

□ 미국 소비동향

- 차가 건강에 좋다는 인식이 지금까지의 성장을 이끌어왔지만 소비자들의 선택폭이 늘어나면서 향산화제 혹은 저칼로리, 저당도, 무 탄산음료에 이르는 기능성과 관련된 경쟁이 심화되고 있는 것으로 드러남
- 현재 미국의 차 시장은 바로 마시는 차(이후: RTD)로 실온 및 냉장보관 차 류는 2003년에서 2008년까지 120억 달러, 3억2백만 달러로 각각 늘어남.
- 특히, RTD차는 2004년에서 2008년까지 10대 층에서도 즐겨 마시고 있어 소비는 45%에서 51%로 늘어남. 그러나 역시 미국 경기가 악화되면서 2008년 판매는 1.3%감소한 반면 티백차 혹은 루즈티의 소비는 오히려 1.8%늘어난 것으로 나타남. 경제적인 이유로 가정에서 끓여서 마시는 인구가 증가한 것
- RTD차와 달리 가정이나 직장에서 직접 끓여 마시는 핫 티나 아이스 티의 소비가 가장 높은 연령대는 55~64세로 나타났으며 캔RTD차와 병RTD차를 선호하는 연령은 18~34세의 특히 여성인 것으로 드러남. 티백 제품의 경우, 미국 가정의 98%가 사용하는 반면 루즈티(loose tea: 티백포장이 안된 것)는 전체가정의 15%가 사용하는 것으로 나타남. 또한 10가정 중 8가정이 일반 차 즉 카페인이 들어있는 차를 마시는 반면 나머지 2가정은 카페인이 없는 차를 마시는 것으로 나타남

○ 최근 동향

가장 트렌디한 차는 최근 유기농, 천연, 향산화제를 함유한 특히 아사이, 석류, 옴베리와 같은 슈퍼과일이 들어있는 차로 드러남. 특히, 2008년에 출시된 새로운 차들은 유기농,

천연 그리고 다른 방부제가 들어있지 않는 제품을 내놓았음. 2008년에는 약100개의 프리미엄차들이 소개되었으며 국가 그리고/혹은 지방별로 특산품을 내세운 점이 독특함 이외에도 2008년에는 562개의 신제품이 소개되었으며 이 가운데 3분의 2가 티백 제품임