

[미국-뉴욕, 2013년 6월] [농식품]

1. 주재국 현장 이슈

▶ 미농무부(USDA), 올해 식품 가격이 3.5%까지 상승할 것으로 전망

지난해 미 중서부 지방의 장기간 가뭄으로 인해 주요 농작물 피해가 올해 식품 가격 상승의 주요 요인으로 대두됨

무엇보다 옥수수과 콩의 수확량이 급감했으며 이는 소고기, 닭고기를 포함한 가금류 그리고 과일류의 가격을 상승시킨 것으로 분석됨

지난 5월 소고기 가격은 전년 동기 대비 1.7% 상승했으며 돼지고기는 0.2% 하락한 것으로 조사됨

▶ 선물거래소 돈육가격 2년래 최고가

시카고 선물거래소(CME)에서 거래된 돈육의 선물 가격이 2년래 최고가를 기록하며 상승세를 이어가고 있음

지난 10일 CME에서 거래된 6월물 돈육선물은 전장 대비 파운드당 1.075센트(1.1%) 오른 1.00275 달러에 마감했으며 지난 11년 8월래 최고치를 경신했음

전문가들은 미국 내 돼지고기 수요가 늘어난 반면 사료값 상승과 수출량 증대 등의 영향으로 공급이 줄면서 2개월 연속 돼지고기 가격이 급등하는 것으로 판단함

또한 지난해 말부터 소고기 가격이 높게 유지되면서 이를 대체할 식품을 찾는 소비자들의 돼지고기 구입이 증가한 것도 또 다른 요인으로 보고 있음

▶ 바쁜 현대인들을 위한 온라인 식품점 인기 급등

뉴욕과 뉴저지 지역에는 피어팟(www.peapod.com)과 프레시디렉트(www.freshdirect.com)가 있고 뉴욕 롱아일랜드 지역에는 팜투키친롱아일랜드(www.farm2kitchenlongisland.com)가 대표적임
온라인 식품점을 이용하는 소비자들이 늘고 있는 가운데 최근에는 아마존도 온라인 식품 사업에 참여하여 캘리포니아 일부 지역과 시애틀을 기점으로 운영되고 있으며 머지않아 동부지역까지 시장을 확대할 것으로 알려짐

리서치 기관인 IBIS월드에 따르면 현재 온라인 식품 쇼핑 산업은 매년 9.5%씩 성장하고 있으며 2017년까지 시장 규모가 94억 달러에 이를 것으로 전망함

2. 농식품 수입동향 및 전망

□ '13. 4월말까지의 미국 전체 농수산물식품 수입액은 US45,913백만불로 전년(44,494) 동기대비 3% 증가

- 4월말 현재까지 미국 전체 농수산물식품 수입은 캐나다, 멕시코, 중국순이며 특히 캐나다의 대미 수출은 전년 동기대비 15% 증가한 10,431백만불이며 미국 총수입량의 20%가 넘는 수준임.
한국은 전년 동기대비 17% 증가한 182백만불로 미국의 주요 농수산물식품 수입국 중 38번째임.

□ 신선배

- 4월말 현재까지 미국내 수입은 51백만불로 아르헨티나산 배가 37백만불로 가장 많이 수입되고 있으며 뒤를 이어 칠레산 배가 9.2백만불로 수입 증가세를 이어가고 있음. 이어 중국산 배가 7.3백만불로 대미수출량이 급격히 증가하고 있는 추세임. 한국산 배는 4.8백만불을 기록하며 전년 동기대비 38%의 높은 증가율을 기록함. 또한 대미 배수출국 중 아르헨티나와 칠레가 5.3백만불 어치의 유기농 배를 미국으로 수출했음.

□ 신선버섯

- 미국내 수입이 전년 동기 대비 4% 증가하였으며 미국내 시장을 지배하고 있는 캐나다산의 수입액은 35백만불로 전년 대비 2% 증가했음. 뒤이어 멕시코산 버섯이 2.8백만불, 중국산 버섯이 1.6백만불의 수입액을 기록하고 있으며 한국산 신선버섯의 수입은 76만불로 전년 동기 대비 14% 증가함.

□ 굴

- 지난 3월 대미 굴수출이 재개 이후 대미 굴수출 3위 국가였던 멕시코의 수입량을 추월하여 92.1만불의 수입액을 기록함. 4월 말 기준으로 중국산 굴이 8.3백만불, 캐나다 5.2백만불로 미국내 굴수입을 주도하고 있음. 뒤이어 멕시코는 90만불을 기록하며 전년 동기대비 5%의 증가세를 이어가고 있으며 4월말 현재 미국의 전체 굴 수입액은 15.9백만불로 전년 동기 대비 2% 증가함.

□ 커피(인스턴트)

- 3월에 이어 4월 또한 로스팅 혹은 인스턴트 커피류의 수입이 지속적으로 줄고 있는 추세임. 로스팅 커피의 주요 수입국인 콜롬비아와 멕시코, 브라질산의 커피가 최소 3%부터 많게는 26%까지 감소함. 한국산 커피 또한 25% 감소한 1.4백만불을 기록한 반면 전년 동기대비 감소폭이 적은 캐나다산 커피가 117백만불로 현재까지 가장 많은 수입량을 보이고 있음.

□ 소스류

- 국가별 전년 동기 대비 수입액의 편차가 적은 가운데 멕시코산이 수입액이 21% 증가했으며 태국산 소스 또한 6% 상승했음. 한국산 소스는 3.7백만불을 기록했으며 전년 동기 대비 19%의 성장세를 보였음. 캐나다산 소스의 증가세가 주춤한 사이 멕시코산 소스가 28백만불을 기록하며 최대 수입국이 되었음.

□ 라면류

- 여러 품목중에서 라면류는 전년 동기대비 미국내 수입액이 24% 증가해 급성장중인 카테고리이며 한국산이 가장 많은 수입액을 기록하고 있음. 특히 태국산 라면 전년 동기대비 1% 증가한 5.5백만불을 기록한 반면 한국산은 68% 증가한 10.1백만불로 4월말 기준 10백만불을 돌파함. 미국 수입 3위인 중국산 라면이 5백만불로 전년 동기대비 49% 증가함.

<주요 품목별 수입통계>

(단위 : 천 달러, %)

품목	2012년 4월	2013년 4월	전년대비 (%)	1위		2위		3위		한국
				국가	금액	국가	금액	국가	금액	금액
농식품 전체	44,494,254	45,912,974	3	캐나다	10,430,752	멕시코	6,974,457	중국	3,146,205	182,458
신선배	35,095	50,671	44	아르헨티나	29,721	칠레	9,245	중국	7,273	4,784
신선버섯	38,692	40,288	4	캐나다	36,523	멕시코	2,825	중국	2,441	869
굴	15,543	15,875	2	중국	8,296	캐나다	5,212	한국	921	921
국수	71,707	84,113	17	멕시코	22,083	캐나다	17,711	중국	15,202	5,058
리면	22,966	28,466	24	한국	10,091	태국	5,461	중국	5,144	10,091
소스류(장류)	103,978	112,204	8	멕시코	28,202	캐나다	27,239	태국	10,121	3,727
간장	22,093	24,912	13	중국	7,198	홍콩	6,475	일본	3,146	1,371
커피조제품	416,407	369,576	△11	캐나다	117,266	멕시코	47,418	브라질	44,667	1,527
종자류	609,077	822,642	35	칠레	299,184	아르헨티나	147,955	캐나다	140,859	1,936

자료원 : USDA FAS(Foreign Agricultural Service) 수출입통계 자료 (4월 기준 자료)

3. 타국산(관할지역 생산, 타국수입산) 경합품목 동향

□ 신선배

- 부정적인 시장의 평가를 받았던 중국산 배는 마켓에서 소진됨에 따라 신고배를 취급하는 업체는 거의 없는 상황임. 장기간 보관되었던 상품으로 당도나 과즙, 향 등이 한국산에 비해 많이 떨어진다는 평을 받았던 중국산 배는 한국산과 유사한 패키지를 사용하여 판매하는 경우가 있었지만 생산지를 꼼꼼히 살피는 현지 소비문화로 인해 오인하는 경우가 많지는 않았다고 함. 배를 찾는 현지 소비자들이 배의 식감과 유사하나 약간의 신맛이 나는 칠레산 아시안배가 향후 신고배 시즌 전까지 대체상품으로 판매될 것으로 보임.

□ 참외

- 교포마켓에는 한국산 참외가 판매되어 긍정적인 반응을 얻고 있음. 교포마켓에서는 한국의 대표적 여름과일에 대한 향수도 작용하여 계절상품으로서 판매가 순조롭지만 현지인들에게는 현재까지 생소한 과일로 분류됨. 무엇보다 현지 소비자들의 시식평에 따르면 메론이나 캔탈롭, 허니듀 같은 과일과는 달리 오이맛과 유사하다는 평이 지배적인데 현지 소비자들이 씨가 있는 부분을 제거하고 섭취하기 때문임. 그러나 메론과는 달리 아삭한 식감과 달지 않아 좋은 평가를 하는 현지 소비자들도 있었음.

□ 굴

- 미동부 지역 마켓에 한국산 냉동굴이 판매된 이후 기존에 한국산 굴을 구매하던 소비자들의 소비가 점차 회복되는 분위기임. 교포 마켓 담당자에 따르면 현지산 생굴 외 대부분의 굴을 한국산에 의존했던 교포마켓들이 적극적으로 수입을 진행하고 있으며 소비자 반응 또한 수입금지 이전과 마찬가지로 긍정적이라고 전함. 또한 뉴욕, 뉴저지 내에 한식당들이 적극적으로 굴 관련 요리를 메뉴판에 다시 표기하여 판매하기 시작함.

□ 김치

- 현지 마켓에서 판매되는 300g 이하 소포장 패키지가 좋은 반응을 얻고 있으며 한국산 제품이지만 현지인 입맛에 맞춰 맛김치 형태로 염분이 적고 덜 매워 현지 소비자들로부터 좋은 반응을 얻고 있음. 고춧가루가 들어간 일반적인 김치의 판매 또한 꾸준히 상승하는 추세이며 여름 시즌에 접어들어 백김치류의 판매가 증가하고 있음. 백김치는 매운 음식을 잘 먹지 못하는 현지인들에게 인기가 많으며 아삭한 식감이 일반 김치와 비교해 높은 편으로 선호도가 높음. 그러나 현지 마켓 담당자에 따르면 백김치류는 속성이 빠르게 진행되어 해당 사실을 인지하지 못하는 현지인들이 제품의 이상으로 오인하여 교환을 요구하는 사례도 있어 속성기간의 기간을 늘리길 희망했음.

4. 동향 분석 [김]

□ 소비동향

- 기존에 김 소비는 교포 및 아시안 소비자가 대부분이었으나 지난 몇년간 유기농 마켓을 시작으로 주류 마켓으로 진출이 본격화 됨에 따라 소비가 확산되었음
- 한국에서는 반찬으로 섭취하지만 현지에서는 건강 스낵으로 소비하고 있으며 무엇보다 김의 바삭한 식감이 현지인들을 사로잡고 있는 것으로 파악됨
- 부담없는 가격과 다양한 맛(와사비, 치폴레, 어니언 등)이 현지인들에게 어필되고 있으며 가벼운 소포장 패키지는 피크닉용으로 이용되고 있음

□ 수입동향

- 가공용 김을 포함 식용식물 가공품 수입동향 (Fruit, nuts, and other edible plants / HS : 2008999090)

(단위 : 천 달러)

구분	2009	2010	2011	2012	2012(1-4월)	2013(1-4월)
중 국	28,663	34,536	44,989	51,638	13,978	16,542
한 국	12,128	18,759	28,793	44,280	12,737	23,456
태 국	24,059	25,742	26,766	30,387	9,880	9,852
캐나다	2,635	8,324	20,034	21,624	8,089	6,615
멕시코	10,865	10,873	11,832	11,945	4,173	3,905
일 본	13,544	13,409	12,603	11,536	3,284	2,606
대만	3,870	4,834	5,745	6,237	1,710	1,789
전체	133,441	153,626	189,105	222,495	66,051	79,272

자료원 : USDA FAS(Foreign Agricultural Service) 수출입통계 자료 (4월 기준 자료)

* 과일, 견과류, 식용식물의 가공품 : 조미김이 해당 HS Code에 포함됨

- aT센터 통계에 따르면 2012년 대미 김수출은 51백만불로 전년대비 33% 증가했으며 6월 말 기준 전년 동기대비 50% 증가한 35백만불을 기록하고 있음
- 또한 김 수출 이후 10년간 20백만불 내외의 수입량을 유지했던 흐름에 비춰봤을 때 지난해 51백만불의 수입량 중 상당부분은 현지인들의 소비로 추정됨
- 교포마켓을 포함하여 현지 대형유통업체에 OEM으로 판매되는 제품들 또한 모두 한국산 김이며 맛뿐만 아니라 포장, 안정성을 고려하여 한국산 김의 수입을 선호함

□ 유통현황

- 교포마켓과 아시안 마켓을 중심으로 판매되던 김이 현지 유기농 마켓과 대형유통마켓으로 판매가 확산됨에 따라 다양한 업체, 다양한 종류의 김제품을 시중에 유통중임
- 특히 교포마켓의 경우 십여종의 한국산 김들이 제품의 품질보다는 가격경쟁에 치중하는 양상을 보이고 있어 이를 우려하는 분위기도 감지됨
- 김은 일반 그로서리를 수입할 때 컨테이너의 중량이 높을 경우에 남는 공간을 이용하는 경우도 있으며 기본적으로 무게가 가볍기 때문에 배송비의 부담이 적고 배송 또한 용이하다는 평임
- Costco뿐만 아니라 Whole Foods, Trader Joe's 등 현지 대형유통업체와 유기농 마켓을 중심으로 한국산 김의 판매가 확대되고 있으며 ‘고급 건강 스낵’이라는 인식이 현지 소비자들의 구매에 많은 영향을 미치고 있음

< 미국 시장내 주요 김 제품 현황 비교 >

조미김	스시김
- 한국산 조미김은 아시안마켓 진열대의 가장 좋은 위치를 차지하고 있으며 현재는 현지마켓마다 매출이 높은 김을 판매하려는 곳이 많아졌음 - 과거 ‘김=일본산’이라는 인식이 현지인들에게 있었지만 일본 원전사고 이후 일본 수산물을 기피하는 분위기와 한국산 조미김의 공격적 마케팅으로 상당수 현지인들이 한국산 조미김에 대한 인식변화 있음	- 일식집에서 주로 사용되는 스시김은 현재까지 일본산제품을 선호함 - 일본산 구운김이 롤이나 초밥을 만들 때 모양 유지가 용이하고 찢어지지 않는다는 점이 식당 관계자들의 공통적인 의견임 - 또한 이보다 저렴한 제품이 필요한 곳에는 대부분 중국산 스시김이 이용되고 있음

< 미국내 김 판매현황 >

		
Trader Joe's (OEM, 한국산) 개당 \$0.99	Mitsuwa (동원, 한국산) 팩당 \$5.29	Costco (OEM, 한국산) 20개 패키지당 \$7.69
		
Whole Foods (Annie Chun's, 한국산) 개당 \$1.99	Whole Foods (OEM, 한국산) 개당 \$1.99	H mart (각종 한국브랜드, 한국산) 개당 \$0.5 - 0.8

□ 한국산 수입 증가사유

- 한국산 김은 안전한 생산시설을 기반으로 고품질이 제품으로 건강스낵 시장에 돋보이는 식품으로 자리매김했으며 현지마켓 진출 초기에 Whole Foods, Trader Joe's 등 유기농 마켓을 중심으로 프로모션한 것이 주요했음
- 또한 마켓에서 진열대를 차지하는 부피가 크지 않고 진열이 용이하며 부담없이 구매할 수 있는 가격과 바삭한 식감, 저염 제품이 현지 소비자들의 꾸준한 구매로 이어지고 있음

□ 시사점

- 현재 한국산 김은 조미김에 집중되어 있는 수출 형태를 보이고 있는데 조미김 시장에 안정적으로 자리매김한 만큼 보다 고급시장인 스시김 시장으로 진출을 적극 모색해야함
- 기존의 조미김이 현지인 입맛에 맞춘 스낵으로 접근했다면 이제는 김을 미국 식문화에 녹여낼 수 있는 샐러드용, 스낵용, 맥주 안주용 등으로 미국인들의 음식문화와 어울릴 수 있는 제품의 다양화를 시도해볼 수 있는 시점임
- 대형 포장을 선호하는 Costco와는 달리 타 유통업체의 경우 소포장 판매요구가 많은데 현지 유통망의 요청과 특성에 따라 패키징의 크기를 세분화할 필요가 있음

<저작권자 © aT 한국농수산물유통공사 & kati.net 무단전재 및 재배포 금지>