

□ 미국 유통동향

○ 음식료품 소매업

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

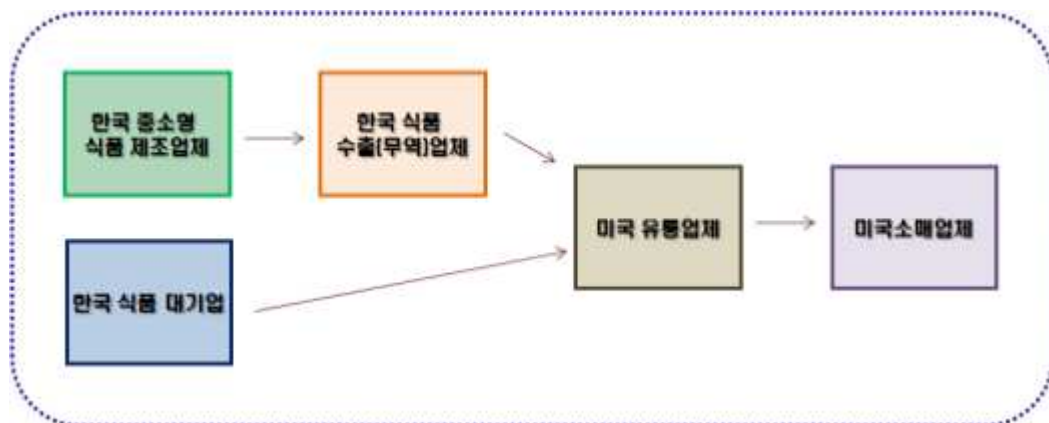
Kroger, American Stores Company, Safeway, Winn-Dixie stores 등

- 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 농촌지역에 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

< 한국 제품의 미국 유통루트 >



○ 한국 소주의 미국 유통현황

- 한국산소주는 매년 점유비중이 증가하고 있음. 이러한 소주의 수입비중 확대는 소주의 도수가 낮아지면서 과일과 곡물 발효주 제품시장을 저도수인 소주가 잠식하고 있는 것으로 분석됨

- 소주의 고급화와 소주 칵테일의 등장으로 교포 시장뿐만 아니라 주류시장으로의 저변 확대 시도하고 있는데, 대표적인 레몬소주를 비롯해 사과소주, 수박소주, 딸기소주 등 다양한 칵테일 소주가 등장

- 소주의 고급화 저도화로 과일 발효주 등 전통주를 선호하던 여성층의 사랑을 받는 대중주로 소비기반을 넓히고 있음

- 특히 소주는 1999년 특별법을 통해 저도주인 Beer & Wine 면허로 판매 가능토록 함에 따라 Hard Liquor 면허 없이도 소주를 판매할 수 있게 됨. 이에 따라 한식 및 일식당에서 소주의 판매가 보편화 된 바 있는데, 소주를 판매하는 한인업소의 75%는 Beer & Wine 면허를 가지고 소주를 판매하고 있음

- 대부분은 교포시장과 교포음식점에서 소비되나 소주업계의 활발한 박람회 참가 및 홍보이벤트 개최 등으로 히스패닉이나 백인 소비층을 공략할 준비를 하고 있음

○ 한국 전통주의 미국 유통현황

- 전통주는 과거에는 정종이 주종으로 노년층의 소비가 많았으나, 최근에는 각종 한약제 첨가 한약주, 과일발효주 등 다양한 제품이 출시되며, 소비층을 넓혀나가고 있으며 다양한 소비층으로부터 사랑을 받고 있음.

- 전통주는 10여 종이 치열한 경쟁을 보이고 있는데, 크게 약주와 과일주로 구분할 수 있음. 각종 한약재를 재료로 한 백세주가 대표적이며 천년약속, 오가피주, 산사춘, 가을국화 등 다양한 제품이 있으며, 과일주로는 가장 소비가 많은 복분자주에 이어 매실주, 머루주, 석류주 등이 있음

- 안동소주, 이강주 등 도수가 높은 술은 도수가 낮은 부드러운 주류를 선호하는 미국의 술 문화의 영향과 특유의 강한 향으로 교포시장 내에서도 큰 인기를 누리지는 못하고 있어 저도주 제품을 출시하는 등 방향전환을 함

- 복분자, 석류주, 매실주 등 과일 발효주는 건강지향적인 현지의 소비추세에 부응하고, 나름대로 활발한 대중매체를 이용한 홍보노력에 힘입어 꾸준히 교포 소비자의 사랑을 받고 있음

- 백세주, 청하, 정종, 천년의약속 등 청주와 약주계통은 교포시장에 안정적인 소비층을 확보하고 있으나, 소주의 저도주화에 소비층의 이탈로 소비가 보험수준에 머무르고 있음

- 탁주는 노년층을 중심으로 꾸준히 소비되고 있으나, 현지의 주류 소비 트렌드에 영향을 미칠 아이템은 아닌 것으로 보임