

## ■ 미국 유통동향

### ○ 음식료품 소매업

- 미국에서 식품소매점은 전체 매출에서 식품의 비중이 50% 이상 되는 점포로 정의되며, 판매되는 식품이 주로 점포 밖에서 소비된다는 점에서 외식업체와 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 점포 수는 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 stores 등

- 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 미역 유통

- 한국산 수산물의 경우 대부분이 교포마켓을 위주로 유통, 소비되고 있는데 김과 미역, 젓갈 등이 주요 품목이며 이 밖에도 시기에 따라 오징어, 낙지, 멍게, 과메기, 갈치, 꽃게 등이 소량 유통되고 있음

- 한국산 제품은 대부분 식품 전문 수입도매상을 통하거나 몇몇 대형 슈퍼마켓은 직접 한국의 수출대행업체를 통해 수입해 소비자들에게 공급하고 있음(아씨마켓, H마트 등)

< 한국 제품의 미국 유통루트 >

