

Chapter I. 미국 곡물가공식품 시장 개요

- 본 보고서에서는 곡물을 원료 또는 재료로 가공하여 만든 식품을 곡물가공식품으로 정의함
- 곡물가공식품의 분류와 조사 대상 품목은 아래 표와 같음

[곡물가공식품 분류]

범주	세부 유형	조사 대상 품목
과자와 스낵류	짭짤한 스낵, 달콤한 비스킷	쌀스낵
간편식	가공밥(건조 및 냉동), 시리얼, 식사 대용식	건조 가공밥(맨밥, 양념밥)
면류	국수, 인스턴트 면류, 파스타	인스턴트 면류
기타 곡물가공식품	곡물가루 조제품	베이킹 믹스

냉동 가공밥은 별도로 통계가 분류되지 않아 상위 범주인 냉동 간편식 통계로 대체함 / 출처 EMBLINE Research

- 미국 곡물가공식품 시장규모는 2021년 1,229억여 달러로 전년 대비 1.9% 감소함
- 2025년 매출액은 1,319억여 달러로 향후 5년간 연평균 1.8%를 성장할 것으로 전망됨
 - 코로나-19 이후 새로운 하이브리드 근무(재택, 출근 혼합) 패턴이 정착되고 집밥이 보편화되면서 간편식과 같은 준비된 식사의 수요는 계속 증가할 것으로 예측됨

Chapter II. 미국 곡물가공식품 유통 현황

- 수입 곡물가공식품의 유통은 수출업체(해외 식품업체) → 수입 및 유통업체, 브로커 및 세일즈 랩 → 오프라인 및 온라인 유통 → 최종 소비자 방식임
- 곡물가공식품의 주요 판매처는 슈퍼마켓(36.1%)과 하이퍼마켓(24.6%)으로 나타남

- 이어 온라인과 혼합형 소매점은 각각 10.5%, 독립 소형 식료품점 6.4%, 편의점과 주유소 상점 5.7% 순으로 나타남

Chapter III. 미국 곡물가공식품 시장 소비 동향

1. 수입 현황

- 미국의 곡물가공식품의 수입액은 2021년 136억 2,600만 달러로 전년 대비 14% 증가함
 - 품목별로 빵, 파이, 케이크, 비스킷과 그 밖의 베이커리 제품이 55.2%, 초콜릿, 코코아 함유 그 밖의 조제 식료품 23.1%, 면류 8.3%, 곡물, 곡분의 조제 식료품 및 베이커리 제품 7.7% 순으로 수입 비중이 높음
- 미국의 곡물가공식품의 최대 수입국은 캐나다(46.4%)임. 이어 멕시코 18.1%, 이탈리아 6.4%, 프랑스 2.5%, 독일 2.3% 순임

2. 시장 트렌드

- 곡물가공식품 관련 2020년 신제품 출시는 총 6,468개로 전년 대비 6.3% 감소함
 - 코로나-19 이후 자기 관리와 식단 개선을 통해 건강을 챙기려는 소비자가 늘면서 기능성식품의 소비가 증가하고 있음
 - 조리부터 식사까지 간편하게 즐길 수 있는 식품들이 인기임
 - 식물기반 식품은 코로나-19 이후 매출이 꾸준히 늘고 있음

3. 소비자 식품 소비 동향

- 2021년 가구당 식품 소비 지출액은 8,289달러로 전년 대비 13.4% 증가함
 - 가정 내 식품 소비 지출액은 5,259달러, 외식비는 3,030달러임
- 고물가의 영향으로 소비자들은 품목, 브랜드, 구매 방법 및 구매처까지 영향을 받는 것으로 조사됨

- 소비자 10명 중 6명은 온라인에서 할인 제품과 쿠폰을 찾음
 - 41%는 외식을 줄이거나 아예 하지 않겠다고 응답함
 - 소비자 3명 중 1명은 알디(Aldi)와 같은 저가 소매업체를 이용하는 것으로 나타남
- 식품 구매시 맛(80%), 가격(68%), 건강 유익성(60%), 편리성(56%), 환경적 지속가능성(39%) 순으로 구매에 높은 영향을 주고 있음
- 미국인 73%는 하루에 한 번 이상 간식을 섭취해 전년 동기 대비 58%보다 15%p 높게 나타남
- 간식을 섭취하는 이유로 배고픔(34%), 에너지 필요(22%), 습관(21%), 쉬운 구매(21%), 지루함 해소(19%) 순으로 나타남
- 소비자의 절반 이상(59%)이 통곡물을 구입하는 것으로 나타남
- 통곡물 섭취는 채식인(77%)이 가장 높음
 - 소비자 10명 중 8명은 건강을 이유로 통곡물을 선택함
 - 지속가능성(19%)도 통곡물을 선택하는 동기가 되고 있음

Chapter IV. 규정 및 인증

- 식품의약국(이하 FDA)은 거짓 및 오해의 소지가 있거나 허위 표시에 대해서만 중점적으로 관리하며 소비자에게 혼란을 줄 경우 제재함
- 2022년 1월부터 유전자변형식품의 의무 표기화가 시행됨
- 새로운 마크는 생명공학 식품, 생명공학적 제조과정을 거친 식품으로 변경된 심볼을 부착해야 함

Chapter V. 한국산 식품 진출현황 및 수출 확대 방안

1. 한국산 곡물가공식품 미국 수출 현황

- 한국산 곡물가공식품 수출액은 2021년 3억 4,601만 달러로 전년 대비 9.2% 증가하며 역대 최고 실적을 올림

- 품목별로 면류가 44.4%, 빵, 파이, 케이크, 비스킷과 그 밖의 베이커리 제품 29.7%, 곡물, 곡분의 조제 식료품 및 베이커리 제품 13%, 곡물, 곡물가공품의 조제 식료품 12.6% 순으로 수출 비중이 높음

2. 한국산 곡물가공식품 미국 유통 현황

- 한국산 쌀 스낵(롤 형태)은 크로저, 웨그먼스, 프레드 마이어, 랄프스, 자이언트 이글 등의 온-오프라인에서 판매됨
 - 아마존 15종류, 야미바이 20종류 이상의 쌀 스낵을 취급함
- 한국산 인스턴트 면류는 월마트와 랄프스에서는 각각 15종류를 판매함
 - 아마존은 156종류, 야미바이는 165종류 이상의 한국산 인스턴트 면류가 판매됨
- 한국산 건조 가공밥은 코스트코, 랄프스, 크로저, 세이프웨이 등 미국 소매업체와 아시안 마켓에서 판매됨
 - 아마존에서는 20여 종류 이상, 야미바이에서 4종류가 판매됨

3. 수출 확대 방안

- 한국 식품업체들은 인지도 높은 제품에만 집중하지 말고 경쟁력을 갖춘 제품을 발굴해 신규시장 진출에 주력해야 함
- 제품 발굴시 현지 트렌드와 소비 동향을 파악하고 이를 반영하는 것이 중요함
- 기업의 브랜딩 전략은 장기적으로 인지도 상승 및 판매 확대에 중요함
- 유통 채널을 다각화하여 수출 확대에 주력해야 함. 유통업체의 변화와 요구에 능동적으로 대처할 능력을 갖춰야 함
- 온-오프라인과 모바일을 연계한 옴니채널 마케팅을 강화해야 함