

출장보고서

I. 출장 개요

1. 출장건명: 해외출장 (고추가공제품의 해외소비동향)
2. 출장목적: 한국 고춧가루의 미국 시장 및 소비자 성향 분석
3. 출장지역: 미국 캘리포니아(LA), 뉴멕시코(Las Cruces), 알칸사스(Jonesboro) 일대
4. 출장기간: 2010년 1월 31일~2월 7일(6박 8일)
5. 출 장 자

부서명(기관명)	직 급	성 명
농식품정책연구본부	부연구위원	김성훈

6. 출장일정

일자	방문지	비고
1월 31일	- 미국 LA 공항 도착 - 한인 마켓	출국
2월 1일	- 뉴멕시코로 이동	이동
2월 2일	- 2010 NM Chile Conference 참석 - NMSU CPI(고추연구소), NMCA(고추협회) 방문	
2월 3일	- 알칸사스로 이동	이동
2월 4일	- 알칸사스 대학 방문 및 설문 조사	
2월 5일	- 알칸사스 대학 방문 및 설문 조사	
2월 6일	- 미국 출발	귀국
2월 7일	- 서울 도착	귀국

7. 주요 방문기관 및 면담자

소속기관	직 급	성 명	연 락 처
코리아타운 갤러리아	사원	크리스 박	323) 733-6000
캠벨	연구원	Jit Baral	530-297-3332
뉴멕시코대학교	교수	Paul W. Bosland	575-646-5171
	연구원	Stephanie Walker	575-646-4398
알칸사스대학교	교수	배상신	870-882-6714

II. 주요 출장 결과

1. 코리아타운 갤러리아

- 한인과 인근 현지인들이 자주 찾는 한인마트 중의 하나인 코리아타운 갤러리아는 상당한 규모의 식품매장을 1층에서 운영하고 있는데, 별도의 양념류 코너를 만들어 고춧가루 등을 판매하고 있음.
- 갤러리아 매장에 판매하는 고춧가루는 종류가 다양한데, 255g부터 3kg까지 다양한 단위로 포장된 제품을 판매하고 있음. 다만 대부분의 고춧가루의 원료 고추가 중국산으로 되어 있어, 국산 고춧가루의 판매는 매우 저조함.

2. NM Chile conference

- 뉴멕시코주의 라 크루시즈에 위치한 뉴멕시코 주립대학교 고추연구소(The chile pepper institute)에서 매년 개최하고 있는 고추 컨퍼런스 (Chile conference)는 고추와 관련된 다양한 전문가들이 생산, 가공, 판매에 걸쳐 관

런 주제를 발표하고 토론하는 자리임.

- 주요 발표 및 토론 내용으로는 고추 생산 관리, 질병 관리, 고추 가공기계 개발 실태, 유기농 고추 생산, 고추 소비 등이 포함됨. 토론에서 제기된 현재 미국 내 고추 생산자와 관련 업계의 가장 큰 고민은 국내 고추 생산이 줄어들고 있는 부분임. 이는 수입 고추 및 고추가공품의 시장 확대와 국내 고추 생산 여건 악화 등에 따른 것임.
- 포스터 발표 세션에서는 한국식품연구원의 박재복 박사가 고추수출사업단의 활동과 한국 고춧가루의 우수성 등을 알리는 포스터를 게재하고, 관련 참석자들과 토론을 벌임. 한국 고춧가루에 대한 미국 내 인지도는 매우 낮은 상태이나, 이번 발표를 통해 전문가들에게 홍보를 많이 할 수 있게 된 성과를 달성함.

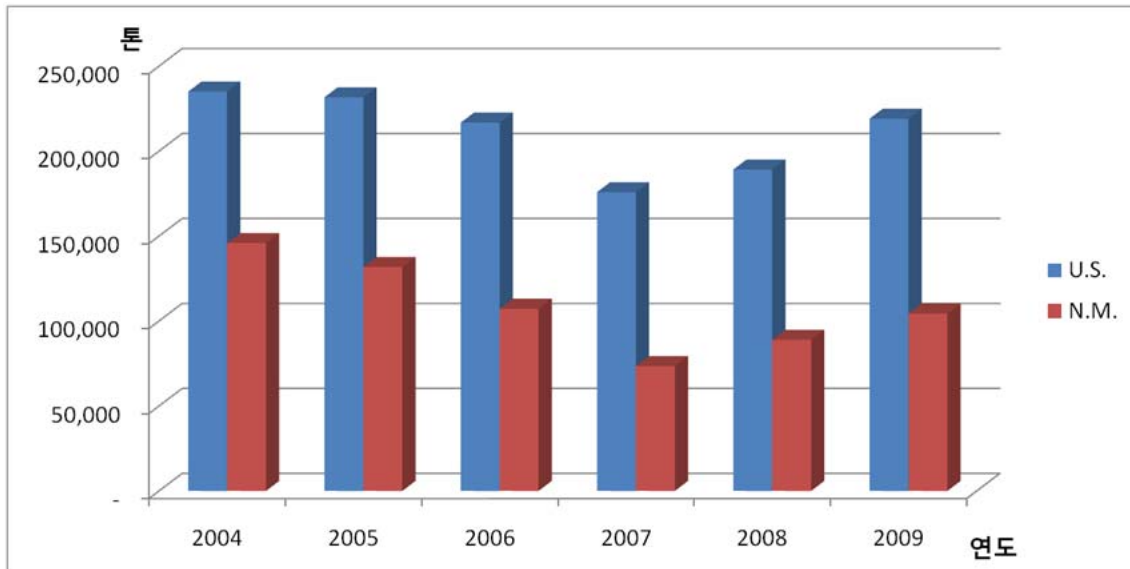
3. NMSU CPI(고추연구소) 및 NMCA(고추협회)

- 미국의 고추 생산은 2004년 24만톤에서 2007년 18만톤까지 감소세를 보이다가 최근 다시 회복되어 2009년에는 22만톤으로 증가하는 추세를 보이고 있음. 미국 고추 주산지인 뉴멕시코주는 미국 전체 생산량의 절반 정도를 차지하고 있는데, 역시 2004년 15만톤에서 2007년 7만톤으로 절반 가까이 감소하였다가 다시 증가하여 2009년에는 10만톤으로 회복하였음.
- 그 외의 미국내 고추 주산지로는 캘리포니아, 아리조나, 텍사스, 플로리다 등이 해당되나, 고추 가공품 생산은 뉴멕시코에서 주로 진행되고 있음.
- 미국의 고추 품종은 주로 멕시코나 인도 등에서 가져온 고추 종자를 개량하여 신품종으로 개발한 것을 사용하고 있음. 현재 전세계에서 가장 매운 품종인 졸로키아를 보유하고 있는데, 이는 인도 품종을 개량한 것임. 매운 맛 수준은 우리나라 청양고추의 2배 이상인 것으로 알려짐.

<그림 3> 미국의 고추 생산 추이

자료: NMSU CPI

- 고추 가공산업은 다양하게 발전하고 있는데, 특히 소스류와 가루 등의 스



파이스류로 나눠짐. 소스류는 닭고기 요리 재료나 나초 칩을 찍어먹는 소스 등으로 많이 사용되고 있고, 고춧가루는 바비큐나 샐러드의 시즈닝 관련 상품이 많이 출시되고 있음.

- 미국 내 고춧가루나 관련 소스 가공업체에 대한 정확한 통계를 찾기는 어려우나, 이들 품목을 포함한 관련 자료를 보면 관련 제품 생산 업체수는 2002년을 기준으로 70여개 업체이고, 6천명의 종업원이 있는 것으로 나타남.¹⁾ 이들 업체의 관련 제품 생산액은 2억 3천만 달러로 작지 않은 규모로 나타났지만, 실제 고춧가루의 생산액은 이보다 작을 것으로 예상됨.
- 고춧가루에 대한 미국인들의 소비 성향은 매우 다양하여 한가지로 특정 지을 수 없는데, 이는 미국 내 거주 인종이 백인, 히스패닉, 흑인, 동양인 등으로 매우 다양하기 때문임. 다만, 대체적으로 살펴보면 색상은 개인따라 다르고 요구하는 색을 공급업체가 맞춰주는 커스터마이징 (Customizing)시스템이 잘 갖추어져 있는 상황임. 매운 정도 또한 개인별로 차이를 보이나 대체적으로 2천에서 7천 SHU로 나타남. 포장 단위는 소매용은 작은 규모를 선호하고, 도매나 식재료용은 큰 규모를 선호하는 것으로 알려짐.
- 한 가지 특기할만한 사실로는 대부분의 미국인이 고춧가루를 시즈닝의 하나로 가정에 비치하고 있는 것임. 이는 바비큐나 샐러드 등의 요리 재료로 고춧가루를 상시 사용하고 있기 때문임. 또한 주류 소비계층이 이국적 음식에 대한 호기심이 커서 매운 맛에 도전하는 사례가 많이 나타나고 있음.

1) U.S. Census bureau. "Spice and extract manufacturing:2002." 2002 Economic census. 참조

4. 알칸사스대학교

- 미국 현지인들의 고춧가루 선호 분석을 위한 설문조사를 알칸사스주립대학교 관계자의 협조를 받아서 실시함.
- 주 설문조사 대상으로는 학부 및 대학원 학생과 학교 관계자 등이고 일부는 지역 주민들도 조사에 참여하였음. 전체 설문 조사는 약 150부를 진행하였음.
- 1차 분석 결과, 고춧가루의 매운 맛과 포장단위, 가격에 대한 소비자 선호 중요도가 높은 것으로 나타났음. 매운 맛은 기존의 핫소스보다 맵지 않은 것을 선호하고, 가격은 낮을수록 선호함. 또한 포장단위로는 150g과 1kg에 대한 선호가 높은 것으로 나타남. 색상은 ASTA 100 이상의 샘플을 더 선호하는 것으로 나타났음.

Ⅲ. 시사점

- 미국의 경우, 양념류로 고춧가루를 익숙하게 사용하는 것으로 나타나 이에 대한 시장 개척 가능성이 큰 것으로 판단됨. 다만 대부분의 수입 고춧가루가 중국산으로 한국산이 들어갈 여지가 현재로서는 크지 않음. 이는 우수한 품질과 안전성 등에도 불구하고 중국산에 비해 매우 높은 가격 때문임.
- 따라서 우선 주류시장보다는 교포시장을 공략하여 우리나라 고춧가루의 입지를 넓히는 전략이 필요한데, 현재 교포시장의 대부분을 중국산 고춧가루가 장악하고 있는 현실에서 쉽지 않는 도전이 될 것으로 생각됨. 다음으로 우리나라 고춧가루와 중국산 고춧가루를 혼합한 제품을 우선 출시하여 시장파이를 늘린 다음, 한국산 고춧가루만으로 만든 제품을 시장에 등장시키는 전략도 고려 가능함.
- 한식연의 분석 결과, 중국산 고춧가루와 우리나라 고춧가루의 미국 수출

가격(FOB)은 kg당 6천원과 1만 6천원으로 매우 큰 차이를 보이지만, 이를 적정 비율로 혼합한 제품의 가격은 7천원에서 1만원 수준으로 품질 대비 가격 경쟁이 가능한 수준이 됨. 또한 중국산과 한국산 혼합 제품의 경우 품질이 중국산에 비해 여전히 높은 우위를 보임도 나타남. 따라서 미국 시장에 혼합 고춧가루 제품을 우선 출시하는 방안의 타당성이 높을 것으로 판단 됨.

<표 1> 미국 시장에서의 고춧가루 샘플 비교

			수분(%)			색상 (ASTA)			Cap (mg/ml)			맵 기	유리당 (%)			세균 (CFU /g)	가격 (원,\$ kg), FOB
1	중국산1	hot	13.81	±	0.07	134.84	±	1.53	54.07	±	3.44	8100	19.10	±	1.98	4.4 *10 ³	5,624 (5.00)
2	중국산2	middle	10.94	±	0.33	114.82	±	1.24	20.87	±	1.14	3100	16.24	±	0.68	4.6 *10 ³	5,624 (5.00)
1-1	중국산1(80%)+ 영양고추2(20%)	mix	13.69	±	0.10	136.51	±	1.26	44.51	±	2.79	6700	18.58	±	1.84	4.1 *10 ³	7,300 (6.49)
1-2	중국산1(70%)+ 영양고추2(30%)	mix	13.63	±	0.12	137.35	±	1.13	39.73	±	2.46	6000	18.82	±	1.77	3.7 *10 ³	8,140 (7.24)
1-3	중국산1(50%)+ 영양고추2(50%)	mix	13.51	±	0.16	139.03	±	0.86	30.17	±	1.81	4500	19.30	±	1.63	3.5 *10 ³	9,812 (8.73)
2-1	중국산2(80%)+ 영양고추2(20%)	mix	11.39	±	0.32	120.50	±	1.03	17.95	±	0.95	2700	17.09	±	0.80	4.2 *10 ³	7,300 (6.49)
2-2	중국산2(70%)+ 영양고추2(30%)	mix	11.62	±	0.31	123.34	±	0.93	16.49	±	0.85	2500	17.52	±	0.86	4.0 *10 ³	8,140 (7.24)
2-3	중국산2(80%)+ 영양고추2(20%)	mix	12.07	±	0.29	129.02	±	0.71	13.57	±	0.66	2000	18.37	±	0.98	3.6 *10 ³	9,812 (8.73)
3	영양고추1(다복)	hot	14.09	±	0.30	170.37	±	0.58	69.58	±	2.01	10457	21.03	±	0.71	2.1 *10 ³	16,000 (14.23)
4	영양고추3(칠성초)	mild	13.20	±	0.24	143.21	±	0.18	6.27	±	0.17	900	20.50	±	1.28	2.6 *10 ³	14,000 (12.46)
5	영양고추1(영양)	middle	10.41	±	0.01	115.22	±	0.47	27.56	±	1.76	4100	26.45	±	0.16	8.0 *10 ³	14,000 (12.46)

자료: 한국식품연구원