

■ 미국 소비동향

○ 미국의 김 소비 동향은 육류나 밀 등을 주식으로 하는 식 문화이므로 가정 내 김 소비는 한인, 일본인 등을 중심으로 이루어지고 있음

- 이들을 제외하면 대부분 일식 집 등에서 양념 또는 조리된 형태로 김을 소비하고 있으며 최근 초밥 문화가 확산됨에 따라 김에 대한 미국인들의 인지도 및 소비가 점차 늘어나고 있음

- 최근 들어 김에 대한 효능 및 인지도가 증가하고는 있으나 아직까지는 보편적으로 소비되고 있지 않으며 주요 소비층이 아시안 계에 제한되어 있음

- 또한 미국의 김 시장규모는 정부통계 자료는 추산이 어려우며 한국, 중국 및 일본에서의 수입에 절대적으로 의존하는 시장 구조와 업계의 의견을 감안 할 때 연간 \$50백만 정도로 추산됨

- 미국마켓의 경우 아시안 식품매장에 일본 스시 김 위주로 소량 입점 판매되고 있으나 대부분의 주류층 김 소비자는 김을 마켓에서 구매, 가정에서 조리하는 형태보다 일식당을 통한 조리된 음식(롤 및 스시)으로 소비하고 있음(스시용 90%, 가정용 10%)

- 한인교포를 포함한 아시안들의 김 소비 형태는 한국 내 소비 형태와 유사하게 가정에서는 조미 김 위주로 식당 등 업소용으로는 스시용이나 건조 김을 주로 소비하는 경향이 강함(스시용 60%, 가정용 40%)

- 미국이나 유럽의 전통적인 식품이나, 세계적으로 보편적으로 소비되는 식품이 아닌 관

계로 미국인들의 김에 대한 인지도는 매우 낮으며, 가정에서의 소비는 매우 미미함

- 미국은 쌀을 주식으로 하는 한국과 일본과는 달리 육류와 감자 등을 주식으로 섭취하는 문화로 가정에서 김을 재료로 하는 요리가 없으며, 최근 일식문화의 보편화로 스시나 캘리포니아 롤 등 김을 재료로 하는 음식에 대한 인지도가 다소 높아지고 있으나, 외식으로서의 김을 기용한 음식의 소비는 매우 미미한 수준임

- 대부분의 주류층 김 소비자는 마켓에서 구매, 가정에서 조리하는 형태보다 일식당을 통한 조리된 음식으로 소비하는 형태가 대부분임

- 한인들의 김 소비 형태는 한국 내 소비 형태와 유사하게 가정에서는 조미 김 위주로 식당 등 업소용으로는 스시용이나 건조 김을 주로 소비하는 경향이 강함