미국
America

7. 바쁜 미국인들 편의식품 더 찾는다

뉴욕지사

주요내용

▶ 미국 식탁을 점령한 편의식품

- 오늘날의 전형적인 미국식 저녁식사는 편의식품없이 불가능하다. 미리 구워진 치킨과 세척된 샐러드믹스에서부터 미리 조리된 델리의 각종 반찬까지 저녁식사 메뉴의 대부분이 어떤 방법으로든 미리 조리되거나 손질되어진 것들이 대부분이다.
- 시장조사기관인 슈퍼마켓 구루(Supermarket Guru)에 따르면, 미리 준비되거나 손질된 편의식품은 꾸준한 판매상승률을 보이며 현재 연간 250억 달러의 매출을 올리고 있다.
- 소비자가 가정식에 가까운 편의식품을 계속 찾는 이유 중 하나는 시간이 부족하다는 것이다. 식료품점과 식품제조업체는 이제 가정에서 부주방장과 같은 역할을 하며, 맛있는 음식을 간편하게 먹을 수 있도록 하고 있다.

▶ 일반슈퍼마켓의 편의점化

- 과거에는 일반슈퍼마켓에서 식재료만을 구입할 수 있었지만, 오늘날에는 이미 조리되거나 반조리된 식품들이 점점 더 많은 매대를 차지하고 있다. 2016년 가정에서 저녁식사를 직접 요리하는 미국인은 60% 미만으로 집계되었는데, 이는 1985년의 75%에서 현저하게 감소한 수치이다.
- 슈퍼마켓 안의 반찬코너(deli) 식품은 지난 10년 간 눈에 띄게 성장하였으며, 건강한 식생활 트렌드를 반영한 신선 반찬코너를 운영하는 곳은 많은 소비자의 호응을 얻고 있다. 예를 들어 많은 한국인들이 운영하고 있는 마켓 안의 스시코너는 1998년에 처음 소개되었으며, 세련된 취향을 가진 식료품점으로 이미지를 향상시키며 빠르게 자리잡았고, 지난 3년 간 2억 달러 넘게 성장했다.

▶ 채소 및 과일의 편의식품化

- 건강한 음식을 섭취하려는 소비자가 늘어나면서 과일과 채소를 더 쉽고 간편하게 먹을 수 있는 제품이 등장했다. 과일은 미리 세척하고 먹기 편하게 손질하여 이동 중에도 먹을 수 있게 판매되고 있으며, 야채는 미리 세척되거나 조리하기 쉽게 절단되어 판매되고 있다.
- 미리 세척된 샐러드믹스는 1989년에 처음 마켓에 소개되었다. 새로운 포장기술의 발달은 농산물을 보다 신선하고 빠르게 소비자에게 전달되도록 하였다. 시장조사기관 닐슨의 보고서에 따르면 미리 세척 또는 손질된 채소와 샐러드믹스의 판매는 연간 70억 달러에 달하며, 앞으로 매출이 매년 6.5% 성장할 것으로 예측된다.

▶ 엄마의 새로운 도우미, 편의간식

- 미국 노동부에 따르면, 18세 이하의 자녀를 둔 여성 중 2,510만 명이 직업을 가지고 있으며, 이는 전국의 일하는 여성 중 3분의 1을 차지하는 것으로 나타났다.
- 1988년 시장에 소개된 크래프트의 런처블(Lunchables)은 도시락 및 가족식사를 계획하고 요리하는

데 부담을 느끼는 여성들에게 폭발적인 인기를 얻었다. 런처블의 등장은 아이들의 도시락 및 스낵시장에 새로운 장을 마련하였으며, 조리가 필요없는 편의간식의 판매는 현재까지 꾸준한 상승세를 타고 있다.

| 크래프트의 런처블 상품|

- 또한 포장기술의 발달로 이유식의 포장이 기존 유리병에서 파우치 형태로 유통되면서 이유식 시장의 성장을 가져왔다. 파우치 형태로 포장된 이유식 및 유아 스낵시장은 연간 7% 성장하고 있다. 케일 및 퀴노아와 같은 건강한 재료와 깨끗한 성분에 초점을 맞춘 간편 이유식이 시장의 성장을 이끌고 있다.

▶ 상자 안의 식사, 밀키트

- 2011년 미국에서 처음 출시된 밀키트는 상자 안에 식사준비에 필요한 모든 재료가 미리 준비되어 단계별 조리법과 함께 가정으로 배달되는 형식으로 시작되었는데, 최근 1년 동안 미국인 4명 중 1명이 밀키트를 구입할 만큼 시장이 성장했다. 현재 밀키트는 택배서비스가 지배적이지만 슈퍼마켓 등 식료품점에서도 판매가 증가하고 있다. 2016년 밀키트 매장판매는 6.7% 증가하여 매출 8,060만 달러를 기록하였으며, 2020년까지 1억 달러를 초과할 것으로 예상된다.

* 참고자료
- FoodDive, 「grocery easy eating convenience foods are vital in an on the go world」
- Washington Post, 「the slow death of the home cooked meal」

시사점

- 편의식품의 성장은 바쁜 생활 속에 사는 현대인들의 생활패턴에 의해 영향을 받고 있으며, 계속 발전하는 식품환경과 기술개발이 업계의 성장을 가능하게 했다.
- 1인 가구 및 소규모 가족단위가 대부분인 한국에서도 편의식품 시장이 계속해서 커질 것으로 기대되며, 앞으로 식품업계의 주 고객층이 될 밀레니얼 세대에는 편의식품의 구매가 더 일반화 될 것으로 예상된다.
- 이에 소비자의 건강과 편리성에 중점을 둔 고품질의 편의식품이 계속되어 개발되고 인기를 얻을 것으로 기대된다.

미국
America

8. 건강에 대한 높은 관심으로 미국 과일산업 활기

LA지사

주요내용

▶ 미국 과일 시장동향

- 건강한 식습관에 대한 높은 관심이 과일산업에도 영향을 미치고 있다. 젊은층을 중심으로 신선과일에 대한 수요가 늘면서 과일 판매량이 증가하고 있다. 지난해 미국 내 과일 판매량은 전년대비 3% 증가한 1,890만 톤으로 집계됐다.
- 수요가 꾸준히 이어지면서 과일 판매량은 오는 2021년까지 2,050만 톤으로, 소매 판매액은 593억 달러로 증가할 것으로 예측됐다.

| 미국 과일 소매 판매액 |

(단위 : 백만 달러)

품목	2012	2013	2014	2015	2016
사과	5,156.1	5,703.5	5,830.7	5,401.2	5,920.1
바나나	2,911.8	3,082.0	3,206.6	3,322.5	3,320.3
체리	916.1	1,117.4	1,108.8	1,127.9	991.1
크랜베리, 블루베리	1,747.2	1,833.8	1,912.1	1,992.8	1,981.5
자몽	586.0	567.9	547.8	538.8	527.3
포도	4,166.9	4,359.0	4,539.2	4,590.1	4,999.7
키위	385.3	357.4	357.9	393.3	384.9
레몬,라임	1,596.7	1,581.9	1,657.5	1,751.5	1,863.7
오렌지, 탠저린, 만다린	3,564.2	3,198.5	3,213.6	3,318.9	3,429.2
복숭아	1,659.5	1,820.9	1,877.0	1,870.7	1,840.8
배	1,074.6	1,128.9	1,050.2	1,051.2	1,117.0
파인애플	1,690.7	1,737.5	1,833.7	1,924.3	1,885.1
자두	474.4	459.2	441.8	433.7	413.4
딸기	3,792.6	3,971.9	4,210.0	4,466.0	4,911.1
기타과일	20,702.1	20,448.1	20,509.8	21,394.7	21,002.2
계	50,424.2	51,367.9	52,296.7	53,577.5	54,587.3

* 출처 : Euromonitor「FRUITS IN THE US」

▶ 오렌지, 파인애플 두드러진 증가세

- 지난해 미국 과일시장에서 가장 빠른 성장세를 보인 품목은 탠저린과 만다린 등을 포함한 오렌지류가 꼽혔다. 오렌지류의 지난해 판매량은 약 160만 톤으로 전년대비 8% 가량 증가했다.
- 가장 큰 하락세를 보인 품목은 체리로, 전년대비 10% 하락한 14만 6,000톤을 기록했다. 기후변화에 가장 민감한 과일 중 하나인 체리는 올해 미국 최대 생산지인 캘리포니아주와 워싱턴주의 체리시즌 가뭄으로 인한 생산량 감소가 판매량 하락의 가장 큰 원인으로 지목됐다.
- 한편, 최근 5년 간 가장 눈에 띄게 소비량 증가를 보인 과일은 파인애플로, 2002년부터 2016년까지 약 15년 간 미국인의 파인애플 소비량은 63%가 증가했다.

▶ 지난해 미국인이 가장 좋아한 과일은 바나나와 사과

- 미국인의 과일 섭취량도 늘고 있는 추세다. USDA에 따르면 지난해 미국인 1인 당 연간 평균과일섭취량은 116.05파운드로, 2015년 112.5파운드에서 약 3%가 늘었다.
- 그 중에서 지난해 미국인이 가장 많이 먹은 과일은 바나나와 사과로 꼽혔는데, 각각 1인 당 연평균 27.55파운드와 18.55파운드씩 섭취한 것으로 집계됐다. 오렌지, 포도가 뒤를 이었으며 떠오르는 인기과일 망고도 전년대비 섭취량이 14%가량 증가한 것으로 조사됐다.

| 2016년 미국인 1인 당 연간 과일섭취량 |

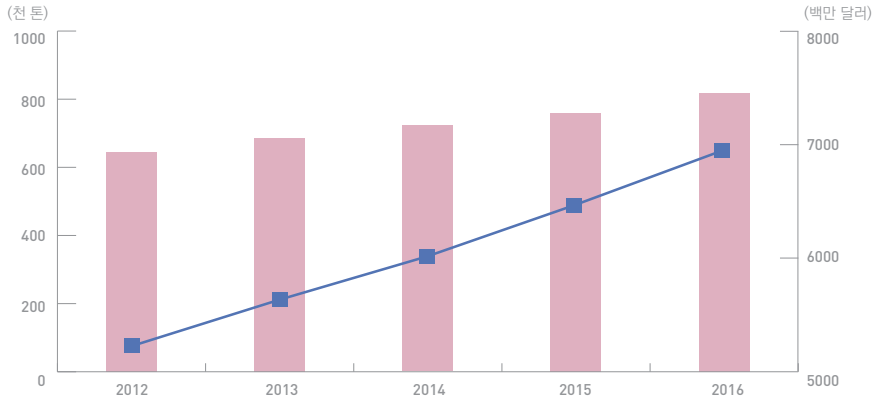
품목	1인당 연간 섭취량(lb)	전년대비 증감율(%)
바나나	27.55	△2
사과	18.55	7
오렌지	9.17	6
포도	8.08	3
딸기	8.03	4
파인애플	7.28	4
아보카도	7.08	△2
탠저린	5.28	1
레몬	4.15	15
라임	3.48	15
망고	2.96	14
복숭아	2.86	△5
배	2.76	4
자몽	1.94	3
블루베리	1.77	10
파파야	1.43	8

* 출처 : The Packer「Fresh fruit shows per capita growth」/ USDA

▶ 유기농, 과일관련 스낵 수요확대

- 신선과일의 높은 수요와 소비증가는 관련 식품시장의 성장도 이끌고 있다. '건강'과 '유기농'이 소비자들 사이에서 중요한 키워드로 자리잡으면서 같은 과일이라도 유기농을 선택하고, 보다 건강한 스낵으로 과일스낵과 건조과일 등을 구입하는 소비자들이 늘고 있기 때문이다.

| 유기농 과일 판매규모 |



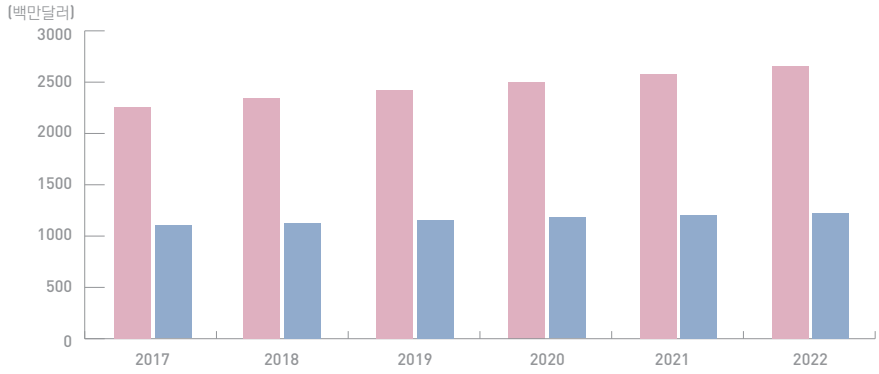
(단위 : 천 톤, 백만 달러)

	2012	2013	2014	2015	2016
판매량	643.8	684.2	721.9	758.7	817.4
판매액	5,225.9	5,633.4	6,014.4	6,466.3	6,945.9

* 출처 : Euromonitor「FRUITS IN THE US」

• 특히 저염과 저칼로리 선호 추세가 두드러지게 나타나는 스낵시장에서 과일스낵과 원물 그대로를 말린 건조과일, 과일칩 등이 새로운 트렌드로 떠오르고 있다. 높은 수요와 맞물려 무설탕, 유기농 등을 내세운 과일스낵 종류가 더욱 다양해지면서 과일스낵시장은 2022년까지 27억 달러 규모로 성장할 것으로 예측됐다.

| 과일스낵 및 건과일 판매예상액|



(단위 : 백만 달러)

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
과일스낵	2,320.6	2,404.3	2,488.8	2,570.3	2,647.2	2,724.8
건과일	1,131.0	1,157.4	1,185.3	1,210.8	1,234.4	1,258.6

* Euromonitor「Fruit Snacks in USA」

| 미국에서 판매 중인 과일스낵 |

▶ 수입과일 점유율 확대

- 과일 소비가 확대되면서 수입과일의 비중도 점차 커지고 있다. USDA에 따르면 지난해 미국 전체 과일시장에서 소비된 수입산 과일의 비중은 약 53.1%로 조사됐다. 거의 전량을 수입에 의존하는 바나나를 제외하고도 전체 수입과일의 비중은 38.5%에 이른다. 2010년 20.1%에서 2010년 23.3%, 2015년 37.7%로 꾸준히 증가하고 있는 모습이다.
- 지난해 수입과일의 비중이 가장 높았던 과일은 키위(82.1%)로 꼽혔으며, 블루베리가 57.2%로 뒤를 이었다. 한국에서 미국으로 수출량을 꾸준히 늘리고 있는 포도와 배, 사과 역시 각각 소비량의 49.8%, 18.1%, 6.3%를 수입산으로 채우고 있다.

| 2016년 미국 수입과일 점유율 |

품목	전년대비 증감율(%)
키위	82.1
블루베리	57.2
포도	49.8
라즈베리	48.4
탠저린	30.0
자두	22.5
배	18.1
딸기	14.0
레몬	13.4
오렌지	12.2
복숭아	11.1
체리	7.7
사과	6.3
자몽	5.7

* 출처 : The Packer「Import share of fruit still going up」/ USDA

| 미국의 주요 과실류 수입실적(한중일 비교) |

〈배〉

(단위 : 백만 달러)

	2012	2013	2014	2015	2016
전체	45.3	60.3	67.0	66.1	68.6
한국	23.5	23.5	29.2	26.4	29.2
중국	4.1	12.0	13.2	13.3	14.4
일본	0.2	0.2	0.3	0.2	0.2

* 주요 수입국(2016) : 한국 29.2 아르헨티나 16.2 중국 14.4 칠레 7.3 등

〈감귤〉

	2012	2013	2014	2015	2016
전체	35.1	43.8	77.9	111.0	154.4
한국	0.8	1.5	0.8	0.7	0.5
중국	0.2	0.1	0.3	0.004	-

* 주요 수입국(2016) : 칠레 72.8 페루 44.9 우루과이 12.8 남아공 5.6 등

〈사과〉

	2012	2013	2014	2015	2016
전체	150.8	201.6	209.1	141.2	202.9
한국	0.13	0.04	0.04	0.11	0.14
중국	-	0.01	0.02	0.15	4.97

* 주요 수입국(2016) : 칠레 107.2 뉴질랜드 59.1 캐나다 26.4 중국 5.0 등

〈포도〉

	2012	2013	2014	2015	2016
전체	347.3	313.1	357.0	465.2	514.2
중국	0.5	0.6	0.8	0.9	0.8

* 주요 수입국(2016) : 칠레 302.9 페루 206.2 이태리 1.4 멕시코 1.3 등

출처 : www.fas.usda.gov

* 참고자료
- Euromonitor「FRUITS IN THE US」
- Euromonitor「Fruit Snacks in USA」
- FoodDive「Americans ate more fresh fruit in 2016, USDA reports」(2017.11.9)
- The Packer「Import share of fruit still going up」(2017.11.27.)
- The Packer「Fresh fruit shows per capita growth」(2017.11.1)
- USDA「Fruit and Tree Nut Yearbook Tables」(2017.11.6.)

시사점

- 미국 식품산업의 건강트렌드가 지속됨에 따라 신선과일을 비롯해 과일을 활용한 스낵과 주스 등의 식품산업의 규모도 확대될 것으로 보인다. 현지 교민마켓을 중심으로 판매 중인 감, 귤 등을 말린 한국산 스낵도 주류시장 진출을 위해서는 가격경쟁력 확보 및 차별화된 마케팅 전략 등이 필요하다.
- 또한 수입과일의 시장점유율이 높아지고 있다는 점은 한국 과일의 대미 수출확대에도 긍정적인 영향을 줄 수 있을 것으로 보인다. 미국 배와 달리 아삭하고 달콤한 맛으로 인지도를 높이며 대미 수출량을 늘려가고 있는 한국산 배도 판매 저변확대를 위해 보다 적극적인 홍보활동이 뒷받침되어야 할 것이다.