

## ■ 미국 유통동향

### ○ 음식료품 소매업

- 미국에서 식품소매점은 전체 매출에서 식품의 비중이 50% 이상 되는 점포로 정의되며, 판매되는 식품이 주로 점포 밖에서 소비된다는 점에서 외식업체과 구분됨

- 미국의 식품소매업은 크게 종합식품점(grocery store)과 전문점(specialty food store)으로 구분됨. 종합식품점은 신선 및 가공식품은 물론 세제, 치약 같은 비식품 생활필수품을 종합적으로 판매하는데 반해, 식품전문점은 육류, 수산물, 청과물, 제과와 같이 단일 품목류에 특화된 식품소매점임

- 미국에서는 전문점에 비해 종합식품점의 비율이 압도적으로 높으며, 전체 식품소매점 중에서 종합식품점이 차지하는 비율은 95%에 이르고 있음. 우리나라와 비교했을 때, 한국은 과일가게, 정육점, 생선가게와 같은 전문점의 비율이 40% 정도로 높은 편

- 종합식품점은 슈퍼마켓, 편의점, 소형 식품점 등으로 구분되며 이 중에서는 슈퍼마켓이 73.6%의 점유율로 가장 비중이 큼. 슈퍼마켓 점포수는 점포 대형화 추세로 감소하고 있으며, 평균 매장 면적은 취급 상품수의 증가에 따라 증가하고 있음. 슈퍼마켓에서 취급하는 평균 상품의 수는 1980년의 14,000개에서 2000년에는 40,333개로 급증

- 많은 수의 슈퍼마켓이 체인화 되어 체인본부에 의해 상품공급이 이루어지고 단일 경영진에 의해 통제되고 있음. 체인스토어는 종합식품소매점(grocery)의 총 매출액 중 65.2%를 점하고 있으며, 상위 20개 체인이 38.5%를 차지하는 등 집중화된 경향을 보이고 지금도 기업매수 및 합병 등이 진행되고 있음. 2012년 하반기, 상위 4대 슈퍼마켓 체인은 Kroger,

American Stores Company, Safeway, Winn-Dixie 등이 있음

- 최근 미국의 슈퍼마켓은 전통적인 형태로부터 보다 규모가 크고 상품구색이 넓은 점포형태인 슈퍼스토어(Superstores), 콤비네이션 스토어(Combination Stores), 창고형 스토어(Warehouse stores) 등으로 변화하고 있음. 슈퍼마켓 다음으로 비중이 큰 식품 판매점은 10.6%의 점유율을 보인 편의점이며, 50% 정도가 주유소 병설형 점포임

- 그 밖에 소형 슈퍼마켓, 구멍가게, 델리숍 등이 식품소매시장의 나머지 16%를 차지하고 있음. 이들 점포들은 인구 밀도가 높은 대도시 도심지역이나 대형 슈퍼마켓이 없는 농촌 지역에 주로 분포. 아울러 대도시 지역에서는 다수의 식품소매점들이 민속음식(ethnic food)과 같은 특수 식품을 판매하기도 함

- 식품 전문점(specialty store)은 베이커리, 청과물 판매점, 축산물 및 수산물 판매점 등으로 구성되어 있으며, 이 중 베이커리의 매출 규모가 가장 큰 것으로 조사되고 있음. 베이커리의 비중이 커지는 이유는 최근 들어 쿠키 및 베이글(bagel) 판매점이 증가하기 때문

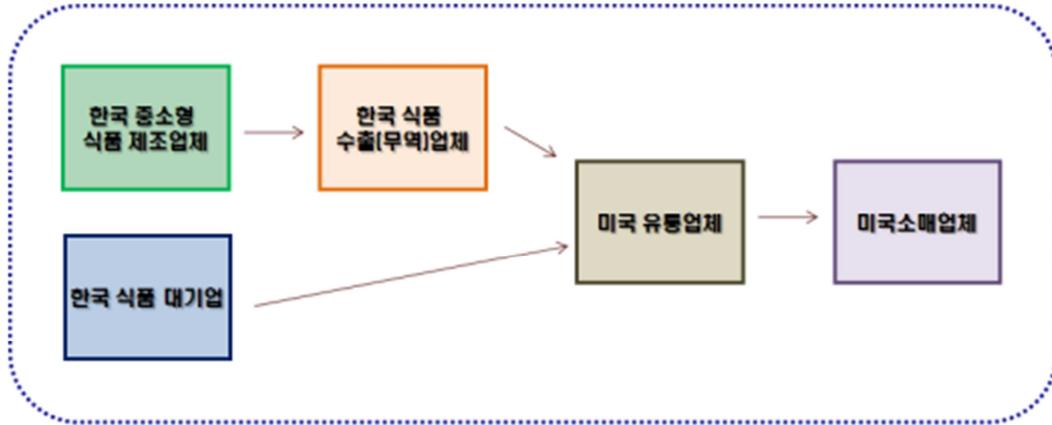
○ 미국 김 유통동향

- 미국마켓의 경우 일본 스시 김 위주로 소량 입점 판매되고 있으며, 최근 한국제품이 현지인의 입맛에 맞게 기름과 염분과 당도를 조절하고 포장디자인을 개선한 제품이 고급 매장인 홀푸드 마켓에서 스낵용으로 판매되고 있음

- 한국에서 수입되는 김 중에서 조미 김이 70~75%를 차지하고 있으며, 건조김이 20~25%를 차지하고 있으나, 조미 김은 증가하는 반면 건조 김은 감소하는 추세임

- 수입되는 건조김은 주로 현지 생산업체에 의해 조미, 포장되어 판매되고 있음

< 한국 제품의 미국 유통루트 >



- 중국, 일본마켓의 경우 제품 및 포장이 한국산과는 완전히 구별되며 스티커 김의 비중이 높고 조미 김의 경우 단맛이 가미된 제품이 많으며, 품질은 한국산보다 떨어지는 것으로 보임

- 일본, 중국마켓에 유통되는 김 중 한국산 제품은 거의 없으나 최근 중국 마켓을 중심으로 포장 개선 등을 통해 한국산 제품이 입점 되고 있으며, 한국식 맛과 포장을 따라한 중국산 제품이 생겨나고 있음

- LA 지역의 경우 대형 한인마켓에서 유통되는 김 종류는 동원, 오양, 해태, 대천 등 등 10여 개 이상의 브랜드가 다양한 형태의 제품을 수입 유통하고 있으며, 한국에서 건조 김을 수입하여 조미 포장하여 판매하는 현지 생산업체도 3~4개사가 있음

- 몇 년 전까지만 해도 건조 김, 맛김 등으로 단순했던 제품구성이 현재는 웰빙 트렌드에 편승하여 올리브유, 포도씨유 등을 사용한 고급 제품들이 출시되고 있으며 소비자 확보

를 위한 경쟁이 매우 치열한 상황

- 현지 수입업체인 자연나라에서 한국산 김제품을 미국인의 입맛에 맞게 기름과 염분과 당도를 조절하고 포장디자인을 개선하여 고급 매장인 홀푸드 마켓에 스낵용으로 납품하고 있으며 점차적으로 주류시장진입을 확대해 나가고 있음