일자, 환율 등을 확인
 회계처리	사내 회계전표승인을 위해 수출선적 관련 내용 기재

클레임 및 상사분쟁

자료원	사이트맵	제공 정보 소개
	한국무역협회	무역실무 매뉴얼을 통해 클레임 해결방안 등의 정보 제공
	대한상사중재원	국내외 각종 상거래 분쟁해결 방법 제공 및 중재 역할 수행

KEY POINT

01 업무의 효율성을 높이기 위해 ERP 시스템을 활용하는 것을 추천해 드립니다. ERP 시스템을 통해 생산, 판매, 자재, 인사, 회계 등 기업의 전반적인 업무 프로세스를 하나의 체계로 통합/재구축하여 정보를 공유하고 신속하게 업무처리를 할 수 있습니다.

② 지원사업 관리

01 지원사업 확인 방법

지원사업 정보원

		안경정보	지원사업 공고, 안경관련 교육
<small>안경산업 통합정보 포털사이트 - 아이웨어 포털</small>			
정보원			
개요	국내 각종 지원사업 및 중소기업 정책 관련 정보 제공	창업기업 지원 사업 정보 및 창업교육 서비스 제공	
운영기관	중소벤처기업부/중소벤처기업연구원	중소벤처기업부/창업진흥원	

02 수출 유관기관

수출진흥 유관기관

자료원	지원내용	제공 정보 소개
 한국안광학산업진흥원 KOREA OPTICAL INDUSTRY AGENCY	한국 안경산업 고도화 육성	글로벌 프리미엄 브랜드 육성을 통한 한국 안경산업 고도화
	전자상거래 지원	해외 B2B 마켓플레이스 활용 안경 산업 수출 확대
	DIOPS	국내 유일, 국내 최대의 글로벌 안광학 전시회 개최
	해외시장조사	해외무역관 네트워크를 통해 타깃국가의 시장정보 제공
	지식재산권보호	해외지식센터를 운영, 비용 지원 및 지식재산권 관련 상담
	무역사절단	지자체 및 유관기관과 해외로 파견되어 바이어와 상담 지원
	해외전시회	KOTRA와 공동으로 해외전시회에 한국관을 구성
	해외비즈니스 출장지원	해외비즈니스 출장 관련 상담 주선, 출장안내 자료 등 제공
	지사화사업	국내 중소기업의 현지 지사 역할을 대행하는 서비스
	Trade SOS	무역 관련 애로사항을 온라인으로 실시간 상담
	온라인비즈니스매칭서비스	바이어 발굴 및 C/L제작 상담 주선 서비스
	Kmall24	해외 오픈마켓 판매 지원 및 물류 서비스 지원
	해외전시회	해외 전시 참가 및 현지 바이어 상담 주선

🔑 KEY POINT

02 내수기업부터 수출을 활발히 진행 중인 중견기업까지도 혜택을 받을 수 있는 다양한 지원사업이 매년 진행 중입니다. 현 시점에서 귀사에게 꼭 필요한 지원사업이 무엇인지 파악하는 것이 우선입니다.

※ 별첨자료

1) 미국 안과보험 제도

[표6-1] 미국 안과보험 제도 분류

구분	주요 유형	설명	비중(%)*	안과보험(Vision Insurance)
공공보험 Public	Medicare	만 65세 이상	18.7	불포함
	Medicaid	저소득층	18.8	포함
사보험 Private	Employment-based	직장보험	54.5	[성인] 통상 안과보험 혜택 불포함(별도 가입 필요)
	Direct Purchase	개인보험	9.9	[18세 이하]일반 사보험에 기본적 안과 보험 포함

출처 : 미국 인구조사국(Census). 2022년 기준

- 미국의 안과보험은 크게 공공보험과 사보험으로 나뉘며 공공보험은 만 65세 이상의 노령층을 대상으로 하는 Medicare와 저소득층을 대상으로 하는 Medicaid가 있음. Medicare는 18.7%, Medicaid는 18.8%의 비중을 차지하나 노령층이면서 저소득층인 경우가 있어 중복이 포함된 수치임. 공공보험의 경우 Medicare는 안과보험이 포함되지 않으나 Medicaid는 안과보험을 포함하여 혜택을 제공함
- 사보험은 직장보험과 개인보험으로 나뉘며 직장보험의 비중이 개인보험의 5.5배가량 높음. 두 유형 모두 성인의 경우 통상적으로 안과보험이 포함되지 않으며 별도의 가입이 필요하나 18세 이하의 유아 및 청소년은 기본적으로 안과 보험이 포함됨

[표6-2] 미국 내 주요 민간 안과보험사와 보장범위

미국 내 주요 민간 안과보험사		
VSP	Untied Healthcare	Davis Vision
EyeMed	Blue Cross Blue Shield	Aflac
Humana	Ameritas	Anetna


범 위	
[안경점] 안경테/안경 렌즈/콘택트 렌즈 구매	[안과] 검안, 라식 및 기타 교정 수술에 대한 할인

주요 포인트	
처방 안경 보유 비율 ⇨ 미국인의 약 70%	안과보험 보유 비율 ⇨ 미국인의 약 37%
미국 평균 안경 구매 가격 ⇨ 약 200달러	안과보험 보장 한도 ⇨ 약 150달러(2년마다 1개)

출처 : nvision center, 2022년 기준

- 미국 내 주요 민간 안과보험사로는 VSP, Untied Healthcare, Davis Vision, EyeMed, Blue Cross Blue Shield, Aflac, Humana, Ameritas, Anetna 등이 있으며 그중 VSP가 가장 큰 규모를 차지함. 안과 보험은 안경점에서의 안경테, 안경 렌즈, 콘택트 렌즈 구매를 보장하며 안과에서의 검안, 라식 및 기타 교정 수술 등에 대한 할인을 보장함

- 미국인의 약 70%는 검안 후 처방을 받아야만 구매할 수 있는 처방 안경을 보유하고 있으며 안과보험을 보유한 미국인은 약 37%에 달함. 이는 안경 금액과 직접적으로 연관이 있는 안경점 및 유통사가 무시할 수 없는 수준임. 또한, 미국 내 평균 안경 구매 가격은 약 200 달러 수준이며 안과보험의 보장 한도는 평균적으로 약 150달러로 상한선을 초과하는 금액은 피보험자가 자비로 부담해야 함
- 이와 같이 미국 진출에 있어서 현지 안과보험 제도는 반드시 숙지해야 할 사항임. 미국 소비자들은 자신의 보험이 보장되는 안경점에서 안경을 구매하는 경향이 있기 때문에 다수의 네트워크를 보유한 유통사를 타겟팅 하는 것이 필요함
- 일반 사보험은 18세 이하의 청소년을 대상으로는 기본적으로 안과보험이 포함되어 있어 유아용 및 청소년용 제품 라인 구축이 중요함. 또한, 제품 가격대를 150달러 수준으로 설정하면 안과보험에 가입한 사람들이 추가금을 내지 않고도 안경구매가 가능하기 때문에 제품과 보험의 연계가 용이할 수 있음

 **View+** 미국 진출을 위한 현지 유통사 발굴 시 해당 유통사가 안과보험 네트워크를 다수 보유하고있는지를 고려해야 하며, 보장 상한선과 유사한 가격을 보유한 제품은 보험과 용이하게 연계될 수 있음

2) 미국 안경 관련 자격 제도 및 직종 구분

[표6-3] 미국 안경 관련 자격 제도 및 직종 구분

구분	직종	주요 역할	처방
안과 의사 (Eye doctors)	안과의 (Ophthalmologist)	치료/수술/검안, 의과대학 교육과정에 의하여 양성	O
	검안의 (Optometrist)	굴절/검안, 국제검안광학연맹 제정 교육과정에 의하여 양성	O
안경 관련 전문직 (Vision care)	안경조제사 (Dispensing Optician)	동공거리 측정, 제품 추천, 가공작업지시, 안경 품질 검사, 피팅	X
	안경가공기사 (Ophthalmic laboratory technician)	안과의, 검안의 및 안경조제사 작성 규격에 따라 안경 제작	X
	검안기사 (Optometrist technician)	검안의의 굴절 측정 업무를 보조 또는 분담	X

출처 : 대한검안사학회

- 미국의 안경 관련 직종은 크게 안과 의사와 안경 관련 전문직으로 나뉘며 안과 의사는 안과의, 검안의로 다시 분류됨. 안경 관련 전문직은 안경조제사, 안경가공기사, 검안기사로 나뉘며 안과 의사는 처방을 할 수 있다는 점에서 안경 관련 전문직과 차이가 있음
- 안과 의사는 치료, 수술 및 검안 등을 수행하며 의과대학의 정규 교육과정을 통해 양성되는 반면 검안 의사는 굴절 및 검안의 역할을 하며 국제검안광학연맹 제정 교육과정을 통해 양성됨. 안경조제사는 동공거리 측정, 제품 추천, 품질 검사 및 피팅 등의 역할을 하며 안경가공기사는 안경 제작의 역할, 검안기사는 굴절 측정 업무 보조 등의 역할을 담당함
- 미국에서는 안과 의사인 안과의와 검안 의가 시력관리 전문직들을 고용하여 운영하는 형태가 많으며 최근에는 검안부터 안경 제작까지 원스탑 서비스를 제공하는 매장들이 인기가 있음. 이러한 원스탑 서비스를 제공하는 안경점에는 검안 의들이 상주하기 때문에 현지 소비자들이 편리하고 빠르게 안경을 구매할 수 있음

View+ 미국은 한국과 다르게 검안과 안경 조제가 분리된 구조였으나 최근에는 검안 의가 매장에 상주하는 원스탑 서비스를 제공하는 안경점이 확대되고 있음

※ 참고문헌

자료원	세부내용
Statista	<ul style="list-style-type: none"> · 다양한 주제와 산업군에 대한 비즈니스 데이터를 제공하는 데이터 플랫폼으로 2만3천 개의 출처에서 확보한 통계 1백만 건 이상, 8만 가지가 넘는 토픽을 제공
Euromonitor	<ul style="list-style-type: none"> · 세계의 소비재 시장을 전문적으로 조사하는 리서치기관으로 각 지역의 전문 애널리스트 네트워크 활동을 통해 200여개 이상의 소비재 품목에 대한 시장 동향, 비즈니스 환경을 분석하고 경쟁 구도, 주요 기업 개요, 예측 데이터를 제공
International Trade Centre	<ul style="list-style-type: none"> · 세계무역기구(WTO)와 유엔무역개발회의(UNCTAD)에서 제공하는 교역데이터 플랫폼으로 교역데이터 외 개발도상국을 위한 다양한 무역정보를 제공
U.S. Customs and Border Protection	<ul style="list-style-type: none"> · 미국 관세국경보호청으로 국토안보부 산하 미국으로 들어가는 물품에 관하여 세금 및 안전성을 확보하며 수입절차에 따른 정보 제공
USITC	<ul style="list-style-type: none"> · 미국 국제 무역 위원회로 미국으로 수입되는 상품에 대한 관세 분류를 결정하고 관련 정보를 제공
USPTO	<ul style="list-style-type: none"> · 미국 특허청으로 상표등록 진행 절차와 등록하는데 소요되는 시간 등 지식재산권 관련 정보서비스를 제공. TESS(Trademark Electronic Search System)을 통해 선행조사 또한 가능

