

미국 에스닉 유통마켓 현황 조사(요약)

I. 미국 에스닉 슈퍼마켓 개요

- IBISWorld에 따르면 에스닉 슈퍼마켓의 시장규모는 2020년 443억 달러로 전년 대비 10.4% 증가함
 - 에스닉푸드에 대한 수요는 아시안과 히스패닉이 주도하며 이들은 에스닉푸드 전체 매출의 98.3%를 차지함
- 에스닉 슈퍼마켓의 제품 구성은 일반 슈퍼마켓과 비슷함. 품목별 판매 비중은 육류, 농산물, 음료, 냉동식품, 유제품 순임

II. 미국 주요 아시안 마켓 현황 및 트렌드

- 미국 최대 중국 마켓인 99 랜치 마켓은 아시아 지역에서 수입한 식품과 미국 주류 브랜드 등을 취급함
 - 베트남 마켓인 호아 빈 슈퍼마켓은 베트남과 중국, 대만 식품을 위주로 판매함. 가성비에 중점을 둔 경향이 강함
 - 나마스텍 플라자 마켓은 캘리포니아에서 가장 큰 인도 슈퍼마켓으로 인도산 제품이 90% 정도로 자국산 식품을 위주로 취급함
- 아시아계 식품회사들이 한글로 제품명을 짓거나 최소한 작게라도 표기하는 추세임
 - 베트남과 대만 회사에서 한글 제품명의 비빔면과 우동을 출시함
 - 발열팩 이용 즉석 요리들이 간편한 조리 방법으로 인기를 끌고 있음

III. 한국산 농식품의 미국 아시안 마켓 진출 현황

- 99 랜치에서 판매하는 한국산 농식품은 388개로 파악됨
 - 품목별로 면류가 27.3%로 가장 많이 판매됨. 이어 과자류 18.2%, 음료류 14%, 소스/조미료류 12.1% 순임

- 호아 빈에서 판매하는 한국산 농식품은 162개로 파악됨
 - 품목별로 면류가 44.9%로 가장 많이 판매됨. 다음으로 음료류 15.4%, 과자류 14.1%, 소스/조미료류가 10.3% 비중을 차지함
- 나마스테에 입점된 한국산 농식품은 없는 것으로 조사됨
 - 나마스테의 제품 소싱 기준과 한국산 채식 제품의 다양성 부족 등이 진입장벽으로 작용함

IV. 한국산 농식품의 미국 진출 확대 방안

- 중화권 소비자 대상 마케팅은 제품 포지셔닝을 통해 다른 아시아 제품과의 차별성을 부각시키는 전략이 주효할 것으로 분석됨
 - 두부 관련 제품, 인스턴트커피, 해조류 관련 제품, 냉동 간편식, 선식, 콜라겐 곤약 젤리 음료 등이 유망할 것으로 파악됨
- 베트남 마켓은 아직까지 틈새시장으로 파악되며 품질과 합리적인 가격대를 갖춰 시장에 도전해야 할 것으로 분석됨
 - 장기 유통이 가능한 냉동 볶음밥, 컵밥이 유망함. 당면, 연근, 해조류 관련 제품, 두부 관련 제품도 경쟁력이 있을 것으로 보임
- 인도계 소비자를 공략하기 위해서는 식생활과 식품 선호도에 대한 충분한 이해가 우선시 되어야 함
 - 유망품목은 많지 않지만 인도 요리와 유사한 한국산 농식품은 경쟁력이 있을 것으로 분석됨
- 코로나19 장기화로 비접촉 소비문화가 확산되며 소셜 미디어 마케팅이 더욱 중요해지고 있음
 - 아시안 음식에 개방적인 유명 아시안 인플루언서들과 푸드 블로거를 적극 활용해야 함