

매년 늘어나는 채소 판매량

유로모니터에 따르면 2018년 미국 내 채소 판매량은 전년 대비 약 2% 증가한 2천만 톤에 달하며, 2023년 2,200만 톤까지 늘어날 것으로 예상되었다. 소비자들은 채소의 재배지를 특히 중요하게 생각하는 것으로 조사되었고, 2018년 판매 물량이 전년 대비 약 10% 증가해 가장 높아진 품목은 양파였다.

▶**브로콜리** | 3년간 최고 순위를 기록하고 있으며, 수입과 연령이 높을수록 구매율도 높고 흑인 및 라틴계 소비자는 구매율이 낮았다. 구매자의 11%는 항상, 33%는 가끔 유기농제품을 구매했다.

▶**샐러리** | 다른 채소와 달리 라틴계 소비자의 구매가 백인보다 더 많았다. 구매율이 지난해보다 2% 높아졌다. 특히 연령대가 높은 소비자의 꾸준한 사랑을 받아, 조사 대상의 최고령 소비층(59세 이상)이 샐러리를 구매할 가능성이 가장 높았고 39세 이하 소비층의 구매 가능성이 가장 낮았다. 자녀가 없는 가정이 자녀가 있는 가정보다 4년간 샐러리를 더 구매했다. 구매자의 11%는 항상, 25%는 가끔 유기농제품을 구매했다.

▶**시금치** | 고소득층의 구매율이 25,000달러 이하 소득층 구매율의 2배로 3년 연속 기록되었다. 아시아계 소비자를 넘어 서 40대 소비자층 모두가 구매하는 채소이며 서부 거주자가 타지역 거주자보다 많이 구매했다. 구매자의 33%는 일반 시금치를, 44%는 베이비 시금치를 더 자주 구입하고, 25%는 종류와 상관없이 구매했다. 조리용도를 살펴보면 구매자의 66%는 샐러드용, 56%는 레시피 재료로, 44%는 반찬으로 사용했다. 구매자의 15%는 항상, 36%는 가끔 유기농제품을 구매했으며 이는 전년 대비 7% 감소한 수치다.

| 시금치 치킨 샐러드 |



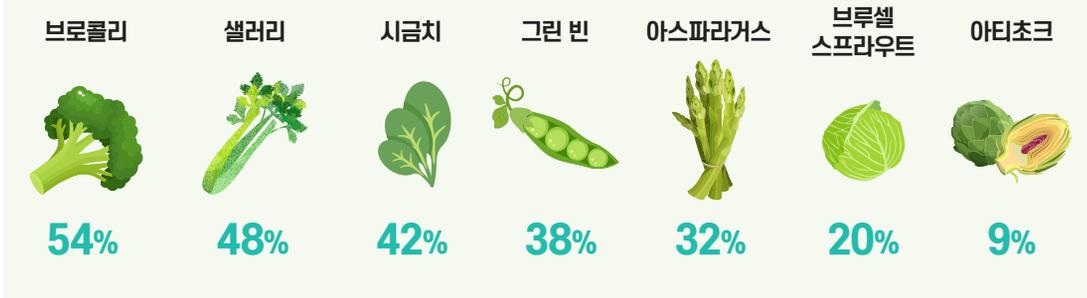
| 미국 주요 야채류 소매 판매 추이 |

(단위 : 천 톤/백만 달러)

연도	품목	컬리플라워/ 브로콜리	옥수수(Maize)	양파	토마토	기타 야채	야채 전체
2015	물량	705.6	1,016.2	1,375.2	1,174.2	6,650.4	10,921.6
	금액	2,766.0	2,032.4	3,383.0	4,708.7	26,867.6	39,757.6
2016	물량	716.5	1,050.0	1,387.4	1,172.2	6,785.3	11,111.3
	금액	2,765.5	2,268.1	3,468.4	4,759.1	27,005.5	40,266.5
2017	물량	725.1	1,057.4	1,419.3	1,192.1	6,872.3	11,266.2
	금액	2,900.2	2,358.0	3,448.8	4,696.9	27,214.5	40,618.4
2018	물량	763.5	1,032.0	1,444.8	1,186.2	6,850.8	11,277.3
	금액	3,084.7	2,383.9	3,568.7	4,863.2	27,334.8	41,235.3

출처 : Euromonitor 「Vegetables in the US」

| 2019년 신선야채 트렌드 |



출처 : 신선농산물 전문지 The Packer

▶**그린 빈** | 구매율은 10년간 소득과 함께 증가했으며, 연간 10만 달러 이상 소득층의 구매율이 저소득층보다 2배 이상 높았다. 특히 59세 이상 소비자의 구매 가능성이 가장 높았고, 라틴계 소비자의 구매율이 가장 낮았다. 구매자의 13%는 항상, 32%는 가끔 유기농제품을 구매했다. 18세에서 39세 사이의 아시아계 소비자가 유기농 그린 빈을 구매할 가능성이 가장 높았다.

▶**아스파라거스** | 수입과 연령이 높을수록 봄 채소를 많이 구매했다. 자녀가 없는 가정이 자녀가 있는 가정보다 33% 더 아스파라거스를 구매할 가능성이 높았지만, 자녀수가 증가할수록 아스파라거스 구매 가능성도 높아졌다. 지난 6년간 서부 거주자가 타지역보다 더 많이 구매했으며, 히스패닉과 연소득 25,000달러 미만 소비자의 구매율은 낮았다. 구매자의 10%는 항상, 33%는 가끔 유기농제품을 구매한다고 응답했으며 이는 지난해보다 2% 증가한 수치다.

▶**브루셀 스프라우트** | 미니 양배추로 알려진 이 채소는 서부 거주자의 29%가 구입하는 등 서부 및 중년층, 부유층의 소비자들에게 큰 인기를 끌고 있다. 구매자의 15%는 항상 유기농제품을 구입하며, 이는 전년 대비 4% 상승하고 2017년 대비 2배 가까이 증가한 수치다.

▶**아티초크** | 특히 소득이 구매 여부와 연관 있어 서부 거주자가 중서부 거주자나 흑인에 비해 아티초크를 7년간 가장 많이 구매했다. 구매자의 40%는 유기농제품을 구입했다.

▶**아보카도** | 소비자들이 과거에 사지 않다가 지금은 구매하게 된 채소 중 가장 높은 비율을 차지했다. 특히 라틴계 소비자의 66%가 지난 1년간 아보카도를 구매한 적이 있었으며 서부 거주자도 구매율이 높았다. 구매자의 13%는 항상, 37%는 가끔 유기농제품을 구매했다.

Key Point

선호 채소 트렌드 파악해 신제품으로 접근

건강에 대한 관심이 높아지며 신선채소의 소비가 늘고 있다. 2019년 채소 트렌드는 '녹색채소'로 밝혀졌으며, 그중에서도 특히 브로콜리가 선두를 차지했다. 채소 소비는 앞으로도 매년 증가할 것이며, 유기농에 대한 선호도도 꾸준히 증가하고 있다. 지역별, 연령별, 소득별, 인종별로 선호하는 채소 트렌드가 다르며 신선채소의 조리법 역시 각기 다르다. 이처럼 미국 내 채소 선호도 등의 트렌드를 파악하여, 선호되는 채소류를 다양하게 접목하고 개발한 신제품을 내놓는다면 미국시장 진출에 도움이 될 것으로 보인다.

출처 : www.thepacker.com, Euromonitor 「Vegetables in the US」, pixabay.com