미국 차 시장 진출 위한 세가지 키워드 : RTD, 밀레니얼세대, 직장 내 서비스

LA지사

미국 차(Tea)시장 규모가 날로 확대되고 있다. 치열한 경쟁 속 신제품 종류가 늘고 있으며, 소비자들의 인식도 가볍게 마실 수 있는 '음료수'로 바뀌면서 커피나 다른 음료 대신 차를 찾는 소비자들이 늘고 있다. 미국 차 협회에 따르면 차는 이미 미국인이 두 번째로 가장 많이 마시는 음료군에 꼽힌다.

가장 눈에 띄는 성장세를 보이는 카테고리는 'RTD(Ready To Drink) 제품이다. 지난 2014년 미국 내 RTD 차 시장 판매는 30억달러에 달한다. 지난 1990년 2억달러에 그쳤던 것과 비교하면, 약 15년 사이에 15배 이상 늘어난 셈이다.

* 지난 5년간 RTD 차 판매액 (단위 : 백만달러)

	2012	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
탄산 RTD 차	51.3	63.1	94.7	138.0	157.5
일반 RTD 차	2,748.6	2,811.9	2,907.5	3,170.8	3,275.7
합계	2,799.9	2,875.0	3,002.2	3,245.9	3,433.1

출처 : 유로모니터

* RTD 차 예상 판매액 (단위 : 백만달러)

	2017	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**
탄산 RTD 차	1,226.2	1,346.1	1,468.4	1,598.9	1,733.0
일반 RTD 차	6,384.6	6,659.4	6,930.0	7,199.2	7,452.4
합계	7,610.8	8,005.5	8,398.4	8,798.1	9,185.4

출처 : 유로모니터

RTD 제품의 인기는 '건강'과 '편리함' 트렌드를 동시에 충족시킨다는 점에서 비롯된다. '건강음료' 라는 인식과 더불어 음용이 편하고, 다양한 맛과 향을 일반 음료수처럼 손쉽게 골라 즐길 수 있다는 점이 특히 젊은층에게 어필했다는 분석이다.

현재 미국 RTD 차 시장에는 저렴한 가격을 내세운 ‘Arizona’가 가장 높은 시장 점유율을 차지하고 있다. 그러나 ‘프리미엄’을 내세운 펩시사의 ‘Pure Leaf’와 코카콜라사의 ‘Gold Peak’ 브랜드도 바짝 뒤쫓고 있다. 2013년 시장 점유율이 5.5%에 그쳤던 Pure Leaf는 2016년 11.1%로 두배가 뛰었고, Gold Peak 역시 같은 기간 4.5%에서 8.5%로 늘었다. 반면 Arizona는 17.3%에서 점점 하락해 14.6%까지 떨어졌다. RTD 차를 선택하는 소비자들이 가격이 아닌, 건강과 프리미엄에 집중하고 있다는 점을 뒷받침 하는 결과다.

* RTD 차 시장 점유율 탑 10 (단위 : %)

브랜드	회사	점유율(2016)
Arizona	AriZona Beverage Co	14.6
Pure Leaf	Pepssi-Lipton Tea Partnership	11.1
Brisk	Pepssi-Lipton Tea Partnership	10.1
Lipton	Pepssi-Lipton Tea Partnership	10.0
Gold Peak	coca-cola Co,	8.5
Snapple	Dr Pepper Snapple Group	7.0
Arizona Arnold Palmer	AriZona Beverage Co	4.3
Turkey Hill	Turkey Hill Dairy	4.0
GT’s	Millennium Products Inc	3.4
Red Diamond	Red Diamond Inc	3.3

출처 : 유로모니터

* 인기 RTD 차 제품

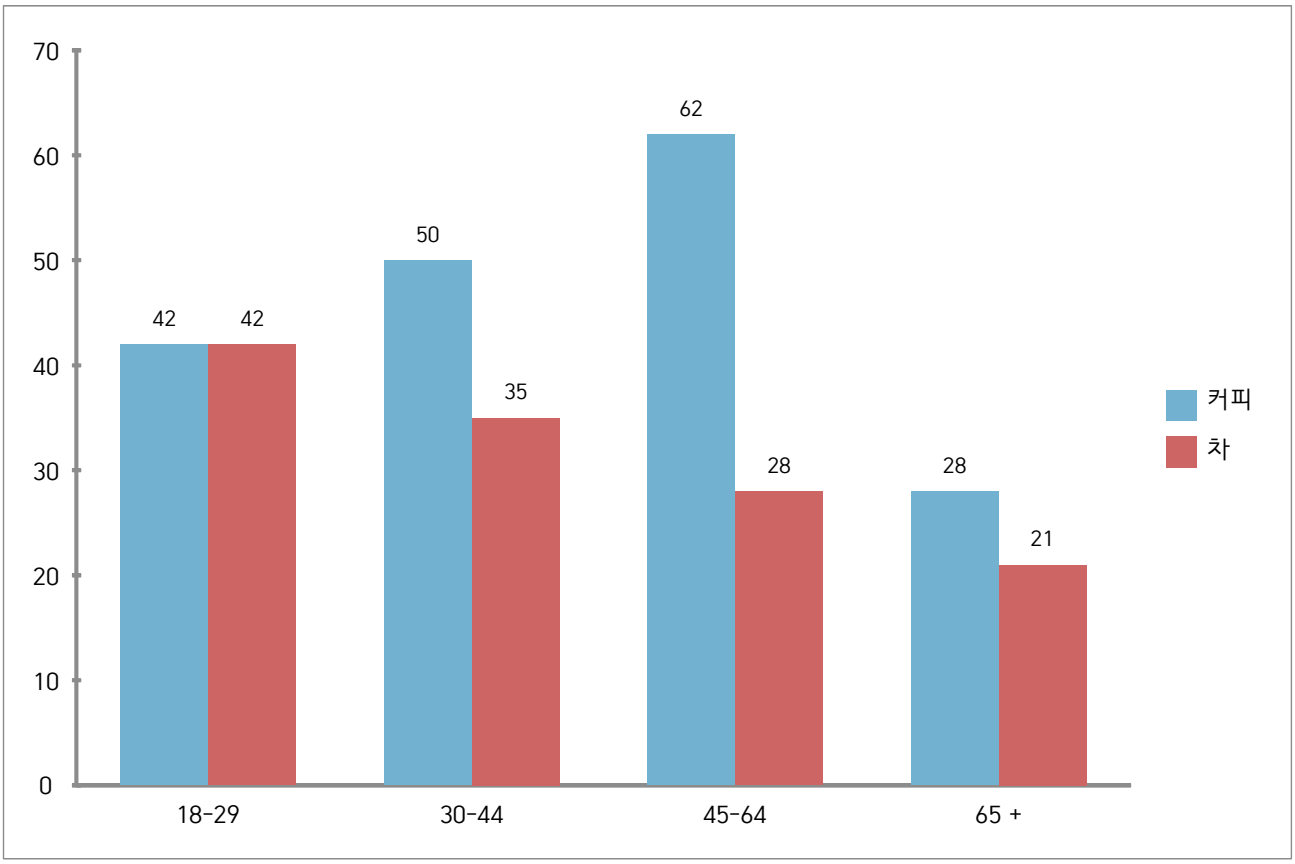
출처 : 각 사 홈페이지

프리미엄 RTD 차 시장의 성장은 전통적인 티백과, 찻잎 제품의 시장 감소세를 동반하고 있다. 2015년부터 티백 차 시장은 성장률이 제로에서 마이너스로 바뀌고 있다. 이 같은 추세는 앞으로도 계속 될 것이라는 전망이다.
현재 미국 내 차 시장 규모는 120억달러로, 이 중 RTD가 50% 가까이를 차지하고 있다. 찻잎의 경우 8%에 그친다.

차 음료 시장 확대에는 밀레니얼세대의 역할이 크게 작용했다. 커피 대신 차를 선택하는 밀레니얼 세대들이 늘면서, 그들의 수요에 맞춘 간편하고 맛과 향이 다양한 RTD 제품의 출시를 이끌었기 때문이다.

여전히 차 보다는 커피를 선호하는 윗 세대들과는 달리, 젊은층의 차 선호도는 빠르게 늘고 있다. 2015년을 기준으로 18세부터 29세 사이의 젊은층의 커피와 차의 선호도는 42%로 같았다. 65세 이상의 경우, 커피 선호도(70%)가 차 선호도(21%)보다 월등하게 높았다.

* 연령대별 커피/차 선호도



또한 상대적으로 특정 브랜드에 대한 충성도가 낮고, 다양한 브랜드를 시도해보는데 주저하지 않는 35세 이하 밀레니얼 소비자들이 다양한 맛과 향을 내놓은 새로운 RTD 차 브랜드를 구입한다는 점도 관련 제품의 시장 확대를 이끌고 있다. 브랜드 선호도 조사 시 4가지 이상의 브랜드를 꼽은 밀레니얼 세대들과 달리 50세 이상의 소비자들 사이에서는 한 가지 브랜드를 선호한다는 대답이 압도적이 높았다는 조사결과가 이를 뒷받침 한다.

이 밖에도 사무실 내에서 커피나 차 등을 이용할 수 있도록 하는 회사들이 늘고 있다는 점도 차 시장의 확대를 견인하고 있다. Billing OZ의 조사에 따르면, 직장 내에서 마실 수 있도록 제공되는 커피, 차 시장 규모는 약 50억달러에 달한다. 미국 내 330만개의 사무실에서 직원들이 회사 인근 커피샵에 가는 대신, 사무실 내에서 편안하게 마실 수 있도록 제공하고 있으며, 건강에 대한 높은 관심으로 커피 대신 차 종류를 확대하는 곳들이 늘고 있다는 분석이다.

한편 유기농 차 시장 역시 높은 성장세를 보이고 있다. 테크나비오(Technavio)의 조사에 따르면 미국 내 유기농 차(tea)시장이 2021년까지 2억9,510만달러까지 성장할 것으로 예측됐다. 건강음료에 대한 높은 수요와 소비자들의 선호도 변화로 연간 5% 이상의 성장세를 이어갈 것으로 전망됐다.

유기농 차 시장 판매의 절반 이상은 허브티(58%)가 차지했으며, 뒤이어 블랙티(21%)와 그린티(21%)가 올랐다.

출처 : www.beveragedaily.com
www.Fooddive.com
Euromonitor ‘RTD Tea in the US’

[시사점]

ㅇ 미국 차 시장의 확대로 한국산 차 제품의 진출 기회가 넓어지고 있음. 현재 교민마켓을 중심으로 곡류, 우엉, 헛개 등 건강과 기능성을 강조한 한국 RTD 차 제품이 다양하게 판매되고 있음. 밀레니얼세대가 선호하는 트렌드인 '건강'과 잘 맞는 제품인 만큼, 고급스러운 패키지와 이들을 공략할 수 있는 마케팅 전략을 갖춘다면 미국시장에서 성공 가능성이 있다고 판단됨