

Latest Trends in the Food Packaging Market in the U.S.

# 미국 식품포장시장의 최신 동향

- KOTRA 글로벌원도우(<http://news.kotra.or.kr/kotranews/index.do>) 자료 제공 -

## I. 다양한 즉석요리시장

소포장 즉석요리의 인기는 식품포장시장 성장의 원동력이라 할 수 있다. Kraft Heinz에서 2018년 신제품으로 내놓은 'Just Crack an Egg'는 간편한 1인용 아침식사 제품이다. 컵라면과 같은 용기에 치즈, 햄, 야채 등이 들어있으며, 소비자는 계란을 추가해 재료를 섞은 후 전자레인지에 돌리면 2분 내로 간편히 조리가 된다. 최근 트렌드에 맞게 인공향료나 첨가물이 들어있지 않으며 건강하고 쉽게 조리할 수 있다는 장점으로 인해 소비자들에게 좋은 반응을 얻고 있다.

미국시장에서는 냉장도시락 키트의 판매 급증으로 박벽(Thin-walled) 플라스틱 용기가 사용되고 있다. 건강식에 대한 요구 증가와 함께 샐러드를 식사 대신으로 하는 인구가 증가하고 있

[사진 1] Just Crack an Egg 제품 사진



(자료원 : JustCrackanEgg.com)

다. 현재 미국에서 급속하게 판매 증가하고 있는 1인용 샐러드 제품은 1회용 용기에 샐러드 채소, 햄이나 치킨과 같은 단백질, 견과류나 마른 과일 등의 토핑, 소스가 모두 포함되어 있다. 영양학적으로 균형을 맞추고 있고 간편하게 보관할 수 있으며 레스토랑급 품질을 자랑하며 초기보다 다양한 종류가 시장에 나오고 있다.

[사진 2] Ready Pac Foods의 샐러드 제품



[자료원 : SavvySassyMoms.com]

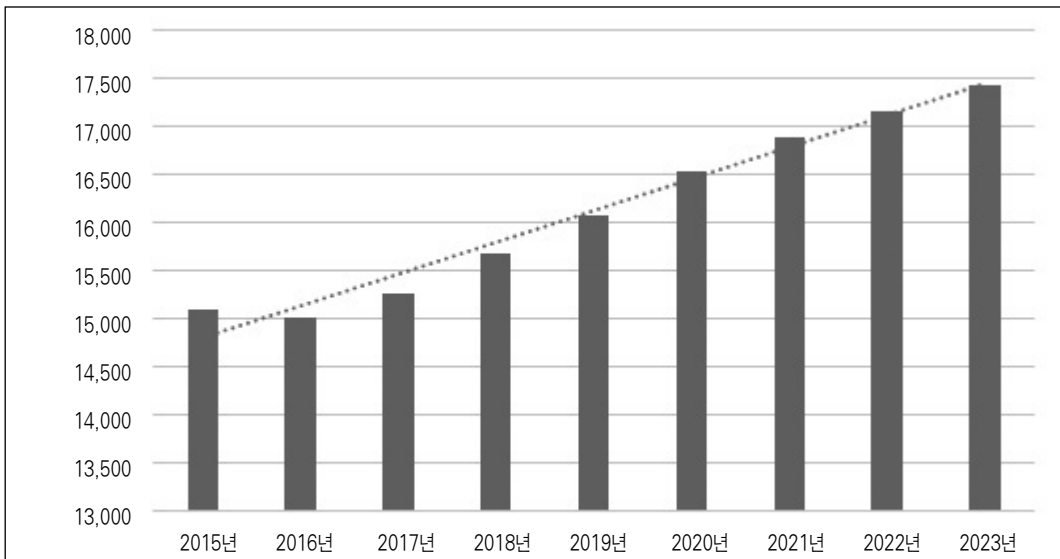
보통 포장용기는 두 칸으로 구성되어 있는데, 아래 칸에는 채소가 있고 위 칸에는 다른 재료들이 칸칸마다 놓여있어 재료가 섞이지 않는다. 이를 통해 소비자에게 시각적으로 어필할 뿐만 아니라 보관기간을 늘릴 수 있다.

## II. 미국 식품포장시장 동향

미국 식품포장시장은 2018년 약 523억 달러 규모로, 향후 5년간 연평균 3%씩 성장할 것으로 전망된다.

[그림 1] 미국 즉석요리포장시장 규모

(단위 : 100만 유닛)



[자료원 : Euromonitor International(2019년 1월)]

[표 1] 미국의 주요 식품포장기업

기업명	비고
 DuPont	- 브랜드명: Bynel, Selar, Tyvek 등 - 본사 소재지: Wilmington, DE - 매출액: 625억 달러 - 고용: 약 9만 8,000명 - 최근 유통기한을 최대한으로 하기 위해 고온의 멸균세척에도 견딜 수 있는 유아용 포장재를 개발했음. 가볍고 전자레인지 사용이 가능하며 깨지지 않는 특성으로 인해 수송비용과 창고 공간을 절약할 수 있음.
 International Paper Company	- 브랜드명: Fortress, Svetocoat, Alaska Plus 등 - 본사 소재지: Memphis, TN - 매출액: 217억 달러 - 고용: 약 5만 6,000명 - 음료, 건조식품, 패스트푸드, 냉동식품 등의 포장제품 생산
 Silgan Holdings Inc.	- 본사 소재지: Stamford, CT - 매출액: 62억 달러 - 고용: 약 1만 2,500명 - 미국, 멕시코, 독일, 영국, 필리핀 등 전 세계에 87개 생산시설 보유하고 있으며 연간 약 50억 개의 용기를 생산 - 주요 고객으로는 P&G, Unilever, Kroger, Nestle, MARS, Beech-Nut, McCormick, General Mills 등
 WestRock	- 본사 소재지: Norcross, GA - 매출액: 148억 달러 - 고용: 약 4만 4,800명 - 시리얼, 아이스크림, 냉장·냉동식품, 베이커리, 스낵 등 다양한 포장용기 생산

식품포장 형태에 따라 크게 강성포장(Rigid Packaging), 반강성포장(Semi-rigid Packaging), 유연포장(Flexible Packaging)으로 나뉘며, 이 가운데 유연포장의 시장규모가 가장 빠르게 성장 중이다.

최근 미국에서는 스낵시장의 성장으로 소포장 부문의 성장이 크고, 특히 즉석요리용 포장의 수요가 크게 증가하고 있다. 소포장과 간편함을 장점으로 하는 즉석요리의 인기와 함께 즉석요리용 포장 수요가 크게 증가하고 있다. 2018년 미국의 즉석요리포장 유닛의 수는 157억 개로 전년 대비 3%가량 성장했다. 향후 5년간 연평균 2.2% 성장해 2023년에는 174억 개가 될 전망이다.

### Ⅲ. 미국 식품포장의 수입 현황

미국의 2018년 1~11월 플라스틱 포장용기류 수입 규모는 72억 4,593만 달러로 전년 대비

[표 2] 주요 수입국 현황(HS Code 3923 기준)

순위	국가명	금액(100만 달러)			점유율(%)			증감률 2018년/2017년
		2016년	2017년	2018년 1~11월	2016년	2017년	2018년 1~11월	
	전체	6,963	7,297	7,245	100	100	100	8.15
1	중국	2,408	2,527	2,493	34.59	34.64	34.41	7.98
2	캐나다	1,614	1,630	1,586	23.18	22.34	21.90	4.88
3	멕시코	685	760	755	9.85	10.42	10.43	7.86
4	대만	389	420	396	5.60	5.76	5.47	2.64
5	대한민국	226	242	239	3.25	3.33	3.30	8.19
6	태국	195	195	197	2.81	2.68	2.73	10.18
7	독일	156	171	176	2.24	2.35	2.44	12.66
8	이스라엘	107	104	139	1.55	1.43	1.93	46.22
9	베트남	91	109	132	1.32	1.49	1.83	34.33
10	말레이시아	133	130	127	1.91	1.79	1.76	6.62

[자료원 : U.S. Department of Commerce, Bureau of Census, Global Trade Atlas(2019년 2월)]

8.15% 증가했다. 주요 수입국으로는 중국, 캐나다, 멕시코, 대만, 우리나라 등이다. 수입 규모는 중국의 경우 2018년 전년대비 7.98% 증가한 24억 9,319만 달러, 캐나다는 4.88% 증가한 15억 8,678만 달러, 멕시코는 7.86% 증가한 7억 5,575만 달러를 기록했다. 우리나라로부터의 수입 규모는 2억 3,925만 달러로 전년대비 8.19% 증가하며 5위를 기록했다.

#### IV. 미국 식품포장 관련 규제

미국에서 식품포장은 FDA의 관리를 받는다. 미 FDA 산하 식품안전응용영양센터(CGSAN)의 식품첨가물실(OFAS)에서 식품포장에 대한 규제 및 안전관리를 담당하고 있다. 또한 용기 포장에서 식품으로 이행할 수 있는 물질들을 간접식품 첨가물로 규정하고 있어 원료물질허용물질목록(Positive List) 및 사전허가제로 관리하고 있다.

미국 연방식품의약품화장품법(FFDCA) 내 식품용포장재 관련 법률을 [표 3]과 같다.

[표 3] 미국 연방식품의약품화장품법(FFDCA) 내 식품용포장재 관련 법률

Part	규정
Part 174	일반기준(Indirect Food Additives : General)
Part 175	접착제 및 코팅물질(Indirect Food Additives : Adhesive and Components of Coatings)
Part 176	종이 및 판지 첨가물질(Indirect Food Additives : Paper and Paperboard Components)
Part 177	합성수지(Indirect Food Additives : Polymers)
Part 178	보조제, 생산보조제, 살균제 및 소독제(Indirect Food Additives : Adjuvants, Productions Aids, Sanitizers)
Part 181	사전승인 또는 허가물질
Part 182	일반적으로 안전하다고 간주되는 성분(GRAS)

[사진 3] Wildscape의 냉동요리



(자료원 : Wildscape Food)

## V. 시사점

식품 관련 매체인 Food Dive에 따르면 밀레니얼세대 48%는 플라스틱 제품 사용에 죄책감을 느끼며 64%는 플라스틱 대체제를 사용할 용의가 있다고 응답했다. 소비자들은 사회적 책임을 다하는 기업에 긍정적으로 반응한다. 아직 친환경 포장용기의 수요는 크지 않지만 소비자들 이 점차 환경 문제에 대해 계몽되면서 친환경 포장용기에 대한 요구가 높아질 것으로 보인다.

미국식품포장협회(Foodservice Packaging Institute)의 Lynn Dyer 회장은 “피자, 패스트푸드 등 레스토랑 사업자들은 일회용 포장재를 사용하지 않을 수 없으나 고객들이 환경에 대한 관심이 커짐에 따라 대체 방안을 고심하고 있다”고 밝혔다.

친환경 포장용기에 대한 선호와 함께 내용물을 확인할 수 있는 투명한 포장용기에 대한 선호 역시 높아질 것으로 보인다.

최근 미국 소비자들의 건강한 식습관에 대한 요구로 인해 균형 있는 영양성분, 인공성분과 방부제가 없는 천연식품에 대한 수요가 증가하고 있다. 이에 주요 기업들은 점점 더 투명포장용기 사용을 통해 제품과 브랜드를 차별화하고 있다. 잠재적인 구매자들을 유인하기 위해 실제 제품의 일부를 노출시켜 소비자들이 실제로 내용물을 확인할 수 있도록 하고 있는 것이다.

2018년 Nestle의 지원을 받는 벤처기업인 Wildscape Food는 제품 전체를 볼 수 있는 용기를 사용한 냉동요리 제품을 출시해 타사 제품과의 차별화에 성공했다.

이성은 미국 달라스무역관은 “관련 전시회 참가 및 참관은 경쟁업체의 제품을 살펴보고 시장에서 어떤 제품을 원하는지 가늠할 수 있는 좋은 기회가 될 수 있다”며 “면대면으로 대화를 나누며 네트워킹을 구축하는 것은 미국 현지 시장 진출에 큰 도움이 될 수 있으므로 전시회 참가를 고려해보는 것이 바람직하다”라고 조언했다. 