



2008.09.12.

미국 식품 시장동향

목차

1. 미국 식품시장 개요
2. 미국 식품시장 동향

내용문의

한국보건산업진흥원 수출통상팀

(02-2194-7453, hahj100@khidi.or.kr)

□ 미국의 식품 시장개요

- 미국의 식품 시장은 포장된 식품 (Packaged Food) 과 신선한 식품 (Fresh Food) 시장으로 나뉘지며 김, 비스킷, 쿠키 및 크래커 등의 과자 제품과 국수, 고추장 젤라틴 의 식품들은 포장된 식품 산업에 속함.
- 미국의 포장된 식품 산업은 기본적으로 아이스크림 품목, 유제품, 과자 등의 스낵 제품, 통조림, 건강식품, 건조식품, 냉장 식품, 기름과 식용유, 소스와 드레싱, 유아용 식품군으로 나누어짐.
- 동 무역관은 이번 한국 보건산업이 신청한 국수, 김, 쿠키, 크래커, 고추장과 젤라틴 품목에 맞추어 미국의 식품 산업 중 스낵 제품 (Savory Snacks), 건조식품 (Dried Processed Food), 소스 (Sauces , Dressings and Condiments) 품목을 조사하였음. 김과 젤라틴 제품의 해당 품목 시장 조사 자료 및 자세한 시장 규모와 수요는 자료 부족으로 조사 불가능함.
- 미국 시장 조사 전문 기관인 Euromonitor International 사에서 발표한 보고서에 의하면 2006년 기준, 미국 포장된 식품 산업의 전체 규모는 약 3천 6십억 달러 이상을 기록하였음.

미국 포장된 식품 산업규모

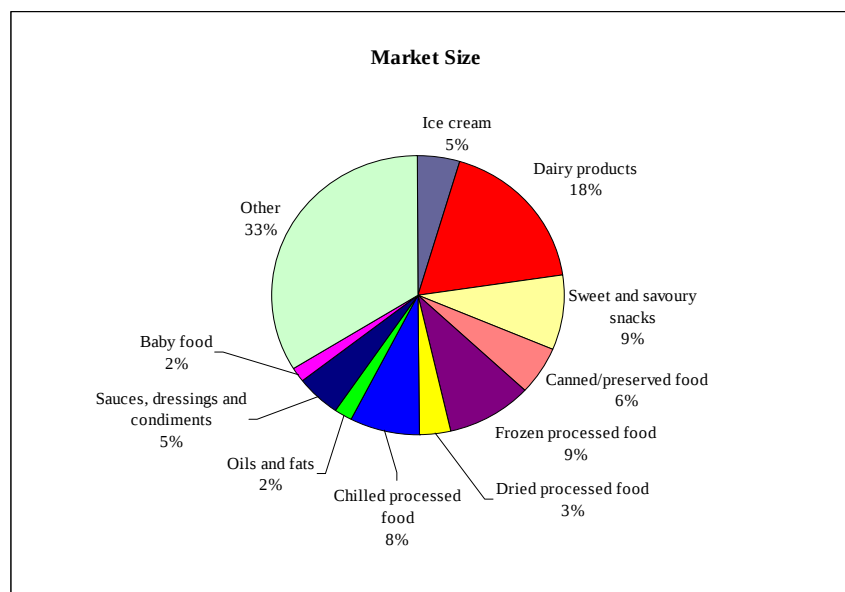
(단위: 미 백만 달러)

Year	Market Size
2001	\$271,429.6
2002	\$279,660.0
2003	\$287,221.9
2004	\$293,841.9
2005	\$301,115.7
2006	\$306,528.3

자료원: Euromonitor International

- 미국의 포장된 식품 시장에서 유제품이 18% 로 가장 큰 품목 분야로 조사되었으며 과자 종류의 스낵 식품은 9%, 통조림 식품은 6%, 아이스크림 품목은 5%, 냉동식품은 9%, 건조식품은 3%, 냉동 처리 식품은 8%, 식용유 및 기름 품목은 2%, 소스와 드레싱 또는 양념 품목은 5%, 유아용 식품은 2%를 차지하고 있는 것으로 조사되었음. 아래도표 참조 요망.

미국 포장 식품 시장 규모



자료원 : Euromonitor International

- 최근 미국 사회에서 이슈화 되고 있는 비만, 건강 그리고 전체 삶의 조화를 이루는 웰빙 라이프에 대한 소비자들의 의식 증가가 식품 산업 성장 및 제품 개발에 큰 영향을 미치고 있음.
- 이에 따라 미국의 주요 식품업체들이 건강성, 기능성을 강화하고 유기농 재료를 사용한 제품 개발이 증가하여 적극적인 마케팅 전략으로 이전보다 더욱 식품의 질에 민감해진 미국의 소비자 시장을 공격하고 있음.
- 미국에서 주목 받고 있는 식품 소비자들은 미국의 최다 인구를 자랑하는 베이비부머(Baby-boomer) 세대와 아동 소비자층 임. 베이비부머 세대는 현재 45세부터 54세의 연령층으로 소비 패턴을 볼 때 가정 소비용 식료품 구매가 가장 큰 것으로 조사되었으며 일주일에 평균 \$123 가량의 식품 구매를 하는 것으로 조사되었음.
- 베이비부머 세대는 또한 건강한 먹을거리에 가장 관심이 큰 것으로 조사되어 이들의 식습관은 자녀 세대에게 자연스럽게 연결되어 이들의 식품 소비 패턴이 새로운 구매층을 형성하는데 크게 이바지 하고 있으며 또한 이들은 바쁜 생활에도 불구하고 편의를 꾀미한 식도락을 즐기는 것으로 조사되었음.
- 아동 소비층은 취학 이전의 연령인 Preschooler (3세부터 5세 까지)와 6세부터 8세까지의 연령층, "Tweens"라고 불리는 9세부터 11세까지의 연령층으로 나누어지며 2005년 기준, 약 1백8십억 달러의 구매력을 가지고 있는 소비층임.
- 미국 아동 소비층의 구매력은 2010년 까지 약 2백1십4억 달러로 증가할 것으로 예측되며 현재 미국의 전체 식품 소비시장에서 약 5백8십만 달러가량이 아동들을 위한 식품 구매에 소요되고 있는 것으로 조사됨.
- 현재 미국에서는 아동 비만이 심각한 사회 현상으로 부각되어 부모들을 대상으로 아동 비만 예방과 해소를 위한 교육과 예방 캠페인이 활발히 일어나고

있음. 2004년에 조사된 The Institute of Medicine 의 자료에 의하면 미국 아동의 1/3이 비만이거나 비만이 될 우려가 있는 것으로 조사되었음.

- 아동 비만은 2002년의 16%에서 2004년에는 17%로 증가하였으며 2010년 까지 아동 비만은 20%로 늘어날 전망으로 사회적인 큰 우려를 불러오고 있음.
- 미국의 한국 식품의 주요 소비층은 한인 교포 사회로 캘리포니아 주의 Los Angeles(LA) 지역이 한인 밀집 거주 지역이며 캘리포니아 주의 한인 인구는 120 만 명 에 달하는 것으로 집계되었으나 불법 유동 인구를 포함한 비공식 통계는 약 200 만 명에 달하는 것으로 추정되고 있음.
- 미국의 아시아 지역 동양 인구는 지속적으로 증가하고 있으며 전체 미국 인구의 5%에 달하는 것으로 통계 조사됨.

□ 미국의 식품 시장동향

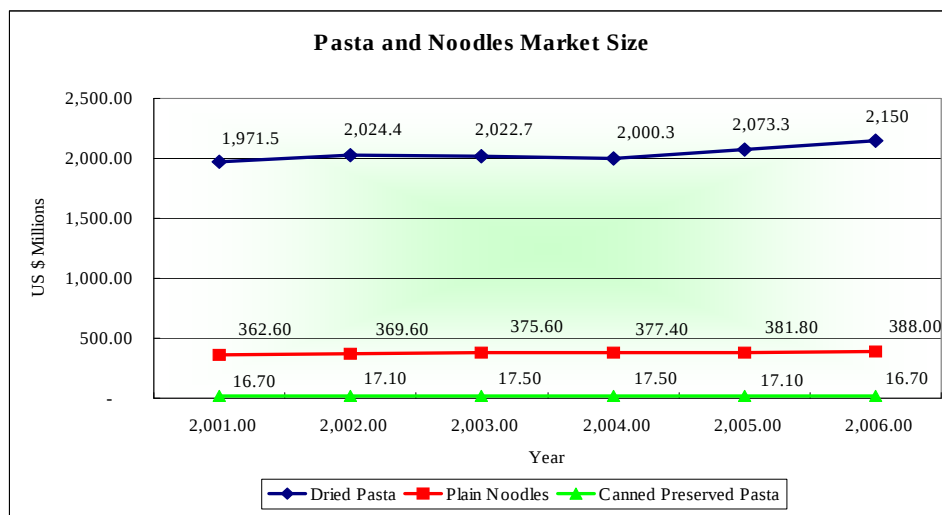
○ 수요동향

1) 국수 품목(Dried Past and Noodles)

- 의약품 시장 내 제품들은 미국 정부의 제품가격을 하락시키라는 요구에도 불구하고 제품 의 가격은 계속 증가해왔음. 2003년에 전년대비 11% 증가하였음.
 - 지역별로 보았을 때 IMS Health에 따르면 동년에 전 세계적으로 의약품 지출금액은 약 미화 5천 억 달러에 다다랐음. 이 중 2천 3백억 달러의 지출 금액이 미국과 캐나다에서 이루어졌음(참조 표 2-1).
- 미국의 국수 품목 시장은 건조된 파스타 제품(Dried Pasta) 시장과 일반 국수(Noodles), 통조림 국수(Canned Preserved Pasta) 제품으로 나누어지며 2006년 기준 전체 국수 품목 시장의 규모는 약 25억 5천 5백만 달러에 달하였음.

- 2006년 기준, 건조된 파스타 제품 시장 규모는 약 21억 5천 달러의 규모를 기록하였으며 국수 제품은 3억 8천 8백만 달러 규모로 미국 시장에서 건조된 파스타 제품의 소비가 일반적인 국수 제품에 비하여 5배 이상 높음을 알 수 있음. 통조림 국수 제품은 2006년 기준, 약 1천7백만 달러의 시장 규모를 기록하였음. 아래 도표 참조 요망.

파스타와 국수의 시장 규모



자료원: Euromonitor International

- 품목별 시장 점유율은 건조된 파스타 제품이 84%로 국수 및 파스타 품목 시장에서 가장 큰 품목 분야임을 입증하였고 그 다음으로 일반 국수 제품이 15%, 통조림 국수 제품이 1%의 시장 점유율을 보임.

2) 김 품목

- 김 제품은 한국의 고유 식품으로 미국의 식품 산업 중 해산물(Seafood) 품목 분야에 속하나 미국시장에서는 해초 소비가 낮아 해산물 품목 중 해초의 수

요 및 공급 상황, 시장 규모 등의 정보는 조사되지 않고 있음. 따라서 자세한 시장 규모 및 수요 정보는 자료 부족으로 조사 불가능하였음.

- 미국 시장의 해산물 소비는 2005년 기준, 한 명당 약 16.2 파운드 가량의 해물을 소비한 것으로 조사되었으며 2006년 기준, 한 명당 16.5 파운드의 해물을 소비한 것으로 조사되어 전년 대비 2% 미만의 소비 증가를 보임.
- 전체 미국의 해물 소비는 2006년 기준, 4십9억 파운드에 달하였으며 일본, 중국 다음으로 세계 3위의 해물 소비를 보임.
- 미국 시장에서 가장 인기 있는 해물은 새우로 2006년 기준, 한 명당 평균 4.4 파운드의 새우를 소비하는 것으로 조사되었음.
- 김 제품은 미국 시장에서 일본 음식인 초밥(Sushi)과 롤(Roll) 김밥에 사용되는 식품으로 인식되어 일반적인 미국 소비자들은 일본 음식에 사용되는 김 제품 이외에 한국인이 주로 밥과 함께 먹는 조미된 김에 대한 이해와 소비가 거의 없음.
- 미국 사회에서 일본 음식에 대한 인기는 매우 높으며 초밥과 롤 김밥은 미국 사회에서 미식으로 인식되어 2000년 이전의 중국 음식 위주로 인식되어 왔던 동양 음식 사이에서 일본 음식 판매와 조리법, 식당은 큰 인기를 얻고 있음.
- 미국 시장에서 판매되고 있는 김 제품은 일식 초밥 및 롤 제품에 사용되는 조미되지 않은 김 제품과 조미된 김 제품, 두 가지 종류로 판매되고 있으며 주로 동양 식품점인 일본 식품점, 중국 식품점과 한인 식품점에서 판매되고 있음.
- 현재 한인 인구가 밀집되어 있는 캘리포니아(California)주의 Los Angeles 지역의 한인 식품점에서 판매되고 있는 김 제품은 한국의 유명 브랜드들의 제품과 현지 한인 교포들이 운영하는 식품업체들에 의하여 수입 판매되고 있으며 수입된 제품의 대부분이 영문 표기가 거의 없는 한글 표기의 포장 제품

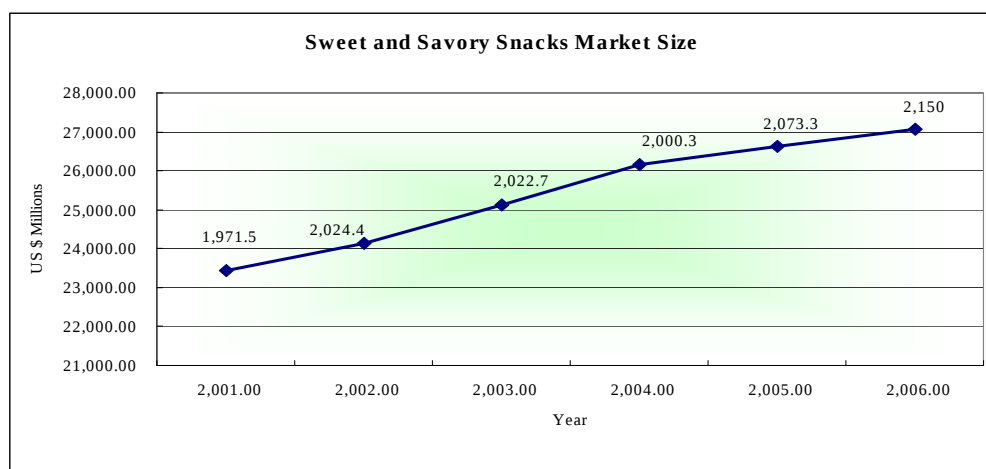
으로 판매되고 있음.

- 빠르게 증가하고 있는 미국 내 동양 인구로 인하여 미국의 주요 식품점들은 동양인들과 점점 동양 입맛에 익숙해져 가고 있는 미국인들을 위하여 판매 제품 종류를 늘리고 있어 이제는 미국의 주요 식품점에서 간장, 베트남 피쉬 소스, 일본식 테리야끼 소스 등 다양한 동양 소스와 두부, 김치, 라면 제품과 쌀 제품을 손쉽게 접할 수 있음.

3) 비스킷, 쿠키, 크래커의 과자 스낵과 젤라틴 품목

- 비스킷, 쿠키, 크래커와 젤라틴 제품들은 미국 시장에서 단맛과 짭짤한 맛의 스낵 제품(Sweet and Savory Snacks) 산업의 일부분으로 미국의 전문 리서치 기관인 Euromonitor International에서 조사한 자료에 의하면 전체 산업시장의 규모는 2006년 기준, 약 2백 7십억 달러에 달함.
- 주요 품목은 땅콩, 호두 등의 너트와 씨앗(Nuts and Seeds) 제품과, 팝콘(Popcorn), 감자 칩(Potato Chips), 그 외 가공 처리된 스낵 제품으로 구분되어 분류됨.

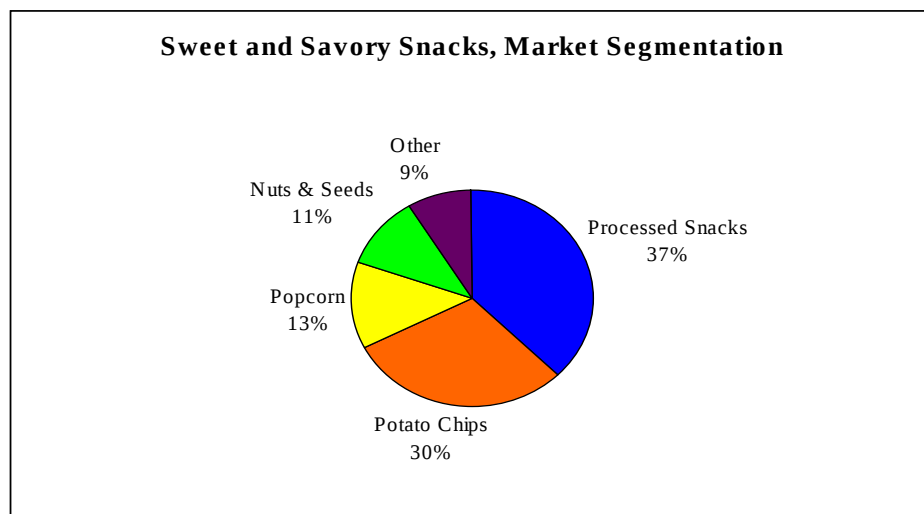
단맛과 짭짤한 맛의 스낵 시장 규모



자료원: Euromonitor International

- 품목별 시장 점유율은 가공 처리된 스낵 제품이 37.4% 로 가장 큰 품목 분야이며 감자칩 제품 품목이 29.80%, 팝콘 제품이 13%, 너트와 씨앗 제품 품목이 11.1%와 그 외 제품 품목이 8.7% 인 것으로 조사되었음. 아래도표 참조요망.

단맛과 짭짤한 맛의 스낵 품목별 시장 점유율



자료원: Datamonitor

- 젤라틴은 미국의 스낵 제품 중의 한 종류인 젤로(Jello) 제품과 푸딩(Pudding) 제품에 주요 사용되는 식재료로 위 도표의 가공 처리된 스낵 제품에 속하여 가공 처리된 스낵 제품의 시장 규모는 전체 스낵 시장의 37%에 달함.
- 젤라틴 제품의 슈퍼마켓 판매는 2006년 11월 기준, 5억8천4백만 달러에 달하며 이는 미국의 최대 할인 판매점인 월마트(Wal-Mart)체인 판매를 제외한 판매 규모이며 전년대비 4.8%의 판매 감소를 보임.
- 그러나 젤라틴 제품의 판매는 2001년부터 2005년 까지 6.6% 증가하여 일반적인 미국 가정에 익숙한 정크 푸드(Junk Food)의 인스턴트식품 위주의 간식에서 저 칼로리 스낵으로 지속적인 인기를 끌고 있음을 알 수 있음. 아래 미국

식품점내 스낵 판매 증가율 도표 참조 요망.

2001~2005년간 식품 시장의 판매 성장률

Sales Growth 2001 to 2005	% Growth
Food Bars	7.6%
Yogurt Snacks	7.2%
Nut Snacks	7.2%
Dried Meat Snacks	6.6%
Gelatin/Pudding Cups	6.6%
Fruit Snacks	2.7%
Salty Snacks	0.6%
Snack Candy	0.6%
Crackers	-0.4%
Popcorn and Rice/Popcorn Cakes	-1.1%
Cookies & Bakery Snacks	-1.5%

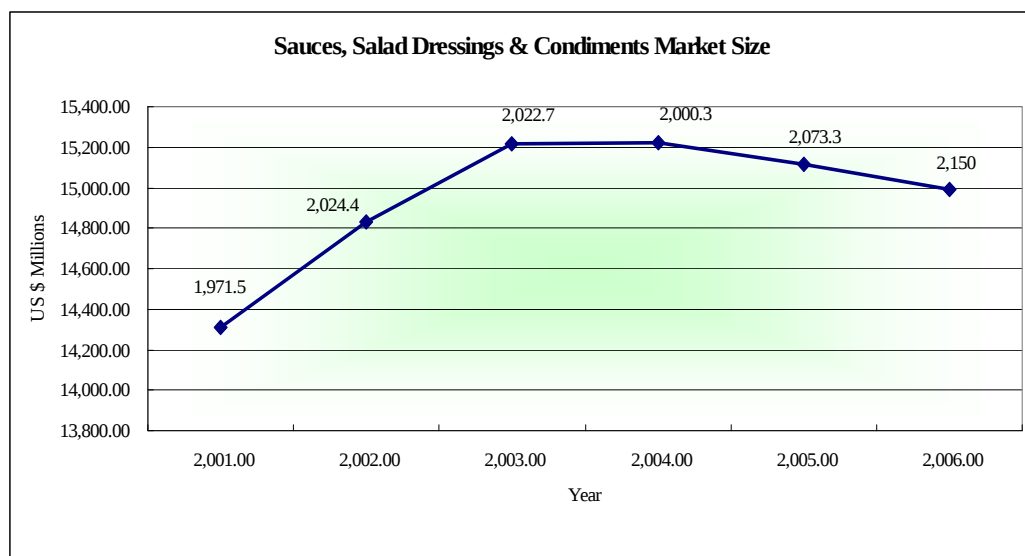
자료원: Snack Food Trend in US, Packaged Facts. July 2006

- 크래커 제품의 월마트 판매를 제외한 일반 슈퍼마켓 판매 규모는 2006년 11월 기준, 약 35억3천4백만 달러에 달하며 전년 대비 3.9% 성장하였음. 위의 도표와 같이 2001년에서 2005년 사이의 매출 성장률을 0.4% 감소하였음.
- 한국 시장에서 일반적으로 비스킷이라고 불리는 과자 종류는 미국 시장에서 쿠키(Cookies)로 불리는 과자 종류이며 쿠키 제품의 일반 슈퍼마켓 판매 규모는 2006년 11월 기준, 약 39억1천8 백만 달러에 달하며 전년 대비 1.0%의 매출 감소를 보였음.
- 쿠키 제품은 최근 미국 소비자들이 관심을 보이는 저 칼로리 건강식 스낵이 아닌 설탕이 다량 함유된 스낵 제품으로 인식되어 건강식에 민감해진 미국 소비자들이 다른 저 칼로리 스낵으로 대체하는 경향.

4) 소스 품목

- 고추장 제품은 미국 시장의 소스, 샐러드드레싱과 다른 양념 (Sauces, Dressings and Condiments) 산업 분야 중 소스 분야에 속함.
- 전체 소스, 샐러드드레싱과 다른 양념 산업 분야의 2006년 도 규모는 약 14억 9천 9백만 달러의 규모임. 이 중, 고추장과 된장이 속해있는 소스 분야는 전체 소스, 샐러드드레싱과 다른 양념 산업 분야에서 가장 큰 품목분야로 전체 시장의 39.6%를 차지함. 아래도표 참조 요망.

소스, 샐러드 드레싱과 다른 양념의 시장규모



자료원: Euromonitor International

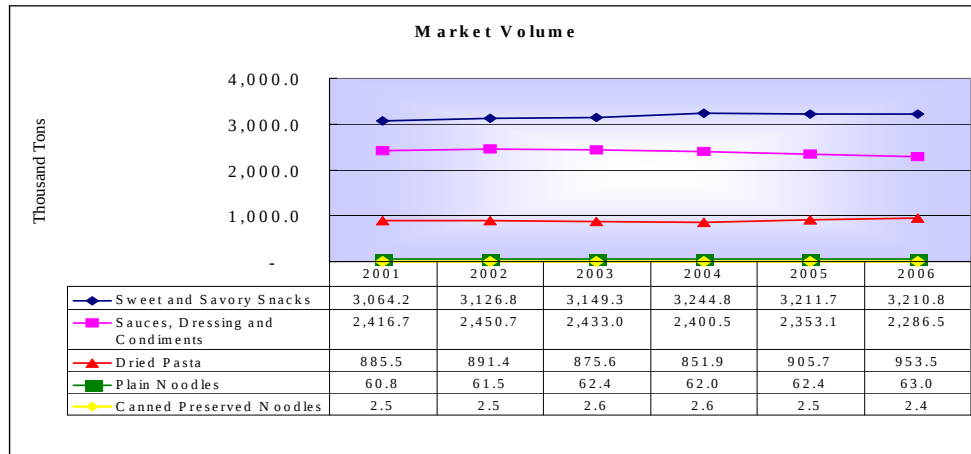
- 고추장 제품은 아직 까지 한국 고유, 전통 음식으로 미국의 주류 사회에 아직 소개가 미미하며 한인 교포 중심의 판매가 대부분임.
- 한인 교포 밀집 지역인 남가주 지역에서 동양 식품점, 한인 식품점, 일본 식품점과 중국 식품점에서 판매되고 있으며 대부분 한인 수입 업체들에 의하여 유통되고 있음.

- 유통 되고 있는 대부분의 고추장 제품은 한국의 대표적인 식품업체들인 CJ, 청정원, 샘표, 풀무원, 삼양 등의 브랜드들이며 또한 현지에서 한인 교포들이 운영하는 생산 공장에서 자체 생산되고 있음. 현지 생산되고 있는 제품들은 한아름 마트의 자체 브랜드인 해오름과 왕 제품이 있음.
- 최근 중국산 고추장 제품까지 현지에 진출하여 현재 판매되고 있는 고추장 제품들 중 20%에서 30%의 시장 점유율을 보이고 있으며 한인 교포들을 대상으로 한 고추장 제품 판매 경쟁에 큰 영향을 미치고 있음.

○ 생산동향

- 미국의 식품 산업 중 건조된 파스타 제품의 매출량은 2006년 기준, 9십5만3천 톤에 달하였으며 일반 국수 제품은 6만3천 톤이 출하되었으며 통조림 가공 처리된 국수 제품은 2천4백만 톤의 출하량을 기록하였음.
- 소스, 샐러드드레싱과 그 외 양념 품목의 출하량은 2006년 기준 약 2백2십8만 6천 톤 이상이 출하되었음.
- 비스킷, 쿠키, 크래커와 젤라틴 제품이 포함된 스낵 제품 품목의 2006년 출하량은 약 3백2십1만 톤 이상을 기록하였음. 아래도표 참조 요망.

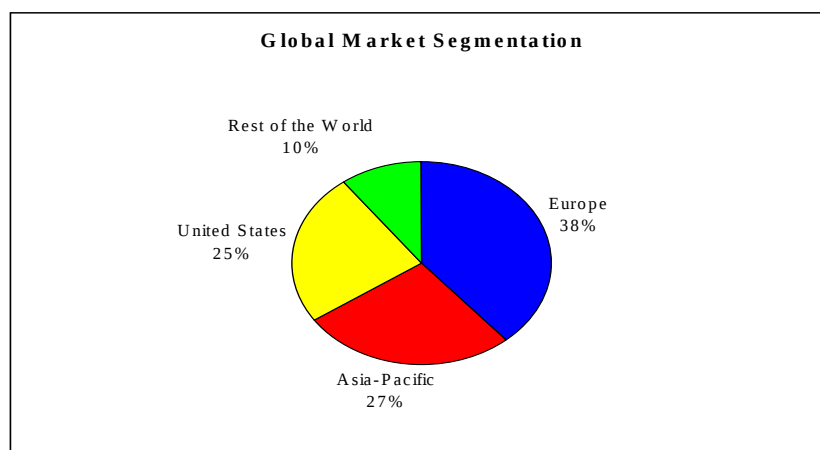
미국 식품 생산동향



자료원: Euromonitor International

- 전문 리서치 기관인 Datamonitor 의 2006년 조사 자료에 의하면 미국의 포장된 식품과 고기 (Packaged Foods and Meat) 산업은 전 세계 시장의 24.6%를 차지하고 있음. 이 조사 자료에 의하면 아시아 지역의 식품 판매 점유율은 세계 식품 시장의 27%에 달하며 유럽지역은 38%, 그 외 다른 나라들의 식품 판매 매출은 전 세계 시장의 10%에 달함. 아래 도표 참조 요망.

세계 식품 시장 점유율



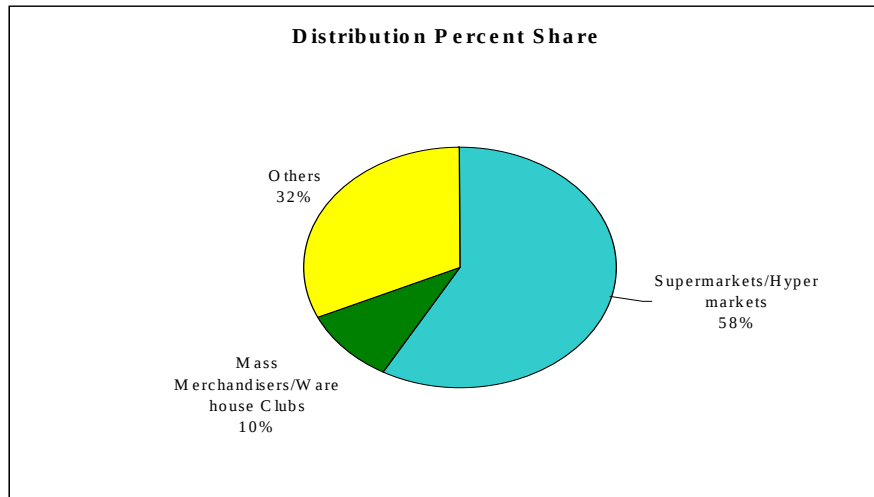
자료원: Datamonitor

- 미국의 식품 시장은 세계적인 대기업들이 주를 이루며 Kellogg Company, Kraft Foods, Inc., General Mills, Inc., 등이 있어 있으며 이들 대기업들은 아침 식사용 식품인 시리얼(Cereal)부터 냉동식품, 건조식품, 아이스크림과 유제품, 음료까지 전체적인 식품 산업에서 다양한 제품들을 생산하고 있음.
- 빠른 증가율을 보이고 있는 미국의 아시아 인구와 새로운 음식을 경험하기를 원하는 미국 소비자들을 겨냥하여 아시아 각국의 식품 생산업체들이 미국시장에 속속 진출을 하고 있음. 일본의 대형 식품사인 Nissin Food Products Company 사가 남가주의 Gardena 시에 국수 공장으로 진출해 있으며 또다른 일본 업체인 Tokyo's Toyo Suisan Kaisha Ltd. 사가 남가주의 Irvine 시에 Maruchan 브랜드의 라면 제품을 생산하고 있음. 한국의 농심도 지난 2005년 남가주의 Rancho Cucamonga 시에 공장을 설립하여 미국시장에 진출하였음.

○ 유통구조

- 미국의 식품 산업의 유통구조는 생산업체에서 슈퍼마켓과 하이퍼마켓, 대형 할인 매장과 창고형 클럽 매장, 그 외 소형 판매점으로 구분되어 최종 소비자에게 전달되는 유통 형식을 갖추고 있음.
- Datamonitor 의 2006년 조사 자료에 의하면 대형 슈퍼마켓과 하이퍼마켓이 미국 식품 유통의 58%의 비중을 차지하고 있으며 대형 할인 매장과 창고형 클럽 매장에서의 판매는 9.9% 에 달함. 그 외 소형 판매점에서의 매출 비중은 32% 로 조사됨. 아래도표 참조 요망.

미국 식품 시장의 유통 비중



자료원: Datamonitor

- 미국으로 수입되고 있는 한국 식품은 미국 각 지역의 유통 거점들을 통해 일반 소매상과 소비자들에게 공급되고 있으며 미주 지역별 한국 식품 유통 거점은 동부지역의 뉴욕(New York), 워싱턴 DC (Washington DC), 중서부 지역의 시카고(Chicago), 동남부 지역의 아틀란타(Atlanta), 남부 지역의 휴스턴(Houston), 서북부 지역의 시애틀(Seattle), 과 서부 지역의 (Los Angeles: LA) 임.
- 미국 시장에 한국 식품을 공급하기 위해서는 광범위한 지역을 커버해야 하는 이유로 한국에서 부터의 수송비용과 미국 안에서의 내륙 운송비용이 식품의 공급 가격에 큰 영향을 미치게 됨. 따라서 미국에서 생산된 식품의 공급 비용에 비하여 한국 수입 식품의 공급 가격이 월등히 높음.

○ 경쟁품목

- 미국의 식품 시장은 세계적인 대기업들이 주를 이루며 Kellogg Company, Kraft Foods, Inc., General Mills, Inc., 등이 있어 있으며 이들 대기업들은 아

침 식사용 식품인 시리얼(Cereal)부터 냉동식품, 건조식품, 아이스크림과 유제품, 음료까지 전체적인 식품 산업에서 다양한 제품들을 생산하고 있음.

- 빠른 증가율을 보이고 있는 미국의 아시아 인구와 새로운 음식을 경험하기를 원하는 미국 소비자들을 겨냥하여 아시아 각국의 식품 생산업체들이 미국시장에 속속 진출을 하고 있음. 일본의 대형 식품사인 Nissin Food Products Company 사가 남가주의 Gardena 시에 국수 공장으로 진출해 있으며 또 다른 일본 업체인 Tokyo's Toyo Suisan Kaisha Ltd. 사가 남가주의 Irvine 시에 Maruchan 브랜드의 라면 제품을 생산하고 있음. 한국의 농심도 지난 2005년 남가주의 Rancho Cucamonga 시에 공장을 설립하여 미국시장에 진출하여 있으며 이 외에도 한국의 주요 브랜드인 풀무원과 CJ 등이 미국에 지사를 두고 진출해 있음.

1) 미국 식품 시장 리더기업 정보

- Kellogg Company (www.kelloggcompany.com)
 - Kellogg Company 사는 미국의 세계적인 식품 업체로 시리얼(Cereal), 포장된 식품과 스낵 제품을 주로 생산하여 세계 180 여국에 수출하고 있음.
 - Michigan 주의 Battle Creek 시에 본사를 두고 있으며 세계 각국에 2만6천여 명의 직원을 두고 있음.
 - 2006년 기준, 약 109억만 달러 이상의 매출 실적을 올렸으며 전년 대비 7.2%의 매출 성장을 보임. 2006년의 순이익 규모는 약 1억 달러 이상으로 전년 대비 2.4% 성장하였음.
- Kraft Foods, Inc. (www.kraft.com)
 - Kraft Foods, Inc. 사는 다양한 식품 브랜드를 갖추고 있는 미국 내 규모 1위의 식품 생산 업체이며 세계 155 여국에 식품을 수출 하고 있음.
 - 스낵 품목 분야에서 선두를 달리고 있는 Nabisco 브랜드, 치즈 품목 분야

의 Kraft 브랜드를 가지고 있으며 그 외에도 미 식품 업계의 대표적인 .Jacobs, Milka, Philadelphia, Post와 Oscar Mayer 브랜드를 소유하고 있음.

- Illinois 주의 Northfield 시에 소재하고 있으며 9만 명 이상의 직원을 두고 있음.
- 2006년의 매출 규모는 약 3백4십억 3천5백6십만 달러를 기록하여 전년 대비 0.7%의 매출 성장을 보였으며 3십억 달러의 순이익을 올려 전년 대비 16.3%의 순이익 성장을 보임.

- General Mills, Inc. (www.generalmills.com)

- General Mills, Inc. 사는 일반 소비자를 대상으로 한 포장 식품의 주요 생산업체로 세계 100여국에 지사를 운영하고 있음. 미국 시장의 두 번째 규모의 시리얼(Cereal) 제품 생산업체로 Cheerios, Chex, Total, Kix 와 Wheaties 의 시리얼 브랜드를 생산, 판매하고 있음.
- 밀가루 제품으로는 Gold Medal 브랜드를 소유하고 있으며 베이킹 재료로 Betty Crocker과 Bisquick 브랜드를 소유하고 있음. 저녁 식사용 브랜드인 Hamburger Helper 브랜드와 과일 스낵인 Fruit Roll-Ups 제품, 과자 스낵인 Chex Mix와 팝콘 제품인 Pop Secret 을 소유하고 있음. 그 외에도 요거트 브랜드인 Colombo, Go-Gurt와 Yoplait 브랜드가 있음.
- 2007년 5월 기준 매출 규모는 약 1백2십4억 4천2백만 달러를 기록하였으며 전년 동기 대비 6.9% 성장하였음. 순이익 규모는 2007년 5월 기준으로 약 1십1억4천4백만 달러를 기록하여 전년 동기대비 5.0% 의 성장을 기록하였음.

- Frito-Lay, Inc. (www.fritolay.com)

- Frito-Lay, Inc. 사는 미국의 유명 탄산음료 회사인 Pepsi Co. 의 자회사로 Cheetos, Doritos, Fritos, Lay's, Rold Gold, Ruffles, SunChips 와 Tostitos 등의 스낵 칩 브랜드를 소유하고 있으며 또한 쿠키 제품인 Grandma's

cookies 브랜드의 스낵 식품 생산 업체임.

- 2005년의 매출 규모는 약 1백억 달러 이상을 기록하였으며 전년 대비 8.0%의 매출 증가를 보임. 2005년도 직원 수는 약 4만 명 이상 이었음.

- ConAgra Foods, Inc. (www.conagra.com)

- ConAgra Foods, Inc. 사는 북미 지역의 대규모 식품 생산 업체로 소비자용 포장된 식품 생산의 주요 업체중의 하나임. Healthy Choice, Chef Boyarcee, Egg Beaters, Hunt's, Marie Callender's 과 Orville Redenbacher 등의 브랜드로 소스, 냉동 식품과 통조림 가공 식품등의 다양한 제품으로 미국 소비자들에게 인정받고 있음.
- 미국 Nebraska 주의 Omaha 시에 본사를 두고 있으며 2007년 5월 기준의 매출 규모는 약 120억 달러 이상을 기록하였으며 전년 동기 대비 3.9%의 매출 증가를 보임. 2006년도 직원 수는 약 3만3천 명 이상 이었음.

- Snyders of Hanover, Inc. (www.snyders-han.com)

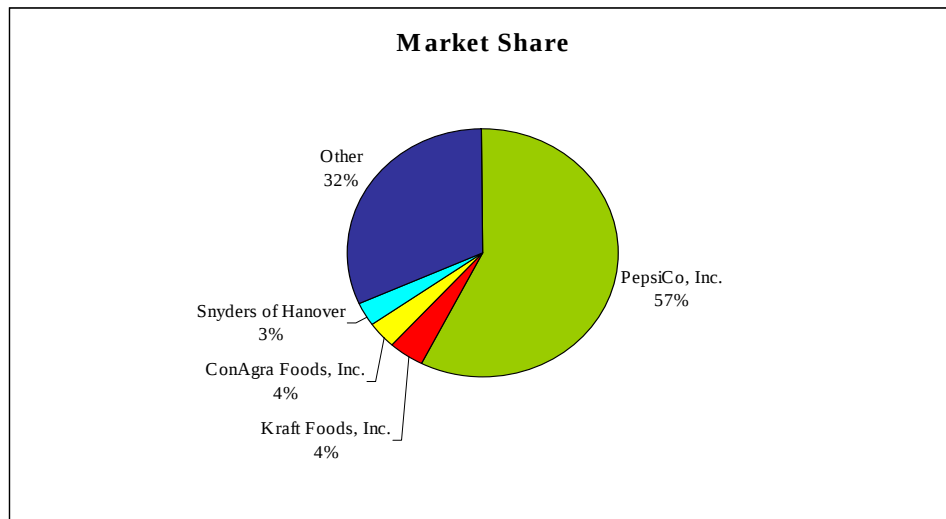
- Snyders of Hanover, Inc. 사는 베이커리 중심의 업체로 프레첼(Pretzel) 과자 제품을 주로 생산하고 있으며 미 Pennsylvania 주의 Hanover 시에 본사를 두고 있음.
- 프레첼 과자 이외에도 감자 칩, 토티야(Tortilla) 칩과 저 지방 스낵 제품인 소이(Soy) 칩 제품, 야채 칩, 유기농 재료를 사용한 팝콘 제품등을 생산 하고 있으며 Hershey's 사의 초콜릿을 이용한 제품들도 선보이고 있음 .

2) 리더기업의 식품 시장 점유율

- 미국의 식품 시장은 세계적인 식품 기업들이 다 방면의 식품 분야에서 장악 하고 있으며 Pepsi Cola 제품으로 유명한 음료 회사인 Pepsi Co. 사가 미국 스낵 시장의 57.40%를 장악하여 단연 선두를 지키고 있음.
- 그 외에도 Kraft Foods, Inc. 사가 4.10%의 시장을 점유하고 있으며 ConAgra

Foods, Inc. 사가 3.70%, Snyders of Hanover 사가 2.80%, 그 외 나머지 기업들이 32.10%의 시장을 점유하고 있음. 아래 도표 참조 요망.

리더 기업의 식품 시장 점유율



자료원: Datamonitor

3) 경쟁사 제품

가. 파스타, 국수

- 파스타 및 국수 제품은 주로 미국의 주요 식품 업체들에 의하여 생산되고 있으며 대형 생산 업체 이외에도 소규모 업체들이 유기농 식품 시장 과 독특한 맛과 향을 찾는 미식가 시장을 대상으로 고급 파스타 제품을 생산 유통하고 있음.

	
Francis Coppola, Mammarella Pastas, 12 oz. Box 판매가격: \$3.59	Puglia Pasta Cut, Cavatelli 17.6 oz. 판매가격: \$4.95
	
Safeway, Wide Egg Noodles Pasta 40 oz. 판매가격: \$2.58	La Choy Specialty Food, Chow Mein Noodles 12 oz. 판매가격: \$1.99

나. 김 제품

- 미국의 주류 사회에서 판매되고 있는 김 제품의 대부분은 일본 경쟁사들의 제품이며 한국 제품은 주로 한인 교포가 운영하는 한인 식품점에서 찾아볼 수 있음.

	
Wel Pack Specialty Food, Musubi Nori Seaweed 1 oz. 판매가격: \$2.89	Yamamotoyama Specialty Food, Temaki Pretty Seaweed 1.2 oz. 판매가격: \$5.25
	
roasted Seaweed for Sushi Wrapper 0.75 oz. 판매가격: \$2.65	Sushi Nori, 4.4 oz. 50 sheets 판매가격: \$8.95

다. 스낵 제품

- 주요 스낵 제품들은 쿠키 품목, 칩 품목, 크래커 품목 등으로 나뉘어 구분되며 미국의 대형 생산업체인 PepsiCo 사가 스낵 업계의 인기 브랜드를 대거 소유하고 있어 스낵 시장에서 단연 선두를 지키고 있음.

	
Nabisco Chips Ahoy, Chunky White Fudge Cookies 14 oz. 판매가격: \$3.99	Pepperidge Farm, Decadent Chocolate Cookie 12.5 oz. 판매가격: \$6.99
	
Keebler Sandies, Fudge Drop Cookies 9.5 oz. 판매가격: \$2.00	Nabisco Snackwells, Cream Cookies 7.75 oz. 판매가격: \$3.39
	
Sunshine Krispy Saltines Cracker 16 oz. 판매가격: \$2.99	Kellogg's All Bran Multi Grain Crackers 10 oz. 판매가격: \$3.49

라. 고추장, 핫 소스 제품

- 미국인들이 가장 선호하는 핫 소스(Hot Sauce)제품은 McIlhenny Company사의 Tabasco 제품이며 주요 마켓 및 식품점에서 유통 되고 있는 대다수의 핫 소스 제품은 멕시코나 남미 스타일의 핫 소스 제품이 대부분임. 한인 소비자들 사이에서는 한국식 고추장 제품 이외에 중국계 미국인이 생산하는 Huy Fong, Sriracha 제품이 인기리에 판매되고 있음.
- 미국의 주요 핫 소스 생산 업체들은 일반 소비자들이 쉽게 제품을 알아보고 사용할 수 있도록 소스 병 용기를 사용하며 영어로 된 제품 라벨을 부착하여 유통하고 있으며 마케팅 방법으로 제품을 응용한 미국음식 조리법 등을 통하여 음식 조리에 쉽게 응용될수 있도록 웹사이트 등에 소개함. 한국의 고추장 제품은 이와 달리 한국 특유의 유리 단지 모양의 용기나 불투명 플라스틱 용기에 판매되어 그냥 보았을 때 어떻게 사용될 수 있는 제품인지 쉽게 판단하기 어려운 단점이 있음. 또한 영어 라벨이 부족하고 미국 소비자들이 음식을 조리할 때 응용할 수 있는 조리법 등이 소개되지 못하여 미국 음식에 사용이 어려움.

	
Korean Hot Sauce 5 fl. oz. 판매가격: \$2.50	McIlhenny Tabasco Pepper Sauce 5 fl. oz. 판매가격: \$3.89
	
Cholula Hot Sauce 5 fl. oz. 판매가격: \$3.75	Huy Fong, Sriracha Hot Chili Sauce 17 fl. oz. 판매가격: \$5.95

○ 주요 국가별 수출입통계

- 주요 국가별 수출입통계자료는 품목별로 정리되었음.

1) 파스타, 국수 제품

- 파스타와 국수 제품에 해당하는 HS 코드는 1902.19.2090 [Pasta, Exclusively, without egg, uncooked, not stuffed or otherwise prepared, product of a country other than an European country]

미국의 최근 3년간 수출통계 HS 코드 1902.19.2090

(단위: 미 백만 달러)

구 분		2004년		2005년		2006년	
		금 액	증가율	금 액	증가율	금 액	증가율
'06 순위	합계	93,786	-0.20%	108,849	16.06%	119,015	9.34%
1.	캐나다	26,244	-8.47	30,789	17.32	36,021	16.99
2.	멕시코	16,178	-5.10	19,100	18.00	20,195	5.73
3.	중국	16,494	22.27	18,129	9.92	19,805	9.25
4.	태국	6,970	4.12	8,020	15.07	9,744	21.50
6.	한국	4,023	35.73	4,730	17.59	5,311	12.26

자료원 : 미 상무성 (US Department of Commerce)

2) 김 제품

- 김 제품의 HS 코드는 1212.20.0000 [Seaweeds and other algae, fresh, chilled, frozen or dried, whether or not grounded] 임.

미국의 최근 3년간 수출통계 HS 코드 1212.20.0000

(단위: 미 백만 달러)

구 분		2004년		2005년		2006년	
		금 액	증가율	금 액	증가율	금 액	증가율
'06 순위	합계	48,316	12.04%	53,909	11.57%	64,389	19.44%
1.	중국	11,689	-3.65	11,713	0.21	18,145	54.91
2.	한국	6,253	2.35	8,159	30.48	10,580	29.68
3.	캐나다	5,163	7.88	6,599	27.80	8,170	23.82
4.	일본	10,841	35.75	9,379	-13.49	7,866	-16.14
5.	칠레	3,089	13.31	5,360	73.53	3,601	-32.81

자료원 : 미 상무성 (US Department of Commerce)

3) 스낵 제품

- 오븐에 구워진 스낵 제품인 크래커 제품에 해당하는 HS 코드는 1905.40.0000 [Rusks, toasted bread and similar toasted products]임.

미국의 최근 3년간 수출통계 HS 코드 1905.40.0000

(단위: 미 백만 달러)

구 분		2004년		2005년		2006년	
		금 액	증가율	금 액	증가율	금 액	증가율
'06 순위	합계	11,804	-2.34%	14,489	22.74%	16,102	11.14%
1.	캐나다	3,041	-29.66	3,458	13.72	4,338	25.46
2.	멕시코	2,678	-0.69	2,669	-0.32	2,676	0.24
3.	이스라엘	707	39.57	1,748	147.11	1,902	8.82
4.	중국	487	6.92	1,114	129.03	1,855	66.47
5.	한국	227	-31.68	413	81.87	953	130.94

자료원 : 미 상무성 (US Department of Commerce)

- 오븐에 구워진 스낵 제품인 쿠키와 한국식 비스킷 제품에 해당하는 HS 코드는 1905.31.0049 [Sweet biscuits, other than frozen, nesoi]임.

미국의 최근 3년간 수출통계 HS 코드 1905.31.0049

(단위: 미 백만 달러)

구 분		2004년		2005년		2006년	
		금 액	증가율	금 액	증가율	금 액	증가율
'06 순위	합계	550,457	10.14%	532,372	5.12%	588,074	10.46%
1.	캐나다	220,069	6.39	225,548	2.49	238,733	5.85
2.	멕시코	87,018	20.10	99,963	18.98	127,740	27.79
3.	덴마크	36,910	-1.56	37,138	0.62	37,470	0.89
4.	독일	31,811	1.09	31,329	-1.51	32,377	3.35
29.	한국	756	-10.56	1,202	58.92	1,029	-14.36

자료원 : 미 상무성 (US Department of Commerce)

- 젤라틴 제품에 해당하는 HS 코드는 2106.90.5850 [Food Preparations of gelatin, put up for retail sale, not containing sugar derived from sugar cane or sugar beets]임.

미국의 최근 3년간 수출통계 HS 코드 2106.90.5850

(단위: 미 백만 달러)

구 분		2004년		2005년		2006년	
		금 액	증가율	금 액	증가율	금 액	증가율
'06 순위	합계	1,539	11.07%	4,300	179.41%	1,738	-59.57%
1.	한국	0.000	0.00	685	0.00	376	-45.19
2.	대만	191	-36.00	237	24.13	335	41.23
3.	캐나다	320	-22.83	261	-18.65	269	3.32
4.	중국	105	177.63	458	336.51	204	-55.50
5.	인도	195	0.00	1,881	866.36	187	-90.04

자료원 : 미 상무성 (US Department of Commerce)

4) 고추장 제품

- 고추장 제품이 해당하는 그 외의 소스 제품의 HS 코드는 2103.90.9091 [Other sauces and preparations, nesoi]임.

미국의 최근 3년간 수출통계 HS 코드 2103.90.9091

(단위: 미 백만 달러)

구 분		2004년		2005년		2006년	
		금 액	증가율	금 액	증가율	금 액	증가율
'06 순위	합계	203,905	23.52%	188,744	-7.44%	179,912	-4.68%
1.	캐나다	43,836	-0.68	42,479	-3.10	48,118	13.27
2.	멕시코	29,153	-3.24	43,121	47.91	47,675	10.56
3.	이탈리아	10,855	-12.08	16,737	54.19	16,214	-3.12
4.	일본	12,058	47.29	14,214	17.88	12,826	-9.76
8.	한국	3,089	65.46	3,628	17.44	3,993	10.06

자료원 : 미 상무성 (US Department of Commerce)

- 국수 및 스낵 제품에 대한 관세율은 대부분이 무관세이나 식재료로 사용되는 젤라틴 제품의 관세율은 kg 당 4.8% 이며 고추장이 해당되는 그 외 소스 제품의 관세율은 kg 당 6.4% 임.

국수 및 스낵에 대한 관세율

HS 코드	품목명	관세율
1902.19.20	국수, 파스타	무관세
1212.20.00	건조된 김 제품	무관세
1905.40.00	크래커 등의 딱딱한 빵, 과자 제품	무관세
1905.31.00	쿠키, 비스킷 등의 달콤한 과자 제품	무관세
2106.90.58	푸딩등에 식재료로 사용되는 젤라틴	4.8%
2103.90.90		6.4%