

[미국-뉴욕, 2013년 8월] [농식품]

1. 주재국 현장 이슈

▶ 미국 FDA 수입식품 안전기준 강화

미국내에서는 매년 대략 3,000명의 사람들이 식품관련 질병으로 사망하고 있지만 수입식품 중 2%만이 국경과 항구에서 검열이 진행되고 있음

이에 미정부는 안전을 보장하는 규정을 강구하여 지난 26일 식품안전현대화법안의 신규 제안 규정을 공개함

해외공급업체검증프로그램(Foreign Supplier Verification Programs), 제3자의감사및증명(Accreditation of Third-party Auditors) 신규 규정 2안이며 FDA는 해당 법안들의 공청회를 개최하여 진행하고 있음

* 최근 발병사항: A형 간염 153명 발병(코스트코 냉동베리믹스, 13년 6월)

살모넬라 16명 감염(터키산 참깨, 13년 6월)

▶ 샐러드 믹스 제품의 기생충 감염 통한 식중독 전국 확산

식품의약청(FDA)에 따르면 뉴욕과 뉴저지를 포함하여 전국적으로 기생충 감염을 통한 식중독이 확산되고 있는데 현재까지 전국 16개주에서 400여명 가까운 인원이 사이클로스포라에 감염된 것으로 확인됨

사이클로스포라는 주로 음식의 섭취를 통해 감염되며 미당국은 야채 샐러드 믹스가 주원인으로 파악되고 있음

연방질병통제센터(CDC)에 따르면 면역력이 강한 성인은 감염되어도 특이 증상이 없을 수 있으나 면역력이 약한 노인 혹은 어린이의 경우는 쉽게 감염되고 각종 증세가 나타날 수도 있다고 발표함

▶ 뉴욕시 한식당 위생등급 실태(13년 8월 말 기준)

8월말 현재 뉴욕시 보건국 자료에 의하면 뉴욕주 내 현재 카테고리 중 Korean으로 분류된 업소는 251곳이며 A등급은 142곳(57%), B등급은 47곳(19%), C등급은 7곳(3%), 등급부류 50곳으로 확인됨
보건국에 따르면 현재 한식당 A등급의 경우 뉴욕시 전체 요식업(25,069곳)18,663곳에 부여된 A등급 비율(74%)보다 20% 가량이나 낮은 수치를 보이고 있음

2. 농식품 수입동향 및 전망

□ '13. 6월말까지의 미국 전체 농수산물식품 수입액은 US69,422백만불로 전년(66,961) 동기대비 4% 증가

- 6월말 현재까지 미국 전체 농수산물식품 수입은 캐나다, 멕시코, 중국순이며 특히 캐나다의 대미 수출은 전년 동기대비 15% 증가한 16,098백만불이며 미국 총수입량의 1/5이 넘는 수준임.
한국은 전년 동기대비 16% 증가한 278백만불로 미국의 주요 농수산물식품 수입국 중 38번째임.

□ 신선배

- 6월말 현재까지 미국내 수입은 79백만불로 아르헨티나산 배가 43백만불로 가장 많이 수입되고 있으며 뒤를 이어 칠레산 배가 19백만불로 수입 증가세를 이어가고 있음. 이어 중국산 배가 9.4백만불로 대미수출량이 급격히 증가하고 있는 추세임. 한국산 배는 2.9백만불을 기록하며 전년 동기대비 2% 감소함. 또한 대미 배수출국 중 아르헨티나와 칠레가 5.8백만불 어치의 유기농 배를 미국으로 수출했음.

□ 신선버섯

- 미국내 수입이 전년 동기 대비 3% 증가하였으며 미국내 시장을 지배하고 있는 캐나다산의 수입액은 54백만불로 전년 대비 1% 증가했음. 뒤이어 멕시코산 버섯이 4.2백만불, 중국산 버섯이 3.4백만불의 수입액을 기록하고 있으며 한국산 신선버섯의 수입은 1.2백만불로 전년 동기대비 15% 증가함.

□ 굴

- 대미 굴수출이 재개 이후 한국은 대미 굴수출 3위로 5.3백만불의 수입액을 기록함. 6월 말 기준으로 중국산 굴이 11백만불, 캐나다 9.3백만불로 미국내 굴수입을 주도하고 있음. 뒤이어 멕시코는 1.4백만불을 기록했으며 6월말 현재 미국의 전체 굴 수입액은 28.3백만불로 전년 동기 대비 30% 증가함.

□ 커피(인스턴트)

- 미국내 인스턴트 커피류의 수입의 감소폭은 점차 줄어 6%대에 이르렀음. 캐나다 다음으로 로스팅 커피의 주요 수입국인 멕시코와 브라질산의 커피가 각 8%와 12%로 증가했음. 한국산 커피 또한 14% 감소한 2.5백만불을 기록한 반면 전년 동기대비 8% 감소폭을 보인 캐나다산 커피가 180백만불로 현재까지 가장 많은 수입량을 보이고 있음.

□ 소스류

- 국가별 전년 동기 대비 수입액의 편차가 적은 가운데 멕시코산이 수입액이 18% 증가했으며 태국산 소스 또한 4% 상승했음. 소스류 수입 7위인 한국산 소스는 5.4백만불을 기록했으며 전년 동기 대비 9%의 성장세를 보였음. 캐나다산 소스의 증가세가 주춤한 사이 멕시코산 소스가 전년동기대비 18% 증가한 44.5백만불을 기록하며 최대 수입국임.

□ 라면류

- 미국내 수입액이 14% 증가해 급성장중인 카테고리인 라면류는 한국산이 가장 많은 수입액을 기록하고 있음. 특히 태국산 라면 전년 동기대비 2% 감소세로 돌아서며 7.9백만불을 기록한 반면 한국산은 50% 증가한 15.8백만불로 4월말에 10백만불을 돌파했음. 미국 수입 3위인 중국산 라면이 7.5백만불로 전년 동기대비 20% 증가함.

<주요 품목별 수입통계>

(단위 : 천 달러, %)

품목	2012년 6월	2013년 6월	전년대비 (%)	1위		2위		3위		한국 금액
				국가	금액	국가	금액	국가	금액	
농식품 전체	66,961,287	69,422,841	4	캐나다	16,098,584	멕시코	10,330,108	중국	4,852,042	278,116
신선배	47,564	79,261	56	아르헨티나	43,161	칠레	18,706	중국	9,395	2,878
신선버섯	62,703	64,652	3	캐나다	54,785	멕시코	4,198	중국	3,405	1,219
굴	21,789	28,320	30	중국	11,497	캐나다	9,276	한국	5,346	5,346
국수	109,286	124,823	14	멕시코	28,524	캐나다	26,015	중국	24,965	7,422
라면	38,359	43,851	14	한국	15,766	태국	7,978	중국	7,511	15,766
소스류(장류)	164,454	173,786	6	멕시코	44,504	캐나다	44,479	태국	14,935	5,426
간장	33,065	38,159	15	중국	11,369	홍콩	9,901	일본	4,844	1,872
커피조제품	593,148	559,685	△6	캐나다	180,408	멕시코	74,756	브라질	66,642	2,517
종자류	780,043	1,059,967	36	칠레	380,911	캐나다	173,545	아르헨티나	172,018	2,033

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

3. 타국산(관할지역 생산, 타국수입산) 경합품목 동향

□ 인스턴트 라면

- 여름 기간동안 각종 판촉 활동을 통해 시식방법이 알려진 비빔면이 계절적 요인과 함께 지난해보다 많은 판매량을 보였음. 또한 올해부터 싸이를 모델로 판촉을 진행하고 있는 신라면 블랙이 매운맛에 약한 현지인들에게 어필하고 있으며 아시아인을 포함해 히스패닉 흑인들에게도 폭넓은 인기를 얻고 있음. 반면에 일본 제품들은 판촉 활동이 없어 상대적으로 한국라면에 대한 인식이 확대되는 요인이 되고 있음. 한국산 라면중에서는 팔도 도시락, 오뚜기 진라면을 중심으로 판매중이며 최근에는 순한맛을 선호하는 아시아인을 대상으로 판매가 증가하는 추세임.

□ 굴

- 한국산 굴 수입이 재개된지 5개월이 지난만큼 소매 매출은 꾸준히 판매율이 증가되고 있음. 교포마켓의 일반 소비자들 뿐만 아니라 현지 식자재 도매업체, 식당, 아시안 마켓 등으로 판매가 늘어나 최근에는 절반 이상의 굴이 이 같은 경로로 확대 판매중임. 특히 아시아인들에게는 한국산 냉동굴이 현지 생굴보다 크기가 적당하여 인기가 높다는 평임.

□ 신선버섯

- 한국산 새송이 버섯은 캐나다산과 지속적인 경쟁속에서도 높은 판매율을 유지하고 있으나 한국에서 물량이 간헐적으로 끊어지는 경우가 있어 이에 대한 불만이 있음. 교포마켓 혹은 아시아마켓에 방문하면 한국산 새송이의 가격표는 있으나 상품이 없는 경우가 종종 확인됨. 이외에 한국산 팽이버섯은 교포마켓 뿐만 아니라 아시아마켓 대부분에서 찾아볼 수 있을 정도로 시장에 정착했으나 특정 중국마켓에서는 묶음당 0.38불(평균 0.5~0.8불)에 판매될 정도로 낮은 가격에 거래되는 경우가 있음.

□ 간장

- 최근 저염, 글루텐 프리 간장제품들이 트렌드로 자리잡고 있는 가운데 유기농 간장들도 주목을 받고 있음. 기꼬만 간장의 경우도 유기농, 저염, 글루텐 프리 제품을 내놓고 있으며 한국산 간장 제품 중에서도 저염, 글루텐 프리 제품들이 판매중임. 주로 탕이나 찌개를 끓여먹는 아시아인들에게 한국산 국간장이 선호되며 소스로 사용되는 경우에는 일본산 양조간장이 선호됨.

4. 동향 분석 [인스턴트 라면]

□ 소비동향

- 세계인스턴트라면협회(WINA)에 따르면 12년 기준으로 미국은 43억4천만개의 라면을 소비하며 35억2천만개의 한국보다 약 8억만개 라면을 소비하는 것으로 나타남
- 미국의 라면시장은 12년 기준으로 10억달러 규모로 도요수산, 닌신 순으로 시장을 양분하고 있으며 최근 몇 년간 한국라면의 상승세가 뚜렷하게 나타나고 있음
- 라면이라는 식품 자체가 건강식은 아니지만 저염, 글루텐 프리 제품들이 등장하며 최근 건강 트렌드에 부합하는 제품들이 선호되는 추세임

< 인스턴트 라면 소비 주요 10개국 현황 >

(단위 : 백만 개/컵)

순위	국가	2011	2012
1	중 국	42,470	44,030
2	인도네시아	14,530	14,100
3	일 본	5,510	5,410
4	베트남	4,900	5,060
5	인 도	3,530	4,360
6	미 국	4,270	4,340
7	대한민국	3,590	3,520
8	태 국	2,880	2,960
9	필리핀	2,840	2,720
10	브라질	2,140	2,320

자료원 : World Instant Noodles Association(WINA), (13.4.25 발표)

□ 수입동향

○ 기타국수류(라면포함) 수입동향 (PASTA, NESOI / HS : 1902300060)

(단위 : 천 달러)

구분	2009	2010	2011	2012	2013(1-7월)
대한민국	14,874	17,126	16,156	19,885	17,909
태국	13,946	14,798	13,141	16,646	9,048
중국	11,276	18,856	17,006	13,174	8,641
일본	6,383	6,188	5,834	5,858	3,127
캐나다	3,211	11,321	9,424	4,940	2,809
베트남	2,674	2,682	3,385	3,681	1,951
필리핀	2,291	2,548	2,007	2,350	931
대만	1,304	1,376	1,549	1,515	1,632
홍콩	621	1,218	1,357	1,074	585
싱가폴	108	474	277	1,054	975
전체	63,115	82,399	74,175	75,572	51,132

자료원 : USDA FAS(Foreign Agricultural Service) 수출입통계 자료 (7월 기준 자료)

- 미농무부 FAS 통계에 따르면 12년 대미 라면 수출은 19백만불로 전년대비 23% 증가했으며 7월 말 기준 전년 동기대비 42% 증가한 18백만불에 달함
- 주요 대미 라면 수출국 중 유일하게 수출액이 전년동기대비 10% 이상 증가한 한국은 9% 증가한 중국, 4% 감소한 태국, 5% 감소한 일본에 비해 독보적인 수출상승세를 보이고 있음
- 뿐만 아니라 미국의 라면 수입액 또한 전년동기대비 11% 증가해 지속적으로 확대중인 시장임

□ 유통현황

- 교포마켓 중심으로 판매되었던 아시안마켓과 히스패닉마켓을 넘어 코스트코와 같은 현지대형마켓에도 판매중이며 매운맛에 익숙해진 현지소비자들 입맛에 따라 유통망이 확대되는 추세임
- 현재 교포마켓을 기반으로 아시안, 히스패닉 마켓의 판매망을 확충하고 있 맵지 않은 제품과 매운 제품을 병행하여 판촉활동을 진행하고 있음
- 현지 생산하는 일본라면, 한국라면 모두 봉지형태의 패키지가 있지만 현지인들은 대부분 컵라면을 선호하고 있어 현지마켓에는 끓는 물을 넣어 먹는 것과 마이크로웨이브에 사용이 가능한 라면 위주로 판매되고 있음
- 특정 매장에는 라면부스에 글루텐프리와 같은 특정 표식을 해둔 매대에 관련 라면 상품들을 판매하는 경우가 있으며 성분표기를 꼼꼼히 살피는 현지 소비자들로부터 긍정적인 평가를 받고 있음

< 미국 시장내 주요 한국라면 현황 >

상품명/ 제조사	상품사진/ 영양성분표	가격/ 구입처	특징
왕뚜껑 핫앤스파이시 /팔도	 	개당 \$2.29/ 교포마켓	타사 제품들과 달리 넓은 용기사용으로 대용량으로 인식하는 효과가 있으며 매콤한 맛을 선호하는 아시안들과 히스패닉 소비자들이 주로 찾는 편임
참깨라면/ 오뚜기	 	개당 \$1.99/ 교포마켓	계란 불락과 참깨의 고소한 맛이 있어 교포시장을 포함한 아시안들에게 어필하고 있음.
삼양라면/ 삼양	 	개당 \$1.99/ 교포마켓	일본 제품에 비해 국물의 기름기가 적은 편이며 매콤함. 국산 쇠고기 사용으로 깔끔하고 진한 쇠고기 육수 맛을 느낄 수 있어 매운맛에 익숙치 않은 현지인들이 찾는편임.

< 미국 시장내 주요 일본라면 현황 >

상품명/ 제조사	상품사진/ 영양성분표	가격/ 구입처	특징
볼 핫 앤 스파이시 치킨맛/ Maruchan	 	개당 \$0.69/ King Kullen	면발이 대체적으로 굵으며 탄력이 없어 잘 끊어짐. 조리 후 형태는 라면보다 비빔면에 가까우며 용기에 비해 면의 양이 많고 전자레인지용 용기라 간편 조리가 가능함.
슈퍼밀 치킨맛/ NISSIN	 	개당 \$1.29/ King Kullen	고급 면류를 사용했다고 하지만 파스타와 같이 굵으며 면발에 쫄깃함이 없다는 평임. 그러나 하얀 국물 라면으로 이목을 끌기에 충분함.
라면볼 김치맛/ NISSIN	 	개당 \$0.99/ King Kullen	한국라면에 비해 덜 자극적인 맛이며 김치맛 컵라면이지만 국물에서만 김치향이 약간만 느껴지며 반면에 해조류 향이 더 강하게 느껴짐.

□ 한국산 수입 증가사유

- 세계 라면 시장을 주도하는 국가가 일본이지만 한국라면은 쫄깃한 면발과 얼큰함을 바탕으로 최근들어 매운맛에 익숙해진 현지인들의 트렌드에 부합하고 있음
- 기존에 인스턴트라면은 간단한 스낵거리로 인식되어 왔으나 상대적으로 커다란 한국라면 패키지가 현지인들에게 식사대용으로 가능한 크기로 인식되어 선호하게 되었음
- 한국과 일본 양국의 라면을 섭취해본 소비자들은 대체적으로 일본산 라면은 면에 찰기가 부족하고 국물이 순해 심심하다고 평가한 반면 한국산 라면은 면에 찰기가 있고 잘 끊어지지 않으며 국물맛이 깊다는 점이 한국 라면의 상승요인임

□ 시사점

- 한국시장보다 더 많은 라면을 소비하는 미국시장인 만큼 현지인들 입맛에 맞춰 매운맛의 정도를 표기하는 노력과 짜장, 비빔라면 등 새로운 형태의 라면 조리법을 현지인들이 널리 인식시킬 수 있도록 판촉활동을 확대하는 방안도 필요함
- 인스턴트 라면이라는 제품 자체가 건강과 웰빙을 어필하기에는 한계가 있지만 미국내 식품시장이 건강 트렌드라는 흐름속에 있는 만큼 한국라면업체들이 글루텐 프리, 저염, 화학조미료 무첨가 제품을 적극적으로 시장에 알릴 필요가 있는 시점임
- 현재까지는 농심만이 코스트코와 같은 대형유통업체에 라면공급계약을 맺었지만 기존 한국산 라면 업체들 또한 이를 계기로 적극적인 현지마켓 입점 전략 수립을 통해 라면의 한류열풍을 지속시켜야 함

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