

미국내 소스 및 향신료 트렌드

1. 목적

미국내 소스류 트렌드를 파악 하여 한국의 전통 장류 활성화 전략 수립의 기본 자료로 삼고자 함. 또한 용기 의 현재 트렌드와 연계 하여 전통 장류의 용기 디자인에 대한 개선점을 제시하여 수출 매출 증대에 기여 하고자함.

2. SAUCE AND MARINADES

① 현황

- **이국적인 다양한 FLAVOR** 확대 추세

→ 다양한 소스들이 FLAVOR 본연의 가치에 중점을 둔 소비 성향 발생

→ 브랜드, 인증적 카테고리는 더 이상 중요한 구매 요인이 아님



- **강한 맛**의 FLAVOR 선호.

→ 맵고 짜고 신 맛이 강한 향료를 이용하여 도전적인 요리를 즐기는 추세

- 셰프들 또한 도전적인 요리를 시도

→ 미래 지향적인 맛을 찾기 위하여 지속적인 새로운 요리에 도전하는 레스토랑이 고객들의 사랑을 받고 있음



* 타이 고추, 매운 BBQ 소스의 선호도 급증

* 맨하탄 EAST VILLAGE 에 위치한 "BEYOND SUSHI"

→ 생선 없이 야채, 흑미 등을 사용하여 웰빙 트렌드를 확고히 한 미래 지향적 스시로 호평받음

② 고객

- 가격 요인은 크게 중요 하지 않음

→ 가격보다 더 중요한 가치(맛, 요리에 대한 만족 등)를 찾음

→ 합리적이라면 비싼가격이라도 충분히 지불할 용의가 있음

- 자녀가 없는 청장년의 이국적 소스 구매 성향이 강함

→ 아이들의 입맛을 고려하지 않는 청장년층들에게서 개성강한 음식을 선호하는 트렌드를 보임

- 창의적인 음식에 대한 수요의 지속적인 증가

→ 네트워킹, 유비쿼터스 강화로 창의적인 요리에 대한 레시피 공유가 빨라짐

→ 창의적인 요리에 필요한 소스류에 대한 정보 습득이 용이 해짐

* 소스별 주요 판매 및 신장율 현황

[단위 : \$/%]

구분	Gravy/Sauce Mixes		Italian Sauce		Worcestershire Sauce		All other Sauce	
	Private Label	All brands	Private Label	All brands	Private Label	All brands	Private Label	All brands
Dollar Sales (in million)	117.5	851.4	146.6	1,638.2	13.3	71.7	83.9	795.1
Change vs year ago	0.1	0.8	4.8	0.7	6.8	3.6	-	2.8
Dollar Share	13.8	100.0	9.0	100.0	18.6	100.0	10.6	100.0

* 전반적인 Exotic Sauce 매출 상승이 눈에 띈

→ Private Label 과 균형적인 신장 추세 보이고 있음

→ 우스터 소스에 대한 신장율이 높으며 Other Sauce 신장을 또한 높은바 브랜드, 인종의 카테고리가 점차 약해짐.

3. PACKAGE

- 소용량

→ 낫선 소스에 대한 위험 부담감을 느끼는 경향이 있으므로 동아시아 제품의 소스류는 대부분 소용량의 제품 판매가 높음

→ 한국의 장류는 타 소스와 비교 할때 대용량으로 제작되는 경향이 있음

- 내부가 보이는 용기

→ 소스에 대한 정확한 정보가 부족한 경우가 많아 실제 소스의 형태가 눈에 보일수 있도록 제작

- **정확한 맛과 사용법에 대한 설명 필요**

→ 맛에 대한 정확한 설명과 기본적인 요리 레시피 정도는 자세히 설명 되어 있어야함

→ 제품에 대한 사전 정보가 부족 하더라도 제품내부 설명을 통하여 고객이 요리를 시도해볼 수 있도록 외국인 입장에서의 설명이 필요