

캐나다 소형 사이즈 과일 유통 현황

□ 과일소비 동향

- 캐나다 내 신선식품인 과일과 야채의 소비는 20년 전보다 약 44% 증가하였으며, 2020년까지 약 33% 증가할 것으로 예측
- 캐나다인들은 본래 건강을 고려하여 신선한 야채 및 과일을 많이 섭취했음.
- 최근에는 건강뿐만 아니라 편리함도 추구하고 있으며, 이에 따라 냉동야채 및 과실의 소비가 증가하고 있음. 또한 원예작물의 생산량이 증가함에 따라 원예업 종사자들도 보관이 가능한 냉동야채 및 과실의 판매를 늘리고 있는 상황임.
- 적당한 양으로 신선하게 커팅 된 과일과 야채, 포장된 샐러드의 판매량이 꾸준히 증가하고 있으며 이는 캐나다 농산 판매를 꾸준히 성장시키고 있음.
- 캐나다 농산물 가격은 미국보다 더 낮은 가격으로 판매됨. 또한 지역마다 각각 농산물 판매망을 가지고 있고 매장 내에서는 각종 마일리지제도와 포인트 카드, 무료로 배포되는 요리책자 등의 판촉 프로그램을 동원해 소비자의 소비를 유도함.

자료: Kati

□ 최근 과일소비 트렌드

- CPMA의 Lemaire에 의하면 젊은 세대가 증가함에 따라 포장 제품의 판매는 지속적인 증가가 이루어지고 있음.
- 보다 편리하고 적은 분량의 제품을 선호하는 현재의 추세는 긴 유통기간과 훌륭한 감각을 지닌 새로운 고품질의 가공 제품을 개발하는데 원동력이 됨.

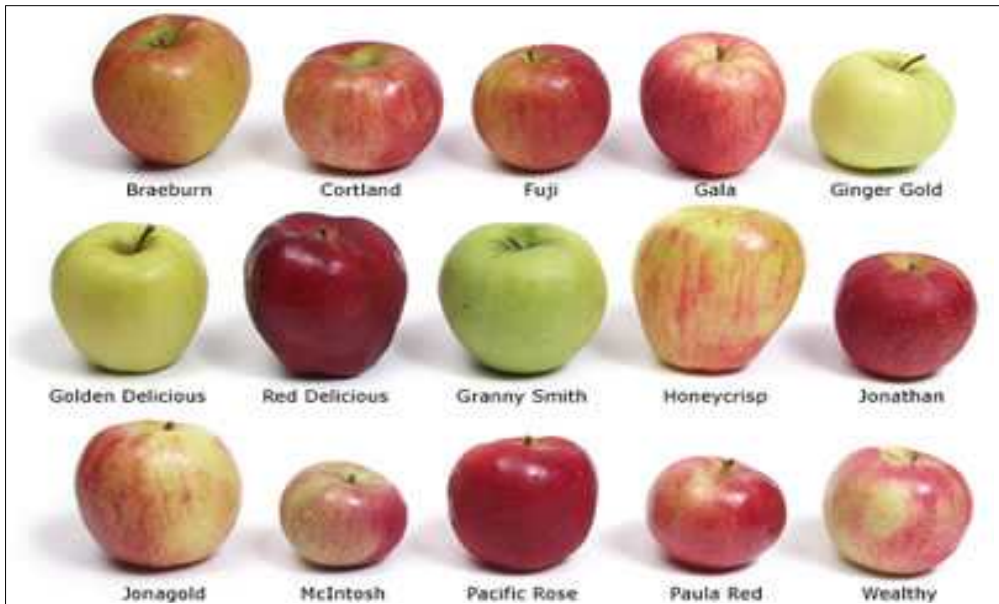
□ 캐나다 국민의 과일소비 특성

- 제품의 판매 전략은 어린 학생들의 점심 가방에 특수 포장된 블루베리나 샐러드를 넣어주는 형태를 유도함으로써 어릴 때부터 과일과 야채를 편리하게 소비하는 습관을 부추기고 각인시키는 형태로 이루어졌으며, 이는 미래의 소비자를 확보하기 위한 전략임.
- Lemaire 보고서에 의하면 ‘캐나다 청소년의 약 49%는 과일과 야채를 하루 권장량을 넘는 수치로 섭취한다.’고 전함.
- 캐나다 식품정책은 이 같은 결과를 만들어내기 위해 처음부터 접근 방식을 아이들과 같은 미래의 소비자를 변화시키는 것에서부터 시작함.
- CPMA는 과일과 야채를 하루에 5-10인분 먹는 방식으로 신선한 농산물의 수요를 서서히 증가시키는 장기적인 접근방식으로 학교에 다니는 어린 아이들을 장려함.
- 캐나다 학교의 교실에서는 학생들이 과일과 야채를 가져와 그들 식사에 왜 과일과 야채 같은 농산물을 섭취해야 하는지부터 자연스럽게 이해시키며, 식사 중간에 농산물을 적절히 섭취하는 것이 건강을 위해 필수적이라는 사실을 일깨워줌.

자료: 캐나다농산물 마케팅협회(CPMA; Canadian Produce Marketing Association)
Ron Lemaire

○ 캐나다 사과 종류와 사이즈

- 로알갈라, 후지, 매킨토시 등은 어린아이 주먹만 하거나 조금 더 큰 정도로 도시락 용도의 과일 구매를 하는 소비자들이 많이 찾음.
- 쉽고 간편하게 즐길 수 있어 캐나다 국민들이 가장 선호하는 과일로 전체 과일 소비의 1/5을 차지, 일인 당 7.6킬로그램을 섭취함.



○ 지퍼백 사이즈

- 싱글족이 늘어나는 트렌드를 반영해 소량의 음식보관이 가능한 핸디형 사이즈 미니 팩이 인기몰이를 하고 있음.
- 사이드 푸드를 담은 용도로 주로 사용되는 간편한 비닐 팩이나 지퍼백은 용도에 따라 다양한 크기로 판매되는데, 작은 사과 한 두 개를 담으면 충분한 20cm 내외 사이즈의 판매율이 높음.



□ 마트현황

○ SAMI FRUITS

- 몬트리올을 기점으로 총 4개의 지점망을 갖고 있으며, 과일을 산처럼 쌓아두고 판매하는 퀘벡주의 대표적인 과일시장
- 대규모 청과상점으로 대개 1인분용으로 구분될만한 적당한 크기의 과일을 취급함.
- 도매형태의 소매비중이 더 크지만 각각의 지점 모두 도소매를 병행함.
- 'SAMI FRUITS'를 즐겨 찾는 소비자들도 주로 큰 과일보다는 작은 과일을 구매함.



○ METRO

- 캐나다 내 3위 규모를 자랑하며 150여 개가 넘는 점포가 운영 중임.
- 다양한 종류의 로컬 및 수입 과일들을 판매함.



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