

미국

America

## 9. 마성의 초콜릿 스프레드 누텔라(Nutella) 2호 매장 2018년 뉴욕에 상륙한다.

뉴욕지사

### 주요내용

#### ▶ 초콜릿 스프레드 누텔라(Nutella) 성공신화!

- 수입초콜릿 1위의 자리를 굳건히 지키고 있는 이탈리아 초콜릿 페레로 로쉐(Ferrero Rocher) “악마의 잼”으로 유명한 누텔라 초코스프레드는 1964년 헤이즐넛의 Nut과 여성이름 Ella를 더해 누텔라(Nutella)가 탄생했다. 페레로의 매출 규모가 107억 달러에 달하며 미국은 5번째로 커다란 큰 수출 시장이다.
- 누텔라는 플라스틱이 아닌 유리병에 담겨 판매되어 유리컵으로도 사용할 수 있어 맛뿐만 아니라 포장패키지부터도 소비자들의 마음을 사로잡았다. 페레로는 누텔라 제품의 프리미엄 이미지를 강화하고 여러 마케팅을 통해 유럽뿐만 아니라 미국까지 식을줄 모르는 인기를 누리고 있다.

#### ▶ 미국 내 누텔라(Nutella)카페 상륙

- 페레로는 1969년 미국 뉴욕에 '페레로USA'를 설립했다. 누텔라 브랜드는 1983년 미국에 처음 수출됐으며 세계 75개국 이상에서 판매되고 있다. 세계 첫 번째 누텔라 카페가 2017년 5월31일 미국 시카고에서 오픈됐다. 가장 전통적인 누텔라 과일 풍류, 누텔라 과일 크레이프, 브리오쉬와 카라멜 설탕을 얹은 리에주 와플(Liege Waffle)외 누텔라를 속에 넣은 크로아상, 누텔라와 헤이즐넛을 끼얹은 사과 타르트, 누텔라 젤라또와 바게트, 누텔라 음료 '누텔라 드리즐'(Nutella Drizzle) 등을 선보이고 있으며 베이컨 치즈 파니니 등으로 누텔라를 꺼리는 입맛도 공략하고 있다.
- 뉴욕의 이태리 식품 전문점 이탈리아(Eataly)에서 누텔라 바(Nutella Bar)를 선보인 후, 높은 인기에 힘입어 누텔라와 페레로 로쉐의 제조업체 페레로가 시카고에 1호점을 열었고 이어 2호점이 내년도 뉴욕 유니온 스퀘어 근처 그린위치 빌리지(Greenwich Village)에서 열릴 예정이다.

| Nutella Cafe |



| Nutella Cafe Menu |



\* 사진출처 : Nutella Cafe Chicago 페이스북

\* 참고자료

- Timeout, 「A cafe dedicated to Nutella is coming to Chicago」
- NCB Newyork, 「Nutella Cafe Set to Open in New York」
- Commercial observer.com 「World's Second-Ever Nutella Cafe Opening in Greenwich Village」
- Grub Street, 「United States Residents Born Between 1936 and 1966 Wish They Knew This Earlier」
- Nutella Cafe Chicago 페이스북([www.facebook.com/NutellaCafeChicago](http://www.facebook.com/NutellaCafeChicago))

## 시사점

누텔라는 한 가지 아이템을 잘 살려 세계적인 인기를 확보한 대표적인 사례이다. 성공한 제품을 이용하여 디저트 메뉴를 구성하고 카페를 운영하여 더 많은 소비자가 누텔라를 접할 수 있도록 하고, SNS 마케팅을 통해 밀레니엄 세대 공략한 마케팅 전략을 참고할 수 있을 것이다.

미국

America

## 10. 미국 유아식품시장에서 주목받는 슈퍼푸드 '케일'

LA지사

### 주요내용

#### ▶ 비싸도 자녀에게 건강한 식품을 먹이는 미국 소비자들

- 낮아진 출산율, 높아진 평균 출산연령이 미국 유아식품시장에도 영향을 주고 있다. 과거에 비해 경제적으로 안정된 상태에서 아이를 출산하여 키우는 부모들이 늘면서 더욱 건강한 유기농 제품을 찾는 소비자들이 늘고 있다.
- 지난 5년간 미국 내 유아식품 판매량은 0.8% 감소했으나 판매액은 6% 증가했다. 제품이 점차 고급화되고 있으며, 가격 민감도가 낮은 부모들이 아이들을 위한 프리미엄 제품 구입을 늘리고 있음이 일부 반영된 결과다. 2012년 65억5,600만달러 규모였던 유아식품 시장 규모는 지난해 69억6,700만달러로 늘었고, 오는 2021년까지 73억708만달러까지 늘어날 전망이다.

#### | 지난 5년간 미국 내 유아식품 전체 판매규모 |

(단위 : 천톤, 백만달러)

	2012	2013	2014	2015	2016
판매량	343	344.9	341.1	340	340.1
판매액	6,556.30	6,799.30	6,867.00	6,913.80	6,967.00

\* 출처 : Euromonitor 「Baby Food in the US」

#### | 향후 5년간 미국 내 유아식품 전체 판매 예상액 |

(단위 : 백만달러)

	2017(p)	2018(p)	2019(p)	2020(p)	2021(p)
판매액	7,047.20	7,097.20	7,169.00	7,233.00	7,307.80

\* 출처 : Euromonitor 「Baby Food in the US」

#### ▶ 유아식품 시장에도 키워드는 '건강'

- Baby Center Brand Labs의 조사에 따르면 부모들이 자녀를 위한 유아용 간식 및 식품 구입에 가장 신경을 쓰는 것은 유기농과 영양성분인 것으로 나타났다. 응답자의 60%는 설탕 함유량을 꼼꼼하게 살펴본다고 했으며, 특히 간식류는 유기농이 무엇보다 중요하고, 43%는 이를 위해 더 비싼 비용을 지불할 의사가 있다고 답했다.
- 유기농 제품에 대한 높은 수요와 더불어 유기농, 천연식품으로 특화된 소규모 브랜드에 눈을 돌리는 부모들이 늘면서 관련 시장도 날로 확대되고 있다. 유기농 유아식품 시장은 2016년 6억1,300만 달러에서 2017년 7억8,390만 달러로 증가했으며 다양해진 브랜드와 제품군과 더불어 시장 규모는 더욱 확대될 전망이다.

▶ 유아식품의 슈퍼푸드 ‘케일’

- 타임지가 선정한 세계 10대 슈퍼푸드 중 하나로 주목받기 시작한 케일은 각종 매체와 SNS를 통해 건강 효능과 다양한 조리법이 공유되면서 대표 건강 식재료로 자리 잡았다. 식음료 업계 전반에는 케일을 활용한 제품이 급증했는데, USDA에 따르면 2007년부터 2012년까지 케일 함유 식품의 수는 60% 가까이 늘었다.

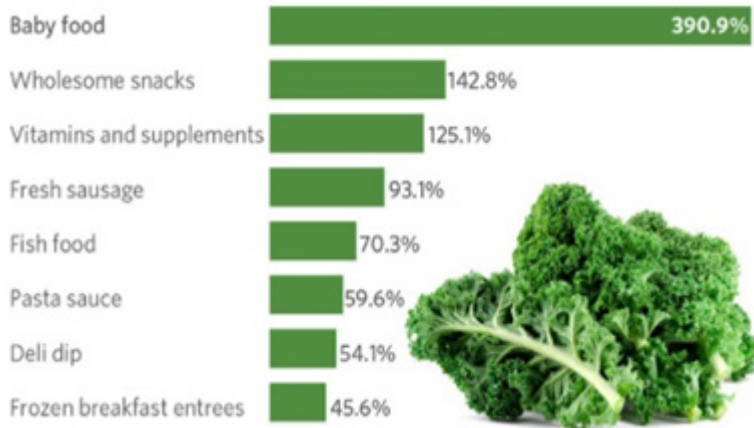
| 2017년 3월 기준, 1년간 케일 포함 식품 수 및 판매액 증가율 |

슈퍼푸드 카테고리	아이템 수 증가율(%)	판매액 증가율(%)
치아씨드	8.7	14.7
케일	6	9.3
퀴노아	4.6	15.6

\* 출처 : Nielsen Product Insider, Latest 52 Weeks Ending 03/25/2017

- 슈퍼푸드 케일에 대한 소비자들의 높은 관심은 유아식품에도 반영되고 있다. 우유보다 10배 높은 칼슘 함유량, 풍부한 비타민과 미네랄, 면역력 강화 등 각종 영양학적 효능이 잘 알려지면서 식음료 업계의 신제품 출시와 높은 구매율로 이어지고 있다. 지난 2월을 기준으로 1년간 케일이 함유된 유아식품의 판매량은 무려 391%가 늘었다. 역시 케일 활용도가 높은 것으로 알려진 건강스낵(Wholesome Snack)의 판매 증가율이 142.8%, 비타민 및 건강보조제는 125.1%로 각각 뒤를 이었다.

| 케일 함유 식품 판매액 증가율(2016년 2월 ~ 2017년 2월) |



\* 출처 : Nielson's Product Insider

- Nestlé의 Geber, Campbell의 Plum Organics, Danone의 Happybaby를 비롯해 NurturMe, Beech-Nut, Parent's Choice, Ellas Kitchen, Sptout 등 다양한 프리미엄 유기농 전문 브랜드에서도 앞다퉀 케일을 활용한 유아식품들을 내놓고 있다.

- 유아간식시장에서 가장 높은 판매율을 보이는 Puffs는 케일과 더불어 사과, 시금치, 퀴노아 등을 접목한 다양한 제품이 출시되고 있으며, 간편함으로 유아식품시장의 점유율을 높이고 있는 Pouch 제품도 케일과 더불어 망고, 키위, 바나나 등 달콤한 과일과 함께 먹기 좋게 만든 제품들의 종류가 증가하는 추세다.

### | 케일을 활용한 다양한 유아식품 |



\* 사진출처 : 각 사 홈페이지

#### \* 참고자료

- Euromonitor 「Baby Food in the US」
- Nielsen 「SPRING SUPERPOWER, BROUGHT TO YOU BY SUPERFOODS ACROSS THE STORE」
- MarketWatch 「Kale is coming for everything you eat - and then you」
- FoodDive 「Parents want nutritious, organic, low sugar foods for their children」
- FoodDive 「Kale, kale everywhere: Veggie bringing green to food sales」
- FoodDive 「Avocado, kale and tumeric: The top searched-for superfoods」
- bloomberg 「Boom Times for Farmers in the United States of Kale」

## 시사점

- 수퍼푸드로 주목받은 케일이 유아식품 시장에서도 인기 식재료로 활용되고 있다. 건강에 관심이 높고, 이를 위해 아낌없이 투자하는 밀레니얼 세대들이 자녀를 위한 식품 구입에 나서기 시작한 만큼, 유기농과 글루텐프리, 천연재료 등을 내세운 유아식품 시장은 앞으로도 더욱 커질 것으로 예측된다.
- 미국 유아식품 시장 진출을 앞둔 한국 수출업체들은 건강과 프리미엄에 맞춘 제품 개발 및 마케팅 전략이 필요할 것으로 보인다. 케일뿐만 아니라 아보카도, 시금치, 브로콜리 등 녹색채소들의 활용과 더불어 유기농 인증 및 프리미엄 브랜드 이미지 구축이 시장 진출에 도움이 될 것으로 보인다.