

2021 미국 시장 농수산물식품 수출전략

January, 2021

aT AMERICA
Korea Agro-Trade Regional headquarters

CONTENTS

미국시장 농수산물 수출전략

○ Chapter I

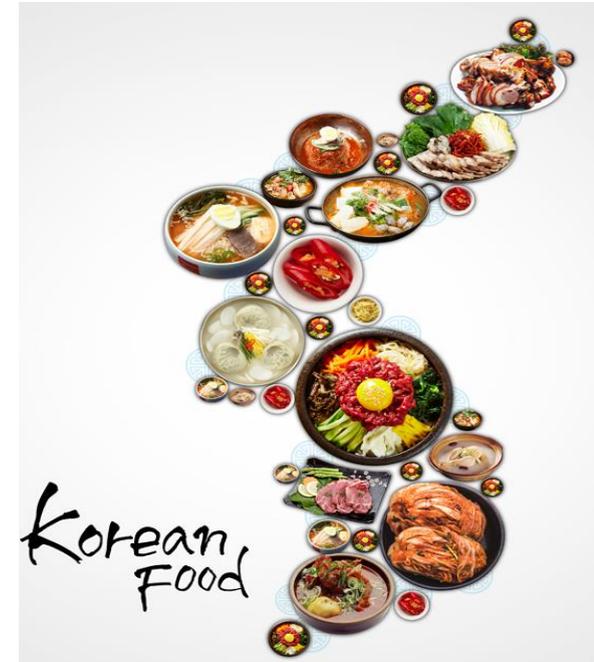
대미 농수산물 시장 동향

○ Chapter II

대미 농수산물 수출 전망

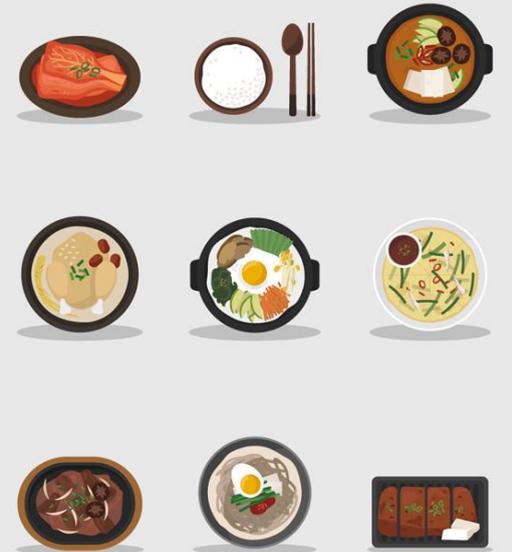
○ Chapter III

대미 농수산물 수출 전략



BEAUTIFUL KOREA

WEB ICON SET

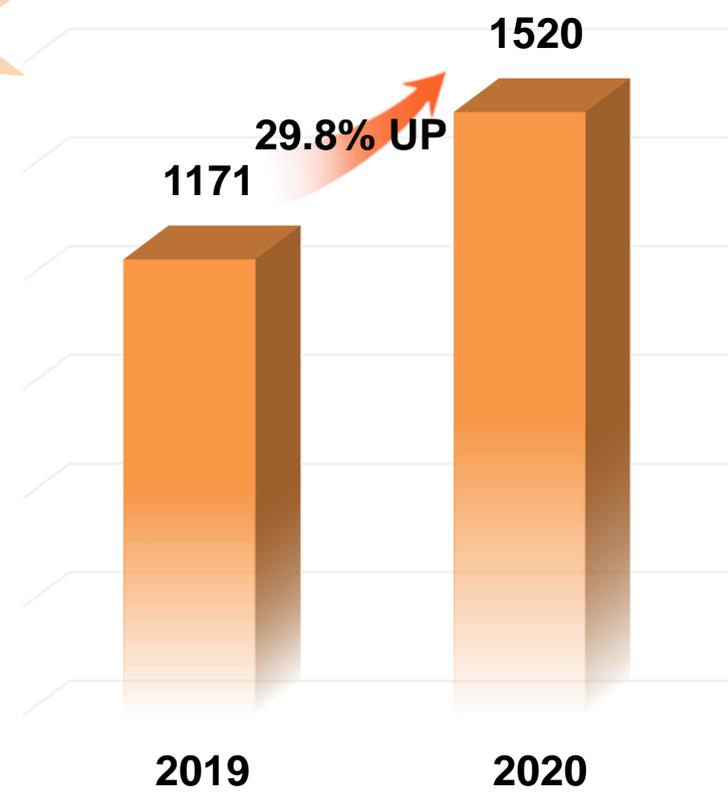
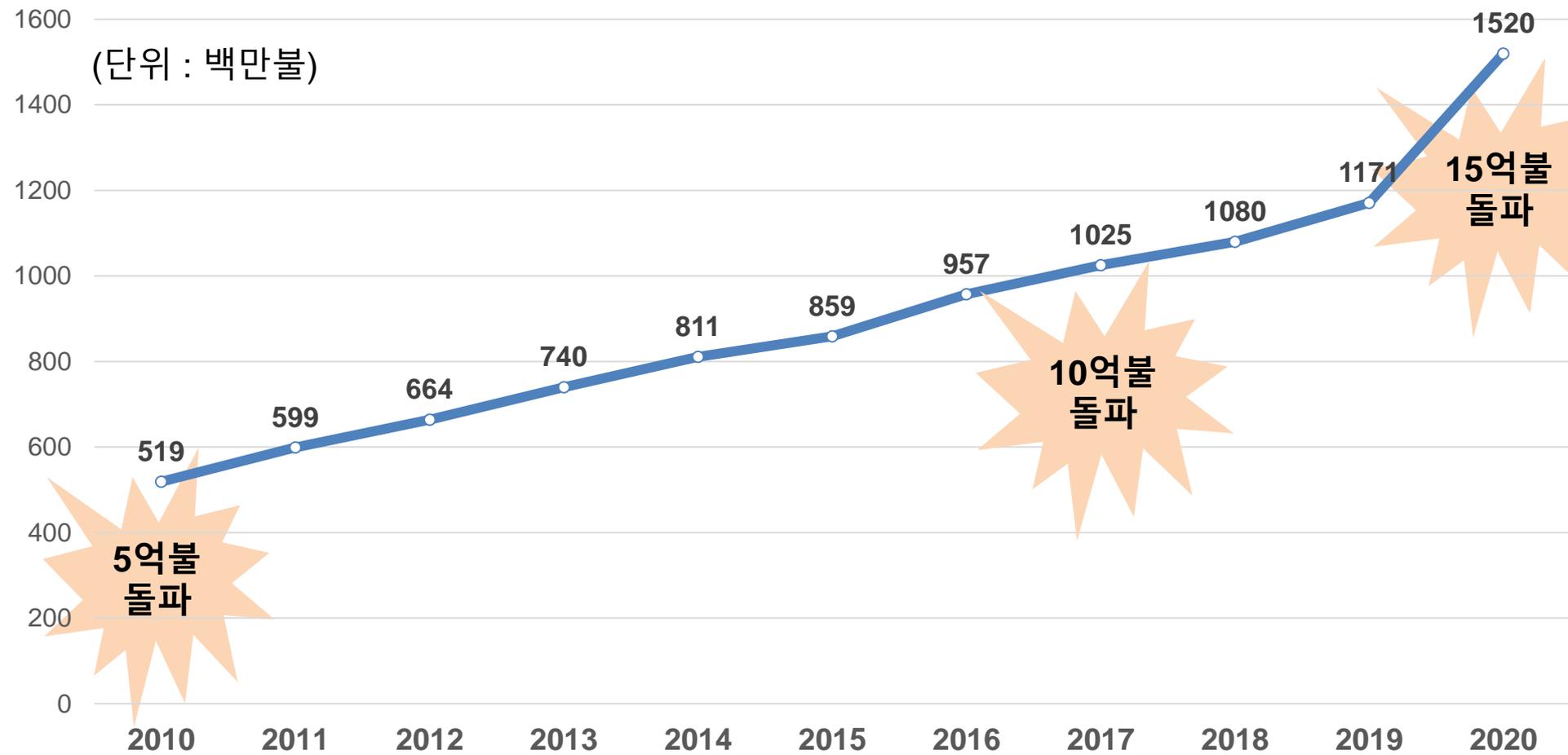


1. 대미 농수산물식품 수출동향



지난 10년간 對美 농수산물식품 수출은 단 한번의 부침도 없이, 고성장 거듭

< 2010 ~ 2020 對美 농수산물식품 수출 추이 >



1. 대미 농수산물식품 수출동향

마늘 수출 대폭 증가

- 美·中 무역분쟁, 중국산 마늘 추가관세



- 포장재 개선, SNS 홍보, 판매망 확대 등



- 수출 170% 신장, 수출 정착 기반 마련
- 식자재 업체, 외식 도매상, 아시안계 마트

- 디자인개선, 브랜드 이미지 제고 등
- 온라인몰(Amazon)에서 한국산 마늘 판촉

['19] 3,397천불 → ['20] 9,159 **169%** ↑

HMR, K-FOOD 열풍

- 코로나로 HMR 제품 수요 확대 예상



- 쉽게 조리 가능하고, 성장성이 높은 품목 대상 온·오프라인 동시 판매
- 라면, 쌀국수, 컵밥, 즉석반찬, 스낵류 등



- 전통주 x HMR 연계 언택트 홍보 마케팅



- '사재기 열풍'을 'K-Food 열풍'으로 전환

쌀가공품(53%)↑ 인스턴트면(109%)↑
고추장(24%)↑ 전통주(32%)↑

라면 · 김치 콜라보

- 미국내 한국 라면 인기 고조



- 급성장한 라면의 미국 시장 자리매김을 위한 K-Noodles day 기획



- 조여정 활용, 라면 & 김치 콜라보 판촉



김치 : ('19) 15백만불 → ('20) 23 **55%** ↑
라면 : ('19) 53백만불 → ('20) 82 **53%** ↑

2. 대미 농수산물식품 수출전망

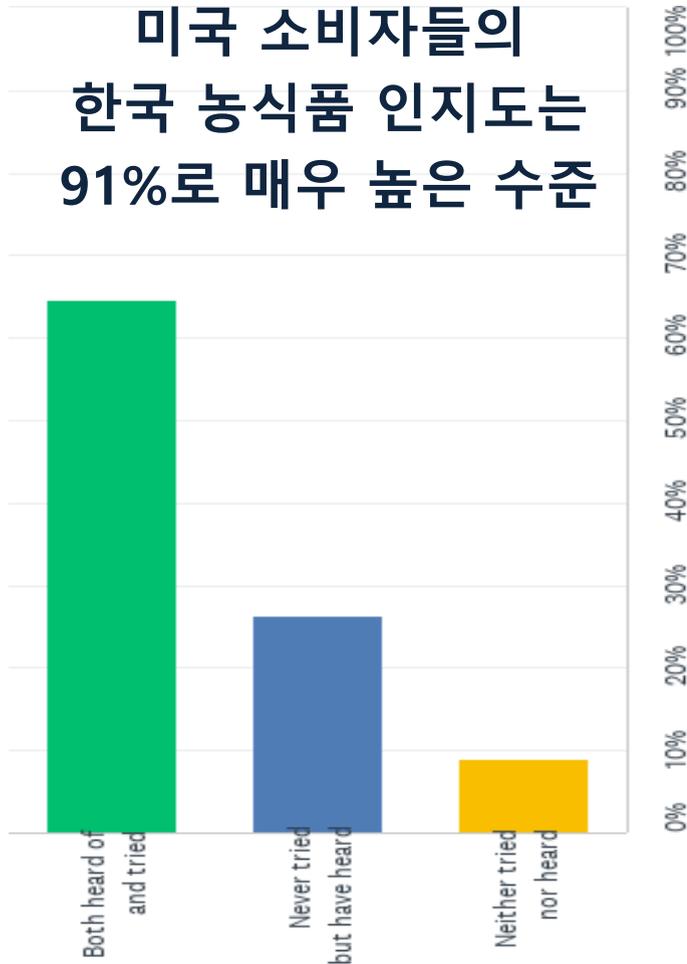


美 소비자 대상 한국 식품 소비 현황 조사



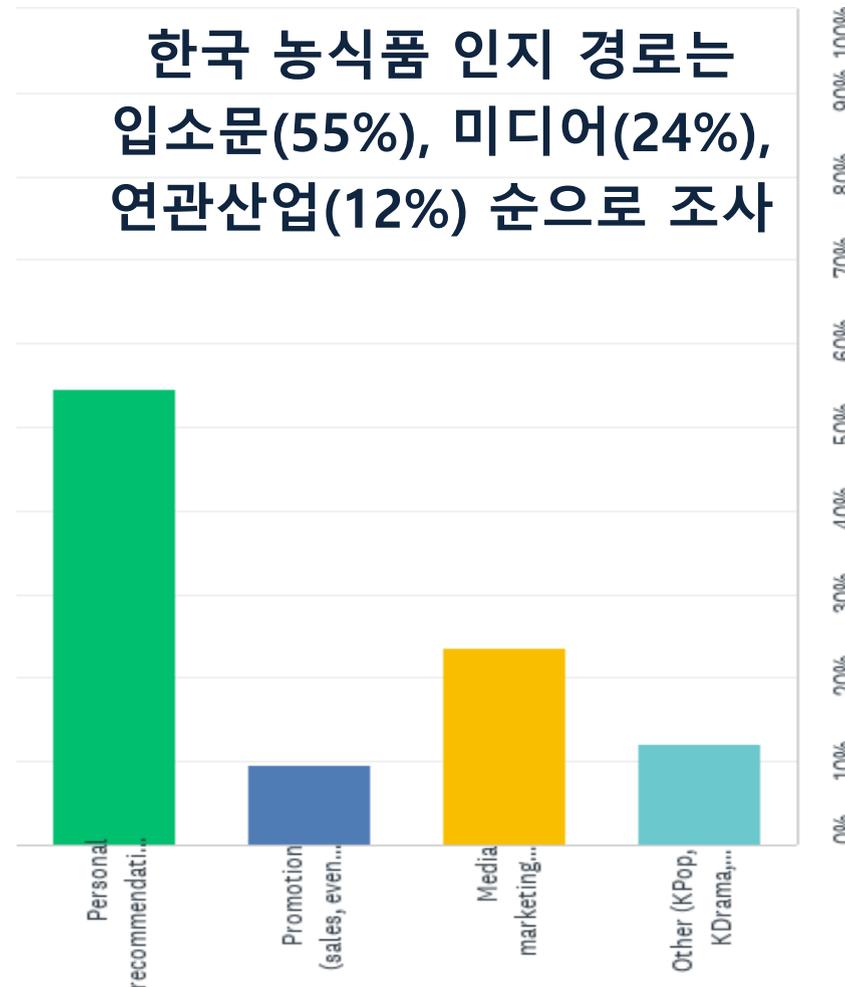
한국 농식품 인지도

미국 소비자들의 한국 농식품 인지도는 91%로 매우 높은 수준



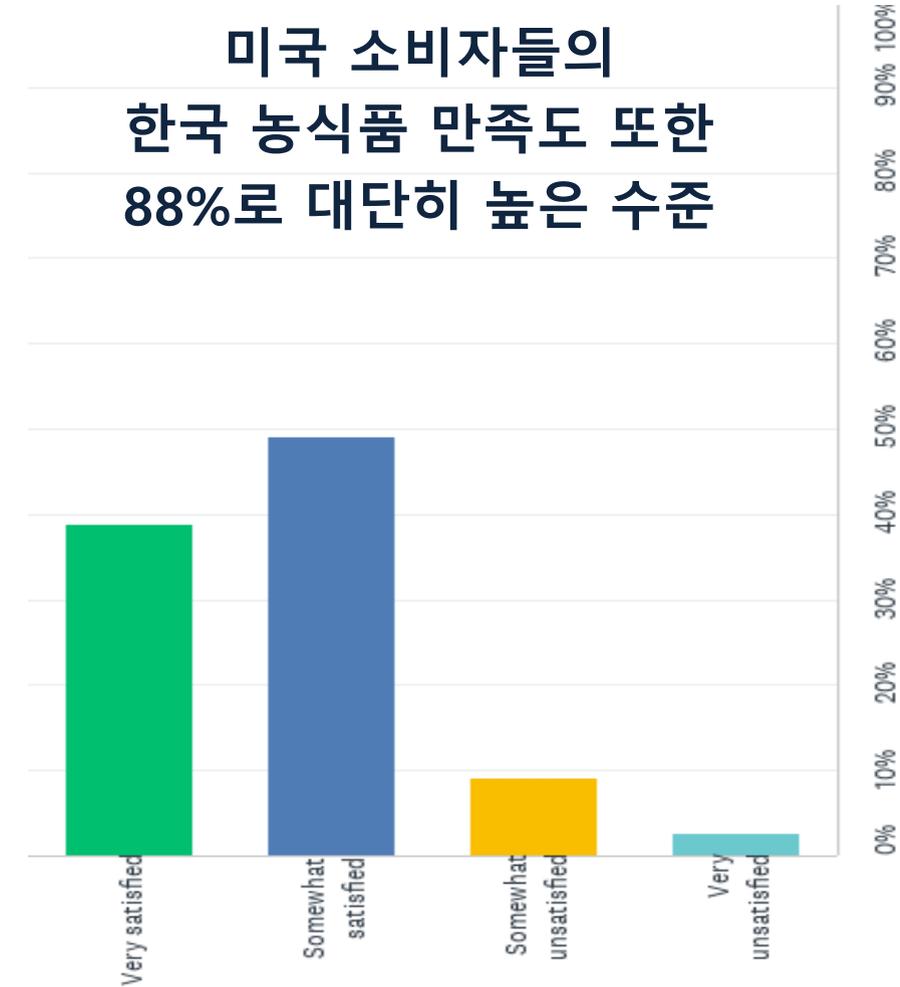
한국 농식품 인지 경로

한국 농식품 인지 경로는 입소문(55%), 미디어(24%), 연관산업(12%) 순으로 조사



한국 농식품 만족도

미국 소비자들의 한국 농식품 만족도 또한 88%로 대단히 높은 수준



2. 대미 농수산물식품 수출전망

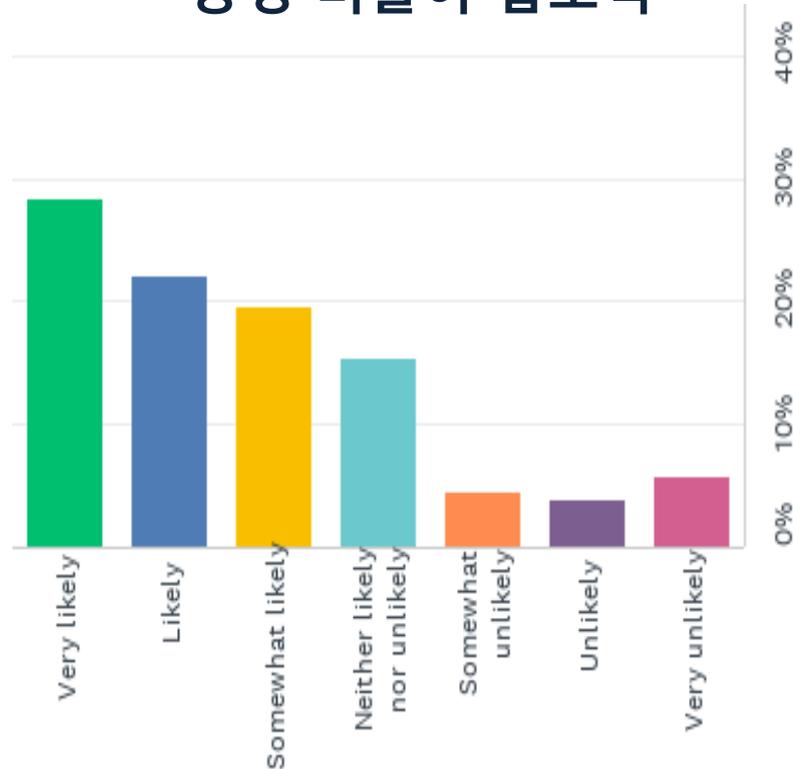


美 소비자 대상 한국 식품 소비 현황 조사



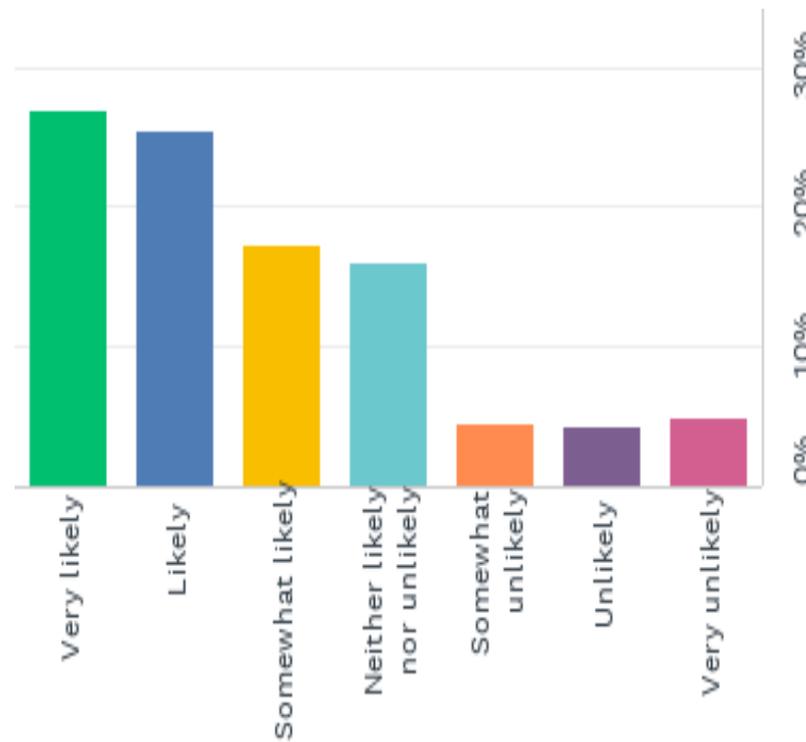
향후 지속적 구매 의향

한국 농식품 지속적 구매의향은
긍정 70%, 부정 14%로
긍정 비율이 압도적



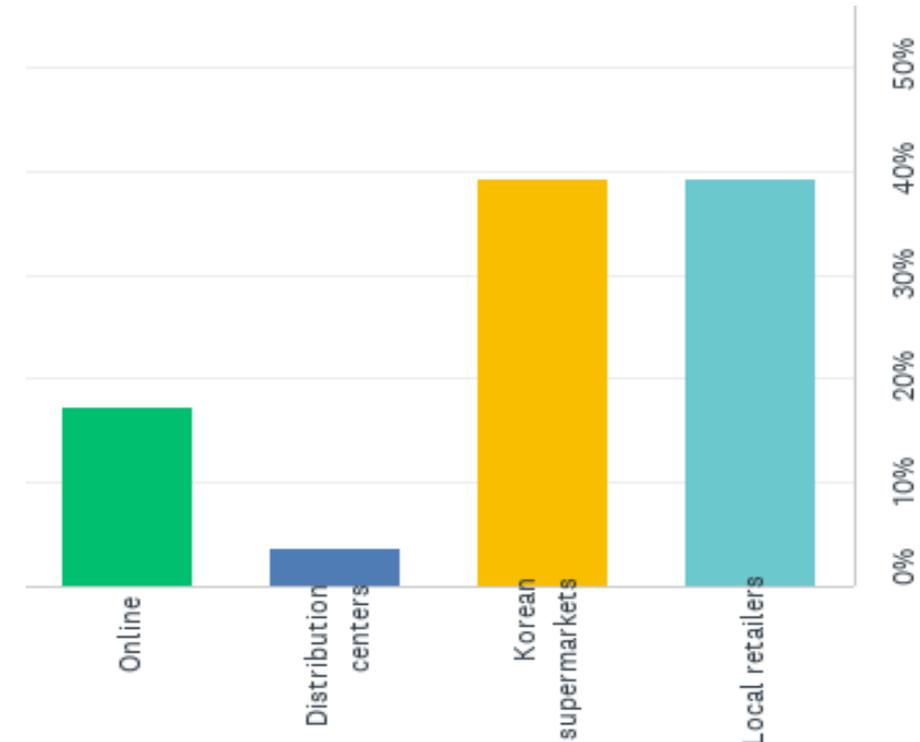
한국 농식품 추천의향

한국 농식품에 대한 추천의향도
긍정 70%, 부정 14%로
긍정 비율이 압도적



한국 농식품 구매경로

구매 경로는 한국 마켓(39%),
로컬 소매점(39%), 온라인(17%),
미국 유통업체(4%) 순으로 나타남



2. 대미 농수산물식품 수출전망

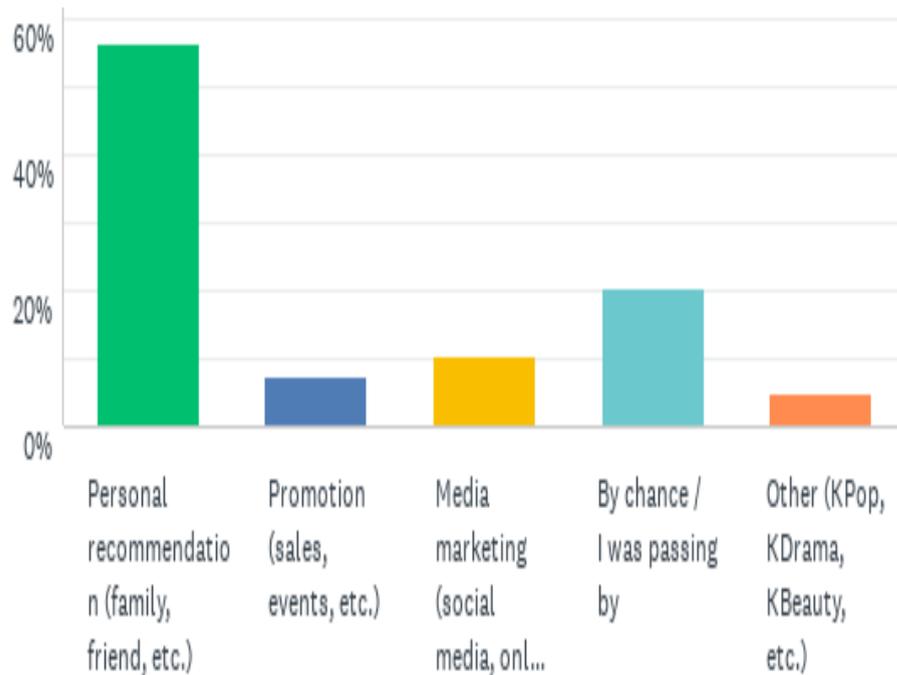


美 소비자 대상 한국 식품 소비 현황 조사



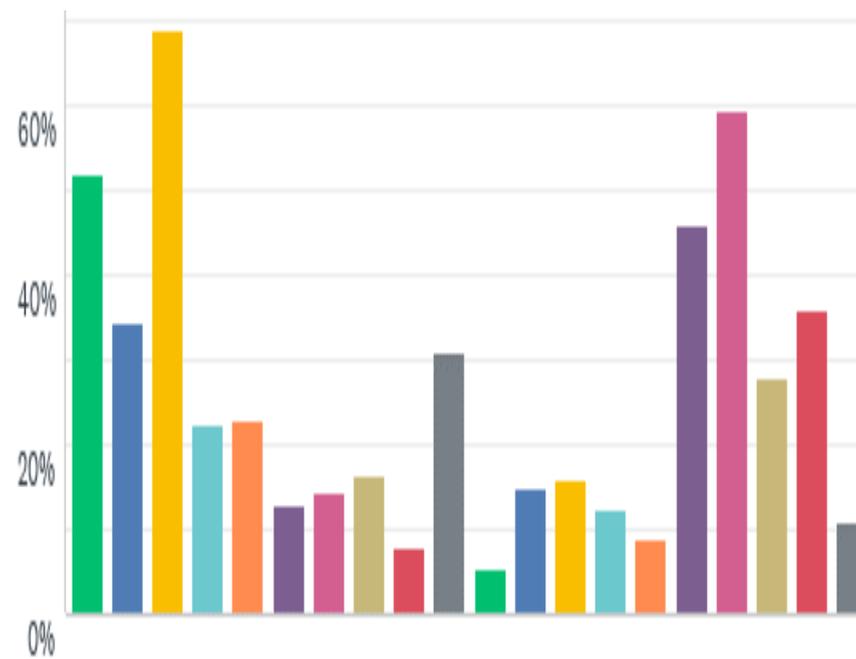
한국 농식품 구매동기

구매동기는 지인 추천(56%), 우연한 기회(21%), 미디어(10%), 프로모션(8%), 한류(5%) 순



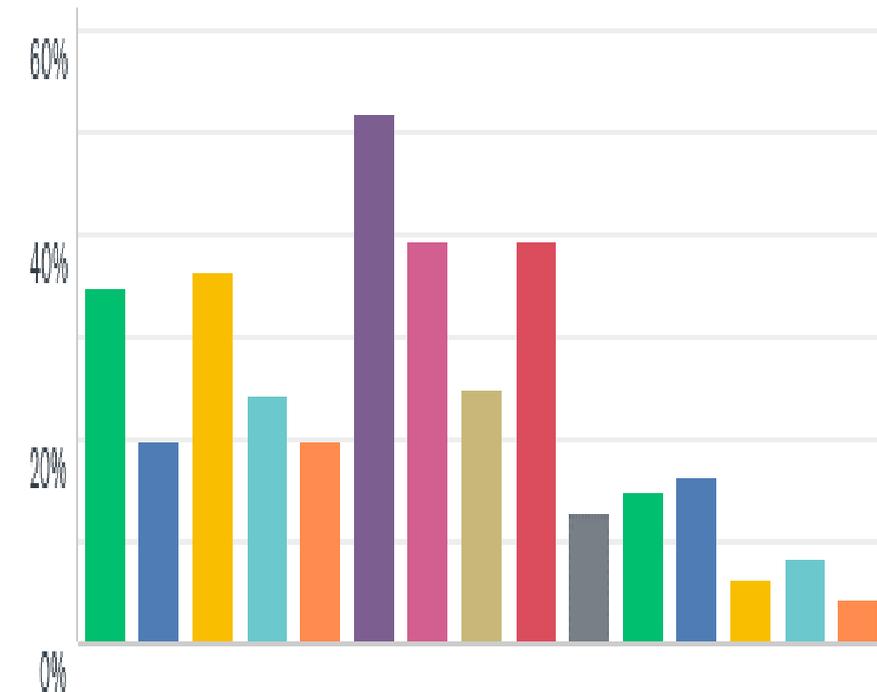
과거 구매 경험 품목

면류(69%), 볶음밥(59%), 김치(52%), 과자(23%), 고추장(16%) 등, 다양



미래 구입 희망 품목

미래 구입 희망품목으로는 면류(52%), 스낵류(39%), 소스류(39%) 순



2. 대미 농수산물식품 수출전망(참고자료 – 소비 현황 조사 결과 시사점)

- 미국 소비자들은 한국 농식품의 “인지도(90.97%), 만족도(87.94%), 품질 선호도(66.51%), 추천 의향(69.87%)”에서 모두 높은 수준의 만족도를 보이고 있음



뉴스룸 | 세계 | 전체기사

"한국에 대한 미국 국민 호감도 60점...역대 최고"

송고시간 | 2020-10-19 22:00 日本語 中文



백나리 기자

미 시카고국제문제협의회, KF 지원으로 조사..."북한 호감도는 19점"
"한국 호감도, 코로나19 방역·K-팝 인기·영화 '기생충' 등이 영향"



K-FOOD의 향후 미국 시장 확장 가능성, 잠재성은 모두 청신호

2. 대미 농수산물식품 수출전망(참고자료 – 소비 현황 조사 결과 시사점)

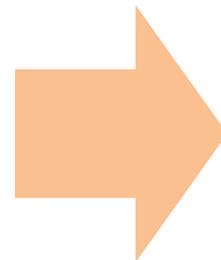
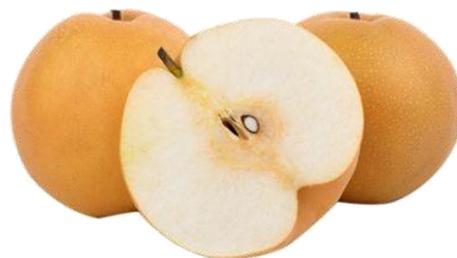


무엇을 팔 것인가?

- 면류(Noodle), 소스(고추장, 간장), 스낵 및 음료 등은 과거의 구매 경험과 미래의 구매 의향이 일치해 지속적인 미주 시장 판매 유망 상품이 될 것으로 전망



- 채소와 과일에 대한 구매 의향도 높은 수준이나 검역 장벽과 높은 가격 수준이 문제, 다만 '딸기' 경우 시장 확대 가능성이 있는 것으로 판단, 올해부터 '당근' 수입 가능

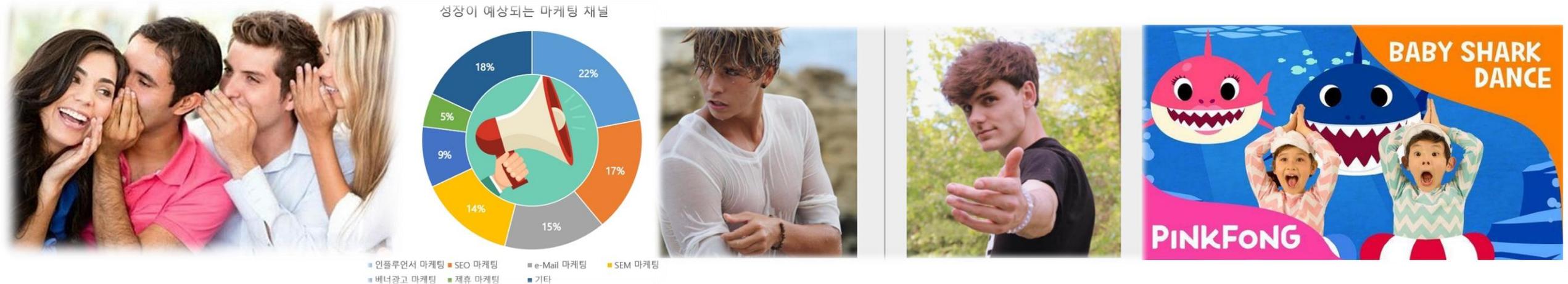


2. 대미 농수산물식품 수출전망(참고자료 – 소비 현황 조사 결과 시사점)



어떻게 팔 것인가?

- 인지 경로(54.69%), 구매 동기(56.29%) 모두 '가족, 친구 등 지인 추천'이 과반수 이상
 - 인지도 확산 및 고객층 확대를 위해서는 인플루언서 마케팅 등 구전 마케팅 확대 필요



- 구매 빈도와 금액 기준상으로는 간헐적(반년 1회 이하 58%), 소량 구매(50불 이하 71%) 중심
 - 초기 시험구매 고객을 고정 고객으로 전환시키기 위한 맞춤 상품, 포장, 마케팅 필요

2. 대미 농수산물식품 수출전망(참고자료 – 소비 현황 조사 결과 시사점)

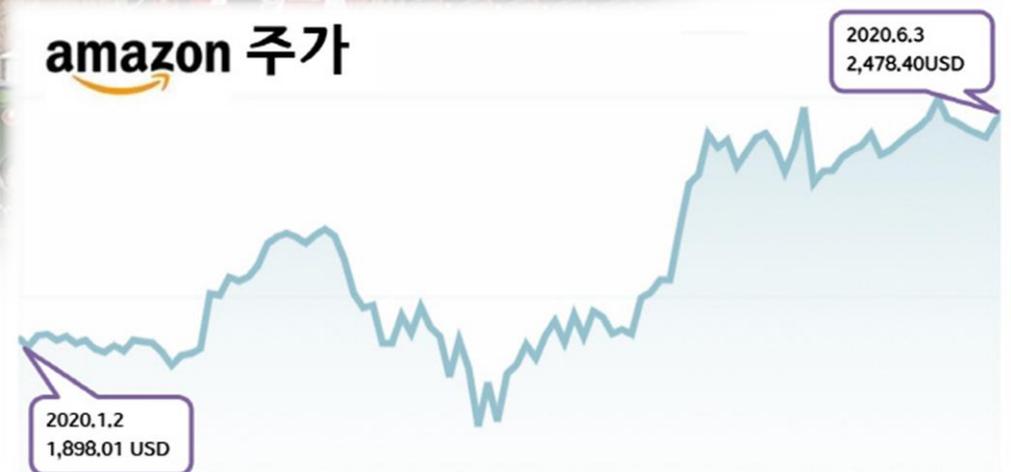


어디서 팔 것인가?

- 한국계 마켓이 여전히 핵심 판매채널(39.39%)이며, 온라인 구매도 높은 비중(17.45%)
 - 한국계 마켓과 협력 강화, 온라인몰 진출 강화, 주류 마켓 입점 확대 동시 추진



amazon 주가



2. 대미 농수산물식품 수출전망(참고자료 – 소비 현황 조사 결과 시사점)



주목할 포인트는?

① '맛과 품질'이라는 기본 요소에 충실하되, 미국 현지 시장 특성을 고려

➔ 한국에서 '맛'있으면 기본적으로 미국에서도 '맛' 있으나, 미묘한 차이는 감안



② 변화하는 미국 식품시장 트렌드(간편식, 채식, 건강, 유기농 등)에 맞춤 상품 개발

➔ '간편하고, 영양가 있고, 건강한' 고난도 요구사항을 충족하는 식품에 대한 수요 급증

③ 해마다 까다로워 지고 있는 식품 수입 규정 및 수입통관 제도에 대한 철저한 파악

2. 대미 농수산물식품 수출전망



지금 미국은 삼재(三災)?

1 최악의 팬더믹



Coronavirus in the U.S.: Latest Map and Case Count

Updated January 15, 2021, 1:15 P.M. E.T.
Leer en español



	TOTAL REPORTED	ON JAN. 14	14-DAY CHANGE
Cases	23.4 million+	238,390	+27% →
Deaths	389,944	3,973	+39% →
Hospitalized		128,947	+7% →

2 사회적 갈등 심화



인종갈등 격화, 선거 불복
의사당 점거, 탄핵 등
초유 사태의 연속

3 경기 침체 지속



텅 빈 맨하튼, 눈덩이 적자
전국 식당 17%인 11만개 폐업



전반적 침체 속에서도
혁신 기업은 성장 거듭



2. 대미 농수산물식품 수출전망



중장기적으로
미국을
과소평가해
돈을 번
사람은 없다.



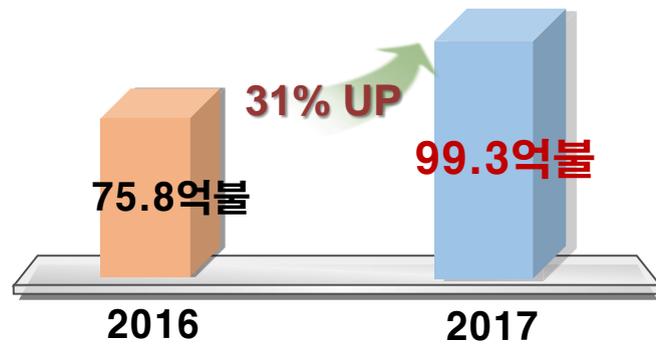
2. 대미 농수산물식품 수출전망



미국 식품 시장 동향

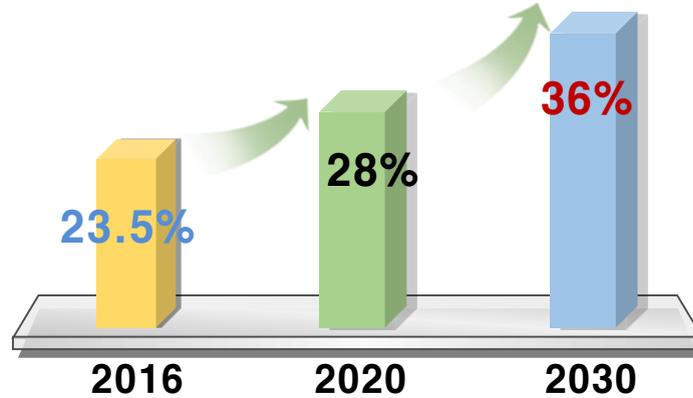
1 건강식품 VS 즉석식품

< 미국 유기농 제품 매출 >



2 글로벌 푸드 시장 성장

< 美 아시안·히스패닉 인구 비중 전망 >



3 온라인 비대면 판매

< 미국 온라인 식품시장 성장 전망 >



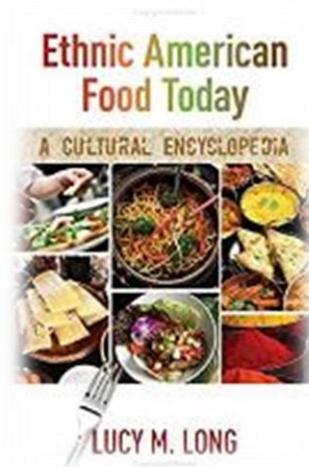
“원하는 사람은 영원히 재택근무”

twitter

facebook

“5~10년 내 절반이 재택 근무할 것”

Online Office Food Ordering & Delivery Business Model Key Features



< 美 온라인 식품시장 업체별 점유비 >



3. 대미 농수산물식품 수출전략



대미 농수산물식품 수출여건 분석

기회(Strength)	위협(Threat)
<ul style="list-style-type: none"> 최소 상반기까지는 사회적 거리두기 및 재택 현상 지속으로 가정 간편식과 식재료 소비 증가 예상 미·중 갈등에 따른 중국산 농식품의 대체 수요 발생 및 장기 격리에 따른 타국산 농식품 관심 증가 	<ul style="list-style-type: none"> 팬더믹 조기 종식에 실패할 경우, 실업 증가, 극심한 경기침체로 인한 식료품 등에 대한 기초 소비 둔화 식품안전 관련 규제 강화 등 보호무역 주의, 한국 - 미국간 물류비용 상승에 따른 가격 경쟁력 강화
강점(Opportunity)	약점(Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> 세균성 질병에 대한 두려움, 건강에 대한 관심 고조 속에서 건강·기능 식품으로서 K-Food 이미지 미국 내 한류(K-pop, K-drama 등) K - 방역 등으로 높아진 K-Premium 이미지, 한국계 마켓의 확장 등 	<ul style="list-style-type: none"> 높은 물류 비용과 까다로운 통관 규정에 따른 가공 식품 위주의 수출 구조 특정 에스닉 마켓 중심 제한적 판매 플랫폼, 신선외 경우 장기 운송에 따른 품질 저하 문제 등



COVID 이후 미국 사회 변화 키워드

재택경제, 비대면 언택트 확산, 판매 플랫폼 재편, 건강식품 관심, 미국 사회의 다양성 심화

3. 대미 농수산물식품 수출전략



Post Corona 대미 수출 키워드(H.O.M.E)

Home Dining

- 2021년에도 계속되는 사회적 거리 두기로 인한 외식 감소, 간편식 및 식재료 소비 증가 예상



Organic

- 질병 두려움, 건강 관심 고조로 유기농 제품 및 건강, 기능 식품에 대한 관심과 수요 증가 전망



Mobile

- 구매 중심축이 오프라인에서 모바일로 급속히 전환 예상됨에 따라 모바일 판매 플랫폼 확대



Ethnic

- 인구 구성비 변동 등 미국 사회 다양성 심화 예상됨에 따라 인종별, 타겟별 맞춤 전략 강화



3. 미국 농수산물식품 수출전략



2021년 對美 수출확대 중점 추진계획

Home Dining

▪ HMR 제품 및 식재료 특별 판촉 · 홍보 신제품 발굴

- * 쌀가공품, 면류 등 HMR 인기품목 온·오프라인 집중 판촉
- * 한국산 가정식 특징 소개 콘텐츠 제작 배포 및 이벤트 개최
- * 국산 식재료 꾸러미 및 배달앱 연계 HMR K-Food Fair 개최
- * 현지화 사업 판촉 연계 맞춤형 HMR 제품 소포장재 개발 지원



Organic

▪ 한국 건강·기능성 제품에 대한 소비자 집중 마케팅

- * 인·홍삼 제품 기능성 효과 분석 및 관련 업체 기능성 홍보지원
- * 관련 제품 소비자 관심 유도를 위한 현지 주류 매체 홍보 지속
- * 발효식품, 면역력 강화 제품에 대한 온·오프라인 기획 판촉
- * 연구기관, 전문가 연계 K-Food 건강·기능성 세미나 개최



3. 미국 농수산물식품 수출전략



2021년 對美 수출확대 중점 추진계획

Mobile

■ 미주 지역 K-Food Mobile 유통 · 판매 플랫폼 확대

- * 오프라인 박람회 취소시, 온라인 홍보관 제작 등 온라인 전환
- * 수출상품 인플루언서 마케팅 지원 및 홍보 콘텐츠 제작 지원
- * 수출업체 바이어 온라인 상시 매칭 및 추적 지원 프로그램
- * Amazon, Amazon go 등 미래형 판매채널 K-Food 입점 확대



Ethnic

■ 마켓별 특성에 따라 히트상품 중심의 타겟 마케팅

- * 미·중 무역분쟁 장기화 대비 중국계 마켓 진출 유망 상품 발굴
- * 베트남, 인도 등 신규 마켓 대상 온·오프라인 마케팅 강화
- * 한국계 마켓과는 전략 품목(김치, 인삼, 배 등) 육성 협력 강화
- * 유망 신규 상품 발굴 및 해당 품목 원스톱 지원 사업 실시



THANK YOU

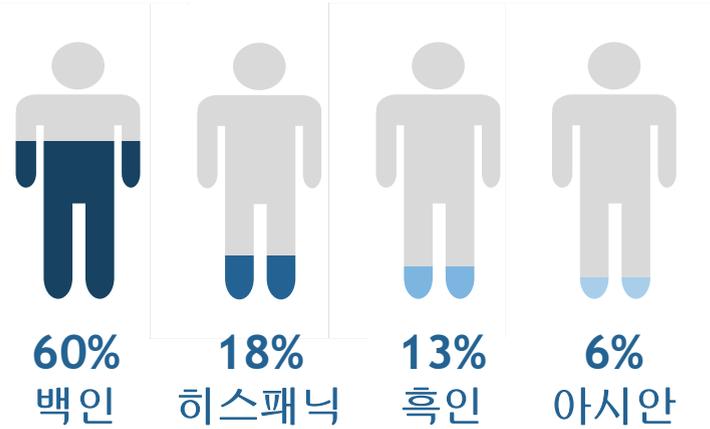




미국 시장 인구 구성

- 인구 : 3억 3천만명
- 대표적 다인종 · 다민족 국가
- 한국 교민 : 250만명

*캘리포니아 87, 뉴욕 45, 시카고 30, 애틀란타 24 등



* Source : 2019 Census

미국 사회 노령화 진행 중이며, 2030년 5명중 1명 65세 이상 예측

Population by Age Group: Projections 2020 to 2060

The population is projected to reach 404 million by 2060. (In millions)

Characteristic	Population						Change from 2016 to 2060	
	2016	2020	2030	2040	2050	2060	Number	Percent
Total population	323.1	332.6	355.1	373.5	388.9	404.5	81.4	25.2
Under 18 years	73.6	74.0	75.7	77.1	78.2	80.1	6.5	8.8
18 to 44 years	116.0	119.2	125.0	126.4	129.6	132.7	16.7	14.4
45 to 64 years	84.3	83.4	81.3	89.1	95.4	97.0	12.7	15.1
65 years and over	49.2	56.1	73.1	80.8	85.7	94.7	45.4	92.3
85 years and over	6.4	6.7	9.1	14.4	18.6	19.0	12.6	198.1
100 years and over	0.1	0.1	0.1	0.2	0.4	0.6	0.5	618.3

Note: The official population estimates for the United States are shown for 2016; the projections use the Vintage 2016 population estimate for July 1, 2016, as the base population for projecting from 2017 to 2060.
Source: U.S. Census Bureau, 2017 National Population Projections.

2016~2060까지 아시안, 히스패닉계 급증 전망

Population by Race and Ethnicity: Projections 2030 to 2060

The non-Hispanic White population is projected to shrink by nearly 19 million people by 2060. (In thousands)

Characteristics	Population						Change from 2016 to 2060	
	2016		2030		2060		Number	Percent
Total population	323,128	100.0	355,101	100.0	404,483	100.0	81,355	25.2
One race								
White	248,503	76.9	263,453	74.2	275,014	68.0	26,511	10.7
Non-Hispanic White	197,970	61.3	197,992	55.8	179,162	44.3	-18,808	-9.5
Black or African American	43,001	13.3	49,009	13.8	60,690	15.0	17,689	41.1
American Indian and Alaska Native	4,055	1.2	4,667	1.3	6,503	1.6	2,448	60.4
Asian	18,319	5.7	24,394	6.9	36,815	9.1	18,496	101.0
Native Hawaiian and Other Pacific Islander	771	0.2	913	0.3	1,125	0.3	354	45.9
Two or More Races	8,480	2.6	12,669	3.6	25,255	6.2	16,775	197.8
Hispanic	57,470	17.8	74,807	21.1	111,216	27.5	53,746	93.5
Native-born population	279,283	100.0	301,318	100.0	335,150	100.0	55,867	20.0
One race								
White	222,942	79.8	232,638	77.2	236,955	70.7	14,013	6.3
Non-Hispanic White	189,896	68.0	188,169	62.5	165,964	49.5	-23,932	-12.6
Black or African American	38,345	13.7	43,013	14.3	51,195	15.3	12,850	33.5
American Indian and Alaska Native	3,465	1.2	4,036	1.3	4,975	1.5	1,510	43.6
Asian	6,377	2.3	9,373	3.1	17,289	5.2	10,912	171.1
Native Hawaiian and Other Pacific Islander	576	0.2	686	0.2	866	0.3	290	50.3
Two or More Races	7,578	2.7	11,572	3.8	23,869	7.1	16,291	215.0
Hispanic	37,819	13.5	51,466	17.1	83,971	25.1	46,152	122.0
Foreign-born population	43,845	100.0	53,783	100.0	69,333	100.0	25,488	58.1
One race								
White	25,560	58.3	30,815	57.3	38,059	54.9	12,499	48.9
Non-Hispanic White	8,073	18.4	9,823	18.3	13,198	19.0	5,125	63.5
Black or African American	4,656	10.6	5,996	11.1	9,494	13.7	4,838	103.9
American Indian and Alaska Native	590	1.3	627	1.2	609	0.9	19	3.2
Asian	11,942	27.2	15,021	27.9	19,525	28.2	7,583	63.5
Native Hawaiian and Other Pacific Islander	195	0.4	227	0.4	259	0.4	64	32.8
Two or More Races	902	2.1	1,097	2.0	1,386	2.0	484	53.7
Hispanic	19,652	44.8	23,341	43.4	27,246	39.3	7,594	38.6

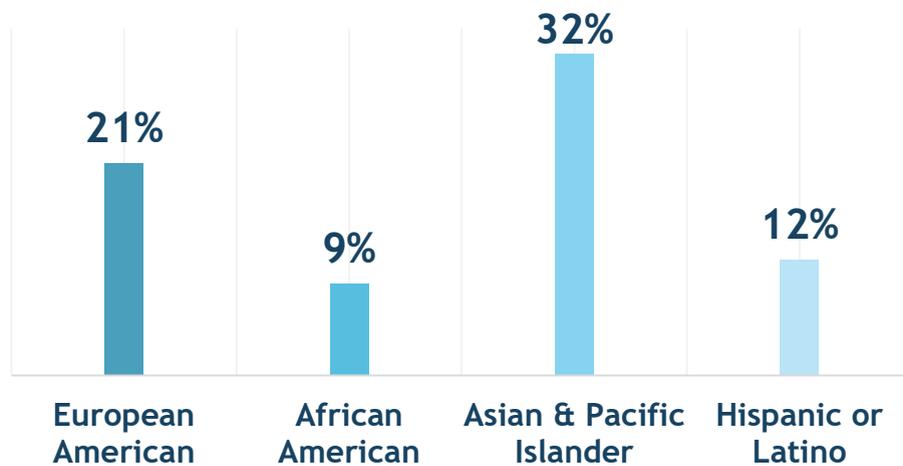
Note: The official population estimates for the United States are shown for 2016; the projections use the Vintage 2016 population estimate for July 1, 2016, as the base population for projecting from 2017 to 2060. Percentages will not add to 100 because Hispanics may be any race.
Source: U.S. Census Bureau, 2017 National Population Projections.



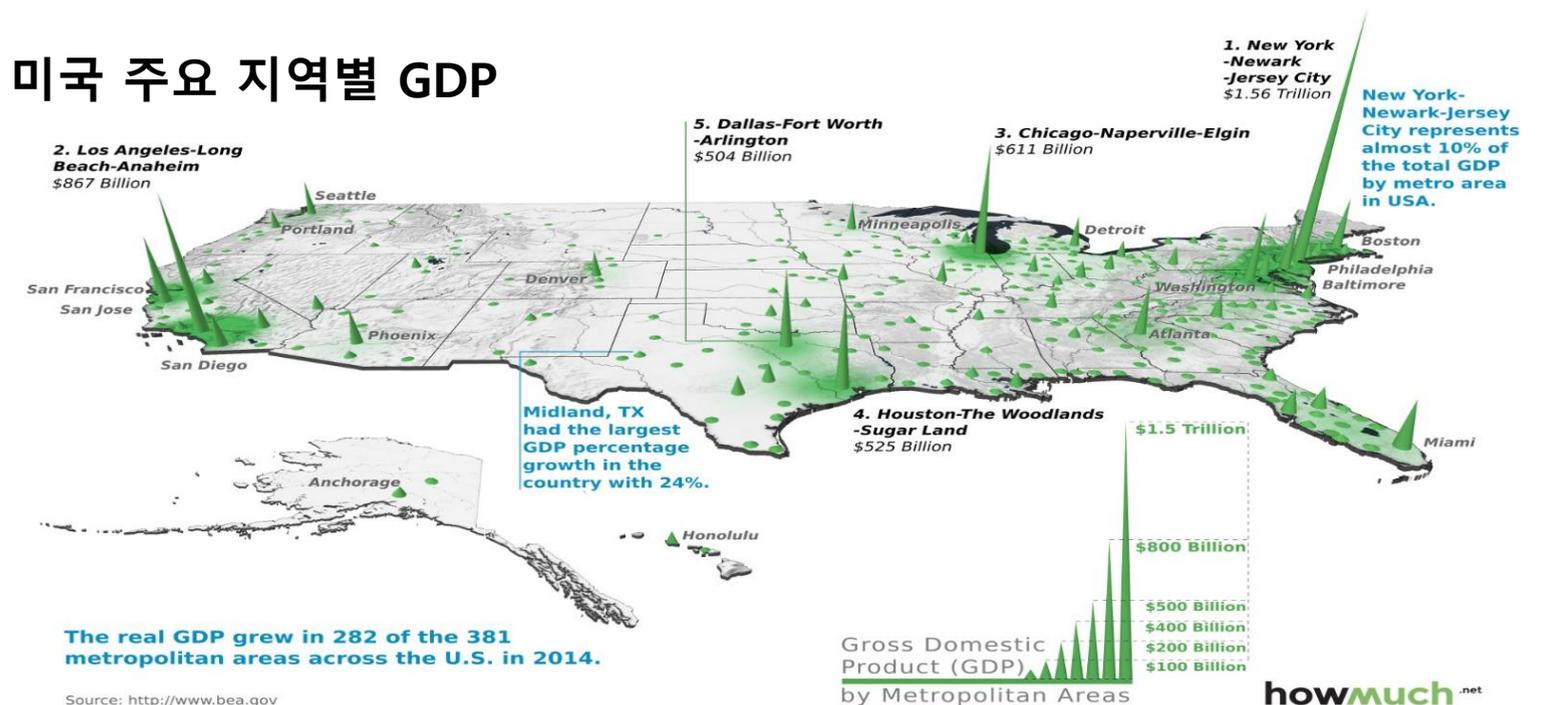
미국 시장 인구 구성

- 과거 10년간 40% 이상의 인구 증가율을 보이고 있는 미국 내 **아시안, 히스패닉 등 다민족 시장**을 겨냥한 집중적인 마케팅 추진 필요
- 특히, 식문화가 유사하고 한국 식품에 대한 접근성이 높은 **아시안 계층은 높은 소득 수준을 바탕으로 주요 소비계층**으로 부상

미국 가구소득 10만불 이상



미국 주요 지역별 GDP





참고자료



미국 시장 유통 특성

세계 최대 단일 시장

- 세계 GDP 25% 차지

철저한 구매자 중심의 시장

- 대형식품매장 유통채널 지배

온라인 식품 판매 급성장

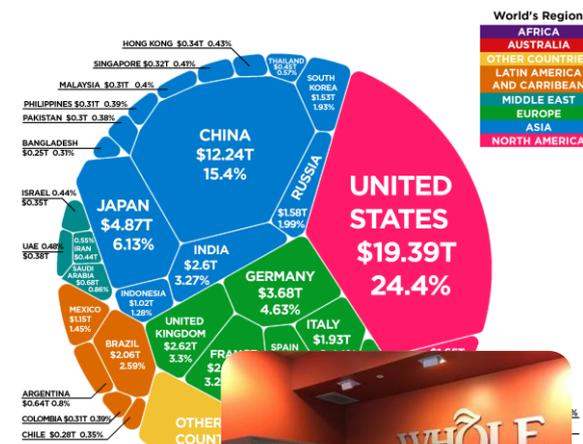
- 온라인(아마존), 오프라인(월마트) 간 통합 및 활발한 영역 확장 진행

소수 민족별 전문 식품매장 형성

- 히스패닉 18%, 아시안 6%

- FoodBazaar(히스패닉), 99 Ranch(중국) 등

Gross Domestic Product (GDP) by Country 2017





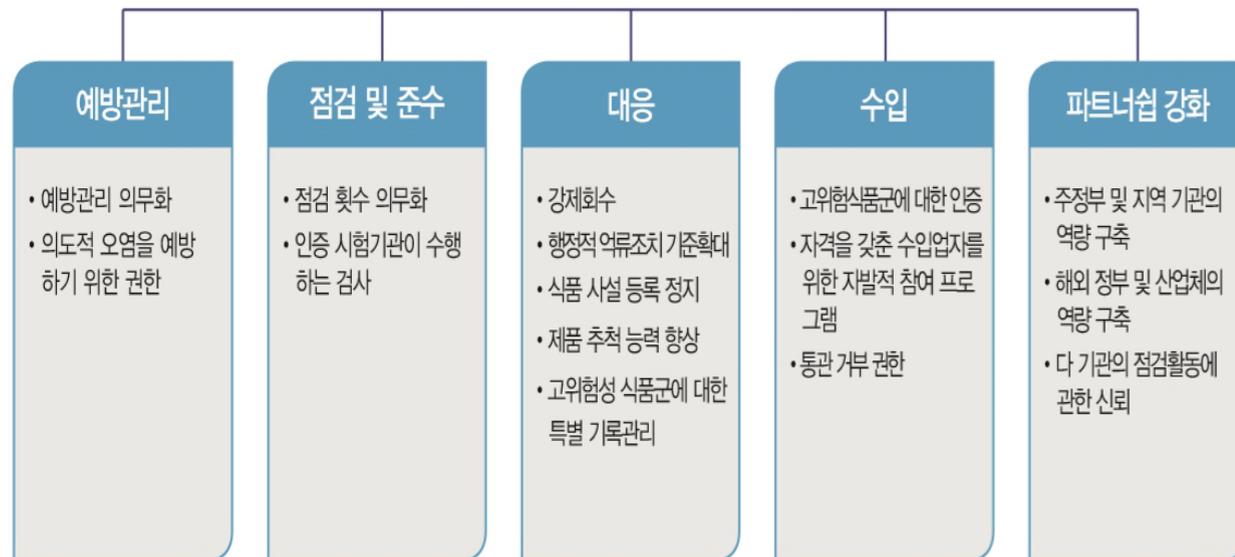
식품 안전 규제 법령

식품안전현대화법(FSMA) 시행, FSVP 적용

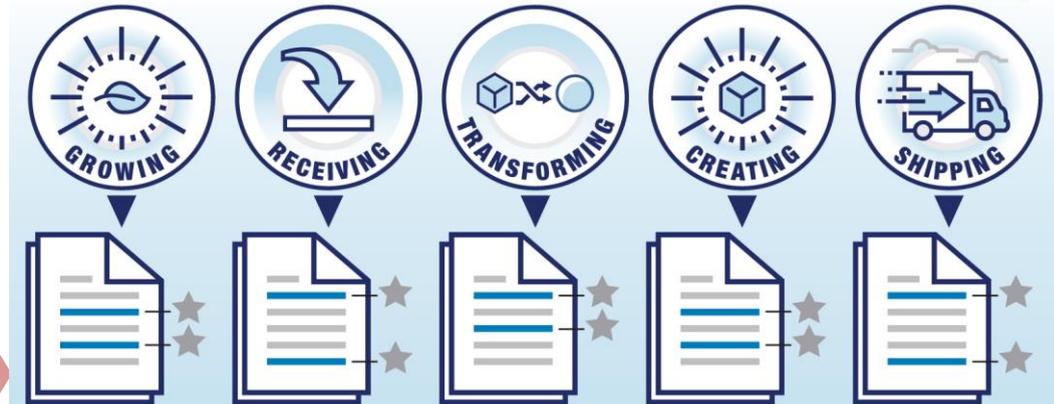
- 2011.1.4 오바마 대통령 서명 → 2017.5 FSVP 시행



Salmonella
양파 등
잡은 식품매개
질병 발생



Requirements for Additional Traceability Records



- Food Traceability List로 지정된 식품의 추적 과정 중 중요 사건 발생(재배, 제조, 변형 등) 시 추적에 필요한 정보 기록 작성 보관 요구
 - 해당품목 : 유제품, 토마토, 오이, 고추 등
- '21년 2월말까지 동 법령(안)에 대한 최종의견 수렴 후 최종 법안을 확정 발표(공보 게재)
 - 공보 게재 후 일정 시간 동안(FDA 2년 제안) 유예 기간을 거쳐 법안 발효 예정



미국 시장 진입시 고려사항

① 철저한 시장조사를 실시하라

- 전혀 경쟁상대로 생각하지 않았던 곳이 나의 경쟁상대가 될 수 있음을 알아야 한다.
- Uber는 개인 운송수단이 아닌 식품 판매 회사도 될 수 있다.

② 내 회사의 사이즈를 고려하라

- 처음부터 코스트코, 월마트, 홀푸드를 공략하기 보다는 작은 사이즈 마켓에서 인정받는 게 우선이다. 잘못하면 사업을 못할 수도 있다.

③ 직접 공략하기 보다는 전문가를 활용하라

- 벤더, 브로커 등 전문인의 도움을 받아 사업을 추진하라. 전문가는 돈이 들어갈 수도 있지만 안정적으로 수익을 가져오게 할 수 있다.