



소스시장에 도전하는 한국계 셰프들

LA지사

1

소스시장으로 활동영역을 넓힌 한국계 셰프들

- 미국에서 높은 인지도를 누리는 한국계 유명 셰프들이 현재 요식업계에서 가공식품업계로 활동 영역을 확장하고 있다. 미국 내에서 한식을 널리 알리는 한편 아시아 음식의 현대화를 선도하며 탄탄한 인지도를 쌓은 한국계 셰프들이 자신의 이름과 브랜드를 내세운 소스제품을 출시한 것이다. 그들은 단순히 제품을 출시하는 것에 그치지 않고, 유통력을 갖춘 미국의 대기업과 협력하여 미국인들의 식탁을 적극적으로 공략하고 있다.

프리미엄 한국식 소스를 출시한 로이최(Roy Chio) 셰프

- 미국 푸드트럭의 대부로 불리는 한국계 셰프 로이최의 사례가 대표적이다. 멕시코음식인 타코에 한국식 양념과 불고기, 김치 등을 접목한 'Kogi BBQ Truck'으로 미국 전역에 푸드트럭 돌풍을 일으켰던 로이최 셰프는 지난 1월, 미국의 고급 생활용품브랜드 Williams-Sonoma와 손을 잡고 다양한 소스제품을 출시했다.
- 제품의 종류는 'Garlic Everything Sauce', 'Toasted Sesame Soy Splash Sauce', 'Sweet N Spicy Korean BBQ Sauce' 세 가지이며, 마늘, 고추장, 간장, 깨 등을 활용한 한국식 소스라는 점이 특징이다. 프리미엄 제품으로 기획, 제작된 로이최의 소스는 한 병당 약 17달러(약 18,400원)에 판매되고 있다.

글로벌 식품기업 Kraft Heinz와 손잡은 데이빗 장(David Chang)

- 뉴욕 맨해튼에서 Momofuku Noodle Bar를 운영하는 데이비드 장 셰프 역시 글로벌 식품 기업인 Kraft Heinz와 손을 잡고 한국식 쌈장 소스인 ‘Momofuku SSAM Sauce’를 출시했다.
- Kraft Heinz는 미국 소스시장에서 압도적인 점유율을 차지하는 선두기업으로서 지난 3월 스타트업 인큐베이터 Springboard를 런칭하고 친환경·유기농, 특수식품, 건강기능제품 분야에 투자하고 있다.
- ‘Momofuku SSAM Sauce’는 Springboard의 첫번째 프로젝트로서, 데이비드 장이 운영하는 레스토랑과 맨해튼에 위치한 일부 홀푸드마켓에서 판매를 시작하여 온라인쇼핑몰인 아마존에서도 판매되고 있다.
- ‘Momofuku SSAM Sauce’는 높은 인기에 힘입어 미국 전역으로 판매 지역을 확대할 예정이다. 이를 위해 소스제품의 패키지를 새롭게 도입하였으며, 제품 종류를 Original, Spicy, Smoky 세 가지 맛으로 세분화했다.

1. Williams-Sonoma
카탈로그에 실린 로이치 소스
2. Momofuku SSAM Sauce
제품들

지속적으로 성장하는 미국 소스제품시장

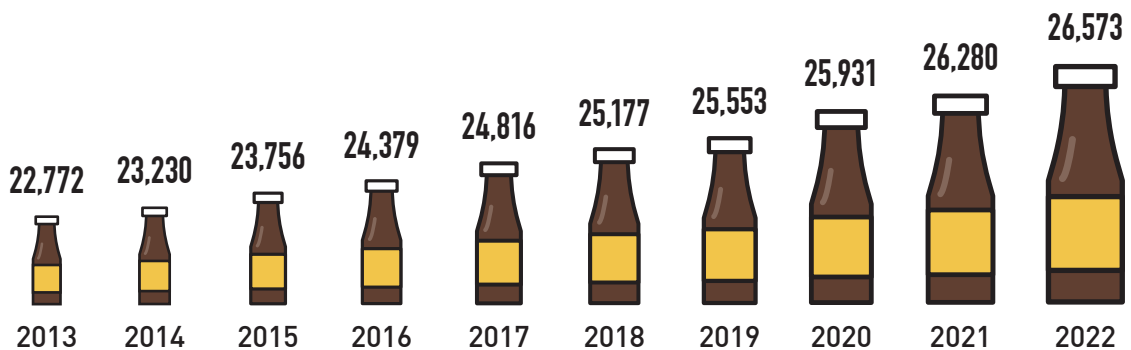
- 미국 소스제품시장의 규모는 매년 성장을 거듭하고 있으며, 이러한 성장세는 앞으로도 지속될 것으로 기대된다. 유로모니터는 미국 소스·양념제품의 매출액이 2013년 약 228억 달러(약 24조 6천억 원)에서 2017년 약 248억 달러(약 26조 8천억 원)로 증가했으며, 오는 2022년에는 약 266억 달러(약 28조 8천억 원)까지 증가될 것이라 전망했다.

2



소스 및 양념제품 매출 추이

(단위 : 백만 달러)



- 특히 미국의 전통적인 소스류인 마요네즈 및 머스터드의 성장이 줄어들고, 간장, 칠리소스, 바비큐 소스의 성장세가 두드러지는 것이 주목할 만하다. 2017년 마요네즈의 매출액은 전년 대비 1.5%의 성장 감소율을 보였으며 머스터드

역시 성장률이 2% 하락한 반면, 간장은 5.4%, 칠리소스는 5%의 높은 성장률을 보였다. 바비큐 소스 역시 해마다 성장을 거듭하며, 2013년 매출액이 약 6억8,130만달러(약 7,364억원)에서 2017년 약 7억8,910만달러(약 8,530억원)으로 증가하였으며 오는 2022년에는 8억5,970달러(약 9,293억원)까지의 증가가 예상된다.

2017년 미국 소스제품 매출 및 성장률

품목	2017년 매출액 (백만 달러)	성장률(%)	품목	2017년 매출액 (백만 달러)	성장률(%)
 간장	8,66.0	5.4	 샐러드 드레싱	2,676.1	0.5
 칠리소스	725.5	5.0	 케찹	829.0	0.1
 바비큐 소스	789.1	3.0	 마요네즈	1,798.3	-1.5
 기타 소스	782.7	2.3	 머스터드 소스	442.4	-2.0

높은 성공 가능성을 지닌 한국식 소스

- 색다른맛, 매운맛을 지닌 음식을 선호하는 미국소비자들이 많아지면서, 한국식 소스의 판매량 증가뿐만 아니라 미국시장 진출 가능성까지 높아졌다. 한국계 유명 셰프들과의 연계를 통해 성공을 거둘 수 있는 것은 비단 한국식 소스에 그치지 않을 것이다. 따라서 우리 기업들은 한국계 셰프들과의 연계를 통한 한국식 소스, 한국산 식재료 홍보 방안 마련에 노력을 기울여야 할 것이다.

출처 : Euromonitor 「Table Sauces in USA」

Euromonitor 「TSAUCES, DRESSINGS AND CONDIMENTS IN THE US」

FoodDive 「Heinz partners with Momofuku to take chili sauce nationwide」 (18.4.19)

Bloomberg 「Kraft Heinz Is Partnering With Momofuku to Stay Relevant」 (18.4.18)

Food & Wine 「Bring Kogi to Your Kitchen with Roy Choi's Williams-Sonoma Collaboration」 (18.1.9)

Williams Sonoma blog 「The Story Behind Roy Choi's New Food Collection」 (18.1.2)

New York Times 「Asian-American Cuisine's Rise, and Triumph」 (17.10.11)