

2015 농식품 해외시장 맞춤조사

미국 스낵김 시장조사



Product : Seaweed Snack

Content

I. 시장통계	2
---------	---

II. 시장트렌드	9
-----------	---

III. 경쟁제품 현황	16
--------------	----

IV. 유통구조	29
----------	----

I

시장통계

1. 글로벌 HS CODE 1212.21 품목 수입 추이
2. 미국 HS CODE 1212.21.0000 품목 수입 추이
3. 미국 Ethnic Snacks 시장규모
4. 미국 Ethnic Snacks 시장전망
5. 미국 Other Savory Snacks 기업별 점유율
6. 미국 Other Savory Snacks 소비연령대

1. STATISTIC ANALYSIS - 글로벌 HS CODE 1212.21 품목 수입 추이

“2014년 미국 식용 해조류 수입 세계 3위 규모”

- 미국의 HS CODE 내 스낵김은 따로 분류되어 있지 않아 가장 근접한 「1212.21.0000」으로 선정하였음

< 스낵김 HS CODE 정보 >

한국	1212	로커스트콩·해초류와 그 밖의 조류·사탕무와 사탕수수(신선한 것·냉장이나 냉동한 것·건조한 것으로서 잘게 부수었는지에 상관없다), 주로 식용에 적합한 과실의 핵(核)과 그 밖의 식물성 생산물[볶지 않은 시코리엄 인티부스 새티범 변종의 치커리 뿌리를 포함한다]으로서 따로 분류되지 않은 것
	1212.21.10	김
미국	1212.21.0000	식용에 적합한 해초류와 기타 조류

출처 : 세계 HS 정보시스템(www.customs.go.kr)

KEY INFO

주요 수입국 별 핵심지표
HS CODE 1212.21 적용

수입규모가 가장 큰 국가
- 중국(180,190,469 달러)

성장률이 가장 높은 국가
- 대만(865.91%)

성장률이 가장 저조한 국가
- 미국(-1.36)

- 2014년 글로벌 HS CODE 1212.21 품목¹⁾의 총 수입액은 8억 6,348만 8,559 달러로 전년 대비 14.95% 증가하였으며, 주요 수입국에는 중국, 일본, 미국, 대만, 태국 등이 있음

- 최대 수입국은 중국으로, 2014년 1억 8,019만 469 달러를 수입하였으며 이는 전년 대비 32.85% 증가한 수치임
- 미국은 2014년 전년 대비 1.36% 감소한 6,066만 2,233 달러를 수입하며 글로벌 수입 추이 3위를 기록하였음

< HS CODE 1212.21 수입추이 >

(단위 : 달러, %)

국가	2012	2013	2014	2014/2013 증감률
글로벌	683,938,306	751,165,070	863,488,559	14.95
1 중국	77,271,059	135,634,841	180,190,469	32.85
2 일본	211,155,374	177,688,321	179,062,475	0.77
3 미국	51,028,242	61,497,265	60,662,233	-1.36
4 대만	0	4,477,838	43,251,817	865.91
5 태국	15,417,418	25,900,952	36,333,953	40.28

출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com/gta)

1) 국가별로 HS CODE가 일곱 번째 자리부터 상이하기 때문에, 글로벌 수입 통계는 같은 품목의 상위 범주인 HS CODE 1212.21으로 조사함

2. STATISTIC ANALYSIS – 미국 HS CODE 1212.21.0000 품목 수입 추이

“미국 HS CODE 1212.21.0000 수입시장, 한국 2위”

KEY INFO

2014년 주요 수입국 별 핵심지표

HS CODE 1212.21.0000 적용

수입규모가 가장 큰 국가

- 중국(24,588,067 달러)

성장률이 가장 높은 국가

- 캐나다(82.93%)

성장률이 가장 저조한 국가

- 일본(-21.08%)

□ 2014년 미국의 HS CODE 1212.21.0000의 총 수입액은 6,066만 2,233 달러로 전년 대비 1.36% 감소하였으며, 주요 수입국에는 중국, 한국, 필리핀, 일본, 캐나다 등이 있음

- 미국의 최대 수입상대국은 중국으로, 2014년 2,458만 8,067 달러를 수입하였으며 이는 전년 대비 20.35% 감소한 수치임

- 한국은 2위로, 2014년 미국은 1,003만 9,991 달러의 HS CODE 1212.21.0000 품목을 수입하였으며 이는 전년대비 5.11% 증가한 수치임

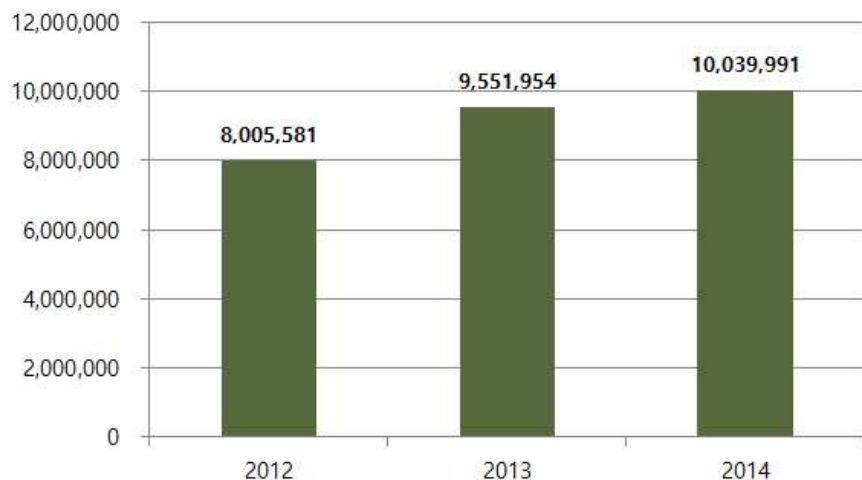
< 미국 HS CODE 1212.21.0000 수입추이 >

(단위 : 달러, %)

국가	2012	2013	2014	2014/2013 증감률
글로벌	51,028,242	61,497,265	60,662,233	-1.36
1 중국	22,308,909	30,870,557	24,588,067	-20.35
2 한국	8,005,581	9,551,954	10,039,991	5.11
3 필리핀	4,153,140	7,539,148	6,741,416	-10.58
4 일본	5,685,515	5,656,127	4,464,075	-21.08
5 캐나다	4,486,142	2,106,298	3,853,016	82.93

< 미국 HS CODE 1212.21.0000 한국산 수입 추이 >

(단위 : 달러)



출처 : Global Trade Atlas(www.gtis.com/gta)

3. STATISTICS ANALYSIS – 미국 Ethnic Snacks 시장규모

“안정적인 성장세를 보이는 미국 Ethnic Snacks 시장”

□ 글로벌 리서치 기관 데이터모니터에 따르면, 2014년 미국의 Ethnic Snacks²⁾ 시장규모는 1,469만 달러로 4년 전에 비해 5.45% 증가한 수치를 기록함

– 미국의 Ethnic Snacks 시장규모는 꾸준한 성장세를 보이고 있으며, 연평균 성장률은 1.78%로 나타남

– 전년 대비 가장 높은 성장률을 보인 해는 2012년이며, 2011년 대비 1.93% 성장한 양상을 띠

□ 미국은 세계 4개 국가 중 3번째로 큰 Ethnic Snacks 시장규모를 나타내고 있음

KEY INFO

2014년 세계 4개국 Ethnic Snacks 시장규모

(단위 : 백만 달러)

	국가	규모
1	영국	128.43
2	중국	36.94
3	미국	14.69
4	캐나다	9.06

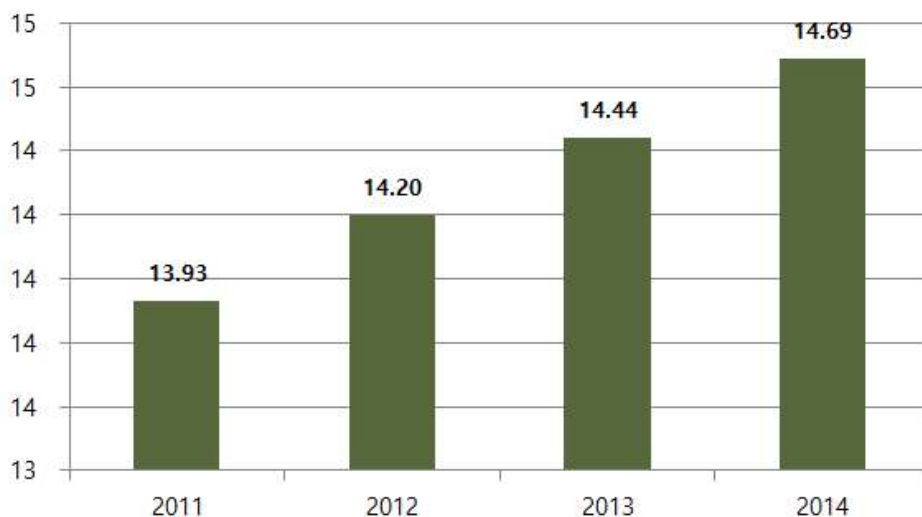
출처 : Data Monitor

< 미국 Ethnic Snacks 시장규모 및 성장률 >

(단위 : 백만 달러, %)

	2011	2012	2013	2014	전체 성장률	연평균 성장률
시장규모	13.93	14.20	14.44	14.69	5.45	1.78

(단위 : 백만 달러)



출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

2) Ethnic Snacks : 이국적인 느낌의 전통스낵을 일컫는 말로, Data Monitor 사이트 내 스낵김의 시장조사를 위해 이 분류에 배치 조사함

4. STATISTICS ANALYSIS – 미국 Ethnic Snacks 시장전망

“미국 Ethnic Snacks 시장, 2019년까지 성장세 이어갈 것”

□ 데이터모니터에 따르면, 2015년 미국의 Ethnic Snacks 시장규모는 1,490만 달러에 이를 것으로 전망됨³⁾

– 미국의 Ethnic Snacks 시장규모는 4년 후인 2019년에는 2015년 도보다 6.44% 증가한 1,586만 달러에 달할 것으로 보임

□ 미국의 Ethnic Snacks 시장규모는 지속적인 성장세가 예상되고, 향후 1.57%의 연평균 성장률을 보일 것으로 전망됨

– 미국의 연평균 성장률 전망치는 세계 4개국 중 2번째로 높은 수치를 나타내고 있음

– 4개국 중 가장 낮은 연평균 성장률 전망치를 기록한 국가는 1.22%를 나타낸 캐나다로 집계됨

KEY INFO

2015 ~ 2019년 세계 4개국
Ethnic Snacks 시장규모
연평균 성장률 전망

(단위 : %)

	국가	성장률
1	중국	6.26
2	미국	1.57
3	영국	1.55
4	캐나다	1.22

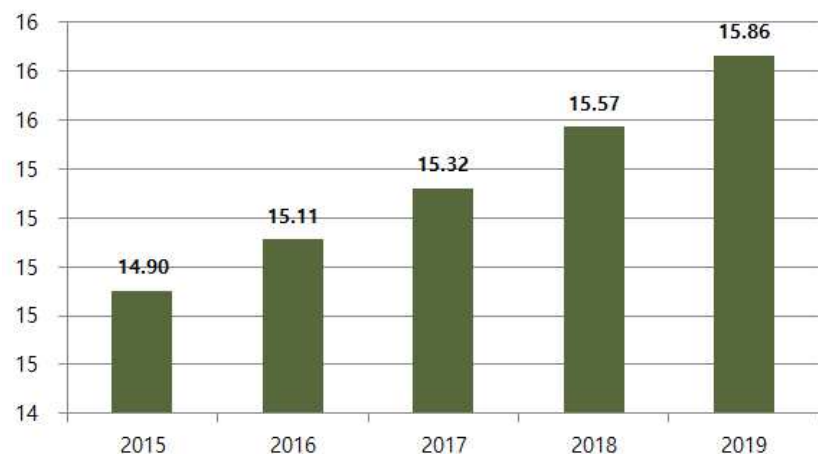
출처 : Data Monitor

< 미국 Ethnic Snacks 시장전망 및 성장률 >

(단위 : 백만 달러, %)

	2015	2016	2017	2018	2019	전체 성장률	연평균 성장률
시장규모	14.90	15.11	15.32	15.57	15.86	6.44	1.57

(단위 : 백만 달러)



출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

3) 2015년의 수치부터 전망치임

5. STATISTICS ANALYSIS – 미국 Other Savory Snacks 시장 기업별 점유율

“기타 기업, 미국 Other Savory Snacks 시장 점유율 1위”

KEY INFO

Other Savory Snacks

풍미가 있고 짭짤한 맛의 스낵(Savory Snacks) 중 Ethnic Snacks, Meat Snacks, Pretzels를 포함하는 개념으로, 이에 스낵감이 속한다고 판단해 조사를 진행함

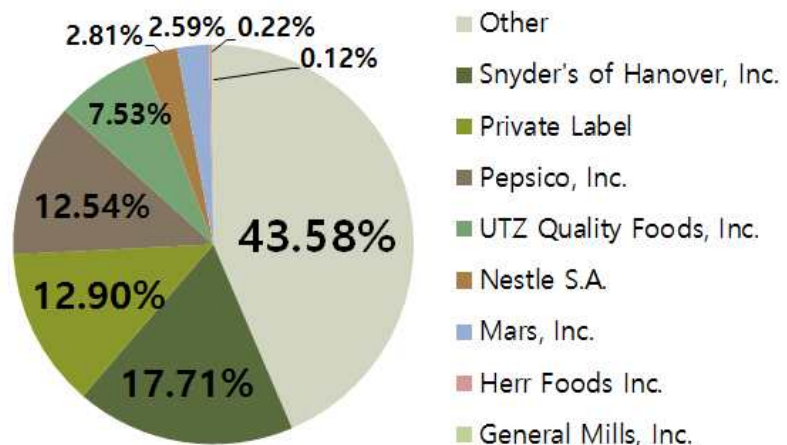
- 데이터모니터에 따르면, 2014년 미국 Other Savory Snacks 시장에서 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 기업은 기타 기업으로 집계됨
- 기타 기업의 점유율이 40%를 넘는 점으로 미루어 보아 특정 기업이 시장을 독점하고 있는 형태가 아닌 다양한 기업이 시장에 참여하며 시장 내 경쟁이 활발함을 알 수 있음
- 2014년 기준 미국 Other Savory Snacks 시장점유율 2위는 17.71%를 차지한 Snyder's of Hanover, Inc.社, 3위는 12.90%를 차지한 PL 제품으로 파악됨

< 미국 Other Savory Snacks 시장 기업별 점유율 >

(단위 : %)

기업명	2011	2012	2013	2014
총계	100	100	100	100
Other	43.51	43.57	43.58	43.58
Snyder's of Hanover, Inc.	16.85	17.13	17.42	17.71
Private Label	12.78	12.82	12.86	12.90
Pepsico, Inc.	13.58	13.23	12.89	12.54
UTZ Quality Foods, Inc.	6.58	7.40	7.46	7.53
Nestle S.A.	2.77	2.78	2.79	2.81
Mars, Inc.	2.46	2.51	2.55	2.59
Herr Foods Inc.	0.46	0.38	0.30	0.22
General Mills, Inc.	0.18	0.16	0.14	0.12

< 2014년 미국 Other Savory Snacks 시장 기업별 점유율 그래프 >



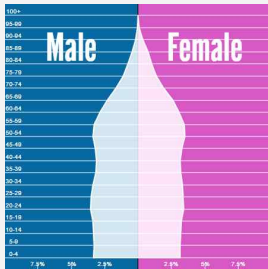
출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

6. STATISTICS ANALYSIS – 미국 Other Savory Snacks 소비연령대

“청년층을 중심으로 Other Savory Snacks 섭취”

KEY INFO

미국 인구 피라미드



2015년 기준 미국 인구는 약 3억 2,512만 7,000 명이며 15 ~ 24세의 연령층이 약 13.7%를 차지하고 있는 구조를 확인할 수 있음

출처 : Population Pyramid

□ 데이터모니터에 따르면, 2012년⁴⁾ 미국의 Other Savory Snacks 소비시장에서 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 연령대는 15 ~ 24세 사이인 것으로 파악됨

– 미국 Other Savory Snacks 소비시장에서 2위의 점유율을 보이는 연령대는 25 ~ 34세로 나타났으며, 가장 낮은 점유율을 보이는 연령대는 55세 이상의 연령층으로 나타남

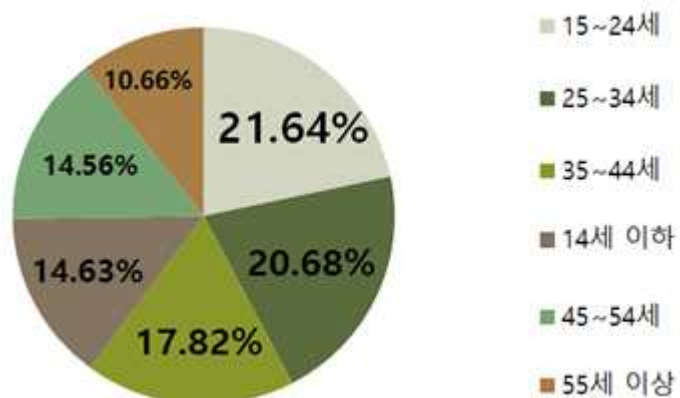
– 전 연령대에서 소비 점유율이 10 ~ 20%대를 보이며, 비교적 고르게 분포되어 있음

< 미국 Other Savory Snacks 시장 연령별 소비 점유율 >

(단위 : %)

소비 연령대	2011	2012
15 ~ 24세	21.60%	21.64%
25 ~ 34세	20.72%	20.68%
35 ~ 44세	17.84%	17.82%
14세 이하	14.65%	14.63%
45 ~ 54세	14.56%	14.56%
55세 이상	10.63%	10.66%

< 2012년 미국 Other Savory Snacks 시장 연령별 소비 점유율 그래프 >



출처 : Data Monitor(www.datamonitor.com)

4) 데이터 사이트 내 가장 최신 수치인용

II

시장트렌드

1. 한눈에 보는 미국 스낵 시장트렌드
2. 미국 스낵 시장 이슈

1. MARKET TREND - 한눈에 보는 미국 스낵 시장트렌드

KEY NEWS 1

- ✓ 닐슨의 글로벌 스낵 리포트에 따르면 과자류와 짭짤한 스낵은 북미지역을 비롯 전 세계적으로 성장하고 있는 추세임

KEY NEWS 2

- ✓ 최근 미국 내 건강한 스낵 열풍이 불기 시작하며 소비자들이 스낵 제품을 구매할 때에 고려하는 사항으로 건강식 및 편리성이 꼽힘
- ✓ 미국 농무부는 미셸 오바마 영부인이 주도하는 프로그램의 일환으로 학교에 제공되는 스낵 관련 가이드라인을 엄격하게 규정하며 건강한 스낵의 필요성을 강조함

KEY NEWS 3

- ✓ 미국의 소비자들은 휴대하기 간편하고 소포장 되어 있는 스낵류 제품을 선호함
- ✓ 19 ~ 36세 연령층의 83%가 스낵을 선택할 때에 건강 유해성 여부를 중요하게 고려했으며 품질이 좋으면서 간편한 것을 선호함

KEY NEWS 4

- ✓ 한국산 김이 미국에서 웰빙 스낵으로 주목받으며 주 소비층이 주류 소비자들까지 확대되고 있는 추세임
- ✓ 스낵김 제품은 아시안계 마트를 넘어 미국 주류 유통매장에 진출함

KEY NEWS 5

- ✓ 과거 제품 구성이 단순했지만 웰빙 트렌드에 부응하며 다양한 종류로 구성되고 있으며 소비자 확보를 위한 치열한 경쟁이 벌어짐
- ✓ 김에 다양한 맛을 가미해 현지 소비자들의 입맛을 공략한 스낵김 제품들은 좋은 반응을 이끌어내며 현지화에 성공함

Marketing Point 1

- ✓ 간편한 간식에 대한 소비자의 수요를 파악해 스낵김의 포장을 간소화하여 휴대성을 극대화시킬 수 있는 방안을 모색해야 할 것으로 보임

Marketing Point 2

- ✓ 나트륨 함량을 낮추고 좋은 재료를 사용하는 등 건강한 스낵을 찾는 현지 소비자들에게 어필할 수 있도록 제품 질을 향상시키는 것이 중요함

2. MARKET TREND - 미국 스낵 시장 이슈

“건강한 스낵 열풍이 부는 미국”

- 닐슨(Nielsen)의 글로벌 스낵 리포트(2014년 9월 30일)에 따르면 과자류와 짭짤한 스낵은 북미지역에서 1,240억 달러, 전 세계적으로 3,740억 달러의 연 매출을 기록하여 전년보다 2% 성장함
- 현대 소비자들은 건강에 민감하며 건강한 스낵을 찾고 있음. 소비자들은 포장지에 기재된 정보를 유심히 읽으며 건강한 스낵을 선택하기 때문에 이와 같은 트렌드에 부응할 수 있는 제품 개발이 필요함
- 한국농수산식품유통공사 식품수출정보팀은 미국 스낵 소비자들을 위한 제품개발 시 다음과 같은 사항이 고려되어야 한다고 분석함
 - 건강식 : 튀기지 않음, 중성 지방이 적음, 설탕과 칼로리가 낮음
 - 편리성 : 쉽게 손에 들고 이동할 수 있음, 1인용 사이즈, 간편하게 나누어 먹을 수 있는 디자인이나 팩으로 나뉜 묶음 판매용 사이즈
- 미국 농무부(USDA)는 학교에서 제공하는 스낵에 대해 200 칼로리 미만, 나트륨 230mg 미만, 그리고 지방은 전체 칼로리의 35% 미만이 되도록 가이드라인을 정함. 이러한 가이드라인은 매년 엄격해지고 있는 추세이며 수업시간 외에 제공되는 식품들도 지방, 설탕, 칼로리가 높고 단백질이 적은 음식을 배제하고 있음
- 스낵 식품의 이러한 변화는 미셸 오바마 영부인이 주도하는 프로그램(Healthy, Hunger-Free Kind Act 2010)의 일환으로 건강한 스낵에 대한 필요성을 보여줌

KEY INFO

미국의 건강한 스낵 열풍

현대 소비자들은 건강에 민감하며 건강한 스낵을 찾고 있음. 소비자들은 포장지에 기재된 정보를 유심히 읽으며 건강한 스낵을 선택하기 때문에 이와 같은 트렌드에 부응할 수 있는 제품 개발이 필요함

< 소비자 수요를 이끄는 스낵 종류 3가지 >



출처 : Health Focus International

□ 현재 19 ~ 36세 연령대의 밀레니얼(Millennial) 세대들에 있어 식사시간 사이의 스낵 섭취가 급증하는 추세로, 체중 증가에 민감한 이 세대는 건강하고 저칼로리이면서 허기를 다스릴 수 있는 스낵 제품에 좋은 반응을 나타냄

- 학생들은 세끼 식사를 규칙적으로 하기보다는 적은 양의 스낵을 자주 먹는 것을 선호하기 때문에 간편하고 소포장이 가능한 스낵의 개발이 요구됨. Y펠스의 조사에 따르면 밀레니얼 세대의 83%가 스낵을 선택할 때에 건강을 중요하게 고려했으며 품질이 좋으면서 간편한 것을 좋아하는 것으로 나타남

KEY INFO

미국의 과자와 짭짤한 스낵
부문의 전망이 좋게 예측되고
있으며 미국인들의 65%는 스
낵을 고를 때에 자연적인 맛
을, 63%는 식이섬유를 중시
함. 70% 이상의 미국 성인들
이 건강을 고려한 스낵을 찾
고 있음

□ 유로모니터에 따르면 2013년 미국의 과자와 짭짤한 스낵의 소매시장 매출액 규모는 346억 달러로 전년보다 5% 성장하였으며, 물량 기준으로는 2% 성장함. 스낵류는 2018년까지 약 419억 달러 규모로 성장할 것으로 예상되며, 금액과 물량의 연평균 성장률은 각각 3%, 1%에 달할 것으로 예측됨

- 단맛과 짭짤한 맛의 스낵 모두 “건강하며, 입맛을 충동적으로 당기는(Indulgent)” 스낵으로, 향후 수요가 성장할 것으로 예측됨. 미국 달러 기준 2013년부터 2018년까지 9%의 성장세를 이뤄 1,407억 달러 규모가 될 것으로 전망됨

- 닐슨에 따르면 스낵을 고를 때에 65%의 미국인들이 자연적인 맛을 중시했으며, 63%가 식이섬유를 중시함. 59%는 콘시럽과당으로 만들어진 스낵을 지양했으며 58%는 저염 스낵을 원함. 70% 이상의 미국 성인들은 건강을 고려한 스낵을 선정할 때 고단백질, 저칼로리의 특성을 중시함

< 미국 소비자 스낵 선호도 >



출처 : 닐슨(Nielsen) - 30일 간의 스낵 서베이(www.nielsen.com)

“미국 시장 내 스낵용 김 제품의 인기”

KEY INFO

최근 스낵김의 종류가 다양해지고 있으며 미국 소비자의 입맛을 공략한 각종 맛 김이 출시되고 있음

- 한국산 김이 미국 현지에서 웰빙 스낵으로 주목받으면서 주 소비층이 중국계와 히스패닉을 포함한 타인종과 주류 소비자들까지로 확대되고 있는 추세임
 - 2013년 한국산 김의 수출 실적은 사상 처음 2억 5,000만 달러를 돌파했으며 이 중 미국은 6,728만 5,000달러로 전년 대비 31% 상승하며 전 세계 최대 수입국으로 부상함
- 스낵용 김 제품이 인기를 끌며 한인마트 외에도 미국 온·오프라인, 미국의 대표 대형 유통망인 Costco, Trader Joe's 등을 통해 인기리에 판매되고 있음
 - 몇 년 전까지만 해도 건조 김, 맛김 등으로 단순했던 제품 구성이 현재는 웰빙 트렌드에 편승하여 올리브유, 포도씨유 등을 사용한 고급 제품들이 출시되고 있으며 소비자 확보를 위한 경쟁이 매우 치열한 상황임
 - 미국 시장에는 데리야끼와 매운 맛 등 각종 맛을 가미하거나 아몬드를 첨가하는 등 본격 스낵으로 진화한 김 제품이 출시되며 인기를 끌고 있음
 - 특히 최근에는 현지인 취향의 나트륨 함량이 낮으면서 다양한 요리에 활용도가 높은 김자반·스낵김 등과 같은 제품들의 소비가 늘고 있음

“미국 스낵김 시장에 진출한 다양한 기업들”

- 스낵김은 밥 반찬 용도가 아닌 김 자체만을 즐길 수 있는 스낵으로 미국 주요 마켓에서 판매되고 있으며, 8년 전부터 주류 마켓에 김(Sea's Gift)을 납품, 판매하고 있는 자연나라에 이어 CJ(Annie's Chun), 동원(Sea's Veggie), 참이랑(Green Chopstick)과 시스낵(Seasnax)에 이르기까지 많은 기업에 의해 현지 스낵시장에 진출되고 있음

KEY INFO

미국 스낵김 시장에 진출한 기업들의 다양한 제품 중 현지인 입맛에 맞게 개발한 제품들이 좋은 반응을 얻고 있음

- 자연나라의 김 제품인 Sea's Gift는 Whole Foods Market을 비롯한 대부분의 유기농 식료품점에서 판매되는 것은 물론 Trader Joe's에서는 OEM 방식으로 판매되며 미국 소비자들의 좋은 반응을 얻고 있음
- 동원 F&B의 양반김은 Sea's Veggie라는 이름으로 캘리포니아주 대형 마켓 체인인 Ralphs에 입점을 완료했고, 현지 식품 업체인 Seasnax의 양파 맛, 와사비 맛 김도 Whole Foods Market을 비롯 미 주류 마켓에서 판매하고 있음
- Annie Chun's는 2006년 CJ Group이 인수한 천연재료 식품 생산업체로 Walgreen, Walmart, Whole Foods Market등의 미국 식품 대형 유통업체를 통해 스낵김을 판매하고 있음. 해당 업체는 와사비, Pepper & Herb, Brown Sugar & Sea Salt등 현지인의 입맛에 맞는 제품을 개발해 판매하고 있으며, 특히 와사비 맛의 김은 현지인에게 좋은 반응을 얻으며 현지화의 성공적인 사례로 평가받고 있음

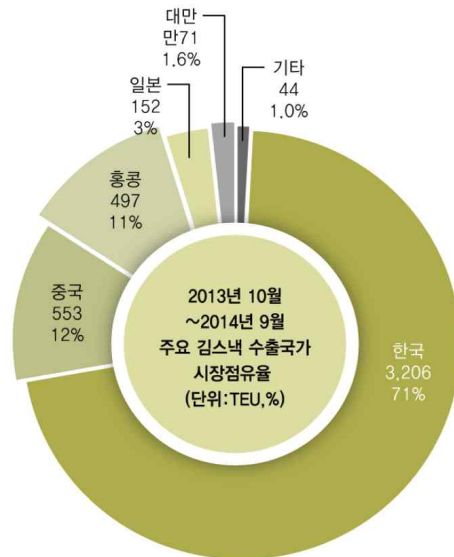
< 미국의 스낵 유통채널과 점유율 >

(단위 : %)

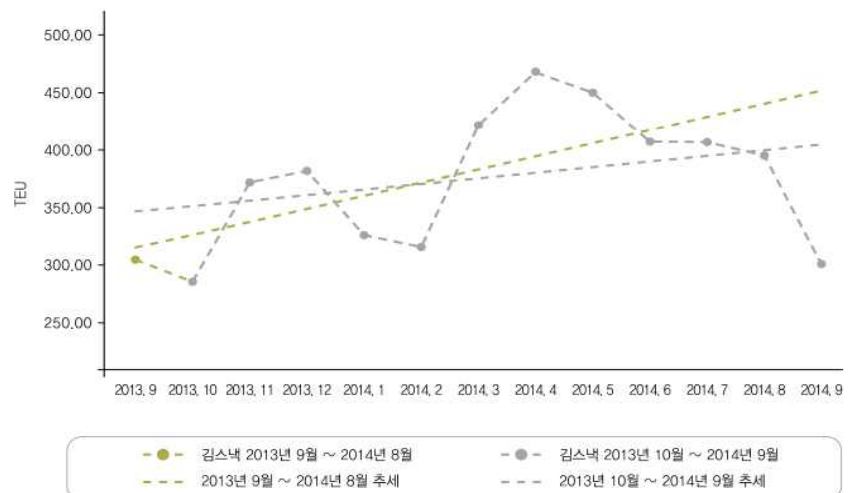
유통채널	2010	2011	2012	2013
편의점	3.5	3.7	3.9	4.0
디스카우트 스토어	3.1	3.3	3.3	3.2
주유소 내 편의점	16.9	16.9	16.9	16.9
대형 유통업체 내 하이퍼마켓	23.1	23.0	23.2	23.6
슈퍼마켓	28.6	28.8	28.9	28.9
전통적인 식료품점	8.1	7.9	7.7	7.5
기타	16.7	16.4	16.1	15.9

출처 : www.euromonitor.com

< 미국의 주요 김스낵 수출국가 시장점유율 >



< 아시아산 스낵김 수입추세 >



출처 : www.zepol.com

- 미국의 스낵김 시장은 한국 수출품의 점유율이 가장 높게 나타남
- 아시아산 스낵김 수입은 2014년 9월 하락세를 보였으나 그동안 꾸준히 상승하여 상승 추세를 보이고 있음

5) 시장트렌드 출처

- 한국농수산물유통공사 - 수산물수출유망품목 해외시장정보(2010.12)
- 한국농수산물유통공사 - 스낵류 시장현황 미국편(2014.12)
- 한국농수산물유통공사 - 2012 해외유통매장 수산물식품 현황(2012.11)
- 한국농수산물유통공사 & 농림축산식품부 - Global Food Info 미국편(2014)
- www.zepol.com
- www.euromonitor.com
- www.nielsen.com

III

경쟁제품 현황

1. 미국 방문매장 정보
2. 미국 스낵김 경쟁제품 가격현황
3. 미국 현지방문 매장 담당자 인터뷰
4. 미국 스낵김 경쟁제품 현황 조사결과

1. PRODUCT INFORMATION - 미국 방문매장 정보

SHOP #1. Ralphs

이미지				
	< 매장 전경 >			
				
	< 매장 내 스낵김 판매대 전경 >			
Contact Point	Tel : +1 (323) 936-4954			
	Add : 5601 Wilshire Blvd, Los Angeles, CA 90036			
기업 정보	규모	- 캘리포니아 주 내 320개 매장		
	- 1873년 LA에 설립된 식료품점으로 Kroger社의 자회사이며, 남부 캘리포니아 최대의 슈퍼마켓 체인임 - 유제품, 냉동식품, 고기류, 해산물류, 간식류, 주류, 제과제빵 등 각종 식료품과 의약품 취급			
매장 정보	- 다양한 종류의 식료품이 갖춰져 있으며, 스낵김은 스낵코너가 아닌 Asian Food Section에 위치 - 고객 구성비 ⁶⁾ : 주소비자들의 국적이 비교적 다양한 편이며 African-American이 20%, Hispanic, Latino가 35 ~ 45%, 한국인이 10 ~ 15% 정도로 구성되어 있음			
인터뷰 내역	“스낵김 제품은 아시안들에게 주로 소비되며 한국을 제외한 국적의 사람들은 해조류를 크게 선호하지 않는다.” -Ralphs 스태프			

6) 고객 구성비는 같은 브랜드여도 매장 위치에 따라 달라지며, 해당 구성비는 조사 중 방문한 매장에 해당하는 정보임

SHOP #2. Walmart

이미지				
	< 매장 전경 >			
				
< 매장 내 스낵김 판매대 전경 >				
Contact Point	Tel : +1 (323) 299-8014			
	Add : Crenshaw Blvd, Los Angeles, CA 90008			
기업 정보	규모	- 2014년 기준 매출액 4,700억 달러, 2015년 기준 매장 수 1만 1,505개		
	- 미국 식료품 판매의 19%를 차지하고 있는 세계 최대·미국 최대의 유통업체임 - 세계의 여러 국가에 진출하였으나 유일하게 한국과 독일에서 실패함 - 다양한 식료품과 잡화들을 판매하고 있음			
매장 정보	- Baldwin Hills Crenshaw Plaza라는 쇼핑센터 내에 위치함 - 고객 구성비 : 주로 African-American, Mexican으로 구성되어 있음			
인터뷰 내역	“해조류 제품이 크게 인기 있는 편은 아니나 기존에 구매해본 경험이 있는 고객들을 위주로 재구매가 이루어진다.” -Walmart 스태프			

SHOP #3. Albertsons

이미지				
	< 매장 전경 >			
				
< 매장 내 스낵김 판매대 전경 >				
Contact Point	Tel : +1 (323) 295-1919			
	Add : 3901 Crenshaw Blvd, Los Angeles, CA 90008			
기업 정보	규모	- 2014년 기준 영업 이익 230억 달러, 매장 수 2,205개		
	- 1939년 설립되어 약국, 마트 등 다양한 서비스를 제공하고 있으며 각종 식료품과 공산품, 의약품 등을 주로 판매함			
매장 정보	- 매우 가까운 거리에 Walmart 매장이 있기 때문에 고객 수가 많은 편은 아님 - 고객 구성비 : 비교적 다양하게 구성되어 있음			
인터뷰 내역	“소비자들이 해조류 제품을 크게 선호하지는 않으나, 이국적인 느낌과 호기심으로 인한 구매가 종종 이루어지고 있다.” -Erik, Albertsons 스태프			

SHOP #4. Food for Less

이미지				
	< 매장 전경 >			
				
< 매장 내 스낵김 판매대 전경 >				
Contact Point	Tel : +1 (213) 386-1680			
	Add : 1091 S Hoover St, Los Angeles, CA 90006			
기업 정보	규모	- 미국 캘리포니아, 일리노이, 인디애나, 오하이오 주에 위치하고 있음		
	- 호주 Woolworths Limited社의 창고형 슈퍼마켓 체인으로 미국 내에서는 1977년 시작, Kroger社에 의해 운영됨			
매장 정보	- 상대적으로 저소득층인 Mexican들이 주로 이용하는 매장으로, 다른 마트에 비해 제품 가격이 저렴한 편임 - 고객 구성비 : Mexican이 80% 정도를 구성하고 있음			
인터뷰 내역	“스낵김 제품은 주로 젊은층을 대상으로 판매가 이루어지며 미국 소비자들 보다는 외국 손님들에게 인기가 좋은 편이다.” -Food for Less 스태프			

SHOP #5. Hannam Chain

				
이미지	< 매장 전경 >			
				
	< 매장 내 스낵김 판매대 전경 >			
Contact Point	Tel : +1 (213) 382-2922			
	Add : 2740 W Olympic Blvd, Los Angeles, CA 90006			
기업 정보	규모	- 미국 현지 내 8개의 매장을 가지고 있음		
	- 1988년 6월 오픈을 시작으로 한국의 제품을 비롯한 아시안 식료품을 주로 판매해왔으나, 최근 그 범위를 확장하여 생활가전 및 생필품 등 다양한 품목을 판매하고 있음			
매장 정보	- 타사 마트들과 비교했을 때 가장 저렴한 가격대로 제공되고 있음 - 고객 구성비 : 한인이 75 ~ 85%를 구성하고 있음			
인터뷰 내역	“김 제품은 주로 한국인들에게 판매가 되지만 젊은 외국인들에게도 종종 판매가 되고 있다.” -Hannam Chain 스태프			

2. PRODUCT INFORMATION – 미국 스낵김 경쟁제품 가격현황⁷⁾

미국 Ralphs 가격 현황 (2015년 11월 16일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Seaweed Snack					
Sea's Gift	Jayone foods, Inc.	한국	5g	\$1.19 (1g 당 \$0.24)	
Roasted seaweed snack	Kroger	한국	11.3g	\$0.89 (1g 당 0.079\$)	
Roasted Seaweed Snack with sea salt	Kroger	한국	22g	\$0.99 (1g 당 0.045\$)	
Seaweed Crispys	Cj Foods, INC.	한국	36g	\$3.29 (1g 당 0.09\$)	
Sea Veggies	Yangban	한국	6g	\$0.99 (1g 당 \$0.165)	

7) 2015년 11월 16일 기준 1 달러(USD)= 1,172.30원

미국 Walmart 가격 현황 (2015년 11월 16일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Seaweed Snack					
Sea's Gift	Jayone foods, Inc.	한국	5g	\$3.88 (1g 당 \$0.776)	

미국 Food for Less 가격 현황 (2015년 11월 16일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Seaweed Snack					
Roasted seaweed snack	Kroger	한국	11.3g	\$0.99 (1g 당 \$0.088)	
Sea's Gift	Jayone foods, Inc.	한국	5g	\$0.99 (1g 당 \$0.198)	

미국 Albertsons 가격 현황 (2015년 11월 16일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Seaweed Snack					
Roasted Seaweed Snack Wasabi	Cj Foods	한국	5g	\$1.79 (1g 당 \$0.358)	
Roasted Seaweed Snack Sesame	Cj Foods	한국	5g	\$1.79 (1g 당 \$0.358)	
Sea Veggies	Yangban	한국	6g	\$1.29 (1g 당 \$0.215)	
gimMe Organic Sea Salt	GIMME HEALTH FOODS LLC	한국	26g	\$2.59 (1g 당 \$0.10)	

미국 Hannam Chain 가격 현황 (2015년 11월 16일 기준)

제품명	제조사	제조국	중량	가격 (g당 가격)	이미지
Seaweed Snack					
Bibigo 김스낵	CJ 제일제당	한국	36g	\$2.99 (1g 당 \$0.083)	
오희숙 김부각	Distributed by Jayone Foods, Inc	한국	30g	\$1.99 (1g 당 \$0.66)	

3. PRODUCT INFORMATION - 미국 현지방문 매장 담당자 인터뷰

※ 미국 Ralphs 스텝 인터뷰

☐ 스낵김 제품의 판매 추이가 어떠한지

- 보통이다. Original 맛의 판매가 보편적이며 Chili Pepper 맛도 종종 팔리는 편이다. Asian Food 코너에 위치하고 있어 주로 한인들이 구매한다.

☐ 미국 소비자들이 해조류 제품을 선호하는지? 스낵김에 대한 인지도는?

- 한국을 제외한 국적의 사람들은 해조류를 크게 선호하지 않으며 인지도 또한 높지 않은 편이다.

☐ 매장 내 스낵김의 대략적인 점유율은 어떠한가? 인기가 많은 스낵류와 그 이유는?

- 스낵김의 점유율은 5% 미만으로 매우 적었고, 인기가 많은 스낵류로는 감자칩과 나쵸가 있다. 미국인들이 평소에 자주 먹는 익숙한 스낵의 판매가 주로 이루어지고 있다.

※ 미국 Walmart 스텝 인터뷰

☐ 스낵김 제품의 판매 추이가 어떠한지

- 좋은 편이다.

☐ 미국 소비자들이 해조류 제품을 선호하는지? 스낵김에 대한 인지도는?

- 해조류 제품을 크게 선호하지는 않으나 이전에 먹어본 경험이 있는 소비자에게 의한 판매가 이루어지는 편이다.

☐ 매장 내 스낵김의 대략적인 점유율은 어떠한가? 인기가 많은 스낵류와 그 이유는?

- 스낵김의 점유율은 3% 미만으로 매우 적으며 대부분 감자칩을 선호한다. 이는 미국인들이 짭짤하고 바삭한 맛의 스낵을 좋아하기 때문이며 다양한 프로모션 또한 큰 이유 중 하나이다.

※ 미국 Albertsons 스텝 인터뷰

☐ 스낵김 제품의 판매 추이가 어떠한지

- 아시아 문화에 대한 다양한 인종의 사람들의 흥미가 늘어남에 따라 판매 또한 늘어가는 추세이며, Original, Wasabi, Black Pepper 맛의 인기가 좋다.

☐ 미국 소비자들이 해조류 제품을 선호하는지? 스낵김에 대한 인지도는?

- 해조류 제품을 크게 선호하지는 않으나 호기심과 이국적인 느낌에 찾는 경향이 있다.

☐ 매장 내 스낵김의 대략적인 점유율은 어떠한가? 인기가 많은 스낵류와 그 이유는?

- 스낵김의 점유율은 5% 미만이고 미국 소비자들은 평소에 즐겨 먹던 스낵을 구매한다.

※ 미국 Food for Less 스태프 인터뷰

☐ 스낵김 제품의 판매 추이가 어떠한지

- 젊은 층을 상대로 종종 팔리는 편이다.

☐ 미국 소비자들이 해조류 제품을 선호하는지? 스낵김에 대한 인지도는?

- 해조류 제품을 크게 선호하지는 않는다.

☐ 매장 내 스낵김의 대략적인 점유율은 어떠한가? 인기가 많은 스낵류와 그 이유는?

- 스낵김의 점유율은 5% 정도이며 감자칩 30%, 나초칩 20%, 쿠키 20%, 기타 25%이다.

※ 미국 Hannam Chain 스태프 인터뷰

☐ 스낵김 제품의 판매 추이가 어떠한지

- 꽤 잘 팔린다. 비교적 젊은 연령층에게 인기가 많으며 한국인뿐만 아니라 여러 국적의 사람들이 찾는 편이다.

☐ 미국 소비자들이 해조류 제품을 선호하는지? 스낵김에 대한 인지도는?

- 해조류의 인기가 좋은 편은 아니지만 이전에 먹어본 경험이 있는 소비자들을 대상으로 판매가 이루어지는 편이다.

☐ 매장 내 스낵김의 대략적인 점유율은 어떠한가? 인기가 많은 스낵류와 그 이유는?

- 스낵김의 점유율은 10%정도이며, 일반적인 한국 과자들의 인기가 좋다.

4. FIELD RESEARCH RESULTS - 미국 스낵김 경쟁제품 현황 조사결과

※ Summary

- 대부분의 스낵김은 미국인 소비자 보다는 한인들을 대상으로 팔리고 있었음
- 미국 현지 소비자들의 스낵 소비 형태는 평소에 즐겨먹던 익숙한 맛의 감자칩이나 나초칩, 쿠키 등에 국한되어 있음
- 해조류를 가공한 스낵 제품 자체에 대한 인지도가 사실상 낮은 것으로 파악되며 주위의 아시안 지인이나 영화, 드라마, 만화 등을 통해 처음 접하는 경우가 대부분임
- 방문한 매장 5곳 모두 한국 제품만 취급하고 있었음
- 현지 조사자의 의견에 따르면 미국 내 Whole Foods Market의 주 소비층은 중산층 이상으로, 가격이 조금 비싸더라도 몸에 좋은 것을 먹고자 하는 경향이 있으므로 스낵김이 건강에 좋다는 점을 중점적으로 홍보하고 해당 마켓을 통해 판매하는 것이 좋을 것으로 보임
- g당 가격은 0.045 ~ 0.66 달러로, 다양한 가격대로 판매되고 있음

IV

유통구조

1. 미국 식품 유통구조 및 현황
2. 미국 Other Savory Snacks 유통채널별 점유율

1. DISTRIBUTION INFORMATION - 미국 식품 유통구조 및 현황

“정밀하게 체계화 되어있는 미국 식품 유통구조”

□ 일반 가정으로 소비되는 식품은 슈퍼마켓, 대용량 판매점, 할인마트, 약국 등의 소매점을 통해 판매되고, 외식으로 소비되는 식품은 식자재 채널(하위 채널 : 식자재 유통업체, 식자재 공급업체)을 통해 판매됨

– 아시안 식품의 일반 소매 채널은 유통업체를 거쳐 슈퍼마켓으로 재판매되고, 식자재의 경우 식자재 유통업체를 거쳐 식당이나 케이터링 업체로 판매됨. 아시안 식품은 전문 식품 유통업체를 거침. 또한 일반 소매 식품은 작고 눈에 띄며 식자재 식품은 대용량 크기로 보다 손쉽고 빠르게 식당에서 사용될 수 있도록 만들어짐

KEY INFO

The Robinson-Patman Act 법안

1936년 미국에서 소매 제품에 대한 최저 가격을 고정하여 도매점 및 소매점 간의 경쟁 약화 행위를 금지하고 소규모 기업을 보호하기 위해 등록된 법안

– 유통 채널에 관계없이 제조업체는 “The Robinson-Patman Act” 법안으로 인해 공정한 관행법으로 모든 소비자에게 동일한 할인 일정을 사용하여 동일한 가격에 동일한 제품을 판매하도록 규정되어 있음

□ 소매점 체인들은 타사와의 차별화를 위해 그들의 지역 무역 성격이나 인구 통계에 맞게 서로 다른 형식을 이용하기도 함. 이러한 형식들은 소비자의 요구를 알고 충족시키기 위해 지속적으로 진화함

– 미국의 식료품 매장은 기본적으로 다양한 형태를 가지고 있으며 이는 슈퍼마켓, 대용량 할인마켓, 할인 매장 또는 편의점으로 나뉘고 점차 초대형 슈퍼마켓, Fresh 마켓, Superstore와 Super 대형 창고형 마켓 등의 형태로 진화하였음

< 미국 내 한국식품 유통구조 >



- 식품 대기업의 경우 미국 유통업체에 직접 거래하는 반면 중소형 식품 기업들은 한국 내 식품 수출(무역)업체들을 통해 미국 유통업체에 제품을 납품하는 경우가 대부분인 것으로 파악됨
 - 미국 유통업체들은 대규모 물량 거래가 가능한 한국 식품 대기업과는 직접 거래를 원하지만, 거래 물량이 적은 중소 식품 기업의 경우 직접 거래하는 것 보다 한국 내에서 자신들이 원하는 다양한 제품을 소싱하고 물량을 맞춰주는 방식을 선호함
 - 미국 유통업체들이 한국 식품 수출(무역)업체에 필요한 농식품 아이템을 요청하면, 해당 식품 수출업체들은 자신들이 거래하고 있는 한국 제조업체들의 보유제품을 추천하고 미국 유통업체의 최종 승인 시 해당 제품을 필요 물량만큼 납품함
- 미국 내 식자재 유통채널은 크게 브로드 라이너(Broadliner), 스페셜티 디스트리뷰터(Specialty Distributor), 시스템 디스트리뷰터(System Distributor) 등으로 구분됨

< 미국 내 유통채널 >

브로드 라이너 (Broadliner)	미국 식자재 유통의 약 50%를 차지하는 대형업체로 식재료, 주방기기, 소모품 등 모든 것을 취급하며 SYSCO, US Foodservice, Gordon Food Service 등이 대표적임
스페셜티 디스트리뷰터 (Specialty Distributor)	전체 유통의 약 33% 정도를 차지하며, 특정 고객층에 특정 품목 위주로 공급하는 업체로 Fresh Express, McLane Company, Vistar, Costco, Smart&Final 등이 대표적임
시스템 디스트리뷰터 (Systems Distributor)	식자재 유통의 약 17%를 차지하며 편의점, 병원, 호텔 등을 상대로 낮은 가격과 신속한 배달서비스를 제공하며 AmeriServe, Martin Brower, Golden State Foods, MBM 등이 대표적임

출처 : www.kati.net

- 미국 내 대규모 프랜차이즈 업체들은 입찰형식을 통해 샘플자료를 받아보고 구매처를 결정하며 이를 가공하는 Central Kitchen을 두고 유통하고 있음
- 소규모 프랜차이즈 식당의 경우 식자재 전문 유통업체를 통해 반 가공된 형태로 구매하기도 함
- 일부 식당의 경우 구매담당자가 직접 Costco와 Restaurant Depot과 같은 식재료 도매 마트나 농산물 도매시장, 일반 슈퍼마켓에서 구매하기도 함

2. DISTRIBUTION INFORMATION - 미국 Other Savory Snacks 유통채널별 점유율

“미국 유통채널 내 슈퍼마켓/하이퍼마켓 강세”

□ 데이터모니터에 따르면 2014년 미국 Other Savory Snacks 시장에서 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 유통채널은 84.20%를 차지한 슈퍼마켓/하이퍼마켓으로 집계됨

- 2011 ~ 2014년 유통채널별 점유율은 4년 모두 같은 수치를 보이며 슈퍼마켓/하이퍼마켓의 비율이 그만큼 크다는 것을 보여줌
- 편의점의 2014년 점유율은 9.21%를 차지하며 2위에 랭크되었으며, 전문판매점의 경우 0.01%를 차지하며 미미한 점유율을 차지하고 있는 것으로 파악됨

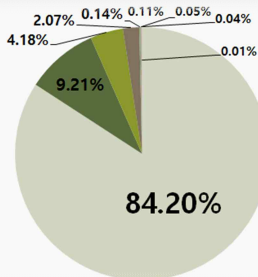
< 미국 Other Savory Snacks 유통채널별 점유율 >

(단위 : %)

유통채널 ⁸⁾	2011	2012	2013	2014
슈퍼마켓/하이퍼마켓	81.32	82.30	83.28	84.20
편의점	9.54	9.43	9.32	9.21
서비스 스테이션	4.44	4.35	4.27	4.18
개인 소매점	2.77	2.54	2.30	2.07
백화점	0.14	0.14	0.14	0.14
약국/드럭스토어	0.11	0.11	0.11	0.11
기타	0.39	0.27	0.16	0.05
자판기	0.31	0.20	0.10	0.04
전문 판매점	0.98	0.65	0.32	0.01

KEY INFO

2014년 미국 Other Savory Snacks 유통채널별 점유율 그래프



출처 : Data Monitor

8) 유통채널

- 슈퍼마켓 / 하이퍼마켓 (Supermarkets / Hypermarkets) : 식료품, 일용 잡화, 의료품, 화장품 등의 가정용품을 모두 갖추어 놓고 판매하는 매장으로, E-Mart를 예로 들 수 있음
- 개인소매점 (Independent Retailers) : 개인 소유의 소매점으로 대개 가족사업으로 이루어짐. 체인은 10개 미만이어야 함
- 편의점 (Convenience Stores) : 고객 편의를 위하여 24시간 문을 여는 잡화점으로 7-ELEVEN을 예로 들 수 있음
- 전문 판매점 (Specialist Retailers) : 한 가지 특정 제품만 판매하는 매장으로 서점을 예로 들 수 있음
- 서비스 스테이션 (Service Stations) : 주유소 옆에 있는 작은 편의점
- 백화점 (Department Stores) : 여러 가지 상품을 부문별로 나누어 진열 및 판매하는 대규모의 현대식 종합 소매점으로 MARKS & SPENCER를 예로 들 수 있음
- 창고형 할인매장 (Cash & Carry and Warehouse clubs) : 매장을 단순화해 창고 형으로 꾸미고 식품, 생활용품 등 각종 상품들을 시중가보다 파격적으로 싸값에 묶음 형으로 판매하는 매장으로 Costco를 예로 들 수 있음
- 약국/드럭스토어(Pharmacies/Drugstores) : 처방전 없이 구입할 수 있는 일반의약품 및 화장품, 건강보조식품, 음료 등 다양한 상품을 판매하는 매장

INTERVIEW

“당사는 한인 소비자 대상의 슈퍼마켓으로, 일본 식재료 유통상인 JFC International과 Nissimoto에서 일본산 스낵김을 납품받아 판매하고 있다.”

- Mr. Kim
(미국 Gaju Market
Purchasing Manager)

“당사는 미국 LA 근교에 위치한 한국 식품 제조 및 도매 회사로 한국산 신선·가공 농식품 전반을 수입하고 있으며 주로 현지마켓 위주의 마케팅을 하고 있다. 한국산 스낵김을 취급하고 있으며 연간 1,000만불 이상의 한국산 농식품을 수입한다. 관심품목으로는 가공식품 및 유기농 유아용 스낵 음료류가 있다.”

- Mr. Yu
(미국 Jayone Foods 담당자)

< 미국 김 유통경로 >



출처 : EC21 Research & Consulting

