

[미국-뉴욕, 2013년 7월] [농식품]

1. 주재국 현장 이슈

▶ 미국 로컬푸드 상승세 여전

미농무부(USDA)에 따르면 농민이 재배한 로컬 농산물을 소비자와 직거래하는 파머스마켓의 증가세가 지속되고 있으며 '94년 1700여개에서 '12년에는 7,800개까지 증가되었음

1930년대 대공황 당시 농산물 거래를 활발히 하기 위해 농민들이 판매에도 직접 뛰어들면서 현재의 파머스마켓의 형태를 띄기 시작했으며 생산자와 소비자 양측에 이익을 줄 수 있고 지역 경기를 활성화시킨다는 평가속에 그 규모와 형태가 확대되고 있음

미국은 통념상 150마일(약 250km) 내 지역을 로컬로 인식하고 있으며 최근에는 각 주별로 로컬푸드 정책을 펼쳐 파머스마켓뿐만 아니라 지역내 유통체인들과도 연계하여 로컬푸드 활성화에 많은 노력을 기울이고 있음

▶ 미국행 해상화물 관세규정 강화

미관세청이 올해 7월부터 미국으로 수입되는 해상화물에 관한 규정(Importer Security Filing)을 강화함에 따라 대미 수출업체의 주의가 필요함

이는 911 테러 이후 해상화물에 대한 테러 및 밀수를 방지하기 위한 목적으로 지난 09년부터 실시해온 제도인데 미국내 수입자가 대미 수출화물의 선적 24시간 전에 수입화주, 판매자에게 10개 항목, 운송인은 컨테이너 적재계획 등 2개 항목을 출항 후 48시간 내에 미세관에 신고해야하는 법안임

지난 7월 8일까지 벌금부과 시행을 유보해왔으나 지난 9일부터 시행에 돌입함

▶ 미농무부(USDA), 중국 13-14년 밀수입량 850만톤으로 예상

미농무부는 7월초 중국의 13-14년 밀 수입량이 850만톤에 이를 것으로 예상했는데 이는 올해 초 예상했던 350만톤의 두배 이상 조정된 규모임

현 추세라면 중국은 이집트에 이은 두 번째 밀수입국가가 되는데 미농무부는 이미 밀 재고가 바닥난 상황속에서 산둥, 허베이 등 주요 곡창지대의 악천후로 중국의 밀수입은 더 증가할 것으로 예상함

그러나 현재까지 시카고상품거래소(CBOT)의 9월 인도분 밀가격은 부셴당 6.5불에 형성되어 있어 올초보다는 16% 낮게, 7월초 미농무부의 중국 밀 수입량 전망치 발표 이후보다는 4% 가량 하락함

2. 농식품 수입동향 및 전망

□ '13. 5월말까지의 미국 전체 농수산물식품 수입액은 US58,259백만불로 전년(56,039) 동기대비 4% 증가

- 5월말 현재까지 미국 전체 농수산물식품 수입은 캐나다, 멕시코, 중국순이며 특히 캐나다의 대미 수출은 전년 동기대비 15% 증가한 13,368백만불이며 미국 총수입량의 22%가 넘는 수준임. 한국은 전년 동기대비 18% 증가한 234백만불로 미국의 주요 농수산물식품 수입국 중 38번째임.

□ 신선배

- 5월말 현재까지 미국내 수입은 68백만불로 아르헨티나산 배가 39백만불로 가장 많이 수입되고 있으며 뒤를 이어 칠레산 배가 14백만불로 수입 증가세를 이어가고 있음. 이어 중국산 배가 8.9백만불로 대미수출량이 급격히 증가하고 있는 추세임. 한국산 배는 2.8백만불을 기록하며 전년 동기대비 2% 감소함. 또한 대미 배수출국 중 아르헨티나와 칠레가 5.7백만불 어치의 유기농 배를 미국으로 수출했음.

□ 신선버섯

- 미국내 수입이 전년 동기 대비 4% 증가하였으며 미국내 시장을 지배하고 있는 캐나다산의 수입액은 46백만불로 전년 대비 2% 증가했음. 뒤이어 멕시코산 버섯이 1.2백만불, 중국산 버섯이 2.9백만불의 수입액을 기록하고 있으며 한국산 신선버섯의 수입은 1.1백만불로 전년 동기대비 11% 증가함.

□ 굴

- 지난 3월 대미 굴수출이 재개 이후 대미 굴수출 3위 국가였던 멕시코의 수입량을 추월하여 92.1만불의 수입액을 기록함. 4월 말 기준으로 중국산 굴이 10백만불, 캐나다 7.1백만불로 미국내 굴수입을 주도하고 있음. 뒤이어 멕시코는 1.2백만불을 기록했으며 5월말 현재 미국의 전체 굴 수입액은 22.1백만불로 전년 동기 대비 16% 증가함.

□ 커피(인스턴트)

- 4월에 이어 5월 또한 로스팅 혹은 인스턴트 커피류의 수입이 지속적으로 줄어 7% 감소한 추세임. 반면에 로스팅 커피의 주요 수입국인 멕시코와 브라질산의 커피가 각 6%와 10% 증가했음. 한국산 커피 또한 25% 감소한 2백만불을 기록한 반면 전년 동기대비 10% 감소폭을 보인 캐나다산 커피가 150백만불로 현재까지 가장 많은 수입량을 보이고 있음.

□ 소스류

- 국가별 전년 동기 대비 수입액의 편차가 적은 가운데 멕시코산이 수입액이 21% 증가했으며 태국산 소스 또한 7% 상승했음. 한국산 소스는 4.8백만불을 기록했으며 전년 동기 대비 21%의 성장세를 보였음. 캐나다산 소스의 증가세가 주춤한 사이 멕시코산 소스가 37백만불을 기록하며 최대 수입국임.

□ 라면류

- 여러 품목중에서 라면류는 전년 동기대비 미국내 수입액이 26% 증가해 급성장중인 카테고리이며 한국산이 가장 많은 수입액을 기록하고 있음. 특히 태국산 라면 전년 동기대비 7% 증가한 6.9백만불을 기록한 반면 한국산은 69% 증가한 13.3백만불로 5월말 기준 10백만불을 돌파함. 미국 수입 3위인 중국산 라면이 6.9백만불로 전년 동기대비 35% 증가함.

<주요 품목별 수입통계>

(단위 : 천 달러, %)

품목	2012년 5월	2013년 5월	전년대비 (%)	1위		2위		3위		한국
				국가	금액	국가	금액	국가	금액	금액
농식품 전체	56,038,667	58,258,560	4	캐나다	13,368,292	멕시코	8,819,376	중국	4,008,581	234,078
신선배	43,534	68,830	58	아르헨티나	38,643	칠레	14,054	중국	8,924	4,784
신선버섯	52,093	54,328	4	캐나다	45,946	멕시코	3,584	중국	2,921	1,060
굴	19,150	22,140	2	중국	10,233	캐나다	7,082	한국	3,009	3009
국수	91,911	105,976	15	멕시코	25,902	캐나다	22,065	중국	20,436	6,571
리면	29,631	37,217	26	한국	13,309	태국	6,992	중국	6,349	13,309
소스류(장류)	133,300	143,914	8	멕시코	36,659	캐나다	35,760	태국	12,438	4,832
간장	28,253	32,087	14	중국	9,343	홍콩	8,367	일본	4,254	1,671
커피조제품	505,711	470,385	△7	캐나다	150,316	멕시코	63,212	브라질	57,817	2,017
종자류	702,406	983,180	40	칠레	367,154	아르헨티나	166,633	캐나다	159,829	2,007

자료원 : USDA FAS(Foreign Agricultural Service) 수출입통계 자료 (5월 기준 자료)

3. 타국산(관할지역 생산, 타국수입산) 경합품목 동향

□ 김

- 최근 교포마켓에 현지인들이 매장에서 ‘Seaweed’ 를 찾는 경우가 많아졌으며 현지 마켓에서도 김은 좋은 위치에 디스플레이 되고 있으며 회전율이 상당히 빠른 상품으로 알려져 있음. 각종 매체에서 김에 대한 소식이 나오고 유력 식품박람회인 ‘팬시푸드쇼’ 에서 김제품이 수상하면서 수입유통관계자들에게도 상품성을 인정받고 있음. 현지 상당수 매장에서 김은 주력 아시안 품목으로 분류되고 있으며 교포마켓에 판매되는 대형 사이즈와는 달리 소포장 패키지의 제품이 주로 판매되고 있음.

□ 참외

- 무더운 여름 시즌에 맞춰 한국산 참외의 판매는 호조세임.특히 품질이 좋다는 소비자들의 평이 이어지면서 꾸준한 판매에 도움을 주고 있지만 교포마켓을 방문하는 현지인들에게는 여전히 생소하다는 평임. 교포마켓에서 자체적으로 시식회를 진행하고 있으나 참외를 아는 교포들을 제외하면 현지인들의 시식참여율이 낮은 편임. 교포마켓 담당자에 따르면 우선 아시아인들을 중심으로 참외에 대한 인식변화를 위한 판촉활동이 진행된다면 점차적으로 인지도가 향상될 것으로 예상했음.

□ 신선버섯

- 교포마켓뿐만 아니라 중국, 일본 마켓에도 팡이버섯이 판매되고 있으며 현지 마켓에도 간헐적으로 판매되고 있음. 팡이버섯은 꾸준히 공급이 되고 있으나 새송이 버섯은 수급이 불안정한 경우가 많아 소비자들이 찾아도 빈손으로 돌아가는 경우가 빈번하다고 함. 또한 팡이버섯은 수급은 안정적인 편이나 업체간 가격 경쟁이 심하여 가격이 지나치게 낮게 판매되는 경우가 있어 소비자들의 가격 신뢰도에 악영향을 미치고 있음. 새송이의 경우 캐나다산과 경쟁을 하고 있는데 캐나다 온타리오주에서 육로를 통해 직배송되는 만큼 신선도에 있어 우위를 보임.

□ 고추장

- 현지에 시장에 맞는 고추장 제품들이 지속적으로 출시됨에 따라 현지 유기농마켓에서 판매되고 있는 제품들의 판매도 점차 증가하는 추세임. 현지 마켓에서 판매되는 300g 이하 튜브형태 제품도 판매가 지속적이며 매운맛보다는 달콤한 맛을 앞세워 현지인들에게 어필하고 있음. 매운 정도 또한 중간 혹은 낮은 제품을 중심으로 판매하여 현지 소비자들의 초기 접근성을 높이고 있음. 현지 마켓 전문가에 따르면 현재 대부분 판매되고 있는 고추장은 점도가 높은 편인데 일반적인 소스들과 같이 무언가 찍어먹을 수 있는 액상에 가까운 제품이 나온다면 시장으로부터 더욱더 큰 반응을 얻을 것으로 내다봤음.

4. 동향 분석 [알로에 음료]

□ 소비동향

- 기존 탄산음료를 주로 음용하던 현지인들이 웰빙 트렌드에 맞춰 건강음료를 찾기 시작했고 한국의 알로에 음료가 각광을 받고 있음
- 알로에의 효능은 이미 현지인들에게 널리 알려져 있어 알로에 음료를 인식시키는데 어려움이 없었으며 기능성이 높은 제품으로 알려져 있음
- 알로에 펄프는 젤리와 비슷한 식감을 가지고 있어 음료의 재미를 배가한다는 평이 있고 최근 탄산, 에너지 음료에 대한 거부감이 있는 소비자들의 구매를 이끌어 내고 있음

□ 수입동향

- 비타민, 미네랄, 설탕, 당성분, 향이 첨가된 음료류 수입동향 (BEVERAGES NONALC / HS : 2202909090)

(단위 : 천 달러)

구분	2009	2010	2011	2012	2012(1-6월)	2013(1-6월)
태 국	37,532	48,172	85,282	110,953	49,971	49,628
멕시코	82,085	80,339	69,347	71,138	35,248	38,850
한 국	27,460	34,478	37,790	54,880	26,726	30,386
브라질	6,067	7,299	9,821	18,158	3,080	17,738
캐나다	9,416	13,736	17,155	37,504	18,866	16,094
필리핀	2,158	2,321	2,999	12,569	1,209	10,736
중 국	4,104	3,966	5,569	17,437	10,738	9,046
대 만	6,986	11,363	13,966	16,833	8,061	8,082
전체	237,634	271,599	320,083	432,607	197,493	230,998

자료원 : USDA FAS(Foreign Agricultural Service) 수출입통계 자료 (6월 기준 자료)

* 알로에 음료가 해당 HS 코드로 미국내 수입되고 있으며 알로에 음료만 단독 조회가 불가능

- FAS 통계에 따르면 알로에 음료가 포함된 대미 한국산 기타음료의 수출액은 09년 이후 지속적으로 증가했으며 특히 11-12년에는 45% 이상 급증함
- 올해 6월까지 전년동기대비 14% 증가한 30백만불을 돌파했으며 건강음료를 찾는 추세속에서 수출증가세는 지속될 전망임
- 해당 추세라면 13년에는 FAS 통계 기반으로 60백만불을 돌파할 것으로 예상되며 교포마켓, 아시안 마켓뿐만 아니라 현지마켓에서 판매되고 있는 제품이 대부분 한국산 제품으로 성장세는 지속될 것임

□ 유통현황

- 최근 대부분의 현지 마켓에서 알로에 제품을 찾아볼 수 있으며 한국제품이 주를 이루고 대만산 제품이 종종 판매중임
- 특히 홀푸드나 트레이더조와 같은 유기농 전문 매장에서는 당성분이 낮은 제품 위주로 판매중에 있으며 교포마켓이나 아시안 마켓의 경우에는 상대적으로 당성분이 높은 제품이 판매중임
- 현지 마켓 담당자들은 알로에 음료가 건강음료라는 데에는 인식을 함께하지만 현지소비자들은 알로에 펄프 이외에 첨가되는 성분들 또한 자연적인(천연 색소, 천연과일액, 사탕수수, 꿀) 것들로 바뀌는 추세라고 함

□ 한국산 수입 증가사유

- 현지에서 한국산 알로에 음료는 다양한 음료가 수없이 등장하고 사라지는 치열한 경쟁시장 속에서 알로에가 생소하지 않은 현지인들에게 건강음료 아이템으로 인식된 것이 주효했음
- 타 음료에 비해 칼로리가 상대적으로 적고 젤리와 같은 베라 펄프가 있어 현지 소비자들이 즐겁게 음용할 수 있었으며 빠르게 시장이 확대될 수 있었음
- 또한 최근 탄산음료와 에너지 드링크에 대한 비판적인 여론이 형성되었고 야채나 과일음료 등에 피로감을 느낀 소비자들에게 코코넛 음료와 같이 적절한 대체재가 되었음

< 미국 시장내 주요 한국산 제품 현황 >

상품명(용량)/ 제조사	상품사진/ 영양성분표	가격/ 구입처	특징
알로에(1.5L)/ 팔도	 The image shows a 1.5L green plastic bottle of Paldo Aloe Vera Drink. The label features the 'aloe' logo and a detailed nutrition facts panel. The nutrition facts indicate 75 calories per serving, with 17g of total carbohydrates and 9g of sugars. The ingredients list includes water, aloe vera crush, sugar, aloe vera gel powder, anhydrous citric acid, calcium lactate, ascorbic acid, and honey.	\$2.99/ GW마켓	꿀과 설탕이 함께 들어가 있어 단맛이 강한편이며 아시아마켓에 주로 판매중임
알로에 베라 드링크 위드 펄프(500ml)/ OKF	 The image shows a 500ml green plastic bottle of OKF Aloe Vera Drink with pulp. The label includes a nutrition facts panel showing 60 calories per serving, 10g of total carbohydrates, and 11g of sugar. The ingredients list includes mineral water, organic aloe vera powder, organic aloe vera gel, organic cane sugar, and natural grape flavor. The distributor is listed as Henan International, Inc.	\$1.99/ Trader Joe's	사탕수수당 사용으로 당도가 거의 느껴지지 않으며 음료의 색상 또한 투명하며 유기농 알로에 사용으로 타 제품들에 비해 가장 건강음료라는 느낌이 강함
알로에주스 (275ml) /KO BEVERAGE	 The image shows a 275ml clear plastic bottle of KO Beverage Aloe Juice. The label features a nutrition facts panel with 114 calories per serving, 28g of total carbohydrates, and 23g of sugar. The ingredients list includes water, organic aloe vera puree, aloe vera powder, white grape concentrate, natural white grape flavor, citric acid, calcium lactate, organic sugar, honey, gelatin, and vitamins B6 and B12.	\$2.50/ Duane reade	패키징이 유리병으로 고급스러운 이미지를 주고 있으나 설탕, 꿀의 함량이 23g으로 높은 편임

< 미국 시장내 주요 대만산 제품 현황 >

상품명(용량)/ 제조사	상품사진/ 영양성분표	가격/ 구입처	특징
알로 익스포즈드 오리지날+ 허니(1.5L)/ ALODrink	 	\$4.99/ Whole Foods	꿀과 사탕수수당이 함유되어 있지만 한국산 주요 제품에 비해 단맛이 덜함
알로 어웨이큰 위트그래스 (1.5L)/ ALODrink	 	\$4.99/ Whole Foods	강황 추출물 사용으로 알로에 음료의 특유의 색이 아닌 노란색을 띄며 밀싹 추출물 사용으로 ALO 음료들 중 풀향이 짙게 배어나옴
알로 인리치 석류+크랜 베리(1.5L)/ ALODrink	 	\$4.99/ Whole Foods	포도 껍질 추출물의 사용으로 진한 보라색을 띄며 석류와 크랜베리 향보다는 포도 향이 강함

□ 시사점

- 현재 알로에 음료의 트렌드는 자연적인 제품을 선호하고 있으므로 현지 상위마켓을 타겟으로 하는 제품은 당성분을 낮추고 해당 성분을 사탕수수, 꿀 등으로 대체하는 노력이 필요함
- 현지 입맛에 맞춘 한국산 제품의 경우 맛과 품질에서 합격점을 받았지만 패키지가 다른 음료류에 비해 부족하다는 평가가 대부분으로 기존 플라스틱 병만을 고수할 것이 아니라 유리병과 같이 용기의 변화를 주는 것이 필요함
- 또한 500ml 이상으로 판매하는 것이 현지 소비자들이 만족하는 음료의 적당량으로 대상 인종에 맞춘 맞춤형 전략이 필요하며 기본적인 알로에 음료가 시장에 자리잡은 만큼 펄프가 없거나 다른 천연향을 첨가하는 등 제품의 다양화를 시도할 수 있는 노력이 요구됨

<저작권자 © aT 한국농수산물유통공사 & kati.net 무단전재 및 재배포 금지>