



멈추지 않는 미국 유기농 식품 시장의 성장세



미국 2019년 유기농 식품 매출 501억 달러 돌파

유기농 무역협회(Organic Trade Association, OTA)에 따르면 2019년 미국 유기농 식품 매출은 전년 대비 4.6% 증가한 501억 달러를 기록했다. 특히 코로나19 사태로 사재기 열풍이 심했던 2020년 봄 유기농 신선식품 매출은 다른 카테고리보다 성장세가 비교적 완만했던 유기농 우유의 판매도 급증하여 전년 대비 20% 가량 증가한 것으로 나타났다.

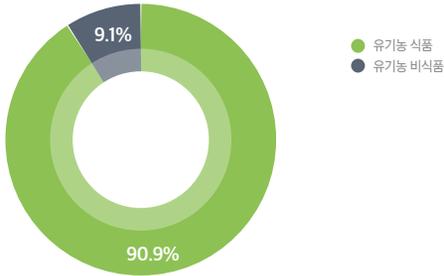
소비자들의 건강에 대한 인식 증가와 더불어 유기농 시장 확대에 따라 미국 유기농 식품 시장은 수년간 상승세를 유지해오고 있다. OTA에 따르면 유기농 식품 매출은 4.6%가 증가했고 전체 식품 판매에서는 약 2%의 성장률을 보였다. 2010년부터 2016년까지는 연간 약 10%씩 높은 성장률을 보여왔지만 유기농 시장이 완전한 성숙기에 접어든 만큼 연간 5%에 가까운 성장은 식품업계에서 두드러진 성장세다.

코로나19로 인한 소비습관 변화, 유기농 매출에 영향

코로나19로 인한 팬데믹은 유기농 매출 증가에 더 많은 영향을 줄 것으로 예측되고 있다. OTA의 로라 바차(Laura Batcha) CEO는 “가족을 위해 더 건강하고 더 좋은 음식을 찾는 소비자들이 유기농 라벨을 더욱 눈여겨보고 있다”며 “코로나바이러스는 더 깨끗하고 더 건강한 음식에 대한 소비자들의 욕구를 증가시키고 있다”고 말했다.

국제 식품 정보위원회(International Food Information Council)의 연구에 따르면 소비자의 85%가 코로나 바이러스가 음식 습관을 바꾼 것으로 나타났다. 또한 더 많은 소비자들이 기존에 자신이 먹던 음식보다 더 건강에 신경 써서 먹고 있다고 응답했다. 팬데믹이 얼마나 지속될지 그리고 음식 소비에 미치는 영향이 얼마나 오래될지는 확실하지 않지만 많은 사람들이 음식 섭취에 더 주의를 기울인다는 것은 유기농 시장에 긍정적인 영향을 미쳤다고 전문가들은 분석한다.

[2019년 미국 유기농 식품 판매 총계]



분류	2019 매출	2019 성장률
유기농 식품	50,065	4.6%
유기농 비식품	5,013	9.2%
합계	55,078	5.0%

출처 : 2020년 유기농 무역 협회의, 유기농 산업 조사 2020년 2월 7일~2020년 3월 27일 (우유, 소비자 판매)

[미국 GDP 대비 전체 유기농 제품 성장률]



출처 : 유기무역협회, 국제통화기금, 경제분석국

[2010-2019 미국 전체 식품 대비 유기농 식품 성장률]

범주	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
유기농 식품	22,961	25,148	27,965	31,378	35,099	39,006	42,507	45,209	47,862	50,065
성장률 (%)	8.0	9.5	11.2	12.2	11.9	11.1	9.0	6.4	5.9	4.6
전체 식품	677,354	713,985	740,450	760,486	787,575	807,998	812,907	822,160	840,972	860,583
성장률 (%)	1.2	5.4	3.7	2.7	3.6	2.6	0.6	1.1	2.3	2.3
전체 식품 대비 유기농 식품 성장률	3.4	3.5	3.8	4.1	4.5	4.8	5.2	5.5	5.7	5.8

출처 : 2020년 유기농 무역 협회의, 유기농 산업 조사 2020년 2월 7일~2020년 3월 27일 (우유, 소비자 판매)

출처 : OTA

OTA는 달걀과 우유와 같은 후발주자를 포함하여 식품 산업의 모든 주요 카테고리가 2020년에 급증할 것으로 예상했다. 유기농 육류, 가공육 및 어류는 2019년 매출이 14억 달러에 그치며 유기농 식품에서 가장 비중이 낮은 카테고리였지만, 성장세는 10%로 가장 높게 기록 됐다. 소비자가 육류 가공 공장에서의 코로나 바이러스 확산과 코로나 바이러스가 동물에서 유래했을 가능성에 대해 우려하기 시작했다라는 점이 주요 이유로 지목되고 있다.

미국 유기농 식품시장에서 주목해야 할 품목은?

초콜릿의 건강상 이점에 대한 인식이 퍼지고 있으며 이러한 이유로 초콜릿을 구입하는 소비자들은 유기농 제품을 선택하고 있다. 특히 유기농 초콜릿을 선택하는 소비자들이 초콜릿의 원산지에 대해 고려하는 것은 와인의 원산지만큼 중요한 선택 요소로 자리잡고 있다.

초콜릿과 마찬가지로 유기농 꿀은 소비자 태도, 신제품 확대 및 프리미엄화되고 있다는 측면에서 계속 진화하고 있다. 꿀에는 많은 항산화제가 포함되어 있으며 음식에 설탕 대신 단맛을 더하는 방법으로 각광받고 있다. 유기농 인증은 일반적으로 가공이 적고 품질이 높다는 인식이 있으므로 유기농 꿀은 특히 꿀의 건강상의 이점을 찾는 소비자에게 어필하고 있다.

건강식 추세가 증가함에도 불구하고 세이보리(Savory, 풍미있는, 짭짤한) 스낵은 최근 몇 년간 판매량이 증가하고 있다. 고급 스낵을 찾는 소비자들 역시 '맛'을 포기하지 않기 때문에 맛을 기본으로 하고 더 간단한 재료, 더 간단한 가공방법 그리고 눈길을 끄는 친환경 포장재 사용 등에 관심을 두고 있다. 일반적으로 건강에 좋지 않을 것이라고 여겨지는 카테고리에서 유기농 인증은 소비자들에게 매우 의미 있게 작용한다. 전문가들은 세이보리 스낵 카테고리에서 유기농 라벨은 다른 브랜드와 차별화할 수 있는 강력한 도구가 될 수 있다고 조언한다.

레디 밀(Ready meals)은 미국 포장 식품 시장에서 최근에 가장 눈에 띄는 성과를 보이고 있다. 맛과 건강 외에 편의 역시 중요한 요소로 자리하는 젊은 층에게 어필한 레디 밀 시장은 건강에 민감한 소비자들을 위해 가공과정을 최소화하고 더 나은 재료 사용, 제품 성분 개선 등으로 발전을 거듭하고 있다. 레디 밀 시장이 확대되고 경쟁이 심화함에 따라 유기농 인증은 중요한 요소로 자리 잡을 것이다.

커피의 프리미엄화 트렌드는 소비자들이 고품질의 유기농 브랜드를 지향하도록 이끌고 있다. 미국 커피 문화가 성장함에 따라 소비자들은 콩의 원산지와 제조 공정이 커피 맛에 미치는 영향을 훨씬 더 인식하게 됐다. 생산 기술의 발전은 계속해서 유기농 커피의 가격을 낮추고 접근성과 보급을 수월하게 만들 것이며 더 높은 성장 잠재력을 갖고 있다.

[미국 유기농 포장 식품 매출 추이 및 예상 매출액]

(단위 : 백만달러)

품목	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
유아식품	832.7	888.6	956.2	1,036.7	1,051.4	1,098.9	1,144.1	1,192.1
빵	1,421.2	1,679.0	1,846.8	2,012.8	2,188.9	2,369.0	2,538.3	2,869.1
과자류	319.5	368.1	407.0	449.1	479.1	505.2	529.4	551.9
유제품	4,068.3	4,174.9	4,214.1	4,328.8	4,460.9	4,559.1	4,661.0	4,750.7
식용오일	344.6	388.7	440.4	483.1	521.5	556.6	588.4	619.0
아이스크림	97.4	110.3	131.0	145.1	160.4	174.5	187.7	200.8
레디밀(Ready meals)	2,416.6	2,749.9	3,090.0	3,358.0	3,682.6	4,020.8	4,340.2	4,623.8
쌀, 파스타, 면류	155.3	161.9	167.6	172.3	177.0	181.1	184.9	188.3
소스 및 양념류	894.6	985.5	1,079.0	1,173.9	1,266.0	1,354.0	1,441.0	1,526.8
세이보리스넥류	1,192.2	1,294.7	1,429.9	1,517.2	1,595.0	1,665.6	1,732.6	1,796.4
포장식품 전체	14,956.0	16,086.6	17,146.5	18,227.9	19,297.7	20,364.7	22,344.4	23,349.1

출처 : Euromonitor 「Organic Packaged Food in the US」

[미국 유기농 음료 매출 추이 및 예상 매출액]

(단위 : 백만달러)

품목	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
커피	202.6	210.1	218.7	228.5	237.6	246.5	255.3	264.0
차	287.2	306.8	324.9	344.4	365.0	385.8	407.0	428.0
소프트 드링크	941.4	973.6	1,008.8	1,068.9	1,098.7	1,125.1	1,154.3	1,184.6
과일/야채주스	925.3	957.8	993.6	1,054.3	1,084.5	1,111.5	1,141.2	1,172.1
유기농음료 전체	1,431.2	1,490.4	1,552.4	1,641.8	1,701.3	1,757.5	1,816.5	1,876.6

출처 : Euromonitor 「Organic Packaged Food in the US」



출처 : U.S. Department of Agriculture

Key Point

소비자들의 유기농 식품에 대한 선호도는 코로나 19 이후로 더욱 증가했으며 이에 따라 미국 유기농 식품 시장도 더욱 확대될 것으로 전망된다. 다만 팬데믹 상황이 지속되며 많은 사람들이 일 자리를 잃고 구매력이 하락하는 경제 침체가 이어진다면 유기농 시장에도 불확실성은 커질 수 있으나 건강에 대한 중요성과 소비자들의 유기농에 대한 신뢰는 이어질 것으로 보인다. 제조업체의 유기농 제품 개발도 꾸준히 늘어날 것으로 전망되는 만큼 한국 수출업체들도 유기농 식품개발과 수출에 적극적으로 나서면 미국 시장 진출에 도움이 될 것이다.

출처 : ❶ Organic Trade Association 「COVID-19 will shape organic industry in 2020 after banner year in 2019」 - <https://ota.com/news/press-releases/21328> ❷ Food Dive 「After topping \$50B in 2019, organic food sales benefit from coronavirus」 - <https://www.fooddive.com/news/after-topping-50b-in-2019-organic-food-sales-benefit-from-coronavirus/579590/> ❸ Food Dive 「Coronavirus changed 85% of consumers' food habits」 - <https://www.fooddive.com/news/coronavirus-changed-85-of-consumers-food-habits/579532/> ❹ Euromonitor 「Organic Packaged Food in the US」 ❺ Euromonitor 「Organic Beverages in the US」